



欧州発、オンラインセミナー ～コロナ禍でも欧州と日本の架け橋に～

(一財)自治体国際化協会ロンドン事務所 所長補佐 新野 梓 (福島県派遣)

欧州と日本をつなぐオンラインセミナー

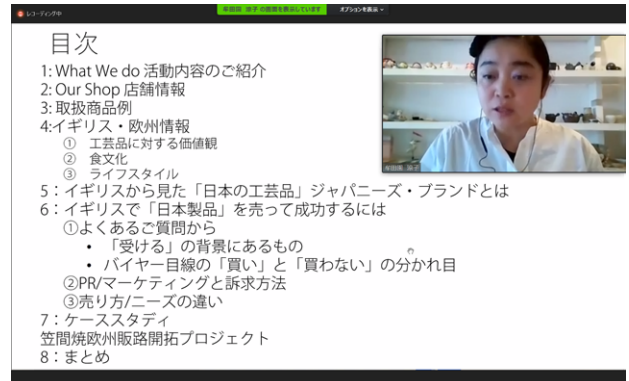
日本の各自治体が国際的な施策（国際交流、インバウンド、販路開拓など）に力を入れている中、クレアロンドン事務所では、幅広い分野で活躍されている方々を講師に招き、欧州における「状況」「ニーズ」「考え方」などの情報をオンラインセミナーでお届けしております。本現場レポートでは、2021年度の各セミナーの内容について、ダイジェスト版でお伝えします。

4月：欧州—日本 離れていても伝わる、日本の工芸品の魅力

～講師：株式会社ライヴス ロンドン拠点 デザインショップ wagumi 牟田園 涼子氏～

「日本と英国ではライフスタイルが異なるので、商品に対して訴求力のある説明を行わないと、用途が理解されないことがある」と話す牟田園氏。自治体が行う工芸品の海外販路開拓支援や、ロンドン市内の美術館・百貨店などに商品を卸している実績と経験から、英国から見た日本の工芸品や、英国で日本製品を売って成功する秘訣について語っていただきました。

まず、日本の工芸品は、風呂敷、手ぬぐい、再生ガラスなどから、サステナブルであるという印象を持たれている方が多いといいます。また成功する秘訣について、自治体は「特定のモノを売るのではなく、地域全体のブランディングを掲げることが重要」だと強調しました。加えて、価格よりも、商品の由来であるストーリーが訴求のポイントであると説明されました。Wagumiも携わった笠間焼のプロジェクトでは、3年かけて着実な販路開拓活動を行い、笠間焼のロゴを作る際には、現地の人に根付くように、英国のデザイナーに依頼しました。そのほかPRについても、英国のPRカンパニー、有名



サービス・商品の典型的なユーザー像であるペルソナを具体的に設定することが重要だと強調

なインテリアの写真家、雑誌社と連携するなど、現地の方々を巻き込んだ事例についてご紹介いただきました。

5月：日本の地域の魅力をロンドンから

～Japan House LONDON 館長マイケル・フリーハン氏、企画局長サイモン・ライト氏～

外務省が対外発信拠点として設置する「Japan House」は、ロンドン市内のハイストリートケンジントンに位置し、3フロアにわたり展示・物販・飲食・ワークショップイベントなどで利用できる多様なスペースがあります。基本コンセプトとしては「ものづくり」に注目しており、伝統や歴史を伝えられるものや、素材や製品の質というものを肌でわかるものを重視しています。

自治体が Japan House とコラボレーションする方法は2パターンあり、①地方自治体と Japan House が協働でパートナーシップという形を結び、展覧会、イベント、パフォーマンスなど、いわゆるパブリックプログラムを通して、地方の物産を紹介していくという方法、②地方自治体が独自に Japan House のスペースを借り、商業的なイベントを開催するというものです。マイケル

氏からは、それぞれの自治体ごとにテーマやニーズがあるので、各状況に合わせて、サポートしていく旨の説明がありました。一方、サイモン氏からは、Japan Houseと自治体（新潟県燕三条市、奈良県、北海道など）のコラボレーション事例の紹介に加え、日本の地域の魅力を発信するヒントとして、「その地域にしかないものをセールスポイントにした方がよい」との助言がありました。例えば、宮崎県であれば、「神楽」や「彫り物（えりもの）」など、その地域にしかないものです。また、特に、英国の人々へのプロモーションについては、物語やストーリーが重要な要素で、ただ単に「モノを見せる」「イベントで紹介する」だけではなく、その「モノ」の背景にあるものを伝えることが大事であると話されました。



新潟県・燕三条市の展示の様子。現地の方に大変好評だった鉄ウオール

6月：地域のスタートアップの支援について＝欧州の事例から

～CROSSBIE 代表 山本知佳氏～

ベルリン経産省主催イベント「#AsiaBerlin」のジャパンパネルを務めるほか、JETRO ベルリンとも連携し、日本と欧州の数々のスタートアップ企業を支援してきた山本氏は、地域の社会課題の解決や、地域産業の活性化につながるスタートアップの輩出に成功している欧州自治体（ドイツ、エストニア、スロヴェニア）の事例や、自治体が主導してスタートアップ支援を行う際の課題をご紹介いただきました。当該支援に成功している自治体の特徴として、資金や人材、メンターが確保され、新陳代謝よくスタートアップが活躍できる環境が整備されている点が挙げられる一方で、苦戦している自治体では、適切な課題などの分析がされないまま、他国や他都市の支援事例を取り入れた場合にみられると話されました。

最後に、9割のスタートアップが失敗すると言われていた中で、自治体自身がスタートアップ支援の失敗を受け入れ、その都度、方針を転換する必要性について強調されました。

7月：英国からの訪日旅行の現状と展望

～日本政府観光局（JNTO）ロンドン事務所

次長 直井 辰徳氏～

直井氏からは、英国からのアウトバウンドの最新動向やマーケットや訪日旅行の状況、JNTOの取り組み・支援メニューなどをご紹介いただきました。はじめに、英国について、年間の出国者数が自国の人口を上回り（年間2回以上出国している旅行者がいる）、世界的に見ても中国、米国、ドイツに次ぐ世界第4位のアウトバウンド大国で、欧州の中では最大の訪日国であると話されました。また、JNTOが行ったアンケート調査によれば、旅行先でのアクティビティの志向の変化について、エンターテインメントパークへの訪問やお祭り・野外イベントなど、混雑が予想される活動について、以前と比較して「減る」と思うと答えた回答者が多い一方で、自然体験などの活動については以前より「増える」という回答が比較的多かったとのこと。このほか、サステナビリティ（持続可能性）を考慮している旅行者が増加しており、環境保全や地域住民への利益還元について配慮された旅行会社やツアーを選ぶという人も増えてきていることから、JNTOにおいても今後はサステナビリティの観点から情報発信を進めていく旨お話いただきました。

次回のセミナーについて

今回のセミナーは、11月4日に、駐日デンマーク王国大使館の上郡明子氏をお招きし、「デンマークからなぜ市民やユーザーにやさしいサービスが生まれるのかー政策×デジタル×デザインの視点からー」というテーマでお話いただきます。参加登録は、当事務所ホームページから可能です。

また、詳しい各セミナーの報告書についても、ホームページに掲載されておりますので、そちらをご確認ください。



オンラインセミナーのホームページはこちら