



学生スタッフ NPO 法人学生ネットワークWAN

取材 株式会社アクティネットワーク社
車 東喜さん

■今月の取材先 株式会社アクティネットワーク社 とは？
新規事業者の参入、サービス領域の拡大やIoTの普及など刻一刻と変化する市場のなか、付加価値のある安定したサービスを提供することを目指し、出版事業、広告・制作、メディア事業、コンサル事業などを福岡を拠点に幅広く展開している。

「福岡の地から『インバウンド』で 日本の未来を輝かせます」

株式会社アクティネットワーク社は、1988年に設立され、広告代理事業からスタート。2000年にIT情報サービス事業、2001年に海外事業プロジェクト、2003年にはフリーペーパー事業を開始し、事業規模を拡大した。2014年には動画事業コンサルティングを展開し、翌年2015年には、日本や九州を楽しむサービスを、外国人の体験を通して世界に伝える地域密着型インバウンド事業Feel Fukuoka Japanが誕生した。

そんなアクティネットワーク社のFeel Fukuoka Japanに所属する韓国出身の若手社員、車 東喜（通称：ヒヤ）さんに、10年後をテーマにお話を伺った。

（株）アクティネットワーク社に入社した経緯について教えてください。

元々は別の仕事をしていたのですが、たまたまFeel Fukuoka Japanのスタッフに知り合いがいて、その方に「韓国語で福岡を紹介する動画を撮影するために、韓国語を話せるキャストを探しています。もしよろしければやってみませんか？」とお声がけいただいたのが最初のきっかけです。そうして、まずは韓

国語で福岡の情報を発信するキャストとして事業に関わるようになりました。

実際にFeel Fukuokaの動画を見て、外国人目線で福岡の情報を紹介している点が面白いと思いましたし、自社のインバウンド事業にも非常に惹かれました。また、自分の翻訳スキルも生かすことができると思ったので、後に入社しました。

ヒヤさんはアクティネットワーク社に入社して4年目とのことですが、ちょうど入社されたところにFeel Fukuoka Japanの事業が始まったそうですね。

私たちアクティネットワーク社は、Feel Fukuoka Japanのプロジェクトがスタートする前はフリーペーパーを発行しており、当時は主に海外の情報を日本に紹介していました。しかし時間が経つにつれ、フリーペーパーの市場環境がどんどん変化してきて、それを機に方向転換をしたのがFeel Fukuoka Japan誕生のきっかけです。これまでとは逆にインバウンド市場に注目するようになり、福岡の情報を海外に向けて発信するようになりました。4年たった今も弊社はインバウンドに焦点を当てて事業を行っています。

Feel Fukuoka Japan におけるヒヤさんの現在の仕事内容を教えてください。

韓国語翻訳業務や観光記事作成、自社インバウンドメディアの広報活動を担当しています。翻訳業務としては、主に観光パンフレットや韓国マップの翻訳を行っており、広報活動ではFacebookやInstagram、Twitterなどを使ってSNSによる情報発信を行っています。

私は福岡に10年以上住んでいるのですが、福岡は美味しいご飯やおしゃれなカフェが多く、アクセスが良いところが魅力的ですね。実際に私が住んでみていいなと感じた福岡の良さを外国人に発信できる仕事なのでとても楽しいです。

そんな福岡の良さを発信するFeel Fukuoka Japanの動画の魅力を教えてください。

福岡ならではの特別で楽しい体験を、福岡に在住している外国人の視点で自らの母国語を用いて伝えている点がFeel Fukuoka Japanの魅力であり、強みだと思います。博多人形絵付け体験などの福岡ならではのアクティビティやどんたく・山笠などのイベントは福岡の魅力あるコンテンツだと思います。

Feel Fukuoka Japanは福岡に特化したWEBメディアですが、最近では福岡のみならず九州の情報も発信しています。Feel Fukuoka Japanはまだ始まったばかりなので、まずはこの事業を定着させていきたいですね。

動画などによる情報発信を通じて見えてきた、インバウンド事業の課題はありますか。

多言語化が進んでいないことが課題であると思います。実際に、訪日外国人観光客の方から、Wi-Fiを使える場所にたどり着いたものの、そのWi-Fiの案内が多言語化されておらず困ったという話を聞きます。街中の多言語化を進めるよう呼びかけていくことで、観光をさらに活性化していくことができると思います。

現に、私たちアクティネットワーク社も自治体や他の企業に「多言語化しませんか?」とお話することがあります。最近では地方の自治体でもインバウンド対策に力を入れているので、前向きに考えてくださるところが多いですね。福岡においても九州全体でも、インバウンドの需要は増えていると思います。



確かにインバウンドの需要は高まっていますね。今、日本でインバウンドが必要だと言われるようになったのは、なぜでしょうか。

最近、地方では過疎化が進んでおり、そのような街では特に外国人を呼ぶことで街を元気にしたいというところが増えていきます。また、日本に来る外国人観光客の方はリピーターの方が非常に多いですね。政府だけではなく、企業や地方の自治体も地域活性化のためにインバウンド対策に力を入れていくと思うので、ますます需要も増えてくると思います。

今後のインバウンド事業の動向が楽しみです。

ヒヤさんは今後10年間、アクティネットワーク社で挑戦してみたいことはありますか。

Feel Fukuoka Japanは、今は主に観光地などを紹介していますが、今後はユニークで面白い企画も考えていきたいと思っています。思わず笑いを誘うような内容も外国人に刺さると思うので、そんな企画を考えていきたいです。そこから事業の幅を広げ、「福岡のインバウンドメディアといえばFeel Fukuoka Japan」と認知されればいいなと思います。

そして個人としては、翻訳の仕事の幅も広げていきたいです。日本に10年以上住んでいますが、未だに表現力が未熟だと感じることが多いので、仕事を通してさらに磨いていきたいです。今は翻訳の仕事が主ですが、いつか通訳などでもできるようになりたいですね。

最後に10年後の展望を教えてください。

私はK-POPや韓国カルチャーに興味があるので、韓国カルチャーに関するお仕事に挑戦していきたいです。また現在日本でも韓国のバラエティなどがネット番組やアプリを通じて配信されていますが、そのような翻訳業務にも携わってみたいと思います。今はFeel Fukuoka Japanで福岡の情報を世界に発信していますが、先程述べたコンテンツを通して「ゆくゆくは韓国の情報を、日本やその他の国に発信する仕事に挑戦したいです。」

インバウンドの需要が高まる中、外国人目線で福岡そして日本の魅力を発信する仕事はますます重要になってくるのだと感じました。世界にアピールすべき日本の魅力を改めて考えていきたいです。

ヒヤさん、貴重なお話をありがとうございました！





■NPO法人学生ネットワークWAN とは?
設立17年目を迎える学生主体のNPO。「学生だから〜できない」「地方だから〜できない」を変えるべく全国19地域の情報発信支援や、地域の関係人口をつくるコンテンツ企画運営をしている。私たちの運営するサイト「ガクログ」もぜひCHECK!!
してください!
<http://www.gakulog.net/>

