

HIROSHI MATSUMOTO

Ambasada Japonii w Polsce

BOGACTWO KULTUROWE I PRZYRODNICZE JAPONII ORAZ JEJ POLITYKA TURYSTYCZNA

CULTURAL AND NATURAL HERITAGE OF JAPAN AND JAPANESE TOURISM POLICY

Wstęp

Jednym z powodów, dla którego Japonia rozpoczęła poważne działania w dziedzinie turystyki, jest gospodarka. Rozwój gospodarki japońskiej rozpoczął się po II wojnie światowej (w latach 60.). W latach 70. i 80. odnotowywano gwałtowny wzrost gospodarczy, około 10% rocznie. Przyczyną tego był eksport tanich, ale dobrej jakości samochodów i artykułów elektronicznych. Jednak w latach 90. i na początku XXI wieku gospodarka japońska napotkała wiele problemów i utraciła swoją konkurencyjność. W takiej sytuacji zaczęto poszukiwać innych niż eksport sposobów na przezwycięzenie kryzysu i deflacji. I wtedy zwrócono uwagę na turystykę. Rząd Japonii wyszedł z założenia, że pokazanie cudzoziemcom uroków Japonii i stworzenie odpowiednich warunków dla turystów zagranicznych spowoduje zwiększenie liczby ich przyjazdów, co pozytywnie wpłynie na gospodarkę. Według danych Japońskiej Agencji Turystyki w roku 2008 wpływy z sektora turystyki stanowiły 5,3% GDP. Sektor turystyczny zatrudnia 6,7% wśród ogólnej liczby zatrudnionych.

Drugim ważnym celem promocji turystyki jest propagowanie relacji międzynarodowych. Ważne jest, by jak najwięcej obcokrajowców przyjechało do Japonii, zobaczyło ją na własne oczy i lepiej poznało.

W Polsce wciąż zdarzają się pytania, czy Japończycy noszą kimona lub czy w Japonii nadal są samurajowie. W dzisiejszych czasach, kiedy oprócz gazet, radia czy telewizji rozpowszechniony jest także Internet, dostępnych jest coraz więcej rzetelnych informacji. Mimo to wśród ludzi przekazujących informacje wciąż są osoby myślące stereotypami. W Japonii funkcjonuje powiedzenie, że „jedno spojrzenie jest warte więcej niż sto słów”. Trzeba zobaczyć coś na własne oczy, usłyszeć i poczuć. Zdarza się, że po takim doświadczeniu Japonia jawi się zupełnie inaczej.

Polityka turystyczna rządu Japonii

Japonia dopiero od niedawna realizuje działania dotyczące polityki turystycznej. 1 października 2008 r. utworzono w ramach rządu japońskiego Agencję Turystyki. Jest ona zewnętrznym organem Ministerstwa Gospodarki Przestrzennej, Infrastruktury, Transportu i Turystyki.

Agencja ma kilka zadań:

- reprezentuje rząd Japonii wobec krajów obcych i prowadzi planowe działania związane z wyjazdami za granicę;
- pod kierownictwem prezesa bezpośrednio prowadzi działania wspierane przez rząd, takie jak kampania rządowa Visit Japan, prowadzona od 2003 r., lub inna – Cool Japan;
- jest „centralą” przemysłu turystycznego;
- wspiera regiony najbardziej atrakcyjne dla turystów;
- tworzy narzędzia umożliwiające promocję turystyki.

Praca Agencji opiera się na Action Plan, który bazuje na wytycznych przyjętych przez rząd w postaci Podstawowego Planu Promocji Narodowej. W 2012 r. przyjęto poprawioną wersję Podstawowego Planu, która określa gałąź przemysłu turystycznego jako jeden z filarów japońskiej strategii rozwoju i pomaga w odbudowie Japonii po katastrofie trzęsienia ziemi i tsunami. Najważniejsze cele Agencji do 2016 r. to:

- wzrost konsumpcji turystycznej w kraju do 30 bilionów ¥;
- wzrost liczby turystów zagranicznych do 18 milionów do roku 2016 oraz do 25 milionów do roku 2020 (w roku 2013 Japonia przekroczyła próg 10 milionów turystów zagranicznych);
- wzrost satysfakcji turystów zagranicznych;
- rozwój rynku MICE, wzrost o 50% liczby zorganizowanych konferencji, a w dłuższej perspektywie zdobycie pierwszego miejsca pod tym względem wśród krajów w Azji;
- wzrost liczby turystów z Japonii podróżujących za granicę do 20 milionów do roku 2016;
- rozwój turystyki krajowej, tzn. wydłużenie liczby noclegów podczas podróży Japończyków po kraju do 2,5 nocy.

Wymiernymi efektami współpracy Agencji z agencjami i ministerstwami rządowymi jest np. rozluźnienie polityki wizowej dla obywateli Państw Grupy ASEAN od lipca 2013 r.

Dodatkowo od 1964 r. istnieje Japońska Organizacja Turystyczna (JNTO), która poprzez 13 ośrodków rozlokowanych w największych miastach na świecie realizuje zadania w zakresie promocji turystyki przyjazdowej.

Warunki pobytu w Japonii

Wielu Polaków jeździ na wakacje do Egiptu, Turcji czy Grecji. Wynika to zapewne z faktu, że po ciężkiej zimie Polacy pragną słońca i dlatego lubią jeździć do ciepłych krajów. Nie bez znaczenia są także niskie koszty i krótki czas podróży. Z tego punktu widzenia Japonia jest na przeciwległym biegunie. Mimo ostatnich promocji biletów

lotniczych koszty nadal są wysokie, a lot trwa długo. Jednak Japonia ma bardzo wiele do zaoferowania turystom. Jest krajem o powierzchni niewiele większej od Polski, lecz rozciągniętym z północy na południe, tak więc różnice klimatyczne pomiędzy rejonami są duże. Na północy klimat jest zbliżony do polskiego, ze śnieżną zimą i ciepłym latem, a południowe wyspy leżą w strefie subtropikalnej. Japonia kusi przepięknymi widokami, historycznymi budowlami, wyjątkowo smaczną, zdrową kuchnią i gorącymi źródłami. Jest tu wiele atrakcji turystycznych: bogata przyroda oraz głęboko zakorzenione w życiu Japończyków historia, kultura i zwyczaje.

Co należy wziąć pod uwagę, wybierając się do Japonii? Pokrótkie można to streścić w poniższych punktach:

- Pobyt powinien być odpowiednio długi, najlepiej od 10 dni do 2 tygodni.
- Program powinien obejmować:
 1. zwiedzanie typowych dla Japonii miejsc, jak zabytki światowego dziedzictwa, zamki, świątynie, chramy, gorące źródła;
 2. uczestniczenie np. w festiwalach, ceremoniach, warsztatach rzemiosł tradycyjnych, spektaklach tradycyjnego teatru;
 3. doświadczenie życia codziennego Japończyków;
 4. poznawanie nowoczesnej Japonii.
- Odpowiednie miejsce zakwaterowania, np. niespotykany w innych krajach, tradycyjny hotel-ryokan, o którym będzie mowa później, czy hotel kapsułowy, w którym zamiast pokoi są kapsuły, gdzie zwykle znajduje się tylko łóżko, telewizor, radio i budzik (jest to tanie i wygodne uzupełnienie oferty hotelowej).
- Komunikację: Japonia posiada doskonale rozwiniętą sieć kolei, autostrad oraz dróg szybkiego ruchu, co pozwala na sprawne przemieszczanie się po kraju; najszybszym środkiem lokomocji jest szybki pociąg typu *shinkansen*, kursujący z prędkością prawie 300 km/h; koniecznie trzeba podkreślić, że jest to również bardzo bezpieczny i pewny środek lokomocji – średnie roczne opóźnienie pociągu nie przekracza 50 sekund, w ciągu 50 lat historii *shinkansena* nie było ani jednego wypadku śmiertelnego, a pociąg wykoleił się tylko raz, w 2004 r., podczas trzęsienia ziemi¹.

¹ Ambasada Japonii w Polsce, *Superszybkie pociągi*, „Biuletyn Informacyjny. Japońskie technologie” 2011, s. 6.



Rysunek 1. Sieć kolejowa w Japonii

Źródło: <http://myweb.unomaha.edu/~yichuanshi/geog3000/maps.htm> [8.11.2013].

- Termin wyjazdu: najlepszy okres to kwiecień – maj, czyli pora, gdy kwitną drzewa wiśni, jest ciepło, lecz nie za gorąco, i nie zaczęła się jeszcze pora deszczowa, oraz październik – listopad, japońska jesień z przepięknymi czerwonymi drzewami klonu.
- To, że Japonia jest także krajem przystępnych cen. Poprzez zestawienie cen w największych miastach na świecie, w tym Warszawy. Tabela 1 potwierdza, że Japonia nie jest droga.

Tabela 1. Porównanie cen w największych miastach

	Tokio	Frankfurt nad Menem	Warszawa	Nowy Jork	Źródło
Big Mac	10.33	15.29	9.20	14.10	x
Transport publiczny (metro/tramwaj)	5.16	10.92	3.40	8.50	x
Przeciętny hotel	520.80	375.77	345.11	960.67	http://www.hotel-price-index.com/ [1.02.2013]

Waluta: PLN (PLN 1 = 31 JPY, US\$ 1 = 3,0937 PLN).

Źródło: JNTO.

Obiekty z Listy światowego dziedzictwa UNESCO

W Japonii znajduje się 17 obiektów wpisanych na Listę światowego dziedzictwa UNESCO. Z tą liczbą wśród krajów Azji Japonia plasuje się na trzecim miejscu, po Chinach i Indiach. Na liście² znajduje się np. miasto Kioto, dawna stolica Japonii, przepiękny zamek Białej Czapli – Himeji, jeden z najstarszych w Japonii zespołów świątynnych Horyuji (z 607 r.), zespół zabytkowy miasta Nara czy słynny chram Itsukushima na wyspie Itsukushima, którego brama unosząca się na wodzie jest jednym z „trzech najpiękniejszych widoków”. Pozostałe „widoki” to wyspy Matsushima oraz mierzeja Amanohashidate (most do nieba), łącząca brzegi zatoki Miyazu, niedaleko od Kioto³. Każde z tych miejsc jest warte odwiedzenia ze względu na swoje walory historyczne czy artystyczne.

Warto także wspomnieć o Fuji – najwyższej górze Japonii, liczącej 3776 m, która została wpisana na Listę dziedzictwa UNESCO. Jest to usypiony wulkan, którego ostatnia erupcja była w 1707 roku. Co roku wspina się na nią 300 tys. osób i coraz częściej są to również obcokrajowcy⁴. Podobno najpiękniejszy wschód słońca można zobaczyć właśnie ze szczytu Fuji. Na szczycie góry znajduje się skrzynka pocztowa, tak więc można powiadomić rodzinę i znajomych o swoim wyczynie. Turyści, którzy nie mają zacięcia wspinaczkowego, też znajdują w okolicy Fuji miejsca dla siebie. Są tu punkty turystyczne i widokowe niezwyklej urody. Odnaleźć można tutaj źródła, jeziora – czystą naturę.

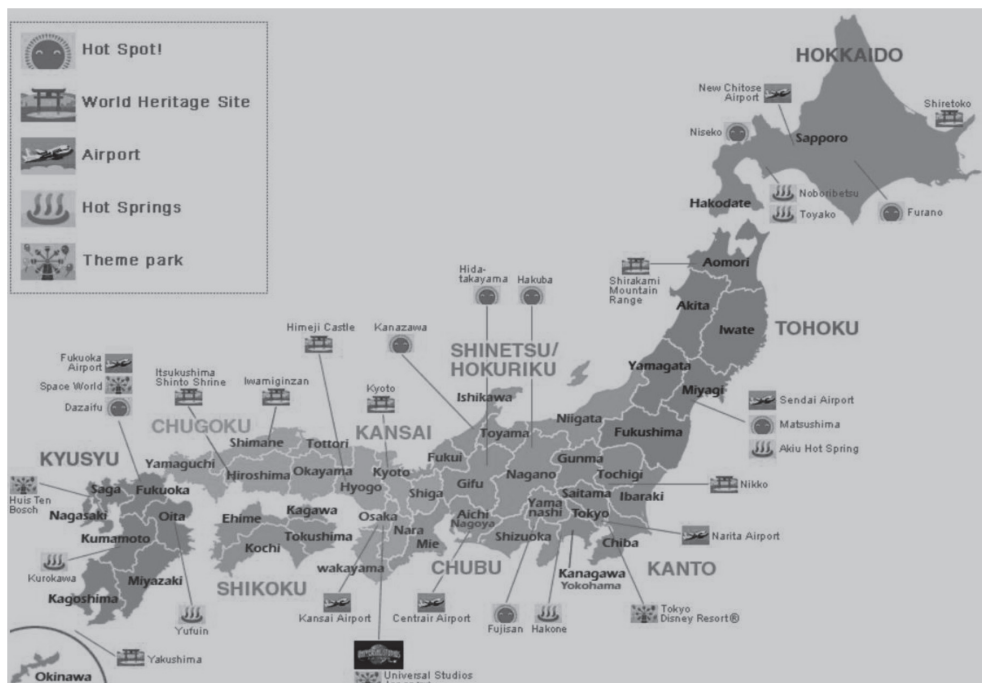
Ze względu na wysoką aktywność wulkaniczną gorące źródła występują na obszarze całego Archipelagu Japońskiego. Większość współczesnych gorących źródeł znajduje się wewnątrz zabudowań, lecz zachowały się również takie na wolnym powietrzu. Woda w tych miejscach zawiera różne minerały, co sprawia, że ma właściwości zdrowotne i lecznicze. Są znakomitym sposobem na relaks i uwolnienie się od stresu.

W Japonii gorące źródła są w każdym rejonie, zawsze znajduje się przy nich tradycyjny japoński zajazd – ryokan, w którym można zaznać tradycyjnej japońskiej gościnności. Ryokan jest zbudowany i wyposażony całkowicie w tradycyjnym stylu, obsługa nosi kimono i zachowuje się z wyszukaną grzecznością, by gość mógł się poczuć wyjątkowo. Warto skorzystać z gorących źródeł w dzień powszedni, kiedy ceny są niższe, a gości jest mniej. Dawniej pisarze jeździli do gorących źródeł, by w spokoju móc pisać. Dla twórczości literackiej są idealnym miejscem. Japończycy chętnie korzystają dla relaksu z tych źródeł, ale zatrzymują się nie dłużej niż jeden czy dwa dni.

² <http://whc.unesco.org/en/list/> [30.10.2013].

³ <http://nihonsankei.jp/eng/index.html> [25.10.2013].

⁴ <http://www.jnto.go.jp/eng/indepth/scenic/mtfujii/> [25.10.2013].



Rysunek 2. Mapa atrakcji turystycznych

Źródło: <http://myweb.unomaha.edu/~yichuanshi/geog3000/maps.htm> [8.11.2013].

Specyficzne japońskie atrakcje turystyczne

Zakupy

Zakupy są często jednym z obowiązkowych punktów wycieczek. W Tokio warto zwiedzić dzielnicę Akihabara. Nie ma na świecie drugiego miejsca, w którym byłoby tak duże skupisko sklepów z elektroniką użytkową. Nawet jeśli nie robi się tam zakupów, jest to ciekawe doświadczenie, gdyż można zobaczyć produkty z działu najnowszych technologii. Na niespiesznym zwiedzaniu dzielnicy można spędzić nawet pół dnia. Zupełnie inny charakter ma dzielnica Harajuku w Tokio. Jest to niekwestionowana stolica wyjątkowego japońskiego stylu *kawaii*. Są tam sklepy ze strojami oraz wszystkimi akcesoriami, o jakich marzą zwolennicy tego stylu, a na ulicy natkniemy się na młodzież przebraną w stroje inspirowane między innymi *mangą* i *anime*⁵. Obok znajduje się bardzo elegancka ulica Omotesando, przy której są sklepy najdroższych światowych marek. Warto odwiedzić także

⁵ *Japanese PopCulture*, „Niponica 2013, nr 9, s. 5.

znane domy towarowe, jak na przykład Mitsukoshi, Matsuzakaya, Sogo, Takashimaya, Isetan czy Matsuya. Dwa pierwsze z nich powstały przed 400 laty.

Ciekawostką są też sklepy „stu jenowe”, w których każdy artykuł kosztuje 100 jenów (ok. 3 zł) i można w nich znaleźć wiele potrzebnych towarów.

Niezapomniana może być też wizyta na rybnym targu Tsukiji w Tokio. Jest to największy na świecie hurtowy targ rybny. Można tu kupić wszystkie rodzaje ryb i owoców morza, których każdego dnia sprzedawane jest tu ponad 2 tys. ton. Z tego powodu jest częstym celem wycieczek zagranicznych turystów.

Bohaterowie japońskiej mangi

Japonia jest rajem dla miłośników *mangi* i *anime*. W całym kraju rozlokowane są miejsca i muzea związane z bohaterami komiksów lub znanymi autorami. Ostatnio coraz częściej autorzy umieszczają akcję w realnych miejscowościach, a postacie i autorzy kreskówek przyciągają do danego miejsca ogromne liczby fanów, tak więc miasta starają się spełnić ich oczekiwania. Organizują imprezy, tworzą muzea i galerie, ustawiają rzeźby w całym mieście. Przyjeżdżający tłumnie fani mają wpływ na rozwój ekonomiczny miejscowości, więc kolejne miasta są zainteresowane przyciągnięciem uwagi autorów⁶.

Japońskie święta – *matsuri*

Japonia słynie też ze swoich barwnych festiwali, które odbywają się w całym kraju w różnych terminach. Najbardziej znany jest Gion w Kioto, z paradą ogromnych platform na kołach, która przyciąga co roku w lipcu tłumy mieszkańców i turystów. Interesujący jest też Festiwal Śniegu w Sapporo, który odbywa się w lutym. Turyści mogą wtedy podziwiać ogromnych rozmiarów rzeźby ze śniegu lub lodu. Oprócz kilku największych festiwali odbywają się też mniejsze, lokalne.

Nowoczesna architektura

Japońskie miasta są też miejscami, gdzie realizowane są najsmielsze wizje współczesnych japońskich architektów. Spacerując ulicami tych miast, można napotkać nie tylko perły tradycyjnej architektury, ale także wspaniałe nowoczesne budynki. Na przykład w Tokio znajdują się 23 budynki, które mają więcej niż 200 m wysokości, a najwyższą konstrukcją w Japonii i drugą na świecie jest wieża Tokyo Skytree, mierząca 634 m, której budowę ukończono w 2012 roku. Na kilku wysokościach (najwyżej na 451 m) znajdują się punkty widokowe, z których roztacza się przepiękna panorama⁷.

⁶ *Japan Anime Tourism Guide*, ed. The Association of Japanese Animations and UNIJAPAN (Japan Association for the International Promotion of the Moving Image), Japan Tourism Agency, Tokyo 2010.

⁷ <http://www.tokyo-skytree.jp/en/> [15.11.2013].

Turystyka wyjazdowa

Rozpatrując turystykę wyjazdową z Japonii do Polski, w tej kwestii Polska ma wciąż wiele do zaoferowania. Z punktu widzenia rynku zwiększenie liczby turystów z rozwiniętej gospodarczo Japonii jest możliwe. Szczególnie istotne jest przyciągnięcie do Polski tych Japończyków, którzy licznie odwiedzają Austrię, Czechy czy Węgry.

Wielu Japończykom Polska kojarzy się z Fryderykiem Chopinem, Marią Skłodowską-Curie czy Mikołajem Kopernikiem, a także Lechem Wałęsą, o którym powstał niedawno film. W Japonii znany jest ze swojego piękna Kraków, wiele wiadomo również o obozie koncentracyjnym w Oświęcimiu. Niestety nie ma Japończyków, którzy wiedzieliby o bałtyckich plażach czy pięknych pasmach tatrzańskich. Zatem Polska ma wciąż wiele do zaoferowania turystom zagranicznym, w tym Japończykom. Ważne jest nie tylko utrzymanie dotychczasowego pozytywnego wizerunku, ale również pokazanie nowego oblicza kraju.

Zakończenie

W 2020 r. Tokio będzie gospodarzem letnich igrzysk olimpijskich. Przygotowania zostały już rozpoczęte. Podjęte przez Agencję Rządową wysiłki mają na celu wzbudzenie zainteresowania turystów przyjazdem nie tylko przy okazji zawodów, ale także przed i po tym wydarzeniu, do czego także i Państwa serdecznie zachęcam. „Yōkoso Japan!” – zapraszamy do Japonii.

Bibliografia

1. Ambasada Japonii w Polsce, *Superszybkie pociągi*, „Biuletyn Informacyjny. Japońskie technologie” 2011.
2. *Japan Anime Tourism Guide*, ed. The Association of Japanese Animations and UNIJAPAN (Japan Association for the International Promotion of the Moving Image), Japan Tourism Agency, Tokyo 2010.
3. *Japanese PopCulture*, „Niponica” 2013, nr 9.

Strony internetowe

1. <http://myweb.unomaha.edu/~yichuanshi/geog3000/maps.htm> [8.11.2013].
2. <http://nihonsankei.jp/eng/index.html> [25.10.2013].
3. <http://whc.unesco.org/en/list/> [30.10.2013].
4. <http://www.hotel-price-index.com/> [1.02.2013].
5. <http://www.jnto.go.jp/eng/about/index.html> [15.11.2013].
6. <http://www.jnto.go.jp/eng/indepth/scenic/mtfujii/> [25.10.2013].
7. <http://www.tokyo-skytree.jp/en/> [15.11.2013].

Streszczenie

Japonia bez wątpienia może się pochwalić wyjątkowymi walorami kulturowymi i przyrodniczymi. W związku z korzystnym wpływem turystyki przyjazdowej w aspekcie ekonomicznym i społecznym rząd Japonii dokłada starań, aby zachęcić do przyjazdu jak największą liczbę turystów zagranicznych.

Niniejszy tekst w skrócie wyjaśnia działania rządu japońskiego w zakresie polityki turystycznej. Przybliża także największe atrakcje turystyczne Japonii, miejsca i wydarzenia godne zobaczenia. Opisane są także warunki pobytu w Japonii. Dodatkowo przedstawiono kilka aspektów turystyki wyjazdowej do Polski.

Słowa kluczowe: Japonia, atrakcje turystyczne, polityka turystyczna

Abstract

With no doubt Japan can be proud of its cultural and natural heritage. Due to favourable influence of inbound tourism for economy and social issues, government of Japan makes an effort to encourage as many foreign tourists as possible to visit the country.

This paper explains shortly the undertakings of Japanese government in terms of tourism policy. It also describes main tourist attractions in Japan, places and events worth visiting. Staying conditions are also presented. Additionally, few aspects of outbound tourism to Poland are also explained.

Keywords: Japan, tourist attractions, tourism policy

NOTKA O AUTORZE

Hiroshi Matsumoto, Radca Ambasady Japonii w Polsce; 1981 r. – początek kariery w japońskim Ministerstwie Spraw Zagranicznych, w Departamencie Europy Wschodniej; 1982 r. – wyjazd do Polski w celu nauki języka polskiego w Łodzi i Krakowie; przez kilka lat praca w Ambasadzie Japonii w Warszawie, awans na kolejne stanowiska (pomiędzy wyjazdami na placówki w Europie i Afryce oraz pracą w MSZ w Tokio), październik 2011 r. – początek trzeciej misji w Ambasadzie Japonii w Warszawie w randze Radcy i Zastępcy Szefa Misji.

