

訪日観光客訪問地分析を通して日本を見る

堀 川 真知子

1. 研究の目的と方法

日本人が当たり前のように思っている、またはこのように思われているのではないかという「日本像」と、海外で考えられている「日本像」には違いがあるのではないかという疑問が本研究の出発点である。この外国人の持つ「日本イメージ」を探り、海外ではどの程度日本のことが理解されているのかを知ることにより、海外での日本に関する発言・表現の背景が理解できるのではないかと思ひ、このテーマについて調査することにした。

そもそも観光旅行というものは、旅行パックという商品が存在し、それに対して消費者が求めるサービスなどが組み込まれているものが購入される消費活動である。この旅行という商品に、消費者の求める訪問地や行動が含まれなければ、購入されず淘汰されてゆき、より消費者のニーズにあった旅行パックが商品として残ってゆく。そう考えれば、一般大衆の購入する旅行ツアーを分析することにより、その購入者である消費者、一般大衆の訪問地に対する期待、イメージが表れてくるはずであると筆者は考える。このことをベースとして、「一般的日本イメージ」を探るため、訪

日旅行者の国内での旅行形態等について調べることにする。

2. 訪日客動態概要

世界規模でみた国際観光の流れのなかで、日本は国際観光到着者数32位（1966年）と、他のアジア諸国に比べ低い（タイ・インドネシア・マレーシアは10位～20位）順位を示し、観光の魅力、集客力が弱いように見られる。観光収入は25位と幾分か順位は上ではあるが、訪日客数が少なくとも、他のアジア諸国に比べて物価高のため収入は多いという結果がここに表れている。日本が国際観光旅行のデスティネーションとして敬遠され、他のアジア諸国に観光客が流れるのは、同じ支出でより上位のサービスが受けられる受入地が選択されていることが一因である。

次に訪日観光客、訪日旅行の特徴を見てみる（表1）。訪日客の約半数がアジアからの訪問客であり、その中でも韓国からの訪問客がアジアからの訪日客数の40%近くを占めている。次いで台湾となり、この2カ国だけで全訪日客の42%を占めている。この2カ国に次いで多いのはアメリカであるが、これらアジアの国々と欧米からの訪日

表1 旅行目的別訪日観光客数（1997年）

	総計	%	観光客	%	商用客	%	その他客	%	一時上陸客	%
総数	4,218,208	—	2,391,824	57%	1,202,296	29%	510,893	12%	113,195	3%
アジア	2,753,903	65%	1,721,487	63%	618,210	22%	331,144	12%	83,062	3%
韓国	1,010,571	24%	587,299	58%	320,305	32%	83,311	8%	19,656	2%
台湾	820,234	19%	725,785	88%	67,829	8%	26,617	3%	3	0%
中国	260,627	6%	33,431	13%	68,800	26%	122,903	47%	35,493	14%
香港	265,745	6%	227,909	86%	28,078	11%	4,292	2%	5,466	2%
ヨーロッパ	532,567	13%	223,662	42%	238,836	45%	65,939	12%	4,130	1%
北アメリカ	731,071	17%	347,849	48%	297,543	41%	85,589	12%	90	0%

* 観光客・商用客・その他客・一時上陸客の%は各国の訪日客数における割合

JNTO「日本の国際観光統計1997（平成9年）」、JNTO「国際観光白書1999年版」より作成

客の訪問目的には違いが見られる。中国を除く韓国・台湾・香港からの訪日客の訪問目的では観光が80%近くを占めるのに対し、欧米からの訪問客は商用客と観光客の割合がほぼ半々の45%前後である。このことから、欧米からの訪日客がイメージする日本というのは、ビジネスの場としてのイメージも強く持っているのではないかと思われる。商用客の割合という点にだけ重点を置けば、日本と欧米の繋がりの方が、アジアとの繋がりに比べ、よりビジネスを中心とした繋がりのように見られるが、商用客実数を比較したとき、北アメリカからの商用客よりも韓国からの商用客の方が多く、またアジア全体として見てみると、ヨーロッパと北アメリカを合計したものよりも多くの商用客が日本を訪れている。このことは近年の日本企業のアジア進出や、アジア系企業が消費地日本での市場戦略を重要視している結果の現れである。また同数の商用客数に対し、それ以上の観光客がアジアから日本を訪れているのは欧米に対して地理的に近い位置にあることも有利に働いていると考えられる。

次に滞在日数を見てみる(表2)。訪日客全体の平均滞在日数は約8.6日だが、欧米からの訪問客が1週間以上であるのに対し、韓国・台湾・香港からの訪日客は5日前後である。これは、欧米からの訪日客にとって日本は地理的に遠く、頻繁に訪れる事も不可能であるため、その回の訪問でより長く滞在しようというものであると考えられる。それに対してアジアからの訪日客は近いこともあり、気軽に安く旅行しようというものではないかと推測する。

国別訪日旅行形態を見てみる(表3)。訪日外国人客(以下外客とする)の多くを占める韓国・台湾からの訪日客は表2からほぼ同じ滞在日数で

あることが分かったが、旅行形態の違いが両国には見られる。それは韓国からの訪日客の殆どが個人旅行であるのに対し、台湾からの訪日客は団体旅行での訪日が半数以上を占めているということである。このことから、台湾からの訪日客の滞在日数はパック旅行により決定され、韓国からの訪日客は自己選択としての滞在日数という性格がここに隠れているものと考えられる。

表1の統計資料から分かるように、訪日「観光客」のみに焦点を当てれば、台湾人訪日客が最も多い。しかし、商用客という区分で日本に入ってきた外国人訪日客が商用のみで日本滞在を済ませるということは考えられにくい。例えば時間の都合上観光活動が出来なくとも、売店や空港カウンターでの日本人との接触に「日本」というものを感じることもあるはずである。また商用で出会う日本人が2,3人であっても、それが彼らの日本滞在中のなかでの「日本人」である。このように商用客として入ってくる外国人訪日客が、日本滞在中で経験する景色や雰囲気、日本文化というものは限定的であり、観光客の経験するものとは異なることが予想されるが、どんなにその経験が特異であろうと、「日本での経験」として語られ、彼らを取り巻く人々の日本イメージ形成の一因になっていることは無いとは言えない。さらに観光客の場合であっても、現在、訪日旅行者数の低迷の原因の一つに物価高が挙げられているように、滞在費等が高ければ何度も訪日することは難しく、同様に経験が限定的になりうる。観光客にしる、商用客にしる、一般的な日本イメージはこういう限られた訪問から得られた経験から形成されていると考えられる。また訪問者数自体も少ないことから、ます

表3 国籍別 訪日旅行形態(1997)(単位:%)

	個人旅行	団体旅行	不明単位
全体	73.3	26.1	0.2
韓国	84.5	14.4	1.4
台湾	41.4	57.8	0.8
中国	70.9	25.9	3.2
香港	55.7	43.5	0.7
アメリカ	93.6	4.8	1.6
イギリス	96.8	2.7	0.5

表2 国籍別 訪日旅行平均滞在日数(単位:日)

	全体	韓国	台湾	中国	香港	アメリカ	イギリス
1993	10.2	6.5	7.9	20.5	6.7	10.0	11.1
1994	9.6	5.9	7.2	18.3	6.6	9.5	9.8
1995	9.4	5.6	6.8	18.3	6.7	9.0	9.2
1996	8.4	5.2	5.9	19	6.2	8.8	8.5
1997	8.6	5	5.4	20.9	6.1	8.5	8.2

JNTO「JNTO国際観光白書1999世界と日本の国際観光交流動向」より作成

JNTO「JNTO国際観光白書1999世界と日本の国際観光交流動向」より作成

ます部分的な日本が、一般的イメージとしての日本を形成していることが考えられる。このように日本文化との接触が全く無い滞在が困難であることを考えれば、商用客もまたその国での「日本イメージ」の形成者、発信者たり得る。したがって、本論では、観光客、商用客を含む総数としての訪日客が多い韓国に焦点を当てたいと思う。

3. 韓国人訪日客

韓国では1989年に外国旅行が完全自由化になり、1996年まで外国旅行者数対前年比は20%近い伸び率を示していたが、1997年11月の通貨危機により12月の対前年比は-45.2%を示した。これは自由化以来初のマイナス成長である。政府は引き締め政策を打ち出し、外貨消費の元凶の一つである外国旅行に対しても抑制策が出され、マスコミや市民も海外旅行自粛を呼びかけあったのも影響している。そのため、外国旅行を扱う旅行会社の倒産が相次いだ。現在は「IMF時代」と呼ばれた厳しい状態から脱し、景気回復の兆しを見せ始め、外国旅行者数も徐々にではあるが増加の傾向をみせている。

韓国人外国旅行者の訪問先(図1)として一番多いのは日本であり、自由化当初より高い数字を示していた。1997年には100万人を突破したが、

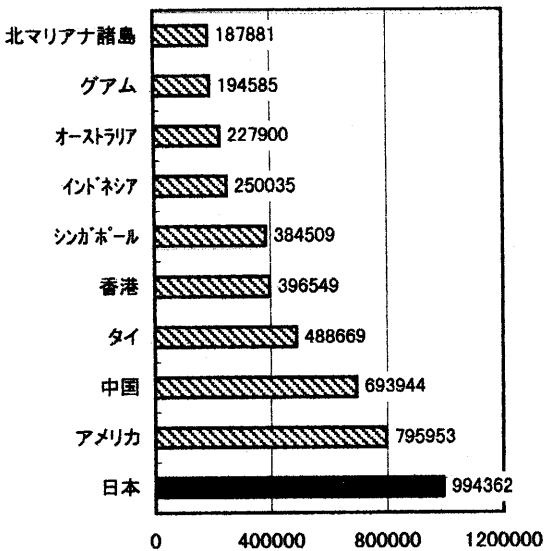


図1 韓国人外国旅行者訪問先上位10ヶ国 (単位:人)
JNTO「JNTO国際観光白書1999」より作成

1998年には前年の通貨危機の影響を受け再び100万人台を割ってしまった。順位としては、次いでアメリカ・中国の順となっている。訪日数自体はかなりの多いのだが、年成長率は鈍化しており、特にアメリカ・中国の成長率が大きく、シェアを奪われつつある。しかし表1を見ても分かるように、韓国人訪日客の4割は商用客である。日本と韓国の経済的結びつきも強いことから、観光目的の訪日客数にはかなりの変動があると予測されるが、商用客数自体は安定した成長を見せると考えられている。

男女比は男性55.1%女性44.9%で、特に男性30代が多い(1997年)。商用客が男性を中心としていることを考えれば、観光目的の訪日韓国人は女性が多いということが予想される。JNTO国際観光白書(1999年版)の中で韓国人訪日客の活動内容として「買い物・ファッション」が一番に挙がっていることから、観光目的の女性客の多さが分かる。

次に訪問地の特徴を見てみる(表4)。訪日客全体の平均としては1位東京、2位大阪、3位京都となっているが、この東京訪問率の高さは本社集中、情報中枢としての東京の特徴を反映した商用客の訪問率の高さを示していると思われる。韓国人訪日客の訪問地選択の特徴は他国に比べて東京訪問率が低く、3位に福岡、5位に別府という都市が上げられている点である。アメリカ・イギリス人訪日客の訪問地が東京・京都・大阪を囲んだ

表4 訪日旅行者 居住地別訪問地訪問率(単位:%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全体	東京 62.6	大阪 20.8	京都 14.2	名古屋 10.9	TDL 10.3	福岡 9.9	横浜 6.7
韓国	東京 39.8	大阪 28.5	福岡 12	名古屋 11.7	京都 6.4	別府 5.3	横浜 4.3
台湾	東京 55.7	TDL 25.9	福岡 24.1	ハワイ 18.9	大阪 17.9	那覇 15.2	その他沖縄 14.6
香港	東京 88.2	TDL 40.2	大阪 19.9	京都 10.7	福岡 10	箱根 9.6	富士山 9.6
米国	東京 69.3	京都 13.8	大阪 12.8	名古屋 7.5	横浜 6.6	その他神奈川 6.4	鎌倉 4.8
英国	東京 70.4	大阪 14.5	京都 13.4	名古屋 8.6	成田 7.0	横浜 6.5	箱根 4.8

「その他神奈川」は「横浜、川崎、箱根、鎌倉、小田原、湯河原以外の神奈川県」。「その他沖縄」は「那覇以外の沖縄県」

JNTO「訪日外客訪問地調査・訪日外客消費額調査1996-1997」より作成

表5 訪問地別居住国上位3国

	1位	2位	3位
別府	韓国 43.8%	台湾 40.4%	中国 5.6%
大阪	韓国 24.2%	台湾 17.9%	中国 16.4%
熊本	台湾 47.1%	韓国 21.5%	アメリカ 7.4%

JNTO「訪日外客訪問地調査・訪日外客消費額調査
1996 - 1997」より作成

円のなかに殆どが集中するのに対して、韓国人訪日客の訪問地には西日本、九州が上位に上がっている。アメリカ・イギリス人に比べて小さなスケールで近さを考慮し、韓国からの近場を選択している様子が伺える。地方都市もある程度の訪問率を示しており、団体旅行でない、個人がそれぞれの思いで訪問地を選択しているように思われる。ここで各訪問地別の訪日客の国籍割合をみている(表5)。訪問地内で最も韓国人の割合が多いのは別府で、次いで大阪・熊本となっており、ここでも韓国人訪日客が西日本・九州をよく訪れていることが分かる。別府は全訪問外国人の殆どが韓国・台湾で占められており(84.2%)、他訪問地に比べ特徴的である。以上のことから韓国人訪日客のイメージする日本にはこの九州や別府の存在が重要な位置を占めると考えられる。

4. 韓国人観光客の巡る日本

——韓国の訪日旅行パンフレットより——

(1) 訪日旅行

次に、実際に韓国の訪日旅行パンフレットや新聞掲載の旅行案内を読み、訪問地の傾向や、そこに見られる韓国人訪日客の日本イメージ形成の源を探して行きたいと思う。

今回使用した旅行パンフレットは1999年7～8月に韓国の旅行代理店店頭にだされていたものである。旅行会社はHANA TOUR SERVICE INC. {(株) ハナツアー}、FREEDOM TRAVEL SERVICE CO., LTD. {(株) 自由旅行社}、HANNAM TRAVEL DEVELOPMENT CO., LTD. {漢南開発(株)}、MODE TOUR.、REDCAP TOUR & TRAVEL.、HIGH SENCE TOUR.、TOUR 2000

の8ブランド合計80ツアーを集計した(表6)。ツアーを集計したところ、旅行日数は3日間のものが一番多く、約半数を占めていた。これには表2の平均滞在日数5日との食い違いが見られる

韓国人訪日客の旅行形態の中心は個人旅行である。団体旅行商品のパックでは3日前後が主流であるが、個人旅行では5日以上滞りが中心であることが考えられる。

次に価格帯を見てみると、50万ウォンから80万ウォンの山と80万から110万ウォンの二つの山が見られる。このことから訪日旅行には二つの傾向があることが予想される。前者の価格帯の山に含まれるツアーの80%近くが3日間のツアーで九州内、関東エリア、といったエリア内完結的ツアーが中心であるのに対し、後者は4日以上ツアーが中心で、日本横断的ツアーやエリア内完結であっても北海道や東北といった地方中心のツアーを特徴としている。日本横断ツアーで特徴的であったのは東京・箱根と周遊した後、豊橋に宿泊するケースが多いことであった。東京や箱根といった観光都市のホテルを避けて、豊橋に宿泊することによるコストカット、また新幹線停車駅であることから、新幹線乗車の体験が出来る上に、乗車費用も東京からの乗車に比べ大幅にカットできるからではないかと考える。また日本横断的ツアーでは大阪から九州入りするのにフェリーがよく利用されている。京都・奈良と観光ののち、フェリー泊で次の日に九州入りするものである。滞在中の移動時間を切り詰めるうえでも重要であるが、またその到着港の殆どが別府であることも特徴的である。東京訪問ツアーで特徴的であったのは、成田から直接東京に入るのではなく、仙台空港から福島に入り、日光観光ののちに東京入りするツアーが多くみられることである。このツアーの大半は鬼怒川温泉や福島温泉に1泊するようになっている。このようにツアーに含まれる内容としてよくあげられていたのは「温泉」と「テーマパーク」訪問であった。特に温泉は80ツアー中51ツアー(63.8%)に温泉が含まれており、旅行パンフレットや新聞掲載広告に使用されていた図柄などには、温泉をイメージさせるものがよく見られることから、温泉に対する関心が高いことがわかる。また全ツアー中、東京が訪問地に含まれるツアーは23ツアー(28.8%)であったが、九州が目的地に含まれるツアー数は39ツアー

表6 韓国旅行パンフレット集計

ツアー日数	
3日	39 (48.8%)
4日	28
5日	10
7日	1
8日	1
15日	1

ツアー価格帯	
500000以下	8
～600000以下	13
～700000以下	15
～800000以下	6
～900000以下	13
～1000000以下	12
～11000000以下	2
～12000000以下	5
～12000000以上	6
10000000以下のツアー	55 (68.8%)
10000000以上のツアー	25 (31.2%)

(48.8%) とかなり高いことも特徴的である。

(2) 訪日韓国入客の九州旅行

では、この韓国人訪日客の九州内ツアーを見てみる。表6から、かなり九州地区に関心が高いことがわかる。九州の地理的近さと九州地区のみで完結したツアー料金が比較的低廉であることから人気のあるコースなのであるかもしれない。この九州が目的地に含まれているコース内で、訪問地として福岡が挙げられている件数が22件(56.4%)であるのに対し、僅差ではあるが、別府は24件(61.5%)と一番の訪問率を示している。福岡は諸交通のターミナルとしての性格と、九州を代表する大都市としての性格から多くの観光ツアーの訪問地として挙がるが、別府はその性格が福岡に比べ脆弱である。このことから、別府がこれだけ他都市と比べ高い訪問率を示しているのには何か理由があると考えられる。この理由として別府「Sホテル」が考えられる。このホテルは旅行行程内に名前が訪問地として直接表示され、多くのツアーがこの杉乃井ホテルを訪問または宿泊地を選択している。韓国人観光客の日本への関心の一つとして温泉が重要な位置を占めるのは前述のツアー行程からも明らかであり、別府のツアー訪問率の高さは温泉地としての魅力とその特色を打ち出しているであろうSホテルの利用によるものだ

ツアーに温泉が含まれる	51	63.8%
テーマパークが含まれる	19	23.8%
どちらも含まれる	11	13.8%

九州が目的地	28	35.0%
九州が目的地に含まれる	39	48.8%
東京が目的地に含まれる	23	28.8%
別府が目的地に含まれる	24	30.0%
大阪が目的地に含まれる	23	28.8%
福島が目的地に含まれる	6	7.0%
北海道が目的地に含まれる	5	6.3%
沖縄が目的地に含まれる	7	8.8%

九州が目的地 (39) の場合

福岡が目的地に含まれる	22	56.4%
鹿児島が目的地に含まれる	6	15.4%
宮崎が目的地に含まれる	9	23.1%
別府が目的地に含まれる	24	61.5%

と思われる。もし、Sホテルが一種ブランドイメージのようなものを韓国で打ち立てているのならば、韓国人訪日旅行の流れはこのホテルによって作られているとすることが可能になる。

5. 別府市を訪れる日本人・外国人観光客

(1) 別府市観光動態概要

平成10年度別府市観光動態調査によると、総入込客数は11,340,158人で対前年比98.1%と若干の減少を示している。平成3年までは1200万人前後を維持していたが、バブル崩壊を境に、一気に1100万人台に減少した。特に修学旅行客数の減少は大きく、20年前の約70万人の6分の1近く、12万人にまで落ちこんでいる。JRやバス、船舶、航空機といった九州外からの観光客の利用する交通機関の利用者数は、対前年比80%～90%と減少傾向を示しているが、高速道インターの入り込みは113.3%と増加を示していることから、別府は九州内の観光客に対しては一定の集客力を持っているが、九州外の観光客に対しては、その魅力が減少傾向にあるということが考えられる。

このように別府市への観光客数が減少する中で、大幅に増加しているのは外国人観光客数(図2)である。平成9年は120,537人、対前年比135.8%と大きな増加幅をみせ、同年の修学旅行客数が

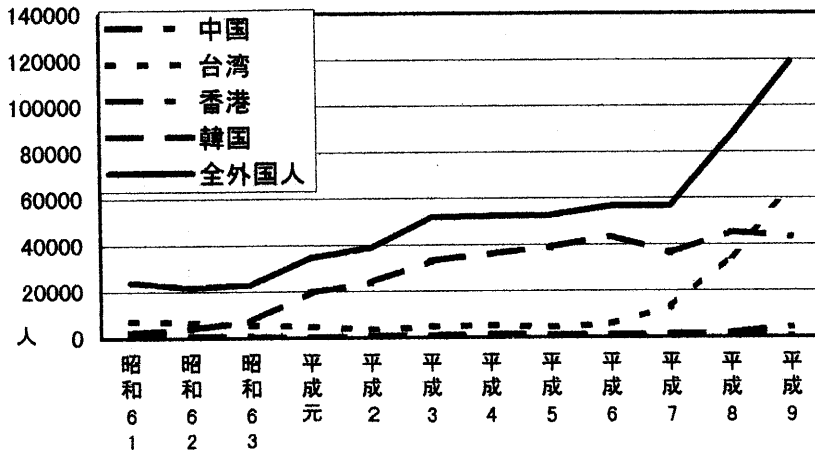


図2 別府市宿泊外国人観光客数
別府市観光動態要覧平成10年度(平成6年版)～昭和62年度(昭和61年版)より作成

122,062人であるから、修学旅行生と同じくらいの外国人観光客が別府市に入っていることになる。この外国人観光客の国籍別割合を見てみると、アジアからの観光客が最も多く、94.6%を占めている。次に北アメリカ、ヨーロッパと続くが、どちらも2%前後にすぎない。特に韓国・台湾からの観光客が多く、平成9年は台湾63,921人、韓国43,256人でこの二カ国のみで全外国人観光客数の90%をしめている。

(2) 別府市役所

韓国人観光客の訪問率が非常に高いことなどから、別府市が独自に対外的観光宣伝活動を行っているのではないかと思われたが、市独自ではしておらず、民間サイドが中心に中国・香港・台湾・韓国でPR活動をしていた。市が関連して行っている宣伝活動は、昭和61年に国際観光振興会から国際観光テーマ地区として指定されたことにより、昭和62年に別府市と湯布院町、九重町とで結成した『別府やまなみ国際観光推進協議会』での活動のみであるという。また宣伝活動にしても、宣伝要望を国際観光振興会に通して、国際観光振興会が海外で宣伝活動をするとのことで、独自に情報発信はしてはいない。外国人観光客対策に関しても特に力を入れていることはなく、最終的には、“別府市”の観光PRは、日本人観光客集客が目的であり、外国人観光客対策はその付随的サー

ビスと位置付けている印象である。別府市としては、日本人観光客の減少を如何に食い止めるの方が急務であるとみている。

(3) 別府外国人観光案内所

外国人観光客との接触が多く、別府市が直接行っていない観光案内等を行っているのが別府外国人観光案内所である。設立は昭和61年で、観光パンフレット、マップ、案内板等の製作協力、外国人観光客への配布、県内・別府市の観光情報提供、会員及び市民を対象にした語学教室の開催及び国際協力ホームステイの実施等である。案内所事務局長森戸氏によると、外国人観光客は一人旅が多いということである。特にそのような外国人観光客の質問内容で最も多いのは金銭に関係することである。交通費、ホテル代、地獄巡りの代金、費用のことが一番の関心事のように見えると森戸氏は語っている。また別府市の観光魅力である温泉に関しては、アジア系の人々は、風呂の入り方等にも興味があり、「お風呂の入り方」と言ったパンフレット等も作成しているそうである。中国では公衆風呂という概念はないが、韓国は少し風呂に類似した文化を持つため興味を抱いているのではにだろうか森戸氏は考えている。

(4) Sホテル

韓国の旅行パンフレットに出てくる名称として

は、観光地やテーマパークや地名といったものが中心であるのに、別府市滞在時は「温泉」ではなく、「Sホテル」という名称が出ていることから、かなり他の温泉旅館等からは区別された明確な目的地の一つとして扱われているのではないかと筆者は考えた。このように単なる宿泊施設というイメージではなく、DESTINATION的イメージを獲得するに至った過程と、現在のアジア、特に韓国からの観光客の様子等を、ホテル事業部支配人、友末重巳氏に伺ってみた。

対外的な活動は、89年にSホテルの社長が、直接韓国の旅行社を周る宣伝活動を始めてからだという。当時から既に社長は『これからは東南アジア系の観光客が増える』と言い、92年にはこの宣伝活動が、韓国の新聞にも取り上げられたほどであったとも友末氏は言っている。現在はやはり韓国の経済危機からの影響からは少々脱した感はあるものの、韓国からの観光客は減少し、反対に台湾人観光客が目立つという。最繁期には韓国人観光客は1,000人/日、台湾人観光客は700人/日だったのが、現在台湾人観光客400～300人/日、韓国人観光客100人弱/日で、これでも韓国人観光客数は増加傾向であるという。外国人総宿泊客数は、1994年9月から1999年9月までの5年間計としての数値は見せていただけた。国内計が1,362,432人で、国外計が292,267人と国内計の21.5%をも占めている。別府市の日本人宿泊客数に対する外国人宿泊客数の割合が1.6%ということからも、かなり高い割合を示しており、Sホテルの外国人観光客集客力が大きいことが分かる。この積極的な韓国人観光客誘致が、韓国人訪日客の別府内での外国人観光客内の割合を高めていたと考えられる。温泉観光地としての別府の魅力のみが、韓国人観光客を呼んでいたかのように見られやすいが、その裏で一人の社長の時代を先取りした活動があった。

(5) 温泉観光地——地獄巡り——

別府温泉観光の中心なのが、この地獄巡りである。ここは入浴する温泉ではなく、観る温泉である。ここで、韓国人観光客に対応してきた韓国人スタッフの韓氏に、韓氏の見る韓国人観光客の訪日形態の特徴等を伺ってみた。韓氏によると、韓国にも温泉はあるらしいが、海地獄や白池地獄、血の池地獄といったような色のついたものは珍し

く、そのため地獄巡りに興味を持っているらしい。特に温泉ということについて何うと、別府やその他の温泉地を含め、温泉旅行に来るのは保養が目的で、比較的年齢層が高い人が多いという。それに対して、自営業者や若者は、東京や大阪といった日本の先進性、都市性に憧れて大阪などに流れ、日本の家電製品を買うことが多いという。この話から韓国人観光客の訪日旅行には、年齢層による趣向の違いがあり、それが年齢層によって違う日本イメージも生み出し、またそれがここに体现されているのではないかと考えられる。

6. 韓国人観光客へのアンケートより

以上、外国人観光客受け入れ側に立つ人々の見た外国人観光客の様子やそれへの対処をみてきた。これらの人々の見解では、温泉を目的に日本にくるのではないかという予想がされているが、これを確かめるために別府ユースホステルにて9月下旬から11月末まで韓国人観光客に対してアンケート調査を行った。統計上10月は夏季に次いで多い時期なのであるが、予想に反して少なく、11件しかとることができなかった。そのため、統計的な数字として上げることはできないが、参考例としてここで検証してみたい。

(表7) 11名中男性が4名、女性が7名、20代が最も多く、8名が初めての訪日旅行であった。旅行形態としては、やはりユースホステルでのアンケートということもあり、個人旅行が9名、残り2名が留学中の九州旅行であった。ここでの結果は別府市観光動態や国際観光振興会資料から見られた団体旅行の傾向ではなく、別府市外国人観光案内所にみられたような韓国人個人旅行者の旅行傾向として見るができると思われる。聞き取り調査を通じて、比較的年齢層の高い世代が、九州旅行を好むということが言われていたが、この結果では若年層にも九州旅行への関心が高いという結果が表れた。

特に訪日目的の欄では第一の目的として、「日本の文化に興味があるため」に次いで「日本の自然に興味があるため」と自然環境への関心が高い。福岡の都市的建築物、観光施設への訪問も高い関心をもって選択されているものと思われたが、それ以上に日本の自然環境への関心が高いことが分かった。またこの自然環境への興味は、「温泉」

表7 アンケート回答

性別	男 (4名) 女 (7名)
年齢	20代 (6名) 30代 (4名) 40代 (1名)
訪日回数	初めて (8名) 2回目 (1名) 3回目 (1名) 4回目 (1名)
訪問形態	個人旅行 (9名) その他 (2名 留学)
旅行行程	福岡→長崎→熊本→阿蘇→別府→福岡 (2名) 茨城→大阪→福岡→長崎→別府→茨城 (留学生) 阿蘇→別府→広島→京都→大阪→横浜→東京 (2名) 福岡→ハウステンボス→熊本→阿蘇→別府→福岡 (2名) 福岡→長崎→ハウステンボス→熊本→阿蘇→別府→宮崎→福岡 福岡→長崎→熊本→阿蘇→鹿児島→種子島→宮崎→別府→福岡 東京→熊本→阿蘇→別府→広島→京都→東京 博多→長崎→ハウステンボス→熊本 (熊本城) →阿蘇→別府→宮崎→福岡
訪日目的	(6件) 日本の文化に興味があるから (4件) 日本の自然をに興味があるから、日本の生活に興味があるから (2件) 近かったから、韓国と関係のある場所に興味があるからテーマパークに行ってみたいから (1件) 日本の食生活に興味があるから、温泉に行ってみたいから韓国と生活が似ていないから、その他 (留学のため)
別府を訪れたのはなぜですか	(5件) 温泉を楽しみに (4件) 別府のテーマパーク等を訪れに (3件) 別府の自然を楽しみに、友人や本に勧められて (2件) 別府の文化を知りに
日本に来る前のイメージ	大変良い (2名) 少し良い (6名) 普通 (3名)
日本に来てみてイメージは変わりましたか?	大変良くなった (5名) 少し良くなった (4名) 変わらない (2名)
その原因は	(11件) 人とのふれあい (4件) 施設 (2件) 街の雰囲気 (1件) 食習慣、物価、言葉、その他
また日本を訪れてみたいですか	はい (11名) いいえ (0名)

に付随的な意味を持つものではないことが、目的として温泉が1件しか上げられなかったことから推測される。もちろん別府訪問目的として「温泉」が一番に上げられているが、訪日目的として「温泉」は積極的に選択されていない。別府の前に阿蘇山が上げられることが多いことから、火山地形としての阿蘇に興味を持ち、その火山活動による温泉も体験するという今まで考えてきたような温泉を強い目的とした観光旅行ではないように思われる。別府訪問の目的として、テーマパークの訪問や友人・ガイドブックの進めでという消極的な意見も少なくない。

アンケート冒頭に、筆者が日本人学生であることを書いたためか、訪日前の日本イメージとして全員が良い方向での回答をし、旅行後も全く悪くなっておらず、全員が1~2ランク上の良い方向での回答をしていた。これをそのまま受け止めるならば、やはり若年層での日本イメージは好意的

であるという事ができるが、これが全ての韓国人観光客に通じるわけではない。特にユースホテル利用者などは、留学前の旅行者や日本語を学習している韓国人旅行者が多い。そのためか、日本のイメージが良くなった理由として「人とのふれあい」という語学が、多少できなければ困難である回答が最も多く見られていることから、こういった以前からの日本への興味からこのような好意的回答として表れているのではないかと考える。

7. おわりに

筆者がインタビューをした韓国人旅行者の一人は20代後半であったが、この年齢層の中でも、日本へのイメージが最近変わったように感じると話している。この韓国人旅行者は、現在も日本留学中であるが、韓国を出て日本に留学する時、周りはなぜ日本なのかと訝しげな顔をしたが、今は

羨む声も聞かれるという。特に若年層では日韓両国における歴史的しがらみにとらわれることなく、日本文化に関する興味関心を中高年齢層に比ベストレートに持ち始めているともこの韓国人旅行者は語っていた。しかし、全ての韓国人が日本へ好意をもっている訳ではない。特に今回フィールドとした九州は、日本と韓国を歴史的にも長く繋ぐ場所であることから、韓国との歴史に関連する場所が多く存在する。今回のフィールドである別府では触れなかったが、韓国人訪日ツアーでは、よくこれらの場所がツアーに組み込まれている。九州内の他県、特に宮崎などではこの特徴をよく表すツアーが組まれている。九州旅行が比較的年齢層が高いことから、これらの層では日本との歴史的事実に関する関心が高いことが思われる。残念ながら、これらのツアーに接触することは出来ず、こういったツアー参加者が、どういう思いを持ってこれらの訪問地を訪れているのか知る事は出来なかった。筆者が接触した韓国人観光客は、比較的年齢層の若い方であったため、年配層の持つ日本イメージについては若年層からの推測も混じるが、訪日旅行自体の関心が温泉という経験を求める様相が濃く、日本のイメージとして九州があることは考えられる。日本＝温泉地というイメージを持つというよりも、日本と韓国の歴史的関係のイメージが強く残りつつも、温泉観光地としての日本を楽しんでいるという感じである。これに対して若年層は日本を代表する大都市を巡り、東京や大阪といった高層建築物に囲まれ、高度に情報化された近代社会、家電製品に表される先進技術にあふれた日本イメージを持つ様に思われる。これらの世代は比較的歴史的しがらみにとらわれる事なく行動する事ができ、今後の韓国における日本文化解禁の流れを速める原動力になるのは、この世代が中心になると考えられるが、彼らの観ている日本が一般的日本の姿ではない。空が高層建築物の隙間に見え、畑も山もない姿は一部の大都市だけに観られる姿である。それから考えれば、九州旅行で回る温泉地の姿の方が、まだ日本の一般的町並みに近いものがある。(湯気の立つ姿などは一般的に観られるものとは言いがたいが)イメージとしての日本の姿は、韓国人旅行者との接触不足から体现させることは困難であるが、九州旅行者の持つ日本のイメージこそが、一般的日本に住む日本人の様子により近いものを持っている

のではないかと考える。

最後に韓国の訪日旅行パンフレット、新聞記事等を送ってくださった曹賢美さん、アンケートを韓国語に訳してくださった許盛恵さん、また別府での聞き取り調査に協力してくださったみなさんに感謝します

参考文献

- 鶴田英一(1994)：観光地理学の現状と課題——日本と英語圏の研究の止揚に向けて——。人文地理，第46巻第1号，66-84
- 青木栄一・山村順次(1976)：日本における観光地理学の系譜。人文地理，第28巻，57-79
- エリック・リード，伊藤誓訳(1993)：『旅の思想史——ギルガメッシュ叙事詩から世界観光旅行へ——』(叢書・ユニベルシタス420)。法政大学出版社，462。
- ジョン・アーリ，加太宏邦訳(1995)：『観光のまなざし——現代におけるレジャーと旅行——』(りぶらりあ選書)。法政大学出版社，289。
- 国際観光振興会(1998)：『JNTO国際観光白書——世界と日本の国際観光交流の動向1999——』国際観光サービスセンター，358
- 国際観光振興会(1998)：『訪日外客訪問地調査・訪日外客消費額調査(平成8年度)』国際観光サービスセンター，38
- 国際観光振興会(1998)：『日本の国際観光統計1997年版』国際観光サービスセンター，45