

# 「金沢市近江町市場モニターツアー」活動実践報告 -観光の現場とインバウンド対応のための教育に関する考察-

## An Activity Report of the Guided Tour at Omicho Ichiba Market

### - Consideration about the Field of Tourism and Education Responding to Inbound Tourists -

葦 名 理 恵

#### 要旨

近年、金沢市においても観光産業に携わる人材育成が急務であるが、外国人観光客に対するホスピタリティ、英語でのコミュニケーションについては課題が多くみられる。そこで大学コンソーシアム石川の「学生による海外誘客チャレンジ事業」に採択された学外活動「近江町市場ウォーキングツアー～グローバルな台所・近江町市場～外国人観光客の満足度向上と地元客との共生を目指して」を通して、いわゆる「現場」から学生が学んだホスピタリティとコミュニケーションについて示す。

**キーワード：**インバウンド (inbound) / 学生ガイド (student tour guide) /  
 近江町市場 (Omicho Ichiba market) / 学外活動 (extracurricular activities)

#### I はじめに

「明日の日本を支える観光ビジョン」によると「安倍内閣の発足から3年。戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワークの拡大など、大胆な「改革」に取り組み続けてきた。この間、訪日外国人旅行者数は2倍以上の2000万人に達し、その消費額も3倍以上となり、自動車部品産業の輸出総額に匹敵する約3.5兆円に達した。」さらに「観光を我が国の基幹産業へと成長させ、『観光先進国』という新たな挑戦に踏み切る覚悟が必要である。」としている。このような時流の中、訪日外国人から寄せられる日本滞在中の不満、困ったことにおいて常に上位に挙げられるものの一つに「コミュニケーションが取れない」がある。(図1)

本稿では、このような観光地での現状を踏まえ、大学コンソーシアム石川による「学生による海外

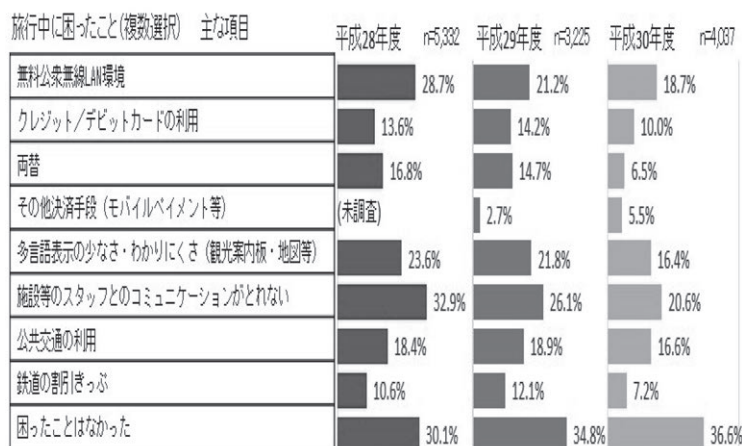


図1 旅行中に困ったこと 3か年比較

誘客チャレンジ事業」の採択事業である「グローバルな台所・近江町市場～外国人観光客の満足度向上と地元客との共生を目指して～」の学外活動の現場において、外国人観光客との交流を通してみられた本学学生の英語、コミュニケーション力の向上に関して学外活動が学生に与える影響について考察する。なお、本稿における「現場」とは実際に観光案内を行う場所、時間、空間を指すものとする。

ASHINA, Rie

北陸学院大学短期大学部 コミュニティ文化学科  
 主要担当科目 Kanazawa Guide、Hospitality English

## II 金沢市内観光地の現状

平成27年の北陸新幹線開通後、金沢市内の訪日外国人観光客の入込数として宿泊者数を見てみると、平成25年の155,899人から平成29年は448,267人と増加し、前年比においても113.1%の伸びを示している。また観光客が訪れる市内の観光地としては以下の通りである。全体では、「金沢城・兼六園」が93.1%と最も多く、次いで「茶屋街」72.1%、「近江町市場」68.5%、「金沢21世紀美術館」37.4%、「長町武家屋敷」37.3%の順となっている。

(金沢市経済局営業戦略部観光政策課作成「金沢市観光調査結果報告書」平成29年より)

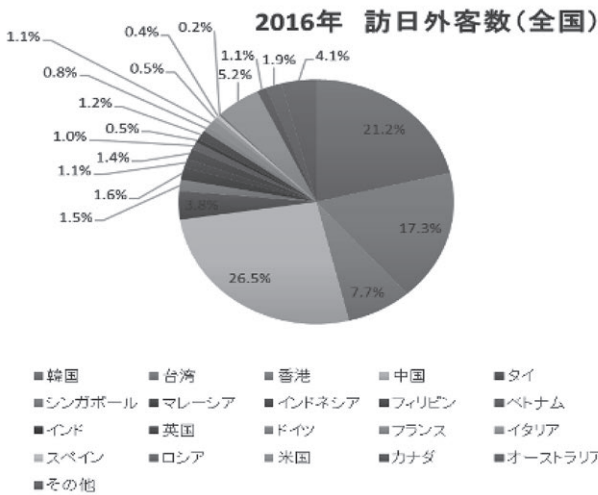


図2 2016年国別訪日外国人旅行者数(全国)

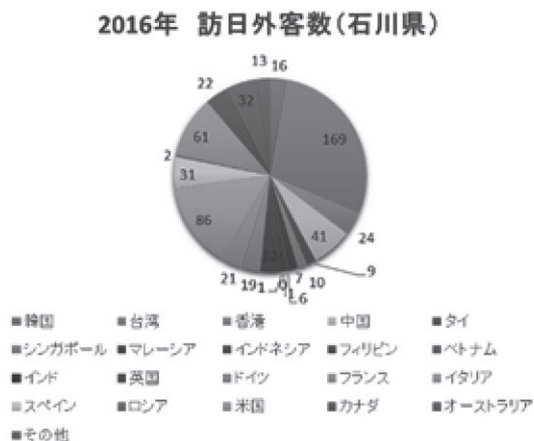


図3 2016年国別訪日外国人旅行者数(石川県)

注) JNTO資料(2016年)、観光庁推計(2016年)より作成

図2、図3から全国と石川県を訪れる外国人観光客の国別内訳に違いがみられる。全国的には韓国(21%)、中国(27%)、台湾(17%)が上位3か国であるのに対し、石川県に関しては台湾(28%)、イタリア(15%)、米国(10%)という順になっている。台湾が高い割合を示しているのは、小松ー台北の直行便が毎日に運航していることが影響していると考えられる。しかし韓国(3%)、中国(7%)が全国と比べ非常に低い割合を示していることは石川県の訪日外国人観光客誘致を欧米豪中心に行っている結果が表れているといえる。

## III 学生の活動

今回の「学生による海外誘客事業」のスケジュールに沿った活動内容を表1に示す。

表1 学生活動スケジュール

活動日・期間	活動内容
平成30年9月9日	・キックオフミーティングに参加
9月24日	・近江町にアンケート内容について打ち合わせ
10月22日	・近江町市場へヒアリング
10月29日	・通訳案内士の方のツアー体験
11月9日10日	・金沢駅で外国人観光客にアンケート調査
11月17日18日	・先行地視察
11月22日	・近江町市場へ先行地視察の報告
12月3日	・近江町市場にてモニターツアーの打ち合わせ
12月4日	・中間報告会
12月7日	・近江町市場にてテキストの確認
12月14日	・近江町市場にてツアー練習
12月17日	・第一回モニターツアー
平成31年1月18日	・英語教室
1月23日	・金沢駅にて事前受付
1月24日	・第二回モニターツアー
1月30日	・英語教室
2月1日	・第三回モニターツアー

今回の活動に参加した学生は短期大学部1年生4名であった。特に英語、または観光コース希望ではない4名であったが、活動に対しては前向きで活発であることが共通していた。ただし、活動を始める前にとった学生アンケートでは下記の不安要素が目立っていた。

ガイド活動前に最も不安なこと

- 1 英語力
- 2 社会人との交渉、コミュニケーション
- 3 ガイドができるかどうか(市場についての知識)

このような漠然とした不安を抱えることは一般的であると思われ、これらの不安を解消しながら、成果ある活動へつなげるために以下の計画を立てた。

- ①近江町市場商店へのアンケートや学生ガイドによる視察を行う。
- ②ガイドテキスト作成、ガイドに必要な英会話学習とモニターツアーを実施する。
- ③学生がガイドを行うことによって外国人観光客の満足度を向上させ、また地元客の利便性を回復するための事例をつくる。
- ④モニターツアー後、再度現況調査を行い、解決した課題と新たな課題の確認を行う。
- ⑤次年度に向けて発見された新たな課題の解決案とガイド内容のブラッシュアップ案を作成する。

活動期間内に上記①～③の前半までを実行した。以下にそれぞれの活動内容とそこからみえてきた課題をまとめる。

#### Ⅳ 活動概要とそれぞれの課題

##### ① アンケートと視察

まず近江町市場商店街振興組合のご協力をいただき、市場内店舗にヒアリングを行った。当初のアンケートでは、外国人観光客受け入れに対して店舗によってかなりの温度差があり、対応も各店

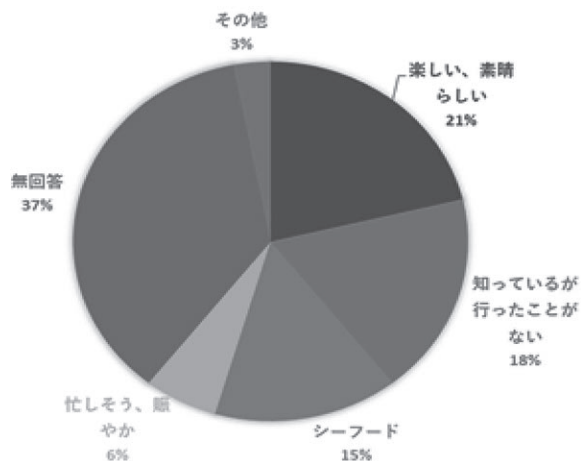


図4 訪日外国人観光客が持つ近江町に対するイメージ

舗ばらばらであるという結果がみられた。受け入れに前向きな店舗においては「市場がにぎやかになる」「外国人とコミュニケーションが取れる」という意見がある一方で、「(自分が英語を話せないので) コミュニケーションが取れない」「昔からの市場を維持したい」「外国人のマナーが悪い」「売り上げが伸びない」などの意見もみられた。

また今回の活動で学生が金沢駅で外国人に対し、「近江町市場についてのイメージ」のアンケートを行った結果を図5にまとめた。(2018年11月9日～10日実施 回答数41)。このアンケートにおいて、外国人観光客は近江町市場という名は知っているが、「行ったことがない」18%、または「イメージがない・無回答」37%との回答が合計55%と過半数を超えた。学生達の所感としては「自分たちが思うほど近江町市場は外国人に認知されていない」といったものだった。この結果は金沢で生活している学生たちにとっては意外な結果であったようだ。

今回の活動において参加学生はどのように「ガイド」すればよいのか？ということが具体的にイメージ出来ていなかったため、モニターツアー実施前に京都錦市場にて先行事例視察を行った。錦市場において学生ガイドグループ「グッドサマリタンクラブ」のメンバーによる市場ガイド体験とグループ代表メンバーへのインタビューを行い、さらに錦市場事務局長との面談の機会を得た。実際に学生ガイドの方にツアーを行ってもらい、錦市場内を往復し、外国人観光客との会話や興味を持つものについての説明の仕方などを学んだ。その際に印象的だった点は、外国人観光客は市場や食の話題よりも、学生の日常生活や専攻についてなど、モノよりも人に興味を持って質問することが多い、ということだった。ここでも外国人観光客はその土地の人間とのコミュニケーションを望んでいることがうかがえる。

錦市場商店街振興組合・是永氏には組合としての外国人観光客対応や、市場の変化などについて話を聞くことが出来た。平成30年11月9日付け京都新聞掲載記事(図5写真1)において、同組合宇津克美理事長は「しっかりとした理念を持ちながら、観光という時代のニーズに対応する『不易流行』の考えで錦らしきを守り、地元客も観光客





図5(写真1) 平成30年11月28日付け京都新聞



図6(写真2) 統一された食べ歩きに対する掲示物と錦市場の様子

も全て大事にしていきたい」と話していた。それをもとに、最近増えている食べ歩きへの対応策も禁止ではなく、店舗にイートインスペースの設置や、ゴミ箱の設置を推奨している。市場内には統一された食べ歩き抑制の掲示物とゴミ箱が多く設置されていた。これらは市場全体が意思統一し、散乱するゴミや食べ歩き問題に取り組んでいる印象を効果的に外国人に伝えていていると感じた。(図6写真2)

② 京都錦市場と金沢近江町市場の共通点と差異  
表2にある通り、この二つの市場は歴史や成り立ちに似通っている部分がみられるが、市場の構造の特徴として、金沢近江町市場は6町にまたがる作りとなっており、面積が19279.19㎡であるの

に対し、京都・錦市場も4町にまたがってはいるが、錦小路通りの寺町入り一高倉間の直線的な作りのため面積では表さず、全長390mとしている。またその差が両市場の店舗数の差として表れている。錦市場は通路の幅が3.5mと狭く、いわゆる渋滞が度々起こる。現在、どちらの市場においても小規模なガイドツアーが行われている。両市場共にアーケードを備えており、天候に左右されず、その土地の食文化を地元ガイドの案内を聞き、理解を深めたいうで、その場で新鮮な食を楽しむことが出来るガイドツアーは人気が出て当然であろう。道幅(近江町市場の道幅は通りによって異なるが広いところで5.5m幅)などを考慮すると、通路が縦横に交差し、回遊する動きが取れる点では近江町市場は錦市場より市場探検という雰囲気であり「ツアー」を楽しめる構造といえる。しかしながら、両市場はともに「京の台所」、「金沢市民の台所」といわれるように、その地域住民にとっても日々の生活に欠かせない食品購入の場という

表2 両市場の比較

	金沢・近江町市場	京都・錦市場
歴史・市場の始まり	享保6年(1721年)	元和元年(1615年)
キャッチコピー	金沢市民の台所	京の台所
組合名 設立年	近江町市場商店街 振興組合 昭和40年	京都錦市場商店街 振興組合 昭和38年
店舗数	185	128
店舗内訳(業種構成)		
鮮魚	28	18
野菜・果物	34	7
精肉・鶏卵	5	6
飲食料品	52	62
衣服 身の回り品	9	11
飲食業	38	14
金融業	2	0
製造業	2	0
その他	15	10

イメージもあり、観光地ではなかった時代の一面が今も残っている。地元市場という昔からの大切な役割と新たな観光地としての役割を担う必要に迫られている。

### ③ 客層の変化

前述のように、近江町市場のキャッチコピーは「金沢市民の台所」である。しかしながら、現在ではTVニュースなどで紹介される際には「金沢市の観光名所」と紹介されている。実際に市場を歩くと外国人、日本人に関係なく観光客が多く歩いており、それに対応する店舗が増え、昭和の頃にあった店舗がなくなり、地元客が離れているという現状を目の当たりにすることができる。近江町商店街振興組合の方が話していた「近江町は金沢市民の台所であり続けたい」「地元客にも買い物をもっとしてほしい」という思いは市民全体にはなかなか伝わりづらいようである。金沢市民の声として「観光客が多くて行きにくくなった」な

どというアンケート結果がみられた。(表3) 今回の活動に参加した学生4名(石川県出身3名、富山県出身1名)も近江町市場を訪れたのはこの活動で初めてだという。アンケート結果からも10代、20代という年齢層は来場する割合が低く、コメントを見る限り20代以下の来場者は県外からの観光客のみである。地元若年層はすでにこのような場所で買い物をする生活スタイルではないと考えられる。

### ④ 店舗の対応 - 各店舗による違い

両市場の組合と店舗へのヒアリングからみてきたこととして、共に増える外国人観光客への各店舗の対応には温度差がある。「食」は観光資源としても大変に誘客力がある。市場を歩く外国人観光客の中には、その場で食べられるものを購入することを好む人たちもいる。一方で鮮魚などを誰でも手に取れる(触ることが出来る)状況での販売形式に驚き、衛生面から購入や試食を嫌う人もいる。外国人観光客にも国、文化的背景、慣習や個人差があるが、市場内の店舗にも外国人観光客への対応に差が見られる。近江町市場におけるヒアリングを下記にまとめた。

表3 平成30年2月3日近江町市場鍋アンケート結果

近江町市場鍋(平成30年2月3日)アンケート結果		
＜目的＞ まちづくり事業費補助金の効果検証(アンケートの必要性確認)		
＜アンケート結果＞		
有効回答	204人	
性別	女性 53% 男性 47%	
年齢	10代4%、20代13%、30代16%、40代18%、50代20%、60代15%、70代11%、80代3%	
住所	市内 45% 市外 55% (関東32%、関西17%、東海17%、北陸13%)	
情報源	たまたま 52% ポスター 14% ネット等 16% 口コミ 6%	
再来訪	もう一度来たい 96%	
コメント	好意的	・土曜なのに人が多すぎず歩きやすい、天候に左右されないので良い。(20代女性、東京、初めて来場) ・素敵な所ですね。(20代女性、神奈川、初めて来場) ・活気があってよい。(30代女性、市内、年に数回来場) ・活気がある。(40代男性、市内、月に1回来場) ・活気があってよかった。(40代男性、岐阜県、年に数回来場) ・魚が安くおいしい、日曜に魚があるからよい。(60代女性、市内、月に1回来場) ・魚をさばってくれるからよい。(60代女性、市内、週2~3回来場) ・やさしい店が多いのでうれしい。(70代女性、市内、ほぼ毎日来場) ・気に入ってるお店がたくさんある。(70代女性、市内、ほぼ毎日来場)
	批判的	・観光客にやたら話しかける店員は面白いけど考えさせられる。(10代男性、沖縄、初めて来場) ・観光客のマナーが悪い。価格が上昇。地元の人にやさしい市場で。(30代女性、市内、ほぼ毎日来場) ・遅い時間やっていない。(30代男性、市内、年に数回来場) ・観光客を優先している。市民そっちのけ。(40代男性、野々市、年に数回来場) ・ゆっくり見たいね。(60代男性、市内、週に2~3回来場) ・観光地として魅力がない。前のように市民のための市場にして。(70代女性、市内、週に2~3回来場) ・観光客がだらしない。(80代男性、市内、週に2~3回来場) ・観光客の食べ歩きはよくない。(80代男性、市内、週に2~3回来場)
	要望	・観光客も大卒だが地元民が買いやすいように。(50代男性、市内、週に2~3回来場) ・もっとイベントがあれば来る(30代男性、市内、年に数回来場) ・もう少し安くして。(30代男性、市内、週に2~3回来場) ・お土産は外にして、魚、野菜、肉に特化した市場にしてほしい。(40代女性、市外、初めて来場) ・イベント告知を大々的に。(50代男性、市内、月に1回来場) ・金沢市民の台所としてこれからも発展してほしい。(60代女性、市内、月に1回来場) ・もっと市民が来やすいように。(60代男性、市内、月に1回来場) ・安く買い物ができるように。(70代女性、市内、月に1回来場) ・観光客向け団体専用の食堂が必要。(70代男性、市内、ほぼ毎日来場)

表4 外国人が市場に来ることに対するアンケート回答(抜粋)

好ましい 3店舗	好ましくない 2店舗
<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場が賑わう</li> <li>・新しい顧客である=売り上げになっている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人はマナーが悪い</li> <li>・地元客が離れた</li> <li>・外国人は買い物しない=売り上げにならない</li> </ul>

平成30年10月22日実施近江町市場ヒアリングより作成

上記の声はモニターツアーに協力いただき、ヒアリングをした店舗(5軒)の意見ではあるが、それら以外の店舗からも市場での会話内では業種を超えて共通して聞かれたものである。また「英語対応できるスタッフがいない」との理由で「好ましくない」とする店舗もみられた。中にはヒアリング中に「外国人より日本人観光客のほうが行儀悪いよ」と耳打ちするように意見を



くれた女主人もいた。古くは自然発生的に始まった市場という歴史があり、外国人観光客対応においても、全ての店舗で「外国人観光客を受け入れる」という合意を形成し得るということは不可能であろう。

⑤ モニターツアー実施

今回の活動ではモニターツアーを計3回実施した。

第1回 12月17日

3名(日本在住者3名:ロシア2名、フィリピン1名)

第2回 1月24日

5名(アメリカ2名、香港1名、シンガポール1名)

第3回 2月1日

7名(シンガポール7名(内子供3名))

このような活動の場合、集客が最も困難な課題となるが、今回はFacebookを使用してツアー情報をシェア、リンクで申し込み用 구글フォームを使用した。その際には告知用フライヤーの画像



平成31年1月24日



平成31年2月1日



平成31年2月1日

図7(写真3-1、2、3)  
モニターツアー実施時の様子



図8(写真4) 平成31年1月25日付け北國新聞

(資料1)を添付し、投稿を繰り返した。その結果、第2回ツアーは3組共に前日の申し込み、第3回は予定外の日程でのツアー実施リクエストがあり、それに対応したものとなった。英語を母語とする観光客は2回目のアメリカ人カップルのみであった。その他はシンガポールや香港といったアジアからの観光客という内訳であったが、英語が共通語であることに変わりなかった。

⑥ ガイドに必要な英会話学習

初回のモニターツアーを経験した学生4名は、初めて会う外国人とわずかながらでも、意思の疎通が取れたことに感動し、「次回は〇〇について話したい」など積極的な姿勢を共通して見せていた。3回のモニターツアーの間に現役の通訳案内士を講師に迎え、英語学習の時間(2回実施)を設けた。学生は実際にガイドを行った際に伝えら



図9(写真5) 学生が作成したテキスト一例

れたこと、また言葉が出ず伝えられなかった具体的な事例をあげ、それらを次回はどのように伝えるのかテキスト化（読み・書き）を行った。

また「伝える」（聞く・話す）技術を学習した。学生は現場で「伝えられない」もどかしさと「伝えたい」という気持ちを強く感じており、次回モニターツアーに備え、より具体的でシンプルな英語説明を講師に尋ねるなど、現場に即した英語を取り入れようとしていた。ツアー実施前と比較すると積極的かつ具体的に自ら問題点を解決しようとする姿勢が見られた。

この知識学習→現場体験→【課題整理+学習】→現場実践→【課題整理+学習のブラッシュアップ】→現場実践→【課題整理+学習のブラッシュアップ】→以降繰り返し、とする「現場実践→課題整理+学習のブラッシュアップ」のサイクルを一定以上の間隔をあげずに繰り返し行うことによってガイドとしての知識、英語力の向上、コミュニケーションスキルの上達を図ることが出来るようになる。

## V 学生の成長

今回の活動を通して学生自身が「学んだ」「成長した」と挙げた項目を下記に述べる。

### ① ガイド活動を通して

ガイドツアー実施後、最も「出来なかった」と感じたことは以下のとおりであった。

- ・ゲストからの質問に回答できない、
- ・市場やその食品などについて英語で説明できない。

「出来なかったこと」の原因は「もの」についての知識不足、英語力不足によるものと考えられる。これらの解決にはIV-⑥で述べた学習のサイクルが有効と考える。

### ② ガイドツアー実施後、最も「出来た」かつ「重要」と感じたこと

- ・笑顔、目を見て話す、積極性

「出来た」かつ「重要」とした項目はすべてノンバーバルなコミュニケーションであり、かつ一般的に日本人が不得意といわれる外国人とのコミュニケーションの基本である。これらコミュニケーションを「出来た」と感じることも現場体験

を通して得られるものであり、教室内での学生同士のロールプレイングなどでは得難い結果と考える。

またガイド活動を特に積極的に行った学生Bは以下の学びを得たと述べている。

\*英語に自信がなくてもモニターツアーの回数をこなすうちに自然と自信がつく

\*相手の考えていることを「先読み」することが出来るようになった。

### ③ 活動全体を通じて

グループ代表学生Aが学んだこととして挙げたことを下記に述べる。

\*優先順位を決め物事を計画的に進める（計画性）

\*様々な人と関わり活動を進めていくこと（調整力）

筆者自身のガイド経験を通して、ガイドとして必要な能力として現場では「先読み力」と「調整力」が重要と考える。なぜなら「先読み力」は実際のガイド業務において顧客のニーズを的確に捉え、先回りして行動することは顧客満足度の向上に直結する。これはホスピタリティに通じると考える。また「調整力」についてはトラブル発生時には周囲の協力を仰ぎ、問題解決する能力は必須能力の一つであるからである。学生が活動を通して現場を経験し、これらの能力について言及していることは大変興味深い。

## まとめ

今回は約6か月間という短い期間ではあったが、学外活動を通して、学生が現場で外国人観光客に対するホスピタリティとコミュニケーションを取るということについての学びの経緯をみてきた。今後もこれら「現場」を活用し、教室で学ぶホスピタリティとコミュニケーションの理論と現場での実践の効果について追究する。

## 謝辞

近江町市場については同市場商店街振興組合・江口様、また市場内の店舗関係者の皆様方にも大変多くのご協力をいただき、市場内店舗へのインタビューやガイド練習、3回にわたるモニターツアーを行うことが出来たことに心より感謝申し上げます。



また大学コンソーシアム石川の海外誘客チャレンジ事業により、この活動の機会を得たことに深く感謝いたします。  
 学生による海外誘客チャレンジ事業ホームページ  
<https://www.ucon-i.jp/newsite/post-21.html>

〈参考文献〉

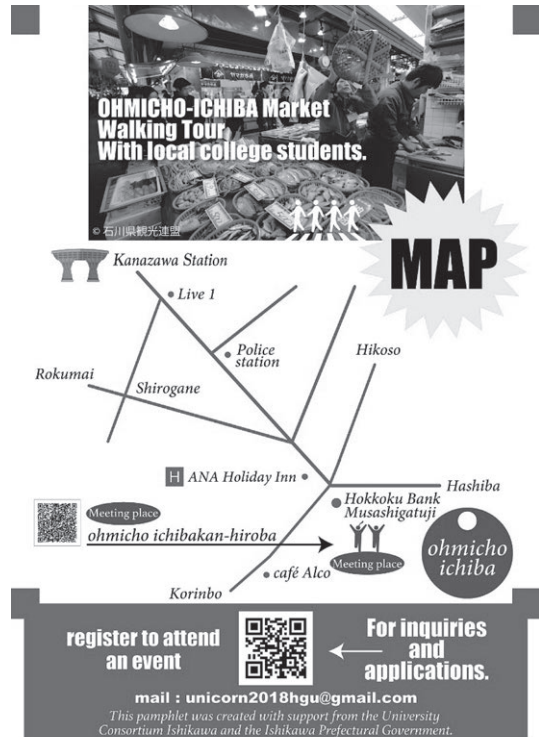
- 1) 「明日の日本を支える観光ビジョン」  
 観光庁ホームページ  
[https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics\\_01\\_000205.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics_01_000205.html)  
 令和元年8月10日閲覧

図1) 訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート結果」  
[http://www.mlit.go.jp/kankocho/news\\_08\\_000267.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/news_08_000267.html)  
 令和元年10月23日閲覧

資料1 モニターツアー告知用フライヤー 表



資料1 モニターツアー告知用フライヤー 裏



資料2 大学コンソーシアム石川パンフレット活動掲載ページ

