
第9回夢洲新産業・都市創造セミナー
『いのち輝く感動と未来社会の共創
～2025大阪・関西万博に向けて』

開催報告

一般社団法人夢洲新産業・都市創造機構 事務局作成

第9回夢洲新産業・都市創造セミナー 『いのち輝く感動と未来社会の共創～2025大阪・関西万博に向けて』 開催報告

第9回夢洲新産業・都市創造セミナー「いのち輝く感動と未来社会の共創～2025大阪・関西万博に向けて」を、2021年7月27日(火)オンラインにて、一般社団法人夢洲新産業・都市創造機構主催で開催致しました。経済界、学界、医学界、経済団体、行政機関等から沢山の方々にご参加いただき、盛大に開催できました事を厚く御礼申し上げます。

第1部 講演

講演テーマ「事業としての万博」

石川 勝 氏

(公社)2025年日本国際博覧会協会 会場運営プロデューサー

(株)シンク・コミュニケーションズ 代表取締役

大阪市立大学 客員教授

最初に「万博とは何」から入りたいと思います。現在の万博は第3形態と考えています。

第1形態は産業革命と植民地拡張による国力誇示のための万博。1851年、明治維新の17年前にロンドンで初めて第1回目の万国博覧会が開催されました。ロンドン市内のハイドパークの中にクリスタルパレスという建物を建てました。石やレンガで建てるのが当たり前という時代に、鉄とガラスのプレハブ工法を使用したのが未来の建築技術として披露されました。イギリスが一番華やかな時代で、ヴィクトリア女王の旦那様、アルバート公が主催者となり、この第1回万博を始めたと聞いています。その後、万博は2年後にニューヨーク、更に2年後にパリとヨーロッパやアメリカの大都市で繰り返し開催されるようになりました。



特に注目を集めたのが1867年のパリ万博で、この時にエッフェル塔が建設されました。ナポレオン3世の時代で、この時に日本からは江戸幕府、薩摩藩、佐賀藩がそれぞれ独立国家として参加しました。1928年にBIE条約が結ばれました。これは国際条約で、加盟した国が万博を開催すると約束を交わし、今に至るまで170年間も続いています。この国際条約で定められた事が非常に大きいポイントです。

続いて第2形態。第2次大戦で途中中止もありましたが、戦後1964年東京オリンピックの年にニューヨーク万博が開かれ、アポロ計画がその1、2年前にスタートし、アポロのロケットを置きました。企業が国家のパビリオンを上回る非常にスケールの大きな華やかな企業館を出しました。それがウォルト・ディズニーのイツ・ア・スモールワールドです。これ以外にもフォード、GMやIBMという大きな企業が沢山パビリオン出し、国家から企業の万博と時代が変わりました。

そして、1970年に大阪万博が開催されました。6400万人という驚異的な人を集めた最大の万博がここで実現しました。この時も太陽の塔という非常にシンボリックなものがありました。それからアメリカ館の月の石も大変人気がありました。外国人のスタッフにサインをもらい盛り上がったそうです。その時に企業は色々工夫を凝らした出展をし、携帯電話もこの時に披露され、未来の暮らしを示す万博になりました。

万博条約の中には一般博と特別博があり、大阪万博は一般博であり、大阪万博の後は1992年セビリア万博で、スペインのセビリアで一般博が行われたのですが、この間24年間、一般博はなく、一回り規模の小さい特別博が行われました。世の中が変化していき万博の役割、万博に対する見方が変わりました。中

には経営的に苦しい思いをした万博もあったようです。1994年にBIE総会の決議で決められた事は、万博は人類の知識の向上、相互理解、国際協力への貢献を目的とする。テーマは科学技術や経済の進歩、社会的要求や自然環境保護の必要性から、課題を浮き彫りにするものでなければならない。つまり、地球的課題の解決の為に万博をやる事となりました。第2形態として最初は国家を主体に始まったのが、やがて企業が主役になり、大衆がお客さんとして沢山の人が集まる事で、万博の意義も形を変え始めました。

第3形態として、2000年にゴミのリサイクルをテーマにしたハノーヴァー万博が開催されました。日本館は紙の管でできた建築をつくりました。また、ドイツのグリーンドットという会社が資源リサイクルをテーマにしたパビリオンをつくり、資源リサイクル系のNPO、NGOの方も展示を行い、非常に素晴らしい演出で地球的課題の非常に重要なごみのリサイクルをテーマに行った万博が行われました。ハノーヴァー万博は4000万人の目標に対して1000万人しか集客できず経営的には苦戦をしましたが、内容としては非常に優れたもので、ここから学ぶべきものは多かったと考えています。

2005年の愛知万博では、自然の叡智というテーマで森の中の会場をつくり、冷凍マンモスが大変人気になりました。この万博の特徴は、それまでは外国のパビリオンが沢山あり営業施設が中心でしたが、主催者が自らテーマ事業を生みだし、課題解決の為に事業を行った事が特徴になりました。この方式が非常に国際的にも評価が高く、その後の開催された上海、ミラノ、ドバイに継承されたようです。

これまでの万博は到達点を示すものだったと思います。産業革命での成果、あるいは、企業の今までの成果、その到達点を披露する場でしたが、出発点を示すところの変化が第3形態のポイントではないかと思っています。

そこで、大阪・関西万博の特徴は何か。1970年の大阪万博は市場に上手くマッチしたスタイルができました。しかし、現代は同じ構造ではなく色々な切り口があると思います。私はマルチクラスター&ロングテールが非常に重要なポイントだと思います。ある2つのコミュニティーがあり、それぞれのコミュニティーは全く違う価値感を持ち、その異なる価値感を持つ人達が小さなグループをつくり、そのグループが社会に沢山存在してロングテールをつくるのが現代社会の非常に特徴的な面だと思います。この社会の構造に合わせてつくる万博は1970年大阪万博の時と同じモデルではない、そこが重要なポイントです。シンボルマークもマルチクラスターを示すマークですので注意して見てください。

もう1つがリアル×バーチャルです。万博は準備、会期、閉幕とあり、会期中を私達は本番と呼んでいて、その本番に向けて準備を行い、本番に成し遂げた事を継承するのがデフォルトのモデルになります。BIEの条約で決めている規則もこれがデフォルトです。ところが、バーチャルはこれまで関係無かった人が集まるモデルです。当然その条約の中に前提はないですから、今までの万博のモデルとは異なるものをここに加える事になります。万博協会のPLL Talksで万博協会局長と経済産業省万博室長が対談し、このバーチャルの部分を万博2.0と呼称されていました。確かに万博2.0の側面があり、今までのルールでは会場をつくり、半年間という会期を決め、入場料金ももらい、集客するのが万博の事業のモデルです。そこに時間と空間の制約もないサイバー空間で万博行う事を加えてくると、明らかに色々なこれまでできなかった事ができるようになります。これから2.0でステージをつくっていく必要があります、この大阪関西万博では第1回目になるのでベストエフォートを出して行く事になります。

次にクリエイティブドリブン型万博です。このセミナーでもテーマプロデューサーの方々が既に沢山参加されていますが、今回の万博は8人の素晴らしい方々がテーマ事業の計画を進めています。この方々に最初から入っていただいて企画をつくる事業の方法は、非常に挑戦的なスタイルで、過去に例がありません。まず事業のフレームをつくり、その推進体制をつくり、協賛者に参加してもらい、誰につくってもらうのかクリエイターを選ぶのが一般的なやり方でした。事業のアウトライン、予算、協賛者は決まっているので表現するものをつくれれば良く、方向性は見えているので、クリエイターはそれに従ってつくるのでやりやすい面があるのですが、他方でそれは制約になり、クリエイティブリティーを阻害する事もあったと思います。

この大阪・関西万博は逆転させ、まず何も制約のないところからクリエイターに事業企画をしてもらう事からスタートしています。予算は無尽蔵になりますし、空間の条件もあり、その中でクリエイターの人達が自分で直面し、つくるのは大変ではありますが、彼らの持っている創造性を十分に発揮できる構造になっており、素晴らしいものができるでしょう。

次に、万博の事業構造ですが、まず万博の事業費の中に関連事業費があり、土地の造成、道路をつくり、鉄道整備する事業費があります。万博事業費の構成は運営費と会場整備費でつくられています。まず会場



整備費ですが、会場の建設をしたりインフラをしたりする費用になっていて、国と自治体と企業との寄付で3分の1ずつ負担する事で構成されています。運営費は、会場の運営、警備、安全管理、ICT、広報、観客輸送の予算が必要ですが、これらの財源は入場料金です。興業といわれる部分で正しい運営を行わないと入場者が来ない。入場者が来ないと運営ができない。そこを上手く進める事がこの運営計画の肝になります。外国館、企業館は民間パビリオンと呼んでいます。これは万博協会の事業費とは別に、それぞれの国や企業が負担してパビリオンをつくります。テーマ館、未来社会ショーケース事業、催事や運営、広報に万博協

会の事業費が入っています。協賛で、各事業に企業が参加する仕組みを持っており、万博協会と企業が一緒につくる事業となります。テーマ館も入場料金だけでは財源は限られますので、企業が参加して下さると魅力的なものができます。それから、未来社会ショーケースをやっています。先端技術や新しい社会システムを万博の場で披露する時に、企業が参加していただくと魅力的なものになります。催事や運営や広報もそうです。色々な催事を持ち込んでいただくと、楽しいものができると思います。

そして、施設や物品の提供や貸与です。愛知万博はトイレトペーパーも実は企業からの提供でした。沢山の企業の皆さんに参加いただきたい。これは未来社会ショーケース事業で基本計画にも載っています。未来型の事業の実証、実装ができるものを組み立てているところです。こちらも具体的な案ができつつあります。

続いて万博に参加するメリットですが、いのちをテーマに掲げた万博ですので、ポストコロナ時代の新たな活力を生み出す契機になると思います。これは万博が非常にいい場になると思いますので、参加していただきたいです。そして、SDGs 達成+Beyond を目指す事になりますが、企業には ESG 価値を高める機会になると思います。企業にとって ESG 価値を高める事に1年間で飛躍的に注目が集まっています。世界的な投資家が企業にこの事を取組みを強く求めるようになってきました。約束された市場と言われていますが、この動きはこれから数年間変わる事ない流れだろうと思います。企業が万博に参加すると ESG 価値を高める事に繋がります。

そして、日本の政府が進めている次世代型の先端技術を使った社会モデルづくり Society 5.0 です。企業の持っている技術を世界にアピールする場になるので、150の国と25の国際機関の参加を目指しているところです。このように世界中の国々が集まり半年間同じ場所で過ごす国際イベントは他にはありません。オリンピックでも2週間、サミットや賢人会議も沢山ありますがどれも数日間です。半年に渡り行われる唯一の万博ですので、国の政府関係者や産業界のリーダーが万博を訪れます。このような方々に普段会おうと思っても会えませんが、万博の場だからこそ会えるかもしれないというビジネスチャンスの機会でもあります。

そして、ベストプラクティスを目指して競争する万博。既に TEAM EXPO がスタートしていますが、沢山の人が参加し活力を持っています。この方々と出会う機会も無いと思いますが、万博に参加する事で新しい価値観をつくる方々と出会う機会になります。オールジャパンで取組む万博で、万博協会は200名を超える職員がいますが、全て出向者です。さらに会場のスタッフを合わせると何千人という人達が、数年間、会期中だけでも半年間一緒に過ごし同じ目標に向かう時と場所を一緒にするわけですから、戦友の関係になり、その後の自分の人生の中でかけがえのない友をつくる事ができます。その意味では万博は非常にメリットがあると思います。さらに、リアルとバーチャルで、XR、DX という先駆的な取組みをされている方は、その成果を披露する事が可能になるだろうと思います。

では、その万博にはどのように参加するのか。まずパビリオン出展ですが、これは3500㎡の敷地で9区画用意しています。この9区画に、今後公募を行う予定ですが、エントリーしパビリオンを出すのが1つの参加方法です。2つ目がテーマ事業協賛で、先程の8人のテーマプロデューサーがつくるテーマ事業に参加していただく。参加の方法は、お金を出していただいて参加する方法もありますし、施設や物品、サービスを提供する形で事業に参加していただく方法もあります。そして、未来社会ショーケース事業です。これはテーマ館と同様に資金や施設や物品、役務等があるのですが、それに加えて事業出展でモビリ

ティー事業そのもの、通信サービスを出展します等の参加を受け付ける予定です。

パビリオンは難しいが未来社会ショーケース事業の事なら是非、と考えていただける企業もあるようで、それぞれの企業の参加しやすい方法、興味のある方法で選んでいただけると良いと思います。それ以外にも TEAM EXPO や催事や営業、その他の方法があります。

バーチャル万博とはどんな事をするのか。大きくは3つのレイヤー構造で進めており、万博会場内で来場者にリアル空間の中で行うスマート運営、会期中に会場外からアバターでオンライン参加するバーチャル会場、オンライン空間上に万博で行う事業とは全く違う異なるプログラムを行うサイバー会場です。スマート運営とバーチャル会場はそっくりにつくり、世界中からアバターで参加できます。オンライン空間の中はデジタル花火があり、実際の会場では花火は上がってないがサイバー空間で上がり、それをリアルの人達はスマホやAR グラスで見る事ができる。このスマート運営の実現を目指して進めていきたいと思っています。

サイバー万博はWeb サイトの EXPO PLL talks をクリックすると色々動画が出てきます。もう1つの万博をどうつくるか、パノラマティックの齋藤精一氏がコーディネーターになり、毎回ゲストを変えながらテーマを設定し、全く過去になかった意見を交わし合いながら進めています。

そして、コロナ禍の話です。人が集まる事に抵抗感が大きくなり、イベントが大きく変化していくのは避けられませんが、現時点では入場制限は一定のルールの中で動いていますが、ポストコロナ時代になった時に、コロナ前と同じ形でできるかは分かりません。人が集まる事に対する抵抗感を踏まえ、新しいイベントのスタイルの実施をこれから考えていく必要があると思います。

パビリオンの出展募集も始まりますし、前売り券の販売、ボランティアやスタッフ募集も始まります。その機運醸成は非常に重要です。このタイミングに、できる限り世の中をポジティブにしていく事を行わなくてはと思いますし、大阪に関しては非常に盛り上がりがあるので、この盛り up を全国に広げていけるように頑張っていたいただければと思います。

あとは、いのちをテーマとした万博の役割が問われるようになるのではないかと思います。ポストコロナ時代に万博をやる。いのちをテーマにする事に対し、私達は真剣に向き合い、いのちの重さ、大切さ、美しさをどう表現するのが良いのかがポイントになります。運営面では、ポストコロナで感染症はコロナだけではないので感染症対策が極めて重要だと私達は学びました。その事を運営計画の中に取り入れているところです。

万博はどのようになると成功かということもよく聞かれる事ですが、内容と来場者数と収益です。素晴らしい内容をつくる事が大変重要ですが、どんなに内容が良くても、来場者数が目標に届かなかったり、赤字になるとその万博は失敗だと言われてしまいます。またその逆もあり、沢山の人が来て収益も上がったが、内容がお粗末だった場合も失敗になります。私達はただ数字を追いかける時代ではないですが、適切な目標者数をつくり、その目標を達成する事を目指しながら、どれだけ突破できるかではなく、どれだけ高質な時間を提供できる事を目指し質を高めていく事が重要と思っています。

更に重要な事は、何を残せたのかです。改めて愛知万博の時のレガシーに触れたいと思います。私が実際に携わった1つがIC 入場券です。万博の入場券は紙でも磁気カードでも必要な機能は満たされるわけですが、新しい技術を披露していく事が万博の役割ということで、当時企業と協力し、RFID をこの万博の入場券の中に埋め込みました。これにより来場者一人一人にユニーク ID ができ、それによりパビリオンの予約ができるようになりました。

万博の入場券として使ったのが2005年で、最近社会に実装が進んできて、ユニクロ等様々な企業、商品の中には既にRFID が挟まっていて、セルフレジに持っていくと買い物かごと精算してくれます。つまり、万博でやっていた事が、RFID の実装を少しでも早める効果があると考え次第です。2021年にはRFID の市場は1200億円です。これが2028年になると4000億円に伸びていくので、万博の中で挑戦する事業は将来の大きな市場をつくるものを積極的に前取りして行く事が重要だと思います。

それからもう1つ、ロボットプロジェクトがありました。万博会場は6カ月間擬似的な都市環境に様々な人達がいて、その中で管理もされているので実証実験をやるには非常に適した場所です。そこで実用化目前のロボットを半年間実際に動かし、世の中に出ていけるかを実証しました。当時の経済産業省とNEDOの国のプロジェクトとして行った清掃ロボットは、お客さんが帰った後、真夜中に会場の中のグローバルと呼ばれる部分をロボットが自律走行しながら掃除しました。他にもヒューマノイドロボットが受付、案内、司会を行い、車いすやチャイルドロックケア、恐竜ロボット、警備ロボットを会場の各所で実

証実験を行いました。

また、プロトタイプロボット展を会期中2週間行い、企業と大学が参加し先端的なロボットを万博のお客さんに見てもらいました。このHALというロボットを色々なメディアでご覧になっている方多いと思いますが、実は2005年の愛知万博、プロトタイプロボット展が初お披露目で、非常に大きなインパクトで様々なお客さんを驚かせました。研究者が直接お客さんに説明する事も普段ないで、生の声を聞ける事で非常に評判の良い方法でした。

来場者数ですが、プロトタイプロボット展は梅雨の時期でしたが、お盆と最後の駆け込み需要で万博が一番混む時期を除き一番お客さんが来てくれました。ロボットを見たい方が非常に多く、新しい技術を万博の中で見ていただく事は、非常に注目が集まります。未来社会ショーケースはPRとして効果があると思います。

このロボットプロジェクトのレガシーですが、実は万博のロボットをやるにあたり、もし万博会場でロボット暴走したらどうするのか。この直前に大変不幸な回転ドアによる事故が六本木ヒルズでありました。この事例から、一般のお客さんが沢山いる中で、ロボットが暴走し、もしケガをさせたらメーカーの責任どうなるのか、保険対応できるのか、国の規格どうなっているのか等、意見が交わされました。当然何も揃っていないので、専門家が集まって安全委員会をつくり、この成果が後にサービスロボットの安全の国際規格として誕生しました。国際規格を日本主導で生んだ事で大変成果が生まれました。

これも万博の中で取組みであり、果敢にチャレンジされて成し遂げた成果だと思います。その当時の産業技術ロードマップを愛知万博のロボットプロジェクトが起点となり、様々な事業が生まれています。万博で行う事業は非常にその後の経済界、国の政策に大きなインパクトを残す事ができます。万博を機会に未来に価値のある企画を進めると良いと思います。

続いて、SDGsにどう取り組むのか。ESMSという言葉がありまして、Event Sustainability Management Systemなのですが、これも国際規格が既にあります。2012年のロンドンオリンピックの時、愛知万博と同じようにイベントのサステナブルマネジメントでかなり注力して取組んだようでした。その後、国際標準化ができたそうです。ドバイ万博もミラノ万博も東京オリンピック ISO20121を取得していて、私達も調整を進めています。どの標準化企画かというとなマネジメントシステムです。これを満たせば良いかではなく、事業を進める仕組みが規格として要求されています。

簡単に言うと持続可能性方針で、まず目指すべき目標像をつくる時には自分達で勝手に作るのではなく、必ずステークホルダーの人達と一緒に議論を交わしながらつくる。その方針に基づいて実際の調達行動のものをつくり、木材を調達する場合にはこの認証材を使う、食品を調達する場合には環境破壊に繋がる事はやらない等、その認証の取れたものを使う等のルールをつくるのです。それに基づいて運営を行います。中には沢山の関係者がいるので守られていない事が起きるわけです。それに対して通報窓口をつくりトレースする事で実態を把握し、それをまた改善していく。改善するための組織体制とガバナンスをつくり、実践する事でこのPDCAを回すのがISOの基本的な考え方になっており、私達は万博で同様の事を実現させようと考えています。

ドバイ万博のプログレスレポートという環境指針の持続可能性方針とKPIが定められたものですが、かなり注力して取組まれていて、意欲的な数字を出されています。例えば、廃棄物の85%を分別回収する、日陰を沢山つくる、会場の95%は農薬や除草剤を使用しない、リサイクル水は灌がいや冷却に100%再利用等、数値目標を掲げてやっているのです。世界の大型イベントというのは、ここまで行っていますので、私達も負けまいにしないといけないです。ただ、ドバイは温暖化ガスのオフセットについては、あまりKPIを出していないで、何万t削減とか、何%削減な事は現時点ではしていないようです。

また、ドバイ博の取組みですが、ワールドマジョリス。マジョリスは集まるという意味で、日本語で言うと座です。車座になり会話をする事をアラブ語でマジョリスと言うそうです。各界のリーダーと学生が同じテーマについて一緒に話し合う。女性の方も沢山参加し、一緒になって話し合う事に取組んで、非常に意欲的な活動をされています。EXPO Talksも毎月のように非常に素晴らしいテーマを掲げて意見交換をしています。私達もPLL Talks行っていますが、それと同じ事をドバイでも取組んでいるようです。

東京オリンピック同様、私達も今後KPIを出していきたいです。特にカーボンニュートラルについては、建設、運営、移動に伴う排出があり、技術、一人一人の意識変化、行動変容、企業の技術も要るので、オールジャパンで協力していただきたいと考えています。オリンピックは数々の高級施設をつくりませんが、万博は仮設なので建設は減少するかもしれません。運営についてはオリンピックの何倍にもなります。来

場者数もオリンピックは観客と大会スタッフで1000万人ですが、私達が想定しているのは来場者だけで2820万人、さらにスタッフや各国間の皆様がいますので、移動に伴う排出量をどう削減していくのか。その一環として、有識者による環境エネルギーの検討委員会があり、その中間取りまとめを行ったところです。カーボンオフセット話だけではなく環境エネルギー全般の話、さらに、フードロス、ごみ削減。例えば、基本計画の中には事前予約制を入れる話をしています。事前予約制を行うと需要予測ができます。来場者数の予定が分かります。それに応じ、食材を用意しておけばフードロスは減ります。それから沢山の人が来る時に最初からピークに合わせてレストランをつくと供給過剰になるので、ある合理的なところでレストランの数設定し、ピーク対応にはキッチンカー等で需要の変動に合わせて行う。セントラルキッチン方式事をやる事で食材調達する事でフードロスを減らす等、色々な方法あり何が一番良いかと検討しているところです。

最後に、関西広域とどのように連携するのか。まず関西広域から万博に参加するのは催事等で参加する。その後万博に来たお客さんに回遊してもらう。万博を機会に地域活性化事業をやる事が一番重要だと思います。地域活性化事業を万博をきっかけに企画していただくと、さらに意味あるものになると思います。愛知の時には1市町村1国フレンドシップ事業を、オリンピックもパートナーシップを行いました。愛知の場合、愛知県が実施し、愛知県内の市町村が万博に参加する国のフレンドシップという形でカップリングをし、それぞれの地域に行って交流イベントを行った。各々の市町村の人が応援に行き、盛り上がり、この交流は今でも続いており、非常に意義のあるものになりました。これを大阪だけに限らず関西広域全国で進めていけると大変嬉しいです。

そして、パートナーシップ事業。愛知の時は万博関連イベントの冠をつけて、万博と一緒に盛り上がりましょうと協会が行っています。以上、有難うございました。

第2部 座談会



〈登壇者〉

- ◆石川 勝氏 (公社)2025年日本国際博覧会協会 会場運営プロデューサー
(株)シンク・コミュニケーションズ代表取締役
大阪市立大学 客員教授
- ◆米村 猛氏 経済産業省 近畿経済産業局長
- ◆山本 絹子氏 (株)パソナグループ 取締役副社長 執行役員
- ◆世耕 石弘氏 近畿大学 経営戦略本部長

進行

- ◆石川 智久氏 (株)日本総合研究所 調査部 マクロ経済研究センター 所長
(一社)夢洲新産業・都市創造機構 幹事会員

石川智氏：石川先生、誠に有難うございました。本当に事業の全体像を丁寧に整理され、本当に聞いて良かったという率直な感想です。それではまず、先生のプレゼンを聞いた感想とオリンピックと絡めてイベントとはどうあるべきかを皆さんにお聞きしたいと思います。



米村氏：石川さんには、12、3年前になりますが、経済産業省本省のロボット担当の産業機械課長時にお世話になりました。当時は、生活に寄り添うとか、労働者と一緒に働けるロボットをどうつくるかを色々考えていました。技術が随分追いついてきて、やっと実証していけるフェーズでした。技術の面はもちろん重要ですが、安全の基準がなかった事で技術開発も進まないことが分かり、東大にも随分協力いただき基準つくりに向けたプロジェクトを開始しました。その後 JIS になり、ISO まで日本主導で進んできています。役に立つ事を皆が感じ、そこに企業が競って開発する。その前提として安全などのルールを作り、実証するのが

重要と思います。今回の目玉の一つが空飛ぶ車だろうと思いますが、そんな大きな流れが感じられます。ルール面では、国交省と経産省、両省中心に頑張っています。

どこで最初に導入されるか。万博の存在と、水の都という地の利があるので、大阪が最有力だと思います。ロボットや空飛ぶ車だけではありませんで、たくさんの未来技術が大阪万博で実証されるよう、リスクをどうマネージしながらプロジェクト化できるのか、いろいろ皆さんとともに考えていきたいと思っています。

それから、オリンピックが始まり、盛り上がっているのが本当に良かったと思いますが、コロナ禍での開催という実態を良い形で検証し、それをどう万博に結び付けていけるか。オリンピックと万博を1つの取組みとして日本政府として考えなければいけないと思っています。

石川智氏：冒頭から本当に重要なご指摘有難うございます。空飛ぶ車は非常に面白い話だと思いますので、色々お聴かせ下さい。会場の中の空飛ぶ車についてお話しできる範囲で教えていただければと思います。

石川勝氏：モビリティエクスペリエンスという基本計画がありますが、ここに実際に空飛ぶ車が離発着し、できる事ならそれに乗って体験できる計画をしています。

石川智氏：オリンピックの開会式でドローンが沢山飛んでいるのを見ました。ドローン使用に消極的だった人も変わってきているので、これは万博で大きくできると思います。その話はまた後程お聴かせ下さい。では、山本副社長いかがでしょうか。

山本氏：私達は第2形態の万博と知り合いで、今回大阪が目指していくテーマが万人に向け重要なのです。恐らく6400万人集めた以前の人数は確かに無理があるかもしれません。これを例えば、若い世代とか、子ども達にどの様な体験をさせるか、そこに価値がある気がしましたので徹底して少し考えても良いと思いました。成功の評価軸。誰に影響を与えたかが重要です。関わる人達。ボランティアにもっと中学生や高校生を連れてきて良いと思います。

私達が子どもの頃に見た月の石。人間洗濯機が頭に残っているのですが、今後介護のシステムに対応できるだろうと思います。子ども心にびっくりした経験から、

遥かな将来に向かい、様々な子ども達が成長していくのですから、その機会をつくって欲しいと思いました。確かにコロナの影響でオリンピックは残念ながら無観客になりましたが、映像を通して、感染症に対する私達の考え方が重要で、様々な事業、産業にまで影響を与えたいと思います。ここは今回のオリンピックで検証をお願いしたいと思っている次第です。



他にも子ども達をどう参加させるか。愛知万博でやられた1市町村活動も面白い事だと思っています。愛知万博以降15年続くのは凄い事だと思うので何かがあると思うのです。それを出していただき地方創生で人をどうやって連れてくるか。最初は交流、観光、何でもいい、来させる事から始まる。その辺りは今後の事も含めて愛知万博で実際にどの様な事例があったのか教えていただきたいです。

最後にオリンピックもテーマが何か分からなくなってしまったのですが、以前は復興オリンピックとしてつくったと聞きました。復興に対して10年経つので、世界の応援が力になり、このように変わったと出すと言っていた割にはそれがあまり見えず残念でした。一方この中で選手達が頑張っている姿を世界に映し、選手達の感動を見られるは世界中が同じ気持ちになりました。東京オリンピックの意義もありましたので、開催して良かったと思います。コロナ後のイベント、大会、アートの分野で体制をつくり進めていきたいです。

石川智氏：重要な視点を沢山有難うございました。意外とレガシーの議論の時に誰に向けてという議論がされてなかったと反省しています。感染症対策は今後どうなっていくのかも掘り下げていければと思います。また1市町村活動が続いているのは凄いと思います。他にもオリンピックのテーマがぼやけてしまった。我々もSDGsを5年間持ち続けるのは大事だと思いました。



石川勝氏：柔道で阿部兄妹が金メダルを当日に獲ったのは素直に感動します。あれがコンテンツの力だと思います。その力は揺るぎのない魅力があるので、それをつくっていくのが大事な事だと思います。同時に私達は作り手ですがプレーヤーではないのです。オリンピックに出る選手ではないわけですが、オリンピックではSDGsに沢山取組まれていてカーボンの話もそうですし金メダルプロジェクト、私もパソコンや携帯電話を寄付しました。あの取組みが新しい価値感をつくり、後々オリンピックでやった事は素晴らしかったと評価をされる日が来ると思いますので見ていきたいです。

石川智氏：素直に感動するコンテンツが大事、これも議論が必要です。あとオリンピック終了後にどのような取組みが良かったかを総括し、万博に活かすことも大事だと思いました。世耕本部長お願い致します。

世耕氏：万博が決まってから、居ても立ってもいられない気持ちで、どこを近大がコミットできるかを考えています。幼稚園児から大学院生まで含めると5万2千人いますので、いかにコミットさせていけるか。さらに卒業生も55万人いて、研究の分野は医学から芸術まであります。マグロを代表とする養殖や和歌山ではマンモスの再生計画等、様々な事を行っています。コミットを様々な形で行いたいの、わくわく感があるのですが、様々な資料を見ても、具体的に分野が広過ぎてどの様にコミットするのか分からない状態が続いています。単なる祭りやイベントではなく未来なのです。50年後、100年後の未来を見据えた覚悟で取組まなければと強く感じました。

現役大学生に万博について聞くと無関心な感じです。子どもにとったら4年後というのは遠い未来。我々の世代の4年後はあっという間ですが、大学1年生からしたら就職活動が終わり働いている。中学生であれば大学生になっているので、4年後は自分の事とは捉えられないのです。



万博のコンセプトを今は有識者が集まりつくりこまれたものですが、今度は大学生、高校生、小学生が4年後主体になってボランティアに入ってくるかもしれないので、彼らに分かるように落とし込んでいく為に、どのように伝えていくのかを考えなくてはなりません。その辺りも大学は様々な分野で知見があるので、関西の大学と一体となって協力していきたいと感じました。

東京オリンピックのように、始まってしまえば一気に皆そのモードに入るので、無関心と言っていた学生も具体的にイベント等を見ると一気に心理は変わっていくと思います。いざ我々大学も万博と絡ませていただくと、楽しいだけではなく大変な事も起きてくるでしょうから、またドラマが起きる。それも開いてからではないと体感し得ない感動であり、時には悲しみ、落胆と、様々な感情を体感できたらと感じました。

万博は現場が楽しいですね。学生さんは今まで体験した事ないので分からないと思いますが、体験してもらおうと楽しいので、ボランティアスタッフという形で入ってもらおうのも良いのではないかと思います。大阪花博90年でジェニファー・ロペスがスタッフとして働いたそうです。もしかして将来の大スターもいるかもしれないですし、結婚式も沢山行われます。パビリオンのコンパニオンと警備のお兄さん。会期中いると仲良くなり、結婚する事はよくあるので、現場は楽しいです。若い人達にも取組んで欲しいです。



石川智氏：色々聞きたい事があるのですが機運醸成をどうにかしたいと思い、愛・地球博の時にどの様に機運を盛り上げていったのかを聞きたいです。70年万博の時に修学旅行に行ったという人がいて、年配の方が意外と上手く仕掛けていくと機運が盛り上がる。勿論若い人が盛り上げるのも大事ですが、年配の方を盛り上げるというのも大事かと思えます。その2点をお聴きしたいと思います。

石川勝氏：愛知の時は潮目が変わるタイミングがあり、私達がプロデューサーチームで入ったのが2001年7月で、その頃どの様な状態だったかというオオタカの営巣地が会場地で見つかり、万博はけしからんという状態だったのです。しかし会場地が変わり、その事で青少年公園という所に移り、その課題を1つずつクリアして行く事になったのですが、まだくすぶっていました。基本計画を発表し、これからこの事業をやると出し、企業の皆さんがパビリオンを出す、運営に参加する等、自分達が万博を動かしていくと世の中に出始めると、空気が変わった気がします。万博の主催者だけが「やるぞ」と言っても、世の中変わらないのですが、沢山の人が我が事としてやってくれると大きく変わるのではないかと思います。



石川智氏：愛・地球博はよく間に合ったという感じもします。会場が何度か変わったのでスタートが少し遅れたのですが、それより進んでいるので大丈夫です。

オリンピック、パラリンピックが無事に終わり、皆の気持ちが切り替わり、上手くスタートが切れるのではないかと思います。今の話を聞きますと万博は見る事も大事ですが、実際にプレーヤーとして参加するのも大事です。どの様な人材が必要になっていくのか、万博の人材供給の面で、どの様な工夫が必要か。

人材の確保、教育、あとはレガシーかもしれないのですが、それらが多様性や地方創生にどう繋がっていくのか、山本副社長のご見解をお聴かせ下さい。

山本氏：オリンピックは私共も運営関係でボランティア募集から研修まで全部やってきました。実際無観客になりましたが、また万博等にも活かせればと思っています。集め方と多様性という意味ではシニア、大学生、高校生を上手く活かし多様な募集をしています。しかしロンドンオリンピックでは、ボランティアレガシーとシニアの方を集められて研修をし、その後の様々なロンドン市内の観光や案内等にも関わっている話を聞くと、折角なので多様性を活かしたい。例えば、健常者の方とハンディーキャップのある方が一緒にご案内の仕事をする。シニアの方と若い高校生が一緒になって動く等、多様性の中に自分達が生きているという形で、一緒にスタッフになれる仕掛けづくりをしたほうが良いと思っています。その意味での募集が多岐にわたるのは事実です。いのちというテーマ。それから成熟した日本社会が世界の方々に見せたい今後の健康テーマや生き方のテーマ。幅広い範囲で若い方とシニアと一緒にやれるものがある。この部分は教育や研修を活かしながら、両方の年齢からも纏められる運営にした方が良いと思っています。また具体的な事は、実際にやる形になれば、また違ってきます。多様性という意味で男性も女性もあるのですが、ロボットと若者、ロボットとシニア。思いもつかない仕掛けの人材活用をした方が面白いと思います。

石川智氏：様々なプロデューサーの方もロボットという言葉を抑っているのが、ロボットと上手く共生した働き方が出てくると面白いと思います。たった1人のホテルの受付ロボットが人間と組んだ時にどこまでできるかは面白いと思っています。違う未来を見せてくれると思っていますので、そんな仕掛けも良いのです。石川先生いかがでしょうか。

石川勝氏：ロボットは実用化されてきており、最も多く使われているのは物流です。物運ぶロボット、搬送ロボットも実際に公道を走りますし、Amazonの倉庫の中は人が移動するのではなくロボットが荷物を運ぶ事で大成功しています。ある意味、社会の中に入っています。できる事が増えてきて、その時に人と共存できる、今までチャンスがなかった人達に様々な参加ができる事を実現したいと思っています。

石川智氏：ロボットは大変重要な視点だと思って聞いておりました。パソナさんは地方創生にも努力され、夢洲から淡路島を見ると綺麗なので、淡路島に行きたい人、瀬戸内海で事業をしたい人も増え、関西広域と上手くコラボレーションしていく事になると思いますが、そのフロントランナーがパソナさんだと思います。どの様な事を心掛けておられるのか、万博を機にどの様に発展させていきたいのかをお聴かせ下さい。



山本氏：私達は淡路島で農業からスタートしました。地方に人が集まるには産業をつくるしかないので、観光産業をテーマにしています。観光も、健康と一緒にした産業をつくりたいと色々動いています。今回の万博の中に出てくるいのち、それは健康とも繋がっています。私達の体は自分の食べた物でつくられているのですから、食べる事の大切さと口に入れるものについての知識をどれだけ人間が持つか。未来のショーケースの中に入れて面白と思っています。淡路島は対岸にあるので、島全体一緒になり、この万博で一度淡路島を訪れていただき、健康の大切さ、口に入れるものの大切さ、そしてストレスがなくなる場所でもある

と思っています。それを体感させる仕掛けづくりを準備し、来ていただける仕掛けを皆さんとお話ししながら進めたいと思っています。

石川智氏：本当に万博のテーマとストーリーが繋がり、良い話だと思いました。この形で万博からインス

パイアされた自治体が沢山出てくると良いです。今の話を聞いて、石川先生にお聴きします。1市町村1国フレンドシップ事業はオリンピックで契約している国同士でサポートする必要があったかと思いますが、愛・地球博の時、20年、10年続けている市町村があるので、長く続く秘訣はどのような事があるのでしょうか。

石川勝氏：それは恐らく地元の方の努力に尽きると思います。私達はきっかけをつくる事が大事な役割です。1市町村1国フレンドシップ事業は、今まで意識すらしなかった国に関心を持ち、交流が生まれ、発展していくという良いスパイラルが生まれます。色々な交流イベントを行うのは工夫の余地はあると思いますので、実現できると良いですね。

石川智氏：愛・地球博の事例を関西近県の自治体に知ってもらえば、自ずとアイデアも出てくるので、掘り下げていきたいと思います。

では、世耕先生にお聴きしたいのですが、万博と大学のコラボをどうしていくのか。色々な話の中で様々な事業とかイベントが出てきて、大学が絡む事が出てくるとは思います。大学として万博や企業の方にしたいという要望をディスカッションしたいと思います。



世耕氏：大学でよく産学連携という言葉がメディアでも飛び交っていると思いますが、大学のテクノロジーと企業を結び付け、その研究の場に学生がコミットしていく事により、いかに実社会と結び付いているか体感できる仕組みになり、大学が大企業と組むパターンや大学が持っているテクノロジーを中小企業の方と技術の開発ができないところに大学がコミットする等、様々な形があります。しかし、大企業が持っているテクノロジーに大学がコミットする事は実際のところ難しいかと思います。近畿大学は東大阪にありますので中小企業が沢山あり、腕のある職人さんが沢山いるので、大学とコミットする事によりテクノロジーとして

できる。普通だったら全くコミットできないところが沢山ありますが、様々な大学とコラボして万博の中に入っていき事により本当の日本の技術の高さを世界に知ってもらおう。逆に中小企業の方が持っている自分の技術は健康、医療にこれだけ役に立てる事ができるという気づきに繋げていきたいです。場は何でも良いので、学生と職人さんが一緒にコラボしたものを作る姿でも良いので見せていきたい。我々ロシアの大学と共同でやっているのですが、産学連携は世界のどこでもやっている事ではなく、意外と日本は進んでいます。ロシアはロケットを飛ばせるが、車やパソコン等、細かい技術が高くない。日本の場合は中小企業の技術が非常に優れているので、そこに大学がセットでタッグを組む事により、レベルを博している。その姿を世界に見せる事により、日本が凄い姿も見せられるのではないかと考えております。

石川智氏：確かにロシアは不思議な国でロケットとか戦闘機はつくれるのですが、なぜか民生品がつかれないという国。しかしハイテクなものを民生品に落とし込むのは日本の凄さですね。その辺のテクノロジーを見せる場ですね。

世耕氏：そうです。皆が当たり前と思っている中小企業の技術で世界がびっくりします。

石川智氏：石川先生どうでしょうか。近大さんと中小企業が掛け算になってやっていく時の見せる場をつくる。その場合、万博でできる事はどのような事になるのでしょうか。

石川勝氏：私自身、愛知万博後10年間、東大で産学連携をやってきたので、大学の社会における役割が大きく変わった事も現場で感じました。大阪・関西万博でも、大学がどの様に参加してくるのか重要だと思います。

いますし、企業だけだと入りづらい事も大学さんが媒介になっていく事で参加しやすくなるというケースもあると思います。その動きは歓迎したいと思っていますが、万博会場の中で行う事に参加するにはパビリオンを出す事だって可能です。会期中にプロトタイプロボット展の期間を限定した展示会も想定しているので、そこに出る方法もあると思います。

或いは大阪府市館、日本政府館、それからテーマ事業等、様々なパビリオンがありますので、その中のある一部のエリアで参加するのも良いと思います。もう1つは、必ずしも会場の中だけではないと思います。オリンピック憲章はスポーツの祭典と文化の祭典という両方の事を謳っているのですが、万博で会場の中でできる事は限られますので、その会期中に会場ではない場所でどれだけ盛り上がる事ができるのかが重要だと思います。1国1市町村フレンドシップもそのパターンだと思いますが、近大さんのキャンパスや周辺の地域で万博期間中に盛り上がる事をやっていただけると、それは価値のある事だと思います。

石川智氏：サテライト会場というか分かりませんが、非公式なサテライト会場で大学のキャンパスを使うという発想もあると思いますが、始まる前に米村局長が近大のキャンパスで実証実験できる話がありました。その辺の話、教えていただけますか。

米村氏：近大のキャンパスに、先日、初めて伺い、こんな凄いところがあるのかと驚きました。建物の美的センスもそうですが、様々な実証実験、ドローンの実証をしたり、ワクチンも率先してされており、周りの人や商店街も含め新しい事を取り入れる。それがひしひしと伝わります。食堂でも会計がほぼ全てキャッシュレスの実証をしている。近大は別格でしょうが、もっともっと未来技術の実証フィールドが関西に出てくると良いと思います。夢洲は夢洲として大成功させるべきですが、夢洲だけの大成功が万博の大成功ではないはずで、同時期に様々な所で様々な事が起こり、ネットワークで色々繋がり、万博来場後にそこに行っても良い。別の所に行って万博の期待を高め、また万博に来場しても良い。そのネットワークが関西一円でできたら良いと思います。



その意味も込め近畿経産局で2つ大きなプロジェクトを動かしまして、1つは「地域ブランドの育成」です。関西には既に京都など強い世界ブランドが数多くありますが、もっと広域的に増やしていきたい。地域の人が本気で4年間頑張ると世界水準のブランドになれるポテンシャルがあるものを応援しています。例えば泉州タオル、今は今治の方が有名かもしれませんが、「水」というキーワードでもう1回魅力を再構築しようとしています。「泉」州は、「白い」、すなわちきれいな「水」のくにですので、水にまつわるストーリーを磨いておられます。応援しているブランドは現状10あって、他に、鯖江のめがね、信楽焼、三木の酒米等、広陵くつした、奈良酒、和東茶、丹波篠山の黒大豆等、淡路島の食と香り、和歌山ニットです。(注、9月に播州織と丹後織物を追加し、12ブランドに。)観光庁で部長を務めたときに強く感じたのが、プロモーションだけでなく、地域資源の磨き上げがないと持続しないことです。地元の人達がどの様な形で、観光を通じ、名産品をイメージしながらつくり込み、ファンをつくり、リピーターを増やすためにはどうしたら良いのか。これを一緒に考え抜いていきます。先日淡路にも伺いましたが、淡路は食もありますし、お線香が全国で有名です。山本さんのパソナの本社機能移転で注目される中、食と香りなどの地域資源に磨き上げの本気の熱意を感じました。

もう1つは「イノベーション」です。産学連携が一層重要になってきている中、「産学融合拠点」というものを経産省主導で進めています。60もの関西の大学と支援団体に集ってもらい、例えば、産学融合して「ゼブラ企業」をつくります。ユニコーン企業ならご存じだと思います。一角獣的な急成長のベンチャー企業です。そうではなく、社会貢献、地元に着目した社会的なニーズを解決する為のベンチャーがゼブラ企業といわれていて、これにも注目する産学連携プロジェクトが始まっています。こうした関西全体の大きな構えは、万博があったからこそできました。これに限らず、様々なイノベーションの仕組みが、この2、3年の間に関西でも沢山できています。もう一つあげると、「スタートアップエコシステム拠点都市構

想」。大阪と京都と兵庫神戸が一緒になってシリコンバレーを目指すというプランに、京阪神が一体として採択されたのです。これも万博があったればこそでしょう。皆が万博を、少しずつ意識しながら様々な事を考えると、繋がりが生まれます。その繋がりがさらに繋がりを呼び、関西が変わっていければ、ポスト万博の大きな成長のベースができるはずです。繋がりを沢山つくり、万博協会はもちろん、大学も企業も入ってもらい、様々な繋がりをつくって行きたいと思っています。

近畿経済産業局は、万博という機会を最大限活かす為に、日夜様々な繋がりをつくり、万博を契機に関西を大きく前進させるお手伝いを、本気でがんばりますので、宜しくお願いします。

石川智氏：本当に万博を梃にしてできる事を上手く纏めていただきました。地域ブランドをつくる。イノベーションを起こしていく。万博を意識する事で繋がりが生まれるというのは本当に凄い。私が少し前に関西来た時には、関西は1つ1つと言われていたのが今はあまり言わなくなってきたので、それは万博の効果ではないかと思います。この万博を活かし、皆が繋がりが大きな経済圏をつくれたら良いと思っています。その繋がりと意味でプロデューサーと企業に繋がっていただきたいのですが、石川先生、関西の企業が自治体に対しどの様なサポートが欲しいのか。どの様に繋がっていききたいのか。率直な要望をお願いします。



石川勝氏：色々な形で参加できるメニューを用意しています。できる事とできない事はありますが、できる限り参加の場をつくりたいと思っています。まずはどの様な形で自分達が参加できるのか関心を持っていただき、それを具体的な計画として検討していただく。その時に相談にも乗れると思いますので、自由に考え、万博の機会を利用していただきたいです。万博と一緒に何かをやるのは重要だと思います。そのほうが、恐らく万博が終わった後も残っていくものになりやすいと思います。自律的な取組みを起こしていただけると良いと思います。

石川智氏：確かに、自律的に動いて相談していく事が大事だと思います。愛・地球博の時は、企業の自律的な動きはあったのでしょうか。それとも加速する時期があったのですか。

石川勝氏：私が見えている範囲は会場が中心になるので、会場ではパビリオンもありましたし、テーマ事業もありました。企業の皆さんから色々な提案を持ってきていただいたので、その意味では、会場内は自発的な動きの塊だったと思います。

石川智氏：本当に色々な人から相談され、どこから関わって良いか分からないと言われていました。小さな事からでも良いですと夢洲機構が言わなくてはいけないと思っています。個人的な質問があるのですが、このパートナーシップ事業で日中書道展国交流会がありました。私を知っている地場の芸術家、江戸切子や小倉織、芸術家が日本全国にいて万博に関わりたいと言っているのです。日本の地方の文化を発信したいと思っていますが、愛・地球博では情報発信したものでしょうか。

石川勝氏：愛知万博の時、伝統文化は日本庭園が愛知県の公園としてサツキとメイの家有名になったすぐ隣につくられました。そこでお茶と生花。お茶は営業出展で毎日振る舞い大勢の方が参加しました。大阪関西万博でも、伝統芸能、伝統工芸は積極的に入ってきていただきたいですし、特に関西は素晴らしい方々がいらっしゃるの、その場をつくる方向で行いたいと思っています。

石川智氏：本当に企業人だけではなくて、地場の芸術家、地場のアーティストを絡んでいく。文化の蓄積が厚いので是非やりたいです。最後に皆さんに、何を感じられたのか、若しくは先生に質問がある方は質問していただければと思います。

世耕氏：かなり深い部分を教育現場の世界に落とし込み、学生が自らコミットし、万博というお祭りに参加する。そこに参加した上でSDGsや長いスパンで地球にコミットしようを思ってくれたら万博は成功ではないか。18歳の春にどこに住むか。現状、東京が圧倒的に人口量多く、2つ目が京都。実は大阪はとて少ないので、万博終了後人口が増えたら万博は大成功だと思います。

石川智氏：これ重要な視点です。所謂18歳から22歳人口がどれだけ増えるか。就職が決まった時に大阪にどれだけ残るか。これは大事になると思います。重要な視点有難うございました。

山本氏：今回のテーマは私達人間にとって重要なテーマの万博だと思っています。SDGsという形で様々な視点からイベントをするにしても事業を起こすにしても、そこをテーマに行くという機運が世界中で盛り上がってきています。その中でESG。所謂価値評価、企業評価の部分で見られる事を悪い意味で取られる方もいますが、私はこれを逆手に取れば良いと思っています。新入社員を確保する時も、どの様な取組みをしているかを堂々と出せばいい。それが社会の様々な流れを変える大きな力になればと思います。今回の参加メリットの中にSDGsがあったのですが、それを評価する仕組みが欲しいので、今回のESGの部分

を逆手に取る仕掛けを仕掛けても良いと思います。

私達も地方創生で様々な事をやっているのですが、これをどう評価してもらうかは残念ながらないです。でも企業としてその価値を持ち、事業の投資も人材の投資もしています。社員の採用に有利になり、企業評価が高くなるのは企業としては大きな勲章になります。それを逆手に取った仕掛けづくりをしても今回は良いかと思いました。

石川智氏：東京の場合、SDGs担当部が一生懸命行いますが、大阪の場合、万博があるおかげで経営陣がSDGs、ESGを考えているので、関西の企業はSDGs最先端企業になると思います。関西の大学と企業は万博を機にできる話だと思うので、経営陣がパッションを持ってESG、SDGsを語っていただけるのは良い事です。引き続きやっていただきたいと思います。

米村氏：今回の万博は「未来社会の実験場」、いわば実証実験万博です。この意味を考えてみたいと思います。まず、10年、20年しないと実現しない様々な分野の「未来」があるわけです。その未来を「実験」という形で「引き寄せて」、夢洲に「一点集中」させ、様々な分野がそこで「組み合わせる」ことで、未来を実現し、夢洲から世界に「発信」される、こんなイメージを持っています。このプロセスを、真に「関西の力」にする為に、関西の強みを今から考えておかねばと思います。そのベースとして『INVEST JAPAN, INVEST KANSAI』という冊子を作っています。もともとは海外からの投資誘致目的ですが、この中で、日本の強み、関西の強みを纏めています。万博のテーマが「いのち輝く未来社会のデザイン」なので、今回、この特別編として『関西のライフサイエンスクラスター』という関西のライフサイエンスの力を纏めた特集冊子もつくりました。この強みをどう認識し伸ばしていくかを本気で考えたいと思います。

もう1つは「エネルギー問題」。水素などエネルギー問題も万博で色々実証していかなければいけないのですが、今日はちょっと違うこととお話しします。エネルギーとは何か。他の主体に何らか作用して仕事させる原動力だと定義すると、「面白さ」もエネルギーではないかと思えます。面白さは人を動かす。人を動かす面白い万博でないといけない。「面白さエネルギー」が動かす万博です。なんと言っても面白さの本場「大阪」なので、面白さエネルギーをどう活かしていけるか。このエネルギーは「無尽蔵」です。面白さを分析すると、「差異」と「共感」と感じます。けったいなやつだけでは尊敬されない。それをどの様に共感で包み込んでいくかという、差異と共感を備えた「面白さ」が何より尊ばれる大阪。その面白さを際立たせるキーワードとして「ブランド化」と「イノベーション」を取り上げ、万博という大きなストーリーに位置づけたいと思います。こんなことを意識しながら皆さんと考えていきたいと思っています。

石川智氏：最後に石川先生、この座談会でどのように感じられたでしょうか。

石川勝氏：大変良い機会をいただいて本当に有難うございます。今後とも宜しく申し上げます。大阪のエネルギーを感じますよね。非常に万博に向けて大きな期待感を持っていて、それを他人事ではなく自分事

として盛り上げていこうというマインドを持つ方が沢山いらっしゃる。これは素晴らしい事です。この座談会でメッセージとして2つ最後に申し上げたい事があり、1つ目は、万博は目的ではなくて手段で、その先にある目的を掲げて万博を利用、活用して下さい。もう1つは、人生一度は万博だ。言われなくても関わる方は多くいますが、若い方はまだ燃えてないところがあると思います。万博は二度と巡って来ないかもしれないです。人生一度は万博やるチャンスがあります。皆さんの参加をお待ちしております。

石川智氏：人生一度は万博だ。本当にこの2時間を一言で纏めていただいた感じがします。聞いておられている方も一度は万博なので、積極的に、自律的に、自発的に関わっていただく事になるかと思います。有難うございました。