

フィールドスタディC 報告書

担当：古川裕康

スペイン（バルセロナ）

実習期間：2025年9月1日～9月7日

テーマ：スペインと日本の文化差異に関する実態調査

<概要>

世界で最も健康な人が多いとされるのがスペインである。その背景には働き方や食、街づくりの特徴など文化的な側面があるとされている。本授業では企業や公共経営において理解と把握が大変重要な「文化」という側面に焦点を絞り、その差異について実際に現地に赴き体感しながら学ぶプログラムである。本講義では実際に協力頂ける企業を探しながらヒアリングも実施し、経営活動における文化の影響を調査し、日本との差異についても学ぶ。価値観、生活様式、商習慣、消費者行動の文化的差異を理解する事は、国際的な経営活動において大変重要である。

<到達目標>

海外の現場に赴き、自身の眼や肌で世界の動向について感じてもらう。日本企業や、自治体が実施している努力や課題そして特徴について、海外の動向を調査する事で相対的に理解する。

概況

- 年間300日前後晴天が続く。
- 特にバルセロナ地域は他のスペイン各都市とは異なり、独立心が強い。1/4が移民で占められていることも特徴的な点である。
- 自身の休暇や楽しみについても他国の人々に比べて大事にしている。





Freixenet

- Freixenetの工場で、同社の歴史とブランディングについて学んだ。
- ボトリング本数で数えると、コカコーラ社に次いで世界2番目の規模を誇るブランドにまで成長したFreixenet。
- 世界で展開されるグローバル・ブランドがどの様に構築されて来たのかについて理解を深める良い機会となった。

デザイン建築 と街並み

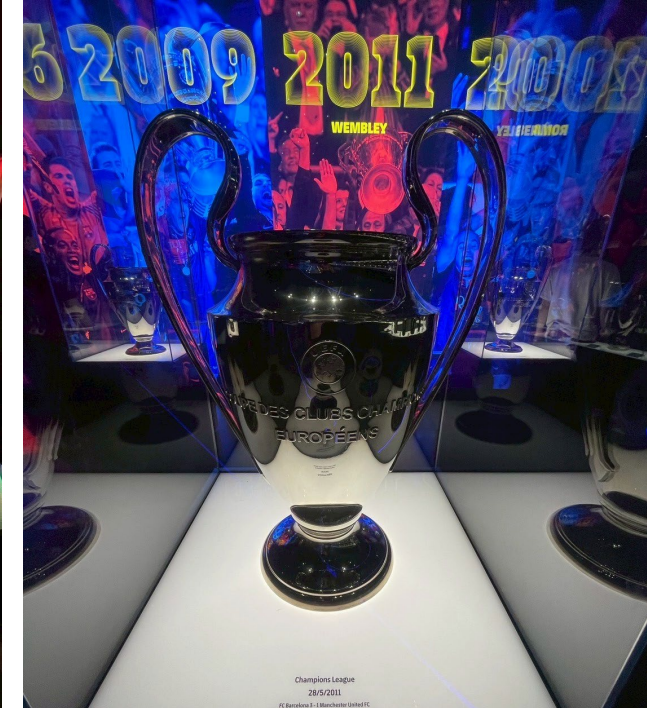
- バルセロナはガウディを初めとした著名な建築家の作品が街作りの基盤となっているのが特徴です。
- 街を散策することが観光の目的となるので、海外からの渡航者の満足度が高い街づくり（ツーリズム・マーケティング）のポイントとなっています。





デザイン建築と街並み

- 過去の作品をうまく活用することで継続的な観光・文化消費需要を喚起している点が特徴でした。
- 従前は無料でオープンになっていた公園も現在では有料化されており、各所から安定的な収益を確保できるような仕組みづくりがされています。



FCバルセロナのブランディング活動

- バルセロナの文化創出の一翼をになっているのがスポーツである。特にサッカーを初めとして幾つかのスポーツを展開しているクラブ（FCバルセロナ）はこの都市の特徴を形作っている重要な要素である。
- 今回、実際に同組織のブランディング体験施設にも訪問し、歴史的な観点からどのようにスポーツマーケティングが展開されてきたかについて学ぶことができた。



花王ケミカル

- 日本企業でいち早くスペインに進出したのが花王ケミカルである。
- 現在は欧州を統括して研究開発や製造を担っており、欧州地域の花王グループを支える重要な存在となっている。
- 事業概要をはじめ詳細にご紹介頂き、実際の香料を使いながら体験学習もさせていただきました。



総括

- 短い時間ではあったものの、様々なビジネスや芸術が複雑に絡み合って成立している街がスペイン、バルセロナの特徴であることを実感することができた。
- 現地の食、国民性、風土等を学生達も感じる事が出来た様である。人間の行動は気候などの地理的要素から構築される部分も大きい。
- バルセロナの人々が持つ価値観が出来上がる背景や要素についても深い学びのあるフィールドスタディとなった。

