

2018年(平成30年)6月20日(水曜日)

トレンド 語り

オーストラリア政府が4月から日本で展開する「オーストラリア now」写真展が面白い。2001年から毎年各国を「巡業」する形で催す祭典で、オーストラリアの魅力を紹介しながら、深く親しみを持つてもらおうのが狙いだ。新たなトレンドの種まきをする

中村 泰子

オーストラリア 日本で「今」紹介する祭典

場として興味深い。

オーストラリアといえは世界に誇る観光立国。日本の若者もワーキングホリデーや留学先に選ぶ人気国だが、そこに甘んじてはいない。来年以降のラグビーワールドカップやオリンピックに向かうこのタイミングで日本開催となった。4～11月の8カ月間、日



本各地で「イノベーション」「ライフスタイル」「文化・芸術」の3テーマを掲げて、約40イベントが催される。オーストラリアの知られざる魅力をマニアックに紹介し、地味な分野でも意外性のあるプログラムを用意している。先月末のオーストラリア室内管弦楽団(ACO)の特別公演は、

室内管弦楽のイメージが変わるほどの躍動感みなぎるスタンディングスタイルの演奏と選曲だった。次回は短編映画祭「オーストラリアン・ショート・フィルム・シアター」。7月1日に六本木ヒルズアリーナで、同国を代表する国際短編映画祭を日本で初めて紹介する。毎年1月シドニーの特設屋外シネマで作品が上映されるが、日本でも現地同様の雰囲気になる

ように地面に人工芝を敷き、そこに座って食文化も楽しみながら7本の短編映画が鑑賞できるという。ネットを介してトレンドは素早く多様に広がる。若者の検索は「ググる」よりも、ハッシュタグをもじった「タグる」時代。消費者の行動を誘うには、新しいつながる導線をいかに作れるかが鍵になる。(ブームブランニング社長)