

杜江 北京市旅遊局長に聞く

——二〇〇八年オリンピック大会前の北京観光業の現状

オリンピックの開催は北京の観光業にどのようなインパクトを与えているのだろうか。北京の観光業界の近年の変化と、大イベントに向けた観光当局のハード・ソフト両面の取組みを聞く。

杜江

（北京市旅
遊局長）

インタビューー

劉柏林

（愛知大学
現代中国学部教授）

劉 初めに、愛知大学『中国21』編集委員会を代表して杜江局長にお礼を申し上げたいと思います。本日はお忙しいなか、時間を割いて我々のインタビューにお答えいただき、ありがとうございます。

改革開放後の北京観光業の変化

劉 さっそくですが、まず中国で改革開放政策がとられてからの観光業の変化とその市場の現状についてお話ししたいと思います。

杜 中国の観光業は、一九七八年から一つの産業として国民経済全体の発展の中で姿をあらわしました。それから来年中ちようど三〇年になります。この三〇年は、市場の育成という角度から言えば、三つの大きな市場を育成した三〇年であったと思います。観光業が発展の兆しを見せつつあった一九七八年には、中国経済もまた、やっと歩みを始めた段階にありました。対外的な開放がなされたあと、中国は外貨が不足していましたが、

大量の技術や設備を国外から導入する必要がありました。そうした背景の中、我々の観光業は、その発展の仕方において他国の通常の観光業とは異なる道を歩んできました。つまり、外貨の獲得を主要な目的とした外国人旅行者の入境旅行の拡大に、まずは力を注ぐことになったのです。当時は経済基盤がまだしつかりしていませんでしたから、限られた資源を集中的に外国人や海外同胞のインバウンド観光市場に充て、国家の発展に必要な



.....杜江 [Du Jiang]

な外貨を獲得したのですね。

その後、中国経済の持続的な発展に伴って、二つ目の市場、中国国民の国内旅行も急速に増加し始めました。中国は人口が多いですから、この市場はいったん発展を始めたとなると、その規模はなかなかのもので、成長速度も大変なものでした。

また、中国の国民が十分な経済力を持つようになると、海外から中国を訪れる観光客が増加し、中国文化を鑑賞し、中国の自然の風物を堪能するという彼らの消費行動が、中国国民に対して海

外旅行の手法を鮮やかに示すこととなり
ました。中国国民が旅行をすることがで
きる条件を具えた時に、自分たちも外国
へ旅行したい、という気持ちを起こさせ
たのです。以上のような背景があり、
特にこの数十年においては、アウトバウ
ンド観光も急成長しました。昨年(二〇
〇六年)までに、海外へ旅行した中国国
民の人数は延べ四千万人に達しました。

世界観光機関(UNWTO)によると、二
〇一五年までに中国は世界一の外国人観
光客受け入れ国、また同時に、世界第四
位の観光出国者送り出し国になると予測
されています。その両方を合わせた観光
経済の総量は世界最大規模になります。

三〇年かけて、私たちはインバウンド
観光と国内旅行、アウトバンド観光とい
う三市場を育成したといえるでしょう。
一国全体の観光市場は、当然この三つの
部分から成り立っているべきです。海外
からの旅行者を受け入れる一方、中国国
民の国内旅行への需要もあり、また異国
へ行ってみたいという願望もあります。
一国の観光業の総体的背景としては、目

下のところこれらの市場の成長はどれも
比較的正常です。

現在の状況を見ますと、中国への入国
旅行はやはり観光を目的としたものが主
となっております。もちろん、観光の自身
は常に変化しており、中国の自然風土を
見て楽しむことのみを目的にしたものか
ら、だんだんと中国の文化を理解するこ
とにより重きを置くものへと変わりつつ
あります。実際、旅行の意義はその国の
文化に触れることにあるでしょう。旅行
を通じて外国の文化を理解することは、
海外旅行の重要な目的です。しかし一方
で、中国の経済的発展に伴って、ビジネ
スや国際会議、見本市などが盛んに行わ
れるようになり、いま中国の観光市場
は、観光旅行の優勢は依然として保たれ
ていますが、それと同時に、ビジネス旅
行、休暇旅行、レクリエーション旅行な
ど、多元的なニーズに応える旅行商品が
開発されつつあります。

一国の観光業が発展するマクロ的な背
景は、必ず国内各地の観光業の発展に直
接的な影響を与えるはずですから、以上

のような中国観光業の発展の背景からは、北京の観光業におけるその大筋を読み取ることができるでしょう。これが、私の中国観光業に対する総合的な見解です。

劉 私たちも、改革開放後の中国観光業は確かに急速な発展を遂げたと感じています。そうしたなかで、北京市では改革開放後、観光業にどのような変化が起こったのか、お考えを聞かせていただけませんか。

杜 北京は中国の首都ですので、観光業の発展において独自の優位性を有しています。その一つは、地域的優勢です。首都は、人々がある国に関心を持つときにまず注目するところであり、観光業全体の発展のなかでその先陣を切る存在です。ですから、入国旅行の発展初期には、多くの人が北京から中国に入国し、また北京から出国していきました。前世紀の七〇年代から八〇年代を振り返ると、中国の旅行地で国際的に最も人気が高かったのは、北京・西安・上海・桂林・広州をつなぐラインでしたが、旅行

者は北京から入って南下し、あるいは広州から入り北上して北京に至るといいうに、そのライン上で北京は常に欠くことのできない地点でした。これは、北京が首都としての地域的優勢を持つことと大いに関係していると考えます。

第二に、北京の改革開放後の急速な経済発展が挙げられます。都市の建設や環境の改善は、国外からの旅行者により快適で便利な環境を提供することになりました。同時に、経済・文化・政治の中心地として人の交流も盛んになりました。北京は国家の首都として、都市環境の整備、観光都市としての吸引力、都市の知名度などの点において、他の都市にはない優位性を備えているのです。

第三に、我々が今まさに開催準備を進めている二〇〇八年のオリンピック大会こそ、観光業の発展の契機としてこれに優るものはないでしょう。一度目のオリンピック招致活動では、開催権を得ることはできませんでしたが、北京が改革開放後に成し遂げた発展、変化を国際社会に向かつて示すチャンスとなり、全世界

に深い印象を残しました。このことが、次の機会に開催権を獲得する基盤になったのです。ここ数年にわたるオリンピック開催のための準備活動は、旅行業の発展の堅固な土台となりました。この点につきましても、インタビューにお答えするなかで、のちほどさらに詳しくお話しすることもあろうかと思えます。

劉 改革開放前の北京には、旅行社は中国国際旅行社、中国旅行社、青年旅行社のいわゆる「国中青」など、指で数えられるほどしかありませんでした。現在では、北京市の旅行社はどれほどありますか。

杜 北京市の旅行社の総数は昨年末にはすでに七九〇社に達しました。その数は多く、しかも「国中青」や中国康輝旅行社、中国婦女旅行社などの大きな旅行社をはじめ、多くの旅行社が本社を北京に置いています。それゆえに、北京経済は「本社経済」と呼ばれることもあります。先ほどは観光業についてお話ししたのですが、「本社経済」というのは、もともと中国に進出した大型グローバル企業

が中国での本社をすべて北京に置いたことからついた呼び名であり、これらの北京経済に対する牽引力は相当なものです。

劉 改革開放前の旅行社は基本的に国営か国有でしたが、現在ではどうでしょうか。

杜 そうですね。改革開放前は主な旅行社はみな国有でした。これは私の個人的な認識ですが、当時の観光業はとも産業と言えるものではなかったと思います。観光事業は、国家の外交を補完する手段として、友好国からの来訪客の接待などを受け持っていました。ですから、ひとつの産業部門や経済領域を構成するレベルであったとは言えません。中国観光業は、七八年以降にやっと産業としての発展を始めました。それ以前の観光事業は、来賓の接待という政治上の任務を与えられた、国家事業の一環としての意味合いが濃いものだったのです。現在では、情況はすでに大きく変化しており、旅行社の所有制度は多元的になりつつあります。

劉 局長は先ほど、北京の旅行社の数は全部で七九〇余りあるとおっしゃいましたが、現在北京市で観光業に従事する人員の数はどれほどでしょうか。

杜 北京市の発展・改革委員会が提出した数字によれば、昨年末の時点で、北京市で観光業に直接従事する者の数は三十三万人です。観光業というのは業務内容が多分野にまたがる総合的職種ですので、国際式の計算法では、旅行一回につき、直接就業の五倍の間接就業機会を生み出すこととなります。これにしたがって算出すると、観光業全体の就業者数は一六〇万人近くにのぼります。同じく発展・改革委員会の推計によると、昨年の直接就業者数に間接就業者数を加えると、北京市の観光業従事者の総数は、北京の総就業人口のじつに二五％を占めています。これは相当に大きい数字です。また北京は昨年、他の都市に先駆けて、地域総生産額に占める第三次産業の総生産額の割合が七〇％に到達しました。今年（二〇〇七年）上半期の一月から六月まで、この数値はすでに七四％に上がり

ました。第三次産業、つまりサービス業の発展レベルは、一個の都市の発達程度を示す一種の指標でもあり、その都市での生活の便利さを測るものさしにもなります。目下のところ、北京の第三次産業の発展は全国をリードする地位にあります。

劉 それでは北京の観光業の規模は全国一ということになるでしょうか。

杜 北京は国の直轄市ですが、比較する際に広東、江蘇、浙江などの省も含めた場合、旅行者の総数や収入総額においては、現在のところ北京は第一位ではありません。例えば、広東は省であり、その管轄する地域は北京よりずっと大きく、また香港やマカオに接しており、世界各地から訪れる旅行者に加え、交通の便が良い周辺地域との行き来も盛んです。毎日の食料品の買い出しや普通のショッピングなど、「日帰り旅行」の範囲に入るものまでを含めるとなると、相当膨大な数になるでしょう。江蘇の情況もまた、特徴的です。江蘇、浙江、上海を結ぶ「長江デルタ」の観光区は、提携を密に

しています。この「長江デルタ」のなかでは今のところ上海だけが国際空港を保持していますが、旅行客は上海から入国したあと、すぐに江蘇あるいは浙江へ行くことが可能となるわけです。

観光総量からいえば、二〇〇六年の観光総収入は江蘇省が第一位で、二二八四億元でした。広東省が第二位で二二二五億元、北京は第三位で一八〇〇億元でした。外貨収入では、北京は全国第二位でした。昨年の全国外貨収入は四〇・二六億ドルですが、地域別の内訳では広東が第一位で七五億ドルでした。入国旅行者の平均消費金額では、北京が第一位で一〇三三ドル、上海は八四〇ドル、江蘇は六二六ドルでした。広東は三六〇ドルという少なさですが、これは先ほどお話しした香港、マカオという要素と関係があるでしょう。以上からみて、北京観光業は質的には比較的良好な発展を遂げており、一人当たりの平均収益は他より高いレベルにあるといえます。

劉 北京は中国観光業の発展において、旗艦としての役割を果たしてきたと言える

ますね。現在、合併や外資独資の旅行社の状況はどうでしょうか。

杜 北京にある七九〇の旅行社のうち、国際旅行を扱う会社は二二二社です。そのなかで九〇の旅行社が国外旅行業務の営業資格を持っており、八社は外資との合併、五社は外資のみによるものです。外資との合併および外資独資の会社には、どちらにも日本が関わっているものがあります。

劉 外国人旅行者が北京を訪れた人数についての統計、例えばアメリカからは何人、日本からは何人、というようなデータはあるのでしょうか。

杜 昨年北京が受け入れた入国旅行者は、三九〇万人です。その国ごとの内訳を上位から挙げますと、第一位は日本で五十一万人、これは外国人旅行者総数の一五%に当たります。アメリカが第二位で四九八万人、これは総数の一四・七%であり、第三位は韓国で四二・四万人、総数の一二・五%という状況でした。日本は一貫して、最も重要な北京への旅行者を送り出し国であるといえるでしょう。私

の印象では、一昨年だけは中日関係が原因となってアメリカがトップでしたが、それ以前では一番多いのは常に日本だったと思います。その後の中日間の緊張緩和に伴って、昨年は再び最大送り出し国に返り咲きました。

劉 中国に入国する外国人旅行者は三九〇万ということですが、中国国民の海外旅行の状況はどうでしょうか。

杜 中国からの出国旅行については、現在のところまだ完全な統計指標体系が整っておりません。というのは、旅行社によって組織されていない分については統計の取りようがないからです。出国人数をもとに考えるとすると、北京市民以外にも他の省や市から来て北京から外国に出る人も大変多くいます。これも含めるとなると大変な数になりますから、統計データはまだありません。

劉 現在、中国の国内旅行は改革開放前と比較すると大きく拡大しました。また、中国国民も海外へ旅行をするようになってきました。日本旅行業協会は、飛行場で旅行者にアンケートをとり、中国

旅行者が日本での旅行にどんなことを求めているかを調査しました。中国では外国人旅行者にこのようなアンケート調査をしたことがあるでしょうか。

杜 国家旅遊局は、毎年入国旅行者に対して、中国に旅行した動機や旅行方法、消費の程度などを含んだサンプル調査を行っており、毎年「外国旅行者の訪中旅行についてのサンプル調査及びその報告」という報告書を出しています。

二〇〇八年オリンピック大会の 北京観光業への影響

劉 先ほど局長は二〇〇八年の北京オリンピックのことをお話しになりましたが、オリンピックの開催は北京の観光業にどのような影響を与えるでしょうか。杜 私は北京市旅遊局で仕事をする前に、研究者という立場からオリンピックが北京の観光業発展の得がたい契機となりうるという認識を持つてはおりませんでした。しかし、北京市旅遊局局長に就任してからは、オリンピックが近づくにつれ、全準備事業の中で観光業が担当すべ

き任務がますます明確に見えてきました。私は、オリンピックと観光は双子の姉妹のようなものだと考えています。オリンピックは観光業の発展に多くのチャンスを与えてくれますが、オリンピックを成功裏に行うためにはまた、観光事業の力量が不可欠です。

オリンピックが北京観光業の発展に及ぼす作用としては、以下のような点が非常に明らかでしょう。

第一に、オリンピックは超大規模の国際大会で、現在では影響力の最も大きな大会だといえるべきでしょう。どんな都市でも、開催権を得れば一夜にして全世界の注目が集まる場所になります。開催準備の段階から大会期間中、そして大会終了後しばらくの間まで、ずっと全世界から関心が注がれ続けるホットスポットとなります。これは、人々にさらによく北京を知ってもらうにしろ、その過程で北京のイメージを高めるにしろ、北京の知名度の向上に非常によい効果をもたらします。観光行政管理部門としての重要な仕事の一つは、旅行の目的地全体の特徴

やイメージを宣伝し、この都市を理解してもらえようにすることです。ですからその立場からしても、オリンピックは旅行の目的地としての北京のイメージを高める上で大変よい作用を及ぼすといえます。

第二に、オリンピック開催の準備として、施設の建設と都市改造が必要になります。交通の面では、北京首都空港の空港第三ビルが間もなく竣工しますし、北京市は現在地下鉄の改修工事も大規模に進めています。同時に高速道路の建設にも大いに力を注いでいますが、都市の公共交通の建設を含め、これらはすべて交通面の基礎施設です。このほかにも、オリンピックを迎えるため都市環境の改善、空気の浄化など、準備事業は各方面に及びますが、こうした都市の整備はまさしく旅行者の利便性向上に必要なものです。オリンピックがなくても、こうした都市の基礎施設の整備は段階を追って行われたでしょうが、オリンピックは大きな促進要素となったのです。

第三に、オリンピック関連施設として

建設されている「鳥の巢」(オリンピッククメイスタジアム)、「水立方」(水泳競技施設)などランドマークとなるような建築物は、都市の観光資源、新しい観光スポットとなります。これらはこの先、人々が注目するホットスポットとなることでしょう。私自身、韓国に行ったときソウルオリンピックの会場となった所まで足を伸ばしました。こうした施設は、オリンピックの開催期間中だけでなく、開催後も人々が関心を向ける場所となると思います。オリンピック関連施設は、その都市のセールスポイントとして大きな効果を生むでしょう。

第四に、オリンピックのために労働人員の質を向上させる必要があります。特に観光業などの接待業務は、人員養成を大規模に進めなければなりません。そのなかでオリンピックに関する知識についても研修を行います。それによつて、オリンピック精神を高揚し旅行者にその知識を伝えることができるでしょう。また、従業員の職務技能の強化、サービスの意識の向上、語学の訓練にも力を注いで

います。さらに、パラリンピックに対応するため、北京観光業は、すでに手話通訳者の養成も開始しました。こうした一連の研修や市民の資質向上の過程は、観光都市としての雰囲気醸成するのに大きな効果があるでしょう。「もてなし好きは、それ自身が一つの観光資源だ」と言いますね。こうした一連の準備活動は市民の資質を向上させるでしょうし、従業員のサービス意識、サービス技能、サービスの質、すべてのレベルを高めるでしょう。これは、旅行業にとつて非常によい促進作用があります。言い換えれば、オリンピックは我々の業界の人員全体の資質とサービス水準を高めることができるということです。

第五に、オリンピック開催に先立って、旅行者の接待に関する各方面がそれぞれの準備を行います。ホテルや観光スポットでのサービス能力や接客レベルの向上は、オリンピック後の観光業の発展に強力な促進作用を発揮すると思われ

ます。
劉 先ほど、北京はオリンピックを開催

することによつて世界のメディアから注目される、というお話がありました。最近日本のメディアが盛んに北京の石景山遊楽園の著作権侵害問題について報道し、少なからぬ反響がありました。これについて、なにかご存知のことがあるでしょうか。

杜 石景山のことは私も多少認識していますが、一連の騒動が収まる前にコメントするべきではないでしょう。これは商業的行為ですので、著作権侵害ということになれば、法律に照らして明確な判定がなされるものです。事の解決は、法律に任せればよいでしょう。

劉 二〇〇八年のオリンピックは、北京の都市計画、都市建設にとつてプラスになるだけではなく、市民の公共の精神を高める上でも大きな力となります。北京の観光業にとつても大きな促進力となるでしょうね。

オリンピック開催に向けた
北京市旅遊局の取組み

杜 その通りです。我々は、北京が第二

九回オリンピックの開催権を得てすぐに、オリンピックという好機を最大限に生かし観光業を発展させる、という理念を打ち立てました。その理念とは、第一に都市のイメージ全体を高めること、第二に業界の資質を向上させること、第三には北京オリンピックを全面的にバックアップすることです。

この理念に従って、ここ数年、我々は一連の効果的な仕事を進めてきました。例えば、都市全体のイメージアップ戦略の一環として、世界の人々に北京をもっとよく知ってもらうための大規模な宣伝活動を行っています。オリンピック招致に成功してから毎年、春節という世界の注目が比較的集まりやすい時期に、主な北京への旅客送り出し国において「北京風情舞動世界」（北京の風、世界をうごかす）というイベントを催しました。このイベントは、北京の民間人とプロ数百人から成るパフォーマンスチームを組織し、旅客送り出し国の中国年にあわせて、その主要都市のメインストリートで大規模なパレードを行うもので、これま

でパリ、ロンドン、シドニー、ロサンゼルス、四都市で、四年連続行ってきました。ロサンゼルス、ハリウッドでの「中国風情舞動米國」（中国の風、アメリカをうごかす）と題したパレードが無事成功を収めたのは、ついこの春節のことです。聞いたところでは、外国から来た催し物のために車両を通行止めにしたのは、ハリウッド・ブルーバードで初めてのことだったそうです。今回は、五〇〇人という大部隊でハリウッドのメインストリートを練り歩き、中国伝統の歌や踊りを披露しました。これは内外のメディアの注目を大いに集め、北京の知名度向上に大変よい効果をもたらしました。

そのほかにも、我々は毎年五月に北京で国際旅行博覧会を開催しており、ますます多くの国から関心を寄せられています。今年の出展国は八〇を超え、その多くは観光担当大臣・長官みずからが参加し、指揮をとっていました。

七月一三日は北京オリンピック招致成功記念日ですが、我々はこの日にも「世界青少年オリンピックテーマ曲コンサート

ト」を三年続けて開催しています。これは、オリンピック参加国の青少年音楽団を迎え、王府井の大通りで演奏会を開催するというイベントで、今年は一五の国と地域から二五の楽団が参加し、その人数は二五〇〇人に達しました。日本からは大阪府観光交流局長みずからが引率してこられました。七月一三日の午前に行われたこの演奏会は、すばらしい成功を収めました。

昨日の午後には、万里の長城の上で、世界の国や地域から招いた公演団による「在万里長城上奏響奧運号角」（万里の長城で奏でる、オリンピックの合図の角笛）と題したイベントが行われました。私も行きましたよ。昨日の中央テレビ第九チャンネルの番組でも、今日の午前中央ニュースでも報道されました。我々は特に、青少年の間で行われる交流に関心を向けています。彼らが北京オリンピックという共同の舞台に上がり、互いに知り合い、過去にあちこちの国や地域でオリンピックが開催された時のテーマ

曲を共に演奏する機会を設ける、これはオリンピックの文化を大いに発揚する活動です。青少年たちにとっては、得がたい体験だったでしょう。公演を見ている私にも、彼らの興奮と感動が伝わってきました。この万里の長城での演奏は、一生忘れられない思い出と話していました。彼らは今回のイベントで、北京に親近感を持ち北京に対する理解を深めたことでしょう。また帰国後にはそうした感動をクラスメートや家族に伝えるでしょうし、彼ら自身も今後北京や中国に対してより大きな関心を寄せるでしょう。

このとき我々が海外から迎えたパフォーミングチームには、以前にバルセロナオリンピックでパフォーミングを行ったことのあるチームも含まれていました。昨日、そのキャプテンが私にすばらしいメダルを贈ってくれました。そのとき、北京に来てこのような活動に参加することができてとても嬉しい、バルセロナのオリンピック精神が北京オリンピックに受け継がれるよう願っています、という言葉も頂戴しました。

このほか、我々は毎年九月に「北京国際旅遊文化祭」（北京国際観光文化フェスティバル）という催しを開いています。我々が春節に海外へ赴いて行うイベントとは逆に、今度は世界の国や地域からパフォーミングチームを北京に迎え、北京の主要な街道でパレード行進をしていただくもので、多くの国際的メディアを惹きつけました。昨日の「在万里長城上奏響奧運号角」などは国内外から全部で七〇のメディアが集まりましたが、その宣伝力は大変なものです。我々はこうした報道、宣伝を通して北京の情報、世界の人々を歓迎するムード、オリンピックにかける情熱を、世界に発信しているのです。この「文化祭」では、海外のパフォーミングチームをただ迎えるだけでなく、「北京市民との距離ゼロ交流」というイベントも行っています。パフォーミングチームが学校や一般の住宅団地、オリンピック施設工事現場に赴き、中国の普通の人々と身近に触れ合うという企画です。昨年は、オーストラリアのチームが、北京第二外国语学院の学生と一緒に

に舞台上上がって公演を行い、双方にとって忘れ難い思い出となりました。いま全世界が北京に、そして北京オリンピックに注目しています。我々はその熱い眼差し、最近の流行語では「眼球経済」——関心を集めることによる経済効果、といいますが、これを生かしてさまざまな角度から北京を宣伝しようとするの試みを行っているのです。

また、「營銷北京戰略」（北京キャンペーン戰略）として、特に二〇〇七年から二〇〇九年まで三年間をひと続きとして捉え、観光宣伝テーマを打ち出し、今年二〇〇七年のテーマは、「北京体感、オリンピックを先取り」というものです。来年のテーマは「北京体感、オリンピックへ行こう」であり、再来年は「北京体感、オリンピックの感動を再び」です。このテーマ設定には、二つの戦略的意味があります。一つは、オリンピックという一大イベントを主旋律として、開催前、期間中、開催後と、この三段階でオリンピックというブランドを十分に生かすことです。二つには、三年間

すべてのテーマに共通している「体感」

という語ですが、その言葉のとおり北京を「体感」してもらおうことです。先ほどもお話したように、中国の観光業の発展は観光旅行から出発しており、北京はこれまでずっと観光都市として見られてきました。北京に来たならば、じゃあ長城、故宮、天壇、頤和園をちょっと見に行こうか、ということになります。ですが北京は、これらの世界遺産だけでなく、もっと豊富な観光資源を内包しています。「体感」という語には、さらによく味わい、発掘し、知る、という意味合いを込めているのです。我々は、北京を複合型観光圏として打ち立てていこうとしているのです。観光旅行の優勢を捨てようとは思いませんが、北京の魅力を世界遺産などの観光地だけに集約したくはありません。「体感」とは、観光の内容を制限することなく、多元的な観光圏をつくりあげたい、という我々の希望を表わした言葉でもあるわけです。

このテーマに合わせ、今年我々は新浪ネットと協力して、国内外に向けて二つ

の企画を実施しました。

一つは、「北京のイメージ」の公募です。人々が北京に対して抱いているイメージを、中国語、または外国語の一言で表現してもらおう、というものです。この企画は、現在すでに募集を締め切り、専門家による審査に移っています。

もう一つは、テーマ中の「北京体感」に関する企画で、専門家の協力を仰ぎ、北京の観光商品をカテゴリー別に選定することです。「歴史ある北京」「文化のかおる北京」「モダンな北京」「オリンピックの北京」「時代の流行と北京」など大きく八種類に分けられる五〇品をリストアップし、さまざまな角度から北京の内なる魅力を発掘しようという試みです。また、新浪ネットと提携し、世界各地の旅行者に、以前北京を旅行した際のとびきりのコースを紹介してもらい、我々も共に楽しもう、という企画があります。また、実際に自分で旅行していなくても、周遊したら面白いと思うコースの組み合わせも同時に募集しました。これは非常に反響が大きく、すばらしい提案が

たくさん集まりました。今その整理を進めています。それが終わりましたら、これらの提案を新たな観光商品として広く宣伝し、旅行者の皆さんにまた一味違った北京を体感してもらいたいと思います。文化に興味を持つ人にも、旅行に敏感な人にも、我々はさまざまな旅行商品を提供することができます。

そのほか、アメリカのCNN、イギリスのBBCを通した通年的な宣伝活動も毎年行っています。北京旅行をテーマとするCMシリーズを、CNNは一年に一、二八回、BBCは二五六回放送しています。番組の中で放送するだけでなく、彼らのホームページにも載せています。このような世界の主要メディアを使うのは、北京への観光客送り出し国の構成と関係があります。昨年雑誌「フォーチュン」にも北京観光の広告を載せました。今年は欧米から著名な映画監督を招き、北京観光のCMの撮影を手伝ってもらい、欧米人である彼らの目から見た、北京の最も魅力あるところを撮ってもらいました。我々が撮れば、それは中国人

自身の審美観や価値観のみを反映したものにならざるを得ませんからね。同時にNHKとも提携し、広告フィルムを全一〇編つくり、NHKを通して全世界の

ネットワークに乗せて放送しようとする準備を進めています。世界の多くの主要メディアと合作し、北京のイメージを世界の旅行者のお目にかければ、それだけ彼らの北京に対する憧れや北京旅行への興味を高める結果になります。ですから我々は、宣伝方面にはかなり力を入れてきました。オリンピックというチャンスをしつかりとつかみ、北京のイメージをつくっていく、こうした仕事全体を「北京キャンペーン戦略」と呼んでいるのです。

また別の方面では、オリンピック期間中、内外からの観客に快適に滞在していただけるよう、都市の改造を進めています。例えば、今年の重要な仕事としては、北京の主要な観光スポットの環境整備を行いました。多言語での案内標識や文化財説明板、見学ガイド標識を設置し、また観光地の救急設備を充実させ、

景観の妨げにならないよう各種施設を建設し、周辺の環境を整えました。

このほかにも、先ほどもお話しましたが、業界内部ではすでにスタッフの研修を進めています。今年は、技能研修以外に、手話の研修も開始しました。我々旅遊局は、各ホテルの従業員から数人を集め手話通訳者として養成しました。彼らが自分のホテルで従業員全員に手話を教えれば、パラリンピックに参加する選手へのサービスに備えることができます。我々はオリンピック委員会が選手村やメディア村の管理チームやサービスチームを作るのにも積極的に協力しています

が、これらのチームには五、六千人の人員が必要ですからなかなか大きな仕事です。オリンピックの選手村やメディア村はオリンピックを進行する上で核心となる部分です。選手も報道関係者もみなそこに滞在することになりますから、この仕事は特に積極的に推進しています。

また、文化局とともに、観光客向けのショーにも工夫を凝らしています。今年の三月八日、私は北京駐在大使とその夫

人、北京の主要旅行社の営業担当者など一〇〇人を、紅橋劇場の『功夫伝奇』という舞台に招待しました。この舞台は、観光客のニーズに非常によくマッチしています。観光客に見せるのに適した出し物と我々市民の目に適う出し物では、その内容は異なっています。市民が劇場に行つて見る出し物は流動的ですが、旅行者にとつては、上演に一定のサイクルが必要で、そしてその上演プログラムは安定した、特色のあるものでなければならぬと考えます。

目下、我々は北京市の商業局と連携して「北京購物節」(北京ショッピングフェスティバル)というイベントを開催しています。今年は旅遊局が先頭に立ち、「旅行記念品デザインコンクール」を開催します。北京は中国の首都ですから、北京という一都市の特色だけではなく、中国の特色もまた北京に存在します。我々は、その北京の特色と中国の特色を絞って、全国に向けて旅行土産物コンクールを行い、優秀な作品を選び、工業促進局と協力してそれを生産に

移し、さらに商業局と協力して売り出して行きます。こうした一連の措置を通して、旅行者に北京でのショッピングをより楽しんでいただき、またオリンピックのためによりよい環境を提供することができれば、と思っています。

各国は、オリンピック期間中の宿泊施設に強い関心を持っているようです。北京市政府は、昨年末と今年初めに重大な決定を行いました。これまで北京市観光局は星級ホテル（一つ星以上のホテル）に関してのみ責任を負っており、それ以外のホテルあるいは「社会旅館」と呼ばれる宿泊施設については商業局の担当でしたが、オリンピック開催にともない、その需要を満たすため、年初には北京市にあるすべての宿泊施設をまとめて旅遊局の管理下に置くこととしたのです。昨年末の時点で、北京市の星級ホテルは七〇〇軒、社会旅館は四〇二三軒でした。私個人の見解ですが、このような調整を行った背景には、オリンピックの宿泊問題に対する計画の一環としての必要もあり、我々の星級ホテル経営管理

の経験と実績を生かして北京の社会旅館全体のレベルを引き上げる目的もあるのではないかと考えています。商業局から引き継ぐ前に、我々はすでに新たなプロジェクトに着手しました。まず北京地区にあるすべての社会旅館をリストアップし、一軒ごとに経営状態を調査しました。同時に、北京の旅館業務のサービス基準を制定しました。星級ホテルには国家観光局の「星級ホテル評定基準」といわれる国際的な基準を適用するのですが、我々は北京地区の社会旅館にもこの基準を適用することとしました。この基準に達していれば、旅遊局の評定委員会から「サービス合格水準旅館」と書いた認定プレートを出します。

ちょうど現在、オリンピック委員会と共同でオリンピック期間中の情報ネットワークを作っているところですが、観光が主体となる都市の情報、オリンピック委員会ではなく我々から提供します。星級ホテル以外の社会旅館は、基準に合格すれば我々の責任でオリンピック情報ネットワークに掲載され、全世界に向け

て宣伝されるのです。そうすれば、その旅館に大きなチャンスを提供することにもなるでしょう。また我々は、国際的に名の知られたビジネスホテルチェーンの北京進出を奨励しようと考えています。独立した弱小社会旅館をそれらの系列に組み込むことで、その社会旅館の知名度を高めることになり、グローバルな営業システムを採用することが彼らの経営の助けにもなるということで、今注目が集まりつつあります。

現在、各プロジェクトはすべて我々の計画に従って進められています。オリンピックの前にハード面、ソフト面ともに、さらなる改善を遂げられればと考えています。

劉 北京の観光業が局長のご指導の下さらに大きな発展を遂げられるよう、お祈りいたします。ありがとうございます。杜 こちらこそ、ありがとうございます。た。

(二〇〇七年七月一日)

(テープ起こし) 凌蓉、邦訳 山田克利、

整理 砂山幸雄