

富山の国際観光に関して—富山在住の中国人の意識調査を中心に<sup>i</sup>Study of International Tourism in Toyama Prefecture :  
From the viewpoint of a Chinese Survey佐藤悦夫  
SATOH Etsuo**1. はじめに**

2005年度の富山県高等教育財団の助成をうけて「環日本海地域における国際観光に関する研究—富山と中国の観光交流を中心に—」プロジェクト（佐藤悦夫、大西一成、湯麗敏）が実施された。このプロジェクトでは、富山県の各観光地がホスト側として中国人観光客に対して何を期待されているのかを調査し、その成果を県内の観光産業の活性化に繋げることを目的に実施された。アジアからのわが国に対する興味は、欧米人のそれとは異なると考えられるのでアジア人の要望にかなう観光政策を考えることは、地域の観光業界の発展に大いに寄与すると考えられる。そこで当プロジェクトは、①富山在住の中国人対象のアンケート調査、②富山県内の観光地における外国人訪日客の実態調査、③中国と日本の間で行われる国際観光取引を対象とした国際観光経済に関する調査を実施した（佐藤、大西、湯 2006）。

本稿では、現在進められている富山県の観光客誘致政策を踏まえ、中国人に対するアンケート調査分析から富山に対する中国人のイメージや富山のセールスポイントを導き出し、今後富山を訪れる外国人観光客を増加させるための方策を検討した。

**2. 富山と中国の関係****2-1. 訪日中国人観光客の現状**

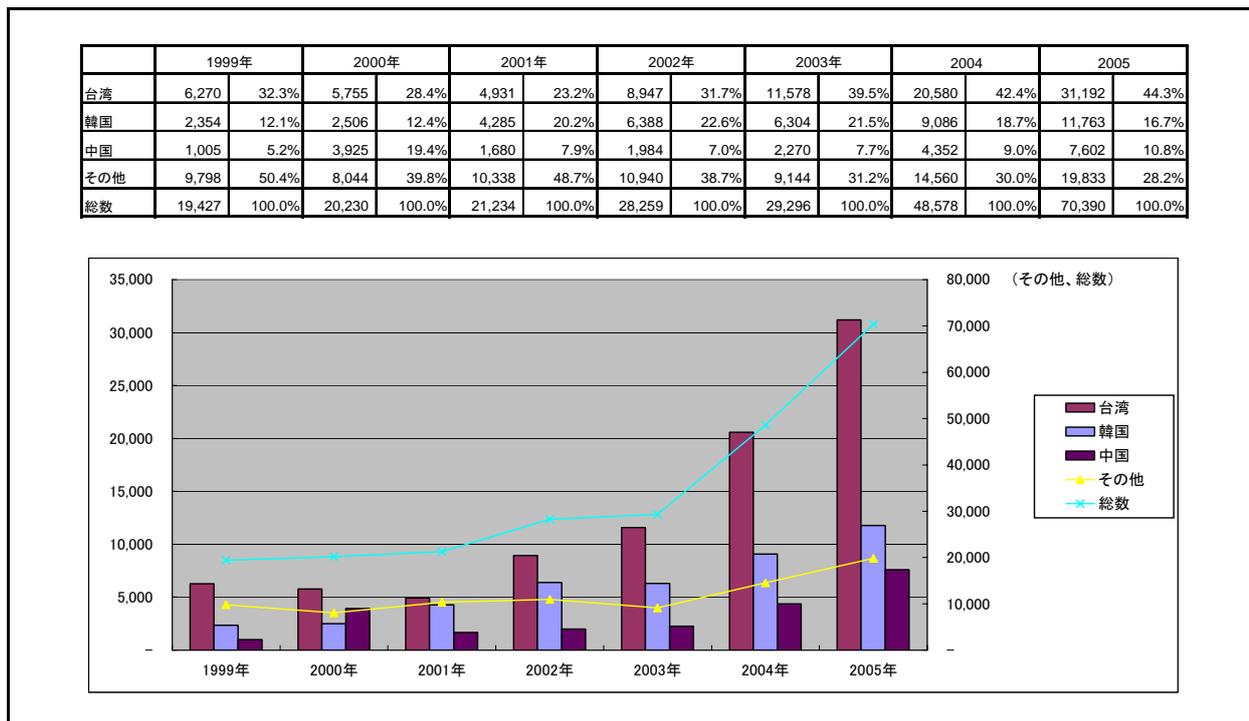
日中の国交正常化が実現した1972年には、訪日中国人は643人であったが、1980年代後半には10万人台に上り、1990年に入っては20万人台に達した。2000年には35万2000人となり、その後も5万人相当の増加を示している（国松、鈴木 2006）。訪日中国人観光客の増加の要因の一つとして訪日団体観光ビザ発給対象地域の拡大があげられる。2000年9月に解禁された対象地域は、北京市、上海市、広東省であった（発給対象人口は1.1億人）。その後、2004年9月には天津市、江蘇省、浙江省、山東省、遼寧省に拡大された（発給対象人口は3.7億人）。

富山県における外国人宿泊客の推移を見ると、1999年には19,427人であったが2004年には48,578人に増加している。中国人は、1999年1,005人であったが、2005年には7,602人に達した（図1-1）。しかしながら、全体の中では約10%未満であり、訪日台湾人や訪日韓国人と比較するとまだ少数である。

今後は、1998年に運航開始した富山-大連便に加え、2005年には富山-上海便が運航開始したので富山へ中国人観光客を増加させることが重要と考えられる。

図 1-1：富山県における外国人宿泊者の推移

(単位：人)



(出所：富山県商工労働部観光課 2006)

## 2-2. 富山県の誘客政策

富山県商工労働部観光課資料によると、2005年度に国際観光への取り組みとして富山県は次の事業を実施した(富山県商工労働部観光課 2006a)。

- ①観光説明会：韓国、台湾、中国において富山県の観光説明会の開始ならびに国内旅行会社の海外観光受入れ担当者を対象とした説明会の開催。
- ②国際観光博覧会への出展：遼寧東アジア国際観光博覧会(中国遼寧省大連市、8月26日～28日)、世界旅游資源博覧会(上海市、3月30日から4月2日)。
- ③旅行業者等の招聘宣伝：韓国、台湾、中国から旅行業者やマスコミ等を招聘し富山の宣伝活動を行った。
- ④上海市からの誘客：上海市での観光説明会開催(9月23日)、現地の新聞に広告を掲載(3回)、地下鉄のポスター広告を実施(10月1日～12月7日)。
- ⑤修学旅行の誘致：富山と岐阜が連携して韓国から誘致(新規)、また富山、岐阜、愛知と連携して中国から誘致。
- ⑥海外メディアを活用した宣伝：韓国の雑誌、インターネットを活用して富山の宣伝を実施(新規)。
- ⑦富山県の大連事務所を活用した宣伝：中国の県内進出企業内に観光宣伝コーナーを設置(38企業)。
- ⑧外国語(英語、中国語、韓国語、ロシア語)による宣伝資料作成：外国語の観光ホームページ、外国語観光パンフレット、観光CD-ROM、ポスター、県産品カタログ(新規)、観光DVDの作成(新規)。
- ⑨海外(韓国、台湾、中国)観光客誘致広告支援事業：海外の旅行業者が行う本県向けの旅行商品

企画に対する広告支援を行なった。

- ⑩外国人観光客の受入れ体制の整備：外国語観光案内ボランティアの育成（新規）、ガイド用観光案内カードの作成（韓国語、中国語）（新規）。

また、2006年度には次の事業を実施している（富山県商工労働部観光課 2006b）。

①中国

<旅行業者向け>

- ・観光説明会、商談会、招聘事業
- ・観光客誘致広告支援事業
- ・中国国際旅遊交易会出展
- ・遼寧東アジア国際観光博覧会出展（大連市）

<市民向け>

- ・（新規事業）中国旅行商品造成促進事業（上海市）  
春の「雪の大谷」、秋の「紅葉」の旅行商品と連動したPR事業の展開。具体的にはテレビ番組放映事業、観光PR広告掲載事業、地下鉄広告掲載事業、などが含まれる。
- ・大連事務所を拠点としたPR事業

②韓国

<旅行業者向け>

- ・観光説明会、商談会、招聘事業（新規に知事のトップセールスをソウルと江原道で行う）
- ・観光客誘致広告支援事業

<市民向け>

- ・富山通年誘客PR事業（ゴルフ、登山、スキー、グルメツアーの誘客）
- ・（新規）街頭ビジョン広告
- ・旅行会社HPでのバナー広告

③台湾

<旅行業者向け>

- ・観光説明会、商談会、招聘事業
- ・観光客誘致広告支援事業（現地旅行業者等と連携した市民向けPR及び富山県への招聘事業の実施）

④3カ国共通

- ・（新規）ホテル旅館国際観光推進事業
- ・（新規）海外観光関係者受入事業
- ・外国語パンフレットの作成（ロシア語、ポルトガル語を新規に作成）
- ・外国語観光案内ボランティアの育成
- ・北陸国際観光テーマ地区事業（三県連携）

富山県取り組みの中で注目されるのは、富山県単独ではなく複数の県と連携して修学旅行の誘致を実施している点や観光案内ボランティアの育成など受入れ体制に力を注いでいる点である。東京圏一極集中化を解消するためにも地方都市がお互いに連携し合い魅力的な観光資源を提供することは今後必要と思われる。また、観光案内ボランティアについても観光客との交流を推進するのみならず、町の活性化にもつながるだろう。メキシコなどの世界遺産に登録されている遺跡では、プロの観光ガイド（英語、フランス語、スペイン語、イタリア語等）も存在する。富山県では中国語、韓国語、ロシア語で説明できるプロの観光ガイドの養成と運用システムを確立することにより、観光客に安心感を与え富山に対する満足度も高くなるだろう。

2003年1月に小泉首相は「わが国の文化・観光の魅力を全世界に紹介し、訪日外国人旅行者の増加とこれを通じた地域の活性化を図る」と観光立国への道を表明し2010年には1,000万人の訪日外国人誘致計画を発表した。これを受けビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)が展開されている。2005年には、愛知万博や中部国際空港の開港もあって700万人の訪日観光客があり、今後毎年約100万人の増加を目指すキャンペーンである<sup>ii</sup>。富山県としては、1,000万人の観光客を大都市圏や有名な観光地にのみ滞在させるのではなく、富山に呼び込むための戦略を考える必要がある。初めて訪日する観光客は定番の観光コースを訪れると思われるので、2回目、3回目の訪日客をいかに富山に呼び込むのか、また地理的に近く直行便のある中国、韓国、ロシアのいわゆる環日本海諸国からいかにして富山に直接呼び込むのか、隣県の石川や新潟の各県といかに競争するのかまたは連携するのか等に関する戦略が必要である。

### 3. 富山在住中国人に対するアンケート調査結果

2005年10月から2006年2月にかけて、富山県在住の中国人206人を対象にアンケート調査を実施した。アンケートの主要調査項目は、①富山の魅力ある観光地について、②富山の何に興味があるか、③旅館に宿泊したいか否か、④旅行先を決める情報源、⑤旅行の行き先を決める際の重要視する点について等を主な項目として、その他基本項目について質問した(詳細については、表1のアンケート調査用紙を参照)。収集したデータは、マイクロソフトのアクセスを使ってデータベース化し、さまざまな抽出条件をあたえて検索できるようにした。

まず基本データを見てみる。サンプル206の内、男性43.2%、女性56.8%である。職業別では、会社員16.5%、公務員・教員17.5%、学生39.8%、主婦9.7%、その他15.0%である。年代別では、10~20代50.5%、30代21.8%、40代10.2%、50代5.3%、60代以上11.2%である。また、滞在期間別では、1年未満18.0%、1~2年29.6%、2~3年26.2%、3~4年8.7%、4年以上16.5%である(表2)。これらの基本要素と主要調査項目を組み合わせて分析した。

#### (1) 富山の魅力ある観光地(複数回答可、サンプル618)

全体として立山黒部アルペンルート(13.4%)、宇奈月温泉(12.1%)、黒部峡谷鉄道(11.7%)、五箇山(10.2%)などが上位にあげられている。男性では、五箇山よりも県民公園太閤山ランドの人气が高く、女性の場合は全体の傾向と一致する(図2-1a)。年代別では、20代の人々にとって人気のある観光地の上位3箇所は立山黒部アルペンルート、宇奈月温泉、黒部峡谷鉄道であり、30代では県民公園太閤山ランド、五箇山、氷見フィッシャーマンズワーフ海鮮館、40代では県民公園太閤山ランド、黒部峡谷鉄道、五箇山、50代では高岡古城公園、県民公園太閤山ランド、氷見フィッシャーマンズワーフ海鮮館、60代以上では立山黒部アルペンルート、高岡古城公園、海王丸パーク、黒部峡谷鉄道、宇奈月温泉であった(図2-1b)。年齢層と魅力ある観光地の関係では、年齢層毎に魅力ある観光地は異なるようである。立山黒部アルペンルートや宇奈月温泉に関しては、20代と60代以上の年齢層に特に支持されており、県民公園太閤山ランドや黒部峡谷鉄道は40代の支持が高い。また、高岡古城公園は50代、60代以上の年齢層に支持されている。滞在年数と魅力ある観光地の関係では、立山黒部アルペンルートや宇奈月温泉はどの滞在年数にかかわらず魅力ある観光地である。1年未満の滞在年数の人々にとっては、上記2地域の他には海王丸パーク、高岡古城公園、黒部峡谷鉄道に人気がある(図2-1c)。

2004年に上海世界旅游資源博覧会で実施されたアンケート調査によると「富山県に旅行される場合、どこに行きたいですか」という質問(複数回答可、308サンプル)に対しては、景勝・自然(22.4%)、温泉(21.8%)、スキー場(17.9%)に対する支持が多く、立山黒部アルペンルート(5.2%)に関する支持は低かった(富山県

2004a)。

## (2) 富山の何に興味があるか (複数回答可、サンプル 866)

全体では、買い物 (18.2%)、海 (10.4%)、山 (9.6%)、祭り (8.9%) 等に興味を示している。特に、男性の買い物に対する興味度が高い。また、海や山に対しては、男性より女性のほうが興味を示している (図 2-2 a)。年齢層との関係では、買い物に対してはどの年齢層からも高い支持を得ているが、特に 30 代以降の年齢層の支持が高い。海に対しては 30 代、山に対しては 30 代と 50 代、祭りに対しては 40 代の年齢層の興味が低い (図 2-2b)。滞在年数との関係では、買い物の項目においては、1 年未満の滞在者は 12.9% に対して、1 年以上の滞在者がそれぞれ 20% 前後の興味を示している。1 年未満の滞在者は興味が分散するのに対して、1 年以上の滞在者はそれぞれ興味が特化してくる傾向にある (図 2-2 c)。

2004 年に上海世界旅游資源博覧会で実施されたアンケート調査によると「富山県に旅行される場合、どのような事に興味がありますか」という質問 (複数回答可、370 サンプル) に対しては、食文化 (18.9%)、桜等に代表される花 (12.7%)、海 (11.1%) となっており (富山県 2004a)、富山在住者との傾向とやや異なる。

## (3) 買い物に興味のある人は、何を買いたいか (複数回答可、サンプル 344)

全体では、電気製品 (37.8%)、カメラ (25.9%)、衣類 (19.2%)、食べ物 (16.0%) と続いている (図 2-3 a)。年齢層との関係では、電気製品を購入したい層の中で 60 代以上の層が 45% を超えている。カメラに関しては、50 代と 60 代以上の年齢層がやや少なく、衣類に関しては 50 代の層が多い等年齢層別にやや違いが見られる (図 2-3 b)。滞在年数別との関係では、どの滞在年数でも同じような傾向が見られる (図 2-3 c)。

## (4) 旅館に宿泊したいか (サンプル 206)

全体では、宿泊したいが 72.3% と多く、男女別でも同じ傾向である (図 2-4 a)。年齢層別では 20 代と 60 代が多く、30 代、40 代、50 代と徐々に減少している (図 2-4 b)。滞在別では、長く滞在している人ほど旅館に宿泊したがっている (図 2-4 c)。

富山県が 2004 年に実施した中国国際旅游交易会でのアンケートでは、旅行業界関係者 149 サンプルのなかで宿泊したいが 92.6%、一般入場者 139 サンプルの中では 90.6% が宿泊したいと答えている (富山県 2004b)。また、上海世界旅游資源博覧会で実施されたアンケート調査によると (サンプル 120)、宿泊したいが 97.5% を占めた。アンケート結果からは、中国人の旅館に対する許容度は高いと考えられる。

## (5) 旅行に関する情報源 (複数回答可、サンプル 406)

全体では、知人・友人の紹介 (28.3%)、テレビ等による旅行案内 (16.0%)、新聞・雑誌の旅行記事 (14.8%)、インターネットのホームページ広告 (14.0%)、旅行代理店による案内 (14.0%) と続いている (図 2-5 a)。男女別でも大きな差はない。年齢層との関係では、若干の相違はあるもののそれぞれの項目において年齢層による大きな違いは認められないが、インターネットのホームページの利用に関しては、50 代は 0% と全く利用されていない (図 2-5 b)。滞在年数との関係では、滞在 1 年未満の層では、テレビ等による案内は少ないものの、他の項目においては滞在年数による大きな違いはない (図 2-5 c)。

富山県が 2004 年に実施した中国国際旅游交易会でのアンケートでは、旅行業界関係者 269 サンプル (複数回答可) の中でインターネットのホームページ広告 (32.3%)、旅行代理店による案内 (28.6%)、新聞・雑誌の旅行記事 (13.8%) が上位を占める。知人・友人の紹介 (5.6%)、テレビ等による旅行案内 (8.6%) は低い。また、一般入場者 215 サンプル (複数回答可) では、旅行代理店による案内 (26.0%)、インターネットのホームページ広告 (24.2%)、新聞・雑誌の旅行記事 (16.3%) と続き、知人・友人の紹介 (6.5%)、テレビ等によ

る旅行案内(7.9%)となっている(富山県 2004b)。また、上海世界旅游資源博覧会で実施されたアンケート調査(複数回答可、221 サンプル)によると、インターネットのホームページ広告(27.1%)、旅行代理店による案内(25.8%)、新聞・雑誌の旅行記事(13.6%)であり、知人・友人による紹介(5.9%)と低い(富山県 2004a)。富山在住の中国人と中国在住の中国人では情報収集源が異なっていることが分かる。富山では口コミによる宣伝効果が高いと考えられる。

#### (6) 旅行の行き先の決定要因(複数回答可、サンプル 417)

全体では、自然が見たい(28.8%)、歴史・文化的建物が見たい(18.0%)、伝統文化が見たい(13.4%)、ツアーの金額(12.7%)、買い物がしたい(11.5%)と続き、男女別の差異もほとんど無い(図 2-6 a)。年齢層との関係においても、買い物がしたい、自然が見たいという項目においてややばらつきが見られるが、他の項目では大きな違いはない(図 2-6 b)。滞在年数との関連においてもそれぞれの項目において大きな違いはない(図 2-6 c)。

富山県が 2004 年に実施した中国国際旅游交易会でのアンケートでは、旅行業界関係者 303 サンプル(複数回答可)中、ツアーの魅力・内容(23.1%)、自然が見たい(22.4%)、伝統文化が見たい(19.1%)、ツアーの金額(18.5%)が上位を占め、一般入場者 244(複数回答可) サンプルでは、自然がみたい(23.8%)、ツアーの金額(21.7%)、ツアーの魅力・内容(19.3%)、伝統文化が見たい(13.1%)であった(富山県 2004b)。また、上海世界旅游資源博覧会で実施されたアンケート調査(複数回答可、254 サンプル)によると、ツアーの魅力・内容(26.4%)、自然が見たい(21.7%)、ツアーの金額(17.3%)、伝統文化が見たい(17.3%)が上位を占めた(富山県 2004a)。旅行の行き先の決定要因に関しては、富山在住の中国人と中国在住の中国人もほぼ同じ傾向にある。

## 4. 今後の検討課題

今回の調査から分かった富山の魅力とは、「自然環境(海、山、花、雪)」、「歴史、文化的建造物」、「伝統文化」、「温泉、食文化」等のキーワードが抽出される。これらのキーワードは従来から言われてきているもので、日本人観光客のみならず訪日中国人観光客にとっても富山のイメージとしてある程度確立したものと考えられる。したがって、これらの要素は継続的に、さまざまなメディアを使って宣伝してゆく必要がある。

これらの要素の他に今後の検討課題として次の 3 点が考えられる。

### (1) 観光地の住民と観光客との交流促進

第 2 章でも若干言及したが、ホスト側としては観光客を暖かく迎え入れることが重要である。観光地に住んでいる住民が直接観光客と交流することが最も望ましいが、その前段階として地域住民と観光客を結びつける役割を演じる観光ガイドが必要である。それぞれの観光地ごとにボランティアとして活躍できる人材の育成ならびにプロの観光ガイドの育成が望まれる。また、観光ガイドがいつでも利用できる体制(例えば観光地の観光協会常駐または予約制)が必要である。観光ガイドに対する講習会の開催も重要である。メキシコやホンデュラスでは、観光ガイドを含む観光業界の人々の講習会で遺跡調査によって得られた新しい成果について説明する場合がある。このようにして学問的に得られた新しい発見は観光ガイドを通して一般の観光客にも伝えられ、ガイド内容が常に更新される。しかし、観光客が最も感動するのは、観光関係の仕事に携わった人々のもてなしにもよるが、一般の住民と自然な形で交流を持てたときである。外来者である観光客を排除することなく、ホスト側から交流を求める意識と行動がリピーターの観光客を増加させる要因でもある。

## (2) ショッピング街としての魅力

富山に来た観光客はどこで買い物をするのだろうか。成田空港や関西空港を利用した観光客は少なくとも空港の免税店で最小限の物は購入できる。しかしながら、富山空港の場合は、免税店の規模は小さく商品が豊富とは言えない。観光客がバスで移動ということになれば、大型の駐車場があるファボーレなどの郊外型ショッピングセンターが買い物の場として提供される。しかしながら、現在のファボーレ内では衣類関係の店は充実しているが、中国人に人気のある電気製品やカメラ類の店が無い。ファボーレの敷地内に電気製品やカメラ類を販売できる店ならびに日本の民芸品や富山の産物を販売できる店を誘致できれば、一大ショッピングセンターとして機能する<sup>iii</sup>。東京の秋葉原は外国人にとって有名な町であるが、富山においてもミニ秋葉原のような地区ができれば外国人観光客や日本人にとっても魅力的な地区になるのではないだろうか。

一方中心市街地でショッピング街を作るのであれば、車での移動ではなく市電の駅の近くに車を駐車し、市電やライトレール等公共交通機関を利用して中心街に向かうシステムが有効である。公共交通機関内で住民と交流しながら、または中心市街を散策しながら<sup>iv</sup>買い物も楽しめる街づくりの可能性も考えられる<sup>v</sup>。現在富山市では「公共交通の活性化によるコンパクトな街づくり」を基本方針に中心市街地活性化に取り組んでいる(富山市中心市街地活性化協議会 2006)。

## (3) もてなし

多くの観光客が富山に来たとしても、宿泊施設、店などの利用施設や博物館などの訪問施設で満足できなければ、富山の魅力はあがらない。そのためには、中国語や韓国語の案内用の掲示板やガイドブックの作成、中国語や韓国語が話せる宿泊施設や店のスタッフの育成なども必要である。博物館や観光地のガイドブックなどは中国語、韓国語、英語のものが見られるが、宿泊施設や店ではまだ少ないようである。富山県には多くの留学生や言語を学んだ学生もいるので、彼等・彼女等が大学卒業後も富山に留まり、働ける場を今後作ってゆく必要があるのではないだろうか。

## 謝辞

本研究は、2005年度の富山県高等教育財団の助成を受けて実施されました(2005年度の富山県高等教育財団助成「環日本海地域における国際観光に関する研究—富山と中国の観光交流を中心に—」)。富山県高等教育財団ならびにアンケート調査にご協力いただいた富山在住の中国人の皆様には感謝申し上げます。

表 1 : アンケート表

富山国際大学 国際教養学部 「環日本海地域における国際観光に関する研究：富山と中国の観光交流を中心に」 に関するアンケート調査
---

次の質問に対して、該当する項目を選び□にチェックしてください。

【問 1】性別

- 男 女

【問 2】職業

- 会社員 公務員・教員 学生 主婦 その他

【問 3】年代

- ～20代 30代 40代 50代 60代～

【問 4】日本での滞在期間

- ～1年 1～2年 2～3年 3～4年 4年～

【問 5】富山県を旅行される場合、どこに行きたいですか？（複数回答可）

- 立山黒部アルペンルート 高岡古城公園 海王丸パーク  
五箇山 県民公園太閤山ランド 飛越ふれあいの里  
氷見フィッシャーマンズワーフ海鮮館 黒部峡谷鉄道  
桜ヶ池 宇奈月温泉  
その他 ( )

【問 6】富山県を旅行される場合、どのようなことに興味がありますか？（複数回答可）

- 食文化 買い物 伝統工芸 山 海  
日本人との交流 都市景観 芸術鑑賞 祭り 桜等に代表される花  
スポーツ（スキー等）  
商業施設等のサービス 公共交通機関 歴史・文化的建物  
その他 ( )

【問 6-1】問い 6 で「買い物」と答えた方は、どのような買い物に興味がありますか（複数回答可）

- 電気製品 カメラ 衣類 食べ物  
その他 ( )

【問 7】旅行する際、旅館（畳の和室、2人部屋又は4人部屋）での宿泊をしてみたいですか？

- 宿泊してみたい 宿泊したくない



表 2 : アンケート集計

		人	%	合計(人)
問 1	男	89	43.2%	206
	女	117	56.8%	
問 2	会社員	34	16.5%	206
	公務員・教員	36	17.5%	
	学生	82	39.8%	
	主婦	20	9.7%	
	その他	31	15.0%	
	無記入	3	1.5%	
問 3	～20代	104	50.5%	206
	30代	45	21.8%	
	40代	21	10.2%	
	50代	11	5.3%	
	60代～	23	11.2%	
	無記入	2	1.0%	
問 4	～1年	37	18.0%	206
	1～2年	61	29.6%	
	2～3年	54	26.2%	
	3～4年	18	8.7%	
	4年～	34	16.5%	
	無記入	2	1.0%	
問 5 (1)	立山黒部アルペンルート	83	13.4%	618
	高岡古城公園	54	8.7%	
	海王丸パーク	55	8.9%	
	五箇山	63	10.2%	
	県民公園太閤山ランド	61	9.9%	
	飛越ふれあいの里	40	6.5%	
	氷見フィッシャーマンズワーフ海鮮館	52	8.4%	
	黒部峡谷鉄道	72	11.7%	
	桜ヶ池	54	8.7%	
	宇奈月温泉	75	12.1%	
	その他	9	1.5%	
問 6 (1)	食文化	70	8.1%	866
	買い物	158	18.2%	
	伝統工芸	48	5.5%	
	山	83	9.6%	
	海	90	10.4%	
	日本人との交流	54	6.2%	
	都市景観	61	7.0%	
	芸術鑑賞	47	5.4%	
	祭り	77	8.9%	
	桜等に代表される花	44	5.1%	
	スポーツ スキー等	51	5.9%	
	商業施設等のサービス	13	1.5%	
	公共交通機関	6	0.7%	
	歴史・文化的建物	61	7.0%	
	その他	3	0.3%	
	問 6-1 (1)	電気製品	130	
カメラ		89	25.9%	
衣類		66	19.2%	
食べ物		55	16.0%	
その他		4	1.2%	
問 7	宿泊してみたい	149	72.3%	206
	宿泊したくない	51	24.8%	
	無記入	6	2.9%	
問 8 (1)	インターネットのホームページ広告	57	14.0%	406
	旅行代理店による案内	57	14.0%	
	友人、知人の紹介	115	28.3%	
	テレビ等による旅行案内	65	16.0%	
	新聞広告	33	8.1%	
	雑誌広告	17	4.2%	
	新聞、雑誌の旅行記事	60	14.8%	
その他	2	0.5%		
問 9 (1)	ツアーの金額	53	12.7%	417
	ツアーの魅力・内容	41	9.8%	
	買い物がしたい	48	11.5%	
	都会へ行きたい	22	5.3%	
	自然が見たい	120	28.8%	
	伝統文化を見たい	56	13.4%	
歴史・文化的建物を見たい	75	18.0%		
	その他	2	0.5%	

註

(1) : 複数回答可能

図 2-1 a : 男女別人気の観光地

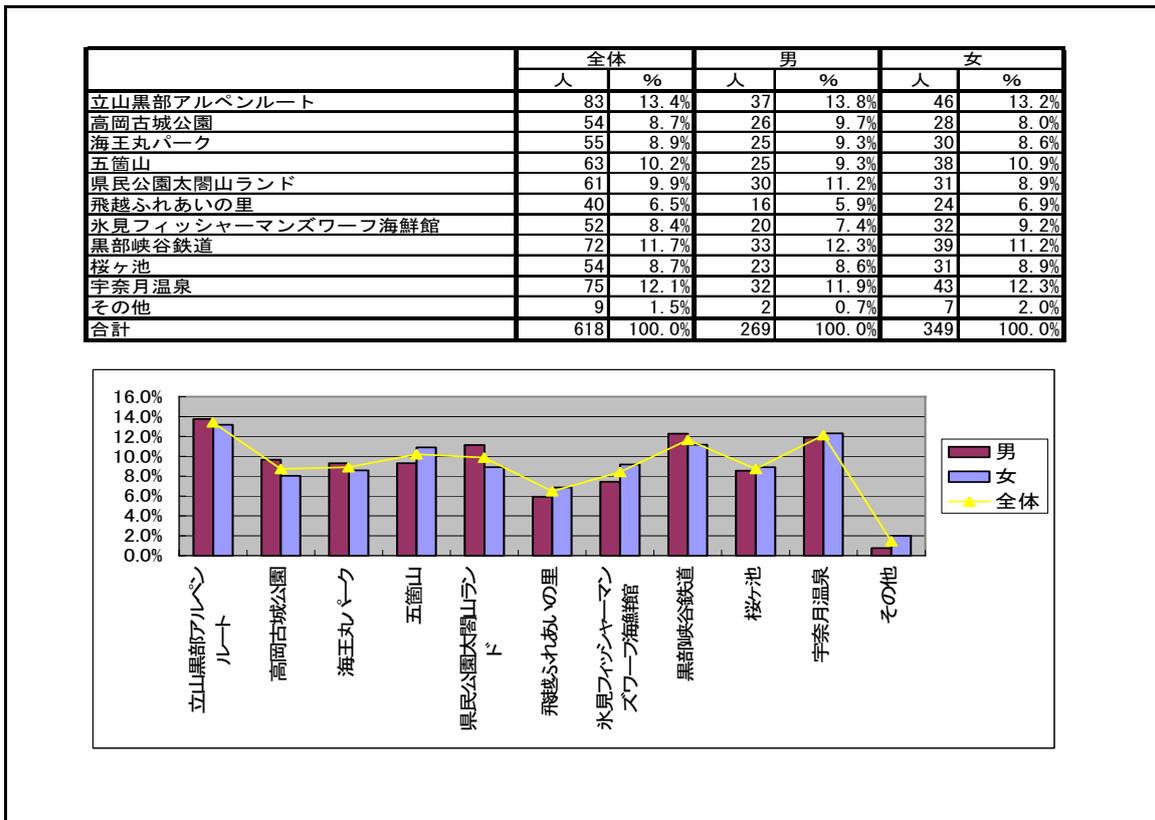


図 2-1 b : 年齢層別人気の観光地

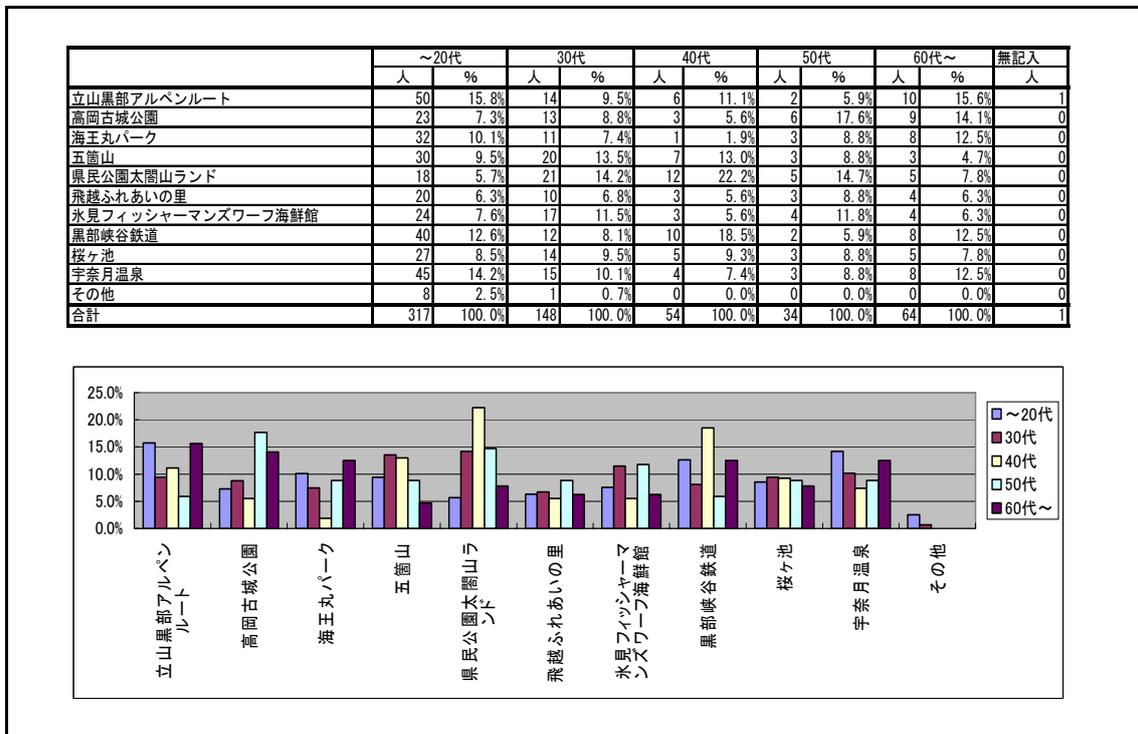


図 2-1 c : 滞在年数別人気の観光地

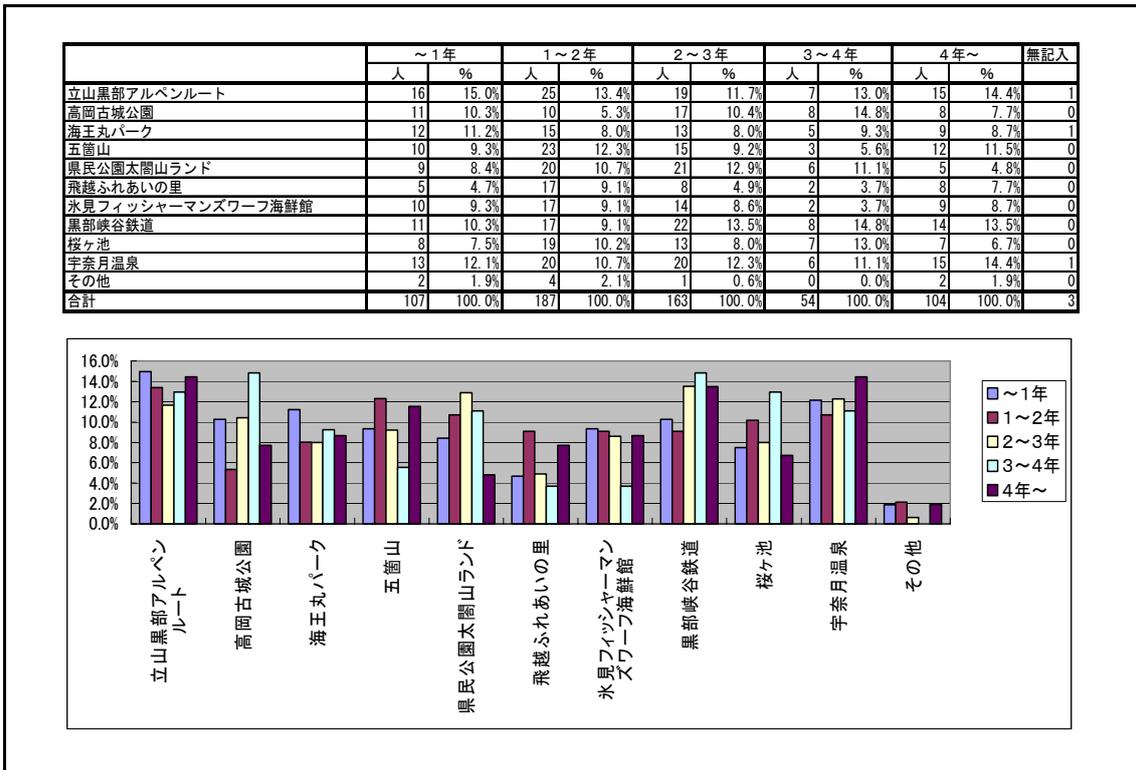


図 2-2 a : 男女別富山の興味

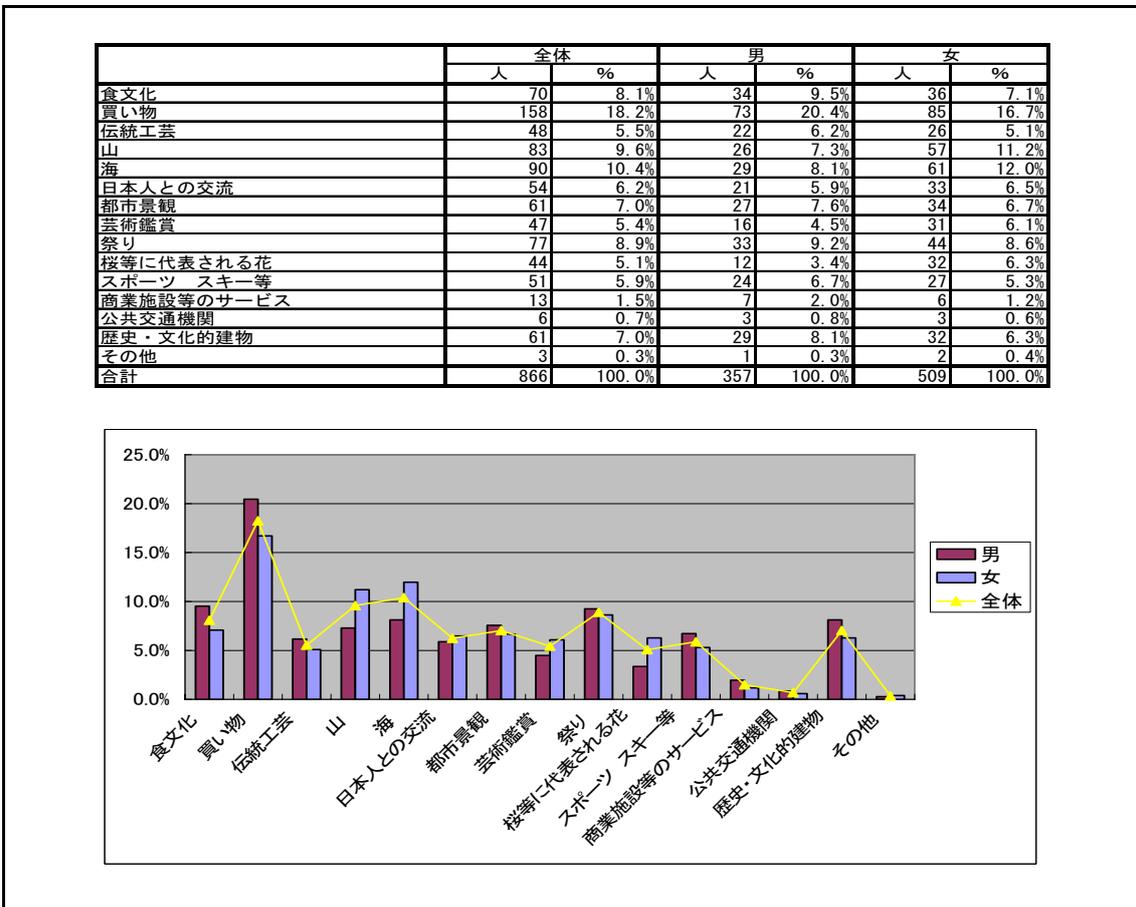


図 2-2 b : 年齢層別富山の興味

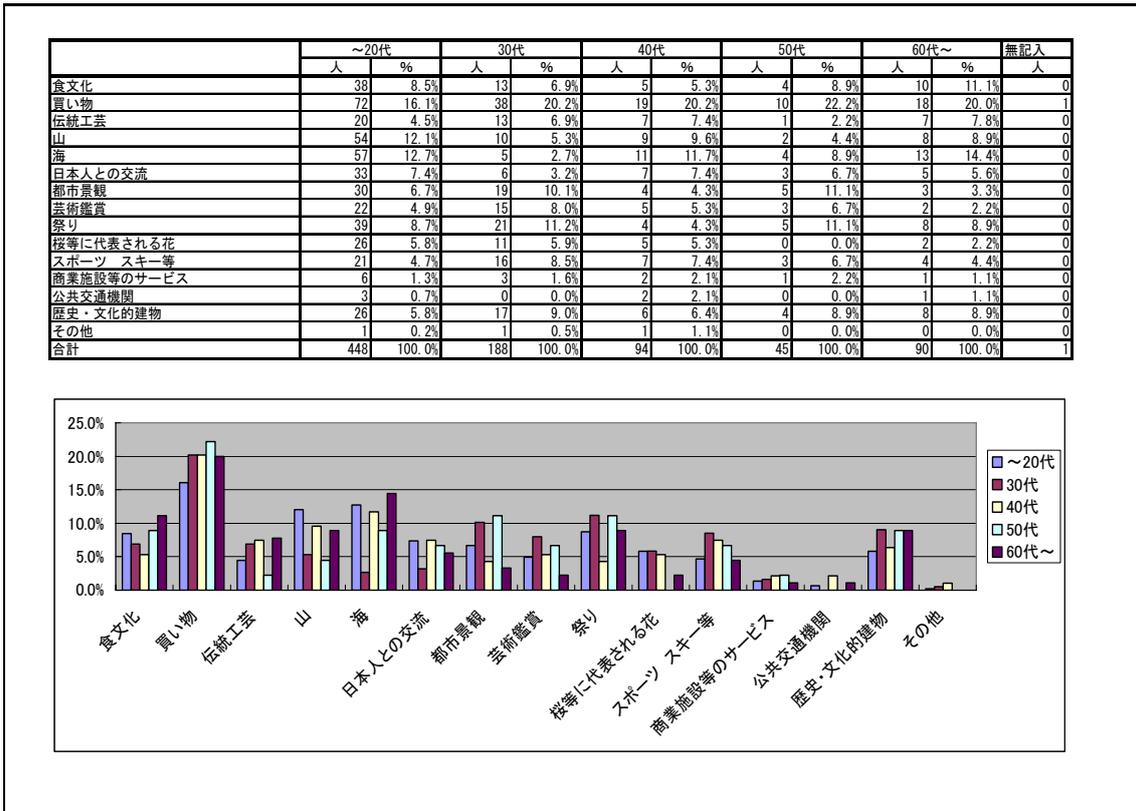


図 2-2 c : 滞在年数別富山の興味

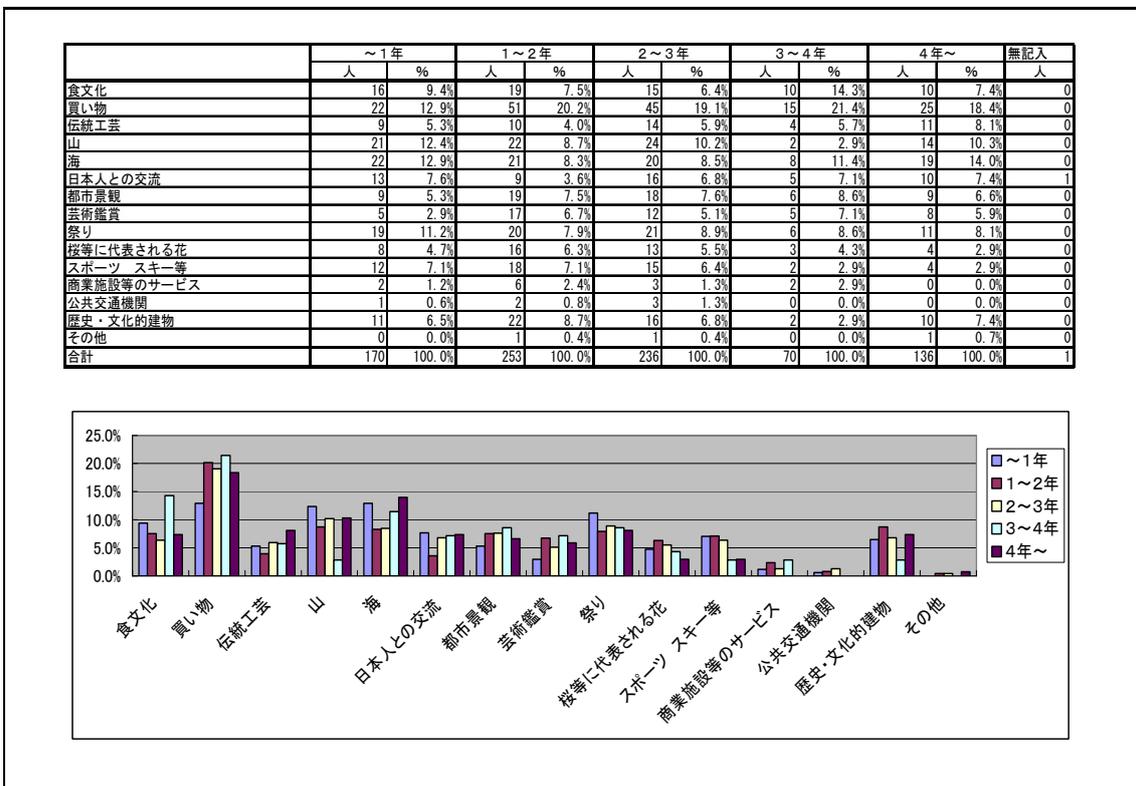


図 2-3 a : 男女別希望購入品

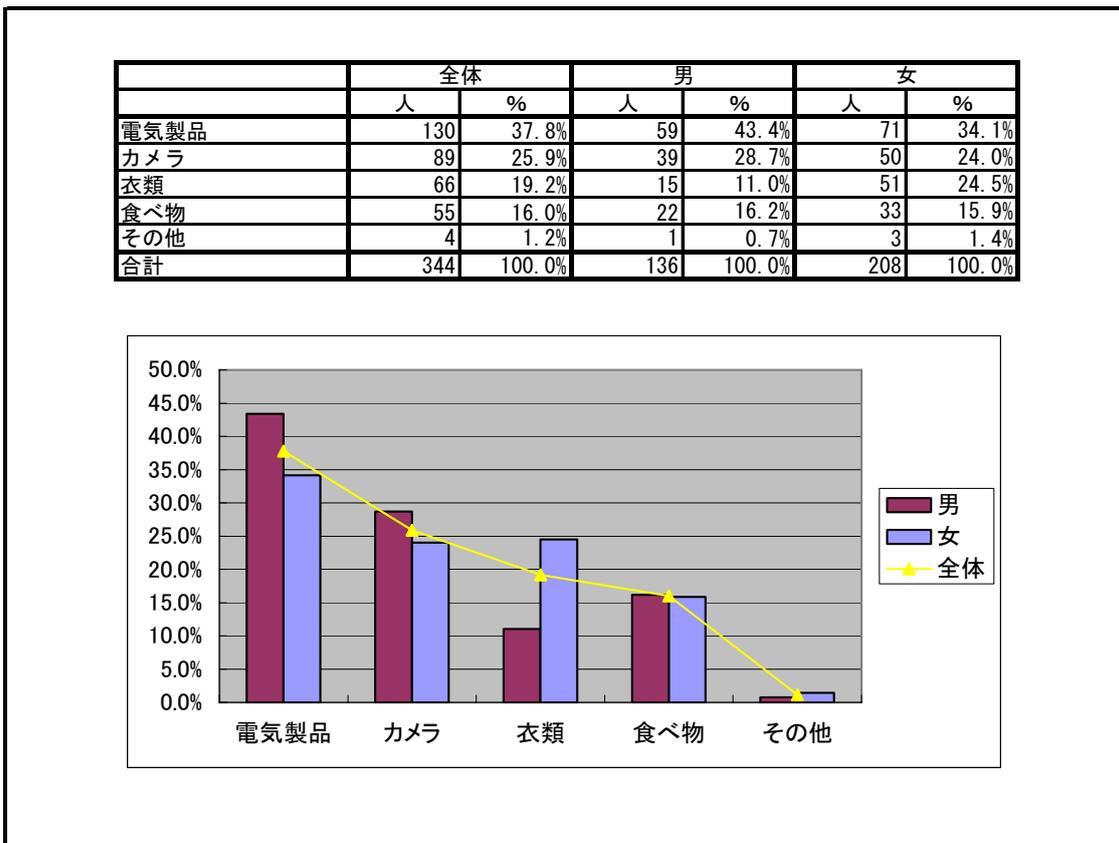


図 2-3 b : 年齢層別希望購入品

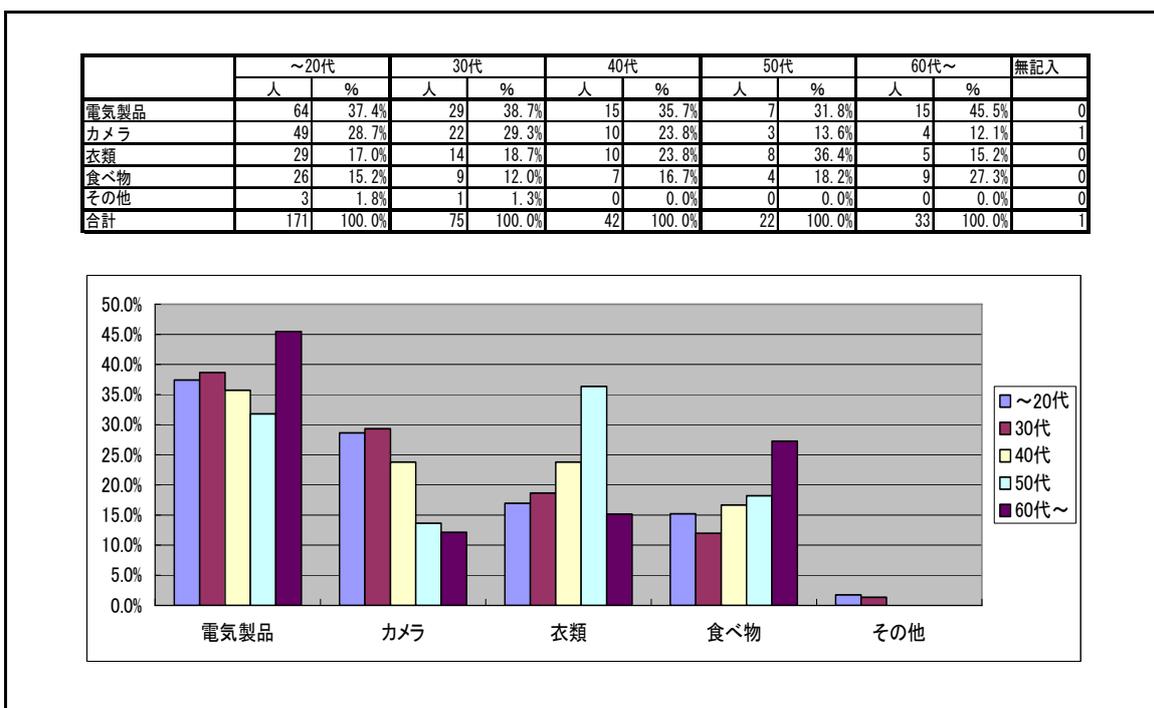


図 2-3c : 滞在年数別希望購入品

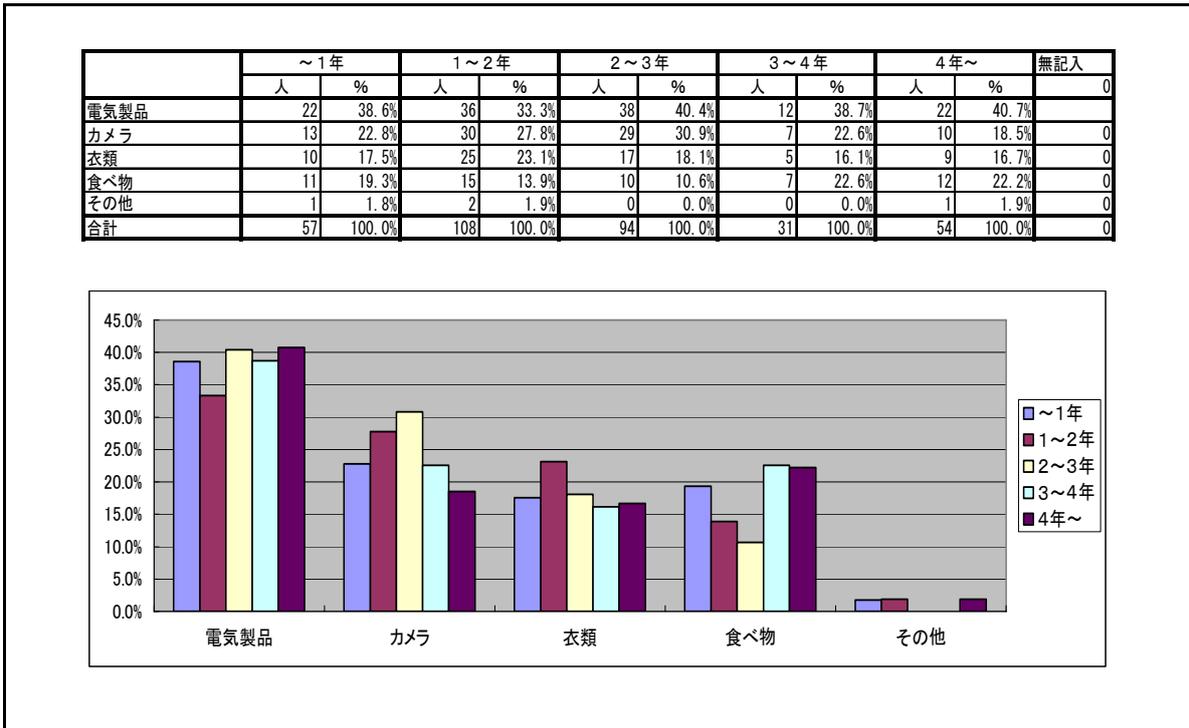


図 2-4a : 男女別旅館宿泊

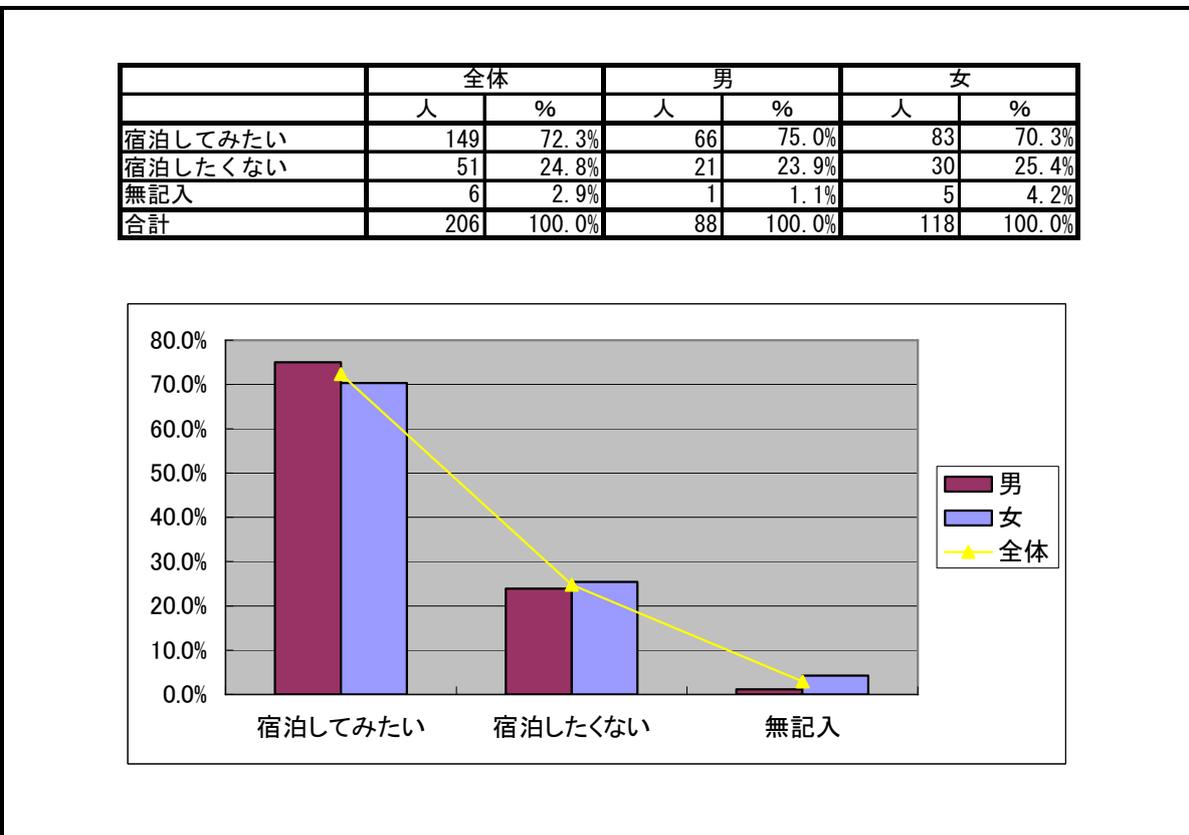


図 2-4 b : 年齢層別旅館宿泊

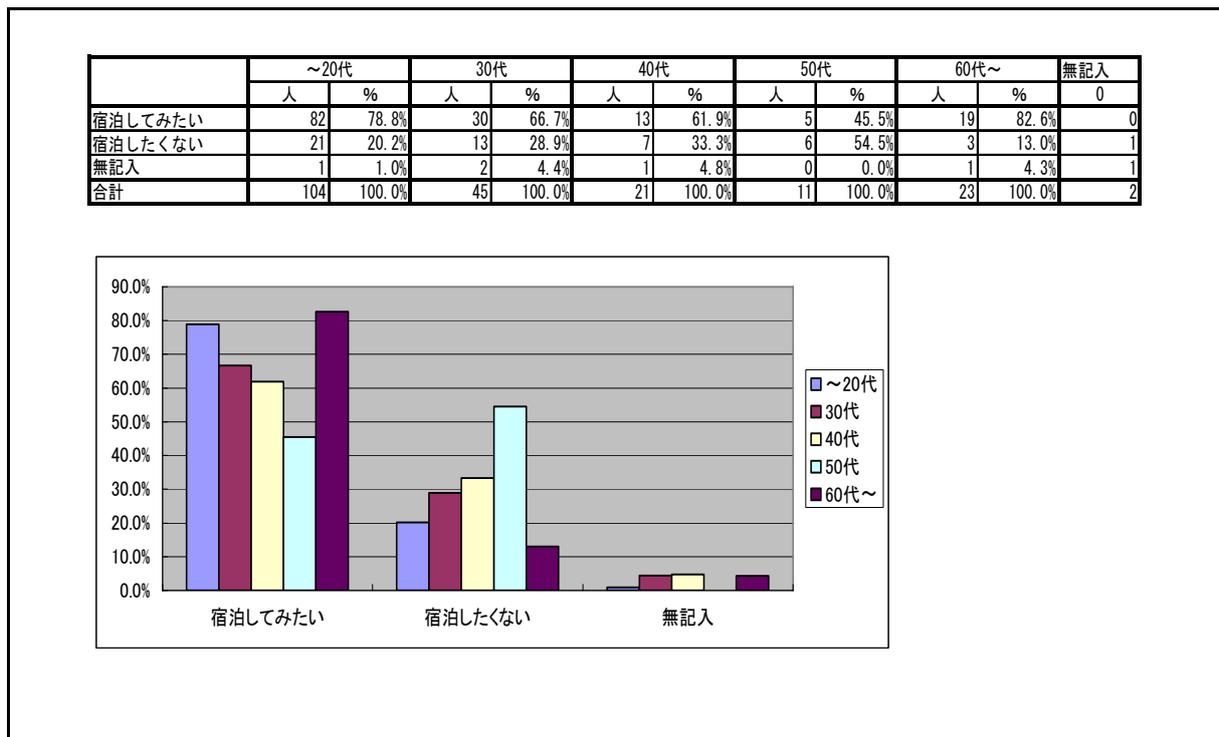


図 2-4 c : 滞在年数別旅館宿泊

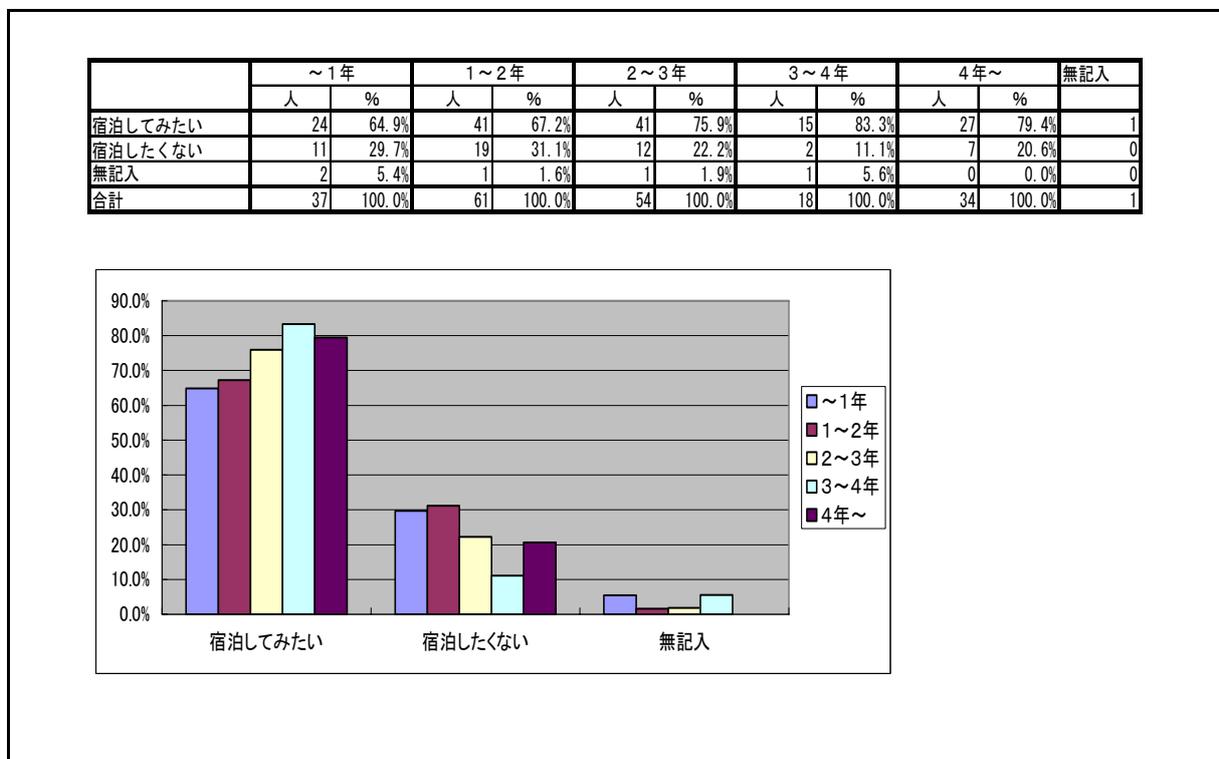


図 2-5 a : 男女別旅行の情報源

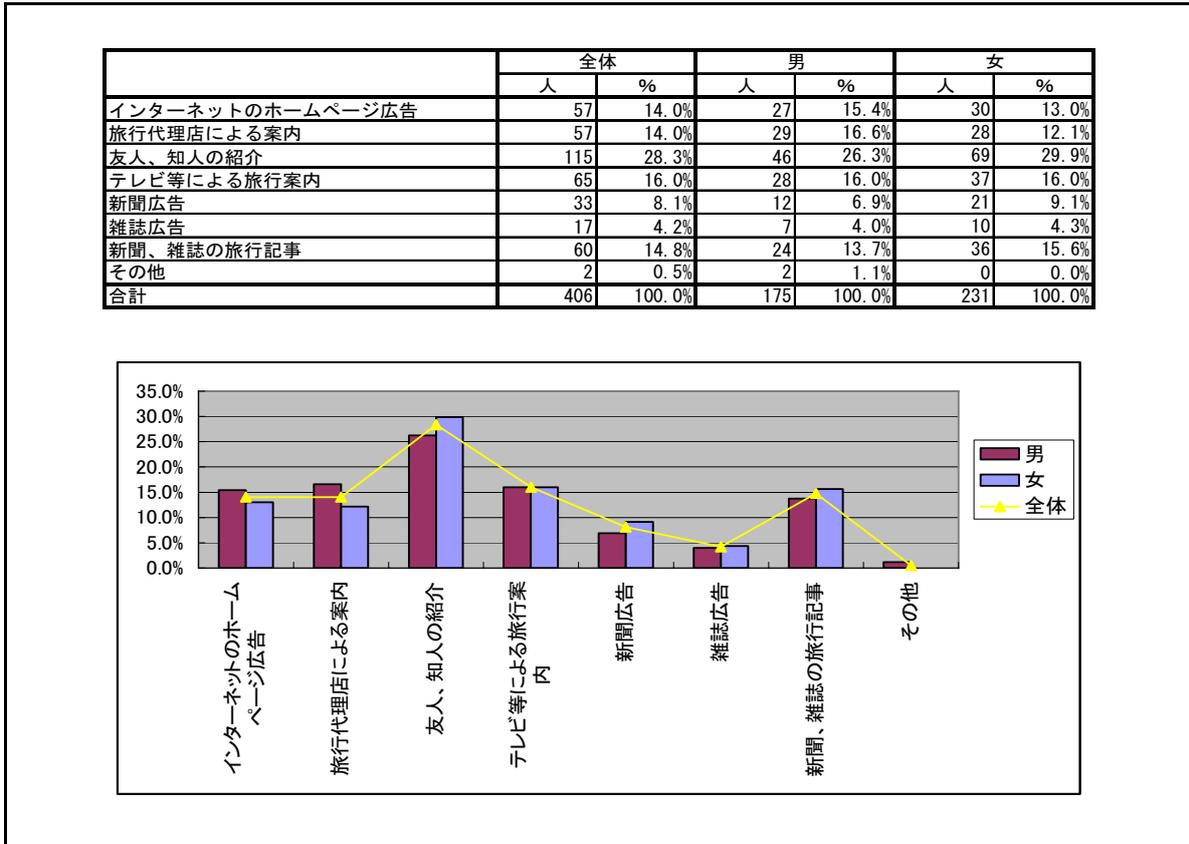


図 2-5 b : 年齢層別旅行の情報源

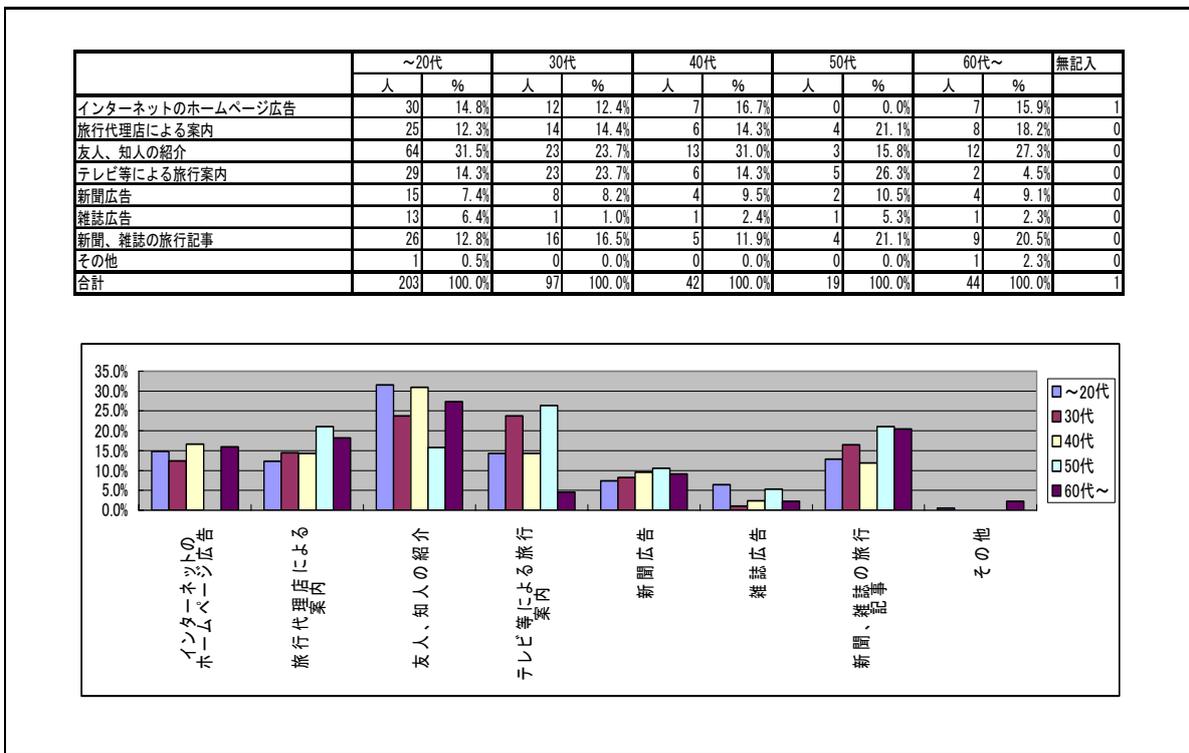


図 2-5c : 滞在年数別旅行の情報源

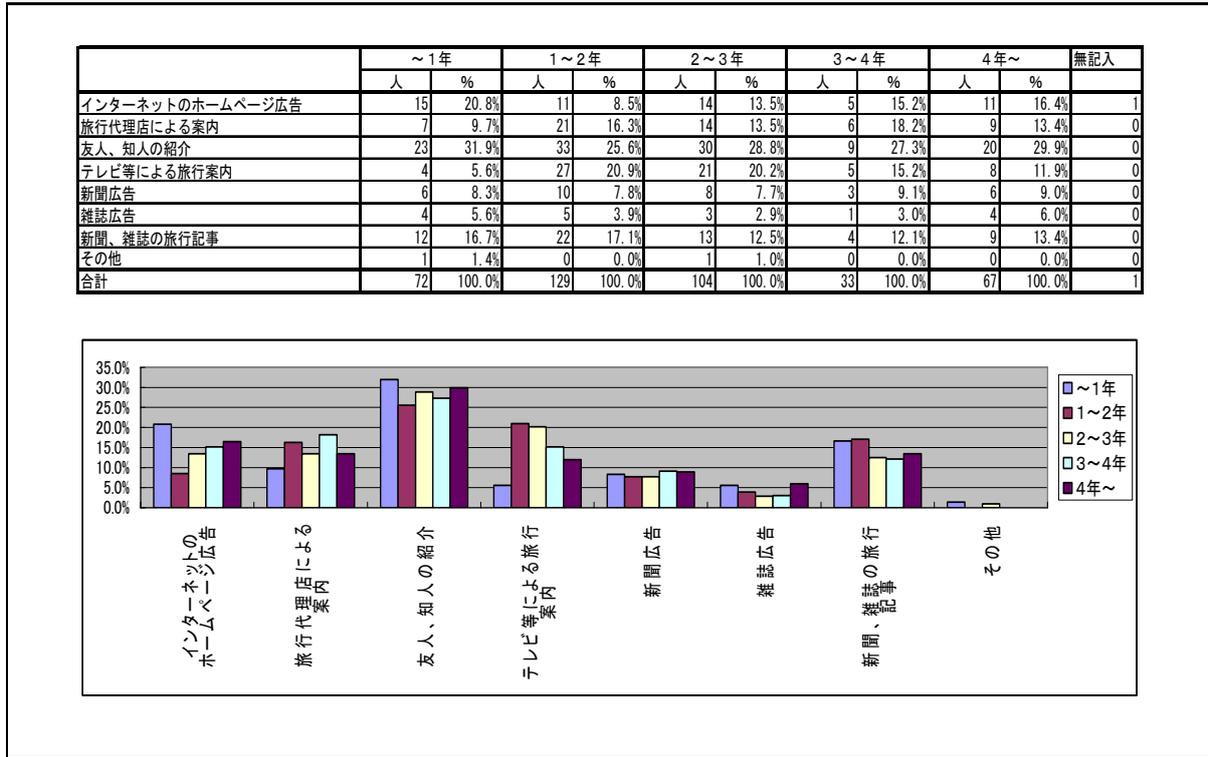


図 2-6a : 男女別旅行の行き先の決定要因

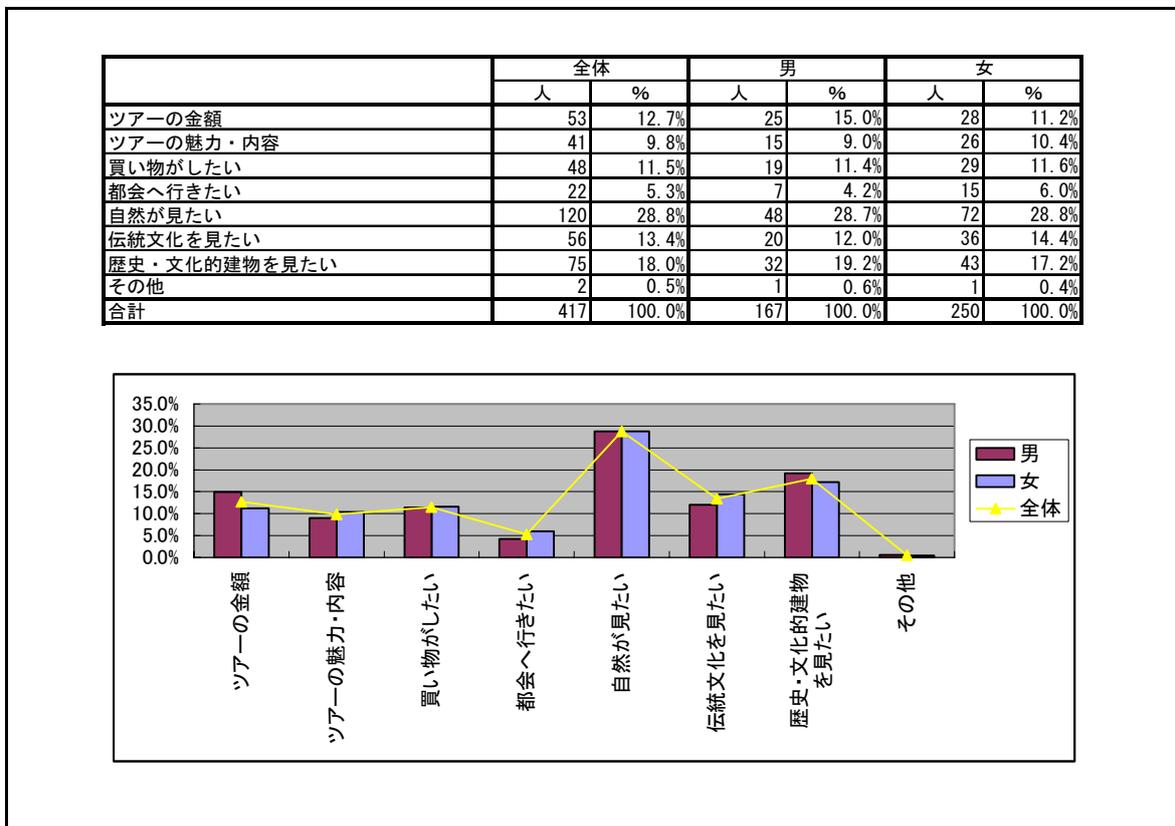


図 2-6b : 年齢層別旅行の行き先の決定要因

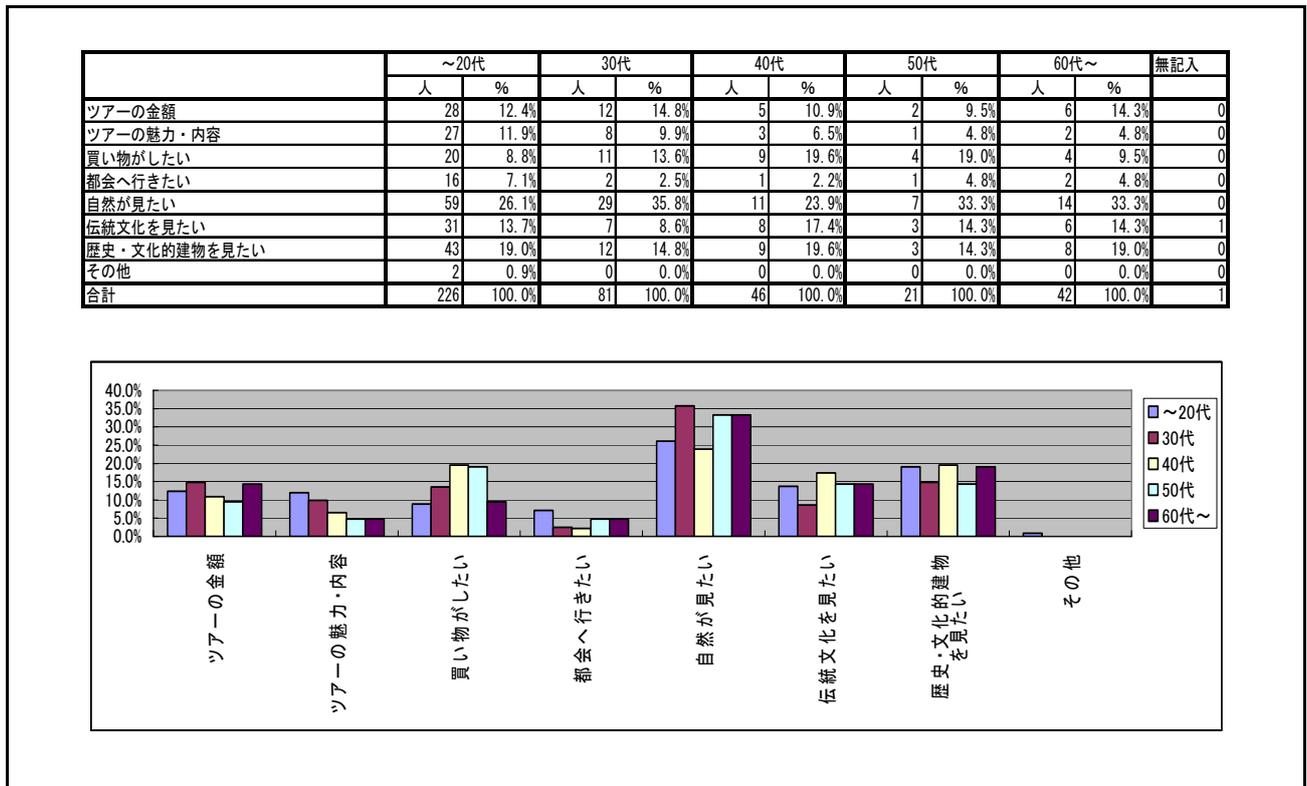
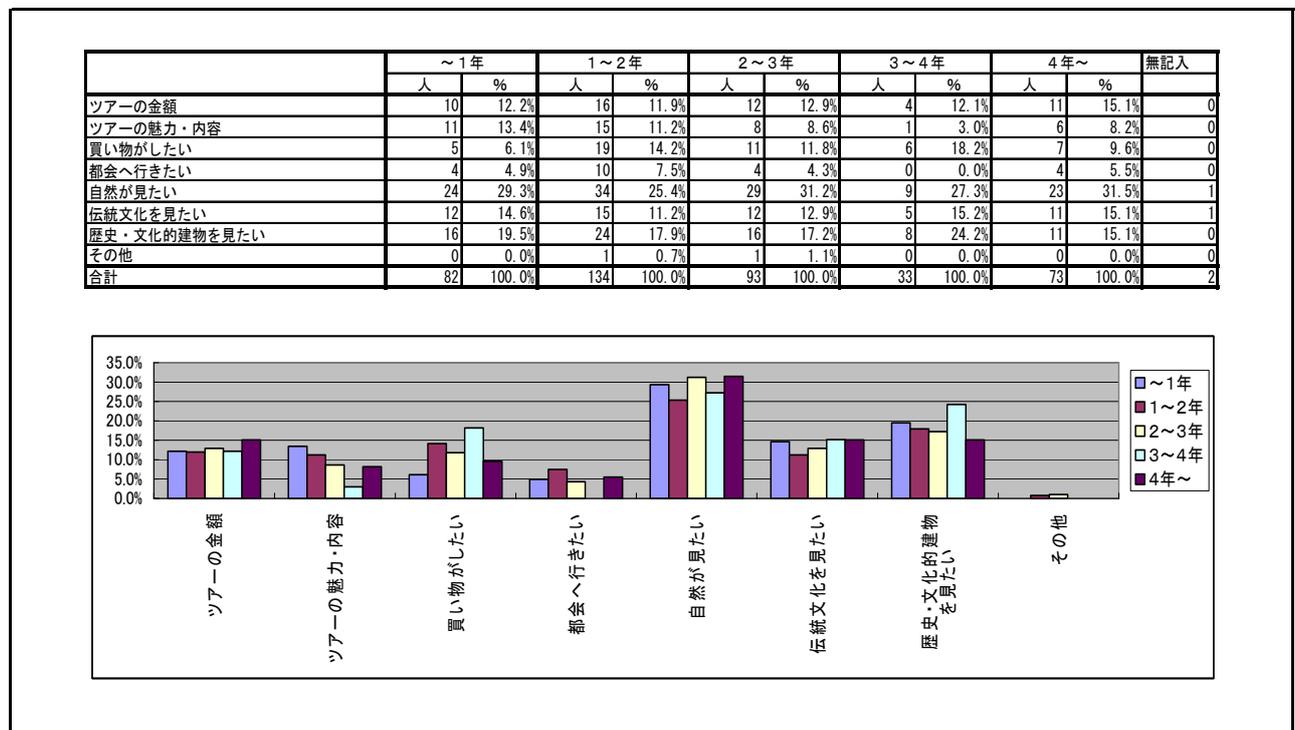


図 2-6c : 滞在年数別旅行の行き先の決定要因



註

<sup>i</sup> : 本稿は、佐藤悦夫、大西一成、湯麗敏 2006 『環日本海地域における国際観光に関する研究—富山と中国の国際交流を中心に—』2005 年度富山県高等教育振興財団私立大学振興事業（研究活性化）助成金報告書の1章、2章を加筆修正したものである。

<sup>ii</sup> : 1996年～2002年までのトレンドでは、2010年の訪日観光客は680万人である。それをキャンペーンにより1,000万人の達成を目指す。具体的な政策としては、①各種事業を客観的に評価し、効率の高い事業への集中化・重点化、②自治体や地域の観光振興に取り組む組織等と連携した地方連携事業の拡充、③韓国、中国等との連携強化による東アジア観光圏への誘客キャンペーンを重点実施、④潜在的訪日観光客が多いと見込まれるオーストラリア、カナダ、シンガポール、タイを重点市場に追加、⑤重点市場国以外の各国における訪日促進のため在外公館と連携、⑥海外の旅行会社に対する魅力的な訪日旅行商品の造成支援、⑦海外メディアを活用したCM戦略等効果的な広報宣伝活動（富山県商工労働部観光課 2006a）。

<sup>iii</sup> : 現在「コジマ電気」の店舗が隣接してあるが、最低2件以上の電気製品やカメラ製品を取り扱う店舗が必要である。

<sup>iv</sup> : 街を散策して楽しめる都市として金沢があげられる。金沢の場合は、歴史的建造物も街中に多くあるばかりでなく、休息する場所として喫茶店なども多くある。富山市に喫茶店を導入する場合は、従来型の喫茶店ではなく、店舗面積も広くないが若者に人気のある”STARBUCKS”のような形態の喫茶店がよいのではないだろうか。

<sup>v</sup> : 現在富山市では、中心市街の空洞化の問題を踏まえ（養原、他 2000）中心市街活性化事業に取り組んでおり（京田、他 2003）、富山市中心市街活性化協議会を中心に基本計画なども提案されている（富山市中心市街地活性化協議会 2006）。

## 参考文献

京田憲明、川上光彦

2003 「拡散低密化の中での都市コア再生：富山県富山市」『中心市街地再生と持続的なまちづくり』中出文平、地方都市研究会 編 学芸出版社

国松博・鈴木勝

2006 『観光大国 中国の未来』 同友館

佐藤悦夫、大西一成、湯麗敏

2006 『環日本海地域における国際観光に関する研究—富山と中国の国際交流を中心に—』  
2005 年度富山県高等教育振興財団私立大学振興事業（研究活性化）助成金報告書

富山県

2004a 「上海世界旅游資源博覧会 富山県・石川県・福井県ブースアンケート集計表」

2004b 「中国国際旅游交易会 富山県・石川県・福井県ブースアンケート集計表」

富山県商工労働部観光課

2006a 「富山県の国際観光について」（富山県商工労働部観光課編集資料）

2006b 「平成18年度国際観光事業の取り組み」（富山県商工労働部観光課編集資料）

富山市中心市街活性化協議会

2006 「新富山市中心市街活性化基本計画（案）資料」（富山市中心市街活性化協議会資料）

養原敬、河合良樹、今枝忠彦

2000 『街は、要る：中心市街地活性化とは何か』 学芸出版社