

クールジャパン・プロデューサー活動報告

アイ・エス・ケー合同会社

代表 渡邊法子

ネイティブスピーカーガイドが語る

昆布とニシンの今昔物語



北海道訪日観光案内人養成学院 開講

日本、北海道の足元には数えきれないほどの魅力的な資源があり、紐解けばそれは素晴らしいストーリーとして磨き上げることができます。そして観光コンテンツとして活かすことができます。

その魅力的なストーリーを、楽しく分かりやすく魅力的に伝えることが課題です。そこでまずコンテンツを開発することを想定しながら、観光案内人（インタープリター）を継続的に養成する事業を開始しました。

写真の上段は北海道札幌市で開講した北海道訪日観光案内人養成学院の授業の様子です。札幌市在住の外国人（中国語圏から始めました。）に北海道の食べ物や観光地だけではなく魅力的な資源を学んでいただく機会を創出しました。

北海道の食文化（鮭、昆布、ニシン）、世界文化遺産に認定された北海道・北東北・縄文遺跡群、アイヌ民族の文化、北前船の歴史、北海道近代史など、魅力的で特有な資源を深く掘り下げて学びあいました。

持続可能な事業とするため講師陣（日本人）と受講生（外国人）とがワークショップを実施し細やかな表現にもディスカッションを重ねて、中国語のテキストを作成しました。受講生は現地研修などにも楽しく参加し主体的に学び、北海道の魅力を伝えるネイティブスピーカーガイドとなりました。

① 座学で北海道のアイヌ文化を学び

小樽（運河倉庫群）で北前船の現地研修

育成したネイティブスピーカーの仕事の確保や持続的な事業展開のために、顧客を開拓し継続的なチャネルの構築が必要であり、その課題解決のために観光コンテンツタリフのブラッシュアップ、ニーズのある海外の旅行会社や訴求する顧客が求める魅力的で具体的な資料の作成など、流通・販売を進めるためのツール開発を行う必要があり開発したプログラムを「販売可能な商品」として確立するため、ターゲットの設定、商品仕様の明確化、販売資料の整備、商談機会の創出を進めることが必要でした。

重点先への提案と試験販売を重ね、実績データをもとに内容と価格を改善することで、安定した販売チャネルの構築を図る方向性を模索しました。

ファムトリップとして海外（中国/北京・上海・杭州・ハルビン）よりインフルエンサーや、行政や企業の研修旅行等を企画実施している会社のオーナーに参加していただき実際に体感していただきました。アンケートを実施した結果、表面的ではない深い歴史に感銘をし、より知りたくなったという知的な欲求が見受けられ、また昆布の歴史的背景（東アジアに広がる昆布ロード）を学びながら工場見学の説明については大変満足度が高かったようで、さらに「できれば現地の漁師さんと実際に一緒に体験をしたい。それができるのであればいくらかかってもいい。」という意見をいただきました。

② 昆布ロードの淵源を訪れる旅

「昆布ロード」について本学院の講座で学びました。北前船には3つの航路があります。日本海西回り、太平洋東周り、南海路です。北海道と京都・大阪を結ぶ西回りの航路が一番重要でした。北海道から昆布、ニシンが運ばれ、関西方面からは北海道の人々の暮らしを支える生活物資（米、酒、あらゆるもの）がもたらされました。当時の歴史的なことが今にも繋がっています。

江戸時代中頃から幕末、明治にかけて、北海道で収穫された昆布が松前から大阪、京都へ運ばれ、出汁文化が生まれました。しかしそれだけで終わっただけではありません。昆布は関西から薩摩、琉球を経て清（中国）まで届けられていました。その道筋を「昆布ロード」と呼んでいます。また昆布が日本を近代国家にしたと言っても過言ではありません。

このような歴史的背景のガイドの案内に参加者は釧路から京都へ、そして母国中国へと思いを馳せるのです。



釧路町で昆布森・シレバ岬を訪れ

昆布工場を見学



利尻の漁師さんとのふれあい

企画旅行のオーダーが入る（ニーズは意外なところに）

日本文化という京都・浅草などの和風モダンの雰囲気の魅力を感じるという訪日客は多いとは思いますが、北海道にそのようなテイストはあまりそぐわないし、足元のない資源をコンテンツとして作り上げるのは、結局、持続性に欠けることとなりかねません。しかし、日本、北海道に訪れた人がどのようなものに魅力とを感じるかは、日本の側ではどういっても思えないということ、この実証実験を通して実感した事象がありました。

3年前、当該事業でファムトリップを実施した際に函館と小樽をたずねて北前船文化の歴史を体感するコースを設定しました。小樽の運河に隣接する倉庫群は、「木骨石造構造」という造りです。つまり木の骨組みに石の壁をはめた建物です。

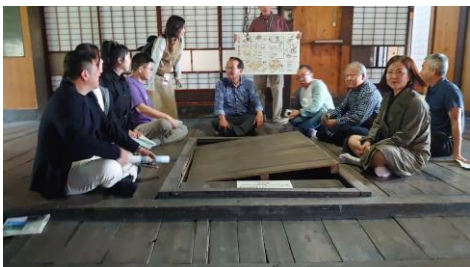
ツアーに参加していた中国北京から来ているお客様は、北京に残る「胡同」（フートン）という建物群は「木の骨組みにレンガや土の壁の組み合わせで作られている」ということでたいそう関心を持って多くの質問をしていました。

参加している建築関係の企業の研修旅行を企画実施している旅行企画会社代表者は、この「木骨石造構造」で建てられた古い倉庫を、現代の世に改装してカフェや様々な店舗として活用されている様や、活用にあたっての耐震化に係る施工方法について自国に同様の課題もあり非常に関心を持たれたようでした。数か月後には「北京政府の建築関係の方々と連れ来てきたい。小樽の倉庫で現在、改装している現場があれば視察をしたい。」という連絡が入り催行されました。当初、函館・小樽へのコースを企画した当該事業体側には思いもよらない展開であり、足元に存在する魅力的な資源とは、外から来た人からかえって教えてもらう場合があるものなのだと改めて認識しました。

また「昆布漁を地元漁師さんと一緒に船に乗りながら体験できるのであればいくら出してもよい。」という意見とともに、「マタギ体験もしたい。」という意見もありました。「実際に苦勞している漁師さんの話も聞きたいし、できることであれば一緒に森に行ってみたい。すぐにでも予約したい。いくらかってもよい。」と言うのです。日中の関係が良いとは言えない時期ですが数時パスポートによる個人旅行は富裕層の間で健在であり、訪れる方々に幾度もリピートして北海道の魅力を体験していただけるものと、確信をすることができました。

佐賀番屋

ニシン漁がさかんであったころ、大人数の漁師が集団で暮らしながら働いた拠点であり魚を取り加工し寝泊まりしました。留萌の美しい海沿いに立つ番屋に座り、当時の人々の暮らしを身体中で実感することに魅力を感じたり、次から次へと質問も止まらない参加者の皆さんでした。



魅力的なコンテンツをどう伝える？

キウス周堤墓群

北海道でも貴重な縄文時代の墓地であり、ユネスコの世界文化遺産（北海道・北東北の縄文遺跡群の一部）で大きな円（ドーナツみたいな土の囲い）で、規模が大きい。みんなを平等に囲むために円形であったか？中心を共有する共同体の象徴とも言われています。

③ 漁師とともに昆布漁体験

ファムトリップに参加した海外（中国）旅行企画会社の方から「実際に漁師さんと作業をしてみたい。」との貴重なご意見をいただき、北海道利尻島のウニ漁、昆布漁を生業としている漁師さんと事前うち合わせを重ねて、利尻の漁師さんと触れ合いながら漁作業を手伝わせていただくというコンテンツを造成し、販売するべく再度ファムトリップを開催しました。

利尻を訪れた当日は減多にないという強風にあおられ、海に船で出てウニ、昆布漁を体験するという事はできませんでした。漁師さんの苦勞に伴う詳細なお話、作業現場での説明、昆布干場での作業についてのお話など、ことのほか熱心に聞き入っていました。アンケート結果においても前回同様、母国語での案内に対する評価が高く、その結果、知り合いに勧めたいとの評価を得ることができました。また、北海道の道北地域の特有な歴史を深く知ることができたことで、他の地域への興味も深まったことが分かりました。ファムトリップは3泊4日（札幌～利尻島～稚内～留萌～増毛～札幌）で実施し母国語の案内に加え北海道の地域ストーリーの知識と体験ができることにより観光商品としての満足度が高まることが分かりました。さらに満足度を高めていくことで、持続可能な価格帯での販売の可能性も見えてきました。

⑤ ネイティブスピーカーガイド協会の設立へ

実は先日もこんなオーダーが入りました。「中国富裕層の間で日本語を学んでいる人たちがいる。皆さんはすでに何回も日本を訪れていて、大好きなのです。知識欲も高く、もっと深く専門的な分野等で日本を体感したい。」という要望があるということです。「母国語で深く威力的な話を聞けるのであれば、お金にいとめはつけません。」という内容の要望でした。いよいよ、今まで真摯に訪日観光案内人養成学院で学んできたネイティブスピーカーガイドの皆さんの出番です。