

学 位 請 求 論 文 要 旨

国際観光コミュニティの形成に関する考察
—訪日中国人観光客を中心として—

2019年6月

城西国際大学大学院 経営情報学研究科
起業マネジメント専攻

馮 力

要旨：

日本政府観光局（JNTO）の発表によると、2018年の訪日外国人が過去最多の3119.2万人に達し、前年比8.7%増を記録したという。これらを国別に見ると、トップは訪日中国人観光客の838万人であり、前年比で平均を大幅に超える13.9%の伸び率であった。

訪日中国人観光客数が急速な伸びを実現したのには、様々な要因が考えられる。なかでも、中国の人々の日本への関心が以前よりも高まりつつあり、日本の伝統文化や若者文化に共感が増しつつあることが重要要因の一つと言えよう。これは両国の政治関係の好転や経済関係の一層の緊密化により促進されやすいファクターと指摘される。日本での様々な文化体験や歴史探訪、各種観光施設の体験などを通じて、日本社会に対する理解を深める効果をもたらし、伝統工芸や伝統産業などの見学は日本の伝統への関心を高める可能性が生じている。また、スポーツツーリズムや、ウェルネスツーリズムなどの各種体験型観光への傾斜は、中国人観光のマストツーリズムからニューツーリズムへの高度化、成熟化を示唆していると考えられる。つまり、これらの交流を通じて中国人の日本理解が増進し、そして、この理解の増進がさらに日本への関心と共感を高め、それがリピーターとして次の訪日を促進するという、好循環が形成されつつあると推察される。

一方、中国からの観光客の中で高まりつつある日本への関心と共感の本質とは何かについては、まだ確信を持って言うことはできないが、そこに見えて来つつあるものは、訪問を通じて観光客が観光地との間ではぐくみつつある、ある種の「つながり」の感情であるように思われる。つまり、観光客が観光地に訪れ、その土地の文化や伝統に触れ、居住者との交流を通じて、自然発生的に生まれた観光者の観光地との結びつきである。

近年、世界規模で持続的に発展した国際観光によって、観光者の観光形態にとどまらず、観光に関する価値観も大きく変わり、観光者と観光地との間に観光の意識や観光のスタイルなどに様々な変化が生じている。これらの変化から、①観光者が旅行前にSNSなどを用いて行う観光地情報の交換を通じ、観光者と観光地との間で形成されるバーチャル型「国際観光コミュニティ」、②観光者が観光地に訪れ、居住者との間の文化交流やイベント・祭りなどの参加活動を通じ、観光者と居住者との交流から形成されるリアル型「国際観光コミュニティ」、③観光者が帰国後に行う、観光者同士、及び観光地の居住者とのSNSによる交流の継続を通じて、やがてリピーターとして再び着地型観光や、参加型観光に参加することから形成されるバーチャル+リアル型「国際観光コミュニティ」という、三つの「国際観光コミュニティ」の形成が考えられる。

このような「国際観光コミュニティ」の仮説を念頭に置く本研究は、以下の二つを主な研究目的としている。すなわち、①非居住来訪者としての観光者と受け入れる側の居住者との間にはぐくまれる「つながり」の感情から、「国際観光コミュニティ」と呼ばれるにふさわしい概念の形成過程を明らかにする、②「国際観光コミュニティ」概念が日中間の観光の現状と課題を分析する上で有効であることを明らかにする、という二つである。

これらの目的を達成するために、本研究はまず「コミュニティ」という概念をめぐる先行研究を考察する。通常、コミュニティが成立するには以下の三つの要素が不可欠といわれる。すなわち、①構成員の間で社会的相互作用が交わされていること、②地域的空間の限定性、③共通の絆の存在の三つである。一方、コミュニティに関する先行研究では、移動手段とコミュニケーション手段の発達により、コミュニティ概念が時代とともに変化し、領域という「地域的空間の限定性」はさほど重要でなくなるという考察がある。具体的にはコミュニティに関するマッキーヴァー、ヒラリー、ウェルマンなどの先行研究があげられる。これらの先行研究で示されたコミュニティ概念の変化の趨勢を踏まえながら、コミュニティから「国際観光コミュニティ」へと発展させることの妥当性を証明する。

そして、このプロセスはインターネット時代の消費者の購買行動の分析に活用される「AISAS の法則」に当てはめて分析すると、観光者が①「初めての訪問」→②「観光地とつながりが生まれる」→③「リピーターとして再訪」→④「観光地のコミュニティに受け入れられる」→⑤「つながりの深化」、という観光者が観光地の間のつながりが次第に強まっていく五段階は、本研究の主要対象である非居住者観光者が居住者観光地のコミュニティに入り、「国際観光コミュニティ」を形成していくプロセスとほぼ一致することが言える。したがって、本研究で定義しようとする「国際観光コミュニティ」概念は成立することであり、訪日中国人観光客による「日中国際観光コミュニティ」形成への応用も可能となる。

本研究の基本的姿勢は、ものごとの変化を歴史的視点からとらえ、変化の趨勢を踏まえながら未来にむけての考察に努めるところにある。その際、①先行研究を通じて、コミュニティの概念、定義に関する理論的考察を行い、それらを整理した上で「国際観光コミュニティ」概念の成立の可能性を確認し、そして観光分野への応用を試みる。②応用社会学、観光経済学からのアプローチを通して、日中間の観光交流を事例として、「国際観光コミュニティ」の形成の現状と背景を考察する。特に訪日中国人観光客の目的地において、どのような文化的交流、文化的融合が行なわれているのかを把握する。

上記目的をより効果的に達成するために、本研究は、文献研究と実証研究を組み合わせた手法を導入する。「国際観光コミュニティ」概念の有効性を検証するためには、主として先行研究を中心に行われるが、訪日中国人観光客による日中「国際観光コミュニティ」形

成の実態に迫るためには、日中両国における観光産業の振興を政策面、現状面からの考察を行った後、観光者（訪日中国人観光客）と観光地（受け入れる側の日本人）に対して、それぞれのアンケート調査を行い、「日中国際観光コミュニティ」形成の実態を明らかにしていく。なかでも、訪日中国人リピーターが「国際観光コミュニティ」の形成、及び SNS によるバーチャル型「国際観光コミュニティ」の形成に有効であること、受け入れる側の日本人の観光客との交流の深化は「国際観光コミュニティ」の形成に効果的であることなど、を証明するために、クロス分析の手法を導入する。

なお、日中航空業務の現場で長きにわたって勤務する筆者は、本論文で明らかにしようとする「国際観光コミュニティ」の実態を考察するうえで、有利な立場にあるといえる。この立場を活かして、本論文のテーマである『国際観光コミュニティの形成に関する考察—訪日中国人観光客を中心として—』に対して、学術と実務の双方からのアプローチを試みる。