

「万博から展望する新たなスマート社会」

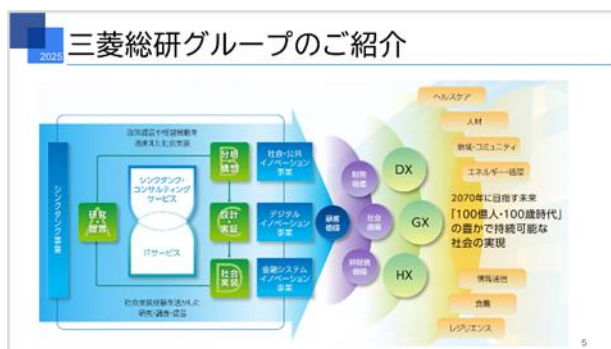
株式会社三菱総合研究所

関西・万博担当本部長 崎 恵典

三菱総合研究所の崎です。本日は「万博から展望する新たなスマート社会」のタイトルで、お話をさせていただきます。

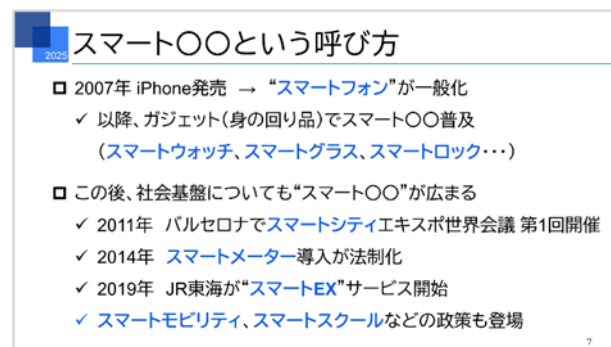


最初に私が所属する三菱総研グループの紹介をさせていただきます。総合シンクタンクグループとして経済・ITから科学技術まで幅広い分野を対象として活動しています。創業は1970年、三菱グループ創業100周年記念事業として、社会課題の解決を目指すシンクタンクとして各グループ会社から出資を受けて誕生しました。当初は経済研究やコンピューター事業などの分野へ特化していましたが、2005年にICT部門の強化のため三菱銀行のシステム子会社 DCS と合併し IT ソリューション機能を持つようになりました。2009年に株式上場し、三菱グループ各社に引き続き出資いただきながらも上場企業として活動を展開し現在に至っています。



この図は、左から右に私どもの事業の大きな流れを紹介しています。左側のシンクタンク事業は経済予測や自主研究など

を社会へ発信する活動です。右側の社会公共イノベーション事業は主に官公庁へ、デジタルイノベーション事業、金融システム事業は民間企業向けのソリューション業務です。シンクタンク業務としての研究提言から、各企業・団体様が必要とされる分析や経営戦略策定の支援、またはその実践計画や実証まで伴奏させていただき、最終的には皆様と共に、あるいは独自で社会実装していく。またそこから得られた知見からも研究提言を出していくといったサイクルを描いていけることを近年特に意識して取り組んでいます。当初は調査・研究して分析・発表を行い終わっていたことが多かったのですが、事業の中で特に大切だと思ったところへは事業会社のようにリスクをとって投資をしています。理工系を中心に約 1000 名の研究員がいますので、幅広い分野を対象にして社会課題の解決に貢献したいと考えています。



「スマート社会」とはどのようなものか。学術的には多くの議論がありますが、今回は私の個人的見解を交えて紹介させていただきます。まず単語の前にスマートを付けた「スマート〇〇」という呼び方、今では何にでもスマートがついてきています。しかしその始まりは、2007年に発売された iPhone だと思います。それがスマートフォンとして一般化しました。それ以降ガジェットとしてスマートウォッチ、スマートグラス、スマートロックなどが出てきて、スマートハウスなどもありました。少し遅れて社会基盤にもスマート〇〇という呼び名が使われるようになり、

バルセロナで第1回スマートシティエキスポが開催されたのが2011年です。2014年はスマートメーター、2019年にはスマートEXという名称が使われ、スマートモビリティ、スマートスクールなどの政策も出されました。2007年以前にも2004年頃ETCの普及によりスマートインターチェンジがありましたがとてもニッチなものでしたので、日本も含めた世界の中で「スマート〇〇」が普及したのはスマートフォンからだと思います。そう考えると、スマートフォンが全てをスタートさせた다고改めてそのインパクトの大きさを感じます。

2025

Smartが持つ“身体性”

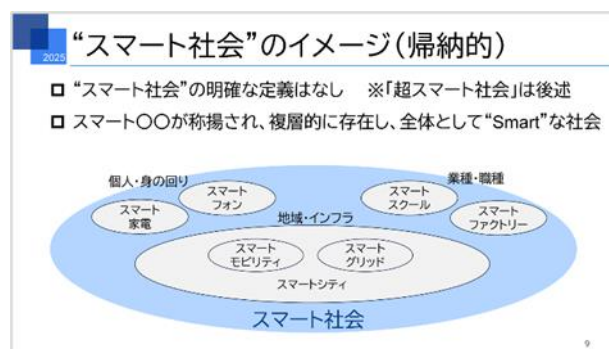
□ 形容詞:「賢い」「洗練された」「すばい」「手際がいい」
／「ほっそりした」「格好いい」「品位がある」

□ 動詞:「ずきずきと痛む」の意、名詞:「痛み・苦痛」の意

□ 語源:印欧語根の「(s)merd-(嘔みつく)」
→ 原始ゲルマン語では「smertan (傷つける)」
→ 中期英語では「smerten (けが、痛い)」に変化
→ 近代英語になる頃(1500年頃)に「賢い」の意が加わった

□ 「痛いほどに鋭利・鋭敏な賢さ」→日本語でも「頭が切れる」「鋭い」

スマートは元々英語ですが、この言葉が持つ意味を理解するにおいて「身体性」を挙げたいと思います。スマートを普通に訳すと形容詞で「賢い」「素早い」「手際がいい」、日本では「ほっそりした」「かっこいい」「品位がある」というイメージがあります。一方動詞では「ずきずき痛む」、名詞では「痛み」「苦痛」という異なる意味を持ちます。実は後者のほうが元来の意味で、語源はメルド「嘔みつく」であり、そこからスメルタン、スメルテンと変化し、1500年頃に「賢い」の意味が加わったようです。よって本来は「痛いほどに鋭利・鋭敏な賢さ」であり、日本語でも「頭が切れる」「意見が鋭い」など言いますがそれらがスマートという言葉の感覚です。iPhoneも今では無意識に使用しますが、入ってきた頃は手や目を動かし理解することに慣れず、半ば暴力的に人の振る舞いや行動を変えるほどの賢さ・良さがスマートということになります。スマートシティあるいはスマート社会についても、単に何か情報が情報化されてデータが流れているというのではなく、日常生活でこうなればと思うことが実現できるように行動を変えてしまうことが前提になっているということなのです。



それでは「スマート社会」が具体的に言葉でどう表されているかですが、実は明確な定義はありません。現況から帰納的に導きだしてみると、「人間の行動へ影響を与えるさまざまな分野の取り組みが称揚され、それらが複層的に存在し、全体としてスマートになっている社会」となります。図で示されているように、個人の身の回り、社会の業種・職種、地域インフラそれぞれにおいてスマートなモノ・仕組みが生まれ、全体としてスマート社会を構成する形になると思います。

2020

我が国における「超スマート社会」の定義

2016年1月 第5次科学技術基本計画

「必要なもの・サービスを、必要な人に、必要な時に、必要なだけ提供し、
社会の様々なニーズにきめ細かく対応でき、あらゆる人が質の高い
サービスを受けられ、年齢、性別、地域、言語といった様々な違いを乗り越え、
活き活きと快適に暮らすことのできる社会」

リアルとサイバーを融合させて社会問題解決と経済発展を目指す社会のことを Society5.0 と呼ばれていますが、同じ意味で「超スマート社会」という言葉も使われています。2016年政府が出した第5次科学技術基本計画の中でそれが定義されています。先ほどの概念と照らし合わせて解釈していくと、「必要なもの・サービスを、必要な人に、必要な時に必要な時だけ提供し」には無駄がない賢さがあり、「社会の様々なニーズにきめ細かく対応できる」には手際良く漏れが無く、「あらゆる人が質の高いサービスを受けられ」には品位と尊厳があり、「年齢、性別、地域、言語といった様々な違いを乗り越え」には包摂性があり、最後部分「活き活きと快適に暮らすことのできる社会」には身体性が感じられると思います。我々が iPhone の登場で感じた大きな変化が、いろいろな場面や地域全体へ拡大し、それらを体感していくような社会と捉えていただきたいと思います。

スマートシティの具体的なエクスペリエンス

出典：内閣府スマートシティ戦略（科学技術・イノベーション政策）『省庁連携によるスマートシティの推進』2021年4月1日版。
https://www.sco.go.jp/data/publication/kagaku_innovation/goto190411/smartcity2021.pdf
 （2025年3月1日閲覧）

2025 Smart:高い目的に対し抜けがちな視点

```
graph BT; A[技術] --> C[超スマート社会]; B[コミュニティ] --> C; A <--> B
```

The diagram illustrates the components of a Super Smart Society. At the top is a dark blue box labeled '超スマート社会' (Super Smart Society). Below it are two boxes: a blue box on the left labeled '技術' (Technology) and a grey box on the right labeled 'コミュニティ' (Community). Arrows point from both '技術' and 'コミュニティ' up to '超スマート社会'. A double-headed arrow connects '技術' and 'コミュニティ'.

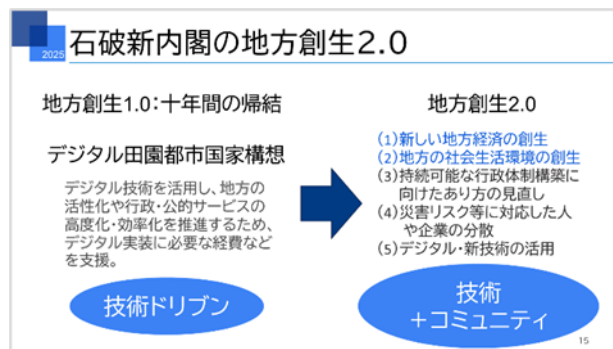
12

三菱総合研究所 50周年記念研究(2020)

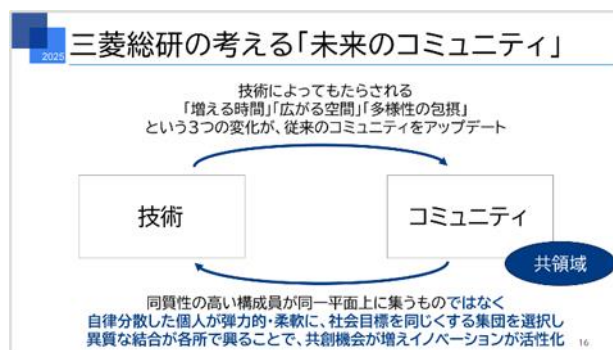
第5次科学技術基本計画への批判的視点

- 3 -

社会(コミュニティ)』から『科学技術』を考える必要がある」と論じられています。先ほどの三角形の図で示したとおり、技術ドリブンで目指すことで早く到達するかもしれないが、それだけでは不足する。コミュニティは科学的に分析しにくい、そこが大事であるとされています。

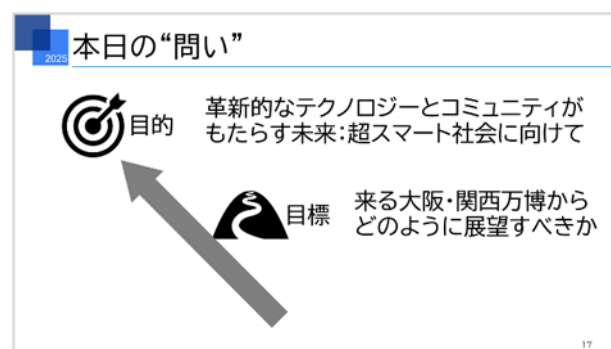


それと同じように捉えていると思うのが、石破新内閣の地方創生政策です。石破総理が地方創生大臣時代の2015年、地方創生1.0としてデジタル田園都市国家構想が始まりました。デジタル技術を活用した地方の活性化や行政公的サービスの高度化・効率化を推進するため、デジタル実装に必要な経費を支援するとして年間1000億円の国費をかけて取り組みました。これはどう見ても技術ドリブンで進展を図ってきたと言えると思います。一方地方創生2.0では、技術だけではなくコミュニティの目線が必要ということで、地方経済に影響を与え生活環境が変わっていくことが上位に挙げられています。デジタル技術の活用はそれらを実現するためという位置付けになったことで、今後も技術ドリブンで様々な最先端のものが商用化されていくべきですが、そこには実装されて人の生活が変わり身体性を感じながら身についていく地域、コミュニティになっているかの目線が必要であると理解しています。

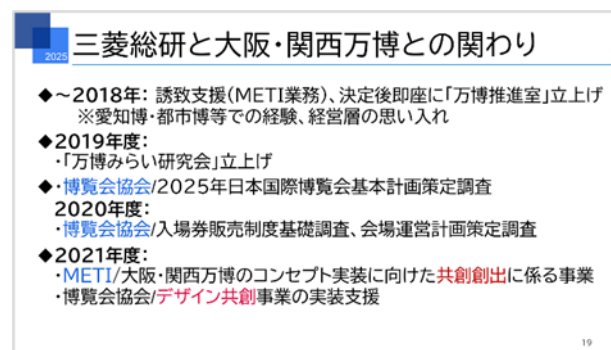


三菱総研が考える技術とコミュニティの関係について整理しました。まず、技術によってもたらされる増える時間がある。そ

もそも平均寿命100歳で健康寿命が伸びて時間が増える部分もありますが、オンライン化やAIの活用によりこれまでより多くの時間を得ることができます。次に、技術を活用することでより遠隔の、バーチャルを含めた広い空間を活用することができます。それらの変化により、これまでは人々の限られた関係から同質性のコミュニケーションになりがちでしたが、人々へより多様な関係性をもたらします。そのような3つの変化が、これまで地元や組織のコミュニティなどが中心であったものから、それらを超える新しいコミュニティが創生されと考えられます。同質性の高い構成員が同一平面上に集うのではなく、自立分散した個人が弾力的柔軟的に同じ社会目標をもつ集団を選択し、異質な結合が各所で興ることで共創機会が増えイノベーションが活性化します。またそれにより新たな技術が生まれる。そのようなサイクルを前提に、Society5.0や超スマート社会を展望しなければならないと思います。少なくともスマートという言葉が身体性を持つ以上、人同士がコミュニケーションを交わせるコミュニティがなければなりません。



それでは、革新的なテクノロジーとコミュニティがもたらす未来である「超スマート社会」に向けて、来る大阪・関西万博からどのように展望すべきかについてお話しします。



私自身「万博担当本部長」と職名に「万博」が入っていますので、弊社と大阪・関西万博との関わりについて少し紹介させ

ていただきます。2018 年、万博誘致の段階から経済産業省より依頼を受けて調査に協力しました。決定後即座に「万博推進室」を立ち上げました。これは日本の五大シンクタンクの中で当所だけです。これまで愛地球博や都市博など博覧会を経験してきており、三菱として国策で開催されるものへは関わべきという経営陣の強い思い入れがあるからだと思います。2019 年には勝手連的な「万博みらい研究会」を立ち上げ、企業の方と共にどのような万博が良いか議論して基本構想を万博協会へ提示しました。それを踏まえて、基本計画策定の調査、入場券販売に関する基礎調査、会場運営計画策定に関する調査などを受託しました。そこから主役は協賛企業の皆さんへ移り、万博で何をやりたいかの話を伺い、共創の仕組みづくりや事業デザイン策定への側面支援を行いました。

大阪・関西万博との関わり : 続き

◆2022年度:
 ・内閣官房/万博を契機とした自治体の地域活性化に資する海外交流支援調査 アドバイザリー業務
 ・内閣官房/地域ツーリズム促進調査研究業務 アドバイザリー業務
 ・大阪府/機運醸成推進業務 意向調査・アドバイザリー業務 等

◆2023年度～
 ・各省庁の“万博アクションプラン”/多様な政策・事業の万博活用支援

他:三菱未来館協賛(三菱グループ)、出向・役務協賛(若干名)、
 決済サービス(ミャクポ)協賛、
 共創活動・勝手連的な機運醸成活動(社員のプロボノ:demo!expo等)

20

万博外においても、周辺自治体から万博を契機とした地域活性化に資する支援や、機運醸成について意向調査などを行いました。2023 年以降は、特に各省庁の万博アクションプランに対して、行政コンサルティングという本業部分で万博活用支援を行ってきました。その他、三菱グループの一員として三菱未来館への協賛や、りそな銀行様と共同で決済サービスのミャクポというポイント事業へ協賛しております。また共創・機運醸成活動として、弊社社員によるプロボノ活動「demo!expo」を行っています。以上のように、多岐に亘り万博へ関わらせていただいております。

開催1か月前の現在地

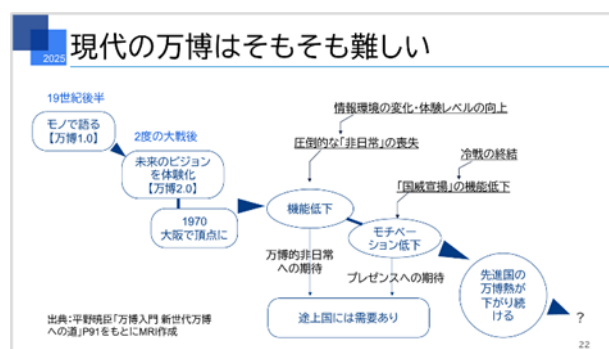
- 会社の東京本社の方々:「万博ってホントにやるんだね」
- 大阪のタクシーの運転手:「全然盛り上がってませんわ」
- 私の息子:「リングの木ってフィンランド産なんやろ」

他方、

- 海外国の駐日スタッフ:「本国は異様なほど盛り上がってる」
- 某企業館:「数万人の従業員全員から何を発信すべきか聴取」

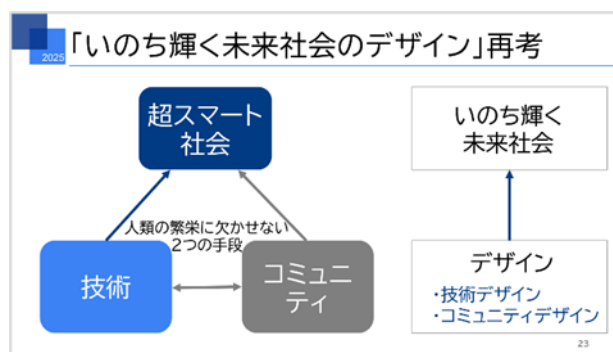
21

機運醸成について、開催 1 ヶ月前の現在地をご紹介します。昨日東京の同僚から「万博は本当にやるんだね」と言われたり、社員から万博は関心がないから行かないと言われたりして、立場上かなりショックを受けています。海外国スタッフの方がタクシー運転手さんから「全然盛り上がってませんわ」と聞かされ残念がっていたり、息子から「リングの木ってフィンランド産なんやろ」のように嫌なことを言われることもあります。このような批判的なメディアニュースは最近減っていると思いますが、特に大阪から離れたところへ行くほどこのような言説を耳にすることはあります。他方、先週海外国の駐日スタッフの方から、本国では異様なほど盛り上がっているという話を聞きました。特にアセアンやグローバルサウスの国々で盛り上がっているようです。また某企業パビリオンの方からは、万博で会社として何を発信すべきかを従業員数万人全員から意見を集め、長時間議論を重ねてテーマを決めたのだという話も聞きました。やはり出展される企業や海外の方々の本気度は伝わってきており、これまで大阪からの情報発信は難しいところがありましたが、前回のオリンピックや愛知万博の例を踏まえてもこれから急速に盛り上がっていくであろうと思います。



しかし、現代の万博はそもそも難しいということは、誘致が決定した 2019 年から、万博協会の方々やプロデューサーの方々を含め関係者の共通認識でした。これは岡本太郎記念館館長の平野暁臣さんが 2019 年に出版された著書から作成したのですが、当初パリ万博から始まった 19 世紀後半は先進国が大量生産できる製造装置を競って出展した、モノで語る万博 1.0 の時代でした。そこから 2 度の大戦を経て、技術は発展しましたがモノで語るのが難しくなり、未来のビジョンや未来社会をポジティブに見せるエンターテインメントで成り立つ万博 2.0 の時代になりました。それは 1970 年の大阪万博が頂点と言われており、入場者数は上海を例外としてそこから低下し

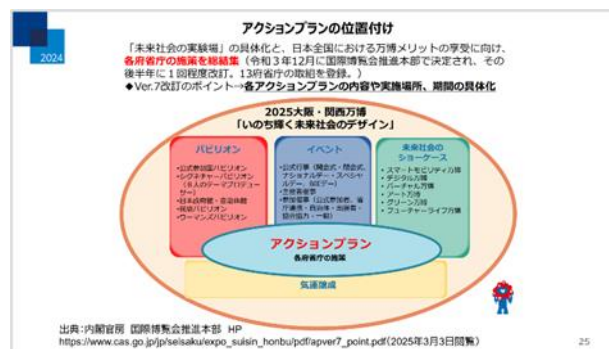
ていきました。その要因は、万博でなくても非日常が得られる時代になったことにあります。情報環境の変化が、テーマパークやオンラインでの体験レベル向上をもたらし、圧倒的な「非日常」が喪失したことにより、相対的に万博の機能が低下してしまいました。従来は先進国の国威宣揚という機能がありましたが、冷戦終結に伴いそのニーズが下がり、先進国のモチベーションが低下しました。一方途上国においては、この段階で万博的非日常への期待やプレゼンスへの期待があり、足元では途上国には需要があるのが事実です。メインプレイヤーであった先進国のモチベーションが下がり続けて現在に至っており、そもそも難しい状態であることは分かりつつ、平野さんは万博 3.0 を期待すると述べておられます。1 ヶ月後に控える万博がその 3.0 をどのように向けていくのか。「いのち輝く未来社会」とは、明るい未来だけでなく現実を踏まえた未来社会のデザインとして道筋を見せることだと思いますが、それが例えば説教臭くなり面白くないものになると人は集まらないという難しさがあり、当然万博協会の皆さんやプロデューサーさんも承知の上で取り組んで準備されたところだと思います。その意味では、基本的な難しさを社会が察知しているから批判的な言葉が無くならないのかもしれませんが。開幕まで1カ月に至り、それ乗り越えてここから盛り上がってほしいという思いです。



先ほどの超スマート社会に対する図との対比で、万博の基本的なものを加えました。いのち輝く未来社会と超スマート社会。超スマート社会には最後のほうに「生き活き」という表現がありましたが、まさしく「いのち輝く」とほぼ同義と見ていいと思います。そこに対するデザイン方法論という意味では、「技術のデザイン」と「コミュニティのデザイン」の2つが万博にとっても必要であると思いました。



このうち技術デザインは万博が得意とするもので、一つ例を挙げると「アクションプラン」というものの中にそれが凝縮されています。万博の主要プレイヤーは日本政府、協賛企業、海外国の3つで、日本政府も万博の中でこれからの政策の中から見せたいもの、最先端技術や、社会で受容してほしいものを発信していきます。それらがこのアクションプランの中に全て入っていますので、それを見ていただくと技術デザインはほぼカバーできています。



アクションプランは令和3年以降半年に1回改定され、今年2月に出された Ver.7 がおそらく最終版になるかと思います。未来社会のショーケースとしてパビリオンやイベントという舞台装置がありますので、日本国としてそこでどういう技術を見せるかを固めたものであり、是非ご覧いただきたいと思います。



HP へは本論も掲載されていますが量が膨大ですので、改

訂ポイントのほうを見ていただくと未来社会の体験でどのようなことができるかも列挙されています。

2025

コミュニティデザインは「これから」

- 出展者と来場者との間は？
- 来場する子供達と大人との間は？
- 来場する子供達と外国の方々との間は？
- 国内出展者同士は？
- 海外出展者と国内出展者では？
- 来場できない遠隔の方と出展者との間は？

27

一方、コミュニティデザインの方はこれからという状況です。万博協会の ICT 部の方から話を聞くと、基盤はできているが始まってみないと分からないところが多く、開催後はコミュニケーションが増えていきますので、そこから始めたいというお話もあります。出展者と来場者との間はどのようなだろうか。つまり、パビリオンへ来られた方が、楽しかっただけで終わりということが良いのかという疑問です。特に子供たちが気になります。子供たちへ大人は一体どのような会話をするのか、外国の方々もたくさん来られますが、子どもたちと外国の方々の間はどうか。あるいは、万博へ賭ける思いが強い出展者同士の関係性はどうか。中でも海外と日本の間はどうか。来場できない遠隔の方と出展者との間はどうか。万博に多くの回数関わる主体の方がいらっしゃると思いますので、それらのコミュニケーションを通じたコミュニティの形成が非常に重要であり、期待できるところかと思えます。

2025

万博で「未来のコミュニティ形成」の実験を

【図2】 共同体の形成

自律分散化した未来社会において、協働による価値を創出

多様な価値観の対立
一人ひとりの自己実現

社会全体の「豊かさ」と「持続可能性」の実現

やりたいことの共有・価値創造・協働交流
共通する人々の関わりを促して集まるコミュニティ

万博での実験が最適

19世紀 20世紀 現在 未来(～50年後) 2070年

経済活動を通じたコミュニティ
地域・広域コミュニティ

3X
未来のコミュニティ
(多様な目的・ゴール)

価値創造
自由なつながりによる
価値創造

共同体

出典:三豊総合研究所「これからの50年で目指す未来:「100億人・100歳時代」の豊かで持続可能な社会の実現」

28

弊社の研究から少し付け加えさせていただくと、先ほどからお話してきた技術とコミュニティの関係について、これまでの地縁や経済活動を通じて築かれたコミュニティに対して、技術がそれをアップデートしていく、その新たなコミュニティが 2070 年の未来を形成していくとしています。左側に「やりたいことの

探索・価値喪失・価値交換・共感する人々が軸を超えて集まるコミュニティ」と記載がありますが、これはまさしく万博の基本計画や理念にマッチするものです。そのため万博における実験が最適であり、例えばテーマウィークではいろいろなテーマのカンファレンスが行われます。そこへ出席される方が繋がっていくというような場面がたくさんできますので、そのような場でコミュニケーションをすることで持続するコミュニティがいくつか生まれるかもしれません。私個人もそのような観点で臨んでいこうと思いますし、参加者としてそういう関わり方が求められているのではないかと思います。

2025

大阪創業の代表的企業2社の連携

万博会場

サントリーホールディングス株式会社「水と生きる」

ダイキン工業株式会社「空気で答えを出す会社」

2社共同で「水」と「空気」をテーマにした壮大な水上スペクタクルショー「アオと夜の虹のバレード」を実施

万博プログラム

「水と空気がテーマの次世代向けSDGsプログラムを共同実施:「水と空気の仕事体験」「こどもサミット(仮称)」

2社連携による往復輸送の取り組み開始:運行全体の積載率向上、CO2 排出量削減、トラックドライバー不足対策

事業連携

出典:ダイキン工業プレスリリース 2023年12月13日 <https://www.daikin.co.jp/press/2023/20231213/> (2025年3月13日閲覧)
サントリーホールディングスプレスリリース 2024年6月24日 <https://www.suntory.co.jp/news/article/14619.html> (2025年3月13日閲覧)
ダイキン工業プレスリリース 2024年7月4日 <https://www.daikin.co.jp/press/2024/20240704/> (2025年3月13日閲覧)

29

大阪を代表する企業の連携事例をご紹介します。万博会場の南側の水のエリアで、水と空気をテーマにした壮大な水上スペクタクルショーが毎日行われます。ご存知の方も多いと思いますが、水と生きるサントリーさんと、空気で答えを出すダイキンさんが実施されるものです。実は万博会場とは別に子供たち 50 人 弱を募集し、水と空気がテーマの次世代向けSDGs プログラムを今まさに共同実施されています。また両社が万博で連携されたほぼ同時期に、トラックドライバー不足問題に対応する形で東京大阪間の輸送トラックを共用する事業連携されました。その背景は存じ上げないのですが、万博での連携がもしかすると本業の連携と関係していたのかもしれない、もしそういうことが起こっていれば非常に素晴らしいと思います。そのような事例が出展企業間で今後も出てくるか、皆さまも注目いただきたいと思います。

2025 コミュニティ・デザインのための基盤は概成

<博覧会協会>

- Team EXPO: 多様な参加者による共創プログラム
- バーチャル万博: アバターによるコミュニケーション
- 万博データ連携基盤: 万博に関わる主体間の情報連携

<協会以外>

- demo!EXPO: 「EXPO酒場」「夜のバビリオン」

→ 様々なプログラムへ、能動的な参加を期待!

30

コミュニティデザインのための基盤は、既に出来上がっています。Team EXPO という多様な参加者が集う共創プログラムは会期前から行われています。最近姿が見えてきたのがバーチャル万博です。会場内のものがサイバー空間に再現され、そこへサービスが提供され、我々も別人格として参加してコミュニケーションができる。実際に実施できているものを見ると、もしかするとこちらの方が人気になるかもしれません。ベースのところには万博データ連携基盤があり、万博に関わる主体間の情報連携がとれるものです。また博覧会協会以外からも、コミュニケーションを促進する仕組みが出てきています。様々なプログラムへ能動的な参加を期待したいと思います。

2025 万博データ連携基盤

インクルーシブ & サステナブルなデータ社会実現に向けた実証の場として万博を推進

出典: 2025年日本国際博覧会協会「EXPO 2025大阪・関西万博におけるデータ利活用の取り組み」
<https://comm-data-utlization.expo2025.or.jp/> (2023年3月10日閲覧)

31

万博データ連携基盤について少し触れさせていただきます。これは万博会場の出展者や協会側の様々な事務データ、来場者データなどを連携させることで、来場サービスを向上させてより良い会場運営へ活用しようというシステム基盤です。既に整備されており、これを使うかどうかは出展者次第というところで、いま様々なディスカッションが進んでいるとお聞しています。こちらも期待したいと思います。

2025 データ連携と人の連携(コミュニティ)

会期中の実験

恒常化

整備済み

万博データ連携基盤

大阪府広域データ連携基盤

32

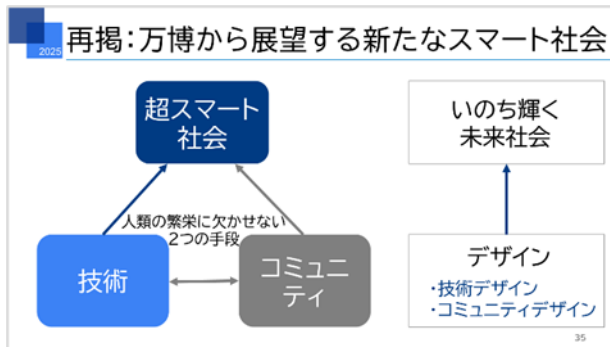
また大阪府においてもスマートシティ戦略の重要な部分として、広域データ連携基盤を取り組まれています。万博データ連携基盤と同様にこちらも技術的には既に整備済みです。その上でどういう風にデータが使われたり、価値あるものとして試してみようとなるかは、万博に関わる人々のコミュニティがあり、その人たちの万博に対する会話が、その中からデータ連携させてみようという話になってくると考えます。ここはセットで今回実験されていくべきだと思いますので、それが恒常化するという意味で、大阪においても同じようにアップデートされた地域のコミュニティ、大阪の様々な課題の中で関心が高い企業あるいは事業主体同士のコミュニケーション、コミュニティが必要なデータ流通を駆動する形になればいいなと思っています。

2025 有志団体(demo!expo)による場づくり

出典: demo!expo提供資料

33

「demo!expo」は万博協会とは別枠で有志連合が実施しているものです。1 つだけ事例を紹介すると、昼は万博のパビリオンへ海外から多くの方が来場され、特に海外館の運営の方は 5000 人から 7000 人常駐されておられます。この方々を中心に大阪の街へ来てもらい、街で交流してもらおう場作りを行っています。経済団体とも関わりながら積極的に実施していますので、ご関心のある方はウェブ検索していただければ、いろいろな取り組みをご覧いただけます。



最後になりますが、コミュニティが熱くなることが万博単体で見ても重要になります。

2025 成功の本質は「お祭りへの能動的な参加」

- 伝統的な地域の祭り：冷めた目で見れば“騒擾、蕩尽”
- コミュニティ(地縁)のつながりを感じる方が能動的に参加することで、「非日常の体験の共有」を通じてつながり強化が得られる仕組み

↓

- 万博についても同様。「能動的な参加者が、他の方々の能動的な参加を促せるようにする」ことを会期中には考えたい
- 探求心・知的好奇心を刺激して、「自ずから感得しに行く」ことを促したい

36

万博が成功するための本質は、やはり「お祭りへの能動的な参加」ではないかと思っています。例えば伝統的な地域の祭りですが、冷めてみれば騒擾と蕩尽でしかない。結局それはコミュニティの繋がりを感じている方が自ら能動的に参加して非日常の体験の共有を通じて繋がりは強化されるという、それが延々と営まれているのが人間の歴史です。そういうことに照らし合わせると万博も同様で、能動的な参加者が能動的な参加を促せるようにすること、探求心・知的好奇心を刺激して「自ら感得しに行く」ことを促したいということで、関心がないという人は開幕して 2～3 ヶ月経ってそういう言い方をすると知的好奇心が無く恥ずかしいと思われるような見せ方が必要だと思います。

2025 レガシーとは

平野暁臣「万博入門」より：

“万博とは祭りであり、祭りとはなにかを得ようといったさもし根性を捨てた無償の行為である。そう考えていた岡本太郎は、会場のド真ん中に太陽の塔をつきたてました。すべてが計算づくでつくられる万博をまつりにするには、「ペラボーな神像」が必要だと考えたからです”

- ・エッフェル塔も太陽の塔も、当初は残さない計画。
- ・「万博を通じた新たなコミュニティ形成の象徴」として、“ペラボーな”大屋根リングが残っていく可能性だってある？
- ・技術デザイン/コミュニティデザインの結果はすべてレガシー

37

レガシーについて、先ほど紹介した平野暁臣さんの本にある岡本太郎の考え方ですが、「万博とは祭りであり、祭りとはなにかを得ようといったさもし根性を捨てた無償の行為である。そう考えていたのでこの太陽の塔をつきたてた。」とあります。要するに万博を祭りにするための装置だということです。さもし根性というところが私自身非常に刺さり、レガシーをさもしと捉えるのはやや語弊がありますが、レガシーを主体で考えるのではない。まずこの祭りの 6 ヶ月間で自分がどういう風に関わり、何かを求めに行くことだと思うのです。そういう意味ではエッフェル塔も太陽の塔も今残っていますが、当初は残さない計画で会期が始まり半分ぐらい経過して残す動きが出てきたということです。我々大屋根リングは取り壊されるものと思っていますが、これが同じ理屈で残る可能性だってある。私もリングへ登りましたが、大きなインパクトを受けました。そういう意味からも、レガシーがどうなるかについては、会期中も引き続き考えていきたいと思います。技術デザインやコミュニティデザインなど万博に関わって動いたものが、コミュニティの形成であったり技術の認知となり、それら全てをレガシーだと捉えてこの 6 ヶ月間楽しみたいと思います。皆さんも一緒に楽しんでいただければと思います。ご清聴ありがとうございました。

(終了)