

研究ノート 英文の観光案内における富山の紹介のされ方に関する検証

Examining how Toyama is introduced by tourist guide books and web pages in English.

秦野るり子

HATANO Ruriko

本稿は、英文のガイドブック、ウェブサイトでどのように富山が紹介されているのかを検証するものである。その過程を通じて、外国人観光客、とくに個人旅行をする外国人を富山に呼び込むにあたっての課題を考察したい。

キーワード：外国人観光客 富山 ガイドブック ウェブサイト

1. はじめに

北陸新幹線の開通以来、富山県を訪れる旅行者は、日本人だけでなく、外国人も増えている。図1が示すように、県内に宿泊する外国人の数は、このところ増え続けている。それでも、例えば、観光庁が発表した外国人の延べ宿泊者数は、平成27年を全国ベースで見た場合、65,610,000人と前年比が46.4%増となっているのに対し、富山県は207,790人で前年比46.3%増であり、富山の伸び率は若干ながら全国を下回る。これに対して、石川県は517,430人で48.6%増、福井県は55,970人で母数が小さいこともあるが、77.5%増と高い伸びを示した。北陸の他2県はいずれも伸び率で全国及び富山を上回った。

この結果を見ても、外国人に富山の観光面での魅力が十分に伝わっていないように思われる。

そこで、本稿では、英語で情報収集する外国人観光客が多く利用するガイドブックである、ミシュランの「ザ・グリーンガイド 日本版 (Michelin The Green Guide Japan)」¹と「ロンリー・プラネット 日本版 (lonely planet Japan)」²、そして Web からは「TripAdvisor」³を参考に、富山県がどのように伝えられているのかを見ていくことにする。

ミシュランは、日本では、いわゆる赤本であるレストランを格付けしたガイド本が良く知られるが、ここで取り上げるのは、「ザ・グリーン・ガイド」である。タイヤメーカーであるミシュランが旅のお供に作ったもので、とくに英語圏では旅行ガイドブックとして確たる地位を持つ。また、ロンリー・プラネットは、日本における「地球の歩き方」のような存在で、米国を中心に人気が高く、多くの人に利用されている。

トリップアドバイザーは、ネット時代になって登場した旅行ガイドで、情報だけでなく、リアルタイムで宿などの価格比較を提供、ここから好みのサイトに移動して予約が出来る仕組みとな

っている。英語、フランス語、日本語など多言語に対応しているが、ここでは、英語サイトのみを見ていく。

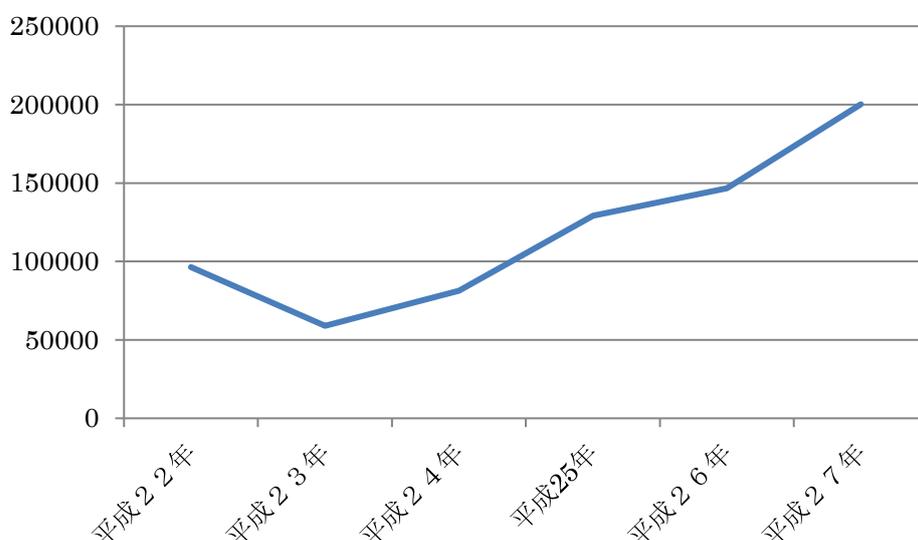


図1 富山県における外国人宿泊者数の推移
(富山県観光課調べ。県内宿泊施設の全数調査)

2. ミシュラン

まずは、「ザ・ミシュラン・グリーンガイド 日本」 英語版 (Michelin The Green Guide Michelin Travel Partner 出版) を検証する。

目次の次に掲げられている「日本へようこそ (Welcome to Japan) (p6~7) ¹ では、全国を9つに分けて、概要を説明している。

9つとは、「東京とその近郊 (Tokyo and Surroundings)」「中部 (Central Honshu)」「京都と関西 (Kyoto and Kansai)」「中国 (Western Honshu)」「東北 (Northern Honshu)」「北海道 (Hokkaido)」「四国 (Shikoku)」「九州 (Kyushu)」「沖縄諸島 (Okinawa Archipelago)」である。ちなみに中部と中国、東北には英語表記にさらにそれぞれ (Chubu) (Chugoku) (Tohoku) が加えられている。これに対し、関西や四国、九州は、そのまま英語表記に採用されている。つまり、中部、中国、東北という名を聞いて日本のどの地域を指すかがわかる人が世界にはまだ少ないことを示している。

この区分では、富山は、「中部」に入っている。だが、この導入部で触れられている具体的な地名・観光地は、高山、日本アルプス、松本城、伊勢神宮だけである。

次に中部の詳しい旅行案内の部分 (p 238~) ¹ に入っていく。冒頭のまとめ文では「日本の中心にあり、東京のメガシティを東に見、そして京都を西に、北には日本海、南には太平洋を臨む。中部は日本アルプスの壮観な山頂を抱え、さまざまな地形を見せ、ツーリズムにいろいろな選択肢を提供する。スキー、温泉、ハイキングが人気で、名古屋、新潟、長野などの都会や、高山、金沢といった歴史と文化の町や狭い峡谷にある鄙びた村の混合からなる。江戸時代に作られた中山道が今もこの地域をつなぐ」¹と続く。つまり、富山にはまったく触れられていない。

ただし、同じページで、中部の「ハイライト」¹として挙げているのは、1. 伊勢神宮 2. 五箇山谷の茅葺き家屋 3. 善光寺 4. 松本城 5. 兼六園の5つ。富山という言葉はないものの五箇山がここで注目観光に取り上げられたわけだ。次ページ (p 239)¹に「VISIT TOYAMA」の広告が雪の大谷、黒部トロッコ列車、五箇山、立山連峰の写真を添えて掲載されている。規模で勝る白川郷の名前がなく五箇山が2位に食い込んだのは、この広告のお蔭であるというのは、うがちすぎだろうか。

その後の中部に関する詳しい説明の中で、大きな項目として取り上げられているのは、「名古屋」「伊勢志摩」「高山」「日本アルプス」「金沢」「佐渡」であり、それぞれについて足を延ばせる近隣地区も紹介されている。

五箇山の紹介はp 260~¹であり★は最高の3つ。高山から足を延ばした「小旅行 (EXCURSION)」の一部として白川郷 (p 258~)¹と並んでの紹介である。ちなみに白川郷も★3つである。五箇山の説明の中では、小木町からバスが、菅沼と相倉まで日に6便あること。そのバスが高岡まで行くので、金沢までも行きやすいことが書かれている。これで、英語でもバスの時刻表が検索できれば、来日前から五箇山を含んだ旅の計画を立てられる。

実際、ネット上で「Gokayama bus schedule」と打ち込んで検索するとJapan-Guide.comの英語による時刻表が出てきた。ただし、ミシュランの書き方は、白川郷の小木町を起点としたバスの運行を紹介している。滞日数に限りのある外国人観光客が白川郷を観光した後に五箇山にも寄るだろうか。五箇山の項目で、仮に「高岡駅と新高岡駅から日に6便バスが出ていて、日帰りも可能。そのまま金沢にも向える」という記述であったなら、バスの時刻を英語で確認もできるのだから、より外国人の足が富山側に向かうと思われる。

五箇山の説明は、「白川郷に隣接したこの魅力的な低地には、庄川に沿っていくつかの村が散らばっている。それぞれの村には素晴らしい合掌造りがある。白川郷よりアクセスは悪く、五箇山を訪れる人の数は白川郷の約半分である。田園の静けさがわらぶきの家々を包み込む。こうした家は民宿としても使われている。囲炉裏の周りで夕食を食べることができる。夜、聞こえるのはカエルの鳴き声だけだ」¹となっている。より鄙びた場所を求める人は少なくない。(ラオスのルアンパバーンがヨーロッパ人の中で一大人気都市になっているのも一例だろう) つまり、この記述は悪くないのだが、それだけに「アクセスが悪い」を補う形で前述のように、白川郷経由でなくとも日帰りできることを強調してくれていたら、より多くの観光客が足を向ける可能性がある、と考える。

そして菅沼、岩瀬家、村上家、相倉がそれぞれ★2つで紹介され、民俗館は★ゼロで紹介されている。

高山関連の宿泊紹介の欄に、五箇山の民宿・与茂四郎の名があるが、食事処の欄には五箇山の紹介はない。

また、白川郷には1ページ半を割き、五箇山は1ページに満たない。中部のハイライトに白川郷ではなく、五箇山の名を単独で挙げたのにもかかわらず、である。

さて、「日本アルプス」の項¹に、立山連峰、黒部峡谷の名は登場しない。扱われているのは、長野、善光寺、小布施、湯田中、野沢温泉、戸隠、白馬、松本、松本城、大王わさび農場、上高地、新穂高温泉、木曾谷、木曾平沢、奈良井、つま恋、馬籠といったところで、長野県に集中して

いる。

ガイドブック全体¹では広告を含め 600 ページあるが、その中で富山関連は、中部のハイライトの部分、五箇山の部分の 1 ページ弱、そして広告が 1 ページで計約 2 ページとなる。最後のインデックスから逆引きをしようにも、富山、立山、雪の大谷、朝日町は広告には掲載されているものの、インデックスには登場していない。五箇山のみが逆引きが可能である¹。

これに対し、金沢は、中部の中で、単独の項目として★2 つに地図付で 13 ページ (p 275~287、うち 1 ページは広告)¹で詳細な紹介がされている。

3. ロンリー・プラネット

次にロンリー・プラネット (lonely planet Japan14th Edition Lonely Planet Publications Pty Ltd 出版) を見る。

まず、目次 (Contents)²では、大きく分けて、「旅行を計画しよう (Plan your trip)」と「旅の途上 (On the road)」の 2 つがあり、旅行を計画しよう、では、基礎知識を紹介している。その中で、「日本のトップ 25」の 1 位は京都の寺院と庭で、2 位に温泉が食い込んでいる²。P63 からは、温泉の入り方の説明やエチケット、刺青についての注意などが詳細に語られ、さらにベスト温泉体験としていくつもの温泉が紹介されている。ただ、「日本アルプスと中部」の温泉の項で触れられているのは、白骨温泉、加賀温泉、中房温泉で、富山の温泉には言及されていない。

「日本のトップ 25」で 6 位の城、16 位のスキーも同様に富山の出番はないのである。10 位には「日本アルプスでハイキング」があがっている。さらに、「催しカレンダー Month by Month」²には、6 月に日本アルプスのハイキングシーズンという記事がある。しかし、特段、富山への言及はない。

「催しカレンダー」には、「夏祭り松本ぼんぼん」「松江水燈路」といった国内でもメジャーというほどには知られてはいない祭りも含まれるが、残念ながら富山関連の祭りへの言及はない。

p 260 に、目立つ囲み「見落とすな (Don't miss)」として、立山～黒部アルペンルートが紹介されている。だが、これは、日本アルプスと本州中央部の中の「松本」のページにある。9 時に電鉄富山を出発して美女平、室堂、立山カルデラを経て、小城沢に出て、信濃おまち駅に出て、安曇野、松本方面に向かうルートが料金、所要時間を含めて紹介されている。富山を出発点にしているのだから富山のページに収納されていたとすれば、富山の他の観光地紹介にも目が行き、富山での滞在時間が長くなると思われる。

また、黒部溪谷のトロッコ列車も囲みで紹介されているが、松本のページの中 (p 262)²の中である。

同様に、石川県を紹介するページが続いている p 254²では、「旅に値する (worth a trip)」で高岡を紹介している。書き出しは「心地よい町、高岡に日帰り旅行はいかが？この町は寺の銅製の鐘の生産で有名だ」となっている。そして、瑞龍寺、鋳物工房利三郎、高岡大仏を取り上げている。

富山関連で目立つコラム (囲み記事) が他県の紹介範囲に掲載されている中、富山のページ p

254²にあるのは、「道も通じぬ場所 (off the beaten track)」と題して、「石川と福井と富山と岐阜にまたがる白山国立公園」についてであった。

そして、富山県としての紹介ページは、p 255 の半分強と p 256 に限られる²。この部分の冒頭の説明では、「あなたが富山を訪れる理由として最もあり得るのは、立山～黒部アルペンルートを旅するか、北陸新幹線を利用するためだ。駅の南口の外側にある海鮮を扱うレストランを数多く試すこと、そのあたりには、ホテルもある。観光地にはトラムやバス、レンタサイクルでいける。2014年10月、富山の美しく山に囲まれた湾は、ユネスコから世界の最も美しい湾クラブに、日本の湾としては2番目に認定された。自然の美しさとユニークなエコシステムが評価された。富山湾の栄養豊かな水は付近の山々から流れ込んだもので、ホタルイカ、白エビといった珍しい主など多彩な魚介類が生息する」²と中々の贅辞が贈られている。

具体的に紹介されている「名所」としては、環水公園、長慶寺、民俗民芸村、岩瀬に限られる。そして、宿としては2件、飲食としても2件が紹介されたにすぎない。

コラムでいくつもの富山が誇る観光地が取り上げられてはいるが、富山との紐付が薄いのが残念である。紙面の都合でコラムをはめ込む場所がそこしかありえなかったのか、山関連で情報を求める人は長野の項目を開く、という判断なのだろうか。

富山ブランドを売り込むためには残念な扱いというしかあるまい。

目次を見ると、富山県の紹介はp 255 ページの1ページのみ扱いとなっている。この他を見ると名古屋がp 208～224 木曾谷・中山道がp 225～227 飛騨地域p 228～236 福井県p 239～241 石川県p 241～251 松本とその周辺p 257～269 長野とその周辺p 271～281 群馬県p 283～285 などとなっており、富山県としては見劣りがする結果となっている²。

一方、飛騨地域の中に白川郷と五箇山という項目が立てられている。だが、白川郷がメインで約2ページを費やされているのに対し、五箇山は1ページ。白川郷の場合は、高山からのバスが紹介されているが、五箇山の場合は、国道156号線を使って車でアクセスする方法のみが紹介されている。レンタカーをするつもりのない旅行者の足が向かいづらいのは自明の理である。

4. トリップ・アドバイザー

次にトリップアドバイザーの英語ウェブサイトを見る。順位などの情報は、基本的に2017年2月15日現在のものとする。

日本への旅を漠然と計画している人と仮定し、居住地を米国と設定してみた。まずは、ホームページのFindにJapanと打ち込む。すると城の写真の横に旅行者が選んだ日本の一番人気の場所 (Travelers' top-rated places in Japan) として東京が世界で上位25位以内の人気の場所にも選ばれていること、アジアにおいてトップ25位以内のビーチに千里浜なぎさドライブウェイが選ばれていることが紹介されている³。

その下に日本における人気スポットが写真入りで上位から紹介される。

1位は東京、2位京都、3位札幌、4位福岡、5位広島と続き、さらに見たければ「日本で人気のスポットをもっと見る (see more popular destinations in Japan)」をクリックして開いていくことになる。富山は47位で、実に七回目のクリックでようやく登場する。45位は長崎、46位が宮

崎と、日本ではよく知られる観光地が直前にある。これほど下位になってしまうのは、間に白馬村（7位）那覇（8）など都道府県だけでなく、細分化された観光地も入るほか、港区（12）から足立区（42）まで東京 23 区の多くがこの中に単独でランキングされているからだろう。また相模原（44）など、日本国内では観光地として扱われる機会の少ない場所が、観光客が多く訪れる東京近郊であるがゆえに上位になっている例もある³。

トリップアドバイザーのサイトによれば、同サイトにおける人気ランキング全般は、独自のアルゴリズムを使用して、トリップアドバイザーへの口コミの量、質、及び投稿時期を分析して決めている（changes to the TripAdvisor Popularity Ranking Algorithm 2016年5月2日にトリップアドバイザーFAQにて発表）⁴ことがわかる。

富山の項目を開くと、9380 レビューがあり、ホテル 64 件を巡って 3131 のレビューが投稿され、すべきこと 102 件を巡っては 2102 レビュー、レストランは 4071 レビュー、フォーラムには 69 件という内訳となっている⁵。これに対し東京は約 80 万、京都は約 30 万³と主要都市、主要観光地と比べると、富山の数はかなり少ない。呼び込める外国人が増えなくてはレビューの数も低迷し、順位も上がらないという負の連鎖が起こりかねない。

5. 考察

人々は、何を参考にして旅先を決めるのだろうか。

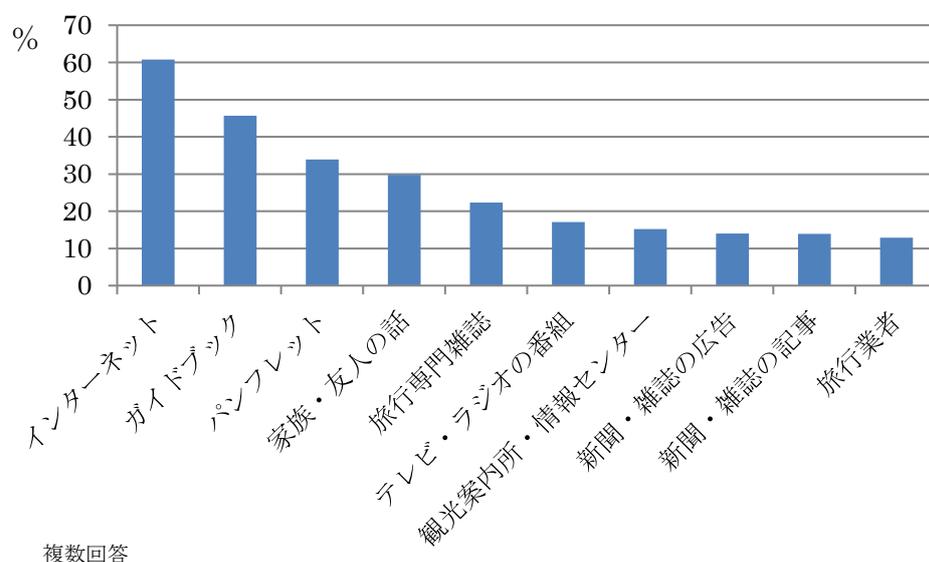


図2 旅行・観光情報で参考にするもの

（日本観光振興協会平成26年度「国民の観光に関する調査」）

図2は、日本観光振興協会の平成26年度の「国民の観光に関する調査」から、「旅行・観光情報で参考にするもの」⁶についての結果をグラフ化したものである。複数回答ではあるが、インターネットとガイドブックの比重が大きいことがわかる。

海外からの旅行者にこれがそのまま、当てはまらない可能性はあるが、それでも、少なくとも

先進国における傾向としては、それほど変わらないと推察する。

無論、ネットやガイドブックで調べるまでもなく、「富山を訪れるために日本に行くのだ」という明確な意向を持った人が増えるのが最善である。しかし、残念ながら、今のところ富山の知名度は、それほどには高くない。

リピーターはともかく、個人旅行で初めて日本に行こうという人は、まず、東京や京都、大阪といったよく知られた都市を観光し、そのうえで、日程に合わせてどこへ足を伸ばそうかとスケジュールを組むのが通常のやり方であろう。その際にどのように、富山を組み込んでこらえるかが勝負であろう。だが、旅行計画を練る際に参考とされるガイドブック、ウェブサイトでは、今回調査対象となったものを見る限り、富山は、それほど目立つように紹介されていないのが現状である。

平成28年3月に「とやま未来創造県民会議」がまとめた「新・富山県観光振興戦略プラン」では、「今後も大きなマーケットになると期待される訪日外国人旅行者、とりわけ、個人旅行者に、的確に対応していくための環境整備が求められる」⁷と、外国人の個人旅行者の重要性がうたわれている。また、同プランで「本県観光の特徴」の弱みとして、「滞在時間が短く、消費金額が少ない」⁷がトップに掲げられている。

外国人旅行者の場合、滞在時間を伸ばすには、やはり、一つ一つの観光資産だけでなく、「富山ブランド」をより多くの人に周知し、県内複数の観光スポットを回ってもらうことが肝要であろう。だが、この調査では、立山、黒部、五箇山といった富山が誇る観光資産について魅力あふれる説明が見られるものの、「富山」というブランドにはほとんど、結びついていないこともわかった。

バスなどで回れる簡単な日帰り以外は、日本に到着する前に計画を立てる人がほとんどであろうからパンフレットを東京や京都、大阪で配っても効果はあまり期待できない。北陸新幹線で片道2時間ではあるが、観光地までの時間等を考えると慌ただしく日帰りをしてまで訪れることを思いつく外国人観光客はそれほどいないであろう。やはり、彼らが母国で旅行計画を練る段階で、魅力をアピールできるかどうか勝負である。

ロンリー・プラネット Japanの筆者の一人であり、調整役である (Coordinating Author) Chris Rowthorn氏に、なぜ、富山の記述が少ないのかと質問したところ、以下のような答えがメールで返ってきた。「ページ数には限界があります。また、その地域が、カバーしなければならない他の地域と比べてアピール度と重要性がどれくらいかによって取り扱う範囲が決まります。個人的には富山は好きで、もっと詳細にカバーしたいですが、取扱範囲を決めるのは私だけではいのです」

日本の多くの地域がインバウンドの観光に力を入れる中、こうしたガイドブック、ウェブ、旅行関連の有名ブロガーに働きかけ、富山をより魅力的に伝えてもらう努力を重ねる必要があると考える。

参考文献

- 1) Michelin, The Green Guide JAPAN, Michelin Travel Partner
- 2) Chris Rowthorn, Ray Bartlett, Andrew Bender, Laura Crawford, Craig McLachlan, Rebecca Milner, Simon Richmond, Phillip Tang, Benedict Walker, Wendy Yanagihara, Lonely planet Japan 14th Edition Lonely Planet Publications Pty Ltd
- 3)<https://www.tripadvisor.com/Tourism-g294232-Japan-Vacations.html>
- 4)<https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/n2701/changes-tripadvisor-popularity-ranking-algorithm>
- 5)https://www.tripadvisor.com/Tourism-g298125-Toyama_Prefecture_Chubu-Vacations.html
- 6)日本観光協会 国民の観光に関する調査 平成 26 年度版
- 7) 新・富山県観光振興戦略プラン とやま未来創造県民会議 p22~23