

2. 「提案 外国人に奥日光の魅力を配信する」

Bグループ

バトスヘ ウヌビレグ (モンゴル)
トウ ブンキン (中国)
ドン グェンコイ (ベトナム)

ウ メイリン (中国)
ジム シアンリー (カンボジア)

「奥日光の自然を活かした観光地づくりを留学生と考える」プロジェクト

提案

外国人に奥日光の魅力を配信する

Bグループメンバー：

1. Batsukh Unubileg (モンゴル)
2. ウ・メイリン (中国)
3. トウ・ブンキン (中国)
4. ジム・シアンリー (カンボジア)
5. ドン・グェンコイ (ベトナム)

令和3年12月5日

発表の流れ

1. 戦場ヶ原について
2. フィールドワークについて
 - 2.1 フィールドワーク参加による問題点
 - 2.2 アンケート調査の結果と問題点
3. 問題解決への提案
4. 提案への説明
5. 自然を守るへの関心
6. まとめ

1. 戦場ヶ原について

- ・ 森あり、湿原あり、滝ありと自然の変化に富んだコース。
- ・ 途中ラムサール条約に登録されている湿原や日光連山を望む事が出来ます。
(ラムサール条約は1971年2月2日にイランのラムサールという都市で開催された国際会議で採択された、湿地に関する条約です。)

2. フィールドワークについて

2.1 フィールドワーク参加による問題点

- ・ パーキング
- ・ レストラン/ホテル
- ・ 雨/泥
- ・ 休憩所
- ・ トイレ
- ・ 忘れ物/ごみ
- ・ (工事ができない)

解決不可能理由
政府機関
資金不足

ゴミの問題が気になった

2.2 アンケート調査による問題点

協力者：8人

年齢

30代	13%
40代	50%
50代	37%

国籍

日本	13%
外国 (ベトナム)	87%

訪問回数

初めて (4人)	50%
3回以上 (4人)	50%

日光の旅行がより良いものになる

交通決済

このままでいい 0 1 2 3 4 5 6

問題

1. 外国人観光客が少ないこと (現在コロナの影響も考えられる)
2. 若い世代の観光客が少ないこと

3. 問題解決に対する提案：

(1)外国人観光客が少ないこと
(2)若い世代の観光客が少ないこと

解決案

多くの人に奥日光「戦場ヶ原」を知ってもらう

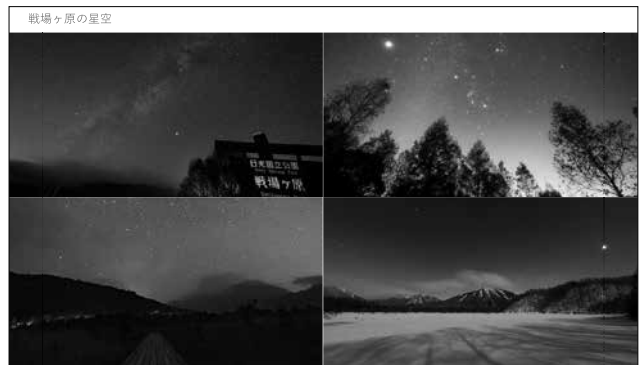
観光客に問題意識を向上させる

ソーシャルメディアを通して奥日光「戦場ヶ原」の情報を配信しつつ、ゴミに関する問題意識を向上させる。

ソーシャルメディアを使用する理由

4. 提案への説明

現在、公開されている日光の情報を配信するApp



アンケート調査の中一番多く出た意見は、自然をそのまま守って欲しいでした。

5. 自然をどうやって守る？

提案：

- アプリを用意して、旅行で来たお客様に、情報が伝わる。
- ソーシャルメディアで環境問題教育、自然を守る意識を向上させる。
- 戦場ヶ原の魅力ポイントをソーシャルメディアで発信して、豊かな自然を守り続けるのを提唱する。

まとめ

- 戦場ヶ原は豊かな自然風景を持ち、現代社会で広く使われているソーシャルメディアを利用して、環境を保全する意味について学び、そして私たちがどうやって行動するかを考える。
- ソーシャルメディアと環境配慮が結びつきやすい、普及しやすい。
- 自ら環境意識を高めることができる。

ご清聴、ありがとうございました。

参考資料：

- https://www.kegonfall.org/common/pdf/2021_4irep.pdf
- http://www.nikko-kankou.org/db_img/cl_img/1314/doc/01env02.pdf
- https://www.env.go.jp/nature/ramsar/conv/About_RamsarConvention.html