

「伊勢」と日本スタディプログラム レポート

Mujeeb Khan

ムジーブ・カーン

(米国)

Conclusion: Ise City holds a lot of cultural value which makes it an ideal place to visit.

Advertising for Ise City needs to be divided into categories of people. First is for the Japanese themselves. Next is for those who come from Kanji-ken (countries which still use or once used Chinese characters). Finally, as this trip only included people from what is termed the "Western" cultural sphere, those foreigners from this region.

For this last set of foreigners, there are three main points to consider. First are the five senses, which I discussed in my presentation. Then is the issue of familiarity. Third and last is the issue of relevance. By incorporating one or all of these aspects in the advertising to and informing of others about Ise City, it will be possible to have Ise included as a must-visit location on tourist itineraries.

結論: 伊勢は人が惹きつけられる、十分な文化に溢れた場所である。

対象の分析: まず、日本人においては、伊勢には古くから重要な働きを果たした町であり、現在でも過去を感じることができる場所である。成果発表会でも申し上げたとおり、五感で体験する伊勢をプロデュースすべきである。

漢字圏の外国人は、日本人ほど馴染みを感じないにしても、その漢字という共通点において、昔から文化の交流は行われてきた。現在、神道は日本独自の宗教になっているかもしれないが、日本文化の源流だけでなく、東アジアの文化との関連性に焦点をあてることによって、宣伝効果を発揮するかもしれない。

それ以外の国々については、今回のプログラムは欧米文化圏在住者のみが対象となったので、その観点から述べたい。上記の二つと同じように、五感の体験をテーマにした宣伝を行うべきである。しかしながら、五感の体験については、欧米文化を深く理解した上でのものでないと意味をなさない。

欧米文化圏へので宣伝方法について、三つに分けて述べることにしたい。

一つ目は、先述した五感の説明から始めることとする。人間は誰でも五感を持っているが、その五感で感じることは、それぞれの人種によっても、それぞれが持つ文化によっても異なる。

これらを考察して、五感でできる体験を概説的に紹介し、ウェブサイトなどでさらに国別・人種別に応じた五感体験を発信すると面白い。多くの人々は、伊勢の概要をまず知ってから、さらに深く知ろうとする。それに加え、希望者には個人向けの情報を提供する。詳しいテーマのサイトを複数作成し、誘導するようにする。

伊勢が本当の旅行の目的であっても、伊勢周辺の地域を複合的にウェブサイトで宣伝する。例えば、伊賀の忍者屋敷は外国人には非常に魅力的だ。鳥羽や志摩も魅力的な場所が豊富だ。食べるのが好きな人には、伊勢の名物に限らず、周辺地域の名物をあわせてウェブサイトで紹介する。伊勢の知名度が低い以上、周辺地域と連携して、複合的に宣伝を行わなければ、魅力を感じてもらえないだろう。

二つ目は、共通点を作ることである。外国人観光客は、必ず東京や京都に行くが、奈良まで足をのばす人は少ない。伊勢となると、ほとんどいない。ただし、奈良や伊勢は日本の真のを知る上で、重要な場所である。一般の外国人観光客の多くは、日本に暮らしたことがある人や日本マニア以外、最初は日本のどこへ行ったらいいのかわからない。伊勢に行けば、日本人の心を知ることができるのに、効果的な情報発信がなされていないので、伊勢の地名すら知らない。残念なことに、観光ガイドにもほとんど情報がないし、観光した人が他人に日本を紹介するとき、伊勢について語ることはまずない。

よって、ウェブサイトの充実と外国人のロコミファンを作るべきである。欧米文化圏の人が見て、すごいと言わせるウェブサイトは必要がない。欧米文化圏の人の目線に合わせた、彼らが理解しやすい内容を紹介することである。

すでに京都、大阪、奈良などは多く紹介されているので、それらを参考にすべきだ。さらに欧米文化圏の人がわかりやすいウェブサイトを作るだけでなく、それらの人々に協力を求め、ロコミ等で伊勢を広める仕組みを作りたい。これから来日する観光客に伊勢をおすすめの場所として、意識させることが重要である。

最後に言葉の力について述べたい。これは外国人観光客が簡単に理解する英文を前提にするが、さらに伊勢の特長が伝わるように文面を工夫したい。伊勢は様々な面から見ると信じ難いほどの豊富な文化を有しているが、どのように海外の人に伝えるか、受け入れられるか、説明するのが非常に難しい。

上記で述べたように漢字圏在住の外国人であれば、共通点を見つけた上で説明することができ、特別な言葉の工夫は不要である。しかし、欧米文化圏の場合、言葉の壁のほかに文化の壁があり、それを上手く表現できれば、確実に観光客を増やせるであろう。