



上海・北京の蔦屋書店で 工芸品を通じた日本の魅力発信イベントを開催！

(一財)自治体国際化協会北京事務所 所長補佐 山田 知輝 (岐阜県派遣)

2024年12月と2025年1月の2回、上海と北京の蔦屋書店で工芸品を通じた日本の魅力発信事業を行いました。本イベントには事前に応募のあった自治体が参加し、上海会場には宮城県、福島県、神奈川県、石川県の4自治体、北京会場には群馬県、富山県、福井県の3自治体が参加しました。会場ではそれぞれの地域の工芸品を展示したほか、各県の担当者が地域の観光情報や工芸品の魅力についてプレゼンテーションを行いました。

中国に店舗を展開している蔦屋書店

日本でも馴染みの蔦屋書店は中国を含む海外でもチェーン展開し、書籍はもちろん、文具や雑貨なども販売しています。



上海市内の「上海上生新所 蔦屋書店」

上海市内に店舗を構える「上海上生新所 蔦屋書店」は、約100年の歴史を持つコロンビアサークルと呼ばれるエリアにあり、当時駐在米国人の社交場として使われていた洋館「コロンビアカントリークラブ」を活用しています。店舗内には昔使用されていた柱がそのまま残されるなど、当時の雰囲気を生かした内装で、クラシックとモダンが融合した雰囲気が漂う空間となっています。一方、北京市内の「TSUTAYA BOOKSTORE 北京朝陽

THE BOX店」は、北京に住む20代をターゲットとした最先端のファッションテナントなどが軒を連ねる商業施設にあり、3フロアにわたる店舗では最新のポップカルチャーに関する書籍や雑貨が多く販売されています。



北京市内の「TSUTAYA BOOKSTORE 北京朝陽 THE BOX店」

上海・北京いずれの店舗でも日本の工芸品が常設で販売されており、日本全国のさまざまな工芸品が店舗の一角を華やかに彩っています。蔦屋書店の担当によれば、「中国の人は工芸品の見た目はもちろん、職人がどのようなこだわりを持って作っているのか、そのストーリー性にも魅力を感じ、商品を購入している」とのことでした。そこで、工芸品を実際に制作している職人や工芸品について理解の深い各自治体担当者が現地に赴き、その魅力を伝えることが非常に重要であると感じ、イベントを企画しました。

上海でのイベント

上海では、販売スペースの一角を使用し、宮城県、福島県、神奈川県、石川県の4自治体が選定した漆器、陶器、木製クラフト製品などの工芸品を展示しました。展示された商品の横には二次元コードを印字したネームプレートを設置し、客がスマートフォンで読み込むことでECサイト上で商品を購入できるようにしました。



上海会場の展示の様子

1週間の展示期間のうち、週末の2日間は各自治体による観光情報や工芸品の紹介についてのプレゼンテーションを行いました。宮城県の玉虫塗漆器、福島県の赤べこ、神奈川県組木細工、石川県の水引など、さまざまな工芸品について説明を行った後、参加者が実際に工芸品の製作を体験できるワークショップも行いました。赤べこの絵付けや組木細工の製作などを体験した参加者には工芸品や各地域の魅力を伝えることができ、工芸品の購入用二次元コードを読み取っていただいたり、各自治体の公式 SNS アカウントに登録していただいたりすることができました。



赤べこの絵付けを体験する参加者

北京でのイベント

北京の店舗では、ガラス張りのイベントスペースに群馬県、富山県、福井県の3自治体の工芸品を展示しました。また、上海と同様、スマートフォンを用いて展示されている工芸品を購入できる二次元コードを設置しました。

週末の各自治体による PR では、群馬県の高崎だるま、富山県の高岡銅器、福井県の越前和紙などの紹介や、体験型のワークショップを行いました。群馬県が実施しただるま絵付け体験では、高崎だるま職人が巨大なだるま

の絵付けのパフォーマンスを行いました。縁起の良い赤いだるまに顔を描くパフォーマンスは珍しいようで、一時は入りきらないほどの人が押し寄せるなど会場は大変にぎわいました。



北京会場の展示の様子



だるまパフォーマンスを見学する参加者

工芸品の魅力を直接伝える重要性

蔦屋書店の担当者からは、「中国の人が日本の工芸品を買う際には、実際の商品を見てから購入を決める方が多い」という話を聞きました。インターネットが発達した現在、実際にお店に行かなくても膨大な種類の商品を購入することができます。一方で、工芸品の販売については実際に商品に触れるとともに、ストーリーや歴史を伝え、その価値を理解してもらうことが重要であるということ、今回のイベント開催を通じて知ることができました。

工芸品の魅力を知ってもらうということは、その工芸品が生産されている地域の魅力を知ってもらうことにもつながります。今回のような中国現地でのイベントを通じて、参加者に「この工芸品が作られている地方に行って、制作風景を見たい、購入したい」と感じてもらい、日本の各地域への旅行者の増加にもつながることを期待しています。