

海外事務所だより

北京事務所

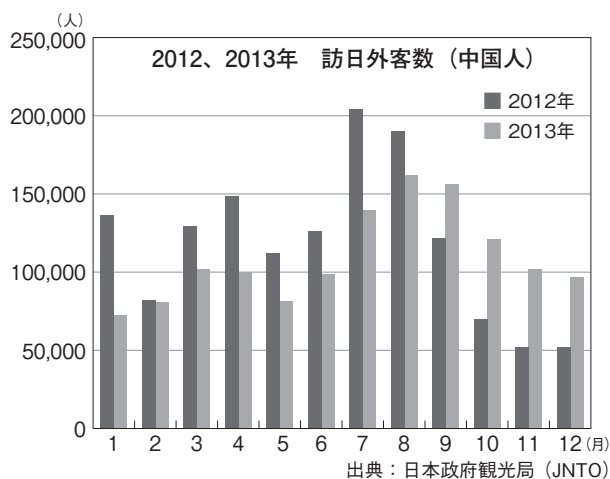
# 「旅游法」の施行は訪日インバウンド拡大のチャンスとなるか

(財)自治体国際化協会北京事務所所長補佐 中川 徹(新潟県派遣)

## 日中関係悪化から1年 回復してきた中国人訪日旅行者数

2003年のビジットジャパンキャンペーン開始以降、訪日外国人旅行者数は年々大幅に増加しています。一時的な落ち込みはあったものの、2013年は初めて政府目標の1,000万人を突破し、過去最高を更新しました。

中国市場においてもキャンペーン開始以降、順調に数字を伸ばしていましたが、2012年9月の尖閣諸島国有化から、日中関係が急速に悪化し、訪日旅行者数は激減しました。あれから1年が経ち、2013年の秋ころからようやく回復傾向が顕著となっています。日本政府観光局(JNTO)の発表によると、2013年12月の中国人訪日旅行者数は前年同月比84.8%増の9万6,700人であり、9月から4か月連続で過去最高を記録しました。



このような状況の中、2013年10月1日、中国において初の観光業界に対する本格的な法律である「旅游法」が施行されました。同法の施行により中国旅行市場の仕組みが根元から変わるとも言われています。

## 強制ショッピングやオプションツアー 強制参加を禁止し旅行者の權益を保護

「旅游法」は10章111条で構成されており、旅行者、旅行業界などに対するさまざまな規定がありますが、主に旅行者の權益を保護することに重点を置いています。

中でも大きなポイントは次の2点です。

- ① ツアー行程中の指定店での強制ショッピングの禁止
- ② 旅行先での強制的なオプションツアー販売の禁止

この2点は、中国国内はもちろん、海外ツアーでも公然と行われていました。ツアーに参加した旅行者が、不要なものを買ってしまった、旅行会社の設定したオプションツアーへの参加を余儀なくされ本来行きたい観光地や観光施設に行けなかったなど、消費者と旅行会社の間でトラブルが多発していました。近年は消費者意識の高まりを背景にマスコミもこの問題を取り上げ、社会問題にまでなっていました。特に団体旅行ツアー市場は価格競争が激しく、旅行会社は基本ツアー料金を限界まで抑えることが求められます。そのため、

旅行先においてリベート収入をあてにした契約先お土産店への強引な斡旋<sup>あっせん</sup>や、オプションツアーを強制的に販売することでツアー全体での利益を確保しているのが実情でした。

極端な例では1日4～5軒のお土産店を斡旋され市価より高い土産物を買わされたり、オプションツアーを断るとバスから降ろされたり、ガイドがツアーを中断してしまうといったこともあったようです。

同法に違反した旅行会社には、事業免許取消を含む罰則もあり、旅行商品の品質確保を義務付けています。

ちなみにこの法律、旅行者に対しても、「現地の風習やマナーを守らなければならない」、「無断で別行動やツアー離脱をしてはならない」などという規定を設けていますが、こちらには罰則はなく、単なる努力目標となっています。

## 早速表れた影響 ツアー料金と旅行者数に変化が

「旅游法」の施行により、不良ツアーが一掃されるという期待とともに、リベートなどによってツアー料金が安価に抑えられていた面もあることから、ツアー料金の値上げも心配されていました。リベートやオプションツアー販売による収入が見込めなくなった旅行会社は、利益を確保するために基本ツアー料金を引き上げるしかないからです。施行日であった10月1日は国慶節（春節と並ぶ大型連休、2013年は10月1～7日が休日）にあたり、この連休中に出発したツアーに早速影響が見られました。

国慶節終了後の国家観光局の総括によると、安価な海外旅行先として人気がある一方、特に不良ツアーが横行していたとされる東南アジアへのツアー料金は2～4割、台湾は3割、韓国は4割上昇したとのこと。ツアー料金の値上げは当然旅行者数にも影響し、特にタイ、香港、韓国などで昨年に比べ大きな減少がありました。

不良ツアーの一掃という観点では、目立った成果は報道されていないものの、香港旅游議会在「国慶節期間中に本土から香港を訪れた観光ツアー

は前年同期比44%減だったが、この期間中の旅行者からの苦情はわずか2件にとどまった」と発表したように、一定の効果はあったとも考えられます。

一方、訪日旅行への影響は、例年の国慶節期間中のツアー料金から約1,000元（約16,000円）値上がりしましたが、ほかのアジア諸国に比べると上昇幅は低く抑えられました。これは、日本へのツアー商品にはもともと強引な斡旋や強制販売は少なく、高品質ツアーが奨励されていたのが大きな理由とされています。結果として、国家観光局によると、この期間中の団体ツアーの訪日中国人旅行者は昨年に比べ130%増の3万8,600人となり、海外旅行先としては韓国に次ぐ第2位となりました。

2012年は日中関係悪化を要因とする旅行者数減が大きかったため、今回の旅行者数増加に同法施行がどこまで影響したかという評価は難しいのが現状です。しかし、ほかのアジア諸国で見られたようなマイナス面の影響は少なかったと言えるのではないのでしょうか。



中国の旅行会社のHP 東京への個人旅行商品を紹介している

## 今後の展望 訪日インバウンドの拡大へとつながるか

これまでの分析は、「旅游法」施行直後の国慶節連休期間中のものでしかないので、同法施行が中国の旅行業界に対して中長期的にどのような影響を与えていくのかについては、今後の注視が必要です。

ひとつの見通しとして、同法施行は訪日インバウンド拡大の追い風になるという見方があります。今までは価格が安いという理由で多くの中国

人旅行者が東南アジア、香港、韓国などへのツアーを選択していましたが、同法施行後は上述のとおりツアー料金が軒並み値上げされました。結果として、値上げ幅が小さかった日本へのツアー料金との価格差が縮小しています。ツアー料金に大差がなくなれば、次に消費者は観光コースや食事、ホテルといった旅行の内容で行き先を選択すると考えられます。

旅行市場の健全化により、適切な価格における旅行の品質での比較となれば、もともと高品質ツアーが多く、観光地や食事、ショッピングなどの観光要素の魅力が多い日本へ、旅行者がシフトしていく可能性は十分に考えられます。

そしてもうひとつ、中国において同法施行が大きく影響するのではないかとされていることがあります。それは、従来の団体旅行から個人旅行へのシフトがさらに加速する可能性があるということです。

近年中国においては、個人観光ビザの発給要件緩和などもあり、個人旅行が徐々に増加しています。

2013年、中国旅游研究院と中青旅出境旅游公司(CYTS)が共同発表した「中国レジャー旅行業界発展研究報告書」によると、「中国の旅行業は個性化したレジャーが目的となる段階に入り、個人旅行が主な形態になった」と言及しています。さらに同研究院は、「中国は既に旅行が大衆化し、個人旅行が主要な消費となる時代に入った。2012年の国内旅行者はのべ29.6億人でその96.2%がツアー以外の旅行を選択した」との見解を示していることから、今後は海外旅行も同じ傾向になることが予想されていました。

そこに、同法施行により消費者の間で、価格志向から旅行の内容を重視する品質志向という考えが広まり、個人旅行化へ大きくシフトしていくのではないかと見られています。

このような流れは、中国からの観光客を呼び込みたい各地方自治体にとってもチャンスと言えます。

従来の団体ツアーではどうしてもゴールデンルート中心となり、同ルート以外の地方にまで足

を伸ばす機会はなかなかありませんでした。今では個人旅行の増加に伴い中国人旅行者のニーズは多様化しています。当事務所が2013年に出展した旅行博覧会で実施したアンケートでも、ゴールデンルート以外の地域に行ってみたく、文化遺産や桜など特定のものが見たい、温泉やおいしい日本料理を体験したい、日本のお祭りが見たいなど、さまざまな声がありました。

それぞれ独自の魅力を持つ自治体が中国人旅行者を誘客し、各地が誇る観光名所や品質の高い食事や物産品、サービスを提供できれば、日本観光全体のイメージアップにもつながり、リピーターも増えるなど、中国からの訪日インバウンドのさらなる拡大も期待できるのではないのでしょうか。



北京国際旅游博覧会2013の様子。日本の観光地を紹介するブースは多くの人々で賑わった

## インバウンド拡大への懸念と課題

上述のとおり「旅游法」は施行されたばかりの法律で、この先どこまで厳格に運用されるかによって、中国旅行会社の対応も変わることもありえるため、今後の注視が必要です。

また、タイや韓国が個人観光ビザの発給要件をさらに緩和するなど、当然他国も中国人観光客誘致のための対策をしています。

日本ではまだ中国人個人旅行者の受入体制が十分とは言えません。特に各観光地や空港や駅、ショッピング施設、宿泊地でのWi-Fi環境の導入や外国語表示などが求められています。

そして、中国においては政府間の関係が訪日客数に大きく影響してしまうことも懸念されます。

当事務所としては引き続き日中の地域間交流・民間交流の推進という役割を果たしていくとともに、各自治体の誘客活動のサポートを行っていきたいと考えています。