

2020年ドバイ国際博覧会 日本館基本計画検討会(第1回) 一議事要旨

日時:平成29年11月28日(火曜日)16時~18時

場所:経済産業省本館国際会議室

出席者

・委員:

彦坂委員(座長)、江村委員、キャンベル委員、澤田委員、橋爪委員、吉川委員(50音順)

・幹事省:経済産業省

・副幹事省: 総務省、文部科学省、農林水産省、国土交通省

・参加機関: 独立行政法人日本貿易振興機構(JETRO)

議事概要

1. 2020ドバイ国際博覧会公社日本担当リエゾンオフィサーSaood Al Noori氏より、ドバイ国際博覧会の概要について説明が行われた。
2. 続いて、吉川委員よりドバイ概況について説明が行われた。
3. その後、ドバイ博における日本館のテーマ設定について意見交換が行われた。委員からの主な意見は以下のとおり。

①日本館のテーマ・メッセージに関して

- ・日本が抱えている課題を世界に先駆けて解いていくような視点を出せるとよい。
- ・「Society5.0」は技術を前面に出した議論ではない。技術が世の中を変えていくことを示すことが大事。ある意味で、人のあり方を考え直す時代に入った、という議論。
- ・「Connectivity」そのものが面白い。「Connectivity」そのものを進化させるように掘り下げていければ興味深い。
- ・まず日本が何をしたいのか考え、それをドバイ万博のテーマと紐付けていく考え方が大事。
- ・自分に自信を持って、「こういう考え方に基づいて、世界をリードしていく」と主張するべきである。日本のブランドをつくっていく場所という視点が必要。
- ・技術面からみるとどの国もほぼ同一線上にある。その中で日本のアピールポイント、勝てるポイントを見つけ、それをテーマに結び付けることが重要。
- ・日本人の持つ「美しい調和」が大事。
- ・2020年における「Look East」が大事。ハブであるドバイから見て、日本は東の端。その東洋の国であるからこそできることを示すことが重要。
- ・何を示すのか、どんな価値観を示すのかということを重要視すべき。技術はあくまで表現の手段。
- ・2025年国際博のキーワードである「People's Living Lab」のプレとなるような展開を2020年ドバイで行うべき。
- ・「結ぶ」という言葉は、日本人にとって非常に大事な言葉。日本は様々なものと結び

- つきあいながら文化をつくってきた。東洋ならではの価値観、感性ともつながる。
- ・イスラムでは基本的に大家族で暮らし、お年寄りを大事にする。家族の絆を強く持っている。そこに訴えかけるのも一つの手段ではないか。
 - ・色々な文明が栄えた地域のため、古い文化に対する憧れのようなものと、新しいものを受け入れる気持ちが混在している。この点も検討していかなければいけない。
 - ・日本の特徴は様々な感性のバランスが良いこと。これは「和」の精神に通ずるもの。日本人は自分たちの良さを出すことを躊躇しがちだが、遠慮せずに発信すべき。
 - ・業界の垣根を超えたオールジャパンとして何を出していくべきなのかを検討し、課題先進国として世界にその存在や取り組みを見せていくべき。
 - ・ドバイ万博が、日本ならではの「共創」のきっかけとなり、見せるべきものをしっかりと作り発信できる場所になることを願う。2025年博に向けての実験としても、新しいチャレンジをしていくべき。

②日本館のサブテーマに関して

- ・2025年の博覧会を見据え、これにつなげるという意味では「Opportunity」は重要なサブテーマであると思う。
- ・「Connecting Minds」という大きな傘の中であれば、自由度が高いように思える。

③具体的な展示等に関して

- ・言語文化の視点では日本語とアラビア語は類似性があり、このような互いの文化的な側面もドバイ万博で表現できれば良い。
- ・例えば、日本の水引は結びつけるという意味で非常に分かりやすいデザイン。
- ・世界各地とドバイがつながるということを日本館で見せることができたらいい。日本のどこかのライブなどがリアルタイムで中継されるとか。
- ・季節感を表現するのはどうか。春や秋がない中東において、四季折々の変化は我々の固有のコンテンツ。例えば、本物の桜を咲かせるとか、紅葉を見せる。
- ・ドバイでは砂嵐が問題。気候変動に対する技術を示すのも良い。
- ・特徴を活かして他の国では真似できない内容にする。例えば、展示をすべてマンガにする、ロボットを100体置くなど、思い切った展示にしなければ人の心に残らない。
- ・少し長い視点で働きかける仕掛けも用意しつつ、ローカルの人に何を伝えていくかということを考えればいい。会場外へのアウトリーチも考えると面白い。
- ・デザイナーなど、日本の「本物」が関わることが大事。
- ・「今」活躍している若いクリエイターや「次」の才能にも注目し、フィーチャーすべき。必要であれば、年齢制限や経歴などを加点対象にするのも良い。
- ・しっかりと俯瞰的な視点でプロデュース・キュレーションする必要がある。キュレーションは投票や推薦式で行ってもよいのではないか。

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