

アジア観光産業クラスターにおけるシーケンス解析

日本大学大学院生物資源科学研究科生物資源経済学専攻
博士後期課程

陳 志鑫

2013

目次

- 第 1 章 本博士論文の研究背景と目的
 - 1.1 研究背景
 - 1.2 研究背景と目的
 - 1.3 観光産業クラスターのフローチャート
 - 1.4 観光産業クラスター形成基礎因子

- 第 2 章 香港・シンガポール観光産業クラスターにおけるシーケンス解析
 - 2.1 新香港国際空港・チャンギ国際空港開設による観光産業発展
 - 2.2 両国（地域）における経済成長と観光産業発展の相互関係分析（グレンジャー因果性テストによる）
 - 2.3 両国（地域）における観光産業クラスターの構築とシーケンス解析

- 第 3 章 香港人・中国大陸人の顧客属性分析
 - 3.1 香港に向かう中国大陸人訪問者顧客属性分析
 - 3.2 中国大陸に向かう香港人訪問者顧客属性分析
 - 3.3 両地域における観光産業クラスターの構築とシーケンス解析

- 第 4 章 中国における茶・観光産業クラスターの展開 ―浙江省龍井茶の事例分析―
 - 4.1 中国茶産業の歴史と背景
 - 4.2 浙江省における龍井茶・観光産業クラスター構築の背景
 - 4.3 龍井茶・観光産業クラスターの構築
 - 4.4 龍井茶・観光産業クラスターにおけるシーケンス解析

- 終章 要約と結論

1.1 研究背景

近年、「クラスター計画は経済発展の重要な一部を成す」ことが常識のようになってきた。更に、地域の競争力の強化と経済発展を実現するための一つの重要な手段として注目されている。世界各地で多岐にわたるクラスター計画が次々実施されており、その数は数百を超えていると言われている。

なぜ、今クラスター戦略は地域における経済発展の一つ重要な手法として注目されるのか？その原因を究明するに当たって、企業・地域経済・国家政策の3つの視点から探求する必要がある。まず、企業のレベルから見ると、IT技術の普及と世界経済のグローバル化が進み、事業環境は急激に変化している。今まで類にない技術の進歩、多様な機関と組織の出現と繁栄、各国及び各地域間の激しい人材競争、活発的な国際間資本の移動、多発している環境問題などは企業の経営環境を様々な面から影響を与えている。また、地域経済発展の視点から見ると、クラスター戦略はグローバル化と対照的に地域重視の開発手法である。特に成熟した地域社会経済を発展させるために、クラスター戦略に含むイノベーションを誘発する概念は有効である。最後に、国家のレベルから見ると、今まで経済発展に有効と信じてきた政府主導で外資から国内企業を保護し、幼稚産業として育成する産業政策に限界が見えてきた。グローバル化の進展と多国間貿易協定が時代の流れになったことによって、産業政策を継続させることが難しくなっている。一方、アメリカやヨーロッパ諸国や中国では、地域に企業を集積することにより地域を活性化するクラスター政策は有効であることが証明された。

クラスターの定義に関しては、色々な学者は様々な角度から定義している。最初に定義したのはハーバード大学のマイケル・ポーターであった。1998年マイケル・ポーターは「クラスターとはある特定の分野に属し、相互に関連した企業と機関からなる地理的に近接した集団である。集団の結びつきは、共通点と補完性にある」と定義した。すなわち、クラスターは3つの重要条件か

ら構成される。①特定の分野において、関連企業や機関は一定の範囲に集積すること。②関連企業間ではイノベーションが引起され、シナジー効果が発揮できること。③集積された企業間において、競争関係でありながら協力関連も存在していること。また、1995年に Doeringer・Terkia は「産業クラスターのもっとも重要な特徴は、産業の地理的な集積を通じ、競争優位を得ることである」と提示した。

クラスター戦略の核心は生産性の向上とイノベーションの促進と考慮される。クラスターの考え方はこれまでの国家主導の産業政策と違い、地域を中心とする経済政策である。マイケル・E・ポーターは「クラスターは、従来型の産業政策や伝統的な地域開発に付けられた「新しい名前」ではない。クラスターとは、イノベーション、新しい形のインターアクション、新しい型の機関や組織を基盤とする、今までとは違う競争力に対する斬新な考え方なのである。」と位置付けた。クラスターの構築において政府は各段階での関与が重要であるが、主役にはなっては行けない。クラスター形成の主体は地域に集積する企業であり、関連機関・協会・大学などである。クラスター形成の主要な目的は生産性の向上だけではなく、イノベーションの発生を促進することである。そのために、伝統的な産業集積論と違って多様な機関と組織、すなわち大学、シンクタンク、職業訓練施設などがクラスターの形成に参加することが不可欠である。また、産業社会から知識社会に社会変更の中で、競争の源泉と生きてきた天然資源、資本、土地、人力資源などの生産要素に知識が加えられ、知識は最重要な生産要素として重視されるようになった。

イノベーションに関しては、経済学者の J.A. シュンペーターによって初めて定義されました。シュンペーターによれば、市場の均衡状態は沈滞であり、その状態をシフトさせるのがイノベーションであるとしています。シュンペーターはイノベーションを、経済活動の中で生産手段や資源、労働力な

どをそれまでとは異なる仕方で新結合することと定義した。そしてイノベーションのタイプとして、5つの新結合があると指摘した。

- ① 新しい生産物の創出
- ② 新しい生産方法の導入
- ③ 新しい組織の実現
- ④ 新しい販売先の開拓
- ⑤ 新しい仕入先の獲得

なお、これらイノベーションを実行する者を「企業者（アントレプレナー：entrepreneur）」と呼びます。

また、イノベーションには色々な類型が挙げられています。例えば製品に関する基本的な類型は、以下の2つ。

- ① プロダクト・イノベーション
- ② プロセス・イノベーション

プロダクト・イノベーションとは、革新的な新製品を開発するといった、製品そのものに関する技術革新のことです。

プロセス・イノベーションとは、研究開発や製造の過程、物流プロセスを革新することです。

更に、イノベーションの程度によっては、

- ① インクリメンタル・イノベーション
- ② ラディカル・イノベーション

に分けられます。

インクリメンタル・イノベーションとは、既存製品の部分的な改良を積み重ねることで、いわゆるマイナー・チェンジってやつです。イノベーションの中でも程度の小さいものを指して言います。

ラディカル・イノベーションとは、従来とは全く違う価値基準をもたらすほどの革新のことです。イノベーションの中では最も程度の大きいものを指して言います。

他方、観光産業は発展途上地域にとって雇用創出と貴重な外貨を取得する重要な手段として注目されている。国際観光協会に統計によると、2005年では国際観光人数が6.6億人超、観光収入が8,800億ドルに達し、世界GDP総額の10%まで成長した。更に、観光産業は世界総雇用数の約10%の雇用を創出していた。

1.2 研究背景と目的

本論文の主要な目的は、観光産業を発展させるためにはクラスター戦略を推進する方法を策定するためである。

本論文の仮説は

観光産業クラスターの構築には

- インフラストラクチャーの整備
- 規制緩和
- 観光に関わる大型施設

以上の3点の有効性の検証

1.3 観光産業クラスターのフロチャート

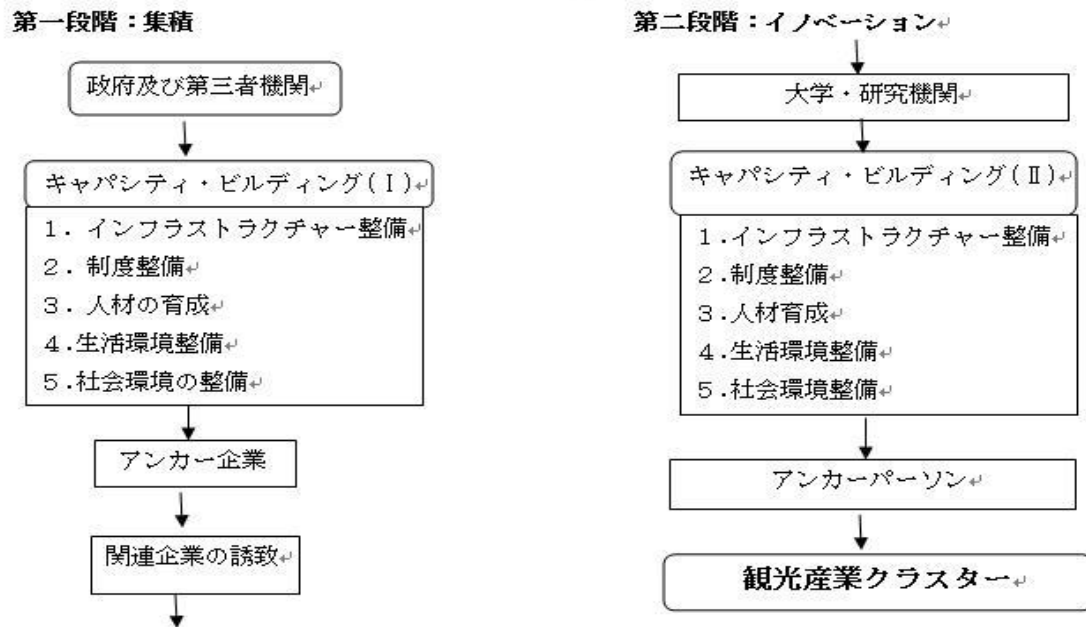


図 1.3.1 観光産業クラスターのフローチャート・アプローチ

出所：朽木（2010）を著者改定

図 1.3.1 が示しているように、観光産業クラスター構築においては、2つの段階から構成される。第1段階企業集積段であり、第2段階はイノベーション段階である。

第1段階の企業集積段階では、政府や第三者機関が先頭に立つ必要がある。政府はキャパシティ・ビルディングの構築には主導的に実行する必要がある。キャパシティ・ビルディングは①インフラストラクチャー整備②制度整備③人材育成④生活環境整備⑤社会環境の整備から構成される。そして、キャパシティ・ビルディングの構築が完成された段階で、総合リゾート施設（IR）のようなアンカー企業を誘致する。アンカー企業が地域に進入することによって関連企業がアンカー企業を中心に投資し、産業集約が実現できる。

第2段階のイノベーション段階では、主役は大学や研究機関に変わる。大学や研究機関は集約された企業と密接的に連携し、企業と共同にイノベーションを引き起こす。大学や研究機関は知識の集合体として機能する。同時に、政府は大学や研究機関や関連商会・協会の要請を受けて、キャパシティ・ビルディングの再構築をする必要がある。キャパシティ・ビルディングは集積段階と同じく、①インフラストラクチャー整備②制度整備③人材育成④生活環境整備⑤社会環境の整備から構成される。しかし、含む内容は大学や研究機関や関連商会・協会の要請によって変わる。イノベーションを促進する環境が整備されることによって、アンカー企業や関連企業が更に集積し、企業間において競争しながら協力関係が築いてくると考えられる。

1.4 観光産業クラスター形成基礎因子

集積段階

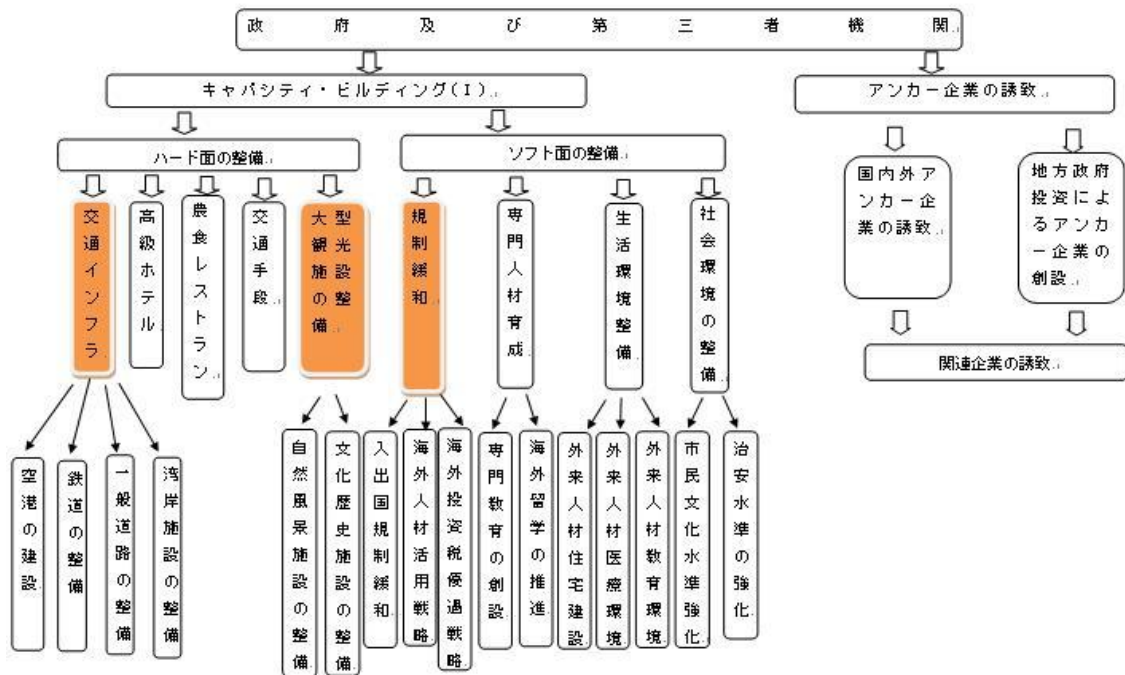


図 1.4.1 観光産業クラスター形成集積段階における基礎因子

資料：著者より作成

観光産業クラスターの構築において、様々な基礎因子が含まれている。図 1.4.1 が示しているように、キャパシティ・ビルディングはハード面の整備とソフト面の整備から構成される。

ハード面の整備は①交通インフラ②高級ホテル③農食レストラン④交通手段⑤大型観光施設の整備など 5 つの項目に分けられる。更に、交通インフラは①空港の整備②鉄道の整備③一般道路の整備④湾岸施設の整備に分かれる。最後に、大型観光施設の整備は文化歴史施設の整備と自然風景施設の整備に分けられる。

ソフト面の整備は①規制緩和②専門人材の育成③生活環境整備④社会環境整備など4つの分野を含んでいる。更に細分化すると、規制緩和には①入出国規制緩和②海外人材活用戦略③海外投資税優遇戦略が含まれている。専門人材育成に当たって海外留学の推進と専門教育の創設がある。また、生活環境の整備は①外来人材の教育環境の整備②外来人材医療環境整備③外来人材住宅環境などが含まれる。最後に、社会環境の整備は治安水準の強化と市民文化水準の強化が含まれる。

最後に、アンカー企業の誘致に当たって、国内アンカー企業の誘致と地方政府投資によるアンカー企業の創設が含まれる。

観光産業クラスター構築における環境により、観光資源構築型と既存資源利用型と2つに分類することが可能である。

◆ 観光資源構築型

新しい娯楽施設を建設、或いは自然環境や文化施設、風習を創造的に構築

◆ 既存資源利用型

既存する自然風景、民俗風習、文化施設、歴史遺跡、農林水産物などを利用

観光資源構築型は本論文の第2と第3章で論述するシンガポールと香港のような自然観光資源或いは歴史観光資源乏しい知識であり、資源構築型は本論文の第5章で論述する中国浙江省のような豊富な自然資源を持つような型である。

第 2 章 香港・シンガポール観光産業クラスターにおけるシーケンス分析

2.1 新香港国際空港・チャンギ国際空港開設による観光産業発展

2.1.1 香港・シンガポールの歴史と経済発展

歴史から見ると、香港とシンガポールはイギリス殖民時代から対中国と対マライア地域の重要な貿易港として繁栄をもたらし、両者はその周辺国国民にとって海外旅行の最優先地域になっている。低関税と比較的に自由な入出国制度が古くから実行され、評価されてきた。

香港では 1980 年代から中国改革開放政策をきっかけに、中国人の海外進出の拠点と海外中国投資の窓口になり、さらに多国籍企業の中国投資が火を付けた。その中では 1984 年と 1987 年では年間約 24% の増加率を記録した。この高い成長は香港が中国に返還される 1997 年まで維持した。シンガポールでも同じ傾向が見られる。その成長要因は 1970 年代からの世界的貿易自由化、中国の改革開放政策の影響とマレーシア新経済政策の成功によることと考えられる。特に 1988 年と 1993 年では 17.7% と 18.3% との 2 つ成長の高波を作った。1990 年代後半ではアジア通貨危機で両者同分野の成長率が止まったが、GDP に占める割合が 23% と 15% 前後に維持することができた。両者が同分野では 2003 年から再び成長の軌道に乗り、2008 年リーマンショックで挫折したが、2011 年まで高成長を実現した。背景には、香港では中国政府による中国国民の入出国法的規制緩和と考えられる。シンガポールでは 1986 年から実行される「サービス産業立国」戦略と 1998 年からの「アジア事業拠点クラスター」戦略が功を奏したと考えられる。その結果では 2011 年の卸売業・小売業・レストラン・ホテルの売上高を見ると、シンガポールは 482 億ドル、香港は 663 億ドルに達している。

歴史と伝統から両者は輸送・保管・通信分野では比較的に優位性を持って

いる。香港では 1980 年から中国改革開放政策で製造業がいち早く中国進出し、香港を貿易港として利用した。多国籍企業のみならず、中国企業も香港を貿易拠点と資金調達決算拠点として利用した。そこで 1980 年代後半から 1997 年ごろまで、1989 年の -1.1% 成長を取り除いて、1987 年 20.6%、1988 年 16% 成長のような高い成長率を残した。1997 年アジア通貨危機、2003 年 SARS、2008 年リーマンショックで成長が下落したが強い回復力も見られる。シンガポールでは前述したような原因で輸送・保管・通信分野が 1970 年代から 1997 年まで高成長を実現した。その背景にはシンガポール政府は建国後実行していた輸入代替工業化政策（1950 年代～1965 年）を輸出指向工業化（1966 年～1970 年代前半）への産業政策方向転換と、資本・技術集約産業化（1970 年代後半～1980 年前半）、サービス産業立国（1986 年～1997 年）など相次いで打ち出された産業構造調整政策が成功することによって、同分野の成功を導いた。

シンガポールでは 1980 年から更なる高付加価値を追求して、ハイグレード電子産業の誘致や発展に力を入れてきた。チャンギ空港の開設と増設によって航空輸送能力が向上し、ハイグレード電子産業の輸送が可能となり、空港が産業の発展に貢献した。両国は地域の金融市場としても発展した。交通網とりわけ航空手段が充実することによって地域各国からの訪問が可能となり、金融市場として地位が向上し、より国際性が増した。両国の証券取引市場に上場する海外企業数（2012 年）はシンガポールが 88 社と香港が 304 社となり、アジア地域では 3 位と 1 位になっている。アジア地域において両国は最も開放的な市場になり、取引高に関しても空港開設後、規制緩和等を契機に年々増加してきた。

2.1.2 香港・シンガポール観光産業の歴史と発展

香港観光産業クラスターの構築に関しては香港旅行発展局が先頭に立って

いる。香港旅行發展局はすべて民間から選ばれた 20 名人で形成され、香港政府の委任を得ている。業界分野は輸送業、ホテル経営、旅行代理、小売業、レストランなどが旅行に関するさまざまな分野が含まれている。世界各地の約 16 都市に事務所を設置し、所在都市を中心に宣伝活動を展開している。香港旅行發展局は世界の旅行者に対して、『香港旅行指南』、『ショッピング及びレストランガイドブック』、『香港ストーリー』など資料を製作し、香港旅行業界には『香港旅行業務手帳』、『香港ガイド』など旅行サービス水準を向上させる資料を製作した。これらの以外には、2002 年と 2003 年ごろ、香港旅行發展局は積極的に中央政府と交渉し、大陸部からの旅行者人数制限の廃止、中国大陸部観光者香港旅行に関する地域制限の解除など規制緩和を行った。このような政策的な役割以外には、観光客の年々増加によるサービス質低下、小売業界の接客問題などに積極的に関与し、法制レベルだけではなく、協会や組合などと協力し、改善している。また、アジアで 2 番目になるディズニーリゾート（香港）の誘致にも貢献した。2005 年 9 月に開園したディズニーリゾートは香港ディズニーとディズニーホテル、インスピレーションレークを核に構成される。香港にディズニーリゾートのようなアンカー企業が進出することにより、香港観光の魅力の増加、アジア地域観光客の増加に寄与している。

シンガポールでは、観光産業は雇用の創出や外貨の獲得など経済発展に有利な面を持つことから独立を果たした直後の 1964 年ごろシンガポール観光促進局を設立した。観光促進局は時代の変化に応じて観光テーマや仕事の重心を常に変化させている。1960 年代から 1970 年代にかけて「インスタント・アジア」がテーマとしてあげられ、「ガーデン・シティ」としてシンガポールを売り出した。同時に、民間のアイデアを吸収し、政府の関連部署と協力して、シンガポールの標識になるマライオンを建設した。1980 年代は旅行者のニーズ変換に応じて、文化遺産の保護に焦点をあてて、民俗色の

濃い地域と歴史的な名所を世界の観光者に発信した。それに加えてチャイナタウン、リトル・インディア、カンプン・GRAMなどの再開発を政府関連部署に提案し、積極的に関与した。この計画は観光のアトラクションを作り出すだけでなく、シンガポール人の自国文化の認識を引き出すことにも貢献した（Brenda S. A. Yeoh など、2001）。また、1996年に、シンガポールを世界水準の観光目的地、観光ビジネスの中心地、及び観光拠点へと変革させる機関として、シンガポール観光促進局はシンガポール観光局に改名した。同時に、観光局は21世紀に直面する挑戦に向け、新しいマスタープランすなわち「Tourism21:観光都市のビジョン」を発表し、自身の役割を再定義した（Brenda S. A. Yeoh など、2001）。シンガポール観光局はTourism21計画を立ち上げてから、長年に渡って多くのプロジェクトを実施した。例えば、観光局は国家遺産管理局と協力し、チャイナタウンにおける事業者、過去及び現在の居住者、チャイナタウン小売業専門委員会などと広範囲に及ぶ議論を展開し、フィードバック、寄付募集などを進めた。また、2003年チャイナタウンの関係団体より、提案が提出後、シンガポール観光局のテーマ開発グループはチャイナタウンにある3本の通りを歩行者用に改修し、100店舗以上が並ぶストリートマーケットに生まれ変わることを決定し、関係団体と関係部署と連携して遂行する。主導的な役割を果たしている。更なるイノベーションを引き起こすために、シンガポール観光局は国際連携を重視してきた。特にインドネシア諸島との共同事業開発は、シンガポールと近隣諸国が補完的な関係で多くのチャンスを引き出すために、いかに協力して取り組むのが重要であることを示す例である。また、大学や研究所と連携し、最新の情報や研究成果や情報通信技術などを開発し、観光客の誘致に利用している。例として挙げられるのは、大学と統計局と連携し、観光業サテライトアカウントを開発し、観光業が実体経済に与える貢献度を評価した。観光に関する今後の戦略の策定と計画の立案には有意義に参考となる。

2.1.3 香港国際空港・チャンギ国際空港開設及び経済貢献

1) 香港国際空港の利用状況

香港国際空港では、①経済の発展とともに啓徳空港の発着能力が需要に対応しきれないこと、②空港周辺飛行条件が著しく変化し、安全運行に満足できなくなったなどを背景に、1998年に開設された。

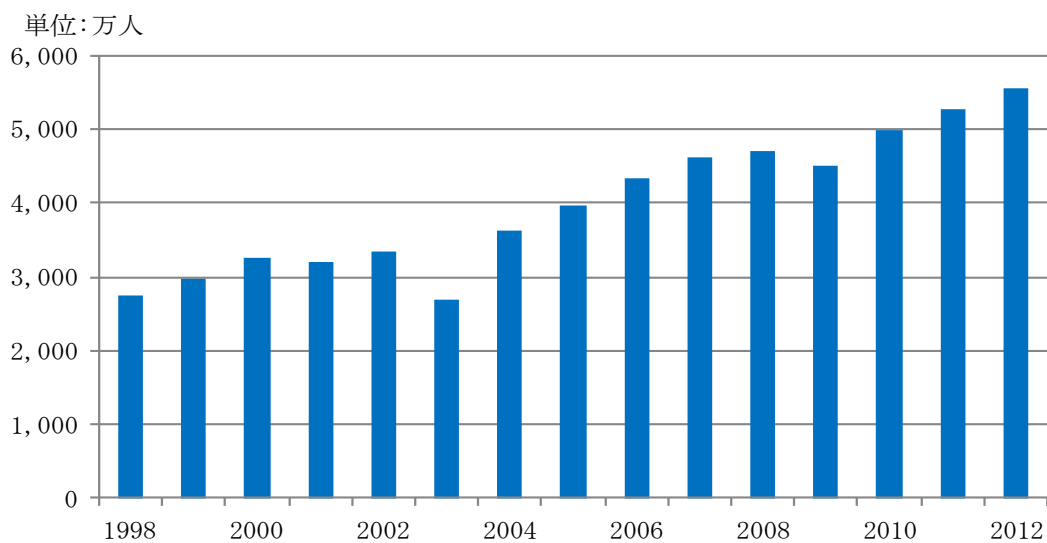


図2.1.1 香港国際空港利用者年間別推移（1998～2012年）

資料：香港民航処により作成

図 2.1.1 が示しているように、開港の 1998 年には年間利用者が 2,760 万人にのぼり、2000 年には 3,264 万人に達した。しかし、2001 年では IT バブル崩壊の影響を受けて、空港利用者が 3,203 万人に減少し、更に 2003 年に SARS の影響を受けて 2,675 万人に減少した。SARS の影響がなくなった 2004 年では 35.6% 増という究極な回復力を見せた。その後の 2005～2007 年では 7.0～9.7% という高い成長率を維持してきた。しかし、2008 年リーマンショックの影響で 2009 年では -4.5% とその成長率はマイナスに転じた。2010 年には再び 10.6% に成長し、2012 年の同利用者は 5,566 万人に達した。

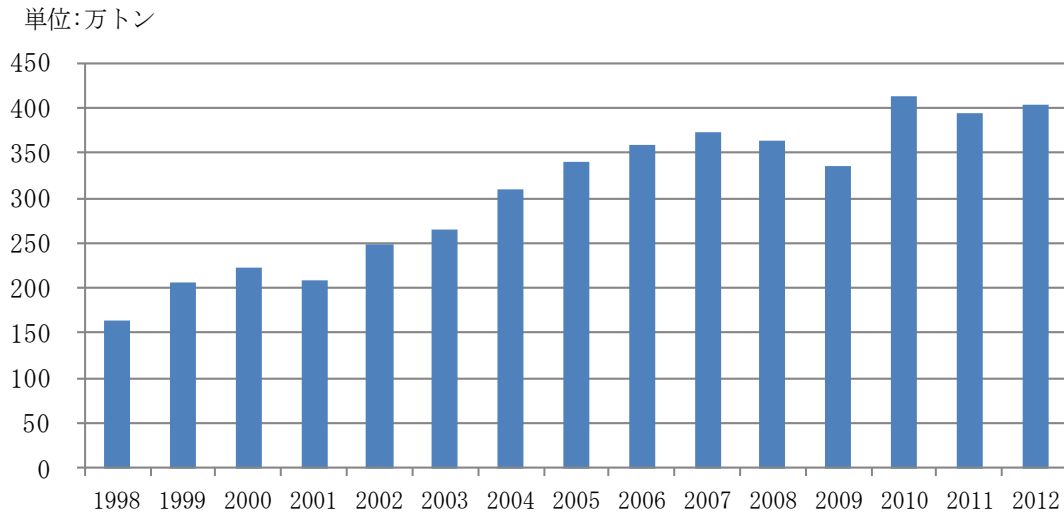


図2.1.2 香港国際空港年間処理貨物量年間推移(98～2012年)

資料：香港民航処により作成

図 2.1.2 が示しているように、貨物輸送に関しては増加傾向が見られる。1999 年には貨物輸送量が 25.3% 増加し、206 万トンに達した。2001 年の IT バブル崩壊の影響で貨物輸送量が 7.4% 減の 207 万トンに減少した。しかし、2002 年では 19.5% 増加の 248 万トンに急速的に回復した。2003 年には SARS の影響を受けて空港利用者は急減したが、貨物の輸送は 6.6% の成長を維持できた。ただし、リーマンショックの影響は空港利用者の変化より早く、2008 年と 2009 年では -3.1% と -7.7%、さらに、2011 年では -4.6% と成長はマイナスに転じた。2010 年には 2 年連続の下落による反動で 23.3% 増の歴史的な記録を作った。2012 年の貨物輸送量は 403 万トンに達している。

香港国際空港では、2002 年の週間定期便数が 1,795 便に達成し、その後緩やかに増加が続いていた。2002 年に中国政府が大陸部中国人の香港ツアーの人数制限を撤去したことにより、2003 年以降『香港自由行』が拡大する。この措置によって大陸部観光者が急増し、2004 年と 2005 年は定期便の年間増便率が 7.6% と 13.2% に達し、週間 1,982 便と 2,245 便になった。2008 年には 2,421 便に達した。しかし、リーマンショックの影響で航空各社が 2009

年は乗客の減少に伴い、2,228便に減便した。2010年には各国政府の経済救済策が功を奏し、香港の来訪者数が回復し、定期便は2,526便に増加した。更に、2011年では最高記録を更新し、2,719便に達した。

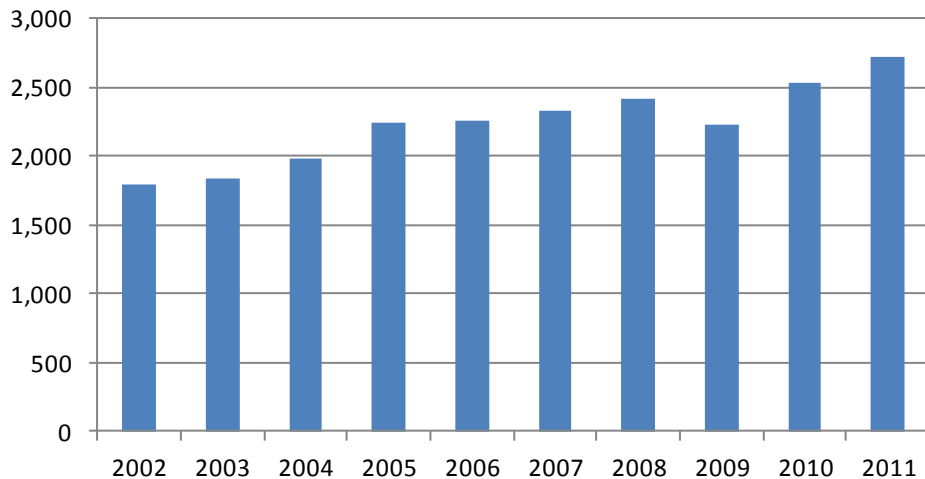


図2.1.3 香港週間定期便数年度別推移（2002～2011年）

資料：香港民航処より作成

2) チャンギ国際空港の利用状況

チャンギ国際空港は、1970年代の急速的に増加する航空需要に答えるため、1975年ごろから建設開始され、1981年完成した。その後、第2、バジェット、第3ターミナルが相次いで開設した。空港利用者は第2ターミナル開港後の540万人から、94年には690万人にまで急増した。

バジェット・ターミナルの開設は観光客の増加に直結し、8ヶ月で100万人の空港利用者増をもたらした。第3ターミナルの開港はリーマンショックの影響で観光客の増加に繋がらなかったが、2009年からの観光客回復には一役を買った。同空港の年報によると、1981年の利用者は810万人に達した。開港後、利用者の増加率が変わらず、1990年に約2倍弱の1,560万人、2000年は開港当時4倍の3,240万人、更に2010年では4,200万人に達した。

貨物の輸送量では、1981年開業当時の19.3万トンから、1990年の62.3

万トンと 2000 年の 168.2 万トンに急増し、2010 年では約 10 倍弱の 181.3 万トンに達した。就航国数は 1981 年の 43 ヶ国から 2010 年の 60 ヶ国に増加した。就航都市数は 1981 年当時の 67 都市から 2010 年では約 200 都市に約 3 倍に路線が拡大している。航空会社では 1980 年の 34 社から 2010 年の 100 社に 30 年間で約 3 倍に増加した。同空港は乗り継ぎ乗客を重視してきた。国際線の乗り継ぎ客を引き付けるために、免税ショップをはじめ、様々なニーズに対応できる飲食施設や娯楽休憩施設を設けている。これらの施設が運営されることにより、2009 年では店舗賃貸や営業許可収入など非航空関係収益が空港全体収益に占める割合が 1981 年の 4 割から 5 割に増大した。非航空関係収益増大によって、着陸料や駐機料など費用が安く設定できるようになり、チャンギ国際空港のハブ化に貢献した。

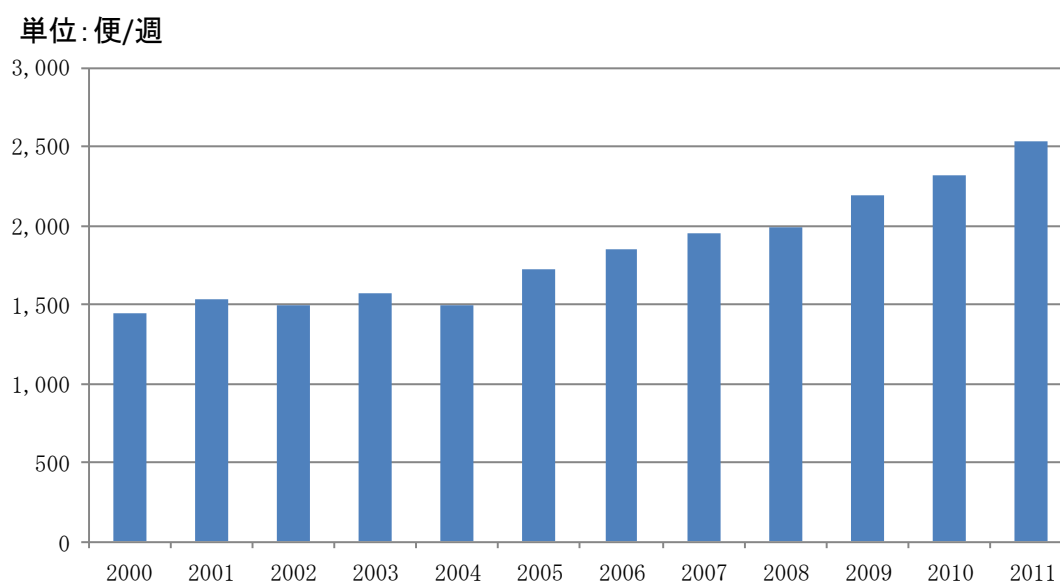


図2.1.4 シンガポール週間定期便数年度別推移 (2000～2011年)

資料: 『シンガポール観光統計年鑑』により作成

図 2.1.4 が示してのように、チャンギ国際空港では、2002 年週間定期便数が 1,500 便に達した (シンガポール民航局統計参照)。2003 年は前年より 4.6%

増加したが、SARS やシンガポール国内経済構造調整など原因で 1,490 便(2004 年)に減少したが、2005 年には 1,728 便に増便した。その後、インドと中国はじめインドネシアなど ASEAN 諸国の経済成長を機宜に年々増加し続けてきた。2008 年と 2009 年では 2.57%と 9.67%と高い成長率を保持し、2011 年には 2,530 便を記録した。

2.2 両国（地域）における経済成長と観光産業の相互関係（グレンジャー因果性テストによる）

シンガポール及び香港における，経済成長（GDP 成長率）と観光収入増加率の間にどのような因果関係が存在しているのかを統計的に検証する。本節では，経済変数間の因果関係を実証的に分析する際によく用いられる「Granger の因果性テスト」と呼ばれる手法を採用する。分析にはベクトル自己回帰モデル（VAR モデル）を用いるが，時系列データを扱うため，推定を行う前に分析対象のデータの定常性を確かめる必要がある。その結果に基づいて適切なモデルを推定し，因果性の検定を行う。

本節では，1986 年から 2011 年までの年度データを使用する。GDP データについては，『アジア開発銀行統計年鑑』から，観光収入データは『香港旅行業統計年鑑』，『シンガポール観光統計年鑑』から得られた。なお，実証分析には統計ソフト R を用いた。

1. モデルと検定

変数間の因果性テストを行うために，以下の k 次の 2 変量 VAR (k) モデルを仮定する。

$$g_t = \sum_{j=1}^k a_j g_{t-j} + \sum_{j=1}^k b_j r_{t-j} + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$r_t = \sum_{j=1}^k c_j g_{t-j} + \sum_{j=1}^k d_j r_{t-j} + \eta_t \quad (2)$$

ここで， g_t は時点 t における対前年比 GDP 成長率， r_t は観光収入増加率を表し， a_j ， b_j ， c_j ， d_j は推定すべきパラメータである。 ε_t と η_t はホワイト・ノイズ

時系列であり、無相関である。すなわち、 $E[\varepsilon_t \varepsilon_s] = 0$ 、 $E[\eta_t \eta_s] = 0$ 、 $t \neq s$ 、であり、すべての t, s に対して $E[\varepsilon_t \eta_s] = 0$ 。

もし、 $b_j = 0$ ($j=1, 2, \dots, k$) ならば、観光収入増加率は GDP 成長率の「Granger の意味での」原因ではない、すなわち、観光収入増加率から GDP 成長率への「Granger の因果性」は存在しない。同様に、 $c_j = 0$ ($j=1, 2, \dots, k$) ならば、GDP 成長率から観光収入増加率への「Granger の因果性」は存在しない。(1) における変数間の因果性は、

$$\text{帰無仮説 } H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

$$\text{対立仮説 } H_1 : b_j \neq 0 \text{ (いずれかの } j \text{ について)}$$

とする F 検定によってテストすることができる。F 値が 10% の有意水準で有意であれば、帰無仮説を棄却し、観光収入増加率から GDP 成長率への Granger の因果性があると判断する。(2) についても同様の方法で検定を行う。なお、モデルのラグ次数は赤池情報量規準 (AIC) とベイズ情報量規準 (BIC) を参考に決定する。このように変数間の因果関係を分析することができるが、この検定は時系列が定常であることが前提であり、もし定常性が満たされないのであれば、F 統計量は漸近的に F 分布に従わず、検定は有効でなくなってしまう。

変数に単位根がある場合、変数間に共和分関係がなければ、第 1 階差変数を用いて因果性のテストに VAR モデルを用いることができる。しかし、変数が共和分関係にある場合、変数の階差を取っても VAR モデルを用いて因果性のテストを行うことができない。その場合は変数に階差を取り、VECM (Vector Error Correction) モデルを用いる。尚本節では、時系列データの定常性を確認するために、誤差項に系列相関がある場合にも有効である Phillips-Perron の単位根検定 (PP 検定) を用いる。もし系列が非定常である場合 (どちらの系列も $I(1)$ の非定常仮定に従っている場合) は、Phillips-Ouliaris 検定によって共和分関係の有無を検証する。

2. 分析結果

シンガポールと香港の GDP 成長率 (g_t) と観光収入増加率 (r_t) の PP 検定による単位根検定の結果が表 2.2.1 に示されている。シンガポールに関しては、両変数共に単位根を持つという帰無仮説を 10% の有意水準で棄却できる。よって、系列は定常であると考えて、通常の VAR モデルによって変数間の因果性テストを行うことができる。一方、香港に関しては、両変数共に系列に単位根が存在するという帰無仮説を棄却できない。しかしながら、両変数について 1 階の階差をとり PP 検定を行うと、1% の有意水準で帰無仮説を棄却できるため、1 階の階差系列については定常であると判断できる。

表 2.2.1 単位根検定の結果

変数	シンガポール		香港			
	水準		水準		1階の階差	
	検定統計量	p値	検定統計量	p値	検定統計量	p値
g	-3.316	0.089	-2.277	0.467	-6.577	0.01
r	-4.016	0.023	-2.856	0.246	-7.473	0.01

上述の通り、両変数が $I(1)$ に従っている場合は、それらの変数が共和分関係にあるかどうかを検証する必要がある。よって、香港の GDP 成長率と観光収入増加率が共和分しているかどうかを Phillips-Ouliaris 検定によって検証する。その結果、検定統計量が -10.219 となり、p 値が 0.15 より大きいという結果が得られたため、変数間に共和分関係がないという帰無仮説を 10% の有意水準で棄却することはできない。よって変数間に共和分関係は存在しないと判断できる。このことから、香港については変数の階差をとって（誤

差修正項を含めない) VARモデルを推定し、因果性の分析を行う。

VARモデルによる Granger 因果性テストを行った結果は表 2.2.2 に示してある。まずシンガポールについては、GDP 成長率から観光収入増加率へ「Granger 因果性がない」という仮説は棄却され（有意水準 10%）、観光収入増加率から GDP 成長率へ「Granger 因果性がない」という仮説は棄却できない。よって、GDP 成長率から観光収入増加率へ Granger の意味での因果性があると判断できる。なお、シンガポールの VARモデルの最適ラグ次数は、AIC と BIC 共に 1 が選択された。

次に香港については、GDP 成長率の変化分から観光収入増加率の変化分へ「Granger 因果性がない」という仮説は棄却できず、逆に観光収入増加率の変化分から GDP 成長率の変化分へ「Granger 因果性がない」という仮説は有意水準 5%で棄却される。よって、観光収入増加率の変化から GDP 成長率の変化へ Granger の意味での因果性があるということがわかる。香港の階差変数を用いた VARモデルの最適ラグ次数も、AIC と BIC を参考に 1 を選択した。

表 2.2.2 グレンジャー因果性テストの結果

	帰無仮説	F値	p値
シンガポール	$g \rightarrow r$	3.4343	0.0703
	$r \rightarrow g$	0.0352	0.8520
香港	$\Delta g \rightarrow \Delta r$	1.7985	0.1868
	$\Delta r \rightarrow \Delta g$	4.3358	0.0432

注：帰無仮説における $x \rightarrow y$ は、変数 x から変数 y への「Granger の因果性は存在しない」ことを示す。 Δ は 1 階の階差演算子である。

以上の分析結果から、香港においては、観光産業が経済発展に影響を与えてきたことがわかる。よって、香港のような産業構造を持っている国においては、観光に対する需要を増加させ、経済発展を促す政策の必要性が正当化される。一方、シンガポールにおいては、経済発展がインフラや観光リゾートの発展を通じて観光産業を牽引してきたことがわかる。経済全体を繁栄させ、観光客を惹きつけることによって観光産業の更なる発展が見込める。観光産業と経済成長の関係は、それぞれの国の産業構造に依存するということになる。

2.3 両国（地域）に関する観光産業クラスターの構築におけるシーケンス解析

本章では、香港国際空港およびチャンギ国際空港の開設が両国の経済にどのような影響を及ぼしたのかを検討した。結論は以下の通りである。

両国において、国際空港の開設は重要な第三次産業である観光産業のクラスター構築のみならず経済全体の発展に貢献した。新国際空港の開設は即時的な観光客の増加に結びつかなかったが、定期便の増加をもたらした。最終的に観光客数の増加をもたらした。両国にとって観光客数を増加させる要因は「規制緩和」と「新しい観光施設の開設」であった。

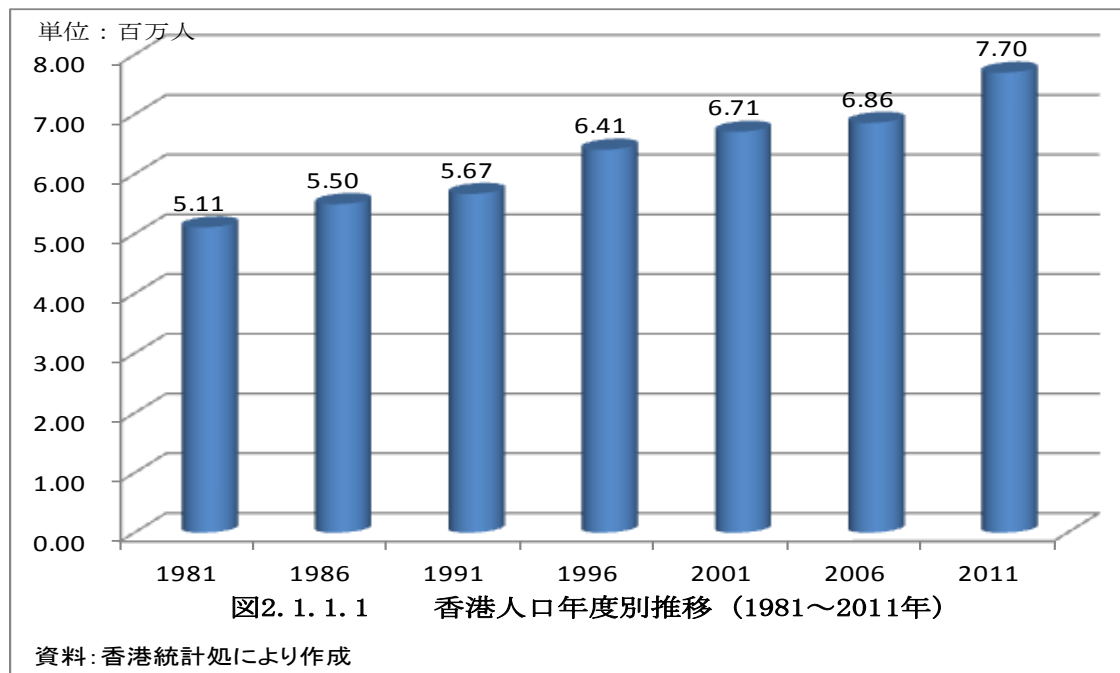
経済成長の重要な一環としてのインフラ整備とりわけ国際空港の開設は両国にとって欠かせない存在である。しかしながら、香港とシンガポールにおける観光産業と経済成長の関係は多少異なっていた。Granger 因果性テストの結果、香港では観光収入増加率の変分が GDP 成長率の変分に影響を与え、逆の因果関係はないことがわかった。香港は「積極的不介入」に経済政策を修正したことによって、経済の自由化を果たした。さらに、中国の改革開放政策によって深刻な影響を受けた第二次産業が衰退した結果、金融産業はじめ観光産業などが急速に発展し、それが経済成長に寄与してきた。よって、観光に対する需要を増加させ、経済発展を促す政策の必要性が正当化された。一方、シンガポールでは香港とは逆に GDP 成長率が観光収入増加率に影響を与え、逆の因果関係はないことがわかった。つまり、経済全体の発展がインフラや観光リゾートの発展を通じて観光産業を牽引してきた。実際シンガポールでは、国有企業や国が投資する企業の発展によって、第二次産業の GDP に占める割合が 2 割弱を維持し、時代に応じた産業構造調整が経済成長に貢献してきた。そして、経済が成長するとともに観光産業も発展してきた。経済全体を繁栄させることによって、インフラや観光リゾートがさらには充実し、観光産業のさらなる発展が見込める。観光産業と経済成長の関係は、そ

れぞれの国の産業構造に依存することがわかった。

補論

香港の歴史と経済発展

香港は中国大陸の広東省に隣接し、古くから中国大陸と世界と結ぶ交通要衝である。香港は香港島、九龍、新界の3つの地域から構成されている。開港以来、埋め立て工事が繰り返され、香港の総面積は1,100平方キロ弱まで拡大した。その中では新界の面積が最も広く、新界に属する島などの面積を含むと約975平方キロメートルに達している。また、香港の総人口は近年緩やかに増加している。図2.1.1.1 香港人口年度別推移が示しているように、香港の総人口は511万人（1981年）から緩やかに増加し、567万人に達した。そして、中国大陸部との経済交流が盛んになり、中国大陸部からの移民が増加してきた。その結果、香港の総人口は671万人（2001年）に増加した。更に、2011年の第11回香港人口調査によると、香港総人口は770万人に達した。



他方、香港人の教育水準も年々高くなっている。香港統計処の調査によると、15歳以上香港人に占める最高学歴が小学及び以下の香港人の割合が29%（2001年）から23%（2011年）に減少した。更に、最高学歴が高校の香港人の割合も55%から50%に減少した。一方、最高学歴が大学の割合は16%から27%まで増加した。

公用語は英語と中国語であるが、市民生活の中でよく使用しているのは広東語である。英語は1974年までは唯一の公用語であったが、香港人の社会と経済地位が上昇と共に、中国語も公用語になった。しかし、国際貿易の中心であり、世界金融重要な拠点である上に、英語は社会地位の重要な手段として欠かせない存在である。

香港の歴史が秦代まで遡ることができる。紀元前214年に、香港に南海郡番禺県が設置された。その後、香港は中国の一部として中国歴史に残っていた。更に、19世紀ごろ、鎖国政策をとっていた中国と世界中に勢力を拡大していたヨーロッパ諸国の接点として世界史に登場した。

アヘン戦争がもたらした結果として、南京条約（1842年）により香港島はイギリスに譲渡され、イギリスの植民地になった。更に、北京条約（1860年）により九龍半島の先端、すなわち現在の九龍地域がイギリスに譲渡した。最後に、新界租借条約で九龍半島と235ヶ島がイギリスに99年間租借することになった。

シンガポールの歴史と経済発展

ターンプル (C. M. Turnbull) の研究によれると、シンガポールに最初に人が住み着いたのは十四世紀ごろだという。当時のシンガポールはスリヴィジャヤ帝国の一角であり、住民はほとんど漁民であった。1398年にタイ人の攻撃を受けてほぼ全滅した。十五世紀にはタイの属領となり、やがてマラッカ帝国に支配下に入った。シンガポールは1819年イギリスに発見された。その背景にイギリスはヨーロッパからインド、中国、日本などアジアの国々との貿易利権を確保するために、そして潜在的な脅威になっていたマラッカのオランダ人からマラッカ、スンダ海峡の航行安全を維持するためであったといわれている。

十八世紀20年代に、東南アジアにおけるイギリスの貿易・軍事の要求が高まった。やがて1824年に、イギリスはシンガポールの占有を正式にオランダに認めさせた。そして、シンガポールを自由貿易港に位置付けた。自由貿易港になる前からイギリスの民間貿易業者はインドやボンベイから運んできた製品をシンガポールで貿易を行っていた。シンガポールは自由貿易港になることによって、ヨーロッパ、インド、中国、更に日本から様々な商品を輸入し、マレー諸島、シヤム、コーチシナ、カンボジアの製品や資源を交換していた。

第3章 香港人・中国大陸人の顧客属性分析

3.1 香港に向かう中国人訪問者顧客属性分析

香港は、アヘン戦争後中国大陸におけるイギリスの中国南部地域貿易の重要拠点として利用されてきた。香港では1970年代から1990年代にかけて、第2次産業がGDPに占める割合は1970年の18.9%から1990年の14.5%に減少し、2011年には1.65%までに急下落した。その一方で、香港は、観光産業・金融サービス産業・貿易及び観光産業・事業支援及び専門サービスなど4つの分野の第3次産業が急速的に発展を果してきた。2011年では1人あたり名目GDPは34,161ドルに達し、先進国並みになっている。

他方、香港の観光産業は、1990年代に入ると、改革開放の中国と接触する事業拠点として機能し始め、中国観光の前進基地としても利用し始めた。香港において観光客数が増加した背景には、中国大陸からの観光客の急増が影響している。香港の入出国管理制度緩和によって、中国大陸からの香港観光客は、2002年の682.5万人から2003年の846.7万人へと1.24倍に急増し、中国人観光客が香港の海外観光客に占める割合は、41.2%（2002年）から54.5%（2003年）へと成長した。2011年では、中国大陸からの香港観光客数が2810万人に達し、全海外観光客に占める割合は67%までに伸びた。

陳等（2013）は、香港とシンガポールを事例として、経済成長（GDP成長率）と観光収入にどのような因果関係があるのかをグレンジャー因果性検定によって統計的に分析した。シンガポールでは、GDP成長率が観光収入に影響を与え、逆の因果関係はなかった。つまり、シンガポールの経済全体の発展が観光産業を牽引してきた。また、香港では観光収入がGDP成長率に影響を与えて、逆の因果関係がなかった。そして、香港では観光産業に対する需要を増加させ、経済発展を促す政策が必要であることを明らかにした。しかし、陳等の研究は、観光収入が増加すれば、GDPの成長に寄与することを証明し

たにすぎない。その研究で課題とされていたのは、インフラの整備と観光産業クラスター構築の相互関係についてであった。

そこで本章では、中国大陸において対面調査を実施し、香港に関する中国大陸部の市民意識を明らかにする。具体的には、まず、中国大陸部から香港までの経路、訪問目的、主要訪問地を把握する。次に、香港観光に対する意識について、中国大陸部と香港の経済発展の関連性に着目しながら分析する。本研究で得られた成果は、香港の第3次産業、とりわけ観光関連産業の発展促進に関する経済政策を立案する際の、または、年々増加する中国人訪問者を誘致する際の基礎研究としての活用が期待できる。

3.1.1 香港経済と観光産業の発展

(1) 香港の経済発展の概要

まず、本節では香港の経済発展の経緯から考察する。

香港は中華人民共和国建国以後の1950年代からレッセフェール(自由放任主義)制度が実行され、繊維産業やプラスチック加工など輸出型産業が発展していた。1960～1970年代にかけて、「積極的不介入」に経済政策方向を転換し、大規模市街地の再開発や住宅地の開発などが推進され、交通網や空港などインフラの整備に力を入れた。図3.1.1は、香港のGDPの推移(1976～2001年)を示したものである。香港のGDPは38億ドル(1970年)からに約8倍の288億ドル(1980年)に達していることがわかる。また、1979年から改革開放政策が中国大陸部で執行され、香港の製造業は安い人件費・土地・豊富な労働力資源を求めて国境を越えて中国大陸に進出してきた。特に、深圳や東莞など珠江デルタに集中している。更に、香港は中国大陸にとって国際貿易の行う上で欠かせない窓口の役割を果たしている。つまり、香港は海外資本が中国投資を行うための地域統括拠点としての機能を果たしている。その様々な機能を果たしている香港は経済が急速的に成長し、年間GDPは

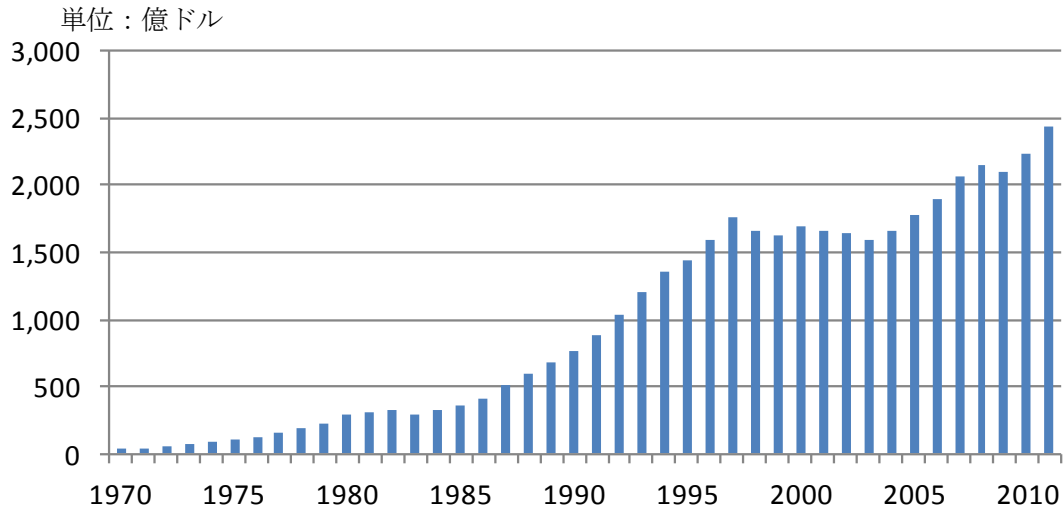


図3. 1. 1 香港年間GDP推移（1970～2011年）

1992年の1000億ドルを突破し、1992年の1040億に達した。1992年をピークに第二次産業の生産額が年々減少し、GDPに占める割合も減少してきた。一方、観光産業・金融サービス産業・貿易及び観光産業・事業支援及び専門サービスの4つ分野が経済成長の重任を担うことになった。香港のGDPは1997年の1763億ドルに達した。その後、1997年の香港返還・アジア経済危機とITバブルの崩壊や2003年のサーズの影響など様々な危機を乗り越えて2003年から再び成長の軌道に乗り、国連統計部のデータによると香港のGDPは2011年の2433億ドルに達した。

(2) 香港の観光産業の発展経緯

次に、香港における観光産業の発展経緯を考察する。

図3.1.2は香港観光客数年間推移（1976～2011年）を示している。香港の観光産業では、1960年代から自由貿易港と米軍の休暇地として利用され、訪問者数が増加していた。1970～1980年代では輸出型経済が発展し、免税商品と異国文化を求めて海外訪問者が1976年の160万人から1990年の660万人に約4倍強に増加した。さらに、1990年代に入ると、改革開放の中国と接触

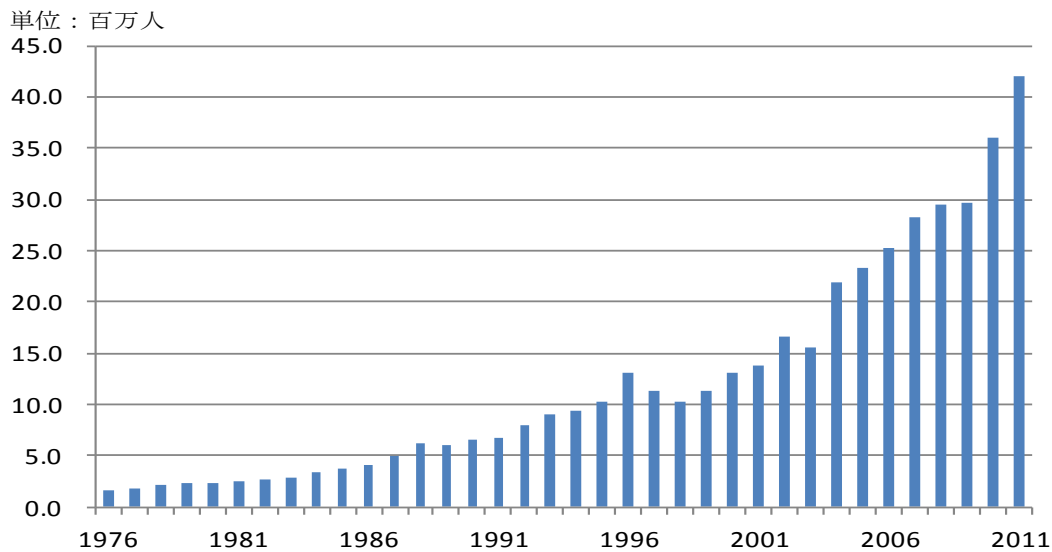


図3. 1. 2 香港観光客数年間推移(1976～2011年)

資料：『香港旅行業統計年鑑』より作成

する事業拠点として機能し始め、中国観光の前進基地としても利用し始めた。香港訪問者は2000年13.1百万に達し、10年間で倍増した。2003年に中国大陸からの訪問者に関する法的規制が緩和され、2003年～2008年の間に中国大陸の観光客が急増した。2008年には中国大陸を含む海外観光客数が2,950万に達した。リーマンショックの影響で約1年間、観光客数と観光収入の成長が停滞したが、2011年には海外観光客数が4,190万まで増加した。香港において観光客数が増加した背景には、中国大陸からの観光客の急増が影響している。香港の入出国管理制度緩和によって、中国大陸からの香港観光客は、2002年の682.5万人から2003年の846.7万人へと1.24倍に急増し、中国人観光客が香港の海外観光客に占める割合は、2002年の41.2%から2003年の54.5%へと成長した。2011年では、中国大陸からの香港観光客数が2810万人に達し、全海外観光客に占める割合は67%までに伸びた。

3. 1. 2 香港へ向かう中国大陸訪問者の消費意識

(1) 調査設計とサンプル属性

前節では、香港が経済発展していく過程で、香港の観光産業も発展し、観

光客数も急増したことが明らかにされた。香港の観光産業が発展していく中で、中国大陸から香港へ移動する観光客やビジネス客はどのような目的を持ち、香港を訪問するのだろうか。本節では、香港へ移動する観光客やビジネス客の特性を考察する。そこで、中国大陸客に対して対面調査を実施することにした。

調査は、深圳・アモイ・北京・瀋陽において、現地調査員を雇用し、対面形式で実施した。調査期間は、7月21日（日）～8月10日（土）であり、有効回答数は220通を回収した。

表3.1.1 サンプル属性 (n=220)

個人属性		度数	割合	個人属性		度数	割合
地域	中国	220	100.0%	性別	男性	84	38.2%
	華南	103	50.5%		女性	136	61.8%
	華北	26	11.8%	職業	会社員	85	38.6%
	華中	5	2.3%		公務員	28	12.7%
	華東	9	4.1%		専門職	10	4.5%
	西南	2	0.9%		自営業	7	3.2%
	西北	1	0.5%		学生	47	21.4%
	東北	67	30.5%		主婦	27	12.3%
19歳以下	7	3.2%	無職、定年退職		5	2.3%	
20～29歳	181	82.3%	その他	11	5.0%		
年齢	30～39歳	29	13.2%	所得	3万元以下	38	17.3%
	40～49歳	2	0.9%		3万～6万元	32	14.5%
	50～59歳	0	0.0%		6万～12万元	51	23.2%
	60～69歳	0	0.0%		12万～24万元	7	3.2%
	70歳以上	0	0.0%		24万以上	2	0.9%
	平均・SD	26.2	4.3		平均・SD	74,178	60,963

出所：アンケートより作成

表3.1.1は、調査サンプルの基本属性を示した。「男性」が38.2%、「女性」がやや多い61.8%を占めている。年齢構成は「20～29歳」82.3%の階層が多く、「30～39歳」13.2%と「19歳以下」3.2%を占める。居住地は、「華南地区」が50.5%、「東北地域」が30.5%、「華北地区」が11.8%となっている。職業構成は「会社員」38.6%、「学生」21.4%、「公務員」12.7%、

「専業主婦」12.3%となっている。1人当たり年間収入所得は、「6万～12万人民元」23.2%、「3万人民元以下」17.5%、「3万～6万人民元」14.5%、「12万～24万人民元」3.2%、「24万人民元以上」0.9%の順となった。

(2) 中国大陸部における香港に関する市民意識

1) 香港訪問の頻度・交通手段・移動時間・滞在時間

表3.1.2は、香港観光客は深圳訪問の頻度・交通手段・移動時間・滞在時間・人数・主要目的・同行者関係を示している。

表3.1.2 香港訪問の訪問頻度・交通手段・移動時間・人数・滞在時間・同行関係 (n=220)

項目		度数	割合	項目		度数	割合
訪問頻度	毎日	1	0.5%	交通手段	飛行機	138	62.7%
	週に2～3回	1	0.5%		電車	30	13.6%
	週1回	2	0.9%		バス	36	16.4%
	2週間に1回	4	1.8%		船舶	6	2.7%
	1か月に1回	6	2.7%		自家用車	6	2.7%
	年に5回以上	15	6.8%		その他	10	4.5%
	年に3～4回程度	14	6.4%		移動時間	30分～1時間	6
	年に1～2回程度	56	25.5%	1～2時間		44	20.0%
	2年に1回程度	34	15.5%	2～3時間		31	14.1%
	3年に1回程度	29	13.2%	3～4時間		26	11.8%
滅多に来ない/ 来るつもりはな	58	26.4%	4～5時間	29		13.2%	
人数	1人	12	5.5%	5時間以上	84	38.2%	
	2人	61	27.7%	主要目的	ショッピング	94	42.7%
	3人	58	26.4%		市内観光	78	35.5%
	4人	38	17.3%		食事	7	3.2%
	5人	10	4.5%		展示会の参加	15	6.8%
	6人	22	10.0%		商談	7	3.2%
	7人以上	19	8.6%		友人訪問	7	3.2%
滞在時間	日帰り	50	22.7%		香港国際空港の利用	0	0.0%
	一泊	24	10.9%	その他	12	5.5%	
	二泊	38	17.3%	同行者関係	家族・親戚	69	31.4%
	三泊	35	15.9%		友人・知人	118	53.6%
	四泊	63	28.6%		同僚	27	12.3%
	五泊以上	10	4.5%		団体旅行	6	2.7%

出所：アンケートにより作成

まず、中国大陸部訪問者が香港へ訪問する頻度についてであるが、「年に1～2回程度」(25.5%)、「2年に1回程度」(15.5%)、「3年に1回程度」(15.5%)三者を合計すると、全体の5割強を占めている。

次に、香港の滞在は、「四泊」(28.6%)者が最も多く、「五泊以上」(4.5%)両者を合計すると3割を占めている。しかし、「日帰り」(22.7%)も多い。

また、中国大陸部から香港までの交通手段は最も多く利用されているのは飛行機62.7%であった。深圳香港間の運賃は、電車(片道20～40HKD)よりバス(45～50HKD)が高い。ただし、深圳香港のバス利用は利便性が高く、バス16.4%を利用する者も多かった。次に、中国大陸部の自宅から香港までの移動時間については、「5時間以上」38.2%、「4～5時間」13.2%を合計すると5割を占めていた。一方、「1～2時間」20.0%と「2～3時間」14.1%両者を合計すると3割に達し、両極化傾向が見られる。

香港訪問の主な目的については、「ショッピング」42.7%が最も多く、「市内観光」35.5%も多い。また「展示会の参加」6.8%、「商談」3.2%のように、仕事関連で深圳に来ている人も多かった。更に、「その他」5.5%や「友人訪問」3.2%など、中国大陸部と香港には密接な交流があることが分かった。

次に、訪問する人数は、「2人」27.7%が最も多く、「3人」26.4%、「4人」17.3%というように、小さな集団で香港を訪問している。2人以上で訪問している者は「友人・知人」53.6%、「家族・親戚」31.4%といた家族・友人単位で訪問する者が多く見られた。

(3) 香港訪問感想,再訪問の可能性

表3.1.3は、中国大陸部訪問者の感想,再訪問の可能性について示している。

表3.1.3 香港訪問感想及び再訪問意識 (n=220)

評価項目	評価質問	訪問感想				
		①大変良かった	②良かった	③どちらともいえない	④あまり良くなかった	⑤良くなかった
香港訪問の感想	香港へ訪問してみて、どのような感想をお持ち	58	128	27	7	0
		26.4%	58.2%	12.3%	3.2%	0.0%
評価項目	評価質問	再訪問意向				
		①是非訪ねたい	②機会があったら訪ねたい	どちらともいえない	あまり訪ねようとは思わない	訪ねるつもりはない
香港再訪問の意向	今後また、香港を訪ねたいと思います	57	129	27	6	1
		25.9%	58.6%	12.3%	2.7%	0.5%

出所：アンケートより作成

まず、「香港へ訪問してみて、どのような感想をお持ち」かを尋ねたところ、「良かった」58.2%者が最も多く、「大変良かった」26.4%者も多かった。中国の経済は、改革開放政策が実行されて30年間で飛躍的に発展してきた。特に、1997年香港返還以来、経済面や文化面の融和がさらに加速してきたことから、中国大陸からの訪問者は香港に好意を持っているために、このような回答を答えた者が多かったものと推測される。また、香港において経済の発展水準が非常に高く、教育や文化水準も中国大陸部より高い水準を維持していることから、このような評価に繋がっていると考えられる。

一方、「どちらともいえない」12.3%、「あまりよくなかった」3.2%と感じている者も少なからずいた。その背景には香港返還以来、香港と中国大陸との交流が盛だが、政治制度や教育水準、経済水準の差などマイナス面が徐々に出てきており、交流には少なからず影響したと考えられる。さらに、年々急速的に拡大してきた中国大陸観光客に、香港社会において準備が追いつかない疲労感が反映されている。

また、「今後また、香港を訪ねたいと思います」かについては、「機会があったら訪ねたい」58.6%者や「是非訪ねたい」25.9%者が8割以上を占めているが、「どちらともいえない」12.3%、「あまり訪ねようとは思わない」2.7%、「訪ねるつもりはない」0.5%者も少なからずいた。香港は改革開放政策が執

行われて新しく建設され、活気が溢れているものの、文化面や国民の教育水準の向上やモラルの維持など様々の面で、香港の観光客が求める水準に達していないことも伺える。

(4) 香港への訪問に対する印象・旅行決定要因・購入商品と個人年収との関連性

本節では、香港への訪問に対する印象・旅行決定要因・購入商品と個人年収との関連性を考察する。

図 3.1.3 は、香港への訪問に対する印象・旅行決定要因・購入商品と個人年収との関連性を数量化理論第Ⅲ類分析で推計した結果を示した。

まず、年収「3万以下」の者は、香港に対して「サービスがいい」という印象を持っている。「カバン・財布・ベルト」、「皮靴・その他の靴」、「日本の食料品」を購入していた。

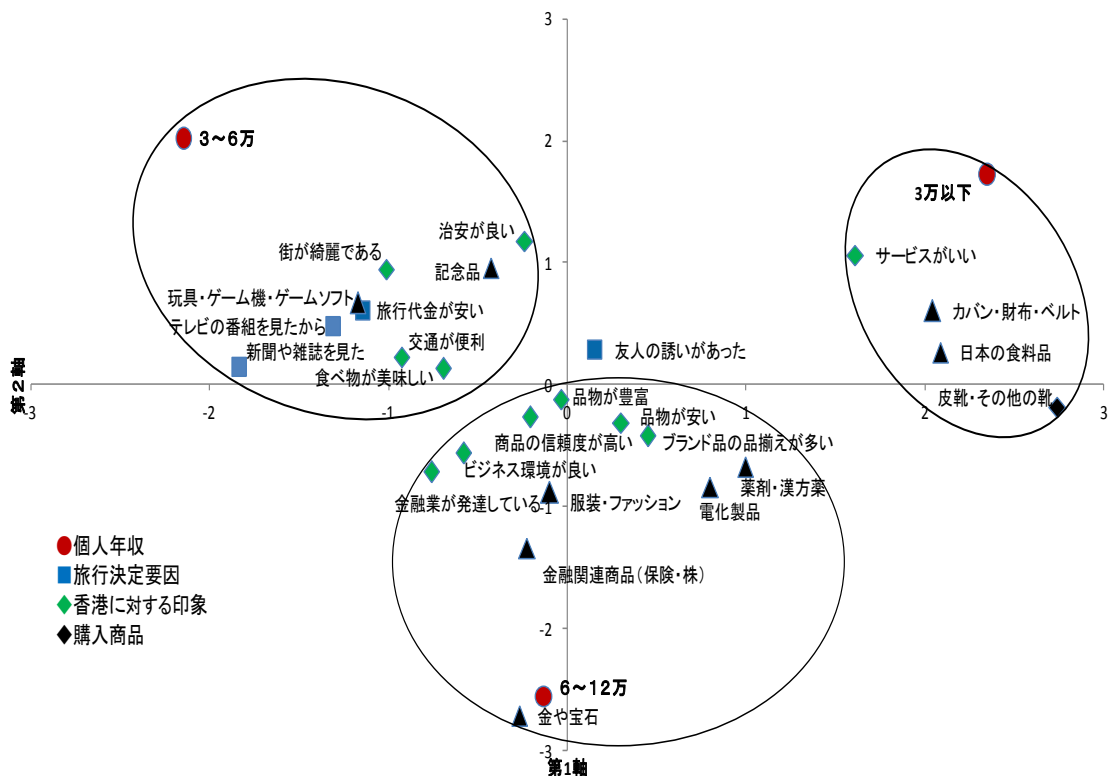


図3.1.3 香港の訪問に対する印象・旅行決定要因・購入商品と個人年収の関連性
—数量化理論第Ⅲ類分析による推計結果—

次に、年収「3～6万」の者は、「街が綺麗である」、「治安が良い」、「交通が便利」、「食べ物が美味しい」という印象を持っている。また、香港訪問の決定要因として「旅行代金が安い」、「テレビの番組で見たから」、「新聞や雑誌を見た」も上げられた。「玩具・ゲーム機・ゲームソフト」、「記念品」を購入している。

そして、年収『6～12万』の者は、「ブランド品の品揃えが多い」、「品物が豊富」、「物価が安い」、「商品の信頼度が高い」、「ビジネス環境が良い」、「金融業が発達している」という印象を持っている。この階層の者は中国中では比較的に高い収入が得られているため、香港で「金や宝石」など資産を購入している以外に、「金融関連商品（保険・株）」のように資産投資も行っている。また、健康志向で中国に販売していない、或いは高価で販売している「薬剤・漢方薬」を購入している。さらに、世界の流行を追求するためにスマートフォンのような「電化製品」と「服装・ファッション」を買い求めている。

以上、数量化理論第Ⅲ類分析を推計した結果、訪問の目的とその印象は、大きく3つに分類されていることが明らかになった。

3.1.3 香港観光発展を巡る意識評価に関する要因分析

(1) 香港に対する印象と個人属性の関連性

本節では香港の都市印象、香港観光の行先、旅行決定要因、購入行動を規定要因について、二項ロジスティック回帰分析を用いて分析を行う。目的変数は①品物が豊富、②品物が安い、③ブランド品の品揃えが多い、④商品の信頼度が高い、⑤交通が便利、⑥食べ物が美味しい、⑦ビジネス環境が良い、⑧金融業が発達している、⑨街が綺麗である、⑩治安が良い、⑪サービスがいいである。説明変数は、交通手段（飛行機＝1、電車＝1、バス＝1）、性別（男性＝1）、職業（学生＝1、主婦＝1）、居住地域（華南＝1、華

北 = 1, 東北 = 1) の 9 つをダミー変数として, 訪問回数, 片道時間, 年齢, 所得の 4 つの連続変数として導入した。

表 3.1.4.1 は, 年収 3 万元以下の中国大陸訪問者の二項ロジスティック回帰分析の推計結果を示した。

表3.1.4.1 香港の印象と顧客属性の関連性(二項ロジスティック回帰分析推計結果)

変数	サービスがいい	
	係数	標準誤差
訪問回数	-0.015	0.03
飛行機	-0.230	0.67
電車	-1.958	0.91 **
バス	-0.806	0.71
片道時間	-0.036	0.16
男性	-0.390	0.42
年齢	0.667	0.46
学生	2.174	0.64 ***
主婦	0.814	0.54
華南	0.834	0.86
華北	-0.451	1.10
東北	0.945	0.95
所得	-0.002	0.23
定数項	-3.147	1.67 *
サンプル数	219	
尤度比	-123.4253 ***	

注: 1) ***, **, *は1%, 5%, 10%の水準で統計的に有意であることを示す

推計結果から, 年収 3 万元以下の中国大陸訪問者は「サービスがいい」という印象については, 学生の係数が 2.174 と正の値を示し, 学生が強く感じていることがわかった。「電車」の係数が -1.958 と負の値を示し, 電車利用者以外の者は「サービスがいい」と考えていることが分かった。

表 3.1.4.2 は, 年収 3~6 万元中国大陸訪問者の二項ロジスティック回帰分析の推計結果を示した。

表3.1.4.2 香港の印象と顧客属性の関連性(二項ロジスティック回帰分析推計結果)

変数	交通の便利さ		食べ物が美味しい		街が綺麗である		治安が良い	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
訪問回数	-0.015	0.03	-0.055	0.05	-0.038	0.05	-0.038	0.04
飛行機	0.337	0.69	0.742	0.66	-0.725	0.79	-0.580	0.63
電車	-0.309	0.74	0.303	0.68	-0.352	0.77	-0.760	0.67
バス	0.592	0.69	0.520	0.69	0.565	0.73	0.081	0.61
片道時間	-0.131	0.15	0.242	0.14 *	0.138	0.17	0.077	0.15
男性	-0.757	0.40 *	-0.729	0.37 *	0.259	0.40	0.107	0.36
年齢	0.297	0.41	0.550	0.41	-0.862	0.48 *	-0.064	0.41
学生	-0.951	0.65	-0.548	0.58	0.337	0.68	-0.073	0.57
主婦	-0.608	0.56	-0.357	0.53	0.003	0.59	0.640	0.52
華南	-0.469	0.62	0.383	0.63	0.757	1.11	0.881	0.83
華北	-0.698	0.73	-1.911	0.86 **	1.314	1.22	0.305	1.02
東北	2.155	0.73 ***	0.834	0.72	3.541	1.17 ***	2.463	0.91 ***
所得	0.060	0.19	0.113	0.19	0.064	0.23	-0.340	0.20 *
定数項	-0.856	1.45	-3.116	1.49 **	-1.184	1.79	-0.842	1.49
サンプル数	219		218		219		219	
尤度比	-146.2708 ***		-147.0348 ***		-137.2240 ***		-143.7527 ***	

注：1) ***, **, *は1%, 5%, 10%の水準で統計的に有意であることを示す

推計結果から、「交通の便利さ」に関しては、「東北」の係数が 2.155 と正の値を示し、遠い中国東北地方の者が強く感じていることが分かった。また、「男性」の係数が -0.757 と負の値を示し、女性が香港の「交通の便利さ」を認識しているようである。

次に、「食べ物が美味しい」という印象については、「男性」と「華北」の係数は -0.729 と -1.911 と負の値を示し、食べ物の味付けや調理方法が近似している華北以外の者が、特に女性達は香港料理を美味しいと感じているようである。

更に、「街が綺麗である」という印象については、「東北」の係数が 3.541 と正の値を示し、経済発展が中国の中で遅れている東北地域の者は街が綺麗と感じているようである。さらに、「年齢」の係数が -0.862 と負の値を示し、若い世代も綺麗と感じていることが分かった。

最後に、「治安が良い」という印象を持つのは、係数 2.4633 の「東北」の

者は強く感じている。しかし、「所得」の係数が-0.340と負の値を示し、所得水準が低い者は「治安が良い」と感じていることが分かった。

表3.1.4.3は、年収6～12万中国大陸訪問者の二項ロジスティック回帰分析の推計結果を示した。推計結果から以下のように指摘できる。

表3.1.4.3 香港の印象と顧客属性の関連性(二項ロジスティック回帰分析推計結果)

変数	品物が安い		商品の信頼度が高い		ビジネス環境が良い		金融業が発達している	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
訪問回数	-0.015	0.03	-0.016	0.01	-0.016	0.02	-0.004	0.01
飛行機	1.200	0.68 *	0.826	0.58	-0.075	0.69	0.335	1.17
電車	0.964	0.69	1.825	0.68 ***	0.311	0.69	-0.215	1.28
バス	1.672	0.68 **	1.287	0.62 **	-0.528	0.73	-0.701	1.47
片道時間	0.137	0.14	-0.330	0.14 **	-0.193	0.17	-0.220	0.26
男性	-1.140	0.34 ***	-0.536	0.38	0.826	0.36 **	0.503	0.47
年齢	0.046	0.37	-0.245	0.43	-0.045	0.41	0.056	0.46
学生	0.845	0.54	-0.554	0.58	1.857	0.69 ***	0.604	1.34
主婦	-0.265	0.50	0.303	0.64	0.958	0.57 *	-0.104	0.68
華南	0.848	0.68	-0.039	0.65	1.584	1.11	-0.613	1.01
華北	0.601	0.75	-2.386	0.78 ***	1.232	1.19	-0.229	1.02
東北	1.604	0.75 **	1.836	0.74 **	3.918	1.20 ***	2.400	1.10 **
所得	0.171	0.18	0.204	0.21	0.731	0.22 ***	0.802	0.29 ***
定数項	-3.088	1.42 *	1.159	1.44	-4.733	1.71 ***	-4.241	2.05 **
サンプル数	219		219		219		219	
尤度比	-150.7908 ***		-142.0062 ***		-137.2240 ***		-101.0505 ***	

注：1) ***, **, *は1%, 5%, 10%の水準で統計的に有意であることを示す

推計結果から、「品物が安い」という印象については、「東北」1.604、「飛行機」1.200と「バス」1.672になっており、正になっているため、中国大陸から遠い東北部より飛行機を利用する者と、香港から近いバスを利用する居住者は「品物が安い」を感じ、香港に買い物しに来ていることが分かった。「男性」の係数が-1.140と負の値を示し、女性は「品物が安い」と感じているため、主に女性が香港にショッピングをしに来ている。

なお、「商品の信頼度が高い」という印象を持つのは、「片道時間」と「華

北」の係数が -0.330 と -2.386 と負の値になっているため、「華北」地域以外の香港から近い居住者は「商品の信頼度が高い」と感じて香港に買い物しに来ていることが分かった。また、「電車」(1.825)、「バス」(1.287)を利用する者も同じ印象を持っている。一方、「東北」の係数が 1.836 になっているために、香港から遠い東北部の者であっても、商品の信頼度が高いと感じているようである。

また、「ビジネス環境が良い」という印象を持つのは、「所得」と「男性」の係数は 0.731 と 0.826 と正の値を示し、所得高い男性はビジネスのために香港を訪問していることが分かった。さらに、「学生」(1.857)と「主婦」(0.958)であっても、ビジネス環境が良いと感じているようである。

最後に、「金融業が発達している」という印象を持つのは、「所得」(0.802)が高い者であり、「東北」居住者である。

(2) 香港訪問行先と顧客属性の関連性

表 3.1.5 は、香港訪問行先と顧客属性に関する二項ロジスティック回帰分析の推計結果を示している。推計結果から以下のように指摘できる。

まず、「香港国際貿易センター」を訪問した者については、「飛行機」と「バス」の係数が -2.447 と -0.703 、更に、「片道時間」の係数も -0.281 と負の値を示し、飛行機とバスの利用者以外の香港から近い居住者は訪問している。また、「東北」(2.151)からの訪問者は来ていること、と女性より男性(0.707)の方はよく訪問していることが分かった。

なお、「女人街」に行ったのは、「訪問回数」(0.172)が多いものであり、「学生」(1.987)や主婦(1.401)である。一方、「バス」(-2.770)、男性(-0.959)の係数が負の値を示すために、バスを乗る人以外の人、女性がよく行くことが分かった。

次に、「香港ディスニーランド」に行ったのは、「所得」(0.376)が高い

表3.1.5 香港訪問行先と顧客属性の関連性(二項ロジスティック回帰分析推計結果)

変数	香港国際貿易センター		女人街		香港ディズニーランド		星光大道		海洋公園	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
訪問回数	-0.004	0.01	0.172	0.06 ***	-0.080	0.05 *	-0.078	0.06	-0.018	0.03
飛行機	-2.447	0.69 ***	-1.006	0.72	0.609	0.59	-1.298	0.65 **	0.897	0.65
電車	-0.703	0.62	-0.836	0.79	-0.444	0.61	-0.984	0.70	-0.335	0.72
バス	-1.913	0.67 ***	-2.770	0.85 ***	0.340	0.62	-0.305	0.66	0.856	0.67
片道時間	-0.281	0.17 *	0.254	0.17	-0.068	0.13	-0.050	0.15	0.139	0.13
男性	0.707	0.40 *	-0.959	0.45 **	-0.519	0.33	-0.542	0.38	-0.002	0.33
年齢	0.336	0.41	0.250	0.50	0.204	0.37	0.071	0.43	0.196	0.38
学生	0.236	0.66	1.987	0.68 ***	1.247	0.55 **	1.259	0.61 **	0.460	0.57
主婦	-0.107	0.67	1.401	0.53 ***	-0.684	0.50	0.541	0.52	0.438	0.51
華南	0.752	0.89	-0.239	0.84	0.671	0.63	-0.874	0.68	0.843	0.69
華北	1.473	1.05	0.717	0.97	0.614	0.71	-1.244	0.97	0.448	0.74
東北	2.151	1.07 **	0.265	0.93	1.377	0.71 *	1.123	0.79	1.020	0.72
所得	-0.094	0.21	-0.369	0.24	0.376	0.18 **	-0.042	0.21	0.429	0.19 **
定数項	-0.547	1.52	-1.552	1.63	-1.867	1.32	0.332	1.47	-4.029	1.43 ***
サンプル数	219		219		219		219		218	
尤度比	-112.570 ***		-123.425 ***		-150.589 ***		-131.412 ***		-145.778 **	
変数	尖砂咀海浜公園		蘭貴坊		太平山頂		ショッピングモール		尖砂咀鐘樓	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
訪問回数	-0.046	0.05	-0.001	0.01	-0.008	0.01	-0.008	0.01	-0.049	0.06
飛行機	-1.866	0.85 **	-0.216	0.67	1.049	0.69	1.016	0.59 *	-0.432	0.78
電車	-0.831	0.76	-0.783	0.80	1.517	0.70 **	-0.325	0.61	-1.119	0.98
バス	-0.629	0.72	-0.374	0.71	0.776	0.71	0.555	0.59	-0.142	0.85
片道時間	-0.294	0.22	0.151	0.16	0.221	0.14	0.020	0.13	0.472	0.18 **
男性	0.400	0.41	-0.108	0.39	-0.086	0.34	-0.877	0.36 **	-0.030	0.41
年齢	0.293	0.46	-0.443	0.47	-0.136	0.40	-0.077	0.43	0.724	0.47
学生	-0.190	0.78	0.056	0.64	0.883	0.57	-0.330	0.56	-0.520	0.73
主婦	0.615	0.58	0.450	0.56	0.350	0.56	0.096	0.52	-0.782	0.64
華南	0.058	0.91	0.615	0.86	1.102	0.73	1.620	0.68 **	0.177	0.83
華北	-0.508	1.37	-1.255	1.29	-0.226	0.84	-0.855	0.82	-1.895	1.27
東北	3.457	1.14 ***	1.929	0.90 **	2.080	0.79 ***	-0.423	0.75	0.836	0.84
所得	-0.032	0.22	-0.007	0.22	0.362	0.20 *	0.042	0.19	-0.133	0.24
定数項	-0.826	1.69	-1.262	1.62	-4.133	1.51 ***	-1.530	1.46	-3.942	1.81 **
サンプル数	218		217		218		218		218	
尤度比	-117.393 ***		-130.730 ***		-148.444 ***		-142.742 ***		-120.913 ***	

注：1) ***, **, *は1%, 5%, 10%の水準で統計的に有意であることを示す

者であり、「訪問回数」(-0.080)が少ない者や学生(1.247)である。また、「東北」(1.377)からの訪問者が利用していることがわかった。

「星光大道」に行ったのは名人や映画スターなどに興味をもつ学生であり、「飛行機」(-1.298)を利用しない者でもある。

「海洋公園」のチケット代金が高額のために、来ているのはほとんど「所得」(0.4288)が高い者である。

「尖砂咀海浜公園」はビクトリア湾に面しており、香港島の風景や夜景を眺める絶好なポジションでもある。そのために、遠い「東北」(3.457)から観光重視の者は良く行った。また、「飛行機」(-1.866)の係数が負の値を

示すために、飛行機の利用者以外の者が来ていることが分かった。

「蘭貴坊」に関しては、さまざまなクラブやバーが集約し、近年ナイトスポットとして広く名が知られた。そのために、観光を主要目的とする「東北」(1.929)からの者がよく訪ねている。

「太平山頂」は香港島・九龍・ビクトリア湾の全貌を一見できる観光名所のために、「東北」(2.080)からの者が来ていた。更に、「所得」(0.362)が高い者と「電車」(1.517)を利用する者は訪問していたことが伺える。

「ショッピングモール」を訪問した者については、「華南」(1.620)地区に居住している者であり、「飛行機」(1.016)の利用者でもある。更に、「男性」(-0.877)の係数が負の値を示すために、女性の人は良く行っていることが分かった。

「尖砂咀鐘樓」は九龍地区に位置しており、香港の文化や歴史的の施設でもある。そのために訪問していたのは、香港の文化や歴史に強い興味を持つ「片道時間」が長い者である。

(3) 香港旅行購入行動と顧客属性の関連性

表 3.1.6 は、香港旅行購入行動と顧客属性に関する二項ロジスティック回帰分析の推計結果を示している。推計結果から以下のように指摘できる。

まず、「服装・ファッション」の購入者に関しては、香港と同じくは亜熱帯気候で、年間気温と湿度が高い「華南」(1.194)地域に居住し、「電車」(1.069)を利用する者である。また、香港は国際的ファッション情報の発信地として機能し、海外ブランド店が多数存在している。さらに、香港には中国に進出ファッション関連企業の設計とブランド運営センターを持ち、中国の消費者にとって流行を素早く、安く入手できる聖地的な存在である。そのために、「男性」(-1.310)、「年齢」(-0.695)、「学生」(-0.925)の係数が負の値を示すために、年齢的に若い女性と学生以外の者は「服装・

表3.1.6 香港旅行購入行動と顧客属性の関連性(二項ロジスティック回帰分析推計結果)

変数	服装・ファッション		金や宝石		記念品		皮靴・その他の靴		薬剤・漢方薬	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
訪問回数	-0.001	0.01	-0.008	0.01	-0.012	0.02	-0.002	0.01	-0.046	0.06
飛行機	0.974	0.61	0.708	0.80	-0.299	0.56	2.542	1.18 **	0.739	0.66
電車	1.069	0.61 *	0.777	0.83	0.295	0.57	1.327	1.17	-0.072	0.75
バス	0.800	0.61	0.272	0.87	-0.376	0.58	0.290	1.21	-0.659	0.76
片道時間	-0.036	0.13	-0.027	0.17	0.092	0.13	0.095	0.19	-0.027	0.15
男性	-1.310	0.35 ***	-1.062	0.49 **	0.408	0.35	0.316	0.54	-0.435	0.42
年齢	-0.695	0.40 *	-0.461	0.52	0.033	0.38 *	-0.010	0.68	0.839	0.46
学生	-0.925	0.55 *	-0.086	0.77	0.536	0.55 ***	0.674	0.89	2.372	0.70 ***
主婦	0.491	0.51	0.965	0.52	-0.407	0.59	-0.268	1.19	1.444	0.55 ***
華南	1.194	0.64 *	-0.629	0.67	0.526	0.60	0.545	0.93	0.807	0.72
華北	-0.165	0.71	-0.725	0.77	-0.961	0.74	-0.859	1.10	-2.764	1.25 ***
東北	0.503	0.71	-0.569	0.80	-0.848	0.70 ***	-2.866	1.37 **	0.357	0.82
所得	0.337	0.19	0.471	0.22 **	0.448	0.20	0.052	0.35	0.722	0.25 ***
定数項	-0.354	1.33	-1.498	1.69	-2.201	1.34 **	-4.620	2.52	-5.765	1.70 ***
サンプル数	219		219		219		219		219	
尤度比	-151.139 ***		-104.109 **		-137.224 **		-73.580 ***		-125.562 ***	

注：1) ***, **, *は1%, 5%, 10%の水準で統計的に有意であることを示す

ファッション」を求めていることが伺える。

なお、香港の金融市場が発達しており、自由貿易港のため格安で金を購入することができる。さらに、金製品の設計・加工・流通において高い国際水準を達し、中国の消費者には憧れの的な存在である。他方、アジアにおいてさまざまな宝石が生産されており、香港は宝石の集中・選別・設計・加工・販売など多面的な機能を果たしている。「金や宝石」を買い求めていた者に関しては、「男性」（-1.062）の係数が負の値を示すために、「所得」（0.471）が高い女性であることが分かった。

次に、「記念品」の購入者に関しては、「東北」（-0.848）の係数が負の値を示すために、東北地域の者は購入していないが、「年齢」（0.033）が高い者と「学生」（0.536）がよく記念品を購入していることが伺える。

次に、「皮靴・その他の靴」を購入していたのは、「飛行機」（2.542）をよく利用する者である。香港はアジアにおいて有数のファッション都市であり、国際ブランドが多数集中している。ファッションにおいて欠かせない靴

は高価なショッピングになっている。所得水準がやや低い「東北」(-2.866)の係数が負の値を示し、東北の者が購入していないことを分かった。

「薬剤・漢方薬」に関しては購入したのは高所得者(0.722)であり、主婦(1.444)と学生(2.372)である。また、居住地域からみると、「華北」(-2.764)の係数が負の値を示すために、華北地域の居住者は「薬剤・漢方薬」を購入していない事が分かった。その背景には中国富裕層の健康志向が高まり、健康薬品や中国に販売されていない薬剤や漢方薬を香港で購入している。また、海外の輸入薬・漢方薬は大陸部において関税と流通チャンネルなど問題で高価になっているために、価格には敏感な主婦と学生は購入していることが分かった。

(4) 香港訪問決定要因と顧客属性の関連性

表 3.1.7 は、香港訪問決定要因と顧客属性に関する二項ロジスティック回帰分析の推計結果を示している。推計結果から以下のように指摘できる。

表3.1.7 香港訪問決定要因と顧客属性の関連性(二項ロジスティック回帰分析推計結果)

変数	旅行代金が安い		友人の誘いがあった	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
訪問回数	-0.052	0.08	-0.143	0.07 **
飛行機	0.467	0.85	0.355	0.58
電車	-0.653	1.04	0.256	0.59
バス	-0.780	1.04	0.292	0.62
片道時間	0.031	0.19	-0.012	0.13
男性	-0.641	0.45	0.092	0.34
年齢	-0.018	0.46	0.536	0.38
学生	-0.724	0.71	1.263	0.55 **
主婦	-0.914	0.61	0.940	0.53 *
華南	1.009	1.13	0.744	0.61
華北	1.485	1.16	-0.829	0.74
東北	3.159	1.18 ***	1.244	0.71 *
所得	-0.367	0.23	0.122	0.18
定数項	-1.460	1.90	-2.327	1.34
サンプル数	219		219	
尤度比	-136.458 ***		-151.285 ***	

注：1) ***, **, *は1%, 5%, 10%の水準で統計的に有意であることを示す

まず、「旅行代金が安い」が香港旅行の決定要因になっている顧客層は、中国国内において比較的収入が低い地域であり、香港から距離的に2000キロ以上離れている「東北」（3.1592）地域からの者である。いままでの香港旅行は国際旅行のために高価になっていた。しかし、近年香港と大陸部主要都市間において航空路線が開拓され、航空料金が格段に安くなってきた。さらに、香港に繋がる鉄道と高速道路網が構築され、交通料金がさらに下げた。他方、中国の改革開放政策の影響で大陸部の経済が発展し、中国人民元対香港ドル（アメリカドルと連動している）のレートが高くなっている。最後に、中国観光客の高い購買力に目を付けて香港の旅行会社は各自に利益率が高い店と提携し、旅行代金を安く抑えショッピング段階から利益を生み出す戦略に転換した。そのために、旅行代金の下落に繋がった。

さらに、「訪問回数」（ -0.1429 ）が負の値を示すために、香港訪問回数が少ない「学生」（1.2632）や主婦（0.9397）は「友人の誘いがあった」が香港訪問の決定要因になっている。最後に、香港への距離が遠く、国際都市として香港を憧れている「東北」（1.2437）地域の者は「友人の誘いがあった」で香港を訪問していることが分かった。

（5）香港訪問感想と顧客属性の関連性

本節では香港の都市印象をめぐる意識と評価を規定要因について、順序ロジスティック回帰分析を用いて推計する。目的変数は中国人訪問者感想とし、説明変数は移動方法（飛行機、電車、バス）、性別（男性、女性）、職業（有職者、学生、主婦）、地域（華南・華東・西南、華北・華中）の4つの個人属性をダミー変数として、年齢、訪問回数、片道時間、日程、所得、予算の6つを連続変数として導入した。

表3.1.8 中国人訪問者感想に関する順序ロジスティック回帰分析推計結果

	係数	標準誤差	p値
飛行機-1	0.924	0.60	0.126
電車-1	-1.383	0.57	0.015 **
バス-1	0.219	0.56	0.694
性別-1	-0.349	0.32	0.274
有職者-1	-1.219	0.60	0.042 **
学生-1	-0.183	0.73	0.803
主婦-1	-0.907	0.73	0.212
華南・華東・西南-1	1.213	0.57	0.034 **
華北・華中-1	0.649	0.57	0.257
年齢（連続）	-0.323	0.36	0.364
訪問回数（連続）	0.011	0.01	0.081 *
片道時間（連続）	0.002	0.13	0.986
日程（連続）	-0.129	0.14	0.368
所得（連続）	-0.245	0.18	0.181
予算（連続）	0.009	0.20	0.964
cut1	-5.382	1.54	0.000 ***
cut2	-3.590	1.49	0.016 **
cut3	-0.173	1.46	0.906
サンプル数	219		
尤度比	73.14 ***		
AIC	427.59		
寄与率	0.157		

注：1）***, **, *は1%, 5%, 10%の水準で統計的に有意であることを示す。

表 3.1.8 は、順序ロジスティック回帰分析による推計結果を示している。推計の結果、電車（-1.383）と有職者（-1.219）の係数が負の値を示すために、香港に対して好印象を持っている者は電車利用者以外の者であり、有職者以外の者であることを意味している。更に、訪問回数（0.011）が増えれば、香港に対する好感度が高くなってくることが伺える。最後に、華南・華東・西南（1.213）からの訪問者は香港を高く評価していることが伺える。

（6）深圳再訪問と個人属性との関連性

本節では香港の都市印象、観光発展をめぐる意識と評価を規定要因について、順序ロジスティック回帰分析を用いて推計する。目的変数は香港の再訪問とし、説明変数は移動方法（飛行機、電車、バス）、性別（男性、女性）、職業（有職者、学生、主婦）、地域（華南・華東・西南、華北・華中）の4つの個人属性をダミー変数として、年齢、訪問回数、片道時間、日程、所得、予算の6つを連続変数として導入した。

表3.1.9 再訪問意向に関する順序ロジスティック回帰分析推計結果

	係数	標準誤差	p値
飛行機-1	1.010	0.60	0.091 *
電車-1	0.242	0.56	0.665
バス-1	0.329	0.55	0.551
性別-1	-0.139	0.32	0.660
有職者-1	-0.986	0.59	0.097 *
学生-1	0.515	0.73	0.480
主婦-1	-0.746	0.72	0.303
華南・華東・西南-1	0.891	0.56	0.114
華北華中-1	0.590	0.56	0.296
年齢	-0.653	0.36	0.066 **
訪問回数	-0.003	0.01	0.620
片道時間	-0.169	0.13	0.191
日程	0.026	0.14	0.853
所得	0.059	0.18	0.746
予算	-0.049	0.20	0.804
cut1	-4.998	1.51	0.001 ***
cut2	-3.217	1.47	0.029 **
cut3	0.022	1.45	0.988
サンプル数	219		
尤度比	57.04 ***		
AIC	442.04		
寄与率	0.123		

注：1***, **, *は1%, 5%, 10%の水準で統計的に有意であることを示す

表 3.1.9 は、順序ロジスティック回帰分析による推計結果を示している。推計の結果、年齢（-0.653）と有職者（-0.986）の係数が負の値を示すために、香港の再訪問を強く望んでいたのは年齢的に若い者であり、有職者以外の者であることが分かった。更に、居住地から香港までの距離が遠く、飛行機（1.010）を利用する者は再訪問の傾向が強い。

3.1.4 考察と結果

本稿では、中国深圳、アモイ、北京、瀋陽の一般市民へのアンケート調査結果を用いて、香港に対する印象、香港訪問先、購買行動、香港訪問決定要因に対する意識について分析を行った。分析結果から次の点がついて明らかになった。

第1に、香港に行く中国大陸訪問者の主要な目的に関しては、7割以上は「ショッピング」と「市内観光」を求めて香港を訪ねており、全体の約6割弱の

中国大陸訪問者は飛行機を移動手段として利用している。約 25.5%の中国大陸人は年間 1～2 回の頻度で、約 28.7%の者は 2～3 年 1 回頻度で香港を訪ね、友人・知人・家族・親戚と 2～4 人規模で香港に来ている。香港を訪問する中国大陸人の約 28.6%は「四泊」するが、22.7%の者は「日帰り」で訪問した。香港訪問の感想に関しては 84.6%の中国大陸訪問者は「良かった」と「大変良かった」と思っており、84.5%の者は再訪問したいと回答した。更に、香港に対する印象・旅行決定要因・購入商品と個人年収の間に関連性が見られ、年収「3 万以下」人民元の者は、香港に対して「サービスがいい」という印象を持ち、「カバン・財布・ベルト」や「皮靴・その他の靴」や「日本の食料品」を購入していた。年収「3～6 万」の者は、「町が綺麗である」、「治安が良い」、「交通便利」、「食べ物が美味しい」という印象を持ち、「玩具・ゲーム機・ゲームソフト」、「記念品」を購入していた。また、香港訪問の決定要因として「旅行代金が安い」、「テレビの番組で見たから」、「新聞や雑誌を見た」を取り上げられた。年収『6～12 万』の者は、「ブランド品の品揃いが多い」と「品物が豊富」で、「物価が安い」、「商品信頼度が高い」、「ビジネス環境が良い」、「金融業が発達している」という印象を持ち、「電化製品」と「服装・ファッション」も買い求めていた。更に、「金や宝石」や「金融関連商品（保険・株）」や「薬剤・漢方薬」を購入していた。

第 2 に、香港に対して「品物が安い」とのイメージを持つのは中国東北地域に居住する者であり、飛行機とバスを利用する者である。そして、女性も感じていた。なお、「商品信頼度が高い」を感じていたのは中国東北地域と香港から近い地域の居住者であり、電車とバスを利用する者である。また、女性と中国東北地地域の者は香港の「交通の便利さ」を感じていた。また、女性と「華北」以外地域の者は「食べ物が美味しい」という印象がある。また、「ビジネス環境が良い」というイメージを持つのは、所得高い男性であり、学生と主婦

である。更に、「金融業が発達している」という印象を持つのは、所得高い者であり、中国東北居住者である。また、「街が綺麗である」というイメージを持つのは東北地域の居住者であり、若い世代である。また、「治安が良い」という印象を持つのは東北地域の居住者であり、所得水準が高くない者である。最後に、「サービスがいい」という印象については、電車の利用者が弱い、学生は強く感じていた。

第3に、「香港国際貿易センター」を訪問した者については、女性より男性が良く訪問し、香港から近い居住者が来ていたことが分かった。なお、「女人街」には良く行くのは訪問回数多い学生と主婦であり、女性である。バス利用者は行かないことが分かった。また、「香港デイスにーランド」と「海洋公園」に行くのは共に所得水準が高い者であるが、訪問回数少ない者と学生は「香港デイスにーランド」を訪ねていた。また、「星光大道」に行ったのは学生であり、飛行機を利用しない者である。また、「尖砂咀海浜公園」に行かなかったのは東北地域居住者以外の「飛行機」利用者であった。また、「蘭貴坊」に良く行ったのは東北地域居住者であった。また、「太平山頂」に良く行ったのは東北地域居住者であり、所得高い者と電車利用する者である。また、「尖砂咀鐘樓」を訪ねていったのは片道時間が長い者であった。最後に、「ショッピングモール」を訪問した者については、華南地域の居住者であり、飛行機利用者である。更に、女性であることが分かった。

第4に、「服装・ファッション」の購入者は華南地域の居住者であり、電車利用者である。更に、若い女性と学生以外の者であることが分かった。なお、「金と宝石」を買っていたのは所得高い女性であった。また、「記念品」をよく購入したのは年齢高い者と学生である。東北地域の訪問者は買わないことが判明した。また、「皮靴・その他の靴」を買い求めていたのは飛行機利用者である。東北地域の訪問者は買わないことが分かった。最後に、「薬剤・漢方薬」に関しては高所得者であり、主婦と学生である。

第5に、中国東北地域の居住者は「旅行代金が安い」が香港訪問の決定要因になっていた。他方、香港訪問回数が少ない学生と主婦の以外に東北地域居住者の香港訪問決定要因は「友人の誘いがあった」であった。

第6に、香港には好感想を持っているのは訪問回数が多い者であり、華南・華東・西南地域の居住者である。一方、電車利用者と有職者は高い好感度を持っていないことが分かった。更に、再訪問意識と個人属性との関連性に関して調査した結果は、年齢的に若い者と飛行機利用者の再訪問意識が強いが有職者の再訪問意識が弱いことが分かった。

3.1.5. 結論

今後、香港において中国大陸部訪問者を誘致するために、更に観光産業クラスターを強化するために、2つ方向から着手する必要がある。一つはまだ香港に来たいことがない中国大陸部訪問者を誘致するために、交通面の便利性を強化する必要がある。交通が便利になり、観光客の選択が増え、より安くて快適な移動手段を選ぶことができる。それらによって、旅行コストの抑えることができ、香港観光の意欲を引き出すことが可能になる。つまり、交通インフラの構築は香港において中国大陸訪問者増加には有効である。他方、今回の調査で分かった中国大陸訪問者消費構造を生かし、中国大陸訪問者に魅力がある観光施設と商品の開発が重要な課題になっている。つまり、より魅力的な商品の開発と商品市場の構築は中国大陸訪問者の増加には有効である。

3.2 中国大陸に向かう香港人訪問者顧客属性分析

香港は、北京条約（1898年）以来、現在の香港領域（新界、九龍、香港島）が形成され、中国大陸におけるイギリスの中国南部地域貿易の重要拠点として利用されてきた。1950年代では、レッセフェール（自由放任主義）制度が実行され、繊維産業やプラスチック加工など輸出型産業が発展していた。しかし、朝鮮戦争の影響で、中国大陸と世界間の中継貿易が縮小していた。経済の牽引役が失ったため、1960～70年代にかけて、香港政府は、経済政策を修正し、「積極的不介入」に方向転換し、大規模な住宅地の開発や市街地の再開発などを推進し、インフラの整備にも力を入れた。国連統計部の調査によると香港の1人当たり名目GDPは693ドル（1970年）から5,703ドル（1980年）に急上昇した。更に、1979年から中国大陸の政治が一変し、改革開放政策が執行された。香港の製造業はこれを機宜に安い人件費・土地・原料を求めて、国境を超えて中国大陸に進出してきた。製造業の拠点は香港から深圳や東莞など珠江デルタ地域に移転した。GDPに占める第二次産業の割合は18.9%（1970年）から14.5%（1990年）に徐々に減少していたが、90年代にその減少傾向が加速し、1.65%までに減少してきた。香港の産業構造は第二次産業の製造業から第三次産業の観光業・金融業・貿易業に転換し、発展するきっかけとなった。観光産業・金融サービス・貿易及び物流・事業支援及び専門サービスの4つの産業は香港の主要な産業に成長した。1人当たり名目GDPは34,161ドル（2011年）までに達し、先進国並みになっている。

香港経済に関する先行研究として、関（1998）は香港の自由で規制の少ない金融システムが維持される限り、香港は繁栄するとし、中国の金融センターである上海と香港がそれぞれの通貨をもち、それぞれの役割を持って中国と香港経済の発展に寄与すると結論づけている。また、小林（2013年）は香

港返還後の政治環境を観察し、香港の主要産業である金融サービスと貿易及び物流の関係について研究している。小林のように、金融サービスや貿易などが経済に影響する研究は多いものの、香港から中国大陸部へ流れる観光収入と経済成長との関係を考察した学術的な研究が少なかった。そこで陳等（2013）は、香港とシンガポールを事例として、観光収入と経済成長（GDP成長率）にどのような因果関係があるのかを Granger の因果性検定によって統計的に分析した。シンガポールでは、GDP 成長率が観光収入に影響を与え、逆の因果関係はなかった。つまり、経済全体の発展が観光産業を牽引してきた。他方、香港では観光収入が GDP 成長率に影響を与え、逆の因果関係はなかった。そして、香港では観光に対する需要を増加させ、経済発展を促す政策が必要であることを明らかにした。しかしながら、陳等の先行研究は、観光収入が増加すれば、GDP の成長に寄与すること一点を証明したに過ぎない。陳等の研究で課題とされていたのは、香港および中国大陸部の訪問者は、どのような経路を辿って、どのような目的を持ち、それぞれの訪問者がどのような印象を持って交流しているのか把握することであった。陳等の研究では、香港・中国大陸間の移動は、双方の 1 人当たり GDP の上昇が著しいとはいえ、8 割が陸路を移動していることが分かっている。

そこで本稿では、いままで注目されていない陸路経由し、海外観光を行う香港人に焦点を当てる。そして、香港において対面式のアンケート調査を実施し、陸路として必ず経由する中国深圳に関する香港市民の意識を明らかにする。具体的には、まず、陸路を利用して中国観光の目的地と主要な目的を把握する。次に、深圳観光に対する意識について、香港と深圳の経済発展の関連性に着目しながら分析する。本研究で得られた成果は、中国深圳第三次産業、とりわけ観光関連産業の発展促進に関する経済政策を立案する際の基礎資料としての活用が期待できる。

3.2.1 深圳へ向かう香港人観光客の消費意識

(1) 調査設計とサンプル属性

調査は、香港九龍・新界地区において、香港の現地調査員を雇用し、対面形式で実施した。調査期間は、2013年7月22日（月）～8月2日（金）であり、有効回答数は140通であった。

表3.2.1 サンプル属性 (n=140)

個人属性		度数	割合	個人属性		度数	割合
目的地	深圳市内	97	69.3%	性別	男性	59	42.1%
	珠海	14	10.0%		女性	81	57.9%
	東莞	31	22.1%	職業	会社員	45	32.1%
	広州	26	18.6%		公務員	17	12.1%
	汕頭	7	5.0%		専門職	9	6.4%
	惠州	10	7.1%		自営業	11	7.9%
	その他	6	4.3%		学生	19	13.6%
年齢	19歳以下	15	10.7%		主婦	15	10.7%
	20～29歳	21	15.0%		無職、定年退職	19	13.6%
	30～39歳	23	16.4%	その他	5	3.6%	
	40～49歳	34	24.3%	合計	140	100.0%	
	50～59歳	32	22.9%	所得	12万HKD以下	61	43.6%
	60～69歳	9	6.4%		12～24万HKD	26	18.6%
	70歳以上	6	4.3%		24～48万HKD	29	20.7%
地域	香港島	26	18.6%		48～60万HKD	8	5.7%
	九龍	50	35.7%		60～120万HKD	8	5.7%
	新界	64	45.7%		120万HKD以上	6	4.3%
	その他	0	0.0%		無回答	2	1.4%

出所：アンケートより作成

表 3.2.1 には、調査サンプルの基本属性を示した。男性が 42.1%、女性がやや多い 57.9% を占めている。年齢構成は 40～49 歳（24.3%）から 50～59 歳（22.9%）までの階層が多い。居住地は、新界地区が 45.7%、九龍地区が 35.7%、香港島が 18.6% となっている。職業構成では会社員（32.1%）、学生（13.6%）、定年退職・無職・求職中（13.6%）、専業主婦（10.7%）、

自営業・会社経営（7.9%）となっている。1人当たりの年間所得は12万HKD以下（43.6%）、24万～48万HKD（20.7%）、12万～24万HKD（18.6%）、48万～60万HKD（5.7%）、60万～120万HKD（5.7%）の順となった。

3.2.2 深圳に関する意識

1) 深圳訪問の頻度・交通手段・移動時間・滞在時間

表3.2.2は、香港観光客が深圳訪問の頻度・交通手段・移動時間・滞在時間を示している。

表3.2.2 深圳訪問の訪問頻度・交通手段・移動時間・滞在時間（n=140）

項目		度数	割合	項目		度数	割合
訪問頻度	毎日	1	0.7%	交通手段	飛行機	1	0.7%
	週に2～3回	3	2.1%		電車	111	79.3%
	週1回	5	3.6%		バス	46	32.9%
	2週間に1回	6	4.3%		船舶	2	1.4%
	1か月に1回	13	9.3%		自家用車	6	4.3%
	年に5回以上	19	13.6%		その他	1	0.7%
	年に3～4回程度	25	17.9%	移動時間	30分～1時間	23	16.4%
	年に1～2回程度	31	22.1%		1～2時間	101	72.1%
	2年に1回程度	8	5.7%		2～3時間	8	5.7%
	3年に1回程度	4	2.9%		3～4時間	6	4.3%
	滅多に来ない/ 来るつもりはな	25	17.9%		4時間以上	2	1.4%
主要目的	ショッピング	47	33.6%	人数	1人	23	16.4%
	市内観光	17	12.1%		2人	48	34.3%
	美食	39	27.9%		3人	33	23.6%
	展示会の参加	1	0.7%		4人	22	15.7%
	商談	20	14.3%		5人	5	3.6%
	友人訪問	14	10.0%		6人	8	5.7%
	シンセン駅から 電車・バスの移	13	9.3%		7人以上	1	0.7%
	実家への帰省	19	13.6%	滞在時間	香港からの日帰り	92	65.7%
	その他	7	5.0%		電車・バスでの通過点	19	13.6%
同行者関係	家族・親戚	77	55.0%		一泊	15	10.7%
	友人・知人	50	35.7%		二泊	11	7.9%
	同僚	18	12.9%	三泊	1	0.7%	
	団体旅行	6	4.3%	四泊以上	2	1.4%	

出所：アンケートにより作成

まず、香港人が深圳へ訪問する頻度についてであるが、「年に1～2回程度」（22.1%）、「年に3～4回程度」（17.9%）者を合計すると、全体の4割を

占めている。

次に、深圳の滞在は、「香港からの日帰り」（65.7%）者が最も多い。次いで、深圳を電車やバスのトランジットとして通過する者（13.6%）も多い。一方、深圳に宿泊する者は「一泊」（10.7%）程度であり、「二泊」以上の者を合計しても10.0%に過ぎない。

更に、香港から深圳までの交通手段は最も多く利用されているのは電車（79.3%）であった。また、香港深圳間の運賃は、電車（片道20～40HKD）よりバス（45～50HKD）の方が高い。ただし、香港深圳間のバス利用は利便性が高く、バス（32.9%）を利用する者も多かった。加えて、香港の自宅から深圳までの移動時間については、「1～2時間」（72.1%）、「30分～1時間」（16.4%）を合計すると88.5%を占めていた。

深圳訪問の主な目的については、「ショッピング」（33.6%）が最も多く、「美食」（27.9%）も多い。また「商談」（14.3%）のように、仕事関連で深圳に来ている人も多い。更に、「実家への帰省」（13.6%）や「友人訪問」（10%）など、香港と深圳間には密接な交流があることが伺える。

次に、同行者数は、「2人」（34.3%）が最も多く、「3人」（23.6%）、「4人」（15.7%）というように、小さな集団で深圳を訪問している。2人以上で訪問している者は「家族・親戚」（55.0%）、「友人・知人」（35.7%）といった家族・友人単位で訪問する者が多くみられた。

2) 深圳との交流の発展性,再訪問の可能性

表3は、香港と深圳との交流の発展性,再訪問の可能性について示している。

まず、香港から深圳への交流がさらに発展すると思うかどうかを尋ねるところ、「そう思う」（49.3%）

者が最も多く、「とてもそう思う」（16.4%）者も多かった。深圳の経済は、改革開放政策が実行されて30年間で飛躍的に発展してきた。特に、香港返還

(1997年)以来,経済面や文化面の融和がさらに加速してきたことから,香

表3.2.3 香港と深圳における交流と再訪問意識 (n=140)

評価項目	再訪問意識 評価質問	とても そう思う	そう思う	どちらとも いえない	あまりそう 思わない	全くそう 思わない
		香港と深圳との 交流の未来性	香港から深圳への交流が、さ らに発展すると思いますか。	23 16.4%	69 49.3%	39 27.9%
評価項目	再訪問意識 評価質問	是非 訪れたい	機会があつた ら訪れたい	どちらとも いえない	あまり訪れよう とは思わない	訪れるつも りはない
深圳再訪問の可 能性	あなたは今後も、深圳へ行き たいと思いますか。	36 25.7%	55 39.3%	33 23.6%	6 4.3%	10 7.1%

出所: アンケートより作成

港人は深圳との交流が発展すると答えた者が多かったものと推測される。

一方、「どちらともいえない」(27.9%)、「あまりそう思わない」(3.6%)、「全くそう思わない」(2.9%)と感じている者も少なからずいた。香港返還以来,香港と中国大陸との交流が盛んできたが,政治制度の差や教育水準の差などマイナス面が徐々に出てきており,交流には少なからず影響したことが伺える。

また,今後深圳に行きたいかどうかについては,「機会があつたら訪れたい」(39.3%)者や「是非訪ねたい」(25.7%)者を合計すると65%以上が訪れたいと回答しているが,「どちらともいえない」(23.6%)、「あまり訪ねようとは思わない」(4.3%)、「訪ねるつもりはない」(7.1%)者も少なからずいた。その背景には深圳は改革開放政策が執行されて新しく建設され都市であり,活気が溢れている。一方,香港観光客が自由回答で関心を集中している治安問題,文化面や国民の教育水準の向上やモラルの維持など様々の面では,香港の観光客が求める水準に達していないことも伺える。

2) 深圳への訪問目的と印象の関連性

本節では,深圳への訪問目的と印象との関連性を考察する。

図1は、深圳への訪問目的と深圳に対する印象の関連性を数量化理論Ⅲ類分析で推計した結果を図示した。

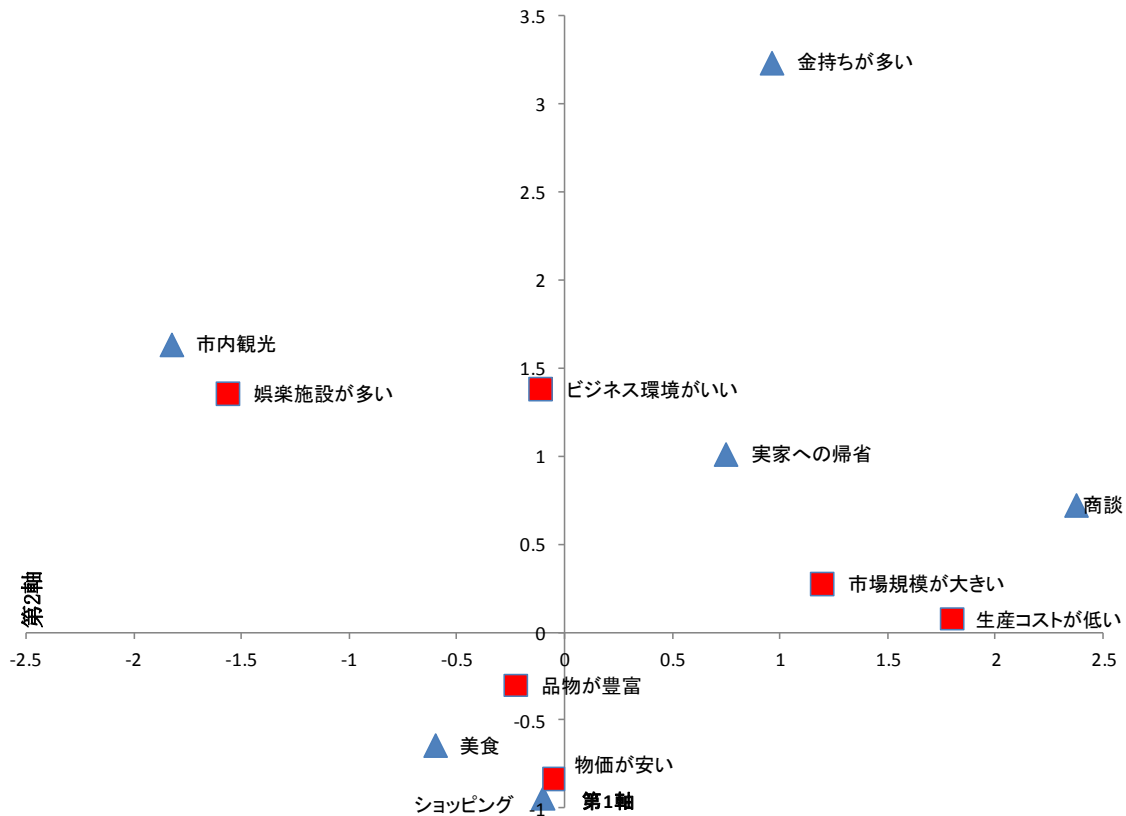


図3. 2.1 深圳の訪問目的と深圳に対する印象の関連性
—数量化理論Ⅲ類分析による推計結果—

まず、第一象限を見ると、『商談』を目的として訪問している者は、深圳に対して「市場規模が大きい」、「生産コストが低い」という印象を持っている。

次に、第二象限を見ると、『市内観光』を目的として訪問している者は、「娯楽施設が多い」という印象を持っている。

そして、第三象限を見ると、『美食』や『ショッピング』を目的として訪問している者は、「品物が豊富」で、「物価が安い」という印象を持っている。

る。

以上、数量化理論Ⅲ類分析を推計した結果、訪問の目的とその印象は、大凡3つに分類されていることが明らかにされた。

3. 深圳観光発展を巡る意識評価に関する要因分析

(1) 深圳に対する印象と個人属性の関連性

本節では深圳の都市印象、観光発展をめぐる意識と評価を規定要因について、二項ロジスティック回帰分析を用いて分析を行う。目的変数は①生産コストが低い、②娯楽施設が多い、③ビジネスチャンスが増えた、④交通手段が便利になった、⑤格安ホテルの建設、⑥大型観光施設の建設、⑦入国制度の規制緩和である。説明変数は、交通手段（電車＝1，バス＝1）、目的地（深圳市内＝1）、性別（男性＝1）、職業（学生＝1，主婦＝1，無職＝1）、居住地（九龍＝1，新界＝1）の9つをダミー変数として、訪問回数、年齢、所得の3つの連続変数として導入した。

表 3.2.4 は、二項ロジスティック回帰分析の推計結果を示した。推計結果から以下のように指摘できる。

まず、「生産コストが安い」という印象については、男性の係数が 2.857 と正の値を示し、男性は生産コストが安いと感じているため、深圳へビジネスのため訪問する者が多いことが分かる。また、年齢の係数は -1.145 と負の値を示すため、年齢が若い人もビジネスのため深圳を訪問する。最後に、主婦（3.042）や無職者（3.613）であっても、生産コストが安いと感じているようである。

次に、「娯楽施設が多い」という印象を持つ者、訪問回数（0.018）が多い人ほど娯楽施設が多いと感じている。また、男性の係数が 1.953 と正の値を示し、男性が強く感じていることが分かった。九龍（2.101）と新界（1.537）に在住する者は、深圳が地理的に近いこと、娯楽のため深圳に向かっているこ

とが分かる。

表3.2.4 深圳の印象と顧客属性の関連性（二項ロジスティック回帰分析推計結果）

変数	生産コストが低い		娯楽施設が多い	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
訪問回数	-0.019	0.08	0.018	0.01 *
電車	1.052	1.58	-0.661	0.92
バス	-1.323	1.41	-1.715	0.84 **
片道時間	-0.362	1.10	0.483	0.45
深圳市内だけ	-0.683	1.26	-0.750	0.62
男性	2.857	1.38 **	1.953	0.66 ***
年齢	-1.145	0.49 **	0.112	0.23
学生	-0.676	1.64	-2.221	1.29 *
主婦	3.042	1.81 *	-0.341	0.94
無職	3.613	1.62 **	-2.385	1.26 *
九龍	-1.873	1.66	2.110	0.91 **
新界	-0.441	1.45	1.537	0.92 *
所得	0.670	0.41	-0.205	0.22
定数項	-2.057	3.12	-2.913	1.77
サンプル数	138		138	
尤度比	-30.55 *		-66.78 ***	

注：1) ***, **, *は1%, 5%, 10%の水準で統計的に有意であることを示す

一方、バス（-1.715）、学生（-2.221）、無職（-2.385）の係数が負の値を示すために、バスを乗る人、学生、無職の者は「娯楽施設が多い」と考えていないことが分かった。

（2）深圳との交流から香港がもたらす利益と個人属性との関連性

表 3.2.5 は、深圳との交流による香港が得られた利益に及ぼす要因に関する二項ロジスティック回帰分析の推計結果を示している。推計結果から以下のように指摘できる。

まず「ビジネスチャンスが増えた」と感じている者は、無職者（-2.920）の者が香港と深圳間のビジネスチャンスが増加したと感じていなかった。オッズ比が 0.054 になっているため被説明変数に対して負の影響があることが分かった。また、片道時間（-0.726）も短い者にとって、よりビジネスチ

チャンスが増加したと感じていた。

次に「交通手段が便利になった」と感じている者は、年齢（0.496）高い者であり、交通が便利になったことを強く意識していたことが分かった。オッズ比が1.642になっているため被説明変数に対して正の影響があることが分かった。他方、深圳市内だけ（-1.091）訪問する者にとっては、交通が便利になったとは感じていないため、深圳に行くような短距離の移動ではなく、長距離を移動する人は便利になったことを感じている。この一連の係数から、近年香港と中国政府による高速鉄道の建設や電車及びバス増便などインフラ整備は交通面において便利性をアップさせたことが伺える。

表3.2.5 深圳との交流から香港がもたらす利益と個人属性の関連性分析結果

変数	ビジネスチャンスが増えた			交通手段が便利になった		
	係数	標準誤差	exp(B)	係数	標準誤差	exp(B)
訪問回数	0.010	0.01	1.010	0.013	0.02	1.014
電車	0.030	0.62	1.030	0.633	0.71	1.883
バス	-0.024	0.50	0.976	0.031	0.54	1.031
片道の時間	-0.726	0.40 *	0.484	0.290	0.37	1.336
深圳市内だけ	-0.055	0.48	0.946	-1.091	0.47 **	0.336
男性	0.062	0.44	1.064	-0.276	0.48	0.759
年齢	0.241	0.19	1.272	0.496	0.20 **	1.642
学生	0.158	0.81	1.171	-0.251	1.01	0.778
主婦	-0.538	0.73	0.584	-0.190	0.72	0.827
無職	-2.920	1.23 **	0.054	-1.876	0.85 **	0.153
九龍	0.599	0.60	1.820	0.202	0.59	1.223
新界	0.441	0.60	1.554	0.114	0.61	1.121
所得	0.245	0.17	1.278	-0.131	0.18	0.877
定数項	-1.196	1.36		-2.533	1.47 *	
サンプル数	138			138		
尤度比	-89.8 **			-85.6 **		

注：1) ***, **, *は1%, 5%, 10%の水準で統計的に有意であることを示す

（3）深圳経済発展における不足点と個人属性との関連性

表6は、深圳市へ要望と個人属性に関する二項ロジスティック回帰分析の

推計結果を示している。推計結果から以下のように指摘できる。

まず「格安ホテルビジネスの建設」についてであるが、年齢（0.545）が高い人や学生（3.238）が、格安ビジネスホテルを求めている。また、ビジネスへ向かうことが予想される所得（0.356）の高い者も、格安ビジネスホテルの建設を期待している。続いて「大型観光施設の建設」に関しては、電車（0.980）とバス（0.594）を利用する香港観光客はどちらも深圳市に大型観光施設の必要性を感じている。また、深圳市内だけ（1.571）を観光目的とする者も強く望んでいることが分かった。最後に、所得（0.605）の高い人も大型観光施設の建設を期待していた。

表3.2.6 深圳への要望と個人属性に関する分析結果

変数	格安ホテルの建設		大型観光施設の建設		入国制度の規制緩和	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
訪問回数	0.008	0.01	-0.099	0.05	-0.009	0.01
電車	0.251	0.72	2.830	0.98 ***	0.061	0.62
バス	0.844	0.62	1.318	0.59 **	-0.193	0.49
片道の時間	0.192	0.43	0.246	0.51	-0.388	0.34
深圳市内だけ	-0.510	0.59	1.571	0.73 **	1.018	0.48 **
男性	-0.598	0.56	-0.007	0.55	-0.113	0.43
年齢	0.545	0.26 **	-0.177	0.22	0.466	0.18 ***
学生	3.238	1.09 ***	0.920	0.98	0.061	0.88
主婦	0.063	0.95	1.331	0.96	0.467	0.67
無職	-0.633	0.95	0.882	0.93	0.657	0.68
九龍	0.441	0.84	-0.793	0.81	0.188	0.56
新界	0.837	0.85	0.496	0.77	-0.243	0.57
所得	0.356	0.20 *	0.605	0.23 ***	0.095	0.16
定数項	-5.873	2.02 ***	-6.526	2.04 ***	-2.483	1.31 *
サンプル数	138		138		138	
尤度比	-63.8 *		-71.0 ***		-92.7939 **	

注：1）***, **, *は1%, 5%, 10%の水準で統計的に有意であることを示す

最後に「入国制度の規制緩和」に関しては、深圳市内だけ（1.018）を観光目的地とする者は、現行の入国管理制度に問題視しており、規制緩和を望

んでいる。その背景には 2003 年以後中国大陸住民香港訪問の規制緩和による観光客の急増は通関時間の大幅な延長を引き起こしている。その問題を解決するためには、新たな入国管理制度が期待されている。また、年齢（0.466）の高い者が、入国管理制度の規制緩和を強く望んでいる。これももう一つ側面から通関時間の大幅な延長は、年配の方に影響を及ぼしことを証明している。入国制度の規制緩和の必要性を訴えていた。

（４）深圳再訪問と個人属性との関連性

本節では深圳の都市印象、観光発展をめぐる意識と評価を規定要因について、順序ロジスティック回帰分析を用いて推計する。目的変数は深圳への再訪問の意志とし、説明変数は移動方法（電車、バス）、職業（有職者、学生、主婦）、地域（香港島、九龍）の 3 つの個人属性をダミー変数として、年齢、訪問回数、片道時間、所得の 4 つを連続変数として導入した。

表3.2.7 深セン再訪問に関する順序ロジスティック回帰分析推計結果

変数	係数	標準誤差	p値
電車=1	0.708	0.52	0.176
バス=1	0.727	0.43	0.093 *
男性=1	0.017	0.36	0.962
有職者=1	-0.944	0.55	0.087 *
学生=1	-1.552	0.79	0.050 **
主婦=1	-0.240	0.68	0.723
香港島=1	-1.267	0.50	0.011 **
九龍=1	-0.173	0.38	0.646
年齢(連続)	0.076	0.14	0.592
訪問回数(連続)	-0.004	0.01	0.443
片道時間(連続)	-0.540	0.28	0.057 *
所得(連続)	0.260	0.14	0.070 *
cut1	-3.122	1.07	0.004 **
cut2	-2.547	1.05	0.016 *
cut3	-1.045	1.03	0.308
cut4	0.924	1.03	0.368
サンプル数	133		
尤度比	28.0	***	
AIC	372.3		
寄与率	0.076		

注：1)***, **, *は1%, 5%, 10%の水準で統計的に有意であることを示す

注：2)cutとは、cut1(訪れるつもりはない)～cut4(機会があったら訪れたい)を示す定数項を示す

表7^{注1}は、順序ロジスティック回帰分析による推計結果を示している。推計の結果、バス(0.727)を利用する者は深圳市を再度訪問する意識が強いことが分かった。また、有職者(-0.944)、学生(-1.552)、香港島(-1.267)は深圳を再度訪問する意識が弱いことが分かった。片道時間(-0.540)が短い人は再訪問する傾向が強い。最後に、所得(0.260)が高い人が深圳に再びくることを望んでいた。

4. 結論

本稿では、香港一般市民へのアンケート調査結果を用いて、深圳に対する印象、深圳の経済発展から香港にもたらす影響及び深圳の経済発展における優先的に発展分野に対する意識について分析を行った。分析結果から次の点がついて明らかになった。

第1に、深圳に行く香港人観光客の主要な目的に関しては、6割以上は「ショッピング」と「美食」を求めて深圳を訪れており、全体の約8割弱電車を移動手段として利用している。約4割の香港人は年間1～4回ベースで深圳を訪れており、家族・親戚・友人と2～4人規模で深圳に来ている。約6割強の香港観光客は宿泊せず、日帰りで訪問した。香港から深圳への交流がさらに発展すると思う人は6割強に達しており、5割強の人は深圳に再訪問したいと回答した。更に、深圳への訪問目的と印象の間には関連性が見られ、訪問の目的が「商談」である者は深圳に対して「市場規模が大きい」、「生産コストが低い」、「金持ちが多い」、「ビジネス環境がいい」との印象を持っている。訪問の目的が「市内観光」である者は、「娯楽施設が多い」との印象を持ち、訪問の目的が「美食」や「ショッピング」である者は、深圳市に対して「品物が豊富」、「物価が安い」との印象を持っている。

第2に、深圳市に対して「生産コストが安い」とのイメージを持つのは、男性、主婦、無職者であり、年齢が若い人である。「娯楽施設が多い」とのイメージを持つのは男性、九龍と新界に居住し、仕事を持つ人である。また、深圳との交流により香港にもたらす利益に関しては、「ビジネスチャンスが増えた」を意識しているのは無職、片道時間長い者であった。「交通手段が便利になった」を感じているのは年齢が高い者、深圳だけを目的地とする者、有職者等である。最後に、深圳の経済が更なる発展を果すには、「格安ホテルの建設」を取り上げるのは年配の人、学生と所得水準が高い者である。「大型観光施設の建設」を指摘したのは深圳だけを観光目的地にしている者、バス及び電車を利用する者、所得水準が高い者である。「入国制度の規制緩和」に関しては年配の者、深圳市内だけを観光目的地とする観光客が強く望んでいる。

第3に、深圳再訪問については、無職者、学生以外の者、香港島以外地域の居住者は深圳を再度訪れたいことが分かった。更に、高所得の者とバスを

利用する者の再訪問意識が強いことが伺える。

3.3 両地域における観光産業クラスターの構築とシーケンス解析

本章では、まず、1980年代以後に年々増加してきた中国大陸部訪問者に焦点をあてて、香港観光産業クラスターの形成要因を検証した。2003年以後に中国大陸訪問者が急速的に増加した背景では改革開放政策で中国大陸部人々の収入増加が原因の一つであったが、主要な原因は香港政府により「入出国規制緩和」であると考えられる。「入出国規制緩和」によって、中国大陸人の香港訪問に関しては申請期間が短縮され、手続きも便利になった。また、人数制限と地域制限なども徐々に解除され、中国人訪問者の増加に貢献した。「入出国規制緩和」は香港観光産業の発展には有効であった。次に、香港を訪問する中国大陸部訪問者はよく使用している交通手段は飛行機であった。一方、電車とバスとはほぼ同じ割合であった。また、香港訪問の決定要因は「旅行代金が安い」が取り上げられた。すなわち、交通インフラ（飛行機・バス・電車）の整備はされたことによって交通が便利になり、中国大陸訪問者の選択肢が増え、より安価な移動手段を選ぶことができた。それらによって、香港訪問のコストが抑えられ、香港訪問の意欲を引き出された。つまり、交通インフラ（飛行機・バス・電車）の整備は訪問者の増加には有効であり、香港観光産業クラスターの構築にも有効であった。

次に、いままで注目されていない陸路経由し、海外訪問を行う香港人に焦点をあてて、陸路として必ず経由する中国深圳に関する香港市民の意識を検証した。深圳訪問の主要目的は「ショッピング」と「美食」であり、主な交通手段は電車とバスであった。香港人観光客は深圳に対して「娯楽施設多い」との印象を持ち、「交通手段が便利になった」と感じていた。すなわち、陸路（電車とバス）インフラ整備されたことによって、香港からの訪問者数が増え、深圳観光産業の発展には有効であったと考えられる。更に、多くの香港人訪問者は「格安ホテルの建設」と「大型観光施設の建設」を要望していった。つまり、深圳においては格安ホテルと大型観光施設のようなインフラの整備は香

港人訪問者の増加に有効であり、観光産業クラスターの構築に有効である。最後に、ソフト面において香港人訪問者は「入出国制度緩和」を望んでいることが分かった。すなわち、「入出国制度緩和」のような規制緩和は訪問者の増加に有効であり、観光産業の発達には有効である。

以上の結果をまとめると、交通インフラ（飛行機・電車・バス）が整備されることによって観光客数が増加し、観光産業クラスターの構築には有効であった。観光産業を更に発展させるためには、ハード面において格安ホテルと大型観光施設のようなインフラの整備が有効であり、ソフト面において入出国制度緩和のような制度緩和が有効である。これらの結果を踏まえて、観光産業クラスターの構築には「シーケンスの経済」というその有効性の順序がある可能性を見出した。

第四章 中国における茶・観光産業クラスターの展開

—浙江省龍井茶・観光産業の事例解析—

第1節 中国茶産業の歴史と背景

4.1.1 茶の発展史

中国は茶の原産地一つであり、世界的には最も早い時期から茶の利用価値を見出した国である。中国食文化の歴史を遡れば、4～5千年前から中国人既に一種の薬品として利用し始めた。唐朝陸羽が著作した『茶経』では「茶之為飲，発乎神農氏，聞興魯周公」が記載している。殷，周時代になると茶を飲む風習が伝承され，さらに発展していた。『詩経』には「採茶」という記述がある。漢代になると，茶の健康作用が重視され，大衆の生活に浸透し，中国長い歴史の中で社会・経済・文化・外交など様々な方面にて深く関わるようになっていく。

茶文化分野においても世界範囲で発展し，国と国，人と人の文化交流などさまざまな領域において重要な架け橋にもなっている。茶はその経済面だけでなく，中国社会において伝統文化の形成とその伝承，政治や外交などにも大きな影響を及ぼしてきた。中国には「生活の必需品は柴・油・塩・醤油・お酢・茶の七つである」といとう古い諺がある。お茶を飲むことは中国人の社会生活の中で人々に満足をもたらすだけではなく，精神生活にも喜びをもたらし，精神的な安定を図ることができる。更に，現代人は上品さを加えて，飲茶は芸術となった。

今日では世界的な飲み物になっており，全世界では約 50 あまりの国・地区で栽培され，約 160 あまりの国・地区の 30 億人口に愛飲されている。中でも中国は最初に茶を飲み始めた国として，茶樹・茶葉・生産技術・茶の飲み方などを他国に伝わった。世界各国の茶の発音は中国各地の方言の発音から取った発音であった。例えば，英語の tea，フランス語の thé，ドイツ語の tee，

イタリア語・スペイン語の te, オランダ語の thee, スリランカ語の they, ラテン語の thea などはずべて福建省の方言の発音「茶 (dei)」から音訳したものであり, 日本語・インド語の cha は漢語「茶 (cha)」の発音から音訳したものである。言葉の発祥からも茶葉の故郷が中国である事を証明されていった。

茶の研究において, 茶は一種の健康飲料, 嗜好品, 更に, 一種の文明と精神として, 海外に伝わる歴史を研究する必要がある。

茶は最初に海外に伝わったのは, 4世紀末から5世紀初めごろ朝鮮半島に伝わったのが最初と言われている。仏教と同時期に中国から高句麗に伝われ, 共に発展した。一説では遣唐大使金氏が中国の文宗から茶樹の種をもらって, 朝鮮に初めて栽培した。その後, 高句麗の松応寺と宝林寺が飲茶を積極的に提唱し, 茶を飲む風習を民間までに普及させた。他方, お茶は日本に伝えてきたのは中国唐代だと言われている。一条兼良の「公事根源」によると, 「唐の永貞元年(805年)に, 最澄(伝教大師)が天台宗清浄寺での留学を終え, 茶樹の種を日本に持ち帰り, 近江の台麓山に植えた。また, 空海(弘法大師)も仏教研究のために中国に渡り, 茶樹の種を日本に持ち帰って植えた。」そのころから, お茶は朝廷・貴族・僧侶など一部の階層の嗜好品になっていた。茶の本格的に普及は中国宋代の乾道4年(1168年)と宋代の淳熙14年(1187年)栄西が2度中国に留学し, 建久2年(1191年)大量の茶樹の種を日本に持ち帰った。肥前(佐賀県)に栽培し, 明恵上人に茶を送ったのをきっかけに, 茶の栽培は日本全国に広く普及し, 日本茶産業の基礎を築いた。

茶葉がヨーロッパに渡ったのは16世紀ごろだと言われている。1517年にポルトガル人が中国から茶葉を中国からヨーロッパに持ち帰ったのが最初だと言われている。それから数十年間, ポルトガルでは茶を飲む習慣が普及した。1662年茶の愛飲家であるポルトガル人のプリンセス・キャサリンがイギリスのチャーリー2世に嫁ぎ, イギリス王室に茶を紹介した。1714~1729年

には中国から大量の茶葉がイギリスのロンドン市場に入るようになり、次第に茶を飲む風習がイギリス全土に広く伝わっていた。「午後の茶」と「5時の茶」というような茶を飲む習慣ができた。イギリスは、茶を自国で生産することができなかったから、1820年以後インドやスリランカなどの植民地で茶の栽培・生産を始めた。そして、イギリスはまた、ドイツ、フランス、スウェーデン、デンマーク、スペイン、ハンガリー、アメリカなど諸国に販売した。その影響でアメリカにまで茶を飲む習慣が伝わった。茶葉がロシアに伝わったのは17世紀の初期であった。1618年に中国の使者はロシア皇帝に数箱の茶葉を贈呈した。その後、茶葉は中国とロシア間国際貿易の一つ重要な品目になった。

茶葉が南方に伝わったのが比較的遅い時期であった。インドは1780年初めて中国から茶樹の種を導入したが栽培に失敗した。1834年に、試行錯誤の末に茶の栽培・加工を本格的に開始した。また、インドネシアが本格的に茶葉生産を始めたのが1731年に中国華僑により茶樹の種を持ち込んだのが始まりであった。また、スリランカの茶栽培・生産は1841年に開始した。1875年にコーヒーが害虫被害を受けたのがきっかけで茶産業生産規模を拡大した。更に、ギニア、マリ、モロッコなどアフリカ諸国の茶栽培・加工開始のきっかけは20世紀60年代にアフリカ諸国により中国政府への国際援助であった。こうしてアフリカでも茶樹の栽培が始まった。

4.1.2 中国茶産業の現状

中国の茶葉の生産量は、19世紀後半には年間平均生産量は二十数万トンに達し、輸出量は十数万トンに達した。中国の年間輸出量は当時世界茶葉貿易総量の約80%を占めていた。しかし、その後、中国の国内政治不安定や内戦や第二次世界大戦などにより茶葉の生産量が急速的に下落し、1949年には年間生産量は5.12万トンに、年間輸出量は2.17万トンまでに落ち込んだ。

表4.1.1 2001～2010年中国年間生産量及び栽培面積

年	年間生産量 (万トン)	栽培面積 (万ha)	年	年間生産量 (万トン)	栽培面積 (万ha)
2001	70.2	114.1	2006	102.8	143.1
2002	74.5	113.4	2007	116.6	153.0
2003	76.8	120.7	2008	125.6	174.6
2004	83.5	126.2	2009	135.9	184.9
2005	93.5	135.2	2010	140.0	195.0

資料：中国統計局と農業部資料により作成

中華人民共和国の成立が転換点に茶葉の生産が急速的に回復した。中国全国の茶園面積は21.15万ha(1950年)から114.1万ha(2001年)に拡大し、茶葉の生産量は7.19万トン(1950年)から70.2万トン(2001年)に増加し、年間輸出量も2.63万トン(1950年)から30.3万トン(2009年)に増加した。更に表3-1が示しているように、2010年の統計によると、中国の茶の栽培面積は195万ha、茶葉の生産量は140万トンで、栽培面積、総生産量ともに世界一となり、販売金額も430億人民元に達している。2010年中国茶の輸出量は30.2万トンに達し、金額ベースで784百万米ドルを超えた。また、中国では約20の省・市・自治区・直轄市で茶の栽培・生産がおこなわれており、8,000万戸に及ぶ農家の主要な所得源になっている。茶の生産・加工・流通に従事する人口も一億人に達するなど、茶産業は中国の地域経済において重要な位置を占めている。

中国において茶の栽培地域により主に長江上流特色緑茶生産及び輸出地域、長江下流緑茶栽培地域、東南沿海烏龍茶生産・加工地域、西南紅茶及び特殊茶生産・加工地域、4つに分けられる。

(1) 長江上流特色緑茶生産及び輸出地域

中国四川省、貴州省、重慶、湖北省、三峡及び西北部、湖南省の38の県(市、区)を含む地域であり、茶園面積は233.2万ha(2005年)に達し、年間生産

量は 15.6 万トン（2005 年）を超えた。地域全体は経済の発展が遅れており、労働力資源が豊富で生産コストが低い。主に特色緑茶を生産・加工している。この地域は銘茶とブランド茶が少なく、優良品種栽培面積の拡大やブランド化や茶加工技術の高等化が重要な課題として残っている。

（2）長江下流緑茶栽培地域

中国浙江省，福建省東部，江蘇省，安徽省，江西省，湖北省東南部，河南省南部の 48 の県（市・区）を含む地域であり，茶園面積 295.6 万 ha（2005 年）に達し，年間生産量は 21.0 万トン（2005 年）を超えていた。沿海地域は労働力が不足しており，生産コストが上昇している。主に龍井茶，黄山毛峰などブランド緑茶と銘茶を生産している。

（3）東南沿海烏龍茶生産・加工地域

中国福建省と広東省の 14 の県を含む地域であり，茶園面積は 66.3 万 ha（2005 年）に達し，年間生産量は 8.6 万トン（2005 年）を超えていた。この地域の茶樹資源が非常に豊富である。経済水準が高いため，労働力が不足しており，生産コストが高い。一方，様々高品質のウロン茶を生産・加工しているため，平均単価が比較的が高い。主に水仙，鉄観音，大紅袍などウロン茶の銘茶を生産・加工している。

（4）西南紅茶及び特殊茶生産・加工地域

中国雲南省，広西省の 18 の県（市・区）を含む地域であり，茶園面積は 131 万 ha（2005 年）に達し，年間生産量は 8.6 万トン（2005 年）を超えた。この地域の茶樹資源は非常に豊富であり，労働力も豊富であった。主に紅茶や特殊茶を生産・加工しており，主要な種類は滇紅とプーアル茶（普洱茶）である。

中国の茶産業は、茶の栽培・生産いわゆる第一次産業以外には飲料としての茶製品その他の生産・加工、加工機械、包装資材、茶器などを生産している第二次産業、さらに茶館や茶芸館、観光業などのサービス部門（第三次産業）にまで及んでいる。2010年現在、茶の第一次産業の生産高は330億人民元、第二次産業の売上高は430億人民元、第三次産業の経済規模は120億人民元に達している。

しかし、近年では、①生産コストの上昇、②ブランド力の低下、③低位の加工技術、④専門人材の不足、⑤観光による悪質的な競争、⑥その他の観光地との厳しい競争といった様々な問題に直面しており、産地ではこうした現状を打開するための方策としてクラスターの形成によって、龍井茶・観光産業の持続的な発展を目指しており、茶葉生産農家、商工業者、大学、行政（省・市政府等）が連携・協力して産業クラスターの形成に取り組んでいる。

第2節 浙江省における龍井茶・観光産業クラスター構築の背景

4.2.1 龍井茶・観光産業クラスター形成の背景

杭州市の年間平均気温が17.4℃で、年間降水量が1,728mm、年間平均湿度が70%である。土壌は酸性紅土で茶樹の生長に重要な成分が沢山含んでいる。そのため、茶樹の根が深く土壌に潜り、栄養を吸収することができる。また、春になると、新芽が萌える大事な時期に霧と雨が多発しており、新芽に潤いを齎している。このような水環境が豊かな温帯海洋性気候に恵まれた環境の中で茶樹が栽培されている。

龍井茶の栽培開始時期に関しては定説がないが唐代の陸羽が著作した『茶経』では「銭塘では天竺、靈隱二寺に茶を産す」との記載がある。龍井茶は「龍泓井」の聖水から名つけられた。宋代から献上茶として中国の皇帝に愛飲していた。さらに、清代の乾隆皇帝が長江下流地域を視察する時に獅峰山の胡公寺で龍井泉の水で淹れた龍井茶を味わい、すぐに疲れがとれ、全身一身した。そこで胡公寺前に栽培されている十八株の茶樹を「御茶」と封じた。それより龍井茶は皇室専用の献上品とされた。龍井茶の知名度がさらに全国に広がった。緑茶中での高い地位を固まった。

龍井茶の原産地は中国浙江省杭州市西湖西南にある龍井村周辺の山間部といわれている。茶園は主に獅峰、龍井、靈隱、五雲山、虎跑、梅家塢一帯の丘に分布している。深い緑色、濃厚な香り、まろやかな味、雀の舌のような扁平な形が特徴の龍井茶は世界に広く知られ、人々に魅力させている。現在、龍井茶の生産地が浙江省全地域に拡大したため、生産地域によって西湖龍井、銭塘龍井、越州龍井の三種類に分けられている。また、茶葉の外形、色、香り、味などによって八ランクを設定している。

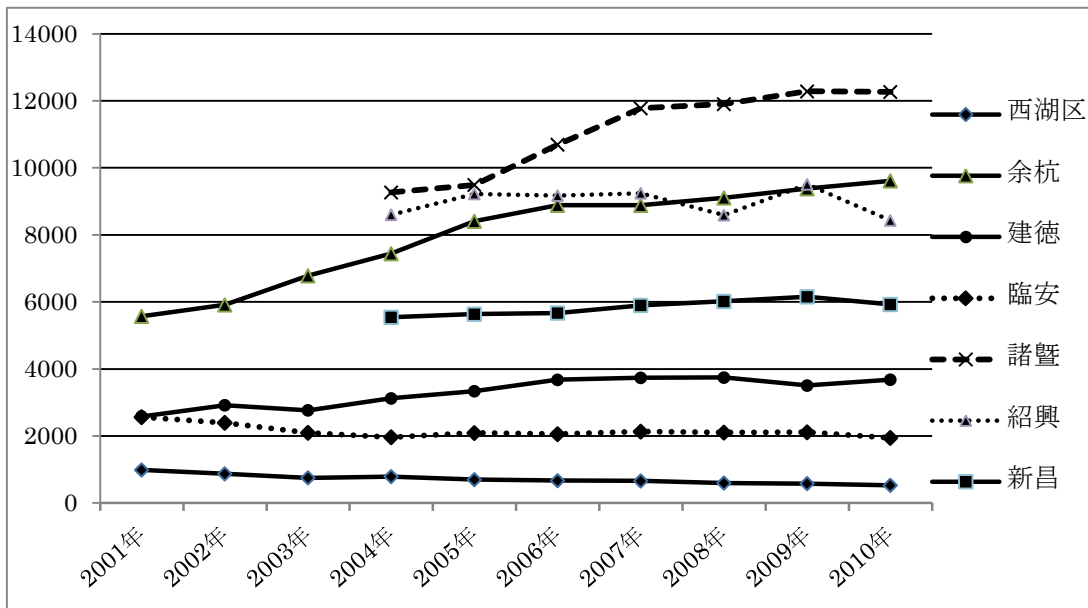


図 4.2.1 浙江省龍井茶主要生産県の生産量（2001－2010）

注：生産量の単位はトン。

資料：『杭州市統計年鑑』，『浙江省統計年鑑』より作成

図 4.2.1 は 2001 年から 2010 年まで 10 年間の主要生産県の龍井茶の生産量の推移を示したものである。龍井茶の本拠地ともいふべき西湖地区の生産量が減少傾向にあるのに対して、臨安、紹興を除く周辺地域の茶生産量は増加傾向にあることが判る。

他方、龍井茶の原産地の杭州市は中国長江下流デルタ地域に位置し、周辺には上海、江蘇省の南京・蘇州・無錫・常州・鎮江・揚州・南通・泰州、浙江省の寧波・嘉興・湖州・紹興・舟山など 14 の都市に囲まれている。中国長江下流デルタ地域は世界第 6 大都市密集地といわれている。

杭州市は中国歴史において著名な文化都市だけではなく、豊富な観光資源を持つことで古くから観光地として人々に愛されている。現在、杭州市には中国国家旅行局より認定された 5 A 級（最高水準）観光地が 2 ヶ所、4 A 級観光地が 20 ヶ所存在している。更に、杭州市の中心部に位置する西湖とその周辺の自然の島である孤山、西湖を分ける堤の蘇堤・白堤・楊公堤、人工の島で

ある小瀛洲・湖心亭・阮公墩などは 2011 年 6 月の第 35 回世界遺産委員会により世界遺産（文化遺産）として登録された。

表4.2.1 浙江省主要都市国内年間観光客数(1997～2009年)

年	万人	杭州市	寧波市	嘉興市	湖州市	紹興市	舟山市	長江下流デルタ
1997年		2100	1044	225	154	410	320	15508
1998年		2121	1005	278	206	476	339	16417
1999年		2207	1108	332	256	603	398	17673
2000年		2305	1220	415	350	729	460	19137
2001年		2510	1380	707	429	841	550	21266
2002年		2652	1600	859	788	1007	624	24583
2003年		2776	1720	905	704	1028	640	24212
2004年		3016	2010	1117	851	1211	825	29660
2005年		3266	2352	1363	1078	1503	987	33839
2006年		3694	2685	1595	1288	1808	1136	38407
2007年		4112	3074	1850	1668	2192	1285	43615
2008年		4552	3465	2140	1949	2435	1495	48828
2009年		5094	3962	2492	2322	2815	1731	55744

資料：「浙江省統計年鑑」により作成。

表 4.2.1 が示しているように、杭州市を訪問する中国国内の訪問者が 5,094 万人（2009 年）達し、国内観光収入が 910.9 億人民元（2010 年）までに増加した。更に、海外観光客数は 275.7 万人（2010 年）に達し、海外からの観光収入が 16.9 億ドル（2010 年）に増加した。杭州市旅行局の統計によると、杭州市は 236 軒（2010 年）のホテルを保有しており、客室数は 33,181 室に達した。杭州市において GDP に占める観光産業の割合が年々上昇し、杭州市旅行局の統計によると、GDP に占める国内観光収入は 13.7%（1997 年）から 15.75%（2009 年）まで上昇した。観光業は杭州市にとって重要な産業として注目されている。

第3節 龍井茶・観光産業クラスターの構築

4.3.1 ダイヤモンドモデルによる龍井茶・観光産業分析

クラスターを分析するために、ダイヤモンドモデルをポーターが提示した。ダイヤモンドモデルは要素（投入資源）、重要条件、関連産業・支援産業、企業戦略及び競争環境4つの視点からクラスターを分析することが可能になった。

ダイヤモンドモデルを用いて龍井茶・観光産業クラスターの構築における4つの要素を分析した。

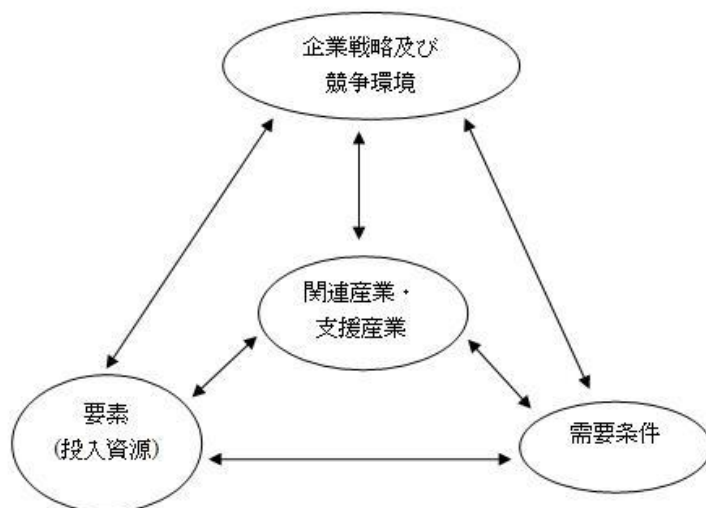


図3.2 ポーターのダイヤモンドモデル
出所：Porter (1990)

龍井茶産業クラスターの要素（投入資源）条件は以下のとおりであった。

- i) 悠久な歴史
- ii) 龍井茶というブランド
- iii) 地理的に浙江省に集中する龍井茶の資源と龍井茶生産に適した気候と土壌条件
- iv) 古くから蓄積してきた生産加工技術，知識，人材
- v) 近年急速的に進んできたインフラ整備

- vi) 企業家精神
- vii) 行政による龍井茶栽培，生産・加工，研究開発，教育訓練など分野での補助
- viii) 国家・省・市レベルによる茶文化の宣伝活動
- ix) 経済発展による所得水準の上昇など諸点があげられる。

需要条件としては以下の 6 点があげられる。

- i) 高い経済成長による高級ブランド緑茶の需要が年々増加
- ii) 消費者の健康志向
- iii) 行政による茶文化の推進
- iv) 地方政府による龍井茶関連商品開発の支援
- v) 海外消費者飲茶習慣の変化
- vi) 新品種の開発と新製品の開発

関連産業・支援産業については，以下の 12 点が存在している。

- i) 村が経営する農業法人
- ii) 大規模な茶専門市場創設及び運営にかかわる物流業者，企画業者など
- iii) 行政による茶加工企業への補助と減税など財政措置
- iv) 国家工商行政管理総局による“証明商標”の認定
- v) 龍井茶専門の展覧会及び国際展示会の開催に関係する部門と業者
- vi) 茶関連ツアー旅行業者
- vii) 茶関連食品及び健康食品生産・加工・流通業者，茶関連バイオ製薬業者
- viii) 茶関連博物館，茶館，茶芸館など
- ix) 茶関連大学，研究機関，茶関連教育訓練などの連携
- x) 茶の生産，加工，流通，販売領域における協会と商会
- x i) 壺茶の包装，印刷に関連する業者

企業戦略および競争環境に関しては、以下の10点が挙げられる。

- i) 5876社(2009年)加工メーカーによる競争
- ii) 新規参入が増加
- iii) ウロン茶始めその他茶との競争
- iv) コーヒーによる競争
- v) 輸入紅茶などによる競争
- vi) 年々高まるコスト
- vii) アンカー企業による“企業+農家”“自家農場”など経営形態の革新
- viii) “分散栽培—集中加工”という農家経営の革新
- ix) 生産量の増加は単純な茶園面積の拡大から新技術と新品種の導入による単位面積生産量の増加と品質の向上への方向転換。
- x) 茶専用オークション制度の創立

4.3.2 龍井茶・観光産業クラスター形成における要因分析

① 龍井茶・観光産業クラスター形成における専門市場の役割

龍井茶の専門市場に関しては、1950年代までは零細小規模な専門市場が杭州市内などに存在していたが、計画経済のもとで廃止された。その後、1980

表4.3.1 龍井茶の専門市場

名称	開設時期	新設時期	面積 (万m ²)	店舗数 (軒)	2009年 販売金額 (億元)	2009年 販売量 (万トン)
新昌中国茶市	浙東銘茶市場(1995年)	2008年	10	433	12.69	9.07
浙江浙南茶葉市場	1992年創立	1998年	6.7	200	12.4	4.2
浙中生態茶葉市場	磐安茶葉市場(1993年)	2004年	3.44	500	2.41	0.3
杭州千島湖茶葉市場	1999年第1期	2005年	2.9	300	4.23	0.32
武義茶城	2009年第1期	2010年	2.6	160	2.8	0.25

資料：『中国茶葉統計資料2010』より作成

年代以降の改革開放によって規制緩和が進展し、専門市場の必要性が生じ、生産農家や加工メーカーが自然発生的に以前と同じ場所で茶の販売を始めた。その後、販路拡大を目的に各地で政府主導による茶専門市場の建設が進展した。

表 4.3.1 に示しているように、現在龍井茶を取引する専門市場は新昌中国茶市、浙江浙南茶葉市場など大小 18 の市場が開設されており、中でも“新昌中国茶市”は中国国内でも最大規模の茶の専門市場となっている。“新昌中国茶市”の敷地面積は 10 万平方メートル、40 万戸の茶生産農家がこの市場

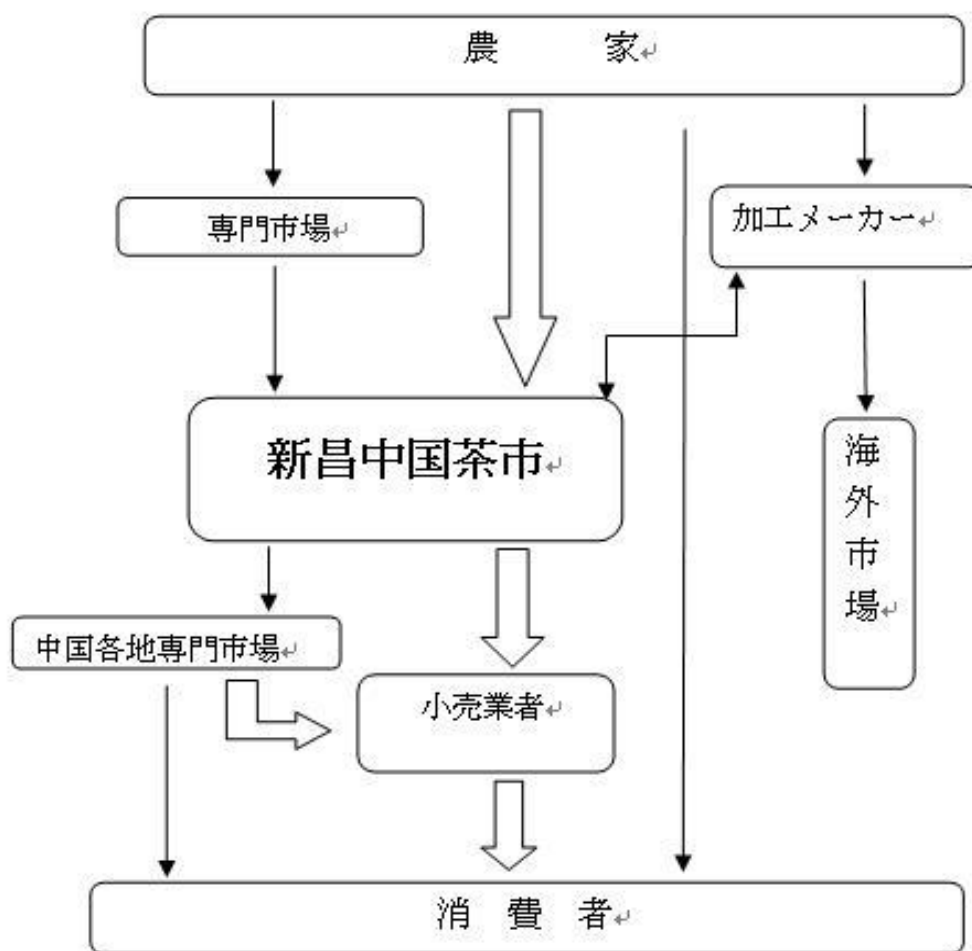


図 2：新昌中国茶市のフロチャート

出所：『中国茶産業研究報告 2010』により作成

を利用して茶葉の販売をおこなっており、中国国内の30省市・自治区に開設されているおよそ50の茶専門卸売市場とも連携している。“新昌中国茶市”は、物流及び農薬残留検査などのサービスも提供している。交通のアクセスがよく、春の収穫期には1日1万人以上が来場している。1日の売買量は16万キロを超え、売買高は2,500万人民元に達している。近年、杭州市周辺地域の生産農家や加工業者も積極的に利用するようになっている。

以上のように、長い歴史のもとで伝統的な茶葉の栽培と製造方法によって小規模におこなわれてきた龍井茶の生産は産業クラスターの形成に着手したことによって茶産業全体が大きく変わりつつある。特筆すべき点は、龍井茶・観光産業クラスターの形成過程においてプロセス・イノベーションとプロダクト・イノベーションが進展しつつある点である。プロセス・イノベーションとは、茶園での茶葉の生産から茶製品が市場流通するまでのプロセス、つまり茶葉の品種改良や新製品開発などの研究開発から製品製造、物流システムの革新を意味している。その実例としては、茶農家による新品種の導入、直売店の開設とその経営、龍井村役場による茶の販売などがあげられる。一方、プロセス・イノベーションとは、茶・観光産業全体に関わるシステムの革新を指している。

プロダクト・イノベーションの具体例としては、産業クラスター形成以前には、地域ブランドも、大規模な茶専門市場も存在しなかった新昌県に、茶協会によって1985年に“浙東銘茶市場”が創設された。

経済発展とともに人々で生活水準が確実に上昇してきた。健康志向と銘茶志向によって、龍井茶の消費が拡大している。この市場環境を機宜に“大仏龍井”茶がブランド戦略を打ち出し、上海国際茶文化展覧会や北京オリンピックや上海万博などイベントに積極的に参加し、高い知名度を手に入れた。

“大仏龍井”茶が全国的に有名になったことで“浙東銘茶市場”が需要に答え切れず、規模拡大が余儀なくされた。そこで総面積25畝の“新昌中国茶市”

計画が提出された。茶葉の売買だけではなく、学術交流、茶文化の伝承、教育訓練、茶文化と茶関連旅行を中心にするテーマパークなど機能を備える市場が建設された。第一段階は2007年に完成した。茶関連業者400余り社が入居し、ビジネスを展開している。2010年茶葉の売買高が16.78億人民元を超え、重量ベースでは9969.49tに達した。また、新昌中国茶市において2010年度茶葉の平均単価が168.31/kgに達し、諸茶専門市場の中で最も平均単価が高い。また、新昌中国茶市が設立したことによって、周辺地域の茶園面積が3.3万畝に拡大した。同時に、新昌中国茶市は最大な龍井茶卸売市場の位置を固めた。集積の効果が見られる。

また、龍井茶産業クラスターを考察する中でイノベーションが見られた。それは、“大仏龍井”茶という地域共通ブランドの知名度を上昇させるため、ある程度の資金が必要になる。そこで、新昌県銘茶協会の名義で新昌中国茶市の前身である“浙東銘茶市場”を創設した。市場運営で得られたすべての利益は“大仏龍井”茶の宣伝に使用という取り決めが作った。“新昌中国茶市”になったでも変わりがない。“新昌中国茶市”と“大仏龍井”茶が相互的に支持し、シナジー効果が見られる。これ以外に“新昌中国茶市”の完成と“大仏龍井”茶知名度高騰の影響で龍井茶をテーマにした旅行が流行になり、茶館の数量が200余り軒に増加した。

最後に、“大仏龍井”茶のブランド力は茶の関連産業、加工機械産業にも及んでいる。新昌県には茶の加工機械、茶葉の包装材料、茶葉の包装機械、茶の保存剤、茶関連工芸品の生産など200余の茶関連企業が立地しているが、中でも“横峰茶機”は中国最大の茶関連機械メーカーに成長しており、茶関連機械産業の年間売上高は1億人民元を超えた。以上のように、龍井茶の地域ブランド化と茶専門市場が密接に結びついて地域の産業振興に大きく貢献しているケースは中国国内においては稀少な事例となっている。

②龍井茶・観光産業クラスター形成における茶関連商会・協会の役割

龍井村には約 800 ムーの高山茶園で、最高級の龍井茶葉が生産されており、中国の“茶郷第一村”として知られている。2000 年 5 月 1 日に梅灵トンネルが開通され、閉鎖的で訪問者が少ない龍井村と杭州市の距離が短縮され、車で 30 分程度になった。トンネルと道路が整備されたことによって、訪問者が増加し、茶農家による農家型茶館が相次いで開業された。2000 年各茶館の平均初年度純利益は 5 ～ 6 万人民元に達していた。これが起爆剤になり、龍井村の農家は積極的に出店するようになり、2002 年には 100 店舗に達した。他方、茶館が増えることによって訪問者も増加した。2002 年では 32 万人に達し、サービス収入が 2,330 万人民元を超え、総収入（茶葉販売収入含む）が 3,305 万人民元に達していた。一方、茶館はほとんど簡易な現代的建物のために、景観が破壊された。更に、インフラが整備していないため、ごみが散乱し、生活排水が横流し、路上駐車が多発していた。龍井村の自然風景が破壊され、来訪者には大きな衝撃を与えて観光産業の発展の障害になっていた。そこで、西湖風景名勝区管委會（2002 年 9 月成立）が積極的に関与し、杭州市政府にインフラ整備や環境整備や建築物用地規制緩和などを要請した。要請を受けて杭州市政府は 2002 年末から龍井村の環境整備・インフラ整備などを行った。更に、景観整備などに 4,200 万人民元の補助金を出した。最後に、梅家塢茶文化村管理委員会（2003 年 8 月）が成立させられ、龍井村委員会と共同に茶館街を管理するようになった。梅家塢茶文化村管理委員会のような茶協会が関与によって、2003 年から茶館数は再び増加に転じ、2004 年では 258 軒に増加した。このような生産農家は茶関連協会の支援のもとに「茶館」を開設し、早朝、茶園で収穫した龍井茶の生葉を直売店に持ち込み、観光客に荒茶加工を施し、対面販売するモデルが徐々に定着し、発展してきた。西湖龍井茶協会によると 2010 年末時点で約 460 軒に達するこれらの茶館は龍井村農民にとって龍井茶の重要な販路のひとつになっている。2012 年春“明前

龍井茶”は 500 g あたり 2,000-2,500 人民元で販売されており，それは杭州市内の龍井茶専売店の販売価格と同じ価格帯となっている。

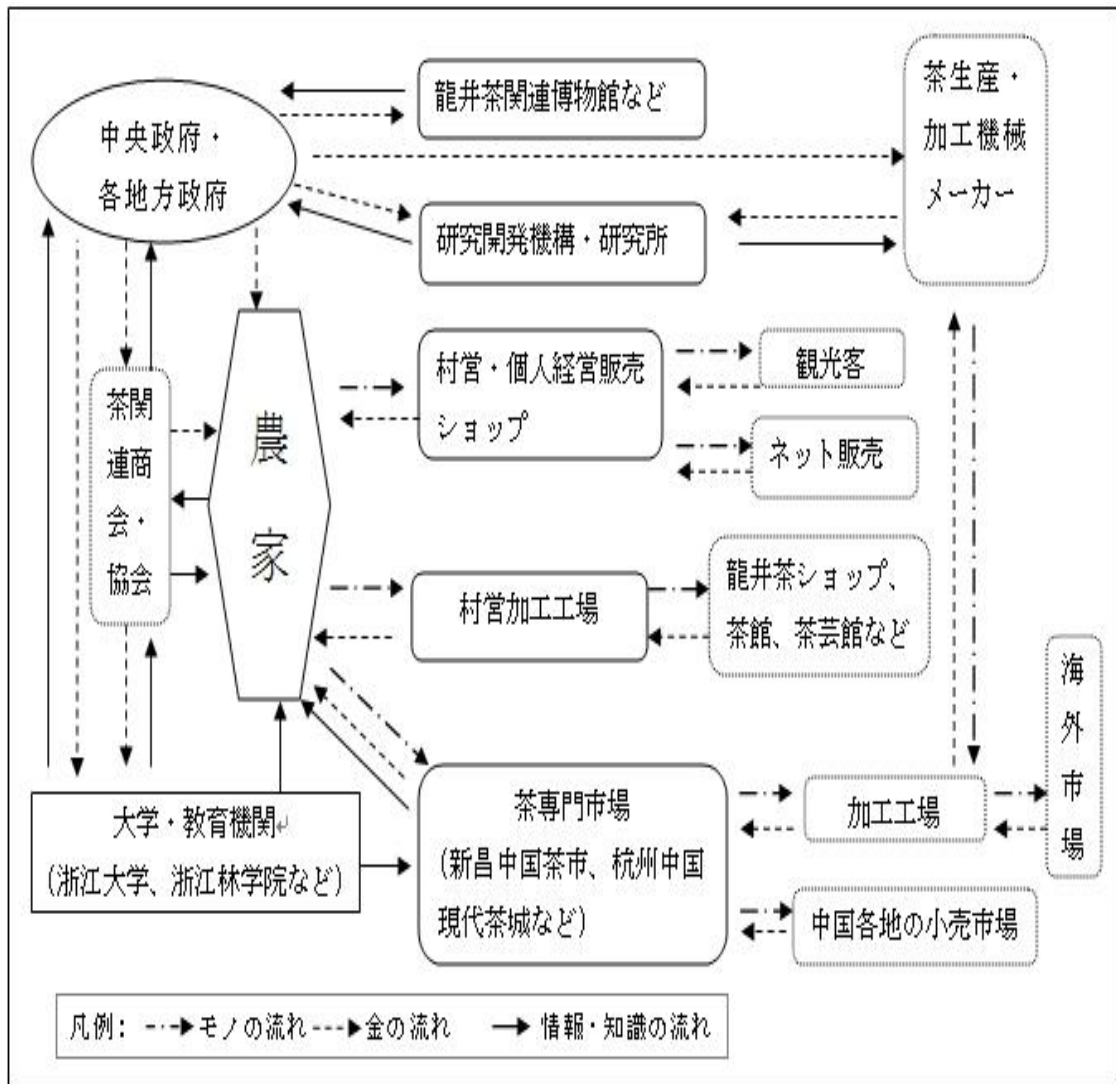


図 4.3.3 龍井茶のフロチャート

資料：『2009－2010 中国茶業年鑑』より作成

また，龍井村では龍井茶を直接販売できない零細農家のために，村役場に龍井茶の直売所を設けており，直売所で販売されている“明前龍井茶”の値段は 500 g あたり 2,800 人民元と農家の販売価格よりもやや高めに設定されている。

龍井茶・観光産業クラスター形成には，省政府・現地政府が深く関わって

いる。2011年産の龍井茶の荒茶の生産量は2.4万トン、金額ベースでは30.4億人民元を上回った。龍井茶が比較的順調な発展を遂げた背景には、1979年以降、茶の生産に“生産請責任制”が導入されたことがある。1994年の過剰生産を契機に地方政府による茶の構造調整とブランド茶の生産拡大が推進され、2001年に省政府の『茶樹の品種改良に関する通知』によって茶樹の優良品種の普及率が急速に進展し、2008年には優良品種の栽培面積が9.03万haに、優良品種比率も39.1%に上昇した。

龍井茶の生産・加工分野に関しては、2003年以降、茶関連商会・協会は生産・加工メーカーの要請を取りまとめ、省政府に規制緩和などを要請した。要請によって、省政府が荒茶加工メーカーに対して、茶葉など加工資源の統合、加工工場の生産環境の整備、加工機械の更新に対して年間500万人民元の補助金を支給し、加工工場の近代化を進めており、省内には96のモデル工場が設立され、2009年までに5,876社の荒茶工場を整備し、残りの2,963社は衛生環境不適合などによって閉鎖された。この結果、QS (Quality Safety) 認証済企業が700社以上に達した。浙江省では、近年、茶産業の組織化が進んでおり、2009年の統計では茶関連専門協会及び商会などの組織が738団体と、2008年に比べて190も増加した。この内、茶専門組合が676団体に達し、2008年に比べて195の組織が増加した。これらの組織は政府と農家、政府と市場、農家と市場間の架け橋的な存在として機能しており、市場での需給状況や政府の政策の動向などの情報を農家にタイムリーに提供し、農家の生産活動を支援している。

同時に、茶関連商会・協会は農家の生産状況と需要など情報を中央政府や地方政府、大学や研究機関に提供し、市場の動向に生産状況を反映させる取り組みもおこなわれている。また、商会や協会などの茶関連組織は個々の生産農家と連携し、同時に茶園、加工メーカー、研究機関、行政、ブランド維持、市場などとも連携している。例えば、茶の品質を確保するために、中国各地

に西湖龍井茶の専売店が出店しているが、これらの専売店では龍井茶の品質基準や店舗設計などを統一し、さらに原産地製品専用標識と偽物防止標識などの規格も統一している。専売店の管理しているのは西湖龍井茶産業協会と行政機関である質量技術監督管理局である。

③ 龍井茶・観光産業クラスター形成における研究機関と大学の役割

「龍井茶の産業クラスター」形成のイニシアティブは明らかに政府（中央・地方）によるものである。それを実務レベルで担当しているのが政府の出先機関と研究施設である。図2のフロチャートに示したように、龍井茶の産業クラスターの構成主体は多岐に亘っており、農家、加工企業、専門市場以外に龍井茶関連協会、大学及び研究機関、政府機関などがある。龍井茶の主要研究施設には中国農業科学院茶葉研究所（杭州）、浙江大学茶学系、浙江林学院茶文化学院などがあり、管理機関には農業部茶葉質量監督檢驗測試中心、浙江省龍井茶証明商標管理和保護委員会などがある。

龍井茶の産業クラスター形成において不可欠の存在が政府系研究所と大学の研究施設である。浙江大学茶学系は中国茶学の重点学科に指定されており、1952年の設立以来、中国の茶産業に4,000余の人材を輩出してきた。講師な

表4・3・2 大学・研究所の茶関連研究成果

中国農業科学院茶葉研究所	浙江大学茶学系
1998年 有機茶の生産・加工技術の開発	2004年 「浙農117」、「浙農139」品種を開発
2001年 茶濃縮加工技術及び装備を開発	2008年 新品種の産業化研究
2002年 茶葉の残留農薬量コントロール技術	2009年 茶葉有効成分の最終製品の研究開発
2008年 「中茶102」品種を開発	2009年 茶資源の有効利用及び応用
2008年 有機茶生産・加工技術の普及	2012年 夏・秋茶葉の加工及び産業化技術
2010年 有機茶加工技術基準を策定	2012年 茶色素の生物合成技術及び機能製品の開発

資料：中国農業科学院茶葉研究所、浙江大学茶学系ホームページにより整理

どを含めて 30 数名のスタッフのおよそ半分は浙江省の各地に赴いて、茶の技術指導や茶の加工技術などの教育訓練に取り組んでいる。

また、大学院生も農家の技術指導や病虫害予防、防除対策や茶の政策立案にも参加し、龍井茶の保護・振興に取り組んでいる。スタッフは現場で解決できない問題は大学に持ち帰って、他の研究機関と連携しながら研究を実施しており、表 4.3.2 が示しているように、浙農 117・浙農 139 といった茶の新品種の開発にも成功している。

また、従来、学術研究のみを実施してきた地元の国立大学や研究機関が行政の指示によって研究と教育の重心を龍井茶産業の研究にシフトさせてきたことも特筆すべきことである。浙江大学農業与生物技術学院茶学系など様々な研究所や大学の研究施設が新品種の開発や龍井茶の飲料技術の開発、無コカイン茶飲料の開発などに取り組んでおり、これらの研究によって新たなイノベーションが生まれている。新品種の導入によって、龍井茶の品質が向上し、商品価値が着実に高まっている。また、龍井茶飲料や龍井茶に含まれる有効成分の抽出などによって龍井茶の新たなバリューチェーンが形成されつつある。龍井茶の産業クラスターの形成過程において研究機関や大学の研究部門はその中核的役割を担っている。

④ 龍井茶・観光産業クラスター形成における文化的要素の重要性

龍井茶はブランド茶としての側面を持つと同時に文化的な側面も持っている。上海万博（2010）では浙江林学院茶文化学院の学生たちが『茶芸紅樓夢』など茶芸を披露し茶文化の普及と茶産業のグレートアップに貢献した。茶文化および関連分野では、2005 年以降、“中国（杭州）国際西湖茶文化博覧会”、“西湖龍井茶開茶節”が開催され、龍井茶のブランドイメージの向上に貢献している。これと並行して、龍井茶の最高級品－“西湖龍井”を生産する龍井村周辺の自然と文化景観の整備が進められている。浙江大学の調査によると龍井茶の産業クラスターに文化的要素が加わったことによって“西湖龍井”の平均的な販売単価が 15%～20% 上昇した。また、新聞や雑誌などでの広告

宣伝によって“明前西湖龍井茶”の価格が200～300 人民元/kg から2012年の5,500～6,000 人民元/kg に上昇した。また産業クラスターの一環として茶館産業が急速に成長している。杭州市内には西湖を囲むように、東方には小規模ながらも個性的な内装を施した都市型の茶館が星のように点在し、西方には店舗の規模が大きく、農家風の内装を施した農村型の茶館やテーマパーク型の茶館が集中している。杭州市政府の統計によると、杭州市内の各種の茶館、茶室、観光農家茶館などは1,100 軒余に達しており、工商登録茶館が650 軒、農家茶館が460 軒余ある。茶館の従業員数は1 万人、年間売上高は10 億人民元に達し、龍井茶産業に約3 億人民元の付加価値をもたらしている。

第四節 龍井茶・観光産業クラスターにおけるシーケンス解析

龍井茶・観光産業クラスターの構築においては、まず、新昌中国茶市のような龍井茶専門市場は龍井茶の栽培・生産・加工・流通分野において集積の効果を果たしてきた。存在していない龍井茶専門市場が開設されたことによって、市場周辺地域の龍井茶栽培面積が拡大し、龍井茶生産・加工メーカーが専門市場に店舗を構えるようになった。更に、龍井茶専門市場に卸売り会社も増え、産業集積効果がもたらした。

次に、茶関連商会・協会は密接的に龍井茶農家と連携しながら行政や大学や研究機関などとも緊密な関係を築きしてきた。生産農家の要望や現状をまとめて行政・大学・研究機関に協力と支援を要請してきた。行政などは茶関連商会・協会の要望に答え、規制緩和や補助金の提供などを推進してきた。すなわち、龍井茶商会・協会は規制緩和をもたらししていた。

龍井茶の生産・加工分野において、茶関連商会・協会の要請によって、行政の積極的な支援及び関与することで茶生産メーカーの製造技術にも変化が見られる。これまで不十分であった衛生環境、新しい設備投資、廃棄物の再利用問題などへの対応が迅速におこなわれるようになってきている。衛生環境が劣悪で、経営改善に取り組まない企業に対しては行政当局が強制的に工場閉鎖するケースもある。その一方で、行政は補助金や奨励金を支給するなど、加工企業の自社ブランドや地域共通ブランドの確立を支援しており、企業も新たな販路開拓に積極的に関わり、技術の向上や革新に熱心に取り組むようになってきている。その結果、周辺地域では茶の加工機械メーカーが増加し、省力・省エネルギーの製茶機械が次々に開発されている。経済体制の異なる中国では産業クラスターの形成は行政の積極的な支援と関与なしにはなし得ないことも事実である。現段階では行政当局による強力な支援活動が茶葉生産農家と企業の生産意欲を高め、様々なイノベーションを加速させているといえる。

最後に、龍井茶・観光産業クラスターの形成において大学・研究機関は龍井茶の新品種開発、茶の栽培、茶葉の生産・加工技術開発、人材育成、技術指導などの面において重要な役割を果たしており、システム全体のイノベーションの推進を後押ししている。さらに、茶文化などの文化的要素を加味することによって、龍井茶産業と観光産業との間にプラスの相乗効果が生まれている。つまり、イノベーションを引き起こしに関して大学・研究機関は有効であり、龍井茶・観光産業クラスターの構築において有効であった。

本章の結論として、1つに龍井茶・観光産業における産業クラスターの形成戦略は有効であった。第2に、龍井茶・観光産業クラスターの形成過程において、茶専門市場の開設は企業の集積には有効であり、茶関連商会・協会は規制緩和などが実現した。更に、大学・研究機関はイノベーションを引き起こすには有効であった。

終章 要約と結論

本論文は、観光産業クラスターの構築に焦点を当て、観光産業クラスターの構築において、有効な要因を事実発見（ファクト・ファインディング）することができた。更に、「シーケンスの経済」というその有効性の順序がある可能性を見出した。

まず、第1章では、まず、本論文の研究背景には、地域持続的発展を維持するために、産業クラスター戦略が有効な手段として注目されている。他方、観光産業は発展途上地域にとって雇用創出と貴重な外貨を取得する重要な手段として注目を集まっている。次に、研究の目的は観光産業を発展するためにクラスター戦略を推進する方法を策定であり、観光産業クラスターの構築において①インフラの整備、②規制緩和、③観光に関わる大型施設は有効であることを検証することでもある。また、観光産業クラスターのフロチャートを提示し、観光産業クラスターの構築は企業集積段階とイノベーション段階2つ段階から構成されると提示した。更に、観光産業クラスター形成において、基礎因子を提示した。最後に、観光産業クラスター構築における環境により、香港とシンガポールのような観光資源構築型と中国浙江省のような既存資源利用型二つに分類することができることを提示した。

第2章では、香港及びシンガポールを事例として、観光産業の発展と経済発展（GDPの成長）の関連性について検証し、シーケンスの可能性があることを見出した。まず香港とシンガポール両国（地域）の経済発展を検証した。香港の経済政策は「積極的不介入」であり、シンガポールの経済政策は「計画的政策」である。両国（地域）は異なった経済政策を実行してきたが、両国（地域）の経済は共に発展した。両国（地域）において、国際空港の開設は重要な第三次産業である観光産業のクラスター構築のみならず経済全体の発展に貢献した。新国際空港の開設は即時的な観光客の増加に結びつかなかったが、定期便の増加をもたらし、最終的に観光客数の増加をもたらした。

経済成長の重要な一環としてのインフラ整備とりわけ国際空港の開設は両国にとって欠かせない存在である。しかしながら、香港とシンガポールにおける観光産業と経済成長の関係は多少異なっていた。Granger 因果性テストの結果、香港では観光収入増加率の変分が GDP 成長率の変分に影響を与え、逆の因果関係はないことがわかった。香港は「積極的不介入」に経済政策を修正したことによって、経済の自由化を果たした。さらに、中国の改革開放政策によって深刻な影響を受けた第二次産業が衰退した結果、金融産業はじめ観光産業などが急速に発展し、それが経済成長に寄与してきた。よって、観光に対する需要を増加させ、経済発展を促す政策の必要性が正当化された。一方、シンガポールでは香港とは逆に GDP 成長率が観光収入増加率に影響を与え、逆の因果関係はないことがわかった。つまり、経済全体の発展がインフラや観光リゾートの発展を通じて観光産業を牽引してきた。実際シンガポールでは、国有企業や国が投資する企業の発展によって、第二次産業の GDP に占める割合が 2 割弱を維持し、時代に応じた産業構造調整が経済成長に貢献してきた。そして、経済が成長するとともに観光産業も発展してきた。経済全体を繁栄させることによって、インフラや観光リゾートがさらには充実し、観光産業のさらなる発展が見込める。観光産業と経済成長の関係は、それぞれの国の産業構造に依存することがわかった。

第 3 章では、まず、中国大陸において対面調査を実施し、香港に関する中国大陸訪問者の訪問者意識を明らかにした。香港に行く中国大陸訪問者の主要な目的に関しては、7 割以上は「ショッピング」と「市内観光」を求めて香港を訪ねており、主要交通手段は飛行機、電車、バスであることが分かった。また、年収「3～6 万」の中国大陸訪問者は「町が綺麗である」、「交通便利という印象を持ち、香港訪問の決定要因として「旅行代金が安い」を取り上げられた。さらに、香港政府により中国大陸部観光客に関する「入出国規制緩和」によって、中国大陸部訪問者は急速的に増加し、香港観光産業の発達に

貢献した。観光産業クラスターの構築において、交通インフラ（飛行機、バス、電車）が整備されたことによって交通が便利になり、訪問者の選択が増え、中国大陸訪問者はより安くて快適な移動手段を選ぶことができる。それらによって、旅行コストの抑えることができ、香港観光の意欲を引き出すことが可能になる。つまり、交通インフラの構築は香港において中国大陸訪問者増加には有効である。更に、「入出国制度緩和」は中国人訪問者の増加には有効であり、香港観光産業の発達をもたらしていた。すなわち、観光産業クラスター構築には、香港において中国人訪問者増加するために、交通インフラ（飛行機、電車、バス）のようなインフラ整備と「入出国制度緩和」のような制度整備が有効であった。

次に、いままで注目されていない陸路経由し、海外観光を行う香港人に焦点を当てる。そして、香港において対面式のアンケート調査を実施し、陸路として必ず経由する中国深圳に関する香港市民の意識を明らかにした。香港訪問者は深圳訪問の主な目的については、「ショッピング」と「美食」であり、主要交通手段が電車とバスである。陸路、特に電車とバスなど交通インフラ整備は香港人訪問者の増加には有効であることが分かった。また、深圳市へ要望と個人属性との関連性を二項ロジスティック回帰分析も用いて推計した。推計結果としては、深圳の経済が更なる発展を果すには、年配の人、学生と所得水準が高い者は「格安ホテルの建設」を取り上げており、深圳市内だけを訪問目的地にしている者、バス及び電車を利用する者、所得水準が高い者は「大型観光施設の建設」を強く要望していることが分かった。最後に、年配の者、深圳市内だけを訪問目的地とする訪問者は「入出国制度緩和」に関しては強く望んでいることが分かった。すなわち、深圳において香港人訪問者増加に当たって、陸路、特に鉄道とバスのような交通インフラ整備が観光産業クラスター構築において有効であったが、将来は「大型観光施設の建設」と「格安ホテルの建設」のようなインフラ整備と「入出国制度緩和」のよう

な制度緩和が有効である。

第4章では、まず、「茶専門市場の開設」は茶農家や茶生産・加工メーカーに販売通路の提供や価格構成など機能を持ち、茶生産・加工メーカー・販売企業数の増加と集約には有効であった。他方、周辺地域において茶栽培面積の増加と訪問者の増加には有効であったことが事実発見できた。すなわち、「茶専門市場の開設」は龍井茶・観光産業クラスターの構築において、集積の機能を果たし、龍井茶・観光産業クラスターの構築には有効であった。更に、茶専門市場では龍井茶・観光産業クラスターの形成過程においてプロセス・イノベーションとプロダクト・イノベーションが進展しつつある点である。次に、龍井茶・観光産業クラスター形成における大学と研究機関の役割について検証した。大学と研究機関は茶専門人材の育成以外に、専門家などを茶生産現場に派遣し、茶の栽培技術の指導や茶の加工技術などの教育訓練に取り組んできた。更に、新品種の開発、新加工方法の研究、新販売チャンネルの提案、新たな経営手法の開発などにも積極的に関与し、茶・観光産業クラスターの構築に重要な役割を果たしている。大学と研究機関は以上のようなイノベーションを発生させる機能を果たしている以外に、茶文化の普及と言った文化的機能も果たしている。大学と研究機関は茶・観光産業クラスター構築に参加することによって、イノベーションの発生が起こりやすくなり、龍井茶・観光産業クラスターの構築には有効であった。次に、「茶関連商会・協会」などは個々の生産農家と連携し、農家の生産状況と需要など情報を中央政府や地方政府、大学や研究機関に提供し、市場の動向に生産状況を反映させる取り組みもおこなわれている。龍井茶・観光産業クラスターの構築において「茶関連商会・協会」は規制緩和の役割を果たしてきた。最後に、龍井茶の栽培、生産、加工、流通などを見学するために、観光客が増加した。増加する訪問者の需要を対応するために、茶館やホテルの店舗数が急増した。更に、高速鉄道や空港など交通インフラが整備され、訪問者の便利性が向上した。

杭州市の観光産業の発展には貢献した。すなわち、「茶館、空港、高速鉄道、ホテル」の施設建設は龍井茶・観光産業クラスターの構築には有効であった。

本博士論文の主要な研究成果は以下の2つであった。

1. 観光産業クラスター形成において、形成に有効な要因を事実発見（ファクト・ファインディング）した。すなわち、観光産業クラスター構築において、特に観光産業クラスター構築の集積段階では、インフラストラクチャーの整備、観光に関わる大型施設の建設、規制緩和は観光産業の構築には有効であったことを検証した。
2. 「シーケンスの経済」というその有効性の順序がある可能性を見出した。

しかし、観光産業クラスター形成において重要な要因は多く存在している。今後、このような成功と失敗の事例を増やし、検証していく必要がある。これによって、観光産業クラスター形成における重要な要因を確定し、「シーケンスの経済」の確度を引き上げることが可能である。その確度が高くなれば、「シーケンスの経済」から得られた順序で因子を投入すれば、効率的に観光産業クラスターを構築することが可能になると考えられる。

主要引用文献

- [1] M. E. ポーター 『国の競争優位』 ダイヤモンド社, 1992 年
- [2] 木南莉莉・中村俊彦：『北東アジアの食料安全保障と産業クラスター』 農林統計出版, 2011
- [3] 斉藤修：『食料産業クラスターと地域ブランド』 農山漁村文化協会, 2007
- [4] 武石彰・青島矢一・軽部大 『イノベーションの理由』, 有斐社, 2012 年
- [5] 伊東維年・柳井雅也 [編著] 『産業集積の変貌と地域政策』, ミネルヴァ書房, 2012 年.
- [6] 深尾京司 『「失われた 20 年」と日本経済』, 日本経済新聞出版社, 2012 年.
- [7] 片岡剛士 『日本の「失われた 20 年」 : デフレを超える経済政策に向けて』, 藤原書店, 2010 年
- [8] 大西義久 『アジア通貨危機－香港からの報告』, 日本経済新聞社, 1999 年
- [9] 阿久根優子 「製茶業を中心とした緑茶クラスターと需要変化に伴う緑茶関連産業への影響度試算」 『北東アジアの食料安全保障と産業クラスター』 農林統計出版 (2011) 、 pp146-161.
- [10] 小林守 「1990 年代の香港投資環境の変化」, 『商学研究所報』, 専修大学商学研究所, 第 45 巻第 1 号, 2013 年 4 月
- [11] 朽木昭文 『日本の再生はアジアから始まる』, 農林統計協会, 2012 年
- [12] 中村哲也・菊地香・丸山敦史 「マンゴー加工品の顧客満足度と購買選択行動」, 『開発学研究』, 日本国際地域開発学科, 第 23 巻第 2 号 (通巻 89 号), 2012・12, pp. 1～13

- [13]陳志鑫・矢野佑樹・中村哲也・朽木昭文 「アジアの国際空港開設による観光産業の発展－香港・シンガポールを事例として－」,『開発学研究』,日本国際地域開発学会,2013年
- [14]中村哲也・丸山敦史・矢野祐樹 「購買選択行動からみた青森リンゴのヘルシンキ市場への輸出の可能性」,『開発学研究』,日本国際地域開発学会,第22巻第1号(通巻85号),2011・7,pp.21～32.
- [15]渡辺利夫[編] 『アジア経済読本[第3版]』,東洋経済新報社,2006年.
- [16]香港・日本経済委員会 『進化する香港』,株式会社エヌ・エヌ・エー,2007年.
- [17]NAC 国際会計グループ[編著] 『香港・マカオ進出完全ガイド』,カナリア書房,
- [18]BALDWIN C Y. CLARK K B. Managing in an Age of Modularity [J]. Harvard Business Review, 75(5):pp84-93,1997
- [19]DYER J H, OUCHI W G. Japanese-Style Partnerships: Giving Companies a Competitive Edge [J]. Sloan Management Review, 1993(4)
- [20]FRACO MORGANTI. The Value Chain in Telecommunications [J]. Intermedia , 2002.
- [21]JACKSON J, MURPHY P, Clusters in Regional Tourism: An Australian Case [J], Annals of Tourism Research , 33(4) pp1018-1035, 2006
- [21]JACKSON J, MURPHY P, 「Clusters in Regional Tourism: An Australian Case 」[J], 『Annals of Tourism Research 』, 33(4) pp1018-1035, 2006
- [22]NOVELLI M ,SCHMITZ B, SPENCER T. [Networks , Clusters

- and Innovation in Tourism: A UK Experience」[J].Tourism Management, 2006(27),pp1141-1152 ,2006
- [23]HILAL ERKUS OZTURK , 「The Role of Cluster Types and Firm Size in Designing the Level of Network Relations: The Experience of the Antalya Tourism Region」,[J], Tourism Management, 2008(29)pp1—9, 2008
- [24]URTASUNA A , Gutierrezb I , Tourism Agglomeration and its Impact on Social Welfare : An Empirical Approach to the Spanish Case [J], Tourism Management, 2006(27), pp901-912, 2006
- [25]DIMITRIS L, PANAYIONTIS C G, Business Clusters Formation as a Means of Improving Competitiveness in the Tourism Sector [J], 『European Reseach Studies 』 , 11(1-2):pp111-121 , 2008
- [26]JULIE F , KATHERINE E , Growing South Carolina’ s Tourism Cluster [J], 『Business & Economic Review 』 , 52(3), pp15-20 , 2006
- [27]PETER T, MCRAE-WILLIAMS P , and JULIAN L , 「The Determinants of Cluster Activities in the Australian Wine and Tourism Industries」 [J], 『Tourism Economics』 , 13(4), pp639-656 , 2007
- [28]JULIE JACKESON , PETER MURPHY , 「Clusters in Regional Tourism: An Australian Case 」 , Annals of Tourism Reseach, 33(4) , pp1018-1035
- [29]陈兴中、郑柳青「旅游活动六要素新论 」[J], 『人文地理』 , 5, 2007
- [30]陈健、詹胜「基于网络结构视角的产业集群分类」[J], 『科技广场』 , (10), 2006
- [31]刘春铃 『旅游产业危机管理与预警机制研究』 , [M], 中国旅游

出版社 2007

[32] 罗明义『现代旅游经济学第三版』，云南大学出版社 2004

[33] 乔翠霞「产业集群的形成条件分析-兼论政府在产业集群发展中的行为空间」[J]，『前沿』，(11)，pp75-77，2006

[34] 孙尚清『面对二十一世纪的选择-中国旅游发展战略』，[M]，人民出版社，1992

[35] 王今「产业集群的识别理论与方法研究」[J]，『经济地理』，(1)，pp9-15，2005

[36] 王缉慈『创新的空间 企业集群与区域发展』，[M]，北京大学出版社 2001

[37] 王缉慈、童昕「地方竞争优势的源泉-论全球化背景下的地方产业群」[J]，『战略与管理』，49，2002

[38] 王缉慈、童昕「简论我国地方产业群的研究意义」[J]，『经济地理』，5，2001

[39] 王缉慈「地方产业群战略」[J]，『中国工业经济』，3，2002

[40] 王缉慈「解开集群概念的困惑-谈谈我国区域的集群发展问题」[J]，『经济经纬』，(2) 65，2006