

盆栽、柴犬、そしてデンマーク

城西支部国際部 岡村

先日、職場でフランスへの海外出張を終えた診断士と雑談をしていて、フランスやヨーロッパで日本の「盆栽」が大人気になっていることを聞きました。海外の展示会で、数十万円の値がつくことも珍しくはないらしいです。日本では、外国人を対象にした盆栽職人養成の実習プログラムもあり、フランスやヨーロッパから、わざわざ技術を学びに来る人もいるとのこと。ちなみに、そういった目的で来日する場合の在留資格は、「文化活動」ということになるそうです(数か月間以上滞在できるようです)。実習に参加した外国人は、研修期間中は無給でも、本国に帰国した際は、盆栽を購入した顧客から植栽のメンテナンスの仕事が来るようです。

盆栽について、色々とホームページを検索してみると、日本の盆栽は、戦後徐々に人気が出てきて、特に1970年の日本万国博覧会は、海外でも知名度や人気生まれる大きな契機となったようです。普通は地面に根を生やしている大木を、小さな鉢に、大自然の姿として再現しているのが魅力のようです。あたかも、実際に木を切り取ったように、技巧を凝らし鉢に植えるという技に惹かれるのでしょうか。歴史的には、盆栽は中国から伝わったものであり、言葉の意味としては、単に鉢植えを意味すると言われていました。鎌倉時代に伝わって、江戸時代に職人の手を経て、日本独自のものとして磨かれていったようです。大陸からの文化が日本で洗練され、定着していったものはほかにも多数ありますが、日本人の得意とする分野ですね。



少し前の統計数値ですが、日本貿易振興機構（JETRO）によると、2016年の植木、盆栽輸出額は80億円を突破しており、農林水産省では2020年に150億までの輸出拡大を目標としていた時期もあったようです。EUやアジアをはじめ、世界中の人に盆栽を知ってもらおうと情熱的に取り組んでいる生産者も多くいます。身近な所でも、今年、盆栽を海外に輸出しようと販路開拓を行っている事業者を知っていますが、ヨーロッパの展示会に出展するため、経営者の方は、多忙を極めていました。出展に当たり、展示会でのブースの確保や外国向けホームページ、チラシの作成、現地での商品の搬送など、時間的制約の中で、ほとんど一人でこなさなければならないケースも多く、海外進出と一言でいっても、いかに労力が大変なものか痛感しました。昨年からは、東京都が、海外に進出するスタートアップ企業の展示会参加費用やECサイト構築費用などを助成していますが、様々な業種業態の企業が活用し、大いに、中小企業の財務負担の軽減につながっていると思います。最終的に、事業者が自立的に事業を展開しなければなりません。スタート当初は、何らかの支援がないと販路開拓は容易ではないようです。



盆栽は、ネット上でも様々な作品が販売されており、数千円から数十万円以上する品物まで並んでおり、ブームになっている事が窺えます。

話は急に飛びますが、日本原産の犬である柴犬の人気の海外で高まっているようです。飼い主に忠実であるが、媚びずにクールな感じを与えるのが好まれたのか、詳しい理由は探索できませんでしたが、筆者自身も柴犬を飼っているのです。その魅力は何となく感じる場所があります。柴犬の前に、ラブラドルレトリ

バーと言う洋犬を飼っていた時期がありましたが、そちらの犬はよく甘えてくるし、吠えることで要求を示すタイプだったので、寡黙な柴犬とは非常に対照的でした。



先ほどの盆栽職人を目指す外国人の話は、日本の伝統文化を海外に向けて発信することや、様々な文化体験を提供する「コト消費」の一端を示していると思います。今後も、インバウンド需要を取り込む有効な手段として考えられるのではないのでしょうか。また話は変わりますが、先日、地元の商店街を歩いていたら、新しくできたカフェの掲示板に「デンマークスタディツアー」という名称で旅行の紹介がありました。興味を覚え、ラインに登録したら、主催者からツアーの説明会に関する情報が送られました。要約すると、次のような内容でした。

- ・デンマークは、世界幸福度ランキングで10年連続上位にランクインしている。
- ・このツアーは、経営コンサルタントの方がファシリテーションすることで、「見て終わり・聞いて終わり」ではなく、その後の人生にも繋がる大きな気づきをもたらす。
- ・参加してほしい人については、以下のように書かれていました。
 - *日本の未来をつくっていききたい
 - *地方・地元を活性化したい
 - *ソーシャルな領域で活躍できるようになりたい
 - *エネルギー・ビジネス・政治・食・教育のいずれかの領域で、新たな解を見出したい 等々

今までの観光的視点だけではなく、訪ねた国の文化や普通の人の生活・考え方などをより知りたい、そして自身の人生における気づきにつなげたいとい

う期待を持つ旅行者は数多くいると思います。自分も、こういったツアーに非常に惹かれるのですが、今回は、日程等が合わないので断念しました。



訪日する外国人の中にも、それぞれの嗜好で「コト消費」を楽しむ人が増えてきているのではないのでしょうか。今年の五月に、三重県南部を車で廻ったのですが、小さな漁村の神社を訪ねている外国人のファミリーを見かけました。それぞれが別々に、資料など見ながら、神社や街歩きを楽しんでいる様子でしたが、翌日、今度は同じファミリーを伊勢神宮で見かけることになりました。その方々は、ひょっとしたら、その前に熊野古道の奥にある熊野本宮も参拝してきたのかも知れません。日本全国、地方の神社や自然に惹かれて旅をする外国人の方は明らかに増えていると感じます。

最後に、診断士向けに一つPRをさせていただきます。現在、東京都中小企業診断士協会国際部が中心となり、海外駐在中の診断士のスキルアップ及び実務ポイント取得のため、現地の日系企業を対象とした実務従事者の機会を増やそうとしています。日本企業が海外に販路を求めていく中、そういった現地企業の経営支援ができる診断士の養成が求められています。参加者については、現地の診断士だけではなく、当該国のビジネスに関し、何らかの経験や知見のある日本で活動中の診断士も welcome です（研修にはオンライン参加も可能です）。今年度の計画は現在策定中なので、本実務従事に関心のある方、また、ご協力頂けそうな企業をご存じの方は、是非ご連絡を頂けますでしょうか。宜しくお願いいたします。（連絡先：城西支部国際部 岡村 mtoka3681@gmail.com）

以上脈絡のない内容で恐縮ですが、最後まで読んで頂き、大変ありがとうございました。