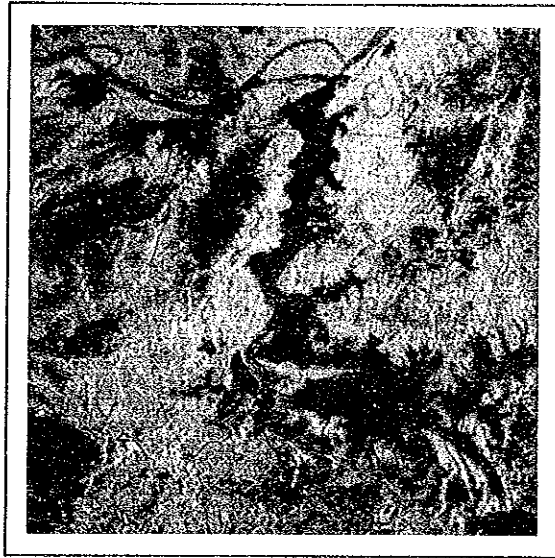


中華人民共和國
江西省
九江市人民政府
中華人民共和國
江西省九江市
綜合開發計劃調查



第3卷 觀光計画

最終報告書
1994年11月
中國人民郵政特准掛號
國內代售處：北京、上海、廣州、香港、台北、新加坡、吉隆坡、檳城、怡保、曼谷、西貢、河內、海防、金邊、萬象、雅加達、泗水、三寶壟、馬尼拉、宿務、新德里、孟買、加爾各答、新加坡、吉隆坡、檳城、怡保、曼谷、西貢、河內、海防、金邊、萬象、雅加達、泗水、三寶壟、馬尼拉、宿務、新德里、孟買、加爾各答



社調一
J R
94-005

社会開発調査部報告書
最終報告書
第3卷 觀光計画
一九九四年一月

1994

中華人民共和国
江西省
九江市人民政府

日本
国際協力事業団

中華人民共和国
江西省九江市
総合開発計画調査

JICA LIBRARY



1110860(2)

第3巻 観光計画

最終報告書
1994年1月

財団法人 国際開発センター
株式会社 パシフィックコンサルタンツ
インターナショナル

国際協力事業団

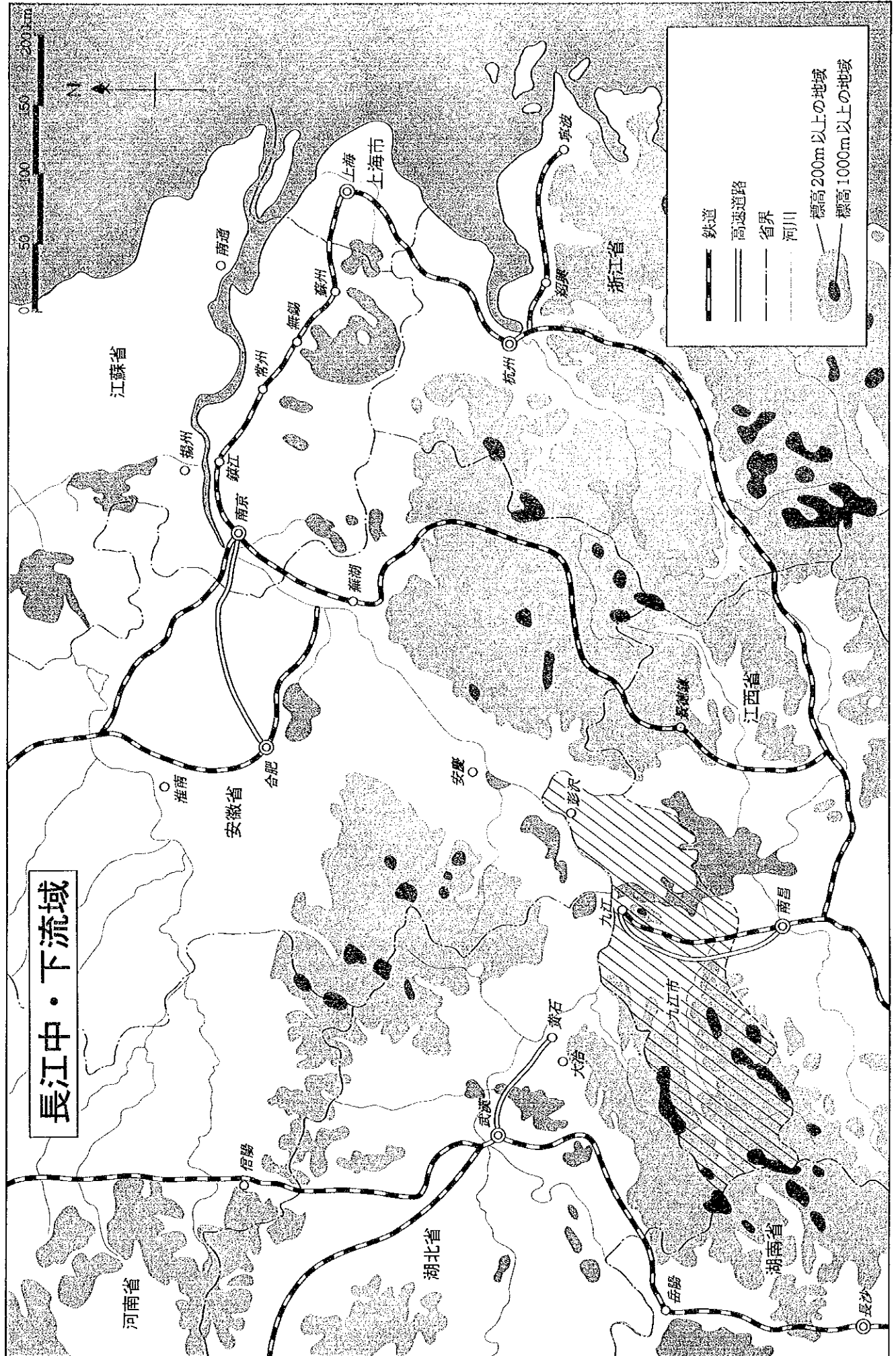
25829

中国主要部及び 周辺諸国



- 凡例
- 国境線
 - - - 省 界
 - 都市名
 - 省市名

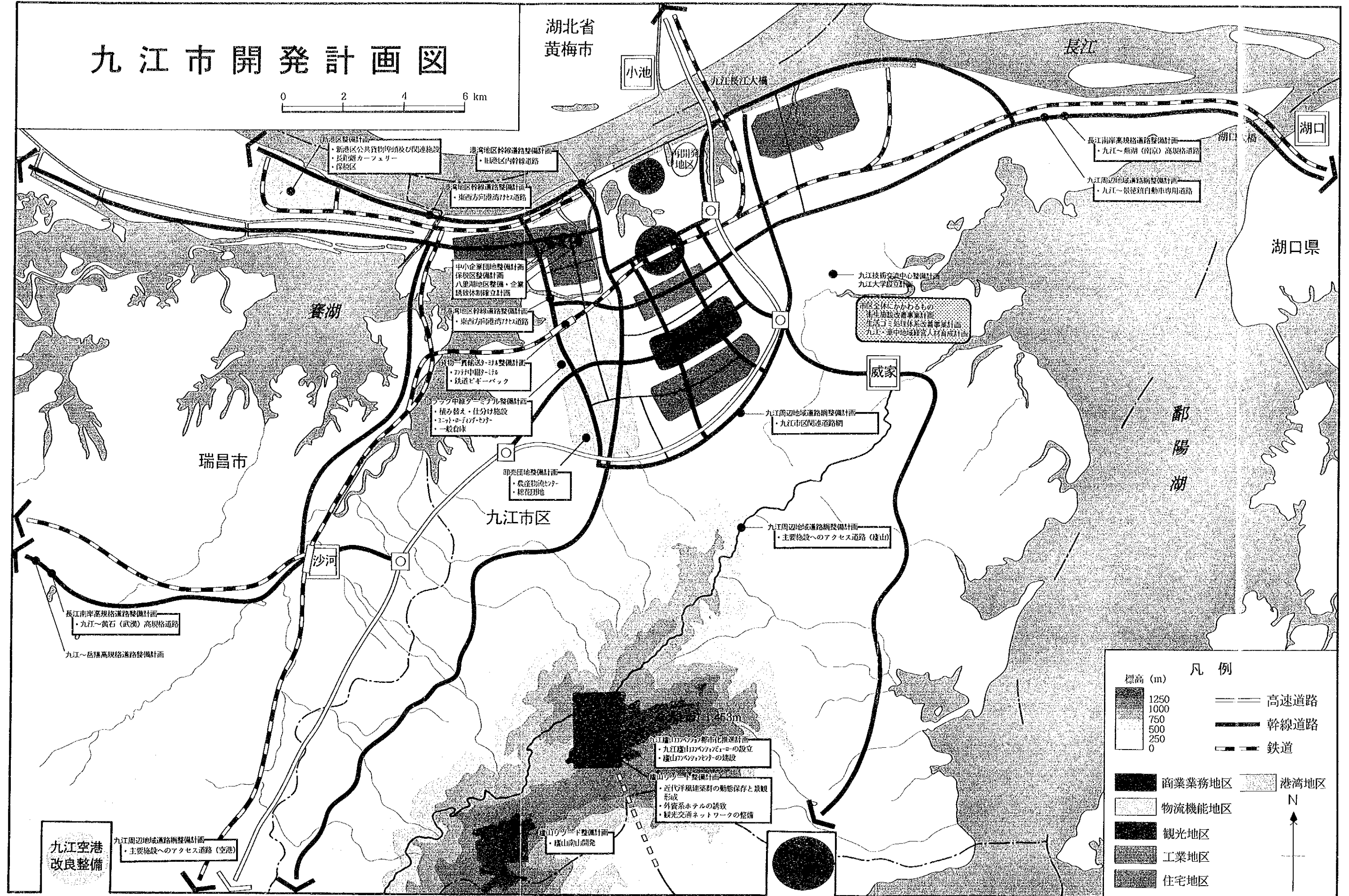
長江中・下流域



鐵道
高速公路
省界
河川
標高200m以上の地域
標高1000m以上の地域

九江市開発計画図

湖北省
黄梅市



凡例

標高 (m)	— — — 高速道路
1250	— — — 幹線道路
1000	— — — 鉄道
750	■ 商業業務地区
500	■ 物流機能地区
250	■ 観光地区
0	■ 工業地区
	■ 住宅地区
	■ 港湾地区

N ↑

新港区整備計画
・新港区公共貨物埠頭及び関連施設
・長江臨岸カーフェリー
・保税地区

港湾地区幹線道路整備計画
・上陸地区内幹線道路

港湾地区幹線道路整備計画
・東西方向港湾アクセス道路

中小企業団地整備計画
保税地区整備計画
八里湖地区整備計画・企業
誘致体制確立計画

港湾地区幹線道路整備計画
・東西方向港湾アクセス道路

貨物-貨物送付-ミナ整備計画
・アパレルセンター
・鉄道ビギンバック

ラック中継クマシナル整備計画
・積み替え・仕分け施設
・ユニットロビー/センター
・一般倉庫

卸売団地整備計画
・農産物センター
・総花田

九江周辺地域道路網整備計画
・九江市区間道路網

九江周辺地域道路網整備計画
・主要施設へのアクセス道路 (蘆山)

蘆山 (1453m)

蘆山リフト整備計画
・近代洋風建築群の動態保存と景観
形成
・外資系ホテルの誘致
・観光交通ネットワークの整備

蘆山リフト整備計画
・蘆山南山開発

九江空港改良整備
九江周辺地域道路網整備計画
・主要施設へのアクセス道路 (空港)

九江空港改良整備

瑞昌市

九江市区

沙河

威家

小池

九江長江大橋

長江

湖口

湖口橋

湖口県

鄱陽湖

長江南岸高規格道路整備計画
・九江-黄石 (武漢) 高規格道路

九江-岳陽高規格道路整備計画

長江南岸高規格道路整備計画
・九江-蕪湖 (南京) 高規格道路

九江周辺地域道路網整備計画
・九江-景德鎮自動車専用道路

九江技術交流中心整備計画
九江大学設立計画

市区全体にかかわるもの
衛生施設改善事業計画
生活ゴミ処理体系改善事業計画
九江-華中地産経営人材育成計画

中国江西省九江市総合開発計画調査

最終報告書

第3巻 観光計画

目次

第1章 開発可能性と制約条件

1. 広域条件	1
1.1. 中国観光産業の市場環境	1
1.2. 中国の観光資源	9
1.3. 中国の観光行政と観光関連産業	12
2. 現状と課題	22
2.1. 九江市の旅行者	22
2.2. 九江市の観光資源と観光ネットワーク	26
2.3. 九江市の観光行政と観光関連産業	36
2.4. 廬山・九江観光開発への展望	42

第2章 開発計画

1. 基本コンセプトと開発戦略	44
1.1. 観光産業が九江市の発展のために果たすべき役割	44
1.2. 基本コンセプトと計画目標の設定	44
2. 開発戦略	45
2.1. 廬山の「洋」的イメージの演出	46
2.2. 新たな観光アトラクションの開発	46
2.3. 旅行環境の改善	46
2.4. 観光行政の一体化とマーケティング機能の強化	46
2.5. 環境と観光資源・景観の保護	46
2.6. コンベンション都市化推進	47
2.7. 国際観光の振興	47
3. 開発フレーム	47
3.1. 廬山の観光ポテンシャルの検討	47
3.2. 開発フレームの設定	48
3.3. 廬山山上の環境容量の検討	49
3.4. 空間フレームの設定	50

4. 開発プロジェクトとプログラム	52
4.1. 近代洋風建築群の動態保存	53
4.2. 廬山環境施設整備	54
4.3. 廬山南山開発	55
4.4. 日帰り観光拠点の整備	56
4.5. 観光エンターテイメントとイベントの開発	58
4.6. 産業観光の推進	59
4.7. 全市的な観光行政機構の機能強化	61
4.8. 九江廬山コンベンションビューローの設立	64
4.9. 廬山コンベンションセンターの建設	65
4.10. 外資系リゾートホテルの誘致	65
4.11. 観光関連施設のサービス改善	66
4.12. 観光交通ネットワークの整備	67
4.13. 九江大学への観光学科開設	69
5. プロジェクト/プログラムの配置	70
6. プロジェクト/プログラムの着手時期	71

第3章 優先プロジェクト

1. 選定方針	72
2. 優先プロジェクト/プログラム	72
3. 優先プロジェクト/プログラムの概要書	74
3.1. 九江廬山コンベンション都市化推進計画	74
3.2. 廬山リゾート整備計画	76

観光計画

第1章 開発可能性と制約条件

1. 広域条件

1.1. 中国観光産業の市場環境

1.1.1. 世界の旅行市場

1991年の全世界の国際旅行者数は4億5千万人、国際旅行収入総額は2780億ドルに達した。特にアジア太平洋地区への来訪者は、1981年から91年までの10年間に、年平均9%の急成長を遂げた。これは同期間の全世界の旅行市場の年平均伸び率である5%を大幅に上回っている。域内の旅行市場が急成長したことが、この現象の大きな要因となっている。

図表1-1は世界の主要国発の国際旅行者数の伸び率を比較したものだが、日本、韓国、台湾、香港といった中国と文化的なつながりの深い国々で、旅行者がこの10年間に急増したことを示している。しかもこれらの国々の人口当り国際旅行者数は欧米諸国に比べてまだ低く、依然としてかなりの市場ポテンシャルを秘めている。

図表1-1 主要国からの国際旅行者数の伸び率と人口比

	1981年 (千人)	1991年 (千人)	年平均 伸率	人口当り 旅行者
日本	4,006	10,634	10%	9%
韓国	436	1,856	16%	4%
台湾	576	3,360	19%	17%
香港	1,071	2,046	7%	35%
タイ	533	995	6%	2%
イギリス	19,046	30,497	5%	53%
フランス	8,023	10,100	2%	18%
ドイツ	19,600	26,600	3%	34%
アメリカ合衆国	22,877	41,941	6%	17%
カナダ	12,316	21,937	6%	84%
オーストラリア	1,217	2,099	6%	12%
全世界	285,000	450,000	5%	-

資料：OECD統計、国際観光振興会、世界人口年鑑

近年ASEAN地域の経済発展がめざましいが、この地域が多数の華人人口を抱えていることから、今後中国にとって有望な市場となることが予想される。

このように、中国観光産業はきわめて恵まれた国際市場環境の中にあるといえる。

1.1.2. 中国の旅行市場

(1) 中国の旅行総需要

中国の国際旅行者数と国内旅行者数の推計値は図表1-2のとおりである。

1991年の国内旅行者数は約3億人と推計され、1985年から91年の6年間に年平均4%の伸び率を示した。伸び率は国際旅行者数より低いものの、市

場規模ははるかに大きく、近年の中国経済の発展にともない、今後の成長が期待される。

1991年に中国を訪れた国際旅行者数は公安部の入境者統計では3335万人だが、このうち宿泊者数は534万人程度と推計される。国際旅行者数は1981年から1991年までの10年間に、アジア太平洋地域の伸び率をさらに上回る年平均16%という伸び率を示した。これは中国の改革開放政策による対外関係の好転と、前述のように、近隣諸国の海外旅行市場が好調であることに負う部分大きい。

図表1-2 中国の総旅行需要量

	修正国際旅行者数 (千人)	国際観光収入 (百万US\$)	修正国際観光収入 (百万US\$)	国内旅行者数 (千人)	ドル換算国内観光収入 (百万US\$)	国内観光収入 (百万元)
1980	912	617	888			
1981	1,243	785	1,130			
1982	1,268	843	1,214			
1983	1,516	941	1,355			
1984	2,056	1,131	1,629			
1985	2,853	1,250	1,800	240,000	27,000	80,000
1986	3,651	1,531	2,204	270,000	31,000	106,000
1987	4,304	1,862	2,681	290,000	38,000	140,000
1988	5,071	2,247	3,235	300,000	50,000	187,000
1989	3,920	1,860	2,679	240,000		
1990	4,394	2,218	3,193	280,000	36,000	170,000
1991	5,336	2,845	4,097	300,000	38,000	200,000
85-91年 平均伸率	11.0%	14.7%	14.7%	3.8%	5.5%	16.5%

注: 修正国際旅行者は中国内で宿泊した国際旅行者数。1990年のデータで総入国者数に占める宿泊者の比率は16%であった。これを各年の総来訪者数に掛けて算出。修正国際観光収入は1990年の国家旅遊局の調査で、実際の消費が統計値の144%であったことに基づき算出。

香港、マカオ、台湾からの来訪者を含む。

資料: 中国旅遊年鑑1992、中国旅遊年鑑1991、中国統計月報

しかし図表1-3でみるように、他の国々と比較すると、年間数千万人の国際旅行者を受け入れているヨーロッパ諸国や米国はいうにおよばず、香港やシンガポールといった人口数百万人の都市が、中国全土に匹敵する国際旅行者を受け入れていることをみると、中国の国際旅行市場がいかに未発達かということが実感できる。

図表1-3 世界の国際来訪者受入ベスト5(1989年)と中国近隣諸国の国際旅行者受入数(1991年)

国際旅行者数(千人)		国際旅行者数(千人)	
フランス	43,000	香港	6,032
米国	36,604	シンガポール	5,415
スペイン	35,600	中国	5,336
イタリア	27,000	タイ	5,013
オーストリア	18,202	日本	3,533

注: 1989年の時点で香港は世界で15位であった。

中国の来訪者数は国際比較のため推計宿泊者数を採用した。

資料: WTO、PATA

(2) 中国の国際旅行者の来客源

中国への来訪者の国籍別に上位12国をみたものが図表1-4である。中国と地続きの香港とマカオを除くと台湾からの旅行者がもっとも多く、1991年には約95万人の来訪があった。「外国人」の中では日本人がもっとも多く、以下アメリカ合衆国、CISの順になっている。1985年と比較すると、国境交易の活発化にともなうCISの急激な伸びと、ヨーロッパ、カナダ、ASEAN地域からの増加率の高さが目立ち、来客源の多様化が進んでいる。

図表1-4 国籍別旅行者数

	1985年	1991年	年平均 伸率	構成比A (91年)	構成比B (91年)
外国人計	1,370,462	2,710,103	12%	100%	74%
日本	470,492	640,859	5%	24%	18%
USA	239,557	314,130	5%	12%	9%
CIS (ソ連)	17,701	284,885	59%	11%	8%
イギリス	71,352	114,613	8%	4%	3%
フィリピン	57,868	104,791	10%	4%	3%
シンガポール	46,543	98,097	13%	4%	3%
ドイツ	44,801	92,432	13%	3%	3%
タイ	24,581	88,624	24%	3%	2%
フランス	38,950	85,960	14%	3%	2%
カナダ	24,122	69,227	19%	3%	2%
オーストラリア	78,135	65,093	-3%	2%	2%
台湾	-	946,632	-	-	26%
外国人計+台湾	-	3,656,735	-	-	100%
香港マカオ	16,377,808	29,559,599	10%	-	-

資料：中国国家旅遊局、JICA調査団

なお上記の数値は中国への入境者数であるため、国境を接している香港とマカオ、CISからの来訪者数にはかなりの日帰り旅行者が含まれる。1990年の国家旅遊局調査では香港マカオからの入境者の90%が日帰りであった。また1992年の統計ではCISからの入境者の20%が日帰りであった。

1985年の台湾からの来訪者数は不明だが、香港経由の中国訪問が自由化されたのが1987年であることから、CIS同様、この数年間で急激に伸びたものと推測される。また1992年の中韓の国交回復により、今後は韓国からの来訪者の増加が予想される。

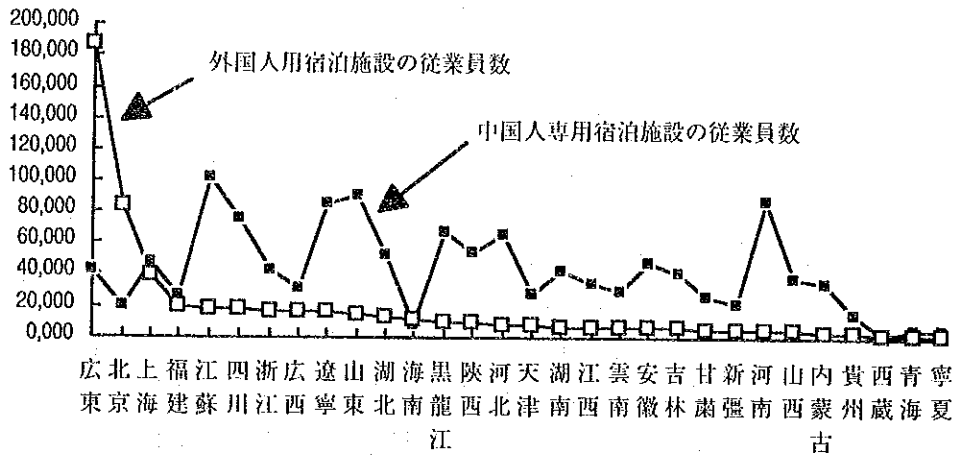
近隣諸国の経済発展、中国との外交関係の好転、中国内の旅行環境の改善が、こうした来客源の多様化の背景になっているものと思われる。

(3) 中国の旅行需要の地域特性

中国内の国内旅行者の省別入込データは存在しないので、旅行需要を反映する指標として外国人用ホテルと中国人専用ホテルの従業員数の省別分布を次ページの図表1-5でみた。

外国人用ホテルの従業員の分布は、中国人専用宿泊施設の従業員の分布に比べて、広東、北京、上海、福建といった沿海部に偏っている。1980年代以降に急激に拡大した中国の国際旅行市場も、実は沿海部の大都市など、ほんの一部の地域を潤しているにすぎないことがわかる。

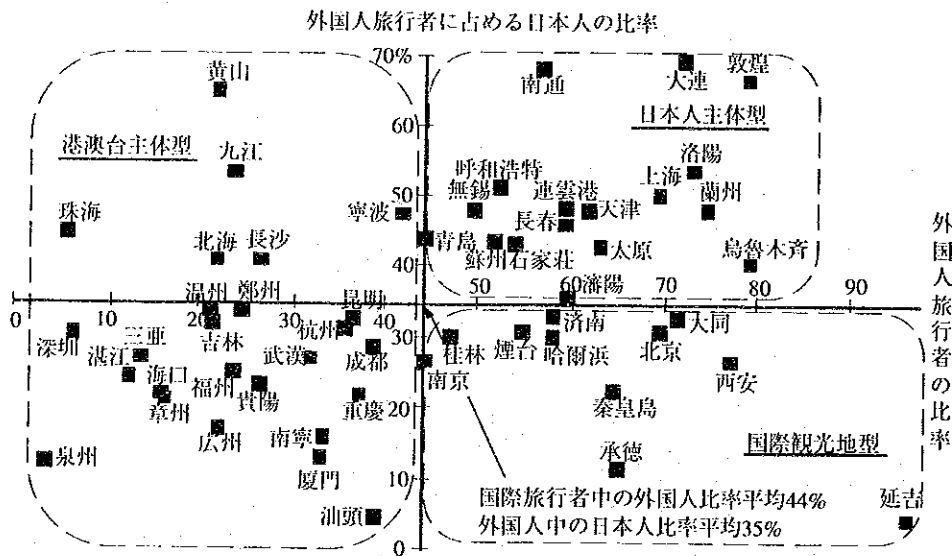
図表1-5 中国人専用宿泊施設と外国人用宿泊施設従業員の地域分布



注: 外国人用宿泊施設の従業員数は、外資系宿泊施設を除いた外国人用ホテル従業員数をもとに、調査団が推計。
資料: 中国旅遊年鑑1992

中国の観光地においては、国際観光客の国籍の構成比においても、大きな違いがみられる。国際旅行者に占める外国人(香港、マカオと台湾からの来訪者を除いた国際旅行者)の比率と、外国人のうちの日本人旅行者の比率に注目して、中国主要観光地の分類を試みたのが図表1-6である。国際旅行者数に占める外国人比率(香港、マカオ、台湾以外からの旅行者)が平均値の44%に満たない都市を「港澳台主体型」に、44%以上の都市のうち全外国人に占める日本人の比率が35%以上の都市を「日本人主体型」に、残りを「国際型」とした。

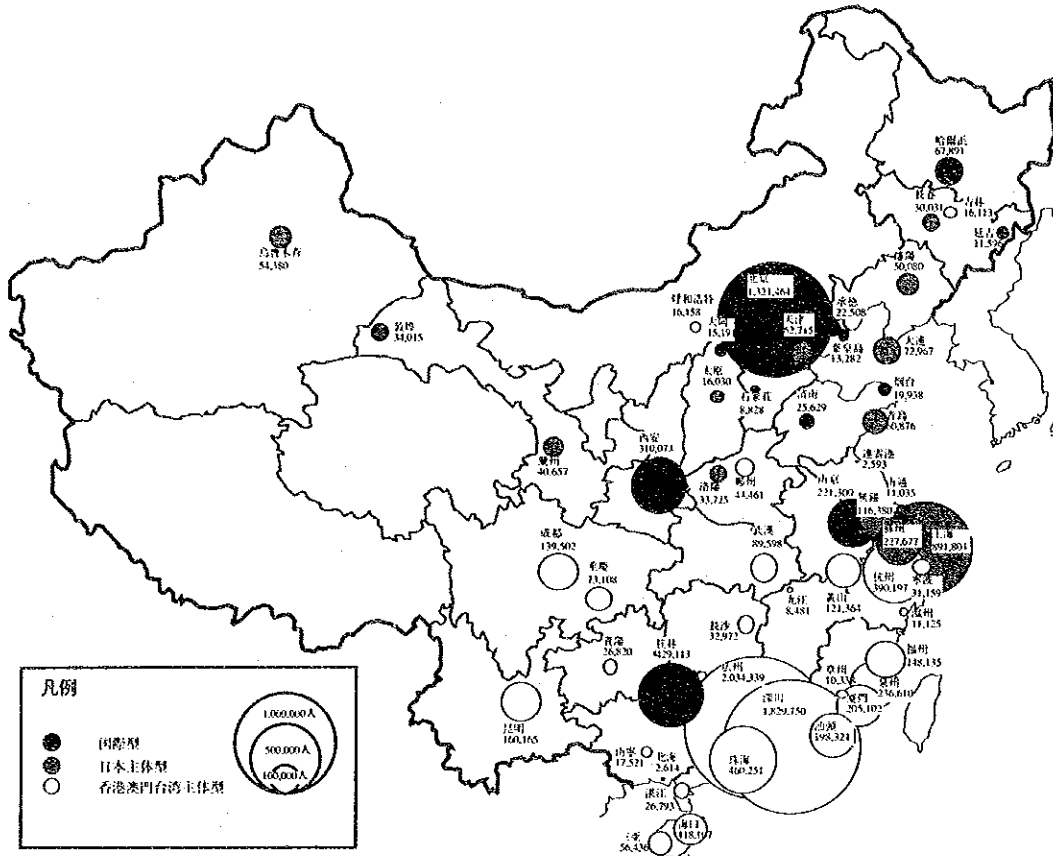
図表1-6 国籍別入込パターンでみた主要観光地(1991年)



資料: 中国旅遊年鑑、JICA調査団
さらに、こうして分類された観光地の地理的な分布と国際旅行者の入込

み数を図表1-7に示した。

図表1-7 主要観光都市への国際旅行者数と入込のパターン



「香港マカオ台湾主体型」の都市は、長江沿江以南への分布が顕著である。「日本人主体型」は、江南沿海部から環渤海地域と敦煌、烏魯木齊などシルクロード地域に目立つ。「国際型」は、北京周辺、西安、南京、桂林といった国際的な知名度が高く比較的旅行環境の整った観光地という共通項があり、地理的な偏りはあまり顕著ではない。これ以外にCIS、朝鮮民主主義人民共和国などとの国境交易の盛んな地域に国際型に分類されるものが若干ある。

また同じ図から、国際旅行需要が沿海地域と西安、成都、桂林など内陸のごく限られた観光都市に偏在していることが読みとれる。

これまでみてきたことから中国の旅行需要の地域特性を以下のようにまとめることができる。

- 国内旅行者の入込は中国各地に比較的均等に分布している。
- 国際旅行者の入込は沿海地域と一部の著名な観光地に偏っている。
- 国際旅行者の中では、香港マカオ、台湾、これに次いで日本からの来訪者は比較的知名度の低い観光地にも進出している。
- ヨーロッパなど上記以外の市場からは、中国の代表的な観光地である北京、西

安、江南地域、桂林に需要が集中する傾向がある。

中国の観光地の知名度が向上し旅行環境の整備が進むと、国内旅行者主体の観光地にまず中国系の国際旅行者が現れ、やがて日本人、欧米等という順に来客源の多様化が進んでいくという図式を描くことができる。つまり来客源の多様性が、観光地の発展度の指標になる傾向がみられる。

(4) 中国での旅行者の滞在日数と消費額

中国の国内旅行者の一回の旅行当りの消費額は、2ページの図表1-2から、127ドルと算出される。

国家旅遊局が1990年に国際旅行者を対象に行なったアンケート調査によると、国際旅行者のうち中国内で宿泊した人の平均滞在日数は10.3日、滞在中の消費額は961.4ドル、一日当りの平均消費額は93.3ドルであった。図表1-8に国家旅遊局調査から、国際旅行者の国籍別平均滞在日数と消費額を示した。

図表1-8 中国への来訪者の国籍別滞在日数と消費額 (1990年)

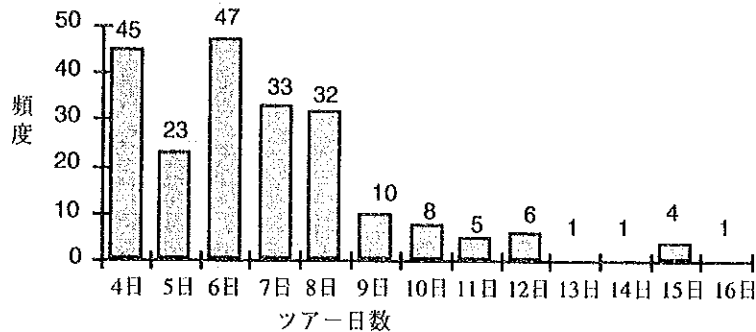
	滞在日数	消費額 (US\$)	1日当り 消費額
全体	10.3	961.4	93.3
香港マカオ	5.9	345.8	58.6
台湾	11.4	1,100.7	96.6
日本	8.8	977.0	111.0
アメリカ合衆国	12.5	1,011.6	80.9
イギリス	9.1	841.9	92.5
シンガポール	15.0	1,509.7	100.6

資料：国家旅遊局「第4次訪中観光客調査」1990年

香港とマカオからの来訪者は滞在日数が5.9日と短く、かつ一日当り消費額が58.6ドルと低い。これは親戚、友人宅への宿泊が多いためと推測される。台湾からの旅行者は旅行日数が比較的長く、かつ消費額が高いことを特徴とし、同じ中国系の旅行者でも香港マカオからの来訪者とはかなり旅行行動が異なる。ヨーロッパの旅行者は一般には旅行日数が2週間から3週間と長いことで知られるが、この調査のイギリス人のデータをでみるように、中国内での滞在日数はそれほど長くない。中国と日本、中国と東南アジアのリゾートのように、アジアの他の国と組みあわせるケースが多いためと考えられる。

前述のデータは商用などを含む旅行者全体のものであり、パッケージツアーに限れば滞在日数はさらに短くなることが推測される。調査団で独自に日本発ツアーの旅行日数の集計を行なった結果を図表1-9に示した。

図表1-9 日本発中国向けパッケージツアーの日数分布



資料：Abroad 1992年10月号、1993年10月収集の大手旅行会社のパンフレットより集計

これによれば平均旅行日数は6.8日、もっとも多いツアーパターンは5泊6日であった。グラフでもわかるように7泊8日を越えるツアーは極端に少ない。つまり日本市場でポピュラーなデステイネーションとなるためには、8日以内のツアーに組み込まれることを想定する必要があることを示している。

香港市場は、日本市場よりさらに旅行日数が短く、香港紙の旅行広告から推測して1週間以内が中国ツアーの一般的な行程と推測される。

それ以外の市場についても、図表1-8でみた商用を含む平均滞在日数、旅行会社に対するインタビューの結果などから、比較的旅行日数が長い市場でも1週間から10日間がボリュームゾーンだと推測される。

(5) 中国の旅行者のパッケージツアー利用率

中国国内では最近になってパッケージツアーの普及が始まったが、1992年の時点で国内旅行者数の9%程度が利用したにすぎない。しかし伸び率が高いため、当面この比率は上昇するものと推測される。このような旅行会社の企画によるツアー以外に、単位(政府機関や企業など)が所有しているバスなどを利用しておこなわれる団体旅行が存在するが、統計が存在しないために実態がつかめない。

国際旅行者は、国内市場とは対照的に、パッケージツアー等の団体旅行の比重が高いことを特色としている。1990年の国家旅遊局の調査によれば、外国人旅行者の65%、観光客に限れば86%がパッケージツアー等の団体旅行であったが、1990年のタイの調査では、同国を訪れた観光客のパッケージツアー等の利用率が日本62%、台湾80%、香港マカオ60%、イギリス24%、ドイツ26%、フランスが49%であった。また日本の国際観光振興会が毎年実施している調査では、商用による旅行者の比率が高いことを割り引く必要があるが、パッケージツアーの利用率は欧米の旅行者で10%前後、アジアからの旅行者で20%前後である。

また上記のデータから、東アジア地域の旅行者の団体旅行利用率が高いことがわかるが、旅行会社に対するヒアリングによれば、日本市場において近年個人旅行志向が強くなり、自由行動型の海外パッケージツアー

が増えている。韓国においても日本の個人旅行者用のガイドブックが翻訳されて若者中心に普及しつつあるなど、海外個人旅行が普及しつつある。これまで団体による周遊型旅行志向が強かった東アジアの旅行市場においても、個人旅行あるいは自由行動型ツアーへの志向が強まっていることを念頭に、観光地の整備を進めるべきである。

(6) 中国の旅行需要の質的特性

関係機関へのインタビュー等で得られた中国の旅行需要の質的特性は、以下のようなものである。

公費旅行の比重の高い国内市場

中国国内市場に関しては、公費による旅行の比重が高いことが特徴とされる。国家旅遊局の1991年の調査によれば、北京を訪問した国内旅行者の約6割が全額ないし一部の費用をまかなわれていた。観光の多くは会議への参加など公務の出張の合間に、あるいは公務を兼ねておこなわれている。しかし開放政策がもたらした新興の富裕層が広東省などに生まれており、国内向けパッケージツアーの売り上げの急増にみられるように、個人需要が伸長しつつあることも確かである。

パッケージ旅行による「教養型周遊観光」主体の国際市場

国際市場は、商用のビジネスマンとパッケージツアー等の団体旅行に参加の観光客に大きく2分される。団体旅行の大半は「教養周遊型」とでも名付けられる名所古跡をガイドの解説を聞きながら周遊するタイプのものである。こうしたタイプの観光は、個々の旅行者の予備知識が旅の魅力度に大きく影響し、誰もが楽しめるものとはなりにくいという欠点がある。こうしたタイプの観光しか提供できないところに、中国における国際市場の相対的未発達さの一因が求められよう。

少ない外国からのインセンティブ旅行

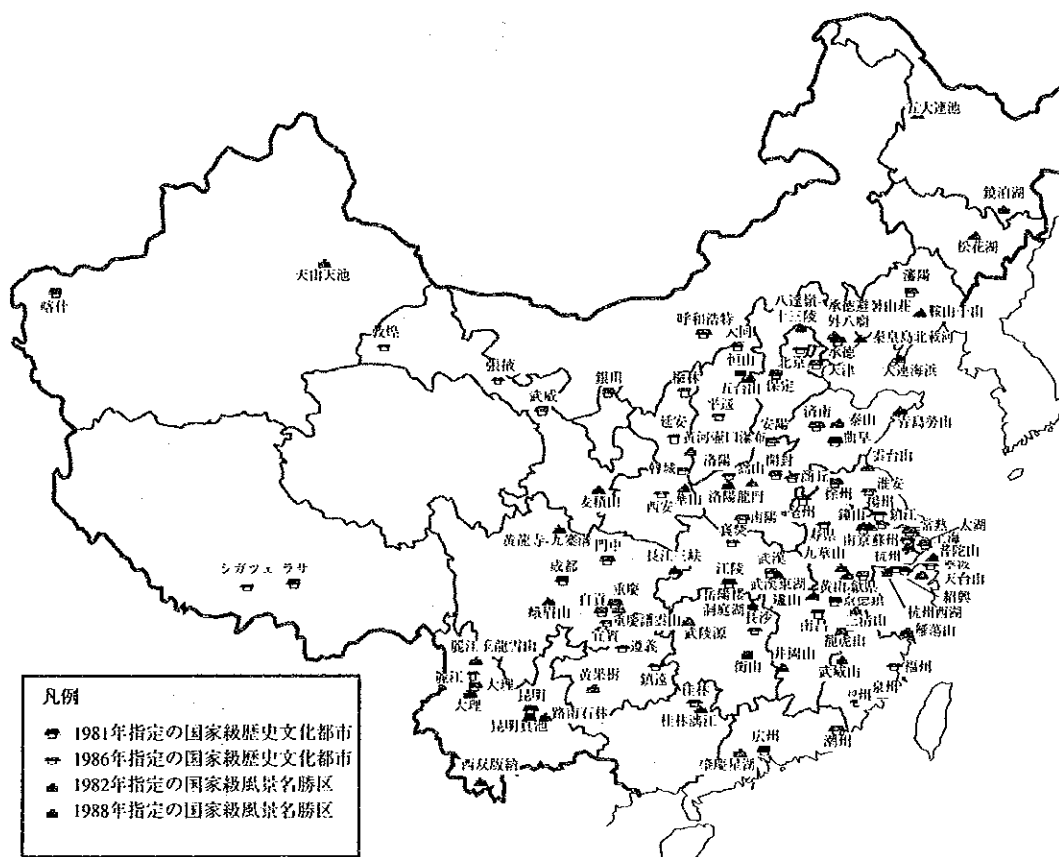
外国人のツアーの参加者は個人の費用で旅行する人の比重が高く、シンガポールやハワイなどでみられるような、インセンティブ（報償）旅行のデステイネーションとして中国が選ばれることは稀である。旅行環境が悪いため中国は誰もが行きたい旅行先とはいえないこと、こうしたタイプの旅行では複雑な手配が必要となるが、それに応えうる運営能力が中国の観光施設側になく、インセンティブ旅行にふさわしいブランドイメージの高いホテルが中国にはまだ少ないことなどが、その理由としてあげられる。

1.2. 中国の観光資源

1.2.1. 中国の主要観光資源の分布

中国は、その悠久の歴史と広大で変化に富んだ地勢を反映し、世界に名だたる観光資源大国である。1992年現在、国務院が指定する国家級風景名勝地区が62ヶ所、歴史文化都市が84ヶ所存在する。図表1-10に国家指定の風景名勝区（景勝地）と歴史文化名城（歴史文化都市）の分布を示した。また上記以外に、重点文物保護単位（重要文化財）、重要寺院、自然保護区の指定がおこなわれている。

図表1-10 国家級風景名勝区と歴史文化名城の分布



中国文明は黄河と揚子江の流域に発達した内陸文明であったことから、多数の景勝地と歴史文化都市が内陸部に分布している。5ページの図表1-7の国際観光客の分布図と比較してみると、旅行者の入込数と資源の分布とが整合していないことがわかる。

また中国では現在、沿海と内陸の経済格差が大きな問題となっているが、このような観光地の分布をみると、内陸部の経済開発で観光セクターが果たすべき役割の重要性が実感される。

図表1-11には有識者の投票による中国観光地40選の結果を示した。これは中国人による中国の観光地に対する人気投票であるため外国人観光客の

志向が反映されていないうらみがあるものの、中国内の観光地のおおよその序列を知る上での参考にはなろう。

図表1-11 中国観光地40選

	古来からあるもの	タイプ	新しく開発されたもの	タイプ
自然 観光 地	長江三峡風景区 (四川、湖	溪谷	九寨溝黄龍寺風景区 (四川)	山岳、湖
	桂林漓江風景区 (広西)	溪谷	桐廬瑤琳仙境 (浙江)	洞窟
	黄山風景区 (安徽)	山岳	織金洞風景区 (貴州)	洞窟
	廬山風景区 (江西)	山岳、滝、歴史	巫山小三峡 (四川)	溪谷
	杭州西湖風景区 (浙江)	湖、歴史	井岡山風景区 (江西)	山岳、歴史
	峨眉山風景区 (四川)	山岳、宗教	蜀南竹海風景区 (四川)	山岳
	黄果樹瀑布風景区 (貴州)	滝、山岳	大東海一牙龍湾風景区 (海南)	海浜
	泰山風景区 (山東)	山岳、宗教	武陵源風景区 (湖南)	山岳、滝、溪
	秦皇島北戴河海浜 (河北)	海浜、歴史	五大連池風景区 (黒龍江)	湖
	華山風景区 (陝西)	山岳	黄河壺口瀑布風景区 (山西)	滝
人文 観光 地	八達嶺長城 (北京)	建築物	始皇帝陵と兵馬俑博物館 (陝西)	博物館
	樂山大仏 (四川)	宗教	自貢恐竜博物館 (四川)	博物館
	蘇州庭園 (江蘇)	庭園	黄鶴楼 (湖北)	建築物
	故宮 (北京)	歴史	北京大観園	娯楽施設
	敦煌莫高窟 (甘肅)	宗教、歴史	山海関と老龍頭 (河北)	建築物、歴史
	曲阜三孔 (山東)	宗教、歴史	成吉思汗陵 (内モンゴ)	建築物、歴史
	頤和園 (北京)	庭園	珠海旅遊城 (広東)	娯楽施設
	明十三陵 (北京)	建築物、歴史	深川錦繡中華 (広東)	娯楽施設、博物
	中山陵 (江蘇)	歴史	夫子廟と秦淮河風光帯 (浙江)	建築物、歴史
	避暑山荘一外八廟 (河北)	建築物	葛州ダム (湖北)	建築物

資料：1991年12月18日付中国旅遊報

40選に選ばれた観光地を省別にみると、四川省が8ヶ所でもっとも多い。北京の4ヶ所がそれに続き、隣接する河北省と併せると7ヶ所になり、四川省並の観光集積を持っている。四川省は自然観光地が、北京・河北省は人文観光地が目立つ。

江西省からは廬山が「古来からある自然観光地」に、井岡山が「新しく開発された自然観光地」に選ばれている。江西省は四川省型の自然観光地が優位な地域とみることができよう。

観光資源のタイプについてみると、20ヶ所の自然観光地のうち海岸にあるものは秦皇島北戴河海浜と大東海牙龍湾風景区の二つのみで、残りはすべて内陸の山、溪谷、滝といった山岳景観か鍾乳洞である。古来から海岸景観を珍重してきた日本人の志向とは、この点で大きな違いがみられる。こうした意味で、廬山は中国人好みの典型的な観光地だといえるかもしれない。

1.2.2. 中国の山水観光地

「山水」は、中国と中国文化圏に住むものの心に深く根を下ろした自然を鑑賞するための美意識の枠組みである。前述の中国観光地40選にしても、この枠組みが選定に大きな影響をあたえているように思われる。

ここでは山岳、滝、溪谷のどちらか、あるいはすべてを重要なセールスポイントとしている観光地を「山水」観光地と規定し、これに属する代表的な観光資源を図表1-12に示した。なおヒマラヤのチョモランマ峰など、一般人の観光目的による来訪が難しいものは含まれていない。

図表1-12 中国の主要「山水」観光地

タイプ	観光地40選に含まれるもの	その他代表的観光地
五岳	泰山 (山東) 華山 (陝西)	恒山 (山西) 嵩山 (河南) 衡山 (湖南)
仏教四大名山	峨眉山 (四川)	五台山 (山西) 普陀山 (浙江) 九華山 (安徽)
その他名山	廬山 (江西) 黄山 (安徽) 九寨溝 (四川) 井岡山 (江西) 武陵源 (湖南)	長白山 (吉林) 武夷山 (福建、江西) 武当山 (湖北) 雁蕩山 (浙江)
峡谷	長江三峡 (四川、湖北) 桂林漓江 (広西) 巫山小三峡 (四川)	九曲溪 (福建) 黄河三門峡 (河南)
滝	黄果樹瀑布 (貴州) 黄河壺口瀑布 (山西)	

資料：JICA調査団

中国では古来から五岳と四名山が、歴史と信仰に結びついて人々に親しまれてきたが、観光地40選でも、五岳の中から泰山と華山が、四名山の中から峨眉山が選出されている。これ以外に、廬山はいうまでもなく、黄山、長江三峡、桂林漓江、黄果樹の瀑布といった「山水」観光地が数多く選ばれている。

廬山の周辺には、黄山、九華山、長江三峡、武夷山、井岡山、竜虎山、三清山などが有力な山水観光地がある。これらと競合し、場合によっては市場の棲み分けを図ることが、廬山観光開発の重要なテーマとなろう。

1.3. 中国の観光行政と観光関連産業

1.3.1. 中国の観光政策

(1) 国家の産業政策における位置付け

中国は改革開放政策の採択にともない、1978年から海外からの観光客の受入を開始した。観光産業そのものに関しては、後述するように多くの問題点を抱えているにも関わらず、観光資源の圧倒的な誘客力によってこれまで急速に来訪者数を伸ばしてきた。観光産業の振興は、国際市場における比較優位性を活かし、外貨獲得によって経済発展を目指すという点で、宴会地域の労働集約的な輸出指向型工業の育成と共通する面が多い。こうしたことも近年の国家政策における、観光産業の役割の高い評価につながっているとみられる。

第7次5カ年計画(1985-1990)で、観光産業は初めて国家計画の対象にとりあげられ、「外貨を獲得して国内産業の支援とする」ことが目的とされた。第8次5カ年計画においても、この方針は継続されている。

1992年6月に国務院から第3次産業の発展を加速する旨の決定が出され、この中に観光産業の振興が盛り込まれている。またこれに先立つ1991年に、拡大する国内旅行市場への取組みの強化を図る旨の決定を国家旅遊局がおこなっている。これらの決定の背景には、観光産業を外貨獲得の手段ととらえる従来の観光産業の位置付けに、微妙な変化が現れているように思われる。つまり観光産業は社会経済の高度化のために不可欠な存在であり、内需外需を問わず、観光産業それ自体の発展を目指す方向へと、政策の微修正を図っているとみることが可能なのではないか。

いずれにせよ、観光産業の成長率が非常に高く、優れた観光資源という比較優位性があり、中国経済に占めるその比重も低くないことから、改革開放政策が継続される限り、観光産業の振興を図る国家の方針は不変であろう。また前述のように、内陸地域の経済開発の一手段としても、重視されていくことがも考えられる。

(2) 対外開放地区

中国では外国人が自由に立入りできるのは、「対外国人開放地区」に指定された地域に限られている。

改革開放政策が実施された当初は、開放地区は一部の大都市に限られていたが、漸次拡大され、1991年11月の時点で全国で747市／県が開放都市に指定され、非開放地区のほうが例外的な存在となっている。なお非開放地区でも、事前に公安局に申請を行ない許可が得られれば訪問は可能である。中国内では、ツアー団体のためにこの手続きを旅行会社が代行している例もみられる。

しかし、対外開放地区で、公安の監視付きの外国人の旅行団を受け入れるという形で始まった中国の観光産業は、団体旅行による名勝の「教養型周遊観光」を偏重する体質を生んだ。現在中国観光の問題点として、観光情報提供機関の未整備、宿泊や交通機関の予約サービス機能の不足、地元

のコミュニティーと一体化した面的な観光地作りの立ち遅れなどが指摘されるが、これらの速因は上記のような形で始まった中国観光の特殊性に求めることができるように思われる。このような体質は、観光産業の今後の発展の足枷となる可能性がある。

(3) 国家旅遊渡假区 (National Holiday Resort)

1992年に「国家旅遊渡假区 (National Holiday Resort)」が広州、大連、青島、杭州、太湖、昆明、浦田、武夷山、海南島牙龍湾、上海横沙島の10地区に制定された。これは外資の導入によってリゾート施設の建設を進めるというもので、地区の選定の基準となったのは、比較的国際観光客の入込が多く、交通の便がよく、快適な気候にも恵まれていることであった。

「国家旅遊渡假区」は、中国の観光政策が、前述の教養型周遊観光への偏重を改め、リゾート滞在型観光への取組みを試みた第一歩として銘記される。国家旅遊局のヒアリングによれば、この政策は現時点ではまだ試行段階だが、成功すれば指定地域を追加する可能性があるとのことであった。

1.3.2. 中国の観光行政機関

(1) 国家旅遊事業委員会と国家旅遊局

中国の観光政策を決定する最高機関は国務院内に設けられた国家旅遊事業委員会である。国家旅遊事業委員会の政策を実行する機関として、中国国家旅遊局が国務院の下に設けられている。

中国国家旅遊局は、観光政策の立案、観光産業の振興と監督等、多くの国の観光省とほぼ同じ業務を担当している。国家旅遊局の下部機関として省旅遊局があり、省旅遊局の下に市/県の旅遊局が置かれている。

ただし国内旅行者のみを対象とした観光施設、企業の中には、国家旅遊局ではなく工商局の管理下に置かれているものもかなりある。これは当初国家旅遊局の関心が、外国人観光客の誘致であったことが一因であろう。

(2) 国家文物管理局

国家文物管理局は、1982年に制定された「中華人民共和国文物保護法」に基づく「文物保護単位」の制定と管理を行なう機関である。国家旅遊局とは国務院内では同等の地位がある。観光資源の開発には、文物管理局と旅遊局との関係が必要とされている。

(3) 観光開発に関連するその他行政機関

国家旅遊局が管轄するのは、外国人用のホテルとショッピングセンター、観光施設、旅行会社などに限られるが、これは対外開放直後に訪中国体の斡旋を想定して管轄範囲が定められたものと推測される。そのため旅遊局の管轄が、現代の多様な旅行ニーズを持った国際旅行者や、当初旅遊局の管轄外だった国内観光客の旅行活動の範囲に合致しなくなっている。

地元のコミュニティーと混在した面的な観光開発を進めようとするばあ

い、旅遊局は園林局や城市計画局との調整作業が必要となる。国内観光客や旅慣れた国際観光客は、外部から隔離された旅遊商店よりも、訪れた土地らしさが味わえる一般商店でのショッピングを好む場合があるので、工商局との連携も必要となる。また旅行者の移動のための交通関連の行政機構も広義の観光関連行政機関だといえる。

これらの行政機関に、自分たちが広義の観光行政機関であるという自覚を促すことが、中国観光産業の飛躍のためには必要である。

1.3.3. 中国の観光のための人材育成機関

図表1-13に示したように、中国の観光業従事者の教育施設は、高等院校が全国で68校、中等職業学校が20校、職業中学が178校ある。大学・短大レベルの高等院校は沿海部の大都市に立地するものが多く、大学レベルの教育機関のない省もいくつか存在する。

図表1-13 観光従事者の教育施設

	中国全体		江西省	
	学校数	生徒数	学校数	生徒数
合計	266	58,141	8	716
高等院校	68	7,567	1	56
中等職業学校	20	3,701	1	40
職業中学	178	46,873	6	620

資料：中国国家旅遊局

中国の観光産業の実質的な歴史は、ほんの15年程度にすぎない。そのため中国の観光産業では、一般従業員よりも、それを監督し教育するマネージャークラスの人材の不足が深刻である。サービス産業に対する理解が不十分であった時代に教育を受けた中堅クラス以上の観光関係者の再教育をおこなうことが、新人の養成と並んで必要である。

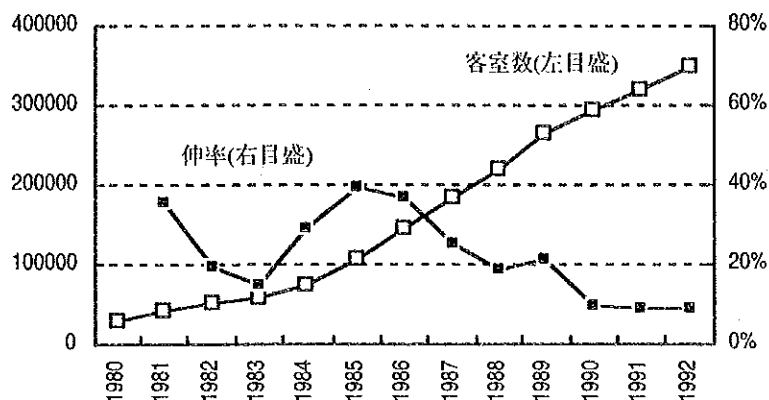
1.3.4. 中国の宿泊産業

(1) 中国の宿泊施設のタイプ

中国の宿泊施設は外国人の宿泊が可能な「涉外飯店」と中国人しか泊めることのできない「非涉外飯店」に2分される。国家旅遊局の管轄下にあるのは、「涉外飯店」のみで、それ以外は工商局に管轄されている。

1991年の中国内の宿泊施設の総数は97686ヶ所で、そのうち2130ヶ所が「涉外飯店」である。近年は外資系ホテルも増えてつつあるが、1991年現在「涉外飯店」のうち、ホテル数で71%、客室数で66%が国营ホテルである。図表1-14でみるように、外国人用ホテルの客室数は1980年代半ばに急増し、現在も10%近い伸び率で増加を続けている。

図表1-14 「涉外飯店」の客室数の推移



資料：国家旅遊局

国家旅遊局の管轄下において比較的設備の良い「涉外飯店」以外に、中国人専用ホテル、招待所、民泊など小規模な宿泊施設が多数存在する。これらの経営形態、宿泊人員などは統計が不備なため実態が十分に把握できない。またこうした宿泊施設の中には、官庁などが来賓を泊めるために運営しているものなど、宿泊業とはいえないものが多数存在する。民泊(民宿)のような、個人経営の小規模宿泊施設が、近年の国内旅行市場の躍進にもなって急増している。

中国の有力な国営工場や政府機関は、各地に招待所、休養所、研修センターなどの名目で多くの非営利宿泊施設を保有し、要人の接待や職員のレクリエーションなどの用途に供している。このようにして内部に抱え込まれたサービス業には競争原理が作用しないために、サービスや収益性を向上させようとする企業努力がおこなわれない。こうしたサービス産業の「単位」内部への抱え込みは、宿泊産業の国内市場を圧迫し、宿泊産業の正常な発展を阻害している。市場原理の導入という改革開放政策の精神を実現するためにも、こうした施設の営利化が図られなければならない。

(2) 外国人用宿泊施設の沿海と内陸の格差

中国国家旅遊局では利用者のホテル選択の利便を図るため、1988年から全国の外国人用ホテルのランク付けを進めてきたが、これが1991年に一応終了した。図表1-15がその結果である。

図表1-15 星級別ホテル数 (1991年)

	中国全体			江西省		
	ホテル数	客室数	構成比	ホテル数	客室数	構成比
合計	2,130	321,116	100%	48	6,464	100%
5星	21	14,993	5%	0	0	0%
4星	48	21,375	7%	0	0	0%
3星	235	58,985	18%	3	606	9%
2星	393	56,229	18%	11	2,028	31%
1星	156	15,613	5%	1	84	1%
星なし	1,277	153,921	48%	33	3,746	58%

資料：中国旅遊年鑑

5星ホテルは1991年現在で中国全土に21あるが、このうち8軒が北京、7軒が上海、5軒が広州というように、国際線の発着の多い沿海部の大都市に集中している。内陸の江西省では3星が最高というように質的格差が大きい。また4ページの図表1-5ですでにみたように、宿泊施設の量的格差も大きい。

観光資源の分布でみたように、中国の内陸部は多数の魅力ある観光資源を抱えているが、その受け皿の整備ができていないことがわかる。

(3) 中国の宿泊施設における外資導入

中国は、1986年以降宿泊業において、積極的に外資の導入を図ってきた。現在これらの合資、合弁ホテルは、数の上ではまだ国营ホテルにおよばないものの、中国の宿泊産業の基幹へと育ちつつある。図表1-16で経営タイプ別に宿泊施設の収入をみると、合資、合作ホテルの優位性が明らかになる。

図表1-16 経営タイプ別外国人用ホテル数と収入（1991年）

		ホテル数	構成比	1989年比 増加率	客室数	構成比	1989年比 増加率	総収入 (万元)	構成比	1989年比 増加率
ホテル計		2,130	100%	19%	321,116	100%	20%	1,886,767	100%	66%
中国	小計	1,709	80%	15%	231,550	72%	12%	1,007,680	53%	51%
資本	国营	1,528	72%	15%	213,525	66%	13%	930,663	49%	50%
	合営	8	0%	-33%	1,298	0%	-39%	6,301	0%	5%
	集体	171	8%	18%	16,692	5%	11%	70,549	4%	73%
	个体	2	0%	-33%	35	0%	-43%	167	0%	-11%
外国	小計	421	20%	40%	89,566	28%	47%	879,087	47%	89%
資本	純外資	4	0%	300%	843	0%	9%	5,265	0%	-50%
	合資	202	9%	46%	48,212	15%	59%	423,271	22%	133%
	合作	215	10%	34%	40,511	13%	35%	450,551	24%	64%

資料：国家旅遊局

国营ホテルはホテル数で中国の全外国人用宿泊施設の71%、客室数では66%を占めているが、収入では49%と半分に満たない。1989年と比較すると、外資系のホテルがホテル数、客室数、収入のいずれについても、伸び率で国营企業を上回っている。こうしたことから三資企業ホテルの国营企業に対する優位性は明白である。

公共セクターの経営する宿泊施設のサービスがよくないのは世界的にみられる現象で、中国に固有の現象ではない。言葉を変えれば、宿泊業の経営に公共セクターが携わることには、限界があるともいえる。中国の場合、これまでの経緯から一朝にして国营ホテル主体の宿泊産業の体質を改めることは難しいかもしれないが、長期的には、合弁事業の推進や所有と経営の分離によって、内外の民間セクターの活力を利用する方向を目指さざるをえないだろう。

(4) 中国の宿泊業のサービス上の問題点

中国の宿泊施設の量と施設の質は近年大幅に改良された。しかし宿泊施

設経営のソフト面では、依然として以下のような多くの問題が残されている。こうした傾向は、国営ホテルで特に著しく、これが図1-16でみた収益性の低さの一因となっている。

- 従業員のホスピタリティーの欠如と基礎的な接客マナーに対する理解の不足
- 鍵をフロアごとに管理するロシア流の時代遅れな客室オペレーション
- 業務の過度の細分化に起因すると官僚的で硬直した対応
- デポジットの徴収、客室料金の前払い、客室備品の弁償料金のこれみよがしな掲示など高圧的な接客姿勢
- 客室の清掃など施設のメンテナンス能力の不足
- 優秀従業員への報償制度などを含む人事管理ノウハウの未熟さ
- 旅行会社とウォークインの宿泊者に依存する営業力の弱さ
- 客室予約ネットワークの未整備と予約の信頼性の低さ
- 旅行情報の提供機能の不足など、不十分な個人旅行者への対応

1.3.5. 中国の航空産業

国際線定期便の乗り入れは、これまで原則として沿海か国境地帯の主要都市に限られてきた。中国への国際線の乗り入れ状況は図表1-18のとおりである。

図表1-18 中国への週間国際線フライト数

	合計	日本	韓国	台湾	香港	中央ア 極東	東南ア 豪州	北米	欧州	南アジア 他
北京	178	48	0	0	29	5	26	15	36	19
大連	7	4	0	0	3	0	0	0	0	0
広州	51	0	0	0	28	0	23	0	0	0
杭州	7	0	0	0	7	0	0	0	0	0
哈爾濱	4	0	0	0	0	4	0	0	0	0
香港	1004	159	46	196	-	0	361	100	96	46
呼和浩特	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0
昆明	13	0	0	0	6	0	7	0	0	0
上海	77	32	0	0	22	0	2	18	2	1
汕頭	3	0	0	0	0	0	3	0	0	0
瀋陽	3	0	0	0	0	3	0	0	0	0
天津	8	0	0	0	8	0	0	0	0	0
烏魯木齊	4	0	0	0	0	3	0	0	1	0
廈門	33	0	0	0	21	0	12	0	0	0
西安	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0

資料：ABC World Airways Guide August 1992

中国国内で国際線の乗り入れがもっとも多いのは北京で週178便、これに上海、広州が続いている。北京はヨーロッパ便の比重が比較的高く、上海は日本と北米の比重が高い。広州は香港と東南アジア豪州地域の比重が高いが、これは距離的な要因だけでなく、東南アジアの華人の出身地が広東省と福建省に集中していることが影響していると考えられる。

実質的に中国最大の国際ゲートウェイとして機能しているのは香港であ

る。国際線の乗入れ便数は1004便/週は、北京を大幅に上回っている。中国と正式な国交のない台湾からの来訪者の唯一のゲートウェイとなっている。

内陸都市への国際線の乗り入れは当初禁止されていたが、漸次規制が緩和され、現在では香港と中国の主要都市との間に多数のチャーター便が運行されている。これらのチャーター便は省政府によって設立されたチャーター便会社が機材と乗務員を中国民航グループからリースして運行をおこなっている。これらのチャーター便は定期便ではないので図表1-18に含まれていないが、香港と省都間など区間によっては定期便並の頻度で運行されている。

香港以外では、1992年10月から名古屋-西安便の運航が開始されたことが注目される。今後、西安以外にも内陸部の大都市への国際線定期便の直接乗入れがおこなわれるものとみられる。

図表1-19は国内線の週間フライト数をみたものである。国内線の発着がもっとも多いのは広州で550便/週、これに次ぐのが北京と上海となっている。香港は、隠れた中国最大のゲートウェイ空港であり、広州空港の発着量の多さは中国各地と香港間の中継機能を果たしていることも一因であろう。

中国の国際航空ネットワークの3大ハブは香港/広州、北京、上海の3ヶ所であり、現在のところこの3地点に国際線が国際旅客を運び込み、そこから中国各地に中国民航グループ国内線で移動するというのが、現時点での主要な旅客流動となっている。

図表1-19 中国の週間国内線フライト数

空港名	便数計	空港名	便数計	空港名	便数計	空港名	便数計
広州	550	哈爾濱	57	湛江	13	日末	4
北京	445	蘭州	57	常州	12	秦皇島	4
上海	376	汕頭	42	喀什	11	齊齊哈爾	4
厦門	150	温州	42	和田	10	阿勒泰	3
成都	148	青島	33	黄山	9	包頭	3
西安	141	天津	33	梅縣	9	北海	3
杭州	116	長春	26	伊寧	9	富蘊	3
桂林	103	貴陽	26	黄岩	8	老河口	3
昆明	103	太原	25	嘉峪関	8	思茅	3
烏魯木齊	100	濟南	23	恩施	7	襄樊	3
(香港)	97	敦煌	18	連雲港	7	常德	2
深川	88	南寧	18	丹東	6	庫車	2
武漢	88	合肥	17	庫爾勒	6	柳州	2
瀋陽	83	寧波	17	沙市	6	銀川	2
大連	75	拉薩	16	宜昌	6	義烏	2
南京	70	煙台	16	吉林	5	衡陽	1
海口	64	呼和浩特	15	洛陽	5	克拉瑪依	1
長沙	61	南昌	15	海拉爾	4	慶陽	1
重慶	58	阿克蘇	14	景洪	4	西寧	1
福州	58	鄭州	14	芒市	4		

資料：中国各航空公司班機時刻表1992

1.3.6. 中国の旅行会社

(1) 中国の旅行会社の分類

中国の旅行会社は一類、二類、三類の3種類に分けられている。このうち海外から直接業務を受注できるのが一類旅行会社のみであり、二類旅行会社はツアーのオペレーションはできるが、外国の旅行会社との直接の取り引きはできず、一類旅行会社の下請け的な業務を行なうことが多い。三類旅行会社は国内旅客のみを取り扱うことができる。各類の旅行会社はいずれも全民所有制企業(公営企業)であることが定められている。

図表1-17でみるように、1991年現在で中国全土に旅行会社は1561社存在する。このうち一類旅行会社は73社、二類旅行会社は738社、三類旅行会社は750社となっている。1990年から国家旅遊局の指導で、一社が複数の名義を持っているものや経営状態の悪いものが統廃合されたため、91年になって総数がやや減少した。しかし減少したのは二類旅行会社のみであり、一類旅行会社と二類旅行会社は逆に増加している。

図表1-17 タイプ別旅行会社数

	1988年	1989年	1990年	1991年	88年比 増加率
合計	1,573	1,617	1,603	1,561	-1%
一類旅行社	44	61	68	73	66%
二類	811	834	834	738	-9%
三類	718	722	701	750	4%

資料：国家旅遊局

(2) 旅行会社の分社化と手配ネットワーク

中国の代表的な旅行会社としては、中国旅行社、中国国際旅行社、中国青年旅行社などがある。以前は、訪日外国人の旅行手配は中国国際旅行社一社が独占していたが、対外開放、経済改革政策の流れの中で、多数の旅行会社のインバウンド市場へ参入した。一方、国際旅行社などかつて全国をカバーする手配ネットワークを持っていた旅行会社が、独立採算制の無数の支社に分裂し、その支社同志が競合するようになった。

その結果、競合という市場原理が旅行業界に導入され、サービスのレベルが上がった反面、かつては全国をカバーしていた手配ネットワークが分断されることにもなった。現在では、外国の旅行会社から旅行手配業務を受注した中国の一類旅行会社（外連会社と通称する）が、自社の所在地以外の手配を、提携関係にある他の旅行会社の下請けに出すという形で手配を行なっている。

こうした旅行手配の地方分権制が成立した背景には、飛行機や列車、船の現地発の予約が現地でないといけない中国の運輸業界の特殊事情が反映しているものと思われる。しかしこうした手配方法のため、現地に到着するまで宿泊ホテルやフライトがわからない、食事のメニューコントロール(同じメニューが連続しないように食事手配の配慮をすること)などきめ細かな手配ができない、市場からのフィードバックが末端の旅行会社に十分

に伝わらないなど、情報の流通面で多くの問題点がある。

同一地域内に、全国レベルの手配能力を持つ複数の旅行会社が競合するような形に旅行業界が再構築されることが、長期的には必要である。またこのような形に旅行業界が再編成されていくのは、規模の経済が追及される市場経済下では必然的な流れでもあろう。

(3) 旅行会社の機能に関する問題点

旅行会社による運輸機関の発券機能が非常に限られ、またチケットの発券は原則として発地でしか行なえないため、旅行者は旅行先で指定された場所にチケットを受け取りに行かなければならない。運輸機関側にはチケットを旅行会社に代売させて売り上げを伸ばすという考え方が欠如しており、旅行会社に販売手数料が支払われていない。旅行会社は旅行関連サービスの流通機構であるはずだが、運輸機関などのサービス商品を仕入れる能力が不十分である。言葉を変えれば、運輸機関側は提供するサービスの流通を組織内に抱え込もうとする意識が強く、これが旅行会社の仕入れ能力の向上を妨げている。

こうした事情によって中国では旅行手配の効率が著しく低い。中国内を旅行することの難しさの一因は、こうした旅行会社の手配能力の低さにも関連している。

(4) 非旅行会社による旅行手配

中国では非旅行会社による観光ツアーの催行がかなり一般的におこなわれている。これは組織や団体が所有する車を、そのメンバーや関係者の観光用に利用するもので、旅行費用が徴収されている場合もあるといわれる。これは宿泊業の場合と同様に、「単位」内部に旅行会社機能が抱え込まれていることを示す。

1.3.7. 中国内の旅行環境の問題点

中国を旅行するときの問題点として、一般に以下のことがあげられる。

予約ネットワークの不備とチケット購入の難しさ

旅行会社に関連してふれたように、観光関連サービスの予約発券ネットワーク、つまりサービスの流通機構の未整備が、中国内を旅行することを他の国に比べて、格別に難しくしている。国内線の航空便を予約する際にパスポートや身分証明書のコピーが必要なことも、旅行者の便宜を大きく損ねている。

こうした予約発券ネットワークの欠如は、観光産業発展の障害だけでなく、ビジネス活動の制約条件ともなり、中国経済発展の足を引っ張りかねない。

直接チケットを購入する場合は、窓口の係員の接客態度が劣悪である。

「誘客情報」の不足

旅行情報はを、交通機関の乗り換えや観光地への移動方法を示す「誘客情報」と、観光資源の由来などを記す「観光情報」に分けられる。中国の場合は、後者は比較的整備されているが、前者の誘客情報の不足が目立つ。公的機関が経営する非営利の旅行情報提供機関(ツーリストインフォメーション)が存在せず、ツアーに参加せずに観光をおこなうことは容易ではない。

一般に交通機関は乗り換え情報の提供が不十分なだけでなく、他の交通機関への乗り換への便宜を考えてターミナルが設計されていない場合がしばしばみられる。特に民間経営のバスやミニバスとの連携がないがしろにされている。

歩く環境の整備の不足

観光資源の存在が点的で、それらを結んだ徒歩による周遊ルートの形成や、観光空間としての面的な整備がおこなわれている例があまりない。これは前述のように、教養周遊型団体旅行を重視してきたことの弊害であろう。

公共の場所の不潔さ

中国内のホテル、観光施設、トイレ、運輸機関の待合室、座席、床などが、外国人の感覚からすれば、いずれも不潔である。

個性の乏しい土産物店

中国の土産物店の品揃えが、全国どこにいてもそれほど大差がなく、地方性に乏しい。またデパート的な店構えのものが多く、店自体が観光資源であるような伝統的な建物の中でのショッピングの機会が少ない。

個性に乏しい宿泊施設

施設のよい宿泊施設の数は急激に増えたが、個性に乏しく画一的な印象は依然として強い。たとえばバンコクのオリエンタルホテルや香港のペニンシュラホテルのようにブランドイメージが高いホテルが中国には存在しない。その原因として「近代的」な高層建築を偏重し民族的意匠を軽視しすぎる傾向があることと、独自のイメージを打ち出すための意図的なマーケティング努力がホテル側に不足していることがあげられよう。

2. 現状と課題

2.1. 九江市の旅行者

2.1.1. 九江市の旅行需要

九江市と廬山は、現在は国内旅行者主体の観光地である。国内旅行者に関する統計は存在しないが、観光関係者からのヒアリングから、91年に九江市・廬山を訪れた国内旅行者の数は約300万人と推計される。国内旅行需要は、改革開放政策の下に1980年代に入って急拡大した。

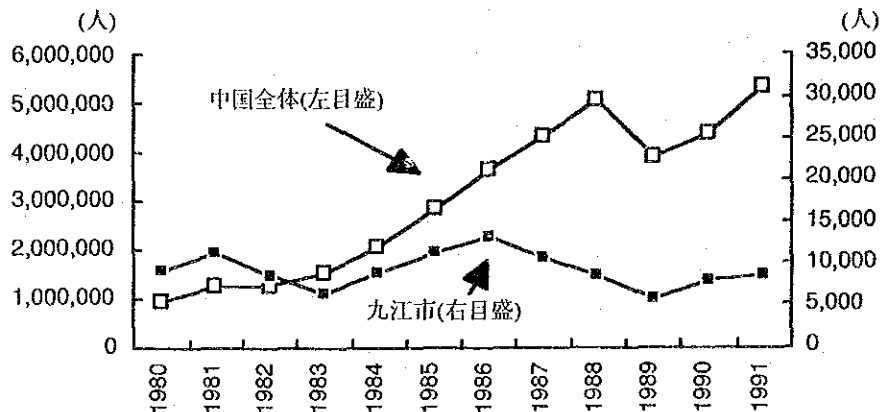
国際旅行市場は、図表1-20と21でみるように、国内市場とは対照的に過去10年間1万人前後で横ばい状態が続き、中国の国際旅行市場の発展から取り残された形になっている。

図表1-20 九江市への国際観光客数と観光収入

	来訪者総数 (人)	対前年 増加率	外国人 対前年 増加率	港澳台華僑 対前年 増加率	観光外貨収 入(元)	対前年 増加率
1980	9,100	-	3,420	-	233,000	-
1981	11,400	25%	2,814	-18%	292,000	25%
1982	8,670	-24%	2,780	-1%	271,000	-7%
1983	6,285	-28%	3,902	40%	260,000	-4%
1984	8,701	38%	2,848	-27%	280,000	8%
1985	11,359	31%	2,038	-28%	640,000	129%
1986	13,132	16%	1,893	-7%	1,530,000	139%
1987	10,706	-18%	2,431	28%	1,210,000	-21%
1988	8,468	-21%	2,158	-11%	1,380,000	14%
1989	5,695	-33%	1,168	-46%	743,500	-46%
1990	7,765	36%	1,865	60%	1,402,000	89%
1991	8,481	9%	1,981	6%	2,176,900	55%

資料：九江市旅遊局

図表1-21 九江市と中国への国際旅行者数の推移



資料：国家旅遊局、九江市旅遊局

2.1.2. 九江市の旅行者の来客源

国内旅行者数が九江市内への宿泊者を含めて300万人に達し、国内市場の比重が圧倒的に大きいことはすでに触れた。宿泊施設へのヒアリングの結果、上海と武漢を含む長江沿江の都市と湖南、浙江、福建、広東といっ

た中国南部の諸省からの比重が高いことが確認された。つまり誘客圏が南方に偏っていることを特徴としている。

国際旅行者は、その国籍別内訳を図表1-22で見ると、香港澳門からの来訪者が50%を占め、台湾が26%でこれに続いている。4ページの図表1-16の入込パターンに従うと、典型的な「港澳台主体型」に分類される。中国全体の統計と比較するために、外国と台湾からの来訪者をあわせて構成比をみると、台湾が52%、日本が25%で群を抜き、以下大きく遅れてアメリカ、シンガポール、タイの順になっている。図表1-4でみた中国全体の構成比と比較すると、台湾と日本のシェアが相対的に高く、それ以外の国からの旅行者が少ない。

図表1-22 九江市への来訪者の国籍別内訳

	1985年	1990年	1991年	構成比 1991年	構成比 (外国人と 台湾)	91/85-1
合計	11,359	7,765	8,481	100%	100%	-25%
香港澳門	9,152	3,184	4,256	50%	-	-53%
台湾	-	2,664	2,164	26%	52%	-
日本	1,071	1,028	1,048	12%	25%	-2%
アメリカ合衆国	591	205	186	2%	4%	-69%
シンガポール	18	133	122	1%	3%	578%
タイ	60	67	87	1%	2%	45%
カナダ	18	28	83	1%	2%	361%
オーストラリア	14	76	65	1%	2%	364%
イギリス	23	65	59	1%	1%	157%
ドイツ	14	18	50	1%	1%	257%
フィリピン	30	38	33	0%	1%	10%
フランス	11	33	27	0%	1%	145%
CIS	0	10	20	0%	0%	-
その他	188	164	201	2%	5%	7%
華僑	169	52	80	1%	-	-53%

注：台湾から中国への香港経由の渡航が自由化されたのは1987年以降であり、それ以前の渡航者は非常に稀であったと推測される。

資料：九江市旅遊局

このようにみえてくると、九江市の特徴として、まず国内旅行者に需要が偏り国際市場が未発達であること、国際市場の中では一部の国に来訪源が偏っていることが指摘できる。中国観光全体としては、前述したように来訪源の多様化が進んでいるが、九江市の観光はこの流れからも取り残されている。

2.1.3. 九江市の旅行者の滞在日数と消費額

国内旅行者の滞在日数と消費額については、信頼すべきデータが存在しない。廬山山上のホテルのヒアリングによれば、国内旅行者の滞在日数は2日前後が多い。

国際旅行者数に関しては図表1-23でみるように、平均滞在日数1.4日、1日当りの支出が33ドルとなっている。平均滞在日数、1人1日当りの外貨

収入においても、全国平均、江西省の平均を下回っている。平均滞在日数1.4日というのは、廬山というリゾートを擁していることを考えれば、あまりに短いといえる。

図表1-23 国際観光客の平均滞在日数と1日当りの観光収入(1991年)

	全国	北京	江西省	九江市
国際旅行者数	33,349,761	1,321,464	36,989	8,481
平均滞在日数	2.1	3.5	1.7	1.4
外貨収入(1000\$)	2,849,760	850,000	5,540	389
国際旅行者1人1日 当り外貨収入(\$)	41	184	88	33

注： 九江市の外貨収入は1ドル=5.9元としてドルに換算した。
 全国の一当り外貨収入が少ないのは、日帰り旅行者を含むためである。
 なお全国の数値は全体の84%と推計される日帰り客のデータを含んだものであり、1990年におこなわれたアンケートによる調査では、宿泊旅行者の平均滞在日数は10.3日、一日あたりの支出は93ドルであった。

資料： 国家旅遊局、中国旅遊年鑑、九江市旅遊局

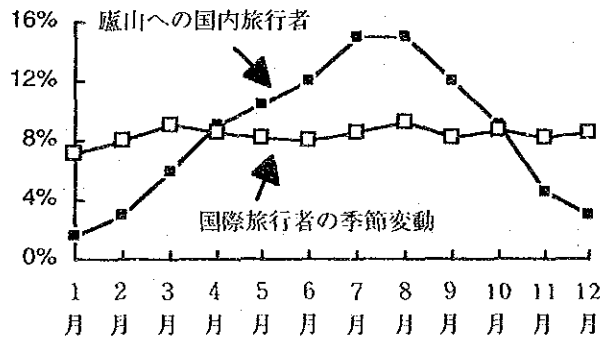
2.1.3. 九江市の旅行者の季節変動

九江市、特に廬山への国内旅行者の入込は季節変動が顕著である。需要は夏期に集中し、特に8月には過剰入込気味となり、有名な観光スポットの混雑や上水の不足が例年問題となる。

国内旅行者、国際旅行者ともに季節変動に関する統計が存在しないが、関係者らへのヒアリングから、国際旅行者の季節変動は国内旅行者ほど顕著ではない。

統計数値に基づいたものではないが、こうした状況を図表1-24に示した。

図表1-24 九江市への来訪者の季節変動



注： 廬山への国内旅行者の季節変動は廬山山上の宿泊施設からのヒアリングに基づいて作成。国際旅行者の季節変動は中国への来訪者全体の変動。

資料： 中国旅遊年鑑1992、JICA調査団

2.1.4. 九江市の旅行需要の質的特徴

公費による会議参加者の比重の高さ

国内旅行者のかなりの部分を、廬山で開催される会議、セミナー、展示会等各種コンベンションへの参加者が占めている。廬山の主要ホテルのヒアリングによれば、こうした法人需要の比率が7割から8割に達する(観光客は安価な招待所を利用する傾向が強いため、この比率が廬山来訪者全体を代表するものではない)。過去に中国共産党の重要な会議が廬山で開催され、会議開催地としての知名度が高いこと、共産党関連の史跡が廬山とその周辺に分布することが公費の旅行をする口実として利用しやすいことが、大きな要因となっているものと推測される。

冬期の雪見とバードウォッチングツアー

冬期に台湾や香港、東南アジア方面から「雪見」ツアーがおこなわれている。これは廬山がこれらの地域からもっとも近い、雪見のできる観光地となっているためである。鄱陽湖のバードウォッチングも冬期がシーズンとなっている。

廬山を訪れるツアーの総旅行日数の長さ

廬山を訪問する国際市場のツアーは、総旅行日数の長いものが多い。これが廬山の国際市場における低迷の一因である。廬山を訪問するプライオリティーがそれほど高くないこと以外に、交通条件の悪さが影響しているものと思われる。杭州から黄山経由で江西省を訪れるツアーの多くは、日程の関係で、景德鎮から引き返している。

2.2. 九江市の観光資源と観光ネットワーク

2.2.1. 観光資源

(1) 九江市の観光資源

九江市内の国家級の観光資源は、廬山(風景名勝区)、鄱陽湖鳥類保護区(自然保護区)、観音橋(重要文化財)、白鹿洞書院(重要文化財)、東林寺(重要寺院)、能仁寺(重要寺院)、雲居山真如寺(重要寺院)である。図表1-25でみるように、江西省内には国家級の観光資源が23箇所あるが、そのうち7ヶ所が九江市内にある。

図表1-25 江西省内の観光資源

指定の種類	名称	所在地	タイプ
風景名勝区	廬山風景名勝区	九江市	山岳、滝、歴史
	井岡山風景名勝区	井岡山市	山岳、湖、歴史
	龍虎山風景名勝区	貴溪県	山岳、宗教
	三清山風景名勝区	玉山県、徳興市	山岳
自然保護区	鄱陽湖鳥類保護区	永修県、星子県	自然公園
歴史文化都市	南昌市	南昌市	歴史
	景德鎮市	景德鎮市	歴史、文化
重要文化財	"八一"起義総指揮部旧址	南昌市	歴史
	井岡山革命遺址	井岡山市	歴史
	瑞金革命遺址	瑞金県	歴史
	湖田古瓷窯遺址	景德鎮市	歴史
	観音橋	星子県	建築
	白鹿書院	九江市	宗教、建築
	上饒集中營旧址	上饒市	歴史
	寧都起義指揮部跡	寧都県	歴史
	安源工人俱樂部旧址	萍郷県	歴史
	貢州市通天岩石窟	貢州	宗教、歴史
祥集弄民居	景德鎮市	建築	
重要寺院	東林寺	九江市	宗教
	能仁寺	九江市	宗教
	真如寺	九江市	宗教
	浄居寺	吉安市	宗教
	龍虎山天師府	貴溪県	宗教

資料: 華藤旅遊大鑑、中国旅遊年間

九江市内では91箇所の観光資源がリストアップされた。この数値は調査団が市場性を持ちうると判断したもののみを数えたものである。観光資源のタイプ別観光資源数は図表1-26のとおりである。

図表1-26 九江市内のタイプ別観光資源数

自然観光資源	箇所数	人文観光資源	箇所数
滝	5	宗教	9
溪流	7	歴史	16
湖	4	文化	0
山岳/高原	5	建築物	9
奇岩	5	都市/村落景観	2
洞窟	4	祭	0
展望地点	3	名物/名産	9
水中景観	0	市場/商店街	0
浜辺	0	庭園/公園	4
温泉	1	観光施設	-
自然公園	1	娯楽施設/ホース	1
スポーツ適地	0	文化施設	6
		合計	91

調査対象地域内で観光資源がもっとも集積しているのは廬山北山の山上で、自然観光資源、人文観光資源と観光施設がバランスよく分布している。廬山山上の観光的魅力度は群を抜き、九江市の観光の中核であり、国際的な誘客力を備えている。星子県の廬山南山山麓には、秀峰や白鹿洞書院、観音橋などの観光資源が分布している。現状では北山山上の観光資源との連絡がなく、単独の観光資源として存在しているが、将来的には山上と一体化した観光地となるように整備を進めていくべきである。

廬山以外では、九江市区に烟水亭、能仁寺など人文観光資源の集積がみられる。九江市区の観光資源は単独では誘客力を持たないが、廬山からの日帰り観光地として利用することが可能であろう。

図表1-27から29は九江市の観光資源の一覧表とその分布である。

図表1-27 九江市の観光資源一覧表

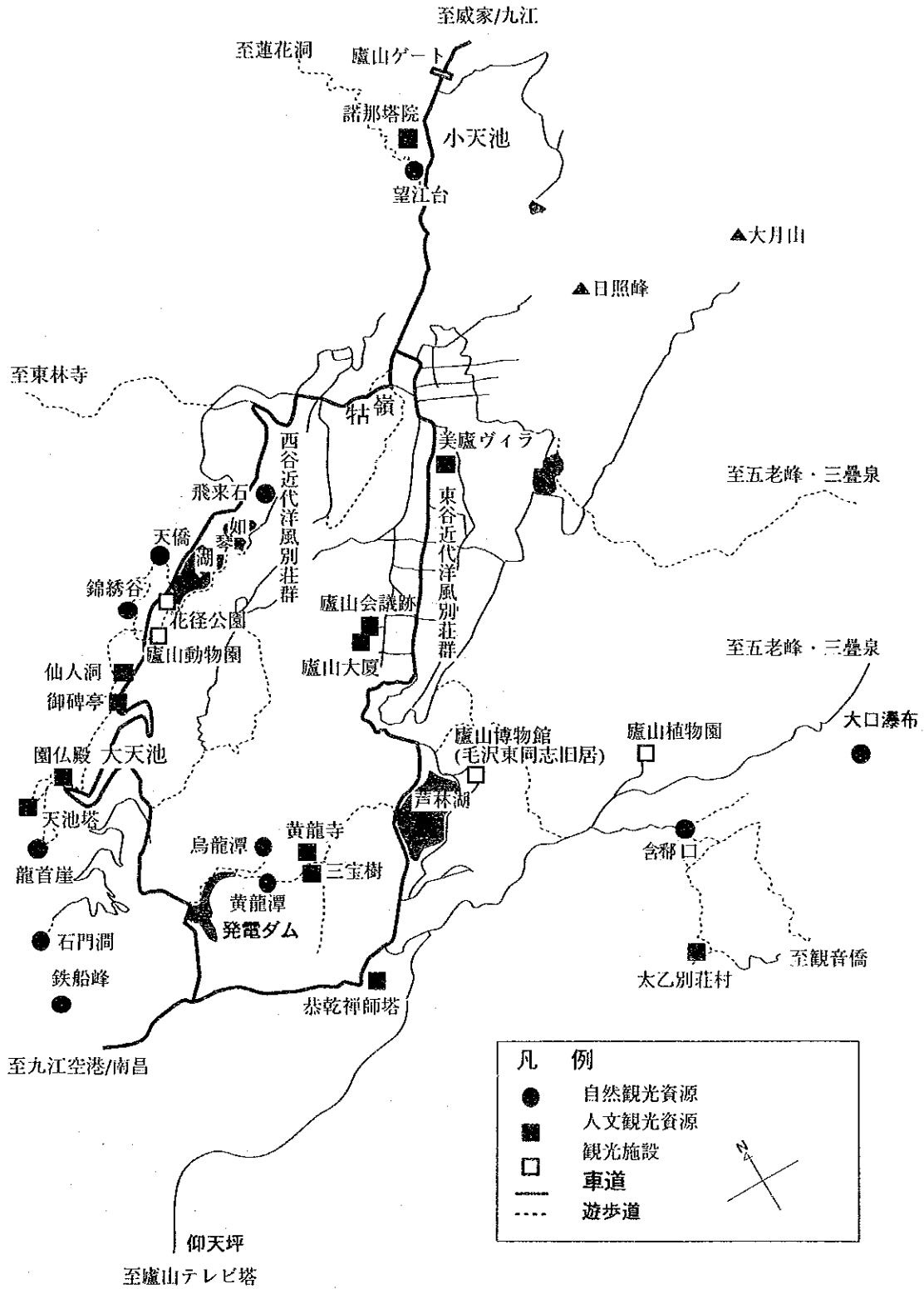
名称	所在地	大分類	小分類	補助的魅力	備考
廬山風景名勝区	廬山管理局	-	-		国家級風景名勝区
三疊泉	廬山管理区	自然	滝		
大口瀑布	廬山管理区	自然	滝		
秀峰馬尾瀑布	星子県	自然	滝		
秀峰廬山瀑布	星子県	自然	滝		
玉簾泉	星子県	自然	滝		
碧龍潭	廬山管理区	自然	溪谷		
烏龍潭	廬山管理区	自然	溪谷		
黄龍潭	廬山管理区	自然	溪谷		
石門澗	廬山管理区	自然	溪谷		
錦秀谷	廬山管理区	自然	溪谷		
秀峰	星子県	自然	溪谷		
康王谷	星子県	自然	溪谷		
如金湖	廬山管理区	自然	湖		
芦林湖	廬山管理区	自然	湖		
甘棠湖	九江市区	自然	湖		
拓林水庫	武寧県	自然	湖		
五老峰	廬山管理区	自然	山岳		
漢陽峰	廬山管理区	自然	山岳		
双剣峰	廬山管理区	自然	山岳		
香炉峰	廬山管理区	自然	山岳	歴史	
鉄船峰	廬山管理区	自然	山岳		
飛來石	廬山管理区	自然	奇岩		
天橋	廬山管理区	自然	奇岩	歴史	
龍首崖	廬山管理区	自然	奇岩		
落星石	星子県	自然	奇岩		
鞋山(大孤山)	湖口県	自然	奇岩	歴史	
獅子洞	九江県	自然	洞窟		
涌泉洞	九江県	自然	洞窟		
龍宮洞	彭澤県	自然	洞窟		
玉壺洞	彭澤県	自然	洞窟		
含鄱口	廬山管理区	自然	展望地点		
望江亭	廬山管理区	自然	展望地点		
小孤山	彭澤県	自然	展望地点		
星子温泉	星子県	自然	温泉		
鄱陽湖鳥類保護区	永修県	自然	自然公園		国家級自然保護区

図表1-27 九江市の観光資源一覧表(続き)

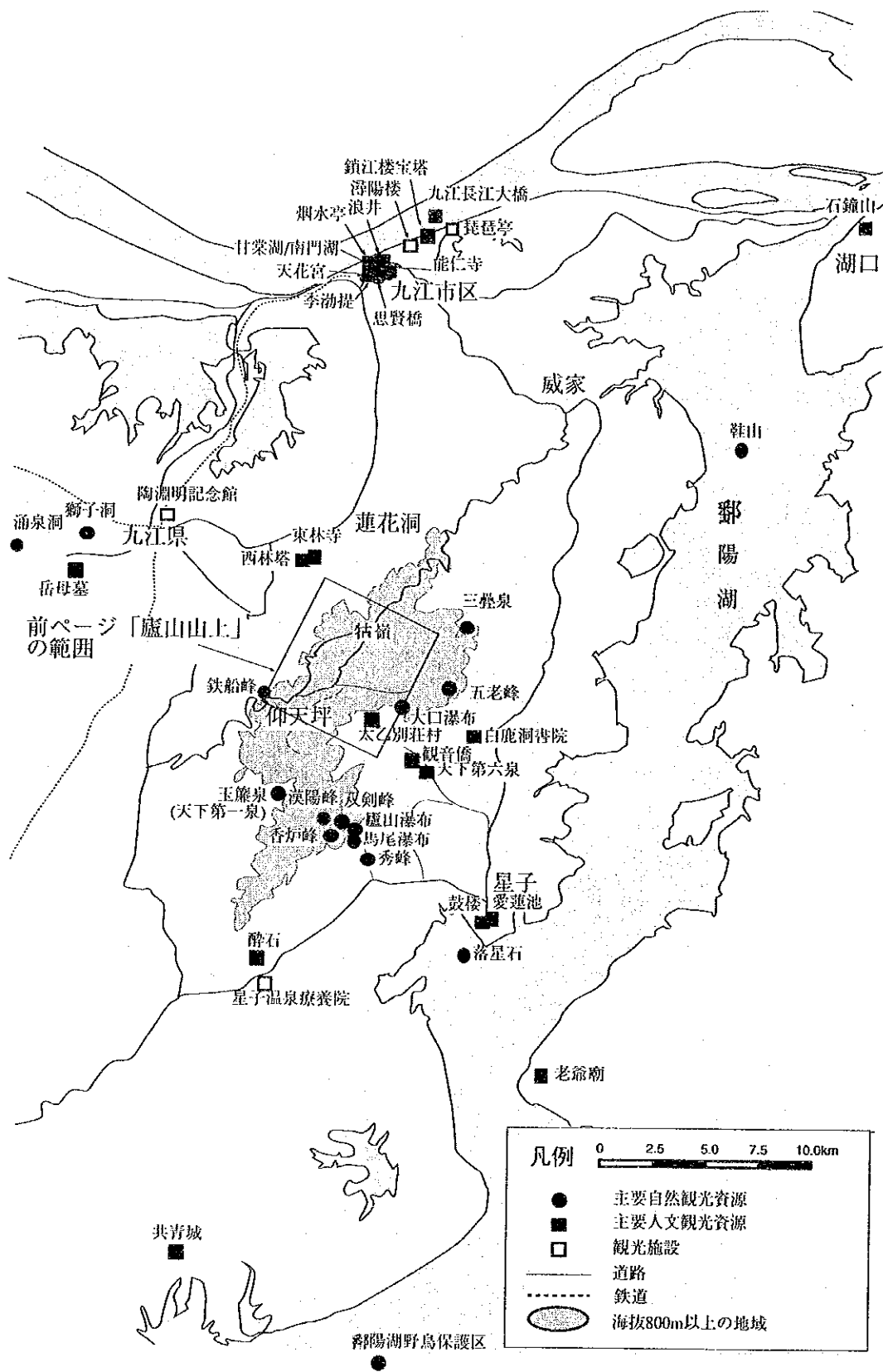
名称	所在地	大分類	小分類	補助の魅力	備考
門仏殿	廬山管理区	人文	宗教		
諾那塔院	廬山管理区	人文	宗教		
仙人洞	廬山管理区	人文	宗教		
黃龍寺	廬山管理区	人文	宗教		
白鹿洞書院	廬山管理区	人文	宗教	建築	国家級重要文化財
能仁寺	九江市區	人文	宗教	建築	国家級重要寺院
簡寂觀	星子縣	人文	宗教		
雲居山真如寺	永修縣	人文	宗教		国家級重要寺院
太平山	武寧縣	人文	宗教		
廬山會議跡	廬山管理区	人文	歴史		
廬山大廈	廬山管理区	人文	歴史	建築	
三寶樹	廬山管理区	人文	歴史		
美廬別荘	廬山管理区	人文	歴史	建築	
御碑亭	廬山管理区	人文	歴史		
恭乾禪師塔	廬山管理区	人文	歴史		
浪井	九江市區	人文	歴史		
東林寺	九江縣	人文	宗教		国家級重要寺院
岳母墓	九江縣	人文	歴史		
岳妻墓	九江縣	人文	歴史		
天下第一泉	星子縣	人文	歴史	溪谷	
天下第六泉	星子縣	人文	歴史		
醉石	星子縣	人文	歴史		
梟陽城	都昌縣	人文	歴史		
銅嶺鋌山冶金遺跡	瑞昌縣	人文	歴史		
山背新石器遺跡	修水縣	人文	歴史		
天地塔	廬山管理区	人文	建築	宗教	
烟水亭	九江市區	人文	建築	歴史	
鎮江樓寶塔	九江市區	人文	建築		
天花宮	九江市區	人文	建築	宗教	
九江長江大橋	九江市區	人文	建築		
西林塔	九江縣	人文	建築	宗教	
觀音橋	星子縣	人文	建築物		国家級重要文化財
鼓樓	星子縣	人文	建築物	歴史	
老爺廟	都昌縣	人文	建築		
廬山近代洋風別荘群	廬山管理区	人文	都市/村落景観		
天乙別荘村	星子縣	人文	都市/村落景観	建築	
三石料理	廬山管理区	人文	名物/名産		
雲霧茶	廬山管理区	人文	名物/名産		
潯陽魚席	九江市區	人文	名物/名産		
九江封缸酒	九江市區	人文	名物/名産		
九江桂花酥糖	九江市區	人文	名物/名産		
金星硯	星子縣	人文	名物/名産		
石鐘山	湖口縣	人文	展望地点	建築、歴史	
共青城	德安縣	人文	名物/名産	文化	
修水茶	修水縣	人文	名物/名産		
花徑公園	廬山管理区	人文	公園/庭園	歴史	
翠竹院	九江市區	人文	庭園		
愛蓮池	星子縣	人文	庭園		
都昌南山	都昌縣	人文	公園		
星子温泉療養院	星子縣	觀光施設	娯楽施設		
廬山植物園	廬山管理区	觀光施設	文化施設		
廬山博物館	廬山管理区	觀光施設	文化施設	歴史	
廬山動物園	廬山管理区	觀光施設	文化施設		
琵琶亭	九江市區	觀光施設	文化施設		
潯陽樓	九江市區	觀光施設	文化施設		
陶淵明記念館	九江縣	觀光施設	文化施設		

資料：九江市旅遊局、江西省旅遊局、華東旅遊大全

図表1-28 廬山山上の観光資源



図表1-29 九江市区周辺の観光資源



(2) 廬山の特徴と比較優位性

廬山は古来から山水の魅力具备了中国の伝統に沿った名勝として知られ、多くの文人墨客、僧、武人などを魅きつけてきた。山麓、五老峰や龍首崖、秀峰、大天地、小天地などが、こうした廬山が本来備えていた、中国的な観光資源群である。

しかし清代末以降、中国在留の西洋人による避暑地としての観光開発を受けたことが、廬山に他の中国の山岳観光地にはない独特の個性をもたらすことになった。石造のクラシックな別荘群が緑の中に点在する現在の廬山山上の景観はこの時代に形成されたものだが、1960年代以降の世界的なマスツーリズムの大波に飲み込まれなかったことが幸いして、上海のハイカラさに通じる古きよき避暑地の面影を現在も留め、それが廬山のもうひとつの観光的魅力となっている。

さらに、こうして西洋人によって開発されたりゾート廬山に、中国の近現代史を彩る多数の政治家や軍人が滞在した。彼らの足跡は廬山の新しい観光資源となり、国内観光客の誘客に大きな影響力を持っている。美廬別荘や廬山会議跡がこうした観光資源の典型である。

なお観光資源のリストには掲載されていないが、近年の国際観光の進展によって、廬山の「雪」が観光資源として認識されるようになってきている。これは廬山が、台湾や香港マカオ、さらにはASEAN地域からもっとも近い雪見の名所のひとつであることによっている。

廬山の他の山岳観光地と比べた比較優位点は、よく開発され、人が快適に滞在できる点にある。山上に旅行者に各種のサービスを提供する特嶺という市街地を抱えているため、1000mを越す高山の山上でありながら、旅行者は都市的な快適性を享受することが可能である。大自然の迫力という点に関しては黄山などの後塵を拝する面もあるが、廬山のこうした親しみやすさは、これを補って余りあるものといえる。

図表1-30は、以上でみてきた廬山の特徴をより明確にするため、中国の代表的な山水型観光地である黄山との比較を試みたものである。

黄山は山岳美と麓の古建築群を2本の太い柱とする比較的単純な構造を持った名勝型の観光地である。これに対して廬山は、山岳美を核に、その周囲に滝、洞窟など多様な自然観光資源と、寺院や歴史的建造物などの人文観光資源、博物館などのさまざまな観光施設が重層化した複合型の観光地である。観光地のイメージとしては、土俗的な香りの強い黄山に対して、廬山はいわば「古典的洋」の観光地である。また黄山は周遊旅行向きの名所型観光地にすぎないが、廬山はすでに滞在型観光に対応しうる観光空間を備えている。また山上へ受入れ可能な旅行者数(環境容量)は廬山のほうがはるかに多いことにも注目する必要がある。

図表1-30 廬山と黄山の比較対照表

	廬山	評価	黄山
来訪者数	8,461	<<	121,364
観光地のイメージ	洋風		国風 (民俗的要素が強い)
観光地の性格	複合型 (各種の中小観光資源が狭い範囲に集積)		山岳美と古い町並みの2本立て
観光地としての歴史	古い (20世紀初頭)		新しい(1980年代)
リゾート性	アトラクションが多く、滞在型観光に適する	>>	名勝型観光地でリゾート性は今のところ弱い
交通条件総合評価		<	
航空ネットワーク	北京・上海・広州/週14便	<	北京・上海・広州/週15便。その他チャーター便あり。
空港からのアクセス	南昌空港から山上まで4時間/九江空港から1時間	<	屯溪空港から山麓まで2時間
有力な近隣観光地	景徳鎮	<<	杭州、千島湖、上海、九華山
宿泊施設総合評価		=	
施設	風格のある建物が多い。	>>	施設面ではこれといった特徴がない。
サービス、マネージメント	サービス、建築物のメンテナンスで問題あり	<	サービス面で廬山に優る
観光資源			
滝	三疊泉、秀峰	>>	
溪谷	龍潭など	>	
湖	鄱陽湖	>>	
山岳/高原	廬山	<	黄山
奇岩		<	飛來石など
洞窟	龍宮洞など	>	
展望地点	大天地、小天地など	=	
温泉	山麓の温泉	>	
自然公園	廬山	=	黄山
スポーツ適地			
宗教聖地	東林寺、仙人洞など	>	雲谷寺
歴史	花徑公園、廬山会議跡など多数	>>	
文化		>	
建築物	烟水亭、美廬別荘など多数	>>	
都市/村落景観	廬山別荘群	<	古民家集落、屯溪の老街
祭			
名物料理/名産品	雲霧茶、鴨鴨のダウン、三石料理	=	毛峰茶、キーン紅茶、文房四峰
市場/商店街		<<	老街
娯楽施設/サービス			
文化施設	廬山植物園、廬山博物館	>>	
公園/庭園	花徑公園	>	

資料：JICA調査団、国家旅遊局

交通条件は現在ではほぼ互角に近くなっているが、91年までは国際旅行者のゲートウェイである上海、広州と南昌の間にデイリーのフライトがなかったことが廬山の大きな弱点となっていた。また黄山は杭州という大観光地から比較的近いことが、誘客上有利に働いている。

国際旅行者数では黄山が廬山を大幅に上回っているが、この理由として、黄山に立地するある合資ホテルのサービスのレベルの高さをあげる旅行会社が多かった。現在の廬山と黄山の差は、観光資源の魅力の差というより観光関連サービス業のレベルの違いに起因する部分が多いといえよう。

2.2.2. 廬山からの一日観光圏

九江市のメインとなる宿泊地である廬山から片道3時間以内に到達できる範囲を、一日観光圏とした。図表1-31に現在と将来の道路計画が完成したときの一日観光圏の範囲を示し、その範囲内にある観光資源の分布を示した。

湖口県には長江と鄱陽湖沿いに石鐘山、大孤山(鞋山)、小孤山といった観光資源の集積がある。鄱陽湖鳥類保護区は現状ではアクセスにやや難があるが、冬期がバードウォッチングのシーズンとなるので、廬山のシーズンオフ対策として重要である。共青城は野鳥保護区に近く、産業観光の対象として適している。これらの観光地は、いずれも廬山と対照的な水辺の観光地であり、山と滝の観光地である廬山の補完性という観点から開発を進めることが必要である。これらの観光地はいずれも船によって訪問することが可能であることにも注目する必要がある。

湖口県の竜宮洞と玉壺洞、九江県には獅子洞と涌泉洞という二つの鍾乳洞があるが、この中では竜宮洞が比較的規模が大きく、魅力度が高い。

道路条件が改善されたときに、新たに日帰り圏に入る観光地の中では、国家級歴史文化都市である景德鎮市の存在が特に注目される。

2.2.3. 周辺観光地との広域観光観光ルート

複数の観光地を結びつけ広域観光観光ルートを形成することによって、観光ルート全体としての誘客力を強化することができる。この手法は周遊範囲の広い国際旅行者に特に有効である。

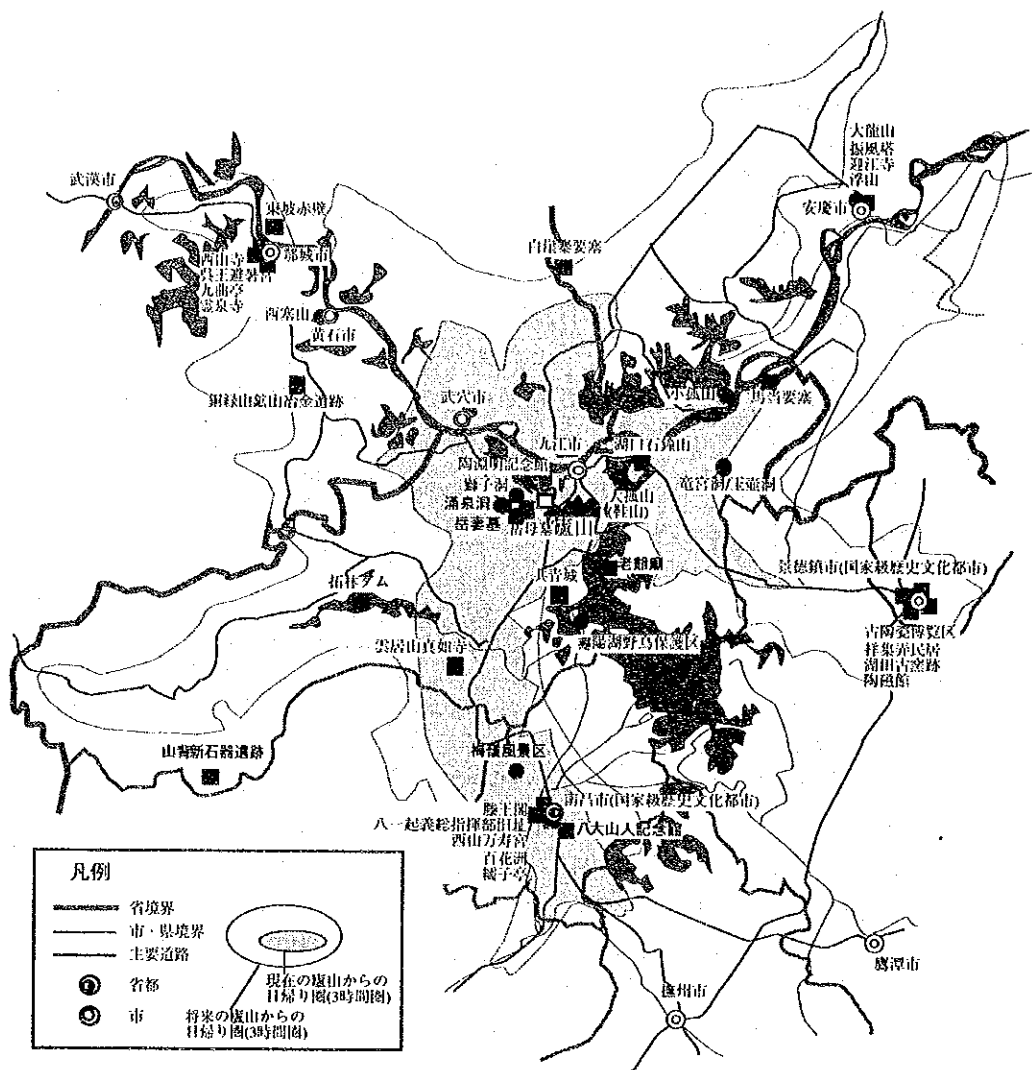
観光ルート形成のための条件としては、1)宿泊地間の移動時間が8時間以内で、2)大型バスが通行できる道路が整備され、3)一日に最低一ヶ所は観光があること、を目安にした。観光ルート内に魅力度の高い観光地が多く、また観光の密度が高いほど、よい観光ルートであることはいままでのない。広義には飛行機を利用したものも広域観光ルートだが、廬山を訪れるツアーのほとんどはバスか列車によって観光地間を結んでいるので、陸路の観光ルートのみを検討の対象とした。

廬山周辺の主要観光地と、計画中の高速道路計画が完成したときの廬山からの所要日数を図表1-32に示した。

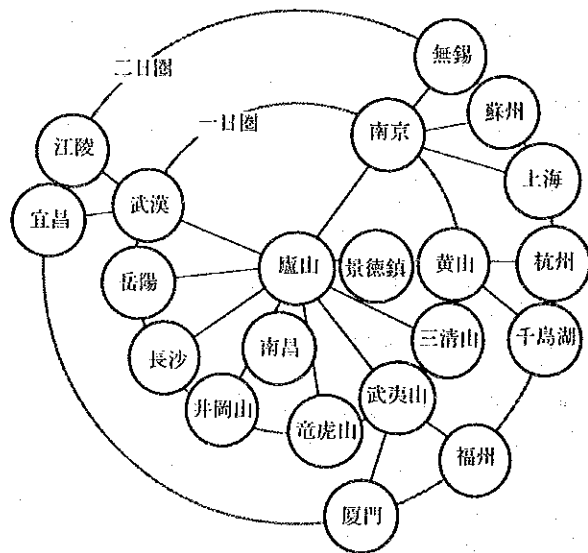
現在ツアー等で実際に利用されている既存の観光ルート、および計画されている高速交通体系が整備された場合に観光ルートとなりうるものは以下のとおりである。

- 杭州(千島湖)-黄山-景德鎮-廬山
- 厦門(福州)-武夷山-竜虎山-(三清山)-廬山
- 三峡下り-宜昌-江陵-武漢-廬山
- 武漢-岳陽-(長沙)-南昌-廬山
- 上海-蘇州-無錫-南京-廬山

図表1-31 廬山からの一日観光圏



図表1-32 廬山を中心とした広域観光ネットワーク



これらの観光ルートのうち、もっとも観光密度が高く、魅力度の高いのは杭州－黄山－景德鎮－廬山ルートである。人文観光資源と自然観光資源、ショッピングと、旅の魅力のバラエティーに富んでいることが強みであり、この中ではもっとも広範な客層にアピールする観光ルートといえる。現在は日程短縮のために、杭州－景德鎮のみで終了するツアーも多いが、道路整備による黄山-廬山間の移動時間の短縮によって、現在景德鎮で宿泊している旅行者を廬山まで呼び込むことが可能となる。

また長期的には、内陸地域の中心都市への国際線乗入れがおこなわれることが予想されるが、その第一候補にあげられるのが武漢であろう。したがって、三峡下りや三国志関連の史跡との連携以外に、武漢をゲートウェイとした国際観光ルートの形成という観点からも、武漢との陸路による時間距離を短縮する努力が必要である。

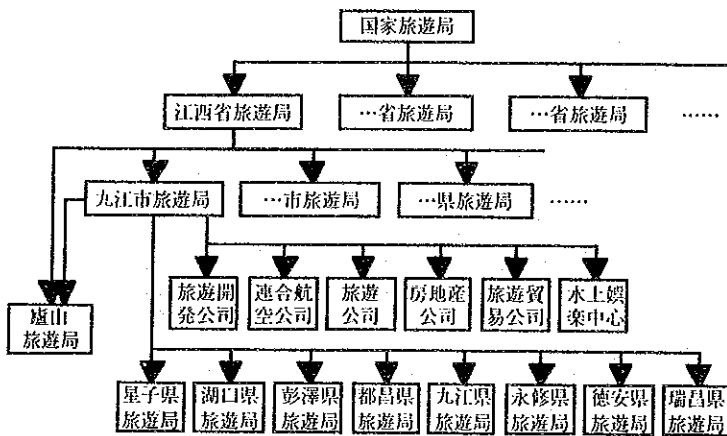
2.3. 九江市の観光行政と観光関連産業

2.3.1. 九江市の観光行政機関

九江市の観光産業は、解放後の中国観光産業のパイオニアであった。廬山での会議に参列する海外の要人の接待のために、1960年代に早くも中国国際旅行社が設立され、1970年代末に中国が一般観光客の受入を開始したときには、このようにして蓄積されていた観光業のノウハウを中国各地に伝える役割を果たした。国際観光こそ不振ではあるが、九江市は年間300万人もの旅行者を受け入れる大観光都市であり、観光産業に関する過去からの蓄積を持っているということは、確認しておきたい。

現在の九江市の観光行政組織は、図表1-33のとおりになっている。

図表1-33 九江市の観光行政機構



資料:九江市旅游局、江西省旅游局からのヒアリングに基づいて作成

廬山管理局は江西省の直轄機関で、廬山区と星子県にまたがる海拔800m以上の地域を管轄している。廬山管理局の権限は漸次縮小傾向にあり、以前は国家による直轄地であったが、現在は人事権は江西省が握っているものの管理は九江市に「委託」されている。旅游局の組織も九江市と廬山管理局の関係に準ずるものとなっている。

九江市旅游局の下には直轄の旅行会社から不動産会社に至る各公司があり、市内の各県ごとに旅游局がある。星子県のように、県旅游局が旅遊開發公司を抱えている例もある。

現状では、廬山旅游局および各県旅游局の自立性が強く、九江市旅游局による地域間の利害調整機能が十分ではない。特に、過去に何度かあった廬山ロープウェイ計画の挫折にみられるように、廬山山上と山麓を管轄する旅游局の組織が異なることは、廬山全体という視野に立った開発を行ないにくくしている。九江市が全国および国際市場をターゲットした観光地経営を進めるためには、全市が一体となり、また時には他の都市との連携によって、観光資源の集積効果による市場への訴求力の強化を図らねばならない。そのためには、こうした分立状態の改善は必須である。

2.3.2. 九江市の観光産業のための人材育成機関

大学相当の高等院校は、江西省では南昌市に1校あるのみである。九江市内には職業中学(職業高校に相当)が2校存在し、九江市の観光産業の人材供給源となっている。いずれの教育機関も、観光専門の教育機関ではなく、師範学校や職業中学の中に旅遊学科がある程度である。また旅遊教育の重点が通訳養成に置かれている。

今後は、経営関連の教育がもっと重視されていく必要がある。

2.3.3. 九江市の宿泊産業

図表1-34でみるように、1991年時点で九江市には10軒、1318室の外国人の受入可能な「涉外飯店」がある。しかし2星のホテルが最高クラスであり、宿泊施設の質的不足は明白である。

図表1-34 「涉外飯店」の星数別客室数(1991年)

	中国全体			江西省			九江市		
	ホテル数	客室数	構成比	ホテル数	客室数	構成比	ホテル数	客室数	構成比
合計	2,130	321,116	100%	48	6,464	100%	10	1,318	100%
5星	21	14,993	5%	0	0	0%	0	0	0%
4星	48	21,375	7%	0	0	0%	0	0	0%
3星	235	58,985	18%	3	606	9%	0	0	0%
2星	393	56,229	18%	11	2,028	31%	2	472	36%
1星	156	15,613	5%	1	84	1%	0	0	0%
星なし	1,277	153,921	48%	33	3,746	58%	8	846	64%

資料: 中国旅遊年鑑1992

10軒のホテルのうち3軒は合弁ホテルだが、後述するように、人材交流のない名目のみの合弁である。いずれのホテルも、施設面よりも、サービス面で多くの改善すべき点がある。16ページで指摘した中国の宿泊施設全般の問題点以外に、以下のようなものがある。

- フロント、服務員、レストランの係員の接客態度が悪い
- 宿泊料金の前払い、鍵の保証金を要求する
- 国際クレジットカードが使えない
- 絨毯のシミが放置されているなど、客室の清掃が不十分である。
- 廬山山上では、食事の時間が決められていて、決まった時間以外には食事ができない。メニューの選択ができないことも多い。
- レストランの運営が団体の宴会中心で、少人数の旅行者のための配慮がされていない。
- 英語が十分に通じない。

九江市、特に廬山山上においては、上記の外国人用のホテル、中国人専用の中小ホテルや旅社以外に、政府や企業が所有する招待所、療養所、休養院などと呼ばれる福利厚生施設施設が100軒以上存在する。これらの宿泊施設は原則的に非営利のため非常に安価であり、そのため入込数が多い割には、地元への経済効果が小さい。またこうした競合にさらされない内

部抱え込みの第3次産業のサービスが、将来も消費者のニーズを満たし続けるかという点に関しても、疑問符をつけざるをえない。

2.3.4. 九江市の旅行会社

九江市内には一類の旅行会社が1社、二類が1社、三類の国内旅行専門の旅行会社は300万人の国内旅行者を反映して20社が登録されている。中国国際旅行社九江分社は1993年に一類に昇格し、国際業務を直接おこなえるようになった。江西省内の一類旅行社は九江以外では、南昌と景德鎮にあるだけである。

2.3.5. 九江市の航空

南昌空港と九江空港からの1993年3月時点での航空便は、図表1-35のとおりである。1992年には南昌からは北京へ週8便、広州と上海へは週2便のみであり、短期間に大幅な増便とネットワークの強化がおこなわれた。

図表1-35 南昌と九江からの航空ネットワーク(便/週)

	南昌空港	九江空港
北京	8	1
上海	7	-
広州(広東省)	15	-
厦門(福建省)	6	-
福州(福建省)	3	-
温州(浙江省)	4	-
深圳(広東省)	2	-
惠州(広東省)	-	1
香港	2	-

資料: 中国民航時刻表

特に海外からのゲートウェイ空港から南昌へのフライトが強化されたことは、九江の国際観光にとって大きなプラス要因となる。逆にいえば、廬山への主要国際ゲートウェイであり、重要な国内市場であった上海と広州からさえデイリーのフライトがなかったことが、これまでの廬山観光の停滞の一因であったともいえる。

1992年に南昌と九江を結ぶ昇級自動車道路が開通し、南昌空港と廬山間が2時間程度で結ばれた。これと南昌空港の上海、広州、香港便の増便によって、九江市の広域交通条件は大幅に改善された。

次の段階として、広域周遊ルート形成のために、武夷山、宜昌、重慶、成都、西安といった主要観光都市間の中距離フライトの充実が期待とされる。これらのフライトは主として国際観光客を対象とすることになるので、チャーター便の形で運行されることになろう。

2.3.6. 九江市の旅行環境

中国の旅行環境の問題点としてあげたことのすべてが、九江市にも当てはまる。さらに九江市に固有な問題として、以下のものが具体的にはあげ

られる。

航空券予約の難しさ

南昌空港は廬山の重要なゲートウェイ空港である。しかし九江市内には南昌発のフライトを直接予約するオフィスが存在しないため、旅行者が復路の航空券を入手するのにたいへんな費用と時間がかかる。出発地において復路の航空券の入手ができないことは九江に限った問題ではないが、上記のように市内に発券オフィスがないために、いっそう深刻な問題となっている。

交通機関の連携の不足

空港、港、鉄道駅など各ゲートウェイと廬山への入込み交通機関との連携がとれていない。旅行者は荷物を抱えて長い距離を歩くか、高価なタクシーを使わなくてはならない。これらのゲートウェイには乗換えの情報等の誘客情報がほとんど提供されていない。

不十分な旅行情報提供機能

乗り換え情報を含めた旅行情報の提供が不十分である。九江市の甘棠湖沿いに観光地案内の看板があるが、こうしたものを設置するのは九江港前や九江駅前が適当であろう。南昌駅は廬山の主要ゲートウェイのひとつだが、廬山への入込みのための情報がわかりにくいのはいうまでもないが、このような重要な場所には廬山の大きな宣伝看板が必要である。

また旅行情報が、名所の案内に偏りすぎ、交通手段、宿泊施設の情報が不足している。また観光地内においては、散策コースの設定と、そのための道標の設置が必要である。

廬山山上での移動手段の不足

廬山山上で観光地間を移動するための公共交通機関が存在しない。多くの旅行者はツアー形式のバスを利用するが、こうしたツアーはほとんどが同じルートを回るため、特定の観光スポットの混雑の原因を作っている。またこれらの観光バスは、特定の単位のメンバーを対象にその単位によって非営利で運行されており、廬山山上で公共交通機関の経営が成立することの障害となっている。

観光資源の周囲の整備の不足

観光資源の整備されていても、その観光資源の周囲の修景がおこなわれていないために、本来の魅力を発揮できていないものがある。

湖口の石鐘山は山上から目に入るフェリー乗り場付近の雑然とした一角が興をそいでいる。市内の烟水亭は、背後と前面にある看板と広告塔が景観を壊している。潯陽楼、琵琶亭も周辺の修景が必要である。

廬山での歩く空間の整備不足

錦秀谷や東谷のように歩く空間がよく整備されている箇所もあるが、西谷の如琴湖周辺では歩行者のための空間と車道が分離されていない。

廬山の水供給量の不足

廬山では夏期に上水の供給不足となり、旅行者への給水を制限している。これは旅行者の快適性を損ない、満足度を低くする原因となる。

2.3.7. 九江市観光産業への外資導入

観光業が外資を導入する一般的なメリットとして、以下の3点をあげることができる。

- 開発資金の調達
- 海外の先進的ノウハウの導入
- 合弁相手を経由した新しい誘客チャネルの確保

九江市の観光産業においては、1992年末の時点で10件の外資導入契約が認可され、廬山地区では3軒の合弁ホテルが営業している。しかし九江/廬山地区における合弁事業は、開発資金の調達のみを目的としたものが多く、合弁先も建設業関係が多い。

典型的なケースでは、まず合弁先の外国資本の建設会社が施設改修の工事をおこない、中国側はその費用を何年かかけて返済し、返済が終了した時点で「合弁」を解消する。つまりこれは合弁に名を借りた、変則的な借金返済方法ないしは資材調達方法に他ならない。そのため新しい経営ノウハウの導入はおこなわれず、合弁先の本業が観光産業ではないために、海外での誘客チャネルの確保にも結びつかない。

中国各地で営業面で成功を納めている合弁ホテルは、いうまでもなくノウハウの導入と誘客チャネルの確保に重きを置き、海外の観光関連企業と提携したケースである。九江/廬山地区においても、今後はこのタイプの合弁事業を進めるべきである。

2.3.8. 九江市における投機的観光開発の問題点

廬山山上と山麓において、中国全土を覆う不動産ブームと連動した観光開発計画がいくつかが持ち上がっている。これらの計画のいくつかが投機的な性格を強く持っていることは憂慮しなくてはならない。

投機的観光開発は、ホテル経営のような「日銭」を稼ぐタイプの開発と異なり、土地の取得と売却によって短期間に利益を上げる不動産開発が中心となる。観光地経営の観点からは、こうしたタイプの開発に対して、以下のような問題点が指摘できる。

- 投機的観光開発は別荘やリゾートマンションなど不動産開発が中心となる。こ

これらの施設は年間の利用率が低く雇用の吸収が少ないため、地域への経済波及効果が小さい。

- 一 不動産開発では、事業者は物件を売却した時点で利益の大半を手にするようになる。そうした事業の性格上、長期的な視野に立った観光地経営を進める意識が事業者に希薄であるため、地域の環境や景観を損ねる開発が行なわれる可能性が高い。
- 一 投機的観光開発では、開発された物件が持つ観光的価値よりも、財産的価値が重視される。事業者は、より多くの人が入居しやすい価格帯の不動産物件を開発しようとするため、高層リゾートマンションや区画が小さすぎる別荘を造成する傾向を示す。これが長期的には、観光地のイメージダウンにつながる。

不動産開発は九江市にとって開発資金調達のもっとも即効性のある手段ではあるが、これに偏った観光開発は、長期的には九江市観光産業の足かせとなる可能性が高い。こうした観点から、ホテル経営とホテルに宿泊する一般観光客や会議セミナー参加者を中心とした観光開発を主としていくことが望ましい。

また不動産開発が持つ上述のような性格を考慮して、廬山の観光空間が損なわれないように図るための法による開発規制が必要とされよう。

2.4. 廬山・九江観光開発への展望

2.4.1. 廬山・九江の制約条件

以上でみてきたことから、廬山・九江の観光開発の制約条件として以下のような点が指摘できる。

(1) 観光市場

- － 市場が国内市場に偏り、国際市場が未発達である
- － 旅行者からの収入が中国の他の有力観光地に比べて少ない
- － 国内市場の夏期への集中が著しく、旅行者の入込の季節変動が大きい
- － 観光客の滞在日数が短く、豊富な観光資源が十分に活かされていない
- － 近隣に山岳観光資源が多数存在する

(2) 観光資源

- － 廬山は他の山岳観光地のいくつかに、大自然の迫力においてはおよばない

(3) インフラ／環境

- － 廬山山上の上水の供給量が受入可能な観光客数を制限している。供給量の増大を図ることは可能だが限度がある
- － 有力観光地とのネットワークを形成するためには、東西方向の道路網が不十分である

(4) 観光行政／観光産業

- － 九江市全体を統括する観光行政機関の機能が十分ではない
- － 観光行政機関のマーケティング機能（市場調査、宣伝など）が不足している
- － 観光関連産業の提供するサービスのレベルが低い
- － 単位内に抱え込まれた非営利産業が観光産業の正常な発展を妨げている
- － 主要ゲートウェイから観光地点までの交通機関の連携が十分にとれていない
- － 個人旅行者のための旅行環境整備が遅れている
- － 外資の導入がおこなわれても、観光業のノウハウの吸収が進むような形での合弁事業がおこなわれていない。

2.4.2. 廬山・九江の比較優位点

しかしその一方で、廬山・九江は以下のような比較優位点にも恵まれている。

(1) 観光市場

- － 国内市場、国際市場ともに、観光を取り巻く外部環境が良好である
- － 廬山の知名度が高く、特に国内においては会議の開催地としてもよく知られている

(2) 観光資源

- － 国家級名勝区である廬山の観光的な魅力が高く、かつ人文観光資源と自然観光資源双方を兼ね備え、その魅力が複合的で奥が深い

- 近代洋風建築群という独特の観光景観を持ち、他の山岳観光地との差別化が比較的容易である

(3) インフラ／環境

- 他の山岳観光地に比べると、山上の環境容量が大きい
- 牯嶺というサービス都市を抱えているため、山岳観光地でありながら、旅行者に都市的アメニティーを提供することが可能である

(4) 観光行政／観光産業

- 過去に国内外の重要会議を開催してきた経験とノウハウの蓄積がある
- 名勝としての知名度の高さが観光関連外資企業の誘致に有利に働くことが期待される

2.4.3. 開発への展望

九江市は中国の観光産業が抱えているのと同じ種類の多くの問題を抱えている。これらの問題の根底にあるのは、旅行者の立場に立って旅行環境の改善を考えるという、マーケティング的発想の欠如であるように思われる。また九江市の観光産業は、単位に抱え込まれた非営利の観光産業(招待所、単位のバスによる観光ツアー)を問題視すべきである。

廬山の観光的魅力度は非常に高いが、その魅力は大自然によるものというより、それを人間が改変して生み出した親しみやすい自然と人文景観によるものである。廬山は大自然の畏怖に打たれる山というより、快適に滞在し社交を楽しむための山であるという認識のもとに、開発方針を決定することが必要だと思われる。

第2章 開発計画

1. 基本コンセプトと開発戦略

1.1. 観光産業が九江市の発展のために果たすべき役割

観光産業は単独で利己的な発展を図るのではなく、九江市全体の開発計画の下に、他の産業と関連を持ち、相乗効果が生まれるような形での発展を図ることが必要である。九江市総合開発計画のシナリオの中で、観光産業が果たすべき役割は以下の4点に集約することができる。

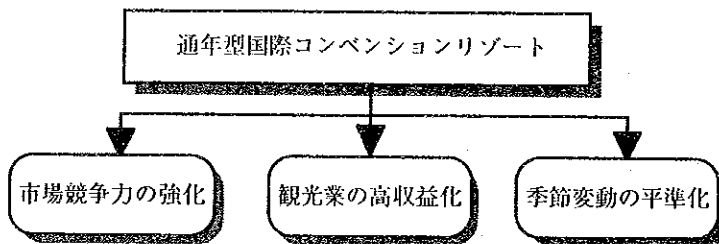
- 九江市のシンボルを作りあげ、対外的イメージと知名度の向上を図る
- 生活アメニティーのレベルの高さを誘因に、人材と企業の誘致を図る
- 経済交流中継のための「社交と交流の場」を提供することによって、工業、流通業等の産業の誘致と発展を促進する
- 国際観光という比較優位性のある「輸出産業」によって外貨を獲得し、地域経済の発展に貢献する

この枠組みの中で、観光開発の基本コンセプトが決定されるべきである。

1.2. 基本コンセプトと計画目標の設定

九江市の観光産業の制約条件と比較優位点、さらに計画全体のシナリオを検討した結果、九江市の観光開発計画の基本コンセプトを「通年型国際コンベンションリゾート」とし、これを実現する上で留意しなければならない3つの計画目標を図表2-1のとおりに定めた。

図表2-1 廬山・九江観光開発の基本コンセプトと三大計画目標



「通年型国際コンベンションリゾート」という基本コンセプトは、季節変動の縮小に留意しつつ、国際級の会議やイベントを誘致しうる施設とサービス機能を備えた山岳リゾートを目指すことを意味する。これまで景勝地としての性格が強かった廬山にリゾート性を注入し、恵まれた自然の中での快適な滞在と「社交と交流の場」を提供することによって、九江市の経済交流中継機能の一翼を担うをことを目指す。

「リゾート」という言葉をここであえて使うのは、観光施設の建設を偏重し、観光客をその中に囲いこもうとする従来型の「点」の開発に対して、

「面」的な広がりを持ち、地域住民と旅行者が共存する地域（つまりリゾート）の創出を重視するという方針を明示するためである。

基本コンセプトの提案理由は以下のとおりである。

- － コンベンション／セミナー機能を強化することは、九江市の経済交流中継機能の高度化につながる
- － 会議の開催地という廬山の既存イメージが利用できる
- － 廬山のリゾート性を高めることは九江市在住者の生活の質の向上につながり、人材と企業誘致に有利に働く
- － 旅行市場がリゾート性の強い観光地を必要としている
- － 廬山は、他の山岳観光地に比べて、リゾートに必要とされる快適な居住性を提供することが可能である
- － 廬山の環境容量が限られていることから、季節変動の縮小と観光地の高収益化を図る必要があり、会議の誘致や国際観光の振興は、そのためにも有効である

計画目標の「市場競争力の強化」は、市場経済下で個人の意志で旅行先を選択するようになる消費者を対象に、近隣の観光地や他の「山水型」観光地との棲み分けを図り、場合によっては、それらとの競合に勝ち残るための方策を検討する。

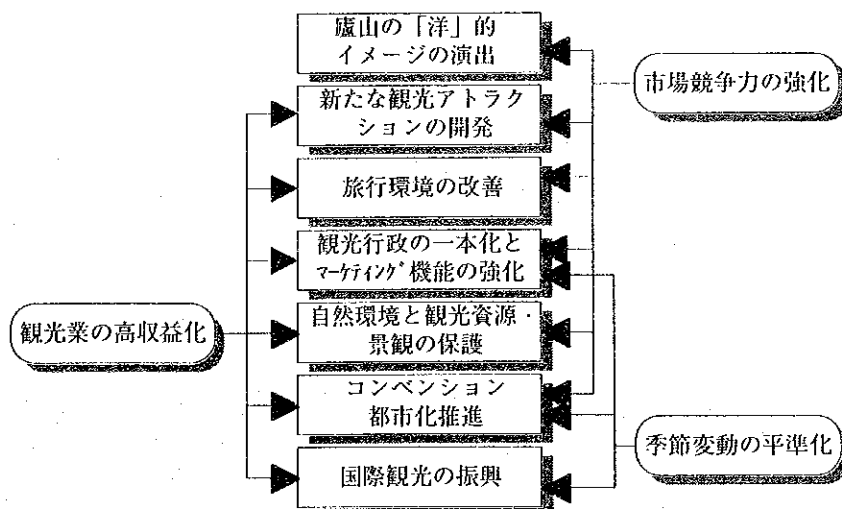
「観光業の高収益化」は、廬山の限られた環境容量を活かすために観光産業の高収益化を図り、また観光収入の外部への流出をできるだけ減らして、九江市の他産業への経済波及効果をできるだけ大きくするように図る。

「季節変動の平準化」は、現状の著しい季節変動を軽減し、廬山の限られた環境容量を活かすために必要とされる。

2. 開発戦略

以上で述べてきた基本コンセプトを実現するために7つの基本となる開発戦略を定めた。計画目標と開発戦略との関連は図表2-2に示される。

図表2-2 3大計画目標と7大開発戦略の関連図



以下では個々の戦略について補足説明をおこなう。

2.1. 廬山の「洋」的イメージの演出

黄山など「土」のイメージの強い山岳観光地との差別化によって市場競争力を強化するために、「洋」のリゾート廬山というイメージの強化に努める。そのために廬山の山上や中腹に残る近代洋風建築群の観光利用を進めるための方策を講じる。

2.2. 新たな観光アトラクションの開発

九江市全体の市場競争力の強化を図り、滞在日数と観光消費の増加をうながすことによって、観光産業の高収益化を図り、同時にすでに廬山を訪れたことのある人の再訪をうながす。

そのためには、市場動向を考慮してリゾート性の導入を重視し、従来型の名勝観光地とは異なった性格の観光地作りを目指す。さらに施設面だけでなく、来訪者を楽しませるためのソフトウェアの向上を図ることが必要である。

また観光アトラクションを狭義の観光資源に限定するのではなく、九江市の産業活動そのものの観光アトラクション化を目指す。また観光産業は九江市全産業の宣伝媒体であり、また九江市産品の販売チャンネルでもあるという認識に立って、他産業への波及効果が大きく、観光産業の発展が九江市全体の繁栄につながるようなアトラクション作りをおこなう。

2.3. 旅行環境の改善

個人旅行者が空港や港、駅、近隣の主要観光地から自力で廬山に到達でき、廬山と九江をガイドの助けを必要とせず快適に観光でき、観光施設ではホスピタリティーあふれるサービスが受けられる、旅行者が親しみやすい観光地の実現を目指す。

これは中国内の他の観光地との差別化につながるばかりでなく、個人旅行者の多いコンベンションやセミナー参加者、国際旅行者の誘客のためにも必要である。

2.4. 観光行政の一本化とマーケティング機能の強化

現在地域ごとに分権化している観光行政機構の一本化を図り、全市的な観点から調和のとれた開発がおこなわれるようにする。また観光行政の一本化によってマンパワーの市レベルへの集中を図り、マーケティング機能の高度化を図る。

2.5. 環境と観光資源・景観の保護

観光産業の依って立つ自然環境と観光資源の保護を図る。環境と景観が、長期的には観光産業に利益をもたらす広義の観光資源であると位置付け、これらの向上に取り組む。

2.6. コンベンション都市化推進

国際市場も眼中においたコンベンション、セミナー、見本市市場への取り組みをおこない、九江市の「経済交流中継機能」の一翼を担う。これは基本コンセプトの核心のひとつであり、同時に季節変動の平準化と高収益化にもつながる。

2.7. 国際観光の振興

客単価が高く、夏以外のシーズンの入込が相対的に多いという利点を持つ国際観光客の誘致を積極的に推進し、「輸出産業」である観光産業の振興を図る。そのためには外国人がガイドの助けを借りずに九江市を訪れ、宿泊し、一人歩きができる国際観光地レベルの旅行環境の整備を進める。

施設とサービスに対する要求水準の高い国際観光客への対応を迫られることは、九江市の観光産業のレベルを向上させる。早い時期に国際市場が要求するレベルをクリアしておくことは、将来の国内観光市場の要求レベルの向上を先取りし、国内市場に対する優位性を確保することにもなる。

九江市の開発シナリオとの関連では、九江市の知名度向上とイメージアップによる外資企業の誘致効果をもたらすことも期待される。

3. 開発フレーム

3.1. 廬山の観光ポテンシャルの検討

開発のフレームを設定するにあたって、他の類似観光地の入込数と交通条件を検討した。代表的な「山水観光地」の来訪者数の比較をおこなった結果を図表2-3に示した。

図表2-3 主要「山水」観光地の国際観光客入込数(1991年)

観光地名	都市名	空港アクセス	国内旅行者(人)	国際旅行者(人)
桂林漓江	桂林	良い	2,000,000	429,113
黄山/九華山	黄山	良い	-	121,364
嵩山	鄭州*	良い	-	44,461
峨眉山	樂山*	普通	-	41,384
武陵源	大庸	悪い	-	25,787
普陀山	船山	悪い	-	25,320
武夷山/九曲溪	武夷山	悪い	1,390,000	21,674
泰山	泰安	普通	-	19,021
黄果樹瀑布	安順	普通	-	18,136
五台山/恒山	太原*	普通	850,000	16,063
雁蕩山	温州*	普通	-	13,839
廬山	九江	良い	3,000,000	8,481
武当山	丹江口	悪い	-	8,283
衡山	衡陽	普通	-	6,966
井岡山	井岡山	悪い	-	2,176
長白山	通化	悪い	-	1,910
華山	華陽	普通	-	1,722
黄河三門峽	三門峽	普通	-	1,640
巫山小三峽	-	悪い	-	-
九寨溝	-	悪い	-	-

資料: 中国旅遊年鑑1992、中国城市統計年鑑1992、JICA調査団

注: * 山水以外にも有力な観光資源あり。

** 良い- 空港から3時間以内、普通- 6時間以内、悪い- 6時間以上

国内旅行者の入込に関しては正確な統計が存在せず、断片的な情報のみで、数値の精度や算出方法も不明である。しかしこれで見ると九江市の300万人という入込数は、市区への商用客の入込をかなり含むとはいえ、山岳観光地としては中国有数のものといえる。

国内旅行者に比較して、廬山の国際旅行者数の入込が少ないのは明白であり、旅行環境の改善によって、これを大幅に増加させることは可能である。ただし廬山には中国の共産党関係の史跡が多数存在し、これらは国内旅行者へのアピールが非常に強いことは、考慮する必要がある。

3.2. 開発フレームの設定

以上の検討を踏まえ、九江市全体への将来の来訪者数、人日数および観光収入の目標値を、図表2-4のとおりを設定した。廬山の環境容量に限りがあることを考慮して、旅行者数の増加よりも観光収入の増加に重点が置かれている。

図表2-4 九江市観光計画のフレーム

	国内旅行者数 (人)	国内旅行量 (人日)	国内観光収入 (千円)	国際旅行者数 (人)	国際旅行量 (人日)	国際観光収入 (千円)
1991	3,000,000	6,000,000	479,000	8,481	11,873	3,000
1995	3,205,000	6,748,000	973,000	14,000	22,000	7,000
2000	3,562,000	7,967,000	1,615,000	24,000	46,000	20,000
2005	4,019,000	9,519,000	2,488,000	41,000	92,000	49,000
2010	4,599,000	11,498,000	3,678,000	72,000	179,000	114,000

注: 国際旅行者の中には香港・マカオ・台湾からの来訪者が含まれている
観光収入は統計値を修正したものである。

資料: JICA調査団

国内需要は、量より質の向上に重点を置いて目標値を定めた。まず過去6年間の中国のGNPと国内旅行需要の相関を求め、次にGNPの予測値に基づいて中国の総旅行需要の予測をおこなった。九江市の旅行量は、中国の総旅行需要に対して一定のシェアを保つことを目標値とした。観光客一人一日当りの観光支出のデータは存在しないので、これを国際旅行者の1/3と仮定し、これを2010年までに国際旅行者の1/2にまで増加させることにした。

国際旅行需要については、黄山など他の類似観光地と比較して廬山への入込が少なすぎるという認識に立ち、質量共に拡大を図る。まず中国全体への来訪者総数を回帰方程式によって予測し、九江市のシェアを現在の2倍とすることを目標とした。また一日当り観光収入を、中国旅遊統計年鑑で主要観光都市としてリストアップされている53都市の平均値457円に増加させることを目標とした。さらにこうにして求められた数値を40%増しとした。これは、国家旅遊局の調査で、旅行者が観光施設以外でも飲食やショッピングをするため実際の観光消費額は統計値より40%前後多いことが明らかになっているためである。

平均宿泊日数は、国内、国際旅行者とも滞在型観光客が増えることを考

慮して、国内旅行者を現行の2泊から、国際旅行者を1.4泊から、2010年にはいずれも2.5泊に増加させることを目標とした。

3.3. 廬山山上の環境容量の検討

廬山山上では上水の供給能力が受入可能な来訪者のボトルネックとなっていることから、廬山への来訪者数の目標値が妥当なものかどうか検証する必要がある。

九江市への来訪者のうち廬山への宿泊者の占める比率は、関係機関へのヒアリングから55%前後と推計される。廬山での宿泊日数については統計が存在しないため、九江市全体への来訪者の平均宿泊数と同じと2泊と仮定する。このようにして算出された廬山の2010年までの宿泊者数と宿泊量を図表2-5に示した。

図表2-5 廬山の開発フレーム

	廬山の宿泊者数(人)	廬山の宿泊量 (人日)
1991	1,655,000	3,309,000
1995	1,770,000	3,727,000
2000	1,972,000	4,411,000
2005	2,233,000	5,290,000
2010	2,569,000	6,422,000

資料 JICA調査団

これによると、2010年の宿泊量は現在の330万人日の2倍弱に当る642万人日程度に増加することになるが、そのためには現在一日当たり10,000m³の廬山山上の上水の供給能力を拡張しなければならない。

下の図表2-6は年間642万人の宿泊量を受け入れるための、季節変動と廬山管理区の住民と旅行者一人一日当りの上水消費量の関係を見たものである。

図表2-6 季節変動と一日当り上水供給量の関係

	住民0.25m ³ 旅行者0.5m ³	住民0.5m ³ 旅行者0.8m ³
季節変動70%	16,000	28,000
季節変動60%	18,000	31,000
季節変動50%	21,000	36,000

資料: 廬山管理局、JICA調査団

年間640万人日の旅行需要を受け入れるには、現在の50%前後の施設稼働率に変化がないと仮定し、将来の住民と旅行者双方の生活レベルの上昇にともなう水使用量の増加を見込むと(上水使用量多のケース)、1日当りの上水供給量が35,000m³程度必要になる。季節変動が縮小し稼働率が70%程度まで上がると(夏期以外の入込みが増えた場合)、必要な上水供給量は28000m³程度となる。

こうしたことから、オフシーズンへの誘客が進むことを見込んで、1日

当りの上水供給量を30,000m³程度に拡大することを目標とすることが妥当と思われる。後述の環境インフラ施設の計画によって、上水供給量をこの程度に拡大することは可能である。

なお旅行者の増加にともなってホテルの従業員等の観光産業従事者の大幅な増加が見込まれるが、この増加分は廬山山上以外からの通勤によってまかなわれることが前提となる。

3.3. 空間フレームの設定

現在廬山の北山には近代洋風建築群が多数分布し、これが他の類似観光地との差別化の重要な手段となっている。したがって北山の開発はできるだけ抑制しリゾート景観の保全をおこない、北山の既存施設の稼働率の上昇、仰天坪の新規リゾート開発、星子県等の山麓の開発が、増加する需要の受け皿となるべきである。

また自然環境の保全については、海拔800m以上の地域に適用されている木材伐採の禁止など自然保護のための措置を、海拔200m以上の地域に適用するよう強化するべきである。

以上の考えに基づいて廬山山塊の観光開発の強度を以下の三段階に分けた。

開発可能地域

廬山南山の仰天坪では新規開発を可能とする。ただし開発施設のデザインなどについては、廬山の他の地域と統一性を保つよう配慮する。牯嶺の既存市街地では、リゾート廬山の核にふさわしい市街地を作り上げるための再開発をおこなう。五老峰の登山口と三疊泉探勝の基地となる青蓮寺付近、および太乙村の外縁にあたる観音橋も開発可能とする。

保全地域

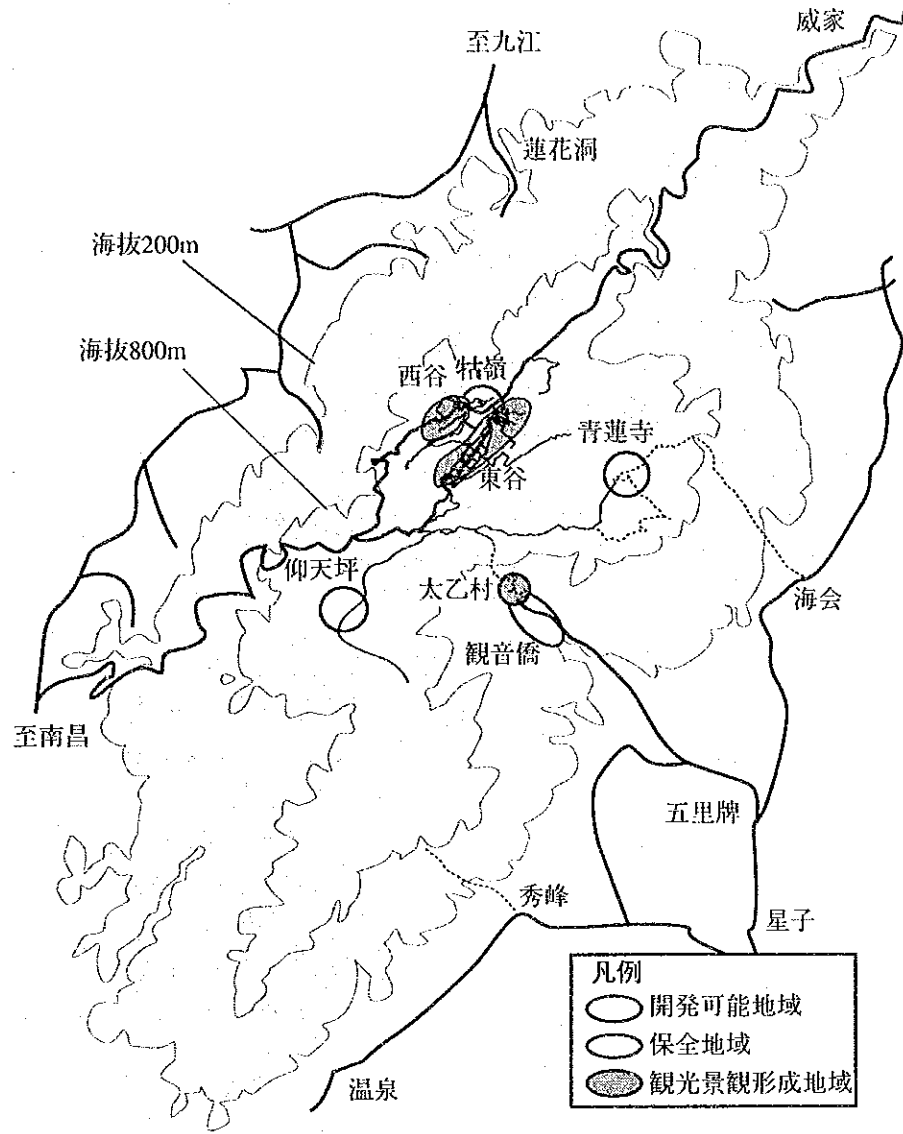
海拔200m以上の廬山山塊は、原則として新規の開発はおこなわず、廬山の現行の開発規制を踏襲する。したがって2階建て以上の建築や木材の伐採は禁止される。遊歩道とロープウェイの建設にともなう必要最低限の自然の改変は例外とするが、計画段階での審査が必要とされる。

観光景観形成地域

古い良きリゾートの面影を色濃く残す東谷の別荘地区、西谷の如琴湖周辺、太乙村に対しては、保全地域に適用される規制に加えて、「古い洋風の別荘が残るリゾート」という、廬山のイメージの核となる観光景観の形成を進めるための法規制を適用する。規制の内容については「景観形成を促進するための法整備」で触れる。

次ページの図表2-7に、開発強度区分の地理的な配置を示した。

図表2-7 廬山の観光開発強度区分

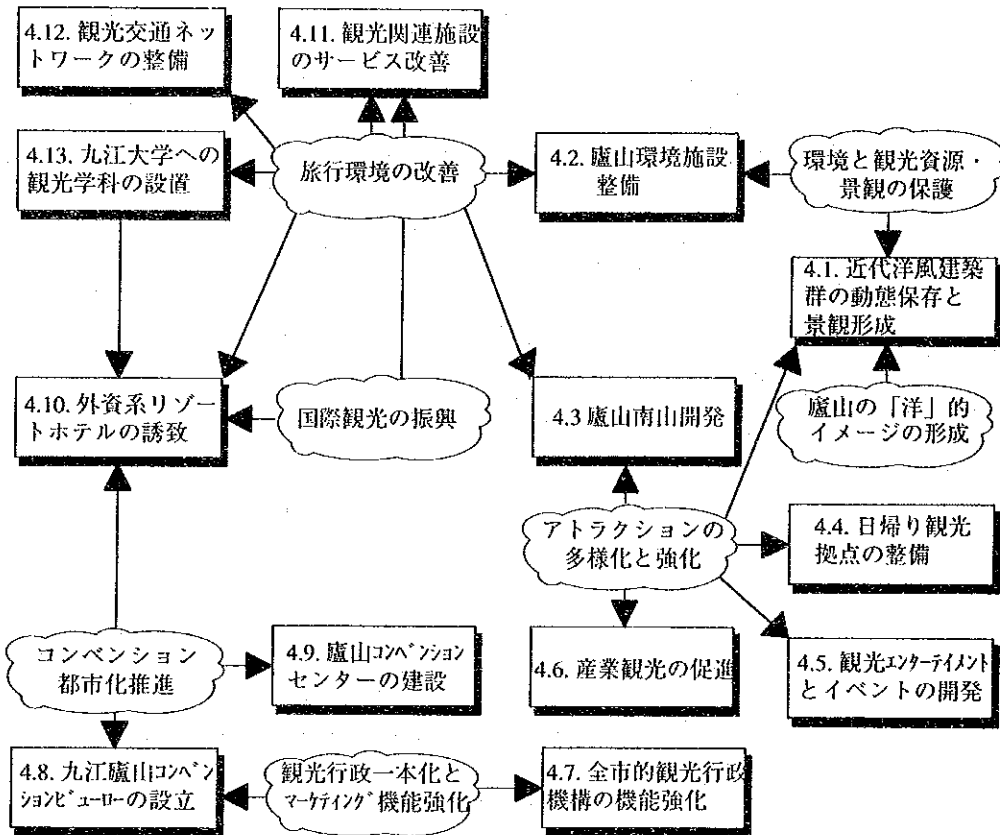


4. 開発プロジェクトとプログラム

「開発戦略」で提示された7つの開発戦略にもとづいて、図表2-8に示される13のプロジェクトとプログラムを提案する。

プロジェクト/プログラムに附された番号は、本報告書内の記述箇所に対応している。次ページ以降で、個々のプロジェクトとプログラムについての説明をおこなう。

図表2-8 開発戦略とプロジェクトとプログラム



4.1. 近代洋風建築群の動態保存

廬山山上や太乙村などに残る近代洋風建築群は、廬山にとって、他の山水型観光地との競合をおこなう上での重要な差別化のポイントである。これらの動態保存を推進し、「古き良きリゾート」イメージの観光利用を進める。

動態保存とは、その建物本来の目的に近い形で利用しながら保存することを意味し、博物館などに転用する静態的な保存と対比される。たとえば別荘なら、現代的な快適性を提供するための改修を経た上で、コテージ形式の高級ホテル、貸別荘などの宿泊施設として利用することを指す。

このようにして動態保存された建築物が観光的な魅力を十二分に発揮するためには、さらにこれらが面的な広がりを持つ景観として保存されることが望ましい。そのためには、景観の統一性を保つための法整備が必要である。

関連する開発戦略

廬山の「洋」的イメージの形成

アトラクションの多様化と強化

環境と観光資源・観光景観の保護

a. 非開放施設の対外開放の促進

非開放の保養所として利用されている近代洋風建築群の対外開放を促進し、できればこれらの施設のホテルや貸別荘への転用を進める。これによって施設の稼働率とサービスを向上させ、既存施設の有効利用を図る。

九江市は、保養所の所有者に対して、こうした建築物の観光価値を広報し、もし保養所の所有者が観光施設への転用を検討しているときには、そのためのノウハウを即座に提供できるような体制を整えるべきである。

なお現在廬山会議の博物館になっている廬山劇院は、動態保存という観点からは、改修の上、当面の会議需要に応えるコンベンション施設として利用していくことが望ましい。後でふれる廬山コンベンションセンターの建設後も、サブ会議場として中規模の会議需要に応じていくことができる。

b. 景観形成を促進するための法整備

残されている建築物の保存だけではなく、新規の建築物が既存の近代建築群と調和し、廬山独自の景観が維持されていくための法整備をおこなう。現行では建物の高さに関する規制のみが実施されているが、景観形成という観点から、さらに以下の点についても検討していく必要がある。

- 建物の外壁を石壁にする
- 建物の色を制限する
- 屋根の形、素材を制限する
- 敷地内の緑化を義務付ける。緑地の比率の下限を決める

- 容積率を制限する
- 洋風近代建築群を模したデザインとする
- 看板の設置箇所を制限する。看板の大きさ、形、色を制限する
- 建築物の取り壊しや改築を許可性にする
- 山の稜線を遮るような位置には建物を建てられないようにする

なおこれによって画一的な景観が出現しないよう、ある程度の幅を持たせた基準とし、制限の範囲内で建築者が独創性が発揮できるように留意する。その一方で、現存する洋風建築物に後から加えられた付帯建築物や新規に建築された建物についても、上記の基準にあわないものは撤去や改築をするよう指導する。

以上の法規制を、48ページの図表2-7で示した「景観形成地域」において実施する。

4.2. 廬山環境施設整備

廬山への旅行者の増加を可能とするための環境容量の拡大、住民と旅行者双方の快適な居住/滞在環境の創出、誘客に必要なすぐれた自然環境の実現のために以下の整備をおこなう。

なおこれについての詳細は「都市環境計画・分冊」も参照されたい。

関連する戦略

環境と観光資源・景観の保護

旅行環境の改善

a. 上水供給

旅行者の増大に対応するためには、上水供給量を増大させなければならない。そのためには、1)鉄船峰ダムの新設と既存貯水ダムの容量増大によって当面今後10年程度の水源を確保し、2)その後は下水道施設と下水処理の整備による大口水使用者への中水道を導入する、ことが必要である。

b. 下水/汚水管理

廬山の景観と住民と観光客の健康を守るために、下水/汚水管理が必要である。そのために、1)東谷と西谷への下水道本管の敷設、2)下水処理施設の整備、3)下水処理水を環境維持用水、大口水使用者への中水道としての利用、を図る。

c. 糞便処理

廬山の景観と住民と観光客の衛生を守るために公共便所の改善と糞便処理が必要である。そのためには、1)公共便所130ヶ所の水洗化、糞便運搬車輛の整備、2)糞便処理/資源化施設の整備、を進める。