

中国ホスピタリティ産業発展と観光マーケティング

—中国浙江省政府の観光マーケティング戦略を中心に—

Hospitality Business Policy and Mission of Tourism Marketing in China, Zhejiang

宮内拓智

要旨

本論文の目的は、中国浙江省地方政府の観光マーケティング戦略を対象に、中国ホスピタリティ産業の発展における観光マーケティングの役割を考察することにある。観光マーケティングの経済的役割の視点から、浙江省におけるホスピタリティ産業の発展の現状と問題点、今後の発展展望の検討を通じて、WTO加盟以降の、観光マーケティング主体としての中国地方政府における観光産業振興政策の影響を考察し、今後のマーケティング理論における諸課題を明らかにした。

キーワード: 観光マーケティング、ホスピタリティ産業、ホスピタリティ・マネジメント、サービス・マネジメント、サービス・マーケティング、地域競争力

Keywords: Tourism Marketing, Hospitality Business, Hospitality Management, Service Management, Service Marketing, Competition Advanced Area

1.はじめに

本論文の目的は、中国浙江省地方政府の観光マーケティング戦略を対象に、中国ホスピタリティ産業の発展における観光マーケティングの役割を考察することにある。中国における社会科学は「政策科学アプローチ」として、研究の理論的・実証的成果や到達点を、国家ないしは公権力（地方政府を含む）が総括している^(注1)。中国における観光マーケティング研究の到達点を明らかにして、今後の課題を探っていく場合、地方政府の政策立案と深い関係のある諸文献が研究対象として適切である。今回、政府文章だけでなく、国家第十次五ヵ年計画重点図書などに指定され、中国サービス業研究のひとつの到達点であるところの、鄭吉昌・夏晴共著『サービス業・サービス貿易及び地域競争力—浙

江モデルの実証的研究— (浙江大学出版、2004年9月)』を主要な検討素材のひとつとした^(注2)。

中国の国民経済の発展と対外開放の不断の拡大にともなう、浙江省のホスピタリティ産業はその発展のスピードをあげている。とくに、1998年10月に、浙江省共産党委員会及び浙江省地方政府が開催した浙江省全省観光工作会議以来、浙江省地方政府の各レベルにわたって、観光業やホスピタリティ産業の発展のために政策的努力を注ぎ、十分に卓越した地位を与え、産業発展促進に、大きな積極的推進効果を発揮してきた。これは、観光業だけのことでなく、浙江省全体においても重要であり、国民経済の中で最も成長が著しい産業のひとつとして、内需を向上させ、消費を刺激し、経済を発展させ、環境を改善し、都市化の水準を向上させるとともに、「文化大省建設」を推し進めるためにも、ますます重要な作用を發揮している。中国のWTO加盟後、ホスピタリティ産業の発展は、対外開放の歩みの加速化に応じた観光サービス市場にとっての良好なビジネス・チャンスに直面し、観光サービス市場における競争は、ますます激化し、厳しい挑戦となった。例えば、浙江省の観光資源としての優位性を、ホスピタリティ産業としての優位性に、いかに素早く転化させるのか。いかに、雇用機会と消費需要の、さらなる拡大を進めていくのか。浙江省の対外的な影響力を強化することを通じて、関連のある諸産業の共同発展を促進させるのか。これらは早急に解決が求められる諸課題である。

2. 観光マーケティングの概念と経済的役割

2.1. 観光マーケティングの概念と歴史性

2004年のアメリカ・マーケティング協会の定義によれば、「マーケティングとは、顧客に対し、価値を創造し、伝達し、引き渡すための一連のプロセスであり、または、組織やその利害関係者を益する方法で顧客関係を管理するための組織的機能」である^(注3)。したがって、観光マーケティングの研究と実践は、観光固有の価値の定義と観光固有の価値に対する顧客の欲求・ニーズの発見から始まる。

中華人民共和国国家観光局は、世界観光機構の規定を踏まえ、「観光(旅游)」を「休暇を過ごすためあるいは商用・公務その他の目的で出かけ、連続して1年を超過しない時間内で、人々が、通常居住している生活環境から離れて、ある地点への旅行あるいは当該地域に滞在している時間的活動のことである」と定義している^(注4)。また、観光業に関する諸規定は、利益を目的として、観光客の接待・接客に関する組織で、観光客に対して、旅行の行程中における各種のニーズを満足させる産業であるとしている^(注5)。観光産業には、狭義のものと広義のものがある。狭義の観光産業は、利益を目的とし、観光客の接待・接客に関する組織のビジネスであり、一般的に、旅行業をさしている。広義の観光産業は、観光客の接待・接客に関連した一切の活動を組織し、利益の手段とする産業の総称であり、旅行業者だけではなく、観光地におけるレストラン、宿泊、交通、観光案内、ショッピング、娯楽などの観光サービス・接客サービスに関する諸産業である。ここでは、広義の定義を採用し、ホスピタリティ産業とする。

また、ホスピタリティ産業は、欧州の産業革命後に発達した交通の産物である。外国の観光客の消費によって、外貨収入が得られ、国家経済を支えてきたので、この種の経済方式が注目されはじめ、世界各国の政府間で外国人観光客の誘致競争が展開されている。アジア各国でも、1960年代初頭から、ホスピタリティ産業を振興する活動が展開されはじめた。長期にわたって、観光業やホスピタリティ産業は、「煙のない産業（すなわち、目に見えない産業）」と呼ばれてきた。観光業やホスピタリティ産業は、国民経済のなかで最も発展スピードが速く、最も活気と活力のある産業のひとつであり、すでに世界の一大産業となっており、その発展ポテンシャルは巨大である。世界観光機構の予測によれば、2020年までに、国際観光客の人数は約16億人、平均して4.3%の成長率で、観光収入も、2億米ドルに達し、平均成長率は6.7%である^(注6)。中国全土24の省・自治区・直轄市では、観光産業を支柱産業・重点産業として捉え、産業発展をリードしている。観光産業が、エネルギーの消費量が少なく、投資の回収が顕著で、活力ある産業となっているのは、市場の現実性と消費の多元性によるものであり、観光産業は、国民経済に新しい活力を吹き込み、国民経済の増強に対する推進力となっている。当面、中国政府は、観光業やホスピタリティ産業の発展に力を注ぎ、経済機構を調整し、内需を拡大させ、就業を増大させ、経済成長を引き上げ、社会進歩を促進し、人民の物質的文化生活のニーズを満足させるという重要な作用を果たしている。

経済の発展とGDPの成長とともに、人々の「衣食住の問題」が解決された後に、さらに高次元の満足が求められるため、観光や文化、教育等の高次元の消費需要が生み出される。この種の需要は、経済の発展に伴ってますます増加し、ホスピタリティ産業の発展とも連動している。

2000年、浙江省の一人当たりのGDPは、13309円で、国内観光客人数は5870万人、獲得した国内観光収入は430億元であった。2001年、一人当たりのGDPは14655元に増加し、前年比で10%の増加、同じ時期の国内観光客人数は6895万人で、前年度比17.5%増、獲得した国内観光収入は529億元で、23%の増加であった。2002年の統計数値でも、同様な傾向を示した。国内観光客人数と国内観光収入の増加の度合いが、一人当たりの平均GDPの増加の度合いよりも大きい。2003年は、「SARS」の影響を受けたにもかかわらず、国内観光客人数は前年比で5.1%増、国内観光収入も9.7%増加した。経済の成長と人々の生活水準の向上は、国内観光業の隆盛だけでなく、海外への観光市場の繁栄をもともなっている。2002年、浙江省の海外出国者は、11.7万人で、前年度比で20.4%の増加であった^(注7)。

2.2.国民経済に対するホスピタリティ産業の促進作用

国民経済の成長ともなうホスピタリティ産業の発展という受動的作用だけでなく、国民経済に対して、ホスピタリティ産業は、以下の5つの積極的・主体的役割・作用を果たしている^(注8)。

①収入創出・税収増加・投資誘引・経済成長促進作用である。航空機、ホテル、レストラン、テーマパークなどの各種の施設、すなわち、ホスピタリティ産業の行為に対する、観光客から支払いは、

観光サービス分野の収入を構成している。また、地方政府に対しても、税収（飛行場税、消費税、関税、サービス税、ホスピタリティ産業の雇用者と被雇用者の所得税）の増加となり、これを公共サービスに用いれば、環境・施設を改善することができる。ある地域の観光開発とホスピタリティ産業の発展にともなって、当該地域の投資もまた増加をとまう。

②関連産業を発展させる強力な「発展の推進器」である。ホスピタリティ産業は、比較的強力な産業波及性を有している。広義の観光業には、食事、宿泊、観光案内、旅行、買物、娯楽の6大要素を含んでいる。それゆえ、ホスピタリティ産業は、産業の構成として、旅行業者、観光地区・地点を含むだけでなく、関連して、ホテル宿泊業から主体的な観光ペンション業までを含み、あるいは、観光遊覧船の会社から主体的な観光交通業や観光レストラン、観光商業、観光娯楽業等をも含んでいるし、「観光」と関連する分野、すなわち、観光需要の発生（交通・宿泊・飲食の問題解決を保障すること）に対応し、観光のプロセスに付随するショッピングや娯楽、消費を実現させる環境それ自体やアクセスをも含んでいる^(注9)。そのうち、旅行業者は、産業的なリーダーであり、観光需要と供給の市場を仲介するもので、ホスピタリティ産業グループの組織者であり、形成者である。

ホスピタリティ産業の連結度が高いために、強力に波及する総合産業であり、ホスピタリティ産業に関連する波及作用は、直接的な分野（交通運輸やホテル、レストラン、商品の取引、観光地・観光ポイントを訪れる客層や市場）だけでなく、間接的な分野にも、その影響は波及し、農業、工業、建設業、文化等のビジネスの分野までも及び、さらには、金融、保険、情報などの現代的なサービス産業の発展の加速を刺激する。ホスピタリティ産業は総合性が強く、そのカバーする範囲は広くて、産業間の親和連動作用が顕著であるため、ひとつの産業の勃興だけでなく、多くの産業を振興させることができる^(注10)。世界観光機構が公表した資料でも、ホスピタリティ産業は経済波及効果の比較的高い産業である。

予測値によれば、浙江省の観光産業は、1万元産出を増加するたびに、直接あるいは間接的に、全社会に3.03万元を生み出しており、国民経済を引き上げる効果が顕著である^(注11)。経済機構の調整を進めていく中で、ホスピタリティ産業は、非常に強い産業波及効果を発揮している。

ホスピタリティ産業は、比較的、強力な産業浸透性を有している。ホスピタリティ産業は、伝統的な意味でのサービス業だけでなく、非常に多くの工業、農業でも、観光機能が出現し始めており、例えば、廃棄された生産施設や場所でも、観光発展のための優良な拠点とすることができるし、あるいは、エコロジカルな農村や農家も観光のポイントとなっている。

③就業経路の増加を助け、国内需要を拡大させる作用である。ホスピタリティ産業は、典型的な労働集約型産業であり、就業経路を開拓する分野では、比較的、卓越している。第一に、投資就業比が高い。外国の統計資料によれば、ホスピタリティ産業は、8万米ドルごとに、40人以上の雇用機会を創造しており、これは、石油工業や電気工業と比べても多く、同じく投資額で、両産業は16人と8人の雇用機会を生み出しているに過ぎない。第二に、直接的・間接的就業比率が高く、1:5とな

っている。すなわち、観光部門では、直接従業員が1人増えるごとに、社会では間接的に5つの就業機会を増やしている。浙江省の状況を見れば、概算に基づくが、近年、観光からの直接収入が1万円増えるごとに、社会では4~5万円の収入増となる。観光業で1つの就業機会が増えるごとに、社会では、4つの就業人員が増加している。観光業はリストラ人員の雇用吸収と就業問題の解決となる重要な産業である。「十五（第十次五カ年計画：2001年~2005年）」期間、浙江省での新設された観光業で30万人分のリストラ再雇用が生み出され、浙江省では関連して150万人分の就業機会となった。

観光業の発展は、とくに、休日旅行の多様な発展と結びついており、国民経済の発展に新しい活力を注ぐ。2001年の「春節」や「五・一」、「国慶節」の3つのゴールデン・ウィークには、浙江省で、観光客1270万人で、観光収入は88億元で、前年度比で9.9%と17.9%の増加であった。2001年度の観光税収入は、「九五」期における同様の時期と比較して、64.5%増加した^(注12)。そのほかに、観光業の発展は、省や国を超えて購買力を引き寄せ、浙江省に来て消費され、浙江省市場の繁栄を促進し、内需を拡大させる。2001年、浙江省にきた内外の観光客が、省内で、レストラン、ショッピングの分野で使った金額は、浙江省全省の社会消費品小売総額の7.9%となっている。

④外向型経済の発展を促進させる作用である。観光業には、収益機能があり、外向型経済の発展を促進させる作用を有している。観光業発展の一般法則に照らせば、観光業は発展の初期に大量のインプットを求めると、発展段階が一旦安定すれば、それ以降は、基本的に、「低いインプットで、高いアウトプット」が実現でき、資源節約型で、外部から収入を獲得するためのコストが低いという特徴を有する。観光で1米ドルを稼ぎ出すためのコストは、同額を稼ぎ出す外国貿易に投下されたコストの7%である^(注13)。ついで、観光消費市場は、ひとつのものを重複生産している無限の空間である。観光消費は、経済発展の一定の発展段階に見られる必然の現象であり、人々は、一種の精神的・物質的生活消費を求めている。無論、発展途上の国だけでなく、先進国においても、人々が観光に求めるものには共通性があり、人々の生活がますます豊かになり、自由な時間が多ければ多いほど、観光の回数が多ければ多いほど、消費水準がさらに高くなる。これゆえ、提供される観光商品を販売するチャネルだけでなく、価格の合理性、サービスの準備など、その他の製品のような市場飽和问题が存在しない。

国際貿易競争が、ますます激烈になるにつれて、保護貿易主義が強化され、貿易による外貨獲得がますます困難になるが、観光が直面する貿易障壁は比較的小さい。観光サービス貿易は、中国のサービス貿易領域において強化する項目であり、国際観光業の発展に大きな力を注ぎ、商品貿易に依存した単純な形態の、外貨獲得の受動的局面を、逐次、改善し、貿易による外貨獲得と非貿易による外貨獲得が並立する形態の新しい局面を形成しなければならぬし、その意義は重要である。観光収入、とくに、観光による外貨収入は、素早く成長し、浙江省の外貨獲得を増加させる設備であり、経済の実力を強化するという重要な作用を果たしている。同時に、国際観光業が生み出している観光収入は、国際収支全体に対しても与える影響は非常に大きい。

観光業には、外資を誘致する機能もある。概算によれば、浙江省を訪れる外国人観光客数の増加と外国資本の直接投資の増加との間にある相関関係は 0.83 であり、外国資本の輸出の増加との相関は 0.96 で、いずれも高い相関である^(注14)。2001年、浙江省を訪れる旅行者のうち、ビジネスを目的とする旅行者が 33.8%を占め、観光目的の第二位となっている。また、観光業、とくに、国際観光は、外資の利用、対外貿易などの外向型経済に対して、共同促進的・共同発展的であり、相互補完的な関係である。

⑤都市建設と生態学的環境の優良化を促進する作用である。観光業は、環境を資源とし、良好な環境が無ければ、観光客を引き付ける集客力もないし、観光もまた存在しない。観光業の発展と環境保護との結合は、現在、主に3つの分野で体现されている。第一に、観光業は、良好な生態学的環境を求めており、今日の人々には自然志向や自然回帰の願望があり、環境保全への社会的な雰囲気を形成している。第二に、人文歴史的景観地の開発の過程で、伝統文化の回復とその整備がなされるように、自然景観地の開発は、自然環境の開発と同時に自然保護にも有利に働く。第三に、「エコ・ツーリズム」や「グリーン・ホテル^(注15)」の様に、観光地の環境を裁量的に評価するなどして、観光業と持続可能な発展と密接な関係を体现している。観光業の発展は、自然を回復させ、都市を刷新し、社会経済の発展を促進する。

浙江省を例に見れば、国家観光局が推奨した中国優秀観光都市建設の工作の後に、杭州、宁波、紹興、金華、温州など10都市では、中国優秀観光都市建設の過程にあり、河川の改修、都市の緑化、旧市街地の改造、新市街地の建設、道路の改修や新設などの分野で大量の資金とマンパワーが投入され、生活の質と文化教養全般が向上し、都市の生態的環境と投資環境が大幅に改善され、精神・容貌も颯爽と一新され、各自の特色や鮮明なブランドとしての優秀観光都市のイメージを形成している。

観光は、経済や社会に各種の積極的な効果を与えると同時に、観光の環境破壊作用や観光の発展に伴ういくつかのマイナスの影響があることも看過してはならない。

3. 浙江省ホスピタリティ産業と観光マーケティング

3.1. 浙江省ホスピタリティ産業の現状

浙江省のホスピタリティ産業は、90年代から2000年代の、この十年間で、すばやい発展を遂げ、初期の外国人接待型の観光から、現在では、ツアー観光やレクリエーション、リゾート、ビジネス・コンベンション、ショッピングやエンターテイメント、アニバーサリー・イベントなど多種多様な活動を一体化した総合型観光業へと発展し、独自の特色ある経済・産業となっただけではなく、一定の産業優位性を獲得している。しかし、浙江省全体では、国民経済に占める全国的地位から見ると、観光産業の発展水準は、いまだ遅れており、かなりの問題を抱えている^(注16)。

「九五（第九次五カ年計画：1996年～2000年）」期間、浙江省を訪れた外国人観光旅行者数、国

内観光旅行者数、観光総収入の平均増加率は、それぞれ 11.5%、11.7%、16.5%であり、外国人観光旅行者数、外貨収入、観光総収入など総合指標で全国第六位となっている。「九五」期間中に、浙江省の外国人観光旅行者は、72 万 9000 人から 112 万 6000 人に増加し、観光による外貨収入は 2 億 9000 万米ドルから 5 億 1000 万米ドルへと増加し、国内観光旅行客数は 3773 万人から 5870 万人へ、観光総収入は 256 億元から 472 億元へ増加し、観光総収入が全省内の国内総生産高に占める割合は 6.7%から 7.9%に増加した。

2001 年、浙江省のホスピタリティ産業は、さらに 310 億 9000 万元増加し、増加分だけで、全省の GDP に占める比重は 4.6%となり、前年度比で 0.4 ポイント上昇した。価格計算の面から比べてみれば、2000 年と比べて 16.2%の上昇で、全省 GDP の比率で 5.7 ポイント上昇し、サービス産業の増加分の 4.7 ポイントと比しても大きい。2003 年、依然として「SARS」問題の影響を受けているにもかかわらず、浙江省の年間国際・国内観光総収入は、767 億 6000 万元にまで達し、前年度比で 8.1%増加した。

このように、明らかに、浙江省のホスピタリティ産業全体は、目まぐるしい発展傾向を示しており、観光経済は、ますます存在感を顕著なものにしている。観光業は、浙江省の国民経済の新しい成長ポイントとなっており、新しい支柱産業としての地位を確立する第一歩を得て、国民経済と社会発展に積極的に貢献するだけでなく、今後、観光業の大規模な発展を堅持する基礎作りのための一時代となるであろう^(注 17)。

3.2. 発展要因と観光マーケティング

浙江省におけるホスピタリティ産業の発展要因としては、①観光資源の優位性、②政策的支援の役割、③広大な国内市場空間の存在、④観光資源の積極的開発、⑤観光プロジェクトの多様な発展、⑥基礎的インフラストラクチャーの整備が指摘される^(注 18)。

まず、第 1 に、資源優位性の発揮があげられる。ホスピタリティ産業は、資源の立地独占性が、相対的に強い分野である。観光資源は、地域に唯一の独自なもので、代替不可能なものである。浙江省のホスピタリティ産業のハイ・スピードな発展は、ある程度、浙江省にある豊富な自然的観光資源・条件に依存している。浙江省は、中華文明発祥の地のひとつで、「魚米の郷、絹茶の府、文化の邦」という称号を得ている。まず、自然的観光資源を見れば、全省で 14 ケ所の国家級重点景観名勝地区、42 ケ所の省級景観名勝地区及び数え切れないほどの市県級の景観名勝地区、14 ケ所の国家級自然保護区、4 ケ所の省級自然保護区、13 ケ所の省級観光レクリエーション地区、57 ケ所の国家級及び全省級の森林公園があり、全省景観名勝地区の総面積は 4300 平方 km で、省全体に占める陸地面積は 4.3% である。つぎに、人文資源を見てみれば、浙江省には悠久の歴史があり、全省では、国家級の歴史的文化的名城が 5 ケ所、全国重点文化財保護単位 73 点、省級の重点文化財保護単位が 323 点、国家級の愛国主義教育基地 5 ケ所もある。さらに、浙江省には、数え切れないほどの潜在的観光資源がある。

中国経済における発展した省のひとつとして、浙江省はその経済建設の過程で、特色あるモデルを作り上げ、それは温州モデルのように、多くの「企業調査」のための観光客を誘引することとなった。浙江省には、4000 以上もの専門市場、例えば、義烏小商品市場、紹興軽紡市場、永康五金市場、台州の模型市場や工芸品市場などがあり、これらが浙江省に観光客を吸引する要因でもある。

世界市場に参入した後には、開放度が高まるにつれて、この種の観光資源の立地独占は弱体化していくであろうが、観光資源の特色をさらに強化していかなければならない。

また、ホスピタリティ産業は、労働集約性が大きい。ホスピタリティ産業は労働集約型産業のひとつで、外資の進出と競争の活発化にともなって、浙江省のホスピタリティ産業では低コストの優位性が目立っている。他方では、観光は伝統的なサービス産業であり、依然として、非常に多くの技術的問題を抱えており、総体としても技術が占める割合は相対的に低いし、浙江省は技術革新の分野でも、弱くて、際立っていない。

第 2 に、政策的支援が指摘される。1998 年、浙江省党委員会及び省政府が開催した浙江省全省観光工作会議は、全国でも比較的早くから、ホスピタリティ産業を国民経済の支柱産業と位置づけ、観光が国民経済の重要な成長ポイントであり、サービス業のトップとする戦略構想を提起し、浙江省の観光サービス関連諸産業を国民経済の支柱産業としての地位を確立させた。こうして、ある程度のポジションを得ると、各レベルの党委員会や政府が観光産業の発展の積極性を認めるたびに、観光業の重要度をより一層強化し、政策の持続性が強化される。2001 年、浙江省政府は、『観光業の発展をより一層加速するための若干の意見』を提出し、毎年、5000 万元の観光発展専用資金を配分し、重点観光プロジェクト項目の開業資金や誘致整備資金などに用いた。近年、政府主導の下で、浙江省全省で観光業の建設投資の増加が著しくなり、各種の経済、観光業への投資が、浙江の観光業発展の重要な特色となっており、浙江省の特色である「政府が主導し、市場が展開し、社会が参加する」発展の新路線を進めている。

第 3 に、広大な国内市場空間が指摘される。「9.11」テロ事件以後、全世界の観光市場は重大で厳しい影響を受けたが、中国でも、当然、影響を受けたが、その影響は、比較的小規模なものに止まり、中国の国内観光需要は全面的に開放し始めた。バカンスやレクリエーション観光、北京オリンピック誘致や上海万国博覧会誘致の成功、中国西部大開発等々、すべて、中国の観光業発展の機会を作り出したし、浙江省もその中であって少なからず利益を受けた。

第 4 に、観光資源の積極的開発であり、ここ数年、浙江省は、観光商品を開発する努力によって、「大きく、精密で、優良」になり、数多くの古い景観地を、国家観光局 A 級観光地区の要求に照らして、修正し、施設を完全なものとするための拡充建設や整備を行い、比較的良好な景観地でも、そのランクをさらにレベルアップさせた。市場を通じて、開発建設をリードし、より規模を大きくし、ランクがあがった精密な景観地域とし、例えば、桐郷烏鎮の開業の初年度には、外国人観光客 3 万 7000 人、国内観光客 200 万人を迎え入れ、短期間に、浙江省の華東地区における新しい観光ポイントとな

った。このほかに、東陽横店影視城や梁祝文化公園など、全国的な影響力を持つ大型観光テーマパークまで、数多く開発した。ここ何年かの努力によって、浙江省は、杭州を中心に、東、西、南、北へとつづく4つの交通ネットワーク、しかも、それぞれに特色のある観光鉄道路線と全省観光ネットワークの初歩を形成した。浙江の観光商品を、国際市場での競争力を持たせるために向上させると同時に、多くの新鉄道路線を推進し、外国人観光客にとって、「華東線」に限られていた、上海・蘇州・無錫・杭州という4大観光地の状況を改変させることに成功し、浙江外国人環境客地区を開発・発展させ、その滞在時間を延長させ、消費を増加させた。2001年度、外国人観光客が浙江に滞在した時間は2.5日で、1996年と比べて、0.5日増加しているし、一人当たりの滞在費用は、194.9米ドルで、1996年比で20米ドル増加している。

第5に、新しい観光プロジェクトによる多様な発展である。ここ数年、浙江省では、伝統的な観光旅行だけではなく、観光資源の特色や観光需要の不断の変化によって、バカンス旅行やビジネス・コンベンション、アニバーサリー・イベントなどの各種総合的な観光プロジェクト項目に従って、特色が鮮明な観光リゾート地区を数多く、重点的に建設し、人々がバカンスを過ごすのに良好な場所となっている(注19)。例えば、杭州之江国家観光リゾート区では、毎年、観光客が300万人以上訪れている。とくに、近年、各種のアニバーサリー・イベントとコンベンション観光が数多く発生し、例えば、杭州西湖博覧会、寧波投資貿易懇談会、銭江観潮節、舟山国際シルク・フェアなどなど、地方経済建設の発展を促進させるだけでなく、浙江独特の観光資源を多面的に顕示し、多様なルートで国際・国内の観光客を吸収し、浙江の観光産業発展の優れた点となっている。

第6に、浙江省における観光の基礎的インフラ建設の第一歩が完成したことがあげられる。観光の基礎的インフラ建設は、いまだ完全ではないが、総合的な観光客受け入れ能力は不断に向上している。浙江省では、国際旅行会社45社、国内旅行会社が合計481社、「星クラス」のホテルで638軒、全国第二位である。観光専門学校は86校を数え、そのうち高等専門学校が16校で、観光ガイド・チームは、英語・日本語・フランス語・ドイツ語・スペイン語など十数の言語を用いるだけでなく、広東・福建などの方言にも翻訳できる。国際・国内観光旅行客を輸送するための4万車両のタクシーや2千隻の観光遊覧船を保有し、国家級・省級の観光商品生産指定企業163社を有している。この他に、浙江の観光交通能力は少しずつ増強されており、高速道路がつくられ、上海・杭州・寧波路線の三大高速道路だけでなく、寧波—台州—温州、金華—麗水—温州、杭州—寧波、嘉興—蘇州、杭州—金華—衡県などの高速道路が建設された。2003年には全省高速道路の走行可能距離は1500km以上である。鉄道の複線化改良によって、機関車はスピードアップし、観光専用列車が運行された。航行可能な河川の改修、港湾や新しい船舶の建設など、あらゆる面で、観光旅行客に向けての環境と条件を改造した。杭州蕭山空港の開通によって、浙江への航空客輸送条件が改善され、全国各省各都市から杭州に至るアクセスや世界各地の航空路線と連結する基礎となり、浙江国際観光航空ラインの開発と国内長距離観光ラインの発展にとって、良好な条件へと改造された。

3.3. 浙江省ホスピタリティ産業における問題点

浙江省のホスピタリティ産業の発展における問題点としては、大きく次の5点があげられる^(注20)。まず、第1に、観光業の産業規模はいまだ相対的に小規模であることがあげられる。浙江の観光産業の発展スピードがすばやいのにもかかわらず、2001年の国内観光旅行客数と収入の国内ランキングは、第六位と第五位である。観光による外貨獲得額は、1990年の全国第8位から2001年の第6位にまで上昇したが、この数値は、浙江省の国内総生産額が全国第4位、財政収入の面で第6位、全社社会の固定投資額で第3位という巨大な経済的環境と比較して小さいもので、浙江に多数ある全国的国家級景観名勝地区、と星級のホテルの多さが全国2位という観光環境を勘案すれば、観光業の産業規模は依然として低い水準である。

観光業が発展したいいくつかの都市と比較すれば、この点は明白である。全体を見れば、今日、浙江の観光産業はすでに発展した段階にあるが、観光産業の付加価値は、国内総生産のわずか5%を占めるに過ぎないし、発展した国家の主要な観光都市の多くでは10%を超えており、例えば、2001年の上海市の観光業の増加価値は、GDPの5.5%の比重を占めている。国内観光の面でも、浙江省と、国内の他の発展した観光省・都市との間には、非常に大きな格差がある。ひとつは、絶対的な水準の格差である。2001年、浙江を訪問した観光旅行者と江蘇省のそれとの差は、1180万人ほどであり、国内観光収入の差は147億元で、広東、北京、上海などの省・都市と比較すればさらに格差は大きい。ふたつ目は、浙江の国内観光旅行者の一人当たりの消費額が非常に少ないことである。2001年、浙江省の観光旅行者の一人当たりの平均消費額は、767.5元で、同時期の広東省が1186.7元、上海市976.2元、江蘇省836.9元、福建省805.8元であった。国際観光の面での格差は、さらに明白である。2001年の浙江省の観光外貨収入は、広東省の15.8%、北京市の24.0%、上海市の39.1%、福建省の74.2%、江蘇省の85%に過ぎない。1996年の浙江省への外国人観光旅行者数と外貨収入と、江蘇省のそれとの差は、12万人と6,500万米ドルで、2001年でも、両者の差はのこり、37万人と1億3000万米ドルもある。1996年、浙江省の外国人観光旅行者の人数と収入は、広西省と比べて20万人、1億4000万米ドルも多かったが、2000年には、広西省の外国人観光旅行者の人数が浙江のものを超えている。

ホスピタリティ産業の競争力は、根本的には、ホスピタリティ産業における企業の競争力に起因する。浙江省の観光産業組織は企業規模が小さいのが普通で、経済的実力が弱く、ブランドの認知度が低く、市場競争力が低いという状態である。2001年、全国にある観光産業企業は23760社、営業総収入は1946億8000万元であるが、浙江省のランキングは、第6位(1999年では第4位、2000年は第5位)、総収入は116億8000万元、前年度比17.5%増にすぎない。全体で見れば、浙江省の観光産業企業の経営能力を増強させる必要がある。

第2に、経済発展への影響度が、相対的に大きく作用しないことがあげられる。観光のGDPに対する弾力性係数を見てもみるならば、観光業が浙江省の経済発展に与える影響作用はそれほど大きなも

のではないが、発展は穏やかなものでもない。観光業のGDPに与える弾力係数が、国内総生産額が年1%毎増加するたびに、その時の観光外貨収入の成長率の数値によって、観光収入が国民経済に与える影響作用にどれくらい規定したのか、比較することができる。例えば、弾力性の指標が、1より大きければ、経済成長を推進する作用が大きいこととなり、あるいは、弾力性が1より小さいならば、経済成長への推進作用が大きいこととなり、あるいは、弾力性がマイナスならば、観光業は国民経済の発展を制約していることになる。浙江省では、1991年以来、1993年の「千島湖事件」の余波と1998年のアジア金融危機の影響を除いて、弾力性は1より小さくだけでなく、その年の平均はより1大きかった。これゆえ、全体として、浙江省のホスピタリティ産業は国民経済の発展に促進作用を有している。ただし、全国的な状況を比較してみると、1991年以降の11年間で、1996年、2000年、2001年の三年間の弾力性は全国平均の水準より高く、それ以外の年の平均は全国平均のレベルより低く、そのリズムの幅は大きい。この説明から、全国平均レベルを比較してみれば、浙江省を「観光大省」とするためには、観光業の経済発展の影響作用をあまり大きくしないが、発展は穏やかなものにもしない。

第3に、ホスピタリティ産業体系の発展が多面的に不均衡であることが指摘される。浙江省の観光産業は、スピーディな成長を持続すると同時に、その産業構造を不断に調整し、レベルアップしなければならない。今後、ホテル・宿泊産業や旅行サービス産業、観光交通産業、観光レストラン産業、観光エンターテイメント産業、観光ショッピングや景観管理業などの総合的な産業体系を形成し、多様な発展の局面を出現させなければならない。ただし、浙江省の観光産業体系の発展は不均衡であり、市場メカニズムによる調整が求められる。

観光産業体系のアンバランスは、さらに、いくつかの構成要素に区分することができる。まず、観光産業の六大構成要素の比率がアンバランスである。主に、観光活動の6つの要素間の整合性が欠如した産業政策の指導の現れである。なかでも、ショッピング、エンターテイメントの収入の比率が長期的に低いままであり、全体としての消費水準を引き上げるようにしていかなければならない。発達した国家において、国内観光収入は、「食事」、「宿泊」、「交通」と「観光案内」、「ショッピング」、「エンターテイメント」が基本的に半々の比率でなければならない。浙江省の外国人観光収入と国内観光収入にもとづいて計算すると、観光産業の6大構成要素のうち、食事、宿泊、交通が、観光産業における主要な収入源として、主導的な地位を占めており、観光総収入の60%以上で、とりわけ、宿泊と交通の分野の支出がそのほかの費目より高い段階にある。観光案内、ショッピング、エンターテイメントの占める比重は高くないので、例えば、ショッピングによる収入の面では、2001年、浙江の国際・国内観光旅行者の観光ショッピング支出額が、観光総収入に占める額は18.4%で、上海、蘇州などの周辺の観光発達省市の20~30%の水準には、まだ大きな格差があり、香港やシンガポールの50%水準には及ばない。これは、「経済発展省」の地位にふさわしくない活動の水準であり、浙江省の工業発展や市場の発展の現状と異なり、浙江省の観光商品の種類は画一的なもので、見た目が

旧式かつ粗悪で、新商品が数少なく、観光開発には、商品の特色やブランドやアイテム数や経営などの分野にかなり大きな力を注ぎ、可能性を切り開かねばならない。

次に、ホスピタリティ産業の各主体のビジネス的發展が不均衡である。ホスピタリティ産業の増加分を見れば、ホテル業、観光用商品販売、観光交通業が観光産業の主力となるビジネスであり、産業全体の動向を左右するほどの主導的な地位にある。統計によれば、2001年、浙江省全省で、ホテル業の増加分は67億5000万元、前年度比で16.4%の増加、観光用商品販売の増加分は60億8000万元、24.1%増、観光交通業は51億5000万元、16.2%増で、三者が観光産業全体に占める増加分の57.8%を占めている。観光産業のトップとなる旅行業は、依然として、その発展スピードが早い、観光客受け入れ能力の全国ランキングでは下降している。旅行会社がホスピタリティ産業のトップであり、彼らが顧客の供給源を組織し、受け入れを組織する観光需要と観光供給の仲介者でもある。旅行会社の経営が良好であれば、それに連動して観光産業の他の産業の経営もよくなり、観光ホテル業や観光ポイントの経営にも、目に見える非常に重要な影響となる。全国平均水準と比較して、浙江の旅行会社の受け入れ能力は強く、2001年平均で、1社当たりの国際観光旅行会社の外国人観光旅行客受け入れ数が15708人で、海外提携での外国人観光客数が7818人、全国平均レベルと比較して、前者41.6%、後者30.7%高く、営業収入の増加率でも全国平均水準より高い。ただし、国家観光局が発表する最新の2001年全国百強・国際観光会社ランキングの結果によれば、浙江省には国際旅行会社が4つ、国内旅行会社が13社ランク入りしているだけで、国際旅行社は前年度より1社減少、国内旅行社でも前年度比で4社減少している。このことは、年々、浙江省での旅行会社の旅行客受け入れ能力の全国ランキングが低下していることを意味する。同じ年の江蘇省は国際旅行会社8社、国内旅行会社9社がランク入りし、国際旅行社は前年度比で2社増加、国内旅行社も前年度より4社増加しており、全国百強ランク入りする国際旅行社の数は、浙江省の2倍である。

さらに、観光収入の各部門への分配が不均等である。ホスピタリティ産業の増加分の費用構成比を見れば、増加分の主要なものは、労働者への報酬である。2001年のホスピタリティ産業の増加額を計算して、状況を見れば、労働報酬が169億5000万元、浙江省全省の観光業の増加額の54.5%を占め、固定資産の償却が67億1100万元、21.66%、営業利益が46億7000万元、15.0%であった。上記の数値から読み取れることは、観光産業の基本が労働者個人の取り分を大きくし、経営部門を中程度にし、国税収入を小さくする分配の不均等である。同時に、ホスピタリティ産業は利益率がとても低いビジネスであり、市場競争は十分に激烈である。

その上、国際・国内観光市場の発展が不均等である。浙江省のホスピタリティ産業の発展なかで、国際観光の「短い足」現象が深刻である。全国平均水準では、1999年～2001年の間に、国内観光収入と国際観光収入の比率を見ると、2.4:1となるが、浙江省では、1999年～2001年の間に年平均10:1で、観光収入の構成のバランスが失われている。外国人観光客市場の面から見ると、浙江省の4大入国市場の発展が不均等である。外国人と台湾人観光客市場の発展は急激であり、香港・マカオ

人観光客市場の発展は比較的穏やかであり、外国人観光客市場の中でも、アジア人・アフリカ人市場の成長度が70%以上であり、そのなかでも、韓国・マレーシアの成長度が100%を超えているが、ヨーロッパ・アメリカ・太平洋州の市場の成長は小さい。

浙江省内各地域での観光産業の発展も不均等である。浙江省全省内各地域の観光業の発展水準の格差が大きく、国際観光、国内観光も長期的にトップの都市—杭州に偏重しており、寧波、温州、金華の3つ程度の中心地に、観光集客機能を分散し、ただちに格差是正効果を発揮しなければならない。とくに、観光外貨収入では、2001年の杭州市が全省の53.8%を占め、その比率は、その他の都市10個分よりも大きな比重である。国内観光客も基本的には杭州と寧波の両市に集中しており、両市の合計が浙江省全省の比重の半分以上を占めている。このことは、浙江省の観光は対外的な宣伝のシステムが機能的ではなく、観光資源の開発と利用も他所と比べても低い水準であることを示している。観光のネットワーク・ハブの水準は低く、全体の観光イメージも特色が薄く、資源の共有化と顧客の供給源の共同化の程度も低く、地域観光の分業体系も不正常で、地域連携もいまだ不活発な低いレベルで、共同責任も理想的ではない。

第4に、観光資源開発の全体水準が高くないことが指摘される。全体を見れば、浙江省の観光資源は、四川省について多く、全国第二位の地位である。新しい第一次全国観光資源調査で明らかになったが、浙江省は観光資源を65種類（全種類は69種類）以上有しており、浙江省はあらゆる種類の観光資源を見ることができるよう完備したならば、浙江省の、差別化された観光商品の開発にとって、またとない良好な条件を提供している。ただし、浙江省は観光資源が大量にあるが、すべての種類がそろっているわけではないし、江蘇省や雲南省、四川省などが有する希少性を有するインパクトのあるタイプの資源と比べれば、欠陥がある。浙江省には、いまだに世界遺産がないにもかかわらず、江蘇省9ヶ所、雲南省1ヶ所、四川省4ヶ所もある。江蘇省では、国家A級観光地区21ヶ所だが、浙江省は10ヶ所である。江蘇省は、中国優秀観光都市を14市も有しているが、浙江省は10都市だけである。このように見てみると、浙江省の観光資源の規模は江蘇省などと比べてみても小さいし、観光資源の優位性は、産業の優位性へと十分に転換されていない。上述の現象を生み出した主要な原因は、各地域の計画意識の弱さと計画の実行力の不足である。ある地域の計画を真剣に捉えておらず、観光計画とプロジェクト項目の全体水準は高くなく、観光商品の市場化の程度も低く、製品への創意工夫も少なく、目標市場の把握に関する欠点は深刻であり、技術水準の向上の追及や文化的テーマを作り出すことが不十分であり、観光商品の市場競争力が高くない。

第5に、観光の人的資源のさらなる強化の推進が望まれる。2001年、中国全土の観光高等専門学校の在校生数と観光産業の従業員との比率は、0.017で、中等レベルの職業人と従業員の比率は0.04であり、浙江省ではそれぞれ0.009と0.019で、同時期の江蘇省では0.018と0.042、雲南省で0.018と0.08、広東省で0.018と0.020、福建省0.012と0.074、北京0.015と0.116、上海0.049と0.098で、全体的に浙江省より高い。ここから、浙江省では、後期高等教育を受けた観光人材、プロフェッ

ショナルが明らかに全国水準より低く、主要な観光省市、なかでも広東のように良好なものと比べて、潜在的に当該人材が不足していることを認めなければならない。江蘇省では、この両方とも数値上では、浙江省を追い越しているが、将来のために、人材上の優位性・卓越性を発展させている。

3.4. 浙江省ホスピタリティ産業の発展展望と観光マーケティング

(1) WTO加盟が浙江省のホスピタリティ産業に与えた影響

WTO加盟は、ホスピタリティ産業に対して、まったく両極端の影響を与えるが、全体としては、デメリットよりもメリットが多い^(注21)。

積極的影響は、対外開放度の拡大による、観光産業のスピーディな発展の支援環境を造成している点である。ホスピタリティ産業のキーと成る連関を見てみると、海外旅行業が重要である。ホスピタリティ産業の多面的な発展は、海外旅行業（例えば、旅客航空業）の支援に大きく依存している。例えば、海外航空業が開放されていなければ、その活動は制約される。対外開放度が大きくなるにつれて、海外旅行業の開放度も高まるし、観光産業の発展に対する有力な支援環境のひとつになる。また、金融業の開放度の拡大は、ローンの供給に便利であり、観光サービスの欠点を補うし、電子情報市場の開放は、電子商取引とインターネット販売の大きな発展を進めるなど、観光スタイルの現代化を促進する。自動車の輸入関税の低減は、長年、困難だった、観光産業発展に欠かせない観光用自動車の問題を解決した。民間航空会社の対外開放は、長年、締結することができなかった国際交通と国際観光の連携の問題を解決した。その他の関税の低減は、高級ホテル経営のコスト低減などをもたらした。さらに、重要なことは、より一層、開放度が拡大した環境は、中国と世界経済との交流をますます密接なものにするであろう。世界中のグローバル企業で、あらゆる種類の企業のすべてが中国に進出し、拡大する中国市場を狙い、これらすべてのことが、国際ビジネス、コンベンション活動を促進し、観光産業発展を推進する状況を形成した。

また、企業はさらに広範囲な活動空間を得ることができる。WTO加盟後、政府部門の行政機構は、「人治」から「法治」へと変化し、「行政・統制型」から「計画・支援型」へと転換し、世界貿易機構の原則に適合しない政策や法律を逐次は廃止し、これは企業にとって、さらに広大な活動空間と発展空間が与えられたことを意味した。同時に、市場競争はさらに規制され、企業競争環境では、公平な秩序が強まった。

最後に体制の調整である。WTO加盟以降、外国資本の観光企業の進出は、必然的に、観光産業組織機構に対する影響を与え、観光産業機構の整理淘汰と機構的調整をしなければならず、その方向で機構をレベルアップする。現在の旅行業は、小さく、分散的で、弱く、格差が大きい。この事は、2つの問題を意味し、ひとつは、産業組織体系の優位性の水準が低く、もうひとつは、現代企業制度の普及の水準が低いということである。今日の競争の根本は、制度の競争と人材の競争である。WTO

加盟が、この観念の解放を助け、制度的イノベーションを推進する。

消極的影響としては、次の3点が指摘される。①産業内競争の激化である。観光市場がより一層開放された後、外資は観光業に進出し、国内企業と共に、市場の顧客層を争奪する状況の出現が予測される。ホスピタリティ産業は、総合性が強い産業（観光旅行業の分野やホテル領域、観光地区・地点の分野、観光用商品販売分野などを含む）のひとつで、実際、上記のようなことで最大限の悪影響を受けるのは、旅行者である。旅行会社の分野が、中国では終始開放的な領域ではなかったため、ホテル業の分野は開放が最も遅れてきた分野であり、中国が率先して国際的な連携を進めなければならない分野である。1982年に海外資本の導入と国外資金管理が開始されたから、20年以上、発展し、ビジネスの体質と競争意識が不断に向上したし、すでに国際水準に到達したが、一流の国際水準には到達していない。景観地区・景観ポイントは資源の独占性から市場の独占性を形成し、中国は被害のある領域をかなり保護し、WTO加盟後も、一定の欠陥があるが、その程度はそれほど大きくはない。観光用商取引の分野では、独占的な経営（免税品の経営を除く）が解消され、さらに、大きなビジネス・チャンスが生み出された。②垂直的分業体制の形成で、いわゆる垂直的分業体制は、利潤を最高にし、最も豊富で厚い部分を、外資企業がコントロールし、中国の企業だけが、ピラミッド構造の最低辺に置かれるようになるであろう。実際、上記の局面は、早くもホテル業で形成されている。③国際競争の国内化と国内市場の国際化で、国際競争が国内化される局面が形成されるにつれて、国内市場の国際化が逐次形成される。中国のWTO加盟後、この種の状況がまた一步進んだ。

浙江省の観光市場は、全体としての対外開放度はそれほど高くない。なかでも、ホテル業の開放時期は、比較的短く、開放の程度は比較的高いものの、外資がホテルを建設することは許可されていないし、まだ、外資が、直接的・間接的なホテルの経営を許可しているだけである。観光景観ポイントの開発や建設の面でも、外資の参画を十分、取り入れている。近年、国家は、観光リゾート地区を、外資の旅行会社が利用できるよう許可し、国際観光を直接組織し、外資が、観光販売などを直接行えるよう許可した。ただし、浙江省は、沿岸開放地区であり、開放と国際競争を歓迎しているからであり、いまだ多くのところで、観光サービス貿易の自由化への障壁（例えば、ビザ、入管手続き、外貨交換券など）が残っている（注22）。

（2）観光産業振興政策としての観光マーケティング

観光産業振興政策の取り組みとしては、第1に、観光保証制度の試行があげられる（注23）。2002年、浙江省地方政府は、国家観光局関連の規定に従って、観光保証制度を実施し、旅行会社の観光保証金の徴収・積み立てを合法化した。杭州や寧波は、いち早く当該制度が試行され、実施された都市である。観光保証の合法的実施は、一種の国際的な慣習で観光市場の規範化と浄化の有力な保証のひとつである。

第2に、観光レストランやショッピングセンターにおける経営等級によるブランド指定の取消であ

る^(注24)。2003年2月末、杭州市政府は、観光レストランや観光ショッピングセンターに関する経営指定に関する規定の取り消しを宣言し、その代わりに、一連の標準化したサービスと管理システムとした。この措置は、観光業各界から強烈な反発を引き起こした。指定されたショッピングセンターやレストランが消失し、観光業の競争力のレベルアップに少なからざる影響を与えた。中国のWTO加盟に伴い、観光産業の原始的な価格競争からサービスの品質とより高次元の競争へと推移し、新しい市場競争メカニズムと新しい局面を形成しなければならない。

第3に、国外観光ツアーの拡充である^(注25)。2002年7月、国家観光局は、中国全土528社のファミリー・ビジネスを、中国公民の観光出国業務のツアー会社とすることを制定し、海外ツアー社の件数が真っ先に開放された。浙江省でも3社のツアー会社から、瞬く間に急増19社となり、海外観光市場の出現による激しい競争の出現を意味する。

第4に、観光市場整備活動の展開である^(注26)。浙江省は國務院弁公庁関連規定に基づいて、浙江省全省範囲内で観光市場開発のため、「ムリ・ムダ・ムラ」を排除する整理工作を行った。「ムリ・ムダ・ムラ」排除の専門事項整理を通じて、違法違反活動を廃止し、観光市場秩序を確立し、観光サービスの品質と観光旅行者の満足度を向上し、良好な成果が得られた。

(3) 杭州「レクリエーション博覧会」と上海「世界万国博覧会」

2003年8月12日に開催された、世界レクリエーション機構の理事会で、杭州は、バンクーバ、マドリッド、ミラノなどの国際的に著名な都市との間のコンペに打ち勝って、2006年の世界レクリエーション博覧会の開催権を獲得した。世界レクリエーション博覧会は、観光地域であり、リゾート地域であり、テーマパークであり、観光設備や観光用客室、商品交易をしない国際展示会であり、2年ごとに1回開催され、2006年のテーマは、「レクリエーションが人類の暮らしを改革する」である。開催期間中、杭州は、50の国家、3000社以上の海外観光旅行会社と設備生産企業を誘致し、50万人以上の外国人観光客を集客し、1000万人以上の国内観光旅行者を集客し、観光外貨収入は3億米ドル以上の収入が予測され、国内観光収入も100億元以上となり、海外投資2億米ドルのリゾートやレクリエーション観光、エンターテインメント商品の生産を誘致する。

長江デルタ地帯内では、上海大都市圏の影響力和ハブ・パワーは巨大である。上海は、2010年の「世界万国博覧会」を成功させると予測される。万博は、世界的なブランドであり、尽きることの無い潜在的な価値を具現化させる。その成功は、全体としての長江デルタ地帯の観光業発展に重要な向上作用をもたらし、浙江省観光業の発展にとっても、絶好の機会である。

4. むすびにかえて

浙江省におけるホスピタリティ産業の発展要因としては、①観光資源の優位性、②政策的支援の役割、③広大な国内市場空間の存在、④観光資源の積極的開発、⑤観光プロジェクトの多様な発展、⑥

基礎的インフラストラクチャーの整備が指摘され、これらの多くは、浙江省政府の主体的・意識的取り組みであると同時に、顧客価値の向上を目的とする観光マーケティングに他ならない。また、浙江省地方政府は、WTO加盟以降の経営環境の中での「機会」と「脅威」を選択し、観光産業振興政策としての観光マーケティングは、顧客への利便性と顧客接点の多様化を進め、顧客価値の向上に努めており、今後、2006年の「杭州レクリエーション博覧会」と2010年の「上海世界万国博覧会」をビジネス・チャンスとして活かすよう、機会主義的適応戦略が求められている。

観光マーケティングとは、特定のデストネーション（観光の目的地）におけるツーリスト・アトラクション（商品化される体験としての観光商品）を明確にして、その価値の創造・伝達・配送を通じて、多様な観光客のニーズや欲求、つまり観光需要を喚起し、顧客関係を維持する諸活動であり、その主体は、多様な利害関係者から構成される。今日では、観光産業のもつ社会経済的役割から、国家や地方政府など行政セクターが重要なマーケティング主体である。とりわけ、経済のグローバル化とIT化の進行とともに生じるサービス産業の性質の変化を踏まえた上での、新しい発展の方向性と政策枠組みの探求が進められている^(注27)。

従来、サービス産業は、国内需要に依存した、非常にドメスティクな産業であり、その競争力も限定されたものであった。しかし、経済のグローバル化とTI化とともに、従来の国民経済的枠組みが変容し、国内取引を主体としてきたサービス産業も、国際競争の対象となり、「マルチ・ドメスティク・プレイヤー」から「グローバル・プレーヤー」になりつつある。したがって、単に、地域の競争力へのサービス産業の貢献度だけでなく、サービス産業それ自体の国際競争力の育成強化が必要となる。なかでも、国際競争力の自立した担い手のひとつへと変貌しつつあるサービス産業と、地域振興への波及効果との関連、とりわけ、国際競争の視点から、観光産業が与える広範な分野の産業との密接な関連だけでなく、国の社会基盤や文化資源、「生活の質」などの社会的要因との総合的な関係についても、今後、探求を深めていく必要がある。

マーケティングとは、供給者と顧客との間の関係性から成り立つものである。それゆえ、生産者主導から消費者主導への視点移動は、現代マーケティングやサービス・マネジメントにとって重要な課題である。観光産業やホスピタリティ産業の分野においても、この消費者の視点を取り入れ、競争優位を確立する経営戦略等の策定が重要な役割を演じつつある。その際、今後の重要な理論的課題として、以下の2点を提起する。

第1に、観光マーケティングを考える場合、政府や地方自治体など、公共セクターの役割が大きく、サービス・マーケティングやサービス・マネジメントの主体として、彼らの理論的な位置づけを明確にしていかなければならない。

第2に、「場」における、「個人」間のパーソナルなコミュニケーションに着目し、「経験価値」を創造する関係性マーケティングの考え方に依拠しつつ、信頼とコミュニケーションに基づいた顧客と提供者との長期継続的な関係性を構築することを目指すマーケティング・コミュニケーション活動の

中で位置づけ、その特徴を、ホスピタリティ・マネジメントの概念との関連性から明らかにしていく必要があると考える^(注28)。

〔 注 〕

(注1) この点に関しては、1992年、「第三次産業発展に関する中国共産党中央委員会・中華人民共和国国務院決定」以降、サービス産業のみならず観光産業の発展にも、政策的努力を傾斜している。例えば、中華人民共和国国家旅游局「旅游発展規則管理弁法(国家旅游局令第12号)」2000年10月26日や「旅游発展規則単位資質等級認定管理弁法(国家旅游局令第24号)」2005年7月6日、中華人民共和国国家發展和改革委員会「サービス産業発展の加速」2006年3月17日、浙江省「旅游管理条例」2000年12月28日、浙江省人民政府「観光産業発展の加速化に関する若干の意見(浙江省人民政府令第52号)」2001年8月、浙江省共産党委員会「観光經濟強省建設に関する中国共産党浙江省委員会・浙江省人民政府の若干の意見(中国共産党浙江省委員会令第23号)」2004年11月8日、紀根立・浙江省旅游産業統計及対國民經濟貢獻研究課題組：《浙江省旅游産業統計及対國民經濟貢獻研究》浙江省旅游局2002年3月などを参照されたい。

(注2) 本稿は、鄭吉昌・夏晴共著《服務業、服務貿易与区域競爭力》浙江省大学出版社、2004年を検討素材としている。鄭吉昌氏は、提携関係にある浙江樹人大学訪問団の一員として、2005年6月28日、京都創成大学を訪問された。わずかな間であったが、学術的な面でも交流することが出来た。今回の研究は、その成果を踏まえている。

(注3) アメリカ・マーケティング協会の2004年定義の日本語訳については、那須幸雄「マーケティングの新定義(2004年)について」『文教大学国際学部紀要』第16巻第1号、2005年7月p.79、なお、アメリカ・マーケティング協会の2004年定義については、<http://www.marketingpower.com.live/content21257.php>を参照。

(注4) 中華人民共和国国家旅游局局長・何光暉主編《中国旅游業50年》2000年1月における「観光(旅游)」の規定や曹博偉：《旅游的基本概念及其測度》《旅游調研》2005年第11期を参照されたい。

(注5) 中華人民共和国旅行業管理条例(1996年10月15日中華人民共和国国務院令第205号)の第3条の規定。

(注6) World Tourism Organizationの「観光」定義については、<http://www.world-tourism.org/facts/eng/indicators.htm>(2006年5月31日)や葛立成・聶献忠：《加入WTO对浙江游業的影响与对策研究》，《浙江学刊》，2001年第4期や鈴木勝(李勝娟訳)：《國際旅游振興論》，中国旅遊出版社，2002年、津山雅一：《東亞—西太平洋地区爆發旅游的背景》，《日本國際旅游學論文》第40頁などを参照。

(注7) 万斌：《浙江監皮書—2003年浙江發展報告經濟卷》，浙江出版社，2002年度版，100頁。

(注8) 鄭吉昌・夏晴共著《服務業、服務貿易与区域競爭力》浙江省大学出版社，2004年，231-234頁。

(注9) 鄭勝華：《如何提升浙江旅游業核心競爭力》，《商業經濟与管理》，2002年第4期。

(注10) 李善同・華而誠：《21世紀初的中国服務業》，經濟科學出版，2002年，303頁。

- (注 11) 紀根立等：《対浙江省旅游業發展現狀の分析和思考》，浙江省統計信息網，2002年12月17日。
- (注 12) 紀根立等，同上。
- (注 13) 鄭吉昌・夏晴共著《服務業、服務貿易与区域競爭力》浙江省大学出版社、2004年，198-199頁。
- (注 14) 鄭吉昌・夏晴共著，同上書，200-201頁。
- (注 15) 「グリーン・ホテル」とは、環境への負荷に配慮した対応したホテルのことで、「綠色飯店」と呼ばれている。詳細については、浙江省観光局《綠色旅游飯店》2006年3月23日の規定を参照されたい
- (注 16) 鄭吉昌・夏晴共著，前掲書，112-115頁。
- (注 17) 浙江省の観光政策の評価に関しては、孫鋼：《新世紀中国区域旅游發展大思路》，中国旅游出版社，2001年を参照。
- (注 18) 鄭吉昌・夏晴共著，前掲書，235-237頁。
- (注 19) リゾート開発に関しては、浙江省「旅游度假區管理弁法（省政府令第127号）」2001年4月14日や浙江省「杭州之江国家旅游度假區条例」1994年11月25日などを参照。
- (注 20) 鄭吉昌・夏晴共著，前掲書，237-241頁。
- (注 21) 鄭吉昌・夏晴共著，前掲書，241-244頁。
- (注 22) WTO以降の制度的障壁の解消の方向性については、顧経儀：《WTO法律与中国服務貿易》，上海財經大学出版社，2000年や葛立成・聶献忠：《加入WTO对浙江旅游業的影响与对策研究》，《浙江学刊》，2001年第4期を参照。
- (注 23) 観光保証制度については、中華人民共和国国家旅游局「旅行社投保旅行社責任保險弁法（国家旅游局令第14号）」や浙江省「旅游管理条例（2000年12月28日）」の第五章を参照。
- (注 24) 指定取り消しに関しては、中華人民共和国国务院「第三グループの取り消しと行政手續項目の目的の調整に関する国务院決定」2004年5月19日によって、取り消された385項目のひとつである。詳細は、《国务院關於第三批取消和調整行政批項目目的決定》を参照されたい。
- (注 25) 海外旅行ツアーに関しては、中華人民共和国国家旅游局《中国公民出国旅游管理弁法（国务院第345号）》や《旅行業管理條例實施細則》などを参照。
- (注 26) 今後の法的整備については、浙江省旅游局的《浙江省旅游業“十一五”規測与至2020年旅游發展規則綱要》、《浙江省生態旅游規則》、《浙江省旅游發展總体規則》など整備している。浙江省旅游局《關於旅游行政許可有關事項的通知》2004年9月14日や《2005年浙江省旅游經濟形勢分析》2006年1月，11-13頁を参照。
- (注 27) こうしたサービス業の位置づけに関する代表的な議論としては、M.ポーター編『国の競争優位』（ダイヤモンド社、1992年）での議論があげられる。ただし、ポーターは、製造業とサービス産業の相互関係の深化を通じた産業クラスターの發展とイノベーションの促進についても論じており、その意味では、国際競争力への間接的な効果・役割を認めている。
- (注 28) この点に関しては、宮内拓智「マーケティングにおける関係性の変容と『高度大衆消費社会』の状

況」立命館経営学会『立命館経営学』第37巻第5号，1999年1月や宮内拓智「マーケティング論再考」日本流通学会『流通』No.17，2004年10月、宮内拓智「『高度情報ネットワーク社会』のマーケティング・パラダイム」関西大学商学会『商学論集』第49巻第3・4号合併号，2004年10月を参照。