

金沢ことばの観光リソースとしての利用：北陸新幹線開通にともなう金沢のおもてなしの提案

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-10-03 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/2297/41243

金沢ことばの観光リソースとしての利用

——北陸新幹線開通にともなう金沢のおもてなしの提案——

経済学類 3年 山本 祥子¹

<概 要>

北陸新幹線開通にともなって人の大きな移動が予想される。交通網の発達をもたらすのはただの人やモノの移動ばかりでなく、利便性を求め言語表現などを統一化するはたらきも生み出す。この統一化というはたらきは利便的である反面、地域の個性を奪ってしまう可能性も含んでいる。標準的な言語表現は便利であるが、地域の個性となる文化は存続させなければならない。文化で、特に個性となるものを観光資源に利用できないだろうかと考え、ここに“金沢ことば”という金沢特有の言語の利用を提案する。金沢ことばとはどのような特徴をもっているのか。このことばの持つ印象は他の地方言語と比較してどのようなものなのか、人々を惹きつける魅力はあるのか。金沢という地方都市ならではの地域と方言のギャップやコンプレックスなどの存在を明らかにし、金沢ことばを実際に観光資源として利用しているかを調査する。金沢ことばの存続と新たな使用範囲の構築をかけ、観光リソースとしての利用を考察していく。

<キーワード>

金沢；金沢ことば；北陸新幹線；観光；おもてなし

¹ sappyon007@gmail.com

<目 次>

はじめに

1. “金沢ことば” とは
2. 過去の金沢ことばに対する意識
3. 現在の金沢ことばに対する意識調査
4. 現在の共通語に対する意識調査
5. 金沢ことばの使用
6. 考察

おわりに

はじめに

2015年3月14日に金沢 - 東京間をつなぐ北陸新幹線が開通する。北陸と東京を直接結ぶ交通網が整備されるのは久しい。かつて新潟や大阪経由でしか足を踏み入れることができなかった北陸へ大きな交通網の整備から、金沢への人やモノの移動を活性化することが予測できる。この活性化によって地方中枢都市である金沢市には大きな経済効果が期待される。

新幹線の開通のような交通網の整備は人やモノの移動の活性化だけでなく、その利便性を高めるために駅構内をはじめとして町中の案内の表現を標準化させる働きがある。たとえば、駅の案内板や標識などは誰が見てもわかりやすくする必要がある。こういった公共のもの、多くの人々が利用するものに関しては、画一化される傾向が強い。

しかしながら、画一化は多くの人々にとっては便利になる働きをする一方で、その土地の個性をなくしてしまう恐れも含んでいる。金沢は中核都市である一方で“地方”の観光都市としての一面も持っている。金沢に訪れる観光客に対して、金沢らしさを五感で体感してもらうことができたのなら、より金沢を堪能できるのではないだろうか。

そこで、金沢特有の文化でもある“金沢ことば”を観光リソースとして利用することにより、“金沢ことば”を地域の活性化に役立てる可能性について考察する。

1. “金沢ことば”とは

金沢特有の文化である「金沢ことば」。すなわち、金沢という地域で使われている方言のことである。金沢市は言うまでもなく、金沢市周辺地域でも使われている。石川県民なら誰もが耳にし、口にすることがあるだろう。筆者がここであえて“方言”という言葉を使わずに“ことば”としているのには理由がある。後に述べることになるが、一つは方言におけるコンプレックスが存在したことで、“方言”という言い方を避けたかったためである。もう一つは“ことば”という単語にはその地でしか話さない、いわば言語という意味が含まれているためである。観光リソースとして金沢方言を使用する際に、金沢という場を非日常の空間へと感じさせるために、言語として方言を使用するといった意味を込めて“ことば”という単語を用いた。また“方言”や“～弁”よりも“ことば”としたほうが観光客も身近に感じやすいであろう。

2. 過去の金沢ことばに対する意識

加藤和夫(1995)の研究によると『データブック全国民意識調査 1996』に載る調査では、「あなたは地方訛りがでるのは恥ずかしいことだと思いますか」という質問に対して、「そう思う」と回答したのは全国平均13.0%であった。この数字を基準にこれよりも「かなり高い」、「差なし」、「かなり低い」という3グループに分けた場合、金沢市は「かなり高い」グループに分類された。また同調査で「あなたはこの土地のことばが好きですか」という質問に対して、「そうは思わない」という回答が全国平均よりもかなり高い数字を出していた。こうした結果から、全国的に見て石川県は方言を「恥ずかしいと思う」「好きになれない」人の多い地域であるということが見えていた。

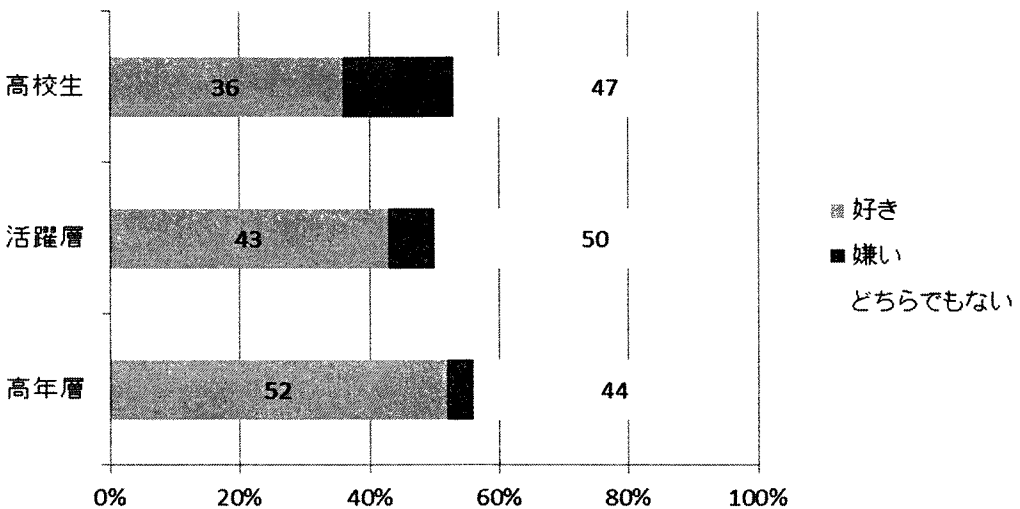


図1 「金沢弁が好きですか」に対する回答²

² 加藤(2003)に基づいて作成。

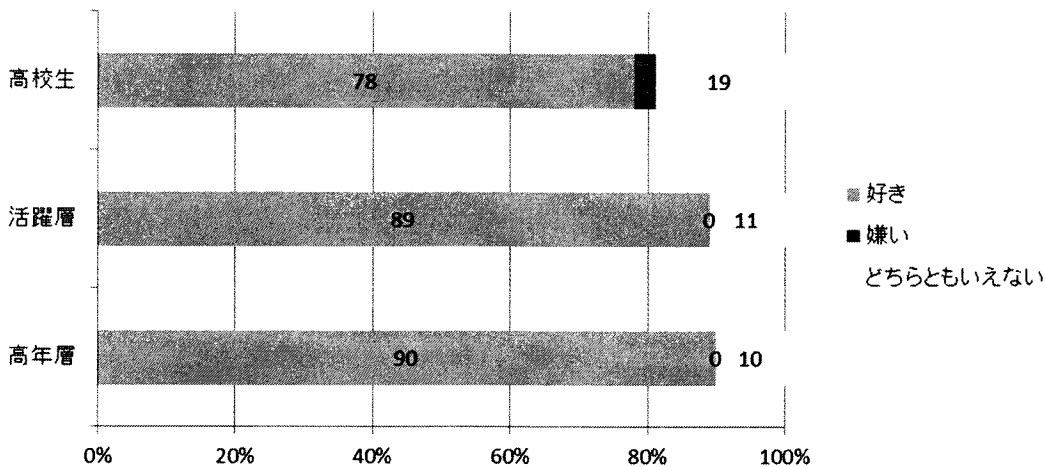


図 2 「あなたはこの地域が好きですか」に対する回答³

加えて、同研究で行われた金沢の方言好感度調査から「金沢弁が好きですか」という問いに対して図 1 のような結果が得られた。高年層・活躍層に比べ、高校生の“金沢弁が嫌い”という傾向が強いことがみてとれる。また、同調査において「あなたはこの地域が好きですか」という問いに対しては図 2 の結果が得られた。いずれもさきほど述べた結果と同様である。

金沢市の地域としての特徴に、加賀百万石の城下町として雅な伝統工芸などを売り物としている町であるというものがある。その一方で雅な金沢のイメージに俗っぽい金沢弁は似合わない、そんな感覚が金沢の人々の方言好感度を低くしているのではないかと考えられる。また、金沢は北陸の中核都市として確固たる地位を占めてはいるが、北陸を離れたら金沢の地名もそれほど高いとは言えない。これらのことが地域や方言コンプレックスにつながっている一因といえよう。すなわち、金沢市は地域好感度と方言好感度のギャップが大きい街といえる。

続いて中村 (2009)より、1995 年と 2009 年当時の高校生の言語意識を分析してみることとする。

³ 加藤(2003)に基づいて作成。

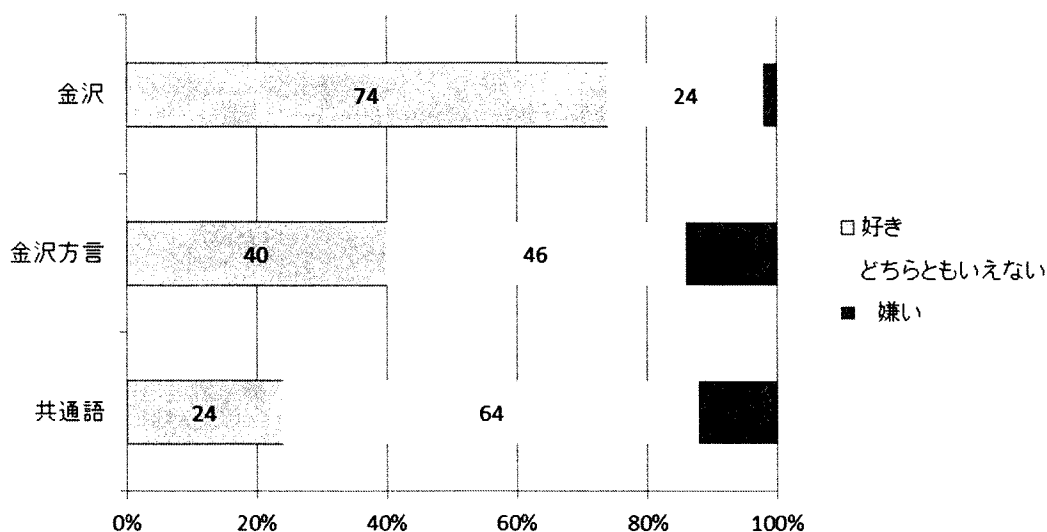


図 3-1 1995 年当時の高校生の意識調査の結果⁴

1995 年は先にとりあげた加藤（1995）の調査によるものである。この調査では金沢を地域としてみた場合は好きだけれども、方言となるとそうでもないという地域好感度と方言好感度のギャップがよくわかる。続いて 2009 年の高校生の意識調査を分析してみる。

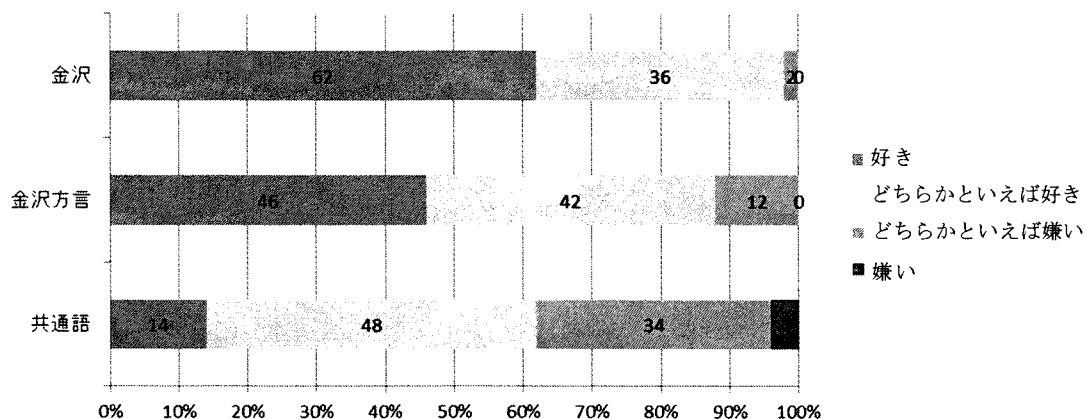


図 3-2 2009 年当時の高校生の意識調査の結果⁵

こちらでは調査者がより詳細な好感度調査を行うため、回答選択肢を

⁴ 中村（2009）に基づいて作成。

⁵ 中村（2009）に基づいて作成。

4 項目にして調査したものである。1995 年の調査と完全比較することはできないが、1995 年に比べ 2009 年は金沢という地域についても、金沢弁についても“嫌い”と答えた人の割合が減っており、地域好感度と方言好感度のギャップが縮まっているといえる。したがって、金沢では約 20 年前には方言のコンプレックスが存在し、5 年前の調査においてそのコンプレックスは薄まってきているといえるのである。このような方言コンプレックスの薄まりについて、陣内（2007）はつぎのように述べている⁶。

明治時代以降日本国内の統一の動きと共に標準語政策が推し進められ各地の方言は急速に衰退していったが、1970 年代あたりから標準語化の速度が緩慢となり、1980 年代には方言の価値を認める傾向がみられ方言を積極的に評価し、町おこしや村おこしのために利用するようにもなった。方言が価値あるものとして見直されたことも、このギャップが縮まった要因と考えられる。

3. 現在の金沢ことばに対する意識調査

先行研究をもとに、現在の金沢における地域好感度、方言好感度を調査した⁷。調査方法としては、先行研究と同項目での現在における金沢方言の意識調査を行い、先行研究との比較を行った。また、金沢方言が実際に利用されているのかどうか、駅と主な観光地（近江町市場、兼六園）にて調査した。これらの場で話し言葉としての金沢方言だけではなく、デザイン（言語景観）として使われているか調査した。

まず予備調査を行った。金沢方言、共通語、大阪弁のもつ印象について 15 名に意識調査を行い、この予備調査で少しでも方言話者の方言に対する意識の変化がみられれば、先行研究をうけて調査する価値があるからだ。

⁶ 中村（2009，p.5）より引用。

⁷ 金沢大学経済学類 4 年生の川崎明美氏と同 2 年生の北泉志帆氏の協力を得た。記して感謝申し上げる。

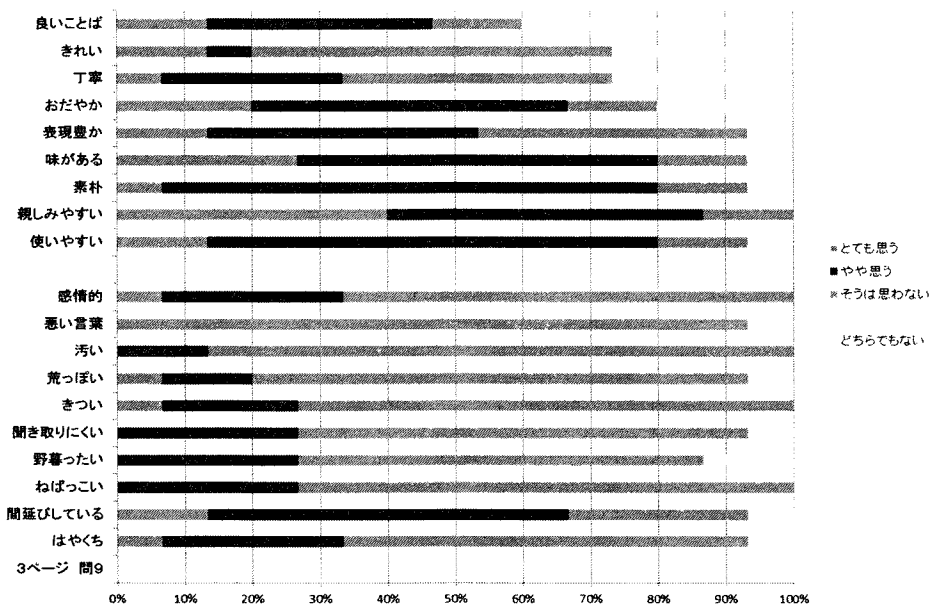


図 4 予備調査結果(15 名)

予備調査からは、「金沢ことば」は素朴で親しみやすいことばであるといえ、味があり、話者としては使いやすいといった要素もあるということが明らかとなった。また、きれいさや丁寧さには欠ける印象が強いものの、そこが金沢らしい“味”をだしている特徴ともいえることがわかった。これは 20 年前の先行研究とは異なる点であり、この調査を進める価値があるということを示している。

ここから、予備調査を含め、金沢方言に対する意識調査の本調査結果(33 名)を示していく。

まず意識調査で行った質問の内容は以下のとおり。

- ・ 金沢が好きか
- ・ 金沢方言が好きか
- ・ この地方(金沢)に伝わる文化を後世に残すべきだと思うか
- ・ 共通語が好きか
- ・ 大阪弁が好きか

この項目に加えて、各方言に対するイメージ(金沢方言、共通語、大阪弁)調査を行った。具体的な項目次の 19 項目だ。

早口、荒っぽい、良いことば、聞き取りにくい、丁寧、きつい、ねばっこい、きれい、まのびしている、表現豊か、親しみやすい、汚い、素朴、野暮ったい、味がある、悪いことば、おだやか、感情的、使いやすい。

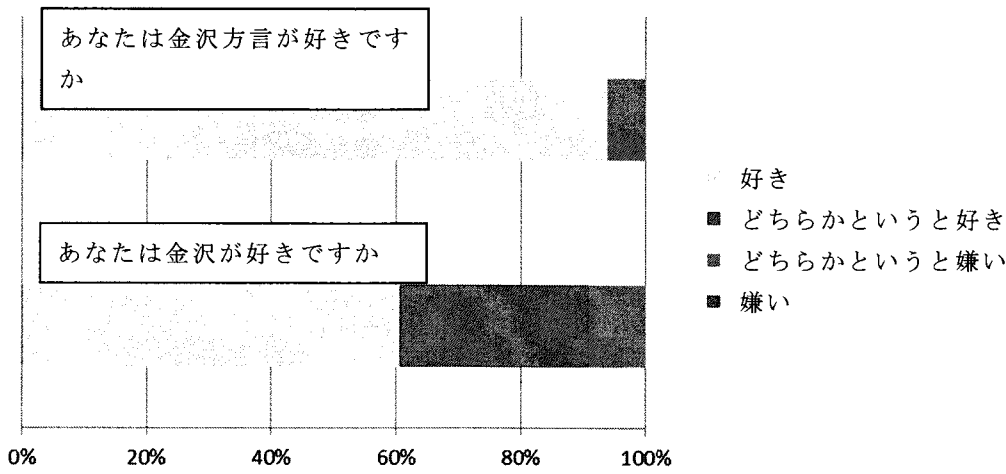


図 5 金沢方言および金沢に対する好感度

まず、「金沢が好きか」という質問に対して、好きと答えた人は 60%、どちらかといえば好き、と答えた人は約 30%であった。およそ 9 割の人が金沢に対して好印象を持っていることがわかる。次に「金沢方言が好きか」という質問に対して、38%の人が好きと答え、52%の人がどちらかといえば好きと答えた。こちらもおよそ 9 割の人が金沢方言に関しても好感をもっているといえる。

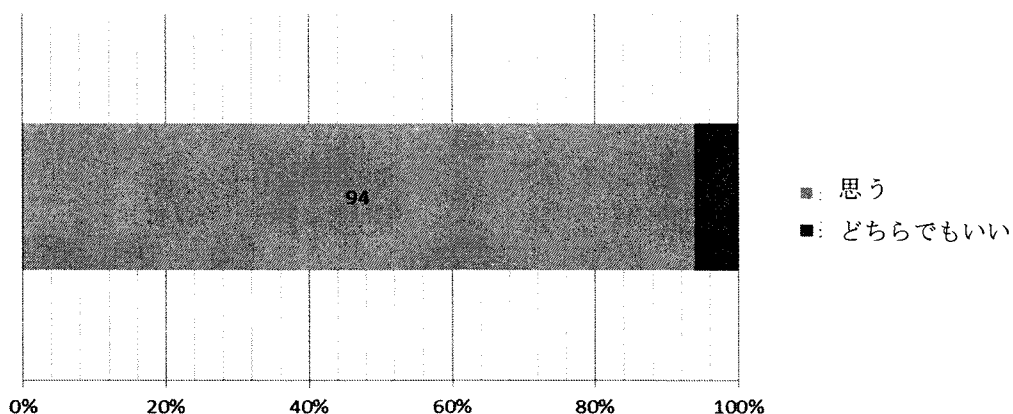


図 5-3 「あなたはこの地方に伝わる文化を後世に残すべきだと思いますか」に対する回答

また、「この地方(金沢)の文化を後世に伝えていくべきだと思いますか」という質問に対しては 9 割を超える人が「そうすべき」と答えた。

そしてこの意識調査で「あなたは学校で金沢方言について学ぶ機会があればよいと思いますか」という質問に対して約 6 割の人が「あってもよい」と答えた。つまり、学校で学ぶ機会やそのほかの活動を通して、なんらかの形で文化を残す意思がみられると考えられる。

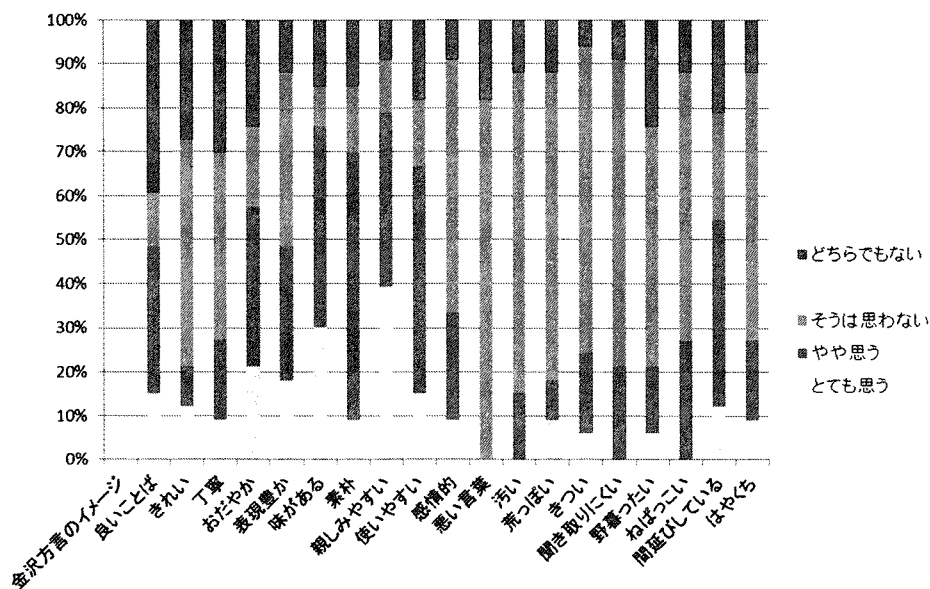


図 6 金沢方言に対する意識調査

続いて、金沢方言に対するイメージを分析していく。上の図 6 が調査結果である。金沢方言に対して、特に目立っているといえるのは「親しみやすい」「素朴」「味がある」といったところだ。それに続いて「使いやすい」、「おだやか」、「間延びしている」といったところが目立つ。そして「良いことば」というイメージを持つ人が多いのも見て取れる。予備調査とはほぼ同じ結果がこちらでも見て取れ、やはり「きれい」や「丁寧」といったイメージとは結びつかないようだ。しかしそこは“味”であって、“親しみやすさ”を出している一因ともいえると考えられる。

4. 現在の共通語に対する意識調査

続いて共通語の持つイメージについて分析していく。共通語は(荒っぽい、丁寧、きれい、汚い、などから総じてきれいで丁寧であるといえるであろう。全国共通であるからこそ、共通語が基準となっており、どんな人に対しても好感をもつ印象を与えているのではないだろうか。その一方で、金沢方言にはあった“味がある”や“素朴”さに欠ける印象をもっていることがわかる。

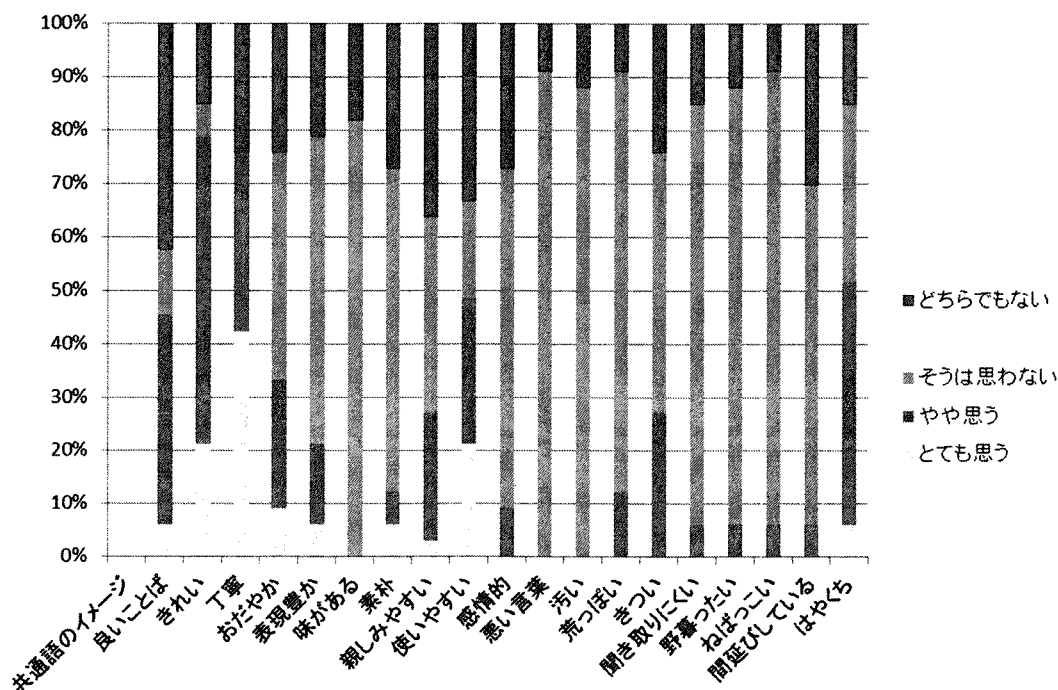


図 7 共通語に対する意識調査

ここで大阪弁の持つ印象についてみていきたいと思う。大阪弁を選んだ理由としては、金沢方言が関東よりも関西の影響を強く受けていることから関西の商業の中心である大阪を選び、比較する対象にしたかったからである。大阪弁はこの調査では 100% の確率で「早口」、「荒っぽい」とのイメージがあるという結果があらわれた。これは金沢方言がいくら関西の影響を受けていたとしても大阪弁とは異なる点である。また、金沢方言には特徴的だった「素朴」さは見られなかった。そのかわりに金沢方言、共通語にはみられなかった「感情的」というイメージが強くなるようだ。

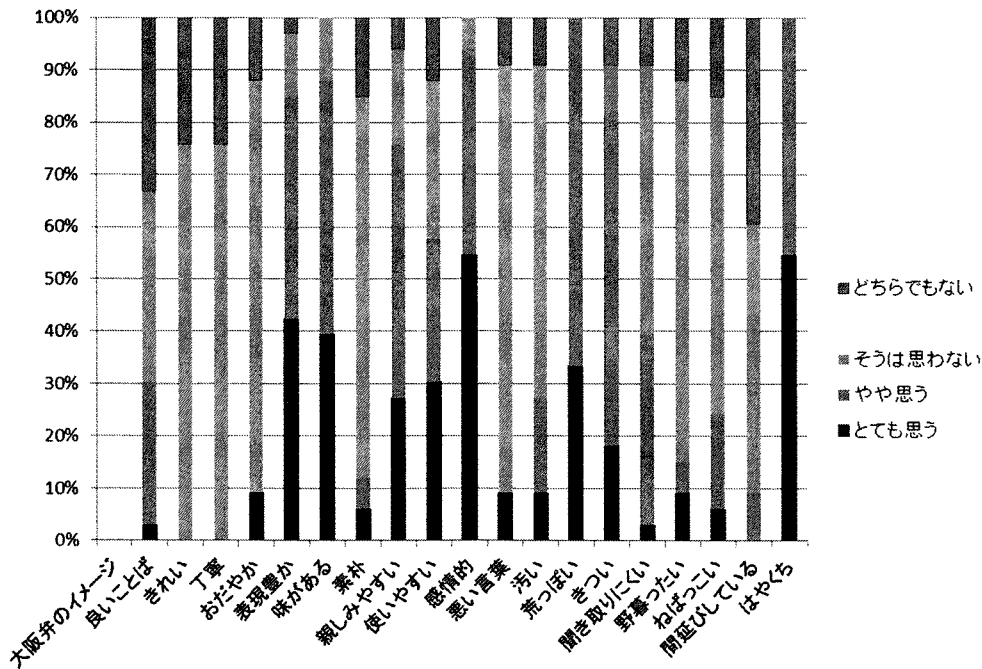


図 8 大阪弁に対する意識調査

以上をまとめると、金沢方言は代表的な関西弁よりも素朴さをもっていることがわかる。また、「親しみやすさ」「味がある」といったところが特徴でもあり、「使いやすい」「おだやか」で「良いことば」というプラスイメージを持つ人が多い。金沢方言が使いやすく、良いことばというイメージがあるということは、これを使う人にも好感がもてると考えられる。したがって、金沢方言には観光リソースとしての利用価値があるといえるであろう。

5. 金沢ことばの使用

では次に、金沢方言が実際に使われているのかどうかについてみていくこととする。実際に使われているのか調査した対象は、近江町市場、兼六園、金沢駅の3か所だ。いずれも代表的な観光地であり、駅は交通の要所ともなるところで、観光客が金沢へ訪れるときに窓口となるところでもある。近江町市場の特徴は、観光客だけでなく、金沢の台所として、地元の人も多く利用するところだ。ここで調査したところ、お客さんと同じ目線で会話をしており、お客さんと店員の距離が近いことから会話の延長で接客、というかたちで金沢方言が使用されていた。続いて兼六園での使用状況をみる。兼六園は百万石前田家の庭園で、水戸の偕楽園、岡山の後楽園とともに、日本三名園の一つとされている。冬の風物詩・雪吊りや梅苑の紅梅白梅など四季折々の自然豊かな景観が魅力で、近江町市場とくらべると、圧倒的に観光客の割合が多くなっているのが特徴だ。ここでの調査では、金沢方言は一部使われていることがわかった。この一部というのは、金沢方言を観光リソースとして利用しているのあるお店に限られており、そこでも話しことばとしての金沢方言を利用していないためだ。金沢ことばを観光リソースとして利用しているお店の方に話をきくと、観光客に対してはより丁寧さを求めた結果方言よりは共通語を使うようになったそう。このお店では金沢方言をお店のメニューの端に書いておくことで、観光客が意味を訪ね、接客の糸口になっている。

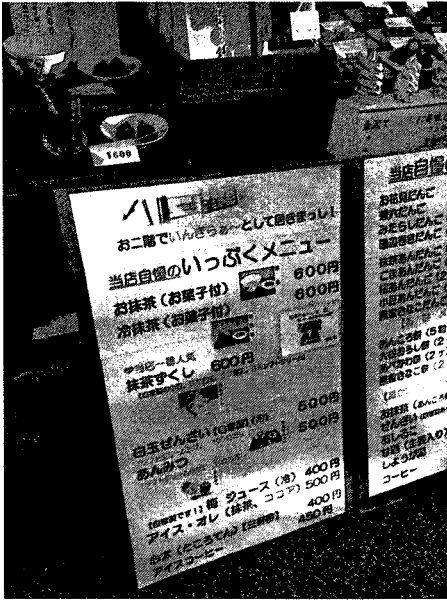


写真 メニューの端にかかれた金沢方言の例

この“いんぎらーと”というのは「ゆったりと」という意味で、「いんぎらーとしていきまっし」は「ゆったりとしていってくださいね」という意味になる。写真右の“いっぽくしまっし”とは「いっぽくしていきなさいよ」という意味だ。

続いて、金沢駅における金沢方言の使用状況を見ていく。金沢駅は今回このテーマにもあるように北陸新幹線開通をうけて新幹線で金沢に訪れたひとが最初に金沢を体感する場所になる。駅とはいえ、その見どころは多くあり、東広場には「もてなしドーム」が、その正面にはインパクトのある「鼓門」が構えている。これらは金沢を訪れる人に“金沢らしい”印象をあたえるものであり、名前にもあるようにおもてなしの心を表わしている。しかしながらここでの調査では、金沢方言はほとんどみられないという結果になった。アナウンスや接客などを通して関西のイントネーションは所々みられるところもあるのだが、はっきりとした金沢方言はみられなかった。考えられる理由としては、駅という場所が地元民、観光客関係なく、様々な人々が訪れる場所である公共の場というところであり、共通語が使われやすく方言は使われにくい場所であるということがあげられる。公共の場というのは、規模が大きければ大きいほどどんな人に対してもわかりやすくあるべきで、方言というのは地域性が強くその地域からはずれるとわかりにくいという問題が

生じる。したがって、金沢らしさというものを金沢方言で与えるのには、その“場”というものがどんな場所であるのか考慮しなければならないといえる。

また意識調査の結果からも、「金沢方言を話す見知らぬ人と地元の道端で話すとき、どのような言葉で話すか」という問に対して、約4割強が「共通語で話す」とこたえ、およそ4割の人が「多少丁寧な金沢方言で話す」と答えた。その日あったばかりの店員に対して、または観光客に対して、いきなりくだけた金沢方言を使うのは抵抗があるのではないかと考えられる。これらをまとめると、以下のようになる。

- ・観光客の占める割合が高くなればなるほど 共通語の利用度が上がる。
- ・金沢方言が少しくだけていることもあり、公共の場では使われにくい。
- ・利用客と同じ目線ではなすことが 方言を利用しやすい環境である。

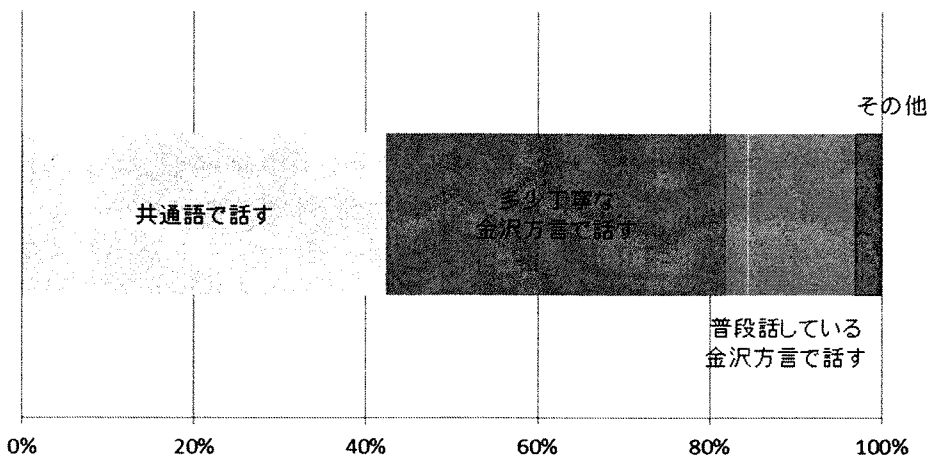
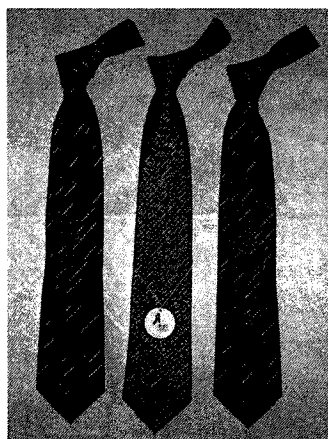


図9 金沢方言を見知らぬ人と地元の道端で話をするときのことば

さらに、金沢ことばの視覚的利用、デザインとして金沢方言が使われているお土産などを調査した。現物は手に入れることができなかったのだが、方言ネクタイというものが存在することが明らかとなった⁸。

⁸ 『地域語の経済と社会 第178回 方言ネクタイはいかが?』
<http://dictionary.sanseido-publ.co.jp/wp/> (2015年1月29日アクセス)。



画像 金沢方言ネクタイ

方言ネクタイは、パッと見は細かく文字が見えないかもしれないが、よくみると金沢ことばが羅列されている。これは平成 17 年に金沢美術工芸大学の視覚デザイン専攻の学生らが金沢をアピールしたいとデザインしたものである⁹。また写真を手に入れることができなかったのだが、金沢方言の手ぬぐいが存在するということもわかった¹⁰。

6. 考察

金沢方言は話し言葉として好印象を与えるので、観光リソースとして十分な価値があるといえるが、方言を話すにはその周囲の環境によっては共通語の方が好都合の場合がある。よって、場所に応じた金沢言葉の利用を考えなければならない。金沢ことばの視覚的利用(方言グッズの販売や看板等)は、絶対数の少なさからもっと試験的にも実践してみる必要がある。金沢が観光地としてより確立する可能性は十分にあり、北陸新幹線の開通後も画一化されるのではなく、金沢としての伝統・文化の継承の一部として金沢ことばの利用を進めていくべきである。

⁹ 方言版の他に友禅流し、加賀鳶、加賀野菜、石川県の地図を図案化したものなど全 6 種類ある。2500 円（＋税）と手頃な価格設定もあって、地元の人たちにも、また観光客からも大変好評で息長く売れ続けており、平成 19 年には第 2 弾も作られた。

¹⁰ 現在欠品中で、増産しているとのことだ（2014 年 12 月現在）。

おわりに（今後の課題と展望）

金沢ことばのように方言を言語として観光リソースとして利用するには、まず意識の面での変化が必要であるだろう。観光客に対して丁寧に接するのか、町ぐるみで親しみをもってもらうのか。金沢は城下町の活気あふれる雰囲気と、温泉旅館や伝統工芸など静寂を想起させるような雰囲気の両方を持ち合わせている。ゆえにその使い分けが難しいのではないだろうか。まず金沢で暮らす人々の金沢ことばの使用範囲をひろげ、方言という枠ではなく、ひとつの言語のように認識することができたら、より観光リソースとしての使用が容易くなるだけでなく使用価値も高まるであろう。また金沢の外への言葉の発信も不可欠である。方言がその地域性から尊重され始めている今こそ、大々的に金沢ことばをアピールし、より多くの人に金沢ことばの存在を知ってもらうべきである。それが金沢ことば存続の一つの手だてであり、金沢を観光都市として引き立たせる一つの手段であるからである。金沢をきっかけとしてことばが観光リソースにつながれば、全国の地方都市がもっと活気づくきっかけになるであろう。日本の魅力はなにも都市部だけではない。地方という個性あふれる地域を大切にすることによって日本はもっと輝ける可能性を秘めているのである。

参考文献

- 加藤 和夫 (1995). 「隠れた方言コンプレックス」『月刊 言語』24(12), pp. 74-85
- 加藤 和夫 (2003). 「北陸人の方言意識を探る」『北國文華』15, pp. 139-148.
- 陣内 正敬 (2007). 「若者世代の方言使用」『方言の機能』岩波書店
- 中村 萌 (2009). 「若者層の金沢方言話者における方言意識の研究」
2008 年度金沢大学教育学部卒業論文