

三重県中国ビジネスサポートデスク現地レポート

平成 27 年 3 月 23 日

上海デスク（上海納克名南企業管理諮詢有限公司）

近年の日中間の経済往来の変化について考える

わずか数年で、日本と中国を往来する人々の行動目的や経済効果が大きく変化してきています。

日本メディアは「朝・昼・晩」と「爆買い」現象を競って報道していた

農曆に従い毎年時期が変わる中国の春節休暇は、今年は 2 月 18 日～24 日でした。筆者もこの時期に日本へ一時帰国しましたが、一番驚いたことは日本の TV 番組が、朝の情報番組・昼のワイドショー・夕方夜のニュースで、中国人の「爆買い」を連日報道していたことでした。

中国人が海外旅行の際に多額の商品を買い漁る、いわゆる「爆買い」は、もはや今年の日本の流行語といっても過言ではないかも知れません。

わずか数年で劇的な変化

北京五輪(2008 年)や上海万博(2010 年)が開催された頃は、日本から中国行きの旅行ツアーが沢山あり、当時は筆者も休暇を利用して 3～4 日間のツアーによく参加していました。旅行会社の中国行きパッケージツアーのメニューも定番かつ豊富で、現地ガイド付きで観光地を巡るスタイルが定番でした。そして観光地では、日本人を含む外国人にどれだけ大きな消費をさせるかを競っていました（価値不明な高額な掛軸など）。

ところが筆者の最近の一時帰国における体感では、特に日中間の飛行機移動において日本人の団体ツアー客を機内で全く見かけなくなりました。また日系エアラインであっても機内の乗客比率は中国人の方が多く感じます。

そして今回最も驚いたことは、一時帰国の際、日本で某旅行会社の店舗を何気なくのぞいたのですが、世界各国の旅行パンフレットが店内に置かれているなかに、中国大陸向けのツアーパンフレットが全く無かったことでした。「パンフレットが無い」＝「ツアーが無い」のですから、団体観光客を機内で見かけることがないのも当然です。

今後の「対中」ビジネスとは

この様に見ると、多くの日本人観光客が中国で消費をして中国経済に潤いを与えていた僅か数年後に、多くの中国人観光客が日本に来て多額の消費をし、それが日本経済に少なくない影響を与えることになるとは、誰が想像できたでしょうか？（その間

に尖閣問題があったにも係わらず、です。)

これまで、日本企業の対中ビジネスとはあくまでも中国への投資という前提でしたが、同時に日本国内における対中ビジネスも、すでに無視できない規模が形成されつつあるのではないのでしょうか。