

訪日中国人観光者の再来訪を促す要因の研究^{*}

A Study of the Factors about Repeat Visitors of Chinese Tourists

盧 剛^{*}・山口 一美^{**}

Kou RO, Kazumi YAMAGUCHI

キーワード：中国人観光者・訪日観光・観光者満足度・再来訪

要旨：近年訪日中国人観光者が増加していることから、彼らが日本に何を求めて、来訪した際にはどのように過ごすことで満足を感じているのかを明らかにすることで、中国人観光者の訪日を促進することができると思われる。そこで、本論文では、中国人訪日観光者の満足度の要因を明らかにすることを目的として、質問紙調査を行った。その結果、訪日中国人観光者の満足度を高め、再度来日をしてもらうためには、第一に、日本を訪問中における自由時間を充分にとれること、第二には、日本人のおもてなしをさらに向上させること、第三には、料理の味と価格を満足させること、第四には、観光施設及び宿泊施設サービスを良くすることがあげられた。これらのことに留意することが、中国人観光者の満足度を高めるために重要であることが示唆された。

1. はじめに

日本において観光立国基本推進法が制定され、ビジットジャパンキャンペーンをはじめとして、海外からの観光者の来訪を促す多くの施策が行われている。それは観光が経済発展に有効であることや、訪日外国人観光者数が、日本人が海外に出かける人数よりも少なく、観光産業における国際収支上の赤字を解消したいと考えているからである。

訪日外国人観光者の中でも、経済成長のめざましい中国からの観光者数は増加している。中国人観光者は日本の観光産業を発展させるために重要な顧客となってきているのである。

訪日中国人観光者が日本に及ぼす影響は経済にとどまらない。中国人観光者が日本を訪れ日本人と触れ合うことで、日本あるいは日本人への理解を深めることができる。つまり訪日中国人観

^{*} 本論文は文教大学国際学部国際協力研究科修士論文を本論文の目的に則して再分析したものである

^{*} ろ こう 文教大学国際学部国際協力学研究科

^{**} やまぐち かずみ 文教大学国際学部

光者の増加は、日本の経済のみならず、国際交流にも影響を及ぼすのである。

中国人観光者の訪日に関する研究については、訪日中国人観光者の行動（金，2009）と旅行先選択行動の研究（戴，2011）や中国人の訪日旅行の形態とその変化を研究するもの（清水，2007）がある。また、訪日中国人観光者の動向に関する研究（于・下山，2010）、訪日中国人増加の背景の研究（土屋，2010）、中国人宿泊客数の最近の傾向を研究するもの（竹内，2010）、訪日中国人の旅行の現状と課題を分析するもの（藤沢，2011）等がある。

しかし、中国人観光者の訪日を促進するための要因についての研究は見当たらない。中国人の観光者が日本に何を求めて、来訪した際にはどのように過ごすことで満足を感じているのかを明らかにすることで、中国人観光者の訪日を促進することができると思われる。

そこで、本論文においては、中国人訪日観光者の満足度の要因を明らかにすることを目的とする。

2. 目 的

(1) 中国人の訪日観光の現状について

訪日中国人観光者数の推移をみると、2003年のSARSと2009年世界経済不況の影響でその伸び率が一時的に低下したものの、一貫して増加してきた（日本政府観光局，2011）。2010年は過去最高の141.3万人で、2009年より40.7万人が増え、40.5%の伸び率を記録した。2000年から訪日中国人観光者数は平均15.6%の伸び率で増加し、2010年までのわずかの10年間でその数は3倍も増加した。

しかし、2011年3月11日に、東日本大震災が発生し、その影響を受けて、訪日中国人観光者数は激減した。2011年3月日本に来た中国人観光者はわずか6.2万人で、2010年3月と比較して50%近く減少した。6月からその数は少しずつ増えたものの、前年度と比較して40%以上の減少が続いている（日本政府観光局，2012）。

中国人出国者総数に占める日本への観光者数の割合は依然として非常に低い。2000年日本に来た中国人観光者数は35万人以上であったが、中国総出国者数に占める割合は3.36%であった。2008年には訪日中国人観光者数は100万人を記録したが、その総出国者数に占める割合は2000年よりも低く、2.18%であった。これらのことから、日本の観光業にとって、中国市場はまだ潜在的に発展余地があるといえる。

(2) 中国人観光者の満足度について

満足とは、観光者が期待するサービスの品質と観光者が実際に感じるサービスの品質の差によって決まるといわれている（cf. 山口，2011）。したがって、期待するサービスの品質の評価よりも実際に知覚したサービスの品質の評価が上だった場合に、観光者は満足し感動する。

観光者を満足させる要因として、観光地における観光施設の設備やサービスや料金などがあげられる。たとえば京都に行ったとき見たいと考えていた神社仏閣がきちんと保全されている、中国語の案内版がある、トイレが清潔に保たれている、おみくじなどを引くときに感じの良い態度で接してくれた、お守りなどの値段が適切であるなど、それらの要因が期待以上であることを中国人観光者が知覚したときに、神社仏閣という観光施設での設備やサービスに満足したと言えるであろう。宿泊施設においては設備、サービス、食事などが中国人観光者の満足に影響すると思

われる。旅館の部屋がきれいで、日本の特色としての畳の部屋もある、インターネットが無料で利用でき、部屋で中国の番組も見られる、旅館では日本料理が提供され、従業員がおもてなしの心でいつも笑顔で丁寧に接してくれた場合、中国人観光者は宿泊施設での体験は期待以上だと知覚し満足すると言える。買物においても同様のことが言えるであろう。値段が適切で、中国語を話す従業員が終始笑顔で対応してくれ、期待以上のサービスを受けたと中国人観光者が知覚したときに観光者満足はあがるといえよう。

以上のことから、本論文では、訪日中国人観光者が観光施設や観光資源においてどのような要因に満足を感じ、再度訪問したいと考えるかを検討する。

3. 方法

(1) 目的と調査方法

訪日中国人観光者の日本の観光施設や観光資源への満足度を明らかにすることを目的とし、質問紙調査を行った。

(2) 調査対象者

東京のAホテルに宿泊する中国人観光者64名(男性31名、女性29名、不明4名)に回答を求めた。有効回答数は60名(平均年齢37歳、標準偏差:11.7)であった。

(3) 質問項目

1) 訪日ツアーについて

訪日ツアーの情報源、旅行形態、旅行プラン、旅行代金、旅行目的、旅行回数、旅行同伴者、宿泊日数の8項目について、回答を求めた。

2) 日本の観光施設や観光資源について

①宿泊施設のサービスが良い、②食事がおいしい、③観光地の料金が適切、④店員サービスが良いなど20項目に回答を求めた。

3) 今回の訪日観光ツアーの満足度について

①観光が十分にできた(観光充分)、②自由時間が充分にあった(自由時間充分)、③添乗員ガイドのサービスが良かった(ガイドサービス良い)、④日本人のおもてなしに満足した(おもてなし)、⑤再度日本を訪れたい、⑥家族や友人に訪日観光を勧めたい、6項目に回答を求めた。その結果、⑤と⑥の間には高い相関($r = .74$)がみられたので、それらの合計点を「再来日」とした。

4) 個人の属性について

性別・年齢・職業・居住地について、回答を求めた。

5) その他(自由記述)

①今回日本での旅行で特に満足した点、②特に不満足だった点、についてそれぞれ自由記述で回答を求めた。

なお、2)3)については、“非常に当てはまる(5)”から“全く当てはまらない(1)”までの5件法で回答を求めた。

4. 結果と考察

(1) 訪日ツアーについて

1) 中国人観光者の訪日ツアーの情報源

中国人観光者の訪日ツアーの情報源を明らかにするために、単純集計を行った。その結果、友人、知人、家族、親族などの紹介で訪日旅行を選んだ観光客が全体の約4割を占めることが明らかになった。そのうち、友人、知人の紹介で訪日ツアーを決めたと答えた人は全体の26.6%、家族、親族の紹介は12.5%であった。21.9%の人は観光会社のパンフレットを見て訪日旅行を決めたという結果であった。ウェブサイトと雑誌、新聞などの宣伝が訪日旅行のきっかけになったと答えた人は全体の1割未満であった。

友人、知人などが訪日ツアーのきっかけと答えた観光者が最も多いという結果からは、訪日中国人観光者に日本での旅行に満足をしてもらい、彼らが帰国後他の中国人に日本の魅力を伝えてもらうことが重要であることが示されている。また、旅行会社のパンフレットが訪日ツアーのきっかけと答えた観光者も多かったことから、パンフレットによる宣伝の重要性が明らかにされている。一方、メディアや雑誌、新聞などで訪日を決めた中国人観光者が比較的に少ないことから、中国での日本旅行のプロモーションの仕方を工夫する必要があると思われる。

2) 訪日中国人観光者の旅行形態

旅行形態については、団体での観光が最も多く、全体の9割以上を占めており、個人観光者はわずか1.6%しかいなかった。以上のことから、現在中国人個人観光者向けのビザ発行が開始したものの、個人での訪日旅行は依然少ないことが明らかになった。2010年7月より中国人観光者の個人訪日ビザの発給条件は大幅に緩和されたが、その条件はまだ厳しく、ごく一部の人しか個人観光ビザを取得できないのが実状であることが推測できる。

中国人観光者の団体訪日旅行は旅行会社の手配によって行われている。旅行会社にとって、個人で手配するより団体で取りまとめて手配するほうが容易であり低コストであるため、多くの旅行会社が観光者に観光パッケージ旅行を推薦している。しかし、中国人の所得の増加と中国人向け個人観光ビザ発給条件の緩和につれて、個人の訪日観光者が増加すると予想されている。つまり、フリープランで訪日する観光者も増えてくる可能性が大きく、これは日本にとってのビジネスチャンスであるとも言えよう。

3) 訪日中国人観光者の訪日旅行プラン

訪日中国人観光者の訪日旅行プランを明らかにするために単純集計を行った。その結果、85%の人が観光パッケージで旅行していた。これに対して、6%の観光者だけがフリープランで旅行していた。このことから、個人ではなく旅行会社の手配によって、中国人観光者が観光パッケージを選んだことが明らかである。したがって、より魅力的なパッケージプランを設定することが重要である。

4) 訪日中国人観光者の旅行代金

訪日中国人観光者の旅行代金について単純集計を行った。その結果、“1万円以下”（約13万円）の人が35%、“1万元以上2万円（約26万円）未満”の人が40%、“2万元以上3万円（約39万円）未満”の人が15%であった。旅行代金が3万円以上の観光者は10%であった。中国人観光者の旅行予算は1万円と2万円の間が最も多かった。中国で大学新卒の平均給料は

1500 元（約 2 万円）から、彼らにとって訪日旅行はお手頃な消費とは言えず、中間層や富裕層の人が多く訪日しているといえる。

5) 訪日中国人観光者の旅行目的

中国人観光者の旅行目的を明らかにするために単純集計を行った。その結果、79% の人が観光目的で日本を訪問しているという結果であった。また、商用目的の人が 5%、親戚・友人訪問の人が 3% であった。このことから、中国人観光者にとっては日本の観光が魅力的であり、訪日中国人観光者に観光地で良い体験をしてもらうことが、彼らの訪日を促す重要な要因であることが示めされている。

6) 訪日中国人観光者の訪日回数

中国人観光者の訪日回数を明らかにするために単純集計を行った。その結果、1 回目と答えた中国人観光者は 82%、2 回目が 7%、3 回目が 7%、7 回目と 9 回目が 2% という結果になった。以上のことから、訪日中国人観光者の多くが初めて来た人であり、彼らの日本での体験が次回訪日観光を促すために必要であり、これらの観光者に日本での体験に満足してもらうことが重要であろう。

7) 訪日中国人観光者の旅行同伴者

訪日中国人観光者の旅行同伴者を明らかにするために単純集計を行った。その結果、第 1 位は仕事仲間で 34%、第 2 位は夫婦で 28%、第 3 位が家族と一緒に 22% であった。これらの結果から、旅行会社においては、仕事仲間で訪日した中国人観光者に対する対応、夫婦あるいは家族など旅行の同伴者に合わせた対応やプランを作成していくことが必要であると言えよう。

8) 訪日中国人観光者の宿泊数

訪日中国人観光者の宿泊数を明らかにするために単純集計を行ったところ、5 泊 6 日の宿泊数で滞在した観光者が最も多く全体の 40%、4 泊 5 日は 32% であった。7 泊 8 日の比較的に長い滞在期間のツアーを選んだ中国人観光者は 22% であった。

中国人にとってアウトバウンド旅行は、一種の地位象徴で、観光体験より観光経歴自体が大事であるため、訪日中国人観光者は一回の旅行で複数の大都市を中心に観光しながら、その周辺の日本特有の観光地を周遊するというような観光活動をしている。2009 年の訪日外国人旅行者の滞在期間比率をみると、5 以内は最も多く 67.3% を占めている（国土交通省，2009）。このことから、中国人観光者にとっては日本に滞在する期間が他の一般ツアーより長い傾向があると言えよう。

(2) 日本の観光施設と観光資源について

日本の観光施設と観光資源の項目（20 項目）を因子分析（主因子解、バリマックス回転）したところ 5 つの因子が抽出された（表 1）。構成されている項目内容から、第 1 因子は“食事おいしい”、“商品の値段が適切”などの項目を含んでいたため「味と値段因子」、第 2 因子は“交通機関のサービスが良い”、“交通機関の安全性が高い”などの項目を含んでいたため「交通サービス因子」、第 3 因子は“観光地料金が適切”、“宿泊料金が適切”などの項目を含んでいたため「料金適切因子」、第 4 因子は“宿泊施設のサービスが良い”、“観光施設のサービスが良い”などの項目を含んでいたため「施設サービス因子」、第 5 因子は“店員サービスが良い”などの項目を含んでいたため「店員サービス因子」とそれぞれ名づけた。

表1 日本の観光施設と観光資源の因子分析結果

| 番号 | 項目 | 因子負荷量 | | | | | h ² |
|-------|------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------|
| | | 第1因子 | 第2因子 | 第3因子 | 第4因子 | 第5因子 | |
| 10 | 食事がおいしい | .733 | .140 | .217 | .050 | -.042 | .608 |
| 18 | 商品の値段が適切 | .704 | .124 | .195 | -.134 | .357 | .695 |
| 12 | 料理の料金が適切 | .688 | .170 | .312 | -.284 | .154 | .703 |
| 13 | 観光名所が十分 | .684 | -.064 | -.048 | .156 | -.041 | .501 |
| 9 | 各国料理が食べられる | .592 | .155 | .391 | .177 | -.103 | .569 |
| 1 | 宿泊施設の設備が良い | .411 | -.058 | .261 | .245 | .063 | .304 |
| 6 | 交通機関サービス良い | -.062 | .754 | -.063 | .115 | .145 | .611 |
| 8 | 交通機関安全性が高い | -.052 | .711 | .320 | .160 | .074 | .642 |
| 5 | 交通機関が便利 | .286 | .684 | .143 | .013 | .040 | .572 |
| 11 | 飲食店サービスが良い | .206 | .588 | -.017 | .506 | .324 | .750 |
| 4 | 宿泊施設安全性が高い | .099 | .488 | .416 | .183 | .046 | .456 |
| 16 | 観光地料金が適切 | .352 | -.006 | .692 | .183 | .144 | .657 |
| 3 | 宿泊料金が適切 | .481 | .308 | .599 | .049 | .145 | .708 |
| 7 | 交通機関料金が適切 | .223 | .325 | .539 | -.233 | .155 | .524 |
| 2 | 宿泊施設サービス良い | .243 | .252 | .006 | .666 | .186 | .601 |
| 15 | 観光施設サービス良い | -.131 | .030 | .012 | .645 | .190 | .470 |
| 14 | 観光施設設備が良い | .166 | .290 | .309 | .550 | .122 | .524 |
| 20 | 店員サービスが良い | -.137 | .163 | .132 | .246 | .727 | .652 |
| 19 | 商品の質が良い | .113 | .038 | .006 | .121 | .716 | .542 |
| 17 | 買い物種類豊富 | .172 | .235 | .335 | .221 | .533 | .530 |
| 説明分散 | | 3.203 | 2.654 | 2.059 | 1.922 | 1.782 | |
| 累計寄与率 | | 16.016 | 29.285 | 39.581 | 49.192 | 58.101 | (%) |

1) 訪日中国人観光者の満足度と日本の観光施設、観光資源との関わり

訪日中国人観光者の満足度の5つの項目と日本の観光施設、観光資源の5つの因子との関わりを明らかにするために相関係数を求めた(表2)。その結果、有意な相関が見られたのは“観光充分”と“味と値段因子”、“料金適切因子”、“施設サービス因子”とに正の相関、“自由時間充分”と“味と値段因子”、“交通サービス因子”、“料金適切因子”とに正の相関、“ガイドサービスが良い”と“味と値段因子”、“料金適切因子”、“店員サービス因子”とに正の相関、“おもてなし”と“交通サービス因子”、“料金適切因子”、“施設サービス因子”、“店員サービス因子”とに正の相関、“再来日”と“味と値段因子”、“料金適切因子”、“施設サービス因子”、“店員サービス因子”との間に正の相関がみられた。

以上のことから、5つのことが明らかになった。①観光が充分にできたと満足している人ほど日本での食事に満足し、料金が適切で施設サービスつまり宿泊施設と観光施設が良いと思っているという結果であった。②自由時間が充分であったと感じている人ほど日本での食事に満足し、料金が適切で、交通サービスが良いと思っていることが示された。その理由として、自由時間が充分あることで、ゆっくりと自分の好きな食事を楽しめたり、適切だと思える料金の

食事をすることで満足したと言えるのかもしれない。③ガイドサービスが良いと感じている人ほど日本での食事に満足し、料金が適切で、店員のサービスが良いと思っていることが明らかになった。ガイドサービスが良いということは、ガイドが食事の内容や店員の対応などで観光者が困らないように通訳をするなどを行っていたため食事や店員サービスなどに不満がでていないということなのかもしれない。④日本人のおもてなしに満足している人ほど料金が適切で、交通サービス、施設サービス、店員サービスが良いと思っていることが明らかになった。日本でバスや新幹線などの交通機関におけるサービス、観光施設や宿泊施設での良いサービスを受け、日本人のおもてなしに満足したことが示されている。⑤再来日を考えている人ほど日本での食事、料金、施設サービス、店員サービスに満足していた。このことから、料理の味や値段が適切であり、観光施設と宿泊施設さらにはその施設での店員のサービスが良いことが、また日本に来たい、あるいは知人に日本へ旅行することを勧めたいという気持ちと関わりがあることが示されている。

表2 訪日中国人観光者の満足度と日本の観光施設、観光資源との相関係数

| | 日本の観光施設と観光資源 | | | | |
|------------|--------------|----------|--------|----------|----------|
| | 味と値段因子 | 交通サービス因子 | 料金適切因子 | 施設サービス因子 | 店員サービス因子 |
| 中国人観光者満足度 | | | | | |
| 観光充分 | .428** | .064 | .324* | .270* | .143 |
| 自由時間充分 | .604** | .337* | .521** | .190 | .182 |
| ガイドサービスが良い | .398** | .192 | .567** | .164 | .452** |
| おもてなし | .124 | .292* | .315* | .492** | .550** |
| 再来日 | .575** | .211 | .366** | .509** | .340** |

* p<.05, ** p<.01

2) 訪日中国人観光者の満足度間の関わり

訪日中国人観光者の満足度間の関わりを明らかにするために、それぞれの項目間の相関係数を求めた(表3)。その結果、有意な相関が見られたのは“観光充分”と“自由時間充分”、“おもてなし”、“再来日”とに、“自由時間充分”と“観光充分”、“ガイドサービスが良い”、“再来日”とに、“ガイドサービスが良い”と“自由時間充分”、“再来日”とに、“おもてなし”と“観光充分”、“再来日”とに、“再来日”と“観光充分”、“自由時間充分”、“ガイドサービスが良い”、“おもてなし”とにそれぞれ有意な正の相関がみられた。中国人観光者が日本で観光を十分に楽しむには十分な自由時間と日本人のおもてなしが必要であり、再来日と関わりがあることが明らかとなった。またガイドのサービスが良いことも再来日に関わりがあり、くわえて自由時間が充分にあることで日本人と触れ合うことができ、その結果、日本人のおもてなしを感じ、また日本に来たいと思う気持ちに影響を及ぼすのであろう。

表3 訪日中国人観光者の満足度間の相関係数

| | 観光充分 | 自由時間充分 | ガイドサービス が良い | おもてなし | 再来日 |
|----------------|--------|--------|----------------|--------|--------|
| 観光充分 | 1 | .446** | .049 | .302* | .460** |
| 自由時間充分 | .446** | 1 | .400** | .119 | .494** |
| ガイドサービス が良い | .049 | .400** | 1 | .164 | .312* |
| おもてなし | .302* | .119 | .164 | 1 | .392** |
| 再来日 | .460** | .494** | .312* | .392** | 1 |

* p<.05, ** p<.01

3) 重回帰分析

訪日中国人観光者の再来日に影響を及ぼしている要因を明らかにするために、訪日中国人観光者の再来日を従属変数とし、日本の観光施設、観光資源を独立変数とする重回帰分析を行った。その結果、「再来日」の場合には「味と料理適切」と「施設サービス」($\beta = .480$, $p<.001$; $\beta = .422$, $p<.001$)が有意となった ($R^2 = .327$, $F = 25.731$ $p<.001$; $R^2 = .496$, $F = 25.601$ $p<.001$)。これらの結果からは、中国人観光者が再度日本を訪れたい、家族や知人に日本への旅行を勧めたいと考えるには、日本での料理の味や値段が適切であり、観光施設や宿泊施設でのサービスの良いことが影響を与えているということが示唆されている。

訪日中国人観光者の再来日に影響を及ぼしている訪日中国人観光者の満足度を明らかにするために訪日中国人観光者の再来日を従属変数とし、満足度を独立変数とする重回帰分析を行った。その結果、「再来日」の場合には「自由時間が充分にあること」と「日本人のおもてなしが感じられること」($\beta = .454$, $p<.001$; $\beta = .336$, $p<.01$)が有意となった ($R^2 = .244$, $F = 17.789$ $p<.001$; $R^2 = .356$, $F = 14.906$ $p<.001$)。つまり、中国人の再来日に最も影響を与える要因として自由時間が充分にあることと日本人のおもてなしであると言える。

以上の結果から、訪日中国人観光者は日本で料理の味や値段が適切であり、観光施設や宿泊施設、そしてレストランで素晴らしいサービスを受けることができ、さらに自由時間が充分にありそのため日本人と接する機会が多くもつことができ、日本人のおもてなしを感じたときに、再度来日したいと考えることが推測できる。

5. 総合考察

本論文では、訪日中国人観光者が観光施設、観光資源においてどのような要因に満足を感じ、再度訪問したいと考えるかを検討した。その結果以下のことが明らかになった (図1)。

訪日中国人観光者の満足度を高め、再度来日をしてもらうためには、第一に日本を訪問中に自由時間が充分あることがあげられる。第二には、日本人のおもてなしをさらに向上させること、第三には、味と価格を満足させることがあげられる。第四には観光施設及び宿泊施設サービスを良くする事で、中国人観光者の満足度を高めることができる。

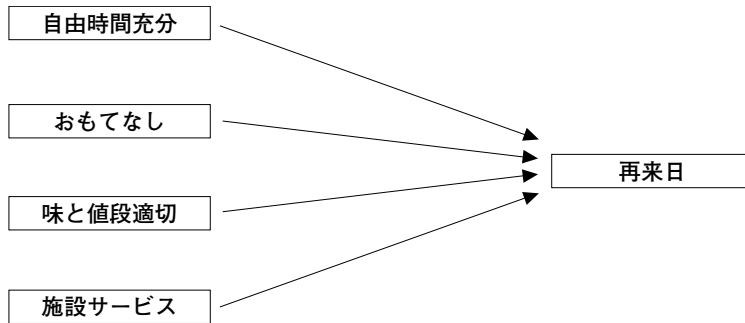


図1 訪日中国人観光者数を促進するための要因

具体的には以下4つの対策を行うことで中国人の訪日観光を促進する一助になるとと思われる。

(1) 自由時間を充分にあること

訪日中国人観光者の自由時間を多く設定することで、彼らの満足度を高めることができ、再来日にもつながる。団体旅行で日本に来ている中国人観光者が全体の7割以上を占めており（国土交通省、2010）、滞在期間は5泊6日が一般的であり、その典型的なツアーが東京—大阪というゴールデンルートで大都市を中心に観光し、その後その近くの日本独自の景観、名所を周遊する（cf. 金、2009）というものである。このようなスケジュールのなかで、自由時間を充分に取るのは難しい。しかし中国人観光者にとっては、自由に買物したり、街歩きをしたりしたいということを望んでいることから、今後はツアーの企画段階で、その希望に配慮したプランを設定する必要があるだろう。

さらに中国人観光者の個人旅行を増やす制度や工夫が必要であろう。そのためには中国人個人に対する観光ビザ発給条件をさらに緩和すること、宿泊や運輸機関の予約対応の簡便さ、観光情報や表示、そして接客など中国語での対応への改善が必要がある。これらのことを行うことで、中国からの個人観光者が来やすい環境を作ることできると思われる。

(2) 日本人のおもてなしをさらに向上させること

日本人のおもてなしは訪日中国人観光者満足の一つの要因である。日本人のマナーの良さ、丁寧な態度、親切な行動は中国人観光者にとって印象に残るものであり、中国人観光者はそれらをおもてなしと捉えている。観光者にとって、訪れた国の歴史や文化を見て、知ることが必要なことではあるが、なによりもそこで出会った人の態度や対応の良いことが心に残るのである。

おもてなしの心を表すのは、直接訪日中国人観光者と関わりをもつ宿泊施設や観光施設の従業員だけでは充分とはいえないであろう。村や町ですれ違ったり、道をたずねられたり地域住民や観光業に直接かわからない企業の人々など、訪日中国人観光者との触れあう機会も起こる。そのようなときに、挨拶や道を案内してあげるなど思いやりの心を態度に表すことも重要であると思われる。

また初めて日本を訪問した中国人観光者は日本の文化や習慣を知らずに行動を起こすことも考

えられる。そのような中国人観光者に対し、彼らの習慣や行動特性を学び、理解するとともに、日本の文化や習慣を中国人観光者に説明し、理解を求めるといふ努力をしていく必要がある。

(3) 味と値段を満足させること

味と値段の適切さも訪日中国人観光者の満足に影響を及ぼす。「訪日外客訪問地調査」(日本政府観光局, 2009)によると、外国人観光客が訪日前に期待した日本の食事の第一位は「寿司」であった。近年、中国国内で日本食が流行になり、本場の和食を楽しみにしている訪日中国人観光者が増えている。したがって、中国人の好みに合わせた和食の提供や多めの量の食事の提供をする必要があろう。しかし、これはツアーの価格との兼ね合いがあり、中国人観光者にはある程度の値段が必要であることも理解してもらう必要があろう。

値段について、訪日中国人観光者の多くは中間層と富裕層の人たちであるが、日本の物価と中国の物価とは大きな差がある。そのため、多くの中国人観光者にとって日本の物価は高いと思われる。反面、訪日中国人観光者は日本においてブランド品や電気製品などの高いものを大量に買っている。それは、それらの商品が価格は高いものの品質がよく、買う価値があると思われるからである。日本もすべての商品が高いわけではない。旅行会社やガイドは高級店だけではなく、格安店などを紹介するなどバランス考え、旅行企画を行うことが重要であろう。

(4) 観光施設及び宿泊施設サービス

日本人スタッフの丁寧な挨拶、親切な態度、親切な対応などは中国人観光者に評価されている。しかし、中国語会話だけではなく、標識等の中国語表記が充実していないことが中国人観光者にとっては障害として感じ、日本によいイメージが持てないというケースもある。中国語の標識やメニュー、ガイドブックの作成、中国人スタッフの雇用など、中国人観光者に対してよりよく対応できるように努力する必要がある。

以上のように、本研究から明らかになったことは多い。しかし、課題も多く残されている。第一に、より広い範囲での宿泊施設や旅行会社による調査と十分な数の調査対象者を確保し、彼らの満足度要因について検討を行う必要がある。本論文では特定の宿泊施設での質問紙調査を行ったことから、異なる宿泊施設での調査を行い、同様の結果を得ることができるかどうか検討する必要がある。第二に、訪日中国人観光者の性差による満足についての検討を行う必要がある。それは性差によって観光地における宿泊施設や観光施設での対応やサービスに対する満足要因が異なることが考えるからである。第三に、旅行の種類による分析をする必要がある。団体旅行や個人旅行の種類によって価格や旅行日程、観光者自身の旅行目的も異なり、したがって満足要因も異なることがあると思われるからである。

観光は経済活動を活発にさせるだけでなく、平和産業であり、交流産業である。観光交流を通じて国際的相互理解の促進や国の安全確保などへの寄与が期待されている。観光活動によって、異なる文化や、風俗習慣、価値観を楽しむことや人々の理解が深めることができる。日中間には歴史問題、靖国参拝、領土問題などの問題が山積みで、両国の国民同士は十分に理解が深まっているとは言えない。そうした中、中国人の日本への観光を誘致することによって、より多くの中国人に日本の風土、文化、おもてなしなどに直接に触れ、より深く知ってもらうことができる。中国人訪日観光の促進は日中間の相互理解や友好親善の上からも非常に重要であり、今後も継続

してその方策を考えていく必要がある。

引用文献

- 戴二彪 (2011)「訪日中国人観光客の旅行先分布と影響要因」『Working Paper Series Vol.2011-12』財団法人国際東アジア研究センター
- 藤沢宗輝 (2011)「訪日中国人旅行の現状と課題」『世界の中の中国』国立国会図書館調査及び立法考査局, pp.215-227.
- 金玉実 (2009)「日本における中国人観光者行動の空間的特徴」『地理学評論』84-4, 古今書院
- 国土交通省 (2007) (2008) (2009) (2010) 観光白書
- 日本観光庁ホームページ <http://www.mlit.go.jp/kankocho/>
- 日本政府観光局 (JNTO) (2008) (2009) (2010) (2011) 国際観光白書
- 日本政府観光局 (JNTO) (2009) 訪日外客訪問地調査
- 日本政府観光局 (JNTO) (2012) 訪日外客統計
- 清水伊織 (2007)「中国人の訪日旅行の形態とその変化」『地理学論集』82, 北海道地理学会
- 竹内一雅 (2010)「中国人宿泊者数の動向 — ビザ発行条件緩和で高まる宿泊需要」『不動産投資レポート』ニッセイ基礎研究所
- 土屋 洪 (2010)「数字で見る訪日中国人旅行者とその背景について」『大阪観光大学開学 10 周年記念号』pp.195-204.
- 于航・下山邦男 (2010)「訪日中国人観光客の動向に関する研」『別府大学短期大学部紀要』29.
- 山口一美 (編著) (2011)「はじめての観光魅力学」創成社