

近年における訪日中国人旅行者の観光行動

菱田 のぞみ¹・日比野 直彦²・森地 茂³

¹正会員 政策研究大学院大学 大学院政策研究科 (〒106-8677 東京都港区六本木7-22-1)

E-mail:mjd10007@grips.ac.jp

²正会員 政策研究大学院大学准教授 大学院政策研究科 (〒106-8677 東京都港区六本木7-22-1)

E-mail:hibino@grips.ac.jp

³名誉会員 政策研究大学院大学特別教授 大学院政策研究科 (〒106-8677 東京都港区六本木7-22-1)

E-mail:smorichi.pl@grips.ac.jp

インバウンド観光の振興は我が国の観光政策における重要な課題の一つであり、観光庁は訪日外国人旅行者数を2013年までに1,500万人に増やすことを目標に掲げ、様々な施策を行っている。近年における訪日中国人観光客の増加は目覚ましく、訪日旅行者誘致の主なターゲットである。しかしながら訪日中国人観光客の観光行動に対する研究は十分な蓄積がなされておらず、観光統計データに基づいた分析、中国居住地域別の分析等も行われてはいるものの、近年の変化を定量的に捉えるには至っていない。本研究は最新(2009年)の観光統計データを使用し、観光政策に資する情報を示すことを目的とし、訪日中国人観光客の日本における観光行動の違いを居住地域別、訪日経験別に分析することにより、これらによって異なる訪問地傾向の違いを数量的に示した。

Key Words : *tourism policy, inbound tourism, Chinese tourist, tourism behavior, regionality*

1. はじめに

現在、日本の観光政策にとってインバウンド観光の振興は重要な課題の一つである。観光庁は観光立国推進基本計画に先駆けて平成15年から訪日旅行促進事業を実施しており、訪日外国人旅行者数を平成25年までに1,500万人、将来的には3,000万人に増やすことを目標としている。これらの目標を達成するための有力な訪日旅行市場の一つが、世界第一の人口を抱え、急速に経済発展を遂げている中国である。中国人の海外渡航先としては、2009年時点において日本は第3位であり、1位の韓国、2位のシンガポール(香港、マカオを渡航先から除く)に及んでいない。また中国との定期便が就航した台湾も今後有力な競合地となるため、日本には中国に対してさらなる訪日観光客の誘致努力が求められる。

折しも、東日本大震災の影響で、日本のインバウンド観光は大打撃を受けている。このような厳しい環境において訪日観光を推進していくために、効率的に観光統計データの活用、重要ターゲットの観光行動の詳細に分析、それらを政策に活かしていくことの重要性は今後さらに増すと考えられる。

国際観光に関する研究は、観光行動¹⁾、旅行環境²⁾、観光地の競争力³⁾等、様々な視点から研究が行われてきた。しかし、訪日観光客についての定量的な行動分析については十分な研究が行われていない。また、アジア諸国に対する日本の国際観光目的地とし

ての優位性の現状や将来の訪問率について懸念を示す研究結果もある^{4),5)}。このことから、中国を含む有力な市場については全国規模の調査データを用いた定量的分析に基づいて、訪日観光客の実態をより正確に把握することが必要である。さらに中国については訪日旅行市場としての重要性、地域別に分析することの重要性について指摘されている⁶⁾。

そこで筆者らはJNTO訪日外客訪問地調査のデータ等を用い、中国人観光客の訪日観光行動について定量的な分析を行ってきた。本研究では、中国における訪日観光旅行環境の変化が大きいことを踏まえ、最新のデータを用い、訪日中国人観光客の行動変化と中国内の居住地域による行動の違いを分析し、近年における観光行動の実態を明らかにすることを目的とする。また、分析を通じ、観光政策に資する観光統計の活用可能性についての示唆を得ることを目指す。

2. 中国における訪日旅行環境の動向

(1) 訪日中国人旅行者数の推移

2000年を基準としたときの各国の訪日旅行者数の推移を図-1に示す。中国人訪日旅行者数は増加し続けており、さらに2009年には世界金融危機や新型インフルエンザの流行により他国からの訪日旅行者数はマイナス成長を記録したが、訪日中国人旅行者だけはプラス成長を維持した。中国の1人あたりGDPは2005年か

ら2009年で約1.5倍に伸びており⁷⁾、中国人のアウトバウンド旅行者数も年々増加している⁸⁾。今後も経済成長が続くにつれ、海外旅行に行くことが可能な層が都市部を中心に増えていくものと予想される。

(2) 観光査証の発給規制緩和

中国人の訪日観光は2000年に解禁された。2000年9月に北京、上海、広東省の住民を対象に団体観光査証の発給が開始し、2005年には中国全土に拡大された。個人観光査証は北京・上海・広東省にある日本大使館・総領事館の直轄地域の住民を対象に2009年7月に発給が開始され、2010年7月には対象地域が中国全土に拡大されるとともに、収入制限もそれまでの年収25万元から10万元に引き下げられた。

このように、中国国内の経済発展による海外旅行人口の増加に加え、査証発給条件の段階的緩和により、訪日旅行の対象となる層は拡大している。ただし、中国人に対する観光査証条件の緩和は日本に限らず他国でも同様に行われており、中国人にとっては海外旅行目的地の選択肢も広がってきている。

(3) 日中間定期航空便の就航状況

日中間の定期航空便の就航数は年によって増減があるものの2006年1月1日時点では週369便であったのに対し、2009年3月26日時点では週489便と、その数は増加傾向にある^{9),10)}。主な発着都市は日本は東京、大阪、名古屋、仙台、福岡、中国は北京、上海、大連、広州、杭州、青島、瀋陽等である。

2006年と2009年の日中の主要都市間における定期便の就航状況を表-1に示す。東京、大阪、名古屋、九州においては2006年、2009年ともに上海便の就航数が最も多く、札幌は上海便以外の定期就航便はない一方、日本のその他の地方空港へは北京からの便が多い。就航数の増減は路線によって異なるが、名古屋は北京、上海路線ともに減少、九州は両路線において増加している。近年、北海道の人気が高まっているという報告もある⁸⁾が中国と新千歳空港間の直行便の定期就航数は少ないため、他空港を経由する、またはチャーター便を利用する等の行動がとられていると考えられる。

(4) 中国居住地域別の人口および経済

2009年における中国の省別の人口を図-2、省別の一人あたりGDPを図-3、省別の都市部における一人あたり可処分所得を図-4に示す。人口は省によって差はあるものの、内陸西部を除けば地域による大きな偏りはない。一方、経済的には地域によって大きな格差が存在する。中国国内では都市部と農村部の経済格差が大きく、一人あたりのGDPは主に沿海部の省が内陸部の省よりも著しく高く、内陸部でも東側と西側で差が生じている。さらに都市部における一人あたりの可処分所得では、沿海部でも北京と上海以外では、北部に比べ上海周辺および南部の江蘇省、浙江省、福建省、広東省が高く、地域による差がより顕著に表れている。

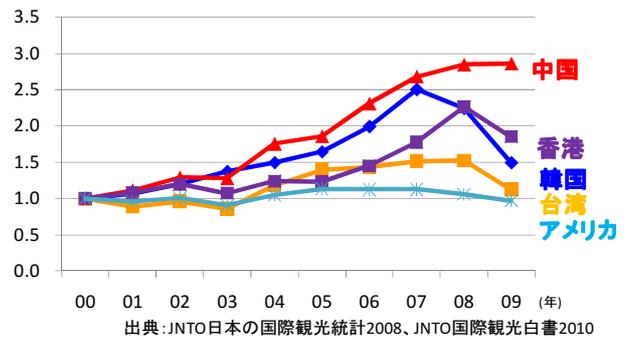


図-1 各国の訪問者数の推移

表-1 日中主要都市間の定期便就航数

		東京	大阪	名古屋	札幌	九州 (福岡・鹿児島)	その他
2006	北京	48	25	11	0	3	9
	上海	80	56	42	3	14	8
	広州	21	14	3	0	0	0
2009	北京	53	35	7	0	7	11
	上海	69	70	35	3	21	6
	広州	35	14	7	0	0	0

出典：数字で見る航空2006、2009(国土交通省航空局) 9),10)

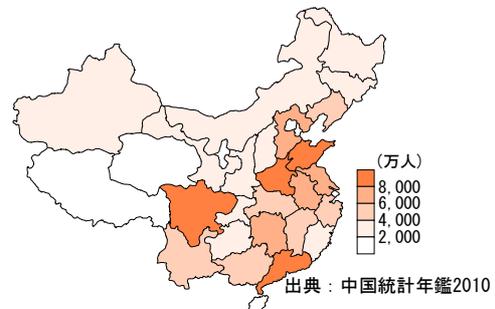


図-2 省別の人口

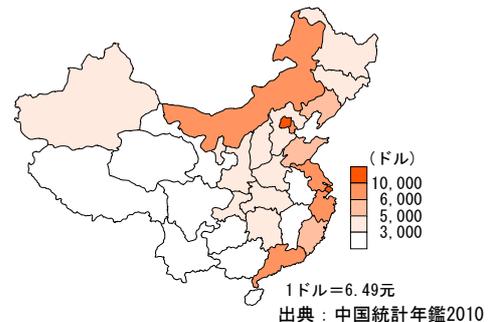


図-3 省別の一人あたりGDP

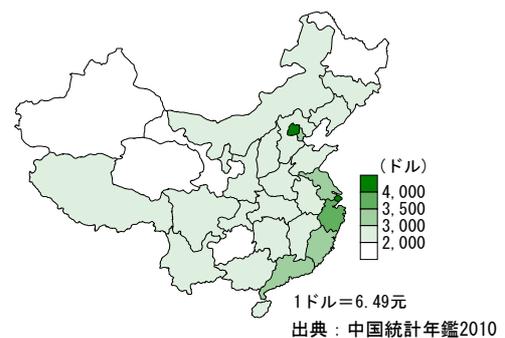


図-4 省別の都市部における一人あたり可処分所得

以上のような中国国内の経済格差と気候風土の違い等を考慮すると中国国内は図-5に示す7つの地域に分かれる。本研究では中国居住地域別の分析を行う際にはこの7つの区分を適用する。

表-2 分析データサンプル数

調査年	2005	2006	2007	2008	2009
サンプル数	328	212	395	884	1349

3. 近年における訪日中国人観光客の行動変化

(1) 訪問地の変化

分析に使用したデータは、JNTO訪日外客訪問地調査の2005年から2009年の5年分である。訪日中国人旅行者には商用客や親類等の訪問客も含まれるが、本研究では訪日の主目的を観光と回答しているサンプルのみを分析対象とする。各年のサンプル数を表-2に示す。また、居住地域別の分析には、居住市・省の情報が含まれる2007年、2008年、2009年の3年分のデータを用いる。

まず、図-6に各年における訪日中国人観光客が訪問した日本の地域数を示す。日本の地域は、北海道、東北、関東、北陸、中部、関西、中国四国、九州沖縄の八地域とする。2008年までは複数の地域を訪れている割合が80%以上を占めているのに対し、2009年ではその割合は60%以下に減少している。一方、1地域のみを訪問する割合はそれまでの15%前後から40%近くまで急増している。

次に、日本の地域の訪問割合を年別に図-7に示す。関東・中部・関西の周遊と関東・関西の周遊を合わせた本州太平洋側周遊型が2009年に大きく減少し、関東のみを訪問する割合が急激に増えている。さらに、図-8に訪問地割合を訪日経験別に示す。初訪日客においても周遊型が前年の約77%から約45%に減少している。

これらの図から、2009年には複数の地域を訪れる周遊型から1地域のみ、特に大都市圏へ訪れる形への変化があり、特に初訪日客においてその変化が顕著であることが読み取れる。中国全体の訪日客の実数は毎年増加しているため、周遊型の観光客は年々目立って増えている。しかしそれだけではなく、訪問地の比率においては都市部一地域を訪れる観光客も増加している。リピーターは初訪日客と比較し様々な地域へ訪問しているが、中国においては韓国、台湾、香港に比べリピーターよりも初訪日客が圧倒的に多いため、訪日中国人観光客の誘致において、初訪日客における訪問地傾向の変化の影響は非常に大きい。

中国の訪日観光市場は韓国、台湾、香港等、他の東アジア諸国と比べると未だ発展途中にあり、その訪問地傾向も変化の過程にあると考えられる。2009年の変化傾向が今後も続くとは断定はできないが、今後も最新データを分析し、中国の訪問地傾向の変化を捉えることの意義は大きい。



図-5 中国における7地域区分

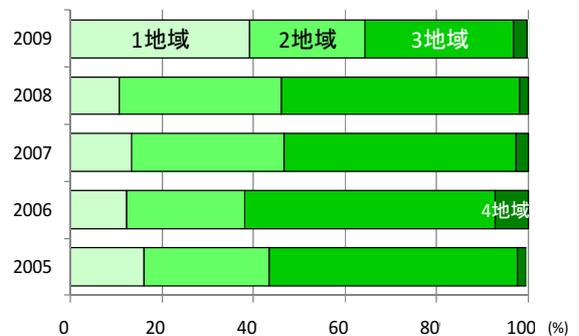


図-6 日本における訪問地域数

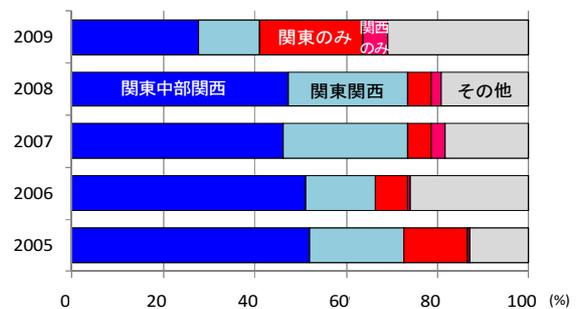


図-7 日本における訪問地

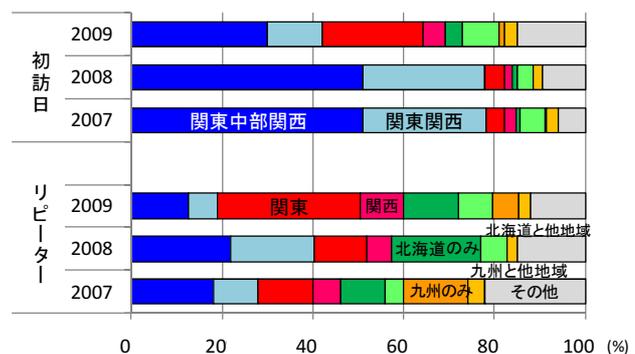


図-8 訪日経験別の日本における訪問地

(2) 地域別の訪問地傾向

図-5に示した中国居住地域別に、3年分の調査データを各年別、居住地域別、訪日経験別に分類し、20サンプル以上の各グループの訪問地を図-9に示す。2009年に起こっている訪問地パターンの変化は、北京、上海、華南の3地域に限定されるものではなく、中国全域にわたる変化である。上述した通り、2009年には北京市、上海市、広州市において訪日個人観光査証の発給が開始された。しかしながら2009年の変化がこの3市に留まらないことから、2009年の行動変化は個人観光査証の影響のみ起因するものではなく、既存のガイド付きの団体訪日観光旅行にも訪問地傾向に変化が起きていると考えられる。さらに、グラフからはっきりとその傾向を読み取ることが困難だが、地域ごとでも違いが生じている。

訪日経験別にみるとリピーターの特徴として、初訪日客と比較して周遊型が少ないだけでなく、北海道や九州を訪れる割合が多い。また、2008年、2009年とも地域による傾向の違いが初訪日客よりも明確に表れている。このことから、リピーターは初訪日客よりも訪問地が多様であるため、居住地域による傾向の違いがより顕著に表れていると推測される。

このような訪問地の経年変化や初訪日客とリピーターとの違いから、中国における訪日観光旅行の発展段階が関東・中部・関西または関東・関西の周遊型、関東のみ、関西のみ、北海道または九州、その他地域、という段階を踏むように選択肢が増えており、訪日観光旅行市場の成熟度が高まるにつれ、観光客は様々な目的地を訪れるようになると考えられる。さらに、地域によっても訪問

地の傾向に違いがあることから、中国の訪日観光市場の成熟度は居住地域によってそれぞれ異なり、さらに同程度の成熟度でも地域によってその傾向が異なると推測される。

それぞれ状況が異なる中国の各地域に対してより適切な施策、マーケティングを実施するためには、このような居住地域別の訪日観光旅行における訪問地パターンの傾向を把握することが非常に重要である。しかしながら、図-9から居住地域別の訪問地傾向の違いや地域間の類似性を明確に提示し、考察することは困難であるため、クラスター分析と数量化Ⅲ類を用いてさらに詳細な分析を行う。

4. 訪問地傾向における地域差と地域間の類似性

(1) 分析の目的と分析方法

図-9で示した居住地域別・訪日経験別の各年のグループにおける類似性を分析するために、クラスター分析を行う。クラスター分析では非類似度指標により類似度が高い元グループ同士を併合して、いくつかのグループに分類する。したがって、この方法を用いることにより、居住地域別・訪日経験別・年別のグループの類似度を分析することが可能である。訪問地は関東中部関西、関東関西、関東のみ、関西のみ、北海道のみ、北海道と他地域、九州のみ、九州と他地域、その他の9区分とし、各グループに含まれるサンプル総数に対してそれぞれの地域を訪れた割合を原データとして使用する。非類似度指標であるデータの距離計算にはユークリッド距離を用い、合併後の距離計算にはワード法を用いる。

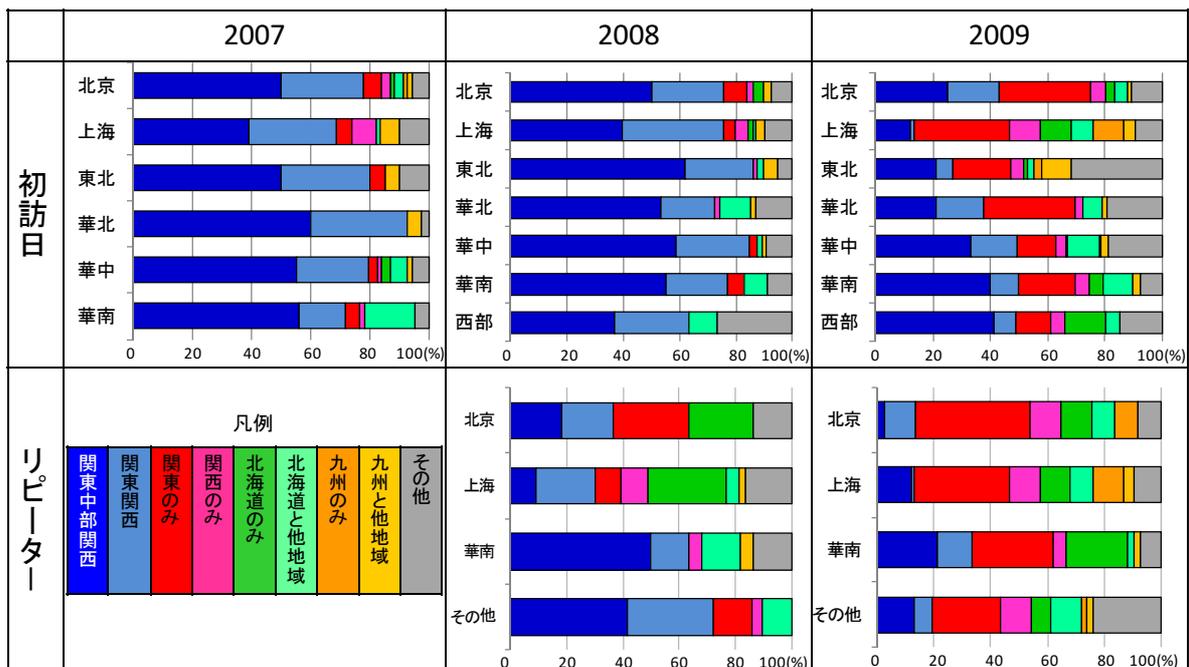


図-9 地域別・訪日経験別の訪問地パターン

(2) 分析結果と考察

3年分のデータを用いて分析を行った結果を図-10に示す。まず、各グループを大きく2つのグループに分けると、2009年と2008年・2007年の二つに分かれる。着目すべき点は、2009年のグループには2008年の北京と上海のリピーターが含まれることである。2009年は中国全体で2007年および2008年と行動変化が起きており、2008年の北京、上海のリピーターの訪問地傾向に近い傾向を2009年の初訪日、リピーターが有している。華南のリピーターについては2008年は北京、上海のリピーターと異なり、2009年のグループに含まれていない。さらに、2009年は同年の北京、上海のリピーターと同じグループに含まれていないため、華南のリピーターが北京、上海のリピーターとは異なる傾向を有していることが読み取れる。

2007年・2008年の大きなグループ内における各グループの併合については、2009年の各グループ（12グループ）がまだお互い独立のまま他とは併合されていない段階において、2007年、2008年の元グループは15グループから9グループに併合されている。これは2007年、2008年の各グループの方が2009年の各グループよりもグループ間の類似度が高いということを示している。2007年、2008年の併合状況は、北京と上海のみが同じ市同士で最初に併合されている。両市の初訪日客についてはこの2年間は訪日傾向に大きな変化はないが、他地域では変化が起きているために同じ地域同士で併合されていないと推測される。さらにこの結果は2007年・2008年のグループでは居住地域による訪問地傾向の違いが2009年ほど明確ではないことを意味する。

一方、2009年のグループでは大きく初訪日とリピーター

とに分けられる。そして、初訪日グループで最初に併合されるのは隣接する地域同士（北京と華北、上海と華中、華南と西部）である。ここから、2009年グループでは中国人観光客の訪問地傾向に影響を与える要因として、最初に経験的な差異、次に空間的な差異があることを示している。

これらの結果から初訪日客とリピーターについてはそれぞれ以下のように考察される。初訪日については、2008年までの地域差は北京、上海以外の地域ではまだそれほど特徴が明確になっていなかったが、2009年に中国全域で訪日観光行動が変化した結果、それぞれの地域性がより表れるようになった。7つの地域を各地域の類似性に基づいてより大きな地域区分にすると、北部（北京・華北）、中部（上海・華中）、西南部（華南・西部）に分かれることから、地理、気候、風土が近い地域の訪問地傾向が似ていると考えられる。東北はやや独立した傾向を持っているが、この3地域の中では北部に近い。リピーターの傾向としては、北京・上海・華南の3地域では華南のリピーターが最も異なる傾向を有している。また、各年の初訪日とリピーターに着目すると、北京と上海のリピーターが特に他地域とは異なる訪問地傾向を有している。

5. 居住地域別の訪問地傾向

(1) 分析目的と分析方法

中国居住地域別の訪問地傾向について、日本における目的地への指向性について分析を行うため、数量化Ⅲ類を用いる。数量化Ⅲ類とは回答カテゴリとサンプル間の相関を最大にし、変数間の関連性を示すものである。

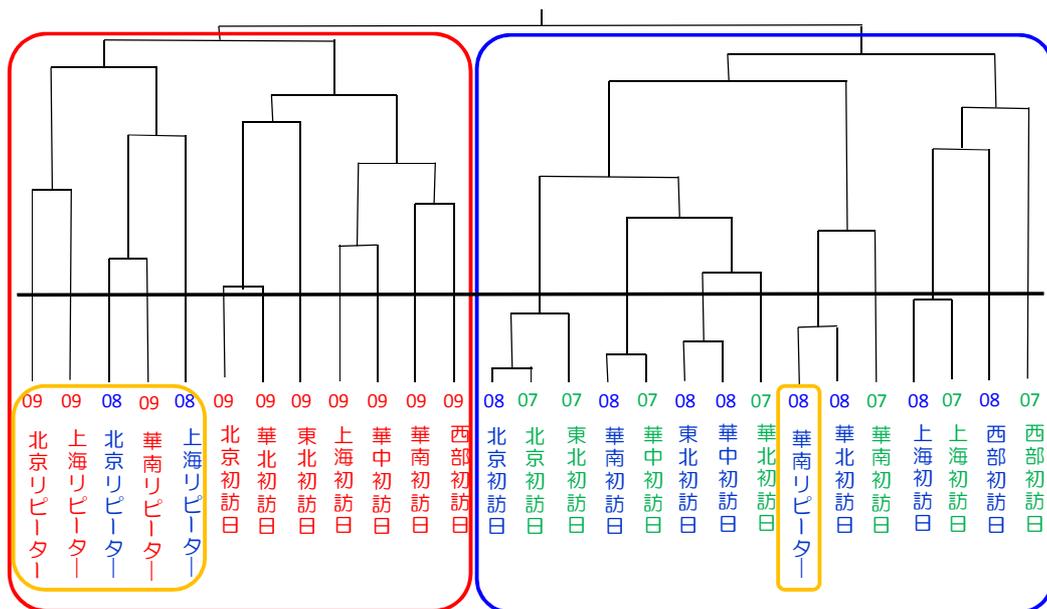


図-10 デンドログラム

カテゴリー間の関係を表すカテゴリースコアは複数の軸により構成され、寄与率が高い二つの軸を用いて平面上にカテゴリーとサンプルの関係を表すことができる。サンプルスコアは重心点を示すほか、各サンプルグループ内でのサンプルの個人差を表すために各々のサンプルスコアから計算される確率楕円を用いてグループ内での訪問地の個人差の大小を示す。これにより、日本の地域と中国の各居住地別の関連性および各居住地間における傾向の違いを、各居住地地域別の重心点と個人差の大小によって分析する。

本分析には、クラスター分析の結果を踏まえ、より地域差が明確になっている2009年のデータを使用する。サンプルグループはクラスター分析と同様である。また、他のアジア諸国との比較を行うため、中国に加え、韓国、台湾、香港、シンガポールのサンプルを加え、分析を行う。日本の地域分けは、サンプル数を考慮し、北海道、東北、関東、北陸、中部、関西、中国四国、九州沖縄の8地域に区分する。

(2) 分析結果と考察

分析結果を表-3、図-11から図-13に示す。説明軸の固有値、寄与率、累積寄与率、相関係数を表-3に示す。固有値と相関係数は1軸と2軸がそれぞれ高い値を示している。カテゴリーである日本の地域を8地域としたため、累積寄与率は1軸、2軸で41%、3軸を含めて56.1%となっている。ここではカテゴリースコアとサンプルスコアの表示には1軸、2軸を用いる。

カテゴリースコアを図-11に示す。観光行動では目的地固有の特性の他に周遊行動という空間的、環境的な要因がカテゴリースコアに影響する。そのため、数量化Ⅲ類ではカテゴリーの特性から軸解釈を行うが、ここでは軸解釈は行わず、どの地域に訪れているかという解釈に留める。地理的に近接する関東、北陸、中部、関西を示す点が分析結果上でもほぼ同じ位置に示され、距離のある北海道、九州沖縄が原点から遠く位置付けられている。ここから、関東、北陸、中部、関西はその地域間での周遊行動が多く行われており、北海道、九州沖縄はこれらの地域とは異なった観光行動が行われていることが読み取れる。表-4に示す地域別の1地域訪問割合を確認すると、北海道は77.16%、九州沖縄は81.79%と他地域に比べ1地域のみを訪問するパターンが多い。

中国の居住地地域別および他国のサンプルスコアの重心点を図-12、さらに訪日経験別に分けたサンプルスコアの重心点を図-13に示す。居住地地域別・国別では中国の各居住地地域別には重心点の位置の違いはあるが、西部がシンガポールに近いことを除き、他国と比較すると中国の各居住地地域間の距離は小さく、一国としてのまとまりを持つ。しかし、それぞれの地域を訪日経験別に分ける

と、図-12における重心点に近いのは各居住地地域の初訪日客であり、北京、上海、華南のリピーターの重心点はそれぞれの初訪日客よりも他国のリピーターの重心点に近い。北京、上海のリピーターは台湾、香港のリピーターに近い。華南のリピーターはシンガポールのリピーターよりもさらに北海道寄りに位置づけられ、北京、上海にとは異なる訪問地傾向を有していることが読み取れる。しかしながら、サンプルスコアの重心点をカテゴリースコアと比較すると、どの重心点も原点に近接しており、訪問地傾向を明確に考察することは難しい。

そこで、各個人の行動の差異を確認し各グループのサンプルの分散を確率楕円で表し、その形状と大きさを比較することにより各グループの行動の違いをより明確にする。本稿では紙面の都合上、特徴が明確な北京、上海、華南の初訪日とリピーターの確率楕円を図-14から図-19に示す。確率線は原点に近いほうから30%、60%、90%を示す。

北京、上海のリピーターは円に近い大きな楕円を有し、関東、中部、関西の他に北海道、九州等多方面を訪問している。これに対し華南のリピーターはより北海道指向の楕円を有しており、華南のリピーターが北京、上海のリピーターとは明らかに異なる訪問地傾向を有していることが読み取れる。

また、初訪日客は、リピーターに比べ小さな確率楕円を有し、訪問地選択の個人差が小さく、主に本州を周遊する旅行が行われていると推測される。東北、華北、華中も重心点を中心とする小さい確率楕円を描いている。しかし、リピーターほど顕著ではないが、北京、上海、華南の初訪日客に見られるように、地域によっても重心点、確率楕円の形状に差が見られ、クラスター分析の結果と合わせて考察すると、初訪日客の訪問地傾向も地域によって差異が生じているという結果を示している。

表-3 数量化Ⅲ類結果

軸No.	固有値	寄与率	累積寄与率%	相関係数
1	0.8996	21.3%	21.3%	0.9485
2	0.8533	20.2%	41.5%	0.9237
3	0.6156	14.6%	56.1%	0.7846

表-4 地域別サンプル数

	サンプル数	1地域訪問	複数地域周遊	1地域訪問割合
北海道	753	581	172	77.16%
東北	219	59	160	26.94%
関東	3536	1907	1629	53.93%
北陸	203	1	202	0.49%
中部	1386	205	1181	14.79%
関西	1969	855	1114	43.42%
中国四国	123	18	105	14.63%
九州沖縄	780	638	142	81.79%

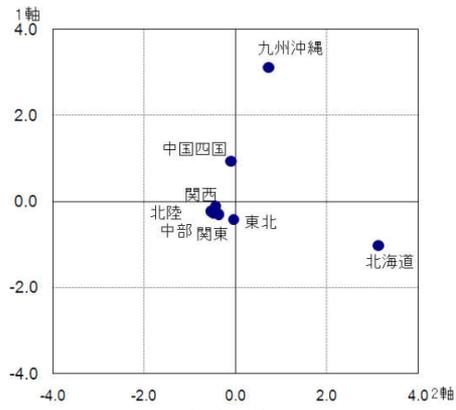


図-11 カテゴリースコア

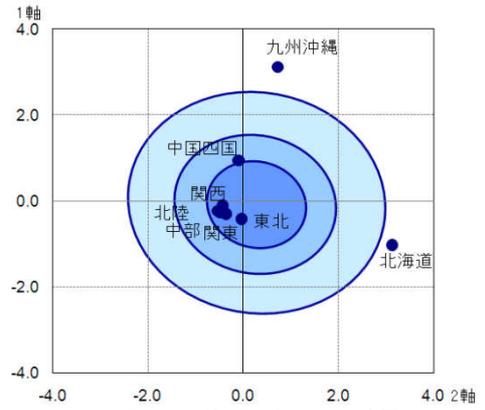


図-15 北京リピーター確率楕円

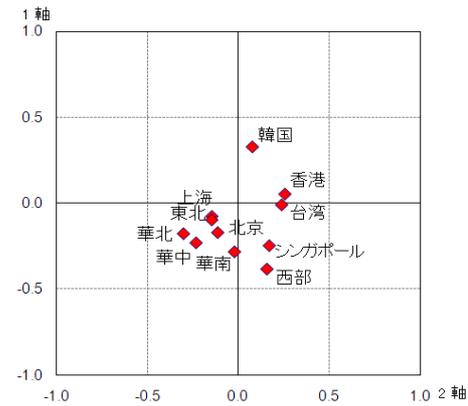


図-12 サンプルスコアの重心点

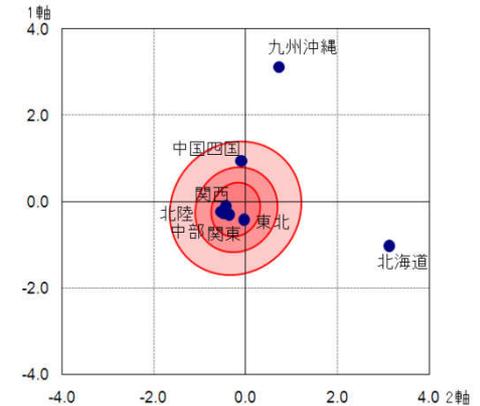


図-16 上海初訪日確率楕円

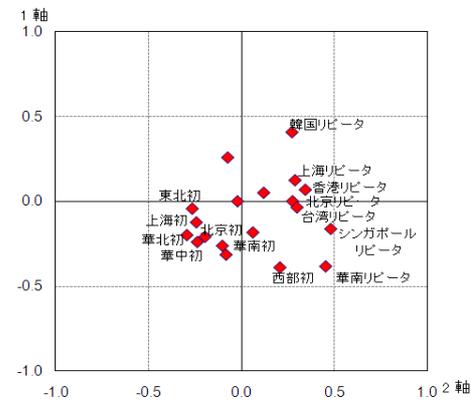


図-13 サンプルスコアの重心点 (訪日経験別)

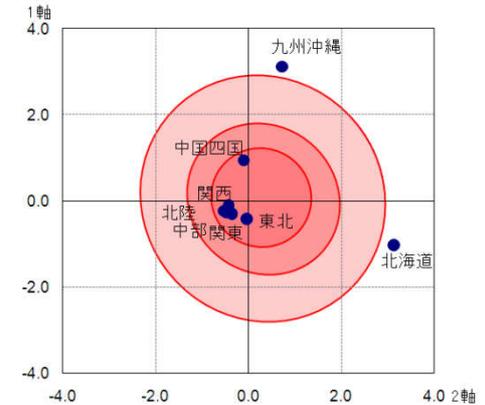


図-17 上海リピーター確率楕円

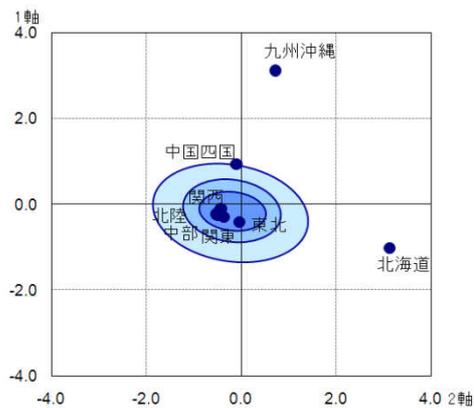


図-14 北京初訪日確率楕円

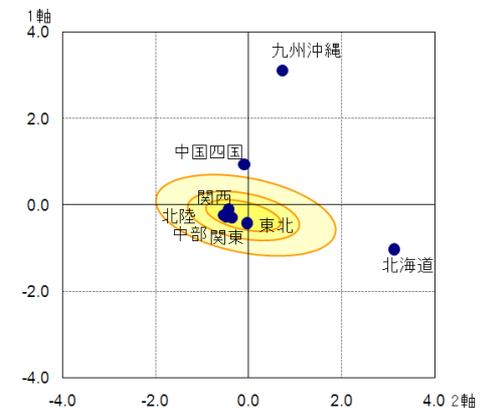


図-18 華南初訪日確率楕円

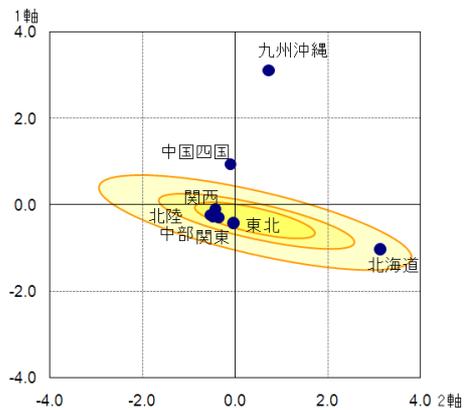


図-19 華南リピーター確率楕円

今後の課題として、複数年のデータを用い、居住地域別の時系列分析を行うこと、居住地域別、訪日回数別の他に、訪日旅行形態別や目的地までの経路に関する分析を行うことにより、近年における訪日中国人観光客の行動の変化および、変化のメカニズムに関する考察を深めることが挙げられる。また、本研究で明らかにされた2009年の変化については、この変化が起きた原因となった事象と、この変化が一過性のものなのか、あるいは継続性のある変化なのかを検証する必要がある。そのためにも今後は2010年のデータを加え、さらに分析を進展させるものとする。

6. おわりに

本研究は、中国居住地域別の訪日観光行動の違いについての先行研究⁹⁾を踏まえ、さらに発展させたものである。最新(2009年)のデータを加え、2007、2008年まで圧倒的に多かった本州大都市間の周遊型が2009年に減少し、一つの大都市を訪れる比率が高くなっていることを明らかにした。また、2007年、2008年には明確でなかった居住地域による訪問地傾向の非類似性が、2009年にはより顕著に表れていることを示した。居住地域別、訪日経験別の訪問地傾向については、サンプルの分散を分析に加えることで、各グループが有する観光行動の特徴が示された。これらの結果から、「訪日観光にとって中国が一つの同質な市場ではない」ということが明らかになり、中国における訪日観光市場のさらなる開拓、成長のためには居住地域別の施策が必要であることが指摘できる。

しかしながら、中国における訪日観光旅行は韓国、台湾、香港等、他の東アジア各国と比較するとまだ発展途上であり、その変化は著しい。市場の特性やその変化を正確に捉えるためには、観光統計データを利用した詳細な行動分析を継続的に行うことが求められる。

参考文献

- 1) 古屋秀樹, 西井和夫, 野瀬元子, 呉戈, 金賢: 日本・中国・韓国における観光行動の実態分析, 第37回土木計画学研究・講演集 Vol.37, 4pages, 2008
- 2) 栗原剛: わが国の旅行環境に対する外国人来訪者の評価に関する研究, 第37回土木計画学研究・講演集 Vol.37, 4pages, 2008
- 3) Michael, J. Enright and James, Newton: Tourism destination competitiveness: a quantitative approach, *Tourism Management*, 25, pp.777-788, 2004
- 4) 岡本直久, 栗原剛: アジア諸国における将来の国際旅行に関する研究, 運輸政策研, Vol.10, No.3, pp.2-10, 2007
- 5) 田中賢二: 外国人訪日客の訪日促進策に関する研究, 運輸政策研究 Vol.10, No.1, pp.11-21, 2007
- 6) 日比野直彦, 森地茂, 島田貴子: 居住地域別訪日中国人旅行者の日本国内における観光行動—インバウンド戦略検討のための基礎的分析—, 交通学研究 2010年研究年報, pp.55-64, 2010
- 7) 中国国家統計局: 中国統計年鑑, 2010
- 8) 国際観光白書 2010, JNTO, 2010
- 9) 国土交通省航空局: 数字でみる航空 2006, 航空振興財団, 2006
- 10) 国土交通省航空局: 数字でみる航空 2009, 航空振興財団, 2009

Chinese Tourists in Japan : Current Trends of Their Destinations and Behaviors

Nozomi HISHIDA, Naohiko HIBINO, and Shigeru MORICHI

Promotion of inbound tourism is an important issue in Japan. Under the agenda set by Japan Tourism Agency, the number of inbound tourists is expected to increase up to 15 millions by their target year 2013. In recent years, the number of Chinese inbound tourists has been significantly growing and China is a major target for inbound tourism promotion in Japan. However, there is insufficient number of quantitative studies on behavior analysis of Chinese tourists and their recent behavior changes have not been shown. This study aims to find a suggestion for appropriate utilization of nationwide survey data through giving quantitative analysis of Chinese tourist's behavior change and its regional differences to reveal the actual situation of their tourism behavior, and it shows the differences in destination of Japan-tour market among each region in China.