

日驻沪总领事：签证爆发式增长，中国人开始在日投资旅游设施

澎湃新闻记者 沈靓 2015-05-15 11:13 来自 澎湃国际

【编者按】

日本媒体 5 月 15 日报道称，去年，日本的旅游收支发生颇具历史意义的转折，成为上年度国际收支的最大亮点。作为近 60 年来日本旅游收支首次实现顺差的“头号推手”，中国游客“功不可没”。

但是，爆买、激增、china money（中国消费）、不文明行为……随着中国赴日游客近期屡创新高，也催生了一系列“次生问题”：吉卜力美术馆的门票被倒卖，花王纸尿裤被大量抢购，药妆店货架被“洗劫”一空，酒店的房间“一床难求”……这影响了一部分日本民众的正常生活，也给日本带来了新的课题。目前的赴日旅游呈现出怎样的特点？日本该如何应对庞大的中国客流？澎湃新闻（www.thepaper.cn）就此专访了日本国驻上海总领事馆（下称：总领事馆）总领事小原雅博。



日本驻沪总领事小原雅博 KoharaMasahiro 接受澎湃记者专访。 文内图均来自澎湃新闻记者 高征

签证发放数比去年同期增长一倍

澎湃新闻：首先，能介绍下今年以来总领事馆发放签证的情况吗？

小原雅博：从去年开始，总领事馆的签证发放量呈爆发式增长。2012 年全年总领事馆的签证发放数为 43.5 万件，2013 年全年为 37.4 万件，到 2014 年达到了 87.4 万件的历史最高纪录。

今年 1-4 月份，总领事馆已经发放签证 49.8 万件，比去年同期 21.6 万件增长了一倍以上，按照这个速度推测，今年全年总领事馆的签证发放数有望突破 200 万件，将再创历史纪录。

从目前的情况看，个人游和团体游的签证发放比重呈现出对半分的特点，而去年个人游只占了全部的三分之一，可以说个人游的增长十分明显。此外，从今年 1 月 19 日开始，受到日本放宽对华签证的影响，“多次签证”的发行件数显著增长，1-4 月份已发放 1.5 万件，而去年同期只有发放 3000 件“多次签证”。

日本旅游业应改善接待能力

澎湃新闻：随着中国访日游客的剧增，催生了一系列“次生问题”，比如药妆店的货品被买空，酒店的房间被订满，美术馆的门票被倒卖……这也影响了一部分日本民众的正常生活。对此您怎么看？

小原雅博：确实像你所说，由于日本接待游客的基础设施和能力一下子跟不上中国访日游客增加的速度，出现了一部分个别的问题。

有统计显示，在春节期间中国游客在日本购买最多的 10 个项目中，不是吃的药品就是与皮肤接触的日用品，这也说明日本产品给人以“安全”、“安心”的印象。

日本明确“观光立国”的政策后，将重点放在吸引外国游客上，这无疑将给日本经济带来好处。随着东京将举办 2020 年奥运会，日本以此为契机提出吸引 2000 万外国游客的目标，政府也为之而努力。

澎湃新闻：有观点认为，访日游客数量一再攀升，从某种意义上证明了日本在海外推广旅游战略的成功，但大量游客的造访也给日本的接客能力带来了新的课题，您觉得日本该如何应对？

小原雅博：一方面，日本应该迅速提高接待游客的能力，提振大巴、旅馆，翻译等基础设施。另一方面，要开发“黄金线路”（东京、名古屋，大阪、京都等大都市）以外的线路。中国游客都集中在传统大都市里，才造成了接客能力不足的情况。

最新的调查显示，中国游客到访东京的有 68%，大阪的有 48%，此外，比较多的是北海道有 12%，福冈有 5% 左右，除黄金路线的目的地则不固定。其实，日本还有许多充满魅力的地方，比如九州，冲绳，四国，北陆地区等。今后充分宣传和开发这些地区是十分重要的。

日本有 35 个地方自治体在上海设有办事处或派常驻人员，足见对于中国市场的重视。对于总领事馆来讲，我们会与日本国家旅游局（JNTO）合作，帮助这些地方自治体宣传推广旅游资源，把聚集在“黄金线路”上的大量游客分散到日本地方上。

此外，随着日元贬值，对于中国投资者来讲，投资日本观光领域也是一个不错的商机。据我所知，已经有中国投资者开始投资日本的酒店、高尔夫球场、度假综合设施等项目。

澎湃新闻：日本在过去的经济高速增长时期，也有大量日本游客去海外旅游，当时的日本游客是否曾发生过大量抢购外国商品、不注意文明等现象？日本作为“过来人”，有哪些经验可以分享？

小原雅博：日本人以前去国外旅游也发生过这样的情况。早期都是以团队游为主，去欧洲、美国等经典的“黄金线路”。但随着日本游客旅游意识的成熟，现在团队游不多了，很多人都是个人旅游为主，满足个性化的需求。

举一个例子，日本游客以前去法国，喝汤的时候会发出声响，但这在法国人看来是不文明的行为，因为他们都是安静地喝汤。

旅游是一种能力，旅游的次数多了，自己去亲自体验了，就会意识到要注意当地的哪些问题，这样就会越来越擅长旅游。



上海已开启日本游 2.0，中国整体以 1.0 为主

澎湃新闻：总领事馆今年推出了“日本轻奢游”官方微信号，能介绍下推出的原因和目前的成效吗？

小原雅博：就像我刚才说的，目前总领事馆个人游和团体游的签证发放比重达到了 1:1，以上海为中心的华东地区的个人旅游者数更是突飞猛进，其中，以中产阶层及富裕阶层为主体的多次签证获得者，访日的机会多，对日本也抱有极大的关心和浓厚的兴趣。

为此，我们联合日本多家自治体和企业，在今年 1 月推出了“日本轻奢游”微信公众号，发布关于观光旅游、酒店、购物、交通等信息。所谓“轻奢”，是指对自己的价值观以及审美观有一定的执着，而对价格以及社会舆论不太在意，追求自我满足的一种新的生活方式。

目前，这个微信公众号已有 3400 多人关注并且日益增加。它是一个信息发布平台，集聚了日本国家旅游局驻上海事务所、东急集团、藤田观光集团、JTB 集团、冲绳县驻上海事务所等多个团体机构。它也是促进日本地方旅游资源再生的一个方法，让更多中国游客了解多样化、个性化的访日旅游形式。

澎湃新闻：如果把过去中国游客去日本主要都市单纯为了购物的旅游称为“1.0”版本的话，现在的日本旅游是否开启了“2.0”版本，即多样化、个性化，追求自我满足的旅游？

小原雅博：的确，上海可以说已经开启了“2.0”版本。上海与日本地理位置相近，有着紧密的联系。在上海有 5 万左右的日本人工作生活，2000 家以上的日本料理店，上海与日本一月间（我馆注：此处错误正确为“每周”）要飞 370 趟航班，这些都是非常高的数据，因此上海市场在日本旅游方面会更加成熟。

但从中国整体来讲，仍然还是“1.0”版本为主。很多人没有去过日本，或者只去过一两次，对日本的了解还不多。但随着时间的推移，今后“2.0”版本肯定是发展趋势。

澎湃新闻：您认为促进中日间的旅游会对中日关系起到什么样的作用？

小原雅博：越来越多中国游客去日本旅游，是了解日本的一个很好的契机。只有亲身去日本体验交流，才能获得不一样的感受。去年从中国去日本的游客达到了 241 万人次，从日本来中国的游客为 272 万人次，中国赴日游客的数量将来肯定会超过日本来华游客的数量。

在上海日本国総領事：

ビザ発給が爆発的に増加，中国人が日本の観光施設に対する投資を開始

日本メディアの報道によると，昨年，日本の観光収支は歴史的意義のある転換点を迎え，上半期の国際収支において最大の注目点となっている。60年来，日本の観光収支が初めて黒字を実現した担い手として，中国人観光客を抜きに語ることはできない。

しかし，爆買，激増，china money（中国消費），非文明的行為．．．．昨今中国人訪日観光客数が記録を更新するのに伴い，ジブリ美術館のチケットが転売される，花王のおむつが大量購入される，薬局の商品が残らず買い尽くされる，ホテルの予約が困難となるなど，「二次的な問題」も発生させている。このことが一部の日本人の正常な生活に影響を与えており，日本に新たな課題ももたらしている。現在，訪日観光にはどのような特徴が現れているのか？日本は如何にしてこの膨大な中国人観光客に対処すべきか？澎湃新聞はこれらの問題に関し，在上海日本国総領事小原雅博氏にインタビューを行った。

ビザ発給数は昨年同時期の2倍

澎湃新聞 まず，本年の貴館のビザ発給状況について教えていただきたい。

小原雅博 昨年以降，当館のビザ発給件数は爆発的に増加している。2012年のビザ発給数は43.5万件，2013年は37.4万件，2014年には87.4万件と過去最高を記録した。

本年1－4月，当館は既に49.8万件を発給しており，昨年同時期の21.6万件であったのに比べ2倍以上になっている。このペースで行くと，本年の当館のビザ発給件数は200万件を超え，再び史上最高を記録することが見込まれる。

現在の状況を見ると，個人観光と団体観光のビザ発給数が半々になっているというのが特徴であり，昨年，個人観光が三分の一であったのに比し，個人観光客の増加が顕著となっている。このほか，本年1月19日，日本の対中ビザ緩和の影響を受けて，マルチビザの発給件数の増加も顕著であり，1－4月には既に1.5万件を発給している。因みに，昨年同時期のマルチビザ発給数は3000件であった。

日本観光業は受入能力の改善を図るべき

澎湃新聞 中国人観光客の激増に伴い，例えば薬局の商品が完売する，ホテルが満室になる，美術館のチケットが転売されるなど，一連の「二次的な問題」を引き起こし，一部の日本人の生活に影響を与えている。これについてどう考えるか。

小原雅博 確かに，観光客受入に関わる日本のインフラと能力は，すぐには中国人観光客の

増加スピードに追いつくことができず、一部で個別の問題が生じている。

統計によれば、春節期間中に中国人が最も多く購入した10商品の中に、飲み薬や皮膚と接触する日用品が多数含まれている。これは、日本の商品が人々に「安全」且つ「安心」という印象を与えていることを示している。

日本は「観光立国」政策を明確にして以降、外国人観光客の呼び込みに重点を置いており、これは日本経済にプラスになるに違いない。2020年の東京五輪開催が決まり、日本はこれを機に2000万の外国人観光客を引き込むことを目標とし、政府はその実現のために努力をしている。

澎湃新聞 訪日観光客の増加は、ある意味、日本の海外に対する観光PRが成功したことを証明しているが、大量の観光客の訪日が日本の受入能力に新たな課題をもたらしているが、日本はこれにどのように対応すべきだと考えるか。

小原雅博 日本は観光バス、ホテル、通訳等のインフラを強化し、観光客受入能力を迅速に向上させる必要がある。その一方で、「ゴールデンルート」（東京、名古屋、大阪、京都などの大都市）以外のルートを開発する必要もある。中国人観光客が全て伝統的な大都市に集まっていることにより、受入能力不足という問題が生じている。

最近の調査では、中国人観光客の68%が東京を、48%が大阪を訪問している。このほかに比較的多いのは、北海道が12%、福岡が5%となっており、「ゴールデンルート」以外は目的地として定着していない。しかし、日本にはこのほかに九州、沖縄、四国、北陸など魅力に溢れた地方がたくさんある。今後、これらの地域を十分に宣伝、開発していくことが重要である。

日本の35の地方自治体が上海に事務所を設立したり駐在員を派遣したりしており、中国市場が重視されていることが分かる。総領事館にとり、JNTOと協力し、これらの地方自治体の観光資源PRを支援し、「ゴールデンルート」に集中している大量の観光客を日本の地方へ分散させていきたい。

この他、円安が続いているため、中国の投資家にとって、日本の観光分野への投資は良いビジネスチャンスとなっている。自分の知る所では、中国の投資家は既に日本のホテル、ゴルフ場、リゾート施設等のプロジェクトに投資を始めている。

澎湃新聞 日本はかつて高度経済成長期に、多くの日本人が海外旅行へ行ったが、当時の日本人観光客も商品を大量に購入したり、非文明的な現象を起こしたことがあるか。過去に経験のある日本として、何か共有できることはあるか。

小原雅博 かつての日本人の海外旅行においてもそのような状況は生じていた。初期は団体観光が中心で、欧州や米国など典型的なゴールデンルートに行っていた。しかし、日本人観光客の旅行に対する意識の成熟に伴い、現在、団体観光は減少し、多くの人が個人観光を中心に、個性的ニーズを満足させるようになっている。

（ご指摘の点についての）例を挙げれば、以前、日本人観光客はフランスでスープを飲む際に音を出していたが、音を立てずに飲むフランス人からは非文明的な行為と見られていた。

観光は一種の能力であり、旅行の回数が増え自ら体験するようになれば、旅先でどのような問題に気をつけなければならないのか意識するようになり、どんどん旅行が上手になって

いくものである。

上海は既に2.0日本観光、中国全体としては1.0

澎湃新聞 貴館は今年「日本軽奢遊」という公式微信を立ち上げたが、立ち上げた目的と現在までの効果を教えていただきたい。

小原雅博 現在、個人観光と団体観光のビザ発給比率は1:1となっており、上海を中心とする華東地域の個人観光者数は飛躍的に増加している。その中でも、中高所得者を中心とするマルチビザの取得者は訪日の機会も多く、日本に対する大きな関心と興味を抱いている。

このため、我々は日本の地方自治体や企業と協力し、今年1月、「日本軽奢遊」という公式微信を立ち上げ、観光やホテル、買物、交通などの情報を発信している。所謂「軽奢」とは自己の価値観や美的感覚へのこだわりがあり、価格や世論は余り気にせず、自己の満足を追求する新たなライフスタイルのことである。

現在、この公式微信のフォロワーは3,400人余りおり、日々増加している。これは情報発信のプラットフォームであり、日本国家旅游局上海事務所、東急グループ、藤田観光グループ、JTBグループ、沖縄県上海事務所など多くの団体が参加している。これは日本の地方資源再生を促す一つの手段であり、より多くの中国人観光客に多様化、個性化した訪日観光モデルを知ってもらおうというものである。

澎湃新聞 過去の中国人観光客が日本の主要な都市へ行き、単純に買い物を目的に観光することを1.0とすると、現在、日本観光は多様化、個別化し自己満足を追求する2.0に入ったと言えるか。

小原雅博 確かに、上海では既に2.0バージョンが始まっていると言える。上海は地理的にも日本に近く、緊密な関係を有している。上海には約5万人の日本人が生活しており、2000軒以上の日本料理店があり、日本との間で毎月（当館注：「毎週」の間違い）370便もの直行便が運航されている。これらは何れも非常に高い数値であり、上海の市場は日本観光においては一段と成熟していると言える。

しかし、中国全体で見ると、依然として1.0バージョンが中心である。多くの人は日本へ行ったことがないか、1,2度行っただけであり、日本に対する理解はまだ深くない。しかし、時間が経てば、今後2.0バージョンへ発展していくだろう。

澎湃新聞 中日間の観光の促進は中日関係にどのような効果をもたらすと考えるか。

小原雅博 より多くの中国人観光客が日本を訪れることは、日本を理解する非常に良い機会である。日本に行って自ら交流を経験することによって、それまで感じなかったことを感じることができる。昨年中国からの訪日旅客数は241万人に達し、日本からの訪中旅客数は272万人であったが、今後、中国からの訪日旅客数が日本からの訪中旅客数を超えるには確実であろう。