



外国人教師の 目で探る新潟(日本語)

世界各地で生まれ育ち、本学で教鞭をとる教員たちが、多文化的視点で新潟県の魅力を語り合い、大学の授業とは一味違う切り口で地域の特徴を掘り起こしました。

佐渡の魅力発見

会場 金井能楽堂 佐渡市中興甲371番地

日 時 平成21年12月6日 12:30~15:00

後 援 佐渡市 (財)佐渡観光協会

参加者 51名

豪州・カナダ・中国出身の4名の講師がそれぞれの国との比較などさまざまな角度から佐渡の魅力を検証しました。

プログラムおよび講師

1 佐渡国際観光への提言

「佐渡の事前情報と実地見聞」 Melodie Cook

「佐渡とノヴァ・スコットシアを較べて-共通する魅力-」 Howard Brown

「欧米からの佐渡への誘客-オーストラリアに学ぶ-」 Glen Paoletto

「中国人の海外旅行事情-その現状と佐渡への示唆-」 季佳

2 意見交換 コメンテーター 前田 雅裕/司会 山中 知彦



講師事前学習 宿根木にてボランティアガイドの説明を受ける



講師事前学習 ホテルで鬼太鼓見学



講師紹介

Melodie Cook (メロディー クック)

カナダ出身/新潟県立大学 国際地域学部 国際地域学科 講師

現在マッコーリー大学にて応用言語学博士号取得に向けて研究中。

専門分野は、英語教育。

和太鼓について関心が高く、京都滞在時に「Dotou」に参加、またカナダでも「Oto-Wa Taiko」のグループに参加。現在は時間がとれず練習不足。

日本滞在13年目。

Howard Brown (ハワード ブラウン)

カナダ出身/新潟県立大学 国際地域学部 国際地域学科 講師

南クィーンズランド大学にて教育学修士号取得。

専門分野は、言語教育学、応用言語学。

欧州、中東、アジア等を広く旅した経験を有する。

日本滞在8年目。

Glen Paoletto (グレン パオレット)

オーストラリア出身/新潟県立大学 国際地域学部 国際地域学科 准教授

慶応義塾大学にて修士号取得、弁護士。

専門分野は、気候変動、グローバルコミュニケーション、知的財産権。

国連、法律事務所代表等を経て、平成21年度より新潟県立大学に就任。

日本滞在10年目。

季佳 (りか)

中国出身/新潟県立大学 国際地域学部 国際地域学科 助教

名古屋大学国際開発研究科にて博士(学術)取得。

専門分野は、開発経済学。

中国人民銀行を経て、名古屋大学に留学。修了後、愛知大学国際中国学研究科に勤務。平成21年度より現職。日本滞在9年目。

コメンテーター

前田 雅裕 (まえだ まさひろ)

大阪府出身/佐渡観光協会・観光地域プロデューサー

同志社大学卒業後、(株)JTBに勤務。定年退職後京都光華女子大学・大阪産業大学講師及び現職に就任。

司会兼コーディネーター

山中 知彦 (やまなか ともひこ)

東京都出身/新潟県立大学 国際地域学部 国際地域学科 教授

東京大学にて工学博士号取得。

専門分野は、住宅・住環境設計、景観・都市デザイン、まちづくり活動支援。

著書に「図説 都市デザインの進め方」(共著、丸善)、「都市建築のビジョン」(共著、日本建築学会)、「生活景 身近な景観価値の発見」(共著、学芸出版)等。

1 佐渡国際観光への提言

講師：Melodie Cook、Howard Brown、Glen Paoletto、季佳

「佐渡の事前情報と実地見聞」

Melodie Cook [カナダ]

日本に来る前には「佐渡」と聞くと私のイメージは和太鼓でした。1986年に友だちから、鼓童の演奏の切符をもらいました。演奏は高級なホールで行いました。お客さまはみんなすてきな洋服を着て、曲が終わったら丁寧に拍手をしました。でも、私は「わー！」と興奮を抑えることができませんでした。その時から和太鼓に興味を持ち始めました。1993年に仕事で京都の大学にきました。当時の大学のスタッフから日本の文化の中で何を習いたいですかと聞かれました。私は躊躇なしに「太鼓」と答えました。彼女は「Dotou」という太鼓グループを紹介してくれました。そのチームのメンバーはみんな日本の伝統的な文化に興味がある中学校の先生でした。先生たちは毎月2回、外国人向けのワークショップをしていました。3年間、一緒にそのグループで練習しました。1997年、カナダに戻るとすぐに「Oto-Wa Taiko」というチームに参加しました。一世、二世、三世の日系人や他のカナダ人が太鼓をやっています。Oto-Wa Taikoは毎週、学校や祭りなどで演奏をしました。2009年に20周年記念のコンサートを行いました。

佐渡に来る前は和太鼓だけのイメージを持っていましたが、今回短い旅でしたが、素晴らしく、私のイメージが変わりました。佐渡は文化、歴史、ミステリーがある。ただ、ちょっとお伝えしたいことがあります。それは佐渡の英文の観光パンフレットについてです。私が外国人同僚に見せた時、「オー マイ ゴッド。オー ノー。オー ディア」といった反応が出てきました。一見したところ、世界の人々が集まって佐渡で楽しんでいます。でも、外国人の目で見ると、ほかのメッセージが出てきました。まず、白人の鼻の大きさと髪の毛の色。白人はみんな大きな鼻や金髪ではありません。

そして、ちびくろサンボみたいなアフリカ人。最後は、たぶん中国人かと思いますが、李先生は中国人でも、このようなドレスを着ているのを見たことがありません。私は白人だから、その白人のイメージを見た時ちょっとショックでした。たぶん日本で高い鼻はいいことです。でも、外国人の意見としては、大きい鼻はあまりいいことではありません。少なくとも20万人は毎年鼻を低くする手術をします。それだけじゃなくて、なぜ白人が一番前で他の人は後ろなのでしょう。そこに隠れているメッセージは白人のお客さんに佐渡に来てほしいということです。皆さんがどう感じたかわかりません。私は皆さんの気持ちを悪くしようと思いません。佐渡が世界の人々から魅力的な場所であると思われることを願っています。この問題を解決するための3つのお勧めがあります。まずは、固定観念を避けてください。そして、誰でも等しいレベルに置いてください。最後に、イラストの代わりに写真を使ってください。例えば、佐渡に本当に来た外国人の写真を使ってください。私も皆さんのおかげで、ついに佐渡に来ることができました。和太鼓に興味がある人は佐渡の名前を知っていますが、佐渡は和太鼓だけじゃなくて、いろいろな面白いこと、温かい人ときれいな景色を楽しめます。本当にありがとうございました。

「佐渡とノヴァ・スコットリアを較べてー共通する魅力ー」Howard Brown [カナダ]

今日は佐渡と比べた一つの参考事例になると思いましたが、私の出身地ノヴァ・スコットリア州の魅力を紹介します。ノヴァ・スコットリアはカナダの東海岸にあって、地図で見るとカナダの一番端のほうにあります。そして、交通はあんまり便利ではない所、佐渡と似てると思いました。ノヴァ・スコットリア州で観光業は、経済

的に大事な柱です。観光客数は、年に大体150万人、収入は23億ドルぐらい入ります。観光客のほとんどはカナダ人とアメリカ人で、飛行機で3時間程度ぐらいの距離から来ます。もちろんヨーロッパから来る人も多くて、日本人もほかのアジア人もよく来ますけど、人数的にはほとんどカナダ人とアメリカ人です。ヨーロッパ人と言えば、ドイツ人が一番多い。夏にノヴァ・スコットリア州に行ったら、どこにでもドイツ人がいます。ノヴァ・スコットリア州の観光協会はドイツではほとんど宣伝してないのに何でそんなにドイツ人が来るか、ちょっと不思議ですけど、ほとんど口コミだそうです。日本人が来るのは、ノヴァ・スコットリアの隣に有名なプリンスエドワード島ありますので、赤毛のアン在所に行きたい日本人がいっぱいいて、ノヴァ・スコットリアにもちょっと寄ってみるみたいな感じで。遠くから来る人は、カナダの東半分の2週間ツアーをやって、ノヴァ・スコットリアのほうに3泊ぐらいする人が多いと思います。だから、わざわざヨーロッパとか、アジアからノヴァ・スコットリア州に来る人はあんまりいないと思います。もしかして佐渡もそうかもしれない。わざわざ外国から佐渡に来るより、日本に来て、ツアーの中で佐渡に来るのかなと思います。

ノヴァ・スコットリア州の魅力をいくつかリストアップしてみました。第1は美しい自然です。紅葉がきれいで、海岸もきれいで、佐渡と大体同じだと思います。もう一つ、ノヴァ・スコットリアに来る人は、歴史的な生活、古い建物とかが印象に残るみたいですが、それは佐渡にもあると思います。もう一つ似ているポイントは歴史。ノヴァ・スコットリアはカナダの歴史に結構大事な所で、その歴史を感じるためにノヴァ・スコットリアに行きます。佐渡も、同じかなと思いました。もう一つ、アメリカ人とカナダ人は、古くて、かわいい建物が好き。国として歴史が長くないので、歴

史的な建物があれば本当に好きになります。だから、かわいい建物は結構アピールになります。佐渡の場合にもいろいろあります。昨日と今日いろいろすばらしい所を見ましたので、本当に「ああ、佐渡はきれいですね」と思いました。もう一つは、ちょっと特別な文化と音楽があります。カナダの中でノヴァ・スコットリアの音楽は結構有名ですけど、佐渡もそうですね。もう一つはやっぱりアートです。ノヴァ・スコットリアに来て、絵とか、キルトとか、小物を買う人が非常に多いと思います。佐渡の場合も、焼き物は非常にいいそうですね。もう一つは、やはりアウトドアです。カヌーとかハイキングは特に。佐渡の場合も結構ありますね。私、このプレゼンを準備した時に、インターネットのグーグルでブログ検索しました。外国人のブログで佐渡に関するものの多くは、自転車かスキューバダイビングのことが書いてありました。実は私の奥さんは六日町出身ですけど、奥さんの家族は2年に1回ぐらい夏休みの間に佐渡に来て、海に行くと言いました。それはすばらしいと思いますので、それもぜひ外国人にアピールしたほうがいいと思います。それで、最後のアピールポイントですけど、やっぱり食べ物です。ノヴァ・スコットリア州の場合、海岸沿いだから、海の幸とか、フルーツとか、ビールとワインも有名ですけど、佐渡の場合も結構、アピールできるポイントがあると思います。そこで一つ提案があります。外国人全体的には言えないけど、生ものが駄目な人が多いと思います。例えば私。だから和食は結構好きですが、生ものだけをオプションにすればいいと思います。例えば昨日泊まったホテルで、きれいな刺し身が出ましたけど、私、隣の人にあげました。ホテル関係者とかレストラン関係者がいると思いますが、何か外国人向けのメニューを新しく作る必要はないと思います。ただ、生ものを抜いて天ぷらとかにすれば、全く同じメニューでOKだと思います。

ノヴァ・スコットリア州と佐渡は結構似てるポイントがありますが、その魅力をど

うやってアピールするか、私は「佐渡は見たことのない日本」という風に考えました。我々アメリカ人とかカナダ人の目で見ると、日本は高い建物とか、新幹線とか、そういうハイテックな印象が強い。秋葉原文化が外国に広がってるのに、佐渡は全然違う。何か見たことのない日本をアピールしたら、結構いいかなと思いました。それと、特別な歴史も持ってるんですね、佐渡は。だから、それをアピールできると思います。そして、アウトドアも喜ぶ。ハイキングとか、自転車の旅とかは結構いいと思います。それで、どうやってアピールするか考えたら、直接外国にアピールできたらいいけど、その予算の余裕はないかもしれないので、まずは一歩として、日本に住んでいる外国人にアピールしたほうがいいと思います。特に、西洋人にとってネット情報より、口コミは大事です。だから、日本に住んでいる外国人にアピールして、佐渡に1回来てもらったら、佐渡の魅力をみんなに伝えると思います。カナダに帰って、佐渡について話したり、家族が日本に来て「一緒に京都に行くか?」「いや、京都より佐渡のほうがいいですよ。」と思ってもらったほうがいい。大きな都市、東京、大阪、名古屋で、外国人向けの雑誌いっぱいあります。その雑誌のジャーナリストを呼んで、英語で佐渡の魅力を雑誌に書いてもらって、まずは日本に住んでいる外国人にアピールして来てもらえばいいかなと思いました。初めての日本語のプレゼンテーションを終わります。

「欧米からの佐渡への誘客ーオーストラリアに学ぶー」Glen Paoletto [オーストラリア]

最初は佐渡のこと、全然分かんなくて、いろんな友達とか、いろんな人から聞いたんですけど、日本の歴史の中でかなり重要な役割があったんじゃないかというふうに分かりました。私はオーストラリアのブリスベンから来て、今日は、次のポイントをカバーしたいと思っています。オーストラ

リアのマーケティングのコンセプトが何かということと、私にとって佐渡の歴史のキーポイントは何かということ、どういうふうに佐渡を見ればいいのか、どういうふうにみんなに「ああ、佐渡行きたい」という気持ちにさせるのかとか、なぜ、佐渡はほかの島と違うかという話と、西洋人あるいは外国人が来る時に、どういう設備が魅力的あるいは必要なのか、あとは、ブラウン先生も十分カバーしたと思うんですけど、どこで、どういうふうに宣伝すればいいかという話です。

オーストラリアの観光客の数は、毎年600万人ぐらいが来るんですよ。2018年までには、できればそれを820万人まで持っていきたいというふうに言われています。なぜオーストラリアに行きたいか考えたんですけど、昨日、前田さんと話をしてて、確かにオーストラリアは大自然というコンセプトで、オーストラリア人はみんな温かい。あとは、ダイビングとか、アウトドアとか、バイクとか、その大自然のコンセプトの中でみんな遊べるということで行きたいという人は多いと思う。あとは、西洋人は映画が大好きですよ。一昨年、ニコール・キッドマンと、ヒュー・ジャックマンの「オーストラリア」という映画があって、これによってアメリカからのお客さんの数が跳ねあがったんですよ。佐渡に来る前に私の理解したポイントは、佐渡は、取りあえず日本の一部だったんだけど、かなり遠い、江戸から地理的にも遠いということがあって、江戸にいられない、あるいは本州あるいは京都にいられない人たちが佐渡に移ったと。そのことは、ちょっとオーストラリアに似てるんですよ。オーストラリアは、もともとイギリスの植民地で、イギリスにいられない人たちをオーストラリアに送ったという歴史があって、佐渡と違うのは、イギリスからオーストラリアへは誰でもよかったということなんですよ。つまり、かなりひどい犯罪を起こした人たちを送りました。ただ、佐渡はそうじゃなくて、能の話もそうですし、文化の天才たちが本州、あるいは江戸のほうにいらなくて佐

渡に暮らしたという歴史あるから、これは外国人にとって非常に面白いポイントで、「へえー」という感じです。ですから、佐渡は普通じゃないと言えるんですよ。何千年かかってできた文化ということだけじゃなくて、天才がいて、ゼロから深い文化を持ってるといことですよ。だから、そんな深い文化も持っているということはアピールしたほうがいいと思うんです。また映画に戻りますけど、「モンテ・クリスト伯」という映画、ご存じですか。アレキサンドル・デュマという小説家がいて、「The Count of Monte Cristo」という本を書いて、それはもう大ブームで大人気になって、それで映画をつくって、それもものすごく売れて、みんなモンテ・クリストを知っています、西洋人は。その本の中の話って言うのは、かなり面白くて、ある人が何も悪いことしてなかったのに、この刑務所の、つまりこのモンテ・クリスト島のほうに送られたと。彼が、そこからまたどういうふうに出ていって、お金を作って、その復讐したという話なんですけど、これがモンテ・クリスト島のシャトー・ディフという城、小さいですけど、どうも私のイメージでは、佐渡というのは来る前は、これだったんですよ（会場より笑）。フランスにあるものなんですけど、毎年9万人来ます、これを見に。他に何もありません。ただの刑務所です。でも、さっきの、普通の人じゃなくて、優秀な人がいらなくて、自分のせいじゃないのに彼を送らしたというコンセプトはものすごい魅力的ですよ。ですから、私が思ったのは、このジャパニーズ・モンテ・クリストというのは、さっき立派なパンフレットあったんですよ、佐渡の。例えば、それは一番前に書かなくても、その中に何かちょっと、コンセプトとしてあったほうがいいんじゃないかというふうに思っているんです。それだったら、本当に東京から行きますよ。

あとは、西洋人のためにどういうファシリティがいいのかという、私たち4人で、さっき話してたんですけど、確かに英語のインフォメーションは多少ありますけど、

もう少し西洋人にとって面白いポイントがあればいいなという。例えば、昨日行った宿根木の、家の形の説明とか、そういうことあったら、ぜひ見たいと思いますけど。細かいことなんですけど、すごく助かるんですよ。あとは、イングリッシュスピーキングスタッフが必要ということよりも、しっかりしたパンフレットが英語だったらいいんですよ。やはり日本にいる外国人がターゲットになるといいますから、多少は日本語できますから、あとはしっかりと説明が書いてあれば、それで十分だと思います。あとはコーヒーショップが必要です。何かドトールとか、スターバックスとか、何か私たちが知ってるような喫茶店あったら、ありがたいなというふうに思います。昨日のホテルは本当にきれいだったんで、それは全然問題ないと思います。あとは民宿とかそういう所あったら十分だと思いますけど、さっきクック先生と話したのは、佐渡はインターネットにアクセスしやすいような環境あれば、すばらしいなというふうに思うし、必要ですよ。佐渡は全てワイヤレスにしたらどうかという。いいアピールもできるし、西洋人が安心して行けるということはすごく大きなメリットになるかと思っています。

あとは、特にこういうようなコンセプトと言うのをどうすればいいかということなんですけど、ひらがなタイムズとか、ジャパニタイムズとか、あとブログです。本とかだったら、『ロンリープラネット』というガイドブックですね、それは英語で西洋人にはとても有名な本ですけど、それも目指したほうがいいと思います。はい、ありがとうございます。

「中国人の海外旅行事情—その現状と佐渡への示唆—」 李佳 [中国]

皆さん、私は中国から参りましたので、今日は中国人の海外旅行事情というテーマについて、訪日中国人旅行者の特徴と佐渡への示唆というトピックに沿って話をしていきたいと思っています。まず、訪日外国人旅

行者に占めるアジア人の割合は74%です。その半数以上は韓国人と台湾人です。つぎに、訪日中国人旅行者は年間100万人で全体の12%を占めています。つまり、アジアは日本の観光業界にとって最も重要な市場です。そして、中国は韓国、台湾に続いて第3位の市場になっています。つぎにまず、訪日中国人旅行者の旅行形態について、ほかの国と比較しながら特徴を見てみましょう。中国人は明らかに団体ツアーを利用する傾向が強いです。2008年には実に8割以上がガイド付き団体ツアーでした。次に、訪日中国人旅行者の目的地はどこが多いかを見てみましょう。第1位から、それぞれ東京、北海道、名古屋、大阪、京都、いわば日本の大都市に集中する傾向があります。その理由として、ほとんどの中国人旅行者は初めて日本を訪れるからであると考えられます。2008年の訪日旅行者のうち、初めて訪日した中国人旅行者は全体の87%を占めています。地方では、第2位に入った北海道が極めて人気が高いです。6割強の中国人旅行者が日本に来ると北海道を訪れています。その理由としては、まず各地方の中でもいち早く中国市場へ注目をして売り込みを展開したことがあるのではないかと思います。また、ここも映画の話なんですけど、中国では、非常に有名な『非誠勿擾』という映画がありますが、その映画で一部の撮影現場になったのが北海道です。その映画の成功と同時に北海道のきれいな自然風景に大変注目されて、中国国内で大きな話題になっています。では、次に、中国人は海外旅行する際にどのような情報源を参考にしているかを見てみましょう。インターネットを利用する人が非常に多いです。旅行専門サイトは最も多く、60%以上を占めています。その次に見てみると、ポータルサイトとインターネット広告はそれぞれ第3位と第5位になっています。つまりインターネット中心です。インターネット中心の理由は、海外に強い関心を持つ層が若年層であるということかと思っています。また、同じ調査によると、日本へ関心の強い層は月収の6,000円以上の富裕層より月収

3,000円から4,000円以下の中間層のほうが多いです。最後に、訪日中国人旅行者の消費力および訪日の理由を見てみましょう。データによれば、中国、台湾、香港を全部合わせて、いわば中華圏の観光客の消費力は全般的に他の国、他の地域より平均して買い物額が高いことが分かります。とりわけ中国人観光客の買い物額が高いといえます。そして、2005年と2008年の比較によって中国人観光客の訪日の理由の変化を見ると、2005年は第1位からそれぞれ自然、風景、温泉、大都市、買い物となっていて、買い物は第5位になっています。2008年を見てみると、買い物は51%で1位となっています。そして、大都市が消えて、第5位に食べ物が入っています。このような変化から、中国人観光客はいかに買い物好きであるかが伺えるかと思えます。そして、ここでは一つの落とし穴があるんですが、その中国人は日本の家電製品を好むイメージが極めて強いと思われがちですが、最近では実はそうではありません。先ほども言いましたが、日本への関心の強い層は若い人たち、20代、30代の若年層です。その若年層のうち、特に女性が日本への関心が非常に強い。その後押しをしているのは、実は日本のファッション誌の中国進出です。例えば、OL向けの「Ray」という雑誌がありますが、その雑誌の中国語バージョンは「瑞麗」と言いますが、もう20年近く中国語バージョンを出して大成功を収めているものもありますが、最近では日本語バージョンそのまま店頭で並んで売られているファッション誌もたくさんあります。したがって、最近、若者、特に中国の若い女の子の中では日本の化粧品をはじめとする日本風のファッションが大変人気です。

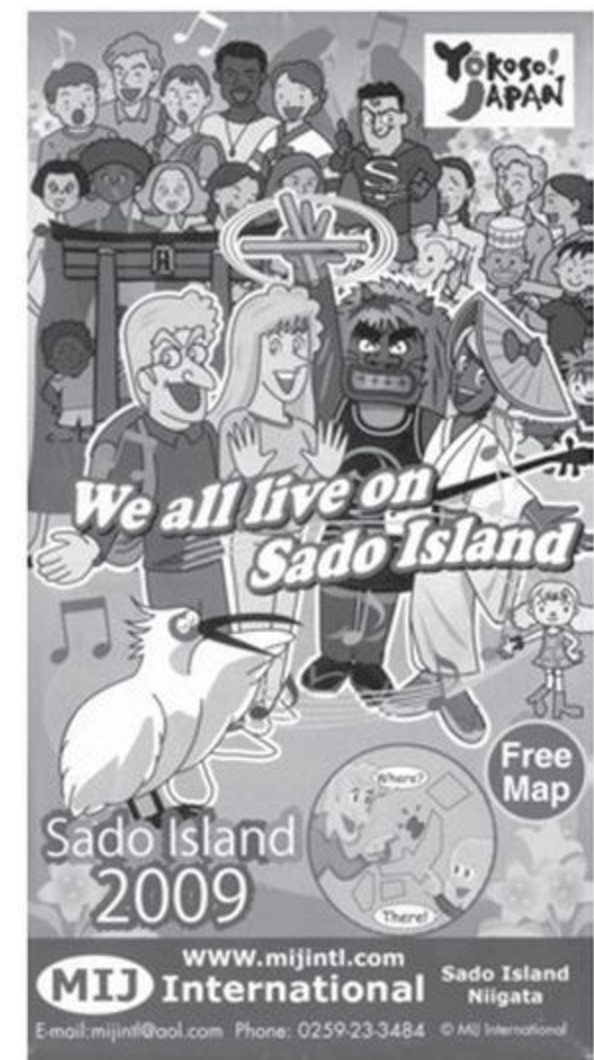
最後にまとめとして、佐渡への示唆をいくつか提示していきたいと思えます。まず、佐渡に中国人観光客を誘致するには、中国語の観光ガイドや通訳の養成が大切ですが、それだけでなく、まずインターネットを通じた情報発信が大切ではないかと思えます。中国人海外旅行者の情報源としてインターネットの割合が極めて高いこともあ

りますが、新潟、佐渡への認識度の向上に努める必要があるでしょう。北海道の例が示しているように、一歩先の積極的な売り込みが大切でもありますし、また、1本の映画だけでも大きな効果が期待できます。そして、次に中国の大手国際旅行会社、または中国進出を果たした日系旅行会社との協力を実現することが大切でしょう。先月には、中国の個人観光ビザが解禁されましたが、台湾、香港などの例を見てみると、やはり今後も団体ツアーの利用客が主流であると思えます。そこで、さまざまな団体ツアーの利用客のニーズに合った観光プランの提案力が求められると思えます。また、ほとんどの観光客が初めての訪日をするということから、大都市圏との提携が極めて大切だと思います。初めて日本を訪れる人にとっては、やはり一度東京に行ってみようという気持ちはあるかと思えますが、東京に滞在した後、新幹線を体験して新潟へ。そして、またフェリーに乗って佐渡へ、というようなパッケージツアーを組むと、なかなかすてきな魅力的なツアーになるのではないかと思います。最後には、商品開発、企画段階での中国人スタッフの活用です。一つは今日提示したような、こういった情報、マーケティング情報を分析した上での情報発信が大切だと考えられます。相手の好みに合わせて相手の心を動かせるような情報発信をすることが大切だと思います。例えばクック先生は太鼓をたたくことが大変好きなんですけど、多くの中国人にとっては、おそらく似たようなものが中国にもありますので、あんまり魅力を感じないのではないかと思います。また、中国人は大変買い物好きということがあるので、やはり買い物の内容を充実していかないと、なかなか中国人に来てもらうのは難しいのではないかと思います。そういった面でも、やはり中国人スタッフが大切でしょう。例えば、最近中国で非常に注目されているのが、日本のファンケルの無添加化粧品です。その背景には実は日中両国の女性の生活習慣や美意識の違いが反映されていると思えます。多くの中国人女性は普段化粧をあま

りしません。また、伝統的に、中国人の間では自然で肌のきれいな女性が美しいという考え方があります。つまり、いわゆる素肌美人という考え方が非常に強いです。このような情報はやはり中国人スタッフがより良く把握できると考えられます。以上で終了させていただきたいと思えます。

公開講座提言の実現

Melodie Cook講師が観光パンフレットへの提言を行いました。当日会場におられたデザイナーが提言を受け入れ、両者の往復意見交換の結果、改訂版パンフレットが実現しました。



改定前のパンフレットの表紙



改定後のパンフレットの表紙

2 意見交換

Melodie Cook、Howard Brown、Glen Paoletto、季佳、前田 雅裕／司会：山中 知彦

司会 後半の意見交換に移りたいと思います。昨夜、お隣にお座りいただいている観光地域プロデューサーの前田さんに、ホテルにお越しいただき4人の先生方と佐渡の国際観光の現状と課題についての意見交換は、ある程度は済ませていただいております。まず、前田さんのほうから各先生の発表に対するコメントとご質問があれば順次お願いいたします。

前田 佐渡観光協会の前田です。話に入る前に、もう1回、現在、佐渡にいらっしゃる外国人の状況を簡単に説明させていただきます。今、年間に佐渡を訪れる外国人のお客さんの数は、大体3,500人から4,000人程度で、台湾からの団体のお客さん多いのですが、中国とか香港からも少ないながら団体の方がいらっしゃいます。欧州とか北米からは個人客が多いんですけども、5月から11月を中心に佐渡を訪問いただいています。個人客については、なんと世界36カ国から佐渡に来られます。遠くは南米のブラジルやアルゼンチン、あるいはアフリカのジンバブエなどのお客さんも佐渡にいらっしゃるということで、集計したのを見ますと、欧州が55%、アジアが21%、北米が20%、オセアニアが3.5%と大体こういった感じになっています。国別に見ますと1位がフランス、2位がアメリカ、3位がスペイン、4位が香港、5位がドイツということで、今いらっしゃる先生のお国は中国とオーストラリア、ここは仲良く9位ということで、カナダは14位というふうなことでございます。佐渡にいらっしゃる外国人の個人客の特徴としては、同じ費用でできるだけ長く滞在しようということで、宿泊費とかなるべく安くあげて、大体、佐渡で2泊から4泊です。そして、宿泊、交通、環境の事前調べが非常に周到になってございまして、宿も予約して、バスの時間とかも調べると、これは特徴だと思います。ここには3カ国から先生がいらっしゃるんですが、くしくも中国とオーストラリアとカ

ナダというのは、日本人観光客の誘致に熱心な国のベスト3、そういった先生方の話を聞いて、今日は非常に参考になりました。それでは感想と質問なんですが、まずカナダからはたくさん日本に来られてるんですけども、一般的な特徴としては、やはり日本の文化の中心となる京都から、われわれの島国に憧れるということで、日本の伝統文化に対する興味が非常に高い。だから、伝統文化の佐渡は、十分に魅力的な所かなというふうに感じています。それで、クック先生の和太鼓に対する関心、日本文化に対する理解に非常に感激をいたしました。パンフレットのご指摘もありがとうございます。これを作られた方もここにいらっしゃるんですけども、なかなかパンフレットを作るのは難しいんですよ。例えばカナダのパンフレット、あるいはオーストラリアのパンフレット、中国のパンフレットを見て、私も違和感を覚える、これは事実です。ですから、皆さま方が、このパンフレットに多少違和感を持たれたのも仕方がないことなんです。弁解するわけじゃありませんが、中身のほうは宿泊、食事、それから、交通の利便性とか考えて作られていますので、必ず参考になると思います。表紙に写真を使うとか、その辺りはこれからまたぜひとも改善をしていきたいと思っております。クック先生にお伺いたいんですが、カナダでは太鼓というのはどのぐらいの知名度があるのでしょうか。

クック 案外結構上。大体毎年カナダで『鼓童』が演奏しています。太鼓チームがブリティッシュコロンビア州に3から5つくらい。1つは女性だけのチームでカナダ全体だと10チームほどあります。

前田 今回、太鼓体験館はいらっしゃいましたか。実は宿根木の近くにあって、お客さんが行って太鼓がたたけるような感じ。それで、京都には外国人観光客向けに、ハンディクラフトセンターと言って、織物とか、そういうものを体験することとか、い

わゆる祇園コーナーと言って、それは舞妓さんに会えたり踊りを見れたりするところがあるんですけど、私としては、その太鼓体験交流館にたくさんカナダの人に来てたたいてもらいたいですけど、そういうのは魅力を感じられますでしょうか。

クック はい。1〜2週間、太鼓のトレーニングをするというパッケージツアーなんか良いと思います。

前田 太鼓はカナダに向けて、今後どんどんどんどん売り込んでいきたいなと思っております。次にブラウン先生に、まずは、ご出身地である所、非常に紅葉が美しいですね。

ブラウン 佐渡に似てると思いました。

前田 非常に佐渡と似てますね。確かに、プレゼンいただいた暮らしとか、美酒、建築物、それから、文化、それから芸術、この辺りは大きなエネルギーがあると思います。質問なんですけども、カナダというのは、非常に自然が豊かな国で、その方たちが果たして日本の田舎にあこがれを持つのかどうかというふうな話で、例えばバンクーバーにしても、トロントにしても、モントリオールにしても、きれいな町なんで、この町なかに大きな公園があって、車で20分も走ればもう自然がいっぱいなんですよね。そのようなカナダの方が、佐渡の歴史、建築、それから佐渡の自然に興味を持ってもらえるかどうか、それをちょっと伺いたいんですけど。

ブラウン 確かにカナダ人は自然の中で生まれて、自然の中で成長するから、佐渡の魅力は自然の美しさだけだったら、ちょっとアピールにならないのかもしれないけど、逆に、その自然の美しさがないとアピールできないと思います。だから、ある意味で、京都・奈良より佐渡のほうが魅力的かもしれないです。文化の特徴もあるし、自然の美しさもあると思います。

前田 2つがマッチして、佐渡の魅力とすればよりいいということで理解をさしてい

ただきたいと思います。それから、今度はノヴァ・スコットシアなんですけれども、私は行ったことがないので分からないんですが、佐渡と同じ島ですね。

ブラウン 島ではなくて半島です。

前田 半島ですね。便利ではないと思うんですが、佐渡と比べてどうなのでしょう。この点から十分、観光客を呼ぶに耐えうるものなのかどうか、そういうふうな話。

ブラウン 佐渡に比べると、そうですね、ノヴァ・スコットシアのほうが便利かもしれないけど、行けるポイントは結構端の方にありますんで、行くのにはちょっとという部分ですね、でも車で行けるのはいい点かなと思いました。

前田 次にオーストラリアを含めて、外国人からの要望というのは、一つは英語が通じにくい。2つ目はバスの本数が少ないので交通が不便。3つ目が、フェリックガードを教えてくれる人が少ない、この3つを挙げて。先生からお伺いしたイングリッシュ・インフォメーションとか、イングリッシュ・パンフレット、あるいはイングリッシュ・スピーキングスタッフ、それから、コーヒーショップ、これは誠に僕らも実感とする所で、こういったことをこれから少しでも改善していきたいと思います。

パオレット あのコンセプトを使って。

前田 オーストラリアの方々是非常にフレンドリーで、旅行者が行ってもすぐに友達になっていただけるといのは得意そうなんです。佐渡の人は非常に恥ずかしがりやで外国の方が来ても声がかけられないんです。ただ、1回話しかけると、もう非常に親切に教えてもらえる。これが佐渡の人なんです。佐渡の人のフレンドリーさはいかがでしたでしょうか。

パオレット よかったです。ただし、なんて言うの、私は半年以上も新潟に住んでから、最初から気にならなかったですよ。感じはすごく平静的と言うか、そういうふうに伝わってるんですよ。実はそうじゃなくて、1回入ると、温かくてと言うか、はっきり言って、何か書けばいいと思うんですよ、英語で。ええ、がんばって話しかけて。

前田 これから、皆さんも外国人を見たら、いつでも声かけてください。佐渡の人は本当に恥ずかしがり。中身は本当にいろいろ面白いので、一度、お話にいらっしゃいというふうに思います。それから、2つ目なんですけど、オーストラリアの方は非常にスポーツが好きなんです。この佐渡も、釣りとか、あるいはダイビングもできますし、またトライアスロン大会とか、自転車のロングライドの大会がありますし、今年から自転車のヒルクライムというもの、来年の4月の佐渡のマラソン大会もあるんですが、こういったスポーツ大会も、これから日本人だけじゃなくって外国人の方にも参入していただくとと思うんですが、こういうのはオーストラリアの方というのは興味を持ってもらえるのかどうか。その辺りはいかがでしょうか。

パオレット 高いコンセプトが必要で、モンテ・クリストを使えばと言って、基本的にはオーストラリア人、ダイビングだったらオーストラリアに行くけど、たぶんまず佐渡には来ないと思うんですよ。大体、日本に来る時に、北海道に行くのは好き。新潟も来ないですよ。長野だとかオリンピックがあったから、オーストラリア人はそういう意識を持って、スキーはいいだろうというふうに思いますね。でも、日本にもうすでにいる西洋人、大変多いですから、それを目指せばどうかなという気がしてきました。だから、わざわざスポーツとか、雪以外あんまり来ないと思うんですけどね。

前田 まず日本にいらっしゃるオーストラリアの方に声をかけて、来てもらえるようにしていきたいと思います。最後、中国から日本に来られる方の特徴は、私が住んでる関西、京都では、清水寺だとか金閣寺とか、中国にないお寺の場合は結構人気があるんです。ただ、奈良のお寺は非常に評判が悪い。というのは、確かに中国のお寺と似通っている点が多いんで、逆に意味ないと思うんですが、むしろ中国の方は大阪のミナミの雑踏、道頓堀とかを好まれるという傾向がございます。意外なことに、日本のラーメンが非常に人気があるんですね。

本場は中国だと思うんですが、やはりスープがおいしいということで高い評価をいただけてますし、日本の食べ物というのを非常に喜んで食べていただいております。それと、日本人と一緒に非常に買い物好きですね。女性の方は化粧品とか、年配の方は電気製品とかいろいろたくさん買われるんですけども、品物にしても同じものを10個、20個と買われるんですよ。何かというと、お土産なんですよ。だから、このお土産文化というのも日本と似てるなという感じなんです。助言いただいた中で買い物内容の充実があったんですが、これは佐渡では非常に難しい。今、土産物屋の7割が食料品です。特に佐渡は食料品が高いので、そこら辺はネックかなというふうに思います。李先生に質問ですけれども、李先生は内陸甘肅省のご出身なんです。海岸線で中国の人が遊ぶのだったら、例えば中国のチンタオとか、タイとか、たくさんある。瀬戸内海を、九州から大阪まで、フェリーに乗る人が多いんですけど、これは島だけで一つの楽しみになっていると聞いておるんですが、この佐渡は海に囲まれてるんですけど、中国の内部の方の海に対するあこがれというのは、どこに商品価値があるのかということ、まずお伺いしたいんですが。

李 内陸部だけではなくて、たとえ海に近いほうでも、佐渡は非常に海を売る価値は高いと思います。今は北海道の次は九州ぐらいな感じですけども、やはりほかの地方が中国市場を注目してない90年代後半から非常に力を入れて、私自身も4～5年前に北海道に行ったことがあるんですが、その時には北海道のすべての店が、あちこちに中国語のサインであったり、説明であったり書いてました。それは非常に印象的でした。そういうところはやはり日本風のホスピタリティーと言うか、中国人の観光客にとっては好まれることではないかと考えています。

前田 もう一つの、佐渡の食べ物はどうでしたでしょうか。

李 おいしかったです。中国人はやはり、

日本食と比べると油っこい料理が多いのですが、最近都市部では健康志向が注目されて、日本食のレストランがどんどん増えているんです。ただし、少し内陸に行くと日本みたいな新鮮な刺し身とか、そういう海鮮が食べられないんですね。そういうことは中国人にとっては魅力的だと思います。

司会 会場の皆さんから多数のご質問をいただきました。まず、ブラウン先生、お刺し身が嫌って言われたんですけど、お刺し身以外の佐渡の食べ物について、満足度はいかがでしょうかということと、2回佐渡に来られてますけども、佐渡に来るアクセスの交通手段はどうかというご質問。
ブラウン 生もの以外はおいしかった。それと、アクセスですね。最初に佐渡に来た時は直江津に住んでいて、佐渡に行った友だちの話聞いて、佐渡はすばらしいと聞きましたので。パッケージとして東京から佐渡にどうやって来るかをちゃんと教えるとか、新幹線の切符とフェリーの切符と、新潟駅から帰りの観光までをまとめてパックをつくれば結構いいと思います。

司会 クック先生、お昼ごはんを食べる時に、どういうふうに場所を選びますか。
クック とにかく雑誌、はい、インターネットで調べて。

司会 李先生、あまり文化的なものよりも買い物とか違った面で中国の方は旅行先を決められるということなんだけど、佐渡へ中国の方をお招きする時の最大のアピールポイントをできれば3つ挙げてくださいということです。

李 一つはきれいな自然。2つ目は歴史・文化的なもの。ただし、中国人は日本のお寺を見るのはおそらく好きじゃない。あんまり特徴を感じないので。逆に、宿根木の町並みとか、金山が非常に面白い。今日もいろいろ見てる時に、いろいろ解説図がありますが、日本人向けに非常に細かいこと書いてあるんですが、私たち4人が日本に長く住んでいても、それを読んで、正直よく分からない。年代で言われると、昭和、明治で言われると、大体分かるんですが、

いきなり室町と言われても、それいつですか。でも、そういう大きなストーリーをつくって、説明する必要があるんじゃないかと思います。3番目は、体験的なツアーを組む可能性。例えば能舞台、30カ所ぐらいあると聞きましたが、そういう能舞台巡りをして、最後に1カ所で見ることができたら、非常に魅力的ではないかと思います。

司会 中国の方は金が好きだということを知ったんですけども、佐渡金山で金製品のお土産をきちっとつくったら高くても買ってくれるかというご質問です。

李 中国人は、昔はみな金のアクセサリよくしました。最近あまりしませんが、子どもに金や銀のアクセサリや、金そのものをあげるという習慣がある。子どもへのお土産、子どもへのプレゼントにすることは、工夫すれば非常に売れるのではないかと思います。

司会 もう一つ、中国人の観光客にとって、中文のパンフレットが必要なのかどうか。

李 ほとんどの中国人は、英語をしゃべれないし、読んでもあんまり分からないので、当然、中国語のものがが必要です。マーケットの差別化も大事なので、中国人向けのパンフレットの内容は、日本語版や英語版をそのまま訳すと、よくないのではないかと思います。

司会 パオレット先生の発言に対してこの方は、佐渡にはコーヒーを出せる店はいっぱいあるので、スターバックスはいらないと。英語でそういうことが分かるように看板とメニューを出しただけでは足りませんかという質問。

パオレット スターバックスは必要ありません。ただ、コーヒーがどこで飲めるか知りたいですね。

司会 最後に全員の先生に共通の質問で、佐渡の第一印象と、佐渡をアピールするとしたら、どんな言葉で表現したらいいか。

パオレット 第一印象「大きい」。運転しても、運転しても回れないという感じ。アピールはやっぱり「ジャパニーズ・モンテ・クリスト」というんだったら、僕は興味を持つ。

李 第一印象は、予想以上に大きい島でした。パンフレットの「ピュアジャパン」、これが非常にいいキャッチフレーズであると思ってます。ピュアの中身をいろんなバージョンをつくって、いろんなパンフレットをつくってアピールすればいいんじゃないかと思います。

司会 じゃあ、クック先生。

クック 自然。すごくきれいですね。今日はホテルから、海の波にすごく感心。キャッチフレーズは、「バース・プレイス・オブ・ア・太鼓」。

司会 なるほど。じゃ、ブラウン先生。

ブラウン 今朝、早起きして、波を見て、波と岩の戦いみたいな感じを見て、本当に感じました。キャッチフレーズと言え、私のプレゼンの中の「見たことのない日本」、英語で言うと、「a side of Japan you've never seen」。

司会 最後に前田プロデューサーから、国際観光に向けた今回の試みについて、総括していただけますか。

前田 佐渡の国際観光というのはまだまだ始まったばかりで、全くヒヨコ状態なんです。こういうふうには日本国内からいらっしゃる外国人の方の意見を聞くのは、非常にいい機会だったと思います。ぜひともまた佐渡が国際観光の島になるように、ご協力をいただければと思っております。

司会 それでは、ちょうど予定の時間ですので、意見交換を閉じさせていただきます。