

2020年度春季（第42回）国際コミュニケーション・フォーラム ポスト・パンデミックにおける博覧会とツーリズム —2025大阪・関西万博でICTに期待されるもの

2020年7月4日（土）14：30～17：30

オンライン開催（Zoom ウェビナー）

プログラム：（敬称略）

14：30 会長挨拶

三友仁志（情報通信学会 会長/早稲田大学大学院アジア太平洋研究科長・教授）

14：35 実行委員長からのフォーラム主旨説明

岡田朋之（情報通信学会 常務理事/関西大学総合情報学部教授）

14：40～15：10

基調講演「ポスト・パンデミックにおける博覧会とツーリズム
—2025大阪・関西万博でICTに期待されるもの」

齋藤精一（ライゾマティクス・アーキテクチャー主宰）

15：10～15：30 ショートプレゼンテーション

「COVID-19 以後の博覧会」井出明（金沢大学国際基幹教育院准教授）

15：30～15：45

「コロナ禍における展示空間の拡張（？）—ミュージアムのオンライン化の模索と葛藤」
村田麻里子（関西大学社会学部教授）

15：45～16：00

「博覧会を訪ねて40年目」二神敦（博覧会愛好家）

16：00～16：10 休憩

16：10～17：25 パネル・ディスカッション

パネリスト：齋藤精一、井出明、村田麻里子、二神敦 モデレータ：岡田朋之

17：25 閉会挨拶 実積寿也（情報通信学会 副会長/中央大学総合政策学部教授）

主 催：公益財団法人情報通信学会

共 催：関西大学経済・政治研究所「エキシビションとツーリズム」研究班、

公益財団法人 KDDI 財団

協 賛：情報通信月間推進協議会

後 援：総務省、日本電信電話株式会社、東日本電信電話株式会社、西日本電信電話株式会社、
株式会社 NTT ドコモ、KDDI 株式会社、ソフトバンク株式会社、富士通株式会社、
日本電気株式会社、株式会社東芝、エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社、
NHK、公益財団法人電気通信普及財団、一般社団法人日本民間放送連盟、
一般社団法人日本新聞協会、一般財団法人テレコムエンジニアリングセンター、
一般社団法人電波産業会、一般財団法人マルチメディア振興センター、
一般財団法人情報法制研究所

会長あいさつ

三友 仁志

早稲田大学 国際学術大学院
アジア太平洋研究科 研究科長・教授

本日は大変多くの方がご参加くださいまして、心より御礼を申し上げます。本来でしたら、関西大学梅田キャンパス——大阪駅からすぐ近くなのですが、そちらに一堂に会して開催をする予定でした。残念ながら、コロナウイルス感染拡大の影響を受けまして、急きょオンラインで開催することになりました。本来でしたら五感で大阪を堪能していただく予定だったのですけれども、映像と音声だけで、この学会を開催することになりました。特に皆さんの味覚を満たすことができないのが、非常に残念です。

今回初めてオンラインで開催をさせていただきましたが、午前および午後、前半の研究発表につきまして、大変多くのご参加と活発な議論をいただきました。あらためて感謝を申し上げます。新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、情報通信が社会を支える役割、あるいはメディアが正しく情報を伝える役割というのが急激に高まりまして、情報通信学会としては1つの範を示す必要があると考えまして、今回オンラインの開催に踏み切りました。

今回のオンライン開催は学会にとりましても、これまでの価値観に対するチャレンジであり、1つの実験であるということもできると思います。あまりうまくいくと、大会はオンラインでいいのではないかということになってしまうかもしれませんが、それは学会だけではなく、社会全体が経験することになるパラダイムシフトではないかと思えます。

本国際コミュニケーション・フォーラムは、「ポスト・パンデミックにおける博覧会とツーリズム—2025 大阪・関西万博で ICT に期待されるもの」のテーマの下に基調講演とパネルディスカッションが展開されます。開催形式の大幅な変更にもかかわらず、引き続きフォーラムの準備に当たっていただき、また今回モデレーターを務めてくださいます関西大学総合情報学部の教授でいらっしゃる岡田朋之先生に心からの御礼を申し上げます。また、基調講演をしていただきます齋藤精一様、パネリストとしてディスカッションに参加していただきます金沢大

学・井出明先生、関西大学・村田麻里子先生、博覧会愛好家でいらっしゃる二神敦様には、ご多忙にもかかわらず本フォーラムにご参加をくださり、心より御礼を申し上げます。

大阪では1970年に万博が開催されました。実は今朝、学部の学生から「エモい」という言葉を教えてもらいました。皆さん、「エモい」という言葉の意味はご存じでしょうか。若者言葉なのですけれども、「エモ」というのはエモーショナルなのだそうで、ノスタルジーという言葉に近いという意味なのだそうです。2025年に開催が予定されている大阪・関西万博ですけれども、今から50年前の記憶を呼び起こすという意味でエモいと同時に、コロナで落ち込みがちな人々の視線を上向きにしていく、そういう効果も期待されるわけであります。

そして、大阪・関西地域だけではなく、全国に、さらには世界に、この万博のテーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」をアフターコロナにおいて、どのように形作っていくかということが重要ではないかと考えています。その意味において、フォーラムにおける議論をととても楽しみにしています。

最後になりますが、本イベントは情報通信月間参加行事でありますことを申し上げ、また開催に当たり共催くださいました関西大学経済・政治研究所「エキシビションとツーリズム」研究班および公益財団法人 KDDI 財団、協賛いただきました情報通信月間推進協議会、そして全てのお名前を挙げることはできませんけれども、後援をいただきました総務省、日本電信電話株式会社、東日本電信電話株式会社、西日本電信電話株式会社、株式会社 NTT ドコモ、KDDI 株式会社はじめ非常に多くの企業、組織、そして機関にお礼を申し上げます。

以上で会長からのあいさつとさせていただきます。この先は岡田先生にバトンタッチしたいと思います。どうもありがとうございました。

実行委員長あいさつ

岡田 朋之

関西大学 総合情報学部 教授

ただ今ご紹介にあずかりました、関西大学の岡田朋之です。本日は多数の皆さまがご来聴にいらしているようで、本当にありがとうございます。

また、それぞれの領域で国内の第一人者といえる方々をお招きすることができたのは、本当に喜びであります。

さて、本日話される2025年の万博のテーマは「いのち輝く未来社会のデザイン」、そしてコンセプトが「People's Living Lab」となっていますが、実際どうなっていくのかということに関しましては、実はBIEの正式な承認すら計画案については下りていなくて、まだ開催候補地として内定したという段階でしかありません。この未曾有の状況を現代のパンデミック下において、例えば学会大会を開催できたり、シンポジウムを開催できたりしている。その他、できる限り日常に近い形で生活を送り、いろいろと業務をこなしていくということができているのは、ICTのおかげであるということが確実に言えると思います。

しかしながら、以前のままでは何もかも成り立たなくなってしまうということも同時に言える現在、将来に向けて一体どのようなことができるのでしょうか。特に国際博覧会、万博というのは何十万人、何千万人という人々が集まる密な場なわけですが、それがもしかしたらそういう形では難しいかもしれない。では何ができるのかということをお今日は話し合っていけたらと思っています。

それにつきまして、今回基調講演に齋藤精一さん、そして3名のパネルディスカッションの登壇者の方々に来ていただきました。まず、その方々を私からご紹介致します。まず齋藤さんは実験場としての博覧会において何を見せるのかということをおこ何年もずっと取り組んでこられて、そして2020年、ドバイ万博の日本館のクリエイティブアドバイザーとして関わられ、来る2025年の大阪・関西万博においては有識者メンバーとしてもPeople's Living Labのコンセプトの実現に当たって方向性を決定付ける大きな役割を果たしているとも言えると思います。

さらに、その後のパネルディスカッションとしては、金沢大学の井出先生。観光学がご専門ですが、社会情報学などをベースとして新しい観光学を展開されていられていると理解しています。特に近年はダークツーリズムの伝道者としても注目されていまして、そういう光と影の両面から観光、あるいはイベントというものを見てこられました。そういった井出先生には、ポジティブな効果をおおるような疑問や議論に対して、冷静な視点を提供してくださるのではないかと期待しています。

そして、私どもの同僚でもある村田麻里子先生です。このシンポジウムの共催者である関西大学経済・政治研究所のプロジェクトの研究班の同僚でもあります。メディアとしてのミュージアムという観点からミュージアム研究においては、傑出した研究者として、私自身信頼を置いている人でもありますので、その側面から展示、あるいは施設ということについてどういった可能性があり得るのかということをお話したいと思っています。

最後に登壇していただく二神敦さん。この方は、異色の登壇者といえます。単なる博覧会の来場者に過ぎないのは確かなのですが、ある意味尋常ではない。また、イベント学会などでもご講演されているように、非常に研究的な視点を持っておられる方で、そういう意味ではかなりいろいろな実地体験に基づいた発言をしてくださる。しかも、特に今回のシンポジウムで意識しているのは、専門家、あるいは制作者等々、担い手だけに限らず博覧会、あるいはイベントの担い手としては来場者もやはり大きな要素であり、また、そういう人たちがどのように参加していけるのか。あるいは、どういうアピールができるのかということは、今後非常に重要なことではないかと思っています。

以上のような登壇者を迎えて、それぞれのご発表と、それからディスカッションを非常に楽しみにしているところです。

「ポスト・パンデミックにおける博覧会とツーリズム —2025 大阪・関西万博で ICT に期待されるもの」

齋藤 精一

ライゾマティクス・アーキテクチャー 主宰



ご紹介いただいたとおり、私はドバイ万博の日本館のクリエイティブ・アドバイザーを務めております。ドバイ万博は、10月20日開始予定でしたが、博覧会国際事務局（BIE）総会における3分の2以上の賛成により、来年に延期されました。その前のミラノ万博では日本館のシアター部分のディレクター、グッドデザイン賞の副委員長も務め、メディア・アートのようなデザイン芸術分野で活動しております。大阪・関西万博では、1年以上前に、具体化検討委員会に参加し、People's Living Labでは有識者として参加しました。

まだ、ポストやウィズを語るには少し早過ぎますが、今日は2025年を考えるにあたり、あえてポスト・コロナを考えていきたいと思います。どの分野でもほぼ前例がない状態になっているからこそ、もう一度、哲学から構築すべきではないかと思えます。つまり、方程式がないからこそ、みんなで行くべき方向を見つけていく、言い換えれば、議論の中から「こういう方向に進もう」、その羅針盤を自分たちで作っていくということだと思います。

そもそも万博とは何なのでしょう。BIEによると、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、進捗を促進すること、協力を促進することを目的とする国際的なイベントです。しかし、近年の万博は、少しテーマパーク化しているところがあると思っています。ICTやその他インフラが整っていない時代、例えば1925年のパリ万博では、日本も工芸館を出し、工芸に関わる人々がパリに行きインスピレーションを受けました。建築や下水など、学んだものを、帰国後、日本なりの解釈の下に進めていきました。しかし、今、万博の定義

や役割を再考する時期に来ていると思います。

今、地球が限界に来ていて、環境面では、多くの課題が噴出し、それを完結する必要があります。例えば、これから永久凍土が解けていて、また新たなパンデミックが起きるかも知れない。では、万博は今の世界に対して何をすればいいのでしょうか。

大阪・関西万博の一つの役割として、2030年を達成目標としたSDGsの17の目標に向けた社会実装があります。これはテーマの一つなので、万博では何らかの形で表現すべきで、しっかりと進捗を共有する必要があります。

万博は、日本の産業の最新が集まるべきで、例えば、People's Living Labは、大阪・関西のプラットフォームであり、大きな政策に収斂することが重要です。そのためには、お互いに持っているものを出し合って統合し、大きなうねりになることを期待したい。つまり、日本だからではなく、スタンディング・ユニバーサルのように、もう少しユニバーサルに考える時期が来ています。

ドバイ万博でもそうですが、これまでの知識や経験を共有するのが重要です。例えば、日本は一步先に、高齢化に入る等の課題先進国になりました。この課題にどう対峙し、どのような議論され社会実装されたかという方法論の共有は大事でしょう。また、誰もが社会の一員であって誰も置き去りにしないというインクルーシブが大事で、実際にこの講演はオンラインでやっています。このコロナ禍において、ライブやトーク・イベントのようなオフライン・イベントがオンライン化したのですが、実は参加できる方が圧倒的に増えるのです。

ドバイ万博日本館のメッセージは、「The Cross-

point for the Future. Join. Sync. Act」というテーマを掲げています。日本は、さまざまな国で起きていること、もしくはさまざまな業界で起きていることをつなぐ役割があるのではないのかと考えていたのですが、このコロナ禍を受けて、その中身を変えていく必要があると思っています。

経済産業省のウェブサイトにある具体化検討委員会報告書では、新しい時代の万博の具体化に向けて、131名の有識者から、SDGsの達成やICTをどう活用するかなど、万博についてまとめています。その中で、私は、テーマに「いのち輝く未来社会のデザイン」とデザインが付いているので、しっかりとデザインは実装していこうと書いています。万博はやはり楽しくなければいけない。難しくなりがちなことを、楽しくもしくは美しく表現するのが大事だと思います。

2025年の万博では、日本が一步指揮を執ってさまざまな業界や産業が繋がっていくべきだと思っています。また、大阪・関西万博なので、しっかりと関西を広域的にまとめて開催することが大事だと思っています。さらに、先進技術では、スマートシティ、ICT、IoTの実装は入っていますが、やはり日本らしい何かをこの5年間でしっかりと考えて、実装していく必要があると思います。

大阪・関西万博に関しては、もう一つの柱に「Society5.0」があります。SDGsを日本なりに訳すと、Society5.0です。報告書を書くにあたり、Society5.0が未来投資会議とか成長戦略の中でどう語られ議論されてきたのか調べたところ、Society5.0が意味するのは、経済発展と社会的課題の解決の両立です。

しかし、今回の新型コロナの状況を見ると、Society5.0は全く機能していません。例えば、どこでどれだけの人が感染し、どういう感染経路だったのかというデータについても上手く収集できていませんでした。産業自体も、例えば防護服がないから、どこに素材があって、どういう人たちがそれを産業として作れるのかというのも、本当は連携しておくべきで、全体の制度設計の中ではそれが語られていたのに、全く機能していませんでした。これは反省すべき点です。本来であれば、Society5.0の基盤の上で解決されるべきだったのですが、情報は流通せず、産業は越境しないというのが現状でした。また、サイバー空間とフィジカル空間の連携、つまり「デ

ジタル・ツイン」も社会実装できていませんでした。

やろうと思えば実装できたものをなぜできなかったのかをしっかりと考えておくべきです。システムはそろい、インフラも整い、やり方も大体分かっています。しかし、データ解析やAIやビッグデータなどは、結局、あまり機能しませんでした。もちろん、しっかり機能しているところは機能しているのですが、なかなか社会実装できませんでした。このことは、ポスト・パンデミックを考えていく上で非常に大事だと思います。どう解決するかは、学会や業界等と連携して、しっかりと社会実装したいと思っています。

これまでは、ツーリズムや観光が「いけいけどんどん」で進んできました。インバウンド需要が高まると予想し、そこにシフトしていました。しかし、レジリエンスがなかったため、コロナ禍でその需要が消滅すると経済が急速に落ち込みました。何かに偏り過ぎるとうまくいきませんし、偏るのであれば、その状況をICTでしっかりと把握すべきです。

パンデミックが起きたら、何が必要なのか。例えば、それは、生活の改善であったり、ステイホームの促進であったり、ないものを作るであったりします。その取り組みや開発の現状を何らかの方法で共有をしなければいけません。ポスト・パンデミックを考えると、どういう方向に進んでいくかを考えて社会実装するのが大事だと思います。その方法論はまだ出来ていないので、文化、行政と民間の関係等も含め、しっかりと考えた上でロードマップをつくる必要があります。日本では、ビジョンとアウトカムができていないと思っています。万博ではこのうねりをつくっていくのが大事だと思っています。

またICTは様々な業界をつないでいく役割として非常に重要だと思います。逆に、ICTでなければ、業界を横断的につなぐことはできないと思っています。例えば、都市開発とツーリズムが、もしくはロボティクスとエネルギーが、ICTを通じて連動し、産業としてつなげられると思っています。そうすると、パンデミック下であったら、データを出し合い、しっかりとツーリズムはツーリズムで考える、そして金銭面は民間か国が補填するか先行投資するかを考えるのが大事だと思っています。

今後は、全てを一つにつなげて考えていくのが重要だと思います。たとえば、スマートシティの導入には、しっかりと全体を把握するICTを根付

April. 2020
NOW

202X
FUTURE

IMMEDIATE RESPONSE

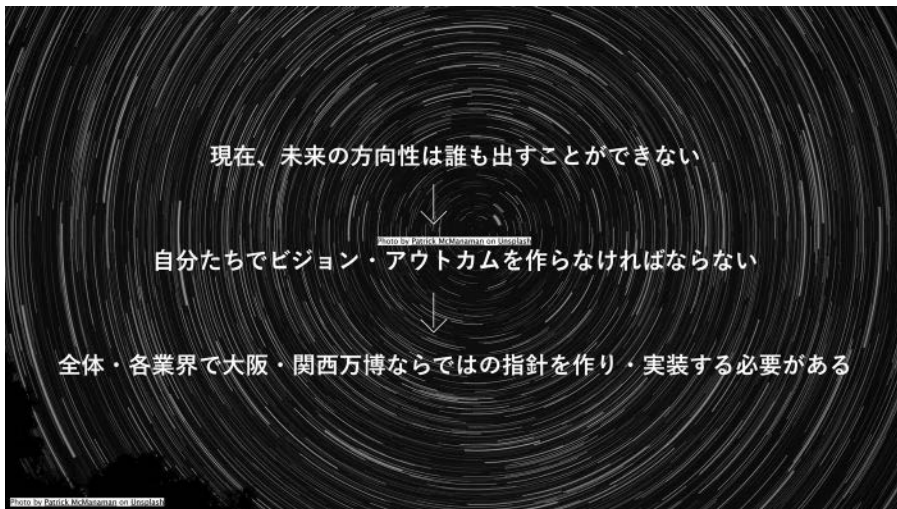
- 生活改善系
 - ・ StayHome促進等
- 文化発信系
 - ・ online event
 - ・ 様々な物のonline化
 - ・ online展覧会等
- 対新型コロナウイルス対策
 - ・ 接触トラッキング
 - ・ code for japan等
 - ・ 不足物生産補助
 - ・ マスク・防護服増産補助
- 情報発信
 - ・ フェイクニュース対策
 - ・ 各取り組み開発の現状

Post Pandemic

- 現状のコロナの状況を受け
発展すべき事
残すべき事・社会のあるべき姿
- ・ 何を今だからこそ実践しておくべきか
- ・ 生活様式や働き方を変えておくべきか
 - ・ あたらしい生活のありかた
 - ・ あたらしい働き方のありかた
 - ・ データ共有のガイドライン
 - ・ 産業のつなぎ方？
 - ・ 文化発信のあり方？
- ・ 行政と民間をつなぐ手法

FUTURE RESPONSE

- 生活改善系
 - ・ これからのライフスタイル
- 文化発信系
 - ・ 文化発展の方法・手法の
仕組み開発と実装
- 情報発信
 - ・ 様々な情報のキュレーション



かせる必要がある。そうすると、既得権益や忖度で隠れたり水増しされたりしていたものが露呈し、是正することで全体最適化が出来ます。

万博で言えば、SDGsが一つ、ほとんど機能していなかった Society5.0 をしっかりと実装するというのが一つです。あと、大阪と関西は、しっかりと連携していくのがもう一つです。つまり、万博を通じて、「いのち輝く未来社会のデザイン」をしっかりと社会実装していくのです。

今回の万博は、「いのち」をテーマですので、ポスト・パンデミックに非常に重要な議論ができるのではないかと考えています。これまで、「いのち」というと、人類の命を中心に持ってきましたが、

Society5.0 の定義自体も変え、地球や環境と生物全ての命を考えるべきではないだろうかと思っています。

もちろん、近代万博のように、夢を見せて現実を合わせていく万博も大事ですが、現状を把握し、ソリューションと問題をマッチングするということが、今回の万博の大きな意義です。ただ、それを、楽しくそして美しく見せていくのが大事なかなと思っています。

万博は、さまざまなアイデア、知恵、文化、風習を共有し、それを世界で必要とされているところに構想として入れていく、そして ICT を活かして社会実装することが大事と思っています。

では、リアルとオンラインがどう同居するので

しょうか。夢洲での体験とインターネット参加の双方を活用する必要があると思っています。夢洲会場の入場者数の目標は、半年間で2,800万人となっていました。この人数が密の状態が集まませんが、実際に集まることの美しさはあります。例えば、何かを食べるとか、何かを触るとか、五感あるいは第六感も含めて触る、体験がするといったことは、会場でやるべきです。その場所で、さまざまなことが決められ、判断される。また、80億人参加可能というのも絶対的にやるべきだと思っています。スマートフォンなどの端末や通信の状態には多少の課題があるものの、80億人に直接リーチができ、何らかの方法で参加するプロトコルを持っている万博、そして、直接もしくは何らかの方法で意見を聞けたり、アイデアを知ったりできるような万博であってほしいと思います。

もう一つ、大事なのが、大阪・関西の部分です。一つは夢洲の約160ヘクタールの中に詰め込むよりは、関西広域で連携することで、たくさんものを見せられるのではないかと考えています。それもちろん技術とデザインの力、もしくはクリエイティブの力を使ってやるべきだと思っています。

例えば、この夢洲では、日本のデザインがどのように進化してきたということを表示したいと考えています。国立のデザイン・ミュージアムをできないかという活動をしています。工芸やデザインの美術館や資料館はありますが、万博でそれをつなぐようなことが出来ればと思っています。

また、選択的な取り組みもあるでしょう。エコノミー・モデルとしての里山の話であるとか海洋の環境を考える場合、実際に来てもらうことは大事だと思っています。それを実現するために、コード・フォー・ジャパンのようなシビック・テックを活用すべきだと考えます。企業も含め、各地域でそのようなことができる人を組織化しておく必要があります。また、シビック・クリエイティブのようなデザインの力は、現状では日本にはないですし、多分、世界にもないと思います。つまり、町のことを考えて、それをデザインとして実装する人たちが、今後、必要になると思います。それができると、広い意味でいたるところが万博になり、最終的にツーリズムとして大阪や関西をもしくは日本全体を、見ていただくような機会になると思います。

最後に、2025年まであと5年ありますが、今後、

状況がどう変わるかわかりません。しかし、その状況をきちんと把握することが重要で、ICTが一つの力になると思います。これまでは、デザイン・シンキングとよく言われていましたが、それでは「ディスカッション」で終わってしまう。今は、様々なものを作っては試す時代だと思っています。ぜひ皆さんの力で少しでも実践をして、仮に失敗したら違う形で実装して、2025年までに最終的には「アクション」として、社会実装ができたらいと思っています。

ショートプレゼンテーション

「COVID-19 以後の博覧会」

井出 明

金沢大学 国際基幹教育院 准教授



「COVID-19 以後の博覧会」と題しましてプレゼンをはじめさせていただきます。

まず、新型コロナウイルス流行後の観光動向について、お話をします。その後、「人が来ない万博」という今までになかった万博の形態があり得るという可能性に触れます。実は20年ぐらい前にわれわれはインターネットを基本ツールとして用いた博覧会として「インパク（インターネット博覧会）」というものを経験しているはずなのですが、それについて今回ほとんど話が出ていませんので、今再検討をすべきではないかということで取り上げてみます。そして、観光学の観点から博覧会とは何なのかという話を展開します。さらには、2025年の万博をどう考えていくのかという点について言及します。私はアートマネジメントも専門領域にしていますので、現代アートと私の観光学における専門領域であるダークツーリズムの観点から話をし、まとめとして2025年以降に何を残すのかという視点から総括してみたいと思います。

新型コロナウイルスの流行後の観光の動向はどうなっているのでしょうか。私は富山に住んで、金沢の大学に通っていますが、富山では県外ナンバー車がいたずらされることもあり、猜疑心と狭量がひしめく社会を現実を感じています。県外者お断りの現実があり、6月19日以降、県境を越えた移動が解禁されているはずですが、実際お店に行ってみると「県外の方お断り」の表示があるところが全国至るところにあります。有名な話では、岡山県知事が記者会見において、「来たことを後悔すればいい」の発言があり、大変な反感が起きました。「自粛期間中に営業をすることは何事だ」という自粛警察だとか、マスクをしないで町を歩いていると、「マスクをしないと何事だ」と怒られるようになり、非常にぎすぎすした状況にあることは確かだと思います。こ

ういう状況がどのぐらい続くのかということですが、この感染症の状況は、10年間是不会らないのではないかという話があり、10年続くとした場合どうなるのかを考えなければいけないわけです。

今年のインバウンドの目標は4,000万人であり、去年の実数で大体3,200万人であったわけですが、これがほぼゼロになるわけです。これが悲劇なのかということ、確かに悲劇ですが、国内観光の形が変わっていくのではと思っています。国内需要の約8割は国内観光客が占めているので、インバウンドの割合は増えてはいるものの2割がなくなったと認識すべきです。

新聞報道によると、長野県の野沢温泉は、オーストラリア中心にスキー客に頼っていたところで、そういうところは、温泉地やスキー場としての存続が厳しくなっているようです。インバウンド頼みの場所ではきついです。そうでないところは別の起死回生策があるのではないかと思います。

また、海外からお客さんが来ないことが嘆かれますが、日本人が海外に出ることもなくなります。海外に行っていた人の旅行が国内に切り替わり、そこに需要が発生します。今は有給休暇消化に事実上の強制があり、休みは長くなる傾向にあります。そうすると、今年の夏休みは、地域の知らない所を探る旅として、「プラタモリ」的な形で地元の観光を楽しむというのが増えてくるかと思っています。そのとき、割と身近なところに旅をしようという人は増えるのでしょうかけれども、1回は来てくれても、その人がリピーターになってくれるかはその観光地の「質」次第です。

今までは観光マーケティングというと、観光地間の競争として考えられてきましたが、今後は映画とかゲームとか、他の娯楽との競合になっていくのではないのでしょうか。そうすると、国内の観光事業者

も品質の高い旅行商品を提供していく必要があるでしょう。

では、これからの旅はどうなるのでしょうか。今までは国内観光は、「安・近・短」の安くて近場で短い旅行だったのが、移動のお金がかからなくなる分、高価格帯の商品が増えてきます。近いのはコロナの影響でそのままでしょうけれども、あとは休暇が長くなるので、「高・近・長」の旅になるのではないのでしょうか。

また人が来ない万博というのを2025年の段階で考えなければいけません。来場者の主力は国内客です。多くは大阪には来ないかも知れません。海外からは限定的だとすると、インターネット上の博覧会を考えざるを得ません。インターネット上の博覧会は前例があるのかというと、一番有名なのは、平成10年の「インパク」で、1年間インターネット上で行われた博覧会です。これ以前にもインターネット上の博覧会的な催しはあるのですが、一番皆さんの記憶に残っているというか共通認識になっているのは、このインパクだと思います。

発案者は、博覧会の世界では有名だった堺屋太一さんです。調べてみたのですが、予算も経済波及効果がどれくらいだったかもはっきりしません。

もしインパクが成功していたとすると、インパクからの教訓をたくさん承継しているはずなのですが、インパクへの言及がほとんどないという実情からすると、あのインパクは成功とは言い難かったのではないかと考えられます。そもそも博覧会というからには、そこで展示された文物が残っていないはいけません。インターネット上にもなくて、私がやっと探し出してきたのはウェイ・バック・マシンというインターネットアーカイブです。ここからかろうじて存在した過去ページを探しました。

このインパクというのは、どういう構成をしていたのかというと、パビリオンについては特定テーマ・パビリオンが204で、これは政府機関などの公（おおよけ）と企業が参加しています。こういうもののほかに、個人等により随時参加可能なパビリオンが多数設営されていて、最終的には507になったのではないかとされています。この507のパビリオンのアーカイブも資料も、ほとんど残っていないのです。学術的な分析は大阪観光大学の先生が1本書いているくらいで、あとはウェブの記事が数本あ

るぐらいなのですⁱ。

約50年前の大阪万博のときは、素晴らしかったという神話があり、大阪万博の話聞いてみると、「あれをやったのは俺なんだ」という自慢話がいろいろなところにあります。あまり関わったことのない有名なイベントに関し、「あれをやったのは俺なんだ」と吹聴することは、観光の世界ではしばしば冗談めかして「あれ俺詐欺」といいます。「あれ俺詐欺」を言い出す人がたくさん出たイベントというのは成功しているのです。ところが、インパクに関しては「あれをやったのは俺なんだ」と言う人がIT業界にほとんどなく、関わった人を探すのが難しいわけです。その意味では失敗と呼んで差し支えないのではないのでしょうか。

なぜ失敗したのかというと、コンテンツが重過ぎたことです。これはウィキペディアにも体験談が引用されていますが、当時、大学院生だった私はISDNで見えて、ちょっと重いと感じました。それからネット・メディア関係の記事ですが、インパクはインターネットに対する無理・無知・無駄が失敗の原因だったという記述がありますⁱⁱ。

また従来の博覧会をトレースして同期性を強要したのがインパクの失敗だという説もあります。では、インターネットに関する知見も蓄積され、ブロードバンドも普及している今やれば成功するのでしょうか。私は、今インパクと同じことをやっても成功しないと思います。

あの失敗というのは、博覧会の本質を分かっていたのではないかなと感じることがあります。博覧会の本質は、そもそも何なのかというと、博覧会はモダン、19世紀末から20世紀の近代の現象であることは間違いないわけです。そして同時にポストモダニズムの要素も当然あるわけです。近代国家の輝ける帝国主義的拡張や、植民地政策がもたらした文明化などを展示する一方で、近年は先住民文化への敬意なども十分に感じられるようになっていきます。その意味でポストモダンの側面も読み取れます。

また博覧会を開催するに当たっては、やはり同期性が必要なのだと思います。インターネットが出てきたときは、その本質が非同期にあって、Eメールなどはいつでも見られるからすごく便利だと言われていたが、最近はLINEが届くと、すぐに返事をしなければどうしてもプレッシャーを感じてしまう。すなわち、同期性が非常に大きなコミュニケーション

の要素になっています。もちろん、博覧会でも全員同時に楽しむ部分は必要だと思います。ですから、大阪でイベントをやるときに、同じ時間帯にヨーロッパでできたり、私の住んでいる富山県でできたりという連動イベントを同期でやるということは必要です。

さらに、身体性はポストモダンの観点からいうと、核になります。ネットでは視覚と聴覚という二感しか使いません。元京大総長の尾池先生がよくおっしゃいますように学問は五感を使う必要性があるので、大阪に集まれなくても、先ほど齋藤様がおっしゃっていたように、どこかで同期して体を使って味わう瞬間は必要だと思いますⁱⁱⁱ。

そう考えますとインパクトというのは、インターネットで博覧会をしたかったのか、インターネットの博覧会だったのか、いまひとつ分からないところがあります。技術の普及も大きな命題であったため、目的がはっきりしなかったのでしょうか。2025年におけるネットと博覧会の関係は、博覧会のためにネットを使うという視点から、目的と手段をつなげて考える必要があるでしょう。

1900年のパリ万博のときに造られた駅舎が今オルセー美術館になっていますけれども、19世紀末から20世紀頭の万博は、殖産興業をどう見せるかという観点から展示が工夫され、また、国威発揚が大きな要素でした。20世紀半ばまでは科学技術は明るく素晴らしいものだと思われていたましたが、日本では原発事故も起こりました。科学技術社会が進んだことにより公害も起き、高度科学技術社会は20世紀後半以降、新局面に入っているという認識は学術振興会も持っています。

その暴走する科学技術に対して、我々がどう対峙するか考えなければいけません。吹田の万博記念公園に行くと、未来は明るく過去が暗いという象徴で書かれていますが、未来は必ずしも明るくないことをこの万博を機に意識すべきだと思います。お祭りなのに、暗いことを意識していいのかというと、現代アート関連の大規模イベントについては、私が専門としている人類の影の記憶を扱う「ダークツーリズム」と密接に結び付いています。

去年話題になった、「あいちトリエンナーレ（あいちトリ）」は、「表現の不自由展」ばかりが取り上げられましたが、科学技術文明に対する警鐘を大きく鳴らしたイベントでした。例えば、ジェームズ・ブ

ライドルという理系の博士号を持った方の「ドローンの影」という作品が愛知県芸術文化センターの屋外に展示されていました。ドローンは軍事目的でよく使われるので、これが普及するということは人類の未来にとって実は恐怖でもあるのではないかということが示唆される作品でした。

今は南茨木の駅前にありますが、かつて万博記念公園の太陽の塔の近くに、福島原発の事故を素材にして創られた現代アートであるヤノベケンジさんの「サン・チャイルド」が置かれていたこともありました。大阪空港駅からモノレールに乗ると、万博記念公園駅のところでは、前の万博で科学技術の素晴らしさの象徴と言える「太陽の塔」が見られます。しかし、そのまま南茨木駅まで来ると、年月が経って原発事故も起こしてしまった科学文明の陰の象徴としての「サン・チャイルド」が見られるのです。

さて、万博の話に戻りますが、2025年では、連動イベントは必要だと思います。この先、外国に気楽には行けなくなる可能性があります。愛知万博の時、アフリカ諸国の展示サイトを見てみると、「この国に行ってみたいな」と思ったりしたのですが、これからは、なかなか行けない外国になってしまうわけです。そうなると、万博という場所を通じて外国への知見を深め、将来、そこへ行ってみようという接続型の万博よりは、もう外国には行けないかもしれないという前提で展示を考える万博になるのでしょうか。

ディズニーを気軽に体感できるようになったのは、昭和の終わり頃に東京ディズニーランドが出来てからです。ディズニーランドとはあくまでアメリカにあるものだと思われていたときは、奈良にドリームランドというディズニーランドを真似して作られた遊園地があり、こういうものでディズニーランドに代わる娯楽性を充足させていました。

千年以上前から和歌山にあった熊野神社も、都から実際に参詣する人が多かったのですが、偉い人たちの足腰が弱くなって行けなくなると、京都の熊野神社がその代替性を持つようになりました。今では、全国に熊野信仰が広がっています。このようにオリジナルにたどり着けなくても、万博に行くと同種の喜びが得られるような完結した仕組みというのをつくるべきではないかと思います。

それから、万博を支援される方と私とで少し意識のずれがあるのが、万博が終わった後に何を残すのかという点です。大阪万博のときは、国立民族学博

物館(民博)を残してくれたわけです。民博は現在に至るまで研究者の楽園でもあり、国際相互協力や国際相互理解の拠点としても機能しています。沖縄海洋博、つくば科学博、愛知万博等、これまでいろいろな万博がありました。いわゆる万博と呼ばれているものが何を残してくれたのか考える必要があると思います。物だけではなく、未知の文化・文明への畏敬の念、科学技術文明そのものが本当に幸せをもたらすのか等を考え直すべきでしょう。

単なるお祭りを超える制度設計が必要であり、コロナの中でも新しい時代の海外との相互交流について考える必要があります。コロナによって交流自体が劇的に変化しています。

20世紀後半はグローバル化とボーダーレス化が進み、人種、民族、国境を越えて、みんなが仲良くなり始めました。コロナが深刻化して、自由に行き来できていたEU内ですら国境が閉じ、国家が国民を守るという19世紀的な国家観がよみがえったか

のように見えます。19世紀的な近代国家概念が再びよみがえり、その中で、脱近代のポストモダニズムという考え方が消滅してはいないでしょうか。この2025年万博を契機として、それ以降の世界をどう考えるかというのを討論する必要があるかと思います。

- i 岡田正樹「インターネット博覧会を再考する—博覧会とインパク、ネット文化とインパカー—」『観光研究論集』第17号 pp. 13-22 大阪観光大学 (2019)
- ii 磯和春美「インパクの“失敗”を総括するそして消え去ったインターネット博覧会」ITmedia エンタープライズ (2002)、2020年9月8日確認 <https://www.itmedia.co.jp/im/articles/0202/01/news001.html>
- iii 遠隔化は大学の危機 授業の合間にある学び=鈴木英生(専門記者)毎日新聞 <https://mainichi.jp/articles/20200624/ddm/005/070/001000c> 2020年9月8日確認

「コロナ禍における展示空間の拡張(?) —ミュージアムのオンライン化の模索と葛藤—

村田 麻里子

関西大学 社会学部 教授



私は「メディアとしてのミュージアム」の研究をしていますので、ミュージアムを「空間メディア」として捉えています。同時にミュージアムの中はいろいろなメディアが重層する空間ですので、その在り方についても研究しています。博覧会の研究者ではないのですが、博覧会とミュージアムはいわば親戚のようなものですので、ミュージアムがコロナ禍でどのようにオンラインの道を模索したのかということ少しミクロに見ることで、「ポスト・パンデミックの博覧会」という今回のテーマのヒントになればと考えています。

博覧会とミュージアムは、共に19世紀後半に生まれた文化装置です。博覧会、博物館、百貨店、そして井手先生のお話にあった観光は、すべて同じ時代のもので、これらの背後にあったのは、帝国主義のディスプレイという思想でした。もちろん、現在ではもっといろいろと複雑な意味を持っています。

ここで博覧会とミュージアムの展示機能に目を向けてみましょう。当時もっとも新しかった鉄やガラスを駆使した空間に格子状にモノを展示しており、人々はそれを回遊しながら眺めるというものでした。実は観光も構造は同じで、シヴェルプシュは、鉄道に乗ってガラス越しにいろいろなものをまなぐすという鉄道旅行の様子を指摘しています。

日本では、明治期に、博物館と博覧会という制度を同時に取り入れようとしています。私はそれを「博物館=博覧会」政策と呼んでいます。収集したモノを収める箱をつくるという形が同じなので、セットで発展させようと考えたのです。京都・岡崎エリアのミュージアム群をはじめ、日本の多くのミュージアムが博覧会という文脈でつくられています。

現代の万博は、国家のディスプレイという側面はもちろんありつつも、環境問題や都市問題など、いろいろなテーマや意味性を持たせたものになってい

ます。今日は万博の展示機能をミュージアムの展示機能と対比させる形で考えていけたらと思います。ちなみに、これは上海万博のときの写真ですが(スライド①)、ここだけ切り取ると、博覧会なのかミュージアムなのか分かりません。ただ、よくみると南太平洋共同館の方は、デパート的な並びに近いとも言えます。博覧会というのは見本市的な側面が当然強いわけです。

ミュージアムも長い間、デパートとか博覧会といった商業的、産業的な文化圏に共にいましたし、今でもないわけではありません。ですが、戦後になってミュージアムは一義的には教育機関の位置付けになっていきます。そういう意味で、産業振興が一番の目的である博覧会とは異なる道を歩み始めることになります。

ミュージアムでは教育機関として学びを得られるような展示の在り方、展示手法がどんどん発達していきます。とりわけ触りながら何かを学んでいく手法(ハンズオン)の技術、それからギャラリートー

クやワークショップなど、ソフト面でのプログラムの開発も進みました。たとえスライド②の左はオーストラリアのメルボルン博物館の様子です。地図上の棒に触れると、ビクトリア州のアボリジナル・コミュニティの様々な言語が発話されるという仕組みの装置です。ボタンを押すのではなく棒に触るとというのが一つの特徴で、地図にも凹凸があって、視覚障害者の人が触れるような展示になっています。また、横には難視聴の人向けのマークがあり、難視聴者も意識しているのが分かります。また、右の写真はルーブル美術館のランスの分館で、スタッフが作品を解説をしています。きわめて「普通」な写真ですが、このように長時間作品とじっくり向き合わせるといふ来館者の振る舞いを育むような空間にもなりました。

このように違いはありつつも、博覧会もミュージアムも展示という機能がメインであるという点では共通してきましたし、展示会社が今も博覧会の空間も博物館の空間も手掛けています。かつて博覧会を



スライド① 展示空間としての万博
(上海万博 2010 (左) 北朝鮮館 (右) 南太平洋共同館ソロモン諸島)



スライド② 戦後、ミュージアムは教育機関と位置づけられ、産業振興が目的の博覧会とは異なる道を歩む

手掛ける人々や集団をランカイ屋さんと言っていた時期がありましたけれども、そのランカイ屋さんが今の展示会社になっていきます。ですので、ミュージアムと博覧会というのは、展示という面に関しては常に関連し、参照もし合ってきました。

さらに、最近ミュージアムのエンターテインメント化が進んでいます。展示も空間全体を活用するようになり、ひとつひとつの作品も大型化しています。インスタレーションやスクリーンを多用する作品や展示も増えています。一方、インターネット上の「映え」が意識されるようになっています。フォトジェニックなミュージアム空間は、これまでも雑誌の等でよく利用されていたのですが、それがSNSで個人発信・個人拡散するようになってきました。

そういう意味で、ミュージアムの展示空間というのは、外部に向かって「拡張」し続けているといえます。そして再び博覧会な華やかな祝祭空間に接近

しつつあります。例えば、これは2017年に森美術館で開かれたエルリッヒ展の様子です。このように参加型にして、みんなが自分のスマートフォンを持って展示を写し、発進する行為を作品に取り込んでいます。SNS時代のミュージアムというのを上手に使った展示でした。また、これはロンドンのテート・モダンの展示室ですが、このようなスクリーンで囲まれた展示室で、映像に埋没するような展示も増えています。

実は映像の多用というのは、美術館に限ったことではありません。たとえば上海自然史博物館では、展示ケースには恐竜の化石などが並んでいますが、そのケースのうえを見上げると、中世代の景色の中で恐竜たちの動く様子がCGで再現されています。

また、水族館も映えるようになってきています（ちなみに水族館は、日本では万博を契機に形を成したものです）。スライド③④は、大阪の万博記念公園にあるニフレですが、ほとんど絵画のように



スライド③④ ニフレで魚を絵画のように鑑賞する

魚を鑑賞することを促しています。ニフレルやしながわ水族館が代表例ですが、このようにスマホやカメラを手放さない人たちが、映える写真をひたすら撮るような空間に、水族館もなっています。

こうした状況を踏まえて、この現象に対する研究も少しずつ出てきました。つまり、ミュージアムでは、メディア化が進み、さらに、より大掛かりで華やかな装置で、多くの人を入れて空間を拡張するという方向に動いていました。そして、そこにコロナ禍が来ました。

当然、大打撃です。ミュージアムというのは物理的な空間で、そこに足を運ぶことを前提としていますから、世界の95%のミュージアムが休館に追い込まれました。スタッフの契約停止、資金不足、閉館の危機など、今もきわめて深刻な状況に陥っているのですが、今回はここには言及しません。何が起きたかという、このコロナ禍で、盛んに外に向けて自分たちのコンテンツを発信し始めました。

一般論として、ミュージアムというのは、貴重なお宝を守っているという感覚があるので、オンラインにその情報を流すということに対して、大きなハードルがありました。デジタル化はなかなか進みませんでした。そこを一気に解禁したという意味で、ミュージアムにとって今回のコロナ禍はとても大きな転換点だと考えています。

たとえばTwitterで「#おうちミュージアム」や「#おうち博物館」などといれてみると、各館が配信する情報が大量に出て来ます。多くは学芸員さんによる作品の解説、作品紹介、あるいは、ダウンロードできる教育プログラムや貸し出しキットといったものです。

ウェブ上のいくつかの試みをみてみましょう。例えば、国立科学博物館のVRは、かなりの精細度で展示ひとつひとつよく見えて、パネルの字までははっきり読めるようになっています。バーズ・コレクション(米)では、バーズ・テイクアウト、つまりバーズの持ち帰りという名前で、館内の作品をキュレーター解説する様子を、1日1作品、オンデマンドで流しています。アートに限って言えば、デジタルがとても便利なプラットフォームをつくっています。いろいろな形でアートや美術館に触れる機会を設けています(Google Arts and Culture)。例えば、このなかの大原美術館を見ると、常設展示室内の様子をはっきりみることができます。このように作品

にもフォーカスできます。ウィーン的美術史美術館のページでは、有名なフェルメールの絵がアップされています。このようにマウスをスクロールすると、こちらが洗濯してないのに、次々と細かいところにフォーカスがあたり、解説が表れます。まるでテレビカメラのように、勝手に見るべきポイントに次々と進むのですが、こういう作品の見せ方もあるのだなというひとつの事例かと思えます。

また、ミュージアムではなくギャラリーの例になりますが、大阪にあるギャラリーノマルでは無人展覧会というのをやったそうです。台湾の現代アーティスト張騰遠の映像作品をライブビューイングで延々と流すという展覧会です。ギャラリーは基本作品を売場ですので、その中から自分で欲しいものを申し込むと、その映像がUSBにデータとして保存され、この缶詰に入って届くという仕掛けだそうです。

それから、実はすごく小さくてローカルなミュージアムにとってもコロブスの卵だった、という事例です。飛騨みやがわ考古民俗館では、Zoomでオンラインツアーを開催したところ、200人が参加して年間入館者数の3分の2に相当する人が来たということで、非常に地の利の悪いミュージアムが新たな活路を見出したという記事がありました(朝日新聞2020.6.11)。

やはり地方や外国だと簡単には行けないところもありますから、空間を超えるオンラインでの公開は、どうしても見たいという時には良い方法です。しかもライブだと学芸員さんと直接話することができます。いつものミュージアムではできないことは何かを模索するというのが重要なと思います。

ミュージアムのICT利用は、館の基本情報の発信を除いて、これまでは展示空間内で考える傾向にあったのですが、コロナ禍で、その壁を一気に突破したということが言えます。来館者が実際に足を運んでもらってこそその空間であるので、オンラインだけだとミュージアムという制度は破綻します。今後はオンラインとオフラインの組み合わせを模索していくしかないと思うのです。

私自身はミュージアムでの体験がオンラインでできるとは全く思っていません。それは全く別の体験だと思っています。だからこそ、そこをどうやって埋めるかについてはミュージアムもかなり苦しんでいます。どのようにしたらコミュニティを維持でき

るのか、ミュージアム好きをつなぎとめておけるのか、これまで考えもしなかったような創意工夫や苦肉の策が出てくると思います。このように、ミュージアムの展示空間の拡張に注目すると、ポスト・パンデミックの博覧会でも使えるアイデアが沢山あるのではないかと思います。

最後にオンライン化の失敗例として、「美術館女子」について取り上げたいと思います。ご存じのように読売新聞と美術館連絡協議会の企画で、そして第一弾は、東京都現代美術館にAKB48のメンバーが訪れ、そこで映える写真を撮ってウェブに載せるというものでした。コロナ禍で来館できない中、なるべくいろんな館の存在を知ってもらえたらという目的で立ち上げられたのですが、大炎上しました。ジェンダー認識のまずさ、そしてアートやミュージアムは単なる映えのツールでしかなく、作品や館に対するリスペクトが全くないという批判が主なものでした。またなんといっても、個人ではなくて読売新聞や美術館連絡協議会のような大きな組織が、こういうことを考えずにやったことに対する批判が集まりました。

ですが私はこれを見て、「雑誌でこれまでさんざんやってきたことじゃないのか」と思ったのです。既に雑誌では、モデルや俳優の背景に、フォトジェニックなミュージアムがかなり使われてきました。たとえばこれはOZ Magazineの2015年のアート特

集で、モデルのKIKIが映っているものですが、「美術館女子」の写真とこのようにして並べてみると、果たしてどう違うのだろうか。特集の文章をみても、アートフェスティバルを紹介するのに、「～ガイド・フォー・ガールズ」、「女子のためのガイド」というような文言がついています。ですから、このあたりも美術館女子と、根底にあるジェンダー認識と大して変わらないと思います。

これまでも館内や作品の映えというのはミュージアムにとって発信やアピールのための重要な手段でした。そしてSNS時代にはさらにそれが加速し、話題のためにモデルや俳優の背景として使うことも普通になっていたのに、オンライン化の模索の中で炎上したということがあります。つまり、オンラインの拡散力は圧倒的で、しかもオーディエンスの層や幅が違うということ、さらにインターネットという媒体に載せることの意味が雑誌のそれとは決定的に違うということの意味しているのだらうと思います。ここをきちんと考える必要があります。万博はコンパニオンなども多用しますし、わりと無邪気にこういうこともやってきたので、万博のIT化を進めるのなら容易に起こることだと思います。

以上、今回ミュージアムの手法が実験場としての博覧会の今後に必ず生かせるはずだと思い、このような発表をさせていただきました。

「博覧会を訪ねて40年目」

二神 敦

博覧会愛好家



私の博覧会のデビューは1981年です。当時、地元神戸で開催された「ポートピア'81」と呼ばれる博覧会に感動したことをきっかけに、あちこち足を運ぶようになりました。

まだ小さい頃の情報収集手段としては、長距離の電話代が非常に高かったため、直接電話で資料送付を依頼することはせず、まずは104のNTT番号案内——当時はまだ無料でサービスを受けられる時代だったのですけれども——で博覧会事務局の電話番

号を尋ねつつ、住所も一緒に教えてもらい、そちらへ「僕は博覧会が大好きなのですが、資料があればいろいろ送ってくれないですか?」と40円葉書で依頼することにより、次々とパンフレットなどを入手していきました。

その結果、1981年の神戸ポートピア博から2020年の広島花博までの足掛け40年の間に、地方自治体が主催する『まちづくり』を主眼に置いたものを中心として、計150種類の博覧会へ訪れました。ま

た、実際には訪問できなかったものの、資料のみを持っていくものも含めれば、相当な数に上ります。

私が博覧会に興味を深めていった年代は、ほぼ平成と重なるのですが、その流れを説明しますと、まず平成元年に全国で39もの都市が市制100周年を迎えました。そのうち、14の都市が記念事業として博覧会を開催したのですが、中でもメジャーな横浜・名古屋・広島・福岡の4つの政令指定都市で開催されたものは、規模・内容とも際立っていたことから、『平成四博』と称されました。

ただ平成元年と前年の昭和63年の2年間で、博覧会ブームとも言われるほど、あまりにたくさんの博覧会が開かれ過ぎたため、当時の通商産業省が「交通整理をしようじゃないか」との発想から、平成4年より国体方式による開催方針が採られることとなりました。その結果、原則として年に1つ、多くとも2〜3程度に開催件数が調整され、最終的に平成13年までの10年間に合計12回開かれたのが、『ジャパンエキスポ』シリーズです。いまや『ジャパンエキスポ』といえば、「あのパリの開かれているヤツですよ〜」ということで、毎年フランスで開催されている、日本文化を紹介する見本市のことを連想する方々のほうが多いかもしれませんが、この各県持ち回りの地方博覧会制度の方が、元々は名が通っていました。

この制度が存在した21世紀に差しかかる頃までは、まだパビリオンを設置する博覧会が隆盛でした。しかし予算の関係から、次第にパビリオンを造らない博覧会が主流になっていきます。それゆえ、当初こそ『パビリオンが無い、新しいスタイルの博覧会』などと新奇性が謳われていましたが、そのうちパビリオンを造らない形式が当たり前になってきましたので、ひょっとすると現代っ子は「パビリオンをつくる博覧会“も”あるんだ」と感じるなど、今や逆転現象が起きているかもしれません。一方で細々ながら、従来博覧会スタイルを保ち続けているのが、国土交通省が提唱し、毎年全国持ち回りで開催されているミニ花博とも言うべき『全国都市緑化フェア』でして、今年は広島で開催されています。

さて、国際博覧会に目を移すと、私が日本で訪れた万博は大阪花博と愛知万博の2つのみです。ただ万博は国内だけで開催されるわけではないため、あるときは近場の韓国や中国へ、そしてあるときはイタリアへ、さらにはカザフスタンへ、という具合に

万博を追い求めて世界各地を訪れるようになりました。

また、一番乗りにも挑戦し『開幕ダッシュ、神戸の高一生』という見出しがついた新聞記事でもご覧いただけるように、兵庫県三田市で1988年に行われた21世紀公園都市博覧会で第1号の入場者となったのを皮切りとして、各地の博覧会を先頭で訪問しました。一方、国際博でも2012年の麗水万博において一番乗りを果たしたのですが、この時に出会ったのが博覧会国際事務局(BIE)のデミトリ・ケルケンツェスさんでして、会場内ではわりと親しく会話を交わしていました。ところが、いざ2025年万博の誘致競争の場面となると、調査団の一行として来日した際、日本側のスタッフが「どうぞこちらへ」などと、非常にうやうやしい態度で接しているのをテレビの画面越しで目にし、「あの方は、そんなにすごい方だったのか」と気付いた次第です。ちなみに現在は、BIEの事務総長を務めていらっしゃいます。こんな具合に万博をはじめ、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのアトラクションや商業施設などでも一番乗りをした過去がありますが、博覧会でもテーマパークでも、このポジションに就くと、日頃耳にできない開発経緯や裏話などを、直接関係者から聴くことができる点が、トップの醍醐味ですね。

ところで、観る側だけでなく、スタッフ側としての経験もあります。唯一、有給の職務として学生時代に携わったのが、前述の国土交通省が提唱する緑化フェアのうち、1992年の第9回神奈川フェアでした。地元自治体としてのホスト館『相模原市パビリオン』で運営スタッフを経験したのですが、巨人をテーマにした内容だったことから、ジャイアント馬場さんに一日館長をお務めいただくなど、内側から博覧会を見つめてきました。ただ就職後は兼業するわけにもいきませんので、無償のボランティアスタッフとして数々の博覧会を支えるとともに、スポーツの分野でも、昨年開催されたラグビー・ワールドカップをはじめ、W杯サッカーや世界陸上などにも、ボランティアの立場として関わりました。

さて、今回のフォーラムのテーマは万博ですので、少し過去を掘り下げてみますが、思い返せば『最も』であったり、『初めて』であったり、そういったものになりたがるのが万博だったように思います。万博だけでなく国内博も含まれますが、例えば世界最大の観覧車が誕生したのは博覧会でした。私が初めて

訪れた神戸のポートピアに史上最大のものが登場した後、4年後のつくば科学万博で記録が抜かれました。そして4年後の横浜博覧会でさらに記録が更新されるなど、一番争いの主戦場は遊園地でなく博覧会だったのです。

また『初めて』というキーワードで振り返ると、万博で初めてIC型入場券が導入されたと謳われたのは、愛知万博でした。今でも閲覧可能なホームページを確認しても、しっかり『国際博覧会史上初の半導体ICチップを導入』と書かれているのですが、実はこの私、その7年前にリスボン万博で体験しています。オフィシャル・タイマーがスウォッチ社でしたので、筐体にICチップが組み込まれたスウォッチを、ゲートにかざすだけで入場できるシステムでした。そう考えると、実際のところ愛知万博は『2番手』だったわけですが、どうしても万博というステージに立つと、『我こそが最初』とアピールしたくなるものなんです。

さて、5年後の大阪・関西万博に向けて、私が気がかりに思っている点をまとめてみました。まず、入場者数です。大阪の人々が『こないだの万博』と言う場合、ひとつ前の愛知万博のことではなく、1970年の大阪万博のことを指します。(まるで京都人が「こないだの戦」と言えば応仁の乱を指すという都市伝説のごとく。)確かに来場者数を考えると、当時の万博記録を抜いたわけですから、70年万博が史上最大だったという言い分に異論は無いのですが、当時の人口がおおよそ1億人であるのに対し、万博の入場者数が6,421万人。よって「日本の人口の10人に6人が見に来たスゴイ万博だった」と言いつつも、すぐさま同じ口から「でも俺、3回しか行けへんかった」「ボクは5回見た」などと、当時のちびっ子たちから回数自慢が飛び出すんですね。とすると、統計上は日本国民の半数以上が訪れた万博なのかも知れませんが、実際は大阪近辺の在住者が複数回訪れていただけであって、さほど日本国民がまんべんなく訪れていたわけでは無かったのではないかと、と感覚的に思うのです。ですから2025年万博は、大阪・関西だけに留まらない、日本じゅうを巻き込むものであって欲しいと願っています。

ただ確実にスゴイと思えるのは、大阪万博は1回1回、その都度入場券を買わないといけなかったのに、あれだけの入場者数を確保したという点です。というのも、現在のように、一度お金を払えば何度

でも入場できるという『全期間入場券』なるものが存在しなかった時代に、金銭的負担が少なくないにもかかわらず、あれだけの人数を集めたということは、仮に入場者数だけで他の万博との比較を試みる場合でも、その質や重みが全く違うものと比べることになります。また、これは海外の万博にも当てはまることですが、入場者数と入場料のバランスをどのように取りつつ、全体の入場者数をコントロールするかということは、収支に直結するゆえ、とても重要なことです。

次に、その入場券について見ていきたいと思えます。2010年の上海万博では、一般的な『いつでも入れる1日券』と日付が指定された『日付指定の1日券』が存在しました。後者は、初日・最終日や国慶節などの多客日に、料金を上乗せする形で販売されたのですが、指定された日付が印刷された入場券でないと入れないシステムで、かつ現地でしか買えませんでしたから、オープニング時期の入場券を買うがために、私もわざわざ事前に上海へ出向いたほどです。その次の2015年ミラノ万博では、入場券をインターネットで買うことができ、自宅のプリンターでチケットを印刷すれば入場できましたから、ずいぶん便利でしたが、今さらながら基本的とも言える入場券の入手し易さは、重要なポイントだと言えます。

かといって『ネット限定販売』ですとか『事前予約のみ』というシステムだと、少しつらい面があります。2005年の愛知万博では『サツキとメイの家』というパビリオンがあり、ローソンのロッピー(Loppi)でのみ入館券が販売されたのですが、発売開始日が希望日の1カ月前でしたから、日本に住んでいてローソンへ行ける人だけが、購入可能だったわけです。にもかかわらず希望者が殺到したため、次からは販売方法が変更となり、往復はがきによる申し込みに変更されたわけですが、万博は文字通り世界から人々が集まる催し物です。よって何も知らない海外の方々が、いきなり当日会場に来て入れるようなシステムづくりを行うことが大原則だと考えます。

とすると、どうしてもインターネットに頼る部分も少なくないかと思いますが、かといって全てを解決してくれるわけではなく、不安な面も残されたままです。例えば、まさに入場券に関する事例なのですが、昨年開催されたラグビーW杯での出来事として、ある日パブリックビューイング会場を訪れた

際、海外からやって来たラグビーファンからチケットを譲ってもらえることになりました。そこで、入場券を見せてもらったのですが、パソコンから印刷したQRコードの入ったものだったんです。私はボランティアスタッフとして大会運営をサポートしましたから、ホログラムの入った、いわゆる『入場券らしい入場券』を何度も目にしていました。ですからその、いわゆる実券であれば、果たして本物か偽物なのかを見分けることが、まだ容易だったものの、自宅のプリンターで印刷したQRコードを信じて数万円を支払うことはできず、結局購入を見送りました。ですから、ITやAIといった言葉と直結しがちな2025年万博ではあるものの、旧来のスタイルによる、ホログラムやすかし等の入った入場券も、同時にあればなあと。そのあたりの多様性も交えつつ、5年後を迎えられればと期待しています。

そしてパビリオンについてです。私が初めて体験した海外の博覧会は1998年のリスボン万博で、日本館は3時間待ちでした。それ以後、数々の日本館を目にしてきましたが、どの国際博覧会でも常に人気で、2015年のミラノ万博に至っては、朝一番の時点でも9時間待ちという状況でした。こんな具合に、これまで行列の絶えない自国のパビリオンを見るたび、ある種の誇りも感じてきたわけですが、COVID-19以後の2025年の世は、なかなかそれも難しい状況になるかと思われます。しかし、それでも人は集まりたいのでしょうか、それとも、ネット上で満足できるのでしょうか。これまで、自身の自己紹介の場面において、万博マニアであることを明かすと、必ずといっていいほど言われたのが「インターネットの時代を迎え、何だってネット上でできる世の中で、今なお、なぜ博覧会のようなものに興味を持っているのか。」という言葉です。が、この2～3カ月におよぶ『うち時間』を過ごされた皆さんが、「やっぱり人と直接会うことが大切なんだ」と思われるのか、それとも「いや、ネットを介した在宅勤務であったとしても、何だって出来ることが分かったんだから、やっぱり画面上で十分じゃないか」と感じるのか。コロナ禍を乗り越えた大阪・関西万博の世に、人々はいったいどんな方向へ進もうとしているのか、一観客として非常に興味を持っています。

さて、私はコレクターでもありますから、博覧会の案内所にパンフレット類がストックされているのを見るとワクワクします。しかし最近、これらをあ

まり見かけなくなりました。そうすると、収集家でありつつも、「おかげで荷物が重くならず、帰りの飛行機もオーバーバゲージにならずに済む」などと、正直ホッとしたりするものです。一方、パンフレットの代わりとでも言えるでしょうが、QRコードをパビリオンのあちこちで見かけます。それをこれまで横目で見過ぎてきたのですが、「パンフレットを集めなくてもよくなった」ことに安心する代わりに、実はそのQRコードの先にある情報を、逐一確認した上で、残すべきだったのではないかと悔やんでいます。

というのも、紙のパンフレットであれば、後から読むことができます。30年後、40年後であっても、その物体さえ残っていれば歴史は引き継がれます。しかし、QRコードの先にある情報は、その時点でネットへ接続し、そこから得られた情報を、意図的に残そうとしない限り、目に見える形で後世に引き継がれないことに、ある時気がつきました。この数年、ただ単に「楽になったなあ」としか思わず、パンフレットが置かれなくなったパビリオンを安堵の目で通り過ぎてきたわけですけれども、今になって「あ～、シマッタ」と後悔しながら過去を振り返っています。つまり、紙の媒体として情報を手渡さなくなっただけの話で、QRコードの先に情報は存在する。とすると、伝える手段が変わっただけで、情報そのものが無くなったわけではないので、姿を変えた情報たちを、しっかり掴まえておくべきではなかったのか。しかも、それを得ることができるのは、パンフレットとは違い、恐らく博覧会が開催されている期間中のみ。仮に時間的にも通信料的にも、現地で全てを見るのが不可能だったと言うのなら、なぜせめてQRコードを写真に撮って残し、日本へ帰って来てからでも、いま一度ネットに接続して、内容を見返す作業をしなかったのか。今さらながら、非常に後悔しています。今後は記録を残すという使命を感じつつ、次世代に繋いでいかなければと痛感している次第です。

ところで、2025年の万博が語られる際、「今度の万博ではシンボルがつくられない」という事実が、よく話題に上ります。そんなとき70年万博を体験したシニア世代の方々の中には、「もう一回太陽の塔を造ったらええねん」と本気でおっしゃる方すらいらっしゃいます。ただあれは、日本万国博のシンボルとして造られたものではなく、テーマ館のワン・

オブ・ゼム、展示の一部がたまたま残ったに過ぎず、本来のシンボルとしては『エキスポタワー』が別に存在しました。しかしこちらは既に撤去された一方で、テーマ館の一部である太陽の塔は残りました。とすると、本来注目されるはずだったシンボルタワーは、意図した結末に至らなかったこととなります。この延長線上で考えるなら2025年も、わざわざ作ったシンボルが、人々の共感を呼ぶかどうかとは別の話となるため、シンボル設置の議論となると、ちょっと複雑な気分になります。

では万博協会と申しますか、主催者側がシンボルをつくらないなら、「こういう現象も起きうるが、その覚悟はできているか」と問いたいの、1967年のモントリオール万博の例です。というのも、カナダで開催された万国博であるにもかかわらず、シンボルとして表象されるのは、アメリカ館のバイオスフィアです。また私自身の体験では、2015年のミラノ万博において、とても洗練されたフォルムのパビリオンを非常に気に入る、思わずスタッフに「さすがイタリアらしいですね」と伝えたところ、「いや、これは万科という、中国で不動産を営む企業のパビリオンなんだよ。もっとも、あんまり中国っぽくないのは、海外のアーティストに建築デザインをお願いしたからなんだけどね。」ということで、イタリアの万博なのだけれども、中国企業が出展する、ドイツの建築家が設計したパビリオンだったのです。

そういった文化の交錯が自然に起きるのが万博というものだと考えますが、これらの現象を2025年に置き換えた場合、日本で開催される万博であるにもかかわらず、中国や韓国をはじめとした、自国以外のパビリオンが海外メディアからフィーチャーされることで、それらが結果的にシンボル化されることに対して、日本人が許容する度量があるかどうか。そもそも、そういう現象が容易に起きる場こそが万博なわけですが、「開催地がたまたま日本であっただけで、日本が素晴らしいということだけを喧伝する場なのではなく、どこの国だって、みんなスゴいんだよ」と認め合うのが万博なのだとするのなら、むしろシンボルなど無い方が良いと言えるのかも知れません。そして、シンボルを造らなかったことで起きる現象を、我々が受け入れる覚悟を持っているのか、という点に興味を持っています。

さて改めて、この国における『こないだの万博』は愛知万博ですが、正式名称を『2005年日本国際

博覧会』と言いました。しかし振り返ってみると、実際のところは、愛称の『愛知万博』に近いローカル色が濃いものだったように感じます。そして今度の大阪・関西万博、こちらも正式名称は年号が入り替わっただけの『2025年日本国際博覧会』なのですが、やれ大阪だ、関西だ、などと言っているわけです。日本を冠する国際博であるにもかかわらず、発想は関西地区で留まったままですが、果たして大阪や関西だけに閉じこもっていいのでしょうか。首都圏はもちろんのこと、北海道から沖縄まで、皆さんの関心を喚起して、自分たちの国で開かれる国際博覧会なのだと思うてもらうことが大切なのではないかと考えます。

最後に、私は2025年の大阪・関西万博でも、ボランティアスタッフとして関わりたいと思っています。ぜひ会場でお会いした際には「あのときネット上で見ましたよ」と、気軽に声を掛けていただければと思います。それでは皆さん5年後に、万博会場でお会いしましょう！

パネル・ディスカッション

パネリスト

- ・ 齋藤精一 (ライゾマティクス・アーキテクチャー 主宰)
- ・ 井出 明 (金沢大学国際基幹教育院 准教授)
- ・ 村田麻里子 (関西大学社会学部 教授)
- ・ 二神 敦 (博覧会愛好家)

モデレータ

- ・ 岡田朋之 (関西大学総合情報学部 教授)

(敬称略)

岡田：前半をまとめますと、基調講演では、まず実装を見せるということ、それから万博の役割の再定義が必要だということ、ショートプレゼンテーションでは、井出先生からは、博覧会の本質の再検討ということの必要性と、観光の変化というのは移動、いわゆるモビリティの意味が大きく変わってしまったということを踏まえなければならないということ、村田先生からは、展示空間の拡張ということが、実践的に行われていて、それを何か活用できないのかということ、二神さんからは、大阪・関西万博という名称ではあるけれど、大阪・関西だけではない日本の国際博覧会であるということが大事だということが強く言われていたかと思います。

そういったことを受けて、まずは齋藤さんの基調講演に対して各パネリストの皆さんはどのように受け止められましたかでしょうか。コメントを頂ければと思います。

井出：齋藤先生のお話では、万博なので楽しまなければならないというお話があったと思います。科学技術に関しても、日本の科学技術博物館では、楽しく明るい科学技術としか展示を作っていません。科学博物館などは典型なのですが、ヨーロッパへ行くと、ドイツなどでは、科学技術の負の側面などをきちんと子どもにも説明する工夫がなされていますので、万博というのは本当に楽しくなければいけないのでしょうかと再考してみても良いでしょう。

「あいちトリエンナーレ(あいトリ)」もそうでしたし、その模範としたドイツの「ドクメンタ」国際美術展もそうですが、もっと問題提起型の、ぎりぎりまで現代文明を切り込んでいくようなシリアスな展示というのは出来ないものだろうかと思いました。

村田：Society5.0の未実装が露呈した、というお話がありました。先ほどご紹介したコロナ禍のミュージアムの動きをみてもそうですが、人間というのは結局、差し迫らないとやらないということだと思います。齋藤さんや井出先生のお話にもありましたように、万博は華やかさに依存してきた部分があると思います。それは別に悪いことではないのですが、コロナ禍を経験した今回は決定的に状況や切実さが違うので、本当の実験場になるという意味で面白いのではないかと思いました。

井出先生が、「暴走する科学技術をきちんと展示する」というお話をされましたが、ここはかなりミュージアムの知恵が生かせるはずです。ミュージアムというのは、ずっと負の遺産を展示してきているからです。

また、齋藤さんがおっしゃった、万博を機にデザイン・ミュージアムをつくるというのも、いいアイデアだと思います。偶然ですが、先日買った AXIS というデザインの専門誌の特集が、日本にもデザイン・ミュージアムを、という話でした。ヴィクトリア&アルバート博物館の来歴をみても、博覧会とデザイン・ミュージアムというのは、親和性が高いものです。今回の博覧会の全体性を構想する軸としても使えるのではないのでしょうか。

去年、ロンドンのデザイン・ミュージアムを見してきましたが、イギリスという国の交通システムの考え方とか、サインのパターンとか、はたまたデモンストレーションのやり方とか、あらゆることの「デザイン」にお国柄にじみ出ている、面白かったです。デザイン・ミュージアムは、社会のデザインを考えさせる場なんだと思います。

二神：先ほど、教育とエンターテインメントのバランスという話がありました。思い返すと小さい頃に、教育という観点で博覧会を見に行っただけで無かったと思います。動機としては、パンダを見に行くことや、観覧車に乗りに行くことがきっかけでしたが、いざ会場を訪れてみると、お目当てだったもの以外にも興味が湧いてきて、「振り返ってみれば結果的に学習になっていた」ということのほうが多かったと思います。そういう意味では、とっかかりとしてのエンターテインメント性も、やはり必要ではないでしょうか。博覧会のゲートを開いた時点では特に興味もなかったことが、パビリオンから出てくるときには、深い関心を持つようになった。これは博物館的でもなく、キッズ的なでもなく、何か博覧会的なものがあると思うのです。それが博覧会の及ぼす価値だと思います。

あとは、ちびっ子が大きくなってから「なぜあなたは、その職業に就きたいと思ったのですか？」と尋ねられた時に、「キレイな衣装を着たコンパニオンさんに会ったことがきっかけで、ファッションデザイナーになろうと思った」と答える人もいれば、「外国人ともっとコミュニケーションをとりたいたいと思い、通訳士を目指すようになった」、あるいは「素敵なパビリオンを目にして建築家に憧れた」と答える人もいます。このように万博の影響力は多様で、将来へ向けたあらゆる可能性を秘めた場所ではないかと思っています。だからこそエンターテインメント的要素があって、学習的要素もある、といったバランスが重要で、かつ、どちらも含むものであってほしいと思います。

岡田：ありがとうございます。では齋藤さん、今のコメントに対して、それぞれお答えいただけますでしょうか。

齋藤：井出さんのご指摘のとおり、万博は楽しいだけでいいのかというのは確かにあります。最近の万博は楽しさだけが表向きにあって、中を掘ってみてもあまり何もなかったと思っていたところ。二神さんのコメントではないですけれども、やはり博覧会国際事務局（BIE）が規定しているものが全てかといったら、それも少し違うと思います。入口にエンターテインメント、もしくは楽しさとか楽しさのようなものがあり、その先を掘っていく、興味を持つきっかけを与えるというのが、パビリオン内なのか、今回だとオンラインなのか、万博のレガシー

として必要だと思います。

とはいえ、私の経営する会社がつくっているものは完全にエンターテインメントです。エンターテインメントで入ってみたら、実は科学というのはこういう使い方があったとか、デザインというのはこういう本質があったとか、日本というのはこういう歴史があったとか、もしくは世界でこういう活動をされているとか、そのようにくれたらいいと思います。

また、ダークツーリズムに関しては、興味を持って調べています。先ほどは「いのち」と言いましたが、生きるための命と、もしくは、どう命が消えていくのか—要は死というところを、対比させながら、あるいは同時に、考えていく必要があるといったものも万博にはあります。未来永劫、全て美しく楽しくというわけではなく、今回、タイムライン的には過去から学び、現在どう行動するのかということになるかと思っています。

最近、未来というと、SF的な未来を想像されがちです。今回のパンデミックもそうですが、未来は現在の連続で来ると皆さんお分かりでしょう。逆に、未来をいくら想像しても、現実でこういう問題があると、その未来はそもそも来ないことも分かったと思います。

今回のパンデミックを見ると、分からないと言えない社会を日本はつくってしまったと思っています。分からないものは他から教えてもらう、もしくは分からないものを自分たちが知っているなら、それを共有しようとかという発想が乏しい。日本では、なかなか産業が一つになったり、もしくは通信的に言うところだと ICT でデータが一つにならなかったりします。全てをつないで、教育とエンターテインメントが両立されつつも、楽しさだけではなく、さまざまな視点から深さがきちんとあるような万博をつくっていかねばいけません。

今回、万博に関わっている人間としては、とても良い意見と面白い視点から議論ができていたという感じがしました。

岡田：ありがとうございます。一通りお答えいただいたところで、各パネリストの方々のお話もありましたので、それぞれについて質問、ご意見等、確認事項を中心に、もう少し掘り下げていきたいです。

齋藤：皆さんからもあった通り、今回はインター

ネットをどうやって使っていくかを考えなければいけないと思います。例えば村田先生がおっしゃったような展示の方法等です。いろいろと意見をもらったのですが、美術館では、作品はバーチャルやVRだけではなく、実際に作品と対峙することで自分の鏡になります。それで何であるかを深く掘り下げる入口になると思います。

とはいえ、先ほど井出先生もおっしゃるように、2025年時点でみんなが会場に来られるでしょうか。また、物を運んで来られるかという問題もあります。そういった意味では、オンラインというのは絶対的に不可欠なものになると思います。それこそ二神さんの視点でいくと、全てオンラインにしたら何も起こらないではないか、とならないように作る必要があると思います。インターネットの万博のあるべき姿を、もう少し掘り下げてディスカッションができればと思っています。

80億人をインクルーシブに出来る。しかし、例えば、どこかの山奥などで3Gも来ていないところではそれが出来ません。では、どのように実施すべきでしょうか。物理的空間とどう両立させるべきかが課題になります。

井出先生から、例えば国内需要というのは、ツーリズムでも約80%が実は日本人だったというところで、そんなに大きな損失にはならなかったとお話がありました。そして、復活する兆しはあると。では、万博は国内の人たちに来てもらって、海外の人たちはみんなオンラインにする等、何かイメージされているものもあれば、もう少し具体的に共有頂いて、ディスカッションができるといいと思いました。

岡田：非常に重要な点だと思います。例えば、今回の万博は、おそらく、日本で開催される万博で海外からの最高数の来場者が来るのではないかと考えられていたはずなのですが、それは難しい状況というものがあるわけです。

では、オンラインで開催すると、どのような可能性があるのでしょうか。そこで井出先生もおっしゃっていたインパクのケースですが、インターネット草創期に、インターネットで何ができるかということ自体が試行錯誤でした。また、万博自体の再定義ということで、揺れ動いていた時代でもありました。つまり、ハノーバーで失敗して来場者が全然来ず大赤字を出しました。愛知万博を誘致したが、本当

に万博なのかという疑問も出されました。

今回の新型コロナウイルスのパンデミックの中でICTの可能性はいろいろ試され、齋藤さんも実際STAYING TOKYOで活動されています。どのようなことができるかを試行錯誤しているというのが村田先生のお話にもありました。この様な動きをどのように発展させていけるかということは、とても重要な視点だと思います。

井出：今後の万博は、SNSが社会的な動員の装置になっていることを意識する必要があります。村田先生が美術館女子の話でお話されたように、SNSの持っている力は非常に大きなものがあります。わたしは、去年の「あいつり」の原稿を結構たくさん書くことになりましたが、「あいつり」で問題になった「表現の不自由展」に展示されたような作品は、これまで美術展で普通に展示されていたのです。ところがSNSがあったことで、抗議が殺到しました。

2025年の万博でSNSをどう使うのか考えておかないと、SNSに投稿される写真によっては「何だ、これは。けしからん」とか言って、大変な騒乱になるかもしれません。

あと、ポリティカル・コレクトネス(ポリコレ)の話というのは、今の「ブラック・ライヴズ・マター」でもどんどん世界的に過激になっています。その中で開かれる万博が、インターネットでお互いが情報をやりとりできる社会であるからこそ、どんどん穏便なものになってしまうのではないかと懸念しています。万博のマネジメントをされる方は、この5年間は今までとは比べものにならないくらい、いろいろなことに気を使わなければいけなくて、その分つまらなくなってしまう危険があるのではないかと考えています。現場にいらっしゃる齋藤さんのお話は、ぜひ伺いたいと思います。

村田：万博をオンラインで開催すると、どのような可能性があるのか、という質問でしたよね。私は空間の研究者なので、結局はリアルな空間に身を置くことの意味を信じている人間です。あと、ミュージアムの研究者なので、先ほど二神さんが見せてくださったチケットやグッズなど、モノの収集にも萌えます。やはり、記念品を集めるという喜びは足を運んでこそですよ。だから、実際に現場に出掛けて、そこでいろいろオンラインにするしかないと思います。

たとえば、私自身、現場で長時間列に並んで待ちたくないし、待てない。炎天下の上海万博に行った

ときも大変でした。この時間はここが空いているとか、ここを予約できるとか、現場の交通整理や人の分散にオンラインを活用するとか、あるいは9時間待たされるならオンラインでちょっと中の様子を覗ければ満足できると思える館もあるわけです。そんなかんじで現場にいながらオンラインを最大限していくような空間にするしかないかと思います。

あと、空間の分散ということを見ると、例えば、「フジ・ロック・フェス」のように複数の山があったり、複数のランドが集まる「ディズニー・ワールド」のように、一つのところに行ける人数は制限されているけれど全体がつながっているような「分散型の万博」にして、それをオンラインで情報共有する仕組みも考えられます。あるいはいっそ24時間開館し続ければ、ある程度の人数を保障でき、分散もします。

二神：いろいろなお話が出まして、とても共感する部分が多いのですが、もし主催国としての日本が、万博のテーマに対する具体的な提示ができなくても、海外の国々が頑張ってくれると思います。端的に言えば、「日本のパビリオンがつまらなくたって、断然面白い海外パビリオンがあるじゃないか」と。それに、自国だからこそ気になる「この展示は万博にふさわしくない。もっと適切な表現方法があったのではないか？」などの批判にしても、海外からやってきたパビリオンなら、「これが我が国の流儀ですから」と言うでしょう。となれば、それこそSNSの影響でどうなるか分かりませんが、「あの国はこういうやり方なんだな」と容認せざるを得ない。

とかく、日本人ばかりが集まってしまうと「こうでなければならぬのだ」という暗黙の了解から、おおよそ同じ考え方に落ち着いてしまう。しかし万博は「こういう考え方はまた違う、ああいう考え方があってもいいよね」と互いを認め合う場だと思います。また、「画面上で知ったことが、実際に現場で見ると、まったく違っていた」という経験をするためにも、やはり会場へ足を運び、リアルに体験をすることが重要なのだと思います。ネット上のやりとりでは、実際にモノを見ていないにもかかわらず、周りの意見にも影響され、いろいろ言ってしまう人が多いのだけれども、自分自身の目で確かめてから物申す、となれば状況が変わってくると思います。そういう意味では、実際に足を運ぶことの大切さを、もっと伝えなければならぬと思います。

齋藤：おっしゃるとおり、動員の革命と言われているSNSをどう使っていくか。もしかしたら、2025年に関しては博覧館自体を二軸で考えなければいけないかも知れません。一つはオンサイトで、安全・安心を取りながら、もちろんスマートシティーとかICTを活用しながら、どう状況が変わってもレジデンス的にできるのか。もう一つは、インターネット博覧会をもうもう一度、2025年に再構築する必要があります。それらができることで、24時間オープン出来るかも知れません。

実際のパビリオンの廉価版がオンラインであるとか、もしくはその逆ということではなく、同時並行的にオンラインのレイヤーと実際に起きている万博のレイヤーというのを考えて、そこをどうつなぐのかということが必要になってくると思います。もしかしたら、リアルサイトで行われる万博のテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」ですけれども、オンラインであるところは、それに少し呼応して独自でテーマを持ってもいいのかなと思いました。

村田先生から共有がありましたとおり、例えば、今年バーニング・マンがオンラインに、また、フォート・ナイトでトラヴィス・スコットがオンラインになりました。ワンタイム・イベントというゲーム・エンジンを使ったイベントをやって、2日で2,800万人集めたので、ほぼ半年の万博と同じ人数を集めているわけです。ですから、今後さまざまなプラットフォームを考慮してつくっていかなければいけないと思います。

またSNSという非常に民主的なツールがある中で、それをどう利用するのか、もしくはどう考慮するのかです。政府系のイベントであっても、しっかりと受け止めた上で万博を実施していかなければいけないと思います。

岡田：オンラインかオフラインか、あるいは、リアルタイムかリアルタイムではないのかという二つの軸でどういうものができるか考えていく必要があるというのは非常に興味深いと思います。われわれも、そういう学術的なフォーメーションもなかなか難しい状況になっていて、どうやっていくのか、模索している状況なので、非常に興味深いです。

SNSが問題になる初めての万博ではないのかというお話も井出先生からありました。SNSの活用は、2012年の麗水万博のときに、組織委員会が動員をかけるために使ったり、SNSサポーターズを組織し

てイベントを開催させたり、といったことがありました。その流れは、その年の暮れにあった朴槿恵前大統領が当選したときの大統領選挙につながっている面もあります。今のように、全世界的、あるいは日本全体が誰でも、という状況ではないのですが、エッセンス的なものはたくさんあると思うのです。

ARとかVRによる体感の拡張をSNSと結び付けていけるのか、リアルサイトと結び付けていけるのか、どう具体的に参加を高めていったり世界的に広げていくのかという実装の課題があると思いました。**井出**：万博の場合、場所の管理をしなければいけません。去年の「あいつり」的に、けしからん展示というのがSNSで流れて、ガソリンをまきに行くというような脅迫電話がかかってきたら、もう閉じなければいけないわけです。計画される段階でどうやってマネジメントするのでしょうか。「あいつり」のときには、そこまでひどくなるとは考えていませんでした、と記者会見で津田さんはおっしゃっていました。万博については、5年前の計画段階でも、そこまでセキュリティを考慮しておられますか。

岡田：万博の場合ですと、対テロ対策が厳しくて、ペットボトルの持ち込みもチェックされ、飛行機並みのセキュリティ・チェックが入ります。そういう対策に関してはかなり、「あいつり」の場合に比べると強いと思います。

井出：「あいつり」のとき、関係ないところに火をつけるとか、そういう話がたくさん出てきました。展示されているコンテンツの一部だけを取り上げて、SNSで回って「反日的だ」とか、そういう話になったときに、万博会場が大丈夫だったとしても関連のところまで含めると、展示を取り下げるべきだと主張する大衆をコントロールできなくなってくる可能性があるのではないのでしょうか。その大衆をコントロールできないという状態は、アメリカの「ブラック・ライヴズ・マター」でも感じます。その大衆のコントロールについては、何か考えていらっしゃる事やお感じになられることがあれば、伺いたいです。

岡田：例えば、ミラノ万博とかカザフスタンのアスタナ万博でも、会場あるいは開催都市での警護は、ものすごく厳しくなりました。上海のときもそうでしたし、オリンピックでもそうです。例えば、齋藤さんがおっしゃっていたように、全世界対象でやるとなると、どこかで何かが起こる可能性を考えた

ら、どうなろうと起こるわけです。齋藤さんに聞くのは、すごく酷な気もしますが、何かお考えがありますか。

齋藤：万博は国際的なイベントですので、セキュリティは非常に重要です。また、セキュリティだけではなく、日本の場合では災害も含めて防災はしっかりとする必要があります。この安全・安心は重要です。

People's Living Lab (PLL) は1月末にいったん終了しましたが、その中でもやはり安全をどう確保するかというアイデアは各社からたくさん頂いています。ただ、おっしゃるとおり、万博の中で展示されているもので物議を醸してというか、世論の大きなうねりというところまで管理ができていないか、もしくはそこまでの対応が現段階でできているかという点、「あいつり」の事象等から学んでいくべきことは多いと思います。その管理も含めて、さまざまな意見があるからこそ、今回の万博はきれいなところだけではなく問題があるところを話し合っていくというような万博になるべきだと思います。

本当にどうまとめていくべきなのでしょう。「ブラック・ライヴズ・マター」もそうですし、「あいつり」の件もそうですし、それ以外のSNSで、先ほどの「美術館女子」の話もそうです。ネガティブ(ネガ)などところが出てはいけないうか、民主的にいろいろとディープな話になると思います。

物理的な安全の部分に関しては、しっかりとシステムをつくるべきです。これが都市OSと言われていたようなOSで管理をするという点、安全を全体的に見ていく、もしくはアラートが付いたら各所に、これは運営なのか何なのかにきちんと情報がリアルタイムに共有されていくようなことは絶対に必要だと思います。

あとは小さいところなのですが、結構大きいのが、二神さんからもありましたとおおり、例えばミラノ万博では、9時間お客さんを待たせているわけです。炎天下の中で待たせると、やはりどうしてもネガが出ます。日本館も急遽、傘を差して9時間待っているようにしました。イタリア人が9時間待つのはあり得ないと思ったのですが、本当に9時間待っていました。

そこで、ICTの出番です。安全を確保していくのもそうですし、ベーシックの部分、サイバーセキュリティもそうですし、物理的な運営もそうです

す。ですが今までは全部ばらばらに動いていた節があります。これは「オリ・パラ」も、はたから見てもそう見えます。この部分は連携しながらガイドラインを作って、それを実装していく必要があると思います。

岡田：他、村田先生、二神さんはいかがでしょうか。

村田：確かにオンラインで見られるもの、オフラインで見られるもの、現場に行ってこそつながる情報等、いろいろなパターンの組み合わせというのが現実的だと思います。多分、万博のような大きなものだけではなくて、国際学会等も今後はそうなるんじゃないかと思います。

そうなったときに「メディアはメッセージ」ではありませんが、載せる媒体や形によってコンテンツをきちんと変えるということが重要になってきます。もしオンラインで流すコンテンツを増やすのであれば、そこをきちんとマネジメントする必要があります。オンラインのコンテンツは、単に、現場で使ったものを電子化したものではない別のデザインが必要で、ここに資源や資金を投資しないと、「あいつり」どころの話では済まなくなる気がします。

そして話しは逸れますが、ちょうど参加者からミュージアムに関する質問が一つ来たのでお答えしてよいですか。「アフターコロナの時代では、学校教育で博物館をどう取り扱ったらいいか、ご示唆ください。これまでイギリスでは、授業で大英博物館に行ったり美術館に行ったりしました。日本の場合は、ハードルが高かったけれども、オンラインだと行けそうな気がしたからです」。

ずっと腰の重かったところをミュージアムが突破しましたので、事前学習が充実すると思います。オンラインで出来る事前学習キットの提供や、学校から子供達がミュージアムにいる学芸員とつないでオンラインで話すといった機会も増えると思います。ミュージアム側も、一度自分たちの殻を破ったので、動きやすくなったというか。コレクションの貸し出しや出前授業といった、前から行われてきたものも、以前よりも積極的な意味がでてきた気がします。

ただし、その前後には、必ずミュージアムに足を運ぶべきだと思います。事前学習や事後学習を膨らませることでリアルな体験を補足しつつ、意味のあるものにはできると思います。それは、博覧会のオンライン・オフラインの関係でも同じことがいえると思います。

岡田：ありがとうございます。二神さんからもお願いします。

二神：SNSでマイナスのイメージが広まることに関しては、もし大阪・関西万博についてのマイナス意見を、例えば、SNSを通じて北海道の人たちとか九州、沖縄の人たちが「そうだ、そうだ」と発言してくれていたならば、この万博を自分のものとして皆さんが捉えてくれていることの裏返しだと思いますので、むしろOKなのではないかと思います。

というのも、「あいつり」もそうですし、愛・地球博の時ですらそうでしたが、「大阪に比べたら名古屋なんて」という具合に、歯牙にもかけないんですね、関西人は。「愛知万博など見に行く意味はない」ということで関心すら持たない。1970年の万博を体験した方々にとっては炎上どころか、「そんなつまらん話だよ」という感じでした、今ほどデバイスが整っていなかった、という時代性もありますが、開催地の盛り上がりぶりは伝わっていませんでしたね。しかし、2025年の大阪・関西万博となれば、70年万博体験組も関心を寄せるのではないのでしょうか。

これまでの万博や博覧会を振り返ると、81年の神戸博でポートライナーが止まったとか、90年の大阪花博ではウォーターライドが落ちたとか、マイナスの部分在全国に報道されることで、初めてイベントを知ってもらえた、という側面があります。起きたことはマイナスでも、その副次的な影響を考えると、必ずしも悪いことばかりではないと思います。

「マイナス」イコール「起きてはならないもの」ではなく、マイナスが起きて、それをどう解決したかというのがまさに博覧会ではないのかと思います。実験的な街として試す場が博覧会会場ならば、場所も期間も限定したうえで解決手法を明確に見出すための試験場としてふさわしいかと思いますので、その点も含めて出し物にしてみたらどうでしょうか。

岡田：なかなか大胆なご意見ですが、人命が失われたり、けが人が出たりということはあってはならないことですので、そうでない範囲でいろいろなクレームが出るとか、そういうものに対してきちんと対応していくことはあります。それは約6カ月間という博覧会の期間の中では、常に起こってきたことです。最終的に、いい結果が残るということ、そういう中で行われてきたということは間違い

ないと思いますので、非常に貴重なお話だったと思います。実体験として齋藤さんがこれまで関わった中で、この様な事件はありますでしょうか。

齋藤：仕事に関わらなかったら、上海万博をやっていることも、ミラノ万博をやっていたこと、また登録博と地方博があってといったことも知らなかったと思います。

例えば、ドバイ万博も来年に延期されましたが、万博は、ほぼ意見力を失っています。コニー・アイランドではないですけども、そこに来る地元の人たちメインの遊園地的なものになっていると思います。そこを少し変えていく必要があると思います。

今までの万博は、「うちはこれができるんだ」と少し背伸びしている、もしくは背伸びして少し爪先が浮いているぐらいのことを展示しているものが多かったと思います。今回に関しては、井出先生がおっしゃったように、ネガティブも含めて議論をすとか、世界中でどう解決するのか、もしくはそういうものを社会に対してどう生かしていくのかということを考えていく万博でなければいけないと思います。ですから、世界中のノウハウが集まるというよりも、集まって議論をする場所になっていいと思います。

そうになると、世界中、誰しもが、今年は万博が開催される年だから、何かが決まる、もしくは何かが変わるといふ、それぐらいの効力を持ったものを、もう一度作りたい。もちろん、このカンファレンスもそうですけれども、いろいろな業界が国際的なディスカッションとか、パネルとか、もしくは展示とかをしていると思いますが、そういうものが合わさって登録博になり、5年に1回世界中のどこかで開催され、それが定義書ではないにしても、そこからSDGsというものをどう評価しようといった動きを生み出せばいいと思っています。例えば、「サウス・バイ」も変わってきて、例えばフェイクニュースに関して結構大きなディスカッションが至るところで起こっています。

それは、政府の人たちも入って、フェイクニュースにどう対応するのか、もしくはSNSの民主性に対してどう考えていったらいいのかをいろいろところでカンファレンスするようなことが、「サウス・バイ」等で起きています。そういうところを国際的に考え、そこで出た一つの答えを各国が持ち帰る、もしくは各企業が持ち帰るような場所になったらいい

と思います。

二神さんがおっしゃったように、問題があってそれをみんなで解決するかというのが、万博の一つのあり方でもあると思います。特に大阪・関西に関しては、もう始まっているわけです。大阪・関西万博は、候補に上がって最終的な承認が下りる直前だと思いますが、しっかり準備して実装していかなければいけません。そして、このプロセスの中でこういう問題が起きたなら、それに対して、PLLのプラットフォームを中心になのか、プラス・アルファ日本全国で、もしくは世界で、いろいろな年代の方々の考えで、どう対応していくのかというディスカッションも今すぐにでも始めたほうがいいと思います。

岡田：21世紀の万博の大きな流れとして、市民参加ということが愛知博から特に強調されるようになりました。そういう点でもSNS等で話題になったり、そこから世論が高まったりすることにより、人々が参加する可能性や余地があることは大事だと思います。

さて、次の会場からの質問ですが「サイバー空間とフィジカル空間の関係について質問します。現状では両空間が融合している状況にないというのは齋藤様のSociety5.0に関する評価のとおりだと思いますが、博覧会に限った場合、両空間が切れ目なく存在する。そして利用者が両空間を行き来するような融合空間というのは実現可能でしょうか。」ということです。齋藤さんからお願いします。

齋藤：可能というか、それをやらないと駄目だと思います。ですから、スマートシティに限ったことではありませんが、スマートシティができなかった一つの理由として、例えば、不動産業界はITのことを分からないし、IT業界は不動産のことが分かりません。その中間領域でどうしても断裂が起きていたのを全員集まって車座的にやるべきなのか、それともそれを横断しているまれな人をディレクターなのかプロデューサーに立てて、そこをまとめるのは絶対に必要だと思います。

個人的にはずっと20世紀型で来ているので、21世紀型万博はまだ開催されていないと思います。ドバイ万博でも、VRでパビリオンが見られますが、まだ20世紀型だと思います。単に見られるだけでは、バーチャル体験できるわけではなく、これを実装するのが絶対、必要だと思います。現実空間とバーチャルなのか、そういう空間を、しっかり対峙した

ものをガイドラインとして、あるいは実際にどうつくるかというのを25年までには一つの方向性を打ち出さないといけないと思います。

岡田：オンラインでしか体験できないような体験というのを何か用意できるような場である必要があるということでしょうか。

齋藤：オンラインにはグラデーションがあると思います。もちろん、80億人とした場合、プラットフォームやデバイスに乏しい人でも参加できます。未来ではないですが、ハイエンドのものをを見せていく、今ある技術で何ができるかを見せていく、考えていくというのが万博の一つの在り方だと思います。このグラデーションはオンラインだと思います。

また先ほどお話ししました通り、オンライン・プラットフォームと物理的なレイヤーがあって、それがどう呼応しているのか。これが、もしかしたら国でやるテーマ館でつながっているか、もしくは井出さんがおっしゃっていたように、リアルの夢洲でやるところは「生きる」のほうの命で、オンラインのほうは「死」のほうを扱うものになるとか、そういうことでつながっていくようなことを考えていかなければいけないと思っています。

岡田：例えば、リアルとオンラインのハイブリッド、あるいはシームレス化が求められていると思います。やはり観光にしろ、ミュージアムにしろ、今後、求められていくことだと思いますが、いかがでしょうか。

井出：ダークツーリズムの世界では、オンラインで暗い話を見せることは、よく言われています。例えば、七十数年前、ここでたくさんの人が戦争で亡くなったという看板を楽しい観光地に置くと、旅情が削がれてしまうので、地元観光協会が反対することはよくあります。同様に、阪神・淡路大震災で悲惨だったときの神戸の町は、今ではイメージできません。そこで例えば、ARを使って、阪神・淡路大震災のときはこうだったと、町歩きの中で出てくると、「ここまで復興したんだな」と見えてきます。暗い話をオンラインでAR的に見せていくというのは、可能性としてかなりある話だと思います。これは少し研究したいところです。

村田：やはり会場に密集できないので、たくさんの会場を設けて、別の場所を使う、別の空間に人が行くようにデザインし、参加のレイヤーを増やすしかないのだと思います。例えば、万博でもディスカッ

ションの場をとというお話がありましたが、そうなるかとミュージアムのレクチャーとか、学会の発表とか、そうものにも近くなってくる気がします。これまでのような大規模会場の万博のような大人数の参集ではない仕方、小さな参集の仕方を里山的につくっていかうとすると、必然的に町そのものも関わってきますし、町の中の人々も関わってきます。

これに関連してですが、ちょうど「そういう熟議型の万博やネットや分散型万博の場合、入場料収入の確保の仕方を考える必要があると思いますが、解決法はありますか」という質問が来ています。**齋藤**：おっしゃるとおり、現実的に訪問できることの価値とオンラインで参加が、もしくは訪問できる価値とがだいぶ変わっていると思います。一部の文化施設などは、無料になってきています。文化庁他、様々な助成金で補填する仕組みがありますが、どうビジネスにしていくかを考えていかないといけません。文化SDGs自体も、もしくは博物館とか、それ以外のところも存続が厳しくなると思います。オンラインに関しても、もしくは実際の万博会場に関しても、このチケットングによって、運営に最低限必要なものは絶対、確保しなければいけないとは思っています。

井出：今のお話に関連してですが、大阪の会場で全てをカバーするのが難しくなったときに、関西全体で考えると姉妹都市という枠組みがたくさんあります。私が仕事をしている金沢市は、ロシア・イルクーツクと姉妹都市です。今度、万博で世界中から国が参加するときに、関西の小さな都市とその国の姉妹都市との間で体験型イベントを、例えば奈良県の小さな市でやってもらうとか、兵庫県のどこかの小さな市でやってもらうのはどうでしょう。そうすると大阪一極集中になりません。交流もできて相互理解も進むようなイベントを広域的にできるのではないかと観光学者としては思います。

齋藤：おっしゃるとおりです。やはり広域で連携するというのは、今回の肝だと思います。タクシーが無料になる時代です。もしかしたら、万博の入場料も無料にして、少しラジカルですけども、観光のほうで稼いでもらうという、全部今までの方程式で当てはめるのではなくて、新しい万博のモデルのようなものも、オプションとして考えていく必要はあると思っています。

村田：今のお話に補足と提案ですが、昨年夏に京都

で国際博物館会議（ICOM）という大きな博物館の世界大会が開かれました。参加者にとっては、京都全体がお祭り空間になっていて、大量のミュージアムが無料で門戸を開きました。しかも夜間開館や、特別なイベントが目白押しでした。

今度の万博では、このような博物館のネットワークやインフラを上手に使うことが出来るのではないかと思います。姉妹都市の話で思い出しましたが、多くの博物館が姉妹都市に関わるモノやコトを展示しています。その意味でもすごく親和性が高いです。博物館のキャンペーンも兼ねて、ぜひご一考をお願いします。

齋藤：おっしゃるとおりで、博物館は連携すべきだと思います。例えば、六本木アート・ナイトのイベント・ディレクターを2015年にしましたが、結構、苦労したのは、やはり国立の施設は夜には開けられないとか、そもそもガイドラインが違い過ぎるというものでした。自分たちの持っている価値に気付いていないところも多過ぎます。結局、体制が重過ぎて、なかなかそれがオープンできないとか、町中がとか、そういう活用ができないというところは、絶対的に改めないといけないと思っています。

ICOMに参加し、幾つかのツーリズムに参加しましたが、どうしても囲い込みになってしまいます。京都だったら、市内もしくは府内がありますが、もう少し広域に考えていかなければいけません。すごく素晴らしいイベントだったし、その関連イベントは素晴らしかったと思いますが、もう少し広い関西広域まで巻き込むことが出来れば良かった。全体でそういうお祭りになって、何だったら日本全国でいろいろな文化施設が連動した展示なりテーマを持って同じ時期にできるといいと思いました。

岡田：ありがとうございます。最後に二神さん、いかがでしょうか。

二神：これまでの議論では、どう見せるかに力点が置かれていましたが、何を見せるか、要するに何が見られるかが一番大切だと思います。今は「VR」だ「AI」だと、手段としての先進技術ばかりがクローズアップされていますが、それらの技術でもって、どんなメッセージを伝えたいかは聞こえてきません。万博を見に行く側としては、感動したいとか、泣きたいとか、「なるほど」と言いたいのです。しかも、それが期間限定で、場所も限定だから、そこに行かなければというモチベーションが湧きます。

家においても体験でき、いつだって見られるとなれば、人というものは今しかできないことを先に取り組み、万博は後回しにするなど、優先順位を下位に置くでしょう。

ですのである程度、限定性は必要だと思います。そうでないと、皆さんの関心もそこに集中せず、万博に興味を引き付けることが出来ないのでは、と博覧会マニアながら思います。

岡田：ありがとうございます。時間的な制約と空間的な制約、場所的な制約をいかに取り払えるのかというところが、一つのオンラインとオフラインと両方でやっていく上での鍵になるのだろうという印象を受けました。しかもそれは、万博を開催する6カ月間という制約、あるいは大阪・関西を中心に行っていくという制約、そういう枠組みをどうデザインしていくかというところが肝なのだろうと思います。では最後に一言ずつお願いします。

二神：開催5年前でも、これほど濃いお話が聞けましたので、5年後はどうなるか、すごく楽しみです。

村田：ICT利用が絶対に必要だというところは、多分登壇者全員で同意ができていると思うのですが、その中でも、私はリアルな空間の重要性を強調しておきたいと思います。それを生かせる形でICTを上手に利用できるよう設計することが重要だと思います。同時に、インフラやテクノロジーや経済について考えるだけでは不十分で、もう少し社会学的な視点から、社会の中のさまざまな価値観について検討しないと大きな落とし穴があるかも知れません。今回、COVID-19の専門家会議の在り方を見ていて思うのですが、医療の専門家ばかりで、今回のような状況で人々が社会的にどのようにふるまったり、何を感じたり考えたりするのかという社会学的な視点が抜け落ちているという気がしました。そこも考えて、新しい万博がデザイン出来たら面白いと思います。

井出：今日は本当に刺激的な討論でした。この5年間で万博学のような学問ができるのではと思いました。博物館学という学問があります。観光学という学問もあって、15回の授業がきちんと成り立つような教科書があります。万博学という科目というものはあるのでしょうか、存じ上げませんが。

岡田：博覧会学、講座を含めて確かあったと思います。

井出：大学の講義科目として万博学のようなものが

きちんと15回のシラバスを書けるようなものをこの五年間で準備をして、それで終わった後、教訓も含めて、万博というものがどういうものを各学問領域から俯瞰できるような教科書をみんなで頑張って作ったほうがいいと思います。

齋藤：非常に刺激的な討論をありがとうございました。万博学というのは面白いと思います。すごく大事なのは、やはりプロセス自体をオープン化していくって、分からないものは外からどんどん補填してもらおうということです。PLLは、一つの大きな万博の柱になっています。足りないピースをずっと言い続けるのは大事だと思います。もしくは、低迷しているということもきちんとオープンに、分からない

ことは分からないと言い続けるのが大事です。そのプロセスのデザインの出来が、2025年の大阪・関西万博の成功・不成功の鍵を握っています。オンライン、オフラインもありますが、何を残すかという意味で、そのプロセスをきちんとデザインしなければいけないと思いますので、このような討論会を定期的にできたらいいと思います。

岡田：非常に深いところまで、いろいろと議論の場が進みましたけれども。まだ何も決まっていない5年前というか、4年半後です。もう、そこまで来ています。そこでこういう議論ができたことは、非常に価値があるので、今後、これを何かの形でつなげていければと思います。



