

CLAIR REPORT No. 574

中国における国内観光施策の展開

Clair Report No.574 (March 19, 2026)

(一財) 自治体国際化協会 北京事務所



一般財団法人

自治体国際化協会

「CLAIR REPORT」の発刊について

当協会では、調査事業の一環として、海外各地域の地方行財政事情、開発事例等、さまざまな領域にわたる海外の情報を分野別にまとめた調査誌「CLAIR REPORT」シリーズを刊行しております。

このシリーズは、地方自治行政の参考に資するため、関係の方々に地方行財政に係わるさまざまな海外の情報を紹介することを目的としております。

内容につきましては、今後とも一層の改善を重ねてまいりたいと存じますので、御叱責を賜れば幸いに存じます。

本誌からの無断転載はご遠慮ください。

問い合わせ先

〒102-0083 東京都千代田区麹町1-7 相互半蔵門ビル

(一財)自治体国際化協会 総務部 企画調査課

TEL: 03-5213-1722

FAX: 03-5213-1741

E-Mail: kikaku@clair.or.jp

はじめに

2023年以降、訪日外国人旅行者数は急速に回復、2025年には年間4,200万人を突破し、過去最多を記録した（2025年12月推計値）。中国からの訪日旅行者数についてみると、2025年は910万人と、新型コロナウイルス感染拡大前である2019年の959万人の95%まで回復している。2025年における中国からの訪日旅行者数は韓国（946万人）に次ぐ第2位の地位を占める。

2011年12月に発行した「地方都市への中国人訪日旅行者の誘致（CLAIR REPORT No. 371）」は、2010年7月に中国全土を対象に個人旅行による訪日が解禁されたことなどを踏まえ、中国人訪日観光客の現状や自治体による誘致の動向をまとめたものである。上記レポートから10年余りが経過する中、近年、中国における国内の旅行動向が成熟し、高まりを見せて続けている状況にある。

現在の中国の観光政策の特徴の一つに、観光業の「高品質な発展」が目標の一とされていることが挙げられる。これは、中国人観光客のニーズも高品質かつ多様化したものへと転換していることが背景と考えられる。こうしたニーズの変化を捉え、中国地方政府も国内旅行者の誘客に力を入れており、地域の特性を生かした夜間経済（ナイトタイムエコノミー）や冰雪経済などをテーマとし、観光客の体験価値を高める施策をそれぞれ展開している。

こうした状況を踏まえ、本稿では、これまでのCLAIR REPORTで取り扱ってきた中国人訪日観光客の誘致から視点を変え、中国人の国内旅行の動向や中国政府の政策及び地方政府における取組事例を紹介する。本稿が、関係各位の観光施策の検討、観光振興の取組に当たっての一助となれば幸いである。

一般財団法人自治体国際化協会 北京事務所長

目次

| | |
|-------------------------------------|----|
| はじめに..... | 3 |
| 概要..... | 5 |
| 第1章 中国人観光客の動向..... | 7 |
| 第1節 国際観光と中国における観光の現状..... | 7 |
| 第2節 中国人の国内外旅行の動向..... | 10 |
| 第2章 中国政府の取組..... | 23 |
| 第1節 中華人民共和国観光法の制定（2013年）..... | 23 |
| 第2節 第14次五カ年計画における位置づけ..... | 25 |
| 第3節 第14次五カ年観光業発展計画..... | 25 |
| 第4節 新たな成長分野である文化・観光消費の拡大に向けた措置..... | 30 |
| 第5節 財政上の対応..... | 31 |
| 第3章 地方での取組..... | 34 |
| 第1節 智慧旅游（スマートツーリズム）..... | 34 |
| 第2節 美食旅游..... | 40 |
| 第3節 夜間経済（ナイトタイムエコノミー）..... | 44 |
| 第4節 氷雪経済（氷雪観光）..... | 48 |
| おわりに..... | 54 |
| 【参考文献等一覧】..... | 56 |

概要

第1章 中国人観光客の動向

第1章では、国際観光の動向と中国経済における観光産業の位置づけを概観し、中国における観光業の重要性を確認する。また、中国人の国内外旅行者数、国外・国内旅行における渡航先のトレンドについて確認し、中国人観光客の動向を概観する。

国際観光の動向について、世界観光機関（UN Tourism）の発表によると、2026年は2025年と比較して3～4%増加すると予想されており、引き続き国際的な観光は成長していくものと見込まれている。中国経済における観光産業の位置づけを見ると、ここ10年ほどの中国国内における観光関連産業の付加価値額は、GDPに対して4%前後の水準で推移しており、中国のGDPの成長と概ね同ペースで成長してきたことが分かる。

また、中国人観光客の動向をみると、2024年の国内旅行者数は56.2億人であるのに対し、国外旅行者数は1.2億人であり、旅行者数の規模は国内旅行が大きいことが分かる。特に、一人当たりの旅行回数で見ると、2024年の中国国民一人当たりの年間平均国内旅行回数は3.99回となっており、2010年の1.57回の約2.5倍になっている。日本国民の一人当たり年間平均国内旅行回数が2010年以降4～5回程度で推移していることと比べると、中国の一人当たり国内旅行回数は日本の水準に近づいてきていることが読み取れる。

第2章 中国政府の取組

第2章では、中国政府による観光政策について、国家の基本計画・方針や財政面から確認している。中国では、観光業を雇用の創出に重要な柱産業と位置づけ、2013年に「中華人民共和国観光法」を制定している。この法律に基づき、経済・社会発展における五カ年計画にも観光業の発展に関する方針を記載し、その方針を踏まえて「観光業発展計画」を策定することとされている。最新の「観光業発展計画」である「第14次五カ年観光業発展計画」では、2025年までの目標の中で「国内観光を力強く発展させる」とする一方、「インバウンド・アウトバウンド観光を秩序立って推進」としており、国内観光を重視する姿勢が計画上も読み取れる。また、近年では、観光を成長分野として消費の拡大につなげるため、2025年1月に国務院が「新たな成長分野である文化・観光消費の拡大に向けた措置」を発出するなど、国内観光を消費政策の一環として位置づける動きも見られる。

こうした国家の基本計画や方針の裏付けとなる予算についてみると、中国の国家財政総支出に占める文化観光事業費の割合は概ね一定の水準で推移しており、財政規模の拡大に対応した一定の文化観光事業の予算が措置されてきたことが分かる。また、中央・地方政府別の予算状況をみると、2023年の中央政府における文化観光事業費は2000年の5.2倍であるのに対し、地方政府は2023年の文化観光事業費が2000年の

21.7 倍まで伸びている。また、中央・地方政府の比率でみると、2023 年の地方での支出の割合は 97.7%となっており、文化観光事業の多くの役割を地方政府が担っていることが読み取れる。

第 3 章 地方での取組

第 3 章では、「第 14 次五カ年観光業発展計画」で示された分野のうち智慧旅游（スマートツーリズム）、美食旅游、夜間経済（ナイトタイムエコノミー）、冰雪経済（冰雪観光）の 4 分野を取り上げ、それぞれの現状や地方政府における取組を紹介する。

智慧旅游については、5G やビッグデータ等の幅広いデジタル技術の活用する方針が「第 14 次五カ年観光業発展計画」に示されている。実際の取組事例として、北京市は世界遺産「北京と瀋陽の明・清王朝皇宮群」の構成資産である故宮博物院で、観光予約プラットフォームによる事前予約制を導入するとともに、AI を活用した混雑状況予測も行っている。また、甘粛省では、世界遺産「莫高窟」におけるデジタル展示や、スマートフォン 1 台で予約から音声ガイドまで、観光に必要な各種サービスを利用できるプラットフォームの提供等を行っている。

美食旅游については、中国の観光客の 93.1%が、現地の料理を体験することが旅行先を選ぶ際の主要な要素であると考えているという調査結果があるなど、観光体験における食の地位が高い。また、観光客の約 6 割が旅行先の食文化についてもっと理解したいと考えているとも言われており、単なる食事だけではなく食を通じた文化体験も重要と言える。例えば湖南省は、そうした美食旅游のニーズを捉え、SNS 等のメディアを活用したブランド化と情報発信を行っている。また、河南省開封市は、宋代の都として栄えた歴史を背景に、歴史文化や食文化を体験する観光コースを設定しており、美食観光に力を入れている一例であると言えよう。

夜間経済については、「第 14 次五カ年観光業発展計画」において、夜間消費を積極的に拡大させることが示されるなど、観光業の発展において重要な手段の一つとして位置づけられている。広東省深圳市福田区は、夜間消費を観光向け施策にとどめず、市民の日常生活文化として定着させることで、都市ブランド構築と消費拡大の両立を図っている。また、重慶市は、全国に先駆けて夜間経済を市の政策に位置づけ「不夜重慶（眠らない重慶）」というブランドを掲げた取組を行っている。

冰雪経済については、中国旅游研究院の調査で、回答者の 71.2%が 2024～2025 年シーズンに冰雪レジャー観光を体験したいと希望し、冰雪経済への盛り上がりも見られている。黒龍江省ハルビン市では、1985 年から開催されている「中国・ハルビン国際冰雪祭」にて、冰雪文化に加えてデジタル技術を利用したコンテンツ等も提供している。また、遼寧省錦州市では、冰雪スポーツのブランド影響力を高めるほか、「大会を追って旅をし、旅をしながら大会を観る」という雰囲気醸成を図り、観光消費の拡大を目指している。

これらの事例を通じて、地方ごとの特色を生かした観光政策の多様な実践例を示し、地域特性を生かした観光振興の可能性を探る。

第1章 中国人観光客の動向

第1節 国際観光と中国における観光の現状

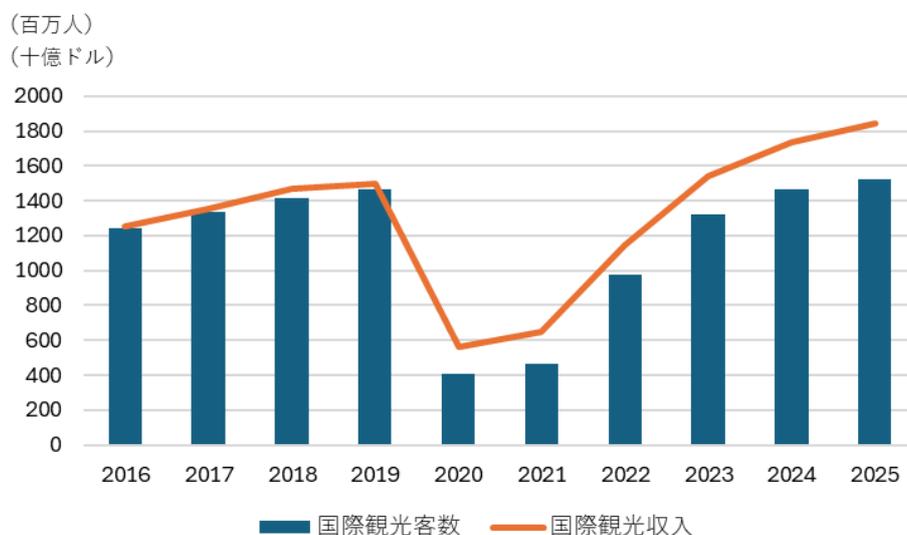
本節では、国際観光の動向と中国経済における観光産業の位置づけを概観し、中国における観光業の重要性を確認する。

1 国際観光の動向

まず、中国人観光客の動向を分析する前に、世界全体の国際観光客の状況を確認する。

世界観光機関（UN Tourism）が2026年1月に公表した集計¹によると、2025年には国際観光客数は、2024年から約4.0%増の15億2,000万人となり、新型コロナウイルス感染拡大前である2019年の14億7,000万人を超えた。国際観光収入で見ても、2025年には1兆8,000億米ドル（約270兆円、1ドル150円で計算。）となり、2019年の水準を超えている。

今後の国際観光客数の見通しについて、世界観光機関による2026年1月の発表²では、地政学的紛争がエスカレートしないこと等を前提に、2026年は2025年と比較して3～4%増加すると予想しており、引き続き国際的な観光は成長していくものと見込まれている。



(図1-1) 国際観光客数と国際観光収入の推移³

¹ UN Tourism, “UN Tourism Data Dashboard” [https://www.untourism.int/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard] (最終検索日: 2026年2月25日)

² UN Tourism, “World Tourism Barometer,” Volume 24, Issue 1, January 2026. [https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2026-01/World_Tourism%20Barometer_Jan26_excerpt_v2.pdf?VersionId=u75u9KWPa6Dzc2CUHld7AvQ49FYrDTQC] (最終検索日: 2026年2月25日)

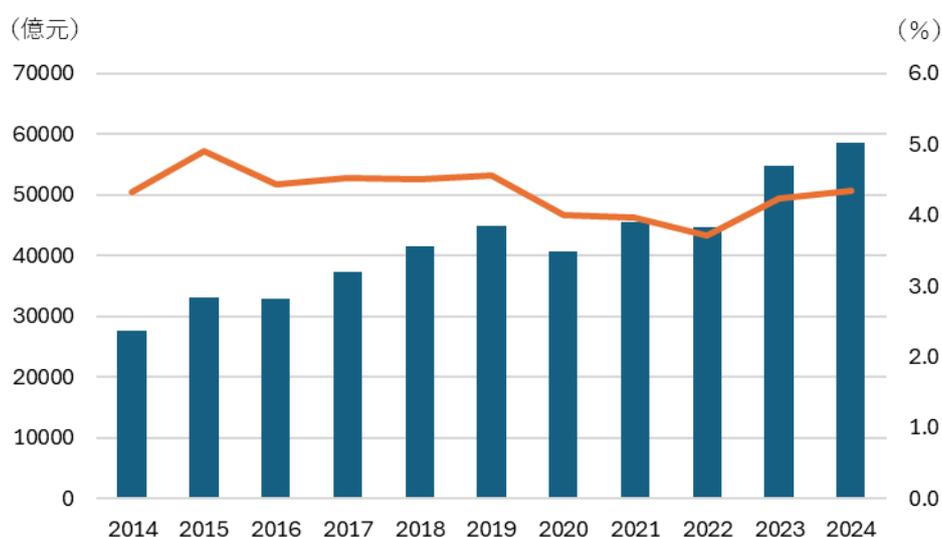
³ UN Tourism, “UN Tourism Data Dashboard” [https://www.untourism.int/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard] (最終検索日: 2026年2月25日) より筆者作成。

2 中国経済における観光産業の動向

1において、国際的な観光動向は成長傾向にあることを確認したが、次は、中国経済における観光産業の動向を確認する。

国家統計局によると、中国国内における観光関連産業の付加価値額は年々伸び続けており、2014年には2兆7,500億元だったものが、2024年には5兆8,600億元と、10年間で約2倍となっている。

中国経済全体で見ても、ここ十年ほどの中国国内における観光関連産業の付加価値額はGDP⁴に対して4%前後の水準で推移しており、中国のGDPの成長と概ね同じペースで成長してきたことが読み取れる。



(図1-2) 観光関連産業の付加価値額とGDPに占める割合⁵

⁴ 国家統計局『中国統計年鑑2025』(中国統計出版社、2025年)52頁

⁵ 国家統計局HPの下記ページを基に筆者作成(最終検索日:2026年2月25日)。

「2014年全国旅游及相关产业增加值占国内生产总值的比重为4.33%」(2015年12月17日公表) [https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1898992.html]

「2015年中国旅游业统计公报」(2016年10月18日公表)

[https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/tjxx/202012/t20201204_906456.html]

「2016年国家旅游及相关产业增加值占国内生产总值的比重为4.44%」(2018年1月5日公表)

[https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1899806.html]

「2017年全国旅游及相关产业增加值占国内生产总值的比重为4.53%」(2019年1月18日公表) [https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1900200.html]

「2018年全国旅游及相关产业增加值41478亿元」(2020年1月19日公表)

[https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1900604.html]

「2019年全国旅游及相关产业增加值44989亿元」(2020年12月31日公表)

[https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1900953.html]

「2020年全国旅游及相关产业增加值占GDP比重为4.01%」(2021年12月29日公表)

[https://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202112/t20211229_1825727.html]

中国国内における観光関連産業の位置づけを確認したところであるが、次に、インバウンド・アウトバウンドの位置づけについて確認する。

観光関連産業の国際収支の動向について、中国国家外貨管理局の発表⁶によると、2024年の旅行収支は受取りが397億ドル（約5兆9,550億円）、支払いが2,506億ドル（約37兆5,900億円）であり、収支は▲2,109億ドルとなっている。後述のとおり、「観光立国」を掲げインバウンド誘致に継続的に取り組んできた日本は2015年より収支がプラスに転じ、2024年には6兆1,172億円のプラスとなっている⁷ことと比較すると、中国ではインバウンドによる外貨獲得よりもアウトバウンドによる外貨支出の方が多くなっていることが分かる。

また、旅行収支の受取り397億ドル（約5兆9,550億円）は訪中外国人による消費総額と解釈できるが、前述の2024年の中国国内における観光関連産業の付加価値額が5兆8,600億元（約117兆円）であったことと比較すると、中国経済において、インバウンドよりも国内観光の方が大きな位置を占めていることが分かる。

「2021年全国旅游及相关产业增加值占GDP比重为3.96%」（2022年12月30日公表）

[https://www.gov.cn/xinwen/2022-12/30/content_5734218.htm]

「2022年全国旅游及相关产业增加值占GDP比重为3.71%」（2023年12月29日公表）

[https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202312/t20231229_1946064.html]

「2023年全国旅游及相关产业增加值占GDP比重为4.24%」（2024年12月30日公表）

[https://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202412/t20241230_1957935.html]

「2024年全国旅游及相关产业增加值占GDP比重为4.35%」（2025年12月30日公表）

[https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202512/t20251230_1962180.html]

⁶ 国家外汇管理局国际收支分析小组「2024年中国国际收支报告」（2025年3月28日公表）

[<https://www.safe.gov.cn/safe/file/file/20250328/58bd9ba3d9524e0994356ed5fdda7a02.pdf?n=2024%E5%B9%B4%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%9B%BD%E9%99%85%E6%94%B6%E6%94%AF%E6%8A%A5%E5%91%8A>]（最終検索日：2026年2月25日）

⁷ 財務省「国際収支状況」II サービス収支、暦年

[https://www.mof.go.jp/policy/international_policy/reference/balance_of_payments/bpnet.htm]（最終検索日：2026年2月25日）

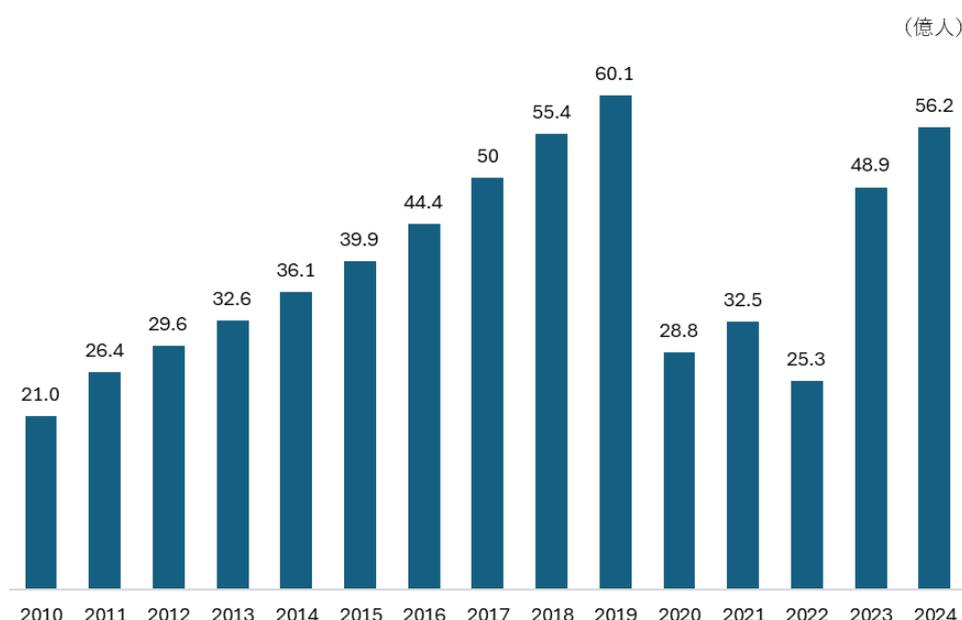
第2節 中国人の国内外旅行の動向

本節では中国人の国内外旅行者数、国外・国内旅行における渡航先のトレンドについてみていく。

1 国内外旅行者数の推移

(1) 旅行者数の推移

中国国内に居住する中国人の国内旅行者数の推移を見てみると、2010年から2019年にかけて毎年約4億人ずつ増加しており、2019年には60億人を超えた。2020年から2022年にかけては30億人前後まで落ち込んだものの、2023年以降は順調に回復しており、2024年には2019年の約94%の水準である56.2億人にまで回復した。

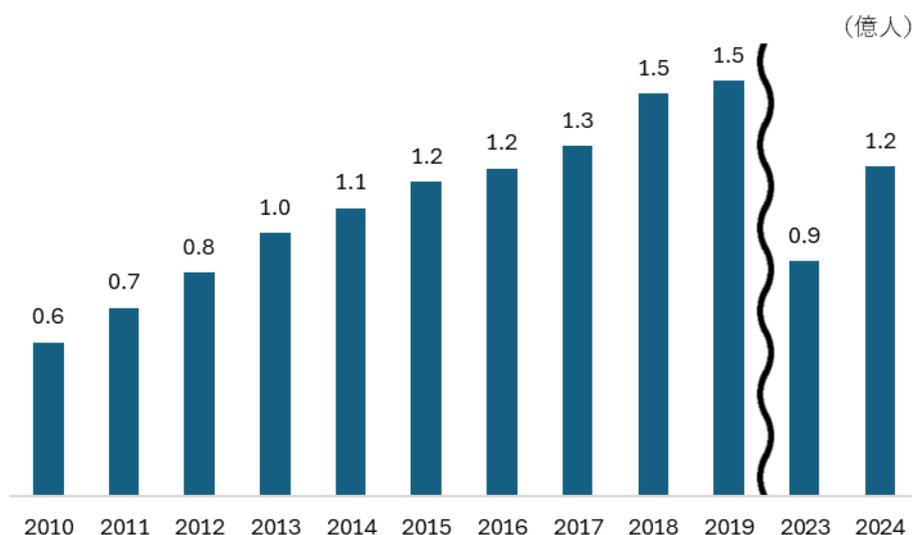


(図1-3) 中国国民の国内観光客数⁸

中国国内に居住する中国人の国外への旅行者数についても年々増加しており、2019年時点で1億5,000万人を超えた。2020年から2022年までの旅行者数については公表されていないが、2024年には1億2,000万人と、2019年の約79%の値となっており、回復傾向が続いている。

国内旅行と国外旅行を比べると、旅行者数の規模は国内旅行が大きいことが分かる。また、2010年から2019年にかけての変化を見ると、国内旅行は約2.9倍、国外旅行は約2.7倍となっており、国内旅行の増加幅が比較的大きい。2019年から2024年にかけての変化では、国外旅行に比べて国内旅行の方が2019年の水準に近いことから、国内旅行の方が旅行者数の回復が早いことがわかる。

⁸ 中華人民共和国文化和旅游部『中国文化文物和旅游統計年鑑』（国家図書館出版社、2025年）284頁より筆者作成。



(図 1 - 4) 中国国民の国外への観光客数⁸

(2) 一人当たり旅行回数の推移

(1) では、中国人の国内旅行者数がこの十数年で大きく伸びていることが確認できた。この点を踏まえ、次に、一人当たりで見たときに平均してどの程度旅行をするようになったのかを確認する。

国家統計局によると、2024 年末時点の中国の人口は 14 億 828 万人であることから、2024 年の中国国民一人当たりの年間平均国内旅行回数は 3.99 回となる。2010 年は 1.57 回であり、14 年の間にその回数は約 2.5 倍となっている。一方、日本国民の一人当たりの年間平均国内旅行回数⁹を見ると、2010 年は 4.95 回、2024 年は 4.35 回となっており、4 回から 5 回程度で推移している。

中国と日本の国民一人当たりの年間平均国内旅行回数の年ごとの推移を比べると、日本は 2010 年から 2024 年までほぼ横ばいであるのに対し、中国は年々増え続けており、日本の水準に近づいてきていることがわかる。

なお、この期間の中国と日本の名目 GDP の変化を比較すると、名目 GDP においても同様に、日本はほぼ横ばいであるのに対し、中国は増加を続けている。中国の経済規模の増大と旅行回数の増加は軌を一にしているところである。

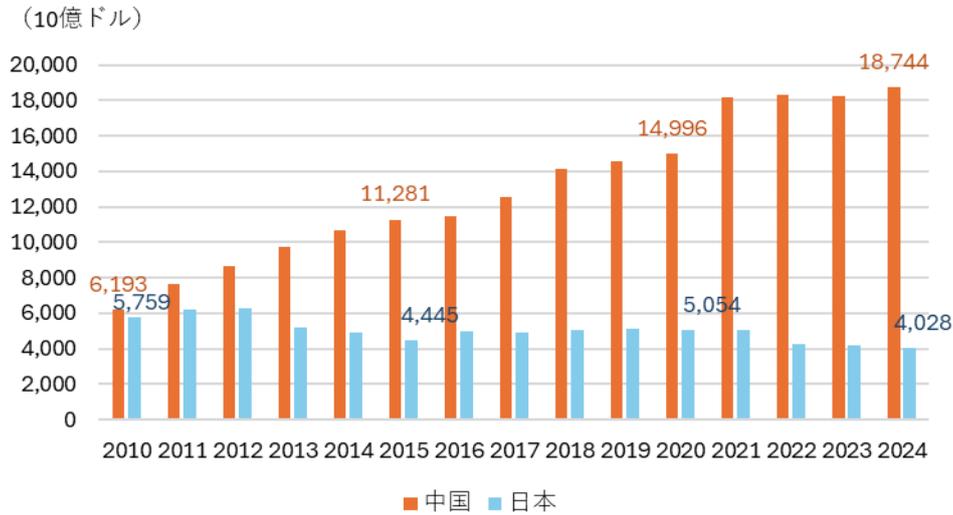
⁹ 観光庁「旅行・観光消費動向調査」(2026 年 1 月 30 日公表)

[https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shohidoko.html] (最終検索日: 2026 年 2 月 25 日)

なお、日本国民一人当たりの年間平均国内旅行回数は、宿泊旅行と日帰り旅行の回数の和を基に算出している。



(図 1 - 5) 一人当たり旅行回数の推移¹⁰



(図 1 - 6) 中国と日本の GDP 比較¹¹

¹⁰ 国家統計局『中国統計年鑑 2025』（中国統計出版社、2025 年）27 頁及び観光庁「旅行・観光消費動向調査」（2026 年 1 月 30 日公表）
[\[https://www.mlit.go.jp/kankoch/tokei_hakusyo/shohidoko.html\]](https://www.mlit.go.jp/kankoch/tokei_hakusyo/shohidoko.html)（最終検索日：2026 年 2 月 25 日）より筆者作成。

¹¹ World Bank, World Development Indicators,
[\[https://databank.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD/1ff4a498/Popular-Indicators\]](https://databank.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD/1ff4a498/Popular-Indicators)（最終検索日：2026 年 2 月 25 日）より時価ベースの国内総生産から筆者作成。

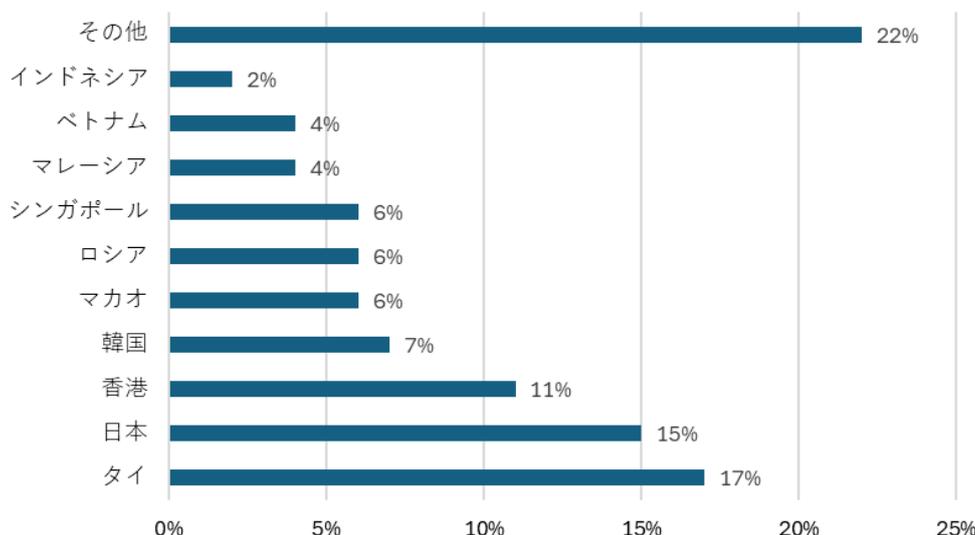
2 国外旅行者の渡航先

本稿においては、「中国の国内観光施策」をテーマとしており、中国の国内観光に主軸を置いているところであるが、その前に国外観光の動向についても簡単に触れておく。

(1) 国外旅行者の渡航先

まず、中国から海外への旅行者の渡航先と、その中で日本に旅行した人の割合について、統計が公表されている旅行代理店を通じた手配数を基に確認する。

2024年7月～9月の3カ月間、中国の旅行代理店は約373万200回の海外旅行を手配している。旅行代理店を通じた海外への渡航先の内訳をみると、上位10カ国は全てアジア圏であり、近隣の旅行先が78%を占めていることが分かる。また、日本は渡航先の15%を占めており、タイに次いで2番目に中国からの渡航者が多く、メジャーな旅行先として認知されていることがうかがえる。



(図1-7) 2024年7月～9月に中国から旅行代理店を利用して国外旅行を行った旅行者の目的地¹²

(2) 訪日中国人観光客の動向

次に、中国からの渡航者がタイに次いで2番目に多い日本の誘客の取組について、参考までに触れておく。

ア 日本政府におけるこれまでの取組

中国人観光客の動向について確認する前に、日本が中国を含む海外に対してど

¹² 文化和旅游部「2024年第三季度全国旅行社统计调查报告」(2024年12月24日発行)
[https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/tjxx/202412/t20241224_957299.html] (最終検索日: 2026年2月25日) より筆者作成。

なお、2024年第四四半期以降のデータは最終検索日以降公表されていない。

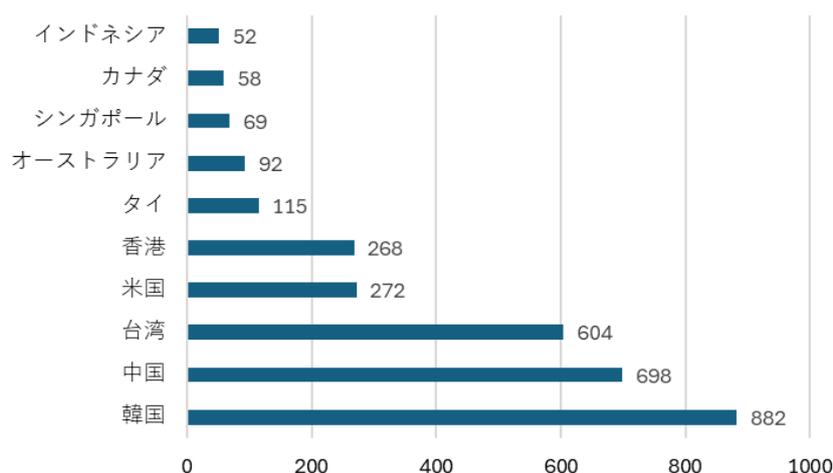
のようにインバウンド誘致政策を行ってきたか確認する。日本では国際収支の改善及び外国との経済文化の交流の促進を目的とした「観光基本法」が1963年に制定された。これが外国人旅行者の訪日促進を第一の政策目標に掲げた最初の取組であり、ここから観光立国への歩みが始まった。翌年には東京オリンピックが開催され、新幹線や高速道路などの交通網や宿泊施設の整備が進むにつれ、訪日外国人旅行者を受け入れる基盤が整っていった。

2000年代からは訪日観光客誘致事業が本格化していき、2003年の第162回国会における施政方針演説にて、2010年までに訪日外国人旅行者数を1,000万人にする目標が掲げられ、訪日旅行の拡大を目指す取組として「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が開始された。また、2006年には観光立国の計画的な推進を目的として「観光立国推進基本法」が制定され、2008年には観光庁が発足した¹³。2023年3月31日には「第4次観光立国推進基本計画」が閣議決定され、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」の3つの戦略に取組むこととされている。¹⁴

イ インバウンドにおける中国の位置づけ

次に、訪日観光客のうち、中国からの観光客がどれくらいを占めているか、また中国人観光客に人気のある旅行先や消費動向について確認する。

2024年度に日本を訪れた外国人観光客数は3,687万人であり、そのうち中国人観光客は698万人で、全体の18.9%を占めている。これは韓国に次いで2番目に多い数である。さらに、訪日外国人の旅行消費額で見ると、中国は1兆7,265億円で、全体の21.2%を占めており、トップの消費額となっている。

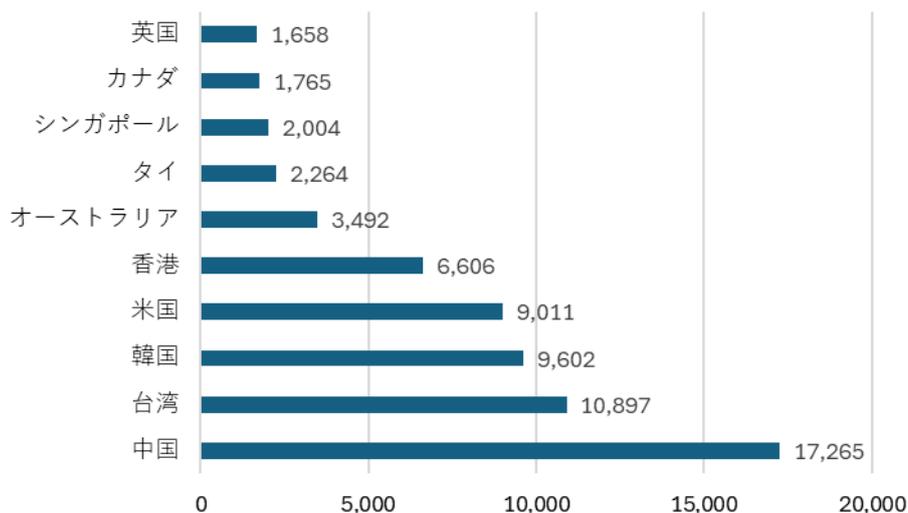


(図1-8) 2024年訪日外国人旅行者数上位10の国・地域¹⁵

¹³ 国土交通省『国土交通白書2020』(日経印刷、2020年8月19日)88頁

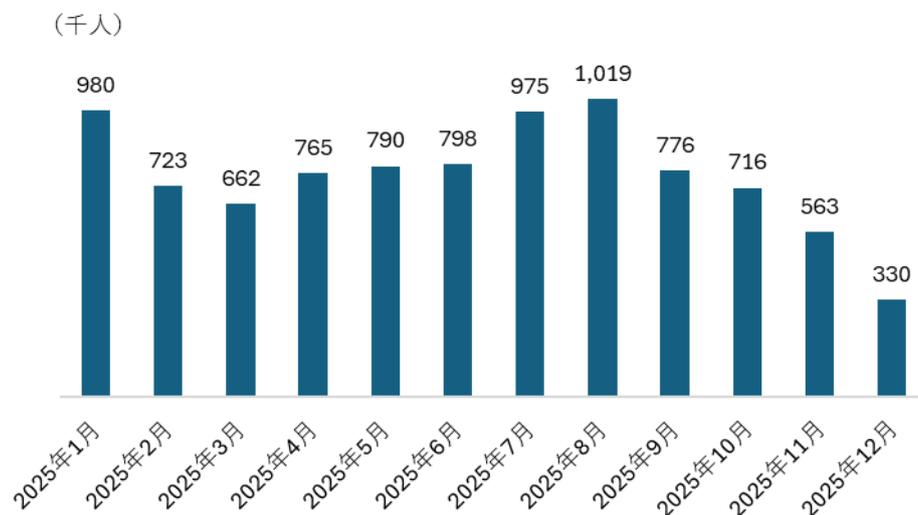
¹⁴ 国土交通省『令和7年版 国土交通白書 2025』(サンワ、2025年8月29日)160頁

¹⁵ 観光庁『令和7年度観光白書』(昭和情報プロセス(株)、2025年9月)7頁より筆者作成。



(図 1 - 9) 2024 年訪日外国人旅行消費額上位 10 の国・地域¹⁵

2025 年の訪日中国人観光客数の推移を見てみると、1 月から 11 月にかけて約 60 万人～100 万人の間で推移しており、2025 年 8 月には 100 万人を超えた。なお、2025 年 11 月以降、外交部が中国国民に対し、日本への渡航自粛を呼びかけており、2025 年 12 月は約 33 万人と前年同月比▲45.3%になっている。

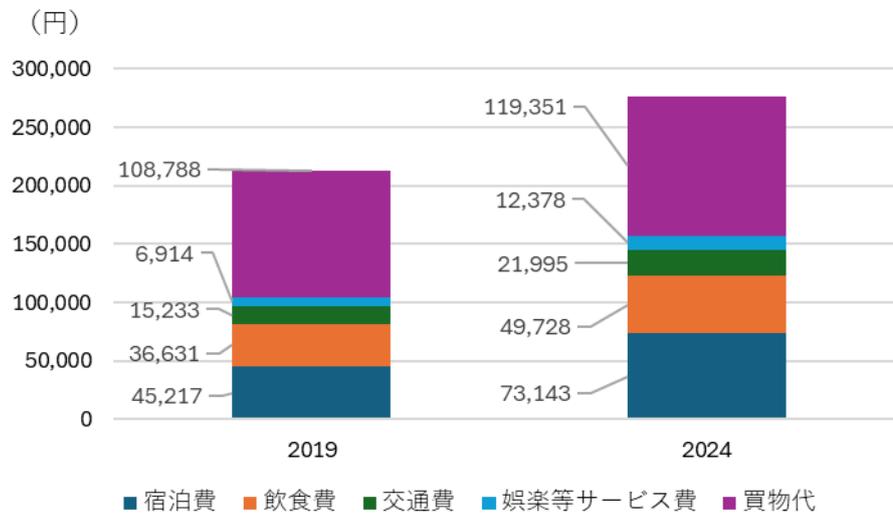


(図 1 - 10) 訪日中国人観光客の推移¹⁶

次に、訪日中国人観光客一人 1 回当たりの消費単価を 2019 年と 2024 年で比べてみると、全体的に 2024 年の方が高くなっているほか、宿泊費・飲食費・交通費・娯楽等サービス費・買物代のそれぞれの項目についても、全てにおいて 2024 年の

¹⁶ 観光局「訪日外客統計」[<https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>] (最終検索日：2026 年 2 月 25 日) より筆者作成。

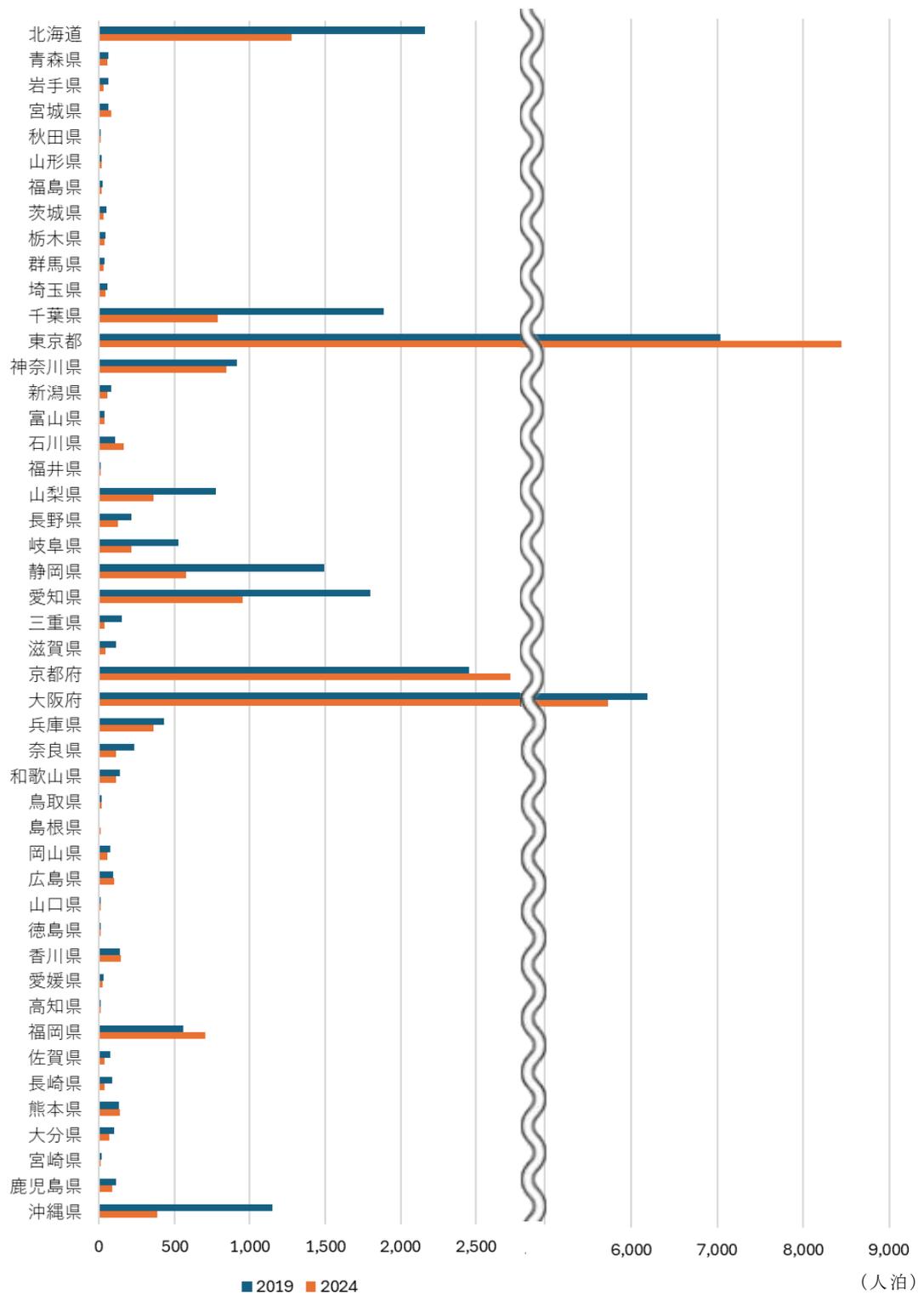
方が高くなっている。なお、買物代の増加率が 10%であるのに対し、娯楽等サービス費の増加率は 79%と最も高くなっており、2024 年は 2019 年に比べて体験型観光等への関心が高まっていることが推察される。



(図 1 - 11) 訪日中国人観光客一人 1 回当たりの消費単価¹⁷

訪日中国人観光客の延べ宿泊者数の割合を都道府県別に見てみると、中国からの発着便が多い東京・大阪の割合が高いことが分かる。また、東京・大阪から距離が近く、旅行しやすい地域は、いわゆるゴールデンルート（箱根、富士山、名古屋、京都など東京と大阪を結ぶ位置にある観光地を有する地域）を中心に割合が高くなっている。2019 年と 2024 年を比較すると、東京とその周辺地域は訪問の割合が高くなっているのに対し、大阪とその周辺地域は京都府を除いて割合が下がっている。また、2019 年と比較した 2024 年の増加率を見てみると、最も高いのは石川県の 47.7%となっている。次いで福岡県 (26.3%)、宮城県 (25.6%) となっており、東京・大阪圏以外の地方都市への中国人観光客が増加していることが見てとれる。

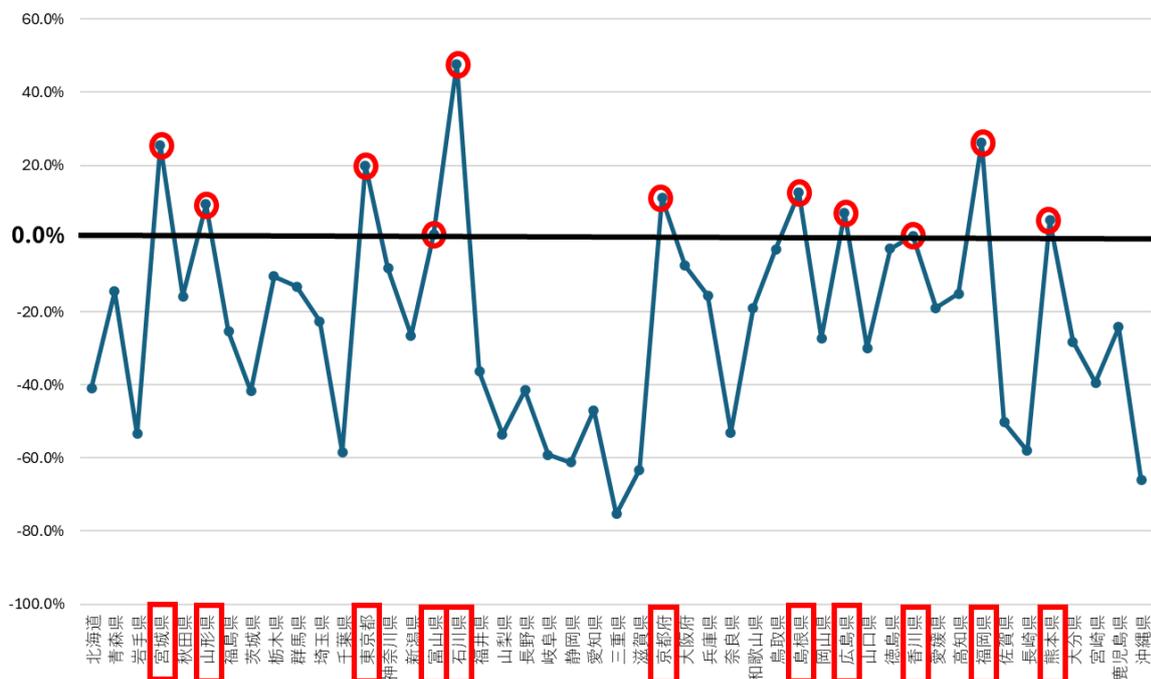
¹⁷ 観光庁「インバウンド消費動向調査（旧 訪日外国人消費動向調査）」（2026 年 1 月 21 日発行）[https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/gaikokujinshohidoko.html]（最終検索日：2026 年 2 月 25 日）より筆者作成。



(図 1 - 12) 訪日中国人観光客の延べ宿泊者数の割合¹⁸

¹⁸ 観光庁「宿泊旅行統計調査」(2026年2月20日公表)

[https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shukuhakutokei.html] (最終検索日: 2026年2月25日) より筆者作成。



(図 1 - 13) 2019 比中国人延べ宿泊者数増加率 (2024) ¹⁸

3 中国人の国内観光の動向

1 において、中国人の一人当たりの国内旅行回数が年々増加しているなど、中国の国内観光が発展していることについて確認した。こうした発展を見せる中国の国内観光の動向をより詳細に確認するため、ここでは中国国内の地域別の状況を詳細に見ていく。

(1) 地域別の観光客数

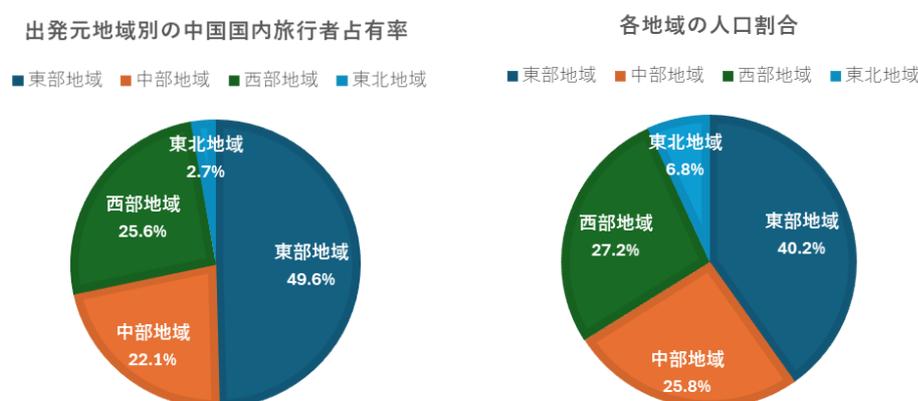
中国旅游研究院は、『中国国内旅游発展年度報告 2024』において、国家戦略と地域政策の特長に基づき 31 の省、直轄市、自治区を以下の 4 つの地域に分けて分析している。

(表 1 - 1 中国地域区分) ¹⁹

| | |
|------|--------------------------------------------------------------------------|
| 東部地域 | 北京市、天津市、河北省、上海市、江蘇省、浙江省、福建省、山東省、広東省、海南省 |
| 中部地域 | 山西省、安徽省、江西省、河南省、湖北省、湖南省 |
| 西部地域 | 内モンゴル自治区、広西チワン族自治区、重慶市、四川省、貴州省、雲南省、チベット自治区、陝西省、甘肅省、青海省、寧夏回族自治区、新疆ウイグル自治区 |
| 東北地域 | 遼寧省、吉林省、黒龍江省 |

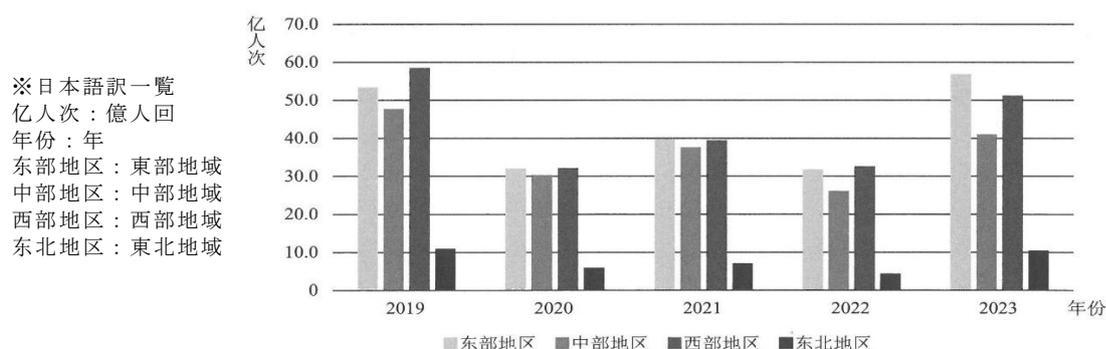
¹⁹ 中国旅游研究院『中国国内旅游発展年度報告 2024』（旅游教育出版社、2024 年）38 頁より筆者作成。

上記の区分にしたがって旅行者の出発元地域と各地域の人口割合について見てみると、二つのことが読み取れる。まず一つ目は、人口が最も多い地域は東部地域であり、国内旅行者の占有率で見ても最も多いことである。東部地域からの国内旅行者は全体の約半分を占めており、『中国国内旅游發展年度報告 2024』においても、中国国内の観光マーケティングのターゲットとして重要な地域であると言及されている。二つ目に、東部地区の旅行者占有率は 49.6%であるのに対し、人口割合で見ると 40.2%となっており、旅行者占有率が人口割合よりも大きくなっている。一方、他の地域は、いずれも旅行者占有率が人口割合よりも小さくなっていることから、東部地域は一人当たりの旅行回数も多い地域であることがわかる。



(図 1 - 14) 出発元地域別の中国国内旅行者占有率及び各地域の人口割合¹⁹

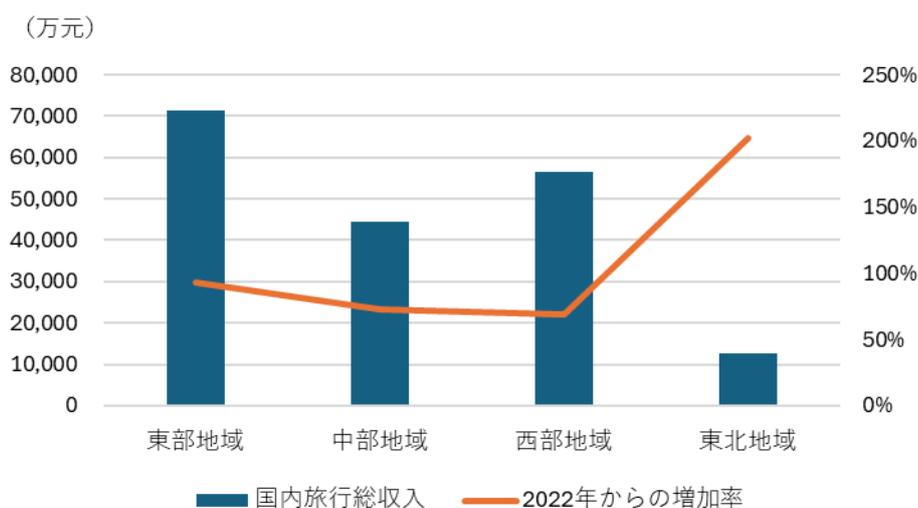
次に、中国国内旅行者の目的地について見てみると、図 1 - 15 のとおり、2019 年については西部地域への旅行者数が東部地域への旅行者数を上回っているが、2023 年度ではその差が逆転し、東部地域への旅行者数が西部地域への旅行者数を上回っている。



(図 1 - 15) 中国国内観光客の目的地の地域別集計²⁰

²⁰ 図 1 - 15 は基となるグラフの数値が公表されていなかったため、『中国国内旅游發展年度報告 2024』のグラフを転載する形としている。

2023年の地域別の国内観光収入について、中国旅游研究院は図1-16のとおり集計している。各地域についてみると、東部地域は7兆1,400億元で、中部地域は4兆4,400億元、西部地域は5兆7,000億元、東北地域は1兆3,000億元となっており、国内観光収入額で見ても、東部地域が最も多いことが分かる。ただし、2022年からの成長率で見ると、東部地域が79.0%、中部地域が57.0%、西部地域が57.1%であるのに対し、東北地域は135.7%と大きく伸びている。このことについて、『中国国内旅游発展年度報告2024』では、政府による観光優遇政策の実施や冰雪観光商品の登場により、第3章にて後述する冰雪観光が人気となったことを理由に挙げている。



(図1-16) 2023 国内旅行総収入と前年比増加率¹⁹

(2) 地域別の景区数の状況

次に、地域別の観光地の集積状況について確認する。国家市場規制局は「観光景区質量等級划分」を発表し、観光資源の価値、交通の利便性、安全性などの基準を定め、観光地をその品質によって格付けしている。格付けされた観光地は、質の高さに応じてA(1A)級からAAAAA(5A)級までの五段階に区分されている。具体的な基準としては、5A級景区は高い歴史的・文化的な価値を持ち、その資源のうち少なくとも1種類の資源は世界クラスの価値を持つもので、年間60万人の観光客を受け入れ、そのうち3万人以上は海外からの観光客である必要があるとされている。また、4A級景区は年間50万人以上の観光客を受け入れ、国内からの高い人気を持つもので、3A級景区は年間30万人以上の観光客を受け入れる必要があるなどとされている(表1-2)。

(表 1 - 2) 各景区階級 (5 A ~ 1 A) が満たす必要のある条件²¹

| | 観光客数 | 駐車場 | 化粧室 | その他 |
|--------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| 5 A | 年間 60 万人 以上 うち 3 万人 は海外から | <ul style="list-style-type: none"> ・ 駐車場安全監視システム ・ 車両充電設備 ・ スマート駐車場システム | GB/T18973 (中国国内で使用されている化粧室基準) で定められたクラス II の品質要件を満たし、そのうちクラス I 観光トイレの割合が 40% 以上 | 高い歴史的・文化的・自然生態学的・科学的・教育的価値を持ち、世界水準の観光資源や中国の特色ある観光資源が存在すること |
| 4 A | 年間 50 万人 以上 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 車両充電設備 | | 観光サービスの要素が体系的に整備され、高品質であること |
| 3 A | 年間 30 万人 以上 | | | 観光サービスの質が高く、快適であること |
| 2 A | | | | 観光地としての基本的な設備を備えていること |
| 1 A | | | | 安全が確保され、清潔であること |

「中国文化文物和旅游統計年鑑」では、1A 級から 5A 級の景区の行政区域別の数について掲載されている。これについて、前述の表 1 - 1 の地域区分に従い、図 1 - 17 のとおり地域別の集計を行った。集計においては、各地域の景区総数に加え、国内からの高い人気を持つ 4A 以上の景区数についても算出した。

²¹ 人民網「景区等級划分有了新标准」（2024 年 10 月 16 日発行）

[<http://jl.people.com.cn/n2/2024/1016/c349771-41009372.html>]（最終検索日：2026 年 2 月 25 日）より筆者作成。



※括弧内は、各地域の景区数が中国全体の景区数に占める割合を示している。

(図 1—17) 2024 地域別の景区数²²

地域ごとの景区の数を見ると、西部地域が最も多いことが分かる。また、4A以上の景区数についてみると、西部地域が有する景区数の割合は39.0%と、景区総数における西部地域の割合(37.3%)よりも高いことが分かる。これは、シルクロード関連の観光地を有する新疆ウイグル自治区や古都などの歴史的遺産に係る観光地を有する陝西省が西部地域に含まれていることが理由と考えられる。一方、3(1)において2023年の旅行者数が西部地域を上回っていた東部地域は、景区数が総数・4A以上の数ともに西部地域よりも少なく、4A以上の景区数の割合も28.8%と西部地域と比較すると高くないことが分かる。この点、東部地域には人口が多い都市(広東省:約1億3,000万人、山東省:約1億人、江蘇省:約9,000万人)²³が集積しており、北京市・天津市・上海市と直轄市が多い一方、西部地域の人口は比較的少ない(四川省:約8,000万人、広西省:約5,000万人、雲南省:約5,000万人)ほか、直轄市も重慶市のみであることから、東部地域の場合は景区への観光だけではなく、都市観光を求める旅行者が多いものと推測される。また、西部地域は自然・文化景観が多く、観光地が地理的に分散しており、観光シーズンが限定的であることも東部地域への旅行者数が西部地域への旅行者数を上回った一因であると考えられる。

²² 中華人民共和国文化和旅游部『中国文化文物和旅游統計年鑑』(国家図書館出版社、2025年)288頁より筆者作成。

²³ 国家統計局『中国統計年鑑』(中国統計出版社、2025年)

第2章 中国政府の取組

これまで第1章では、中国の観光の現状を見てきた。その中で、ここ10年での国内旅行者の増加、一人当たり旅行回数が日本と同じく4回程度となってきたこと、地域別でも大きな差があることが見て取れた。第2章では、中国政府による国内観光政策の取組について概観する。中国における観光施策は国務院²⁴の統一的な方針のもと、文化和旅遊部が所管し、文化と観光を統合した形で政策が進められている。全国人民代表大会（全人代）において制定された「中華人民共和国観光法」や、全人代で発表された「中華人民共和国国民経済・社会発展第14次五カ年計画及び2035年遠景目標綱要」（以下、「第14次五カ年計画」という。）等に基づき、観光分野の発展方向を示す「観光業発展計画」が策定されている。

地方レベルでは、各省・自治区・直轄市に設置されている文化和旅游局が、国家計画を踏まえて地域向けの「観光業発展計画」を作成し、観光資源開発、観光施設のインフラ整備、観光マーケティング、文化イベントの開催など、具体的な施策を実施している。

このように、中国の観光行政は国家が方向性を定め、地方が具体化する形で運営されており、政策の一貫性と実行性を確保している。

第1節 中華人民共和国観光法の制定（2013年）

1 法令制定の背景

第1章で言及したとおり、中国のGDPが増長を続け、観光客数も増えていくにつれ、観光業は重要な戦略的産業として位置づけられるようになり、これに伴い、観光業を総合的に規範する基本法の制定が求められていた。

こうした背景の中、「中華人民共和国観光法」（以下、「中国観光法」という。）は、2013年4月25日に第12次全国人民代表大会常務委員会第2回会議で採択され、2013年10月1日に施行された。2012年8月27日の第11次全国人民代表大会常務委員会第28回会議での同法草案説明²⁵において、立法が必要な理由について、①観光業は重要な柱産業であり、雇用の創出において重要であること、②観光業における不正競争が深刻化しており、特に「ゼロマイナス団体旅行」²⁶と呼ばれるツアー旅行により、

²⁴ 国務院、すなわち中央人民政府は、全人代の執行機関であり、最高の国家行政機関（中華人民共和国憲法第85条）である。その機能及び位置づけは日本の内閣に相当する。文化和旅遊部などの各部門は国務院の構成機関として設置されており、中国における「部」は日本における省庁に相当する行政機関である。

²⁵ 中国人民代表大会 HP「关于《中华人民共和国旅游法（草案）》的说明」（2013年7月18日公表）

[http://www.npc.gov.cn/npc/c1773/c1849/c6680/c25654/c25659/201905/t20190521_177647.html]（最終検索日：2026年2月25日）

²⁶ 旅行会社が旅行者に対し、一般的な価格よりも著しく低い金額の旅行商品を提示し、旅行会社が旅行先の土産物販売店等と共謀して旅行者に買い物を強制することで利益を得ようと

観光客や旅行業者の権利を侵害する問題が起こっていること、③中国の観光活動の規制は各省が定めるものに依存しており、国家全体として地域横断的な観光法が定められていないこと、④国際的に見て観光法を定めることは一般的であることの4点が挙げられている。

2 条文の構成

中国観光法の具体的な構造としては、第1章「総則」において立法目的と基本理念を掲げ、法全体の方向性を定め、第2章から第7章にかけて観光者の権利義務、観光の計画と促進、経営規範、サービス契約、安全確保、監督管理など、観光事業の健全な発展と市場秩序の確立を図るための実体的・手続的規定を詳細に定めている。そして、第8章「観光紛争処理」と第9章「法律責任」においては、権利侵害や違反行為が生じた際の救済手段と法的制裁を規定することで、前掲の実体規定の実効性を担保するものとなっている。

3 政府計画との関連性

中国観光法第3章「観光の計画と促進」では、観光業の持続的かつ健全な発展を促進するため、政府の役割が規定されている。

同法17条において、「国務院及び県級以上の地方人民政府は、観光業の発展を国民経済及び社会発展計画に組み入れなければならない」と定められている。この規定に基づき、観光発展に関する方針が、後に記載するとおり「国民経済及び社会発展計画」に相当する「第14次五か年計画」にも組み入れられている。

また、同条後段において「国務院及び省・自治区・直轄市人民政府並びに観光資源が豊富な市・県級人民政府は、国民経済及び社会発展計画の要件を踏まえ、観光業発展計画を定めなければならない」とされている。この規定に基づき、国務院は観光業発展計画を編成しており、2021年も第14次五カ年計画期間（2021～2025年）における観光業発展計画である「第14次五カ年観光業発展計画」を定め、体系的に観光資源を活用する基盤を整えている。さらに、「行政区域を跨ぎかつ全体的利用に適する観光資源を利用する際には、上位人民政府が編成を組織し、又は関連地方人民政府が協議の上、統一的な観光業発展計画を編成しなければならない」とも定められており、地方政府間の調整についても規定されている。

このほか、第18条においては観光業発展計画に含めるべき発展目標や環境資源の保護等の内容について定められているほか、第19条では同計画が土地利用全体計画や都市・農村計画等と相互に連携すべきことが定められている。

するもの。

出典：CCTV.com「揭示“零团费”旅游背后的真相」（2025年7月9日公表）

[<https://news.cctv.com/2025/07/09/ARTIic3Fcs3AbR1WafIDhaCA250709.shtml>]（最終検索日：2026年2月25日）

第2節 第14次五カ年計画における位置づけ

中国では、中長期計画を用いることは国家戦略と安定性を維持し、主要課題に集中するために重要であるとの考えのもと²⁷、1950年代から経済・社会発展における五カ年計画を定めている²⁸。

2026年2月執筆時点で公表されているのは、2021年から2025年までの計画を定めた「第14次五カ年計画」である。中国の経済は年々著しい発展を遂げ、国民の生活レベルも急速に高くなっていく一方で、都市と農村の所得格差や環境保護の必要性、国民の生活保障の不十分さなど、依然として様々な問題を抱えているという認識の下、経済規模の拡大による量的な拡大のみならず、質の高い発展を目指す段階に至ったと位置づけ、効果的に課題に対応し、持続可能な発展を目指すため、本計画は2021年3月に定められたところである。

また、第1節3で確認したとおり、中国観光法第17条に基づき、観光業の発展についての記述が「第14次五カ年計画」にも組み込まれている。具体的には、観光を含むサービス業の繁栄・発展の促進が掲げられており（第10章）、サービスの品質を高め、良質で効率的、かつ強い競争力を有するサービス産業システムの構築を目指している。また、デジタル社会建設のペースアップ（第16章）では、観光レジャーを含む多様な場面のデジタル化を推進する、としている。さらに、地域協調発展戦略の強化（第32章）では、中国東北地方の振興に関する新たな策として、冰雪・生態観光などの特色ある産業を発展させ、世界的な冰雪観光地帯を構築することを掲げている。

第3節 第14次五カ年観光業発展計画

次に、上述の「第14次五カ年計画」を観光分野において具体化するために策定された「第14次五カ年観光業発展計画」（以下、「十四五観光計画」という。）について確認する。「十四五観光計画」は、第1節で述べたとおり中国観光法第17条に基づき策定されたものであり、2021年12月に国務院により省・自治区・直轄市人民政府及び国務院の各部・委員会に対して通知された。

中国観光法第17条にも示されているとおり、「十四五観光計画」は、「第14次五カ年計画」に示された基本方針を踏まえつつ、観光分野における具体的な発展方向や重点施策を体系的に提示した計画であると位置づけられることから、以下では、その内容について詳しくみていく。

²⁷ 中国日報網「中国五年规划是这样编制实施的」（2025年8月1日発行）

[<https://cn.chinadaily.com.cn/a/202508/01/WS688c6a86a3105a871d62d16c.html>]（最終検索日：2026年2月25日）

²⁸ 新華網「科学制定和接续实施“五年规划”」（2025年6月18日発行）

[<https://www.xinhuanet.com/politics/20250618/a1048a6bbb34437593dd42c5820879c8/c.htm>]（最終検索日：2026年2月25日）

1 計画の構成

まず、「十四五観光計画」の構成について概説する。「十四五観光計画」は、全10章から構成されている。第1章が観光業を取り巻く発展環境について、第2章では指導思想、基本原則及び発展目標といった計画全体の要件が示されている。第3章から第7章にかけては革新主導型発展の堅持、観光空間配置の最適化、資源の科学的保護・活用体系の構築、観光製品供給体系の充実、大衆観光消費体系の拡大といった分野別の具体的施策が体系的に整理されている。第8章から第10章においては、観光ガバナンス、観光の開放・協力、総合的な観光保証体系の整備について示されている。

(表2-1) 十四五観光計画の構成²⁹

| | |
|------|--------------------------------|
| 第1章 | 発展環境 |
| | (一) 発展の成果 |
| | (二) 直面する発展の機会と課題 |
| 第2章 | 総体要求 |
| | (一) 指導思想 |
| | (二) 基本原則 |
| | (三) 発展目標 |
| 第3章 | 革新主導型発展の堅持 |
| | (一) 智慧旅遊(スマートツーリズム)の推進 |
| | (二) 新技術応用及び技術革新の加速 |
| | (三) イノベーション・チェーンの総合的な効率性向上 |
| 第4章 | 観光空間配置の最適化 |
| | (一) 新たな観光空間構造の構築 |
| | (二) 観光都市及び観光目的地の配置の最適化 |
| | (三) 都市・農村の観光レジャー空間の最適化 |
| 第5章 | 資源の科学的保護・活用体系の構築 |
| | (一) 人文資源の保護と継承 |
| | (二) 自然資源の保護と活用 |
| | (三) 資源保護・活用モデルの革新 |
| 第6章 | 観光製品供給体系の充実 |
| | (一) 質の高い製品供給の充実 |
| | (二) 市場主体の活力強化 |
| | (三) 「観光+」及び「+観光」の推進(観光×他産業の融合) |
| 第7章 | 大衆観光消費体系の拡大 |
| | (一) 観光消費環境の最適化 |
| | (二) 観光消費分野の拡大 |
| | (三) 観光消費サービスの向上 |
| | (四) 観光公共サービス施設の整備 |
| | (五) 観光プロモーションの革新 |
| 第8章 | 現代的観光ガバナンス体系の構築 |
| | (一) 法に基づく観光行政の推進 |
| | (二) 観光安全管理の強化 |
| | (三) 観光市場のデジタル監督管理水準の向上 |
| | (四) 観光信用(トラスト)体系の構築 |
| | (五) 文明観光(観光マナー)の推進 |
| 第9章 | 観光の開放・協力体系の強化 |
| | (一) 段階的かつ秩序あるインバウンド観光の促進 |
| | (二) アウトバウンド観光の安定的発展 |
| | (三) 香港・マカオ・台湾との観光協力の深化 |
| | (四) 国際観光協力の深化 |
| 第10章 | 観光総合保証体系の整備 |
| | (一) 組織的指導体制の強化 |
| | (二) 政策支援の強化 |
| | (三) 観光理論及び人材の支えとなる体系の強化 |

²⁹ 国務院(2021年12月)『第14次五カ年観光業発展計画』の公布に関する通知(国発[2021]32号) [https://www.gov.cn/gongbao/content/2022/content_5674298.htm] (最終検索日:2026年2月25日)より筆者作成。

2 計画における現状認識

「十四五観光計画」の第1章は、中国政府が観光産業の現状と課題をどのように認識しているかを示している。まず、第13次五カ年計画期間（2016～2020年）の取組として、全国の文化・観光業界は「安定を基調としつつ前進を図る」という基本方針を堅持し、「新たな発展理念の貫徹・実行」、「文化と観光の融合発展の堅持」、「観光業の供給側構造改革の加速」、「大衆観光の繁栄と発展の推進」、「全域観光の革新的な推進」、「観光業の高品質な発展の力強い推進」を行い、観光業の国家戦略体系へのさらなる統合を積極的に推進したとしている。

また、同計画期間において、年間一人当たりの旅行回数は4回を超え、観光が人々の生活に定着し、安定的な需要となったこと、及び観光産業が国民経済の戦略的支柱産業として着実に成長したことが示されている。さらに、観光は経済発展のみならず、文化継承、生態保護の実践、貧困脱却、国際交流の促進など、多面的な社会的機能を果たした点についても評価されている。

その一方で、観光需要は低次元のものから高品質かつ多様化したものへの転換期を迎えており、観光産業は新たな発展段階に入り、「高品質な発展」という新たな要求に直面していると位置づけられている。従来は観光重視から、観光と休養・リゾートを兼ね備えた形への転換が進み、大衆観光における移動及び消費の嗜好は大きく変化していること、また、オンラインとオフラインの観光商品・サービスの融合が加速していることが指摘されている。観光業における「イノベーション駆動型」への転換、すなわち新たな科学技術革命及び産業変革を背景とした発展を深化させる必要があると明示されている。

加えて、観光業における供給側構造改革の課題は依然として重く、イノベーションの原動力もなお十分とは言えず、ガバナンス能力及び水準のさらなる向上、並びに国際競争力と影響力の一層の強化が求められているとの指摘がなされている。

3 開発目標

第2章では、「十四五観光計画」における開発目標として、2025年までの中期目標と、2035年を展望した長期目標が記載されている。

(1) 2025年までの目標

2025年までの目標としては、大きく分けて五つの目標が定められている。

第一に、「観光業の発展水準を継続的に向上させ、現代的な観光産業体系を一層健全なものとし、観光における有効供給、質の高い供給、柔軟性のある供給をより豊富なものとし、大衆観光に対する消費需要を十分に満たす」こととされている。これは、観光サービスの供給における質や柔軟性などを高めることにより、観光需要に応じていくことを示しており、2の現状認識で述べた「高品質な発展」という新たな課題に対応するものと考えられる。第二に、「感染症対策の基盤を更に強固なものとし、科学的かつ精緻な防疫・管理を観光業全体にわたり全面的に実施す

る」こととされている。これは、本計画が2021年に策定されたことを踏まえると、当時の新型コロナウイルス感染症の世界的な流行を背景とした目標であると考えられる。第三に、「国内観光を力強く発展させるとともに、インバウンド・アウトバウンド観光を秩序立って推進し、観光業の国際的影響力及び競争力を顕著に向上させ、観光強国建設において重大な進展を遂げる」こととされている。この点については、国内観光を「力強く発展」と位置づける一方で、インバウンド・アウトバウンド観光については「秩序立って推進」と表現していることから、国内観光を重視する姿勢が読み取れる。第四に、「文化と観光の深度融合を一層進展させ、豊かな文化的背景を有する世界水準の観光景区・リゾート地を整備し、文化的特色が鮮明な国家級観光レジャー都市及び街区を創出するとともに、紅色観光³⁰や農村観光などを加速的に発展させる」こととされている。ここで用いられている「文化と観光の深度融合」は、いわゆる「文旅融合」を指す表現であり、本計画においても繰り返し登場する表現である。本稿の第3章で取り上げる各地方政府の取組においても、文化的な観光資源を活用した事例が多く見られ、文化と観光を一体的に推進する点は本計画の特徴と考えられる。第五に、「観光分野におけるイノベーション能力を顕著に向上させ、観光におけるバリアフリー環境の整備及びサービスを更に強化し、智慧旅遊（スマートツーリズム）の特性を明確なものとし、産業チェーンの現代化水準を大きく向上させ、市場主体の活力を著しく高め、観光業が国家の経済・社会発展への貢献、国民の文化的需要の充足、国民の精神的活力の向上、社会文明度の向上促進において、より明確な役割を発揮する」こととされている。これは、イノベーションなどを通じて、観光業の経済・社会発展等における役割を高めようとするものと考えられるが、このうち、デジタル化・ネットワーク化・スマート化を特徴とする「智慧旅遊（スマートツーリズム）」については、第3章において詳述する。

（2）2035年を見据えた目標

2035年を見据えた目標としては、2025年までの目標を深化させる形で、「世界的な観光強国が概ね完成」し、「文化強国の建設に重要な貢献を果たす」ことを通じて「社会主義現代化の基本的実現」に資することを目指すものとされている。具体的な記載は以下のとおりである。2035年を展望すると、観光需要の多様化、供給の高品質化、地域間の協調的発展、成果の共有化といった特徴が一層顕著となる。国家文化公園、世界級観光景区・リゾート地、国家級観光レジャー都市及び街区、紅色観光融合発展示モデル区、重点農村観光村鎮などを代表とする良質な観光供

³⁰ 紅色観光とは、革命（※）の記念地・記念物、ならびにそれらが体現する革命精神を主要な観光資源とする観光である。（文化和旅游部『観光の基本用語（GB/T 16766-2017）』（中国の国家推薦標準））（2018年4月1日公表）

[<https://openstd.samr.gov.cn/bzgk/gb/newGbInfo?hcno=A304714CBEA130BF9C5E72A863F238FA>]（最終検索日：2026年2月25日）

※ここでいう「革命」とは、中国共産党による革命を指す。

給が更に充実する。観光業の総合的機能が全面的に発揮され、全体的な実力及び競争力は大幅に向上し、世界的な観光強国がほぼ完成する。これにより、文化強国の建設に重要な貢献を果たすとともに、社会主義現代化の基本的実現に向けて積極的な役割を果たすことが期待されている。ここにおいても、冒頭で「観光需要の多様化」や「供給の高品質化」といった特徴が顕著になると述べた上で、「良質な観光供給が更に充実する」ことを2035年の展望として示しており、観光業の「高品質な発展」を目指していく姿勢が読み取れる。

4 具体的な取組の方向性

「十四五観光計画」の第3章から第7章では、第1章及び第2章で示された政策理念を踏まえた、具体的な施策が記載されている。主な内容は以下のとおりである。

第3章「革新主導型発展の堅持」では、自主的な革新を強化し、優位性のある資源を結集し、感染症対策業務の必要性と結びつけて、デジタル化、ネットワーク化、インテリジェンス化を特徴とする智慧旅遊（スマートツーリズム）を加速的に推進することが述べられている。あわせて、「インターネット+観光」を深化させ、新技術を活用した観光シーンの応用を拡大するとされている。

第4章「観光空間レイアウトの最適化」では、関連する各種計画に基づき、地域の重大戦略、地域協調発展戦略、「第14次五カ年計画」における重点任務及び主体機能区戦略³¹を着実に実施するとされている。その上で、広域的な資源・要素の統合を進め、都市と農村、地域間の協調的発展を促進し、高品質な発展を支える観光空間レイアウト及び支援体系を構築することが述べられている。

第5章「資源の科学的保護・活用体系の構築」では、文化を中核に据え、生態を優先とする方針を堅持し、文化的内包を観光産業発展の全過程に組み込むとされている。また、『澄んだ水と緑の山こそ金山銀山である』³²という理念を堅持し、観光業の発展を通じて人と自然の調和ある共生を促進するとされている。また、国立文化公

³¹ 人民網によると、「主体機能区戦略とは、国土空間の開発と保全における重要な戦略であり、その目的は、資源・環境の受容能力、既存の開発密度と発展の潜在力に基づき、国土空間を異なる主体機能を担う区域に区分し、発展の方向性、開発・保護の方法を明確にし、各地域における比較優位性及び長所の発揮を促進することにある」とされている。

出典：人民網「二十届四中全会名词卡片：主体功能区战略」（2025年11月17日公表）

[<https://cpc.people.com.cn/n1/2025/1117/c461336-40605249.html>]（最終検索日：2026年2月25日）

³² 人民網によると、2017年の中国共産党第19回全国代表大会報告において、人と自然の調和共存を新時代における中国特特色社会主義の維持と発展の基本戦略の一つとして、「緑の水と緑の山は黄金の山と銀の山である」という概念を確立し実践しなければならない」と掲げられたとされる。上記のほか、環境保護の観点から中国政府の文書において、多く登場する理念である。

出典：人民網「绿水青山就是金山银山理念的理论价值与实践伟力（深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想·学习《习近平生态文明文选》第一卷专家谈）」（2025年9月5日公表）[<http://opinion.people.com.cn/n1/2025/0905/c1003-40557305.html>]（最終検索日：2026年2月25日）

園³³及び国立公園³⁴の建設を着実に推進し、人文資源及び自然資源の保護・活用における中核的拠点的形成することが述べられている。

第6章「観光製品供給体系の充実」では、現代的な観光産業体系の健全化を基盤とし、観光業における供給側の構造改革を加速させることが述べられている。また、質の高い観光製品の供給を拡大し、各種観光市場主体の活力を引き出すとともに、「観光+」及び「+観光」（観光と他産業の融合）を推進し、多産業が融合する新たな発展局面を形成するとされている。

第7章「大衆観光消費体系の拡大」では、新たな発展構造の構築を軸に、内需拡大を戦略的基点として堅持し、需要側の管理を推進するとされている。また、観光消費体験の改善を図り、国内の大循環を円滑化するとともに、国内観光市場の規模・質を強化・高度化するとされている。さらに、観光消費の高度化・拡充を推進し、観光インフラ及び公共サービス体系を整備することで、国民の多層的かつ多様化する観光ニーズに依り的確に答えていくと述べられている。

なお、第8章以降については、3（1）計画の構成概要において既に触れているが、本稿のテーマとは離れることから、本項では割愛する。

第4節 新たな成長分野である文化・観光消費の拡大に向けた措置

第1節から第3節では、中国政府の定めた法律や計画について確認してきた。こうした方針を踏まえ、観光を成長分野として消費の拡大につなげるため、2025年1月に、国務院より省・自治区・直轄市人民政府及び国務院の各部・委員会に対し、「新たな成長分野である文化・観光消費の拡大に向けた措置」が発出されている。同措置では、後に取り上げる氷雪観光や夜間観光なども具体的な取組の一つとして位置づけられていることから、以下において概要を紹介する。まず、本措置においては、「文化・観光を柱産業に育成することを目指す」とした上で、項目1「文化・観光分野における消費促進イベントの系列的な実施」において、「国内観光促進キャンペーンを展開する」と定めるなど、国内観光を消費政策の一環として位置づけている。本措置の構成は、表2-2のとおり、6章構成となっており、各章3項目ずつ、計18項目の措置が定められている。なお、本措置では、氷や雪を観光資源とした取組を意味する「氷雪観光」が具体

³³ 2021年8月公表の新聞弁公室HPによると、国立文化公園は新しい概念であり、2017年の「中華優秀伝統文化継承発展プロジェクト実施に関する意見」で「国立文化公園を計画・建設し、中華文化の重要なシンボルとする」ことが提唱されたという。国立文化公園の明確な定義は示されていないが、2019年7月に中央全面深化改革委員会は「長城・大運河・長征国立文化公園建設計画」を可決したとされ、万里の長城や大運河などの文化遺産を対象としている。

出典：新聞弁公室HP「中国加快国家文化公园建设」（2021年8月25日公表）
[http://www.scio.gov.cn/xwfb/gwyxwbgswxfbh/wqfbh_2284/2021n_2711/2021n08y27rxw/xgbd bj_3815/202208/t20220808_313552.html]（最終検索日：2026年2月25日）

³⁴ 中華人民共和国国立公園法第2条によると、「国立公園」とは、国務院の承認を得て設置され、国家を代表する自然生態系の保護を主目的とし、自然資源の科学的保護と合理的な利用を実現する特定の陸域及び海域を指す。

的施策の一つとして挙げられている（項目1、8）。また、夜間文化・観光経済の発展が明示的に位置づけられて、夜間観光の促進に向けた各種施策が示されている（項目12）。これらの取組については、本稿の第3章で詳述する。

（表2—2）新たな成長分野である文化・観光消費の拡大に向けた措置³⁵

| | |
|----------------------|---------------------------------------|
| 第1章 消費喚起のための優遇策の充実化 | |
| 項目1 | 文化・観光分野における消費促進イベントの系列的な実施 |
| 項目2 | 消費者還元・優遇措置の実施 |
| 項目3 | 公共機関によるサービス供給の拡大 |
| 第2章 異なる年齢層の消費ニーズへの対応 | |
| 項目4 | 親子向けレジャー・娯楽サービスの最適化 |
| 項目5 | 研究旅行（学習型旅行）の革新的発展 |
| 項目6 | 高齢者向けの文化・観光サービスの質の向上 |
| 第3章 高品質な商品の供給拡大 | |
| 項目7 | 文化・エンターテインメント関連製品の充実 |
| 項目8 | 特色ある観光商品・観光ルートの創出 |
| 項目9 | 「国潮（中国的要素を取り入れたトレンド）」系のファッション・文化製品の開発 |
| 第4章 消費シーンの育成 | |
| 項目10 | 既存空間資源の活用・高度化 |
| 項目11 | 新型消費シーンの創出 |
| 項目12 | 夜間文化・観光経済の発展 |
| 第5章 産業政策の革新 | |
| 項目13 | 財政・金融支援の強化 |
| 項目14 | 文化・観光分野における有効投資の拡大 |
| 項目15 | 勤労者層の消費潜在力の喚起 |
| 第6章 消費環境の最適化 | |
| 項目16 | 公共サービス水準の向上 |
| 項目17 | インバウンド観光政策の最適化 |
| 項目18 | 良好な市場秩序の維持 |

第5節 財政上の対応

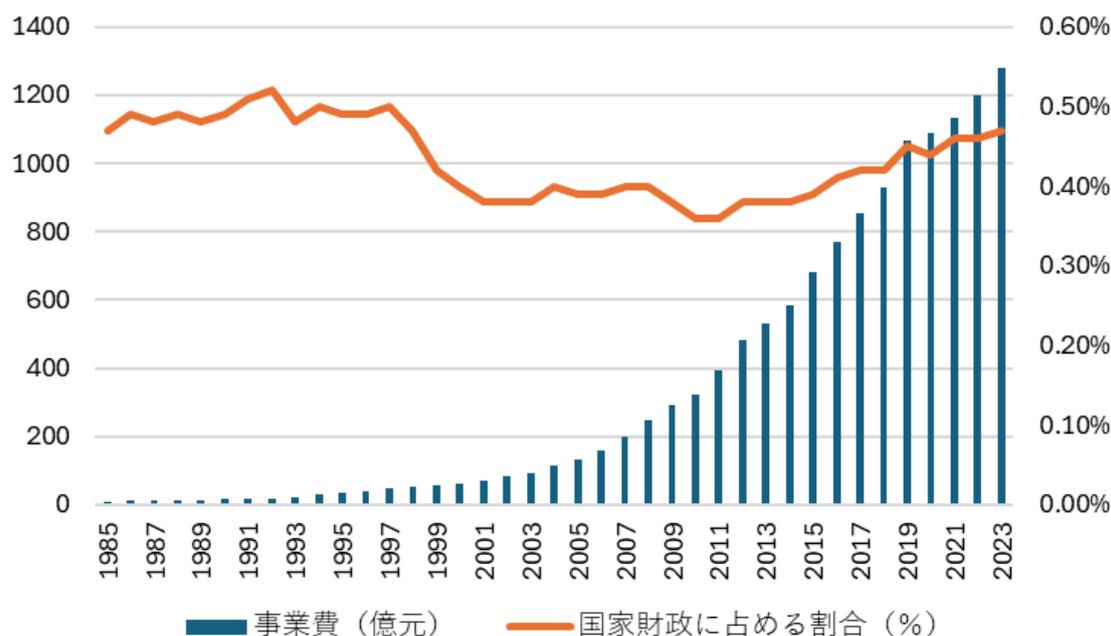
これまで、中国政府の観光政策についてみてきたが、その裏付けとなる予算についてどのような措置がされているかを確認する。

「2024 中国文化観光年鑑」によると、1985年の全国の文化観光事業費³⁶は9.32億元であったのに対し、2023年は1,280.35億元と、その金額は大きく伸びている。国家財政総支出に占める文化観光事業費の割合を見ると、1992年の0.52%から概ね0.35～0.50%の水準で推移し、2023年は0.47%となっている。このことから、国家財政規模の拡大に対して、概ね一定の割合で文化観光事業の予算が措置されてきたことが分かる。

³⁵ 国務院弁公庁「国務院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》的通知（国办发〔2025〕2号）」

[https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202501/content_6998239.htm]（2025年1月9日公表）（最終検索日：2026年2月25日）より筆者作成。

³⁶ 全国文化観光事業費には観光業に関する費用のほか、文化遺産の保護や図書館・博物館・美術館などの公共文化サービス等に関する費用を含む。

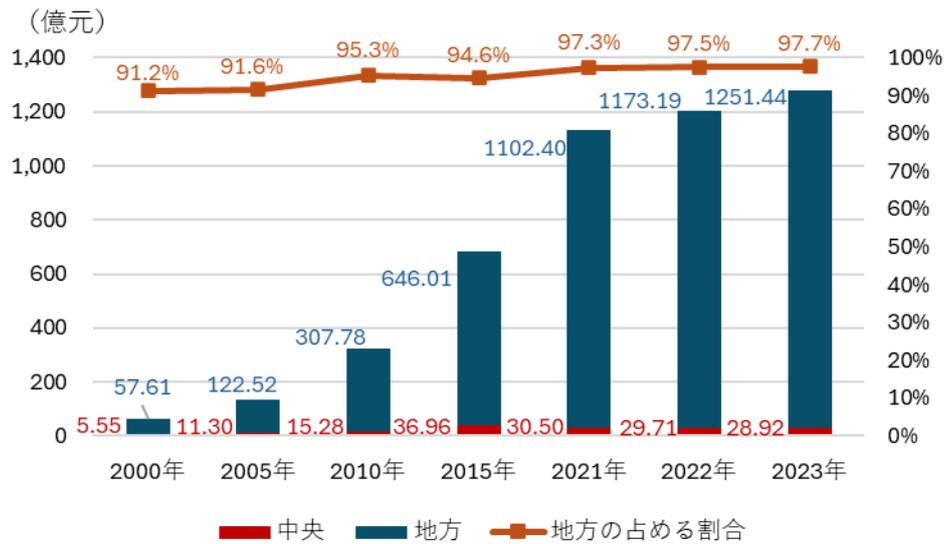


(図 2 - 1) 中国の文化観光事業費と国家財政に占める割合³⁷

次に、上述の文化観光事業費について、中央・地方政府別の動向を確認する。まず、中央についてみると、図 2 - 2 のとおり、2000 年は 5.55 億元だった文化観光事業費が 2023 年には 28.92 億元となっており、この 13 年間で約 5.2 倍となっている。一方、地方については、2000 年の文化観光事業費 57.61 億元に対し、2023 年の文化観光事業費は 1,251.44 億元と約 21.7 倍まで伸びており、中央よりも大きく事業費が増えていることが読み取れる。その上で、文化観光事業費の中央と地方の比率の推移を確認すると、2000 年には 91.2% が地方での支出であったが、2023 年には 97.7% が地方での支出となっている。

以上のように、文化観光事業費の多くは地方から支出されており、文化観光事業における政策の担い手の中心が地方政府であることが財政面からも確認できる。

³⁷ 中華人民共和国文化和旅游部編「2024 中国文化観光年鑑」(中国旅遊出版社、2024 年) 346 頁より筆者作成。



(図 2—2) 中央・地方別文化観光事業費の推移³⁸

次章では、これらの法律、計画及び財政上の対応の下、地方レベルにおいてそれがどのように具体化されているかについて、智慧旅遊（スマートツーリズム）、美食観光、夜間経済（ナイトタイムエコノミー）、冰雪経済の4分野を中心に分析・検討する。

³⁸ 中華人民共和國文化和旅游部編「2024 中国文化和旅游年鑑」（中国旅遊出版社、2024 年）より筆者作成。

第3章 地方での取組

本章では、「十四五観光計画」の第3章から第7章において示されている実施方針のうち、中国の観光政策において重点的に推進されていること、日本の自治体でも既に取組が進んでいる、又は応用可能性が高いこと、日本の取組との比較検討により更なる政策的示唆を得やすいことの3点を踏まえ、以下の4分野について、中国の地方政府における具体的な施策を紹介する。まず、第1節では、智慧旅游（スマートツーリズム）を取り上げ、観光DXの観点から、中国における観光分野のデジタル化、ネットワーク化、スマート化の取組を紹介する。観光DXの推進は、日本の「観光立国推進基本計画」（令和5年3月31日閣議決定）においても、「観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策」³⁹の一つとして明記されており、自治体における観光施策においても重要な分野であると考えられる。

次に、第2節では、美食旅游を取り上げ、食文化を観光資源として活用する取組について紹介する。日本では、令和5年に和食がユネスコ無形文化遺産登録10周年を迎え、各地の多様な食文化やそのストーリーの魅力に触れるガストロノミーツーリズム、ご当地グルメなど、食が重要な観光資源となっている。また、日本の「観光立国推進基本計画」においても、食分野は消費拡大に効果の高いコンテンツとして取り上げられており⁴⁰、地域ブランド形成や観光消費拡大の観点から中国の取組は示唆に富むものであろう。第3節では、夜間経済（ナイトタイムエコノミー）を取り上げ、夜間消費を通じた都市活性化の取組を紹介する。夜間経済は、とりわけ都市部において、観光振興、地域経済活性化、都市ブランド形成と密接に関連している。日本の観光庁が令和5年5月に発表した「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」において、ナイトタイム等におけるコンテンツの充実⁴¹が掲げられており、中国の取組は大いに参考になるものと考えられる。第4節では、冰雪経済を取り上げ、冰雪資源を活用した観光振興の取組を紹介する。日本においても、北海道や東北・北陸地方などの積雪地域で特色ある取組が展開されているが、文化、スポーツ、健康といった分野と密接に連携しながら進められている。日本の各自治体が取組を進める上で、参考になる点も多いだろう。

なお、本章においては、4分野において、①計画における位置づけ、②当該分野における現状、③地方政府における取組を紹介する。

第1節 智慧旅游（スマートツーリズム）

1 計画の位置づけ

まず、第2章第3節で取り上げた「十四五観光計画」と、智慧旅游（スマートツーリズム）の発展のために定めた「智慧旅游・イノベーション発展行動計画」の2つの計画から、中国における智慧旅游の位置づけを確認する。

³⁹ 観光庁『観光立国推進基本計画』（観光庁、2024年3月）17項

⁴⁰ 観光庁『観光立国推進基本計画』（観光庁、2024年3月）36項

⁴¹ 観光庁『新時代のインバウンド拡大アクションプラン』（観光庁、2023年5月）20項

(1) 十四五観光計画

「十四五観光計画」では、第3章「革新主導型発展の堅持」において、「デジタル化、ネットワーク化、スマート化を特徴とする智慧旅游の推進を加速し、“インターネット+観光”を深化させ、新技術応用シーンの拡大を図る」とされており、以下のような具体的な取組が挙げられている。

- ・観光、交通、気象等の情報を効果的に統合し、5G、ビッグデータ等の技術を総合的に応用して、気象警報、道路通行状況、観光客の受入数等のリアルタイム情報を迅速に発信する。
- ・デジタル体験製品を開発し、没入型インタラクティブ体験、仮想展示、スマートガイド等の新たな観光サービスを発展させる。
- ・駐車場、観光ターミナル、観光案内所、ビジターセンター、観光専用道路、観光トイレ、観光地内の誘導標識システム等のデジタル化、スマート化を推進する。

(2) 智慧旅游・イノベーション発展行動計画

「智慧旅游・イノベーション発展行動計画」は、2024年5月に文化和旅游部をはじめとする関連5部門の連名で、各省、自治区、直轄市の文化・観光に係る部門等に対して通知された計画であり、前述の「十四五観光計画」を踏まえ、地域の実情に応じた対策と実効性を重視しながら、智慧旅游の革新的発展を推進することを目的として策定されたものである。本計画では、2027年までを目標期間として、以下の8つの重点任務が定められている（表3-1）。

(表3-1) 智慧旅游・イノベーション発展行動計画 第2章 重点任務⁴²

| 第2章 重要任務 | |
|----------|------------------------|
| (一) | 智慧旅游の基盤インフラ高度化のための行動 |
| (二) | 智慧旅游のサービス効率向上のための行動 |
| (三) | 智慧旅游の管理水準向上のための行動 |
| (四) | 智慧旅游のマーケティング効率向上のための行動 |
| (五) | 智慧旅游の商品・業態育成のための行動 |
| (六) | 観光データ資源の活用高度化のための行動 |
| (七) | 観光のデジタル変革と改善のための行動 |
| (八) | 智慧旅游のイノベーション人材育成のための行動 |

⁴² 文化和旅游部 HP「文化和旅游部办公厅 中央网信办秘书局国家发展改革委办公厅 工业和信息化部办公厅国家数据局综合司关于印发《智慧旅游创新发展行动计划》的通知（办资源发〔2024〕82号）」（2024年5月13日公表）

[https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/zykf/202405/t20240513_952825.html]（最終検索日：2026年2月25日）より筆者作成。

本計画の特徴の一つとして、「十四五観光計画」には見られなかった生成 AI に関する具体的な記述⁴³が盛り込まれている点が挙げられる。具体的には、重点任務 4「智慧旅游のマーケティング効率向上のための行動」において「生成型人工知能 (AIGC) やその他の人間とコンピューターの協働手法を活用し、マーケティングコンテンツの作成、マーケティング資料に関する知的財産権保護の強化、イデオロギー分野におけるセキュリティリスクの防止を行う」との記載がある。

2 当該分野における現状

文化和旅游部及び中国旅游研究院が 2024 年 11 月に公表した「全国智慧旅游発展報告 2024」によると、まず、観光業のデジタル化・スマート化が求められる背景として、旅行者は、旅行のアイデアを探したり、商品を比較したり、体験を共有したり、予約手続きを完了したりするために、インターネットリソース、特に SNS やライブ動画プラットフォームを活用する傾向が高まっており、旅行者の 75% がオンラインプラットフォームを通じて旅行情報を取得しているとのことである。

また、上述の「智慧旅游・イノベーション発展行動計画」において、観光マーケティング分野での活用が掲げられていた生成 AI についても同報告書で触れられており、生成 AI が観光コンテンツの創出、観光行動、観光データの分析、パーソナライズされたマーケティングコンテンツの生成において大きな影響を与え、その重要性はますます高まっているとしている。例えば、中国の大手オンライン旅行代理店の一つである携程集団（シートリップグループ）が 2023 年 7 月にリリースした「携程問道」では、膨大な観光知識データベース等によって、旅行者に対する的確なレコメンドを行う可能性が高くなっていることが紹介されている。

さらに、観光体験においては、優れた伝統文化などを伝える手段として VR やデジタル展示の導入が進められたことで、仮想キャラクターと会話をしたり、アート作品を共同制作したり、歴史上の人物と対面で会ったりと、観光客は没入感あふれる体験をすることができるとしており、実際に、博物館やテーマパークなどを中心に、こうした取組が広がりを見せていると紹介している⁴⁴。こうした取組の具体的な事例として、北京市や甘肅省酒泉市敦煌市の取組を後述する。

3 地方政府による取組

次に、地方政府による取組として、デジタル技術を活用し、観光体験の質の向上に取り組んでいる代表的な都市である北京市と、地方都市において智慧旅游の浸透が

⁴³ 生成 AI は、オープン AI の ChatGPT が 2022 年に公開され、中国発の生成 AI であるディープシークの「ディープシーク-R1」が 2025 年に公開されている。これらの動向を踏まえると、2021 年の「十四五観光計画」策定時点では、生成 AI について具体的に言及する必要性がなかったと考えられる（各生成 AI の公開時期は、総務省「令和 7 年版 情報通信白書」p. 11, p. 103 を参照。）。

⁴⁴ 中国旅游研究院 HP「《全国智慧旅游发展报告 2024》近日在京发布」（2024 年 11 月 23 日公表）[<https://www.ctaweb.org.cn/gongzuodongtai/9905.html>]（最終検索日：2026 年 2 月 25 日）

みられる甘肅省酒泉市敦煌市⁴⁵の取組を取り上げる。

(1) 北京市

北京市は、国家モデル事業や実証プロジェクトが集積している省級の直轄市であり、科学技術政策と文化・観光政策が一体的に展開されている都市である。2025年2月、北京市で開催された北京市文化和旅遊工作会議では、「第14次五カ年計画」の締めくくりにあたり、北京市は、国際的に一流の観光都市、グローバルな観光地の建設目標に向かって、多様な産業の融合や科学技術の活用、イノベーションの創出等を不断に強化していくことを明らかにした。智慧旅遊の分野では、2024年までに、7件のプロジェクトが「第1回全国スマートツーリズム没入型体験新空間育成試験事業」に選定されたほか、8件のプロジェクトが国家レベルの文化・観光分野における科学技術イノベーションの実証事例や研究開発プロジェクトに採択されている。また、2025年の重点業務として、首都の文化・観光の高品質な発展を推進する方針が示され、「第15次五カ年計画」期間（2026-2030年）において、北京市における文化・観光発展計画を科学的に策定することとされた。このほか、智慧旅遊の分野では、科学技術イノベーションの強化、スマート観光プラットフォームの最適化、データの集約・活用などが重点業務として挙げられている。なお、本会議に先立ち北京市は、2025年1月に「北京市科学技術賦能文化分野創新發展行動計画（2025～2027年）」⁴⁶を公表し、本会議においてもこの計画の実施を推進することとしている。本計画では、8つの重点任務が定められており、そのうち重点任務3において観光分野に関する取組が記載されている。例えば、3Dオンラインツアーなどの取組により、オンラインとオフラインの文化体験の深い融合と拡大を実現することとしている。また、仮想現実（VR）・拡張現実（AR）技術を基盤とし、Web3.0や光影技術などを融合させ、バーチャルデジタルコンサート、没入型シネマ、ドームシアター、デジタルミュージカル劇場などの没入型文化観光娯楽サービスインフラ整備を積極的に推進することとしている⁴⁷。このように、北京市においては、観光体験の質を高める手段としてデジタル技術が積極的に取り入れられており、観光スポットにおいても、来訪者がデジタル技術を通じて没入型の観光体験

⁴⁵ 中国の行政区は、基本的に、省級・地級・県級・郷級の4つの階層（級）に区分されている。「市」という行政区分は省級（北京市などの直轄市）、地級、県級の各階層にそれぞれ存在している。本稿で取り上げた事例においては、酒泉市が地級市、敦煌市が県級市に相当する。

⁴⁶ 北京市人民政府 HP「北京市科学技术委员会、中关村科技园区管理委员会等部门关于印发《北京市科技赋能文化领域创新发展行动计划（2025-2027年）》的通知（京科信发〔2025〕8号）」（2025年1月24日公表）
[https://www.beijing.gov.cn/zhengce/zhengcefagui/202504/t20250410_4061571.html]（最終検索日：2026年2月25日）

⁴⁷ 北京市文化和旅游局 HP「北京市文化和旅游局工作会：聚焦高质量发展，共绘文旅融合新篇章」（2025年2月18日公表）
[https://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/xwzx/gzdt/202502/t20250218_4013484.html]（最終検索日：2026年2月25日）

を推進する方針が示されている。こうした方針と取組は、北京市内の主要観光施設においても実装されている。北京市の代表的な観光地であり、世界遺産「北京と瀋陽の明・清王朝皇宮群」の構成資産でもある故宮博物院では、WeChat ミニプログラムを通じた観光予約プラットフォームにより事前予約制が導入されており、各日の残り入場枠が少なくなるとチケット残数が可視化されている。また、AI を活用して混雑状況を予測し、スマートフォン上で最適な観光ルートを提案するサービスも提供されている。さらに、展示物にスマートフォンをかざすことで、当時の歴史的背景や再現された建築イメージを表示する機能や、カメラ映像上に次の目的地までの進行方向を示す AR 技術の活用も進んでいる⁴⁸。このように、最新のデジタル技術を応用することで、観光客の利便性向上と観光体験の質の向上が図られている。



(図 3-1) 故宮博物院 WeChat ミニプログラム⁴⁹

(2) 甘肅省

甘肅省は、古代シルクロードの要衝として栄え、「莫高窟」など世界的な文化遺産を有する歴史都市・敦煌市が位置する地域である。豊富な文化資源を有する同省では、デジタル技術の活用を通じて、文化・観光産業の高度化を積極的に進めてきている。まず、文化遺産の保護と継承にデジタル技術を活用した代表例として「デジタル敦煌」プロジェクトが挙げられる。このプロジェクトは、先進的なデジタル

⁴⁸ 故宮博物院 HP 「“数字故宫”小程序 2.0 正式发布：更智能、更友好、更简单、更开放」より引用。(2021 年 12 月 21 日公表) [https://www.dpm.org.cn/classify_detail/257034.html] (最終検索日：2026 年 2 月 25 日)

⁴⁹ 故宮博物院 WeChat ミニプログラム [https://ticket.dpm.org.cn/] (最終検索日：2026 年 1 月 26 日)

スキャン、モデリング、VR 技術を活用し、莫高窟の洞窟、壁画、彫刻をデジタル保存することで、文化遺産を恒久的に保存することを可能にしている。また、保護だけでなくデジタル展示も進めており、2024 年にリリースされた WeChat ミニプログラム「尋境敦煌」では、莫高窟の第 285 洞窟⁵⁰の文化的内容が詳しく紹介され、壁画の物語を深く知ることができるコンテンツが配信されている。これは、若年層を中心とする多様化・高度化する文化体験ニーズに対応した観光サービスモデルであり、デジタルと観光の融合という新たな観光体験を観光客に提示したものである。このほか、敦煌莫高窟にとどまらず、甘肅省博物館が開設した没入型デジタル体験館では、VR 技術を通じて来館者が古代人と対話ができ、甘肅の重厚な歴史を体感できるようになっている。また、「一部手机游甘肅（1 台のスマートフォンで甘肅を旅する）」プラットフォームでは、観光スポットの音声ガイド、観光ルート設計、時間指定予約、特産品の購入、デジタル展示など、観光客に対して旅行前・旅行中・旅行後の全行程にわたる様々なサービスを提供している⁵¹。このように、デジタル技術を活用して文化・観光産業の高度化が図られているが、こうしたデジタル化の取組は観光インフラの末端にまで至っている。例えば、人民網の 2025 年の記事によると、敦煌市中心部の人気スポット「敦煌夜市」に設置された公衆トイレ「敦煌浄界」が SNS を中心に注目を集めている。同施設は、観光客が内部に足を踏み入ると、洞窟の中にいるかのような没入型空間が広がり、来訪者の好奇心を刺激する演出が施されている。トイレの設備面も最新式であり、授乳室、おむつ交換台、高齢者や身体障がい者向けのバリアフリーエリアに加え、休憩スペースも完備され、観光地として求められる機能が一通り備えられている⁵²。さらに、トイレ付近に設置された電子パネルで、各個室の使用状況や利用時間、1 日の利用者数、混雑状況などをリアルタイムで確認することが可能となっており、待ち時間の削減や旅の効率化に寄与している。「敦煌浄界」が特に評価されている点は、単なるデジタル化にとどまらず、地域の文化的特色を巧みに取り入れ、観光客に「敦煌らしさ」を体験させている点にある。これは、北京市にみられる先進技術主導型のスマート観光とは異なり、地方都市においても、地域文化と生活インフラを結びつける形で智慧旅游（スマートツーリズム）が広がっていることを示していると言える。

⁵⁰ 国家文物局によると、第 285 洞窟は、莫高窟で明確な建造年代を持つ最も古い現存する石窟であり、敦煌初期の洞窟の中で最も豊かで保存状態の良い石窟である。

（国家文物局 HP「敦煌莫高窟第 285 窟首次对外虚拟开放 上新“寻境敦煌”VR 沉浸展」（2023 年 9 月 20 日公表） [http://www.ncha.gov.cn/art/2023/9/20/art_722_184155.html]（2026 年 2 月 25 日最終閲覧））

⁵¹ シルクロード（敦煌）国際文化博覧会 HP「数字赋能 向“新”而行—敦煌文博会推动甘肃文旅产业数字化发展综述」（2024 年 9 月 12 日公表） [<https://www.gswbj.gov.cn/a/2024/09/12/22061.html>]（最終検索日：2026 年 2 月 25 日）より引用。

⁵² 人民網日本語版「石窟に迷い込んだかと思った！甘肅省敦煌市の公衆トイレが話題に」より引用。（2025 年 10 月 10 日公表） [<https://j.people.com.cn/n3/2025/1010/c94475-20375261.html>]（最終検索日：2026 年 2 月 25 日）



(図3-2) 莫高窟
(甘肅省敦煌市酒泉市)⁵³



(図3-3) 公衆トイレ「敦煌浄界」に
設置されている電子パネル⁵⁴

第2節 美食旅游

1 計画の位置づけ

「十四五観光計画」では、第6章「観光製品供給体系の充実」において、「都市の歴史文化街区や公共文化施設、特色ある商業エリアや飲食・美食資源などを十分に活用し、文化財及び無形文化遺産の保護・活用を強化し、地域文化の特色を際立たせる。」とされている。このことから、美食は、歴史文化街区や特色ある商業エリアなどの文化資源と並ぶ観光の重要な要素として位置づけられ、重点的に推し進められている領域であると理解できる。

2 当該分野における現状

中国旅游研究院は2024年9月に、グルメと観光の深い融合を図り、中国における美食旅游の高品質な発展を促進するため、湖南省において「2024 美食旅游発展大会」を開催し、同大会において「2024 中国美食旅游発展報告」を発表した。

この報告では、観光客の93.1%が、現地の料理を体験することが旅行先を選ぶ際の主要な要素であると考えており、大衆観光の継続的な発展に伴い、観光体験における食の地位は大きく変化したとしている。

また、観光客の約6割が、旅行先の食文化についてもっと理解したいと考えており、観光客は単に食を味わうだけでは満足せず、食を通じて、その土地ならではのライフスタイルや文化的な魅力を感じたいと願っているとしている⁵⁵。

⁵³ 2025年10月12日、(莫高窟)にてクレア北京事務所撮影。

⁵⁴ 2025年10月11日、(敦煌浄界)にてクレア北京事務所撮影。

⁵⁵ 中国旅游研究院 HP「我院美食旅游课题组发布《2024 中国美食旅游发展报告》」(2024年9月25日公表) [https://www.ctaweb.org.cn/xsjl/9875.html] (最終閲覧日 2026年2月25日)

このように、美食は単なる消費の対象ではなく、文化体験として認識されており、観光の重要な構成要素の一つとなっている。美食を文化体験として位置づけ、誘客促進につなげている事例として、3（2）では河南省開封市の取組を取り上げる。

他方で報告においては、文化要素を組み込んだ美食旅游は、消費者ニーズの多様化や消費行動の変化、市場の同質化や競争の激化、最新技術や消費者ニーズへの対応の難しさ、生活様式の変化等による食文化の継承と保護の困難さといった様々な課題にも直面しているとしている。

これらの課題に対し、地域の実情に即した美食文化資源の掘り起こし、美食トレンドの把握、美食観光ブランドの構築、科学技術を活用した没入型美食体験の創出、対外発信の強化、人材育成及び文化継承の重視といった様々な対応策が示されているが、美食旅游ブランドの構築や対外発信の強化の事例として、3（1）では湖南省の取組を取り上げる。

3 地方政府による取組

前述のとおり、地方政府による取組として、食文化を観光資源としてブランド化し、消費喚起と観光誘客を結びつけている美食旅游モデルの代表的地域である湖南省と、歴史文化という時代性を有する文化資源と郷土料理を結びつけた観光コースを設定している河南省開封市の取組を取り上げる。

(1) 湖南省

中国南部の内陸に位置し、気候は温和で肥沃な土壌に恵まれ、産物が豊富な湖南省⁵⁶は、中国各地の代表的な地方料理として広く知られている中国八大料理⁵⁷の一つである「湘菜」を中心に、食文化を観光資源としてブランド化し、消費喚起と観光誘客を結びつけている代表的地域である。とりわけ、若年層や女性に人気のあるメディアやエンターテインメント、SNS を活用した多層的な発信により、「美食」を観光客の消費行動と結びつけている点に政策的特徴がある。中国文化和旅游部による2023年の発表によると、近年、湖南省は観光産業チェーンの構築に力をいれており、美食で観光を牽引し、美食で消費を促進することで、美食文化ブランドの確立を積極的に推し進めている。具体的には、美食旅游ルートの商品化やメディアマトリックスによるプロモーション展開のほか、湖南省の公式観光グルメマップ「湖南美食旅游地図」の作成等が行われており、湖南省の優れた美食観光資源を

⁵⁶ 湖南省人民政府 HP「概況>歴史」（2024年6月24日公表）

[https://jp.enghunan.gov.cn/hnjapanese/hunan2023/HNContro/202406/t20240624_282085.html]（最終検索日：2026年2月25日）

⁵⁷ 山東料理（魯菜）、四川料理（川菜）、広東料理（粵菜）、福建料理（閩菜）、江蘇料理（蘇菜）、浙江料理（浙菜）、湖南料理（湘菜）、安徽料理（徽菜）の八つを指す。

出典：北京旅游网「中国八大料理のご案内」（2012年8月7日公表）

[<https://japan.visitbeijing.com.cn/article/47JvoQRARqI>]（最終検索日：2026年2月25日）

宣伝、紹介することで、観光振興と消費拡大の双方の実現を図ろうとしてきた⁵⁸。特に、メディアマトリックスのプロモーションにおいては、湖南広電グループ傘下の湖南衛星テレビで、湖南省の食と文化をテーマとした観光探訪番組「去“湘”当有味的地方（湖南に行って“湘”の味を楽しむ場所）」が制作・放映されている⁵⁹。この番組は、湖南省を拠点に活動する司会者と、若年層に人気のある芸能人が省内各地の名店を訪れ、店主から看板料理にまつわるエピソードなどを聞きながら「湘菜」を味わう構成となっており、バラエティ要素を加えながら、湖南省の食文化を紹介する内容となっており、これまでに3シーズンが制作されている。また、本番組は、同じく湖南広電グループの傘下で、中国において若年層や女性を中心に高い人気を博している動画配信プラットフォーム「芒果TV（マンゴーTV）⁶⁰」を通じて広く配信が行われており、テレビだけでなく様々な媒体を用いて、年齢、性別の異なる層に情報を届けようとしていることが分かる。また、多くの観光客が旅の情報を手に入れる SNS での情報の拡散も注目すべき点である。前述の文化和旅遊部の発表では、美食が長沙の集客のカギになっていると言われている。観光客にとって、清の時代から続く道教の寺院と飲食施設の複合施設である「火宮殿」で湘菜の定番料理の臭豆腐などを味わい、1980～90年代の長沙の街並みを再現したレトロテーマパーク型飲食複合施設「文和友」を訪問し、長沙発のテイクアウトティーのブランドである「茶顔悦色」⁶¹でミルクティーを飲むことは、長沙を旅する際の必須のこととなり、観光客がネットで人気の飲食店を訪れて、SNS にシェアすることで、SNS 上で更に話題を集めるという好循環が生まれているとされている⁶²。このように、湖南省では食文化を観光資源として位置づけ、ブランド化と情報発信を

⁵⁸ 文化和旅遊部 HP「湖南推动“美食+旅游”融合发展 助力世界旅游目的地建设」（2023年9月12日公表）

[https://www.mct.gov.cn/preview/whzx/qgwhxxlb/hn_7731/202309/t20230912_947175.htm]
（最終検索日：2026年2月25日）

⁵⁹ 湖南省文化 and 旅遊庁「味道湖南·去湘当有味的地方”湖南旅游美食推广活动启动」（2023年7月27日公表）

[https://whhlyt.hunan.gov.cn/whhlyt/news/wlyw/202307/t20230727_29412420.html]（最終検索日：2026年2月25日）

⁶⁰ 芒果TV（マンゴーTV）の2024年末時点で有効有料会員数は7,331万人、海外版アプリ累計ダウンロード数は2億6100万回に達したとされている。また、本番組の最新シーズン（第3シーズン）第12話は、2026年1月時点で総再生数が約300万回を超えている。

出典：新浪财经「付费用户逆势扩容 芒果TV2024年年末有效会员数达7300万」（2025年4月27日公表）[<https://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-04-27/doc-ineurezs6058449.shtml>]（最終検索日：2026年2月25日）

芒果TV「去“湘”当有味的地方第三季 第8期：牛王争霸赛开始！好牛肉做出好美味」

[<https://www.mgtv.com/b/786786/23581119.html>]（最終検索日：2026年2月25日）

⁶¹ 茶顔悦色 2013年に湖南省長沙市で創業し、2024年6月時点で湖南省内のほか、武漢、重慶、南京、無錫など18都市に直営店舗600店以上を展開している。

出典：茶顔悦色 HP[<https://www.cysteaa.com/home>]（最終検索日：2026年2月25日）

⁶² 文化和旅遊部 HP「湖南推动“美食+旅游”融合发展 助力世界旅游目的地建设」（2023年9月12日公表）

[https://www.mct.gov.cn/preview/whzx/qgwhxxlb/hn_7731/202309/t20230912_947175.htm]
（最終検索日：2026年2月25日）より引用。

行うことで、消費喚起と観光誘客を結びつけている。

(2) 河南省開封市

河南省開封市は、宋代の都として栄えた歴史を背景に、宋代文化という時代性を有する文化資源と郷土料理を結びつけ、市政府主導で宋代文化を活用した美食観光コースを設定している。また、単なる観光にとどまらず体験型観光として歴史文化や食文化を紹介している点に特徴がある。河南省文化観光局は、2023年9月に2つの特色ある美食旅行コースを発表している。いずれのコースも、宋代の歴史文化の体験と、市井に根付く郷土料理の食事が組み合わせられているものである。

(表3-2) 河南省開封市の美食観光コース⁶³

| 「繁栄の頂点で汴梁 ⁶⁴ の味を訪ねる」コース | |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1日目 | 無形文化遺産市を訪問 ・昼食：寺門 ・夕食：開封又一新 ⁶⁵ |
| 2日目 | 清明上河園 ⁶⁶ ～漢服で御河遊覧～龍亭湖畔／七盛角 ⁶⁷ で夕日～書店街＋夜市で食べ歩き ・昼食：第一楼 灌湯小籠包 ⁶⁸ ・夕食：夜市グルメ |
| 3日目 | 胡同 ⁶⁹ で朝酒＋街角食堂の朝食～大相国寺（梵楽鑑賞） ⁷⁰ ～点茶体験 ⁷¹ ・昼食：大相国寺 精進料理 |

⁶³ 河南省文化和旅游庁 HP「開封推出两条美食旅游线路」（2023年9月17日公表）
[<https://hct.henan.gov.cn/2023/09-17/2817084.html>]（最終検索日：2026年2月25日）

⁶⁴ 「汴梁」は開封市の旧称。

⁶⁵ 開封市の老舗「又一新飯店」を指していると考えられる。

⁶⁶ 清明上河園は、宋代の著名画家張澤端による作品「清明商河地図」を基にして開封の都を1:1の比率で復元・再現したものである。2024年に5A景区に認定されている。

⁶⁷ 龍亭は宋代に宮殿が築かれた場所であり、龍亭公園は4A景区に指定されている。七盛角は龍亭公園の南西に位置し、独特の文化テーマと地域性を特徴とする観光・レジャー街区に指定されている。

⁶⁸ 第一楼は、創業の開封の老舗飲食店。北宋時代に起源をもつとされる灌湯小籠包（スープ入り小籠包）で知られる。

⁶⁹ 中国の伝統的な住宅街における細い路地

⁷⁰ 大相国寺は、555年に開封に創建された仏教寺。北宋時代には都最大の寺院となった。

2002年に4A景区に認定された。梵楽は国家級無形文化遺産に登録された仏教音楽である。

⁷¹ 点茶は宋代の茶の淹れ方を意味していると考えられる。国家民族委員会 HP では当時の茶の淹れ方を紹介している。

出典：国家民族委員会 HP「【道中华】宋朝点茶中的审美」（2023年2月23日公表）

[<https://www.neac.gov.cn/seac/c103391/202302/1161284.shtml>]（最終検索日：2026年2月25日）

| 「炭水化物の楽園 百味汴梁」コース | |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1日目 | 開封博物館～州橋・汴河考古遺跡 ⁷² ～書店街＋夜市 ・昼食：州橋日夜餐厅 ・夕食：開封夜市 |
| 2日目 | 龍亭公園～大宋武侠城 ⁷³ ～晋陽豫菓子作り体験 ⁷⁴ ・昼食：第一楼 灌湯小籠包 ・夜食：小宋城 |
| 3日目 | 胡辣湯 ⁷⁵ ～包公祠 ⁷⁶ ～延慶観（寺）～清明上河園～『大宋・東京夢華』 （宋代文化を題材とした演出） ・昼食：王饅頭 ・夕食：清明上河園・東京食坊 |

1つ目の「繁栄の上に汴梁を味わう」コースでは、北宋時代に起源をもつとされる灌湯小籠包（スープ入り小籠包）や胡同での朝酒、夜市など地域の食文化を体験できる構成となっている。また、無形文化遺産市や宋代の都を再現した清明上河園、漢服（漢民族の伝統的な衣装）体験など開封の文化を体験できる機会も設定されている。2つ目の「炭水化物の楽園 百味汴梁」コースでは、小麦の生産量が中国国内1位である河南省⁷⁷の特徴を生かし、マントウ（蒸し饅頭）や小籠包、胡辣湯など小麦を利用した郷土料理を食す機会が設けられている。また、文化体験においても無形文化遺産のお菓子作りなど体験型の文化観光ができる構成となっている。以上のように、湖南省が美食のブランド形成としてマスメディア活用を重視しているのに対し、河南省開封市では、歴史文化を活用した観光コースの設定を通じて、体験型観光としての美食観光を推進していることが分かる。

第3節 夜間経済（ナイトタイムエコノミー）

1 計画の位置づけ

「十四五観光計画」では、第3章「革新主導型発展の堅持」の「(二) 新技術応用及び技術革新の加速」において、観光設備技術の向上を促進することで、特に夜間観光設備や娯楽施設設備等の高付加価値製造を重点的に推進するとしている。また、第6章「観光製品供給体系の充実」の「(一) 質の高い製品供給の充実」において、

⁷² 州橋・汴河考古遺跡は、北宋時代の都と大運河が交差する地点にあり、大運河文化と黄河文化の研究を推進するため考古発掘調査が進められている遺跡である。

⁷³ 宋代の武術文化をテーマとした観光地。武術劇などが上演されている。

⁷⁴ 晋陽豫が製造するお菓子は無形文化遺産に登録されている。

⁷⁵ 小麦粉を原料の一つとする河南省の伝統的なスープ。

⁷⁶ 北宋時代の官吏・包拯を記念して復元再建された祠。

⁷⁷ 2024年の河南省の小麦生産量は3,785.3万トンであり、国内2位である山東省の小麦生産量2,716.2万トンよりも1,000万トン以上多く生産している。

出典：国家統計局『中国統計年鑑2025』（中国統計出版社、2025年）

特色ある文化創造製品や観光製品を発展させ、夜間の文化観光製品を充実させることで、全体的な文化的景観と濃厚なリゾートの雰囲気 연출し、世界水準の観光リゾートを育成するとしている。さらに、第七章「大衆観光消費体系の拡大」の「(二) 観光消費分野の拡大」において、夜間消費を積極的に拡大させ、文化・観光施設が安全を確保した上で開館時間を延長することを奨励するとしており、夜間経済も観光業の発展において重要な手段の一つとして位置づけられていることが見てとれる。

加えて、第2章で触れた「新たな成長分野である文化・観光消費の拡大に向けた措置」では、第4章「消費シーンの育成」の「(十二) 夜間文化・観光経済の発展」において、夜間文化・観光消費集積区において文化観光業を充実させることで、民俗芸能公演、灯籠祭り・縁日、光と映像のショー等のイベントを開催し、地域の実情に応じた水上ナイトクルーズ等の文化観光商品の育成を支援するとしている。また、夜間照明や夜景ライトアップの改修や高度化を支援し、駐車場や公共交通機関などのインフラ施設を最適化するとともに、地域の実情に応じて人気観光地や文化博物館の開館時間を延長するなど、多様な方法を通じて夜間観光の環境整備を行うとしている。

2 当該分野における現状

中国旅遊研究院が2024年11月に発表した「2024 中国夜間経済発展報告」によると、中国の夜間経済の市場規模は拡大を続けており、夜間観光を中心とする夜間の旅行における総支出額は、2024年には1兆9,100億元（約42兆円）と、前年に比べ21.7%増加するとの見通しが示されている。また、夜間観光需要の変化に対して、供給側は積極的に対応し、需要と供給の構造最適化を推し進めているとしており、具体的な取組として以下の5項目を挙げている。

- ①観光地、文化・博物館施設、公共交通機関の開館・運行時間の延長
- ②夜間観光商品の供給拡大と奨励・補助制度の整備
- ③消費誘導や経済刺激策としての夜間消費券の発行
- ④夜市、屋外飲食、店舗装飾の規制と包括的かつ慎重な監督管理
- ⑤都市における夜間の安全・衛生管理の強化⁷⁸

さらに、同研究院が2025年12月に発表した「2025 中国夜間経済発展報告」では、具体的な支出額の記述はないものの、2025年1月から10月までの期間において、全国の一日における消費金額のうち夜間に占める割合が31.0%であるのに対して、観光客に絞って同じ割合を算出すると32.9%であることから、夜間観光は夜間消費を押し上げる上で依然として重要な要素であるとしている⁷⁹。

⁷⁸ 文化和旅游部 HP 「《2024 中国夜间经济发展报告》：今年国内夜间旅游总花费预测将达 1.91 万亿」（2024 年 12 月 2 日公表）

[https://www.mct.gov.cn/whzx/zsdw/zglyyyjy/202412/t20241202_956616.html]（最終検索日：2026 年 2 月 25 日）

⁷⁹ 中国旅遊研究院 HP 「《2025 中国夜间经济发展报告》在京发布」（2026 年 1 月 9 日公表）

3 地方政府による取組

次に、地方政府による取組として、イベント等の開催により夜間消費を市民の日常生活文化として定着させている広東省深圳市福田区と、夜間消費を都市政策として体系的に位置づけ、都市ブランド形成を実施した代表的事例である重慶市の取組を取り上げる。

(1) 広東省深圳市福田区

深圳市福田区は、夜間消費を観光向け施策にとどめず、市民の日常生活文化として定着させることで、都市ブランド構築と消費拡大を両立させている点が特徴的である。深圳市福田区は、2024年11月に同市で開催された2024年中国夜間経済研究成果発表イベントにおいて、中国旅遊研究院が発表した「2024 夜間経済優選城区（優良モデル地区）」の15地区の1つに選定された。2023年の福田区の消費財小売総額は2,400億元（約5.28兆円）と19年連続で深圳市トップとなっており、夜間経済はその60%以上を占めるとされている。中でも、区中心部の夜間のライトショーは、同区の夜間観光地を訪れる観光客や市民にとって必見のスポットとなっている⁸⁰。また、同区では、全国に先駆けて「公共文化進商圈」（公共文化を商業エリアへ）を推進し、伝統的な文化施設ではなく、人通りが多い商業エリアで文化的なイベントを積極的に展開しており、「福田夜八点（福田夜8時）」といった公共文化イベントのブランドを創出している。2024年の「福田夜八点」関連イベントは、中国共産党福田区委員会宣伝部と福田区文化広電旅游体育局が共同で主催し、「樂融深港 音 FUN 福田（音楽で深圳と香港が融和し、福田で音楽を楽しむ）」を年間テーマとして実施されており、「夜8時に福田の商業エリアで公演を鑑賞する」という都市生活の新たなスタイルを創出している。同年7月の音楽イベントでは、不完全な統計であるとしつつ、会場となったショッピングモールの総来場者数が9.6万人、売上高が730万元（約1.6億円）に達し、通常の週末に比べて10%増加したとのことで、周辺商業エリアの人出と消費の増加に効果があったとされている⁸¹。また、2024年10月の国慶節期間中にはドローンショーが開催され、60万人を超える観光客や市民を集客し、周辺商業エリアの来客数も95万人に達し

[<https://www.ctaweb.org.cn/gongzuodongtai/10381.html>]（最終検索日：2026年2月25日）報告概要のPDFのURLは[<https://necstatic-file.clewm.net/rsrc/2026/0109/10/b49045699517e7988b09b73ba39919b1.pdf>]

⁸⁰ 広州日報 HP「福田入选“2024 夜间经济优选城区”」

[https://epaper.gzdaily.cn/news/html/2024/11/29/content_419_874029.htm]（最終検索日：2026年2月25日）

⁸¹ 深圳特区報「2024 福田夜八点系列文化活动闪亮启幕」（2024年7月2日公表）

[<https://www.dutenews.com/n/article/8268898>]（最終検索日：2026年2月25日）より引用。

て、前年比 28%増となったとのことである⁸²。このように、深圳市福田区の取組は、夜間経済を都市ブランド構築と結びつけ、市民の日常生活文化の中に夜間消費を組み込んだ先進的な事例と言えるだろう。

(2) 重慶市

重慶市は、省に相当する行政権限と財政規模を有する直轄市で、夜間経済を市の政策に体系的に位置づけ、「不夜重慶（眠らない重慶）」という都市ブランド形成を実施した代表的事例であると考えられる。中国内陸部に位置する重慶市は、夏季に気温が非常に高くなることから、武漢市、南京市と並び「中国三大かまど」と呼ばれる都市であり、8月の平均最高気温が37度にもなる。日中は高温で、屋外での活動が難しいこともあり、比較的暑さが和らぐ夜間の消費行動が活発である。同市では、2014年に全国に先駆け、「重慶市人民政府の夜市経済発展意見書」を発出し、夜市の発展を全面的に規範化するとともに、各方面の力を結集して夜市街区の計画・構築を推進することで、夜間経済の全面的発展の強固な基盤を築いている⁸³。また、2020年には、市商務委員会が中心となって「夜間経済の発展加速と消費成長促進に関する意見」⁸⁴を発出し、市の複数部門の優れた資源を十分に活用し、夜間経済の質的発展を統合的に推進する体制を構築するとともに、2023年の「夜間経済クラスターの質と発展促進に注力する通知」では、広報プロモーションや管理監督などの業務の仕組みを整備し、夜間経済の持続可能で高品質な発展の実現に取り組んでいる。このように市全体で夜間経済の発展に注力してきた中で、夜間の文化・観光消費者の人数や消費規模が大きいくこと、夜間の社会治安、衛生、交通、移動通信が良好であることなどが評価され、2021年には、国家級夜間文化・観光消費集積区の第一弾の一つとして選定されている。重慶市の発表資料⁸⁵から具体的な事例を見てみると、夜間経済の持続的な発展に向けて、3つのポイントで様々な取組が行われていることが分かる。1つ目は、山と川に囲まれた歴史深い都市という特色の活用である。重慶は、山城（山の都市）、江城（川の都市）、歴史文化名城（3,000年の歴史を持つ古い都市）と呼ばれており、こうした地域的な特徴を存分に生かしながら、夜の火鍋グルメ、夜の温泉保養、夜景やサーカス、曲芸等の鑑賞といった

⁸² 広州日報 HP「福田入选“2024 夜间经济优选城区”」

[https://epaper.gzdaily.cn/news/html/2024/11/29/content_419_874029.htm]（最終検索日：2026年2月25日）

⁸³ 重慶市商務委員会 HP「重慶市人民政府关于发展夜市经济的意见（渝府发〔2014〕27号）」（2023年12月16日公表）

[https://sww.cq.gov.cn/zwgk_247/zfxxgkml/lzyj/xzgfxwj1/szfwj/202312/t20231216_12713060.html]（最終検索日：2026年2月25日より引用）

⁸⁴ 「夜間経済の発展加速と消費成長促進に関する意見」（渝商务〔2020〕227号）は公表されていないため、文化和旅游部 HP「重庆推动夜间经济健康发展」（2020年7月23日公表）

[https://www.mct.gov.cn/wlbphone/wlbydd/xxfb/qglb/zq/202007/t20200723_873676.html]（最終検索日：2026年2月25日）を基に記載。

夜間の特色ある消費プロジェクトを展開している。2つ目は、市内にある多様な業態の集積である。ショッピングエリア、複合商業施設、特色あるナイトマーケットエリアと連携し、飲食、宿泊、交通、観光、買い物、娯楽などの様々な業態を充実させ、新しい夜間の消費空間を拡大することで、観光客や市民の多層的な消費需要を満たそうとしている。3つ目は、様々な資源の融合による発展の促進である。重慶の代表的な歴史的地区・街並みである山城巷、十八梯、魯祖廟、金剛碑などにおいて、商業、観光、文化を融合させるプロジェクトを進めるとともに、日常生活の温もり、伝統の味わいとトレンド、国際的な風格を兼ね備えた夜間経済集積区・モデル区を構築している。また、人のにぎわいと商売の活気を一つの場所に集めることで、観光客や市民にとって楽しい旅、憧れの地となるよう、歩行者天国のグレードアップにも取り組んでいる。このほか、「不夜重慶」のブランドを確固たるものとするべく、「不夜重慶」の SNS 映えスポットやマーケット巡りのガイド作成、「不夜重慶」をテーマとした夜市文化祭や重慶生活祭の継続的な開催、126 件の特色ある夜の消費体験スポットと 37 件の特色ある店舗を掲載した「不夜重慶夜間消費地図」によるプロモーション等にも取り組みながら、ブランドの更なる育成・強化を図っている⁸⁶。

第4節 冰雪経済（冰雪観光）

1 計画の位置づけ

「十四五観光計画」では、第4章「観光空間配置の最適化」において、地域間の資源を統合し、都市、農村及び地域間の協調発展を促進することで、国全体でバランス良く観光地の高品質な発展を推進するとしており、中でも東北地域については、観光産業の転換、高度化を推進し、観光サービスの水準を高め、寒冷地ならではの氷や雪を生かした観光やエコツーリズムなどの特色ある産業を大いに発展させ、国際的影響力を有する冰雪観光帯を創出するとしている。また、第6章「観光製品供給体系の充実」においては、冰雪観光の発展を大いに推進し、冰雪観光サービス施設を体系的に整備するとともに、冰雪観光と冰雪スポーツ、冰雪文化、冰雪装備製造等との融合的な発展を加速させ、国家級のスキー観光リゾート地や冰雪観光拠点を創出するとしている。

また、2024年11月には国務院が「冰雪スポーツの高品質な発展を通じた冰雪経済の活力を喚起することに関する若干の意見」を公布した。この中では、「3億人冰雪スポーツ参加」という成果⁸⁷を確立・拡大し、冰雪スポーツを牽引力として、冰雪文

⁸⁶ 重慶市商務委員会 HP「做靚“不夜重慶”品牌 释放夜间消费潜能 促进消费提质扩容走深走实」（2025年9月24日公表）

[https://sww.cq.gov.cn/ztzl_247/jsgjxfzxc/djt/202509/t20250924_15038172.html]（最終検索日：2026年2月25日）より引用。

⁸⁷ 国家体育总局が国家统计局へ委託した「3億人冰雪スポーツ参加統計調査報告」によると

化・用具・観光産業チェーン全体の発展を促進し、新たな経済成長を生み出すことが掲げられている。具体的な目標として、2027年までに、冰雪スポーツの施設や設備を更に整備し、サービス水準を格段に向上させ、冰雪スポーツをより広く展開することなどにより、冰雪経済の総規模を1.2兆元（25.2兆円）にするとしている。さらに、2030年までに、雇用拡大や質の高い発展等の面で、冰雪経済の主要産業チェーンの役割をより際立たせて、冰雪経済を内需拡大における重要な成長点とし、高品質な冰雪スポーツ拠点や冰雪観光地を数多く建設することで、冰雪経済の総規模を1.5兆元（31.5兆円）まで引き上げるとしている⁸⁸。

こうしたことから、冰雪観光は東北地域を中心に重点的に推進されている観光政策であると同時に、国として重視している冰雪経済において、スポーツ分野等とも密接に関連していることが分かる。

2 当該分野における現状

この分野における現状を確認するため、中国旅遊研究院による「中国冰雪観光発展報告（2025）」と国家体育総局による冰雪スポーツに関する発表を見てみたい。

（1）中国冰雪観光発展報告

中国旅遊研究院は2025年に黒龍江省ハルビン市で開催された「2025冰雪観光発展大会」（テーマ：「冰雪消費の活力を喚起し、冰雪経済の拠点を構築する」）において、「中国冰雪観光発展報告（2025）」を発表した。この報告では、中国の冰雪観光市場は質と効率を向上させる発展の新しい段階に入り、かつてない活気を呈しており、強力な政策支援、大規模な市場需要、質の高い商品提供が、中国の冰雪観光の大衆化、高品質化、デジタル化への転換を加速させているとされている。実際においても、2023～2024年シーズンは、ポスト五輪期における最初の完全な観光シーズンとなり、冰雪観光客数は4億3,000万人に、冰雪観光収入は5,247億元（約11.5兆円）に達し、過去最高を記録している。また、報告においては、2024～2025年シーズンにおいても、中国の冰雪観光消費の意欲が高まっており、観光客数や観光収入は持続的な増加傾向にあるとされている。同研究院の調査に対して、回答者の71.2%が2024～2025シーズンに冰雪レジャー観光を体験したいと希

北京が2015年に冬季オリンピックの招致に成功して以来、全国で冰雪スポーツに参加する住民数は3億4,600万人に達し、中国が冬季オリンピックを招致した際に掲げられた「3億人冰雪スポーツ参加」という公約を果たしたとされている。

出典：国家体育総局「3.46亿人！“带动三亿人参与冰雪运动”目标已实现！」（2022年1月13日公表）

[<https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20001265/n20067533/c23922028/content.html>]（最終検索日：2026年2月25日）

⁸⁸ 中華人民共和国中央人民政府 HP「国务院办公厅关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见（郭班法〔2024〕49号）」（2024年11月6日公表）

[https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202411/content_6985080.htm]（最終検索日：2026年2月25日）

望しており、64.2%が同シーズンの冰雪レジャー観光の際に支出を増やすか維持すると回答している⁸⁹。冰雪観光の盛り上がりが見て取れる結果である。

(2) 国家体育总局による冰雪スポーツに関する発表

国家体育总局による2025年3月の発表によると、冬季オリンピックをはじめとする数多くの国内外の冰雪競技大会の開催により、中国の冰雪スポーツは大きく発展を遂げ、それに伴い冰雪経済も成長を遂げているとのことであるその背景には、インフラ整備の加速、競技大会の持続的な実施、冰雪経済市場への参加度合いの顕著な向上があるとし、2024年の中国の冰雪経済総規模は9,800億元（約21.6兆円）に達し、前年同期比8.0%増となっている。また、冰雪消費は、若者やファミリー層にとってレジャー・娯楽の新たな選択肢となっており、特に冰雪観光分野において顕著であるとしている。2024～2025年シーズンには、アジア冬季競技大会を含む世界レベルの大きな大会から、国内で行われるトップクラスの競技会まで、58の高水準な競技大会が開催され、全国のスキー場の累計来場者数は1億9,000万人を超え、前年同期比22.8%増となっている。さらに、「競技大会をきっかけに開催地へ旅行する」「スポーツの試合やイベントを競技場だけでなく、観光地や街中、商業施設でも開催する」といった動きが広く見られたことは、冰雪観光の奥行きを豊かにし、冰雪消費の付加価値も高めているとしている。加えて、東北三省や河北、新疆などの伝統的な冰雪地域が優位性を活かして市場を拡大する一方、南方地域では屋内スケート場や人工雪技術などを活用し、新たな経済成長を生み出しているとのことである。今後、冰雪観光だけでなく、「冰雪スポーツ+」（冰雪スポーツを中心に、観光、グルメ、文化、買い物などの地域の魅力と組み合わせようとする取組）が冰雪経済を牽引する新たなエンジンになりつつあるとし、上述した2030年までに冰雪経済の総規模を1.5兆元（31.5兆円）にするという目標に向かって着実に前進していると結んでいる⁹⁰。

3 地方政府による取組

次に、地方政府による取組として、冰雪観光の先駆者である黒龍江省ハルビン市と、特に冰雪スポーツを軸とした冰雪経済の展開が見られる遼寧省錦州市を取り上げる。

(1) 黒龍江省ハルビン市

⁸⁹ 文化和旅游部 HP 「《中国冰雪旅游发展报告（2025）》：冰雪旅游市场展现前所未有活力」（2025年1月8日公表）

[https://www.mct.gov.cn/whzx/zsdw/zglyyjy/202501/t20250108_957719.html]（最終検索日：2026年2月25日）

⁹⁰ 国家体育总局 「“冰雪运动+”驱动冰雪经济」より引用。（2025年3月13日公表）

[<https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20745751/c28537646/content.html>]（最終検索日：2026年2月25日）

黒龍江省ハルビン市は、中国の東北地方に位置し、長年にわたり寒冷地ならではの氷雪資源を観光や消費へとつなげてきた。また、「2025 氷雪観光発展大会」の開催地となり、「2025 年の氷雪観光トップ 10 都市」にも選定されており、近年では、伝統的な氷雪イベントにおいてデジタル技術を活用したコンテンツや地域の伝説を題材にした演目を実施し、氷雪経済を総合産業として高度化している代表的事例である。生態環境部の記事によると、1985 年、ハルビン市において、中国で初めて氷と雪をテーマとした「中国・ハルビン国際氷雪祭」が開催された。この氷雪祭は、その後も毎年開催されており、今では日本のさっぽろ雪まつり、カナダのケベック・ウィンターカーニバル、ノルウェーのオスロ・スキーフェスティバルと並んで、世界四大冬の祭典の一つに数えられるほど、長い歴史と国際的な認知度を誇る氷雪イベントとなっている。2024～2025 年の氷雪シーズンに開催された第 41 回中国・ハルビン国際氷雪祭では、氷灯（ランタン）、氷の彫刻、氷のそり、抽冰嘎（氷ごま：伝統的な氷の上での独楽回し）、毛皮板スキー（板の底面に鹿や馬の毛皮を貼った世界最古のスキーの一種）など、伝統的な技術を利用したものが提供されている。また、氷雪コンサート、雪原ディスコなど、新たな形での催しや体験が、氷雪文化に一層の盛り上がりを与えている。さらに、氷雪祭のメイン会場である「ハルビン氷雪大世界」の屋内会場では、全長 81 メートルの大型スクリーンと AIGC（人工知能生成コンテンツ）技術を使って、中国の冬季の生活文化や雪景色などを映し出す「数九寒天長巻」が提供されたほか、メタバース製品である「氷龍尋珠・全感 VR」では、観光客が VR ゴーグルを装着し、氷雪の幻想的な世界を仮想的に体験できるコンテンツも提供された。また、屋内会場の舞台上では、千年前の女真族（中国東北部において中世に活躍し、地域の歴史文化を形成した民族）の伝説を題材とした演目も上映されるなど、デジタル技術を活用した催しものや展示の工夫がなされている。加えて、中央大街（ハルビン市内でも多くの観光客が訪れる場所⁹¹⁾ 付近における地元の名物料理である鉄鍋煮込みの料理店では、凍らせた梨を盛り付けた冬季限定メニューなどが提供され、南方地域から訪れた観光客の人気を集めている⁹²⁾。このように、ハルビン市の氷雪観光は、観光資源としての氷雪にとどまらず、デジタル技術、歴史文化、飲食などの様々な分野をまたいで総合的な取組を展開することで、2024～2025 年の氷雪シーズンには、観光客受入数が 9,035.7 万人、文化観光消費額が 1,372.2 億元（2 兆 8,816 億円）に達し、それぞれ前年同

⁹¹⁾ 黒龍江省 HP に掲載されている黒龍江日報の記事によると、2024 年 9 月時点の中央大街への平均 1 日あたりの旅客数は 30 万人～40 万人に達し、年間旅客数は 1 億人を超えるという。出典：黒龍江省文化和旅游庁 HP「镜头里的黑龙江·沧桑巨变 | 中央大街 承载“尔滨”丰富历史记忆」（2024 年 9 月 13 日公表）

[https://wlt.hlj.gov.cn/wlt/c114169/202409/c00_31768407.shtml]（最終検索日：2026 年 2 月 25 日）

⁹²⁾ 生態環境部 HP「超 5 亿人次、6300 亿元！冰雪暖世界」（2025 年 1 月 7 日公表）

[https://www.mee.gov.cn/zcwj/zclcfh/202501/t20250107_1100120.shtml]（最終検索日：2026 年 2 月 25 日）

期比で 9.7%、16.6%増加しているとのことであり⁹³、冰雪観光、冰雪経済の成長が見て取れる。

(2) 遼寧省錦州市

遼寧省錦州市は、中国の広大な海岸線の最北端エリア(渤海の内側)に位置する。冬になると約 50 キロにわたって海岸線が凍結する。また、同じ東北地方でも極寒の内陸部とは異なり、雪はサラサラと柔らかく、海の氷もそれほど硬くないことから「暖雪軟氷」という特色のある地域である⁹⁴。こうした特色を生かして、冰雪と文化、観光、スポーツ、商業を組み合わせた冰雪経済の取組を進めており、特に冰雪スポーツに注目すべき点があるとされている。錦州市は、近年、スピードスケートやスノーサッカー、アイスホッケー、アイスクライミング等の冰雪イベントや競技会を開催し、冰雪スポーツのブランド影響力を拡大し、冰雪観光経済の発展を促進しており、2025 年の春節期間中の観光客数は前年同期比 32.3%増、観光総収入は同じく 35.6%増となっている。また、錦州市は、冰雪経済が新たな経済成長点となっており、冰雪スポーツの質の高い発展を通じて冰雪経済の活力を呼び起こし、文化、スポーツ、観光、ビジネスの融合と発展という好循環を生み出していくとしている⁹⁵。

こうした中、錦州市では、2028 年に遼寧省において開催される第 15 回全国冬季運動会を好機として捉え、冰雪分野における市の体育・教育事業の資源的な優位性を持続的に発揮しながら、「大会を追って旅をし、旅をしながら大会を観る」という雰囲気積極的に醸成することで、スポーツ大会がもたらす「人流(トラフィック)」を、文化・観光消費の「実需(消費増加)」へと転換し、観光市場の新たな活力を喚起していくこととしている。具体的には、スピードスケート、スノーサッカー、アイスホッケー、氷上そりなどのシーズン毎の冰雪スポーツ大会を充実させるとともに、寒中水泳愛好家を集めて競技会を開催するなど、冰雪スポーツ熱を更に盛り上げるほか、錦州や周辺都市の多くの家庭や子供たちに冰雪スポーツへの参加を促すことで、国が掲げる「3 億人冰雪スポーツ参加」という目標の達成に貢献し、また市民健康づくり事業や冰雪スポーツ産業の発展を実現しようとしている。また、こうしたスポーツによる「人流」を文化・観光消費の「実需」へ変えるべく、

⁹³ 黒龍江網 HP「9035.7 万人次见证“冰城奇迹”！哈尔滨冰雪季文旅消费破千亿背后的发展密码」(2025 年 4 月 1 日公表) [<https://www.chinahlj.cn/news/839506.html>] (最終検索日：2026 年 2 月 25 日)

⁹⁴ 遼寧省文化和旅游庁 HP「“花式过冬 嗨游辽宁”2026 辽宁省第二届国际海洋冰雪季暨锦州全民冰雪运动季启幕」(2026 年 1 月 26 日公表) [<https://whly.ln.gov.cn/whly/sylnwldt/2026012609143547108/>] (最終検索日：2026 年 2 月 25 日)

⁹⁵ 中華人民共和国中央人民政府 HP「活力迸发 未来可期 两会代表委员热议冰雪经济大发展」(2025 年 3 月 7 日公表) [https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202503/content_7011539.htm] (最終検索日：2026 年 2 月 25 日)

「冰雪遊び、温泉浸かり、民俗を味わい、食べ物を味わい、新年を祝う」という観光体験ができる土地として、「冰雪＋温泉」をテーマとした観光PRなども行っている⁹⁶。以上のおり、中国における冰雪経済は、観光資源としての冰雪にとどまらず、各地域の持つ地理的特徴や歴史文化に加え、デジタル技術、飲食分野、スポーツ分野などを組み合わせ、冰雪経済の総合的な取組が展開されていることが分かる。

⁹⁶ 锦州市文化旅游和广播電視局「对市十七届人大四次会议第90号《关于利用锦州市冻海资源发展冬季旅游的建议》建议的答复」[<https://wlgdj.jz.gov.cn/info/1079/4989.htm>]（最終検索日：2026年2月25日）

おわりに

本稿では、中国の観光の現状と政府の取組を確認し、特に、国内観光施策の動向に焦点を当てて取り上げた。その中で、中国人の観光動向の現状を確認し、また、政府の取組として、観光ニーズの多様化等を背景として観光業の「高品質な発展」が目標とされていることや、国内観光の振興が消費政策の一環として位置づけられてきていることも確認したところである。

地方政府の取組としては、智慧旅游について、北京市や甘粛省が、デジタル技術を活用し、観光体験の質を高めていること、また、美食旅游について、湖南省がメディアによるブランディング、河南省開封市が歴史文化資源を活用した体験型観光コースの設定により誘客を行っていることを確認した。さらに、夜間経済については、広東省深圳市福田区は市民の日常生活文化との両立、重慶市は自然やグルメなどの地域資源の活用を通じて夜間経済の都市ブランドの確立を目指していることなども確認したところである。最後に冰雪経済について、黒龍江省ハルビン市は冰雪観光の先駆者として、遼寧省錦陽市は冰雪スポーツを軸として観光振興を行っている都市として、それぞれの取組を進めている実例を見た。こうした様々な分野をテーマとした観光振興施策は、観光客の体験価値の向上や地域のブランド構築に寄与しているものと考えられるところであり、中国における国内観光振興の取組が日本においてもそのまま直ちに有効ということではないが、本レポートにおける紹介が、日本の地方自治体における観光施策の検討に当たっての一助となれば幸いである。

なお、中国においては、本稿執筆時点（2026年2月時点）で、2026年から2030年までの中期国家戦略である「第15次五か年計画」の策定が進められている。現時点において、その内容は公表されていないが、2025年10月にその基本方針となる「国民経済社会発展のための第15次五か年計画の策定に関する中国共産党中央委員会の建議」が発表されており、大きな方向性はこの基本方針に沿ったものとなると考えられる。この建議においては、観光政策に関し、「観光強国の建設を推進し、高品質な観光商品の供給を充実させ、観光サービスの質を向上させる。」（項目第35）とされており、「第15次五か年計画」期間においても、「十四五観光計画」で掲げられている観光業の「高品質な発展」等といった方針が引き続き堅持されていくものと推察される。「第15次五か年計画」の方針を踏まえ、新たな「観光業発展計画」も策定されることになるだろう。いずれにしても本稿で確認したとおり、中国においては国内観光振興について特色ある取組がなされており、また、今後も様々な形で国内観光の振興が図られることが見込まれることから、引き続きその動向や取組につき注目する意義があるものと考えられるところである。

【執筆者】一般財団法人自治体国際化協会北京事務所
所長補佐 久保 尚慧（宮崎県宮崎市派遣）
所長補佐 岩下 純也（鳥取県派遣）

【監修】一般財団法人自治体国際化協会北京事務所
所長 山本 倫彦
次長 越智 一浩
調査役 八木橋 直樹

【参考文献等一覧】

① 日本語文献

図書

- 観光庁『新時代のインバウンド拡大アクションプラン』（観光庁、2023年5月）
- 観光庁『観光立国推進基本計画』（観光庁、2024年3月）
- 観光庁『令和7年度 観光白書』（昭和情報プロセス（株）、2025年9月）
- 国土交通省『国土交通白書2020』（日経印刷、2020年8月19日）
- 国土交通省『令和7年版 国土交通白書 2025』（サンワ、2025年8月29日）
- 総務省『情報通信白書 令和7年版』（日経印刷、2025年7月24日）

インターネット類

- 観光局「訪日外客統計」[<https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>]（最終検索日：2026年2月25日）
- 観光庁「インバウンド消費動向調査（旧 訪日外国人消費動向調査）」（2026年1月21日発行）[https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/gaikokujinshohidoko.html]（最終検索日：2026年2月25日）
- 観光庁「旅行・観光消費動向調査」（2026年1月30日公表）[https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shohidoko.html]（最終検索日：2026年2月25日）
- 観光庁「宿泊旅行統計調査」（2026年2月20日公表）[https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shukuhakutokei.html]（最終検索日：2026年2月25日）
- 財務省「国際収支状況」[https://www.mof.go.jp/policy/international_policy/reference/balance_of_payments/bpnet.htm]（最終検索日：2026年2月25日）
- 人民網日本語版「石窟に迷い込んだかと思った！甘肅省敦煌市の公衆トイレが話題に」（2025年10月10日公表）[<https://j.people.com.cn/n3/2025/1010/c94475-20375261.html>]（最終検索日：2026年2月25日）
- 北京旅游网「中国八大料理のご案内」（2012年8月7日公表）[<https://japan.visitbeijing.com.cn/article/47JvoQRARqI>]（最終検索日：2026年2月25日）

② 英語文献

インターネット類

- UN Tourism, “UN Tourism Data Dashboard” [https://www.untourism.int/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard]（最終検索日：2026年2月25日）
- UN Tourism, “World Tourism Barometer,” Volume 24, Issue 1, January 2026. [https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2026-01/World_Tourism%20Barometer_Jan26_excerpt_v2.pdf?VersionId=u75u9KWPa6Dzc2CUH1d7AvQ49FYrDTQC]（最終検索日：2026年2月25日）
- World Bank, World Development Indicators, [https://databank.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD/1ff4a498/Popular-

Indicators] (最終検索日：2026年2月25日)

③ 中国語文献

図書

- 国家統計局『中国統計年鑑 2025』(中国統計出版社、2025年)
- 中国旅游研究院『中国国内旅游發展年度報告 2024』(旅游教育出版社、2024年)
- 中華人民共和国文化和旅游部「中国文化文物和旅游統計年鑑」(国家図書館出版社、2025年)
- 中華人民共和国文化和旅游部編「2024 中国文化觀光年鑑」(中国旅遊出版社、2024年)

インターネット類

- 河南省文化和旅游庁 HP「开封推出两条美食旅游线路」(2023年9月17日公表)
[<https://hct.henan.gov.cn/2023/09-17/2817084.html>] (最終検索日：2026年2月25日)
- 錦州市文化旅游和広播電視局「对市十七届人大四次会议第90号《关于利用锦州市冻海资源发展冬季旅游的建议》建议的答复」[<https://wlgdj.jz.gov.cn/info/1079/4989.htm>] (最終検索日：2026年2月25日)
- 故宫博物館 WeChat ミニプログラム[<https://ticket.dpm.org.cn/>] (最終検索日：2026年1月26日)
- 故宫博物院 HP「“数字故宫”小程序2.0正式发布：更智能、更友好、更简单、更开放」(2021年12月21日公表)[https://www.dpm.org.cn/classify_detail/257034.html] (最終検索日：2026年2月25日)
- 黒龍江網 HP「9035.7万人次见证“冰城奇迹”！哈尔滨冰雪季文旅消费破千亿背后的发展密码」(2025年4月1日公表)[<https://www.chinahlj.cn/news/839506.html>] (最終検索日：2026年2月25日)
- 黒龍江省文化和旅游庁 HP「镜头里的黑龙江·沧桑巨变 | 中央大街 承载“尔滨”丰富历史记忆」(2024年9月13日公表)
[https://wlt.hlj.gov.cn/wlt/c114169/202409/c00_31768407.shtml] (最終検索日：2026年2月25日)
- 國務院 (2021年12月)「国务院关于印发“十四五”旅游业发展规划的通知(国发〔2021〕32号)」[https://www.gov.cn/gongbao/content/2022/content_5674298.htm] (最終検索日：2026年2月25日)
- 國務院弁公庁「国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》的通知(国办发〔2025〕2号)」
[https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202501/content_6998239.htm] (2025年1月9日公表) (最終検索日：2026年2月25日)
- 広州日報 HP「福田入选“2024 夜间经济优选城区”」
[https://epaper.gzdaily.cn/news/html/2024/11/29/content_419_874029.htm] (最終検索日：2026年2月25日)
- 湖南省人民政府 HP「概況>歴史」(2024年6月24日公表)
[https://jp.enghunan.gov.cn/hnjapanese/hunan2023/HNContro/202406/t20240624_282085.html] (最終検索日：2026年2月25日)
- 湖南省文化和旅游庁 HP「味道湖南·去湘当有味的地方”湖南旅游美食推广活动启动」(2023年7月27日公表)

[https://whhlyt.hunan.gov.cn/whhlyt/news/wlyw/202307/t20230727_29412420.html] (最終検索日：2026年2月25日)

- 国家外汇管理局国际收支分析小组「2024年中国国际收支报告」(2025年3月28日公表)
[<https://www.safe.gov.cn/safe/file/file/20250328/58bd9ba3d9524e0994356ed5fdda7a02.pdf?n=2024%E5%B9%B4%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%9B%BD%E9%99%85%E6%94%B6%E6%94%AF%E6%8A%A5%E5%91%8A>] (最終検索日：2026年2月25日)
- 国家体育总局 HP「3.46亿人!“带动三亿人参与冰雪运动”目标已实现!」
(2022年1月13日公表)
[<https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20001265/n20067533/c23922028/content.html>]
(最終検索日：2026年2月25日)
- 国家体育总局 HP「“冰雪运动+”驱动冰雪经济」(2025年3月13日公表)
[<https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20745751/c28537646/content.html>] (最終検索日：2026年2月25日)
- 国家统计局 HP「2014年全国旅游及相关产业增加值占国内生产总值的比重为4.33%」(2015年12月17日公表)
[https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1898992.html] (最終検索日：2026年2月25日)
- 国家统计局 HP「2015年中国旅游业统计公报」(2016年10月18日公表)
[https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/tjxx/202012/t20201204_906456.html] (最終検索日：2026年2月25日)
- 国家统计局 HP「2016年国家旅游及相关产业增加值占国内生产总值的比重为4.44%」(2018年1月5日公表)
[https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1899806.html] (最終検索日：2026年2月25日)
- 国家统计局 HP「2017年全国旅游及相关产业增加值占国内生产总值的比重为4.53%」(2019年1月18日公表) [https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1900200.html] (最終検索日：2026年2月25日)
- 国家统计局 HP「2018年全国旅游及相关产业增加值41478亿元」(2020年1月19日公表)
[https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1900604.html] (最終検索日：2026年2月25日)
- 国家统计局 HP「2019年全国旅游及相关产业增加值44989亿元」(2020年12月31日公表)
[https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1900953.html] (最終検索日：2026年2月25日)
- 国家统计局 HP「2020年全国旅游及相关产业增加值占GDP比重为4.01%」(2021年12月29日公表) [https://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202112/t20211229_1825727.html]
(最終検索日：2026年2月25日)
- 国家统计局 HP「2021年全国旅游及相关产业增加值占GDP比重为3.96%」(2022年12月30日公表) [https://www.gov.cn/xinwen/2022-12/30/content_5734218.htm] (最終検索日：2026年2月25日)
- 国家统计局 HP「2022年全国旅游及相关产业增加值占GDP比重为3.71%」(2023年12月29日

- 公表) [https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202312/t20231229_1946064.html] (最終検索日: 2026年2月25日)
- 国家統計局 HP 「2023年全国旅游及相关产业增加值占GDP比重为4.24%」(2024年12月30日公表) [https://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202412/t20241230_1957935.html] (最終検索日: 2026年2月25日)
 - 国家統計局 HP 「2024年全国旅游及相关产业增加值占GDP比重为4.35%」(2025年12月30日公表) [https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202512/t20251230_1962180.html] (最終検索日: 2026年2月25日)
 - 国家民族委员会 HP 「【道中华】宋朝点茶中的审美」(2023年2月23日公表) [<https://www.neac.gov.cn/seac/c103391/202302/1161284.shtml>] (最終検索日: 2026年2月25日)
 - 国家文物局 HP 「敦煌莫高窟第285窟首次对外虚拟开放 上新“寻境敦煌”VR沉浸展」(2023年9月20日公表) [http://www.ncha.gov.cn/art/2023/9/20/art_722_184155.html] (2026年2月25日最終閲覧)
 - 生態環境部 HP 「超5亿人次、6300亿元!冰雪暖世界」(2025年1月7日公表) [https://www.mee.gov.cn/zcwj/zclcfh/202501/t20250107_1100120.shtml] (最終検索日: 2026年2月25日)
 - シルクロード(敦煌)国際文化博覧会 HP 「数字赋能 向“新”而行——敦煌文博会推动甘肃文旅产业数字化发展综述」(2024年9月12日公表) [<https://www.gswbj.gov.cn/a/2024/09/12/22061.html>] (最終検索日: 2026年2月25日)
 - CCTV.com 「揭示“零团费”旅游背后的真相」(2025年7月9日公表) [<https://news.cctv.com/2025/07/09/ARTIic3Fcs3AbR1WafIDhaCA250709.shtml>] (最終検索日: 2026年2月25日)
 - 新華網 「科学制定和接续实施“五年规划”」(2025年6月18日発行) [<https://www.xinhuanet.com/politics/20250618/a1048a6bbb34437593dd42c5820879c8/c.html>] (最終検索日: 2026年2月25日)
 - 深圳特区報 「2024福田夜八点系列文化活动闪亮启幕」(2024年7月2日公表) [<https://www.dutenews.com/n/article/8268898>] (最終検索日: 2026年2月25日)
 - 新聞弁公室 HP 「中国加快国家文化公园建设」(2021年8月25日公表) [http://www.scio.gov.cn/xwfb/gwyxwbgsxwfbh/wqfbh_2284/2021n_2711/2021n08y27rxw/xgdbbj_3815/202208/t20220808_313552.html] (最終検索日: 2026年2月25日)
 - 新浪財經 「付费用户逆势扩容 芒果TV2024年年末有效会员数达7300万」(2025年4月27日公表) [<https://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-04-27/doc-ineurezs6058449.shtml>] (最終検索日: 2026年2月25日)
 - 人民網 「景区等级划分有了新标准」(2024年10月16日発行) [<http://jl.people.com.cn/n2/2024/1016/c349771-41009372.html>] (最終検索日: 2026年2月25日)
 - 人民網 「绿水青山就是金山银山理念的理论与实践伟力(深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想·学习《习近平生态文明文选》第一卷专家谈)」(2025年9月5日公表) [<http://opinion.people.com.cn/n1/2025/0905/c1003-40557305.html>] (最終検索日: 2026年2月25日)
 - 人民網 「二十届四中全会名词卡片:主体功能区战略」(2025年11月17日公表)

- [<https://cpc.people.com.cn/n1/2025/1117/c461336-40605249.html>] (最終検索日：2026年2月25日)
- 重慶市商務委員會 HP「重慶市人民政府關於發展夜市經濟的意見（渝府發〔2014〕27號）」（2023年12月16日公表）
[https://sww.cq.gov.cn/zwgk_247/zfxxgkml/lzyj/xzgfxwj1/szfwj/202312/t20231216_12713060.html] (最終検索日：2026年2月25日)
 - 重慶市商務委員會 HP「做靚“不夜重慶”品牌 釋放夜間消費潛能 促進消費提質扩容走深走實」（2025年9月24日公表）
[https://sww.cq.gov.cn/ztl_247/jsgjxfzxc/djt/202509/t20250924_15038172.html] (最終検索日：2026年2月25日)
 - 茶顏悅色 HP[<https://www.cyystea.com/home>] (最終検索日：2026年2月25日)
 - 中國人民代表大會 HP「關於《中華人民共和國旅遊法（草案）》的說明」（2013年7月18日公表）
[http://www.npc.gov.cn/npc/c1773/c1849/c6680/c25654/c25659/201905/t20190521_177647.html] (最終検索日：2026年2月25日)
 - 中國旅遊研究院 HP「我院美食旅遊課題組發布《2024中國美食旅遊發展報告》」（2024年9月25日公表）[<https://www.ctaweb.org.cn/xsjl/9875.html>] (最終閱覽日2026年2月25日)
 - 中國旅遊研究院 HP「《全國智慧旅遊發展報告2024》近日在京發布」（2024年11月23日公表）
[<https://www.ctaweb.org.cn/gongzuodongtai/9905.html>] (最終検索日：2026年2月25日)
 - 中國旅遊研究院 HP「《2025中國夜間經濟發展報告》在京發布」（2026年1月9日公表）
[<https://www.ctaweb.org.cn/gongzuodongtai/10381.html>] (最終検索日：2026年2月25日)
 - 中國日報網「中國五年規劃是這樣編制實施的」（2025年8月1日發行）
[<https://cn.chinadaily.com.cn/a/202508/01/WS688c6a86a3105a871d62d16c.html>] (最終検索日：2026年2月25日)
 - 中華人民共和國中央人民政府 HP「國務院辦公廳關於以冰雪運動高質量發展激發冰雪經濟活力的若干意見（郭班法〔2024〕49號）」（2024年11月6日公表）
[https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202411/content_6985080.htm] (最終検索日：2026年2月25日)
 - 中華人民共和國中央人民政府 HP「活力迸發 未來可期 兩會代表委員熱議冰雪經濟大發展」（2025年3月7日公表）
[https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202503/content_7011539.htm] (最終検索日：2026年2月25日)
 - 文化和旅游部「旅遊業基礎術語（GB/T 16766-2017）」（2018年4月1日公表）
[<https://openstd.samr.gov.cn/bzgk/gb/newGbInfo?hcno=A304714CBEA130BF9C5E72A863F238FA>] (最終検索日：2026年2月25日)
 - 文化和旅游部 HP「重慶推動夜間經濟健康發展」（2020年7月23日公表）
[https://www.mct.gov.cn/wlbphone/wlbydd/xxfb/qglb/zq/202007/t20200723_873676.html] (最終検索日：2026年2月25日)
 - 文化和旅游部 HP「湖南推動“美食+旅遊”融合發展 助力世界旅遊目的地建設」（2023年9月12日公表）
[https://www.mct.gov.cn/preview/whzx/qgwhxxlb/hn_7731/202309/t20230912_947175.htm] (最終検索日：2026年2月25日)
 - 文化和旅游部 HP「文化和旅游部辦公廳 中央網信辦秘書局國家發展改革委辦公廳 工業和信息化部辦公廳國家數據局綜合司關於印發《智慧旅遊創新發展行動計劃》的通知（辦資源發

[2024] 82 号)」(2024 年 5 月 13 日公表)

[https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/zykf/202405/t20240513_952825.html] (最終検索日：2026 年 2 月 25 日)

- 文化和旅游部 HP 「《2024 中国夜间经济发展报告》：今年国内夜间旅游总花费预测将达 1.91 万亿」(2024 年 12 月 2 日公表)

[https://www.mct.gov.cn/whzx/zsdw/zglyyyjy/202412/t20241202_956616.html] (最終検索日：2026 年 2 月 25 日)

- 文化和旅游部 「2024 年第三季度全国旅行社统计调查报告」(2024 年 12 月 24 日発行)

[https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/tjxx/202412/t20241224_957299.html] (最終検索日：2026 年 2 月 25 日)

- 文化和旅游部 HP 「《中国冰雪旅游发展报告 (2025)》：冰雪旅游市场展现前所未有活力」(2025 年 1 月 8 日公表)

[https://www.mct.gov.cn/whzx/zsdw/zglyyyjy/202501/t20250108_957719.html] (最終検索日 2026 年 2 月 25 日)

- 北京市文化和旅游局 HP 「北京市文化和旅游工作会：聚焦高质量发展，共绘文旅融合新篇章」(2025 年 2 月 18 日公表)

[https://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/xwzx/gzdt/202502/t20250218_4013484.html] (最終検索日：2026 年 2 月 25 日)

- 北京市人民政府 HP 「北京市科学技术委员会、中关村科技园区管理委员会等部门关于印发《北京市科技赋能文化领域创新发展行动计划 (2025-2027 年)》的通知 (京科信发 [2025] 8 号)」(2025 年 1 月 24 日公表)

[https://www.beijing.gov.cn/zhengce/zhengcefagui/202504/t20250410_4061571.html] (最終検索日：2026 年 2 月 25 日)

- 芒果 TV 「去“湘”当有味的地方第三季 第 8 期：牛王争霸赛开始！好牛肉做出好美味」

[<https://www.mgtv.com/b/786786/23581119.html>] (最終検索日：2026 年 2 月 25 日)

- 遼寧省文化和旅游厅 HP 「“花式过冬 嗨游辽宁” 2026 辽宁省第二届国际海洋冰雪季暨锦州全民冰雪运动季启幕」(2026 年 1 月 26 日公表)

[<https://whly.ln.gov.cn/whly/sylnwldt/2026012609143547108/>] (最終検索日：2026 年 2 月 25 日)