



|                  |                                                                                              |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Title            | 世界遺産を観光資源とした観光産業の実態とその課題に関する研究：中国・麗江旧市街地における観光関連店舗の経営実態分析                                    |
| Author(s)        | 山村，高淑；城所，哲夫；大西，隆                                                                             |
| Citation         | 都市計画．別冊，都市計画論文集，36，247-252                                                                   |
| Issue Date       | 2001-10-15                                                                                   |
| Doc URL          | <a href="https://hdl.handle.net/2115/35158">https://hdl.handle.net/2115/35158</a>            |
| Rights           | 本著作物の著作権は（社）日本都市計画学会に帰属します。本著作物は著作者である日本都市計画学会の許可のもとに掲載するものです。ご利用に当たっては「著作権法」に従うことをお願いいたします。 |
| Type             | journal article                                                                              |
| File Information | 2001yamamuraCPIJ.pdf                                                                         |



## 42. 世界遺産を観光資源とした観光産業の実態とその課題に関する研究

### —中国・麗江旧市街地における観光関連店舗の経営実態分析—

The Actual Situation of the Tourism Industry based on the World Heritage and its Problems

—An Analysis of the Shopkeepers and the Running Condition of the Souvenir Shops in Lijiang, China—

山村高淑\*・城所哲夫\*・大西 隆\*\*

Takayoshi Yamamura, Tetsuo Kidokoro and Takashi Onishi

In this paper, we examined the present state of commercial use of historical buildings in the old town of Lijiang, China, in order to investigate the problems of cultural-tourism development based on the World Heritage. In recent years, the uses of historical buildings built by the *Naxis*, the indigenous ethnic group of Lijiang, have drastically changed and now over 60% of shops are souvenir shops and restaurants for tourists. Furthermore, over 50% of the shopkeepers are temporary residents and a large majority of them rent rooms from indigenous owners. These findings suggest that the minority's residential location and their culture is rapidly changing as the tourism is developing. And they implicate that policy re-evaluation is essential for sustainable tourism-development.

**Keywords :** sustainable tourism, souvenir shops, immigrants, the *Naxis*, the World Heritages, Lijiang

持続可能な観光、観光土産店、流入人口、ナシ族、世界文化遺産、麗江

#### 1. 研究の目的と方法

##### 1-1 背景と目的

近年、多くの世界遺産都市において、世界遺産登録により急激に観光客が増加し、その社会的・文化的インパクトに地域が十分に対応できない恐れがあることが指摘されている<sup>1)</sup>。特に保護建築の商業利用は、遺産を現代に適応した形で利用し続けるという点で重視される手法ではあるのだが<sup>1)</sup>、地域社会が主体性を発揮できないために、外部資本の流入を招き、従来の住民が歴史地区を離れてしまうという現象が報告されている<sup>2)</sup>。こうした状況を受けユネスコは、物理的保存だけではなく、それを取り巻く地域の社会的・文化的環境を含め、適切に文化遺産の全体性を保存することの重要性を指摘、それを可能とする地域社会の主体性を求めている<sup>3)4)</sup>。

以上の背景から、本研究では世界遺産である中国雲南省・麗江の旧市街地について、地域の社会的・文化的環境を含めてこれを適切に保存するという観点から既存の観光産業を見た場合、どのような問題点及び課題があるかを明らかにすることを目的とする。

##### 1-2 方法

本研究は研究対象地として、世界文化遺産である雲南省麗江県大研鎮（以下「麗江」）旧市街地における店舗建築を取り上げ、既存の地域社会と流入人口の両者が如何に観光産業に関わっているかを分析することで、観光産業の問題点を明らかにすることを試みる。そのために本稿では、まず業種、経営者属性に着目し、観光関連業種の増加実態を明らかにした上で、店舗所有形態、販売物の地域性に着目、従来の住民及び流入人口が観光産業の

隆盛化に関わる構造について考察する。そしてこれらを踏まえ、既存の観光産業の問題点・課題を明らかにする。

なお麗江は、歴史的に少数民族のナシ族が居住してきた都市であり、彼ら特有の社会・文化を有してきたという点で、観光産業の隆盛化により地域社会や文化が受けるインパクトを顕著に見て取れると考えられ、上記の問題意識に立脚した研究の対象として適切であると考ええる。

##### 1-3 関連研究と本研究の特色

こうした世界遺産都市と観光産業との関係性について、ユネスコ等国際機関では多くの議論がなされてきたが、実地調査に基づく具体的研究の蓄積は少ない。代表的なものにユネスコのアジア・太平洋地区事務所による遺産管理と観光のあり方に関する調査<sup>5)</sup>があるが、基礎的な統計調査と問題提起にとどまっており、地域の観光産業の実態を明らかにするまでには至っていない。一方、地域社会が受けるインパクトについては、文化人類学分野が先駆的に研究をしており、特定民族の伝統文化に着目、観光客との接触に伴う文化の変容や再創造過程を民族誌として記録している<sup>6)</sup>。また国内の建築・都市計画分野においても、近年若干の研究がなされ始めており、例えばベトナムのホイアンでの観光関連業種の増加に伴う景観変容のコントロールを扱った内海・友田らの研究<sup>7)</sup>がある。これら研究はいずれも地域社会の主体性に着目してはいるが、既存の観光産業の問題点について十分な考察がなされているとは言えない。

本研究は、こうした研究と問題意識を共有するものであるが、①店舗を対象とした実地調査に基づき、業種、経営者属性に着目、観光産業の実態を明らかにした上で、

\* 正会員 東京大学工学系研究科都市工学専攻 (U. of Tokyo)

\*\*正会員 東京大学先端科学技術研究センター (U. of Tokyo)

②地域性という面からそれぞれの店舗経営者がどう観光産業に関わっているかに着目し、既存の観光産業の問題点を検討する点において独自性を有すると考える。

## 2. 調査・分析の枠組み

### 2-1 麗江旧市街地の概況と調査対象地区の選定

麗江旧市街地は1997年12月、住宅建築とその集合体としての歴史的市街地を評価の対象として、ユネスコにより世界遺産リストに登録された。現在保全の対象となっているのは、4,156戸の木造住宅が密集し、14,477人が居住する旧市街地部分350.2haである。なお旧市街地においては、既存建築の厳しい外観規制が行われ、修改築の際には景観ガイドラインが厳格に運用されている<sup>(4)</sup>。

本論文では、この旧市街地のうち、歴史的にも市街の中心交易広場である四方街を中心とした東西約200m×南北約230mの範囲を調査対象地区と設定、この地区に存在する全ての商業店舗建築を対象とした(図-1)。なお調査対象店舗については、本来1戸であった部分を細分化しての使用や、逆に本来複数戸であった部分の壁を取り除いた連続使用の例が多く見受けられるため、本研究において店舗1軒とは、隣接する店舗と何らかの形で区分され、一つの独立した経営者により使用されている建築部分と定義する。

### 2-2 調査の概要

本研究では2000年4月から6月にかけ、以下の手順にしたがい実地調査を行った。

①まず市街地地図を作成。対象地区に286軒の店舗を確認、これを調査対象店舗とした。②続いて業種把握のための実地確認調査を行った。調査では対象店舗286軒全てについて業種の詳細(一般業種・観光業種の別、商品類型)を確認。③その上で、店舗経営者属性を把握するため、対象店舗286軒の経営者(自営店舗については経営者、企業については窓口担当者)全てに対して、一戸ずつ直接面接方式により聞き取り調査を行った。その際、経営者属性に関する主な質問項目として、戸籍区分、民族、出身地、転入時期、店舗開店時期を、店舗建築に関する項目として、持家・借家の別、家賃等を確認した。

なお観光関連業種の増減や社会制度等については現地で入手可能な統計資料や記録が非常に少ないため、行政や住民へのヒアリングにより資料の補足を行った。

## 3. 店舗並びにその経営者の分類

### 3-1 観光業種への店舗の変容過程

現地調査の結果確認された店舗の業種とそれぞれの戸数を表-1に示す。業種分類については、まず以下の基準に基づき、観光業種、一般業種の2種に区分した。

観光業種：サービスの提供対象、物品の販売対象として、観光客を想定している店舗。複数業種を兼業する場合、主業種として観光客対象の商業行為を行う店舗。

一般業種：同じく対象として、一般住民を想定している店舗。あるいは理髪店や食料雑貨販売店のように不特定多数の顧客を想定した店舗。

更にその営業内容により、物販・サービス業、飲食業、宿泊施設に細分類している。なお図-1はその結果を地図上に示したものである。

その結果、全店舗中66.1%が観光業種であり、一般業種の約2倍存在していることがわかる。なお史料によれば、歴史的にも旧市街地中心部には店舗が多かったことが記録されているが、そのほとんどが地元住民向けの食料品や日曜雑貨を販売するものであったと言われ<sup>(5)</sup>、いつ頃からこのように観光業種が多くなったのか、当地では統計記録が残されておらず、文献による証明は不可能である。しかし店舗開店時期を見てみると、観光業種189軒中176軒(93.1%)が1995年以降に開店している(図-2)。現在の店舗が開店する以前の建築用途に関する記録は存在せず、裏付けの厳密さには問題が残るが、以下のような事由から、1995年前後を境に観光業種が増加し始めたと思える。①1995年6月に麗江

表-1 業種一覧表

| 業種類型      | 軒数(軒) | 割合     | 業種の詳細           |
|-----------|-------|--------|-----------------|
| 一般業種      | 97    | 33.9%  |                 |
| 一般物販・サービス | 88    | 30.8%  | 日用雑貨店、衣料品店、美容室等 |
| 一般飲食      | 9     | 3.1%   | 大衆食堂            |
| 観光業種      | 189   | 66.1%  |                 |
| 観光物販・サービス | 145   | 50.7%  | 土産物店等           |
| 観光飲食      | 38    | 13.3%  | レストラン、喫茶店、茶室等   |
| 宿泊施設(注2)  | 6     | 2.1%   | 民宿、招待所          |
| 計         | 286   | 100.0% |                 |

(注1) 2000年6月1日現在

(注2) 宿泊施設については全ての部屋をまとめて1軒とした。

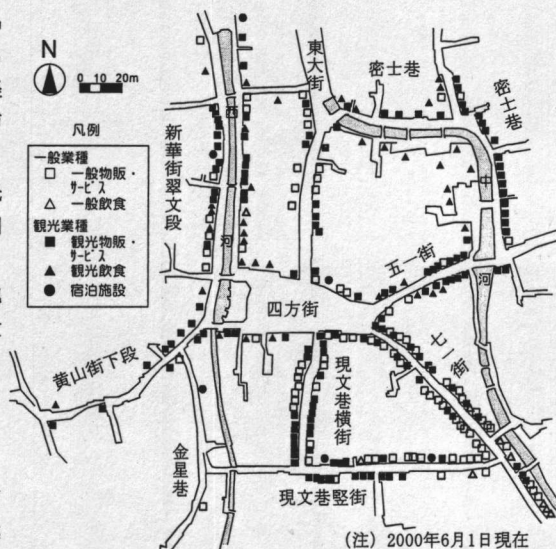
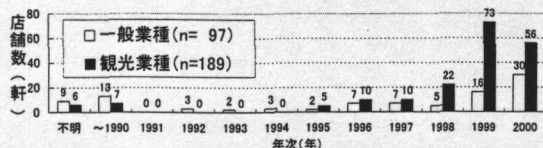
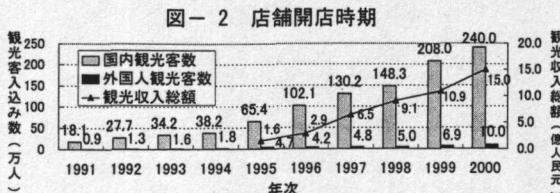


図-1 店舗分布現況図



(出所) 店舗経営者に対する聞き取り調査 (2000.6) 結果を基に筆者作成。



(注1) 2000年の値は2000年5月時点での観光局による推計値。  
 (注2) 観光収入とは観光客が旅行中に当地で消費した金額の総計。  
 (注3) 観光収入総額の1994年以前の統計データは現地に記録が無いため省略。  
 (注4) 1人民元=約15円。  
 (出所) 麗江県旅游局提供の統計資料を基に筆者作成。

図-3 旅客入込み数および観光収入の推移

空港が開港。省都・昆明とのアクセスが大幅に改善された。このことが旅客誘致に大きな効果をもたらしたと考えられ、これ以降、麗江県への旅客入込み数、観光収入が急増している点(図-3)、②1997年に策定された「麗江大研古城保護詳細計画」で、建築外観規制を行うと同時に、観光振興を目指し建築内部の現代化や観光目的の商業利用を奨励している点<sup>(6)</sup>。なお複数の行政関係者への聞き取り調査でも一致して同様の見解が得られた<sup>(7)</sup>。

また1998~2000年にかけて開店数が多い点については、①1997年12月の世界遺産登録により知名度が上昇したこと、②1999年に昆明で世界園芸博覧会<sup>(8)</sup>が行われたのに伴い、麗江にもその旅客の一部が押し寄せたこと、の2点が大きな背景となり、旅客入込み数が更に増加(図-3)、これを受けてこの時期に観光業種の開店ブームとも言えるべき状況があった<sup>(9)</sup>と考えられる。

### 3-2 店舗経営者属性

表-2は、調査対象店舗の経営主体が個人であるか、企業であるかに着目して業種毎に分類し、更に個人経営者263主体については、中国の戸籍制度に基づき、彼らが所有する戸籍の区分<sup>(10)</sup>に着目、麗江の常住戸籍を有するものを常住人口、暫住証<sup>(11)</sup>を有するものを流入人口として区分し、その民族構成を示したものである。全店舗286

表-2 店舗経営主体構成

| 業種区分 | 経営者区分 |           |       |      |           |       |       |      |      |       |      |        | 合計 |
|------|-------|-----------|-------|------|-----------|-------|-------|------|------|-------|------|--------|----|
|      | 小計    | 個人経営      |       |      |           |       |       | 企業   | 不明   |       |      |        |    |
|      |       | 常住人口による経営 |       |      | 流入人口による経営 |       |       |      |      |       |      |        |    |
|      | 小計    | アソシ       | 独断    | その他  | 小計        | アソシ   | 独断    | アソシ  | その他  |       |      |        |    |
| 一般業種 |       |           |       |      |           |       |       |      |      |       |      |        |    |
| 一般物販 | 70    | 49        | 42    | 5    | 2         | 21    | 17    | 0    | 4    | 15    | 3    | 88     |    |
| 一般飲食 | 9     | 2         | 2     | 0    | 0         | 7     | 7     | 0    | 0    | 0     | 0    | 9      |    |
| 小計   | 79    | 51        | 44    | 5    | 2         | 28    | 24    | 0    | 4    | 15    | 3    | 97     |    |
|      | 81.4% | 52.6%     | 45.4% | 5.2% | 2.1%      | 28.9% | 24.7% | 0.0% | 4.1% | 15.5% | 3.1% | 100.0% |    |
| 観光業種 |       |           |       |      |           |       |       |      |      |       |      |        |    |
| 観光物販 | 141   | 55        | 48    | 6    | 1         | 86    | 70    | 1    | 15   | 4     | 0    | 145    |    |
| 観光飲食 | 38    | 28        | 26    | 2    | 0         | 10    | 7     | 0    | 3    | 0     | 0    | 38     |    |
| 宿泊施設 | 5     | 5         | 5     | 0    | 0         | 0     | 0     | 0    | 0    | 0     | 0    | 5      |    |
| 小計   | 184   | 88        | 79    | 8    | 1         | 96    | 77    | 1    | 18   | 5     | 0    | 189    |    |
|      | 97.4% | 46.6%     | 41.8% | 4.2% | 0.5%      | 50.8% | 40.7% | 0.5% | 9.5% | 2.6%  | 0.0% | 100.0% |    |
| 全体計  | 263   | 139       | 123   | 13   | 3         | 124   | 101   | 1    | 22   | 20    | 3    | 286    |    |
|      | 92.0% | 48.6%     | 43.0% | 4.5% | 1.0%      | 43.4% | 35.3% | 0.3% | 7.7% | 7.0%  | 1.0% | 100.0% |    |

(注1) 2000年6月1日現在。

軒のうち9割強の263軒が個人経営であり、うち139軒(全体の48.6%)が麗江の先住民族であるナシ族を中心とした常住人口による経営である一方、124軒(同43.4%)は漢族を中心とした外部からの流入人口による経営であった。また観光業種に着目してみると、民族毎では常住のナシ族が41.8%と最多を占めてはいるものの、流入人口を合計すると50.8%と過半数に達しており、流入人口経営者全124主体中96主体(77.4%)が観光業種を経営していることと併せて考えると、当地の観光業種の増加には外部人口の流入が大きく関与していることがわかる。

### 4. 店舗所有形態と賃貸住宅市場

#### 4-1 店舗所有関係

表-3は個人経営店舗全263軒について、その建築所有関係を常住、流入人口の別にまとめたものである。常住、流入人口共に借家を利用して店舗を経営するものが過半数を占め、特に流入人口では6割以上が民営借家を利用している。なおこうした賃貸住宅市場の成立は、1980年以降、中国政府が経済体制の改革に伴い不動産市場整備を進めたことによるもので<sup>(12)</sup>、現在中国全土的に見受けられる現象である。また聞き取り調査の結果、これら民営借家の貸主は全て常住のナシ族であり、うち33.1%が旧市街地に隣接する新市街地<sup>(13)</sup>に居住していることがわかった(表-4)。大研鎮政府が行った調査<sup>(14)</sup>に依れば、1987年から1999年の13年間で既に1,527戸、5,001人の住民が旧市街から新市街地へ転居しているとのことであり、これはそれまでの旧市街地住民の約32.7%が転出

表-3 店舗所有関係

| 経営者属性   | 建築用途 | 店舗数    | 持家    | 借家    |       |      |           |
|---------|------|--------|-------|-------|-------|------|-----------|
|         |      |        |       | 民営借家  | 公営    | 企業所有 | 所有者不明・その他 |
| 常住人口    | 一般業種 | 51     | 13    | 22    | 10    | 6    | 0         |
|         | 観光業種 | 88     | 29    | 39    | 17    | 2    | 1         |
|         | 合計   | 139    | 42    | 61    | 27    | 8    | 1         |
| 流入人口    | 一般業種 | 28     | 0     | 18    | 9     | 0    | 0         |
|         | 観光業種 | 96     | 2     | 60    | 23    | 6    | 5         |
|         | 合計   | 124    | 2     | 78    | 32    | 6    | 6         |
| 個人経営者全体 |      | 263    | 44    | 139   | 59    | 14   | 7         |
|         |      | 100.0% | 16.7% | 52.9% | 22.4% | 5.3% | 2.7%      |

(注1) 2000年6月1日現在。  
 (注2) 「民営借家」とは一般市民が所有し賃貸するものを指す。  
 (注3) 「公営借家」とは国が管理するもので、調査対象地区における実際の管理は県政府城建局房管所が行っている。

表-4 民営借家を利用した店舗の賃主居住地

| 居住地区区分     | 賃主数(=店舗数)(注1) |        | 割合     |
|------------|---------------|--------|--------|
|            | 一般業種          | 観光業種   |        |
| 麗江県        | 34            | 76     | 110    |
| 旧市街地       | 19            | 42     | 61     |
| 新市街地       | 15            | 31     | 46     |
| 県内その他の地域   | 0             | 3      | 3      |
| 雲南省の他の地域   | 0             | 6      | 6      |
| その他・不明(注2) | 6             | 17     | 23     |
| 合計         | 40            | 99     | 139    |
|            | 100.0%        | 100.0% | 100.0% |

(注1) 2000年6月1日現在。なお賃主はすべて常住人口のナシ族であった。  
 (注2) 賃主がどこに居住しているか把握していない経営者が多く見られた。

した計算になる。厳密には実際の貸主に確認調査を行う必要があるが、以上のことを踏まえると、現在観光業種として利用されている店舗の多くは、こうした住民が転出後に賃貸している家屋であると推測され、こうしたナシ族所有の民営借家を中心とした賃貸住宅市場の存在が、前章で述べたような流入人口による観光業種の展開を可能としていることが示唆される。

#### 4-2 店舗の賃貸料

民営及び公営借家を利用した店舗全198軒に対し、一ヶ月当たりの賃貸料について聞き取り調査を行った結果、平均賃貸料は民営借家の場合約1,036円(約13,500円。中央値=700円)、公営借家の場合約1,766円(約24,000円。中央値=1,000円)であった<sup>(15)</sup>。これら賃貸料と、床面積、家屋の環境の質、立地等との関係性に関する資料が現地に存在しないため、この数値はあくまで参考値として踏まえる必要がある。しかしこれらの数値は、一個人が店舗建築一軒を賃借する際の家賃に基づいており、雲南省の一人当たりGDPが4,355円(約6万円。1998年現在)<sup>9)</sup>であることを考慮すれば、この額は一個人が支払う額としてはかなり高額であると考えられる。

なお前述の通り、現在旧市街地では既存建築の修改築に際して景観ガイドラインの運用が行われているが、現状では修改築に対する公的資金補助制度は一切存在せず、これら費用は全て建築所有者負担となっている<sup>(16)</sup>。更に、現地では不動産関連資料が入手不可能なため、本調査では明らかにできなかったが、不動産市場の自由化が進む現在、当地区が世界遺産に登録されたり、観光資源としての価値が高まったりしたことで、地代が市場原理に基づき高騰している可能性もある。こうした背景が、店舗

の高額な賃貸料に関係している可能性があるが、これらの点については不明な点が多く、今後の課題としたい。

#### 5. 店舗における地域性とその担い手

##### 5-1 販売物の地域性から見た観光土産店の類型

表-5は調査対象地区における観光業種の7割以上を占める観光物販・サービス店(以下、観光土産店)145軒を取り上げ、その商品内容について、地域性があるかどうかに着目して分類したものである。特に麗江の地域性を表現しているものを「麗江特産品」、明らかに麗江以外の特定地域で生産される特産品を「他地域特産品」、生産地は問わず、特定の地域特色を有さないものを「地域性の薄い商品」と区分した。更に同表ではこれら店舗の類型毎に、その経営主体の属性をまとめている。

その結果、麗江特産品を販売している店舗は僅かに全体の3分の1強を占めるに過ぎず、逆に他地域特産品や地域性の薄い商品が多く見られることがわかる。特に翡翠を主に販売する店舗が36軒(全観光土産店の24.8%)と最も多いが、これらはミャンマーから雲南省南部経由で輸入されているもので、麗江の自然環境や文化には全く関係しない。更に経営主体属性に着目してみると、全店舗の6割強が流入人口による経営であり、特に他地域特産品では経営者の8割強にあたる44主体が流入人口である。これは観光土産店を運営する流入人口86主体の51.2%にあたり、地域性の無い商品の氾濫が人口流入に大きく関連することを示している。このように現状では、他地域から本来の地域文化とは関係のない製品を持ち込むことで成立する商業主義の観光産業が、流入人口により積極的に展開されていることがわかる<sup>(17)</sup>。

表-5 商品内容から見た観光土産店の類型と経営者区分

| 地域性      | 商品・サービス類型        | 詳細                                                                              | 戸数(軒) | 小計(割合)        | 経営者区分  |        |      | 流入人口占有率 | 流入人口の出身地区区分<br>…①内は軒数 |
|----------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------|--------|--------|------|---------|-----------------------|
|          |                  |                                                                                 |       |               | 常住人口経営 | 流入人口経営 | 地元企業 |         |                       |
| 麗江特産品    | 現代東巴芸術品          | ・東巴文字あるいは東巴画を現代的にアレンジしたもの。<br>・木板や瓢箪、風鈴、陶器、シャツ等に作画を施したもの。                       | 27    | 53<br>(36.6%) | 14     | 13     | 0    | 48.1%   | 省内(3)、広西(2)、その他(8)    |
|          | 生薬・茶葉・酒          | ・生薬:麗江地区の山地で産出する生薬(漢方薬)。<br>・雪茶:玉龍雪山で産出する白色の茶葉。<br>・蒸酒:大麦、高粱、小麦等から製造される黄酒。      | 17    |               | 8      | 8      | 1    | 47.1%   | 省内(2)、四川(2)、安徽(2)     |
|          | 金・銀細工            | ・麗江の伝統産業。ネックレス、ブレスレットなど。                                                        | 5     |               | 3      | 2      | 0    | 40.0%   | 大理(1)、福建(1)、その他(3)    |
|          | 書籍               | ・麗江関連書籍。観光客向け写真集や絵がはき等。                                                         | 4     |               | 4      | 0      | 0    | 0.0%    | —                     |
|          | 翡翠+木工細工          | ・翡翠と木工の両者を販売する店舗。両者ともに西双版纳や瑞麗の土産品であり同時に販売されることが多い。                              | 21    |               | 0      | 21     | 0    | 100.0%  | 福建(14)、瑞麗(4)、その他(3)   |
| 他地域特産品   | 翡翠               | ・ミャンマーから瑞麗等の雲南省国境地帯へ輸入されたもの。                                                    | 15    | 50<br>(34.5%) | 2      | 13     | 0    | 86.7%   | 福建(4)、河南(2)、ミャンマー(2)  |
|          | 他民族、他地方の特産品及び工芸品 | ・苗族刺繍(3)、カザフ族刺繍(1)、チベット製商品(2)、大理石(1)                                            | 7     |               | 1      | 6      | 0    | 85.7%   | 貴州(2)、その他(4)          |
|          | 藍絞染め製品           | ・麗江の南に隣接する大理白族自治州特産の手工芸品。「扎染」と呼ばれる。壁掛け、バッグなど。                                   | 5     |               | 2      | 3      | 0    | 60.0%   | 大理(2)、広西(1)           |
|          | 木工細工             | ・主に西双版纳や瑞麗の土産物。                                                                 | 2     |               | 1      | 1      | 0    | 50.0%   | 福建(1)                 |
| 地域性の薄い商品 | 一般土産品            | ・昆明等、他の雲南省のどの都市でも売られている、人形や巾着袋など、地方特色の無い大量生産の土産品。                               | 28    | 41<br>(28.3%) | 16     | 11     | 1    | 39.3%   | 昆明(6)、その他(5)          |
|          | 民族調衣類            | ・雲南省のどの都市でも売られている大量生産の民族衣装風衣類。ある特定民族の衣装を模したもので、または特定のモデルが無く、単に異国情緒を漂わせたデザインの衣類。 | 7     |               | 2      | 4      | 1    | 57.1%   | 河南(2)、大理(1)、黒竜江(1)    |
|          | 骨董品              | ・古銭、古紙幣、写真、仏像、ネックレス等、又はその贋作。                                                    | 6     |               | 2      | 4      | 0    | 66.7%   | 鶴慶(3)、広西(1)           |
| その他      | 観光チケット販売         | ・玉龍雪山ロープウェイのチケット予約・販売。                                                          | 1     | 1<br>(0.7%)   | 0      | 0      | 1    | 0.0%    | —                     |
| 合計       |                  |                                                                                 | 145   | 145<br>(100%) | 55     | 86     | 4    | 59.3%   | —                     |

(注1) 2000年6月1日現在における、その店舗の主要種たるものを記録した。

(注2) 商品、サービス内容がどの特産であるかについては、文献10)及び店舗への直接ヒアリング結果を参考にした。

(注3) 麗江特産品:麗江地区で産出あるいは生産されるもので麗江の地域性を良く表している物品、工芸品など。あるいは一般に麗江でしか入手できない印刷物など。

(注4) 他地域特産品:明らかに麗江以外の特定地域で生産される特産品で、外部から麗江に持ち込まれて販売されているもの。

(注5) 地域性の薄い商品:特定の地域特色を有さない、他地域でも販売される大量生産品。

観光活動とは「ホスト・ゲスト間における文化的交流」である<sup>(18)</sup>という視点に立てば、ホストの誇れるものをより効果的にゲストに表現する必要があると考えられるが、この点から言えば、現状は、観光関連商品を介した交流において、ゲストに対して地域の魅力を伝達する機会がそれだけ少ないという弊害を有していると言えよう。

#### 5-2 商品の地域性と店舗経営者属性

麗江特産品については、その制作、仕入れや販売に関して常住のナシ族に利点があると考えられ、過半数はナシ族を中心とした常住人口の経営である。しかし一方で4割強は流入人口の経営であり、特にナシ族の伝統文化をモチーフとした新興の工芸品である現代トンパ芸術品<sup>(19)</sup>に比較的多い数の参入が見られ、経営者の約半数(13主体)が流入人口で(表-5)、うち12主体は漢族であった<sup>(20)</sup>。聞き取り調査<sup>(21)</sup>に基づけば、1996年前後にナシ族の工芸家A氏が、トンパ文字、トンパ画を題材にした彫刻絵画の制作を開始した。彼の作品は非常に精巧で芸術的価値も高く、故に高額であったため、土産品としての地位は現在もうまく確立できていない。その一方で、流入してきた漢族の人々は、それまでナシ族文化に全く接点が無かったものの、商品制作の才に長けているため、稚拙ではあるが、安価(1作品10~20元程度)でかつ土産品としても面白い商品を作り始めたという。このことは、商品化の過程や現在の経営においては流入した漢族が担う役割が大きいことを示している一方で、本来文化の継承者となるべき地域社会の側に産業創出のノウハウ蓄積が十分でなかったことを示唆している。

一方、他地域特産品については、店舗数で最多を占める翡翠と木工細工は同一店舗で販売される場合が多く、その経営者は流入人口がほとんどである。更に翡翠・木工細工の両者あるいはいずれかを販売している店舗計38軒の経営者のうち福建省出身者が5割(19主体)を占めており、特定地域出身者の集中が見られる。この背景については不明な点も多く今後の課題としたい。

一般土産品については常住、流入人口ともに比較的多数が参入している。この商品は雲南省の観光地ならどこでも目にするもので、広い流通網から比較的仕入れが容易であると予想され、常住、流入の両人口にとって開店し易い業種となっていると考えられる。

なお以上の商品以外については参入者数が少ないこともあり、経営者属性に大きな傾向は見られなかった。

#### 5-3 地域性の無い商品に対する行政の対応

現在、麗江において店舗経営を希望する場合、工商行政管理局、税務局の許可を受ける必要があるが<sup>(22)</sup>、これまで経営者の戸籍による制限や販売物制限等は無かった。また旧市街地保護制度も建築景観規制が主で、建築内部

の用途や商品内容に対する規定は無かった。しかし観光産業の隆盛化の中で、翡翠・木工細工のような他地域特産品の氾濫については、県・鎮両政府ともに「旧市街地の特色に合致せず、観光振興にマイナス」であると認識しはじめ、1999年12月から旧市街地中心部での翡翠・木工販売店舗の新規出店を禁止した。一方これと同時に、麗江特有の手工芸品については奨励していくことを決定、銀細工並びに現代トンパ芸術品の販売については旧市街地中心部で優先的に営業許可を与えることとなった。しかし営業許可を優先的に授与するのみで、例えば工芸品作成に関する技術指導や人材育成、起業家支援など、地域住民に対する産業支援策は全く採られていない<sup>(23)</sup>。

#### 6. まとめ

本研究では、麗江旧市街地中心部の店舗を対象に、既存の地域社会と流入人口の両者が如何に観光産業に関わっているかを把握するため、まずその業種、経営者属性、店舗所有形態、販売物内容について実態分析を行った。その結果をまとめると、以下の3点に要約できる。

- 1) 調査対象地区では1995年前後から観光業種が増加。観光業種の増加は外部人口の流入に依るところが大きく、現在、観光業種の半数以上が流入人口による経営。
- 2) これら流入人口の6割以上は高額な家賃の民営借家を利用して店舗を経営している。このことは、ナシ族所有の民営借家を中心とした賃貸住宅市場の存在が流入人口の観光産業への参入を可能としていることを示す。
- 3) 観光土産品販売物の約2/3は地域性が無いか薄い商品で、経営者の過半数は流入人口である。特に他地域特産品を販売する店舗の8割強は流入人口による経営である。地域の固有文化を活かした新商品の創造も見られるが、その商品化や経営については流入人口が担う役割が大きい。一方、常住のナシ族は観光業種経営者の約4割を占め、それなりに観光産業への参入が認められるが、行政による産業支援策も全く採られておらず、産業の創出において主体性を十分に発揮しているとは言えない。

前述の通り、現在の中国ではある程度の人口移動の自由もあり、かつ不動産市場も成立している。市場原理に基づけば、こうした状況下では当然、これら土地や建築を有効活用できる人間が入居することになる。すなわち観光業種経営に関して言えば、店舗を開店できる十分な資本を有し、かつ利潤を上げるノウハウを有している人間が入居してくることは容易に想像できる。更に行政による地域社会への産業支援策が欠如しているため、当然、資本及び経験の少ない旧住民より、これらが豊かな流入人口の方が店舗経営に有利となる。こうした構造が、流入人口による観光関連店舗の経営率を高くし、旧住民の

多くに、旧市街地から転出して旧宅を流入人口に賃貸することで家賃収入を得た方が得策であると判断させる大きな背景となっていると考えられる。

現状ではこうした観光産業への業務特化により、流入人口が積極的に商業主義の観光産業を展開する一方で、本来の文化の継承者であるナシ族は観光産業の創出において主体性を十分に発揮できていない。そしてその結果、多くの観光産業の内容が、本来の地域の文脈と関連しないものになっている。このことはホスト・ゲスト間の交流という点から見て、観光商品を介した地域の魅力伝達がうまくできていないという問題を有している。

以上を踏まえると、本地区の既存の観光産業について、以下のような今後の課題を指摘することができよう。

まず市場原理に基づいたプランニングを旧市街地保護政策に含める必要があろう。つまり、保護建築の高い経済的価値、高額な賃貸料に地域社会が対応できるような地域産業を育成していく必要がある。そのためには、地域産業育成支援策、具体的には人材育成や工芸品を商業ベースにのせる為の指導、起業家向け資金援助制度等の整備が課題となろう。こうした政策により、既存の組織やネットワークが活用され、本来の地域の文脈を活かした産業創出の試みが活発化すれば、観光活動が、地域の魅力伝達や、遺産における本来の文化の継承に貢献することも可能となると思われる。

更に流入人口についても、今後、彼らの資本やノウハウを生かし、如何に観光活動におけるホストとして、地域の魅力伝達に関わっていけるかが重要な課題となろう。

以上、本稿は旧市街地中心部という限られた範囲を対象とし、かつ限られた指標に基づき分析を行っているため、得られた知見は限定的なものとして捉える必要があるが、旧市街地を適切に保存する為には、遺産の物理的側面の保存のみに重点を置いた現行の建築規制だけでは不十分であり、地域社会構造を含めた全体としての遺産保護を考える必要があることを強く示唆するものである。今後は店舗以外における観光活動にも着目し、上述したような今後の課題において活用されるべき既存のネットワークや組織の把握、活用法の検討も行う必要があろう。

#### 補注

- (1) もともとユネスコ等、遺産保護に関わる国際機関では、国際観光は途上国の経済成長にとって極めて重要な貢献をするとして位置づけ、現代社会による遺産の有効利用の必要性を表明している。文献2), pp.24-26。
- (2) ユネスコのアジア・太平洋地区事務所がネパールで主催した国際会議「文化遺産管理と観光に関する会議」(2000.4)では、麗江を含むアジア地域9つの世界遺産都市について、観光に関する問題点の調査結果が報告され、文献3), 4)等がまとめられている。
- (3) 例えば文献5)等。
- (4) 戸数、人口は大研鎮政府提供の数値で2000年3月現在の値。なお、この旧市街地保全の拠拠となる計画は、麗江県策定の「麗江大研古城保護詳細計画」(1997.11)である。また保全対象区域350.2ha中、調査対象地区を含む、歴史的建造物の集中する中心部約56haは「絶対保護区」とされ、景観ガイドラインの最も厳しい適用が図られている上、

- 建築物の新築は原則禁止されている。保護計画の詳細は文献7)を参照。
- (5) 1930~40年の記録によれば、ハム、バター、食塩、飼料等が販売されていた。なお新中国成立(1949)から改革開放政策が始まるまで(1978)の時期、商業活動は停滞した。文献8), pp.37-39参照。
  - (6) 「麗江大研古城保護詳細計画」(補注4)参照)では、特定の保護建築以外は建物内部を「現代生活様式に適合するよう改造できる」ものと定めている。また同計画では、修改築に際し建築ガイドラインを遵守、伝統住宅保存に寄与したと認定される家主には、県政府が優先的に観光営業許可を授与し、経営に際しても優遇を与えることとしている。
  - (7) 麗江県政府旅游局、城建局でのヒアリングによる。(2000.6)
  - (8) 1999年5月1日~10月31日にかけて昆明会場で開催、麗江は分会场に指定、昆明を起点とした観光周遊ルートに含まれた。
  - (9) 複数の店舗経営者からの聞き取りにより確認。博覧会の開催を商機と見たと答える経営者が多かった。(2000.6)
  - (10) 中国では、1980年代後半以降の改革開放政策と人口移動に関する制限の緩和により、人口の移動が条件付ながら自由化された。戸籍は公安部の管轄で、その土地の常住戸籍(永住戸籍)を有する人口を「常住人口」、常住戸籍所在地を離れ、「暫住証」(暫定居住許可証)の発行を受けることで臨時に居住する人口を「暫住人口」と呼ぶ。
  - (11) 現在、麗江に在住を希望する者は、公安局管轄下の当該派出所での正式な手続き、審査を経て、1年以内の特定期間が指定された暫住証の発行を受けることができる。期限失効に際しては、通常1年以内の延長が再審査により可能。なお常住戸籍登録地の変更は厳しく制限されているため、彼らが麗江の常住戸籍を得ることは非常に難しい。麗江県公安局(2000.6)、大研鎮政府(2000.11)でのヒアリング調査による。
  - (12) 1983年、国务院は「城市私有房屋管理条例」において私有住宅建築の所有権並びに賃貸の権利を明示、その後「城市房地産管理法」(1994)、「城市房屋租賃管理辦法」(1995)等、法制度の整備が進められた。
  - (13) 1985年から旧市街地に隣接して建設されており、全体計画面積は約15k㎡で、2000年6月現在、約2万人の人口が居住している。
  - (14) 1999年9月、大研鎮政府が、管轄下の各地区の居民委員会(日本の自治会に相当)所有の統計を集計した値。
  - (15) 民営借家139軒中127軒(91%)、公営借家59軒中50軒(85%)から有効な回答が得られた。なお、それぞれの基本統計量は以下の通りであった。最頻値：民営=1,000元、公営=1,000元、標準偏差：民営=1041.7元、公営=2104.0元。
  - (16) 麗江県城建局、旧市街地住民への聞き取り調査による。(2000.5)
  - (17) 政府担当者によれば、注(11)に示したように、戸籍制度上、流入人口は常住戸籍所在地以外に永住することは難しいという背景から、多くの経営者が、景気の良い観光地で稼ぎ、その場所がだめになればまた別の地域へ転出していく傾向にあるとのことであった。この点も、流入者による観光産業が商業主義に向かう一因になっていると考えられる。麗江県公安局(2000.6)でのヒアリング調査による。
  - (18) 文献11)など、観光学(特に観光人類学)分野における定義。
  - (19) ナシ族の伝統芸術であるトンパ文字あるいはトンパ画を現代的にアレンジしたもの。制作者の創意により多様な素材の表面に作画・彩色が施される。店舗はその場で制作・販売を行う工房の形をとる。なおトンパ文字とはナシ族固有の象形文字、トンパ画とはナシ族独自の宗教・トンパ教における宗教画を指す。
  - (20) 常住・流入人口の構成は以下の通りであった。常住人口：ナシ族12人、漢族2人。流入人口：漢族12人、ナシ族1人。
  - (21) 徐五一氏他、複数の経営者へのヒアリング調査による。(2000.5)
  - (22) それぞれ「工商戸営業執照」「税務登記証」の発行を受ける。
  - (23) 大研鎮鎮長・和建芬氏へのヒアリング(2000.11)及び文献3), p.3, 参考文献
- 1) Martin, Ann-Louise(2000), Making Tourism Sustainable, Source No.120 February 2000: UNESCO, pp.10-11  
2) The World Bank(1998), Culture and Development at the Millennium - the Challenge and the Response: the World Bank  
3) UNESCO PROAP(2000), Action Plan for Lijiang: paper for a UNESCO conference/workshop for the enhancement of stakeholder cooperation in tourism development and heritage preservation in Asia and Pacific  
4) UNESCO PROAP(2000), A heritage protection and tourism development - case study of Lijiang Ancient Town China: paper for a UNESCO conference/workshop for the enhancement of stakeholder cooperation in tourism development and heritage preservation in Asia and Pacific  
5) Graburn, Nelson(1976), The Ethnic and Tourist Arts: Berkeley: University of California Press  
6) 内海佐和子、友田博通ほか(1999)「観光化に伴う街並み変容と条例によるコントロール」- ヴェトナム・ホイアンの街並み保存に関する研究、日本建築学会計画系論文集第525号, pp.105-111  
7) 山村高淑(2000)「麗江古城における歴史的空間の保存と整備に関する研究」、日本建築学会大会学術講演梗概集F1, pp.1055-1056  
8) 顧彼得著、李茂春訳(1992)「被遺忘の王国」、雲南人民出版社。原著: Goullart, Peter(1955), Forgotten Kingdom: London, John Murray Ltd.  
9) 国家統計局編(1999)「中国統計年鑑1999年版」、中国統計出版社  
10) 雲南省民族事務委員会編(1999)「納西族文化大観」、雲南民族出版社  
11) Smith, Valenne(1989), Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism: Philadelphia, The University of Pennsylvania Press