SURE 静岡大学学術リポジトリ
Shizuoka University REpository

海外万博の日本館：世界に売りたい日本イメージ（研究の進捗発表）

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2019-05-29 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 原田, 伸一朗 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10297/00026617

海外万博の日本館 ー世界に売りたい日本イメージー

原田伸一朗（学術院情報学領域）

2018 年 11 月 23 日，パリで開催された博覧会国際事務局（BIE）総会で，エカテリンブルク（ロシア），バクー（アゼルバイジャン）を破り，大阪は 2025 年万博の開催権を獲得した．

オリンピックと並ぶ国家的・国際的ビッグイベントである「万博」だが，マスメディアを通じて集中的に報道されるオリンピックと比べると，自国開催でもなければ，万博への注目度は低い．海外で開催された万博については，いつどこで開催され，何がテーマでどのような展示がなされたか，伝えられることが少ないのが現状である．

本発表は，発表者が 2010-2017 年に海外で開催された 4 つの万博（上海万博，麗水万博，ミラノ万博，アスタナ万博）に実際に参加した経験をもとに，それぞれの日本館でどのような展示がなされていたか，写真を中心に紹介，分析するものである．海外万博を手がかりに，日本がどのようなナショナル・イメージを世界に売り出そうとしているか，その一端を探る試みである．

21 世紀の万博は，これまでのような産業振興・国威発揚のためのイベントではなく，グローバルな課題の解決に向けた「理念提唱型」万博へと変化を遂げたと言われる．

日本館も，伝統的日本イメージへの期待を意識しつつも，変容・多様化する現在進行形の日本を展示している．エンタメ性・派手さにおいて韓国や新興石油国などのパビリオンに負ける部分もあるが，現地での日本館の支持・人気が総じて高かったのは，それぞれの万博のテーマをまじめに踏まえて，技術力と文化力の両面を魅せる国家ブランディング戦略によるものと考える．