

第 2 回 2020 年 ドバイ 国際博覧会 日本館 基本計画検討会 コメント

大阪府立大学 研究推進機構 教授
大阪府立大学 観光産業戦略研究所 所長
橋爪 紳也

1 テーマ案とメッセージについて

- ・ 日本への憧れを喚起するわかりやすいテーマであること。
- ・ 国際博のメインテーマを展開しつつ、「つなぐ技術」「つなぐデザイン」「共創」など、日本の強みをわかりやすく示す、独自の言葉や概念を含むテーマであること。
- ・ 「コネクティッド」な世界の実現に向けて、日本が世界に貢献することを強調すべき。
- ・ たとえば NY 世界博のペプシ館の「It's a Small World」は、シンプルであるが、メッセージ性の強いテーマとして秀逸であったと思う。

2 展示・運営等のあり方について

- ・ 建築と展示に加えて、日本館内外に設置されるであろう案内サインやデジタルサイネージ、夜景の演出手法なども含めて、技術的、デザイン的に総合的に助言ができる専門家のチーム編成が必要。

2-1 展示のあり方

- ・ 個別の展示が断片的にならず、相互に響きあうような、大きな「物語」が必要。
- ・ テーマと連動しつつ、日本を象徴する風物を、最新テクノロジーで示すことがあって良い。たとえば、最先端のイマーシブテレプレゼンス技術（NTT の KIRARI！などの水準）を駆使して、博覧会場と日本の各所をリアルタイムでつなぐなどの演出も一案。
- ・ 桜、富士山などを提示、豊かな自然を有し、かつ伝統のある国であることをダイナミックに主張するべき。桜の映像と、落水の演出を行ったサラゴサ博の展示はユニークであった。
- ・ 国宝級の仏教美術、あるいは天守閣から地上に降ろされている名古屋城の金鯱など、話題性のある美術工芸品を目玉とするのも一案。
- ・ 現地で人気のあるクールジャパンコンテンツ、今後、売り込みたいコンテンツを積極的に展開するべき。
- ・ 2025 年国際博覧会を見据えた展示も必要。

2-2 建築のあり方

- ・ 他国に抜きん出て、圧倒的な存在感を示し、強い印象を残す建物とするべき。
- ・ 砂塵などの多い気候にあつて、汚れに強く、耐久性に優れた建築であること。新規に開発が必要であるが、外装の清掃にあつても、自動掃除ロボットの類の動きを見せるのも一案。
- ・ 環境への配慮は不可欠だが、それを可視化する工夫を。特に日本の得意分野である省エネの技術を、建築デザインとして可視化するべき。
- ・ 時間の変化や天候に応じて、面白くトランスフォームする可変的な建築を工夫する

のも一案。たとえば昼は巨大な和傘が開き、夜は閉じるようなもの。あるいは屏風や扇のように、巨大な壁が折りたたまれるような演出など。

- ・ 日本独自の建材、新たに開発された素材を使うことを検討すべき。左官など職人の技術を応用することも一案。
- ・ 屋上庭園や壁面緑化、水による演出を導入する際には、伝統的な和風庭園とするなど、日本らしさの表現が不可欠。

2-3 行催事のあり方

- ・ 行催事を行うイベント広場を設けて、多彩な催事を展開する。
- ・ できるだけ多くの自治体、NPO などの参加を募り、毎日、祭礼が行われている雰囲気演出する。
- ・ イベント広場全体をロボット化する発想もあってよい。照明や音響装置などのロボット化は、1970 年大阪万博の「お祭り広場」で先例がある。
- ・ イベント広場と建物との関係は工夫が必要。エントランスのプレショーを兼ねることができ配置も検討。

2-4 運営のあり方

- ・ 待ち列対策として、シアター形式のショーは IT などによる完全予約制とし、あわせてプレショーを充実するなどの工夫が必要。

2-5 広報のあり方

- ・ 近年の国際博覧会では、日本国内でのメディア露出が不十分。
- ・ 2025 年国際博覧会を見据えて、大阪と連携する共創プログラムが必要。
- ・ 2019 年段階から日本各地で、ドバイや UAE を紹介する催事を継続して実施。博覧会への興味を高め、その成果を展示につなげることが必要。具体的には、双方の若者のアイデアをつなぎ、かたちにする実践をみせてゆく広報展開など。

2-6 VIP ルームのあり方

- ・ VIP ルームの積極的な活用方策の検討が必要。複数の視察の来訪や、多様なミーティングに備えて、ラウンジや複数の会議室など、十分な空間を確保しておくべき。
- ・ 従前の日本館の VIP 応接は、他国に比べて、十分な空間と内実ではなかったように思う。上海博のサウジアラビア館など、豪華な VIP 用応接が話題であった。今回は UAE だけではなく、中東諸国から多くの王族が来館することを想定、VIP ルームも上質、かつ日本文化を感じることができる洗練された空間とすること。
- ・ VIP ルームだけではなく、VIP 用のエントランス、館内での動線なども、これまでのように裏動線とするのではなく、上質かつ洗練された空間としてデザインするべき。

2-7 レストラン等の商業スペースのあり方

- ・ 中東・アフリカに進出をはかる日本の食材のプロモーションを支援しつつも、各宗教に配慮した本格的な和食、たとえば、野菜に特化した高級和食店を展開することもあって良い。
- ・ 対して、クールジャパンコンテンツを活かして、アニメキャラクターを全面展開するテーマ・レストランとするのも一案。