

富山県における国際観光ビジネスの振興 —ロシア人観光客増加にむけて—

宮崎 衣澄*

Promoting International Tourism in Toyama Prefecture: Focus on increasing Russian Tourism

Izumi MIYAZAKI

Abstract

This paper aims to help increase the number of Russian tourists in Toyama Prefecture by identifying and analyzing tourist attractions in Toyama which interest the Russian people. Using questionnaires for Russians living in Toyama, focusing on their favorite places to travel within the prefecture, this paper gives effective ways to promote Toyama to Russian tourists.

1. はじめに

近年訪日外国人旅行者数（外客数）の増加による国や地域への経済効果が強調される中、インバウンド事業の振興が国の政策として取り組まれている。政府が2003年から始めたビジット・ジャパン・キャンペーン（以下VJCとする）はその中心的役割を果たしている。VJCとは、日本人海外旅行者数と訪日外国人旅行者数との間にある大きな隔たり（2002年に日本人の海外旅行者数が1,652万人であったことに対して、訪日外国人旅行者数は524万であった¹⁾）を埋め、2010年に訪日外国人旅行者数を倍増の二千万人にするを目標とする訪日観光キャンペーンである²⁾。官民一体となったVJCにより、2007年には訪日外客数は834万人に達し、目標とする一千万人に近づきつつある。このような政府の事業と連携し、地方自治体も外客誘致にむけて積極的なプロモーション活動を展開している。

富山県も、中国や韓国といった北東アジア諸国と地理的に近くアクセスしやすいというメリットをいかして、現地の国際旅行展への出展や旅行会社・メディアの招聘事業、広告宣伝事業などに取り組んでいる。しかしこれら富山県の国際観光促進事業は、現在のところ台湾や韓国、中国（大連、上海）に限られており、同じく対岸に位置し、定期便で結ばれているロシアにおいてはほとんど行われていない。近年ロシア経済は安定化しつつあり、富裕層の大幅な拡大などから、ロシアは富山県の外客誘致において重要なターゲットとなりうると考える。

そこで本稿では富山県在住のロシア人へのアンケート調査をもとに、ロシア人が富山県の観光資源に何を期待しているかを具体的に示すことにより、今後富山県を訪れるロシア人観光客を増加させるための方策を示すことを目的とする。

2. 訪日ロシア人の現状

はじめに日本を訪れるロシア人の現状を概観する。表1は2007年に日本を訪れた外客数の総数と、そのうち観光を目的として来日した数について、上位16位までを国籍別に示したものである。訪日外客数が最も多いのは韓国の260万人であり、訪日外客数全体の3割強を占めている。観光を目的とする訪日外客数をみると、北東アジア諸国からの観光客が大多数を占めており、韓国、台湾、中国、香港の4つの国や地域で日本の訪日外客数の約7割にのぼる。これに対してロシアからの訪日外客数は64,244人で、第16位である。

ロシア人は海外旅行先としてどこを選んでいるので

表1 2007年国籍別訪日外客数（人）

順位	国・地域	総数	うち観光客
1	韓国	2,600,694	2,084,195
2	台湾	1,385,255	1,255,642
3	中国	942,439	407,286
4	米国	815,882	491,553
5	香港	432,042	399,681
6	豪州	222,518	170,253
7	英国	221,945	128,589
8	タイ	167,481	119,718
9	カナダ	165,993	125,694
10	シンガポール	151,860	119,239
11	フランス	137,787	79,138
12	ドイツ	125,193	50,910
13	マレーシア	100,890	62,551
14	フィリピン	89,532	45,971
15	インド	67,583	21,373
16	ロシア	64,244	37,747
	総数	8,346,969	5,954,180

出典：「2007年1月～12月 国籍別/目的別 訪日外客数」、国際観光振興機構（JNTO）より作成

あろうか。表2は、旧ソ連諸国を除いたロシア連邦の目的地別アウトバンド旅行者数の上位国と総旅行者数の推移に日本を加えたものである。2005年にロシア人が最も多く訪れた国は中国で、2位はトルコ、3位はエジプトとなっている。ロシアでは、トルコやエジプトといった海に魅力のある国が夏の観光地として特に人気が高い。冬が長く、日照時間が少ないロシアでは、ソ連時代より夏季の長期休暇を利用して南方へ海水浴に行く習慣があった。ソ連期には黒海沿岸が人気の保養地であったが、ソ連崩壊後は自由に海外に出ることが可能となった。そのため国外に行く人が増加し、トルコやエジプトへの旅行者数増加に繋がったと考えられる。夏季のロシア人向けツアーでは、海水浴が魅力的な内容の一つになるだろう。これに対して中国やフィンランドなどロシアと隣接する国は、買い物をする観光客が多いと考えられる。日本への旅行者数は、同じアジアの中国や韓国と比較すると低い人数に留まっている。しかし、2001年以降、日本への旅行客数は年々増えており、2005年には6万3千人と2001年の約2倍に増加している。

表2 ロシア連邦目的地別アウトバンド旅行者数上位国と総旅行者数(人)

目的地	2001	2002	2003	2004	2005
中国	1,196,175	1,271,635	1,380,650	1,792,193	2,223,875
トルコ	750,173	937,298	1,272,140	1,593,647	1,855,918
エジプト	210,212	382,536	497,465	785,419	777,655
ポーランド	980,000	940,000	790,000	700,000	735,000
ドイツ	252,611	270,138	276,781	292,840	319,026
スペイン	298,863	270,039	203,964	251,631	296,817
フィンランド	204,459	215,159	194,388	190,190	221,088
チェコ共和国	117,149	112,850	124,655	164,036	185,705
ギリシャ	133,140	135,978	144,685	142,346	182,334
ブルガリア	176,661	129,598	153,994	152,121	177,590
イギリス	108,000	117,000	138,000	148,000	174,000
韓国	134,727	165,341	168,051	156,890	143,850
日本	34,771	37,963	44,512	56,554	63,609
合計	111,024,748	12,012,213	13,169,883	9,865,553	9,234,727

出典：「世界観光統計資料集」、世界観光機関（UNWTO）より作成
 (http://nippon.zaidan.info/seikabutsu/2006/00395/mokuji.htm)

VJCにおいても、訪日旅行者数の多い12の重点市場（韓国・台湾・中国・香港・タイ・シンガポール・アメリカ・カナダ・イギリス・フランス・ドイツ・オーストラリア）に加えて、2007年から今後増加が期待される国としてロシアを含む3カ国（インド・ロシア・マレーシア）を有望新興市場と定めている。すなわち、ロシアは現時点では訪日旅行者数は低い数に留まっているものの、今後増加することが期待できる国であるといえる。

表3 県内主要宿泊施設における外国人宿泊者数(人)

	2003	2004	2005	2006	2007	2007/2003
総数	29,296	48,578	70,390	80,715	105,874	3.6倍
台湾	11,578	20,580	31,192	30,842	45,120	3.9倍
韓国	6,304	9,086	11,763	16,429	25,317	4.0倍
中国	2,270	4,352	7,602	8,103	12,210	5.4倍
香港	339	1,137	947	1,316	1,995	5.9倍
ロシア*	550	1,900	2,700	3,000	7,000	12.7倍

「国際観光の振興」、富山県観光・地域振興局観光課より作成
 * ロシアは概数

次に富山県内の情勢に目を向けてみよう。富山県では訪日外客数の国籍別統計を公表していないため、県内主要宿泊施設における国籍別外国人宿泊者数から分析することとする。表3は県内主要宿泊施設における外国人宿泊者数の推移を表したものである。2007年の富山県内主要宿泊施設における外国人宿泊者数の中で最も多かった国や地域は台湾の45,120人で、ついで韓国の25,317人、中国の12,210人の順となっている。富山県においても日本全体の傾向と同様に、台湾・韓国・中国といった北東アジア諸国からの外客数が大多数を占めている。2007年の台湾・韓国・中国の宿泊者数を合わせると82,647人にのぼり、県内主要宿泊施設における外国人宿泊者数のおよそ8割を占めている。

ロシア人に注目すると、日本全体の傾向と比較して富山県にはロシア人の宿泊者数が特に多い。2003年には550人であった県内ロシア人宿泊者数が2007年には7,000人と、12.7倍に増加しており、他の国の増加率を大きく上回っている。全国平均と比較して富山県にロシア人短期滞在者が多いという特徴は、都道府県別港別入国ロシア人数からも明らかである。2006年の県別ロシア人入国者数をみると、富山県（富山空港＋伏木富山港）から日本に入国するロシア人は、千葉県（成田空港）の21,254人、新潟県（新潟港＋新潟空港）の14,152人について、11,190人と全国で3番目に多い(表4参照)。富山県では、富山空港と伏木富山港との間に定期便・定期航路が就航しており、ロシアからアクセスしやすい条件が整っている。空路では、ウラジオストク航空が1994年より富山空港とロシア・ウラジオストク間を週2回運行している。2007年度の利用者数は4,851人と78.2%の搭乗率であった³⁾。伏木富山港においては、日本とロシアを結ぶ唯一の貨客船であるルーシー号が1993年より週1回就航している。

富山県より入国するロシア人の多くは伏木富山港を利用しており、現在のところ中古車輸入など商用を目的としている人の割合が多いことが推測される。今後空路の利便性が向上すると、ロシア人は予算や日数に応じて富山県へのアクセスを選択することが可能とな

表4 2006年都道府県別港別入国ロシア人数(人)

都道府県	入国者数	港・空港内訳	人数
千葉県	21,254	成田(空港)	
新潟県	14,152	新潟	347
		新潟(空港)	13,805
富山県	11,190	富山(空港)	1,809
		伏木富山	9,381
北海道	6,085	小樽、新千歳(空港)、函館(空港)ほか	
大阪府	3,510	関西(空港)	
福岡県	2,065	福岡(空港)	1,308
		博多	757
愛知県	725	中部(空港)	
総数	60,795		

出典：『第46出入国管理統計年報』、H19年度版、法務省大臣官房司法法制部編より作成

り、ロシア人観光客の誘致において大きなメリットとなるだろう。

3. 富山県の国際観光政策

次に現在富山県が行っている国際観光政策に注目する。前述のように国のVJCをうけて、富山県でもインバウンド振興にむけて様々な対策を講じている。富山県観光・地域振興局観光課によると、国際観光振興事業として、富山県ではこれまで以下の取り組みをおこなってきた^{iv}。

①国際旅行展等への出展

・台湾、韓国、中国（大連・上海）等で開催される国際的な旅行博への出展

②旅行会社招へい事業

・対象国の旅行関係者を本県に招請し、国内観光地を視察することにより、本県むけツアーの造成につなげる事業

③メディア招へい事業

・海外の記者、テレビクルー等を招請することにより、本県の観光資源等を紹介する記事、テレビ番組の作成を支援する事業

④広告宣伝事業

・新聞・テレビ等に広告宣伝を展開することにより、本県の観光魅力を紹介し、観光目的地としての認知度を高める事業

例) 台湾・韓国・中国・香港における新聞・雑誌広告

韓国地下鉄ホームドア広告

台湾におけるビル壁面を活用した大規模広告

台湾におけるラッピングバスの運行

上海地下鉄車両テレビ広告

香港バス停広告

⑤情報発信事業

・ホームページにより、本県の観光情報を発信

⑥知事のトップセールス

・知事を団長とする訪問団を派遣し、海外の旅行会社や航空会社のトップをはじめ関係者に直接PRを実施するとともに、観光説明会や商品提案会・商談会を開催

・台湾で海外初の物産と観光展「とやまフェスタ」を開催（平成18年韓国、平成19年北京・上海・香港、平成20年韓国・台湾）

⑦広域連帯の促進

・海外からの観光誘致にあたって、北陸三県や長野県、岐阜県、民間事業者と連携した取り組みを実施

富山県の国際観光政策は、現在観光者数の多い台湾・

韓国・中国に特化している。ロシアに対する観光促進事業としては、2008年に初めてウラジオストクの旅行会社との意見交換会を行った1件のみである。これは5月23日に行われた日本語スピーチコンテストにあわせて、ウラジオストクの旅行会社16社（22名）に対して、富山県観光DVDの放映と資料による富山県の概要・観光資源の説明、意見交換をおこなったものである^v。つまり、ロシアに関しては、広告宣伝活動や旅行博への出展などの具体的な事業に着手しておらず、ロシア人観光客にどのようなニーズがあり、富山県の観光資源をどのように宣伝すれば効果的であるかといった調査は行われていない。ロシア人の興味はアジアやヨーロッパ諸国のそれとも異なるため、ロシア人が富山県に求める観光資源を正確に把握することが必要であると考えられる。

そこで、次章では富山在住ロシア人を対象に行った、富山の魅力ある観光資源に関するアンケートを分析し、ロシア人に対する富山県のセールスポイントを導き出すことで、ロシア人旅行者増加に向けた具体的な方策を示す手がかりとする。

4. 富山県在住ロシア人に対するアンケート調査

2008年12月から2009年3月にかけて、富山県在住のロシア人を対象にアンケート調査を行い、そのうち35人から回答が得られた^{vi}。アンケートの項目は、今後中国とロシアとの比較検討を視野に入れ、富山県在住の中国人対象に行った佐藤氏のアンケート項目を参考に作成した^{vii}。アンケートの主な調査項目は、富山県の好きな観光地はどこか、富山県の何に興味があるか、富山県で何を買いたい、旅館に宿泊したいか、旅行に関する情報をどこで入手しているか、旅行先を決める際に重視する点などである（アンケート調査用紙参照）。

はじめに基本データを見ると、35のサンプルの内、男性25.7%、女性74.3%である。年齢は20歳未満が2.9%、20代51.4%、30代37.1%、40代5.7%、50代2.9%である。職業別では、会社員34.3%、教師・公務員5.7%、企業家20.0%、学生11.4%、主婦17.1%、その他11.4%である。滞在期間は1年未満22.9%、1～2年14.3%、2～3年14.3%、3～4年11.4%、4年以上37.1%である（アンケート集計参照）。これらの基本データと、質問項目をあわせて分析する。

4・1 富山の好きな観光地（複数回答可、サンプル118）

全体では最も人気が高かったのは五箇山（13.6%）、ついで立山山麓スキー場（12.7%）、立山黒部アルペンルート（11.9%）、牛岳温泉スキー場（11.0%）の順であり、上位4位までにスキー場が2つ入っている。男女別にみると、男性で最も人気が高かったのは牛岳温泉スキー場（17.9%）で、次に立山黒部アルペンルート（10.3%）と黒部峡谷鉄道（10.3%）である（図1-1）。女性は全体の順位と一致しており、性別によって人気のある観光地に差異がみられた。年代別にみると、20代に人気があったのは、立山黒部アルペンルートと五箇山であり全体の順位と同じであるが、30代には立山山麓スキー場と太閤山ランド、牛岳温泉スキー場など家族連れでも行きやすい場所に人気が集まった（図1-2）。立山黒部アルペンルートは、20代の人気が高かったが30代と40代では上位に入っておらず、年齢層によって人気のある観光地が異なっている。滞在年数と人気の観光地との関係では、1年未満の滞在年数の人々には立山山麓スキー場に人気があり、5年以上滞在している人には五箇山や宇奈月温泉など日本の伝統的な観光地に人気を集まっている（図1-3）。五箇山は滞在年数にかかわらず平均的に人気を集めた。

4・2 富山の何に興味があるか（複数回答可、サンプル178）

全体では日本食と温泉、歴史・文化的遺産の3つが同率の10.7%で最も多かった。次に山（9.6%）、海（9.0%）、桜などの花（8.4%）と自然に関する項目が続いており、ロシア人は日本の伝統文化と自然に興味を示している。男女別にみると、女性と比較して男性で人気が高かったのは山、温泉、お祭りである（図2-1）。女性では、日本食と海、温泉、花、歴史・文化的遺産に平均的に人気を集めた。年齢別、滞在年数別では、日本食や温泉、歴史・文化的遺産の項目で人気が高く、年齢や滞在年数によって興味を持つ内容にあまり差異がないことが分かった（図2-2、2-3）。

4・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49）

全体では、富山県での買い物に興味があると答えた割合は7.3%とあまり多くなかった（図2-1）。中国人を対象としたアンケートでは、買い物に興味があると答えた人が一位でありⁱⁱⁱ、ロシア人と興味の対象が大きく異なっている。買いたいものの上位は、衣類（24.5%）、化粧品（18.4%）、食料品（16.3%）、電気

製品（12.2%）であった。男女別では、男性で買い物に興味を持っている人が少ないという傾向が見られた（図3）。

4・4 旅館に宿泊したいか（サンプル35）

旅館に宿泊したいと答えた人が31.3%、宿泊したくないが68.8%であった。男性では旅館に宿泊したくないと回答する人が特に多い（図4-1）。滞在年数別で見ると、3～4年の滞在年数の人のみで、旅館に宿泊したいと答えた人が宿泊したくないと答えた人を上回った（図4-2）。同様の質問に対する中国人の回答をみると、宿泊したいが72.3%を占めていることから^{iv}、ロシア人は滞在年数に関わらず旅館に対する許容度が低く、団体客であってもホテルでの宿泊が望まれる。

4・5 旅行に関する情報源（複数回答可、サンプル72）

全体ではインターネット（33.3%）と友人や親戚（31.9%）が特に多く、3番目のテレビ（8.3%）、新聞や雑誌の記事（6.9%）、旅行代理店（6.9%）と大きく差をつけた。男女別にみると、男性が女性に比べてインターネットで情報を収集する割合が多く、女性ではインターネットより友人や親戚といった口コミを重視する傾向がみられた（図5-1）。年齢層別では、全体の傾向と同じくどの年齢層でもインターネット、友人や親戚からの情報源が上位になった（図5-2）。滞在年別でもインターネット、友人や親戚の割合が高く、滞在年数に関わらず同じような手段で旅行に関する情報を集めている。ロシア人に富山の観光をPRする際には、観光地のホームページにロシア語版を作るなど、ロシア人がインターネットを通じて簡単に情報収集できるようにすることが効果的であろう。

4・6 旅行の行き先の決定要因（複数回答可、サンプル93）

全体ではツアーの内容（25.8%）が最も多く、次に伝統文化への興味（23.7%）、ツアーの金額（20.4%）、歴史・文化的遺産への興味（16.1%）の順になった。買い物や都会へ行くこと、自然の中での休息という目的は全体的に低く、ツアーの内容と金額をみて旅行先を決めるという傾向が明らかになった。男女別でも、行き先の決定要因は全体とほぼ同様の順位であるが、男性は特にツアーの内容を重視する割合が多い（図6-1）。年齢層別でも、上位は全体の順位とほぼかわらず、30代以降では自然での休息を選ぶ割合が増えている（図6-2）。滞在年数別でも上位の順位にほとんど差

異がない。(図6-3)。富山県を旅行先として選んでもらうためには、歴史・文化的遺産への興味を満たす、内容の充実したツアーを作ることが有効であろう。

5. 今後の方策

今回のアンケート調査で、ロシア人が富山県の日本食、温泉、歴史・文化的遺産など日本固有の伝統文化と、山や海などの自然に興味を示していることが明らかになった。富山県の観光資源では、五箇山や立山黒部アルペンルートなど、韓国や台湾などアジアの観光客に人気のある場所に加えて、スキー場も人気を集めた。雪国で生活するロシア人が日本でスキーを好むというのは意外に思われるかもしれないが、ロシアでは一般的にクロスカントリーが主流であり、日本のようにリフトや休憩所などの施設やレンタル用品が充実しているスキー場はほとんどない。そのため、スキー場は、冬場の魅力ある観光資源としてロシア人にアピールすることができると思われる。そのほか、ロシア人観光客を積極的に誘致するために以下の点を検討する必要があると考える。

5・1 積極的な情報発信

アンケートの自由記入で、富山の観光資源に対するロシア人の評価が非常に高く、富山を魅力ある観光地として認識していることが分かった。今後さらに多くのロシア人観光客を誘致するために、まずは積極的な情報発信が求められる。アンケートでも、「ロシア語で書かれた富山の観光情報をもっと手に入りやすかったらいい」という意見や、「富山の観光地は宣伝不足である。非常に美しい場所がたくさんあるが、多くの人がその存在を知らない」という意見があった。確かに、現在ロシア語版の富山観光情報は非常に限定的である。富山県の観光公式サイト「とやま観光ナビ」にはロシア語版があるものの、立山黒部アルペンルートなど各観光地のホームページにはロシア語版がない。富山県の観光パンフレットのロシア語版が作成されているものの、その内容は充実しているとは言いがたく、また観光客が簡単に入手することは難しい。そこで、富山の観光地に対する認知度を高めるために、台湾や韓国で行っている先行事業と同様に現地での観光説明会やポスター広告を実施するとともに、ロシア人が情報源として重視するインターネットサイトの充実を図ることが有効であると考え。インターネットサイトやパンフレットは日本語版からの翻訳ではなく、ロシア人が興味を示す内容を重点的に記すなど、ロシア人の立場に立った内容になるように工夫することが必要であ

る。

5・2 近県との連携

アンケートの中で、「富山には自然しかない」、「富山だけでツアーを組むのは難しい」という意見があった。現在ロシアで企画されている日本行きツアーでは、東京や大阪、京都、名古屋といった大都市へ行く場合が多い。一例を挙げるとウラジオストクの旅行会社 BIS 主催の日本行きツアーでは、ルーシー号を使って伏木富山港から入国するものの、富山で滞在する時間はほとんどない。参考までに2009年1月に BIS が主催したツアー内容は以下の通りである³⁾。

《ルーシー号で行く新年クルーズ—東京、箱根、横浜》

日程：2009年1月3日～1月11日

料金：大人2150USドル、子供（12歳以下）1860USドル（食事、宿泊費、日本国内・日本ウラジオストク間の移動費用、ガイド料を含む）

行程：

- ・1月3日 手続き、ウラジオストク港出航、船中泊。
- ・1月4日 船中。自由時間、食事。
- ・1月5日 伏木港着、富山空港へ移動。羽田着。お台場のトヨタ展示場見学。東京タワー見学、ホテルへ。
- ・1月6日 皇居、浅草見学。ディズニーランド、ホテルへ。
- ・1月7日 バスで箱根へ移動。富士急ハイランド、温泉「ユネッサン」、箱根泊。
- ・1月8日 サファリパーク、商業施設で買い物、横浜へ移動。水族館「シーパラダイス」、羽田へ移動、富山空港へ
- ・1月9日 高岡大仏見学、買い物、伏木港出航
- ・1月10日 船中。自由時間、食事
- ・1月11日 ウラジオストク到着

BISでは上記のような日本行きツアーを年に4回ほど実施しており、多いときには1回に100名程度の参加者があるという³⁾。このツアーは伏木富山港から入国しているものの、富山では高岡大仏の見学と、イオンでの買い物しか行っておらず、富山は通過点にしか過ぎないのが現状である。多くのロシア人が富山県から入国しているにもかかわらず、富山県の観光地を訪れていないことは非常に残念である。BISのツアーは、都市での大型商業施設や娯楽施設での滞在が多く、近代的な日本を楽しむ内容になっているが、アンケートから、ロシア人は富山県の伝統的な日本文化や自然にも興味を示していることが分かっている。そこで夏季は五箇山や立山黒部アルペンルート、冬季はスキーな

どを組み入れた自然や伝統文化に触れるツアーも、ロシア人にとって魅力的な内容になると考える。ウラジオストクから富山へのアクセスは、2009年春より空路が週1便になるため、一週間は日本に滞在することになる。富山県だけで一週間過ごすのでは物足りない印象になることが懸念されるため、金沢や高山など近県の魅力ある観光地を組み合わせたツアーや、首都圏や関西圏と富山の観光地を組み合わせるなどして内容の充実を図る必要があるだろう。

5・3 ロシア人への対応

現在ロシア人が日本を訪れるためには複雑な手続きと時間が必要であり、観光であっても個人客が日本を気軽に訪れることは難しい。そのため、ロシア人観光客を誘致するためには、まずツアーで富山県に来てもらうことが重要であろう。ツアー客の中からリピーターや口コミでの利用客を増やすことによって、個人客の獲得に繋がる。訪日経験のあるリピーターは、旅行代理店を通して自由に日程や訪問先を決めて、年に何度も訪日する人もいるという。特に極東地方に住むロシア人にとっては、首都モスクワより富山や新潟の方が距離的に近く、物価や品揃え、サービス面を考慮すると日本は十分魅力的な観光地になりえる。

ホスト側である富山の観光地としては、ロシア人観光客を受け入れる体制を整える必要がある。県内の観光地では、英語や中国語・韓国語のパンフレットは見

られるものの、ロシア語で書かれたものはほとんど見かけない。ソ連時代に教育を受けたロシア人は英語が堪能でない場合があり、英語で代用するのではなくロシア語のパンフレットが必要となる。また一般にロシアのツアーでは、プロのガイドが観光地や博物館等で事細かに説明するケースが多く、ロシア人は観光資源に関する詳細な説明を期待する傾向がある。各観光地にロシア語を話す観光ガイドを配置することは現状では困難であろうが、パンフレットや説明用の掲示板があれば、個人の観光客も利用しやすいと考える。そのほかロシア人が日本の観光で高く評価していることに、サービスの質の高さがある。日本では客に対する丁寧な対応は接客業の常識であるが、資本主義経済の歴史が浅いロシアではまだまだ接客業のサービスの質が低い。県民が観光客に温かいおもてなしの心で接することで、富山に対して非常に良い印象を残すことが出来るのである。

富山県にはロシア人にとって魅力的な観光資源が豊富にある。まずは富山県の観光地に対する認知度を上げるために、現地での広告活動やロシアの旅行会社との連携、インターネット等を使った情報発信に力をいれ、そして観光地側では観光客を温かく受け入れ、必要とする情報を十分に提供して観光客の利便性と満足度を高めることが、ロシア人観光客のさらなる増加に繋がると考える。

アンケート調査用紙

アンケート

Разрешите представиться. Меня зовут Идзуми Миядзакэ, преподаватель русского языка в Государственном морском колледже города Тояма. Я хочу обратиться за содействием к Вам.

Ответьте, пожалуйста, на вопросы анкеты, составленной мной. Эта анкета должна содействовать развитию туристического обмена между Россией и Японией, прежде всего, выяснению интересов русских жителей и русских туристов, посещающих префектуру Тояма. Результаты анкетирования не будут использованы в других целях.

Лектор Государственного морского колледжа города
Тояма
Идзуми Миядзакэ (кандидат наук)

1. Пол: *отметьте следующим образом

муж жен

2. Возраст:

до 20 лет 20-29 лет 30-39 лет
 40-49 лет 50-59 лет более 60 лет

3. Профессия:

служащий
 преподаватель/государственный служащий
 предприниматель студент
 домохозяйка другое

4. Как долго Вы живёте в префектуре Тояма?

до 1 года 1-2 года 2-3 года
 3-4 года более 4 лет

5. Что Вы любите посещать, когда Вы путешествуете по префектуре Тояма?

*отметьте выбранные Вами ответы

«Альпийский маршрут» Татэяма- Куробэ
 Парк «Такаока Кодзэ» Морской парк «Каю»
 Деревня «Гокаяма» Парк «Тайкояма Ланд»
 «Хиэцу Фуреай но сато»
 Рыбный рынок «Хими Фишаман зу вафу Кайсенкан»
 Поезд «Куробэ Киококу» Пруд «Сакура га икэ»
 «Унадзуки» онсэн
 Горнолыжные курорты «Усидакэ»
 Горнолыжные курорты «Татэяма»
 Горнолыжные курорты «Иох- Ароза» Другое

6. Чем Вы интересуетесь, когда путешествуете по префектуре Тояма?

*отметьте выбранные Вами ответы

Японской кухней Покупками Горами
 Морем Онсэн Городами
 Посещением концертов или театра Общением с японцами Цветами (сакура и пр.)
 Фестивалями Торговыми комплексами
 Спорт (гольф, лыжи и пр.) Городским транспортом
 Памятниками истории и культуры Другое

6-1. Вопрос для тех, кто отметил "покупки", отвечая на 7-й вопрос. Какими товарами Вы интересуетесь?

*отметьте выбранные Вами ответы

Бытовая электроника Одежда Фотоаппараты
 Предметы обихода Продукты
 Косметика Машины Другое

7. Вы предпочитаете останавливаться в традиционных японских гостиницах?(в двух- или четырехместных номерах)?

Да Нет

8. Откуда Вы получаете информацию, когда собираетесь в путешествие? *отметьте выбранные Вами ответы

Интернет Туристическое агентство
 Знакомые и приятели Телевизор
 Реклама в газетах Реклама в журналах
 Статьи в газетах и журналах Другое

9. Что важнее всего для Вас, когда Вы выбираете страну для путешествия?

*отметьте выбранные Вами ответы

Цена тура Содержание тура
 Возможность совершать покупки
 Желание посетить большой город
 Отдых на природе
 Интерес к традиционной культуре
 Интерес к памятникам истории и культуры Другое

10. Ваше мнение о достопримечательностях или перспективах туризма в префектуре Тояма.

Благодарю Вас за содействие.

アンケート集計

問	項目	人	%	合計(人)		
問1	男	9	25.7%	35		
	女	26	74.3%			
問2	20-29才	1	2.9%	35		
	30-39才	18	51.4%			
	40-49才	13	37.1%			
	50-59才	2	5.7%			
	60歳以上	1	2.9%			
	その他	0	0.0%			
問3	会社員	12	34.3%	35		
	教師・公務員	2	5.7%			
	企業家	7	20.0%			
	学生	4	11.4%			
	主婦	6	17.1%			
	その他	4	11.4%			
	その他	4	11.4%			
問4	1年未満	8	22.9%	35		
	1-2年	5	14.3%			
	2-3年	5	14.3%			
	3-4年	4	11.4%			
	5年以上	13	37.1%			
	その他	4	11.4%			
問5*	立山黒部アルペンルート	14	11.9%	118		
	高岡古城公園	7	5.9%			
	海王丸パーク	3	2.5%			
	五箇山	16	13.6%			
	太閤山ランド	10	8.5%			
	飛越ふれあいのさと	1	0.8%			
	氷見フィッシャーマンズワープ海鮮館	2	1.7%			
	黒部峡谷鉄道	8	6.8%			
	桜ヶ池	3	2.5%			
	宇奈月温泉	11	9.3%			
	牛岳スキー場	13	11.0%			
	立山温泉スキー場	15	12.7%			
	イオックス・アローザスキー場	4	3.4%			
	その他	11	9.3%			
	問6*	日本食	19		10.7%	178
		買い物	13		7.3%	
		山	17		9.6%	
海		16	9.0%			
温泉		19	10.7%			
町並み		7	3.9%			
コンサートや劇場		2	1.1%			
日本人との交流		13	7.3%			
花(桜など)		15	8.4%			
お祭り		11	6.2%			
商業施設		8	4.5%			
スポーツ(ゴルフ、スキーなど)		10	5.6%			
歴史・文化的遺産		19	10.7%			
公共交通機関		2	1.1%			
その他		7	3.9%			
問6-1*		電気製品	6	12.2%	49	
		カメラ	3	6.1%		
	衣類	12	24.5%			
	食料品	8	16.3%			
	日用品	5	10.2%			
	車	3	6.1%			
	化粧品	9	18.4%			
	その他	3	6.1%			
	問7	宿泊したい	10	28.6%		35
		宿泊したくない	22	62.9%		
無回答		3	8.6%			
問8*	インターネット	24	33.3%	72		
	旅行代理店	5	6.9%			
	友人や親戚	23	31.9%			
	テレビ	6	8.3%			
	新聞広告	3	4.2%			
問9*	雑誌広告	2	2.8%	93		
	新聞や雑誌の記事	5	6.9%			
	その他	4	5.6%			
	ツアーの金額	19	20.4%			
	ツアーの内容	24	25.8%			
問9*	買い物がしたい	3	3.2%	93		
	都会へ行きたい	1	1.1%			
	自然での休息	7	7.5%			
	伝統文化への興味	22	23.7%			
	歴史・文化的遺産への興味	15	16.1%			
	その他	2	2.2%			

*:複数回答可

図1-1 男女別人気の観光地

観光地	全体		男		女	
	人	%	人	%	人	%
立山黒部アルペンルート	14	11.9%	4	10.3%	10	12.7%
高岡古城公園	7	5.9%	3	7.7%	4	5.1%
海王丸パーク	3	2.5%	2	5.1%	1	1.3%
五箇山	16	13.6%	3	7.7%	13	16.5%
太閤山ランド	10	8.5%	3	7.7%	7	8.9%
飛越ふれあいのさと	1	0.8%	1	2.6%	0	0.0%
氷見フィッシャーマンズワープ海鮮館	2	1.7%	2	5.1%	0	0.0%
黒部峡谷鉄道	8	6.8%	4	10.3%	4	5.1%
桜ヶ池	3	2.5%	1	2.6%	2	2.5%
宇奈月温泉	11	9.3%	3	7.7%	8	10.1%
牛岳温泉スキー場	13	11.0%	7	17.9%	6	7.6%
立山温泉スキー場	15	12.7%	3	7.7%	12	15.2%
イオックス・アローザスキー場	4	3.4%	2	5.1%	2	2.5%
その他	11	9.3%	1	2.6%	10	12.7%
合計	118	100%	39	100%	79	100%

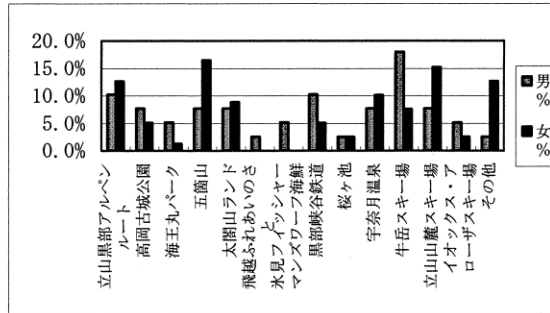


図1-2 年齢層別人気の観光地

観光地	20-29歳		30-39歳		40-49歳	
	人数	%	人数	%	人数	%
立山黒部アルペンルート	11	17.7%	2	5.3%	1	6.3%
高岡古城公園	4	6.5%	2	5.3%	1	6.3%
海王丸パーク	1	1.6%	1	2.6%	1	6.3%
五箇山	11	17.7%	3	7.9%	2	12.5%
太閤山ランド	3	4.8%	5	13.2%	2	12.5%
飛越ふれあいのさと	0	0.0%	0	0.0%	1	6.3%
氷見フィッシャーマンズワープ海鮮館	1	1.6%	0	0.0%	1	6.3%
黒部峡谷鉄道	4	6.5%	3	7.9%	1	6.3%
桜ヶ池	1	1.6%	2	5.3%	0	0.0%
宇奈月温泉	7	11.3%	2	5.3%	2	12.5%
牛岳温泉スキー場	7	11.3%	5	13.2%	1	6.3%
立山温泉スキー場	6	9.7%	7	18.4%	1	6.3%
イオックス・アローザスキー場	0	0.0%	3	7.9%	1	6.3%
その他	6	9.7%	3	7.9%	1	6.3%
合計	62	100%	38	100%	16	100%

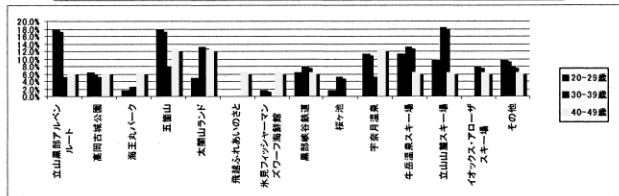


図1-3 滞在年数別人気の観光地

観光地	1年未満		1-2年		2-3年		3-4年		5年以上	
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
立山黒部アルペンルート	2	9.5%	2	13.3%	3	17.6%	2	14.3%	5	9.8%
高岡古城公園	2	9.5%	1	6.7%	0	0.0%	1	7.1%	3	5.9%
海王丸パーク	0	0.0%	1	6.7%	1	5.9%	0	0.0%	1	2.0%
五箇山	2	9.5%	2	13.3%	3	17.6%	2	14.3%	7	13.7%
太閤山ランド	2	9.5%	0	0.0%	1	5.9%	1	7.1%	6	11.8%
飛越ふれあいのさと	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.0%
氷見フィッシャーマンズワープ海鮮館	1	4.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.0%
黒部峡谷鉄道	1	4.8%	2	13.3%	1	5.9%	0	0.0%	4	7.8%
桜ヶ池	1	4.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.1%	1	2.0%
宇奈月温泉	2	9.5%	1	6.7%	0	0.0%	2	14.3%	6	11.8%
牛岳スキー場	1	4.8%	3	20.0%	4	23.5%	2	14.3%	3	5.9%
立山温泉スキー場	4	19.0%	1	6.7%	3	17.6%	2	14.3%	5	9.8%
イオックス・アローザスキー場	0	0.0%	0	0.0%	1	5.9%	1	7.1%	2	3.9%
その他	3	14.3%	2	13.3%	0	0.0%	0	0.0%	6	11.8%
合計	21	100.0%	15	100.0%	17	100.0%	14	100.0%	51	100.0%

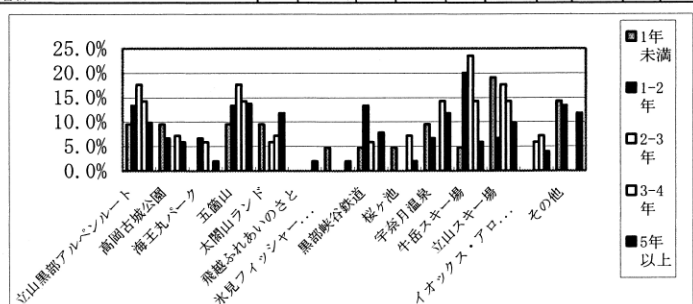


図2-1 男女別富山の興味

	全体		男		女	
	人数	%	人数	%	人数	%
日本食	19	10.7%	4	12.9%	15	10.2%
買い物	13	7.3%	0	0.0%	13	8.8%
山	17	9.6%	5	16.1%	12	8.2%
海	16	9.0%	1	3.2%	15	10.2%
温泉	19	10.7%	4	12.9%	15	10.2%
町並み	7	3.9%	0	0.0%	7	4.8%
コンサートや劇場	2	1.1%	0	0.0%	2	1.4%
日本人との交流	13	7.3%	3	9.7%	10	6.8%
花(桜など)	15	8.4%	0	0.0%	15	10.2%
お祭り	11	6.2%	3	9.7%	8	5.4%
商業施設	6	4.5%	1	3.2%	7	4.8%
スポーツ(ゴルフ、スキーなど)	10	5.6%	2	6.5%	8	5.4%
歴史・文化的遺産	19	10.7%	4	12.9%	15	10.2%
公共交通機関	2	1.1%	0	0.0%	2	1.4%
その他	7	3.9%	4	12.9%	3	2.0%
合計	178	100.0%	31	100.0%	147	100.0%

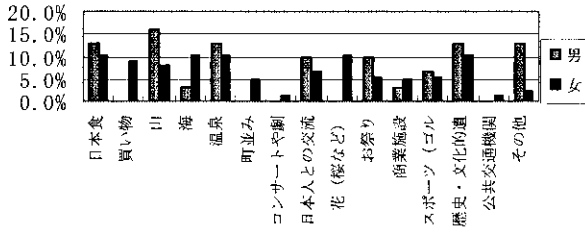


図2-2 年齢別富山の興味

	20-29		30-39		40-49	
	人数	%	人数	%	人数	%
日本食	10	9.5%	8	14.0%	1	9.1%
買い物	9	8.6%	4	7.0%	0	0.0%
山	10	9.5%	6	10.5%	0	0.0%
海	10	9.5%	5	8.8%	1	9.1%
温泉	12	11.4%	5	8.8%	2	18.2%
町並み	5	4.8%	2	3.5%	0	0.0%
コンサートや劇場	1	1.0%	1	1.8%	0	0.0%
日本人との交流	8	7.6%	2	3.5%	1	9.1%
花(桜など)	7	6.7%	6	10.5%	1	9.1%
お祭り	8	7.6%	3	5.3%	0	0.0%
商業施設	5	4.8%	2	3.5%	1	9.1%
スポーツ(ゴルフ、スキーなど)	5	4.8%	4	7.0%	1	9.1%
歴史・文化的遺産	11	10.5%	5	8.8%	2	18.2%
公共交通機関	1	1.0%	1	1.8%	0	0.0%
その他	3	2.9%	3	5.3%	1	9.1%
合計	105	100.0%	57	100.0%	11	100.0%

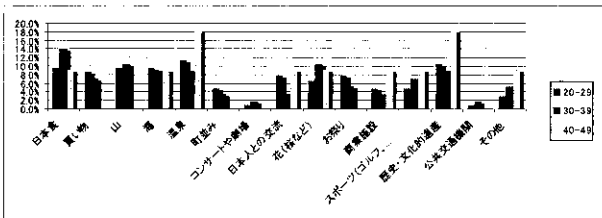


図2-3 滞在年数別富山の興味

	1年未満		1-2年		2-3年		3-4年		5年以上	
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
日本食	5	12.5%	4	13.3%	0	0.0%	2	11.8%	6	11.8%
買い物	2	5.0%	2	6.7%	3	13.0%	1	5.9%	5	7.4%
山	6	15.0%	2	6.7%	3	13.0%	2	11.8%	4	5.9%
海	4	10.0%	2	6.7%	3	13.0%	1	5.9%	6	8.8%
温泉	5	12.5%	1	3.3%	2	8.7%	3	17.6%	8	11.8%
町並み	1	2.5%	2	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	4	5.9%
コンサートや劇場	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.5%
日本人との交流	5	12.5%	2	6.7%	1	4.3%	1	5.9%	4	5.9%
花(桜など)	3	7.5%	2	6.7%	2	8.7%	2	11.8%	6	8.8%
お祭り	4	10.0%	2	6.7%	1	4.3%	1	5.9%	3	4.4%
商業施設	0	0.0%	2	6.7%	2	8.7%	0	0.0%	4	5.9%
スポーツ(ゴルフ、スキーなど)	2	5.0%	2	6.7%	2	8.7%	0	0.0%	4	5.9%
歴史・文化的遺産	3	7.5%	2	6.7%	3	13.0%	3	17.6%	8	11.8%
公共交通機関	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	1	5.9%	0	0.0%
その他	0	0.0%	3	10.0%	1	4.3%	0	0.0%	3	4.4%
合計	40	100.0%	30	100.0%	23	100.0%	17	100.0%	68	100.0%

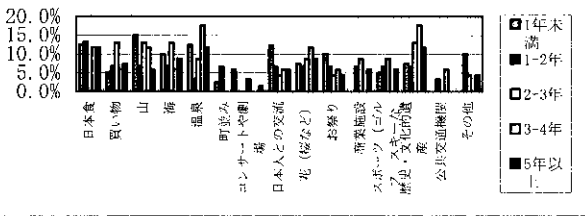


図3 男女別希望購入品

	全体		男		女	
	人数	%	人数	%	人数	%
電気製品	6	12.2%	0	0.0%	6	13.0%
カメラ	3	6.1%	0	0.0%	3	6.5%
衣類	12	24.5%	1	3.3%	11	23.9%
食料品	8	16.3%	1	3.3%	7	15.2%
日用品	5	10.2%	0	0.0%	5	10.9%
車	3	6.1%	0	0.0%	3	6.5%
化粧品	9	18.4%	0	0.0%	9	19.6%
その他	3	6.1%	1	3.3%	2	4.3%
合計	49	100.0%	3	100.0%	46	100.0%

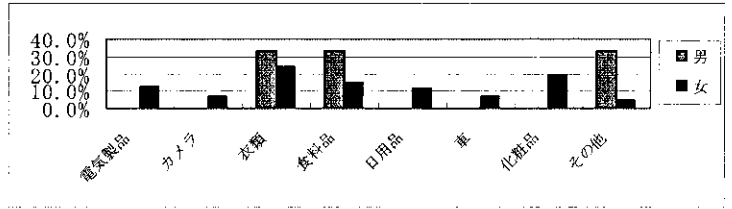


図4-1 男女別旅館宿泊

	全体		男		女	
	人数	%	人数	%	人数	%
宿泊したい	10	28.6%	1	11.1%	9	34.6%
宿泊したくない	22	62.9%	3	33.3%	19	71.8%
無回答	3	8.6%	0	0.0%	3	11.5%
合計	35	100.0%	9	100.0%	26	100.0%



図4-2 滞在年数別旅館宿泊

	1年未満		1-2年		2-3年		3-4年		5年以上	
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
宿泊したい	2	28.6%	0	0.0%	0	0.0%	3	75.0%	5	38.5%
宿泊したくない	3	42.9%	5	100.0%	5	100.0%	1	25.0%	7	53.8%
無回答	2	28.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.7%
合計	7	100.0%	5	100.0%	5	100.0%	4	100.0%	13	100.0%

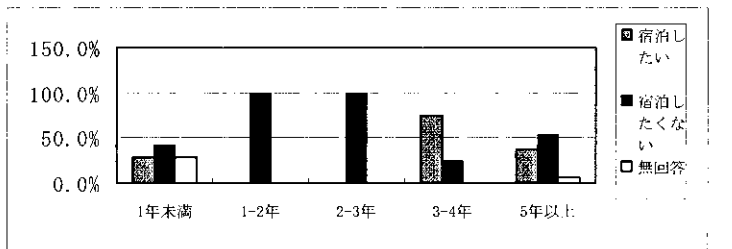


図5-1 男女別旅行の情報源

	全体		男		女	
	人数	%	人数	%	人数	%
インターネット	24	33.3%	8	42.1%	16	30.2%
旅行代理店	5	6.9%	1	5.3%	4	7.5%
友人や親戚	23	31.9%	4	21.1%	19	35.8%
テレビ	6	8.3%	1	5.3%	5	9.4%
新聞広告	3	4.2%	2	10.5%	1	1.9%
雑誌広告	2	2.8%	0	0.0%	2	3.8%
新聞や雑誌の記事	5	6.9%	1	5.3%	4	7.5%
その他	4	5.6%	2	10.5%	2	3.8%
合計	72	100.0%	19	100.0%	53	100.0%

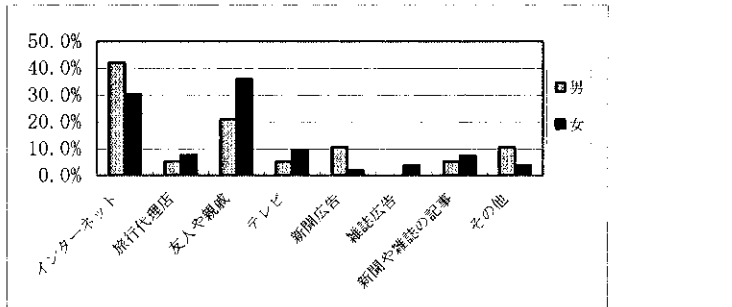


図5-2 年齢別旅行の情報源

	20-29		30-39		40-49	
	人数	%	人数	%	人数	%
インターネット	15	41.7%	8	25.8%	7	33.3%
旅行代理店	1	2.8%	4	12.9%	0	0.0%
友人や親戚	14	38.9%	7	22.6%	1	33.3%
テレビ	3	8.3%	2	6.5%	1	33.3%
新聞広告	1	2.8%	2	6.5%	0	0.0%
雑誌広告	0	0.0%	2	6.5%	0	0.0%
新聞や雑誌の記事	1	2.8%	3	9.7%	0	0.0%
その他	1	2.8%	3	9.7%	0	0.0%
合計	36	100.0%	31	100.0%	3	100.0%

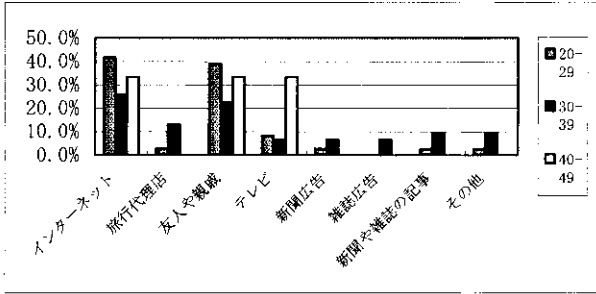


図5-3 滞在年数別旅行の情報源

	1年未満		1-2年		2-3年		3-4年		5年以上	
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
インターネット	4	26.7%	5	55.6%	5	35.7%	2	40.0%	7	23.0%
旅行代理店	0	0.0%	1	11.1%	1	7.1%	0	0.0%	3	10.7%
友人や親戚	6	40.0%	2	22.2%	5	35.7%	2	40.0%	8	28.6%
テレビ	2	13.3%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	10.7%
新聞広告	0	0.0%	0	0.0%	1	7.1%	0	0.0%	2	7.1%
雑誌広告	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	7.1%
新聞や雑誌の記事	2	13.3%	0	0.0%	1	7.1%	0	0.0%	2	7.1%
その他	1	6.7%	0	0.0%	1	7.1%	1	20.0%	1	3.6%
合計	15	100.0%	9	100.0%	14	100.0%	5	100.0%	28	100.0%

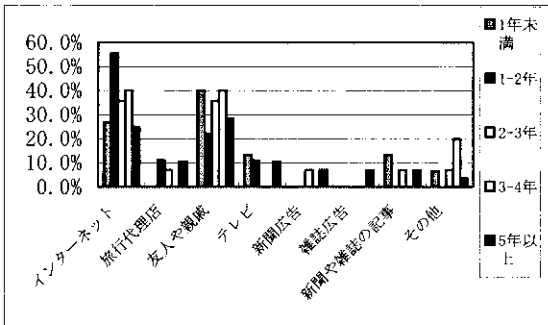


図6-1 男女別旅行の行き先の決定要因

	全体		男		女	
	人数	%	人数	%	人数	%
ツアーの金額	19	20.4%	4	21.1%	15	20.3%
ツアーの内容	24	25.8%	7	36.8%	17	23.0%
買い物がしたい	3	3.2%	0	0.0%	3	4.1%
都会へ行きたい	1	1.1%	0	0.0%	1	1.4%
自然での休息	7	7.5%	0	0.0%	7	9.5%
伝統文化への興味	22	23.7%	5	26.3%	17	23.0%
歴史・文化的遺産への興味	15	16.1%	2	10.5%	13	17.6%
その他	2	2.2%	1	5.3%	1	1.4%
合計	93	100.0%	19	100.0%	74	100.0%

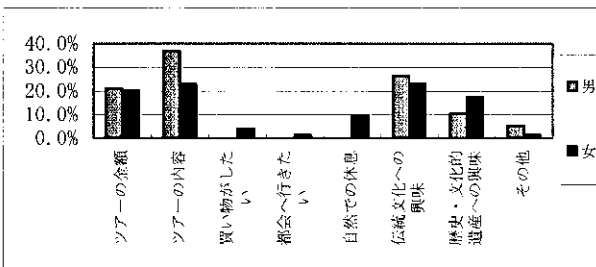


図6-2 年齢別旅行の行き先の決定要因

	20-29		30-39		40-49	
	人数	%	人数	%	人数	%
ツアーの金額	11	21.6%	7	21.9%	1	16.7%
ツアーの内容	15	29.4%	8	25.0%	1	16.7%
買い物がしたい	2	3.9%	1	3.1%	0	0.0%
都会へ行きたい	1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%
自然での休息	1	2.0%	4	12.5%	1	16.7%
伝統文化への興味	13	25.5%	6	18.8%	1	16.7%
歴史・文化的遺産への興味	8	15.7%	4	12.5%	2	33.3%
その他	0	0.0%	2	6.3%	0	0.0%
合計	51	100.0%	32	100.0%	6	100.0%

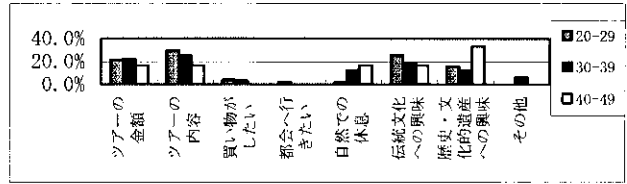
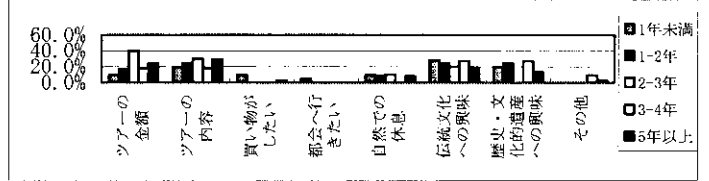


図6-3 滞在年数別旅行の行き先の決定要因

	1年未満		1-2年		2-3年		3-4年		5年以上	
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
ツアーの金額	2	9.5%	2	16.7%	4	40.0%	2	18.2%	9	24.3%
ツアーの内容	4	19.0%	3	25.0%	3	30.0%	2	18.2%	11	29.7%
買い物がしたい	2	9.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.7%
都会へ行きたい	1	4.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
自然での休息	2	9.5%	1	8.3%	1	10.0%	0	0.0%	3	8.1%
伝統文化への興味	6	28.6%	3	25.0%	2	20.0%	3	27.3%	7	18.9%
歴史・文化的遺産への興味	4	19.0%	3	25.0%	0	0.0%	3	27.3%	5	13.5%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	9.1%	1	2.7%
合計	21	100.0%	12	100.0%	10	100.0%	11	100.0%	37	100.0%



- i 法務省入国管理局「日本人出国者数」、法務省HP (<http://www.immi-moj.go.jp/toukei/index.html>)、日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」、日本政府観光局HP (http://www.jnto.go.jp/jpn/tourism_data/data_info_listing.html)
- ii 「ビジット・ジャパン・キャンペーン」、国土交通省HP (http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanko/detail_vjc.html)
- iii 「とやまの国際交流」第42号(2008年度版)、富山県生活環境部国際・日本海政策課、125頁
- iv 「国際観光の振興」、富山県観光・地域振興局観光局資料より引用
- v 富山県国際・日本海政策課松谷氏より聞き取り。
- vi 2007年に富山県に外国人登録しているロシア人は293人である。(「富山県における外国人登録者数の概要について」富山県知事政策室・日本海政策課資料より)
- vii 佐藤悦夫「富山の国際観光に関して—富山在住の中国人への意識調査を中心に」、富山国際大学国際教養学部紀要 Vol.3、2007年、45-64頁
- viii 佐藤悦夫(2007)前掲論文、56頁
- ix 佐藤悦夫(2007)前掲論文、54頁
- x 旅行会社 BIS、HP より http://www.bisintour.com/cruise_new_year_2009.php
- xi FKK エアサービス塩谷氏より聞き取り。FKK エアサービスは BIS ツアーの日本での受け入れを行っている。