

平成 19 年度 新潟県留学生調査研究事業

報告書

平成 20 年 3 月

財団法人新潟県国際交流協会

平成19年度 新潟県留学生調査研究事業 について

(財)新潟県国際交流協会では、県内留学生を対象に、「北東アジア地域、若しくは東南アジア、中国南部その他の当県とつながりのある地域との交流促進」をテーマに調査研究を募集したところ、8件の応募があり、有識者による審査の結果、下記の2件を決定しました。(裏面の募集案内参照)

この留学生達は、それぞれのテーマにより調査研究レポートを作成しました。

彼らの高い学識と外国人の視点を活かした調査研究に期待するところです。

なお、この事業は今年度初めて実施いたしました。

もうしびん
孟子敏さん(新潟大学大学院、中国出身)

テーマ「新潟県の観光旅行事業の活性化に向けて—中国河北省石家荘市における訪日旅行市場の調査」

ナザレン フリアス
Nazarene M. Friasさん(長岡技術科学大学大学院、フィリピン出身)

テーマ「新潟在住フィリピン人の来日前後の日本社会に対する認識と日常生活におけるその影響」

平成 19 年度 新潟県留学生調査研究事業 募集案内

平成 19 年 5 月 1 日
(財)新潟県国際交流協会

1 概要

新潟県と海外との交流促進を目指すために、高い学識と外国人の視点をもって、特定テーマについて調査研究を行う留学生を募集します。

2 募集团体要件

県内の大学等に在籍する留学生 *グループ可

3 募集期間

平成 19 年 5 月 1 日(火)から 6 月 29 日(金)まで

4 応募方法

裏面の応募用紙(英語又は日本語)を下記住所にご郵送、FAX またはご持参ください。

5 審査

有識者で構成する審査委員会による書類選考のうえ、調査研究を手がける留学生 2 件を決定し、7 月 31 日(火)までに公表します。

6 賞

採用された留学生には、賞金 10 万円を贈呈します。

7 調査研究について

(1) テーマ

北東アジア地域、若しくは東南アジア、中国南部その他の当県とつながりのある地域との交流促進

(2) 実施期間

平成 19 年 8 月 1 日から平成 20 年 2 月 15 日まで

(3) 成果物

2 月 15 日までに調査研究についてのレポート(英語又は日本語)をお出してください。

*A4・20 枚以内(図や表を含む)とし、国又は県などへの政策提言や具体的な事業提案を含むもの。

8 その他

- ・ レポートは日本語に翻訳のうえ、3 月末に県協会HP 等により公表します。
- ・ レポートの著作権などの一切の権利は、県協会に属するものとなります。
- ・ レポートは、県協会の広報等に利用するため、留学生の名前・学校名などが、当協会の広報媒体や報道機関等が発行する媒体に公開されることがあります。

<問い合わせ先> (財)新潟県国際交流協会

〒950-0078 新潟市中央区万代島5-1 万代島ビル2階

■TEL 025-290-5650 ■FAX 025-249-8122

新潟県の観光旅行事業の活性化に向けて —中国河北省石家荘市における訪日旅行市場の調査—

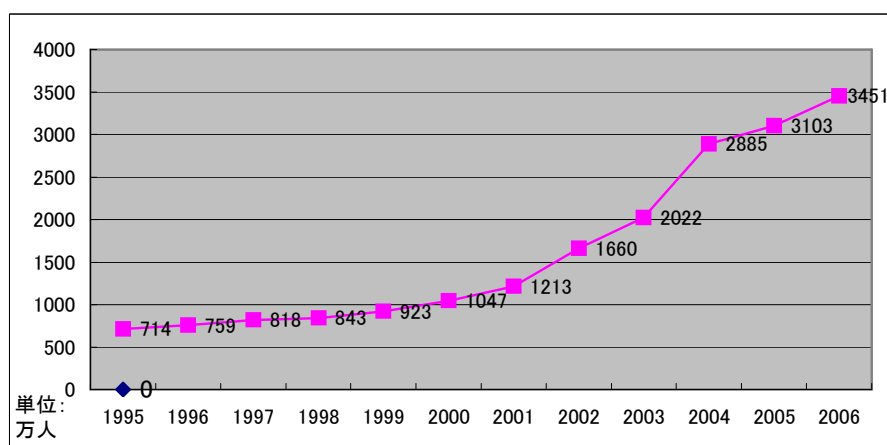
新潟大学
孟子敏

はじめに

新潟県は、東日本中部地方の日本海沿岸に位置し、広い平野・高い山・大きな海・長い川のある自然に恵まれた美しき地方として、バラエティー豊かな観光資源を有している。その観光資源を活かした地域経済振興の一つの施策として、新潟県は観光旅行事業を産業発展の一つの起爆剤としている。

その観光旅行であるが、最近では海外旅行者、特に中国からの旅行者は日本の観光旅行事業への貢献度が高まっている。現在、中国ではアジアを中心とした外国旅行がブームになっている。中国国家旅遊局の公表資料によると¹、中国人の外国旅行者数は、1995 年の 714 万人から、2006 年には 3,452 万人までに達しており、この 12 年間で約 5 倍に激増している（図 1）。

図 1 中国人海外旅行者数の推移



出所：中国国家旅遊局『中国旅遊統計年鑑』各年次版による。

旅行先別にみると、香港とマカオが最も多く、出入国総数の 5 割以上を占めている²。日本へはというと、2002 年以降第 3 位を占め続けている（表 1）。そして、中国からの訪日

¹ 中国国家旅遊局『中国旅遊統計年鑑』各年次版による。

² 観光目的で行った国及び地域では、香港・マカオが最多なのは、地理的な環境だけでなく、旅行に必要な手続きの利便性などが直接影響しているものと思われる。

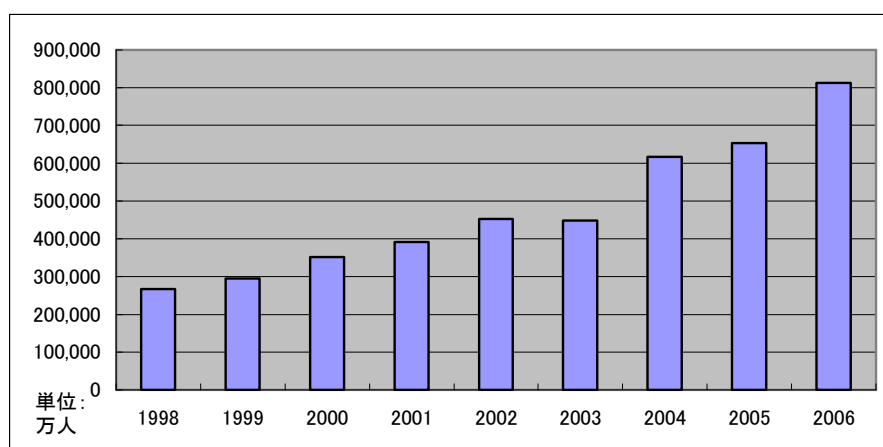
旅行者数が年々増加しているのである。国際観光振興会の統計資料³によると、訪日中国人数は 1998 年以降、堅調に伸びてきている（図 2）。その数は、1998 年は 26.7 万人であったが、2006 年は 81.2 万人までにのびた。また、訪日中国人数が訪日外国人全体に占めるシェアはまだ 1 割ぐらいと、その割合は決して多くはないが、この 10 年間の平均の増加率では 14% 増と高い伸び率を示している。

表 1 1999~2006 年間に於ける中国人海外旅行先上位 10 位国・地域

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1	香港							
2	マカオ							
3	タイ			日本				
4	日本	ロシア	日本	ロシア			ベトナム	タイ
5	ロシア	日本	ロシア	タイ	ベトナム		韓国	
6	韓国		米国	韓国			ロシア	ロシア
7	シンガポール		韓国	米国	タイ			米国
8	北朝鮮		シンガポール		米国			シンガポール
9	オーストラリア		ベトナム		シンガポール			ベトナム
10	ドイツ		オーストラリア	北朝鮮	マレーシア			

出所：中国国家旅遊局公表資料による。

図 2 中国訪日旅行市場の規模とその推移



出所：国際観光振興会「日本の国際観光統計」による。

³ 国際観光振興会「日本の国際観光統計」による。

また、中国人旅行者の外国での消費金額はかなり高額である。ある調査レポートによると⁴、中国からの訪日旅行市場は、2020 年までには年間 280 万人、1 人当たりの日本国内消費額は、旅費とショッピングを合わせて 21.5-27 万円、そして総額は 6,020-7,560 億円規模に達するものと推測されている。このように、中国からの観光客の誘致は、新潟県における外国旅行先として地域経済の活性化につながることを期待されると考える。

一 調査の目的と意義

(一) 観光旅行事業の経済波及効果

観光旅行事業の発展は、旅行消費の拡大を促進し、かつ関連産業の振興や雇用の拡大といった大きな経済波及効果をもたらすことから、地域経済の活性化に対して多大な貢献を果たす。また、外国人旅行者の増大は、外国人の日本に対する正しい理解を深め、国家・地域間の相互理解の増進につながり、国際平和に貢献するという重要な意義を有する。それゆえ、観光旅行事業の発展による外国人旅行者の増大が社会的に求められているのである。

前で述べたように、現在の中国の外国旅行者数は、約 3,500 万人で、すでに日本の海外旅行者数の 1,600 万人を倍以上で大きく上回っている。世界観光機関の調査によると、2020 年には中国の外国旅行者数は約 1 億人に達して、中国は世界第 4 位の大型観光客の供出国となることが予想されている。そして、世界免税協会 (TFWA) と AC ニールセンの発表した統計によると、2006 年の中国人旅行者の外国でのショッピング支出額は、総計 243 億 US ドル (約 2 兆 7,800 億円)、1 人当たりのショッピング支出額は 1,573US ドル (約 18 万円) と世界最高額になったことが明らかとなった。

中国人旅行者は、外貨持ち出し規制の緩和や現地での決済手段の多様化により、購買力が向上し、外国旅行先としての地域経済への貢献度を高めている。中国人観光客の外国での消費金額はかなり高額で、1 人当たり 30 万円を日本で消費したとの話もある。中国人は面子や礼節を重んじ、一旦外国旅行に出掛けると、本国の関係者へのお土産購入に勤しむ傾向が強いといわれる。それが活発な消費となって旅行先での売上に貢献していると思われる。

また、中国人観光客は高級百貨店、ブランド・ショップよりも、小売店が立ち並ぶ商店街を好み、何軒かの店を歩き回り、価格を比較しながら、お金を広く細長く落して行くという傾向がある。こうした消費行動の特徴から、商店街に代表されるような旅行先地域の「草の根」経済は、中国人観光客からの最大の受益者になっている。そのため、中国人観光客の誘致は、当該地域の雇用維持や地域活性化につながることを期待される。

以上の理由で、巨大な人口と急速な経済成長を遂げる中国からの観光客誘致は大きな魅

⁴ 調査レポート「新たな潮流-中国における訪日旅行市場の開拓にあたって-」共立総合研究所機関誌『レポート 2007Vol.116』。

力となっている。現在、世界各地の国・地域間で中国人観光客を獲得するための競争が激化しつつある。観光資源博覧会や旅行博覧会などには各国・地域が出展し、地元を盛んにアピールしている。

そのような世界における中国人観光客の獲得競争において、日本は近隣であり、また豊富な観光資源を持ちながら、現状ではかなりの遅れをとっている。日本人海外旅行者は 1,600 万人にのぼるが、訪日外国人旅行者はその約 3 分の 1 に止まっている。日本の外国人旅行者受入数は、年間約 600 万人で世界 33 位であり、アジアの中でも 8 位となっている⁵。このように、訪日外国人旅行者数は日本の国勢規模などから見て極めて少ない現状にあり、その増大に積極的に取り組む必要があると思われる。

その格差を是正するため、日本は 2002 年に「グローバル観光戦略」を策定し、当時の小泉総理大臣が 2010 年に訪日外国人旅行者数を 1,000 万人に倍増する目標を示した⁶。この戦略の一つとして、国は地方自治体および民間と共同して「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(VJC) を立ち上げ、現在官民一体で展開を図っている。この目標を達成すべく、韓国、台湾、米国、中国、香港、英国、ドイツ、フランスを重点国・地域として事業を実施しているのである。

(二) 新潟県の観光旅行事業

地方自治体にとっても、中国からの観光客誘致は大きな意義を有している。新潟県は、日本海沿岸の平野・山・海・川のある美しき地方として、バラエティー豊かな観光資源を有している。重要有形民俗文化財(国指定)件数が全国で第 1 位(16 件)、自然公園面積(316,955ha)と海水浴場数(76 ヶ所)が全国第 2 位、そして温泉地(154 ヶ所)とスキー場(75 ヶ所)の数が全国 3 位で⁷、このように新潟県は日本の自然風景と伝統文化を体験できる観光地である。また、新潟県には、新幹線、高速道、空港、港湾のような社会インフラが揃えており、日本海を挟んで対岸諸国との玄関になっている。

それゆえ、新潟県は地域経済振興の一つの施策として、観光旅行事業において産業発展を目指しているのである。しかし、これらの豊かな観光資源と社会資本を十分に生かされていないため、新潟県における観光旅行事業は、まだ進展半ばであると思われる。特に、訪日旅行の行き先として、新潟県はそれほど有名ではないとはいえるだろう。

だから、新潟県の恵まれた観光資源を活かし、観光旅行事業の活性化に向けて、新潟県の観光魅力を海外に発信し、海外観光客を誘致する対策を強力に推進して行く必要があるであろう。この新潟県の観光戦略を立てるに当たっては、訪日旅行市場の状況について調査研究を実施すべきであろう。その調査研究は、多くの訪日旅行者が期待できる中国人旅

⁵ 2002 年に、訪日外客数は、約 542 万人(対前年比 9.8%増)となり、初めて 500 万人を超えた。2004 年に、訪日外客数は、約 614 万人(前年比 17.8%増)となり、初めて 600 万人台を突破した。

⁶ 平成 15 年 1 月 31 日の小泉前内閣総理大臣の第 156 回国会施政方針演説において、訪日外国人旅行者数を 2010 年までに 1,000 万人に倍増することが目標に掲げられた。

⁷ 新潟県のホームページによる。

行者の「生の声」を現地で聞いて、その市場調査の結果に基づいて、新潟県の観光旅行事業の発展を促進する対策を見出すことができると考えられる。

このような考え方に立って、中国の都市における訪日旅行者の意向と行動について調査研究することとしたい。

二 調査対象と調査方法

以上の目的で、中国人観光客の「生の声」を聞くために、筆者の出身地でもある河北省石家荘市を調査のサンプルとして、現地で訪日旅行市場の現状と動向について、アンケート調査とインタビュー調査を行うことにした。

河北省は、直轄市の北京市・天津市が内部に存在し、面積および人口ともに、日本のおよそ 2 分の 1 に相当する沿海部省である。石家荘市は、河北省の省都であり、所得水準は中国の大都市の中位に占めており、日本の 1970 年代前半の水準に達している。1960 年代後半から 1970 年代前半にかけて日本が「海外旅行ブーム」を経験したため、この都市を選んで訪日旅行市場を調査するサンプルとすることは、有望であり、かつ適切であると考えた。

(一) 調査対象

調査対象については、河北省石家荘市の市民、大手旅行業者および旅行会社を管理する行政機関である河北省旅遊局を対象とした。

調査対象とした市民は、中層以上の収入の階層者を主体とした。私営企業、金融機関の従業員、公務員、大学職員の中から、50 人をランダムに選び、その人を対象にアンケート調査を実施した。その理由は、一般の中国人にとっては、外国旅行はまだ夢のようなものであり、収入面の制約で、まだ外国旅行のことを考えるまで余裕がないからである。

外国旅行の成長は、その国の経済成長と比例するといわれている。一般的によくいわれるのが、1 人当たりの GDP 額が 5,000 ドルを突破すると外国旅行ブームが到来するということである。それを全中国で見ると、1 人当たりの GDP は 2003 年に 1,093 ドルであり、この水準を日本に置き換えると 1960 年代の高度経済成長期のレベルに相当しておらず、まだまだ全中国国民が外国旅行ブームに沸いているとはいえない。

大手旅行業者については、中国では外国旅行を取り扱える旅行代理店は限定されているため、「外国旅行資格」を持つ旅行社を調査対象とした。具体的にいえば、河北省では、全体で 984 社の旅行会社があって、そのうち、国際旅行業者は 42 社、国内旅行業者は 942 社がある。そして、42 社の国際旅行業者のなかで、政府に認められた外国団体旅行を取り扱える「外国資格旅行社」は 21 社しかない。そのため、この 21 社の「外国資格旅行社」から、規模的に最も大きい 5 つの旅行会社を選んで、その旅行会社にインタビュー調査をして、外国旅行について有益な情報を採取した。この 5 社は、河北省中国旅行社、河北省

中国国際旅行社（河北省外国旅行総会社）、河北省中国青年旅行社、河北航天国際旅行社（元河北国際旅行社）および河北虹橋国際旅行社である。

河北省旅遊局は、行政機関として、旅行会社の管理を担当している部局である。

このように、この調査研究を行うに当たっては、まず、中層収入以上と思われる市民 50 人をランダムに選び、その人を対象にアンケート調査を実施した。そして、旅行会社の大手 5 社にインタビュー調査を行い、また、旅行会社の管理を担当している行政機関としての河北省旅遊局を訪問してヒアリング調査をした。

（二）調査方法

本調査では、アンケート調査とインタビュー調査の手法を用いて、市民、旅行業者と旅行管理機関を対象として、中国人の訪日旅行の現状と意向について実地調査を行った。

まずアンケート調査では、アンケート調査表を事前に作成したうえで、調査対象としての市民に手渡し、あるいはメールで送信し、本人の記入による調査結果を回収した。

次のインタビュー調査では、旅行会社と旅遊局の担当者たちを訪問し、事前に用意した調査票に基づきヒアリングした。個人面接と集合面接の手法の両方を使った。

なお、本調査の実施時期は、2007 年 8 月 6 日から 8 月 20 日までの 2 週間を当てた。

三 調査の内容と結果（一）－河北省石家荘市の市民に対する調査：訪日旅行の意向

中国の都市における訪日旅行の具体的で、かつ特徴的な意向と行動を把握するために、本調査では、まず、河北省石家荘市の市民を調査対象として、アンケート調査を実施した。なお、市民の意向調査は、中層収入以上の階層者を主な調査対象とした。また、その他の収入層市民の意見の特徴的なものをも加味する形をとった。

（一）訪日旅行の意向

市民に対するアンケート調査では、まず、市民の訪日旅行の意向について尋ねた。具体的には、訪日旅行の意欲の有無、訪日旅行の行き先、旅行先でやりたいこと、旅行の予算、旅行の時期と滞在日数、外国旅行に関する情報収集の方法、再度の訪日の可能性などについて調査した。本項は、その調査結果をまとめたものである。

1. 外国旅行経験の有無

外国旅行をしたかどうかについての問いに対しては、「なし」と答えた人が 80.8%で、ほとんどであった。貧富の差が大きい中国においては、市民にとって外国旅行はまだ手が届くものではないということが分かった。

そして、外国旅行をしたかどうかに関わらず、海外旅行をするに当たってネックになっている事項を選んでもらったところでは、78.7%の回答者は費用面を挙げた。続いて順番順に、手続きの煩雑さ、優良旅行会社の少なさ、言葉の不自由さなどが挙げられた。

また、将来の外国旅行の意向を聞くと、外国旅行に行きたいと回答した人は 96.3%にのぼり、「1 年以内に行く予定が具体的にある」との回答は 18.4%であった。

2. 訪日旅行の希望・計画の有無

日本に行ったことがあるかどうかについては、「ある」という回答が 11.5%しかなかったことから、来日経験の無い中国人が数多くいるということが分かった。

そして、「日本に行きたい、行ってみたい」と考えている人が全体の 86.4%を占め、日本観光に対する関心度は非常に高いといえる。そして、訪日旅行を希望している人や具体的な計画を立てている人は、特に 20 代、30 代に集中しており、また既婚者が多かった。

3. 訪日旅行の目的

まず、日本のイメージについては、プラスのイメージを持つ人が多かった。例えば、日本は産業が発達している国だと思っている人が全体の 74.6%を占め、次いで日本を生活や教育水準の高い国とイメージしている人が全体の 52.0%を占めた。

そして、日本観光で最も楽しみたいことについては、温泉、火山、山、海などの「自然風景を楽しむ」73.2%であり、城、神社仏閣、日本庭園、街並みなどの伝統的「史跡・歴史的建造物を見る」51.1%になっている。そして、次にやりたいこととしては、「日本文化を体験する」39.1%で、「ショッピングを楽しむ」32.4%で、「日本料理を楽しむ」21.1%、などが上位を占めた。

具体的には、「温泉に入る」がトップの 44.5%で、かなり人気があることが分かった。そして、中国でブームになっている日本料理を本場で食べることが、訪日の動機の一つになっていることが窺えた。また、日本滞在中に購入したい品目については、「ブランド品」、「洋服」、「デジタルカメラ」が最も多かった。

4. 日本で行きたい地域

訪日旅行で行ってみたい地域について回答してもらったところでは、東京（全体の 75.1%）、大阪（62.8%）、名古屋（54.3%）、北海道などのその他の地方（23.4%）の順番となっている。つまり、中国人の行きたい訪問先別では、特別の地理的な特徴のある北海道を除いて、主に東京都や大阪を中心にした大都市に集中しており、地方の都道府県へ旅行する意欲は少ないというより、よく知らないといった方がよいと思われる。

5. 旅行費用

旅行の予算については、9,000-11,000 円（17 万円前後）以下を希望する人が 76%で最も多く、そのうちの半数は、5,000-7,000 円（10 万円前後）以下を希望している。

日本でのショッピングの消費額を回答してもらったところでは、2000 円（3.5 万円前後）以下と答えた人が 46.4 の割合で最も多かったが、2000-8000 円（3.5 万円-13.5 万円前後）

と答えた人が 34.6%で、8000 元（13.5 万円前後）以上と答えた人が 19.0%で、かなりの比重を占めている。

6. 訪日の時期と滞在日数

訪日時期については、5 月が最も多く、次いで 10 月の季節の良い時期であった。なお、訪日計画は 1 カ月－2 カ月前に、検討・策定するケースが最も多かった。

滞在日数については、7－10 日が最も多かった。それから、家族や親戚と出掛けたいとする人が最も多く、次いで友人との訪日であった。

7. 外国旅行情報の入手方法

外国旅行に際しての旅行情報を入手する方法については、大別すると、「友人からの口コミ」と「旅行会社」になり、両者合わせて全体の 8 割弱を占めた。次いで、「新聞・雑誌」、「インターネット」、「テレビ・ラジオ」、「旅行ガイドブック」などが多く利用されている点も共通であった。このような調査結果により、中国では、外国旅行についての情報が入手できる環境がかなり整備されていることが分かった。

8. 再度の訪日の可能性

これまで訪日したことがある人で、「再度訪日する可能性がある」と回答した人が全体の 61.4%を占め、そのうち、13.8%の人は、1 年以内に訪日する予定であると回答した。

(二) 新潟県を含む旅行行程への意向

市民に対するアンケート調査の第二の部分では、市民の新潟県への認知度、新潟県を含む訪日旅行への意欲、希望する新潟県を含む旅行の行程プラン、新潟観光でやりたいことなどについて尋ねた。本項は、この調査結果をまとめたものである。

1. 新潟県への認知度

まず、「新潟県を知っているかどうか」という問いに対して、「よく知らない」と答えた人が 81.3%となり、「知っている」人がわずか 17.7%であった。残念ながら中国人にとって、新潟県はかなり知名度が低いといえる。

2. 新潟県を含む旅行への意欲

新潟県へ旅行する意欲については、「ある」と回答した人が 18.4%で、非常に少ない。新潟県が中国人観光客を誘致することはけっこう厳しい状況に直面しているといえる。

3. 新潟観光でやりたいこと

新潟県に対する知名度および旅行先地としての意向調査に対しては低い結果がでている

わけであるが、新潟県に旅行してみたいと思う人の新潟観光の目的は、自然景観観光型が半数近くを占めていることが窺えた。

具体的に、新潟観光で行きたいところは、温泉が 94.1%、観光地が 72.9%、スキーが 64.4%、買い物 42.8%、ゴルフ 22.5%となっている。

4. 新潟県までに旅行する前提条件

新潟県までに行く前提条件については、「団体旅行の行程の内容」によると考えている人が 58.6%で、最も多かった。そして、「伝統的な文化の体験」を希望している人が 46.2%であり、「地元の人との交流」を希望している人が 33.7%で、割合も大きかった。

四 調査内容と結果（二）

－大手旅行会社・河北省旅遊局の調査：訪日団体観光旅行の現状と特徴

本調査では、河北省石家荘市にある 5 つの大手旅行会社、および旅行業界を管理する行政機関である河北省旅遊局へ直接インタビューを実施し、訪日旅行の現状と特徴および問題点について調査した。その調査結果によって、以下のことが窺え知ることができた。

（一）訪日団体観光旅行の現状

中国人の自費による外国旅行は、1983 年の香港、マカオ旅行の解禁を皮切りに、現在までに中国人が団体旅行で観光できる旅行目的地は 63 か国・地域に達し、総人数も 3,000 万人を突破した。また、近年は個人による外国旅行人数が、公務による外国旅行人数を大きく上回るようになった。その旅行目的地としては、香港、マカオ、日本、タイ、ロシア、韓国などが人気を占めている。

日本は、地理的な優位性があり、日中文化交流が長く、また両国の文化に一定の共通性があることから、早期に中国人の外国旅行目的地となった。中国人の訪日団体観光旅行は、2000 年 9 月から北京市、上海市、広東省の 3 地域の住民を対象に開始され、2004 年 9 月からは天津市、江蘇省、浙江省、山東省および遼寧省が対象地域に拡大された。そして、2005 年 5 月からは、愛・地球博に併せて団体観光解禁を中国全土に拡大させた。

ただし、後述するように、現状では中国人の外国への個人旅行が規制されているため、日本への個人観光旅行はまだ限定されている。このような規制の関係で、中国人の訪日旅行の主な形式は、団体旅行になっている。訪日団体観光旅行が解禁されたのを機に、2000 年 9 月から、とくに 2005 年 5 月から、中国人の訪日団体観光客の数が好調な伸びを持続してきている。

中国人の外国旅行を促す要因としては、着実な経済成長による収入の安定と上昇、出国手続の簡素化、個人旅行の一部解禁、外貨持ち出し規制の緩和などが挙げられている。そのほか、連休制度の導入、旅行目的地の増加、旅行会社の開放なども促進要因になってい

るといふ。

近年、中国の高度の経済成長に伴い、国民の所得が伸びており、生活水準が向上してきている。そのなかで、文化や娯楽・レジャー活動に対する消費の割合が相対的には小さいながらも急速に拡大しているため、旅行への消費意欲が高まってきた。

そして、出国手続の簡素化について、2002 年 12 月 31 日までに、24 カ所の大・中規模都市でパスポート取得が簡素化されたが、2005 年には中国のすべての大・中規模都市で実施されるようになった。ちなみに、現在のパスポート申請方法は、中国人が身分証明書と戸籍抄本を基にパスポートを申請・受け取ることが出来るようになった。なお、申請から受け取りには 14 営業日を必要とする。

また、個人旅行の解禁について、香港との CEPA（緊密経済貿易協定）の締結に伴い、2003 年 7 月以降広東省居住者から始まった個人旅行解禁は、2006 年 6 月現在で、13 省、44 都市(4 直轄都市を含む)の居住者にまで広がった。人口にすると約 2 億 7,000 万人となり、日本の総人口の 2 倍を超える規模である。

最後に、外貨持ち出しの規制緩和について、中国国民の外貨持出額の上限は、短期滞在の場合には 2003 年 9 月に 1 回当たり 1,000US ドル相当から、2005 年 8 月には 5,000US ドル相当にまで大きく引き上げられた。したがって、個人・団体旅行に関わらず、中国人の旅行者による外国での消費意欲の向上に拍車をかけているようである。

(二) 訪日旅行市場の特徴

現在の中国の外国旅行者は、私営企業の経営者、大型国営企業の管理者、高収入の会社員、政府の官員が主流を占めている。特に、日本旅行を選択する旅行者は、主に外国企業の従業員、私営企業経営者、銀行員など高収入層に集中しているが、政府の官員のような人たちは、公費で旅行会社の主催する団体旅行に参加しにくいので、官用視察の名目で日本を訪れるケースも少なくない。

一般的に、中国の市民は、日本に対して、「近代的で工業化の生活、教育水準の高い国」、「伝統文化と現代文化が巧く融合した国」などのイメージを持っている。そのため、中国人の旅行者にとって、訪日旅行の魅力は、「現代的都市」、「中国に少ない自然景観」、「温泉」や「日本食」に代表される「伝統的な日本文化」と考える傾向が強い。

そして、電化製品や化粧品をはじめとするショッピングも訪日旅行の魅力の一つになっている。また、中国人の訪日客が訪日するのは殆ど初めてなため、中国人が憧れる有名な都市を見たいと希望する旅行者が多い。そのため、旅行会社は、東京および大都市訪問を中心としたスタンダードコースを提供している。例えば、本州コース、九州コース、北海道コース、沖縄コースがある。

インタビュー調査によって、各旅行会社が提供している主なコースは、訪問する都市および行程コースがほぼ同じで、日数だけが違うものである。旅行会社にとっての売れ筋商品は、東京を含めた大都市と温泉が入っている本州のコースである。例えば、「東京・箱根

〔富士山〕・名古屋・京都・大阪〕のコースが売れ筋となっている。このコースの行程は、日本の 3 大都市や富士山を見て、ディズニーランドに行き、温泉、日本食を楽しむものである。

このように、今現在、中国人観光客の主な訪問先は、東京、名古屋、大阪を結ぶいわゆる「ゴールデンルート」およびその周辺地域が圧倒的割合を占めており、新潟県のような地方都市への観光は非常に少ないのが現状である。

ところで、訪日旅行のツアー価格は年々下がってきており、一般市民の手の届く範囲になってきている。2000 年当初は約 20 万円程度の料金が一般的であったが、最近では 10 万円前後の商品も出てきている。各旅行会社のツアー価格を見てみると、日本「東京・大阪・本州エコノミーツアー」はおおよそ 7000 元（約 11－12 万円）になっている。

（三）訪日旅行を阻害する要因

旅行会社の把握した情報によって、訪日した旅行者が日本滞在中に最も良かったことと思うのは、「親切で協力的」、「よく組織化されていて効率的」、「清潔」、「多彩な見どころにあふれる」ことである。日本旅行では、良いサービスをしてもらっており、良いホテルを使用しており、商品の品質が高いのが観光客に認められている。

一方、訪日旅行を阻害する要因については、中国人の旅行者にとって、日本への旅行は、「日本国内の物価が高い」、「ビザ発給制限が厳しい」、「保証金の預けが面倒くさい」、「旅行情報とサービス面での不徹底（コースが単調、時間不足）」、「コミュニケーションが難しい（英語が通じにくい）」、「食事に慣れない（冷たいもの、生ものになれない、量が少ない）」などのマイナス要因が存在している。

それに、欧州各国に比べて、日本政府の中国人に対してのビザ発給に制限が多く、また、旅行代金もあまり変わらず、欧州旅行のほうが割安と捉えられているからと推測される。例えば、現在、最も人気がある国・地域はヨーロッパ、特にドイツといわれている。ドイツでは 2005 年より中国人が団体旅行だけでなく、個人にてビザを申請し、ドイツ国内を旅行することが可能になった。

そして、日本観光ビザの発給が当初、北京、上海、広東省の 3 地域から、2005 年 7 月全土に拡大したが、ビザ発給制限や保証金制度なども含めて日本側のハードルがまだ高すぎるといえる。日本政府は、中国人による訪日観光団体から一人でも「逃亡者」が出たりしないよう、旅行社に注意義務を課している。しかも、失踪しないように 80 万円の預かり金を要求している。そこで、送り出す中国側の旅行社も、顧客に 1 人当たり最低 5 万元から 20 万元（約 85 万円－340 万円）の保証金を預けさせている。

以上の訪日旅行を阻害するマイナス要因の存在で、中国では同じアジアの先進国の日本への旅行は人気があるが、まだ一層高まる余地があるといえる。

五 政策提言と事業提案

本調査結果に基づき、如何に新潟県の観光資源を活かし、観光旅行事業の発展を促進するかについて、新潟県および旅行業界に対して、政策提言と具体的な事業提案を行いたい。

一つのモデルとして、新潟県の地域の観光資源を活かし、関東（東京）、または関西（大阪・京都）の「大都市観光」と組み合わせ、新潟県独特の自然風景の観賞、および日本文化の体験を特徴とする観光ツアー商品を創るべきであると思う。そのため、本調査結果を踏まえた、セールス・プロモーション、PR 宣伝、投資、タイムスケジュール等の誘致戦略なども含めて官民の役割分担を提示したい。

（一）官民一体の戦略の策定・実施

前述したように、国際観光は地域の活性化などの国民経済上の効果が認められる。それを踏まえると、行政が中心となって行うことが必要であるだろう。そのうち地方自治体としては、観光関連企業・団体および地域住民が一体となって海外からの観光客を受け入れる仕組みをつくることが重要になるだろう。

地方自治体としての新潟県としては、これまで行ってきた観光旅行事業を進展されるために、さらなる地域の魅力の増進や、発信力の強化や、観光振興事業への支援などを通じて、本県への旅行需要を創出し、観光産業の活性化を促進することが重要になる。

具体的には、海外からの旅行者の受け皿となる地域の魅力を増進するために、観光地域づくりに関する基礎調査や、地域ブランド商品の開発や、人材の育成や、観光ルネサンス事業の実施を行いながら、地域の民間組織が行う観光振興事業に対して支援することが必要であると考えられる。したがって、新潟県の持っている潜在能力を引き出し、行政と地域の民間が一体となって、観光振興に取り組むことが重要である。

そして、海外からの観光客を本県への旅行に誘致するために、様々な事業を積極的に展開すべきである。具体的には、本県関係者の海外訪問時における観光 PR などのトップセールスの実施、メディアを通じた本県観光の広報・宣伝、海外旅行会社関係者に対する本県旅行への招聘、海外の旅行博覧会への出展・商談会の開催、海外の重点市場での現地推進会の設置などが挙げられる。

（二）中国からの観光客の誘致対策

今回の本調査から明らかのように、現在、中国人にとっては、新潟県のような日本の地方都市の知名度は非常に低い。中国においての新潟県の知名度をアップするためには、本県の魅力を強く中国に発信することが重要である。つまり、県は、観光協会などと連携し、様々な観光宣伝活動などを積極的に行う必要がある。つまり、県が音頭を取り、中国観光市場の調査、中国各地における観光宣伝活動の実施、観光情報の提供、中国からの観光客の受入体制の確保などに必要な施策を講ずるべきである。

確かに、日本の地方都市へのツアーは、知名度不足や交通費の関係でツアー開発が難しいが、将来的な観光客確保のため、新潟県の観光魅力を中国に発信するとともに、魅力的

な訪日旅行商品の開発を支援する対策をより強力に推進していく必要があると考える。

1. 中国訪日旅行市場についての調査と分析

観光客の誘致に関わる戦略的、計画的な取組みを進めていくためには、まず戦略的な市場調査から実施するべきであろう。中国市場における旅行者の嗜好やニーズの変化を的確に把握することを目的として、旅行者の意向について調査し、そして情報をも収集して分析することになる。さらに、各地の旅行者市場ごとに、現地人の知恵・経験も活用して調査を行い、その調査結果に基づいて、早期に新たなマーケット戦略を策定することが必要になる。

2. 中国における観光宣伝活動の実施

中国での知名度アップを図るためには、中国における一般観光旅行者、旅行会社などに向け、新潟県の魅力などの観光に関する情報を提供し、PR 宣伝を行うべきであろう。

また、新潟県内の自治体が協力して、観光プロモーションに当地を訪れて、海外旅行博覧会へ出展し、かつ博覧会において商談会を開催するのが有効であろう。

そして、具体的なツアー開発を行う旅行会社へのアピールも重要であろう。中国の旅行会社は、日本の地方都市に魅力があるかどうか、交通が便利で旅行の総料金が合理的かどうかなどを重視している。それゆえ、現地旅行会社へのコンサルテーションを行うことは重要になる。具体的には、中国の旅行会社に対する新潟県への招待、観光説明会の開催、市民に対する観光視察団の招聘などを行うのが考えられる。

また、現地のメディア対策として、テレビ広告、旅行番組の放映、現地メディアへの出演、ニュースレターの発行、インターネット上での宣伝などによる新潟県観光に関する発信力を強化し、拡大するべきである。さらに、現地の新聞、雑誌、テレビ局の日本取材時の支援や、新潟県内の観光地を舞台にしたドラマ制作などの試しもするべきであろう。

3. 中国からの観光客の受入体制の確保

中国からの訪日旅行を促進するために、公共交通機関などを含む、安全で快適な旅行を実現する社会システムの整備は必要である。例えば、中国人が一人歩きできるように中国語を併記した案内標識の充実などが求められる。

さらに、新潟県の特性に対応した多様な旅行形態の提供も重要である。例えば、滞在型にするか、体験型にするか、または広域周遊型にするかといった旅行形態を提案し、これらを支える真にフレンドリーで、オープンなハードおよびソフトインフラの整備を推進することが、満足度の高い旅行を提供できるのかと緊密に関わっている。

また、これまでの単に外国人に訪日旅行体験を働きかける段階から、訪日旅行を定着させ、より訪日の頻度を高める段階に移行することにも努力すべきであろう。つまり、リピ

一ター対策や個人旅行者対策を強化する観点から、環境整備の重要性も増大しているのである。

(三) 具体的な事業提案

中国からの観光客を新潟県までの旅行に吸引するために、積極的な誘致活動を行わなければならない。

今回の本調査によって明らかになったことは、これまでは、中国からの観光客には、東京などの大都会を中心とした本州コースが人気があって、東京、名古屋、京都、大阪などが主な旅行先になっている。だから新潟県のような地方にとって、中国からの観光客の受入を拡大するためには、新潟県地域の知恵と工夫で、魅力ある観光地を形成しなければならない。そのため、本地域の訴求ポイントを発見し、個性を持つ個性化商品や深みのある商品を創出しなければならない。

前述したように、新潟県は、山・海・川・温泉および新鮮な食材があり、新潟県内の各地域は、多様性に富む自然、歴史、文化、伝統などの観光資源を有している。日本全体としてみても、食や温泉など「健康づくり」に関連する基盤を有しているといえる。このような優位性を踏まえ、独特の観光商品を創出することが可能であり、魅力ある観光地を形成する可能性を持っている。伝統文化をはじめ、県内各地域に根ざした文化とともに、新たに創出された新潟ならではの地域文化の豊かさは、恵まれた自然環境と相まって、新潟らしい魅力を生み出すことができるだろう。

さらに、新潟らしい食・文化・資源など、世界に通用する「新潟ブランド」を構築して拡大するように努力すれば、日本のウエスト・コーストとして、健康で緑豊かで食が美味しく、是非訪れてみたいという新潟のイメージを向上することができるだろう。そして、そのブランドイメージを活用して、観光者市場の拡大、誘客を推進することができるだろう。

具体的な事業提案として、ここで、独自のツアー商品の開発、定期航路の利用による「テーマ」旅行の設計、修学旅行の促進などの三つの事業を提案したい。

1. 独自の観光商品の開発

新潟県の観光事業を進展させるために、まず、新潟県の独自の観光資源を活かして、特色のある独自の観光商品を作るべきである。

まず、新潟県は、農山漁村が有する豊かな自然や美しい景観が有しているので、これらの多様な地域資源を生かし、グリーンツーリズムを開発して推進することができるだろう。例えば、都市近郊においては、他の市町村の整備構想と十分調整しながら、最新の技術を活用した大規模園芸施設を建設し、周年型農業や観光を展開する。そして、新潟県内の資源を活用して、伝統工芸や芸能の体験、および農業体験や郷土料理を提供する。また、日

本の食の発信基地としてのブランドイメージを利用し、新潟の食文化に根ざした優れた食材を発掘して提案することにより、観光客の誘致を促進する。

そして、新潟県は「雪国」としての、雪景色やスキーがかなり有名であるので、スキーツアーのような旅行コースを強く打出するべきだろう。また、長い海岸線を有しており、また数多くの温泉があるので、海浜リゾートや温泉ツアーなどの特色あるツアーを開発すべきであろう。

このように、今現在流行っている大都市訪問を中心とした訪日旅行のスタンダードコースに対して、新潟県の魅力あるテーマに絞って多彩なコースを設定するのは有効的であろう。

2. 定期航路利用による「テーマ」旅行の設計

地方都市から中国への定期航空便は、中国の観光客が直接的に地方にアクセスすることができる。それにより、旅行代金の低減や地方の広域連携による周遊観光ルートの開発を行うことが可能になる。

新潟県は、北東アジア交流圏の表玄関という立地を持ち、空港や港湾などの定期航路といった日本海国土軸の基幹的な社会インフラが揃っている。このようなこれらの社会資産と立地の優位性およびこれまでの友好交流実績をベースに、中国との交流に取り組むとともに、中国の観光客を誘致し、観光振興につなげていくことができる。定期航空便、とくに直行便の開設により、もっと多くの観光客を吸引することができる。さらに、定期航路・航空路の充実や機能強化により、北東アジアを結ぶ国際観光地の形成を図ることができる。例えば、チャーター便でインセンティブツアー（中国国内企業の褒賞旅行）、新婚旅行などのテーマを絞るコースが開発しやすい。

ただし、新潟県は航空路線維持のための経費とその効果を勘案し、定期航空便の開設を慎重に検討する必要がある。

3. 修学旅行の促進

修学旅行は、大都市の訪問だけでなく、地方の見学も入れるため、地方にとって有望なものである。また、一度に訪問する生徒数も多く、彼らが将来リピーターとして訪問する可能性も高いため、地方にとって魅力的なものである。

日本への修学旅行は、中国全土の小中高校に開放されている。しかし、中国の学校による修学旅行は、修学旅行が行える時期や、スケジュールへの生徒間交流事業の組み入れなど独特の事情が存在する。その修学旅行を誘致するために新潟県は、国際交流や観光部門が中心となり、教育委員会と密接に連携して修学旅行の受入態勢を整える必要がある。また、中国側の旅行会社と提携して、修学旅行を行おうとする学校へ旅行の企画やモニターツアーをセールスしていくことも大切である。

まず、修学旅行のコースの内容については、児童・生徒と先生との編成によって、単に観光だけでなく、日本の文化の体験や、中国と日本の児童・生徒との交流の場を設けなければならない。例えば、温泉、学校、火山、ごみ処理場の見学、環境保全、ハイテク産業の大企業の工場見学なども修学旅行のコースに入れればよいであろう。

次に、修学旅行の費用は、全額が自己負担であり、今のところ行政の補助が無いため、価格が高いと無理だろう。例えば、中国では、8,000 元（約 13 万円）で 7 泊 8 日のコースが一般的である。

そして、具体的な実施方法は、中国各地の教育庁と地元の旅行会社で行っているので、コースと値段を決めて、教育庁から学校に勧めて、学校から児童・生徒に働きかけるシステムになっている。児童・生徒本人はもちろんのこと父母にも十分説明して修学旅行に対しての理解をしてもらっている。そして、新潟への修学旅行を何回も実施・誘致することにより、学校側に新潟の素晴らしさを認識していただければ、学校側が独立して積極的に修学旅行を実施することも考えられる。

新潟在住フィリピン人の来日前後における日本社会に対する認識と日常生活への影響

Nazarene Frias
長岡技術大学電気工学部
(〒940-2188 長岡市上富丘 1603-1)

フィリピン人は日本に住む外国人の中で4番目に多い国籍です。この研究は、フィリピン人の人口比率が多い新潟で、フィリピン人の理想や希望を理解し、文化交流を深めるために行いました。

この研究は、アンケートにより進めましたが、その結果、フィリピン人は3つのグループに分けられるとわかりました。各グループは独自の思想や経験を持っていますが、ここでは、グループ間で共通する問題を特定し、詳細な検討の結果、県への政策提言を行います。

序文

日本人のフィリピンでの定住は、12世紀の日本人商人達が始まりです。江戸時代には、宗教迫害から逃れてきた日本人キリスト教徒が大勢移民しました。20世紀には、特にダバオ市のプランテーションでの日本人労働者の数が増えました。最近の日系フィリピン人は、80・90年代の移民の子孫です。また、日本へ興業のために働きに行った女性と日本人の男性との子どもが何千人もいます。¹

第二次世界大戦中、1941年12月8日に日本がフィリピンに奇襲して、その後1942年4月バターン、5月コレヒドールが陥落しました。² 日本は早急にホセ・ラウレル大統領の傀儡政府を設立しました。1945年9月2日の終戦まで戦闘が続きました。³

戦後、日本政府は国家権利として戦争や軍事力を断念しました。^{4,5} この政策により、日本は近隣諸国、特にASEAN諸国から信頼を得ることができました。90年代には、日本とASEAN諸国との経済・貿易関係が急成長し、累積投資は米国の倍になりました。⁶ 辛い戦争の記憶があっても、この経済交流は協調的な日比関係に貢献しています。⁷ ほとんどのフィリピン人にとって、この辛い記憶は忘れ去られようとしています。日本はフィリピンにとって開発資金、貿易、投資、観光の源泉になります。両国間で外交政策の論争は起こっていません。⁸

フィリピン政府が経済政策として外国への派遣を推進した後、フィリピン人労働者は1970年代に日本に入り始めました。日本の平成景気中(1986-1991)、フィリピン人移民の人口が急増しました。^{9,10} 最近、日本は外国人流入への対応を色々検討しています。¹¹ 日本では少子高齢化と労働力不足が問題となっていますが¹²、移民受入れについては、同時に社会秩序と民族性も考えなければなりません。¹³ しかし、近年日本は外国人労働者を受入れ続けています。^{14,15} 平成景気以来、フィリピン人は外国人労働者人口のかなりの部分

を占めています。2005年12月現在、フィリピン人は日本の在住外国人の8パーセントを占めています。¹⁶

新潟では、中国に次いでフィリピンが一番多い国籍です。¹⁷ 私の研究はこの現象についてです。どうして新潟はフィリピン人にとって住みやすいのでしょうか。彼らの日本人に対する認識や態度は、何かに影響されたのでしょうか。フィリピンは、一方で第二次世界大戦時には日本から支配を受け、他方今や貿易や援助をもらっています。このような背景から、過去と現在で認識の違いがあるのでしょうか。この認識が彼らの日常生活、希望、フィリピン人としてのアイデンティティなどにどのように影響しているのでしょうか。

研究の目的

この研究の目的は、新潟にいるフィリピン人の日本社会に対する認識を把握し、その認識の日常生活への影響を明らかにすることです。これは三つのステップで取り組みます。

- 1) なぜ、多くのフィリピン人が新潟に住んでいるか？
- 2) 来日前後の日本に対する態度と認識にどのような違いがあるか？
- 3) この認識の違いがどのように彼らの日常生活へ影響しているのか？

研究の重要性

この研究は、新潟に住んでいるフィリピン人の窮状についての参考情報を提供します。日本社会、特に新潟に対する認識が明らかになれば、フィリピン人と日本人の相互理解は深まります。また、これによりフィリピン人に共通する問題が明確になり、県や国の政策に適切に反映され、フィリピン人は日本社会にとってもっと有益な人材となることでしょう。

方法

この研究は07年8月から08年2月にかけて行われました。研究の論点を概念化するため、最初に予備研究として10人に10つの質問をアンケートにて行いました。(添付資料A参照) この予備研究は、主要な回答者へのインタビューやヒアリング、研究主題に関して意見を書いてもらうなどの方法により行いました。

その後、改良を加えたアンケート(添付資料B参照)を、無作為に選択した50人を対象に行いました。アンケートは、チェックリストや相手先への問合せなどにより確実に回収を行いました。回答者は、名前と最後の2問以外は、全部の質問に回答してもらい

ました。

このアンケートは、リカートスケール式の設問を設定し、回答者の日本社会への認識と共通問題を究明しました。データ分析は、応答者の回答のみから行いました。

統計的処理

設問について、回答者のプロフィールは円グラフで示し、新潟に在住する理由は棒グラフを用いました。日本社会に関する印象と日常問題は、適切な点数を割り当てました。その選択肢は、「非常にそう思う」、「そう思う」「どちらも言えない」「そう思わない」「決してそう思わない」という連続性のあるものを設定しました。また、問題の起こる頻度についても、「いつもある」「よくある」「時々ある」「ほとんどない」「全然ない」という連続性のある選択肢を設定しました。この5つの選択肢に点数を割り当て、中央値と四分位偏差を求めました。

日本国と日本国民に対する態度の違いを評価するために、ウィルコクソン検定という手法を用いました。

結果と考察

5分の4の回答が女性(Fig.1)で、3分の2以上が30歳から49歳でした(Fig.2)。 Fig.3の通り、最終学歴について20人中19人が高卒です。Fig.4を見ると、回答者の在留資格について、5分の2が日本人配偶者で、4分の1が永住者ということがわかります。このうち、3分の1が就職しており、7分の2が専業主婦でした。Fig.5は職業を表しています。Fig.6で分かるとおり、回答者のほとんどが2~8年日本に住んでいます。

※原文のまま

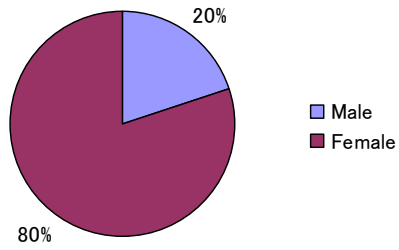


Figure 1: Sex

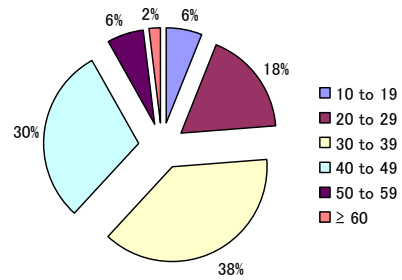


Figure 2: Age

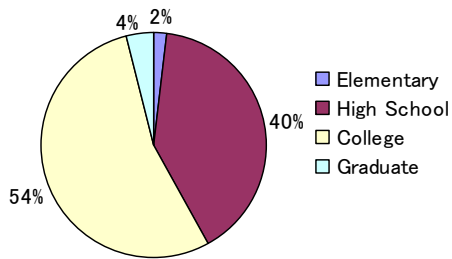


Figure 3: Educational Attainment

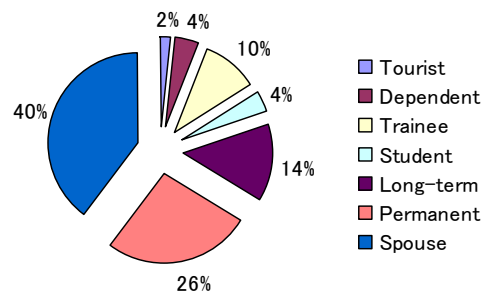


Figure 4: Visa Status

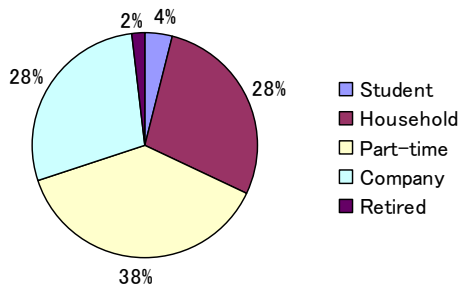


Figure 5: Occupation

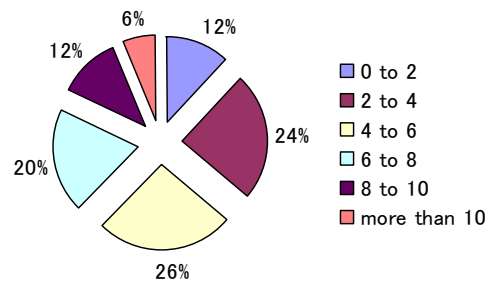
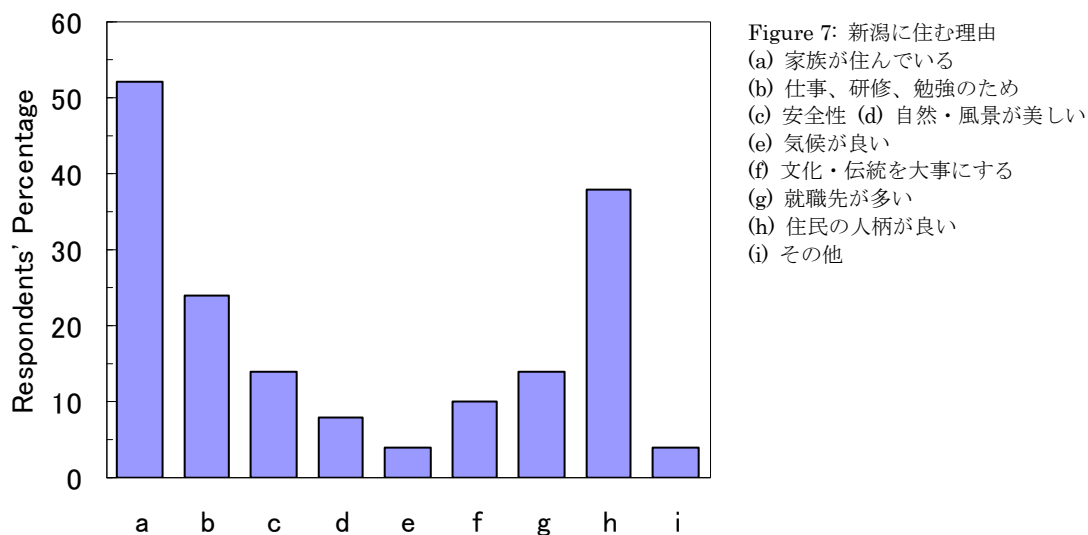


Figure 6: Years in Japan

Fig.7 は、回答者が新潟を選択した理由の割合を表します。半分以上は家族が既に新潟に住んでいるので新潟を選択しました。面白いのは、38 パーセントが「住民の人柄が良い」を第一の理由として新潟を選択していることです。



印象	SA = 5	A = 4	U = 3	D = 2	SD = 1	Mdn	SIR
国際的なリーダーシップを発揮している	4	9	21	11	5	2.93	0.69
政府の政策が良い	22	12	8	6	2	4.25	0.94
民衆的	7	21	15	4	3	3.64	0.69
平和的	3	11	12	16	8	2.58	0.93
裕福	32	16	2	0	0	4.72	0.47
きれい	13	27	6	4	0	4.06	0.48
安全	5	3	14	20	8	2.35	0.73
環境にやさしい	6	5	15	18	6	3.23	0.77
農業が盛ん	1	6	16	16	11	2.38	0.79
商業が盛ん	29	19	1	0	1	4.64	0.51
工業が盛ん	31	18	1	0	0	4.69	0.48
学問的に優れている	17	19	6	5	3	4.08	0.76
技術的に進んでいる	34	14	2	0	0	4.76	0.44
便利な交通インフラ	17	19	8	6	0	4.08	0.73
自然を大事にする	3	9	5	21	12	2.12	0.94
文化・伝統を大事にする	13	26	6	2	3	4.04	0.49

表 1: 来日前の日本の印象 SA = 非常にそう思う A = そう思う U = どちらとも言えない, D = そう思わない SD = 決してそう思わない Mdn = 中央値, SIR = 四分位偏差

表1・2は、来日前後の日本の印象についてまとめたものですが、対応する中央値と四分位偏差も記載しています。Fig.8では、両者の中央値を比較のために並べて表しました。「国際的なリーダーシップを発揮している」には、わずかな減少が見られます。残りの回答は、かなり一定であるか、増加しています。「平和的」、「安全」、「環境にやさしい」、「自然を大事にする」に著しい増加が見られます。「裕福」、「商業が盛ん」、「工業が盛ん」「技術的に進んでいる」という回答は、来日前と来日後ともに高い割合です。そのほかに、「工業が盛ん」、「技術的に進んでいる」は、来日前後で明らかな変化は見られません。これらの得点の変化の割合をウィルコクソン検定により評価した結果、来日後の印象が非常に良くなったということが明らかとなりました。(T値=19, $p < 0.01$ 増加対減少 : 63対3)

Impression	SA = 5	A = 4	U = 3	D = 2	SD = 1	Mdn	SIR
国際的なリーダーシップを発揮している	3	8	18	12	9	2.72	0.82
政府の政策が良い	21	20	6	3	0	4.30	0.61
民衆的	14	25	8	2	1	4.06	0.53
平和的	14	15	9	9	3	3.77	1.03
裕福	29	13	6	2	0	4.64	0.61
きれい	25	20	3	2	0	4.50	0.56
安全	26	12	7	4	1	4.54	0.74
環境にやさしい	21	13	9	5	2	4.19	0.90
農業が盛ん	4	8	17	15	6	2.74	0.77
商業が盛ん	31	16	3	0	0	4.69	0.51
工業が盛ん	35	15	0	0	0	4.79	0.41
学問的に優れている	23	19	5	2	1	4.39	0.61
技術的に進んでいる	36	13	0	1	0	4.81	0.39
便利な交通インフラ	27	17	5	1	0	4.57	0.58
自然を大事にする	15	16	8	9	2	3.88	0.99
文化・伝統を大事にする	16	25	5	3	1	4.14	0.54

表2: 来日後の日本の印象 SA = 非常にそう思う A = そう思う U = どちらとも言えない, D = そう思わない SD = 決してそう思わない Mdn = 中央値, SIR = 四分位偏差

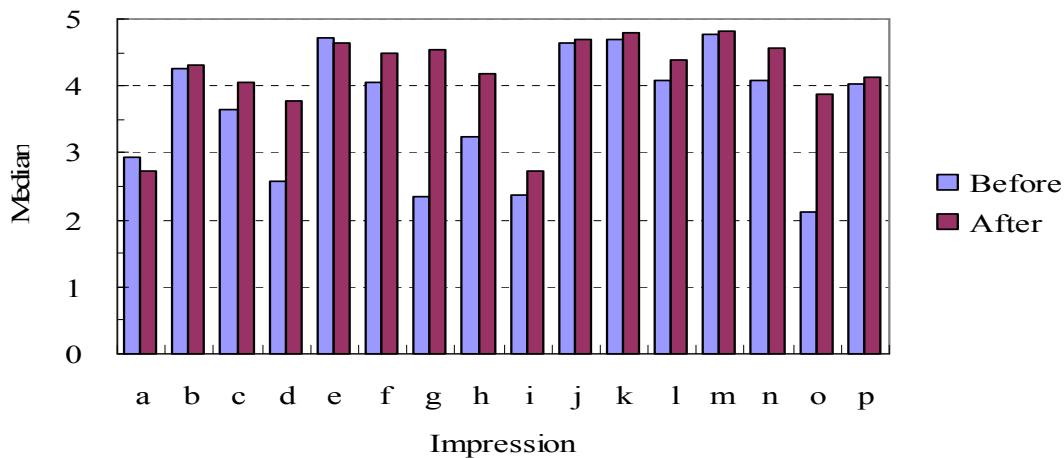


Figure 8: 日本の印象の中央値

(a)国際的なリーダーシップを発揮している (b)政府の政策が良い (c)民衆的 (d)平和的 (e)裕福
 (f)きれいな (g)安全 (h)環境にやさしい (i)農業が盛ん (j)商業が盛ん (k)工業が盛ん (l)学問的に優れている
 (m)技術的に進んでいる (n)便利な交通インフラ (o)自然を大事にする (p)文化・伝統を大事にする

同時に、日本人に対する印象を表3・4で示しました。四分位偏差（SIR）の結果から推論すると、データは表1と2よりもかなり分散します。図9では、両者の中央値を比較のために並べて表しました。「気さく(親しみやすい)」という回答には、わずかな減少が見られ、「柔軟」には明らかな減少が見られます。他の回答について、特に「信頼ができる」、「時間を守る」、「法律を守る」が、来日前後では好意的に変化していることが見て取れます。この変化の度合いは、前の設問ではより小さいものでしたが、ウィルコクソン検定では、来日後の印象が非常に良くなったことを証明しています。（T値=5, $p < 0.01$ 増加対減少：63対3）

Impression	SA = 5	A = 4	U = 3	D = 2	SD = 1	Mdn	SIR
気さく	11	9	14	8	8	3.14	1.14
礼儀正しい	8	9	13	10	10	2.88	1.13
丁寧	9	13	12	8	8	3.25	1.09
親切	10	11	10	12	7	3.10	1.16
寛大	17	13	8	7	5	3.88	1.10
信頼ができる	8	10	13	14	5	2.96	1.01
勤勉	17	19	9	3	2	4.08	0.72
高い勤労意欲	14	14	12	6	4	3.71	0.95
時間を守る	11	12	18	8	1	3.39	0.85
柔軟	10	10	17	6	7	3.21	0.92
法律を守る	9	11	15	9	6	3.17	0.98

表3: 来日前の日本人への印象 SA = 非常にそう思う A = そう思う U = どちらとも言えない, D = そう思わない SD = 決してそう思わない Mdn = 中央値, SIR = 四分位偏差

Impression	SA = 5	A = 4	U = 3	D = 2	SD = 1	Mdn	SIR
気さく	8	8	11	11	12	2.68	1.20
礼儀正しい	13	11	9	10	7	3.39	1.25
丁寧	16	19	8	4	3	4.03	0.77
親切	11	15	8	11	5	3.57	1.11
寛大	18	15	7	7	3	4.03	0.98
信頼ができる	17	21	6	4	2	4.12	0.62
勤勉	22	19	7	2	0	4.34	0.63
高い労働意欲	21	23	5	0	1	4.33	0.56
時間を守る	27	19	2	2	0	4.57	0.55
柔軟	4	9	5	15	17	2.03	1.16
法律を守る	20	23	3	3	1	4.28	0.58

表 4: 来日後の日本人への印象 SA = 非常にそう思う A = そう思う U = どちらとも言えない, D = そう思わない SD = 決してそう思わない Mdn = 中央値, SIR = 四分位偏差

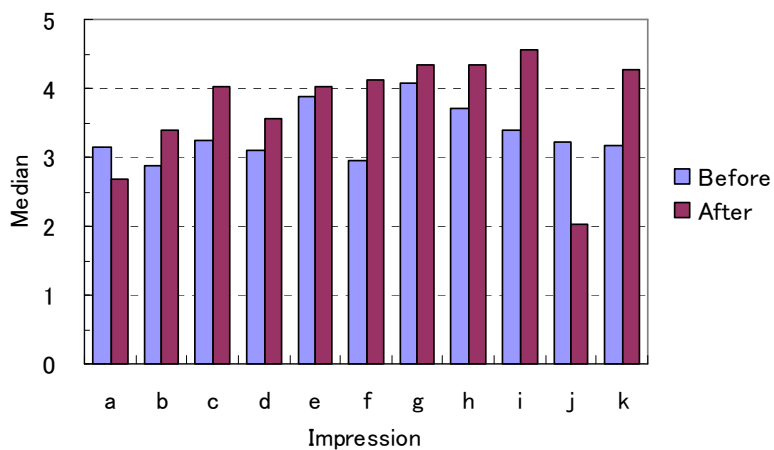


Figure 9: 日本人への印象の中央値
(a) 気さく (b) 礼儀正しい (c) 丁寧
(d) 親切 (e) 寛大 (f) 信頼できる
(g) 勤勉 (h) 高い労働意欲
(i) 時間を守る (j) 柔軟
(k) 法律を守る

表 5 は、日常生活での問題を表しています。ホームシックは皆に共通する問題です。(中央値 = 4.25, SIR = 0.73). 他に、「文化・思想の違い」、「言語」も多くの人が問題と考えています。表 10 は、中央値を示しています。

Problems	Al = 5	Of = 4	So = 3	Se = 2	Ne = 1	Mdn	SIR
家族	6	4	12	13	15	2.27	0.98
言語	13	14	9	7	7	3.64	1.13
仕事/勉強	7	9	17	8	9	2.97	0.98
食事/気候	8	6	4	18	14	2.11	1.18
差別	10	14	14	6	6	3.43	0.89
ホームシック	21	16	9	4	0	4.25	0.73
文化・思想の違い	12	16	10	7	5	3.69	0.96

表 5: 日常生活において問題の起こる頻度 Al = いつもある Of = よくある So = 時々ある
Se = ほとんどない Ne = 全然ない Mdn = 中央値 SIR = 四分位偏差

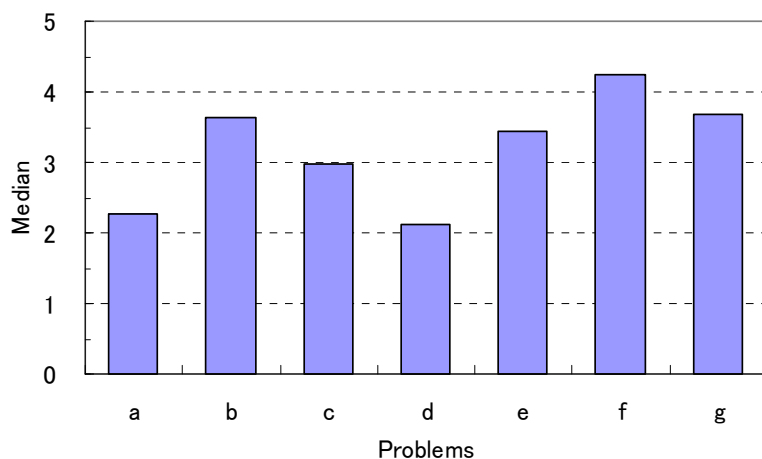


Figure 10: 問題の起こる頻度の中央値
(a) 家族 (b) 言語 (c) 仕事・勉強
(d) 食事・気候 (e) 差別
(f) ホームシック
(g) 文化・思想の違い

アンケートからの、新潟在住のフィリピン人の生活の改善についての意見、コメント及び提案は下記のとおりです。

- ・ 毎月のフィリピン人交流イベントの実施
- ・ 外国人支援制度の拡大
- ・ 外国人と日本人の労働基準の平等化

結論

これから述べる結論は、主にデータによって系統立てて説明します。一部、インタビューや個人の意見も参考にしています。

まさに、現在の日比交流は、統合と戦争の長い歴史に深く根ざしています。古い世代と若い世代、特に戦後に生まれた世代との認識は異なっています。戦後日本が画期的な再建によって世界から賞賛を受けている間、フィリピンの経済成長は頭打ちでした。政治と経済における国内問題により、フィリピン人は、働くために日本を含む海外へ出て行きました。フィリピン人が、経済苦から日本へ来るということは検討すべき事柄です。言葉や文化の壁があるために、フィリピン人はできるだけ故郷に近い環境を選びます。

この調査では、新潟のフィリピン人は、日本人の「気さくさ（親しみやすさ）」については、否定的な感情を持っています。しかし、この意見は、もっと大きな概念での日本人に向けたものです。事実、新潟に住む理由のひとつに、住民の温かさが上げられています。回答者の多くが、家族を持っている30・40代の女性です。また、日系人や実習生もいます。一方で、女性の回答者は、多くが日本人の配偶者かつ主婦であり、日系人と実習生は会社の正規社員またはパートタイムです。後者のグループは、差別の問題を抱えています。しかし、この特殊な問題は、言葉や文化の違いにより起こっており、これらの問題には明らかな相関関係が見受けられます。この言語と文化という2つの根本の原因にきちんと取り組めば、ホームシックを含む大部分の問題を解決することになるかもしれません。回答者は、分散分析から推論すると、日本人よりも国としての日本に良い印象を持っているようです。ウィルコクソン検定により、日本の印象が来日後に良くなっていることが明らかとなりました。残念なことに、政治的なリーダースHIPの印象はあまり良くありませんでした。また、多くの回答者が、日本人は厳格だと思っているようです。一般的に、これらの認識は来日前とほとんど変わっていません。その理由は、日本の弱い政治力が一般化されていること、そして、フィリピンで第二次大戦中の日本軍の極悪さが語り継がれているからではないでしょうか。しかし、このことは、日本の大衆文化とエンターテイメント（例えばカラオケ、アニメ、コンピュータゲームと電子機器）が輸出されている今、日本との貿易関係によって徐々に解消されています。回答者の日本社会に対するこれらの前向きな態度は、新潟の人々の温かみとあいまって、彼らの日常の問題を解決してくれるでしょう。表1~5を比較することで、この仮説は補足されます。というのも、日常の問題に関する中央値は、他の設問に関する中央値ほど高い値を示していないからです。

更なる研究の提案

新潟に住むフィリピン人の問題についてもっと詳細に理解するためには、日本人配偶者、2世、研修生のグループ別に調査を行う必要があります。その調査は、新潟へ来てから定期的な間隔で追っていくべきでしょう。（例えば、同一人物について、居住後1ヶ月、6ヶ月、1年後にそれぞれ調査を行う など）

政策提言

この調査結果から、次の提言を行います。

1. 研修生や日系人は、来日前または来日直後に、日本語と文化について集中講義を受けさせるべきです。このことには、フィリピン人のボランティアを活用したらどうでしょうか。
2. 県は、公的なフィリピン人の組織（フィリピン人会など）を支援するべきです。この会は、外国人政策立案に参加、様々なイベントの実施など、新潟の人々とフィリピン人との文化交流と相互理解の架け橋となることでしょう。
3. 90日以上新潟に滞在する外国人は、新潟の概要、緊急時対応、出入国管理法とサポートサービスなどについて、外国語で所定のセミナーを受けさせるべきです。

参考文献 ※原文のまま

¹ Filipinos of Japanese Descent: http://en.wikipedia.org/wiki/Filipinos_of_Japanese_descent (Retrieved Jan 24, 2008).

² Leodivico Cruz Lacsamana, *Philippine History and Government*, 2nd Ed., Phoenix Publishing House, Inc (1990).

³ Ronald E. Dolan, “World War II”, *Philippines: A Country Study*, Washington: GPO for the Library of Congress (1991).

⁴ Hajime Imai, 「憲法九条」国民投票 (A Referendum About the Article 9 of the Japanese Constitution), 集英社新書 (2003).

⁵ Hikaru Ōta and Shin-Ichi Nakazawa, 憲法九条を世界遺産に (Let's Register the Article 9 of the Japanese Constitution to World Heritage Site.), 集英社新書 (2006).

⁶ Foreign Relation of Japan: http://en.wikipedia.org/wiki/Foreign_relations_of_Japan (Retrieved Jan 24, 2008).

⁷ see for example Henson, Maria Rosa Luna, “Comfort Woman: Slave of Destiny, Woman of Courage”, *KASAMA Vol. 11(3)* (2007).

⁸ Philippine-Japanese Relations: http://en.wikipedia.org/wiki/Philippine-Japanese_relations (Retrieved Jan 24, 2008).

⁹ Hiromi Mori, “Migrant Workers and Labor Market Segmentation in Japan”, *Asian and Pacific Migration Journal Vol 3(4)* (1991) pp 619-638.

¹⁰ Haruo Shimada , “ Japan’s Guest Workers: Issues and Public Policies”, University of Tokyo Press (1994).

¹¹ Demetrios G. Papademetriou and Kimberly A. Hamilton, “Reinventing Japan: Immigration’s Role in Shaping Japan’s Future”, *Carnegie Endowment for International Peace* (2000) pp 46-51.

¹² Toshikazu Nagayama, “Foreign Workers Recruiting Policies in Japan”, *Asian and Pacific Migration Journal Vol 5(2-3)* (1996) pp 241-264.

¹³ Hidenori Sakanaka, “21-seiki no Gaikokujin Seisaku: Jinkogensho Jidai no Nihon no Sentaku to Shutsunyukoku Kanri” (Policy toward foreigners in the 21st century: Alternatives for Japan and immigration control in the age of population decline), *Nihon Kajo Shuppan* (2001) pp 3-21.

¹⁴ Wayne A. Cornelius, “Japan: The Illusion of Immigration Control”, *Controlling Immigration*, Stanford University (1994) pp 386-387.

¹⁵ Akio Shimizu, “Japan”, *International Immigration and Nationality Law Vol. 2*, The Hague: Kluwer (1994) JAP-I-3.

¹⁶ Statistics Bureau and Statistic Center www.stat.go.jp/english/index.htm (Retrieved Feb 4, 2008)

¹⁷ Judicial System Department, Minister’s Secretariat, Ministry of Justice, ed., *Annual Report of Statistics on Legal Migrants*, Kokuritsu Insatsukyoku, Tokyo (2003) pp 164-166, and 172.

添付資料 A

アンケート

1. 名前 (任意): _____
2. 年齢: _____
3. 性別: 男 女
4. 最終学歴:
 中学校 高校 短期大学・専門学校 大学 大学院
5. 在留資格:
 留学 研修 配偶者 観光
 特定活動 永住者
 日本人の配偶者 定住者 その他
6. 職業: 学生 主婦 会社員 公務員 パート 退職 無職
7. 日本に住んでいる年数: _____
8. 日本の中、新潟を選択した理由
 家族が住んでいる
 仕事、研修、勉強のため
 安全性
 自然・風景が美しい
 気候がいい
 文化・伝統を大事にする
 就職先が多い
 住民の人柄が良い
 便利な交通インフラ
 その他 _____
9. 来日する前の日本に対する印象は何でしたか?

10. 来日する前の日本人に対する印象は何でしたか。

11. 現在、日本に対する印象は何ですか。

12. 現在、日本人に対する印象は何ですか。

13. 新潟で暮らすうえで、どのような問題がありますか？

家族

ホームシック

仕事・勉強

文化・思想の違い

言語

食事・気候

差別

災害

その他 _____

14. 新潟のフィリピン人の生活を向上するために、どのような政策が必要と考えますか。

15.他の提案やコメント:

添付資料 B

アンケート

1. 名前 (任意): _____
2. 年齢: _____
3. 性別: 男 女
4. 最終学歴
 中学校 高校 短期大学・専門学校 大学 大学院
5. 在留資格:
 留学 研修 配偶者 観光
 特定活動 永住者
 日本人の配偶者 定住者 その他
6. 職業: 学生 主婦 会社員 公務員 パート 退職 無職
7. 日本に住んでいる年数: _____
8. 日本の中、新潟を選択した理由
 家族が住んでいる
 仕事、研修、勉強のため
 安全性
 自然・風景が美しい
 気候がいい
 文化・伝統を大事にする
 就職先が多い
 住民の人柄が良い
 便利な交通インフラ
 その他 _____
9. 来日する前の日本に対する印象は何ですか。 全部答えてください。

印象	非常にそう思う	そう思う	どちらとも言えない	そう思わない	決してそう思わない
国際的なリーダーシップを発揮している					
政府の政策が良い					
民衆的					
平和的					
裕福					
きれい					
安全					
環境にやさしい					
農業が盛ん					
商業が盛ん					
工業が盛ん					
学問的に優れている					
技術的に進んでいる					
便利な交通インフラ					
自然を大事にする					
文化・伝統を大事にする					

10. 来日後の日本に対する印象は何ですか。 全部答えてください。

印象	非常にそう思う	そう思う	どちらとも言えない	そう思わない	決してそう思わない
国際的なリーダーシップを発揮している					
政府の政策が良い					
民衆的					
平和的					
裕福					
きれい					
安全					
環境にやさしい					
農業が盛ん					
商業が盛ん					
工業が盛ん					
学問的に優れている					
技術的に進んでいる					
便利な交通インフラ					
自然を大事にする					
文化・伝統を大事にする					

11. 来日する前の日本人に対する印象は何ですか。 全部答えてください。

印象	非常にそ う思う	そう思う	どちらと も言えな い	そう思わ ない	決してそ う思わな い
気さく					
礼儀正しい					
丁寧					
親切					
寛大					
信頼ができる					
勤勉					
高い勤労意欲					
時間を守る					
柔軟					
法律を守る					

12. 来日後の日本人に対する印象は何ですか。 全部答えてください

印象	非常にそ う思う	そう思う	どちらと も言えな い	そう思わ ない	決してそ う思わな い
気さく					
礼儀正しい					
丁寧					
親切					
寛大					
信頼ができる					
勤勉					
高い勤労意欲					
時間を守る					
柔軟					
法律を守る					

13. 新潟で暮らすうえで、どのような問題がありますか。 全て答えてください。

Problems	いつも ある	よくあ る	時々ある	ほとんど ない	全然ない
家族					
言語					
仕事/勉強					
食事/気候					
差別					
ホームシック					
文化・思想の違い					

14. 新潟のフィリピン人の生活を向上するために、どのような政策が必要と考えますか。

15.他の提案やコメント: