

オーストラリアへの 日本の観光客と観光投資

遠 山 嘉 博

- I 1980年代後半以降の日本の海外旅行ブームと旅行先としてのオーストラリア
 - 1 1980年代後半以降の日本の海外旅行ブーム
 - (1) 日本人海外旅行者の急増
 - (2) 海外旅行者急増の原因
 - 2 旅行先としてのオーストラリア
 - (1) 1980年代後半におけるオーストラリア旅行者の急増
 - (2) 日本人オーストラリア旅行者の属性
 - (3) オーストラリア高人気の理由
- II オーストラリアにとっての観光の経済的重要性
 - 1 観光産業重視説の台頭
 - (1) 観光産業重視の諸論調
 - (2) 政府による観光調査研究機関の設立
 - 2 観光の国内経済への貢献度
 - 3 観光の外貨獲得能力
 - (1) 伝統的輸出品との対比
 - (2) 1980年代末におけるオーストラリア最大の外貨獲得産業
- III 日本人のクイーンズランド観光の実態
 - 1 日本人観光客の急増とシェアの上昇
 - 2 日本人観光客の行動
 - (1) 最も短い滞在期間
 - (2) 最大の1日当たり支出額
 - (3) ゴールドコーストへの集中
 - (4) 日本人観光客の満足度

IV 日本の対豪観光投資の分析

- 1 1980年代後半における日本の対外直接投資および対豪直接投資の急増
 - (1) 1980年代後半の対外直接投資の急増
 - (2) オーストラリアの外資導入における日本の地位の上昇
- 2 日本の対豪直接投資の産業部門別構成の変化
- 3 日本の投資に対するオーストラリア側の反応
 - (1) 英米資本になき日本資本に固有の批判
 - (2) 日本の投資に対する反発の原因
- 4 観光および外国からの観光投資に関するクイーンズランド州住民の意識調査
 - (1) 観光に関する意識
 - (2) 外国所有会社の観光への参入に関する意識
 - (3) 外国の観光投資に関する意識

V 観光の功罪と教育ツーリズムの台頭

- 1 観光の功罪
 - (1) 観光がもたらす利益
 - (2) 観光がもたらすコスト
- 2 観光をめぐる日豪両国の課題
 - (1) 日本側の課題
 - (2) オーストラリア側の課題
- 3 近年における教育ツーリズムの盛行

I 1980年代後半以降の日本の海外旅行ブームと
旅行先としてのオーストラリア

1 1980年代後半以降の日本の海外旅行ブーム

(1) 日本人海外旅行者の急増

1970年の日本人海外旅行者数は66万3千人で、同年の訪日外国人旅行者数85万4千人を下回っていたが、翌1971年より前者が後者を上回るようになり、1975年には246万6千人、80年には390万9千人、85年には494万8千人と増加していった。その後の5年間の伸びはかつてなく大幅

であり、1990年には1,099万7千人に達し、ついに1千万人の大台を超えた。

1987年9月、運輸省は、海外旅行者を1985年の500万人から91年までに1,000万人に増やそうという海外旅行者倍增計画、いわゆる「テン・ミリオン計画」を発表した。それは国際親善の増進、国際収支バランスの改善、地方の国際化などを狙いとするものであった。計画自体は1991年の目標年次を待たず、1年早く1990年に達成された。ちなみに、この間の海外旅行者数の伸びはとくに大きく、1985年から90年までの5年間の年平均増加率は17.4%で、その前の5年間の4.8%やその後の5年間の7.0%を大きく上回るものであった。その後、1990年代には海外旅行は成熟段階に移行し、マイナス成長の年もあったが、1995年から2005年までの最近の10年間は、2003年の1,358万人を除いて、1,500万人台から1,700万人台で推移している。

海外旅行者の目的別構成比率をみると、目的の複合性から完全な正確性期し難いものの、全体のうち観光が、1980年台～90年台を通して81～83%台を占めている。ただ、オーストラリアへの旅行者ではこの比率はやや高く、1999～2003年の5年間の平均では88.4%である¹⁾。したがって、1980年代後半以降の海外旅行者の趨勢的増大は、観光旅行者の大幅増加によるものであるとともに、国際観光客の推移を海外旅行者の推移によってみることに特別の支障はないものと考ええる。

(2) 海外旅行者急増の原因

1980年代後半以降の海外旅行者の急増、それによる国際観光の一大ブームは、いかなる要因によってもたらされたものであろうか。いくつかの要因が考えられる。

1) 国際観光振興機構（JINTO）編『世界と日本の国際観光交流の動向——観光立国に向け活発化する我が国の国際観光——』（2004/2005年版）、平成17（2005）年6月、297ページ。

(i) 国民所得水準の上昇

日本の GNP は 1968 年に西ドイツ（当時）を抜き、自由主義世界第 2 位の経済大国となったが、同年の 1 人当たり国民所得は 20 位にすぎなかった。しかし、いざなぎ景気や石油危機後の安定成長を経て 1 人当たり国民所得も着実に増大し、1981 年には世界第 2 位となった。そしてその後も、世界の最高水準グループにある。加えて、輸出の好調持続により、貿易収支は 1964 年にわずかの黒字に転じて以来黒字幅を拡大し続け、1980 年代には深刻な貿易摩擦を生じるまでに巨額化した。こうしたことから、国民の海外旅行に対する外貨面からの制約や政府による統制は全くなかった。さらに、1980 年代には人手不足によるサービス料金の値上がりを反映した物価高と地価高騰のため国内旅行費用が高まり、海外旅行の相対的割安感が目立つようになった。

(ii) 余暇志向・海外旅行志向の高まり

日本の国民所得水準の上昇は、国民の消費支出の動向にも変化を生ぜしめた。まず、国民総支出に占める民間消費支出の割合が高まり、1980 年代末の 3 年間（1988～90 年）には名目で 56.7～57.6%、実質で 57.4～58.5% となった。つぎに、総務庁の家計調査によると、全国世帯の消費動向において、自由時間関連支出の増加率は消費支出全体の伸び率を上回って上昇し、とくに旅行関連支出（宿泊費、交通費、旅行かばん支出等）は大幅な増加となった²⁾。

1980 年代の旅行ブームは、まず国内旅行熱の高まりに反映され、宿泊旅行回数、宿泊数および消費額の増加がみられたが、人手不足などによる人件費の値上がり、サービス料金の値上がりから、宿泊料などが値上がりした。こうした国内旅行費用の増大は、先にも触れたが海外旅行の相対的割安感を生み、観光需要を国内から海外にシフトさせる結果となった。国際観光旅行志向は全年齢層を通して一般化した³⁾が、とくに若い年齢層の海

2) 総理府編『観光白書』（平成 3 年版）、平成 3（1991）年 5 月、4-8 ページ。

外旅行志向はかつてなく高まったのである。

(iii) 政府の積極的支援

政府もまた、冒頭に述べた「テン・ミリオン計画」に象徴されるように、海外旅行支援策を積極的にとるようになった。第1の理由として、貿易収支の大幅黒字がアメリカを始め世界各国との間の経済摩擦の原因になったことから、その対策として国際旅行収支における支出増を企図したことがあげられる。国際旅行収入と国際旅行支出はともに、1986年を起点として急増していったが、その収支尻（赤字）もまた急増し、1990年代以降現在まで200億米ドル台で推移している。一方、貿易収支尻（黒字）は1991年に1千億米ドル台に乗り、以後今日までほとんどの年で1千億ドル超で推移してきている。貿易収支尻を国際旅行収支尻で割った国際旅行収支による貿易収支の推移率は、1986年の6.2%から急上昇し、1990年および96年には30%超となった。この間、1986～89年の1980年代後半4年間の平均14.3%から、1990年代前半の5年間には平均21.3%へ、同年代後半の5年間は平均27.5%へ、そして2000年代前半の5年間は平均24.3%へと、長期にわたり高い相殺率を維持してきている。このことは、日本人の海外旅行支出がいかに高水準を維持しているかの証左として注目

表 11-1 国際旅行収支による貿易収支の相殺率（1986～2004年）

	貿易収支(収支尻) 百万米ドル	国際旅行収支(収支尻) 百万米ドル	相殺率 (%)
1986	92,827	△5,766	6.2
1990	63,528	△21,350	33.6
1995	132,145	△33,566	25.4
1996	83,434	△32,962	39.5
2000	116,704	△28,513	24.4
2005	93,872	△25,157	26.8

(注) △はマイナス。

(出所) 『観光白書』（平成3年版）、平成3（1991）年5月、85ページ、および国際観光振興機構編『JNTO 国際観光白書——世界と日本の国際交流の動向——』（2006年版）、平成18（2006）年6月、85ページより。

される（表 11-1 参照）。

第 2 の理由として、外国との相互理解の促進がある。欧米諸国から遠隔の島国に単一民族で構成されてきた日本と日本人の外国および外国人との相互理解の遅れは、世界の経済大国となり情報化時代の到来を迎えた 1980 年代には、国際化の促進によって早急に克服しなければならない重要課題となった。政府はこの観点からも、海外旅行支援策を積極的に展開することとした。いくつかの具体策をとってきたが、当時においてとくに重要であったものとして、つぎの二つをあげることができる。

(a) 労働時間の短縮

1988 年に改正労働基準法が施行され、完全週休 2 日制に相当する週 40 時間労働制を、将来の法定労働時間の目標とした。1988 年 6 月に、爾後 5 年間の労働時間短縮推進の指針を示す労働時間短縮推進計画が策定された。民間企業の労働時間短縮推進への波及効果の大きい国家公務員について、1988 年より 4 週 6 休制を本格実施し、1990 年より第 2、第 4 土曜日の閉庁制を実施した。学校の週 5 日制についても検討を重ね、1992 年より月 1 回ペースの土曜休みを実施することとした。

(b) 空港の整備・拡充

海外旅行支援のうえで航空便の拡充は不可欠であることから、1980 年代末より成田空港の拡張、関西新空港の建設に取り組んだ。運輸省の国際化路線に乗って、地方空港では整備・拡充が大幅に進み、各国空港会社（オーストラリアを含む）の乗り入れ増による国際化が進んだ。とくに名古屋空港の国際便は、1988 年の 1 週約 60 便から 1991 年には約 150 便に、福岡空港も同期間に約 60 便が約 120 便に大幅増加を示した。これは、1990 年代も海外旅行ブームは衰えないであろうとの業界観測の大きな理由となった。

(iv) 手軽に利用できる海外旅行商品の普及

海外旅行の大衆化の進展に伴い、国内旅行業者と区別される一般旅行業

者が急増した。すなわち、1987年の534社から1991年には781社となり、この4年間に年平均10.0%の伸びで増加した。旅行業者の卸売業者と小売業者の分化が進み、大手業者が企画した主催旅行商品を広く販売する一般旅行代理店業者も、営業に大きな資金を要しないため参入が容易なことから急増し、1987年の2,341社から91年には3,841社となり、この4年間に年平均13.3%で増加した³⁾。

これらの海外旅行者およびその代理店業者は、新規参入者の増加のもとで激しく競争しており、多種多様な海外旅行商品の開発・販売や旅行情報サービスの充実にしのぎをけずっている。こうして、海外航空券や旅行代金の値下がりが目立ち、海外旅行者は豊富なプランのなかから自分の好みと予算に応じたものを自由に選ぶことができるようになり、一般大衆が海外旅行を手軽に利用することが可能となった。とくにいわゆる海外パック旅行は、その利用の簡便さや価格面での有利性から若い女性層を中心に家族や老年層にまで広く普及し、海外旅行ブームの高揚を促進した。

(v) 円の強調とドルの減価

1ドル＝360円の固定為替相場時代には、厳しい外貨持ち出し制限もさることながら、海外旅行はかなりの割高観を払拭しえなかった。1973年2月の変動相場制移行後、円レートは急激に上昇し、その分海外旅行は大きく割安化した（反面、外国人の日本訪問は著しく割高となったが）。ちなみに、1991年末には、1ドル＝125円25銭の終値で同年の相場を終了した。

1990年代以降、円の年間変動は小幅となっている。円相場の将来の予測は困難であるものの、貿易黒字の継続を背景に、円相場は今後も堅調を維持するものと予想され、少なくとも円の大幅な下落は考えにくい。このことは、海外旅行促進のうえで好都合な環境を醸成するものであることは間違いない。

3) いずれも、各年の1月1日現在の数字。前掲書、242ページより。

2 旅行先としてのオーストラリア

(1) 1980年代後半におけるオーストラリア旅行者の急増

日本人海外旅行者の旅行先を受け入れ地の統計からみると、オーストラリアはそれほど大きな比重を占めているわけではなく、世界のなかでの順位はなお低い。しかしながら、1980年代後半以降のオーストラリア旅行者数の伸びはきわめて高く、若い男女、とくに女性を中心に急速に人気を高めた。

表 11-2 は、訪オーストラリア日本人数の推移をみるための資料として作成した統計である。ここから、つぎを指摘しうる。日本のオーストラリア訪問者は 1985 年には 10 万 7 千人で、出国日本人総数の 2.2%、世界の訪問先中 19 位であった。しかしながら、1980 年代後半の 5 年間には年平均 36.6% の高率で増加し、1990 年には 48 万人弱に増え、出国者全体の 4.4% を占めるに至り、世界の訪問先順位もフィリピン、マカオ、カナダ等を抜いて 15 位に上昇した。1990 年代前半の 5 年間の年平均増加率は 10.4% とかなり低下したが、1995 年には 78 万人強となり、世界の訪問先順位はスイス、イギリスを抜いて 13 位となった。その後現在までの 10 年

表 11-2 訪オーストラリア日本人数の推移

年	訪オーストラリア 日本人数	5 年間の年平均 増加率 ¹⁾ (%)	出国日本人数に 占める割合(%)	世界の方角先 における順位 ²⁾
1980	48,813	} 17.3	1.3	—
1985	107,590		2.2	19
1990	479,900	} 36.6	4.4	15
1995	782,673		5.1	13
2000	720,973	} 10.4	4.0	13
2005	685,500		3.9	9 ³⁾

(注) 1) △はマイナス。

2) グアム、ハワイはアメリカと別立てにした順位である。

3) 2004 年の順位。

(出所) 総理府『観光白書』および国際観光振興会 (JNTO) 編『日本の国際観光統計』各年版より作成。

間は総じて減少傾向を続け、70 万人前後で推移しており、世界の訪問先順位も 13 位前後と変わらずできている。

こうしてみると、訪オーストラリア日本人は 1980 年代後半にきわめて高い増加率で年々増加し、オーストラリア観光の一大ブームを築いたことが明らかである。そして、そのブームは 10 年ほど続き、その後旅行先としてのオーストラリアは成熟市場化して現在に至っているといえよう。

(2) 日本人オーストラリア旅行者の属性

日本のオーストラリア訪問者は、他の国・地域に比べていかなる特徴を有するであろうか。つぎに、これを調べよう。

(i) 高い若年女性増の比率

日本人のオーストラリア訪問者を性別でみると、他の国・地域に比べて女性の、とくに若い女性の占める比率が著しく高いことが明らかである。1990 年の海外旅行者の性別構成は、全体での男女比は、61.3% 対 38.7% であったが、オーストラリア訪問者では 50.7% 対 49.3% とほぼ拮抗している。10 歳台および 20 歳台の若年層においては、女性が男性を上回っており、とくに 20 歳台では、男性 6 万 5 千人（男性全体の 38.7%）に対して女性は 10 万 3 千人（61.3%）と圧倒的に女性が多い⁴⁾。

このような特徴はオーストラリアについてののみみられるもので、他にはわずかにシンガポールにおいて、より低い程度で同様の傾向をみることができにすぎない。オーストラリアはいわば女性好みの国、とくに若い女性に人気の高い旅行先であるといえる。このことは、海外旅行者全体のなかで女性の伸びが男性の伸びを 1980 年代を通して一貫して上回っていること、海外旅行ブームの主たる担い手が若い女性であることと考え合わせると、オーストラリア観光の将来有望性の強力な好材料となる。

(ii) 最大の新婚旅行先

オーストラリアは若い男女、とくに若年女性増を中心に、急速に人気が

4) 前掲書、40 ページ。

高まったが、実際に、最大の新婚旅行先としても浮上した。新婚旅行の旅行先としては、1970年代前半は国内が主であったが、1980年代に入ってから海外が国内を上回った。行き先としては、長らくの間ハワイが半数近くを占め、グアム・サイパン、アメリカ大陸、東南アジア、ヨーロッパがこの順でそれに次ぎ、オーストラリア・ニュージーランド・南太平洋の諸国の比重は小さかった。しかし、1980年代に入ると、大洋州はグアムに次ぐ大きさとなり、1984年にはハワイとほぼ拮抗するまでになった。そして、1990年代初には、オーストラリアが最大の新婚旅行先となった⁵⁾。

筆者は、オーストラリア経済論の講義やオーストラリア研究所の諸活動などを通じて、つねづね学生にオーストラリアの魅力を伝えてきたが、実際に、新婚旅行の旅行先としてオーストラリアを選んだ卒業生は枚挙にいとまがない。この意味で筆者は、「オーストラリア行きハネムーン・メーカー」の一人であると自負してきた。

(3) オーストラリアの高人気の理由

日本人にとって旅行先としてのオーストラリアは、世界の他の国・地域との比較において、つぎのような利点をもっている。

(i) 地理的特徴

日本の海外旅行者にとってオーストラリアは、魅力的な地理的特徴を多く備えている。オーストラリアは日本に比較的近く、しかも、時差がほとんどない（東経135度の友）。単一国としては夏期と冬期、たとえば海水浴とスキーを同時に楽しむことができる世界唯一の国である。そこには、日本の正反対の自然や社会がある——広大な土地と稀少な人口、特有の動物や植物、日本と正反対の季節、リラックスしたライフ・スタイル等々。また、西欧的な風俗と習慣を持つ国としては、日本に最も近い。

(ii) 英語の国

英語は国際語であり、国際化時代には不可欠であるとともに、国際語と

5) 日本交通公社の諸資料による。

しての地位において他の言語をますます引き離しつつある。日本でも、国際化時代を迎えて、英語学習熱は熱狂的高まりをみせているが、日本国内で英会話を実際に試用する機会は多くない。したがって、とくに学生や若い年齢層の人たちにとってオーストラリアは、自らの英会話能力を実地に試してみる絶好の場となる。かくて近年は、教育ツーリズムの盛行がみられる。

(iii) 安全な国としての認知

日本人が海外旅行をする際、国内の治安のよさからくる不用心や無警戒から、盗難や事故などに遭遇するケースが増えている。この点、オーストラリアは最も安全な国の一つとして、広く認知されている。この安全性に対する高い信頼は、日本人旅行者に大きな安心感を与え、オーストラリアの人気を高める重要な要因となっている。

(iv) 親日的傾向

オーストラリアは1960年代のイギリスのEEC加盟申請をみて脱欧入亜政策に転換し、1966-67年以降、日本が最大の輸出相手国となっている。一つにはそれを映して、オーストラリア国民の親日的姿勢や日本語学習熱が高まっている。このことは、オーストラリア旅行者の増加や再訪問熱の高揚を支援するうえで、きわめて重要な役割を演じていると考えられる。

(v) 旅行施設の拡充

オーストラリアは外国人旅行者受け入れのために、旅行者用の施設やサービスの拡大や改善に努めてきている。ゴールドコーストにおける日本人経営のホテルやゴルフコース、日本人販売員のいる土産物店、日本語による標識等々の陸続たる出現は、日本人観光客にとって言語の壁を低くし、対豪アプローチの容易化に貢献していることは疑いない。

(vi) オーストラリア・ドルの減価

円の強調と米ドルの下落は、日本人海外旅行者増の促進要因となった

が、米ドル以上のオーストラリア・ドルの減価は、オーストラリア観光を価格競争の面でさらに有利化する要因となった。1974年から1983年12月までの間、オーストラリア・ドルの価値は、主要貿易相手国の通貨価値を基礎として維持された。1983年12月にオーストラリア政府は、ドルの自由変動を容認するよう政策を変更したから、オーストラリア・ドルは米ドルに対して30%以上減価した。この支援もあって、世界からのオーストラリア訪問者は急増した。1980年から84年の間、オーストラリア訪問者は年率わずか2.9%の伸びであったが、1985年には対前年比で12.6%増え、1986-88年のつぎの3年間は毎年25%以上の伸びを記録した⁶⁾。OECDによれば、オーストラリアは当時、世界で最も急速に成長しつつある市場となったのである⁷⁾。

Ⅱ オーストラリアにとっての観光の経済的重要性

1 観光産業重視説の台頭

既述のごとき1980年代後半以降のオーストラリアへの観光客の増加、なかんずく日本からの増加に鑑みて、1990年前後になると、観光の産業としての重要性に着目し、それを強調する論調や政府の対策が目立ってきた。以下、その若干を検討しよう。

(1) 観光産業重視の諸論調

日豪経済関係の推移をみると、1980年代前半までは、オーストラリアは日本に農畜産物、鉱物、エネルギー資源を輸出し、また、これらの伝統的輸出品の開発のための投資を日本から受け入れてきた。しかしながら、

6) Fiona Sennett, *Foreign Investment in the Australian Tourism Industry——A Case Study of Japanese Investment on the Gold Coast——*, Griffith University, 1989, p. 14.

7) Australian Tourist Commission, *Annual Report 1987-1988*, 1988, p. 7.

農畜物需要の所得弾力性はもともと低いこと、石油危機後急速に進んだ。日本の脱資源多消費型重化学工業とそのアジア NIES による代替、サービス経済化等々から、オーストラリアの従来型輸出品の対日輸出は、今後もなお重要性を保持し続けるとしても、1990 年代には過去のような大きな伸びは期待し難いと考えられた。これに対して観光サービス、教育サービス、医療サービス、研究開発や種々のコンサルティング・サービス等々のサービス輸出は、オーストラリアの新しい外貨獲得産業として重要性を増すものと予想された。とくに観光は新しい成長産業、重要な輸出産業として大きな役割を演じるようになると筆者も考えた⁸⁾。

サービス貿易、とくに観光の外貨獲得産業としての重要性の強調は、若干のオーストラリア人の文献においてもみられる。まず、筆者たちが共同研究を行ったクイーンズランド大学のクレム・A・ティスデル (Clem A. Tisdell) 教授は、1990 年頃までの 15 年ほどの間に日豪経済関係に生じた最も重要な変化として、オーストラリアの対日輸出にしめる食糧品や鉄鉱石の比重の低下を明示し、それに代わって、一つは商品輸出における製造業製品 (manufactures) の著しい増大 (その大きな部分は加工鉱物および金属であるが、精密加工製品も増加している)⁹⁾と、もう一つはサービス貿易の台頭、とくに観光の重要性の増大を強調した¹⁰⁾。そして、サービス輸出の増大と観光の重要性の高まりは、日本の対豪投資の構成の変化 (鉱業から観光・不動産へ) に示されているとしている¹¹⁾。

つぎに、1989 年に相次いで出版されたつぎの二つの書物もまた、筆者

8) 遠山嘉博「オーストラリアおよびクイーンズランドにおける日本の観光客と観光投資」『オーストラリア研究紀要』(追手門学院大学オーストラリア研究所) 第 17 号, 1991 年 12 月, 40 ページ。

9) Clem Tisdell, "Aspects of Japan-Australia Economic Relations in the 1990s—Especially Trade in Services—," 『オーストラリア研究紀要』第 17 号, 1991 年 12 月, pp. 6-7.

10) *Ibid.*, p. 11.

11) *Ibid.*

の上述の主張と一致した見解を展開している。

ロス・ガーノウ (Ross Garnaut) が 1989 年 10 月にホーク首相 (当時) に提出した報告書『オーストラリアと北東アジアの隆盛』は、オーストラリアの国際分業の将来像として、天然資源や通常の技術による財およびサービスへの限定に疑問を提起し、製造業製品の高度化とサービス製品の重要性を強調している。すなわち、「一般的な経済政策の合理的な枠組のなかで、若干の高度の製造業およびサービスの生産物 (some advanced manufacturing and service products) でオーストラリアが主導権を確立すれば、オーストラリア人の生活水準を高め、国際経済の諸条件の変動への脆弱性を減じ、対外政策上の適切な方法でオーストラリアの地位を高めることになるであろう」¹²⁾としている。そして、サービス貿易のなかでもとくに観光と教育を、大きく拡大するであろう新しい 2 大成長産業として位置づけ、この 2 大産業の外貨獲得は、1990 年代にかなり伸びるであろうと期待している¹³⁾。そして、オーストラリアへの海外観光客の多くは、日本から来るであろうとしているのである¹⁴⁾。この問題提起と洞察は、高く評価しうるものである。

つぎに、オーストラリア国立大学の豪日研究センターのピーター・ドライスデール (Peter Drysdale) 他 3 名による 1989 年出版の『豪日関係——2000 年に向けて——』もまた、『ガーノウ報告』ほどにではないが、観光貿易のオーストラリアにとっての重要性に注目し、とくに日豪間の観光貿易の近年の成長を「顕著な成功物語」(a remarkable success story) と高評価している。しかし、成功の維持のためにはなすべき多くのことがあるとして、観光サービスの質の改善の必要性を強調している。また、日本人観光客は若

12) Ross Garnaut, *Australia and the Northeast Asian Ascendancy* (Report to the Prime Minister and the Minister for Foreign Affairs and Trade), Australian Government Publishing Service, 1989, p. 219.

13) *Ibid.*, pp. 245–64.

14) *Ibid.*, pp. 248–50.

い世代が圧倒的に多いことから、長期間にわたるオーストラリア再訪問の可能性、オーストラリアとのかかわり合いの継続の可能性を指摘している¹⁵⁾。

(2) 政府による観光調査研究機関の設立

以上のごとき観光の外貨獲得産業としての重要性の高まりの一般的認識に呼応して、連邦政府および州政府はともに、観光重視の姿勢を高めてきた。すなわち、従来から存在する単なる観光客誘致のための PR 機関のほかに、観光専門の研究機関の設立がみられるに至ったのである。連邦政府は 1987 年に、観光事業の専門的研究機関である「観光研究所」(Bureau of Tourism Research) をキャンベラに設立した。これは、オーストラリア政府観光調査局の勧告に基づき、連邦政府と州政府との 2 対 1 の割合での出資に成るもので、政府機関としては比較的小規模なものであるが、「効率的に計画され、均衡のとれた観光事業発展のために必要な統計的、分析的支援を政府および民間企業の中心的意思決定者に提供すること」を目的としている。州レベルでも、一例としてクイーンズランド州は 1979 年に、「クイーンズランド観光・旅行公社」(Queensland Tourism and Travel Corporation) をブリスベーンの官庁街の一角に設立した。同公社は、観光関係の統計的分析と資料提供を通して、クイーンズランドの観光事業の拡大に重要な役割を果たしてきている。同公社の目標は、「観光のインフラストラクチャーや旅行先や統合産物の創造を促進することによって、クイーンズランドを太平洋観光の先導者に位置づけること」¹⁶⁾とされている。

15) Peter Drysdale, Nancy Vivian, Akio Watanabe and Ippei Yamazawa, *The Australia-Japan Relationship: Toward the Year 2000*, Australia-Japan Research Centre, & Japan Center for Economic Research, 1989, pp. 60-61.

16) *Queensland Year Book 1991*, p. 148.

2 観光の国内経済への貢献度票

観光を産業としてみた場合、1987-88年に、オーストラリアの観光関連支出（国内および国際）は255億ドルに達し、GDPの6%を生み出し、また、約43万のフルタイムおよびパートタイムの仕事を提供し、オーストラリアの全労働力約6%を雇用した¹⁷⁾。これを国内観光と国際観光に分けてみた場合、以下のことが明らかとなる。すなわち、オーストラリアの観光需要の大宗は、なお国内観光部門にはかならないが、国際観光市場の急速な拡大を反映して、オーストラリア人による国内観光に比べて外国人による国際観光の重要性の増大が、1980年代後半以降顕著になってきた。1985年には、観光客の全宿泊数の87%は国内部門から生じたが、1988年以降、その比率は80%に低下した¹⁸⁾。しかも、観光客支出（1989-90年）では、国際観光客は全体の26%を占めた¹⁹⁾。1989-90年の国際観光客の支出は62億ドルになったが、それは11万6千の仕事（フルタイムおよびパートタイム）（オーストラリアの全雇用の約1.5%）を生み、約45億ドルの所得（要素費用GDPの1.4%）を生み出した。同じ年に国内観光は173億ドルを支出し、122億ドルの所得（要素費用GDPの3.8%）と約32万5千の仕事（総雇用の約4%）をもたらした²⁰⁾。

このように、オーストラリアの観光事業において、そして同事業の総雇用やGDPへの貢献においても、国内観光部門の比重はなお大きいものの、1980年代後半以降それは相対的に低下し、国際観光部門の重要性がいつそう高まってきたのである。

3 観光の外貨獲得能力

観光を産業としてみた場合の上記のオーストラリア国内経済への貢献度

17) Bureau of Tourism Research, *Tourism Update*, Vol. 1, No. 1, March 1988, p. 2.

18) Bureau of Tourism Research, *Australian Tourism Trends 1991*, 1991, p. 1.

19) *Ibid.*, p. 2.

20) *Ibid.*

もさることながら、外貨獲得者としての国際観光の貢献は、いっそう際立ったものとなる。

(1) 伝統的輸出商品との対比

観光の外貨獲得能力を、伝統的輸出商品のそれと対比した興味深い統計がある。

BTR は、オーストラリアの伝統的な輸出商品と比較した観光の外貨獲得能力をつぎのように推計し、国際観光客からの収入の重要性を強調している。すなわち、1986-87 年に 1 人の平均的観光客がもたらした外貨の大きさは、

- ・ 6 トンの砂糖
- ・ 8 トンのアルミナ
- ・ 10 トンの小麦
- ・ 27 トンの石炭、または
- ・ 64 トンの鉄鉱石

に相当するとしている²¹⁾。

同様の推計は、連邦観光大臣（当時）のジョン・ブラウン（John Brown）によってもなされている。彼によれば、1980 年代後半の世界の景気停滞、とくに日本経済の構造変化により、オーストラリアの原材料輸出産業（鉄鉱石、石炭、羊毛）は困難を経験したが、このことは観光を成長のエンジンとして浮上させたとされている。1 人の日本人観光客はオーストラリアに 5-6 日滞在し、平均 1,400 ドルを経済界に投入したが、これは

- ・ 59 トンの鉄鉱石
- ・ 10 トンの石炭
- ・ 10 トンの小麦
- ・ 7 トンのアルミナ

21) *Ibid.*, p. 4.

の輸出に等しいとしている²²⁾。

以上により、農牧畜業や鉱業等の伝統的産業に比べて観光による外貨獲得がいかに効率的であるか、観光の外貨獲得能力がいかに高いかが明らかである。ただし、観光サービスの輸出にも、1次産品輸出と内容は異なるが同様に難しさが存在する（これについては後述を参照）。

(2) 1980年代末におけるオーストラリア最大の外貨獲得産業

その結果、国際観光は1988-89年には、オーストラリアの輸出の稼ぎ手としては羊毛を追い抜き、最大の外貨獲得産業となった。BTRは1988-89年において、オーストラリアの国内、国際観光客の支出223億ドル（GDPの約5.6%）のうち約62億ドルは国際市場に生じたとみている。これは、同年のオーストラリアのトップ級の輸出産業の外貨獲得を上回っている。観光と羊毛などの巨大輸出産業の外貨獲得額を比較すると、以下のようである。

観光	62 億ドル
羊毛	59 億ドル
石炭	47 億ドル
肉	22 億ドル
アルミナ	22 億ドル
小麦	21 億ドル
鉄鉱石	18 億ドル

この国際観光客による62億ドルのうち

- ・44億ドルは、訪問者がオーストラリア国内で財およびサービスに直接支出したものである。
- ・15億ドルは、旅客費としてカンタスが稼いだ収入に関連している。
- ・3億ドルは、外国航空会社のオーストラリアにおける支出に関連して

22) “Brown Hails Japan,” in *The West Australian*, November 19, 1987, p. 14.

いる²³⁾。

このように、1980年代末に観光は、オーストラリア最大の外貨稼得産業となったのである。

翌々年の1990-91年の観光の外貨獲得額は73億ドルで、石炭の65億ドルを上回って依然トップの外貨の稼ぎ手であり、財およびサービス輸出全体の10%を占めた²⁴⁾。さらに、1995-96年の外貨獲得額は141億ドルで、2位石炭の78億ドルを大きく上回り、輸出全体の12.8%を占めた。

ただ、その後は、世界景気の低迷を反映した訪豪者の減少、とくに日本からの観光客の低迷もあり、外貨獲得の絶対額の減少、他産業比での地位の後退を余儀なくされている。ちなみに、観光の1997年の外貨獲得額は128億ドルに減少し、総輸出の11.2%を占めたが、鉱物（石炭や金、鉄鉱石などすべて）の35%、製造業の23%、農業の20%に次ぐ4位となった。最も新しいところでは、2003-04年の外貨獲得は173億ドルで、輸出全体の12.1%を占めている。1998-99年から2003-04年の6年間の輸出に占める観光のシェアは12.0%から11.1%の間にあり、平均11.5%と、依然として重要な輸出産業の地位にあることは確かである²⁵⁾。

Ⅲ 日本人のクイーンズランド観光の実態

クイーンズランドは「サンシャイン・ステート」(Sunshine State)²⁶⁾として観光州のイメージと地位を確立しており、とくに日本人観光客の間では抜

-
- 23) Department of Arts, Sport, the Environment, Tourism and Territories, *Tourism Shopping in the Nineties* (Report of the Tourism Shopping Implementation Committee), Australian Government Publishing, Service, June 1990, p. 84.
- 24) *Year Book Australia*, 1992, p. 385 and p. 704.
- 25) *Year Book Australia*, 2006, pp. 529-30.
- 26) もともとはアメリカのフロリダ州、ニューメキシコ州およびサウス・ダコタ州の俗称である。

群の人気を博している。実際、1980年代後半に、日本人観光客はクイーンズランドにとって最大の顧客となったが、ゴールドコーストへの集中が顕著である。

1 日本人観光客の急増とシェアの上昇

1984年から1989年の5年間に、オーストラリアの国際訪問者は940,163人から1,927,229人へと倍増し、年平均15%の増加率を示した。この間、クイーンズランドの国際訪問者は286,365人から818,883人へと3倍増し、年平均23%の増加率を示した。その結果、オーストラリアの国際訪問者に占めるクイーンズランドのシェアは31%から43%に上昇した²⁷⁾。

表11-3 主要市場別のオーストラリアおよびクイーンズランドへの国際訪問者
(1984年および89年) (単位：%)

	オーストラリア		クイーンズランド	
	1984	1989	1984	1989
日本	9.14	17.3	7.63	26.5
ニュージーランド	22.5	21.2	26.0	17.0
アメリカ	16.5	12.9	15.9	13.3
イギリスおよびアイルランド	14.9	13.9	12.9	12.6
ヨーロッパ（イギリスおよびアイルランドを除く）	12.6	12.0	12.4	13.2
アジア（日本を除く）	14.0	15.5	9.75	9.37
カナダ	3.46	2.61	5.87	3.25
その他	6.90	4.62	9.56	4.74
計	100.0	100.0	100.0	100.0

(注) アジア（日本を除く）は、香港、マレーシアおよびシンガポール。
ヨーロッパ（イギリスおよびアイルランドを除く）は、ドイツ、スカンジナビアおよびその他のヨーロッパ。

(出所) QTTTC, *International Travel to Queensland and Australia 1984-1989*, December 1990, pp. 6 and 7.

27) Queensland Tourist and Travel Corporation, *International Visitor Survey: International Travel to Queensland and Australia 1984-1989*, December 1990, p. 4. 各年の数値については、遠山、前掲論文を参照されたい。以下の論述における数値についても同じ。

表 11-3 によって、これを国別にみると、オーストラリアについては、1984 年の国際訪問者の最大市場はニュージーランド（国際訪問者総数の 23 %）であり、アメリカ（17%）、イギリスおよびアイルランド（15%）がこれに次ぎ、日本は 9% にすぎなかったが、1989 年には、日本は 17% をほぼ倍増し、ニュージーランド（21%）に次ぐ第 2 の市場となり、アジア（日本を除く）（16%）、イギリスおよびアイルランド（14%）、アメリカ（13 %）を大きく上回った。そして、1990 年には、日本は 479,900 人で 22% を占め、2 位のニュージーランド 418,400 人（19%）を上回り、オーストラリア国際訪問者の最大の市場となった²⁸⁾。

一方、クイーンズランドについては、1984 年の国際訪問者の最大市場はここでもニュージーランド（国際訪問者総数の 26%）であり、アメリカ（17%）、イギリスおよびアイルランド（15%）がこれに次ぎ、日本は 7.6% にすぎなかったが、1989 年には、日本は 27% と急増して最大市場となり、2 位のニュージーランド（17%）を大きく引き離し、アメリカ（13 %）、ヨーロッパ（イギリスおよびアイルランドを除く）（13%）、イギリスおよびアイルランド（13%）等の 2 倍以上になった。

以上を実際の数値でみると、以下の通りである日本人オーストラリア訪問者は、1984 年から 1989 年の間に 85,907 人から 332,739 人へとほぼ 4 倍近くに増加し、年平均増加率は 31% であった。同じ時期に日本人クイーンズランド訪問者は、21,859 人から 216,704 人へと 10 倍近くに増加し、年平均増加率は 58% に達した。1984 年にクイーンズランドは、日本人オーストラリア訪問者の約 25% を誘引したが、1989 年にこの数値は約 65% に高まった。これは、日本人の間でクイーンズランドの人気のいかに高いかを如実に示している。

28) Bureau of Tourism Research, *Australian Tourism Trend, 1991*, 1991, pp. 7-9.

2 日本人観光客の行動

(1) 最も短い滞在期間

1984年から1989年の間の日本人の平均滞在期間は、オーストラリア全体では8～13日間、クイーンズランドでは4～8日間であった。いずれも他の国々の観光客に比べてかなり短く、最短である。すなわち、上記5年間の日本人の平均滞在日数は、オーストラリア訪問者で8.14日（うちクイーンズランド訪問者で5.8日）であるのに対して、ニュージーランド人は21.2日（20.2日）、アメリカ人は22.2日（14.4日）、イギリス人は43.8日（24.4日）とはるかに長く、最も短いシンガポール人でさえ17.4日（12.0日）となっている²⁹⁾。

(2) 最大の1日当たり支出額

これはクイーンズランド独自のものではないが、日本人のオーストラリア訪問者は1人1泊当たり平均で、1984年には105ドル、1989年には130ドルを支出し、その用途は（i）ショッピング、（ii）食事、飲物および宿泊、（iii）準備されているツアーの順であった。これに対して、ニュージーランド人は1984年に40ドル、1989年に69ドルを支出し、（i）食事、飲物および宿泊、（ii）ショッピング、（iii）レンタカー／バンの順であった。アメリカ人は1984年に47ドル、1989年に88ドルを支出し、支出項目の順位はニュージーランド人と同じ、また、イギリス人は1984年に23ドル、1989年に45ドルを支出し、支出項目順は同様となっている。国際訪問者全体の平均では、1984年に35ドル、1989年に64ドルであったから、日本人は平均の3倍（1984年）ないし2倍（1989年）を支出したことになる。これで見ると、日本人の滞在日数は最も短いけれども、支出額は1日当たりでは最も多く、とくにショッピングへの支出の多いことが特徴となっている。表11-4は、日本人の買い物熱心さをよく示している。全訪問者の1日平均支出額は13ドルであるのに対し、日本人

29) *Ibid.*, p. 10.

表 11-4 住所の国別でみた国際訪問者の買い物支出額（1986 年）

	ニュージーランド	日本	アジア*	アメリカ	カナダ	イギリス および アイルランド	ヨーロッパ	その他
旅行支出総額 (ドル)	1,359	1,036	1,435	1,705	1,677	1,481	1,838	1,470
買い物支出額 (ドル)	424	399	324	282	238	295	279	515
買い物の全体に 占める割合(%)	31	39	23	17	14	20	15	35
平均滞在期間 (日)	20	8	29	20	36	45	44	18
買い物支出額 (1 日当たりドル)	21	50	11	14	7	7	6	29
買い物総額 (100 万ドル)	142.8	58.1	66.1	69.7	11.2	54.1	45.8	53.2

(注) *は日本を除く。

(出所) BTR, 1986 *International Visitor Survey* in Department of the Arts, Sport, the Environment, Tourism and Territories, *Tourism Shopping in Australia*, Australian Government Publishing Service, September 1988, p. 35.

は 1 日平均 50 ドルも支出しているのである。

しかしながら、日本人市場が過大評価されているとの説もある。「ここでの日本人の市場の大きさは、しばしば過大評価されている。……1988 年に日本人は、全外国人観光客の 15% を占めたが、総支出の 11% を支出したにすぎない。これは、彼らの訪問の短い滞在のためである。日本人はほとんどが 2 週間以下しか滞在しないが、アメリカ人は平均 20 日、ヨーロッパ人は 44 日である」³⁰⁾と。しかし、これは、日本の若い観光客の将来利益の潜在的可能性を見落していると筆者は考える。若い日本人観光客がオーストラリア観光に満足感を持つならば、長期にわたって再訪問の可能性が継続するからである。

30) Abe David and Ted Wheelwright, *The Third Wave ; Australia and Asian Capital*, Left Book Club Co-operative, 1989, p. 145 (都留重人監訳『日豪摩擦の新時代——アジアの資本主義の幕開け——』勁草書房, 1990 年, 202 ページ)。

(3) ゴールドコーストへの集中

日本人のクイーンズランドの訪問地としてはゴールドコーストが最も人数が多く、ついで州都ブリスベン、サーファーズ・パラダイスと続いている。しかし、他国人でゴールドコーストが最大の人気となっているのはシンガポール人のみで、それ以外はすべての国の観光客間でブリスベンが1位となっている。

ゴールドコーストにおける日本人のシェアは、抜群の高さを示している。主要市場別の同地国際訪問者では、1984年には、ニュージーランドが同地訪問者の29%を占めて最も多く、2位日本18%、3位アメリカ13%であった。しかし、1989年には、日本が47%と半数に迫り、2位ニュージーランド20%、3位アジア（日本を除く）9%を大きく引き離れた。これは、日本の同地への集中的な投資により、日本企業経営のホテルやゴルフコース、日本人従業員のいるレストランや土産物販売店が多く出現し、日本語での応待が普及した結果、日本人が言語の壁を意識せずにアプローチできるようになったことが強力な誘因になったと考えられる。

実際に、ブリスベンをはさんで北側（ゴールドコーストと反対側）にあるサンシャインコーストは、ゴールドコーストと全く同様の自然環境を備えているにもかかわらず、日本人観光客はみかけられず、純粹の欧米系人用のリゾート地の観を呈していた。そこでの国際観光客の国別シェアでは、1984年はニュージーランド（全体の38%）、イギリスおよびアイルランド（21%）、他のヨーロッパ（12%）であり、1989年は同じ国順で40%、16%、15%となっており、日本は上位に入っていない³¹⁾。筆者はゴールドコーストとサンシャインコーストの両方を訪れて、両地域が近接して全く同一の自然条件下にあるにもかかわらず、日本人観光客の多寡（前者ではほとんどが日本人、後者では筆者の経験では皆無）の違いに一驚した。日本の投資の有無による違いと思われる。

31) QTTC, *op. cit.*, p. 44.

また、ケアンズはゴールドコーストと並ぶ国際的リゾート地であり、日本の投資もかなり入っているが、それはアメリカなど国際資本のなかの一要素であるにすぎない。これを反映してか、ケアンズへの国際訪問者は1984年には1位アメリカ31%、2位ヨーロッパ（イギリスおよびアイルランドを除く）17%、3位ニュージーランド16%であり、1989年には1位ヨーロッパ（同前）21%、2位アメリカ21%、3位イギリスおよびアイルランド18%であり、日本は上位に入っていない³²⁾。ゴールドコーストとの差は、日本資本の流入の多寡の違いによるものと思われる。

(4) 日本人観光客の満足度

これもクイーンズランド独自の調査ではなく、オーストラリア全体に関するものであるが、日本人の満足度調査（1988年および1989年）がある³³⁾。それによると、日本人観光客の満足度は、(i) ホテル、レストランのサービス、(ii) ホテル・モテルの部屋の質、(iii) 空港の設備、(iv) 旅行情報の量について、上記の順に、満足とする人の割合が不満足とする人の割合を上回って満足度が高い。(v) オーストラリアの国内航空運賃およびその他の交通機関の費用については、満足が不満足を上回っているものの、無回答が多くなる。(vi) 公共交通の便利さについては、満足は不満足 of 2 倍程度と、他に比べて満足度は低くなる。さらに、(vii) 販売店の買い物の値段、(viii) 販売店の開店時間については、不満足度がさらに高くなり、とくに(viii) についてのみ、不満足は満足と拮抗しており、すべての調査項目中特別に、かつ最も高い（1988年の調査では、不満足は56%で満足の33%を上回り、1989年では満足が54%で不満足は36%となっている）。

つぎの5年以内の再訪問の可能性については、48%が「希望する」と答え、希望地としては、州別ではクイーンズランドが28%と他の州を大

32) *Ibid.*, p. 62.

33) Bureau of Tourism Research, *Major Market Report: Japan*, 1991, pp. 25–28.

きく引き離して最も高く、ついで西オーストラリア 15%、ニューサウスウェールズおよび北部地域がそれぞれ 13%、ビクトリア 11%、キャンベラ 4%、タスマニア 3%、南オーストラリア 2% となっている。個別地域別では、ゴールドコーストが 20% と最も高く、次いでパース 14%、シドニー 10%、メルボルン 10%、エアーズ・ロック 10% 等となっている。再訪問を希望しない理由としては、「他の国へ行ってみたい」が約半数を占め、オーストラリアについて積極的に否定的理由を述べた者はごく少数にすぎない。

IV 日本の対豪観光投資の分析

1 1980 年代後半における日本の対外直接投資および対豪直接投資の急増

(1) 1980 年代後半の対外直接投資の急増

日本の対外直接投資は 1980 年代前半までは比較的低調に推移したが、1980 年代後半に入って急激かつ大幅な増加をみせ、1990 年には若干の減少となった。すなわち、1982 年（会計年度、以下同じ）の直接投資総額は 77 億米ドルであったが、1985 年に 122 億ドルとなり、この 3 年間の年平均増加率は 16.8% にすぎなかった。しかし、1986 年には 223 億ドル（対前年比 82.8% 増、以下同じ）、87 年には 333 億ドル（49.3% 増）、88 年には 470 億ドル（41.4% 増）、89 年には 675 億ドル（43.6% 増）と急増を続け、この 4 年間の年平均増加率は実に 54.3% に達した。ただ、1990 年は 569 億ドル（15.7% 減）であった³⁴⁾。この急増の背景には、つぎのような要因があったと考えられる。すなわち、(1) 1986 年の円高の進行、(2) 資本の対外流出に対する規制の緩和・撤廃、(3) 貿易摩擦回避のための製造業海外子会社の生産設備への投資の必要性を改めて強調した政府勧告、などである。

34) Ministry of International Trade and Industry, *Japanese Direct Investment Abroad*, June 1991, p. 1.

表 11-5 日本の主な対外直接投資先（主要国・地域別）
（単位：100 万米ドル）

会計年度 受け入れ国	1988		1989		1990		1951-90 の累積	
	金額	シェア	金額	シェア	金額	シェア	金額	シェア
アメリカ	21,701	46.2	32,540	48.2	26,128	45.9	130,529	42.0
イギリス	3,956	8.4	5,239	7.8	6,806	12.0	22,598	7.3
オーストラリア	2,413	5.1	4,256	6.3	3,669	6.4	16,063	5.2
オランダ	2,359	5.0	4,547	3.7	2,744	4.8	12,816	4.1
香港	1,662	3.5	1,898	2.8	1,785	3.1	9,850	3.2
世界計	47,022	100.0	67,540	100.0	56,912	100.0	310,808	100.0

（出所）Ministry of International Trade and Industry, *Japanese Direct Investment Abroad*, June 1991, pp. 6 and 7.

日本の対外直接投資を投資先の国・地域別でみると、表 11-5 のようである。アメリカの比重は圧倒的であり、たとえば 1990 年度の総額 569 億 1,200 万米ドルのうち 261 億 2,800 万ドル（全体の 45.9%）を占めた。同年の 2 位はイギリスで 68 億 600 万ドル（12.0%）、オーストラリアは 3 位で 36 億 6,900 万ドル（6.4%）を受け入れた。

1980 年代後半における日本の対豪直接投資は、日本の対外直接投資全体の伸びを上回る率で増加した。1989 年は 1988 年比で 76.4% 増であったが、これは全体の増加率 43.6% を大きく上回った。1990 年は 36 億 6,900 万ドルで、1989 年比で 13.8% の減少であったが、これは全体の減少率 15.7% より小さかった。こうして、日本の投資受け入れ国としてオーストラリアは、長年にわたる 4 位から、1990 年以降は 3 位に浮上したのである。

（2）オーストラリアの外貨導入における日本の地位の上昇

これをオーストラリア側からみると、どうであろうか。外国からの投資は、オーストラリアの経済発展の不可欠の要素であり、外貨導入の助けがなければ、200 年という短い歴史のうちに、第 1 次産品や製造業製品の輸出による豊かな経済を作り上げることはできなかったであろう。ところで、オーストラリアへの外国投資を国・地域別にみると、第 2 次対戦前は

オーストラリアへの日本の観光客と観光投資

いうまでもなく、そして第2次大戦後も長い間、イギリスとアメリカが主たる投資国であった。しかしながら、1980年代後半に入ると、日本の海外投資急増を反映して、しかもその増加の程度を上回って対豪投資が増加した結果、日本からの投資が急増した。さらにそれは、アメリカやイギリ

表 11-6 オーストラリアの国・地域別対内直接投資（認可ベース）
（1984-85～1989-90年）（単位：10億ドル）

投資国 \ 年	1984-85	1985-86	1986-87	1987-88	1988-89	1989-90
日本	0.4	1.9	3.2	5.4	9.1	8.4
アメリカ	0.7	1.7	3.6	1.7	3.7	1.8
イギリス	1.2	1.8	2.1	4.7	3.6	2.6
香港	0.1	0.4	0.6	0.8	2.0	1.0
ニュージーランド	0.3	0.5	3.5	2.8	2.0	1.8
シンガポール	0.1	0.1	0.2	0.2	0.5	0.3
オーストラリア	0.8	2.2	4.2	6.0	5.0	4.4
その他	1.0	1.2	1.1	3.2	6.2	3.8
計	4.6	9.8	18.5	24.8	32.0	24.1

（注）数字は四捨五入のため、合計と異なる場合がある。

（出所）Foreign Investment Review Board, *Report*, various issues.

表 11-7 オーストラリアにおける外国投資の国・地域別残高
（1984-85～1988-89年）（単位：10億ドル）

国 \ 年	1984-85	1985-86	1986-87	1987-88	1988-89
イギリス	26.1	29.3	37.3	45.7	47.2
アメリカ	26.8	31.9	41.4	40.2	46.8
日本	16.2	20.8	21.4	26.8	33.3
西ドイツ	3.6	5.5	7.1	6.4	7.5
スイス	4.1	5.9	7.5	7.4	7.0
香港	3.4	3.0	3.0	4.9	6.8
シンガポール	8.9	8.3	9.4	6.8	6.7
その他	22.1	34.7	50.3	59.2	74.2
計	111.3	139.4	177.3	195.6	229.3

（注）数字は四捨五入のため、合計と異なる場合がある。

（出所）FIRB, *Report 1989-90*, 1991, p. 27.

スからの投資に比べても急増ぶりが大きかったから、急速にその地位と重要性を高めることとなった。

これを認可された予想投資でみると、日本の比重の高まりと大きさはさらに明確となる。日本は 1985-86 年にオーストラリアにとって最大の外国投資家となり、翌年以降も 1990 年代初期までその地位を維持したのである。1987-88 年にはオーストラリアの予想投資全体の 22% を占め、1988-89 年には 28%、1989-90 年には 35% を占めるに至った。いわば、当時は、オーストラリアにとって「ガリバー型投資家」としての地位を確立していたのである（表 11-6）。

ただ、日本の対豪投資はイギリスやアメリカに比べてその歴史ははるかに短いから、オーストラリアにおける日本の投資残高は、伝統的投資国であるイギリスおよびアメリカの投資残高をかなり下回っている。1988-89 年現在で、イギリスやアメリカの 7 割程度である（表 11-7）。外国投資残高全体に占める比率でみると、同じ年にイギリスは 20.6%、アメリカは 20.4% であるのに対し、日本は 14.5% である。ただし、この 3 カ国で、全体の 56.4% と過半数を占めている。

2 日本の対豪直接投資の産業部門別構成の変化

日本の対豪投資の産業部門別構成は、深刻な問題をはらんでいる。当時の日本の対豪投資は不動産と観光の二つの産業部門に集中しており、この両産業部門における日本の投資は他の諸外国を圧倒する大きさであったからである。

オーストラリア統計局の資料は、日本の不動産投資の大量流入を完全には含んでおらず³⁵⁾、これをみるのに同資料によることはできない。したが

35) Access Economics, *Japanese Investment in Australia* (A Report Prepared for the Australia-Japan Foundation), 1991, pp. 16-17. したがって、同書 15 ページにある「オーストラリアへの日本の総投資流入額」の表は、貴重であるけれどもここでは有用でない。

オーストラリアへの日本の観光客と観光投資

表 11-8 日本の産業部門別対豪直接投資（認可ベース）（1984-85～1989-90 年）

産業部門	1984-85		1985-86		1986-87		1987-88		1988-89		1989-90	
	百万 ドル	%	百万 ドル	%	百万 ドル	%	百万 ドル	%	百万 ドル	%	百万 ドル	%
農・林・漁業	6	1.6	1	0.0	5	0.2	13	0.2	17	0.1	29	0.3
鉱物探査および開発	29	7.6	77	4.0	28	0.9	114	2.1	158	1.7	573	6.8
製造業	5	1.3	10	0.5	35	1.1	280	5.2	121	1.3	76	0.9
金融・保険	91	23.9	292	15.1	10	0.3	11	0.2	188	2.1	132	1.6
サービス（観光を除く）	152	40.0	547	28.3	1,283	40.3	458	8.5	135	1.5	216	2.6
観光							1,385	25.8	3,516	38.6	2,659	31.6
不動産	85	22.3	1,003	52.0	1,822	57.2	3,103	57.7	4,927	54.1	4,536	53.9
鉱物加工	14	3.7	—	—	—	—	9	0.2	42	0.5	197	2.3
計	381	100.0	1,930	100.0	3,183	100.0	5,374	100.0	9,104	100.0	8,418	100.0
オーストラリアにおける総予想投資	4,601		9,818		18,464		24,849		32,023		24,105	
日本のシェア		8.2		19.7		17.2		21.6		28.4		34.9

（出所）FIRB, *Report*, various issues.

って、オーストラリア財務省の外資審議庁（Foreign Investment Review Board）の資料によることとする。ただ、不都合なことに、観光に関する投資実績（actual investment）の情報はほとんどないから、外国投資の型をみる場合は予想投資（expected investment）によらざるをえない³⁶⁾。

表 11-8 は、1980 年代における日本の対豪予想投資の産業部門別構成の推移をみたものである。これによると、1980 年代前半までのサービス（観光を含む）および金融の大きいことと、1980 年代後半における不動産および観光の急増ぶりが明らかである。すなわち、不動産は 1984-85 年には全体の 22.3% を占めるにすぎなかったが、翌年より急増を始め、1980 年代後半の 5 年間にわたって全体の過半を占めるに至った。また観光は、1986-87 年以前はサービスに含まれていたため、観光のみの大きさは明らかでないが、独立項目となった 1987-88 年以降は全体の 25.8～38.6% を

36) Peter Forsyth and Larry Dwyer, *Impacts of Foreign Investment in Australian Tourism* (Occasional Paper No. 10) (Report to the Department of the Arts, Sport, the Environment, Tourism and Territories and Queensland Treasury), 1991, p. 17. 同書 38-44 ページに、漏出についての詳しい分析がある。

占め、不動産に次ぐ大きな投資対象となった。そして、この両部門で 1987-88~1989-90 年の 3 年間は、予想投資全体の実に 84~93% を占めたのである。

これを他の諸国からの予想投資と比較すると、どうであろうか。1989-90 年のオーストラリアの申し込みにおける予想投資を国別、産業部門別にみると、アメリカの予想投資 17 億 9,000 万ドル（外国の予想投資総額 196 億 1,000 万ドルの 9.1%）は、主として製造業に向けられており（アメリカの予想投資の 43.3%）、次いでサービス（観光を除く）（24.3%）、鉱業（10.1%）、不動産（7.2%）、農・林・漁業（5.8%）等となっている。イギリスの予想投資 25 億 8,500 万ドル（11.6%）は鉱業に集中している（45.9%）が、不動産（26.7%）、サービス（観光を除く）（13.0%）、製造業（8.6%）などにも向けられている。ニュージーランドの予想投資 18 億 5,300 万ドル（9.4%）は製造業が半分を占め³⁷⁾（50.0%）、不動産（25.4%）、観光（14.3%）、サービス（観光を除く）（8.8%）にも分散している。これに対して最大の日本の予想投資 84 億 1,800 万ドル（42.8%）は不動産（53.9%）と観光（31.6%）への集中が著しく、その他の鉱業（6.8%）、サービス（観光を除く）（2.6%）、鉱物加工（2.3%）、金融・保険（1.6%）などでははるかに小さい。アメリカやイギリスに比べると日本の予想投資は、(1) 不動産と観光への圧倒的集中、(2) 製造業や鉱業への著しい低調、の二つが大きな特徴となっている。

1989-90 年の日本の観光予想投資は 26 億 5,900 万ドルに達し、外国からの観光予想投資総額 34 億 3,400 万ドルの 77.4%、オーストラリアを含めた同国内観光予想投資総額 38 億 9,200 万ドルの 68.3% にも達した。また、同年の日本の不動産予想投資は 45 億 3,600 万ドルで、外国からの不動産予想投資総額 84 億 3,300 万ドルの 53.8%、オーストラリアを含めた

37) その大部分は、醸造業での部分的買収によるものである。(FIRB, *Report 1989-90*, 1991, p. 7.)

オーストラリアへの日本の観光客と観光投資

表 11-9 投資国別にみたオーストラリア観光事業への直接投資
(認可ベース・1986-87～1989-90 年)

投資国	1986-87		1987-88		1988-89		1989-90	
	百万 ドル	%	百万 ドル	%	百万 ドル	%	百万 ドル	%
日本	1,153	74.2	1,385	66.2	3,516	70.4	2,659	68.3
オーストラリア	166	10.7	309	14.8	270	5.4	458	11.8
ニュージーランド	69	4.7	131	6.3	60	1.2	265	6.8
ASEAN	12	0.7	40	1.9	390	7.8	162	4.2
香港			0	0.0	392	7.8	131	3.4
EC (イギリスを含む)	27	1.7	81	3.9	84	1.6	54	1.4
世界のその他	122	7.9	144	6.9	286	5.7	163	4.2
計	1,553	100.0	2,091	100.0	4,997	100.0	3,892	100.0

(注) 1986-87 年以前の FIRB の統計では、観光は独立項目として分類されていない。

(出所) For 1986-87, Peter Forsyth and Larry Dwyer, *Impacts of Foreign Investment in Australian Tourism*, 1991, p. 18, and for 1987-88 and after, FIRB, *Report*, various issues.

同国内不動産予想投資総額 104 億 4,900 万ドルの 43.2% を占めた。これらの日本の予想投資は、2 位のオーストラリア（観光で全体の 11.8%，不動産で全体の 19.6%）を大きく引き離しており，まさに「ガリバー型巨大投資家」となっていることが明らかである。産業別に外国からの予想投資総額をみると，不動産が最大（全体の 42.9%）であるが，観光（17.5%）以外にも鉱業（12.5%），製造業（12.3%），サービス（観光を除く）（10.0%）への投資がかなりあることがわかる。1980 年代後半を通して，日本の予想投資は外国に比して，観光と不動産への集中，鉱業や製造業への関心の薄さを示しているといえる。

表 11-9 は，観光のみを取り出して日本の予想投資を経年的に，そして外国との比較においてみたものである。いずれの年においても一貫して，日本のシェアが圧倒的に高いことが明らかである。

3 日本の投資に対するオーストラリア側の反応

(1) 英米資本になき日本資本に固有の批判

歴史的にオーストラリアは、外国資本の導入によって経済発展をなしえてきた国であるから、外国資本への依存はいわば同国の「歴史的体質」ともいうべきものであり、外国資本はオーストラリア経済の不可欠の部分である。しかるに、イギリスやアメリカからの投資に関しては、オーストラリア人はそれほどセンシティブでないのに、日本からの投資に対しては「オーストラリアの買い上げ」(“Buying up Australia”)として、反外国投資の論議が大きく高まった。それはなぜであろうか? 「そもそも債権者は好かれないものである」ことを筆者は承知してはいるものの、この点に関して大いに懸念し、危惧の念を深めた。そこで、その理由の解明に努めたが、その結果、日本の投資に対するオーストラリア人の批判は複雑な心理的要因を背景としており、かつ、日本の投資のあり方にも問題のあることが明らかとなった。それらは、つぎのごとくである。

(i) 民族的、文化的異質性による反発

イギリスやアメリカからの投資に対しては、民族的同質性や文化的共通性が心理的緩衝体となっているのに対して、日本の投資は民族的異質性や文化的違和感を伴って流入しなければならず、これが大きな心理的抵抗(偏見?)を生じていると考えられる。実際に、『フィナンシャル・レビュー』誌に、つぎのような論述がみられる。「日豪経済協会主催のメルボルン会議で、BHP 専務取締役のラッセル・フィンモア (Russell Fynmore) 氏はつぎのように述べた。『日本の投資のなかには旅ネズミ³⁸⁾ (lemming) のような特徴を持つものもあり、もしそのすべてが、ゴルフコースの買収も含めて不動産に殺到するならば、反発を受けると知るべきである』。オーストラリア人は、主に文化的理由から、イギリスならびにアメリカの投資

38) 時として大発生し、集団で大移動をし、大増殖をした場合、海に向かって、死の大作戦をするといわれている。

に関しては、そんなに鋭敏さを発揮することはなかった」³⁹⁾と。

第8章で述べた1970年代における鉄鉱石、牛肉、砂糖の取引をめぐる貿易摩擦は、たとえ経済環境が大きく変化したとしても「契約は契約」としてその厳格な順守を迫るオーストラリア側と、事情の変化を容認する「腹芸的寛大さ」が通用する日本側との間の文化摩擦でもあった。すなわち、それは日豪両国の文化的、社会的背景の相違からくる社会的慣習や考え方の相違に基づくものであった。それはいわば、1980年代後半以降の日本の投資進出に対するオーストラリア人の反発、批判の前兆であったともいえよう。

(ii) 短期間における急増

何事につけ物事は、漸進的であれば抵抗は少なく、急激な変化は摩擦や反発を招きやすい、イギリスやアメリカの資本は100年、200年といった長期をかけてオーストラリア経済に浸透していったが、日本の資本は1960年代後半の鉱業開発を機に初めて上陸し、1980年代後半のほんの数年間に爆発的に急増した。短期間のこの急激な変化は、オーストラリア人をして、「母国の外国人への売却」との懸念を強めさせ、ヒステリックに興奮させたことは想像に難くない。これはかつて、中国人労働者の大量流入の懸念から白豪主義をとるに至った歴史的経緯を想起させる。

実際に、あるオーストラリア人の著作は、日本の投資の急増に関する『シドニー・モーニング・ヘラルド』紙上のつぎのような表現を紹介している。「オーストラリア観光開発への日本の投資は、氣狂いじみたスピード (at breakneck speed) で加速してきた」⁴⁰⁾ (加点筆者)。また、別の同紙上の記事の引用に際して、「日本資本の津波のような流入 (Japanese Tidal Wave of Capital)」⁴¹⁾ (加点筆者) という表題をつけている。

39) Michael Lynch, *Australian Financial Review*, 22 March, 1989.

40) Abe David Ted Wheelwright, *op. cit.*, p. 109 (邦訳, 152 ページ)。

41) *Idid.*, p. 112 (邦訳, 157 ページ)。もっとも、筆者としては、この書物のノ

(iii) 高度の産業的・地域的集中

さらに、日本の投資の観光・不動産への圧倒的集中と、その結果としての特定地域への集中がある。たとえば 1987-88 年に、日本の不動産と観光の二つの産業部門への投資は対豪全産業投資の 84% を占め、その多くはクイーンズランド州に集中し、クイーンズランドの新投資の 89% はゴールドコーストに投下された。

イギリスやアメリカの投資は製造業や鉱業開発をはじめ、金融・保険やサービス（観光を除く）など、不動産と観光以外の諸部門にも広く分散している。したがって、地域的にみてもまた、オーストラリア全土に広く分散している。また、鉱物探査や鉱業開発は、そのほとんどが人の住まない辺境の地でなされるから、市民生活への影響は皆無に等しい。

これに対して観光開発は、オーストラリアの人口の 70% が住んでいる海岸地域に集中しており、観光投資の結果は地元住民の生活に直接的影響を及ぼすこととなる。また、不動産投資は他の産業と違って「侵略者」(an invasion) としてのイメージを持たれやすく、テレビ、ラジオ、新聞など各種のマスコミは、それ自身の商業的目的からも、日本の投資を格好の標的としてこの点を過度に強調する。その結果、たとえばゴールドコーストにおける日本の投資への人々の関心と認識を過度にあり立てる結果となったのである。

(iv) 高い可視性

日本の対豪投資の 1986 年以降の短期間における急激な増加、そして観光と不動産への著しい集中および限られた特定地域への集中は、オーストラリアの経済社会において日本の投資をいやがうえにも目立たせた。また、日本の投資が向かう不動産の買収、とくに歴史的建造物やオーストラリアの象徴として人々の琴線に訴える名所などの買収は、とかく人々の反

\\ 著者たちの意見や考え方には、左翼的な過激さや偏狭なナショナリズムに基づく偏見ゆえに同意し難い部分が多々ある。

発を招きやすい、サンクチュアリー・コウブ (Sanctuary Cove)、サーファーズ・パラダイス (Surfers Paradise) の大きな部分、ローン・パイン (Lone Pine) などの買収は、その例である。

また、ゴールドコーストにおける日本人経営のホテルやレストラン、ゴルフコース、土産物店、そこで働く多くの日本人従業員、それを目当てに押し寄せる日本人観光客の大群、街中にある日本語による表示等々は、オーストラリアでとかく目立つ存在であり、よかれあしかれ現地のマスコミの格好の話題（標的？）とされる。

（v）垂直的に統合された投資による漏出

日本の対豪観光投資は、土地の買収、ホテルの建設、ゴルフ場の新設、レストランや土産品店の経営等をすべて垂直的に統合したものとなっている場合が多い。これによって、本来オーストラリアに帰属すべき収益が、投資国日本に吸い上げられてしまうという漏出効果 (leakage effect) に対する批判も多い。観光における漏出の可能性の推測は、観光がオーストラリアの雇用創出や所得増加に貢献しているにもかかわらず、オーストラリア人の心のなかでは抵抗ないし反発要因として作用するのであろう。

しかしながら、現在のところ、外国投資の漏出が日本の投資の場合にとくに高いかどうかの問題に答えることは可能でない⁴²⁾。筆者としては、漏出は結局のところ大きな問題とはならないであろうと考える。実際に、ロス・ガーノウもつぎのように述べている。「垂直的統合は外交投資からの利益を減じるかもしれないという懸念が、オーストラリアにある。垂直的に統合された構造の内部では、観光客の支出からオーストラリアに生じる利益の水準が低くなるとの懸念は、大変誇張されている。観光からの利益と所得の流れを注意深く列挙してみる必要がある。このような作業は、オーストラリアは日本人観光旅行からわずかな利益しか受け取っていないというオーストラリアの大衆紙に出ている心配を軽減するであろうということ

42) Tisdell, *op. cit.*, p. 16.

を、他の諸国の証拠は示唆している」⁴³⁾。

以上のごときオーストラリアのマスコミがあおり立てる日本の投資への批判が何であれ、筆者がクイーンズランド州財務省や連邦財務省で政府高官にインタビューした時、彼らは一様に、「われわれは日本の（観光）投資を大いに歓迎する。より大規模な企業の進出を望んでいる」と率直に述べた。これは、日本の投資に対するオーストラリア人の批判に懸念を抱いていた筆者にとって、意外かつきわめて印象的であった。彼らの期待を裏切らずに彼らの意向に添うためには、日本の観光投資はいかなる点に留意しなければならないか。これは、観光サービスの貿易・投資関係を中心とする 1990 年代の日豪経済関係にとってきわめて重要な問題であった（これについては、本稿の最終節で述べる）。

ただ、1990 年代には、日本のバブル景気の崩壊により、対豪観光投資は減少からマイナス、すなわち引き揚げ超過となっただけではなく、対豪投資全般もマイナス続きとなっている。ちなみに、最新の 2000 年代の対豪投資の推移（認可ベース）をみると、2001-02 年は 104 億 7,500 万豪ドルで、総計の 8.9% を占め、国別順位はイギリス、アメリカ、シンガポールに次ぐ第 4 位、2002-03 年は 35 億 9,200 万豪ドルと大幅減で、統計の 3.9% を占め、国別順位は第 6 位、2003-04 年は 28 億 9,100 万豪ドルとさらに減少し、統計の 2.9% を占め、国別では第 6 位という状況である⁴⁴⁾。業種別ではサービス業（観光を除く）が最大で 25~42% を占め、製造業と鉱業が 10% 台でこれに次いでいるが、観光は激減で 1% 台に過ぎない。

4 観光および外国からの観光投資に関するクイーンズランド州住民の意識調査

1988-89 年のクイーンズランドの州 GDP への観光の貢献は約 40 億ドル

43) Garnaut, *op. cit.*, p. 250.

44) ジェトロ編『ジェトロ貿易投資白書』（2004 年版）、2004 年 9 月、246 ページ、および同（2005 年版）、2005 年 9 月、249 ページ。

で、GDP 全体の 9.2% であり、また、観光は 116,000 の仕事を提供し、雇用労働力の 9.2% を占めた。これらの数値は、オーストラリア全体のそれぞれ 5.5% の 1.7 倍の大きさである。換言すれば、クイーンズランド州経済の観光への依存度は 1 割近くと高く、オーストラリア平均よりもかなり高いとみることができる。

しかし、その反面において、マイナスの影響についての懸念も高まってきた。その第 1 は自然環境への影響、とくに海岸リゾート地やマリーナの埋め立てによる漁場、野生生物保護地域の湿地、動物の繁殖・生息地等の破壊についてであり、第 2 は、クイーンズランドの観光資源の外国所有による所有と統制のレベルについてである⁴⁵⁾。

このような観光の州経済への功罪について、クイーンズランド州財務省の外国投資官房室 (Foreign Investment Secretariat) は 1990 年に、ケアンズ、エアリー (Airlie) およびゴールドコーストへの外国観光投資について住民の大規模な意識調査を行った。1989 年 6 月 30 日の人口推計に従って、ゴールドコースト地域、ウィツァンデー地域 (Whitsunday Area) およびケアンズ地域の各住居ブロックからサンプルとなる家庭を抽出し、各家庭から任意の一人を選んでインタビューした。その結果、ゴールドコースト地域で 399 人、ウィツァンデー地域で 170 人、ケアンズ地域で 352 人、合計 921 人の 18 才以上の成人が、20~25 分間の面接調査を受けて回答した。調査項目はきわめて広範囲に及び、観光の現状認識や観光の将来に関する見解から外国投資に関する意見まで 23 項目にわたっている⁴⁶⁾。紙幅の都合上、その全容の紹介は差し控えるが、要点のみをあげると、つぎのようである⁴⁷⁾。

45) *Queensland Year Book* 1991, 1990, p. 149.

46) National Centre for Studies in Travel and Tourism, *Survey of Attitudes to Foreign Investment in the Queensland Tourism Industry*, Queensland Treasury Department, January 1991.

47) より詳しい紹介は、遠山、前掲論文、62-67 ページになされている。

(1) 観光に関する意識

(i) 地域経済における観光の役割

かなり多数の人々が、彼らの地域経済は観光にかなり依存していると答えている。「大きく依存している」と答えた者は、ケアンズで 60%，エアリーで 89%，ゴールドコーストで 77% あり、全体では 72.9% に上った（以下では全体の数値のみを掲げる）。これに「いく分依存している」とする者 22.1% を加えると、95.0% の人々が地域経済の観光へのかなりの依存を認識していることになる。

(ii) 観光の地域経済への影響

大多数の人々（76%）が、観光は地域に「プラスの影響」を与えると考えている。これを項目別に聞いてみると、地域サービスに対して 43.8%，仕事の機会に対して 62.6%，事業の機会に対して 61%，公園やスポーツ施設に対して 50%，買物施設に対して 75%，等となっている。

反面、つぎに対しては「悪い影響」を与えると答えている。自然環境に対して 56%，土地および住宅のコストに対して 68%，他の生活コストに対して 76%，公共施設の混雑に対して 45%，等となっている。

(2) 外国所有会社の観光への参入に関する意識

(i) 外国所有の観光会社（観光事業経営）の評価

「プラス面」としては、ケアンズでは雇用・仕事 31%，スポーツ施設 10% をあげているが、エアリーとゴールドコーストでは、「わからない」が 45%，38% で最も多い。「マイナス面」としては、ケアンズでは「なし」が 21%，「わからない」が 12%，買収・独占性が 8%，地域プロフィールの変化が 6% などとなっているが、エアリーとゴールドコーストでは「わからない」が 47%，34% と最も多く、「なし」が 4%，11% となっている。

(ii) 外国所有会社の参入の是非

人々の多数が「促進されるべきである」としているが、ほとんどの場

合、「ある条件のもとで」(under certain conditions)という条件つきである(この条件が何であるかについては、答えられていない)。五つの企業タイプ別に聞いた場合の結果は、以下のようなものである。①リゾート複合体では、「ある条件下での促進」が65%で最も多く、「不賛成」は10%以下にすぎない。②他のホテル・モテルでは、「ある条件下での促進」が62%と多く、「不賛成」は10%以下にすぎない。③観光興業、テーマ・パークおよびツアー興業では、「ある条件下での促進」は57%で、「不賛成」(discouraged)の表明も12%あった。④ゴルフコースでは、「ある条件下での促進」が54%で、「促進すべきでない」(not encouraged)が20%とかなり多く、「不賛成」も12%あった。⑤土産物店およびレストランでは、「ある条件下での促進」は46%で、「不賛成」が23%、「促進すべきでない」が28%とかなり多い。すべてにおいて「ある条件下での促進」という回答が最も多いが、ゴルフコースや土産物店・レストランでは強い否定的反応も多いことが明らかである。

(3) 外国の観光投資に関する意識

(i) 外国投資の有利性と不利益性についての評価

外国投資の「主な利点」として、雇用・仕事をあげた者が30%、資本・資金は24%、地域経済の支えが10%、オーストラリア人にはできないことが8%、施設の高級化が7%等となっている。反面、「利点なし」は12%であった。外国投資の「マイナス点」としては、利益の漏出が18%、所有権・統制権の喪失が15%、オーストラリアの買い取りが9%、外国投資会社への仕事の提供が5%、生活様式の変化が5%、それぞれ指摘されているが、「マイナス点なし」が17%、「わからない」が6%あった。

結局のところ、外国会社所有の観光施設の経済的、複合的、環境的な総合的影響については、52%が「マイナスよりでプラス」であると評価している。しかし、「プラスよりもマイナス」とする人も、24%に上っている。反面、観光事業が全面的にオーストラリア人の所有となった場合の経

济的，社会的，環境的な総合的影響については，「ベター」とする者 31%，「変わらない」とする者 27% よりも，「悪化する」とする者 37% の方が上回っている．観光への外国投資批判の声が高まっているオーストラリアとしては，全く皮肉な調査結果である．とくにゴールドコーストにおいて「悪化する」とみる者の比率が高い（50%）が，これは日本の投資の盛行と成功？の現状追認，またはオーストラリア人自身による観光経営への自信喪失に由来するものであろうか．

（ii）外国投資の民族性について

外国投資家で歓迎すべき国・地域と受け入れたくない国・地域について聞いた結果は，つぎのようであった．まず「外国投資を望まない」者 16% に対して，「どの国・地域の投資も歓迎する」が 18%，「受け入れたくない国・地域はとくにない」が 54% であった．「最も歓迎する外国会社の国・地域」では 37% の人がアメリカを，29% がイギリスを，23% が日本をあげた．「受け入れたくない国・地域がある」とした者 29% が最も多くあげたのは日本 7.7%，アジア 7.6%，その他（日本，アジア，アメリカ，イギリス，ニュージーランド，ヨーロッパ以外）24% であり，その他では中東・アラブ諸国が多かった．「その理由」としては，異なった考え方・生活標準 6%，過度の所有実績・外国統制の懸念 3.7%，不信心・非倫理的戦略 2.8%，利益の漏出 2.2%，戦争 2.2%，家庭におけるルールの違い 1.5% などとともに，アジア人への嫌悪 1.5% もあった．

日本は最も歓迎する国にも，受け入れたくない国にも，双方に顔を出しているが，これは日本の観光投資の存在と影響の大きさによるものであろうとともに，好悪の感情が大きく対立していることが明らかである．

V 観光の功罪と教育ツーリズムの台頭

1 観光の功罪

(1) 観光がもたらす利益

観光は 1990 年代に、オーストラリア最大の成長産業として期待された。観光が産業としてもたらす利益として、つぎをあげることができる。

(i) 雇用や所得の増大

観光は地域の雇用と所得を増大させ、地域の経済成長に貢献するところ大である。オーストラリアの GDP や国内総雇用に占める観光のシェアは 5.5% 程度であるが、国際観光州クイーンズランドでは 1 割近くに達する。国際観光の成長は、観光の雇用や所得への寄与率をいっそう高めるであろう。

(ii) 外貨獲得の増大

観光は、新しい外貨獲得産業として急速にその重要性を増した。オーストラリアの伝統的輸出産業の対日輸出は、日本側の需要構造の変化からみて、1990 年代に大きな伸びは期待し難かったが、それにひきかえ観光は、日本の国際観光需要の増大、オーストラリアの旅行先としての人気の高さからみて有望視され、明るい展望が可能であった。

(iii) 地域のインフラストラクチャーの整備

観光投資は観光施設の拡充への貢献もさることながら、道路網の整備や交通機関の拡充等を通して地域の交通サービスの改善と拡充にも寄与し、その利益は地域住民にも均霑される。

(iv) 政府収入の増加

観光は出入国税、駐車場料金等の増加を通して直接的に、また所得税、売上税、消費税、物品税等々を通して間接的に、政府収入の増加をもたらす。BTR の推計では、1987-88 年に 27 億ドルの間接税が観光客によって

支払われ、その約 15%，すなわち 4 億ドルは国際観光客によるものとされた。

(v) 相互理解の促進

観光客の増加は、オーストラリア人の国際化を促進させる。また、日本人の訪豪は、彼らのオーストラリア理解を深化させる。かくて観光は、日豪相互理解の促進に貢献する。

(2) 観光がもたらすコスト

反面、観光はいくつかの不利益をも生じる。

(i) 自然環境の破壊

観光開発によって、オーストラリアの貴重な自然の破壊が懸念されている。さんご礁への影響、自然保護区域の動植物への悪影響、下水の増加による海洋汚染の心配等々は、現実のものとなって進行しつつある。

(ii) 土地や住宅価格の値上がり

日本の観光開発投資の短期間の急増、一地域への集中は、その地域の地価や住宅価格を上昇させ、その他の一般生活費も増大させ、オーストラリア人の生活に深刻な影響を及ぼすと憂慮された。

(iii) 公共施設への影響

観光の発達による観光客の増加は、地域の公共施設の混雑を激化する。また、元来公共の所有、公共の財産であったものの私有化の可能性を高める。

(iv) 風紀の乱れ

観光開発による地方の都市化は、犯罪の増加、セックス産業や暴力団の台頭、エイズや麻薬の侵入など、社会的不安の増大、公序良俗の乱れの懸念を高める。

しかし、これらは経済開発と経済的發展に不可避のものでもある。上述の不利益にもかかわらず、観光開発はなお経済的に価値があるとされた⁴⁸⁾。観光がもたらす利益と不利益のいずれをとるかという問題接近法で

はなく、いかに不利益を小さくし、利益を大きくするかという積極的観点より、適切な対策を講ずべきであると考える。そこで、観光をめぐる日豪両国の課題が重要となる。

2 観光をめぐる日豪両国の課題

(1) 日本側の課題

(i) 慎重な投資

日本の対豪観光投資が利害無視のままに短期間に急増し、一地域に集中してきたことは、さまざまな弊害と批判を生じた。より慎重 (prudent) かつ控え目な (moderate) 投資⁴⁹⁾、要するに秩序ある投資への質の向上が不可欠である。それはオーストラリア人の対日批判の緩和、日本投資歓迎姿勢の醸成に重要である。

(ii) 観光客のマナーの向上

日本の国際化、日本人の国際感覚の高まりによって、日本人海外旅行者のマナーは改善は著しい。しかし、集団による旅行は傍若無人の振る舞いの温床となりやすい。たとえ一人旅であっても、それゆえのマナー違反は後を絶たない⁵⁰⁾。日本人観光客がオーストラリアで温かく受け入れられるためには、投資の場合と同様にマナーの向上が不可欠である。

(2) オーストラリア側の課題

(i) ホスピタリティーの向上

観光需要を増大させるためには、ホスピタリティーの向上は第1の要件であろう。日本人がオーストラリア観光に満足すればリピーターとなり、

48) Tisdell, *op. cit.*, p. 18.

49) クイーンズランド財務省外国投資官房室長代理スティーブ・エドウェル (Steve Edwell) 氏にインタビュー時の彼の見解。

50) 筆者が1986年8月に西オーストラリアのアルバニーへ行った時、この西南の果ての灯台の中にすら、日本人女性の名前と住所のマジックマーカールによる落書きがあり、慨嘆した。

また、周囲の人たちのオーストラリア観光への誘致の原動力となるであろう。もし不満を抱けば、その不満はオーストラリア人に声高には伝えられることはないけれども、ふたたびオーストラリアへ行くことはなく、また、周囲の人たちに他の国を選ばせる結果となるであろう。オーストラリアの観光事業従事者の教育と訓練の重要性を、とくに強調しておきたい。

(ii) 開店時間の延長

日本人のオーストラリア観光客の満足度は、総体的にかなり高いが、買い物熱心な日本人にとって、オーストラリアの百貨店、専門店、土産物店などの開店日数の少なさと営業時間の短さは、不足を感じさせるに十分である。日本なら稼ぎ時の土曜、日曜の休業、夕刻早い時刻での閉店は、日本人にはなじみ難い。オーストラリア人がより大きな観光収入を望むならば、この面での改善は不可欠である。筆者としては、2交代制やワークシェアリングによって、改善への対応は可能であると考える。

国際観光需要は、観光客の気まぐれや世界とくに受け入れ国における戦争や紛争やストライキなどに影響されるところが大きく、不安定なものである。そして、資源や食糧の供給における局限性とは異なり、観光サービスの提供は世界中で無限になされうるのである。オーストラリアの競争相手は、世界中に存在するのである。

3 近年における教育ツーリズムの盛行

前項で述べた観光の問題点やコストを克服した新しい型のツーリズムが、近年台頭してきた。それは、日本からの若い世代を中心とする教育ツーリズムの盛行である。

従来から、オーストラリアへの英語研修旅行等はあるにはあったが、アメリカやイギリス行きを中心とするなかで、日航とカンタス航空の複占による航空運賃の高いこともあって、オーストラリアはその影響に隠れた存在に甘んじてきた。ところが、近年になって、オーストラリア行き教育ツ

表 11-10 高校生の海外研修旅行の行き先

オーストラリア	75 校
ニュージーランド	19 校
米国西海岸	18 校
ヨーロッパ・英国	15 校
カナダ	15 校
中国	12 校
米国東海岸	10 校
マレーシア	9 校
シンガポール	9 校
韓国	8 校
フィリピン	3 校
ハワイ	3 校
ヨーロッパ・デンマーク	2 校
タイ	2 校
台湾	2 校

ーリズム熱が、欧米をしのぐ勢いで高まってきている。これは、オーストラリアが英語圏であることに加えて、高い安全性、「東経 135 度の友」としての少時差、日本と反対の季節や対照的な自然環境などが、航空運賃の低廉化と相まって大きく見直された結果と考えられる。オーストラリアにとって国際観光の競争相手は世界中のすべての国・地域であるけれども、こうしたオーストラリア特有のメリットにより、教育ツーリズムの行き先が他の国・地域へ浮気する余地はなく、とくに高等学校以下の生徒にとって魅力的な格好の行き先となっているのである。

実際に、最近のいくつかの統計から、それは容易に確認することができる。まず、国際教育交流促進協会 (Association of International Educational Exchange—AIEE) が主催して、平成 13 (2001) 年度に関西、中部地区の高等学校 1,616 校を対象に行った「高等学校における国際理解教育に関するアンケート」によると、つぎのような結果が出ている (434 校から回答、回答率 26.9%)。国際交流を実施している学校は 305 校 (実施していない学校は 128 校) で、そのうち海外研修旅行についてみると、実施の学年は 2 年生 (127

オーストラリアへの日本の観光客と観光投資

表 11-11 高校生等の海外修学旅行の行き先

順	行先国	公 立		私 立		合 計	
		校数	生徒数	校数	生徒数	校数	生徒数
1	中国	139	26,606	74	15,089	213	41,695
2	韓国	151	22,481	90	15,182	241	37,663
3	アメリカ	33	4,069	138	22,669	171	26,738
4	オーストラリア	30	5,509	101	17,260	131	22,769
5	シンガポール	81	12,680	54	8,266	135	20,946
6	マレーシア	60	10,549	35	6,094	95	16,643
7	カナダ	4	509	43	7,261	47	7,770
8	ニュージーランド	12	3,432	25	2,809	37	6,241
9	イギリス			45	5,401	45	5,401
10	フランス	1	80	32	4,561	33	4,641
以下、台湾、タイ、イタリアと続き、フィリピンまで 27 カ国							
計		531	87,768	701	109,203	1,232	196,971

表 11-12 高校生等の海外研修先国
(語学研修、ホームステイ等の任意参加型、3 ヶ月未満)

順位	研修旅行先国	学校数	生徒数
1	オーストラリア	734	11,188
2	アメリカ	795	10,461
3	イギリス	260	5,149
4	カナダ	242	4,355
5	ニュージーランド	214	3,095
6	中国	123	1,233
7	韓国	82	927
8	シンガポール	69	669
9	マレーシア	90	547
10	タイ	139	365
以下、フランス、台湾、イタリアと続き、ラオスまで 40 カ国			

校) が最も多く、1 年生 (88 校)、3 年生 (41 校) と続いている。実施時期は夏休みが圧倒的に多く、実施形態は自由参加が圧倒的多数を占めている。行き先は表 11-10 のとおりで、オーストラリアが圧倒的に多い。

つぎに、文部科学省が公表した平成 12 (2000) 年度高等学校等における

オーストラリアへの日本の観光客と観光投資

表 11-13 高等学校等の姉妹校提携（延べ校数，平成 13 年 7 月 1 日現在）

順位	提携先国等	公立学校数	私立学校数	合計学校数
1	アメリカ	183	220	403
2	オーストラリア	111	244	355
3	ニュージーランド	35	131	166
4	中国	55	99	154
5	韓国	47	98	145
6	カナダ	27	97	124
7	イギリス	15	39	54
8	台湾	5	22	27
9	タイ	3	9	12
10	フランス	4	6	10
10	フィリピン		10	10
以下，ロシア，マレーシアと続き，パキスタンまで 50 ヲ国				
合計（延数）		513	1,041	1,554
実施学校数（実数）		397	404	801

国際交流などの状況をみると，海外修学旅行の行き先は表 11-11 のごとくである．公立校は距離的に近い中国，韓国が多く，私立校は，距離は遠くなるがアメリカ，オーストラリアが多いことがわかる．海外研修（語学研修，ホームステイ等の任意参加型，3 ヲ月未満）は表 11-12 のごとくであり，行き先としてはオーストラリアとアメリカが群を抜いて多いことが明らかである．また，姉妹提携校でも，表 11-13 にあるように，アメリカとオーストラリアが抜群に多い．

このように，体験学習に取り組んでいる高等学校はかなり多いなかで，オーストラリアはアメリカと並んで最も重要な相手国となっていることが明らかである．英語国であること，安全性の高い国であること，オーストラリア人のホスピタリティーの高いこと等がその理由として考えられる．

（2007 年 6 月 30 日受理）