

令和 2 年 7 月 13 日現在

機関番号：32695

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2016～2019

課題番号：16K16676

研究課題名(和文) 訪日中国人観光客を動かすメカニズム：インバウンド観光を通じた日中相互理解のために

研究課題名(英文) Dynamics of Chinese Tourists Visiting Japan: For Mutual Understanding between Japan and China through Inbound Tourism

研究代表者

田中 孝枝 (Tanaka, Takae)

多摩大学・グローバルスタディーズ学部・准教授

研究者番号：50751319

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,400,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、まず、文献研究と質的調査により、訪日インバウンド観光ビジネスの展開と現状の一端を明らかにした。次に、日中間における観光ビジネスをめぐるリスクの存在と、それに対する人々の生計戦略を見出した。中国人観光客の消費力への期待がある一方で、中国との政治関係が観光ビジネスに大きな影響を与えるリスクが存在しており、観光ビジネス従事者たちは、多様な手法を用いてリスク分散を試みていることを発見した。さらに、観光ビジネスの展開と人のつながりに焦点を当て、日本と中国のエスニックなサービスの価値が交渉されるなかで、新たな「観光文化」や「サービスの価値」が生まれること、その過程を捉えることの重要性を指摘した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

訪日中国人観光客が急増するなかで、中華系旅行会社をめぐる制度的・社会的環境は刻々と変化している。訪日インバウンド観光ビジネスの実態と彼らを取り巻く社会的環境の一端を明らかにした本研究は、観光ビジネスへの社会文化的アプローチとして学術的な意味をもつ。また、現在の東アジアにおける観光ビジネスでは、政治的にも経済的にも膨張する中国の存在を無視することはできない。観光関連ビジネスによって生計をたてる人々のリスク認識とそれに対するリスク分散の実践、そして実際に発生した危機への対応というテーマの重要性を見出したことは、現在の新型コロナウイルス流行の影響をみるまでもなく社会的に大きな意義を有するものである。

研究成果の概要(英文)：First, this research clarified a part of the development and current situation of inbound tourism business in Japan by literature research and qualitative research. Next, I found out the risks of tourism business between Japan and China and the livelihood strategies of the people against them. While people engaged in the tourism business are expected to benefit from the consumption of Chinese tourists, there are risks that political relations with China will have significant impacts on their tourism business. This study explored that tourism business workers try to spread their risks using various methods. Furthermore, I discussed the importance of grasping the process of creating new "tourism culture" and "service value" through the negotiation of the value of ethnic services between Japan and China.

研究分野：文化人類学、観光研究

キーワード：中国人観光客 インバウンド観光 観光ビジネス 異文化経営 リスク 消費

1. 研究開始当初の背景

現在の日本においてインバウンド観光の振興は、官民あげて取り組まれる重要な課題となっている。特に、中国人観光客の誘致は、その旺盛な消費欲や潜在的規模への期待から、様々な分野から関心を集めている。しかし一方で、宿泊・飲食施設など各地の受け入れ施設は、特にアジアからの観光客受け入れを躊躇することも少なくない。また、中国人観光客のレジャーツアーのほとんどは、その手配が日本の会社ではなく、「中華系旅行会社」に担われている実態がある。

「中華系旅行会社」とは、台湾、香港、中国などから訪日した華僑華人の人々が日本で営む旅行会社のことであり、インバウンドに関わる人々からは「中系」あるいは「華僑系」、「民族系」などと呼ばれている。中華系旅行会社は独自のネットワークを利用し、日本の旅行会社とは異なるルートで手配を行なっている。彼らの手配するツアーは、料金が非常に安く設定されているが、通訳案内士資格を持たないスルーガイドや土産品の押し売りなど、品質面でトラブルが発生していることも確かである。ただし、価格設定、商慣習の差異、中国人客の嗜好への理解などから、中国側の旅行会社は、日本側の手配に中華系旅行会社を利用することがほとんどである。

しかし、中華系旅行会社が実際にどのような「独自のネットワーク」を利用してツアーを手配しているのか、そこでどのようなサービスが提供されているのかについては、そもそも実態把握が進んでいないのが現状である。その中で、日本の人々には、業界関係者を含め、突然やってくる中国人団体観光客、彼らを動かす「見えない」ネットワークに対する漠然とした嫌悪感が広がっており、日中間の徒らな摩擦を避けるためにも中華系旅行会社の実態を精緻に捉えることは喫緊の課題である。

2. 研究の目的

本研究は、日本において中国人観光客の旅行手配を行う中華系旅行会社の諸実践に焦点を当て、彼らの有する独自のネットワークとそこで生み出されるサービスの実態を明らかにすることを目的とする。彼らのネットワークは、そこで働く人々の個人的社会関係を含み込むかたちで形成されており、そのミクロな形成過程を捉えるためには、会社ではなく、そこで働く個人に焦点を当てた社会文化的なアプローチが不可欠である。そこで、移民先社会において特定のエスニック・グループがビジネスに従事する産業的・社会文化的背景を捉えようとするエスニック・ビジネスの視点を取り入れる。そのことにより、中華系旅行会社のネットワークの形成過程を捉えるとともに、彼らが「同胞」相手に販売する「エスニックなサービス」の価値を考察する。

3. 研究の方法

観光研究において旅行会社の諸実践は、これまで主に経済学や経営学、商学などの観点から研究が進められてきた。一方で、観光の社会文化的側面に焦点を当てる文化人類学や社会学、地理学などの研究では、観光地を外部からコントロールし、現地の実態とは異なるイメージをつくりあげる「悪者」として批判されることが多く、そこで働く人々が試行錯誤しながら観光をつくりだす過程はあまり検討されてこなかった。本研究は、日本における中華系旅行会社の実態を明らかにするため、次の3つの観点から、調査研究を進める。

(1) 中華系旅行会社のマクロな状況の把握

日本で中国人旅行の手配を行う中華系旅行会社の数や規模、所在地など、マクロな状況を把握するためのデータを収集し、整理する。国勢調査や経済産業省などの関連統計を収集すると共に、在日中国領事館や台北駐日経済文化代表処、華僑総会などへのインタビュー、関連資料の収集を行う。

(2) 1980年代以降のアジアからのインバウンド観光と中華系旅行会社の展開過程の把握

日本においてアジアからのインバウンド観光を担う旅行会社として、中華系旅行会社がいかに参入し、現在の状況に至ったのかを検証する。当時から現在までのインバウンド、中国へのアウトバウンドに関わってきた人々を対象に、インタビューを行う。そこから、現在にまでつながる各地の宿泊・飲食施設など受け入れ施設と旅行会社のネットワークの展開過程を捉える。

(3) 中華系旅行会社のミクロな実態と棲み分け構造の把握

これまでの調査から、中華系旅行会社内にも台湾系、香港系、大陸系あるいはニューカマーとオールドカマーなど、そこで働く人々の社会関係の相違による棲み分け構造の存在が分かっている。こうした棲み分けを考慮しながら、中華系旅行会社で働く人々へのインタビューを行い、ネットワークが形成される過程および彼らの提供するサービスを、エスニック・ビジネスの視点から検討する。

4. 研究成果

(1) 日本におけるインバウンド観光と中華系旅行会社の展開過程、および現状の把握

日本におけるインバウンド観光と中華系旅行会社の展開過程、および現状を把握するための調査を行った。関連資料を収集するとともに、関係者へのインタビュー調査を実施した。日本のインバウンド観光の展開を跡づけるための調査を進めるなかで、中国から日本への観光客の動きだけでなく、日本から中国への観光客の動態とそれに関わるビジネスの展開を包括的に考察する必要があることが明らかになった。なぜなら、中国で日本人インバウンド観光に従事した経験のある、日本語ができ、日本の旅行会社とのつながりのある人々が、今度は中国人の日本へのアウトバウンド観光に関わるという連関が見出されたためである。そこで、中国専門旅行社を中心に、日本人による訪中観光創成期の状況を把握するための資料収集、関係者へのインタビューを行った。

訪日中国人観光客が急増するなかで、中華系旅行会社をめぐる制度的・社会的環境は刻々と変化している。時間的制約もあるなかで、中華系旅行会社の実態を量的に把握することは困難であることが明らかになったため、東京、大阪、京都の数社に調査対象を限定し、そこで働く人々と彼らの動向を継続的に調査することとした。このことにより、訪日インバウンド観光ビジネスの実態と彼らを取り巻く社会的環境の一端を明らかにすることができた。

(2) 日中間における観光ビジネスをめぐるリスク

本研究の調査を通して、中華系旅行会社と現地社会とのトラブルやアンビバレントな関係は日本だけに限ったものではなく、東南アジア・東アジアにおける中華系ネットワークの歴史的広がりの中に、日本の現象を位置づけることの重要性が明らかになった。また、東アジアでは台湾の民進党への政権交代、韓国の THAAD ミサイル配備により、中国政府が中国人観光客の国境を越えた移動を制限するという事態が相次いで生じた。いずれも現地の観光産業は大きな打撃を受けており、関連産業従事者へのインタビュー調査から、そこにも中華系旅行会社のビジネススタイルが密接に関わっていることが明らかになった。そのため、比較の視点から、台北、釜山において現地調査を行った。

こうした調査から、現在の東アジアにおける観光ビジネスでは、政治的にも経済的にも膨張する中国の存在を無視することはできないことが明らかになった。中国人観光客の消費力への期待がある一方で、中国との政治関係が観光ビジネスに大きな影響を与えるリスクが存在している。そこで、観光ビジネス従事者たちは、対象とする顧客の市場を分散させたり、観光以外のビジネスを手がけたりすることで、リスク分散を試みていることを発見した。

また、本研究の最終年度には新型コロナウイルスの流行という未曾有の事態が発生し、事態は一変した。中国人観光客に限らず、日本のインバウンド観光をめぐるビジネスは大打撃を受けている。本研究において見出した観光関連ビジネスによって生計をたてる人々のリスク認識とそれに対する人々のリスク分散の実践、そして実際に発生した危機への対応というテーマの重要性が再確認された。今回の新型コロナウイルスの流行への対応は、今後の重要な研究課題である。

(3) 日中間の観光ビジネスにおける「観光文化」の生成

本研究では、中華系旅行会社のミクロな実態と棲み分け構造を把握するために、東京、大阪、京都にある旅行会社への継続的な聞き取り調査を実施した。そこから、訪日中国人観光客が急増するなかで、日系旅行社と中華系旅行社の境界は曖昧になっていることを明らかにした。特に、中小規模の旅行会社では、スタッフの多くが外国出身者であったり、日本の旅行会社と中華系旅行会社が提携関係を結ぶなどしている。また、旅行業だけでなく、土産物販売や宿泊施設の運営など、多角的な観光関連ビジネスを営んでいる者も少なくない。そのことから、日系であるか中華系であるか、旅行会社であるか否かといった制度的区分よりも、観光ビジネスの展開と人のつながりに焦点を当て、エスニックなサービスの価値が交渉されるなかで、新たな日中間の「観光文化」や「サービスの価値」が生まれること、その過程を捉えることの重要性を見出した。

そこで、これまでの調査から見出した日中間ならではの「観光文化」が生成されている例として、医薬品の消費、結婚写真をめぐるビジネスの展開に焦点を当てることとし、関係者への調査を進めた。

(4) 研究成果の発表・発信

研究成果は、IUAES(International Union of Anthropological and Ethnological Sciences)、総合観光学会、日本国際文化学会、東アジア人類学研究会研究大会など、国内外の学会や研究会で発表・発信した。また、中華系旅行会社のミクロな実態と棲み分け構造、日中間における観光ビジネスをめぐるリスク、日中間の観光ビジネスにおけるサービスをめぐる価値の交渉、中国人観光客による日本における医薬品消費の特徴については、それぞれ現時点での成果を論文にまとめて、成果を発表した(詳しくは、主な発表論文等を参照)。調査データの整理・分析の済んでいないテーマについては、今後も継続的に分析を進め、成果をまとめていきたい。

さらに、本研究のテーマの一つである、インバウンド観光を通じた日中間の相互理解のために、学会や論文で学術的な成果を発表するだけでなく、勤務先である多摩大学をはじめ、非常勤講師やゲスト講師、市民講座の講師を積極的に引き受けることで、観光を学ぶ大学生や一般市民に向

けて、インバウンド観光の実態を発信するよう努めた。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計11件（うち査読付論文 3件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 5件）

1. 著者名 田中孝枝	4. 巻 なし
2. 論文標題 日中観光ビジネスにおけるリスク管理に関する民族誌的研究 中国広州市・美高旅行社を例として	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 博士学位論文、東京大学大学院総合文化研究科提出	6. 最初と最後の頁 なし
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 田中孝枝	4. 巻 26
2. 論文標題 エスニック・ビジネスとしての観光業 在日中華系旅行会社のネットワークとサービス	5. 発行年 2016年
3. 雑誌名 第22回公募研究プロジェクト研究論文『研究報告』	6. 最初と最後の頁 17-26
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計13件（うち招待講演 1件 / うち国際学会 6件）

1. 発表者名 田中孝枝
2. 発表標題 「日中観光ビジネスにおけるリスク管理の諸相 中国広州市の日系旅行社を例として」
3. 学会等名 日本国際文化学会第17回大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Takae Tanaka
2. 発表標題 The process of negotiation and comparison between “Chinese style” and “Japanese style” in the office: A case study of a Japanese travel company in Guangzhou, China
3. 学会等名 International Union of Anthropological and Ethnological Sciences (国際学会)
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 Takae Tanaka
2. 発表標題 Contributions of anthropological work practice studies in business research: Case study of a Japanese travel company in Guangzhou, China
3. 学会等名 IUAES Inter congress (国際学会)
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 田中孝枝
2. 発表標題 中国人観光客を動かすネットワークの分析に向けて
3. 学会等名 総合観光学会
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 田中孝枝
2. 発表標題 中国人観光客の移動からみる中台関係
3. 学会等名 東アジア人類学研究会研究大会
4. 発表年 2016年

〔図書〕 計4件

1. 著者名 田中孝枝 (分担執筆)	4. 発行年 2019年
2. 出版社 ミネルヴァ書房	5. 総ページ数 348
3. 書名 フィールドから読み解く観光文化学	

1. 著者名 田中孝枝 (分担執筆)	4. 発行年 2020年
2. 出版社 東方出版	5. 総ページ数 340
3. 書名 企業経営のエスノグラフィ	

1. 著者名 田中孝枝 (分担執筆)	4. 発行年 2017年
2. 出版社 風響社	5. 総ページ数 550
3. 書名 フィールドワーク：中国という現場、人類学という実践	

1. 著者名 田中孝枝 (分担執筆)	4. 発行年 2017年
2. 出版社 ミネルヴァ書房	5. 総ページ数 252
3. 書名 多文化時代の観光学	

〔産業財産権〕

〔その他〕

<p>多摩大学教員紹介 https://www.tama.ac.jp/guide/teacher/tanaka-t.html researchmap https://researchmap.jp/takaee</p>
--

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
--	---------------------------	-----------------------	----