

国際的な視野からみた

黒龍江省の「冰雪経済」の発展と課題

黒龍江省社会科学院東北アジア研究所長・研究員

笈志剛

「冰雪経済」とは、冬季における降雪や結氷に関係するスポーツ（スキーやスケート、ホッケー）や、景観観光、イベント、関連製品の開発と販売などを通じた経済・産業活動全般を指す。2016年5月、習近平総書記は黒龍江省を視察し、「绿色发展¹の推進を足がかりとして、生態文明建設を進める。緑と水が豊かな地域は、金山銀山のように利益を生み出す。黒龍江の氷と雪におおわれた大地も、金山銀山である」と理論と実践の意義を内包する重要な指示を行った。この指示は、黒龍江省が氷雪資源にたのみ、冰雪観光を発展させることで経済をけん引していくための戦略的な方向性を指し示し、発展の位置づけを確立した。張慶偉・黒龍江省共産党委員会書記は2017年4月、黒龍江省の第十二回党代表大会の報告のなかで、「『ふたつの金山銀山』を創造することを足がかりとし、生態文明建設をしっかり推進していく」とした。習近平総書記の戦略的な方向性をより明確にし、黒龍江省の冰雪観光を強くし、冰雪産業を育成し、冰雪経済の優位を確立し、強い市場を育成するための具体的な解釈を行った。2017年12月、国家観光局データセンターが公布した「中国冰雪観光発展報告(2017)」において、黒龍江省のハルビン市は「中国十大優良冰雪観光都市」の称号を獲得し、「中国・ハルビン冰雪まつり」は「中国で最も影響力のある十大冰雪観光まつり」の呼び名を獲得した。雪観光は黒龍江の経済社会の成長をけん引する重要なエンジンとなり、冰雪経済は産業チェーンの上流と下流の連動を促進し、相互に影響しあう重要な構成部分となり、黒龍江省の経済社会の持続可能な

発展のための新しい成長の極となっている。

1. 冰雪経済をめぐる国際的な動向

(1) 世界の観光産業の「爆発的」な成長

世界銀行・IMF・国連貿易開発会議が2017・2018年の成長目標を上方修正したことに伴い、観光産業はこれまでの急速な発展が続き、さらに「爆発的」な成長が見込まれている。11月6日、2017年世界観光取引会（ロンドン）が開催され、会議では盛大に「世界観光経済情勢報告(2018)」が公布された。「報告」では「2017年、世界の主要な国家の経済情勢は段階的に良くなっており、各国の消費者の自信も高まり続けている。主な経済体の観光需要はゆっくりと成長し、海外旅行のインフラは絶えず整備されており、旅行のコストも下がり続けている。したがって、2018年、世界の観光の延べ人数と観光の総収入は、強い成長の勢いを見せ続けるだろう」とされている²。この報告の予測によれば、2017年の世界観光客数（国内観光客と外国観光客の延べ人数を含む）は延べ118.8億人に達する見込みで、世界の人口規模の1.6倍、世界観光総収入

（国内観光総収入と海外観光の総収入を含む）は5.3兆ドルに達し、世界のGDP総量の6.7%に相当する。観光が世界経済の成長を促進する役割はさらに明確になってきている。同報告は経済の高速成長・標準成長・低速成長の三つのシナリオを設定して、2018年の世界観光の趨勢について予測を行っている（表）。低速成長のシナリオだったとしても、2018年の世界観光および観光経済の趨勢は、なお「爆発的」に発展する勢いであろう。

(2) 冰雪観光協力の「大規模化」

各国が冰雪経済の発展をますます重視するに伴い、一年を通じた観光と世界に開かれた観光の理念は人々に定着している。温暖化がもたらした温暖気候の北上、冰雪観光に関する多くの産業の成長、冰雪観光の大規模化と特色化の傾向は、冰雪観光市場の規模を拡大させている。現在、冰雪観光は海岸リゾート、テーマパークと並ぶ新しい世界三大観光商品となった。中国の冰雪観光および関係する産業の生産額は、兆（元）規模の増加をみせており、冰雪観光にも大きな発展の契機をもたらしている。中国観光研究院の公布したデータによれば、2016年から2017年の冬季に、中国の冰雪観光の市場規模は延べ1.7億人に達し、総収入は

表 2018年における世界観光経済成長への予測

シナリオ	観光客延べ人数(億人)	成長速度(%)	観光総収入(億ドル)	成長速度(%)
高速成長	128.77	7.8	56,593	6.7
標準成長	126.71	6.7	55,696	5.9
低速成長	124.52	5.5	54,809	5.0

出所:「世界観光経済趨勢報告(2018)」のデータより筆者整理

¹「绿色发展」(Green Development)とは、環境に配慮した経済発展のこと(訳者注)。

²世界観光都市連合会「世界観光経済趨勢報告(2018)」より。<http://www.chinanews.com/cj/2017/11-16/8377677.shtml>、2017年5月10日確認。

2700億元となった。2021年から2022年の冬季には延べ3.4億人、総収入は6700億元に達し、氷雪観光が牽引する観光全体と関係産業の生産額は2.88兆元に達する見込みである。さらに、最近の十年間で、中国のスキー場・スケート場の数は大幅に増え、スキー・スケートの延べ人数は2000倍近く増加し、30あまりの省・直轄市・自治区で氷雪イベントが展開され、スキー・スケート人口とその延べ人数は年平均10%を超える成長速度をみせているという研究もある。東北・華北・西北の成長速度は30%を超え、黒龍江・吉林などのウィンタースポーツ人口は1000万を超え、北京・張家口地域では500万を超え、ロシア・モンゴル・カザフスタン・オーストリアなど海外の顧客派遣国は10カ国あまりに増加している。中国の氷雪観光、ウィンタースポーツ、氷雪産業は、高速成長期または発展の黄金期に入ったといえよう。

(3) 氷雪産業発展の「兆元」規模の市場

中国経済の持続的な成長および国民収入の増加により、人々の氷雪に対する消費の需要が向上している。大衆参加を主とする氷雪経済の形成は、氷雪産業の発展に歴史的なチャンスをもたらした。氷雪観光の発展がもたらす産業発展のチャンスからみると、国家の指導者層が氷雪経済および氷雪運動3億人参加計画を重視したことにより、2022年の北京・張家口の冬季オリンピックという世界スポーツ大会開催による経済効果が現れ、氷雪観光と人文交流・協力が相互効果を発揮するだろう。氷雪資源といういわゆる冷資源がホットな経済に転換し、氷雪産業の収入獲得能力が大幅に拡大し、産業規模の成長が倍になると予想される。同時に、氷雪産業はその他の産業との関連性が高く、氷雪経済の発展はスキー・スケート場のインフラ、運動器具、スポーツウェア、製氷機、造雪機、スケート靴、プロテクター、スキー板などの産業に良い影響をもたらし、交通・飲食・宿泊、インターネットプラス、観光、文化などの多くの産業の成長を引き起こし、都市のイメージや味わいも向上させる。北京・張家口冬季オリンピックは2022年に開催予定で、直接的に

氷雪のスポーツ交流、観光の成長を促進するだけでなく、間接的にも産業の調整や再構成を刺激し、巨大な産業の相互作用と外部への利益波及効果をもたらす。騰訊(Tencent)とAnalysys易観が協力して公布した「2018中国氷雪産業白書」によれば、2017年の中国の氷雪産業規模は6000億元に達し、2025年には1兆元を実現するという。また、その時の氷雪スポーツに直接参加する延べ人数は5000万人に達し、3億人が氷雪に関わることになるとされる。

(4) 「境界を跨ぐ」氷雪経済の融合

氷雪経済は観光・スポーツ・産業・協力など様々な分野をカバーし、それに加えて巨大な成長潜在力があるため、政府や企業、外資の参入および資金投下を呼び寄せるだけでなく、その他の産業も融合し、産学官協同の氷雪経済発展を推進する協力の態勢が形成されている。主に次のような場面でそれが体现されている。第一に、政府が開催した氷上競技大会をみると、2016年全国の18省・自治区・直轄市(以下、省)で289項目の氷上大会が開かれ、上位5位は黒龍江・吉林・北京・上海・新疆で、そのうち黒龍江は26.5%を占めている。第二に、スキーの大会をみると、2016年、吉林省では27回の試合が開催され、全体の24.1%を占めている。そのほか、河北省で23回、黒龍江省・新疆ウイグル族自治区で16回、北京で13回開かれている。第三に、各省で開催された一般向けの氷雪イベントをみると、黒龍江省では71の氷雪関連の試合や競技会および氷雪に親しむイベント、河北省の承德・張家口・石家荘・保定を中心とする氷雪の季節イベントシリーズ、海南省の初めての大型スケート場の開業、浙江で初の氷雪による新年祝賀祭など、氷雪に関連する試合やイベントがあちこちで行われ、大衆のイベント開催が盛り上がりを見せている。第四に、企業の動きをみると、万达(Wanda)・騰訊・阿里(Alibaba)・新浪(Sina)・国際データ集団(IDG)などが次々に氷雪関連に投資している。中でも万达は長白山のリゾートスキー場に200億元を投資し、騰訊はスピードスケートのワールドカップにおける新しいメディアの独占版

権を取得、さらに国家アイスホッケー連盟との協力協定に調印、阿里と国際スキー連合会は「雪を愛する」計画を中心とする枠組協定を調印、首都鋼鉄グループと国際データ集団は愛奇スポーツと冬季オリンピックプロジェクトでの協力で調印、新浪の「氷上の星」との協力、トリードはフィギュアスケートやアルペンスキーの公開試合の準備を加速させている。そのほか、万科、中弘株式、長白山、碧水源、東方明珠、萊茵体育、奥瑞金、トリード、華錄百納など上場企業11社および梅隴体育、約頓氣膜、泰山体育、卡賓スキーなど新上場企業6社もスキーリゾート村、氷雪観光、氷雪スポーツ、環境サービス、氷雪インフラ建設などを通して氷雪産業に関わっている。凱撒観光はさらに国外のスキー観光の分野まで足を踏み入れ、華策影視とイギリスの企業と「氷上星舞」のプログラム(訳注:スポーツ芸能番組)を制作した。これらの動向により、氷雪観光と産業の「北氷南移(北の水を南に移す)」、「北氷南展(北の水を南で展示)」、「聯動開花(連動して花開く)」、「内外交流(国内外の交流)」といった形で、多方面の業界・業種が集まり融合した新しい協力と競争の情勢が作られた。

2. 氷雪資源大省が直面する発展の新しい局面

(1) 氷雪資源の保護・発掘・開発の「三位一体」の実践

黒龍江省にとって、どのように氷雪資源を開発するかということは、氷雪イベントや氷雪観光が誕生してすぐに直面する普遍的な問題である。近年、氷雪資源の「冷資源・暖元素(暖かな要素)・熱発展(熱い発展)」をめぐる異なる主張が出てきた。氷雪は再生可能資源であり、資源開発を強化するという角度から経済的に奉仕することができるという主張する人もいれば、氷雪の開発は最大限環境の要素に配慮し、開発と保護を相互補完的に行わなければならないと主張する人もいる。海外の氷雪資源開発の経験と教訓からみると、ハルビン市の氷雪資源の発展は、保護・発掘・開発の「三位一体」の理念を実践していく必要がある。冷資源の開発の

角度からいえば、氷雪資源は大自然の贈り物であり、低温かつ天然に形成された資源ではあるが、水・電気・光・設備・科学技術・人材・サービスなどソフト・ハード面での接続がなければ、消費財としての製品をつくることはできない。この点から、氷雪観光は氷雪資源を物理的に加工して創造した産物である。発掘という点からいえば、氷雪観光は氷雪の景色やウィンタースポーツに限らず、氷雪に対する感じ方や文化などのソフトの面での支えも必要である。これも氷雪資源を発掘することがもつ暖元素（暖かな要素）の意義であり、将来的に氷雪資源を特色とする発展や人間味のある潜在力の発掘でもある。保護の点からいえば、氷雪資源は生態環境を構成する一部であり、氷雪資源に対する行きすぎた開発は生態環境に対する破壊になる。したがって、氷雪資源の開発のなかで、黒龍江では生態保護と消費のレベルアップの有機的な結合に基づき、氷雪資源再生の持続可能性と経済をけん引する持続可能性の両輪による稼働を保証する必要がある。

(2) 氷雪観光のハードとソフトの統合

氷雪観光から氷雪産業、ないしは氷雪経済への段階的な発展には一流のハード設備が必要であると同時に、支えとなる一流のソフトサービスも必要である。ハードの面からみると、黒龍江氷雪観光と関係のあるインフラ建設は近年長足の発展をとり、グルメ・宿泊・行楽・ショッピング・娯楽の面では、省都・ハルビンからそれぞれの中心都市の交通が日に日に整備され、省内の氷雪のテーマパークや遊園地は絶えず増加し、ハルビン松北万達文旅城の開園、ハルビン大劇院など一連のシンボルとなりうる建物が次々に出現した。氷雪観光のハード面での条件を満たすだけでなく、各都市の建築の見た目や氷雪イメージも大幅に向上させた。しかし、ハード面での建設が空前の規模で進んでいるのにくらべ、黒龍江省の氷雪民俗・氷雪まつり・氷雪イベントなどのソフト面の影響力はいまだに開発の必要性があり、ソフトの確立ではまだ停滞の要素があり、ソフトとハードが同時に発展しているという状況にはない。スケート・そり・氷穴釣り・氷上ころがり（訳

注：無病息災を祈る行事）・「送灯（訳注：結婚後はじめて実家から娘に、親戚友人から新婚家庭に彩り鮮やかな灯火が送られる風習）」など冬季の風習、ハルビンの氷雪まつり、氷雪芸術まつり、黒龍江国際スキーまつり、雪郷まつりなどの宣伝において比較的古くさい形がとられ、氷雪観光製品のオリジナリティにおいても氷や雪の彫刻、氷の建築などの「三大神器」をメインとしたものである。人々の冬季スポーツはスケート・スキー・そりなどの「いつもの三つ」に限られており、氷雪体験プログラムも寒水浴・氷上集団結婚式やユニークなスポーツ大会など「古いプログラム」が多い。氷雪民俗・文化の現代観光への転化、細やかな観光サービス運営、観光客の口コミがないことにより、業界では焦りの気持ちがある。これに加え、氷雪観光の競争状況がますます高まり、外からの評価と自己認識のあいだで大きな離れができた。雪の郷でのもてなしにマイナスのニュースや重力陽光リゾート村でのネットでの炎上は、明らかにソフト面でのサービスとハード面での発展の離れもしくはアンバランスによるものである。黒龍江省の氷雪観光を推進するには、ソフトとハードの「合二為一（二つを合わせて一つに統一する）」が必要あり、特に観光サービスにより観光イメージの向上を教訓として受け止めるべきである。

(3) 氷雪産業の外資誘致と対外投資の連動

世界の氷雪資源と観光の目的地はおもに欧米と北東アジアに集中しており、氷雪産業も主に以上の地域に集中している。欧米の氷雪観光と産業が成熟し、スキー人口の高齢化と生産能力が過剰な状況に比べ、中国・日本・韓国を中心とする北東アジア地域の冬季観光と氷雪産業は後続による追い越しの段階で、スキー、スケートなどのスポーツと観光人口は上昇のサイクルにある。冬季寒冷、雪質の良さに加え、中国・日本・韓国などの関連地域は人口密度が高く、人口が三億に近く、氷雪産業を発展させるための良好な基礎をもっている。黒龍江が位置する東北地域は中国のウィンタースポーツの発祥地および資源が集中している地域で、約1億人

の人口を有している。また、1億人以上の人口をもつ京津冀（北京・天津・河北）地域に隣接しており、観光流動人口が3億を超え、氷雪に関連する設備製造業が本省に集まるのに有利な条件を提供している。黒龍江省は氷雪産業園区を建設することを通してより多くの氷雪設備製造企業を誘致することができる。海外の氷雪観光と産業発展モデルを吸収するために、省内の関係企業に「走出去（対外投資）」を奨励し、国外に氷雪設備製造業を展開させ、他国の経験に鑑みて新分野の開拓、新モデルの開発をすることができる。例えば、ヨーロッパ・アメリカ・日本等の海外のスキー場は、冬季にスキーをメインに宣伝し、夏季にはおもにアウトドアを主力として打ち出して、一年を通じた営業をつくりだし、「一つの季節だけで、他の三季節はオフシーズン」がもたらす営業上の損失を回避している。このほか、2017年の中国国際氷雪観光サミットで、黒龍江・北京・吉林・遼寧・内モンゴル・新疆などの観光委員会が共同で「北国氷雪」ブランドと北国氷雪の逸品ルートを発表した。その目的は「引進來（外資誘致）」と「走出去（対外投資）」を通じて、この地域が北東アジア地域観光の多地域間協力メカニズムへの参加、国際氷雪まつりのイベントの創造、より多くの体験型氷雪観光協力プロジェクトの開発、多地域間観光サミットの検討、より多くの特色のあるおみやげの開発などの面での多地域間協力により多くの教訓と協力の可能性をひきだすことにある。

3. 黒龍江の氷雪経済発展の制約要因

(1) 丁寧さを欠く氷雪資源開発

黒龍江省の氷雪資源開発のボトルネックをみると、豊かに恵まれた氷雪資源に比べ、全体の開発にまだ「丁寧にやる」やり方を欠いていて、いくつかの欠点は直される必要がある。第一に、氷雪観光資源の意識が不足している。氷雪大省として、資源はいたるところにあり、使えないものなどはないともいえるが、社会的に観光に関わっていくこうとする意識を形成する必要がある。第二に、氷雪資源の浪費もよくある

ことである。冰雪観光の関連商品からみると、それぞれ関係がないようにみえた部分がひとつの完成した観光商品となって構成されている。観光客の消費需要からみて、冰雪とは無関係の部分に欠点があると、冰雪資源全体の浪費につながる。第三に、全産業分野にかかわる形で観光産業の計画を作成する必要がある。伝統的な冰雪観光は食・住・移動・遊・買い物・娯楽を主としているが、現在は文化・リズム・ロマン・精神・ある種の境地に到達した世界観がカバーされており、産業面の拡大、産業チェーンの延伸、産業群の形成、観光のカバーする分野は消費のレベルアップとモデルチェンジに直面している。市場の要素に対する認識が不足し、その役割がまちまちで、国際化の程度が低いことは、黒龍江省の冰雪資源の開発を粗放的なものにしており、丁寧さが欠けている。

(2) 冰雪観光のイメージに対する認知の不足

中国の都市観光業の飛躍的な発展につれて、観光地間の競争が日まじに激しくなっている。都市観光の競争力を向上し、より多くの観光客を誘致して消費力を拡大し、観光業の成長で経済社会の発展をけん引するため、それぞれの都市では独自の都市イメージの形成をはかり、観光イメージ大使や都市観光のキャラクターなどのイメージ戦略などを推進している。特に、モバイルインターネットが日進月歩の今日、都市観光はイメージ主導の時代に入ったといえる。日本の熊本県のクマモン、韓国の公州(コンジュ)の「コマ熊」、「コンジュ(公主:お姫様)」などは当地を代表するだけでなく、海外からみれば国家の象徴とすらなっている。クマモンは日本から海外まで一世風靡し、スマホのスタンプにも使われている。萌えキャラのクマモンがなぜあまり知られていない日本の熊本県の観光ブランドとなり、2000億元の経済効果をもたらすことができたのか。このことは、豊かな冰雪資源と冰雪観光が突出したハルビン、牡丹江などの都市で考え、かつ手本とするに値する。例えば、中国の冰雪観光の代表的な地域と都市として、ハルビンは今までみながよく知っているという冰雪

観光のキャラクターを持っておらず、拡散・影響力をもつプラットフォームとなりうる観光イメージ大使もない。これは、「宣伝なければ観光なし」、「どんなに良い酒でも奥まった路地では売れない」という時代では残念なことと言わざるをえない。

(3) 冰雪産業の目玉プロジェクトの欠如

冰雪産業それ自体は新興の産業で、そのプロジェクトは冰雪資源・製品・サービスが三位一体となったものであるべきである。黒龍江省の冰雪イベントの開発は早く、冰雪フェスティバルは他の都市に先駆けて行われ、観光のシステムも日に日に整備されていた。しかし、冰雪産業、特にプロジェクトの発展においてある種の現実的な困難が存在し、潜在力を十分に発掘されていない。第一に、冰雪産業の構造からみると、黒龍江の冰雪イベントの盛り上がりには、冰雪スポーツの設備や装備、ブランド製造におけるリーディング企業や国内外で認知されている冰雪設備のブランドがない。関係商品の創作や研究開発のレベル、スケート場・スキー場などの設備の国産化率が低く、資本を招き入れられるような効果も形成することができない。第二に、製品の構造からみると、その構造は比較的単一で、大衆向けの商品が埋め尽くし、逸品の多くは外来のブランドか海外のブランドである。商品開発の資金調達や企業の運営体制のレベルアップ、O2O(Online to Offline)とA(Agent)+B(Buyer)+C(Customer 顧客)の接続、インテリジェントとAI製品が不足している。第三に、企業の経営システムからみると、企業の体質は粗放的かつ同質化が深刻であり、競争とブランド意識は比較的弱く、冰雪製品とブランドの革新、冰雪プロジェクトの新分野の開拓、冰雪産業の規模の拡大、冰雪経済の新モデル創造と経験の普及においてまだ競争の末端にある。

(4) 冰雪経済の「横の連携」の不足

黒龍江省における冰雪経済発展の全体像からみると、冰雪資源・冰雪観光・冰雪スポーツ・冰雪産業・冰雪経済が相互に支え合い、影響し合うなかで、全体的な

枠組、社会や企業、民間のあいだの横の関係が緊密さを欠いている。冰雪経済の主力がなお冰雪資源に頼り、従来の意味での冰雪観光の開発、基本的な需要である冰雪製品・装備・サービスを提供することに限られている。冰雪を楽しむ人々の絶えず高まりつつある消費ニーズ、エコロジーへの要求、参加型消費、体験型観光などの需要とのリンクがなく、冰雪経済の供給側改革の盲点と短所となっている。観光の供給側からみると、将来の観光の傾向は「すべてのエリア、いつでも、全員、すべての生態要素と産業がかかわる」ことであり、観光商品の体験性とバーチャル化が進み、インターネットやスマートインテグレーションが産業の新しい指標となる。黒龍江の冰雪経済の供給側改革はすでに始まっているが、都市の冰雪発展の位置づけにおける文化的な厚みが不足しており、冰雪観光における宿泊・観光拠点建設の精巧さや丁寧さに欠けており、全体的なモデルチェンジとバージョンアップにさらなる努力が必要とされる状況である。冰雪経済が都市の発展をけん引するという点でも、冰雪商品の単一性から複合性への転換が求められ、システム化に弱さが存在している。粗放的なものから逸品にレベルアップすることが必要であるが、商品の差別化も図るべきである。異なる産業の間の連携が不足し、他産業の発展を牽引することに限界がある。都市ブランドの構築も課題として残っている。

4. 黒龍江の冰雪産業発展の対策

(1) 観念の転換: 冰雪に親しむ雰囲気醸成

「冰雪経済」の発展は思想の解放、観念の転換、正確な指導と切り離せない。欧米の冰雪経済の発展の経験からみると、冰雪に親しむ特色ある都市の雰囲気を作ることが冰雪経済を発展させる最も重要な条件である。このため、第一に「大衆運動」を行うことが必要である。大衆は冰雪資源、冰雪観光、冰雪イベント、冰雪産業の理解者、支援者、参与者、受益者、伝播者とならなければならず、大衆こそが冰雪経済の主導者および受益者になってこそ、冰雪に親しむ都市の雰囲気

が本当に実現する。第二に、氷雪資源を楽しむ都市、氷雪経済によって振興するという住民の理念を樹立して伝播する必要がある。日韓の「観光立国」政策は大きな成功を収めた。その秘訣の一つは、国民に、観光は自分のために、自分は観光のために貢献するという意識があるからだ。黒龍江省ハルビン市、牡丹江市など氷雪を主力とする都市は、氷雪に親しむ都市の雰囲気を作り上げ、観光大国や氷雪強国の経験に学び、氷雪経済から受益し、自分が氷雪経済のために力を出すという理念を掲げ、それを実践していく必要がある。第三に、氷雪に対し発展・生産力・幸福感を求める社会的雰囲気を作ることである。見たい(「想看」)、見て面白い(「好看」)、何度見ても飽きない(「耐看」)、振り返って見る(「回頭看」という「四つを見る(「四看」)」を提供する。鑑賞・享受・回想・滞留する程度を高く、それが一体となった氷雪を楽しむ「四つの度」を創造する。また、差別化・便利さ・幸福・快適などの感じが一体となった「四つの感」も創造する。さらに、景勝への感動力、歴史の浸透力、文化の魅力、幸福感染力が一つの都市に集まった「四つの力」を形成する。

(2) 黒龍江省のリーディング産業としての地位の確立

国家体育总局は「氷雪スポーツ発展規画(2016-2025年)」³と「全国スキー・スケート場整備規画(2016-2022年)」を公布した。10年以内に中国が直接ウィンタースポーツに参加する人数は5000万を超えること、氷雪産業の総規模が1兆元を達する目標などを策定した。産業の育成、大企業への支援なども明記した。第一に、規模が比較的大きく、集約効果のある国家級氷雪産業示範基地を建設し、2020年までには2カ所、2025年までに5カ所建設する。第二に、比較的知名度が高く、影響力のある氷雪産業示範企業を育成し、2020年までに10社、2025年までに20社を達成するようにする。第三に、特

色が鮮明で市場の競争力が強い国家氷雪産業示範プロジェクト群を育成し、2020年までに10件、2025年までに20件到達させる。第四に、2022年の全国のスケート場の数を650カ所以上に増やすことを目標として、そのうち新しく建設するスケート場は500以上とする。スキー場の数を800カ所に達することを目標として、そのうち新建設のものは240カ所以上とする。これらは、黒龍江が製造業と旧工業基地の優位性に依拠して、氷雪産業のリーディングの地位を確立するための契機をもたらしている。黒龍江省は、国家スキー・スケート場整備規画の産業建設目録を整理し、従来型の氷雪プロジェクトを確実に実施し、新興の開発プロジェクトを開拓する必要がある。複合型の氷雪観光商品の提供を重視し、氷雪産業示範基地、示範企業、示範プロジェクトの三位一体から、中央に向けて氷雪経済政策の実施とプロジェクト建設への補助を求めるよう努力しなければならない。外部にむけては、国際協力と共同運営パートナーを公募し、内部に向けては資源を統合し、実力のある企業の先行先試を促し、氷雪産業示範基地と企業、プロジェクトを中心とする黒龍江氷雪経済のリーディング的な地位を確立させるよう提起したい。

(3) 複合型氷雪産業発展規画の策定

黒龍江観光発展委員会は2017年に「黒龍江省氷雪観光専門規画(2017-2025)」⁴を公表し、2022年までに黒龍江省の氷雪観光者数を延べ1億人突破、観光収入1200億元突破を目標に掲げた。ハルビン市、牡丹江市は省内の氷雪経済のけん引都市であり、北東アジアに面した氷雪旅情のある都市で、国際氷雪観光サービスの中心的な地位を与えられている。ハルビン・ヤブリ・牡丹江氷雪観光産業先行示範区における大氷雪産業先行示範区の中に組み入れられており、東三省の都市における氷雪観光産業発展帯と綏満氷雪観光産業発展帯の中心地域でもある。省レベルの規画の戦略の方

向性は、ハルビン市・牡丹江市が世界的な複合型氷雪観光の目的地、「氷雪芸術観光」から「氷雪芸術観光+氷雪リゾート+氷雪国際交流など」への転換を目指すことである。省内その他の都市は、シンクタンクなどの第三者や国際的な企画・制作機関の力を借りて、それぞれの位置づけと特色にあった「複合式氷雪産業発展規画」を早く制定することが必要である。その際に、独自の氷雪資源、氷雪経済の特徴、生態環境の条件、氷雪産業発展の状況、氷雪観光への社会的な認知、氷雪イベントにかかわる国際交流、氷雪経済法制環境などの面から、専門性が高く、客観的で実効可能な規画を策定することが求められる。

(4) 国際標準の氷雪産業協力区の創設

2017年8月、黒龍江省では「黒龍江省氷雪設備産業発展規画(2017-2022年)」を公布し、雪上・水上スポーツ設備、スキー場などの設備産業を重点的に育成し、2022年までに黒龍江の氷雪設備の主力業務の売り上げについて30億元超えを達成するとした。この「規画」に基づき、2022年までにハルビン・チチハル・牡丹江などを重点として、3カ所以上の氷雪設備専門産業園を建設する。鴻基索道・黒龍水刀・乾印雪龍スポーツ用品などの企業の上場を支援し、3社以上の主力業務収入5億元を超える氷雪設備ブランドの企業を育成する。水上スポーツ設備、雪上スポーツ整備、スキー場設備の3つの産業群を形成して、全国の氷雪設備研究開発製造基地を完成させる。黒龍江がこの規画を生かし、園区の規画・設計に依拠して国際基準の氷雪産業園を整備すべきである。国内外の氷雪産業の発展方式と情勢の変化に合わせて、ハイエンドブランドの氷雪設備製造企業とハイレベルな研究開発や知的人材を呼び込み、産学官の各レベルから氷雪設備専門産業園を建設する。ハードからソフトへのバージョンアップを図り、国際基準に合致して将来

³ 国家發展改革委員会・国家体育总局・教育部・国家旅游局「氷雪スポーツ発展規画(2016-2025)」、中国政府網より。http://www.gov.cn/xinwen/2016-11/25/content_5137611.htm、2018年5月15日確認。

⁴ 黒龍江省政府「黒龍江省氷雪観光専門規画(2017-2025)」、ハルビン新聞網より。<https://harbin.dbw.cn/system/2017/09/08/057774010.shtml>、2018年5月10日確認。

性のある国際冰雪産業園区となるようにすべきである。

(5) 冰雪製造業のハイエンドブランドの創造

冰雪産業は他の産業と高い関連性を持っており、それにより上流・下流の産業チェーンをけん引することができる。冰雪産業の発展は、スポーツ施設・インフラ・設備・用具などのハード面のモデルチェンジとレベルアップをもたらすと同時に、交通・宿泊・食事・観光・文化・体験・インテリジェントを通じてソフト面の向上を実現する。現在、黒龍江の冰雪産業、とりわけ冰雪関連の製造業はまだレベルが低く、規模も限られ、研究開発が遅れ、輸入依存、供給不足、人材不足などの制約に直面している。今後、供給側から努力し、ハイエンドな冰雪資源によりハイエンドな製品を開発することが必要である。ハイエンドから中レベル、低レベルに良い影響をもたらし、逸品で市場のニーズを喚起し、新製品で客層を維持する状況を作り出したい。一つの製造品で一つの産業チェーンを発展させ、一つの研究開発で一つの輸入依存を取り除き、一つのブランドで一つのスピルオーバー効果をもたらすことを目指す。効果的に供給を増加し、自主でハイエンドなブランドを作り出す。

(6) 特色のある冰雪イベントの企画

冰雪経済を発展させるための競争がますます激しくなり、国内外、省内外の冰雪イベントの競争も、黒龍江省が向き合わなければならない課題となった。冰雪経済で黒龍江の発展を考えると、従来型の比較的単一な冰雪イベント、古くさく感じる冰雪体験、イベントが低レベルの消費、企業利益の低迷、企業誘致や資本導入などのボトルネックを克服する必要がある。このため、総合的な冰雪資源の優位を生かし、特色が鮮明な冰雪イベントから考えていかなければならない。域内の冰雪都市への認知度の向上と、都市イメージの差別化という角度から、できるだけ早く黒龍江を代表する有名人を冰雪観光イメージ大使にし、市民に冰雪マスコットを公募するシステムを確立しなければならない。文化の普及や宣伝では、都市の冰雪宣伝映像、冰雪のテーマ曲、スローガン、イメージの演劇、テレビチャンネル、シリーズ図書、専門のウェブサイト、定期的開催する冰雪スポーツ大会、冰雪経済の総合博覧会などを打ち出していく。民俗や芸能からみると、ソフト面の開発を強調して、適度にハード面の開発を行う。特に、景勝地における行き過ぎた開発を抑え、観光客の目・耳・鼻・舌・身体・心・精神などに刺激を与えるという全面的な体験の変化を重視する。歴史文化体験を強化し、観光はすべて「目」（視覚）に頼るという伝統的なモデルを改める必要がある。

(7) 冰雪産業における北東アジア連携の促進

グローバル化と地域経済が一体化した背景のもと、冰雪経済の発展は対外開放と切り離して語ることはできない。とりわけ、黒龍江が位置する北東アジア各国の交流と協力である。他国の経験に学ぶと、北東アジアのロシア・日本・韓国はすべて冰雪資源が集まった国家であり、冰雪観光の特色がはっきりしていたり、冰雪産業が発展していたり、冰雪経済全体が上位に位置したりしている。これらは、黒龍江省が冰雪資源・冰雪観光などの現在の条件に依拠して、冰雪分野における全方向の協力を拡大し、それによって経済社会の成長をけん引するために、発展の契機を与えている。黒龍江省は開放度を高め、ハルビン冰雪大世界、太陽島雪博覧会、氷灯芸術博覧会、伏爾加莊園、万達室内スキー場など冰雪文化・観光資源を生かし、冰雪観光・冰雪文化が冰雪産業チェーンにつながるようすべきである。たとえば、鴻基ケーブルウエー工程有限公司のケーブルウエー国内市場の占有率が50%を超え、ロシアにも輸出している。日韓などの冰雪強国とスキー、スケート場、スポーツ館、冰雪アイテム、おみやげなどの多方面の協力を促進し、冰雪資源、観光、産業の三位一体の融合、相互促進を大胆に推進することで、北東アジアにおける冰雪経済の優位の局面を形成していく。

[中国語原稿を ERINA にて翻訳]

<参考文献>

- 易観・騰訊体育・TOYOTA『中国冰雪産業白皮書』、2018年1月
 魏小安「構築 A+B+C: 創新模式 助力龍江冰雪産業發展」、東北網、<https://heilongjiang.dbw.cn/system/2016/12/16/057479970.shtml>、2018年5月30日確認
 魏小安「対旅游目的地形象傳播的思考」、『品橙旅游』、<http://www.pinchain.com/article/25632>、2018年5月21日確認
 黒龍江省冰雪産業研究院「伊春冰雪旅游産業發展國際峰会閉幕 發布峰会宣言」、東北網、<https://heilongjiang.dbw.cn/system/2016/12/17/057480613.shtml>、2018年5月30日確認
 笵志剛等「黒龍江省冰雪經濟發展的國際化思考与路徑選抉」、『ハルビン市政府専門家顧問委員会委託重點課題』、2018年4月
 笵志剛・李揚「東北亞國際冰雪旅游合作的商機与潛力」、中共黒龍江省委宣傳部・光明日報社・黒龍江省社会科学院『对接“一帶一路”推進龍江全面振興發展高層國際論壇文集』、2017年、pp.164-168
 ハルビン新聞網「哈爾濱掘金“冷資源”、打造千億級冰雪旅游産業」、<https://harbin.dbw.cn/system/2017/02/27/057551208.shtml>、2018年5月21日確認