

中国人の目に映った富山の観光

Toyama tourism as seen by Chinese

湯 麗敏

TANG Limin

本稿は4章から構成する。第1章で中国人観光客全体の最近の動向、第2章は富山を訪れた中国人観光客の現状について、第3章はアンケート調査の結果で富山を訪れた中国人観光客の状況を分析する。第4章は富山・北陸地域で中国人観光客を誘致するためには、どうすればよいのかについて考察を試みたい。データを収集し、アンケート調査の結果を分析しながら、中国観光客の状況を一部把握する。そして富山の観光魅力と観光客の誘致について考察する。

キーワード：中国人観光客、富山の観光資源、地域振興、評価、故郷のピーアル

一、はじめ

十三億の人口を有する中国で海外旅行に出かける国民の数は急激に増えている。2012年海外への観光者数は8318.27万人に上り、2013年中国大陸から出国した人の数は延べ9818万7千人に上った。その人数の多さは初めて世界の首位になった。中国旅遊研究院の統計によると、膨大な外国への観光客の中には、リピーターが40%を超えており、また同時に海外での中国人観光客の消費額は2012年980億ドルに達し、2013年は1020億ドルに達しており、世界一の観光消費国となった。国外への旅行者の増加と海外での消費の増加は膨大な人口によって形成される市場と、その市場を取り込むために周辺諸国が施行しはじめた入国ビザの緩和政策が直接的な影響を与えている。政府の施策がうまく組み合わさった結果である。日本でも同じ現象が起こっている。2012年に日本を訪れた外国人旅行者の総数の837万人のうち中国人観光客は143万人であった。彼らが滞在中に買い物や食事、宿泊に使った金額は推計2688億円、国・地域別で1位だったということが日本政府観光庁の調査で分かった。2012年には尖閣諸島問題が起こり、日中関係が悪化し、そのあおりを受けて中国人観光客が大幅に減ったにもかかわらず、である。

海外旅行を選ぶ人が多くなるにつれて、其の観光形態も多様化しつつある。団体でのツアー旅行から家族旅行あるいは同僚、友人関係の小人数でのフリースタイルの旅行形態を選ぶ人々が増えているのだ。また中国政府も消費促進の一環として、祝日を週末にあわせて、三連休を作るなど、連休を多く制定する政策をとっている。これにより、旅行実施の期間選択肢が広がり、今までは大型連休

に旅行需要が集中し、特定の時期に過剰需要が生じそれに対応しきれず消化不良となっていたのを有効的に緩和した。そういう意味では中国人の海外旅行はだんだん平穏性を帯びてきていると言えるだろう。今後は、日中関係がよほど悪化しない限り、中国人観光客はきっと日本の至るところにやってくると予測ができると思う。

しかし、楽観的な需要予測が立つ一方で、旅行業界も今日激しい競争にさらされている。いかに観光客のニーズを把握するのか、どうすれば観光客を多く誘致できるのか、観光資源を最大に生かしながらインバウンドを通して地域の活性化をどのように実現するかなど、直面する難題は想像以上だ。そのような背景に基づいて本稿は第1章で中国人観光客全体の最近の動向、第2章は富山を訪れた中国人観光客の現状について、第3章はアンケート調査の結果により富山を訪れた中国人観光客の状況を分析する。第4章は富山・北陸地域で中国人観光客を誘致するためには、どうすればよいのかについて考察を試みたい。

研究方法としては、データを収集し、アンケート調査の結果を分析しながら、中国観光客の状況を把握できる前提で富山の観光魅力と観光客の誘致について考察を重ねていきたいと思う。

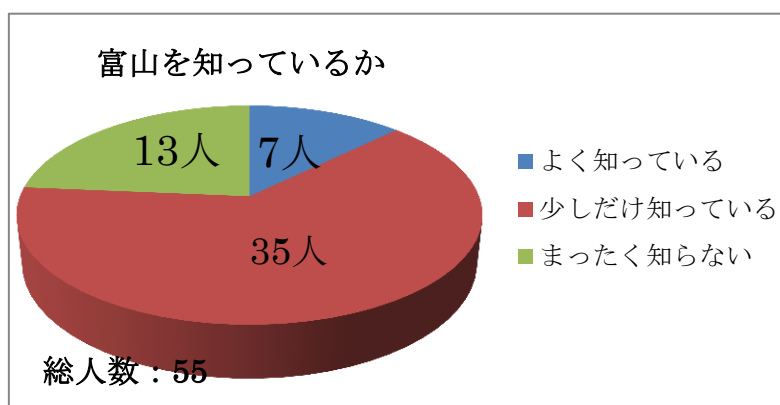
二、富山を訪れた中国人観光客の現状

富山県観光課の統計によると平成24年度県内の主な宿泊施設に宿泊した外国人宿泊者のうち、中国人観光客は11753名いた。日帰りの方を含めると富山を訪れた中国人観光客はもっと多くなるはずである。そんな中国人観光客の中から筆者はアンケート調査を実施。55名分の結果が集まった。

アンケート調査内容は以下の通りである。

- ①日本に来るまでに富山を知っていたか、②富山に対する印象、③どんな形態の旅行が好きか
- ④旅行中の悩みがあるかどうか、⑤日本の民宿あるいはホームステイの体験をしたいと思うか、
- ⑥日本で健康診断を受けたいと思うか、⑦日本観光に使う金額はどれくらい、⑧お土産に何を買いたいか、⑨お年はいくつ、⑩あなたの性別は、⑪あなたの学歴は、⑫あなたの職業は、⑬あなたの月収。の十三問である。

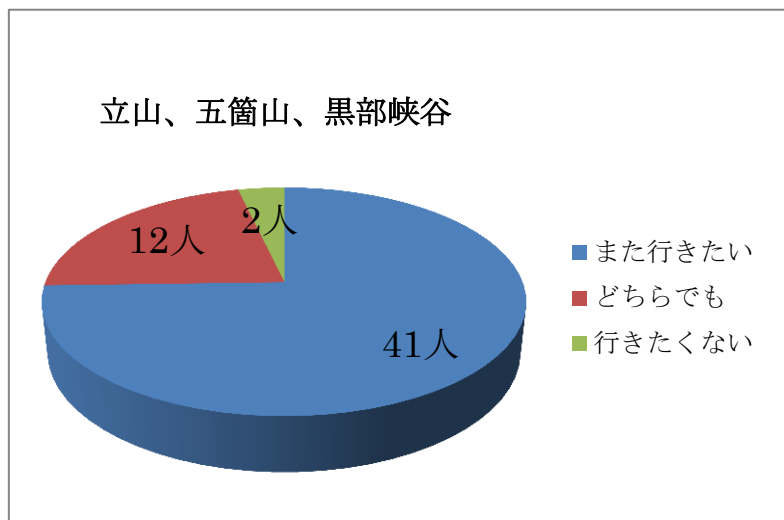
55名の中で富山について、よく知っていると答えたのはわずか7名で、少しだけ知っているのは35名で、まったく知らなかったと答えたのは13名いた。この結果からわかることは、富山に来る観光客のうち、約八割以上の方は当地についてよく知らないまま、来ているということである。富山の観光PRがまだまだ不十分であり、知名度が足りないと言わざるを得ない。



グラフ I

1、富山に対する印象について

お米と野菜、魚介類、果物、お水などがおいしい。と答えた方が半数を超えており、普通だと思う人は約三分の一を占めている。宿泊について、快適、普通、快適ではないとの三択について、ホテルの宿泊した方については、快適と答えた方が30名、残りが普通と快適ではないのを選択。それに対して、民宿に宿泊したお客様からは43名が快適と答えた。観光について、立山、五箇山、黒部峡谷にまた行きたいと思う。と答えた人は41名に上り、過半数を占めた。一方、瑞龍寺、瑞泉寺、高岡大仏、鋳物の町に再び行きたいと思うのは半分にもなっていない状態。しかし氷見の雨晴海岸などの自然公園に再び行きたいと思う数は半分以上に達した。



グラフⅡ

温泉は喜ばれたようだ。55名のうち43名がまた行きたいというコメントがあった。ゴルフとカラオケ、遊園地に対してはそんなに高い興味を示されなかった。スキーとショッピングに対しては、30数名がまた体験したいとの結果が出た。半分以上の観光者は個人自由形の観光形態を好み、自然景観を楽しんだと答えた人が49名、伝統文化体験を楽しんだと答えた人も34名で過半数を超えた。

2、観光中の悩みについて

日本料理に慣れなかったと答えたのが16名、それ以上中華料理を食べたくないのも10名、また食べ物が高いと思う人が21名、食事の量が少ないためお腹がいっぱいにならなかったという意見もあった。宿泊について、泊まる部屋が狭いと思う意見があり、また宿泊費が高すぎると思う。と答えた人も大多数の40名となった。交通が不便という意見もあり、自由行動に利用したいタクシーとバスの本数が少ないと指摘した人が26名いた。更に交通費が高いという声も半分以上に上った。スケジュールの段取り、買い物の不便、観光スポットでの自由行動時間が少ない、地元の人とのふれあい機会がなかったとの不満もあった。そのほかに言葉の不自由、中国語の案内板、掲示板、パンフレットが少ないという苦情もあった。時々観光地で中国語の説明を見かけることがあるけれども、表現の間違いが目立つことが多い。たとえば、次の写真は有名な観光地

のトイレに貼ってあるものだが、使っている中国語は全然正確なものではない。そのほかにガイドさんの専門知識の足りなさを指摘する声もあった。

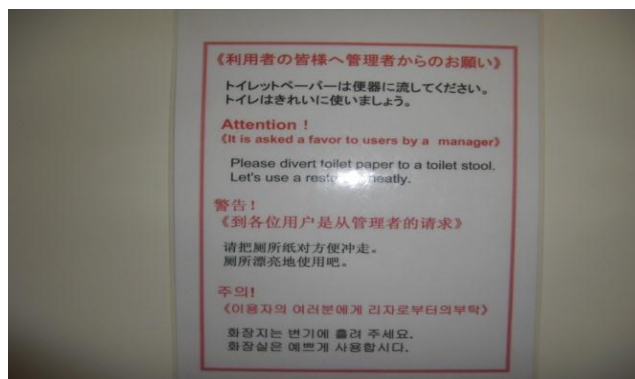
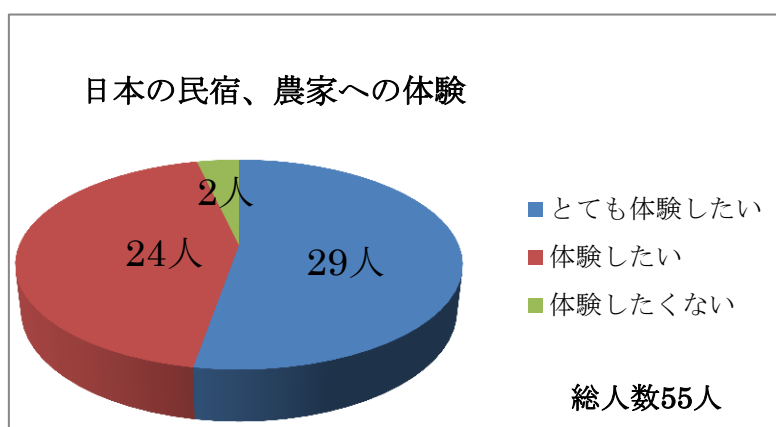


図1 有名な観光地のトイレの張り紙

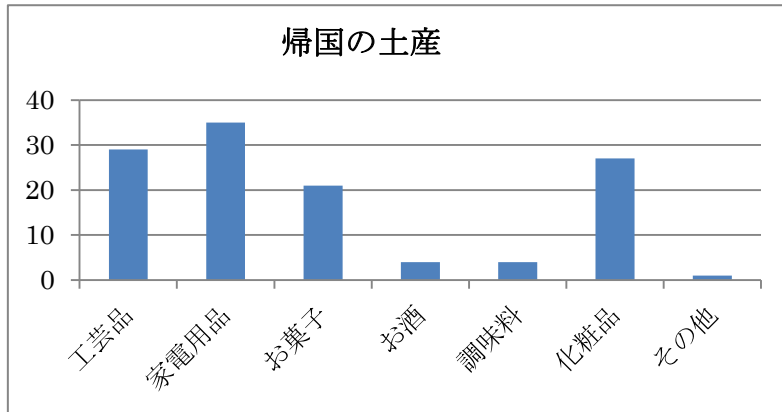
3 日本の民宿、ホームステイを体験したいとあるいはとてもしたいと思うのが大多数になっている。次のグラフの通りに示される。



グラフⅢ

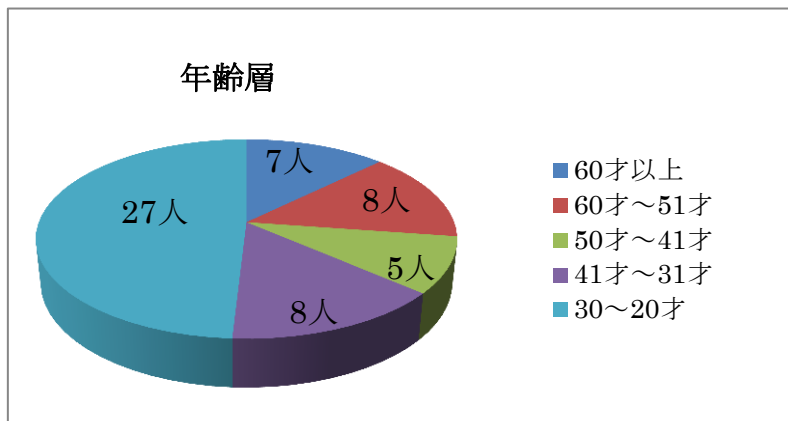
近年、民宿・民家の体験以外に日本で健康診断を受けたいと考える訪日中国人観光者が増加している。近年来、中国の経済が著しく発展に従って、空気・環境の汚染も進んでおり、食への不安も広がっている。裕福層の中には健康への自己投資を望む人も多くいるが、中国では日本のように年一回の健康診断の実施がまだ徹底されていない。一方、日本の医療技術と医療設備が優れていることについてはよく知られている。今後観光立県を提唱する富山では、観光客のニーズに合わせた観光資源の開発、整備を行うべきであり、中国の裕福層をターゲットにした医療ツーリズムプログラムは大いに期待できる分野であると考えている。

来日観光に使った金額は20万～30万の人は15名、10万～20万円の人は28名だった。買ったお土産は次のグラフの表示で分かる。



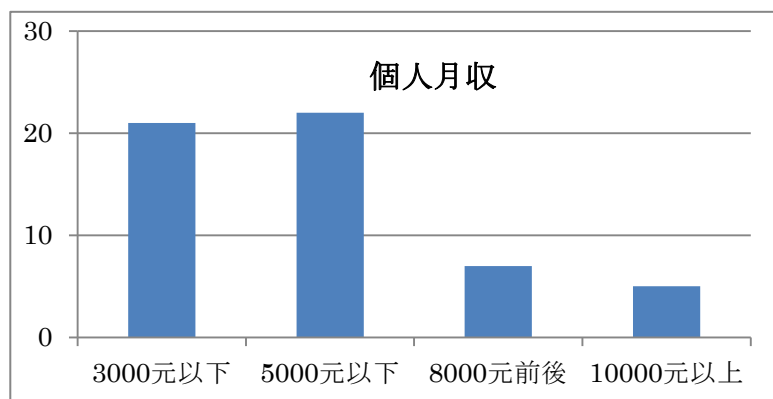
グラフIV

55名の中国人観光者の年齢に関しては、次のグラフの通りに示されている。



グラフV

調査の分析で女性が男性より多い、特に20代から40代までの若者が多く占めている。観光客の学歴は大学以上なのは37名の多数であったことが分かった。職業を見ると会社勤め19名で、定年退職者は11名、学生が15名だったがほかに経営者や医者等数名がいた。富山を訪れた55名の収入は以下のグラフの通り示している。



グラフVI

三、アンケートの結果で中国人観光客の動きを分析する

グラフ I のデータから富山を訪れる観光客のほとんどは富山についての事前認識が少ない。富山県としての観光PRはまだ不十分でその知名度を高める必要を感じている。世界文化遺産に登録された富士山を始め、東京、京都、大阪、名古屋、北海道等の都市は中国の至るところで宣伝パンフレットが見かけられるが、それに比べて、北陸地区の宣伝資料はほとんど見かけられない。家族或いは親族、友人がこれらの地域にいるならば、名前ぐらいは知っているかもしれないが、それ以外でこの地域に関しては触れる機会はあまりに少ない。

自然豊かで、山の幸、海の幸も豊富な富山県や北陸地域は豊かな観光資源を抱えている。PRにもっと工夫すればより多くの観光客を引き付けることができるはずである。現在、中国の大連と上海から富山まで直行便が出ており、二時間半で両国を結ぶ。この事実さえ広く知られていないことは非常に勿体ないことである。

グラフ II の表示により、宿泊は、ホテルと旅館と民宿それぞれの快適と普通、快適ではないという問いにほとんどの人が快適という答えをし、民宿の体験をしたい観光客が多かった。好みの違いはあるけれども、意外に民宿はホテルより人気があることがわかった。なぜならばその理由は二つ考えられる。一つは、富山に来ていた観光客の半分以上は 20 代から 30 代の若者である。中高年より若者のほうは拘りが少なく、柔軟性に富んでおり、新しい文化への接触や体験を好む。中国では皆「ベッド」を使っているが、日本の民宿は大抵畳の部屋が多くて、日常から離れた環境に興味と新鮮感を持ち、違ったことへの挑戦をしようとする若者が多いと考えられる。そもそも、旅行とは日常とは異なる文化や空間との出会いである。もう一つは民宿の体験により、日本人と日本人の生活環境と生活習慣、食文化に直接に触れる良いチャンスになると思われていることだ。そういうわけで観光客を受け入れる場合、年齢層の違いによって、対応の仕方、施設、設備などの使用の利便さも考慮してあげなければならない。接待側の臨機応変と柔軟的な思考が求められる。

観光については、立山、五箇山、黒部峡谷へはまた行きたいと思う人が大多数になっている。その理由を筆者はこう考える。訪日中国人観光者の大多数は都会からの来訪である。例えば上海や大連のような大都会では、日頃勤めている人であれば、多忙な毎日を送り、激しい競争に追われて、ストレスがたまる生活を強いられ、心身とも疲れ切っている状態に置かれている。週末となっても、高層ビルやコンクリートの壁に囲まれた日常の暮しで息苦しさを感じながら日々を過ごしかないのが実情である。そんな彼らにとって、富山を訪れ、雄大な立山連峰、長閑な農山村、緑豊かな黒部峡谷を目にすることは彼らの自然への憧れを満たすものであり、疲れた心を癒し、ストレスを減らすことになるに違いない。

その代わりに瑞龍寺や瑞泉寺、また高岡大仏及び鋳物の町などには再び行きたいと思うのが半分にもならなかったことがアンケート調査で分かった。原因を考えると、もともと仏教は中国から日本に伝わっており、仏教文化、寺社建築には共通点が多い。確かに、非常に文化的価値の高いそれらではあるが、非日常を求める中国の観光客にとっては新鮮味に欠けると言わざるを得ないのである。

ところで、氷見の雨晴海岸などの自然公園に対する人気があるということは特筆すべきことである。中国人観光客の中にはそもそも海を見たことがない人が大勢いる。たとえ中国で海を見たことがあっても、氷見の海岸の環境とは違って、その景色は周囲に住民の生活の気配のない、人気の離れたとこ

ろのものなのである。一方、氷見の雨晴海岸のように空と山と海が一体となったような幻想的な風景が人間社会の営みと共存しており、美しい景色の中に人間の生活区域が組み込まれているような光景はまれなのである。自然と人間生活の共存が成り立っていることもこの地の魅力の1つなのである。

富山の温泉は大多数の中国人を魅了した。観光客は温泉のない都市部から来ていることもその一因だろう。温泉に浸かり日頃の疲れを解消する快適さを初体験する人も多い。

グラフⅢを見てみると多数の観光客が民宿・民家への体験を望んでいることが分かる。近年の経済発展により、中国人の生活水準も全体的に上がっているが、その代わりに、暮らしのテンポは加速し、人々のストレスはたまる一方である。都会の人々の間ではここ数年、「農家楽」と言われる新しい観光形態が人気を博している。経済成長が続いている今日の中国では勤労者の完全週休2日制が実施され、自動車も普及し始め、国民の余暇活動における自然志向と食へのこだわりがだんだん強まってきていることも要因になる。普段の生活で触れることがない緑豊かな農山村へ、農家の手作りの食材をその場で調理されたものを味わうというような中国式のグリーンツーリズムが中国ではよく広がっているから、日本での民宿と民家の体験により中国の「農家楽」との比較ができ、また普通の日本人との触れ合いもでき、日本人の生活習慣と食習慣、庶民の生活環境を民宿や民家の体験によって知ることができるのが喜ばれる一因となるのではないか。

グラフⅣで分かったことは中国人のお土産志向のことである。いまだに家電製品が首位になり、工芸品と化粧品もよく買われている。やはり先進国の日本の製品がデザインも品質も良くて安全安心に使えるというイメージが強い、観光客自分だけでなく、家族や友人へのお土産としても喜ばれる。中国旅遊研究院の調査により、最近の中国人観光客の消費はだんだん理性化になっている傾向がみられ、観光先での購入も嗜好品より、より実用、より大衆的な品物を求めるようになりつつある。富山に来ていた中国人観光客も正にその傾向を踏襲している。

グラフⅤを見ると富山に来ている中国人観光客の年齢層が一目瞭然になる。どうしてこういう構造になっているかという原因が二つ考えられる。一つは、若い人たちは日本文化から受けた影響が強い、特に日本のアニメ文化は今の中国若者に深く浸透しているので、映像だけではなく、その本場のステージ、背景になる日本のあちこち、原風景を自分の目で確かめたい気持ちがある。それにより憧れていることを実現したいという願いが心の奥に潜んでいることが言えるかも知れない。もう一つは、日本観光の費用が欧米に比べれば比較的安く、また距離が近い分、経済的に余裕の少ない若者でも気軽に旅行に出かけられる。という理由があると考えられる。

グラフⅥの結果はグラフⅤと関連があると思う。来日している20代30代の中国人観光客の平均月収は人民元5000元の程で、これは中国の全体の若者の平均とほぼ同じレベルである。観光旅行はもはや金持ちだけの特権ではなくなり、一般庶民も旅行の楽しみを享受ができる時代になっている。たとえば2013年10月の大型連休期間では、たった七日間だけで、中国各地の主な人気観光地では平日の2~3倍の観光客が訪れ、延べ4億2800万人が観光に出かけた。観光業の総売り上げは前年同期より6.1%増の2233億元に、観光客1人当たりの消費額は521元に達したという結果になっている。また中国の交通運輸部の報告では、国慶節期間における全国旅客輸送数は、2012年同期より6%増加し、6億1500万人(回)に達した。

一方10月の連休の間、中国から日本を訪れた団体観光客は今年の連休の2.3倍に当たる3万8600人

で、中国人の海外旅行の目的地として日本は韓国に次いで2番目に人気が高く、大手旅行社の富士山や北海道などへのツアーは発売間もなく完売となったことが共同通信社のニュースにより分かった。

中国の改革開放政策の進行により、国民全体の生活レベルは確実に高められている。自家用車の所有率も急激に高くなっており、行きたいところへ自由に行ける人も増えた。日頃時間に追われて生活している現代人にとって、一週間の連休があれば、日常生活から離れて、どこかでのんびり過ごしたい、疲れた体を休めたいという気持ちになるのは極自然なことである。特に都市部に住んでいる住民が休暇を利用して、自然豊かな場所や観光地へリフレッシュをしに出かけたり、また非日常的な体験を求めて出かけたりすることは増えている。つまり旅行をする人の母数が増えており、需要が大きくなるにつれて、要望も多様化しており、国内の観光に満足できない観光客も急に増えて、今や外国観光に出かけることが一大ブームになっているのだ。

四、富山で中国人観光客を誘致するためには、どうすればよいか

考察1 富山の観光価値への見直し

富山の観光価値を高めるには、まずこの地域の魅力を十分にアピールしなければならない。特に富山の場合では、富山県民自身の意識転換が目下の急務になるのではないかと考える。控えめな県民性の表れであるのか「田舎である富山は何もない。」と口にする人が多い。「いきいき富山」の標語とは裏腹に地元に対してネガティブな発想をしている人が多いようだ。富山県には世界遺産もあり、観光資源も豊富で、文化の香り高い伝統芸能、農産物と海産物もあるべきものは皆揃っている。そして製造業も農業も薬業も相当発達している地域であるにも関わらず、そもそも県民自身がそれに気づいていないのだ。

富山県民は誇り高い県民性も持ち合わせており、ほかの地域との競争心がないわけではない。ただ大事なものは、ほかのところにはない自分たちしか持っていない「魅力」をいかに堂々と宣伝できるか、である。

石川県の小松空港からは「上海」への直行便、富山空港からは「大連」と「上海」への直行便が定期運航している。春夏秋冬季節ごとに異なった景色を魅せてくれる自然があり、至極の山の幸、海の幸も豊富にある。地理的にも中国の経済発達した地域との距離は近く、日本企業も対岸に数多く進出している。富山に住んでいる中国人の数も5000以上を超えているなど、そのような情報を皆で口コミでも伝わっていけば、観光客の増加と繋がることのできるだろう。

今まで大連と上海の町中では富山を宣伝するポスターはほとんど見かけられない。往来の多い空港や駅、街中のショッピングセンターのような場所でPR資料を置いてもらうのがよいだろう。また最近上海では自由貿易特別区域が設立された。ヒト、モノ、カネの流動性はますます高まっている。富山の名物を大連や上海で販売することも検討の余地があるだろう。アンテナショップの建設も良いと考える。

富山の良さを地域外の人々に知ってもらうためには、県民の一人一人の懸命なアピールが欠かせない。みんなが自分の故郷の良さを再認識、再発見して、その上で積極的にそれを発信できれば、富山も本当の意味での「いきいき富山」になるのではないかと期待する。

考察2 富山ではやれることについて

① 文化観光

中国と日本は同じ北東アジアの地域に位置し、同じく漢字文化を有する。お互いの生活習慣、社会文化の面ではある程度の共通点があり、お互いの文化を理解する文化的な素地はそろっているはずである。例えば富山では古くから伝わる伝統的な芸能があり、全国に誇れる祭り、民謡、踊りが数多くある。それらを上手に外国人観光客が訪れる場所で常時に披露ができれば、何よりのいきいき観光資源となるのだ。五箇山の「コキリコ踊り」、城端の「麦や踊り」、八尾の「小原踊り」、魚津の「せりこみ蝶六」等の伝統文芸をお祭りのときのみならず、常時鑑賞できるようにすれば、中国観光客にきっと喜ばれる。昼間は雄大な自然観光、夜は各種伝統芸能、歴史文化の香りで楽しめるプログラムがあれば、観光客にとっては最高の観光コースになる。こうすれば富山を素通りしなくなり、滞在型の観光にもなる。今日本に訪れている中国人観光客の三分の二以上は高学歴の人達なので、日本の歴史と文化への享受ができることによって、日本という国・人・社会への理解も深められ、お互いに親近感も生まれる。富山の伝統民謡・踊り鑑賞ステージを常時に設置してあれば、観光客が楽しめるほかに、それによって生まれた町おこし、町づくりの向上にもプラスになる。まさに「観光が伝統文化の創造に貢献できること」（山下晋司氏の「観光文化学」p92）である。観光は「活性化という意味では、その地域にある自然・歴史・文化などの観光資源の活用により、誇れる地域の魅力づくりにも大いに貢献し、地域経済への波及効果と合わせて、地域に賑わいを作り出す産業として期待されている」と鈴木茂・奥村武久氏らが「観光立国と地域観光政策」p99に論じている。

② 体験重視型観光——民宿・農家体験、ヘルスツアー

上海・大連から富山までのフライト時間はたった2時間余り。二泊三日あるいは三泊四日で富山・北陸地区での観光が十分楽しめる。要はどんな観光プログラムが観光客に提供できるかということにある。

日本では観光が癒しと結びつくのは昔からあり、温泉旅行や湯治の伝統がそれである。中国では最近グリーンツーリズムに相当する「農家楽」という新しい観光形態がよく利用されている。通常の「農家楽」は週末の日帰り型、あるいは1泊2日の滞在型で行われている。それは都市住民の心の安らぎと豊かな自然へのニーズが高まっているという都会市民の事情により現れた現象だろう。

自然を好み、自然を対象とした観光は日本では以前より盛んになっているが、都市生活では触れることができない緑豊かな農山村、森林公園、川、海などへの体験、また農薬や化学肥料を使用しない農家の手作り食材を使った農家の料理への楽しみなど、そのようなことを観光プログラムの一つとして、今後もし富山・北陸地域に来る中国の観光客にも提供することができれば、利用者はきっと喜ぶだろう。社会も生活も現代化になりつつある中、自然志向もだんだん強くなり、農村、農業、農家での楽しい体験ができる場所としては、それこそ富山県自体が最高の舞台装置になりうるのである。富山にある農家庭園、果樹園、田畑、花畑などの田園景観と自然生態環境及び富山の農村人文資源を利用して、観光客に十分楽しんでもらえる観光プログラムを提供することができれば、農村地域活性化にもつながり、農家の収入増も見込まれ、大いに経済効果が期待できる。また、現代の魅力を見せる新たな観光として、物づくりの都である富山の「工場見学」「ゲーム体験」などのツアーメニューがあれば、なおさら訪日中国人観光客に喜ばれるはずである。

最近タイや韓国では医療観光が大変注目されているようだが、日本にあってもきっと訪日中国人観光客から人気が出るはずだ。健康観光、ヘルスツアーの需要が限りなく大きい。生活水準の高まりにしたがって、中国人の健康志向も強くなってきている。世界で最高レベルと称される日本の医療技術・設備、サービスを受けたいと思う中国人観光客は数多くいる。そもそも中国では「医食同源」という考え方があり、薬の都である富山の薬膳料理、日本海・富山湾の新鮮な魚介類、無農薬のお野菜植物の食材を使った伝統的な日本食で観光客をもてなすプログラムに温泉浴、森林浴も組みこむようなパッケージツアーはきっと利用者の好評を得るだろう。既に日本国内の観光客向けにこのような観光プログラムは存在しているが、外国人も利用できる観光商品の開発が急がれる。

③ 交流型の観光

「国際観光は国際親善と文化交流の懸け橋である」、「国境を越える国際間の人々の交流・往来は国民相互間の理解を深めつつ国際親善の向上と文化交流の増進に役立つとともに、ひいては世界平和の促進に貢献することができる」と浅羽良昌氏が述べている。(浅羽良昌、『国際観光論』p20 昭和堂) 日中両国間の政治関係が悪い中、国民同士の相互往来と交流がまさに今まで以上に必要となってきた。確かに富山県は中国の数多くの地域と交流関係を結んでいる。それらを基礎として、今まで以上にお互いの人的な交流を大事にすれば、富山・北陸地域にやってくる観光客も増えると考えられる。

たとえば、既存の富山市と秦皇島市、高岡市と錦州市、魚津市と蓬萊市、福光町と紹興市など友好関係を結んだ地域は多岐にわたる。また県内大学と中国の多くの大学や教育機関との間にもいろいろな交流関係を持っている。それらを基にして、もっとお互いの行き来を増やし、交流の頻度を高めるのがよいだろう。今富山県に来ている中国人留学生の数は少なくないが、彼らの口コミによって富山を訪れる中国人も増加する可能性がある。たとえば留学生の両親や親戚をターゲットにする、毎年入学式あるいは卒業式にあわせた特別な観光プログラムの作成もよいのではないか。子供の節目に立ち会いたいと願う親の気持ちは万国共通であり、もし喜んで利用していただけるユニークな観光プログラムがあれば、必ず親御さんたちの好評を博するプログラムとなるはずだ。

五、終わり

富山は、立山連峰や黒部峡谷といった大自然、文化の香り高い伝統芸能、新鮮な富山湾の味覚など豊富な観光資源に恵まれている。また中心地近くに駅と空港があり、そこから海や山、里山、川といった大自然へのアクセスも手軽にできるという地理的な優位性も有する。これらをもっと県外・国外に対して声を大きくしてアピールするべきである。「いきいき富山」は県内だけでなく、県外、国外との交流を通じて初めて達成できるものである。これからますます少子高齢化が進行するにつれて、このままでは町全体の活気がなくなり、地域の経済力も低下していくと懸念される。それを食い止めるためには外の力を借りるほかに観光業の振興はその確実な手段となりうる。今一度観光の大切さを県民一同で学び、みんなで故郷を再発見し、見つめなおしていく作業と自分たちが暮らすこの故郷富山について声を大きくしてアピールしていくべきである。富山県がこれから発展していくためには不可欠な観光業の振興が大切であり、県民自らの生活を守るための振興策を考え、県民一人ひとりが意識し、一人ひとりが観光大使となって故郷PRを行ってほしい。それと共に、観光の品質を高め、ホスピタリティをさらに高める努力も求められるだろうと筆者は思う。

参考文献

- 中国旅遊研究院「中国出境旅遊發展年度報告 2013」2013年2月初版 旅遊教育出版社
中国国家旅遊局「中国旅遊統計年鑑」2013年11月初版 中国旅遊出版社
宋 瑞ほか「2013～2014年中国旅遊發展分析と予測」2013年12月初版 社会科学文献出版社
山下 晋司 「観光文化学」2009年12月5日初版第3刷発行 新曜社
鈴木茂ほか 「観光立国と地域観光政策」2007年11月30日初版 晃洋書店
藤巻正巳ほか 「グローバル化とアジアの観光」2012年4月25日初版第2刷 ナカニシヤ出版
近藤康生 「なぜ、人は旅に出るのか」2011年4月7日初版 ダイヤモンド社
浅羽良昌 「国際観光論」2011年1月15日初版 昭和堂
人民日本語版 <http://j.people.com.cn>
新華網 <http://jp.xinhuanet.com>