

2025 年 12 月 11 日

「アート・デザイン・サイエンス・テクノロジー・経済の共創」  
における課題整理と活動（2025 年度）

～連携・融合による新しい共創の在り方～

一般社団法人夢洲新産業・都市創造機構

アート・デザイン・サイエンス・テクノロジー・経済の共創分科会

（新しい価値共創ビジネス分科会）

## 〈目次〉

### 第一章 分科会の MISSION と方針

- (1) 日本国際芸術祭
- (2) 本分科会の MISSION
- (3) 本分科会の方針

### 第二章 課題の認識

- (1) アート・デザイン・サイエンス・テクノロジーの循環が新しい価値を生む
- (2) 4つの共創軸の設定（METI レポートを参考に）
  - a) アート／サイエンス×Business（企業価値の向上）
  - b) アート／サイエンス×Society（社会の創造性）
  - c) アート／サイエンス×Local（地域の文化創造）
  - d) アート／サイエンス×Technology／Design（技術デザインの社会実装）

### 第三章 分科会の方向性

- (1) 共創軸を据えたエコシステムと想定される共創領域
  - a) 価値化
  - b) 効用の具現化
  - c) 見せ方、表現方法
  - d) モノづくり
- (2) 2025 年分科会活動の総括…ADSTE エコシステム（表）

### 第四章 次年度の活動

- (1) 今年度の活動総括と次年度の分科会に向けて
- (2) 次年度の分科会の在り方

おわりに

アート・デザイン・サイエンス・テクノロジー・経済の共創分科会参加メンバー

## 第一章 分科会の MISSION と方針

「アート・デザイン・サイエンス・テクノロジー・経済の共創分科会」は、万博を契機に、さらにその先の未来に向けて、アート・デザイン・サイエンス・テクノロジー・経済の共創を目指す日本国際芸術祭を起点として活動を行う。

### （１）日本国際芸術祭

日本国際芸術祭はアート・デザイン・サイエンス・テクノロジー・経済の共創をミッションに、文化芸術と経済社会の好循環エコシステムの構築に寄与し、「文化芸術立国日本」と「いのち輝く Well-being な日本」の未来創りに貢献することを目指し、2023 年から毎年継続して開催されている。万博イヤーの今年は「2025 年日本国際博覧会」の 4 月 13 日～10 月 13 日の 6 か月間の会期と同じ期間、第 3 回日本国際芸術祭として、大阪・関西万博会場をメイン会場に各種イベントを、さらに京都の有名寺社をサブ会場とし、産官学の識者によるサミットを開催、関西圏を中心とした全国の美術館・博物館や教育機関・企業等とも連携して開催された。メイン会場となった EXPO メッセ会場では、「第 3 回日本国際芸術祭/大阪・関西万博展」が開催され、2025 年 7 月 2 日(水)～7 月 6 日(日) の 5 日間に 54 団体が 106 ブースを出展し、5 万人を超える来場客を迎え、発足間もない本分科会もその開催支援に当たった。

日本国際芸術祭は、2026 年以降も継続開催される予定となっている。

### （２）本分科会のMISSION

日本国際芸術祭は、そこに出展・連携する多くの企業・大学・自治体・アーティスト等との共創の機会でもある。本分科会の MISSION は、アート・デザイン・サイエンス・テクノロジーの出会いにより生まれる「新しいモノ・コトが創出される機会」を、芸術祭を起点にして各分野でその取り組みを理解し、実践すること。そして、芸術祭の枠を超えたそれぞれの活動の中で「新たな創造」を誘発させ、芸術文化・科学技術×経済の好循環の一助とすることにある。

### （３）本分科会の方針

大阪・関西万博を契機に、さらにその先の未来に向け、日本国際芸術祭を起点に下記課題の理解に向けた議論を通じて、それぞれの経済活動の中で「新たな創造」を実践する。

- ・ 芸術文化・科学とデザイン・テクノロジーの融合による新たな顧客価値実現に向けた共創
- ・ 日本国際芸術祭・国際芸術祭サミット、および万博から得たものを共創プロセスに取り込む

## 第二章 課題の認識

「アート・デザイン・サイエンス・テクノロジー・経済の共創」の意味を理解する。

### (1) アート・デザイン・サイエンス、テクノロジーの循環が新しい価値を生む

新たなモノ（商品）、コト（サービス）が提供する顧客価値は、その機能やスペックといった「機能的価値」と、そのような形式では表せないデザインや使い心地といった「意味的価値」が合わせて共創される「総合的価値」が重要な要素となっている。

例えばモノ（商品）が提供する顧客価値は、90年代までは、その機能的価値だけであったものが、徐々にUX「ユーザーエクスペリエンス（顧客経験価値）」が大きな意味を持つようになってきて、その創造を可能にする開発プロセスとして「デザイン思考」が注目を集めた。2000年代に入ると、モノ（商品）の顧客価値は商品そのものではなく、使用する際に創出される使用価値へと遷移していく（PCソフトのクラウドサービスや、カーシェアリングの普及など）。

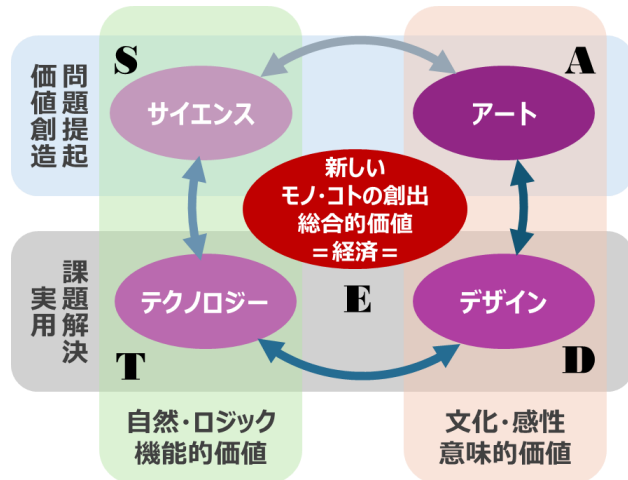
このような顧客価値の変化は、モノ（商品）においてはその機能的価値だけではなく、UXも合わせて提供する傾向が強まり、コト（サービス）においては、顧客との接点における「意味的価値」が大きな割合を占めるようになってきた。モノを提供する製造業と、コトを提供するサービス業の競争が激化する中、「機能的価値」と「意味的価値」とを合わせた「総合的価値」こそが重要になってきた。

これを示したのが【図1】である。左側のサイエンスとテクノロジーが機能的価値で、右側のアートとデザインが意味的価値となっている。機能的価値と意味的価値は縦軸上で二つに分かれ、上側のサイエンスとアートは新たな価値を創造し、問題提起する。一方で、下側のテクノロジーとデザインは、既存の価値を深化させて問題解決をする。この上下左右の要素が循環し、合わさったところに「総合的価値」が生まれ、新たな総合的価値をもつモノやコトが創出される。これにより経済が回っていく。

このような顧客価値イノベーションを個社のマネジメントだけで実践できる企業は少なく、そこに4つの領域それぞれに強みを持つ者同士が出会う共創プラットフォームが必要となる。その一端を担うのが、夢洲機構の役割でもあり、その実証の場が「日本国際芸術祭」となる。

### (2) 4つの共創軸の設定（経済産業省のレポートを参考に）

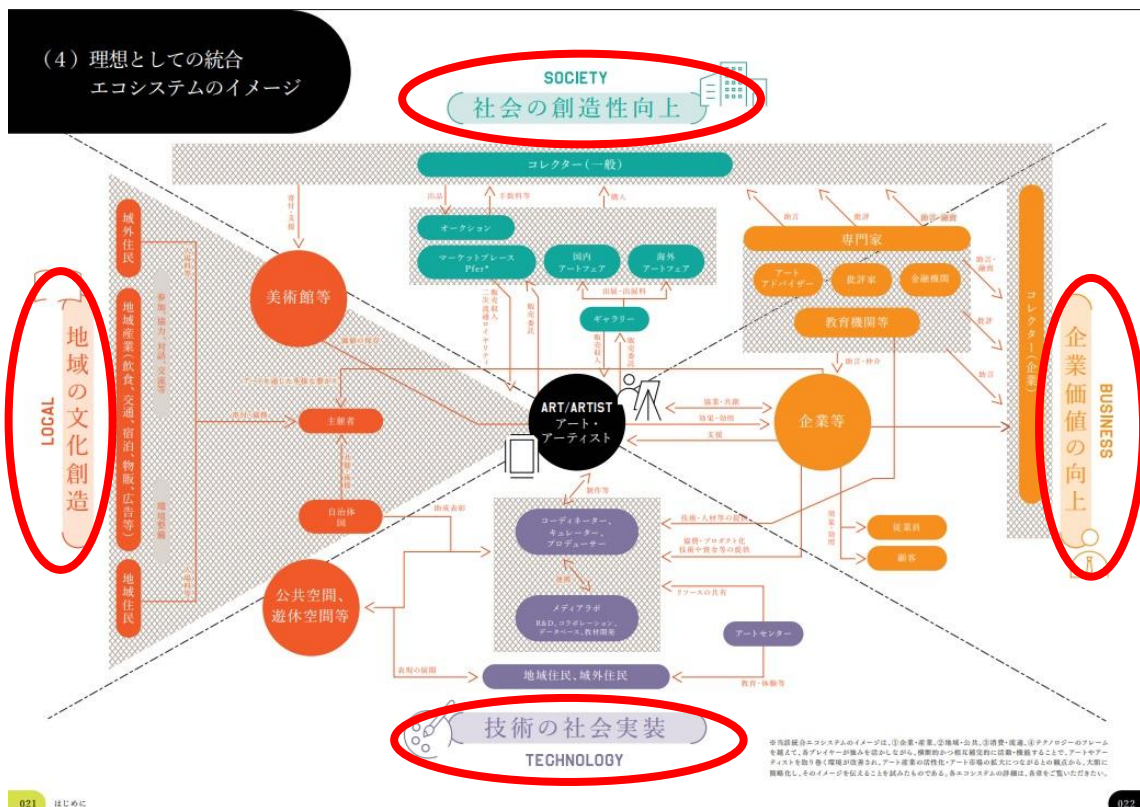
第1回のMTG時に経済産業省（METI）の「アートと経済社会について考える会」の資料を配布した。以下にその内容を紹介する。



【図1】アート・デザイン・サイエンス、テクノロジーの循環  
出所：一橋大学延岡教授の SEDA モデルの考え方・フレームワークを参考に吉村作図

これまで我が国企業の多くがアートやデザインを、経営と比較的遠いところに置いてきたことが、マークアップ率が低い一因との指摘もあるなど、機械やAIでは代替できないアートやデザイン等の人の創造性や感性、国や地域に固有の文化を価値創造の主軸に据えることがより一層求められている。人間社会や自然等への新たな見方や価値観等の着想をアート（創る・見る等）から得ることで、企業が自らの存在意義を確立・共有したり、社会課題解決に向けた発想の涵養やビジネスモデルの構築につなげたり、創作や鑑賞等を通じた人的資本の向上や地域経済社会の活性化につなげたりなど、アートと経済社会の接面の拡大が確認されつつある。このような中で、文化アートと経済社会の循環エコシステムの構築に向けた所要の施策、現時点におけるアート市場の規模を勘案し、供給サイドではなく需要サイドの視点から、あるべきエコシステムについて検討された。

①アート×企業・産業、②アート×地域・公共、③アート×流通・消費、④アート×テクノロジーの領域で、課題抽出し、如何にして各主体からの需要拡大とアートの効果・効能等を受けような好循環・エコシステムを設計することができるかについて検討された【図2】。



【図2】理想としての統合エコシステムのイメージ 出所:経済産業省の「アートと経済社会について考える会」\*赤囲み加筆

本分科会では、この「考える会」の検討時に使われた統合エコシステムイメージ図の4つの赤囲みで示した軸を参考に以下の共創軸を設定し、検討していく。

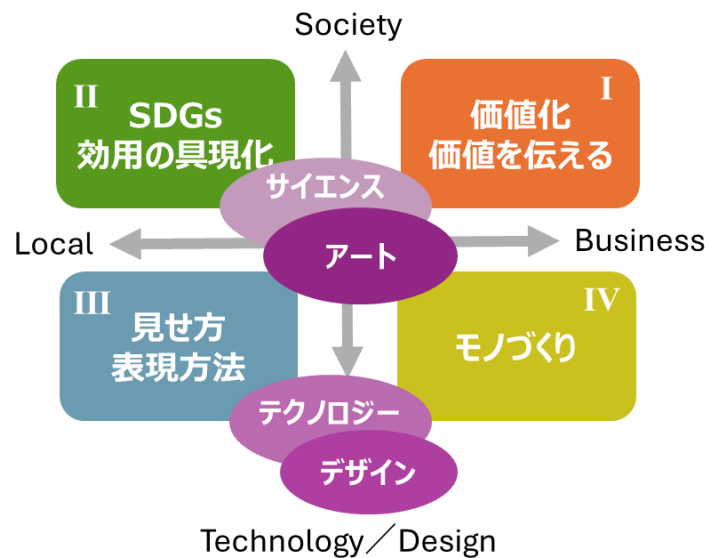
- a) アート／サイエンス×**Business**（企業価値の向上）
- b) アート／サイエンス×**Society**（社会の創造性）
- c) アート／サイエンス×**Local**（地域の文化創造）
- d) アート／サイエンス×**Technology/Design**（技術デザインの社会実装）

### 第三章 分科会の方向性

#### (1) 共創軸を据えたエコシステムと想定される共創領域

サイエンス・アートを起点に前章で設定した4つの共創軸、すなわち Business (企業価値の向上)、Society (社会の創造性)、Local (地域の文化創造)、Technology/Design (技術・デザインの社会実装) を4方向に設定してみると、各軸によって構成される共創領域は、【図3】I～IVのように規定することができる。

それぞれの共創領域は以下のように設定される。



【図3】 共創軸を据えたエコシステムと想定される共創領域  
出所:図1、図2を参考に吉村作図

##### a) 価値化 (第I象限)

鑑賞の対象だけでなく、価値をつける。価格だけでなく、作品が持つ文化的・歴史的な意義や、人々に与える感動などを通じて、その価値を高め積極的に伝えていく。

##### b) 効用の具現化 (第II象限)

アート・文化・食などがもたらす効用は、経済的な効果だけでなく、心の健康や社会の活性化、創造性の向上など多岐にわたる。その多様な価値を可視化し、社会のさまざまな場面で活用を考える。

##### c) 見せ方、表現方法 (第III象限)

地域と結びつくアートや文化・食などを魅力的に見せる手法として、デザイン・テクノロジーを活用した物理的な空間に加えデジタル空間を活用する展示や、鑑賞者が参加できる体験のアプローチ等を考える。

##### d) モノづくり (第IV象限)

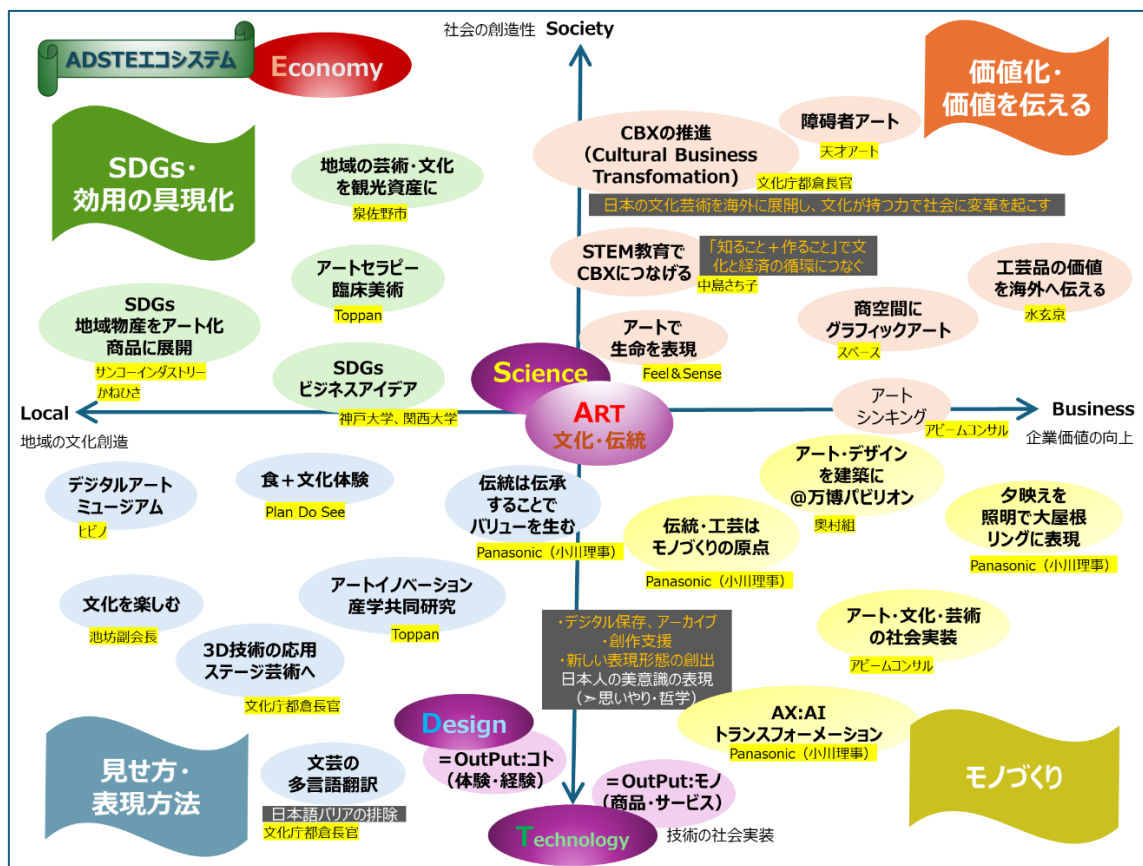
モノづくりが持つ職人的な技術や実用性に、アートの持つ表現性や概念的な思考が加わることで、新たな価値やイノベーションが生まれる

#### (2) 2025 年分科会活動の総括

##### 【アート/デザイン/サイエンス/テクノロジー (ADSTE) のエコシステム】

(1) で設定した4つの共創軸と4つの共創領域に、①第1回MTGで紹介のあったメンバー各社の取り組み、②万博期間中の EXPO メッセにおけるメイン展示「日本国際芸術祭」出展企業の展示、③京都西本願寺で開催された第3回日本国際芸術祭サミットの講演やご発言の内容などを各領域にプロットしたのが次ページ【図4】である。





【図4】アート/デザイン/サイエンス/テクノロジー(ADSTE)のエコシステムの関連取り組みマップ  
出所:図3記載フレームに文中の関連活動をマッピング

このような共創領域に整理すると、分科会メンバーの取り組みやサミットでの発言内容が比較的すんなりとプロットできる【図4】。

これらの各領域において、「価値化」ではCBX（文化庁）の取り組み、「モノづくり」ではAIの登場でどのように変化するか、左側の軸である「見せ方」では文化芸術などまちづくりへの実装、「効用」ではアートとWell-Beingとの関係づくりや、地域の文化・芸術を如何に観光資源化していくかなど、新たなビジネス創出に向けての共創課題が浮かんでくる。

## 第四章 次年度の活動

### （１）今年度の活動総括と次年度の分科会に向けて

アート・デザイン・サイエンス・テクノロジー・経済の共創について、日本国際芸術祭や関連するイベントは、様々な示唆を提供してくれた。特に、万博期間中には万博会場でも日本国際芸術祭が開催されたことは意義深い。

万博のテーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」について、プロデューサーをはじめとした皆様から「いのち」の多様性、歩み、様々な考え方、社会経済との関わり、そしてその表現方法への示唆を多く頂いた。そして、万博期間中に開催した「日本国際芸術祭／大阪・関西万博展」に出展した数々の日本文化・芸術は、万博に集った多様な人々と文化と触れ合うことで、いろいろな刺激をいただくことができた。

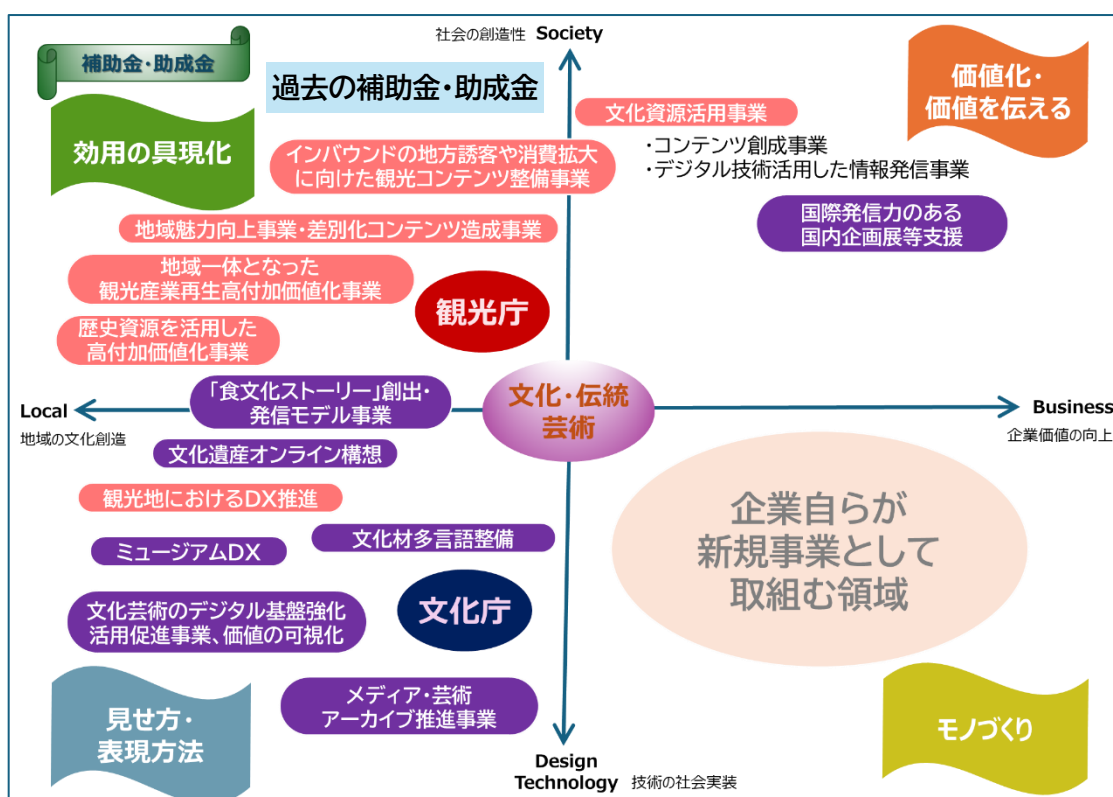
一方、日本国際芸術祭のメイン舞台である京都は、共創の先進地であり、その京都・西本願寺書院で開催された第3回日本国際芸術祭サミットにおいて、都倉文化庁長官の特別講演での「CBX（カルチュラル・ビジネス・トランスフォーメーション）＝文化芸術の国際発信とグローバル展開にビジネスの観点を取り入れ戦略的に取り組む＝」の課題提起は、文化・芸術を産業・ビジネスで考えることの大事さに気づかせてくれた。

そして本稿第二章記載のとおり、万博開催期間を通じて、アート・デザイン・サイエンス・テクノロジー・経済の共創について、連携・融合による新しい共創の在り方、経済産業省の「アートと経済社会について考える会」の資料を参考に、日本国際芸術祭、万博関連の取り組み等から、4つの共創軸について、具体的イメージを整理することができた。

## （２）次年度の分科会の在り方

こうしたことから、ポスト SDGs として、Well-Being 等が検討される中、文化と経済の共創、関わり方を考える本格的時期、実践時期が来ていることを考えさせられた。

この「アート・デザイン・サイエンス・テクノロジー・経済の共創」を新しい産業の捉え方として考えていくことは、これからの社会の成長として重要と考える。そして、それは企業としても、海外への展開による市場拡大や商品・サービスの提供価値向上に資するものであると考える。



【図5】 新しい価値共創ビジネスに向けて(次年度活動の参考となる事業をマッピング)  
出所:図3記載フレームをもとにマッピング



次年度の分科会としては、こうした新しい産業（仮称：「新しい価値を創造する共創ビジネス」「価値創造型共創ビジネス」・・・）に向けた機運醸成や、実証・実装する機会を探索し、情報提供・共有することを考えたい。

具体的には、国や自治体のプロジェクトへの参加機会（文化庁、観光庁の提案可能な補助金、助成金プロジェクト等……【図5】は過去の補助金、助成金事業を仮にフレームにマッピングしたもの）の情報提供等から始められると良いと考える。

実際の補助金を得て、本稿第三章で検討した経済循環のヒントを参考に、共創で生まれる価値をスモールスタートで実証、検証するなど、フィールドとなる地域も巻き込みながら実装に向けた具体的な共創活動ができれば、より実践的な分科会になる。また、そのため、分科会の裾野も、従来メンバーに加え、広く機構会員の参加も呼びかけ、この新しい取り組みを仕掛けていける場となると良いと考える。

## おわりに

こうした新しい産業創出に向けた実証・実装の主体は、会員の皆様であり、事務局が主体で動くのではない。会員の皆様が、それぞれの強みを持ち寄り、機構の会員ネットワークによる共創や、機構を提案支援の基盤として活用できるようになればと考える。

是非皆様からも、ご提案をお願いしたい。

以上

## アート・デザイン・サイエンス・テクノロジー・経済の共創分科会への参加メンバー

### ○共同座長

(株)三菱総合研究所 執行役員 高橋 朋幸  
ドリアイノベーション(同) 代表社員 林 俊武  
TOPPAN(株) 万博・I R室 担当部長 吉村 佳展

### ○第1回～第3回分科会出席者(複数名参加された事業者は1名のみ記載)

アイアンバード行政書士事務所 代表 村田 和也  
アビームコンサルティング(株) 未来価値創造戦略U 奥村 尚志 横山 達也  
(株)梅鉢園 代表取締役 梅野 星歩  
(株)奥村組 関西支店 万博・I R推進グループ担当部長 松田 徹  
(一社)関西・健康経営推進協議会 代表理事 西口 泰  
キープラン(株) 代表取締役 小山 雅章  
(特非) 障害者芸術推進研究機構 理事長 角谷 和好  
(株)研文社 取締役執行役員 藤田 隆浩  
(株)水玄京 代表取締役 角居 元成  
(株)スペース 大阪本部 営業開発部 シニアディレクター 榮口 宝  
(株)大都 環境部 課長代理 舘森 保博  
大和リース(株) 営業本部コーポレート室 室長 谷本 知子  
(株)丹青社 事業開発センター事業開発統括部長 遠藤 弘道  
(株)電通 総務オフィス関西総務部 森岡 慎司  
(株)博報堂 関西支社 渉外スタッフ 田口 晃  
ヒビノ(株) CMC インターナショナルグループ兼 I R ビジネス推進室 課長 安江 寿夫  
(一社) Feel&Sense 代表理事 橋本 昌彦  
まねき食品(株) 社長室長 山際 和彦

### ○第3回日本国際芸術祭／大阪・関西万博展出展者(部会出席者除く)

かねひさ(株) 営業本部 KFP チームリーダー 今井 聖也  
(株)Plan・Do・See 万博推進室 関西エリアマネージャー 北田 大輔  
学校法人 大手前学園 評議員 中江 正弘  
(一社) エコロジーウォーキングジャパン 理事 桑田 駿哉

### ○協力／オブザーバー

(一社) 夢洲新産業・都市創造機構 事務局  
(一社) 夢洲新産業・都市創造機構 代表理事 井垣 貴子