

ZOOM
UP

グローバル時代の 自治体の海外戦略

今日、多くの自治体が外国人観光客誘致、地場産品の海外販路開拓などの海外活動を行っている。各自治体は、それぞれの特色を踏まえて活動を実施する海外地域や分野についての優先順位を定め、足掛かりを築き、さまざまな工夫の下で活動を行っている。本特集では、自治体の海外戦略に焦点を当て、各自治体が海外拠点を基にどのような海外活動を行っているか紹介する。

〔(一財)自治体国際化協会ニューヨーク事務所〕

1

自治体の海外拠点数の推移、拠点の形態などの概説

(一財)自治体国際化協会総務部企画調査課

クリアは身近な自治体共同の海外拠点として、自治体から派遣職員の受け入れや各海外事務所に駐在員を置くかたちで自治体などの海外活動を支援しているが、自治体によっては、独自に海外拠点を設置しているところもある。

自治体が海外拠点を設置する理由としては、

- ・自治体の観光、産業、物産などのPR
- ・企業などの海外展開や販路拡大支援
- ・姉妹、友好都市交流の促進

などが挙げられ、それぞれの特色を踏まえた独自の施策を推進する狙いがある。

クリアは、自治体の海外拠点数および拠点形態などについて、2011年から毎年調査しており、今回本誌では2021年に実施した調査結果を紹介する。なお、本章で

述べる海外拠点とは、名義・形式の如何を問わず、実質的に自治体の指揮命令の下に、団体の事務を行うものを指し、拠点形態とは、独自事務所、機関等派遣、業務委託等、その他の4形態を指す。

自治体の海外拠点数

2021年9月時点の調査結果によると、69自治体が25の国と地域で267の海外拠点を設置している。

国・地域別に見ると、中国が全体のおよそ3割を占めており、台湾、韓国、タイ、北米が次点に続いている。また、より大きな地域で見るとアジア・オセアニア・中東が全体の8割近くを占めている。

次に、過去6年間の海外拠点数等の推移は、図1に記載したとおりであり、2019年までは増加傾向にあったが、

2020年、2021年と減少に転じている。これは、新型コロナウイルス感染症による影響で、自治体が海外拠点をやむなく廃止や休止としたためであると考えられる。

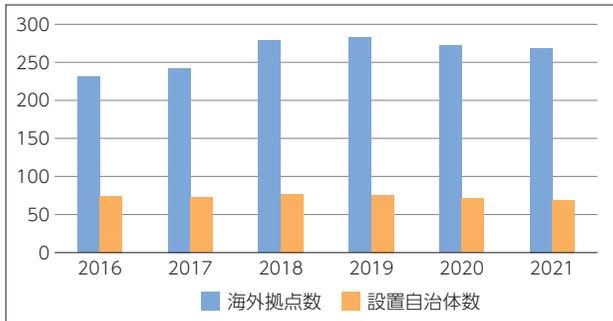


図1 自治体の海外拠点数等の推移

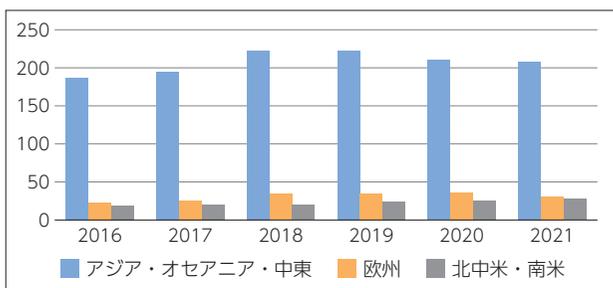


図2 地域ごとの分布

海外拠点形態

地方自治体が設置している海外拠点には、先で述べたように4形態がある。

- ・独自事務所：職員を派遣し、独立して設置しているもの（(公財)〇〇県物産貿易振興センター事務所など）
- ・機関等派遣：職員を派遣し、JETROなどの公的機関内に設置し、派遣元業務に従事しているもの（クレア海外事務所駐在員など）
- ・業務委託等：職員を派遣していないもの（現地在住者や現地企業などへの業務委託契約によるビジネスサポートデスクなど）
- ・その他：地方自治体業務への従事状況から実質的に拠点と判断しているもの

2021年9月時点では、海外拠点のうち、独自事務所が25%、業務委託等が67%を占めており、大まかな地域ごとにおいても、図3に示すとおり同様の傾向が見られている。これは、独自事務所を設置する場合、事務所賃借をはじめとする事務費や職員派遣に必要な人件費などの費用が高く、自治体の予算や人員などを考慮すると、業務委託等の方が独自事務所に比べると設置しやす

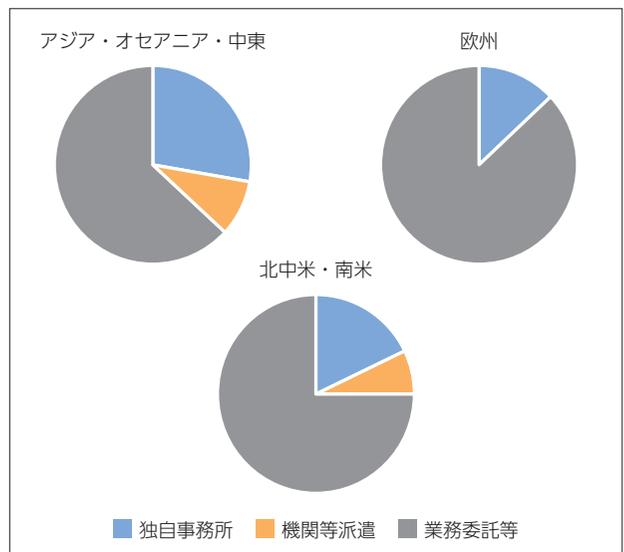


図3 地域ごとの業務形態の割合

いためと考えられる。

海外拠点における職員数

地方自治体が設置している海外拠点は、業務形態などにより派遣職員、現地職員、その両方で構成されている。派遣職員は、日本から派遣している職員（自治体職員が民間出身者かなどは問わない）を指し、現地職員は現地で採用した職員としている。独自事務所として設置している67拠点のうち、62拠点において一人以上の職員を派遣している。一方で、業務委託等による拠点の場合、ほとんどの拠点で現地職員を採用しており、中には、現地職員を採用せずに、現地法人とアドバイザー契約を締結するなどにより、現地での活動を行っている。

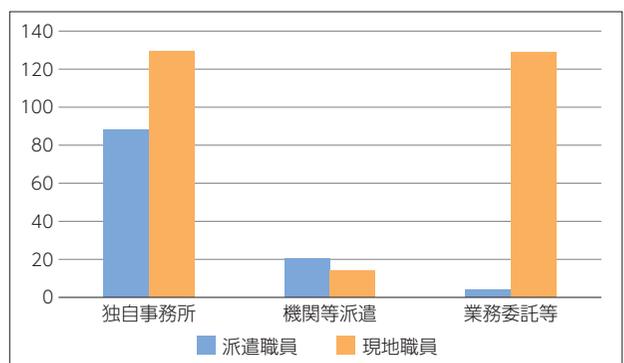


図4 業務形態ごとの職員数

※本誌で紹介した海外拠点の調査結果については、以下の（一財）自治体国際化協会／関係機関・自治体の窓口のページに公開をしているので、ご関心のある方は以下 URL を参照されたい。
<http://www.clair.or.jp/j/inquiry/other.html>

海外拠点はもう不要なのか？

静岡県は、中国（上海）、韓国（ソウル）、台湾（台北）、東南アジア（シンガポール）に駐在員事務所を設置し、現地に職員が常駐する強みを活かし、現地政府関係者などとの人脈形成や県産品の販路拡大などに取り組んできた。新型コロナウイルスの感染拡大により、対面での活動に制限が生じてからは、新たな交流手法である対面とオンラインの併用による「ツイン外交」を進めている。

オンライン会議システムの普及により、打合せやイベント、商談がリモートでできるようになり、多くのことがオンラインで代替できるようになった。では、もはや、海外に職員が常駐する必要はないのだろうか？

我々の答えは「No」だ。海外に対面で活動できる駐在員が常駐しているからこそ得られる情報があり、築ける関係があり、達成できることがあるのではないだろうか。

海外拠点があり、駐在員がいるからこそ

海外拠点に常駐する駐在員が、日頃からさまざまな場所に顔を出して人脈を形成し、本県の知名度を上げ、本県を売り込んできた努力が実を結んだ一例が「あさぎりドローンプロジェクト」である。シンガポールからドローンを遠隔操作し、オンラインで富士山の景色を楽し



シンガポールから富士山麓のドローンを遠隔操作し、富士山周辺の景色を楽しんだ

むバーチャルツアー体験会だ。

この体験会は、本県の駐在員が現地のコワーキングオフィスのスタッフから相談を受けたことがきっかけで実現した。「あるスタートアップ企業が、日本でドローンの遠隔操作実験ができる場所を探している。静岡県で受けてもらえないか？」。相談を受けた駐在員は、「実験だけではもったいない。静岡県の観光PRもできないか」と考え、富士山麓（朝霧高原）でドローンの遠隔操作と、静岡茶のブレンドティー体験、日本酒の利き酒体験を組み合わせたバーチャルツアー体験会を実現した。日頃から駐在員が現地で本県を売り込んできたからこそ、声を掛けてもらえたのだと思う。

コロナ禍の制約下でも、本県の駐在員は工夫しながら現地での活動を続けている。上海での国際輸入博覧会では、本県駐在員が現地会場でサンプル商品を展示し、コロナ禍で渡航できない県内企業のオンライン商談を支援した。



上海での国際輸入博覧会は「ツイン外交」の実践例

韓国では、本県出身の料理人が運営するYouTubeチャンネルで本県産わさびなどをPRしたところ、再生回数50万回以上（2022年3月末時点）を記録し、韓国での生わさび輸入量が2.08倍、輸入額が2.22倍（2020年7月～2021年3月と2021年4月～12月との比較）に増加した。

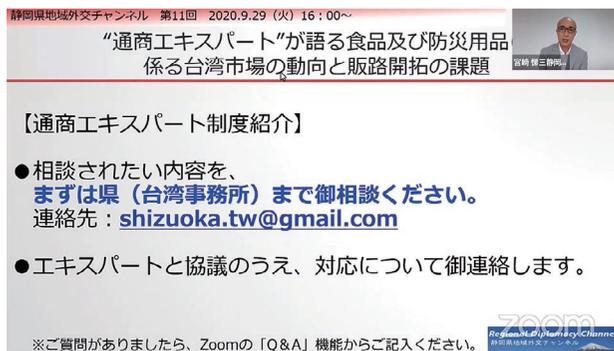
台湾でも、コロナ禍で中止となった教育旅行の代替と

して、学校間のオンライン交流を支援し、2021年度は県内15校と台湾12校の高校をマッチングした。

現地で得た情報は県民に還元

海外に常駐する駐在員が現地で得たさまざまな情報は、県民全体の財産と捉え、積極的に県内企業や観光関係者に提供している。特に、コロナ禍で海外出張が難しくなり、インバウンドが途絶えてからは、現地の新型コロナウイルス感染症の状況、ビジネス環境やインバウンド再開の見通しなど、県内企業や観光関係者にとって、現地に常駐する駐在員の情報は一層貴重なものになっている。

本県では、2020年度より、海外の最新情報をオンラインで生配信する「地域外交チャンネル」を続けている。月2～3回程度、1時間の生配信で、駐在員などが県産品の販路拡大やアフターコロナのインバウンド需要など、県内企業や観光関係者が「今、聞きたい」と思う情報を提供してきた。現地の有識者や専門家、ビジネス関係者などに解説していただいたりもした。今ではテーマや出演者も多岐にわたり、世界情勢の解説や海外で活躍した本県出身者による体験談からK-POPに至るまで、柔らかい話題も織り交ぜながら、学生や若者など、より幅広い方々に視聴いただけるよう努めている。どなたでも視聴可能なので、ご関心があれば是非一度ご覧いただきたい。配信動画は後日、地域外交課 YouTube チャンネルにアップロードするので、ライブで視聴できない方は、後日視聴いただくことも可能だ。



「地域外交チャンネル」で駐在員が現地情報を提供

また、年2回、駐在員による報告会も行っている。新型コロナウイルス感染症の流行前は、駐在員が一時帰国し、県内各地で行っていたが、一時帰国が困難となったからは、オンラインで開催している。2021年度は

「キャッシュレス決済事情」や「Webを活用した販路開拓」をテーマとし、常駐しているからこそ得られる現地のトレンドや実体験、肌感覚に基づく情報などを報告し、ファシリテーターと今後の展望や課題について議論を深め、視聴者からの質問にも回答した。県内企業や観光関係者、自治体職員など幅広い業種の方々が視聴され、インターネットや新聞、業界誌の情報だけでは分からない現地情報を積極的に提供した。



オンラインで実施した駐在員報告会

他にも、各国・地域の政治、経済、行政、社会・時事をテーマとした「海外トピックス」や、新型コロナウイルス感染症に関する特徴ある対策や現地情報を報告する「海外トピックス臨時版」も発行している。また、県ホームページ上のWeb県民だよりでは、現地での日常生活や旅行記、スポーツ観戦の様子などを「海外からの“旬な”お便り」として紹介している。

国際交流の基本とは

オンライン会議システムの利便性や効率性を実感した今となっては、今後、これらを利用しない手はないだろう。

しかしながら、現地にいるからこそ得られるもの、できることもある。国際交流の基本は、「人」と「人」とのつながり。「人」と「人」が対面で話をするからこそ、相手にこちらの考えや情熱、思いが直に伝わり、親近感を感じてもらい、相互理解が進むのではないかと。現地で実際に見て、手にとって、試食や試飲をしていただけることで、県産品の魅力が一層伝わるのではないかと。本県は海外に職員が常駐する強みを活かし、これからも、対面とオンラインの併用による「ツイン外交」に積極的に取り組んでいきたいと考えている。

宮城県の国際戦略

人口減少・少子高齢化が進行する中で今後も地域経済を安定的に成長させるためには、成熟したマーケットを持つ欧米諸国や、経済の成長が続き市場が拡大しているアジアなどの海外諸国・地域との交流を積極的に推進していくことが重要である。本県では、「世界に挑み、世界に選ばれる『みやぎ』」を理念とした第5期みやぎ国際戦略プランのもと、急速にグローバル化している国際社会に適応し、本県の強みを活かして他自治体などと差別化を図りながら、より戦略的に海外の成長力を取り込むことを目指している。

プランでは、「海外販路の開拓・拡大」「外資系企業誘致」「インバウンドの促進」「外国人材の受入と多文化共生の推進」「グローバル化を支える基盤の整備」「国際交流・協力の推進・国際的な人材育成」の6つの政策推進の基本方向を定め、取り組んでいくこととしており、各施策の実現にあたり、国際化に対応した人材を育成していくことが重要と考えている。

本県では、1989年からクreaへの職員派遣を行っており、近年はクreaニューヨーク事務所に継続して職員を派遣している。現地での県の事業実施を支援しているほか、帰任後は海外事務所での経験を活かし県業務にあたっているところである。

本稿では県の施策とクreaとの関わりについていくつか紹介する。



クreaニューヨーク事務所におけるブリーフィング



クreaニューヨーク事務所訪問

海外販路の開拓・拡大

販路開拓に関する施策では、オンライン商談会への出展支援など、コロナ禍にも対応しながら、海外ビジネスに関するセミナーの開催や海外バイヤーとの連携強化などにより海外への商流構築・拡大を支援している。

2019年度末には、県事業としてシアトルで物産展を実施する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により、イベントの直前に日本から現地への渡航が困難となった。この際、クreaニューヨーク事務所へ派遣されていた本県職員が、海外活動支援として宮城県職員に代わって現地へ赴き、事業者との調整や開催にむけての準備を行い、無事にイベントを開催することができた。



シアトルでの日本酒PRイベントの様子

インバウンドの促進

本県では、現在新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンド需要の回復を見据えて、海外からの観光客の受け入れ準備を進めている。

豊かな自然に恵まれた本県は、自然の中の癒やしや、ゆとりを感じる観光ができいわゆる三密を避けることが可能である。こうした強みを活かして、新型コロナウイルス感染症の収束後に求められる新たなスタイルに対応した旅行パッケージの企画などを行い、観光資源を強化し、海外からの観光客のニーズに応えられるよう取り組んでいるところである。

また、多言語表記の看板設置や街中のLAN整備など、外国人が観光しやすい環境づくりのほか、新型コロナウイルス感染症に対して安全・安心な環境を整備し、外国人観光客が不安を感じる事の無いよう、適切に情報を伝えていくことも重要だと捉えている。

さらに、これらの取り組みを効果的に伝えるための観光プロモーションも重要となる。本県では従来からオンライン広告の配信など、デジタルマーケティングに取り組んできたところであるが、2021年度は、クアニューヨーク事務所がアニメ NYC に出展した際、本県から派遣されている職員が来場者に県の魅力を直接伝えること



アニメ NYC で本県を PR

ができた。イベント開催時は日本への外国人観光客受け入れが停止していたが、「コロナ禍が落ち着いたなら、ぜひ宮城県に遊びに行きたい」といった声をいただいた。

国際交流・協力・人材育成

本県は、中国吉林省や米国デラウェア州と姉妹友好関係を結んでおり、交流を続けている。ここ数年はコロナ禍による往來の制限状況を踏まえ、オンラインを活用した交流を実施してきた。

新型コロナウイルス感染症の流行以前の2019年には、デラウェア州のドーバー市で本県の日本酒を振る舞いながら、東日本大震災時のトモダチ作戦による復興支援に対し謝意を伝えるレセプションを開催した。その際には、クアニューヨーク事務所派遣の本県職員が現地での人脈を活かし、イベントのサポートに尽力した。



ドーバー市でのレセプションの様子

2022年度はデラウェア州と本県が友好関係となって25周年の節目の年である。本県では周年事業を検討しており、クアニューヨーク事務所に派遣歴のある職員が現地で得た人脈や知見を活かし、周年事業実施の要として活躍している。



米国デラウェア州内の大学訪問および実務協議

高崎市の農業

高崎市は日本のほぼ中央に位置し、人口約37万人と、群馬県内最大の都市である。新幹線や高速道路などの高速交通網による抜群のアクセス性を誇り、東京から新幹線で約50分の距離に位置し、東京の通勤圏、定住圏になっている。



たかさき達磨

耕地は平野部から標高800mの山間部まで幅広く分布し、夏季は高温で雨が多く、冬季は低温で乾燥した日が続く。夏と冬、昼と夜の気温の変化が大きい内陸性の気候である。

このような地理的、気候的な条件を活かして、平野部



高崎市名産「梨」

では米、麦、野菜を中心に、丘陵地から山間部では、畜産、果樹、有機野菜やきのこ類など、多様な品目の農産物が生産されている。

高崎市が取り組む「地産多消」

高崎市では、年間を通じて多様な農産物が生産されている強みを生かし、農産物の高崎ブランドを確立し、他の地域でも市産農産物を多く消費してもらう「地産多消」に積極的に取り組んでいる。国内大都市圏を中心に大規模イベントを仕掛けるとともに、YouTubeを活用し市の農業の魅力を発信する「農Tube高崎」の配信、さら

には高崎市の農業をリアルに描いたテレビドラマの制作など、戦略的な取り組みを仕掛ける一方で、6次産業化などに積極的にチャレンジする農業者を応援する「農業者新規創造活動事業」や荒廃農地の再生に取り組む農業者を支援する「農地再生推



加工された梅ジュース

進事業補助金」を創設するなど、独自の振興策を展開している。

こうした「地産多消」の更なる強化を図るため、アジアのハブであるシンガポールに着目し、2016年から現地イベントに参加し、シンガポールにおける市産農産物輸出の可能性を探ってきた。

シンガポール現地法人「高崎トリニオン」の設立

シンガポールへの輸出事業を実施する中で、高崎市が特に注視した点は、生産者が長期的かつ安定した輸出が



シンガポール現地法人「高崎トリニオン」

できる販路の確保と小ロットからでも本格的な輸出にチャレンジができる環境を整えることであった。

さらに、海外で信頼を得ながら継続的に販売事業を展開していくには、現地での農産物の荷受け・配送対応や営業スタッフなど、拠点となる現地事務所が必要と判断し、2019年8月に現地法人「高崎トリニオン」をシンガポールに設立したところである。

現地事務所を置く最大の強みは、リアルタイムで現地のさまざまな情報が把握でき、人脈を駆使しながら事業展開できることであり、長期的かつ戦略的なプランを実施することで、地方都市でありながらも高崎ブランドを東京、大阪、北海道と遜色ない知名度に引き上げていきたいと考えている。

農産物輸出の取り組みと今後の展望

シンガポールで高崎ブランドを確立するため、まず着目したことは、飲食店との取引である。飲食店や日系百貨店での販売促進イベントを開催し、高崎市産農産物を積極的にPRした。市の特産物でもある生梅を使用した梅酒フェアなどにも取り組み、これまでに、現地で人気



高崎市産 輸出野菜

のある飲食店約20店と取引実績を作り上げてきた。しかしながら、本格的な輸出が始まろうとした矢先にコロナ禍に直面した。シンガポール国内でもその状況は厳しく、経済活動や社会活動が自粛され、農産物を輸出できるのか真に検討しなくてはいけない状況となった。

しかし、コロナ禍でもできることは何かを模索し、富裕層向けECサイトでの販売や日系百貨店、現地高級コンビニエンスストアのほか、日系旅行代理店での販売というように現地法人「高崎トリニオン」を駆使したあらゆるチャンネルでの販売を展開し、週1回の輸出を継続してきた。その結果、2020年度は3tだった輸出量は、2021年度には9tにも増え、市産農産物をシンガポールに届けることができ、輸出に協力いただける生産者も国内での価格変動に対するリスク分散と捉えていただける方も多く、着実にその数も増えてきている。また、本市の高崎PR大使を務めるシンガポールの女優ジネット・アウ氏とのコラボ企画を開催してきた。ジネット・アウ氏がシンガポールで展開するスイーツ店では、高崎市で生産された特産物でもあるジャンボ梨やいちご、柚子を使った期間限定のスイーツを販売するなど、特徴のあるフルーツのPRも行ってきた。

今後もシンガポールでの更なるブランド力向上を探求しながら輸出事業に取り組んでいく予定である。この取り組みに加えて高崎市が注目しているのが、日本国内に居住している300万人を超える外国人の方々である。輸出に加え、このような方たちをターゲットに市産農産物をお届けする販売システムを現在構築しており、国内の外国人の方々を対象とした流通・販売を手掛け、一層の高崎市のブランド力向上や農家の所得向上に取り組んでいきたいと考えている。



シンガポールでの販売

5

その名は「チーム九州」～中国における広域連携活動について～

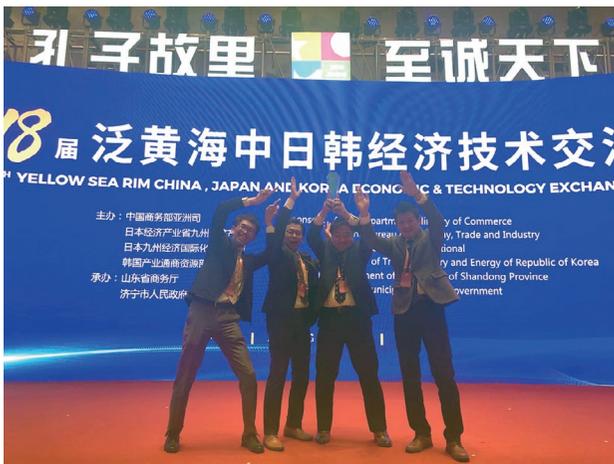
(一社)長崎県貿易協会上海代表所(長崎県上海事務所) 首席代表(所長) 黒川 恵司郎

現在、中国では、多くの日本の自治体が上海をはじめ、大連、北京の他、長沙や昆明といった内陸部にまで事務所を構え、各々が友好都市との交流やインバウンド事業、地元企業支援などを行っている。今回は、一般的には各自治体の看板を掲げ活動することが多い中で、九州そして沖縄を加えた「チーム九州」という一つの広域連携体の先駆的な取り組みをご紹介します。

チーム九州とは

チーム九州は、福岡、長崎、大分、熊本(県・熊本市)、宮崎、鹿児島、沖縄の各県上海事務所および北九州市大連事務所と JR九州で構成する緩やかな連合体である。

その活動は、2010年頃の旅行博への共同出展などから始まり、上海市内の飲食店におけるイベントや、九州人の集まる交流会などを開催し、現在に至っている。2019年には、これまでの活動が認められ、日本(九州)・中国・韓国で持ち回り開催している環黄海経済・技術交流会議において、大賞を受賞している。



2019年度の環黄海経済・技術交流大賞を受賞

活動の内容としては、普段から中国のSNSアプリ[WeChat]のグループチャットを活用して情報交換を行うとともに、必要に応じて各県事務所の会議室などに集まり(通常2か月に1回程度)、具体的な活動についての打合せなどを行っており、懇親会も併せて実施しメンバー同士の円滑な交流を図っている。



チーム九州 定例会議の様子

運営にあたって以前は JR九州が幹事を務め、全体の取りまとめを行っていたが、2021年3月に JR九州上海事務所が撤退したことから、同4月より幹事を持ち回りにして活動を継続し、2021年度は熊本・大分、2022年度は長崎・沖縄で担当している。

旅行博やイベントなどへの共同出展

最も活動頻度が高いのは、各地の旅行博覧会や、日本の観光文化PRなどのイベントにおける共同出展である。

出展にあたっては、幹事県が申し込みなどの取りまとめを行い、費用が発生する場合には内容を協議の上、それに掛かる費用分担を決めていく。通常はクリアや、日本政府観光局(JNTO)などから案内のある観光・文化発信イベントなどに積極的に参加しており、「九州・沖縄」の魅力を各県事務所の職員が協力して発信している。

その他にも毎年沖縄県が参加する福建省廈門市の旅行博覧会では、沖縄県がブースを準備し、その一角をチーム九州として利用させてもらうなど、各県が個別に申し込んでいるイベントでの協力連携も行っている。

特にコロナ禍における活動は、国外に旅行ができない中国人の日本に対するインバウンド需要が高まる中、「九州・沖縄」のプレゼンスを高めるのに大きく貢献している。



福建省廈門市における九州・沖縄のインバウンド PR

国際交流や調査・視察などでの連携

現在チーム九州では、単にイベントなどへの参加にとどまらず、中国国内における国際交流活動や、現地調査・視察などへの共同参加にも活動の幅が広がっている。

例えば長崎県や沖縄県が友好都市関係にある福建省とは、定期的に省政府（省外事弁公室）からの招へいにより、省関係者と九州・沖縄の事務所職員との交流会・勉強会を行うとともに、現地視察なども行い、地元政府との交流も行っている。その他、上海市内における地元コミュニティへの視察や交流会などを行い、市民による地域交流の様子や高齢者福祉・児童福祉などの現場を体験し、見識を深めることができた。



上海市宝山区のコミュニティ視察・交流の様子

また、2021年度は上海市浦東区金橋にオープンしたラポートでのイベント会場としての検討を行うため、各県単独では困難なオープン前の視察を、三井不動産株式会社協力の下で合同実施し、実際に同会場を活用したイベント実施につなげることができた県も複数あった。

日本酒・焼酎などのプロモーション活動

日本から中国への食品輸出については、依然として規制が残っている部分が多く、農畜産物は米を除いて事実上不可能で、水産品についてもハードルが高い。しかし、そのような分野でも九州・沖縄の各県は率先して食品に関するプロモーションを展開しており、福岡県はパックライス、長崎県や大分県、鹿児島県などは水産品（鮮魚）の取り組みを強化するなど、健闘を見せている。

一方、加工食品については調味料や菓子類、麺類など輸出可能な商品数が比較的多い中、九州・沖縄に共通して商品の種類、量が圧倒的に多いのが酒類（日本酒、焼酎、泡盛など）である。酒類については、各県ともに種類が豊富なため、飲食店や酒イベントでの共同出展などが可能となっており、これまでも年に数回、チーム九州での独自イベント開催や、酒関連イベントへの参加を行っている。



南九州3県による日本酒・焼酎プロモーション

今後の展開（ゼロコロナの中で）

2022年度も、日系スーパーでの九州・沖縄フェアや、各種観光プロモーションが計画されているが、本稿を執筆している今まさに、私は上海の自宅で、ロックダウンの渦中にいる（4月中旬現在）。中国政府のゼロコロナ政策は、今後の我々の事業においてもリスクであり、本稿が読まれている頃はどうなっているのか、見当もつかない状況である。しかしながら、コロナ禍で長期にわたり我慢を続けている国民の欲求は、コロナ禍後に大きなインバウンドへのビッグバンとなるのは間違いなく、今は備えの時であると思いたい。

モンタナ州とは

モンタナ州はアメリカ北西部カナダとの国境沿いに位置する州である。アメリカで4番目に広く、その面積は日本全土とほぼ同じ広さで約110万人が住んでいる。州の西側をロッキー山脈が縦断し、世界初の国立公園イエローストーン国立公園、世界初の二国間にまたがる世界平和自然公園の一部であるグレーシャー国立公園など、多くの州立公園や自然保護区を有する自然豊かな場所だ。



グレーシャー国立公園

州の愛称はビッグスカイ・カントリー。どこまでも続く大空の下に暮らす“モンタナン”と呼ばれる州民は、自然を愛し、家族との絆を最も大切にしている。

主要な産業は農業と観光業である。州内で生産される高品質の小麦は日本へも輸出されている。観光業においては、大自然の中でアウトドアアクティビティを楽しもうと年間1,000万人以上が訪れている。

姉妹提携関係

モンタナ州は1982年、当時駐日大使であったマイク・マンスフィールド氏の取り持ちで、熊本県と姉妹提携関係を結んだ。マンスフィールド氏はモンタナ大学の卒業生ということもあり、ロッキー山脈のあるモンタナ州と阿蘇山がある熊本県との結びつきは多くの共通点があり、共有できると想像されたのではないだろうか。

そして彼の想像どおり、この姉妹提携関係は40周年を迎える2022年現在も、さまざまな交流が継続的に行われている。



高校生交流

姉妹提携を締結した直後から、高校、大学間の姉妹校交流を含む教育交流、行政間、民間交流とさまざまな交流が行われてきた。特に教育交流に関しては盛んで、この40年間で最も多く行き来が叶った交流である。

新型コロナウイルス感染拡大の影響で、人の行き来が激減したこの2年間も、教育交流は盛んに行われていた。州内大学での夏季短期研修などは、オンライン授業となり、覚書締結や姉妹校提携などもオンライン化し、参加が容易となったためか、参加者数は以前よりも増え



姉妹提携35周年記念 恐竜展オープニング

モンタナ州政府駐日代表事務所

1990年、モンタナ州の熊本事務所として熊本県庁内に開設され、1994年、モンタナ州の東京事務所を熊本事務所に統合し駐日代表事務所となった。以降熊本の事務所を拠点に全国へ向けて、モンタナ州への投資、観光客誘致、対日輸出促進、州内高校や大学への留学、そして文化交流促進のために活動している。

それぞれの目的のために、セミナー開催、展示会出展を行い、輸出促進に関しては州内企業への情報提供、日本から現地視察を行う場合の手配も行っている。

留学に関しては各地で学校訪問や説明会を開催、日本国内の教育委員会や学校など、団体独自の州内大学での短期プログラムや高校交換留学を生かした留学プログラムなどの提案を行っている。

また、熊本県内に限らず姉妹校や交流校探しも行っている。モンタナ州には、州全体の小・中・高校を管轄する教育機関がなく、学校探しは地方の教育委員会などを通じて探している。最も頻繁に希望される事案だが、相手校が見つかるまでには数か月以上かかる場合がほとんどである。



学校訪問の様子

地方を拠点に全国へ向けて活動する州政府事務所は、とても珍しい存在である。新型コロナウイルス感染拡大前まで、ほとんど全ての活動が大都市圏開催ということもあり、セミナーへの参加やイベントへの出展を断念せざるを得ない事もあった。しかし、コロナ禍でオンライン開催に移行し参加できる事業が増え、地方に事務所があるデメリットは消えつつある。これからも、熊本から全国へ向けてモンタナとのつながりを広げられるよう、さまざまな活動を続けていく予定だ。



『私たちのふるさと、私たちの世界：熊本とモンタナにおける地球と宇宙の不思議発見』

続けている。

姉妹提携を締結した当初は、交互に訪問し親睦を深める交流が主であったが、この20年は、両州・県の共通の話題に関する情報交換や双方の地にはないものの共有、活用へと変化している。

その一例として2017年に設立された熊本モンタナ自然科学博物館協会の活動を紹介します。モンタナ州から2館、熊本県から4館の博物館が会員のこの協会では、『私たちのふるさと、私たちの世界：熊本とモンタナにおける地球と宇宙の不思議発見』を出版した。この出版書は古生物学、地質学、天文学を通して学ぶカリキュラムの指導解説書である。それぞれの国の授業では、2国間の文化の比較も用いられている。モンタナ州と熊本県にある自然界の物や現象を相違点も含んで学び、知る事を目的に構成されている。日本語版、英語版があり、ウェブサイト上で無料公開されているので、両地域の人々が簡単にアクセスでき、活用できる教材となっている。



InterOptoの展示会でのモンタナ州ブース