■プレゼンテーションへのコメント

丁　　貴　連（宇都宮大学国際学部附属多文化公共圏副センター長、国際学部教授）

国際学部の丁貴連と申します。どうぞよろしくお願いいたします。与えられた時間が 10 分しかなくて、手短く述べさせていただきます。はじめに、本日のシンポジウムのために、11 月から 2 回にわたって日光と奥日光の各地をフィールドワークし、それをもとに具体的で的確な提案を行なった 5 グループの学生たちに感謝申し上げます。

さて、皆様もご承知の通り、日光市には年間 1200 万人以上の観光客が訪れています。また、外国人観光客数も 9 万人を超えています。しかし、全国的な外国人旅行者の伸びに比べれば、日光市の状況は決して高いとは言えません。その意味において、今回の学生によるプレゼンテーションは、観光立国を目指す日光市が抱えている問題や課題を浮き彫りにしているという点において高く評価できます。その課題とは、日光東照宮をはじめとする観光資源と豊かな自然環境に恵まれた日光市には、行政の方にも市民の方にも、観光客を楽しませるシステムづくりに徹するという意識が欠けていることです。

まず、行政側から見ていくと、「交通と案内」を担当した B グループは、車のない観光客のために駅からの移動手段、たとえばウーバータクシーや DIDI サービス、公共バスなどの導入を急ぐべきだと指摘しています。ご承知のように、近年、観光バスを使わずに単独、あるいは小グループで旅行する外国人観光客が増えています。彼らの多くは日光駅に降りた後、徒歩で東照宮とその周辺を見て回っていますが、中には中禅寺湖などさらに奥の方へ行ってみたいと思いながらも、移動手段がなくて諦めているも少なくありません。多くの観光客が日光を楽しむためには、やはり行政が動いてくれないといけないと思いますが、日光市の対応は果たしてどうでしょうか。

交通の問題だけではありません。「買い物と食事」を担当した D グループは、未だにクレジットカードが使えない店が多いのは大きな問題であると、キャッシュレス化に向けての日光市の対応の遅れを指摘しています。また、「宿泊」を担当した A グループは、ホテルや温泉旅館、レストランなどのホームページに使用されている英語をはじめとする諸外国語の翻訳の不備を指摘し、ホームページの充実化を提案しています。皆さんも耳を疑ったと思いますが、東照宮など日光の歴史的資料を英語で紹介するホームページに自動翻訳機が使用されているのは大きな問題です。おそらく翻訳代を節約するために行なわれた行為だと思われますが、同様の問題はほかのグループからも指摘されています。とくに、クレジットカード決済などキャッシュレス化がなかなか進まない大きな原因の一つに、手数料を払いたくないという店側の負担の問題があげられます。その支援体制が日光市に求められていることを、今回の学生の提案から読み取ることができました。

対応の遅れとして、もう一つ指摘したいのは日光市の国際感覚です。近年、日光市が力を入れているのは、明治期に日光や奥日光を訪れた西洋人と彼らが住んでいた別荘地の発掘と紹介です。確かに、避暑地としての日光のイメージは日光市の魅力と価値を高める上で重要な資源だと思います。しかし、「観光資源」を担当した E グループの提案からも分かるように、留学生が注目し、その価値と魅力をもっと宣伝してほしいと思っているのは日光東照宮なのです。

実は、日光東照宮を始めてみた外国人は江戸時代に隣国朝鮮から来日した朝鮮通信使と言われた外交官一行です。彼らは、1636 年造り替えたばかりの東照宮を遊覧し、杉並木や巨大な石鳥居、そして金銀で装飾された豪華な彫刻に埋め尽くされた東照宮に驚嘆しました。朝鮮通信使だけではありません。明治末期から大正、昭和にかけて、留学生、修学旅行団、日本観光団、内地視察団として日光を訪れた朝鮮人や中国人旅行者たちも、東照宮の建築美に驚いています。彼らは、タウトが絶賛した桂離宮や伊勢神宮には関心を示さず、東照宮こそ日本が「世界に誇るべき建築物」であると称賛してやまなかったのです。

ところが、日光のイメージを体系的･総合的に構築しようと触れこむ日光市（合併前の日光市も同様）は、アーネスト・サトウなどの欧米人には大いに関心を示し、彼らの書き残した日記、旅行記、エッセーなどを様々な角度から検討しておきながら、東照宮の価値をいち早く評価した東アジア地域からの旅行者の存在には留意していません。

そうした行政側の感覚のずれは、市民の意識にも影響を及ぼしています。D グループがいみじくも指摘しているように、日光の市民たちの中には自分たちの歴史と文化の素晴らしさについてあまり知っておらず、また学ぼうとしません。

皆さんもご存知のように、日光市は 2006 年、２市（今市と日光）２町（足尾と藤原）１村（栗村）の合併で新しい「日光市」が誕生したのを契機に、日光市は今市をはじめとする各地の魅力や価値の掘り起こしに取り組みました。いわゆる「日光ブランド戦略プラン」です。2012 年、本プランを打ち出した日光市は、都市ブランドとしての日光のイメージを高めるためには、まず市民がそれぞれの地域の歴史、文化、風土、自然、生活などを学び、それらのよさを体系的に位置づける必要があると指摘し、新たな「日光ブランド」の構築に向けた各種イベントを展開しました。しかしながら、2019 年現在、学生たちの発表を聞く限り、市民たちの意識は依然として低いと言わざるを得ません。

市民の意識が変わらない背景を考える上で、避暑地として国内外に知られる軽井沢との比較は有効な方法です。よく知られているように、軽井沢と日光は明治時代から避暑地として繁栄してきたライバルですが、イメージの良さでは軽井沢の方が圧倒的に高いです。統計資料から見ていくと、観光資源、自然、気候、産業、交通、特産品などは日光の方が優れています。にもかかわらず、日光のイメージが軽井沢よりも低いのはなぜでしょうか。その理由として、日光東照宮を代表とする観光資源と豊かな自然環境に恵まれた日光には、自ら観光を作りだす土壌が発達していなかったことに対し、土地が痩せていて観光資源も少ない軽井沢は、観光客を楽しませるシステムづくりに徹していたことが指摘されています。

つまり、土地が痩せて観光資源の少ない軽井沢の人たちは自分たちの町に観光客を呼ぶために、そして来てくれた観光客を楽しませるために努力を惜しみません。しかし、観光資源と自然に恵まれた日光には何もしなくても観光客が次々とやってくるのです。その体制が染みついた日光の人たちは、駅からの移動手段がなくて日光を楽しめない人たちのために何かをしようと積極的に動きません。何よりも驚くのは、観光客にとって最も重要な食事への対応の遅れも目立っています。「買い物と食事」を担当した D グループは、奥日光のレストランの多くはベジタリアンや宗教への配慮が欠けていると指摘しています。いま、私たちは多文化社会の真っただ中に住んでいます。外国人観光客だけではなく、日本国内から来る観光客の中には様々な理由で食べられないものがたくさんあります。その対応が遅れているということは、それだけ彼らの楽しみを奪い、結果的に日光のイメージを落とす要因につながっていくと思います。

最初に申しましたように、日光市には年間 1200 万人以上の観光客が訪れています。また、外国人観光客数も９万人を超えています。しかし、全国的な外国人旅行者の伸びに比べれば、日光市の状況は決して高いとは言えません。その理由が、今回の学生たちの調査によって明らかになったのではないかと思います。観光立国を目指す日光市はぜひ５グループの提案の内容をよく吟味し、日光のイメージアップに活用してくださることを切に願います。ご清聴ありがとうございました。

佐　藤　正　人（日光市観光経済部観光課長、日光市国際交流協会事務局長）

皆さんこんにちは。日光市観光課長の佐藤と申します。今回は、留学生の皆様、重田先生をはじめ、日光市内でのフィールドワークを実施していただき大変ありがとうございました。また、宇都宮大学が創立 70 周年を迎えたということで、大変おめでとうございます。

５グループの発表を私も一番前で聞いてまして、素晴らしい発表だと思いながら聞いていました。先程丁先生のほうから、行政の対応の遅れということで言われてしまったものですから、その後でコメントするのがなかなか難しいところではありますが、いい意見をたくさん頂いたので、それについてコメントさせて頂ければと思います。

まずＡグループの宿泊につきましては、アプリの連携ということで、うちの観光課のほうでやっている街歩きナビ、Google マップとの連携の中で、うちのほうでもいい提案を頂いたかなと思います。雪景色の中でのイベント、デートに適しているということで、若い留学生のみなさんの提案ということで、いい内容だったかなと思います。

Ｂグループの交通案内につきましては、電動キックボードや、配車アプリ Uber の導入ですね、昨年も配車アプリの導入は提案されていたと思うのですけれども、今回も提案頂いたということで、特区の申請が必要ということですね。

Ｃグループの情報につきましては、市のホームページの多言語化がうまくされていないということで、それについてはうちの秘書広報課のほうでやっているのでそちらに提案してみます。そしてやはり街歩きナビの対策ということで、Ａグループと同じ提案を頂きましたので、こちらのほうも検討していきたいと思います。

そしてＤグループの買い物、食事につきましては、モバイルパワー、充電器のレンタルの提案を頂きました。あとはオリジナル支払いカードの作成、そしてベジタリアンなどの食事の対応ですね。こういったご提案を頂きましたので、こちらにつきましても持ち帰りまして、検討したいと思います。

Ｅグループの観光資源につきましては、クレジットカード、電子マネーの導入、案内板の多言語化ということでご提案を頂きました。課題にありました、外国人への対応、多言語化への対応、渋滞対策、二次交通、キャッシュレス化、先程の食事などは、市のほうとしても課題と思っている部分ですので、皆さんからいただいた提案をこちらのほうで持ち帰りまして、検討していきたいと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。本日はありがとうございました。