

中国・東北三省の国際観光の現状と課題

東洋大学国際地域学部教授 梁春香

はじめに

中国東北部の遼寧省、吉林省、黒龍江省は、通常東北三省といわれている。これら三省の総人口は1億385万人（2001年末の統計による）で、中国全人口の8.6%を占めており、面積は1,971,900平方メートルである。

中国経済は20世紀末から高度成長期に入り、とくに観光は国の基幹産業として育てられてきた。2002年の観光統計によると、外国からの中国への来訪者数は、国際観光収入とともに世界ランキング第5位であり、受入観光者数は世界観光全体の5.1%を占めている。

そこで本研究は、東北三省の観光事情と省都である瀋陽市、長春市、ハルビン市（以下三都市という）の観光整備の現状を考察し、将来への課題を指摘しようとするものである。

1. 東北三省観光の中国観光における位置づけ

表1-1は、東北三省別のインバウンド観光客数と国際観光収入を示したものである。表を見ると、東北三省の観光発展は省間に大きな開きがあることが分かる。東北三省の総受入数は194.08万人、そのうち遼寧省は92.94万人で、三省の中ではもっとも多く、吉林省の29.4万人の約3倍に相当する。こうした事情を反映して、国際観光収入も遼寧省は群を抜いて多く、その国際観光収入は、全国31の省、自治区のうち第7位、黒龍江省は14位である。一方、吉林省は24位で、東北三省のみならず、中国全国からみても観光が遅れた地域であることを示している。

表1-1 2002年東北三省別のインバウンド者数と国際観光収入

地域	受け入れ人数 (万人)	対前年増加率 (%)	国際観光収入 (万ドル)	対前年増加率 (%)
遼寧省	92.94	25.6	55,021	18.8
黒龍江省	71.74	17.2	29,717	18.9
吉林省	29.40	8.2	8,629	13.9
三省全体	194.08		9,336,667	
中国全体	9,790.83	10.0	203.85億ドル	14.6

出所：中国旅遊統計年鑑2003版をもとに作成。

注：上記のインバウンドデータには外国人のみならず、香港、台湾、マカオからの入国者も含まれている。

1-1. 東北三省のインバウンド観光市場構成の特徴

東北三省は、ロシア、北朝鮮、モンゴルと陸で接しており、日本、韓国（現状では）とは海一つを隔てた隣国であ

る。そのため、表1-2に示されているとおり、東北三省のインバウンド観光市場も主としてこれらの国々に大きく依存している。

東北三省のインバウンド観光市場構成については、省によって依存する観光市場がはっきりと分かれている。すなわち、遼寧省は主に日本市場（約34.4%）に、吉林省は主に韓国（約45.2%）に、黒龍江省は主にロシア（約79.3%）に、依存している。そして、ロシア人の来訪者数は、中国インバウンド観光市場の半分以上の約53.1%、東北三省のインバウンド観光市場の約45.2%を占めている。

このように、三省によって依存する国が異なる要因としては、第一に地理の近接性が上げられる。たとえばロシアの場合、東北三省と陸続きのため、日帰りの国境貿易、国境観光が盛んに行われ、これが中口観光交流の特徴の一つとなっている。韓国（現状では）も日本も海を隔ててはいるが、地理的に中国に近い。さらに、こうした地理的要因のほかに、近年、中国と東北アジア地域周辺諸国との関係が正常化され、且つ安定していることも大きな要因として挙げられよう。

表1-2 東北三省の受け入れ主要観光市場の構成(2002年)

単位：人

地域	全体数 (注1)	日本	韓国	ロシア
遼寧省	632,970	320,136 (34.4%)	279,096 (30.0%)	33,738 (5.3%)
黒龍江省	630,509	38,914 (5.4%)	22,765 (3.2%)	568,826 (79.3%)
吉林省	230,673	24,906 (8.5%)	132,799 (45.2%)	72,968 (24.8%)
三省合計	1,494,152	383,956 (19.8%)	434,664 (22.4%)	675,532 (34.8%)
中国全体の 来訪者数に 対する比率	1,494,152	383,956 (11.1%)	434,664 (13.1%)	675,532 (20.5%)

出所：表1と同じ。

注1：上段は日本、韓国、ロシア三国の全体数を意味し、下段はその省の受け入れ全体数を意味する。

2. 東北三省の主要都市観光とその整備

東北三省は豊かな自然観光資源に恵まれ、四季折々の観光ができる地域である。夏は涼しいし、避暑地として、また冬は冰雪観光地としてよく知られている。エコツーリズムも展開され、森林観光、自然保護区、河川湖観光地などを中心としての自然観光が人気を博している。中でも、吉林省の長白山一帯、黒龍江省の鏡泊湖一帯の地域は景勝地

として有名である。

東北三省はまた、豊富な人文観光資源や古跡、遺跡、文化的施設、歴史的建造物、地方の民俗行事、特産物や名物などにも恵まれている。とくに地域性のある複合型観光行事イベントも多く行われており、なかでも、長春で開催される映画祭、大連で行われるファッションショーなどのイベント、朝鮮族、満族などのエスニック観光などが定着しており、主要な都市観光となっている。また、国境、辺境観光なども東北三省観光の特色としてあげられる。国際観光としては、日韓の来訪者の多くは国際路線のある空港都市、つまり大連、瀋陽、ハルビン、長春、延吉といった東北の主要都市に集中するのが現状である。そこで、以下、東北三省の観光整備、観光資源について考察しよう。

表2-1は、省別に受入体制（旅行社数、従業者数）受入能力（ホテル数、ベッド数）国際空路整備などについて比較したものである。遼寧省は外国人向けホテル数、国際航空路線の便数において他の2省よりはるかに勝っており、三ツ星以上のホテル数は、他の2省の2倍以上、国際航空便数（67便/1週）は吉林省の3倍、黒龍江省の4倍である。すでにみたように、遼寧省が国際観光実績（受入人数および国際観光収入）において、三省の中のトップであることは、このように国際観光環境が整備されていることの反映と思われる。一方、国際旅行社数は黒龍江省が他の二省よりも多いが、それはロシア人の「国境観光」、「国境貿易」を中心とする観光交流が中口の長い国境地帯で展開されているためと考えられる。

表2-1 東北三省の観光整備基本状況(2004年2月現在)

地域	遼寧省	吉林省	黒龍江省
人口(万人)	4,238	2,728	3,689
面積(万km ²)	15	19	45
外国人向けホテル数(注1)	164	64	74
国際旅行社数	56	41	62
国際航空路線の便数/1週	67	21	16

出所：地球の歩き方「大連と中国東北地方」、中国旅遊統計年鑑2003、北東アジア経済白書 各年版、

注1：3ツ星ホテル以上の軒数

Etour航空時刻表検索【http://www.etour.co.jp/flight/index_schedule.html】などから作成。

観光資源の保有については、人文と自然の観光資源では三省間に大きな差はない一方、博物館などの文化施設は、遼寧省が他の2省より圧倒的に多く、遼寧省の都市型観光地としての特徴をよく表している。リゾートの保有は三省ともにきわめて少ない。

東北三省の観光資源保有（主に外国人向けの観光対象として）のリスト（やはり地球の歩き方「大連と中国東北地

方」のおすすめ度2ツ星以上）をつぎのように整理してみた。

人文名所・旧跡

遼寧省 11ヶ所：中山広場、大連港、203高地、水師営会見所、福陵、昭陵、張氏師府、鴨緑江大橋、鴨緑江、虎山長城、千山、西露天砒、撫順戦犯管理所。

吉林省 13ヶ所：好太王碑、將軍墳、丸都山城、禹山貴族墓地、偽満洲国八大部、偽満洲国軍事部旧址、偽満洲司法部旧址、偽満洲国經濟部旧址、正覚寺。

黒龍江省 4ヶ所：中央大街、ソフィスカヤ寺院、侵華日軍第七三一部隊遺址、国門旅游区。

自然風景名所

遼寧省 2ヶ所：燕窩嶺、サルフ風景区。

吉林省 3ヶ所：松花湖、天池、長白滝。

黒龍江省 5ヶ所：扎龍自然保護区、黒龍江、五大連池風景区、五大連池、黒龍山、達賚湖、キブチャックハン部蒙古部落旅游点、フフノール旅游。

博物館等の文化施設

遼寧省 4ヶ所：大連森林動物園、聖亜海洋世界、大連自然博物館、瀋陽故宮博物館。

吉林省 5ヶ所：文廟博物館、北山公園、龍潭山公園、偽満皇宮博物院、偽満國務院。

黒龍江省 2箇所：東北虎林園、愛輝歴史陳列館。

以上のように、日本で愛用されるガイドブック地球の歩き方「大連と中国東北地方」の情報に基づき、整理して、次のことが分かった。第一に、自然風景名所以外の2項目では黒龍江省の保有数が少ない。また、三省の名所・遺跡をもっと紹介してもらいたいところがたくさんある。たとえば、黒龍江省の牡丹江市付近にある古代渤海国遺跡の上京龍泉府遺跡、ハルビン市付近に金代遺跡、吉林省にある高句麗の古墳などがあげられる。第二に、自然風景名所では、黒龍江省の数が他の2省より多く紹介されているが、ハルビン市の観光目玉としての氷祭りが入っていない。それはやはり対外宣伝効果が不十分で日本では知られていない原因であろう。第三に、吉林省の観光資源保有数は三省の中で少ないわけではない。したがって、外国人の受け入れ人数が他の二省に比べて少ない原因を解明する必要がある。

3. 東北三省の観光環境整備に関する調査とその結果

東北三省の瀋陽市、長春市およびハルビン市は、東北三省の省都であり、各省の主要観光地でもある。これらの都市は日本をはじめ、韓国、ロシア、モンゴル、北朝鮮にもっとも近い。したがって、これらの3都市のソフト・ハード

の観光環境整備は北東アジア地域全体の観光交流拡大に重要な意味を持つと考えられる。

そこで本調査では、3都市の住民が、観光関連のソフトおよびハードの必要性をどの程度強く認識しているかについてアンケート調査を実施した（なお、ここに報告するのは文部科学省科研費によって、現在実施されつつある「環日本海地域諸国の観光ソフト基盤整備調査」の一部である）。

調査方法と対象：

無作為に抽出された3都市の住民1,019人（瀋陽336人、長春343人、ハルビン340人）を調査員が個別に訪問し、アンケートへの回答を求めた。調査対象はそれぞれの市に居住する一般市民、公務員、会社員及び大学生であった。

なお、今回の調査対象はあくまでも観光視点からみるある側面、すなわちその都市に住んでいる住民の観光基盤に関する意識をある程度反映したことにとどまっていることをお断りする。

調査結果：

3-1 観光におけるソフト、ハード整備に関する東北三都市間の必要性の比較

以下は10項目についての「必要性」の度合いを5段階尺度（1=全然必要ではない、5=大いに必要）で評定を求めて、そのデータを分析した結果である。

表3-1は9つのソフト、ハードそれぞれの必要性を3都市間で比較したものである。

項目1「ホテルなどの宿泊施設」、項目3「テーマパークなどの娯楽施設」の必要性については、都市間の差が認められない。

宿泊施設の必要性の平均値は、最高は瀋陽（3.38）最低は長春（3.28）で、5段階尺度としては高くはなく、後述する都市内での順位も7ないし8位で低い。

「テーマパークなどの娯楽施設」の必要性の平均は、最高は瀋陽（3.65）最低は長春（3.50）でいずれも高く、都市内の順位は三都市ともに2位である。したがって三都市に共通して強い要望があるといえる。

「博物館などの文化施設」の必要性（項目2）については、ハルビンと瀋陽で高く、長春では低い。

「観光教育機関」の必要性（項目4）は瀋陽で高く、長春で低い。

「観光サービスの向上」の必要性（項目5）は、瀋陽、ハルビン、長春の順に高い。

「観光人材育成」の必要性（項目6）は長春において著しく低い。

「観光宣伝」の必要性（項目7）はハルビンと瀋陽で高く、長春で低くなっている。「観光地整備保全」の必要性（項目8）はハルビンで著しく高いのが注目される。

最後に「セキュリティ」の必要性（項目9）はハルビンで高く、瀋陽では著しく低い。

表3-1 調査対象東北三都市間の必要度の平均値

必要性の評価項目	瀋陽	長春	ハルビン
1 ホテルなどの宿泊施設をつくる	3.38	3.28	3.34
2 博物館などの文化施設をつくる	3.46	3.29	3.55
3 テーマパークなどの娯楽施設をつくる	3.65	3.50	3.62
4 観光専門教育を行う教育機関をつくる	3.20	2.94	3.04
5 観光サービスを向上させる	3.73	3.54	3.60
6 観光業に携わる人材を育成する	3.52	3.31	3.51
7 観光宣伝を行う	3.57	3.03	3.62
8 観光地を整備し、保全する	3.46	3.37	3.70
9 街のセキュリティ面での安全性を高め	3.18	3.48	3.59

3-2 結果の考察

表3-2は九つのソフト・ハードのそれぞれの都市内での必要度の順位をみたものであるが、表3-1の結果と合わせて、「結果の考察」に示すように5つにまとめることができる。

ホテルなどの宿泊施設の必要性については、三都市間に差異が見られず、三都市内の順位がいずれも7ないし8位と低いところからみて、比較的よく整備されていると思われる。

テーマパークなどの娯楽施設の必要性は平均が比較的高く、かつ都市内の順位も2位と高い。したがって三都市に共通して強い要望があると考えられる。

「観光サービスの向上」は三都市ともに強く求められているが、瀋陽と長春においてとくに必要度が高い。このことは、2都市におけるソフトに関するサービス面の改善の必要性を示唆するものといえる。

表3-2 ソフトおよびハードの必要性の都市内順位と比較

	瀋陽	長春	ハルビン
1 ホテルなど宿泊施設	7	7	8
2 博物館など文化施設	6	6	6
3 テーマパークなど娯楽施設	2	2	2
4 観光教育機関	8	9	9
5 観光サービス向上	1	1	4
6 観光人材育成	4	5	7
7 観光宣伝	3	8	3
8 観光地整備、保全	5	4	1
9 街のセキュリティ	9	3	5

問題10は記述式のため、除外

ハルビンでは観光地の整備、保全が強く求められている。

観光専門教育機関については、観光教育の重要性が、なかなか一般の人に認識されにくいことを示唆しているように思える。三市ともに観光教育機関の必要性が低いという今回の結果は、現状と遊離しているように筆者には思える。

終わりに 東北三省の国際観光交流拡大への課題

1. 観光PR強化の必要性

今日のような情報社会においては、観光宣伝活動が果たす役割はきわめて大きい。現代観光はある意味では、観光者が得た情報を確認するために行われるものとさえいえる。観光情報は、観光者の観光意思の決定や観光地の選定になくてはならないものである。今回の東北三省都についての調査においても、「テーマパークなどの娯楽施設」の必要性とともに、「観光サービスの向上」「観光宣伝」の必要性が高い順位で指摘されている（表3 2参照）。そこで、以下、今後の観光宣伝においてとくに留意すべき点を述べよう。

東北三省は、一部の人たちにとっては、すでに知名度の高い地域だとも言える。というのは、日本人の中には、東北三省を「旧満州国」として身近に感じている人が少なくないし、東北三省には、「戦前の日本」と「戦後の日本」の二つの日本を知っている中国人も多いはずである。したがって、日中両国人のこのような認識をどのようにして、観光という次元で「共有できる認識」にするかが大きな問題であり、その方法を考えることが今後の課題の一つといえよう。

また、東北三省は豊かな観光資源を持ちながら、そのことが意外に知られていないばかりか、違うイメージが植えつけられて、観光対象とされにくいところがある。たとえば、長白山一帯はある民族（韓国、北朝鮮）の聖の山というイメージに留まっているが、この地域はエコツーリズムにもっとも適した観光地であり、観光というフィルターを通して、この地域の歴史、文化を知ることができることを、広く観光PR活動を通して人々に認識させる必要がある。

さらにこの地域には、歴史上、観光価値の高い史跡、戦跡などがあるが、それらのこともほとんど知られていない。たとえば、東北三省、ウラジオストク、北朝鮮には古代渤海遺跡が散在し、日本にも、とくに日本海側に関連史跡が残っているが、これらは文化遺産として認識されていないのが現状である。最近、黒龍江省牡丹江市がその史跡保護

に着手し、観光対象としての整備作業を進めているが、この動きは渤海遺跡保護と遺跡の観光資源としての利用に大きな意義があると考えられる。

2. 「多国周遊型」観光ルートの開拓の必要性

表1 2で指摘したように、東北三省の国際観光市場は、日本、韓国、ロシアのいずれかに過度に依存しており、その依存の仕方に大きな不均衡がある。このアンバランスはできるだけ早期に是正されることが望ましいが、それには、当面は、遼寧省はロシア人の誘致に、黒龍江省は日本人、韓国人の誘致に、吉林省は日本人、ロシア人の誘致にさらに力を入れる必要があり、将来的には、観光市場を近隣三国だけに依存するのではなく、遠距離の国々の観光市場をも開拓する必要がある。

最後に、東北三省観光市場の不均衡を是正するためにも、日・韓・ロ・中の多国間協力による周遊観光ルートの開発が必要であることを強調しておきたい。これまでの観光ルートは一国中心で、ボーダレスな「多国周遊型」観光商品がほとんどない。今後これまで主流であった「単一国訪問型」から「多国周遊型」の観光旅行商品へ拡大し、多国周遊型観光商品が主流に変わる必要があるが、こうしたものとして、たとえばつぎのルートが考えられよう。

エコツーリズムの旅：日本（環日本海地域）+ 東北三省 + ロシア（沿海州）のルート

歴史遺跡の旅：韓国+東北三省+ロシア（沿海州）+ 日本

渤海歴史街路の旅（航路による）：東北三省 + ウラジオストク + 石川、京都、奈良ルート

上記のルートはほんの一例に過ぎないが、この地域における社会、経済環境が整備され、観光基盤が整えば、さらに多くの周遊型観光ルートが形成され、より多く周遊できる観光旅行商品を観光者に提供できる。そうなれば、観光は、地域内の人々の往来と相互理解を深めることに大きな貢献をすることが期待できるであろう。

付記：本研究は2005年度文部科学省科学研究費（基盤研究B課題番号：16330106代表者：梁春香）の助成を得て、進められた研究成果の一部である

参考文献：

1. 梁春香（2003年）「北東アジア国際観光交流圏の形成：現状と展望」財団法人 日本国際問題研究所編「北東アジア開発の展望」の第8章
2. 梁春香（2002年）「北東アジアにおける国際観光交流圏の形成過程」東洋大学国際地域学部「観光学研究」

第1号

出版社

3. 環日本海経済研究所「北東アジア経済白書」(各年)
4. 中国政府観光局「中国旅遊統計年鑑」各年 中国旅遊

5. JNTO国際観光白書「世界と日本の国際観光交流の動向」(財)国際観光サービス(各年)

The Current Status of Tourism in Northeastern China and Related Issues (Summary)

Chun Xiang Liang

Professor of International Tourism, Faculty of Regional Development Studies, Toyo University

In today's information-based society, the role played by tourism advertising campaigns is extremely significant. In a sense, modern tourism can even be described as taking place so that tourists can verify the information that they have received. Tourism information is essential to tourists' decisions to engage in tourism, as well as in the selection of their destination. In this survey concerning China's three northeastern provinces, the necessity of "improving tourism services" and "tourism advertising" came out at the top of the list of responses. The points that are particularly noteworthy with regard to tourism advertising in the future are as follows.

For some people, the three northeastern provinces could be described as regions that already have a high name recognition factor. In other words, as the former "Manchukuo", it feels familiar to quite a few Japanese people and there should be many Chinese people in the northeastern region who know Japan in both its prewar and postwar incarnations. Consequently, the big question is how to turn this awareness of the part of both Japanese and Chinese people into a "shared awareness" in the realm of tourism; thinking about ways of doing this is one of the challenges to be faced in the future.

Moreover, although the three northeastern provinces have an abundance of tourism resources, a completely different image of the region has become implanted in people's minds, perhaps because there is a surprising lack of knowledge of these resources, so it is difficult to position it as a tourism destination. For example, awareness of the Mt. Changbaishan (Paekdusan) area begins and ends with the knowledge that it is a sacred mountain for some ethnic groups (the people of the ROK and the DPRK), but this region is a tourism destination that is highly suited to ecotourism, so it is necessary to use widespread tourism PR activities to make people aware of the fact that it is possible to get to know the history and culture of this region through the filter of tourism.

Furthermore, there are various historic sites and battle sites of historic significance that are highly valuable in tourism terms, but there is hardly any knowledge of these. For example, there are sites dating back to the time of the ancient Bohai kingdom scattered throughout Northeastern

China, Vladivostok and the DPRK, and related sites remain in Japan as well, particularly on the Japan Sea side of the country, but at present there is no recognition of these as cultural treasures. Recently, the city of Mudanjiang in Heilongjiang Province began work on protecting these historic sites and is conducting development work with a view to making them a focus for tourism; this development is believed to be of immense significance in terms of both the protection of historic Bohai sites and the use of such sites as tourism resources.

International tourism markets in the three northeastern provinces rely excessively on Japan, the ROK or Russia, and there are considerable disparities between the forms of this reliance. It would be preferable to remedy this imbalance as soon as possible, but in order to do this, it is necessary for the moment to devote greater energies to attracting Russians to Liaoning Province, Japanese and South Koreans to Heilongjiang Province, and Japanese and Russians to Jilin Province. In the future, rather than being solely reliant on tourism markets in the neighboring three countries, the cultivation of tourism markets in more distant countries will be required.

Moreover, I would like to stress that, in order to rectify the imbalance between the tourism markets in the three northeastern provinces, it will be necessary to develop multiple destination tour routes through multilateral cooperation between Japan, the ROK, Russia and China. Until now, tourism routes have focused on a single country and there have been hardly any borderless "multi-country tour type" tourism products. In the future, it will be necessary to expand the range of tourism and travel products from the "single country visit type" that have been the main form until now to include "multi-country tour type" products. If the foundations for tourism in this region can be put in place, more multiple destination tour routes will be formed and it will be possible to provide tourists with more tourism and travel products that allow them to see a greater range of destinations within the region during their trip. If this can be achieved, we can expect tourism to make a significant contribution to increasing flows of people to and within the region and to deepening mutual understanding.