

環渤海地域における観光文化産業協力発展に関する一考察 —産業クラスターの視点に基づいて—

李 剛*

- 一、はじめに
- 二、観光産業クラスターについて
- 三、環渤海地域観光開発と協力へのアプローチ
- 四、京津冀地域の観光文化産業クラスターのモデルづくり
- 五、おわりに

キーワード：環渤海地域・京津冀地域・産業クラスター・観光文化産業・協力発展

一、はじめに

1. 研究背景と研究目的

（1）研究背景

「観光圏づくり」という言葉に代表されるように、それぞれの地域の個性を活かして、地域のアイデンティティの確立や地域の振興、持続性の向上を目指すという取り組みは中国各地でますます盛んになっている。これは中国各地域の地方政府においても同様で、行政運営の指針となる総合計画に施策として位置づけるなど、

観光圏づくりに向けた取り組みは中央政府と多くの地方政府で重要な課題となっている。この傾向は中国沿海部を除く内陸部においてより顕著であり、急速に進む農村の都市化や産業活力に伴う諸問題を解決する方策として「観光圏づくり」に対する期待は益々大きくなっている。

中国では、「観光圏づくり」の成功例も様々な形で広く知られるようになってきているが、観光振興に取り組んだ結果、観光地として観光客は訪れるようになったものの、いわゆる「通過型」の観光地となってしまう、消費の機会を他の地域に奪われてしまうことで、期待したほどには地域の振興につながっていないという新たな悩みを抱える地域も見られるようになってきた。

こうした背景から、「観光圏づくり」は社会・文化的効果などを含めた観光都市づくり全般につながる要素が重層的に関連していることを踏まえつつ、その中でも関係地域行政からみて期待の大きい地域振興効果、すなわち観光による経済波及効果について着目する。そして、地方都市における観光入込客の少ないところにおい

※本論文は2010年度中国国家教育部人文社会科学研究规划基金プロジェクト「北東アジア地域観光一体化協力メカニズムに関する研究—理論の構築とシステムの設計」（許可番号: 10YJA790087）、2008年度天津市教育委員会天津市大学教育機関人文社会科学研究プロジェクト「環渤海地域観光経済協調発展研究—京津冀地域（北京市・天津市・河北省）観光業競争モデルを例に」（許可番号: 20082419）、2011年度天津市教育委員会大学教育機関人文社会科学重大研究プロジェクト「天津観光文化資源創意メカニズム研究」（許可

番号: 2011ZD021）、2012年度中国国家社会科学基金青年プロジェクト「文化資源観光化における加重（エンパワーメント）メカニズム研究」（許可番号: 12CJY089）の研究成果の一部である。

* 李剛（1964年6月～）、男性、中国天津市出身、天津財経大学商学院観光学部准教授、修士課程の指導教官。博士、修士（地域経済政策学）・修士（言語文化学）。主な研究分野：地域経済政策学、観光経済学、観光心理学、言語文化学。2001年4月より大阪経済法科大学アジア研究所客員研究員。

ての観光からの経済効果形成のあり方として「近隣の大観光地への移出」も有効な選択肢の一つになりうることを検証する。こうした取り組みの有効性が明らかになることにより、地方観光都市周辺の市街村においては、「立ち寄り観光」といった形で回遊する観光入込客の獲得を目指していくことに加え、近隣観光都市の集客力・購買力を活用することで地域活力の向上やブランディングを実現するという戦略も有効な選択肢になるものと考えている。

(2) 研究目的

本稿では上記の考え方に基づく観光地の文化的消費需要に対応した供給を形成する広域産業クラスターの圏域形成を「観光産業圏」と仮称し、観光客を誘致するだけでなく、「観光産業圏」、「観光文化産業圏」を形成することで地域文化振興を図るという政策の成立可能性を論証することを目的とする。

そもそも、産業クラスターを持つ地域では、その他の地域の経済成長を遥かに上回っている。例えば、米国のハリウッドの娯楽産業、ウォール街の金融産業、シリコンバレーのIT産業、日本の温泉レジャーリゾート産業、韓国の「韓流」文化産業及び中国の珠江デルタ、長江デルタ、環渤海地域の家電産業などは産業クラスターによって、地域成長が促進された典型的な代表例である。環渤海地域の観光文化産業の発展にあたって、その優位さを十分に生かし、協力提携を強化し、効果的な連携を実現することはこの地域の協力発展促進に対して重要な戦略的な、現実的な意味を持っていると言える。本稿は産業クラスター理論に基づき、数多くの先行文献、先行研究を参考にし、SWOT分析の研究手法を用いて、環渤海地域（北京市、天津市、河北省、遼寧省、山東省、山西省、内モンゴル自治区）、特に北京市・天津市・河北省という三地域からなる中国の首都圏にあたる京

（北京の略称）津（天津の略称）冀（河北省の略称）地域の観光文化産業の現状を踏まえて、相互協力と提携の可能性と必要性を検討したうえで、観光産業クラスターモデルで環渤海地域における観光文化産業の協力的な発展を提案しようとする。これらのことを明らかにすることで、各地方政府の施策立案の参考として、観光政策においても地域の持つリソースをどういった形で選択、集中していくかという課題に対する説明材料の一つとして知見を活用できると考えている。

2. 研究内容と研究方法

(1) 研究内容

前項に示した観光入込客の多い都市を核とした観光消費を賄う産業クラスター（観光産業圏）の可能性を明らかにするための仮説を設定し、それに対する分析を行なうことで「観光文化産業圏」を形成することの有効性を論証する。また、本稿では「観光文化産業圏」の有効性を検証するうえでのモデルとして中国の環渤海地域、特に京津冀地域を中心事例として取り上げる。これは、首都北京をはじめ、国際観光文化都市クラスのある観光都市を有する一方で、観光客の誘致に苦心している各地域の地方政府もあるなど、「観光文化産業圏」のモデルを構築するうえで分かりやすい構造が見られることなどから選定した。

(2) 研究方法

分析方法としては、数多くの先行研究や文献及びウェブサイトを利用するのみならず、長年この課題に取り組んできた問題意識を生かしてみたい。

3. 先行研究と本稿の位置づけ

(1) 先行研究

産業クラスター (Industrial clusters) とは、情報通信、バイオ、医薬、環境といった特定分野の企業、大学・研究機関、法律事務所、会計事務所などのビジネスを支援する専門組織、公的機関、ベンチャー企業を育てるインキュベーター組織などが一定地域に集積した状態をさす⁽¹⁾。本来、クラスターとは葡萄の房を意味するが、ここでは、限られた地域の産官学が互いに競争、協力しながら、技術革新 (イノベーション) を重ね、新たな商品やサービスを生み出すことで産業育成と地域振興を目ざす概念であり、産地企業集積と言われることもある。

米国ハーバード大学ビジネススクール教授のマイケル・E・ポート (Michael Eugene Porter, 1947年-) は、『国の競争優位』 (The Competitive Advantage of Nations, 1990) という著書の中で初めて、産業クラスターの構想を提唱し、国内で特色ある産業集積地が数多く誕生することが競争原理を通じて国家の産業競争力の向上につながるという競争戦略論を主張した⁽²⁾。情報通信産業が集積したアメリカのシリコンバレーが代表例で、同国のオースチン (情報通信)、イギリスのケンブリッジ (バイオ)、ドイツのミュンヘン (医薬バイオ)、フィンランドのオウル (バイオ、情報通信) などが知られている。日本では経済産業省の主導のもと、全国で40ヵ所以上の産業クラスター計画が進んでおり、愛媛県今治市の造船業などを中心とした「海事クラスター」など成果をあげている地域もある。

産業クラスターの研究にあたって、劉尚華 (2007) は、「産業クラスターは、類似または関係産業が同じ地域で集積、集約し、互いの依存度がますます大きくなり、一種または多種の核心技術産業を牽引力とし、次第に関係産業を取り入れ、組み合わせて発展させる」と述べた⁽³⁾。凌嵩 (2004) は、「産業クラスターは、独立自主且つ依存しあう、専業分業と資源補完という

現象を持って、長期的な、非特定契約の企業のある地域範囲内における集まりである」と主張した⁽⁴⁾。

また、観光産業クラスターについては、いくつかの先行研究が挙げられる。鄧氷、俞曦、呉必虎 (2004) は、「観光産業集積とは、観光核心吸引物を指し、観光企業及び関係企業の間に緊密な経済関係があり、ある地域空間に集まって協力発展をすることである」と述べた⁽⁵⁾。尹貽梅、陸玉麟、劉志高 (2004) は、観光産業クラスターを、「ある地域空間に集まった観光核心吸引物、観光企業及び関係企業が共同の目標のため、緊密な関係を結んで、協力し合って競争力を向上させる」と定義した⁽⁶⁾。

(2) 本稿の位置づけ

本稿は先行研究を参考にしたうえ、「産業クラスターとは、ある地域または領域内において相関関係にある企業、産業及び機構がある特定の地域内に集まって、業種分業、業種別の資源補完、技術を共に享受することを通じて産業全体の競争力を向上させる現象と過程である」との定義を試みた。

また、観光産業クラスター概念と観光産業の特徴を参考に、本稿では、観光産業クラスターを、「ある地域空間内において、観光核心吸引物をもとに、飲食・宿泊・交通・遊覧・買物・娯楽といった観光の六つの要素に関わる観光産業企業と関係企業、機構が観光目的地内において大量に集まって集客率の高い経済群を生むと同時に、競争と協力関係のある観光企業及び関係企業の間には緊密な経済関係があり、ある地域空間内に集まって地域の活性化を促進する」と定義してみた。

既往文献の傾向として「観光資源の発掘・育成に努める」及び「観光が地域経済に好影響を与える」という側面からの文献が多く、基本的には観光圏づくりを支援するスタンスから記さ

れているものが多い。これらは背景として観光文化都市づくりの概念自体が比較的になしく、未だ振興の手立てや振興の意義の周知を図る段階であることや、観光文化都市の一つ一つが関係者の多大な努力の下に積み重ねられていることなどもあり、懐疑的な姿勢に基づいた文献は少数派と言っている。

経済波及効果の分析などもそうした傾向がみられ、観光客が増えれば、経済効果が必ず発生するという観点に立っていることがうかがえる。本稿においてもこうした背景を理解し、現在行なわれている観光都市づくりなどは今後も進めていくべきであるし、現在も多くの人々が取り組んでいる観光都市づくりの実践には学ぶ点が多々あると考えている。また、観光都市づくりは地域の誇りの醸成や地域のアイデンティティの確立といった側面もあり、そこで前面に立って、苦労している人々のことを考えれば、金銭的に潤っていない故に観光都市づくりとして劣っているという評価は適切さを欠いていると言える。

しかし、多くの地方自治体が地域アイデンティティの確立や絆・誇りの醸成という目的のみにとどまらず、観光の振興を促すことで地域の経済的自立性を高めたいという意図を有している以上、その適正化に向けた適切な評価や戦略の見直しも必要であることも事実であろう。

こうしたことを踏まえ、本稿では観光都市づくりには多面的な要素と努力が絡み合っていることを認識しつつ、その中でも経済効果に着目し、特に観光客の消費は観光目的地以外のところの生産物も消費されることによる経済効果に着目している。そして、観光消費に伴う流通から、地域間の互恵関係の実態を明らかにし、「観光ルートづくり」に代表される観光資源間の結びつきだけでなく、流通・供給といった視点からも地域連携が存在し、それに向けた政策の必要性を問うことに独自性があると考えてい

る。さらに、地域ごとの互恵関係として地域産品を積極的に消費地、つまり多くの観光客が集まる観光地に納入していくことで地域の経済的持続性と地域アイデンティティの確立を叶えていく方策の必要性や可能性を明らかにすることで、観光都市づくりの新たな選択肢を拓ける点に意義があるものと考えている。

二、観光産業クラスターについて

1. 観光産業クラスターの構成

観光産業の生産過程の全体性と協調性、産業範囲の広さ、産業構造の次元性、産業関係の関連性はクラスターの形成、発展、存在の客観性と必然性を備えている。このために、観光産業クラスターは観光要因、関連企業及び補助企業、関係機構、観光資源、地域条件ともに優れた観光目的地を取り巻く空間地域集積体であり、観光産業のハイレベル段階の産物と、経済のグローバル化とクラスター化の発展に適應する必然の動向でもある。

一方、資源賦与の視点から見れば、観光産業クラスターは効果的な方法によって、ある地域の観光産業要因が有効的に結びつけられて、最も競争力の高い経済活動の資源配置が形成される。他方、産業チェーンの視点から言えば、最も競争力、潜在力のある観光企業をチェーンコアとし、商品、技術、資本などを橋渡しとし、パッケージまたは小売の形で観光商品を、間接的または直接的に観光客に販売することによって、集客地と目的地の間の観光と旅行が実現可能となり、旅行代理店、ホテル、レストラン、観光スポット、観光土産売店などの業者間のチェーン関係が織り成される。

また、経済システムの視点からすれば、観光産業クラスターは観光産業と産業クラスターの理念とメカニズムを融合し、合理的な利益配分システムをもとに、核心観光産業を支えに、多

次元、多構造の観光経済活動地域システムと観光企業戦略同盟をなして、鮮明な産業集積優位と放射的な効果を作り出す⁽⁷⁾。

本稿では、各業界と観光産業との関係の度合いを踏まえて、観光産業クラスターを、下記の三つの部分に分けてみた。

第一層は核心層であり、観光産業群における最も基礎的な部分でもある。飲食、宿泊、交通、観光、買物、娯楽など観光活動のすべてに関わっている。観光資源は観光業が頼りにして発展していく物質的な基礎である。観光資源産業が観光資源の開発に携わって、集積地域内では観光客体になるようにする。観光対象は観光客を誘致できる観光吸引物である。

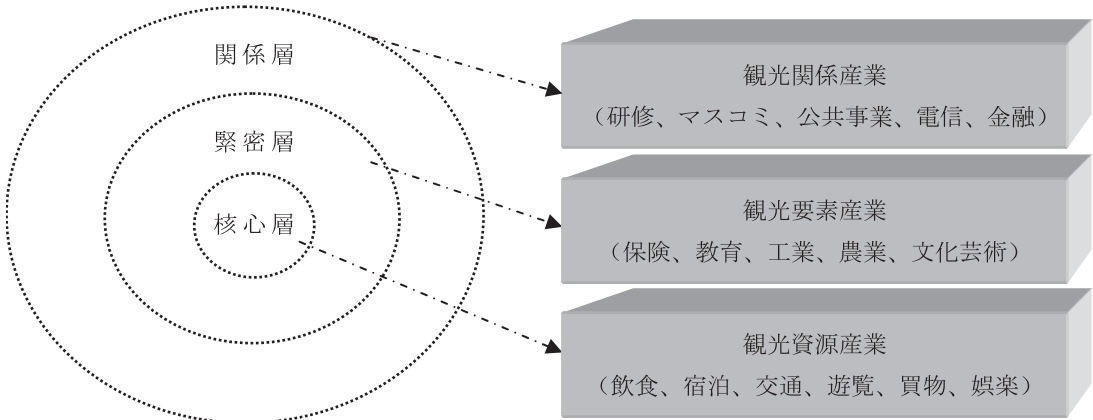
第二層は緊密層であり、観光産業の発展保障の部分でもある。その中には、農業、工業、郵政情報業、保険業、文化芸術業、教育業、医療

保険業などが含まれる。観光要素は観光客に交通機関、飲食、宿泊、観光、買物、娯楽などを提供する観光企業、すなわち観光要素産業を生み、旅行社、ホテル、レジャー娯楽施設などが含まれている。

第三層は関係層である。観光産業クラスターの外部にあるにも関わらず、観光産業の発展に大きく影響している。観光要素産業の外部では、第三次元の観光関係産業が観光産業に補足的なサービスを提供している。その中には、造園緑化、研修機構、金融、電信、公共事業、マスコミなどが含まれる。

観光産業の特徴は観光産業クラスターが観光資源産業、観光要素産業、観光関連産業からなるとされている⁽⁸⁾。これら三つの関係（観光産業クラスターの中にある関係と地位）は下記の図1のとおりである。

図1 観光産業クラスター構成図



出典：筆者作成。

2. 観光産業クラスターの特徴

第一は、産業チェーンの形成条件である。観光客のニーズに応えるためには、観光資源という核心層と、旅行社、宿泊、飲食、娯楽、買物などの要素供給層のほかに、より多くの観光企業によって共同でこれを完成させる必要がある。

第二は、経済の外部性である。各業者、部門が互いに依存しあうため、ある企業の良質なサービスによって観光客を誘致し、それがその他の企業にも経済的効果をもたらす。よって、集積のメンバーが多ければ多いほど、集客市場の制御力が強くなる。

第三は、市場販売ルートの直接性である。観

光商品の生産と消費の統一性で、産業チェーンの中にある各業者が直接市場ルートと連結できる。

第四は、集積産業の文化理念の創造性である。観光産業クラスターの文化はその他の観光産業クラスター競争の激化の長期化による集客業に対するダメージは大きく、そのため、観光産業クラスターカルチャーが創造し直され、内部のすべての企業の経営管理理念と文化価値内容を導き、すべての産業クラスターの競争力を向上させるべきである。

3. 観光産業クラスターの優位

第一は、クラスターモデル形成の優位性である。観光産業の商品とサービスが生産技術において垂直分離の特徴を持っており、産業内では観光客への飲食、宿泊、交通、観光、買物、娯楽の提供をめぐるできた企業間の連携が職種分業になり、長い価値チェーンになる。そのため、その他の産業クラスターに比べて、観光産業クラスターモデルの形成過程は優位性に恵まれている。

第二は、互いに補い合った収益の獲得である。クラスター内におけるメンバーの間に互いに依存し、協調し、協力して得た結果は各部分の簡単な合計より遥かに大きいものとされる。例えば、一回の観光の質の良し悪しが基本吸引物の優劣に関わるだけでなく、補充的な企業の質にも依存する。

第三は、市場情報の優位性である。観光産業クラスター内部においては、各企業が市場ルートの直接性を持っているため、その他の産業クラスターに比べて、より十分な市場資源を共に利用する機会があり、情報の伝播速度がより速く、より正しく、必要なコストもより低い。

4. 観光産業クラスターモデル

本論では、市場化水準と政府関与の度合いの

異なりによって、観光産業クラスターモデルを、主に政府支援型、即ち主に政府の支援によって観光産業の成長と進展が完成され、観光産業クラスターの発生が上から下へと、国と地方政府の関与と救援政策を通じて促されることとし、もう一つは市場主導型であり、即ち観光産業クラスターは観光企業が観光産業クラスターの利益の追求を通じて自発的に形成され、観光産業クラスターの発生は下から上へと考えられることとする。

三、環渤海地域観光開発と協力へのアプローチ

1. 環渤海地域の観光開発と協力現状

中国における異なる次元、規模の地域観光協力と集積発展の趨勢は日増しに明らかになりつつある。経済のグローバリゼーションと地域経済一体化のトレンドに応じ、都市群の開発と相まって、観光産業はすでに環渤海地域において融合が最も早く、実用化段階に入った分野になった。1985年9月環渤海関係都市では北京市、天津市、河北省、遼東半島、山東半島といった地域観光協力を初めて打ち出した⁽⁹⁾。2004年から現在に至り、環渤海地域における各省、市では、相次いで「環渤海湾岸都市観光協力」、「北方環渤海11都市観光地域協力枠組み協議」、「京津冀観光協力共識」ができ、共同で環渤海地域の観光市場を開放することが確定された⁽¹⁰⁾。しかし、現在、環渤海観光総合体は非合理的な空間構造、組織メカニズムの未整備など数多くの問題がまだ存在している。特に北京、天津、青島、済南、瀋陽、大連のような都市の観光波及と集積の範囲は狭くて、地域観光の規模化、産業化、集積化の発展に有効的ではない。

2. 環渤海地域の観光クラスター形成条件分析

(1) 環渤海地域環境優位の強さ

観光資源の移転は不可能であるが、地域環境優位は好みの異なる観光消費者と観光企業の利益主体に空間移動を通じて、観光目的地へと集積させることができる。環渤海地域の地域的優位さと地縁優位、資源賦与と経済発展水準及び政策環境などの強い吸引力は、地域観光経済の効果的な運営と統合的協力関係の重要な原動力になる。地域的優位性から言えば、環渤海地域は中国北方地域が日本、韓国、北朝鮮など北東アジア諸国と国際交流との協力の重要な門戸であるため、集客市場が大きく、交通ネットワークも密集している。北京市、天津市、河北省を中心に、山東半島、遼東半島を翼にした水平的交通ネットワークと、ハルビン・大連間、北京・上海間、北京・瀋陽間といった縦方向の交通動脈と、大連港、天津港、青島港などの沿海交通ネットワークが高度に集積されている。

経済的優位性から言えば、環渤海地域は中国の三大経済成長極の一つだと呼ばれており、北東アジア地域の国際経済協力のフロンティアでもあるので、とても強い経済的集積、波及、先導的な役割を果たしている。2009年、環渤海地域における省（遼寧省、山東省、山西省、河北省）、自治区（内モンゴル自治区）、直轄市（北京市、天津市）の国民総生産（GDP）は102356億元であり、全国のGDPの約31%を占めており、一人当たりのGDPも全国の平均水準を上回ったほか、第二次産業、第三次産業が経済成長の寄与率に47.41%、40.09%にもなり、観光総収入が4666.75億元に達し、環渤海地域GDPの8.4%であり、全国観光収入の60%を占めている⁽¹¹⁾。

資源的優位性から言えば、環渤海地域は中国の三分の一にも及ぶ長い海岸線を持つため、変化に富んだ地形、古代春秋戦国時代と関東地域文化の景観及び現代都市景観を兼備しており、陸地と海域景観とは相まっている。とりわけ数多くの名所旧跡、保護区、文化名城、著名な観

光都市が集まり、中国における世界遺産の三分の二（故宫博物院、周口店北京猿人遺跡、泰山、万里の長城という4ヵ所）を占めているほか、大連金石灘、青島石老人、北京華夏民族村など国家レベルの観光リゾート及び北京、天津、青島、済南、威海、煙台、大連、瀋陽などの観光都市を持っている。

(2) 強い地域専門化分業と協力能力

観光産業の総合性が強く、専門化が進み、相互間の企業の支援、情報の交換、経済協調によって、協力の効果を生み出し、各種の生産要素を集積地域内にスムーズに移動させる。観光産業の産業チェーンが大きい、関連度も大きいため、ある機能を実現するには、数多くの関係補助産業の協力の支えを必要とする。旅行社、ホテルはネットワークを通じて、便利且つ素早い観光サービスシステムを作り出す。現在、環渤海地域観光インフラ整備と受け入れ能力は日増しに完備され、強まりつつある。

環渤海地域では、強い専門化分業協力と一体化発展の基礎を備えており、京津冀都市群は環渤海地域における一番大きな、最も強い経済成長の中心であり、華北地域と西北地域に強い放射的、先導的機能を持っている。山東半島都市群では、東に韓国と日本を望み、南へは長江デルタ地域まで、北へは遼寧中南部と繋がり、西へは北京、天津を向こう側に見る。遼寧中南部都市群では北東アジアの分業と協力に積極的に参与することができる。このために、市場メカニズムの調節と統一企画を前提に、合理的な分業意識を打ち立てて、三大都市群の専門化分業と協力能力を十分に生かし、合理的な配置、明確な分業、相互補完、鮮明な特色、協調的な発展の観光産業クラスター配置を成している。

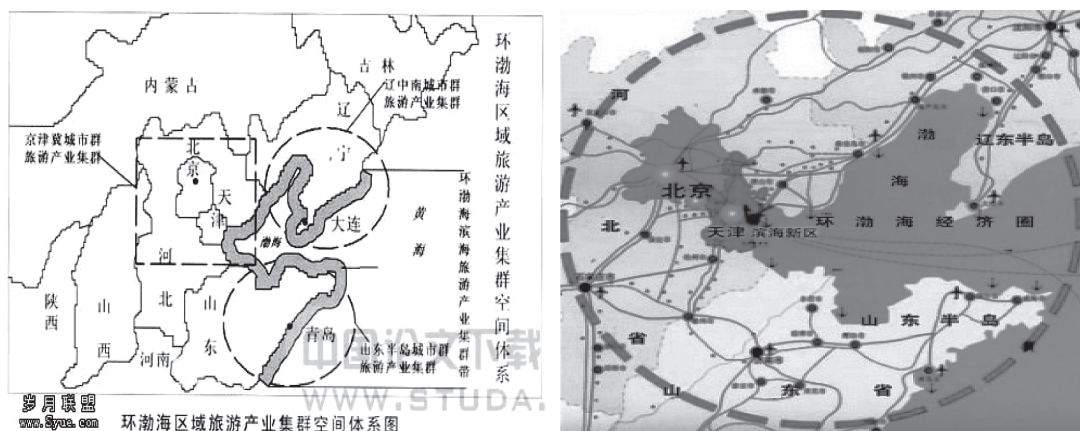
(3) 集積地域性と次元性のシステム構築

産業クラスターの空間構造は、地域観光産業

要素の空間分布と相互作用であり、観光流の運動、観光資源の組み合わせ効果、観光地の通達性及び観光市場イメージの位置づけなどの地域差異によってクラスターの空間構築が決定される。空間から見れば、環渤海観光圏全体では、三つの観光ブロック、五つの観光センターに分けられている。遼東ブロックでは、瀋陽を中心にした遼中観光エリアと、大連を中心にした遼南観光エリアからなる遼東ブロック、北京、天津を中心にした京津観光エリアからなる京津ブ

ロック、済南を中心にした済南観光エリアと、青島を中心にした青島観光エリアからなる胶東ブロックといった三大ブロックと五大センターでは、更に数多くの小さなブロックと観光エリアからなっており、一定の次元構造を持っている。このため、環渤海地域では、すでに観光中心都市を主体に、周辺地域の協力と構造が明確な観光地域システムが先導されている。(図2 参照)

図2 環渤海地域観光産業クラスター空間システム図



出典：環渤海地区旅游产业集群构建与区域整合研究 <http://www.geshiw.com/fanwen/18634.html>；

加强区域合作 实现共赢发展 <http://news.sohu.com/20080314> より

要するに、環渤海地域の環境優位性、専門化の分業協力、観光産業集積の地域性と競争力は、環渤海観光要素に厳格な特色のある分業及び相互補完を形成させて、安定的な、長期的な、非特定契約の集積を維持している。そのため、環渤海地域観光開発と協力のモデルづくりに取り組むには、以下のことを考えるべきである。

1. 政策制度統合と協力モデル

まずは、地域観光発展のガイドラインを計画、実施して、環渤海地域観光の協調発展と合理的なコントロールを先導する。地域観光機能区画の策定を通じて、各種の観光機能地域を定めて、

地域観光開発機能と空間システムを確定し、重点的に、段階的に開発に取り組んで、行政、市場など強い手段を支えに保障する。関係の省、自治区、直轄市は地域観光機能を正確に定めるべきである。即ち、北京はオリンピック開催の優位性を生かし、天津は国際港に依託し、河北省は北京、天津の観光産業とのドッキングを強化し、山東省は便利な対外開放通路を提供し、遼寧省は地域内の観光協力を強化し、山西省は地域観光産業発展のためのエネルギーを提供し、内モンゴル自治区は広い草原や天然牧場に依託して、地域のエコツーリズム観光資源を維持すべきである。

つぎに、地域観光行政組織を作り、地域協調管理を強化する。環渤海地域行政地域では次元が多くあり、分割が細かすぎて、都市群における各都市の所属関係も異なり、一体化の実現が困難なので都市間の協調に数多くのネックとなり、地域及び資源の自由流動と有機的な融合を阻害することになる。このため、環渤海地域の観光行政組織を作り、開放政策と政府間の協調及び整合を強化し、有効的に優位地域と非優位地域の資金、技術、情報などの観光要素を配置し、観光競争の優位性を統合する。

2. 観光要素整合と協力のモデル

(1) 地域観光資源の整合と協力

第一は、人文的観光資源の整合である。遼寧省の「古代文明ルーツ」—天津市の「古城文化」—北京市の「華夏文明」—河北省涿鹿の「三祖文化と三国文化」—山東省の「山水聖人と齋魯文化」—山西省の「大同古代建築と五台山文化」—内モンゴル自治区の「赤峰遼文化と古代人類文化」などの観光内容が挙げられる。

第二は、観光レジャー資源の整合である。遼寧省の鞍山千山、鳳凰山、医巫閭山、鴨緑江、本溪水洞、青山溝風景名勝区—天津市の盤山—河北省の太行景色、承德森林草原、崆山白雲洞—北京市の八達嶺—十三陵と石花洞風景名勝区—山東省の泰山、青島嶗山、博山、青州風景名勝区—山西省の黄河風景と汾源山岳風景—内モンゴル自治区の扎蘭屯（ザラントン）草原風光などが挙げられる。

第三は、リゾート観光資源の整合である。海岸リゾートの中では、遼寧省の大連金石灘、旅順口海岸—天津市の海岸—河北省の承德、北戴河—青島石老人がある。温泉リゾートには、天津市の東麗湖—河北省の白洋淀—内モンゴル自治区の赤峰温泉観光—山東省の青島即墨温泉観光などが挙げられる。

(2) 観光産業要素の整合と協力

環渤海地域の観光集積規模が優位であるから、観光集積のシステム作りを通じて、段階的に観光核心産業及び関係産業要旨の配置を完備し、観光産業内部間の連携を強化し、今後、重点的にハイグレードホテル企業グループと国際旅行社企業集団の創立を加速し、地域観光化システムの建設と協力、地域内の高速道路、高速鉄道、地下鉄を主とした高速軌道交通システムの接続を合理的に配置し、計画し、主な集客国と重点観光都市への航路、定期便を増やし、観光公共サービスシステムを作り、整備し、社会公益サービス機能のある観光客集散センター、ツーリズムインフォメーションセンター、観光客救援センターづくりに取り組む⁽¹²⁾。

(3) 市場ネットワーク整合と協力

観光市場を規範し、地域の制限、体制の障害を取り除き、統一的な、開放的な、秩序ある観光市場体制を形成することは、環渤海地域観光協力にとっても重要なものである。観光市場協力は主に下記のような内容が含まれる。

第一は、観光コースの協力である。即ち環渤海地域の七つの省・自治区・直轄市における各々の散在の観光コースを統合し、鮮明な特色、充実した内容、優れた海岸観光精選コース（海岸リゾート、港観光、海洋観光、海岸生態観光）、都市群と近代主題コース、オリンピック観光コース、コンベンションとイベント観光コースを作り出して、京津冀地域を貫通し、京津滬（上海）を繋ぎ、中日韓三カ国を結び、環渤海地域全体に及ぶ最適な観光コース作りに取り組む。

第二は、市場銘柄の整合である。地理的な、行政的な境界を跨り、乗り越えて、地方特色を旗印とし、広告宣伝力を集約し、特に2008年北京オリンピック大会の開催、2008年北京オリンピック青島分会場のヨット・レース（競技）を

契機に、環渤海地域のオリンピック競技イメージをクローズアップさせる。

第三は、観光市場主体の育成と発展である。実力が豊富で、競争力の強い総合性と専門化の大型観光企業と企業グループを育成し、ハイグレードホテルと旅行社を、集団化、銘柄化、ネットワーク化への先導役として後押しをすべきである。

(4) 地域空間整合と協力

観光資源の地域差異性、且つ分布の不均衡の特色を踏まえて、隣接の省、自治区の観光資源密集圏と観光産業密集帯を基礎に、「三つの核心（コア地域）、三つのゾーン、三つの産業ブロック」という地域観光産業集積システムを構築する。核心の確定を通じて、都市群、海岸観光産業ブロックを先導し、観光産業集積地域化の整合と協力モデルを構築する。即ち、大連市、北京市、青島市を中心に、京津冀、遼中南、山東半島という三つのゾーンクラスターの協力発展を最優先させ、環渤海海岸観光集積産業ブロックを作り上げ、環渤海の省、自治区、直轄市地域観光産業集積空間システムを構築し、観光産業空間集積形態を「スポット」成長極集積段階から「スポットー軸」成長極、産業ブロック及び地域集積拡散への転換を推し進める。

3. 三大観光核心と産業クラスターの育成

大連を中心として、「北方の香港」、「ロマンチックな都」といったイメージアップ作戦を取り、観光リゾートレジャー商品の開発を強化し、遼中南都市群観光産業クラスターの発展を先導する。天津市と河北省とはタイアップして、「海、陸、山」を兼備した、文化的な、多彩な、オリエンタルな多機能観光ブロックを開発し、京津冀地域観光産業クラスターの発展を先導する。青島を中心とした、山海の景色、海岸近代多国籍建築群と都市人文景観及び2008年北京オリン

ピックヨット競技によって、海岸リゾート、観光、コンベンション専門観光資源の開発を目立たせ、山東半島都市群の観光産業クラスターの発展を先導する。

4. 海岸観光クラスター産業ブロック作り

重点的に2008年北京オリンピック大会青島分会場のヨット競技の機会を生かし、大連の傅家荘と金石灘海水浴場—河北の秦皇島、北戴河と南戴河海水浴場—青島の第一、第二、第三、第六海水浴場と石老人、金沙灘海水浴場を整合、開発し、水上レジャー観光商品を開発していく。大連、秦皇島、青島を、重点リゾート観光都市として区分する。煙台、威海、日照など副次的なリゾート観光都市では、海岸リゾート観光商品を共同で開発していく。海岸風景観光資源を整合して、大連—青島山海風光と都市景観観光、遼河デルタ湿地—天津古代海岸と湿地—黄河デルタ湿地生態観光、旅順口—承德—興城古城、錦州、綏中海岸歴史遺跡観光を開発、発展させる。

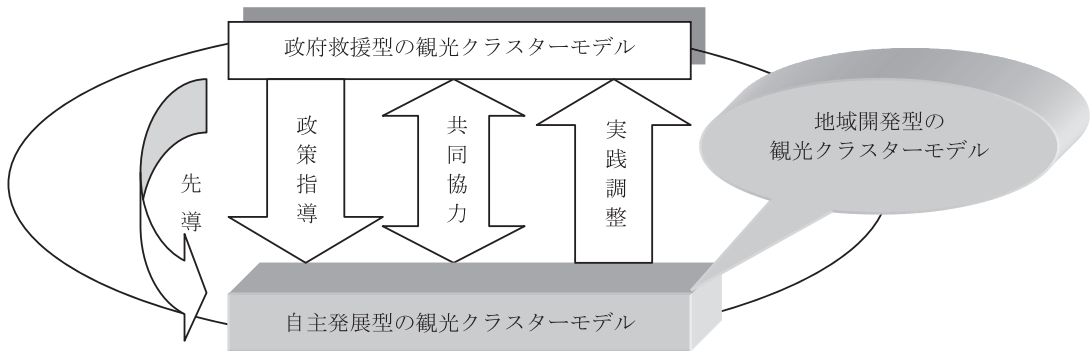
四、京津冀地域の観光文化産業クラスターモデルづくり

北京市、天津市、河北省からなる京津冀地域内における行政区画が多く、細分化されていて、都市群における各都市の所属関係が異なるため、一体化されにくく、都市間の協力発展に多くの制約要素をもたらす。そのため、三地域の地方政府の支援による産業クラスター発展モデルは京津冀地域観光産業クラスターの必然的な選択である。そして、観光産業では発展メカニズムとクラスターができれば、政府は機能を転換して、「サービス」の役割を果たすべきで、行政的な干渉を減らして、観光産業クラスターのためによい法律と政策環境づくりを整備し、京津冀地域の観光産業に自主的に、適応的に発

展させ、効果的に競争力を向上させ、スムーズに産業クラスターのグレートアップができるようにすべきである。そのため、政府による指導

と、産業自身による発展を促す方法を取るべきだと考えられる。本論ではこの提案を下記の図3に示してみたい。

図3 京津冀地域観光文化産業クラスター発展モデル図



出典：筆者作成。

1. 京津冀地域観光文化産業協力発展の現状分析と対策提案

本論ではSWOT分析法に基づき、観光産業クラスター構成の視点から、京津冀地域観光産業クラスターの問題へアプローチして、京津冀地域観光文化産業の協力発展対策を提案してみたい。

(1) 京津冀地域観光産業協力発展の現状

1985年から京津冀地域観光協力の幕開けとなり、三地域間の協力が続いている。1987年、北京観光学会の発起により、天津観光学会、河北観光学会と連合し、北京では第一回「京津冀地域観光協力セミナー」が開催された。その後、数多くの省、市が参加して、「北方十省市観光親善会」に変わって、現在に至り、「北方観光交易会」が毎年一回開催されるようになった。2003年9月19日、京津冀三地域の観光局は「京津冀地域観光キャンペーン週間」を行なった⁽¹³⁾。2009年4月、三地域では「京津冀地域観光協力協議書」に調印して、この協議により、地域観光協力会議制度を設立し、共同で観光キャンペーンスローガンを計画、宣伝して、共同で三

地域の幾つかの精選観光コース、または観光商品を開発し、共同で連合システムを作り、救援応急システムを完備して、観光市場を規範、整合するという⁽¹⁴⁾。

河北省では、2008年より正式に「河北省環京津観光レジャー産業エリア計画」⁽¹⁵⁾を実施して、相次いで「河北観光の京津への進出」、「京津セルフドライブで河北を遊ぼう」などのキャンペーン活動を組織、展開し、観光部門と企業を組織し、北京の100のコミュニティに入り込み、プロモーションを展開した。河北省における各市も次々と各種の措置を取り、京津地域との観光協力を加速させている。

2009年1月23日より、京津冀地域の観光スポットでは共同で観光年間入場券を発売し、京津両地域の双方向の観光を加速するため、両市の観光部門が共同で京津塘高速道路通行料の補助方案を立案して、その年の7月1日より「観光グリーンチャンネル」を開通し、相手都市の旅行社の観光バスに合計100万元の高速道路通行料を免除することとなった⁽¹⁶⁾。

京津冀地域は環渤海地域の経済的な核心として、特に文化産業面においては更なる緊密な地

域協力の将来性が見られる。文化産業はある程度まで発展したら、既存の業界の概念を超えた、より広範囲な、より高次元な産業へと発展し、次第に創意的な、先導的な文化創意産業の段階へ入るようになって考えられる。

(2) 「SWOT法」による京津冀地域観光文化産業共同発展の分析

SWOT分析とは、目標を達成するために意思決定を必要としている組織や個人の、プロジェクトやベンチャービジネスなどにおける、強

み (Strengths)、弱み (Weaknesses)、機会 (Opportunities)、脅威 (Threats) を評価するのに用いられる戦略計画ツールの一つであり、組織や個人の内外の市場環境を監視、分析している。フォーチュン500のデータを用いて1960年代から70年代にスタンフォード大学で研究プロジェクトを導いた、アルバート・ハンフリーにより構築された。

「SWOT法」を用いて京津冀地域の観光文化産業共同発展を、下記のとおり分析してみたい。(表1参照)

表1 「SWOT法」による京津冀地域観光文化産業共同発展の分析

<p>強み (Strength)</p> <p>1. 資源特化</p> <p>京津冀地域の観光資源の種類が揃っており、六種類の観光資源 (地文景観、水域風光、生物景観、建築類、レジャーリフレッシュ、ショッピング) が何れもある。資源のレベルが高く、資源そのものから見ても、この地域の観光資源の品位が高く、一番高いとされるAクラスの資源が数多くある。</p> <p>有名な観光資源の中にはすでにユネスコ (国際連合教育科学文化機関) に世界文化遺産として登録された清東陵、高い地質科学価値のある薊県の古代の名人故居などが数多くある。</p> <p>2. 集客優位</p> <p>現在、中国の三大国内地域観光集客市場は、即ち広州・深圳を中心にした珠江デルタ集客市場、上海・南京・蘇州・杭州を核にした長江デルタ集客市場、北京・天津を中心にした環渤海集客市場がある。その中で、北京は中国における最大な集客都市であると同時に、最大の観光目的地でもある。天津にも相当な集客量がある。</p> <p>3. 交通の優位</p> <p>ある観光目的地への観光客の多寡は資源の優劣と集客市場の遠近によって決定されるほか、交通アクセスの数、ランクとスムーズさにもよる。北京首都国際空港、京津塘高速道路、天津濱海国際空港、天津港などは観光目的地に対する交通面の便利さを提供する。</p>	<p>弱み (Weakness)</p> <p>京津冀地域の観光資源が揃っているが、北京を除いて、天津市と河北省では特徴のある、インパクトの強い観光商品が欠けている。そのほか、「影」による影響も天津市と河北省観光発展の立ち遅れの原因の一つである。観光地の吸引力の大きさがかけ離れすぎる場合、吸引力の強い観光地が吸引力の弱い観光地を「影」の下に蒙らせて、市場を失わせる。このような空間競争関係は「影構造」といわれる。</p> <p>機会 (Opportunity)</p> <p>中国は経済周期の上昇段階にあり、京津冀地域では持続的な発展の勢いを保っている。観光業が直面しているマクロな経済環境には有利である。2010年中国国内総生産の一人当たりは4000米ドルを超えており、京津冀地域のそれは遥かに全国の平均水準を上回っており、国民消費構造と生活の質に対する追求において歴史的な変化が現れ、観光消費のニーズもそれに伴っていち早く成長しつつある⁽¹⁷⁾。</p> <p>脅威 (Threat)</p> <p>情報革命の波とハイテクの広範な応用は京津冀地域観光産業の知識構造、技術装備及び運営モデルに警鐘を、観光方式の個性化、多様化、精細化、快適化は天津市と河北省のような、依然とした粗放型の観光商品と接客方式に警鐘を、各地では競って観光業を発展して、観光客市場を争い、京津冀地域の総合吸引力と競争力に全面的な警鐘を鳴らしている。</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

出典：筆者作成。

2. 観光産業クラスターに基づいた京津冀地域 観光文化産業協力発展モデル

(1) 政策制度の整合と協力

第一は、地域観光発展計画を実施し、地域観光機能区画の指定を通じて、各種類の観光機能区を定めて、地域観光開発機能と空間体系を確定し、重点的に、段階的に開発すべきだと思われる。

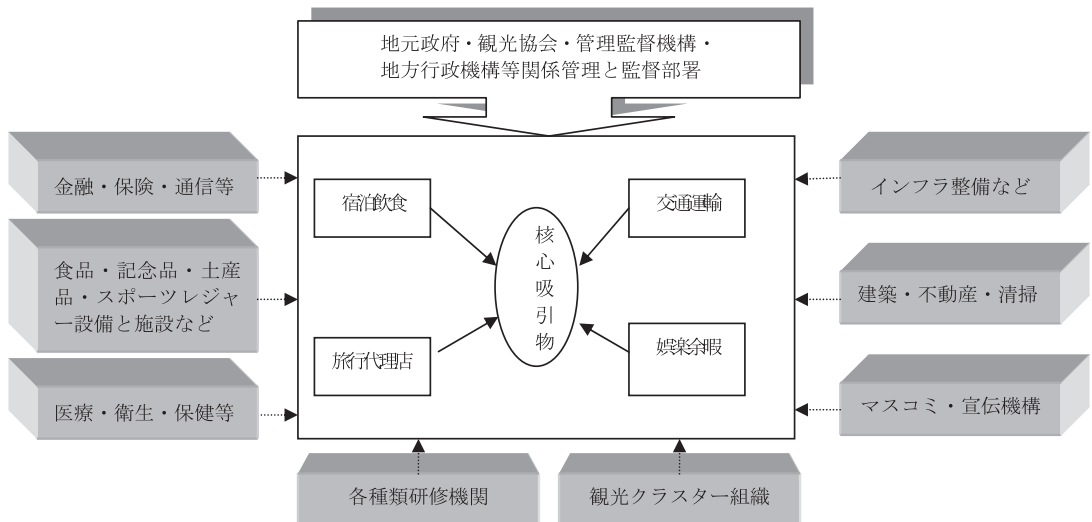
第二は、地域観光行政組織を作り、開放政策

と政府間の協調と潜在力の整合を強化し、優位地域と非優位地域の資金、技術、情報など観光要素を効果的に配置し、観光競争優位性を整合することと考えられる。

(2) 観光産業要素の整合と協力の強化

地域内の観光核心産業の企業を中心として、観光関係産業の企業及び配置施設やサービスの加盟を連合、統合し、その他の産業クラスターと連携させる。

図4 観光企業クラスターの構成図



出典：筆者が先行研究と文献⁽¹⁸⁾⁽¹⁹⁾⁽²⁰⁾を参考にしたうえ作成した。

(3) 市場ネットワークの整合と協力

観光市場を整合し、地域制限、体制の障害を越えて、統一的な、開放的な、秩序ある観光市場システムを構築して、観光コース上の協力を強化し、市場銘柄を強力に整合し、実力のある、競争力の強い総合的、専門的な大型観光企業と企業グループを育成し、ハイクラスのホテルと旅行社を、集団化、ブランド化、ネットワーク化へと導くべきである。

(4) 地域空間整合と協力

観光資源地域差異性の分布不均衡の特徴によ

り、近隣にある観光資源密集圏と観光産業密集エリアをもとに、地域観光産業クラスター地域システムを構築する。核心にあたる観光地域、重点スポットグループ、海岸観光産業エリアの確定を通じて、観光産業クラスター地域化整合と強力な協力モデルを構築し、京津冀地域観光クラスター産業エリアづくりに取り組む。

3. 京津冀地域観光文化産業協力発展の対策提案

本論では、数多くの先行研究⁽²¹⁾⁽²²⁾⁽²³⁾⁽²⁴⁾⁽²⁵⁾を参考にし、京津冀地域観光産業協力の実情を踏

まえて、他の地域の既存の経験に鑑みて、京津冀地域観光産業の発展のための提案を以下のようになりたい。

第一は、京津冀地域自身の観光資源を深く分析し、特色のある観光産業商品を開発し、現在の観光市場の新趨勢、観光目的地への観光客の新しいニーズを踏まえて、三地域、特に天津市、河北省の観光資源を深く選別、類別し、この地域の比較優位を正しく見出し、差別化のある観光商品を販売する必要があると考えられる。

第二は、地域全体の営業戦略を立て、効果的な営業整合を行なう。まずは、何を販売するのか、異なるタイプの観光客のニーズを踏まえて、相応しい営業の戦略を立てる。次は、営業の方法の選択である。長江デルタ、珠江デルタの方法を参考に、国内外の観光展示及び大型国際イベントの際に、共同で出展するのは、大変効果的なものではないかと思われる。

第三は、地方政府間の長期的、有効的な協力体制を作り、企業間協力の積極性を引き出す。三地域観光協力協議の調印は協力の第一歩に過ぎず、実際にはやることが多く、専門の機構、係員、担当者のコーディネートとマネジメントが必要である。そのため、京津冀地域観光協力会議制度を実施するにあたって、日常的にコーディネートとマネジメント部門を設け、適時に三地域の観光協力の際の苦情をフィードバックし、処理し、よりよき協力を更に行なうための対策を提案してみたい。

五、終わりに

本稿では産業クラスター論の視点に基づき、環渤海地域及び京津冀地域の観光産業発展現状を踏まえて、協力発展の可能性と必要性を検討してきた。中国に於ける観光産業クラスターモデルのもとで、マクロ的な、巨視的な視点から観光産業クラスター論に基づいて環渤海地域、

特に京津冀地域観光文化産業発展モデルを分析し、提案してみた。ただし、筆者の研究限界と到達点及び枚数に制限もあって、もっと深く、細かい分析と研究ができないままになっているが、今後は、ミクロ的な視点から、かつ多視点的、多次的に本課題へ引き続きアプローチしていきたい。

「引用文献・参考文献」

- (1) 産業クラスター〔ニッポニカプラス〕(小学館) (執筆者：編集部) [EB/OL] <http://100.yahoo.co.jp/detail/>
- (2) 迈克尔・波特 [美], 李明轩, 邱如美等译. 国家竞争优势 [M]. 北京：华夏出版社, 2002年. P124.
- (3) 刘尚华. 论我国工业产业集群化发展趋势 [J]. 工会论坛—山东省工会管理干部学院学报, 2007年第13卷第1期：P82.
- (4) 凌嵩. 集群化—中国开发区产业发展的新方向 [J]. 港口经济, 2004年第1期：P51.
- (5) 邓冰, 俞曦, 吴必虎. 旅游产业的集聚及其影响因素的初探 [J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2004年第6期：P53.
- (6) 尹贻梅, 陆玉麟, 刘志高. 旅游企业集群—提升目的地竞争力新的战略模式 [J]. 福建论坛, 2004年第8期：P22.
- (7) 张辉. 产业集群竞争力的内在经济机理 [J]. 中国软科学, 2003年第1期：P35.
- (8) 何玉荣, 卢剑鸿. 旅游产业集群—提升黄山市旅游竞争力的有效途径 [J]. 黄山学院学报, 2007年第1期：P53-56.
- (9) 潘文达. 环渤海区域经济发展战略初探 [J]. 学习与探索, 2005年第3期：P38.
- (10) 陈才. 环渤海旅游圈的形成与发展 [J]. 人文地理, 1999年第2期：P28.
- (11) 2009年环渤海地区国民生产总值 [EB/OL]. 2010年9月2日, <http://forum.home.news>.

- cn/thread/78430669/1.htm
- (12) 袁莉, 田定湘, 刘艳. 旅游产业的聚集效应分析 [J]. 湖南社会科学, 2003年第3期: P117.
- (13) 麻学锋. 旅游业产业集群的创新研究 [J]. 市场论坛, 2004年第11期: P63.
- (14) 京津冀签署旅游合作协议, 共同推广三地精华游 [EB/OL]. 2009年5月26日, <http://news.163.com/09/0526/17/5A8OJN29000120GR.html>
- (15) 河北省环京津休闲旅游产业带发展规划. (2008—2020) [EB/OL]. 豆丁网, 2010年8月6日, <http://www.docin.com/p-69079762.html>
- (16) 张旭. 京津之间开通“旅游绿色通道” [EB/OL]. 人民网 天津视窗, 2009年7月1日, <http://www.022net.com/2009/7-1/426257112867913.html>
- (17) 中国2010年各省区GDP排行 (包括香港和台湾) [EB/OL]. 2011年3月22日, <http://bbs.city.tianya.cn/tianyacity/content/333/1/87794.shtml>
- (18) 尹贻梅, 陆玉麟, 刘志高. 旅游企业集群—提升目的地竞争力新的战略模式 [J]. 福建论坛, 2004年第8期: P24.
- (19) 张广海, 刘佳. 环渤海地区旅游产业集群构建与区域整合研究 [J]. 改革与战略, 2007年第2期: P82.
- (20) 白翠玲, 李占乔等. 旅游经济—京津冀区域旅游发展中政府合作机制研究 [J]. 商业时代, 2008年第18期: P93.
- (21) 庄军. 旅游产业集群研究 [D]. 华中师范大学, 硕士学位论文, 2005年: pp24-25.
- (22) 谢春山, 李诚固. 试论新时期旅游产业的特征与功能定位 [J]. 财经问题研究, 2005年第8期: P23.
- (23) 王起静. 转型时期我国旅游产业链的构建 [J]. 山西财经大学学报, 2005年第5期: P18.
- (24) 孟广文, 王洪玲等. 京津冀文化产业发展与合作研究 [A]. 天津市社会科学界联合会. 2010京津冀区域协作论坛论文集 [C]. 天津: 2010年. pp269-275.
- (25) 马志强. 论我国城市群的发展趋势及存在的问题 [J]. 商业经济与管理, 2003年第7期: pp18-20.
- 備考: 本論で引用した中国語と英語の出典内容は、著者の李剛によって日本語に翻訳されたものである。