

Discussion Paper Series No.175

農業観光政策と観光業おこしのイノベーション
—中国西部緑色菜都における農業観光地づくりの事例—

中央大学経済学部助教・経済研究所研究員

陳 波

2011年12月

THE INSTITUTE OF ECONOMIC RESEARCH

Chuo University

Tokyo, Japan

農業観光政策と観光業おこしのイノベーション —中国西部緑色菜都における農業観光地づくりの事例—

中央大学経済学部助教・経済研究所研究員 陳波

はじめに

重慶市潼南県は周囲でも最も貧しい農業県（国家レベルの貧困県）である。潼南県は数十年にわたって、工業の建設に尽力してきたが、2000年に入って、ほとんどの官製企業が倒産に追い込まれてしまった。三農問題を解決する1つの手段として、1980年代に中国政府によって提起された郷村観光地づくりは、20世紀までに潼南県にはほとんど影響を与えなかった。

2000年から西部大開発が正式に決定され、国際連合が2002年を国際エコツーリズム年と宣言した。2003年に中国政府は「多めに与え、少なめに取り、規制を緩めよ」という農村政策方針を定め、「人と自然との調和のとれた発展」を含む科学発展観を提起した。自然を再生させ、自然が残されている農村を観光地にすることは可能であるという強いメッセージを農村社会に送った。潼南県はこうした国内外の情勢に乗って、2、3年の醸成期を経て、2004年から活動を開始し、2008年3月に崇龕鎮菜の花祭りを初めて開催し¹、以降毎年3月に開催し、2011年3月までに計4回開催した。21世紀に入ってから、潼南県は速やかに郷村観光地づくりの潮流に乗って4～5年というかなりの短期間に郷村観光業を興し、大きな成果を収めたのである。この奇跡とも言える潼南県の郷村観光地づくりの成功要因はどこにあるのか、考えさせられる問題である。

本稿では、中国西部地域の郷村観光における環境配慮型の観光開発の一例——重慶市潼南県の観光地づくりを取り上げ、その「無から有へ」の観光立県・鎮戦略——崇龕鎮菜の

¹ * 2008年3月下旬、日本に留学中の筆者は、前年（2007年6月）に制定し翌年の4月から施行する日本政府の『エコツーリズム推進法（以下『推進法』）』に引きつけられ、観光における日本の新しい法律を自習していた最中に、突然ネットから中国の友人達が伝えてきた。それは中国西部緑色菜都菜の花祭りという新しい農業観光が開催ということであった。筆者は間もなく実施する日本の『推進法』の理念を紹介した。つまり、観光振興や地域振興への寄与を寄せながら、自然環境への配慮を配り、環境教育への活用等の発想に基づき、政府によるエコツーリズムの基本方針を定め、市町村ベースでのエコツーリズム推進母体と構造を作り、必要に応じた環境保全等ができる仕組みの形成を規定した本『推進法』は、これから日本の持続可能な観光開発や地域過疎化・衰退から地域保全へ大きく貢献できるだろうとの筆者の思いを中国の友人に伝えた。日本での市町村は中国の県郷（鎮）村にほぼ等しい。中国でいえば、日本の市町村観光はほぼ農業・農村観光や郷村観光に相似するものである。中国人の私から見ると、『推進法』は農村観光業の整備・開発と環境の保護の両立する促進法である。

中国の友人にこの農村観光促進法を紹介して間もなく、『中国西部緑色菜都菜の花祭り』は正に該当するものであり、中国西部農村は先に日本の法律が求めていることを実行している」と友人が自慢気に筆者に告げた。2011年の3月に菜の花祭りを訪れるチャンスが来た。土日の学会報告を終え、迅速に菜の花祭り現場へ移動し、3月14-18日の5日間潼南県崇龕鎮の菜の花祭りに参加した。この間に筆者はヒアリングやインタビューを行い、村・鎮幹部及び県の官僚に資料を求めた。現地調査を通じ、筆者は重慶市潼南県崇龕鎮の観光立県・鎮戦略を理解できた。また、夏休みを利用して、2011年8月に本県の「紅高粱の祭り開幕式」に参加した。さらに、本県におけるレッド・ツーリズムの「楊闇公烈士墓・楊尚昆陵園」を訪れた。このように、ある程度、本県の観光戦略を立体的にとらえられた。

花祭りに焦点を合わせ、まず中国における農業観光業の縁起概略を述べ、次に中国西部緑色菜都菜の花祭り新観光地の誕生を大まかに説明する。そして、菜の花祭りはいかようなイノベーションを行ったのかを分析し、環境配慮の観光開発における本観光地づくりのイノベーション的な意義を論じる。さらに、そのイノベーションの証左として、菜の花祭りという観光地づくりにおけるスピルオーバー効果を検証する。最後に、むすび——農業観光のイノベーションと課題を考慮して、今後の主な課題を提示する。

1. 中国における農業観光業の縁起概略

中国政府は、1981年に国務院直轄下に国家旅遊局を設置してから2年後、1983年10月に世界観光機関に加盟し、国際観光市場に正式に参入していった。1989年の天安門事件後、国内外の観光情勢が悪化し、この難局を打開するため、1991年から中国国家旅遊局は毎年1つのテーマを選び、海外に向けて中国の観光資源を宣伝・紹介し、外国人観光客の誘致に努めてきた。中国のGDP全体の中で観光業の占める割合はまだ低いレベルにあるが、観光客の誘致宣伝等が効を奏し、1992年を境に観光業が第三次産業の伸びに占める割合は1ケタから2ケタに転じた。実際、「改革開放」（1978年）後間もなく、中国政府は第三次産業の伸びとGDP全体の成長の関連性に気づき、1980年代に入ってから迅速に第三次産業の育成に力を入れるようになった。中では、観光業を21世紀の中国の基幹産業として育成するとの方針が打ち出された。中国における行政の「縦」（条条）と「横」（塊塊）の管理様式の下で、こうした中央政府の基本方針は、上から下へ、横へと広げていく。つまり、各省・市・区及びその所轄する市・県・郷（鎮）は中央政府の方針に従い、観光業を重点産業、先導産業、先駆産業、支柱産業等と定め、地域経済の牽引役を担う産業として優先順位をつけたのである。このように、豊富な観光資源を持ちながら国際的開放に消極的であった中国は、前世紀90年代に入ってから急速に観光地整備・観光業開拓に対する投資や環境保全対策等に踏み出し、観光立国へ歩み始めたのである。

周知のように、鄧小平による「改革開放」政策は、毛沢東時代の均衡型から不均衡型への地域開発戦略の転換であった。同時に閉鎖型から開放型への転換でもあった。この転換によって、経済効率や各地域の比較優位性の発揮が重視され、中国経済全体の高成長をもたらした。観光業は「改革開放」に伴い、興隆するようになってきたのも紛れのない事実である。一方、鄧小平が主張していた「先富論」や「2大極論」の構想に基づいた不均衡開発戦略は、地域・段階を分けて発展するが、最終的に「共同富裕」を目指していた。ところが、80～90年代にわたって、東西部の経済をはじめ、都市と農村、工業と農業等の格差がどんどん広がっていった。これらの格差は鄧小平の初心に背いただけではなく、共産党の党是や社会主義の理念とも抵触するため、共産党政府にとってはできるだけ早く是正していかなければならない任務となった。このため、1990年代半ば以降、中国政府は再び地域均衡発展を追求する戦略的転換を行なった。そして2000年代に入り、政府は新たに3

つの開発戦略を掲げた。すなわち、2000年3月に打ち出した「西部大開発」²、2002年10月に唱えた「東北振興」、2005年3月に提唱された「中部崛起」である。一方、都市と農村及び工業と農業の格差の是正は、農業の発展・農村の進歩・農民の所得の増加が核心となる。このため、いわゆる「三農問題」が著しく政府に重視されるようになった。このように、西部農村は、「西部大開発」と三農重視という2つ旗の下に置かれ、現状を変える機会がやってきたのである。

三農問題の1つの解決手段としての郷村観光（農村・農業観光）が、1980年代から提唱され、農村の新たな産業となる可能性を模索してきた³（重複を避けるため、全国における農業観光の発展段階についての詳細は、拙稿b「1.3 菜の花祭り誕生の経緯」を参照されたい）。農業観光は、「主に地域住民が主体となって農村の特徴を持つ地域で行われる、自然環境や農業、景観、文化等の地域資源を活用した観光形態である。……①農村だけでなく、農村の特徴を持つ地域で行われる活動である、②農業体験以外の第2次、第3次産業も含んだ活動であることが特徴となっている」と張広帥・森重昌之（2010, p.134）が指摘したように、農村観光の形式は実に多く、特徴も多様性に満ちている。よく知られている農家楽・

² 西部とは、12の省・市・区で構成される地域である（中部の湖南省の湘西自治州、湖北省の恩施自治州及び東北部の吉林省の延辺自治州も含まれる）。2000年のデータによると、面積は686.7万平方mで、全国面積の71.5%を占める。また人口は3.5億人で、全国総人口の28.1%を占める。7割強の国土と3割弱の国民を対象としている（國務院西部地區開發領導小組 <http://www.chinawest.gov.cn/>を参照）。本開発は、21世紀中頃までに、沿海地域と西部地域の地域格差を縮小させ、西部地域の少数民族や生態環境等の諸問題を解決することを目指すための長期的政策である。西部大開発の背景は地域格差問題にあるが、それ以外に、①少数民族問題への対応、②内需拡大の必要性、③生態環境保護の必要性といった問題もあるとされる。本開発が策定された当初、10年間の政策目標と政策措置として、①インフラ建設の加速、②生態環境の保護・改善、③農業基盤の強化、④産業構造調整（比較優位があり、特色がある農業・鉱業・観光業の育成等）、⑤科学技術・教育の発展、⑥各種社会事業の発展、等が定められた。このうち、インフラ建設と生態環境の保護・改善が開発初期の重点とされていた。また、これらの政策を円滑に実施する手段として、①資金投入の増大、②投資環境の改善、③対外・対内開放の促進、④人材誘致を促進する各種政策、⑤西部地域の科学技術・教育の発展促進政策、⑥社会分化事業の発展促進などにかかわる政策が採用されている（加藤、2003、第6章；加藤、2005、pp.321-322）。

³ 農業重視という態度を示す中国中央政府は、1982年から86年まで、5つの「1号文書」を出した。2000年に中西部の格差を是正するため西部大開発が提起された。同時に、農業重視の態度を再び示すため、中国中央政府は2004年以降、毎年の「1号文書」を三農問題にした。さらに、2005年に「社会主義新农村建設」を再提起した。このように、中国西部農村は「三農重視」と西部大開発の2つの旗の下に置かれるようになり、中国西部農村にとって、歴史上未曾有な発展チャンスを得た。もちろん、これらの一連の動きは、最も重要で喫緊な課題は農民収入の増加であるということを示している。その手段の1つとして、1980年代から提起された農業観光がある。農業観光が提出された以降、農民の生活水準の向上や「都市・農村の触れ合い」等の手段として一定の功を奏し注目を集めた。農業観光がある程度成功を収めた背景として、長期にわたって中国における経済の高度成長の下で、国民の生活レベルが向上し、ライフスタイルの変化や食糧と農村社会等に対する都市住民の関心が高まったこと、一部豊かになった農民自身も他地域の農業観光に興味を持つようになったことがまず挙げられる。

漁家楽は農業観光の1つである。重慶市潼南県崇龕鎮における菜の花祭りは新しく創られた農業観光の1つとして数えられる。しかし、国家旅遊局は80年代～90年代半ばまでに郷村観光に対して有力な方策を出せず、郷村観光の大きな進展は現れなかった。周知のように、1992年の地球サミットで持続的な開発が議論され、国際観光機構(WTO)と世界旅行観光業協議会(WTTC)は地球評議会(EC)とともに、1995年に環境にやさしく持続可能な開発に向けた「旅行ツーリズム産業のアジェンダ 21」⁴を公表した。この影響を受けたか、1998年によく中国国家旅遊局は「華夏(中国の古称)郷村観光」をテーマにし、郷村観光の振興に取り組み始めた。

21世紀に入った途端、世界と中国には同時に大きなイベントが展開された。「国際連合が2002年を国際エコツーリズム年(IYE=International year of ecotourism)と宣言し、国連環境計画(UNEP)とWTOを通じて環境保全のもとでの開発という本来のアジェンダ 21の目的を実現するために、とくに政府、国際的および地域的な関連諸組織ならびにNGOsの協力を推進する試みが行われた。こうして、国際的な規模でツーリズムの持続可能性の促進と持続可能なツーリズムの王者(the champion of sustainable tourism, (UN website, 2002))としてのエコツーリズムの認識が高まっていった」と藪田雅弘(2010, pp. 524-525)が指摘したように、中国でも、2002年11月開催の第16回党大会で、都市と農村の二重構造が存在することが公式に認められ、「都市と農村の一体化を推進する」という新しい方針を打ち出した。2003年はじめの農村工作会議で、党中央総書記に就任したばかりの胡錦濤は三農問題の解決を党の最重要課題と位置づけた。それを受けて、同年の農村政策文書で三農に関連して「多めに与え、少なめに取り、規制を緩めよ(多予、少取、放活)」という方針が盛り込まれた。

また、2003年10月に中共第16回大会三中全会の「決定」は初めて「人を本とする、持続可能な科学発展観」を提出した。「決定」は中国の実情を踏まえ、持続可能な科学発展観を「5つの統疇(全面的に計画すること)」に要約した。張紀濤・夏占友・張虹(2011, p.102)が指摘したように、「この五つの発展とは、都市農村の発展、地域の発展、経済社会の発展、国内の発展と対外開放、人と自然との調和のとれた発展という五つの発展を指し、これを総合的に考慮することはいわゆる持続可能な科学発展観である。観光農業は都市と農村の発展という要望に基づき生まれた新しい産業形態であるが、新しい科学発展観によって観光農業に『人と自然との調和のとれた発展』という新しい要素が付け加えられた。このよ

⁴ 「そこでは、地域の潜在的な持続可能性とそれを引き出すための法律や政治ならびに管理・運営システムの関連が論じられており、とりわけ、中央や地方の政府が果たすべき役割として、持続可能なツーリズムをもたらす規制や経済的および『自発的な枠組み』の評価、組織自身をもたらす経済的、社会的、文化的小および環境的影響の評価、ツーリズムを持続可能なものにするための関連主体の訓練と教育などの必要が掲げられている」(藪田雅弘, 2010, p.524)。

うに観光農業の発展は、都市と農村の差別を縮小することができる⁵。つまり、科学的発展観とは、人民の利益をすべての活動の出発点とし、物質・政治・精神文明の同時発展、都市農村間・地域間・社会と経済・人と自然・国内の発展と対外開放におけるバランスの取れた発展、持続可能な経済発展を目指すべきだという内容の考えであるため、観光業の環境配慮・持続可能な発展も要請されるようになった。

そして、2005年10月開催の5中全会で、「社会主義新農村建設」を再提起した（前世紀50年代に毛沢東によって提起され、鄧小平時代に入って数次にわたって唱えられてきた）。「生産発展、生活寛裕、郷風文明、村容整潔、管理民主（生産を發展させ、生活を豊かにし、気風を改善させ、村を美しくし、民主的管理を行う）」を主な内容とした社会主義の新農村を建設することが決議された⁶。西部農村はこの「新農村建設」の春風に乗って、迅速に開発発展に乗り出した。中では、農業・農村観光の整備と開発は盛んに行われるようになった。

ここまで来て、中国政府は2006年を「中国郷村観光年」に、2007年を「調和（和諧）郷村観光」に定め、大規模な広報宣伝活動と農村観光開発事業を展開した。2007年に17回全人代が開催され、胡錦濤は「農業が盛んであれば、産業基盤も強くなる。農民が豊かになれば、国家も繁栄する。農村が安定すれば、社会も安定する」と指摘し、三農の重要性の認識及び三農問題重視の態度を改めて示した。当然として、農村地域の新しい収入源となり、農民に経済的な豊かさをもたらし、農村社会を安定させられる郷村観光は、三農問題の解決に寄与することができると思われ、いっそう重視されるようになった。北京オリンピックの開催（2008年）、2010年の上海万博の開催の備えとも重ねて、中国政府は、欧米日の各国で話題になっている環境的持続的発展の可能なグリーン・ツーリズムやエコツーリズムの理念を取り入れ、2009年を「中国生態（エコ）観光年」と定め、中国の郷村観光業の前進方向を規定したのである。このような流れの中で、中国政府や中国人の観光業・観光開発と環境・持続的発展の関係の重要性における認識が次第に高まってきていることが分かる。世界観光情勢に乗って、マス・ツーリズム（mass tourism）から迅速にエコツーリズム（eco tourism）への転換を目指すようになってきている。しかし、インフラ整備の遅れた西部地域の農村は、観光業を興すと同時に、多くの場合は環境破壊を伴ってきた。

⁵ さらに、2004年以降、一連の具体的な三農政策が打ち出された。農業税、煙草を除く農業特産税、牧業税の減免、食糧生産農家に直接補助を払い、良種・農機の購入に対する利子補助という「三減免三補助」が施行され、農家の増収に一定の効果を上げた。2004年11月開催の第16期中央委員会第4回全体会議（4中全会）で、胡錦濤総書記ははじめて「二つの趨勢に関する判断」を述べた。すなわち、工業化の初期段階では、農業から工業への資本移転を行うのは先進国でもみられる経済の法則である。だが、工業化が中盤に入ってから、工業が農業を、都市が農村を支援することも一般的な傾向であると指摘した。それを受けて2005年3月の政府活動報告に「国民経済の發展段階に応じて、工業が農業を、都市が農村を支援する方針を取り、都市と農村間の所得格差を是正し農業、農村の發展をより多く支援する」ことが明記された。

⁶ 後に、「中華人民共和国国民経済和社会發展第十一個五年規画綱要」が發表され、再び「都市・農村經濟・社会一体整備の基本方略を堅持し、積極的かつ穩当に城鎮化（農村の都市化）を推し進めると同時に、『生産發展・生活寛裕・郷風文明・村容整潔・管理民主』に基づいて、着実に新農村建設を推し進める」との方針を定め、新しい目標概念として中国の国家政策の表舞台に登場した。2005年末の全人代常務委員会で、58年から施行された「農業税条例」を2006年1月より廃止することが議決された。

21 世紀に入って西部の農村観光業の開発は乗り遅れながら、環境保全との両立が可能なのかどうか、疑問を持っている人が少なくない。

中国政府が正式に「西部大開発」を打ち出した 2000 年当時、西部の GDP は全国の 17.1%、1 人当たり GDP は東部沿海地域の 30%、農村の貧困人口は 5700 万人、全国表土流失の 80%、毎年新しく増加する砂漠化面積の 90%を占める。第一、二、三産業の比例においては、1999 年は 23.8 : 41.0 : 35.2 であった（2008 年は 15.6 : 48.1 : 36.3 になった）⁷。言い換えれば、西部地域は経済発展が遅れていただけではなく、表土流失や砂漠化などの環境問題も東部地域よりずっと多く抱えていたのである。つまり、いかに開発・発展していくのかと同時に、いかなる方法で環境を保護していくのが西部地域の重い課題である。中では、西部農業の低生産性・農村の非合理性・農民の貧困という「三農問題」は、中国の西部地域社会と経済の持続的発展の大きな阻害要因となり、経済発展と環境保全との両立のボトルネックとされてきたのである。

2. 中国西部緑色菜都菜の花祭り新観光地の誕生

観光地づくりの対象地域の地理的位置と歴史沿革および、農業発展と観光業戦略の詳細については、拙稿 a を参照されたい。また、菜の花祭りという観光地づくりの進捗における詳細なプロセスは拙稿 b を参照されたい。重複を避けるため、ここでは、その大きな筋だけを簡単に述べておく。

潼南県は四川盆地の中部、重慶市の北西部の最先端に位置し、四川省と重慶市の東西南北交通の合流地で成渝経済区の奥地の中心であり、重慶市の北西の大門である。潼南県は盆地浅丘地域に属し、沖積平地・盆地は多く、水稻、小麦、油菜の成長に適しているし、傾斜地も多い、その畑はサツマイモ、トウモロコシの栽培に適している豊饒な水産物や米がよくとれる肥沃で豊かな土地である。このため、潼南県政府は「全国の糧食・赤身用豚、黄桃の生産基地」の育成を目指している。現在（2011 年）総人口は 96 万人である。総面積は 1,594 平方 km、行政区画として下部に 2 街道、20 郷鎮（17 鎮、3 郷）、282 行政村、19 居民委員会を管轄している。1982 年から潼南県は重慶市に隸属してきた。1997 年重慶市は直轄市に昇格後も潼南との隸属関係は変わっていない。29 の民族があり、漢民族は総人口の 99.9%を占め、28 の非漢民族（少数民族）は総人口のわずか 0.1%を占めている。

潼南県は、工業がほぼ皆無で、周囲でも最も貧しい農業県である。工業がないことに悩まされ、潼南県は数十年にわたって、工業の建設に方策を尽くしてきたが、ほとんど失敗に終わった。農業しか残っていない潼南県は 21 世紀にどのように発展していくのか。長所をもって短所を補うべきだと悟ったのは工業一点張りの大失敗した 21 世紀に入った矢先である。周知のように、2000 年からの西部大開発が正式に決定され、国際連合が 2002 年を国際エコツーリズム年と宣言した。2003 年に中国政府は「多めに与え、少なめに取り、

⁷ 中国西部開発網：<http://www.chinawest.gov.cn/web/index.asp> 2010/8/20 アクセス。

規制を緩めよ」という農村政策方針を定め、「人と自然との調和のとれた発展」を含む科学発展観を提起した。自然を再生させ、自然が残されている農村を観光地にすることは可能であるという強いメッセージを農村社会に送った。20世紀に沈黙したまま潼南県はこれらの国内国際の情勢に乗って、2、3年の醸成期を経て、ようやく2004年から正式に動き出したのである⁸。

ところが、農業を中心にした発展戦略を打ち出した潼南県が、予想外の成功を収めた。翌年、「緑色蔬菜の潼南」という名が迅速に広まり、間もなく潼南県は「中国西部緑色菜都（エコ野菜生産の都）」と呼ばれるようになった。長い間に経済発展の方向・突破口に悩まされてきた潼南人にとっては、士気が鼓舞され、意気揚々となった。農業を中心にする発展戦略の成功に加え、2005年新農村建設の再提起を受け、2004年の農業発展戦略に基づき、潼南県は農業発展戦略の拡大として観光戦略を明確に打ち出した。

潼南県の観光戦略の基本内容は、「三色観光」の4文字にまとめられる。潼南県は「三色」観光名県の建設を目標にした。「三色」とは、紅色、古色、緑色である。これは伝統的観光資源の「紅色」と「古色」の利用と、「緑色」という新しい観光資源の開発と、同時に二足のわらじ的展開の観光計画である。具体的、紅色は楊闇公烈士＝中国共産党四川省第一任書記・楊尚昆＝第四任国家主席（両兄弟）陵園及び楊闇公旧居を中心に、古色は双江古鎮及び大仏寺を中心に、緑色は桂林蔬菜基地及び東昇茶海を中心にする観光スポットに絞った観光業の開発を目指すことである⁹（さらなる詳細は拙稿aとbを参照）。

緑色の発展——「菜の花経済」の追求 「三色」観光戦略の中の緑色観光は、2006年にさらに具体化され、緑に拘らず、カラフル・ツーリズム設計に向かった。2004年に定められた農業発展戦略は迅速に成功を収め、潼南県は重慶市ないし西部地域の「緑の蔬菜基地」（エコファーマー基地）と称されるようになった。鼓舞された潼南人は2006年の「中国郷

⁸ 2004年、潼南県は農業発展のポイントを3つに絞った。すなわち、1には“全国無規定動物疫病安全区”を築き、潼南県を全重慶市の赤肉用豚という高品質商品の生産大県にすること、2には“全国無公害農産品（野菜）生産モデル県”に建設し、全力を尽くして“双十工程”（農業産業化七個“十万工程”及十個強鎮工程）を実施する。重点的にいくつかの規模の大きい、効率の高い、特色のある農産品生産基地を建設し、潼南を重慶近郊の現代化農業展示区と緑色産品基地県に築き上げることに努力すること、3には農副産品である。“農業を巡って工業を興し、工業をよくして農業を促進する”という発展構想に基づき、2004年を“農副産品加工年”に定め、農業持って工業を推進し、工業持って農業に反哺し、グリーンエコ農業“百花園”と野菜加工“特色園区”を建設し、渝西緑色産品大県の建設プロセスを加速させる。このように、2004年に、潼南県は長所を活かし、農業を中心に発展戦略を打ち出したのである。

⁹ レッド・ツーリズムと古色観光の整備は、いずれも直接農業と直接関わりなく、共産党の革命史や遺跡を利用した伝統的な観光形式になる。そこで、潼南県は農業を活かして新しい観光資源を創造しようとして、緑色の観光開発を策定したのである。最初に緑色の観光は桂林蔬菜基地・東昇茶海を築き上げると定めた。

村観光年」に緑色観光を改め、次の2007年の「和諧郷村観光」の行動計画を練ったのである。その計画は実に短期間で大成功を収めるような野心的な計画であり、「菜の花経済（広義的）」の追求というものだった。具体的に、毎年3月に油菜の花祭りを開催し、観光スポットは“金色”（黄色）を中心にする。5月と11月に蔬菜の祭りをを行い、“緑色”を特色とする風景を創ること。8月には紅高粱の祭りを開き、“赤色”（紅色）を主調にして観光客を引き付けること。である。

毎年3月に油菜の花祭りを開催し、観光スポットは黄金色を中心にするのが潼南県政府の農業観光計画として決められた。それは2006年のことであった。しかし、どの場所を選ぶか、どのような規模の油菜を植えるか、選ばれた場所の農民・小組（元：生産隊）・村（元：生産大隊）委員会・郷鎮政府との合意は迅速にできるのか、善は急げと言われるが、2007年内に全ての仕事を遂行して2008年3月に油菜の花が満開時に对内對外祭りを開催することが本当にできるのか。仕事は山積しているし、計画通りに油菜の花祭りを開催できることに疑問視する人が少なくなかった（その詳細は拙稿bを参照）。

結局、崇龕鎮が油菜の花祭りの開催地として決められた（その具体的な経緯は拙稿bを参照）。崇龕鎮は、潼南県中心部から北西へ30kmに位置し、瓊江河27.35kmは鎮を横切る。面積が87.6平方km、耕地面積は45,728畝（水田23,074畝、畑22,654畝。1畝≒6.667アール、1ヘクタール=15畝で換算される）、12,548世帯、52,371人（非農人口1809人）が暮らす農村である。鎮は16の行政村（埧地村9個、埧地面積は10,800畝。溝地村7個）、1の社区居（民）委員会、140の村民小組、3つの居（民）小組を所轄している。鎮の定期市の面積は1.5平方km、小城鎮は既に3つの街路（大通り）と8つの道路が建設済み、常住人口10,000人余りである。2006年に、鎮の生産総額は30,505万元に、糧食の生産量は18,345トンに、農民1人当たり純収入は2,766元に達した。社会政治は安定し、人々は安穩に暮している。

潼南県は国内外の情勢に乗って、2、3年の醸成期を経て、2004年から活動を開始し、2008年3月に崇龕鎮菜の花祭りを初めて開催し、以降毎年3月に開催し、2011年3月までに計4回開催した。

表1は中国西部緑色菜都菜の花祭りにおける総合収入・観光人数・観光者人員構造を示したものである。第1回の2008年における総合収入は1.44億元（約20億円）である。以降、回を重ねるごとに前回比それぞれ25%、44.4%、38.5%増加している。平均約36%の増加率である。第4回の総合収入は第1回の2.5倍となった。総合収入とその前回比増加率から、菜の花祭りの発展が伺える。2010年における潼南全县のGDPは113億元で年平均成長率は13.2%であった（県長・羅建極「潼南県人民政府工作報告」2011年1月19日）。同じ2010年に開催された菜の花祭り第3回の総合収入は2.6億元で前年比増加率44.4%となっている。つまり、同年菜の花祭りの総合収入は全县のGDPの2.3%に相当するし、その前年比増加率は全县のGDP年平均成長率をはるかに超え、3.4倍になっている。前年比平均増加率も全县の年平均成長率の2.7倍となる。新興観光業としてその最初の成長率

が速いのは一般的だと考えても、やはり1つの菜の花祭りの総合収入が全県GDPの2.3%に相当することについては高く評価できると考える。

表1 中国西部緑色菜都菜の花祭りにおける総合収入・観光人数・観光者人員構造

回数	総合収入	前回は増加率	観光人数(延べ)	前回は増加率	第4回観光者人員構造(前3回未統計)	
第1回	1.44億	/	36万人	/	潼南県住民	26.385%
第2回	1.80億	25.0%	45万人	25.0%	本県外の重慶市民	50.115%
第3回	2.60億	44.4%	76万人*	68.9%	他省・市(主に四川)住民	23.495%
第4回	3.60億	38.5%	120万人**	57.9%	外国人***	0.005%

注：*3月13日の1日だけで延べ16万人の観光者が訪れたという。

**3月12-13日の2日間だけで延べ20万人余に上るといふ。

***外国人は重慶・四川の大学で留学中の日本・韓国人を中心に、欧米人はわずか数人で、合わせて60人ぐらいであった。

出所：総合収入・観光人数は、第1-4回「重慶潼南・中国西部緑色菜都菜花節工作執行方案」及び第1-4回「重慶潼南・中国西部緑色菜都菜花節総結」に基づき筆者作成。第4回観光者人員構造は「菜の花祭り工作小組」の統計データにより筆者が計算したものである。

菜の花祭りの開催で、第1回目で延べ36万人の観光客を呼んだ。以降、45万人、76万人、120万人と年々増加していく。前回は観光客の増加率はそれぞれ25%、68.9%、57.9%である。4回平均して増加率は47.3%となり、5割近くになっている。中国内陸部の1つの貧困県における1つの鎮で、3、4年のうちにその祭りの観光客の総人数が120万人に上ることは、観光開発や観光客誘致の成功を認めざるを得ない¹⁰。

¹⁰ 崇龕鎮では「都市住民の自然とのふれあい、農業生産や農村生活の体験」及び「農民と農民の交流」を目的に農業観光を進めていった。重慶・四川(都市)住民を中心に、多くの観光客が農家レストランや自然体験、健康などを求めて訪れている。第1回の基礎的セット施設(表5を参照)が着実に建設されたが、第2回開催時には、一週間前に崇龕鎮のホテル、旅館が超満員となり、多くの観光客は仕方がなく隣の県(銅梁)・市(遂寧)へ泊る。飯店(ホテル)は毎日宿泊客が絶えない。遊覧船・観光バスは10日間で20万円の収入を得た。観光地農民はほぼ全員商売に参加、鶏・アヒル・玉子・蔬菜・果物等の当地の特産物を用いて売り、或いは飲食の屋台を設け、経済収益を得た。油菜の加工販売は盛んであり、宋氏榨油廠で一番多い日は6000キロを販売した。飲食展示即売会の営業は平均毎日2万円ぐらい、当地特産物販売は毎日平均約1万円の収益を得ていた。第1回後、18個の観光定点農家楽(定点農家楽は新築でない場合、つまり自宅農家を改装して事業を行うのは厳しく標準に基づきチェックされる。新築と改装は五分五分ぐらいである。非定点農家楽は3分の2が自宅農家を改装して事業を行っている。非定点農家楽と合わせて約100戸)、4家旅館、白沙村1通り街の壁の白く塗り17000平方m(新農村一条街風貌整治)等が統一企画され、125名の飲食業服務員を3日間トレーニングし、83名のガイドに7日間業務訓練を行った。

前3回は観光客人員構成について統計はないものの、第4回目のデータを元に筆者が計算すると、その内訳は、潼南県住民 26.385%、本県以外の重慶市民 50.115%、他省・市（主に四川）住民 23.495%、外国人 0.005%である。潼南県住民は4分の1強を占めている。本県を除いた重慶市民は半分を占めている。本県と合わせて、重慶市民が計 76.5%を占めている。つまり、観光客の4分の3強は重慶市民である。また、他省・市住民が2割超訪れている。辺境の向う側の四川人も多数訪れた。「重慶人・四川人以外の中国人は5%ぐらいではないか」（県観光局副局長）という。やはり、潼南県を訪れるのは重慶・四川人が中心であり、他省・市の中国人は5%ぐらいで、まだ少ない。今回の外国人観光者は0.005%で、わずか60人ぐらいしかいない。それは日本・韓国・欧米人の留学生（四川・重慶の大学）である。このような意味で、菜の花祭りの観光客人員構成においては、四川・重慶以外の中国人及び外国人の招致が重要な任務として残されている¹¹。

このように、観光客人員構成などの問題を残すものの、菜の花祭りによってかなりの観光客を誘致でき、大きな経済効果が得られているのは明らかである。実際、経済面の効果に留まらず、「近年ライフスタイルの変化が大きい。観光によって都市と農村の触れ合いが深まっていく。農村の農民は都市住民に自然環境・農業・風景・伝統文化等の地域資源を見せ、都市住民は近代的・文明的な習慣・教養を農民に見せる。つまり、観光客都市住民の到来は農民の生活スタイルに知らず知らずのうちに影響を与えている」と周建華氏（県教育委員会弁公室主任）が言う。「間違いなく、菜の花祭りを開催以降、地元農民のマナーが年々と良くなり、向上し続けている。以前、外の人には誰もやってこないし、農民の盆地意識・保守意識が強かった。祭りによって世界が開かれて農民の視野が広くなり、地域資源

第3次開催時に、白沙村だけでは70戸農家楽があり、すべての農家楽の客は満員である。第4回開催時に、また28の民居を改造した。駐車場は1500位置から3000へと拡大、県城で10数軒ホテルを増築し、白沙村で40軒ホテルを新築した、定点農家楽は更に61戸増え、ベッドを2000以上増やした。同じく、ガイドも100以上となり、あらゆる面の規模は大きくなっていく。

崇龕鎮の農民は最初、地域の風景や道教文化を活用して農村観光を成功させる自信や経験がなかった。そこで、潼南県政府（ないし重慶市政府）が地元農民に対し、すでに農業観光に取り組んでいる村への視察や職業訓練などをバックアップしたほか、経営の許可を簡素化し、インフラ整備をはじめ、多くの方面において、菜の花観光づくりの推進を積極的に支援した。その意味で、崇龕鎮の農業観光は最初政府主導の取り組みといえる。しかしながら、第1回開催の大成功を受けて、農民は急速に自信満々となり、村ごとにその取り組みを始めたのである。前述したように、2006までは農家楽はほぼなかったが、開催に向かって厳しく規制を敷きながら、農家楽を着実に増やしていった。最初「かつてに農家楽を発展してはいけない」という趣旨のルールを定めたものの、発展の勢いは余りにも早すぎて、農家楽の数は年々と急速に増えていく、今100数10戸の農家楽が存在している（それだけではなく、鎮・村及び県庁所在地のホテル建設も急速に拡大し続けている）。

¹¹ 他の郷村観光事業者と同様、菜の花祭りにおける観光客の90%以上は、日帰り観光客である。

の価値の確認ができたし、農民の誇りが高まった、郷土愛が深められた」と張興拳（県紀律検査委員会副書記）は言う。

観光地としては無名であった重慶市潼南県の年間観光客が、2005年までは10万人足らずだったが、2008年3月の崇龕鎮の菜の花祭りの開催以降、2010年には250万人以上の観光客が訪れるまでに変わった（県長・羅建極「潼南県人民政府工作報告2011年1月19日」）。4～5年というかなりの短期間に県城所在地の空き店舗には人があふれ魅力ある店に変わり、生活感あふれる賑やかな街となった。以前は重慶まで数時間かかっていたが、高速道路が建設されてからは1時間15分で到着でき、重慶市の「1時間経済圏内」になった。毎年3月に開催される菜の花祭りの広報・宣伝として、ミス・コンテストをはじめ、盛大な演唱会、緑色野菜展示即売会、全国カーラリー等のイベントが開催され、重慶市の新聞をはじめ、全国数十のテレビ局（中央テレビを含む）、インターネット等のメディアを駆使して大々的に宣伝された。潼南県は一躍中国西部の農業観光名所となった。2009年に潼南は「中国の最も美しい油菜の花の海」と評され、2010年に「重慶の十大春季観光目的地」の1つと評された。無から有への観光地づくりの成功事例として、重慶だけではなく、徐々に全国的にも知られるようになってきた。

2004年に動き出した潼南県は、同年国家の「三減免三補助」の施行、2005年の「社会主義新農村建設」運動の再提起、2005年決定で2006年1月から施行の「農業税廃除」、2006年の「中国郷村観光年」、2007年の「和諧郷村観光」の潮流に乗り、順繰りに展開していき、2008年に菜の花祭りを盛り上げ、翌2009年の「中国エコ観光年」に乗り、急激に農業観光名所へと変身してきた等の軌跡から見ると、中国全体のマクロ的背景は菜の花祭りを成功に導いたと推察することもできるが、中国のどの地域も同じくマクロ的背景下に置かれているはずであり、なぜ突出した効果が現われなかったのか、という疑問が浮かんでくる。やはり、菜の花祭りは何らかの特別なところがあるはずである。その特別なところとは何であろうか。

潼南県崇龕鎮における中国西部緑色菜都菜の花祭りという農業観光地の創出プロセスを検証すると、菜の花祭りにおけるサービス業としての生産性はどんどん向上している。その特別なところというと、敢えて前もって結論を言えば、それは菜の花祭り観光地づくりにおいては、多くのイノベーションが行われたのである。引き続き、菜の花祭りはいかようなイノベーションを起こしたのかを考察する。

3. 菜の花祭りにおけるイノベーション

3.1 観光スポットのイノベーション

表2は中国西部緑色菜都菜の花祭りにおける観光スポットを示したものである。最初の2008年には菜の花で大きな8文字を編んだだけでかなり単調で幼稚な観光スポットしか存在せず、にもかかわらず黄金色を見るため数十万人も訪れた。しかし、それだけでは引き

表2 中国西部緑色菜都菜の花祭りにおける観光スポット

回数*	開催期間	観光ポイント
第1回	2008・3・17—4・19	花の海の中で“美麗鄉村和諧潼南”という8文字を菜の花で縫い取りをし、前の4文字は40m×40mで、後ろの4文字は100m×100mという油菜の花で書いた巨大な漢字書道が、自然の美と文化の有機的結合を体現する。
第2回	2009・3・5—3・28	崇龕鎮青崗村で油菜の花を主に、小麦を補佐に直径108mの“太極油菜の花”図案を植える。“太極”は“天人合一”という道家理念を体現し、“自然・緑色・和諧”の目標を表す。また、紅・古・緑三色の観光路線を整合し、渝遂高速道路の潼南互通口—双江交差点—崇龕線区の沿道も全て油菜を植える。
第3回	2010・3・5—3・31	“七彩花海、天地日月”二つのジャンボサイズの図案は多くの星が月を取り巻いているように編む。“七彩花海”は菜の花の黄色を小麦の緑色の中に描き、満開の鮮やかな黄色は一つの巨大な白菜の中から漂い溢れ出て、一本の美しいアーチ形の花ベルトを成す。“天地日月”という四つの大きい文字は黄色、緑色、紫色の三種類の菜の花で作上げた円形図案（直径150m、8畝の菜の花になっている）。また、油菜博覧園（130畝余、品種は200種余）・蔬菜博覧園（50畝余、品種150余）・珍貴樹木花卉園（品種は100種以上）が登場する。さらに、道家陳搏老祖の睡仙像・話の“凌虚閣”・皇帝との千年将棋対局の建築や彫像を完成している。最後に川西民居を築き上げた、双龍合流の涪江堤に12の干支図を描き、煙波嶺の整備を遂行している。
第4回	2011・3・6—3・31	3つの観光ポイントを世に出し、文化を明らかにする。3つの観光ポイントは1つの像（古色）：陳搏老祖塑像（四川美術学院の著名な専門家チームによる設計）、融資約2000万元、36.9mの銅像を作り上げている。1つの鎮（太極古鎮）：道家風貌に基づき、入口牌坊（アーチ式建物）、風雨廊橋（回廊式橋）、7階太極タワー、プール欄等の復古建築、道家式建築に基づき28戸の民居を改築した建築物がある。3つの図：1つ目は青崗村で油菜の花を主に、小麦を補佐に直径236mの中国最大な“太極油菜の花”図案を植える。2つ目は長寿村で油菜の花を主に、小麦を補佐に長さ120m、幅80mの帆船図案を植える。3つ目は白沙村の主会場周辺で黄色・紫・白色を用いて長さ160m、幅80mの波のしぶき図を植える。

* 第1回～第3回の主催者は、重慶市農委（第2回）、重慶市旅游局、潼南県委、潼南県人民政府である。購買会主催者は、重慶市商委、重慶市対外貿易経済委員会、重慶市農業局、重慶市工商局、潼南県委、潼南県人民政府である。第4回的主催者は、重慶市委宣伝部、重慶市農委、重慶市商委、重慶市文化広（播）電（視）局、重慶市旅游局、重慶市委弁公庁扶貧集団、潼南県委、潼南県人民政府である。また、毎回の開催地として、潼南県崇龕鎮（白沙村）・桂林街道弁双坝村であると記録されている。

出所：第1—4回「重慶潼南・中国西部緑色菜都菜花節工作執行方案」及び第1—4回「重慶潼南・中国西部緑色菜都菜花節総結」に基づき筆者作成。

続き観光客を引きつけ・増やすことは徐々に困難となるだろう。そのため、第2回以降、毎回菜の花を中心に新たな見せ物を作る原則を守り、変化させ、直径108m（ギネス記録申請がスタート）、150mとどんどん大きくしていく。菜の花の書道文字植えや編み物・造形物に固執し、つい直径236mの中国最大な“太極油菜の花”図案を植えた。たとえ他の地方で菜の花を用いて図案を作るとしても、この大きさによって商品の差別化ができる。菜の花と小麦を合わせて植えてデザインされた太極図が間もなく観光スポットのブランドとなり、それを特化するようになっていく主催者の戦略が推察できる。また、第2回目から三色観光資源を整合し、重要な交通道路沿道も全て油菜を植えた。これは1つの大きな改新である。つまり、菜の花を中心にするを守りながら、単調を避け、多様化していく必要があると自覚したのである。さらに、第3回目は更なる改新を見せた。観光スポットを多様化し、油菜博覧園・蔬菜博覧園・珍貴樹木花卉園を世に出しただけでなく、相乗効果を狙った古色建設の一部として睡仙像・凌虚閣・千年将棋対局の建築や彫像を作り上げたし、川西風格（四川省西部地域の格調）の民居の建築や堤に大きく書かれた12干支図や煙波嶺の開放等、観光地として基本的な観光スポットがより豊富に備えられた。最後の第4回に、観光スポットがさらに多彩になった。菜の花を用いて作ったものは太極図に限らず、大型の帆船、多彩な波のしぶき図を登場させた。また、古鎮や道家陳搏老祖に関わるシリーズ建造物も徐々に出来上がった。2011年の第4回菜の花祭り開催時に、観光スポットは「1塑像1古鎮3図」と総括された（表2を参照）。



瓊江河の向こう側風景



瓊江河と涪江河の合流処



油菜の種類及び栽培・開花日付を明確に記録している



凌虚閣へ



入口 車が整列している 陳搏の石像



陳搏の銅像



睡仙亭 陳搏の寝る修業図数十図ある



陳搏の独特な書道 福寿



木造亭式橋



瓊江河兩岸風景



新農村建設運動から誕生した新農村的出入口



新農村街路



桜の一種



新農村街路に走る三輪車

3.2 広報・宣伝・イベント等のイノベーション

表3は中国西部綠色菜都菜の花祭りにおける広報・宣伝・イベント活動を示したものである。毎回主題を定め、その主題をめぐっているいろいろな広報・宣伝・イベント活動が展開される。第1回は市レベルの新聞やテレビ局にとどまったが、第2回から中央テレビ局(日

表3 中国西部緑色菜都菜の花祭りにおける広報・宣伝・イベント活動

回数	主題	広報・宣伝・イベント
第1回	奮進潼南・緑色菜都・彩色世界	①10万人署名・オリンピック祝福・中国祝福 ②「花の仙女」ミス・コンテスト ③千万笑顔撮影競技会 ④田園ラブストーリー・露天映画 ⑤市テレビ局で火・水・木の5:30-6:00 広告宣伝 ⑥「旅遊新聞」で連続4期の潼南菜の花祭りコラムを開き、「重慶晨报」「商報」で毎日コラムを開く ⑦重慶の携帯会社聯通と手を組む対外宣伝 ⑧無公害蔬菜基地・龍頭企業の参観、企業誘致項目の紹介・推薦、蔬菜購買面談会及び、紹介・推薦する企業誘致項目の契約結び、蔬菜の展示即売会、千人鍋料理宴会等。
第2回	奮進潼南・和諧潼南・緑色菜都・彩色世界	①中央テレビ局に要請し、(4回連続)大型文芸演出を行った。「郷村大世界」は潼南県広場で現場録画・生中継をした ②テント・キャンプ・野外での炊事 ③真人CS対抗賽 ④撮影競技会 ⑤イメージ大使(菜の花仙女)というミス・コンテスト ⑥標準自己運転キャンプ ⑦水上項目(モーターボート) ⑧熱風船及び飛行船昇空 ⑨特色飲食の展示即売等 ⑩第1回の⑧同。
第3回	七色花海・流金大地	①流金大地・七色花海——潼南へ行こう大型文芸演出会 ②真人CS対抗賽 ③老遊戯活動 ④テント・キャンプ・野外での炊事 ⑤旅遊商品及び特色飲食展示即売 ⑥激情水上活動 ⑦旅遊路線紹介・推薦会(300台自己運転潼南遊) ⑧旅遊局担当:崇龕鎮—双江古鎮—大佛寺觀光 ⑨知名作家遊潼南 ⑩第1回の⑧同。
第4回	走進“三色”潼南, 畅游七彩花海(“三色”潼南に入り, 七彩花海を心ゆくまで遊覧する)	①(2.25)重慶市政府新聞發布庁で「菜の花祭りのプレスブリーフィング」を行い, 重慶皇嘉大酒店で「重慶潼南旅遊紹介・推薦会」を開催する ②(3.6)潼南県工業園区で13のプロジェクトの開始式典を行い, 白沙村で盛大な「菜の花祭り開幕式」を行う ③(3.8)白沙村で“菜の花仙女”ミス・コンテストを行い, 優勝者を評議して選出する ④(3.8-9)潼南で「重慶市における区・県のメディアの異郷取材活動」を展開する ⑤(3.9-10)潼南で企業誘致項目紹介・推薦会及び渝西イルミネーション産業フォーラムを開催する。⑥(3.12-13)潼南の自動車レース場で全国自動車短距離カーラリーを行い ⑦(3.12-13)潼南で「ネットメディア区・県行き活動(潼南站)」を行う ⑧(3.16)潼南江北新城潼南中学校で「紅色故里紅歌会」 ¹² を開催する ⑨(3.18)潼南で「国際友人感知重慶(潼南行)」系列の活動を展開する。

出所: 第1-4回「重慶潼南・中国西部緑色菜都菜花節工作執行方案」及び第1-4回「重慶潼南・中国西部緑色菜都菜花節総結」に基づき筆者作成。

¹² 筆者は3月16日に開催された「紅色故里紅歌会」に参加した。この大型演習会は「紅土地, 紅歌会, 紅經典」の創意に基づき画策された。毛沢東の故里韶山, 朱徳の故里儀隴, 劉少奇の故里長沙, 周恩來の故里淮安, 鄧小平の故里広安及び山西, 湖南, 四川, 重慶等の好色故里における「紅歌隊」, 合わせて11のチームを要請し, 潼南県へ来させて舞台上に登場した。また, 張靚穎, 汪峰, 李双江, 斯琴格日樂, 阿保等の人気歌手を特に要請し, 応援させた。その規模の甚大さは新宿や大阪で花火大会を行われるようなものである。強い社会反響を及んだ。観光客の誘致や県民の士気を鼓舞させるため, 近年, 潼南県はこのようなコストパフォーマンスを繰り返し開催している。

本の NHK に相当) を呼び、潼南で番組を生中継させた。これで観光地潼南の名が全国に広まった。第 3 回は著名な作家の観光チームを組織し、名人の力を借りようとした。第 4 回から「紅色故里紅歌会」を盛大に開催しただけでなく、「国際友人感知重慶(潼南行)」を招集した。このように、その広報・宣伝の軌跡は重慶から全国へ、そして国際に向けて発信していき、徐々に広がっていくのである。しかも、毎回のあらゆる活動の中で必ず企業誘致項目を紹介・推薦会を開き、事中事後企業と契約を結ぶようになっている。

例えば、第 1 回において、表の中で表したものの以外に、5000 枚貼る絵・2000 冊潼南旅遊・6000 冊旅遊指南・10000 部交通略図を印刷した。携帯会社に 30 万元投入し、潼南菜の花祭りの参加を促す。県宣伝部は対外宣伝の責任を負う、旅遊局は海外の観光多国籍企業に向けて宣伝する責任を負う。案内標識(高速道路入口等) 61ヶ所、ガイドトレーニングを行い、40 名ガイド(旅遊局 13 名、海外旅業 17 名、崇龕鎮 10 名)を訓練させた。接待サービスのテントの準備等、専任者を指定し毎日菜の花祭りに関する報道を出す。政府弁公ホームページを通じ、菜の花祭り領導小組・県のリーダー・関連する単位に 15 期の情報報告を行った、祭りが終わると迅速に仕事を総括する等のように展開された。宣伝ポスト貼りや案内標識の設置のように細部に渡って綿密に準備されたのである。

元々中央テレビ第 7 チャンネルの「郷村大世界」はかなり人気のある番組である。菜の花をめぐって中央テレビの生中継は、大きな宣伝効果を収めた。同年の「中国の最も美しい油菜の花海」の競技評議活動で、潼南の菜の花祭りは一気に全国の第 5 番目として選出された。2010 年の第 3 回は、県政府自ら重要人物参加のパーティーに招待し、開幕式のプログラムを手配した。そして大型文芸演出は、「重慶衛視コラム+スーパースター+市・県特徴プログラム」様式を採用し、中央テレビ・重慶衛視は全コースを録画し生中継した。第 4 回は 2 月 25 日から 3 月 18 日まで、毎日イベントが開催された。最初 2 月 25 日午前 10 時に市政府の新聞=ニュース発布庁で菜の花祭りの開催を発布する。同日午後 4 時に重慶皇嘉大酒店で「重慶潼南旅遊紹介・推薦会」を開催した。以降 2-3 週間の毎日 1 つか 2 つのイベントが行われ、広報・宣伝していく。多国籍企業や先進国での馴染んだ重要な広告になる活動としてのミス・コンテストだけでなく、メディアの取材活動、産業フォーラムの開催、自動車短距離カーラリー、国際友人を呼ぶ等、第 4 回の菜の花祭りはいろいろなものをどんどん取り入れ・展開していったのである。

もう 1 つ重要な活動として、企業誘致項目を紹介・推薦会を開き、事中事後企業と契約を結ぶことである(表 4 を参照)。第 1 回目出席の企業は少ないが、31 億元の契約を成功に結んだ。第 2 回~4 回の出席企業や企業家は急増したが、2, 3 回目の資金導入量は第 1 回と余り変わらず、最後の第 4 回は急速に増え 91.5 億元に達した、前回の 2.7 倍にもなり、契約項目も 27% 増加したのである。菜の花祭りを通じ、潼南県は企業誘致・資金導入に成功していると言える。

P・F・ドラッカー(1985=1997, 上, p. iv) が「イノベーションが成功するかどうかは、その新奇性、科学性、知的卓越性によってではなく、市場で成功するかどうかによって決

まる」と指摘したように、菜の花祭りの成否は市場での成否に関わっているのである。潼南県はどれほど詳細にマーケットリサーチを行ったか、その全体像は不明だが、彼らが行っている活動からその様態の一部を推測することができる。周知のように、我々は常にマーケットのカテゴリーとして一般的に Product, Price, Promotion, Place という 4P (近年「+物流」の議論も) に分類する。ここでは、前項と本項の内容に基づき、観光スポット・広報・宣伝・イベントの展開中にどのようなマーケティング的な意義がなされたか、総合的に一思考をする。

表 4 菜の花祭りにおける企業誘致状況・金額 (契約ベース)

回数	第 1 回	第 2 回*	第 3 回	第 4 回
企業誘致状況	ウォルマート、 カルフル等 23 企業出席	268 企業出 席、契約の 項目数は 40	保利 (重慶) 投資実業有限公司・重慶紅 蜻蜓油脂有限責任公司・シンガポール緑 科持ち株グループ、江蘇華機集団等 150 余企業、契約の項目数は 41	(四川重慶を中心 に)500 人余フォー ラムに参加。契約 の項目数は 52
金額 (契約ベース)	31 億元	36 億元	34.3 億元	91.5 億元

注：崇龕鎮における企業誘致・資金導入はゼロを突破した。県政府付近の 1 つの企業を誘致成功、1.8 億元の投資が得られ、面積 2000 畝の「中国西部緑色菜都旅遊 (観光) 第一村」を建設する。

出所：第 2 回工作報告により筆者作成。

前項で我々はすでに、菜の花を中心に芸術的な図案を描くように植えるということを見てきた。これに固執してただどんどん大きくしていく、テレビや新聞で大々的に同じことを宣伝し、「菜の花の図はずいぶん大きくなった」と聴衆に印象づけさせる。この簡潔で分かりやすい同じことの繰り返しによる宣伝はブランドづくりの必須段階である。農村社会では、油菜を植えれば、油菜の花で図案を編むこと自体は簡単なことである。言い換えれば、菜の花祭りの図案は真似されやすいものである。ここで、どんどん大きくしていくことにより、潼南県は機敏に Product の差別化をしたのである。直径 1m の菜の花の図案はすぐ模倣できるが、10m になると、難度が増える。100m なら、困難である。今度潼南県の Product は直径 236m！これは非価格差別化競争の 1 つであり、潼南県の Product をブランド化し、優位性に導いたのである。また、「太極図」だけではなく、帆船図案や波のしぶき図を植えることは、菜の花の太極図を異なった商品カテゴリーにしている、これはブランド拡張 (brand extension) 効果の追求と言える。当然、ブランドは広告の拠り所 (依り所) であり、潼南県は自分の銘柄の質に基づいて宣伝しているのである。本項前述したように、潼南県は中央・地方テレビ及び地方新聞等のメディアを駆使して、人間の視覚、聴覚ないし臭覚を刺激し、強烈な印象を与えてきた。テレビ・新聞・大型文芸演唱会はセールス・プロモーション (SP) の一種と見ても無難だろう。一方、3 月に筆者は重慶のバスに乗る度にバスの中で菜の花祭りのポスターを見た。散歩したら重慶の目立たない路

地・横町にまで菜の花祭りのポスターが貼られている（潼南にとって重慶は1時間15分以外の都市であり、重慶市都内の状況を見れば、菜の花祭りは上級機関に支持されることも容易に察知できる。ポスターは観光客に行動を起こさせるのに、メディアの強烈な刺激効果より遅い。しかしながら、ポスターの緩やかな刺激効果はメディアの強烈な刺激効果と相まって、宣伝効果の効き目がさらに速くなり、短期間で潼南県の菜の花祭りを持ち上げ、その売り上げを伸ばさせたのである。言い換えれば、潼南県の菜の花祭りはあらゆる広報・宣伝・イベントを通じ、マーケットを迅速に占有し、市場で成功を収めたのである。

P・F・ドラッカーの言うイノベーションのための七つの機会¹³を照らすと、崇龕鎮、潼南県ないし重慶市は国家全体における農業観光の推進・西部大開発政策、重慶市における西部地域発展の龍頭（モデル・リーダー）地域建設、潼南県における重慶市の「1時間経済圏」の納入、崇龕鎮における外省との隣接等、各々の有利条件・優位性を用いて、農業観光開発を推進し、その観光の目的としての「美的・芸術的享受・真の郷村風景の鑑賞・環境に配慮した真の大自然の原形」を大義化し、創造的模倣とも言える農業自体の資源を活かし、市場志向を忘れずに広告表現戦略やブランド・イメージ創造に工夫して、全く観光スポットがなかった「無」から有へ、観光立鎮ないし観光立県の成功を導いたのである。これはまさにP・F・ドラッカーが言う「イノベーションは、富を創造する能力を資源に与える。それどころか、イノベーションが資源を創造するといつてよい」（P・F・ドラッカー、1985=1997、上、p.44）ということではなかろうか。また、この数年、菜の花祭りを中心にすることが死守されてきた。これは観光スポットの多様化を懸命に追求しながら、「多角化」を避けることであった。いかなる組織であろうとも、得意な分野以外でイノベーションを行おうとしても成功することはめったにない。潼南県は農業県であり、その環境に配慮した農業観光開発自体を活かしたからこそ大成功を収めた。P・F・ドラッカー（1985=1997、下、p.51）が「イノベーションが多角化であってはならない。いかなる利点があるにせよ、多角化はイノベーションや起業家精神とは相容れない。新しいものは、理解していない分野で試みるには難しすぎる」と指摘したように、ここでは、多角化は不要である。中国西部緑色菜都菜の花祭りという観光開発は今まで大きな成功を収めたものの、「イノベーションが事業として成功したあと、本当の仕事が始まる。この戦略は、トップの地位を維持していくための継続的な努力を要求する。さもなければ、すべては競争相手のために市場を生むだけに終わる」（P・F・ドラッカー、1985=1997、下、p.114）との厳しい警告を忘れてはならない。潼南県崇龕鎮における中国西部緑色菜都菜の花祭りは、

¹³ 具体的に、「最初の四つは、企業や社会的機関の組織の内部、あるいは産業や社会的部門の内部の事象である。したがって、内部にいる人たちにはよく見えるものである。それらは、表面的な事象にすぎない。しかし、すでに起こった変化や、たやすく起こさせることのできる変化の存在を示す事象である。まず第一が予期せぬことの生起である。予期せぬ成功、予期せぬ失敗、予期せぬ出来事である。第二がギャップの存在である。現実にあるものと、かくあるべきものとのギャップである。第三がニーズの存在である。第四が産業構造の変化である。残りの三つの機会も、企業や産業の外部における事象である。すなわち、第五が人口構造の変化である。第六が認識の変化、すなわち、ものの見方、感じ方、考え方の変化である。第七が新しい知識の出現である（P・F・ドラッカー、1985=1997、上、pp.52-53）」。

これからどの方向に向かっていくのか、注意深く見守ることが必要である。



県立高校の運動場 室外大型演唱會



「紅色故里紅歌会」参加九チームの一つの登場



スター歌手李双江「川江号子」熱唱中



スター歌手張靚穎「To Be Loved」英文歌熱唱中



観光客載せる超小型飛行機は瓊江河の空を飛ぶ



菜の花の海の中で記念写真を取る



スローガン「七色に彩られた花の海
黄金色に満ちている大地」



日本の技術を導入したロープウェー
山から一気に花の海へ



瓊江河岸観光客を待っている船主と遊覧船



伝説の「千年（将棋）局」（皇帝趙匡胤 VS 道家至尊陳搏）



河の風景を撮る



家族旅行 菜の花祭りへ

3.3 組織の（政策・制度的）イノベーション

周知のように、ヴェブレンたちによって展開されていた企業の制度的側面に注目した研究と違って、主に企業をめぐる組織制度の形成や発生を分析しようとしている現代の新しい制度論の動きは「新制度派経済学」と呼ばれている。しかも、この新制度派経済学は単

一の理論ではなく、一連の理論群から構成されている。少し具体的に言うと、コース (Coase) やウィリアムソン (Williamson) 達によって展開された取引コスト理論、ジェンセン＝メックリング (Jensen and Meckling) やファーマ (Fama) 達によって展開されてきたエージェンシー理論、そしてアルチャン (Alchian) やデムゼッツ (Demsetz) 達によって展開されてきた所有権理論等の理論群は、新制度派経済学の重要構成内容である。今日、これらの理論は現代企業理論のフロンティアを形成している。

なぜ現代企業理論のフロンティアを言及するのか。潼南県崇龕鎮の新しい観光地づくり、「無」から菜の花祭りを作り上げた「有」への転換におけるプロセスの中では、上述した現代企業理論の理念と暗黙に合致して観光地を成功に導いたからである。ここでは、一々理論の基本原則や内容を繰り返すのではなく、菜の花祭り運営プロセスにおいて、どのように「限定合理性」に基づき、「効用最大化」をしていったのか、その主な組織面におけるイノベーションを提示する。

政府主導、企業運営、群衆参与の運営様式

第1回の菜の花祭りは「政府主催（原文：政府主弁）」（第1回工作総結 p.1）であった。県委・県政府の主なリーダーによって構成された「菜の花祭り領導小組（菜の花祭り運営委員会）」は祭りの運営に務めた。旅遊局は「小組」の指揮の下で、祭りの画策、ガイドのトレーニング、マーク・標識の設立及び観光宣伝・紹介・推薦等の仕事を展開した。

第2回目から、「政府主催」を「政府引導、市場運営、企業操業」（第2回工作報告 p.5）に改め、重慶市の中方旅遊景区管理有限公司（会社、以下、中方公司）と提携した。県政府は主にインフラ建設に責任を負う、中方公司は主に祭りの観光宣伝のプロモーション、マーク・標識の制作及び風景区の活動・イベント項目に責任を負う。入場券の収入は県政府と中方公司是4:6で分ける。風景区の活動・イベントでは、中方公司是損益の責任を自ら負うと定められた。つまり第2回目から政府主催（実質的な政府運営）から市場運営へと転換し、観光会社を取り入れて具体的な運営・操業をプロの企業に任せるようになったのである。この中方公司の取り入れによって、潼南県崇龕鎮の主要風景区がプロの観光会社の要求通りに改造・管理され、観光地としての質が急速に高まった¹⁴。同時に、中方公司是県政府と連携して、全県の幹部や群衆の積極的参加を呼び掛け、交通、飲食、宿泊等の面において多くの観光客に質の良いサービスの提供ができた。一方、県政府は協力して、政策の環境づくりを主な仕事とした。例えば、県政府の努力の末、重慶市政府は菜の花祭

¹⁴ 例えば、第2回からの観光線路の整合は重要な措置である。レッド・ツーリズム・緑色・古色三色の線路を以下のように整合させる。潼南県庁所在地—柏梓—菜の花祭り風景区—楊尚昆故居—双江古鎮—楊闇公故居—潼南大佛寺—桂林蔬菜、観光客にとってこれは便利な環線路旅行である。一気に当県現有風景スポットを大まかにみることができる。さらに毎年その観光スポットやイベントを増やした（「中国西部緑色菜都菜の花祭りにおける観光スポット」及び「中国西部緑色菜都菜の花祭りにおける広報・宣伝・イベント」、表3と表4を参照）。

りの重要性を再認識し、それは潼南県全体の発展とつながっていると確認した上で、「潼南の加速的発展を促進することに関する意見（渝委弁発）〔2009〕42号）を出し、市政府の支持を文書化し、政策化した。中では、「中国における単独の特色を持つ崇龕油菜の花郷村観光を創ること」と明確に定めた。潼南県政府の努力によって上部機関の認知・同意・支持を書面化し、もっと正式にしたのである。結果として、この運営様式の改めによって、風景区は観光会社のようなプロの企業により「限定合理性」に基づき、「効用最大化」を追求し、合理的な開発利用ができ、当地農民が「花の経済」のもたらした実益を得たのである。

第3回目は、菜の花祭り領導小組（運営委員会）は「政府主導，市場主体，部門支持¹⁵，群衆参与」（第3回工作總結 p.5）と運営様式を定め、第2回の運営様式よりさらに一歩進んだ。「投資者と建設者は受益者になる」の原則に基づき、企業操業の内容を広げ、企業運営へと変わった。同時に、政府主導だけでなく、部門の支持を要請し、政府と各部門の協力役割を強化した。また、もう1つ最も重要なことを盛り込んだ、それは「群衆参与」ということである。当地住民（ないし鎮外県民）の積極的参与を意識し、呼び掛けを要請しているのである。結果として、風景区における具体的運営の参与を用いて、企業の投資を引き付け、潼南県（崇龕鎮）の農業レジャー観光業の発展スピードを速めた。投資企業やプロの観光会社に具体的な運営・管理を任せる一方、県政府は積極的に重慶市政府に関連する部門に政策・項目等の面の大きな支持を求めると同時に、県内における各レベルの部門に緊密に歩調を合わせ・協調運営を促し、菜の花祭りの成功を保証する。政府と各部門の働きは企業の運営に大きな助力を与えた。さらに、風景区の民衆は土地の流動化や、農家宅地の賃貸、个体経営、風景区でアルバイトをする等、菜の花祭りにおける活動に参加し、収入を増やした。

このように、（第1回の）政府運営から（第2回の）政府主導・企業運営へ、更に（第3回の）政府主導・企業運営・群衆参与へと、その運営様式が徐々に変わり、組織的運営は成熟していったのである。第4回の開催は第3回の成熟してきた運営様式の下で展開され、成功への組織的な保障が備わったのである。

周知のように、社会主義市場経済体制を採用すると正式に宣言した（1992年）中国は、今日でも市場経済への移行中であり、まだ完全化した市場経済体制になったと言いがたい。ところが、潼南県崇龕鎮の菜の花祭りにおける観光地開発においては、開発後スタート間もなく、市場原理を取り入れ、官製の特徴から迅速に脱出しようとして、民営化したとも言えるように企業にその具体的な運営・管理を任せた。また、1つの観光企業だけではなく、多くの企業を誘致して同開発のインフラ整備等に参加させようとしている。これらの動きは客観的に「政府の失敗（government failure）」を避けるのに役立つと考えられる。さらに民衆の参加を呼び掛け、民衆の参加と政府の協力によって、市場の失敗を避けよう

¹⁵ 部門支持は具体的に県委弁をはじめ、宣伝部，財政局，旅遊局，飲食協会等の28の部門の具体的な責任担当を明確に分けた（第3回執行方案 pp.7-11を参照）。

ともしている。このように、短期間で政府主導・企業運営・民衆参与型の運営様式を成し遂げたのである。潼南県崇龕鎮における菜の花祭りという観光地づくりの運営プロセスを見ると、その運営様式の組織的変遷は、まさに、エージェンシー理論に基づき、所有権理論を運用し、取引コスト理論を展開して、所有権と経営権の分離、限定合理性と効用最大化、企業経営と民衆参与あるいは依頼人と代理人関係等の問題を順調に処理してきたのである。菜の花祭りの観光地づくりの成功は、この革新的な運営様式が欠かせないものだと考える。

このように、自然と「共生」できるように、菜の花祭り観光地づくり自体は自然保全・環境配慮型であるため、多くのイノベーションが見られる。観光スポットづくりをはじめ、広報・宣伝・イベント活動の展開、組織的な政府主導・企業運営・群衆参与の運営様式等のイノベーションが行われた。このようなイノベーションの下で、いかような波及効果をもたらすのか。引き続き、菜の花祭りのスピルオーバー効果を検証する。

4. スピルオーバー効果(spill-over effect)

4.1 観光業自体へのスピルオーバー効果

「第1回菜の花祭りの総括」によれば、第1回菜の花祭りにおける主要な風景区域に訪れた観光客が延べ19万人であった(p.1)。菜の花祭りが引っ張って、「潼南県の他の主要な観光スポット、例えば双江古鎮観光スポット、大佛寺観光スポットも好調で、合せて延べ36万人を迎えた」(同前)。すなわち、延べ $36-19=$ 延べ17万人に上る観光客が菜の花祭りに直接参加せず潼南県の他の観光地に訪れたのである。普段双江古鎮・大佛寺観光スポットのために訪れる観光客は今まで数少なかった。潼南県への観光客は2005年まで年に延べ10万人足らず、菜の花祭り等の開催後2010年に延べ250万人に上ったという(県長 羅建極「潼南県人民政府工作報告2011年1月19日」)。これに基づき考えれば、17万人の大部分(ここでほぼ全員と仮定)は菜の花祭りに引っ張られ、潼南県の観光地に訪れたと考えても不思議ではないだろう。これはまさに菜の花祭りによって観光業自体へのスピルオーバー効果と言える。また、第2回も同じく「主要風景区の来客は延べ25万人余で、他の風景区の延べ20万人余を引っ張ってきた」(第2回工作総結論 p.3)。このように、第1回と第2回菜の花祭りが引っ張ってきた観光客はそれぞれ $17\div 36\approx 47\%$ 、 $(45-25)\div 45\approx 44\%$ となり、3月に潼南県に訪れる観光客全体の大きな割合(半分に近い)を占めていることが分かる。

スピルオーバーは元々溢れ出すこと、漏出することを指す。経済学では、一般的に外部性によって他の生産要素や企業の生産性が上昇することや、異分野への技術的な応用によってイノベーションを発生させることができることをスピルオーバー効果と呼んでいる。特に公共経済学において、公共サービスの便益が、それを給付した公共体の行政区域を越えて、給付費用を負担しない他の行政区域にまで拡散するという現象は外部効果の一種としてスピルオーバー効果と呼んでいる。ここでは、一般的な意味で、ある経済主体の便益

がそのための費用を負担しない外部までにも及ぶ場合を言う。この一般的な意味上で、潼南県崇龕鎮における菜の花祭りの開催はまず観光業自体に大きなスピルオーバー効果を起こしているのが分かる。

4.2 三次産業へのスピルオーバー効果

菜の花祭りは観光業を興した。観光業自体は第三次産業に属する。菜の花祭りは第三次産業に波及効果があるのは自明の理である。ただ、菜の花祭りは第三次産業に対する波及効果は観光業界にとどまらず、多くの第三次産業にスピルオーバー効果を起こしている。例えば飲食業に対する波及効果がある。第1回菜の花祭りが開催された後、主催者の県政府は「基礎的なセット施設の建設が必要である。風景区域のランクをアップさせるため、吃（食事）、住（宿泊）、行（歩くこと、交通）、遊（観光遊覧）、購（観光製品等の購買）、娯（娯楽、楽しさ）に（資金）投入を拡大すべきである」（第1回総結 p.5）と総括した（表5の「吃」項を参照）。以降、サービスのセット施設建設に力を入れ、第三次産業の発展を促進した。

表5 第1回菜の花祭り開催後の総括としての「基礎的なセット施設の建設」予定内容

吃 = 食	新農村建設の構造調整を行い、全体を計画して模範地を崇龕鎮にする。青崗村で3つの特色農家楽を作らせ、観光客接待日に延べ1200人。白沙村・老店村で各10の特色農家楽を作らせ、観光客接待日に延べ4000人。柏梓鎮から崇龕鎮への自動車道路沿線で10の特色農家楽を作らせ、観光客接待日に延べ4000人。農家楽は統一企画・画策する。田園風光、農家風味、時代風采、郷村風格を体現し、郷村観光のブランドにしなければならない。
住	崇龕鎮で10のホテルを建て、観光客接待日に600人。青崗村、老店村、白沙村で10の郷村旅館を作り、観光客接待日に500人（200平方mの観光客接待センターを建設する）。
行	崇龕—双江のセメント自動車道路を新たに建設する。崇龕鎮—白沙村現有道路を増築する。柏梓—崇龕鎮現有道路を改築し、「漚車道（集合地点）」（25か所の「錯車道」＝車のすれ違い交差点）を増設する。現有埠頭を増築し、新しく大型駐車場を建設する。これらの新築、増築、改築を通じ、観光交通環線を形成させる。
遊	風景区で「観景亭」・観光歩行道・椅子・観光トイレを新しく増設すべきである。同時に、沿江兩岸の緑化を強め、片を成した果樹や花・木を植えつける。
購	崇龕鎮で1つの観光商品ショッピングセンターを建設する。白沙村で2つのショッピング商店を建てる。
娯	崇龕鎮における水郷の有利条件を利用し、菜の花祭りの時間が短いという短所を克服し、崇龕鎮文化の内包を掘り出し、1年4季節は全て観光客を引き付けることができる観光産品・項目を登場させる。例えば、崇龕鎮で1つの手工榨油房を開き、青崗村で戶外砂浜体験運動場を新築し、青崗村と白沙村で若干の魚釣り池を新しく建設し、水上娯楽活動を開設する（7か所のトイレの建設も含む）等々。

出所：第1回総結 pp.5-6に基づき筆者作成。

第1回菜の花祭りが開催されてから、「菜の花祭り領導小組（運営委員会）」が迅速に開催状況を総括した。中では、今回の不足で、次（第2回）の開催に向かって準備していくべきことが指摘された。その内容は実に豊富であった。主な内容として、第一に、事前画策、第二に、統一規劃、第三に、機構を成立させ、早めに準備、第四に、基礎的なセット施設の建設を拡大すること（上表を参照）、第五に、資源を整合し、ランクを上げ、地位を向上させること、第六に、学習する機会を設ける（外への考察、経験を学ぶこと、重慶市墊江、雲南省羅平へと提議）、第七に、観賞的な油菜を植えることの試み、第八に、市場監督管理及び市場引導を強化すること、である。このように、毎回祭り開催前に行動計画を出し、開催後に迅速に経験あるいは教訓を総括し、次の準備に向かってその行動の方向を示す。第2回の開催も順調に行われた。前の2回開催の成功を受け、第3回から、次の目標として、このように更なる進歩を求めた。すなわち、第一に、菜の花祭りを西部ないし全国においても重要な影響のある観光ブランドにアップさせること、第二に、菜の花祭りを龍頭（リード）にし、潼南県観光産業を引っ張っていきランクを上昇させること、第三に、菜の花祭りを先導し、潼南県の発展を推進すること、第四に、祭り・会議（フォーラム）活動を契機にして現代エコ経済強県の築き上げること、である。さらに、第4回の開催は大成功を収めた、その総括は次の展望を描いた。第一に、（次回の）準備委員会をできるだけ早く成立させ、陳搏故里の風景区域の規劃・画策及び経営を管理する。第二に、菜の花祭りを国家レベルのブランドに持ち上げよう。そのため、まずインフラ建設を完備化し、遊樂施設を増加させること、次に、道宮を建築し、道士を導入することである。第三に、太極古鎮を常態化（常時化）風景区（観光地）として造り上げなければならない（菜の花祭り観光における季節性・短期性の克服を意識しているものであろう）。陳搏山を緑化・美化し、瓊江河の両岸でシダレヤナギを栽培する。異なった季節の花弁を植えることを企画し、菜の花観光スポットで3-10月観賞できる花を持つようにする。

ここで長々と紹介してきたが、ここから分かるように、毎回感じた不足を総括して次の準備を進める。この準備に伴い、工業建築や一部の農業構造の調整が必要となる。毎回の開催に向かう準備自体は工業・農業・サービス業という三次産業の発展を促進していくのである。また、菜の花祭り開催によって、その観光スポットづくりを始め、広報・宣伝・イベント活動等は飲食・交通・道路インフラ整備・メディア等の多くの産業部門の発展を促進する。例えば、イルミネーション産業フォーラム開催によって、灯具産業の新しいビジネスチャンスをもたらし、その後ビジネスがまた新しいビジネスチャンスを生むという良い循環が発生し、該産業の勃興する可能性をもたらす。また、民居の改造は建築業・設計業界と連動し、これらの産業にビジネスチャンスを与え、発展の可能性をもたらすのである。ゆえに、広義的な意味で、菜の花祭りの開催における事前準備・開催・事後処理に伴って、工業・農業・サービス業に関わるそれぞれの多くのことが起こり、産業の興隆をもたらしている。菜の花祭りがなければ、関連する産業のビジネスチャンスもなく、その

まま足踏みになる。菜の花祭りがあるため、スピルオーバー効果が発生し、三次産業の発展を促進しているのは明らかである。

4.3 他のスピルオーバー効果

菜の花祭りにおける観光地自体へ、他産業へのスピルオーバー効果を見てきた。菜の花祭りのスピルオーバー効果はこれだけにとどまるのか、否、産業以外のスピルオーバー効果が多く存在している。少なくとも、以下のスピルオーバー効果が現われている。

① 理念革新

中国ではいわゆる「小農思想」が存在しており、四川盆地に位置する重慶では「三畝の水田があり、一頭の耕牛を飼い、1人の妻を娶り、二つの花やかな枕を持てば充分である（三畝田、一頭牛、一個老婆、兩個花花枕頭）」という言い方があり、小農の満足しやすい心理を表している。潼南県は元の四川省の、今日の重慶市（1997年に直轄市に昇格し、四川省から分離）の最も貧しい貧困県であり、農業県である。そこでいわゆる「小農思想」ないし盆地・保守意識は極めて根強い。改革開放以降の長い間にも、その意識・理念が一新する気配は見えなかった。菜の花祭りの開催によって、かつて年に全県境内に訪れる観光客が10万人足らずから一変して、その25倍以上の250万人が訪れるようになった。県民は外の世界の人々と頻繁に接するようになり、農民は都市住民と接触できるようになった。菜の花祭り開催時の今年3月、筆者は潼南県の都市住民や農民にインタビューを行い、「これからの計画は？」という質問に対して、彼らの口から「発展、発展こそ硬道理（発展、発展こそ不変な法則だ）一鄧小平語、筆者注」、「古い県城を改造している、今度僕も少し投資する」「果樹園を請負いたい。今の生産規模を拡大したい」「油菜は毎年植えているのに、一輪の小さい花はこんなに潼南を変えて、俺らは先にいっぱい植えればよかったのに！」「油菜だけに拘らずに、他の新しい方法を考えれば？」「了解、これから注意深くアイデアを見つけるぞ」等の答えが返ってくる。菜の花祭り開催の意外とも感じる成功は、潼南県の都市住民と農民に大きな刺激を与え、外の人々との交流によって、大きな理想を持つようになってきている。要するに、菜の花祭りの開催は潼南県民の理念革新を起こし、時代遅れの考え方を改め、積極的・開放的な発想を促したのである。

② 知名度向上・美名度増加

10年前頃、重慶人に「潼南県はご存じ？」と聞けば、「え？銅梁ですか（潼南県の隣の大きい県）」と返してくる。重慶市内の多くの人々は潼南県の存在さえ知らなかった。菜の花祭りにおける重慶テレビ、中央テレビをはじめ、カーラリー等開催時に各省の数十のテレビ局の生中継、新聞等のメディアの宣伝及び観光者の口伝等により、西部緑色菜都・菜の花祭りの開催地としての潼南県は一気に有名になり、しかもそれは「緑色」や「花」と混ぜてイメージされ、農薬の危険がなく、自然の保全ができているところという美名にも冠され、有名で観光名所として知られるようになってきている。潼南から150キロも離れている重慶市都内のスーパーへ行くと、多くの蔬菜の産地は潼南と書かれている。潼南

を産地にしない蔬菜は農薬の量は大丈夫かなあと疑われる可能性さえある。つまり、菜の花祭りを突破口として、西部緑色菜都の宣伝がさらに進められ、貧困で無名な潼南県は一変して、観光名所となっただけではなく、緑色蔬菜のブランドのように、潼南県自体もブランドに変わりつつある。菜の花祭りが潼南県の知名度を向上させているのは紛れもない事実である。長い間に無念・挫折感を味わってきた潼南県民は自県の知名度の向上に伴い、士気が鼓舞され、意気揚々となりつつある。人間の精神状態を変えることは経済効果のように、何千万、何億の収入を増やしたというようにすぐに数字化できないが、その無尽蔵な資源となる意味・多くの可能性を潜んでいるのは周知の道理である。この意味で、菜の花祭りは、まさに、潼南県に物質的な利益をもたらしただけでなく、精神的な資源も持たせたのである。

③（直接獲得以外の）経済利益・社会効果

まず、例えば、菜の花祭りを開催する前に、西部緑色菜都の宣伝が盛んに行われたが、潼南県の蔬菜の売上伸び率は緩やかであった。宣伝コストが高く、等価する効果が現われにくかった。2008年の菜の花祭りが開催されてから、重慶市蔬菜市場が急速に潼南県の蔬菜を大量注文するようになっていった。2010年ぐらいになると、潼南蔬菜は重慶市のあらゆるスーパーにおかれるようになった。筆者は自ら重慶市都内のスーパーに入った時に、2人の中年婦人の会話を聞いて感心した。「こちらの方がいいよ！」「どうして？」「あそこだよ、油菜の花」「油菜の花祭りのところ？」「そうか、潼南だ、農薬を余り使っていないじゃない！油菜の花祭りの蔬菜にしよう」という2人の婦人が蔬菜コーナーで蔬菜を触りながら選んでいた時の会話であった。菜の花祭りは直接に当地住民や運営する企業・政府に経済利益をもたらしただけでなく、その波及効果の1つとして、蔬菜市場での販売にも潼南蔬菜に助力し、潼南蔬菜の市場占有率に有益な影響を与えている。これは間接的に経済利益をもたらす一例にすぎない。

菜の花祭りの開催によって、測り知れない社会効果を起こしている。それは枚挙する暇がない。ただ、中国式レッド・ツーリズムに飽きた観光客にとって、真の大自然と融合した緑色をはじめとしたカラフル・ツーリズムは社会的な潤滑油になるだろうと考えられる。特に1つ重要な社会効果として、人気を集める焦点になる菜の花祭りは、今日提唱されている社会主義新農村建設運動にとって非常に意味のあるものである。潼南県の農村住民は、数十年にわたって、政府が政策を頻繁に変えることを経験してきたため、なかなか政府の宣伝に乗らなくなってきた。新農村建設は農村社会の改造・農民の生活レベルの向上等に有益でありながら、「口で言っただけでは証拠にならない」というのか、一般の農民は政府が提唱している新農村建設を疑いつつ、その方向に向かって行動しない。しかし、このほど人気がある菜の花祭りの実態を見て、それは新農村建設の一環として見てもいいので、新農村建設に対する認識が変わっていくと予想される。言い換えれば、菜の花祭りは新農村建設にも影響を与えるように、いろいろな社会効果を波及しているのである。

④ 情報の普及・インターネット発展の促進

いわゆる第3の波の情報革命は、元々第2の波の工業革命に乗り遅れた中国にとって、再び遅れてしまう危険性を潜みながら、後発の優位性も持っている。それは先駆者の探検・探索・試行錯誤の繰り返し等のプロセスを経ずに、先駆者達の発明成果をそのまま取り入れ享受できることである。周知のように、中国は未だに事実上の一党専制の独裁国家であり、情報の統制管理を行っており、インターネットの完全な自由運営ができないのである。この「限定的合理性」をどのように活かすか、その体制に管理されている国内住民にとって他人事ではないのである。

元々閉鎖的な潼南県は、菜の花祭りの開催によって大きく開かれた。複数で交錯にメディアを駆使して菜の花祭りを大きく宣伝していたこと自体が一種の情報の普及活動であった。インターネットにおいては、華龍網をはじめ、百度まで菜の花祭りの情報が掲載された。百度は「潼南県菜の花祭り」を入力すれば、42,000条の内容が出てくる（2011年4月2日現在）。例えば、日本語で以下のサイトをクリックすれば、「重慶潼南：直径236mの巨大な『菜の花の太極図』が登場」というものが見えてくる（2011年7月1日）。

<http://j.people.com.cn/94638/94659/7320971.html>, <http://www.arachina.com/news/11/03/11032001.html>,

<http://www.hellonavi.com/news/freaknews.jp.php?id=241970>。また、「春だ！万歳！菜の花だ！青春謳歌の娘たち重慶」http://news.searchchina.ne.jp/disp_iphone.cgi?y=2008&d=0319&f=national_0319_004.shtml

もある。数回の菜の花祭りの開催に伴い、潼南県都市住民はほぼ全員、農村住民は1ケタを突破し、インターネットがつながるようになった。菜の花祭りは触媒のように、潼南県の情報の普及・インターネット発展を促したのである。

⑤ 農民・県民の教育

13億を超える国民の食糧需要を満足させることは、中国農業の根本的な役割である。同時、農業の担い手が必要であり、それは農民である。歴代中国政府は農業を重視する。しかしながら、歴代政府は農業の担い手農民を必ずしも重要視していない。中華人民共和国建国後、食料の安全保障における重要な担い手となる農民に対して、差別的な政策を取ってきた。1958年に「中華人民共和国戸籍登記条例」が公布されて以降、4半世紀以上にわたって中国の戸籍制度が厳しく執行された末、中国は典型的な都市と農村を分離させる「二元社会」を形成し、世界一の人口を持つ中国の国民に食料を提供する主役を「二等公民」として扱ってきたのである。そのため、農民と都市住民に比べ、政治・経済面の貧困、生存条件の不良、社会保障制度の不備等の問題が現出し、未だにこれらの差別から脱出できていないのである。当然ながら、当初重工業優先発展戦略に基づき農業・農民への略奪的やり方の下に置かれた不幸な農民は、その後遺症が深く残っている¹⁶。しかし、菜の花祭

¹⁶ 「礼儀の邦」と称される中国では、“文化大革命”後、礼儀が失われ、小中高生に最も基本的な「五講四美」を必死に教え込まなければならないのと同じく、2005年に再提起された「社会主義新農村建設」の基本要も「生産発展、生活寛裕、郷風文明、村容整潔、管理民主（生産を発展させ、生活を豊かにし、気風を改善させ、村を美しくし、民主的管理を行う）」を主な内容とした。これは普通の外国人が余り深く理解できない内容である。実にその裏として、こういう風に読み替えるべきである、すなわち、農業生産は発展していない、生活は貧しい、気風は邪悪である、村は醜くて汚い、専制的な管理を行って

りの開催に伴い、潼南県の農民は「都市・農村の触れ合い」ができただけでなく、本県・市及び四川省の隣の郷村から観光あるいは経験を学びに来る農民との交流もできた。この都市住民との触れ合い及び農民と農民間の交流によって、当地農民の視野が迅速に広がり、マナーの向上や生き甲斐の発見ないし誇り・名誉感の醸成等の効果が生まれ、客観的に一定程度の農民の教育の役割を果たしている。

菜の花祭りにより、潼南県に交通のインフラ整備をはじめ、飲食、宿泊、建築、運輸等の業種に大きなビジネスチャンスをもたらした。元々閉鎖的な農業県の県民は時勢に要請され、商業・販売等のビジネスの前線に躍り出なければならなくなった。商いの旺盛でなかった処にとって、かつて「一度きりの商売」が流行り、おおっぴらに詐欺行為を働いても、余り社会的に譴責されない。そのため、第1回開催後、潼南県旅遊局は「存在の問題」の4つ目に、「群衆の唱導はならず、市場監督管理は滞る。菜の花祭りの開催初期、一部の素質のよくない群衆及び商家は、客を欺いたりする現象を起こした。事後処理を行ったにもかかわらず、不良な影響がすでに出てしまった」（第1回工作総結 p.3）と総括し、反省と改新を促したのである。そして第2回開催時に「県物価局は全県の各業種の経営者及び組織に『誠実・信用的経営』の注意・訓戒を与えただけではなく、価格検査を展開した。

（このため）今年の菜の花祭りでは、商家がむやみやたらに値上がりしたり料金を取ったりする不法的行為が現れなかった」（第2回工作総結 p.8）と商家のビジネスモラルの変化を示した。その後第3、第4回の開催は、無詐欺・誠実信用・公平交易のルールが商家に守られるようになった。農業県の県民の多くは農業を経営してきた。いざ商売に手を出すと、小農意識が現われるのか、その逆で急速に投機的「一度きりの商売」に走ってしまうのか、極端に走りやすい。菜の花祭りから、潼南県の農民・県民は公平売買、誠実信用等のルールを守りビジネス精神を養成してきているのである。

菜の花祭りは、（観光業自体・第三次産業・他産業）産業へのスピルオーバー効果だけではなく、上述したように、県民の時代遅れの考え方を改め、地域の知名度をアップさせ、直接獲得以外の経済利益・社会効果を引き起こし、第3の波＝情報時代に適時に乗らせ、農民・県民の視野を広げ・マナーを向上させ・ルール守りビジネス精神を養成する等々の波及効果をもたらしている。

総じて、菜の花祭りは、潼南県にとって、農民・鎮民・県民の収入を増やし、地方・地域財政を増加させる経済効果が第一意義として現われ、地域経済を大きく推し進める役割を果たしている。加えて、菜の花祭りのスピルオーバー効果として、他の経済効果、社会効果、思想革新等の効果も大々的に現われ、鎮・県ないし関連する地域の文化の保全・進歩を促している。また、菜の花祭り観光地づくり自体は自然保全・環境配慮型であること

る、と逆にすれば、現実的な農村の状況が正しく理解できる。このように、長期にわたって「二等公民」とされ、劣悪の社会環境下に置かれ、農民は生活が貧しいだけでなく、人生観、生き甲斐、モラル、衛生環境と習慣、環境保護意識、組織に対する認識等、あらゆる面で下級であるという存在であったことが容易に分るだろう。

を考慮すれば、菜の花祭りは農村の持続的発展の新たな手段として期待されると考えられる。さらに、菜の花祭りに訪れる農民の数も少なくないため、従来の観光に強調されてきた「都市・農村の触れ合い」を超え、農民と農民の交流も重要な現象として起こっている、これは中国の農業観光における新しい形態の課題が露出していることを意味するのではないかと考えられる。



街路に10-20メートル置きにゴミ箱



池の傍はゴミではなく 工事人の作業服

菜の花祭りの誕生・イノベーション等の分析を通じ、少なくとも、中国は観光立国政策を定めるに伴い、農業観光は農村社会の新資源として農民の1つの新たな収入源となり、農民はそこから経済利益を得て収入を増していることが分かる。これは「1号文書」や「社会主義新農村建設」ないし「西部大開発」における最も重要な要請「農民収入の増加」を満たしているのである。同時に、運営に参入する企業や地方財政にも大きな利益をもたらしたのである。しかしながら、菜の花祭りの分析が示したように、潼南県崇龕鎮の農民は自分の創造的な観光地づくりから得られているものは経済利益にとどまらず、理念革新、地域の知名度・名誉度の向上、社会効果、情報の普及とインターネット発展等を促進し、自然環境・文化の保全（例えば古色の道家文化のような地域固有の自然環境・文化を観光資源として連帯開発され・保全されること）、農民・県民における視野の拡大・マナーの向上・ルール守りビジネス精神の養成・生き甲斐の再発見・自信や誇りや名誉感の醸成等々の波及効果も現出しているのである。だが、農村景観は、経済的開発とともに変化し続けるが、消費者の感じ方や好みはそのような変化と同じスピードまたは同じ方向に展開するとは限らないだろう、そのため、景観の多様性を増加させる一方、多様性は景観の質の向上も常に考えなければならない。OECDレポート（2001, P. 55）が指摘したように、「特定の景観の特徴を維持したり、景観を積極的に改善していく需要もある」。このため、常にイノベーションが求められるのである。

むすび——農業観光のイノベーションと課題

1. 結論

菜の花祭りの開催によって、その観光スポットづくりを始め、広報・宣伝・イベント活動等は飲食・交通・道路インフラ整備・メディア等の多くの産業部門の発展を促進する。また、民居の改造は建築業・設計業界と連動し、これらの産業にビジネスチャンスを与え、発展の可能性をもたらすのである。ゆえに、広義的な意味で、菜の花祭りの開催における事前準備・開催・事後処理に伴って、工業・農業・サービス業に関わる多数の事業が発生し、産業の興隆をもたらしている。菜の花祭りがあるため、スピルオーバー効果が発生し、三次産業の発展を促進しているのは明らかである。

中国西部緑色菜都菜の花祭りにおける農村観光資源開発の性格を一言で言えば、それは一輪の小さい菜の花を用いて、環境に配慮しながら経済の大きな発展を切り動かした農業観光のイノベーションである。従来、潼南県は貧困脱出のため政府の援助を強く求めてきたが、大きな支援は得られなかった。菜の花祭りという観光地づくりに当たって、潼南県政府は大きな役割を果たしながら、自らの役割を「誘導・引導」に限定し、具体的な運営・管理はプロの企業に任せ、民衆の参与を要請してきた。「政府主導・企業運営・群衆参与」という組織的運営を作った。これが観光地開発の成功を導いた鍵ではないかと考える。

このように、菜の花祭りの創造プロセスを見ると、地域政府としての潼南県政府だけでなく、上部機関の重慶市政府もバックアップとして、開発に大きな助力を与えたのである。崇龕鎮、潼南県の地域経済基盤の構築・強化において、各々の政府機関が主導的な役割を果たした。一方、政府だけに頼っては政府の失敗を招く恐れがある。具体的な操業は企業に任せ・プロに任せ、さらに、住民＝民衆の参加を呼びかけなければならない。すなわち、観光イノベーション戦略を着実に推し進めるためには、住民、事業者＝企業、観光協会(局)、部門、行政機関＝政府等の各主体が互いの立場を尊重しつつ、各々の責任を負って、協力・連携していくことがカギとなるのである。近年、中国ではボランティアやNPO団体の活動も徐々に目立つようになりつつある、ボランティアやNPO団体の参加も取り入れるべき時期に来ていると考えられる。

現代社会では、循環型社会システムの構築がより求められている。観光開発においても、経済波及効果の拡大が望ましいが、それだけでならず、環境に配慮し、持続的発展を目指すべきである。ゆえに、菜の花祭りは農村の持続的発展の新たな手段として期待できると考える。菜の花祭りは、欧米日における多くの国々が追求している観光と環境保護の両立させるルーラル・ツーリズムの理想的な観光開発の一例として、中国西部農村で現れたと言える。地域活性化の切り札は観光創造と認識しつつある多くの先進国でも、この中国西部緑色菜都菜の花祭りの観光地づくりから多くのヒントが得られると思われる。

2. 課題

一方、菜の花祭りは、再考すべきところも多く残されている。

第一に、菜の花祭りに訪れる観光客の人員構造として、まだ重慶・四川以外の中国人や外国人誘致（インバウンド）問題が残されている。崇龕鎮は潼南県近郊・重慶と四川の隣

接地の農村であるため、観光客の多くは日帰りの両省・市の住民であり、宿泊観光客は少ない。3, 4時間で回る日帰り型観光から、地域の文化や歴史(道教)にゆったりと「触れ」、「体験し」、「味わう」ことのできる宿泊・滞在型観光へと転換することが求められる。そのため、インフラ整備(例えば宿泊のホテル・旅館の整備)や観光スポットの再創造や整備が必要となる。この意味で、菜の花祭りは観光開発の完成ではなく、観光開発の第一歩を順調に踏み出したに過ぎない。

第二に、政治の牽引力による誘導から市場による誘導への転換問題である。菜の花祭りの第1回開催から、政治スターである薄熙来書記による大きな支持を得ている¹⁷。例えば、菜の花祭りの開催に当たって、市政府は「対口接待」という緩やかな行政命令を出した。「対口接待」とは、同類業務部門の招待のことである。重慶市の他の県における各機関部門は潼南県菜の花祭りを観光し、潼南県当地の同類機関部門はその案内役に務めるということである。このように、行政命令を受け、各県の農業・工商・税務・学校・行政・民政局等の行政機関のツアー団体は相次いで潼南県にやってくる。このことは菜の花祭り観光に大きく助勢した。言い換えれば、崇龕鎮では重慶市政府や潼南県政府が主導的に郷村観光を進めてきた結果、現在は多くの観光客が訪れる農村新観光地となっている。「政府主導・企業運営・群衆参与」という組織的運営でありながら、政治牽引力の大きさは目立つ。しかし、例えば、今年(2012年)共産党の党大会による人事の変更が生じる。政治スターが消えれば、行政命令による観光客づくりができなくなる可能性がある。やはり、第三次産業に属する観光業も、市場で最終的に勝ちたければ、市場の魅力を充実させていくことが必要である。J・A・シュムペーター(1912, pp. 182-183)が「発展の形態と内容は新結合の遂行という定義によって与えられる。……五 新しい組織の実現、すなわち独占的地位(たとえばトラスト化による)の形成あるいは独占の打破」と指摘しているが、ここでは、逆に、スター政治家の支持の独特な有利条件が打破される可能性がある。そのため、シュムペーターが言う組織の「新結合」の遂行、つまり、組織のイノベーションが求められるのである。

第三に、観光地における郷村の特徴を保てるかどうかという問題である。潼南県副県長陳啓恵によると、重慶市政府の支持を得て、潼南県政府は農民がより高い収入を得られるよう、地域外から企業を誘致し、資金確保によって規模を拡大し、団体観光客に対応できる郷村観光の実現をめざしている。そのため、崇龕鎮を「太極古鎮」として人為的に作り上げることが決定され、工事を始めている(拙稿aを参照)。「人為的自然」は「真の自然」

¹⁷ 潼南県は貧困でありながら、著名人ゆかりの地(楊闇公・楊尚昆、道教至尊陳搏祖先の故郷)である。2007年、政治スター薄熙来が重慶市委書記へ転任した。第四任国家出席楊尚昆はかつて中共中央弁公庁主任であったため、現任重慶市委書記薄熙来(共産党高級官僚二世)の父親との関係がよく、困難(食べ物もあまりなかった)時に楊家族に大変世話になり、薄熙来は子供の頃から楊氏と親しいという。薄氏は重慶市の書記を務めると、すぐにも自分は潼南に責任を負うと決めた(官僚は下部組織の一つの地域を選び、重点的に責任を分担するという組織のルールがある)(拙稿aのp.3)。この政治スターの鶴の一声で、潼南県に大きな発展のチャンスをもたらした。

と差が生じる可能性がある。また、道家文化が多く宣伝され、大きな彫像や伝説の再現に精を出している鎮・県政府は、その道に走りすぎると、建物のデザインや芸術化の設計は仏・道の多くの観光地との画一化ができて、かえって郷村観光の特徴をなくしてしまう可能性がある。このように、重慶・潼南県政府の支援によって進めてきた郷村観光であるが、政府自身が経済成長を追求するあまり、郷村観光の特色を失わせ、観光地の魅力を削いでしまうことが懸念される。

第四に、都市化の潮流を乗り越えられるか。崇龕鎮は潼南県近郊に位置し、四川・重慶の接点であり、重慶1時間経済圏に画定されているだけでなく、新農村建設の試験地としても指定されている。このため、都市化の政策のもと、中心部の開発圧力の影響を受けている。道家文化の開発や古鎮建設の施工により、投資家（企業家）はその明るい見通しに激励され、投資に出ている。しかし、その投資は村内の現代的な建築物を多く増やした。菜の花祭り開催前に比べると都市化が大きく進んでいる。日本ではどこでもミニ東京になると、かえって地方・地域自らの魅力がなくなってしまうケースが見られるように、自然環境や農産物、農村の文化や景観があるからこそ、郷村観光の大きな意義が存在する。その「郷村味」「郷村風」自体は重要な資源である。ところが、都市化の急速な進みによって、郷村観光自体の性格が変わっていく潜在性は潜んでいる。

第五に、敢えて指摘しておきたいのは、潼南県における観光専門人材の欠乏である。菜の花祭り観光地づくりは重慶市と潼南県政府の強力の後押しがあり、それによって民衆や企業の観光地づくりへの参与も呼びかけられた。だが、企業や民衆は自らイニシアチブを唱えたわけではなかった。一方、政府官員はほとんど観光業の素人であり、その発想は行政命令を待つにとどまっている。まさに、I・M・カーズナー（1997, P.49）が「型にはまった意思決定者は、真の選択を行うことができない」と指摘した通りに、型にはまった政府官員は躊躇して決心がつかずにチャンスを逃してしまう。「企業家活動の本質は、将来の不確実性によって作り出された霧を見通すことにある」（I・M・カーズナー（1997, P.84））、観光業の経営も当然起業的・創造的企業家を必要とする。観光業の革新も観光業企業家により起こし得る。潼南県の観光業革新的人材の欠如問題が露呈している。

以上の問題の合理的な対処はこれからの課題となる、これらの課題の解決は依然として、郷村観光の政策・方針・方策・起業等の「新結合」・イノベーションが求められる。

参考文献

- I・M・カーズナー（1997）西岡幹雄・谷村智輝訳（2001）『企業家と市場とはなにか』日本経済評論社。
- 于曉麗（2008）「現代の観光開発における持続可能性の追求—中国・大連のサステイナブル・ツーリズムへの潜在可能性—」岡山理科大学総合情報研究科 社会情報専攻 平成19年度（平成20年2月20日開催）修士論文発表会。
- 王文亮（2001）『中国観光業詳説』日本僑報社。
- OECD（2001）『農業の多面的機能』農文協。

- 郭娜 (2009)『旅游村特色化建設及空間競合關係研究』東北財經大学修士論文, 74p. [中国語]。
 現地調査時に得られた菜の花祭り開催前の「執行計画」及び開催後の「仕事総括」等資料。
- 小林正典 (2008)「シルクロードと中国の観光開発」『和光大学総合文化研究所年報(2008年)』pp. 006-017。
- J・A・シュムペーター (1912) 塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一訳 (1977)『経済発展の理論 : 企業者利潤・資本・信用・利子および景気の回転に関する一研究 (上)』岩波文庫。
- 陳波 a (2012年1月15日)「窮すれば通ず——中国西部地域における農業観光開発の自助努力の一例——」アジア近代化研究所 E-ジャーナル専門論文[第4号]pp. 1-19, アジア近代化研究所。
- 陳波 b (2012年3月30日)「中国西部地域における観光立県戦略に関する一考察——重慶市潼南県崇龕鎮菜の花祭り——」『経済学論纂』第52巻第3号, 中央大学経済学研究会。
- 張広帥 (2010)「鄉村観光の定義とその重要性に関する一考察」【研究ノート】『北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院院生論集』 pp. 83-90。
- 張広帥・森重昌之 (2010)「中国の新農村建設における鄉村観光の重要性に関する研究——大連市を事例として」『日本計画行政学会第33回全国大会研究報告要旨集』 pp. 133-136。
- 張冬平・魯懷坤 (2009)「中国における観光農業開発と特徴の分析 (Analysis on leisure agriculture development and feature in China)」『河南農業大学学报』 Vol. 43 No. 6 pp. 677-680, 696. (中国語)。
- 張紀濤・夏占友・張虹 (2011)「北京市観光農業の發展現狀と問題点——北京市昌平区の事例を中心に——」『城西大学経営紀要 第7号』 pp. 95-117。
- 展鳳彬 (2008)「中国の新型観光農家樂——四川省・成都市を事例に——」『同志社政策科学研究 10 (1)』 pp. 241-246。
- P・F・ドラッカー (1985=1997)『[新訳] イノベーションと起業家精神 (上・下)』ダイヤモンド社。
- 松村嘉久 (2010)「観光開発の現狀と課題」石原潤編『変わり行く四川』ナカニシヤ出版, pp. 175-203。
- 藪田雅弘 (2010)「地域政策の展開と評価——環境配慮型の観光開発を中心に——」建部正義・高橋由明・梅原秀継・田中廣滋 [編著] (2010)『失われた10年 バブル崩壊からの脱却と發展』中央大学出版部 pp. 511-535。
- 潼南県国民經濟及び社会發展第十一個五ヶ年 (2006-2010) 規畫要綱, 十二個五ヶ年 (2011-2015) 規畫要綱 (草案) <http://wenku.baidu.com/view/83884bea6294dd88d0d26b58.html> & <http://www.cqtn.cn/read.php?tid=61966.html> (2011年6月10-8月24日アクセス)。
- 「三色」観光 潼南の經濟發展を助力する <http://finance.stockstar.com/JL2009022000000687.shtml> (2011年6月25日アクセス日)。
- 2011年潼南は「四大」亮点創り, 第四回菜の花祭りを飾る <http://www.cqagri.gov.cn/detail.asp?pubID=456618> (アクセス日同上)。
- 中国国家観光局 <http://www.cnta.jp/kankokyoku/> (2011年6-9月アクセス)。
- 中国観光業は「黄金の10年間」に突入 <http://j.people.com.cn/94476/6863585.html> (2011年6月30日アクセス)。
- 中国,「旅行法」の制定發表へ <http://j.people.com.cn/94475/7167851.html> (2011年7月10日アクセス)。
- 重慶潼南将弁首届紅高粱節3万畝“高粱海”迎遊客 (BY: [ChinaWave](http://www.chinawave.com) 2010-08-13)

<http://www.hellonavi.com/news/middlenews.php?PHPSESSID=&id=228175> (2011年5月28日アクセス)。

全国工業農業観光モデル区域 (2011年10月8日アクセス)

<http://www.zhejiang.gov.cn/zjforeign/japan/node232/node812/node820/index.html>。

立教大学 榭谷研究室 <http://masutani.biz/> (2011年9月26日アクセス)。

「地域活性化事例」における成功要因の分析視点

<http://www.mlit.go.jp/common/000116475.pdf#search=> (2011年6月11日アクセス)。

中国の概況 2007 「観光のテーマ」 (2011年9月26日アクセス)

http://japanese.china.org.cn/life/archive/china07/2007-12/29/content_9455068.htm。

潼南县委宣传部「陳搏老祖」 <http://cq.people.com.cn/news/201132/20113210572.htm> (2011年11月4日アクセス)。