

シルクロード観光における日本人リピーター

リシャラテ・アビリム
(山口大学東アジア研究科)

朝水宗彦

Abstract

As Japanese people learn about the Silk Road during school days, its historical destinations are becoming well known in Japan. However, the number of Japanese visitors in this area is relatively small. As it is hard to expand the number of visitors in remote areas geographically, repeated visitors to the Silk Road destinations are important. To sustain Japanese repeat visitors, variations of local activities are needed.

Keywords: Silk Road, sustainable management, repeated visitors

はじめに

日本における義務教育の歴史的分野で習うこともあり、シルクロードは日本人にとって知名度が高い。しかしながら、リシャラテと朝水(2018:47-48)で述べられているように、日本人にとって知名度が高いのにも関わらず、新疆ウイグル自治区など、シルクロード沿いの各地における日本人訪問者はロシアからの訪問者と比べるとそれほど多くない。なおかつ同地域では日本人観光客数の絶対数も伸び悩んでいる。

一般論であるが、交通の便が良くない遠隔地において、急激に観光客数を増やすのは困難である。そのため、少ないながら安定した観光客数を確保するためには、同じ場所を何度も訪問するリピーターの獲得が重要である。本研究の前半では、朝水が観光分野におけるリピーター関連の文献を概観する。本研究の後半ではリシャラテが新疆ウイグル自治区における日本人のリピーターに対して行ったインタビュー調査の事例をいくつか紹介する。

1. リピーターに関する文献研究

一般的に、農村部など、地理的に観光客誘致が困難な遠隔地において、新規訪問者の獲得よりもリピーターを得ることが安定した観光経営のために重要であるとされる。常識の範囲で考えられることであるが、Pereda (n.d.: web) によると、初めての訪問者より、リピーターの方が次回もまた同じ場所に訪問する確率が高いとしている。

リピーターの獲得は小規模な観光経営にとっても重要である。Mat Som 他 (2012: 41-42) によると、リピーターは知人に訪問先を紹介することにより、その訪問先に新たな訪問者を呼び込む役割を果たしているとしている。Ramukumba (2018: 6) も同様に、リピーターは訪問先の良い経験を知人に紹介するため、口コミの宣伝は安上がりでなおかつ効果が大きいとしている。Boit と Doh (2014: web) もまた同様に、新規の観光客を1人呼び込むためにはリピーター1人の5倍の宣伝コストが必要であるとしている。

とはいえ、リピーターの獲得はたやすいことではない。大方 (2011: 5) は観光客に愛着を持たせることがリピーター獲得のために重要であるとしている。観光客に愛着を持たせるためには地元の人々との関係を密にすることや、現地での体験型プログラムの拡充が重要であるとしている。Freytag (2010: 57) によると、初訪問の観光客は観光名所を目指すのに対し、リピーターは訪問先の人々の生活と同じような体験をすることに関心を持っているとしている。

他方、リピーター研究には楽観的な説とは異なった結果も見られる。佐藤と岡本 (2011: 458) が2009年に日本人観光客に対して行った国内調査 (n=800) によると、リピーターはノン・リピーターよりも交通の便を重視すると結論付けている。栗原他 (2015: 189) が2010-2013年に来日外国人観光客を対象にした調査 (n=54,404) によると、リピーターはノン・リピーターよりも1回当たりの消費金額が少なくなるとしている。つまり、リピーター獲得のためには、いくら遠隔地であっても最低限の交通インフラの整備が必要であり、なおかつ多様な体験プログラムを提供できれば次第に消費か

ら離れていくことになる。

2. 遠隔地観光に関する文献研究

西安やイスタンブールなどの大都市周辺を除くと、シルクロード沿いの観光地は遠隔地に位置するものが少なくない。遠隔地で観光産業を持続的に運営するためには、大都市やその周辺とは異なった手法が必要である。

遠隔地観光を成功させるため、日本の経験が役に立つことがある。たとえば、大分県で開発された一村一品運動はタイなどいくつかの諸外国で発展した。小磯（2016：59）によると、キルギスにおいてJICAの援助により一村一品運動を応用した土産物開発が2004年に開始され、政府の資金援助が廃止された現在でも食品や羊毛品を活用した土産物販売が定着しているとされる。

他方、遠隔地の観光開発は各国によって異なった事象がある。周他（2008：2146）によると、中国における農家楽（日本では農家民泊）は農家飯店（日本では農家レストラン）から発達したものが少なくなく、農家の副収入が形成過程の大きな要因であり、日本のグリーンツーリズムほど体験型の都市農村交流を重視しなかったとされる。

さらに、遠隔地での観光開発にはいくつかの弊害が見られる。小林（2008：16）によると、新疆ウイグル自治区より早く農家楽が発展した四川省では、大規模な外部資本のホテルが小規模な地元資本の民宿経営を圧迫している事例や、便利な電気自動車の導入がホース・トレッキングの地元ガイドの仕事を奪うという事例を紹介している。

グリザル（2010：84）によると、新疆ウイグル自治区にて農家楽の人气が高まったことにより、漢族や回族などウイグル民族以外の者がウイグル風の衣装を身に付け、農家楽を経営する事例が増えているとしている。この場合、ウイグル民族の農家楽経営を圧迫するだけでなく、文化の真正性の面からも問題がある。

3. シルクロード観光に関する文献研究

シルクロードは古くから関心を持たれており、シルクロード沿いのいくつかの観光地はすでに世界的に知られている。さらに、UNESCOやUNWTOによるシルクロード沿いのネットワーク作りは更なる発展を秘めている。たとえば2010年にUNWTOのシルクロード・プログラムが開始され、シルクロードに接する国や地域の観光連携が続けられている（UNWTO 2016: 14）。さらに、UNWTO（2012:63）はウズベキスタンの「シルクとスパイスのフェスティバル」を採り上げ、シルクロードを介して同国と近隣諸国の文化を紹介する模範的なイベントとして紹介している。

観光産業を発展させるためには、観光業者側の事情だけでなく、消費者側のニーズを調べる必要がある。Kim（2013:97）が2012年に行った調査によると、ウズベキスタンを訪問した外国人観光客にとってシルクロードのインパクトは地元の観光業者が思っている以上に高い。同国について観光業者（n=51）が思うイメージの上位では歴史的都市37.3%、美しい建築物29.4%、シルクロード15.7%、豊かな歴史13.7%だったのに対し、観光客（n=51）では歴史的都市29.4%、シルクロード23.5%、豊かな歴史15.7%、美しい建築物13.7%であった。

シルクロード観光は各地の観光資源単独の開発から、広域開発に変わりつつある。2014年にシルクロードのうち、長安（=西安）-天山回廊がUNESCOの世界遺産に登録されたことにより、同地域と周辺諸国の広域観光の発展が期待されている（UNWTO 2016: 14）。広域的な世界遺産登録を機会に、Manhas他（2014:146）のように、国境を越えたシルクロードの広域観光について研究されるようになった。馬依拉他（2016:74）は日本人に新疆ウイグル自治区各地の写真を見せることにより、日本人観光客が将来的に好むであろうと思われる観光地を調査している。

2014年のシルクロードの広域世界遺産登録に加え、同年北京で開催されたアジア太平洋経済協力会議以降は中国の一带一路政策もまたシルクロード観光に大きな影響を及ぼしている。一带一路に関する研究は貿易や投資に関す

るものが多いが、観光開発に関するものも若干見られる。イム（2018：97）は一带一路政策導入後のシルクロード観光の発展性について、韓国と日本からの観光客増加の可能性の視点から考察している。

しかしながら、広域観光を実施するにあたり、いくつかの問題点が指摘されている。三原（2003：65）によると、中国やウズベキスタン国境での入国は比較的順調に行われるのに対し、カザフスタン国境での入国は越境観光対策が徹底されていないとされる。丁（2017：102）によると、中国とヨーロッパを結ぶ鉄道の場合、中国と主なヨーロッパ諸国は標準軌、旧ソ連領であった地域は広軌のため、貨物の場合は最低2回の積み替えが必要である。つまり、客車の場合、現行の路線では最低2回の乗り換えが必要になる。

4. 日本人リピーターの現地調査

次に、リシャラテは2012年9-10月に新疆ウイグル自治区において日本人観光客に対する聞き取り調査を行った。そのうち、本論では何度も同地に訪問している3人のリピーターについて紹介する。

新疆ウイグル自治区の宿泊施設で地域文化の活用状況についての聞き取り調査

調査時期：2012年9月1日～10月8日

調査地：新疆ウイグル自治区

観光客：日本人3人

A氏は60歳代の男性で、トルファンで聞き取りを行った。B氏は70歳代の男性研究者で、研究活動中のホータンで話しを伺った。C氏は70歳代の女性研究者でウルムチにて聞き取りを行った。

Q 1 新疆でどんな宿泊施設に泊まりましたか。ご感想は？

- A氏 すべて日本のホテルと同じような西洋式、現代中国風のホテルに宿泊した。部屋が大きいが暗い。トイレやシャワーなど設備の故障が多かった。
- B氏 3軒ほど泊まった。トルファン賓館は3回泊まった。売店やロビーの装飾がウイグル民族風だった。部屋は洋風の作りだった。
- C氏 初回はトルファンの「オアシス賓館」に泊まった。日本の生活習慣を覆す面白い体験ができた。

3人の回答のうち、A氏とB氏が賓館を「～風」の観点から評価しようとする姿勢が見える。とくに、B氏が「トルファン賓館」の売店やロビーがウイグル民族風となっている点に注意を向けていた一方で、部屋にはウイグル民族的要素がなかったと述べている。C氏の「日本の生活を覆す面白い体験」を特定することはなかったが、対話の中で、民族舞踊や衣装に感動したことを繰り返し述べていた。以上から、3人のうち2人（A氏、B氏）はトルファンの宿泊施設では“民族的な何か”に注意を引かれていたことがわかる。

- Q 2 新疆の賓館でウイグル的なもの、古代の絵や古民具などの置物が飾られていたのを見ましたか。
- A氏 トルファン、ウルムチ、カシュガルでは見なかった。ホータンでは賓館の壁に民族的彫刻があった。ウイグル風の飲食店の壁に大きな絵が飾ってあった。
- B氏 新疆の賓館のロビーで見られた。
- C氏 「オアシス賓館」など、トルファンの団体旅行用の宿泊施設には

民族色豊かな装飾が見られた。民族楽器の演奏・舞踊も有料で鑑賞できた。

B氏とC氏が、宿泊した賓館に何らかのウイグル的なものがあったことを記憶していることがわかった。B氏の場合は室内の民族的装飾と売店の民族土産に注意を向けた。C氏の場合は室内の民族的装飾と民族ショーに注意を向けた。2人に共通しているのは、室内の民族的装飾への注意である。A氏の場合は、ウイグル風賓館側の情報提供不足が原因ではないかと考えられる。

Q 3 新疆の宿泊施設では、ウイグル民族衣装を着た従業員がウイグル語でサービスをし、また民族ショーのサービスなどが提供されましたか。

A氏 カシュガルでは民族ショーを見た。ウイグル族の一般の「民族飲食店」で民族舞踊を多く見た。

B氏 昔「トルファン大飯店」で見たことがある。

C氏 私は今回個人旅行だから、宿泊施設のサービスを期待しなかった。

B氏はトルファンで民族ショーを見たことがあると言っているのに対し、A氏は民族ショーを見なかったという。これはウイグル風の宿泊施設側からの情報提供不足もあるが、そもそも民族的サービスを行う賓館が少ないことも原因となっていると考えられる。3人に共通しているのは、彼らがウイグル語に興味を示していないことである。自分の知らない言語でサービスを受けることには意味を感じないからであろう。

Q 4 賓館の部屋はウイグル風で、絨毯やテーブル、布団や枕などもウ

イグル風でしたか。

A氏 一般の賓館の部屋で見たことはない。ただし、トルファンの農村の農家楽や一般のウイグル農家の部屋では見たことがある。

B氏 部屋はそうではなかった。土産物売店にはそんな風景もあったが、他は洋風だったので物足りない。

この質問はA氏とB氏に対して行った。2人とも、部屋に民族的調度品がないと応えている。B氏はそれについて、物足りない、と不満を表明している。また、A氏は、そのような調度品を農村で見た、と答えている。このことから、賓館の室内には民族的調度品を置くことが望ましいことと、農村でこそ民族的なものごとが見られると認識している観光客がいることがわかる。

Q 5 (もし料金が同じなら) 現代中国風, 洋風, ウイグル風の賓館のどれに泊まりたいですか。

A氏 安い方がいい。でも、多少なら、高くてもその地域の伝統ある民族風の賓館があれば、そこに宿泊したい。できれば、農村の民泊に宿泊したい。

B氏 勿論、ウイグル民族風。現代中国風は北京の方に任せておけばいい。

C氏 安全で清潔であれば、オーナーの民族的背景は問わない。

A氏への質問から、民族的サービスを行ったことを理由に宿泊料金をむやみに高く設定してはならないと思われる。しかし、法外な値段でなければ民

族風品かを選択したい気持ちがあり、しかもそれをウイグル農村、ウイグル生活文化に求めている。B氏の回答から男性は自分の興味を優先し、C氏の回答から女性は清潔と安全を優先することが想定できる。ムスリムの特徴である清潔の重視を賓館経営にも生かせば、このような期待に十分に答えられる。

Q 6 (省都の) ウルムチでウイグル風の賓館に宿泊しましたか。良いサービスがありましたか。

A氏 ウルムチではそのような賓館を見たことがなかったので、泊まったこともない。

B氏 そのような賓館が無かった。

A氏とB氏に質問した。大都市であるウルムチでの賓館経験を尋ねたところ、2人ともウイグル風賓館に泊まったこともなく、そのような賓館があることも知らない様子であった。ウルムチには賓館がたくさんあるので、差別化へのよりいっそうの努力と情報提供が求められる。

Q 7 国際観光地としての古い町トルファン、カシュガルなどでの観光賓館では、ウイグル族の民族習慣、宗教、芸術、美術、言語、民族衣装、普段の生活様式など観光資源を見せるサービスが必要と思いますか。

B氏 必要。民族風をもっともっと臭わせる工夫が必要。それを楽しみに観光客はやってくるのだから。トヨク溝（トルファンの伝統村）やカシュガルに行くと、それを強く感じる。水道、トイレや食事がダメな人はいるが、それをのぞけば民族風が断然良い。

C氏 必要だろう。そのためには、現地の方々自らが先述の事々（ウイグル民族以外の経営者がウイグル文化を正しく伝えないことの危険性—筆者補足）を正しく知り、伝承する意志を持つ必要がある。観光のためのショーにしない、観光客に靡かない文化の継承を期待する。

B氏は少数民族地域を訪れる観光客の目的が少数民族的なものであることを強調し、トルファン、カシュガルなどウイグル伝統地域でもいっそう民族的特色を出すべきであるという。ただし、民族的要素の強調だけでは不足で、水道やトイレ、食事の清潔さなどの改善も求められていると考えるべきである。C氏の指摘はさらに重要であり、文化の商品化を避ける形での伝統的民族文化の継承を望んでいる。

おわりに

文献調査をまとめると、遠隔地独自の観光経営のメリットやデメリットが普遍的に挙げられる。一般的に遠隔地での観光経営のためにはリピーターの獲得が望ましいと言われているが、リピーターの獲得はたやすいことではない。さらに、シルクロード観光に関する広域観光の試みがいくつか報告されているが、課題は少なくない。加えて、マクロ的な研究では分かりにくい個別の問題点も考えられ、問題の発見や解決のためには現地調査が必要である。

新疆ウイグル自治区での聞き取り調査をまとめると、少数民族地域に足を運ぶ観光客は、少数民族やその文化に高い興味を持っているので、少数民族地域の宿泊施設には少数民族的な雰囲気が必要である。とくに宿泊客が滞在する居室内に民族的装飾を施し民族的調度品を置くことがよい。これとあわせてムスリムの特徴である清潔さの重視を宿泊施設に反映させるのもよい。

ただし、宿泊客に通じない言語（ウイグル語）でのサービスはいらない。

また宿泊客が宿泊施設に求めるのは宿泊なので、過剰な民族文化サービスも不要であり、そのようなサービスは宿泊施設以外での民族文化サービス施設、たとえば農村の農家楽と連携して提供することも考えてよい。また、賓館のみが民族的雰囲気醸成に努めるのではなく、その地域全体で民族的雰囲気を保つための民族文化を重視した「まちづくり」「さとづくり」(衛生面でのインフラ整備も含む)を行う必要がある。そして、情報提供と差別化への努力も欠かせない。ただし、他民族による営利目的の民族文化利用や文化の商品化を避けることが望ましいとの意見もある。つまり、無秩序な民族文化開発を避ける知識が求められるのである。

参考文献

- BOIT Joanne and DOH Minsun (2014) "THE ROLE OF DESTINATION ATTRIBUTES AND VISITOR SATISFACTION ON TOURIST REPEAT VISIT INTENTIONS", <https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1087&context=nerr>, Accessed October 27, 2018
- 丁可 (2017) 「『一带一路』構想における交通インフラ整備と産業集積形成」アジア経済研究所・上海社会科学院共編『『一带一路』構想とその中国経済への影響評価』研究会報告書 アジア経済研究所, pp.99-113
- FREYTAG Tim. (2010) "Déjà-vu: tourist practices of repeat visitors in the city of Paris", *Social Geography*, 4(1), pp.49-58
- グリザル・アブドルスリ (2010) 『新疆ウイグル自治区における持続可能な観光発展』神戸大学博士論文
- イム・イラン (2018) 「中国の『一带一路』と観光政策」『日本国際観光学会論文集』25, pp.97-104
- KIM Aleksandra (2013) "Analysis and perspectives of tourism development in Uzbekistan", *Revista AGALI Journal*, 3, pp.87-101
- 小林正典 (2008) 「シルクロードと中国の観光開発」『東西南北』2008, pp.6-17
- 小磯修二 (2016) 「地域開発政策と観光」『観光文化』228, pp.58-59

- 栗原剛, 坂本将吾, 泊尚志 (2015) 「訪日リピーターの観光消費に関する基礎的研究」『土木学会論文集』D3, 71(5), pp.387-396
- 馬依拉阿夏木江, 比屋根哲, 山本清龍 (2016) 「日本人旅行者の海外旅行志向」『日林誌』98, pp.74-78
- MANHAS Parikshat Singh, KOURA Parvinder, and BHAGATAA Akshi (2014) "Silk route in the light of circuit tourism: An avenue of tourism internationalization", *Social and Behavioral Sciences*, 144, pp.143-150
- MAT SOM Ahmad Puad, MARZUKI Azizan, YOUSEFI Maryam, and ABUKHALIFEH Ala'a Nimer (2012) "Factors Influencing Visitors' Revisit Behavioral Intentions", *International Journal of Marketing Studies*, 4(4), pp.39-50
- 三原義久 (2003) 「クロスボーダーツーリズムの観光実践に関する考察」『大阪明浄大学紀要』3, pp.71-78
- 大方優子 (2011) 「旅行先へのリピーターに関する研究」『東海大学短期大学紀要』45, pp.1-6
- PEREDA María Helena (n.d.) "REPEAT VISITORS OF A TOURIST DESTINATION", <http://www.esade.edu/cedit2003/pdfs/peredamelena.pdf>, Accessed October 27, 2018
- RAMUKUMBA Takalani (2018) "Tourists revisit intentions based on purpose of visit and preference of the destination", *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(1), pp.1-10
- リシャラテ・アビリム, 朝水宗彦 (2018) 「シルクロードと日本人観光客」『山口経済学雑誌』67(1/2), pp.45-54
- 佐藤友理子, 岡本直久 (2011) 「国内旅行におけるリピーターの行動特性及び醸成要因に関する研究」『土木学会論文集』D3, 67(5), pp.455-464
- 周晟, 池田孝之, 周旭 (2008) 「中国湖南省における「農家楽」の実態に関する考察」『日本建築学会計画系論文集』73(632), pp.2139-2146
- UNWTO (2012) *Tourism and Intangible Cultural Heritage*, UNWTO
- UNWTO (2016) *Silk Road Action Plan 2016/2017*, UNWTO