

## 「観光業は中国人の心を掴めるか」

作家・ジャーナリスト  
莫 邦富 (モー・バンフ)



皆さん、こんにちは。ここ数カ月、何の縁か私にもわからないのですが、四国と国土交通省にもものすごく結ばれたような気がします。9月、10月と立て続けに講演と視察で四国に参りました。実は先月もこの八幡浜にお世話になっていました。

おとといも国土交通省の第三合同庁舎に行きまして、観光庁を訪問し、いろいろ話を伺ってきたところです。国土交通省と一番接点を持っているところは観光庁だと思いますが、港湾局の皆さんにも以前講演などでお世話になったことがあります。日本の新幹線の中国への売り込みにも関わっていたことがあるので、多少は貢献していると思います。今まであまり接点のなかった海上保安庁とも、ここ数カ月はものすごく世話になっています。(笑)

こういう関係でいろいろな形で結ばれています。おとといは観光庁を訪問しましたが、実はその前日に中国から帰ってきたばかりです。ここ2カ月ぐらい中国には3回訪問しましたが、その3回とも全部観光関連の話で、中国の日本観光客の誘致と日本側の中国観光客の誘致といったテーマでいろいろ行っています。

ですから、今日いただいた演題は「観光業は中国人の心を掴めるか」。なぜか少し挑発的なテーマになっているので、結論を先に出します。観光業は中国人の心を完全に掴めるものだと思います。なぜかといいますと、中国国内での調査では、一番訪れたい国、観光に行きたい国として日本は実は2番

目で、ですからこの演題自体は一言で片づけられると思います。

この演題を微妙に変えて「観光業はどのように中国人の心を掴むべきか」に少しやわらかくしたいと思います。実は私は年間 20 回ぐらい、中国を初め海外各地を訪問しています。もちろん大半は中国ですが、こここのところ 2004 年、2005 年あたりから、私の訪問先は、中国にいてもほとんど中国の内陸部。先ほど、中部地方の方がいらっしゃいましたが、中国の中部地方みたいなどころのたくさんの都市を回っています。

ご存じのように、中国は 1978 年、改革開放路線に方向を切りかえましたが、実は中国の改革開放路線は、隠れたスローガンがありました。これは「日本に学べ」ということです。つまり 30 数年前の中国は、日本を学べというスタートラインから出発して今のような国力に上り詰めたと思いますが、ここ数年、中国に戻って講演をするときに私は、たとえ中国の経済規模が日本を上回って世界 2 位になったとしても、これからも日本を学び続けるべきだと主張しています。

しかし一方、日本国内では、いろいろな講演会でいま日本の 47 都道府県全部を回っています。講演会や座談会とか勉強会とか、いろいろな会合に出ています。大勢の日本の方に私も「では、日本は中国に何か学ぶものはないのか」と質問を投げかけています。正直なところ、ほとんどの方がきょとんとして思いを浮かべなかったような感じです。

今日は役人の方が大勢いらっしゃるので、役人の方をいじめてみたいと思います。(笑)

まず中国に学ぶべきことは中国のスピード感です。あともう一つは、中国の役人のやる気です。中国の役人はすぐ批判したい。日本の新聞を見ると、それはいっぱい批判すべき材料があります。汚職、そでの下がやはりたっぷりなっている。ただもう一方、中国の現場をものすごく回っているので、役人の地元の経済を発展させたいという意欲も、これはもう本当に日本の役人以上のものだと私は認識しています。

幾つかの例を挙げます。中国の地方視察のとき深夜、一番遅いときで夜 11 時に地元の市長の訪問を受けたことがあります。この間は湖南省を訪問しましたが、私の個人的なスケジュールがどうもどこか流されてしまったようで、レセプションが終わって自分の泊まるホテルに戻ったら、もう 9 時を回っていましたが、ロビーで湖南省の観光担当の幹部が 3 人待っていました。私はあまりお酒を飲めないからお茶を誘われて、それから 2 時間、延々と説得されました。

湖南省の3日間の訪問を終えて広東省に行ったらプライベートの休暇になるのですが、私のスケジュールを彼らが把握していて、「莫さん、どうせ同じプライベートの休暇ですから、うちの湖南省で休暇を楽しんだらどうですか」といろいろ説得されました。もちろん向こうの経費が余り過ぎて、私のために使おうと考えているわけではありませんが、やはり日本での情報発信力を多分それなりに評価していただいて、自分のところをいろいろアピールしたいわけで、体験して見てもらいたいという気持ちが強かったです。

今年で私は日本に来て25年、日本で、勤務時間以外で役人のこういった訪問や働きとかセールスを受けたことが1回もない。では勤務時間以内で、私があるテーマで行った時、そのテーマ以外の担当部署からの働きかけを受けたことがあるのかというと、1回もありませんでした。しかし、残念ながら、この25年間保ってきた記録が、実はこの八幡浜で打ち破られてしまいました。前回私がここのホテルに夜9時に入ったら待ち伏せを受けました。初めて地元の役人が下で待機していて、まるで公安調査庁の関係者みたいな感じです。

そういう意味では、私にとっては自分の記録をこれで破られたこの出来事がうれしくて悔しい出来事だと思います。一方、逆に日本の地方経済の深刻さも肌で感じています。地方の役人も行動を起こさないといけないと多分感じただろうと思います。

今日この八幡浜駅におりたら駅前のビジネスホテルが閉鎖していました。1泊3000円のこんな料金でも客は集められなくなったのだろうと思います。そういう意味では、いま国土交通省観光庁が進めている観光立国を、私はやるべきだと思います。かなり観光庁長官の発言のような内容になってしまいますが、ご理解いただきたいと思います。

まず、なぜ観光業をやらなければならないのか。事業規模から見ると2008年の旅行商品額が24兆円近くあります。その中で訪日外国人旅行(者)が産出した効果が1.3兆円です。今の日本の観光庁の目指している目標は、2010年に今の受け入れ人数の3倍増くらいの2500万人、可能ならば3000万人に持っていきたいというわけです。ですから単純計算すると、外国人の訪問による経済効果が3倍増になると思います。

この観光業は実際、日本経済全体への貢献度がどれくらいあるのか。生産波及効果が51兆円、付加価値誘発効果が27兆円、雇用誘発効果が430万人、税収効果が5兆円近くある。ただ、これは観光庁のまとめた数字で、役人はどうしても自分の都合のいいように筋をまとめる傾向がある。ただ厳しく見ても、私はやはり観光業の重要性がそこから読み取れるのではないかと思います。

ます。

一方、他の産業と比較してみると、物流業が 23.4 兆円、金属製品加工業は 22.1 兆円、石油石炭が 20.8 兆円、鉄工業が 22.5 兆円。旅行業が立派にこういった産業と肩を並べるわけです。企業と比較してみると、トヨタ自動車の売り上げが 20.5 兆円、三菱商事が 22.4 兆円。つまり観光業は、日本にとってはもう一つのトヨタ自動車みたいな感じです。

では日本の観光業はこの規模でいいのか、満足できるものかというところ、観光庁の皆さんもご存じのように、できたばかりで全然満足できるものではない。今日、駅を出たとき、本来はとられてしまう乗車券を、私はもらいたいと言って、それをもらってきました。中国から帰ってきたばかりなのでポケットにもう一つ中国の新幹線の切符を忍ばせています。

この二つの切符を見ると非常におもしろいことがあります。皆さん気づいたかどうかわかりませんが、この街は何という名前ですか。この市は、私は八幡浜市（やはたはまし）と思っていますが、先ほど読み方を聞くと八幡浜市（やわたはまし）となっています。一体どっちなのか。私は混乱してしまって、日本じゅうの皆さんもきちんと分けられないわけです。幸い漢字があるから中国人の観光客ならば大丈夫、おりられるわけです。では欧米人なら、日本の切符を見るとまずわからない。漢字だけです。「やわたはまし」も出ていないし「やはたはまし」も出ていないわけですが、中国の切符を見ると、南京、上海の下にはローマ字が入っています。

次に私はもっといろいろ問題提起します。つまり日本の観光業は、今はトヨタ自動車、三菱商事ぐらいの規模にはなっていますが、まだまだスタートしたばかりでインフラも含めて意識も含めていろいろ変えなければならない、充実しなければならないと思います。

ほかの国と比較してみましよう。各国のGDPに占める観光地リピートシェアを見てみると、スペインが1位で11%、オーストリアは6.4%、スイスが5.1%。皆さんから見ると、こんな小さな国ですから観光業はやはりその存在を大きくしてしまうと説明するかもしれません。そのとおりかもしれません。では大国を見てみましよう。フランスは3.7%、イギリスは3.4%、ドイツは3.2%、アメリカは2.6%、日本は1.9%です。だから、例えばドイツレベルになると、少なくとも日本の観光業は倍以上の増加が見込めるわけです。

各地方を回ると、やはり少子高齢化問題の深刻さを肌で感じているので、そこで観光業を通して少子高齢化問題をカバーできないかと考えているわけですが、例えば定住人口が1人減少したことに對して外国人観光客7人を受

け入れたら、その定住人口1人減少分をカバーできるわけです。一方、日本の国内の観光事業を見ると、ある種のアンバランス現象が見られています。関東、東海、近畿の三つの都市圏に集中しています。ただ宿泊料の売り上げを見ると、この3大都市圏は7.4兆円です。日本のほかの地域の北海道、東北、北陸、甲信越、中国、四国、九州、沖縄、全部合わせてもその半分の3.6兆円です。

だから、日本政府は新しい成長戦略を定めたのです。これがいわゆる観光立国です。2020年の目標は訪日外国人2500万人にもっていききたい。実はその中で中国人観光客に一番大きく期待しています。3分の1くらいは中国人観光客の増加に期待しています。実際、中国人観光客をふやす可能性があるのかどうか。データから見ると、2008年、日本から中国を訪れた旅行者が340万人。一方、中国から日本を訪れた旅行者は100万人で、まだ3分の1にもなっていない。おととい帰ってきたばかりと皆さんに説明しましたが、実はおととい、ある航空会社の関係者を連れて中国の安徽省を訪問しました。安徽省といえば昨日、日本を訪れた胡錦濤国家主席のふるさとでもあります。その安徽省には世界遺産の黄山もあります。その安徽省に去年、訪れた日本人が11万人います。しかし安徽省から日本にやってきた観光客はわずか5000人しかいなかったのです。

なぜこんなに少ないのかというと、もちろん今までビザの支給の制限の問題もありましたし、いろいろあったのですが、ようやく今年の7月からこのビザ問題は解決できた。そうすると直行便がない。直行便がないと上海経由で行くわけですから、上海の旅行社で組み込まれていくわけです。上海の旅行社は地元の観光客を優先するので、これがなかなかうまく合わなかったのですが、彼らはダイレクトで日本に送り込めるようなルートを開発したいのです。

こういうふうには、実は中国人観光客はたくさん海外に出ていますが、日本にはまだそれほど来ていないと思います。例えば2009年、海外を旅行した中国人はどれぐらいいるのかというと約4800万人です。ここ2001年あたりから毎年2けたのスピードで観光客が成長しています。一方、香港そしてマカオを訪れた中国本土の観光客を見ると、ここ数年ずっと2000万人を超えています。

いま日本は、2020年に2500万人の外国人旅行客を誘致したいと言っています。これも既にかなり大きく修正しました。しばらく前までは2000万人でした。つまり、日本が2020年に定めた目標は、今の香港を訪れている中国本土

の観光客の人数と同じだったわけです。ですから、その意味では、努力すればこの市場をどんどん大きくすることが可能だと思います。もう一つ、中国人観光客の消費力もやはり注目されるようになっていきます。いま日本を訪れている外国人旅行者の日本国内で消費した金額を見ると、中国人観光客が1位の約13万7000円、アメリカは2位で約12万2000円、香港は3位で約8万2000円、台湾は4位で約7万7000円です。韓国は5位と、台湾より少ない。

ですから香港、台湾も入れたチャイナで考えると、日本で一番気前よく消費しているのは中国人だと理解してもいいだろうと思います。しかも観光のもう一ついいところは、在来の施設を生かせるわけです。例えば電車で八幡浜に来るならば、今の在来線の電車に乗ればいいので別に新しい鉄道をつくる必要もないし、谷本さんのホテルが足りるかどうかは別にして、お客さんがたくさんいたら地元のほかのホテルも利用できるのではないかと思います。

こういうふうに観光業の必然性をここで説明しましたが、次は「どのようにして中国人観光客の心を掴むべきなのか」。今、日本の47都道府県だけではなくて地方の市も町も、みんな上海に行つてあるいは北京に行つて一生懸命アピールします。

はっきり言って、私は上海出身で、私がそういう発言をするのは上海政府には怒られそうですが、もう皆さん上海へ行つてアピールする必要はありません。なぜかといえば、上海、北京などは今、美人になり過ぎたのでプロポーズを送るところがいっぱいあつて、日本の一地方で上海に行つてアピールしていても、それほど効果がないと思います。

実際、私は山梨県観光懇話会委員を務めていますが、山梨県もここ数年間、毎年、上海に行つて知事みずから先頭に立つてアピールしていました。私は効果はないだろうと冷ややかに見ていて、案の定効果はなかったです。ワインを一生懸命売り込もうとしても1本も売れませんでした。それを今年の初めころに、どうすればいいのかと相談を受けて、「地方に行くべきですよ」と。なぜかといえば、上海に行くことは、例えば47都道府県で人並みに努力していても効果が47分の1しかない。ほかのところより数倍努力していても47分の2、47分の3ぐらいの効果しかないわけです。

しかし地方に行くとナンバーワンになる、日本を背負うことになるのです。「そうか」といつて今年、中国にアピールしに行くとしたら、上海にアピールしないと気が済まないの、気休めに上海に行つてアピールして、そして地方の安徽省に行つたらワインは売れました。興奮して県庁の人が私の事務

所にお礼を述べに来たのですが、ならばワイン1本ぐらい持ってきてもいいのではないかと思います。それは持ってきてくれませんでした。(笑)

だから、中国の地方をねらうべきです。中国も実は中国の地方自治体も企業も、同じ過ちをしています。みんな東京に来てアピールします。その東京でお客さんを集めるのも大変で、一流のホテルで食事も招待していますが、来ているのはサクラがいっぱいでした。では中国の地方自治体はどうか。もし松山に来たら、仙台に行ったら、あるいは熊本に行ったら、地元では多分もっと熱烈に歓迎します。同じような発想です。ではこの四国で稼いだ日本円は、実際使うとなると割り引かれるのですか。割り引かないでしょう。1万円なら1万円でしょう。中国も同じです。上海で稼いだ人民元が特別値打ちがあるのか。それもあります。地方で稼いだお金と同じ値打ちです。なぜ中国の地方に行かないのか。

やはり互いにミスマッチングしているところがあるのです。一例を言いますと非常におもしろい現象です。東京のインバウンドをやっている旅行社の社長と親しいのですが、中国の格安ツアーで送られてくる場合もあるのですが、その格安ツアーはほとんど利益がないので時々、手が回らなくなって投げ出すのです。「うちが来週〇〇からツアーが来るので、おたく引き受けてもらえないのか」と、売り飛ばすというのか投げるケースが結構あります。

その社長の話によりますと、そのとき彼は、そのツアーの出身地を確かめるのです。もしこの格安ツアーが上海から来たとすれば、「うちはもう手いっぱいですから、次回またよろしく」という形で断るのです。これが四川省とか山西省とか内陸部からのツアーだと引き受けるのです。ツアーを受ける旅行代金で見ると絶対赤字が出る。しかし、買い物はすごいからそのリベートが稼げる。ですから、地方のツアーなら逆に引き受けるのです。こういったことを逆に日本の皆さんはあまり理解していません。

日本の旅行社だと多分「あ、上海のツアーなら、じゃあ消費力があるだろう」と思うんですね。引き受けるのです。上海の人は確かにGDPは中国1位です。しかし、1人当たりGDPで見ると上海は13位です。少なくとも上海より豊かな都市はあと12ぐらいあります。例えばの話ですが、中国の山東省に東営という市があります。東営という市をご存じの方がここにいらっしゃれば手を挙げてください。——絶対いらっしゃらないだろうと思って私は質問しておりますが。

この市は実は1人当たりGDPで見ると中国で5位です。皆さん全然知らないでしょう。なぜこの市が豊かなのか。この市は実は中国のドバイと呼ば

れているようなところでは、中国 2 番目の油田があった町です。なぜ日本の旅行社、あるいは地方自治体がこの市に行って働きかけないのか。市街居住人口、中国で 100 万人以上の都市だと統計に出てきます。100 万人以下の都市はもうその他の都市という形で片づけられてしまいます。この市の市街居住人口は 90 万人で、だから中国の大都市の名前に出てこない。実際この市の郊外の人口なども全部入れると 300 万人ぐらいいて、消費力から見れば、この市の一つでほかの市の三つぐらいに相当するところがあるのです。

このことを、シャープがようやく気づいて、数年前にあそこに行ってシャープの商品を売り始めました。一生懸命宣伝していました。最初シャープというブランドも認知されなかったくらいです。しかし、今は実はシャープの売り上げは、この市においては、パナソニックと同じレベルになっている。努力すれば市場が切り開けるということが証明されているのではないかと思います。

もう一つ重要なのは、海外のニーズに合った情報発信が必要です。私は先ほど説明したように、山梨県で観光懇話会委員を務めているのですが、最初、務めたときはものすごく戸惑ってしまったのです。一生懸命、武田信玄を宣伝していましたよ。海外では武田信玄なんかは知られていないので、中国人に対して風林火山といっても、まず孫子を思い出すので武田信玄と結びつかない。先月、高知県に行ったら、高知県は今、龍馬ブームになっているので、もう龍馬、龍馬ばかり。私の視察スケジュールを見ると、もうまるで龍馬尽くしのメニューになっているので、初めて私は出発する前に、もうこんなスケジュールならばおれは行かないと全部作り直してもらいました。では、実際は高知県のどこを見たのかというと、足摺岬を見た。四万十川に沿って上流まで回っていろいろ新発見があって、それも中国に即座に情報発信をしました。冬は四国もやっぱりそこそこ寒い。しかし足摺岬は黒潮の関係で結構暖かい。

いま中国も修学旅行がだんだんブームになってきて、修学旅行の場合、ほとんどのところで出てきた要望の一つは、日本じゅうの家にホームステイしたい。私はこういった要望を山梨県に持って行って働きかけたら、50 人以上は受け入れるキャパシティがない。しかし四万十川に行くと、100 人以下のグループならいつでも受け入れられると言われて、こういった情報は海外では知られていない。しかも、この高知県は安徽省と友好憧憬関係を結ばれているのですが、私が「なぜ安徽省に働きかけないの。そういった交流などをしていますか」と言うと、観光担当の幹部は「あ、交流してますよ」と答え



る。それで交流リストを見せてくださいとってその交流内容を見たら、安徽省から農業研修生年間数人受け入れている、向こうの役人を数人受け入れている、こっちが技術者何人かを派遣している、もう細々とした交流しかやっていない。一方の安徽省は、観光客を海外に日本に送りたい。一方の日本はその情報を全くキャッチしていない。

今、安徽省に行って、安徽省で最も海外旅行で力を入れている上位 10 社の社長さんを集めて座談会をやっています。そのとき、日本に行ったことがありますかと真っ先に質問をしたら、行きましたと全員が手を挙げた。四国に行ったことがありますかと聞くと、全員なし。九州に行ったことがありますか。それも全員なし。北海道には行きました。差がそこに出ています。北海道はなぜ成功したのか。

四国で私が観光をテーマにして講演を行ったのは今日初めてです。一方、北海道では 20 回ぐらいやっています。四国になぜ中国人観光客が来ないのか。私を呼ばなかったからではなくて、やはり売り込み、宣伝、情報発信するといった努力が皆さん少し足りないのではないのでしょうか。

例えば中国の旅行者はどのようにしてブームになったのか。どうして日本人の皆さんが大勢中国を訪れるようになったのかを考えてみてください。NHK大型スペシャル番組の「シルクロード」、そして井上靖さんの書いた西域小説『楼蘭』『敦煌』などが、日本の多くの方々にシルクロード、西域に対するある種のロマンを与えたわけです。そのロマンを、歴史の旅をしたくなって、中国を訪れているケースが非常に多い。ピーター・マイルというイギリスの作家がいますが、彼がある日フランス南部のプロヴァンスに行って、そこで『南仏プロヴァンスの 12 カ月』という本を書いた。この本のおかげでプロヴァンスが世界的な人気を得たわけです。

今日、皆さんにもう一つ質問をしますが、この本を読んだことのある方は手を挙げてください。（中国のラブコメディ映画「非誠勿擾（原題）」）1人しかいない。観光客を誘致したいならばこの本を読むべきです。北海道は 2008 年まで、中国人の最も行きたい日本の観光地のベスト 5 には入っていませんでした。去年はいきなり 2 位になりました。なぜ 2 位になったのか。実は 2008 年の年末ごろに中国の正月映画、ラブストーリーの映画で北海道を舞台にしました。それが上映されてから旅行社に中国の若い女性が大勢申し込んだのです。北海道に行きたいと。

そのときは旅行社に北海道コースがありませんでした。そうすると割高になります。割高でもいい、行きたい、そうやってみんなどのように旅行した

のか。私の友達の経験を言いますと、グループを連れて行ってバスに乗って北海道へ行った。みんなパソコンを立ち上げています。パソコンにはこの映画のDVDが入っていて、映画を見ながら外の風景と照合して、もうまるで韓流ブームのとき「冬のソナタ」の撮影舞台を日本の女性が大勢殺到して見に行ったと同じような構図です。北海道の北浜という駅とか教会なども、今はもう中国人観光客のメッカになっています。私も以前訪ねたことがありますが、念のためもう一度訪ねてみて、自分が見落としした何か魅力があったのかと見ると、北海道の風景としては全然平々凡々です。

しかし、それでも中国人の観光客にとっては非常に魅力的です。そのとき実は北海道で一番悔しい思いをしているのは富良野、美瑛。日本の皆さんにとっては、北海道というと富良野、美瑛などになるわけです。当時、映画を撮影するとき、実は観光地がどこも協力してくれなかったのです。映画撮影班がゲリラ的になぜあの北浜駅を選んだのかというと、無人駅ですからだれもいないところですから、もう幾らでも撮影できるわけです。あの教会も同じです。もう本当に普通の民家に十字架を立てたようなもので、しかも民家も、もう本当にごくごく普通の倉庫みたいなところに十字架をかけて、今メッカになっています。

そこを見ると、たくさん名刺が張りつけられていて、私の知り合いの名刺も何枚も見つけました。それで北海道は一躍中国人が最も行きたい日本の観光地の2位になっています。1位は東京、2位は北海道です。これは何を意味しているのか。京都も負けた。奈良も負けた。大阪も負けた。今日、神戸の方がいらっしゃるが神戸も負けたのです。つまり努力すれば結果があるはずだということです。

小さい具体的なデータも裏づけられています。例えば中国人観光客の宿泊地、上位10都道府県を見ると、東京が1位、大阪は2位、千葉は3位、この三つは実は全部空港があったから、中央空港があったから宿泊数が多い。4番目は北海道、5番目は山梨。山梨には空港はありません。私を観光懇話会委員にしたのだから山梨県はここまで成績をおさめたとは言えませんが、ただ、そういった努力はやはりこういった数字に出ていると思います。例えばの話ですが、山梨県は来年から私とキャラバン隊をつくって中国の地方に直接セールスに行くと、予算もつけられたのです。皆さんもご存じのように役所は予算があってから何ぼの話ですから、そういう意味では多分彼らはこれからもっといろいろな成果を上げられるのではないかと思います。



さらにもう一つ、熱意があつて情報を発信したら観光客は来るのかというと、私は来ないと思います。そうすると「莫さん、先ほどから何を言っているのか」と。



熱意があつて情報を発信したら観光客は来るのかというと、私は来ないと思います。そうすると「莫さん、先ほどから何を言っているのか」と。

もう一つ重要なのは必然性をつくることです。この必然性をつくる時は、中国の事情などもある程度理解しておく必要があります。

先ほど私は中国を訪問したとき深夜でも市長の訪問とか省の幹部の訪問などを受けたと言いましたが、なぜ彼らがそこまで熱心に仕事をするのか。実は非常に簡単です。彼らはこれからもっと上のクラスに抜てきされるかどうか、その実績次第で、実績をつくるために一生懸命やっているわけです。中国が日本とやや違うところは、行政が相当力を持っている。やや昔の株式会社神戸、株式会社日本みたいな感じがあつて、こういった地方行政にとって業績になるような話になると飛びつくのです。

そうすると、この業績につながるために観光客を送る必要があれば、一生懸命そのようにして仕向けてくれるわけです。ですから中国側の行政にとっては、あるいは市長とか、そういう省庁にとっては実績は何なのかというと、

観光客を海外に送ることではないのです。彼らにとっては、地方の経済を活性化させる、振興させる、発展させる。ひょっとしたら日本の技術が必要です。例えば、ここは水産品の加工とかが有名ですから、中国の地方にはこういった技術がまだないとか、教えてもらいたいとか、あるいは技術研修に行きたいのですが引き受けてもらえないのか。こういった関係が結ばれると、観光客、修学旅行などは、どんどん来れるのではないかと思います。ですからギブ・アンド・テイクという関係。ウイン・ウインの関係をつくらなければ、お客さんだけ、観光客だけ送ってもらおうということはありません。ビジネスモデルです。

例えば、河南省にルイ（さんずい+累）河市という町があります。そこには実は日本でいえば日本ハムみたいな会社、中国最大の肉加工メーカーがあるのですが、この市では実は食品加工業がその市のGDPの40%を占めます。八幡浜では今回、「港弁（みなとべん）」を出すそうですが、もうこの情報をキャッチしたのが遅過ぎたのですが、こういうことがわかれば、例えばもっと早く中国のこういった市に働きかければ、多分視察団を送ってくれると思います。そうすると、皆さんの今回の会合が、日本人同士の内々の会合だけではなくて国際的な会合になるわけです。ひょっとしたら、そこに新しいビジネスモデルが出てくる、ビジネスチャンスが出てくると思います。そこを私は、次回から皆さんにぜひもう少し工夫していただきたい。協力が必要ならば、私でよろしかったら喜んでお手伝いします。

この市では、毎年4月に中国の内陸部で最大の食品展示会が行われています。2007年から私は招待を受けていたのですが、最初、中国の内陸地の一地方都市でそんなに有名な市でもないのに（ということ）全く関心を示さなくて行きませんでした。2年目にまた招待状が来て、それも無視してしまっただけです。それで2009年、3回目の招待状が来たときは、さすがにこれではまずいと、じゃあ一度見に行こうかと中国出張に行ったときに、ついでに足を延ばして見に行ったのですが、びっくりしました。すごい大規模な食品展示会で、私は本当にものすごく反省しました。自分では中国のことをわかっていると思っているのですが、やはり固定観念で物事を見てしまうと新しい変化などはキャッチできなかった。

それで今年、東京、北海道の食品メーカー15社を連れてこの展示会に行っただけで出展しました。日本企業として初めての出展ですが地元でも大きな話題になっていて、3日間で20万人がその展示会に訪れたのです。日本ブースの前はいつも人だかりです。メディアの取材攻めにも遭いました。ですから、こ

の港弁を日本だけで終わらずに海外にも、ぜひ中国にもアピールしていただきたい。例えばいま中国で最も認知されている日本のお土産、お菓子は何かというと北海道の「白い恋人」と「東京ばな奈」です。私はおととい帰ってきたばかりで、今回の中国出張のときも成田空港で東京ばな奈を持っていきましたが、やはりみんなもらったときに「ああ、東京ばな奈」と、知っているということです。

そういう意味では、港弁が皆さん上手にやればひょっとしたら成功するかもしれません。山梨県で最近大成功した話がありますが、甲府鳥もつ煮というのがあります。最近B級グルメで1位になったので、ちょうど10月の連休が終わった直後、懇話会会議があったのですが、県庁に着いたら、まず感じたのは県庁のみんなが笑顔なのです。最初、私はなぜ今日みんな浮き浮きしているのかわけがわからなかった。ふだん東京から甲府に車で行くと2時間はかからなかった。この(10月の)連休中は3時間以上かかりました。鳥もつ煮だけで経済効果が30億円はあるだろうと、山梨県の人たちが興奮していて、かといって私は食傷ぎみで、町の中のどこでも鳥もつ煮、鳥もつ煮で、たまたま私はもつが苦手なので参りました。

もう一つのテーマがあります。日本側が解決すべき課題が幾つかあります。先ほどのように、こういった細かいところだけではなくて、やはり冬はオフシーズンで中国の観光客が日本に来ようと思っても、どこに行けばいいのかわからないのです。中国は旧正月があるので春節です。長い休暇がとれます。しかし、よほど北海道の雪が好きな人を除いて、もう北に行くのが嫌で寒いと、では日本の暖かいところはどこがあるのかといろいろ相談を受けて伊豆がいいのではないかと思い、私は現場主義ですから、勧めた以上は自分でももう一度伊豆を見に行こうかと去年行きました。

ちょうどたまたま行く前日に伊豆市観光担当課の幹部と東京で会ったのですが、「あした伊豆に行きますよ」と言ったら、「莫さんどこにお泊まりですか」と聞かれました。私は長岡温泉に泊まりますと。そうしたら「ああ、そうですか。あそこは伊豆ではなくて伊豆の国市です」と言われた。外国人にとっては伊豆と伊豆の国市の区別が、どこに意味があるのか(がわからない)。

しかし現場を訪れてもっとびっくりしました。中国人は伊豆をなぜ知っているのかというと、川端康成の『伊豆の踊り子』の映画と本で知っているわけです。しかし、私が泊まったホテルのあった伊豆の国市のすべてのパンフレットを見ている、川端のカも出ていない。今度、伊豆市に行くともちろ

ん踊り子のお話をしているのですが、こういった日本の意味のない内なる縄張りで、なぜ両方の予算を合わせて一緒に使ってアピールしないのか。

だから四国の皆さんに提案したい。四国も一つの県でアピールしていても、一つの市でアピールしていても意味がないのです。四国で売り込むべきです。

中国の観光客はたくさん海外に出てきたのですが、観光歴から見ればまだ小学校の2年生、3年生ぐらいで、まず値段を見て、この値段でどれぐらいの町を回れるか、数で判断しています。これは仕方ないです。だれもその段階を経験しないと卒業できないので、日本の皆さんはリピーターをねらうべきです。一たん来たら、もう一度落ちついて日本を見たい、同じ町が絶対いい、そのまま歩かないのです。そのときプラスワンはどこなのか、上手に四国の色をつけてください。

あとは、やはりテーマなども上手に絞って話題をつくる必要があります。個人的には、これは絶対皆さんに対するリップサービスではなくて、私が一番好きな日本の地方は瀬戸内海です。留学生時代に貧乏だったので神戸でフェリーに乗って新居浜におりて、そうすると夜、宿泊費が節約できたのです。フェリーの移動も交通費も安いし、しかも留学生ですから学生証で切符を買えば割引くし、ここには来ませんでした。こういうふうに分で大三島とか、そういうところを全部上っていろいろ見てみた。

しかし、いま私が個人的に一番回ってみたいところは「しまなみ海道」です。前回、先月なぜ私が足摺岬に行ったのかというと、中国も海岸線が長いといっても、しかしほとんどの中国の国民は、実は海と縁のない生活を送っています。ですから岬のところに行って、もう自分の後ろだけが陸で300度ぐらいが全部海という光景は、ほとんどの人は経験していない。こういったところは絶対アピールの価値があるのです。

中国の海南島を見てください。海南島は島で今はマリンレジャーです。ものすごい人気で、海南島に行ってマリンレジャーを楽しんだら、もうその料金にびっくりしました。日本以上に高い。それでも11時に行って言われたのが、順番は午後2時以降、そんな状態でした。ですから日本の海の文化、魚の文化など、皆さんから見れば見なれた風景で当たり前のことですが、海とあまり接点を持っていない中国の特に内陸部の観光客にとっては、その海を見るだけでも非常に面白いのです。

私は八幡浜に来て、ここのミカンが特別にいいというのは、何か太陽に光を受けているだけではなくて海の反射光も受けてとか、そういうのを（聞いて）思わず青森のリンゴのお話を思い出しましたが、リンゴの下に反射板を置

き太陽光を反射しているのです。こういった話は中国人観光客にとっては、ものすごくおもしろいのです。それでこのミカンが、だから高いと思ったら納得できるわけで、そういう意味では、日本の地元の文化などの光るところをどんどん情報発信する必要があるのではないかと思います。

もちろん意識の切りかえも必要です。観光客を海外に送り込む。日本の観光業は長い間、日本人を海外に送り込むことによって成り立ってきたわけですから、日本人を海外に送り込むときと、そして今度受け入れるときとなると立場が全然違ってしまいます。お金を払う側はやはり強いです。払ってもらい側にはいろいろ努力が必要なので、そういう意味では、日本は改善してもらいたいところがいっぱいあります。

例えば成田空港をおりて今、中国人の個人旅行、観光客も誘致したいわけでは、中国人観光客になり切ったつもりで皆さん成田空港におりてみてください。手荷物をたくさん持っていても、到着フロアには小さなカートが用意されていない。出発廊下には置いてあります。さらにおりて入国手続を済ませて税関も出て電車で行こうとすると、JRならばクレジットカードで乗車券は買えます。京成電鉄がクレジットカードでは買えなかった。買えなかったというのは、もうNHKの生放送の番組でも全国紙でも何回もこれを取り上げて批判したので、ようやく買えるようになったのです。

喜んで、では今度取り上げて褒めてあげようかと。先ほど申し上げたように、やはり現場主義ですから、一度自分で経験したいと切符を買いに行ったわけでは、今日は、東京からもたくさんの方が来られている。私は錦糸町に住んでいるので京成電鉄の在来線で船橋で乗りかえます。買おうと思ったら、だめです。スカイライナーだけクレジットカードで買えます。特急ならばクレジットカードで買ってもいいですが在来線は無理だと。啞然としてしまった。なぜそんな中途半端な改善をやるのか。これは京成電鉄に私は恨みを持って批判しているのではなくて、ほかも同じです。大阪の南海電鉄、京都、奈良の近鉄、それは同じようです。

では外国人観光客の立場に立ってみてください。皆さんも海外旅行（の経験）はいろいろあると思いますが、初めて行った土地で、この土地の通貨のコインとかそういうのはわかりますか。おりてすぐにもう分けて、これは幾らと、わけがわかりません。ならばクレジットカードで買ったほうが、公共交通ですから搾取するはずはないだろうと。おりてからまず細かいお金を両替するという面倒くささから見ても、やはりこういった便宜を図るべきです。中国人観光客、外国人観光客にいろいろ来てもらいたいと先ほどの伊豆

のほうの話があって、伊豆観光協会のホームページを私がチェックしたら中国語のコンテンツがない。島根県の松江市に行きましたら、上海からの直行便を誘致したいと大きな看板をかけてやる気満々です。しかし、松江市のホームページサイトなどに中国のコンテンツがない。ですから、こういった細かいところからも、やはりぜひ改善していただきたいと思います。

あと、日本人は私から見れば時々非常に矛盾した性格を持っています。一つはなかなか行動を起こさない。これは何となくわかります。ホトトギスを鳴くまで待つ（「鳴かぬなら鳴くまで待とうホトトギス」）。そういうことを美としているところもありますし、実際、徳川さんもこれで天下を取ったので、では待つしかないだろうと思った。しかし、いざ日本人は行動をすると、ものすごくせっかちになる。今年予算を組んでアピールするとなると、もうすぐ花を咲かせたいわけです。リンゴの木を植えたら、もうリンゴの豊作を期待している。世の中にそんな甘いことはありません。

中国の四川省の九寨溝（きゅうさいこう）が、ものすごく観光地として人気がありますが、今はもう入山制限が行われているぐらいです。しかし、この九寨溝が 92 年、私を通して九寨溝の写真集を日本で出版したいと（言ってきました）。お金を全部中国が持ってもいいよと（言われて）相談したら、日本の出版社は「こんな山の中にある湖みたいところにだれも日本人は関心を払わない」と一蹴してしまったのです。この九寨溝は 10 年間かけてずっと日本を初め海外に宣伝し続けて、その後は爆発的な人気を得た。湖南省の張家界（ちょうかかい）というところも同じです。

ですから四国を売り込むにしても、多分すぐには結果が出てこない。北海道の人気は今すごいですが、私から見れば、むしろあの映画は 99 度の水にさらに 1 度の温度を与えて沸騰させたのです。2004 年に私は北海道に観光テーマで（講演に）呼ばれたとき、ホテルに入ってもものすごく感心しました。その夜、テレビの横に紙が 4 枚置いてある。番組表です。4 カ国語に訳しています。毎日です。日本の新聞のコピーですが、これは日本語ですが、さらにロシア語、中国語、韓国語、英語の 4 カ国語をそばに用意しておく。その翌日、私は講演するときに、もちろんこれを取り上げて関心を示し評価した。

しかしもう一つ、日本の CS では今、中国語放送などのテレビが見られるわけです。韓国語のテレビも見られる。料金もそんなに高くないし、なぜテレビを実際、見られるようにしないのかと発言したら、講演会が終わってホテルのロビーで、札幌市の観光局の方が関係者を集めて「莫さんのおっしゃったとおりです。こういったことを調査しましょう」と。その半年後、札幌



市内の主なホテルには全部、中国語テレビ番組、韓国語テレビ番組が見られるようになったのです。その当時、札幌市内の中国語テレビが見られるホテルの件数が、日本のその他の地域の合計を上回った。ですから、彼らがそういったところを地道に何年間もかけて努力した結果、その後は爆発的な人気を得たわけです。

四国の皆さんは、この観光業のインバウンドに取り組むのは一歩おくれてはいたのですが、私から見れば、四国ならではのものがある。中国も宗教人口がものすごくふえていて、こういった仏教とかそういうのに関心を持っている人が四国に来てお遍路の姿を見ると、絶対感動を覚えると思います。私も感動を覚えたくらいです。例の菅直人さんも悶々としたときはお遍路に来たくらいですから、それは絶対上手にアピールすれば関心を持ってもらえると思います。

最後、日中関係はどうしますかということです。これこそ最近では海上保安庁にもいろいろお世話になっているくらいですから。ただ、私はかなり楽観視しています。昨日の夜、実は東京の外国人記者クラブで香港のメディアと外務省の関係者と一緒に対談したのですが、そのとき私が楽観視している四つの理由を言いました。まずは日中間の経済関係は非常に強く結ばれています。いろいろなところで私は日本の皆さんに質問を出したことがあります。日本は貿易立国でやってきた国ですから、貿易は日本にとっては非常に重要な要素です。

それではアメリカとの貿易比重はどれくらいあるのかと聞くと、女性のほうがものすごく高く、50%という答えも相当出ています。男性のほうはもう少し落ちついた数字になる。それでも30%とか、そういうのがたくさん出てきている。実際、1990年のときは今の日本の男性の描いている数字とほぼ似ています。1990年のときはアメリカの日本の貿易における比重は27.7%です。今は13.5%と、半減してしまいました。

1990年、中国の日本の貿易における比重は3.5%しかない。だから、例えば中国と関係が悪くなったら、この中国はもう出ていけ、もうこれ以上商売しないと云えたと思います。今は20%を超えています。輸出・輸入のどちらにおいても、日本の最大の貿易相手国になっています。しかも、この数字がまだまだふえそうです。専門家の予測では、多分2020年までには30%になる。だから日本と中国の経済関係はある意味、空気、水のようなものになっています。空気と水になれば、ふだん感じない。この空気がなくなったり水がなくなったら、ようやく初めて大変なことになると感じるのです、そういうこと

には絶対ならないだろうと思っている。

一方、中国にとってもやはり同じです。日本の存在感は確かに低下しています。2004年までは日本はずっと1位だったのですが、後でどんどん後退して3位になって、今年はASEANにも追い越されて4位になるのですが、かといって日本との経済関係がある意味では、補完関係になっています。中国にないものを日本の経済が持っています。ですからそれは相互依存の一番どっしりしてしっかりしている基礎になっています。

もう一つ、やはり今の観光と関連しているのですが、年間100万人の国民が日本を訪れている。これは歴史上、初めての出来事です。これだけの中国国民が日本に来て、実際に見て、日本に対する見方がやはり変わっています。日本のメディアは中国の反日デモなどをいろいろ報じていますが、一方日本国内で行われている日本人のデモは日本のメディアがほとんど抹殺して、黙殺している。では中国の反日デモの発生地はどこなのかというと、沿海部でほとんど起きていなかった。なぜかという、沿海部はいち早く日本の旅行に来ています。だんだん日本の事情がわかっていって、日本は軍国主義ではないことを理解している。

この日本を訪れる中国国民が沿海部からだんだん内陸部に移動しています。人数もふえているので、これから日本の国土交通省のそろばんでは、100万人を700万人に持っていきたいわけです。だから毎年700万人の人たちがもし来たら、これは大変な日中相互理解を促進するツールになると思います。民主党政権は今ほどたばたしている。今まで民主党は野党だったので、料理に例えてあそこの料理もおいしくないし、あのコックさんもうまくなかったと批判するだけでよかったわけです。けれども、今度自分でレストランを経営するようになって、メニューの出し方一つもやはり四苦八苦していて、いざ料理をつくると、やはり今までつくったことがない、私と同じ口だけで、台所に立つと家内に笑われてしまうわけです。塩加減もわからない。こんなに塩を入れたらどんな味になるのかわからなくて、とにかく塩を入れるときの潔さと勢いだけを求めてぱつとやったら、後から大変だと気づいた。

ただ、民主党政権は多分長期政権になる。少なくとも今のようにはころころとかかわらずに、もう少しやっていけるのではないか。そうすると、学習効果が出てくる。少しずつ学んでくると思います。料理ももう少し評価できるようなものになるのではないか。

あともう一つ。これは一番ややこしい問題です。日中間の問題は今回の尖閣諸島の問題がなくても、実はいろいろ問題がありました。これはなぜかと

いいますと、互いの国民が一つの心理調整期になっているからです。明治以降は日本はずっと先頭に立っていました。そしたら中国が今上がってきて、日本は失われた 20 年と言われて GDP も追い越されそうになった。だから日本の皆さんも素直に中国の成果とか、そういうのを認めたくないというところもある。中国も中国で、今までの被害者意識ばかりで物事を見ていたので、いざ本当に中国の経済が日本を超えたら多分、互いにももちろん冷静になる。相手の長所などを冷静に見出して、学ぶべきところは互いに学んで（いくでしょう）。

ここ数日ネットで見たら、胡錦濤さんが訪問前の香港に対するインタビューの内容が日本語に訳されているいろいろ出ていたのですが、今の日本の皆さんの中国人を見る目線には、ちょうど中国の 80 年代、90 年代の個人商売をやっている中国人を見る目線と同じです。あいつらは突然もう金を持つようになって、いい車を乗り回して、かといって教養はあまりないし、コーヒーを飲むにしても飲み方一つを見ても気に食わないと、いろいろある。ちょうどそれとかなり似ているのです。多分中国も今まで経済一辺倒でやってきたのですが、これからはやはりソフトパワーをつけていかなければとみんな気づいています。

そういうふうに互いに改善しながら、しかも互いに依存し合っている国同士ですから、この調整期が終わったら落ちついてくるだろうと思います。ですから、以上の四つの観点で私は、日中関係は長い目で見れば楽観視できます。だから国土交通省では観光庁にも港湾局にも多分これからもいろいろお世話になるとと思いますが、海上保安庁とのお世話は多分どんどん減っていくのではないかと思います。こう期待しながら今日の講演を終わらせていただきたいと思います。ご清聴ありがとうございました。（終）

