

東日本大震災の被災地（岩手・宮城・福島）復興PR活動

ニューヨーク事務所

1 ミシガン州ノバイ市「Japan Festival」へのブース出展等

【経緯】

ミシガン州ノバイ市のノバイ高校で2011年10月2日に開催された「Japan Festival（日本祭り）」に、在デトロイト総領事館からの依頼を受け、今年3月に発生した東日本大震災で被災した東北3県（岩手・宮城・福島）の復興状況をPRするため、JLGC（クレア）ブースの出展及び仙台味噌汁の試飲サービスを行った。

【JLGC ブース】

展示物は写真のとおり、各種バナーが数点、配布物は宮城県パンフレット、岩手・宮城・福島の各県のニュースレター、JNTO（日本政府観光局）から受領した日本ガイド、クレアパンフレット（ポケット版）等をセッティングした。また、当事務所からパソコン及びプロジェクターを持参し、当ブース横に設置して、復興状況のPR映像を終始放映した。



当ブースへ訪れる人は、最初の出足こそ鈍かったが、JLGC がブース出展と同時に展開していた宮城県特産品PRの仙台味噌汁の無料配布による効果等もあり、次第に人が集まった。

配布物は、日本ガイド、被災地の写真集、宮城県パンフレット、ニュースレターの順で人気があり、イベント終了時には、ほぼ全て配り終えることができた。

ブースへ訪れた人の主な関心事項と質問は、以下のとおり。

- ・ 東北は日本のどのあたりか（地理的な質問）
- ・ 観光名所、食べ物、東京（成田空港）からのアクセスの仕方
- ・ 東北以外の観光地の情報（特に京都、東京）
- ・ 津波被害の大きかった場所はどこか（主に三陸沿岸）
- ・ 原発事故が起こった場所はどこか
- ・ 原発事故に関する安全性の質問（現在の除染作業や住民避難の状況など）
- ・ 今回の震災での日本政府、自治体、東京電力の対応に関する意見 など

上記のとおり、震災に対する関心は高く、現在の状況を心配する声や励ましの声が多かった。また、原発事故を不安視する意見も多少あったが、その反面、事態が収束し安全面が確保されれば、日本へ旅行したいという人も多くいた。

【宮城県特産品 PR (仙台味噌汁の無料配布)】

味噌汁試飲コーナーは、設置場所や当日の低い気温などにより大盛況となった。来場者(米国人)の日本食に対する関心、仙台味噌への興味は非常に高く、入手方法や他の味噌との違い等、様々な質問を受けた。用意した 700 食は、現地の学生ボランティアの協力もあって、配布開始 1 時間ほどで全てなくなってしまった。また、試飲ブースの前に配置した仙台味噌を使った各種料理のレシピ、宮城県パンフレットもすぐに無くなってしまい、当イベントは大成功となった。



Japan News Club
P.O. Box 151
Trenton, MI 48183-0151
Tel / Fax : (734) 675-5060
jncnews@gmail.com

月刊・無料

MONTHLY FREE PAPER
JAPAN ニュース 倶楽部

PRESORTED
STANDARD
U.S. POSTAGE PAID
SOUTHERFIELD, MI
PERMIT NO. 585
ADDITIONAL SERVICE REQUESTED

November JAPAN NEWS CLUB 2011

JSD ウィメンズクラブ・JBSD文化部会共催
**2011年度
“日本まつり”開催**

10月2日、JSDウィメンズクラブとJBSD(デトロイト日本商工会)文化部会の共催による日本まつりがノバハイスタールを会場にして開催された。当日は見事な秋の嵐気に恵まれ、1時から4時までの開催時間を通して、大勢の人で賑わった。日本文化紹介の様々な展示や実演の秋、今回は3月に発生した東日本大震災への応援を意図して、東本支援ボランティアカードの展示コーナーや東北地方復興特別展示のブースも設置された。20にのぼるボランティアからのボランティアの他、補習校の生徒、5つの大学の日本生

会など、そして大勢の個人ボランティア、総勢約300人が協力し合って一大イベントを支えた。デトロイトりんご会補習校の生徒は、終業時間からの開催で、震災の影響で今年度実績での交流プログラムに参加できなかった米人高校生のアナンドを担当、そこにも交流が生まれた。

この日本まつりの特選は、アメリカ人や親の文化背景を持つ人々への文化紹介と交流が軸になっていて、訪問者もアメリカ人が多いこと、毎年訪れている人も多く、秋のイベントとして定着し、さらに広がりを見せている。

オープニングのセレモニーでは、第1JBSD文化部長、松田節典氏、そしてノバイ市長 (Mr.Laury) が挨拶に立ち、それぞれに、このイベントの開催と日本の友好交流を喜ぶ言葉を述べた。

さて、会場内、まず、アトリウムと呼ばれる天井の高い明るいオーブンスペースの入り口近くでは、ミシガン州と姉妹州の関心の証としての特産品販売ブースに「良茶ジャム」「あわび葉チップス」など直産の嬉しい食べ

©JNC 2011 / 掲載記事及び広告の無断転載をお断り致します。
掲載広告及び投稿・寄稿原稿の内容に關しての責任は負いかねます。

上記の活動は、現地情報誌「JAPAN ニュース倶楽部」にも一部掲載された。

2 CSG（州政府協議会）及び NLC（全米都市連盟）の年次総会における復興 PR 活動

2011 年 10 月 20 日から 23 日まで開かれた CSG 年次総会において、同月 20 日、JLGC 主催レセプションを開催し、州政府関係者のほか、カナダ、メキシコ等の幅広い層の自治関係者（100 名弱）が来場した。

また、11 月 9 日から 12 日まで開かれた NLC 年次総会においても、同月 11 日、JLGC 主催レセプションを開催。NLC 関係者のほか、日本と姉妹都市を結んでいる都市関係者など（40 名）が来場した。



今年度は、従来の JLGC の PR と併せて、東日本大震災の復興 PR も行うため、会場入口に、ノヴァイ市の日本祭りと同様、展示用バナーやパンフレット等を設置。現在の日本の状況について多くの関心と質問が寄せられた。

主な質問は、現在における放射能汚染の除染作業の進捗状況、東北沿岸部の被害と復興状況、福島県内の住民の避難状況などに関するものであった。

所 感

これらのイベントを通じて、震災に対する意見や質問を直接聞くことができ、また、東北地方の復興 PR を行えたことは、私にとって非常に貴重な経験となった。その中で、特に強く感じたことは、正確な情報を伝えることの重要性である。

既述のとおり、JLGC ブースやレセプションに訪れた来場者の関心事項は、「日本＝危険な国」ではなく、震災後の日本（被災地）はどうなっているのか、旅行へ行っても問題ないのか、安全なのかという情報を求めるものであった。

復興状況の PR バナーを見た者のほとんどの感想は、被災地のインフラについて、震災から僅か数ヶ月程度でここまで復興していることを知らなかったという驚きの声であり、日本から米国まで震災後の被災地情報はなかなか流れていないということに改めて感じた。特に震災から 8 ヶ月も経った現在においては尚更のことである。

復興情報の PR は、JLGC 単独で行うことは勿論不可能であり、外務省や JNTO 等の各関係機関との連携協力が不可欠である。今年度においては、これらイベント以外にも、ニューヨーク及びボストン旅行博で JLGC ブースを出展する予定である。今回得た経験を生かして、正確かつ有効な PR を引き続き行っていきたい。

（細田所長補佐 総務省派遣）

震災復興 PR イベントにおいて来場者と話をしてみて、日本=被災地=東北地方、宮城、仙台・・・と、被災地域の知名度が世界レベルになっていることに非常に驚いた。また、そのような中で、安全性が確認できれば日本に是非とも行きたいと話してくれる人がいたことや、被災地の観光パンフレットに対する人気、さらには、被災地産品（仙台味噌）が大好評だったことを考えると、世界的知名度の後押しを受けているこのタイミングにおけるこれらの取組は、観光客誘致や県産品の販路拡大などにおいて非常に効果的だと実感した。

また同時に、被災後半年以上が経過しインフラの復旧が進んだ今、震災復興 PR・安全情報の提供に併せ、被災地域が元々持っている魅力等を前面に出すなど、多くの方々に真の東北について知っていただき心から足を運びたいような情報提供・PR の必要性も感じた。

今年度ボストン及び NY において大規模な観光博に出展する機会がある。その際は、今回の経験を生かし、少しでも東北地方のファンを増やせるよう努めていきたい。

(伊藤所長補佐 宮城県派遣)

