



2024年世界自動車博物館会議 日本大会

Conference Report

Hindsight, Insight, Evolution

JAPAN 2024

目次

ご挨拶	2
大会テーマ	5
タイムテーブル	5
プログラム	
基調講演	9
各セッションと発表	11
車両展示・車両走行	27
図書・貴重資料室ツアー	31
富士モータースポーツミュージアムの見学	32
フェアウェルパーティー	33
富士ファンクルーズ	34
ウエルカムパーティー	35
事前ツアー	36
運営	
会議実施までの歩み 実行委員会記録	37
主催者、運営組織、開催会場	38
パブリックリレーション・コミュニケーション	42
アクセシビリティ・参加者サービス	43
登録	
参加費・参加者数・参加国・所属	45
大会後のイベント	
オンライン報告会	47
参考資料	
協賛一覧	48
制作物	49

2024 年世界自動車博物館会議日本大会

実行委員長

布垣 直昭



布垣直昭氏

日本のクルマ文化は、世界からどのように見られているのでしょうか。

日本が自動車生産台数ではじめて世界一になったのは1980年で、44年も前の事です。日本車の世界への普及は急速に進みましたが、貿易摩擦問題などもあり、必ずしも文化的に受け入れられる事とイコールではありませんでした。

その後日本車も海外生産の比率が高まり、それぞれの地域に溶け込んできたともいえます。グローバル化が進展してきた一方で日本車は日本車としてのこだわりや、独自の味も醸成してきたのではないのでしょうか。

今回、世界から集まった自動車博物館の専門家達が口々に語っておられたのは、昨今日本の旧車が大変人気となって注目を集めている事です。その理由として大きく2つ語られているのは、子供の頃から家族のクルマとして日本車に親しんできた世代が、懐かしい想いで日本車を見ている事、そして日本のポップカルチャーである、マンガやアニメ、ゲーム、映画に登場する日本車が、憧れの対象としてもみられるようになってきた事をあげておられました。

ただ、それだけでは説明がつかないのは、その世代が見ていなかったはずの、日本市場だけにしか販売されていなかった、JDM (Japanese Domestic Market)すら人気となってきている事です。

例えばよいかわかりませんが、和食のお寿司が、初めは健康志向で一部の人が食べるようになったのが次第に人気となり、地域の味に合わせたカリフォルニアロー

ルなどが広がっていきませんが、今では舌の肥えた人たちが日本の伝統の味を求めて築地を訪れているように、クルマでも似たような事がおこっているのかもしれない。

いずれにせよ、ここまで世界から日本車が興味を持たれるようになったのは、日本車が文化として認められる大変なチャンスでもあると感じています。

では、はたして日本がそれを追い風として受け止める受け皿を用意できているのでしょうか？

今回会議で日本の各メーカー様からのプレゼンテーションでは、どのようにして日本の旧車愛好家の期待に応えていくかの動きも紹介されていましたが、企業としての収益活動とのバランスの中で模索段階であるようにも伺われました。日本車のヘリテージを活かした本格的なクルマ文化の醸成はまだ始まったばかりなのかもしれません。

ただ今回の日本開催では、日本の各メーカー様が一致協力していただき、貴重な情報交換が行われたのは大きな実績となりました。これまで必ずしも強くなかったメーカー間のつながりを途切れる事なく続けていきたいと考えています。

また、この機会に初めて日本のミュージアム各施設を視察いただいた海外の方々も多く、彼らに日本を知っていただく絶好の機会ともなりました。ここで生まれた多くの絆を、ぜひ皆様と共に未来につなげていければと願っております。

世界自動車博物館会議

Michael Penn 議長 挨拶

2024 年世界自動車博物館会議 日本大会のオープニングセッションで挨拶に立ったのは本会議で新議長に就任した Wim Van Roy 氏であったが、Roy 議長は前議長の Michael Penn 氏のビデオメッセージを披露し、オープニング挨拶に代えた。

諸般の事情で Penn 氏は今回の会議には参加できなかったが、欧米で過去 34 年開催されてきたこの会議の欧米以外の地域へのアウトリーチの必要性を説き、日本での開催に向けて最も情熱をつぎ込み、幅広く有益な助言をくださったのは紛れもなく Penn 氏である。その意味で、正に Penn 氏は日本開催の立役者と言えよう。

Penn 氏はイギリス Haynes Motor Museum 立ち上げに参画し、展示車 29 台から始めて 400 台超まで育て上げるとともに、1989 年の世界自動車博物館会議開始以来一貫して会議に参加し、過去 18 年間議長としてボードメンバーを率いてきた。Penn 氏は以下の主旨で、これまでの経験を踏まえ示唆に富むメッセージを届けてくださった。



- ・ 後継議長の Wim Van Roy 氏はメディア界ではそのデジタルスキルやコミュニケーションの斬新なアプローチで知られ、歴史的遺産車両への熱い想いをもち各コンクール・デレガンス審査員も務めている。彼が世界自動車博物館会議を明るい未来へ導くことを確信。
- ・ 「歴史的遺産車両への情熱を共有する人々が一堂に会し知見を共有するための国際フォーラムを提供し、世界中の自動車博物館が直面している課題へのグローバルな視点を持つ」とした世界自動車博物館会議創設時のミッションは拡大することそこあれ揺るぎないもの。
- ・ このフォーラムでは優れたアイデアを持つスピーカーから話が聞けるが、ややもすると聞いただけになりがち。優れたアイデアは、記憶の新しいうちに、コーヒープレークやランチタイム等に他の参加者との対面での議論を行うことが肝要。
- ・ Facebook、X、WhatsApp などのプラットフォームは人間のコミュニケーションの重要な手段であるボディランゲージが欠落している。
- ・ 人と人とのコミュニケーションは対面でのそれが一番。是非このフォーラムで一人でも多くの人と会話し、ネットワークを拡げていただきたい。スピーカーが伝える知恵は重要だが、その知識はお互いに顔を合わせて話し、聞いたことによって啓発された経験を共有することで自らの血となり肉となる。
- ・ 如何に案内板に言葉を並べても、来場者の気を引くためにどれだけ多くのベルやホイッスルを鳴らしても、案内員が発した言葉が最も大きな影響を与えることを学んだ。
- ・ 今回の日本でのフォーラムを通じ、今後更に参加者間の交流が活発になり、お互いの自動車文化についてもっと学び合うようになることを期待する。今回のフォーラムで取り上げているテーマは、「バーチャル」「日本車」等これまでのフォーラムで取り上げていない点にも及んでおり、幅広く、かつ深いところまで各スピーカーが掘り下げている点も魅力。
- ・ 今回のフォーラムでは、プレゼンテーションを最初の 2 日間に凝縮している。そのため、ここで得た知見を踏まえ各国からの参加者と交流する時間は十分ある。そのチャンスを逃さないでほしい。言葉の問題は無視してほしい。我々は同じ自動車博物館の世界にあり、言語の壁はコミュニケーションの障害にはならないはず。
- ・ 「参加者がお互いの考え方を共有し、存分に楽しむことができればこのフォーラムの目的の大部分を達成したと言える」と私は確信している。

フォーラムの議論内容や結果は別の章をご参照いただくとして、Penn 氏の示唆に富むメッセージは多くの参加者の心を揺さぶり、非常に素晴らしい成果につながった。改めて前議長 Michael Penn 氏の 2024 年世界自動車博物館会議 日本大会実現に向けたリーダーシップに感謝申し上げたい。

(文 / 野木 正弘, トヨタ自動車)

全国科学博物館協議会

国立科学博物館 理事（兼）副館長

栗原 祐司氏 挨拶

本会議の1週間後である11月9日に、全国科学博物館協議会と共催し、オンライン報告会を実施した（47頁参照）。

その際に、全国科学博物館協議会を代表し、栗原祐司氏は以下のように挨拶された。



- ・ この大変すばらしい会議を主催したトヨタ博物館をはじめ、日本開催実行委員会としてご協力いただいた各社の皆様、協賛いただきました各社の皆様、そしてご参加いただいたすべての皆様に厚く御礼申し上げます。
- ・ 世界自動車博物館会議は、「自動車を収集展示する博物館関係者が集うフォーラム」として1989年9月より隔年ごとに開催しており、今年は初めてのアジアでの開催で、韓国やオーストラリアをはじめ、アジア太平洋地域から多くの参加があったことは、この会議のさらなる発展の可能性を感じとることができた。
- ・ 今回のテーマは、『温故知新 / Hindsight Insight Evolution』であり、過去を学び（Hindsight）、知見を深め（Insight）、今後につなげていく（Evolution）という、実にこの会議にふさわしいテーマであり大変充実した内容であった。
- ・ 今回多大なるご協力をいただいたトヨタ様をはじめ、日本は世界的にみても数多くの自動車メーカーが存在する国であり、各メーカーがそれぞれ自動車博物館や展示ホール等を有してる。今回の会議でも各社のスタッフがそれぞれ発表やモデレーターを務めていただき、今後につながるであろう国内の自動車博物館の連携・協力を感じ取ることができた。その準備には多大なご負担があったかと思うが、改めて御礼申し上げたい。
- ・ 各自動車メーカーは、本来営利を目的とする企業のため、オールドカーを修理したり、保存・展示したりすることは本来の目的ではなく、新車を買ってもらうことが第一目的だと思う。しかし、会議でも報告があった通り、レストア部門があることによって、オーナーの方々が愛する自動車をいつまでも運転し、それを企業が一生懸命レストアすることで、企業に対する信頼感も醸成され、まさに自動車文化の発展によって、イギリスのように自動車にかかる税金が安くなるという効果も期待できるのではないかと思う。
- ・ 鉄道車両や船舶に次いで、ようやく2020年に東京市営の「円太郎バス」が国の重要文化財に指定され、2021年には国鉄バス1号車も重要文化財に指定された。各企業が所有するのヒストリックカーが重要文化財になるのも、時間の問題ではないかと考えている。
- ・ 当館が所蔵する「オートモ号」も、1925年に横浜から積み出された国産自動車の輸出第一号とされている歴史的車両で、トヨタ博物館との共同プロジェクトで修理を行い、高い文化財価値がある。
- ・ 今大会では、国内の自動車博物館にもご参加いただいた。世界にはまだたくさんの自動車博物館、自動車のコレクションをお持ちの館がある。今後、これらの多くの館にもご参加いただき、世界自動車博物館会議がますます発展し、自動車文化も普及していくことを祈念する。

大会テーマ



『温故知新 / Hindsight Insight Evolution』

過去を学び（Hindsight）、知見を深め（Insight）、今後につなげていく（Evolution）

日程

10月26日（土）～29日（火）

<OPTIONAL TOUR> オプショナルツアー	
Japanese Auto Museums Tour ～HONDA-NISSAN-MAZDA～ 日本の自動車メーカー系博物館をめぐる旅～ホンダ－日産－マツダ～	
26 th Oct	(AM) Honda Collection Hall, ホンダコレクションホール見学
	(PM) Mobility Resort MOTEGI, モビリティリゾートもてぎにて昼食
27 th Oct	(AM) Nissan Heritage Collection, 日産ヘリテージコレクション見学
	(PM) Transport from Shin-Yokohama to Hiroshima, 新横浜 ⇒ 広島
28 th Oct	(AM) Mazda Museum, マツダミュージアム見学
	(PM) Sightseeing in Hiroshima and Miyajima, 広島・宮島観光
29 th Oct	(AM) Transport from Hiroshima to Nagoya, 広島 ⇒ 名古屋

<OPTIONAL TOUR> オプショナルツアー	
Toyota Commemorative Museum of Industry and Technology Tour トヨタ産業技術記念館ツアー	
13:15	Shuttle Bus from Nagoya Marriott, 名古屋マリOTTアソシアホテルよりシャトルバス
13:45 – 15:45	Museum Guided Tour, 館内ガイドツアー
15:45	Move to the Welcome Reception Venue (the Auditorium of the Museum) ウエルカムパーティー会場へ移動

Welcome Cocktail Reception ウエルカムパーティー	
15:15	Shuttle bus from Nagoya Marriott, 名古屋マリOTTアソシアホテルよりシャトルバス
16:00 – 18:00	Welcome Cocktail Reception, ウエルカムパーティー
18:15	Shuttle Bus to Nagoya Marriott, 名古屋マリOTTアソシアホテル行きシャトルバス

10月30日（水）

Time	Theme	Other Program
9:10	Greetings on the Occasion of the Event in Japan	
9:25	Welcome to Japan	
9:40	Why did the Automobile Industry Prosper in Japan? なぜ日本で自動車産業が栄えたのか？ Evolution of the Automobile Industry : Past, Present and Future 自動車産業の進化：過去、現在、そして未来	
10:15	QA 質疑	
10:35	Break 休憩	
10:50	What is the Popularity of Vintage Japanese Cars Overseas? 海外での日本の旧車人気とは	Vehicle Exhibition and Demonstration Run 車両展示・走行
10:55	Japanese Cars of America's Rad Era アメリカのラッド・エラを彩った日本車たち	
11:15	Japanese Car Culture in the UK : A New Chapter for its Motor Museums? イギリスにおける日本の自動車文化	
11:35	QA 質疑	
11:55	Lunch 昼食	
12:55	Examples of Utilizing Digital Technology and Distinguishing between Digital and Real-world Usage デジタルの活用例、リアルとの使い分け	Museum Library and Special Collections and Archives Tour 図書室/貴重資料室 ツアー
13:00	Virtualization of CSR Activities and Future Outlook of Corporate Museums 拡張する企業博物館の価値	
13:20	AI in Motion - Transforming Motor Museums AI の動向 - モーターミュージアムの変革	
13:40	QA 質疑	
14:00	Break 休憩	
14:15	Innovations and Challenges in Museum Management 博物館運営の工夫・悩み	
14:20	Reassessing Heritage Value 遺産価値の再評価	
14:40	Innovations and Challenges in Museum Operations 博物館運営の工夫・悩み	
15:00	QA 質疑	
	Today's Review 本日のふりかえり	
15:20	Free Tour 自由見学	
16:00	Shuttle Bus Departure バス発車	

10月31日(木)

Time	Theme	Other Program
9:10	Heritage Activities of Japanese Automobile Manufacturers 日本の自動車メーカーのヘリテージ活動	
9:15	Nissan's Heritage Utilization 日産のヘリテージ活用について	
9:35	CLASSIC MAZDA Overview of Services for Vintage Vehicles 「CLASSIC MAZDA」レストアサービス及び復刻部品の企画/開発について	
9:55	QA 質疑	
10:15	Break 休憩	
10:30	The Background Behind Cars Becoming a Culture クルマが文化になりえた背景	Vehicle Exhibition and Demonstration Run 車両展示・走行
10:35	American Car Culture: An Introduction アメリカの自動車文化入門	
10:55	How Automobiles Became "Culture" and its Future Prospect 自動車が「文化」となる、その将来の展望について	
11:15	QA 質疑	
11:35	Lunch 昼食	
12:35	The Formation of Automotive Culture in Asia and the Role of Automobile Museums アジアにおける自動車文化形成と自動車博物館の役割	Museum Library and Special Collections and Archives Tour 図書室/貴重資料室 ツアー
12:40	Automobile Industry in Asia アジアにおける自動車産業	
13:00	Australasian Repositories オーストラレーシアのコレクションについて	
13:20	QA 質疑	
13:40	Break 休憩	
13:55	Reflection on the Major Transformations of 100 Years Ago and a Message for the Future 100年前の大変革考察と未来へのメッセージ	
14:00	Britain's Motor Industry: Full Circle? イギリスの自動車産業：歴史は繰り返されるのか？	
14:20	The Great Transformation of 100 Years Ago and a Message for the Future 100年前の大変革と未来へのメッセージ	
14:40	QA 質疑	
15:00	Break 休憩	
15:15	General Review	
15:25	Closing Remarks	
15:30	Notices from the Secretariat 事務局からの諸連絡	
15:40	Free Time 自由見学	
16:50	Toyota Automobile Museum Special Presentation: Digital Fireworks トヨタ博物館からのプレゼント企画（デジタル花火）	
	Commemorative Photo 記念撮影	
17:00	Shuttle Bus Departure バス発車	

11月1日（金）・2日（土）

1 st November	
8:00	Shuttle Bus to Fuji Area, シャトルバス
14:00	Fuji Motorsports Forest, 富士スピードウェイにて走行体験
14:30 – 17:00	Fuji Motorsports Museum and Other Facilities, 富士モーターミュージアム他
18:00 – 20:00	Farewell Dinner (Fuji Speedway Hotel), フェアウェルパーティー
20:30	Shuttle Bus to Hotel Clad, ホテルクラッド行きシャトルバス

2 nd November	
8:00	Shuttle Bus from Hotel Clad to Fuji Speedway Hotel, ホテルクラッドよりシャトルバス
9:00 – 11:00	Fuji Fan Cruise, 富士ファンクルーズ
11:30	Shuttle Bus to JR Mishima Station, 三島駅行きシャトルバス

自動車産業の進化：過去、現在、そして未来

Evolution of the Automobile Industry: Past, Present and Future

スピーカー

藤本 隆宏 特定非営利活動法人 日本自動車殿堂
会長

ファシリテーター

古橋 賢一, カワサキモータース株式会社
企画本部 渉外部 担当部長プロシニア



イノベーション理論の代表的なモデルである Abernathy-Utterback モデルは、産業の発展過程をプロダクト（製品）イノベーションとプロセス（工程）イノベーションの発生頻度の組み合わせによって特色づける。自動車産業に当てはめれば、1886年にダイムラーとベンツがガソリン自動車を発明して以降、頻繁なプロダクト・イノベーションが起きたが、1908年のT型フォードがドミナント・デザイン（当該産業において確立された、その後の基準となる支配的な製品デザイン）となり、プロセス・イノベーション、すなわちどのように生産性を上げていくかに関心が移った。

1910年代にフォードの生産システムが登場すると、仮説として1930年代から産業ライフサイクルのロングテールが始まったと考える。自動車産業は様々な問題に直面し、プロダクトとプロセスにおいて多くのイノベーションを起こし続けた。ひとつのサイクルが終わらないうちに次のサイクルが始まる、全てが不確実な時代に入った。

日本では20世紀に入る頃に、初めて自動車に遭遇した。多くのプロトタイプが生まれたが、限られた台数しか生産されなかった。1923年の関東大震災によってフォードとGMが日本に自動車市場があることに気づき、小規模な生産を始めた。その後、トヨタ、日産、いすゞが新興メーカーとして参入し、様々なメーカーが自動車を進化させた。日本経済をマクロに俯瞰すると、1900年代から成長が続けたが、第二次世界大戦で大きく減退した。その後、幸運や努力により、東西冷戦期に急速な経済成長を遂げるが、冷戦終結後の1990年代に日本の経済成長は止まった。しかし、G7の中でドイツと日本だけは製造業がGDPの約20%を占めており、この30年間は経済が停滞していても、製造業はゆっくりだがGDPを伸ばしていて、製造業大国という良い。

日本における製造業人口は、この30年間で1500万人から1000万人に減少した。中国では3億人が製造業に従事しているとされる。それでも日本の製造業は良い状態にあるといえ、特に自動車産業のパフォーマンスは高い。一方で中国の生産性向上も著しく、国内で労働力不足が始まったことを考えると、日本の工場の生き残りは厳しいと言わざるを得ない。

2022年に日本の製造業の輸出は過去最高を記録した。日本の製造業の強みと弱みは何か。ケーパビリティ・アーキテクチャ・パフォーマンス（CAP）アプローチで解明する。ケーパビリティ（組織能力）とは付加価値の流れであり、お客様に向かって良いフローを作ること。アーキテクチャは設計構想であり、エンジニアの基本的な考え方。これが噛み合えば、その製品は競争力が高まる。

まず、パフォーマンス（競争力）は重層的な形であり、生産、市場、利益などの競争力が絡む。生産パフォーマンスにはカンバン、改善、5S、自動化、混流生産など多くのルーチン（基本動作）が含まれる。これを全てマスターすれば、TPS（トヨタ生産方式）で生産競争に勝てる。ここに日本の強みがあり、自動車のような複雑なアーキテクチャで有効である。

次に、ケーパビリティは安定的にお客様に付加価値の流れが作れているかであり、モノと情報の流れである。トヨタの大野耐一氏によれば、ムダを減らすには付加価値作業時間率を最大化することであり、リードタイムを短縮することでコストを下げ、品質を高める。その理論は非常に有効である。

最後に、アーキテクチャはエンジニアの考え方であり、機能要素と構造要素の組み合わせである。パソコンは機能と構造が1対1で対応しており、これをモジュラー（組み合わせ型）アーキテクチャと呼ぶ。自動車は機能と構造が多対多で複雑に絡み合っており、インテグラル（擦り合わせ型）アーキテクチャという。日本はこの複雑な世界で強みを持っている。また、構造要素（部品など）間のインターフェースなどの基本設計が個々の企業ごとに閉じていればクローズド・アーキテクチャ、業界標準インターフェースでつながっていて他社部品と結合可能であればオープン・アーキテクチャと呼ばれる。

プロダクト・アーキテクチャには3つの基本型がある。
(1)クローズド・インテグラル型は日本の自動車メーカー、
(2)クローズド・モジュラー型は米国の自動車メーカー、
(3)オープン・モジュラー型は中国の自動車メーカーや GAFAM（Google・Amazon・Facebook・Apple・Microsoft）である。中でも、日本においてインテグラル・アーキテクチャの製品は国際競争力が高く、輸出比率が高い傾向にある。

自動車産業の未来について。EV は世界市場の 10%を占め、その 6 割は中国である。急速に市場が拡大したが、ここに至り鈍化している。EV は簡単には増えないと予測している。マラソンに例えると、まだ 10-20km 地点で、普及するのは 30-40 年かかると見る。短期的には悲観することはないが、手をこまねいているわけにはいかない。CO₂ の排出と LCA（ライフサイクルアセスメント）が重要。バッテリーの製造段階で多くの CO₂ を排出している。EV は重要だが、オールマイティではない。多くのイノベーションがなければ、弱点は克服できない。まだ過渡期にある。

現在においてもケーパビリティは重要。TPS は今でも重要と言える。同時にアーキテクチャを構築する能力も重要になっている。いわゆるシリコンバレー的な考え方が出来ることも重要である。自分たちには弱みだが、競争相手には強みになっていることもある。オールマイティな存在はない。競争と協力が同時に起こるという複雑な状況になっている。ケーパビリティもアーキテクチャもどちらも重要になっているのである。

（文 / 大洞 和彦, トヨタ産業技術記念館）



アメリカのイケた時代の日本車

なぜ 1980 年代や 1990 年代の日本車が今、ヨーロッパやアメリカで人気なのか？

Japanese Cars of America's Rad Era

スピーカー

Derek E. Moore, Lane Motor Museum

Curator of Collections

ファシリテーター

石井守, SUBARU テクノ株式会社

デザイン事業室 室長



Derek E. Moore 氏

日本車は 1950 年代後半に米国市場に導入されて以来、70 年代から関心を集めて来た。そして 80 年代、90 年代には燃費やサイズ、品質、値段の点でアメリカ人のニーズを満たし、市場を席捲するようになった。この熱狂は過去 20 年間に米国の自動車文化の中で顕著な盛り上がりを見せている。アメリカでは現在でも 80 年代や 90 年代の日本車に愛着を持ち、所有する人たちがいる。このような人たちにアンケート調査を行い、日本車のクラシックカーに人気がある理由、それらを所有している理由を探ることにした。

アンケート調査は全米の日本車コレクターに送付し、53 人から回答を得た。アンケート自体は 10 問の質問からなっている。その結果、所有者の年代で最も多かったのは 30 代の方々と、まさに「イケた」時代に生まれた人たちである。また日本仕様の日本車と、アメリカに輸入された日本車を持つ方の割合はほぼ半数ずつであった。なぜ日本車が好きなのか、という問いに対する回答では、若い世代の人たちは、日本のゲームや映画、マンガ、音楽などのポップカルチャーに興味がある等、日本自体への興味が一番多く、家族に影響を受けたケースが 2 番目であった。また、「ワイルド・スピード」や「ニード・フォー・スピード」などの、アメリカに正規輸入されていない「右ハンドルの日本市場専用車」にフューチャーした映画の影響でその存在を認知した。日本車を集める理由に関する質問では、そのスタイルやデザインの良さ、という答えが一番多く、次いでその技術にあるという回答が続いた。日本車の利用としては、

日本車のショーやイベント、コンクールに出場するため、という回答が多く、次いで日常の利用が続いた。日本車のクラシックカー所有者がグループやクラブに属しているかについては、このようなグループに属していない方がやや多かった。また 80 年代 90 年代の日本のクラシックカーに人気がある理由としての自由記述では、車自体に理由がある、という回答が突出していた。具体的な記述としては、排ガス規制をクリアする技術に長けていたこと、革新的な技術、スピードなどの性能が高い、スタイルの良さや独自のデザインなど多くの理由が示された。調査の結果、日本車の優位性は、ポップカルチャーにおける反響、定評ある品質、この時代の日本車独自のデザインに起因することが明らかになった。さらに日本の旧車人気は引き続き上昇傾向にあると示唆しており、他の年代の日本車への関心も高まってきていると示された。

発表後の質問として、80 年代 90 年代の日本車の優れたデザインに関する問いに対し、アメリカ車にはない、小ささ、そしてシャープなデザインが挙げられる、という回答であった。また人気が出た理由に関する質問には、25 年ルールで正規輸入できなかった右ハンドル車や燃費規制を満たさない古い車が輸入できること、入手困難なものに価値を見出し所有したという方がいる、ということも回答された。

(文 / 大路 樹生, 名古屋市科学館)

イギリスにおける日本車文化 —自動車博物館の新たな一歩

Japanese Car Culture in the UK: A New Chapter for its Motor Museums?

スピーカー

Jon Murden, National Motor Museum, Beaulieu
Chief Executive

ファシリテーター

石井守, SUBARU テクノ株式会社
デザイン事業室 室長



Jon Murden 氏

ナショナル・モーターミュージアムのチーフ・エグゼクティブ、Jon Murden 氏は、日本車とその文化がイギリスのモーターファンに与えた影響について語った。ナショナル・モーターミュージアムは、世界初の自動車博物館として自動車の社会的、文化的、経済的影響を認識して発展してきた。

イギリスと日本の自動車業界のつながりは1918年、東京石川島造船所がイギリス Wolseley と契約し、Wolseley A9 の国内生産を始めたことにさかのぼる。しかし、ナショナル・モーターミュージアムのコレクションには1935年型ダットサン・タイプ14など数少ない日本車しかなかった。この車は日本初の量産車で、ヨーロッパに渡った最初のダットサンとされている。

日英の自動車関係は戦後さらに深まった。1951年、日産はイギリスのAustin社と提携、いすゞもRootes Groupと契約し生産を開始した。1960年代以降、日本車の輸入が増加し、1970年代にはイギリス市場でのシェアを拡大した。特に1973年の石油危機以降、日本車は日常生活に定着し、消費者の嗜好に大きな変化をもたらした。

1980年代には、日本企業が欧州での拠点をイギリスに置くようになった。本田は1981年にBritish Leylandと提携し、日産は1986年にサンダーランドに工場を開設、トヨタも1992年にダービーシャーに進出した。これらの日本資本の工場は、併せてヨーロッパで最も生産性の高い工場となり、イギリスの自動車製造業に活気を取り戻し、今日ではイギリスの自動車生産のほぼ半分(47.7%)を占めている。

このような製造業の成長から生まれた親しみやすさが、クラシックカーとしての日本車への関心を下支えしてきたのである。日本車の製造や整備に携わった人々の間では日本車に対する特別な愛情があり、英国の大衆文化の一部として容易に認識されているのである。このように、英国における日本車の長年にわたる役割は、クラシックカーとしての新たな人気の中心であるノスタルジアの価値を与えている。

1990年代以降、アニメや漫画、映画、ゲームを通じた日本文化への関心が高まり、個人輸入されたJDM (Japanese Domestic Market) 高性能車も注目された。映画『ワイルド・スピード』やゲーム『グランツーリスモ』を通じて、若い世代にとってJDM車は憧れの的となった。

ナショナル・モーターミュージアムは50周年を迎え、多様な観客層にアピールする新たな戦略を模索している。日本車の社会的・技術的意義を認識し、2002年型ホンダインサイトなどの車両を収集している。同時に、若く多様な層の自動車愛好家にアプローチし、日本車文化への関心を広げることを目指している。

質疑では、最も関心がある日本のクラシックカーについての質問に対して、イギリスの生活に根差したダットサンサニー、ホンダバラード、トヨタクラウンを「アングロジャパニーズカー」との呼び名で挙げた。

(文 / 別所 利紀, トヨタ自動車)

拡張する企業博物館の価値

The Expanding Value of Corporate Museums

スピーカー

相川 貴之, いすゞ自動車株式会社
広報部 部長

ファシリテーター

大谷 洋二, 三菱自動車工業株式会社
ラリーアートビジネス推進室 室長付



相川貴之氏

いすゞ自動車広報部の相川貴之氏から、企業ミュージアムであるいすゞプラザにおける CSR 活動のバーチャル化について発表があった。いすゞプラザはいすゞの過去、現在を知り、ファンになってもらうことを目的とした施設で、年間約 6 万人の来場者があるが、2020 年のコロナ禍により休館せざるを得なくなり、その時に何ができるか模索をはじめた。

まず、社会科見学のバーチャル化を行った。小学校 5 年生の社会科の必須プログラムとして企業の工場見学があり、コロナ禍において工場見学のバーチャル化は喫緊の課題だった。実施にあたり、工場の機械音を収録し、実際に工場見学をしているような臨場感を演出するとともに、いすゞプラザと小学校をオンラインで結び、児童にクイズを出題し双方向のコミュニケーションを意識するといった工夫を行った。バーチャル社会科見学はいすゞプラザと会場をオンラインでつないで一部が紹介され、会場の参加者はクイズにも参加した。

次に、CSR 活動のバーチャル化を行った。これまで CSR 活動はものづくり体験教室など対面での実施を前提としていたが、コロナ禍により中高生向けのお仕事紹介授業をオンライン化したり、こども向けのウェブサイト「いすゞタウン」において、ものづくり体験や交通安全に関する啓蒙活動として動画配信も行った。

コロナ禍が明けた現在では対面での工場見学は再開しており、近隣の小学校は現地で、遠隔地の小学校はバーチャルを活用して実施している。バーチャル社会科見学に参加した小学校が修学旅行でいすゞプラザを訪問した例もあり、CSR 活動では、バーチャル体験で興味を持った地域に赴き出張授業を行うなど、バーチャルとリアルを組み合わせることにより好循環を生み出す取り組みを行っている。

また、いすゞプラザには大型トラックの運転体験ができるドライブシュミレーターや、架空の町でいすゞの製品がどのように貢献しているか紹介するジオラマ展示などのバーチャルコンテンツがあるが、これらに加え未来の「運ぶ」を映像化した未来展示ブースの作成を検討していることが紹介され、バーチャル化の取り組みがリアルや未来への道案内としての役割を果たすことが示された。

質疑では運用に向けて苦労した点、工夫が話題となり、バーチャルコンテンツ作成のために工場の稼働を一時的に止めなくてはならず、将来の世代にとって意義があることを職員に伝え理解してもらうために時間をかけたことが紹介された。

(文 / 有田 寛之, 国立科学博物館)

AI の動向 – モーターミュージアムの変革

AI in Motion - Transforming Motor Museums

スピーカー

Wim Van Roy, World Forum for Automobile Museums
Chairman

ファシリテーター

大谷 洋二, 三菱自動車工業株式会社
ラリーアートビジネス推進室 室長付



世界自動車博物館会議議長の Wim Van Roy 氏から、博物館における新たな AI ツールの活用について発表があった。

まず、博物館の機能ごとに AI 活用の可能性が紹介された。コレクション管理ではデータ取得やタグ付けの自動化、OCR による文章のデジタル化、温湿度のモニタリングによる所蔵品のコンディション維持などが可能となる。来館者体験では、生成型 AI による展示と来館者のリアルタイムでの交流が個人の好みに応じた展示見学や解説を可能とする。データ分析では、来館者の行動やウェブ上の好みに関する考察を得て、トレンド予測や展示の最適化に使われることで、来館者の展示理解を深める体験を生み出すことができる。コンテンツ作成では、自動生成による展示解説や多言語対応に使われることで多様な来館者の好みに対応可能になる。ソーシャルメディアやマーケティングでは、投稿予約やエンゲージメントの分析に使われ、来館者の反応を理解することで、ターゲット層の好みに合わせたキャンペーンを生み出すことができる。また、インベントリーやコレクションの維持も効率化され、リアルタイムのモニタリングや異常検出により収蔵品と来館者を確実に守ることができる。

次に実際の導入事例として、個人の興味や滞在時間、好みに合わせたセルフガイドツアーの生成、聴覚障害者むけのリアルタイムの手話翻訳、視覚障害者向けの音声ガイドの提供、人型ロボットの活用が紹介された。

最後に AI 活用における検討事項が示された。倫理的な観点では、AI は博物館ならではの体験を高めるためで他に置き換えるものではないこと。技術的な挑戦として、専門的人材やインフラを要しハイテク企業との連携が必要で、小さな組織には難しいこと。コスト面では、ハードもソフトもコストが高いが、長期的に見ればコレクションのカタログ化や来館者データ管理などの自動化により職員をより高度な業務に向かわせられること。来館者の順応について、来館者には伝統的なアプローチを好む人もいるため、多様な利用者に向けた博物館体験のデザインが必要であること。正確性と信頼性において、コレクションや歴史的文脈において正しい情報を提供する必要があり、誤りは博物館の信頼性を損なうこと。AI の活用にはこのように倫理、コスト、来館者のエンゲージメントに関する深い理解が必要で、米国、欧州、ICOM などにおいて専門家の知識共有や検討が進められていることも紹介された。

質疑では、来館者体験の変化の予測や、異なる属性の来館者を誘引するための方策にウェブ上にある大量のデータを AI など技術の助けを借りて分析することが有効である点などが話題に上がった。

(文 / 有田 寛之, 国立科学博物館)

遺産価値の再評価

Reassessing Heritage Value

スピーカー

Luca Hoare, Haynes Motor Museum
Curator

ファシリテーター

相馬 裕介, スズキ株式会社
広報部 国内広報課 課長

Luca Hoare 氏は、機能的な機械として作られたクルマの展示物における意義や保存方法の影響について発表した。ヘリテージカーの保存方法には、静的保存と動態保存の選択があり、その決定は車両ごとに行う必要がある。クルマの主な機能は動くことだが、その意味は人によって異なり、形や動き、音などの感覚的側面も重要である。しかし、多くの博物館では静的展示を選択することが多い。動態保存の場合、部品の交換が必要になる一方で、静的保存でも劣化は避けられないため、オリジナルの温存が完全に保たれるわけではない。

保存修理理論では、オリジナリティーや歴史性が重視され、物質的なオリジナリティーを低下させることを最小限に抑えることが求められてきた。しかし、クラシックカーは本来動くことを目的としており、動態保存の意義も存在する。走らせることで得られる歴史的意義は、物理的な意味を超え、来館者にとっての理解を深める重要な要素となる。動態保存は、来館者に視覚だけでなく、音や匂い、振動による多面的な体験を提供し、強い感情を引き起こす。

また、動態保存は専門知識の伝承にも寄与し、技術が失われるリスクを軽減する。ヘリテージスキルや保存技術を提供することは博物館の意義の一部であり、展示物の物質的側面だけでなく、その価値を実現することが求められる。



最近の保存理論では、コレクションの価値は物質的なオリジナリティーから、現在と未来の世代のために保存されるべきという価値観に移行している。このため、アクセスと保存は必ずしも対立するものではなく、むしろ相互に補完し合うべきである。

展示物の寿命は有限であり、価値が失われるとその寿命も終わる。クルマの保存方法は、時間とともに変わる価値観に基づいて決定されるべきであり、来館者の意見を反映させる必要がある。来館者は、クルマが動いている様子を直接体験することで、より大きな価値を感じることができると考えられる。したがって、展示物の価値を最大限に引き出すためには、来館者が価値を感じる方法での展示が重要である。静的展示と動態展示の選択は、単に物質的な信ぴょう性だけでなく、来館者が求める価値、体験とのバランスを考慮した上で行われるべきであると述べた。

質疑では、静態保存と動態保存の見極めについて話し合われた。Luca Hoare 氏は、来館者が大切にしている体験、展示車両の歴史的、保存の観点など、何が大切かを見極め、個別の車両ごとに判断し、決めていくことが大切だと意見を述べた。

(文 / 藤井 麻希, トヨタ博物館)

博物館運営の工夫・悩み

Ingenuity and Worries of Museum Management

スピーカー

朝日 嘉徳, 本田技研工業株式会社

コーポレートプロモーション部 エキスパートエンジニア

ファシリテーター

相馬 裕介, スズキ株式会社

広報部 国内広報課 課長



Honda は 2023 年に創立75 周年を迎えた。Honda の創立50 周年の記念事業の一環として、1998 年に Honda Collection Hall が設立された。Honda Collection Hall は栃木県芳賀郡茂木町のモビリティリゾートもてぎという、豊かな森に囲まれ多彩なアクティビティが楽しめるリゾート施設内にあり、これは非常に特徴的な立地である。

この度の大きなリニューアルに向けて様々な課題の抽出を行う中で、モビリティリゾートもてぎとしては、家族で楽しめる体験施設の充実により、来場者の増加がある一方、Honda Collection Hall は約 300 台の車両の展示を中心に、ただ鑑賞する博物館に留まっていた。また、主な展示品が 1998 年までの物であったため、その後の 25 年間のアップデートが必要であった。来場いただいたお客様に、何を伝えたいか？何を見せたいか？を改めて自問しながらコンセプトを練り上げた。

リニューアルコンセプトは、Honda の製品や、レーシングマシンを中心に数多くの車両を圧巻の景色として見せる展示から、創業から現代、そして未来へと広がる、夢と挑戦の物語を通して、Honda のフィロソフィーを伝承する博物館へと進化させることを目指し、適正な展示車両の配置と、空間デザインの検討を行った。例えば、これまでの展示レイアウトでは、ガイドツアー中に、一堂に車が見えてしまうと、参加者はまわりの車が気になり集中できないという傾向がわかったため、各車両のことをしっかりと伝えられる空間づくりとした。

体験として力を入れたのが、音声ストーリーガイド。来館者のスマートフォンからも二次元コードを読み取ると、各展示に記された Honda の夢と挑戦の物語を見ることが出来る。現在、英語、中国語、日本語に対応。スマートフォンがない方は、無料でガイドシステムを利用できる。館内は順路に沿ってご覧いただくと、小説を読み込んでいくかのようなストーリー性のある展示にしている。各時代に起こ

っている出来事や、Honda の信念、成功体験だけでなく、苦難や挫折を経験したことも取り扱い、伝えている。過去だけでなく、過去を知り未来を思ってもらえるようなコンテンツにしている。

今回のリニューアルによってはじめて展示されたのは 2000 年代の物語である。エントランスには、Honda の新たな夢と挑戦として HondaJet を設置。体験を重視した様々な展示は、来館した子どもたちを含め、将来へ向けたきっかけづくりとなるように工夫。子どもの頃の原体験は大変重要と考えている。年間 3 回の企画展を実施し、リピーター獲得を目指している。多くの車両を一気に蔵出しした見ごたえのある企画展として Garage Collection を立ち上げた。HondaJet の搭乗体験と UNI-ONE の試乗、子ども向けの Honda F1 マシンの乗車体験などを提供。こうした数々の今までやったことのない体験の提供により、Honda との接点が増え、リニューアルの成果が出ていると実感している。今回の世界自動車博物館会議をきっかけに世界中の Museum 関係者のみなさんとのつながりを持ちながら、様々な体験を作れるようになれば良いと思う。

質疑では、没入感のある空間デザインなど、デザイナーとしてのデザインのこだわりは？という問いに対し、展示ブースなどにおいても、まわりの環境に対して、どのように見えているか、どの角度からどうみてどう感じるか、設計の段階からより気持ちよくみられる空間づくりを目指している、と述べた。また、若者の車離れが言われるが、全く興味のない人に向けて工夫していることは？という問いについては、車を造っている側でも魅力的なもののづくりができていくかが重要であると述べた。車が売れるから造るのではなく、自分たちの欲しい車を造っていた 1970 年代のクルマづくりを、Honda Collection Hall の展示の事例を挙げて説明した。

(文 / 田邊 玲奈, 国立科学博物館)



日産のヘリテージ活用について

NISSAN Heritage Activations

スピーカー

安藤 駿介, 日産自動車株式会社
グローバルブランドエクスペリエンス部 部長

ファシリテーター

田中 伸明, ヤマハ発動機株式会社
クリエイティブ本部ブランドマーケティング部 部長



発表の冒頭で、ヤマハ発動機の田中伸明氏は、日本における「ヘリテージ」の定義について説明した。日本では「ヘリテージ」と「レガシー」が使われる場合があり、どちらも日本語にすると遺産と訳されるが、微妙に意味合いが異なる。ヘリテージは「歴史を越えて引き継がれる」文化的・歴史的価値のある遺産や概念を指し、次世代に引き継ぐことを重視する。一方、レガシーは人や組織の活動を通じて後世に影響を与えるもので、将来の世代に残る評判や影響力を意味する。日本の自動車メーカーでは、ヘリテージは過去の製品やブランド、信頼を指すことが多いが、厳密な使い分けはされていない。このセッションでは、ヘリテージを日本の自動車メーカーにとっての文化的・歴史的価値のある遺産、継承物、伝統として定義することが述べられた。

日産自動車の安藤駿介氏は、日産のヘリテージの戦略的活用やアセット管理、ヘリテージコレクションの概要について発表した。日産にとってヘリテージとは、歴史を紡いでいくものであり、クルマや技術に込められたブランドの思いや姿勢を体現する重要な要素である。企業の歴史において、困難な時期にどのような決断をし、イノベーションを生み出したかを未来に繋げることがヘリテージの役割であり、信頼を構築する要素でもある。British Brands Group の言葉を引用し、過去と現在が融合するストーリーがブランドへの信頼を強化すると述べた。

ヘリテージの戦略的活用として、新型車の発表や重要車種の周年イベント、会社の節目イベントに活用している。ストーリーを重要視し、モデルに込めた思いやブランドのこだわりを発信している。日産ヘリテージコレクション（神奈川県座間市）は一般公開されており、最新モデルを展示する日産グローバル本社ギャラリー（横浜本社）にも「ヘリテージゾーン」が設けられている。コロナ禍以降は YouTube でのヘリテージコレクション見学会配信や SNS を通じた過去の名車のストーリー投稿も行われている。

ヘリテージのアセット管理として、1961 年以降のニュースリリースを 2022 年にデジタル化し、ウェブ上で公開、専門博物館での調査・研究への活用も期待している。また、ヘリテージコレクションでは、約 500 台を収蔵し、約 280 台が公開されている。前述のようにイノベーションをもたらしたストーリーをもつクルマが主体となる。コレクションは 1960 年代前半から保存が始まり、会社創立 80 周年の 2013 年に一般公開された。コロナ禍前には年間 23,000 人が訪れるほど好評を得ていた。博物館ではなく車両基地、ガレージとして運用されているため、歴史情報の網羅的提供には課題があると安藤氏は指摘し、今後の取り組みが必要であると述べた。

（文 / 藤井 麻希, トヨタ博物館）

「CLASSIC MAZDA」レストアサービス及び復刻部品の企画/開発について Planning/Development of Restoration Services and Reproduction Parts

スピーカー

谷本 康成, マツダ株式会社
コーポレート事業本部総務部 部長

ファシリテーター

田中 伸明, ヤマハ発動機株式会社
クリエイティブ本部ブランドマーケティング部 部長



谷本 康成氏

「CLASSIC MAZDA」は、古い車も大切にする文化を育てたい、という“志”から 2016 年に始まったオーナー向けのレストアサービスである。対象の「初代ロードスター」は、車とユーザーの感情的な結びつきが強く、幅広いユーザーに愛されていることから最適な車であると考えている。社内外の協力体制があって成り立っている事業である。作業はユーザーからの申込後、書類審査、現地確認を経て決定し、基本は3ヵ月で完了する。レストアの際の重要なポイントとなる「部品供給」については、純正部品サプライヤーだけでなく、他のサプライヤーにも協力を依頼している。この作業を通じて、インテリア部品の修復業者が日本には少ないという課題も判明した。インテリアは社内では修復できる体制を目指している。ユーザーと5回の直接交流があり、メーカーとユーザーの新たな絆が育まれている。「今後の取り組み」として、第2弾に3代目 RX-7を対象とし、現在、試験的な車体の修復を実施している段階である（本会議の車両展示会場に展示）。長年供給できなかった部品の再販開始は、整備工場にも喜ばれ、ユーザーとの絆の結びつきができた。

会社として今後も単に古い車を修復するだけでなく、日本の自動車文化を世界に発信し、持続可能な社会の実現に貢献したいと考えていると発表は結ばれた。

質疑は、マツダ社の旧車コレクションに対する考え、ヨーロッパやアメリカではレストアを行わないのか、博物館の車を世界に貸し出すことはあるか、レストアサービスにオーナーズクラブを入れている経緯は、最大500万円するレストアより新しい車を買った方が安いのにレストアが支持される理由は、など。質疑に対し、可能な限りレストアした車を展示していること、ミュージアム以外にも車を持ち出していること、レストア車は過去の開発を知る目的で、開発主査や若手スタッフも試乗していること、今後はレストア事業、車の貸し出しなど世界へ拡大することも検討すると回答があった。また、メーカーには中古車を直す技術が無いためオーナーズクラブとの情報交換で関連の整備工場を知り、その企業と契約して、レストアに関してメーカーが教えていただいていた経緯があるとの回答もあった。海外にもメカニックが沢山いるので、メーカーとして連携を深めてほしいとのコメントがあった。

（文 / 鈴木 雅夫, 名古屋市科学館）



アメリカの自動車文化入門

American Car Culture: An Introduction

スピーカー

Leslie Kendall, Petersen Automotive Museum
Curator

ファシリテーター

近藤 文彦, ダイハツ工業株式会社
広報室 室長



Leslie Kendall 氏は冒頭に、自動車文化とは、車の価値を評価し、車と強い関係をもつ様々な社会で共有されている信念、態度、習慣、活動の総体を表すものである、と述べた。アメリカの自動車文化は、社会経済的状況、産業成長に必要な原材料へのアクセス、歴史的出来事、国民の独立心によって形成されてきた。広大な土地と長距離移動の必要性から、自動車はアメリカ人にとって欠かせない存在となり、探検や迅速な移動を可能にした。

田舎では公共交通機関が不足しており、自動車は長距離移動の唯一の実用的手段であった。自動車は当初、馬と同様に使用されていたが、進化とデザインの革新を経て、社会的地位や富の象徴となった。1900 年代初頭、鍛冶屋は馬と自動車の両方のメンテナンスを行い、馬車が一般的でなくなるとモータリスト向けの商売に切り替えた。

1910～20 年代には道路の改良とともに、安価でパワフルな車が普及し、長距離旅行が楽しめるようになった。自動車旅行の人気が高まり、州間高速道路網の成長に伴い、旅行関連ビジネスが設立され、レストランやモーター、ガソリンスタンドが急増した。都市部では自動車ショーが開催され、魅力的なディーラーが集客に貢献した。

車は音楽や映画とも融合し、ハリウッドでは車がファッションリーダーとして宣伝された。豪華なショールームが増え、ディーラーは上品な雰囲気ですを促進した。中古市場も拡大し、パーツアクセサリ店も増加した。車はライフサイクルを経て廃車場に行くというサイクルが形成された。車の利便性向上により、モータリストは自宅のような快適さで運転できるようになり、ラジオが車内エンターテインメントとして注目された。駐車場は都市計画の重要な要素となり、立体駐車場も増加した。

戦争によって一時的に自動車文化は変化した。1940 年半ばに平和が戻ると、自動車メーカーは 1942 年モデルを焼き直して販売した。起業家たちは戦後、様々なサイズの車を販売したが、大手メーカーの中古車が市場にあふれると新しいタイプの車は姿を消していった。自動車メーカー

は子どもや青年をターゲットに様々な工夫を凝らし、車への憧れを育てた。

ヨーロッパから帰国した兵士が車を持ち帰ることもあったが、アメリカ人は自国の運転環境に適した車を好んだ。ルート 66 は自動車旅行の代名詞となり、フリーウェイでは大型車が好まれた。1950 年代には個々の車による区別が難しくなり、若者はオリジナルなスタイルを追求した。

郊外の住宅地ではショッピングセンターが車に合わせて新しくなり、自動車旅行が流行し、「車でアメリカを見る」ことが休暇の一般的な過ごし方となった。過剰なサイズからのシフトが起こり、ヨーロッパや日本からの小型車が注目される一方で、伝統的なアメリカ車への回帰も見られた。

1970 年代半ばのオイルショック以降もアメリカの自動車文化は変わらなかった。1976 年にはアメリカ建国 200 周年を祝ったが、ガソリン価格や自動車保険料の高騰が影響した。再び景気が上向くと、ガル・ウィングやコンバーチブルが富を見せびらかす手段として戻ってきた。

1990 年代以降、車は楽しみの源である一方、渋滞に悩まされるフラストレーションの元にもなった。アメリカ人は様々な代替案を試みたが、結局は車に回帰する傾向が強まった。アメリカの特別な車とその見せ方はヨーロッパとは異なり、コレクターカーの世界もよりカジュアルである。将来的には現在の車が普遍的に古代の遺物と見なされる時が来るかもしれないが、物質文化の中で国々の価値観や優先事項を最もよく示す側面は、車であると考えられる。

質疑で、自動車文化への情熱の変化や若者の興味の減少についての質問に対し Kendall 氏は、自動車文化は違う形になって残っている。移動の方法が変わっても、車は必要とされる重要な手段であり、ライドシェアも登場しているが、個人所有の車に比べ自由度が異なるため、アメリカでは個人で車を所有する文化は変わらないと述べた。自動車文化は決して死んではおらず、今も生き続けている。社会と人々が変わっていく中で、私たちがどのように理解し、ついていくのかが問われていると答えた。

(文 / 藤井 麻希, トヨタ博物館)

自動車「文化」となる、その将来の展望について

How Automobiles Became "Culture" and its Future Prospect

スピーカー

Sébastien de Baere, Autoworld Museum
Managing Director

Leo Van Hoorick, Autoworld Museum
Curator

ファシリテーター

近藤 文彦, ダイハツ工業株式会社
広報室 室長



Autoworld Museum の概要として、ブリュッセルに位置する国立のマルチブランド博物館であり、年間 25 万人の来場者を迎えていると紹介した。展示内容として、クラシックカーやモーターサイクルがあり、特別展や自動車関連のイベントも盛況に開催されている。来年は、日本の自動車文化をテーマとした展覧会を予定している。自動車と運転が日常生活に与える影響を強調し、新しい技術が私たちの生活を変えるように、自動車も大きな影響を及ぼしていると語った。

自動車文化の変遷：

自動車は過去 100 年間で、社会的、技術的、経済的、環境的要因の影響を受けて大きく進化した。19 世紀後半に自動車が発明され、レースの開催やクラブの設立、アートやファッションとも結びついたことが紹介された。戦後の都市開発とともに自動車の普及が進み、映画や音楽を通じて大衆文化として更に定着した。自動車は単なる移動手段ではなく、個人主義や自由、機動性などの文化的価値を反映する存在となった。



自動車文化の世界的普及と多様化：

1950～60 年代にかけて、ヨーロッパでは環状高速道路の整備が進み、都市と郊外が自動車で繋がり、都市発展を促進した。自動車は各国で異なる文化を形成し、例えば日本では軽自動車、ドイツではアウトバーン文化、イタリアではスポーツカー文化が発展した。その後は自動車のデザインは芸術としても評価されるようになった。1970 年代には自動車愛好家のコミュニティが形成され、カークラブやレース等、イベントに愛好家が集まる活動が盛んになった。1990 年代には自動車オークションが国際的に拡大し、クラシックカーやヴィンテージカーがコレクターズアイテムとして注目を集めた。テクノロジーの進化に伴い、オークション市場は今後も成長し続けると予想されている。

自動車文化の未来：自動車がもはや単なる交通手段ではなく、自由、アイデンティティ、現代性の象徴となり、今後も技術革新や社会の変化に応じて進化し続けると結論を語った。自動車は現代社会における重要なシンボルであり、文化の中で人々の生き方や社会との関わりを反映し続けると伝えられた。

質疑応答：

日本車への関心の高まりが取り上げられ、特に 1980～90 年代の車について、若者の興味関心が高まっているとのこと。また、若者のカーカルチャー離れについて、Autoworld Museum は新しい世代の関心を高める展示を提供し、過去から学び未来を見据えたストーリーを伝えていくことが重要だと述べた。このように、Autoworld Museum は自動車文化の歴史とその変遷を紹介し、時代とともに進化し続ける自動車文化を反映させるとともに、若者や新しい世代に向けた展示を通じて、自動車への関心を喚起し、未来に向けて進化し続ける重要な役割を果たしている。

(文 / 田邊 玲奈, 国立科学博物館)

アジアにおける自動車産業

Automobile Industry in Asia

スピーカー

Jaja Ishibashi, Toyota Motor Asia (Singapore) Pte. Ltd.
General Manager

ファシリテーター

越前 晃, 三菱ふそうトラック・バス(株)
企業渉外・環境部 部長



Toyota Motor Asia (Singapore) Pte. Ltd.のゼネラルマネージャー、Jaja Ishibashi 氏はアジアにおける自動車博物館の役割及び自動車産業の今後の在り方について示唆された。

最初にアジアの自動車博物館の魅力について、自身で訪問したタイの Auto Rendezvous Museum-Bangkok、およびフィリピンの R-Garage も例示しながら紹介した。

アジアの自動車博物館がユニークなのは、その成り立ちにある。多くが自動車の歴史を保存しようとする個人コレクターによって設立された。これらの博物館は貴重な教育資源としての役割も果たしている。工学部の学生や講師を招き、自動車技術の進化を探索してもらうなど、地域社会にユニークな機会を提供している。自動車販売店が博物館の活動に参加し、今後の協業について話し合われる場としても活用されている。また、自動車産業の未来を形成する上でも重要な役割を担っている。自動車博物館、自動車メーカー、教育者の協業を促すことで、イノベーションハブとなる大きな可能性を秘めている。

次にアジアの自動車産業の変遷について説明がされた。地域において自動車産業がどのように始まったのかを知ることが重要である。今回は東南アジアの自動車産業がどのように形成されたのか、変遷について探してみたい。過去から現在に目を移すと、東南アジアは急速に成長している市場であるのは明白である。人口は過去 74 年で 4 倍以上に増加し、現在では 10 億人を超えている。人口増加に伴い、市場規模は年間 400 万台に近づいている。

アジアの自動車文化には豊かな歴史がある。フォード、メルセデス・ベンツ、フォルクスワーゲンやトヨタは当初、完成車 (CBU) 輸入で市場に参入した。1960 年代から 1970 年代にかけて、各ブランドは販売代理店を設立し、現地組

み立て事業を開始した。1990 年代、タイは自動車製造拠点として台頭し、東南アジアにおける自動車輸出のリーダーへと変貌を遂げた。タイ政府は 2002 年、マスタープランを立ち上げ、より競争力のある自動車生産拠点として自身を位置づけ、「アジアのデトロイト」を目指した。2000 年から 2017 年にかけて自動車生産台数は 383%増と著しい成長を遂げた。トヨタは 2002 年、安価で信頼性の高いピックアップトラック (IMV) の生産拠点としてタイを選んだ。今日では、700 万台以上の IMV が生産され、うち 400 万台が 120 カ国以上に輸出されるまでに至った。

続いてアジアのモータースポーツについて触れられた。初期の重要なイベントの 1 つは 1960 年初頭に開催されたマラヤングランプリで、1999 年にはマレーシア GP の導入により世界のモータースポーツの舞台でアジアが注目を集め、ファンを魅了した。また、タイ、マレーシア、フィリピン、インドネシアではスーパーシリーズなど独自のレースが開催されており、地元ドライバーの育成にも貢献している。

最後に、ASEAN 市場の見通しについて説明がされた。ASEAN 市場は成長を続けており、モータリゼーションのさらなる加速が見込まれており、将来を見据えると、自動車産業はテクノロジーとサステナビリティに焦点を当てる必要がある。電動化へのシフトは地域のエネルギー環境にとって最も重要な取り組みのひとつである。この後も他の主要な自動車メーカーと連携し、持続可能な経済成長を推進していきたい、と締めくくった。

(文 / 別所 利紀、トヨタ自動車)

オーストラレーシアのコレクションについて

Australasian Repositories

スピーカー

Colin Kiel, Australasian Motor Museums Association

Chair

ファシリテーター

越前 晃, 三菱ふそうトラック・バス株式会社

企業渉外・環境部 部長



Colin Kiel 氏は言う、自動車はおよそ世界中において 150 年もの間楽しまれ、世界の様々な出来事とともに、世界の発展に重要な役割を果たしてきた。そして、自動車に関する博物館のオーナーや学芸員の役割は、自動車について人々に新しい世界を楽しませ、思い出させ、教育することであると。本講演のポイントとして博物館の維持などの資金について触れ、その後、オーストラリア南部における自動車博物館運営に関する 5 つの形について紹介があった。

最初の形は政府が所有する大規模な施設である。著名な一族は、自らの自動車コレクションを一般市民のための保存と鑑賞のために、地方自治体に遺贈をしている。政府機関は、これらのコレクションを受け入れる義務があるものの、歴史的遺産車両保存を資源の無駄と考えており、渋々受け入れているのだと言う。大規模な施設を存続させるには、入場料や宣伝イベントだけでは不十分であり、困難だという。2 つ目の形は、ボランティアグループが集まって、地域の歴史を保存しているものだ。例として、モーター・ミュージアム・オブ・ウェスタン・オーストラリアを挙げた。入場料と寄付金、限られた小額の助成金で運営されている。

3 つ目の形は、家族経営によるもので地元のボランティアの協力によりなんとか維持されているものである。家族経営のため諸経費を最小限に抑えられる。彼らにとって博物館は人生であり、趣味である。悲しいことに、彼らのよ

うな人たちはほとんど残っておらず、彼らが亡くなると、彼らの思い出も永遠に失われてしまうと語った。オーストラリアを象徴する現在 95 歳の Charlie 氏と日本に来る前に話をしたが彼は「私はお金のためにやっているわけではない」と、語ったという。4 つ目の形も、家族経営であり、資金を補うためにレストランなどの関連事業を立ち上げ、出来るだけ頻繁に開館することに努めているという。

最後に 5 つ目の形は、Kiel 氏もその一人である、プライベート・コレクターだ。一般的に敷地を所有し、決められた日と、予約や招待があった時にオープンし、少額の入場料を徴収することで経費を賄っており、超過分は、慈善団体に寄付されるという。

本講演で Kiel 氏は、全ての博物館において財政状況は厳しいと語ったが、その理由は、オーストラリアでは自動車博物館は、政府からの支援金が得られる博物館や美術館に含まれない点にあるという。一方で、個人コレクターに門戸を開くことができれば、5 つ目の形の博物館は増加し、ヒストリックカー・ムーブメントの継続的な成長につながると言う。ただし、この時の社会的インパクトを過小評価してはならず、少額でも料金の請求をためらわないことが重要であり、オーストラリアの自動車博物館全体の存続に繋がると締めくくった。

(文 / 日本自動車工業会)



イギリスの自動車産業：歴史は繰り返されるのか？

Britain's Motor Industry: Full Circle?

スピーカー

Stephen Laing, British Motor Museum

Head of Collections & Engagement

ファシリテーター

峯野 アグネス, 日野自動車株式会社

渉外広報部



Stephen Laing 氏

19世紀末、イギリス最初の自動車が発明され、間もなく自動車工場での生産が始まった。初期の自動車利用者と自動車メーカーは、人々から感覚的に不快であり地球に対する侮辱と見なされていた自動車を公共の生活必需品にするために闘ってきた。自動車の黎明期も、ガソリン、蒸気、電気が技術的に競い合い、擁護されたり拒絶されたりした。現在の課題と同じである。イギリスでは、1920年代、オースチンの「セブン」が一般の人々に広く受け入れられた。1960年代の「ミニ」と共に小型自動車分野のイギリス車の地位を築いた。この頃から自動車は私たちの街の街路や都市計画の形成だけでなく、移動手段やコミュニティも形作ようになった。そのことは現在も同じである。

第二次世界大戦後、イギリス政府が自動車の輸出に重点をおき、世界で最も自動車輸出割合が高い国となった。しかし、1950年代の終わりにはヨーロッパにおける自動車生産台数が1位ではなくなり、輸入されるアメリカ車に対抗するため、長年のライバルであったオースチンとモーリスが合併してブリティッシュ・モーター・コーポレーションが設立された。この後、いくつかのイギリス国内自動車

メーカーの再編が長期間続くことになる。政府による国営化や民営化、国内外企業が関わる買収や合併、資本提携が行われた。非常に多くあったブランドの一部は無くなり、一部は海外メーカーに権利が移った。21世紀に入り2005年にバーミンガムのロングブリッジ工場が閉鎖されたことで、イギリスには自動車産業は存在しないとまで言われる様になっている。しかし、本当にそうであろうか。

イギリス自工会の2023年の総括では、今も多くの車がイギリス国内で生産されていることを示している。また、イギリスは今も自動車の技術革新で世界をリードしている。それにより世界からの投資も行われている。社会にとって必要な自動車は130年前と変わっていない。博物館は歴史を語る場所であるが、未来を見る場所でもあるべきで、できるだけ多くの人を巻き込み、様々な選択肢を示し、人々が未来を想像し、デザインし、車社会の課題も考える場所であるべきであろう。

(文 / 鈴木 雅夫, 名古屋市科学館)



100 年前の大変革と未来へのメッセージ

The Great Transformation of 100 Years Ago and a Message for the Future

スピーカー

Matt Anderson, The Henry Ford

Curator of Transportation

ファシリテーター

峯野 アグネス、日野自動車株式会社

渉外広報部



アメリカ人は自動車を発明したわけではないが、革新的な製造技術によって自動車を高価なおもちゃから日常的な道具へと変貌させ、数千台を生産し、価格を下げて販売を活性化させた。1894年にはインディアナ州で最初の自動車が発明され、1896年にはDuryea兄弟が13台を販売し、アメリカの自動車産業がスタートした。Henry Fordは1891年にEdison Illuminating Companyのエンジニアとなり、1893年に初の内燃機関を製作、1896年には最初の車であるQuadricycleを完成させ、2度の事業に失敗した後、1903年にFord Motor Companyを設立した。

自動車製造はアメリカ全土で行われたが、特にデトロイトが発達の中心地となり、熟練労働力や資本へのアクセスが整っていた。しかしデトロイトの強みは、人材であった。彼らの才能、野心、業績が他の人々をデトロイトに引き寄せ、モーター・シティへと変貌を遂げた。1899年には約30のメーカーが年間2,500台を生産し、1908年にModel Tが登場し、1914年の流れ作業がきっかけとなり、1929年に保有台数は2,300万台以上になった。

20世紀初頭、アメリカ人は良い車も安い車も購入できたが、安くて良い車は存在しなかった。1906年、フォードは「十分な馬力を持つ軽くて低価格の自動車」が求められていると述べ、1908年にはModel Tを発売した。フォードは大量生産のための生産ラインを改善し、車の組み立て時間を12時間半から93分に短縮したが、労働者の離職率が高まり、賃金を1日5ドルに倍増させる必要があった。自動車の普及は性別の役割や習慣の変化にも寄与し、特に女性にとっては新たな自由を得た。道路整備は進み、1921年には連邦高速道路法が制定され、全国的なハイウェイ網が整備された。ガソリンスタンドやドライブイン・レストランも登場し、独特のビジネスモデルが確立された。

フォードは1923年に200万台以上のModel Tを生産し、価格を295ドルまで下げたが、単一モデルに依存していた

ため、顧客の多様なニーズに応えきれなかった。ウィリアム・C・デュラントがルイ・シボレーと提携し、低価格の車を開発したことで、強力なライバルが現れた。シボレーのブランドはゼネラルモーターズ（GM）の一部となり、フォードの主要な競争相手へと成長した。GMはAlfred Sloanのもとでブランド戦略を多様化し、消費者に支持された。フォードは1927年にModel Tを引退させ、Model Aを投入したが、単一モデルの時代は終わりを迎えた。

自動車の大変革期は、今日のBEV（電気自動車）シフトにも類似点が見られる。1923年マンハッタン地区の地図では、当時40以上の充電ステーションがあったことを示しており、インフラの懸念や議論が新しいものではないことを思い出させてくれる。

自動車博物館は、自動運転車を含む現代の技術を記録すべきであり、最初の1台、最後の1台、または唯一の1台だけでなく、日常的な車も集め続けるべきだ。単なる車の収集ではなく、その背後にある物語を集めることが求められる。私たちの仕事の中心には常に人がいることを忘れてはならず、デザイン、生産、革新、ときには警告などの物語は保存し共有する重要な要素である。自動車は私たちの物語を伝える乗り物、媒体に過ぎず、我々が集めるのは車そのものではなく、その背後にある物語なのである。

質疑では、今後、車にとって変わらないものについての問いに、Laing氏が100年前から今に至るまで新しい意味での自由、つまり個人の自由を与え続けることが変わらないと述べた。Anderson氏は、クルマが文化に深く根ざしており、我々の生活において重要な存在であり続けると語った。また、若い世代もスピードや動くものに対して興奮や興味を持ち続け、時代が変わってもその部分は残るだろうと回答した。

（文 / 藤井 麻希、トヨタ博物館）



車両展示 ・ 車両走行

10月30日(水) 10:50-14:00

10月31日(木) 10:30-14:00

場所：トヨタ博物館 P2 駐車場

展示車：二輪車・四輪車メーカー13社、計36台(詳細は29・30頁参照)

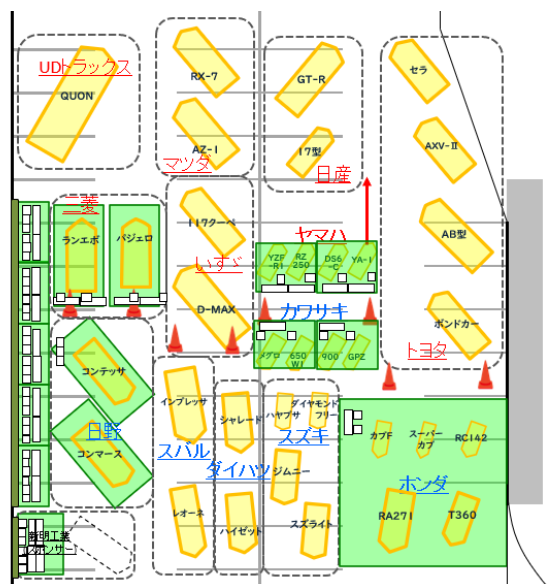
日本の自動車メーカー13社による36台の車両展示と17台の車両走行を実施した。36台の内訳は、二輪車が13台、四輪車が23台で、1938年～2024年まで幅広い年代の車両が集まった。

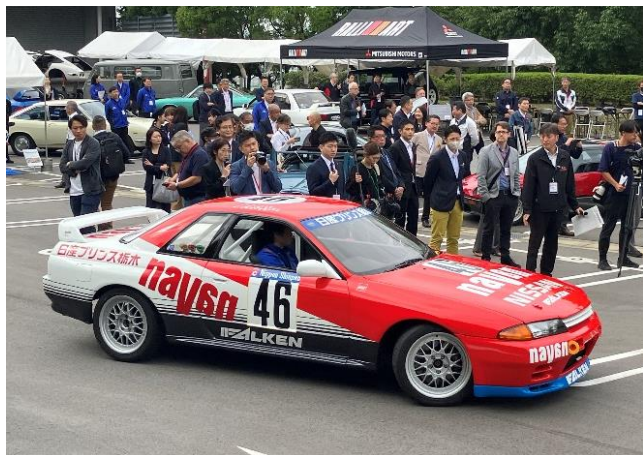
二輪車は最大4台/社、四輪車は最大2台/社を各社が選定し、展示車の歴史的意義、車両選定理由を説明した。車両走行では、各社2日間で異なる車両を走行させた。

参加者へのサービスとして、車両への乗車体験やエンジンルーム公開など、各社様々な工夫があった。

車両展示は、日本初開催の世界自動車博物館会議 日本大会の中で、参加者に日本車の歴史を知っていただくと共に、メーカー間の連携を深める場にもなった。

(文 / 軽部 真一, トヨタ博物館)





車両展示・車両走行一覧

<p>ダットサン 17 型フェートン</p> <p>DATSUN 17 Phaeton</p>		<p>ニッサン スカイライン GT-R N1 耐久</p> <p>NISSAN SKYLINE GT-R N1 Endurance</p>	
<p>ホンダ RA271</p> <p>HONDA RA271</p>		<p>ホンダ T360</p> <p>HONDA T360</p>	
<p>マツダ オートザム AZ-1</p> <p>MAZDA Autozam AZ-1</p>		<p>マツダ RX-7 スピリット R タイプ A</p> <p>MAZDA RX-7 Spirit R Type A</p>	
<p>スズキ スズライト SS</p> <p>SUZUKI Suzulight SS</p>		<p>スズキ 初代ジムニー</p> <p>SUZUKI Jimny LJ10</p>	
<p>ダイハツ ハイゼット キャブ</p> <p>DAIHATSU Hijet Cab</p>		<p>ダイハツ シャレード G10 ラリーカー</p> <p>DAIHATSU Charade G10 Rally Car</p>	
<p>スバル レオーネ 4WD エステート バン</p> <p>SUBARU Leone 4WD Estate Van</p>		<p>スバル インプレッサ 22B-STi バージョン</p> <p>SUBARU Impreza 22B-STi Version</p>	
<p>三菱 パジェロ</p> <p>MITSUBISHI PAJERO/MONTERO</p>		<p>三菱 ランサー エボリューション</p> <p>MITSUBISHI Lancer Evolution</p>	
<p>いすゞ 117 クーペ</p> <p>ISUZU 117 Coupe</p>		<p>いすゞ D-MAX Crew Cab 4X4</p> <p>ISUZU D-MAX Crew Cab 4X4</p>	
<p>日野 コンテッサ 900 スプリント</p> <p>HINO Contessa 900 Sprint</p>		<p>日野 コンマース</p> <p>HINO Commerce</p>	

車両展示・車両走行一覧

トヨタ AB 型フェートン TOYOTA Model AB Phaeton		トヨタ 2000GT "ボンドカー" TOYOTA 2000GT "Bond Car"	
トヨタ セラ TOYOTA Sera		トヨタ AXV-II (コンセプトカー) TOYOTA AXV-II (Concept Car)	
UD トラックス Quon GW UD TRUCKS Quon GW		ホンダ RC142 HONDA RC142	
ホンダ カブ号 F 型 HONDA Cub F		ホンダ スーパーカブ C100 HONDA Super Cub C100	
カワサキ 650 W1 KAWASAKI 650 W1		カワサキ 900 スーパー4 (Z1) KAWASAKI 900 super4 (Z1)	
カワサキ 500 メグロ K2 KAWASAKI 500 MEGURO K2		カワサキ GPZ900R (Ninja) KAWASAKI GPZ900R (Ninja)	
ヤマハ YA-1 YAMAHA YA-1		ヤマハ DS6-C YAMAHA DS6-C	
ヤマハ RZ250 YAMAHA RZ250		ヤマハ YZF-R1 YAMAHA YZF-R1	
スズキ ダイヤモンド フリー SUZUKI Diamond Free		スズキ Hayabusa 25 周年記念モデル SUZUKI Hayabusa 25th anniversary model	

図書室・貴重資料室ツアー

10月30日（水） 13:00-14:00

10月31日（木） 12:40-13:40

本ツアーは図書室、閉架書庫、貴重資料室を案内し、トヨタ博物館における図書や資料の保管と活用方法について紹介することが目的である。

リニューアル工事を実施したばかりの「クルマの図書室」は、今回の見学会参加者が最初の来室者であった。蔵書数及びそれぞれのコーナーの特徴について紹介した。

閉架書庫（通常非公開）では、主な保管資料と管理方法について紹介した。特に自動車カタログは約12万点の蔵書があり、それらの管理方法について、書架からボックスを取り出し説明した。また、蔵書の収集及び保管方法や、書架から本を取り出す際の工夫など、実務についての解説も行った。図書や資料を保管していく上での問題点として、図書を管理する環境や人的被害について挙げ、そのための解決策として、次に案内する貴重資料室の設置意図を語った。

貴重資料室（通常非公開）では、1841年からの主に自動車雑誌を保管する資料室であることを説明し、その設置目

的、原本を残すことの意義について伝えた。貴重資料室の書棚は、イギリス・フランス・アメリカ・日本の順に、それぞれの国で発行された雑誌を年代順に並べており、その書棚の前に設置するガラスケースに展示している代表的な雑誌について順番に解説した。中でも「*La France Automobile*」の1898年4月16日の表紙写真は、当館学芸員がフランスに渡り調査し、自動車の日本初渡来の年を特定した重要な資料であることを紹介した。日本の自動車雑誌の変遷については、その初渡来から時間を経ずに日本初の自動車雑誌が発刊されたことを説明し、その後に発刊された雑誌についてはその時期の自動車登録台数や出来事を照合しながら解説した。併せて、資料の修復に対する考え方や取り組みなどを実例紹介した。

ツアー終了後には参加者から修復や整理方法についての質問が寄せられた。

（文 / 小室 利恵, トヨタ博物館）



富士モータースポーツフォレスト

富士スピードウェイサーキット走行体験、富士モータースポーツミュージアム見学ほか

11月1日（金）14:00-17:00

11月1日には会場を富士モータースポーツフォレストに移し、富士スピードウェイサーキット走行体験、ウエルカムセンターとルーキーレーシングガレージ視察、富士モータースポーツミュージアム見学会を実施した。

富士スピードウェイサーキット走行体験では、バスに乗りしたままサーキットを3周した。各車両には英語での解説員を配置し、TGR コーナー、GR スープラコーナー、ホームストレートなどコースの特徴を解説した。また車内では、富士スピードウェイホテル、ルーキーレーシングガレージ、RECAMP（コース 100R 内に 2024 年 9 月オープン）についてや、富士モータースポーツフォレストの今後の進化の方向性についても紹介した。ウエルカムセンターでは、富士スピードウェイ 60 周年を機に富士モータースポーツフォレストに今後どのような施設ができ、進化していくか、ジオラマを使用し説明した。ニュルブルクリンクを走った車両の紹介とともに、豊田章男会長の「モータースポーツを起点としたもっといいクルマづくり」への想いを説明した。ルーキーレーシングガレージでは、レーシングカーをメン

テナンスしている状況を見学し、モータースポーツへの取り組みの理解を深めていただいた。

富士モータースポーツミュージアムでは、フォード博物館をはじめ国内外の自動車メーカーや博物館から借用した車両がどのように展示されているかお披露目した。モータースポーツの歴史と進化についてのストーリーや魅力とともに、日本発祥のモータースポーツのドリフト、世界のラリーで活躍する日本車、これからのモビリティとモータースポーツの関係を含め紹介した。

また、富士モータースポーツミュージアム視察時間と並行して、同館 2 階のル・マン展示コーナーにて開催した FIVA 殿堂表彰式では、マツダのロータリーエンジン開発を率いた山本健一様が表彰された。1991 年ル・マン 24 時間レース総合優勝を含め、会議参加者やマツダ関係者とともに盛大にその偉業を称えた。

（文 / 松井 知香，トヨタ自動車）



フェアウェルパーティー

11月1日（金）18:00-20:00

場所：富士スピードウェイホテル ボールルーム

数日間にわたる世界自動車博物館会議の締めイベントとして、講演者、聴講者、実行委員会メンバー約100人が参加した。

冒頭、議長である Wim Van Roy 氏が本大会を総括するスピーチを行い、我々は自動車遺産への愛によって結ばれたグローバルファミリーであり、ここで築いた橋がさらに強く、より結びついたコミュニティにつながり、自動車文化を保存するという共通の使命を推進していくという決意を語った。

続いて、多くの出席者と親交があり、多くの自動車博物館やイベントで収蔵車両を展示している Gino Macaluso ヒストリックカー財団の会長である、Monica Mailander Macaluso 氏からのビデオメッセージが放映された。

Macaluso 氏は FIA 委員の繋がりで豊田章男会長と知り合い、グローバルにモータースポーツ文化を醸成することで意気投合、Macaluso 財団が所有するクラシックラリーカーをラリージャパンや富士モータースポーツミュージアムで展示する企画を進めていることを語った。

パーティー前の富士モータースポーツフォレストの見学、Macaluso 氏のメッセージに続き、トヨタ自動車の豊田章男会長が登壇、自らの幼少期の体験からクルマやモータースポーツファンになったこと、クルマはただの移動手段ではなく人を自由に、また興奮させてくれるものであり、モータースポーツを他のスポーツと同じように魅力的なものにするために富士モータースポーツフォレストのプロジェクトに取り組んでいることをスピーチし、出席者からは「大変印象的だった」「もっと会長やトヨタのことを知りたい」といった感想を聞くことができた。

パーティーの最後は、布垣実行委委員長が締めの挨拶を行い、日本のパーティーの風習である三本締めを実施、出席者は親交を深めながらも、今後のグローバルな自動車文化醸成を共に進めていく決起集会の場となった。

（文 / 谷中 耕平, トヨタ博物館）



トヨタ自動車株式会社 代表取締役会長 豊田章男氏

富士ファンクルーズ

11月2日(土) 9:00-11:00

場所：富士モータースポーツフォレスト（ウエルカムセンター駐車場）

富士モータースポーツフォレスト主催の「富士ファンクルーズ・日本の名車スペシャル」は、共通のクルマや、趣味を持つ方々が交流するミーティングとして、2022年の開館から続いているイベントである。

今回は、「富士ファンクルーズ」のスペシャル版として、世界自動車博物館会議 日本大会と連動させ、海外からの参加者に興味をもって見学いただけるミーティングとして企画し、テーマを「1960年代から1990年代の日本が世界に誇る名車」として実施した。

当日、あいにくの雨模様となったが、事前に参加を呼びかけ、集まった車両57台と同乗者を含めた86名の参加者と世界自動車博物館会議の参加者、FIVA関係者、80名ほどが、一堂に会し、世界のクルマ好きが集い、熱く語りあう場となった。

また「コンクール・デレガンス」を催し、主催側、参加側で審査員を立て、評価、選定、各賞典の授与となり、会場は大いに盛り上がった。

(文 / 稲富 克彦, 富士モータースポーツミュージアム)



コンクール・デレガンス 各受賞車両



オーディエンス賞
ユーノス コスモ (1994年)



富士モータースポーツミュージアム賞
トヨタ 2000GT (1969年)



富士モータースポーツフォレスト賞
ニッサン シルビア (1965年)



FIVA 賞
ホンダ アコード (1980年)



WFFMM 賞
トヨタ チェイサー (1992年)

ウェルカムパーティー

10月29日（火）16:00-18:00

場所：トヨタ産業技術記念館

会議初日のイベントとして、ウェルカムパーティーを名古屋市のトヨタ産業技術記念館で開催し、国内外からの参加者他 120 名程度が出席した。また、希望者にはパーティー前に館内ツアーも実施し、55 名が参加した。会場のトヨタ産業技術記念館は、トヨタ自動車創業者の豊田喜一郎生誕 100 年にあたる 1994 年に、トヨタグループの発祥の地である名古屋市西区に開館、2023 年には 35 万人の来場者があり、インバウンド客をはじめ名古屋を代表する人気観光スポットとなっている。

トヨタ産業技術記念館ツアー（同日、13:45-15:45）では、参加者を 2 組に分け、それぞれ英語によるガイドツアーを行った。繊維機械館では、参加者はトヨタ生産方式の二本の柱の一つである「自動化」の考え方とそのメカニズムが創業当時の自動織機に既に組み込まれていたことなどの説明を受けた。また自動車館では、国産自動車の開発にこだわった豊田喜一郎の思いを原点としたトヨタのクルマづ

くりの歴史と現在の紹介があった。特に事前ツアーでホンダ、日産、マツダの博物館を巡った参加者には、トヨタのクルマづくりの歴史に関する知識が加わり、本会議開催前の日本の自動車メーカーに関する事前学習の場となった。

ウェルカムパーティーには前述の通り国内外参加者に加え、スポンサー各社様からも多数の参加があった。布垣実行委員長からの挨拶に続き、参加組織の国、博物館名、スポンサー各社の紹介をした。その後、朝日副実行委員長（本田技研工業）による乾杯、懇談の時間があった後、今回の会議で新議長に就任した世界自動車博物館会議の Wim Van Roy 氏によって締めくくられた。

（文 / 松井 知香, トヨタ自動車）



事前ツアー 日本の自動車メーカー系博物館をめぐる旅 ～ ホンダ - 日産 - マツダ ～

10月26日(土)～29日(火)

このプログラムは、「欧米の多くの自動車博物館関係者にとって日本訪問は一生に一度の体験」、「会議だけでなく日本の歴史文化にも触れる機会を」という、世界自動車博物館前会議の Michael Penn 議長の声をもとに企画された。ホンダコレクションホール、日産ヘリテージコレクション、マツダミュージアムを訪問するとともに、それぞれの地域の観光もセットにしたこのプログラムには 30 名が参加した。

ホンダコレクションホールは、モビリティリゾートもてぎ内に位置していることもあり、二輪レースを観戦しながら昼食の提供ができた。また、HondaJet の内覧や新しいモビリティである UNI-ONE の乗車体験もあった。歴代の F1 車両展示もあり、二輪車両のデザインが日本建築を参考にしている点などの説明もあった。創業者の本田宗一郎氏の夢や、そこから広がるホンダの多様な事業について、世界の博物館関係者に再認識していただく機会となった。

日産ヘリテージコレクションでは、展示車両の数やダットサン、歴代のフェアレディの展示があった。そこでは欧州の博物館での日本の旧車展示やレストアに関する相談が参加者から持ちかけられるなど、日本の旧車の魅力が世界に認められている様子や、日本製の旧車維持について欧米での関心の高まりが伺えた。

マツダミュージアムは、工場の敷地内にあることもあり、工場の生産ライン、ヤードやプライベートの港も視察でき、物流含め生産工程をトータルで体感できた。また助光館長から、「ロードスターの顔は下から見ると笑顔に見える。広島から世界の平和を願ってつくられた車である」との説明があった。マツダミュージアムのある広島では、世界遺産である原爆ドーム、広島平和記念資料館、宮島を訪れ、日本の歴史や平和への思いにも触れる機会を提供できた。

(文 / 松井 知香, トヨタ自動車)



会議実施までの歩み 実行委員会記録

2023 年 9 月 11 日～2024 年 12 月 20 日

2024 年世界自動車博物館会議 日本大会 実行委員会（以下実行委員会）は日本の自動車メーカー全 14 社と国立科学博物館、名古屋市科学館、トヨタ産業技術記念館の計 17 社・館からの実行委員により構成される（うち実行委員長 1 名、副実行委員長 4 名）。日本初開催となる今回の世界自動車博物館会議を“オールジャパン”体制で企画運営するという方針の下、各社に訪問してその趣旨と意義を説明して全メーカーの賛同を得た。

委員会はリモート開催を基本としたが、各社博物館／展示施設でのリアル開催も実施した。世界自動車博物館会議の開催場所となるトヨタ博物館（愛知県）での対面開催を

計 2 回実施し、各社・館にトークセッション、車両展示の各会場を現地現物で確認してもらうと同時に、館内ツアーも実施してトヨタ博物館の展示概要について理解を深めてもらうよい機会となった。また各社の協力も得て、いすゞプラザ（神奈川県）、ホンダコレクションホール（栃木県）でも同様に開催した。これらのリアル開催の機会を通して、各館展示の工夫、企画展示のアイデア、物販コーナーの取り組みなど、参加した各社・館にも気づきの多い機会となったことは、これまでありそうでなかった「各博物館／展示施設の横の連携」という今後の取り組みにつながりうるものになった。

【実行委員会全開催概要】

2023 年	9 月 11 日	全体会議 ～ 2024WFFMM の紹介と実行委員会参画の呼びかけ (日本自動車会館、オンライン併用)
2023 年	12 月 19 日	第 1 回実行委員会 (日本自動車会館、オンライン併用)
2024 年	2 月 28 日	第 2 回実行委員会 (トヨタ博物館、オンライン併用)
2024 年	4 月 24 日	第 3 回実行委員会 (いすゞプラザ、オンライン併用)
2024 年	6 月 26 日	第 4 回実行委員会 (トヨタ博物館、オンライン併用)
2024 年	9 月 4 日	第 5 回実行委員会 (トヨタ博物館、オンライン併用)
2024 年	9 月 26 日	第 6 回実行委員会 (ホンダコレクションホール、オンライン併用)
2024 年	10 月 15 日	第 7 回実行委員会 (オンライン)
2024 年	12 月 20 日	第 8 回実行委員会 (トヨタ自動車 東京本社)

※なお事務局会議は 2022 年 12 月 7 日から 2024 年 12 月 18 日まで合計 95 回実施した。

(文 / 鎌倉 直, トヨタ自動車)

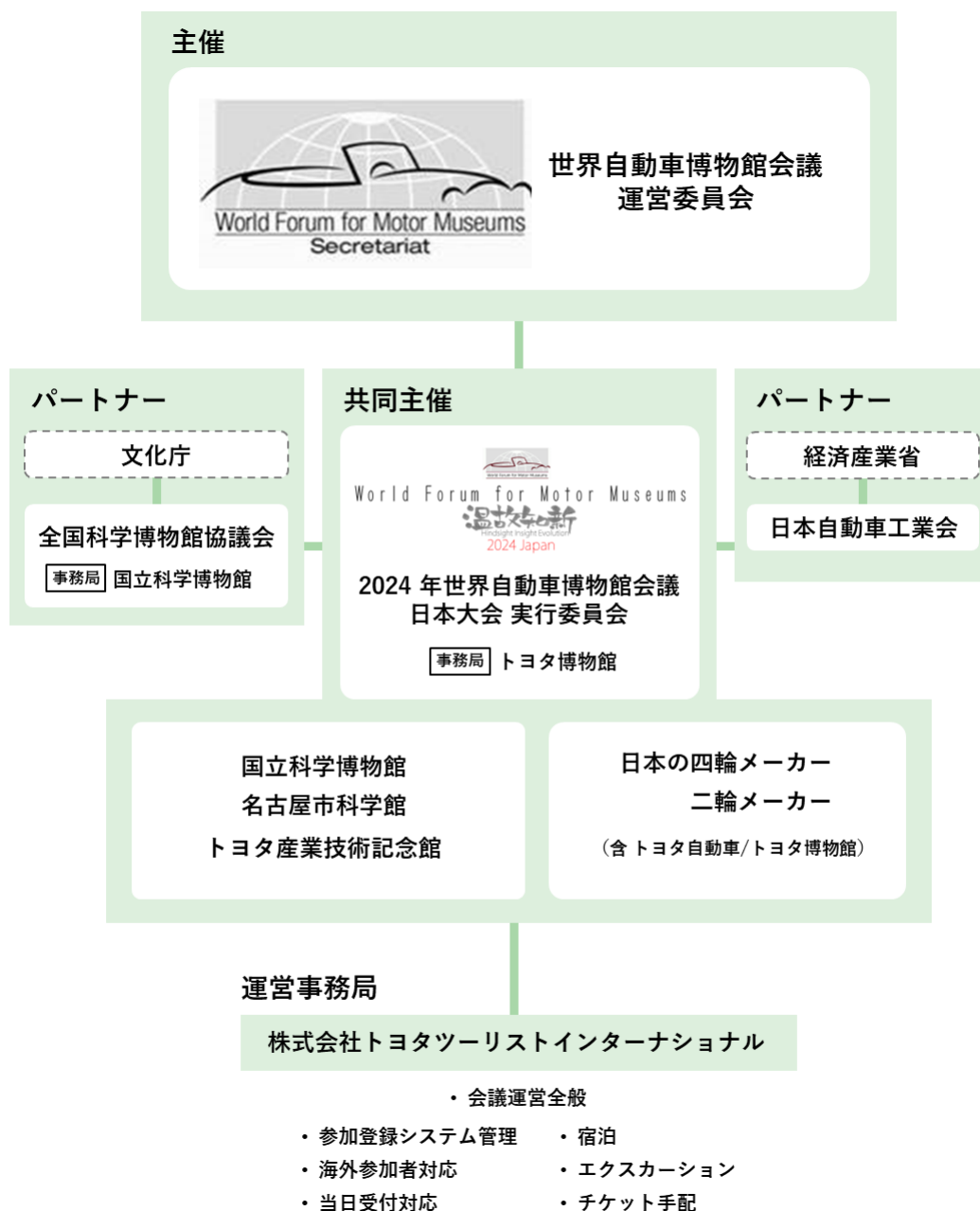


主催者

主 催 世界自動車博物館会議 運営委員会

共同主催 2024 年世界自動車博物館会議 日本大会 実行委員会

運営組織



2024 年世界自動車博物館会議 日本大会 実行委員会



HONDA

NISSAN
MOTOR CORPORATION



ISUZU

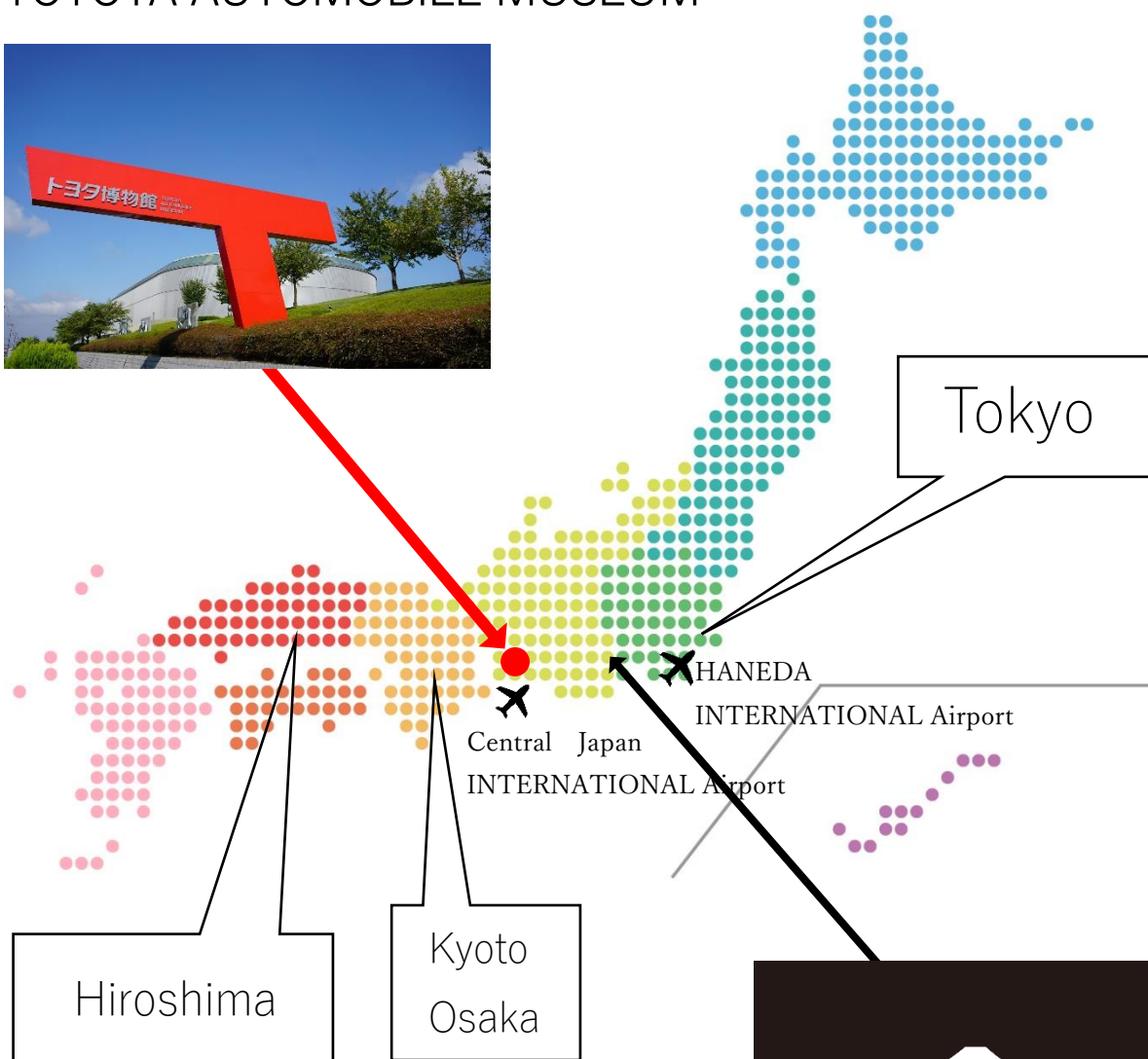
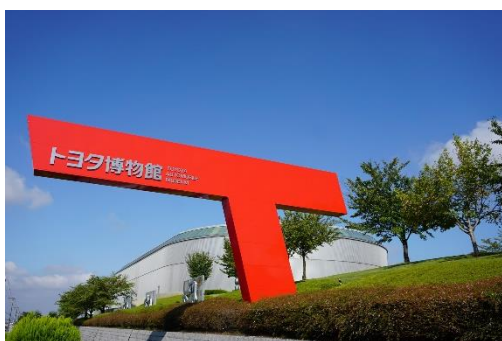


TOYOTA

開催会場

Aichi 【Oct 30,31】

TOYOTA AUTOMOBILE MUSEUM



Shizuoka 【Nov 1】

FUJI MOTORSPORTS MUSEUM

FUJI Speedway Hotel



開催会場

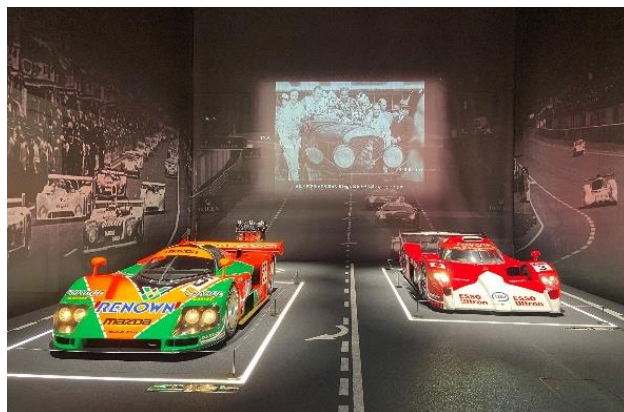
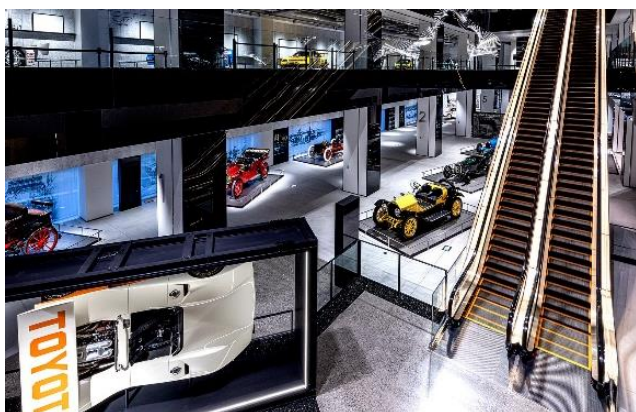
トヨタ博物館

2024 年世界自動車博物館会議 日本大会の 10 月 30 日、31 日の会場として利用されたトヨタ博物館は、愛知県に位置する自動車博物館である。トヨタ自動車創立 50 周年記念事業のひとつとして 1989 年 4 月に設立した。「クルマ館」では 19 世紀末のガソリン自動車誕生から現代までの自動車の歴史を日米欧の代表的な車両約 150 台を一望でき、移動の自由を象徴する「乗用車」を軸に体系的に展示構成し、ほとんど全ての車両は走行可能な「動態保存」である。「文化館」の「クルマ文化資料室」では「移動は文化」をテーマに、ポスターや自動車玩具、カーマスコットなど自動車にまつわる文化資料、約 4,000 点を展示。約 800 点のミニチュアカーを時間軸として、人々が織りなした多様なクルマ文化に浸ることができる。



富士モータースポーツミュージアム

11 月 1 日の会場は、静岡県にある富士モータースポーツミュージアムにて行われた。富士モータースポーツミュージアムは、日本を代表するサーキットのひとつである「富士スピードウェイ」隣接地に「富士スピードウェイホテル」と一体となったミュージアムとして 2022 年 10 月にオープンした。「モータースポーツがクルマを鍛え、進化させた熱い歴史をたどる」を設立趣旨に掲げ、自動車メーカーや自動車関連会社などとの連携により常設展示を行う、モータースポーツミュージアムとしては世界的に珍しいミュージアムである。ホテルと融合した特別な空間において、モータースポーツ黎明期から現代までの発展を約 40 台の時代を象徴するレーシングカーで紹介している。



パブリックリレーション・コミュニケーション

メディア掲載（2025 年 1 月 17 日時点）

取材件数：9 件

Web 掲載：65 件

雑誌掲載：5 件

ウェブサイト

ウェブサイトは、世界自動車博物館会議日本大会専用ページとして、2024 年 3 月に開設した。世界自動車博物館会議の概要、組織から日本大会に関するスケジュール、プログラム、展示車両等の情報を掲載し、参加を予定・検討している人が必要な情報を得られるように随時更新、日英の 2 言語で運用した。最新のプログラムやスピーカー情報はもちろん、メイン会場となったトヨタ博物館へのアクセス、またオプションルツアーや滞在中のホテル周辺情報など、初めて来日される方にも安心して会議のみならず日本滞在を楽しめるようなお役立ち情報も発信した。

専用ページは 2024 年 12 月末に閉鎖したため、トヨタ博物館サイトのアーカイブズに本会議報告書等を掲載し、開催記録として保管した。



アプリ

アプリは、Google play の SCHED を利用して、セッション登録や出席管理などを実施した。

参加者は会期前の事前申込みから会期中も最新情報を得るツールとして、スケジュール確認や予約状況等の確認に利用した。



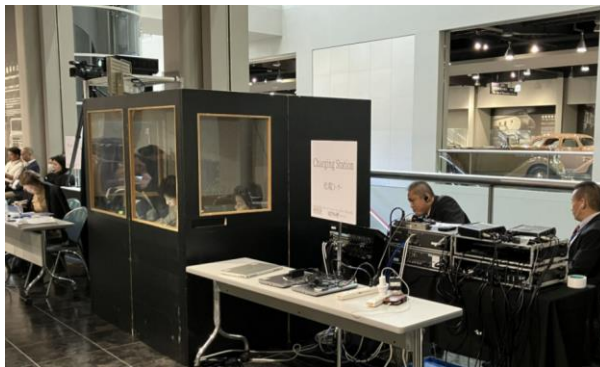
（文 / 與語 美紀子，トヨタ博物館）

アクセシビリティ・参加者サービス

同時通訳

トヨタ博物館での2日間の会議では、同時通訳を株式会社インターグループへ依頼し、事前に原稿を提供し正確な通訳を実施した。会場では同時通訳レシーバーを120台準備し、専用カウンターを用意、受け渡しをした。

その他、事前オプションツアーや同伴者ツアーなどでも通訳ガイドを同行させた。



字幕

進行スライドおよび日本登壇者の発表スライドは日英表記にした。



シャトルバス

宿泊ホテルからトヨタ博物館、富士モータースポーツミュージアム等の各会場間の移動はバスを用意した。



昼食

昼食では、アレルギー、ハラル、ヴィーガン対応した食事を準備した。トヨタ博物館クルマ館2階に昼食エリアとして120席を設けた。コーヒー提供や運営スタッフの弁当は地元 長久手市の飲食店を利用した。



昼食



コーヒーブレイク（軽食）

（文 / 岡庭 宏昌, トヨタ博物館）

登録

申し込みシステムについては、前回大会同様に「SCHED」を使用しトヨタツーリストインターナショナルが事前オプションツアー、宿泊、本番運営を担当した。

3月18日(月)から申し込み登録を開始し、早割りを4月30日(火)まで、通常申込は5月1日(水)～7月31日(水)とした。

参加費

参加者区分	料金
早割料金	61,600 円
通常料金	77,000 円

カテゴリー別参加者数

参加者区分	人
早割	38
通常	42
合計	80

※その他、協賛会社 8 人、実行委員関係 104 人

参加国

国	人数
Australia, オーストラリア	6
Belgium, ベルギー	6
Canada, カナダ	2
France, フランス	2
Greece, ギリシャ	2
India, インド	2
Isle of Man, マン島	1
Italy, イタリア	2
Japan, 日本	6
Malaysia, マレーシア	1
New Zealand, ニュージーランド	2
Philippines, フィリピン	3
Singapore, シンガポール	2
Republic of Korea, 大韓民国	14
Switzerland, スイス	1
Thailand, タイ	6
United Kingdom, イギリス	10
United States of America, アメリカ	12
合計	80

※その他、協賛会社 8 人、実行委員関係 104 人は日本

参加者の所属

国	館名
Australia, オーストラリア	Ollies Garage & The Sir Henry Royce Foundation Australia, Ollies' Garage, The Motor Museum of Western Australia, 4Cs' Motor Museum
Belgium, ベルギー	Autoworld
Canada, カナダ	Canadian Automotive Museum
France, フランス	Musee National Automobile Mulhouse Schlumpf
Greece, ギリシャ	Hellenic Motor Museum
India, インド	Sudha Cars Museum
Isle of Man, マン島	Isle of Man Motor Museum
Italy, イタリア	International Federation of Historic Vehicles (FIVA)
Japan, 日本	Fukuyama Auto & Clock Museum
Malaysia, マレーシア	Ministry of National Unity
New Zealand, ニュージーランド	National Transport & Toy Museum
Philippines, フィリピン	R Garage Museum
Singapore, シンガポール	Toyota Motor Asia (Singapore)
Republic of Korea, 大韓民国	Hyundai Motor Company, Toyota Motor Korea
Switzerland, スイス	Saurer Museum Arbon
Thailand, タイ	Inter-Media consultant
United Kingdom, イギリス	British Motor Museum, Motor Hub Warwick, National Motor Museum Trust, Haynes Motor Museum
United States of America, アメリカ	LeMay Family Collections, Petersen Automotive Museum, Phillip Sarofim Car Collection, The Henry Ford, Lane Motor Museum, Rolls-Royce Foundation, America's Packard Museum, Automotive Asset Management, Revs Institute

大会後のイベント

2024 年世界自動車博物館会議 日本大会 オンライン報告会

日 時 11 月 9 日（土）9:00～12:00

開催形式 オンライン（Zoom）およびパブリックビューイング

主 催 2024 年世界自動車博物館会議 日本大会 実行委員会、全国科学博物館協議会

大会を振り返ったオンライン報告会を開催し、オンラインにて 33 人、国立科学博物館日本館 2 階講堂でのパブリックビューイングにて 12 人、計 45 人が出席した。報告者は、実際の大会当日の発表者およびファシリテーターが行った。報告会の内容は録画し、後日オンラインで公開予定である。



トヨタ博物館での配信



国立科学博物館でのパブリックビューイング

協賛企業

四国自動車博物館
SHIKOKU AUTOMOBILE MUSEUM

B | NOMURA
乃村工藝社

Octane
CLASSIC & PERFORMANCE CARS

CCC
Culture Convenience Club Co., Ltd.

SHINMEI

TOPPAN

DENKO

株式会社 トヨタエンタープライズ

日本自動車博物館
Motorcar Museum of Japan



WAKUI
Rolls-Royce & Bentley

株式会社 トヨタツーリストインターナショナル

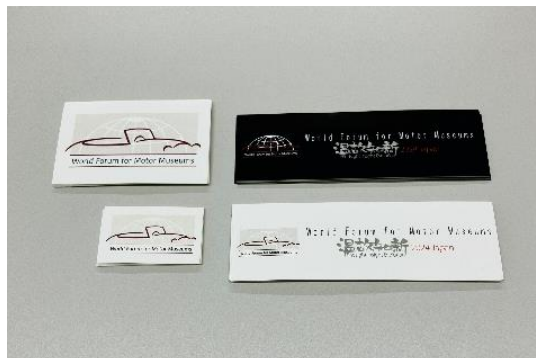
協賛ブース



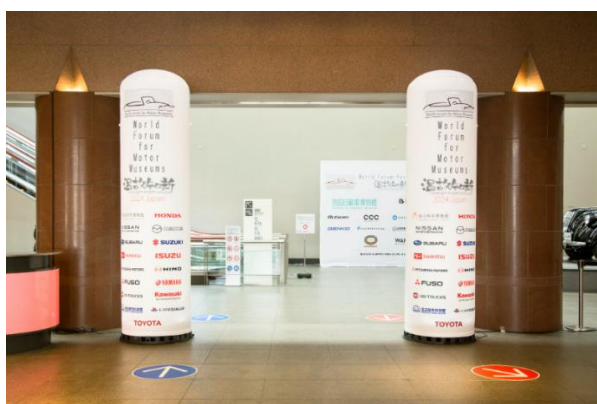
制作物



コングレスバック



ロゴステッカー



ウェルカムバルーン



協賛パネル



大会プログラム



ネックストラップ



登壇者への記念品（江戸切子グラス）



Thank you

Our Heartfelt Appreciation to all the Staff who
Supported the WFFMM 2024 Japan.

2024 年世界自動車博物館会議日本大会 報告書

発行日： 2024 年 12 月 19 日
2025 年 1 月 17 日改訂

発 行： 2024 年世界自動車博物館会議日本大会 事務局