

## 地域経済ウォッチング

いわき民報 2009年6月25日(木曜日)

### 「第2」の開国の中のいわき

#### 中国人観光客が増加傾向

東日本国際大学 経済情報学部 准教授 田村 立波

昨年度の中国国内総生産(GDP)は、ついにドイツを抜き、日本に次いで世界3位に躍り出た。中国経済のこのような著しい発展に伴い、懐が暖かくなった中国人観光客は、世界各地のいたるところにその足跡を残している。中国新聞社の報道によれば、2007年度の中国人海外観光客数は延べ4095万人にも及び、さらに2009年をめどに5000万人の大台突破を目標にしているという。人数だけでなく、その羽振りのよさも考えれば、消費不況にあえぐ日本にとっても、各地の商店街に多大な潤いを与え、疲弊気味の地域経済に一本のカンフル剤となることを期待したいところである。

しかし、手放しで喜ぶというわけにはいかないことも多々ある。その一つに、落書きや傍若無人の振る舞い、所かまわずの痰吐きなどの中国人観光客のマナーの悪さが挙げられる。今から30年前の改革開放政策により、一般国民も比較的簡単に海外を訪れるようになってから、話題が絶えない問題ではあるが、今年3月に台湾旅行中の大陸観光客が公共物に落書きしたハプニングをきっかけに議論が再燃し、洋の東西、国内外を問わず、マスメディアを賑わせてきた。長年経っても一向に改善されないその原因について、人口や国民素質の問題から社会・生活環境による影響にわたる様々な分野で論争が行われる中、元駐日大使の武大偉外務次官の「単なる習慣の違いに過ぎない」という「鶴の一声」が、波紋の立っている水面に、逆に新たな一石を投じることになった。さすがにこれでは国益が損なわれかねない

と、政府と民間団体においては、教育強化などの手立てを講じてきたが、顕著に好転してくる見通しがまだついていない。

日本も高みの見物はできない。近年中国の「走出去」(海外進出)と日本政府が掲げる「請進來」(積極的に受け入れる)の政策が図らずもうまく合致している。平成 20 年に日本政府は国土交通省の外局として「観光庁」を新設して、「観光立国」を旗印に各国で観光誘致を繰り広げている。目標は 2010 年には日本を訪れる外国人訪問客の人数を年間 1000 万人、2020 年には 2000 万人にし、そのうち中国からの観光客人数を 600 万人にすることである。昨年の訪日観光客者数は 835 万 2000 人、うち中国からは 100 万人というデータからも分かるように、目標人数を達成するためには、更なる「門戸開放」を余儀なくされることになるのであろう。一方、世界規模の人的大移動はインフルエンザや金融危機のような不確定要素に左右されることがよくあるので、国民 6 人に 1 人の外国人観光客という「ノルマ」はやや厳しい感が否めない。

そうとは言いながらも、グローバル時代における人的交流は、何があっても止めることはできないのであろう。今年 7 月から、北京、上海、広州の富裕層が個人で日本へ観光旅行ができるようになる。更に来年 7 月から中国全土の富裕層に解禁する方針である。

我々の暮らすいわきにおいても、中国人観光客の増加が予想される。昨年 9 月の『広州日報』によれば、ニールセン中国の調査で、中国人の海外旅行先別の満足度トップは日本だということが分かった。日本観光で最も気に入ってくれるのは、温泉、特に露天風呂だという。いわきは、「日本三古泉」を有する湯本温泉郷や、『フラガール』(中国では『扶桑花女孩』と訳される)でその名を中国に轟かせたハワイアンズの世界最大の露天風呂「与市」などの豊富な観光資源に恵まれている。「神様」であるお客、中国人観光客が押し寄せてきたら、マナーの悪さに悲鳴を上げては後手になってしまうが、市内の文化・娯楽施設や商店街、ショッピングセンターでは、彼らの受け入れ準備はできているのだろうか。

マナーは国や地域により異なり、程度問題でもあるが、どの国でもマナー違反が起こりうる。できれば、「郷に入れば郷に従って」もらえることに越したことはないが、マナーというのは一朝一夕で直せるようなものではないのが歯痒いところである。相手をすぐさま変えることは無理だが、まず我々自身から変えることから始めることはできる。大きいものでは看板や道路標示、小さいものではゴミ箱や商品に中国語表示を付け加えるなど、ハード面において環境を整えていくとともに、中国の文化や社会状況、国民心理並びに価値観などを紹介する講座を頻繁に開き、異文化への理解を深めるなど、ソフト面においても対応していく必要があると思われる。「備えあれば憂いなし」というわけではないが、中国でのマナー教育が実ることを祈りつつ、一言提言したい。