とうきょうへん 東京編

総括会議 ハピカム ミライデザイン会議

大分合同新聞社が次代を担う若手リーダーと一緒に地域の未来を考えるミライデザイン会議「ハピカム」（大分合同新聞社主催）。特別開催の東京編が1月26日、都内で行われた。「挑戦活劇」「人脈活用」「情報創活」の3分科会を経て開かれた総括会議では、各分科会で導き出した「ミライキーワード」を中心に議論を進め、大分の元気づくりに貢献していくためのアイデアを出し合った。その中で、東京から見てみると素晴らしいポテンシャルがあると分かるのに、県民が正確に認識できていない“惜しさ”があることや、“よだきぃ”精神でせっかくの良さを生かし切れていないことなどが指摘され、それらを解決するために自分たちができることは何かを話し合った。離れたからこそ深まった古里への愛着が全員にあり、古里を活性化するための貢献策をそれぞれ披露。“言うだけ”ではなく今後も活動を続け、提案したアイデアを実現していくことを誓い合った。

■ウェブ　http://www.oita-press.co.jp
■スマートフォン　http://www.oita-press.co.jp/h-come/

ハピカム人材バンク設立

県民の自己認識にずれ

下川　小野さん、分科会の話をどう受け止めましたか。

小野　挑戦活劇分科会の議論でまず印象的だったのは、キーワードにも挙げられた是せ方。人にちゃんと見せることができないのは、自己イメージができていないからです。自分たちの地域がどういうものなのかを外部の視点で見ていない。対象を創造（ふかん）する経験を積んだ方たちから見ると、大分県は自己認識にずれがある。また、本物を見る目を養うことが大切という意見もありました。自分が分からないのは、他者をちゃんと見れず本物が分からないことと関連している。本物を知らないという話は情報創活分科会にもつながっています。本物を理解するには、情報のタイミング、対象、ターゲットを決めて、どう伝えるかを正確に把握する経験の積み重ねが重要、との話が印象的でした。人脈活用分科会では、古里を出てきた人たちだからこそ、大分の生活様式に欠けているものが見えており、そこから何が生み出せるかという話が印象的でした。城島ジャズインなど目の付けどころはいいイベントはあるけど、それを膨らませ発信していくつなげ方を知らないという指摘がありましたが、これは挑戦活劇、情報創活分科会の議論に重なります。3分科会に分かれていますが、議論の内容は局面局面で三つが響き合っていると感じました。

合間にフェイスブック

下川　今回のハピカムは、東京から地方を見ようという大きなテーマで、分科会の話をどうリンクするか考えていましたが、小野さんの話が融合の扉を開いてくれた気がします。そこで、分科会のミライキーワードを検証していきたいと思います。挑戦活劇の「ひかえめ」というのはどういう意味でしょうか。

平川　いばって「大分は出音です」と言う人はあまりいない。熊本・福岡に負けていますというコンプレックスや、よだきぃ精神から控えめになっていると思います。

下川　大分では「よだきぃ」はよく聞きますが、平川さんは仕事でよだきぃと言っている場合じゃない、それを言ったら負けですよね。

平川　そうですね。よだきぃは通用しないですね。遠いんで今ここに来るのはちょっとよだきぃったですけど（笑）。

下川　東京と大分は スピード感が違って、そんなこと言っている場合じゃないですよね。

清水　人脈づくりのポイントはという質問の答えから出てきました。自分が何者で、何をやりたいかを伝える。そこに共感する人と一緒に仕事をする。それが結果として人脈になっていくのではないか。であれば、思いを伝えることが大事だと思います。大分県に当てはめた場合、県として伝えたいこと、伝えなくてはならないことは何なのか。単にカボスや温泉でいいのか。大分を離れて初めて気付く良さがあるので、そこは僕らが貢献できるところではないか。大分の良さはここだと伝える、その内容は何なのか明確にすることが、三つ目のキーワード「思いは明確に」につながっていて、温泉やカボスだけではない新しい価値観を共有できたらいいなと思います。

下川　大分県として伝えたいことが、はっきりしていないのではというご指摘です。

清水　そうですね。僕の考えは挑戦活劇分科会に近いなと思って、大分は満たされている人が多い、実は大分は豊かなんじゃないと。実家に帰って同級生と「年収いくら？」みたいな話になるんですよ。たぶん僕の方がちらつるんですけど、生活は絶対そっちの方が豊かだとあって、東京の生活を知らないから気付いてないだけです、すごい良さがあります。今は大分で作ったものや観光名所だけをPRしているんですが、僕たちが大分を離れて感じていることは違うことなんじゃないかと思います。僕も17歳で東京の生活に憧れて出てきましたが、10年後、20年後をこのまま東京で迎えるのかというと「ウ」マークが浮かんでくすよ。それが大分の伝えるべきことだというのは、すごいなと思います。その思いを共有できればいいと思います。

下川　小野さん、どうですか。

小野　分科会で清水さんがお話されていましたが、大分には外部で共有されている具体的なイメージがないんじゃないでしょうか。それは、中にいる人間が自分たちの生活の豊かさに無自覚であることが大きいと思います。だから、この豊かさを外側に発信できない、人にどうやって思いを伝えるかに関して、桐村（琢也・人脈活用分科会）さんが、仕事仲間という以前に、喜び や楽しさを分かち合える人間として他者とつながるという話をされていました。会社を興される前に、友人と長い時間話し合うという手間と暇をかけている。今は即時性の時代、手間暇を惜しんで簡単に対象に接する時代になっていて、欲望の閾値（いきち）がすごく低くなっている。その中で財村さんは、時間をかけて丁寧にやることで、新しいものを生み出している。このことはすごいヒントになるんじゃないかと思いました。

総合アドバイザー
Masatsugu Ono
小野正嗣 さん
佐伯市浦江出身、43歳。作家、明治学院大学准教授。に幸かな海に育まれた私（で第15回三島由紀夫賞受賞。市川賞候補に3度ノミネートされるなど精力的に創作活動を行う。

若者に刺激を与えたい

下川　清水さんの年収の話、確かにそうだなと思いました。地域の暮らしのサイズがあって、どっちがいいかの答えはないんですが、年収が多いから幸せだということではないんですよね。二つ目の「継続的な情報発信」についてお願いします。

Katsuyuki Shimizu
清水勝之 さん
佐伯市出身、43歳。キネマ旬報社代表取締役社長。大学卒業後、投資、出版、インターネット関連の企業を経て2009年同社入社。17年より現職。

清水　村松（俊亮・人脈活用分科会）さんから、いいことをやっているが影らまない、続かないという話がありました。思いが弱いのかつなぎ方が下手なのか分からませんが、継続できていないのは「おしい」ともつながると思います。授ためだし、思いを伝えるのが下手なのではという意見もありました。いろんな要因があってできていない部分を、東京にいるわれわれが補完してあげられたらと思います。

下川　村松さん、いかがですか。

村松　子どもの頃、大分は大好きなんですが、すごくつまらなかった。民放が2局しかなくて。大分出身の有名人は県北西部出身が多いんです。日田、中津の人は福岡の5局を見られていたのあると思います。つまんなかった理由のもう一つは、格好いい大人がいなかったこと。これは大分に祭りがなかったから。祭りは、大人が子どもに地元の文化を継承するツールで、祭りを見て大人の格好よさを知ることは、どこの地域にもあります。福岡や徳島などにある、あの祭りがあるから2～3カ月前からワクワクするという青春を送れなかったので、今の大分の若者に与えてあげたいなと思いました。

下川　祭りがなかったというのは、地元の大分市にということですね。

村松　例えば沖縄のエイサーなんかは、大人が子どもにみっちり教えているんですが、あおいう風景は大分にはたぶんないんじゃないですか。コミュニケーションが希薄な気がします。

三浦（健豪・人脈活用分科会）　白杵には強いて言えば祇園がありますが、僕はワクワクしたという思いはないです。他県から人が集まるということもなくて、最近見たら、若い人の参加率が減っていて寂しいなと思いました。

村松　阿波踊りのような祭りをうかからつくるのは難しいので、文化を発信していくフェスティバルを考えるべきだなと思います。微力ながらぜひ協力させていただきます。

キャッチできぬぶれ球

下川　情報創活のキーワードを見てみたいと思います。「整理」はどういうことでしょう。

河野（豊輝・同）　本物は何なんだという話をしていて、それを見極めて売っていかないと続かないだろうと。大分で本物を見極めて、それを使ってもらえる観光ストーリーづくりで需要を増やすことが大切だと思います。二つ目は、今ある大分の資源を、県や市も含めて外に売り出していく政策のお手伝いをしていきたいということです。

思い伝えることが大事

下川　今の話も、もう少し考えればという、おしいにつながっていると思います。人脈活用分科会のキーワード「人脈づくり＝思いを伝えること」はどのような話から出たのでしょうか。

小野　あらゆる点で輪郭がぶれているんでしょうね。ぶれ球だからキャッチャーも取れない。どこに投げているんだ、焦点が定まっていないということを全員が指摘されていると思います。

下川　次の「修練」については。

竹内　情報を整理して発信していくノウハウを共有できていないから、県や個人がバラバラに発信してしまう。そこは修練しないと、届けたい方に認識してもらえない。どうやって修練していくかを考えると、次の「使い倒せ」にもつながるんじゃないか。中央で情報に携わっている県出身者に甘えて、ぜひ使い倒してほしいと。いろいろな方法はありますが、中央の人に甘えて欲しいと思います。修練を重ねないと、5年、10年たっても同じことしかいえないと感じます。

下川　アプローチしたいという人は、どうすればいいですしょう。

竹内　楽譜寺（忠幸・情報創活分科会）さんから出たんですが、こっちは○○さんだ、のように人材をバンク化して、何かあったときに相談できる仕組みがあればいいんじゃないかと思います。

下川　鮫本（春之・情報創活分科会）さんは、その辺をどう考えて活動していますか。

鮫本　全国の離島の情報を集めて発信する仕事をしています。編集長という立場で情報を整理してやっていますが、地方の人たちが情報発信が下手というのは当たり前で、自分がどう見えているか鏡がないし、鏡があっても実際と左右逆に見てしまう。外の人だからこそ分かる本来の姿があって、地方の情報を発信するには外の人と対話しながら考えていくことが大事だと思っています。実際に島に ゆかりのある東京の人に手伝ってもらったりします。大分の場合、芸能人は少ないけど財界人が多くて、スキルのある人がたくさんいるので、人材を生かして情報発信する方法を考えられたらと思います。

小野　現在のようなネット社会では、情報に乏しい地方こそリアルな体験が得やすいと思い込んでいました。ですが、情報創活分科会で堀（真通）さんが、情報の多い都市部は、その選択の仕方が分かれば、バーチャル情報とリアルな体験が結び付きやすいと指摘されていてハッとさせられました。逆に田舎では、ネット情報を受け取るだけの受動的立場に置かれてしまう。出ていくのはよだきぃし、まおいいかなってしまう。変化や修練する機会がない自分たちの姿が、中にいると見えてこないのかなと思いました。

口コミ情報非常に有益

下川　マスコミュニケーションからマンコミュニケーションとはどういうことでしょう。

竹内　大分県として、情報を県内に発信したいのか、県外にこれこれ人がいるのか線引きがあいまいになっていて、おしいにもなりなりのではないかと思います。

下川　各分科会でおしいというのがリンクしつつあります。どこに向けて発信したいのか整理されていない。小野さん、それを感じることがありますか。

小野　村松（琢也・人脈活用分科会）さんが、県外にいたのが線引きがあいまいになっていて、おしいにもなりなりのではないかと思います。

下川　各分科会でおしいというのがリンクしつつあります。どこに向けて発信したいのか整理されていない。小野さん、それを感じることがありますか。

小野　あらゆる点で輪郭がぶれているんでしょうね。ぶれ球だからキャッチャーも取れない。どこに投げているんだ、焦点が定まっていないということを全員が指摘されていると思います。

下川　次の「修練」については。

竹内　情報を整理して発信していくノウハウを共有できていないから、県や個人がバラバラに発信してしまう。そこは修練しないと、届けたい方に認識してもらえない。どうやって修練していくかを考えると、次の「使い倒せ」にもつながるんじゃないか。中央で情報に携わっている県出身者に甘えて、ぜひ使い倒してほしいと。いろいろな方法はありますが、中央の人に甘えて欲しいと思います。修練を重ねないと、5年、10年たっても同じことしかいえないと感じます。

下川　アプローチしたいという人は、どうすればいいですしょう。

竹内　楽譜寺（忠幸・情報創活分科会）さんから出たんですが、こっちは○○さんだ、のように人材をバンク化して、何かあったときに相談できる仕組みがあればいいんじゃないかと思います。

下川　鮫本（春之・情報創活分科会）さんは、その辺をどう考えて活動していますか。

鮫本　全国の離島の情報を集めて発信する仕事をしています。編集長という立場で情報を整理してやっていますが、地方の人たちが情報発信が下手というのは当たり前で、自分がどう見えているか鏡がないし、鏡があっても実際と左右逆に見てしまう。外の人だからこそ分かる本来の姿があって、地方の情報を発信するには外の人と対話しながら考えていくことが大事だと思っています。実際に島に ゆかりのある東京の人に手伝ってもらったりします。大分の場合、芸能人は少ないけど財界人が多くて、スキルのある人がたくさんいるので、人材を生かして情報発信する方法を考えられたらと思います。

小野　現在のようなネット社会では、情報に乏しい地方こそリアルな体験が得やすいと思い込んでいました。ですが、情報創活分科会で堀（真通）さんが、情報の多い都市部は、その選択の仕方が分かれば、バーチャル情報とリアルな体験が結び付きやすいと指摘されていてハッとさせられました。逆に田舎では、ネット情報を受け取るだけの受動的立場に置かれてしまう。出ていくのはよだきぃし、まおいいかなってしまう。変化や修練する機会がない自分たちの姿が、中にいると見えてこないのかなと思いました。

口コミ情報非常に有益

下川　マスコミュニケーションからマンコミュニケーションとはどういうことでしょう。

竹内　情報整理にもつながりますが、約20年前は、メディアがじゅうたん爆撃的にコミュニケーションをやっていた。お茶の間が情報共有の場で、マスメディアがコミュニケーションのリーダーでしたが、インターネットの登場で個人が情報発信できるようになって変わってきました。情報洪水の中で本当に自分に必要なものは何なのか、発信したいのは何なのか整理するためには、信頼できる人からの情報が非常に有益になると。大河ドラマ川上から川下に流れていく情報より、個人個人の水路につながっている情報の方が有益な時代に変わってきています。マンとマンのコミュニケーションの上にマスが乗っかってきた時に、初めて情報の破壊力が増してくる。今まとより一手間かけないといけない時代になっていると思います。

下川　「使い倒せ」は先ほど出ましたが、修練が足りない部分で自分たちを使ってくれという思いで、そういう仕組みができたらと思います。はやり現在は福岡・熊本に任せてという発言がありましたが、どうしていくのでしょうか。

鮫本　はやるものは簡単に飽きるものであり、3年やってきた会社は3年でふぶれるとも言われています。大分の人は、手堅く仕事をすることにけているから財界人が多いと考えられるので、はやりを追うよりどっしりと構えて、足元にある良いものを生かす地域振興をした方がいいと思います。

下川　なるほど、王者の風格を見せる県であればいいということですね。

竹内　王者の風格とは、おんなん県キャンペーンの話で出たんです。王者である大分県が、自分たちだけではなく、全国各地の県とネットワークを組みながら、他県で入ったら次はうちにもといった交流をつくれたらと、縦軸と横軸を活用しながら、国内とアジアで大分の温泉をPRする仕組みづくりを、どしっと構えてやったらいいのではという意味です。

Tetsuya Takeuchi
竹内哲也 さん
大分市出身、43歳。電通第16営業局アカウント・スーパーバイザー、新聞、テレビのメディアプランニングなどを担当。ラグビーを愛する現役ラガーマン。

下川　県庁にこの意見を伝えたいです。

小野　おんせん県の横綱大分が他県と連携するというのは、“反よだきぃ”ではないかと。面倒くさいじゃないですか、つながりをつくっていくのは。直接的な利益が簡単に出るものではないですし。一手間二手間かけて、他県にも利益があって、結局的に自分たちにも利益が戻ってくる循環型の発想なのかなと思いました。

ブランディング手助け

下川　今回のハピカムは特別編なので、実現するかしないかは別として、大分でやってみたいことを一人一人に聞いていきたいと思います。

平川　いろんなところに熱さはあるが、出す場がない。集まる力もないので、大分合同新聞社主催で一つはなれるような祭りをつくってもらいたいと思います。

Yuichiro Hirakawa
平川雄一朗 さん
大分市出身、42歳。演出家、映像監督。熱中の人気テレビドラマの演出を手掛け、映画監督作品に「IROKIE5～卒業～」「福日市に降く川」などがある。

河野　劇的に変えないと人の流れは劇的に変わらないので、東京と大分がもっと低俗的で汗けるようなれないかなと思います。

中津留（章仁・挑戦活劇分科会）　劇作家という仕事をしているので、ときどきポジティブに捉えていく視点があればいいかなと考えています。県外・海外から人が集まり、県内の人も自分たちを知って誇りを持てる祭りができたらいいですね。県民で劇団をつくれば、観客の県民が自分たちのことを俯瞰する視点が持てるのではないかと思います。

古城（康行・同）　大分出身のミュージシャンが集まってやるフェスができて、僕も参加できたらうれしいです。

赤松　私は大きく打って出ます。大分県のブランディングに携わりたい。ブランディングとは、県外の人が大分を知ってということと、大分の人が「自分たちはこうなんだ」と気付くこともあると思います。いろんなクリエーターと知り合っているので、大分に還元できないかと。もう一つ、進路に悩んでいる大分の若者たちとのワークショップや教育にも携わりたいと考えています。

清水　東京と違っていんだとという、新しい尺度をみんなで共有して伝えられたらいいなと。一方で村松さんがおっしゃっていた、若い人に刺激を与えられる機会、本物を見る機会を与えられたら、すごくいいんじゃないかなと思います。

村松　祭りにしてもフェスにしても成立する必然性が欠かせないので。何で大分じゃなきゃいけないかという。城島でジャズをやったら必然性が当時はあったはずです。海辺のロックフェスは特に南国にはないので、別府の海岸で開催するなど、大分で開催する必然があった上で、子どもたちが夢を持ち表現する場所、そこにはリアルを知る大人が携わっているという環境をぜひつくっていきたいですね。

ゲストハウスを建てる

伊藤（彩子・人脈活用分科会）　今回は特別編でしたが、私たちの思いや東京からできることを発信し続けていきたいです。私が先日母校でウエルカム先輩講座をした時、聞いたら、生徒が別府八湯などと大分のことを知らなかったんです。各学校が東京で活躍している人をどんどん呼んで格好いい大人に触れたり、大分はすごい所だと知ってもらって、大分のことを好きになってもらう活動を東京から発信できないかなと思っています。

三浦　大分の価値を世界と共有できるつなぎをしたいと思ってます。英語教育では、どんだけ話せるかではなくて、何を話すかが大事だと思うんです。文化的なことや歴史のことですね。大分はキリタタン文化が発展したところで、私はよく海外の人にその話をします。そこから文化的な共通項が生まれて興味を持ってもらえるんです。学校や課外活動で大分の文化を学び、それを海外の人に英語で説明できるような講座づくりに協力できたらなと思います。

柳村　僕が手伝えるとすれば、大分に大きいゲストハウスを建てて、外国人や日本人が老若男女問わず、安心して寝泊まりできる受け入れ先を用意できれば面白いかなと思っています。

竹内　祭りや本物の体感はとても大切なことですが、最初にゴールを設定した方がいいと思います。いついつやるんだと、8月31日の夏休みの前週じゃないですか、日本人は期限を切られると底力を発揮してやっちゃうんですね。今の大分には夢や大きなゴールがないんじゃないか。大分は120万人規模の県ですがプロスポーツチームが四つあって、全国的にもスポーツに理解がある県。2002年W杯のカメルーン合宿は、感動を県民で共有し外に発信できたことで、いまだにカメルーンといえば大分だと言われることがあります。19年ラグビーW杯の誘致や東京オリンピックの合宿地に立候補するなど、自らアクションを起こして大分のおもてなしを全世界に発信することが必要です。そこにちょうども携われたらいいなと思います。

鮫本　祭りはすごくいいもので、地域が協力して開催することでまとまって地域の力が強くなります。せひそういった祭りができたらと考えています。今日の皆さんのように能力を持った人がたくさんいて、大分の中にいると思うんですね。祭りを開催する時には内外の人をフル活用して、私たち外の人間はわざと少しでしゃばってでも手伝えたらなと思っています。

坂本（義親・情報創活分科会）　若い人たちに共感してあげられるような取り組みが、今日の会を通じて今後もできたらと思います。

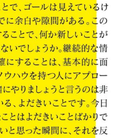
堀　ずあにいるので、フェスをやるときのチケット販売は任せてください（笑）。あと消水さんがいるので、キネマ旬報とびあで映画のフェスはすぐできると思います。竹内さんが広告をとってくれれば。自分たちがやります、やりますというのはちょっと違って、大分の方に失礼だと思います。大分合同新聞社に主催してもらって、自分たちを通れ出していただければいいなと。僕は呼ばれたら必ず帰りますんで。自分だけ帰るのではなく、こういう場を使り大分で開いてもらいたいと思います。

薬師寺　上京した修学旅行の高校生に県出身者がワークショップをするとすごく刺激になるのではないかと思います。ハブとなる東京に、世界中の大分出身が集まれるスペースがあればいいかなと。あと、期間限定で羽田に大分ラウンジをつくって、大分県人は入場無料だとかできたらと思います。

余白の部分楽しく泳ぐ

下川　実現しそうな話ばかりで、大分合同新聞も頑張らないといけないなと思いました。最後に小野さんに全体のまとめをお願いします。

小野　分科会のキーワードを並べて考えると、やはり重要な言葉は「よだきぃ」じゃないかと思います。「ひかえめ」とか「おしい」は、ゴールまでまだ距離があるということですよね。情報の精度がないのも同じことで、ゴールは見えているけど届かない。そこまでに余白や隙間がある。この余白や隙間を活用することで、何か新しいことが生み出されるのではないでしょうか。継続的な情報発信や思いを明確にすることは、基本的に面倒くさいことです。ノウハウを持つ人にアプローチして、話をして一緒にやりましょうと言うのは非常にエネルギーがいる。よだきぃことです。今日皆さんが提言されたことはよだきぃことばかりです。ところが、よだきぃと思った瞬間に、それを反転させれば、目指すべき対象が見えてくる。よだきぃと思うそれをやればゴールに到達するということです。そうやって新しい扉が未来へ開かれる。実はよだきぃと思った瞬間がチャンスなのではないか。その瞬間にゴールが、そこに至るまでの余白や隙間が見えてくるわけですから。この余白の部分を楽しく泳ぎながら、ゴールにたどり着ければいいんじゃないかと思いました。



総合コーディネーター
Hiroki Shimokawa
下川宏樹
1968年入社。47歳。社会部、臼杵支局、社会部、整理部、紙面リデザイン室を経て、東京支社長兼紙面リデザイン室長。大分を愛する皆さんのたぎる思いがビンビン伝わってきました。

下川　長い一日でしたが今日は本当に心がたぎりました。これを見た読者は必ずたぎると思います。ありがとうございました。イヤッオ！

これまでのハピカム開催地／平成23年度 宇佐市（10月）津久見市（3月）　平成24年度 九重町（6月）日出町（9月）国東市（12月）臼杵市（3月）　平成25年度 竹田市（6月）日田市（9月）中津市（11月）東京（1月）

TOYOINKGROUP
www.toyoinkgroup.com

あなたが企業に求めるものは何ですか？私たちはモノ作りの会社として、先端の技術、最高の製品と品質、そしてまた、さまざまな企業活動を通じて、あらゆる人々に“満足”を届け、しあわせな生活のシーンを支えていくことだと考えます。
私たち東洋インキグループは、世界にひろがる「生活文化創造企業」を目指します。

色彩を追求し、色彩を超える。
東洋インキグループは
スペシャリティケミカルメーカーへ。

VALUE
YOU CAN SEE™

東洋インキ株式会社
〒104-8378 東京都中央区京橋2丁目3-13
Tel: 03-3272-3435　Fax: 03-3272-3436

東洋インキ九州株式会社
本　社　〒813-0062　福岡県福岡市東区松島4丁目12-1
Tel: 092-621-7101　Fax: 092-621-7100
北九州販売部　〒800-0231　福岡県北九州市小倉南区朽網3914-50
Tel: 093-474-2226　Fax: 093-474-5586

借りなくていい、返さなくていい。
家を出なくても、10,000本の
映画・ドラマが見放題。

1.映画・ドラマが見放題
日本・ハリウッド・その他 海外の作品が10,000本以上。
アクション　SF　コメディ　アニメ　ドキュメンタリー　ホラー　サスペンス

2.色々な機器で楽しめる
テレビ　PC　スマートフォン タブレット　ゲーム機

3.年中無休の頼れる安心サポート
12-23時
Hulu カスタマーサポート
固定電話(無料) 0120-958-519
携帯電話(有料) 03-4579-0137

月額980円　¥0 2週間トライアル中　hulu 検索

hulu

[ご注意] 初めてHuluにご登録いただく方には、期間限定で無料でHuluをお試しいただく事が可能です。ご登録にはクレジットカードが必要になります。お試し期間中はHuluのすべての作品をご覧いただけます。ご登録アカウントをキャンセルせず継続されると、お試し期間終了以降、月額利用料980円(税込み)が請求されます。無料視聴期間中はいつでも登録をキャンセルいただけます。料金の請求も発生いたしません。また、無料トライアルはお一人あたり一回のみ提供されます。各機種間でお楽しみいただくためには、インターネット接続環境が必要となります。またそのためのインターネット利用料、パケット通信料などが別途発生いたします。対応機器はHuluのホームページでご確認下さい。

www.hulu.jp