



シンガポール日本商工会議所

MCI (P) NO.086/01/2021
Japanese Chamber of Commerce & Industry, Singapore
Website: <http://www.jcci.org.sg>



ダイレクトに情報発信しませんか？

WEBバナー広告 大募集

**B12
P11**
キャンペーン
実施中

お得な
特典

B12P11とは？

(Buy 12 months & Pay 11 months)

年間契約で1か月分無料！

会員の皆様の事業・商品PR情報を掲載！

メリット

1

宣伝効果

自社のホームページへの誘導ができ、アクセス数のアップが望めます

メリット

2

費用対効果

年間申込時には月々SGD165(GST別)と非常に安価(B12P11利用時)
※1月当たりSGD180(GST別)で1か月単位での利用も可

メリット

3

SEOの効果

自社の検索ランキングを上位にあげることができます

JCCIのホームページは、
月あたり約20,000ビュー！



シンガポール日本商工会議所HP (<https://www.jcci.org.sg/>) トップページ

サービスご利用の流れ



info@jcci.org.sgへ
本サービスご利用
希望の旨をご連絡
ください。



申込書をご記入いた
だき、掲載内容を
確認いたします。



バナー広告の掲載
確定後、請求書
(E-invoice) を
お送りします。

本件担当

JCCI事務局(担当:リンゴ)
お気軽にお問い合わせください。

E-mail

info@jcci.org.sg

JCCI
SINGAPORE
Japanese Chamber of Commerce & Industry Singapore

2021
DEC

月報

CONTENTS

<特集>

- ユーザーに刺さる動画コンテンツのつくり方
—シンガポール在住YouTuberの軌跡— p2
Ghib Ojisan
- ファミリーオフィスのトレンド p5
UBS AG 中村 洸

<日本・シンガポール外交関係樹立55周年 (SJ55) 記念 特別記事>

- 観光がつなぐ日本・シンガポールの絆 p10
—SJ55 日本・シンガポール外交関係樹立55周年キャンペーン—
JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION SINGAPORE OFFICE 永井 初芽
- ジャパン・クリエイティブ・センター p14
JAPAN CREATIVE CENTRE, EMBASSY OF JAPAN IN SINGAPORE 古郡 徹

<着任のご挨拶>

- 着任のご挨拶 p17
NIKKEI GROUP ASIA PTE LTD 渡邊 園子

<活動報告・お知らせ>

- 前年度奨学生紹介 p18
- 理事会議事録 (2021年10月) p20
- 入会承認会員一覧 (2021年11月理事会) p21
- 新規入会会員紹介 p22
- 他国日本商工会議所紹介 (台北市日本工商会) p23
- 編集後記 p24

月報題字：麗扇会 青木 麗峰
表紙写真：JCCI事務局
写真タイトル：@ATLAS

JAPANESE CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY, SINGAPORE
10 Shenton Way # 12-04/05 MAS Building Singapore 079117
Tel: 6221-0541 Fax: 6225-6197 Website: <http://www.jcci.org.sg>

ユーザーに刺さる動画コンテンツのつくり方 —シンガポール在住YouTuberの軌跡—

Youtuber (シンガポール在住YouTuber)
Ghib Ojisan



はじめに

「YouTuberなんて辞めたい」

専業として活動して3年経ちますが、これまで何度も思ってきました。再生数、視聴維持率、いいね数、コメント数…すべてが数値化&可視化されている世界は相当にシビアです。しかし、「ご褒美」がたくさんあるのも事実。応援してくれるファンがついてきたり、気合を入れて制作した動画がヒットしたら一人ほくそ笑んだり、大きなスポンサーがついてよりスケールの大きい動画が撮れたり…これらは麻薬的な快感を私に与え、だからこそ続けられているのだと思います。

ここではシンガポール在住YouTuberとして活動する私の軌跡を記載。「自社でコンテンツを作りたい」と考えている方向けにも役立つエッセンスも盛り込んでいきます。YouTubeチャンネルの運用はもはや遊びでなく、ビジネスを広げるための非常にパワフルなツールになりました。ぜひ参考になれば幸いです。

YouTuberデビューは突然訪れた

私は新卒で入社した会社を4年で退職しています。夢だった世界旅行に出るためです。2017年、毎日のように路上でギターを弾き滞在費を賄っていたのですが、「記念になるから」という理由で路上演奏の動画も撮っていました。帰国後にYouTubeに公開すると、なぜか動画の1本がじわじわと再生されていることに気が付いたのです。「これはとん

でもないことが起こっているぞ…」と興奮していると、翌朝になんと登録者が1,000人を突破。前日まで50人程度だったので一夜で大出世です。

その日は画面をリフレッシュするたびに再生数が100, 500, 1,000…とうなぎのぼりに上昇。さらに翌日にはチャンネル登録者が10,000人を超えていました。元々はフリーランスのウェブサイト運用&ウェブディレクターとして生計を立てていたのですが、この動画をきっかけに「よし、YouTuberに転身しよう」と決意。こうして1本のラッキーヒットがきっかけでYouTuberデビューすることになったのでした。

なぜ平凡な動画が伸びたのか？ ヒットさせる鉄則とは

こちらの動画のタイトルは「ベルギーで『風になる』を弾いたらお金いくら稼げる？」です。「風になる」はジブリ映画の「猫の恩返し」の主題歌になった歌。お世辞にもメジャーとは言えない作品ですし、動画自体も特に捻りもなく曲を弾いているだけの動画です。では、これがなぜヒットしたのでしょうか？

分析してみると、YouTubeだけでなくあらゆるビジネスに通じる「ヒットをつくる鉄則」が見えてきたのです。私は下記が重要だと理解しました。

- ・人と違うことをやる（差別化）
- ・視聴者に突っ込ませる（エンゲージメント）
- ・一瞬で興味を引く



動画公開から4年、現在は1,000万回再生

差別化しないと輝けない世界

コンテンツ制作で最も大切なのが「競合との差別化」です。YouTube以外のビジネスでも同じで、例えば今から日本で格安牛丼チェーンを作るのはなかなか厳しいですよ。吉野家・すき家・松屋などの競合が強すぎるためです。ですが「洋風牛丼店」でしたらどうでしょうか。市場にないので「おっ」と注目される可能性が高く、なんとなく格安牛丼店よりはいいかな気はしますよね。

YouTubeもそれと全く同じ。競合がない・競合が弱い「穴」を見つけるのが大切です。そうでないと星の数ほどあるチャンネルの中で注目されることは限りなく難しいといえます。私が（偶然にですが）発見した穴は「日本のヒット曲を海外の路上で弾く」です。これまではギター演奏動画は部屋やスタジオで弾くのが通常でした。しかし、それにならって同じように弾いていたら、競合が多すぎてなかなか認知されません。さらに、ネット上には上手なプレイヤーが多すぎるので技術で差別化するのも困難な状況です。だからこそ、海外でギターを弾いたのが受けたのだと思います。

まず、企画が差別化できているので「おっ」と興味を惹きます。視聴者も演奏だけでなく通行人の反応も見れるので、一石二鳥で楽しめる動画です。タイトルも工夫して「いくら稼げる？」としているので「結局いくら稼げるのだろうか？」と最後まで動画

を見ていただけます。

人間はお金大好きです。お金にまつわる動画は自然と伸びやすい特徴にあります。

人が突っ込みたくなるコンテンツは受けやすい

もう一つ、平凡に見える演奏動画がヒットした要因は「突っ込みやすさ」にあるのだと考えています。「イタリアでトトロを弾いたらお金いくらもらえる？」という動画を例に見てみましょう。



700万再生を超えるヒットコンテンツ

こちらも言ってしまうとただ路上でトトロを弾いているだけの動画なのですが、注目すべきは私の後ろにいるカップル。なんと演奏中に突然口論を始めるのでした。そして曲がサビになると、また仲良さそうに歩く…という予想しない展開になるのですが、それに気がついた視聴者がたくさんの突っ込みをコメント欄に残してくれたのです。

視聴者が起こす行動（いいねボタンのクリック、コメント、シェアなど）を「エンゲージメント」と呼ぶのですが、エンゲージメントが高ければ高いほど関連動画として表示されやすくなる傾向にあります。多くの人に動画が表示されるので、視聴数UPが狙えるのです。

私のこの動画の場合は、運よくツッコミどころが自然発生したのですが、企画段階で計画的にツッコミどころを準備することは十分に可能です。実際、私の現在の動画も「ここはこう突っ込んでくれるだろう」



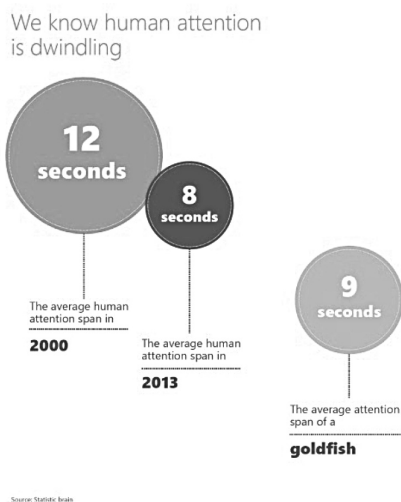
と計画しながら制作しています。つまり、動画はあえて完璧にせず、エンゲージメントを高めるためにわざと欠陥を仕込んでいるのです。少し高度なテクニックですが、意識すると動画が伸びやすくなります。

コメントが多いと視聴者がそれを読みながら動画を見てくれるので、結果的に一人当たりの動画の視聴時間がUP。これがYouTubeのアルゴリズム上、有利に働くのです。

ただし、視聴者がネガティブに反応するツッコミどころは計画しない方がベター。余計なヘイトを溜めることになり、今後の動画を見てくれない可能性が高まるからです。

一瞬で興味を引く

現代のユーザーの集中力はたった8秒しか持たないというデータがあります。つまり、最初の数秒で



2013年のこちらのデータによると、集中力の平均持続時間は8秒
出典：https://www.statisticbrain.com/attention-span-statistics/

「この動画は見る価値がある」と思わせないと、すぐに離脱されてしまうのです。

私の場合は動画の最初の10秒で「どんな動画であるか」を説明しつつ、驚きを誘発する映像をかぶせたりしています。無駄話は一切しません。

YouTubeを始めたばかりの人にありがちなのが、「ダラダラと本題と関係ないことを話してしまう」こと。大手YouTuberの影響だと思うのですが、まだ人気じゃないうちは無駄を省くべきです。大半のユーザーが興味あるのはあくまで動画のコンテンツと企画。ユーザーを喜ばせることだけに注力すれば自ずと再生数はついてきます。例えば、ノウハウ系の動画ならノウハウをできる限りわかりやすく伝えることだけに注力しましょう。自分のキャラを主張したり、ジョークも飛ばす必要はありません。

おわりに

以上、私のYouTubeキャリアの始まりとそこから学んだことを書かせていただきました。現在は紆余曲折を経て、シンガポール在住YouTuberとしてシンガポールのローカルネタや日本食・カルチャーの紹介をしたり、企業様のSNS運用やコンサルを行っています。

私は運よく、一つの動画のラッキーヒットからYouTuberとしてのキャリアが始まりました。そして私だけでなく、数えきれないほどのコンテンツクリエイターが毎日誕生しています。企業も自身のチャンネルを持つ時代です。ぜひマーケティングや動画制作の参考になれば幸いです。

執筆者氏名
Ghib Ojisan (ジブおじさん)
経歴
1990年 大阪生まれ、アメリカ・カリフォルニア育ち。慶應義塾大学卒業後、エンターテインメント業界で人事・営業職に従事。4年後にギターを持って世界一周の旅に出る。海外の路上で録画したギター演奏動画がYouTubeでヒットし、YouTuberとして活動を始める。現在はシンガポール人の妻と結婚し、シンガポール在住YouTuber・SNSコンサルタントとして活動。チャンネル登録者22万人、視聴者の8割がシンガポール在住。

ファミリーオフィスのトレンド

UBS AG
Associate Director
中村 洸



ファミリーオフィスというワードを目にすることが多くなってきました。シンガポールにおいても世界からファミリーオフィスを誘致する施策を推進しており、シンガポール政府の発表では2020年末時点で400ほどの（シングル）ファミリーオフィスが設置されているとのことでした。

UBSグループでは毎年全世界のファミリーオフィスへの取材に基づき、Global Family Office Reportを発行しています。2021年版ではファミリーオフィス191社が調査に参加しています。本稿では、Global Family Office Report 2021の内容から、世界のファミリーオフィスがどのようなもので、今どのようなトレンドで資金が動いているのかを紹介したいと思います。

ファミリーオフィスとは

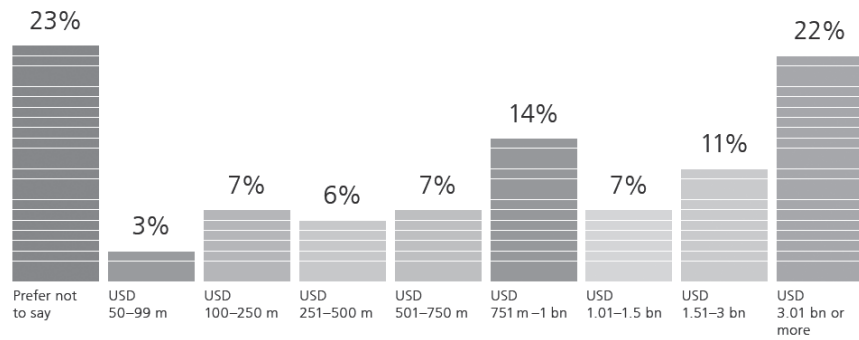
弊グループではファミリーオフィスを「富裕層ファミリーにサービスを提供する組織体」と定義しています。ファミリーオフィスで働くスタッフの数は、顧客であるファミリーに提供するサービスの種類及び数により、1、2名のものから、100名を超えるものまで様々です。

ファミリーオフィスの提供するサービスは、主に「投資関連事業」、「アドバイザー・サービス」、「ファミリー・プロフェッショナル・サービス」及び「事務管理サービス」の4つに分けられます。「投資関連事業」とはファミリーの金融資産を管理・運用するサービスで、投資戦略の立案、投資先の決定やそれに付随する業務を担います。ほとんど

のファミリーオフィスが持っている機能です。「アドバイザー・サービス」とは、ファミリーの資産にまつわる法務・会計・税務面でのアドバイスです。多くの場合、外部の専門家と連携し、それぞれのファミリーのニーズにあわせたアドバイスを提供します。「ファミリー・プロフェッショナル・サービス」には、ファミリー憲章にもとづくガバナンスの運営、不動産、絵画、ヨット、自家用機といった金融資産以外の資産の管理、事業承継計画の策定、教育、社会貢献活動の管理等が含まれます。「事務管理サービス」とは、一般的な会計事務や、資料の保存管理、ITサービス等です。

弊グループではファミリーオフィスを設立する場合、ファミリーが保有する資産が1.5億米ドル（約180億円）超であることが理想的と考えています。複数の世代・世帯のニーズに合わせてサービスを提供する費用を資産運用収益で賄うことを想定している為です。なお、本レポートの調査に参加したファミリーオフィスのファミリー純資産の平均は12億米ドルとなっています。1つのファミリーにサービスを提供するファミリーオフィスは「シングル・ファミリーオフィス」と呼ばれます。それに対して複数のファミリーにサービスを提供するファミリーオフィスは「マルチ・ファミリーオフィス」と呼ばれます。日本の富裕層ファミリーにおいても、専任のスタッフを置いた資産管理会社は、日本型ファミリーオフィスと位置付けられると思われます。

Total wealth in GFO Survey USD 225.7 bn
Average total worth USD 1.2 bn



設立ファミリーの純資産額

低金利下での資産配分

歴史的な低金利環境が続く中で、ファミリーオフィスのアセットアロケーション（資産配分）にも変化がみられます。回答したファミリーオフィスのうち、それぞれ35%が先進国株式、56%が新興国株式、42%がプライベートエクイティへのアロケーションを増やすと回答しており、債券から他の資産クラスへのシフトが顕著となっています。また、ス

イス所在のファミリーオフィスの17%は2020年に債券への投資を実行しなかったと回答していることから、低金利下の中債券投資の優先度が下がってきていることが読み取れます。

また、債券と株式の相関性が高まりポートフォリオ分散効果が薄れる中で、ファミリーオフィスの51%はリスク分散の手段として、ヘッジファンドやプライベートエクイティ投資等の代替的な分散手段を検討していると回答しています。

	Net Increase/decrease	Increase	Stay the same	Decrease	Don't plan on investing in this asset class
Fixed income developed markets	-18%		17%	40%	34%
Fixed income developing markets	3%		22%	45%	19%
Equities developed markets	35%		48%	37%	13%
Equities developing markets	56%		60%	29%	4%
Private equity direct investments	42%		53%	32%	11%
Private equity funds/funds of funds	26%		37%	41%	11%
Hedge funds	16%		25%	46%	9%
Real estate	22%		36%	46%	14%
Infrastructure	23%		24%	50%	1%
Gold/precious metals	10%		16%	55%	6%
Commodities	9%		14%	46%	5%
Cash (or cash equivalent)	-18%		11%	56%	29%
Art and antiques	8%		10%	56%	2%

今後5年間のアセットアロケーションの変更計画

地域別の資産配分とホームバイアス

投資先地域の配分については、ファミリーオフィスの所在地によって異なる傾向がみられます。伝統的に、新興国の富裕層ビジネスファミリーは資産保

全のために自国の地域以外の先進国地域に投資を行う傾向にあり、ホームバイアス（自国の地域への投資を優先する傾向）は比較的小さいと考えられてきました。近年、この傾向に変化がみられ、現在アジア所在のファミリーオフィスは資産の55%をアジ

ア・太平洋地域に投資し、今後5年間で、60%超のファミリーオフィスがアジア全体、特に中国への投資配分を増やす計画であると回答しています。

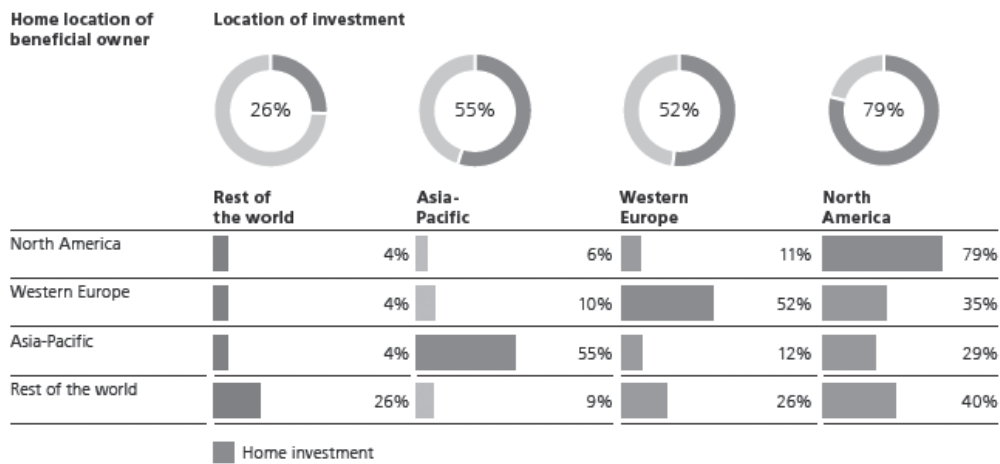
また、「オールドエコノミー」を代表する地域である西ヨーロッパのファミリーオフィスは、本拠であるヨーロッパへの投資を減らし、より成長性が見込まれるアジアへの投資を増加させる予定であると回答しています。

対照的に、北米地域はかつてからホームバイアスが見られる地域であり、その傾向はいまだ根強くみられます。北米所在のファミリーオフィスは資産の79%を北米に振り向けています。もちろん米国株式

市場が世界最大の市場ではありますが、MSCIオール・カンントリー・ワールド・インデックスにおける米国株式市場の比率（時価総額ベース）を20%上回っていることからホームバイアスの強さを読み取ることができます。直近の米中貿易摩擦や、中国企業に対する制裁なども中華圏への投資を抑制する要因となっているものと考えられます。

プライベートエクイティ (PE) 投資の選好の高まり

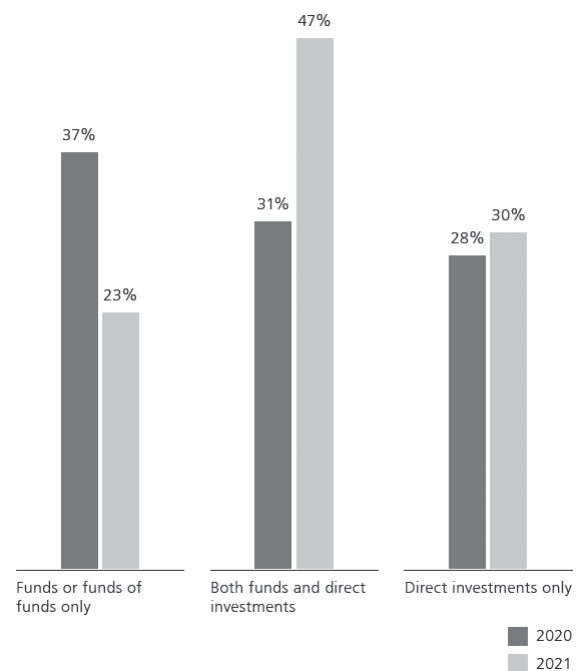
PEファンドの重要性や存在感がますます強くなる中、ファミリーオフィスにとっても、収益機会とし



地域別のアセットアロケーション

での重要性が高まっています。また、投資方法として、従来PE投資ではファンド・オブ・ファンズ（複数のファンドに投資するファンド）を通じた投資が行われる傾向にありましたが、投資家としての習熟度が向上してきたこともあり、2021年と2020年で比較しても、ファンド・オブ・ファンズへの投資が減少する一方、PEファンド、および未上場企業への直接投資の比率が上昇しています。未上場企業投資においてもセカンダリー専門の取引市場やファンドなどを通じて以前と比べ流動性が高まり直接投資にアクセスしやすくなっていることが背景とも言えます。

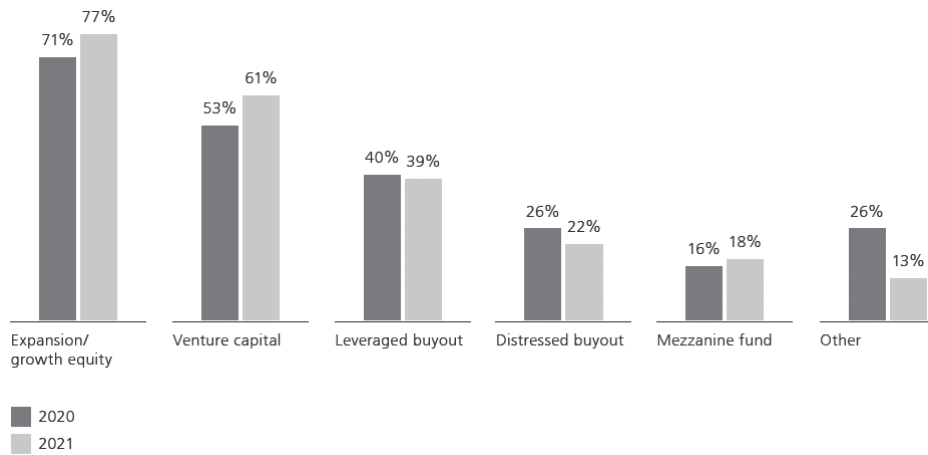
PE投資を行う上で、半数以上のファミリーオフィス（57%）は金融機関などの仲介者を通じてディールをソーシングしていると回答し、そのうち65%の回答者がファンドへの投資機会は金融機関の仲介がないとアクセスが難しいと答えており、60%



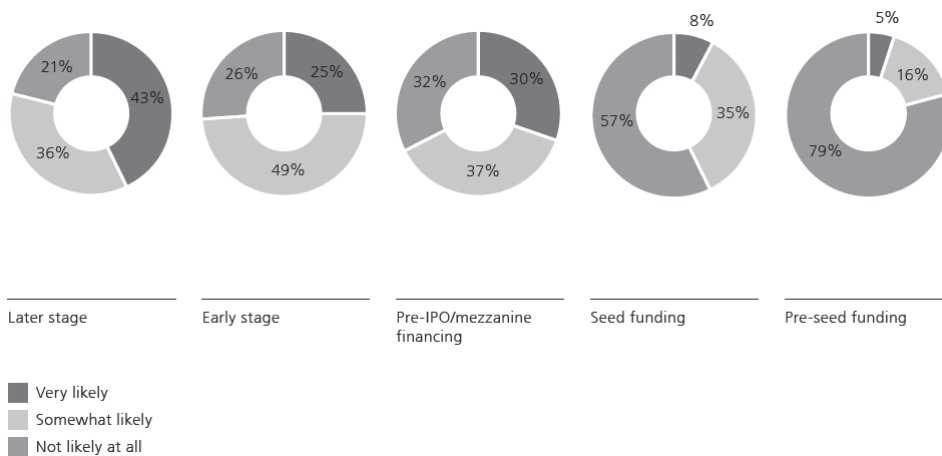
プライベートエクイティ投資の形態

の回答者がプライベートマーケットについての専門知識が非常に重要であると回答しています。特にアジアのファミリーオフィスにとっては、PEファンドの多くが米国に拠点を置いていることもあり、より仲介者となる金融機関のもつアクセスと専門性がより重要となっています。

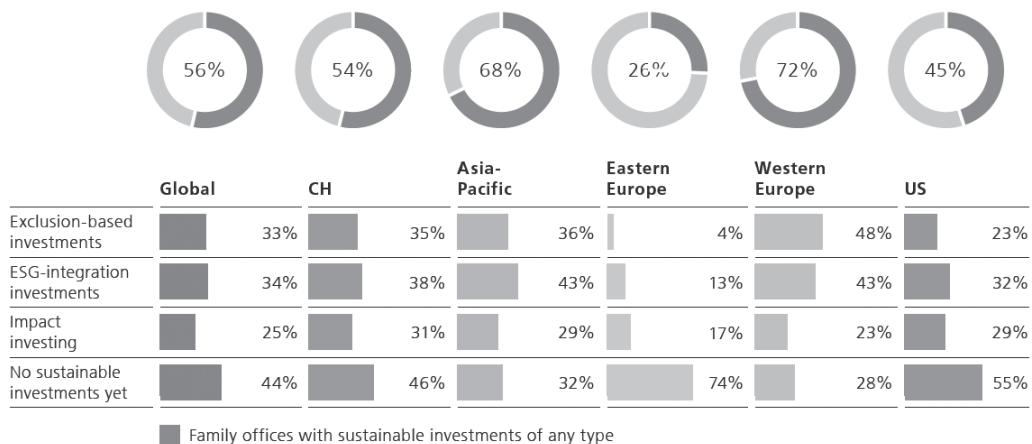
PE投資をタイプ別にみると、ベンチャーキャピタル投資は人気の資産クラスの上位にありました。ベンチャーキャピタル投資の投資先のステージ別をみると、損失が出た場合にその程度が大きくなってしまいうリスクがより低い、レイターステージやプレIPO、そしてメザニンファイナンスが選好される傾向にあります。



プライベートエクイティ投資 タイプ別



プライベートエクイティ投資 ステージ別の投資選好



サステナブル投資の戦略

サステナブル投資の地位の確立

近年、脱炭素化、サステナブル投資は重要なテーマとなってきましたが、ファミリーオフィス業界にとっても同様のトレンドがみられます。特にパンデミックの前後でファミリーオフィスは、単にリターンを追求するだけではなく、投資行動を通じて社会的にポジティブな影響を与えることを重視する流れが顕著となっており、実に56%のファミリーオフィスがすでに投資意思決定において持続可能性を考慮していると回答しています。

サステナブル投資に対する考え方については地域毎に差があることも事実で、脱炭素や社会問題に対する取り組みについてより進んでいる西欧では72%がサステナブル投資を行っているという回答している一方、この数字は東欧では26%、米国では45%にとどまります。このデータからも西欧がより環境問題やサステナブル投資に積極的であることが見てとれます。サステナブル投資については、現在のところ持続可能性が低い企業への投資を除外するという除外アプローチが中心となっています。

ファミリーオフィスがサステナブル投資を取り入れる理由としては、社会への責任（62%）、社会にとって良いことであるため（55%）と回答しており、半数近くの49%が将来的には投資の主軸となると回答しています。これは、サステナブル投資が投資リターンを犠牲にして行うものというかつての考え方から、リターンを犠牲にせず、社会的な責任を果たしたりポジティブなインパクトを与えたりすることができるという考え方にシフトしてきているためとも考えられます。

この点については、西欧のみならずアジアでもマインドセットの変化が見られます。Global Family Office Report 2021では、北京、香港に拠点を持つファミリーオフィスのCIO（最高投資責任者）の、「私たちはヘルスケアと教育に多くの投資を行っています。経済的なリターンは最重要の点ではあるものの、テクノロジー関連の投資は社会にポジティブなインパクトを与えるものと考えています。」というコメントが紹介されています。

今後の課題としては、例えば社会に対するポジ

ティブなインパクトがあるといっても、どのように「インパクト」を測定するのかといった基準が不明瞭な点などがあげられます。サステナブル投資については避けられない流れである一方、今後より浸透していくためには、より深い理解と基準が明確化され周知される必要があるものと思われます。

おわりに

今回は、世界のファミリーオフィスのトレンドというテーマで弊グループのGlobal Family Office Report 2021に基づいて、資金の流れや投資のトレンドの一部をご紹介いたしました。本レポートでは、今回紹介した内容のほか、今ファミリーオフィスで注目されている投資テーマや課題意識などについても紹介していますので、是非気になられた方はご覧いただければ幸いです。

<https://www.ubs.com/global/en/global-family-office/reports/gfo-r-21-4-client.html>

執筆者氏名

中村 洸（なかむら こう）

経歴

大学卒業後、大手税理士法人にて国際税務、金融税務業務に従事、その後外資系金融機関、日系金融機関を経て2021年からUBSのジャパンデスクにてウェルス・マネジメント業務を行っている。公認会計士。

観光がつなぐ日本・シンガポールの絆 —SJ55 日本・シンガポール外交関係樹立55周年キャンペーン—

JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION SINGAPORE OFFICE
Executive Director
永井 初芽



COVID-19感染拡大前の2019年、日本を訪れたシンガポール人は49万人を超えた。シンガポール国籍保有者が約350万人であることを考えると、単純計算で7-8人に1人程度が2019年に日本を訪れたことになる。シンガポールにおける訪日旅行需要は急速に拡大してきており、2015年と比較すると2019年の訪日旅行者は1.6倍となっている。このような訪日客数の伸びもあり、日本・シンガポールの交流人口も増加傾向にあり、2019年にその数は1300万人を超え（図1参照）、旅行を通じた人々の交流や、両国でのリアルな体験を通じたお互いの文化への理解は、両国居住者の心理的距離を縮めることに大きく貢献してきたと言える。

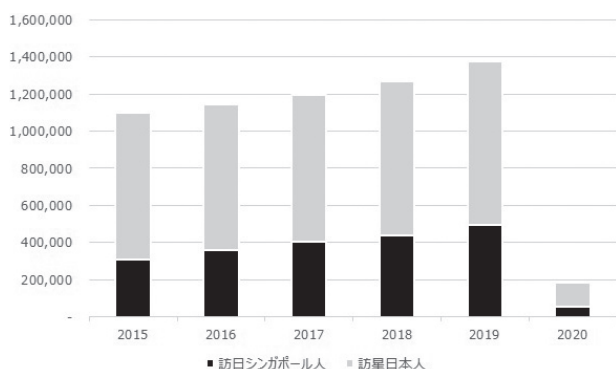


図1：日星交流人口推移

COVID-19感染拡大以降、従来のような国を超えた移動が出来ない状態が続いているが、日本・シンガポールの交流は、オンライン等を中心に途絶えることなく続いている。このような状況を踏まえ、このような時だからこそ両国間の交流を官民で盛り上げていこうと、我々日本政府観光局（JNTO）とシンガポール政府観光局（STB）は、共同で日本・

シンガポール国交樹立55周年を記念した「SJ55キャンペーン」の実施を決定した。SJ55キャンペーンは、両国で大きな盛り上がりを見せ、たくさんのパートナーの協力を得て、将来的な相互往来意欲の喚起に繋がるものとなった。本キャンペーンを通じて、多くの方のご支援、ご協力をいただいたことで、JNTO単体では決して成し得なかったプロモーションが数多く実現できたことを、この機会に心から御礼申し上げたい。

本記事においては、SJ55キャンペーンの代表的な取り組みを紹介しつつ、今後のシンガポール人による訪日旅行の見通しについて説明する。

SJ55キャンペーンの目的と意義

SJ55キャンペーンを象徴するのは、JNTOとSTBが共同で開発したロゴである（図2参照）。両国の国旗の色である赤と白を用い、折り紙のテイストでマーライオンと桜が描かれている。日本らしさとシンガポールらしさを融合させることで、両国の敬愛と友好関係を表現している。本ロゴは、日本およびシンガポールで、JNTOおよびSTBの事業パートナーとしてSJ55キャンペーンに参画した全ての企業・団体が利用できることとした。

シンガポールにおいても、シンガポールにいな



図2：SJ55キャンペーン公式ロゴ

にして日本を感じることができるイベント・フェア等を開催する参画企業・団体を募集した。在シンガポール日本国大使館・シンガポール日本商工会議所・JETROシンガポール事務所のご後援・告知等への協力を得て、広く告知を行ったところ、計51社・団体（2021年10月時点）の参画が得られた。従来JNTOが連携してきた、旅行会社・運輸機関・自治体の観光部門等のインバウンド業界の関係者のみならず、シンガポールの観光施設・日本食レストラン・日系小売店・食品メーカー等から想像以上に多くの参画が得られたことは、JNTOにとっても驚くべきことであり、訪日観光の新たなプロモーション手法の可能性を感じることができた。また、JNTOが有しているオンライン日本ファンコミュニティ（Facebookフォロワー約92万人 <https://www.facebook.com/visitjapan2010>、JAPAN by Japanコミュニティサイト会員約2.4万人 <https://japanbyjapan.com/>）が、日本好きをターゲットとする様々な企業・団体にとって価値のあるプラットフォームとなり得るといことが感じられたのも、新たな発見であった。SJ55キャンペーンで得たネットワークを有効活用し、今後も業界の枠に縛られず様々な関係者と効果的な連携をしていきたいと強く感じている。実現した様々な連携事例の中から、数件具体的な取り組みについて紹介する。

疑似訪日体験による観光施設への集客

シンガポール人が最も多く訪れている国は他国に大きな差をつけてマレーシアである。インドネシア・タイ・中国・香港・豪州が続き、日本は7位となっている。（JNTO調べ。各国統計は基準が統一されておらず単純比較はできないため、順位は参考程度）近隣のASEAN諸国、中国語圏・英語圏を除くと、日本への訪問者数は圧倒的な1位である。数々の調査結果でも、日本は好きな旅行先1位に選出されており、現在もその傾向は変わっていない。

コロナ禍で、従来の主要顧客だった海外旅行者が減少し、シンガポール人客の集客に力を入れざるを得なくなったシンガポール国内の観光施設が、こうした日本人気を利用して施設内での「疑似訪日体験」で顧客を惹きつけようとする動きがみられた。

SJ55キャンペーンにおいてもこうした取り組みのいくつかと連携を行った。

その一つが、ドリームクルーズである。ドリームクルーズはWonders of Japanと銘打ち、6月20日から9月18日まで約3ヵ月間に渡って日本をテーマにしたクルーズを運航した。

JNTOでは、情報提供や連携可能性のある自治体の紹介の他、ドリームクルーズと共同で告知を目的としたSNSキャンペーンを展開、またSJ55の告知を委託しているGhib Ojisanを派遣し船内の様子を動画配信してもらう等の連携を行った。

船内の様子は、Ghib Ojisanも含めた数々のインフルエンサーから発信され、乗船前の通路に配された鳥居のトンネルや、北海道をイメージしたラベンダーに覆われたデッキ等の印象的な写真は、クルーズ利用者だけでなく多くのシンガポール人の目に触れた。特徴的な装飾だけでなく、船内では食事やワークショップ等も日本に関連したものが提供され、沖縄等地域の訴求にも繋がる内容となった。（図3参照）

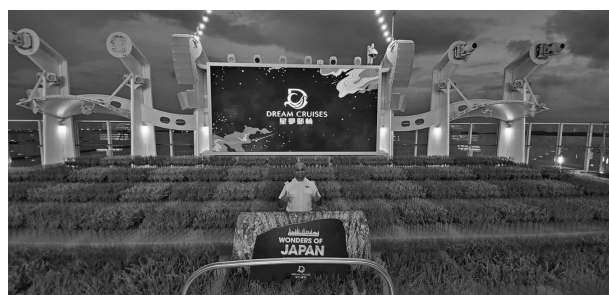


図3：ドリームクルーズWonders of Japan

バーチャルツアーを通じた地方部の認知度向上

コロナ禍で行動が制限される中、2020年から「バーチャルツアー」が急速に増加し、今ではすっかり定着している。JNTOも含めた各国の政府観光局他、旅行関連企業・団体が数多くのバーチャルツアーを実施し、観光旅行再開後の目的地の一つとして意識してもらうべくあの手この手で視聴者に訪問先の紹介をしている。SJ55キャンペーンの中でも、自治体、旅行会社、運輸機関等が数多くのバーチャルツアーを実施し、視聴者は日本の様々なエリアの様子を自宅にいながらにして楽しむことができた。

バーチャルツアーの一番の強みは、知名度が低い地域でもたくさんの情報量を視聴者に伝えられることだと感じている。訪日シンガポール人の7割以上が2回以上日本に来たことのあるリピーターである。(図4参照) 直行便で7時間程度と短距離とは言えない距離であるが、近距離の香港・台湾に次ぐリピーター率の高さである。そのような高いリピート率にも関わらず、シンガポール人の訪問先には偏りがあり、東京・北海道・大阪での宿泊だけで全宿泊の65%を占めている。(出典：観光庁宿泊旅行統計調査) シンガポールよりもリピート率の低いタイやマレーシアと比較しても地域分散が進んでいないことが、JNTOが取り組むべき課題の一つとなってきた。ただし、従来のプロモーション手法だと、知名度の低い地域の情報だけを発信しても、関心を持って見てもらいにくく、人気の高い地域と知名度の低い地域を組み合わせで発信する、シンガポール人が興味を持つテーマに関連付けて知名度の低い地域の情報を発信する等、色々な工夫を行ってきた。しかし、バーチャルツアーに関しては、おそらく多くのシンガポール人は初めて聞くのではないかと思うような地域だけで発信しても、十分に集客ができ、かつ、視聴後の満足度も非常に高い結果となっている。

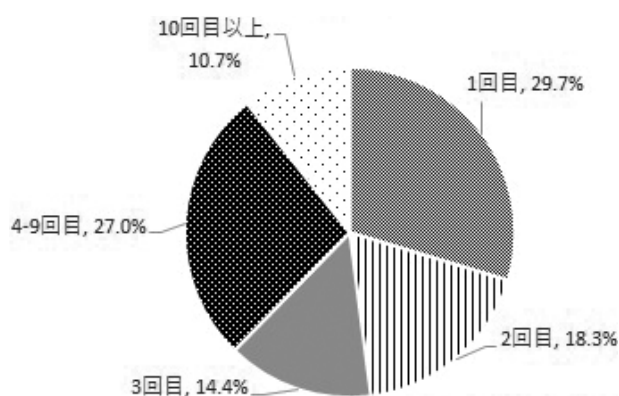


図4：訪日回数
出典：観光庁訪日外国人消費動向調査

知名度の低い地域でも成功するバーチャルツアーには、2つの重要なポイントがあると考えている。一つ目は、日本からの中継を含めること。これが訪日旅行欲の高まっている消費者のニーズに合致して、集客・視聴後の満足に繋がることが多い。JNTOが実施してきた数々のバーチャルツアーで

は、どのような人気インフルエンサーのトークショーよりも、日本からの中継が圧倒的な人気コンテンツとなっている。映像やレポーターのクオリティの高さよりも、リアルな日本と繋がっていることに、多くの視聴者は価値を見出している。二つ目は、インタラクティブであること。リアルタイムに視聴者とコミュニケーションできることもバーチャルツアーの醍醐味である。視聴者にコメントや質問を促して、それをツアーの中で取り上げていく、また、クイズ等を出し回答をコメントしてもらうこと等で、参加型のツアーとなり、エンゲージメントが高まり途中離脱を防ぐことができる。視聴者がどこに興味を持っているのか、どのように感じているのか、その場で多くのコメントを引き出すことは、オーガナイザーにとって次回に繋がる非常に有益な情報を得られることにもなる。

JNTOが実施したアンケートでは、バーチャルツアー視聴後多くの人がその地域に興味を持ち、次回の訪日の際に訪れたいと回答している。コロナ禍で生まれた「バーチャルツアー」という新しいプロモーションの効果もあり、JNTOアンケートで、網羅的に訪問希望地域を確認した設問でも、COVID-19感染拡大前と比較し、回答が全国に分散していきることが確認できた。

食をフックとした観光プロモーション

COVID-19感染拡大前、JNTOはJapan Travel Fairを開催する等、消費者と直接接する機会を多く持っていたが、コロナ禍ではJNTOのほぼ全ての事業がオンライン事業となり、2020年には、消費者とのリアルな接点をほとんど持つことができなかった。そのような中で、日本食を食べるというリアルな体験を通じて、その生産地を観光目的地として思い起こして欲しいという目的で、SJ55キャンペーンにおいても数多くの食に関連する企業にご参画いただいた。レストランや小売店等での地域フェアの告知協力等が多かったが、一部特に手ごたえを感じた取り組みを紹介したい。

福砂屋のカステラが初めてシンガポールで販売されるタイミングで、伊勢丹とJCC（ジャパン・クリ

エイティブ・センター)がオンラインイベントを実施し、JNTOも参加の機会をいただき、長崎の観光地としての魅力について紹介した。元々の商品の魅力に寄るところも大きいと思われるが、予想以上の反響があり福砂屋カステラは瞬間に完売した。長崎でのカステラの誕生が、日本の歴史と深く関わりがあるように、多くの食材や加工食品はその土地の気候・歴史・文化等と密接な関連を持っている。生産地の背景を知ってもらうことは、食の販売においてはその商品にストーリーを与え、他との差別化を図ることに役立ち、観光魅力の訴求においては、地名の認知向上や具体的なイメージの醸成に役立つ。伊勢丹のご協力の元、地方のお土産の販売時にその地域のパンフレットを設置していただいたところ、購入時に併せて持ち帰る人が多く見られた。食は、その生産地に興味を持ってもらうための主要なきっかけとなり得ると言える。

訪日観光旅行の再開に向けて

ワクチン接種完了トラベルレーン(VTL)が開始され、消費者や旅行会社から、日本にはいつ行けるようになるのか、という問い合わせが非常に増えた。オンライントラベルエージェントからも、VTL導入以降訪日旅行に関する検索数が増えていると聞いており、シンガポールでの訪日旅行再開への期待が大きく高まっていることが感じられる。(2021年10月現在)

JNTOが旅行会社および一般消費者向けに実施したアンケート調査では、検疫待機期間がなくなればすぐにでも行きたい、両国政府による旅行再開の発表があれば行きたいという回答が多数を占め、VTLのような検疫待機なしで旅行できる制度が開始すれば、すぐにでも訪日したいと考えている消費者が多い。

JNTOが実施した22市場基礎調査の中で、現在の訪日意欲を確認したところシンガポールで次の訪日に向けて既に具体的な検討を行っている層を、大きく3つの特徴で捉えることができた。一つ目は20-30歳代の若年層であることである。50-60歳代も、そのほとんどがいつか日本に行きたいという気持ち

は持っているものの、具体的な検討を進めている割合は若年層と比較し少なかった。二つ目は所得が高い層であることである。今回の調査における収入上位20%(年間世帯可処分所得約1,600万円以上)の層では、半数近くが既に具体的な検討を行っていることが分かった。収入上位21-40%の層では、その割合は3割未満に留まり、収入により訪日意欲に大きな差が見られた。三つ目はリピーターであることである。未訪日者では、具体的な検討をしている層は8%であるのに対し、5回以上の訪日経験者は約半数が具体的な検討を行っている。1回のみ訪問経験者、2-4回訪問経験者等を比較していくと、訪日回数が多いほど、具体的な検討を行っている層が多くなる傾向が見られた。

訪日観光旅行が出来なくなって1年半以上が過ぎているが、未だにシンガポール人の訪日意欲は維持されている。むしろ、訪日できない期間が長くなり、一刻も早くまた日本に行きたいという気持ちの高まりを感じさせる声も多い。SJ55キャンペーンの様々な取り組みがこうした意欲の維持・高まりに貢献したことは間違いない。ただし、こういった強い訪日旅行ブランドが確立された一番の理由は、シンガポールで接する日本の物・サービス・人等が長い年月をかけて日本の良いイメージを積み重ねてきたことであると感じている。筆者は、SJ55キャンペーンを通じて、観光プロモーションは観光業界だけで行うものではないと強く感じた。訪日旅行が再開し、観光プロモーションを本格的に実施できる環境が整った時こそ、多くの皆様のお力をお借りしつつ、日本が引き続きシンガポールにとってのトップデスティネーションであり続けられるよう我々も力を尽くしたい。

執筆者氏名

永井 初芽 (ながい はつめ)

経歴

日本政府観光局(JNTO)で、主に欧州・東南アジアからの訪日客誘致に携わる。2019年6月にシンガポール事務所着任、2020年4月より現職。趣味は中国歴史小説を読むこととウォーキング。

ジャパン・クリエイティブ・センター

JAPAN CREATIVE CENTRE, EMBASSY OF JAPAN IN SINGAPORE

Director

古郡 徹



JCCIの会員の皆様方には、日頃、日本大使館
ジャパン・クリエイティブ・センター（JCC）の活
動にご理解とご協力を賜りまして厚く御礼申し上げ
ます。また、今回、JCCを紹介させていただく機会
をいただきましたことに心から感謝申し上げます。

には、多目的ホール、展示スペース及びE-ライブ
ラリーがあり、日系企業の皆様方からお貸しいただ
いた製品も展示しています。

JCC設立経緯



画像1. JCC外観

JCCは、2007年の安倍総理（当時）とリー・シェン
ロン首相との合意に基づき、2009年に設立されました。
シンガポール側から「シンガポールは地域のハブであ
り、日本のクリエイティブな側面を発信する基地を
作ってはどうか」という提案がなされたのが設立の
きっかけです。日本の在外公館には文化センターが設
置されているところがありますが、「クリエイティブ・
センター」と名が付くところは、他にはありません。

JCCの施設は、100年前に建てられたバンガロー
様式の建物であり、Orchard Roadから一歩入った
緑に囲まれた静かな環境にあります。JCCの展示棟

活動の概要

JCCは、設立以来、「伝統とイノベーション」を
テーマに、日本のクリエイティブな側面や、「いま」
を発信する事業を実施しています。具体的には、①
芸術と伝統、②科学技術、③ポップ・カルチャー&
ライフスタイル④食文化、⑤デザイン、⑥政策広報
を発信の重点分野とし、それらに関連した展示、レ
クチャー、トーク、映画の上映などを行っています。

また、当地の日本及び日本文化に関係する団体、
博物館、美術館、コミュニティ・センター、ガーデ
ンズ・バイ・ザ・ベイなどとも密接に連携して事業
を展開しているほか、両国の芸術家、クリエイター、
実務家、留学生などの交流も促進しています。



画像2. SJ50祭り

2016年には、日・シンガポール外交関係樹立50周年（SJ50）を迎え、JCCは200以上の事業を主催又は共催しました。特にその年の10月にOrchard Roadで行われた「SJ50祭り」では、約2000人の日本人の方々が参加するパレードが行われ、良好な日シンガポール関係をお祝いし、次の100周年につなげるイベントとなりました。

また、2019年のJCC設立10周年に際しては、日本の企業の皆様にもご協力をいただき、世界無形文化遺産である文楽の公演をシンガポールで初めて行い、日本の伝統芸能の奥深さをシンガポールの方々の心に刻むことができたものと考えております。

新型コロナ禍での活動

2020年4月以降、JCCは、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため閉館した時期もありましたが、SNSによる情報発信に力を入れるとともに、オンライン・イベントも実施しています。

オンライン・イベントの例としては、石川県との連携で開催した、「金箔貼り体験型ウェビナー」が挙げられます。これは、同県が国内生産量の99%を占める金箔を使った体験型のイベントで、参加者には、オンラインで指導を受けながら、事前配付されたタンブラーセットに金箔を装飾する作業を通じて、日本文化を体験していただきました。

また、日本の「カステラ」を紹介するウェビナーをISETAN（SINGAPORE）様との共催で開催しました。カステラを作る実演も交えながらカステラの



画像3. JCC設立10周年（文楽公演）

歴史や文化、様々な種類や特徴についてシンガポールの方々に知っていただく機会となり、多くの参加者から好評をいただきました。

今後も、このような体験型オンライン・イベントを拡充させるとともに、リアル・オンラインのハイブリッド型の事業にも取り組みたいと思います。

日本シンガポール外交関係樹立55周年

今年は日・シンガポール外交関係樹立55周年（SJ55）を迎え、様々な事業で日本政府観光局（JNTO）と協働しています。

例えば、Asian Civilizations Museum（ACM）では、SJ55に係る特別展『Life in Edo | Russel Wong in Kyoto』を4月16日から10月17日まで、約6か月間に渡り開催しました。また、同特別展と連動する形で、日本の都道府県紹介の展示をJCCの施設内で行いました。



画像4. Life in Edo | Russel Wong in Kyoto

10月に開催されたシンガポール日本映画祭（JFF）は、JCCとSingapore Film Society、国際交流基金の3者が共催したものであり、日本・シンガポール両国が舞台となる映画として、『家族のレシピ』『ジーマーミ豆腐』『糸』の特別上映をしています。

なお、このJFFは、シンガポールで開催される海外映画祭としては最も古いもののひとつです。今年はオンライン上映を含む、全33タイトルが上映され、JCCI Singapore Foundation様とISETAN Foundation様にはスポンサーとしてご支援いただきました。



画像5. 金箔貼り体験型ウェビナー

SNS 広報

JCCは、シンガポールにおける日本の政策や文化への理解を深めることを目的にSNS広報にも力を入れており、現在のJCCのFacebookページのフォロワー数は約1.1万人となっています。また、毎月メールマガジンを発行し、「Friends of JCC」として登録した5000名以上の方を対象に、JCC主催行事に関する情報をお届けしています。



画像6. シンガポール日本映画祭 (JFF)

おわりに

このように、JCCはシンガポールにおける対日理解を深め、両国間の友好関係を更に発展させるため、様々な事業を実施しています。新型コロナウイルス感染拡大により、多くの人を集めたイベントの実施は困難となっていますが、感染予防に十分に配慮して、オンラインやハイブリッド型の事業を取り入れつつ、クリエイティブな事業を展開し、日本の魅力を発信してまいります。シンガポールでは、日本の企業の先進的な取組にとっても関心が高いと言われております。JCCIの会員の皆様におかれましては、引き続き、JCCを発信の場としてご活用いただきますとともに、変わらぬご支援とご協力を賜れますようお願い申し上げます。

JAPAN CREATIVE CENTRE
住所: 4 Nassim Road Singapore 258372
Web: <https://www.sg.emb-japan.go.jp/JCC/>
FB: <https://www.facebook.com/JCCEOJ>

執筆者氏名
古郡 徹 (ふるごおり とおる)

経歴
大学卒業後、外務省入省。本省では北米局、欧州局、国際法局、在外では在チェコ日本大使館勤務を経て、昨年5月から現職。

着任のご挨拶

シンガポール日本商工会議所 監事
NIKKEI GROUP ASIA PTE LTD
Managing Director
渡邊 園子



シンガポール日本商工会議所の皆様、日経グループアジア本社に8月末に赴任しました渡邊と申します。この状況下、皆様と直接お目にかかることがまだ難しく、この場をお借りしてご挨拶をさせていただきたく形となり、大変恐縮に存じます。前任の新藤に引き続き、JCCI監事職も務めさせていただいております。どうぞ、よろしくお願い申し上げます。

日経グループアジア本社はシンガポールを拠点に東南アジアや南アジア、オセアニアでの媒体やサービスの販売、イベント開催などを担当しております。私自身はと言いますと、入社以来ほぼ100%、記者や編集者の仕事をしており、この3月迄の2年間は大阪で関西や中国・四国など西日本発の報道を担当しておりました。ビジネス分野やアジア関連の業務が長く、海外勤務としては1994-97年にシンガポール、2006-09年に上海に駐在。現地の日系企業の皆様には取材等で大変お世話になりました。2016-19年は英文媒体Nikkei Asian Review（現Nikkei Asia）の編集に携わり、消費市場として、また「チャイナプラスワン」の選択肢として再び脚光を浴びる東南アジアの姿をアジアの現場にいる記者たちと報じてきました。

シンガポール赴任は今回で2回目ですが、実に四半世紀ぶりです。当時のシンガポールは総人口342万人（1994年）でMRTはまだ南北線と東西線の2本。今マリーナベイ・サンズがそびえ立つマリーナサウスは空き地だったという記憶しかなく、巨大なジュロン島を作る工事もまだ途上でした。工場取材でジュロンやアンモークオ、マレーシアのジョホール・バル、シャーラムなどを回っていましたが、中国への生産シフトが始まっており、「納入先を追いかけて日本からシンガポールに本社を移したが、今後は他社に先んじて中国で高品質の部品を作る」という部品メーカーの方の取材が強く印象に残っています。

シンガポール自身も国外にも成長を求め、インドネシア・バタム島、ジョホールを結ぶ「成長の三角地帯」構想や、中国やベトナム、インドなどにシンガポール式工業団地を建設する計画が推進されていきました。初めての中国出張も当地からで、開発が始まったばかりの江蘇省蘇州や無錫の工業団地を訪ねました。また第二次世界大戦終結50年の1995年には、ブキティマ攻防戦跡やインド国民軍記念碑など多くの戦跡記念碑が建立され、その取材を通じて日本とシンガポールとの歴史を振り返る機会となりました。アジア通貨危機が起きた1997年にシンガポールを離れましたが、その後、中国駐在時代には中国大陸や香港で活躍するシンガポーリアンと再会。また中国語を学んだことでシングリッシュへの理解度が高まるという思わぬ効果もありました。

この四半世紀で東南アジアを取り巻く国際情勢も大きく変わりました。シンガポール国内でも街並みだけでなく、外国人雇用を巡る状況なども当時とは様変わりです。人やモノの流れの停滞を体験した後、ポストコロナの時代の「ハブ」の在り方などを含め、外側から取材する立場ではなく、当事者として考える立場となりました。皆様にご教示いただくことが多々あると存じます。

メディア業界もコロナ禍で「紙」から「デジタル」へのシフトが加速、残念ながらシンガポールでも9月末をもちまして1990年10月以来31年続いた日本経済新聞国際版（アジア版）の印刷・販売を終了させていただきました。長年のご愛読に改めて感謝を申し上げますとともに、日経電子版やスカウトアジアなどデジタル媒体を通じて引き続き皆様のお役に立てればと思っております。

最後になりましたが、皆様とご家族のご健勝・ますますのご活躍をお祈りし、赴任のご挨拶とさせていただきます。

Mr. Bryan Kong

早稲田大学 国際教養学部 日本概論コース
(September 2021- July 2022)

2020年はコロナウイルスの影響で、日本への留学が叶いませんでしたが、この度、2021年9月より、2019年にJCCI基金奨学生として選抜されたBryanさんが早稲田大学の授業の履修を開始いたしました。日本へ入国ができないため、当分の間はオンラインでの授業参加となります。今回、Bryanさんに日本留学にかける想いについてご寄稿を頂きました。

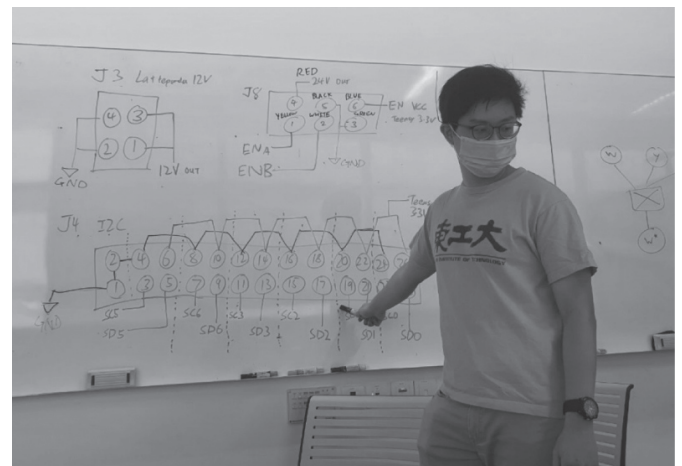
I am Bryan Kong from Singapore and have recently graduated from Singapore University of Technology and Design (SUTD) this September, with a Bachelors of Engineering in Engineering Product Development, specializing in Robotics. It has been a long journey since my first encounter with the Japanese Chamber of Commerce and Industry Singapore (JCCI) and I am extremely thankful for the opportunity provided to me. Currently, I have begun my program in Waseda University, School of International Liberal Studies.

Since young, I have grown up with technology, and fortunately my career prospects aligned with my childhood dreams, building robots. In Japan, the cultural acceptance of technology and robots is interesting, due to how *ものづくり* is prevalent even in children. Once, when I visited Tokyo Institute of Technology for a Robocon challenge during my freshman year in SUTD, I chanced upon a workshop for young children to learn soldering skills, something which was completely unthinkable in Singapore. This has kindled my curiosity and I wish to understand further how the Japanese incorporate technology and engineering into their culture, and daily lives.

Two years prior, I decided to apply for the JCCI Singapore Foundation Waseda One Year Study Programme as a once in a lifetime opportunity. During that period, I highly contemplated the loss of a year in my future career since I would have to take a gap year during my university. In addition to two years spent in National Service, this was precious time potentially lost. However, I spoke to some of my close friends and family, only to realise that a year of career progression pales in comparison to a once in a lifetime opportunity. A chance to spend an entire year abroad in a foreign land, much less the location of my dreams, is extremely hard to come by, and thus here I am today.



Between then and now, there has been much dilemma and debate over the COVID19 pandemic situation, regarding many foreign students in the world, and whether they would be able to attend physical classes in person. Initially, the program was delayed a year due to the drastic measures taken by both Japan and Singapore, having gone under severe lockdown for extended periods of time. After this period, things seemed hopeful considering a lower number of infection cases. However, the resumption of the Olympics put Japan into a further extended state of lockdown, delaying my intended date of travel at the end of August. It was a struggle, especially when my final year project and studies in SUTD were also heavily affected by the pandemic.



Working on my Graduation Project – Autonomous Robot

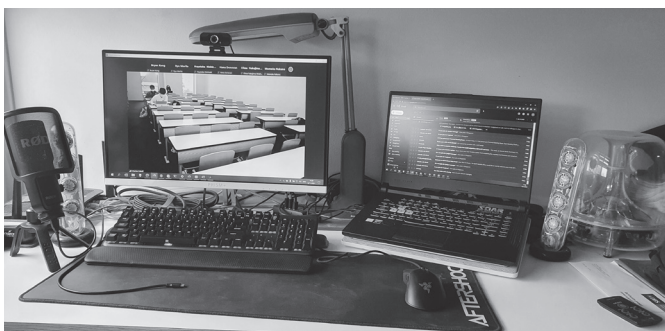
However, I decided to press on in light that the administration of vaccines proved to lighten lockdown measures in both Tokyo and Singapore. As I graduated in August 2021, and was scheduled to fly the following month, the extended lockdown in Japan came as a shock.

This time, I was faced with a decision to either continue or drop the program. Fortunately, my Japanese Language Sensei persuaded me to hold on, as this must have been surely a test of perseverance. It was no easy feat watching my fellow peers from SUTD getting hired or proceeding for further studies in both local and foreign countries, whilst waiting for news from Japan to open its borders. I remembered the original motive for participating in this program, and convinced myself to continue with the online classes, till I can finally fly over to Japan.



Graduation Ceremony at SUTD in September

Classes have taken place for about two months now, and it is almost refreshing to study in a Liberal Studies school, and a foreign one at that. Coming from an engineering background, I wished to pursue interests that I previously could not, to broaden my perspectives, ultimately aiding my career goals of building technology that contributes ethically to society. As I have previously studied Engineering, it is difficult to comment on the differences of how online classes are held in Japan and in Singapore. However, I generally feel more passion coming from the teachers and professors. One class that I took, has a hybrid structure, where the professor has taken the challenge to conduct physical classes, whilst live streaming it online for students who are unable to be present in Japan.



Attending a physical-hybrid class from Zoom

This arrangement is one of the key reasons I stayed on with the program, as it not only shows the willingness of the professor and university, but also allows for me to follow up with a physical appearance in class when I am able to attend courses in person. It will be exciting to meet the faces that I have only seen online thus far. Not many universities or faculties are willing to take up this challenge, as it poses many logistical concerns.

When I finally arrive in Japan, I would want to meet my fellow classmates and past friends should the pandemic situation allow it. There will be much to catch up, especially when I get to tour the Waseda Campus. I am hopeful the day will arrive soon.

The journey thus far has been an arduous one, with many challenges along the way. However, JCCI has been extremely supportive of all my endeavours so far, respecting my decisions and opinions. This would not have been possible without their help. To all future JCCI scholars: have faith and persevere on!

第609回理事会 議事録

日 時：2021年10月12日（火）11：30～12：00

方 法：日本人会 2階 ボールルーム（オンライン参加あり）

出席者：（日本人会）大島会頭、宇野、小野、草野、土橋、江口副会頭、小林（広）、河田、藤、
福地運営担当理事、小林（一）、佐々木、仙波、中西、酒井、大久保、菅原、谷内、馬場理事、
渡邊監事、高橋、中西参与、久富参与、清水事務局長
（オンライン）清洲運営担当理事、辻井、神田、杉浦、阿部、谷口、北村、小出、大杉、高原、
藤田、平井、澤田、宮崎、宮本理事 計39名

大島会頭が議長となって開会した。

議 事：

1. 前回（第608回）議事録

大島会頭が前回（第608回）の議事録について諮ったところ、異議なく承認された。

2. 審議事項

(1) 参与の異動にともなう後任参与の選任について

大島会頭より、新居参与が参与職を辞任し、高橋 良明氏（在シンガポール日本国大使館）を後任参与として選任することが提案され、理事に諮られたところ異議なく承認された。

(2) 入退会について

清水事務局長より1法人会員、2個人会員からの入会申請、1個人会員からの退会申請があった旨説明され、諮られたところ異議なく承認された。これにより会員数は、法人会員725社、個人会員66名、計791会員となった。

3. 報告事項

(1) 会頭報告、最近および今後の主要行事・会合について

大島会頭から、JCCIとして要望を行っていた日本帰国・入国時の水際措置の緩和について、10月1日から条件付きで日本への帰国・入国時の隔離期間が短縮された旨、報告があった。また、9月29日に開催された外国商工会議所とMTIガン大臣のダイアログにつき、草野副会頭から報告があった。

(2) 部会・委員会からの報告

・JCCI基金 募金状況について

藤募金委員長より、10月1日現在で50社から募金を頂いている旨、報告があった。

(3) 大使館ならびにJETROからの報告・連絡事項

日本大使館の高橋公使より、日星間のVaccinated Travel Laneの開始に向けて働きかけていくこと、また、今後、衆議院議員総選挙の在外投票を大使館で実施すること、について報告があった。

ジェットロシンガポールの久富所長より、ジェットロで発行しているビジネスレポート、10月13日に開催予定のDXプラットフォームウェビナーについて説明があった。また、ジェットロにて実施していた「2021年度海外進出日系企業実態調査」への協力お礼につき、発言があった。

以 上

臨時理事会 議事録

日 時：2021年10月20日（水）

実施方法：Eメールによる配信

出席者（回答者）：大島会頭、宇野、草野、土橋副会頭、清州、河田、藤、福地運営担当理、辻井、神田、小林（一）、佐々木、杉浦、阿部、谷口、仙波、中西、中條、大久保、北村、小出、大杉、高原、藤田、菅原、平井、谷内、澤田、馬場、宮崎理事、渡邊監事、久富参与、清水事務局長
計33名

Eメールを通じて審議を行った。

議 事：

審議事項

(1) 日星間のVaccinated Travel Lane (VTL) 開始に向けた要望書の提出について

在シンガポール日本国大使館に向けた日星間のVaccinated Travel Lane (VTL) 開始に向けた要望書の提出について、理事に諮られたところ異議なく承認された。

以 上

<入会承認会員一覧（2021年11月理事会）>

会 員 名	格付	備 考
MISUMI SOUTH EAST ASIA PTE LTD [貿易・運輸部会]	A (法人)	Import and export of standard mechanical component for Factory Automation, Press Die and Plastic Mold 現地法人（100%日本出資） 設立登記：1994年1月 従業員数：57（派遣邦人2）
CHINALINGUA SCHOOL [生活産業部会]	B (法人)	言語教育（中国語、日本語、英語）教育販売、オンライン講座、文化活動 現地法人（現地独立資本） 設立登記：2003年3月 従業員数：29（現地邦人8）
Mr Takashi Nishimura (PRICEWATERHOUSECOOPERS LLP) [法人サービス・IT部会]	D (個人)	Accounting firm 現地法人（現地独立資本） 設立登記：2009年1月 従業員数：3500（派遣邦人10）

最近の推移：

(' 19年7月) 819会員、(' 19年9月) 819会員、(' 19年10月) 820会員、(' 19年11月) 830会員、(' 19年12月) 831会員、
(' 20年1月) 827会員、(' 20年2月) 824会員、(' 20年3月) 823会員、(' 20年4月) 824会員、(' 20年5月) 823会員、
(' 20年5月) 823会員、(' 20年6月) 822会員、(' 20年7月) 821会員、(' 20年9月) 813会員、(' 20年10月) 817会員、
(' 20年11月) 813会員、(' 20年12月) 815会員、(' 21年1月) 805会員、(' 21年2月) 801会員、(' 21年3月) 800会員、
(' 21年4月) 795会員、(' 21年5月) 796会員、(' 21年6月) 793会員、(' 21年7月) 791会員、(' 21年9月) 789会員、
(' 21年10月) 791会員

<新規入会会員紹介>

会社名 (英)	MISUMI SOUTH EAST ASIA PTE. LTD.	
登録代表者名 (日・英)	藤川 和宏 FUJIKAWA Kazuhiro	
所在地	331 North Bridge Road, #05-01 Odeon Towers, Singapore 188720	
電話番号	6733 - 7211	
事業内容	製造業向けにワンストップで多品種の商品を短納期で提供します。	
会社概要	Misumi SEAは株式会社ミスミ（東証一部上場）のシンガポール現地法人として1994年に設立され、製造業向けにワンストップで多種多様な商品を短納期・リーズナブルな価格で提供しております。是非ご利用いただければ幸いです。	

会社名 (英)	PRICEWATERHOUSECOOPERS LLP (個人会員)	
登録代表者名 (日・英)	清水池 誠 SHIMIZUIKE Makoto	
所在地	7 Straits View, Marina One East Tower, Level 12 Singapore 018936	
電話番号	9825 - 1086	
事業内容	日系企業に対して会計監査等のアシュアランス業務を提供します	
会社概要	PwCは社会における信頼を構築し、重要な課題を解決するために、サービスを提供しています。近年、従来の財務情報に加え、SDGs / ESGやデジタルトランスフォーメーション (DX) といった経営課題への対応施策にかかわる非財務情報が重要となっています。PwCは、これらの経営課題への対応が求められる企業のニーズに応えるため、財務諸表監査はもとより、非財務情報にかかわる幅広いアシュアランス業務を展開しておりますので、お気軽にお問い合わせください。makoto.s.shimizuike@pwc.com	

Eメールアドレス ご登録・ご変更等のお願い

拝啓 時下益々ご清栄のこととお慶び申し上げます。

平素より弊所活動にご支援・ご協力を賜り、誠にありがとうございます。

シンガポール日本商工会議所では、Eメールを通じて、セミナーや視察会の他、機関紙「月報」（電子版）のご案内、JCCI基金活動のご紹介など、幅広い情報をお送りさせて頂いております。

法人会員の皆様におかれましては、複数の方のEメールアドレスをご登録頂き、事業へご参加頂けますと幸いです。（何名様でもご登録頂けます。）

敬具

記

<新規登録方法>

- ・ご登録をご希望のEメールアドレスを、info@jcci.org.sgまでお送りください。
メールの件名には「Eメール新規登録」とご記入下さい。

<登録変更方法>

- ・現在、ご登録頂いているEメールアドレスと、新しく送付先にするEメールアドレスを、info@jcci.org.sgまでお送りください。
メールの件名には「Eメール登録変更」とご記入下さい。

<登録削除方法>

- ・削除を希望されるEメールアドレスを、info@jcci.org.sgまでお送りください。
メールの件名には「Eメール削除希望」とご記入下さい。

<本件担当> JCCI事務局（担当：Doris） E-mail：info@jcci.org.sg Tel：6221-0541

他国日本商工会議所紹介、 最近の動向

このページでは、各地の在外日本商工会議所等から、
現地の活動概要などに関する情報をお届けします。



名称 (日・英)	台北市日本工商会 The Japanese Chamber of Commerce & Industry Taipei		
住所	7/F No.9, Xiangyang Rd., Zhongzheng Dist, Taipei City 100417, Taiwan		
会員数	499社 (2021年9月末現在)	設立年	1971年
TEL	+886-2-23610052	E-mail	koushoukai@japan.org.tw

事務局からの一言

台北市日本工商会は会員相互の親睦を図り、日台親善と両国間の貿易・経済合作の発展に寄与することを目的として、1971年に設立した社団法人です。主な活動内容は下記の通りです。

1. 組織と活動内容

理事長・常務理事2名を含む理事23名、常務監事1名を含む監事会5名で構成される理監事会のメンバーが、工商会の業務を分担し日常活動を行っています。6委員会と業種ごとの17部会があり、それぞれが活動を行っています。各部会は定期的に例会を開催し、それ以外にゴルフコンペ・忘年会等の懇親活動も行っています。

2. 「白書」の提出：工商会の重要活動で、台湾政府の関心も高い

商務広報委員会が中心となり、毎年“主要なる政策提言”、部会・企業からの“個別要望事項”で構成されている「白書」を作成、10月初に台湾政府国家発展委員会に提出しています。20年度白書では64項目の個別要望事項がありました。台湾政府は64項目全てに対して、21年1月に関係政府機関・部署による回答(約120頁)を纏め、工商会に送って参りました。政府回答に対する各部会による評価結果に基づき、本年は、8月に国家発展委員会主催による全議題協調会議を開催、二日間(計約5時間)にわたって議題毎に関係者を呼んで議論を行いました。例年このルーティーンで年間を通じて活動を行っています。

緊急を要する課題については、個別の打合せの場を設定してもらい、政府関係省庁・機関と打ち合わせをおこないます。多くの緊急課題がこの方法で解決に向けて大きく前進しています。2021年版白書は10月8日に国家発展委員会主任委員(閣僚級)に手渡されました。

3. 新型コロナ感染拡大について

台湾政府は2003年のSARSによる感染拡大の経験を活かし、この度の新型コロナに関しては発生初期から徹底した対策を取り、感染拡大の押さえ込みに成功してきました。5月に変異型コロナによる感染が拡大しましたが、準ロックダウンともいえる警戒レベルを発令、三か月後には一日の域内感染者がほぼゼロとなり、警戒レベルも下げられました。しかし、デルタ株等の変異型による感染に対する警戒は継続されています。

在台日系企業は台湾政府の指示に厳格に従い、リモート勤務等、感染対策を取りました。警戒レベルが下げられたのちは、ほぼ通常の勤務体制に戻っていますが、依然として警戒は緩めていません。工商会の会員企業数にほとんど変動はありません。航空・観光・飲食関係に大きな影響が出ています。一方多くの業種では新型コロナの影響はなく、電子産業はむしろ業績が大きくUPしているところもあります。台湾政府は海外からの渡航を厳しく制限しており、駐在員の円滑な交代に支障が出ています。台湾政府に善処を求めています。依然として大変厳しい状況です。

月報 December, 2021

編集後記

企業活動が完全オンラインに移ってはや2年。

with COVIDの生き方が今後の主流となり始めた2021年10月から今月号の編集作業を開始いたしました。今月号はそんな変わりゆく世界で、私自身が一番の変化や疑問を感じていた部分の専門家を招いて執筆を依頼しました。

1つ目の記事はユーザーに刺さる動画コンテンツの作り方。営業活動やマーケティングが完全オンラインに移行していく中、ターゲットとなる顧客に届くコンテンツをどのように作ればいいのか？そんな疑問に対する答えをYoutuberとして生業にされているGhibOjisanにお伺いしました。最初の10秒のインパクトは重要ですね。

また2本目の記事では、COVID対策で市場に出回る資金がどのようなところに流れているのか？大きな潮流はどうなっているのか？という部分をシンガポール特有のファミリーオフィスという観点からUBSの中村さんに掘り下げてもらいました。少し夢のような世界ではありますが、視野が広がる内容です。

これらの記事が皆様にとっても、新しい取り組みに対する気づきや参考になれば幸いです。編集後記を記載している現段階では、未だ日本シンガポール間は往来がしやすい状況になく年末年始もシンガポールで過ごされる方々が多いとおもいます。過去2-3年日本に帰っていないという方も多いと思いますが、自由に往来ができる日を夢見て、トロピカルな正月を堪能しましょう。

(編集後記担当：SANSAN GLOBAL PTE LTD 千住 洋)



千住

○名前：千住 洋 (せんじゅう ひろし)
○出身地：メキシコシティ
○在星歴：2年3か月 (2019年9月～)
○会社名：SANSAN GLOBAL PTE LTD
○仕事内容：Regional CEO
○趣味：サッカー、釣り、ラグビー
○シンガポールのお気に入り：オープンな人柄
○読者の皆様へ：コロナが収束し皆様と大勢で飲める日を楽しみにしております。

発行

JAPANESE CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY, SINGAPORE
10 Shenton Way #12-04/05 MAS Building Singapore 079117
Tel: 6221 - 0541 Fax: 6225 - 6197
E-mail: info@jcci.org.sg Web: <http://www.jcci.org.sg>

編集

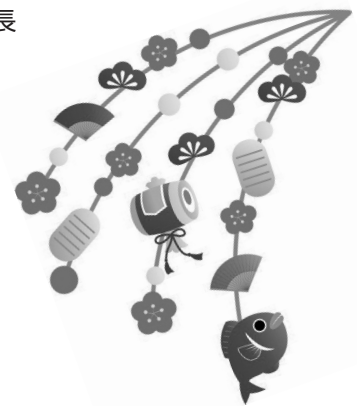
TOUBI SINGAPORE PTE.LTD.
138 Robinson Road #18-03 Oxley Tower Singapore 068906
Web: <http://www.toubi.co.jp/>

印刷

adred creation print pte ltd
Blk 12 Lorong Bakar Batu #01-01 Singapore 348745
Tel: 6747 - 5369 Fax: 6747 - 5269
Web: <http://www.adredcreation.com/>

<2022年1月号月報 掲載予定記事一覧>

- ①新年のご挨拶
- 会頭
- 大使
- 各部会 部会長
- ②新春座談会
- ③広報委員会
- 委員長ご挨拶
- 委員紹介
- 主要ニュース
- ④経済展望
- ⑤着任のご挨拶
- ⑥JCCI基金
- 御礼
- 寄付先紹介
- 募金状況
- ⑦活動報告・お知らせ
- 理事会議事録 (2021年11月)
- 入会承認会員一覧 (2022年1月理事会)
- 新規入会会員紹介
- 編集後記



※タイトル及び記事内容については、執筆者の都合により変更される場合があります。

One Asia Lawyers Group / 弁護士法人OneAsia

日本・アジアをつなぐワンストップの法律の プラットフォームを創造する

アジアの法律アドバイスをワンストップで提供

アジアの経済発展や人口増加等に伴い、アジア各国に展開する日本企業が増加を続けています。One Asia Lawyers Groupは、東南アジア・南アジアなどのアジア各国の法律情報を、ワンストップでシームレスに提供するために設立された法律事務所グループです。当グループは、現在、日本国内（東京・大阪）の他に、ブルネイを除く全てのASEAN加盟国、インドを中心とした南アジア各国、そしてオーストラリア、ニュージーランド、イギリスの19か国にオフィスを展開しています。そして、それぞれのオフィスに日本法弁護士・専門家を配置し、現地の法律事務所と緊密に提携しながら、アジア太平洋地域に展開する日本企業にワンストップのリーガルサービスを提供しています。

One Asia Lawyers Groupの特徴は、アジア各国

の現地に根付いたリーガルサービスの提供です。例えば、当グループのシンガポールにおいては、日本法・シンガポール両資格を有する、シンガポール裁判所で代理が可能な日本人弁護士が揃っており、タイ・ベトナム・ラオスなどの英語が公用語ではない法域においてはタイ語・ベトナム語・ラオス語などの現地言語にも堪能で、在住経験が長い経験豊富な日本人専門家が揃っております。さらに各国の日本人メンバーは現地において10年以上居住したメンバーもいるなど、アジア現地における法律実務、商習慣に精通した専門家が現地に根付いたプラクティカルなアドバイスを提供しています。そして、そのネットワークを活かして、日本本社、シンガポールやタイの統括会社にワンストップのリーガルサービスを提供しています。



One Asia Lawyers Group / 弁護士法人One Asia

One Asia Lawyers Groupはアジア各国のリーガルアドバイスを、シームレスに、ワンストップで提供するために設立された日本で最初のアジア法務特化型の法律事務所です。2020年10月にはオーストラリア・ニュージーランドオフィスを開設しています。

弁護士・スタッフ数：約300名（シンガポール23名、タイ19名、マレーシア10名、インドネシア13名、ベトナム22名、フィリピン20名、カンボジア38名、ラオス7名、ミャンマー20名、南アジア25名、オーストラリア・ニュージーランド60名、東京40名、大阪9名）

所在地：東京都千代田区霞が関3-2-5

霞が関ビルディング31階

電話番号：03-6550-9000

ウェブサイトアドレス：<https://oneasia.legal/>

メールアドレス：info@oneasia.legal

One Asia Lawyers Groupのシンガポール事務所はFocus Law Asia LLCです。Focus Law Asia LLCにおいては、日本法弁護士で初めてシンガポール法資格を取得した弁護士をはじめ経験のある日本人弁護士などのジャパニーズデスクおよそ10名、シンガポール人弁護士等も合わせて総勢およそ25名にて、シンガポールにおける様々なリーガルニーズに対応しております。

One Asia Lawyers Group : Focus Law Asia LLC

Address : 16 Raffles Quay #16-04 Hong Leong Building Singapore 048581

info@oneasia.legal

確かな明日を支える メンテナンス

ミラドールは、石油化学プラント・製薬プラント・
廃棄物処理プラント・データセンター等の総合メンテナンス企業。

シンガポールで20年以上に渡ってあらゆる工事を手掛け、
そのノウハウと歴史を積み重ねてきました。
プラント施設の運営受託も行っており、
今日もシンガポールや世界のどこかで保全や整備を行っており、
さらなる進化を続けています。

お客様のため、そして未来のために。
メンテナンスで確かな明日を支えるミラドールです。



住所 2 Sims Close, Gemini @ Sims #07-07 他、2拠点 (Benoi Workshop & Jurong Island Yard)
電話番号 65 6298 2205
E-mail contactus@miradorbcpl.com
担当者 角谷 岳志 (Sumiya Takeshi)
提供サービス概要 石油・特殊化学・製薬産業向け総合プラントメンテナンス工事サービス、パワープラント施設の
運営管理受託サービス、オフィスクリーニングサービス、その他建設工事サポート等
資格・認証 ISO9001, ISO 45001 bizSAFE (LevelStar) (シンガポール安全衛生管理規格最高水準)
社員数 約500名

サービス詳細・
工事実績はこちらから



<https://miradorbcpl.com/>



Mirador Building Contractor Pte Ltd

Mirador Building Contractor Pte Ltdは株式会社ダイサン(株式会社番号4750)の子会社です。