

Linder の重複需要モデルの国際観光フロー分析への 適用可能性に関する覚書

A Note on Applicability of Linder's Overlapping Demand Model to the Analysis of International Tourism Flows

小 沢 健 市*
OZAWA, Kenichi

Abstract: The international tourism flows have been described based on the traditional international trade theory; it means that international tourism flows can be explained based on the comparative advantage by the differences of the amount of factor endowment and the technology between countries. In other words, it means that the international tourism flows can be explained from supply side and its flows are one-way trade or inter-industry trade based on comparative advantage.

However, one of the characteristics of modern international trade is that the products produced within the same industry are exported and imported among the producing countries. This trade is called intra-industry trade or two-way trade. But the traditional trade theories are insufficient to explain this phenomenon. In order to explain this phenomenon, as Linder pointed out, the demand side of trade should be considered.

Linder presented a hypothesis that the preferences of consumers depend on per capita income levels of their countries. Thus, if consumer preferences for countries with similar per capita income levels are very similar, and then, a good produced in the same industry trades each other among the producing countries; this is known as the overlapping demand.

The purpose of this note is to examine critically the traditional international trade theory, and to summarize the concept of overlapping demand, and lastly, to clarify the prerequisite for applying the concept of Linder's overlapping demand to the analysis of international tourism flows.

Key words: 比較優位 (comparative advantage), 重複需要 (overlapping demand), 産業内貿易 (intra-industry trade), 差別化された生産物 (differentiated product), 経験としての観光生産物 (tourism product as an experience)

- | | |
|------------------------|--------------------------------|
| I はじめに | IV Linder モデルの国際観光フロー分析への適用可能性 |
| II 供給—志向モデルから需要—志向モデルへ | V 結論的覚書 |
| III Linder モデル | |

*立教大学観光学部・教授

I はじめに

国際間の人々の移動と滞在はますます拡大する傾向にある。したがって、いわゆる観光サービスの貿易もまた少なからずその規模を拡大し、それゆえサービス貿易としての国際観光を何らかのモデルを用いて分析し、増加しつつある国際観光フローを経済学の側面からも明らかにする必要性が高まっている。

従来、国際観光フローの分析は、観光需要予測という表題の下、計量経済学的な需要予測モデルを用いて行なわれてきた。しかしながら、計量経済学的な分析とは異なり、国際経済学の基礎理論に裏づけされた国際観光フロー (international tourism flows) の分析が必要とされている。というのは、観光は人の移動と滞在そして滞在地での様々な活動を伴い、それゆえ観光活動の実現には様々なサービスの取引が不可欠であり、それは地域間・国家間でのサービスの貿易 (交易) を意味しているからである。

ところで、国際貿易の観点からの国際観光フローは、従来、Heckscher = Ohlin (以下、H = Oモデルと略記) の伝統的な供給-志向的な国際貿易理論に依拠しながら説明されてきた。例えば、H = Oモデルの国際観光フローの説明への最近の代表的な適用例はZhang and Jensen (2007)である。彼らは、国際観光フローは伝統的な国際経済学の基礎である比較優位、特に各国間の技術・知識の違いに基づき、説明可能であると結論している。この伝統的なH = Oモデルおよび古典的なRicardoの考え方に基づく観光フローの分析は供給サイドからのアプローチであり、その背後には各国の資源賦存量と技術の違いによって生ずる比較優位に基づき国際観光フローが決定されるとの論理が存在する。しかし、それによって説明されるのは、いわゆるステレオタイプ化された国際観光フローの説明、すなわちある特定の発地国から特定の受入国へのtourism flowsの分析に過ぎない。換言すれば、観光資源や観光サービスの生産に比較優位を持つある特定の国は他国へ観光サービスを一方的に輸出し、それを他の国々の観光者が一方的に輸入すること、いわば産業間貿易

(inter-industry trade) に特化することを意味している。これは伝統的なH = Oモデルから導かれる当然の帰結であると言っても過言ではない。この種の研究によって説明されてきたのが上に述べたいわゆるステレオタイプ型のinternational tourism flowsであり、いくつかの特定の発地国から特定の受け入れ国への観光者の一方的な流れである。例えば、観光における南北問題——すなわち豊かな北の国々から南の貧しい国へ観光者が一方的に押し寄せるとの見方——は、この種の理論的背景に基づき最もらしさが提供され、流布してきたといっても過言ではない。

しかしながら、Linder (1961) は、たとえ彼が取り上げた事例が第2次産業であり、サービス産業ではないとしても、いくつかの国々の間で同一産業 (特に製造業) によって生産された生産物が互いに輸出入されているのが現状であると主張した。換言すれば、彼は産業内貿易 (intra-industry trade) ないし各国間で重複需要 (overlapping demand) が存在していると主張したのである。このような貿易パターン、すなわち同一産業で生産された同一の生産物 (しかし必ずしも同質ではなく、差別化された生産物であってもよい) が各国間で互いに輸出入されるという貿易パターンは伝統的なH = Oモデルでは十分に説明することができない。

問題は、intra-industry tradeやoverlapping demandの考え方はこれまでの実証研究 (例えば、Ellis, 1983, Thursby and Thursby, 1987, およびChoi, 2002を参照) が明らかにしてきたように、財 (モノ) あるいは第2次産業の生産物の貿易については当てはまるが、サービス貿易である国際観光フローの説明に直接ないし無条件に適用可能かどうかという点にある。

この覚書の目的は、第一に、伝統的なH = Oモデルの批判的な検討を通じて、H = Oモデルではいわゆるintra-industry tradeの説明が困難なことを示し、第二に、Linderの提示したいわゆる第2次産業を中心としたoverlapping demand modelとそれに関連したtwo-way tradeおよびintra-industry tradeについて説明し、そして最後に、Linderモデルに基づきサービス貿易としての国際観光フ

ローを説明するために必要な前提条件を関連した先行研究に基づき検討し、Linderの考え方を国際観光フロー分析へ応用するためには観光主体が観光目的地で何を消費しているか（観光サービス産業の特定化）に関する詳細な情報とその統計の整備が不可欠であることを指摘する。

II 供給—志向モデルから需要—志向モデルへ

国際観光フロー（international tourism flows）の分析は、これまで計量経済学的手法を用いた観光需要予測モデルに基づき、いくつかの変数——例えば、価格弾力性や所得弾力性、そして国際観光の場合には為替相場弾力性等——によって決定されると見なされてきた（観光の需要予測に関しては、例えば、Witt, et al., 1994を参照）。もちろん、Zhang and Jensen（2007）が指摘したように、計量経済学モデルを用いた国際観光フロー需要予測は、主要な発地国からの観光目的国に対する需要を推計するための短期的な分析ツールとしてはそれなりの役割を果たしてきたといってもよいであろうが、この種のモデルの持つ短所はすべての観光目的地は差別化されていない（同質である）との想定の下で需要予測が行なわれてきたことである。しかし実際には、それぞれの観光地で供給される財・サービスは異質ないし差別化された財・サービスが供給されている。これは、正に伝統的なH=Oモデルでは十分に説明できない点である。

さらに、国際観光のステレオタイプ的な見方、すなわち、国際観光はあるいくつかの発地国とある特定の受入国の間のいわゆるone-way flowsないしinter-industry tradeが主流であるとの見方が一般的であった。極言すれば、豊かな北の国あるいは欧米の先進国は一方的に南から観光サービスを輸入し、反対に南の国は観光サービスの生産と輸出に特化するという見方である。この種の貿易パターンは、伝統的な国際貿易理論、すなわち伝統的な国際貿易理論の基礎である比較優位に基づき説明可能である。

Appleyard and Field（1998）によれば、H=Oモデルは国々が異なった生産要素賦存量と異なる

技術を有し、それらの資源と技術を投入して生産可能な財・サービスの機会費用が相対的に小さい——これを比較優位（comparative advantage）という——生産物の生産に各国が特化し、特化した別々の生産物の輸出入を互に行なうことによって、貿易国は、ある一定の条件（交易条件）のもとで貿易を行なうならば、互いに貿易の利益（gains from trade）を享受することが可能であるというものである¹⁾。したがって、この場合の財・サービスの貿易はそれぞれの国が互いに異なる財・サービスを生産し輸出し、そして輸入するという意味において、one-way tradeあるいはinter-industry trade（産業間貿易）であると見なすことができる。例えば、その典型的貿易パターン——ここで、貿易パターンとは簡潔に表現すれば「誰が何を誰に販売するか」ということを意味している——は、先進諸国と発展途上国の間の貿易である。というのは、それらの国々は互いに異なった要素賦存量と技術・知識を有しており、それゆえ比較優位をお互いが持ちやすいと考えられるからである。その結果、各国は比較優位を持つ生産物の生産に特化し、比較劣位にある生産物を輸入するという意味において、one-way tradeないしinter-industry trade（同一産業間の貿易）が実現する。さらにこのモデルでは、主として供給側の要因に基づき輸出入が説明されているために、消費者側の消費技術の問題はモデルに組み込まれてないという欠陥を持っている。特に、観光の場合には、この消費者としての観光主体の消費技術もまた重要な変数と考えられるからである。

伝統的な貿易理論に基づけば、例えば、相対的に資本をより多く所有する国は資本集約的生産物の生産に特化し、その生産物を生産し、他方、労働力を相対的により多くもつ国は労働集約的な生産物の生産に特化し、それらの生産物をそれぞれが輸出し、各国が自国の特化した生産物と交換に他国が生産した生産物を輸入するというものである。

伝統的な貿易理論から導き出される帰結は、極論すれば、Choi（2002）が指摘したように、貿易は豊かな国と貧しい国の間で行われることを意味し、第2次産業の発展過程で生じた貿易パターン

(異業種の生産した生産物を各国が輸出入するという貿易パターン)の説明にはかなりの程度の妥当性ないしは説得力を持っていたと考えられる。

この種の伝統的な国際貿易理論を背景に、国際観光フローが説明可能であるとの観点から、国際観光フローのステレオタイプ型の見方が定着したと考えることができる。例えば、一時期流布していた観光における南北問題がそれであり、相対的に豊かな北の諸国から相対的に貧しい南の国へと観光者は大挙して訪れ、彼らは南の諸国から提供されるサービスを輸入するとい構図である。いわゆる *one-way mass tourism* の実現である。

既に指摘したように、伝統的な国際貿易理論を国際観光フローの分析に適用し、伝統的貿易理論によって国際観光フローを十分に説明可能であると主張したのは Zhang and Jensen (2007) である。彼らは、伝統的な国際貿易理論、すなわち各国の輸出入を決定する要因は「技術および/あるいは要素賦存量の違い」(Zhang and Jensen, 2007, p. 226) であり、観光産業あるいはサービス産業の「比較優位の背後にある主要な説明要因は技術の相違である」(*ibid.*, p. 239) と結論している。この種の見解に基づけば、ある国は観光サービスを一方的に他国へ輸出し、自国が比較劣位にある財・サービスを他国から輸入するということになる。これは正に *one-way trade* を意味し、それゆえステレオタイプ化された国際観光フロー——ある国は一方的に観光サービスを輸出し、他の国は一方的に輸入するという——の見方が支配する結果になったといっても過言ではない。

しかし、この種の見解が必ずしも正しいとは言えないことを指摘したのは Webster, et al. (2007) と Nowak, Petit and Sahli (2011) である。彼らは、*intra-industry trade* (産業内貿易) が国際観光フローを理解するためには重要であるという点で一致した見解を示している。特に、Nowak, et al. (2011) は、伝統的な国際貿易理論を背景に説明されてきた国際観光フローのステレオタイプ化された見解を痛烈に批判している。彼らは、国際観光のステレオタイプ化されたイメージは2つの異なるグループの国々というアイデア、そして観光者は非常に僅かな発地国から高度に観光に特化

したホスト国へ流れるという国際観光の *one-way flows* という見方によって広くこれまで支配されてきたが、この種の見解は正しいとは言えない不正確なものであり、それは、特に、EUに属する14カ国間の国際観光フローが双方向を示していることから明らかであり、*intra-industry trade* がこれらの国々にとって重要な現象となっていると述べている。Webster, et al. (2007) の主張を直接引用すれば、以下のようなものである。

「我々の結果は国際貿易の理論及び経験的技法の両方を用いることが国際観光についての我々の一層の理解に有益な貢献を提供することを示唆している。我々の証拠は多くの国々が事実国際観光の輸出国と輸入国の両者として特化していることを示唆している。……我々の結果はまた産業内貿易 (IIT) が国際観光において重要であるように思われるという理論的な主張を強く支持している。」(Webster, et al., 2007, p. 673.)

ところで、1960年代に入り、貿易は *one-way trade* だけではなく、むしろ *two-way trade* が現実の貿易においてしばしば観察されるようになった。*Two-way trade* とは、貿易国が互いに非常によく似た財 (代替財あるいは密接な代替財) を互いに輸出入することを意味している。例えば、日本は欧米から自動車を輸入しているが、同時に日本は欧米へ自動車を輸出している。家電製品やコンピュータおよびその関連製品、そしてある種の第一産次品や加工食品等についても同様のことが言えるであろう。これは、それぞれの国々の消費者の好み (嗜好) の多様化と貿易される財の製品差別化やブランド化によって生じると考えてよいであろう。この種の貿易のパターンは、*intra-industry trade* (産業内貿易) としてよく知られている。*Intra-industry trade* とは、ある国の国内のある産業で生産された財を国内で消費するのみならず国外でも販売し、他国もそれと同一の産業で生産された財を国内消費のみならず輸出するという、換言すれば、各国が同一産業内で生産された財を国内消費のみならず、輸出するということを意味している。とりわけ、第2次産業の製品つ

いては、相互に国内生産と消費そして輸出を行なっているケースが多数存在する、と見なしてよいのではないであろうか。

このような考え方を提起したのは Linder (1961) であり、彼は、伝統的な国際貿易理論 (= 新古典派的国際貿易理論) として有名な $H=O$ モデルで説明された供給-志向アプローチとは正反対に、国際貿易を需要-志向 (demand-oriented)、いわゆる需要重視モデルで説明すべきであるとの、いわば国際貿易理論のパラダイム転換を迫った新たな考え方を提起した。換言すれば、貿易パターンを決定する要因は、 $H=O$ モデルが示唆するように、第2次産業にあっては要素賦存量や要素集約度 (比較優位に基づく特定産業への特化に基づく財の輸出入) ではなく、それぞれの国の消費者の選好、すなわち需要パターンがどのような財を輸入するかを決定することを意味し、需要パターンは当該国一人当たり所得水準に依存し、したがって需要パターンの決定はそれぞれの国々の一人当たり所得水準に帰着するという考え方である。

この見解によれば、一人当たり所得水準が非常によく似た水準にある国々の消費者の嗜好もまたよく似ており、それゆえ彼らの需要パターンもまたよく似ており、その結果、お互いにそれぞれの国で生産されている同一産業の製品 (代替財あるいは密接な代替財) が輸出入されるということになる。それゆえ、この種の需要は overlapping demand (重複需要) とも呼ばれ、これは、上に述べた intra-industry trade あるいは two-way trade を意味している。

この点について、Linder 自身は、次のように述べている。

「……貿易の範囲は一人当たり所得水準が同じである国の間でもっとも大きくなりうる……。……貿易に対する潜在的な障害は一人当たり所得の相違であるといえる。ある国が生産上比較優位をもっている財も他の国では需要されないし、その逆の場合も同様である。一人当たり所得の開きがある大きさに達すると、ある種の質的に類似する商品についてのみ貿易が行われることになる。この

ような商品でのみ両国で重複する需要が存在するのである。」(Linder, 1961, p. 98, 邦訳 p. 141.)

この種の貿易パターンは伝統的な国際貿易理論では説明することは困難である。というのは、Linder (1961) が指摘したように (p. 101, 邦訳 p. 145)、伝統的な $H=O$ モデルでは異なった所得水準をもつ国々の間で貿易が最も盛んに行われることが示されてはいるが、要素賦存量の相違に基づくこのような結論は、互いに所得水準が乖離し、したがってこのような2国間での需要構造はますます乖離し、したがって貿易は行われなくなるということを意味するからである。換言すれば、それは国々が同一の財の生産に対して比較優位と比較劣位とを同時に内包することを意味するからであり、それは論理的矛盾を生じさせるからである。

ところで、表1は Zhang and Jensen (2007) によって手際よくまとめられた国際貿易理論とそれらの理論上の特徴及び観光への適用例に若干の変更と筆者が加筆し作成した表である。この表で注目すべきことは、伝統的な国際経済学の領域では取り上げられてこなかった「新しい国際貿易理論」、「多国籍企業」、「新技術」、そして「集積の経済」が観光研究にとっては重要ではないか、ということが示唆されている点である。

例えば、「新しい国際貿易理論」(Krugman (1979) および Lancaster (1980) によって提起された考え方) では、比較優位に基づかずに規模の経済と独占的競争市場を想定して国際貿易が説明できることが示されていること、また Linder と同一の帰結に帰着するが、嗜好や技術、そして同一の要素賦存量をもつ国々間で供給面から貿易が行なわれていることが示されたこと、さらに「多国籍企業 (multinational firms)」は企業固有の技術・知識を有し、それと新しい技術を用いて国際ホテル・チェーンの展開を行い、「新技術 (neo-technology)」——あるいは技術革新といってもよいが——はその技術を駆使したアドベンチャー・パークや種々のテーマパークそして様々なエンターテインメントの創造、さらにインターネットを駆使した観光マーケティングへの応用がなされ

表1 国際貿易理論とその説明変数、およびそれらの観光への適用例

貿易理論	貿易の主な説明変数	観光への適用例
・ Linder モデル	選好の類似性	巡礼観光のような文化的類似性（親和性）、観光地国間での価格競争
・ Ricardian 理論	技術・生産効率	sun, sand, sea および文化遺産
・ Heckscher = Ohlin 理論	自然資源賦存量（資本、労働、および土地）	比較優位・技術に基づく伝統的な輸出入、伝統的な国際観光フローの説明
・ 新しい貿易理論*	非比較優位、規模の経済、そして独占的競争市場を想定	製品差別化を通じた類似した国々の間でのサービス貿易
・ 多国籍企業モデル	オーナシップ優位性（企業固有の技術・知識）	国際ホテル・チェーン
・ 新技術モデル	技術革新・その普及パターン	アドベンチャー・パーク、観光のためのインターネット・マーケティング
・ 集積の経済	外部性、インフラストラクチャー、およびビジネスチャンス	観光（資源や施設等）の集積、観光インフラへの投資

注) 表1は Zhang and Jensen (2007) Table 1 (p. 227) を若干変更し筆者が作成。*は筆者が新たに付加した項目である。Krugman (1979) や Lancaster (1980) 等によって提起された、伝統的貿易理論が比較優位に基づき貿易が行なわれると説明されていたが、彼らは、比較優位に基づかない、規模の経済と製品差別化によってよく似た国々、すなわち、同一の嗜好や技術、そして要素賦存量を持つ国々の間でも貿易が行なわれ、貿易の利益が存在することを示した。

ていることが指摘されていること、そして最後に「集積の経済 (agglomeration economies)」²⁾ では観光に必要な種々のサービスを生産し供給する産業の集積とそれに伴う企業間および産業間外部性により集積の利益が生じること、さらに観光に必要なインフラへの新たな投資が展開されていることが示されている。

しかし、これらは、Linderを除き、すべて供給側の要因に基づき国際貿易を説明しようとしていることに注意すべきであろう。さらに表1では、観光者が観光地から購入する様々な財・サービスが観光地間で差別化されており、その差別化によって観光者はどの観光サービスを購入するか、換言すれば、どの観光地を選択するかを決定するという意味での観光者の需要あるいは選好の問題に関しては明確に指摘されていない。この点について我々に一つの手がかりを提供してくれるのが Smith (1994) である。

Smith (1994) が主張したように、仮に観光者が観光生産物としての「経験 (experience)」を消費すると想定するならば、そしてそれに経済学的な解釈を施せば、観光主体は、各自の制約にしたがって、彼らの「観光経験」を最大化すると考えることは可能であろう。しかし、この考え方は、

最大化問題として観光を定式化することの空虚さや無意味さをも同時に内包しているのではないであろうか。というのは、それは「経験」と呼ばれる観光生産物から獲得される効用関数の中味（独立変数）がブラック・ボックスのままであり、定式化することが極めて困難であるからである。

Ⅲ Linder モデル

ところで、国際貿易のパターンを伝統的な供給サイド・モデルを用いて説明することはできないとの認識から、むしろ貿易パターンは需要一志向的な視点から説明されるべきであるとの仮説を提示したのは、Linder (1961) である。以下では、彼によって提起された需要一志向モデルを簡潔に説明し、サービス貿易としての観光サービスを考えるための問題点を探る手がかりとしたい。

Linder モデルは、以下のような仮定の下で構築されている。

[仮定]

1. 消費者の嗜好は当該国の一人当たり所得水準に依存する
2. ある国の財生産は当該国内の消費者の嗜

- 好に依存する
3. 貿易は国内市場の生産パターンと消費パターンの副産物である
 4. ある種の不平等さをもつ国において、需要される財は、変化しつつある所得水準の下で、人々の嗜好を反映する
 5. 財の生産量は市場規模に依存する

以上の仮定に基づき、Linder モデルは、以下のように説明できよう。

単純化のために、一人当たり所得水準が異なる3国 (x, y, z) を想定し、各国の一人当たり所得水準 (Ix, Iy, Iz) は、

$$I_x < I_y < I_z$$

であると仮定する——ここでは、x 国の一人当たり所得水準が一番低く、ついで y 国、一番高い一人当たり所得水準を有する国が z 国である。また財は9種類の異なる財 (A, B, C, D, E, F, G, H, J) から構成されていると仮定する。さらに、各国の消費者の嗜好 (需要パターン) は所得水準に応じて、表2に示されているようであると仮定する。

表2において、網掛けされた部分の財のいくつかは2国間あるいは3国間で貿易が相互に行なわれる可能性があることを示唆している。例えば、x 国は国内で生産される財 A ~ Eのうち A と Bは

表2 所得水準の相違による各国間の貿易パターン

国	財の種類と生産・消費、および貿易パターン									
X	A	B	C	D	E					
y			C	D	E	F	G			
z					E	F	G	H	J	

注) Linder (1961) 自身は2国を例に説明しているが、ここでは3国を例に、筆者が表2を作成した。表2は、異なる一人当たり所得水準をもつ3カ国 (ここで各国の一人当たり所得水準は $I_x < I_y < I_z$ である) の間での貿易パターンを概念的に示したものである。網掛けの部分は2カ国あるいは3カ国間で貿易が行なわれる可能性のある財の種類を表している。x 国は y 国と財 CDE を互いに輸出入し、y 国と z 国は財 EFG を互いに輸出入するが、所得水準が極めて異なる x 国と z 国の間で取引される財は Eのみである。これは、国家間の一人当たり所得水準の違いによって生ずる。

国内だけで需要され、消費されるが、それは他の国々が消費しない財であるからである。また、y 国は国内で生産され需要される財は C ~ G までであり、そのうち需要パターンが同一の財 C, D, E については x 国と互いに貿易を行なう可能性を内包している。しかし、財 F, G については x 国では需要されないために、それら2財の貿易は y 国との間では行なわれない。z 国については、国内で生産され消費 (需要) される財は E ~ J までである。したがって、z 国が x 国と貿易する可能性がある財は E 財のみということになる。それに対して z 国は y 国とは需要パターンが同一である財 E, F, G の3種類についてはお互いに貿易の可能性が存在する。

ここでの重要なポイントは、所得水準が一番低い x 国と一番大きい z 国の間での財の貿易はたった1種類の財 E のみにすぎないということである。換言すれば、互いによく似た所得水準を有する国々との貿易は活発に行なわれる可能性が高いが、所得水準が極度に異なる国々間での貿易はほとんど行なわれないということである。すなわち、よく似た一人当たり所得水準を持つ国々間では消費者の嗜好もまた類似しており、その結果、産業内貿易が生じやすいということを意味している。これが Linder の提起した重複需要仮説である。

以上が Linder (1961) によって提起された overlapping demand model のストーリーの要約である。そのストーリーは、直感的には図1によって表すことができる³⁾。図1には、一人当たり所得水

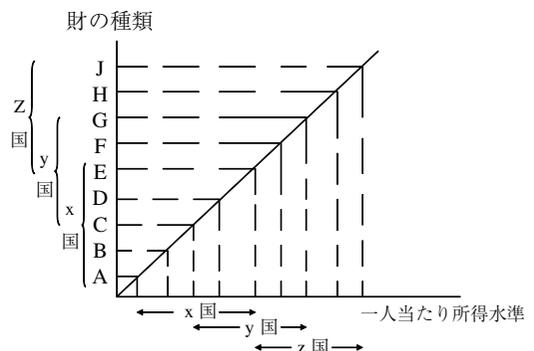


図1 Linder の重複需要

準が横軸に、財の種類が縦軸に測られている。図1は、各国の貿易パターンは当該国の一人当たり所得水準に依存し、したがって、各国は、比較優位に基づかずに、ある国と他の国の間では同一財の貿易が行なわれることが示されている。しかし、問題は、サービス貿易に関して、したがって観光サービスの輸出入に関して、Linder仮説が妥当するか否かである。

IV Linder モデルの国際観光フロー分析への適用可能性

問題は、Linder仮説は、いくつかの研究（Ellis, 1983; Thursby and Thursby, 1987; Choi, 2002）が指摘しているように、第2次産業の製品については当てはまるが、サービス、特に国際観光サービスの貿易について支持されるのかどうかという点にある⁴⁾。例えば、Linderの仮説が観光サービスの貿易について妥当とするならば、すなわち各国の消費者の嗜好は当該国の一人当たり所得水準に依存するという仮説が当てはまるならば、同程度の一人当たり所得水準を有する北米とヨーロッパの国々の間で、そしてそれらの国々と日本との間で観光が活発に行なわれていること意味し、日本とアジア諸国、欧米とアジア諸国、北米とアジア諸国の間では観光サービスの貿易は不活発にしか行なわれないという帰結が導かれるからである。

しかしながら、この仮説は、地域という単位で考えるならば、中国の一部の地域と日本との間の国際観光フローには当てはまらないかもしれない。というのは中国の一部の地域の一人当たり所得水準は日本のそれと同水準であるかもしれないからであり、その場合には中国の当該地域と日本との間の観光における intra-industry trade が成立しているかもしれないからである。この点については、Linder自身は、次のように述べている。

「……一人当たり所得が異なっているために生じた消費需要の相違は、誇張されてはならない。ある国で所得分布が不均等な場合には、他の事情が等しいとすれば、所得がより均等に分配されて

いる場合に比べて、一人当たり所得の違う国との間で重複し合う需要の範囲が大きいであろう。貧しい国の高所得者は、豊かな国の低所得者と同じ商品を必要するかもしれないのである。」（Linder, 1961, p. 96, 邦訳 p. 137.）

Linderの主張が妥当とするならば、中国以外にも、所得階層によっては、国際観光に対する重複需要が存在していると考えてよいかもしれない。

ところで観光の産業としての認識は、Eadington and Redman (1991) が指摘したように、観光部門がサービスを基盤とした活動の集合であり、その活動はさまざまな産業に拡散され、消費者支出に関してもまたグルーピングできないほどの広がりを持っている点に特徴が存在するとするならば、それゆえ「観光は一つの産業として確固とした基盤を持っていない」とするならば、どのような産業を「観光産業」と称するかという観光産業の範囲決定の問題は、観光研究にとって極めて深刻な問題を提起する。恐らく、現在もなお多くの課題が残されている問題であるが、その第1次近似として、ひとまずそれを解決しようとの試みが United Nations World Tourism Organization (UNWTO) による観光産業の範囲を規定した Tourism Satellite Accounts (しばしば TSA と略称されている) であろう。

しかしながら、かつて Gray (1982) が指摘したように、ある旅行者は国内（観光サービスの輸入国）では簡単に生産することができないアメニティを外国に求め、そのアメニティは国内で利用可能なサービスとは非競争的であった。換言すれば、Grayの指摘は、国内で生産可能な観光サービスは国内だけで消費され——それは非輸出サービスであり、国際観光サービスはその生産に比較優位を持つ国が生産供給し、それを他国の観光者が需要するということを意味している。この見解は、正に伝統的な貿易理論に基づき、国際観光フローが説明可能であるということを示唆していると解釈することも可能である。

しかし、Gray (1982) は、他方で、観光が注目してきたことは様々な町や国々において行なわれ

る多くのタイプの休暇は僅かに異なっているに過ぎず、その違いは受け入れる町や国の特定の属性の中に見出されるに過ぎず、したがって、この種の観光は自動車の買い手がToyotaにするかBMWにするかそれともBenzを購入するかといった問題に直面しているのとほとんど違いはない、とも述べている。これは、まさに我々が論じようとしている同一種類の生産物であるが、「差別化された生産物」の貿易と軌を一にする考え方であると見なすことができる⁵⁾。したがって、これは、自動車という共通のあるいは同一の産業で生産されている財の国際間での購入の問題であり、それが国外で生産されているが国内で生産されているように消費者にとっては彼の嗜好に一致する自動車を選択するという問題に過ぎない。つまり、上に述べた *intra-industry trade* ないし *overlapping-demand* を意味している。

しかし、サービスにおける差別化とは一体何を意味し、その内容はどのようなものなのであろうか。例えば、観光には滞在が不可欠であるが、潜在的観光者はその滞在中に宿泊しようとしている宿泊施設のサービスをいかにして事前(宿泊前)に認識可能なのであろうか。サービスの事前認識は、サービスの定義により不可能である——サービスの在庫の不可能性から派生するサービスの無形性や輸送の困難性、そしてサービス需給の同時性という性質のためである。

あるいは宿泊サービスそれ自体ではなく、施設そのものや名声・評判 (*reputation*) 等に依拠し、宿泊施設の選択を行なっているのではあろうか。この戦略の代表的な例は、恐らく宿泊施設のブランディングを通じた製品差別化戦略である。これは、Zhang and Jensen (2007) が指摘した企業固有の技術・知識や新技術 (例えば、インターネット予約サービス) を利用し、国際的なホテル・チェーンを展開している多くの企業が存在し、それらのホテルでは自身のホテルのブランド化や差別化戦略を通して観光者や滞在者の誘致を図ろうとしている。しかし、これは観光サービスすべてに対する解答を意味しない。

観光サービスとは何を指しているのか、同一産業内で生産し供給されるものなのであろうか。

宿泊に限って言えば、宿泊サービスとしてサービス生産を限定可能であり、それゆえその差別化を可視化することは可能かもしれない——例えば、ホテルやレストランの星の数やブランド化を通して。しかし、観光サービスは宿泊サービスやレストランに限定されているわけではない。この問題は、他方で、観光生産物 (*tourism product*) とは何かという問題を提起する——以下で述べるように、観光生産物と観光者が消費ないし需要する観光財・サービスとは異なる概念を指していることに注意されたい。

この問題に対して、例えば、Smith (1994) は、「観光生産物 (*tourism product*)」は「経験 (*experience*)」を意味するとの見解を提示した。Smith の見解を経済理論的に翻訳し解釈するならば、観光生産物としての「経験」は、消費者としての観光者が様々なインプット (観光サービス) と彼の有する (経験生産のための) 技術・知識に基づき生産し、即消費すると見なすことが可能であると同時に、それは耐久消費財——例えば、自動車や家電製品等——のように長期にわたって消費可能 (「思い出」の消費) であるという点にその特徴を見出すことができるであろう。

このように観光生産物を捉えるならば、Smith (1988) が指摘したように、観光産業を供給側から定義し、それぞれの産業から供給される財やサービスは正に消費者としての観光者にとって原材料あるいは中間財・サービスを意味し、それらを観光者はインプットとして投入し、彼ら個人々が最終消費財としての観光生産物 (= 経験) を生産し消費すると考えることには意味があるであろう。この考え方は、かつて G. S. Becker (1965) が提起した家計は消費者として行動するのみならず生産者としても行動し、彼らが利潤獲得を目的とした民間企業と異なる点は、生産した財・サービスを生産と同時に彼ら自らが消費するという点である。これは、生産者兼消費者としての観光者個人は、自らが生産した財・サービスを市場化しないという意味において、観光における「経験」、すなわち観光生産物としての個人的な経験を生産し消費する主体であるということになる。したがって、観光生産物としての経験の生産には、たと

え観光者それぞれが同量かつ同質の生産要素としての観光サービスを投入したとしても、彼らの生産のための技術・知識そして消費技術（消費のためのノウハウ、例えば、教育等）の違いによりアウトプットとしての観光生産物の生産には観光者間で違いが生じると推測することは可能であろう。例えば、数人の観光者が同一のパッケージ商品を購入し、ある観光目的地へ赴き、同一の生産財あるいは中間財としての観光サービスを投入しても、その結果として生産され消費される観光生産物としての「経験」には個人差が生じる可能性が存在するというのである。これは、「経験」生産の量的な違いと同時に、質的な違い、換言すれば、個々人が持っている「経験」を生産するための技術・知識水準の相違、そして消費技術（例えば、楽しみかたに関する知識や経験等）の相違と考えることが適切であるかもしれない（消費技術をも同時に提供しようとする産業が経験財供給産業の一部であるとの解釈も可能であるかもしれない）。

さらに、解決すべき問題が残されている。すなわち、観光産業とはどのような産業を指すのかということに関しても現在のところ確たる解答が得られていないことである。Smith (1984) は、観光産業もまた一般的なあるいは通常のビジネスの視点から、換言すれば、供給サイドから捉えることが必要であることを指摘しているが、それ以上の議論を展開しているとは言い難い。彼の結論は、観光者がもっぱら消費する財・サービスと地域住民と観光者のいずれもが消費する財・サービス、そして地域住民のみが消費する財・サービスとに分類することが必要であると論じたに過ぎない。それを分離し分類するためには、需要側から、換言すれば、観光者が消費する財・サービスとは何かを明らかにするためには、観光者の観光目的地での観光行動について、詳細な調査や聞き取りが必要であり、それも、世界中で同一の調査聞き取りが行なわれることが必要であり、それに基づいた詳細な統計の整備が必要である。

以上述べてきたように、観光者に提供される財・サービスとは何か、観光者がもっぱら消費する財・サービスとは何か、ということについては

明確な解答は得られていない。換言すれば、観光産業とは何か、という問題は未解決のままであるといっても過言ではない。観光主体が観光生産物としての「経験」を生産するために必要な財・サービスを生産し供給する企業の集合としての産業とは一体どのような産業を指しているのか、ということである。上に示した国際貿易理論は、誤解を恐れずに言えば、Linderを除き、供給側からの説明を提供しようとしているからである。

これに対する解答を得るためには、Linderが指摘したように、観光主体の需要あるいは選好に基づき、観光主体が消費する財・サービスがどの産業に属するかを判別するという作業が必要ではないであろうか。しかしながら、この考え方もまた、技術進歩や人々の嗜好の変化に依存し、換言すれば、観光を取り巻く環境に依存し、観光産業を普遍的に捉えることにはならないかもしれないからである。

V 結論的覚書

以上から、我々は、国際観光フローは、貿易の視点からは観光主体の需要パターンに基づき観光を捉える必要があるという点では、Linderの考え方を支持することができる。しかしながら、観光産業とは何か、観光サービスとは何を指しているかということについては、現在のところ決定的な解答は見出されていない。したがって、国際観光フローをサービス貿易として捉えるためには、観光サービスとは何かを解明し、したがって観光サービスを提供する観光産業とはどのような産業を包含しているのかを明らかにする必要がある。そうでなければ、国際観光フローをLinder流の需要一志向的な国際貿易理論に基づき解明することは極めて困難であるからである。

Linderの考え方は、伝統的な貿易理論とは異なり、消費者としての観光主体のサービス需要の視点から捉え直す機会を提供したという意味において、観光研究に新たな課題——しかし、観光産業とは観光主体が利用する企業の集合であるとする考え方は従来から存在しているが、それは単に同義反復の議論であり、ここで我々が論じた意味と

は異なっている——を提起したといっても過言ではない。

我々にとって参考になる考え方は、Smithが述べたように、先ずは、観光主体だけが消費している財・サービスとは何かを特定することが必要であり、そのためには観光者の消費に関する詳細な調査とそれに基づく観光統計の整備が必要ではないであろうか。それが可能であるならば、Linderモデルのサービス貿易としての観光フローの分析への適用妥当性が判定できると考えるからである。我々は、分析道具の利用可能性は拡大しつつあるが、分析のためのあるいは仮説を実証するための資料や統計資料の不足という古くて新しい問題に再び直面しているといっても過言ではない。

注

- 1) 比較優位とは簡潔に説明すれば、ある生産物を1単位生産する場合に、他の生産物を何単位犠牲にしなければならないかによって表され、ある2つの国aとbが財xの生産における機会費用がa国=0.5であり、b国=1.0であり、他方、財yの生産における機会費用がa国=1.0で、b国=0.5であるとすれば、a国は財xの生産の機会費用がb国と比較して小さいために財xの生産に比較優位を持つが、財yの生産における機会費用はa国と比較してb国のそれが小さいために、b国が財yの生産に比較優位を持つという。注意すべきことは、貿易の有無を決定づける要因は、絶対優位 (absolute advantage) ではなく、比較優位であるということである。比較優位および絶対優位の詳細な説明は、例えば、Appleyard and Field (1998) を参照。
- 2) Agglomeration economies (集積の経済) の概念は、通常、2つのサブ概念に分けられる。一つは urbanization economies であり、もう一つは localization economies である。前者はある地域に大規模な人口集中が進むことによって生産費用が低下することから生ずる便益を指し、後者は同一産業内に多数の企業が近接して立地することから生ずる便益を指している。
- 3) 図1は、Linder (1961, Fig. 5, p. 100, 邦訳 第5図 p. 144) 自身は2国を例とした図形が描かれているが、このノートでは3国間を例として取り上げたために、一人当たり所得水準が異なる3国間における貿易パターン (重複需要) が示されていることに注意されたい。
- 4) Linder 仮説に関する実証研究は現在ところ賛否が混在している状況にあるといっても過言ではない。例えば、Linder 仮説の支持は Blejer (1978), Ellis (1983), Thursby and Thursby (1987), そして Choi (2002) であり、否定的結論を導き出した研究は Sailor, et al. (1973),

Kennedy and Hugh (1980), そして Qureshi, et al. (1980) である。Linder 仮説が支持され始めた背景には工業製品生産の技術の普及により多くの国々によって生産が可能になったという背景があるのかもしれない。換言すれば、人々の嗜好の多様化が進み、同一産業内で生産された製品に関してまた差別化が進み、それが消費者のニーズに一致する場合には互いに密接な代替財の輸出入が行なわれると推論できるからである。しかしその背後にある要因を一人当たり所得水準にのみ帰着させ得るかどうかが問題であり、むしろ筆者は、Linder 自身 (1961) も指摘していたが、国々の所得階層別一人当たり所得水準が同一所得階層内に位置する人々の選好の類似性を問題にすべきであると考えている。それは国全体としての平均値よりもある国の所得階層別の平均値を用いることがより詳細な研究が可能になるからであり、それは intra-industry trade の実証研究の精度を高め、観光についても同様のことが言えるのではないかと考えるからである。

- 5) 製品差別化の説明は、例えば、Carlton, D.W. and J.M. Perloff (2000) の第7章および第18章を参照。また、彼らは、産業組織論の研究においても差別化された生産物の国家間での貿易は重要であるとの認識を示し、次のように述べている。

「よく似た先進国間での同じ種類の財の貿易は急速に高まっている。例えば、合衆国は自動車、加工食品、衣類、そして多くの財を輸入も輸出もしている。すなわち、異なる生産要素賦存量を持つ国々が一つのタイプの財を様々な異なった財と貿易するのみならず、またよく似た生産要素賦存量を持つ国々とよく似た財を貿易している。差別化された生産物のモデルは国家間でのこの後者のタイプの貿易を説明することができる。……差別化された生産物の代表的な消費者モデルを国際貿易に適用することによって、我々は、そのような貿易から消費者が便益を得得であろうことを示すことができる」(ibid. p. 570) と。この引用文で重要な部分は、「よく似た生産要素賦存量を持つ国々とよく似た財を貿易している」という部分であろう。なぜならば、この指摘は、同一産業内で生産された財がある国々の間では輸出入されていることを意味し、貿易は比較優位には依存しないことを意味するからである。

文 献

- Appleyard, D.R. and A.J. Field, Jr. (1998) *International Economics*, (3rd ed.), McGraw-Hill, New York.
- Becker, G.S. (1965) "The Theory of the Allocation of Time," *Economic Journal*, Vol.75 (Sept.), pp. 493-517.
- Blejer, M.I. (1978) "Income Per Capita and the Structure of Industrial Exports: An Empirical Study," *Review of Economics and Statistics*, Vol. 60 pp. 45-68.

- Carlton, D.W. and J.M. Perloff. (2000) *Modern Industrial Organization*, (3rd ed.), Addison-Wesley, New York.
- Choi, (2002) "Linder Hypothesis Revisited," *Applied Economics Letters*, Vol. 9, pp. 601–605.
- Eadington, W.R. and M. Redman (1991) "Economics and Tourism," *Annals of Tourism Research*, Vol. 18, pp. 41–56.
- Ellis, M. (1983) "An Alternative Interpretation and Empirical Test of the Linder Hypothesis," *Quarterly Journal of Business and Economics*, Vol. 31 (No. 2), pp. 175–182.
- Gray, H.P. (1982) "The Contributions of Economics to Tourism," *Annals of Tourism Research*, Vol. 9 (No. 1), pp. 105–125.
- Kennedy, T.E. and R.M. Hugh (1980) "An International Test and Rejection of the Linder Hypothesis," *Southern Economic Journal*, Vol. 46 (No. 3), pp. 898–903.
- Krugman, P.R. (1979) "Increasing Returns, Monopolistic Competition, and International Trade," *Journal of International Economics*, Vol. 9, November, pp. 469–479.
- Linder, S.B. (1961; 1983) *An Essay on Trade and Transformation*, Garland Publishing, New York. (小島清・山沢逸平 訳『国際貿易の新理論』ダイヤモンド社 1964年.)
- Lancaster, K. (1980) "Intra-Industry Trade under Perfect Monopolistic Competition," *Journal of International Economics*, Vol. 10, May, pp. 151–175.
- Nowak, J.-J. S. Petit, and M. Sahli (2011) "Inter-Industry Trade and Vertical Differentiation in Tourism Services," *Annual Doctoral Conference of the Association for the Development of Research in Economics and Statistics (ADRES)*, Paris (2011), 24 pp. <http://ces.univ-paris1.fr/ADRES/CV-PDF/PetitPaper.doc>
- Qureshi, U.A., G. L. French, and J. W. Sailors (1980) "Linder's Trade Thesis," *Southern Economic Journal*, Vol. 46 (No. 3), pp. 933–936.
- Sailor, J.W., U.A. Qureshi, and E.M. Cross (1973) "Empirical Verification of Linder's Trade Thesis," *Southern Economics Journal*, Vol. 40 (No. 2), pp. 262–268.
- Smith, S. (1988) "Defining Tourism : A Supply-Side View," *Annals of Tourism Research*, Vol. 15 (No. 2), pp. 179–190.
- Smith, S. (1994) "The Tourism Product," *Annals of Tourism Research*, Vol. 21 (No. 3), pp. 582–595.
- Thursby, S. G. and M. C. Thursby (1987) "Bilateral Trade Flows, the Linder Hypothesis, and Exchange Risk," *Review of Economics and Statistics*, Vol. (No. 3), pp. 488–495.
- Webster, A., J. Fletcher, P. Hardwick, and Y. Morakabati (2007) "Tourism and Empirical Applications of International Trade Theory: A Multi-Country Analysis," *Tourism Economics*, Vol. 13 (No. 4), pp. 657–674.
- Witt, C., S. Witt, and N. Wilson (1994) "Forecasting International Tourism Flows," *Annals of Tourism Research*, Vol. 21 (Issue 3), pp. 612–628.
- Zhang, T. and C. Jensen (2007) "Comparative Advantage: Explaining Tourism Flows," *Annals of Tourism Research*, Vol. 34 (No. 1), pp. 233–243.

付記

岩田修二先生のご退職とのこと。私が帰国すると同時に先生のご退職されるという何とも言い難い状況の中で、拙劣ではありますが、ピエンチャンの片隅にある小さなホテルでこのノートを書き上げました。岩田先生のご退職を祝うと同時に先生のお姿を拝見する機会が少なくなることの淋しさ、そして我々にとっての大黒柱を失うことの不安とが混在した状況の中にいます。地理学の領域及び観光研究の領域で多大な貢献をなされてきた先生のご健康と益々のご活躍を祈念して、我々を支え続けてくれた先生への御礼としたいと思います。