

2020年ドバイ国際博覧会日本館基本計画検討会（第2回）
議事録

日時：平成29年12月26日（火曜日）16時00分～18時00分
場所：経済産業省本館第1特別会議室

議題

1. 開会
2. 事務局説明（テーマ案）
3. 討議①（テーマ案）
4. 事務局説明（展示・運営等のあり方）
5. JETROより説明（日本館基本計画策定に向けて）
6. 齋藤委員より御説明（展示のあり方）
7. 討議②（展示・運営等のあり方）
8. 閉会

議事内容

1. 開会

東企画調整官

それでは、ただいまより、「第2回2020年ドバイ国際博覧会 日本館基本計画検討会」を開会いたします。委員の皆様におかれましては、本日もご多忙の中、お集まりいただきましてありがとうございます。前回ご欠席の内田委員、齋藤委員も今回はご出席いただいております。なお、橋爪委員におかれましては、本日もご都合により御欠席と伺っております。早速ですが、本日の会議の扱いについて説明させていただきます。議事については前回同様、公開とし、後日、議事要旨と議事録を公開いたします。配布資料でございますが、本日もペーパーレス化の方針の観点から、お手元の情報端末を御覧頂くあたりで御用意させて頂いております。お手元のiPadをご確認いただければと思います。画面上に本日の資料が表示されていると思いますが、ご覧いただけますでしょうか。資料1から7が入っておりますが、ご覧いただけない方は挙手していただき、事務局にお知らせいただければと思います。それでは、以降の議事進行を彦坂座長にお願いしたいと思います。よろしくお願いたします。

彦坂座長

皆様、こんにちは。前回は活発な御議論、ありがとうございました。ご欠席だった内田委員、齋藤委員のメッセージは皆さんにお伝えしてあります。第2回の議事に入らせていた

ですが、本日は前半戦と後半戦がありまして、前半戦はメッセージですとかテーマについて、概略的なことですがご議論いただいて、後半戦は展示とか運営、建築や行催事ほか各事業に関して議論していただければと思います。よろしく願いいたします。最初に本日ご欠席の橋爪委員よりご示唆をいただきました「UAE 在住者に対するアンケートの調査結果について」、事務局からご説明していただきます。よろしく願いいたします。

2. 事務局説明（テーマ案）

東企画調整官

ありがとうございました。資料2に基づいてご説明させていただきたいと思います。前回は澤田委員より、UAEでは日本人は好かれているのか、橋爪委員からもどのような日本のコンテンツが人気があるのか、とご質問いただきました。急ぎではありますが、現地でアンケート調査を行いました。1ページ目に概要が書いてございます。インターネット調査を行いまして、12月11日～18日、20歳以上の男女を対象に一定数以上回収するという条件で実施しました。回収数は406となっております。属性は下に書いてございますが、インターネット調査ということもありまして、20代、30代の回答が多いという結果になっております。UAE在住者ですが、国籍で見ますと、UAEネイティブの方が1割弱くらい、一番多いのがインドの方で4割くらいです。居住地別に見ますと、アブダビが4分の1くらい、ドバイが半分強となっており、その他の首長国が残りの1割となっております。それで2ページ目以降が実際の質問に対する回答です。初めに日本と日本人に対する好感度に関して聞いておりまして、大体8割、9割くらいの方が日本に対して好意的な印象を持っているという結果になりました。他方で、日本に行ったことがあるか、日本に知人・友人がいるかと聞いてみたところ、8割の人は日本に行ったことはない、また、その内4割の人は日本に行ったこともないし、日本に知人・友人もいないので、あまりそもそも日本との接点もないということが見受けられます。それから3ページ目ですが、日本人に対するイメージについて聞いていまして、前半でポジティブな選択肢、後半でやや後ろ向きな選択肢を示しているのですが、全般として好意的な印象が多く、勤勉ですとか礼儀正しい、創造性があるなど。ネガティブなことで多かったとすればワーカホリックだという印象を持っているということでございます。4ページ目ですが、日本に魅力に感じることで、ドバイにない、あるいは少ないというものはどんなものか質問に対して、少し抽象的な質問なのですけれども、先端技術、伝統芸能、四季のある美しい自然といったところが回答としては多くて、逆にソフト面といえますか、文化、食文化ですとか、ポップカルチャーといったところはそれと見比べると回答数としては少なくなっているのを見て取れます。5ページ目ですが、実際に日本で買ったことのある製品・サービスはどんなものがあるかと聞いたところ、やはり多いのは家電、いわゆる冷蔵庫ですとかクーラー、テレビといった大きな家電と、もう少し小さな家電、コーヒーメーカー、ドライヤー

等々といったところ、それと車が非常に多くなっております。こちらも意外とコンテンツ系ですとか、食品ですとか、そういうものは相対的には多くないという風に思っております。6ページ目ですが、好きな日本食、食べたい日本食を聞いたところ、ダントツでお寿司が多い。それから多いところでは天ぷら、おにぎり、ラーメン、こういったところが出てきております。7ページ目ですが、最後に日本の漫画、アニメ、ゲームあるいは文学コンテンツといったところで好きな人、作家というのを聞いたところ、ドラゴンボール、ポケットモンスター、スーパーマリオといったところが非常に多い。そもそも好きなものがないという人が一番下で12.8%と出ているのですが、半数近くあるいは半数以上の人がこういったキャラクターについては好きだと答えております。今後、以上を参考にして頂ければと思います。

彦坂座長

それでは引き続きまして、ドバイ博日本館のテーマ、メッセージ案を事務局の方から説明をお願いいたします。

東企画調整官

続きまして資料の3に基づきまして日本館のテーマとメッセージ案というのをご説明させていただきます。まず、右下に1と書かれているページですが、前回の議論を踏まえまして、日本館のテーマを考えるにあたってどういう視点、どういう基準で考えていくのが良いのか、前回いただいたご意見をもとに書かせて頂いております。一つ目は、そもそもメインテーマである「Connecting Minds, Creating the Future」というところから議論をするのか、サブテーマ3つから議論するのかというところで、ご意見があったかと思っております。サブテーマではなく、メインテーマを深堀りしていくのだろうというご意見が大勢だったと理解しております。また、2点目ですが、日本のアピールポイント・勝てるポイントというのをしっかりと入れて、特に外国の方にとってもわかりやすいテーマ・メッセージにしていくのが大事だろうと。3点目は、技術そのものではなくて、技術がどのように人の在り方を変えていくか、あるいは日本が他国と違う日本の価値観を示すため、技術はあくまで表現のツールであって、技術そのものを見せる場ではないのであろうということであったかと思っております。また、4点目として2025年の大阪関西への万博誘致というのを見据えて、そのプレとなるメッセージを発信していくことが大事といったご意見があったかと思っております。この点につきましても、もっとこういった観点で考えていくべきでというご意見があれば本日は是非ご議論賜ればと思います。その上で事務局がたたき台としてその後ろに3つテーマ案を掲載させて頂いております。1つ目でございますが、キーコンセプトとして「多様性と共創」というのをテーマにしてはどうか。これは当然ダイバーシティとい

うのも大事なのだけれども、一方でいろんな垣根があって、そういう壁を乗り越えたところにこそイノベーションがあるのではないか。日本はもともとそういう海外の異なる考えや文化を柔軟に吸収して自分たちの独自の文化を作ってきた、モノ作りを発展させてきたという文化があるので、そういう日本ならではの **Co-creation**、共創とは何かを示す、というのが1の案でございます。2つ目ですが、**Connecting Minds** というのがドバイ博全体のテーマになりますので、そこからコネクトする技術にフォーカスしつつ、それが人のあり方にどのように関わってくるのかをキーコンセプトにしてはどうかと書かせて頂いております。例えば、次世代モビリティであったり、IoTであったり、場所・モノ・人、いろんなものを繋ぐ技術が発展していく中で、我々の暮らし方も大きく変わっていくだろうと。日常生活のあり方ですとか、雇用のあり方ですとか。不安をもたらす部分ももちろんあるので、そういった技術の進歩が我々にどのような変化をもたらすのかを我々と一緒に考えてもらう、それを問いかけていくようなテーマ設定としてはどうかというのが2の案でございます。3つ目は「美しい調和」というのをコンセプトにしてはどうか。世界の相互依存が深まる一方で、利己主義的な動きや対立というのも見られる、そういう中でこそ日本人が歴史的・地理的背景から培ってきた海外への寛容さ、異なるものへの寛容さにもう一度焦点をあてて、日本の価値として世界に発信していくというのがいいのではないかと。ということで、日本が培ってきた「和」の精神を体験してもらうような日本館。そういうアプローチを世界に示していくというのがテーマ案の3として書かせて頂いております。5ページ目、6ページ目ですが、前回いただいたご議論の中から主だったものを抜粋して記載させて頂いております。あくまで議論のたたき台として示させて頂いております、是非こちらのテーマ案についてもご議論頂ければと思います。

3. 討議① (テーマ案)

彦坂座長

ありがとうございます。今のご説明を踏まえ、自由討議に入りたいと思います。ご発言される方は、お手元のマイクのボタンを押してからご発言ください。私から少し補足しますと、今のご説明あった3つというのは、要は、「和」的なイノベーションを目指していることでは共通のように思えます。一番目のテーマというのは文化に軸足があり、2番目は産業とかテクノロジー、3番目は精神とかですね、そのような感じになっている気がします。ご議論いただく際は第4のテーマあるいは第5のテーマということも射程に入れながら語って頂ければと思います。ご発言を希望される方はぜひ挙手をお願いいたします。いかがでしょうか。

江村委員

3つ共通ですが、「日本」と表現する際、日本と海外の世界観がうまく浮き出ていない気がしています。日本独特の「和」について、少し柔らかいこと言ってから堅い話をします。私たちが今技術をやっていて、日本が弱いのはシステムスコアで全体を見るのが弱いと言われていて、一方でそのすり合わせとかには強いという話があります。これは、要は価値観、一神教か八百万の神かの違いみたいなものがあると言われていています。神が世の中を作ったので、世界を全体を通して見るというのと、そこら中に神様と共存しているからこそ繋がりが感があるのだというのが価値観としてあると思った時に、もう一つは、これからはその両方を一緒にするというのが非常に重要になってきているような気がします。何を言っているかっていうと、私たちは技術であったり **Society5.0** であったりというような話をしている時に、いわゆる **AI** みたいなのが際立って議論されているんですけど、人と **AI** がどうやって一緒にいる世界を作るかっていうのが結構大事なことです。そのイメージを先に出していった方がいいと思います。そう思った時に、例えば2番と3番というのが、業界によっているのですが、技術が繋いで人とかではなくて、人と技術が一体になったものが繋がりになるというのは個人的に思っていることですので、少し皮切りにお話しさせて頂きました。

彦坂座長

はい、ありがとうございます。今のお話、人と **AI** が一緒にという世界で日本独自のものっていうのは出せそうですか。

江村委員

これって、その議論にまだいっていないのだと思います。日本独自のものが出せるかどうかってわからないのですが、別の感覚で言うと、これは日本独自のものが出るという答えにはなっていないのですが、私の持っているイメージとして、我々の世代って **AI** とかサイバーの世界との接点がたくさんあって、必ずキーボードで入力しますという世界だったのが、今の若い人は指で操作する。小さい子はスマートフォンを声でやり取りする。それから **AI** スピーカーみたいなものが出てきていて。ですからその境が無くなってきていて、我々が意識しなくてもいろんなものと繋がる社会みたいなものが明らかに起きてきている感じがします。その流れを見た時に、この先どうなのっていうのと、そこに日本的なものはどうなのっていうのは論点としてはあるのではないかと思います。

彦坂座長

前は、「世界の見方を変える」というご発言がございましたよね。その文脈で日本と日本じゃないところというのと差を上手く可視化するというようなことはできるものなのでしょうか。

江村委員

それもわからないのですが、日本と日本じゃないものという意味では、日本が先に進んでいるのってベタなものを挙げると少子高齢化で、最近国で議論されている 100 年時代ですよね。100 年時代を見た時に、ある程度の年齢から先にいったところの世の中との関わり方というのはすごく変わってくる部分があるはずで、それがその先行指標になるのではないか。同じことが世界中で起きることは見えているので、その辺が一つの論点としてはあるのかと思います。

彦坂座長

ありがとうございます。他にご発言いかがでしょうか。はい、吉川委員。

吉川委員

江村さんがおっしゃったことに少し近いのですが、私も事務局の 3 つのテーマ案を見て、2 番と 3 番を一緒にしたようなものなのかなという感じがしております。どういうものが日本の独自性を打ち出せるかという話で、一つは、今は AI、IoT の時代ですけれども、やはりデジタル・イノベーションを支えるマテリアル、即ち素材が重要で、その分野は日本が強みを持っているという点です。素材の下支え無しでは、デジタル革命の先行きも伸び悩むというか、どこかで息切れすると思うのです。デジタルとリアルという見方をすると、日本はデジタルの方は遅れている部分もあるのですが、リアルの強みがあります。つまりマテリアル革命がデジタル革命の将来を支えていくという関係でとらえると、二つの革命は表裏一体とも言え、二つが補完し合わないと技術の大きな発展はないと思います。そういう点にスポットを当てて、日本の強みを発信できないかということを考えています。以上です。

彦坂座長

ありがとうございます。難しいが重要な視点ですね。はい、どうぞ。

澤田委員

やっぱり何を取るのか、日本人なのか日本の自然なのか日本の産業なのか、最後何が残ってくるのだろうかというのがすごく気になるわけです。テーマ3つはどうかと言われても、実際素材が何で、それをどう語ろうかという展開がないと、「これはいけるね、これはいけないね」とは中々言いにくいなと思いつつ困っていたのですけれども。前に、日本ではない他の国の出展を考えた方のお話を伺ってすごくびっくりしたのが、植民地支配を経験した国としない国の違いはすごく大きいらしいです。フィリピンですとフィリピンの文化を植民地支配の前のものであるとするのか、その後のものであるとするのかの議論で、国が2分されるというのです。ブラジルも非常に大きな国なので、どこの地域文化をとるのか、どの文化が国を代表するのかというものすごい議論になるらしいです。では、日本のどこを取るのだろうかということなのですが、やはりそれは素材とそれを表現するストーリーとテーマを同時に考えるではないでしょうか。テーマだけ取り出して決めて、その後にそのテーマに合う素材を探しても、良いものが無ければうまくいかない訳です。テーマから先に決めなくてはいけないのかもしれませんが、そこは比較的自由度を持った議論ができる方がいいのではないかと思います。どれがいいかというのは、判断材料が今のところ足りないというのが正直な意見です。

彦坂座長

今日は3つのどれを選択するかという話ではありませんので、いろんなご意見を伺うというのが趣旨になっております。今の素材の方から考えると仰っておられましたよね。そういう文脈の中で、ドバイ博2020年で良さそうな素材はあるのでしょうか。

澤田委員

例えば、**Connecting Minds**における日本の売りって何だろうなって考えた時に、いろんなものを繋げていく技を取るのか。おそらく日本人なり日本の文化のファンになってもらおうとすると、やはり技術というのは日本人が持っているマインドみたいなところに行くのが正しいだろうなと思います。ただ、展示ということを考えた時に、そこには驚くべき事実がないと中々人間は心を開いてくれないので、何か驚くべき事実をそこに展示として提示して、実はそれはこういうことだとすると、なるほどという風に理解はされると思います。例えば、日本にはたくさん細かく違う地域の文化があると思います。方言もそうだと思います。それからお正月になるとお雑煮の話がいつも出てきて、こんなお雑煮ってありますかとか、こんな小さな国でこんなたくさんの文化を持っているって珍しいのではないかと思います。それが仲良くというか、ある程度違うからお互い学べることもありながら発展していく。でも、一つのバランスをとっている。その辺がどこか日本人の日本らし

さみたいところがあるのかなと思います。何かそういう素材と何か多様なものを決定的な違いに至らずに、でもどこか競争しながら伸びていく。その辺が一言でぱっと言えるといい。例えば、外から見る日本は一つにしか見えていないと思うのですが、実はそうではなくて多様なものをバランスし調和をとってく感覚があることを表現すると、観客が勝手に「日本は震災があってもあまりパニックになりませんね」とか、話を膨らませて理解してくれるような表現になると、良いパビリオンになるのではないかと思います。齋藤さんの資料に読後感と書いてあったのですが、正にそうだと思うのです。なるほどって見た人がどんどん発想を広げて、勝手に日本人像を作ってくれるような、何かそういうものがが必要です。その為には **Connecting Minds** というものにおける日本らしさ、日本人の心、日本の文化を調べてみて、その中に **UAE** の人や海外の人がなるほどという素材を見つけたら、それを上手い形で展示に持って行って、尚且つそれが作品性が非常に高くて見た人の心を打っていく効果を広げるといようなものになればいいと思うのですが、言うのは簡単なのですがやるのは大変なのですよ。

彦坂座長

どうもありがとうございます。はい、齋藤委員。

齋藤委員

一つ思ったのは、前回のミラノ万博の時のテーマが「**Harmonious Diversity**」だったと思います。3番の「美しい調和」というのは「**Harmonious Diversity**」も、一つ個人的に思ったのが、それをもしかしたら同じように受け継いでいく切り口が、前回は「食」でしたけど、技術とかそういった面で、このような連続性を持ったテーマもありなのかなと思いました。皆さんのお話を聞いて一つ思ったのが、1番の多様性と2番の繋ぐ技術という論点がありましたけれども、営みと産業を多分両方入れないと日本らしくないのかなと思います。この後に展示の可能性みたいなので少しお話をさせていただきますけど、その中で入れているのは、やはり海外の方と特に技術者の方もしくはアーティストの方とかと話していると、日本のものって、例えば家電製品であれば箱を開けて中がしっかり作られているというか、全てのことを考えて作っているというのが素晴らしさだと思います。単純に動作をすればいいだけではなくて、そのボタンの押し方とか、そういう細かなおもてなしがもしくは人柄が技術の中に入っているからこそ、日本技術の強みというのが生きていくのかなと思います。営みと産業を別にしてはいるわけではないですけど、両方を感じられるようなものだからこそ、日本というものを象徴するのかなと思います。先ほどもお話がありましたけど、日本は課題先進国なのだと。少子高齢もそうですし他のいろんなことは日本は

整備し始めたり。例えばアフリカとか他の諸国では人口がこれから大爆発するような国がある中で、先に減少し始めているところで日本はどういう一手を打つかこそ、今後の未来的な問題に対してどう解決をしていくのかの一つはケーススタディーのようなそういうものも含めて注目されるようなテーマの展示になっていけばいいのかなと思います。

彦坂座長

はい、ありがとうございます。ほかに、いかがでしょうか。

キャンベル委員

すみません、ありがとうございます。話を伺いながら、ちょっと風景を思い浮かべたり、想像したりしますけども。一つ、今年中国人アーティストのアイ・ウェイウェイさんが、ニューヨークのいろんなところにフェンスを作っています。柵というのでしょうか。「良い柵で良い隣人を作る」、「Good Fences Make Good Neighbors」というプロジェクトで、アイ・ウェイウェイさんは中国の巨大なマーケットであり、国家権力によって少し疎外され、その中でどういう風に今、世界の人たちが繋がっているのか、繋がっていないのか、とくに増え続けている難民として排除されている人々の状況を中心の一つに、ご自分のプロジェクトを作っています。フェンスを作ることで、人は仲良くしていけるかっていうものです。物そのものは検索していただければすぐに出てきます。セントラルパークにあるのは茶杓のようなものなのです。シャカシャカとお茶をたてるもののような。つまり、何が言いたいかと言いますと、館を想定する時に、日本の精神とモノの文化が一体になって表現されているようなものから考えると、今日ちょっと面白かったのは、マテリアルであったり、素材であったり等々をそこから考えていくということが興味深いというふうに思います。アイ・ウェイウェイさんとメッセージはもちろん違って構わないけれど、あれぐらいコンセプトが素材を通してクリアーにならなければならないと思うのです。前回申し上げたことを思い出したのですが、フェンスではないのですが、例えば口切の茶事。初夏に新茶を飲む時に、とても美しい絵付けされた大きめの茶壺を橙色の組紐で囲むのですね。新茶が入っていて、その封を切るわけです。組紐の模様が1つの芸術になっていて、それを鑑賞するわけです。それは、紐解くという言葉は日本独自のものですが、いろんなことを文化であったり、人の心であったり、もちろん書物を紐解いていくのですが、それが1つの感覚でもマテリアルでもあって、新しいイノベーションにうまく再編成をしていく、あるいは再配置していくっていう部分は可能かなっていうふうに思います。今日の3つのテーマを拝見しますと、それぞれに結構似ているところがあって、あまり峻別されてないと言いますか。多様性があったり、繋がりがあったり、調和って言葉は、だいたい同じようなものとしてあるかもしれません。前回も申し上げたかもしれませんが、

「和」っていうのが出てくると本当にぐちゃぐちゃに、何が何だか「和」をもってどうシフトをするのかって言うと、だいたい日本人はわかった気になって深掘りはしていない。「和」っていうのはローマ字で書くと、何も意味しなくなります。それは、やっぱり避けたいと思います。「和」というのは、寛容さかもしれませんし、ハーモニーかもしれません。先ほどおっしゃったように、リバウンド力、災害からのレジリアンスということも関わりますし、「ダイバーシティ」ということにも繋がると思います。今日本で一般的に流通している「和」というものから回収できないですね。ですからちょっとそれを破ると言いますか、解体をして、そのままではなく、モノの文化と精神文化の結節点のようなもの、やっぱりできるだけ具体的に発想することが重要かというふうに思います。ですから、そういういくつか、例えば紐解いていく中で日本の、特にハーモニーとイノベーション、あるいはトレランスとイノベーションを軸に考える時に、もっと能動的に積極的にどういう調和性が、どういうイノベーションに今つながろうとしているのか、導かれようとしているのかっていうことを、そこに具体的に棚卸しをして、3つでも4つでも事例があると、逆算ではなく双方向性で先にイメージと実際にどういうイノベーションを提示していけばいいかということが、一緒に具体的になるのかなっていうふうに思いました。僕、3つ4つぐらいのことを今喋ってしまったような気がしますが、そのように感じました。

彦坂座長

貴重なご意見、ありがとうございました。ちょっと伺いたいのですが、「紐」っておっしゃっていて、言語学者でもあるからそっちらから入られていらっしゃるだろうと。紐付きとか、いろんなものがあります。「水」でもいっぱいありますよね。水に流すとか。そういうような言語的アプローチっていうのは、出展の話でも有効でしょうか。

キャンベル委員

そうだと思いますね。なんとなく、どうしてもこの口切の茶壺の形、周りが様々な形をした紐ですべて美しく組まれている。それが、たとえば光が通っていたり、水が通っていたり、人々を運んでいったりするというような、そういったものを概念化させることと、パッと見てやっぱり日本のモノを包んだり、紐解いたり、封を切って開いたりする流れの心を思い浮かべさせます。私は今、国文学研究資料館というところにはいますけれども、歌カクタの室町時代から明治時代初期の頃まで何セットもあります。それを収蔵庫から取ってきて大切なお客さんに見せる時、10分くらいかかるのです。それは外箱があって、内箱があって、その紐を実際に紐解いていくと、とっていくっていうプロセスっていうことは、みんなとかくやっぱりハッとするんですね。特に外国の方。先々週オランダ大使ご夫妻を招いて、それをみんなと一緒に見て行かれたのですが、例えば六曲の屏風でも開い

ていくうちに、形が変わり、景色が変わっていく。フラットになるですが、元々はフラットではない。角度を変えていくことによって、景色が展開する。つまりそれぞれの中に組み込まれていく物語が、展開をしたりする。それはロジックではないのですね。起承転結的な西洋風の、あるいは中国のロジックとは異なる形で、異なる時間のことが1つの画面の中に現れるというようなことが日本のストーリーテリングー1つの基本線としてあるので、モノとして、素材として、でも音声の話もありましたけれども、そういったものを直に感覚器官に訴えるものをイノベーションと、先ほど結節点というふうに言いましたけれども、それいくつか限定した事例を立てていて、そこからどういう形ができるのかというふうに考えると、興味深い。訴求力があるものが作れるのではないかなというふうに感じています。

彦坂座長

はい、ありがとうございました。では、内田委員。

内田委員

私は展示を日々作っているのですが、そのポイントから皆さんが言ったことのまとめみたいになってしまうかもしれないのですが。今日提示されているテーマというのは、日本が何か問題を解くとか、何かに対してどういうアプローチを持っているかという状態であったり、手段であったりだと思います。ですが、展示というのは、最終的には空間を埋めなくてはならなくて、何らかのコンテンツがなくてはならず、そのテーマとコンテンツはあわせてデザインをしなければなりません。

私たちが日本ってこうだよねっということのを抽象的にまとめたものではなくて、共通の問題設定でも良いし、興味でも良いし、そういう具体的なものを掲げて、その問題の解き方が例えば「和」ですよとか、例えば「技術」で解いています、例えば「コネクティビティ」で解いています、というようなアプローチの方が効率的という気がしました。つまり、テーマ自体ははっきり言って、いま並んでいる三つであればちょっと乱暴な言い方かも知れませんが、何でも良いと思うのですね。実際、全て現在の日本ですし、いまの日本が世界に共有できる知見だと思うので、そういう意味で何でも良いと思います。しかし、その共有できますよとか、これが私たちにとっても知ってよかったことだとか、これから使える技なのだとドバイで思ってもらうための設計というのが大事なのではないかと思います。そのキーワードやテーマとしてハッピーなことを提示できれば一番良いのですが、やっぱりいまの地球が抱えている問題って、わりにアンハッピーなことが多くて、そういう意味では先程日本が課題先進国だというお話をどなたかされたと思うのですが、災害もあるし、年もどんどん取ってしまうし、資源はそもそもないですし、地球の

抱えている問題を日本はすごい先に抱えている。例えば、人口密度の問題とか過疎の問題なども、今日設定されているようなテーマで解いていきますよ、という一つの見せ方もあるのかなと。ミラノの場合は、その具体的なトピックスとして「食」というはっきりとした切り口があったので、「和」というテーマではあったと思うのですが、そこにいくつかの隠れテーマみたいなものがあったと思うのです。「食」に対しての日本のアプローチということで。だから、今回もそういう意味ではテーマの話をするよりも、今のキャンベル先生のお話にもありましたけれど、視覚的に共有できるような「モノ」とか「コト」を決めて、そこに日本がどうアプローチしていくのかということなのです。

「「和」って言うにごちゃごちゃになってしまいます。」というのはまさにそうで、それって私たち日本人だけが共有していることで、海外の人に「和なんだよね」とか「コネクティビティなんだよね」とか言っても通じない。「コネクティビティ」の話も1500年、2000年ひとつの国家が続いているみたいな、さっきの植民地の話もありましたけれど、共有できない状況があまりに多いと思うのです。なので、皆が共有出来ることをひとつ掲げて、アプローチしていく方法があればよいのにとおもいます。

彦坂座長

非常に実践的なご意見をありがとうございます。いま内田委員が想像される、共有されるものというのは例えばどんなものがありますか。

内田委員

課題だと、どうしても資源が足りないよとか、災害来ますよとか、災害は日本だけの問題ではなくて、世界の各地でどんどん受けるようになっていっているので、うちには関係無いって思う土地の方が少ないと思うのですよね。どちらかと言えばハッピーなテーマを掲げたいなという気はしますが、今すぐには出てこないです。そういう意味では大きな話ではなくて、例えばひとつ例になるか分からないのですが、うちで数年前にやった展覧会で「トイレ？行っトイレ！展」というのがあって、トイレというテーマだけでも日本のアプローチって色々なことが言えると思うのですよ。トイレを使わない人はいないので、そういう意味ではある分かりやすい共通項であります。そのモチーフというか、具体的なトピックスが視覚的にも、なんらか日本から提示できることが充実したものを見つけるということがもしかしたら大事なのかもしれません。

彦坂座長

はい、ありがとうございます。要は方法とかアプローチの方で競うとか、思想とか哲学の方が良くわかるし、色んなメッセージで外国館なんかもやっていますが、その解決

の仕方ではなく文化の差を感じたり。そういうところは大きいにありますよね。他に
ご意見ある方いらっしゃいますか。絶対これを言いたい。澤田委員どうぞ。

澤田委員

あの、キャンベルさんの話をお伺いしてですね。違う話を二つ付けるというのはいいか
なと思いました。調和だけにいかずに、「調和と革新」とか、二つ違うことをテーマに掲げ
ると、切り口が鮮明になりそうな気がします。京都もそうだと思うのですが、伝統文化を
守るためには革新していかなければ守れない、大体皆さんそう仰いますね。その「守る」
ことは「革新する」ことだという、その調和と革新というものを一つのテーマにしてい
くと、いけそうな気がしました。

彦坂座長

はい、ありがとうございます。ほかに何かご意見ある方いらっしゃいますでしょうか。

吉川委員

意見ではないのですが、最初に東さんからアンケート調査の結果についてご紹介がありま
したが、8割の人は日本に行ったことがないというご指摘がありました。一点皆さんに認
識しておいて頂かなければならない事は、UAE 国民を含めドバイに在住している人の殆
んどは日本に来るときビザが必要だという点です。日本と UAE でみると、日本人はビザ
無しで UAE に行けますが、UAE 人は日本にビザ無しでは渡航出来ない。UAE から改善
の申し入れが昔からありますが、いつまでたっても解決してない。なぜかという、日本
では外務省は賛成しているようですが、入国管理を担当している官庁、治安を担当して
いる官庁が猛烈に反対しているそうです。テロリストがいるかもしれないという理由だそう
です。UAE の様に片務的なビザ関係になっている国は結構多いのです。この辺の対応を
改善しないと日本は特定の国を信用していないという印象を当然持たれると思います。ド
バイの王様も来日される時は、駐ドバイ日本総領事館にビザを申請されるということ
です。そういう前提でアンケートを読まない、実態は判り難いということですね。

彦坂座長

貴重なご示唆ありがとうございます。他には如何でしょうか。後半戦もあるので、皆さん
もし言い残したことがあれば、事務局の方にメールでもなんでも結構ですので、お送りい

ただければという風に思います。いろいろご意見ありがとうございます。今から後半戦に入ります。具体的な運営・展示、各構成要素のあり方についてです。これに対して、ご意見をお伺いしたいと思いますが、資料の4に基づいて、44事務局の方から簡単に説明させていただきます。

4. 事務局説明（展示・運営等のあり方）

東企画調整官

はい、ありがとうございます。資料の4、とても簡単にですが、ご議論頂きたい点をご紹介します。日本館の主な出展にあたって構成要素としまして、ここに7つ提示しております。1から順に、展示、それから建築、日本館の建物、それから行催事、典型的にはナショナルデーといった、各国のイベントをやったりですとか、イベント広場を設けて、日本の行事やお祭りをやったりとかですね、そういうイベントをどういう風にやるかとか、あと日本館の運営はどうしていくか、事前あるいは会期中の広報をどうするか、以前も話があったと思いますが、VIPルームのありかたを考えると、それからレストランを設置して日本食を提供していくことをどう考えているとか、別にここに限るものではないですが、主にこういったところ、少なくとも考えていかなければいけないかなと思っております。2ページ目に検討に際しての視点とかありますが、過去博で当然にやってきて、踏襲すべきものもあれば、逆に過去の経験を踏まえて、改善していかないといけないものもあろうかと思ったり、その点はこの後、JETROさんからご説明頂きます。それとドバイの特殊性を踏まえて考えるべきことがあるか、あるいは2025年の国際博覧会を見据えて、先取りするものもあるかと、こういった点を少しご議論いただきたいと思います。非常に簡単ですが、以上です。

5. JETRO より説明（日本館基本計画策定に向けて）

彦坂座長

続きまして、今ご依頼のありました参加機関であるジェトロの赤星副理事長より、最近の過去博を踏まえつつ、今回何をチャレンジすれば良いのかということについて、ご説明いただきたいと思います。

赤星副理事長

ありがとうございます。私からは過去の万博に基づきまして、ドバイ博における重点取り組みとチャレンジについて、展示分野、建築分野など項目別に簡単に紹介させていただきます。資料2ページ目になりますが、本資料は三部構成になっております。本編はドバイ博における取り組みとチャレンジ分野ですが、参考として「過去博からの経験の踏襲事項」、ないしは「日本からの参加にかかる今回の規制とルール」をして掲載しております。

す。3 ページ目、早速本編に入っていきたいと思います。4 ページ目、これは経済産業省ともご相談している日本の出展意義でございます。国際社会における日本のプレゼンス向上、ビジネスの可能性を探る産業振興とインバウンド連携、世界各国との交流、相互理解、連携強化、次世代を担う人材育成と女性の活躍推進、これはダイバーシティということで女性に限らないと思います。それから国際博覧会の理念継承と次世代万博への提案という5点ですが、この点についてもご議論はあろうかと思えます。5 ページ目に移っていただきます。ここから先程の出展意義を高めるための具体的な事項についてご紹介させていただきます。まず、展示です。1 点目としては先程から申し上げております、メッセージを絞り込んで、記憶に残る体験を提供するという点が最も重要だと思っております。この左の写真、アスタナ万博で金賞を取ったロシア館で、目玉展示が北極海の氷でございました。来館した子供たちにとって、実際に氷の冷たさを味わったというのが記憶に残るといふ目玉展示の例です。ただ、メッセージは何だったのかというと今一つよくわからないところがあります。その他、過去の例で有名なものと言いますと大阪万博の月の石ですとか、愛知万博のマンモスというのが記憶に残るものかと思えます。アスタナにおける日本館については前回も少し触れましたが、若干提供する情報が多く、記憶に残るといふ要素が薄かったように思えます。また来館者にとって記憶に残る体験を提供するには楽しさ、感動、インパクト、わかりやすさ、美しさというのが重要です。右側の写真について、本検討会開催前に流していましたビデオをご覧いただいた方もいるかと思えますが、ミラノ万博日本館の展示で、非常に美しいものでした。来館者については、大人だけでなく子どもであるとか、ないしは今回の開催国 U.A.E.の方のみならず外国人の方が多くいらっしゃる予定であるなど、来館者は多様性に富んでいるということも考慮に入れなければいけないと思います。2 点目、映像に頼りすぎない展示にするという点も重要だと思っております。映像展示は情報を盛り込みやすい手法であります。印象に残るためにはやはり実物や、実際に体験してもらうことができる展示、というのが重要だと思っております。3 点目として、民間企業の方にとっては万博日本館を使って新しい実証実験の場として活用していただくということも重要だと思っております。6 ページ目、建築分野でございます。過去の例を見ていきますと、日本館建築そのものが展示配置や運営を融合したものである必要がございます。ミラノ万博日本館については概ね良かったという評判を頂くのですが、日本館の展示と建築を別にして設計しておりました。したがって左の写真にご覧いただけますように、わざわざ空間を開けて横入りができるようなスペースができてしまっており、そこをふさぐという作業をしなければいけませんでした。他にも、2 階部分へのアクセスについて階段がなく、エスカレーターのみしか設置されていなかったため、これが動かなくなったら全部止まってしまうなどの点で不具合のある日本館でございました。また、日本館自体が価値があって目立つもの、流行語大賞になりましたけれども、「インスタ映え」する、すなわち集客性のあるものにする必要があると思えます。右の写真はハノーバー万博の日本館で、紙と木材のみを素材とした日本館として話題になりました。ただこのケースでは建築予算がかかりすぎて、展示分に十分な予算を回せなかったという反省

点もありました。ドバイ万博では過去の例を参考に問題を解決していきたいと思います。3点目、これまでの万博では日本館で用いた資材はほとんど廃棄してしまったのですが、ドバイ万博のサブテーマの一つが「サステナビリティ」ですので、最もエコロジカルなパビリオンを目指していきたいと思っております。次に行催事、イベントでございます。今回のドバイ博のテーマは **Connecting Minds, Creating the Future** ですので、会期の前から主催国 U.A.E.や他国のパビリオン関係者と連携して、会期中のイベントでその繋がりを実践する場にしていくことを行っていきたいと思っております。また、このようなイベントを実施する際に、関係者だけにとどまらず、前回の斉藤委員の資料にもありましたように、若い世代や女性の活躍を推進する場にしていきたいと考えていきます。自分自身経験として、右の写真はアスタナ万博ジャパンデーのもので、ドローンと一緒にダンサーが躍るという大変素敵な、非常にクールジャパンと言えるようなものだったと思っております。日本館の運営について、スタッフについてはただの運営補助いわゆるアテンダントではなくて、日本のおもてなしや技術、商品を使ってもらうキャストとして積極的に参加してもらいたいと考えております。それからミラノ万博の日本館には来場者が多い時期には最大7時間以上の待ち列があつて、来場者からのクレームにも繋がりました。特に今回は非常に暑い場所ですので、この問題は非常に重要でして、例えばアプリを通じたチケット制にする、待っている間もイベントを実施して楽しんでいただくという工夫をできるだけして、ただ待っているという時間をゼロにすることを目指したいと思っております。9ページ目、広報でございますけれども、ドバイ博のテーマに沿って政府関係者、例えば日本とU.A.E.の学生交流などもこれまで行われてきていますので、そういった繋がりも活用していきたいと考えております。500日前のイベントですとか、100日前のイベント、開幕直前イベントなどの従来型イベントに加えて、準備期間に若い方々のアイデアを集めた事業を実施し、広報に利用することも検討していきます。リアルとデジタル、ドバイと日本のリアルタイム広報など、新しい案も皆さんの知恵を借りながら考えていきたいと思っております。10ページ目、レストランや商業スペースでございます。ジェットロはドバイで開催されている、中東全域の食品展示会、コンテンツ展示会にジャパンパビリオンを設置し、皆さんに出展いただいております。今後この地域でビジネスを展開していきたいという人にとって後押しとなるような日本館を目指していきたいと思っております。11ページ目、最後になりますけれども協賛していただく企業への対応を戦略的に検討していきたいと考えております。これまでの万博で協賛いただいた企業にはイベントにおける席の確保などを提供させていただきましたが、もっと具体的なビジネスに繋がる仕組みを検討し、より多くの企業にご協賛いただくことを目指したいと思っております。特に重要だと思っておりますのは、各国はVIPルームをただの待機場所としてではなく、商談ビジネスの場であったり、外交、社交の場としてうまく活用しています。特にヨーロッパのパビリオンというのはそれが秀でているように思います。写真にありますミラノ博のドイツ館やモナコ館は空港のラウンジのようですが、こういった場所を提供し、色々な機会に活用しております。ドバイ博覧会の日本館ではこの点にも力を入れていきたいと思っております。以上でございますが、こ

ここでミラノ万博日本館について1分程度の映像をご紹介しますと思います。スクリーンをご覧ください。

映像

赤星副理事長

ありがとうございます。前回も申し上げましたが、金賞を取るということ自体が目的にあるわけではないと思いますが、結果として金賞を取れるように頑張っていきたいと思えます。

最後に1点ご報告がございまして、さる12月19日に、今後の総合プロデュース業務のサポートをいただく主体として、公正な審査を経た結果、株式会社電通ライブにお願いすることになっております。本日は、そのプロデューサーの内藤様にもご臨席いただいておりますので、ご紹介したいと思います。

内藤プロデューサー

電通ライブの内藤でございます。総合プロデュース業務と建築の設計現場と広報業務を担当いたしましたので、これから3年間という長丁場になりますが、どうぞよろしくお願ひします。

赤星副理事長

ご清聴ありがとうございました。

6. 齋藤委員より御説明（展示のあり方）

彦坂座長

はい、赤星副理事長、どうもありがとうございました。内藤総合プロデューサーもよろしくお願ひいたします。次に、資料の6、齋藤委員より「**Consideration on Exhibition**」という非常に面白いお話が聞けるのではないかと思いますので、早速ご説明お願ひします。

齋藤委員

はい、ライゾマティクスの齋藤でございます。今日お話しさせていただくのは、展示としてまずは展示そのものを作っていくにあたってこういう考えがいいのではないかと、こういう考えをしたほうがいいのではないかとということ。あとは実際、先ほどの資料にもあったドローンをやらせていただいたり、うちのほうであるとは、さっきの、前回のミラノ万博のシアターのクリエイティブをやらせていただいて、やはり僕たちがずっと、前回のミラノ万博のときも提案していたのが、展示を見るというよりは、どっちかという体験的なものになってきたと思います。ちょっとその、我々がいつも展示とかそういう作品展示、国内外でやらせていただいている知見もあわせて少しお話しをさせていただければ、と。お手元の資料でもプロジェクターでも、見ていただいて、あとで後半に映像がいくつかあるので、その場合は前方のスクリーンを見ていただければ、と思っています。次のページにいったら、まずエキスポ 2020 ドバイで日本館がやるべき展示方法ということで、今日は資料を作ってみました。先ほどもうすでにあつた通り、今回のテーマ、「Connecting minds, Creating the future」ということで、心をつなぎ、未来を創るということでお聞きしています。サブテーマとして Opportunity と Mobility と Sustainability というこの三つがあると。会期自体が 10 月 20 日から 2021 年の 4 月 10 日と聞いております。次のページにいったら、じゃあ、そもそもエキスポってなんだろうと。国際博覧会（万博）とは、というのでもう 1 回ちょっと BIE のウェブサイトへいったらみたのですが、万博とは、公衆を教育すること、イノベーションを共有すること、進歩を促進すること、協力を促進することを目的とする国際的なイベントであるというところで、聞いています。次のページにいったら、じゃあそもそも万博での展示の目的は何なのかと自分なりに考えてみたのですが、国際博覧会で我々日本館として出すべきコンテンツ・展示手法は今の日本の各業界もしくは分野の「先端」の状態を見せることを主な目的にするべきで、その「先端」を見せるために必要な展示方法を検討すべきなのは明らかであると。これはもう皆さんすでに議論されているところだと思っています。

僕が思っているのは、万博は加速器であるのではないかと。僕はリアルタイムで実は体験していないのが非常に残念なのですが、1970 年の大阪万博のお話とかをお聞きすると、やはり開催国のみならず、世界の多くの人と会える、もしくはいろんな産業に出会える機会でもある。僕が思ったのは、そのため、万博の展示は現在多く見受けられる日本国内の企業連携、研究連携、技術連携の機会にすべきだと。また、新しい動きや考えを持っている日本の若い才能を発掘する機会にもなりえると思います。僕が最近雑感としてすごく思っているのが、やっぱりどうしても日本のいろんな業界ありますが、その業界がどうしても縦割感が否めないのかな、と僕は思っていて、いろんな展示に行くと、ほぼ同じ研究を違うブランド、企業の方がやられていると。結局は同じようなことをやっているわけであって、どこかで勝敗がつくのです。その特筆すべき技術とか特徴とかというのはあまりな

くなっているな、と僕が側から見ていて思うので、例えば万博を機に横の連携をしっかりとしていきましょう、と。日本として何をやっていくべきなのか、もしくは日本の企業連携として、もしくは研究の連携として何をやっていくべきなのかということをしっかり指針として、日本国内でそれを調和させて、最終的に今回はドバイで展示をする、もしくは発表するということが僕は何よりも大事だと思っています。

もう一つは、先ほどのジェトロさんの資料にもありました通り、若い才能をしっかりと発掘していくというところも大事だな、とっていて、若いとは誰かということ、年齢問わずだと思のですが、例えば前回のミラノ万博でうちが起用していただいたのも、比較的僕は若い企業というところがすごくあったかな、と。実際のところ、僕たちもあれだけ常設のものをあの期間に海外で展開するということはなかなかない機会、我々の知見を深めたり、もしくは貴重なご意見をいただいたり、もしくはそのあとにそれで実際ほかの仕事につながったり、ということがあったので、そういうようなことを若い産業にもしっかりと機会と与えていくチャンスになればな、とっています。次のページが、先ほど言いました通り、ものを見るという時代から体験するという時代が変わったのかな、と僕は思っていて、前回のミラノ万博のときもシアターのフューチャーレストランといって、未来のレストランという体でやったので。僕が元々考えていたのは、100人なり200人が1個のスクリーンを10分間見るという、それほど苦しいことはないと思うのです。それよりはわいわいがやがやしながら、あなたどこから来たの、私はここから来たの、箸の使い方知らないなら教えてあげるよ、という会話がわいわいがやがや起こるような僕はシアターになってもいいと思ったのですが、そういうちょっと発想の転換みたいなものがそろそろ必要なのかな、とっています。先ほどインスタ映えというお話もありました通り、結局インスタが流行った理由というのは、これだけ体験のものがあって、その一瞬を切り取って誰かにシェアしたい、もしくはそれが写っているものの場所に行きたいとか、ものを食べたいとか、それが欲しいとかということになっていると思うので、そういうような体験展示をしっかりとしていくべきかと思っています。

あとは、細かい感情も、共同テーマのところでもお話しさせていただきましたが、やっぱり日本人は海外に行っても例えば、何かシアターで設置するときも、もしくは例えば明日の段取りをさせていただくときも、綿密に、ミスがないように、もしくは何かトラブルが起きてそれをリスクヘッジできるようにずっと考えてやっているじゃないですか。それを僕思うのは、海外のチームとやるとちょっと違って、すごく繊細にいろんなものを設計する能力があるチームも、これはいろんな業界でも明らかだと思って、そういう感覚というのを最大限にエッセンスの中に入れていくべきかな、とっています。次のページ。**Technology as Tools**というのは、例えば映像が大きいとか、映像が複雑だとかということにいきがちなのですが、それは結果論であって、表現したいもの、媒体を、もしくはテーマをいちばん体現するために必要な技術というのをちゃんと設定しましょう。一時期ト

レンドとして、大きければいいとかプロジェクトが、とかいっぱいありましたが、やはり今の時代いろんな方が、もう展示を見るとかもしくは作品を見るとかって慣れていらっしゃるの、「○○○を展示に使いたい」というわけではなくて、「△△△を表現するために、○○○を展示に使用する」とかということで、考えて検討できればいいな、と思いました。次のページで、あとは、前回ちょっと欠席してしまったのですが、ちょっとメモにも書かせていただいたのですが、日本のエッジをしっかりと見せるということで、いろんなチームの作り方とか、同好会の体制もいろいろあると思うのですが、やっぱり各分野、例えばプロダクトにしてもグラフィックにしてもファッションにしても、建築展示、いろんなところで、やっぱり世界のトップが日本にはいるので、そのトップの人たちをちゃんとこの中に入れていきましょう、と。万博の中で活躍してもらえるような土台をちゃんと作るということが僕は大事だと思っています。これが、僕は万博に参加させていただいた一人間として、もしくはいろいろ万博を一ユーザーとして見させていただいて、なんで日本はそれができないのかな、と非常に思うので、日本館として見せるべき日本の才能の集積を、今回はしっかりとチームを組んでできればな、と思っています。次、あとキュレーター、今お話ししましたそういう展示チーム、もしくは最新、先端と言っても各分野のスペシャリスト、もしくはそれに精通している人が近くにいないと、なかなかその先端がわからないと思うので、もしかしたら日本館を考えるに当たって、数名の実働できる有識者、本当にこれはほぼベタ付きで実働できる有識者がキュレーションチームとして動いていくというのもアリなのかな。なので、建築、空間、イベント、衣装、展示とスタッフイング、こういう若い子が周りからここのこういうイメージいいとか、そういう検討・交渉のきっかけを作る人が必要になってくるのではないのかな、と思っています。その上でプロデューサーチームと実際にどのように作り上げるのかを検討して、最終的に制作するというのが必要なのかな、と思っています。

僕の中で、さっきテーマの話がありましたが、日本の日本館として2020ドバイで何ができるかな、とちょっと可能性として見ていただければと思っています。例えば多様性と共創/「つなぐ」技術と人/美しい調和、と全部入れてしまっているのですが、CO-CREATING EDUTAINMENTみたいな、みんなで作る、学びながらエンターテイメントができるようなコンテンツというかテーマみたいなものができないかな、と。オールジャパンで創る、楽しみながら学べ、来訪者が参加することで完成する共創展示、的なことを考えてみました。次のページいってもらって、例えば日本に様々な技術、もしくは製品とか産業の中で、やはりいちばん素晴らしいところは中身だと思うのです。グッドデザインの審査やらせていただいている、いろんな産業のものの中とか見させていただくのですが、やはり日本の、例えば家電だったら家電、もしくは自動車だったら自動車の中身の作り方がすごく考えられて作られているので、一時期モーターショーありましたが、モーターショーでも完成されたものよりは日本のモーターショー、もしかしたらばらされている状態の、もしくは中が透明で見える状態の車を見せたほうがいいのではないかと思います。

とを個人的に提唱させていただいたのですが、できるだけ完成品となるとどうしても、ではもしくはほかの国のブランドと計ったときに表面的な判断をされると思うのですが、やはり中身の判断、中身を見せていくということが大事なのかな、と思っています。次のページいってもらって、例えばですが、先ほど言いました日本のプロセス、ものづくりの強さ＝プロセスだと。日本文化は世界に誇れるブランドを数多く排出して、繊細さは全て物の表面ではなく、プロセスに宿ってきたと。先ほど八百万の神の話もありましたが。あと、やっぱり結局多くのものが作られているのは日本ではまだ町工場だということは、町工場が中心に創られているというのは、産業の中核であることはまちがいでなくて。様々な業界において同じような商品やサービスが展開される中、表面的に判断すると日本のものづくりはさほど大きな評価をされていない時代になったのかもしれないと。そうなのですが、日本は伝統文化と新しい文化が多く共存すると海外からは評価されている現状があるというのは、これだけ例えば土地開発を行っているのに、例えばしっかりと神社仏閣を守っているとか、そういうところが、古いものと新しいものが一緒に共存しているところが、僕の友人とかほかのものを讀んだりすると、意見があるので、その事実というのもあるので、ものづくりや産業も、すごく古い手法、今だったら例えば養蚕とかそういう比較的消えてしまいそうな産業だったのですが、その中でもしっかりと IoT とか AI とかを取り入れているのです。そういう部分、変えないために変えていくとう部分も含めて見せていっていてもいいのかな、と思いました。

次のページです。例えばですが、日本館を大きな工場として見立てると、いろんなものが見えてくるのかな、と。例えば車の工場、車の内部、それを体験、発見してもらうような展示になっていって、伝統工芸+先端のプロセス、様々なものを因数分解して、そのものが創られているプロセスをしっかりと見せていくと。このような展示をすることで、日本人が持つ繊細な思考・技術や伝統と先端の融合などを見せていけるのではないかな、と思った次第でございます。このあとにたくさんの事例をつけさせていただいて、次のページになって、ケーススタディとして、あとでお読みいただければと思うのですが、ちょっといくつかだけご紹介させていただきます。これは国内、国外の事例、あとは万博の事例みたいなものを我々のほうでいくつか集めて資料化したものです。一つはニフレルとか、もう一つはまほろさんもいらっしゃいますが科学未来館とか、しっかりと「問い」「考え」「行動」するみたいな、体現展示が非常に多いと思うのですが、実際的に学べるもの、体験しながら学べる展示が多いな、と思ったのと、あとはそのほかにも 21_21 DESIGN SIGHT、デザイン、あ展とか、そのほかにもいろんなデザインに関する単位展とかやられていますが、こういうようなところ、しっかりとアートディレクターがたって展示のデザインもして、個別のデザインをされていると思うのですが、こういうところからも学べることはすごく多いのかな、と思っております。あとは金融/知のミュージアムみたいなもので、新しく読み物としてのコンテンツをしっかりと作っていたりもしております。これ全てが、先ほど冒頭でお話をさせていただいたみたいに、これを映像をくっつけ

たとかそういうことではなくて、やはりしかるべきものを伝えていくためにメディアを使っている。例えばこの生きものになれる展とか非常によくできているのですが、ペンギンの気持ちになれるとか、あとカブトムシになって歩いてみるとか、いろいろあるのですが、こういうような体験展示というのがあります。あと、国外の事例として、こういうボルドー地方のワイン産地で有名なところですが、このワインとに特化したミュージアムを作っていたり。ドイツ、エッセンにある産業遺産として登録された場所ですが、しっかりと展示が非常にうまくデザインされているところでしたり。あとパレドトーキョーで行われた展示です。これは展示物がない展示なのですが。このようなちょっとアートの表現というのも中にいってもいいのかな、と思ったりですね。あとはVR系というか、マスクを被って体験するような展示なのですが、この技術が必要なところを使っていくというようなことをやっています。

こういうような展示をいくつか並べさせていただいているのですが、僕の中で一つ印象に残ったのは、いちばん最後の事例でミラノ万博のときにCOOPさんがやっていた展示で、フューチャースーパーマーケットというものがあって、それは食の情報生産特有のトレーサビリティみたいなものを体現したスーパーマーケットなのですが、実はこれ面白いのが、実際にこれミラノでも開業したのです。ここで展示をして、結局これ自体が店舗として、去年かな、開業されたというのがある、そういうような、実際ここで何かやったものがしっかりと展示として引き継がれた、産業として引き継がれるのか、みたいなことになるといいな、と思っております。すみません、駆け足でしたが、以上で説明終わります。

彦坂座長

齋藤委員、どうもありがとうございます。今の齋藤委員のプレゼンテーションに対して何かご質問がある方はいらっしゃるでしょうか。若い人使うというのは大賛成で、むしろ有名なものを持ってくるのではなくて、そこで有名にするというセンスのほうが大事だと思うのです。今、齋藤委員がおっしゃったキュレーターチームなどのアイデアがあるのですが、そういうものはほかにも展示法を考えられていらっしゃいますか。

齋藤委員

僕が思っているのは、どちらにせよ人がインターフェースにならないといけないので、それをキュレーターチームとは言っているのですが、おっしゃる通り、今有名なものではなくて、これからスタンダードになりえる、もしくは評価してもいいと思える、これを機に有名に、というか、次のレベルに上られるような才能というのを、どっちにしろ引っ張ってくるのは、公募とかではなくて、やはりキュレーションしなきゃいけないところも多い

のかな、と思っています。なので、キュレーターチームみたいな応援施設というのはベストかな、と。

7. 討議②（展示・運営等のあり方）

彦坂座長

どうもありがとうございます。時間の関係もあるので、ここから自由討議に移らせていただきたいのですが、今日のご欠席の橋爪委員なのですが、メッセージがありますが、事務局のほうからご案内していただきます。

東企画調整官

はい、ありがとうございます。資料の7ですが、ボリュームがあり、全てご紹介はできないため、ご覧いただければと思います。前段で、テーマについてご意見を頂いていますし、後段で、展示、建築、行催事、運営、広報、VIPルーム、レストラン、全てご意見頂いていますので、読み上げることは省略させていただきますが、ぜひお目通し頂いて、その上で討議いただければと思います。よろしくお願いします。

彦坂座長

ありがとうございました。それでは各議員に対して、ご意見ある方いらっしゃるでしょうか。もうざっくばらんに。はい、澤田委員。

澤田委員

VIPルームが非常に気になっているのですが、これは吉川さんにお伺いしてみたいのですが、BIEが商業的な活動というのを規制しているのでVIPルームって今単なる応接間になってしまっているのですが、会場を広告の場として利用することははいけないのですが、別に館内である限定の人に対して、プレゼンテーションする。産業も文化の一つですから、ちゃんとプレゼンテーションする場としてもっともっと使ったらいいのではないかなと思っているのです。プレゼンテーションルームや小規模な展示室とか、パーティーができるとか、そういうものがあつたらいいのではないかと常々思っているのですが、企業側からしたらそういうニーズはないのですか。

吉川委員

あれば、あった方が良くと思いますが、展示を意識する余り、そこがせせこましくならないように工夫する必要があると思います。ブースみたいなものになってしまうと、VIPルームという雰囲気は損なってしまう危険もあります。但し、そのスペースに、行く日によって日本の自動車産業をモチーフにした映像が見えるとか、ある日は日本の食文化が見えるとか、テーマを設け日替わりで個別具体的なVIPに刺さるものを見せるということは一考の余地があると思います。企業別にしてしまうと非常にせせこましくなってしまうので、その辺は考慮する必要があると思います。

澤田委員

愛知万博だとトヨタとアメリカ館、非常にうまくやっているのを伺いましたね。トヨタさんは全世界のディーラーを呼んで、トヨタの戦略をPRして、今後ちゃんと売ってくださいという話をしたり、アメリカはアメリカの各企業が日本の関係会社を全部集めて、製品をプレゼンテーションをするプレゼンテーションルームを作ったと伺っています。そういうカッコいいプレゼンテーションの場がいいのではないかなと思います。

吉川委員

それもあっていいのではないかと思います。橋爪先生の資料にも書いてあった通り、上海万博のサウジアラビア館のVIPルームが非常に印象的だったということでしたね。どんなものだったのか私は具体的には知りませんが、おそらく非常にスペースな所だったのではないかと思います。前回の検討会でもお話ししましたが、イスラムの社会にはMajilis（マジリス）という言葉があります。「座る場所」という意味ですが、転じて家庭では客を招き入れる応接間、公的な場では「集会場」、政府では「諮問会議」や「議会」もMajilisと呼ばれます。イスラム社会では客を接遇することを大変重要視し、もてなすことに誇りを持ちます。人が集って語らう場所を大事にする、そういう文化がもともとあるところなので、人と人とをつなぐ、Connecting Mindsというドバイ万博のテーマが、展示の空間とは違う所でも起こっている、そういうコンセプトで検討しても良いのかなと思います。

彦坂座長

はい、キャンベル委員。

キャンベル委員

いま齋藤委員がプレゼンして下さった中で、プロセスというのはすごく大事だなと、賛同したいなと思います。舌足らずであえて申し上げれば、箱を開いていく。おもてなしというのは待つことから始まるわけですね。日本の接客は、接待は「待つ」と書きますけど、あれはもともと対応する、今は「対」と書きますけど、待つの「待」というのが元なのでですね。それですからそういう待っているところから実はおもてなしであったり、クオリティであったり、色々経験したことを、遠くへ思いを馳せたり、人の気配を感じて作っていくということに、一つかなりの独自のものがあると思うのです。それを今齋藤委員の話に重ねて考えたときに、プロセスを示すことは多分二つの方法があって、今日私が伺って想像したのが、共時的な、つまり一つの輪切りでこの時間を止めて、例えば車であれば色々なパーツがどういう風に作られているか、色々な人達の技を見ることが一つあって、もう一つ、通時的なプロセス。プロセスの時間そのものを目の前に並べ、待つことを含めて、お客を待たせるという、そう言えばすごくマイナスイメージはあるのですが、実は日本のプロセスはそうではなくて、待つということもとても大切にしている、あるものが開かれていく、あるいは展開していくということを通時的に静かに感じさせる、体感させる。この両方を、同じ空間なのか、空間を変え、あるいは日を変え、やっていくという、色々考えられると思いますけれども。解剖していくといいますか、昔、機械と書いて「からくり」という読み方をつけていたわけですけども、色々なからくりを、そこに立ち入って、一緒に触って、風合いといいますか素材感であったり、ものが作られていくということ、そういったことを一つのコンセプトであったり、空間の原理というものとして考えるととても面白いかなと。立ち入り、待たされ、体感した人から心が疼くようなエクスペリエンスを提供したいですね。伝統と革新ということも、その中で多分体現できるものだろうなと感じました。

彦坂座長

はい、どうぞ。

吉川委員

齋藤さんから日本の強みは製品の中身にあるというお話があったり、キャンベルさんのあるものが開かれていくプロセスを見せると今おっしゃったのをお聞きしていて、私が先ほど申し上げた、デジタル・イノベーションを支えるマテリアル、そこに日本の強みがあるということと、相通ずるものがあると強く感じました。やはりデジタル革命の次に、マテリアル革命があって、更に革新的な技術が産まれるという循環になるのかなという感じがします。やはりハードウェアの進歩というのは色々な今の新しい技術のボトルネックにな

ってしまっていてですね。トリリオン・センサーという構想があります。今 SDGs ということで、世界の諸問題を皆で解決して行こうと、日本も今企業がそれに賛同していろいろな活動をやっています。その手段として、あらゆるものにセンサーをつけて、医療や防災や環境保全に役立て、社会変革を起こそうという動きがあります。しかし、この壮大な構想も膨大な数のセンサーを作る技術や企業がなければ解決しないわけですね。このセンサー技術で日本は圧倒的な優位性を持っています。それがドバイ万博のテーマである **Creating the Future** のところの未来をどう解決していくのかという点で、日本の技術とか素材が人類の未来を切り開くのにどう役立つのか、日本が世界に住む人類の未来の課題をどう解決していくのかということ、具体的に見せて発信出来れば素晴らしいのではないかと、キャンベルさんや斎藤さんのお話をお伺いして思った次第です。

彦坂座長

はい、ありがとうございました。江村委員、どうぞ。

江村委員

コネクトするという議論があって、さっきのVIPルームの話になった時に、今まではVIPルームを使うにも調和型でこのタイミングでこれやりましょうという構造でやっていたと思うんですね。一方で最近学会とかにいくとアプリがあって、今まで知らない人とそこで繋がるという構造ができてきているわけですね。それなので、その辺のことと、それからもう一つはキャンベルさんが言われた、最近のは私知らないのですが、今まではもうデザインされた通りにパピリオンを見るみたいな構造になっているわけですが、今みたいにテクノロジーが進んでいるとすると、色々なパターンがその中にありえて、という構造ができるのではないかなと、それが、技術が進んだことと体感のセットという風に考えると、今までと違ったデザインができるのではないかなと一つ思いました。

それからもう一つが、先ほど調和と革新というお話があってこれいいなと思っていて、ちょっとレベルがとても低い話で申し訳ないのですが、うちは技術の会社なのでショールームを持っているのです。この前ダイアジェリという方を珍しく呼びしたら、最後のところだったのです、ここ（頭）から上は超お腹いっぱい、でも心満たされていないと言われて。それでその辺がポイントなのではないかと思うのですよね。技術の先進さを見せただけで、自分にはどう響いてくるのかという、そのセット感みたいなものをうまく作るあたり。それが調和と革新と言われて、その感じかなと思ひまして。意見を述べました。

彦坂座長

ありがとうございました。内田委員お願いします。

内田委員

今日どこまで話を決めたいのかみたいなことが心配になってしまって、あとちょっとでこれだけの話題に全部触れられないと思うのですが、やはり私は斎藤さんのプレゼンにある通り、若い人に参加させるべきと強く思います。それでメモを作ってもらって調べてもらったのですが、大阪万博の時に、本当に当時は無名で、ありとあらゆる人がそこから世界に羽ばたいていったという事例がありますよね。例えばですが衣装でいうとコシノジュンコさんは開催時に31歳だったのですね。石井幹子さんとかもまだ32歳とか。例えば黒川紀章さんが36歳とか、磯崎さんもまだ39、みんな三十代なのです。

今の若手という概念がずれていると思います。万博が何年も何年も続いていて、割りに大きな組織になってきて、若い人といったときに、ギリギリ四十代もまだ若いではないの、みたいなところがあると思っていて、その辺をドラスティックに本当に今回、大阪に向けてですけれども、変えるべきでないかと。だって谷川俊太郎さんが39歳ですよ。当たり前ですけど。それで岡本太郎さんが、今調べてもらったものだとテーマ館のプロデューサーで59歳だったという、本当に若いですよ。ある意味一番トップトップのプロデューサーがまだ、まだというか、だったと。むしろ昔の方が男女のダイバーシティもあったんでないかなと思います。

そこで今日 how の話が中心だと思うのですが、やっぱり what と who のところが決まってからが how の本当の味付けになるのではないかとということがあって、今日の話題と直接関係ないのかもしれないのですが、人の選定、クリエイティブの部分、あるいはストーリーを描く知見の部分のキュレーション。だから今、見せるほうでクリエイションの話が出ていたけれども、物語を作る人であったり、その背景となる歴史の部分の味付けする人も含めてですけど、その人選についての本当に真剣な話し合いがあるといいのかなとすごく思います。それが決まると今言っているような、みんなで議論している話題というのはより具体的なイメージを持ってプランニングしていくと思うのです。それが、話はずれるのですが、テーマの中に入らないのですが、人の選定という部分をどこかで別の議題にしてでも、ただ私たちも国の機関なので、簡単に「はい、この人、」と決められないと事情がわかっているので、そこも含めて話し合いができればいいのではないかなと思います。すいません、違う話題にしてしまったのですが。

彦坂座長

未来館の場合はどうやってらっしゃるのですか。

内田委員

展覧会を作る方法は大きく二つあります。これやりますという **what** があって、例えばマンモスなど、見せるものがある決めてパターンと、ある程度テーマが設定されて、それに向けて、展示物が何がいいのだろうと決めるパターンとあるのですね。この万博も、マンモスみたいな展示物が先にあって、例えば日本刀が 100 本並びますとか、歴代自動車の全部スケルトンやります、とそういう驚かせるような物でいくというのを決めれば決めてもいいと思うのですよ。今みたいな議論の中で、テーマからそのテーマに何があるのかという見つけ方でもまずはいい。

それが、決まった時にどういう人にやってもらうかというのが明確に見えてきます。先ほど斎藤さんがキュレーションチームという言い方をされたのですが、それぞれの分野に知見のある方々がいらして、その人たちに、誰がいいですかと聞くわけですよ。これだったらどういう人がいいのだろう、というのを聞いて、うちの場合はコンペをしなければいけないのですが、もし私立のミュージアムでしたら名指しですよ。これにはこの人がぴったり合うと。キュレーターだったりプロデューサーは、その人選びの知見を持っていたり経験があるので、その人にある程度賭けるのですよね。その人を選ぶことも作品の一つというか、展覧会の一つだったりするので、それをどこまで公的にできるのかという仕組みの部分もあると思うのですが、そこは例えばキュレーターチームみたいなものを作って、ある程度そこに推薦をさせて、数名選んでプロポーザルをもらって決めるとか、何かそういう方法があるのではないかと思います。

彦坂座長

どうもありがとうございました。他にいかがでしょうか。斎藤委員どうぞ。

斎藤委員

先程はちょっとつらつらと駆け足で話をさせて頂いたんですが、キャンベルさんがおっしゃった調和と革新は、僕はすごいハマるなと思いました。内田さんのおっしゃってる、しっかりと展示物を決めてからそれがハマるかどうかというのはあると思いますが。枠とした、大きな傘としてのテーマというか、面白い対立軸でないですが対峙軸というか、その調和と革新というところが。これはあくまで僕の考え方として、やはりプロセスをしっかり見せていこうと、まさにさっきおっしゃっていた人を待たせるというところの、ミラノ

万博で6時間待ったというのは、本当にイタリア人は待っているのかなと思ったのですよ。ずっと待っていらっしやっていたので。だからこそその驚きがあるみたいな、その体験の全体的なストーリーとデザインの部分もしっかり決めて、人選を作って、もしかしたらその調和と革新というのがもう一段階具体的な言葉として、テーマ取りになっていくのではと。今回追い込めば、今の日本だからこそできる、先ほどもあった若い才能等、凝縮したものを作れるのかと思いました。

彦坂座長

はい、どうぞ。

内田委員

たぶん万博の度に日本のテーマはどうしようと、こういう話し合いを毎回されていると思います。そんなにしょっちゅうテーマ変えなくてもいいのではないと思います。なんでかという、最終的に日本を売りたいとかプレゼンテーションしたい。しかし、日本自体そんな理解されているわけでもないし、そんなにみんなが色々な万博リピーターでもないと思うのですね。なので、今大阪のことも常に一緒に考えながらというところがあると思いますが、今回のテーマをしつこく言い続けるみたいな、そういう方法もあるのではないかと思います。

彦坂座長

はい、どうもありがとうございます。先ほど調和と革新は、澤田委員がもともと言い出されたものです。何かそれを繋ぐ隠れテーマじゃないけれども、何かあって利用できれば本当はいいのではないかなと。今まで皆さんのお話を伺って、プロセスであるとか、時間の概念みたいなことを言及されている。私の専門の領域の話ですが、日本の都市は空間の都市じゃなくて時間の都市と言われているのですよね。当然ながらエコロジー、サステナビリティもそうだし、全て時間の要素があるみたいなところがある、これは一つの例ですが。そこから概念を展開する。少なくともそれくらいの what がないとブレまくってしまうと思うのですね。もう一つは、こちらでもおっしゃられた、無名の人を。人ですが、紹介などで当たるケースありますよね。全然ダメな場合もあるし、大変難しいと思います。最古の百貨店の話ですが、ボン・マルシェでは必ず有名な店は入れないのですよね。ボン・マルシェに來させて有名にするというのがコンセプトで。だから可能性のある店をつかまえないといけない。その為バイヤーのようなリサーチするチームを作って、そうすると例えばレビューにのっているようなそういう人はつかまえやすいのだけど、本当にすごい

やつはそういうところと全然関係ないところにいたり。いかにそれを発掘していくかというところが割と重要なかなという気が致しました。

斎藤委員

先程私、キュレーターという表現をさせて頂きましたけど、まさにその働きをする人達、足使って、知識を使って、若い才能なり、まだ出ていないアイデアを探していく、というところかなと。先程内田委員がおっしゃっていたみたいに、どうしても僕の中で前回の1970年の大阪万博の若い才能というのが、あれは加速期だったと思うの「ですよ。やはり万博ってそうあるべきだなと、2025年の招致やっていらっしゃるのでまさにそういう考え方だと思うのですよ。それを本当に体现できるような体制、公示を出してということがあると思うのですが、それを体制というかプロセス自体をしっかり議論して、作っていく必要があるかなと思っています。

彦坂座長

ありがとうございます。他には。江村委員どうぞ。

江村委員

ちょっと的外れかもしれないのですが、今の議論を聞いていて、テックベンチャーも、今探すカテゴリーに入ってきているのではないかなと。

内田委員

ちょうどキュレーター、キュレーションという言葉があるので、情報共有しますと、キュレーターの語源は「クーラトス」といって、教会の宝物を面倒見る人たちのことを言っていたんです。ライブラリアンと違うのは、本を扱いますが、本ではない「もの」を **take care**、**cure** する人、その言葉の語源とも重なっています。私自身、キュレーターって何ですかという話をされた時に「宝探しと自慢がお仕事です」、という言い方をしていて、そういう意味では、このチーム、経産省をトップにして、日本にある宝物をみんなで見つけて、それを世界に自慢するという、その体制が関わっている人みんなに必要なことではないかと思えます。

彦坂座長

はい、澤田委員どうぞ。

澤田委員

いま7点あるんですが、おそらく1,2,4がひと塊りだと思うんですね。展示と建築、運営が、これは現場で起こることなのでこれをひと塊りに考えるということが大事だと思います。これは日本パビリオンとして何を表現するのか、それが建築であったり、人であったり、展示であるということだと思うんですね。この3つの部分をまとめる大きなストーリーをちゃんと作るというのが大事で、それがあって初めてキュレーションが成立するので、まず基本的な構想というか、概念構造というか、それをしっかり作った上でキュレーションすべきだなというふうに思います。ここに書いてある行催事というのはナショナルデーの話なのでちょっとフェーズが違う話だろうなど。展示などように会期中ずっとあるわけではなく、特定のジャパンデーで日本のPRするイベントをどうするかという、1日だけの問題なので、これは別に考えられると思う。やはり1,2,4が繋がっているので、これを一つのシステムとして考えることが大事だと思います。

VIPルームも一つのシステムですがこれは向いている方向が違うので違う、そしてレストランも営業者の問題も絡むのでこれも少し違う、ただ1,2,3,と7くらいの感じだろうなど。全部並列にばらばらに考えるということはやめたほうがいいと思うので、それを一つの、何を伝えるのかという、ストーリーの中できちんと、そしてその上で若い人たちに対して、ではこういうことができる若い人はいるのか、というふうを探していかないと、結果的に何の宝を探しているのかわからなくなってしまうので。まずそういったことをしっかり作るべきだと思うのです。先ほどから大阪万博の話が出ていますが、その当時「万国博を考える会」という研究会が、政府とは別に私的な活動をしていて、梅棹忠夫さんや加藤秀俊さんとか日本のその当時の新進気鋭の知識人の方々の集まりです。万博って面白そうじゃんと言って勝手に考え始めた研究会があるんですね。結果的にはテーマ「人類の進歩と調和」も彼らが主催組織からの依頼で作成し、そこからさまざまに発展していった。要するに日本とは何だ、万博って何だという研究の中から大きな方向性が生まれてきているんですね。だからやはり僕はこのドバイの万博を考え、おそらくドバイ万博は今後の新しい博覧会を考えるときに非常に重要なポイントになるとすると、やはりもう一度万博とは何なのか、日本とは何なのか、日本パビリオンとは何なのか、ということを経済的な側面、歴史的な側面も含めて、大きなビジョンの中で一度考えた上で、構成とストーリー、システムを作って、そこからキュレーターを始めるというやり方が良いのではないかなと思うわけでありませう。

私はパビリオンを考える立場なものなので、やはり気になるのは圧倒的な存在感というか、誰も考えていなかったパビリオンみたいなのを是非とも考えていただきたいと。例えば全く何もないところを歩いてみると、何かそこで起こるみたいな、こんな方法があったのかくらいの何か斬新なものが出たらいいなど。これは四方山話の一つですけれども。あまりこう、建物があって、展示があって、映像があってと考えていくと結局ぐじゅぐじゅぐじゅとしてしまうので。先ほどのお話でシステムを考えるのは日本人は下手くそという話にもつながるように思うのですけれども、建築あってプレショーあって、メインショーあってポストショーあって、ではどうしようと、そのすり合わせについて日本は上手いと思うんですけど、やはりもう一度ずっと引いたところから、ドバイ万博において日本パビリオンはどういうポイントであるべきかということから、誰もやっていない方向ってないのだろうかということから、何か発想できると、世界中が度胆を抜くようなパビリオンが生まれる可能性があるかもしれませんが、大失敗してもものすごく貶される可能性もあるのですが、そういう方向からも少し考えられると面白いなど。もうテーマありきでどんどん考えていくということもあると思いますが、全く違う全体発想からテーマ、手法、素材を考えていく、方法もあると思うんですよ。そのあたりを自由に行き来しながら、最終回答を見出すということをかなり早く、かつ密度を持ってやる必要があるのだろうなという気はしますね。

彦坂座長

ありがとうございます。いま澤田委員がおっしゃったのはよくスイスがやりますよね。あとはイギリスがやる。実験だから失敗したっていいのですよね、それは。わかりました。今の視点を含んだ出展形態を相対化してもう一回考え直さないとダメだなという話だったと思います。他にご意見は。吉川委員。

吉川委員

この論点4の運営のあり方で「待ち列対策」というのは、今まで議論されたようなものとはちょっと違う、次元が低いかもしれないですけども、非常に大事なことだと思います。最新のAIやIoTを駆使して、画期的な待ち列対策解消出来るような技術を考える人っているのではないかなと思うんですよ、それを是非検討して頂くと画期的なことだと思います。先ほど江村さんがおっしゃった、待ち列の途中でどこかへ連れこまれて、そこで何か体験があって、また列に戻ってくるみたいなことがあってもいいのかなと思います。待っている時も楽しいというようなことを、日本の技術で解決できることって、おそらく先端

的なことを考えている人は、そういう技術を持っているのではないかと思うのですね。それを是非追求して頂きたいと、個人的には希望しております。

彦坂座長

極めて具体的なアイデアありがとうございます。先ほどキャンベル委員が待つということをおっしゃって、待ち空間もパビリオン体験ですから、要約するものとか色々あるかもしれないのですが、そこは十分考えたほうがいいのではという気はいたします。それではすみません、もう時間がないので最後に江村委員。

江村委員

ちょっと、私全然違う分野からきているのでそういう意味で。今度 CES というのが開かれて、全部人が集まってくるのですが、昔は Consumer Electronics Show といいました、皆何を見ているかという、一つは最先端の技術の進化を見ているのですが、もう一つは各企業のトップがプレゼンテーションするのです。それが結構注目されている。要はビジョンの発信ですけど。ここの行催事があって、何かお祭りのなものをずっとイメージされているけど、日本として発信するものを何か作るみたいなのが、私たちの領域ではそういうことが起きていますということをちょっとお伝えしようかなと思いました。

8. 閉会

彦坂座長

どうもありがとうございました。次回に向けて本当に活発なご意見ありがとうございました。時間の関係もありますので最後に藤木商務・サービス審議官に一言、お願い致します。

藤木商務・サービス審議官

商務・サービス審議官の藤木と申します。前回に引き続きましてありがとうございます。大変難しいというのが正直なところでありまして、これから年末年始、我々も少し頭を整理してなんとか最後まで決められるようにやっていきたいと思っております。「調和と革新」という議論が出ていますが、そうしてみると、やはり 70 年の大阪万博は大したものだと思いますか、「人類の進歩と調和」にまた 50 年経て還ってきたという感じはあります。従って、今日の議論でもあったように、その中で何を切り取ってどういうふうにするの

か、もう少し中身まで踏み込んで我々は頭を整理しなければならないかと思います。先程キャンベルさんがおっしゃった、「和」という言葉だけで逃げないように、というのはその通りだと思います。今日の議論も踏まえて少し考えてみたいと思います。特に、仕組みとかプロセスとか、そういうところにこそ日本の面白みがあるとか、そのようなキーワードをいくつか頂きましたので、我々の中で議論していきたいと思います。他方、どうしても役人の狭い体験、経験の中では限りがありますので、皆様にも申し訳ないのですが、年末年始お忙しいと思いますが、たまに少し思い出していただいて、こんなことを思いついたぞということを事務局に寄せて頂ければ大変有難いと思います。是非ご協力をお願いしたいと思います。

彦坂座長

どうもありがとうございました。以上をもって検討会を終了させていただきますが事務局の方から2点ほど連絡事項がありますのでよろしくお願い致します。

東企画調整官

年の瀬にどうもありがとうございました。次回の日程ですが、改めてご連絡させていただきます。それから議事要旨と議事録、先ほど申し上げました通り公開させていただきますので、改めて議事録につきましてはご発言のご確認を頂きたいと思いますので、どうぞよろしくお願い致します。

彦坂座長

本日は長時間ありがとうございました。これにて第二回ドバイ博日本館基本計画検討会終了させていただきます。大変お疲れ様でした。

お問合せ先

商務・サービスグループ 博覧会推進室

電話：03-3501-0289

FAX：03-3501-6203