

# イギリス・フランス行政視察報告書

## 1 目的

本県では2019年に、ラグビーワールドカップ2019及び女子ハンドボール世界選手権大会が、2020年には、東京オリンピック・パラリンピックを控え、世界スポーツ大会を契機に国内はもとより国外からも多くの観光客が訪れることが期待されている。

このため、多くの外国人観戦客へ本県の国際的な知名度を高め、これまでのアジアからの観光客に加え、ラグビー及びハンドボールへの関心が高い欧米豪を中心に新たなインバウンドの層を取り込む絶好のチャンスと認識しており、イギリス（ロンドン・ウェールズ）及びフランス（パリ・リヨン）でインバウンドに関する調査等を行い、新たな施策の可能性を探るなど今後の議員活動に資するものとする。

## 2 日程 平成30年7月1日（日）～平成30年7月8日（日）

## 3 場所 イギリス（ウェールズ・ロンドン） フランス（モンペリエ・パリ）

## 4 参加者

### （1）熊本県議会議員

池田 和貴、溝口 幸治、小早川 宗弘、淵上 陽一、橋口 海平  
吉田 孝平（計6名）

## 5 イギリス・フランス視察報告の総括

○ウェールズでウェールズラグビー協会を訪問し意見交換及び世界レベルのスタジアム・プリンシパリティスタジアムを視察。

ここでは改めてラグビー先進国におけるラグビー文化が存在することを再認識した。

地域のラグビークラブは約300 小さい子供から75歳の高齢者までが所属するクラブがあり、学校、地域で盛り上げる仕組みができているとのこと。ここが日本とは大きく違うことを実感。

また1999年のRWCのレガシーは何かと質問したところ、即座に道路、建物等のインフラ整備と回答されたのが印象的だった。

熊本県開催でのレガシーをもう一度考え直すきっかけとしたい。

○England Rugby Travel・クレアロンドン事務所・JNT0 ロンドン事務所訪問  
及び在ロンドン熊本関係者意見交換会

主な目的はイギリスからの誘客のための関係構築及び情報交換。

イギリスからの日本訪問の第一義はラグビー観戦ということのを忘れてはいけない。

その上で試合がない日の過ごし方への情報提供を行う必要がある。

我々が用意する必要なものは、他の試合が観戦できる環境、ファンゾーン、ホテル、パブ等

それらと日本らしいもの、伝統的なものとの組み合わせを検討すべきことに気づかされた。

公式なツアー客以外に個人手配が考えられるが、SNS を駆使した情報提供を早急に検討する必要がある。

○オクシタニ地域圏スポーツ省・モンペリエハンドボールチーム訪問

スポーツ省では、県全体の特徴などをアピールしながらできるだけ多くの方々に訪問してほしいとプレゼンしたところ、イベントで来るお客様にはまずは大会に関する情報提供（競技場アクセス、時間、各国のチームの練習会場等）をすることが大事との指摘を受けた。

日本の情報はオリンピック組織委員会の HP から得ているようだった。

この HP を起点に熊本県からの情報提供手段を検討する必要があると感じた。モンペリエハンドボールチームは男子のチームで来年、熊本で世界女子選手権大会が開催されることを知らないようだった。ハンドボールが盛んな地域でさえこのような状況であることに危機感を覚えた。

モンペリエを含めハンドボール愛好者や会員にしっかりと情報提供することが大事だと感じた。

○在フランス大使館・クレアパリ事務所・JNT0 パリ事務所訪問及び在パリ熊本関係者意見交換

フランスから日本に行くのはお金がかかる。特徴的なもの、神秘的な場所が好まれる。

我々がもう一度考えなければいけないことは、誰に来て欲しいか、お金がかかることをどう乗り越えるのか、競技を見にきて欲しいのか、観光に来て欲しいのか、情報収集分析が必要。

## 総括

一言で言えば「ターゲットを絞って戦略的に取り組む」この言葉を念頭に置きながらも一度戦略を練り直す必要性を痛感。

少なくともイギリス・フランスからの誘客はラグビーとハンドボールでは、はっきりと分けて考えるべき。

特にハンドボールで多くのサポーター、観客が訪れるとは考えにくいと感じた。

日本への交通手段、宿泊先、言語などの情報提供、まずは競技ファースト、その上でいかに熊本県に滞在してもらう仕掛けを作ることができるのかが重要な点である。

日本食、エコ、自転車等のキーワードを見逃さないようにする。

世界遺産、日本遺産というキーワードだけでは人は呼べないことを意識しつつ、テーマを考える必要がある。

今回の視察でご縁を頂いた方を大切に、さらにそれぞれの国への繋がりを探しつつ、そのご縁を最大限に活用することが重要だと感じた。

例えば県内自治体の姉妹関係先、企業の提携先、熊本県出身者の存在確認等を通じて徹底的に繋がりを探り、確認し活用させていただくことに集中することも重要ではないだろうか。

「砂漠に水を撒くようなことをやるべきではない」

この短期間にご縁を再確認することができれば、それは2020年以降も熊本県にとっては大きな宝となることを信じて取組を進めるべきだと感じた。

## 6 訪問概要

### (1) 7月1日(日)

#### ①移動日

熊本空港出発、羽田空港到着。ロンドンへ乗継ぎ、現地時間の15時40分到着。借上車にて、ウェールズ・カーディフのホテルへ移動。宿泊。

### (2) 7月2日(月)

#### ①ウェールズラグビー協会訪問

(Ben Rose氏、Jack Butler氏)

(Ben Rose)

- ・プリンシパリティ・スタジアムへようこそ。こちらはウェールズのナショナルスタジアムで、収容が74,500人です。ヨーロッパで最大級のスタジアムです。また、屋内アリーナとしても最大級になります。現在、ラグビーのシーズンではないので、スタジアムをコンサートで使用するため、芝は、プラスチックで覆われています。コンサートでは、ビヨンセ、ローリングス

ストーンズ、エドシーランなどがコンサートで使っています。4日間使って、全て満席でした。

(Jack Butler)

- ・私は、スポンサーやパートナーの対応をしており、例えば、スタジアムの名前にもなっているプリンシパリティスやスポンサーのアンダーアーマー、ジャージや車輛を提供してもらっているイスズなど、日本との繋がりも深いです。

(ベンローズ)

- ・地域ラグビーのマネージャーをしています。
- ・ウェールズにおける草ラグビーの活動は、下は6歳から上は75歳まで、プレーができます。少年少女からシニアまでお世話をしています。ウェールズには、3つの地域にブルース、ドラゴンズ、スカルスのラグビーチームがあり、また、北ウェールズにセミプロのチームがあります。
- ・ボスは、ブライアンジョーンズといい、戦略を組みます。参謀はギャレンジョンといい、ナショナルチームをみています。来年、日本でラグビーワールドカップがあるため、われわれも楽しみにしています。世界のラグビーランキングで、現在、ウェールズは3位なので、勝ち進むことは、ほぼ間違いないと考えています。
- ・私達の仕事の一部であります。ラグビーワールドカップの開催を契機に一般の人にラグビーを好きになってもらうことが仕事になっています。今週末もコミュニティとかレガシーの仕事があります。ワールドカップ関連でいうと、もうすぐ東京や北九州に行って7日間滞在して、子供、大学生、コーチの教育やレフリーの育成を実施します。

ウェールズ → W

熊本県 → 県

W) 熊本では、何試合ありますか。

県) ウェールズの試合を含めて、2試合です。

県) 1999年にウェールズ大会があり、その際にもレガシーというものがあったと思いますが、それをこれまで引き継いで、例えば地域と地域のつながりが残っているのか？また、どの様な取組みを行なったのか教えていただきたい。

W) もともとウェールズはラグビーの盛んな地域で、スポーツの中でもラグビーが、一番人気があります。子供達も常にラグビーに触れながら育っており、ラグビー選手になりたいという子も多いです。サッカー人気も高まっているが、幸運なことにそういう状況も相まって、1999年のレガシー

という意味では、インフラの整備が取り組みられました。例えば、カーディフの海の方の再開発であるとか、西の方とか、サッカーの盛んなレクサムとか道路とか建物そういうことが行われました。ラグビーデベロップメント関連でいうとオフィサーという担当が1999年は一人だけでしたが、現在は三人に増員されています。また、学校とかクラブでラグビーを盛んにするという活動をしています。2003年から地域のビジョン、ブランドづくりを実施しています。ウェールズのラグビーはクラブベースのユニオンですが、地域で底上げができていて、国際的なラグビーの双方の観点から取り組んでいます。これもインフラになると思いますが、ウェールズには300のクラブがあって、各地域社会で学校とクラブを結ぶ仕事をしています。協会でも資金を出して、担当者を使って学校の子供達にクラブに入ってもらう取組みを実施しています。そういった仕事をするオフィサーが9月には100人になります。

- W) ラグビーというのは、教育の関係でも非常に重要であると考えており、現代社会では、子供達が、テクノロジーや他のスポーツなど興味を持つものが沢山ある中、ラグビーとしては、国技としての地位を失いたくないということで、学校で行われる様々な活動を補完することができるものだと考えて、そこにラグビーの価値があると考えています。自制心やチームワークや学校での態度などで、チーフという標語があります。courage (勇気)、human (人間性)、integrity (正直)、excellent (優れている)、family (家族)、success (成功) 頭文字をとってチーフと言います。
- 県) 地域と学校の底上げをする中で、サッカーもクリケットも人気がありますが、子供達の割合、そもそもラグビー、サッカー、クリケットに分かれるのか、ラグビーもサッカーもやりながら大きくなるにつれて、分かれて行くのかそのあたりを教えて欲しいです。
- W) スポーツウェールズという機関があり、そのデータによると約20パーセントがラグビーをやる、サッカーがもう少し多いというデータがあります。サッカーは、イギリスにはプレミアリーグがあり国際的にも知名度が高いです。ラグビーは、大人になるまで続ける子供が多いですが、中には途中で辞めてしまう子供もおり、それをどうするかが課題で、クラブを良くするとか、コーチを良くすることで、週末、良い体験ができるということで、ドロップアウトを少なくしようとしています。ウェールズが試合をする場合、スタジアムが満席になると、男性が60パーセント、女性が40パーセントの割合で、我々は、そのことを非常に誇りに思っています。ウェールズのラグビー人気を表す例として、このスタジアムは、74,500人入りますけれども、ウェールズが試合をする時は、カーディフの人口が300万人に膨れ上がると言われています。時々、スタジアムが小さ過ぎる

と感ずることがあります。スタジアムだけでなく、BARなどで盛り上がっている。ワールドカップが日本で開催されて、日本以外の方が、日本各地を訪れることは、非常に素晴らしいことです。

県) 街の中の Pub や Bar もファンゾーンの様になりますか。

W) カーディフ全体がファンゾーンの様になります。クラブなんかで、みんなと一緒に試合を見る。素晴らしい体験となり、それ自体がレガシーです。

## ②ラグビースタジアム (プリンシパリティスタジアム) 視察

(Jack Butler)

ミレニアム・スタジアム (Millennium Stadium)

- ・ ウェールズの首都カーディフにあるスタジアム。
- ・ 開閉式屋根を持ち全天候対応型のスタジアム。
- ・ スタジアム名をナショナルスタジアム・オブ・ウェールズもしくは、プリンシパリティ・スタジアムプリン。
- ・ 建設は、1997年から1998年にワールドカップのために建設。
- ・ 建設費は、1億2,100万ポンド (宝くじの充当が、4,600万ポンド)。
- ・ 収容人数は、74,500人。
- ・ これだけ大きなスタジアムは、他ではアメリカに1つのみ。
- ・ 観客席 (セレブボックス、ロイヤルボックス、クイーンシート)、プレスルーム、ウォーミングアップゾーン、ロッカールーム、シャワールーム、レストラン、ミーティングルームなどを視察。
- ・ 屋根の開閉は、オープン20分、クローズは22分で完了する。
- ・ 油圧で開閉するため、経費は3ポンド程度。
- ・ 芝は、97%が天然芝で、人口芝が3%の割合。芝の管理は、3週間程度で管理できる。

(3) 7月3日 (火)

### ①England Rugby Travel 訪問

(Joe Randall 氏、Dan Woodburn 氏、Sarah McDonald 氏)

(Joe Randall)

- ・ 今回は、訪問いただきありがとうございます。私は、ジョーと申します。ここにいるダンとサラと仕事をしています。ダンは、宿泊の仕事をしており、サラはイベントの仕事をしていて、サブエージェントとのやり取りも行っています。ぜひ情報共有をさせていただきたい。
- ・ 私達は、旅行代理店として英国全体の独占的な権利を持っており、イングランド、スコットランド、ウェールズ、アイルランドで販売契約があります。社名とロゴがイングリッシュローズです。なので、必ずしもウェールズでは

うけがよくなく、ウェールズでの販売は行っていません。指定のサブエージェントがウェールズにあるので、そちらで販売していきたい。

England Rugby Travel → E

熊本県 → 県

県) 九州、熊本の認知度はいかがでしょうか？

E) ディスティネーションについては、営業プロセスの中で教育が必要であると考えています。私達のホームページでもディスティネーションについては掲載をしており、リサーチが必要になると思っています。ウェールズ関係のパッケージについては、殆どが九州以外の所に行くということあまり考えられません。九州については、広範囲なエリアということで興味があります。大分の準決勝の試合に関して、宿泊のベッド数が足りないということが知られており、福岡に泊まる人が多いだろうということで知名度が上がっています。九州は、知名度がかなり上がっています。

県) 熊本と大分は、バスで2時間半程度であるため、ぜひ、熊本も候補に入れていただきたい。

E) 熊本も準決勝のパッケージについて考慮しました。ローカルパートナーのJTBによるとワールドラグビーと関係者が宿泊するので、熊本もベッド数が限られていると思っています。また、状況が変われば再度、検討をしたいと思います。最近、大分県の関係者も訪問がありましたが、ベッド数が大分県は少なかったですが、現在は、ベッドが増えていると聞いておりました、状況が常に変わります。それに合わせて対応したいと考えております。

県) ベッドが足りないということであれば、本県に言っていただければ、ホテルの開拓も支援を行いたいと考えております。

E) ご支援ありがとうございます。ホテルの宿泊に関してJTBとのやり取りの中には、県も入っていますか。

県) 現在のところ入っていませんが、県でも対応を検討します。

E) ありがとうございます。必要であれば直接、県へもしくはJTB経由で連絡させていただく。

県) ホテルに関して、商談会やメディア招請なども対応できるため、よろしく申し上げます。

E) ご支援いただければ大変助かります。当社としても日本のサブエージェントの検査を定期的に行っています。次の出張の予定を計画しているため、ぜひ、支援をお願いします。

E) イングランド関係で、当社以外にコンタクトされていますか。

- 県) 御社だけです。
- E) 今後、サブエージェントの支援も受けられるかもしれないので、このミーティングの後に、サブエージェントの情報について提供いたします。
- 県) 九州への旅行商品の内容とどれくらいの規模で送客を予定されているかお聞きしたい。
- E) 直接の売上に関しては、まだそれほどなくて、まだ10人のグループだけです。イングランドであるため、ウェールズのパッケージについては、あまり出ないと思われます。このため、サブエージェントが主となるので、ウェールズのサブエージェントは契約上、試合のチケットと試合に関連して3泊分の宿泊を私達の方から購入するという事になっています。サブエージェントの売上については、細かなデータがない状況ではありますが、発売から2ヶ月経って、売上は上々であると聞いています。今回のラグビーワールドカップは、前回の大会と比べるとシフトしており、前はノックアウトステージが人気であったが、今回は、プールの方がポピュラーになっています。ウェールズ関係のパッケージについて言いますと、熊本、福岡、大分の試合の組み合わせを見まして、サポーターが九州でかなり長い時間を過ごし、滞在するという事になります。また、代理店が直接販売の商品については、長崎など試合がない都市へ行くパッケージがあります。
- 県) チケットは、どれくらいの枚数を扱われているか。日本全体では180万枚となっており、九州でどのような感じか、規模感を教えていただきたい。
- E) 当社は、今回の大会の最大のオフィシャルである。全日程を通じて割り当てられているチケットが17,000枚。九州がどれくらいかというデータは持ち合わせていません。
- 県) ウェールズのサブエージェントと調整の中で、チケット付き商品や九州周遊型の商品の提供の可能性はいかがでしょうか。
- E) ウェールズのサブエージェントは2社あって、1社がガリバースポーツラベル、もう1社がベネトアーです。ガリバースポーツは、RWCのオフィシャル指定エージェントとなっています。ウェールズのファンベースで繋がっています。サブエージェントは、マッチチケットと宿泊を購入する条件があると言いましたが、それ以外はサブエージェントは、自由に日本の会社とやり取りしてパッケージを組むことができます。現在、どんなパッケージを持っているのは情報がありませんが、ガリバースポーツのホームページを見れば、どんな商品を持っているのか分かります。ウェールズ代表の組み合わせが九州でありますので、それに合わせて九州を周遊するパッケージが組まれているのではないかと思います。
- 県) 熊本の宿泊は、熊本市に集中していますが、1時間程度、移動していただければ温泉もある宿泊施設があります。移動時間と移動手段の想定をどのよ



うに考えればよいでしょうか。

- E) これまで売れている商品を見ますと、お客様は、彼らが慣れているタイプの商品が好まれているというのが分かっています。ブランド、例えばヒルトンであるとか、一方、伝統的な体験をしたという希望もあります。パッケージを組む際には、その辺のバランスをうまく取る必要があります。お客様が滞在する中で、10泊も伝統的な宿に泊まるのでなく、1泊だけそういった宿に宿泊していただくということ。また、商品作りのバランスですが、日本人の観光客は、色んな土地で体験したいということがあると思いますが、我々が提供するパッケージは、一義的にはラグビーワールドカップを見に行くことが目的です。もちろん、伝統文化を体験したいということはありませんが、これまで、オーストラリア、ニュージーランド、南アフリカなどありましたので、特定の行動パターンがあることを考慮しなければいけません。日本を体験したいということは2次的な要素になります。その辺のバランスを注意して取る必要があります。ラグビーと日本を楽しんでいただくことを慎重に考える必要があります。
- 県) 特定の行動パターンというのは、どのようなものですか。
- E) 日本のパッケージを見ると、色んなところに行って、移動時間が長い。私達のファンは、自由に自分で行動して、自由時間を持つということが好きな人が多いです。それで、試合のない時はゆっくりしたり、観光したり、もしくはテレビで他の試合を見るなど、同じ所に3~4泊するのが多いです。もう一つ重要な考慮事項ですが、同じようなファンと旅行先で知り合ったり、一生にあるかないかの体験で友情が芽生えたり、長い付き合いになったりします。色んな付き合い方があるが、レストランで食事をしたりバーで飲んだりすることができる環境が必要となります。また、ファンゾーンと一緒に過ごしたりするため、そんなことができるパッケージの組み方が大切となります。もしスケジュールが忙しくて、移動に次ぐ移動というようなパッケージでは、そのような自然な付き合いは生まれません。私達は、リピートのお客様が多くて、旅行先で出会って、5~6年後、付き合いが続き、別の地方に住む方が我々のパッケージで出かけて、さらに付き合いが続くということがあります。その様な関係が続く環境を作るということを行っています。
- 県) 今のお話の中で、試合のない時に別の試合を見るということでしたが、別の試合を観る環境というのも必ず必要となりますか。
- E) 色んな都道府県からディステーションの相談がある際に、これが大切ですよと伝えていきます。ホテルにも伝えていきます。そのために旅行するとっても過言ではないため、全部見られる環境が必要です。
- 県) そういう環境が整っていることが、売りになりますか。

- E) その通りです。
- 県) 他の試合を観る環境というのは、ファンゾーンですとかパブとかホテルのロビーなどですか。
- E) そうです。今おっしゃった内容でカバーできています。ラグビーと文化体験を楽しみたいという両方を満足できればいい機会になると思います。イギリス人は、特別なディスカウントが好きなので、何かそういうものが提供できれば喜ばれると思います。観光情報は、非常に参考になります。社内でも共有させていただきます。
- 県) 様々な旅行商品があるとのことですが、期間と価格帯を教えてください。
- E) 色々ありますが、全日程をカバーするフルツアーで4泊6泊です。一番短いもので5泊、決勝戦のみです。平均すると7泊~10泊で、2枚~4枚のマッチチケットが付いています。平均の価格は、1万ポンド(約150万円)。できる限り、全て込みのパッケージを提供するようにしており、昼食、夕食は別になりますが、それ以外は全部、特別イベントへの招待やセレブリティとの面会など特別なものを提供しています。フライト、交通費も含まれます。
- 県) 昨日、ウェールズのラグビーユニオンでアドバイスをいただきました。本県には、世界遺産関係や産業遺産の炭鉱などありますが、歴史・文化体験として有効ではないかということでした。
- E) とてもいいアドバイスだと思います。ウェールズも炭鉱がありますので、共感されると思います。
- 県) 日本を訪れる方々は、独特の行動パターンがあり、ゆっくりする人はゆっくりする、観光する人は観光するというので、幅広い傾向があると思いますが、地元のイベントなどはどのように情報を収集されるのでしょうか。
- E) 当社では、60小冊子ページほどの小冊子を配布しており、スタジアムや試合、地域の伝統文化などの情報をお客様に提供しています。パッケージを購入したお客様には、ウィークリーで情報を提供するようにしています。サブエージェントのガリバーは、アプリを持っていて、そのアプリを通じて情報を提供しています。
- 県) デスティネーションガイドに、熊本の情報を載せていただくことができますか。いつまでにどこにアプローチすればよいか教えてください。
- E) 日本のオプションの情報提供を歓迎します。パッケージに関するあらゆる情報をマガジンに掲載しますが、通貨や習慣、お礼の仕方など写真も掲載します。
- 県) 情報を掲載していただきたい、いつまでにどこに提供するとよいですか。
- E) 私達の方に情報をいただければ、お繋ぎできます。まだ、パッケージを購

入されていない方に対する情報は常に出しております、パッケージを購入された後の情報提供はまだ始まっておりませんので、週単位で行うか月単位で行うのか頻度は検討中で、半年前までに情報をいただきたい。

県) レンタカーを使用するお客様がいらっしゃれば宿泊先も広がると思いますが、その様な商品もありますか。

E) レンタカー付きのパッケージツアー商品はありますか。移動はバスで送迎することになります。

県) 情報に関する中で、喫煙に関する情報などは必要ですか。

E) ホテルの情報として「喫煙室がある」「ダブルベッドの部屋がない」など伝えていきます。また、日本のメディアなどを見て、喫煙政策などに注意してみていますが、大きな動きはないと思っています。

県) 写真の撮影、SNSへの掲載はOKですか。

E) 情報の発信、SNSでの発信は非常に重要で、特にInstagramの位置情報やハッシュタグの付け方など、検索をするので非常に重要です。ワールドカップラグビーは、非常に厳しいガイドラインがあり、ハッシュタグの付け方など注意しています。共有がしやすくなっています。

県) ガイドラインに、県のページを掲載いただくことは可能ですか。

E) マーケティングのチームが担当していて、色々なディスティネーションも同じように扱っており判断しかねるが、マーケティングチームで検討できると思います。

## ②CLAIRロンドン

(所長 黒野 嘉之 次長 柴田 英昭 所長補佐 本谷 徳康)

- ・ 英国における地方行政の動向について、資料に基づきご説明します。
- ・ イギリスの地理、人口については、面積的には日本の3分の2で、人口は6,500万人です。やはり、移民も含めて、英国以外の出生者が940万人です。移民で多いのがポーランドで、EU離脱の問題や移民の問題ではシリア難民も多いですが、EUの東方拡大でポーランドの方々が多くなっています。
- ・ 言語は、ウェールズではウェールズ語が英語と並んで表記してあったかと思えます。宗教で面白いのが、日本では政教分離が当たり前ですが、イギリスは政教一体の国であります。エリザベス女王を首長とするイングランド国教会が国の宗教で、宗教界のトップの偉い方々が貴族院議員でもあります。一方で、国民がどうなっているかというと、イングランド国教会の方が多いサッチャー政権後、どのように政権が動いてきたか、保守・労働バトンタッチしながら来た訳ですが、キャメロン政権の第一次政権あたりから、保守・労働が必ずしも過半数を取りえない状況も散見されるようになってきて、メイ政権は、昨年、総選挙に打って出てまさかの敗北で、半数を割ってしまい連

立政権は組んでいませんが、北アイルランドにある政党と閣外協力の関係で、なんとか政権を維持しております。

- ・ イギリスの最も特殊な部分ですが、イギリスの方にとって英国という国がある訳ではなくて、4つの国からなる連合国家です。特にブレア政権になって、イングランド以外の地域には権限委譲が進みまして、議会が存在していても機能していないところもあります。少なくとも形は整えられています。ラグビーの話に繋がりますが、各地域が代表チームを出すということが大前提になっています。
- ・ イギリスの自治体がどのようなになっているかという質問ほど、難しい質問はなく千差万別です。日本の議院内閣制と同じような所もあれば、直接公選制のところもあり、2層制で県がそもそも存在しないという所もあります。スコットランド、ウェールズ、北アイルランドは、それぞれが小さいので、それぞれが都道府県という一層制になっています。
- ・ では、ロンドンはというと、日本の東京都にあたるグレーターロンドンオーソリティーというのがあります。この市長、サディクカーン氏がパキスタン移民の2世の方で、ロンドンの移民の多さを物語っていますが、マスコミにもよく出ています。グレーターロンドンは、かなり脆弱で、交通政策を除くと特別区であるバラが殆どの業務を行っています。実は、グレーターロンドンは、職員が600人しかおらず、企画立案を担って政策の方向性を示して特別区と調整をする訳ですが、良くも悪くも党派性が強く、カーン氏は労働党で、保守党のバラとは、なかなか調和できないということになります。
- ・ 最近の国政の動きは、メイ政権後、昨年3月に、離脱の通知を正式にEUに対して行っています。正式に通知をすると2年後に離脱となりますが、現実的には難しいだろうということで、2020年までは移行期間となっています。昨年6月にメイ政権が政権強化を図ろうと総選挙に踏み切ったら当てがはずれ、混迷を深めています。12月には、EU離脱交渉の3つの方針が示されました。一つ目は、EU、イギリス双方が、現在、住んでいる市民の権利保護をどうするかということ。現在、住んでいる方々は大丈夫ですが、先々住む人達をどうするかという問題、訴訟問題をどうするかということ。二つ目は、イギリスが抜ける際の手切れ金的な問題をどうするか。三つ目は、北アイルランドとアイルランドの国境をどうするかということです。
- ・ つい先日、6月にEU離脱法という、これまでEU法で決めていたことを全部まとめて、国内法に置き換える法律の審議が延々と行われて、なんとか成立しました。
- ・ 特に地方行政の観点から、北アイルランドの国境問題があり、IRA問題で、ブレア政権下で停戦合意が行われましたが、基本的な構図はプロテスタントとカトリックの対立です。プロテスタントは英国への帰属を、カトリックは

アイルランドへの帰属を望んでおり、この対立はまだ、消えていません。北アイルランド政府というのは、両者の代表によって自治政府を運営することになっています。選挙の勝った方が首相を出して、負けた方が副首相を出します。ところが、一昨年終わりに、イギリス国教会で汚職があり、政府が停止し、依然として復帰しない状況にあります。メイ政権が閣外協力を求めたのが、この対立する二つのうちの一つで、メイ政権の中立が保てなくなってきました。カトリックとの関係は複雑になっています。この除隊の中で北アイルランドの国境をどうするかという問題がありまして、あるいるランドは、引き続きEUに残るため、過去の和平合意の絡みもあって、物理的には北アイルランドとアイルランドの間には国境はないので、片方がEUを離脱して、片方がEUに残るため国境を作らなければいけない問題となっています。例えば、関税が変わってきた場合に税関をどうするかという問題があります。それで、色んな議論がありますが、和平合意に水を差す訳にもいかないので、物理的な国境は作らないと関係者間では合意がなされ、自由に行き来はしてもらって、関税が違う場合は還付制度にしましょうとか、移動するトラックに電子タグとか付けて衛星で管理しましょうとか、色々と議論があっています。いずれにしてもEU側にコストに係るため、なかなか合意に至る形跡がないというところです。

- ・ スコットランドは、独立運動が激しく、以前は住民投票もあり、結果、否決されましたが、ブレア政権時代に地方分権が進みましたが、実際はEUに事務がかなり移行しているため、中央政府でも地方でもなくコントロールされていたということがあります。それが戻ってきた時にどっちが受けるのか議論になっていて、政府側が譲歩して、これだけは必要だという24部門の事務は、7年間だけは政府が保有するということに対して、ウェールズ政府は、合意しておりますが、スコットランドは未だに整理できず、前の議会でも独立党の議員が全員退席する事態がありました。
- ・ 引き続き、政権の動向等、あまりにも色んなことが起りすぎて、イギリスは先行きの見えない状態で、逆に、EU以外を見ようという動きも強く、日本への関心などはあると感じています。ラグビーなど有効だと思いますので、この様な機会をうまく捉えていただければと思います。

### ③ JNTOロンドン

(所長 市川 智秀 次長 柿崎 茂)

- ・ JNTOは、観光庁が所管する独立行政法人で、国際観光推進機構といます。一般的には、政府観光局に通っています。
- ・ 事務所は、20箇所があり、数年で拡大しています。最近では、マニラが新設予定で21になります。重点的な地域に事務所を配置しています。

- ・ 出国税も稼動して、執行機関として配分を受けています。市場分析、マーケティング、ファムトリップ、MICEの誘致、VJ事業などに実施しています。
- ・ 数値目標は、2020年に4,000万人、2030年に6,000万人という目標を掲げて、消費額は2020年8兆円、2030年15兆円となっています。単純に呼ぶ数ではなく、経済効果を倍にする長距離トリップを呼び込むことを狙っており、英国の人はロングトリップであるため、狙い目かもしれません。
- ・ ラグビー、オリパラ、富裕層向けのプロモーションなど欧米豪と言われる地域を重点的にやっていくことになっています。実際、呼び込む部隊として、現地で実際に情報を取りながら、皆さんと一緒にしっかりやっていきたいという組織になっています。
- ・ 英国の市場動向について、ご説明します。英国からの訪日外国人は順調に伸びているところですが、昨年、一年で日本へ2,700万人の訪日なので、相当数は伸びていますが、殆どがアジアです。欧米全体を合わせても5%程度です。月別では、3月終わりから4月の始めがスクールホリデーです。イースターホリデーは年によって動きがあって、特殊なものとなっています。
- ・ 4分の3以上が初訪日で、ゴールデンルートを訪れます。皆さんがイギリスにこられる際も、皆さんは関係があったのでウェールズに行かれましたが、最初からウェールズに行こうという人は少なく、ロンドンに来てスコットランドに行く人が多いです。日本でも東京と京都を思い浮かべることが多くて、ゴールデンルートが定着しています。
- ・ こちらでは、年齢が若くても休みが取れるため、14日ほど休みが取れますので、遠くへ旅行に行こうということになります。個人旅行が9割で、ガイドブック、インターネットで情報収集します。日本に行くのは、桜の時期が人気です。JNTO本部で言われるのは、未だに伝統文化、桜で売っているのかといわれますが、遠くて日本のことを知らないですし、みんなわかっておらず、極端には、中国と区別が付いてないという感じです。そういったこともあり、日本の伝統文化、桜、富士山、お寺という感じです。寿司も日本人からすると寿司かという感じがしますが「私はお寿司が好きだけど、生魚は食べない」という笑い話みたいな感じで、なかなか難しいです。我々が招請などすると、日本食を食べ続けると辛くなってくるみたいで、我々がブリティッシュなフィッシュ&チップスなんか食べるのと同じで、2日くらいで限界といった感じです。馬刺しは、少し難しいです。
- ・ 消費額の調査でいくと、長期滞在で第3位ですが、あまり買い物には行かず、ホテルなどに使っています。
- ・ EU離脱が経済に影響を与えており、ポンド安が進行して1ポンドが128

円くらいまで落ちて、現在、145円くらいです。一昔前は180円~170円で推移していました。イギリスは、関税はないですが、ユーロからポンドに換金することになりますので、実質上、モノの価格が上がっているということでインフレ率を引き上げて、実質上、賃金が下がっているということで、個人消費を鈍化させていることに残念ながらなっています。ただ、旅行に関しては、減っているかというところではなくて、若干、近場に行こうということになっているかと思います。

- ・ 訪日のバリアは、「言葉が通じない」「遠い」と思われがちですが、オーストラリアやアメリカと比べると遠くはない。ただ、言葉の障壁のない地域へは行きやすいという感じです。物価が高いか安いかは、間違いなくこちらが高く、逆に日本は安いです。こちらは、ランチでも1,500円かかります。日本までのエアは高いけど、日本に入れば質が良くて高くないとセールスしています。
- ・ ツアー商品を見ても14日間で、45万~60万円くらいが訪日ツアーの標準で、20代~30代がボリュームゾーンは個人旅行なので、もう少し安く行けます。イングランドラグビートラベルのオフィシャルツアーは恐ろしく高いです。でも、ちゃんと買える人がいます。
- ・ 明日は、九州観光推進機構の方が来られますし、九州全体で盛り上がっていて、JNTOとして非常にありがたいです。遠い市場なのでJNTOだけでは対応が難しく、公平にという視点もありますが、協力していただけたところと組みながら進めていくということになります。富士山やお城でいうと姫路城が有名ですが、日本でいう観光地でだからいいということではなくて、飛騨高山は日本ではそれほど有名ではないですが、海外では非常に有名で、それは、高山の方々がプロモーションを続けた成果であると思います。殆どがFITと申し上げましたが、スキーなども1週間同じところに滞在するといった感じで、求めているのはリラクゼーションで、温泉は最たるものです。
- ・ 私も昨年、熊本にファムツアーでお邪魔しまして、競技場と黒川温泉に行きました。阿蘇は、まだ行けなかったと思います。熊本城の修復の風景など発信いたしました。九州を取上げたいなどの際は、経済的な面も含めてご協力いただければと思います。
- ・ エージェントで日系のJTBやHISなどありますが、訪日専門旅行会社もあり、インサイトジャパンやイントウジャパン、ジャパンエキスピリンエスなどあります。英国の会社でありながら、日本を売っています。そういったところに売り込むというのも手であります。
- ・ ベジタリアン対策は、必要だと思います。スポーツバーは有効で、スポーツ観戦して盛り上がりますので、ひたすらビールを飲みます。ラグビーだけではなくて、とにかく、ホテルのバー、パブで飲めるかということに関心があ

ります。

J N T O ロンドン → J

熊本県 → 県

県) ベジタリアンは、地域的に分布が異なりますか。

J) ベジタリアンも軽い人から厳格な人までいて、フィッシュ&チップスのチップスだけ食べるとか、卵はいいとか人様々です。食材は、きちんと説明があるといいです。浴衣とかの着方や、こちらの人はファッションで刺青を入れていて、温泉で刺青お断りとかどうかと思います。あと、英語圏なので、英語国の情報は伝わりやすいです。ニセコなどは、他国で広まった情報が、伝わってくる場合もあります。石川、岐阜あたりがゴールデンルートからの流れで、伝統文化などで広まっています。自然とかには興味があり、日本の自然はこちらとは全然違います。くまモンなどのマスコット系は、あまり人気が出ていません。スポーツチームにもマスコットはいますが、全然、出てこないです。

県) イングランドラグビートラベルで、SNSの有効性に話が出ましたが、イギリスでのインスタグラムでの情報発信の効果はどうですか。

J) インスタグラム自体の利用は伸びていて、我々が情報発信する場合、FB、インスタグラム、グーグルアドをパッケージで利用することが多いです。インスタグラムは、写真を掲載するので旅行に親和性が非常に高く、いい写真があるとよい。ラグビー選手にインスタグラムで発信してもらったが、反応がよかったです。イングランドラグビートラベルもFB、インスタどちらもやっていると思いますが、インスタグラムが出てきていることはあると思います。

県) ラグビーの消費がかなり高いと聞いていますが、富裕層が多いですか。

J) 調査をした際には、あまり強く出ませんでした。一般的には、ラグビーファンは富裕層が多いという話を聞きます。高い商品を買える人たちなので、相当なファンかお金を持っている人ということになります。アメリカが一番、富裕層市場が多いですが、イギリスもあります。実際、イギリスからラグビーで日本に行く人は、公式なデータはありませんが、3万人くらいと言われていて、フランスが2万くらいだと前回大会などから言われています。そのうちパッケージツアーを使う人は1割くらいで、大多数は個人手配となります。C、Dカテゴリーの価格はそう高くないので、既にウェールズの全試合のチケット当たったよという人がいて、後は、自分で手配して出かけるという人が、9割います。難しいのが、OTAがあって権利保護されています。サッカーなどでは、チケットは別に買ったださ



いねとしている場合もあります。ラグビーは、瞬間風速であって、目を向けてもらうための仕掛けだと思いますので、継続的にやっていただくと欧州としてはありがたいです。

県) こちらの人が日本の情報を取る際に、JNTORONDONのホームページを見られると思いますが、熊本城とラーメン意外に掲載していただくことは可能でしょうか。

J) 掲載のポイントとして、特徴のある、珍しいものとか、奇をてらったものでなくてもいいので、人吉の列車や菊池渓谷など自然やアクティビティなど、見る側が面白い、いいなあと思えるものを提案いただきたい。お付き合いではなかなか難しいです。写真が大切で、ゴールドルート意外に目を向けさせる必要があるので、日本での評価でなく、広がりのある可能性があるものを希望します。

県) 色々ご紹介できますので、色々と送らせていただきまして、調整させていただきます。よろしく願います。

県) 経済活動が混沌としている状況ですが、観光に影響はないですか。

J) 根幹は、響いてきている可能はあります。EU離脱によってEU関係の機能、金融機関はどうするかというのはありますが、観光に限ってどうのという話ではないと思います。旅行は贅沢品なので、日常生活に余裕があつての話なので、イギリスは余裕がないかということそういう国ではない。

県) ラグビーの後に、ハンドボールがありますが、イギリスでのハンドボール人気はどうですか。

J) イギリスは、クリケット、サッカー、ラグビーです。ヨーロッパでは、ドイツですね。イギリスは、あまり聞かないです。

県) 個人旅行者は、現地で計画を立てて出発しますか。

J) うちも窓口がありますので、リタイヤされた方とか来られますが、ロンリープラネットを見て確認に来られる場合があります。

県) Wi-Fiも有効ですが、SIMカードはどうですか。

J) こちらでは、SIMカードが普通に売っています。日本は、3大キャリアがあつて、日本で使えるSIMフリー携帯は、制限があります。Wi-Fiは、料金も高いです。

県) 消費額の216,000円は日本での消費額ですか。エアは、安いものもありますか。

J) エア代を除いて、日本で消費した額です。エア代は、15万円から20万円程度だと思います。

県) 体験とかホテル重視というのは、ブランドですか。九州だと欧米系のホテルがないので。

J) ヒルトン、シェラトンとかだとゲストは安心するといわれています。外資

系でない駄目ということではありませんが、評価の高いところがよいと思われま

- 県) ニセコなど富裕ホテルが入って、売り込んだと聞いていますが、やはり有効ですか。
- J) 奈良など富裕層ホテルが進出していると聞いています。JNTOでは、日系ホテルを売りたいところですが、外資が、営業予算があって、安く提供してくれるなど協力してくれる場合があります。

(3) 7月4日(水)

①オクシタニ地域圏

(バランクー部長)

- ・スポーツ省では、2024年パリオリンピックなどの大きな国際スポーツの大会に向けての選手の育成などを実施しています。また、大会の準備、観光客の受け入れなどを担当します。
- ・これまでのスポーツ大会の経験から、観戦客は、スポーツ以外の観光等に興味のない客が大半です。スポーツを観て帰るお客様が多くなると思います。コールセンターでも、観光ではなくスポーツ大会や観戦に関連した案内などにした方がよいと思います。
- ・フランスで例えますと、チーム、監督がどこで練習しているかとかなどに関心があり、サポーターとチームを繋ぐと効果的です。
- ・ハンドボールでは、フランスのトップ14チームのうち4チームがこの地域にあります。モンペリエやトゥールーズなどです。それらのサポーターに対して、日本での準備状況を伝達することは協力できます。416のラグビークラブ、会員7万人への試合日程などのアピールが可能です。モンペリエは一番強いチームですが、ニームやトゥールーズなど、モンペリエ以外の近郊のファン層に対してもアピールが可能だと思えます。

Occitanie → O

熊本県 → 県

- 県) ラグビーでは、フランスチームは2週間キャンプを張り、2か所の練習場所を用意します。プールやジムなど、そういう情報を出していきたい。ホテルは危機管理上公開できませんが、ファンゾーンなどの情報をお知らせして、選手との交流なども実施していきたいです。2024年のオリンピックを見据えて選手の育成を行っているのですか。
- O) ロシアがサッカーワールドカップで注目を浴びているように、2020年は日本が注目を浴びるでしょうし、2024年はフランスに注目が集まる

と思います。

- 県) 女子のハンドボールの盛り上がりを教えて下さい。観客動員数など男子と比較して、どうでしょうか。
- ) 男女合わせて、競技人口が5万2千人。女子が少ないということではなくて、女子は2万人の競技人口がいます。この地方だけで、だいたい男女200クラブがあります。10年前に、女子ハンドボール女子世界大会をニームで開催した経験がありますが、その大会の際に、地方をあげてハンドボールを盛り上げるイベントを実施しました。ニームだけでなく、カルカソンとか他の地方の都市で開催してもらいました。
- ) 東京オリンピックの際に、女子レスリング日本代表のキャンプ地である熊本など、ラグビーでは、そういった情報をPRしたらどうですか。オリンピックセンターのホームページが分かりやすい。
- 県) アスリートファーストの視点から、競技場以外で選手向けに宿泊情報はどの様に提供してらいいか？
- ) こちらの大きなチームでは、アコーグループと組んで情報提供していますが、大切なことは、フランス語でのサービス、他から隔離されて精神面で静かに過ごせているか、コンシェルジュサービスがあるかなどサービスが提供できるかが重要です。これは、大きなチームの話で、小さなチームは値段が安いことが、一番が大切です。男性のサポーターの奥さんが同行するなら、観光地の情報が必要となるかもしれません。主体的に、行先もホテルも決めるのは奥さんです。チーム単位では、どこを選定するかは、監督、コーチが決めます。アコーグループは世界で事業展開しており、ナショナルチームだとフランス語サービスが優先されて、アコーグループがフランスチームでは絡んでくるでしょう。
- 県) 情報提供の方法が、チーム向けと一般向けで、求めている情報が異なるということですか。
- ) 県の方は、決定権がある訳ではありません。オリンピック委員会、ラグビー協会が作った資料をみて決めていくでしょう。日本の地方でのイベントがある場合など、スポーツイベントを目的で行く人などは、ラグビークラブが会員を募って旅行会社とツアーに参加する場合があります。日本のラグビー好きの人とつないで、そういった人と一緒に観戦に行くなどがあります。
- ) 熊本にラグビーのトップチームはありますか、ハンドボールはどうでしょう。
- 県) ハンドボール女子チームは、社会人の一部リーグがあります。モンペリエはいかがでしょうか。
- ) プロの一部リーグがあります。もし、こちらのクラブと密に連携をとりたい

いならクラブを紹介することもできます。日本のラグビーチームで強いチームは、熊本からどれくらい離れていますか。

- 県) 福岡です。100km程です。明日は、ハンドボールの施設を見学します。今後、コンタクトした場合に、ぜひご紹介をお願いします。
- ) マチューが、明日のセッティングをしており、コンタクトした場合は、マチューが対応します。
- ) 明日、見学いただくハンドボールチームは、とても強いチームでチャンピオンタイトルを40持っている。特徴は、すべての年代層をクラブでみています。ジュニアからシニア、トップクラスまでで、フランス選抜に名を連ねます。
- 県) 交流事業として、愛好家などの地域のチームとチームが交流試合など、可能性がありますか。
- ) 日仏の交流機関があつて、そういう交流がもてればいい。スポーツ省から提案の段階ではありますが、12月の日仏交流の際に、トゥールーズで交流イベント(ラグビー試合)を提案をしています。
- ) こちらには、高地トレーニングできる2000m以上ある施設があり、日本の水泳チームが利用している。ぜひ、見学していただきたい。

#### (4) 7月5日(木)

##### ①MHB(モンペリエハンドボールチーム)

- ・業務内容は2つあり、プロチームの管理、アマチュアの若い世代を育てることです。
- ・財務管理、業務管理、マーケティングなどの業務を実施しています。スポンサーを探し財源を確保などです。スポーツ部が別にあり、全体の統括を行っています。プロ選手が18人で、クラブ管理職員が15人います。合理化を進めており、複数の業務を兼任して人員を少なくしています。
- ・クラブで大事なことは、若い次世代の育成です。プロを前提に、スカウトが、ヨーロッパ中から優秀なユース選手をスカウトしてきます。若年層の試合などを見て、強い選手をスカウトしてきます。プロ養成のために、こちらに才能のある選手を集めてきます。また、個人エージェントがいて、こちらに紹介してきます。育成というより最初の段階でいい才能を集めてくるかに注力しています。
- ・選手は、寮があつて、そこで生活します。我々が、生活面からサポートします。学校生活やクラブの強化の両方を見ます。

MHB → M  
熊本県 → 県

- 県) お客様、地域が応援してくれていると思いますが、地域づくりなどの取り組みがあれば教えていただきたい。
- M) 来て頂けるお客様の90%は地元の人です。そこから入ってくる収入というのがありますが、地方からの助成金が大きいです。予算全体の40%です。いかに地方が応援してくれているかです。スポンサーが35%程度です。県からの助成金は減少傾向にあるため、スポンサーを強化しています。3つ目の財源は、チケット、グッズ、スペースレンタルで確保しています。年間予算は、750万ユーロ(約10億円)程度です。予算でいうと、90万ユーロが若年層、650万ユーロくらいが、プロチームの予算です。
- 県) こちらの施設は、ハンドボール専用ですか。
- M) 現在、この施設は、2,800席です。アリーナの所有が、県から地方から移ろうとしていますが、いずれにしても行政の施設です。ところが、レンタルの形態が異なって、現在、こちらの場合は、年間何試合行っても定額です。(今後、)アリーナが1試合あたりで料金がかかってくるため、地方の方と話しているのが、アリーナを年間の定額にできないかとネゴシエーションしています。こちらは、独占で、ヨーロッパチャンピオンクラスになると練習のために、あちこち行く訳に行かないです。
- 県) 選手の最高年俸、平均はどれくらいですか。
- M) 月に、15,000ユーロ(220万円)程です。フットボールの選手に比べて、非常に少ないです。15,000ユーロの選手は、世界チャンピオンです。平均では、7,000ユーロ(100万円)程度です。これが一般的かというところではなくて、パリサンジェルマンなどは財源があって、40,000ユーロ、50,000ユーロともらっている選手もいます。もし、パリサンジェルマン程の財源があれば、楽にトップでいられます。スター選手型のチームなのか、組織力のチームなのかですが、ここは組織力のチームです。選手の年俸は、クラブの財政力に影響されます。
- O) 財務は、国の監査を受けます。単に、結果を求めるために、選手に高い年俸を払って、財政が傾くということは許されません。財政が管理できていないチームは、クラブとして存続できません。
- 県) こちらは、男子のプロチームですが、女子はいかがでしょう。
- O) うちに女子チームはありません。ニームには女子プロチームがあります。
- 県) 昨年女子世界ハンドボール大会の優勝おめでとうございます。来年は、熊本で大会があります。ラグビーワールドカップ、女子世界ハンドボール大会のPRについて、ご協力いただけることがありますか。競技場にPRのポスターなどの掲示などです。
- O) ポスと相談します。フランス語で作っていただいて、フライヤーやチラシ

など送っていただければ問題ないと思います。

## ②施設視察

- ・MHBのホームスタジアムを視察。
- ・2,800人収容。
- ・アリーナ、観客席、ロッカールーム、トレーニングルーム、コンベンションルーム、サウナなどを視察。

7月6日（金）

### ①在フランス日本大使館

（広報部 参事官 大川 晃平、観光担当 佐藤 将登 氏）

- ・基本的に、スポーツ大会開催の情報は伝わっていないのが現実です。どう伝えるかが重要だと思います。関係者ですら知らない状況もあります。草の根で知らせていくのはよい方法だと思います。
- ・ネックは、お金に係るということ。それを乗り越える魅力を示すこと。一方で、フランス人と言えば、ありきたりなものよりマニアックなものがよいです。神秘的なもの、神様が宿るとか、阿蘇とか、そんなところがあるのが魅力になります。
- ・どう発信するのは我々の課題でもありますが、FB、ツイッターも含め、様々な情報発信をしていますが、フォロワーが1万人いなくて7千程度で、そんなに多くない。
- ・ラグビーについては、南のエリアが盛んです。パリにもクラブチームがあります。
- ・誰に来て欲しいかの分析をしながら発信することが重要です。スポーツ関係者を呼びたいのか、一般的な旅行客を呼びたいのかによってターゲットが変わるため、それによって声の掛け方も掛ける方法も変わります。
- ・ハンドボールはフランスが、世界で一番盛んで強いです。ハンドボール連盟などの関係者とよくタッグを組むといいと思いますが、お金を出していくことに協力をしないと思うので、一緒に考えてもらう、交流プログラムなどを使ってインセンティブを上げて、一年やったら終わりではなく継続的な狙いでやっていくことが重要だと考えます。
- ・自治体で増えていますが、熊本県はハンドボール県だと売り出すとか。例えば、中国人と韓国人は、温泉とゴルフだとパックにして売り出すとか、山梨県などは合宿で、岐阜県は陸上をターゲットに高地トレーニングで売る工夫などを行っていて、費用対効果もあるけれども、そういうことも一つの方法です。
- ・観光については、フランス人と話す中で、自分たちで好きなところに行く計

画を作って、個人的に行く傾向が強いです。訪日の数も27万人と右肩あがりに増えている状況です。こちらにいても感じるのは、日本が好きな人が多くて、テレビやエールフランスの機内誌でも特集があったりして、かなり多いです。色んな所に発信してもらうことで、選んでもらえるようになると思います。

- ・直島とかフランスで人気となっていて、私も行ったことがなくて日本では有名ではないものが人気だったりします。ミシュランもフランスですが、日本人があまり行かないお店が載っていたりして、やはり感覚が違うので、色々出して海外の方に評価していただくことが面白いと思います。

在フランス日本大使館 → 大)  
熊本県 → 県)

大) 観光業者との繋がりは、いかがですか。

県) ラグビーの方は、OTAのクラー社と一緒にやっています。既に具体的な商談に入っておりまして、ホテルの確保も進んでおります。FITが多いものですから、ラグビーメディアを招請したり、有名なブロガーを呼んで情報発信をしたり、最近では「ICHIBAN JAPAN」で発信したりしています。継続して取り組んで、今のところは関係者とファンに働きかけて、その後は、欧米豪からの誘客を増やしたいと思います。フランスからも来ていただけるような取組みを進めて参ります。

大) 食品の流通などがそうですが、JAPAN EXPOや物産展をやっていますが、仲買人や仲介業者と繋がらないと売れないので、働き損で終わってしまいます。人の繋がりは、行きたいというインセンティブ、行けるというアクセス、本当にいけるよということを示してやらないと、夢物語になります。どうやって行ったらいいんだろうかというところに手が届くと、非常に行きやすくなります。

大) まさに、どうやって行くのか大事になるのが、足とホテルと食事です。インターネットで予約できるとか、せめて英語ができるとか、固まっていればだいぶ違います。まだ、日本全体で出来ていないところが多々あって、予約しようとしたら電話してくださいという風になるので、そういったところを改善していただくとよい。

県) オンラインで予約しようとした場合に、一番、使われるのはブッキングドットコムとかエクスペディアだったり色々ありますが、フランスでは、何が一番利用されますか。

大) ブッキングが人気ですかね。

県) 日本では、まだまだ登録されているところが少なく、じゃらんとか楽天

は登録されています。エクスペディアに入っていないとかブッキングには登録していないという状況です。

- 大) 前に改正された民泊は、どんな感じでしょうか。
- 県) 熊本では、まだまだ進んでいません。
- 大) フランスでは、民泊で泊まっていて、日本らしいところに泊まれるとか、フランスらしいところに泊まれるとか結構、人気で、御当地ならではの体験をしたいということで、お遍路が大変、人気となっています。色んな方がいらっしゃるので、一部にずっといる人と、神秘的な所を県を跨いで動く人もいて、休みの単位は1月とか多いので、そのあたりも視野に入れて、自分の所だけとせず、連携してPRすると思います。
- 県) 九州でもまだ認知度が低いので、九州全体でPRしたいと思います。ラグビーワールドカップも九州全体でPRを行っています。
- 大) 行ったことがないという人は多いです。知らないという人もいる。逆に言うとチャンスでもある。東京、大阪は行ったことがある、他に行けたら行きたいという人もいます。行ったことがないところに行きたいというマインドは強いです。フランス人で有名なのは、沖縄、広島です。宮島までは行きます。
- 県) なぜ、宮島ですか。
- 大) 一つは神様です。世界遺産でもある。フランスの牡蠣を救ってくれた県でもあり、フランスともゆかりがあります。自転車でしまなみ海道にいくなど、そこまで行きますかという感じでもあります。エコもテーマになり得ます。
- 県) 世界遺産に行ってみたいという希望がありますか。
- 大) 世界遺産だからというより、行きたいところが神社や森が世界遺産だったらプラスの価値が付くという感じです。
- 県) 世界遺産だからとう訳ではない。ということは、日本遺産も日本遺産だからということではない訳ですね。
- 大) 日本遺産は、あまり知られていないです。自然なのか民族・文化的なものなのか。白川郷は有名で、発信していますね。
- 県) ラグビーとハンドボールの観客では、客層が変わりますか。アプローチが変わるのかお解かりなら教えていただきたい。
- 大) ターゲティングだと思いますが、ラグビー、ハンドボールで変わりはしないと思います。休みの取り方の問題ですね。夏休み2ヶ月と秋休み1週間と冬休みの1週間とスキー休みの2週間と春休みですね。6週間、学校に行くとは基本的に休みに入ります。一日が長く、授業時間が長いので4、5時まで+学童1時間で6時に親が迎えに行きます。親も共働きで出来ます。ラグビーは、秋休みに少しがずれているので、ちょっともったいないなあ



と話しています。ハンドボールも冬休みがずれているので厳しいです。冬休みの時期は忙しい時期でもあり、そこをどうクリアするか。学生は試験期間中です。学生をねらうのは得策ではないですね。働いている層は定期的に厳しいかもかもしれないです。ターゲティングした方が、砂漠に水を撒くよりいいですね。

- 県) 食べ物について、有機、グルテンフリーは意識されていますか？
- 大) 有機は、流行っているがおいしいかどうかは別ですね。イギリスに比べると食べ物の規制は少ない。ここでしか食べられないというものがあれば、大丈夫です。魚のメ方など日本の方が優れている。生肉などは、タタキもあって、馬刺しなどは食べなれている。南の方は食べる。
- 県) ラグビー大会、オリンピックは、日本の後がフランス開催ですが、日本に来て情報収集しようということがありますか。
- 大) いい視点です。あると思います。各国の文化の違いなどで運営に違いは出ると思いますが、基本的なボランティア育成、交通などはIOCからの助言などあります。今回の世界大会を招致して、県を活性化させることが目的にありますが、具体的にどこに目標を置いてやるかは色々あると思いますが、瞬間の消費量であったり、交流を含めた姉妹提携であったり、長い目で見た外交的なお付き合いをすることで、可能な範囲で続けて県全体でつくるとか、マスとしてはいきなり広がるものではないかもしれないけれど、労働力を確保したりとか、観光客を呼ぶという目的を明確にしてセールするということが重要です。それぞれによって、やり方は異なります。
- 県) 震災後、2年経ちましたが、まだ人手が足りていないです。人は欲しいですが実習制度ではなかなか厳しい状況で、どう対応するかは地方の課題であります。
- 大) フランス人には日本で働きたい人が多くいると思います。その時に、誰でもいいからどうぞというのは、問題になるので、どの層にどういった人に来て欲しいかをしっかりすること。タイ、ベトナム、ネパールなども日本に行きたい人はいる。地方の特色のある仕事など労働時間、休みに関する考え方が違うので、1月のバカンスはないなど条件を事前に示して、熊本流の出し方はいりだと思えます。フランス人になる必要はないけれど、違う良さがあるとお互いに受け入れられることが大切です。
- 県) ジビエ料理の可能性はどうでしょうか。
- 大) 時期によって異なりますが、秋になると鹿とかフランス料理屋では出てきます。県によっては鹿が神様というところがあって、食べないところはあります。鳥料理が振舞われた時は一番のおもてなしで、美味しく人気です。ウズラを食べます。
- 県) 昨日から、モンペリエに来てパリに来て、フランスの方はレストランのオ

オープンテラスで食事などを楽しまれています。日本とは違う文化を感じますが、日本でこういったものがあればいいというものがありますか。

- 大) まず、夏は陽が長いので遅くからはじめても大丈夫というのがあります。そして、日本だと公共スペースにテーブル、椅子を出すのは行政的には難しいですね。一時的に出すのはいいかもしれませんが、恒久的には難しいですね。既にカルチャーになっています。周辺に住んでいる人もよしとしています。冬でも暖房をつけてテラスで食べます。外で食べることを好む人が多いです。冬場は陽が短いので、陽を浴びれる時に浴びるという感覚です。
- 県) ウェールズで、前回大会のレガシーは何ですかと聞いた時に、ラグビーユニオンの方がハード整備やクラブチームの育成などシステムが出来たとおっしゃっていましたが、フランスの場合いかがでしょうか。
- 大) パリオリンピックが何を狙っているかということ、治安の良くない地域の改革です。その地域を選手村にして開発します。選手村を作って、その後は各種階層が住む住宅街にすること。トラムをつなげて自動車の市内流入数を減らすということを民間の資金でやることです。都市計画をし直すということが目的でもあります。人であれば、フランスは部活動でなくクラブスポーツなので、クラブチーム同士のつながりを作ること。子どもたちに来てほしいと思うのであれば、学校全体の交流を深めること。スポーツで入るとターゲットは学校ではありません。日本が特殊といえば特殊ですかね。
- 県) 日本の競技場は、サッカーにも陸上にも何にでも使えるように作るので、大きな大会となると、それが足かせになります。専門的な施設としてはどうでしょうか。
- 大) 利用率の問題です。こちらでの発想は、スポーツ施設でいかに儲けるかです。レセプションルームを中央に配置して、シャンパンを飲みながら楽しんでもらって、企業に接待用で年間チケットを販売して、固定の収入があるからできると聞いています。カツカツだとは言ってはいましたが、チケット販売はブレるため、それだけでペイバックできる訳ではないです。農家でも個々で売買するより、卸でまとめて売の方がよく、卸を捕まえるスペックを作っておく方がよくて、そこで、貸し出す所と飲食業界とそこで繋がって、飲食業界と食材の業界の繋がりが起こるので、ギブ&テイクでネットワークが形成されます。日本でそれができるかわかりませんが、考え方の一つです。ラグビーやサッカー場が並んであるところもあって、良くやっていけるなというところもあります。
- 県) 放映権などもあって、やっていけるということもありますね。

## ②CLAIRパリ

(所長 羽白 淳 次長 小林 晶子 所長補佐 宇都宮 生雄)

- ・ワールドカップのセールスを実施する際は、フランスOTAは、リヨンとパリにあります。以前、フランスで開催した際は、シャンパン飲みながら試合観戦をします。地元のラグビーファンと一緒に試合を楽しめる体験、機会があるといいです。日本でそういった場所があるかは、分かりませんが、ラグビーファン同士の話が出来る場があると満足度が違うと思います。
- ・お酒を飲む場の線引きが難しいかもしれませんが、展覧会などでもカクテルでそういった場を盛り上げるやり方を上手にやれば、焼酎とかお酒も出やすくなります。
- ・フランスは、日本の国、地方自治体の仕組みが逆になっていると思っていただければよい。日本は、国は議院内閣制で総理は直接公選しませんが、フランスは、市と県と州がありますが、地方の長は議会からの互選で、市長や州議長が知事の役割を担います。日本の場合は、首長が直接公選で、議会も直接公選で、場合によってはそこが捻れるとか、2元代表制という言い方をしている、フランスの方は、国の方で大統領の方が直接公選で選ばれて、昨年は、下院選挙があって直接公選で国民が直接選挙ですので、大統領が作った政党が多数を占めるということになります。秋には上院の選挙があって、一部改選ですが、そちらは全地方議員が投票する間接選挙で、前の地方選挙で、旧来政党が強い政党でしたので、大統領が推す政党が伸ばすことができなかったという仕組みのズレがあります。
- ・フランスは、日本の人口の半分で、コミューン（市町村）は20倍の3万5千団体あります。課税権もありますし、執行部もあって地域圏というのが市町村の仕事の仕方と近しいかなと思います。コミューンがあって、広域連合があってミルフィーユみたいな構造になっています。また、プレフェというものがあって、国の出先機関の長官のことを指しますが、数十年前までは、この人が州と県で知事をやっていたものを分権して、議長が執行部を担う会議にしました。今は、プレフェというのは、法律に違反していないか、警察とか消防の役割を担う存在になっています。このプレフェから派生して、プレフェクチュールという県庁というのが出てきています。アメリカはそうならないので、フランスでいうと国の出先機関的な感じで捉えられがちになります。こちらで県を紹介するには、こちらの県にあわせて、デパルテメントという風に変えて、紹介しています。日本も元々、官選知事だったのでそういう風になっていると思います。こちらでは、国家公務員の数も多いのですが、教員が国家公務員になっています。教育が国家の成り立ちとなっていて、中央集権的なとこです。
- ・コミューンが小学校の整備をされていて、県が中学校、州が高校、国が大学の

教育施策を担っています。例えば、市町村から訪問があって、中学校の話をした場合に、こちらは県が中学校を持っていますので、調整ながら紹介を行っています。

- ・ 州の改革では、合併が進んでいて、人口規模が平均300万人規模だったものが、500万人規模になっていて、コルシカは島なので31万人ですが、コルシカ州は、自治権を拡大しようとか独立だというくらいの党が与党になって、議長になって憲法改正の論議の場合には、コルシカというものを特別なものと位置付けるよう国に言っています。メトロポール制度は、広域連合が1, 200くらいありますが、日本でいう政令市、中核市、市町村とあります。広域連合の規模に応じて、メトロポールと称して、例えばパリを中心として一定規模以上の都市を中心とした圏域は、権限を付与したり、県から権限を付与するというので、大都市制度として他の国の都市部にも負けないような仕組みも導入されています。
- ・ メトロポールから様々な自治体があって、人口要件などありますが、農村部の共同体であれば、都市部の経済基盤などは需要がありませんので、限定された権限を担ったり、任意に担うということをやればいい訳です。メトロポールであれば、義務的に権限を行使して、市町村ではなくて、メトロポールが開発や経済的な活動は担うという風になっています。
- ・ フランスは、県は小選挙区制ですが、州やコミューンは、比例代表制です。最近、政治分野での男女共同参画が言われていますが、まずは憲法を改正して、男女が平等に政治分野にアクセスできるようにしようとしています。以前、クォーター制を導入しようとして、それは男女平等ではないとされて、また、大議論して憲法で平等にアクセスできるようにするために、比例名簿に男女交互に記載することで、州、県、コミューンがそれぞれやるということになっています。
- ・ 県は、小選挙区制なので、難しいですが、男女ペアで立候補して、投票するというのもやっています。首長でも地方議員でも、地方団体の議員と兼務ができていましたので、もう引退したらとか、州と県だと州の方に注力したらといったことがあったと聞いています。首長が国会議員を兼務している例も多くて、地方の声も届くしということでしたが、昨年国会の選挙から禁止になりました。そういった制度的な変化もあっています。
- ・ クレアパリの事業について、ご紹介します。今年は、日仏友好160周年にあたります。明治150年というところで、江戸幕府が日仏修交友好条約を締結して160年です。来週、安倍総理がこちらに来られて、ジャポニズム2018ということで、浮世絵ですとか日本文化など、印象派などが影響を受けたものを紹介することを来年の2月まで行われます。単純に日本のものということだけでなく、かみ砕いて理解していただくことにしています。経済面

でも日本がアジア第一位で投資していますし、和食、柔道など理解が深く、他のヨーロッパの国より関係が深いです。加えて、来年は、熊本県でのワールドカップでフランス代表が東京と九州を往復しながら戦うことになっており、その4年後はフランスで大会があります。契機としてもいいタイミングだと思います。

- ・フランス単体でなくても、今日もジャパンエキスポで九州、熊本県からお見えですが、見本市などがあって、国内、ヨーロッパ、全世界に向けて情報発信する機会がどこかしこにあって、食で言えばミシュランがあって、服で言えばシーズン毎に流行があって、そういう機会や場所を持っている国であります。先進国なので、政府のODAやジャイカなどを通じてアプローチがありますが、日仏間はそのようなツールはないので、同様の課題として高齢化や地域振興、分権、国と地方の関係などの共通の課題があって、様々な情報提供を行っています。
- ・職員は14名で、熊本市からも職員を派遣いただいています。熊本では、秋に日仏自治体合同会議があるとか、岩手などでは欧州をターゲットにするということで、人材育成しています。日仏自治体合同会議は、フランス側と議論しながら共通の議題を決めていくということになります。日仏のロードマップを今後、決めていきます。
- ・対EUの情報提供など、フランスの自治体の幹部を日本に派遣する、日本の自治体の幹部を受け入れるということも行っていて、実際に見て感じるというのは非常に大切です。フランスと交流したい、中断しているけど動かしたいなどの相談もあります。
- ・パリ日本文化会館という国際交流基金という外務省の外郭団体があって、ここを会場にしながら、全国の自治体から公募して展示会をやっています。今年は2月に18自治体が参加して、熊本からも肥後刃物など参加いただきました。これは、来て売るのは大変なので、モノだけ送っていただいて、説明員つけて説明して、反応も見て、値段もつけてもらって「高いよね」とか、「汁椀などは何に使うの」とか、「漆だけどプラスチックじゃないの」などの意見を拾って、フィードバックするマーケティングの支援を行っています。
- ・今年は、ジャポニズム2018があるので、企画イベントとして、職人さんに来ていただいて、実演していただいて拡充する取組みを行います。地方都市で日本のものをPRしたり、荷物の預かりや人的支援などを行っています。訪問時のレンタルスペースとしても活用いただいています。
- ・ラグビーワールドカップは、クルー社とイベントチームがフランスのOT Aで色んな商品が売られていて、福岡、大分、熊本をはじめ、試合のないところにもチャンスがありますと伝えてありますし、福岡、熊本、横浜、勝てば大分、横浜と続いていきますので、行ってみれば関東と九州は、どれだけつか

めるか、新幹線であれば沿線はチャンスがあります。このO T Aがどのような商品を作るのか、体験のメニューなどあるかが鍵です。初めてだとメジャーどころかとなります。ラグビーは9割が男性と聞いていますが、1万km越えて訪問となると、色々と見てみたいと思いますし、今、ロシアでワールドカップがあっていますが、勝ち進めば相手チームの試合も見ますし、色々興味が増えます。昨年、日仏の試合がありましたけれども、各地域のパンフレット配布した際、興味深く見ていらっしやいました。山梨県などは、こちらでプロモーションなどを行われていますが、山梨では、試合はありませんが、商品のコースに設定されています。案外、こちらの人だから最後まで決まらないかもしれませんが、何かスペシャルがあればいいですね。フランス代表の公式合宿地が山梨だと聞いています。山梨は、フランスと協定を結んでいるところが一番多い地域です。オリンピックのロードレースも山梨で開催されます。ラグビーとオリンピックを重ねながらPRをされています。イベントチームがそうだと思いますが、行くときに個人旅行で行くものから、企業の接待旅行などありますので、そういったメニューのプログラムを作ることで、富裕層の呼び込みに繋げています。

- ・ J E Tプログラムも30年実施していますが、この夏から熊本でもスポーツ担当課に一人、派遣されると思います。ぴったりの人が入っていますので、今のうちに組織員会とコネクション作って熊本に行くといいよとアドバイスしています。
- ・ F BやT w i t t e rなどからも情報は取れますので、公式でないところも含めて活用しています。城之崎温泉でもフランス人のC I Rを配置いたから40倍になったとは言いませんが、そういった取組みを行ったから伸びているのは言えると思います。単に国際課で姉妹交流というだけでなく、県産品の売込みですとか、観光誘致ですとか、スポーツのPRですとか、自治体によってはセクショナリズムがありますが、連携して実施することが必要だと思います。いい武器になると思います。戻ってきたら、日仏の懸け橋になっている人が多くいらっしやいます。
- ・ 昨年、松本零土さんにこちらに来ていただいて、講演会を開催しました。メーテルもフランスの映画に出てきた人をイメージして、先生が描いたと言われています。メーテルやハーロックは、フランスでも大人気で、松本零土は知らなくてもハーロックは知っていて、漫画での交流もあっています。

CL I A Rパリ → C  
熊本県 → 県

県) たくさんの人にフランスから来ていただきたいと思っていますが、姉妹提

携の話では熊本では相良村がありますが、ほかにありますか。また、スポーツを契機に交流事業などで関係を深められる可能性が高いと思いますが、いかがでしょうか。

- C) 交流都市、姉妹都市がありますが、熊本市が、サンプロヴァンスが提携しています。どう広がるかはあると思いますが、情報発信で、どのような商品を作るのか、まだ、日本で、熊本で大会があることを知らない人が多いので、どのチャネルを使って情報発信するのか、パッケージが3割で、個人が7割と何となくの数字がある中で、どのように仕掛けるかだと思います。相良村さんは、愛をテーマに交流をと昨年、始まったばかりで、交流は、まだこれからです。ボリュームは難しいと思いますが、よい機会になると思います。
- 県) 小さな交流を積み上げていかないと経済効果に繋がりませんので、継続してレガシーとして広げていくのは、一つの戦略だと思っています。
- 県) ハンドボールは、本県だけなのですが、冬休み前で休みがとりにくいところで、心配しています。
- C) 見本市など、一回、二回で成果が出るかという難しいので継続してやっていくことが大切で、成果が見え始めたところでやめてもダメで、今回言うて来てもらえる可能性は十分にあるので、やってみて成功体験にして、後につなげていく機会になればいいと思います。

### ③ J N T O パリ

(所長 中山 理映子 次長 丹羽 健人 次長 浮田 さくら)

- ・ 訪日旅行客は、2012年以降、右肩上がり順調に伸びています。2018年も対前年度で10%強の伸び率となっています。6月までで、約13万人に来ていただいています。2012年の一年分くらいの方が、今年に入って来てくれています。イギリスに次ぐ多さです。
- ・ 来訪は、男性の割合が高いです。これは、ヨーロッパ共通だと思います。世代は、20代の若者が増えています。ジャパンエキスポに行って、大学卒業して日本に行く人が増えています。ボリューム層は、30代、40代で友人、カップルで行く人が多いです。シニアも多くて、お金と時間にゆとりがある方が日本に行く、また、子供のリクエストで家族旅行という世代もあります。
- ・ 滞在日数は長めで、欧州共通ですが、最低2週間ということで、夏の時期になると3週間という感じになります。東京1週間滞在のコースより2週間以上のコースが売れています。
- ・ 訪日回数は、まだまだ初訪日割合が高いですが、欧州の中ではリピーターが増えている市場です。訪日回数に比例して、東京、京都がメインですが、地方訪問者が増えてきています。東京・京都を中心に、広島が定番化してきて

います。神奈川や箱根、日光などを追加したり、大阪を中心に奈良、和歌山が増えています。あとは、石川、岐阜などを周遊するパターンが人気となっています。

- ・九州はどうかというと、初訪日で、14日で先ほどのコースでパンパンになりますので、2回目以降の者に旅行業社は勧めています。火山などをテーマに実際に販売されています。1回で全部回ってしまおうという22日間（60万円）のコースだと九州も入っています。完売していました。
- ・仕事ですと、メディア招請、テレビ番組の取材を調整したり、旅行会社を招請して、商品造成につなげたり、商品をプロモーションするという広告費用のサポートなどを行っています。
- ・去年は、旅行会社支援で、九州を対象にファムツアーを5社紹介しまして、1週間で九州を回るツアーを実施しました。おかげで1社は、九州行きの旅行商品を造成してしまっていて、もう1社、現在、商品造成しているところです。参加されたところに聞いたところ、熊本は非常に評価が高く、典型ルートは、東京、京都、広島のゴールデンルートですが、日本にこんなに自然があったのねという自然に魅力を感じていて、神社や温泉などの日本らしさが融合しているのが魅力となっています。職員も気に入って「九州いいよ」って推していました。
- ・あとは、広告だったり、ジャパンエキスポに出展したりしています。
- ・ラグビーでは、昨年度から日本でラグビーがあることをテレビCMであったり、ラグビー専門誌に広告を出したり、記事を書いてもらったり、ラグビーサイトにクイズを出して、当たった人には、日本代表のユニホームをプレゼントするなど実施しました。フランスでも2023年に開催されるので、まずは、2019年を推さないはずということ、仕掛けています。
- ・OTAとも連携しながら、ラグビーファン向けの認知度向上を図って、実際に訪日につなげるのが課題だと考えています。
- ・開催都市では、九州の認知度は低いです。フランスは、九州で試合があるので、九州に行ってもらわないといけません。ここをもう少し知ってもらわないといけません。
- ・観戦がメインですが、仮に、観戦以外の観光はどうかと聞くと、観光したいという意欲はあります。日本の日常生活体験やスポーツ観戦が挙げられています。
- ・どういったところに泊まりたいか、ホテルの質問については、日本スタイルに3割くらい興味があります。ある意味、文化体験としての理由だと考えられます。
- ・どういったところが、よかったかと聞くと、スタジアムの雰囲気、友人との時間の共有、フランスの勝利などありましたが、観戦前、観戦後はビールも



飲んでいて、私が観戦に行った時もお祭り騒ぎで盛り上がっていて、試合前から飲んで、試合の後も飲んで楽しんでいました。品のない感じではないです。フランス人は、一般的にはワイン、シャンパンですが、ラグビーはビールです。

J N T O パリ → J

熊本県 → 県

県) アンケート結果を共有して欲しいですが、できますか。

J) シェアしないといけないので、提供します。

県) 熊本単独でハンドボールを実施します。11月終わりから12月に開催しますが、休みが取れない時期だと聞きました。いかがでしょうか。

J) クリスマス休みの前で取りにくいかもしれません。

県) ハンドボールの人気はどうですか。

J) ハンドボールの人気は、ラグビー、サッカーほど人気がありません。客層は上品で、サッカーとは年齢層も違います。ハンドボールに特化した調査はしていません。ターゲットを絞ったPRをした方がいいと思います。ラグビー試合放送の時にCMとか、ハンドボールの試合放送やスポーツメディアに広告だすとか、チームの公開練習の情報があれば反応する人もいるかもしれません。

県) 女子ハンドボール世界選手権大会のCMを入れようとしてもなかなか難しいでしょうか。

J) ハンドボールの試合時とかスポーツメディアのセクションにアプローチすることになると思います。

県) スポーツ大会のSNSでの展開は、どのようにされていますか。

J) ターゲット国がいくつかありますが、SNSでのPRは、JNTO本部が一括して対象市場で実施しています。私どもラグビーサイトと連携した懸賞広告を実施しています。「ラグビーラマ」という有名な媒体で、フォロワー数も多くて、誰でも見えています。日仏のテストマッチがあつて、日本でラグビー大会ありますが、テストマッチは何対何だったのでしょうかという、簡単なクイズでユニフォームプレゼントによるPRを実施したが、数日の募集期間にも関わらず数千件の応募があつた。

県) ラグビー関係のインフルエンサーはいますか。

J) ラグビーサイトの記者、またはスポーツサイトのラグビーセクションの人、個別の人でという選手以外にわかりませんが、ラグビー専門のサイトでジャーナリストを抱えているので、そこと連携してやるとラグビーファンに刺さると思います。ラグビーニスケイトというラグビーメディアがあつ

て、フォロワー数だけだと、そちらの方が多いです。

県) J N T Oが日本に招請する場合に、熊本まで来ていただく場合は、どのようにアプローチしたらいいですか。

J) 私たちの事務所で招請は予定していませんが、本部で招請を行っていて、詳細を確認中です。全世界から招請する予定で、フランスからも数人連れていく予定です。担当課は海外プロモーション市場横断グループが担当しています。我々は、広告事業が中止になるので、フランスチームは九州で試合があるので、連携が可能かと思えます。

県) 地方自治体からJ N T Oへの派遣状況についてはいかがか。

J) ロンドンは長野県、イタリアは金沢市、シンガポールは岐阜県などがいらっしやいます。14事務所を20事務所にした関係で人不足の状況です。職員の派遣は大歓迎です。

# ウェールズラグビー協会



## CLAIRロンドン



## JNTOロンドン

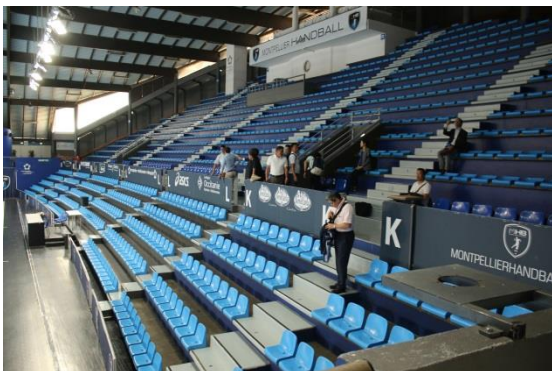
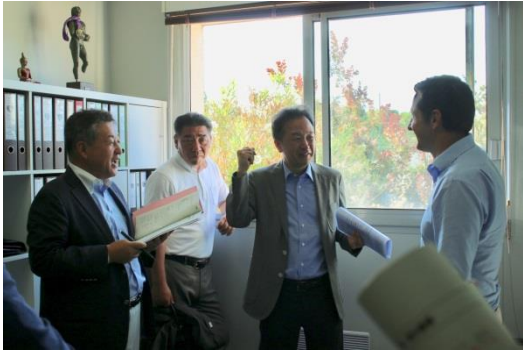




# オクシタニ地方圏



# モンペリエ・ハンドボール・チーム





# フランス大使館



# CLIA/P&J





# JNTOパリ

