

## N o 7 : 中国とシンガポール

中国本土では10月1日～8日は、国慶節と中秋節を合わせた大型連休だった。中秋節は伝統的な祝日で家族が集まる機会でもあり、帰省や旅行など延べ24億人が移動したという。人口750万人の香港にも延べ140万人が訪れ、観光地では多くの人の姿が見られた。

中国と祝日制度が異なる香港は大型連休ではなかったが、9月に中国本土とシンガポールに足を運んだ。

中国南部の大都市・広州では自治体国際化協会北京事務所（クレア北京）と連携し、広東国際旅游産業博覧会（CITIE2025）に出展し、本県のPRを行った。ロシアやサウジアラビアなどの大きなブースが並ぶ中、日本パビリオンも盛況。今回の連休の海外旅行先人気1位も日本ということだった。

香港から高速鉄道で1時間の距離だが、広州はまるで別世界。巨大な会場付近では、道幅が広大な道路を電気自動車（EV）が走り抜ける。電動バイクにはヘルメットの代わりに日傘を差した人もおり、親子3人乗りも珍しくない。物価は安い、支払いに専用アプリのみのため、スマホの紛失や充電切れは致命的。どれも日本とも香港とも異なる生活様式である。

一方、シンガポールでは、バスケットボールのアジア代表としてFIBA インターコンチネンタルカップ 2025 に出場した宇都宮ブレックスを応援した。多くのファンが会場に集い、「GO BREX!」「LET' S GO TOCHIGI!」の声援が響き渡った。マレー半島の先端で、各大陸の代表相手に奮闘するブレックス。栃木県内の会場と見まがうほどの熱気。ブレックスの魅力やスポーツの持つ力を目の当たりにした。

シンガポールの決済手段は多様で安心だが、物価は香港以上。ビールの値段も高く、会場内では約1500円。飲み過ぎれば、痛風だけでなく財布にも響く。

わずかな経験だが、各地の活気や生活の違いを身をもって知るとともに、多くの人の移動も生み出す伝統文化やスポーツの持つ力を実感している。より効果的な本県プロモーションのために、これらの要素をうまく取り入れられないか改めて考える機会にもなった。

中国では2月に春節の大型連休を控え、ブレックスは香港を含む国内外で国際試合が予定されている。各地の生活や文化に関心を寄せ、試合は精いっぱい応援しつつ、本県の魅力をより多く届けられるよう工夫していきたい。



【中秋節の香港市街地の様子  
＝6日、香港・湾仔】