

## 第4回オンラインセミナー

### 「日本の地域の魅力を、ロンドンから」を開催

5月26日、外務省が対外発信拠点として設置する Japan House LONDONの館長マイケル・フーリハン氏、企画局長サイモン・ライト氏を講師にお招きし、オンラインセミナーを開催。同Houseと自治体とのコラボレーション事例などについてご紹介いただくとともに、各地域固有のモノや技術の背景にあるストーリーを伝えることの重要性について解説いただいた。参加者の関心も高く、海外に向けたプロモーションの手法など、多くの質問が寄せられた。

#### ○ 「Japan House LONDONとは」館長 マイケル・フーリハン氏



Japan House LONDONは、ロンドン市内のハイストリートケンジントンに位置し、3フロアにわたり展示・物販・飲食・ワークショップイベントなどで利用できる様々なスペースがある。基本コンセプトとして「ものづくり」に注目しており、伝統や歴史を伝えられるものや、素材や製品の質というものを肌でわかるようなものを紹介している。

#### 自治体とのコラボレーション方法としては、大きく2つの方法

① 地方自治体と同 House が協働でパートナーシップという形を結び、展覧会、イベント、パフォーマンスなど、いわゆるパブリックプログラムを通して、地方の物産を紹介していくという方法。これらのプログラムは、同 House の文化プログラムの一部として主催することになり、コストは共同で負担する。例えば、Japan House が場所の提供とマーケティングなど。プロジェクトによって異なるが、講演者や出演者の旅費などが自治体負担として考えられる。

② 地方自治体が独自に同 House のスペースを借り、商業的なイベントを開催する場合

酒や食べ物などのプロモーションイベントで使うために同 House を利用する場合、会場費については、ロンドンのほかの会場より、費用は低めに設定してある。付加価値的な部分として、同 House が日

本とのつながりが確実に認識されているという点や、日本の財政規則や物流に関して理解があるということが大きな利点でないかと考えられる。どの自治体のご提案も、独自のテーマやニーズがあるかと思うので、それぞれの状況に合わせて、サポートさせていただく。

## ○ 「ジャパンハウスロンドンで地域の魅力を紹介してきた事例について」 企画局長サイモン・ライト氏

＜地域とのコラボレーション事例＞

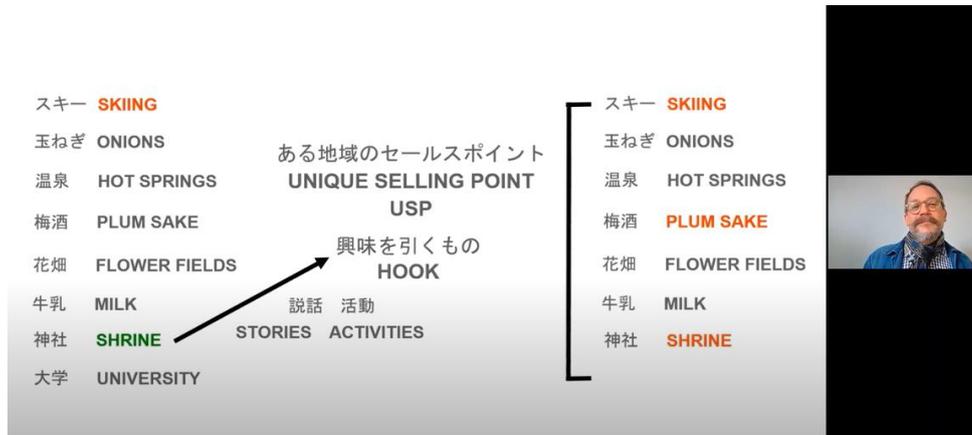
- ・ 燕三条(2018年)・・・展示・イベントを実施。下写真の「鍛ウオール」が、現地の人に大変好評だった。イベントでは、箸置きを作るワークショップを実施。



- ・ 徳島県(2020年)・・・東洋文化研究者でアレックス・カー氏を招き、トークイベントを実施。 ※アレックス氏は、徳島県東祖谷で茅葺き屋根の民家を購入し、日本の古民家の魅力について発信している。
- ・ 北海道(2020年)・・・ムックリ(楽器)やアイヌの刺繍を体験できるワークショップを実施。
- ・ 奈良県(2019年)・・・大英博物館の展示期間と合わせ、コラボレーション企画を実施。神楽や声明のイベントを開催したほか、写経や楽器体験などのワークショップも行った。
- ・ 益子(栃木県)(2020年)・・・益子陶芸美術館学芸員の松崎裕子氏と陶芸家の竹下鹿丸氏をスピーカーに、[オンラインイベント](#)を実施。
- ・ 丹後(京都府)(2020年)・・・布の展示企画に合わせ、丹後の布の展示を実施。併せて[オンラインイベント](#)も企画し、京都丹後ちりめんのオンライン工場見学を実施した。



## 日本の地域の魅力を発信するヒントとは？



自治体が地域の魅力を発信する際、よくある例として、スキーや温泉などを PR する傾向にあるが、英国人からすると、わざわざ数十時間もかけて、日本に行く目的にはならない。なので、その地域にしかないものを地域のセールスポイントにした方がよい。例えば、宮崎県であれば、「神楽」や「彫り物(えりもの)」など、その地域にしかないもの。また、同 House でイベントを実施する際には、下記のような機関ともコラボレーションをすることもできる。



## ○ 質疑応答

- ・ Japan House London のプロモーションに関し、重視していることは何か？

英国の人々にアピールするものであるということを重視しているほか、日本の各地域の多様性や、その地域にしかないものを紹介することに重きを置いている。特に、英国の人々に向けては、物語、ストーリーが重要な要素となっている。ただ単に、「モノを見せる」、「イベントで紹介する」だけでなく、その「モノ」の背景にあるものを伝えることが大事。

- ・ 日本人が気づいていない、日本のものづくりについてはどういうものがあるか？

気づいていないから難しいのではないかな。日常生活の中で、普段から使われているものが大事だと感じる。例えば、浮世絵のイベントを実施した際に、版画に携わる人は版画の「板」を見せようとしたが、それ

よりも、新聞紙が板の包み紙として使われていたことに注目が集まった。

・ **燕三条、北海道など、これまでイベントを実施した際の、現地の方の反応はどうだったか？**

みなさん、感動していた。マイケル館長も話したように、現地の方は「モノ」の背景にあるストーリーに注目する。燕三条の企画展での例だと、髭剃りを作る職人さんのデモンストレーションを見た人の中には、彼に後継者がいないという話を聞いて、涙を流す方もいた。

・ **Japan House のレストランで人気の和食は？**

日本酒やウイスキーが人気。将来に向けてのチャンスとして、まだ英国では知られていないような、人々を驚かせるような食の企画を持ち込むことも1つ。英国人は、地域によって多様な食べ物があるということをまだ知らないの、そのような企画で和食の深みを紹介し、**和食は寿司だけではない**ことを伝えることができると思う。

・ **Japan House では様々なイベントが開催できると思うが、スポーツなどのイベントも可能なのか？**

武道や相撲などのイベントを企画しようとしていたが、新型コロナウイルスの影響で中止になった。ホールの中で、多様なイベントはできると思う。

・ **Japan House に日本語で問い合わせしてよいのか？イベントの集客については？**

日本語での問い合わせは可能。イベントの集客については、ウェブサイトで周知を行っているほか、マーケティングや企画チームがつながりのある現地の方にPRできる。ホールは120名くらいが定員だが、毎回満員となっている。

---

※ 参考

★Japan House London ホームページ

<https://www.japanhouse.jp/what/london.html>

★自治体国際化フォーラム 352 号(2019 年 2 月)=ジャパン・ハウス始動！

[http://www.clair.or.jp/j/forum/forum/pdf\\_352/04\\_sp.pdf](http://www.clair.or.jp/j/forum/forum/pdf_352/04_sp.pdf)