

2010年の日韓の交流人口が500万人を超え、両国の人や物や情報の流れが、かつてなく太く力強いものとなった今、「日韓地方交流」の現場は、この流れを生かし、新たな高みへと向かう、大きなチャンスに直面していると言えます。

このためクリアソウルは、日本の自治体の韓国での円滑な活動を支援し、様々な調査を実施するとともに、各地域の「旬な魅力」を韓国に紹介する観光物産事業に大きく力を入れています。

また、そこで蓄積されたノウハウや経験は、貴重な財産として共有するとともに、そのエッセンスを自治体の皆様にもお伝えしていきたいと考えています。

2011年度は下記のスタッフが皆様とともに取り組んで参ります。今後とも自治体のニーズにしっかり応える「皆様のお役に立つ」クリアソウルでありたいと願っております。

所長 安本 俊夫



各自治体からのご連絡をお待ちしております。



Council of Local Authorities for International Relations, Seoul

クリアソウル

韓国著名漫画家による日本の魅力発信

マスコミを活用した日本の地域の魅力発信

韓国有名百貨店の物産展で北海道・岩手県をPR

調査・活動支援事業の紹介

経済交流のポイント



・大韓民国 ソウル特別市 鍾路区 鍾路1街1番地 教保B/D 17層  
 ・Tel : 82-2-733-5681 ・Fax : 82-2-732-8873 ・E-mail : info@clair.or.kr ・http://www.clair.or.kr

2011  
NEWS TODAY VOL. 4

# にほんのあっちこっち

2011年度も韓国の著名漫画家ホ・ヨンマン画伯を取材者として、日本の各地域の魅力を韓国に向けて発信していきます！

## 概要

- ・4泊5日～5泊6日の日程で各地の食・温泉・自然・文化を取材します。
- ・取材団はホ・ヨンマン画伯を含む4名程度。クレア職員も同行します。
- ・取材をもとに、韓国の全国紙・旅行雑誌・単行本書籍等幅広いメディアでPRします。

## CLAIR業務

- ・2011年度は、①富山県 ②三重県 ③石川県 ④沖縄県 ⑤宮城県 ⑥新潟県を取材する予定です。
- ※ 昨年度まで実績 (2009～2010年度)  
取材回数：11回  
参加自治体：1道11県3市



取材内容が掲載される韓国全国紙日曜版「中央SUNDAY」



## ホ・ヨンマン画伯のコメント

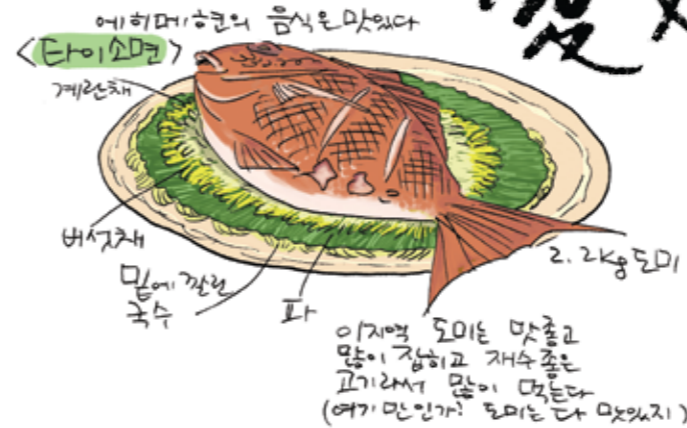
早いもので、私がこの事業で日本の各地を取材するようになってから2年がたちました。日本については多少なりとも知っているつもりでしたが、この事業で様々な地域を訪れるたびに、食や自然、それに伝統文化について新たな発見があり、改めて日本の各地域の持つ魅力の奥深さを感じる2年間となりました。

また、取材を通じて郷土を愛する地域の人々や自治体の職員のみなさんとの心暖まる出会いの数々がありました。これらは決して忘れられない思い出として私の心に刻まれています。今までの取材でお会いしたみなさまに、この場をお借りして御礼を申し上げたいと思います。

そして、4月からは日本での取材も3年目に入ります。今年も様々な日本各地の魅力の発見と心温まる出会いが待っているのかと思うと、今から楽しみで仕方ありません。これからも、私自身が一人の旅人として取材を楽しみ、感じたものを漫画家ホ・ヨンマンの感性を通じて表現し、日本各地の魅力を韓国の人たちにも知ってもらい、地域の魅力発信、ひいては韓国と日本の相互理解の架け橋として少しでもお役に立てれば幸いです。



# 愛媛県



## 日程

- 10/22 (金) 到着後、内子町へ移動
- 10/23 (土) 内子街並見学、鯛そうめん取材
- 10/24 (日) 真珠採取体験、宇和島闘牛見学
- 10/25 (月) 道後温泉、松山城、しまなみ海道
- 10/26 (火) 四国遍路体験

今回の愛媛県の訪問では「お遍路さん」体験をみなさんはとても楽しみにしていらっしゃいました。韓国でもなにかを祈願するために、お寺にお参りに行くことはありますが、四国のお遍路さんのように複数の寺を巡ることはないそうです。日本人が信仰や願いの成就のために寺巡りを行う姿が、韓国の方からすると非常に興味深く映るようです。仙遊寺の住職さんからいろんなエピソードを聞きながら四国路を歩くことができ、大変貴重な経験ができたという感想が聞かれました。

愛媛県の代表的な料理である鯛そうめんは、地元でとれる新鮮な鯛と波に見立てたそうめんを組み合わせた、見た目にも美しい料理として一同の印象に深く刻まれました。日本は地元でとれる新鮮な材料を使った料理が本当に種類豊富だとその意見がありました。

内子町では、内子座と呼ばれる歌舞伎劇場を見学しました。100年ぐらい前に建築されているが、昔の面影をそのままに残した威風堂々としたたたずまいには一同圧倒されていました。この建物は当初取り壊される予定だったのが、地元の人たちの強い要望によりそのままの形で残されることになったとのこと。昔から受け継いできたものを大切にしている地元の方の姿勢にホ画伯も共感を受けていました。

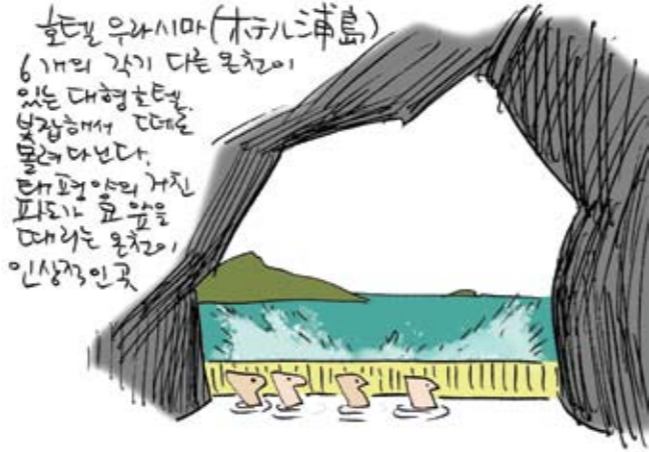
この他にもホ・ヨンマン画伯は、「宇和島闘牛」や「松山城」、「道後温泉」や「しまなみ海道」など愛媛県を代表する地域文化の数々を取材しました。



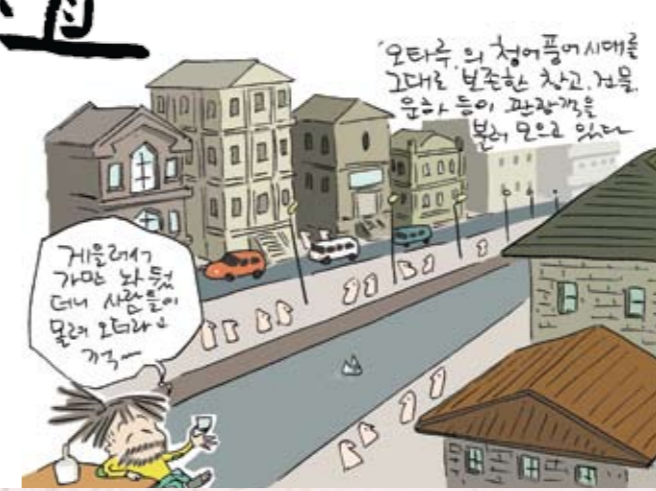
# 和歌山県

## 日程

- 11/17(水) 高野山
- 11/18(木) 熊野古道・川湯温泉
- 11/19(金) 川舟下り・太地の鯨  
那智の滝・那智勝浦温泉
- 11/20(土) 梅干し・紀州備長炭  
円月島・白浜温泉
- 11/20(日) 黒江漆器



# 北海道



## 日程

- 2/11(金) 小樽硝子工芸品  
小樽雪あかりの路  
小樽運河
- 2/12(土) オルゴール作り体験  
小樽寿司屋通り・定山渓温泉
- 2/13(日) 札幌雪まつり  
スープカレー  
スイーツ・かに料理
- 2/14(月) 二条市場・お菓子工場  
ビール博物館・ジンギスカン
- 2/15(火) 時代村・地獄谷・登別温泉

「熊野古道」は世界遺産にもなっている由緒ある散策路で、語り部の方のお話も興味深いものがありました。「最近では整備された登山道が多いが、ここは山の自然がそのまま残されていて韓国の人にも受け入れられると思う。韓国では登山が国民的なレジャーとして多くの人に楽しまれているので、この熊野古道もツアーに組み入れれば、旅行商品の大きな魅力になるのではないか。」とのホ画伯のお話でした。

梅干しの取材も印象に残るものでした。実は、梅干し加工工場での取材の後、経営者ご家族が近くにあるご実家で梅を使った料理とバーベキューで取材団一行をもてなしてくださいました。なんでも梅の花が咲く時期に地元の方がお花見をする時に食べる料理とのことで、心づくしのおもてなしとその地域の人々の実生活に根差した食を体験することができ、ホ画伯も大満足のご様子でした。

また、韓国の人たちにとって日本の観光の最大の魅力といえはやはり「温泉」です。ホ画伯も普段から温泉が大好きだとおっしゃっていますが、特に和歌山県では洞窟の中から太平洋を臨みながら入ることのできる「那智勝浦温泉」の「忘帰洞」や、川床から湧き出る源泉をせき止めて作った露天風呂である「川湯温泉」の「仙人風呂」など、独特の温泉を取材。これまで2年間に渡り日本各地での取材を重ね「日本には温泉地がたくさんあるが、他と違う特徴があると韓国の人から見てもより印象的で魅力的なものになる」とのご意見をいただきました。

この他にもホ・ヨンマン画伯は、「高野山」や「那智勝浦大社」、「太地町の捕鯨」や「紀州備長炭」、「黒江漆器」など和歌山県を代表する地域文化の数々を取材しました。



韓国の人たちにとって、日本の観光の魅力は、「温泉」のほかに「雪」が上げられます。当事務所が行ったアンケート「行ってみたい日本の地域」でも1位は北海道でした。

韓国ドラマでロケ地として使われた秋田県の雪景色が韓国国内で有名になったように、美しい雪景色は韓国の人たちにとって憧れとなっています。今回の取材では、韓国では見ることの出来ない、雪国ならではの除雪の様子も取材団一行の興味を引いていました。

また、韓国の人にとって関心が高いのは「おまつり」です。韓国では、日本の「おまつり」のように地域ごとに特徴があり、各地から観光客が訪れるような祭事イベントは多くないので、60年以上続いていて、日本国内だけでなく世界中から人気を得ている「札幌雪まつり」を取材し、ホ画伯も感嘆されていました。

北海道と韓国は冬の気温が似ているため、どちらも鍋料理(韓国ではチゲ料理)が好んで食べられていますが、「石狩鍋」のような鮭を使った鍋料理は韓国ではめずらしく、他にも、韓国でもあまり食べることない魚「八角」の料理など、日本と韓国の、「似て非なる」食の比較も大変興味深く取材されていました。

また、活気あふれる札幌のすすきのや、小樽の歴史のある建物を活用したロマン漂う町並みを散策しながら、屋台等に立ち寄られたホ画伯からは、「地元の方が楽しむ大衆文化に触れ、地域の魅力を肌で感じることは、日本への旅行の欠かせない醍醐味の一つ」とのご意見をいただきました。



この他にもホ・ヨンマン画伯は、北海道発祥の「味噌ラーメン」「スープカレー」「ジンギスカン」をはじめ、「かに料理」「ビール」「スイーツ」など北海道を代表する食文化や「小樽の硝子工芸」「二条市場」「登別温泉・地獄谷」など地域文化の数々を取材しました。



# ・マスコミを活用した・ 日本の地域の魅力発信



経済交流支援の新しい取り組みとして、2010年度より韓国のマスコミ(テレビ・雑誌等)からの日本への取材・撮影協力依頼に対し、広報効果の高いものを選定し、自治体とのマッチング、取材・撮影協力をし、日本の地域の魅力を韓国内で発信する事業をスタートさせました。

## 業務内容 (\*取材内容等によって多少異なります。)

### 【当事務所】

- ▶ 日本の地域の情報提供、コンセプトにあった取材・撮影先の検討
- ▶ 自治体と制作会社間との調整(取材同行を含む)
- ▶ 編集時等の翻訳、通訳

### 【自治体】

- ▶ 取材・撮影地の推薦及び情報提供、撮影先への協力依頼
- ▶ 取材・撮影時の協力(案内、通訳)
- ▶ 取材・撮影団の滞在費(宿泊費、移動費、食費、施設使用料等日本国内で必要な経費)

## 事業効果

日本の観光地等の記事掲載や番組放送によって、一般消費者に対して比較的少ない費用で大きな広報効果を得ることができ、知名度が向上することにより、韓国で拡大している個人旅行者の増加が期待できます。

当事業では、自治体と制作側との相違によるトラブルを避けるため、事前に韓国内で、自治体の意向を踏まえて制作側と十分に打ち合わせを行ったクリア職員が現場にも同行させていただき、また、取材・撮影のみならず、必要に応じて編集への立会等も行っております。今後も引き続き、自治体に安心して取り組んでいただけるような事業を実施していきたいと考えています。

2010年度下半期に実施した取材・撮影協力について、次頁以降でご紹介します。

# テレビ

韓国のテレビ放送局「SBS」のトークショーにおいて放送する芸能人の旅行記(VTR)の撮影協力を行いました。

## 番組概要

番組名: 良い朝 [좋은 아침]

放送時間: 月曜 ~ 金曜 9:30~10:40

1996年から14年間放送されている朝の代表的バラエティトークショー。スタジオでMCと出演者がVTRと一緒に見ながらトークを繰り広げる。(VTRの放送時間は、延べ30分~40分程度。)

第1回 青森県[パクチャンスク・ソヒョミョン親子]

撮影日程: 10/24~26 2泊3日 放送日: 11/5

撮影団: 出演者2名、カメラマン1名

芸能人母娘が、りんご狩り対決やねぶた祭り体験をしたり、温泉露天風呂や奥入瀬溪流、十和田湖で紅葉を楽しむなど、娘が自分を苦労して育ててくれた忙しい母へ感謝の気持ちを込めて旅行をプレゼントするというコンセプトで、親子がお互いの想いを語り合う感動的な場面を青森の自然の美しさがさらに盛り上げていました。

第2回 鹿児島県[イソンジン夫婦&イユジン夫婦]

撮影日程: 11/21~24 3泊4日 [イユジン夫婦11/22~2泊3日]

放送日: 12/3

撮影団: 出演者4名、マネージャー1名、カメラマン1名

モデル出身の女優とその夫の久しぶりの夫婦旅行がテーマで、二人でロマンチックな雰囲気あふれるホテルのクリスマスイルミネーションの中を歩き、砂風呂体験や噴煙が噴き出す桜島などの鹿児島の魅力を満喫し、また、途中から友人の女優夫婦も合流して、知覧でのそば打ち対決など、様々な場面が放送されました。

テレビという媒体を活用する場合は、題材がその地域の特徴ある物や場所であることはもちろんですが、更にインパクトや派手な動きのある映像であることが求められます。また、番組テーマにもよりますが、旅行記などの場合は、純和風温泉旅館への宿泊は必須に近いと考えていただいても良いと思います。他にも、番組を盛り上げる上で、「対決」や「体験」のできるアイテムの存在も大きなポイントです。

そういったことを踏まえて、自治体側からPRしたいアイテムを積極的にアピールし、制作側に売り込んでいけば、さらに効果的にテレビを活用できるとも考えます。



雑誌



日本と同様に韓国も20代後半以降の高収入で優雅な独身生活を楽しむ女性達(韓国ではゴールドミス、さらにその上はプラチナミスと言われています。)の消費市場は大きく、初めての雑誌の取材・撮影協力は、そうした層の女性を対象にしたファッション雑誌「Sure」でした。

韓国では、単純な休息やエンターテイメントのような旅行だけではなく、体験旅行に対する関心が高まっています。そうした中、韓国の大手出版社「中央m & b」から、日本で注目されている「森林セラピー(体を癒す森林浴)」をいち早く韓国で取り上げ、新しいスタイルの体験旅行として読者に提案したいので協力して欲しいという依頼がありました。

全国のクエア支部を通じて照会したところ、8自治体から協力の意向があり、その中で出版社との協議の結果、決定したのは高知県(津野町・梶原町)です。選ばれた大きな理由の一つは、韓国では見ることのできない広大なカルスト地形の美しい景色でした。

雑誌読者と同年代の読者モデルが、森林セラピーロード、ヨガやアロマセラピーを体感しながら紹介するというスタイルの取材・撮影でしたので、より現実的なイメージを直接的に紹介することができたのではないかと思います。ほかにも、高知で有名な土佐和紙の紙漉き体験の様子や韓国からのアクセス方法、宿泊施設の情報等、計8頁にわたり掲載されました。

発行後には、出版社や自治体に、個人の方や旅行社から問い合わせがあるなど、すぐに反響がありました。これに応じて、より詳細な情報をウェブサイト追加して掲載を行いました。

- 取材期間：10月8日～10日 2泊3日
  - 取材団：読者モデル2名、記者1名、カメラマン1名
  - 雑誌発行日：10月18日
- [掲載頁数8頁、発行部数：A 4判35,000部、B 5判15,000部]

韓国では、雑誌等の紙媒体の発行部数は日本と比べれば多くはありませんが、手元に残り何度も見ることができるということは大きなメリットです。また、ウェブサイトにも記事が掲載され、ツイッター等ともリンクされており、インターネット社会である韓国においても、雑誌は十分な広報効果が期待できます。



THE INNOVATIVE AUTHENTIC NORTH FACE PREMIER TECHNICAL FACE

画報

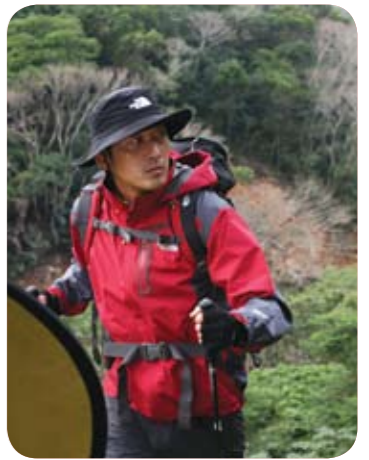
今年度2回目の「THE NORTH FACE」の画報撮影協力を沖縄県で実施しました。5月に富山県において撮影協力を行った秋冬用の画報が大変好評であったため、春夏用も日本で行いたいとの申し出があったものです。

撮影が日本に正式決定したのが12月に入ってからであり、春夏用の撮影を行えるところは、事実上、沖縄県に限られる上、さらに、撮影希望日が10日後という非常にタイトな協力依頼となりました。このため、沖縄県には、協力可能な範囲である航空便の座席手配と撮影候補地・宿泊施設等の推薦及び協力依頼を行っていただき、撮影地との事前の調整、撮影に必要な小物や宿泊・食事等の手配、現場での調整等を当事務所で行いました。

準備期間が短いこともあり、調整には大変苦労しましたが、富山県での経験を生かし、無事に撮影を終えることができ、3月からは広報活動もスタートし、沖縄の美しい大自然をバックにした広告物を韓国内のあちこちで見ることができます。

- 撮影期間：12月10日～14日 4泊5日
- モデル：韓国人気俳優 男性 ハジョンウ・女性 イヨンヒ
- 撮影団：全18名
- 広報内容(予定も含む)：カタログ[スタイルブック]、新聞広告[韓国三大新聞社]、ファッション雑誌広告及び特集、オンライン広告[ポータルサイト]、動画広告[店舗やインターネットにて配信]、店舗に大型ポスター掲示など

今回のような、商品とモデルが中心となる画報撮影は、テレビや雑誌に比べれば、自治体名の露出度は決して大きなものではありません。しかし、韓国のアウトドアブランド市場で不動の1位を占める「THE NORTH FACE」というブランドの絶大な影響力や、人気俳優をモデルとして活用していること、さらに、一度制作されれば、多種の媒体に形を変え長期間掲載され、テレビや雑誌とは比較にならないほど多くの人々の目に触れることを考えれば、自治体にとって有効なPR手段の一つと言えます。



## 韓国有名百貨店の

## 物産展で北海道・

## 岩手県をPR!

### ●開催日程

期 間	場 所
・2011年 2月 25日(金)～3月 3日(木)	・新世界百貨店 江南店(ソウル)
・2011年 3月 4日(金)～3月 10日(木)	・新世界百貨店 本店(ソウル)
・2011年 3月 18日(金)～3月 24日(木)	・新世界百貨店 京畿店(龍仁市)

クレアソウル事務所では、日本各地の魅力あふれる新たな特産品を韓国に紹介して市場を開拓するとともに、各地域特有の観光素材をPRし、地域の総合的な魅力をアピールする場として、昨年度から地域物産展の開催事業に取り組んでいます。

その第3弾として、新世界百貨店において韓国の物産展企画運営会社であるオーガニックコリア、北海道並びに岩手県、そしてクレアソウルが共同で「北海道・岩手県物産展」を開催しました。

### ●今回新たに紹介された主な商品

北海道	岩手県
コロッケ(かに・ほたて・えび)、ロールケーキ	タイ焼き(小倉・クリーム)
ポテトフォンデュ、しゅうまい(かに・えび)	お団子
らーめん(しょうゆ、みそ、とんこつ)	南部せんべい
チョコレート、地酒	そば

### ●物産展開催までの流れ

・9月	① 北海道、岩手県が、出展希望業者を募集し商品をリストアップ
	② オーガニックコリア、クレアソウルが、リストから韓国で売れそうな商品を選定(商品の一次選定)
・10月	③ 地元業者が、一次選定商品のサンプルをオーガニックコリアに送付
・11月上旬	④ サンプルを受けて、さらに商品を絞り込み(商品の二次選定)
・11月下旬	⑤ 二次選定で絞り込まれた商品群を対象に現地商談会を実施
・12月下旬～2月中旬	⑥ 商品発注・輸出入手続
・2月下旬～3月	⑦ 物産展開催

北海道における現地商談会の際には、新世界百貨店の食品課長、オーガニックコリア社長による道内企業を対象としたビジネスセミナーも開催されました。セミナーでは、日韓経済や食品流通の現況について解説していただき、日本の業者には、もっとチャレンジ精神を持って海外の市場にも目を向けてもらいたいとの激励もありました。また、このセミナーに参加した営業担当の売り込みにより、急遽商談会に参加することとなった業者もあり、海外市場に目を向けてもらうよい機会となったようです。

岩手県では、商品選定の段階で候補外となっていた業者がありましたが、非常に積極的であるとの岩手県庁の推薦を受けて工場見学を行うこととなり、その場で具体的な商談となって物産展へ出展することとなりました。物産展では、このような日本側の積極的な姿勢が重要といえます。

また、一連の商品選定作業を通して、サンプル送付に協力する、正確な成分分析表を添付する等商品説明をきちんと行うことにより、日韓の業者間の信頼関係を築くことも重要です。通関検査は厳しい面もあるため、商品説明に誤りがあると、時間をかけて選定された商品にも係わらず、出展できないということも生じます。

韓国の商習慣においては、「積極性」及び「業者間の信頼関係」が重要と思われます。

### ●今後について

以上のとおり開催された「北海道・岩手県物産展」ですが、クレアソウルとしてはこれが3回目の物産展開催となりました。いずれの物産展においても、地元自治体との協議を始めてから、一連の商品選定等の過程を経て実際に物産展が開催されるまでに概ね半年以上の期間がかかっています。

その間、韓国側、日本側双方の求める物産展に対するイメージの違いなどから、調整は往々にして困難を伴うものとなります。また、当地のバイヤーから「日本で売られても、韓国ですべてが受け入れられるとは限らない」とも指摘され、日本側と韓国側が希望する商品にミスマッチも発生することがあり、選定に至るまでに多大な労力を費します。

しかしながら、今後も自治体の皆様と連携協力しながら、日本の素晴らしい商品を韓国の消費者に紹介することができるよう事業を進めていきたいと考えています。





## 自治体からの海外情報調査依頼

クレアの海外事務所では、地方公共団体等の事業に必要な海外の情報収集及び行財政制度等の調査のうち、現地では実施できないようなものを海外事務所が実施し、情報の提供を行っています。

クレアソウルには、日本の自治体からはもちろん、韓国内からも調査の依頼がありますが、その数は年間70～80件程度になり、その内容も下記のように様々です。

2010年度調査依頼の一例

日本からの依頼	韓国からの依頼
<ul style="list-style-type: none"> <li>・韓国の議員の党議拘束について</li> <li>・韓国の姉妹都市の基準について</li> <li>・韓国の公会計制度の状況について</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本の住所制度について</li> <li>・ソーシャルビジネスに関する視察先について</li> <li>・日本のタクシー政策について</li> </ul>

海外情報調査の依頼方法等についてクレア本部ホームページをご覧ください。  
<http://www.clair.or.jp/j/other/chousa.html>

## 事務所独自調査

またクレアソウルでは、事務所独自の調査も行っております。ここではその一例として、2010年度に調査した「韓国の医療観光」についての一部をご紹介します。

「韓国の医療観光」の強み	日本が「医療観光先進国」になるための提言
<ul style="list-style-type: none"> <li>・安価な治療費(米国の1/3、日本の2/3)</li> <li>・最長1年の医療査証(2009.5月～)</li> <li>・ガン治療、美容分野の医療水準の高さ</li> <li>・医療通訳者の育成支援制度</li> <li>・仁川空港の存在による容易なアクセス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・法的整備(査証、医療特区の指定)</li> <li>・日本(自治体)の特長・魅力の再発見</li> <li>・病院の外国人受入れ体制の充実</li> <li>・言語サービスの充実</li> </ul>

「韓国の医療観光について」は、クレア発行の国際化情報誌「自治体国際化フォーラム」3月号にもレポートが掲載されています。  
<http://www.clair.or.jp/j/forum/forum/index.html>

また、過去のその他の調査事業は「クレアレポート」としても発表されておりますので、ぜひご覧ください。  
[http://www.clair.or.jp/j/forum/c\\_report/index.html](http://www.clair.or.jp/j/forum/c_report/index.html)



## 自治体の海外活動支援

クレア海外事務所では、地方自治関係者(地方公共団体の職員等)が海外で行う様々な活動について支援を行っています。

クレアソウルでは、韓国内でのみなさまの活動をサポートしており、今年度は以下のような活動で来韓されたみなさまのサポートを行いました。

2010年度調査依頼の一例

[2010年4月～2011年1月実施分]

来韓の主な目的	件数
・政策調査(韓国の教育制度、清溪川再生事業など)	13
・行事参加(マンガサミット・観光博覧会参加など)	13
・友好交流(姉妹都市訪問、姉妹都市締結のための調査など)	9
・自治体プロモーション(旅行会社・航空会社訪問など)	9
・行事実施(スタディツアー実施、レセプション開催など)	5
・ポर्टセールス(海運会社訪問など)	3
合計	52

海外活動支援の依頼方法等については、クレア本部ホームページをご覧ください。  
<http://www.clair.or.jp/j/other/sien/index.html>

## クレアでの活動をとおして

所長補佐 千葉 雄一郎  
 (2009.4～2011.3在籍)

韓国は日本から一番近い国であり、文化的にも似ているところが多く、行政のシステムもよく似ています。国内の自治体を参考にすることももちろん大切ですが、韓国ではどうしているのだろうかということぜひ参考にしてみてください。

たとえば電子自治体の分野では、韓国はすべての自治体と中央政府が同じシステムを利用しているため、政策の変更などに迅速かつ低コストで対応することができます。国の出先機関の廃止も、すでに済州特別自治道では一部の行政機関が道に移管されています。

これらの施策は自治体だけで実現できるものではありませんが、お隣の国ですでにこのような施策が実現しているということは参考になると思います。

また、みなさまが韓国にお越しの際は、ぜひクレアソウルの活動支援をご活用ください。旅行会社を通してはとれないような機関へのアポイントが、クレアを通せば取れることもあります。また、行政職員ならではの視点で韓国内をご案内することができます。

最後に、韓国は日本と同等、あるいはそれ以上に情に厚い国です。韓国の方と接する際は、ぜひ最大限の「情」をもって接していただければと思います。

## 経済交流の ポイント

### 物販関係

所長補佐 岡元 隆太郎  
(2009.4~2011.3在籍)

2009年4月にクレアソウルに赴任して以来、クレアソウルで新たに取り組みを始めた経済事業のうち物販担当ということで、主に食品関係の業務に携わってきました。

この2年の間に、韓国で日本の食品を取り扱う輸入業者や百貨店の関係者などとお会いし話を聞く機会がありましたので、それらを振り返ってみたいと思います。

#### ●韓国で受け入れられている日本食

「JNTO2009訪日外客訪問地調査」によると、韓国から日本への観光客の訪日前に最も期待していたことは「日本の食事」であったという調査結果が出ています。また、韓国を訪れる日本人観光客が楽しみにしていることのひとつも食事ではないでしょうか。このように、韓国人と日本人が相手国を訪問するときに食事への期待が大きくなる背景には、韓国と日本の食文化が非常に似通っていることがあり、それを証明するかのよう、韓国ソウル市内には日本式の食事を出す「日式」と書かれた食堂が多数あります。

#### ●韓国人の食習慣からみた日本食

さて、このように日本食も一般に受け入れられている韓国ですが、Well-Beingという言葉に象徴されるように健康ブームを背景に体に良い食事、食材が求められています。寿司などの日本食は低カロリーで健康的とのイメージがあるほか、日本の食材自体が安心感を持って受け入れられているようです。

また、もともと韓国人は大勢で食事をするのが普通で、昼食に同僚とキムチチゲなどの鍋物を食べることもよくあります。その一方、会社勤めの方が昼食時に一緒に食事に行く人がいなければ、一人で行くことを惨めと感じて食事を抜く選択をする人もいます。ただし、最近の若者は一人での食事にも抵抗感が薄れてきていて、これがカレーや丼など一人分ずつ食事が出てくる日本式の食事に人気が出る要因ともなっているようです。

#### ●韓国市場への進出にあたって

さて、そんな韓国における日本食ですが、韓国における食品流通について少々お話ししたいと思います。韓国で日本の食品を取り扱う輸入業者は数多くありますが、大手3社がかなりのシェアを占めているという状況です。販売ルートとしては、日本食品の専門販売店のほか、マート(量販店)や百貨店などの小売店舗もありますが、日本から進出しようと思えば、関税のほか、最近では為替の影響もあって日本食品の小売価格は同じような韓国の商品と比べて高くなってしまったため、小売用の商品よりも業務用の商品を大量に販売したほうが活路があると言えるかと思います。例えば、日本でも食品の貿易関係の方々によく知られているモノリンク社は、モノマートという販売店がソウル市と近郊に8店舗ありますが、業務用商品の取引先は韓国全土に広がっているようです。

次に、韓国人と交渉する上で気をつけておいたほうが良いことを一つ挙げておきます。商談の場で少しだけ出た話について、日本人はその後に協議を重ねて正式に決定していくのだと考えがちですが、韓国人は、それだけで既に約束ができていると考えるため、話が食い違ってくる場合があります。これが小さなことなら良いのですが、大きな事案になると問題に発展する可能性もあります。こまめに連絡をして意思疎通を図っておくことが必要ではないかと思います。

以上、この2年間に少しだけ韓国の食品流通を見てきて感じたことを書いてみました。どれだけお役に立つかは分かりませんが、頭の片隅にでも留めていただければ幸いです。

また、クレアソウル事務所では今後も物販関係の事業を進めていく予定としておりますので、何かありましたらご連絡ください。微力ながらもお手伝いできればと考えています。

### 観光関係

所長補佐 今城 則明・木原 久美  
(2009.4~2011.3在籍)

クレアソウル事務所での2年間、経済交流支援として観光分野に携わってきた中で感じた韓国からの観光客誘致、メディア取材誘致のポイントをまとめましたので、観光事業を実施される上で、多少でも参考になれば幸いです。

#### ●「日本でそこだけ」の地域の魅力

韓国のメディアは常に読者・視聴者の興味を引く珍しくて話題性のある素材を探しています。また日本への観光客の多くを占めるリピーター層も定番観光地を経験済みで、次のステップとして「一般観光客が知らない、自分だけの体験」を求めています。このような状況の中で日本の自治体にとってセールスポイントとなるのが「そこでしか食べられない、体験できない」という「日本でそこだけ」という差別化です。

クレアの事業でも各自治体の魅力を韓国でより印象深くアピールするために、その自治体ならではの素材を取り上げられるよう工夫してきました。

例えば、「日本の100年続く店の秘密」をコンセプトにした番組制作の協力を行った際には、単純な観光地紹介ではありませんでしたが、まだまだ韓国に知られていないその地域の特有の郷土料理や伝統工芸・芸能、温泉旅館、焼酎蔵など、地域文化を絡めながら紹介し、大変好評を得ました。

#### ●地元の人たちの「日常に根付いた」生活文化

打ち合わせの際、ホ・ヨンマン画伯がよくおっしゃっていたのが「地元の人たちが日頃から訪れているところを訪れ、食べているものを食べたい」ということでした。

観光客向けの定番観光地がすでに安定した人気を得ている一方で、もともとは観光地ではなくても地域の生活感が溢れる場所について、「その地域の人たちしか知らない隠された魅力があるのでは?」と興味が湧くのは自然なことです。

このような「地元では知る人ぞ知る」スポットは、魅力的なコンテンツでありながら韓国のメディアが独自に探すのは難しく、また観光客にとってその地域の「穴場」を体験できるため、クレアの事業でも発掘に努めてきました。

#### ●気になる隣国日本との「共通点と相違点」

韓国の新聞、雑誌、テレビを見ていると、グルメ、観光地から政治や芸能まで日本の話題がよく取り上げられていて、日本と韓国を比較して報じるものも多く、気になる隣国である日本への関心の高さが伺えます。

このようなこともあり「日本(韓国)にあるが韓国(日本)にはないもの」あるいは「似て非なるもの」や「違うようで似ているもの」は、韓国のメディアにとっても観光客にとっても面白い切り口の取材ソースや観光資源になります。

長崎県の取材では「長崎ちゃんぽん」を取材。実は韓国には「ちゃんぽん」という、名前は全く同じでも日本のものとは少し異なる麺料理があります。この切り口から韓国全国紙日曜版「中央SUNDAY」には、日韓の「ちゃんぽん」にまつわるエピソードを綴った記事が掲載されました。

#### ●情に厚く感激屋の韓国人を捉える「おもてなしの心」

韓国人の人たちは人から受けた親切やおもてなし、細やかな心遣いに深く感動します。また、自分たちがお客をもてなす時でも誠心誠意を尽くすことが文化として根付いており、逆に言うと相手方にもそういったもてなしを無意識に期待しているとも言えます。

例えば、簡単なあいさつやお礼だけでも韓国語で交わすとか、飲食店などで韓国語メニューが添えてあるなど、ほんのささいな心遣いでも感激屋の韓国人の人たちの心に響き、「もう一度行きたい、人にお勧めしたい」と思ってもらえる重要なポイントになります。

当事務所では、変化の激しい韓国社会において、韓国人観光客は何を求めているのか、流行を敏感に感じ取りながら、今後も引き続き、自治体と共同で日本の地域の魅力を発信していきたいと考えています。