

富山における文化観光に関する一考察
訪日中国人観光客を例にして

Consideration of cultural tourism at Toyama.
Using Chinese visitor to Japan as an example.

湯 麗敏

Tang Li min

本稿は、文化観光とは何か？富山で提供できる文化観光の資源、それに訪日中国人観光客の「爆買い」行動から文化観光の需要に変化が現れつつあることから、富山にある文化観光の資源を利用して、富山での文化観光を発展させる可能性について、さらに、今抱えている問題と、これからの課題について初歩的な考察を試みる。

キーワード 文化観光 富山 中国人観光客 食 祭り 芸術

1. はじめに

日本政府観光庁によると 2015 年訪日外国人観光客は、過去最高の 1973 万人に達した。過去最高だった前年同期比でも 4.7% 増えた。また訪日外国人旅行消費額も過去最高の 3.4 兆円を記録していた。中でも、13 億人口を有する隣国・中国からの訪日観光客数は、2014 年の年初の予想を大きく上回り、前年比 2 倍以上の 499 万人に上った。(台湾・香港を除く) 外国人観光客の中で最も多いのは中国人観光客であり、日本での消費額も一人あたり 28 万 3842 円と最も高かった。

こうした現状を背景に日本政府は、2020 年までに訪日観光客数 2500 万～3000 万人という数値目標を掲げたが、今までに日本が経験したことのない数量規模となるが、ぜひ実現してほしい。だが、中国経済成長の先行きが不透明な現在、中国からの観光客の買い物のみをあてにした観光振興には危うさが付きまとう。なぜならば、中国人観光客の旺盛な消費意欲がいつまでも保つかよくわからないからだ。中国国内での物流網の整備に従い、ネットショッピング市場が空前の規模で拡大を続けており、対象商品には、日本製の化粧品や、日常用品、薬なども含まれる。訪日中国人観光客の「爆買い」現象がいつまで続くのか、疑問を持たざるを得ないのである。

こうした要素も抱えながら、どうやってより多くの観光客を来てもらえるか、特に中国人にはなじみの薄い富山のような地域にどうすれば観光客を誘致できるのか、これからの観光客は観光に対して、もっとも求めるのが何なのかなど、課題として多く残っている。

本稿においては、古来中国人の観光に対する思いとその捉えかた、また今の中国人観光客の「爆買い」行動から文化観光の需要に変化が現れつつあることから、富山において文化観光の資源を利用して、文化観光を発展させる可能性について考察したいと思う。

2. 観光現象の変化——「文化観光」

交通技術の進歩、社会経済の発展、また休暇制度の充実と実施の改善によって、近年、観光現象においては、顕著な発展と変化ぶりが現れている。かつては、少数の金持ちの人間にしか享受できなかった観光の楽しみは、今、庶民にも手が届く普遍的な娯楽となりつつある。観光は人々にとっては、勉強の一部になり、日常生活の一部となった。一方、ツアーアレンジや宿泊提供等、対象顧客の増加が需要の多様化を生み、また、旅のスタートから終わりまでのサプライチェーンの形成は観光の産業化を促進し、現代社会の経済活動の柱産業の一つとなった。

また、観光業は持続的発展が可能な事業との見方が強くなっており、中国では、今、文化をテーマにした観光開発がものすごい勢いで進められている。たとえば、地域経済発展の一つ方法として、観光業を発展させるために、地域の伝統文化の宣伝と保護に力を入れているケースが多数みられる。特に少数民族が多く住む地域では、観光客の文化観光により伝統文化に対する認識が広まり、守られるだけでなく、観光客の訪れることによって、その地域の経済が活性化し、地域住民たちとの触れ合いにより、お互いの異文化理解にも促進できるようになった。一方で、美しい自然景観が時として天災、或いは人災で破壊されるケースも散見されるし、「爆買い」のみが目的の観光客もいる。今、日本に現れている観光現象が長続くのか、それは持続的発展が可能な文化観光に昇華するのか、非常に興味深い所である。

そもそも、文化観光とはなんなのか、まず先行研究のいくつかの結論を見てみよう。

美山良夫氏の『「文化観光」と文化施設マネジメントの近未来』からの紹介によると「ICOMOSによると文化観光の定義は、以下の通りである。次のような対象を、資源あるいは目的地とする観光形態を指す：すなわち、歴史的市街地、町並みや集落、宗教的な場所、文化的景観、産業遺産地域、貴重な自然環境を有する場所、博物館やギャラリー、また先住民が管理の意思、権利または責任を持ち続けており、彼らにとって重要な意味を持つ古来の場所も含む」ⁱという説があった。

文化観光について、ほかに「文化を動機とする観光活動の形態を総称して「文化観光」と呼ぶが、それが含む内容は、学習、芸術鑑賞、祝祭・文化イベント、遺跡訪問など範囲である」（『観光学入門』岡本伸之編、有斐閣アルマ p 179）ⁱⁱという説もあった。

『観光・旅行用語辞典』（北川宗忠編、ミネルヴァ書房、207）によると文化観光は「旅行者の文化的動機に基づいて展開される観光の形態である。文化的動機というのは、多様であるためおのずからこの観光の形態も多様なものとならざるをえない。文化イベントの体験、美術館・博物館めぐり、陶器の産地への作陶体験旅行、史跡訪問、民族儀礼や祭りの見学など。これらはすべて文化観光の一例としてあげることができる典型的なものであろうが、この行為を通して地域社会に新たな文化創造と観光文化の形成が期待されている。」ⁱⁱⁱ

中国の『文化と民俗、観光開発理論と実践』科学出版社：p 102によると、「文化観光誘引物の分類については、学者の間では、考え方に開きがある。文化観光の誘引物に対する具体的分類においては、考古学遺跡、博物館、歴史遺跡および復元地、事件最初の発生地、特殊な人種文化、荘厳的建築物、聖地、伝説の発祥地など、十二の違う類型に分類される。しかし、たとえば演奏会、映像会などの現代的文化の構成部分および祭り、イベントなどの社会文化を人工観光の誘引

物の範囲に分類していることは注目に値する。」^{iv} (筆者訳)

上述から考察するに、文化観光の資源は、実はとても身近そして豊富に存在しており、また、有形、無形に分けられることが伺える。いわゆる人文活動に芸術、民間風俗・習慣、祭り・イベントなどがあり、また文化・自然遺産遺跡、建築と施設も含まれている。長い歴史と文化、伝統を背景にする文化観光の誘致力は無限であり、これこそが持続的発展が可能な理由なのである。

3. 富山で楽しめる文化観光とは？

北陸新幹線の開業にしたがって、目下、富山県にも今まで以上に国内外から多くの観光客が訪れている。今までも人気の高かった県内の観光名所である立山連峰、黒部峡谷、世界遺産の認定も受けている五箇山合掌造りの集落などのほかに、「世界でもっとも美しいスターバックス店」が位置する富岩運河環水公園なども大勢の観光客を引き付けている。富山は雄大で美しい豊かな自然があるだけでなく、魅力ある食文化および悠久な歴史と豊富多彩な伝統文化を有するところでもある。もし自然資源と人文資源をうまく活用し、文化観光に活かすことができれば観光客の富山への関心度は一層高まり、富山の知名度も上がるに違いない。

(1) 富山の食文化

富山の食を代表する富山湾の「キトキトの魚」は、全国的にも有名になりつつある。日本海側固有の深層水と、表層の暖流が豊富な魚介類を育て、「天然のいけす」といわれる富山湾は食の宝庫となった。富山の名刺でもある「氷見の寒ブリ」、富山湾の春の風物詩となっているホタルイカ、「富山湾の宝石」と称される白えびなど、富山県人および訪れた観光客の舌をうならせる食材に事欠かない。また江戸時代から保存食として製法が伝わっている「鱒のすし」、富山を代表する郷土料理の「昆布じめ」、「かぶらずし」など、加工食品にも事欠かない。なによりも、立山山麓の雪解け水を源流とするおいしい水は当然の如く、美味しいコメと、美味しい酒を生んだ。

富山はまた古来より「薬」の町として日本全国で有名になっており、それにちなんだ新鮮な食材や健康によいとされる食材を使った「富山薬膳」も好評を博している。富山が誇る食文化を観光資源として取り入れることができれば、より多くの観光客を誘致することができるだろうし、さらに、「食」をテーマにした産業構築も十分に可能と考える。「食を楽しむ」ことを目的とする観光客も大勢いるに違いないからである。問題は、富山の知名度がそれほど高くないということである。

日本国内の観光客も含め、外国から訪れた観光客にもよく知ってもらうためにも、「富山」の知名度アップ及び、富山の「食資源」のアピールを行わなければならない。今や、上海から東京や大阪へのグルメツアーはとても人気があり、特に日本の街角で売っているような庶民的な食べ物に人気集中しているらしい。富山では、当地ならではの食材が多く、また季節ごとに旬の食材も変わってくることから、(直行便が就航する)上海、大連からのグルメツアーも十分に企画可能であると考えられる。

安田亘宏・泉英明氏はこう指摘している「いま、食はもっとも地域らしさが出しやすい観光資源であり、集客力が大きく、また地域再生の手始めとして取り組みやすいという点からも食旅(フードツーリズム)が注目されている。」^v (2010 食旅と観光まちづくり記録、趣旨、学芸出版社)

まったくその通りで、富山も、まず「食」の魅力で観光客を誘致に努力するべきだろう。

(2) 富山の祭り文化

祭りについて、中尾清氏は「祭は神事、祭礼は、神様と祭り人と見物人（観光客）の三位一体」^{vi}（『地方観光政策と観光まちづくりの展開』p102 晃洋書房）。

祭りの目的・本質については、中尾清氏がこう述べている。「祭：日本人の心は踊る。ほとんどが、五穀豊穡を願う。豊作に感謝。豊漁、航海の無事・安全祈願。役病神の退散。商売繁盛。健康祈願。」また、柳田国男は「祭りというのは、祭り人と神様の間に神主さんがいる。祭礼というのはそれプラス見物人が加わる。その見物人に見せるために物事を派手にしようということで、風流というものが始まり、囃子とか踊りとか舞とか太鼓などが加わってきたとしている」と述べている。

富山も例外ではなく、一年中地域の住民の生活と密接な関係がある伝統祭りが開催されている。たとえば、毎年5月に春祭りとして、県内のあちこちに所謂「曳山祭り」が開催されることになっている。色とりどりの御車山は、それぞれの地域の住民の心意気と経済力に支えられ、華やかで丈夫に作られていた。

- ・高岡御車山祭り（5月1日）国指定有形・無形民俗文化財になっている。
- ・城端曳山祭り（5月4・5日）
- ・福野夜高祭り（5月1・2日）
- ・岩瀬曳山祭り（5月17・18日）
- ・伏木曳山祭り（5月15日）
- ・八尾曳山祭り（5月3日）

季節の変わりに合わせて行われた祭りも数多くある。

- ・庄川観光祭り（6月6・7日）
- ・頼成の森花しょうぶ祭り（6月12～28日）
- ・戸出の七夕祭り（7月6・7日）
- ・生地えびす祭り（7月25・26日）
- ・滑川のネブタ流し（7月）
- ・氷見祇園祭（7月13・14日）
- ・魚津だてもん祭り（8月2・4日）
- ・八尾おわら風の盆祭り（9月1・3日）
- ・城端むぎや祭り（9月19・20日）
- ・五箇山麦屋祭り（9月23日）

と、以上からもわかる通り、先人から代々受け継いできた地域の祭り文化がとても充実しているのが富山の特徴である。そして身近な生活文化を活かして新たな魅力がある観光資源として、より多くの観光客に宣伝と提供すれば、地域の活性化につながる。そうすれば、訪れる者も、受入する側もみんな満足できる、喜ばれる。特に外国人観光客にとっては、観光先の地域の「老若男女」が出ている祭りを観たり、雰囲気味わったりすることができれば、それこそ、その「国の光」を観る、学ぶということとなる。一方では、「観光者を観光客として受入する側は、ホスピタ

リティ精神を発揮して、国の光を磨くほか、さまざまな活動（観光事業やボランティア活動）をすることによって、経済的・精神的対価を得る。そして、そのさまざまな活動は、地域の経済や文化などにさまざまな効果をもたらし、地域の活性化に繋がるものであるといえる」。^{vii}（中尾清『地域観光政策と観光まちづくりの展開』p 7 晃洋書房）

文化を中心にした観光の楽しみの中に観光客にとっては、「学びの場」があり、旅先の地域の住民との「交流の場」にもなる。それがすなわち「観光」そのものである。

（3）富山の芸術文化

富山という地域には、美術館、博物館、文学館、民俗民芸館、記念館などが数多くある。観光客がそこへ足を運べば、富山という土地の昔と今を把握することができる。

富山は、ガラスの街として、中心市街地には、ストリートミュージアムの概念に従い、ガラス作品が随所に飾られている。個性溢れるガラス作家たちも憧れる富山のガラス工房は、技術と芸術、産業と文化を結ぶガラス作家の活動拠点となっており、市民も楽しめる施設になっている。新しいガラス展示館は開館以来半年で、来館者が10万人にも上った。また、ガラス以外にも、市中心部を流れる松川辺には、数多くの彫刻作品が設置されており、ゆっくり鑑賞できるような休憩スペースが設けてあり、訪れる人に便を提供している。しかし、こんなに素晴らしい桜並木と遊歩道が整備されている松川辺彫刻公園及び芸術性が高いガラス展示館の素晴らしさは、残念ながら外国人観光客にあまり知られていない。ツアーで来た観光客はもちろん、個人旅行に来た観光客のほとんどは富山市内にある観光施設とスポットを行程のスケジュールの中に組み込まない。その原因はどこにあるのだろうか。

さらに、富山県の西部には日本一の木彫りの里がある。そこには300名近くの彫刻師が居住しており、瑞泉寺の門前町通りには彫刻の工房が多く、常時槌音を響かせている。そこで作成された伝統的工芸品も非常に高い評価を受けているが、このような街並みが観光客の目に触れる頻度は決して高くない。

越中八尾町の「おわら風の盆」の唄と踊りは叙情豊かで気品高く、哀調の中に優雅な趣があることで全国的に有名である。毎年8月末から9月の3日まで開催され、昔の面影を残す八尾町に三味線、胡弓、太鼓の音が響き、それに合わせて唄や踊りをしている男女の姿は実に美しい。祭り期間は短く、ただ数日間だけなのに、国内からは毎年三十万人ぐらいの観光客が集まってくる。一方で、外国人観光客はどれぐらい訪れるのだろうか。たぶん数えられるほどしかないかも知れない。八尾町のこういう優雅な雰囲気外国人観光客に味わってほしい。そのためにはまず町民たちが、力を合わせて祭りを行っていることを海外に発信しないとイケない。外国人にも見に来てもらい、知ってもらえば、日本というクニ・ヒト・モノへの理解がそれにより一層深められるに違いない。

また利賀の芸術公園も外国人観光客に強く推薦したいところである。緑の山里には合掌造りの劇場と古代ギリシャ風の野外劇場で演劇祭が開催されていることをより多くの外国人観光客にも知ってもらいたい、一度鑑賞してもらえれば、富山の利賀村合掌造りとロマンチックな野外劇場を共有するこの空間はきっと観光客の満足するところとなるはず。口コミが広がれば、さらに集客力が高まるに違いない。

とにかく、富山といえば、豊かな自然に目が奪われ、訪れた外国人観光客が大抵そちらへ案内された傾向がある。立山、黒部峡谷、五箇山等、大変立派な観光名勝地であるのだが、富山での滞在時間が十分でなければ、あそこをまわるには、大変慌ただしくなる。かつて富山空港で訪日中国人観光客を相手に対面調査の中で、富山観光に対して次のような反応があった。

「移動に長い時間をかけたのに、行き先のところでは観る時間が 20 分間か 30 分間しかなかったので、大変慌しかった旅だ」(50 代の女性)

「観光先の地元の住民と少しでも触れ合いができればいいね、日本人の生活ぶりも知りたい」(40 代の女性)

「あちこちを見なくてもよい、一地域でゆっくり見て遊んで、できれば地元の美味しいものを食べたり、飲んだりして、また体験できるような旅を望んでいる」(60 代の女性)

確かに年齢によって、求めることの違いがあるのは否定できないけれども、富山は独自性のある芸術や伝統文化が物凄く豊富なところなので、せっかく来られたからには、やっぱり古き良き富山をゆっくり観てもらおうというのも良い方法である。それらの良さを文化観光に十分生かせていないのは非常に勿体ないことである。

4. 訪日中国人観光客の文化需要

(1) 観光を「勉強の一部」「日常の一部」として見なしている

中国では、人間が生きていくために、基本的なことが三つあると言われている。一つ目は、生存すること、二つ目は、衣食のこと、三つ目は、発展すること。今の人々は往々にして観光活動を勉強の一部分とみなしており、教室では教わることができない内容、日常で体験できないこと、普段見られない風物を観光活動により、体験できると信じているから。すなわち、なりたい自分を実現するために、通常の勉強のほかに、非日常的な観光活動を通して自分の中身を「充填」しようとする考えがある。訪日中国人観光客の観光形態は、大抵家族総出、子供連れの海外旅行の形が多くて、それが特徴ともいえる。意識的に、子供を小さい時から、日頃と違った外の世界に目を向かわせ、視野を広げさせたいという目的を持っている。

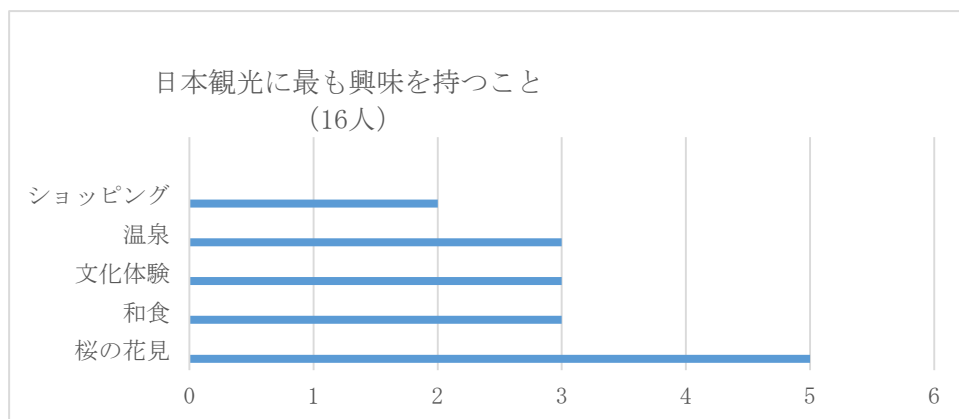
いまや、経済力増加やと観光客の教育レベルの向上により、中国人観光客の資質は根本的な変化が見られつつある。その結果、観光客は、大ざっぱに看ただけの観光では満足できなくなり、観光活動により新しい知識、新しい啓蒙、斬新的体験を受けられることを求めるようになった。そういう意味では、文化的な発展の潜在需要は果てしなく多い。

観光客は、その多くが観光先の文化を体験したり、非日常的な雰囲気を楽しむことに魅力を感じるものである。これから、富山にさらなるにぎわいをもたらす、富山の良さを世界に知られるようにするには、富山の伝統的な文化、たとえば食文化、祭り文化、また芸術文化などに関する観光商品を大いに開発する必要がある。世界中の観光客を誘致できる魅力は、変化のある且つ多種多様な文化観光にあるはずだ。今日、中国の高齢者人口は約 1 億 9400 万人で、総人口の 14.3% を占めている。高齢者概念の変化、経済力の向上に伴って、外国観光に出かける所謂高齢者もどんどん増えている。観光は高齢者にとっては、「日常の一部」と言われている今日だから、高齢者向けの文化観光商品が刷新できれば、もっと利用しやすくなるし、観光業の発展「供給市場」に直接的な影響を与えることに違いない。

(2) 「爆買い」行動は長く続かない

周知のように昨年から一部の中国人観光客が日本に来て、「爆買い」行動が起きている。日本製品は信頼性が高く、円安も寄与して割安感が増したことから、日本でショッピングをすることを目的とした訪日中国人観光客が多く現れた。しかし、国際情勢の不安定、通貨の為替率の変化、経済発展の停滞、消費観念の成熟などの諸要因により、言われていた「爆買い」現象が長続くことは、とうてい思えない。一時前まで、買い物を目的にした中国人観光客は、ガイドに買い物の時間を増やすように要求する現象もしばしばあったが、現在は、多くの観光客が、お店をたくさん案内されることに、逆に不満を持ち、短い間になるべく生の日本を観たい、日本文化を体験したい、日本人との触れ合いをしたいことを要求している。今「爆買い」をしている中国人富裕層の観光客は、いずれ、かつての日本人観光客と同じように、だんだん「物の豊かさ」よりも「心の豊かさ」を重視するようになってくると筆者が思う。

2016年1月に筆者は中国から日本観光に来た社会人16名に「日本観光にもっとも興味があることは何か」について、五項目のうちの一つだけを選んでもらった結果として、次のグラフで表示できる。



一番興味があることは、やはり日本で本番の桜の花見をしたい、という結果が出た。日本の花見文化を体験したい人は5名で、二番目は、日本料理を味わいたい、温泉を楽しみたい、伝統文化を体験したいするのは、それぞれ3名で、ショッピングは、結局三番目になっている。

以上のシンプルな調査は、訪日中国人観光客全体の現状の表れだとは言えないけれども、今後の流れとして、何か見えてくるものがあるのではないか。中国では花見文化もあるけれども、日本の花見とその捉え方、楽しみ方は、実際に違いがある。日本のほうは、毎年同じ桜、同じ場所であっても、国民全体の娯楽といえるほど、桜の花見は普遍的である。本場の花見を体験してみたいと思う観光客が多いのも納得がいく。

日本が世界では、長寿国と言われている。それは日本人の日ごろの食生活と密接関係がある。もちろん長寿国になる要因はほかにも色々あるけれども、訪日中国人観光客に注目されているのは、日本のすぐれる環境、温泉施設、日本人の前向きな生活態度、地域ごとで行われている特色がある祭りなどのことである。中国人は今、特に日本の食文化に対する見方が変わりつつある。

かつては、淡泊な日本料理に対して、物足りないと感じる人が多かったが、今ではそれを健康

的と考える人が増えている。和食が世界無形文化遺産に登録されたことも和食ブームを後押ししている。

(3) 中国人観光客はなぜ日本に惹かれるのか

中国人の中では「唐時代のものを見るなら日本へ」という言い方がある。日本伝統文化の中には悠久な歴史を持つ中国文化から影響が色濃く残っており、日本観光をする時に、なんとなく親しみが感じられるという発言も多い。人民日報海外版の記事によると、「日本の木造建築物には、中国の古代木造建築をベースにしたものが数多くある。京都の古刹、奈良の古寺のすべてに、中国の文化的な要素が含まれている。残念ながら、中国ではすでに流失してしまったため、日本に行かないと見るができない。」^{viii} (2015. 4. 22)

2015年、訪日外国人の中では一番多く占めているのは中国人であった。499万人ぐらいの中国人観光客が日本を訪れていたが、日本に惹かれたのは、間違いなく文化的な要素が大きいと考えられる。中国では既に失われてしまった過去を、日本に来て懐かしむのである。

一方、日本に観光に来て、日本の安心・安全な「衣食住」のありさまを見たり、日本人のお客様へのおもてなしを受けたり、日本社会と日本人との触れ合いをしたりすることによって、観光活動を「勉強の一部、日常の一部」と見なしている大勢の中国人観光客は、日本から何かを学ぼう、また自分も何かを変えようとするようになりつつあるのではないか。そういうことで、ますます多くの中国人観光客が日本にやってくるのである。

5. 富山に観光客を誘致するには何が必要か

(1) 文化観光の商品開発に力を入れること

国際社会のグローバル化に従って、経済ばかりではなく、様々な分野における文化交流が盛んに行われている。文化観光は、観光産業の重要な一環として、国内外の観光客の文化需要を満たす役割が日増しに重要度を増しており、外国人観光客の訪れることによって国際コミュニケーション、異文化交流を推進することにも積極的な意義がある。だから観光客のニーズに合わせて、魅力あるプログラムを作り、満足できる文化観光の開発が必要となる。

(2) 文化をテーマに観光プログラムを作ること

富山への「誘引力」を高めるには伝統の自然観光のほかに、富山の食文化、祭り文化、芸術文化を全面的に観光商品として取り上げなければならない。

例えばチューリップ公園、世界遺産登録された五箇山合掌造り村、古い町・博物館めぐりをテーマにした魅力ある文化観光のプログラムを作って、積極的に外国人観光客に提供することに力を入れるべきだ。時節ごとにニーズが違えばアピールポイントも変わってくるので、難しさもあるが、確実に利用できるように工夫が必要である。例えば、食文化をテーマにすれば、鱒のすし生産工場、滑川のホタルイカミュージアム、射水の蟹きときと市場、氷見番屋寿司、宇奈月麦酒館、魚の駅「生地」などの専門コースをプログラムに組み込んでいく。

芸術文化をテーマにする場合、ガラス工房、井波の彫刻の街、民俗民芸村、高岡銅器展示館、水墨美術館、高岡の金屋町の千本格子の家並み、射水の陶房「匠の里」、利賀村のギリシャ風の野外劇場などが候補に挙がる。また、八尾おわら資料館、城端曳山会館などを含めた祭り文化をテ

テーマにすることもでき、庄川温泉公園、環水公園、高岡古城公園、海王丸パークなどの公園、また博物館、国文学館、図書館、万葉歴史館、チューリップ四季彩館など、都市文化・テーマパークを中心にすることもできる。このようなテーマごとの文化観光コースを作って、どんどん海外に発信すれば、観光客は系統的に選択がしやすくなり、富山というところの歴史、文化、風俗、県民性などについては、発信された情報により、少しでも理解ができるようになるかもしれない。

さらに、富山の文化、スポーツ、教育、芸術、若者などをテーマにして、観光活動が行われれば、日本富山の伝統文化及び日本富山の良さが世界に宣伝できるようになり、世界にあたる影響力も強くなる。国際社会でも注目されるようになる。

かつては、富山に来る多くの観光客は富山が最終目的地ではなく、他県への道すがらの立ち寄り客が多かったが、せつかく富山に来るのであれば、ぜひ富山に泊まっていただきたい。富山の「光」をゆっくり観てもらったり、美味しいものを食べてもらったり、富山のお土産を買ってもらったりして、ゆっくり楽しんでいただきたいものである。

優れた文化資源を有しても、それが外に知られることがなければ、富山は永遠に観光客の素通りの一か所にすぎない。観光客が来るのを待つことではなく、来てもらえる環境を作り、来られるように工夫しなければならない。そこで観光客を引き付けられるような文化観光コースを作って、強くピーアールをすべきだ。ではどうすればよいのか、何を誰がするのか、すべきことは山ほどあるのである。

(3) 文化観光を発展させるための人材育成

文化観光を実施するには、観光資源を科学的に保護し、有効的に利用できる人材、文化観光を新たに創造とそのマーケティング活動が行われる人材の養成と確保が必要とする。

目下、レベルの高い文化観光を開発と企画できる人材の欠如は明らかであり、豊富な歴史・文学・芸術と科学知識を持つ総合型の文化観光をガイドできる人材に欠けている。語学ができるというだけでガイドを務めるというのは、あまりに乱暴なやり方であり、無知ゆえのこのようなやり方はもはや通用しない。というわけで適切な人材養成が当面の急務である。同時に文化観光を活かして、富山の観光産業の発展を促進し、それにより魅力がある富山観光のイメージを新たに作らなければならない。

6. 問題と課題

① 上述の通り、富山の観光資源は豊富であるにもかかわらず、全国基準から比較しても、観光先として選ばれやすい所ではない。まず、富山の魅力とよさについての宣伝が足りないことが原因としてあげられる。来てもらうためにはまず、知ってもらうことが重要なのである。

② 観光客の多様性を重んじる対応が求められること。例を一つ言うと、観光地では外国語が通じにくいことが大きな問題である。通訳ガイドを早く育成すべきだ。今のところ、既にあった外国語版の案内標記に間違った表現が多く見られる。おもてなしの精神を如何に伝わるか、サービスレベルをどう高めるか、と常に謙虚に検討しなければならない。

③ 観光業と交通の関係ということである。どんなに山が雄大であろう、川がきれいであろう、人文資源も豊富だと言っても、アクセスが不便だと、観光客を遠ざけてしまう。あるいは、行く

ために時間がかかりすぎると、こんなところは観光客に選ばれない。実は富山にもこのような問題が存在している。かつてよりも個人旅行者が増えた昨今、個人でたどり着けること、そのための交通手段の整備が待たれる。特に観光客を誘致するために、観光地までの二次交通の便利さを図らなければならない。完全な交通網・健全な基礎施設のシステムが整えれば、観光客の文化的、物質的な需要に対応でき、訪れる観光客を満足させることができる。

④ 無料のネット接続サービスがまだ十分ではない声があったので、個人旅行者、リピーターが多く増えることに従って、使いやすいインターネットのサービス環境の整備がいつそう求められる。さらに改善の努力が必要とする。

⑤ 文化観光は地域性、芸術性、協働性、伝承性という特徴を持っている、ほかの地域と同様なことをすると、特色がなくなる。特色があるものこそ、観光客を引き付けられるので、普遍的な観光資源を売り出すことではなく、特色ある文化観光の商品づくりに力を入れて、発展させるべきだ。

⑥ 文化観光を発展するために地域住民にもその文化観光の意義と必要性を認識してもらわなければならない。地域の住民たちが皆共通の認識を持てれば、文化観光の資源の保護と宣伝がスムーズに行われる。訪れた観光客に真心込めたサービスも提供できる。それで地域の文化観光を発展させることと繋がっていく。

富山の食文化、祭り文化、芸術文化などをうまく統合して、富山ならではの特色ある独自の文化観光の「ゴールドコース」を作り出して、世界中の観光客を魅了しよう。

注

ⁱ 美山良夫

2010年 『「文化観光」と文化施設マネジメントの近未来』

ⁱⁱ 岡本伸之

2010年 『観光学入門』有斐閣アルマ

ⁱⁱⁱ 北川宗忠

2008年 『観光・旅行用語辞典』ミネルヴァ書房

^{iv} 劉煥慶 等

2012年 『文化と民俗・観光開発理論と実践』科学出版社

^v 安田亘宏

2010年 『食旅と観光まちづくり記録、趣旨』学芸出版社

^{vi} 中尾 清

2012年 『地方観光政策と観光まちづくりの展開』 p102 晃洋書房

vii 中尾 清

2012年 『地方観光政策と観光まちづくりの展開』 p107 晃洋書房

viii 人民日報海外版日本月刊 2015. 4. 22

その他の参考文献

1) 竹島慎二

2013年 『富山県謎解き散歩』 新人物文庫

2) 日本交通公社

2013年 『観光地経営の視点と実践』 丸善出版

3) 日本観光振興協会

2015年 「観光とまちづくり」

4) 山上 徹

2010年 『現代観光にぎわい文化論』 白桃書房

5) 王 晶 等

2011年 『国際観光 コミュニケーションと協力』 日本僑報出版社

6) 都大明 等

2008年 『中国観光文化』 上海交通大学出版社