インバウンドツーリズムを通じた異文化相互理解の促進
中国人観光客と日本人との交流を目指して

法学部政治学科 4 年 F 組
学籍番号 30650511
飯塚美樹

１．はじめに

２．ツーリズムの変遷：一方通行型から相互作用型へ
2-1. マスツーリズム
2-2. オールタナティブツーリズム
2-3. オールタナティブ型インバウンドツーリズム

３．インバウンドツーリズムの意義
3-1. 異文化相互理解と世界平和への貢献
3-2. 澤の屋旅館を事例に

４．中国人観光客の実態
4-1. 訪日中国人観光客の増加と経済効果
4-2. 中国人観光客増加による摩擦と観光形態の特徴

５．ケンカツーリズムの提言
5-1. 摩擦の分類とその原因
5-2. ケンカツーリズムの提言とその可能性

６．まとめ

１．はじめに

2003年、当時の小泉首相は、日本の観光立国を宣言した。この宣言の背景には、ツーリズムが経済効果や地域の活性化をもたらし、国を支えることができる産業だという考えが定着し始めたことが窺える。更に、近年では、人々の交流を促進し新たな経験を生み出すような観光の価値も見直され始めている。

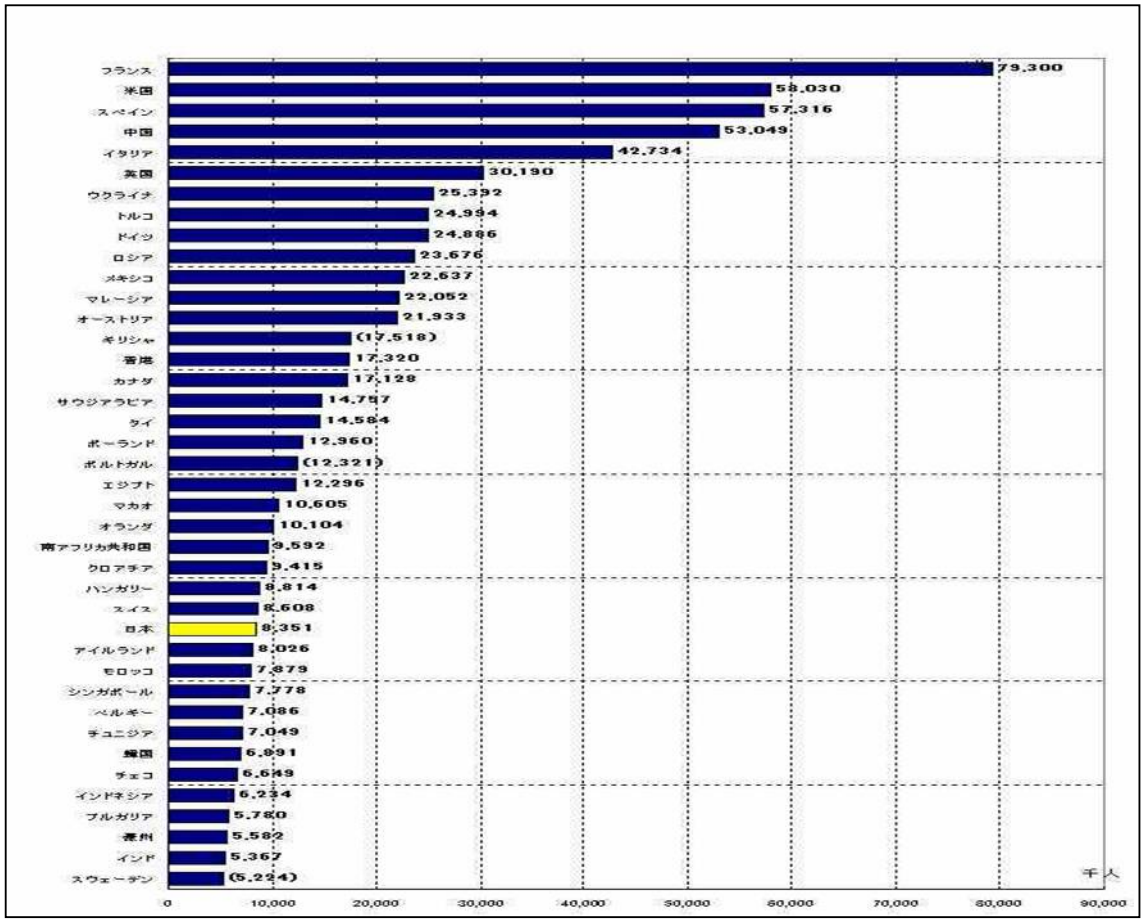
ツーリズムの中でも特に注目されているのは、国境を越えた旅行、つまり、受入側としての日本の視点から言えば、訪日外国人旅行（インバウンドツーリズム）である。日本では、インバウンドツーリズムは発展途上の産業である。2003年の観光立国宣言が出される以前の2001年には、日本から外国に旅行する人の数が1622万人であったのに対し、外国から日本に旅行に来る人の数はその約4分の1の477万人であった（表1）。世界の外国人訪問者数ランキングにおいては、日本は2008年時点でも28位であり、他の先進国よりもかなり少ない訪問者数となっている。アジアの中でも、中国・香港・マレーシア・タイ・マカオを下回った数となっている（図1）。

表1　日本人海外旅行者数と訪日外国人数

	1995 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年
日本人海外旅行者数	15,298	16,358	17,819	16,216	16,523
訪日外国人数	3,345	4,438	4,757	4,772	5,239

（出典：国土交通省編「観光白書」平成15年版[1]）

[1] http://www.mlit.go.jp/singikai/koutusin/2/shiryou9.pdf



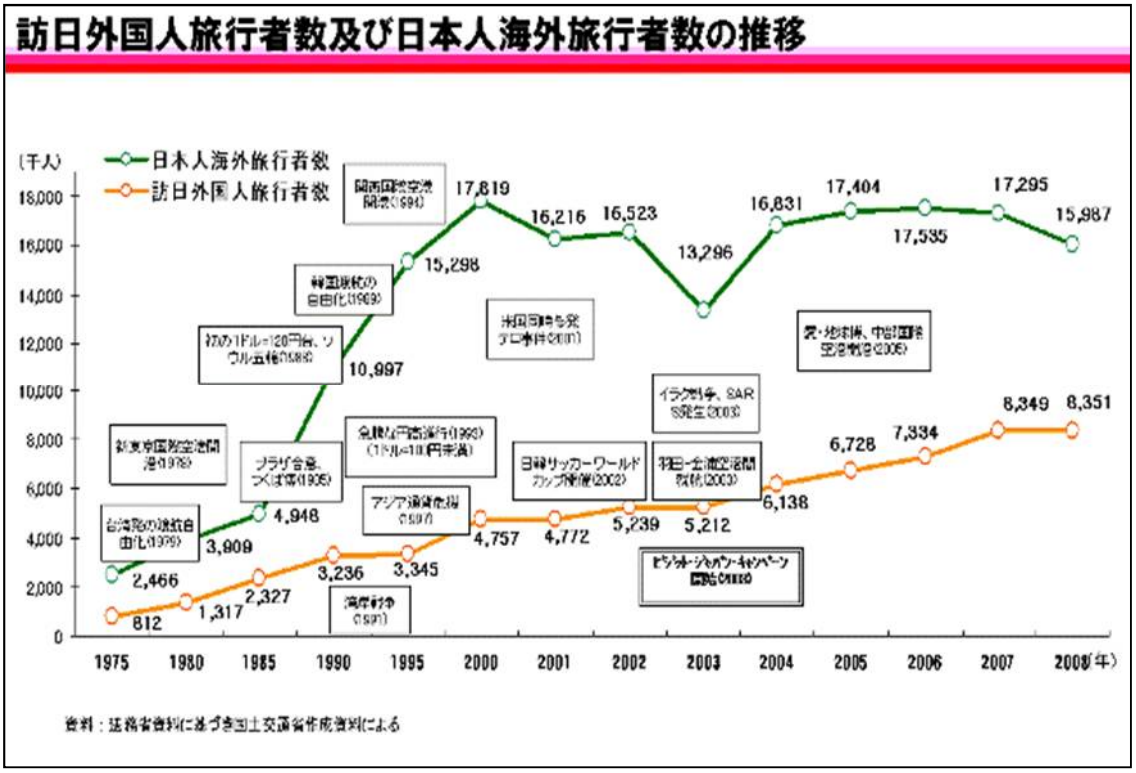
（出典：世界観光機関、各国政府観光局　作成：日本政府観光局[2]）

図 1　国際観光客到着数ランキング(2008 年)

こうした状況を受け、政府は、ビジット・ジャパン・キャンペーン[3]を開始し、2010年までに訪日外国人旅行者数を1000万人に増やすという目標を掲げた。具体的には、独立行政法人の日本政府観光局を実施本部事務局として位置づけ、官民一体となって日本の観光魅力の海外発信活動を行うことにした。特に、訪日外国人旅行者数の多い12の国・地域（韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポール、米国、カナダ、英国、ドイツ、フランス、オーストラリア）を重点市場として定め、プロモーションを展開している。このほか、今後大きな伸びが期待できる3市場（インド、ロシア、マレーシア）を追加し、全15市場でプロモーションを展開する。また、2008年には、政府は日本の観光立国の推進体制を強化するため、国土交通省の外局として観光庁を設立した。2009年9月に発足した鳩山内閣も、観光産業を今後の経済成長分野の柱の一つに位置付け、国土交通大臣のイニシアティブのもとで観光分野の成長戦略について具体案の検討を始めた。このように、国内の少子化による市場の縮小が避けられない中で、消費者としての外国人を日本に呼び込むことに力を入れるのは当然の流れであろう。

[2] http://www.jnto.go.jp/jpn/tourism_data/global_tourism_trends.html
[3] http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/vjc.html

ビジット・ジャパン・キャンペーンの効果もあり、日本への外国人旅行者数は、ここ数年増加傾向にある。日本政府観光局の調査によれば、1998 年は訪日外国人旅行者数が 4,106,057 人であったが、2008 年は 8,350,835 人であった[4]。つまり、10 年で約 2 倍の外国人旅行者が日本を訪れるようになった。そして、政府は今後、2013 年に 1500 万人、2016 年に 2000 万人、2019 年に 2500 万人、そして将来的に 3000 万人の外国人に日本を訪れてもらうことを目指している（図 3）。

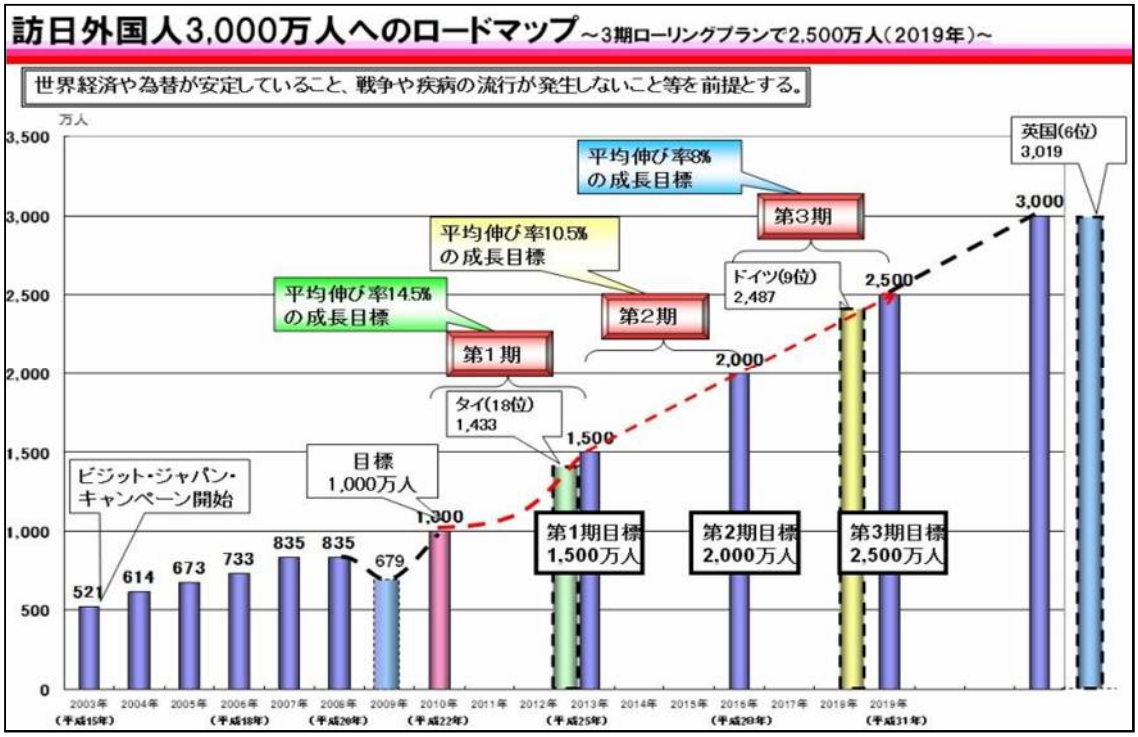


（出典：観光庁[5]）

図 2　訪日外国人旅行者数及び日本人海外旅行者数の推移

[4] http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/hyouka/dokuritu_n/gijiroku/pdf/080926_1_gi2_03.pdf , http://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/2008_total.pdf

[5] http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/in_out.html



（出典：観光庁[6]）

図3　訪日外国人3000万人へのロードマップ

だが、インバウンドツーリズムの意義は経済効果だけではない。長期的視点で考えた際、世界中から多くの人が日本を訪れることによって、日本人と外国人の間で交流が増加し、結果として、その交流が社会に大きな可能性をもたらすことが期待できる。本論文では、この大きな可能性である「異文化相互理解の促進」に注目する。特に近年増加が期待される中国人観光客に焦点を当て、彼らと日本人との間での異文化相互理解の促進を目指し、その結果としてツーリズムが国家間の友好関係構築にいかに貢献できるかを探ってみたい。

まず、ツーリズムの歴史の変遷と意義を探る。次に、訪日中国人観光客をめぐる現状を分析し、最後に、中国人観光客と日本人の交流を促進するような新たなツーリズムのあり方を提案する。

２．ツーリズムの変遷：一方通行型から相互作用型へ

2-1．マスツーリズム

本章ではツーリズムの歴史を振り返る。まず本項では、マスツーリズムを見ていく。

もともとツーリズムは、限られた富裕層のみが享受できる娯楽であった。人々は、長期にわたって準備をし、莫大な時間や費用を旅行にかけていた。1960 年代頃から、交通機関の発達、経済力の向上、メディアの発達、余暇時間の増加などを背景に、ツーリズムは富

[6]http://www.mlit.go.jp/kankocho/kankorikkoku/index.html

裕層のみのものではなく、大衆化した。マスツーリズムの誕生である。その後、団体旅行を中心に、旅行会社による旅行のパッケージ化が急速に進み、多くの人々が旅に出かけるようになった。我が国では、新幹線の開業や、ジャンボジェット機の就航、大型ホテル・旅館の開業など、運輸施設や宿泊施設の拡充とそれに伴う低価格化、経済力向上に伴う可処分所得の増加等を背景に、1970 年の大阪万博を境に一気にマスツーリズム化が進んだ。

しかし、マスツーリズム化により、気軽かつ安価な旅行が可能になったものの、1980 年代頃から世界的にその弊害が批判され始めるようになる。まず、環境汚染や自然破壊が指摘された。団体旅行の観光客が一気に観光地に押し寄せ、ゴミを道に捨てるなどのマナー違反行為による環境汚染や、大型リゾート施設などの開発による自然破壊が問題になり始めた。更に、マスツーリズムの視覚重視の形態や一方通行的特徴も批判される。たとえば、代表的な事例として、社会学者の須藤廣はカヤン族の例を挙げている。カヤン族とは、タイの山岳民族のことで、女性が首にコイルを巻く「首長族」として知られる。観光客は、カヤン族の人々を物珍しく眺め、写真に収める。須藤は、この現象を「人間動物園」と表現する[7]。ツーリズムには通常ホストとゲストが存在するが、ここではホストはただの見世物であり、ゲストはその見物者である。イギリスの社会学者であるアーリは、こうした観光客の視線を「まなざし」という言葉を用いて説明する。彼は、ミシェル・フーコーの「医学的まなざし」の概念を用いて、観光は「日常から離れた異なる景色、風景、町並みなどにたいしてまなざしもしくは視線を投げかけることなのだ」と述べる[8]。これは、ホストの人権侵害、ゲストのホストに対する優越性につながる可能性もある。更に、観光地の文化侵害もしばしば指摘される。たとえば、観光産業が発達しているハワイでは、メディアによる勝手なハワイのイメージの創造[9]や、ゲストがその創り上げられたイメージを一方的にホストに押し付けることによる先住民族の文化破壊が批判される[10]。また、団体旅行ではほとんどの場合、大型バスで移動し、（たまたま担当した）特定の添乗員の説明を通して観光地を見るため、観光客が結果として偏った見方をしてしまうことも好ましくない、と言われる。

観光研究の理論的アプローチを行った先駆者とも言えるブーアスティンは、新たな概念を提示しながら、マスツーリズムの特徴を説明する。彼は、「疑似事象説」を唱え、観光客が現地の人間から孤立し、作り物のアトラクション（疑似イベント）を楽しみ、リアルな世界を無視していると指摘した[11]。彼は、「旅行者」と「観光客」の違いも明確にした。

---

[7]須藤廣, 2008, 『観光化する社会―観光社会学の理論と応用』ナカニシヤ出版. 60－63

[8] Urry, John, 1990, *Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies.* London:Sage. (－1995, 加太宏邦訳『観光のまなざし―現代社会におけるレジャーと旅行』法政大学出版局.)

[9]遠藤英樹, 2007, 『観光社会学の歩き方：ガイドブック的』春風社. 35－51

[10] Trask,Haunani-Kay, 2002, *From a Native Daughter: Colonialism and Sovereignty in Hawaii,* Hawaii: University of Hawaii.(-2002,松原好次訳『大地にしがみつけ - ハワイ先住民女性の訴え』春風社.)

[11] Boorstin,D.j., 1962, *The Image:A Guide to P suedo-events in America.* New York:Harper and Row. (－1964, 星野郁美・後藤和彦訳『幻影の時代―マスコミが製造する事実』東京創元社.)

彼によれば、19 世紀の半ば頃に、旅行者の没落と観光客の台頭が起こったという。それまで能動的に他者・冒険・経験を求めて旅をしていた「旅行者」は少数化し、その代わりに、パッケージツアーを利用して面白いことが起こるのをただ受身で待つ「観光客」が多数化したのである。

マスツーリズムが定着した 1980 年代頃には、マスツーリズムが生み出したパッケージツアーは人々のニーズや価値観の多様化に応えられなくなり、人々は不満を抱くようになった。「大量生産・大量消費」の特徴を持つマスツーリズムは、観光という行為を人々の間に拡大させることに貢献した。だがその一方で、多くの弊害を生み、また時代の変化にも応えることができなくなっていった。

2-2. オールタナティブツーリズム

こうしたマスツーリズムの弊害を克服するため、マスツーリズムの代替型観光としてのオールタナティブツーリズムが 1980 年代後半から唱えられ始める。1992 年リオデジャネイロでの環境サミットにおいて、「持続可能性」がキーワードとして提唱されたことを背景に、オールタナティブツーリズムはサステナブル（持続可能な）ツーリズムとも呼ばれる。マスツーリズムによる環境破壊等の弊害を反省し、ツーリズムにおいても持続可能性を目指そう、という動きである。マスツーリズムからオールタナティブツーリズムへの移行は、近代から後期近代[12]への移行と大きく関わる。まず、後期近代では、大量生産・大量消費型から多品種少量生産型へと市場が変化を遂げた。ツーリズムにおいても多品種少量生産の形態が発達し、個人旅行・フリーツアー・多様なオプションの拡充に力が入れられ始めた。その結果、人々のニーズ・価値観の多様化に対応可能となった。また、添乗員の同行しない個人旅行が主流になり始め、視覚重視型から体験重視型へ、一方通行型から相互作用型へという変化も起きた。マスツーリズムでは、自分で調べる必要はなく、バスに乗っていれば目的地につく。バスの窓越しに観光地を眺め、添乗員を通して情報を得る。そこに、現地の人々との相互作用は生まれない。一方で、オールタナティブツーリズムの形態として発達した個人旅行は、情報収集などを自分で行う必要が出てくる。「19 世紀半ばにおける旅行者の没落と観光客の台頭」というブーアスティンの言い方を借りれば、オールタナティブツーリズムが発達してきた現代は、能動的な「旅行者」が再び台頭しつつある時代と言えるかもしれない。添乗員もいない分、地域住民との距離も縮まり、交流する機会が増加している。更に、後期近代と呼ばれる現代社会で、人々の価値観の変化も起こった。それまで当然視されていた絶対的価値が崩壊し、物質・機能的価値観から象徴・記号的価値観へと変化するようになった。その結果、オールタナティブツーリズムでは、物の消費というよりも人間関係やコミュニケーションという目に見えないものが消費対象

---

[12] 「後期近代」とは、『排除型社会』でジョック・ヤングが「近代」と比較して用いた言葉。近代の安定的で同質的な包摂型社会に対し、後期近代は変動と分断を推し進める排除型社会を特徴に持つ。後期近代では、近代の絶対的な価値観が崩壊し、多様化・無秩序化・不確実化した。市場においても、フォーディズムからポストフォーディズムへと変化し、標準化された製品を大量生産・大量消費する市場から、多品種少量生産で多様な選択肢のある消費社会へと移行した。

となり、ツーリズムにおいては地域住民との交流に重点が置かれるようになった。具体的な新たなツーリズムのあり方として、エコツーリズムやグリーンツーリズム、ルーラルツーリズムなどが注目され始めた。エコツーリズムとは、訪れた先の自然環境に与える負の影響を最小限にとどめることを目指すものである。かつ、現地の人々が経済的利益を享受することも重要視している。日本では、屋久島や知床、白神山地がエコツーリズムの訪問先として知られる。グリーンツーリズムやルーラルツーリズムは、都会と農村の交流を目的とする。都会の人々がいわゆる「田舎」と呼ばれる農村を訪れ、農家に宿泊しながら農作業のお手伝いをしたり、農村の人々と交流をする。こうした新たなツーリズムにおいては、近代的特徴である絶対的な二項対立は崩れ、「見る人」と「見られる人」の境界もあいまいになった[13]。たとえば、グリーンツーリズムやルーラルツーリズムでは、観光客が、農作物を買う側から一時的に作って売る側になる。京都では、特に若い旅行者がお金を払って舞妓さんに扮して街を歩き、それを他の旅行者が写真におさめる。つまり、マスツーリズムにおけるまなざしが、ゲストからホストへの一方通行のみであったのに対し、オールタナティブツーリズムでは、ホストからゲストへ、ゲストからゲストへというまなざしも見られるようになり、「見る人」が「見られる人」にも、「見られる人」が「見る人」にもなった。

このように、オールタナティブツーリズムでは、近代の価値観の崩壊と共に、旅行者と地域住民間で交流の機会が増え、旅行におけるゲスト・ホスト間の相互作用の可能性が出現した。ツーリズムは、人々の接点を増やし、交流を促進する可能性を持ち始めたのである。

2-3．オールタナティブ型インバウンドツーリズム

更に、現代では、グローバリゼーションのもと世界中で人々の移動が活発になり、国と国との境は容易に越えられるようになった。外国からの訪日旅行を指すインバウンドツーリズムは、まさに現代におけるツーリズムの代表だ。つまり、グローバリゼーションによって､国境を越えて世界から日本を訪れる人が増加し物理的距離が縮まっていると同時に、マスツーリズムからオールタナティブツーリズムへというツーリズムの形態の変化によって、ゲストである外国人旅行者とホストである日本人との交流が活発化し、心理的な距離も縮まりつつある。

ここで、オールタナティブツーリズムの特徴を持つインバウンドツーリズムを、オールタナティブ型インバウンドツーリズムと名づけたい。オールタナティブ型インバウンドツーリズムの特徴を見ると、まず、個人旅行の傾向が強まっている。日本政府観光局の「訪日外客訪問地調査 2008 結果速報」によると、特に欧米市場で個人旅行の割合が高いことがわかる[14]。アメリカでは個人自由型ツアーが 11.7%、個人旅行が 62.4%で、英・独・仏は個人自由型ツアーが 16.4%、個人旅行が 66.4%となっている。こうした個人旅行化に対応すべく、視覚重視型から体験重視型への変化も著しい。2006 年に設立されたエイチ・アイ・

[13]藤巻正己・江口信清, 2009,　『グローバル化とアジアの観光』.ナカニシヤ出版.14
[14] http://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/090225_houmonchi2008_attachment.pdf

エス　エクスペリエンスジャパン[15]では、社名の通り、日本文化の様々な「体験」プログラムを外国人旅行者に提供している。また、2008 年に設立された NPO 法人日本文化体験交流塾[16]では、個人家庭での体験プログラムに力を入れる。どちらも 1 人からの参加が可能で、茶道・書道・華道・着付け・寿司づくりなど、日本ならではの体験を外国人旅行者にしてもらうという趣旨を持つ。エイチ・アイ・エス　エクスペリエンスジャパンや日本文化体験交流塾が提供するこれらの体験プログラムには、オールタナティブツーリズムの多品種少量生産的特徴も見ることができる。それぞれ、サムライ道場、相撲部屋見学、スーパーでの買い物と家庭料理、築地での買い物と寿司作り、などユニークなプログラムを揃えている。エイチ・アイ・エス　エクスペリエンスジャパンでは、アクション、食、文化、アート、音楽＆ダンスという 5 つのカテゴリーに分け、全部で 30 以上の文化体験プログラムを設置している。日本文化体験交流塾では、10 以上のプログラムにミニ茶会、折り紙など 4 種類のオプションをつけることも可能である。2009 年に設立された株式会社ネクステージ[17]では、外国人旅行者が日本の家庭に滞在しながら日本人と交流ができるように、旅行型ホームステイを提供している。ウェブサイトには、「普通の観光旅行じゃつまらない！ホテルに泊まるんじゃなくって実際に肌で日本の生活を体験したい！日本のご家庭にステイしながら日本の文化、風習、生活習慣の違いなども一緒に学べるとても贅沢なプランです。1 泊だけのステイでもＯＫ。期間はご相談ください。普通の旅行と違った体験ができるはず！」という文言が見られる。ここには、マスツーリズム的価値の崩壊、そして、人間関係やコミュニケーションといった象徴・記号的価値観への移行という特徴が見られるだろう。

このようなオールタナティブ型インバウンドツーリズムにおいては、オールタナティブツーリズムの特徴であるゲスト・ホスト間の交流も見ることができる。以下では、私自身の経験も交えて、具体的に外国人旅行者と日本人の間で交流が起きる場面を見てみたい。大型バスで観光地や食事処などに連れて行ってくれ、添乗員が案内をしてくれるパッケージツアーと異なり、個人旅行では、ゲストは全て自分で情報収集をし、行動する必要がある。訪日後、ゲストの多くは詳しい情報収集のために、まず各地の観光案内所に立ち寄るが、そこで案内をする日本人と彼らの間で交流が生れる。そして、入手した地図を片手に観光地を散策する。道に迷った際には、通りがかりの日本人と新たな交流が生まれる。また、食事をする場所も自ら見つける必要がある。店員からメニューの説明を受ける（ジェスチャーであっても）など、そこでも交流が生まれる。自身も、通りがかりに外国人旅行者に道を尋ねられた経験が何度かある。例えば、東京・浜離宮の近くを歩いていた際、スペイン人の3人の女性に「東京タワーはどう行ったら良いか」と話しかけられた。そこで、駅まで一緒に行くことになったが、その間、彼女たちの今回の日本旅行の計画や仕事の話、和楽器についてなど色々な話をした。彼女たちは別れ際に、「スペイン人は道を尋ねられても、あっちと指さすだけだ」などと私に話した。短い時間であったが、スペイン人の彼らと日本人の私の間で交流が生まれた。また、2009年5月に岐阜県の飛騨高山を訪れた際も、ある交流を見かけた。飛騨高山は日本らしい町並みが残る伝統的な町で、近年、欧米の外

[15] http://hisexperience.jp/ja/culturalactivities
[16] http://www.ijcee.com/
[17] http://www.homestay-in-japan.com/program/travel.html

国人旅行者の間で人気が高まっている。私が訪れた際も、多くの外国人旅行者を見かけた。彼らは皆バックパッカーで、個人旅行であることは明らかであった。高山は日本三大朝市である宮川朝市でも有名である。私はそこで、日本語を話すことができない外国人旅行者と、英語を話すことができない朝市の地元のおばあさんが、メモを使いながら身振り手振りで話している場面に遭遇した。その外国人旅行者は味噌に興味を示していた。おばあさんは彼らに「豆腐につけるとおいしいよ」と言い、外国人旅行者は「トウフ」と反応していた。彼らは何か書いたり片言の日本語・英語をしゃべったりしていたが、印象的であったのは彼らの間で度々笑いが起こっていることであった。個人旅行、そして個人旅行に対応した文化体験プログラムは、ホストとゲストの距離が近いため、彼らの間での交流が容易に生まれる。このように、オールタナティブ型インバウンドツーリズムでは、ゲスト・ホスト間での相互作用が生じやすいことがわかる。

３．インバウンドツーリズムの意義

3-1．異文化相互理解と世界平和への貢献

今やツーリズムは、グローバリズムの定着を背景に、国境を越えた人々の交流を多数創出している。世界観光機関（UNWTO）によると、全世界の外国旅行者数は、2010 年には 10 億人に、2020 年には 16 億人に増加すると予測されている[18]。更に、マスツーリズムからオールタナティブツーリズムへと観光形態も移行したことで、国際観光に対する新たな価値が世界的に見出され始めている。つまり、人々は、観光資源をただ見物することから、世界中の人々との距離を縮め、触れ合おうとしている。

前章では、日本のインバウンドツーリズムにおいても、ゲストとホストの間での交流が増加傾向にあることを明らかにした。2008 年に日本政府観光局が発表した「TIC[19]利用外国人旅行客の訪日旅行動向調査報告書」には、外国人旅行者が訪日旅行で一番楽しみにしている体験についてのアンケート結果が報告されている（表 2）。それによれば、「歴史的建造物を訪れる」、「日本食」、「富士登山」、「文化に触れる」に次ぐ 5 番目に多い回答として、「日本人とのコミュニケーション」が挙げられている。具体的な意見としては、「人々について学び、彼らがどのように生活しているかみたい」「日本人と一緒になにかをしたり、共有したい」などが挙げられ、まさにオールタナティブツーリズムにおける新たな観光の価値をここにも見ることができる。

---

[18]世界観光機関, 2004, 『2002年国際観光概観』

[19] TIC とは、ツーリスト・インフォメーション・センター/外国人総合観光案内所である。訪日外国人旅行者に対して情報提供を行う。

表 2　外国人旅行者が訪日旅行で一番楽しみにしている体験

【5. 日本人とのコミュニケーション　52件】

居住国	性別	年齢層	訪日旅行で一番楽しみなことについてのコメント例（一部抜粋）
フランス	男性	19歳以下	僕は本当に日本人と一緒になにかをしたり、共有したいと願っている。
フランス	男性	20歳代	できるだけ多くの日本人と会って、彼らと話をすること。
ドイツ	女性	40歳代	日本の人々と会うこと。ここにいるということが好き。
ドイツ	男性	20歳代	地元の人々と時間を過ごすこと。
ルクセンブルグ	女性	30歳代	人々と会い、日本の生活様式を体験し、日本の伝統的また現代建築を見ること。
中国	男性	50歳代	人々について学び、彼らがどのように生活しているかみたい。
英国	男性	20歳代	地元の人々と話をしたり、つき合うこと。
現地の人々、つまり日本人との交流を一番の楽しみに挙げた人も多い。			

（出典：日本政府観光局[20]）

こうした世界的な大交流時代の到来を受けて、ここで改めてツーリズムの意義を見直したい。こうした人々の交流は我々に何をもたらしてくれるだろうか。

当然、外国を旅行すれば、意識をせずとも文化や習慣の違いに直面する。そこに現地の人々との交流や対話が起きなければ、その背景にある考え方まで知ることはできない。相互作用が起きないことで、ゲストとホストの双方が文化や行動様式の違いを目の当たりにし、互いに誤解を抱いてしまったり、摩擦が生じることもあるだろう。他方で、両者の間に交流が起きれば、互いに互いの文化や習慣、考え方を学び合うことができる。こうした異文化相互理解は、ゲストとホストの双方に大きな利益を生む。たとえば、ゲストとホストという個人間での良好な関係を築くことが可能だ。そして、長い目で見れば、そうした個人間の良い関係作りの積み重ねにより、国レベルの良好な関係の構築にもつながりうる。こうした意義は、様々な研究者たちも強調している。

異なる文化からの人々が交流し、結果として互いの道徳的規範を学び合うことで、国際理解が促進される可能性がある[21]

・・・世界を旅する者たちは、世界の素晴らしさに感嘆し、他の国々、彼らの環境、文化、価値、生き方についてより多くを学ぶことができ、それゆえ国際理解を深めることができる[22]

ツーリズムにおける個々人間での良好な関係構築の重要性について、そして、ツーリズムと国家間の友好関係構築との関係性について、キムとクロンプトンは韓国と北朝鮮を例

[20] http://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/081209_pr_ticsurvey2008_attachment.pdf

[21] Ahmed,Z. ,Krohn,F., and Heller,V. 1994, “International Tourism Ethics As a Way to World Understanding,” *The Journal of Tourism Studies* Vol.5, No.2, DEC: 36-44

[22] Edgell, David L., Sr. 2006, *Managing sustainable tourism. A legacy for the future*, New York: The Haworth Press, Inc.　58

に述べている[23]。彼らによれば、「外交」には二つのやり方が存在する。一つ目は、″Official channel of government relations″で、一般的に「外交」と言われる政府間関係の公式な手段である。二つ目は、″Unofficial channel of people-to-people relations″で、人と人との関係の非公式な手段である。そして、ツーリズムこそが、後者の外交の最も有効な手段だと言う。ツーリズムは、政治的でない手段で、両国の親密な関係を構築し、その結果として、より公式な政府間交渉を円滑化する環境を創りだしている。

更に、アモアも、第 34 代アメリカ大統領のドワイト・D・アイゼンハウアーを例にとり、「世界の指導者たちは“Citizen Diplomacy（市民による外交）”が互いの理解を深めることに重要な役割を果たす、と長く認識してきた」と述べる[24]。

> アイゼンハウアー大統領は自身の軍司令官としての経験から、政府ができない一方で、一般市民が国を越えて政治的・社会的隔たりの懸け橋になれることを認識していた・・・アイゼンハウアーは、一般市民同士が直接コミュニケーションをとり合えれば、違いを解決して平和に過ごす道を見つけることができるだろう、と考えていた。なぜなら、我々は皆異なるけれども、我々の価値観や目標、そして日々の問題はとても似ているものであるからだ[25]。

最近では、インドと中国が、ツーリズムを通した両国間での人々の交流は世界平和にとって重要と考え、2007 年を‘‘India–China Year of Friendship through Tourism、すなわち、ツーリズムを通した印中友好関係の年と定めた[26]。日本も、2009 年を「日本香港観光交流年」に[27]、2010 年・2011 年を「台湾日本観光交流年」に定めている[28]。

国際連合は、以前からツーリズムの平和的役割を世界に向けて発信している。具体的には、1966 年の国際連合第 21 回総会において、「国際観光は異文化や異文明に対する共感や民族間の理解を促進し、世界平和に貢献する」ものとし、1967 年を国際観光年と定めた。そして、スローガンを″Tourism; Passport to Peace（ツーリズム；平和へのパスポート）″とし、国際観光振興の重要性を訴えた[29]。国連事務総長の潘基文も、ツーリズムが世界平和、文化理解、経済成長、そして、貧困の軽減に寄与すると主張している[30]。

グローバリゼーションによって人々が国境を自由に行き来するようになった時代を背景に、オールタナティブ型インバウンドツーリズムは、異文化相互理解を促進し、日本と各

---

23 Kim,Y., Crompton,J. 1990, “Role of Tourism in Unifying the Two Koreas,” *Annuals of Tourism Research*, 17: 353-366

24 Amore, Louis D., 2010, “Peace through Tourism: The Birthing of a New Socio-Economic Order,” *Journal of Business Ethics,* Vol.89, Supplement 4:559-568

25 Amore, Louis D., 2010, “Peace through Tourism: The Birthing of a New Socio-Economic Order,” *Journal of Business Ethics,* Vol.89, Supplement 4:562

26 Amore 2010:562

27 http://www.jnto.go.jp/jpn/press_releases/pr_091214_japanHK.html

28 http://www.nihao-konnichiwa.com/japan/tj_tourism_exchange/tj_tourism_exchange.html

29 http://www.mlit.go.jp/hakusyo/transport/shouwa42/ind120101/frame.html

30 Amore 2010:562

国の友好関係構築に貢献する大きな可能性を秘めているのである。

3-2. 澤の屋旅館を事例に

日本におけるインバウンドツーリズムにおいて、実際に異文化相互理解が実現されている場として、東京下町のある家族旅館を紹介したい。東京・谷中にある「澤の屋旅館」は、最近ではあまり見ることがない家族経営の下町旅館である。部屋数は 12 室、全室畳の和室で、うち 10 室がバス・トイレなしの部屋である。料金は一泊 5000 円程度だ。この旅館の最大の特徴は、宿泊客の 9 割が外国人旅行者という点である。1 年間で約 40 カ国の外国人旅行者が宿泊する。2008 年の宿泊客の内訳は、欧米が 79.8%、アジアが 6.4%、オセアニアが 13.5%であった。1 位がアメリカ、2 位がフランス、3 位がオーストラリア、4 位がイギリス、5 位がカナダからのお客様である。これらの数値からも明らかであるように、澤の屋旅館は欧米からの旅行者に大変人気である。

表 3　澤の屋旅館の宿泊客の国籍内訳（2008 年）

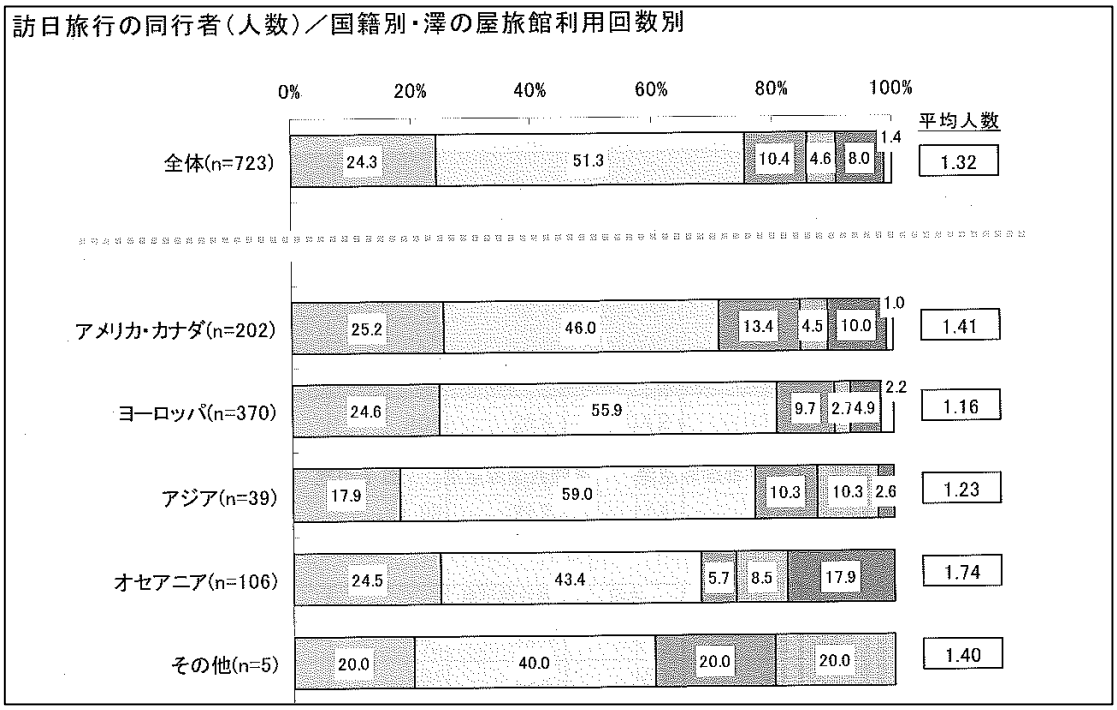
※国籍別構成　（標本数：723）

アメリカ	20.5	(%)
フランス	18.3	
オーストラリア	13.0	
イギリス	8.3	
カナダ	7.5	
ドイツ	5.0	
イタリア	3.7	
スペイン	3.6	
スイス	2.1	
スウェーデン	2.1	
オランダ	1.8	
シンガポール	1.7	
ニュージーランド	1.7	
フィンランド	1.4	
デンマーク	1.1	
ベルギー	1.1	
マレーシア	1.0	
アイルランド	0.8	
韓国	0.7	
香港	0.6	
ポーランド	0.6	
オーストリア	0.6	
中国	0.4	
台湾	0.3	
タイ	0.3	
グアテマラ	0.3	
南アフリカ	0.3	
スロバキア	0.1	
セルビア	0.1	
チェコ	0.1	
トルコ	0.1	
ノルウェイ	0.1	
ポルトガル	0.1	
インド	0.1	
インドネシア	0.1	
ベトナム	0.1	
マカオ	0.1	
アルゼンチン	0.1	

（出典：澤の屋旅館　作成：旅の販促研究所[31]）

また、客数に関しては、1 人客が 24.3%、2 人客が 51.3%、3 人客が 10.4%、4 人客が 4.6%である。小さいグループの個人旅行で日本を訪れている旅行者が多い。

[31] http://www.tctv.ne.jp/members/sawanoya/anke-to.pdf



（出典：澤の屋旅館　作成：旅の販促研究所[32]）

図 4　澤の屋旅館における宿泊客の同行者数

オールタナティブ型インバウンドツーリズムでは、「個人旅行化」が最大の特徴だが、澤の屋旅館ではまさにその特徴が表れていると言えよう。私は、2008 年 10 月と 2009 年 6 月にこの澤の屋旅館に伺う機会があった。町になじんだ旅館であり、自宅のようなリラックスできる空間であった。小学生くらいの息子さんがリビングのようにロビーに座っており、お父さんが「宿題はやったのか」と声をかけていた。宿泊客とホストの距離も非常に近く、頻繁に会話がなされている。澤の屋旅館とは、オールタナティブ型インバウンドツーリズムが実現され、ゲスト・ホスト間の交流が顕著に見られる場であるのだ。

そうした交流がもたらすものについて、以下、澤の屋旅館のご主人である澤さんのお話を引用する[33]。外国人旅行者を受け入れるようになって最初に起きたのは、様々なトラブルだ。好意でやったことが誤解されたり、思いもかけないクレームをつけられたりと、次から次へとトラブルが起こった。外国人旅行者の行動に理解に苦しむことも多かったが、人の話を聞いたり、自らの外国に対する関心が深まっていくにつれ、誤解やクレームは文化・習慣の違いから来るものであることがわかった。そして、何か問題が起きても、なぜそのようなことをするのかという理由の方に興味が移り、それを探ることで、その国の背景を知り、親近感を持つようになったという。

例えば、風呂の使い方だ。日本では、共同風呂である場合、自分が使い終わっても栓を抜くことはない。しかし、度々共同風呂の栓を抜かれた。「栓を抜かないでください」と強調しても、「自分が使って汚れたお湯を他の人が使うことは考えられない」と言われた。また、浴槽の中で石鹸を使われることもあった。そのため、「浴槽の外で体を洗ってくだ

[32] http://www.tctv.ne.jp/members/sawanoya/anke-to.pdf
[33] http://www.tctv.ne.jp/members/sawanoya/gaikyaku.html

さい。浴槽の中で石鹸を使わないでください。浴槽の栓を抜かないでください。」という英語の注意書きを浴場に貼るようになったという。一方で、澤さん自身がオーストラリアに行った際、ホテルの浴槽に日本語でこう書かれていた。「シャワーカーテンを中に入れて使ってください」。澤さん自身、シャワーカーテンを外に出して床をぬらしていたので、中に入れるという正しい使い方をその時初めて知った。ニュージーランドのホテルでも、「日本人客に浴槽の外でシャワーを使われるビッグトラブルが何回もあったよ」と言われた。また、他の人と一緒にお風呂に入るのは日本以外では韓国くらいで、同じアジアでも中国系の人はダメなようだということもわかった。お湯の温度に関しても、欧米の人に熱いと言われて 42 度にしてあるが、日本人や韓国人にはぬるいと言われてしまう。

トイレの使い方も様々だ。ある客は、金かくしに腰をかけて用を足していた。また韓国からの客は、使用した紙を流さず、汚物入れに山と積み上げていた。彼らの行動の理解に苦しんだが、その後、金かくしがあるのは韓国・台湾・日本だけと知った。また、韓国では、紙を流すと詰まる、と考えられているために、紙を流す習慣がないことがわかった。タイでは、紙の代わりに水で後始末をする、ということも知ったという。

澤の屋旅館の事例からは、以下のことが言えるだろう。外国人旅行者を受け入れるホストは、宿泊客との対話や交流、その結果としての相手国への興味の拡大によって、ゲストの行動の理由、彼らの文化や習慣を知ることができる。同時に、ゲストは、現地の人々とコミュニケーションをとることで、自身とは異なる文化や習慣、考え方を知ることができる。個人間での付き合いから互いの国に関心を持つことは、国家間の友好関係構築への第一歩とも言えよう。ゲストとホストが互いに近づこうとすることにより、インバウンドツーリズムは両者が互いに学び合う場となり、結果として、異文化相互理解を促進しているのである。

４．中国人観光客の実態

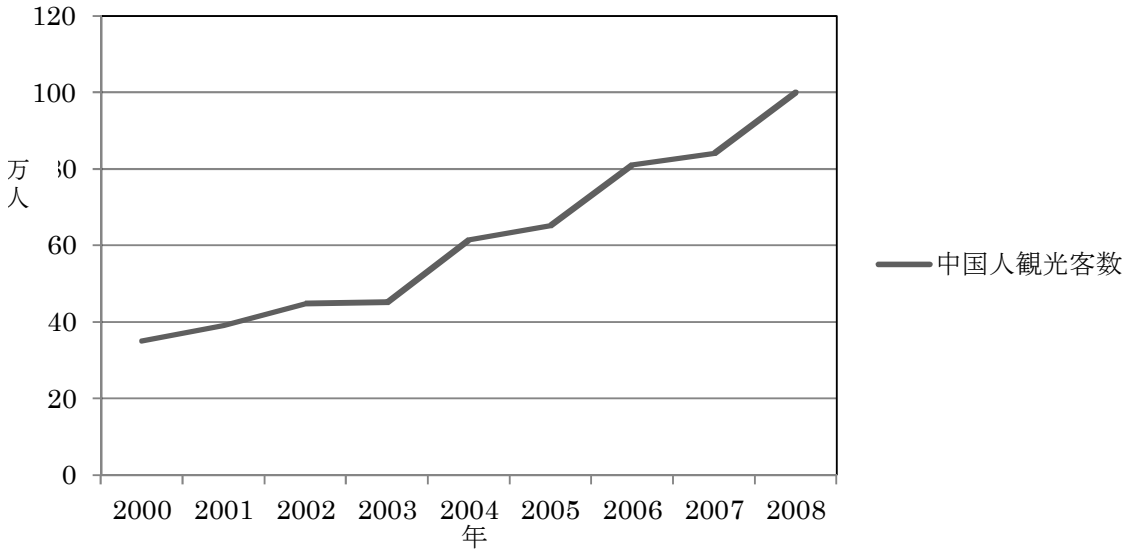
4-1．訪日中国人観光客の増加と経済効果

このように、インバウンドツーリズムは異文化相互理解を促進することができる。そして、その積み重ねによって、長期的には国家間の友好関係構築にも貢献しうる大きな可能性を持っている。本章と次章では、こうした可能性を現実のものとするために、インバウンドツーリズムにおいて、特に中国人観光客と日本人との間の交流をいかに促進させるかを考えていきたい。

ここで、中国人観光客に注目するのは以下の理由からである。まず、近年訪日外国人旅行者の総数は増加傾向にあるが、特に大幅な増加が期待されているのが中国からの観光客であるためだ。今後も多くの中国人が日本を訪れるとされる。更に、国家間関係を考えると、日本と中国の間にある溝はまだまだ深い。靖国問題、教科書問題、そして領海・領土問題など、両国が抱える問題は数多く存在する。そのため、ツーリズムがこれらの問題解決に貢献できる可能性を探りたい。

日本政府観光局によれば、北京・上海・広東において訪日団体ビザが解禁された2000年

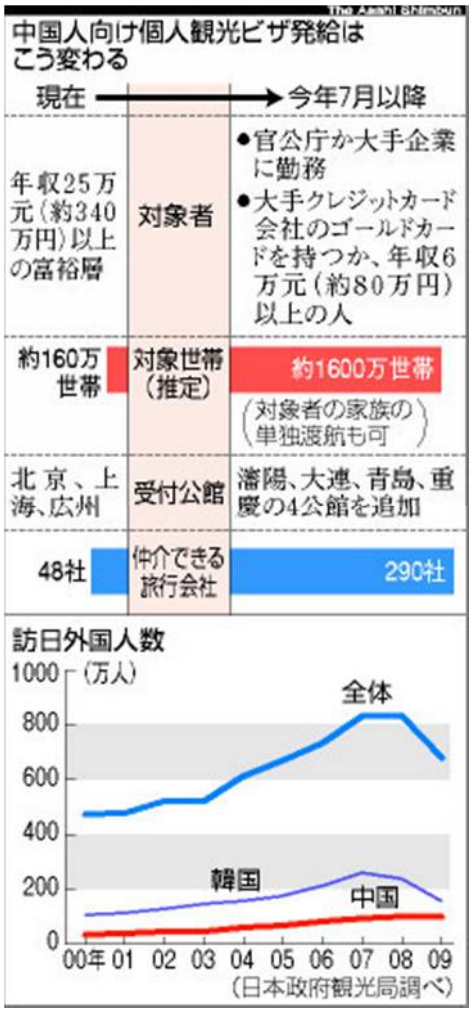
に日本を訪れた中国人の数は、351,788人であった[34]。その後、2004年に江蘇・浙江・山東・遼寧・天津まで訪日団体ビザが解禁され、2005年には中国全土に団体ビザの発給が拡大された。2003年から日本政府によるビジット・ジャパン・キャンペーンが開始されたことも背景に、着実に訪日中国人観光客の数は増加し、2008年には遂に100万人を突破した。2008年は、世界的な金融危機や円高傾向が起こり、それに伴って世界レベルで海外旅行・訪日旅行の需要が大きく低下したにも関わらず、中国からの訪日観光客数は大きく増加した。2009年には、中国人富裕層の個人観光客向けビザの発給が開始され、中国人観光客向けビザの発給件数が、過去最高の386,602件（前年比10.2％増）を記録した[35]。2010年7月1日には、個人観光ビザの発給要件が大幅に緩和され、富裕層のみに限定されていた発給対象が中間層にまで拡大された。上海から日本行きの便に乗る人の数は、7月1日から7月19日までに約55,000人に上り、同年6月に比べて40％増を記録した。そのうち、日本への個人観光を目的として搭乗した人は約26,000人に達した[36]。ビザ発給の緩和によって、発給対象者の年収は従来の約25万元（約310万円）から、約10万元にまで引き下げられ、発給要件を満たす人口は従来の10倍にあたる1600万人となった。



（参照：JNTO 国際観光白書[37]）

図 5　訪日中国人観光客数の推移

[34] 日本政府観光局, 2005, 『JNTO 国際観光白書 2004/2005 年度版』
[35] http://www.asahi.com/politics/update/0519/TKY201005190358.html
[36] http://www.recordchina.co.jp/group.php?groupid=43954
[37] 日本政府観光局, 2005, 『JNTO 国際観光白書 2004/2005 年度版』
日本政府観光局, 2010, 『JNTO 国際観光白書 2010 年度版』



（出典：asahi.com[38]）

図 6　中国人向け個人観光ビザ発給に伴う変化と訪日外国人数の推移

中国人観光客数の増加に伴う経済効果の拡大も大きく期待される。中国人観光客に注目する複数の民間企業（イオンリテール、資生堂、プリンスホテル、星野リゾート、ヨドバシカメラ、ららぽーとマネジメント等）が発足させた「中国訪日需要喚起に関する勉強会」（代表＝吉澤勉・ヨドバシカメラグッドコミュニケーション本部取締役本部長）は、彼らがもたらす日本での経済効果は 2008 年の 1200 億円から、ビザ拡大で 2012 年には 4300 億円にも増えると試算している[39]。

今や、中国人観光客は日本社会にとって無視できない存在になっており、特に旅行関連業界は中国人観光客の受け入れ体制の整備に力をいれている。百貨店業界では、銀座三越で今年 9 月のリニューアルオープンに合わせて外国人向け観光案内所を開設した。英語と中国語を話せるスタッフを常時配置し、フロア案内や銀座周辺の観光案内を行う。日本橋高島屋では、今年 6 月に香港系ラグジュアリーホテル「シャングリラ・ホテル東京」と提

[38]http://www.asahi.com/business/gallery_e/view_photo_feat.html?09economy-pg/TKY201005180528.jpg
[39] http://www.asahi.com/business/topics/economy/TKY201005180524.html

携し、宿泊する中国人観光客向けに同店での買い物時の同伴サービスを始めた。通訳業務が可能な中国人従業員を増やし、通訳や免税手続きのサポート、購入品のホテル配送などを行う。また、中国人観光客を対象に、5%割引クーポン券を配り始める百貨店も見られる[40]。ホテル業界では、プリンスホテルグループが中国人観光客を「宿泊者数全体が落ち込む中で重要なマーケット」とみて、現在９ホテルにある中国語のテレビチャンネルを約４５ホテルに拡大した。中国語を話せるスタッフも今後５年で約３倍に増やす計画を出している[41]。社団法人日本観光旅館連盟は、中国人観光客に対する旅館やホテルでのサービス対応の向上、また誘致の促進を目的に、中国語会話や受け入れ促進策を学ぶ研究会の開催に取り組んでいる[42]。その他にも、旅行業者が中国人向けの日本観光サイトを開設したり、航空会社が日中路線を拡大するなど、多方面からの受け入れ体制が整備されつつある。中国で普及しているクレジットカードである「銀聯カード」を利用できる店数も急激に拡大している。

このように、国内消費が減少する中で、中国人観光客による消費頼みという日本社会の実態を窺うことができる。メディアでも中国人観光客についての特集が多く取り上げられ、街中でも中国語標記が整備されるなど、彼らに対する注目は拡大するばかりである。

4-2. 中国人観光客増加による摩擦と観光形態の特徴

一方で、中国人観光客の増加をポジティブに捉えない人々も存在する。たとえば、中国人と日本人の間で生活習慣やマナーの違いなどによるトラブルが起きることを懸念する声がある。MSN 産経ニュースが今年 6 月に行ったアンケート[43]（回答者 4325 人、うち男性 2799 人、女性 1526 人）によると、「ビザ発給要件の緩和に反対」が 9 割近くにのぼった。反対の理由として、神奈川・男性会社員（35）「不正入国の増加と治安の悪化、マナーの欠落からメリットは全くない」という意見や、大阪・女性会社員（63）「ホテル・デパートなど、飲食できない所で中国語で大きな声で話しながら座り込んで食べているのを見かける。富裕層ならマナーも身につけてほしい」などの意見が挙がった[44]。MSN 産経ニュースの別の記事[45]では、ある地域観光の専門家が「中国人旅行者は浴場などで大声で話す人が多い。静かに楽しみたいという日本人旅行者に逃げられかねないため、経営難でも、受け入れに慎重な旅館は多い」と打ち明けた、と書かれている[46]。また、京都新聞[47]によれば、

---

[40] http://www.sankeibiz.jp/business/news/100702/bsd1007021301014-n2.htm
[41] http://www.asahi.com/business/topics/economy/TKY201005180524.html
[42] http://www.kankoukeizai-shinbun.co.jp/backnumber/10/07_03/inbound.html
[43] このアンケートは、産経新聞社が集計したもので、①ビザ発給要件の緩和に賛成か②観光地や商業施設の活性化につながると思うか③治安の悪化が心配か、という 3 問に対して、回答者が YES/NO で答えたもの。消費力に期待する人々もいるものの、当アンケートにおいては、治安悪化を心配する声が多くのせられている。
[44] http://sankei.jp.msn.com/life/lifestyle/100624/sty1006242028005-n1.htm
[45]当記事においては、拡大する中国人観光客の受入を前提に、その課題として一専門家の意見が引用されている。
[46] http://sankei.jp.msn.com/economy/business/100828/biz1008281802006-n1.htm
[47]当セミナーは、中国人観光客とのトラブルを避け、相互理解への道を探るために開かれた。

近年中国人観光客が増加している京都・嵐山地域で商業団体を中心に開かれたセミナーにおいて、「トイレの使い方、紙を流さない」「便座まわりを汚すなどで清掃に苦労している」「団体で食事に来ても一人分しか注文しない」「個人の家や庭の写真を撮る」「陳列してある商品の包装を開ける」など、中国人観光客に対する不満が参加者から挙がった[48]。

中国人観光客の現在の主な観光形態を見ると、個人旅行を特徴とするオールタナティブ型インバウンドツーリズムの傾向をほとんど見ることはできない。近年では、代表的な観光地を中心に日本各地で中国人観光客が多く見られるが、彼らの大半が団体ツアーで日本を訪れている。個人旅行向けビザの発給要件が緩和されたものの、現時点では中国人観光客による個人旅行は浸透しているとは言えない。日本政府観光局によると、観光目的の訪問者の観光形態は、団体ツアーが 82.6%を占め、残りは個人自由型ツアーが 5.2%、個人旅行が 10.5%である。アメリカからの観光客のうち団体ツアー参加者が約 20%、英・独・仏からの団体ツアー客が約 12%という数値と比較しても、中国人観光客の観光形態の特徴が明らかだ。中国人観光客の団体ツアーのほとんどは、「ゴールデンルート」と呼ばれる、「成田空港から入国、東京・横浜・富士山・京都・大阪などを観光、関西空港から出国」するコースを過密スケジュールでたどる。

このように、日本を訪れる中国人観光客の数は大幅に増加し、日本社会も彼らがもたらす経済効果を大きく期待している。だが、彼らの大半は団体ツアーで日本を訪れ、きまったルートを大型バスで移動する物見遊山的な観光をしている。つまり、日本人とほとんど交流をせず、相互理解を深める場がないまま帰国する。同時に、訪日中国人観光客の増加を「マナーが悪い客が増えた」と不快にみる日本人も少なくはない。言いかえれば、現在は、より多くの中国人が日本を訪れることで、両者の物理的距離は縮まりつつある一方で、逆にそのことで互いの相違点が目に見え、両者間の誤解や摩擦が引き起こされてしまう状況にある。

では、摩擦が起きてしまうのなら、中国人をわざわざ日本に呼ぶ努力をする必要もないのではないか。異文化相互理解の促進という効果が期待されるインバウンドツーリズムだが、もともと歴史的にも国家間に溝がある中国人と日本人の間ではそのような効果は期待できないのではないだろうか。このような意見を持つ人もいるだろう。だが、私は、中国人観光客と日本人の間での交流を増やすことを目指し、そして両者の相互理解の可能性を見出したい。国家間の友好関係構築が未完成だからこそ、人と人との交流を通じて、ツーリズムが果たすことができる役割に期待したい。次章では、その可能性を現実のものとするための新たな観光のあり方を探っていく。

５．ケンカツーリズムの提言

5-1．摩擦の分類とその原因

インバウンドツーリズムにおいて中国人観光客と日本人の間で摩擦が起こりうる状況は、主に以下の 3 つに分けられると考えよう。まず、中国人観光客と日本人の間で交流が全く

[48] http://www.kyoto-np.co.jp/sightseeing/article/20100824000080

行われない場合だ。この場合、両者は場を共有してはいるが、相互作用はなく、場以外の要素は何も共有していない。このケースでは、相互作用がない状態で、相手に対して勝手なイメージや偏見を抱きやすい。たとえば、街中を歩いている中国人観光客と、彼らの近くを歩いている日本人を考えてみよう。しばしば起こることは、日本人が、話しながら歩いている中国人を見て、「中国人はうるさい」などのマイナスイメージを持つことだ。もしくは、同じ温泉旅館に中国人と日本人が宿泊したとする。この場合、温泉に入るルールを守らない（知らない）中国人に対して、日本人は「中国人はマナーが悪い」と感じてしまう。二つ目は、中国人観光客と日本人との間で最低限の交流がなされる場合である。例えば、宿泊施設やレストラン、デパートなどにおける観光客と従業員の間でのコミュニケーションが例として挙げられる。ここで起こりうる摩擦は、互いにうまくコミュニケーションがとれずにイライラする、中国人観光客の行動が理解できず「マナーが悪い客」として従業員が日本人と異なる対応をする、それを受けて中国人観光客は従業員を「感じが悪い」と感じる、などである。交流やコミュニケーション自体はあるものの、それが中途半端であるために、心理的な距離は縮まらないままになってしまう。両者が互いに近づき合おうという姿勢は、ここでは見ることができない。逆に、マイナスのイメージを持つことで、「やはり中国人は受け入れたくない」と考え、宿泊施設やレストランが受け入れようとしなくなるなど、両者が接することで状況が悪化する可能性もある。最後に、中国人観光客と日本人が 1 対 1 の個人として、深く交流をする場合である。先に紹介した澤の屋旅館では、この関係性を見ることができるだろう。このケースでも摩擦自体は起こる。わかりやすい例で言えば、風呂やトイレの使い方が異なり、互いの文化を理解できないと感じる。だが、この 3 つ目のケースが先の 2 つのケースと異なるのは、この摩擦を乗り越えることができる点である。「理解できない」をそのままにせず、心理的距離を縮めて相手と接する。相手のことを知り、同時に自分のことも知ってもらう。中国人のゲストと日本人のホストという関係性を越え、個人と個人の付き合いをする。真正面から付き合うため摩擦も大きくなるかもしれないが、それを越えた時、相手を深く理解することになるのだ。

だが、そもそもこうした摩擦はなぜ起きてしまうのだろうか。もし、西洋人が同じ行動をとっても、日本人は同じ反応をするであろうか。

中国人観光客と日本人の間には、同じアジア人として外見が似ているがゆえに生じてしまう摩擦があると考える。西洋人と日本人とでは、外見も大きく異なるため、行動様式や文化も大きく異なるだろうと無意識のうちに感じ取る。一方で、中国人と日本人とでは外見に大きな違いがないため、更には文化も歴史的に深いつながりがあるため、人々の行動様式やその文化背景も自分たちとあまり違いがないのでは、という錯覚に無意識のうちに陥りやすいのではないだろうか。中国語や比較文化論等を研究する伊藤雅雄は、著書である『中国人ご一行様からクレームです！中国人観光客とうまく付き合うためのヒント』の中で以下のように述べている。

私はこんなふうに考えています。

中国からの観光客と、受け入れに携わる日本人との間で起こっている最大の問題は、お互いの文化背景を知らないことによる「相互不理解」による行き違いから生じている

のではないかと[49]。

自分と似ているという錯覚に陥り、相手が自分と同じ行動様式や文化を持っているだろうという期待を抱いてしまうと、逆に摩擦が大きくなる可能性がある。期待を裏切られたと感じることで、自分の価値観では相手のことを到底理解できないと決めつけてしまうことがあるからだ。伊藤は、著書の中で、日本人が理解できないであろう中国人観光客の行動をカテゴリーに分けて紹介している。例えば、食事に関して言えば、中国人観光客はレストランなどに外部の食品を持ち込むことがあり、日本人はそれに対して「ウチの料理のプライドを傷つけられた」と不快に思うことがあるという。これは、日本では外部の食品の持ち込みをすることがない一方で、中国では比較的寛容である、ということを知らないがゆえの事態であろう。他にも、集合時間に遅れる、大きな声で話す、ゴミを床に捨てる、といった中国人観光客の行動に驚き、大きな不満を持つ日本人が少なくない。だがこれも、彼らが時間の遅れに寛容な生活を送っていること、中国が声に出して主張する文化であること、中国では要らないものは店でも列車でもその場で捨てる習慣があること、などを日本人が知らないために起こる摩擦である。同じアジア人だからといって、中国人に自分自身を投影してはならない。その代わりに、日本人は、中国の人々が自分たちとは異なることに気づく必要がある。同時に、日本を訪れた中国人観光客に誤解を与えず、日本を理解してもらうためにも、日本と中国は似ているようで大きく異なるという事実を彼らに気づいてもらう必要がある。以下で提案するケンカツーリズムとは、こうした違いに双方が気づき合うツーリズム、そして違いに直面して生じるであろう摩擦を乗り越えた上での相互理解を目指すツーリズムである。中国人と日本人が直接接する機会に恵まれたインバウンドツーリズム。このチャンスを最大限に生かし、ツーリズムの平和的意義につなげるために、このケンカツツーリズムの仕組み作りを提案してみたい。先にあげた、摩擦が起こる状況の 3 つ目のケース（中国人観光客と日本人が 1 対 1 の個人として、深く交流をする場合）を参考に、「摩擦を恐れず真正面から付き合うツーリズム＝ケンカツーリズム」を次項で提案してみたい。

5-2. ケンカツーリズムの提言とその可能性

ケンカツーリズムのポイントは、①中国人観光客と日本人の個人と個人の付き合いを行うこと、②相手は自分と異なるということを心にとめておくこと、③互いの行動や習慣に関して疑問に思ったことや驚いたことは、率直に質問し合う場を設けること（非難し合う場ではない）、である。そして、旅行会社等が利益を追求して行うものではなく、国が行う施策として提案したい。なぜなら、これは、中国と日本の友好関係の構築という将来的に国にとっての大きな利益につながりうる試みであるからだ。現在の日本の観光施策、たとえば日本政府観光局の取り組みを見ると、海外プロモーションに最も力を入れていることがわかる[50]。だが、政府は現在注力している海外向けの観光プロモーションばかりでは

[49]伊藤雅雄, 2009,　『中国人ご一行様からクレームです！　中国人観光客とうまく付き合うためのヒント』三修社.3
[50] http://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/pr_100518_keikaku.pdf

なく、旅行者を受け入れた後の仕組み作りにも力を入れる必要がある。更に、日本が真の観光立国化を目指すのであるなら、仕組み作りの中で、政府だけでなく一般の人々をも巻き込む必要性があると考える。政府が人々にケンカツーリズムについて説明する際は、先に挙げた 3 点のポイントを示し、人々にしっかりと理解してもらうことも重要である。日本人一人ひとりがケンカツーリズムが目指すものとツーリズムの意義を理解しないことには、日本の観光立国化、そして中国人との相互理解を実現することは難しい。以下提案するケンカツーリズムには、バハマが取り組んでいる、”People-to-People Program[51]”を参考にしている。

具体的にはまず、ホストファミリーシステムを充実化させる。先に挙げた澤の屋旅館のような家族旅館が増えることが理想的であるが、それも限界がある。そのため、一般家庭でも受け入れられるホストファミリーシステムを採用する。仕組みとしては、政府が中国人観光客を受け入れる日本人家庭をインターネット上などで募る。そして、希望する中国人観光客とのマッチングまで行う。ホストファミリーシステムを充実化させる理由は、共に同じ空間で生活をすることで、互いの食事の仕方からトイレの使い方、風呂の使い方、時間の感覚などに気づき合うことができるためである。いわば、最も互いの相違点に直面する環境、あるいは、最も摩擦が起きやすい環境と言える。ここで重要なことは、双方が「諦めない」こと。相手の行動に対して、理解できない！と驚いても良いし、時には怒っても良い。ケンカしても良い。だが、諦めないこと。更に、互いに質問し合う環境を整えること。疑問に思ったらすぐ質問するのでも良いし、食後に団らんしながら話し合う場を設けるのでも良い。自分の常識は他人の常識ではないことを心にとめながら、相手を知ろうとする、行動の裏側にある文化背景を知ろうとする姿勢を持ち続けること。多文化社会において共に生活する上での互いのスタンスのあり方について、関西学院大学先端社会研究所の 2010 年度共同研究プロジェクト「『マチ場的なるもの』からの多文化共生論―近代都市の経験と生の多様性―」では、「共生」という言葉をキーワードに以下のように述べられている。

・・・「共生」は、単に「他者と仲良く生きる」ことを意味するのではなく、「他者（多様性、混沌）と折り合いをつけながら生抜いてゆくこと」を意味するものとしてとらえる。

つまり、相手の全てを受け入れなくても良い。自分の全てを相手に理解されなくても良い。なぜそのような行動をとるのか、なぜ違いが生じるのか、それを知って折り合いをつけることが重要な第一歩になる。

更に、週 1 回の定期的な集まりの場を設ける。会場の確保などは政府が行うが、企画などは一般市民の参加者と進めるのが理想的だ。ここでは互いの文化を学び合う場にし、中国人と日本人の誰でもが参加できるようにする。中国人観光客と接したいがホストはできない日本人や、日本人と接したいが温泉旅館に泊まりたい中国人、あるいは観光客以外に

[51] http://www.bahamas.com/bahamas/people-people
“People-to-People program”とは、人々の文化交流を目的にバハマの観光省が行っている、ボランティアのバハマの地元住民とバハマを訪れた旅行者をつなげる活動である。

も機会を提供できるようにする。たとえば、互いの国の料理を作ってもてなし合う。箸を使ってご飯を食べる点は同じであるが、材料、調味料、調理方法等が全く異なることに気づき合う。あるいは、伝統文化を知る。日本の伝統楽器や茶道などが中国から渡ってきた後、独自の発展を遂げ、現在は異なる姿になっていることに気づき合う。あるいは、言葉を学び合う。中国語と日本語では、ルーツを共にし、似ている漢字・言葉・発音が多数ある一方で、全く異なる漢字や言葉も多数あることに気づき合う。つまり、互いの相違点や類似点に気づき合う場を設ける。

日本観光協会理事の大社充は、旅行者を「お客様扱い」することから「遠くから来た隣人扱い」することへの移行を提案する[52]。このケンカツーリズムにおいても、この考え方にならい、ゲスト（お客様）としての中国人とホストとしての日本人という関係性を越えた対等な立場を構築することを目指す。このケンカツーリズムの目標は、互いの違いに気づき合い、相手に対して持っていた短絡的なイメージを乗り越えることだ。日本人に関して言えば、「大声でしゃべるうるさい」中国人であったり、「ゴミを床に捨て、トイレや風呂の使い方も知らない、マナーが悪い」中国人といった、日本人が持つ傾向がある短絡的な中国人イメージを乗り越えることである。現状では中国人観光客と日本人の間で交流がほとんどないため、こうしたイメージを乗り越えることは難しい。ここで提案したケンカツーリズムでは、一般化された中国人ではなく、個人としての中国人と付き合う。互いが正面から向き合い、摩擦や誤解を乗り越える。当然、ケンカツーリズムによって生じるであろうトラブルが、容易に想像できる。だが、そうしたトラブルを恐れない、むしろトラブルを想定した上でそれを乗り越えた一歩先を目指すのが、このケンカツーリズムである。トラブルを想定しながらも日本が敢えてケンカツーリズムに取り組めば、その姿勢が中国に良い影響を与える可能性もある。こうした作業が、両国が抱える歴史問題や政治問題の解決にどこまで貢献できるかは未知だ。だが、国を担っているのは究極のところ、人である。その一つ一つの作業の積み重ねが大きくなった時、個人間での付き合いをする中国人と日本人の数が少しずつだが確実に増加していった時、このケンカツーリズムは両国に大きな希望をもたらしうるのではないだろうか。政府の施策として進めるほどの価値が、ケンカツーリズムには見出せるのである。

６．まとめ

ケンカツーリズムに対し、わざわざツーリズムのフィールド内でそこまで踏み込んで行う必要があるのだろうか、あるいは、ツーリズムの範囲内を越えてしまっているという意見があるかもしれない。日本を訪れた中国人観光客にただ日本での旅行を楽しんでもらえれば良いのではないか、なぜあえて彼らと日本人の交流を増やして摩擦を大きくしうる仕組み作りを行う必要があるのか、という意見があるかもしれない。だが、日本と日本人を中国人に知ってもらうと同時に我々が中国人を知ることができる機会が、この社会には溢れているわけではない。政治や外交の場など、個人間での付き合いを望んだとしても困難

[52] 大社充, 2008, 『体験交流型ツーリズムの手法―地域資源を活かす着地型観光―』学芸出版社. 26

である場合の方が多いのだ。それゆえ、訪日中国人数が増加しているものの彼らと日本人の間での交流がまだ活発ではない現状を受け、人々の交流を生み出すオールタナティブ型インバウンドツーリズムの発展型「ケンカツーリズム」をあえてここで提案したい。そして、中国人と日本人の個人間の摩擦を乗り越えた付き合いの積み重ねが異文化相互理解へとつながり、将来的には国家間の付き合いにプラスに作用することに希望を見出したい。

[文献]

須藤廣・遠藤英樹, 2005, 『観光社会学　ツーリズム研究の冒険的試み』明石書店

Young, Jock, 1999, *The Exclusive Society: Social Exclusion, Crime and Difference in Late Modernity.* London:SAGE Publications.(－2007,青木秀男・伊藤泰朗他訳『排除型社会―後期近代における犯罪・雇用・差異』洛北出版.)

日本政府観光局, 2002, 『JNTO国際観光白書2002年度版』

日本政府観光局, 2010, 『JNTO訪日外客訪問地調査2009』

ウェブサイト

http://www.mlit.go.jp/singikai/koutusin/2/shiryou9.pdf（国土交通省　グローバル観光戦略及びビジット・ジャパン・キャンペーンについて　アクセス日2010/10/30）

http://www.jnto.go.jp/jpn/tourism_data/global_tourism_trends.html（日本政府観光局　世界の国際観光の動向　アクセス日2010/10/30）

http://www.mlit.go.jp/hakusyo/kankou-hakusyo/h15/images/02.pdf（国土交通省　観光白書平成15年度版　アクセス日2010/10/30）

http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/hyouka/dokuritu_n/gijiroku/pdf/080926_1_gi2_03.pdf（総務省　外国人が快適に観光できる環境の整備に関する政策評価　方向性の概要　アクセス日2010/10/30）

http://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/2008_total.pdf（日本政府観光局 2008 年訪日外客数　アクセス日 2010/10/30）

http://www.mlit.go.jp/kankocho/kankorikkoku/index.html（観光庁　観光立国　アクセス日2010/10/30）

http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/in_out.html　（観光庁　出入国者数　アクセス日2010/10/30）

http://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/090225_houmonchi2008_attachment.pdf（日本政府観光局　訪日外客訪問地調査2008結果速報　アクセス日2010/10/30）

http://hisexperience.jp/ja/culturalactivities（株式会社エイチ・アイ・エス　エクスペリエンスジャパン　アクセス日2010/10/30）

http://www.ijcee.com/（NPO法人日本文化体験交流塾　アクセス日2010/10/30）

http://www.homestay-in-japan.com/program/travel.html（株式会社ネクステージ　アクセス日2010/10/30）

http://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/081209_pr_ticsurvey2008_attachment.pdf（日本政府観光局

TIC 利用外国人旅行客の訪日旅行動向調査報告書 アクセス日 2010/10/30）
http://www.jnto.go.jp/jpn/press_releases/pr_091214_japanHK.html（日本政府観光局　「2009 日本香港観光交流年」の実施期間延長について　アクセス日 2010/10/30）
http://www.nihao-konnichiwa.com/japan/tj_tourism_exchange/tj_tourism_exchange.html（2010-2011 台日観光交流年　アクセス日 2010/10/30）
http://www.mlit.go.jp/hakusyo/transport/shouwa42/ind120101/frame.html（昭和 42 年度運輸白書　第 1 節国際観光年の意義　アクセス日 2010/10/30）
http://www.net-ric.com/square/sawanoya/index.html（旅館「澤の屋」はなぜ外国人から選ばれるのか　アクセス日2010/10/30）
http://www.tctv.ne.jp/members/sawanoya/gaikyaku.html（澤の屋旅館 アクセス日2010/10/30）
http://www.tctv.ne.jp/members/sawanoya/anke-to.pdf（澤の屋旅館　2008年1月～12月訪日外国人宿泊客調査報告書　アクセス日2010/10/30）
http://www.asahi.com/politics/update/0519/TKY201005190358.html（asahi.com 「中国人への観光ビザ、過去最高 38 万件　09 年、1 割増」アクセス日 2010/10/30）
http://www.recordchina.co.jp/group.php?groupid=43954（レコードチャイナ　「個人観光ビザ緩和で訪日中国人観光客が 40％増―シンガポール華字紙―」アクセス日 2010/10/30）
http://www.asahi.com/business/topics/economy/TKY201005180524.html（asahi.com「低迷消費の救世主？中国人観光客、ビザ緩和で急増確実」アクセス日 2010/10/30）
http://www.sankeibiz.jp/business/news/100702/bsd1007021301014-n1.htm（Sankei Biz「中国客を熱烈歓迎　百貨店が通訳や付き添いサービス」アクセス日 2010/10/30）
http://www.kankoukeizai-shinbun.co.jp/backnumber/10/07_03/inbound.html（観光経済新聞「中国人個人観光ビザの基準緩和、獲得競争強まる」アクセス日 2010/10/30）
http://sankei.jp.msn.com/life/lifestyle/100624/sty1006242028005-n2.htm（産経ニュース「中国人向けビザを緩和/反対が 9 割近く」アクセス日 2010/10/30）
http://sankei.jp.msn.com/economy/business/100828/biz1008281802006-n3.htm（産経ニュース「経済効果13億円ゲット！“熱烈歓迎”中国人1万人社員旅行」アクセス日2010/10/30）
http://www.kyoto-np.co.jp/sightseeing/article/20100824000080（京都新聞「中国人観光客マナートラブル　嵐山の店主ら勉強会」アクセス日 2010/10/30）
http://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/pr_100518_keikaku.pdf（日本政府観光局　平成 22 年度における JNTO の取り組みについて　アクセス日 2010/12/07）
http://www.bahamas.com/bahamas/people-people（The Islands of The Bahamas People-to-People アクセス日 2010/12/10）