

国際交流における観光の役割

―日韓の観光動向を中心に―

李 良 姫

人間科学部 人間社会学科 観光文化コース
e-mail:lee@toua-u.ac.jp

はじめに

2010年8月「日韓併合100年」を迎えるのに先立って、日本の読売新聞社と韓国の韓国日報社が共同で「日韓共同世論調査」実施している¹⁾。日本人と韓国人を対象に日韓両国に対する意識を調査したものである。それによると、相手国に関して「興味・関心をもっているもの」に「観光地」が共に上位となり、この他に韓国では「漫画・アニメ」「文学・小説」「日本語」「映画」「料理」が続き、日本では「料理」「歴史」「テレビドラマ」「映画」「芸能人」「韓国語」が続いて挙げられた。

また、2008年に筆者が勤務していた韓国の大学で、韓国人大学生を対象に行ったアンケート調査の結果によると²⁾「日本に行ってみたいですか」という質問に対して、「ぜひ行ってみたい」と「機会があれば行ってみたい」が、合わせて91%となっている。また、「日本訪問時にしたい」ことに「伝統文化を見る・体験する」と「ディズニーランドを訪問したい」が高い比率を占めた。この二つの調査の結果から、両国の人々が、相手国を訪問したいという意思を持っていることがわかると同時に、その国の観光や文化に対して高い関心を抱いているということがみてとれる。

近年、日韓両国の相互訪問者数は年々増加傾向にあった。2009年、円高や経済的な影響もあってか、日本を訪問した韓国人は約150万人にとどまったが、韓国を訪問した日本人は300万人を超えている。

2011年は、東日本大震災とそれに伴う原子力発電所事故の影響で、日本を訪問する外国人が激減

した。同様に、来日する韓国人も激減したが、震災直後の4月の63,790人から11月には134,000人になっていることから、徐々に増加に転じているのがみてとれる³⁾。

前述の2010年の日韓両国の新聞社による共同意識調査では「日本と韓国の関係について」を問う質問に「非常に良い・どちらかといえば良い」と答えた韓国人が24%であるのに対し、日本人は57%と答えている。この結果は、両国の訪問観光客数の推移と関連があるとみられ、いわゆる「韓流ブーム」や「韓国訪問経験」の影響が大きいと考えられる。つまり、観光経験や文化的な体験が相手国に対する肯定的なイメージを抱かせ、好感度を高めた可能性が高い。

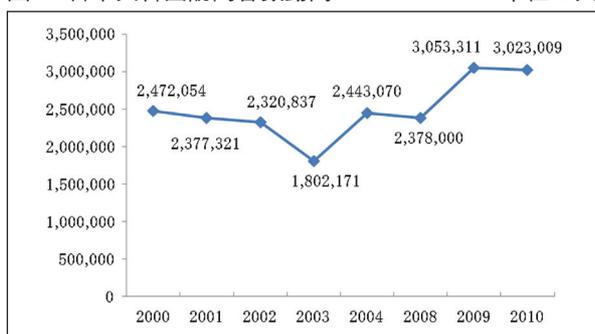
本稿では、日韓における外国観光客動向を中心に観光交流の歴史と現状について述べる。その上で、次世代を担う日韓大学生の観光にかかわる活動事例を取り上げて分析し、観光交流を通じた国際交流の課題と解決策を探る。

1. 韓国における外国人観光客動向

(1) 外国観光客誘致戦略の歴史

韓国では、1970年代から外貨獲得のための外国人観光客誘致戦略を、国家政策として積極的に進めてきた。他のアジア諸国に比べて、比較的早い時期に着手し、特に急速な経済成長を成し遂げた日本からの観光客誘致に国を挙げて取り組んだのである。しかし、観光資源開発やインフラの整備が十分ではない当時の状況では、人が観光資源とならざるをえない時期があった。つまり、女性を男性観光客の誘致目的に利用したという暗い歴史も持っている⁴⁾。

図1 日本人韓国訪問客数動向⁵⁾ 単位：人



同時に、韓国政府は、高速道路の建設など国内の観光インフラの整備を急速に進めていった。これと並行して経済成長による国民所得の増加に伴い、国内観光も活発になっていった。

1986年アジア大会、1988年オリンピック開催もこの流れに拍車をかけることになった。それまで南北分断、軍事独裁政権など、社会的政治的に不安定な国というイメージが強かった韓国が、国際社会に対して「オリンピックを開催できる国」として、好イメージを与えたのである。つまり、韓国はオリンピック開催という一大事業を通して国際社会に進出し、世界の人々と交流できる国になったといえよう。

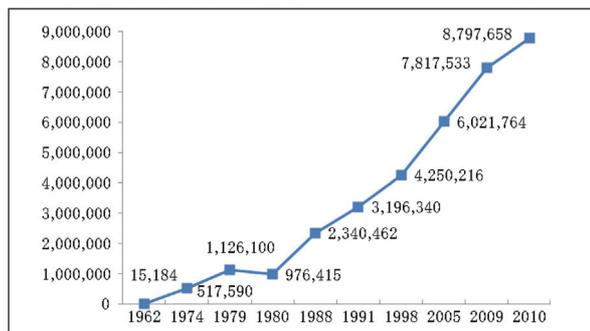
一部には、オリンピック開催の政治的な意図や経済的効果に対する疑問から、開催に反対する声もあったが、結果的には、1988年オリンピック開催によって韓国に対する知名度は高まり、イメージアップにつながっている。

このように、韓国がオリンピックなどの世界的なイベントを国を挙げて積極的に誘致する理由は、それらの大型イベントの開催が、経済的効果をもたらすばかりでなく、国家の知名度やイメージアップにつながるからである。中国が北京オリンピック、そして上海万博開催を強く推進してきたことも同じ理由からである。むしろ、世界的なイベントが開催されることにより、国内外からの観光客が増加し、観光が活性化されることはいままでもない。

図2は、韓国を訪れた外国人観光客の動向である。オリンピック開催の1988年を境に増加に拍車がかかっていることがわかる。また、オリンピック開催前は日本人の男性観光客が主であったのが、オリンピック開催後は、国や性別、年代など、

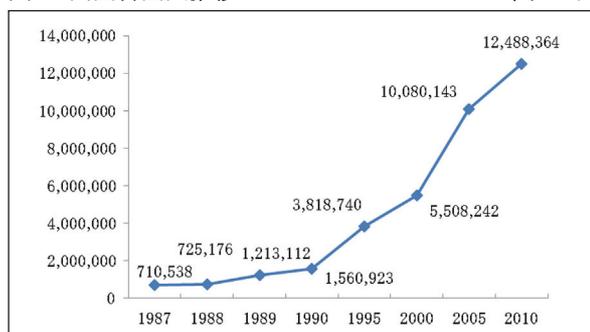
外国人観光客の幅が広がっている。

図2 訪韓外国人観光客推移⁶⁾ 単位：人



1945年日本の植民地からの解放、1950年朝鮮戦争、1953年休戦という歴史的重大事を経たのちの1962年、韓国を訪れた外国人観光客数はわずか15,000人に過ぎなかった。その後の国を挙げた外国人観光客誘致戦略により、1979年には110万人を超えている。しかし、1979年後半から1980年代初めの政情が不安定な時期には外国人観光客数が減少していくが、オリンピックを開催した1988年には増加に転じて一気に230万人を超える。その後も増加を続けていることは、オリンピック開催が韓国の知名度を高め、国のイメージアップにつながったからであるといえよう。韓国の外国人観光客数はその後も順調に増加を続け、2009年に7,817,533人、2010年には8,797,658人も外国人観光客が入国している。

図3 出国韓国人推移⁷⁾ 単位：人



また1988年海外旅行の自由化は、観光の活性化に大きな影響を与えた。韓国から海外に旅行した人数の推移(図3)からは、1988年のオリンピック開催が、外国人観光客の誘致に貢献しただけではなく、韓国人の海外出国にも影響を与えたこと

がわかる。それまで規制されていた出国する韓国人も急激に増加したのである。円高ウォン安の影響や世界的な経済不況にもかかわらず、2010年の韓国人出国者は12,488,364人にのぼる。韓国の全人口約48,000,000人の25%強、およそ4人に1人の韓国人が海外に出かけていることになる。

観光の大衆化や海外観光の自由化の歴史が浅い韓国において、インバウンド、アウトバウンドの観光産業は、双方が影響しあい、共に成長してきたといえる。こうした国際観光の活性化が韓国企業や韓国人の国際社会への著しい進出に結びついているといえよう。

(2) 成功要因

韓国における外国人観光客誘致戦略の成功要因として、以下の5点を挙げるができる。

① 国家政策としての観光客誘致戦略

まず、挙げられるのは、早い段階から政府・地方自治体が観光活性化や地域活性化のために外国人観光客誘致に積極的に取り組んできたことである。

② 観光の多様化戦略

次に挙げられるのが、多様な観光客誘致戦略の採用である。祭りや伝統文化の観光化、韓流の観光化、食や食文化を利用した観光化、遺産観光、医療観光などのヘルスツーリズムなども成功要因の一つである。

特に、祭りの観光化は、1995年の地方自治体制の本格的実施により積極的に推進されてきた。それまで任命制であった各地方の首長は、地域の活性化を図るために祭りを開催した。現在、韓国で開催されている「祭り」の多くは近年になって創出されたもので、各地域に古くから継承されてきた祭りは僅かに残されているにすぎない。祭りのテーマには、自然や地域に縁のある特産物、競演大会、歴史的な事件、人物などが取り上げられることが多く、観光資源づくりの側面が強い。

自然をテーマにした祭りの代表的な祭りは、韓国の南西部、全羅南道の西北に位置する咸平郡（ハムピョンゲン）で毎年開催される蝶々をテーマにした「蝶々祭り」である。2011年に13回を迎

えた蝶々祭りは、祭り期間中100万人を超える人が訪れる⁸⁾。

観光化された祭りの中でも、食や食文化をテーマにした祭りが最も多く、参加者数も多い。なかでも、新鮮な海産物が豊富な韓国釜山市のチャガルチ市場周辺を中心に開催される「チャガルチ祭り」が有名である。韓国第2の都市である釜山は外国人観光客にも広く知られており、祭り期間中には、チャガルチ市場にもより多くの外国人観光客が訪れている。1992年に最初に開催されたこの祭りは、近年では毎年180万名あまりの人が訪れ賑わっている。

祭りは釜山市の主催で文化体育観光部などが支援しており、10月中旬に5日間開催される。海や水産物に関連する展示や体験プログラムが中心であり、出漁祭りや竜神祭りなど古くから伝わる海にまつわる儀式がプログラムに含まれている。海鮮市場が会場にもなっていることから新鮮な刺身などを試食することもできる。

図4 食をテーマにした祭り



同様に釜山で開催される「釜山国際映画祭」は、祭りとして成功したイベントの一つである。世界各国から映画監督や俳優が一堂に集まり、9日間の映画祭観客数は約20万人にもなる。韓国では、観客数1,000万人を超える多数の映画が国内で制作されており、国民の年間映画鑑賞率も高いが、特にこの映画祭には、全国各地から映画ファンが集まる。近年は、外国からも多数の映画ファンが参加されている。

③ 受け入れ体制の整備

さらに成功要因として外国人観光客のための受

け入れ体制の整備に力をいれてきたことが挙げられる。主な取り組みとしては、まず観光関連産業に携わっている者に対するホスピタリティ教育を実施し、外国人観光客へのサービスの質を高めている。同時に、外国人観光客を案内するガイドの数を増やし、その教育に力を入れている。

また、観光インフラの整備においては、外国観光客数の増加に伴い、宿泊施設の増設と多様化を推進している。

④情報発信

2002年ワールドカップ日韓共催を前に、当時の大統領が外国人観光客誘致を直接呼びかける映像を海外で流すなど、海外への情報発信も国を挙げて行っている。現在も、日本をはじめ世界各国に、観光ガイドブックの政策やホームページの運営など韓国観光公社（KNTO）を通して積極的に情報発信を行っている。

2. 日本の海外観光客誘致の現状

(1) 来日外国人動向

日本でも、2008年に国土交通省の外局として観光庁を設置するなど、訪日外国人観光客の誘致を積極的に推進し始めた。

訪日外国人旅行促進事業であるビジット・ジャパン事業を推進し、2010年度訪日外国人旅行者数を1,000万人、将来的には3,000万人を目標として、さまざまな事業を行っている。

その結果、日本を訪れる外国人観光客は2008年には8,350,835人⁹⁾となり、2010年の1,000万人の目標を達成できるかに思われた。

しかし、2009年の世界的な経済不況と円高の影響で、外国人観光客数は激減して6,789,658人となり、それに追い打ちをかけるように、2011年3月の東日本大震災及び原発事故によって、外国人観光客は更に伸び悩んでいる。

また、時を同じくして日本人の海外訪問客数も、2006年の17,536,000人から、2009年には15,446,000人へと減少している。日韓をその人口比から比較すると、韓国に比べて日本の海外出国者数は少ない。韓流ブームなどで韓国を訪問する日本人は多くなっているが、その他の国や地域への訪問は減少傾向である。

(3) 日本及び下関の観光的魅力

観光の大きな魅力は、訪れた観光地域に存在する「文化」を楽しむことである。日本にはすばらしい文化がたくさんある。またその文化は貴重な「観光資源」にもなる。観光資源は、歴史的な建造物、美しい自然だけではない。例えば、日本人の客を心の底からおもてなしする「ホスピタリティ」精神は、世界どこにも負けないすばらしい観光資源である。筆者は、世界の様々な観光地を訪れているが、日本を魅力あふれた国だと思う。他の国を訪れてみると日本の魅力を実感することができる。日本の魅力を、世界に発信していくことが大事である。

本学が位置する下関も、東アジアの観光交流の拠点として持つ意味は大きく、下関ならではの観光的な魅力も多い。具体的には、地理的条件を挙げることができよう。下関と韓国の釜山を結ぶ定期旅客船である関釜フェリーは、1905年に始まり100年あまりの歴史を持つ。毎日運航しており、新たに韓国の南西部に位置する光陽と下関までの週3回程度運航する定期便も2011年新設された。さらに、福岡県所在の福岡空港、北九州空港、博多国際フェリーターミナルが隣接するなど、地理的にも交通便にも有利な位置である。また、「日韓共同世論調査」結果でも挙げられた観光の一つの魅力である豊富で新鮮な食文化を持つ。

下関が持つ様観光魅力の中でも、も最大の魅力は、韓国との交流の歴史を持っていることだろう。日韓の歴史の中で最も友好な関係として挙げられるのが「朝鮮通信使」である。下関は、その朝鮮通信使の上陸地であった。

図5 朝鮮通信使上陸記念碑



共通の歴史は観光的な魅力を増加させる。筆者が、韓国人や中国人に日本を案内したこれまでの経験からみると、日中韓のように文化的に類似する国では、共通した歴史的な建物や類似した文化体験は観光魅力を減少させる場合もある。しかし、そのような共通の歴史はその他の外国人観光客の興味を高める効果がある。

その交流の歴史が時を超えて継続されていることも無視できない。下関には、「釜山フェスター」や朝鮮通信使行列再現など、特に韓国に因んだ文化が多い。これらは、韓国人留学生をはじめとして、現在でも日韓交流の場となっている。

3. 日韓大学生の観光交流の現状と課題

(1) 日韓大学の観光交流事業

最近、日韓双方の大学生は、観光にかかわる交流活動を活発に行っているが、以下では代表的な三つの活動について分析する。

①日韓大学生フィールドトリップ

日韓の大学生の観光活動の中で、持続的かつある程度効果をあげている活動として「日韓大学生フィールドトリップ」が挙げられる。日本の国土交通省と韓国文化観光部が「日韓両国の大学生間の相互訪問交流を通じた人的交流活性化の基盤を作り、日韓両国の観光業界を志望する大学生たちの両国観光市場に対する理解増進を図り、観光専門人材を育成する」という目的で、日韓両国の観光専攻の大学を対象に開催しているものである¹⁰⁾。すでに、2006年から2009年まで、4回実施され、旅行国の引率教員と両国の大学生それぞれ20名が両国の主な観光地を訪ね、行政や観光関連機関を訪問して、観光政策などについて勉強している。参加した大学生達は、研究室や講義だけでは得られない貴重な経験をする。

②学生交流及び研修旅行

日韓政府や観光関連機関の事業の他にも、大学のゼミ活動として韓国を訪問する事例もある。ただ観光をするのではなく、観光公社を訪問して担当者に韓国観光の現状や観光政策などについて学ぶ、などの取り組みが行なわれている。

また、日本の多くの大学のゼミ旅行でも、韓国

を訪問し、韓国の学生と交流を行っている。

筆者が留学していた日本の大学のゼミでは、3年生の時にゼミ生全員が韓国を訪問し、韓国の大学の学生と交流を行っていた。日韓の学生が一緒に観光地などで聞き取り調査などを実施し、韓国の社会、韓国人の意識について分析し、その結果を報告議論する場を設ける。観光旅行にはない、より深く踏み込んだ交流であった。

韓国からも学校や学科単位で日本の博覧会やお祭りに参加し、また日本の観光地を訪問している。この場合でも、ただ観光地を訪問するだけではなく、観光地における受け入れ戦略や現状及び課題を探る。こうしたことから、観光を通して互いの社会や文化を学ぶことができる。また、韓国からはインターンシップという形で日本の企業などで大学生が仕事をしている。日韓共に学校研修の一環として両国を訪ねている。

③ワーキングホリデービザ

大学生に限るものではないが、18歳から30歳までを対象に実施されている「ワーキングホリデービザ」も日韓友好関係を促進するために効果的な役割を果たしている。

ワーキングホリデービザは、「日韓両国の青年に双方の文化や生活様式を理解する機会を与える」という目的で1999年から実施され、2009年度には7,200人がその対象となっており、その数は年々増え続けている。

日本で仕事をしながら、観光もし、日本の文化にふれ、日本語も勉強できることから、特に韓国の大学生から人気を集めており、多くの学生がビザの申請をしている。

(2) 課題

学生による交流は効果をあげつつあるが課題もある。具体的には、限られた参加対象者数、一時的な行事で終わる、政府・行政が中心で推進される、参加者の費用の負担、事業を担当する教員の不足などが挙げられる。

①参加者数

課題の中でも対象人数が限られていることが最も大きな課題であろう。大学生フィールドトリッ

プにおいても、年間それぞれ20人の大学生しか参加することができない。ワーキングホリデービザも、その対象人数が限られており、特に韓国からの多くの学生の希望者に応えられていないのが現状である。インターンシップにおいてもまた、同様である。

②継続性

次に活動の継続性である。例えば、「2005年日韓友情の年」では、ソウルでまつりが開催され、日韓にかかわる様ざまなイベントが企画、実施され、日韓両国の青少年や一般市民が多く参加して、友好関係を深めた。しかし、その後にはこうした共同参加の機会は多くない。一時的なイベントではなく、継続していく必要がある。

図6 日韓交流まつり



③民間レベルの活動

国や観光機関レベルでの事業が多く、民間レベルでの交流がまだまだ少ない。政府レベルであると、両国の関係が好ましくない時には中断されることもある。民間レベルでの事業や活動でならば、そのような中断を避け、交流を続けられる可能性があるだろう。民間レベルでの交流を拡げていくことが必要である。

④費用の問題

費用の問題である。特に、現在のような円高や経済不況の局面にあっては、韓国から日本への渡航にかかる費用の負担は大きい。将来の日韓を担っていく青少年が互いの国を気軽に訪問し、交流できるよう、宿泊や交通費などに何らかの特典を与えるなどの施策が必要である。

⑤担当者の不足

日韓大学生の引率、指導は、両国の大学の教員になるが、最近の大学では、教育、研究に加え、学生募集から学生生活指導、就職指導まで多忙な校務に追われている。国際交流を担当する専任教員の配置などが望まれる。

おわりに

観光経験や観光による交流は、両国のイメージアップや好感度を高め、両国の関係改善につながる力を持っている。特に、日韓のように歴史的な背景を持つ国には、持続的な交流が必要である。特に、将来の日韓関係に大きな役割を果たしていく青少年、とりわけ大学生の観光を通じた交流活動は大変重要になっている。

日中韓には「千里の道も一歩より」という共通のことわざがある。観光交流はその第一歩となるものである。すべてのことは一日では成らず、積み重ねが必要であり、継続性持続性が重要である。長い目で見て経済的また人的投資を続けることが大事なのではないだろうか。

「日中韓観光大臣会合」という3カ国による会議も2007年から開催され、2009年に4回目を迎えた。日韓のみの観光交流だけではなく、中国をも取り込んだ東アジア間の交流が望まれる。

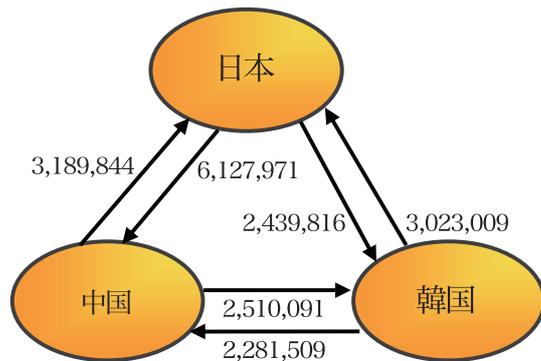
こうしたことから、2011年7月に本学と中国の大連大学の学術交流協定を行ったことは意義深い。近年は日中韓で学校間提携が活発に行われている現状がある。本学も中国、韓国を中心に提携校を拡大している。重要なことは、提携を結ぶことそれ自体ではなく、今後どのように効果的に交流を進めていくかであろう。

さらに、本学には、韓国を中心とした東アジアからの留学生が多数在籍しており、その数も年々増加傾向にある。しかし、留学生は留学生だけで集まる傾向が強いため、留学生と日本人学生との交流の場を工夫していかなければならない。筆者がかつて経験したように、日本人学生との交流のみならず、世界各国の留学生と直接交流していくことを通して、国際交流の大切さやすばらしさを体験してほしい。

同じ世代の学生との交流も大事であるが、幅広い年代や地域の人々との交流は、日本文化や社会

の理解など日本の魅力を体感し、日本に対する親近感を高めることになるだろう。

図7 2010年東アジア観光客動向¹¹⁾ 単位：人



※中国は、香港、台湾を含む。

日本をはじめ東アジアでは、これまでは海外観光客誘致戦略はヨーロッパやアメリカ中心であった。例えば、観光案内対応言語といえば、ほとんどが英語であった。しかし、日本、中国、韓国など、東アジアを行き来する観光客数の多さから考えると、東アジアを中心にした観光戦略が重要になっているといえる。

現代は観光交流の時代である。その地域に居住したり滞在したりすることはできなくとも、観光を通して人的な交流を行うことはできる。ただ観光地を訪れるだけでなく、交流の機会を作ることが望ましい。

課題として前述した日韓大学生の観光交流事業の問題に加えてコミュニケーションの手段の一つである言葉の問題を挙げたい。現在の日韓大学生の交流の中心は、日本語学科などに在籍する日本語ができる韓国人学生が主であり、教員も日本語ができる韓国人が担当する場合が多い。日本の学会においても通訳ができるのは韓国人研究者がほとんどである。一方、日本国内では、近年、韓国語学科が新設され、韓国語を勉強する学生も多くなっているが、今後、互いの言葉をとともに話せる人が増えることを期待する。

むろん、コミュニケーションで大切なのは言葉だけではない。互いの国の背景にある歴史、文化、社会など理解することが不可欠である。しかし、コミュニケーションの手段としての言葉は欠かすことのできないツールである。とりわけ、日中韓

三国間の関係が重要視されている現在、三国間の民間レベルでの交流は重要である。観光客数から考えると、日本を訪れる韓国人、韓国を訪れる日本人を合わせると、年間600万人近くにのぼり、日本と中国、韓国と中国もほぼ同様である。この数字を見ても、観光客の受け入れ体制整備の中で、東アジアの言語の果たす重要性がわかる。

地域で学び、世界各国の人々と交流し、国を超えて活躍できる人材の育成が重要であり、そのためには国際的な視野を持つことが欠かせない。

「旅行に出かけない若者が増える現象は、政府が唱える観光立国時代に逆行しているのではないか。それは旅行ばかりでなく、マイカーへの興味もなく、外国の大学への留学希望者も減り、かつての若者のように学生運動のような社会を熱くさせるようなパワーを失った萎縮現象が少々気になる」という主張がある¹²⁾。こうした若い日本人の旅行離れや外国離れが懸念される中、どのように国際人を育成していくべきだろうか。外国に興味を持ち、海外旅行に出かけ、外国人と交流することが、国際社会に貢献できる真の国際人の第一歩であろう。そのための基盤づくりと人材育成がわれわれ教育を担当しているものに課せられた使命ではないだろうか。

注

- 1) 読売新聞2010年4月17日付記事。インターネット情報は、<http://www.yomiuri.co.jp/feature/fe6100/koumoku/20100417.htm>
- 2) 本アンケート調査は、筆者が2008年勤務先の韓国霊山大学で独自で調査したもので、質問項目としては「日本、日本人に対するイメージ」や「日本に対する関心対象」などがある。
- 3) 日本政府観光局（JNTO）発表。
- 4) 李良姫（2010）「女性を活用した観光戦略－植民地朝鮮及び戦後の韓国を中心に－」『交渉する東アジア 近代から現代まで－崔吉城先生古希記念論文集－』pp.101-117、風響社
- 5) 韓国観光文化研究院（2011）『2010年基準観光動向に関する年次報告書』文化体育観光部観光産業局観光政策課の資料を基に筆者が作成。
- 6) 前掲書（注5）及び歴代の『観光動向に関する

る年次報告書』を基に筆者が作成。

- 7) 注6同様。
- 8) 咸平郡(2010)『第50回咸平郡統計年報』p.235、咸平郡発行。
- 9) 日本政府観光局(JNTO)資料。
- 10) 主な事業は「日韓観光政策担当政府機関及び関係機関関係者との面談を通じた両国観光政策に対する理解増進, 日韓両国内の観光地視察, 日韓観光専攻の大学生間の交流会実施」となっている。「国土交通省ホームページより引用。http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha08/01/010325_6/07.pdf#search='日韓大学生観光'」
- 11) 前掲書(注3)及び注5を基に筆者が作成。
- 12) NPO法人(2010) JAPAN NOW 観光情報協会編著「観光業界を目指す若者へ」『そこが知りたい観光・都市・環境』株式会社交通新聞社pp. 70-74