

# JAPAN HOUSE

---

SÃO PAULO

---

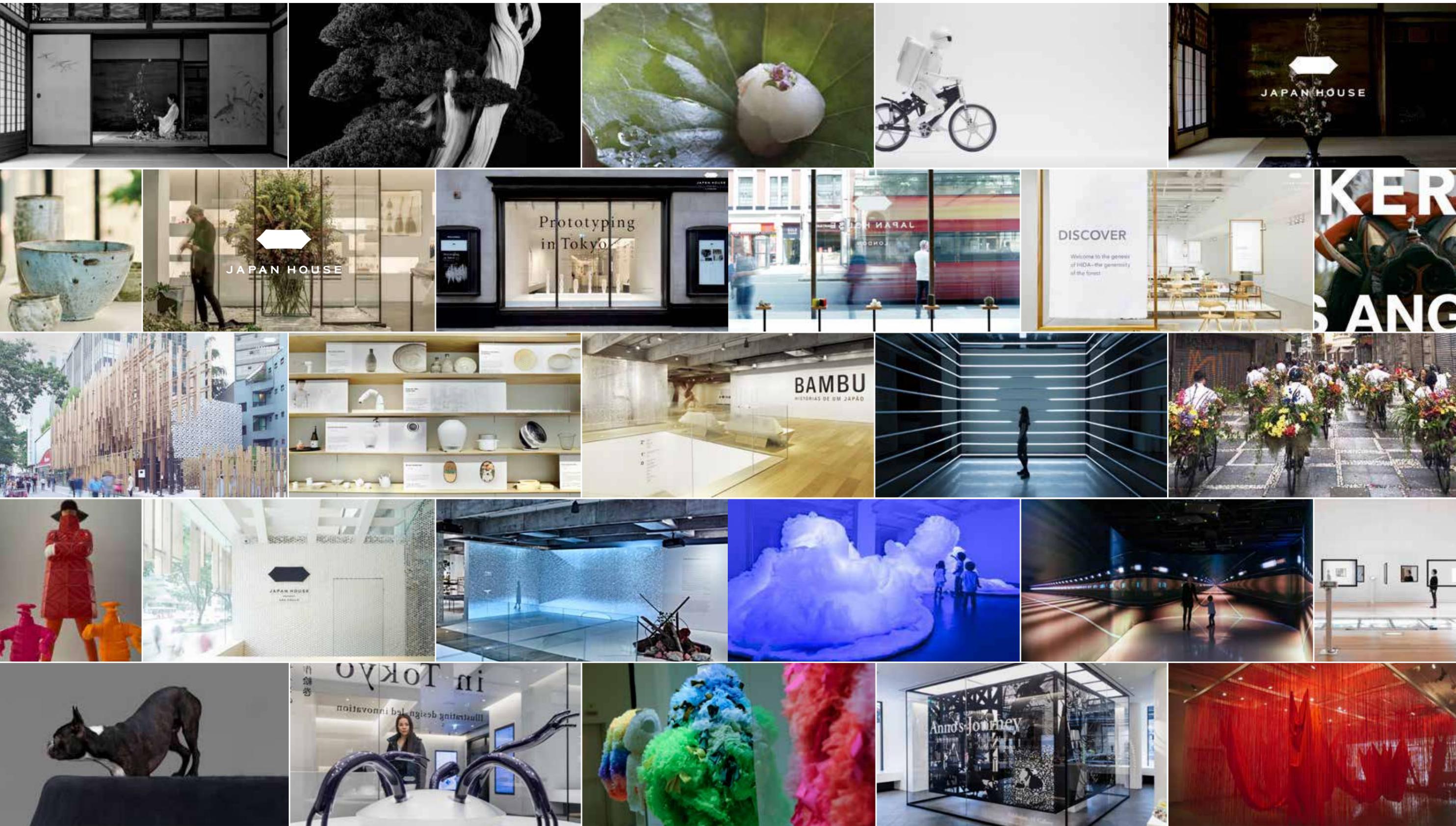
LONDON

---

LOS ANGELES

JAPAN HOUSE 実施報告書

———2021年3月———



JAPAN HOUSE 実施報告書  
2021年3月

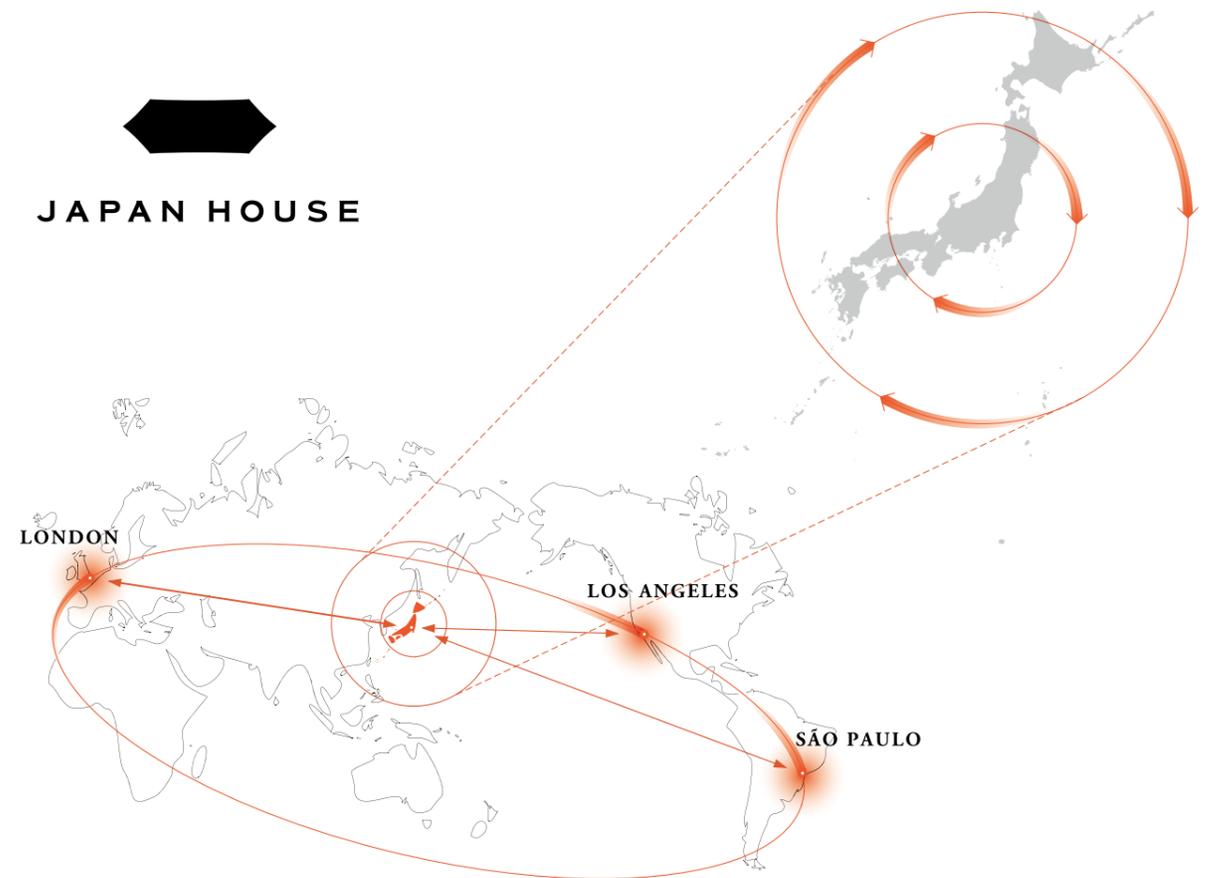
日本を知る衝撃を、世界へ。	07
JAPAN HOUSE の日本国内への周知を 原研哉   JAPAN HOUSE 東京事務局 クリエイティブ・アドバイザー	09
JAPAN HOUSE 基本方針10	10
JAPAN HOUSE ポータルサイト INTERVIEW STORIES	18
JAPAN HOUSE 巡回企画展の重要性	22
JAPAN HOUSE 来場者数	36
各拠点の活動	
サンパウロ	38
ロンドン	58
ロサンゼルス	68
How to use JAPAN HOUSE	78

## 日本を知る衝撃を、世界へ。

JAPAN HOUSEは、「日本を知る衝撃を世界へ」というコンセプトワードに集約される通り、日本のことなど考えたこともない人々、日本を知っている気になっている世界の人々に対して、新鮮かつ衝撃的に日本への興味・共感を呼び覚まし、世界における日本の存在感を高めていく海外拠点事業です。

サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルス の3都市を拠点に、エキシビジョン、物販、飲食、書籍 / web、カフェ、多目的スペースなどを融合させ、大衆文化の熱、ハイテクノロジーの実力、多様な食の魅力等を具体的に紹介・提示し、充実した成果を上げています。

さらに充実した活動を生み出していけるよう、それぞれの施設の主体性を確立し、日本国内に統合的に広報し、日本の意欲・才能・能力ある人々に「JAPAN HOUSEは有効な拠点、ぜひ利用したい」と思わせる情報流通の仕組みづくりを整備し、今後もこのペースを持続します。



# JAPAN HOUSE の日本国内への周知を

原研哉 | JAPAN HOUSE 東京事務局 クリエイティブ・アドバイザー

JAPAN HOUSEは、「日本を知る衝撃を世界へ」を標語として、世界の人々の日本への興味と覚醒を呼び起こすプロジェクトです。

日本が世界にデビューして150年余。明治の開国以降、近代化と国力の増強に邁進した時代が約半分、残りの半分は太平洋戦争の後、工業化にシフトし製造業にひた走ってきました。しかしその趨勢も変わりつつあります。

グローバル化がますます重視される世界においては、ローカルの価値も相対的に高まってきます。それぞれの国や地域の独自性が輝いてこそ世界は豊かになるということ、世界の人々が理解しはじめたからです。そういう意味では「グローバル／ローカル」は対義語ではなく、一對の概念として機能し始めているのです。したがって今日、自国の文化的的確な運用は、単なる友好の具ではなく、国家運営における不可欠な活動であると考えられます。国土や自然、風土や文化、美意識やホスピタリティといったものが、まさに未来資源として活用されていく時代になりつつあるのです。

日本は千数百年、ひとつの国であり続けたことによる文化的蓄積が膨大であります。この150年の歴史の中では、立国の柱としてこれが重用されることはありませんでした。しかしこれからは、明快な未来戦略、国家戦略の一環として文化を扱っていく必要があります。

JAPAN HOUSEは、時宜を得て、サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルス各拠点における文化情報の発信拠点として設けられたプロジェクトです。その運営については、日本文化の正確な把握と咀嚼を心がけ、ハイカルチャー、サブカルチャー、そしてテクノロジーをも包含する領域や文脈において、吟味・洗練された活動内容が求められます。この報告書の冒頭に示された運営方針は、そのような考え方から設定された原則です。

3拠点は開館以来、本報告書に記載されている通り、想定を遥かに超える反応と評価を獲得し、いずれの地においても、不可欠な文化拠点として尊重されるようになりました。したがって、初期段階での目標は達成できたと考えています。COVID-19の蔓延による活動の低減期も、それぞれの館の工夫により、ネットやバーチャル展覧会などで活動を持続しており、この経験を経ることで、さらに新たな成長段階へと移行しつつあります。

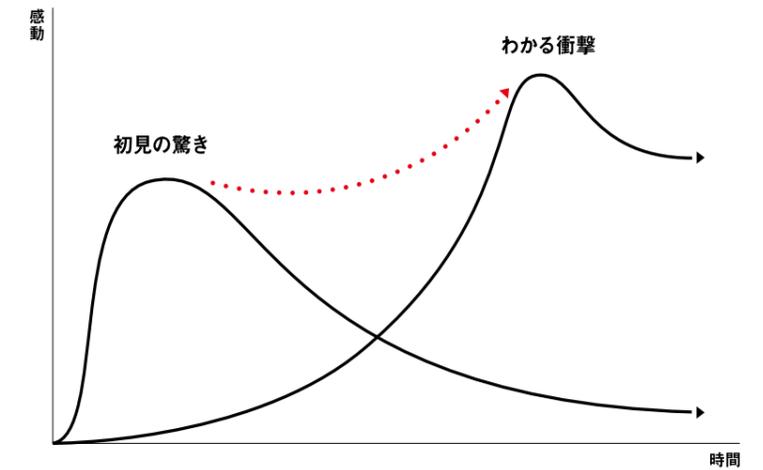
また、JAPAN HOUSE各拠点の主催者やキュレーターたちの、日本文化への理解の深度や探求の姿勢には、充実感と安定性が感じられるようになりました。自国の文化を携えて世界に貢献しようとする活動の向こうに、逆に各国のキュレーターから、日本文化の魅力を教わるような局面すらあります。これは、JAPAN HOUSEにとって幸せな状況だと言えるでしょう。

いずれにしても舞台の設定は完了しました。今後の課題は、JAPAN HOUSEの存在を、いかに日本国内に周知していくかにあり、有能な企画や才能を世界へと送り出していく堅実なサイクルの構築であると感じています。

# JAPAN HOUSE

## 基本方針 10

内容のしっかりしたコンテンツを、常態的に受け入れる現地側の体勢と、海外3拠点を情報発信拠点として活用しようとする日本側の能動性がかみ合うことでプロジェクトが形成されていきます。創設時の総合プロデューサーであった原研哉氏が定めた以下の基本方針のもと、効果的な活動を行うために連携しています。



「日本をいかに知らなかったか」の深い気づきと静かな感動を。

短絡的な理解や初見の驚きを重視しない。

日本文化の核心に触れる驚きは、今日の日本人も世界の人々も同様である。

やや時間がかかっても、より深い日本の精神へと来場者を導いていくことを重視したい。

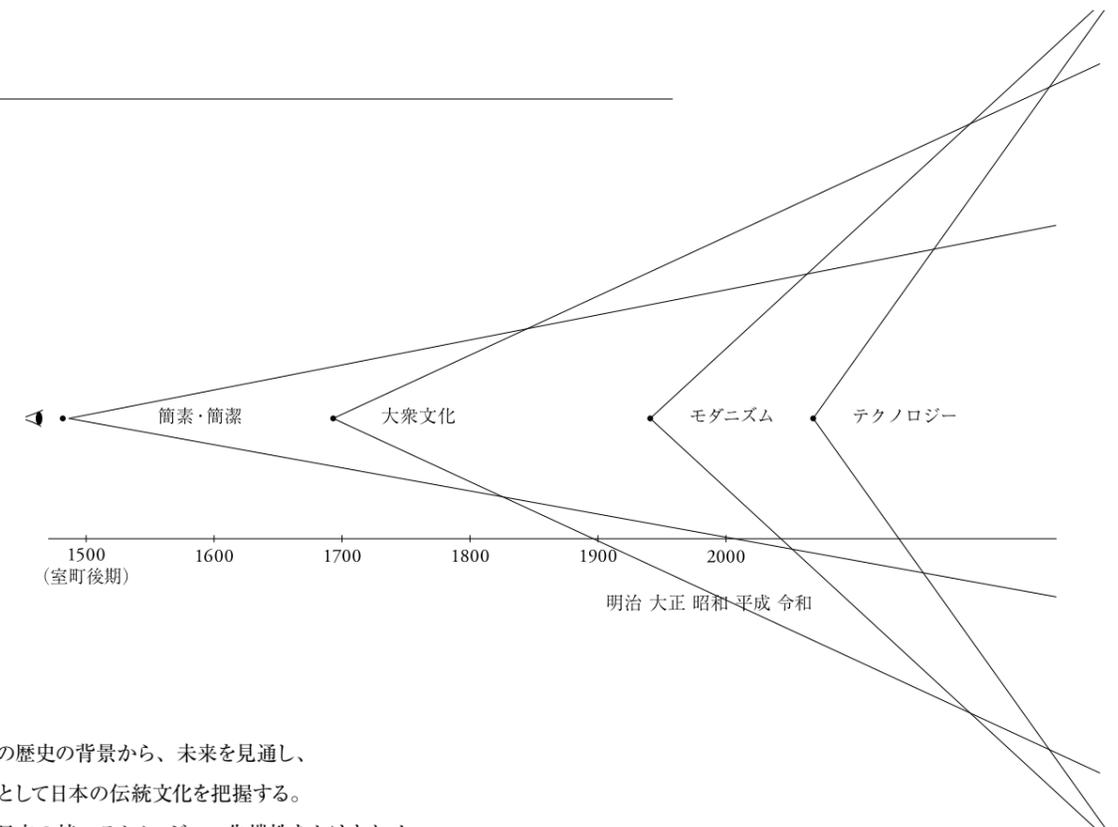
# 1

伝統と先端を同時にとらえ、日本の美意識を堂々と正確に発信する。

「緻密・丁寧・繊細・簡潔」を旨とする。日本の独自性は千数百年の長きに渡って一つの国であり続けたことによって醸成されてきた「美意識」である。

この美意識を、現代文化や技術の先端と融合させ、「未来の可能性」すなわち「世界を豊かにする日本」として表現・発信していくことがこの施設の目的である。全ての関係者は日本について学び続け、問い続ける必要がある。

「日本とは何か」という終わりのない問いかけをこのプロジェクトのエンジンとしたい。過去に遡り、そこから現在を見通し、50年ほど先の日本を遠望する視点で、日本と世界を同時にとらえていく。



千数百年の歴史の背景から、未来を見通し、未来資源として日本の伝統文化を把握する。

同時に、日本の持つテクノロジー、先端性をかけあわせ

「世界で機能する日本」を表現する。

## 2

日本文化の本質を瞬時に伝え、  
期待を醸成できる空間を用意する。

世界のオピニオン層の深部に、日本の魅力を理解させるためには、空間を通して瞬時に美意識を体感させることが必要になる。空間設計には日本の建築的才能のトップクラスを起用し、日本への共感と関心を空間から喚起させることを目指す。



## 3

使いやすいギャラリーを備え、  
日本発のコンテンツの理想の巡回先に。

年間を通してギャラリー展を開催する。その半数は日本側の巡回企画展を受け入れる。日本発の巡回企画展は、定期的に各地を巡回する。意欲ある人材や才能が、海外への情報発信拠点として期待できるような、仕組みと空間を整備する。



## 4

解釈の甘いものを置かない、  
売らない、見せない。

サブカルチャーを集客の糧にしない。一方で類型化した日本表現も一掃する。日本文化の本質を意識しつつ、同時代を編集していく視点を持ちたい。文化の多様性も伝統も平等に扱い、創造的に編集、表現できるプロデュース・マインドを重視する。



5

食文化の深奥を堪能できる技、空間、作法による  
飲食サービスを提供する。

和食のサービスを提供することは簡単ではない。調理師の技術、旬の食材や高品質な酒の調達管理、空間・道具のしつらい、生きた花のあしらい、接客とてなしの所作など、相応しい空間をつくるには多大なエネルギーが必要となる。これを極めて高い水準に維持することを、施設運営の前提としたい。



Photo: 青木登/新潮社

6

日本文化を「もの」として購入できる  
信用ある物販店として機能する。

日本のものづくりの白眉を集積したセレクトショップとし、当施設のレストランやバー、カフェ、ギャラリーその他の空間で、実際に用いられている調度や器の類も、ここで販売できるようにしたい。空間やサービスを通して、生きた物品の魅力味わってもらいつつ、物販につなげていきたい。



7

日本の文化・芸術系書籍を厳選し、  
また豊富な量を用意し販売する。

素晴らしく厳選された書籍が大量に配された空間は知的な快適さを生み出す。書籍選定の専門家の眼を通した書籍を、物販・ギャラリー・カフェの空間に隣接して配し、創造的な興味を刺激する「居心地の良さ」を醸成していきたい。



Photo: 樋口兼一

# 8

フレキシブルな小劇場を持ち、  
映画、ワークショップ、パフォーマンスを行う。

展示や物販のみならず、能や演劇、ダンスパフォーマンス、映画やアニメ、ハイテクノロジー、生け花や盆栽、茶の湯など、伝統を再現するのではなく、世界の未来文脈に向けて、日本文化の粋をプレゼンテーションできる空間が必要。

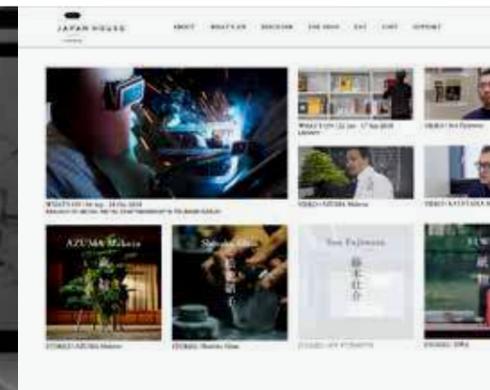


# 9

websiteの運営を丁寧に行い、  
上質な情報管理を徹底する。

目を驚かせる工夫よりも、充実したコンテンツが、緻密・丁寧・繊細・簡潔にwebで編集されていることが肝要。

温泉・旅館／ホテル・食・日本酒などに関して、水準の高いwebコンテンツを日本側から供給し、3拠点のマルチメディアスペースで楽しめるようにする。表現の派手さではなく、更新リズムの早さ、正確さ、内容の充実感をweb運営の柱とする。



# 10

専属広報担当をおき、  
的確かつコンスタントに情報発信をする。

活動内容の広報は大変重要である。

webの管理と並んで、専属広報担当を置き、ギャラリー展やイベント、講演会、ワークショップ、飲食サービスや物販の用法を、的確かつコンスタントに、メディアや記者に情報発信する。



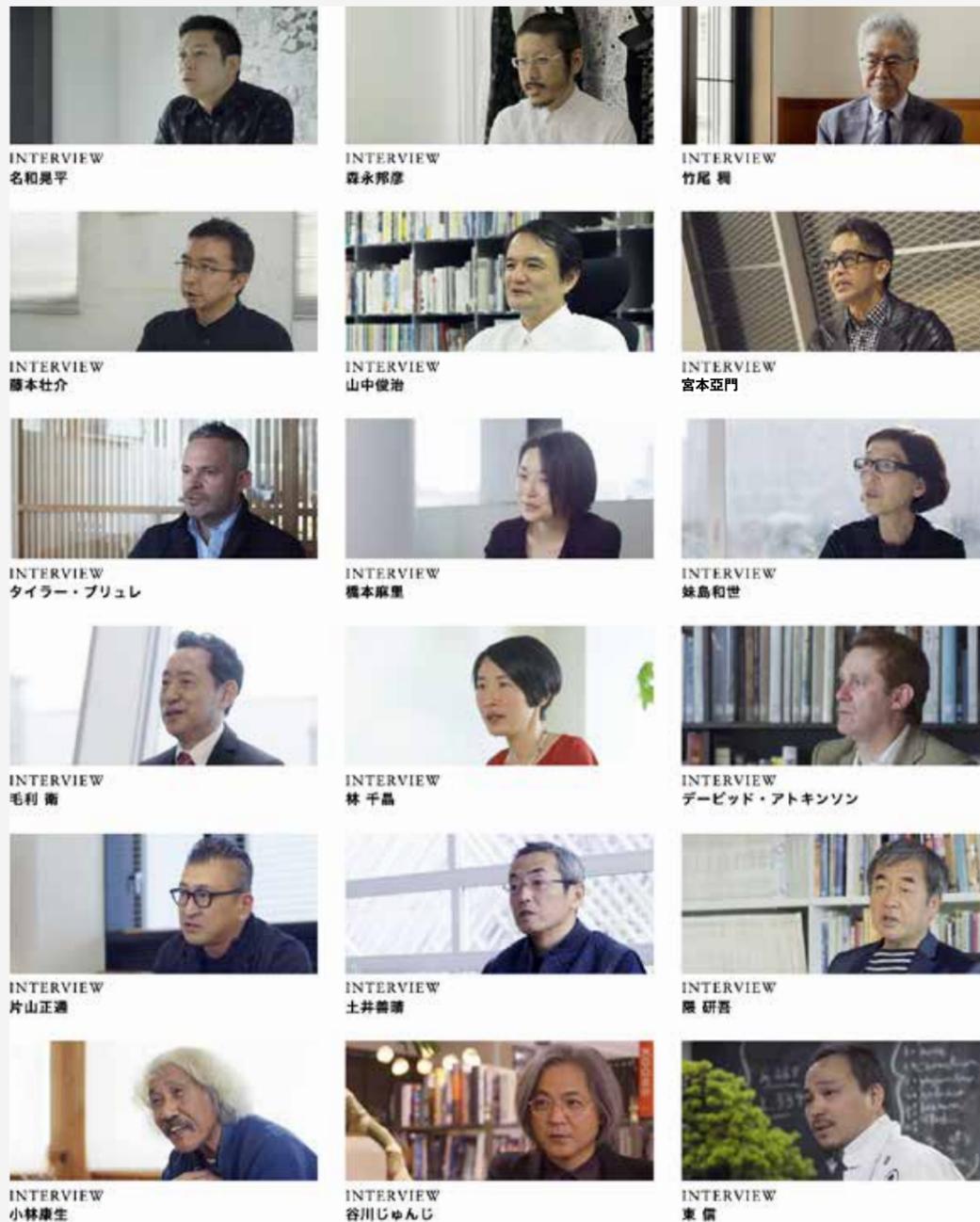


# JAPAN HOUSE

## JAPAN HOUSE ポータルサイト

### INTERVIEW

私たちをサポートしてくださる各分野の第一線で活躍されるみなさまを訪ね、それぞれの眼にうつる「日本の潜在的な魅力」をさまざまな角度から採集しました。いただいた言葉の数々は、今後のJAPAN HOUSEの活動の指針としています。



### STORIES 日本の肝どころ

日本を構成するさまざまな要素を取り上げ、日本の美意識を掬い撮る写真やイラスト、映像、簡潔な文章を用いて解説をしています。日本を知らない方はもちろん、日本人の方にも、日本の感性の一端の発見を促すコンテンツ。



STORIES 07

日本酒

——米と水と仕込みの精華。



白鶴酒造

日本酒  
Sake  
日本酒  
仕込みの精華

日本の主要飲料である米と豊富な軟水が原料とした醸造酒です。古より工夫が凝られつつも、一部の支配階級のものであった日本酒は、鎌倉時代すなわち12世紀ごろから庶民にも飲まれるようになります。徳川時代つまり17世紀末頃までに徐々に大衆化が進みました。特に戦国大名が御膳酒にする13世紀末から16世紀末にかけて、酒造技術は日本各地に広がり、地域に根ざした「地酒」の多様性の背景となっています。

日本酒は、日本の生活習慣や食に密着して、フエノ巻、表の巻、巻物などは、もっぱら日本の風情で作られています。今世紀に入り、和食の世界的な広がりとともに徐々に世界でも飲まれるようになり、フエノ巻も動きも、国際的な文脈に向けて変わりを始めています。醸造しながら楽しむのも、楽しみを持つ酒です。



製法

蒸した米に麹を混ぜて起こる糖化発酵と、酵母の作用によるアルコール発酵が主行して発酵・蒸留式発酵によってつくられます。原料米の種類、精米度合い、麹や酒床中に培養・添加される酵母の種類、仕込み水の質や工程管理によって、複雑多岐な味や品質の差異が生じます。酒作りは「杜氏」と呼ばれる「一人の職人と職人に配られてきたり、近年では高度な製造管理技術によって、目的とする品質を実現する方向に特化しつつあります。

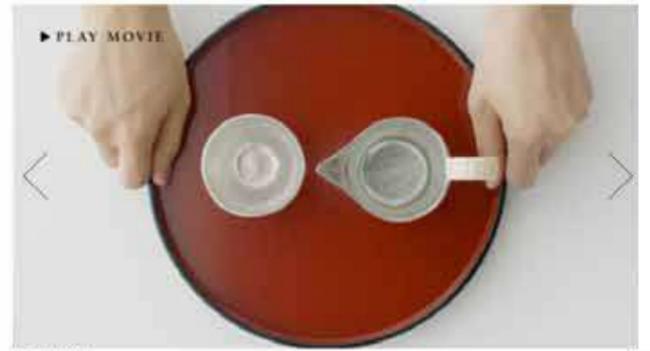
種類

日本酒は、米の割合、および醸造アルコールの濃度の異なることによって、吟醸酒、大吟醸酒、純米酒、本醸造酒、など様々な種類に区分されます。近年は原料米の配合割合をあげて、高い香味を追求する大吟醸が盛んにつくられるようになりまし。一方で、純米酒の深遠さや辛口の強さにつき日本酒の風味を求められる声も少なくありません。今後ますます変化されることにより、さらに多様な展開が期待されます。



飲用温度

日本酒は幅広い温度帯で飲用できます。冷たい、特に加熱して飲むことを「燗」といいます。暑い季節には好まれてきました。また夏には冷やして飲む「冷酒」も一般的になってきました。いずれの場合も、蒸や米を日本酒に投じることによって、酒造りとともに入れたり、水に浸したりして温度管理を行います。一方で酒質を導く温度帯は常飲で飲まれる傾向にあります。



燗酒・冷酒の飲み方

酒器

大吟醸のような香味の濃い酒は、ツインゴラスのようなガラス製の器に酒を注いで香りを楽しむ飲み方が適していると考えられます。一方で、日本の酒造は陶磁器や漆器が多く、酒造りや飲み手と最も近い風味を醸成するには陶磁器の器口や飲み手が適しています。器の上の質感のみならず、器の形状も飲み手の飲酒の文化です。



器

酒と儀式

神事には「三升九度」という儀式があり、太中一升の酒の後に酒を注ぎ、左が三度、右が二度、再び左が二度の合計九度の飲酒が行われます。九度および酒の量儀の儀式は日本の儀式です。また酒造りに関しては米と水の割合を交わし、酒造りを通しての相互的な交流が行われてきており、今日の飲酒における礼儀作法の背景をなしています。



三升九度

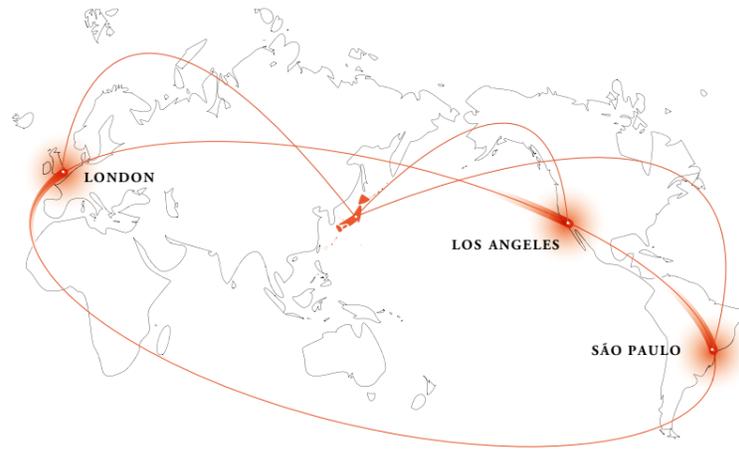
居酒屋・赤提灯・立ち呑み

飲酒は心の開放や人との繋がり、あるいは自己と向き合う場を味わう場であり、これを消費し楽しむ場は自然に生まれてきました。日本と日本酒においては「居酒屋」「赤提灯」あるいは「立ち呑み」と呼ばれる場所がその典型です。人気のある店は混雑して入りにくい印象がありますが、ここぞ得られる飲食体験は、別荘には味わえないものです。



居酒屋

# JAPAN HOUSE 巡回企画展の重要性

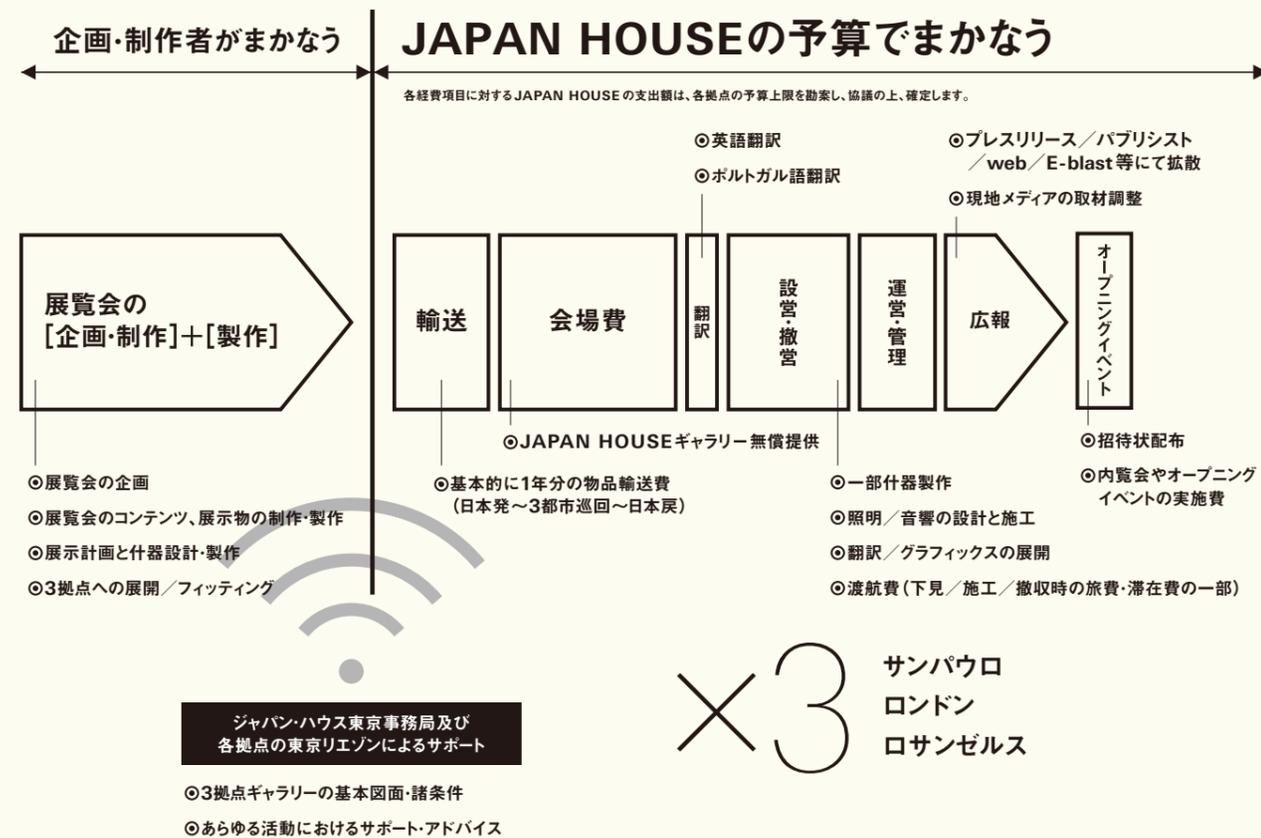


毎年、公募により巡回企画展が選考され、3拠点を巡回する計画です。日本で吟味・評価された、生き生きとした情報発信力のある展示会を、拠点に送り出していくことで、開館後の停滞をなくし、コト、モノ、ヒトを同時に巡回させることで、プロジェクトに大きな脈動を生み出すことを目的としています。

3都市が巡回企画展を共有することで、自然な連携が生まれ、各拠点で企画・制作された展示会を、融通し合う流れも生み出します。

## 巡回企画展の予算の考え方

3都市にて開催・運営、巡回するための費用をJAPAN HOUSEの予算がカバーする仕組み



## 巡回企画展 第一期



藤本壮介展 未来の未来  
Sou Fujimoto: FUTURES OF THE FUTURE

企画者：TOTOギャラリー・間



Prototyping in Tokyo

企画者：東京大学生産技術研究所  
山中研究室



TAKEO PAPER SHOW SUBTLE  
— かすかな、ほんのわずかの

企画者：株式会社 竹尾

## 巡回企画展 第二期



浦沢直樹—漫画という芸術—  
This is MANGA — the Art of NAOKI URASAWA —

企画者：読売新聞社  
©Naoki URASAWA /  
N WOOD STUDIO

## 巡回企画展 第三期



窓学 — 窓は文明であり、文化である —  
Windowology: New Architectural Views from Japan

企画者：公益財団法人 窓研究所

# JAPAN HOUSE 巡回企画展

## 巡回企画展審査委員

議長以下、50音順



Photo: Takashi Sekiguchi

原 研哉

JAPAN HOUSE 東京事務局 クリエイティブ・アドバイザー

株式会社日本デザインセンター代表取締役社長

JAPAN HOUSEで開催される展覧会は、現地の自主企画展と日本から送り出す巡回企画展の2種があります。巡回企画展は予算をかけて制作するものではなく、日本で制作された実績のある展覧会を公募で募り、審査委員によって選考されるものです。現地ですっかり制作される展覧会と、日本から選抜されて現地へ送り出される展覧会、このバランスがJAPAN HOUSEの脈動を作り出します。いずれも日本のことをわかっている、という態度ではなく、未知なる日本を発見する、謙虚な視点で臨みたいと考えます。



塩谷陽子

ジャパン・ソサエティー（在ニューヨーク）芸術監督

巡回企画展はもとより、各地のJAPAN HOUSEが独自に企画し作り上げる展覧会の数々は非常に質が高く、「日本通」の人々から日本文化について知識や興味が白紙状態の観客にまで、広く訴求できる仕立てのものが数々まれている。特にサンパウロやロンドンでは立地条件もよいため、レストランやショッピングの《ついで》に展覧会を経験し興味が深められたという人も多かろう。今後は各地独特の“ライブ”の催し（舞台公演・講演会等）を増やすことで、《ついで》客ではなく、はっきりとした目的を持って訪れる観客が増えることを期待する。



田川欣哉

株式会社Takram代表取締役／デザインエンジニア

英国ロイヤル・カレッジ・オブ・アート名誉フェロー

JAPAN HOUSEを木に例えると、巡回企画展の仕組みはJAPAN HOUSEの「幹」のようなものだ。世界3拠点で巡回企画展を共有し、それぞれに異なるタイプのオーディエンスに伝える中で、自然と拠点ごとの枝や葉が育つ。ゆえに巡回企画展の企画と品質には「幹」となり得る高い密度と純度が求められる。木の幹は年を重ねるごとに、表面に新しい層を蓄える。巡回企画展では、伝統的な日本だけではなく、刷新されつつある日本も見せていきたい。



南條史生

森美術館特別顧問

JAPAN HOUSEの良さは、これまで日本について興味を持っていなかった海外の人々が、ショップやカフェに入る感覚で入場し、結果として日本の広範囲な文化、芸術に接することができることだ。これはある意味で日本文化の新しいPRとなるだろう。これで日本ファンが今までよりも増えてくれれば成功だと言える。今後は、どんな魅力的な企画を続けていけるか、にかかっている。関係者の一層のクリエイティビティーが求められる。



伊東 正伸

独立行政法人国際交流基金文化事業部長

JAPAN HOUSEは、コンテンツ、施設、グラフィックが一体となり、繊細かつミニマルで自然と寄り添う日本イメージを、新しいクリエイティビティとともに世界へ発信している。日本文化の一番の強みにフォーカスすることで、世界からの期待に応えている。巡回企画展は、そうした活動を総合する事業であり、展示品のみならず情報や人も同時に世界3都市を巡る。各地でどのように受け止められ、交流の輪が広がっていくのかに注目したい。



内田まほろ

キュレーター／日本科学未来館展示スーパーバイザー

東日本旅客鉄道株式会社 事業創造本部

文化創造施設プロジェクト準備室長

日本文化の魅力といえば、その特異性と複雑さ。衣食住＋言語どれをとっても世界にほとんど友達はいないし、長寿国家、土地柄、四季の変化などがかけ合わさり、知れば知るほど不可解さは増すばかり。ミュージアムやレストラン、ショップだけでは、文化の一部しか伝わらない。JAPAN HOUSEと、巡回企画展は、混沌と複雑な日本文化を各国のエキスパートたちの翻訳の助けを借りて、生き生きと多様に発信していく場になることを願う。



小島レイリ

芸術・文化コンサルタント

株式会社羽田未来総合研究所アート&カルチャー事業部長

JAPAN HOUSEはあくまでも日本発信拠点として存在しており、文化施設ではない部分に強みがあります。そのためファンタジーの対象としての日本に固執する「日本らしさ」の表現や「日本的」な企画というものは求められていません。本質で日本をとらえ、この国の歴史、思想、美意識と正面から向き合いながら、今を的確に伝えることが期待されています。3拠点をつなげる横ぐしでもある巡回企画展。各都市の人々に日本を知る驚きと未来への示唆を与えてもらいたいと思います。



橋本麻里

ライター／編集者／公益財団法人永青文庫副館長

日本政府によって海外に設置された展示施設が他にも複数ある中で、JAPAN HOUSEギャラリーであればこそ可能な視点、切り口の展示が提案されることを期待している。そしてその中で、各館独自の企画と巡回企画展とが切磋琢磨しあい、「新しい日本の発見」となるような展示が実現されること、またそれが何らかの形で日本へも還元され、日本の人々にとっての学びの契機となることで、JAPAN HOUSEの意義についての理解も進むものと考え。



藤森照信

建築家／建築史家／公益財団法人東京都歴史文化財団 東京都江戸東京博物館館長

そう大きくはないギャラリーで、日本を取り上げる時のポイントは、“小じっかり”ではないかと思います。日本には、長い歴史と近代の中で生まれた“小さく”て“しっかり”した領域がたくさんあります。日本の美術館の特徴は「世界的大美術館はないが小さな美術館が多くある」と聞いて、納得したことがあります。大きさではなく、小さく限られた中での質の深さを知ってもらおうのが、JAPAN HOUSEの展示ではないかと考えます。



Photo: David Vintiner

僕たちは、サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルスという順でJAPAN HOUSEでの展覧会を行った。それは夢のような時間だった。上記の3都市は文化も食べ物も人となりも異なる豊かな多様性を備えている。展示を準備する段階から各地を複数回訪れ、また直前の準備のために一週間ほど滞在したりする。その期間に出会う人々、街の雰囲気、歴史文化の背景、また展覧会へのダイレクトな反応や、メディアでのインタビューの会話など全てが、僕たちにとってとても尊い経験だった。JAPAN HOUSEとは、日本から各地に贈り物を届ける場であること以上に、この豊かで多様な世界から、日本が素晴らしい贈り物を頂くことができる機会なのだ実感した。そうして頂いた様々な経験やインスピレーションを励みに、僕たちはまた世界に何かを届けられるように日々制作に励んでいる。贈り、贈られる関係こそ尊いものである。その交流がこの先も豊かに続いていくことを願っている。

TOTOギャラリー・間で開催された建築家、藤本壮介の展覧会。  
身近にある日用品や素材のかけらを建築に見立てた  
ユニークな展示や、近作の模型などを通して、世界の注目を集める、  
日本の現代建築の独創性を開示。

巡回スケジュール	巡回地	来場者数(人)
2017年11月21日—2018年3月4日	サンパウロ	171,022
2018年6月22日—8月5日	ロンドン	88,035
2018年10月27日—2019年1月6日	ロサンゼルス	37,170
		計 296,227



# Prototyping in Tokyo

企画者：  
東京大学生産技術研究所  
山中研究室



Photo: Naomi Circus

山中俊治  
東京大学 大学院情報学環／生産技術研究所 教授

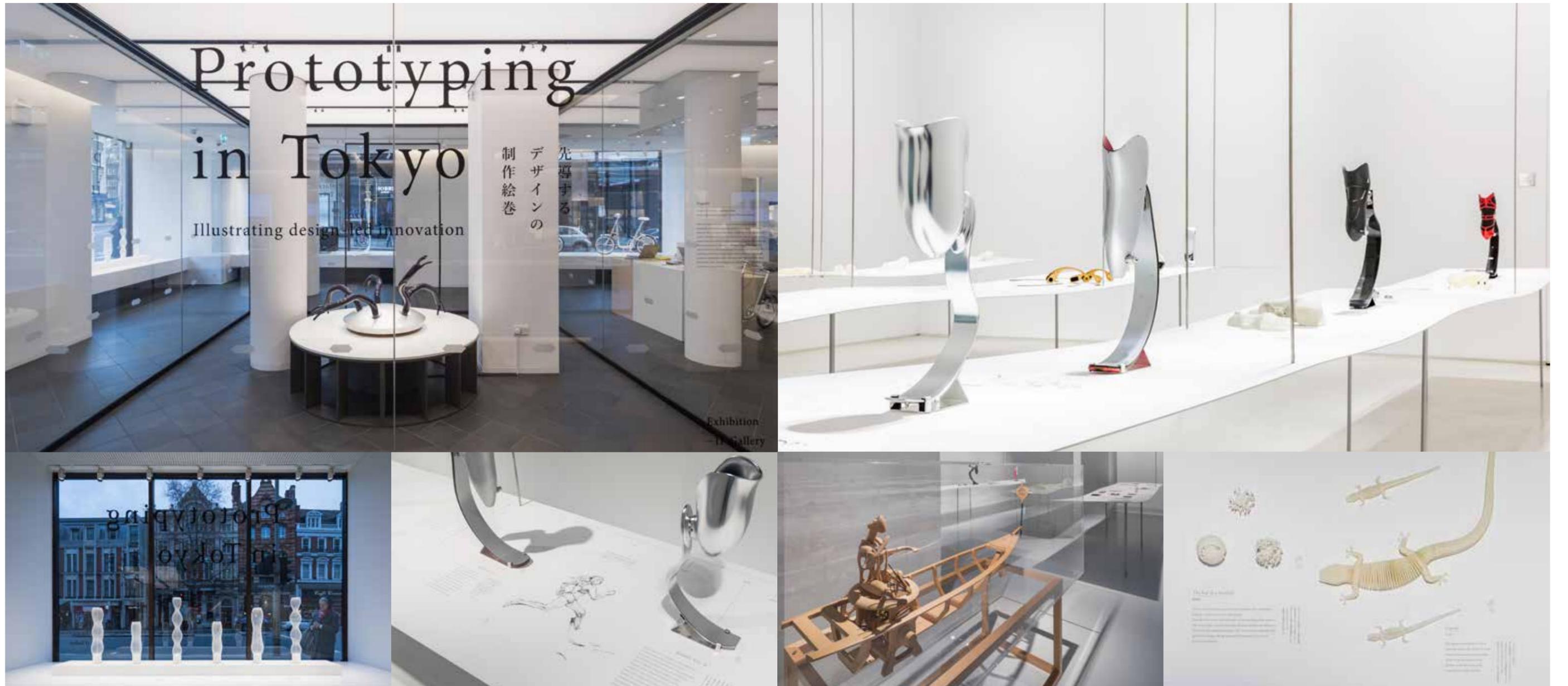
私たちの研究室の「デザインと工学を融合させる活動」が、本巡回企画展シリーズの一つとして世界に発信され、3カ国で25万人を超える入場者を集めた意義はとて大きなものでした。各国のニュースにもなり、日本の文化と技術のポテンシャルを力強くアピールする場になったと思います。

巡回して印象的だったのは、世界中の人々が笑顔で私たちが描く未来に共感してくれたことでした。一方でとても日本的だという評価もいただきました。展示したロボットや義足は、決して日本的であろうと意図して作られたものではありません。しかし、各国の人から「装飾を廃して技術要素を際立たせるミニマリズム」や「シンプルでありながら生命を感じさせる形態」を指摘され、それこそが「Just Japanese」とであると評価いただき、改めて自分たちの根っこにある美意識と、それが世界を感動させることを確認できました。

この機会をいただいたことに深く感謝しています。

先端技術の未来を描くプロトタイピングの活動を行う  
東京大学教授、山中俊治による展覧会。  
生物らしさを感じさせるロボットの振る舞いを探るプロジェクトや、  
氏が手がけてきた義足の展示等を行います。

巡回スケジュール	巡回地	来場者数(人)
2018年3月27日—5月20日	サンパウロ	94,102
2018年8月17日—10月10日	ロサンゼルス	47,855
2019年1月16日—3月17日	ロンドン	111,546
		計 253,503



TAKEO PAPER SHOW SUBTLE

——かすかな、ほんのわずかの

企画者：  
株式会社竹尾

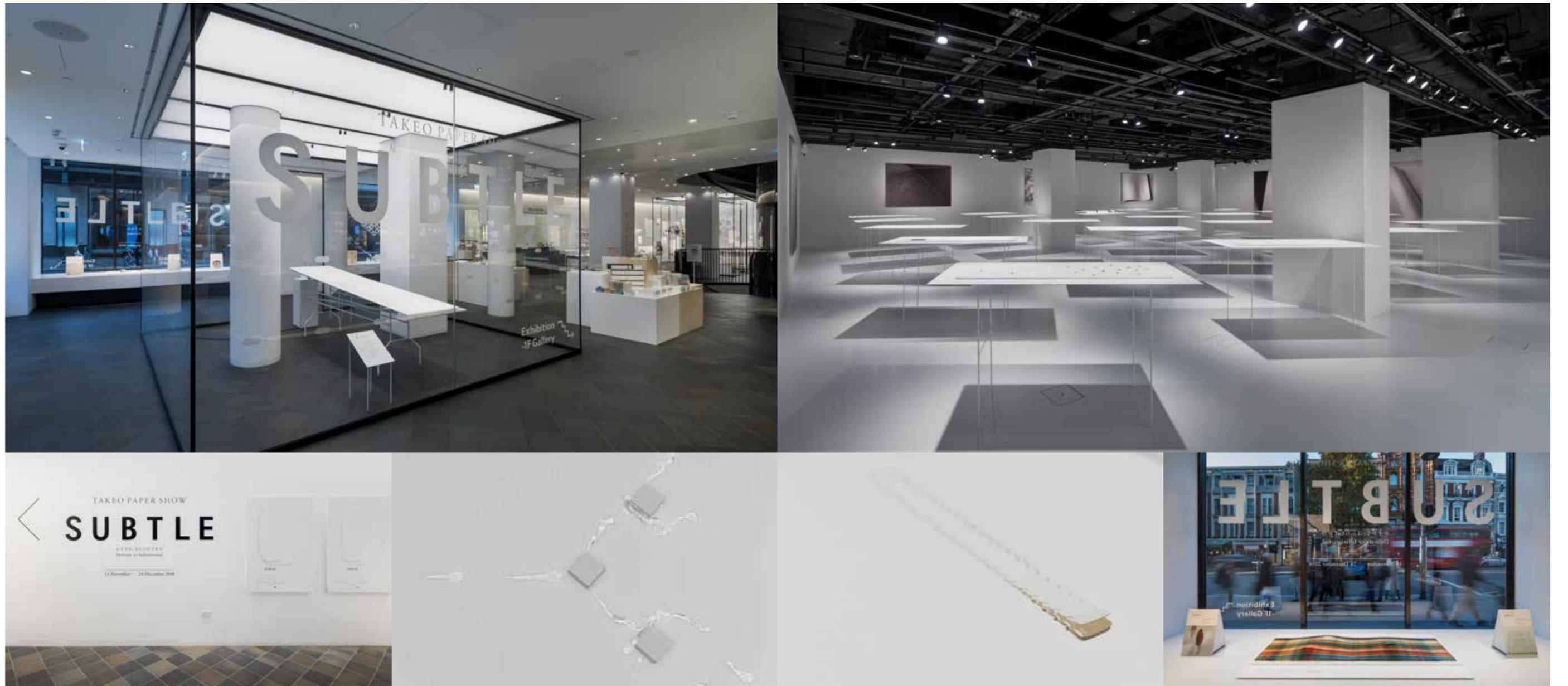


竹尾 稔  
株式会社竹尾 代表取締役社長

副題は「かすかな、ほんのわずかの」。  
紙の専門商社竹尾の展覧会は、  
紙素材の魅力を斬新なクリエイションで捉えたと同時に、  
日本の感受性の緻密さ、繊細さを的確に表現し  
世界に静かな衝撃を呼び起こしました。

JAPAN HOUSE巡回企画展第1期にTAKEO PAPER SHOW「SUBTLE—かすかな、ほんのわずかの」が精選され3拠点で巡回展示をさせていただきました。TAKEO PAPER SHOWは1965年から日本国内の紙関連業界で唯一かつ最大規模の展示会として開催されており、アジアや欧州での巡回展を含めるとこれまでの累計で約60万人が来場しています。TAKEO PAPER SHOW「SUBTLE」展は日本人の紙に対する繊細な感受性や独自の文化に息づく美意識を、紙という媒体を介して探り出す試みを存分にご覧いただき、そして世界での竹尾のプレゼンス拡大に繋がり、幅広い層の方々へ紙が持つ魅力と紙の新たな可能性をお伝え出来たことと思います。また、日本ファッション協会が主催する「日本クリエイション大賞2019 日本文化貢献賞」を受賞致し、JAPAN HOUSEへの出展によって日本文化の創造と発展を支え続けてきた功績が認められました。JAPAN HOUSEは対外戦略的なアプローチでありながら国内でも企業価値が高まることにも期待が持たれます。

巡回スケジュール	巡回地	来場者数(人)
2017年7月29日—9月10日	サンパウロ	101,453
2018年4月13日—5月23日	ロサンゼルス	16,897
2018年11月13日—12月24日	ロンドン	56,289
		計 174,639



浦沢直樹—漫画という芸術—

This is MANGA—the Art of NAOKI URASAWA—

企画者：  
読売新聞社



浦沢直樹  
漫画家

漫画という媒体の限界を絶えず打ち破り、巧みな構成力と卓越した画力で表現された内観的かつ哲学的な作品を創り続ける浦沢直樹。

400点以上の漫画の原画やネームの展示を通じて氏の壮大な世界観を展覧します。

ロサンゼルス、ロンドン、サンパウロと巡回企画展を開催させていただき、それぞれ予想をはるかに上回る動員の結果を残すことができ、大変嬉しく思っています。これまでの漫画展示の常識を覆し、読める展示という新たな形に協力していただいたことで、海外の漫画観を少なからず変えることができたのではないのでしょうか?そして、ライブドローイングのイベントなどで現地の皆さんと触れ合い、漫画という文化で世界の友好が結ばれるということを感じました。今後ともJAPAN HOUSEが日本の本当の文化を世界に伝える役割を果たしてくれることを祈ります。

巡回スケジュール	巡回地	来場者数(人)
2019年1月23日—3月28日	ロサンゼルス	36,571
2019年6月5日—7月28日	ロンドン	74,937
2019年10月29日—2020年1月5日	サンパウロ	133,328
		計 244,836

© Naoki URASAWA / N WOOD STUDIO



窓学 —窓は文明であり、文化である—  
Windowology: New Architectural Views from Japan

企画者：  
公益財団法人  
窓研究所



五十嵐太郎  
東北大学教授／建築史・建築批評家  
窓学総合監修／「窓学展」展示ディレクター

写真、漫画、工芸、テクノロジー、建築など  
さまざまな切り口から「窓」について紹介する展覧会。  
窓が果たす役割を解明するだけでなく、  
窓自体が文化を映し出すものとして捉えることで、  
日本の文化に新たな眼差しを向けます。

窓学展は、コロナ禍の直撃を受け、皮切りのロンドン是一年以上の先送りとなり、ロサンゼルスは遅れてスタートしたものの、結局、会場をオープンできないまま会期を終えた。筆者を含む展示チームも渡米していない。とはいえ、異なる可能性は浮上した。オンラインで指示しながら、リモートの設営を行い、ホームページ上では、3DVRによるインタラクティブな会場の映像を提供したからである。いずれも初めての体験だが、前者はロサンゼルス側の優秀なスタッフのおかげで、きちんとした展示が実現し、後者は詳細な部分まで、遠隔地からヴァーチャルに鑑賞できることがわかった。もちろん、本来はリアルが望ましいが、設営と展示の方法がひとつ増えたと言えるだろう。なお、窓は、開くか、閉じるかという相反する要素を抱え、コロナ禍の問題と同じ構造をもつ。また家にいながら、社会につながる回路としても、窓が再認識された。JAPAN HOUSEは、これらに関連する日本の伝統建築のユニークな知見を世界に知ってもらう機会になるだろう。

巡回スケジュール	巡回地	来場者数(人)
2020年10月24日—2021年1月3日(バーチャル展示)	ロサンゼルス	バーチャル展示継続中
2021年6月28日—8月22日(予定)	サンパウロ	—
2021年11月—(予定)	ロンドン	—



# JAPAN HOUSE

## 来館者数

### 当初予定より大きく超えた 来館者の推移からの考察と今後の役割

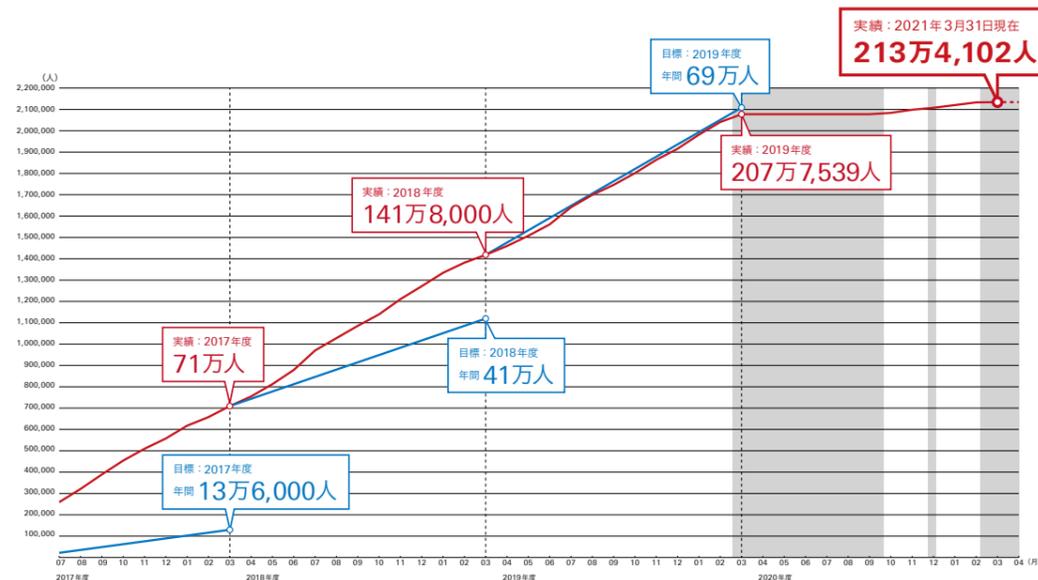
JAPAN HOUSEは各拠点とも工夫を凝らした魅力的な展示が評価されており、毎年多くの方々に来館頂いています。

JAPAN HOUSE 3拠点は2017年から2018年にかけて開館しましたが、2017年以降、来館者数は各拠点とも毎年度ほぼ目標を上回っています。サンパウロは2019年度のみ目標に少し届きませんでしたでしたが、2020年2月には、開館以来の累計来館者数が200万人を突破しています。

来館者数が開館当初の目標を大きく上回ってきた要因の一つは、伝統文化から最先端技術まで、興味深い切り口やストーリーに裏付けされた日本に触れることができるというJAPAN HOUSEの趣向が、現地のニーズに合致したためと考えられます。また、アンケート等からも、JAPAN HOUSEで開催した展覧会やウェビナー等を通じて、来館者・視聴者の方々が、日本に対する興味や関心をさらに深めていることが窺えます。

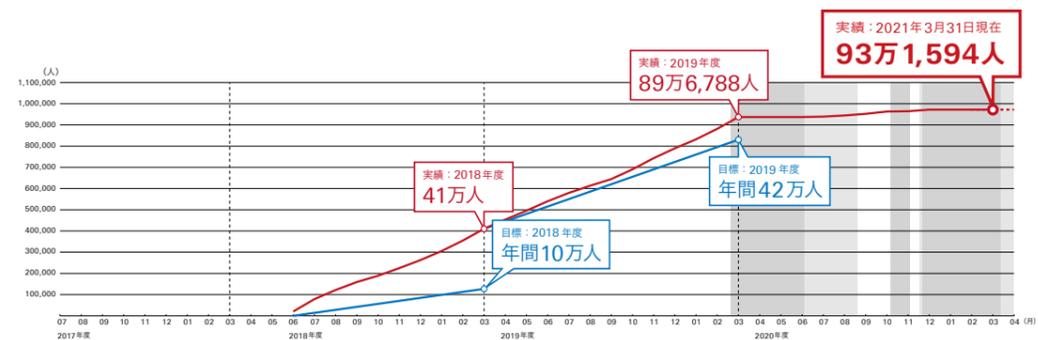
3拠点とも現地での高い評価が定着してきており、地元メディアもJAPAN HOUSEの活動に注目しています。2020年にはサンパウロで展示したコンテンツを別の都市でも展示する「横展開」という新たな試みも始まりました。他方で、新型コロナウイルス感染症の拡大により、臨時休館措置などが執られ、各館の来館者数は大きく落ち込みました。こうした中、3拠点では、展覧会のバーチャルツアーやセミナーのオンライン化などを積極的に展開して発信を続けており、バーチャルな来館は大きく伸びています。JAPAN HOUSE事業は創生期から発展の時を迎えており、今後ともリアルとバーチャルな来館の裾野を一層広げていく所存です。

※ グラフは各月の末日の集計  
※ 新型コロナウイルス感染症対策による休館期間  
■ 全館休館 ■ 一部休館



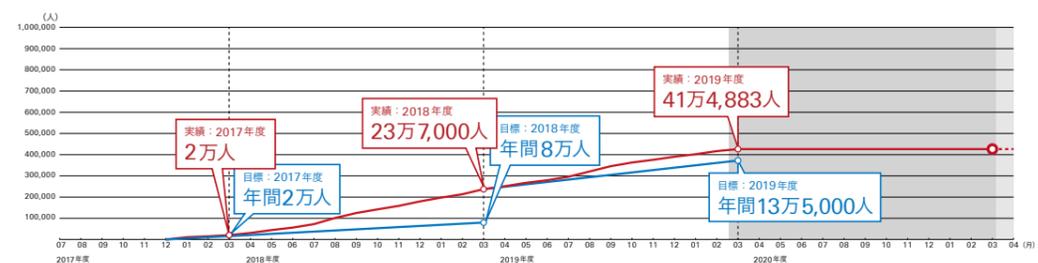
#### サンパウロ | 2017年4月開館

2020年2月には累計来館者数200万人を突破し、サンパウロ市内の主要な文化施設として定着。コロナ禍での休館をきっかけに「#JHSPONLINE」と呼ばれるオンライン発信を積極的に展開。2021年には、サンパウロで実施された企画展示の他都市・他国への巡回（横展開）が実現。



#### ロンドン | 2018年6月開館

コロナ禍により2020年から2021年にかけて7ヶ月に及ぶロックダウンが導入され、これまで順調に増えていた来館者数の伸びが鈍化した。オンライン発信を強化。2020年7月～11月までの再開時は、入場制限などがある中で、ロンドンの美術館等の中では堅調な来館者数を記録。



#### ロサンゼルス | 2017年12月一部開館、2018年8月全館開館

全館開館後、着実に来館者数を伸ばしてきたロサンゼルス。コロナ禍で2020年3月から現在（2021年3月末）に至るまで休館中であるが、50回近いウェビナーやオンラインワークショップに加え、展覧会のバーチャルツアー、記事配信など様々なオンライン施策を展開し、日本の多様な魅力や取組を米国内外に発信。



  
**JAPAN HOUSE**  
 ———  
 SÃO PAULO



**サンパウロ** | パウリスタ大通りの新名所

2017年4月の開館から5年目を迎えたジャパン・ハウス サンパウロは、隈研吾氏監修による檜の木組みが印象的な外観の施設です。これまで、建築、技術、食、ファッション、芸術など様々な日本の魅力をテーマに企画展示を展開してきました。コロナ禍による休館の経験を踏まえ、展示（リアル）とデジタル双方の強みを最大限に活用し、日本の多様な魅力を発信する拠点として進化を続けています。多言語展開、ブラジル国内及び中南米での展開にも注力しており、日本と中南米諸国を結ぶ架け橋としての役割も強化しています。

2020年2月には川俣正氏による割り箸を使ったインスタレーションや、「夢に見た日本」と題して日本のモチーフを扱ったプロジェクション・マッピングを実施しました。コロナ禍により2020年3月中旬から10月下旬

まで休館しましたが、ウェブサイトやSNS等を通じた日本文化のオンライン発信を積極的に実施しました。10月20日に再開した後は、写真家 石川直樹氏による日本列島の地域性に注目した写真展「JAPONÉSIA（ヤポネシア）」展、ドレスデザイナー・小泉智貴氏による「トモ・コイズミの幻想的な宇宙」展、優れたパッケージを集めた「パッケージング：日本の現代デザイン」展、書道家・金澤翔子氏による「DŌ（道）—金澤翔子の道」展を開催しました。さらに、ジャパン・ハウス サンパウロで実施した展示を、国内ではクリチバ、ポルト・アレグレ、国外ではブエノスアイレスに巡回（横展開）させました。なお、2021年3月から再び一時休館措置がとられたり、来館人数の制限などもある中で引き続きオンライン発信事業の強化に取り組んでいます。

また、日本の政策・取組の発信については、日本の外交政策、防衛政策、サイバーセキュリティ、安全保障、二国間関係、経済・貿易、女性の活躍、気候変動、コロナウィルス関連など、多岐にわたるテーマについて、著名シンクタンクと連携したものも含め、積極的にウェビナー等を実施しています。

# JAPAN HOUSE

SÃO PAULO



館長  
エリック・クルグ  
Eric Klug

ジャパン・ハウス サンパウロは、2017年4月の開館以来、25回の展示と1,000回以上のイベントを開催し、2020年2月には累計来館者数が200万人を突破しました。サンパウロ市内の主要な施設として定着した今、ブラジル国内そして中南米における活動として以下3つにも取組み、更なる飛躍を目指します。

1. ポルトガル語・スペイン語のSNSを活用し、500万人以上のユーザーにコンテンツを発信。
2. オンライン及びオフラインのハイブリッド型イベントを開催し、参加者が魅力的な食や体験を場所を選ばず楽しめる機会を提供。
3. 中南米にジャパン・ハウスで実施した展示を巡回。既に国内でのクリチバ、ポルトアレグレに加え、ブエノスアイレス（アルゼンチン）での展開も実施。

ジャパン・ハウス サンパウロは、これからも日本の多様な魅力や政策・取組の発信を通じ、日本と中南米の架け橋としての役割を担っていきます。



館内は3フロアで構成され、展示会やセミナー、ワークショップの開催を通じて芸術、テクノロジー、科学、食、ファッション、デザイン.....など幅広い分野の情報発信が行われています。



2F レストラン 藍染 Aizome



1F ショップ FUROSHIKI



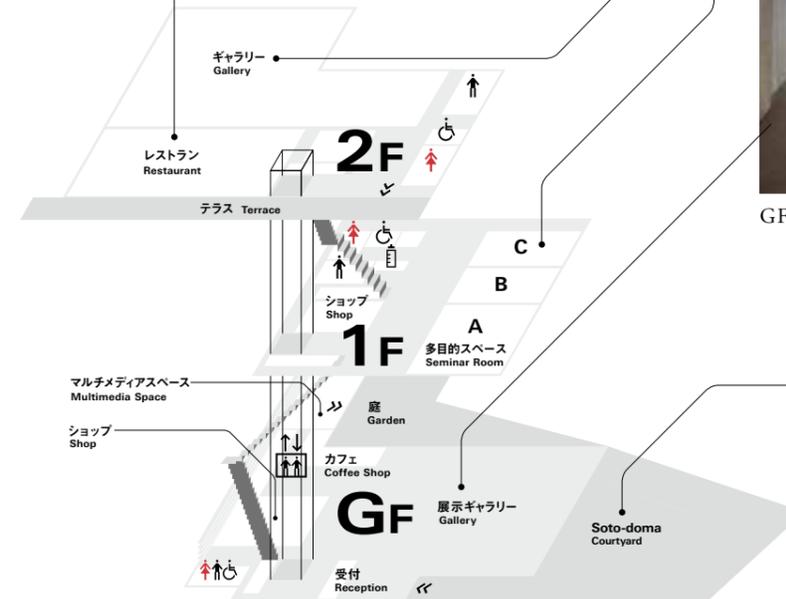
2F 展示ギャラリー : 314m<sup>2</sup>



1F 多目的スペース: 180m<sup>2</sup>



GF 展示ギャラリー : 250m<sup>2</sup>



Soto-doma



GF ショップ SHIN



GF 受付



GF 図書スペース



コンストラクション

2020年2月4日—4月12日  
来場者数：91,001人  
共同企画：川俣正

日本の生活文化で日常的に使用している箸を用い、川俣氏が本展のために特別にインスタレーションを制作。壮大な動きを放つインスタレーションは、その空間と呼应した生命体を表現。



夢に見た日本

2020年2月18日—4月26日  
来場者数：66,597人  
共同企画：Danny Rose Studio

心に響きわたる音楽が幻想的な日本を描き出し、夢のような旅へといざなう体験型のプロジェクションマッピング。日本らしさをとらえた特長ある映像の数々と音楽で構成。



石川直樹  
—ヤポネシア  
(JAPONÉSIA)

2020年10月20日  
—2021年1月10日  
来場者数：30,213人  
共同企画：石川直樹

日本列島の地域性に着目し、それぞれの土地が持つ特有かつ多様な風景や文化を、島や海からの視点によって表現した写真作品を展示。石川氏の探検、旅、登山や冒険を余すところなく描き出しました。なお、2021年2月からは、クリチバのオスカー・ニーマイヤー美術館に巡回中。



トモ コイズミの  
幻想的な宇宙

2020年10月20日  
—2021年1月17日  
来場者数：37,516人  
共同企画：小泉智貴(トモ コイズミ)

小泉氏のキャリアの中で最も重要な意味を持つ選りすぐりの衣装に加え、本展のために特別に制作された衣装を展示。独特なカラーリングとボリューム感のある華麗な衣装が小泉氏のクリエイティビティあふれる世界観を表現。なお、今後、ポルトアレグレのイベレ・カマルゴ美術館に巡回予定。



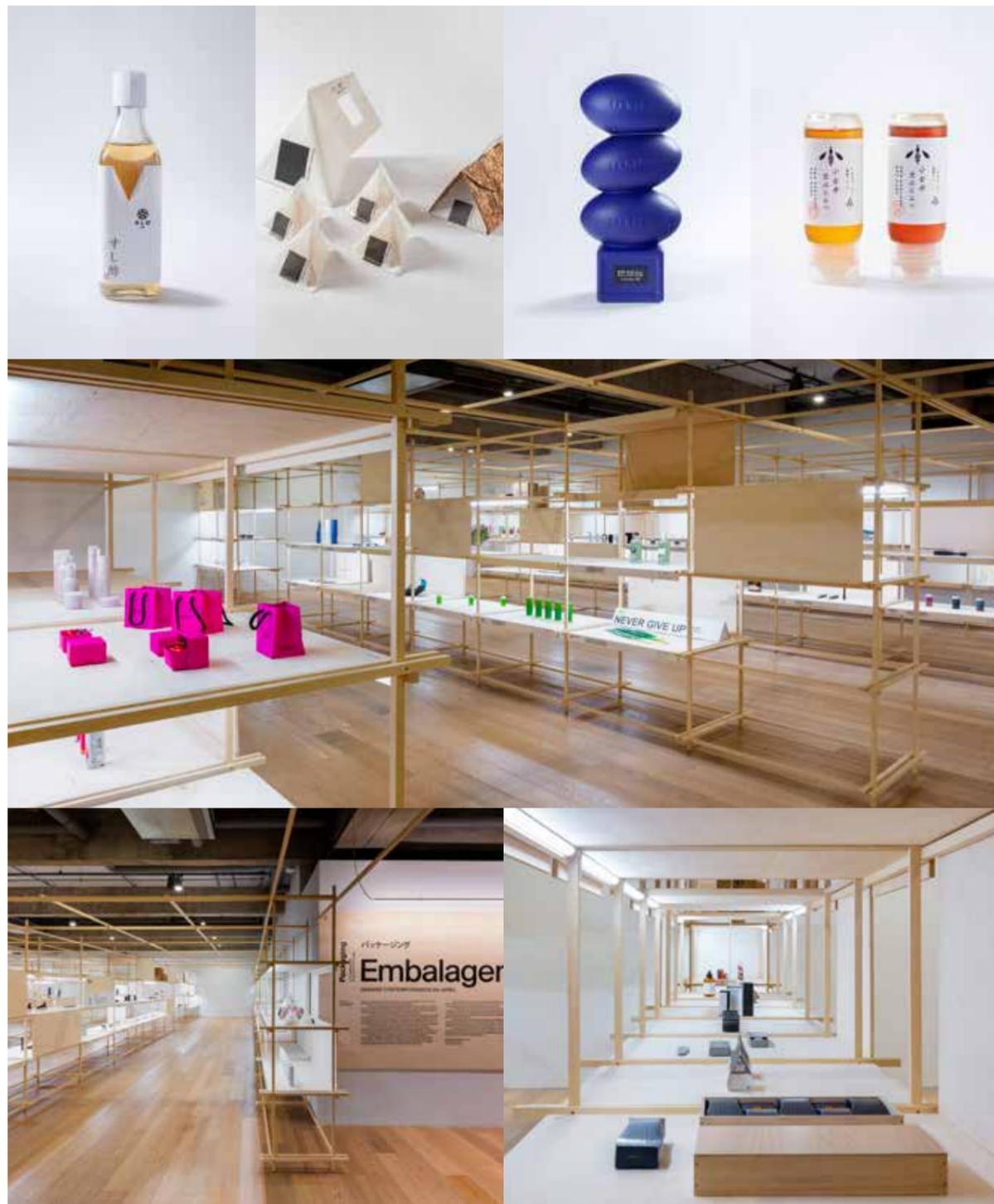
パッケージ:  
日本の現代デザイン

2021年1月19日—6月13日

来場者数:開催中

後援:公益社団法人日本パッケージデザイン協会

「日本パッケージデザイン大賞2021」の入賞・入選作品を通し、日本のパッケージに見られるデザインソリューション、サステナビリティやライフスタイルを紹介。日本の包む文化や「おもてなし」の心も伝えます。



DŌ(道)  
—金澤翔子の道

2021年2月2日—7月4日

来場者数:開催中

協力:金澤翔子

金澤氏の作品を通し、書道の美、歴史、伝統、現在の書道の在り方やコンセプトを紹介。全ての作品において、金澤氏の主観が詩的に表現されており、希望に満ちた前向きなメッセージを伝えます。

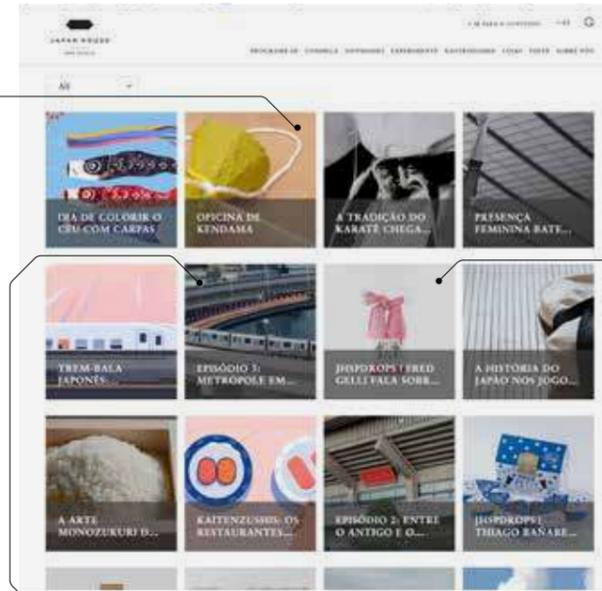
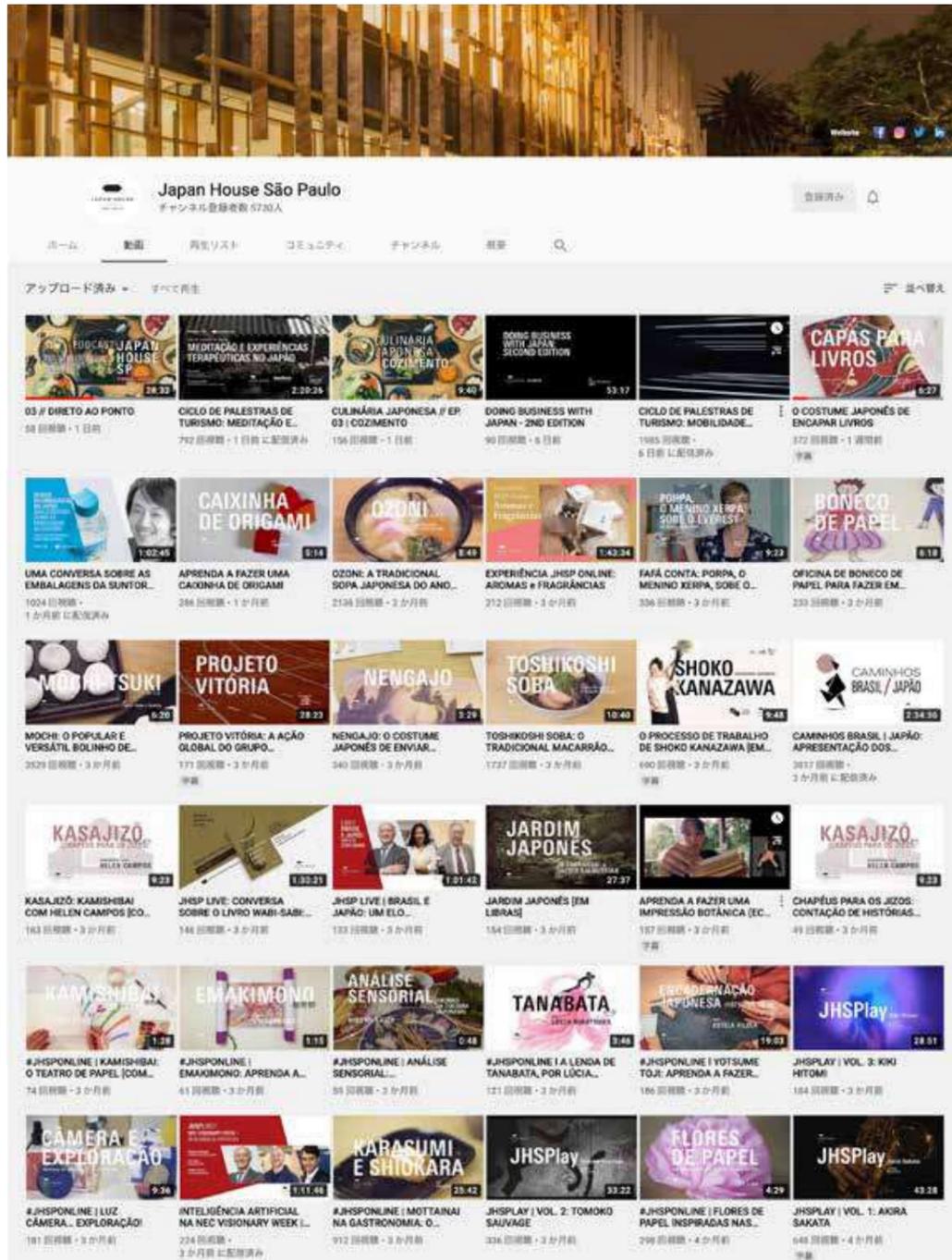


【JAPAN HOUSE SÃO PAULO 企画 2020年度】

オンラインコンテンツの充実

ジャパン・ハウス サンパウロでは、「#JHSPONLINE」として、文化芸術、食、テクノロジー、観光、教育、スポーツ、ビジネスなど日本の多様な魅力あるテーマを様々な角度から取り上げ、オンライン上で動画・記事・ライブで配信しています。例えば、日本酒や日本の香りに関連する体験キットを配送し、その楽しみ方の文化をオンラインで解説したり、文学、食などの日本文化に触れることができるポッドキャストをYouTubeで配信しています。今後は、日本の地域ごとに魅力をいくつかとりまとめて、旅行仕立てで紹介する文化体験イベントもオンラインで展開する予定です。参加者は、事前に関連キットを受け取り、自宅にいながら日本の食や祭り、伝統文化など、地域の魅力に触れる体験ができます。

YouTube公式チャンネル



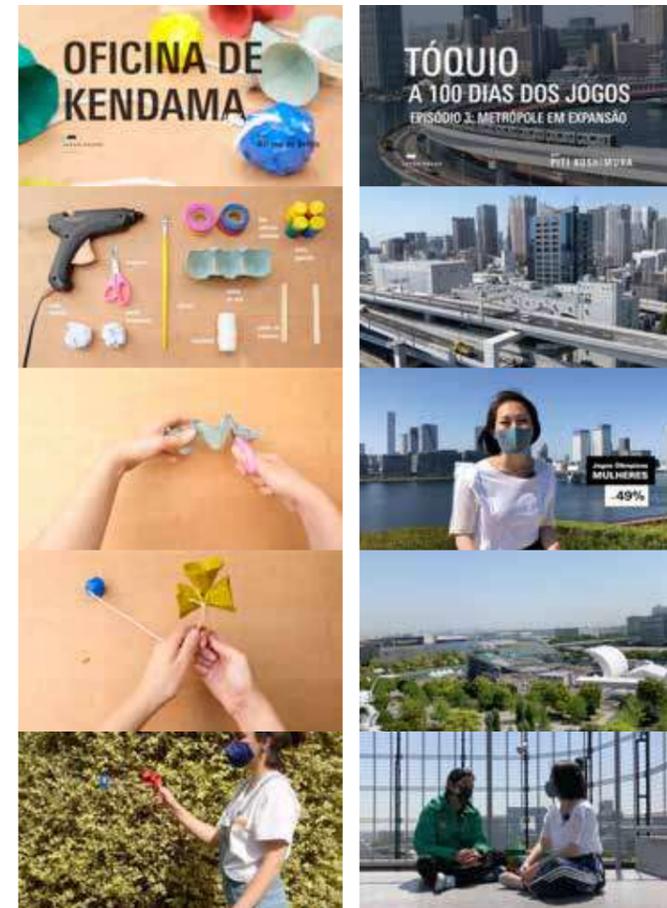
JAPAN HOUSE SÃO PAULOのウェブサイトには日本の今を伝えるコンテンツ#JHSPONLINEが掲載されている。

パッケージ展の解説



けん玉のDIY

東京解説



【JAPAN HOUSE SÃO PAULO 企画 2020年度】

ウェビナー：  
アジア諸国の台頭と  
大国間の競合関係

2020年10月26日  
視聴者数：約200人（継続公開中）  
共同企画：ジェトゥリオ・ヴァルガス  
財団 (FGV) 国際関係学部

スピーカー  
佐橋亮 東京大学准教授  
モデレーター  
ペドロ・ブリーチス FGV国際関係学部教授



佐橋教授から、日中米三国間関係が東アジアや国際秩序にもたらす影響について解説し、地域の安定に取り組む日本外交について紹介。法の支配に基づく「自由で開かれたインド太平洋」の取組を推進することは、例えばグローバル・サプライチェーンを維持していく上でも、日本のみならず全世界にとって重要な課題である点や領土保全、歴史認識などを説明しました。

ウェビナー：  
グローバル・ガバナンスと  
気候変動

2021年2月22日  
視聴者数：約100人（継続公開中）  
共同企画：ジェトゥリオ・ヴァルガス  
財団 (FGV) 国際関係学部

スピーカー  
高村ゆかり 東京大学教授  
エドゥアルド・ヴィオラ ブラジリア大学研究員  
モデレーター  
ペドロ・ブリーチス FGV国際関係学部教授



高村教授から、パリ協定などの国際的な枠組みのもと、日本政府は温室効果ガスの排出量を2050年までに実質ゼロにするとの目標を掲げるとともに、企業や地方自治体も環境問題に積極的に取り組んでいることなど、日本の気候変動対策に関する最近の動向について説明。また、今後の脱炭素化と再生可能エネルギーへの移行によって、エネルギー輸出国とエネルギー輸入国との間の力関係が大きく変わり、国際関係に影響をもたらす点なども指摘しました。

ウェビナー：  
国際機関と  
グローバル政治に  
おけるジェンダー格差

2021年3月3日  
視聴者数：約160人（継続公開中）  
共同企画：ジェトゥリオ・ヴァルガス  
財団 (FGV) 国際関係学部

スピーカー  
斎藤万里子 Gender Action Platform 理事、  
レナータ・ジアニーニ イガラベ・インスティテュート  
研究員  
モデレーター  
ペドロ・ブリーチス FGV国際関係学部教授



斎藤理事から、日本におけるジェンダー平等をめぐる政治的・社会的な変遷について、ジェンダー問題が持続可能な開発目標 (SDGs) に取り込まれた点など国際的な動きと連動させつつ紹介。その中で、日本もアベノミクスの下で「女性が輝く社会」実現のための政策を取り、ジェンダー問題への取組を続けている点、また、「女性活躍推進法」制定を契機に、一定規模以上の企業が女性の経営参画に関するデータを公表することが義務付けられ、企業の意識も変化したことなどを説明しました。

【JAPAN HOUSE SÃO PAULO 企画 2017-2019年度】

竹—日本の歴史  
BUMBU

2017年5月6日—7月9日  
来場者数：190,547人

竹は強くたくましく、それでいて軽く弾力性があり、そして控えめ——竹の特性と日本文化の本質の緊密な機微を探るサンパウロのオープニング時の展覧会。



隈研吾  
—エターナル・エフェメラル

2017年7月18日—9月10日  
来場者数：140,509人

サンパウロの建築デザイン監修を担当した隈研吾氏の展覧会。日本建築の伝統を基本に、革新的なデザインを生み出す氏の建築の本質を展覧しました。



里山  
—成澤由浩 +セルジオ・コインブラ

2017年9月19日—11月12日  
来場者数：123,793人

「里山文化」の再解釈を携えて、3年間かけて日本の産地を旅した成澤シェフと写真家のセルジオ・コインブラ氏。その記録を通じて、日本の地域の多様性と食材の歴史が鮮明に展開されます。



【JAPAN HOUSE SÃO PAULO 企画 2017-2019年度】

ESPUMA | 名和晃平

2017年9月23日—11月14日  
来場者数：117,513人

日本を代表する彫刻家、名和晃平氏によるインスタレーション。小さな水泡が積み重なって生まれる泡《ESPUMA》は、まるで新陳代謝を繰り返す我々の生と死のサイクルを表しているかのよう。我々を形作る目に見えない分子にイメージを与え、アートとして具現化した展示。



Oscar Oiwa Paradise  
— Drawing the Ephemeral

2018年4月3日—6月3日  
来場者数：108,958人

移民110周年をとらえ、日系2世であり、日本及び日本の現代アートシーンでその才能を磨いた大岩オスカー氏の特別なインスタレーション“パラダイス”を展示。360度に描かれた作品の中に入り込むことで、作品と一体となったユニークな体験を実現しました。



セミナー：  
東アジアの安全保障環境  
～ブラジルにとって重要か？

2018年2月13日  
来場者数：約130人  
共同企画：フェルナンド・エンリッケ・カルドゾ財団 (FFHC)

スピーカー  
田中明彦 政策研究大学院大学学長  
セルジオ・ファウスト FFHC主任研究員  
ロウリバル・サンタナ氏 (ジャーナリスト)



田中学長から、日本の政治・経済、安全保障、戦後の日本外交、ODA、東アジアの安全保障環境について、「自由で開かれたインド太平洋」や領土保全、歴史認識なども含め説明。東アジアの安全保障環境の悪化は、アジアとの貿易額が大きいブラジルにも影響が及ぶとし、自由民主主義体制を維持している日本とブラジルは良き外交パートナーであり、より一層の関係強化が重要であると指摘しました。

Aroma & Flavor

2018年6月5日—10月21日  
来場者数：307,939人

日本を象徴する香り・味の多様さを、インタラクティブな体験を通じて探っていくことができる企画。



セミナー：  
河野外務大臣の  
政策スピーチ

2018年5月7日  
来場者数：約120人

スピーカー  
河野太郎 外務大臣 (当時)  
モデレーター  
マルクス・フレイタス アルマンド・アルバレス・ベンテアード財団 (FAAP) 大学教授



河野外務大臣 (当時) から、民主主義、法の支配、人権、市場経済といった基本的価値を基礎とした自由主義の国際秩序が今日の世界の平和と繁栄を導いてきたと指摘しつつ、TPP11など貿易と投資の新たな経済秩序の構築にかかる日本の取り組みを紹介。また、北朝鮮をめぐる情勢や国連安保理改革についての我が国の立場も説明。中南米諸国との関係については、日本と中南米諸国がこれまで共に海の恩恵を享受してきたことに言及しつつ、法の支配に基づく自由で開かれた海洋秩序の維持に向けた支持を求めるとともに、安倍総理が2014年に発表した「発展を共に」「主導力を共に」「啓発を共に」からなる中南米との協力のための3つの指導理念 (「共に (juntos)」) に基づく関係の拡大の意向を表明しました。

無印良品  
POP-UP STORE

2018年6月19日—8月15日  
来場者数：139,670人

日本文化特有の質素ながら柔軟性があふれる無印良品の、シンプルかつ合理的な商品に焦点を当て、南米初のポップアップストアと展示を実現しました。

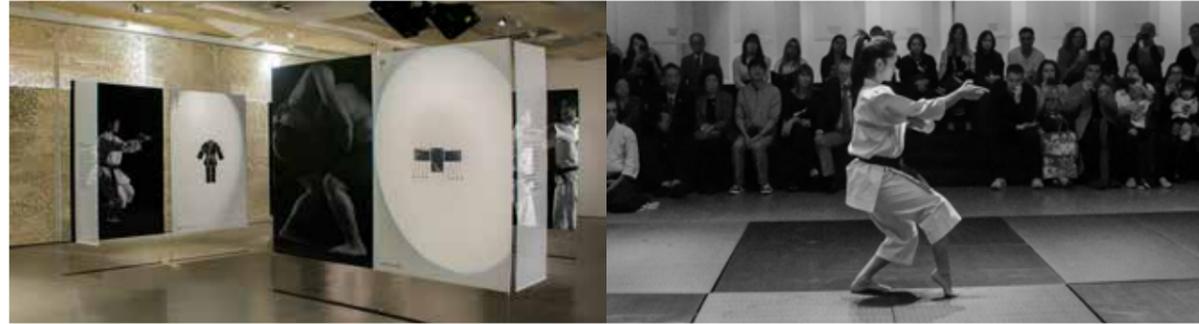


【JAPAN HOUSE SÃO PAULO 企画 2017-2019年度】

DŌ (道)  
一徳の極みへ

2018年8月21日—9月16日  
来場者数：55,025人

日本の伝統的な6つの“道”の特徴や、鍛錬から得る礼の心や強靱な精神性を紹介。各武道の協会・団体と連携し、50以上の体験型の企画を実施。



ANREALAGE  
A LIGHT UN LIGHT

2018年11月6日  
—2019年1月6日  
来場者数：133,977人

日常のファッションの在り方を刷新し続けるブランド「ANREALAGE」。ファッションに留まらない森永邦彦氏のイノベーションは新しい日本の一面を象徴。ロサンゼルスからの巡回展。



NONOTAK  
次元 Dimension

2018年10月2日  
—2019年1月9日  
来場者数：209,084人

伝統と新たな媒体を混成させる先進・革新のユニットNONOTAK。東京のワンシーンからインスピレーションを得たインスタレーションを実現。



犬のための建築  
Architecture for Dogs

2019年1月19日—4月7日  
来場者数：118,483人

人間のパートナーである犬と共存するための建築を考察する試み。日本人を中心とする、世界の第一線で活躍する建築家たちの回答であるブループリントはオンラインでダウンロードが可能。



セミナー：  
激動の世界における  
日本の選択肢  
～トランプ時代の舵取り

2019年2月13日  
来場者数：約140人

スピーカー  
中山俊宏 慶應義塾大学教授  
ロウリバル・サンタナ氏 (ジャーナリスト)  
モデレーター  
マティアス・スペクター ジェトゥリオ・ヴァルガス財団国際関係学部准教授



中山教授から、東アジア情勢が歴史的な変化の中にあって、日米同盟の重要性はトランプ米大統領当選後も変わらないと指摘し、その背景等について日米双方の観点から説明。また、日本外交の選択肢にかかる分析、TPPへの取組、領土保全や歴史認識などについて説明しました。

セミナー：  
21世紀の通商戦略・ラ米諸  
国との経済連携

2019年3月11日  
来場者数：約90人  
共同企画：ブラジル日本文化福祉協会

スピーカー  
渡邊頼純 関西大学教授  
グスターボ・ジュンケイラ サンパウロ州農務局長  
トーマス・ザノット サンパウロ州工業連盟国際担当局長  
村田俊典 ブラジル日本商工会議所会頭  
モデレーター  
ジョージ奥原 ブラジル日本文化福祉協会副会長



渡邊教授から、日本が東南アジア、北米・中米、EUと、世界の主要経済圏と経済連携協定を結んできた流れや日本の通商政策について紹介。日本と南米地域の関税同盟であるメルコスールとの経済連携協定の重要性について説明しつつ、ブラジルの登壇者とともに今後の日伯連携の可能性について議論しました。

【JAPAN HOUSE SÃO PAULO 企画 2017-2019年度】

NIPPONの47人  
CRAFT

2019年4月23日—7月25日  
来場者数：180,531人  
共同企画：  
D&DEPARTMENT PROJECT

日本に続く伝統を、47都道府県から47人の職人らの作品を通して伝える展示。47人の職人による制作プロセスを通じ、数千年にわたる日本の歴史を振り返りました。



グラフィックデザイン  
7人の巨匠

2019年5月10日—6月23日  
来場者数：74,078人  
協力：国際交流基金企画

販売促進のための媒体として制作されることが多いポスターですが、なかには平和や環境保護を啓蒙することを目指して作られるものもあります。本展ではポスターとしての多様性を表現しながら、浮世絵を想起させる作品などバラエティに富んだ内容の展示を実施しました。



DŌ (道)  
— 平静の極みへ

2019年6月29日—8月4日  
来場者数：96,008人  
協力：ブラジルいけば協会

草花を日本独自にアレンジする芸術「華道」の展示紹介を通じて、日本の伝統的な「DO (道)」への歴史、技術、精神を紹介する展示。



田根剛 未来の記憶  
Archaeology of the Future  
Memory and Vision

2019年8月6日—10月13日  
来場者数：121,506人  
協力：TOTOギャラリー・間

日本の建築の裏にある「日本の生活」、そこから生まれた建築を紹介。発想に至った背景、建築によって創造された変化などを紹介することで、建築を通じた日本社会への視点を発信しました。



NUNO  
— 現代を生きる布の詩 (うた)

2019年8月20日—10月27日  
来場者数：121,305人

繊維・布に精通し、様々なテキスタイルを発表してきた須藤玲子氏によるアートを通じて、日本の繊維・布に対する興味を促しました。



CHI HARU SHIOTA  
“Internal Line”

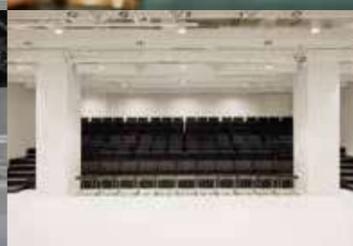
2019年11月13日  
—2020年2月2日  
来場者数：161,254人

現代美術家塩田千春氏によるインスタレーション。人がこの世に生を受ける時に持ち合わせていると言われている「運命の赤い糸」をモチーフに、個々人が持っている赤い糸が世の中に繋がっていく様を表現しています。





  
**JAPAN HOUSE**  
 ———  
 LONDON



## ロンドン | ケンジントンで新たな日本を見つける

ジャパン・ハウス ロンドンは2018年6月の開館以来、日本の伝統的な職人技から最先端の科学技術に至るまで幅広いテーマを扱った企画展示を行っています。これまで9本の展覧会と300回以上のイベントを実施し、90万人以上の来館者に衝撃と興奮を届けてきました。

2019年11月から2020年3月にかけて開催した「WOW: City Lights and Woodland Shade」展では、東北地方の郷土工芸である木製の玩具がデジタル技術を駆使したインスタレーションによって命を吹き込まれ、一方展覧会の目玉となった玩具類は館内ショップでも販売されて好評を博しました。

新型コロナウイルス感染症の影響により、長期にわたる臨時休館措置がとられました。魅力あるイベントやコンテンツをオンラインで展開し、日本各地を紹介しながら、建築、日本酒、テキスタイルデザイン、漫画といった多様なトピックについて発信してきました。2020年9月の再開時には「Architecture for Dogs」展を開催しましたが、コロナ禍において新規の展覧会を開催したという点で、ジャパン・ハウスはロンドンで特異な存在であったと言えます。加えて、ロンドン建築フェスティバルやロンドン・デザイン・フェスティバルなどの連携により質の高い関連イベントを実現するとともに、同展覧会のバーチャル・ツアーを公開したことで、幅広い層への発信を実現しました。

また、日本の政策・取組の発信においては、安全保障、日英の安保・政治協力、杉原千畝関連、日英経済連携協定、気候変動、宇宙研究・開発、高齢化社会、コロナウイルス対応など多岐にわたるテーマについて、著名シンクタンクと連携したのもも含め、積極的にウェビナー等を実施しています。

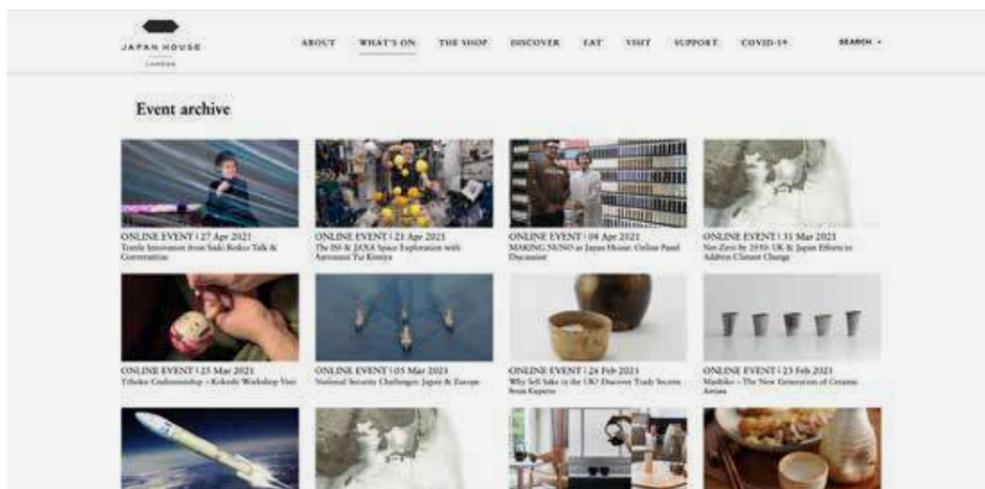
# JAPAN HOUSE

## LONDON



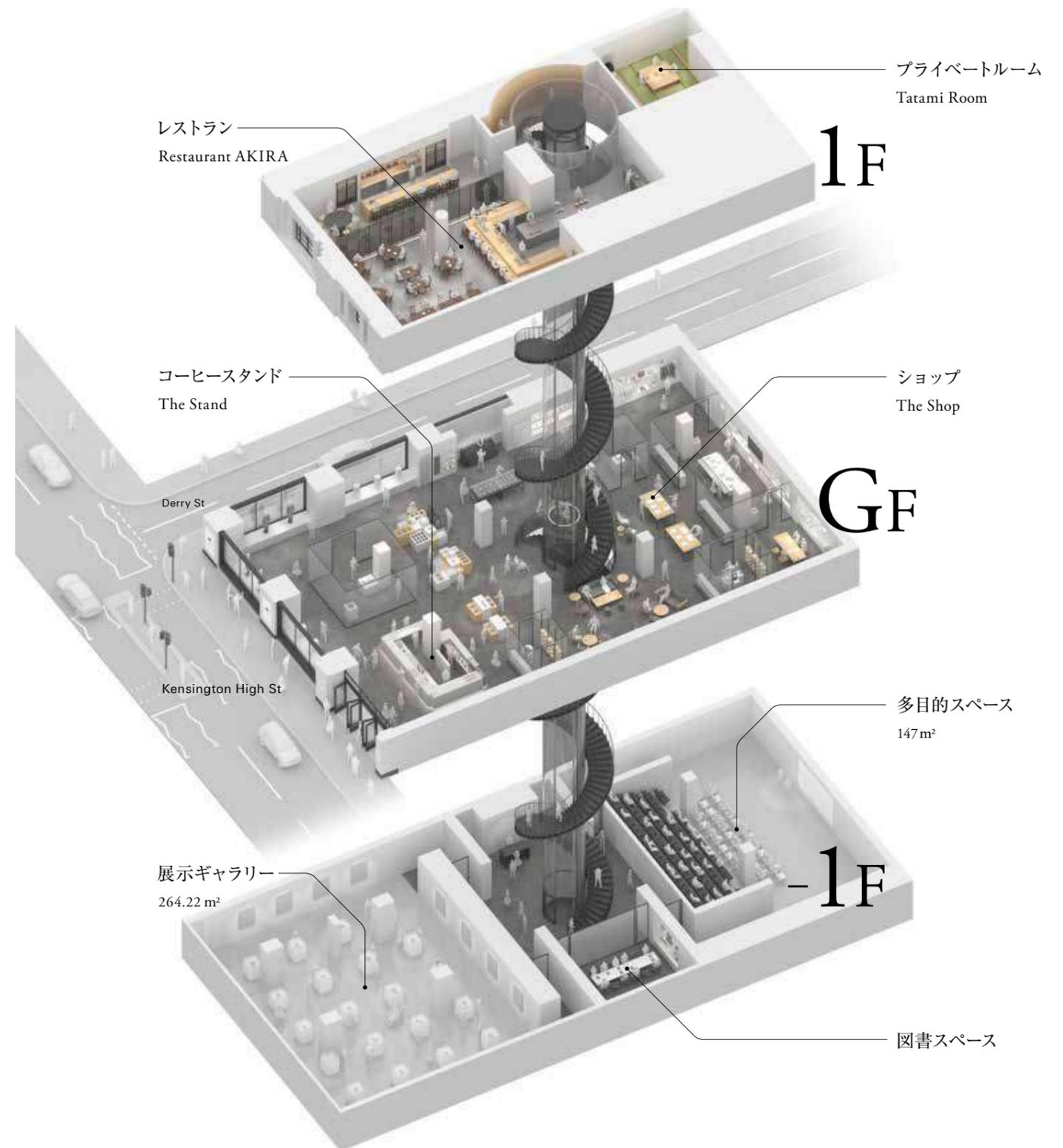
館長  
マイケル・フーリハン  
Michael Houlihan

激動のこの一年、多くの方が途方もなく困難な課題に直面しました。この困難は、ジャパン・ハウス ロンドンが日本を体現するための革新的な方法を模索するきっかけとなり、また未来へ向けた新たなビジョンを具体化する契機にもなりました。ロックダウン下の社会に対応するために、我々は新たなバーチャルの場、すなわち「ジャパン・ハウス ロンドン オンライン」を生み出し、バーチャルな展覧会やオンラインイベントといった刺激的かつ利用しやすいコンテンツを通じて、多くの人々との交流を維持し続けています。さらに、英国に限らず世界中の幅広い観衆の生活や暮らしの中に、日本の工芸やデザイン、アートを届けることにも成功しました。リアルであるかバーチャルであるかに拘わらず、我々にとって常に重要なのは、日本によって語られる日本です。2021年は、『Tokyo 1964: Designing Tomorrow』展の開催、自治体との連携によるさらなる地域の魅力発信、SDGs (持続可能な開発目標) への取り組みの模索など、我々が手がける様々な事業活動を通じて、今後も「伝統が未来を形作る資源」となることを明らかにしていきます。最後に、日英間のより緊密な貿易関係は新たな時代の到来を告げるものですが、これは二国間の繋がりを強化し、日本の文化や人々、精神を広く知らしめるというジャパン・ハウス ロンドンのミッションを遂行する上でも真の好機となるでしょう。



### オンラインコンテンツの充実

企画展示と連動したバーチャルツアーが、地元メディアで「the best virtual exhibitions」に選出されるなど、ジャパン・ハウス ロンドンのオンライン発信は現地でも高い評価を得ています。日本文化の様々な側面を紹介するコンテンツ「STORIES」では、東日本大震災から10年の節目にあたる2021年、東北の伝統的工芸品である「こけし」を紹介すると共に、オンラインで「こけし」づくりの体験型ワークショップも開催しました。他にも、日本のデザインを取り入れたマスク作りをFacebookで動画配信するなど、日本のものづくりの発信に力を入れています。



ケンジントンのメイン通りに1930年代に建てられた元百貨店のビルをリノベーションし、ロンドンの施設をかたちにしたのは、インテリアデザイナーのワンダーウォール片山正通氏。地下から2階へとつながる三層のフロアを貫通させる円筒形のガラスエレベーターと螺旋階段が空間に強い中心軸を生み出しています。

【JAPAN HOUSE LONDON 企画 2020年度】

Architecture  
for Dogs  
犬のための建築

2020年9月19日—2021年1月10日  
来場者数：23,536人  
バーチャル展示継続中  
協力：日本デザインセンター 原デザイン研究所  
Imprint Lab/Intertrend

世界をリードする著名な建築家・デザイナーにより、様々な犬種のためにデザインされた建築作品を紹介する。欧州では初開催となった本展では、英国を拠点とする建築家アシフ・カーン氏が初参加し新作を手掛けました。



「Architecture for Dogs」展は、ロンドンの主要フェスティバルとの連携により、館外イベントの充実を実現。また、コロナ禍による一時休館に際しては、3Dバーチャル・ツアーを公開し、より幅広い層へリーチすることができました。



マウスの動きに応じて、展示空間を自在に閲覧できる



各作品の詳細情報もポップアップで表示



WOW: City Lights  
and Woodland Shade  
都市の光、郷の灯

2019年11月21日—2020年3月22日  
来場者数：172,552人  
制作：WOW

東京の夜景を全天球型ムービーで映し出す映像インスタレーション『Tokyo Light Odyssey』は日本の「都市の未来」を、『POPPO』は東北の郷土玩具をモチーフに日本の「地方の永遠性」を表現した体験型デジタルアート作品。



展覧会の目玉となった玩具は館内ショップでも販売



ウェビナー：  
日英関係：  
安全保障・政治協力

2020年 7月20日  
視聴者数：約200人(継続公開中)  
共同企画：  
王立国際問題研究所(チャタムハウス)

スピーカー  
細谷雄一 慶應義塾大学教授  
アレッシオ・パタラーノ キングス・カレッジ・ロンドン  
准教授  
モデレーター  
ジェニファー・リンド チャタムハウス・アソシエイトフェロー/米ダートマス大学准教授



細谷教授から、日英関係の現状や今後の展望について説明。「自由で開かれたインド太平洋」を含めアジアの地域課題に対応する上でも日英協力が不可欠であることを指摘。また、日英両国の対米関係についても議論が行われました。

ウェビナー：  
JAXA講演シリーズ・パート1  
～宇宙の起源を探る

2020年 11月18日  
視聴者数：約160人(継続公開中)  
共同企画：国立研究開発法人宇宙航空  
研究開発機構(JAXA)

スピーカー  
吉川真 JAXA/宇宙科学研究所准教授  
(はやぶさ2ミッションマネージャー)  
須藤勝也 JAXA/事務所長  
モデレーター  
ナタリー・スターキー (サイエンスライター)



須藤所長から、JAXAの概況及び小惑星探査機「はやぶさ2」のミッションの内容や成果について紹介。はやぶさ2が小惑星リュウグウへの着陸に成功し、サンプル採取のためのタッチダウンを行う際の動画を披露。宇宙工学上、世界初となる成果がすでにいくつも得られていることを紹介した上で、リュウグウの地表面には地球誕生以前の46億年前の有機物が存在するとみられることから、地球に持ち帰るサンプルの解析により生命の起源に関する多くの知見が得られるだろうと指摘しました。

ショップ連動企画  
HIROKOLEDGE  
RENOVATION:  
Kimono & Sustainability

2020年 8月5日— 9月7日

ロンドンでは、ショップディスプレイも企画軸の一つとしてイベント発信を試みています。今年度は、テキスタイルアーティストの高橋理子氏の着物を迎え、ヴィクトリア・アンド・アルバート博物館とのウェビナー企画を実現。



【JAPAN HOUSE LONDON 企画 2017-2019年度】

燕三条  
金属の進化と分化

2018年9月6日—10月28日  
来場者数：58,057人

新潟県燕三条地域の「燕三条 工場の祭典」事業の精度の高さ、将来への可能性にロンドン事務局が着目。同地域の金属加工文化を展示や実演を通して紹介。



復興庁イベント：  
Our Road to Recovery

2019年6月25日—7月2日  
来場者数：218人

ジャパン・ハウスは復興庁と協力し2011年の出来事に追悼の意を込めて地元の復興の様子を綴る東北の住民を招致し、種々の公開講演会を開催。各講演ではそれぞれに異なる復興活動に寄与し、地域に新しい命と活力をもたらす活動がとりあげられました。



Living Colours: Kasane  
— the Language of Japanese  
Colour Combinations  
かさねの森 染司よしおか

2019年4月5日—5月19日  
来場者数：67,295人  
協力：染司よしおか

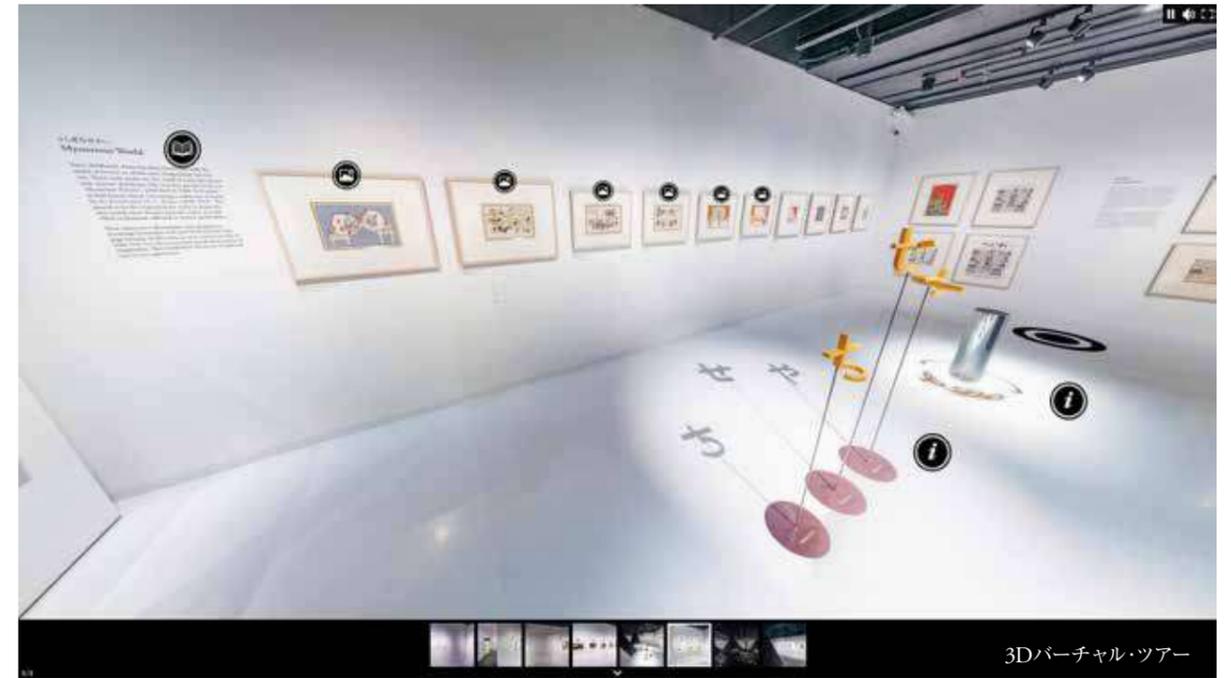
日本の美しい伝統色と季節の移り変わりの繊細さを表現した染織作品。本展では、京都で200年以上続く染屋「染司よしおか」の染織作品を展示。吉岡幸雄氏は、老舗の染屋を継いでから、それまで使用していた化学染料を廃し、植物などの天然染料で染色する作品を生み出してきました。



Anno's Journey:  
The World of Anno Mitsumasa  
安野光雅の世界

2019年8月22日—10月27日  
来場者数：84,063人  
共同企画：産経新聞社

多数の絵本を世に送り出してきた安野氏の、初期から近作までの作品100点あまりを展示しました。豊かな知識と卓越したセンスで描いた、水彩スケッチ、日本画、絹に描かれた繊細な原画や切り絵など様々な作品を紹介。安野氏の作品が英国で展示されるのは初。



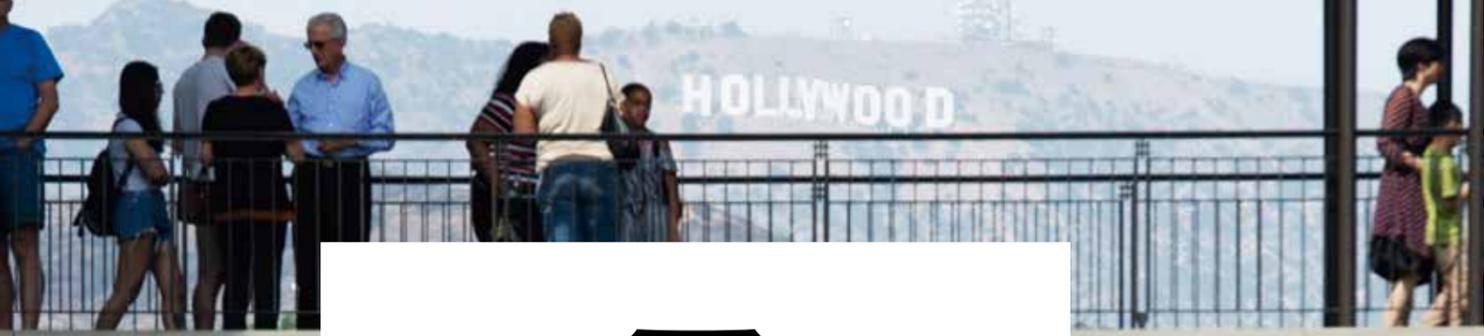
講演：  
Society 5.0  
～高齢化社会の新モデル？

2020年2月25日  
来場者数：約120人

スピーカー  
原山優子 東北大学名誉教授



原山名誉教授から、内閣府の第五期科学技術基本計画で提唱された、未来社会のコンセプト「Society 5.0」について、特に、高齢化社会などの社会課題への対応という観点から紹介しました。



  
**JAPAN HOUSE**  
 ———  
 LOS ANGELES



ロサンゼルス | ハリウッドを変えていく

2018年8月に全館開館したジャパン・ハウス ロサンゼルスでは、エンターテインメント産業の中心地・ハリウッドという地域性を活かしつつ、映像、食をはじめ日本の魅力を多角的に伝えるコンテンツを展開してきました。日本の歴史に根差した各地の深い伝統や文化、価値観に触れつつ、人々が共鳴・共感し、自分のライフスタイルに日本を取り入れたいと思ってもらえるような発信を心がけています。また、大学やシンクタンク、政府系団体や民間団体との連携により、幅広い層への訴求を図ってきました。

2020年1月から「飛騨」展を開催し、1300年以上続く「飛騨の匠」の木工技術やその背景である文化を通じ、地域に根差す日本のものづくりを紹介しました。コロナ禍で2020年3月中旬以降休館が続きましたが、

食やイラストのワークショップ、ミニチュア建築模型のコンテスト、日本紹介記事・動画の発信をはじめ、コロナ禍で自主隔離を余儀なくされてきた人々の生活に日本文化を通じた潤いを提供するなども含め多岐にわたるオンライン企画を実施しました。10月には「窓」から日本を読み解く巡回企画展「窓学」展、そして2021年2月には、木版画に表現された日本の自然やその中に宿る超自然的な力に注目した「Nature/Supernature」展のバーチャル・ツアーを公開するとともに、関連企画もオンラインで実施しました。再開後もリアルとオンラインを組み合わせることで多様な魅力を発信しています。

さらに、日本の政策・取組の発信については、安全保障、防衛協力、サイバーセキュリティ、日米関係、杉原千畝関連、高齢化社会、防災・復興、科学技術、コロナウイルス対応など多岐にわたるテーマについて、著名シンクタンクと連携したものも含め、積極的にウェビナー等を実施しています。

# JAPAN HOUSE

LOS ANGELES

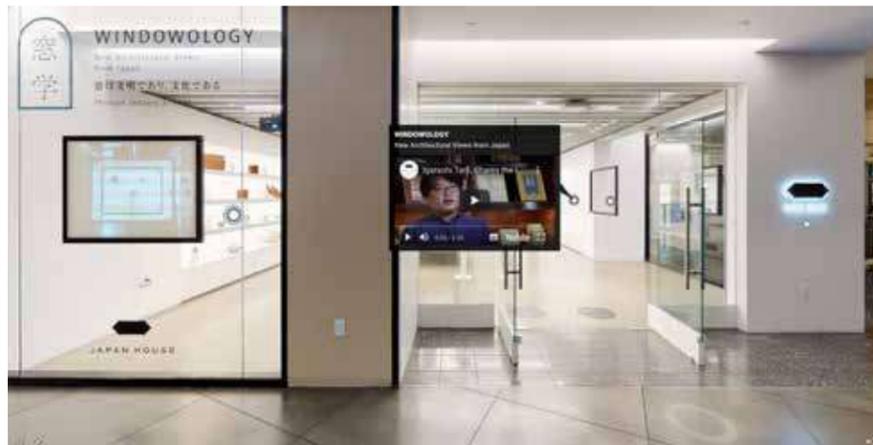


館長  
海部優子  
Yuko Kaifu

ジャパン・ハウス ロサンゼルスは、様々なプログラムを通じ、日本を知る衝撃を提供してきました。2020年3月、コロナ禍の影響で全ての活動をオンラインに転換しました。施設の休館は「五感で日本を感じる」ことを旨としてきた私どもにとって残念なことでした。しかし、この一年間に分かってきたことがあります。

第一に、オンラインにより、米国各地や他国をも含めた幅広い方々にコンテンツをお届けすることが出来るということです。日本の素晴らしさを伝えるためのこの事業は、地理的な境界を越えて、多くの人々に感動を伝えることが出来るのです。

第二には、コロナ禍の中で、多くの人々が日本の持つ癒しや美しさ、価値観を求めていたということです。「HIDA」展や「窓学」展に対する反響は、その明らかな証左でした。コロナ禍が終焉し、人々の生活が平常に戻った後も、施設をこれまで以上に活用しつつオンラインでのコンテンツ配信も積極的に展開していきたいと考えています。



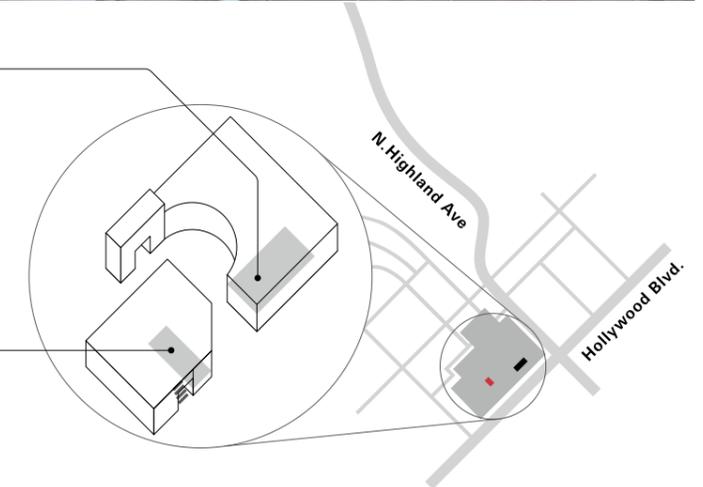
## オンラインコンテンツの充実

ジャパン・ハウス ロサンゼルスでは、企画展示のバーチャル・ツアーの公開に合わせ、オンラインでその背景にあるストーリーを解説したり、関連イベントを実施したりするなど、人々の理解がより深まるよう工夫を凝らしています。また、映画の配信や日本の映画監督と米国の映画評論家のオンライン対談など、ハリウッドという土地柄を活かしたコンテンツも発信しています。さらに、日本の政策・取組を紹介するプログラムも強化しており、現地のシンクタンクや大学との連携も図りながら幅広い層への発信を行っています。



5F

多目的スペース 178m<sup>2</sup>  
図書スペース  
レストラン



2F

展示ギャラリー 224m<sup>2</sup>  
ショップ

ハリウッド&ハイランド(モール)の2Fと5Fの2フロアで構成されており、スペースコンポーザーの谷川じゅんじ氏をはじめ、2Fの空間設計をアーティストの名和晃平氏、5Fの空間設計をインテリアデザイナーの小坂竜氏が手がけています。



HIDA  
— A Woodwork Tradition  
in the Making

2020年1月16日—4月12日  
来場者数：26,937人  
バーチャル展示継続中

伝統を受け継ぎ、継承していくために進化を遂げ1300年以上も続いている「飛騨の匠」に焦点を当て、彼らがおこなう技や創り出すものを通して、日本のものづくりに対する心と美意識を紹介。世界に市場を広げる日本の家具のこころいきを表現しています。



Nature / Supernature  
Visions of This World and  
Beyond in Japanese  
Woodblock Prints

2021年2月15日—5月31日  
来場者数：開催中  
バーチャル展示継続中

スクリプス大学が所蔵する貴重なコレクションの中から、60以上に及ぶ木版画作品を紹介。日本の木版画の技術や歴史、そして日本の自然やその中に宿る超自然的な力が、木版画の世界でどのように受容・表現され、日本の文化に寄り添ってきたのかを読み解きます。



## 【JAPAN HOUSE LOS ANGELES 企画 2020年度】

ウェビナー：  
「命のビザ」80周年：  
杉原千畝の遺産

2020年11月17日  
視聴者数：約240人（継続公開中）  
共同企画：米国ユダヤ人委員会（AJC）

スピーカー  
レオ・メラメド・米シカゴマーカンタイル取引所  
グループ名誉館長（杉原ビザの生存者）、  
西川明德 人道の港敦賀ムゼウム館長ほか



第二次世界大戦中、リトアニアの日本領事館で勤務していた副領事・杉原千畝氏が発給した「命のビザ」の80周年企画。8歳の時にこのビザによって救われた“杉原ビザの生存者”であるレオ・メラメド氏が、杉原千畝氏の人道主義にもとづく勇気ある行動が多くの尊い命を救い、世界に影響を与えたと指摘。当時自身がシベリア経由で福井県敦賀市に上陸した際、海岸で人々が尊敬の念を持って接してくれたことに触れつつ、日本人の友情を一生忘れないと述べました。

ウェビナー：  
オリンピック・ウェビナー1  
～チャンピオンのように挫折と  
向き合う

2020年12月2日  
視聴者数：約240人（継続公開中）  
共同企画：南カリフォルニア日米協会

スピーカー  
五十嵐カナノ氏（2020東京大会サーフィン日本代表内定選手）  
ウルフ・アロン氏（2020東京大会柔道日本代表内定選手）  
アポロ・オーノ氏（スピードスケートオリンピックメダリスト）  
モデレーター  
デイビット・オノ氏（テレビ局ABC7アンカー）



第32回オリンピック競技大会（2020/東京）に出場予定の日本人アスリートと、数々のメダルを獲得した米国人元アスリートが、困難に直面した時にどのようにモチベーションを上げるのか、オリンピックに向けての抱負、選手生活を終えたいと思った時にどのように対応したかなどについて経験を踏まえて意見交換。スポーツの枠を越えて、コロナ禍に立ち向かうための多くのヒントを与えてくれました。

ウェビナー：  
日米防衛協力の次の段階

2021年2月23日  
視聴者数：約120人  
共同企画：ランド研究所

スピーカー  
基調講演：キャロライン・ケネディ 元駐日大使  
パネリスト：森聡 法政大学教授、ジェフリー・W・  
ホーナン ランド研究所政治学者  
モデレーター  
スコット・ハロルド ランド研究所シニア政治学者



キャロライン・ケネディ元駐日大使から、近年の日米関係の進展を振り返るとともに、インド太平洋における日米同盟の重要性について説明。続いて、日米の専門家が、今後の日米防衛協力について議論。また、日米間の強固な関係を保つ次世代のリーダーを育てる方法について、カケハシ・プロジェクト（対日理解促進交流プログラム）やJETプログラム（語学指導等を行う外国青年招致事業）などの人的交流の重要性についても議論しました。

ソーシャルメディアコンテスト：  
# TinyArchitect  
# JapanHouseLA

2020年9月24日—11月20日  
Location：  
Facebook, Instagram,  
Twitter

建築家の藤本壮介氏の展覧会（巡回企画展）から着想を得て開催されたソーシャルメディア「小さな建築」コンテスト。日常にある小さなモノを使った建築デザインを募集。400件以上の応募の中から藤本氏が選んだ3作品をウェブサイト、SNSで公開。



## 【JAPAN HOUSE LOS ANGELES 企画 2017-2019年度】

ANREALAGE  
A LIGHT UN LIGHT

2018年1月19日—3月21日  
来場者数：6,030人

日常のファッションの在り方を刷新し続けるブランド「ANREALAGE」。ファッションに留まらない森永邦彦氏のイノベーションは新しい日本の一面を象徴。



【JAPAN HOUSE LOS ANGELES 企画 2017-2019年度】

里山  
— 成澤由浩 セルジオ・コインブラ

2018年6月21日—7月29日  
来場者数：20,124人

「里山文化」の再解釈を携えて、3年間かけて日本の産地を旅した成澤シェフと写真家のセルジオ・コインブラ氏。ロサンゼルス市内ユニオン駅でも開催。



JAPAN  
47 ARTISANS

2019年10月30日  
— 2020年1月5日  
来場者数：24,198人  
協力：D&DEPARTMENT PROJECT

D & Department Project代表ナガオカケンメイ氏が掲げるテーマ「Long Life Design」のもと47都道府県から集めた工芸品の紹介。日本の伝統とイノベーション、全国各地の気候風土の中ではぐくまれてきた様々な個性を感じとってもらいました。



KESHIKI  
— The Landscape Within

2019年4月17日—6月20日  
来場者数：27,395人  
協力：Hollis Goodall (LACMA)

ゴードン・ブロードフューア氏の現代陶芸作品コレクションを通じて、日本各地の特徴的な陶磁器を紹介しました。器の「景色」と呼ばれる釉薬の溜まりや焦げ跡、ひび割れ、くぼみなど、焼成の工程で生じた自然の不完全さを楽しむ展示会。



パネルディスカッション：  
日本の新たな時代  
～ビジネス・経済・地域安全保障～

2019年12月12日  
来場者数：約60人

スピーカー  
基調講演：ニナ・ハチギアン ロサンゼルス副市長  
パネリスト：木村福成 慶應義塾大学教授、クリスティン・ピーターソン ロサンゼルス市長室国際貿易投資部長ほか  
モデレーター  
パネル1：片田さおり 南カリフォルニア大学教授  
パネル2：マイク・シース カリフォルニア大学ロサンゼルス校准教授



ニナ・ハチギアン・ロサンゼルス副市長による日本とロサンゼルスとの関係に関する基調講演に続き、パネル1では「アジア太平洋における貿易・投資」をテーマにアベノミクスの効果、環太平洋パートナーシップ協定(TPP)や日米貿易協定などの多国間・二国間の枠組みについて、パネル2では「日本のポリティカル・エコノミーと外交政策の変容」をテーマに、日本の外交政策や日米関係などについて議論しました。

BAKERU  
— Transforming Spirits

2019年7月17日—10月20日  
来場者数：56,665人  
協力：WOW

ビジュアルデザインスタジオWOWによるインタラクティブなデジタル技術を用い、日本の伝統文化への理解を深める4つの郷土芸能をモチーフとした映像インスタレーション作品を紹介。「化ける」という行為を通して日本の郷土芸能の神秘的な世界へと来場者をいざないました。



講演：  
社会の課題解決のための革新的  
サイバニクス技術  
～未来の“Society 5.0”社会に向けて

2020年3月1日  
来場者数：約100人

スピーカー  
山海嘉之 筑波大学教授/サイバーダイン社CEO



医療や介護分野でのロボティクスの活用について、装着型ロボットHAL (Hybrid Assistive Limb) の開発者・山海氏から、医療用HALのデモンストレーションも交えながら説明。スポーツ、農業、清掃等幅広い分野での活用に加え、「今後の社会をどう作っていくか」という広い視点について、参加者から高い関心が寄せられました。



# JAPAN HOUSE

SÃO PAULO

LONDON

LOS ANGELES

## How to use JAPAN HOUSE

JAPAN HOUSEを活用するには、以下のような方法があります。

### 展示する

皆様のコンテンツをJAPAN HOUSEで展示する方法は主に二つあります。日本での公募・審査を経て3拠点を巡回する「巡回企画展」と、各拠点が独自に企画する「現地企画展」です。企画にあたっては、「世界を豊かにする日本」等のコンセプトのもと、伝統と先端を融合させつつ、日本の美意識を堂々と発信することを心がけています。

各拠点では、効果的な展示のあり方を常に追求しており、「巡回企画展」と「現地企画展」の双方について、企画者、コンテンツ・ホルダー、JAPAN HOUSE関係者が協力して知恵を絞り、工夫を重ねて展示を作り込んでいます。また、展示のオンラインによるバーチャル発信も強化しています。

展示の採用方法は両企画で異なっており、「巡回企画展」では、日本で公募審査を実施し、有識者で構成される審査委員会が企画を採択しています。「現地企画展」では、各拠点の事務局が現地のテイストも考慮に入れつつ企画を立案しています。

### プロダクトを紹介する

JAPAN HOUSEは魅力ある日本のプロダクトを海外の方に紹介するため、展示等に関連してポップアップショップを出したり、JAPAN HOUSE内の店舗で販売もしています。ハイテクノロジーから伝統工芸まで幅広く取り扱いますが、解釈の甘いものなどはあえて置かない考え方をとっています。JAPAN HOUSEの現地の事務局が、取り扱うものや方法について、開催中の企画展示や時期を見て、関係者と相談をしながら準備を進めます。

### 対話する

JAPAN HOUSEでは、現地との対話の観点も重視しており、日本の文化や芸術、政策や取組に関する講演会・セミナーやウェビナーを、一方通行ではないやり方で実施しています。このような対話を通じ、各拠点地のオーディエンスと様々な分野での知的交流を行い、親日派・知日派の裾野を一層広げていくことを狙いとしています。

こうした様々なアングルから、日本を起点に多面的な日本の様相を伝えるプラットフォーム（舞台）として機能することを目指すJAPAN HOUSE。皆様からのご相談を、お待ちしております。

お問い合わせ先：info-japanhouse@mofa.go.jp

### SÃO PAULO

Avenida Paulista, 52  
Bela Vista – São Paulo / SP



### LONDON

101-111 Kensington High Street,  
London W8 5SA



### LOS ANGELES

Hollywood & Highland  
6801 Hollywood Blvd.,  
Level 2 & Level 5  
Los Angeles, CA 90028





# JAPAN HOUSE

## JAPAN HOUSE SÃO PAULO

Av. Paulista, 52 - Bela Vista,  
São Paulo - SP, 01310-000, BRASIL  
<https://www.japanhousesp.com.br/ja/>

## JAPAN HOUSE LONDON

101-111 Kensington High Street,  
Kensington, London W8 5SA, UK  
<https://www.japanhouselondon.uk/>

## JAPAN HOUSE LOS ANGELES

Hollywood & Highland 6801 Hollywood Blvd.  
Level 2 and 5 Los Angeles, CA 90028, USA  
<https://www.japanhousela.com/>

ジャパン・ハウス東京事務局 (外務省戦略的対外発信拠点室)

クリエイティブ・アドバイザー 原研哉

サンパウロ——株式会社電通

ロンドン——Japan H. L. Limited

ジョーンズ ラング ラサル株式会社 (～2019年6月)

ロサンゼルス——株式会社電通ライブ

株式会社 ESP (～2019年6月)

2021年3月31日現在

[www.japanhouse.jp](http://www.japanhouse.jp)