都市文化研究　Studies in Urban Cultures
Vol. 13，69−80頁，2011

◇研究ノート◇

観光における文化交流の不在

―― 中国成都市を訪れる日本人の観光活動から ――

王　　静

◆要　旨

中国は世界観光の牽引車となりつつある一方，観光振興を単なる経済発展の手段としてしか捉えていない傾向にある。筆者は，観光が果たす，異文化間の相互理解を深め文化交流を促進するという役割に着目し，中国の観光における文化交流の欠落の実態及びその原因について検討した。

本稿では中国成都市を訪れる日本人観光者の観光活動を取り上げ，受け入れ側と観光者側双方の視点にさらにガイドの視点を付け加え，「見学」，「食事」，「体験」，「ガイドとの交流」という四つの側面について考察した。その結果，見学活動は短時間で最短ルートをまわるうわべのものであり，食事は現地の食文化の魅力をアピールできていない「ツアー料理」であり，文化交流の場を提供する茶館と川劇の体験はほとんどツアーのスケジュールに組み込まれておらず，業務に追われるガイドと交流をする時間もなく，観光者は地元社会との文化交流が欠落している現状が明らかになった。

さらに，観光活動におけるこの文化交流の欠落の原因を，受け入れ側である行政，旅行会社，ガイドという観点から分析し，中国の観光業全体に共通する「経済型観光」という構造にあると指摘した。ここで言う「経済型観光」とは，観光業が単に経済発展の有効な手段として位置づけられた下で，最大限の利益を追求するためだけに品質の低い観光商品が販売され，収入を得るためだけという仕事観で観光現場で働くという観光のありかたである。今後，中国が観光大国にふさわしい観光戦略を考える際に，現在の「経済型観光」から文化交流を重視する方向へと転換していかなければならないと考える。

キーワード：成都市（中国），文化交流，ホスト・ゲスト関係，観光活動，ガイド

（2010年9月17日論文受理，2010年11月5日採録決定 『都市文化研究』編集委員会）

1. はじめに

20世紀後半からのいわゆるマスツーリズムの隆盛に代表されるような観光活動の急速な拡大は，現代社会を特徴づける現象の一つである。中国においても，近年の経済成長とともに観光は飛躍的な発展を遂げている。今後10年（2020年）で中国を訪れる外国人観光者は1億3000万人，海外旅行に出る中国人観光者は1億人になり，中国は世界第一の観光者受け入れ国，第四の送り出し国という観光大国になると予測されている[1)]。中国では観光業が国民経済の基幹産業として位置づけられ，各地域とも地域経済の活性化のために観光振興に力を入れている。現在はインバウンドとアウトバウンド両者とも顕著な伸びでの進行であり，中国は世界の観光の「牽引車」[2)]となりつつある。

しかし，中国が国を挙げて観光を推進している中で，その実態はといえば，観光振興を経済発展の手段としてしかとらえていない傾向が見うけられる。それによって，観光者数および観光収入などは増加の一途をたどってはいるものの，旅行会社間の低価格競争やガイド[3)]の社会的地位の低下など，観光業を支える側の問題が深刻化している。同時に，中国を訪れる外国人観光者は，地元社会の人々やガイドなどの受け入れ側と交流ができず，うわべだけの観光となっているようにも思われる。世界観光に大きな影響を与えていく観光大国である中国にとって，観光のあり方を考える際に，観光を単なる経済発展の手段としてのみ捉え文化交流が欠落したままでいいのだろうか。

このような問題意識から，筆者は観光（特に国際観光）が異文化間の相互理解を深め文化交流を促進する役割を果たすはずのものであることに着目する。本稿の目的は観光現場における文化交流に焦点を当て，受け入れ側と観光者側双方の視点から観光活動を考察し，中国での観光には文化交流の側面が欠落している原因について検討していくことにある。

今後増加の一途をたどる外国人観光者を満足させ，中国観光の更なる発展を追求していくためには，観光者の観光活動や受け入れ側である中国社会との文化交流などについての詳細な分析による実態の把握と，問題の所在の究明が切実に求められている。この問題を論じるためには，成都市[4]における日本人観光者の観光活動が恰好の事例を提供する。なぜなら，日本は中国最大のゲスト国であり，年間 350 万人前後[5]の日本人観光者が主にパッケージツアーの形で中国を訪れている。近年，その観光目的地は沿海部から内陸部にまで広がり，成都市における日本人観光者数は外国人観光者数の半数を占めるまでになった。成都市の観光行政側は日本を「最重要マーケットと位置付け，今後も日本のシェア 1 位を継続するよう積極的にアピール」[6]する方針を示している。成都市は中国の主要都市の一つであり，2300 年以上の歴史を背景にした文化を持つ歴史文化都市であり，「中国最佳旅遊城市」[7]（以下中国最優秀観光都市）に選出されたほど，中国観光をリードしていく立場にあると言える。従って，本稿では成都市を観光現場とする日本人ツアー観光者（団体，個人ツアーにかかわらず）の観光活動を取り上げ，その実態の把握に重きを置きながら，文化交流不在の観光を生み出した原因を究明していきたい。

2. 観光と文化交流

観光は 21 世紀における最大の産業であり[8]，巨大な経済現象であるがゆえに，中国の「観光強国」や日本の「観光立国」のように，今や国策にまで取り込まれている。都市においては都市再生の政策に都市観光，農村においては観光開発に農村観光が取り入れられているように，今や先進国や発展途上国，都市や農村の別なく観光振興を目指しているようである。しかし多くの場合，観光の強大な経済効果が期待される一方で，観光が持つもう一つの文化の交流という効果が置き去りにされているし，近年盛んになってきた観光研究においても文化的側面からの研究が少ない（橋本・佐藤 2003:1）。

「観光は平和へのパスポート」という 1967 年の国際観光年のスローガンにはっきりと示されているように，本来，観光は国家間・民族間の異なる文化の相互理解と友好関係を促進し，世界平和に寄与するという大きな意義がある。日本においても観光は理念上，まず文化交流と結びつけられている。日本の観光基本法の前文には「観光は，国際平和と国民生活の安定を象徴するものであって，その持続的な発展は，恒久の平和と国際社会の相互理解の増進を念願し，健康で文化的な生活を享受しようとする我らの理想とするところである」と記され，観光の文化交流による世界平和の意義が強調されている。

ところで，現実の文化の交流とは，「観光者と地元民，観光者と自然，観光者と商品との直接な接触」（村上 1998:32）という形をとり，「ゲストとホストが自己の文化を示し，相手の文化を見るという過程に二つの文化が交差する」（香川 2007:20）場面において生じるものである。したがって，観光の場における文化交流を論じるためには，受け入れ側と観光者側の関係（従来の研究ではホストとゲストの関係）のあり方に注目することが重要である。

観光におけるホストとゲストの関係は，バレーン・L・スミスによって観光地社会をホスト，観光者をゲストとして，ホスト対ゲストという構図が提示されて以来（スミス 1991），観光人類学の研究において数多く取り上げられてきたテーマである。たとえばマッキャネル（2008［1976］）は，ホスト側が観光者を誘致するために「本物の舞台」という観光文化商品を創出して観光者の要望に迎合し，実際に提供しているのは「偽物」の伝統文化でしかありえないが，観光者は「本物」を観光の場で求めようとしているという，ホスト・ゲスト関係のあり方を示した。デニソン・ナッシュ（Nash 1978）は，ゲストによる観光活動の性質について「帝国主義の一形態」という視点を提起し，佐藤（2003:15-53）は政治経済学的な視覚から南太平洋の島嶼国のエコツーリズムを事例に，先進世界と発展途上世界，都市中心と周辺や農村部という「中心―周辺」の非対称的な構造にあるホスト・ゲスト間の不平等関係を論じた。また，観光がホスト社会に与えるネガティブな影響という一般的な見方に対して，山下（1996:104-112）はバリ島の民族芸能を取り上げ，観光開発の中で伝統文化が再構築され新たな文化が創造されると主張する。

しかし，これまでなされてきたホスト・ゲスト論は，受け入れ側と観光者側それぞれを同一視したマクロ的見方に偏っていると筆者は考える。スミスによって定式化されたホストとゲストという二分法は，観光活動における受け入れ側と観光者との関係を明瞭化してきたが，同時にホストとゲストの双方に存在する多様性を見えなくしてしまうことにつながっている。例えば，観光者が失われた「楽園」を捜し求めるためにバリ島を訪れるという見方は，観光者の目的の差異を無視することとなるし，ホストとしての現地人が受ける観光開発の影響もそれぞ

れの立場によって異なるであろう。実際の観光の現場における受け入れ側と観光者の構成に焦点を合わせると，その関係は単純な二分法ではとらえきれないほど複雑に絡んでいるのである。

スミスはゲストを「非日常を経験することを目的として，自宅からはるか離れた土地を訪れる，一時的に有閑者の人」（スミス 1991:1）と定義しているものの，ホストに対しては定義も規定もしておらず，大まかに観光地社会と表現しているのみである。しかし，マスツーリズムの時代に入ってから，観光産業の参与や観光者自身の多様化も生じる中で，ホストとゲストの内容が拡大してきたのである。ホストの枠の中には，地元の観光行政，観光産業，地元民などが存在する。これら三者は観光者を受け入れる社会に存在するという点からみると同じ立場にあるが，受け入れの目的や役割は異なるはずである。三者の構成を細かくみると，観光に関わる行政には観光地側と観光者側が同時に存在する可能性があり[9]，それぞれが観光地の文化を表象する姿勢や目的や役割などについて差異があると想定できる。観光産業としては旅行会社，ホテル，レストラン，交通会社，土産店などがあり，経済的な利益が期待されるという共通の理由で観光者を受け入れるが，観光活動の中においてそれぞれが異なる活動内容を担っているため，観光者とのかかわりは同様とはいえないだろう。さらに観光産業側を細かくみると，例えばガイドや各関連施設の一部の従業員は直接観光者と接触するが，経営者たちは観光者と直接かかわらないため，同じ企業の従業員といっても観光との関係は完全に同一視できない。地元民はもっとも複雑なホストの一員である。観光産業に従事している人と観光産業と直接関係していない人がいるため，前者は受け入れ側として見なせるが，後者からみると観光者はある意味で「侵入者」となる可能性がある。

こうした多様な受け入れ側を構成する存在のひとつが「観光の魂」ともいわれるガイドである。ガイドはツアーの全旅程の中で，受け入れ側の代表者として観光者と旅行会社との間で結ばれた契約を履行するために観光活動を進める以外に，観光者の要望をできるだけ満たし，緊急のトラブルや事件（観光客の病気や財物の紛失など）を処理し，旅程中の全ての問題に対応しなければならない。その仕事は，小さく言えば観光客の満足度やその旅行におけるサービスの質の高低を決定し，大きく言えばある都市あるいは国家のイメージにも直接に影響を及ぼしており，国際観光においては，「観光の善し悪しを決定する」といわれるほど重要である（王 2001:466）。また，ガイドは観光地社会と観光者を仲介する立場であり，両者の接点となる役割でもある。しかし，ホストとゲストの関係を巡る今までの研究において，観光者の観光活動を最も詳細に把握しているガイドの視点から観光活動の検証はまったくなされてはこなかった。

したがって，受け入れ側と観光者側の関係から今日の観光活動を理解するためには，多様なホストと多様なゲストが共存していることを念頭に置き，ホストとゲストというマクロ的な構図を超えて，ミクロな視点でそれぞれを検討していく必要がある。本稿はその試みとして，観光現場での筆者の実務経験[10]を生かし，観光者の活動をガイドの視点をも加えた新たな見方で分析していく。

3. 成都市における日本人の観光活動

3-1　成都市における観光パターン

成都市には，「武候祠博物館」（以下武候祠）をはじめとする数多くの歴史文化景観，中国四大料理である「四川料理」，伝統芸能の「川劇」，毎日 20 万人の市民が日常生活の一部として利用している 4000 軒[11]以上の「茶館」，観光者も市民も観光できる新たに開発された観光スポット，都市観光対象となる宿泊とショッピング施設など，豊かな観光資源が数多く存在し，全国トップレベルの都市観光地となっている。

観光都市としての成都市の最大の特徴は，観光の対象が観光を目的に新たに作り上げられたバーチャル的なものではなく，市民の生活の場が観光地となり，観光地が市民の生活の場にあるという点にあると思われる。本来であれば，成都市を観光する観光者は都市のありのままの文化を味わい，市民の日常のライフスタイルに触れ，そこで出会う人々との文化の交流を実現できる可能性が開かれている。しかし，現実には日本人観光者の成都市観光はパターン化されており，その観光活動の実態は異なる方向にあると思われる。

日本人が観光で成都市を訪れる理由は主に三つあると考えられる。九寨溝をはじめとする四川省にある五つの世界遺産，成都市および四川省内のほかの地域に多く残されている三国志関係の遺跡，四川省内に生息しているジャイアントパンダである。この三つの観光目的を反映するように，日本人観光者のツアーには「世界遺産ツアー」（**表 1**），「三国志関連ツアー」（**表 2**），「パンダと触れ合うツアー」（**表 3**）という三つのパターンが定着している。

この三つの代表的なツアーの例から，成都市における日本人の観光パターンは以下のようにほぼ決まっていることがわかる。つまり，2 晩の宿泊を除けば，昼間の半日という限られた時間に，1〜2 ヶ所の観光地の見学，土産品購入，食事，川劇のオプショナルツアーが組み込まれているというものである。

以下，本章ではガイド側と観光者側双方の視点から「見学」，「食事」，「体験」，「ガイドとの交流」という四

表 1 「九寨溝・黄龍五日間」の一般的なスケジュール

日 数	日　程	食 事	宿泊地
一日目	夕方：成都空港着、バスでホテルへ	なし	成都市
二日目	午前：バスで成都空港へ 飛行機で九黄空港着、バスで黄龍へ 午後：黄龍観光、バスで九寨溝へ	朝：ホテル 昼：黄龍 夕：ホテル	九寨溝
三日目	終日：九寨溝観光 夜　：(民族ショーのオプショナルツアー)	朝：ホテル 昼：九寨溝 夕：ホテル	九寨溝
四日目	午前：バスで九黄空港へ 土産店で買い物 飛行機で成都着、レストランへ 午後：武侯祠と杜甫草堂の見学 土産店で買い物 夜　：(川劇のオプショナルツアー)	朝：ホテル 昼：成都市 夕：成都市	成都市
五日目	午前：バスで成都空港へ 飛行機で帰国の途へ	朝：ホテル	

表 2 「三国志の史跡巡り五日間」の一般的なスケジュール

日 数	日　程	食 事	宿泊地
一日目	夕方：成都空港着、バスでホテルへ	なし	成都市
二日目	午前：バスで三星堆へ 三星堆博物館の見学 午後：バスで綿陽市へ ホウ統祠と子雲亭の見学	朝：ホテル 昼：三星堆 夜：ホテル	綿陽市
三日目	午前：バスで七曲山大廟へ 七曲山大廟の見学 午後：バスで広元市へ 姜維墓と剣門閣の見学	朝：ホテル 昼：七曲山大廟 夜：ホテル	広元市
四日目	午前：明月桟道と皇沢寺の見学 午後：バスで成都市へ戻る 土産店で買い物 夜　：(川劇のオプショナルツアー)	朝：ホテル 昼：皇沢寺附近 夜：成都市	成都市
五日目	午前：武侯祠の見学 バスで成都空港へ 飛行機で帰国の途へ	朝：ホテル	

表 3 「成都・雅安パンダふれあい四日間」の一般的なスケジュール

日 数	日　程	食 事	宿泊地
一日目	夕方：成都空港着、バスでレストランへ 夕食後、ホテルへ	夜：成都市	成都市
二日目	午前：パンダ繁殖基地と寛窄巷子の見学 午後：バスで雅安市へ	朝：ホテル 昼：成都市 夜：雅安市	雅安市
三日目	午前：バスでパンダ保護研究センターへ パンダの見学とふれあい体験 午後：バスで上里へ、上里古鎮散策 バスで成都市へ、土産店で買い物 夜　：(川劇のオプショナルツアー)	朝：ホテル 昼：雅安市 夜：成都市	成都市
四日目	午前：バスで成都空港へ 飛行機で帰国の途へ	朝：ホテル	

つの側面について観光活動の実態を明らかにする。ガイド側の視点は筆者の観光現場での経験と成都市のガイドから集めた情報に基づくものであり，観光者側の視点は，2009 年 2〜3 月に成都市を訪れていた日本人観光者を対象に実施した 107 部のアンケート調査[12]と，2009 年 11 月に過去成都市を訪れたことのある日本人 8 人を対象に行ったインタビュー調査[13]の結果に基づいた考察である。

3-2　見学

観光地の見学の例としては成都市における観光パターンに必ず含まれている武侯祠を取り上げる。まず見学活動がどのように進行しているかを見ていこう。観光バスで武侯祠に到着後，先に入口で記念写真を撮る。続いて

一団となって入口，唐碑，大門，劉備殿，出師の表，諸葛孔明の記念堂，劉備の御墓という順で，国内外の観光者で混雑し，中国語や他の外国語の説明がランドスピーカーで飛びかっている状況の中ガイドによる説明（マイクを使わざるを得ない場合もある）を聞きながら，敷地内の主な見所を約40分で回る。その後20分のトイレ休憩兼三国志関係の土産品購入で武侯祠の観光は終了する。

一見したところではポイントを押さえたこの有り触れた見学の仕方に対して，文化の仲介役を担っているガイドの立場から見ると深刻な問題が隠されている。第一に，この見学の仕方では歴史文化遺跡である武侯祠の魅力を観光者に伝えられないことである。三国志の専門家は別にして，観光者に伝えるべき大事な事柄は，成都市あるいは四川省全体を舞台として活動した歴史，特に日本で知られている三国志と対比しながらの説明であり，建築物を含めた武侯祠の独自の特徴の説明である。それらの説明ができれば，ここでの見学は観光地としての成都市の魅力をアピールできたと言える。しかし混雑している中で40分程度の案内では，ポイントの説明だけで見学時間がなくなってしまうのが事実であり，ツアーの流れに沿って移動するだけに終ってしまう観光者も少なくない。第二に，時間の制限がある中で，ガイドが精いっぱいポイントを押さえることに努め，それ以外の見学や体験に時間を設ける余裕がないことである。三国志の舞台であり，かつ文化豊かな成都市を知るためには，少なくとも2時間かけて，武侯祠の見るべきところを全て見てまわった上で，敷地内の茶館で四川省独特の喫茶を体験することによって茶館文化が市民生活に浸透していることなどを観光者自ら感じる必要がある。ガイドはそれを知っているにもかかわらず，そのような案内は普通行わない。

ガイドが問題視している時間の短さという見学の仕方に対して，観光者がどう思うのかについて，かつて武侯祠を見学したことがある日本人のインタビューでは，以下の問題が指摘された。第一に，見学時間がもっとほしいという意見である。「武侯祠の見学がもっとほしかった。三国志に直接関連した人物や文物だけではなく，建物にも興味がある。…もう少し時間があればよかった。」[14] 第二に，ガイドが案内したもの以外にも見たかったものがあるという意見である。「私は墨絵や彫刻に興味があった。あそこ（武侯祠）の中に有名な書道の彫刻（出師の表）や対聯（攻心聯）があったでしょう。私はお土産としてあの彫刻を買ったのよ。でも，もっと時間をかけて（実物を）見たかった。」[15] 第三に，ポイントを押さえた見学の仕方に対する批判的な意見である。「遺跡やあとで創られた人物の像はガイドブックにも載せてあるので，あんなものは一回実際に少し見て写真を撮れば満足する。よく見た方がいいと思うのは水師の表と博物館で，価値があると思う。あとは文化的な価値とは関係ないが，版画みたいなもの（筆者注：三国志の有名な場面を彫刻したもの）を見て面白かったよ。でも，少し離れたところにあるね」[16] と，武侯祠にはその場所へ実際行かないと見られないものがあり，それは一般的なツアーの観光ルートから離れた場所にあるが，見るに値すると指摘した。つまり単に見学にかける時間が足りないというだけではなく，そのために普通のツアーのルートでは見るべきものを見ることができないと述べているのである。第四に，実際の歴史的な事物の見学以外に，別の目的を求める意見である。「あそこの見学はすぐできると思うよ。一周まわればいいんだ。でも，そのあとゆっくりとお茶でも飲んで，風景を眺めたい」[17] との意見は，見学よりも，地元の文化を感じたいということであろう。

ガイドと観光者の視点からは，見学の時間の短さと見学ルートの問題が明らかになった。ここでの見学は最初から最後までガイドについての団体行動で，ハイスピードの中で最短時間に最短ルート上にあるポイントの確認である。その間に観光者と地元社会はどんな文化の交流ができたというのであろうか。確かに観光者はその1時間の中で，中国では歴史的価値があると言われている場所に足を運んで，その場に身を置いて見てきた。しかし武侯詞では観光者が大勢いるような印象を受ける以外，成都市ならではのことに触れられず，ツアー以外の観光者との会話もなかったため，文化の交流が出来たとは言い難いのである。

3-3　食事

「美食の都」と自称する成都市において，日本人観光者はどのような食事経験をしていのるのだろうか。成都市にある大手旅行会社の日本部と提携している観光用レストラン（四川省体育館の付近に位置する四川料理・火鍋料理・広東料理を提供できる大型観光店）におけるチャーターツアー[18] の夕食を取り上げてみよう。そのツアーに筆者はガイドとして同行していた。

到着初日に簡単な歓迎レセプションが開かれ食事時間はおよそ1時間半であった。一般的な日本人ツアーは個室を利用するのが一般であるが，今回は大人数のチャーターツアーであったため，個室に囲まれた大きなホールの利用となった。メニューは本場の四川料理を少しあっさりめに味付けしたもので，あらかじめ日本の旅行会社の視察団によって試食されていた。旅行会社が用意した日本語のメニューもテーブルに置かれていた。料理は四川の代表的家庭料理である麻婆豆腐・回鍋肉・宮保鶏丁などを大皿に盛りつけた10品と，四川の「小吃」を一人前ずつに盛りつけた6品で，10人単位で一つの丸いテーブルを囲む形であった。観光者が着席してから料理

が続々と運ばれ，ガイドがそばで料理名と材料や簡単な調理法などを教える。観光者は普通，乾杯をして写真を撮ってから食べ始める。料理に対して，はじめに到着したツアー1機目の観光者の間から辛くて食べられないという意見が噴出した。ツアーの料理は一度に大量に用意されるので個人の好みに合わせて対応することは難しいため，その後は山椒を一切使用せず，胡椒やほかの香辛料もできるだけ控えるように工夫された。しかし，その結果，辛いという苦情は無くなったものの，逆に期待していた本場の四川料理の味ではないという言うツアー客もあらわれた。

食事の過程において，飲み物の注文とかレンゲや取り皿がほしい，写真を撮ってほしい，などのようなことが生じた場合，レストランでは日本語で対応できるスタッフがいないため，ガイドが通訳をする。しかし多くの場合，レストランが込み合うため，通訳するには時間がかかるので，ガイドがサービス員代わりになってしまう。

ガイドの視点からこの食事について，まず料理自体に対する評価を見てみたい。ガイドたちとドライバーたち（全員四川省出身か四川省在住者）は観光者と同じ時間帯には食事できないため，出迎えに行く前にツアー客とまったく同様の料理を同店で食べることになっている。彼らにとっては生まれてからずっと食べている料理であって，食べ飽きたということも考えられるが，ガイドとドライバーの間では料理自体にはおいしさが感じられないどころか，まずいという意見がもっぱらであった。しかし旅行会社がレストランと契約した価格から考えると，料理の質を大幅にあげる要求には無理がある。

次に，料理のアレンジについてである。成都における美食の最大の魅力は味と種類の多様性にあるが，ツアー客が利用するレストランでは，旅行会社から日本人の口に合うように調味料や調理法をアレンジするようにという注文を受け，日本人観光者に本場の四川料理を提供するという状態にはなっていなかった。さらに，味についての意見が出された後に，料理のアレンジの仕方は一辺倒になっていった。料理自体のおいしさやメニューの変更ではなく，四川料理の特徴である調味料の削除と減量だけで味付けの調整がはかられた。そのようなことが繰り返されていく中で，日本人ツアー客に対して提供されるのは，四川料理でも広東料理でも日本料理でもない「ツアー料理」となった。成都市では一般に2回の朝食と2回の夕食が設定されている。これは大きな観光資源である美食という魅力をアピールするチャンスであることはわかっているにもかかわらず，料理の種類の多様性をアピールし，火鍋や薬膳などの料理を利用するツアーもまだまだ少ないのが現状である。

成都市観光における食事を設定する際に，観光の全旅程を把握していないことも大きな問題である。成都市以外の四川省の観光地での食事はほとんどが四川家庭料理になっており，成都市においてもまた四川家庭料理になると，ツアー全体を通して似たような食事が提供されることになってしまうのである。これでは食事内容自体が単一化し，食の多様性という四川料理の魅力が伝わらないと考えられる。

観光者の食事に対する意見を見ると，まず料理の種類への不満があることがわかる。アンケートの結果から，料理の単調性が明らかである。成都市で食べた食事の種類について，「四川家庭料理」が97%に対して，「火鍋」は半数を少し超え，「小吃」は3割にも及ばず，「薬膳料理」はわずか1割程度となっている。特に食事の満足度について，「不満なし」と答えたのはわずか7％に過ぎず，満足度がきわめて低いことである。このようなデータから成都市における観光活動の中で食事は観光活動全体のよい印象につながりにくいと言える。

観光者の不満点は食べた料理の種類と大きく関係している。「料理がアレンジされ，本場の味ではない」あるいは「油こくて体に合わない」と感じたのは基本的に四川家庭料理のみの場合である。また「料理が似ていて同じものを食べている気がする」という回答は，火鍋や小吃が組み合わせた場合に半分まで減少した。料理の種類が増えることによって不満点が少なくなっていることが明らかになった。インタビュー調査で観光者の食事について尋ねたところ，「味付けは食べられないほど辛いとか，いやだとか言うものはなかったが，炒め物が多く，いつも同じような味で飽きてきたように思います。たまにオプションでもいいので，費用が高くても高級料理を少し味わいたかったです」と[19]，同じようなものを食べることを指摘し，「ツアー料理」と違う高級料理を味わいたいという意見があった。「ツアー料理」に対して，観光者は不満を感じていることが分かる。

観光者が最も感じた具体的な不満の「レストランの係員と言葉が通じない」という点に注目したい。レストランでは，従業員は日本語が分からないため，料理を出す時やサービスがある時，何か問題がある時には全て現地ガイドが通訳し対応する。そのため，ツアー観光者はレストランの従業員と話をすることはない。ツアー客は同じか近くのテーブルに座っているため，ほかの国の観光者や中国人観光者と触れ合うことも皆無である。つまり，食事の過程において，観光者と地元の人々との交流は見られない。

3-4　体験

茶館と川劇は四川省の生活文化の代表だと言われており，成都市における観光活動の中で，オプションで体験できる。

アンケート調査によると，茶館の体験をしたのは9％

で1割にも満たない低い割合である。茶館体験していない理由は，「時間がない」が82%となり，スケジュール上の理由が最も多いことがわかった。体験した観光者からみる茶館体験はどのようなものでろうか。茶館体験の理由としては「成都市の市民生活を体験したい」という動機を挙げるものが多く見られ，成都市の観光活動において，市民の生活文化を凝集した場所で，市民の生活様式を見たり，声や音を聞いたり，空気やにおいを吸ったり，身体で地元の文化を感じ取りたいという姿勢がうかがえる。また，茶館を訪れることについては，ただお茶を飲んでリラックスを求めるという理由も挙げられた。これは観光者としてはあたりまえの行動であり，しかも成都市でなくてもできることとして見ることもできるが，茶館という場でリラックスしている間に雰囲気や周りの市民の行動を自然に感じ取れるだろう。インタビュー調査の中で出された「静かな店なら，鳥の鳴き声を聞きながら景色を眺めたり，なんとなく他の人の行動を見たりすると気持ちいい」[20]という話からは，茶館において休息をとることが，すなわち文化を体験することにつながっているという観光者の考えがわかる。

茶館を体験すること自体が，成都市の観光活動において地元の文化と触れ合う機会になると言えよう。体験者の感想の中で，茶館は「行く価値があり，ほかの日本人にも勧めたい」という答えが8割にもなっている。しかし，スケジュールの時間の構成によって体験がほとんど実現できていない。

川劇についての調査結果によれば，川劇がスケジュールに含まれている場合と含まれていない場合の割合は2：3であり，観劇しない人数の方が観劇する人数よりも多い。観劇しない理由として挙げられたのは「知らない」と「時間がない」という回答がほとんどである。

川劇の鑑賞は夜8時から9時半までの1時間半である。バスで劇場に到着するまでの20分の間に，ガイドは上演する劇の内容，演者の役割，劇場内の注意事項など，川劇鑑賞について説明する。到着後，劇場のスタッフに案内され，まずお茶のサービスが行われる。劇はプログラムごとに中国語と英語による内容の簡単なアナウンスがあるものの，劇自体は全て四川省の方言で演出され，字幕や途中の筋の説明などは一切行われず，四川省の文化がそのまま提示されている。これについて実際，観劇した観光者から見ると，「四川文化に触れるいい場所」との感想が圧倒的であった。観光者が，川劇と四川文化を結びつけ，観劇することで四川文化に触れたと実感していることを表すものであろう。具体的な回答としては，劇の内容自体の面白さや，日常生活に根ざした内容であればそれだけで十分に楽しめるといった感想が示された。さらにインタビューでは8人中7人が「もう一回見たい」と答え，基本的に観劇者による評価はとても高いことが明らかである。さらに川劇の魅力を観劇者自身のみの経験で終わらせるだけではなく，より多くの日本人にも勧めたいと思う者は7割を超えている。

しかし，茶館と川劇は四川文化を体験する最適の場所であるが，両方をスケジュールに組み入れていたのはわずか11%であった。組み込まれない理由は主に「時間がない」ことである。文化交流の場を提供する茶館や川劇での体験がそもそもスケジュールに組み込まれていないのであれば，文化交流の実現もできないだろう。

3-5　ガイドとの交流

ガイドは全旅程において観光者に観光地の説明などを通してサービスを提供するため，終始観光者と交流をしているように思われる。常に団体で行動するツアー客にとって，ガイドとの「交流」が成都市観光の善し悪しを決定する大きな部分であろう。成都市における旅程の中で，食事・見学・体験・宿泊以外の時間は観光バスによる移動がほとんどであり，それらの移動時間帯におけるガイドと観光者の交流はどのようなものであろうか。

まず，初日空港からレストランに向かうおよそ30分[21]の時間帯である。ガイドは添乗員から紹介されてから正式にマイクを握り，ツアーの案内役を務める。歓迎のあいさつ，自己紹介，ドライバーの紹介，スケジュールの確認，四川省や成都市の概要の説明，両替サービス，夕食のレストラン，料理や飲み物，食事時間，注意事項の説明，時間の余裕があれば特産品や土産物品の紹介など，ガイドの立場からみれば，30分間で済ませておくべき用件や確認するべきことが多数あるため，一方向的な説明に終始せざるを得ない。

次は，夕食後ホテルに向かう途中の時間である。約15分の移動時間に，夕食の感想，翌日スケジュールの確認，天気予報，朝食の時間，出発の時間，出発時の注意事項，ホテル，部屋，トラブルや緊急時の対応方法などの細かい説明を行い，部屋のカードキーを配る[22]。ホテルに到着したら，翌日の朝食会場，売店の営業時間などを案内する。その後ツアー客が宿泊する階へ行って，部屋まで誘導する。全員が部屋に落ち着いたあと，あらためて各部屋をまわり，問題の有無を尋ねる。それが終わると，売店に買物に来るツアー客の通訳のサービスやアドバイスを行う。

そして，2日目ホテルから空港へ向かう約15分の移動時間である。当日のスケジュールの確認・九寨溝と黄龍の天気予報と簡単な説明，成都に戻った後の観光予定，特に川劇のオプショナルツアーを中心に時間をかけて事前案内などをおこなう。ここで前半の成都観光は終了となる。

また，九寨溝と黄龍の観光を終えて再び成都空港に戻ってから，空港から見学地の武侯祠に向かう30分である。

九寨溝・黄龍の感想，これからのスケジュールの確認，川劇の紹介，参加人数の確認，予約が終わり次第，三国志と武侯祠の関連の説明，見学時間や集合時間，注意事項を説明する。

その後の移動時間も上述の時間帯のように，ガイドは業務的な案内とオプショナルツアー販売の宣伝に追われているのである。唯一異なるのは，最終日の朝，ホテルから空港へと向かう時間である。今までの旅程を振り返り，搭乗手続きのためにパスポートを集め，空港の注意事項の説明が終われば，ようやく初めてツアー客の声を聞く時間が取れるのはすこし皮肉である。つまり，ガイドは観光者と対話する時間がなく，文化の交流をする時間もないこととなる。従って，成都市の観光現場における活動を検証した結果，観光者はただ受け身として成都市を感じるだけで，観光地社会との文化交流は発生していないと言わざるを得ない。

4. 文化交流不在の原因

中国最優秀観光都市の観光現場における観光者と受け入れ側の人々との交流の不在を引き起こした原因はどこにあるのだろうか。「見学」，「食事」，「体験」，「ガイドとの交流」の実態からは，時間の短さとスケジュールの設定がガキであるように見られる。しかし，解決策として時間の延長やスケジュールの調整が実施されていないことから考えると，ほかに深層となる原因があるに違いない。筆者はその原因を，観光を経済としか結びつけない今日の中国観光業全体の構造だと指摘したい。以下では受け入れ側の行政，旅行会社，ガイドという観点からその原因を分析していく。

行政の観光に対する位置づけが，直接社会における観光の捉え方に影響していることを，まず指摘しておかなければならない。中国の観光業の発展段階は，1949～1978 年の「政治主導期」，1978～1985 年の「政治・経済並行期」，1986～1991 年の「経済優先期」，1992 年以降の「経済主導期」に分けられる（松村・辻本 1999）。それに対応して観光業に対する位置付けは，外交事業の補充手段から外貨獲得の領域へ，さらに国民経済の新たな増長点（成長ポイント）へ，そして「国民経済の戦略性基幹産業」（2009 年 11 月 25 日に国務院が採択した『加速旅遊発展的意見』）へと変化してきた。成都市を含む多くの地方では中央のこの基本方針に従い，観光業を基幹産業とし，地域経済の牽引力として優先的に発展させている。成都市は『关于推进成都市旅游业跨越式发展的决定』（成都市観光業の飛躍的な発展の推進に関する決定[23]）において，観光業を「成都市の基幹産業の一つ，そして国民経済の新たな成長ポイントへ発展させていく」という方針を固めた。しかし，成都市の観光業の発展の方向を直接導いていくこの方針は，観光を完全に経済現象としてしか捉えておらず，相互理解を通して国家間の友好や国際平和を促進するという文化活動としての観光の本質が反映されていない。

次に，旅行社の正当な利益が確保できない過度な低価格競争が直接的な原因の一つであると考えられる。1949 年の中国建国当時は，旅行会社は外交接待の部門として設立され，80 年代の初期まで接待人数の多数を占めていたのは中国国際旅行社，中国旅行社，中国青年旅行社の 3 社であった。この三つの旅行会社の接待人数は全国の 90%以上を占めていた。その後，特に 1990 年代に入ると国内旅行の進展とともに旅行会社が急増し，現在ではすでに 2 万社を超えている[24]。しかし，量の増加がただちに質の向上につながることにはならなかった。現在ごくわずかな大手企業以外，大多数の旅行会社はその規模も実力も弱いといわざるをえない（白 2008）。そのため，観光商品の類似性もあり，それぞれの観光商品は観光コースの微妙な違い以外はほとんど似通ったものであるため，他社との競争では，コストとリスクを背負う新商品の開発に乗り出すよりも，とにかく他社より安い価格で観光者を獲得する戦略をとった。原価より安い価格観光商品を販売する中で経営を成り立たせるために，コスト削減で社員だったガイドを切り捨て，個人請負にさせることになった。そして，旅行会社は安価なツアー料理の提供，有料観光スポットの削除，見学時間の短縮，オプショナルツアー販売，ショッピング回数の増加などの手法で経営の維持をはかるという現状に置かれている。つまり，「観光者を人質にしているようなビジネスモデル」[25] である。旅行会社は，長期的な戦略として高質な商品で観光者を満足させ，企業のブランド力を育て，観光者と地元の人々の交流を促進したりするような社会貢献的問題を思考する余裕もないのではないだろうか。

ガイドの身分と社会保障の変化が，文化交流の仲介者という仕事の性質を変えてしまったことも大きな要因の一つである。中国建国から改革開放初期までガイドは「民間外交大使」という憧れの職業であり，基本給料に加えて案内手当と社会保障もあった。しかし，90 年代の旅行社の増加に伴い，ガイドの需要も急激に増加したと同時に，旅行会社の性質も外交接待という特殊な部門から一般企業へと変わったため，低価格競争という悪循環に陥り，旅行会社は会社の負担を軽減するため，ガイドを会社から切り離したのである。2002 年に国家観光局は個人請負になったガイドを管理するために，「導遊服務機構」[26]（ガイドサービス機構）を各地に設立するよう要求した。その後，各地で迅速にガイドサービス会社が設立され，ガイドは旅行会社から離脱し，独立して活動することが合法化された。ガイドはそのサービス会

社に管理費を払い，ツアーを紹介してもらうようになったが，それにともない基本給も社会保障も失うこととなった。このようにガイドの身分と所属は旅行会社の中の一つの職務から個人請負へと変化し，それはほぼ中国全体のガイドの仕事に直接的な変化を引き起こした。今やガイドにとって観光は単に最大限の報酬を求めるだけのものとなっている。かつてのガイドは「民間外交大使」であり社員であるという社会的な地位があったが，現在は社会的に評価されないばかりか，経済的にも厳しい状況にある。それに伴って，ガイドの仕事の中心は文化交流の仲介者として誇りを持って観光者に地元の文化を紹介することから，業務的な案内と土産品やオプショナルツアーの紹介などへと変質したと思われる。

つまり，受け入れ側の中国の全体の観光は，経済効果のみに注目する観光業の位置づけの下で，旅行会社が地元社会に与えるマイナスの影響を考えずに最大の利益を追求するためだけに品質の悪い商品を販売し，ガイドが収入を得るためだけという仕事観で観光現場に出ている，という構造にある。筆者はこの構造を「経済型観光」と名付ける。この経済効果しか重視していない構造の存在ゆえに，観光者が観光現場に入ったにもかかわらず，現地の文化にわずかに触れるにしか過ぎないのであり，地元社会の人々の間との文化交流がほとんどなされないのである。

5. おわりに

本稿では，観光研究の際に設定されることの多いホストとゲストという視点について，ホストとゲストという従来の大まかな構図を超え，ガイド側と観光者側の視点から成都市における日本人観光者の観光活動を検証し，観光現場における文化交流の不在を明らかにした。さらに，その原因を受け入れ側である行政，旅行会社，ガイドから分析し，中国観光業全体の経済効果しか重視しない「経済型観光」という構造にあることを指摘した。

今後，世界観光の牽引車となる中国は，観光には地域や国家間の文化の相互理解を深め，国際平和へと導くという使命があることを第一に捉えなければならないだろう。そして観光大国に相応しい観光戦略を考える際には，現在の「経済型観光」から文化交流を重視する観光への転換が必要である。観光が持つ文化交流の意義を，行政主導の下で観光業の発展指導方針の中心に置き，観光業界と一般市民の間に浸透させるべきである。同時に行政は観光市場を適正に誘導し，地元社会と観光者が文化の交流をしやすい観光交流の基盤を創出していく役割が求められる。一方，観光効果を提示する際に，リピーターの人数，観光者の満足度，市民の満足度など，社会の文化的な変化を評価できる斬新な評価方法の案出も不可欠であろう。行政が提唱する文化交流を重視する観光のありかたを，旅行会社がツアーのスケジュールに文化の交流を主たる内容として組み込み，ガイドがホスピタリティの精神と地域に貢献する自覚を持って，具現化していくことが望まれる。

文化交流は相互的な行為であるため，当然，受け入れ側による一方的な推進だけで達成されるというものではない。観光者側にも受け入れ社会の文化を理解し，異文化対応能力を高めていくと同時に，商品価値と商品価格に相応しい観光商品の選択も必要であろう。

観光は文化の交流を通して世界の平和を導く役割を担っているが，対等な文化の交流ができるには，受け入れ側と観光者側の対等な関係，且つ相互に影響を与えることが不可欠であろう。それに従って考えると，現在の世界において必ずしも対等な立場にあるわけではない異なる文化間の人々が，観光の場を改善するだけで文化交流を達成できるのかという疑問も生じてくる。国際観光を通して真の意味での文化交流を実現させ，地域や国家を超えた異文化の相互理解を深め，世界の平和に貢献するには，観光活動それ自体の見直しを越えた，受け入れ側と観光者側の関係の再構築という，より大きな議論が求められよう。本稿はそれに向けての出発点となるものである。

【付記】

本論文は筆者が 2010 年 3 月に大阪市立大学大学院文学研究科に提出した修士論文の一部を加筆修正したものである。

参考文献

白四座（2008）「旅行社縁何難以走出低価競争的怪圏」『中国経済周刊』

（2007）「旅行社応走出低価競争的怪圏」中国旅遊報　2007 年 4 月 24 日

ブーアスティン，ダニエル J（1964［1961］）『幻影の時代　マスコミが製造する事実』　後藤和彦,星野郁美訳　東京創元新社

成都市人民政府（2002）『关于推进成都市旅游业跨越式发展的决定』2002 年 8 月 23 日

グリーンウッド，デヴィッド・J（1991［1977］）「切り売りの文化―文化の商品としての観光における人類学的展望」『観光・リゾート開発の人類学―ホスト＆ゲスト論でみる地域文化の対応』三村浩史監訳　勁草書房

橋本和也（1999）『観光人類学の戦略　文化の売り方・売られ方』世界思想社

橋本和也・佐藤幸男（2003）『観光開発と文化　南からの問いかけ』世界思想社

堀川紀年・石井雄二・前田弘編（2003）『国際観光学を学ぶ人のために』世界思想社

香川真編（2007）『観光学大事典』日本国際観光学会

（2003）「観光の意味再考」日本国際観光学会　第 4 回全国大会発表要旨集

（2004）「観光の意味再考Ⅱ」日本国際観光学会　第 5 回全国大会発表要旨集
幸田麻里子（2004）「観光と異文化理解」前田勇編『21 世紀の観光学』学文社　pp. 121-137
国松博・鈴木勝（2006）『観光大国　中国の未来』同友館
MacCannell, Dean（2008［1976］）『旅遊者休閑階層新論』張晓萍訳　広西師大出版社
松村嘉久・辻本雄紀（1999）「中国におけるツーリズムの発展と政策」『東アジア研究』第 26 号 1999 年 11 月　pp. 15-38
水野潤一（1994）『観光学原理　旅から観光へ』東海大学出版会
村上和夫（1998）「観光の平和創出効果」前田勇編『現代観光学キーワード事典』学文社　pp. 92
永渕康之（1996）「観光＝植民地主義のたくらみ―1920 年代のバリから」山下晋司編『観光人類学』新曜社　pp. 35-44
長谷政弘編著（1996）『観光マーケティング―理論と実際―』同文館　pp. 299-313
（1997）『観光学辞典』同文館　pp. 228-230
ナッシュ，デニッソン（1978）「帝国主義の一形態としての観光活動」『観光・リゾート開発の人類学―ホスト＆ゲスト論でみる地域文化の対応』三村浩史監訳　勁草書房　pp. 51-74
日本政府観光局（JNTO）（2009）『JNTO 国際観光白書（2009）』財団法人国際観光サービスセンター
岡本伸之編（2001）『観光学入門　ポスト・マス・ツーリズムの観光学』有斐閣アルマ
大橋健一（1995）「観光行動の対象（2）」前田勇編『現代観光総論』学文社　pp. 133-139
小沢健市（1998）「（観光の）経済学的分析の基礎概念」前田勇編『現代観光学キーワード事典』学文社　pp. 35-36
佐藤幸男（2003）「観光開発と文化をめぐる政治経済学」橋本和也・佐藤幸男編『観光開発と文化　南からの問いかけ』世界思想社　pp. 15-53
申葆嘉（1999）『観光学原理』学林出版社
石培華編（2009）『中国旅遊研究 30 年（1978-2008）』中国旅遊出版社
四川省旅遊局（2007）『四川省旅遊統計便覧』
スミス，バレーン・L（1991［1977］）『観光・リゾート開発の人類学―ホスト＆ゲスト論でみる地域文化の対応』三村浩史監訳　勁草書房
鈴木勝（2000）『国際ツーリズム振興論―アジア太平洋の未来―』税務経理協会
寺前秀一（2007）『観光政策学―政策展開における観光基本法の指針性及び観光関係法制度の規範性に関する研究』イプシロン出版企画
（1998）「観光影響」前田勇編『現代観光学キーワード事典』学文社　pp. 32
アーリ，ジョン（1995）『観光のまなざし―現代社会におけるレジャーと旅行』加太宏邦訳　法政大学出版局
王文亮（2001）『中国観光業詳説』日本僑報社
鳴敬明（2006）『叫我如何不宰你』花山文芸出版社
肖星（2006）『中国旅遊資源概論』清華大学出版
山下晋司（1996）「「楽園」の創造―バリにおける観光と伝統の再構築」『観光人類学』山下晋司編　新曜社　pp. 104-112
（1999）『バリ観光人類学のレッスン』東京大学出版社
（2009）『観光人類学の挑戦「新しい地球」の生き方』講談社
山下晋司編（2007）『観光文化学』新曜社
安村克己（2001）『社会学で読み解く観光―新時代をつくる社会現象』学文社
吉見俊哉（1996）「観光の誕生―模擬イベント論を超えて」『観光人類学』山下晋司編　新曜社　pp. 24-34
趙煌庚（2010）『城市旅遊』科学出版社
張凌雲（2008）「国際上流行的旅遊定義和概念総述―兼対旅遊本質的再認識」『旅遊学刊』北京連合大学旅遊学院　2008,1
中華人民共和国統計局（2007）『2007 中国統計年鑑』中国統計出版社
（2006）『2006 中国統計年鑑　旅遊篇』中国統計出版社

注

1．世界観光機構（WTO）「ツーリズムビジョン 2020」
2．鈴木勝 2008「グローバルツーリズムを左右する中国観光」『中国 21』Vol. 29 風媒社 pp. 35
3．中国語では「導遊」と表現している。日本語なら日本語ガイドのように言語ごとに分かれている。本稿は主に日本語ガイドを「ガイド」と表記する。
4．本稿でいう「成都市」とはいわゆる成都市中心部を指しており，行政概念の成都市（9 つの区・4 つの市・6 つの県，全面積 12.39 万 km^2）と異なる。
5．国道交通省観光庁編 2009『平成 21 年版　観光白書』株式会社コミュニカ pp. 136
6．Travel Vision「成都市観光局，訪問者トップの日本に今後も注力，三国文化，世界遺産打ち出す」2006 年 8 月 7 日。http://www.travelvision.jp/modules/news1/
7．「旅遊」は観光の中国語表現であり，本論文では「観光」に言い換える。2001 年から中国国家観光局と国際観光機構が「中国最佳旅遊城市」という研究プロジェクトを立ち上げ，一連の評価プロセスを経て，2007 年 2 月に成都市，大連市，杭州市にその称号が与えた。中国最優秀観光都市は，観光者が満足し市民に有益な観光都市の代名詞でもある。
8．鈴木勝（2000）『国際ツーリズム振興論―アジア太平洋の未来―』税務経理協会 pp. 17「世界で飛躍的な進展を続けている観光産業は，現在では，世界全体の総生産の 11.4%を示していることになり，同時に 2 億人の雇用がある世界最大の産業になっている」。また，趙煌庚（2010）「前言」『城市旅遊』科学出版社「旅遊已成为当今世界規模最大产业」（今日において観光はすでに世界最大規模の産業となり）。
9．例えば上海市に日本の国際観光振興機構の事務所があるというような場合，日本人の観光者にとって，母国日本と観光地社会の中国の観光行政が両方とも存在する。
10. 筆者は 2003 年 7 月から 2006 年 9 月まで，中国国際旅行社（中国最大手）の四川省支社に勤務し，その間月に平均月に 3 回のツアーを案内した。
11. 李江天・章夫 2004「成都新茶館：一脈相承演绎新章」『茶報』2004（1）上海市茶葉学会
12.「成都市の都市観光における問題点と課題」と題して，2009 年 2～3 月（筆者実施）と 2009 年 6～10 月（成都市のガイド 4 人に依頼）に実施した。計 126 部配布，107 部回収。
13. 筆者本人が今まで成都市を訪れたことのある人に依頼して，8 人（いずれも日本人で，大阪府枚方市 2 名，神戸市 2 名，大阪府池田市 1 名，大阪市 1 名，千葉県 2 名。）の承諾を得て，2009 年 11 月に神戸市と大阪市の喫茶店でそれぞれ個別に約 2 時間ずつインタビューを行った。
14. 2006 年 7 月に成都市を訪れた大阪府枚方市に住む 70 代の女性。
15. 2006 年 7 月に成都市を訪問した神戸市に住む 60 代の女性。
16. 2003 年から 2006 年まで成都市で 4 年間生活した 30 代の男性。
17. 2003 年 5 月に訪れた千葉県に住む夫婦（70 代，60 代）。
18. 2005 年 9 月に催された富山・石川両県からの 9 機のチャーター

ツアー。

19. 2005年7月に成都市を訪問した70代の女性。
20. 注13と同じ
21. 時間はツアーによって多少の違いがある。以下のスケジュールにおける時間は5分か10分単位で大まかに計算した。
22. ホテルのロビーでの待ち時間を短縮させるために，大手旅行会社は事前にチェックインを済ませておくことがある。到着後にチェックインをする場合は不要。
23. 成都市人民政府が2002年8月23日に公布。公文：成委发［2002］28号
24.「統計図表」2006『中国統計年鑑 旅遊篇』中国統計出版社 pp. 525
25. 注9と同じ
26. 2002年1月国家旅遊局が『関与建立“社会導遊人員服務管理機構”的指導意見』において，観光都市でガイドのサービス管理機構を設立するよう指示した。

The Absence of Cultural Communication in Tourism: A Case Study of Japanese Tourists Visiting Chengdu, China

Jing WANG

China is becoming a tourism powerhouse which will have a significant influence on the development of tourism in the world. However, during the period of promoting tourism, China seems to regard it as a means for economic development only, but not for cultural communication. This paper focuses on the role of tourism in advancing cross-cultural communication and mutual understanding between different cultures.

After a brief review of tourism studies, especially the studies on host-guest relations, the author analyzes the activities of Japanese tourists visiting Chengdu, China. She focuses on the four kinds of tourist's activities, "sightseeing", "meals", "experience", and "communication with tour guides", and describes the relation between Japanese tourists and the host society in detail based on interviews with both tourists and tour guides. The author, as a conclusion of her field research, points out the absence of cross-cultural communication between Japanese tourists and the host Chinese.

Moreover, the author considers the reason for this "absence" as "economy-ori-ented-tourism", in which travel agencies seek only to maximize benefit from tourism and tour guides work only to make money. This "economy-oriented-tourism" is caused by the tourism administration of the Chinese government and the tourism industry in China, both of which consider tourism only from the economic point of view.

It is necessary to pay much more attention to the function of cross-cultural communication produced by tourism to realize the further development of tourism both in China and the world.

Keyword：Chengdu (China), cross-cultural communication, hosts and guests, tourist's activities, tour guide