

<プログラム>

プログラム	内容
#1	なぜ、日本で自動車産業が栄えたのか
#2	海外での日本の旧車人気とは
#3	デジタルの活用例、リアルとの使い分け
#4	博物館運営の工夫・悩み
#5	日本の自動車メーカーのヘリテージ活動
#6	クルマが文化になりえた背景
#7	アジアにおける自動車文化形成と自動車博物館の役割
#8	100年前の大変革考察と未来へのメッセージ

#1では、日本自動車殿堂の藤本隆宏氏が「ものづくり」における日本の独自性を他国と比較するなどし、過去の生産とイノベーションの変遷を現在のBEVとSDVへの需要に照らして解説しました。

#2では、イギリスやアメリカの博物館からは、世代の変化と日本のポップカルチャーの影響から、80年代・90年代の「ラッド・エラ」と称される時代の日本車が人気を集めている背景が紹介されました。

#8では、アメリカ、ヨーロッパの自動車史や文化が議論され、100年前の蒸気、電気、ガソリン車の時代が現在の変革と類似していることが示されました。また、自動車は単なる移動手段を超え、社会的、経済的、文化的意義を持つ存在であり、若い世代へのアプローチをどのように図るかが問われました。

各プログラム発表後には、聴講参加者から自館の抱える問題と照らし合わせた質疑応答などがなされました。



また、会議と並行して、屋外では国内自動車メーカー12社とバイクメーカー2社によって合計36台の車両展示と一部走行披露を行いました。さらに、同館の図書室や貴重資料室(非公開)の特別ツアーも開催し、所蔵資料の入手から保存方法についてもご紹介しました。

