

# 中国における地域観光の連携モデルに関する研究

## —影響要因指標体系の実証分析によるモデルの選定—

### I. 序章

1.1 研究の目的、背景、意義	7
1.2 研究方法及び構成図	9
1.3 先行研究のレビュー及び本研究の問題提起	13

### II. 地域観光連携の影響要因指標体系の構築

2.1 指標体系構築の原則	24
2.2 指標体系構築の方法	26
2.3 指標体系の説明	29

### III. 影響要因指標体系による実証分析——河南省を例として

3.1 河南省の概況及び観光産業の現状	42
3.1.1 社会経済状況及び各都市の産業構成	45
3.1.2 河南省観光産業の発展潜在力分析	47
3.1.3 河南省における地域観光の連携の現状	50
3.2 影響要因指標体系に基づく実証分析	52
3.2.1 地域観光資源	53
3.2.1.1 地域観光資源の規模度	53
3.2.1.2 地域観光資源の品質度	54
3.2.2 各都市の観光業の発展レベル	56

3.2.3 地域観光荷重力	58
3.2.3.1 経済荷重力	59
3.2.3.2 社会文化荷重力	60
3.2.3.3 観光資源荷重力	62
3.2.4 地域観光吸引力	64
3.2.4.1 地域都市の観光影響範囲	64
3.2.4.2 地域の交通	69
3.2.4.3 地域の観光関連度	71
3.2.4.4 地域都市の中心性	74
3.2.5 地域観光市場	78
3.2.5.1 市場の発展態勢	78
3.2.5.2 市場の発展潜在力	86
3.2.5.3 観光客市場	88
3.3 地域観光連携の影響要因の総合分析	90
IV. 地域観光の連携モデルの選定	
4.1 河南省における地域観光連携のモデル選定	97
4.2 河南省における四大古都地域	101
4.2.1 四大古都の概況	101
4.2.2 四大古都における観光産業の現状	102
4.2.3 四大古都における観光政策の動き	106
4.2.4 四大古都における歴史文化、経済、交通地理の分析	108

4.2.5 古都地域の連携と地域ブランドの構築	122
V. まとめと創新点	
5.1 論文全体のまとめ	124
5.2 本論文の創新点	125
5.3 今後の課題	126
参考文献	128
謝辞	
表目次	
表 1 秦のモデル	18
表 2 河南省の社会経済状況表 (2013 年)	45
表 3 河南省各都市の産業構成表 (2013 年)	46
表 4 河南省における観光産業の潜在力指標	48
表 5 河南省における観光地域の観光商品の特徴分析表	51
表 6 本指標体系の主な要因類型層指標に関する学術文献の量	52
表 7 河南省各都市における観光資源の規模度指数	54
表 8 河南省各都市における観光資源の品質度	55
表 9 河南省各都市の観光業の発展状況表 (2013 年)	57
表 10 河南省各都市の経済荷重力指数	60
表 11 各都市の観光客密度指数	62
表 12 河南省各都市の観光資源荷重力指数	63

表 13	河南省各都市の観光総合規模一覧表	65
表 14	各都市の観光影響範囲値	66
表 15	河南省各地域における道路の状況 (2013 年)	70
表 16	河南省各都市の観光総収入と観光客数(2013 年)	73
表 17	河南省各地域間の距離	73
表 18	河南省各地域間の観光関連度表	74
表 19	河南省各都市の観光中心性指標表	77
表 20	河南省各都市の観光中心性指標データの標準化及び中心性指数(2013 年)	77
表 21	河南省各都市の観光中心性指数表	78
表 22	河南省各都市における観光市場の成長率と占拠率表(2014-2015 年)	83
表 23	河南省各地域の観光商品需要の収入弾性係数	87
表 24	都市人観光客と農村人観光客との対比表	88
表 25	河南省各地域における都市人口の割合表	89
表 26	河南省における地域観光連携の影響要因の総合分析表	91
表 27	影響要因分析の各指標におけるトップスリー都市の占める割合表	91
表 28	四大古都の観光産業のデータ比較	104
表 29	歴史上において洛陽に都を置いた王朝	109
表 30	歴史上において開封に都を置いた王朝	110
表 31	歴史上において安陽に都を置いた王朝	111
表 32	歴史上に鄭州に都を置いた王朝	112
表 33	洛陽市の経済発展の状況表 (2010—2014 年)	114

表 34	開封市の経済発展の状況表 (2010—2014 年)	115
表 35	安陽市の経済発展の状況表 (2010—2014 年)	116
表 36	鄭州市の経済発展の状況表 (2010—2014 年)	117
表 37	四大古都の交通状況①	119
表 38	四大古都の交通状況②	121
図目次		
図 1	本研究のプロセス図	12
図 2	楊栄斌・鄭建瑜・程金龍(2005)のモデル	19
図 3	ダイヤモンドモデル	26
図 4	地域観光連携の影響要因指標体系	32
図 5	河南省の社会経済状況図 (2013 年)	45
図 6	河南省各都市の産業構成図 (2013 年)	47
図 7	河南省における観光産業の潜在力指標図	48
図 8	河南省各都市の観光業の発展状況図(2013 年)	57
図 9	河南省地図①	65
図 10	鄭州の影響範囲	67
図 11	洛陽の影響範囲	68
図 12	南陽の影響範囲	68
図 13	焦作の影響範囲	68
図 14	開封の影響範囲	69
図 15	安陽の影響範囲	69

図 16	各都市間の観光経済関連度の平均値図	74
図 17	観光経済関連度に関与する前 3 陣営都市の数量図	74
図 18	河南省各都市の観光中心性指数図	78
図 19	ポストンマトリックス図及び変化図	82
図 20	河南省各都市における観光市場の発展態勢図(2014-2015 年)	83
図 21	都市人観光客と農村人観光客との対比図	89
図 22	河南省各地域における都市人口の割合図	89
図 23	影響要素分析の各指標におけるトップスリー都市の占める割合図	91
図 24	河南省地図②	92
図 25	河南省地図③	97
図 26	河南省地図④	101
図 27	四大古都における第三次産業の比重	104
図 28	四大古都における観光者数	105
図 29	四大古都における観光者数の前年比	105
図 30	四大古都における外国人観光客数	105
図 31	四大古都における外国人観光客数の前年比	106
図 32	洛陽市の経済発展の状況図 (2010—2014 年)	114
図 33	開封市の経済発展の状況図 (2010—2014 年)	115
図 34	安陽市の経済発展の状況図 (2010—2014 年)	116
図 35	鄭州市の経済発展の状況図 (2010—2014 年)	117

## I. 序章

### 1.1 研究の目的、背景、意義

本研究の目的は、影響要因指標体系の実証分析による地域観光の連携モデルの選定を試みることである。本論文における地域観光の連携とは、「地域範囲内の異なる地域における観光経済の主体が、一定の協議や契約を通して、観光資源の整合や再分配により、最大の経済利益、社会利益と生態利益を得るための観光経済活動」<sup>(1)</sup>を指す。

現在、一体化の発展モデルは地域発展の1つの潮流となっている。連携は一体化を実現する有効な手段である。世界中に地域経済の連携はある程度できているが、地域経済の一体化も深化しつつある。欧州連合（EU）、北米自由貿易区（NAFTA）、アジア環太平洋経済協力（APEC）などは成功しているが、特に、欧州連合は、経済のみならず、他の多くの領域で一体化が実現できている。

観光産業は多くの産業と関わっており、強い輻射力及び産業の連動効果を持っている。そして、連携は観光産業の発展にとって非常に重要な意味を持っている。中国経済が発展したことに伴い、観光産業もまた盛んになってきた。他方、各地域間における観光産業の競争は激化しつつある。地域観光の連携は、観光資源の整合や観光競争力の向上、観光産業の持続可能な発展など、様々な面にとって、効果的な手法である。そこで、多くの地域は地域観光の連携について模索し始めた。

中国における初期の研究事例を挙げると、楊時進は1981年に地域観光の連携の考えを示した<sup>(2)</sup>。当時の中国では、各地域における経済発展レベルが高くなかったため、観光地域連携についての研究はあまり進んでいなかった。経済が発展した21世紀に入る

---

(1) 鄒曉明・熊国保・馬杰(2004)「区域旅遊合作論」江西社会科学. (11):231

(2) 楊時進(1981)「区域旅遊公司的体制值得提唱」財貿經濟丛刊. (2):31

と、地域観光の連携は活発になり、全国範囲の連携の動きが高まってきている。中国は広大な国土を有しているので、地域観光の連携もまた同様に、連携が広域に及ぶ。代表的な連携地域としては、珠江デルタ、長江デルタ、環渤海などの地域が挙げられる。このような広域な連携には強力なリーダーシップが必要であり、そのため政府主導で連携が実施されている。

このように、広域で、なおかつ政府主導という点から見れば、中国における地域観光の連携モデルの形成は非常に重要なこととなっていることが分かる。一定のモデルがないと、広大な地域での観光の連携を推進するのは困難であり、失敗する可能性が高い。一方、政府主導なので、地域間の連携には類似性が高い。地域の発展に対して、全国範囲の総合計画があるが、各地域独自の計画もある。いずれにせよ、その計画の特徴としては「大」かつ「全」に概説できる。「大」とは広域、「全」とは何でも含まれていることである。これは、各地域の発展計画書を見ればわかる。観光産業の発展にとってある程度の規模は重要なことである。ただし、盲目的に「大」と「全」を求めるといい効果が出るとは限らない。

現状から言うと、珠江デルタ地域、長江デルタ地域を除いて、多くの地域はまだ成熟したモデルができていなく、構想や検討段階のものが多い。全国範囲の大きな枠が出来つつあるが、これからの研究はもっと深い段階へ進めるべきである。つまり、どのように科学的に連携のモデルを決め、確実に地域間の連携を推進するかということである。そうすると、地域間の有効な連携を実現でき、観光産業の健康な発展を促進できる。地域社会の発展レベルの向上にも役に立つ。

他にもいろいろな地域間の連携がある。たとえば、西南地域観光の連携、環北部湾地域観光の連携、華中地域観光の連携、シルクロード沿線地域観光の連携、三峡地域観光の連携、大黄山地域観光の連携、そして、広東省-湖南省-江西省間の連携・湖北省-河



南省-安徽省間の連携・陝西省-甘肅省-寧夏間の連携などがある。以上の地域間の観光連携から見れば、各地域の特色があるものはあまり見られない。つまり、地域観光の連携の特色は鮮明ではない。自分の特色を持てば、もっと有効な地域間の観光連携ができる。

地域観光の連携モデルに関する研究はまだ探索の段階なので、事例研究が多い。現在の研究は主に理論、構想、現状総括などにとどまり、具体的なモデルの選定に関する研究はまだ少ない。本論文は、中国における地域観光の連携モデルを比較する上で、河南省を事例とし、地域観光の連携に関する影響要因の指標体系を構築し、影響要因の実証分析を通して連携モデルの選定を試みる。科学的なモデルの選定は連携の盲目性を克服でき、政府主導の連携モデルにおける類似性の問題もある程度解決でき、地域観光の連携の健康的な発展を促進できる。

## 1.2 研究方法及び構成図

観光業は幅広く他の産業と関わっているので、観光に関する研究は多学科、交差学科及び学科間の研究を特徴としている。観光と関わっている学科を挙げてみれば、社会学、心理学、経済学、歴史学、政治学、地理学、人類学などがある。観光に関する研究方法も様々である。本論文はA. J. 維尔(2008)のまとめに従い、以下の方法を使って研究を進める。

### ①事例研究法

事例研究法はある研究現象の個別事例の研究を通して、この現象に対する理解を得ることができる。事例研究法は定性研究法とは似ているところが多い。事例研究法の特徴としては、多種のデータと多種の分析方法を使う<sup>(3)</sup>。本論文は河南省を事例としている。河南省は中華文明の主な発祥地の1つで、伝統歴史文化地域である。中原の地に位置し

ているので、交通の要路でもある。近年観光産業の発展に力を入れている。中国における地域観光の連携について、今までの研究は主に広域間の連携に集中している。例えば、珠江デルタ地域、長江デルタ地域、環渤海地域、西南地域、シルクロード地域などがある。このような地域間の連携は幾つかの省間の連携となっている。その連携地域の広さは大きな国に匹敵するほどである。だから、その研究成果の応用には限界性がある。本論文は研究成果の実用性を考えて、相対的に小さな地域を選定し、1つの省を例としている。1つの省内の地域観光の連携の研究を通して、研究成果の実用性を向上できる。

### ②三角定位法

この方法は土地調査中の三角形定位法に由来する。ある物体の位置を測量する時、他の二つの点との距離を測量し、自らの点を第3点とし三角形となり、その結果を測量できる。三角定位法の特徴としては研究中に多種の研究方法を使い、その使う方法には補完性を持っている。Duffy は三角定位法における4つの使用方式を提出した。即ち、1つ以上の方法でデータを分析する。2つ以上のサンプルを使う。同じ研究中に異なるインタビュー者、観察者と分析者を使う。1つ以上のデータ収集法を使う<sup>(4)</sup>。本論文は多種の方法でデータを分析している。その分析方法には補完性を持っている。例えば、数学や地理学の定量分析と政策や歴史文化などの定性分析を合わせることなどである。

### ③アンケート調査法

アンケート調査法のいくつかの特徴を見れば、観光に関する研究にとって非常に役に立つ。観光の大衆化につれて、観光に関する情報の量化は必要となっている。アンケート調査はこのような情報を提供するいい方法である。アンケート調査を使っているいろいろな情報を収集できる。そして、アンケート調査の手順がはっきりしているのでわかりやすく、量化の情報は簡潔明瞭である<sup>(5)</sup>。本論文は指標体系の影響要因因子の選定についてアンケート調査を行った。調査対象は観光局、大学、旅行会社に設定している。観光

局は政府の代表で、地域観光の連携の行為主体である。中国における地域観光の連携にとって、政府の主導は欠かせないものである。大学は学術研究の行為主体で、大学の専門家のご意見は一定の権威性を持っている。旅行会社は観光活動の実行主体で、地域観光の連携とは緊密な関係を持っている。そこで、アンケートの調査対象は観光局、大学、旅行会社に設定している。

そして、分かりやすくするために、本研究のプロセスは図1のように構成する。

---

(3) A. J. 维尔(2008)『休閒与旅遊研究方法』中国人民大学出版社:87-89

(4) A. J. 维尔(2008)『休閒与旅遊研究方法』中国人民大学出版社:87

(5) A. J. 维尔(2008)『休閒与旅遊研究方法』中国人民大学出版社:192-193

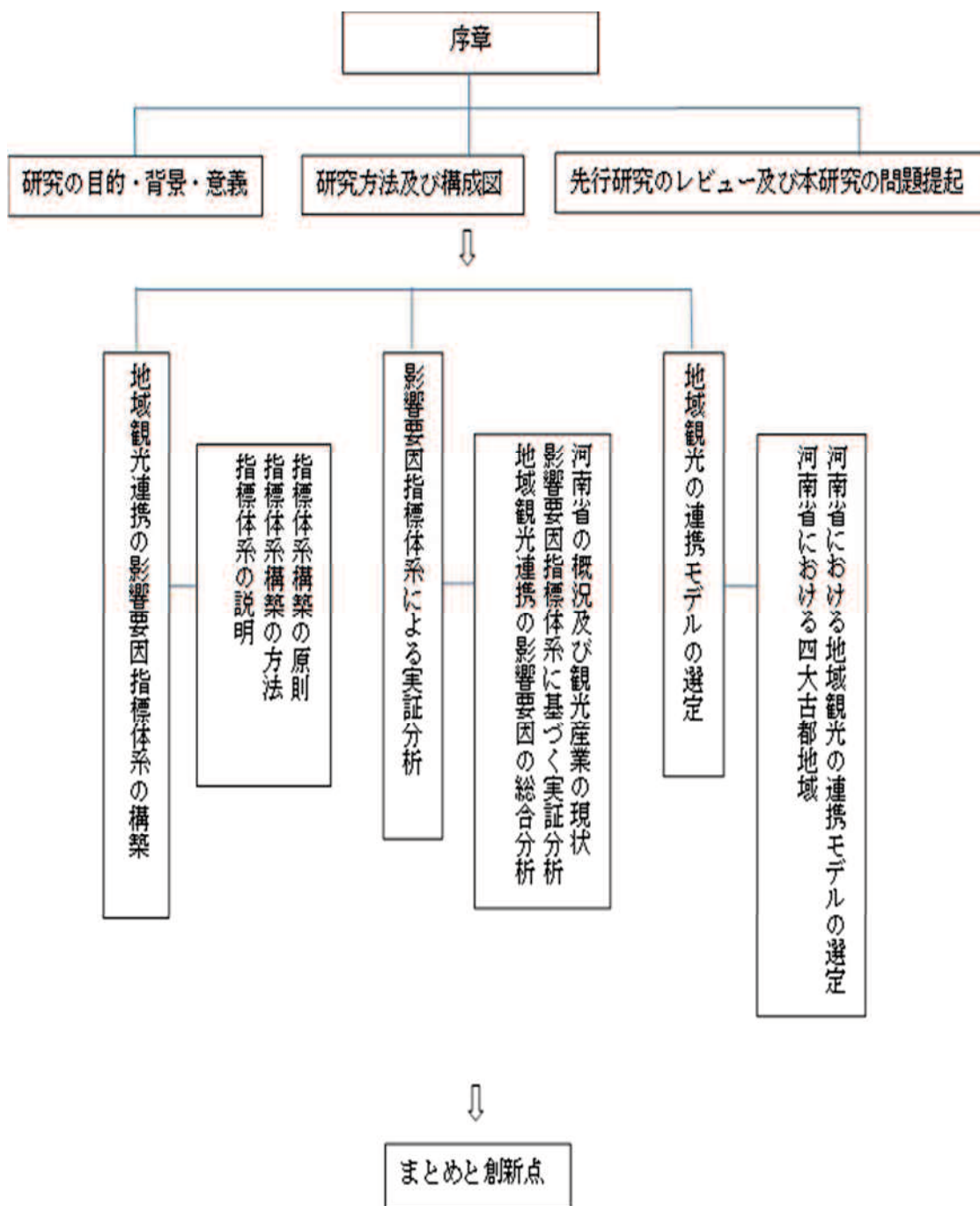


図1 本研究のプロセス図

### 1.3 先行研究のレビュー及び本研究の問題提起

中国の観光に関する研究は1970年代から始まった。ここ30数年間の研究を通して、大きな成果をあげている。観光学科の理論研究において、基礎理論は注目されている領域である。観光の経済的な研究について、観光産業、観光統計と分析、観光マーケティング、観光による就職、貧困地域の観光開発、観光地域の競争と連携などの研究があり、大量な研究成果が出て、観光業の発展に貢献している。観光の開発及び影響についての研究は近年の一番重要な領域となっており、研究の内容は幅広い。例えば、観光地の経営、観光資源の開発、世界遺産の保護、観光地における環境の評価、持続的な発展などがある。そのほかにも観光マネジメント、観光人材の育成、観光業における地域間の関係などの研究がある<sup>(4)</sup>。近年、地域観光の連携に関する研究は盛んになっており、中国における観光業発展の大きな指南に関する研究分野である。

呉軍(2007)<sup>(5)</sup>の研究によると、一番早い地域観光の連携の事例は1993年に広東省と澳門と香港との連携で、欧米とオーストラリア向けの観光商品の共同実施であった。張広宇・潘興菊(2015)<sup>(6)</sup>は、中国知網(CNKI)に基づき、地域観光の連携に関する文献の出所を分析したが、専門的な学術定期刊行物の掲載文が占める割合は47.12%、学位論文が10.05%であり、この2種類の文献は全体の57.17%を占める。そして、地域観光の連携に関する研究の著者の多くは大学及び研究機構に属し、しかも重点大学が多い。

2006年までは、中国における地域観光の連携に関する博士論文はなかった。2006年から現在まで、地域観光の連携に関する博士論文は8本ほど出ている（出版年の定めなし

---

(4) 秦学(2004)「観光業跨区域連合発展的理論与実証研究——機理、模式与協調機制」華東師範大学:3-4

(5) 呉軍(2007)「中国区域旅遊合作時空演化特征分析」旅遊学刊. 22(8):37

(6) 張広宇・潘興菊(2015)「基于文献計量分析的區域旅遊合作研究評述」廣西師範学院学報. 36(6):156

で中国知網による検索)。この他にも秦学(2004)<sup>(7)</sup>の「旅游业跨区域联合发展的理论与实证研究—机理、模式与协调机制」(観光業における異なる地域間の連携による発展の理論と実証研究—メカニズム、モデルと協調機制)も地域観光の連携に関する博士論文である。この論文の論題は「跨区域联合发展」(異なる地域間の連携による発展)を使っているため、検索の結果に出てこない。

秦学(2004)は、中国国内外の観光に関する研究の発展状況に対し、全面的に総括し分析した。中国国内では地域の競争と地域の連携に関する博士論文はまだないが、それについての個々の研究は絶えず出ていると指摘した。地域観光の連携は観光研究の重点として注目されるようになり、世界各国の観光発展に影響する重点的な研究領域となることも指摘した。

以上にに基づき、秦学の博士論文は「珠江デルタ」を例とし、観光業における異なる地域間の連携の発展の内在的メカニズム、連携モデル、連携内容、協調機制及び対策などについて全面的に論述した。地域観光の連携の内在的メカニズムにおいて10個の観点から詳細的に論述し、四つの発展モデルを提出し、地域観光の連携の協調機制も分析した。秦学の研究は内容が豊富で、幅広く地域観光の連携に関する研究をまとめて分類し、後続の研究に大きく貢献している。

中国における地域観光の連携についての博士論文の研究から見れば、概念、理論、モデル、動力及び連携の主体に集中している。秦学(2004)の他に、何小東(2008)<sup>(8)</sup>は、制度の創新は中国における地域観光の連携を推進する基本の動力だと指摘し、中部地域

---

(7) 秦学(2004)「観光業跨区域联合发展的理论与实证研究—机理、模式与协调机制」華東師範大学

(8) 何小東(2008)「中国区域旅遊合作研究——以中部地区為例」華東師範大学

を例として、地域観光の連携の発展を推進する方式を検討した。陳実(2009)<sup>(9)</sup>は、地域観光の連携の概念について自分なりの考えを示し、地域観光の連携の動力方式を論証した。さらに、地域観光の連携の基本モデルを提案し、地域観光の連携における行為の創新を検討した。温秀(2010)<sup>(10)</sup>は、地域観光の連携の動力システムを研究し、地域観光の連携の理論を発展させた。そして、地域観光の連携の主体行為を分析し、重点的に非政府組織と住民の地域観光の連携における役割を論述した。許輝春(2012)<sup>(11)</sup>は、地域観光の連携に対する各種の動力要素の駆動原理を示し、地域観光の連携における政府の調節方式の進展変化のモデルを作って、政府と企業のそれぞれの役割を論述した。

観光業は幅広い分野と関わっているので、概念、理論の定着は難しく、それについての研究は長く続くであろう。モデルというのは構想から始まるもので、実行するには一定の方式が必要となる。「広辞苑」によると、動力とは「機械などを動かす力。天然に存在するエネルギーを原動機によって機械的仕事に変形・発生させた能力」である。言い換えれば、ある現象が発生する推進力である。連携の主体についての研究は基本的なもので、行為の主体が明確でないと、実行できないであろう。

### 1.3.1 中国における地域観光の連携モデルについて

地域観光の連携モデルについて、多様な研究の角度によって得られた結果は様々である。概ねに言えば、連携の内容、形式、機制と連携の空間構成の2つに分けられる。地域観光の連携モデルというものは豊富な内包を有しているもので、概念の統一はほぼ不可能である。概念についての研究はあまりないが、ここでは、本論文の分類により、秦

---

(9)陳実(2009)「国際合作背景下的西部地区区域旅遊合作模式与路径研究」西北大学

(10)温秀(2010)「区域旅遊合作主体行為与合作路径研究——以西部地区為例」西北大学

(11)許輝春(2012)「区域旅遊合作的模式与機制研究」武漢理工大学

学(2004)<sup>(12)</sup>と楊榮斌・鄭建瑜・程金龍(2005)<sup>(13)</sup>の研究を参考に説明する。連携の内容、形式、機制からみたモデルとは、地域観光の連携の発展につれて、形成した基本的な発展形態と全体の特徴で、地域観光の連携において多く採用された内容、形式、機制などの総称である。連携の空間構成からみたモデルとは地域観光システムの各要素と観光活動は連携地域の空間内における相互関係と構造形態で、空間の相互作用によって、もたらされた一連の変化であり、観光資源、観光経済の空間関係、地域経済の発展状況など下での空間的な自己組織の過程で、時空的に進展変化している。

#### 1.3.1.1 連携の内容、形式、機制からみたモデル

秦学(2004)は世界中の観光業における異なる地域間の連携現状の分析に基づき、4つのモデル(①内容単一化の連携モデル、②業界総合型の連携モデル、③多元化全方位の連携モデル、④関連性のある地域の連携モデル)をまとめた(表1)。秦学の研究は広範囲に及び、世界中における地域観光の連携モデルの概要をまとめたことには意義がある。しかし、より厳密にモデルを分析するためには、その内容を細分化する必要がある。更に、秦学(2006)<sup>(14)</sup>は「大珠江デルタ」の地域観光の連携モデルを3つ(①多極化・多階層・圏層式、②主体多元化・業界総合性・区域連動式、③多種機制的総合協調・政府の積極的な主導)にまとめたが、似たようなものである。秦学の研究は連携の内容と形式に集中している。

---

(12) 秦学(2004)『観光業跨区域連合発展的理論与実証研究——機理、模式与協調機制』華東師範大学:p129・p137-140

(13) 楊榮斌・鄭建瑜・程金龍(2005)「区域旅遊合作結構模式研究」地理与地理信息科学. 21(5):95-98

(14) 秦学(2006)「論区域旅遊合作模式的变化及其創新發展——以“汎珠三角”和“大珠三角”為例」雲南民族大学学報. (1):98-102



董観志(2004)<sup>(15)</sup>は粵港澳(広東省・香港、澳門)地域観光の発展モデルの創新研究を検討し、3つのモデル(①分散探索モデル、②自由貿易区モデル、③区域一体化モデル)をまとめた。粵港澳(広東省・香港、澳門)地域観光の創新発展は自由貿易区モデルのもとでの区域一体化モデルを取ることでであると指摘した。朱紅兵・馮翔(2014)<sup>(16)</sup>は連携主体、連携領域、連携ルートから、長江デルタ地域観光の連携モデルを5つ(①政府主導型モデル、②政府推進型モデル、③企業主導型モデル、④業界引率型モデル、⑤プロジェクト駆動型モデル)にまとめた。更に、それぞれのモデルを細分化し分析し、長江デルタ地域観光の連携モデルを全体的に評価した。以上の2つは連携形式の検討である。

馬曉冬・司緒華・朱伝耿(2007)<sup>(17)</sup>は1990年代以来の中国における地域観光の連携モデルを分析した上、連携機制の角度から、5つのモデル(①協同モデル、②競合モデル、③連動モデル、④互動モデル、⑤連盟モデル)をまとめた。陳実(2009)<sup>(18)</sup>は観光資源の角度から、①資源共有型モデル、②資源補完型モデル、③資源推進型モデルの3つのモデルを分析した。そして、政府と企業の関係の角度から、①政府主導企業参与型モデル、②企業主導政府補助型モデルの2つのモデルを分析した。一般的に、観光資源からみたモデルは基本的なモデルで、すべての地域観光の連携に適用される。そして、地域観光の連携の2大主体である政府と企業の関係からみたモデルも普遍的に存在している。

---

(15) 董観志(2004)「粵港澳大旅遊区發展模式創新研究」旅遊学刊. (4):49-52

(16) 朱紅兵・馮翔(2014)「長三角区域旅遊合作發展模式分類及評價研究」地理与地理信息科学. (3):108-113

(17) 馬曉冬・司緒華・朱伝耿(2007)「1990年代以来我国区域旅遊合作研究進展」人文地理. (4):16-20

(18) 陳実(2009)「国際合作背景下的西部地区区域旅遊合作模式与路径研究」西北大学:67-77

表1 秦学のモデル

モデル	ポイント
①内容単一化の連携モデル	▶ 初期段階で、突破口としてよく使っている
	▶ 世界中に大量存在しているが、主導的ではない
	▶ 特徴：・連携の内容が単一
	・相互の関係が安定ではない ・経済の構造や発展レベル、政治、文化背景、意識形態などの差が大きい
②業界総合型の連携モデル	▶ 初期段階を経て、ある程度のレベルに達した時のモデル
	▶ 特徴：・観光業界のあらゆる領域に及んでおり、他の業界とも連動する
	・観光企業は主体となっている
	・世界中の連携の事例からみると、このモデルは最も多く採用されている
③多元化全方位の連携モデル	▶ 歴史の長い相対的に成熟な地域における観光の連携
	▶ 観光業界の連携ばかりではなく、他の多くの産業とも連動する
	▶ 世界中にはまだ少なく、主に先進国や地域に存在している。
④関連性のある地域の連携モデル	▶ 観光業の発展を目的としているのではないけれども、観光業の発展を促進できる
	▶ 観光産業は幅広く他の産業とかわっているため、他の産業の連携にも
	<b>観光産業の連携を促進できる</b>
	▶ 幅広く存在しており、連携のあらゆる段階に貫かれている。

(出所：秦学(2004)のモデルを基に著者作成)

### 1.3.1.2 連携の空間構成から見たモデル

地域観光の連携モデルは基本的に概念的な理論モデルで、主に空間構成のモデルには研究成果が出ている。その代表としては、楊栄斌・鄭建瑜・程金龍(2005)<sup>(19)</sup>のモデルが挙げられる。楊栄斌・鄭建瑜・程金龍(2005)はその当時の中国における地域観光の連携モデルをうまくまとめ、後続の研究においてよく引用されている。この研究では、

(19) 楊栄斌・鄭建瑜・程金龍(2005)「区域旅遊合作結構模式研究」地理与地理信息科学. 21(5):95-98

空間構成の角度から地域観光の連携の5つのモデル（①点一軸モデル、②単核輻射モデル、③双核連動モデル、④核心一辺縁モデル、⑤ネット型モデル）を提起している（図2）。その基礎となる理論は「点一軸システム理論」、「核心一辺縁理論」、「共生理論」、「生態位理論」、「システム学理論」、「“双核”構造モデル」などである。

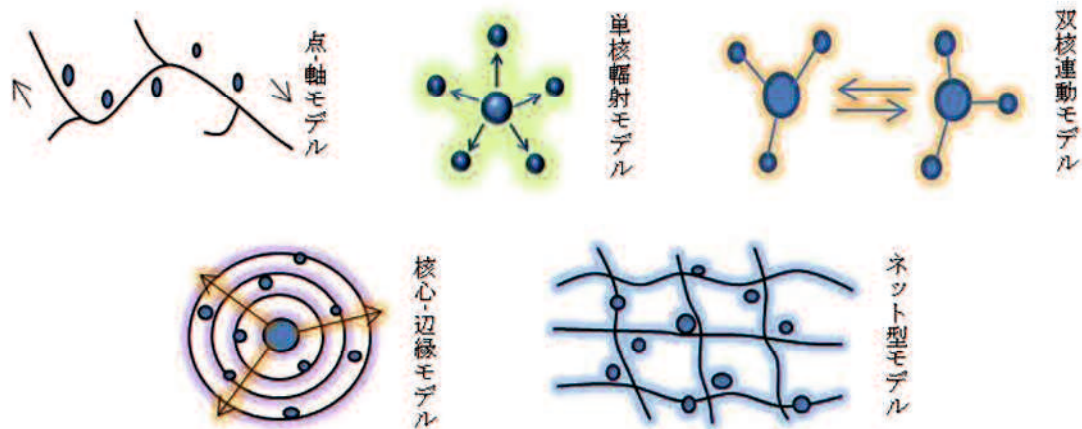


図2 楊榮斌・鄭建瑜・程金龍(2005)のモデル  
 (出所：楊榮斌・鄭建瑜・程金龍(2005)のモデルを基に著者作成)

### ①点-軸モデル

このモデルは「観光資源(点)の整合を基礎とし、発展軸である交通幹線に沿って延びながら両側に輻射し、点-軸モデルを構成する」。その特徴としては、「中長距離の観光商品で、もっと多くの外来観光客をもたらすのを目的としている」。このようなモデルの地域は、点-軸を構成する地域以外の地域の経済発展レベルは相対的に低いため、観光業の発展は遅い。例として、シルクロード観光地域が挙げられる。

### ②単核輻射モデル

このモデルは「1つの大都市、あるいは大きな観光地域を核心とし、観光経済の関係を繋がりて形成する地域観光の連携モデルである」。その特徴としては、「観光資源、市場マーケットの分布が不均衡で」、コアである優勢的な個体とサテライトである小規模な個体から形成される。このようなモデルは「地域観光の連携が始まった段階でよく見

られるモデル」であり、成長の極理論の表れだと言ってもいい。例として、大瀋陽観光圏、大武漢観光圏などが挙げられる。一般的に、観光資源の移動は不可能で、観光の核となる地域はほとんど観光資源の豊富な地域で、そして、観光産業の発展につれて、周辺地域の発展を輻射し牽引することになり、単核輻射のようなモデルとなる。

### ③双核連動モデル

このモデルは2つの核がある。「空間的な特徴としては、都市-都市、資源-資源」である。「2つの核は地域中における地位とグレードが同じぐらいで、市場の共役、資源の補完などの連携関係を形成する」。このようなモデルの地域の発展潜在力は強い。2つの核は周辺地域を輻射しながら連動する。そうすると、もっと大きな核となり、核心地域を形成する。例として、瀋陽観光圏と大連観光圏との連動が挙げられる。双核連動モデルは単核輻射モデルの後続発展のモデルである。単核地域の発展が強くなるにつれて、もっと大きな発展が必要となる。そうすると、2つの単核は連動するようになり、もっと広い範囲の連携が形成される。

### ④核心 - 辺縁モデル

このモデルは「地域観光の連携レベルが比較的発展した段階で形成するモデルであり、単核輻射モデルや双核連動モデルよりも高度な発展段階で、多極圏層の構造となる。違う圏層の観光機能に差がある。観光業の発展レベルは核心から辺縁へ下降する構造であるが、地域全体のレベルが高く、競争力が強い」。このようなモデルの地域の経済発展は不均衡ではあるが、核心地域の力が強いので、周辺地域をしっかりと把握でき、地域全体の安定的な成長を促進できる。例として、珠江デルタ地域が挙げられる。

### ⑤ネット型モデル

このモデルは「地域観光の連携が最も発展した理想的なモデルである。地域経済が十分発達し、観光業は最初から地域経済の強力な支持を受ける。十分なインフラ整備、豊富な観光資源、健全な観光マーケットがあり、都市間の双方向交流が頻繁」である。このようなモデルの地域は全体的なレベルが高いので、比較的均衡的に発展している。例として、長江デルタ地域が挙げられる。

現在中国において代表的な地域観光の連携は珠江デルタ、長江デルタ、環渤海地域だと言えるが、この3つの地域の連携は共に1980年代頃から始まったのである。空間構成の角度から見れば、珠江デルタ地域観光の核心地域の優勢が鮮明で、その連携モデルは核心-辺縁モデルに近い。長江デルタ地域観光の発展レベルは相対的に均衡で、その連携モデルはネット型モデルに近い。環渤海地域観光の連携は、概念の提出は早い、進展が遅い。成熟とした空間モデルはまだできていないが、いくつかの可能性はある。例えば、北京を中心とする単核輻射モデル、北京と天津を中心とする双核連動モデル、京津冀(北京・天津・河北省)地域を中心とする核心-辺縁モデルなどが挙げられる。

何小東(2008)<sup>(20)</sup>は秦学(2006)のモデルや楊榮斌・鄭建瑜・程金龍(2005)のモデルを分析した上で、更に空間距離の角度から、3つのモデルを提起した。①隣接型モデル：地理的空間的な連続体である。②間隔型モデル：行政区を越えた、空間的に不連続の地域観光の連携体である。③多国型モデル：中国の地方行政区と他国の地方行政区との連携である。禹有松・馮学鋼・楊桀(2008)<sup>(21)</sup>は安徽省の長江デルタ地域観光の連携に参加することを検討した。観光資源の整合と観光商品の組合せに対し、点軸の発展モデルを取り、市場開発と産業発展に対し、核心-辺縁の発展モデルを取ることを主張した。

---

(20) 何小東(2008)「中国区域旅遊合作研究——以中部地区為例」華東師範大学:71-72

(21) 禹有松・馮学鋼・楊桀「安徽参与長三角区域旅遊合作模式研究」地域研究与開發. 2008(3):65-69

劉書安・黃躍麗・李凡等 (2008) <sup>(22)</sup>は楊榮斌・鄭建瑜・程金龍 (2005) のモデルに基づき、珠江デルタ地域観光の連携モデルの進展変化を分析したが、珠江デルタ地域観光の連携モデルは点軸モデルから環状モデル、そして、核心-辺縁モデルに至っている。許輝春(2012) <sup>(23)</sup>は点一軸モデル、双核連動モデル、核心-辺縁モデルの3つのモデルを分析比較し、「多レベル模糊総合判定」<sup>(24)</sup>モデルを構築し、地域観光の連携モデルについての評価選択を行った。吳寧寧(2014) <sup>(25)</sup>は済南と青島両地域を例とし双核連動モデルを検討した。李明亮・鄭躍星(2014) <sup>(26)</sup>は大武夷観光地域を例とし、政府を主導とする点軸発展モデルと情報を主導とする階層発展モデルを提案した。他にも、いくつかの角度からの研究があるが、ほとんど以上のような範囲で行っている。例えば、点一軸理論に基づき、京津冀(北京・天津・河北省)地域観光の連携モデルを検討する事例もある。

### 1.3.1.3 本研究の問題提起

連携の内容、方式、機制の角度から見たモデルは主に政府、企業、観光資源を中心とする検討が展開されている。それについて、まず連携主体の問題で、政府主導か、企業(市場)主導かの問題である。中国の現状から言うと、地域性の問題にとって、いうまで

---

(22) 劉書安・黃躍麗・李凡等「大珠三角区域旅遊合作的演化探討」桂林旅遊高等專科學校學報. 2008(2):190-194

(23) 許輝春(2012)「区域旅遊合作的模式与機制研究」武漢理工大学

(24) 多レベルとは1つのシステムには若干の異なるレベルのシステムを含み、模糊とははっきりしないことである。地域観光の連携モデルに関する評価システムにおける各要因は、評価システムに対する影響は精確に定量的な分析は難しいので、はっきりしない特徴を持っている。そして、該システムは若干の異なるレベルのシステムを含む複雑なシステムで、多属性を持っている。以上に基づき、許は「多レベル模糊総合判定モデル」を建てた。

(25) 吳寧寧「区域双中心旅遊城市合作模式研究」青島職業技術學院學報. 2014(3):14-19

(26) 李明亮・鄭躍星「区域旅遊合作評價及合作模式探究」資源開發与市場. 2014(8):1010-1015

もなく、政府は核心地位を有している。地域間連携の進展につれて、政府が手放して、企業(市場)主導となる可能性があるが、最初から企業(市場)主導はほぼ不可能である。次に、連携の推進方式の問題で、政府推進か、企業(市場)推進か、観光資源推進かの問題で、それについて、地域の状況によってそれぞれではあるが、推進方式は多様化している。要するに、連携の内容、方式、機制の角度からのモデルに関する研究の大きな枠がほぼできている。あとは細分化し、具体的な政策や計画の応用に取り入れることである。連携の空間構成の角度から見たモデルについて、観光は地理と緊密な関係を持っているので、地理空間の角度から連携のモデルを考えることは大きな意味がある。それに、地理空間のモデルは直感で、受け入れやすい。楊榮斌・鄭建瑜・程金龍(2005)のモデルは比較的全面的にまとめられており、代表性を持っている。そのため、多くの研究はこのモデルに基づき研究を進めている。

いずれにせよ、現段階における地域観光の連携モデルに関する研究は構想及び現状の総括に偏る。そして、構想は雷同しており、研究方法の創新は十分でない。地域観光の連携モデルに関する研究の始まりが遅かったので、多くの研究は実行の可能性や意義、連携モデルの分類や特徴分析などの概念的な段階にとどまっており、具体的な深い研究はまだ少ない。全国範囲の大きな枠が出来つつあるが、これからの研究はもっと深い段階へ進めるべきである。つまり、どのように科学的に連携のモデルを決め、確実に地域間の連携を推進することである。そうすると、地域間の有効な連携を実現でき、観光産業の健康な発展を促進できる。地域社会の発展レベルの向上にも役に立つ。

以上の問題に基づき、本論文は河南省を例とし、地理の空間構成の角度から、実証分析を通して地域観光の連携モデルの選定を試みる。地域観光の連携モデルに関する研究の新たな展開に貢献することを期している。

## Ⅱ. 地域観光連携の影響要因指標体系の構築

地域観光の発展に影響する要因はいろいろあるが、例えば、観光市場の吸引力、観光産業の競争力、観光客の受入能力、交通の便などが挙げられる。このような要因は地域の観光システムを構成する。地域観光の連携に対し、完全かつ最適化の観光システムが必要となる。この観光システムは地域観光の連携に影響する基本要因、核心要因、駆動力要因、協力要因、関連要因及び機会要因を含む。

### 2.1 指標体系構築の原則

広辞苑によると、原則とは「基本的なきまり」である。完全かつ最適化の指標体系を構築するために、基本的なきまりは大切な役割を果たしており、指標構築の方法、方向、範囲などにヒントを与える。本指標体系は以下のような5つの原則を設けている。

#### ① 科学性原則

広辞苑によると、科学とは「体系的であり、経験的に実証可能な知識」である。科学性を原則とするのはほぼ全ての指標体系構築に適用できる。例えば、指標の内包や計算方法及び計算公式の規範化と標準化、科学的な理論を依拠とする、客観かつ真実に相関指標を反映するなど。科学性は地域観光連携の影響要因指標体系を構築する重要な原則である。関連の学科をよく研究した上、指標の概念を明確にし、科学的に指標の内包と外延を定める。そして、各種のデータや計算方法は標準化、規範化にして、指標体系の真実性と合理性を確保する。

#### ② 可操作性原則

指標体系構築の前提としては操作できることである。例えば、定性指標の間接量化及び定量指標の直接量化、観光統計の標準指標体系を合わせるようにするなどである。地域観光連携の影響要因指標体系は研究範囲内の各地域に適用するので、指標の可測量性



と可対比性が必要となる。そこで、指標のデータは収集しやすく、量化しやすく、計算方法が実行しやすく、一定の可操作性を有することが求められる。

### ③ システム性原則

地域観光連携の影響要因指標体系は1つの有機的システムで、全面的に影響要因の基本特徴を見出し分類し、共同で指標体系を構成する。そして、地域観光の連携に影響する要因は多くあるので、指標の重複を避けることが必要となり、指標体系の階層性が求められる。階層のレベルと作用によって細分化する。目標層から下へ一つ一つに展開し、指標のシステムを構成する。そうすれば、指標体系の内在関連性及び各指標間の影響程度を反映でき、各影響要因に対する評価及び順位付けに役立つ。

### ④ 代表性原則

問題を説明できるのは指標体系構築の目的で、指標は多ければ多いほどいいというわけではない。指標を選定するには代表性が求められる。専門家のインタビューや系統的な分析を通して、鍵となる指標を選定し、指標体系の実用性と可操作性を向上させる。地域観光連携の影響要素は多くの面に関係しているが、あらゆる面で周到であるわけではない。あまりに煩瑣な指標は指標体系の客観性に影響し、根本となるものを取りにくくなる。そこで、指標体系を構築するには、重点性と代表性が求められ、地域観光の連携に重要かつ代表的な影響要因を選ぶことが重要である。<sup>(27)</sup>

---

(27) 王良健(2001)「旅遊可持續發展評估指標体系及評估方法研究」旅遊學刊. 16(1):67-70

唐善茂・張瑞梅(2006)「区域旅遊可持續發展評估指標体系構建思路探討」桂林工學院學報. 26(1):143-147

李明躍(2008)「旅遊景区競爭力綜合評估指標体系與綜合評估模型」蘇州大學學報. (2):34-36

## 2.2 指標体系構築の方法

指標体系の構築はその研究目的によってそれぞれであるが、本論文はマイケル・ポーターのダイヤモンドモデルに基づき、デルファイ法を加えて、観光産業の特徴及びデータの入手可能性を配慮しながら、指標体系を1つの総合目的層、6つの要因類別層、12の要因類型層（B～M）、56の要因因子層に設けた。

### 2.2.1 ダイヤモンドモデル

迈克尔-波特(マイケル・ポーター)(2002)は『国家競争優勢』(The Competitive Advantage of Nations)の中でダイヤモンドモデルを提起し、国家競争優勢の形成について分析した<sup>(28)</sup>。ポーターは国家競争優勢の影響要素を6つに分けた。この6つの要素の如何は、国家の競争優勢を決めると主張している。このモデルは産業競争力の研究によく使われている。ここでは、地域観光産業の発展の影響要因の分析に応用する。6つの要素は以下の通りである：

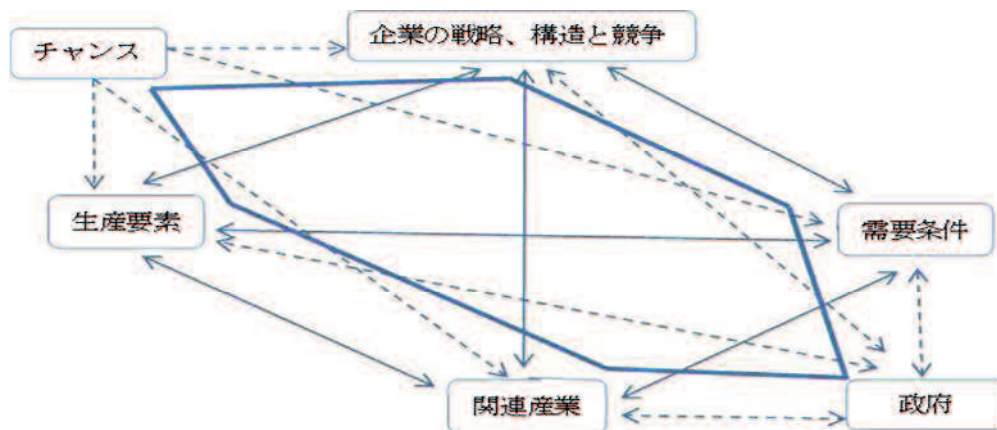


図3 ダイヤモンドモデル (出所:著者作成)

- ①生産要素：生産要素は産業発展の基本要素である。ポーターによると、生産要素による強い産業競争力を獲得するために、要素の創造は必要となり、高級生産要素と専門

(28)迈克尔-波特(2002)『国家競争優勢』(李明軒・邱如美訳)華夏出版社:34-67

性の生産要素の発展に力を入れることが重要である。これらの要素の可獲得性は競争優勢の品質と持続可能性を決める。地域観光の連携に影響する基本要因としては、観光資源、観光業の発展レベル、観光吸引力、観光荷重力などが挙げられ、地域観光連携の基本である。

②需要条件：市場需要は産業発展の直接的な駆動力で、需要が大きければ大きいほど、マーケットが大きくなり、産業の発展を促進し、産業競争力の増強に役立つ。ポーターによると、市場需要者の素養は企業競争力の向上に役立つ。商品に対して、厳しい市場需要者があればこそ、企業は高品質な商品を提供するのである。このような環境の下で成長してきた企業は高い競争力を持っている。地域観光の需要条件を判断する要因としては、地域経済の発展レベル、観光市場の発展潜在力、地域の政策制度、地域社会の文化状況などが挙げられる。

③企業の戦略、構造と競争：ポーターによると、企業の発展が成功する鍵は企業にある管理モデルやマーケティング戦略を取ることである。企業間の競争により競争優勢が出てくる。強い競争の下で成長してきた企業は長く発展を続けるのである。地域経済発展の実行主体は企業で、企業は地域経済発展の欠かせない構成体である。観光企業の管理能力、创新能力、発展モデルなどは地域観光の発展にとって重要なことである。

④関連産業：ポーターによると、関連産業の発展は市場の需給に影響を与える。もし産業体系中にある関連企業が相互依存し、緊密に連携すれば、強い競争力を持っている企業が出てくる可能性が高くなる。これらの企業は利益のために、集中して発展し、絶対的な競争優勢と一定の規模を達成する可能性が高い。田中（2011）により、「観光産業とは、人々の観光行動に対して、財およびサービスをもって対応する営利を目的としたホスピタリティ産業 (hospitality industry) の総称である」<sup>(29)</sup>。一般的に、観光業、宿泊業、交通運輸業は主な観光産業と見なされている。他にも観光に関連す

る産業はいろいろある。例えば、飲食業、娯楽業、小売業などである。地域観光の発展に影響する関連要因としては、観光及び観光関連産業、地域間の環境、インフラ整備、現地住民などが挙げられる。

⑤政府：ポーターによると、政府の最も重要な任務は生産性の向上できる環境を作ることである。例えば、投資及び資金の面での政策の実施を通して生産要素によい影響を与える；業界標準の制定を通して市場を規範する；法律制度の制定を通して企業の戦略構成と競争に影響を与えるなどである。地域観光の連携における政府の表れとしては、観光計画の制定、観光関連法規や業界標準の制定、観光機構の設置、観光消費の政策的な導き、観光教育の促進などが挙げられる。

⑥チャンス：チャンスとは産業の発展に大きな影響を与える出来事で、産業の発展に対し大きな推進力か抵抗力をもたらす。例えば、政府政策、技術革新、国際情勢、偶発事件などである。これらの出来事は産業の発展にとって大きな転換となることもよくある。観光産業から言えば観光客の観光意向や観光業及び関連産業の発展などに大きな影響を与える。

### 2.2.2 デルファイ法

この方法のやり方は簡単に言えば、専門家の予測などの情報を収集分析することである。専門家らは将来あることが起こる可能性について自分の観点を述べる。そして、これらの観点が収集され、グループの中で回覧し、意見や評論を再び収集する。最後の合意ができる前に、このような回覧は何回も繰り返す可能性がある。この方法は商業上の事務及び技術の予測によく使われているが、観光レジャーの研究にはあまり使われていない<sup>(30)</sup>。本論文は指標体系を構築するために、指標の選定について専門家の意見を収集した。

### 2.3 指標体系の説明

本論文の中心となるものは指標体系中の相関要因の実証分析をモデルの選定に応用することである。本指標体系は科学性原則、可操作性原則、システム性原則、代表性原則に基づき、相関要因因子を定めて実証分析に応用できる。

まず、指標体系の総指標層（地域観光連携の影響要因 A）を建てる。そして、ダイヤモンドモデルに基づき、6つの要因類別層（基本要因 A1、核心要因 A2、駆動力要因 A3、協力要因 A4、関連要因 A5、機会要因 A6）を設ける。ダイヤモンドモデルは6つの要素があるが、「生産要素」、「需要条件」、「関連産業」、「チャンス」の4要素を直接に取り入れて、「基本要因」、「駆動力要因」、「関連要因」、「機会要因」の4つの要因類別と読み替える。「企業の戦略、構造と競争」、「政府」の2つの要素については、政府と企業は地域観光連携の2大実行主体であるため、ほぼ全ての要因類別と関わっている。そこで、それらの内容を独立な要因類別層として設けることは不適切なので、「企業の戦略、構造と競争」、「政府」という2つの要素の相関の要因類型と要因因子をそれぞれの関連性の強い階層に入れた。そして、指標体系の整体性と指標分析の明確性を考えて、さらに、「核心要因」と「協力要因」の2つの要因類別を設けて、6つの要因類別層を構成した。要因類別層の下に12の要因類型（B～M）を細分化し、56の具体的な要因因子を設けた。この指標体系は全面かつ客観的に地域観光連携の影響要因を反映できる。

要因因子の選定について、『観光統計年鑑』、『統計年鑑』、『国民経済と社会発展統計公報』、中華人民共和国国家基準（GB/T18972-2003）『観光資源分類、調査と評価』及び観光関係の研究文献に基づき、B～Mに対応する101の因子を選び、相関の要因因子を

---

(29) 田中掃六編著（2011）『実学・観光産業論』プラザ出版：37

(30) 楊忠全・呉穎・袁徳美（1995）「德尔菲法的定量探討」情報理論和实践. (5):11-13

更に 60 個定めて分類した(付録 2、3)。因子の選定方法としては、各要因類型とそれに対応する基本因子をキーワードとして中国知網(CNKI)によって、学術文献の件数を検索した。学術文献のキーワードに出る件数なので、各指標の重要性を一定的に示すことができる。勿論、各要因類型によって因子の文献件数はそれぞれ違う。したがって全体での統一的な判断基準を設定できない。それで、各要因類型内での件数の順番と地域の観光連携モデルとの関連性の強さを総合的に判断して 60 の因子を決めた。

そして、アンケートの形で大学、観光局、旅行会社などの観光関連の専門人士の意見を伺った(付録 5、6)。アンケート先の内訳は、大学の教授、副教授、講師を合わせて 22 通、観光局 11 通、旅行会社 15 通、合計 48 通である。アンケートを通して、新たに 38 個(付録 4)の補充因子を獲得し、合計は 98 の要因因子となった。アンケートについて、2~3 回を繰り返して実施するつもりであった。つまり、1 回実施してから、収集したものに基き、新たな内容を加えて元の内容を調整し、もう 1 回アンケートを作って実施し再収集する。しかし、1 回実施してから、新たに得た因子は重複していたり細分化し過ぎていたりしたものが少なくなく、似たような因子もあったため、新しいアンケートを実施しても新規なものにならず同様な指標が繰り返し回答される可能性が高いと判断してアンケートの実施を終わりにした。設定した因子に対しては、学術文献のキーワードに出る頻度を使って、ある分野を分析する因子を選定する方法の有効性をチェックすることで妥当性を併せて検証した。本アンケートに設定した 60 の因子は中国知網(CNKI)によって、学術文献のキーワードの検索によるもので、既に一定の説得力を持っていると言える。

アンケート調査の実施について、2015 年 3 月 16~20 日の 5 日間で、安陽市観光局、安陽師範学院、安陽工学院、安陽職業技術学院、安陽中国国際旅行社、河南省国旅安陽分社、交通旅行社で自らが訪問調査を行った。調査対象は、安陽市観光局(課長級以上

及び研究職の職員)、安陽師範学院、安陽工学院、安陽職業技術学院(観光学科の先生及び観光専門の先生)、安陽中国国際旅行社、河南省国旅安陽分社、交通旅行社(副社長級以上)となっている。それぞれ 11 通、15 通、10 通で、合計 36 通の回答を得られた。更に、2016 年 12 月にメールを通して、北京第二外国語学院、四川大学、河南職業技術学院の観光学部観光学科の 7 名の教授の回答をいただいた。なお、鄭州鉄道国際旅行社からの 5 通の回答もあって、合計 12 通の回答を得られた。

本研究の目的は影響要因指標体系の実証分析を通して、地域観光の連携モデルを選定することである。そこで、因子類型とそれに対応する 98 の因子をそれぞれキーワードとして中国知網(CNKI)によって検索し、出てきた学術文献の件数とアンケート調査における各因子の回答数及び地域の観光連携との関連性の強さを総合的に判断し、かつ他の因子と重複していたり細分化し過ぎていたりしたものを除外するなどして 56 の因子を決め、地域観光連携の影響要因に関する指標体系を図 4 のように立てた。

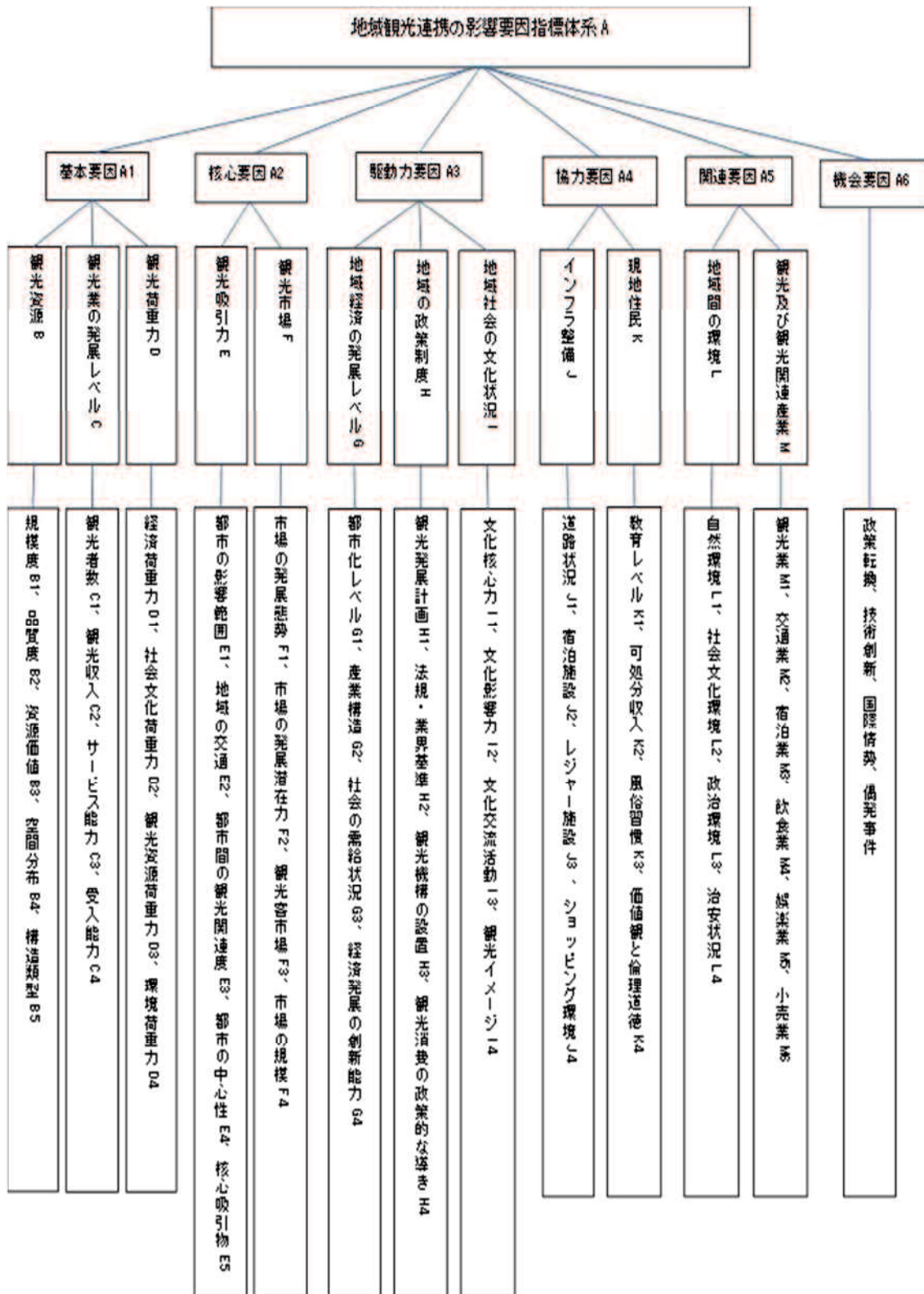


図 4 地域観光連携の影響要因指標体系



## ①基本要因

観光資源は地域観光の連携の1つの基本条件で、観光資源がないと、地域観光の連携は成り立たない。観光資源を評価する因子について、本アンケート調査には規模度、品質度、構造類型、空間分布、歴史文化価値、開発効果などを挙げている。新たに得られた因子は潜在観光資源、吸引力と市場価値、進入可能性、観光資源保護である。開発効果は観光資源を正確的に評価できないので、指標体系に取り入れない。価値のある観光資源は開発手段によって、その価値を実現できないこともあり、価値のない観光資源は開発手段によって、人気な観光資源になることもある。ということから見れば、開発効果は観光資源を正確的に評価できない。潜在観光資源と観光資源保護は観光資源研究の展開で、現段階ではその実質的なものを把握しにくい。つまり、これらの指標の判断基準やどのような役割を果たしているのか、地域観光の連携とはどのような関係があるかなどははっきり判断できないので、本指標体系に取り入れない。吸引力と進入可能性は観光吸引力要因類型に取り入れており、市場価値はつまり歴史文化価値で、資源価値としてまとめる。そこで、本指標体系構築の目的と原則に基づき、観光資源を評価する因子を規模度、品質度、資源価値、空間分布、構造類型の5つの因子に定めた。

地域観光の連携は観光業の発展が一定のレベルに達した段階で出てきた一種の発展形態である。そこで、地域観光の連携にとって、観光業の一定の発展レベルが必要となる。観光業の発展レベルを評価する研究は多くあり、その評価因子の範囲は概ね決まっている。本アンケート調査には10の因子を選んだが、新たに7つの因子を得られた。観光業の発展レベルを判断する因子はたくさんあるので、あらゆる面で周到である必要はない。地域観光の連携の問題解決に必要な十分なもので良い。そして、一部の因子を細分化する必要もない。そこで、代表性原則に基づき、4つの因子にまとめた。つまり、観光者数、観光収入、サービス能力、受入能力である。

国内観光者数と国際観光者数を観光者数に統合する。国内観光収入と国際観光収入を観光収入に統合する。観光活動は基本的に人の行為であるため、サービス能力や受入能力は観光業の発展レベルを判断する重要な因子となっている。観光企業や従業員などの指標の判断基準は相対的なもので、地域によってそれぞれ違う。観光業の発展レベルを評価する代表的な因子としては不適切である。しかし、それらの指標はサービス能力をある程度反映できる指標で、サービス能力に一括する。接待能力は主に観光産業及び観光関連産業を通して表す。つまり、観光産業及び観光関連産業の要因類型にある観光業、交通運輸業、宿泊業、飲食業、小売業、娯楽業などを通して表す。そして、観光法規と政策支持は地域の政策制度の要因類型に取り入れている。持続的な発展と创新能力は因子として数値として指標化するには定義が不明確である。観光交通は観光吸引力の要因類型に取り入れており、観光資源は観光資源の要因類型に取り入れている。政府の効率性は地域の政策制度の要因類型に含まれている。1人あたり可処分収入は現地住民の要因類型に取り入れており、消費支出は地域経済の発展レベルに含まれている。

観光荷重力は地域の観光市場及び発展潜在力を判断する要因で、地域観光の連携の前提条件の1つである。観光荷重力の概念は統一されていないが、研究者たちは自分の研究重点によって自分なりに定義している。従って、観光荷重力はいろいろ分類されている。本アンケート調査には経済荷重力、社会文化荷重力、観光資源荷重力、環境荷重力などを挙げている。アンケートの結果、新たに心理荷重力の因子を得られた。崔鳳軍・劉家明(1998)、肖忠東・趙西萍(2003)、韋建華(2014)の研究<sup>(31)</sup>によると、社会文化荷重力の如何は、主に観光客の心理荷重力を通して判断している。だから、心理荷重力は

---

(31) 崔鳳軍・劉家明(1998)「旅遊環境承载力理論及其实践意義」地理科学進展. 17(1):86-91  
肖忠東・趙西萍(2003)「旅遊目的地承载力研究」予測. 22(1):71-74  
韋建華(2014)「基于遊客體驗的森林公園旅遊承载力評價研究」大連理工大学

社会文化荷重力に含まれている。環境荷重力の得点は一番高いので、本指標体系に取り入れている。ただし、環境荷重力に関する研究は主に水、土地、空気、騒音などの自然環境を中心として展開しており、1つの観光地或いは観光地域内の研究に相応しい。本研究の目的は地域間の連携であるため、環境荷重力という因子を指標体系に取り入れたが、本研究は連携に重点を置いており、またこの因子に関連する数値指標の複雑さを考えて、以下の章における分析には用いないことにした。以上のことから、観光荷重力の評価因子を経済荷重力、社会文化荷重力、観光資源荷重力、環境荷重力の4つに定めた。

## ②核心要因

核心要因は各観光地域の実力を体現する要因である。主に観光吸引力や観光市場を通して体現する。地域観光連携の目的は、市場の拡大、全体競争力の向上、最大利益の獲得などであるため、地域の観光吸引力や観光市場は非常に重要な要因となっている。観光吸引力を評価する因子としては、本アンケート調査には都市間の観光関連度、都市の影響範囲、地域の交通、知名度などを挙げている。新たに得られた因子は核心吸引物、等級と価値、観光資源の差異性と補完性である。

「広辞苑」によると、吸引とは「吸い込むこと。引き付けること」である。吸引力はその度を表すものである。だから、観光吸引力を判断するには都市間の観光関連度、都市の影響範囲などの因子は不可欠なものである。そして、観光活動の前提条件の1つとしては移動することなので、交通の便は観光吸引力の1つの決め手ともなっている。なお、観光活動にとって、交通の便から言うと、中心都市の役割を考えなければならない。一般的に、中心都市の交通は便利で、観光集散地の役割を果たしている。観光客はまず中心都市に集まる。そして、各観光地へ移動する。以上のことを考えて、ここでは都市の中心性という因子を追加する。

知名度は言い換えれば核心吸引物と言ってもいい。なぜなら、観光活動は基本的に人の行為で、人の主観的な判断で行っている。その一方、観光吸引物は観光行為の前提条件で、観光吸引物がないと、観光活動が成り立たない。そのため、観光目的地(観光吸引物)を選択することも主観的な成分が多い。主観的な選択にとって、世間によく知られていることがその根拠となることが多い。「広辞苑」によると、知名度とは「世間になが知られている度合」である。だから、世間によく知られていることは言い換えれば、知名度だと言ってもいい。そして、「広辞苑」によると、核心とは「物事を中心となっている大切な所」である。知名度があるからこそ核心吸引物になるわけである。知名度は核心吸引物を構成する1つの条件で、核心吸引物に含まれている。そこで、もっと適切に表現するために、ここでは知名度を核心吸引物に変えて指標体系に取り入れる。

等級と価値は因子としては不明確で、その内包から言えば、観光資源の要因類型にある資源価値に一括してよい。観光資源の差異性と補完性は観光資源要因類型にある規模度、品質度、構造類型、空間分布、歴史文化価値、開発効果などを通して表現しているので、ここでは別に1つの因子として設けない。そこで、観光吸引力の評価因子を都市の影響範囲、地域の交通、都市間の観光関連度、都市の中心性、核心吸引物の5つの因子に定めた。

観光市場を評価する因子としては、本アンケート調査には市場の規模、市場の発展態勢、市場の投資能力、市場のコントロール能力などを挙げている。新たに得られた因子は市場需要の満足度、市場需要の導き、市場の品質度である。ある市場を評価するにはまず考えることはその規模、それによって評価方法を決める。そして、市場の1つの重要な特徴としては動態性を持つことである。市場は絶えずに変化しており、その表れは市場の発展態勢である。

資本は市場運営の原動力で、投資能力の如何は市場の発展潜在力を示すものである。「広辞苑」によると、コントロールとは「制御すること。統制。管理。調節。」である。市場のコントロール能力は市場の発展方向、運営機制、協調機制などの総合的な指標を反映するもので、市場発展の成敗に関わっている。市場コントロール能力も市場の発展潜在力を示すものである。ここでは、市場の投資能力と統合し、市場の発展潜在力という因子を設ける。一般的に、品質を向上する目的は満足度を向上するためであるので、市場需要の満足度は市場の品質度を通してある程度判断できる。そして、市場の品質度は市場の発展潜在力を判断する1つの指標で、市場の発展潜在力に一括する。市場需要の導きは市場の発展態勢に含まれている。そして、観光市場の主体は観光客で、いかなる観光活動は観光客に基づき行われているので、観光市場の分析に対し、観光客市場は欠かせないものである。そこで、ここでは観光客市場の因子を追加する。以上の分析を総合判断し、観光市場の評価因子を市場の発展態勢、市場の発展潜在力、観光客市場、市場の規模の4つに定めた。

### ③ 駆動力要因

駆動力要因は地域観光連携の推進力で、発展スピードや発展方向に直接に影響を与える。駆動力要因は主に地域経済の発展レベル、地域の政策制度や地域社会の文化状況を通して表す。地域経済の発展レベルを判断する因子はたくさんあるが、本アンケート調査には都市化レベル、産業構造、社会の需給状況、経済発展の创新能力などを挙げている。新たに得られた因子は、投資能力、GDPなどの経済関連指標である。投資能力は観光市場の要因類型層に含まれている。GDPなどの経済関連指標は都市化レベル、産業構造、社会の需給状況、経済発展の创新能力などの因子の細分化したもので、それらの因子を判断する具体的な指標である。そこで、本研究の目的に基づき、地域経済の発展レ

ベルの評価因子を都市化レベル、産業構造、社会の需給状況、経済発展の创新能力の4つの因子に定めた。

地域の政策制度を評価する因子としては、観光発展計画、観光機構の設置、業界基準の制定、観光業界の管理、観光消費の政策的な導きなどを挙げている。新たに得られた因子は、体制と機制の創新、観光の創新と環境の協調、観光マーケティングである。観光産業の順調な発展を実現するには科学的な観光発展計画は先決条件であり、全体的な発展計画なく、勝手に発展することは長く続かない。観光機構は観光発展計画を推進する主体である。業界基準は観光業界の管理を規範するものなので、業界基準と観光業界の管理を統合する。観光消費の政策的な導きは観光市場の発展を推進する有効な手段である。体制と機制の創新や観光の創新と環境の協調などは観光発展計画、観光関連法規及び業界基準の制定に含まれている。観光マーケティングは観光市場の範疇中にある。そこで、地域の政策制度の評価因子を観光発展計画、法規・業界標準、観光機構の設置、観光消費の政策的な導きの4つの因子に定めた。

地域社会の文化状況を判断する因子としては、文化特徴、文化影響力、文化交流活動、観光イメージなどを挙げている。新たに得られた因子は、文化核心力、文化創新力、文化の支え力、社会文化資源の規模である。文化特徴と文化の支え力は文化影響力、文化核心力、観光イメージを通して表現している。文化創新力は文化交流活動を通して表現しているので、文化交流活動に含まれている。社会文化資源の規模は因子として不明確なので把握しにくい。そこで、地域社会の文化状況の評価因子を文化核心力、文化影響力、文化交流活動、観光イメージの4つの因子に定めた。

#### ④協力要因

インフラ整備は地域観光の連携に協力作用を果たしている。その評価因子としては、道路状況、宿泊施設、レジャー施設、ショッピング環境などを挙げている。新たに得ら

れた因子は娯楽施設である。道路状況は観光客数に直接的な影響を与える。宿泊施設の状況は観光業に対するだけでなく、地域全体のイメージの向上にかかわっている。レジャー施設の状況は観光活動の質を判断する1つの重要な条件である。ショッピングは観光行動の重要な一環で、ショッピングのために来ているリピーターは少なくはなく、ショッピング環境は地域観光の連携の重要な協力因子となっている。そして、観光活動の一環として娯楽施設も重要なことである。「娯楽」という内容を考えてレジャー施設に一括してよい。そこで、インフラ整備の評価因子を道路状況、宿泊施設、レジャー施設、ショッピング環境の4つの因子に定めた。

そして、現地住民を評価する因子としては、可処分収入状況、教育レベル、包容力、風俗習慣などを挙げている。新たに得られた因子は価値観と倫理道徳で、これは人としての基本的なものである。それらの因子は現地の社会環境をある程度反映できる。現地住民の観光に対する態度は重要な意味を持っている。現地住民の協力を得れば、観光業の発展はうまく行く可能性が高い。逆に、現地住民が反対したら、観光業の発展は厳しい状態に落ちる可能性が高い。そして、一般的に、包容力は人の素養によるもので、素養の養成は教育とは緊密な関係を持っている。だから、包容力は教育レベルを通してある程度反映できる。そこで、包容力を教育レベルに一括する。可処分収入は人の行為を左右しているので、重要な判断因子となっている。風俗習慣は現地の社会状況を反映するもので、現地の風俗習慣を反する観光活動は許されないことである。以上をまとめて、現地住民の評価因子を教育レベル、可処分収入状況、風俗習慣、価値観と倫理道徳の4つの因子に定めた。

#### ⑤関連要因

関連要因は地域観光の連携の外部影響力で、主に地域間の環境や観光関連産業を通して体現する。地域間の環境を評価する因子としては、自然環境、政治環境、社会文化環

境、教育状況、治安状況などを挙げている。新たに得られた因子は、経済環境、法律法規と政策環境ではあるが、経済及び政策法規の相関因子は既に基本要因、核心要因、駆動力要因などに取り入れている。言うまでもないが、自然環境は地域観光の連携とは緊密な関係を持っている。社会文化環境の影響は近年ますます強くなってきている。経済社会の発展につれて、人々の観光行動のレベルも上がっている。単なる遊山見物はもう観光客の需要を満足できなくなり、文化的な雰囲気は濃くなる傾向がある。地域内の文化及び文化活動は観光業の長期的な発展に大きくかかわっている。豊富な地域文化活動は地域観光業の生命力を増強できる。そして、安定かつ調和を取れる政治環境は地域観光連携の順調な進行の保障である。治安状況の如何は直接に観光活動に影響を与える。ここでの教育環境は主に観光関連の教育環境を指す。つまり、観光関係の大学、専門学校などの観光人材の育成、観光関係の従業資格の取得、観光従業員の研修などの教育環境である。本指標体系は地域観光の連携を重点としているので、このような具体的な細分化した因子を取り入れることは不適切である。そこで、地域間の環境の評価因子を自然環境、社会文化環境、政治環境、治安状況の4つの因子に定めた。

観光及び観光関連産業を評価する因子としては、観光業、交通運輸業、宿泊業、飲食業、小売業、娯楽業などを挙げている。新たに得られた因子は、文化産業、スポーツ産業、生態産業、文化創新産業である。そのうちの文化産業は文化創新産業に一括してよい。観光及び観光関連産業にとって、観光業、交通運輸業、宿泊業、飲食業、小売業、娯楽業は基本的な産業である。近年発展してきた文化創新産業、スポーツ産業などは観光活動とはますます緊密になってきているとはいえ、以上のような基本的な観光及び観光関連産業の新たな展開である。例えば、文化創新産業としてはコンテンツ産業(アニメ及びアニメグッズ)、民間芸術品の活用などを挙げられる。それらは小売業の一部にとらえる。スポーツ産業としてはゴルフ場、アスレチッククラブ、ジムなどを挙げられ



る。それらは娯楽業の一部にとらえる。そこで、観光及び観光関連産業の評価因子を基本となる6つの因子である観光業、交通業、宿泊業、飲食業、小売業、娯楽業に定めた。

#### ⑥機会要因

ここでの機会とはいいチャンスと悪い影響を含む。観光業だけではなく、全ての業界にとって、政府政策の転換、技術の創新などはいいいチャンスとなることがある。そして、国際情勢の変化や偶発事件の悪影響は観光産業にとって、避けられないことである。そのため、旅行会社の契約書には「不可抗力」として明示することになっている。そこで、機会要因は地域観光の連携にとって、一定の影響が出ることがあるので、影響要因指標体系に入れているわけである。ただし、偶然性をもっているため、分析因子としてはあまり適切ではない。

本指標体系は比較的全面的に地域観光連携の影響要因を総括したが、実際の分析に応用する時、定量分析と定性分析の2部分に分けられる。定量分析に適用できる要因は主に基本要因(観光資源、観光業の発展レベル、観光荷重力)、核心要因(観光吸引力、観光市場)、駆動力要因(地域経済の発展レベル)、協力要因(インフラ整備)、関連要因(観光及び観光関連産業)を含む。定性分析に適用できる要因は主に駆動力要因(地域の政策制度、地域社会の文化状況)、協力要因(現地住民)、関連要因(地域間の環境)、機会要因を含む。今まで、中国における地域観光の連携に関する研究は主に定性分析に集中しており、定量分析はまだ少ない。そこで、本論文は本指標体系に基づき、定量分析の部分を中心とし、定性分析を兼ねて地域観光連携の影響要因の分析を通して、地域観光の連携モデルの選定を試みる。

### Ⅲ. 影響要因指標体系による実証分析——河南省を例として

#### 3.1 河南省の概況及び観光産業の現状

河南省は中国の中東部に位置し中原の地である。大部分の地区が黄河の南であるため、「河南」と呼ばれている。総面積は約16.7万平方キロメートル、人口は約1.07億人(2015年)である<sup>(32)</sup>。素晴らしい歴史文化と優れた自然環境を持っており、地理的位置の優位性を加え、急速に発展している。河南省は中華文明の発祥の地の1つで、歴史上に合わせて20余りの王朝があり、200余りの帝王は都を河南省に置いていた。そのため、数えきれないほど名勝古跡が残っている。「国宝」と言えるほど国家級の文物保護場所が96か所ある。地下文化財は全国第一位、地上文化財は全国第二位で、館蔵文物は130万件であり、全国の約八分の一を占める<sup>(33)</sup>。

中国八大古都のうち、洛陽、開封、安陽、鄭州の四つは河南省にある。そして、洛陽の龍門石窟、安陽の殷墟、鄭州の嵩山は世界文化遺産に登録されている。開封は宋の時代の首都で、「東京」とも呼ばれており、当時の人口は約150万人で、世界中で一番繁華な大都市の一つであった。宋の時代の名画である「清明上河図」に基づき、作られた「清明上河園」はその時の再現である。

河南省は豊富な人文観光資源だけではなく、豊かな自然観光資源も数多く持っている。黄河遊覧区域、嵩山、鷄公山、雲台山、王屋山、石人山、林慮山などは全部国家級の自然風景区で、近年の観光開発によって、たくさんの国内外からの観光客が訪れている。そして、河南省は全国の重要な交通中枢である。鄭州を中心とする「十」字型の高速道路網ができています。高速道路網は省都の鄭州と他の都市を緊密に繋いでいる。

---

(32) 河南省政府ホームページ「河南概況」：<http://www.henan.gov.cn/>

(33) 河南省政府ホームページ「河南概況」：<http://www.henan.gov.cn/>

ここ数年、河南省政府は観光産業の発展を非常に重視しており、「十五」計画によって観光産業を全省の新たな成長点と支柱産業にしてはじめて、観光産業は著しい発展を遂げた。2005年、全省の海外観光者数は60.05万人、外貨収入は2.16億ドルで、国内観光者数は1億を超え、観光収入は782.31億元であった。全省の観光総収入はGDPの7.6%にあたり、やや全国の平均水準を超えた<sup>(34)</sup>。観光商品の開発を中心として、観光産業及び観光関連産業などが著しい発展を遂げ、観光商品と観光業の総合競争力が明らかに向上しており、全国の観光大省の仲間入りが実現できた。

2006-2010年、国内外観光客数は累計9.95億人で、“十五”期間の2.83倍となり、観光収入は累計8363億元で、“十五”期間の3.19倍であった。2010年全省の国内外観光客数は2.59億人、海外観光者数は145万人、観光総収入は2294億元、外貨収入は4.98億ドル、国内観光客数は2.57億人で、観光収入は2250億元であった<sup>(35)</sup>。

2011年、全省年間の国内外観光客の合計は3.07億人で、前年度より19%増、そのうち海外観光者数は168.29万人で、14.6%増、観光総収入は2802.06億元、22.1%増である。A級観光地は253か所で、そのうち、84か所は4A級観光地である。星級のホテルは503か所で、海外旅行社と国内旅行社合計は1101社である<sup>(36)</sup>。

この一連の数字を見て、はっきりわかったのは国内観光者と海外観光者との比率であるだろう。2005年の国内観光者数1億人に対して、海外観光者数はわずか60万人で、観光客数の0.6%に過ぎず、2010年の国内観光者2.59億人に対して、海外観光者145万人で、わずか0.56%に過ぎなかった。その原因としては、国内観光は盛んになっているが、国際観光はまだ初期段階にとどまっていることがあげられる。

---

(34)河南省人民政府办公厅(2006)『河南省“十一五”観光産業発展計画』河南省

(35)河南省統計局・中国統計局河南総隊(2006-2011)『河南省統計年鑑』中国統計出版社

(36)河南省統計局・中国統計局河南総隊(2012)『河南省統計年鑑』中国統計出版社

河南省第十次五か年観光産業発展計画は、はじめて観光産業を河南省の支柱産業にすることを取り上げ、観光産業の発展は新たな段階に入った。現在は第十二次五か年観光産業発展計画の期間中である。統計数字から見れば、河南省の観光産業が順調に伸びているように見えるが、それは中国全体的な発展の牽引力の下で達成したものだと考えられる。各省のデータを見ると、中国全体が伸びているため、河南省はまだ前列に立っていない。河南省の観光資源、地理位置、人口、経済の発展などの主な指標から言えば、トップレベルの観光強省になる実力は十分持っている。なぜ遅れているかという点、発展の重点、方向性がずれているからである。

「十五」<sup>(37)</sup>の発展の重点は、河南省の大観光の枠組みの構築、大産業体系の塑造、大市場構造の營造などで、「十一五」<sup>(38)</sup>の発展の重点は観光産業クラスターの発展と育成で、「十二五」<sup>(39)</sup>の発展の重点は観光目的地の建設、観光クラスターの育成、観光レジャー地域の発展などである。以上のような発展計画は普通に他の省でもやっており、自分の独特なものが見えない。そして、自らの不足しているところ及び優勢的なものに対する認識が足りない。それは河南省の観光業が大きく発展できない原因である。

---

(37) 「十五」とは、「第10次5か年観光産業発展計画」

(38) 「十一五」とは、「第11次5か年観光産業発展計画」

(39) 「十二五」とは、「第12次5か年観光産業発展計画」

### 3.1.1 社会経済状況及び各都市の産業構成

表2 河南省の社会経済状況表（2013年）

	総面積 (平方キロ)	総人口 (万人)	都市人口 (万人)	GDP(億元)	一人あたり GDP(元)	一人あたり 可処分収入 (元)	第一次産 業の比重 (%)	第二次産 業の比重 (%)	第三次産 業の比重 (%)
鄭州	7446.00	919.10	616.50	6201.90	68070.00	26615.00	2.40	56.00	41.60
洛陽	15230.00	692.30	327.06	3140.80	45368.00	24820.00	7.90	57.80	34.30
開封	6444.00	511.47	323.16	1363.54	26659.00	19492.00	20.60	44.70	34.70
安陽	7413.00	576.45	252.49	1683.65	29207.00	23019.00	11.80	57.10	31.10
濮陽	4188.00	387.92	142.37	1130.48	31483.00	21571.00	13.10	66.20	20.70
鶴壁	2299.00	161.17	85.10	622.12	38600.00	21228.00	9.80	71.70	18.50
新郷	8269.00	600.43	276.62	1766.10	29414.00	22105.00	12.00	56.60	31.40
焦作	4071.00	366.60	190.71	1707.36	48545.00	22058.00	7.80	67.40	24.80
済源	1931.00	68.90	37.76	460.10	64899.00	23185.00	4.70	74.80	20.50
三門峽	10309.00	226.79	110.90	1204.68	53119.00	20938.00	8.30	66.40	25.30
許昌	4996.00	484.90	190.00	1903.30	39251.00	21717.00	9.70	67.50	22.80
漯河	2617.00	257.50	113.92	861.50	33555.00	21174.00	12.50	67.80	19.70
平頂山	6301.00	537.50	249.40	1556.90	31521.00	22482.00	10.40	58.20	31.30
周口	11959.00	1130.84	393.31	1790.65	15835.00	18046.00	24.90	49.90	25.20
商丘	8636.00	900.02	216.53	1538.22	17091.00	20214.00	22.30	46.80	30.90
駐馬店	15083.00	896.00	312.61	1542.02	22296.00	19431.00	25.50	43.80	30.70
南陽	26600.00	1170.90	448.45	2498.66	24692.00	21653.00	18.00	50.60	31.40
信陽	18925.00	859.83	252.98	1581.16	24762.00	19150.00	26.50	40.50	33.00

(出所：河南省統計年鑑・河南省国民経済と社会発展統計公報により著者作成)

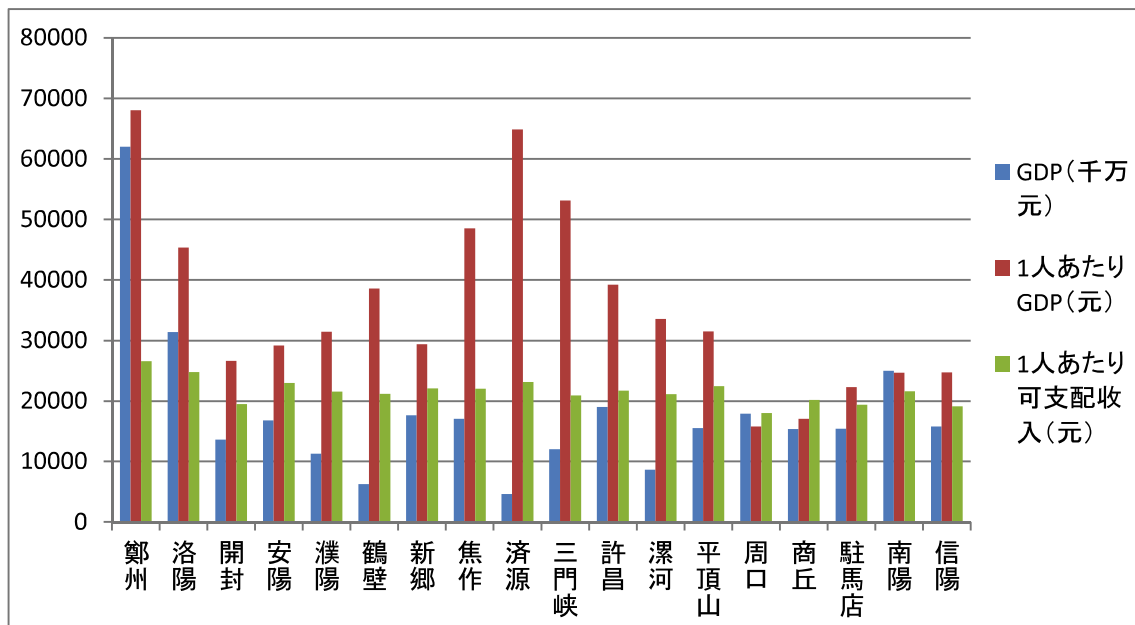


図5 河南省の社会経済状況図（2013年）

図5から見れば、鄭州はすべて首位を占めており、中心都市の地位を有している。1人あたりGDPは地域経済発展の総体状況のある程度反映できる。6万元以上のは鄭州と済源の2つだけである。済源のGDP総量は少ないが、人口も少ないので、1人あたりGDPは高いわけである。第2陣に立っているのは三門峽、焦作、洛陽で、そのうち、洛陽は有名な観光都市で、焦作は新興観光都市である。第3陣に属するのは最も多く、11の都市がある。第4陣は周口と商丘の2つの都市で、2万元未満である。2つの都市は共に人口が多いので、1人あたりGDPは低いわけである。1人あたり可処分所得はある程度人々の生活状況を反映できる。図5を見れば、河南省各都市間には大きな差はない。鄭州は第一位で、周口は最下位である。つまり、河南省における生活状況は同じぐらいレベルになっている。

表3 河南省各都市の産業構成表（2013年）

河南省各都市における産業の構成							
	GDP(億元)	第一次産業(億元)		第二次産業(億元)		第三次産業(億元)	
鄭州	6201.9	148.85	2.40%	3473.06	56%	2579.99	41.60%
洛陽	3140.8	24.55	7.90%	1815.38	57.80%	1077.29	34.30%
開封	1363.54	280.89	20.60%	609.5	44.70%	473.15	34.70%
安陽	1683.65	198.67	11.80%	961.36	57.10%	523.62	31.10%
濮陽	1130.48	148.09	13.10%	748.38	66.20%	234	20.70%
鶴壁	622.12	60.97	9.80%	446.06	71.70%	115.09	18.50%
新郷	1766.1	211.93	12%	999.61	56.60%	554.56	31.40%
焦作	1707.36	133.17	7.80%	1150.76	67.40%	423.43	24.80%
済源	460.1	21.62	4.70%	344.15	74.80%	94.32	20.50%
三門峽	1204.68	99.99	8.30%	799.91	66.40%	304.78	25.30%
許昌	1903.3	184.62	9.70%	1284.73	67.50%	433.95	22.80%
漯河	861.5	107.69	12.50%	584.1	67.80%	169.72	19.70%
平頂山	1556.9	161.92	10.40%	906.12	58.20%	487.31	31.30%
周口	1790.65	445.87	24.90%	893.53	49.90%	451.24	25.20%
商丘	1538.22	343.02	22.30%	719.89	46.80%	475.31	30.90%
駐馬店	1542.02	393.22	25.50%	675.4	43.80%	473.4	30.70%
南陽	2498.66	449.76	18%	1264.32	50.60%	784.58	31.40%
信陽	1581.16	419	26.50%	640.37	40.50%	521.78	33%

(出所：河南省統計年鑑・河南省国民経済と社会発展統計公報により著者作成)

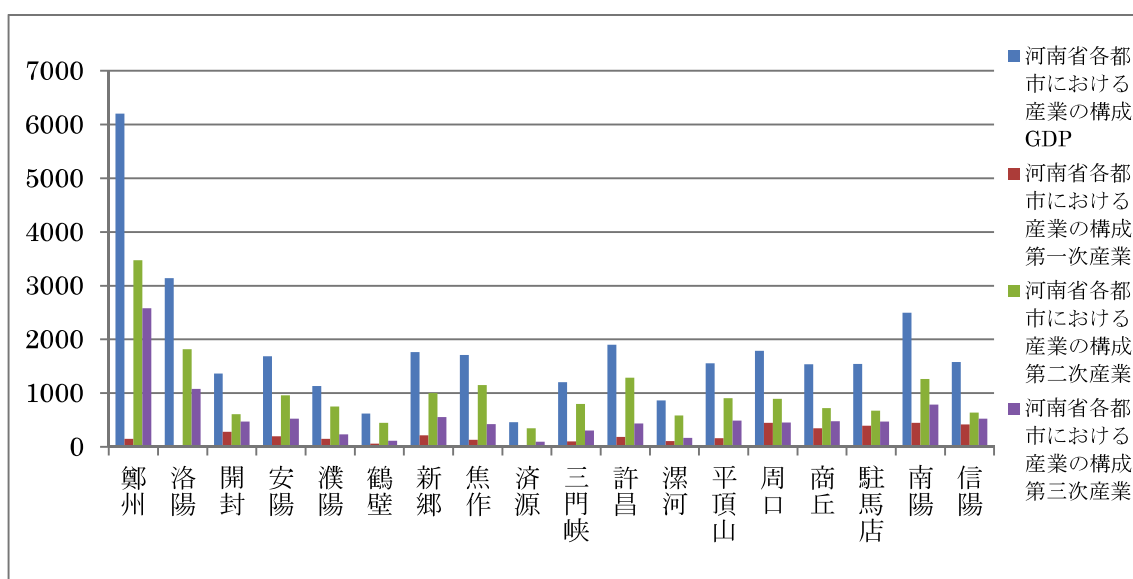


図6 河南省各都市の産業構成図（2013年）

図6を見れば、河南省各都市の産業構成はすべて“2-3-1”の形となっており、第2次産業の比重が一番高く、その次は第3次産業、そして、第1次産業という順番である。経済の発展につれて、第三次産業の比重は高くなる傾向で、先進国や地域の第3次産業の比重はほとんど60%以上である。図から見れば、河南省では第三次産業を支柱産業としている都市はまだない。第三次産業の比重が一番高いのは鄭州市の41.60%で、その次は開封と洛陽の34.70%と34.30%である。他の都市の第三次産業の比重は鄭州と比べたら、はっきり差があり、第三次産業の発展はまだ低レベルにとどまっている。この点から見れば、河南省第三次産業の発展潜在力は強く、観光産業の成長空間が大きい。

### 3.1.2 河南省観光産業の発展潜在力分析

観光産業の発展潜在力は地域観光発展の将来性や持続可能性を判断する1つの重要な指標である。ここでは、2005-2014年の河南省観光産業の発展指標を9つ取り出し、河南省における観光産業発展の潜在力を分析する(表4)。分かりやすくするために、表4の指標単位を適当に転換し、図7のように表現する。

表 4 河南省における観光産業の潜在力指標

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
観光総収入 (億元)	800.20	1039.39	1352.24	1591.96	1984.64	2294.80	2802.06	3364.10	3875.50	4366.20
国内観光客 (万人)	10045.00	13063.00	17003.00	19921.00	23312.00	25555.00	30532.00	36109.00	40893.00	45573.00
国際観光客 (万人)	60.00	76.00	88.00	104.00	126.00	147.00	168.00	191.00	207.00	227.00
旅行会社数	874.00	991.00	1020.00	1005.00	1045.00	1139.00	1101.00	1133.00	1148.00	1167.00
星級ホテル数	425.00	468.00	492.00	507.00	529.00	536.00	503.00	566.00	575.00	557.00
A級観光地数	89.00	121.00	141.00	170.00	185.00	213.00	253.00	267.00	313.00	327.00
鉄道の長さ (キロ)	3865.00	3944.20	3943.90	3989.00	3926.60	4224.30	4203.00	4822.00	5165.00	4874.00
高速道路の長さ (キロ)	2678.00	3439.00	4556.00	4841.00	4860.00	5016.00	5196.00	5830.00	5858.00	5859.00
観光客の取扱量 (億人キロ)	1000.69	1113.35	1264.10	1443.60	1560.50	1746.20	1927.80	2033.80	2202.60	2614.50

(出所：河南省統計年鑑・河南省国民経済と社会発展統計公報により著者作成)

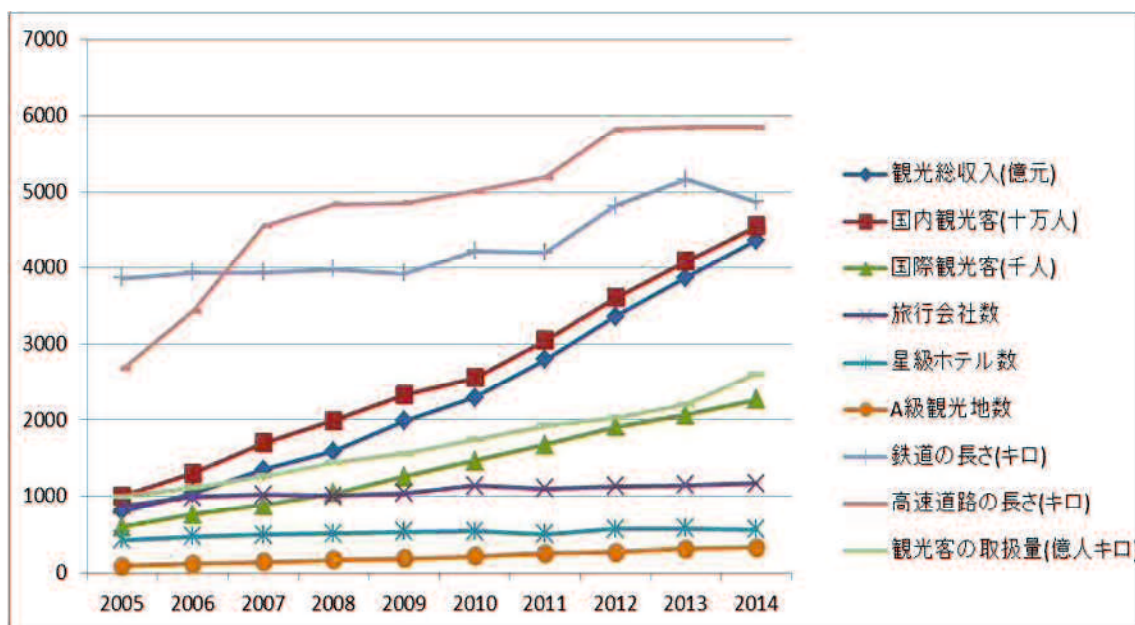


図 7 河南省における観光産業の潜在力指標図

図 7 から見れば、以下のことが分かる。

1、観光総収入と国内観光客数は急激に伸びている。特に 2010 年以降、もっと速いスピードで伸びている。中国経済の発展は 2000 年に入ってから、著しく発展し始めた。



個人収入や余暇時間の増加につれて、観光の需要が増えてきている。観光活動の増加に伴って、当然、観光収入も増えてくる。中国の対外開放政策の深化につれて、国際化もどんどん進んでおり、それなりの国際観光客もはつきり増えている。観光市場が急速に拡大している。

2、旅行会社数、星級ホテル数は全体から見れば、伸びている傾向だが、伸び率が相対的に低い。しかし、絶対的な数は少なくなく、一定の接待力を持っている。これからの伸び空間が非常に大きい。A級観光地数は安定かつ確実に伸びており、これから、速い発展の段階に入るのではないか。ここから見ると、観光客急増の勢いに対して、観光関連産業の発展空間が非常に大きくなっている。

3、鉄道の建設は2009年まではほぼ横ばいの状態で、2009年以降2013年までは急激に伸びていた。その原因としては、河南省は中原の地に位置しており、中国交通の要路になっている。鉄道の建設は早くからほぼ完成しており、新しい建設はほとんどない。そのため、2009年までは横ばいの状態であった。そして、2009年以降、高速鉄道の建設ラッシュにあたって、2013年まで急激に伸びていた。2014年には鉄道の長さが減ったが、自動車保有量の急増と高速道路の普及が原因だと考えられる。高速道路の建設は2007年までは、急に伸びていた。その後、大体安定的に伸びている。河南省における高速道路の長さは全国において前列に立っており、全省範囲の高速道路網ができている。観光産業の発展には大きく貢献している。

要するに、河南省の観光産業発展の潜在力が非常に大きい。観光市場が急激に拡大しており、観光関連産業の発展空間が大きい。そして、観光客の取扱量が膨大な数字となっており、市場の集散能力が強く、交通システムが完備している。

### 3.1.3 河南省における地域観光の連携の現状

中国の観光に関する研究は1970年代から始まった。近年、地域観光の連携に関する研究は盛んになっており、中国における観光業発展の大きな指南に関する研究分野である。現在中国において代表的な地域観光の連携は珠江デルタ、長江デルタ、環渤海地域で、他にもいろいろな地域観光の連携がある。例えば、西南地域観光の連携、環北部湾地域観光の連携、シルクロード地域観光の連携などがある。このような観光業発展の大環境の下で、河南省は中部6省の地域観光の連携に入っている。中部6省とは中国内陸の中心部に位置する河南省、山西省、湖北省、安徽省、湖南省、江西省の6省で、総面積は102.6万平方キロ、総人口は約3.59億人(2013年)である。河南省の観光資源は非常に豊富なので、これまで他の地域との連携にはあまり積極的ではなかった。しかし、中国国内の観光業における競争はますます厳しくなっているので、各地域は連携に向かって動いている。

河南省内における地域観光の連携の発展から見れば、地域間の有効な連携は少なく、核心となる地域はまだはっきりしていない。要するに、自分の特色は鮮明ではなく、全体的なイメージがない。河南省内における地域観光の連携と言ったら、やはり「鄭-汴-洛」(鄭州-洛陽-開封)地域である。2000年に河南省政府は、鄭州、開封、洛陽の沿黄河「3点1線」の観光コースを重点的に構築するという手を打った。現在既に一定の規模となっている。そして、2006年8月に伏牛山生態観光発展会議を開いて、伏牛山生態観光地域内の洛陽、南陽、平頂山、三門峽、駐馬店の5都市の連携を通して、地域の共同発展を図るのを強調した<sup>(40)</sup>。

河南省の観光地域は大別すれば、5つに分けられる。つまり、黄河文化観光地域、嵩

---

(40) 李克(2006)「在伏牛山生態旅遊發展工作會議上的講話」河南省政府

山観光地域、伏牛山観光地域、太行山観光地域と桐柏-大別山観光地域である。表5のように、それぞれの地域には各自の観光商品がある。5つの地域を見ると、はっきり分かるのは、黄河文化観光地域以外は全部山地地域ということである。ここから見れば、河南省の観光は鮮明な特色を持っていないと言えるだろう。河南省は平原地帯で、山の数が少ない。それが原因なのか、観光地はほとんど山地地域を特徴としている。しかし、中国国内には素晴らしい自然景観を持っている地域は少なくなく、特に珍しいものではない。だから、河南省の観光は黄河文化観光地域を中心とし、核心となる地域を構築すべきである。そして、核心地域を龍頭に、地域観光の連携を通して全省の観光産業の発展を牽引する。

今まで、黄河文化観光地域を核心とするのに関する研究はある程度出ているが、ほとんど理論、構想、計画などにとどまっている。つまり、科学的な根拠はあまり出していない。本章は河南省を例とし、地域観光連携の影響要因に関する実証分析を通して、地域観光の連携モデルの選定を試みる。

表5 河南省における観光地域の観光商品の特徴分析表

地域	範囲	観光商品	観光商品の特色
黄河文化観光地域	鄭州・洛陽・開封・商丘・三門峽	嵩山少林寺・龍門石窟・黄河小浪底、開封の宋の都・黄帝の故郷・商丘古城文化園	黄河文化・始祖文化・古都文化・仏教文化
嵩山観光地域	嵩山地帯	少林寺・禪宗少林・音楽大典	宗教文化・武術文化
伏牛山観光地域	洛陽南・三門峽南・南陽・平頂山	甘山国家森林公园・白雲山・三門峽ダム・重渡溝・龍潭大峽谷・浙川陶岔・伏牛山・老君山・宝天曼・石人山・甘山・万仙山	レジャー地域
太行山観光地域	新郷・安陽・焦作・済源	太行大峽谷・紅旗渠・雲台山・八里溝・林瀝山・九里溝・五龍口・王屋山	自然山水景観
桐柏-大別山観光地域	信陽・駐馬店・南陽桐柏	革命歴史博物館・許世友將軍の故郷・大別山・桐柏山・鷄公山・靈山・太白頂	革命歴史

(出所：馬宏麗(2014)、p77)

### 3.2 影響要因指標体系に基づく実証分析

本論文の分析は影響要因指標体系に基づき、定量分析と定性分析に分けて分析する。本研究の指標体系(図4)は12個の要因類型層の指標からなっている。この12個の指標は総合指標で、指標体系の内容を全面的に反映している。これらの総合指標の重要性を示すために、まず観光に加えて各指標をキーワードとして中国知網(CNKI)によって学術文献の量を検索した。学術文献のキーワードに出る件数なので、各指標の重要性を一定的に示すことができる。ただし、各指標の属性を考えて、12個の総合指標を8個に統合して検索した。具体的には観光業の発展レベルと観光及び観光関連産業を「観光業」に統合した。地域経済の発展レベルは地域観光の連携にとって欠かせないものとはいえ、独立な大きな分野なので、観光を主題とするキーワードとしてあまり適切ではなく、検索しないことにした。そして、インフラ整備と現地住民の2つの指標はキーワードとしても不適切なので、検索しないことにした。検索を通してそれぞれ出てきた学術文献の量は表6の通りである。

表6 本指標体系の主な要因類型層指標に関する学術文献の量(単位:本)

観光資源	観光吸引力	観光荷重力	観光市場	観光業	政策	文化	環境
133328	3920	1721	84787	71138	19747	246718	64031

注：政策は「地域の政策制度」の省略、文化は「地域社会の文化状況」の省略、環境は「地域間の環境」の省略である

表6によると、観光と文化の関係が一番緊密で、24万6718本の学術文献がある。その次は観光資源(13万3328本)、そして、順番で観光市場(8万4787本)、観光業(7万1138本)、環境(6万4031本)、政策(1万9747本)、観光吸引力(3920本)、観光荷重力(1721本)となっている。観光吸引力と観光荷重力に関する研究は相対的に新しい分野なので、文献の数は相対的に少ない。しかし、観光の連携にとって、差異性と補完性は

前提条件としている。観光吸引力は差異性を示すもので、観光荷重力は補完性を示すものであるため、本研究の分析には観光の吸引力と荷重力は欠かせないものである。

本章では、影響要因指標体系の定量分析に適用できる因子である観光資源、観光業の発展レベル、観光荷重力、観光吸引力、観光市場を中心とし分析していく。次の章では定性分析に適用できる因子を中心として分析する。

### 3.2.1 地域観光資源

中華人民共和国国家基準 (GB/T18972-2003) 『観光資源分類、調査と評価』によると、観光資源とは「自然界と人類社会において、観光者に対する吸引力を持ち、観光開発に利用でき、それに、経済利益、社会利益、環境利益をもたらせるすべての物事と要素」を指す。観光資源は観光活動の基本で、地域連携の前提条件である。地域内の観光資源はもし補完性が強く、類型構造が完備、一定の規模を備えているという特徴を持てば、地域観光連携の発展潜在力が大きい。

観光資源の分析因子について、資源価値因子の定量分析方法はまだ不十分で、本論文の 4.2.4.1 節で例を挙げながら定性分析を行う。空間分布因子と構造類型因子の分析は小範囲内の分析には効果があるが、河南省のような大範囲の分析には相当多くのデータが必要なため、データの入手は困難である。そこで、ここでは、規模度、品質度の面から各地域の観光資源を分析する。

中国の観光地について、A 級～5A 級に等級をつけており、国家基準がある。それ以外にもたくさんの観光地があるが、判断基準がないのですべて統計化するのは困難である。そこで、分析の正確性と合理性を保つために、A 級以上の観光地を観光資源として分析する。ここでは、2013 年のデータを使用する(安陽市観光局からデータを入手)。

#### 3.2.1.1 観光資源の規模度

観光資源の規模度は方幼君(2006)<sup>(41)</sup>を参考に以下のような保有量値を使って表す。その計算方法は、各級観光地の数にそれぞれの重みづけ値[10(5A級)、7(4A級)、5(3A級)、3(2A級)、1(1A級)]を掛け、その総和を観光資源の保有量値とした。重みづけ値は方幼君(2006)に従っており、十分に検証されたものではないが、単純な観光地の数よりも妥当な修正となっていると考える。そして、各都市の観光資源の保有量値と全省の観光資源の保有量値の割合により各都市の観光資源の規模度を示す。規模度指数が大きければ、地域内の観光資源の規模が相対的に大きいと判断できる。Kを規模度指数、 $A_i$ を各都市の等級別観光地の数、 $SA_i$ を全省の等級別観光地の数、 $\lambda_i$ を等級別重みづけ値とすれば、規模度指数の計算公式は以下ようになる。公式(1)による計算結果は表7の通りである。

$$K = \frac{\sum_{i=1}^5 \lambda_i A_i}{\sum_{i=1}^5 \lambda_i SA_i} \quad (1)$$

表7 河南省各都市における観光資源の規模度指数

都市	5A級観光地	4A級観光地	3A級観光地	2A級観光地	観光資源の保有量値	規模度指数
鄭州	1	7	13	13	163	0.1417
洛陽	2	12	10	1	157	0.1365
開封	1	7	0	0	59	0.0513
安陽	1	5	3	5	75	0.0652
濮陽	0	2	4	3	43	0.0374
鶴壁	0	3	3	1	39	0.0339
新鄉	0	4	5	1	56	0.0487
焦作	3	2	1	1	52	0.0452
濟源	0	3	0	1	24	0.0209
三門峽	0	4	2	2	44	0.0383
許昌	0	2	6	3	53	0.0461
漯河	0	1	3	1	25	0.0217
平頂山	1	2	8	0	64	0.0557
周口	0	2	2	3	33	0.0287
商丘	0	2	4	2	40	0.0348
駐馬店	0	0	2	2	16	0.0139
南陽	0	6	15	7	138	0.1200
信陽	0	4	13	2	99	0.0861
全省	9	68	94	38	1150	1.0000

### 3.2.1.2 観光資源の品質度

中華人民共和国国家基準 (GB/T18972-2003)『観光資源分類、調査と評価』によると、

(41) 方幼君(2006)「旅遊資源定量評価体系及方法研究」浙江大学:27

5A、4A、3A級の観光資源は優良級観光資源で、2A、1A級の観光資源は普通級観光資源である。そこで、ここでは各都市の3A級以上の観光地数が3A級以上観光地全体に占める割合で各都市の観光資源の品質度を表す。観光資源の品質度が大きければ大きいほど、地域内の観光地の質がいいということである。H<sub>i</sub>を品質度指数、B<sub>i</sub>を3A級以上の観光地数、Nを同類型の地域内の観光地の総数、iを都市とすれば、計算公式は以下のようになる：

$$H_i = B_i / N \text{-----} (2)$$

公式(2)による計算結果は表8の通りである。

表8 河南省各都市における観光資源の品質度

都市	5A級観光地	4A級観光地	3A級観光地	品質度
鄭州	1	7	13	0.1228
洛陽	2	12	10	0.1404
開封	1	7	0	0.0468
安陽	1	5	3	0.0526
濮陽	0	2	4	0.0351
鶴壁	0	3	3	0.0351
新郷	0	4	5	0.0526
焦作	3	2	1	0.0351
濟源	0	3	0	0.0175
三門峽	0	4	2	0.0351
許昌	0	2	6	0.0468
漯河	0	1	3	0.0234
平頂山	1	2	8	0.0643
周口	0	2	2	0.0234
商丘	0	2	4	0.0351
駐馬店	0	0	2	0.0117
南陽	0	6	15	0.1128
信陽	0	4	13	0.0994
全省	9	68	94	1.0000

規模度指数から見れば、トップスリーは洛陽、南陽、鄭州である。トップスリーの都市の数値は他の都市をはっきり上回っている。観光の中心となる地域であることを示している。これにより、河南省における観光資源の分布はアンバランスな状態だと言える。品質度指数のトップスリーは洛陽、鄭州、南陽である。2つの指数を合わせて見れば、河南省の高品質な観光資源は集中しており、そして、観光資源の規模と正比例する。洛

陽は世界中にも有名な観光都市で、鄭州は全国の交通中枢、省都、古都で、この2つの都市は各面から見てもトップスリーに入る実力を持っている。南陽は鄭州から離れており、地域的な中心都市である。面積が大きく、人口も多いので、それなりの観光資源の規模を有している。

以上の分析に基づき、現在の河南省の観光資源の開発は不均衡な状態となっている。今の発展モデルで発展し続ければ、いろいろな問題が出てくる恐れがあり、将来は楽観できない。地域観光の連携は近年盛んになっているが、連携を通して、観光資源を整合し、優勢補完が実現でき、観光資源開発の不均衡な状態を改善できる。そして、自分の特色あるものを創り出して、もっと強い観光イメージを構築できる。

### 3.2.2 各都市の観光業の発展レベル

観光業の発展レベルを判断する因子としては、本指標体系には観光者数、観光収入、サービス能力、受入能力の4つの因子を挙げている。観光者数と観光収入は具体的な因子で、観光統計には具体的なデータがある。サービス能力、受入能力は具体的な因子ではなく、概念的な因子である。だから、これらの因子を分析するには、まずこれらの因子を反映できる具体的な別の因子を探さなければならない。現段階ではそういう因子はまだ確定できていない。そこで、ここでの分析は観光者数と観光収入を使って分析を行う。観光者数と観光収入は地域観光の発展レベルを判断する最も直観的な指標である。

図9により、観光総収入、国内観光客数、国際観光客数の3つの指標から総合的に見れば、河南省の各都市はほぼ3つの陣営に分けられる。鄭州と洛陽は圧倒的な数値で第1陣営に立っている。開封、安陽、新郷、焦作、三門峽、平頂山、南陽の7都市は第2陣営に属する。あとの都市は第3陣営に属する。河南省において、鄭州は省都として、交通の便に加えて、観光業の発展レベルが高い。洛陽は伝統的な観光都市で、「千年の古都」と言われており、国際的にもよく知られているので、観光業の発展も高レベルに



なっている。第2陣営の都市では、開封と安陽は豊かな文化観光資源を持っており、焦作は素晴らしい自然観光資源を持っており、南陽は地域的な中心都市である。これらの都市の観光業の発展はある程度できている。第3陣営都市の観光業の発展はまだ遅れている。

表9 河南省各都市の観光業の発展状況表(2013年)

都市	観光総収入(千万元)	国内観光客数(万人)	国際観光客数(百人)
鄭州	8010.00	6976.80	4380.00
洛陽	4850.00	8538.00	7000.00
開封	2078.00	4963.40	2680.00
安陽	1827.50	2726.63	780.00
濮陽	67.60	455.42	172.00
鶴壁	456.00	1196.00	80.00
新郷	1464.00	2287.90	1030.00
焦作	2332.00	2923.63	3156.00
濟源	311.00	862.10	120.00
三門峽	1765.00	2045.40	860.00
許昌	476.00	968.56	844.00
漯河	250.00	377.10	90.00
平頂山	1382.00	2910.00	270.00
周口	808.50	1750.10	300.00
商丘	234.20	1283.89	120.00
駐馬店	866.80	1685.00	267.00
南陽	1800.00	3500.30	170.00
信陽	957.00	1812.00	120.00

(出所：河南省統計年鑑・河南省国民経済と社会発展統計公報により著者作成)

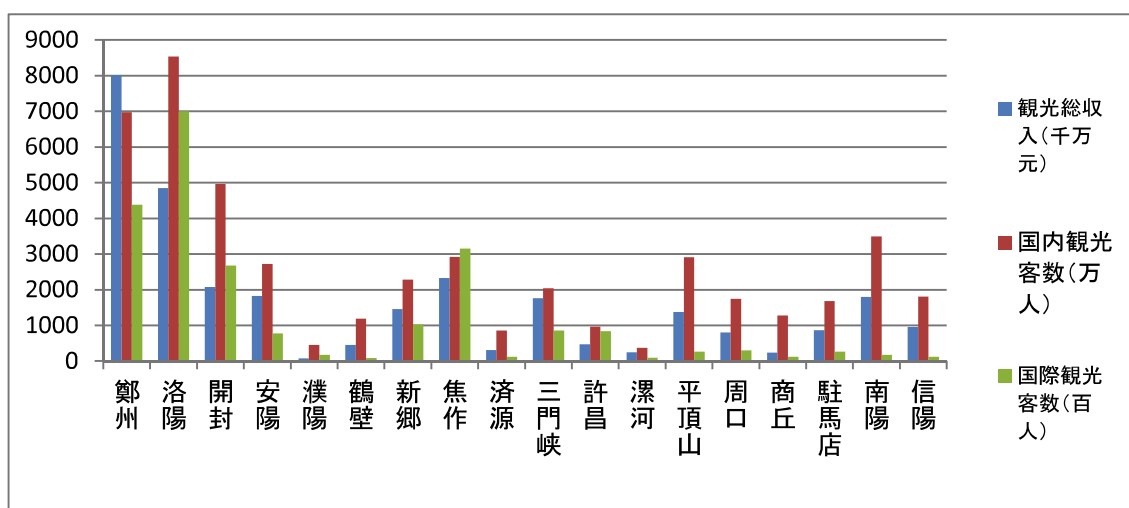


図8 河南省各都市の観光業の発展状況図(2013年)

### 3.2.3 地域観光荷重力

観光荷重力は主に観光容量を通して表す。容量は生態学と環境学からきた概念である。1960年代に Lapage は初めて観光容量の概念を提出した。1977年以後、観光容量に関する研究が注目されるようになった。1990年代初期から、観光容量に関する研究はさらに盛んになり、多くの研究成果が出た。しかし、観光容量の内包は研究者によってそれぞれで、いまだに統一されていない。崔鳳軍・劉家明(1998)によると、観光荷重力とは「観光環境の現状及び構造形態は人々に悪影響を与える変化を起こさない前提で、一定の時期に観光地における観光活動に対する荷重力である」と定義している。<sup>(42)</sup>

観光荷重力の概念は統一されていないが、研究者たちは自分の研究重点によって自分なりに定義している。その目的は研究の範囲を限定することである<sup>(43)</sup>。従って、観光荷重力はいろいろ分類されている。例えば、経済荷重力、社会荷重力、資源荷重力、環境荷重力、心理荷重力、物質荷重力などが挙げられる。ここでは本論文の研究目的によって、観光荷重力を経済荷重力、社会文化荷重力、観光資源荷重力の3つに分けて分析する。観光荷重力について、今まで多くの研究は観光客を対象として判断してきた。つまり、観光地において観光客の最大の受入数ということ判断した。観光客ということはその属性から見れば、社会文化の範疇に属する。しかし、観光行為は単なる観光客だけの行為ではなく、その地域の経済状況や観光資源などにも大きくかかわっている。観光客という指標だけでは、観光荷重力を反映するのは十分ではない。経済的な余裕ができたからこそ、観光は盛んになるわけである。そして、観光行為の直接的な対象は観光資源なので、観光資源の荷重力を考えなければならない。

---

(42) 崔鳳軍・劉家明(1998)「旅遊環境承载力理論及其实践意義」地理科学進展. 17(1):86-87

(43) 韋建華(2014)「基于遊客體驗的森林公園旅遊承载力評估研究」大連理工大学:p10

### 3.2.3.1 経済荷重力

地域の経済荷重力に関する研究はまだ少なく、その概念にも統一されていない。孔凡文ら(2013)によると、地域の経済荷重力の概念は主に2つに分けられる。1つ目は資源環境を主体とし、経済の総量か規模を荷重対象に定義する。2つ目は経済のレベルか総量を主体とし、人口を荷重対象に定義する<sup>(44)</sup>。観光活動は人の行為であるため、ここでは、人口を荷重対象として、孔凡文ら(2013)の提案する「人口－経済荷重力模型法」を使って、地域の経済荷重力を分析する。「人口－経済荷重力模型法」の計算公式は以下の通りである：

$$E = \frac{PP}{ES} \text{-----} (3)$$

$$ES = \frac{\text{経済発展指数}}{\text{一定の基準下の1人あたり経済指標}} = \frac{\text{各都市のGDP総量}}{\text{全省の1人あたりGDP}} \text{-----} (4)$$

Eは経済荷重力指数で、PPは総人口数で、ESは地域経済の人口荷重力である。ここでは、各都市のGDP総量を経済発展指数とし、全省の1人あたりGDPを一定の基準下の1人あたり経済指標とする。E<1の時、経済荷重力は余裕な状態であることを示す。E=1の時、経済荷重力は臨界状態であることを示す。E>1の時、経済荷重力は超荷重状態であることを示す<sup>(45)</sup>。計算の結果は表10の通りである。

E<1の都市は7つあるが、順番で鄭州、濟源、三門峽、焦作、洛陽、許昌、鶴壁となっている。これらの都市の経済荷重力は余裕な状態である。鄭州と濟源の経済荷重力は強く、許昌と鶴壁の経済荷重力は臨界状態に近い。E=1の都市はない。E>1の都市は

---

(44) 孔凡文・胡弘・張婷婷(2013)「城市經濟承載力及其測算方法研究－以瀋陽市為例」城市問題. 216(7):55

(45) 孔凡文・胡弘・張婷婷(2013)「城市經濟承載力及其測算方法研究－以瀋陽市為例」城市問題. 216(7):56

11 あるが、特に周口、商丘、駐馬店の3都市の指数は2を超えており、著しく超荷重状態となっている。上位の6都市から見れば、全て中西部に位置している。下位の5都市から見れば、全て東部と南部に位置している。ここから分かったのは河南省の経済発展状況は相当に不均衡な状態となっているということである。

表 10 河南省各都市の経済荷重力指数

	GDP(万元)	1人あたり GDP(元)	総人口(万人)	ES(万人)	E
鄭州	62019000.00	68070.00	919.10	1732.47	0.53
洛陽	31408000.00	45368.00	692.30	877.37	0.79
開封	13635400.00	26659.00	511.47	380.90	1.34
安陽	16836500.00	29207.00	576.45	470.32	1.23
濮陽	11304800.00	31483.00	387.92	315.79	1.23
鶴壁	6221200.00	38600.00	161.17	173.79	0.93
新鄉	17661000.00	29414.00	600.43	493.35	1.22
焦作	17073600.00	48545.00	366.60	476.94	0.77
済源	4601000.00	64899.00	68.90	128.53	0.54
三門峡	12046800.00	53119.00	226.79	336.52	0.67
許昌	19033000.00	39251.00	484.90	531.68	0.91
漯河	8615000.00	33555.00	257.50	240.66	1.07
平頂山	15569000.00	31521.00	537.50	434.91	1.24
周口	17906500.00	15835.00	1130.84	500.21	2.26
商丘	15382200.00	17091.00	900.02	429.69	2.09
駐馬店	15420200.00	22296.00	896.00	430.76	2.08
南陽	24986600.00	24692.00	1170.90	697.99	1.68
信陽	15811600.00	24762.00	859.83	441.69	1.95

(資料出所:河南省 2013 年統計年鑑により著者作成)

### 3.2.3.2 社会文化荷重力

地域の社会文化荷重力に関する研究は観光地住民の心理的な荷重力と観光客体験の荷重力を含み、主に観光地住民の心理的な荷重力に集中している。観光地住民の心理的な荷重力とは、観光地住民の心理の面から観光客の行為と人数に対する最大な受入値のことを指す。つまり、地域社会にとって、観光客の訪問につれてもたらされたマイナス影響に対する忍耐力である。例えば、観光地域の込み合い度、現地住民の生活方式に対する衝撃、環境汚染、治安問題などがある。観光客体験の荷重力とは、観光客の観光体験に対する満足度のことを指す<sup>(46)</sup>。

(46) 韋建華(2014)「基于遊客體驗的森林公園旅遊承載力評估研究」大連理工大学:10-11

観光活動は文化の交流と衝突であるという説もあるが、観光客の訪れとともに現地の社会文化に一定の影響をもたらすのは事実である。崔鳳軍・劉家明(1998)によると、観光客の密度は大きければ大きいほど、現地の社会文化に与える影響は大きい。ただし、この影響は地域によって異なる。例えば、観光業を中心とする地域の観光客密度に対する荷重力は高い。観光地域の発展後期は発展前期より観光客密度に対する荷重力が高くなる。文化差異の大きな地域は観光客密度に対する荷重力は小さい<sup>(47)</sup>。

ここでは、観光客密度指数を使って地域の社会文化荷重力を分析する。この指標は主に観光地域における観光客の密度を指す。即ち、観光客数と現地住民数との比率である。観光客の密度が大きければ大きいほど、現地住民の社会文化に与える影響が大きくなる。計算公式は以下のとおりである：

$$VDI=VN/CN \text{ ----- (5)}$$

VDI は観光客密度指数、VN は観光客数、CN は現地住民数を指す<sup>(48)</sup>。計算結果は表 11 の通りである。

前述のように、この指数を判断する根拠は地域の条件によって違うが、1つの参考になればいい。表 11 によれば、以下のことを推測できる。濟源と洛陽の観光客密度指数はトップツーになっている。そして、両都市の観光客密度指数は他の都市をはっきり上回っている。濟源の人口が少ないため、観光客密度指数が高いわけである。洛陽の観光客数は 8608 万人(2013 年)で、河南省のトップとなっている。鄭州とは大きな差はないが、他の都市を遥かに上回っている。そのため、観光客密度指数が高いのである。両都市の観光客密度指数は共に 12 を超えているので、観光客の密度が高いのを示しながら、

---

(47) 崔鳳軍・劉家明(1998)「旅遊環境承载力理論及其实践意義」地理科学進展. 17(1):88

(48) 崔鳳軍・劉家明(1998)「旅遊環境承载力理論及其实践意義」地理科学進展. 17(1):88

他の都市より観光活動は現地の社会文化に少し大きな影響を与えることを示す。観光客密度指数が5~10の都市は7つあるが、観光活動は現地の社会文化に普通に影響していることを示す。観光客密度指数が5以下の都市は9つあり、観光活動は現地の社会文化にあまり影響していないことを示す。要するに、観光活動は河南省各都市の社会文化に与える影響は少ない。そこで、河南省の社会文化荷重力は強いことを推測できる。

表 11 各都市の観光客密度指数

都市	VN(万人)	CN(万人)	VDI
鄭州	7019.60	919.10	7.64
洛陽	8608.00	692.30	12.43
開封	4990.20	511.47	9.76
安陽	2734.43	576.45	4.74
濮陽	457.14	387.92	1.18
鶴壁	1196.80	161.17	7.43
新郷	3494.20	600.43	5.82
焦作	2955.19	366.60	8.06
濟源	863.30	68.90	12.53
三門峽	2054.00	226.79	9.06
許昌	977.00	484.90	2.02
漯河	378.00	257.50	1.47
平頂山	2912.70	537.50	5.42
周口	1753.10	1130.84	1.55
商丘	1285.09	900.02	1.43
駐馬店	1687.67	896.00	1.88
南陽	3502.00	1170.90	2.99
信陽	1813.20	859.83	2.11

(資料出所:河南省 2013 年統計年鑑により著者作成)

### 3.2.3.3 観光資源荷重力

ここでは、観光産業の規模と観光客の受入能力を通して観光資源の荷重力を分析する。指標総合比較の便宜を図るために、各指標を以下の公式を使って観光資源荷重力指数に転換する。

$$S_i = \sqrt[4]{I_1 I_2 I_3 I_4} \text{ ----- (6)}$$

$S_i$  は  $i$  市の観光資源荷重力指数；  $I_1$  は観光総収入、都市の観光規模を反映する指標；  
 $I_2$  は旅行会社数、 $I_3$  は星級ホテル数、 $I_4$  は第三次産業の変化率で、観光客の受入能力を  
 反映する指標である。総合計算の結果は表 12 の通りである。

観光資源荷重力指数から見れば、河南省各都市は 3 つの陣営に分けられる。第 1 陣営  
 は 50 点以上で、鄭州、洛陽、南陽、焦作の 4 つの都市である。この 4 つの都市の指数  
 値ははるかに他の都市を超えており、観光資源の荷重力は強いことを示している。第 2  
 陣営は 30 点以上で、三門峽、開封、信陽、安陽、新郷、駐馬店、平頂山の 7 の都市が  
 ある。この 7 つの都市の指標値は大きな差はなく、ほぼ同じレベルになっている。後の  
 都市は第 3 陣営に属し 30 点以下で、観光資源の荷重力は弱い。ここから分かったのは、  
 観光資源の荷重力はほぼ観光資源の規模と正比例する。観光資源の規模度が高い都市の  
 観光荷重力はほとんど高い。

表 12 河南省各都市の観光資源荷重力指数

	観光総収入 (億元)	旅行会社数	星級ホテル数	第三次産業の増加値比重 (%)	観光資源荷重力指数
鄭州	801.00	219.00	48.00	9.60	94.82
洛陽	485.00	90.00	63.00	7.70	67.84
開封	207.80	53.00	19.00	10.00	38.03
安陽	182.75	63.00	22.00	6.00	35.11
濮陽	6.76	54.00	11.00	9.10	13.83
鶴壁	45.60	12.00	14.00	8.00	15.73
新郷	146.40	60.00	19.00	8.50	34.51
焦作	233.20	112.00	34.00	7.20	50.29
濟源	31.10	22.00	4.00	6.50	11.55
三門峽	176.50	56.00	25.00	8.50	38.07
許昌	47.60	79.00	19.00	8.50	27.92
漯河	25.00	38.00	9.00	7.30	15.81
平頂山	138.20	43.00	19.00	7.70	30.54
周口	80.85	48.00	28.00	7.40	29.95
商丘	23.42	37.00	25.00	9.40	21.24
駐馬店	86.68	43.00	38.00	9.30	33.88
南陽	180.00	131.00	81.00	9.00	64.39
信陽	95.70	43.00	33.00	11.80	35.58

(資料出所:河南省 2013 年統計年鑑により著者作成)

### 3.2.4 地域観光吸引力

本節では影響要因指標体系における都市の影響範囲、地域の交通、都市間の観光関連度、都市の中心性の4つの因子を使って定量分析を行う。核心吸引物に関する定量分析方法はまだ不十分なので、第4章で定性分析を行う。

#### 3.2.4.1 地域都市の観光影響範囲

崔琚琰(2013)によると、限界点理論は都市と地域との相互作用に関する理論で、Converse P. D は1949年に提出した。限界点理論により、都市の周辺地域に対する吸引力は都市の規模と正比例し、都市との距離の平方と反比例する。ここではConverse P. D のbreaking point (限界点公式) を使って、都市間の観光影響範囲を分析する。公式は以下のとおりである：

$$D_A = D_{AB} / (1 + \sqrt{Z_B / Z_A}) \quad \text{-----} \quad (11)$$

$D_A$  は都市Aの観光影響範囲、 $D_{AB}$  は両都市間の距離、 $Z_B$  は観光総合規模の小さい都市のB、 $Z_A$  は観光総合規模の相対的に大きい都市のAの観光総合規模である。上記のうち、都市の観光総合規模の計算公式<sup>(49)</sup>は以下のとおりである：

$$Z = \sqrt[5]{M_1 M_2 M_3 M_4 M_5} \quad \text{-----} \quad (12)$$

$M_1$  は都市人口数で、都市の観光潜在力の市場規模を反映する。 $M_2$  は都市観光収入で、都市の観光経済発展の規模を反映する。 $M_3$  は各都市の1人平均GDPで、都市の経済発展レベルを反映する。 $M_4$  は第三次産業の変化率で、都市の第三次産業の発展レベル及び都市のサービス機能を反映する。 $M_5$  は都市住民の1人平均可処分収入で、都市住民の生活レベル及び観光の可能性を示す。公式12の計算結果は表13の通りである。

---

(49) 崔琚琰(2013)「基于断裂点理論的皖江城市吸引範圍研究」銅陵学院学報. (4):60-61



比較の便宜を図るために、各都市の観光総合規模の番付に基づき、18の都市を分類する。規模値200以上は第一級都市——鄭州、洛陽、南陽、焦作、規模値150～200は第二級都市——開封、新郷、平頂山、安陽、三門峽、信陽、駐馬店、規模値150以下の第三級都市——周口、許昌、鶴壁、商丘、漯河、濟源、濮陽である。

表13 河南省各都市の観光総合規模一覧表(2013年)

都市	都市人口(万人)	観光総収入(億元)	1人あたりGDP(万元)	第三次産業の増加値比重(%)	1人あたり可処分収入(元)	観光総合規模指数
鄭州	616.50	6010.00	6.81	9.60	26615.00	386.21
洛陽	327.06	4830.00	4.54	7.70	24820.00	267.76
南陽	448.48	1800.00	2.47	9.00	21683.00	207.92
焦作	190.71	2332.00	4.86	7.20	22058.00	202.83
開封	216.83	2078.00	2.67	10.00	19492.00	187.89
新郷	276.62	1464.00	2.94	8.50	22105.00	186.18
平頂山	249.40	1382.00	3.15	7.70	22482.00	179.81
安陽	252.49	1827.50	2.92	6.00	23019.00	179.45
三門峽	110.90	1763.00	3.31	8.50	20938.00	179.24
信陽	252.98	937.00	2.48	11.80	19150.00	168.46
駐馬店	312.61	866.80	2.23	9.30	19431.00	161.30
周口	393.31	808.50	1.58	7.40	18046.00	146.33
許昌	190.00	476.00	3.93	8.50	21717.00	145.68
鶴壁	85.10	456.00	3.86	8.00	21228.00	120.53
商丘	323.16	234.20	1.71	9.40	20214.00	119.72
漯河	113.92	250.00	3.36	7.30	21174.00	108.14
濟源	37.78	311.00	6.49	6.50	23183.00	102.81
濮陽	142.37	67.60	3.15	9.10	21571.00	90.14

(資料出所：河南省統計年鑑により著者作成)



図9 河南省地図① (出所：百度地図)

以下は限界点公式(11)を使って、第一級都市及び第二級都市の開封、安陽の観光影響範囲値を計算する。計算結果は表14の通りである(表中の正数は影響することを示し、負数は起点となる都市の観光総合規模が劣位にあり影響されることを示す)。それぞれ

の外郭都市への影響範囲を明確にするために、データをレーダー図に変えると、図 10～図 15 のようになっている。

表 14 各都市の観光影響範囲値(2013 年)

都市	都市観光の総合規模	影響範囲 (キロ)
鄭州	386.21	76.39 (洛陽)
		51.55 (焦作)
		53.47 (新郷)
		46.54 (開封)
		65.05 (許昌)
		96.89 (平頂山)
洛陽	267.76	-76.39 (鄭州)
		65.76 (焦作)
		44.27 (濟源)
		79.20 (三門峽)
		114.29 (南陽)
		120.91 (平頂山)
南陽	207.92	150.45 (三門峽)
		-114.29 (洛陽)
		93.79 (平頂山)
		198.85 (駐馬店)
焦作	202.83	108.42 (信陽)
		-51.55 (鄭州)
		-65.76 (洛陽)
		39.84 (濟源)
開封	187.89	43.66 (新郷)
		-46.54 (鄭州)
		68.07 (許昌)
		134.93 (周口)
		83.97 (南丘)
安陽	179.45	54.63 (新郷)
		-57.52 (新郷)
		27.09 (鶴壁)
		67.89 (濮陽)

図 10 によると、鄭州の影響範囲は中心から外郭へ膨らんでおり、数値はすべてプラスとなっており、地域の中心観光都市であることを示している。図 11 により、洛陽は鄭州の影響を受け、数値はマイナスとなっているが、他の外郭都市への影響力は強くかつ均衡で、鄭州の次の中心観光都市であることを示している。

図 12 によると、南陽は地域的な中心都市で、鄭州とは隣接していない。洛陽の影響を受け、数値はマイナスとなっているが、他の外郭都市への影響力は強くかつ均衡で、

洛陽の次の地域的な中心観光都市であることを示している。図 13 によると、焦作は鄭州と洛陽とは隣接しており、両都市の影響を受け、数値はマイナスとなっている。他の外郭都市へはある程度影響している。焦作は新興観光都市で、素晴らしい自然観光資源を持っている。鄭州と洛陽とは隣接しているため、本当の中心観光都市となるのは難しいが、鄭州と洛陽とは連携すれば将来性が明るい。

図 14 によると、開封は鄭州の影響を受け、都市の影響範囲値はマイナスとなっている。他の外郭都市への影響力から見れば、一定の実力を見せている。開封は鄭州から近く、近年両都市の一体化発展は進んでいる。両都市の一体化発展は開封にとって、大きなチャンスである反面、開封のイメージは薄くなる一方である。

図 15 から見れば、安陽の外郭都市は少なく、新郷、濮陽、鶴壁の 3 つしかない。安陽は新郷の影響を受け、影響範囲値はマイナスとなっているが、他の両都市へはある程度影響している。安陽は河南省の一番北の都市であるため、河南省の他の都市への影響力は低い。しかし、河南省北部の中心都市となっているが、中国八大古都の 1 つで、世界文化遺産の「殷墟」があり、歴史が長く、人文観光資源や自然観光資源は豊富で、観光産業の発展は一定の実力を持っている。

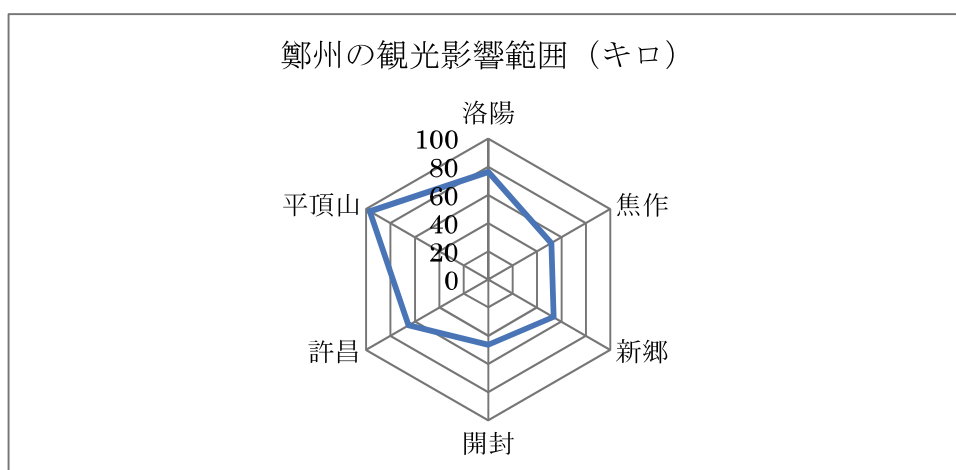


図 10 鄭州の観光影響範囲

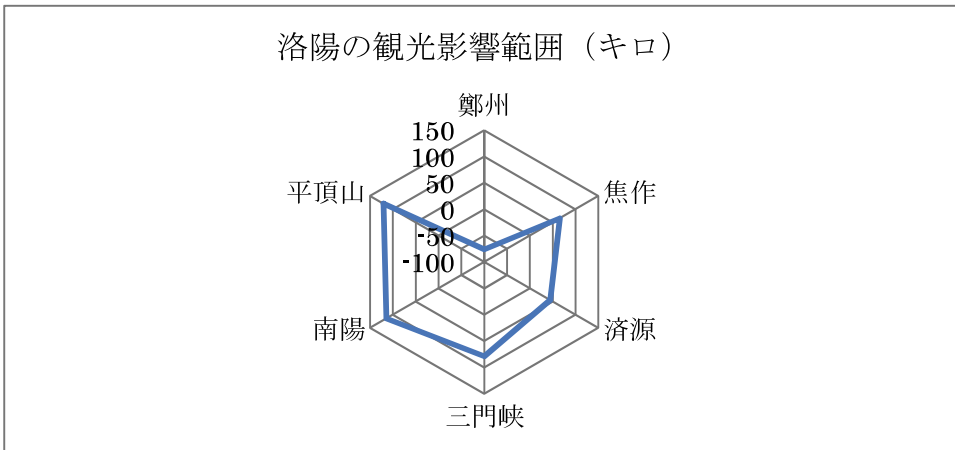


図 11 洛陽の観光影響範囲

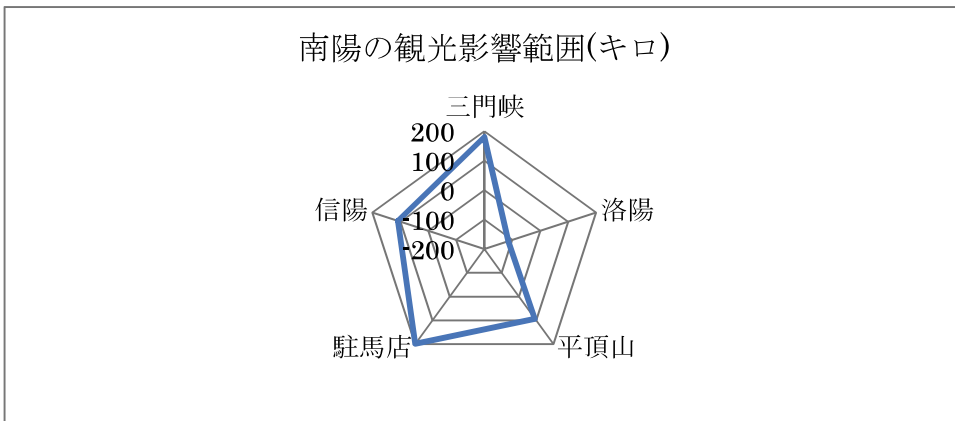


図 12 南陽の観光影響範囲

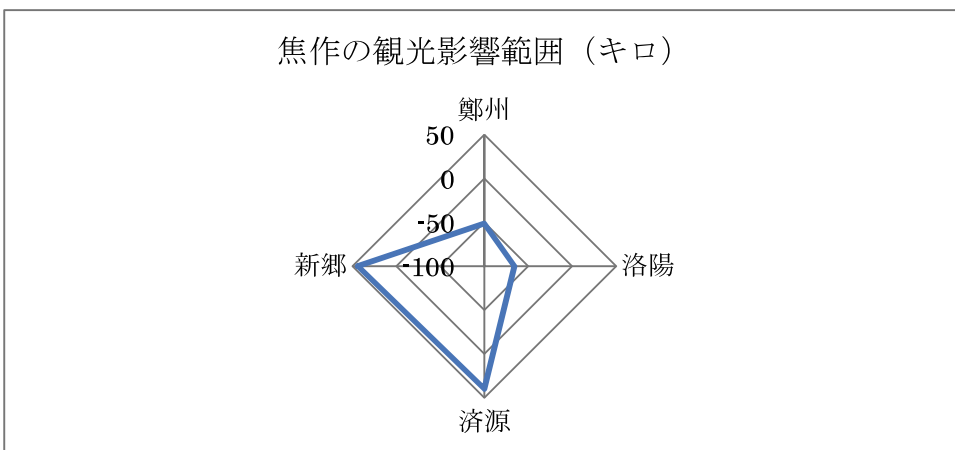


図 13 焦作的観光影響範囲

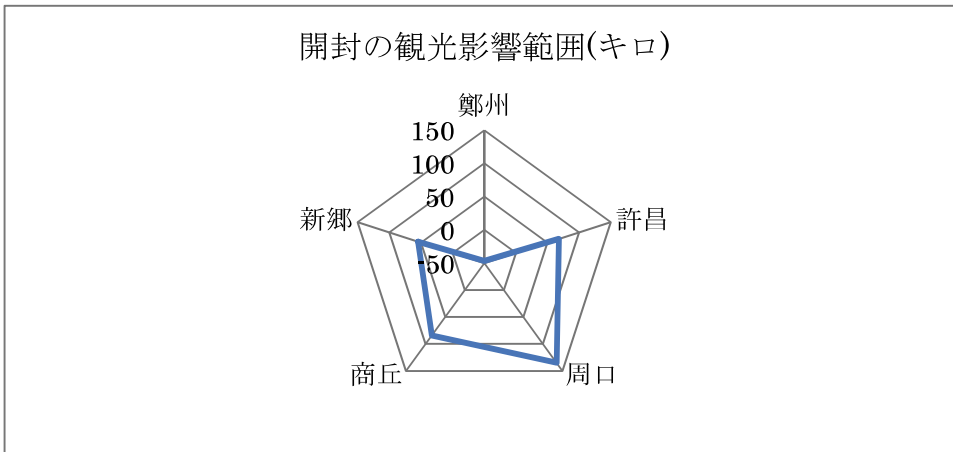


図 14 開封の観光影響範囲

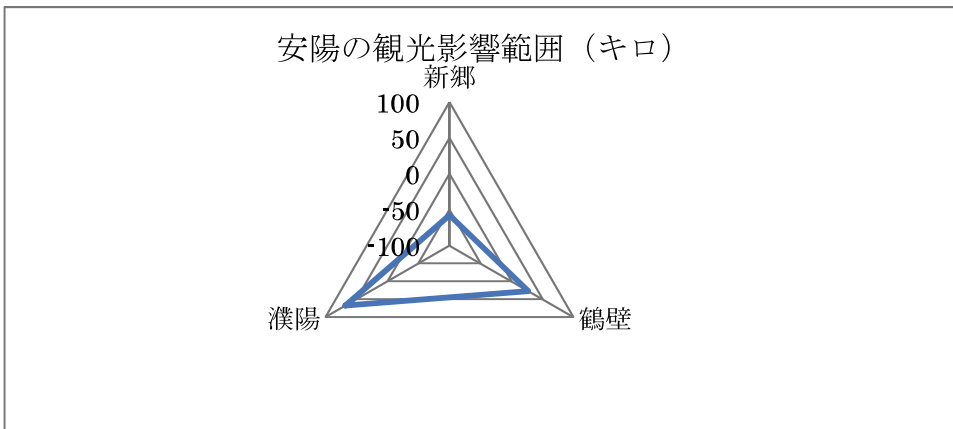


図 15 安陽の観光影響範囲

### 3. 2. 4. 2 地域の交通

観光交通は観光者と観光地を繋ぐ重要な条件で、地域観光の連携を実現する基本と保障である。道路網は交通システムと地域発展の骨組みで、道路網密度は地域の交通状況を反映できる。ここでは、表 15 を使って、河南省各地域における道路網密度と高速道路網密度及び交通の優越度を計算する。計算公式は以下のとおりである：

$$RD_i = RL_i / RA_i \text{ ----- (8)}$$

$RD_i$  は  $i$  都市の道路網密度、 $RL_i$  は  $i$  都市の道路の長さ、 $RA_i$  は  $i$  都市の総面積である。

$$SWD_i = SWL_i / RA_i \text{ ----- (9)}$$

SWD<sub>i</sub> は i 都市の高速道路網密度、SWL<sub>i</sub> は i 都市の高速道路の長さ、RA<sub>i</sub> は i 都市の総面積である。

$$CQ_i = SWL_i / RL_i \text{ ----- (10)}$$

CQ<sub>i</sub> は i 都市の交通の優越度、SWL<sub>i</sub> は i 都市の高速道路の長さ、RL<sub>i</sub> は i 都市の道路の長さである。ここでは、高速道路の道路全体における割合を使って、地域交通の優越度を判断する。

表 15 河南省各地域における道路の状況 (2013 年)

都市	鄭州	洛陽	開封	安陽	濮陽	鶴壁	新鄉	焦作	濟源	三門峽	許昌	漯河	平頂山	周口	商丘	駐馬店	南陽	信陽
総面積 (百平方キロ)	74.46	152.30	64.44	74.13	41.88	22.99	82.69	40.71	19.31	103.09	49.96	26.17	63.01	119.59	86.36	150.83	266.00	189.25
道路 (キロ)	11455	13495	6991	10111	5987	4262	10567	6310	2008	7470	7062	4172	12696	17161	16199	13430	28734	18680
道路密度	153.84	88.61	108.49	136.40	142.96	185.38	127.79	155.00	103.99	72.46	141.35	159.42	201.49	143.50	187.58	89.04	108.02	98.71
高速道路 (キロ)	503	500	302	266	140	75	269	187	96	260	260	126	392	436	416	437	642	550
高速道路密度	6.76	3.28	4.69	3.59	3.34	3.26	3.25	4.59	4.97	2.52	5.20	4.81	6.22	3.65	4.82	2.90	2.41	2.91
交通の優越度	0.044	0.037	0.043	0.026	0.023	0.018	0.025	0.030	0.048	0.035	0.037	0.030	0.031	0.025	0.026	0.033	0.022	0.029

(出所：河南省統計年鑑・河南省国民経済と社会発展統計公報により著者作成)

表 15 によると、道路網密度指数のトップスリーは平頂山、商丘、鶴壁である。しかし、交通の優越度から見れば、平頂山、商丘、鶴壁の 3 つの都市は低レベルになっている。特に、鶴壁は最下位である。そこからみれば、平頂山、商丘、鶴壁の 3 つの都市は道路密度が高いので、一定の観光吸引力を持っている。ただし、現代観光にとって、交通の快適さは 1 つの重要なポイントで、単なる道路密度が高いことは必ずしも交通の快適さを満足できない。そこで、交通の優越度は観光の吸引力を決めるポイントとなる。

交通優越度のトップスリーは済源、鄭州、開封の3都市で、鄭州を中心とする地域で、観光業の進んでいる地域であるのに対し、平頂山、商丘、鶴壁の3都市は観光業の遅れている地域である。要するに、交通優越度の高い都市は観光の吸引力が高いが、道路密度の高い都市は必ずしも観光の吸引力が高いとは限らない。

### 3.2.4.3 地域の観光関連度

ここでは、重力モデルに基づき都市の観光関連度を分析する。重力モデルは万有引力法則に基づき、各研究分野に応用するモデルで、物体間の相互作用を予測することに使われている。ライリー (Reilly) は1929年に小売業市場に対する研究を通して、小売業の顧客数は都市の人口規模と正比例し、両都市間の距離と反比例することを発見した。その後、万有引力法則に基づく重力モデルは各研究分野に応用されるようになった。Crampon は1966年に初めて明確に観光の研究に対する万有引力モデルの作用を説明した<sup>(50)</sup>。その後続の研究はある程度の修正もあった。要するに、重力モデルの分析指標の選定は一定の相関性ある規模指標で、例えば、人口規模、経済規模などがある。そして、距離変量の選定について、交通距離、時間距離などがある。

近年の研究は重力モデルを都市間の観光経済関連度に応用することがある。重力モデルの1つの重要な特徴としては、距離変量を使うことである。距離変量は動態性のある指標である。観光活動の基本としては移動することで、重力モデルを使ってある程度観光相関分析の動態性を示すことができる。その計算公式は以下のとおりである：

$$R_{ij} = \frac{\sqrt{P_i V_i}}{D_{ij}^2} \cdot \sqrt{P_j V_j} \quad \text{-----} \quad (7)$$

$R_{ij}$  は都市間の観光経済関連度、 $P$  は国内観光者数、 $V$  は国内観光収入、 $i$  ,  $j$  は両都市

---

(50) 李山 (2006) 「旅遊圈形成的基本理論及其地理計算研究」華東師範大学:24-26

を示し、 $D_{ij}$ は  $i$  ,  $j$  両都市間の距離である<sup>(51)</sup>。

本論文のデータは河南省統計年鑑・河南省国民経済と社会発展統計公報により著者がまとめたものである(表 16)。両都市間の距離は交通距離を使う。ただし、交通手段によって交通距離が変わるので、データの統一性を守るために、ここでは道路距離を使う。そのデータは百度地図により測量したものである(表 17)。公式(7)の計算結果は表 18 の通りである。

表 18 により、概ね 4 つの陣営に分けられる。第 1 陣営として、鄭州と開封との観光関連度は一番強く、386.9 億元・万人/平方キロである。鄭州と焦作、鄭州と新郷は 200 億元・万人/平方キロ以上である。第 2 陣営は 100 億元・万人/平方キロ以上で、鄭州と洛陽、洛陽と焦作がある。第 3 陣営は 40 億元・万人/平方キロ以上で、鄭州と安陽、鄭州と許昌、鄭州と平頂山、洛陽と開封、洛陽と済源、洛陽と三門峽、洛陽と平頂山、開封と新郷、開封と焦作、安陽と鶴壁、新郷と焦作などがある。後の都市間の観光関連度は低く、これらの都市間には観光を中心に地域経済の発展を図ることは適切ではないことを示している。そこで、ここでは主に前 3 陣営の都市間の観光経済関連度を分析する。

各都市間の観光経済関連度の平均値(図 16)から見れば、鄭州は 74.21 億元・万人/平方キロで絶対的な優勢を持っている。次は開封、洛陽、焦作、新郷で、これらの都市間の差は小さく、それぞれは 38.48 億元・万人/平方キロ、37.23 億元・万人/平方キロ、34.51 億元・万人/平方キロ、29.72 億元・万人/平方キロとなっている。そして、漯河と安陽は 17.31 億元・万人/平方キロ、13.07 億元・万人/平方キロで、中流レベルとなっている。

観光経済関連度に参加する前 3 陣営都市の数量(図 17)から見れば、鄭州と洛陽はそ

---

(51) 張広海・周菲菲(2009)「環渤海城市旅遊經濟聯系度分析」經濟研究導刊. (8):121



それぞれ7つと6つとなっており、核心地位を有することを示している。そして、焦作と平頂山は鄭州と洛陽と隣接しており、開封、新郷、許昌は鄭州と隣接しており、三門峽と済源は洛陽と隣接している。安陽は鄭州から少し離れているが、鄭州との観光経済関連度は40億元・万人/平方キロ以上で、それに、鶴壁との観光経済関連度は67.95億元・万人/平方キロで、ある程度安陽の観光経済は一定の実力を持っていることを示しており、河南省の北部で観光の核心地位を持っている。

総合的に見れば、河南省における地域観光の関連度の高い都市は鄭州、洛陽、開封、安陽、焦作を中心としている。要するに、核心となる地域は鄭州と洛陽を中心とし、開封、焦作、新郷、平頂山、許昌、三門峽、済源の7都市が連動している。それに、北部の地域的な中心である安陽で、鶴壁が連動している。そのうち、鄭州、洛陽、開封、安陽は中国の八大古都の4つである。ここから見れば、河南省の人文観光資源は強い影響力を持っている。

表 16 河南省各都市の観光総収入と観光客数(2013年)

都市	鄭州	洛陽	開封	安陽	濮陽	鶴壁	新郷	焦作	済源	三門峽	許昌	漯河	平頂山	周口	商丘	駐馬店	南陽	信陽
観光総収入(億元)	801	485	207.8	182.8	6.76	45.6	146.4	233.2	31.1	176.5	47.6	25	138.2	80.85	23.42	86.68	180	95.7
観光客数(万人)	7020	8608	4990	2734	457.1	1197	3494	2955	863.3	2054	977	378	2912.7	1753	1285	1687.67	3502	1813

(出所：河南省統計年鑑・河南省国民経済と社会発展統計公報により著者作成)

表 17 河南省各地域間の距離(キロ)

	鄭州	洛陽	開封	安陽	濮陽	鶴壁	新郷	焦作	済源	三門峽	許昌	漯河	平頂山	周口	商丘	駐馬店	南陽	信陽
鄭州		140	79	194	216	151	90.6	88.9	143	252	105	142	163	230	205	219	266	331
洛陽	140		194	299	321	256	194	123	71.7	144	168	134	220	295	287	334	215	367
開封	79	194		213	150	170	109	133	187	304	128	203	187	254	151	153	313	356
安陽	194	299	213		116	49.3	114	190	245	411	258	333	316	383	352	331	443	485
濮陽	216	321	150	116		70.7	136	212	267	433	266	345	306	372	270	228	432	474
鶴壁	151	256	170	49.3	70.7		70	146	201	367	214	289	273	339	309	295	399	441
新郷	90.6	194	109	114	136	70		85.5	141	307	154	229	212	279	259	246	338	380
焦作	88.9	123	133	190	212	146	85.5		68.2	234	178	221	236	303	279	274	326	405
済源	143	71.7	187	245	267	201	141		68.2	183	232	193	280	348	332	328	274	426
三門峽	252	144	304	411	433	367	307	234		183		301	267	353	428	420	447	500
許昌	105	168	128	258	266	214	154	178	232	301		105	66.6	133	123	209	193	235
漯河	142	134	203	333	345	289	229	221	193	267	105		94.1	169	159	288	149	241
平頂山	163	220	187	316	306	273	212	236	280	353	66.6	94.1		82.1	78.5	207	181	184
周口	230	295	254	383	372	339	279	303	348	428	133	169	82.1		129	257	207	117
商丘	205	287	151	352	270	309	259	279	332	420	123	159	78.5	129		137	245	230
駐馬店	219	334	153	331	228	295	246	274	328	447	209	288	207	257	137		374	358
南陽	266	215	313	443	432	399	338	326	274	348	193	149	181	207	245	374		206
信陽	331	367	356	485	474	441	380	405	426	500	235	241	184	117	230	358	206	

(出所：百度地図)

表 18 河南省各地域間の観光関連度表(単位: 億元・万人/平方キロ)

	鄭州	洛陽	開封	安陽	濮陽	鶴壁	新郷	焦作	済源	三門峽	許昌	漯河	平頂山	周口	商丘	駐馬店	南陽	信陽	平均値
鄭州		123.2	386.9	44.54	2.83	24.29	206.6	249.1	19	22.48	46.38	11.43	56.62	16.88	9.79	5.98	26.61	9.02	74.21
洛陽	123.2		55.28	16.16	1.1	7.28	38.83	112.1	65.13	59.33	15.61	9.85	72.2	8.84	4.3	2.22	35.09	6.32	37.23
開封	386.9	55.28		15.87	2.52	8.23	61.3	47.79	4.77	6.63	13.4	2.4	18.48	5.94	7.75	5.26	8.25	3.35	38.48
安陽	44.54	16.16	15.87		2.92	67.95	38.9	16.26	1.93	2.52	2.29	0.62	4.49	1.81	0.99	0.78	2.86	1.25	13.07
濮陽	2.83	1.1	2.52	2.92		2.6	2.15	1.03	0.13	0.18	0.17	0.05	0.38	0.15	0.13	0.13	0.24	0.1	0.99
鶴壁	24.29	7.28	8.23	67.95	2.6		34.1	9.1	0.95	1.04	1.1	0.27	1.99	0.77	0.42	0.32	1.17	0.5	9.53
新郷	206.6	38.83	61.3	38.9	2.15	34.1		81.22	5.89	4.57	6.5	1.33	10.1	3.46	1.85	1.43	4.97	2.06	29.72
焦作	249.1	112.1	47.79	16.26	1.03	9.1	81.22		29.25	9.13	5.65	1.65	9.46	3.4	1.85	1.34	6.2	2.11	34.51
済源	19	65.13	4.77	1.93	0.13	0.95	5.89	29.25		2.95	0.66	0.43	1.33	0.51	0.26	0.18	1.73	0.38	7.97
三門峽	22.48	59.33	6.63	2.52	0.18	1.04	4.57	9.13	2.95		1.43	0.82	3.07	1.24	0.59	0.36	3.95	1	7.13
許昌	46.38	15.61	13.4	2.29	0.17	1.1	6.5	5.65	0.66	1.43		1.9	30.85	4.59	2.47	0.06	5.36	1.63	8.24
漯河	11.43	9.85	2.4	0.62	0.05	0.27	1.33	1.65	0.43	0.82	1.9		6.97	1.28	0.67	0.14	3.48	0.7	2.59
平頂山	56.62	72.2	18.48	4.49	0.38	1.99	10.1	9.46	1.33	3.07	30.85	6.97		35.44	17.86	1.79	15.38	7.81	17.31
周口	16.88	8.84	5.94	1.81	0.15	0.77	3.46	3.4	0.51	1.24	4.59	1.28	35.44		3.92	0.69	6.98	11.46	6.32
商丘	9.79	4.3	7.75	0.99	0.13	0.42	1.85	1.85	0.26	0.59	2.47	0.67	17.86	3.92		1.12	2.29	1.17	3.38
駐馬店	5.98	2.22	5.26	0.78	0.13	0.32	1.43	1.34	0.18	0.36	0.06	0.14	1.79	0.69	1.12		0.69	0.04	1.33
南陽	26.61	35.09	8.25	2.86	0.24	1.17	4.97	6.2	1.73	3.95	5.36	3.48	15.38	6.98	2.29	0.69		7.79	7.83
信陽	9.02	6.32	3.35	1.25	0.1	0.5	2.06	2.11	0.38	1	1.63	0.7	7.81	11.46	1.17	0.04	7.79		3.33

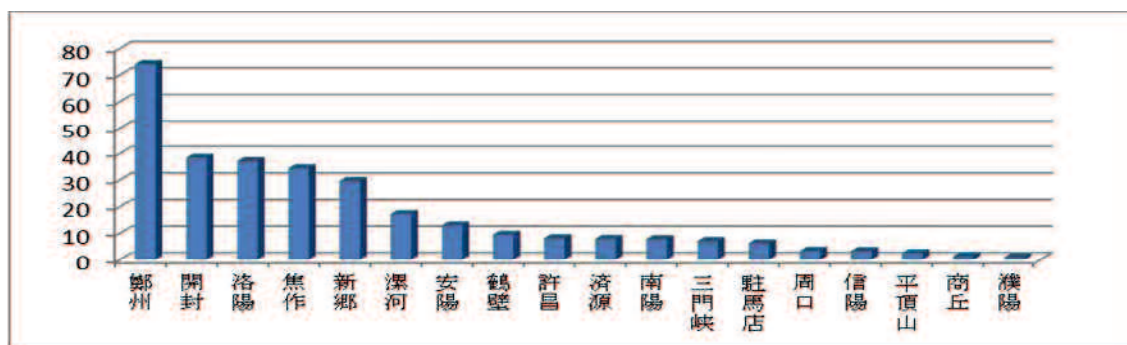


図 16 各都市間の観光経済関連度の平均値図

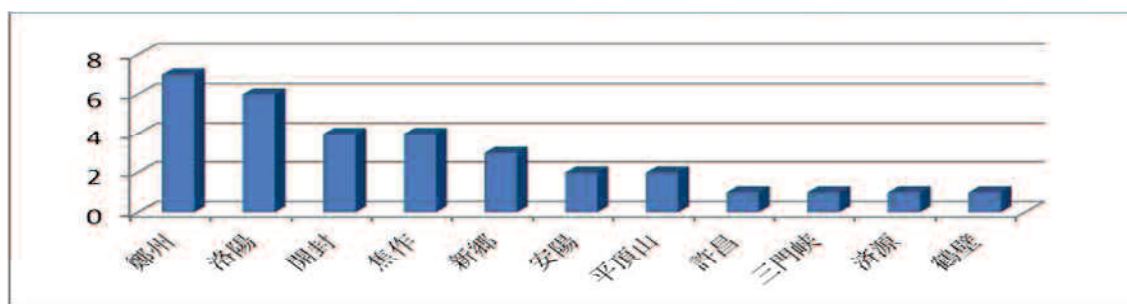


図 17 観光経済関連度に関与する前 3 陣営都市の数量図

### 3. 2. 5 地域都市の中心性

都市の中心性とはある都市の外郭地域に対する相対な重要性で、当該都市の地域における地位の評価、地域システムの等級づけ、地域システム間の空間構成及び比較などに

応用できる<sup>(52)</sup>。王躍中・賀輝(2014)によると、都市の中心性に関する理論は以下のよう  
にまとめることができる。1933年にドイツの地理学者 Walter Christaller は、ドイツ南部の中心地の研究を通して、最初に「中心地理論」を提起した。Christaller は主に商品とサービスの提供の角度から地域の中心性を判断し、それは地元と地域外の両方に対する商品とサービスの提供を含む。分析方法としては、都市の中心性を反映できる指標のデータの計算を通して、都市の中心性を判断する。その後、1940年に同じドイツの経済学者 Losch は「中心地模型」を提起した。それは Christaller の「中心地理論」と非常に似ている。ただし、「中心地理論」の中心地を核心とし、地元と地域外への商品とサービスの一方的な提供に対し、「中心地模型」は商品とサービスの提供は双方向性を持っていることを提起した。つまり、中心地と非中心地との間に補完性を持っており、補完性があるからこそ、商品とサービスの提供の双方向性をもたらすということである。「中心地理論」と「中心地模型」は地域の空間均衡に関する最も早い模型だと見なされているが、規模の違う都市から構成した地域システムなどを解釈でき、都市の中心性及びそのシステムの構成の研究に広範的に応用されている。<sup>(53)</sup>

都市の中心性を判断する指標の選定は基礎となるもので、分析結果の合理性と有効性に直接に影響を与える。Christaller は最初は電話保有量指数を都市中心性の判断指標にした。後続の研究は指標の選定方法をいろいろ試してきた。例えば、小売業とサービス業の売上総額、人口規模、就業人口数などの単数指標で、そして、都市の供給と需要、経済発展レベル、経済構造などの複数指標などがある。本論文では観光産業関連の規模性指標を使って地域観光の中心都市の選定を試みる。

---

(52) 王清洛・孫歆・李超等(2013)「城市中心性研究進展綜述」改革与開放. (5):101-102

(53) 王躍中・賀輝(2014)「基于中心地理論的服務業空間布局研究新進展」湖南財政經濟學院學報. 30(8):124-132

一般的に、中心観光都市は人口が多く、経済が相対的に発達しており、交通が便利で、観光資源が豊富で、観光客が多いという特徴を持っている。中心観光都市は集散地の役割を果たしている。ここでは spss を使って河南省における中心観光都市を分析する。具体的には、河南省の 2013 年の 11 つの指標を使って、中心観光都市を測定する。総人口、GDP、財政総収入、1 人当たり可処分所得は都市の総合実力を反映する指標で、観光総収入、国内観光客数、国際観光客数は観光業の発展状況を反映する指標で、旅行会社数、星級ホテル数は受入能力を反映する指標で、A 級観光地数、4A 級以上の観光地数は観光資源及びその品質度を反映する指標である。データは河南省統計年鑑・河南省国民経済と社会発展統計公報により著者がまとめたものである(表 19)。

まず、11 つの指標に対し、標準化処理（各指標の最大値で除した数値）を行い、これらの指標を中心性指数に合わせまとめる。そうすると、各指標間の差異による影響及び指数の負数値を消去できる。中心性指数値を合わせまとめる方法としては、重み付け平均モデル、主成分分析モデル、階層分析法などがある。ここでは重み付け平均モデルを使って、11 つの指標の標準化値を合計し、その算術平均値を取る（ここでは重み付けは 1 で均等としている）。この算術平均値を観光都市の中心性指標に使い、観光都市の中心性を示す。分析結果は表 20 の通りである。

都市の観光中心性指数(図 18)を見れば、はっきりしているのは鄭州と洛陽は中心観光都市で、両都市間の差は小さい。南陽は指数的には中心観光都市となることができるが、鄭州と洛陽との差は大きい。しかし、他の都市と比べたら、明らかに上である。あとの都市は 2 陣営に分けられる。焦作、安陽、開封、新郷、平頂山、信陽、周口、駐馬店、三門峽、許昌は第 2 陣営で、濮陽、商丘、濟源、鶴壁、漯河は第 3 陣営である。

表 19 河南省各都市の観光中心性指標表

	観光総収入 (億元)	国内観光客数 (万人)	国際観光客数 (万人)	旅行会社	星級ホテル	A級観光地	4A級以上の 観光地	総人口 (万人)	GDP(億元)	財政総収入 (億元)	1人平均可処分所得(元)
鄭州	801	6975.8	43.8	219	48	35	9	919.1	6201.9	1116	26615
洛陽	485	8538	70	90	63	35	17	692.3	3140.8	401.2	24820
開封	207.8	4963.4	26.8	53	19	8	8	511.47	1363.54	80.74	19492
安陽	182.75	2726.63	7.8	63	22	16	6	576.45	1683.65	92.2	23019
濮陽	6.76	455.42	1.72	54	11	11	2	387.92	1130.48	112.47	21571
鶴壁	45.6	1196	0.8	12	14	8	3	161.17	622.12	54.5	21228
新郷	146.4	2287.9	10.3	60	19	16	5	600.43	1766.1	129.5	22105
焦作	233.2	2955.19	25.74	112	34	11	6	366.6	1707.36	139.22	22058
済源	31.1	862.1	1.2	22	4	9	4	68.9	460.1	56.43	23185
三門峡	176.5	2045.4	8.6	56	25	15	6	226.79	1204.68	115.84	20938
許昌	47.6	977	0.83	79	19	17	3	484.9	1903.3	108.5	21717
漯河	25	377.1	0.9	38	9	5	2	257.5	861.5	100.3	21174
平頂山	138.2	2910	2.7	58	19	15	5	537.5	1556.9	197	22482
周口	80.85	1750.1	3	48	28	22	2	1130.84	1790.65	98.91	18046
商丘	23.42	1283.89	1.2	20	4	1	1	900.02	1538.22	85.84	20214
駐馬店	86.68	1685	2.67	8	38	19	4	896	1542.02	113.64	19431
南陽	180	3500.3	1.7	131	81	34	13	1170.9	2498.66	204.49	21653
信陽	95.7	1812	1.2	43	33	23	5	859.83	1581.16	93.11	19150

(出典：河南省統計年鑑・河南省国民経済と社会発展統計公報により著者作成)

表 20 河南省各都市の観光中心性指標データの標準化及び中心性指数(2013年)

	観光総収入 (億元)	国内観光客数 (万人)	国際観光客数 (万人)	旅行会社	星級ホテル	A級観光地	4A級以上の 観光地	総人口 (万人)	GDP(億元)	財政総収入 (億元)	1人平均可処分所得(元)	中心性指数
鄭州	1.000	0.809	0.621	1.000	0.571	1.000	0.500	0.772	1.000	1.000	1.000	0.843
洛陽	0.602	1.000	1.000	0.389	0.766	1.000	1.000	0.566	0.467	0.327	0.791	0.719
開封	0.253	0.562	0.376	0.213	0.195	0.206	0.438	0.402	0.157	0.025	0.169	0.272
安陽	0.222	0.288	0.101	0.261	0.234	0.441	0.313	0.461	0.213	0.036	0.580	0.286
濮陽	0.000	0.010	0.013	0.218	0.091	0.294	0.063	0.289	0.117	0.055	0.411	0.142
鶴壁	0.049	0.100	0.000	0.019	0.130	0.206	0.125	0.084	0.028	0.000	0.371	0.101
新郷	0.176	0.234	0.137	0.246	0.195	0.441	0.250	0.482	0.227	0.071	0.474	0.267
焦作	0.285	0.316	0.360	0.493	0.390	0.294	0.313	0.270	0.217	0.080	0.468	0.317
済源	0.031	0.059	0.006	0.066	0.000	0.235	0.188	0.000	0.000	0.002	0.600	0.108
三門峡	0.214	0.204	0.113	0.227	0.273	0.412	0.313	0.143	0.130	0.058	0.337	0.220
許昌	0.051	0.074	0.000	0.336	0.195	0.471	0.125	0.377	0.251	0.051	0.428	0.215
漯河	0.023	0.000	0.001	0.142	0.065	0.118	0.063	0.171	0.070	0.043	0.365	0.096
平頂山	0.165	0.310	0.027	0.237	0.195	0.412	0.250	0.425	0.191	0.134	0.518	0.260
周口	0.093	0.168	0.032	0.190	0.312	0.618	0.063	0.964	0.232	0.042	0.000	0.247
商丘	0.021	0.111	0.006	0.057	0.000	0.000	0.000	0.754	0.188	0.030	0.253	0.129
駐馬店	0.101	0.160	0.027	0.000	0.442	0.529	0.188	0.751	0.188	0.056	0.162	0.237
南陽	0.218	0.383	0.013	0.583	1.000	0.971	0.750	1.000	0.355	0.141	0.421	0.530
信陽	0.112	0.176	0.006	0.166	0.377	0.647	0.250	0.718	0.195	0.036	0.129	0.256

表 21 河南省各都市の観光中心性指数表

都 市	鄭州	洛陽	南陽	焦作	安陽	開封	新郷	平頂山	信陽	周口	駐馬店	三門峽	許昌	濮陽	商丘	濟源	鶴壁	漯河
中心性指数	0.843	0.719	0.530	0.317	0.286	0.272	0.267	0.260	0.256	0.247	0.237	0.220	0.215	0.142	0.129	0.108	0.101	0.096

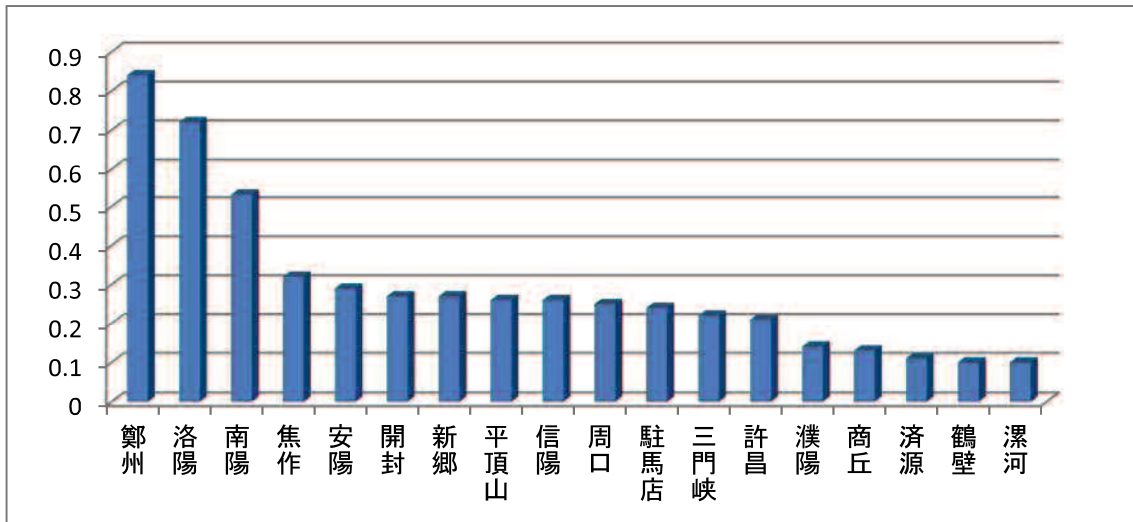


図 18 河南省各都市の観光中心性指数図

### 3.2.6 地域観光市場

本節では影響要因指標体系における市場の発展態勢、市場の発展潜在力、観光客市場の3つの因子を使って観光市場の分析を行う。観光市場の規模は現在利用できる情報では主に観光者数と観光収入などを通して表現しており、本指標体系における観光業の発展レベルの要因類型層で既に分析しているので、ここでの分析は省略する。

#### 3.2.6.1 観光市場の発展態勢

ここではBCGマトリックスを使って、地域観光市場の発展態勢を分析する。易世志(2005)によるとBCGマトリックスによる分析は以下のようにまとめることができる。BCGマトリックスはアメリカの「The Boston Consulting Group」が1970年に作った企業生産品の組合せに関する分析方法である。BCGマトリックスは主に市場の成長率と占拠率によって市場を4つのプレートに分け、市場の競争態勢を反映する。4つのプレー

トとは問題市場(Question marks)、「スター」市場(Stars)、「金になる乳牛」市場(Cash cow)、と「負け犬」市場(Dogs)である。その特徴としては、問題市場は高成長率、低占拠率で、「スター」市場は高成長率、高占拠率で、「金になる乳牛」市場は低成長率、高占拠率で、「負け犬」市場は低成長率、低占拠率である。一般的に、「スター」市場及び将来性のある問題市場に対し、発展戦略を取る。成熟とした「金になる乳牛」市場に対し、維持戦略を取り、不成熟な「金になる乳牛」市場に対し、刈って取り除く戦略を取る。「負け犬」市場及び将来性のない問題市場に対し、放棄戦略を取る<sup>(54)</sup>。

李景宜ら<sup>(55)</sup>は初めてBCGマトリックスを観光市場の分析に応用した。その応用している分野はインバウンド市場の分析である。それについての論文は主に2002年に集中して発表している。それはその分析方法の独自性をアピールするためであることを推測できる。投稿の日にちから見れば、李景宜と周旗の共著である「区域入境旅遊業競争力比較研究」(地域観光におけるインバウンド市場の競争力に関する比較研究)はその始まりである。当該論文はBCGマトリックスを通して、新疆ウイグル自治区と河北省のインバウンド市場の比較分析を行った。その次、李景宜、甘枝茂と徐春迪の共著である「我国入境旅遊市場競争態及其轉移分析」(我が国インバウンド市場の競争態勢及び変化に関する分析)で、中国のインバウンド市場の分析を行った。第3番目は、李景宜と苟克寧の共著である「甘肅省入境旅遊市場競争態分析」(甘肅省におけるインバウンド市場の競争態勢に関する分析)で、甘肅省のインバウンド市場の分析を行った。

---

(54) 易世志(2005)「浅析波士顿矩阵的局限」商業研究. 324(16):101

(55) 李景宜・周旗(2002)「区域入境旅遊業競争力比較研究」地理学与国土研究. 18(3):79-82

李景宜・甘枝茂・徐春迪(2002)「我国入境旅遊市場競争態及其轉移分析」宝鷄文理学院学报. 22(3):209-212

李景宜・苟克寧(2002)「甘肅省入境旅遊市場競争態分析」西北師範大学学报. 38(4):90-92

ボストンマトリックスを応用するには、まずY軸とX軸を確定することである。つまり、判断指標の選定である。そして、X軸とY軸の境界線の確定である。つまり、X軸とY軸の交点で、4つのプレートに分ける座標点である。李景宜らの論文の問題点としては、座標点の確定方法はいくつかを挙げているが、具体的にどの方法を使っているかは示していない。一定の計算結果によって、自らの判断を加えて決めていることを推測するしかない。つまり、分析の根拠は十分に示されていない。しかし、新しい分析方法から言うと、評価できる点である。

そして、インバウンド市場は観光市場分析の1つの分野である。李景宜らの論文は観光客数を分析指標としている。本論文では、BCGマトリックスを地域観光市場の全体的な分析に応用することを試みるため、観光収入を分析指標とすることとした。

観光客数と観光収入は観光業を分析する最も常用の指標で、観光業の発展を直接に反映できる。李景宜らのインバウンド市場の分析は観光客数を分析指標としている。外国人観光客なので、国によって消費レベルが違う。だから、観光収入を分析指標としては不適切で、正確的に判断できない可能性がある。そして、外国人観光客の目的は単一で、大体観光のために来ているから、観光客数を分析指標としても正確的に判断できる。そこで、李景宜らは観光客数を分析指標としていることが推測できる。

その一方、地域観光市場の分析は国内の1つの地域内の分析で、地域内の消費レベルは同じぐらいであるため、観光収入を分析指標とするのが適切である。逆に、観光者数の判断は少し難しい。なぜなら、国内観光者なので、観光のために来ているのではなくても観光活動を行うこともあるからである。そこで、本論文の地域観光市場の分析は観光収入を分析指標としている。



図 19 のように、ボストンマトリックスは不完全な循環システムで、「負け犬」市場は「双低」の状態、発展が実現できない時転換はできなく、結局は淘汰される。そのほかの 3 つの市場は少なくとも 1 つの「高」の状態があるので、転換の条件を有している。

李景宜らによると、ボストンマトリックスは「負け犬市場→問題市場→スター市場→金になる乳牛市場」の順で変化している。しかし、市場の分析において、「負け犬市場」は衰退期の市場である。市場の参入は衰退期の市場から始まるのはそもそも考え難い。一般的に、市場の参入あるいは新興市場の出現は初期段階で高成長率が実現できるが、市場占拠率は低い。ボストンマトリックスによれば、「問題市場」となる。もし初期段階で高成長率が実現できなかつたら、市場の参入あるいは新興市場の出現は実現できないと判断できる。だから、市場の分析において、ボストンマトリックスの変化順は「問題市場→スター市場→金になる乳牛市場→負け犬市場」になるのが適切である。つまり、市場分析におけるボストンマトリックスのスタートは「問題市場」である。

将来性のある問題市場は一定の促進施策を通して市場占拠率の成長が実現できたら、「スター市場」に昇進する。将来性のない問題市場は成長率の低下につれて、「負け犬市場」に下降する。「スター市場」は高成長率を維持すると同時に、市場占拠率は安定できるようになる。市場成長率は限界にきたら、段々低下していく。そうすると、「スター市場」は高占拠率低成長の「金になる乳牛市場」に移転する。「金になる乳牛市場」は高市場占拠率のおかげで、相対的に安定な資金の収穫市場となっており、他の市場の発展には資金的な支持を与えられる。そして、もし新たな成長点が出てきたら、市場成長率の成長につれて「スター市場」に戻ることができる。もし新たな成長点がなかつたら、市場占拠率は市場成長率の低下につれて「負け犬市場」に下降する。「負け犬市場」は新たな成長点が出てきたら、市場成長率の成長につれて「問題市場」に移転できる。新たな成長点がなかつたら淘汰される。

安定な市場発展を実現できる鍵となるのは「負け犬市場」に入らないことである。「スター市場」のシェアが高いことは市場の将来性がいいことを示している。「金になる乳牛市場」のシェアが高いことは資本市場の実力を示している。「問題市場」のシェアが高いことは市場発展の不安定性を示している。

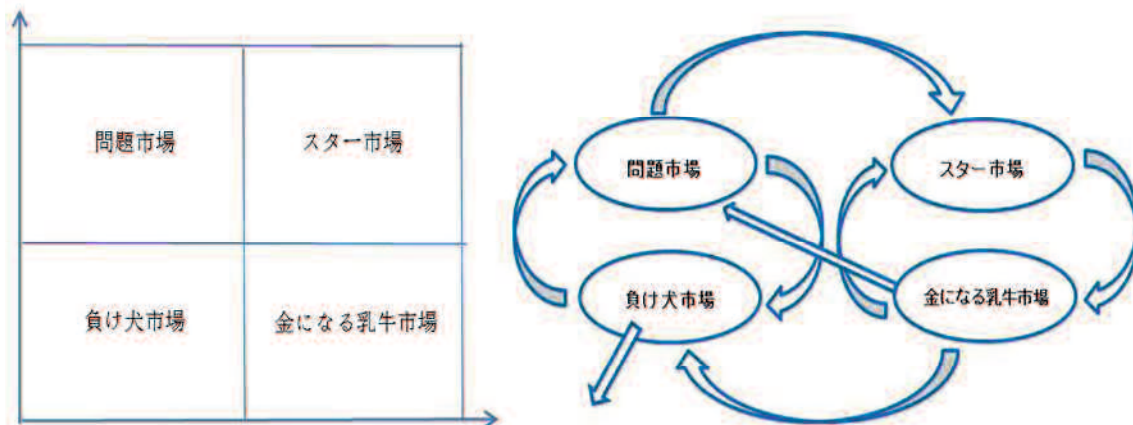


図 19 ポストンマトリックス図及び変化図 (著者作成)

ポストンマトリックスを応用するには、まずY軸とX軸を確定することである。つまり、判断指標の選定である。ポストンマトリックスはもともと企業生産品の組合せに関する分析方法であるため、Y軸を市場成長率、X軸を市場占拠率となっている。他の研究分野に応用する時、適当な調整が必要となる。ここでは、市場成長率を各地の観光収入の成長率で示し、市場占拠率を各地の観光収入と省観光総収入との比率で示す。ポストンマトリックスは10%を市場成長率の境界線、1を市場占拠率の境界線としている。言うまでもなく、他の研究分野に使うことは不適切である。境界線の確定方法は平均値法、座標分散法、総合法などがあるが、ここでは、平均値法を使って境界線を確定する。即ち、各都市の観光総収入の平均値を市場成長率の境界線とし、各都市の観光総収入と全省観光総収入との比率の平均値を市場占拠率の境界線とする。2つの境界線の交点を参照点とし、ポストンマトリックスを4つの象限に分ける。製図の便宜を図るために、

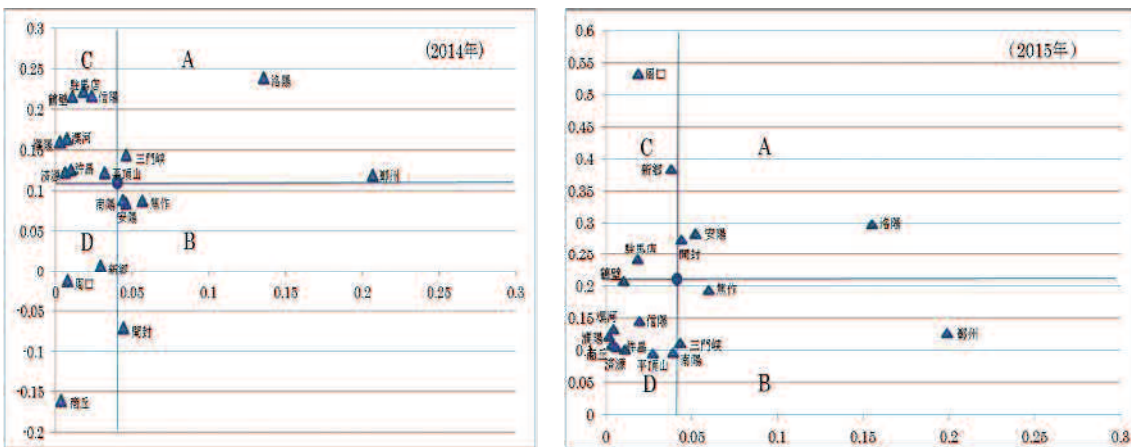
「A」を「スター市場」とし、「B」を「金になる乳牛市場」とし、「C」を「問題市場」とし、「D」を「負け犬市場」とする。

ここでは、河南省の2013-2015年のデータを使って河南省観光市場のBCGマトリックス図を作る。計算の結果は表22の通りである。そして、Excelソフトを使って2014-2015年各都市の観光市場の発展態勢図を作った(図20)。

表22 河南省各都市における観光市場の成長率と占拠率表(2014-2015年)

都市	観光総収入 (2013年)	観光総収入 (2014年)	観光総収入 (2015年)	観光総収入の成 長率(2014年)	観光総収入の成 長率(2015年)	観光総収入/省観光 総収入(2014年)	観光総収入/省観光 総収入(2015年)
鄭州	801.0	892.6	1004.2	0.1144	0.1250	0.2044	0.1994
洛陽	485.0	601.0	780.0	0.2392	0.2978	0.1376	0.1549
開封	207.8	192.6	245.1	-0.0731	0.2726	0.0441	0.0487
安陽	182.8	197.5	253.4	0.0807	0.2830	0.0452	0.0503
濮陽	6.8	7.8	8.8	0.1524	0.1284	0.0018	0.0017
鶴壁	45.6	55.4	67.0	0.2149	0.2099	0.0127	0.0133
新郷	146.4	146.7	202.0	0.0020	0.3770	0.0336	0.0401
焦作	233.2	253.1	301.7	0.0852	0.1920	0.0580	0.0599
濟源	31.1	34.7	39.1	0.1158	0.1268	0.0079	0.0078
三門峽	176.5	202.6	225.6	0.1481	0.1133	0.0464	0.0448
許昌	47.6	53.3	59.7	0.1197	0.1200	0.0122	0.0119
漯河	25.0	28.9	32.7	0.1560	0.1315	0.0066	0.0065
平頂山	138.2	155.5	169.7	0.1252	0.0913	0.0356	0.0337
周口	80.9	79.3	129.0	-0.0193	0.6269	0.0182	0.0256
商丘	23.4	19.6	22.1	-0.1652	0.1299	0.0045	0.0044
駐馬店	86.7	106.5	134.7	0.2287	0.2648	0.0244	0.0268
南陽	180.0	194.9	214.8	0.0830	0.1019	0.0446	0.0427
信陽	95.7	116.2	135.0	0.2142	0.1620	0.0266	0.0268
全省	3875.5	4366.2	5035.3				
平均				0.1012	0.2086	0.0425	0.0444

図20 河南省各都市における観光市場の発展態勢図(2014-2015年)



### ①スター市場

2014年に洛陽、鄭州、三門峽の3都市は「スター市場」にあり、高成長率高占拠率の段階である。洛陽は千年の古都として、世界的にも有名で河南省観光市場において核心地位を有している。鄭州は省都として、観光市場の占拠率は遥かに他の都市を上回っている。鄭州の観光市場は比較的成熟しているため、市場の成長率はあまり高くなく、平均線のやや上のほうで「スター市場」に入っている。三門峽の市場成長率と占拠率は共に平均線に近い。「スター市場」としての実力は少し弱い。2015年に洛陽、安陽、開封の3都市は「スター市場」に入っている。洛陽は核心地位を保っており、高成長率高占拠率を有している。安陽と開封の市場成長率は洛陽とは同じぐらいで、市場占拠率は平均線の近くで、洛陽との差が大きい。鄭州は依然として高市場占拠率を保っていると同時に、市場成長率はやや増えた。ただし、平均成長率が大幅上昇したため、鄭州は「金になる乳牛市場」に入った。三門峽の市場占拠率はあまり変化していないが、市場成長率の下降につれて、「金になる乳牛市場」に入った。「スター市場」は基本的に快速に拡張する市場で、政策的な支持や資本の投入を通して、安定な成長を促進しながら、もっと大きな市場シェアを獲得し、地域市場の全体的な成長を牽引することである。

### ②金になる乳牛市場

2014年に焦作、安陽、南陽、開封の4都市は「金になる乳牛市場」に入っているが、2015年に鄭州、焦作、三門峽の3都市がある。焦作の位置はほぼ変わっていないので、市場の安定性を示している。良質な自然観光資源、それに鄭州と洛陽とは隣接していることは焦作の観光市場発展の保障である。安定的に「金になる乳牛市場」に位置することから見れば、観光市場は焦作に安定な経済収益をもたらしている。安陽と開封の観光市場には新たな成長点が出てきたことを推測できるが、市場成長率の上昇につれて、2015年に「スター市場」に入った。2都市の市場占拠率は鄭州と洛陽とは一定の差があ

るとはいえ、省内においては上位で、将来性がある。南陽は2014年にぎりぎりのところで「金になる乳牛市場」に入ったが、2015年にはまた「負け犬市場」に戻った。市場占拠率には大きな変化はなく、両方とも平均線に隣接しているようなところである。観光市場は衰退の傾向がある。三门峡は市場成長率の下降につれて「金になる乳牛市場」に移動した。市場占拠率もやや減少した。「金になる乳牛市場」は基本的に収益市場となっているので、現状維持の同時に、新たな成長点を求めることである。

### ③問題市場

2014年に「問題市場」に入っている都市は8つあるが、2015年には3つに減少した。ここから見れば、河南省の観光市場は活発である。2014年に半分近くの都市は高成長率を実現でき、「問題市場」に入った。将来性のある都市は勢いを保ちながら「スター市場」に昇進すると思われた。しかし、このような都市はなかった。2015年に5つの都市は「負け犬市場」に下降した。ここから見れば、河南省観光市場の発展はアンバランスな状態で、観光市場の健康な発展を図るために、各都市は自分自身の実際の状況によって、科学的合理的な発展計画を制定することは大切なことである。

### ④負け犬市場

2014年に「負け犬市場」には3つの都市しかないが、2015年には激増して9つとなった。2014年の「問題市場」の8つの都市は駐馬店を除いて、2015年に全て「負け犬市場」に移動した。それに対して、2014年の「負け犬市場」の新郷と周口の2都市は新たな成長点があったはずで、2015年に「問題市場」に入った。ここから見れば、河南省の一部の都市は観光業の発展に向いていなく、独自に観光産業を発展するのは難しい。他の都市と連携すれば将来性が見えてくる可能性がある。

以上の分析から見れば、河南省地域観光の発展はアンバランスな状態で、優勢地域は中西部の鄭州、開封、焦作、洛陽、三門峽と北部の安陽に集中しており、劣勢地域は東部と南部に集中している。優勢地域の6都市はつねに「スター市場」と「金になる乳牛市場」に位置しており、相対的に安定な成熟市場となっている。この6都市における最大な特徴は、鄭州、洛陽、開封、安陽は中国八大古都の4つである。古都文化を媒介に、4大古都の地域観光を連携すれば、1つの力強い観光ブランドを形成できるに違いない。それを契機とし、河南省観光の核心地域を構築できる。

### 3.2.6.2 市場の発展潜在力

ここでは、観光商品需要の収入弾力性係数を使って、地域観光市場の発展潜在力を分析する。需要の収入弾力性とは価格及び他の要素が変わらない条件下で、消費者の収入の変化による需要量の変化の程度を指す。一般的に、需要の収入弾力性は需要の収入弾力性係数で表す。その計算公式は以下の通りである。

需要の収入弾力性係数＝需要量の変動の百分比／消費者収入の変動の百分比

もし需要の収入弾力性係数を  $E_m$  で、需要量を  $Q$  で、需要量の変動を  $\Delta Q$  で、消費者収入を  $I$  で、消費者収入の変動を  $\Delta I$  で表現すれば、需要の収入弾力性係数の計算公式は以下の通りになる。

$$E_m = (\Delta Q / Q) / (\Delta I / I) \text{ ----- (15)}$$

$E_m > 1$  の時、需要は収入に対して弾力的であることを示す。即ち、需要量は収入の増加につれて増加する。 $E_m < 1$  の時、需要は収入に対して非弾力的であることを示す。即ち、需要量の増加は収入の増加との関係性が弱い<sup>(56)</sup>。

---

(56)馬洪・孫尚清(1985)『經濟与管理大辞典』中国社会科学出版社:1156

本分析は観光商品需要量の増加速度を国内観光収入の増加速度で表示する。住民収入の増加速度を都市住民の1人当たり可処分所得の増加速度で表示する。2012-2013年のデータを使って、観光商品需要の収入弾力性係数を計算したものが、表23である。一般的に言えば、観光商品需要の収入弾力性係数は高ければ高いほど観光発展の将来性がある。

表23 河南省各地域の観光商品需要の収入弾力性係数

都市	国内観光収入の増長速度	都市住民の1人当たり可処分所得の増長速度	観光商品需要の収入弾力性係数
鄭州	14.40	9.80	1.47
洛陽	20.40	9.70	2.10
開封	15.10	11.10	1.36
安陽	8.10	9.40	0.86
濮陽	15.40	10.60	1.45
鶴壁	22.60	10.10	2.24
新郷	16.10	9.70	1.66
焦作	16.50	9.50	1.70
濟源	25.30	9.20	2.75
三門峽	17.60	9.10	1.93
許昌	8.90	10.30	0.86
漯河	21.80	10.70	2.04
平頂山	16.00	9.10	1.76
周口	16.50	9.30	1.77
商丘	16.40	10.40	1.58
駐馬店	25.00	10.00	2.50
南陽	18.40	8.20	2.24
信陽	37.90	11.00	3.45

(資料出所:河南省統計年鑑により著者作成)

表23によれば、河南省の各都市を3つの陣営に分けられる。第1陣営は2.5以上で、信陽、濟源、駐馬店の3つの都市がある。第2陣営は1.5以上で、南陽、鶴壁などの10の都市がある。あとの5つの都市は第3陣営である。観光産業の進んでいる地域の観光商品の収入弾力性係数は低く、観光産業の遅れている地域の観光商品の収入弾力性係数は高い傾向がある。そこから見れば、2012-2013年という限られたデータでの分析ではあるが、観光の先進地域が牽引する今の河南省の観光産業の発展はもう限界にきていることを推測でき、新たな展開を求めなければならない。

### 3.2.6.3 観光客市場

国によって地域や都市の構造形態が違うということがあるので、地域の観光客市場を判断する根拠は普遍性を持つのは難しい。ここでは中国における観光客市場を分析するので、中国の都市構造形態について説明しておく必要がある。中国には戸籍制度が実施されており、都市戸籍と農村戸籍に分けている。そのため、中国の都市は都市人と農村人からなっている。都市人は都市の社会主体で、都市人の総人口に占める割合は都市の規模を判断するのによく使用されている。そして、図 21 をみて分かるが、都市人の観光客数と年間成長率は遥かに農村人を超えており、都市人は観光活動の主体となっていることを示している。一方、農村人について、戸籍に入っていない人もある程度存在するので、人口の統計に一定の誤差がある。そこで、都市人口数の総人口に占める割合で地元の観光客市場を反映する指標にした。

表 25 によれば、都市人口の割合が 50%以上の都市は鄭州、濟源、鶴壁、焦作の 4 つである。鄭州はトップの 67%で明らかに他の都市を上回っている。都市人口の割合が 40%～50%は三門峽、洛陽などの 7 都市で、40%以下は 7 都市がある。都市人口の割合が 50%以上の都市は地元の観光客市場が十分あることを推測できる。都市人口の割合が 50%以下の都市は地元の観光客市場はあまり十分ではないことを示すとともに、地元の観光客市場の発展空間が大きいことをある程度反映できる。

表 24 都市人観光客と農村人観光客との対比表

	2011年	2012年	2013年
都市人観光客(億人)	16.87	19.33	21.86
都市人観光客の年間成長率(%)		14.58	13.09
農村人観光客(億人)	9.54	10.24	10.76
農村人観光客の年間成長率(%)		7.34	5.08

(出所：中国観光業統計公報により著者作成)



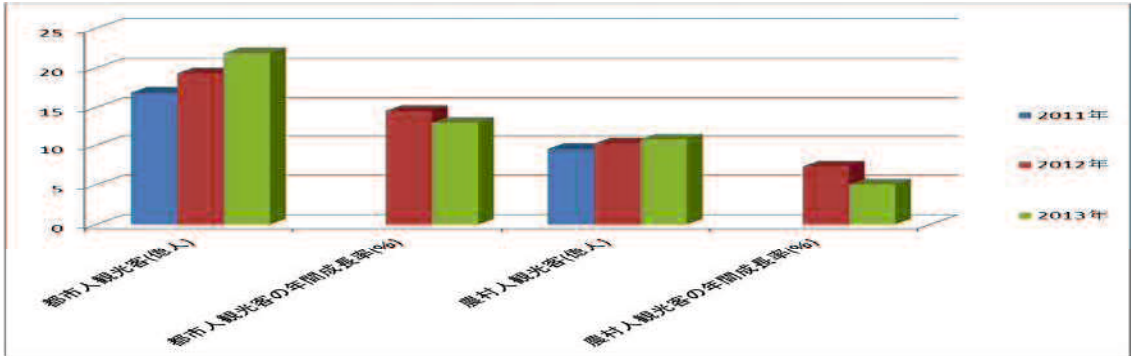


図 21 都市人観光客と農村人観光客との対比図

表 25 河南省各地域における都市人口の割合表

都市	总人口(万人)	都市人口(万人)	都市人口の割合
鄭州	919.10	616.50	0.67
洛陽	692.30	327.06	0.47
開封	511.47	216.53	0.42
安陽	576.45	252.49	0.44
濮陽	387.92	142.37	0.37
鶴壁	161.17	85.10	0.53
新郷	600.43	276.62	0.46
焦作	366.60	190.71	0.52
濟源	68.90	37.76	0.55
三門峽	226.79	110.90	0.49
許昌	484.90	190.00	0.39
漯河	257.50	113.92	0.44
平頂山	537.50	249.40	0.46
周口	1130.84	393.31	0.35
商丘	900.02	323.16	0.36
駐馬店	896.00	312.61	0.35
南陽	1170.90	448.45	0.38
信陽	859.83	252.98	0.29

(資料出所:河南省統計年鑑により著者作成)

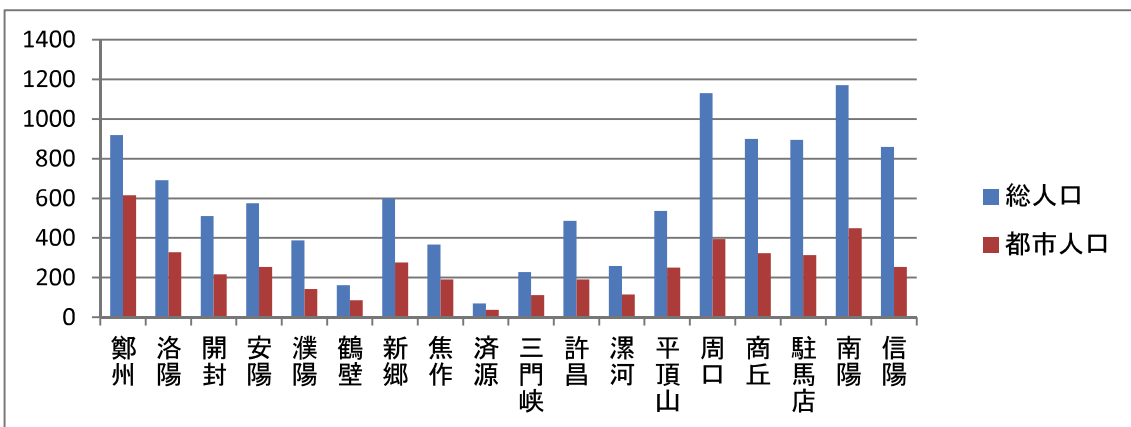


図 22 河南省各地域における都市人口の割合図

一般的に、観光目的地の吸引力は観光距離の増加につれて弱くなり、観光客数は観光距離の増加につれて減少する傾向がある。観光客を吸引する半径の長さは観光目的地の吸引力を判断する重要な指標で、観光客市場の空間構造の研究によく使われている。ここでは河南省の観光地理構造の実際状況に基づき、距離によって地域外郭の観光市場を分類する。即ち、150 キロ以下、150～250 キロ、250～350 キロ、350 キロ以上の4つに分ける。150 キロ以下は第1級で主な外郭市場で、時間が短く、交通が便利である。150～250 キロは第2級、250～350 キロは第3級、350 キロ以上は第4級である。第4級観光客市場は遠距離、長時間で、市場の不確実性が高い。都市間の最短距離は安陽－鶴壁の49.3キロ、最長距離は三門峡－信陽の500キロである。ここから見れば、河南省各都市の外郭観光客市場の発展空間は広く、発展潜在力は大きい。

### 3.3 地域観光連携の影響要因の総合分析

上述の分析をまとめて、河南省の地域観光連携の影響要因に対し、総合分析を行う。ここでは、各指標値のトップスリーを取り出して、表26の通りに分析説明する。

表26によると、河南省の地域観光連携の影響要因分析の各指標におけるトップスリーの都市は合計32の都市がある。それぞれの都市の占める割合は表27のようになっている。鄭州、洛陽、済源、南陽は第1陣営に属する。それぞれの占める割合は25%、18.75%、15.63%、12.50%で、合計は71.88%であるが、絶対的な優勢を持っている。第2陣営に属する都市は開封、鶴壁の2つの都市で、それぞれの占める割合は同じく6.25%で、合計12.50%である。あとの都市は第3陣営に属し、占める割合の合計は15.62%である。

表 26 河南省における地域観光連携の影響要因の総合分析表

指標	番付		
	1	2	3
観光総合規模指数	鄭州	洛陽	南陽
地域間の観光関連度	鄭州—開封	鄭州—焦作	鄭州—新郷
観光資源の規模度	洛陽	南陽	鄭州
観光資源の品質度	洛陽	鄭州	南陽
観光経済荷重力指数	鄭州	済源	三門峽
社会文化荷重力指数	済源	洛陽	開封
観光資源荷重力指数	鄭州	洛陽	南陽
道路網の密度指数	平頂山	商丘	鶴壁
交通の優越度	済源	鄭州	開封
都市の中心性指数	鄭州	洛陽	南陽
観光商品需要の収入弾力性係数	信陽	済源	駐馬店
都市人口の割合	鄭州	済源	鶴壁

表 27 影響要因分析の各指標におけるトップスリー都市の占める割合表

	鄭州	洛陽	済源	南陽	開封	鶴壁	三門峽	平頂山	商丘	信陽	駐馬店
数量(個)	8	6	5	4	2	2	1	1	1	1	1
割合(%)	25.00	18.75	15.63	12.50	6.25	6.25	3.13	3.13	3.13	3.13	3.13

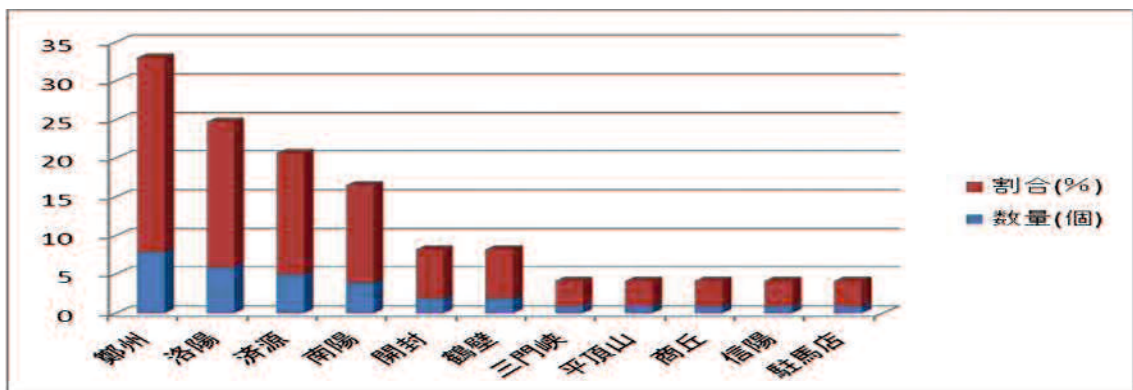


図 23 影響要因分析の各指標におけるトップスリー都市の占める割合図



図 24 河南省地図② (出典：百度地図により著者作成)

図 23 を見て分かるが、鄭州、洛陽、済源、南陽の 4 つの都市が占める割合は 71.88% で、3 分の 2 を超えている。言い換えれば、この 4 つの都市は河南省における地域観光の核心となる地域である。分かりやすくするために、図 24 を描いた。

鄭州は省都、古都、全国の交通中枢で、洛陽は世界的な観光都市で、この 2 つの都市はよく知られている。済源は面積と人口は共に河南省の最下位で、市となる歴史はわずか 20 数年間とはいえ、素晴らしい自然観光資源を持っている。鄭州と洛陽から近いので、近年観光産業の発展は早い。南陽は広大な面積を持っているおかげで、地域的な中心地となっており、近年の観光開発は伏牛山の自然観光資源を中心に展開している。

観光総合規模からみれば、トップスリーは鄭州、洛陽、南陽である。鄭州は省都で、観光の中心集散地として、交通の便を加えて、観光の総合規模は大きい。洛陽は伝統的な観光都市で、「千年の古都」と呼ばれており、国際的にも有名である。南陽は鄭州から離れており、地域的な中心都市で、面積は大きくて人口も多い、それなりの観光規模がある。

地域間の観光関連度指数から見れば、トップスリーは鄭州－開封、鄭州－焦作、鄭州－新郷である。つまり、鄭州を中心とする地域観光の連携の可能性が一番高い。図 19

を見て分かるが、鄭州を囲んでいる都市は6つある。それは洛陽、焦作、新郷、開封、許昌、平頂山である。そのうち、鄭州、洛陽、開封は中国八大古都の3つである。

観光資源の規模度から見れば、トップスリーは洛陽、南陽、鄭州である。トップスリーの都市の数値は他の都市をはっきり上回っている。品質度指数のトップスリーは洛陽、鄭州、南陽である。鄭州と洛陽は各面から見てもトップスリーに入る実力を持っている。南陽は広大な面積を持っているおかげで、トップスリーに入っている。以上のデータによれば、現在の河南省の観光資源の開発は不均衡な状態となっている。

経済荷重力から見れば、上位6位の都市は鄭州、済源、三門峽、焦作、洛陽、許昌で、余裕な状態となっているが、全て中西部に集中している。この地域は鄭州と洛陽を中心とする地域である。下位の5都市は全て東部と南部に集中している。

社会文化荷重力指数からみれば、済源は面積が小さく人口も少ないので、社会文化荷重力指数が高くトップになっている。その次は洛陽と開封である。洛陽は伝統的な観光都市で、開封は中国八大古都の1つで、国内観光客にとって人気ある地域である。この3都市の社会文化は少し観光の影響を受けている。あとの都市にはあまり影響が出ていない。河南省の社会文化荷重力は高いと言える。

観光資源荷重力指数から見れば、トップスリーは鄭州、洛陽、南陽で、この3つの都市の指数値ははるかに他の都市を超えており、観光資源の荷重力は強いことを示している。観光資源の荷重力はほぼ観光資源の規模と正比例する。観光資源の規模度が高い都市の観光資源荷重力は高い傾向がある。

道路網密度指数のトップスリーは平頂山、商丘、鶴壁であるのに対して、交通の優越度指数のトップスリーは済源、鄭州、開封の3都市である。済源、鄭州、開封の3都市は鄭州を中心としており、観光業の進んでいる地域で、平頂山、商丘、鶴壁の3都市は

観光業の遅れている地域である。要するに、交通優越度の高い都市は観光の吸引力が高いが、道路密度の高い都市は必ずしも観光の吸引力が高いとは限らない。

都市の中心性指数によると、上位6位は鄭州、洛陽、南陽、焦作、安陽、開封である。そして、ポストンマトリックスによる河南省観光市場の分析によると、優勢地域は中西部の鄭州、開封、焦作、洛陽、三門峡と北部の安陽に集中しており、劣勢地域は東部と南部に集中している。

観光商品需要の収入弾力性指数からみれば、伝統的な観光都市や観光総合規模の大きい都市はほとんどトップスリーに入っていない。鄭州は1.47、洛陽は2.1で、トップの信陽の3.45とは相当の差がある。ここからわかるのは、河南省の伝統的な観光市場は飽和している。このまま発展すれば、将来性が低い。それで、新たな発展モデルを取ることが必要となる。

都市人口の割合から見れば、50%以上の都市は鄭州、濟源、鶴壁、焦作の4つである。地元の観光客市場は十分であることを推測できる。あとの都市は50%以下で、地元の観光客市場はあまり十分ではないことを示すとともに、地元の観光客市場の発展空間が大きいことをある程度反映できる。

ここでは、「点-軸モデル」、「単核輻射モデル」、「双核連動モデル」、「核心-辺縁モデル」、「ネット型モデル」の5つのモデルに基づき分析していく。この5つのモデルは一定の階層性を持っている。一般的に、観光資源の移動は不可能なので、観光産業の発展は「点」から始まる。そして、「軸」を通して他の「点」と繋がって「面」を形成する。「面」の発展につれて、核心となる力が出てきて、「核」が形成される。「核」の発展につれて、周辺地域を輻射するようになり、単核輻射の形となる。単核地域は一定の規模になったら、もっと大きな発展を求めるようになる。利益駆動の下で、隣接している2つの単核地域は連動するようになり、双核連動の形となる。双核地域の発展につれて、

もっと大きな「面」を構成し、核心地域が形成される。この核心地域は1つの大きな「単核」と見なしていいが、以上のような発展法則に従って、再び周辺地域を輻射し始め、核心-辺縁のような形となる。核心地域と辺縁地域の観光産業の発展につれて、観光資源の分布が相対的に均衡している地域間にはネット型のような発展モデルになる可能性が出てくる。

要するに、「点」、「軸」、「核」は地域観光の連携モデルを選定する基本要件である。なので、まず都市の観光中心性指数値により、「点」を選定する。ここでは、第1、2陣営の13都市(鄭州、洛陽、南陽、焦作、安陽、開封、新郷、平頂山、信陽、周口、駐馬店、三門峽、許昌)を「点」とする。第3陣営の指数値ははっきり低いので、「点」としては不適切である。次に、地域間の観光関連度により、「軸」を選定する。ここでは、第1、2、3陣営(鄭州と開封、鄭州と焦作、鄭州と新郷、鄭州と洛陽、洛陽と焦作、鄭州と安陽、鄭州と許昌、鄭州と平頂山、洛陽と開封、洛陽と濟源、洛陽と三門峽、洛陽と平頂山、開封と新郷、開封と焦作、安陽と鶴壁、新郷と焦作)を「軸」とする。そして、観光総合規模指数、観光資源の規模度、観光資源の品質度、観光経済荷重力指数、社会文化荷重力指数、観光資源荷重力指数、都市人口の割合により、「核」を選定する。総合的に見れば、鄭州と洛陽は疑いなく核心的な存在で、2つの「核」となっている。後の都市は「核」となる実力は足りない。

河南省全体として点-軸モデルの適用可能性について考察すると、まず河南省の各都市の空間分布はそのような形になっていない。局地的には点-軸モデルが適用される地域もある。シルクロード地域はその典型的な地域である。つまり、細長い形である。そして、鄭州と洛陽の2つの核が顕在している。しかしながら、点-軸モデルを河南省全体に拡大できる可能性は低く、河南省の地域観光の連携には適用しないと判断する。単核輻射モデルについて、鄭州は絶対的な優勢を持っているとはいえ、隣接している周辺

地域を輻射しているだけで、全省を輻射する力はまだまだ足りない。従って、単核輻射モデルも河南省全体における地域観光の連携には適用しないと判断する。双核連動モデルについて、鄭州と洛陽の2つの核があって、連動するような形となっているが、両都市は隣接しているため、河南省の半分ほどの地域しか輻射できない。従って、双核連動モデルも河南省全体における地域観光の連携には適用しないと判断する。そして、河南省における観光産業の発展はまだ「ネット型モデル」の段階に至っていない。残りは核心-辺縁モデルだけである。河南省における地域観光の発展はアンバランスの状態であり、優勢地域と劣勢地域ははっきりしているため、優勢地域を中心とする核心地域を構築し、辺縁の劣勢地域を輻射連動し、核心-辺縁モデルを構築すべきである。

「広辞苑」によると、核心とは「物事を中心となっている大切な所」である。従って、核心地域とは必ず地理的な中心部分にあるとは限らない。鄭州と洛陽は河南省の中西部にあるとはいえ、核心的な存在である。鄭州と洛陽を中心とし、河南省における地域観光の核心地域を構築すれば、核心-辺縁モデルとなる。16本の「軸」から見れば、鄭州と洛陽が果たしている役割が顕在しているため、この2つの核から構築した核心地域は全省の観光産業の発展を牽引できるパワーがある。それに対して、辺縁地域は2級に分けられる。1級地域としては、開封、新郷、焦作、済源、三門峽、南陽、平頂山、許昌である。残りは2級地域である。

本章の分析をまとめて言うと、河南省における地域観光は観光市場の発展空間が広く、発展潜在力が大きい。観光産業の発展は不均衡な状態で、優勢地域は中西部と北部に集中しており、劣勢地域は東部と南部に集中している。優勢地域の観光発展は限界にきているようになっているが、劣勢地域の観光発展には少し勢いが出てきている。そして、人文観光資源の強い地域間の観光関連度が高い。以上のことから見れば、河南省地域観光の全面的な発展を図るために、各地域間の連携は重要なこととなっている。連携を通



して優勢補完が実現でき、観光資源や観光市場の有効配置も実現できる。そして、観光関連度の高い人文観光資源地域を中心とし、核心地域を構築する。核心地域は辺縁地域を輻射し連動し、全省の観光産業の全面的な発展を牽引する。そのために、科学的な連携モデルの選定は重要なことである。次の章では河南省における地域観光の核心地域を選定し、核心-辺縁モデルを構成することを提案する。

#### IV. 地域観光の連携モデルの選定

##### 4.1 河南省における地域観光連携のモデル選定

第3章の分析結果によると、河南省における地域観光の核心となる地域は鄭州、洛陽、濟源、南陽であり、開封、鶴壁も一定の実力を見せている(図25)。しかし、以上の分析は発展現状のまとめに過ぎない。将来のことは見据えることこそ研究の意義である。



図25 河南省地図③ (出所:百度地図により著者作成)

図25を見て分かるが、鄭州、濟源、洛陽の3都市は地理的に隣接している。それに、観光資源の補完性もあり、交通網が発達している。中心観光地域となる条件がそろっている。問題は南陽にある。南陽は地域的な中心都市で、河南省の中心地域から離れており、鄭州との距離は266キロで、洛陽との距離は215キロで、濟源からもっと遠い。問題としては、1番目は交通の便が良くない。国家幹線鉄道が通っていない。支線鉄道の数も少なく、2本しかない。2番目は道路交通の優越度指数から見れば、河南省各都市

の中で、後ろから2番目であり、非常に低いレベルになっている。3番目は地域面積が非常に広く、河南省のトップで、省都鄭州の3倍もある。人口も多く、河南省のトップで、1170万人もある。しかし、都市人口の割合は38%で、河南省においても低いレベルとなっている。前述のように、中国では、都市人口の観光率は遥かに農村人口を超えている。言い換えれば、南陽の地元観光客市場は弱い。このような地域の経済発展レベルは大体低い。4番目は周辺地域の発展レベルがほとんど低い。以上の分析により、南陽における観光産業の発展はまだ高速発展のレベルに入っていない。要するに、南陽は観光業が発達している鄭州と洛陽との地域観光の連携を考えるのはまだ早い。このような地域は河南省における観光の中心地域となる条件は弱く、全省の観光産業を牽引する力が足りない。

鄭汴洛地域(鄭州-洛陽-開封)は点-軸モデルで発展しているが、河南省全体の空間構成は点-軸モデルのような形になっていない。鄭州と洛陽は他の都市より優勢ははっきりしているので、それぞれ小さなコアとなっており、隣接の周辺地域を輻射している。そして、鄭州と洛陽は双核連動の形となっている。河南省観光産業発展のアンバランスははっきりしているので、ネット型モデルのような発展段階にはまだ至っていない。

現状からみれば、河南省における地域観光の連携は点-軸モデル(鄭州-開封-洛陽)、単核輻射モデル(鄭州)、双核連動モデル(鄭州-洛陽)が表れている。しかし、このような発展モデルは一部の地域に限られており、省全体の発展からみればものたりない。その一方、核心-辺縁モデルは点-軸モデル、単核輻射モデルや双核連動モデルよりも高度な発展段階であるので、鄭州と洛陽の双核を中心とし、もっと大きな核心地域を構築し、辺縁地域を輻射し、全省の観光産業を牽引すべきである。

一定の発展段階を経て、河南省における地域観光発展の核心となる地域は段々と形成してきているが、よりよい発展を図るために、現段階では正確な発展方向と位置づけを

設定することは大切なこととなっている。そこで、地域観光連携の影響要因指標体系における定性的指標である駆動力要因、協力要因、関連要因、機会要因の中から河南省全体で特に注意すべき要因について考察していく。第一に考察されるべき要因は駆動力要因内の地域社会の文化状況に含まれる観光イメージである。河南省では核心観光地域を構築する観光イメージを設定すべきである。つまり、どのような特徴を持っている核心地域であるかの問題である。

駆動力要因内の地域の政策制度にける観光発展計画を検討することによって、河南省では観光イメージが政策に反映されていないことが明らかとなる。河南省における五か年観光計画からみれば、「十五」の発展重点は、河南省の大観光の枠組みの構築、大産業体系の塑造、大市場構造の营造などで、「十一五」の発展重点は観光産業クラスターの発展と育成で、「十二五」の発展の重点は観光目的地の建設、観光クラスターの育成、観光レジャー地域の発展などである。従って、河南省観光産業の発展重点はその発展段階によってそれぞれ違う。

鮮明な観光イメージは観光産業の発展にとって非常に重要なことである。鮮明な観光イメージがあるからこそ、地域観光の発展は末永く続くのである。鮮明な観光イメージがないと、段階的なものになりがちである。その発展段階を過ぎたら、大きく変わり、これまでの努力が無駄になる可能性がある。現段階の河南省観光業発展の主な問題は核心となる観光商品がないことである。観光資源は分散しており、うまく利用されていない。そこで、地域観光の連携を通して、資源の合理的な利用と配置を実現でき、全省の観光業の健康な発展を促進できる。

河南省各都市の観光中心性指数の上位六位の都市から見れば、1つの特徴が鮮明である。つまり、洛陽、鄭州、開封、安陽の4つは中国の四大古都である。なお、第3章の分析結果の1つとしては、河南省の人文観光資源の強い地域間の観光関連度が高い。従

って、河南省における地域観光の連携モデルは四大古都地域を中心とし、核心-辺縁モデルを構築することを提案する（図 26）。そして、核心地域は辺縁地域を輻射し、全省の観光業の発展を牽引する。

点一軸発展モデルにより、鄭汴洛（鄭州・開封・洛陽）一線の地域観光の連携はほぼできている。ただし、1本の線は核心地域となるには物足りない。これからの発展方向を決める時期がきている。つまり、どのように力強い核心観光地域を構築するかの問題である。南陽と連携して核心観光地域を構築すれば、観光イメージははっきりしなく、発展方向を把握し難い。それに対して、同じく 8 大古都である安陽の点を入れれば、三角形となり、河南省の半分ほどの地域を含む大きな地域となる。そして、四大古都を中心とし、古都文化を媒介に、核心観光地域を構築すれば、観光イメージが鮮明で、発展方向を把握しやすい。

「古都」という言葉は世界通用で、簡潔明瞭で、それに、豊かな中国古代文化は国際観光客にとって魅力的な吸引物である。古都観光ブランドが形成できたら、河南省観光の発展及び国際市場の開拓にとって、大きな役割を果たすに違いない。前述のように、南陽は核心地域に入る条件がまだ足りなく、副中心地域にすればいい。図 27 を見て分かるが、四大古都地域は河南省の総合観光実力の強い地域をほとんど含んでおり、核心観光地域となる可能性が十分ある。

これまでの分析は主に本研究の影響要因指標体系の「基本要因」と「核心要因」を中心とし定量分析を検討してきたが、観光やレジャーのような個性と多様性を持っている分野では直感や叙述的なものが相対的に多いので、定性分析も非常に重要なこととなっている。次の節では、これまで考察されていない「駆動力要因」、「協力要因」、「関連要因」、「機会要因」の相関因子を使って、定性分析を中心とし、定量分析を合わせて四大古都地域について分析し、本論文の主張している提案の根拠を再び検証する。



図 26 河南省地図④ (出所：百度地図により著者作成)

## 4.2 河南省における四大古都地域

### 4.2.1 四大古都の概況

四大古都の歴史発展は四大古都の文化核心力を示すもので、社会文化環境をもある程度反映できる。この部分の影響要因指標体系に対応したものとしては、L2 の社会文化環境、I1 の文化核心力が挙げられる。

洛陽市は中国の河南省に位置し、“十三朝古都”であり、中国において都としての歴史が最も長い。シルクロードの東端の始点で、国連に指定された“世界文化名城”でもある。中国の歴史上に唯一“神の都”と名付けられた都市で、中華文明と中華民族の主な発祥地である。総面積は 1.52 万平方キロ、総人口は 662 万人（2010 年）である。近年、“工業都市”と“観光都市”を目指し、工業を発展させるとともに、観光産業にも力を入れている。

開封市は河南省の中東部に位置し、古称は“東京、汴京”で、“十朝古都”である。北宋の時代当時、世界で面積が一番大きく、人口が一番多く、最も繁華な大都市であった。現在の面積は 6444 平方キロ、人口は 500 万（2010 年）である。近年、開封市政府は積極的に観光産業の牽引作用が発揮する戦略を実施し、観光産業を優先的に発展する支柱産業に指定した。2011 年 10 月から、開封市の観光標識を正式的に使用し始めた。

安陽市は河南省の北部に位置し、都市として 3300 年余りの歴史を有し、都としての歴史は 500 年あり、“七朝古都”である。早期の中華文明の中心の一つであり、甲骨文字の発祥の地である。安陽の“殷墟”は世界文化遺産に登録されているが、文字記録のある歴史の中で、中国最初の首都の遺跡である。現在の面積は 7413 平方キロ、人口は 571 万人（2011 年）である。安陽市は河南省の重要な工業基地であり、近年、観光産業の発展を重視するようになった。

鄭州市は河南省の中心部に位置し省都である。面積 7446 平方キロ、人口 910 万人（2012 年）である。中国の地理的な中心となっており、“中国の鉄道の心臓”と“中国の交通の十字路”と言われている。商の時代の早期の都は鄭州市にあり、それに、中国の商業の発祥の地と見なされているので、鄭州市は“商都”と呼ばれている。車、製造、食品、紡織服装、電子情報などの産業は鄭州の優勢産業である。鄭州市は中国国務院により指定された“中原経済区”の中心都市で、長江以北の最も発達している省都である。<sup>(57)</sup>

#### 4.2.2 四大古都における観光産業の現状

観光産業の現状は地域観光を分析する前提条件で、この部分の影響要因指標体系に対応したものとしては、G2 の産業構造、M1 の観光業が挙げられる。

四大古都の中で、一番名高いのは洛陽で、中国だけではなく、世界中でもよく知られているため、他の都市と比べ観光者数をはるかに大きく、連年 1 位となっており、2014 年は 9470 万人となった。しかし、第三次産業の比重は 2012 年までは最下位だったが、2013 年には急に約 8%伸びて、34.3%となった。2014 年も順調に伸びて 36.3%となっている。

鄭州市は河南省の中心都市で、交通の便を加え、観光客数は順調に伸びているが、2014

---

(57) 四大古都の市政府ホームページにより

年は 7766 万人となった。開封市は鄭州市から近く、近年両都市の一体化の発展が進んでいる。観光客数は 2013 年までは順調に伸びていたが、2014 年は 1000 万人ほど減少し、3970 万人となった。それは両都市の一体化の影響だと推測できる。鄭州と開封は近く、交通システムの連携によって、両都市間の公共交通時間は 30~60 分ほどである。そして、開封へ行く観光客の多くは鄭州を経由しているため、鄭州で泊まって、日帰りの観光客が多くなってきている。

安陽市は中国八大古都の中で、一番古い古都で、“殷墟”という殷王朝の遺跡が世界文化遺産に登録されている他、数多くの歴史文化遺産がある。しかし、河南省の重要な工業都市として発展してきたため、観光産業はあまり重視されていない。観光客数は年々伸びており、2014 年は 2969 万人となった。

表 28 のように、2013 年のデータから見れば、第三次産業の比重が一番高いのは鄭州市の 41.6%で、一番低いのは安陽市の 31.1%で、開封市と洛陽市はそれぞれ 34.7%と 34.3%である。鄭州市は先述のように“中国の鉄道の心臓”や“中国の交通の十字路”と言われており、交通の便がよく、商業が発達している。それ故に、第三次産業の比重が相対的に高い。洛陽市と安陽市は素晴らしい観光資源を持っているが、これまでの発展重点は第一次、第二次産業に傾いているので、第三次産業の比重が相対的に高くない。

経済の発展につれて第三次産業の比重が高くなる傾向がある。先進国の第三次産業の比重は大体 60—70%となっている。観光産業は第三次産業に属しているから、これから、河南省の観光産業の発展はどんどん伸びていくに違いない。河南省政府は「“十五”観光産業発展計画」の中で、はじめて観光産業を支柱産業にすることを取り上げ、観光産業の発展が重視されるようになった。各都市は様々な政策を出して観光産業の発展を促進しようとしているが、どのように正確かつ有効に発展していくのかは今後の重要な課題となる。

表 28 四大古都の観光産業のデータ比較

都市	項目／年別				
	第三次産業の比重				
	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
洛陽	20.20%	20.70%	26.50%	34.30%	36.30%
開封	33.30%	33.30%	34.30%	34.70%	35.50%
安陽	26.20%	25.70%	30.20%	31.10%	32.90%
鄭州	40.20%	38.30%	39.60%	41.60%	—
	観光者数（万人）				
	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
洛陽	6079	6870	7765	8608	9470
開封	3469	3902	4416	4990	3970
安陽	1886	2206	2504	2727	2969
鄭州	4797	5426	6200	7020	7766
	前年比				
	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
洛陽	12.00%	13.00%	13.00%	10.80%	10%
開封	12.10%	12.50%	13.20%	13.00%	13.60%
安陽	31.40%	15.80%	10.40%	9.20%	8.60%
鄭州	16.00%	13.10%	13.50%	13.20%	10.10%
	外国人観光者数（万人）				
	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
洛陽	46	53	61	70	84
開封	20	23	26	26.8	—
安陽	—	—	—	—	—
鄭州	35	38	42	43.8	45
	前年比				
	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
洛陽	20.00%	15.10%	15.60%	14.30%	20.00%
開封	—	15.00%	13.00%	3.10%	—
安陽	—	—	—	—	—
鄭州	8.70%	10.00%	9.90%	3.90%	2.70%

(出所：4都市の統計年鑑・国民経済と社会発展統計公報により著者作成)

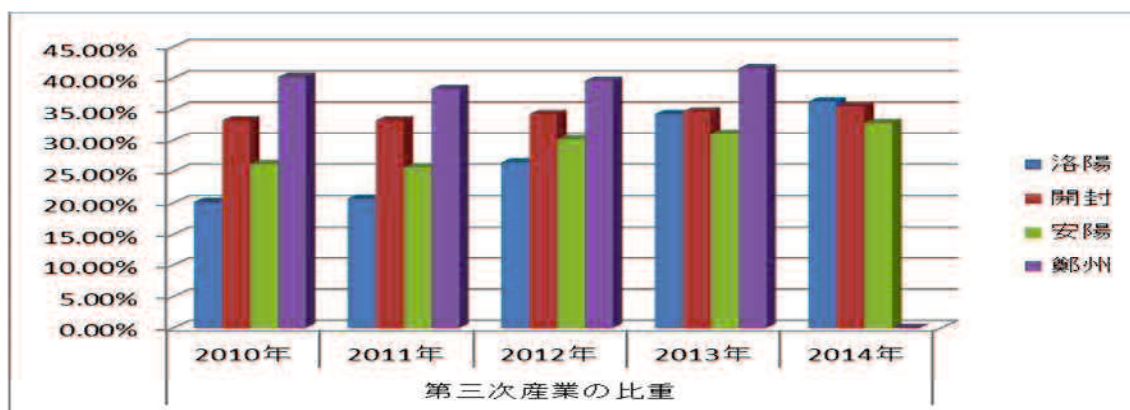


図 27 四大古都における第三次産業の比重



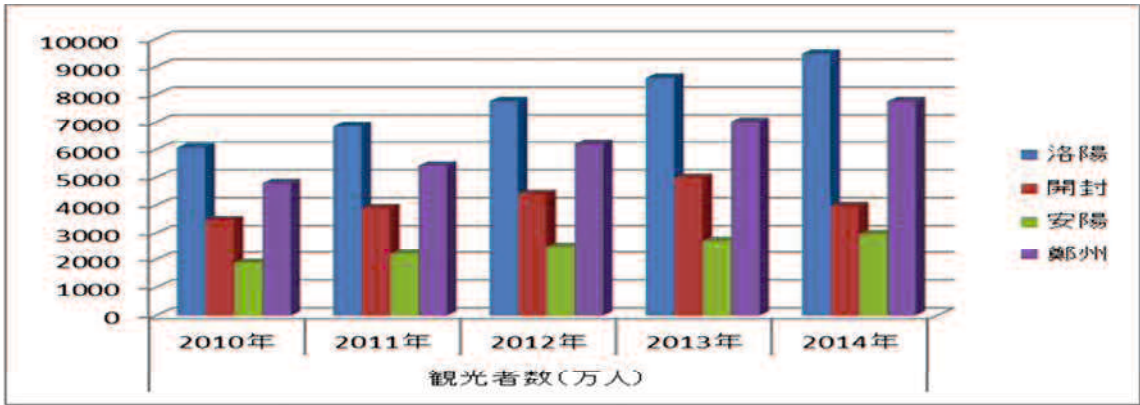


図 28 四大古都における観光者数

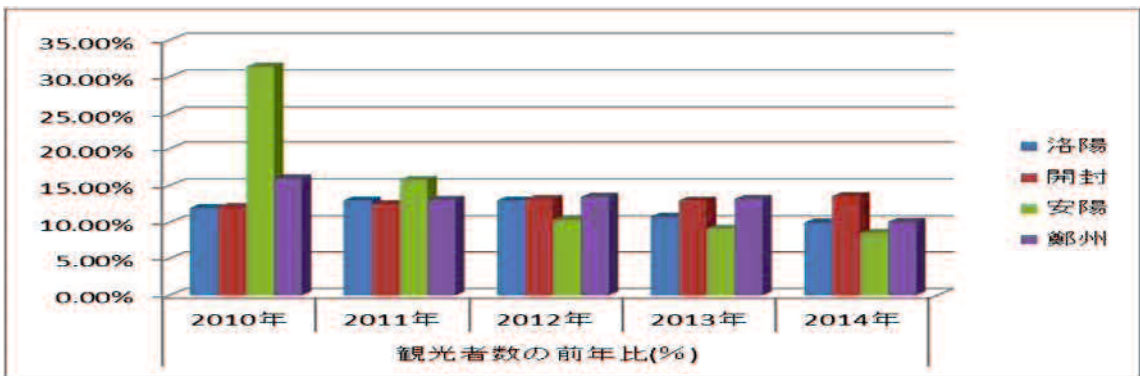


図 29 四大古都における観光者数の前年比

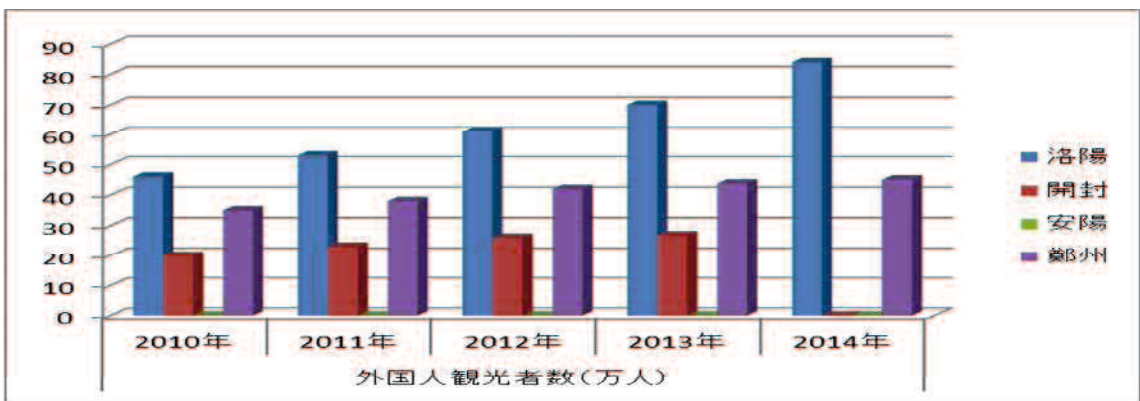


図 30 四大古都における外国人観光客数

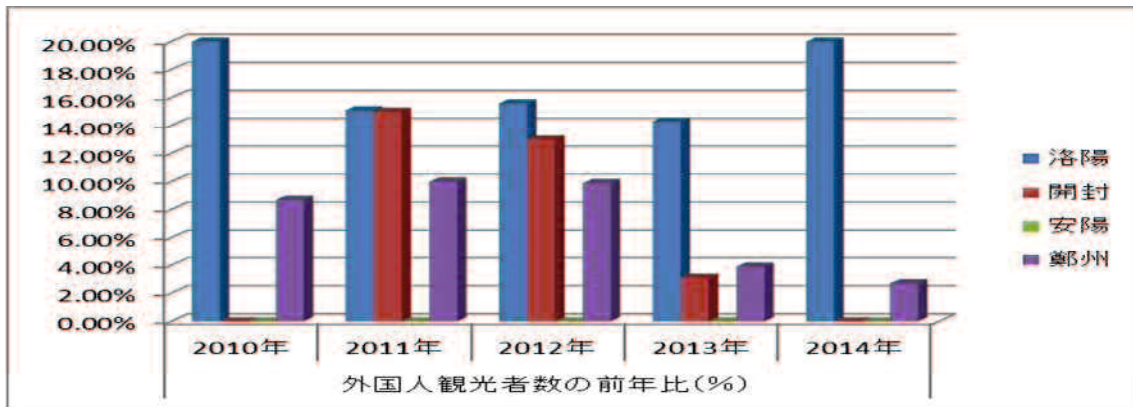


図 31 四大古都における外国人観光客数の前年比

#### 4. 2. 3 四大古都における観光政策の動き

政策的な導きは観光業の発展にとって、非常に重要な役割を果たしている。政府の支持は観光業が順調に発展できる保障で、政策的な導きは観光業の発展方向を示すものである。この部分の影響要因指標体系に対応したものとしては、Hの地域の政策制度、A6機会要因の政策転換が挙げられる。

『洛陽市“十二五”観光産業発展計画』によると、洛陽市観光の総体構想は、一つの旅行集散中心地、二つの観光産業クラスター、三つの観光産業地帯を建設することである。一つの旅行集散中心地とは、竜門石窟（世界文化遺産）、漢魏の古城、隋唐文化、牡丹を担体とする花の城などの開発と建設である。二つの観光産業クラスターとは、大伏牛山観光産業クラスターと黛眉山観光産業クラスターである。三つの観光産業地帯とは、黄河観光産業地帯、洛河流域観光地帯、伊河観光地帯である。そして、国際文化観光都市を目指しながら、洛陽を中心に、新郷、荷沢、南陽、襄樊、十堰、运城、晋城、邯鄲、泰安を支えとし、全面的、立体化な中原地域の旅行集散システムを構築する。

『開封市観光産業発展総体計画』によると、開封市の観光産業発展の位置づけは、“中国一流、世界知名の観光名城”、“中国の一番名高い宋文化の観光地”、“河南省の力強い

観光地”で、宋の時代の文化に基づき、“中国の宋都”を建設するのを重点的に推進している。そして、“観光立市”のスローガンを出しながら、洛陽のように、国際文化観光都市をも目指している。

『安陽市“十二五”観光産業発展計画』によると、安陽市観光の総体構想は、文化を核心とし、航空観光、自然観光の牽引作用を発揮し、漢字の発祥の地をブランドにし、国内と国際の両方の観光目的地を建設するものである。核心となる文化とは、世界文化遺産の“殷墟”を中心とする殷商文化である。そして、安陽市にはアジア最大の国際滑空基地があり、航空運動をはじめとし、安陽を“航空運動の都”に建設し、航空観光を発展させるとともに、国際観光を推進する。

『鄭州市“十二五”観光産業発展計画』によると、鄭州市観光の位置づけは、“国内海外知名の観光目的地都市”、“中国中部の重要な観光集散中心地都市”、“河南省観光産業発展の核心となる都市”で、地理位置の優勢を発揮し、河南省における観光産業発展の核心地位を強化する。鄭州市は2004年に“中国八大古都”に認定されたが、文化の面での影響はまだ弱い。しかし、交通要路に位置しているため、中核都市となる条件が十分そろっている。

以上の四大古都の観光政策を見ると、一体感が感じられない。各都市はそれぞれの政策を取っているが、都市と都市の間のつながりが見えない。そうすると、たとえ成功としても、点での成功だと思う。大規模になりにくく、大規模になれないと、成功を長く続けられないのではないか。

洛陽市は“千年の古都”と言われているが、観光の総体構想の中には、古都文化はわずかな部分を占めているに過ぎない。それは自分の優勢となる資源に対する認識が不足しているからと思う。そして、洛陽を中心とする中原地域の旅行集散システムを構築しようとしているが、これはもう一つのずれだと思う。洛陽市は都市の名、規模、人口、

経済発展などの面から、鄭州市と比べても、そんなに差はないとはいえ、交通の便では劣っている。交通は観光産業の発展にとって、非常に重要な役割を果たしている。そして、鄭州市から遠くないし、鄭州市との旅行集散中心地の競争は賢明ではない。

開封市は宋の時代の首都としてよく知られているが、“中国の宋都”を建設するのを重点的に推進している。北宋の名画である「清明上河図」、歴史人物「包青天」などのおかげで、国内旅行者にとって、非常に魅力のある都市である。ただし、外国人観光者にとって、魅力あるかどうかは疑問となる。開封市は鄭州市から70キロぐらい離れており、近年、両都市の一体化発展が進んでいるので、開封市にとって、非常に大きな発展チャンスとなる。

安陽市は殷商文化、漢字の発祥地などを核心とし、航空観光、自然観光の引率作用を發揮し、観光産業を發展する戦略を実施しており、国内と国際の両方の観光目的地を建設しようとしているが、河南省の一番北の都市なので、片手では手は鳴らせないような状況である。

河南省における古都地域は鄭州市を中心とし、東へ開封、西へ洛陽、北へ安陽というように大きな三角となっている。これは河南省の半分ぐらいを含める地域で、経済の發達している地域でもあり、中心的な存在となっている。そこで、四大古都地域が連携すれば、一つの大きな地域観光ブランドを構築できるのではないか。

#### 4.2.4 四大古都における歴史文化、経済、交通地理の分析

地域の歴史文化は観光資源の価値、核心力及び影響力を示すものである。そして、経済的な余裕ができたこそ、観光産業が盛んになるわけである。なお、観光活動の前提条件の1つとしては移動することで、交通地理条件を考えなければならない。この部分の影響要因指標体系に対応したものとしては、B3の資源価値、E5の核心吸引物、I2の文

化影響力、G1の都市化レベル、G3の社会の需給状況、E2の地域の交通、M2の交通業が挙げられる。

#### 4.2.4.1 歴史文化の分析

##### ①洛陽

洛陽は都としての歴史は1500年余りである。中国の初めての王朝である夏王朝から、前後して「商」、「西周」、「東周」、「東漢」、「曹魏」、「西晋」、「北魏」、「隋」、「唐」などの13個の王朝は洛陽に都を置いていた。「千年の帝都」と呼ばれている。「漢」、「魏」の時代の後、洛陽は次第に大都会になって、民族の融合及び国際交流などに大きく貢献している。洛陽は歴史上において、長期に渡って中国の政治、経済、文化の中心となっていた。その同時に、四通八達の交通枢軸ともなっている。「西周」王朝の初期、中国の最初の大きな道路網ができて、洛陽はその中心であった。そして、シルクロードの東端の起点で、隋唐大運河とも繋がれている。<sup>(58)</sup>

表 29 歴史上において洛陽に都を置いた王朝

王 朝	時 間
夏	前1735年—前1540年
商	前1600年—前1260年
西周	前1040年—前771年
東周	前771年—前256年
東漢	25年—190年
曹魏	220年—265年
西晋	265年—313年
北魏	493年—534年
隋	605年—619年
唐	657年—736年
	904年—907年
後梁	909年—913年
後唐	923年—937年
後晋	937年—938年

(注：「前」とは「紀元前」。出所：著者作成)

(58) 洛陽市政府ホームページ, <http://www.ly.gov.cn/>

## ②開封

近代の考古発掘により、開封は5、6千年前には既に人類の活動があった。中国の初めての王朝である夏王朝は開封のあたりに232年ほど都を置いたことがあり、歴史上は「老丘」と呼ばれている。記録のある歴史により、初めて都となったのは紀元前361年で、戦国時代の魏王朝が開封に遷都したというのである。「五代」の時期、「後梁」、「後晋」、「後漢」、「後周」は前後して開封に都を置いて、「東都」か「東京」を呼ばれている。この時期の開封は正式的に洛陽に取って代わり、政治、経済、文化、軍事の中心となった。

960年に宋が建国して、都を開封に置いた。歴史上は「北宋」と呼ばれているが、168年続いていた。その当時、開封は「東京」と呼ばれていて、人口100万人余り、世界中で最も繁華な大都市の1つとなっていた。そして、中国の海外への通路は既に「漢」、「唐」の時代以来のシルクロードから東南沿海に変わって、火薬、印刷などの中国の

表 30 歴史上において開封に都を置いた王朝

王 朝	時 間
夏	前18世紀初—前17世紀末頃
魏(戦国時代)	前361年—前225年
後梁	907年—909年
	913年—923年
後晋	938年—946年
後漢	947年—950年
後周	951年—960年
宋(北宋)	960年—1127年
金	1214年—1234年

(注:「前」とは「紀元前」。出所:著者作成)

発明はそこから世界に広がった。古代中国の四大発明の中の、印刷、火薬、羅針盤の3つは「北宋」時代の発明であり、「北宋」時代は「漢」、「唐」の時代の文化を受け継いで、「明」、「清」の時代の文化を開くような文化である「宋の文化」を育んだ。<sup>(59)</sup>

### ③安陽

「安陽」という名前は中国の春秋戦国時代から始まった。安陽県にある「小南海」洞窟の遺跡により、約 25000 年前から 13000 年前までの旧石器時代に、このあたりに既に人類が住んでいたと考えられる。安陽は商王朝後期の都である。

歴史資料の記録により、商王朝は頻繁に遷都しており、合わせて 13 回であった。商王朝の後期、約紀元前 1300 年に商王の盤庚氏は都を「北蒙」（安陽）に遷都し、「北蒙」の名前も「殷」に変えた。そのため、安陽は殷商王朝の都と言われている。殷商王朝の都の廃墟である「殷墟」は安陽市の北西部にあり、世界文化遺産となっている。「殷墟」は宮殿区、陵墓区、平民区などに分かれており、50 余りの宮殿遺跡がある。その他にも鑄銅の遺跡、手工業の工場及び大型の祭祀場などがある。商王朝が遷都の後、「殷」は商王朝の政治、経済と文化の中心となって、278 年続いていた。<sup>(60)</sup>

表 31 歴史上において安陽に都を置いた王朝

王 朝	時 間
商	前1300年—前1046年
曹魏	213年—266年
後趙	335年—351年
冉魏	351年—352年
前燕	357年—370年
東魏	534年—550年
北齊	550年—577年

(注：「前」とは「紀元前」。出所：著者作成)

(59) 開封市政府ホームページ, <http://www.kaifeng.gov.cn/>

(60) 安陽市政府ホームページ, <http://www.anyang.gov.cn/>

#### ④鄭州

鄭州は中華文明の重要な発祥の地の1つで、中華文明の枢軸地域である。1995年に発見された「西山古城遺跡」により、鄭州地域における都市の出現は約5300年前の仰韶文化の後期であったとされる。鄭州地域は中国における都市の源だと見なされている。5000年前に、中華民族の人文始祖である「軒轅」皇帝は鄭州に生まれ、都も鄭州に置いたそうである。3000余り年前に、中国の2番目の奴隸制王朝である商王朝は鄭州に都を置いていた。現在にも中心市街地に7キロぐらいの長さの商王朝時代の城壁がある。

「夏」、「商」の両王朝は前後して鄭州地域に都を置いた。周王朝、春秋戦国の時代に「管国」、「鄭国」、「韓国」なども前後して鄭州地域に都を置いた。紀元前1675年、「商湯」氏は夏王朝を滅ぼし、商王朝を建てた。都は「亳」（今の河南省商丘）に置いた。商王朝の第10代の王である「中丁」氏は都を鄭州に遷都した。紀元前765年、「鄭国」の王は都を鄭州に遷都したが、紀元前375年、「韓国」に滅ぼされた。その後、「韓国」も都を鄭州に遷都した。鄭州は「鄭国」と「韓国」の都として500年ほど続いていた。<sup>(61)</sup>

表 32 歴史上に鄭州に都を置いた王朝

王朝	時間
夏	不詳
商	不詳
管	前1046年—前1040年
鄭	前765年—前375年
韓	前375年—前230年

(注：「前」とは「紀元前」。出所：著者作成)

(61) 鄭州市政府ホームページ, <http://www.zhengzhou.gov.cn/>



中国における王朝の時間順及び都表(付録1)を見てわかるが、夏王朝(前2070年)から元王朝(1271年)にかけて、河南省における四大古都はほぼ中国の歴史を貫いている。元王朝以後、現在までは北京がずっと中国の首都となっている。最初の夏王朝の歴史は文字記録がないが、商王朝の歴史は文字記録がある。安陽は文字記録のある歴史上で中国の最初の首都である。安陽の「殷墟」で15万枚余りの甲骨文字が出土され、これは現在使われている「漢字」の源である。

河南省における四大古都地域における観光は、中国の4000年の歴史を体験できると言っても過言ではない。四大古都地域の連携ができれば、唯一無二な偉大な世界文化遺産となるに違いない。その古都文化、連携地域の大きさ、人口の多さ、交通の便利さ、一定の経済力などから見れば、世界レベルの観光地域となる力がある。さらに、中国における他の四大古都や世界中の古都と連携したら、もっと明るい未来があるだろう。

#### 4.2.4.2 経済の分析

##### ①洛陽

表33によれば、2010—2014年には、洛陽市のGDPは順調に伸びている。しかし、第一、二、三次産業の比重は2012年を境界線とし、大きな変化があった。第一次産業の比重は倍となり、7.9%であった。第二次産業の比重は約13%下がり、57.8%であった。第三次産業の比重は約8%伸び、34.3%であった。国内消費は年々伸びているが、伸び率が下がっている。輸出入は2012年に24.3%大きく減少した後、2013年に回復し13.8%増となった。2014年には再び1.8%減となった。観光者数は順調に大きく増加している。以上から見れば、洛陽市の経済発展はやや不安定な状態となっている。観光業は順調に伸びている。

表 33 洛陽市の経済発展の状況表（2010—2014 年）

年	2010	2011	2012	2013	2014
GDP（億元）	2321	2717	3001	3141	3285
前年比	13.20%	12.50%	10.00%	7.20%	9.00%
第一次産業（比重）	2.40%	2.40%	3.40%	7.90%	7.50%
第二次産業（比重）	77.40%	76.90%	70.10%	57.80%	56.20%
第三次産業（比重）	20.20%	20.70%	26.50%	34.30%	36.30%
国内消費	19.00%	18.10%	15.70%	13.90%	12.60%
輸出入	37.70%	34.70%	-24.30%	13.80%	-1.80%
観光者数（万人）	6079	6870	7765	8608	9470
前年比	12.00%	13.00%	13.00%	10.80%	10%
外国人観光者数（万人）	46	53	61	70	84
前年比	20.00%	15.10%	15.60%	14.30%	20.00%

（出所：『洛陽市国民経済と社会発展の統計公報』により著者作成）

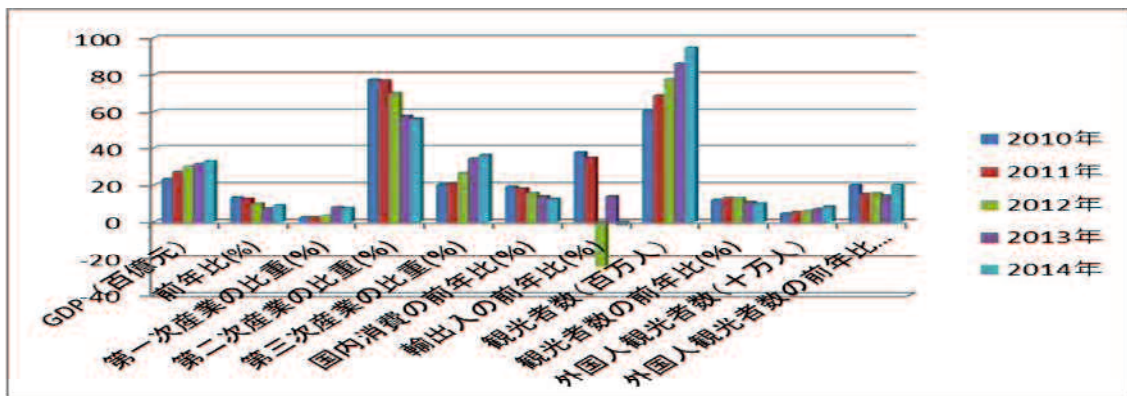


図 32 洛陽市の経済発展の状況図（2010—2014 年）

## ②開封

表 34 によれば、2010—2014 年には、開封市の GDP は伸びているが、規模がやや小さく、各産業の変化はあまりない。国内消費は年々増加しているが、伸び率が減少している。輸出入は 2012 年に最高の 34.2% 増から、2014 年の 0.3% 増となった。観光者数は 20.4% 減となった。以上から見れば、開封市の経済発展は鈍化しているが、特に観光業の発展は厳しいような状況になっている。

表 34 開封市の経済発展の状況（2010—2014 年）

年	2010	2011	2012	2013	2014
GDP（億元）	930	1094	1212	1364	1492
前年比	12.60%	12.90%	11.10%	10.80%	9.50%
第一次産業（比重）	23.60%	21.70%	21.30%	20.60%	19.10%
第二次産業（比重）	43.10%	45.00%	44.40%	44.70%	45.40%
第三次産業（比重）	33.30%	33.30%	34.30%	34.70%	35.50%
国内消費	20.20%	19.20%	15.90%	14.80%	13.00%
輸出入	12.90%	25.00%	34.20%	24.20%	0.30%
観光者数（万人）	3469	3902	4416	4990	3970
前年比	12.10%	12.50%	13.20%	13.00%	-20.40%
外国人観光者数（万人）	20	23	26	26.8	—
前年比	—	15.00%	13.00%	3.10%	—

（出所：『開封市国民経済と社会発展の統計公報』により著者作成）

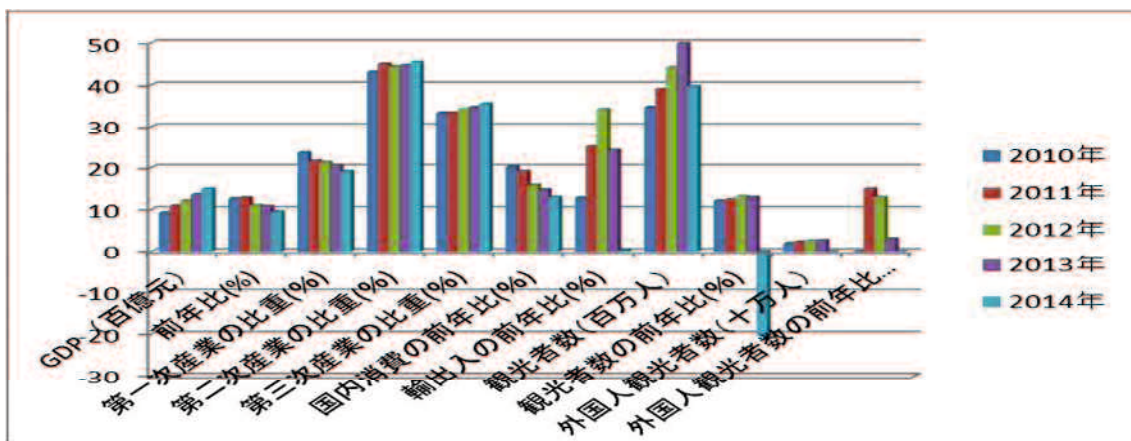


図 33 開封市の経済発展の状況（2010—2014 年）

### ③安陽

表 35 によれば、2010—2014 年には、安陽市の GDP の成長は少し緩まっている。第一次産業の比重は少し下がり、第二次産業、第三次産業の比重は少し増えた。国内消費は安定的に成長している。輸出入の変化は激しく、2010 年は 66.9% 増で、2012 年は 32.3% 減、そして、2013 年は再び 45.6% 増であった。観光者数は確実に伸びているとはいえ、

外国人観光者数の統計データはない。その原因は、今まで観光産業に対して、あまり重視していないからと考えられる。

表 35 安陽市の経済発展の状況（2010—2014 年）

年	2010	2011	2012	2013	2014
GDP（億元）	1311	1558	1593	1684	1830
前年比	13.10%	12.10%	7.50%	8.50%	8.70%
第一次産業（比重）	12.10%	11.30%	11.70%	11.80%	9.00%
第二次産業（比重）	61.70%	63.00%	58.10%	57.10%	58.10%
第三次産業（比重）	26.20%	25.70%	30.20%	31.10%	32.90%
国内消費	18.90%	17.80%	15.40%	13.60%	12.20%
輸出入	66.90%	17.80%	-32.30%	45.60%	
観光者数（万人）	1886	2206	2504	2727	2969
前年比	31.40%	15.80%	10.40%	9.20%	8.60%
外国人観光者数（万人）	—	—	—	—	—
前年比	—	—	—	—	—

（出典：『安陽市国民経済と社会発展の統計公報』により著者作成）

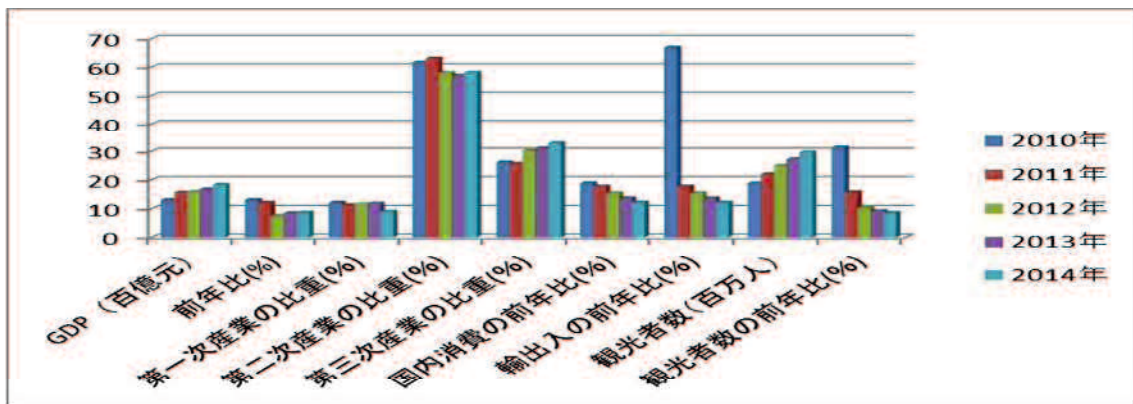


図 34 安陽市の経済発展の状況（2010—2014 年）

#### ④鄭州

表 36 によれば、2010—2014 年には、鄭州市の GDP は順調に伸びている。各産業の比重には変化があまりないが、国内消費は安定的に成長している。輸出入は 2011 年、2012 年の猛成長の後、著しく下がっている。2014 年は 8.6% 増となった。観光者数は順調に

大きく伸びている。以上から見れば、鄭州市は順調に発展しているが、特に観光業の発展は良好である。

表 36 鄭州市の経済発展の状況（2010—2014 年）

年	2010	2011	2012	2013	2014
GDP（億元）	4000	4913	5547	6202	6783
前年比	13.00%	13.20%	12.00%	10%	9.50%
第一次産業（比重）	3.10%	2.70%	2.60%	2.40%	—
第二次産業（比重）	56.70%	59.00%	57.80%	56.00%	—
第三次産業（比重）	40.20%	38.30%	39.60%	41.60%	—
国内消費	19.00%	18.40%	15.20%	13%	12.70%
輸出入	43.30%	210.10%	124.00%	19.30%	8.60%
観光者数（万人）	4797	5426	6200	7020	7766
前年比	16.00%	13.10%	13.50%	13.20%	10.10%
外国人観光者数（万人）	35	38	42	43.8	45
前年比	8.70%	10.00%	9.90%	3.90%	2.70%

（出所：『鄭州市国民経済と社会発展の統計公報』により著者作成）

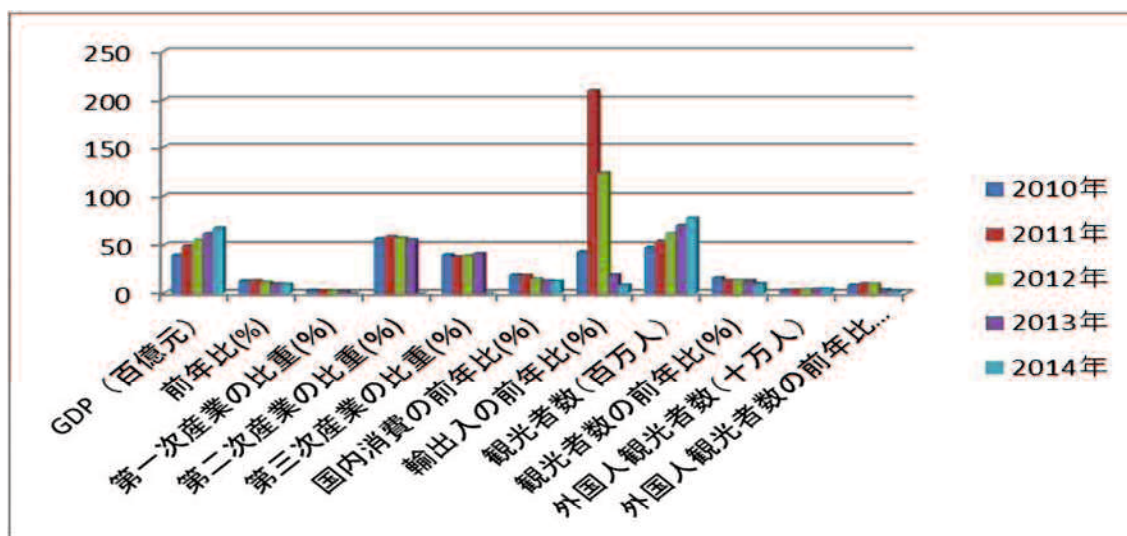


図 35 鄭州市の経済発展の状況（2010—2014 年）

以上は経済の面から四大古都について分析した。それにより、四大古都の経済発展はほぼ安定している。洛陽市と鄭州市の観光産業の発展は良好で、開封市の観光産業は厳しい状況となっており、安陽市の観光客数は小幅に安定的に成長している。省都として

の鄭州市の経済力ははっきり他の3都市を上回っているが、洛陽市の観光者数は一番多い。要するに、四大古都の経済状況には大きな差はなく、同じようなレベルになっている。

#### 4.2.4.3 地理交通の分析

河南省における四大古都地域は地理的に河南省の中北部に位置し、大きな三角形となっており、河南省面積の半分ほどを占める。河南省において経済が発達している地域である。これまで観光業をあまり重視していなかった。近年、観光業発展の大環境の影響で、観光業に力を入れ始めた。交通は観光業の基本的な条件の1つで、交通が便利かどうかは観光業の発展に大きな影響を与える。

河南省の交通と言ったら、「鄭州」を言わなければならない。鄭州は鉄道が運んできた都市だと言われている。表37を見てわかるが、鄭州の交通は非常に発達している。鉄道についてみれば、鄭州は中国の2大鉄道幹線である隴海鉄道と京広鉄道の交差点で、多数の高速鉄道の始発駅でもある。将来中国の普通鉄道と高速鉄道の「双十字」の中心となる見込みである。都市間の直行便もたくさんある。道路についてみれば、107国道、310国道があるほかに、数多くの高速道路幹線もある。そして、1つの国際空港「鄭州新鄭国際空港」がある。

洛陽は地理位置においては鄭州に劣っているが、地域的な交通の中心となっている。鉄道についてみれば、鉄道幹線の隴海鉄道があるほかに、鄭西高鐵（鄭州—西安の高速鉄道）、焦柳鉄道、蒙中鉄道などがある。都市間の直行便もいくつかある（鄭州—洛陽、洛陽—鄭州新鄭国際空港、焦作—洛陽、洛平など）。道路についてみれば、6つの高速道路（環城高速、連霍高速、二広高速、寧洛高速、鄭盧高速、洛欒高速）があるほか、4つの快速道路（洛偃快速道路、洛宜快速道路、洛欒快速道路、洛吉快速道路）もある。そして、1つの国際空港「洛陽北郊国際空港」がある。

開封は交通の発達している鄭州から近いので、交通の便が少し弱い。鉄道についてみれば、鉄道幹線の隴海鉄道があるほか、鄭州と開封の両都市間の直行便がある。道路についてみれば、306 国道、307 国道の他に、連霍高速、京開高速、日南高速、鄭民高速などがある。そして、空港はないが、鄭州の「新鄭国際空港」から遠くない。

安陽は地域的な中心都市となっているが、鄭州から少し離れている。鉄道についてみれば、中国の 2 大鉄道幹線である京広鉄道と京港鉄道が並行して南北に走っているほかに、晋豫魯鉄道支線が西東に走っている。道路についてみれば、106 国道、107 国道及び 301 省道の他に、京港澳高速、大広高速、南林高速、鶴輝高速、濟東高速、林桐高速、環城高速などがある。そして、安陽北郊空港と安陽豫東北空港の 2 つの空港がある。安陽北郊空港は航空学校として使っており、長い歴史がある。安陽豫東北空港は建設予定の空港である。

表 37 四大古都の交通状況①

都市	鉄道	道路	空港
鄭州	・ 国家鉄道幹線： 隴海鉄道、京広鉄道	・ 国道： 106国道、107国道	鄭州新鄭 国際空港 (CGO)
	・ 国家高速鉄道網： 京港高速、鄭西高速、鄭徐高速、 鄭滄高速、鄭合高速	・ 高速道路幹線： 京港澳高速、連霍高速、空港高速、 環城高速、鄭少高速、鄭民高速、 鄭堯高速、商高速、永登高速、 空港西高速、鄭盧高速、鄭焦晉高速、 焦桐高速、鄭青高速	
	・ 都市間直行便： 鄭一洛、鄭一許、鄭一開、 鄭一焦、鄭一平、鄭一新、 鄭一新鄭国際空港		
洛陽	・ 国家鉄道幹線： 隴海鉄道	・ 高速道路： 環城高速、連霍高速、二広高速、 寧洛高速、鄭盧高速、洛欒高速	洛陽北郊国際空港
	・ 鉄道： 鄭一西(高速)、焦柳、蒙中	・ 快速道路： 洛偃快速、洛宜快速、洛欒快速、 洛吉快速	
	・ 都市間直行便： 鄭一洛、洛一新鄭国際空港、 洛一焦、洛一平		
開封	・ 国家鉄道幹線： 隴海鉄道	・ 国道/省道： 106国道、310省道	
	・ 都市間直行便： 開一鄭	・ 高速道路： 連霍高速、京開高速、日南高速、 鄭民高速	
安陽	・ 国家鉄道幹線： 京広鉄道、晋豫魯鉄道	・ 国道/省道： 106国道、107国道、301省道	・ 安陽北郊空港 ・ 安陽豫東北空港
	・ 国家高速鉄道幹線： 京港高速	・ 高速道路： 京港澳高速、大広高速、南林高速、 鶴輝高速、濟東高速、林桐高速、 環城高速	

(出所：百度百科により筆者作成)<sup>(62)</sup>

表 38 を見ていくが、まず鄭州と開封の関係について説明する。近年、「鄭汴一体化」(鄭州と開封の一体化)が進んでいる。両都市間の距離は短いから、交通システムはほぼ一体化になっている。そこで、表 39 からの分析は鄭州と開封との交通を除外する。

李山・王铮(2009)によると、中国における観光市場について、観光目的地から 300 キロ以内は観光地発展の基礎となる地域である。300 キロ以上の地域の市場需給は観光圏の形成と拡張を促進するが、距離の度としては 600 キロ以内が適切である。<sup>(62)</sup> ここでの分析は河南省に限っており、中国の一部に過ぎないので、以上の判断基準に基づき半分にして判断基準として分析していく。つまり、観光地発展の基礎となる地域を 150 キロ以内で、観光圏の判断基準を 300 キロ以内とする。

四大古都間の距離について、鄭州を中心とし、東へ 79 キロに開封、西へ 140 キロに洛陽、北へ 194 キロに安陽がある。洛陽-安陽間は 299 キロである。そして、洛陽-開封は鄭州経由 219 キロで、安陽-開封は鄭州経由 273 キロである。最短距離は鄭州-開封、最長距離は洛陽-安陽である。

---

(62)以下の参考文献に基づき百度百科が作成したものにより筆者作成

(「百度」は世界中に最大の中国語の検索エンジンで、最大の中国語ポータルサイトである)

- ①鄭州「米」字形高鐵引領都市日新月異. 中国青年網 <https://www.youth.cn/> (2016. 11. 02)
- ②鄭州市幹線公路基本狀況. 鄭州市公路管理局 <http://zzjt.zhengzhou.gov.cn/> (2016. 11. 03)
- ③鄭州交通狀況介紹. 人民鐵道網 <http://www.peoplerrail.com/rail/index.html> (2016. 11. 02)
- ④中原經濟區核心城市之洛陽. 鳳凰網 <http://www.ifeng.com/> (2014. 02. 24)
- ⑤洛陽市—河南省地方史志辦公室. 河南省情網 <http://www.hnsqw.com.cn/> (2017. 05. 23)
- ⑥開封交通. 中国開封 <http://www.kaifeng.gov.cn/> (2014. 04. 18)
- ⑦吉炳偉調研中意湖和鄭徐高鐵開封北站項目建設. 河南省人民政府 <http://www.henan.gov.cn/> (2017. 06. 09)
- ⑧多措并举力保石武高鐵安陽東站工程順利竣工. 安陽新聞網 <http://www.aynews.net.cn/> (2012. 12. 03)
- ⑨安陽市省轄市介紹. 河南省商務庁 <http://www.hncom.gov.cn/> (2015. 10. 18)
- ⑩河南監管局完成安陽北郊機場使用許可証變更工作. 民航局網 <http://www.caac.gov.cn/index.html> (2012. 11. 10)



高速道路の場合は、鄭州-洛陽は 1.9 時間、鄭州-安陽は 2.4 時間となっている。高速鉄道の場合は、鄭州-洛陽は 40 分ほど、鄭州-安陽は 40-50 分ほどとなっている。洛陽から安陽までは、高速道路で 3.4 時間、高速鉄道で 1.5 時間となっている。洛陽から開封までは(高速道路は鄭州を經由なので、説明は省略する)、高速鉄道がないが、快速鉄道が走っており、約 2.5 時間かかる。そして、開封から安陽までは(高速道路は鄭州を經由なので、説明は省略する)、高速鉄道がないが、快速鉄道が走っており、約 3.5 時間かかる。以上の分析から見れば、四大古都地域における交通網ができており、交通システムは発達し、観光交流にはほぼ問題ない。鄭州を中心としたら、交通手段によって、ほかの 3 つの古都まで 40 分から 2.5 時間ほどかかり、1 つの観光地域となる条件を満たす。

表 38 四大古都の交通状況②

区間	交通距離(キロ)	高速道路	高速鉄道
		時間	時間
鄭州—洛陽	140	1.9h	40分
鄭州—安陽	194	2.4h	40-50分
鄭州—開封	79		
洛陽—安陽	299	3.4h	1.5h
洛陽—開封	鄭州經由	鄭州經由	2.5h(快速鉄道)
開封—安陽	鄭州經由	鄭州經由	3.5h(快速鉄道)

(出所：百度地図により著者作成)

#### 4.2.5 古都地域の連携と地域ブランドの構築

地域ブランドは言い換えれば、地域のイメージである。観光活動の特徴としては人の行為による活動で、観光者は観光地を選択する時、人の主観的な判断は重要な決め手の1つである。主観的な判断にとって、イメージは大きな影響を与える。この部分の影響要因指標体系に対応したものとしては、I6の観光イメージが挙げられる。

河南省において、歴史文化観光資源や自然観光資源などは非常に豊富だが、世界によく知られていない。世界的に知名な観光地域になるためには、ある程度の規模の建設が必要である。地域の連携はこのような建設に対して、一つの有効な手段である。河南省における四大古都地域の連携が実現できたら、中国ないし世界中においても一つのパワフルな観光地域ブランドとなるに違いない。

地域ブランドに対する研究は近年日本で多く出ている。ブランドと言ったら、まず思い浮かぶのは製品だと考えることが多い。しかし、企業、地域自体などもブランドになることはできる。地域ブランドに関する捉え方は様々であり、一様ではない。著者は佐々木(2011)、電通 abic project(2009)、特許庁(2009)、内田(2008)、阿久津・天野(2007)などの捉え方を踏まえ、地域ブランドの特徴を以下のようにまとめた:①商品・サービスのブランドとイメージのブランドを結びつける。②付加価値の向上を通して、他地域との差別化を図る。③地域資源の域内共有と域外への発信。④地域の活性化を目的とする。以上のように、地域ブランドの構築は地域の活性化を目的としており、地域資源の域内共有と域外への発信を通して、イメージなどの付加価値を向上させながら、他地域との差別化を図る。

河南省と言ったら、古い歴史を持っている地域だというイメージが強い。中国の歴史は長いので、河南省のような歴史文化地域は中国では何か所がある。河南省の観光業の主な問題は自分の地域的なブランドを持っていないことである。そこで、自分の特色を

持っている地域観光ブランドの構築は非常に大きな意味を有している。地域観光ブランドの構築を通して、地域観光の連携を実現させる。そして、地域観光の連携を通して力強い観光イメージを作って、世界に発信することは大切なことである。

一般的に、地域観光の連携と関わっているのは政府、企業、現地住民、業界協会などがある。政府は管理主体で、企業は市場主体で、現地住民は参与主体で、業界協会は協調主体である。政府は政策を制定しながらその実施を促す。企業は政府政策に基づき観光商品を作り出し観光市場の発展を推進する。現地住民は企業の実行主体でありながら、潜在的な観光客で、市場監督者でもある。業界協会はそれらの一連の行為を協調する役割を果たしている。

したがって、四大古都地域観光の連携を実現するプロセスを要すれば、政府は専門的な管理機構を設立する。企業はそれなりの観光商品を作る。現地住民は観光市場の運営に積極的に参与すると同時に、古都人意識を育て、古都文化を宣揚する役割を果たす。地域観光の連携は多くの面と関わっているので(政府間の連携、観光企業間の連携、現地住民や業界協会間の連携など)、各面の要素は共同で地域観光の有効な連携を推進することが大切なことである。

## V. まとめと創新点

今世界経済の発展は一体化に向かっている。連携は一体化を実現する有効な手段である。欧州連合、北米自由貿易区、アジア環太平洋経済協力のような地域経済の連携はある程度できているが、観光業における連携も盛んになっている。観光産業は21世紀のリーディング産業だと言われている。観光産業は多くの産業と関わっており、強い輻射力及び産業の連動効果を持っているので、観光産業の発展にとって連携は非常に重要な意味を有している。本論文は中国における地域観光の連携モデルについて検討してきたが、以下のようにまとめた。

## 5.1 論文全体のまとめ

- (1) 序章部分では、研究の目的、背景、意義及び研究方法について述べ、研究の構成図を作って、先行研究のレビューを通し本研究の問題を提起した。中国経済の発展につれて、観光産業の発展もどんどん強くなっている。各地域間における観光産業の競争は厳しくなりつつある。単なる競争は短期間での利益を得られるが、長い目で見れば、お互いに連携することは不可欠である。この点に基づき、多くの地域は地域観光の連携について模索し始めた。地域観光の連携モデルについて、多様な研究の角度によって得られた結果は様々である。現状から言うと、多くの研究は構想、実行性、意義、分類などにとどまり、具体的な深い研究はまだ少ない。本論文は河南省を事例とし、地域観光の連携に関する影響要因の指標体系を構築し、影響要因の実証分析を通して連携モデルの選定を試みた。科学的なモデルの選定は連携の盲目性を克服でき、政府主導の連携モデルにおける類似性の問題もある程度解決できる。さらにその選定によって地域観光の連携の健康的な発展を促進できる。観光に関する研究は多学科、交差学科及び学科間の研究を特徴としているが、本論文は事例研究法、三角定位法、アンケート調査法を使って研究を進めた。
- (2) 第2章は地域観光連携の影響要因指標体系の構築である。地域観光の発展に影響する要因はいろいろあるが、例えば、観光資源、観光荷重力、観光吸引力、観光市場の発展潜在力、地域文化などがある。このような要素が揃えば、地域観光の発展を促進できるばかりではなく、地域観光の連携にも役に立つ。そこからみれば、地域観光の連携に対し、完全かつ最適化の観光システムが必要となる。この観光システムは地域観光の連携に影響する基本要因、核心要因、駆動力要因、協力要因、関連要因及び機会要因を含む。本章はダイヤモンドモデルに基づき、地域観光連携の影響要因指標体系を構築した。

- (3) 第3章は地域観光連携の影響要因に関する実証分析である。本章では、河南省を例として地域観光連携の影響要因に関する実証分析を行い、科学的な連携モデルの選定を試みた。まず、河南省の概況及び観光産業の現状について分析した。そして、影響要因指標体系に基づき、主に観光資源、観光業の発展レベル、観光荷重力、観光吸引力、観光市場の面から実証分析を行った。
- (4) 第4章は地域観光の連携モデルの選定である。この章では、第3章の実証分析により、河南省における地域観光の連携モデルを選定した。つまり、四大古都地域を中心とし、核心—辺縁モデルを構築することである。そして、歴史文化、経済、交通地理という定性的な影響要因指標体系の面から四大古都地域の現状を分析することを通して、連携モデルの選定結果にもう1つの根拠を与えた。
- (5) 第5章はまとめと創新点である。この章では、論文の全体をまとめて結論を出しながら、本論文の創新点を述べた。更に、本研究の展望と今後の課題について述べて終わりにした。

## 5.2 本論文の創新点

- (1) 中国における地域観光の連携は珠江デルタ地域と長江デルタ地域を除いて、ほとんど初期段階、概念の段階にとどまっている。連携モデルについて、珠江デルタ地域と長江デルタ地域としても、観光業の発展につれて自然に出てきた形に基づき、総括したものである。中国の面積は広く人口も多く、56の民族もあるので、1つの地域の成功経験は他の地域の参考となれるが、普遍性を持つのは難しい。それに、政府主導なので、類似性が高い。今までの研究はほとんど構想、実行性、意義、分類などの浅い段階にとどまり、系統的に連携モデルの選定に関する研究はまだ少ない。本論文は地域観光の連携に関する影響要因指標体系を構築し、系統的に影響要因指標体系の実証分析の角度から地域観光の連携モデルを選定することを試みた。本論

文は地域観光の連携モデルの選定に科学的な根拠を与え、政府主導の類似性の問題もある程度解決できる。本論文は地域観光の連携モデルに関する研究の新たな展開である。

(2) 現在多くの研究は指標体系の構築及び評価に対し、デルファイ法や階層分析法などを使って、重み付けを設置することを通して評価点数を設けて行う。専門家の意見はある程度の権威を持っているとはいえ、主観的な成分も多いので、客観性には少し欠けている。本論文はダイヤモンドモデルに基づき、デルファイ法を加えて指標体系を構築した。さらに数学や地理学の計算方法を入れて、重要影響指標の測定を行い、できるだけ系統的に科学的な評価を行った。

(3) 河南省における地域観光の連携に関する研究はまだ少ないが、近年増える傾向である。今までの研究は構想、概念的な検討に集中している。本論文は初めて観光影響要因の角度から実証分析を通して、河南省における地域観光の連携モデルについて系統的な研究を行った。

### 5.3 今後の課題

地域観光の連携モデルに関する研究はまだ探索的段階なので、事例研究が多い。本論文は伝統歴史文化地域である河南省を例として影響要因指標体系の実証分析を行ったが、伝統歴史文化地域における地域観光の連携モデルに対する1つの試みでもあった。その一方、中国の面積は広いので、各地域はそれぞれの特徴を持っている。これから、異なる特徴を持っている地域に対する研究は必要となる。

地域観光の連携は動的な漸進の発展過程で、連携の主体は多く、連携のモデルは多様で、異なる発展段階にはそれぞれの状況が出てくる。そこで、本研究が構築した地域観

光の連携に関する影響要因指標体系はもっと補完調整する必要がある。そして、指標分析の方法はもっと充実させ、より多くの可能性を見出すのはこれからの課題となる。

日本語参考文献：

- 朝水宗彦(2000)『オーストラリアのエスニシティ:人文観光の視点から』文芸社
- 阿久津聡・天野美恵子(2007)「地域ブランドとそのマネジメント課題」『季刊マーケティングジャーナル』105:4-19
- 淡野明彦(1998)『観光地域の形成と現代的課題』古今書院
- 内田純一(2008)「地域ブランド創造の戦略」石森秀三編著『大交流時代における観光創造』北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院:119-138
- 内藤嘉昭訳(ダグラス・ピアス著)(2001)『現代観光地理学』明石書店
- 小沢健市(1992)『観光の経済分析』文化書房博文社
- 小沢健市監訳(M. T. シンクレア, M. スタブラー著)(2001)『観光の経済学』学文社
- 奥村誠・塚井誠人(2008)「観光圏形成に向けた観光資源の地域間連携に関する分析」『土木計画学研究』25(9):349-354
- 河村誠治(2008)『観光経済学の原理と応用』九州大学出版会
- 角本伸晃(2011)『観光による地域活性化の経済分析』成文堂
- 額賀信(2008)『観光統計からみえてきた地域観光戦略』日刊工業新聞社
- 乾弘幸(1999)「観光ビジネスにおける競争と連携の戦略—VAS (Value Alliance System) の構築」『商経論叢』40(3):247-268
- 乾弘幸(2006)「観光立国実現のための統合連携組織形成—組織論的アプローチ—」『商経論叢』47(2):73-93
- 神田孝治(2012)『観光空間の生産と地理的想像力』ナカニシヤ出版
- 神田孝治編(2009)『観光の空間:視点とアプローチ』ナカニシヤ出版
- 神頭広好(2002)『観光の空間経済分析』愛知大学経営総合科学研究所
- 経済産業省・特許庁(2009)『地域団体商標 2009』特許庁
- 捧富雄(2006)「観光による地域振興の推進における地域行政体と住民の役割分担 とその連携要因—旧勝山町における事例研究—」岡山商大社会総合研究所. 27:31-42
- 佐々木一成(2011)『地域ブランドと魅力あるまちづくり——産業振興・地域おこしの新しいかたち』学芸出版社
- 佐藤泰裕・田淵隆俊・山本和博(2011)『空間経済学』有斐閣
- 敷田麻実・内田純一・森重昌之編(2009)『観光の地域ブランディング:交流によるまちづくりのしくみ』学芸出版社
- 田中掃六編(2011)『実学・観光産業論』プラザ出版
- 千相哲(2001)「観光振興における交流と連携」『商経論叢』41(4):199-218
- 張長平(2013)『観光分析:計量的アプローチと応用』古今書院
- 電通 abic project(2009)『地域ブランド・マネジメント』有斐閣
- 山村順次(1990)『観光地域論:地域形成と環境保全』古今書院



山村順次(2004)『新觀光地理学』原書房

山村順次編(2012)『觀光地理学:觀光地域の形成と課題』(第2版)同文館出版

中国語参考文献:

A. J. 維尔(2008)『休閒与旅遊研究方法』中国人民大学出版社

保繼剛(2000)『旅遊開發研究:原理・方法・实践』科学出版社

保繼剛・楚義芳(1999)『旅遊地理学』高等教育出版社

車裕斌・黃晚意(2003)「区域旅遊系統吸引力預測研究」世界地理研究. 12(4):58-64

陳実(2009)「國際合作背景下的西部地区区域旅遊合作模式与路径研究」西北大学

崔哲浩・李英花(2005)「試論旅遊地承载力的測量及管理」延边大学学报. 6(2):124-125

崔鳳軍・劉家明(1998)「旅遊環境承载力理論及其实践意義」地理科学進展. 17(1):86-91

崔琚琰(2013)「基于断裂点理論的皖江城市吸引範圍研究」銅陵学院学报. (4):60-63

董觀志(2004)「粤港澳大旅遊区發展模式創新研究」旅遊學刊. (4):49-52

方幼君(2006)「旅遊資源定量評估体系及方法研究」浙江大学

郭長江・崔曉奇・宋綠叶(2007)「国内外旅遊系統模型研究總述」中国人口資源与環境  
(4):101-106

郭立平・陳忠暖(2001)「中国区域旅遊經濟綜合實力分析和類型划分」地理学与国土研究. 17(3):88-91

国家質量監督檢驗檢疫總局(2003)『旅遊資源分類、調查与評估』(GB/T18972-2003)中国標準出版社

何小東(2008)「中国区域旅遊合作研究——以中部地区為例」華東師範大学

河南省政府(2006)「關於進一步加快伏牛山生態旅游發展的意見」河南省

靳誠・徐菁・陸玉麒(2006)「長三角区域旅遊合作演化動力機制探討」旅遊學刊. 21(12):43-47

孔凡文・胡弘・張婷婷(2013)「城市經濟承载力及其測算方法研究——以瀋陽市為例」城市問題. 216(7):55-58

黎鵬(2003)『区域經濟協同發展研究』經濟管理出版社

李山・王铮(2009)「適度旅遊圈時空規模的可計算模型」地理學報. 64(10):1255-1266

李樹民(2005)「区域旅遊合作的行為模式与動力機制研究」旅遊學刊. 20(3):10-10

李明躍(2008)「旅遊景区競爭力綜合評估指標体系与綜合評估模型」蘇州大学学报. (2):34-36

李明亮・鄭躍星(2014)「区域旅遊合作評估及合作模式探究」資源開發与市場. (8):1010-1015

李山(2006)「旅遊圈形成的基本理論及其地理計算研究」華東師範大学:24-26

李克(2006)「在伏牛山生態旅遊發展工作會議上的講話」河南省政府

李景宜・周旗(2002)「区域入境旅遊業競爭力比較研究」地理学与国土研究. 18(3):79-82

李景宜・甘枝茂・徐春迪(2002)「我国入境旅遊市場競爭態及其轉移分析」宝鷄文理学院学报. 22(3):209-212

- 李景宜·苟克寧(2002)「甘肅省入境旅遊市場競爭態分析」西北師範大學學報. 38(4):90-92
- 李景宜·孫根年(2002)「旅遊市場競爭態模型及其應用研究」資源科學. 24(6):91-96
- 梁明珠·張欣欣(2006)「汎珠三角旅遊合作與資源整合模式探究」經濟地理. (2):335-339
- 林剛(1996)「試論旅遊地的中心結構—以桂東地區為例」經濟地理. 6(2):102-108
- 劉佳·張捷·顧朝林(2005)「旅遊規劃中空間競爭與區域旅遊合作研究」旅遊管理. 20(3):79-83
- 劉書安·黃躍麗·李凡等(2008)「大珠三角區域旅遊合作的演化探討」桂林旅遊高等專科學校學報. (2):190-194
- 陸玉麒(2002)「區域雙核結構模式的形成機理」地理學報. (1):85-95
- 羅明義(2001)『旅遊經濟分析—理論·方法·案例』雲南大學出版社
- 馬宏麗(2014)「基於新經濟地理學視角下的河南旅遊區域合作與政策研究」河南工業大學學報. 10(3):75-78
- 馬國賢(1985)「凱恩斯“乘數理論”剖析」江西財經學院學報. (2):92-97
- 馬洪·孫尚清(1985)『經濟與管理大辭典』中國社會科學出版社
- 馬曉冬·司緒華·朱伝耿(2007)「1990年代以來我國區域旅遊合作研究進展」人文地理. (4):16-20
- 邁克爾·波特(2002)『國家競爭優勢』(李明軒·邱如美譯)華夏出版社
- 攀霆(2006)「旅遊環境承載力理論及評估方法研究」湖南大學:42-43
- 秦學(2004)『觀光業跨區域連合發展的理論與實證研究——機理、模式與協調機制』華東師範大學
- 秦學·桂拉旦(2009)「中國區域旅遊合作的總結與展望」經濟問題探索. (9):146-151
- 斯蒂芬 L. J. 史密斯(1991)『旅遊決策與分析方法』中國旅遊出版社
- 唐善茂·張瑞梅(2006)「區域旅遊可持續發展評估指標體系構建思路探討」桂林工學院學報. 26(1):143-147
- 汪明宇(2009)『旅遊合作與區域創新』科學出版社
- 王家駿(1999)「旅遊系統模型整體理解旅遊的鑰匙」無錫教育學院學報. (1):66-69
- 王錚·鄧悅·葛昭攀(2002)『理論經濟地理學』科學出版社
- 王躍中·賀輝(2014)「基於中心地理理論的服務業空間布局研究新進展」湖南財政經濟學院學報. 30(8):124-132
- 王清洛·孫歆·李超等(2013)「城市中心性研究進展綜述」改革與開放. (5):101-102
- 王良健(2001)「旅遊可持續發展評估指標體系及評估方法研究」旅遊學刊. 16(1):67-70
- 魏小安(2002)『旅遊目的地發展實證研究』中國旅遊出版社
- 韋建華(2014)「基於遊客體驗的森林公園旅遊承載力評估研究」大連理工大學
- 溫秀(2010)「區域旅遊合作主體行為與合作路徑研究——以西部地區為例」西北大學
- 翁瑾·楊開忠(2005)『旅遊空間結構的理論與應用』新華出版社
- 吳必虎(1997)「中國城市居民旅遊目的地選擇行為研究」地理學報. 52(2):97-103

- 吳朝陽(2007)『地域經濟一体化的組織經濟學分析』經濟管理出版社
- 吳晋峰·包浩生(2005)「旅遊流距離衰減現象演繹研究」人文地理. 2(4):63-66
- 吳軍(2007)「中國區域旅遊合作時空演化特征分析」旅遊學刊. 22(8):35-41
- 吳寧寧(2014)「區域雙中心旅遊城市合作模式研究」青島職業技術學院學報. (3):14-19
- 薛瑩(2001)「區域旅遊合作現狀調查と对策研究」浙江大學
- 許輝春(2012)「區域旅遊合作的模式与機制研究」武漢理工大學
- 肖忠東·趙西萍(2003)「旅遊目的地承載力研究」預測. 22(1):71-74
- 楊榮斌·鄭建瑜·程金龍(2005)「區域旅遊合作結構模式研究」地理与地理信息科學. 21(5):95-98
- 楊時進(1981)「地域旅遊公司的體制值得提唱」財貿經濟從刊. (2):31-34
- 楊忠全·吳穎·袁德美(1995)「德爾菲法的定量探討」情報理論と實踐. (5):11-13
- 易世志(2005)「淺析波士頓矩陣法的局限」商業研究. 324(16):101-104
- 禹有松·馮學鋼·楊桀(2008)「安徽参与長三角區域旅遊合作模式研究」地域研究与開發. (3):65-69
- 袁彬悠·呂紅波(2012)「波士頓矩陣應用擴展研究」經營与管理. (6):85-89
- 張廣宇·潘興菊(2015)「基于文獻計量分析的区域旅游合作研究評述」廣西師範學院學報. (6):154-161.
- 張廣海·周菲菲(2009)「環渤海城市旅遊經濟聯系度分析」經濟研究導刊. (8):120-123
- 張凌雲(1989)「旅遊地空間競爭的交叉彈性分析」地理學和國土研究. (1):21-23
- 張義平(2006)「可持續旅遊環境承載力理論研究」雲南師範大學學報. (7):71-73
- 趙爾巽(1942)『清史稿』上海聯合書店
- 鄒統鈺(2010)『區域旅遊合作模式与機制研究』南開大學出版社
- 鄒曉明·熊國保·馬杰(2004)「區域旅遊合作論」江西社會科學. (11):231-234
- 朱紅兵·馮翔(2014)「長三角區域旅遊合作發展模式分類及評估研究」地理与地理信息科學. (3):108-113
- 周一星·張莉·武悅(2001)「城市中心性与我國城市中心性的等級體系」地域研究与開發. 20(12):1-5
- 河南省人民政府辦公廳(2001)『河南省“十五”觀光產業發展計畫』河南省
- 河南省人民政府辦公廳(2006)『河南省“十一五”觀光產業發展計畫』河南省
- 河南省人民政府辦公廳(2012)『河南省“十二五”觀光產業發展計畫』河南省
- 河南省統計局·中國統計局河南總隊(2006—2014)『河南省統計年鑑』中國統計出版社
- 河南省統計局(2010—2014年)『國民經濟和社会發展統計公報』河南省
- 洛陽市統計局(2010—2014年)『洛陽市國民經濟和社会發展統計公報』洛陽市
- 開封市統計局(2010—2014年)『開封市國民經濟和社会發展統計公報』開封市

安陽市統計局 (2010—2014 年) 『安陽市国民經濟和社会發展統計公報』 安陽市  
鄭州市統計局 (2010—2014 年) 『鄭州市国民經濟和社会發展統計公報』 鄭州市  
洛陽市觀光局(2010) 『洛陽市“十二五” 觀光産業發展計畫』 洛陽市  
開封市觀光局(2007) 『開封市觀光産業發展總体計畫』 開封市  
安陽市觀光局(2011) 『安陽市“十二五” 觀光産業發展計畫』 安陽市  
鄭州市觀光局(2011) 『鄭州市“十二五” 觀光産業發展計畫』 鄭州市  
河南省政府ホームページ「河南概況」：<http://www.henan.gov.cn/> (2015. 10. 05)  
鄭州市政府ホームページ：<http://www.zhengzhou.gov.cn/> (2016. 01. 18)  
洛陽市政府ホームページ：<http://www.ly.gov.cn/> (2016. 01. 18)  
開封市政府ホームページ：<http://www.kaifeng.gov.cn/> (2016. 01. 20)  
安陽市政府ホームページ：<http://www.anyang.gov.cn/> (2016. 01. 20)

英語参考文献：

- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*. 21(1):97-116
- Bramwell, B., & Sharman, A. (1999). Collaboration in local tourism policymaking. *Annals of Tourism Research*. 26(2):392-415
- Duffy, ME. (1987). Methodological triangulation: a vehicle for merging qualitative and qualitative research methods, *Journal of Nursing Scholarship*. 19(3):130-133
- Evans, CL. (2003). The Economic Significance of National Border Effects. *American Economic Review*. 93(4):1291-1312
- Fagence, M. (1996). Regional Tourism Cooperation. *Annals of Tourism Research*. 23(3):717-720
- Felsenstein, D., & Freeman, D. (2001). Estimating the impacts of crossborder Competition: the case of gambling in Israel and Egypt. *Tourism Management*. 22(5):511-521
- Greer, J. (2002). Developing trans-jurisdictional tourism partnerships: insights from the Island of Ireland. *Tourism Management*. 23(4):355-366
- Ghimire, KB. (2001). Regional tourism and south-south economic cooperation. *The Geographical Journal*. 167(2):99-110
- Houtum, HJV. (2000). An Overview of European Geographical Research on Borders and Border Regions. *Journal of Borderlands Studies*. 15(1):41-41
- Huybers, T., & Bennett, J. (2003). Inter-firm cooperation at nature-based tourism destinations. *Journal of Socio-Economics*. 32(5):571-587

Palmer, A., & Bejou, D. (1995). Tourism destination marketing alliances. *Annals of Tourism Research*. 22(3):616-629

Tooman, LA. (1997). Applications of the Life-cycle Model in Tourism. *Annals of Tourism Research*. 24(1):214-234

付録1 中国における王朝の時間及び都

王朝	時間	都（現在の都市）
夏	前 2029 年—前 1559 年	河南省の登封、商丘、陳留、偃師、安陽など
商	前 1559 年—前 1046 年	河南省の商丘、偃師、鄭州、安陽など
周	(前 1046 年—前 256 年) ・西周 →前 1046 年—前 771 年 ・東周(春秋と戦国) →前 770 年—前 256 年	陝西省西安、河南省洛陽 河南省洛陽
秦	前 221 年—前 207 年	陝西省咸陽
西漢	前 202 年—紀元 8 年 11 月	陝西省西安
新朝	8 年 12 月 1 日—23 年 10 月 6 日	陝西省西安
玄漢	23 年—25 年	陝西省西安
東漢	25 年—220 年	河南省洛陽
三国時代	(220 年—280 年) ・魏 220 年—266 年	河南省洛陽

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 蜀 221 年—263 年</li> <li>• 吳 222 年—280 年</li> </ul>	<p>四川省成都</p> <p>江蘇省南京</p>
晋	<p>(266 年—420 年)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 西晋→266 年—316 年</li> <li>• 東晋→317 年—420 年</li> </ul>	<p>河南省洛陽</p> <p>江蘇省南京</p>
十六国	304 年—439 年	山西省臨汾
南朝	<p>(420 年—589 年)</p> <p>宋—420-479 年</p> <p>齊—479-502 年</p> <p>梁—502-557 年</p> <p>陳—557-589 年</p>	<p>江蘇省南京</p> <p>江蘇省南京</p> <p>江蘇省南京</p> <p>江蘇省南京</p>
北朝	<p>(386 年—581 年)</p> <p>北魏—386-557 年</p> <p>東魏—534-550 年</p> <p>北齊—550-577 年</p> <p>西魏—535-557 年</p> <p>北周—557-581 年</p>	<p>山西省大同、河南省洛陽</p> <p>河南省安陽</p> <p>河南省安陽</p> <p>陝西省西安</p> <p>陝西省西安</p>
隋	581 年—618 年	陝西省西安、河南省洛陽
唐	618 年—690 年	陝西省西安

	705年—907年 ・武周→690-705年	河南省洛陽 河南省洛陽
五代十国	(891年—979年) ▼五代→907-960年 ・後梁—907-923年 ・後唐—923-936年 ・後晋—936-947年 ・後漢—947-951年 ・後周—951-960年 ▼十国→891年—979年	河南省開封 河南省洛陽 河南省開封 河南省開封 河南省開封 河南省開封 江蘇省南京、広東省広州など
宋	(960年—1279年) ・北宋—960-1127年 ・南宋—1127-1279年	河南省開封 河南省商丘、浙江省杭州
遼	907年—1125年	内モンゴル自治区巴林左旗
西夏	1038年—1227年	寧夏自治区銀川
金	1115年—1234年	北京、河南省開封
元	1271年—1368年	北京
明	1368年—1644年	江蘇省南京、北京
清	1636年—1911年	遼寧省遼陽、北京

中華民国	1912年—1949年	北京、江蘇省南京
中華人民共和国	1949年—現在	北京
注：「前」とは「紀元前」		

(出所：赵尔巽(1942)により著者作成)

## 付録2 影響要因因子の選定範囲(101個)

観光資源	①規模度 ②品質度 ③構造類型 ④空間分布 ⑤歴史文化価値 ⑥開発効果 ⑦観光資源の組合せ
観光業の発展レベル	①国内観光者数 ②国際観光者数 ③国内観光収入 ④国際観光収入 ⑤サービス能力 ⑥接待能力 ⑦観光企業の規模 ⑧観光企業の管理能力 ⑨従業員の文化レベル ⑩観光人材の育成 ⑪観光従業員の割合 ⑫観光業の投資能力 ⑬観光法規 ⑭政策支持
観光荷重力	①経済荷重力 ②社会荷重力 ③観光資源荷重力 ④環境荷重力 ⑤文化荷重力 ⑥物質荷重力
観光吸引力	①地域間の観光関連度 ②都市の影響範囲 ③区域の交通 ④知名度 ⑤都市の中心性
観光市場	①市場の規模 ②市場の発展態勢 ③市場の発展潜在力 ④市場のコントロール能力 ⑤観光客市場 ⑥市場の投資能力 ⑦市場の開拓能力 ⑧市場マーケティング ⑨市場の監督機制 ⑩市場の情報システム
地域経済の発展レベル	①都市化レベル ②産業構造 ③経済発展の需給状況 ④経済発展の创新能力 ⑤GDP ⑥1人当たりGDP ⑦一人当たり可処分収入 ⑧市場の消費レベル ⑨資本市場 ⑩企業の生産能力 ⑪商品の輸出入 ⑫地域の交通 ⑬地理環境 ⑭政策の導き ⑮人口密度
地域の政策制度	①観光発展計画 ②観光機構の設立 ③業界基準の設定 ④観光業界の管理 ⑤観光消費の政策的導き ⑥観光企業の規範 ⑦法律法規
地域社会の文化状況	①文化特徴 ②文化影響力 ③文化交流活動 ④地域イメージ ⑤歴史人文 ⑥文化の内包と外延
インフラ整備	①道路状況 ②宿泊施設 ③レジャー施設 ④ショッピング環境 ⑤水力施設 ⑥電力施設 ⑦郵政施設 ⑧都市計画
現地住民	①可処分収入 ②教育レベル ③包容力 ④風俗習慣 ⑤民族 ⑥開放度 ⑦消費レベル
地域間の環境	①自然環境 ②政治環境 ③社会環境 ④教育環境 ⑤治安状況 ⑥経済環境 ⑦政策環境 ⑧文化環境
観光及び観光関連産業	①観光業 ②交通業 ③宿泊業 ④飲食業 ⑤小売業 ⑥娯楽業 ⑦情報業 ⑧運輸業



付録3 60個の指標因子

観光資源	①規模度	②品質度	③構造類型	④空間分布	⑤歴史文化価値	⑥開発効果
観光業の発展レベル	①国内観光客数	②国際観光客数	③国内観光収入	④国際観光収入	⑤サービス能力	⑥接待能力
	⑦観光企業の規模	⑧観光企業の管理能力	⑨従業員の教育レベル	⑩観光人材の育成		
観光荷重力	①経済荷重力	②社会文化荷重力	③観光資源荷重力	④環境荷重力		
観光吸引力	①地域間の観光関連度	②都市の影響範囲	③地域の交通	④知名度		
観光市場	①市場の発展態勢	②市場の発展潜在力	③市場の規模	④市場のコントロール能力		
地域経済の発展レベル	①都市化レベル	②産業構造	③経済発展の需給状況	④経済発展の创新能力		
地域の政策制度	①観光発展計画	②観光機構の設立	③業界基準の制定	④観光業界の管理	⑤観光消費の政策的な導き	
地域の社会文化状況	①文化特徴	②文化影響力	③文化交流活動	④地域のイメージ		
インフラ整備	①道路状況	②宿泊施設	③娯楽施設	④ショッピング環境		
現地住民	①可処分収入	②教育レベル	③包容力	④風俗習慣		
地域間の環境	①自然環境	②政治環境	③社会環境	④教育環境	⑤治安状況	
観光産業及び観光関連産業	①観光業	②交通運輸業	③宿泊業	④飲食業	⑤小売業	⑥娯楽業

付録4 38個の補充因子

観光資源	潜在的な観光資源	吸引力と市場価値	進入可能性	観光資源保護			
観光業の発展レベル	持続可能な発展	创新能力	観光交通	観光資源	政府の効率性	1人あたり可処分収入	消費支出
観光荷重力	心理荷重力						
観光吸引力	核心吸引物	等級と価値	観光資源の差異性と補完性				
観光市場	市場需要の満足度	市場需要の導き	市場品質				
地域経済の発展レベル	投資能力	GDPなどの経済指標					
地域の政策制度	体制と機軸の創新	観光創新と環境の調和	市場マーケティング				
地域社会の文化状況	文化核心力	文化創新力	文化の支え力	社会文化資源の規模			
インフラ整備	娯楽施設	交通状況					
現地住民	価値観	倫理道徳					
地域間の環境	経済環境	法律法規	政策環境				
観光業及び観光関連産業	文化産業	スポーツ産業	生態産業	文化創新産業			

付録5 アンケート調査表(中国語)

关于区域旅游发展评价的问卷调查

本问卷是针对区域旅游发展评价实施的一项调查。请根据您的判断进行选择或添加补充项目。本调查不做他用，仅用于统计分析，请放心填写。非常感谢您的配合！

1、您认为对旅游资源的评价应包括哪些要素：

- ①旅游资源规模 ②旅游资源品质 ③旅游资源类型 ④旅游资源空间分布  
⑤旅游资源历史文化价值 ⑥旅游资源开发效果

选择： \_\_\_\_\_

补充： \_\_\_\_\_

2、您认为对区域间旅游吸引力的评价应包括哪些要素：

- ①各区域间旅游关联度 ②区域城市影响范围 ③区域交通 ④知名度

选择： \_\_\_\_\_

补充： \_\_\_\_\_

3、您认为对旅游市场的评价应包括哪些要素：

- ①市场规模 ②市场发展态势 ③市场投资能力 ④市场调控能力

选择： \_\_\_\_\_

补充： \_\_\_\_\_

4、您认为对旅游承载力的评价应包括哪些要素：

- ①经济承载力 ②社会文化承载力 ③旅游资源承载力 ④环境承载力

选择： \_\_\_\_\_

补充： \_\_\_\_\_

5、您认为对旅游业发展水平的评价应包括哪些要素：

- ①国内游客数 ②国际游客数 ③国内旅游收入 ④国际旅游收入 ⑤服务能力  
⑥接待能力 ⑦旅游企业规模 ⑧旅游企业管理能力 ⑨旅游从业人员文化程度  
⑩旅游人才培养

选择： \_\_\_\_\_

补充： \_\_\_\_\_

6、您认为对旅游产业及相关产业的评价应包括哪些要素：

- ①旅游业 ②交通运输业 ③住宿业 ④饮食业 ⑤零售业 ⑥娱乐业

选择： \_\_\_\_\_

补充： \_\_\_\_\_

7、您认为对区域经济发展水平的评价应包括哪些要素：

- ①城市化水平 ②产业结构 ③经济发展供需状况 ④经济发展创新能力

选择： \_\_\_\_\_

- 补充: \_\_\_\_\_
- 8、您认为对区域社会文化状况的评价应包括哪些要素:  
 ①文化特征 ②文化影响力 ③文化交流活动 ④区域形象  
 选择: \_\_\_\_\_  
 补充: \_\_\_\_\_
- 9、您认为对区域旅游发展政策制度的评价应包括哪些要素:  
 ①旅游发展规划 ②旅游机构的设立 ③行业标准的制定 ④旅游行业的管理  
 ⑤旅游消费的政策引导  
 选择: \_\_\_\_\_  
 补充: \_\_\_\_\_
- 10、您认为对区域间环境的评价应包括哪些要素:  
 ①自然环境 ②政治环境 ③社会文化环境 ④教育环境 ⑤治安状况  
 选择: \_\_\_\_\_  
 补充: \_\_\_\_\_
- 11、您认为对基础设施建设的评价应包括哪些要素:  
 ①道路状况 ②住宿接待设施 ③休闲度假设施 ④购物环境  
 选择: \_\_\_\_\_  
 补充: \_\_\_\_\_
- 12、您认为对当地居民的评价应包括哪些要素:  
 ①可支配收入 ②文化水平 ③包容力 ④风俗习惯  
 选择: \_\_\_\_\_  
 补充: \_\_\_\_\_

## 付録6 アンケート調査表(日本語)

### 地域観光発展の評価に関するアンケート調査

本アンケートは地域観光発展の評価に関する調査である。各選択肢から選択してください。必要のある場合、補充・付加してください。本調査の結果は統計分析にしか使いません。他用は決していたしませんので、ご安心ください。ご協力ありがとうございます。

- 1、観光資源に関する評価はどのような要因が含まれていると思いますか?  
 ①資源の規模 ②資源の品質 ③資源類型 ④資源の空間分布  
 ⑤資源の歴史文化価値 ⑥資源の開発効果  
 選択: \_\_\_\_\_

補充： \_\_\_\_\_

2、地域間の観光吸引力に関する評価はどのような要因が含まれていると思いますか？

①各地域間の観光関連度 ②地域都市の影響範囲 ③地域の交通 ④知名度

選択： \_\_\_\_\_

補充： \_\_\_\_\_

3、観光市場に関する評価はどのような要因が含まれていると思いますか？

①市場の規模 ②市場の発展態勢 ③市場の投資能力 ④市場のコントロール能力

選択： \_\_\_\_\_

補充： \_\_\_\_\_

4、観光荷重力に関する評価はどのような要因が含まれていると思いますか？

①経済荷重力 ②社会文化荷重力 ③観光資源荷重力 ④環境荷重力

選択： \_\_\_\_\_

補充： \_\_\_\_\_

5、観光業の発展レベルに関する評価はどのような要因が含まれていると思いますか？

①国内観光者数 ②国際観光者数 ③国内観光収入 ④国際観光収入 ⑤サービス能力 ⑥接待能力 ⑦観光企業の規模 ⑧観光企業の管理能力 ⑨観光従業員の教育レベル ⑩観光人材の育成

選択： \_\_\_\_\_

補充： \_\_\_\_\_

6、観光産業及び観光関連産業に関する評価はどのような要因が含まれていると思いますか？

①観光業 ②交通運輸業 ③宿泊業 ④飲食業 ⑤小売業 ⑥娯楽業

選択： \_\_\_\_\_

補充： \_\_\_\_\_

7、地域経済の発展レベルに関する評価はどのような要因が含まれていると思いますか？

①都市化のレベル ②産業構造 ③経済発展の需給状況 ④経済発展の创新能力

選択： \_\_\_\_\_

補充： \_\_\_\_\_

8、地域の社会文化状況に関する評価はどのような要因が含まれていると思いますか？

①文化の特徴 ②文化の影響力 ③文化交流活動 ④地域のイメージ

選択： \_\_\_\_\_

補充： \_\_\_\_\_

9、地域観光発展の政策制度に関する評価はどのような要因が含まれていると思いますか？

- ①観光発展計画 ②観光機構の設立 ③業界基準の制定 ④観光業界の管理  
⑤観光消費の政策的な導き

選択： \_\_\_\_\_

補充： \_\_\_\_\_

10、地域間の環境に関する評価はどのような要因が含まれていると思いますか？

- ①自然環境 ②政治環境 ③社会文化環境 ④教育環境 ⑤治安状況

選択： \_\_\_\_\_

補充： \_\_\_\_\_

11、インフラ整備に関する評価はどのような要因が含まれていると思いますか？

- ①道路状況 ②宿泊施設 ③レジャー施設 ④ショッピング環境

選択： \_\_\_\_\_

補充： \_\_\_\_\_

12、現地住民に関する評価はどのような要因が含まれていると思いますか？

- ①可処分収入 ②教育レベル ③包容力 ④風俗習慣

選択： \_\_\_\_\_

補充： \_\_\_\_\_