



# 国際会議における地域の魅力発信 ～G20愛知・名古屋外務大臣会合における愛知・名古屋の取り組み～

愛知県政策企画局国際課 本庄 俊和

## 国際会議は自治体 PR のチャンス

世界中から注目を集める国際会議は、開催地元が地域の魅力を世界に発信する絶好の機会です。重要な会議が安心・安全・円滑に開催されれば、十分なインフラやノウハウを備えた会議開催地として国際的なプレゼンスが向上、さらには、海外から来訪する多数の参加者やメディア関係者を受入れ・歓迎する中で、直接魅力をアピールすることもできます。

こうした考えから、愛知・名古屋では、2010年の「生物多様性条約第10回締約国会議（CBD-COP10）」、2014年の「ESD ユネスコ世界会議」を始め、これまで大規模な国際会議をいくつも誘致してきました。2016年に三重県で開催されたG7伊勢志摩サミットでは、サミットのゲートウェイとして、中部国際空港における受入れ・歓迎や名古屋市に宿泊したアウトリーチ国首脳等へのおもてなしを行いました。

## G20 外務大臣会合が愛知・名古屋で開催決定

そんな中、日本はG20（金融世界経済に関する首脳会合）の2019年議長国に。愛知・名古屋は早速誘致



G20 愛知・名古屋外務大臣会合

活動を展開し、2019年11月にG20愛知・名古屋外務大臣会合が名古屋市で開催されることになりました。来県する29か国の各国政府代表団および海外メディア関係者には、会合の前後や合間に愛知・名古屋のさまざまな魅力をぜひ見ていただかなければ。もちろん、まずは会議そのものを成功させることが最重要事項。問題は「会議本体を最優先にしつつ、いかに地元の存在感を出していくか」です。

## 魅力発信の戦略を練る

通常、こうした国際会議で地元が魅力を発信する主な機会は、歓迎レセプション、展示スペース、そしてエクスカーションの3つです。このうち、歓迎レセプションとエクスカーションは、会議日程が想定よりも短縮されたことで実施が不可能となってしまいました。残るは展示スペースのみですが、今回の会合会場は名古屋観光ホテル、国際メディアセンターはヒルトン名古屋。どちらも一流ホテルですが、コンベンションホテルではないため、展示可能なスペースは限られています。

そこで考えたのが、2会場で役割を分担する作戦です。愛知・名古屋の魅力は大きく分けて2つ。1つは日本一のものづくり産業の拠点、もう1つは三英傑を輩出した歴史・伝統の地です。会合会場には、歴史・伝統をテーマに、ホテルの雰囲気にもマッチした美しい伝統工芸品を展示、メディアセンターには産業・技術をテーマとした体験型の展示スペースを設置することにしました。

## いよいよ会議本番

1年以上の準備期間を経て、いよいよ会合が始まりました。本当は本会議場の目の前の3階ロビーに展示したかったのですが、スペースの制約で叶わず。代わりに、政府関係者控室のある2階ロビーに、関係団体から借り

受けた尾張七宝、有松・鳴海絞、名古屋友禅、瀬戸焼、常滑焼等の品を美しくディスプレイしました。3階には、高さ 2.7m、横幅 18m の特大パネルを設置、名古屋城や美しい田園風景、自動車、航空機、ロボット、リニア等を大判写真で再現しました。会合終了後、某国大使館のホームページにパネルをバックにした大臣のツーショット写真がアップされているのを発見した時は思わず「やった！」とガッツポーズしました。



会合会場ロビーに伝統工芸品をディスプレイ



愛知・名古屋 PR 特大パネル

一方、国際メディアセンターには、各企業や団体の協力を得て、パワードスーツや警備ロボット等の体験コーナー、最先端ロボットアームで点てた抹茶の試飲コーナー、日本酒やお菓子の試飲・試食コーナーなどを設け、語学堪能な大学生ボランティアから各国の記者へ積極的に PR してもらいました。展示内容が記事になったかどうかは分かりませんが、名古屋城にある狩野派の襷絵をモチーフにした和テイストの会場は、TV 局による現場レポートの背景として活用されました。



和テイストの愛知・名古屋魅力発信スペース



抹茶ロボットは注目度大



大学生ボランティアが愛知の地酒を PR

## これからも魅力発信を続けます

こうして、スペースや時間に制約のある中、テーマを明確に、中身重視でコンテンツを選びすぎることで、「Technology & Tradition」の愛知・名古屋の多彩な魅力を世界に発信できたのではないかと思います。

愛知・名古屋は、東京、大阪、京都等の大都市と比較して、国際的知名度は高くないのが現状ですが、これからも国際会議を積極的に誘致し、会議支援と魅力発信をしっかりと行うことで国際的なプレゼンスを高めていければと思います。