

知恵のチャレンジャー・ネットワーク
第 2 回テーマ別セミナー
テーマ：ソフトパワー産業

■事例報告 1

京都を世界に結ぶ情報提供事業

株式会社アクシュ 代表取締役社長 安高聡氏

●京都の魅力を世界に発信

当社では「世界から京都へ、そしてあなたのお店へ」というキャッチフレーズを掲げ、海外からの観光客を相手にご商売されている店舗や企業のお手伝いを中心業務としてきました。しかし、近年は MICE (Meeting, Incentive tours, Convention, Exhibition) 関連業務や、地域や企業の魅力を世界に発信する業務など、事業内容を多様化しつつあります。

当社では、現在のところ英語版だけですが、京都の魅力を世界に発信する京都ポータルサイト「KYOTO KYOTO.JP」を運営しています。行政機関でも海外に向けた情報発信をしておられますが、その内容は概略を網羅した一般的なものが多く、あまり実用的ではありません。そこで、KYOTO KYOTO.JP では、行政のウェブサイトでは紹介しにくい飲食店や中小規模な旅館等の情報、交通情報など、使える情報の提供を行っています。



●家庭教師派遣から外国語情報サービス会社へ

当社は、約 10 年前、家庭教師派遣会社としてスタートしましたが、次第に「ネイティブの英語講師を派遣してほしい」という要望が増え、やがて英語をはじめとする外国語講師派遣が中心となっていきました。この外国語講師については、外国人向けのフリーペーパーや国際交流会館等を通じて留学生などを募集し、資格取得者を優先的に採用するなど質の担保に注力しています。

外国語講師派遣は、現在も別会社で引き続き行っていますが、彼らから「京都の素晴らしさを、海外に十分発信されていない。外国人向けに情報が整理されていない」と度々聞かされました。そこで、実際に調べてみたところ、日本語の情報はあふれるほどあるのに対し、外国語の WEB サイトは少ないということがわかりました。

そこで、まず自分達で外国人向けに京都の情報を整理しました。京都の基本的な情報を集約し、外国人の目線を織り込みながら、海外向けの WEB サイトを立ち上げたところ、手ごたえがあったので、その後、飲食店や旅館などに営業を行い、広告を掲載するようになりました。現在のところ、広告掲載店舗の数は 120 件を超えています。

加えて、外国人観光客を受け入れるための諸サービス、例えば、語学研修の実施や外国語メニューや WEB サイト等を作成するサービスなども提供しています。言葉や文化、宗教の異なる外国人観光客を受け入れることは誰でも少なからず不安がありますが、当社は各国に合わせた情報提供や、会話・接遇の方法など多くのノウハウを提供できます。

●外国人登録者を生かした新たなビジネスを展開

アクシュの創業は平成 19 年 4 月で、まだまだ事業規模は小さく、黒字化したのも最近です。現在の主要事業は、海外向け広告代理業ですが、当社には、現在 1800 人の外国人の登録者(うち、京都在住登録者約 300 人)がおり、これを強みにした新たなビジネス展開を準備しています。

参考にしているのが「ハー・ストーリー (her story)」というウェブ・コミュニティで、主婦の登録者を大量に募り、彼女らの口コミを通じて、企業のマーケティング調査を請け負うビジネスモデルです。日々アクティブに生活する主婦だからこそ、リアルなマーケティングは可能となります。翻って考えると、当社のようにアクティブに生活する多数の外国人をネットワークしている企業はそう多くありません。具体的な事業内容は模索中ですが、海外向け広報でプラスアルファの価値創造を担い、独自性のあるサービスを提供したいと考えています。

以前、大手広告代理店を通じて、カフェレストランのメニューを外国人に評価してもらおうというマーケティング調査したことがあります。大手調査会社が多額の費用を投入しても、予定のサンプル数を達成することは難しいようですが、当社の登録外国人のネットワークを活用すればさほど難しいことではありません。調査報酬の高さに驚きましたが、当社のように即座に対応できる企業はないため、希少性の高いサービスと評価されたのだと思います。

●海外向けビジネス支援のその先へ

現在の社員数では、現状の業務で手一杯なもの事実です。しかし、少しずつビジネス環境を整え、新たな分野に入っていきたいと考えています。グローバル化とともに海外向けビジネスは確実に拡大していくので、観光関連事業者の支援ビジネスとともに、外国人向けのリアルなマーケティングにも注力していきたい。また、外国人を巻きこんだまちづくりや地域振興、学校とタイアップした教育プログラムの実施などといったアイデアも持っています。そうなれば、観光産業だけではなく、より幅広い京都のソフトパワー産業の一翼を担うことができると思います。

事例報告 2

日本の伝統を遊ぶ、ならいごとの十色 武士株式会社 代表取締役 安丸宗作氏

●魅力的だが、楽しまれていない日本文化

日本の文化は非常に魅力的ですが、それらが十分に理解され、楽しまれているとは思いません。素晴らしい文化が、なぜ気軽に楽しまれていないのか。そのような思いから起業に至りました。

例えば、アッサムやダージリンなどといった紅茶の品種を楽しんでいる人は多数いらっしゃいますが、ヤブキタ、アサツユといった日本茶の品種はあまり知られていません。また、京都の女性 400 人を対象にお菓子作りのアンケートを行ったところ、ケーキやクッキーをつくった経験のある女性はほぼ 100% であるのに対し、和菓子をつくった経験のある女性は 10% 程度でした。文化の聖地である京都ですらこのような状況ですから、東京ではまるで外国のような状況で、日本文化に対する飢えた感覚さえあります。

ある著名な地域プロデューサーによると、文化は、①東京など大都市に典型的な、効率を重視する「都市文化」、②いわゆる田舎の「農村文化」、③北海道や沖縄などの「リゾート文化」、④京都を代表とする「^{みやこ}都文化」の 4 つに分類でき、それぞれの文化は異なるものを求める性質があるそうです。そして、都市文化化が進んでいる日本では、とくに都文化すなわち京都文化が求められており、同様に多くの外国人も京都文化に大きな関心を寄せています。

●気軽に文化を楽しめる「ならいごとの十色」

当社では、茶道や華道などのように「道」を極めるのではなく、紅茶やケーキのように気軽に日本文化を楽しめるようにしたいとの思いから、今年の 6 月 6 日「習い事始めの日」に、京町家で「ならいごとの十色」という教室をオープンしました。現在、お香、日本茶、日本酒、和菓子づくりなど、十数種類のプログラムを提供しています。

教室には「気軽に楽もう」「いろいろな文化を楽しもう」「自分の生活のなかで楽しもう」という 3 つの特徴があり、生活のなかで楽しむという視点で、例えば、電子レンジを使った「15 分でできる和菓子づくり」や、日本舞踊から女性らしい「しぐさの美を学ぶ」といったプログラムを実施しています。講師の選定にあたっては、その「道」を極めていることよりも、その文化の楽しみ方を如何に上手く伝えられる人であるか、を重視しています。

また、ずっと通い続けることが求められる習い事とは異なり、一回毎の参加で楽しめるプログラムを目指しています。夕刻以降に、与謝野蕪村宅跡に建つ老舗呉服卸店の京都最大級の京町家を教室として実施し、生徒さんは会社帰りの 30 歳前後の OL が多く、和気あいあいとした雰囲気の中で行っています。



●コラボレーション型の事業展開

当社の事業は日本文化を広げるという趣旨にご賛同いただいた多くの方々の協力のうえに成立しています。京町家は呉服卸店さんの営業時間後に借りていますし、日本酒の教室では、酒造組合から協賛していただいたお酒をつかって利き酒のクラスを開き、伏見の街並みや酒蔵を訪ねるという企画も行っています。

毎月の参加者は 150 名を超え、メールマガジン登録者数は全国で 1400 人となりました。また、全国

各地から教室開催の引き合いも多く、例えば、すでに東京・目黒でイベント的に教室を開いていたり、東京・自由が丘での出店も依頼され計画していたりします。

ならいごと教室で培った日本の伝統文化・工芸の新しいとらえ方を利用して、京都野菜をつかったロールケーキを商品化し、販売も行っています。また、大手英会話教室からは、日本文化についての教育カリキュラム作成の依頼も受けています。グローバルな人材の育成には、まず自国の文化を知ることが条件となるからです。

今後も協力の輪を広げ、語学学校や企業などと提携して研修プログラムをつくりながら、また京野菜ロールケーキに続く商品開発を行いながら、世界に誇れる日本文化を伝えていきたい。日本の文化を最高の素材として、ビジネス化を進めていきたいと思っています。

「ならいごとの十色」は、 あなたの毎日にあたらしい色をつける和のあそび場です。

何千年も前から、この国の人がたいせつしてきたのは、季節と人とのコミュニケーション、という考えかた。いい本を読んで、目につく景色が少しずつ変わるように、その本の話を読んだと分かち合うような、そんな時間をあなたに届けたいと思います。

6つのセンスで楽しもう

「ならいごとの十色」の科目は、一年を通じて季節を楽しむための6つのセンスをバランスよく高められるように設計されています。景色の見えかたも風の音も、きっと変わります。

四季制クラス

「ならいごとの十色」は季節という遊び相手を、あなたに紹介したいと思います。季節の移り変わりに合わせて学ぶ内容が変化してゆく「四季制」をとっています。「いま、この季節」ならではのテーマでお楽しみ下さい。

- 春** お香 「春の息吹をお香でつくろう」クラス
- 夏** お茶 「涼をとるためのお茶って？」クラス
- 秋** 和菓子 「夜長をリッチにする和菓子づくり」クラス
- 冬** 日本酒 「からだを温まる熱燗の楽しみ方」クラス
- 禅** 「心とからだを整えるポディメーション」クラス

※季節によって多彩な遊びかたをご用意しております。お気配をおたずねください。

TOIROを遊ぶ5つのポイント

- あしたの暮らしにいかそう**
お茶やお香にかぎらず、クラスでならいごの内容はどれも、お家でかんたんに再現できるものばかり。ならいごの日から、あなたの生活にすうと染み込んでいきます。
- 自分だけのコースを創ろう**
多彩な科目・クラスのなかから、興味のあるものを自由にえらび、組み合わせ、あなただけのコースが創れます。

少人数制で気の合う仲間と集おう

1クラス5~10人の少人数制です。気の合う仲間や先生とコミュニケーションを楽しみながら、「和気あいあい」とした和やかなひと時をどうぞ。

クラスの終了証に「おみやげ」をもらおう
各クラス終了後には、クラス内容にちなんだ「おみやげ」を差し上げます。さらに、ならいごの思い出をいつでもおさげいただけるように、ポイントをもとめた「TOIROノート」をお渡しします。お家に帰ってから、余韻をお楽しみください。

手ぶらで気軽に参加しよう
直前に予約して、手ぶらでクラスに参加することができます。会社帰りの気分転換に、たまたま空いた暇な時間に、気軽にあそびに来て下さい。
※予約状況により、ご希望に添えない場合もございます。

京町家buson

TOIROのクラスは、江戸時代の個人・商家の町屋・茶屋・和菓子店という由緒ある地に立つ、京都最大級の京町家で実施されます。

TOIROな講師たち

TOIROには、気軽に四季を感じるライフスタイルを応援する、経験豊かで親しみやすい講師たちが集まっています。

和菓子講師 駿河 めぐみさん

PROFILE
洋菓子・パン・和菓子も学び、洋菓子店に勤務。その後、京都市内の和菓子店にて修行し、現在は日本料理店に勤務。
和菓子は、実は家庭でも簡単に作れ、季節感や自分らしさを表現できます。皆さんがどんな和菓子を作られるか、とても楽しみです。

お香作り講師 北林 功さん

香りは思い出の扉を開くカギ。色々なことに思いをはせながら、あなただけの香りを作って、思い出と共に日常を彩りましょう。

陶芸講師 米澤 猛さん

旬の食材や盛り付けられる料理、そしてその実感を共にする人たちなどをイメージして作った自分らしい器で、さらに豊かな日常を楽しみましょう。

生け花講師 瀬本 阿矢さん

日本人が昔から培ってきた「キレイの法則」や「季節の風景の切り取り方」など、花を生けることを通じてキレイやオシャレのセンスを磨き、あなたの膝腰を彩りましょう。

音楽講師 飛騨 富久さん

音楽は、日本人が生み出した世界最古のフルオーケストラ。音楽が奏でる悠長のリズムを通じて、あなたの中に眠る本来のリズムを感じてみてはいかがでしょうか？

入会・参加費のご案内

TOIRO会員

入会金	5,000円	(学生1,000円)
1クラスチケット (有効期限1ヵ月)	3,800円	(学生3,500円)
6クラスチケット (有効期限4ヵ月)	3,500円×6	(学生3,100円×6)
12クラスチケット (有効期限12ヵ月)	3,100円×12	(学生2,900円×12)

※お支払期は、契約締結が6ヵ月以上の方には順次お支払させていただきます。

TOIROコース会員

入会金	3,000円
各種コース	120,000円

※送料が必要な場合は別途請求します。 ※外部教室で実施する際の交通費は各自負担です。
*1クラスは150分です。 *全クラス終了後、最後の思い出作りを体験していただくことが出来ます。
*他店には、工房見学などの特別イベントを開催いたします。

■各事業者の知恵の使いどころ（※ディスカッションより抜粋）

ファシリテーター：立命館大学 准教授 中森孝文氏

多くの日本人は誰しも何となく文化に対する認識はあるものの、十分に活用できていないようです。例えば、産業振興において地域資源という言葉がよく使われますが、この場合の地域資源とは農林水産物や工業品、神社仏閣などの観光資源でありほとんどが有形物です。中小企業庁の法律では、一部に技術はあるものの主にモノが地域資源として位置づけられているため、全国で登録された地域資源約1万1千件のうち、無形のもの数は数えるほどしかありません。しかし、よくよく考えてみれば、地域資源は有形物である必要はありません。日本人は目に見えないものは資源として考えてこなかった、あるいは考えることが不得手だったのかもしれない。

アクシュさん、武士さんが扱うものは作法や地域の雰囲気といったようなもので、京都・日本の文化をソフトパワーと位置づけ、そのビジネス化を試みられています。日本人が扱うことが難しい、あるいは気づいていないソフトパワーをどのように気づき事業化されてきたのかを、改めてお聞きしたいと思います。鼎談の目的は2つで、1つはどうやって知恵を出されたかを確認し、参加者の参考にしていただくことです。2つめが、参加者の方々との連携の可能性を探ることです。

アクシュさんは、主に外国人向けの情報発信を行われていますが、外国人ならではの視点を生かすことで、日本の文化を鮮明にするよう努力されています。また、外国人の中に確実に存在する京都情報のニーズのなかで特にニーズの高い「体験」ということに重点を置き、「体験」に関わる正確な情報提供を通じて日本文化を伝えられてきました。もともと外国人講師の派遣事業を行われていたため、既に外国人からの情報が集まってくるという強みを持たれているでしょう。そのため、同社によるパンフレットやホームページなどは、日本人向けのものを外国語に訳したのではなく、外国語ネイティブがデザイン、編集したような構成や情報提供となっています。

日本文化を伝える多くのノウハウを蓄積され、KYOTO KYOTO. JPには多くのアクセスがあります。この環境を利用すれば、海外への商品の販売を検討される事業者へ助言を行うこともできれば、物販のプラットフォームを提供するようなことも可能でしょう。

武士の安丸社長は茶道の経験をお持ちで、日本文化の魅力とともに十分な準備が必要なことをご存知であり、そのために気軽にできることの重要性に気づかれた。一般に、日本の習い事では決まった日時に通い続けることが必要ですが、自由に参加できるチケット制にして、そして一回だけでも楽しく参加できるよう、いろいろな工夫なされています。また、目に見えないものをビジネス化するときに肝要になるのが、人と人との信頼関係で、その点においても、武士さんは「一生つきあえる」という判断基準を設けていらっしゃる。

武士さんは今後も、京都の素材を使って商品やコンテンツを開発してゆく意向をお持ちですから、本日の参加者の皆様との連携の機会も多いのではないのでしょうか。