

令和４年度
**地域経済産業活性化対策委託費（２０２５年日本国際博覧会（大阪・関西万博）での
東日本大震災からの復興展示の具体化のための調査事業）**
報告書

2022年12月27日
公表版

項 目	開始ページ
I. 事業概要	2
II. 展示について	6
1. 実施目的	7
2. ターゲット	8
3. 位置づけ	9
4. 調査の考え方／調査概要	10
5. 調査結果	11
6. 展示内容案について	17
III. 催事について	67
1. 実施目的	68
2. ターゲット	69
3. 位置づけ	70
4. 催事検討の視点	71
5. 福島復興の催事内容案の作成	72
IV. ツアー／誘客プランについて	77
1. 実施目的	78
2. ターゲット	79
3. 調査の考え方／調査概要	80
4. 調査結果	81
5. ツアー／誘客プランについて	85
V. 展示・催事以外の取組	90
1. 調査概要	91
2. 調査結果詳細	92
VI. 参考資料	96

目的

平成23年3月11日に発生した東日本大震災及び東京電力福島第一原子力発電所（以下「福島第一原発」という。）事故から11年強が経つが、原子力災害被災地域においては、除染活動、福島第一原発の廃炉・汚染水・処理水対策などの課題が山積しており、いまだ復興の道半ばにある。

このような状況の中、①原子力災害の被災地である福島浜通り発のイノベーション（例、廃炉で活躍する最新ロボット、福島ロボットテストフィールドで実証が進む空飛ぶクルマ）や②新たなまちづくり（例、水素のまち浪江、ロボットのまち南相馬）、③熱意ある人による新たな挑戦（例、震災で失われかけた食や伝統の再興）が進んでいる。

これらの取組は、日本や世界の未来社会につながる可能性を秘めている。以上を背景に、本調査では、2025年日本国際博覧会において、複合災害を経験した地だからこそ示せる未来社会を日本全国や世界に発信すべく、参考になる過去の万博展示を調査するとともに、展示の担い手となり得る企業・団体の調査を行い、原子力災害からの復興の展示・催事・その他の関連する取組のキーワードやキーコンセプト、キーコンテンツを含む具体内容の案を作成することを目的とする。併せて、実際の展示等に向けて必要となる国等の取組や、展示と併せて行う被災地への誘客案の作成を行う。

なお、大阪・関西万博での原子力災害からの復興に関する展示等は、これを機会に、日本、世界の人たちに、原子力災害からの復興を知り、関心を持ち、被災地を訪れることにつながり、もって風評被害の払拭に資することも目指す。

前提

本事業は仕様書で「本調査では、2025年日本国際博覧会（以下「大阪・関西万博」という。）において、参考になる過去の万博展示を調査するとともに、展示の担い手となり得る企業・団体の踏査を行い、原子力災害からの復興の展示・催事・その他の関連する取組（以下「展示等」という。）のキーワードやキーコンセプト、キーコンテンツを含む具体内容の案を作成することを目的」と謳われている。
しかし、2025万博での福島の企業団体がわざわざ参画するということは、単に復興の現状を万博来場者に紹介愉快する展示や催事が目的になることは決していない。

提案のスタンス

福島にとって万博が本当に未来にわたり意義あるものとなり、「いのち輝く未来社会の実験場 福島版」として、福島の新しいチャレンジを促すための手段として活用いただくこと、かつ地元の企業や人々が将来にわたり主体的に活動し発展していく「運動体づくり」を目指す。

基本方針

(2025年に向けた活動で・・・)

- ・原子力災害被災各地域が復興に向けて取り組む多様な活動⇒**深化**
- ・地域が有する魅力を活かしたまちづくりの現状により構成される福島未来像⇒**進化**

課題

- 復興は道半ば
- 福島で進んでいる、「日本や世界の未来社会につながる可能性を秘めた動き」を伝えきれていない

①原子力災害の被災地である福島浜通り発のイノベーション

(廃炉で活躍する最新ロボット、福島ロボットテストフィールドで実証が進む空飛ぶクルマ)

②新たなまちづくり

(水素のまち浪江、ロボットのまち南相馬)

③熱意ある人による新たな挑戦

(例. 震災で失われかけた食や伝統の再興)

福島新しいチャレンジを促す

個別の活動としてではなく、『運動体』として展開
→福島・浜通りのなかで連携&活動
→関心を持った外の人たちと連携&活動

2025年集大成

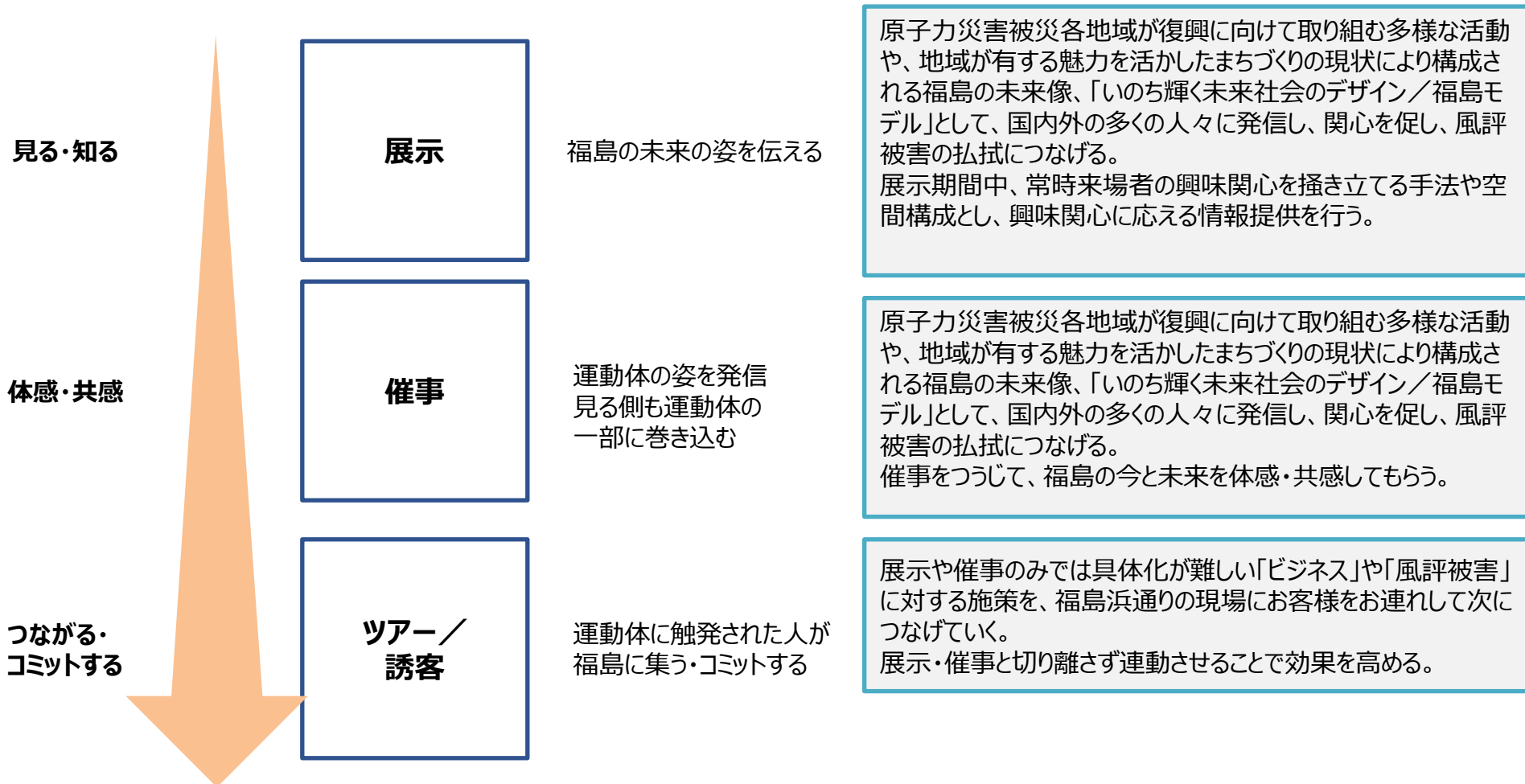
いのち輝く
未来社会の実験場

複合災害を経験した地だからこそ
示せる未来社会を日本全国や世界に発信し、関心を促し、風評被害の払拭につなげる

浜通り（内部）だけでなく、外の力を得ながら、
2025年に向けた大きなうねりを作り出す運動体に。

プロセスを通じて深化と進化が起こる

各事業について



事業内容

大阪・関西万博における復興提示に向けた展示、催事、ツアー/誘客プラン、その他施策の検討をおこなうために、以下の調査を実施。

(1) 過去の万博展示等・類似の展示の参考例調査

2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）において、原子力災害を経験した地だからこそ示せる未来社会を日本全国や世界に発信すべく、参考になる過去の万博展示等や類似イベント時の展示等の調査を実施。

(2) 福島復興の展示・催事の内容案の作成

原子力災害の被災地発のイノベーションが作る未来社会、同発の新たなまちづくりが示す未来社会、熱意ある人による創造的復興が示す未来社会、の3つの切り口を軸に、日本や世界に発信し得る原子力災害からの復興の展示・催事の内容案を作成。

(3) (2)の実施に向けて必要な国等の取組の調査

過去の愛知万博、ミラノ万博、ドバイ万博での展示を参考にしつつ、2025年度までの期間（2023、24年度）において、このギャップを埋めるために必要な国等の取組（例、展示物のビジネスコンペと制作への支援）を有識者へのヒアリングを通して調査。

(4) (2)の出展主になり得る企業、団体、人等に関する調査

(2)でまとめた展示内容案を実施し得る企業、団体、人等を20件程度リストアップ。原子力災害の被災地で事業再開した地元事業者や、新たに進出したベンチャー企業や社会起業家、当該地域の中核企業など。

(5) 展示と併せて行う原子力災害の被災地への誘客プランの調査

万博会場の展示等と併せて行われた誘客プラン（例、イベント、ツアー等）をデスクリサーチやヒアリングにより調査。加えて、調査を踏まえた、効果的な誘客層と、誘客プラン案を提案。

(6) 展示・催事以外の取組の検討

展示や催事、誘客プランにとどまらず、万博の展示期間外や会場外も含めて、どのような取組をしていくべきかの案を作成。(2)と同様、マス（大衆）層とコア層に分けて検討・具体化することとし、当該層に、どういうメッセージを訴えたいか、復興の何を見せ、万博後にどんな印象を残したいか、といった点も整理。

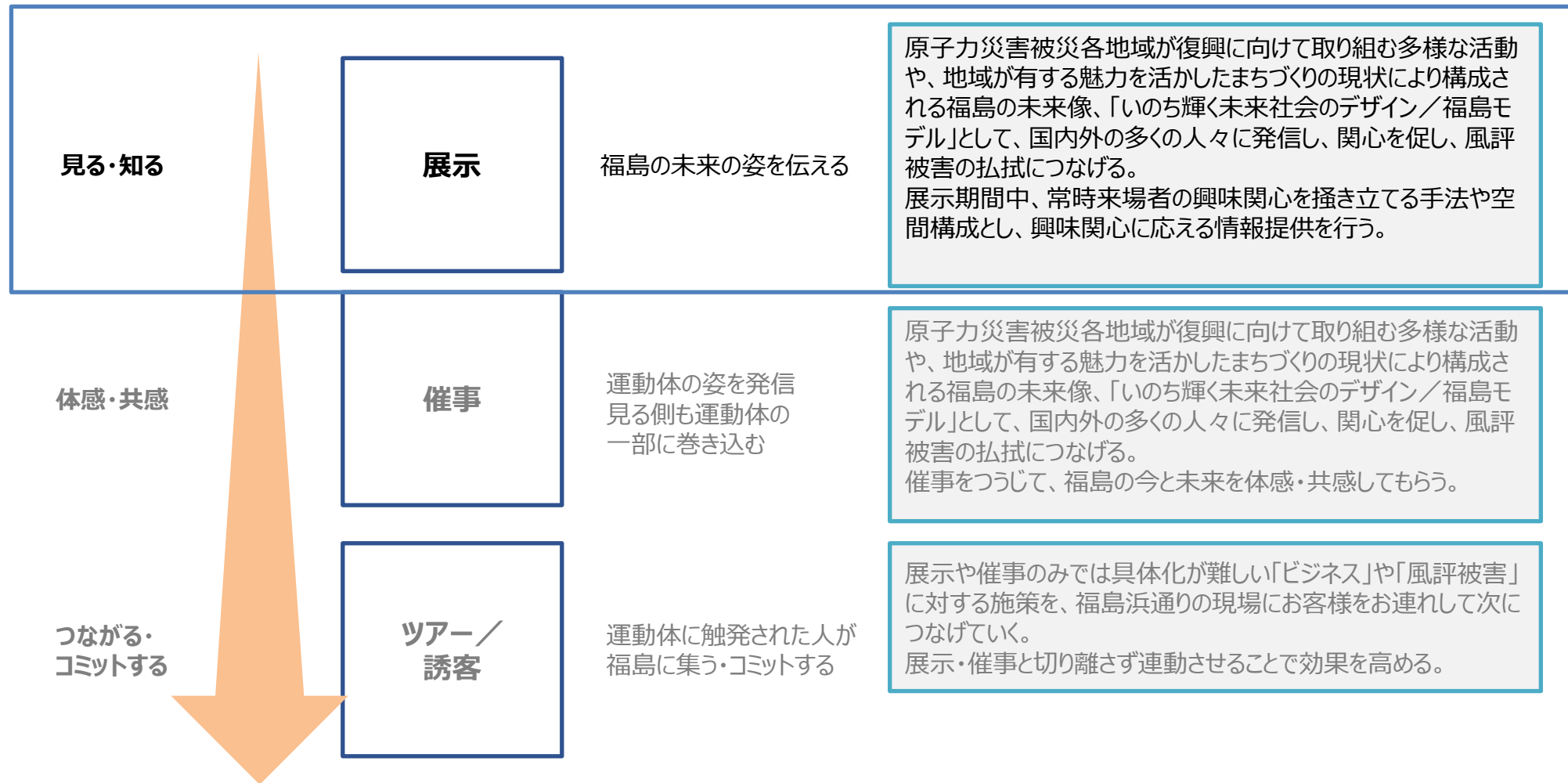
展示

催事

ツアー／誘客

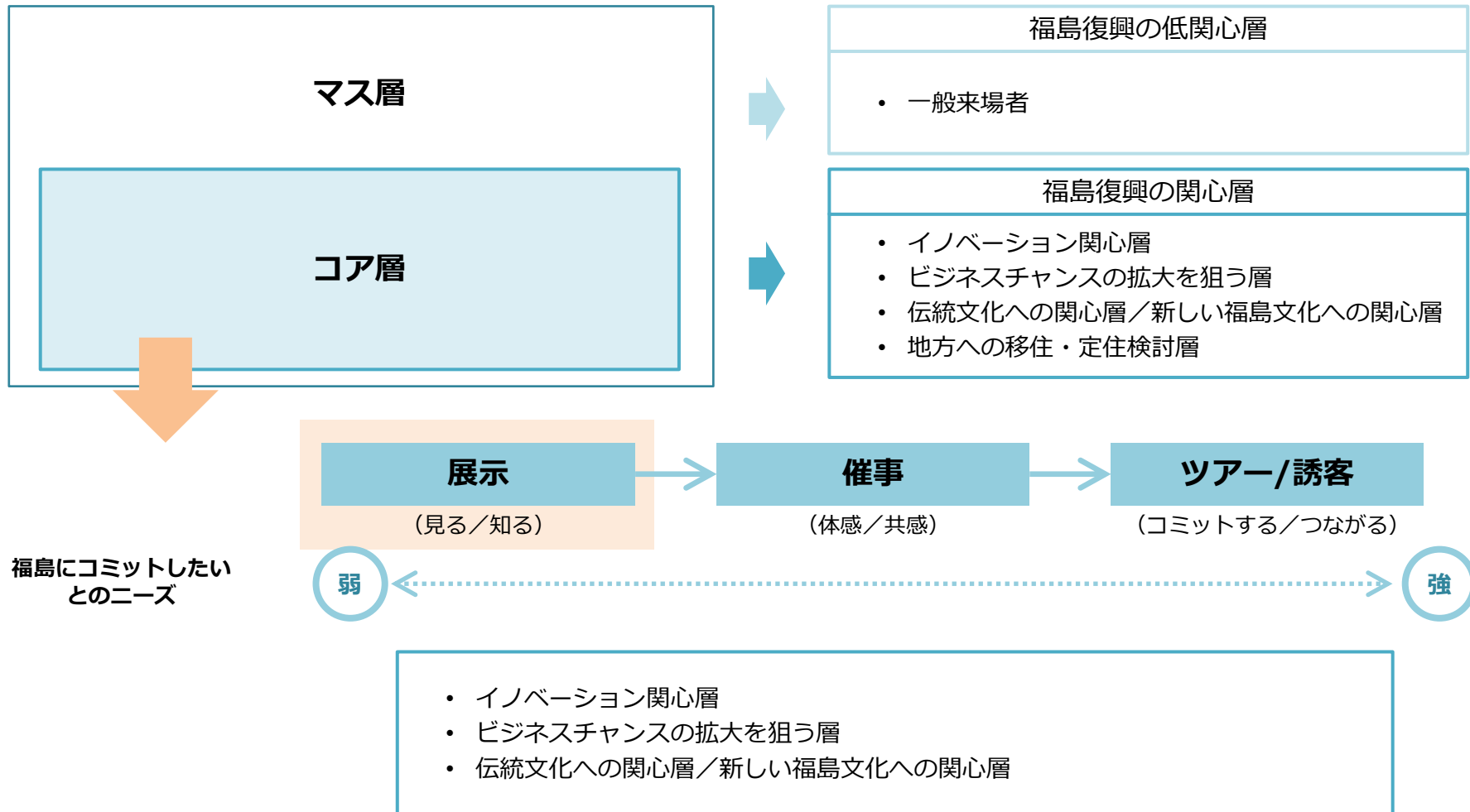
その他

Ⅱ. 展示について



福島浜通りの人々が考える「地域に足りないもの」＝未来社会の担い手となる「人」

未来社会への新たな挑戦に共感する多様な人々
万博という“場”を考えると、国外の人、関西の人も含まれる



展示について（展示の位置づけ）

大阪・関西万博における展示とは…

万博のテーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」の下に、各出展者が「よりよい新たな未来社会像」やその「実現に向けた取り組みやアイデア」を、展示という手法を通じてメッセージ化し、国内外の来場者に広く発信する機会である。



本復興展示は、原子力災害被災各地域が復興に向けて取り組む多様な活動や、地域が有する魅力を活かしたまちづくりの現状により構成される福島未来像、

「いのち輝く未来社会のデザイン／福島モデル」

として、国内外の多くの人々に発信し、関心を促し、風評被害の払拭につなげる。

展示案検討における留意ポイント

- 博覧会における展示の特性を十分に活かし、集客性やエンターテインメント性を加味した検討を行う
- 展示が一過性のものにならないように、万博会期前後や会場外での展開を含めた検討を行う
- 展示の形態（単独出展、共同出展、常設展示、期間展示など）を総合的に勘案し、展示手法を検討する
- 被災地域の人々が発信したいことと、発信すべき対象（マス層とコア層）のニーズを十分に踏まえた検討を行う

調査概要

大阪・関西万博において、原子力災害を経験した地だからこそ示せる未来社会を日本全国や世界に発信すべく、参考になる過去の万博展示等や類似イベント時の展示等の調査を実施。

- 過去に開催された国内外の万博・イベントを調査対象とし、デスクリサーチに加え、事業主催者や有識者へのヒアリング等により5件程度の実績を調査
- 調査内容には、地域展示において、集客・広報効果が高かった取組に関する、効果が高いポイントその要因・展示効果が高い年代・性別・出身地（居住地）を含む

・調査対象事例の選定方針

過去の万博展示等や類似イベント時の展示等を調査対象に選定。

調査対象事例	
① 過去の万博展示	愛知万博（2005年）・上海万博（2010年）・ミラノ万博（2015年）・ドバイ万博（2020年）
② 地域展示の類似事例	日本国内の常設展示施設及びイベント等の期間展示

・調査対象事例の分類方針

デスクリサーチで展示形態・参加スキームと（2）の展示等の内容条件に加え、独自に設定した条件を基準に分類。

展示形態条件		参加スキーム条件		展示内容条件	
(A) 常設展示	+	(1) 協賛企業		(ア) 課題解決や政策実現に資すること レガシーとなるような社会的インパクト	(ア) 社会的 インパクト
(B) 期間展示（タイムシェアド）		(2) 国・自治体		(イ) 万博ならではの特別感があること	(イ) 特別感
		(3) 産官学連携		(ウ) （大阪の会場にとどまらない） 地域の巻き込み	(ウ) 地域の 巻き込み
		(4) 市民参加・共創		(エ) 最新技術を活用・紹介していること	(エ) テクノロジー イノベーション
				(オ) 集客力があること	(オ) 集客力
				(カ) （原子力災害の） 被災地の強みや魅力を発信	(カ) 地域の 魅力発信
				(キ) 災害・復興を紹介・発信	(キ) 災害 復興
				(ク) 伝統・継承に関わること	(ク) 伝統 継承

事例 1 : EXPO 2005 愛・地球博「地球市民村」

展示概要 :

持続可能な社会へ向けて世界からNPO/NGOが集う「持続可能性への学び」をコンセプトに国内外のNPO/NGOが集い、自然・環境、国際交流・協力などの取り組みを来場者が楽しんで学べるプログラムとして発表する場。

出展 2005年日本国際博覧会協会
出展場所 長久手会場 遊びと参加のゾーン
開館時間 9時00分～22時00分
所要時間 約30分程度
収容人数 500

展示に至るプロセスの概要 :

日本のNPO/NGOをホストに、海外のNPO/NGOをパートナーに、「ユニット」でのコラボレーション参加が原則。

参加団体は、「自然・環境」と「国際交流・協力」の活動分野を中心に、広く「持続可能性」に取り組む。

毎月5ユニット、期間中全30ユニット約90団体団体がそれぞれの視点から展示のほか、体験や交流のプログラムを用意。

実際の展示内容 :

地球市民村は2つのゾーンから構成。

既存の施設を活用した「出会いのゾーン」は、地球市民村の意義やコンセプトを伝えるテーマ展示、協賛企業のパートナーシップブース、交流ホールなど。

「体験と交流のゾーン」は、「竹林」と「茶畑」の屋外ゾーンで、アジアの雰囲気を感じられる環境。さまざまな催し物が行われる「大地の広場」を中心に、NPO/NGOが出展する5つのパビリオンとワークショップホール、2つの茶堂が周囲に配置され集落のような空間が展開される。



分析結果

国内外の複数の参加団体によるWSを展示館のプログラム化した事例。
来館者の実際の体験を通じて、パビリオンのメッセージを感じ受け取る仕掛け。
メインとなるテーマ展示に加え、各出展参加者個別の活動紹介を行うコーナーを配置した構成。

事例 2 : 「しあわせはこぶ旅モッコが復興を歩む東北からTOKYOへ」 巨大人形制作ワークショップ

イベント概要 : 「東北復興」をテーマに、2021年5月から7月にかけて、東北各地と東京を舞台としたプログラムを展開。この企画のために作られた巨大人形(モッコ)が東北各地を巡り、東北の人々からのメッセージを預かり、TOKYOを目指し旅を続ける。モッコが東北に根付く文化や、人々の思いを繋ぐロードストーリーを背景に新しい形の文化事業を展開。 主催 : 公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会 共催 : 岩手県、宮城県、福島県、環境省 協力 : 陸前高田市、岩沼市、南相馬市、長野県高森町 後援 : 復興庁	イベントに至るプロセスの概要 : 国境や世代、ジェンダー、といったさまざまなボーダーを越えて、東北の旅でみんなの思いやメッセージを集めながら、世界に発信するモッコは、脚本家・宮藤官九郎氏が命名。岩手・宮城・福島の子どもたちが小説家・又吉直樹氏作の「モッコの物語」を聞いて、その姿をイメージ。集まった子ども達のデザインをもとに、絵本作家 荒井良二氏がベースデザインを作成し、世界で活躍する人形劇師 沢則行氏が一つの作品に昇華させた。	実際のイベント内容 : 陸前高田(岩手)、岩沼(宮城)、南相馬(福島)と、太平洋岸を進む旅の途中、モッコは様々な東北の文化と人に触れる。 東京と東北を繋ぎ、人と人の思いを、もう一度繋ぎ直しながら、現在の東北を知り、やがて訪ねてみたいと思う人が増えるきっかけになりながら、思い出を携えて、モッコはさらに歩き続ける。
---	--	--



分析結果

小学生を中心に東北各県に取り組みを広げることで、風習や文化を取り入れた地域に根づいた取り組みとなった。

当日のイベント配信結果の詳細は公表されていないが、小学生を巻き込むことで、その両親や家族・地域住民にもイベントが周知されていたと考えられる。

事例 3 : ビジネスマッチングプレ : テーマウィーク「スペース・ウィーク」

展示（実施）概要： 「ブレ万博」と題したテーマイベントのシリーズ第1弾として、宇宙分野にフォーカスした「スペース・ウィーク」を開催。万博参加者や主催者、パートナー企業などの関係者による、宇宙をテーマにしたプレゼンテーションやパネルディスカッションを公式 You Tube でライブ配信。会期中には6カ月で10の重要課題を取り上げる「テーマウィーク」を設け、世界各国から有識者が集い、それぞれの課題に対して議論を深めた。テーマごとに、参加国横断のフォーラムやパネルディスカッション、特別展示などのイベントも実施。 主催：ドバイ万博公社 期間：2020年10月5日～6日（2日間）	展示に至るプロセスの概要： 「実際の万博での体験をより良いものにする」ために、海外からの参加者、公式パートナー、一般市民が一堂に会し、宇宙研究と宇宙旅行の最新のイノベーションにスポットを当て、事前のインプット、興味を喚起。	実際の展示内容： スペース・ウィークでの代表的な催事。 ・ オープニングイベント（山崎直子氏登壇） ・ 各パビリオンや教育関連プログラムとのコラボレーション企画 ・ 国際フォーラム、国際宇宙会議（IAC）※スペース・ウィーク翌週開催 ・ ビジネスフォーラム、ビジネスマッチング（商談）など
--	--	---



分析結果

デジタルプレイベントでは6時間におよびセッションがなされ、一部、出展ブースのイメージや出展技術などの事前説明など行い、実際に開催されるテーマウィークへの誘いなどの機能を果たした。

「宇宙」に関連する産・官・学のビジネスマッチングの場として行われた各種フォーラムと併設する形で展示会が行われた。

事例 4 : EXPO 2005 愛・地球博「ワンダーサーカス電力館」

展示概要 :

電気事業連合会は、感動エンターテインメントの創造により、お客さまとともに未来への夢をふくらませ、その実現に向けて力強く進む力と勇気を育みたいと考え、愛・地球博に「ワンダーサーカス電力館」を出展。「科学技術」「自然との共生」「人の心」をベースに「地球と人と夢、この素晴らしい世界」を表現した8つのシーンを、ゆめを乗せた電車型ライドで巡る。

出 展 電気事業連合会
出展場所 長久手会場 企業パビリオンゾーンA
開館時間 3/25～4/25 : 9時30分～20時30分
4/26～9/25 : 9時00分～21時00分
所要時間 約10分間程度
収容人数 約2000人 (1時間あたり)

展示に至るプロセスの概要 :

「わたしたちの夢」「地球の未来」をテーマに募集した子供たちの夢と想像力あふれる絵でパビリオンの外壁を飾り、人と自然への優しさを発信。

総数5,933点(全都道府県および海外)の中から選ばれた30点の採用作品を、各々縦5m、横7mに拡大し、外壁に展示。また、応募いただいた全ての絵は電力館のエピローグにおいて、大型画面に投影。

実際の展示内容 :

「地球と人と夢、この素晴らしい世界」を表現した8つのシーンが大空間で次々に展開。電車型ライドに乗って、上ったり下ったり左右に回転したりしながら、遠い遠い「宇宙の果て」から私たちの住む「青い水の惑星地球」、生命の源である「海の営み」そして身近な「自然・四季」の美しさ、人々のエネルギーがいっぱいの「日本の祭り」など、「驚きと夢と感動」の旅を体験する。

分析結果

電力に関するパビリオンであるが、科学館的なアプローチでなく夢や未来をテーマとすることで親近感のわきやすい体験とした。

壁面に大きく掲出する子供たちの絵を募集することで事前から全国域での巻き込みを実現した。

観覧手法をライド型とすることで、子供から大人まで幅広い層の関心を呼び、体験者全員に均一なメッセージを提供しやすいものとした。

参考になる展示や類似イベントの方向性等 ～調査・分析結果を踏まえて～

大阪・関西万博における展示の目的

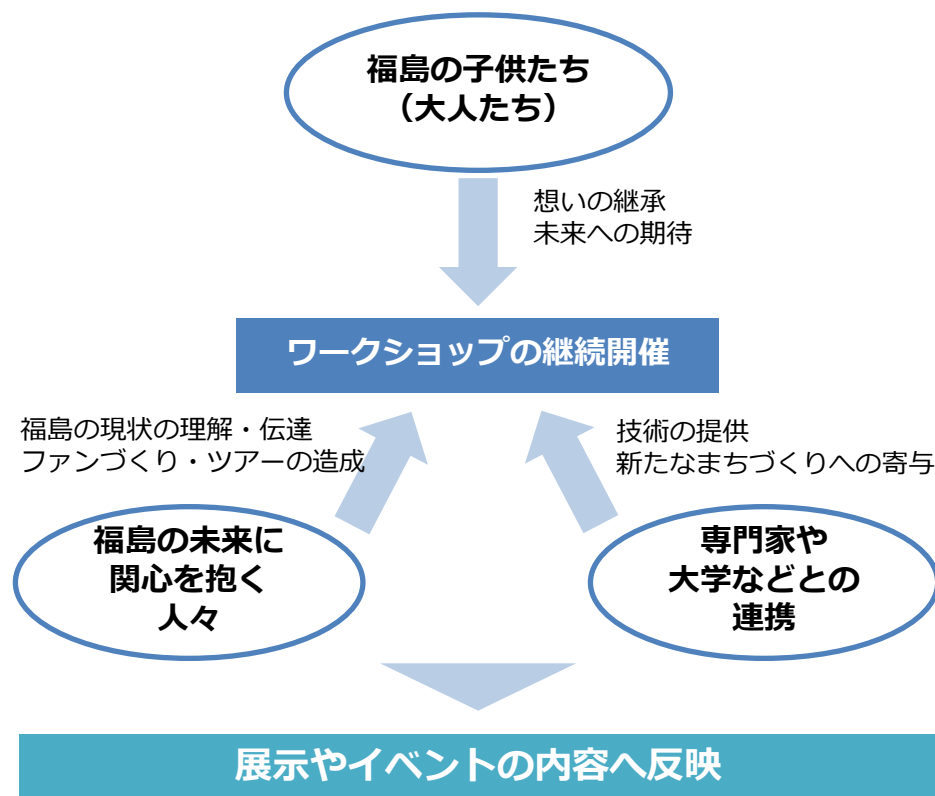
原子力災害被災各地域が復興に向けて取り組む多様な活動や、地域が有する魅力を活かしたまちづくりの現状により構成される福島の未来像、
「いのち輝く未来社会のデザイン／福島モデル」
として、国内外の多くの人々に発信し、関心を促し、風評被害の払拭につなげることを目的とする。

参考になる展示や類似イベントの抽出における狙い

展示内容を一方的に作り手側から指し示すのではなく、
**テーマのタネを未来を担う
地元・福島の子供や学生などとの連携から生成。**
子供たちだけに留まらず大人たちも参加することで
「オール福島の想い」としての展示を形成し、
想いやアイデアを可視化することで
「活きた福島・未来への機運醸成」の
プレゼンテーションの場とする。
その際に、プレーヤーとして、福島の復興を願う
一般の興味関心層も取り込むことで関心の促進にも繋げる。

参考になる展示や類似イベントの方向性

ワークショップは、
世代/居住地/専門性を超えた対話形式で実施。
「ワークショップ」のシリーズ展開を通して
万博における「復興展示」を制作していく。



参考になる展示や類似イベントの方向性等 ～調査・分析結果を踏まえて～

原子力災害の被災地発のイノベーションが作る未来社会、同発の新たなまちづくりが示す未来社会、熱意ある人による創造的復興が示す未来社会、の3つの切り口を軸に、日本や世界に発信し得る原子力災害からの復興の展示・催事の内容案を作成する。

この際、福島の中でも、原子力災害に見舞われた福島浜通り地域等に関するものを展示内容の中心に据えることとする。また、福島の情報発信に資する周辺地域の情報発信も含むものとする。

案の作成にあたっては、展示・催事のいずれについても、マス（大衆）層及びコア層のそれぞれ向けの案とともに、キーワードやキーコンセプトも具体化する。特にコア層については、こういった層をターゲットにするかの具体化も行う。また、展示・催事のいずれについても、マス（大衆）をひきつけるキーコンテンツの案も作成する。

■福島復興展示のキーワード

街のあるべき姿をイメージ

- **イノベーション**（新産業の隆盛、新創造の街へ）
- **ダイバーシティ**（地元民と移住者の多様性を含めた街へ）
- **住民の夢**（みんなが幸せ、楽しい、生き甲斐のある街へ。希望のある街へ）
- **伝統と新しいものの融合**（今までの伝統・風習を大事にしながら、新しいものを取り入れた街へ）

街のあるべき姿をイメージ

- **挑戦**（前例のない困難に立ち向かう住民がいる街）
- **共創**（地元民と移住者がともに作る街）
- **共感**（複合災害から復興中。同情ではなく共感を持ってもらいたい）
- **誇り**（自分たちで描き実現していく未来。それは福島の未来、日本の未来、世界の未来へ）

未来の浜通り像を描くにあたっては、上記キーワードを含めた「あるべき姿・視点」は福島の子供たち（当事者）を中心に地元の人々の声を上げていく事が必須と考えられる

キーワード・キーコンセプトの検討

大阪・関西万博 福島Gテーマの方向性案

【参考】大阪・関西万博

テーマ : いのち輝く未来社会のデザイン

サブテーマ : Saving Lives (いのちを救う)、Empowering Lives (いのちに力を与える)、Connecting Lives (いのちをつなぐ)

コンセプト : People's Living Lab

- 1 展示をみるだけでなく、世界80億人がアイデアを交換し、未来社会を「共創」(co-create)。
- 2 万博開催前から、世界中の課題やソリューションを共有できるオンラインインプラットフォームを立ち上げ。
- 3 人類共通の課題解決に向け、先端技術など世界の英知を集め、新たなアイデアを創造・発信する場に。

【参考】福島浜通り地域等15市町村の交流人口拡大に向けたアクションプランより

- ・前例のない困難（複合災害からの復興、加速した地域課題）への『挑戦』がある。
- ・困難に立ち向かい、未来を切り拓こうとする、あこがれを抱きさえる魅力ある『人』がいる。
- ・困難に調整する人に対して、新しい挑戦を受け入れ・応援してくれる『風土』がある。
- ・これまでの挑戦の軌跡と一步一步再生する姿、これらが織りなす心が震える『情景』がある。

その他追加視点

- ・海、山といった大自然に囲まれている。原体験を感じさせる『自然』がある。
- ・地元民、移住者で街は構成されている。ある種の『ダイバーシティ』で成り立っている。
- ・数々の新産業が起きている。『イノベーション』の地。
- ・希望の地を目指している。『笑顔あふれる街』

キーワード・キーコンセプトの検討

(参考) 万博プロジェクトを通して達成したいこと

福島県は東日本大震災で被災し、特に浜通りは原発の被害で多くの住民が避難を余儀なくされた。

徐々に避難解除が進み、人々が戻ってくるようになったが、風評被害は今に残る。

いま浜通りでは元々の住民と外からの移住者が相互理解を深めながら共創し、街が作られつつある。

この地に昔から根付く文化や伝統を守りながら、新しいテクノロジーを受け入れ、街を育てている。

2011.3.11で時間が止まったあの時の浜通りに戻すのではなく、

少子高齢化や環境問題といった多くの社会課題を解決する術を考え、試行錯誤しながら実践し未来に向けて歩を進めている。

私たちが先延ばしにしている社会課題が突然舞い降り、それに対して直接向き合い、解決に向けて取り組みが進行している。

浜通りはまさに未来社会の実験場、実証の場となっている。

万博に向けた事前発信、そして万博会場での取り組み、さらに万博後の継続的な施策や情報発信などを通じて

まだ誰も見たことのない未来を形にしようと頑張る人々を、

そこから生まれたテクノロジーを、イノベーションを、

そのストーリーを、

日本中・世界中の人に感じてもらう。そして自分ごとにしてもらう。

この万博に向けた取り組みを、魅力あふれる浜通りと そのファンとなりうる人との出会いの場とし、

交流人口・関係人口の拡大や風評被害の払拭に寄与することを目指します。

キーワードについて

以下を参考に福島復興展示のキーワードを選定。

大阪・関西万博より

テーマ : いのち輝く未来社会のデザイン

サブテーマ : Saving Lives (いのちを救う) 、

Empowering Lives (いのちに力を与える)

Connecting Lives (いのちをつなぐ)

コンセプト : People's Living Lab

1. 展示をみるだけでなく、世界80億人がアイデアを交換し、未来社会を「共創」。
2. 万博開催前から、世界中の課題やソリューションを共有できるオンラインインプラットフォームを立ち上げ。
3. 人類共通の課題解決に向け、先端技術など世界の英知を集め、新たなアイデアを創造・発信する場に。

福島浜通り地域等15市町村の交流人口拡大に向けたアクションプランより

- 前例のない困難（複合災害からの復興、加速した地域課題）への『挑戦』がある。
- 困難に立ち向かい、未来を切り拓こうとする、あこがれを抱きさえる魅力ある『人』がいる。
- 困難に調整する人に対して、新しい挑戦を受け入れ・応援してくれる『風土』がある。
- これまでの挑戦の軌跡と一步一步再生する姿、これらが織りなす心が震える『情景』がある。

その他追加視点

- 海、山といった大自然に囲まれている。原体験を感じさせる『自然』がある。
- 地元民、移住者で街は構成されている。ある種の『ダイバーシティ』で成り立っている。
- 数々の新産業が起きている。『イノベーション』の地。
- 希望の地を目指している。『笑顔あふれる街』

街のあるべき姿をイメージ

- **イノベーション**（新産業の隆盛、新創造の街へ）
- **ダイバーシティ**（地元民と移住者の多様性を含めた街へ）
- **住民の夢**（みんなが幸せ、楽しい、生き甲斐のある街へ。希望のある街へ）
- **伝統と新しいものの融合**（今までの伝統・風習を大事にしながら、新しいものを取り入れた街へ）

街のあるべき姿をイメージ

- **挑戦**（前例のない困難に立ち向かう住民がいる街）
- **共創**（地元民と移住者がともに作る街）
- **共感**（複合災害から復興中。同情ではなく共感を持ってもらいたい）
- **誇り**（自分たちで描き実現していく未来。それは福島の未来、日本の未来、世界の未来へ）

キーワードについて

キーワードをもとにキーコンセプト案を作成。以下2方向をベースに、地元住民の方などの意見を取り入れブラッシュアップを行う。また今後展示・催事・その他施策についてもキーコンセプトを軸に検討を進める。

●方向性 1

挑戦。笑顔あふれるふるさとに

前例のない困難（複合災害からの復興、加速した地域課題）に

果敢に挑戦する人たちが

地元の人、移住者の人、その街にかかわるすべての人が

“挑戦”している

若者もシニアもみんなが挑戦している街

その挑戦の先にはみんなの笑顔が待っている

困難が続く中でも幸せを感じ、楽しく、生き甲斐を感じ、

希望の街を目指している

そこには笑顔があふれている

そんな街にみんなで挑戦していく

15市町村の挑戦を見てください

●方向性 2

夢と希望と〇〇あふれる、福島

被災地だからこそ創造できる未来社会

被災した事実は不幸に違いない。

けれども、被災したからこそ得ることができた出会い、

湧き上がる挑戦心、描ける未来像がある。

それは夢と希望に満ちあふれる

社会づくりに直結すると心から信じている。

ふくしまの未来から、日本の未来、世界の未来へ

ぜひご来場いただき、

ご自身の未来社会デザインのヒントにしてみてください。

そして、ご自身の未来社会を想像して

〇〇に言葉を入れてみてください。

展示内容について

本復興展示のコンテンツについては、福島県浜通りの15市町村（いわき市、相馬市、田村市、南相馬市、川俣町、広野町、楡葉町、富岡町、川内村、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、新地町、飯舘村）が、それぞれ取り組む、まちづくりや復興のための活動の様を、「イノベーション未来社会」「新たなまちづくりが示す未来社会」「熱意ある人による創造的復興が示す未来社会」の3つの切り口にて紹介し、それらにより織り成される福島の未来像を、被災地の復興モデルという概念を超え、「地域の持続可能な未来社会づくりの指針」＝「いのち輝く未来社会のデザイン／福島モデル」として示すものとする。

想定するコンテンツ

①被災復興を期に新たに創出する産業

浪江町の水素社会の実証実験や南相馬のロボット産業など、次世代未来社会を担う、被災地ならではの新たな産業イノベーション。

②地域が有する魅力の効果的発信事業

地域が元来有する自然環境や産物などの観光資源などを、より魅力的に国内外に発信し観光誘客や産品の販売促進を促す取り組み。

③つながり創出事業

地元の市民や企業と新たに地域に参入する市民や企業、高齢者と次世代を担う若年層などの連携や連帯を促進する取り組みや、産・官・学・民が連携し共創を促す取り組み。

④伝統継承

地域が有する伝統的な技術や文化、芸能、暮らしの知恵や慣習などを、次世代に繋ぎ持続させていく取り組み事業。

実施効果について

- 実施効果

- ・ 会場来場人数やツアー参加人数等、目に見える数値目標だけではなく、真に追求すべき、その先にある「福島ファンをつくる」ことに着眼する。
- ・ 万博開催後の交流・関係人口の拡大や本当の意味での風評払拭（＝福島に行きたいという思い）を目指す。

展示会場 前提与件

- 期間：2025年大阪・関西万博の開催期間
（2025年4月13日– 10月13日）の内の1週間～10日間
※博覧会協会が開催を予定するテーマウィーク／
復興・防災ウィーク（仮）期間中を想定
- 場所：万博会場施設「メッセ」（2026m²×2ホールの展示会場）
※内1ホール（2026m²）の利用を想定
（復興庁展示との併催の可能性有）
※天井高8m、アンカー打不可

展示会場 前提与件

◆展示化検討について

【場所・規模】

①常設展示

A.敷地渡し型展示：小:900㎡（2層可）／極小:450㎡（2層可） B.モジュール型展示：中:600㎡（2層可）／小:300㎡（2層可）

※要検討

展示会場 前提与件

◆展示化検討について

【場所・規模】

②期間限定展示

A.メッセ：4200㎡（全館利用）／2000㎡（二分割利用）×天高10m

B.ギャラリー（フューチャーパーク内）：面積：500㎡×天高3.5m

展示会場 前提与件

【時期・期間】

- ①常設：2025年4月13日(日) – 10月13日(月)184日間
- ②期間限定：上記万博会期中の2週間（設営・撤去含む）

【展示内容】

“万博”を活用して、福島（東北地方）以外の人、特に関西方面の人、世界中の人達に福島魅力を発信し“福島ファン”を作る。その結果、福島に関心を持つ人を増やす（関係人口）、福島を訪ねる人と増やす（交流人口）、さらに、福島に移住する人を増やすことで、風化防止、風評削減に寄与することを目的とする。



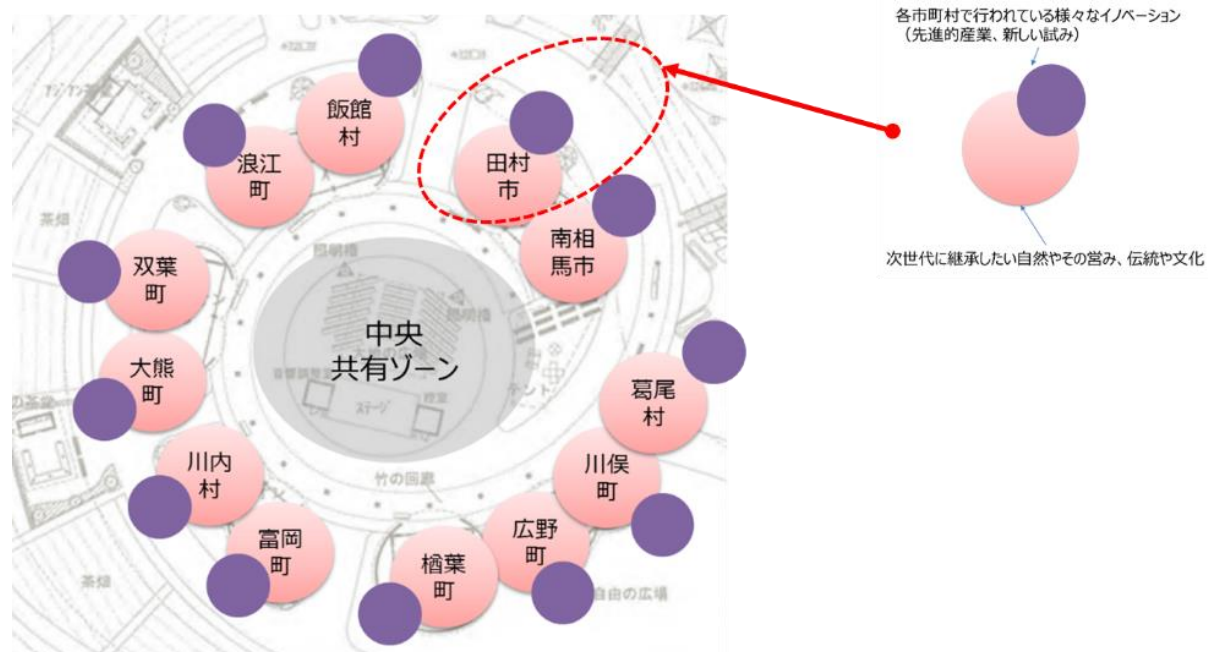
展示会場 前提与件

a. 展示構成について

15市町村の活動に関するヒト・コト・モノの紹介展示ゾーン

+ 各市町村の活動が連帯・連携する共有ゾーン

15市区町村それぞれが、自由に活用し、セッションできる情報発信拠点（飲食機能、ステージ）を含む。
震災復興の過程を紹介するコーナーや未来社会の福島モデルを象徴するメイン展示なども設置。



図表 1：展示構成案

展示会場 前提与件

b. 展示手法について

- ・ 現物展示
15市町村の活動に関するヒト・コト・モノを象徴する現物展示または造作展示
- ・ 映像展示
15市町村の活動に関するヒト・コト・モノを象徴する現物展示または造作展示
- ・ ワークショップスペース
15市町村の活動及び福島魅力を体験型で来館者に発信
- ・ その他
飲食や物販などを通じて15市町村の活動及び福島魅力を来館者に発信

展示会場 前提与件

- ・その他
震災10年、復興の歩み（映像）
<https://www.youtube.com/watch?v=nHSHKTLkkOs>
宮城県／復興10年スペシャル動画（映像）
<https://www.youtube.com/watch?v=BWBanRnF3kY>
東北の復興に捧ぐ新たな芸術祭「Reborn-Art Festival 2017」（造作展示）
<https://bijutsutecho.com/magazine/news/report/6043>

【中間報告OUTPUT】

- ・簡易平面図（各面積別）
⇒常設（900、600、300㎡）
⇒期間限定（4,000、2000、500㎡）
- ・参考展示類似事例
⇒現物展示、造作展示、映像展示、ワークショップ、その他（飲食物販）

福島復興展示のコンセプト

Future Dialogue

with Ancestors and Descendants

～”先祖と子孫との対話”で福島の未来を描く～

「持続可能性（サステナビリティ）とは、“先祖と子孫との対話”である（釜石DMC久保氏）」

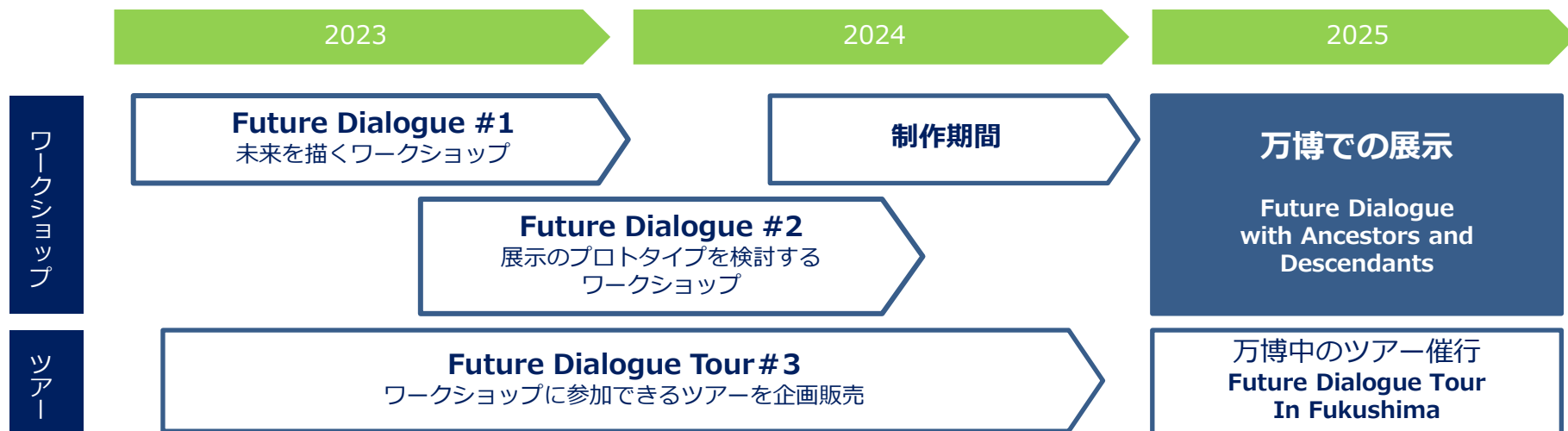
福島は、様々な持続可能性の課題に取り組む最先端の地であり、福島の未来を描くときには
「受け継いできたもの」「この後につなげていくもの」の両者の視点が必要である。



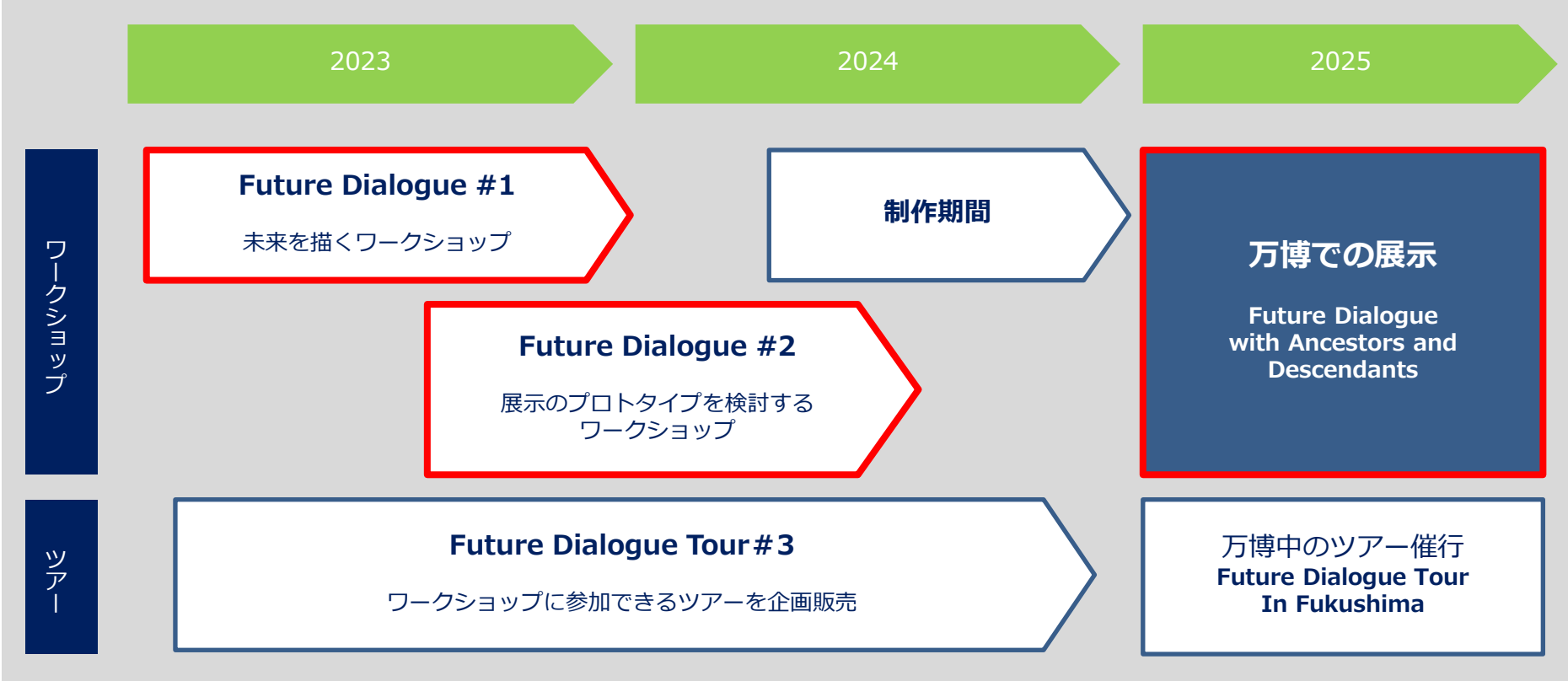
■ 事業全体構成及び展開

ワークショップとツアーのシリーズ展開を通して万博展示を制作していく

Future Dialogue with Ancestors and Descendants



福島復興展示のコンセプト



事前ワークショップ「Future Dialogue #1」

2025年大阪・関西万博会場での展示を作り上げる方法として世代/居住地/専門性を超えた対話形式で事前ワークショップを実施



実施場所：福島を中心に展開
※会場視察も兼ねて大阪・関西万博会場でのワークショップ開催も検討

事前ワークショップ「Future Dialogue #1」

案① Future Dialogue “2050年の福島の学校”を考えよう！



案② Future Dialogue “2050年の福島の電気”を考えよう！



事前ワークショップ「Future Dialogue #1」

案③ Future Dialogue “2050年の福島の「食」”を考えよう！

～福島の新しい「ご当地名別料理」

～福島の新しい「B級グルメ」

案④ Future Dialogue “2050年の福島の「遊」”を考えよう！

～福島の新しい「観光名所」

～福島の新しい「娯楽施設」

案⑤ Future Dialogue “2050年の福島の「働」”を考えよう！

～福島の新しい「産業」

～福島の新しい「働き方スタイル」

案⑥ Future Dialogue “2050年の福島の「芸」”を考えよう！

～福島の新しい「音楽、ダンス、祭り」

～福島の新しい「お土産」

事前ワークショップ「Future Dialogue #2」

前記ワークショップで出たアイデアをもとに展示のプロトタイプを検討するセッションを展開

コラボレーション先となる学生・専門家（候補）

大阪芸術大学

日本で唯一の全米美術大学協会の海外加盟大学、
日本に最大規模の総合芸術大学。

まちづくりや建築について学ぶ建築学科、
イベント制作などを学ぶ芸術計画学科、などの研究室と今後、交渉。
ワークショップのサポートなどを行う際には
初頭芸術学科にもご相談させていただく。

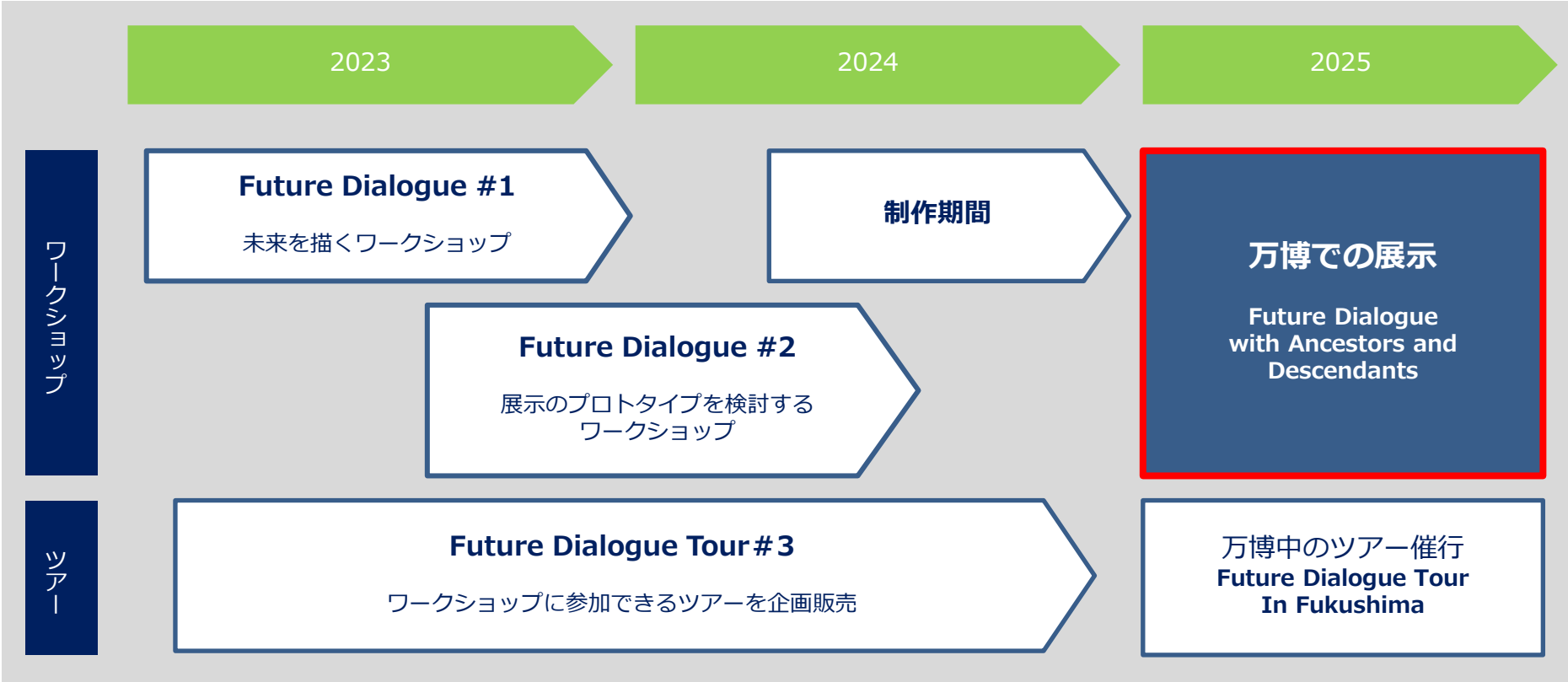
東北芸術工科大学

東北（山形）にキャンパスをおく芸術大学。
（東京明治神宮外苑に外苑キャンパスをあり）

デザイン工学科には、建築・環境デザインの他にコミュニティデザインの
専門コースもあるためワークショップなどでの協力も今後、交渉。
芸術学部の歴史遺産学科は、観光領域とも
相性がよいためツアー領域での連携も検討。

その他、浜通り地域に進出意欲のある大学との連携（福島大学、東北大学、筑波大学、お茶の水女子大学など）

万博での展示案



展示アイデア

①ワークショップでまとめたアイデアを模型/ホログラム/VR等で展示

ワークショップで出た展示のアイデアを、
建築学科/まちづくりの専門家とともに、模型やプロトタイプで作成。
(模型を作る過程には、子どもたちや地元のシニアの方々の意見も
とりいれたものにしていく)
模型に、子どもたちとともに作ったアイデアをデジタル上で展示し、
ホログラムやVRなどで体験できるように表現を検討。

- 建築学科/まちづくりの専門家の登用 ⇒地域、市民の巻き込み
- 模型やプロトタイプ作成⇒課題解決の示唆、万博らしさの演出、最新技術を活用・紹介、被災地の強時や魅力発信
- こどもたちのアイディアをデジタル展示化⇒最新展示技術の活用、集客力の醸成

②“先祖と子孫との対話カンファレンス”を万博の期間中に実施

「Future Dialogue with Ancestors and Descendants」自体を記録し、
ドキュメンタリーのストーリーとして映画化。
国際的な情報発信も考慮して、海外からディレクターを招請して制作。
この制作過程でも、東北工科大学
(国際ドキュメンタリー映画祭をサポート) と連携。

- ドキュメンタリーとして映画化⇒レガシーとなる社会的インパクト、地域の巻き込み
- 海外ディレクターを招聘⇒万博ならではの特別感と集客力の醸成
- 東北工科大学等との連携⇒レガシーとなる社会的インパクト、地域の巻き込み

展示アイデア

③アイデアのプロトタイプをもとに「2050年のGOOD DESIGN賞」開催

ワークショップで出た様々なアイデアをプロトタイプ化。
GOOD DESIGN AWARDと連携したEXPO特別版を設定し、
そのうちのいくつかを、仮想の「2050年のGOOD DESIGN賞」
に選ばれたという設定で、万博期間中のイベントとして実施。
リアルのプロトタイプまたはデジタルのアウトプット会場内で発表する。

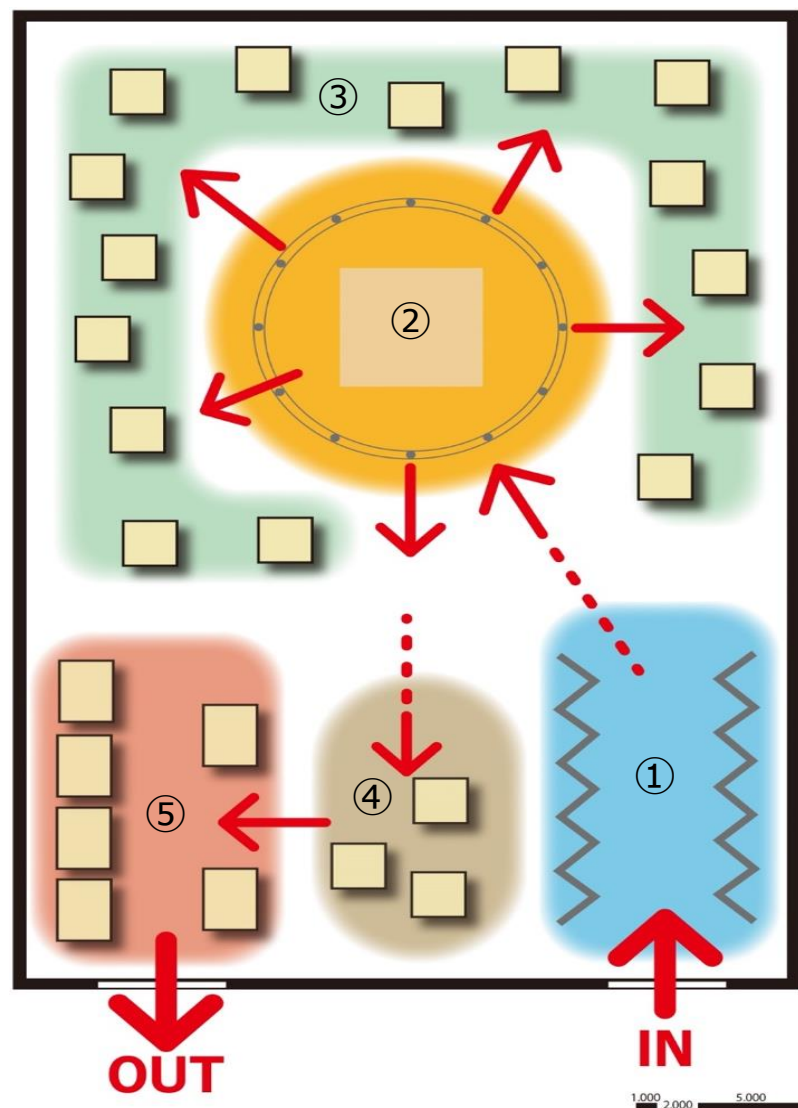
- アイデアのプロトタイプ化⇒課題解決や政策実現に資する
- GOOD DESIGN AWARDと連携⇒社会的インパクト、万博としての特別感と集客力の醸成
- 「2050年のGOOD DESIGN賞」⇒被災地の強みや魅力を発信

④ワークショップの様子を記録映画として制作して万博会場で上映

ワークショップで出たアイデアや未来のビジョンを、
カンファレンス形式で発信。
福島と万博会場をオンラインでつなぎ、世界中のサステナビリティの専門家
やソーシャル課題に向き合うクリエイターたちが集まる
コラボレーション&ネットワーキング会議。

- 未来のビジョンカンファレンス形式で発信⇒課題解決や政策実現に資する、万博の特別感の醸成
- 福島と万博会場オンライン⇒地域の巻き込み、集客力の醸成、最新技術の活用
- クリエーターとのコラボ⇒集客力の醸成、被災地の強みや魅力を発信

展示構成・レイアウト案（2,000㎡想定）



<展示構成案>

① 導入展示-福島を知る

Future Dialogue Theaterの待機列
スペース機能と併せたプロローグ展示

- ・ 福島の実況（2025年時点での復興やまちづくりの取り組みの様等）を紹介
- ・ 子供たちのアイディア原案の展示

② Fukushima Future Dialogue Theater（仮称）

- ・ 半球シアター（200㎡／100人同時収容）
- ・ ドキュメンタリー映像上
- ・ ワークショップを通じて生まれた子どもたちのアイデアを可視化したCG映像上映
- ・ ホログラムやVRなどによる疑似体験

③ 福島浜通り15市町村のヒト・コト・モノの紹介展示

- ・ パネルや映像、模型展示による15市町村の取り組み事例紹介

④ ミニワークショップ・体験ゾーン

- ・ 福島の実況のまちづくりの多様な取り組みをワークショップにて体感

⑤ 飲食・物販

- ・ 福島の実況の新しい「食」を体験する軽食レストラン
- ・ 「新名物」「新土産」などの物販コーナー

図表1：展示・構成レイアウト案

展示構成イメージ

<展示構成案詳細イメージ>

① 導入展示-福島を知る

Future Dialogue Theaterの待機列・スペース機能と併せたプロローグ展示

- ・ 福島現状（2025年時点での復興やまちづくりの取り組みの様等）を紹介
- ・ 子供たちのアイディア原案の展示

② Fukushima Future Dialogue Theater（仮称）

- ・ 半球シアター（200㎡／100人同時収容）
- ・ ドキュメンタリー映像上
- ・ ワークショップを通じて生まれた子どもたちのアイデアを可視化したCG映像上映
- ・ ホログラムやVRなどによる疑似体験

直径約15mサイズのゲル型シアターを設置し、来場者は赤ベコを模したクッションチェア等に座り自由にくつろぎながら、半球型のスクリーンに投影されるドキュメンタリー映画やワークショップを通じて生まれた子どもたちのアイデアを可視化したCG映像を鑑賞する。

また、開催期間中の内一定期間は“先祖と子孫の対話カンファレンス”の会場ともなる。

【VR追加オプション】 TheaterでのVR体験

約200㎡の会場に対し、100名入場／回

展示構成イメージ

③ 福島浜通り15市町村のヒト・コト・モノの紹介展示

- ・パネルや映像、模型展示による15市町村の取り組み事例紹介

Fukushima Future Dialogue Theaterの周辺に復興の基盤を支える15市町村のヒト・コト・モノの紹介展示を配置

④ ミニワークショップ・体験ゾーン

- ・福島の未来のまちづくりの多様な取り組みをワークショップにて体感

⑤ 飲食・物販

- ・福島の新しい「食」を体験する軽食レストラン
- ・「新名物」「新土産」などの物販コーナー

キラーコンテンツの考え方

以下、過去大型展示催事実施経験に基づく話題を呼び込むためのポイントについて、会場条件や期間などに応じて取捨選択を行い、話題性と集客力のあるキラーコンテンツ検討を行う。

■キラーコンテンツ検討のポイント

1. 没入感

まるで福島浜通りに居るような、未来に迷い込んだような体験。
スマホで撮ってSNSで拡散したくなる

2. リアリティ

事実に基づくストーリー、実物や実寸大以上が目の前にある
福島浜通りの今とつながっている

3. オンデマンド体験

他の人と異なる自分だけの体験

4. 希少性

ここだけ、今日だけ、今だけの体験

5. 追い体験

万博会場での体験の後に自宅で/福島で追体験

キラーコンテンツの考え方

話題を呼ぶための手口

復興展示3つの柱

イノベーション

まちづくり

人の熱意

×大スケール

実寸大、あっと驚く大きなものが目の前にある

×**現地最新**テクノロジー（@福島）

ドローン、ロボット、水素技術、養殖、...

×**演出最新**テクノロジー（@福島以外）

XRほか、魅力的でインタラクティブな演出を実現する手法（チーム）の活用

×食

福島由来の食材を、一流料理人が演出

×来場者が持つ福島の知識

歴史、自然、文化、ニュース

キラーコンテンツ展開案

導入ゾーン

浜通り 全天周シアター

狙い

福島に存在しつづける豊かな自然と、先進的な挑戦の環境という
奇跡的な二重性を没入感ある全天周シアターとして体験化

概要

福島浜通り発イノベーション、新たなまちづくり、熱意ある人による新たな挑戦を
展示する「展示中核スペース」の床面、壁面、天井面はスクリーンになっている。
例えば夜の森の桜のトンネルの映像が、ロボットテストフィールドの電波暗室に
変化したり、川内村ワイナリーから見た山並みが、福島水素エネルギー研究
フィールドに変化する。「挑戦」「福島の風土」「イノベーション」など時々文字も現
れる。経済産業省の交流人口拡大事業「浜通り映像・芸術文化プロジェクト」と
の連携も検討。

※本企画は床・壁・天井に関する環境イメージ。個別展示計画は含みません。

キラーコンテンツ展開案

導入ゾーン

イノベーター100人 ビッグ・スマイル・ウォール

狙い

いろんなジャンルで挑戦している浜通りの人々の臨場感と親近感を来場者に提供。

概要

会場内大壁面に100人のイノベーター。福島復興にむけて日々奮闘している人々が、夢と希望をいただいている表情を「笑顔」として切り出す。ここでいうイノベーターは産業での活躍者に加え、子供含む一般の方たちからも自薦、他薦で人選。選ばれた方々による口コミも期待。双葉町で活動するチームOVER ALLsの協力で壁面を描く。

※本企画は床・壁・天井に関する環境イメージ。
個別展示計画は含みません。

キラーコンテンツ展開案

導入ゾーン

小林武史プロデュース 浜通りに吹く新しい風 空間演出（オブジェ、BGM等）

狙い

復興という過程で生まれかわる浜通りの展示空間を、著名アーティストによるプロデュースで注目率を上げる

概要

生まれ変わる浜通りの様子を、楽曲やオブジェで直感的に来場者たちに伝える。豊かな自然、挑戦心にあふれた人々の勢い、人々が出会うすばらしさなど大事なメッセージを含めた楽曲を例えば「浜通りに吹く新しい風」をコンセプトに製作。それをBGMとした空間で、浜通りを象徴する目を引くオブジェを設置し、来場者やメディアの注目率を高める。

※本企画は床・壁・天井に関する環境イメージ。個別展示計画は含みません。

キラーコンテンツ展開案

センターゾーン（または全ゾーン含む）

浜通りイノベーション LIVES

狙い

福島に関心を持った来場者に、その土地で営まれている活動の「今」をオンデマンドでご覧いただく。

概要

15市町村で、イノベーションや新たなまちづくりが見れる地点にライブカメラを設置。万博会場には大画面を15台設置。

ひたむきな「挑戦」やその主人公である「人」びとの今を大阪・関西万博会場に伝える。または豊かな風土や情景映像も交え、実際に足を運ぶことを促す。一日に一回、福島の方と来場者が対話するタイミングを設け、福島の方自らがその魅力を伝え生活、自然、ビジネスあらゆる面で福島来訪の意味を伝える。

キラーコンテンツ展開案 センターゾーン（または全ゾーン含む）

浜通り 情熱 ロボットオペラ

狙い

福島のエノバージョンが、そこに集う人々による
「情熱的挑戦」の結晶であることを展示空間内の演出として昇華。

概要

会場内床面、すぐ手に届くところに、浜通りエノバージョンを象徴する大小の物体（exロボット）が整然とならぶ。一番奥には浜通りの熱量を象徴するオブジェ（ex馬追の荒馬と武者）
一時間に一回場内が暗転。音楽が始まりロボット一体ずつプロジェクションマッピングが
あたる動きに呼応して、オリジナルの情熱的な曲が歌いあげられる。最後は壮大なフィナーレ。
また静的な展示空間に戻る。

キラーコンテンツ展開案

センターゾーン（または全ゾーン含む）

未来へつなぐ 超巨大ピタゴラスイッチ

狙い

福島に関する製品や技術を一連で見せることで、福島の特異性を表現しつつ、人々の絆やつながりを想起させる。

概要

福島の伝統工芸品・特産物、自然や食・アート、最新のイノベーションで生まれた技術や製品など、福島の魅力で構成された超巨大ピタゴラスイッチを会場内に設置。（震災時の各国からの支援物資などを入れ込むことも可）

それぞれの製品・技術の特徴を生かした動きを盛り込み設計し、事前の制作の様子などもコンテンツ化する。

来場者が参加できるパートも盛り込み、イベント性も付与。

福島の伝統も歴史も未来も詰め込んだ、大人から子供まで思わず見入ってしまうシンボルに。

会期終了後は福島への移設も検討。

キラーコンテンツ展開案

センターゾーン（または全ゾーン含む）

鉄拳パラパラ漫画による ふくしま浜通り特別映像制作

狙い

これまで、多くの作品にて人々の心に共感と感動を響かせてきた、
鉄拳パラパラ漫画の手法を活用したショートムービー

概要

手書きで描く独特の画法とアニメーションにより、これまで多くの
作品にて人々の心に共感と感動を響かせてきた、鉄拳パラパラ漫画
ショートムービー。
福島浜通りにて、新たなまちづくりに取り組む人々の挑戦や、
多様な人々が共に手を取り自分たちの未来を作り上げていく様を、
感動的な表現で描くスペシャルショートムービーを制作し、
復興展示の目玉とする。

キラーコンテンツ展開案

センターゾーン（または全ゾーン含む）

可変型パネル壁面装飾システムによるシンボル展示

狙い

可変型壁パネル壁面面装飾を活用した展示

概要

復興に取り組む福島浜通り15市町村の取り組みや、
新たなまちづくりに取り組む人々の挑戦、
多様な人々が共に手を取り自分たちの未来を作り上げていく様を、
自動で可変するパネルにより、複数のパターンをシステムにて表現
し、本事業のシンボル展示とする。

キラーコンテンツ展開案

センターゾーン（または全ゾーン含む）

HOPE SCHOOL

狙い

大人も子供も、福島に住む人も、日本中・世界中から来た人も。
一緒に福島の今を知り、未来を創造していく。

概要

学校をモチーフにしたスペース展開。
福島県立ふたば未来学園中・高との連携も検討。
ワークショップや著名人による公開授業、生徒たちが先生役となる授業や
事前学習の発表をしたりする場も設定。
未来社会のデザインに欠かせない子どもの視点を取り入れながら
福島を見て、感じて、学び考える体験を提供する。

キラーコンテンツ展開案

15市町村ゾーン

15市町村紹介 テーマ別ショーケース

狙い

浜通りに広がる15市町村の多岐にわたる営みや資源をオブジェ化して美しく展示に仕立てる。

概要

例えば浜通りのイノベーション産業、食材、復興への挑戦を浜通りを象って15市町村に区割りした美しいショーケースを製作。小さく区切り、各市町村で実際入手したものをその箱に収める。

キラーコンテンツ展開案

15市町村ゾーン

浜通り ライジングサン＆ライ ジングピープル ショーケース

狙い

福島浜通り側で見られる美しい風景と希望に満ちた人を魅力的かつダイナミックに伝える。

概要

手前に浜通りをかたどった白色の立体ジオラマ、奥側に大きなスクリーン。どちらもプロジェクションマッピングで美しい映像が投影できるボックス。

浜通りは日本の東側に位置し、太陽が立ち昇る場所。ライジング・サンを希望に満ち新しいことを予感させる動きに見立て、美しい浜通りの自然と、そこでの新しい挑戦し続ける人々を映像を駆使して見れる感動のショーケースを作り上げる。このショーケースは万博後も移設し浜通りの象徴として展示可能。

経済産業省の交流人口拡大事業「浜通り映像・芸術文化プロジェクト」との連携も検討。

キラーコンテンツ展開案 15市町村ゾーン

その他アイデア

ドローンショー

巨大立体ジオラマ

狙い

浜通りイノベーションの象徴演出としてドローンを活用。

概要

福島ロボットテストフィールドで磨かれたドローンとその操縦技術を大阪・関西万博の目玉ショーとして展開。

狙い

浜通りをキャッチーな立体として万博で再現。

概要

例えば床面全体が浜通りの地形を再現した立体地図になっており、来場者は歩きながらも福島を感じる。フォトスポットを設定しSNS情報拡散を狙う。

キラーコンテンツ展開案

飲食物販ゾーン

実物展示×実体験

狙い

万博来場者に、大スケール実物展示で関心を喚起し、食べることで理解と実感を促す。

概要

浜通りで行われる挑戦の一つとして野菜や果物の工場生産がある。大阪・関西万博の会場にその一部を大きなスケールで再現し、食にうるさい関西人らの関心を引く。それを提供するカフェスペースを設け、現地への食産品の理解、現地への観光、新しいビジネスを生む機会に変える。

キラーコンテンツ展開案

飲食物販ゾーン

フード・ツーリズム

狙い

浜通り15市町村にあふれる豊かな食、食材、そして地元の自然環境を万博を契機に広く周知し、また浜通りで新しい挑戦の契機につなげる。

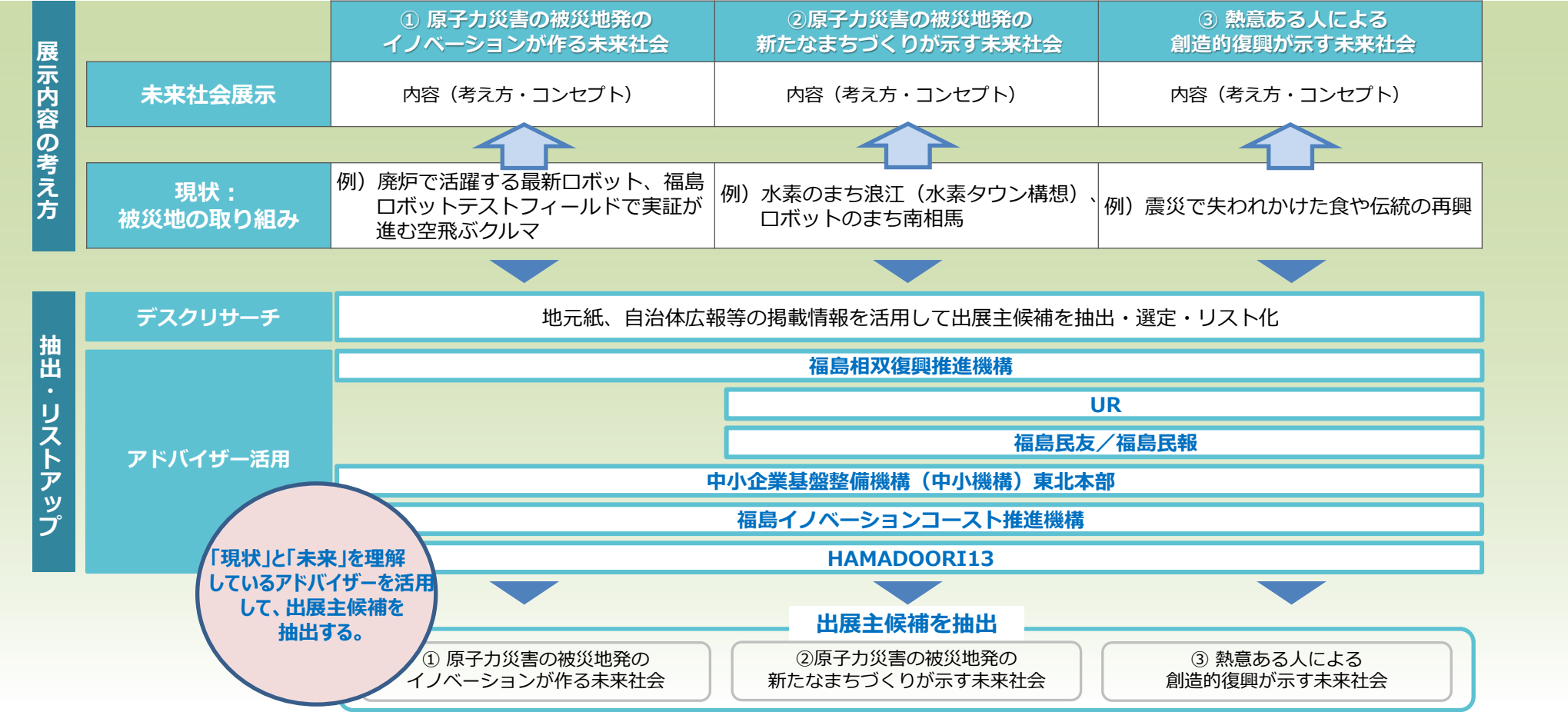
概要

福島・浜通りには野菜、肉、魚を始めとした豊富な食材があふれている。またそれらを楽しむのにふさわしい自然環境も恵まれている。例えば万博会場の一角に福島の食材で有名シェフが考案したレストランを再現。それを気に入った来場者は、実際に福島を訪れ食以外に、牛の乳しぼり、乗馬、ドローン操縦体験（？）などを楽しむ。

調査概要

展示内容案（①原子力災害の被災地発のイノベーションが作る未来社会、②原子力災害の被災地発の新たなまちづくりが示す未来社会、③熱意ある人による創造的復興が示す未来社会）を実施し得る企業、団体、人等を20件程度リストアップした。
具体的には、原子力災害の被災地で事業再開した地元事業者や、新たに進出したベンチャー企業や社会起業家、当該地域の中核企業などが想定される。

【視点・考え方】



展示内容案を実施し得る企業、団体、人等の候補リスト

展示内容案を実施し得る企業、団体、人等をリストアップ。
原子力災害の被災地で事業再開した地元事業者や、新たに進出したベンチャー企業や社会起業家、当該地域の中核企業などを想定。

①原子力災害の被災地発のイノベーションが作る未来社会

企業や団体が有する技術や取り組みを展示コンテンツ化することで未来像を提示

視点	企業、団体、人等	概要
ロボット、ドローン 関連技術開発	株式会社人機一体	2007年立命館大学発ベンチャー企業として創業。2015年に株式会社人機一体に商号変更。金岡博士の理念と、力学ベースの先端ロボット制御工学の社会実装によって、「あまねく世界からフィジカルな苦役を無用とする」の実現を目指す。ミッションを達成し、社会に利益を還元するために、社会実装のためのリソースを保有している大企業との連携、オープンイノベーションを展開。福島ロボットテストフィールドにも入居し、研究開発と社会実装を進める。 本社所在地：滋賀県草津市青地町 648-1
ロボット、ドローン 関連技術開発	株式会社東日本計算センター	いわき市に創業、受託計算業務、センター業務などシステム開発事業、震災後は科学技術で福島復興を支えるロボット・ドローンなどの制御ソフトの開発に注力。2019年4月に、いわき市の廃校を利用したイノベーションセンターを開設し、産学連携プロジェクトの具体化や事業イノベーション、地域住民とのICTを基にした交流の場として利用するなど地域貢献も展開。 本社所在地：福島県いわき市平字研町2
次世代のエネルギー 開発	株式会社エイブル	原子力発電の技術貢献を目指して1992年に福島県富岡町で創業。制御棒点検・非常用発電機点検業務などを請け負う。東日本大震災以降は廃炉事業に取り組み、同社のロボット技術や遠隔操作技術の評価は高い。いわき市に木質バイオマス発電所を建設・営業運転を開始、再生可能エネルギー導入を進める新電力会社「大熊るるん電力」を大熊町と共同設立するなど、次世代エネルギーの研究開発も進めている。 本社所在地：福島県双葉郡大熊町大字夫沢字中央台551-6、（本社機能移転先）福島県双葉郡広野町大字上北迫字岩沢1-9
次世代のエネルギー 開発	新地スマートエナジー株式会社	2018年に新地町・企業等により共同設立。LNGガスを活用して熱と電気を製造する新地エネルギーセンターを2019年から運用、新地町が実施する新地スマートコミュニティ事業エリアの施設に熱電併給する地産地消型エネルギーサービス事業を展開。新地町スマートコミュニティ事業「環境共生型復興まちづくりに貢献する新地町スマートコミュニティ事業」は、一般財団法人 新エネルギー財団による令和3年度「新エネ大賞」新エネルギー財団会長賞を受賞。 本社所在地：福島県相馬郡新地町谷地小屋字舩形15-1
SiC半導体を用いた 製品開発	福島SiC応用技研株式会社	SiC半導体（炭化ケイ素を用いた化合物半導体素子）を用いたパワーエレクトロニクス製品の開発及び製造販売を主力事業とする技術ベンチャーとして2014年設立。BNCT技術（ホウ素中性子捕捉療法）を応用し、SiC半導体による超小型中性子発生源を用いたがん治療装置「SiC-BNCT」を開発。SiC半導体の社会実装促進とともに、従来のSi半導体では実現が困難であった革新的なパワーエレクトロニクス技術開発、及びその応用製品の市場提供を目指す。平成30年「地域未来索引企業」選定、平成30年度「ふくしまベンチャーアワード」優秀賞受賞、令和2年「J-Startup TOHOKU」選定。 本社所在地：福島県双葉郡楢葉町大字山田岡字仲丸1-7

展示内容案を実施し得る企業、団体、人等の候補リスト

①原子力災害の被災地発のイノベーションが作る未来社会

企業や団体が有する技術や取り組みを展示コンテンツ化することで未来像を提示

視点	企業、団体、人等	概要
廃炉で活躍する最新ロボット	株式会社アトックス	日本の原子力産業の草創期から60年以上にわたり、放射線管理のエキスパート集団として、日本全国にある原子力関連施設のメンテナンスを担う。東日本大震災と原発事故後は、いち早く福島復興本部を開設し、事故の収束に尽力。現在は、福島第一原発の除染や汚染水処理といった廃炉の最前線で活躍。福島第一原発のロボットオペレーターを担当し、福島高専の学生と共同で開発した廃炉に向けた建屋探査ロボットが22年春に完成、今後実用化の予定。放射線関連の技術を活用して、近年では頭部PET装置の開発など、核医学治療などにもチャレンジする。 本社所在地：東京都港区芝4-11-3 芝フロントビル、福島復興支社：福島県双葉郡富岡町大字本岡字赤木100-2
福島ロボットテストフィールドで実証が進む空飛ぶクルマ	テトラ・アビエーション株式会社	空飛ぶクルマ(eVTOL)の開発に向けて南相馬市と連携協定を締結。福島ロボットテストフィールドで試験飛行。2025年大阪万博、2030年以降エアモビリティでの移動が始まる時期に向けた次世代のエンジニア育成で市と連携を深める。 本社所在地：東京都文京区弥生2-15-10 101号
福島ロボットテストフィールドで実証が進むアバターロボット開発	株式会社メルティンMMI	2013年7月創業。生体信号を利用した医療機器やアバターロボットなどの研究開発・事業化を通してサイボーグ技術の実現を目指す。 2020年7月「福島イノベーション・コースト構想」の重点分野に係る実用化開発に取り組む企業に採択。地域企業と連携しながらロボットを活用した新しい産業の創出と人材育成を行い、世界の人々が矚目する地域再生に寄与。福島ロボットテストフィールド・南相馬市産業創造センターを活用した、アバターロボット「MELTANTシリーズ」の研究開発と実証試験を推進し、実用量産モデルの開発を目指す。 本社所在地：東京都中央区新川1-17-24 NMF茅場町ビル5F
福島ロボットテストフィールドで実証が進む自動走行、EV	株式会社タジマモーターコーポレーション	自動車販売、自動車部品・用品製造販売、電気自動車・次世代自動車の企画開発・製造等を展開。福島ロボットテストフィールドに研究室を置き、次世代EV、自動運転、無人航空機の研究開発を推進。2021年6月には、次世代モビリティ・エネルギーなどの最先端の研究開発拠点として福島県いわき市田人町に「タジマいわき次世代モビリティ R&Dセンター」を開設。 本社所在地：東京都中野区江原町3-35-3、タジマいわき次世代モビリティR&Dセンター：福島県いわき市田人町旅人字和再松木平4番地
福島ロボットテストフィールドで実証が進むパートナーロボット開発	株式会社リビングロボット	2018年4月に創業。「ロボットと人が共に生きる社会の実現」をミッションに掲げ、福島県伊達市のほか、福島ロボットテストフィールドや九州にも開発ラボを置き、人と共に成長するロボットの開発を行う。自分で動かせ、一緒に遊べる「あるくメカトロウィーゴ」は、福島県や福岡県の小中学校でプログラミング学習に活用される。 本社所在地：福島県伊達市坂ノ下15
災害対応ロボット実用化	株式会社テラ・ラボ	2019年2月から福島県「福島ロボットテストフィールド」において、大規模災害に備えた長距離無人航空機の製造ならびに試験研究を推進。2021年11月には、自立・帰還支援雇用創出企業立地補助金（製造・サービス業等立地支援事業）を活用して、南相馬市復興工業団地内に長距離無人航空機の実用化・事業化新拠点“TERRA LABO Fukushima”を開所。2023年4月頃の実用化・事業化を目指して、災害対策情報支援体制を確立とともに、今後は、ロボットのまち南相馬を盛り上げるべく、地元の産業集積や雇用創出への寄与を図る。 本社所在地：愛知県春日井市不二ガ丘3-28

展示内容案を実施し得る企業、団体、人等の候補リスト

②原子力災害の被災地発の新たなまちづくりが示す未来社会

地元自治体や団体が取り組む産業創出のための取り組みの展示化

視点	企業、団体、人等	概要
まちづくり	浪江町 (水素のまち浪江)	原子力というエネルギーで被害を受けた浪江町は、 <u>水素という新たなエネルギーで復興まちづくりを実現するため、水素利活用に全力で取り組む</u> 。2020年、“世界最大級”の水素製造能力を有する「福島水素エネルギー研究フィールド（通称：FH2R）」を開所。
まちづくり	南相馬市 (ロボットのまち南相馬)	福島イノベーション・コースト構想に基づき、「 <u>福島ロボットテストフィールド</u> 」を整備。インフラや災害現場など実際の使用環境を再現しており、ロボットの性能評価や操縦訓練等が可能。全国から19の企業・団体が入居し、研究者や開発者の活動拠点となっている。
まちづくり	浪江町、双葉町、南相馬市 (福島県浜通り地域における新しいモビリティの活用)	2021年2月、 <u>3市町と民間企業8社（日産自動車、フォーアールエナジー、福島日産自動車、日産プリンス福島販売、イオン東北、日本郵便、長大、ゼンリン）が連携協定を締結し、モビリティ、エネルギー、コミュニティの領域において協業。スマートモビリティの実証が進むほか、再生可能エネルギーの地産地消によるRE100を目指し、電気自動車およびそのバッテリーの蓄電池活用などに取り組む</u> 。市町が主催するイベントに各社が協力するなど、コミュニティの活性化に貢献。夢と希望のある未来の“まちづくり”実現を目指す。
まちづくり	富岡町／一般社団法人 とみおかプラス	町内外のあらゆる人々のつながりを土台として「 <u>未来に向けたまちづくり</u> 」を主導する民間団体。「人材Plus」、「安全・安心Plus」、「交流・つながりPlus」、「新たな魅力Plus」の4つの視点で活動する。
まちづくり	楢葉町／一般社団法人 ならはみらい	町民が主体となったまちづくりを主導する組織として、「 <u>きずな・安心・活力</u> 」を取り戻すという理念のもと、真の復興を実現するために活動。さまざまな交流促進による新たな絆や賑わいづくりに取り組むほか、町民が安心して暮らせる生活基盤の再建、安定を図る。
まちづくり	葛尾村／一般社団法人 葛尾むらづくり公社	2016年6月に帰還困難区域以外で避難指示が解除され見えてきた様々な課題に向き合うために、2018年3月に設立。長期にわたる避難からの復興に取り組む中、 <u>村民が主体的に活躍、交流できる機会や場の提供などを通じて、人と人を「繋ぐ」役割の中核を担い、村民の絆を維持するとともに、地域資源を活かして新たなにぎわいと活力を創出し、交流人口の拡大と地域活性化を図る</u> 。
まちづくり	浪江町／一般社団法人 まちづくりなみえ	2017年3月末に一部地域で避難指示が解除され本格的な復興期を迎えた中で、山積する課題を解決していくために、官民協働による「 <u>オールなみえ</u> 」で取り組んでいく流れを作ることを目的として設立。 <u>住民主体のまちづくりに資するための事業を行う</u> 。
まちづくり	大熊町／一般社団法人 おおくままちづくり公社	かけがえのないふるさと大熊町の魅力を町民と共に再創生するという理念と3つの役割「つくる」「つなぐ」「つたえる」を掲げ、官民連携を図りながら町土復興計画と連携した復興・再生をサポート。町職員だけでは難しい住民が生活を始めるための環境づくりを担う。
まちづくり	川内村／一般社団法人 かわうちラボ	川内村の資源を活かし、交流を促進する事により、 <u>川内村の新たな魅力を創出し、新たな村づくりを進めていくための支援や仕組みづくりを実施</u> 。

展示内容案を実施し得る企業、団体、人等の候補リスト

②原子力災害の被災地発の新たなまちづくりが示す未来社会

地元自治体や団体が取り組む産業創出のための取り組みの展示化

視点	企業、団体、人等	概要
まちづくり	双葉町／一般社団法人 ふたばプロジェクト	2022年春の町への帰還開始を目指し、行政と民間が知恵を出し合い、ひとりでも多くの町民が帰町し、新たな移住者とともに町民主体のまちづくりを実現するために設立。「町と人」「人と人」を繋ぎ、復興まちづくりを推進・サポートしていく。
まちづくり	広野町／株式会社 広野町振興公社	広野町100%出資のまちづくり会社として、「東北に春を告げる町」広野町の交流人口増加及び健康促進のため、広野町二ツ沼総合公園の管理運営業務を主体として1995年に設立。震災以降、新規事業を模索、着手すると共に、これまでの広野町所有施設を「守る」姿勢から、未来へ向けた「攻める」姿勢へと転換し、地域の発展に貢献する。

②原子力災害の被災地発の新たなまちづくりが示す未来社会

地元自治体や団体が取り組む産業創出のための取り組みの展示化

視点	企業、団体、人等	概要
震災で失われた食や伝統の復興	ふくしまみらい チャレンジ（福島相双 復興推進機構）	避難指示対象である福島県被災12市町村（田村市、南相馬市、川俣町、広野町、楡葉町、富岡町、川内村、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村および飯舘村）の事業者を対象とした、事業者の帰還、事業・生業の再建を通じ、まちの復興を後押しすることを目的として、福島相双復興推進機構と一体となり、新たなビジネスの創出に向けた事業者間のマッチングを行うとともに、販路開拓を中心に事業者の自立化を目指し、サポートを行うプロジェクト。
震災で失われた食や伝統の復興	特定非営利活動法人 民俗芸能を継承する ふくしまの会	東日本大震災・原発事故による影響を受け、とくに浜通りの13市町村で受け継がれてきた大切な民俗芸能団体の多くが継承の危機にある状況をふまえ、南相馬市鹿島区江垂の「江垂日吉神社の浜下り」の復興に向けた支援をし、被災者が主体的に参加する機会を創出。福島の民俗芸能の情報発信と団体間ネットワークづくりやサポート、地域交流に努める。
観光振興と地域活性化	うつくしま浜街道 観光推進会議	福島県浜通り地方の13市町村と関係機関・団体が一体となり、陸前浜街道の美しい観光資源を活用した観光振興を推進。2011年3月11日に発生した東日本大震災及び原子力発電所の事故の影響による5年間の活動休止を経て、2016年より活動再開。
農業再生	株式会社 福島しろはとファーム	日本全国でさつまいもの生産から、スイートポテトや焼きいも、大学いもなどのさつまいも商品の製造、販売を手がける白ハト食品工業株式会社の子会社として、株式会社しろはとファームを2019年4月に設立。楡葉町でのさつまいも栽培と、農業再生に関連する事業を行う。「日本の農業をステキにしよう」というスローガンを掲げる白ハトグループの一員として、楡葉町から新たな農業スタイルを発信している。 しろはとファーム所在地：福島県双葉郡楡葉町前原浜城 1
アグリテック	銀座農園株式会社	2009年創業、AI によるデータとロボットを活用したスマート農業ソリューションを開発提供。福島県浜通りの未来を拓く実用化開発プロジェクトとして、国の補助金を活用し、高齢農家が多い福島県の果樹産業を支援するために、AI による果樹農業データプラットフォームを構築し、リモートセンシングによる車両系農業ロボット（ドローン及び運搬）及び収穫ロボットの実用化開発を実施。令和3年度には、浜通り地域の専門農協を通じて浜通りの梨農家28 戸への導入を目指す。 本社所在地：東京都中央区銀座1-3-1 北有楽ビル2F

プロデューサー候補リスト

藤城 光

未来会議事務局メンバー

プロフィール：

昭和49年（1974）、茨城県水戸市出身。埼玉大学卒業後、東京でグラフィックデザインの仕事に就く。2010年に夫の実家があるいわき市に移り住み、デザインの仕事とともに現代アートの制作にも取り組む。福島の人々の記憶や想いを残すことを目的に、福島県いわき市在住のアーティスト・藤城光が有志のクリエイターらとともに2011年4月より始めた活動『PRAY+LIFE』主催。
<https://kiito.jp/people/praylife/>

選定理由：

- ・ 福島15市町村に精通しており、同氏が取り組む「PRAY+LIFE」の活動も本事業に親和性を強く感じる。
- ・ 専門分野が「アート」であるため、博覧会展示化についても知見を活かしていただけると思われる。

懸念点：

- ・ 当方の取引は現状無しのため、本事業にどの程度賛同いただけるのかは未知数である。
- ・ 必要なギャランティーが未知数である。

加藤 昌治

博報堂 UNIVERSITY of CREATIVITY (UoC) 部門長

プロフィール：

情報環境の改善を通じてクライアントのブランド価値を高めることをミッションとし、マーケティングとマネジメントの両面から課題解決を実現する情報戦略・企画の立案、実施を担当。「アイデア力発揮トレーニング」が特徴的。

【著書】『考具』（CCCメディアハウス 2003年）『発想法の使い方』（日経文庫 2015年）『チームで考える「アイデア会議」考具応用編』（CCCメディアハウス 2017年）『アイデアはどこからやってくるのか 考具 基礎編』（CCCメディアハウス 2017年）ナビゲーターを務めた『アイデア・バイブル』（ダイヤモンド社 2012年）など。

<https://president.jp/list/author/%E5%8A%A0%E8%97%A4%20%E6%98%8C%E6%B2%BB>

選定理由：

- ・ 「UNIVERSITY of CREATIVITY」の取組みとして、こどもや学生達を対象としたワークショップによる未来構想などを多く手掛けていること。
- ・ 博報堂グループの学研教育機関であるため、計画事業者（＝弊社）との連携が図りやすい。

懸念点：

- ・ 「第3者的な視点」という意味で、計画事業者である博報堂のグループ機関であること自体の弊害（当方は特にないと考えております）。

プロデューサー候補リスト

天野 譲滋

デザインビジネスプロデューサー、株式会社ジョージクリエイティブカンパニー
代表取締役社長、株式会社オレンジ 取締役

プロフィール：

京都生まれ。話題性と売れる物販や飲食のショッププロデュース。メーカーとデザイナーをディレクションした売れる商品開発。リアルな企業戦略プロモーションやマーケティングを多数手がける。デザインビジネスプロデューサーとして「デザイン」をビジネスとして成立させるプロフェッショナルとして活躍。前職では、ライフスタイルショップのCIBONE、国立新美術館のスーベニアフロムトーキョーや全国チェーン展開のGEORGE'Sを創業。株式会社ジョージクリエイティブカンパニーは放送作家の小山薫堂率いる株式会社オレンジ&パートナーズと資本業務提携し、グループ会社になる。近年はデザインを切り口にした「デザインコンサルティング」を提唱していて、契約企業多数。経済産業省日本人デザイナー海外派遣支援事業審査委員を務める。

B2C領域のリアル空間開発（ショールームや店舗）や地方での資源の魅力化などでのプロデュース経験多数。

2010年 経済産業省日本人デザイナー海外派遣支援事業審査委員

2012年 NPOアジアイノベーションズイニシアティブ（理事長 出井伸之）のパネリスト

2012年 東北芸術工科大学特別講師

2015年 参加プロジェクトがGOOD DESIGN賞受賞。

2016年 京都文化ベンチャーコンペティション審査員を務める。

2019年 東京ファッションウィーク（東コレ）実行委員

<https://georgecc.com/about/>

選定理由：

- ・ クリエイティブ、デザイン方面に精通し、かつ地方創生活動のプロデュース経験も豊富であること。
- ・ 東北大芸術工科大学特別講師であること。

懸念点：

- ・ 特に福島及び被災地支援に精通している訳ではないこと。
- ・ 当方の取引は現状無しのため、本事業にどの程度賛同いただけるのかは未知数。
- ・ 必要なギャランティーが未知数であること。

プロデューサー候補リスト

杉浦 太一

CINRA, Inc. 代表取締役 / Inspire High, Inc. 代表取締役

プロフィール：

東京出身。大学在学時にCINRAを創業し、2006年株式会社化、代表取締役に就任。「人に変化を、世界に想像力を。」をミッションに活動中。2020年、教育事業Inspire Highを立ち上げ分社化。Business Insider『BEYOND MILLENNIALS 2021』の「Culture x Business」部門にてグランプリ受賞。第8期東京都文化政策部会専門委員。
<https://www.cinra.net/contributor/59>

選定理由：

- ・ こどもの教育事業に豊富な知見を有すること。

懸念点：

- ・ 福島及び被災地支援に精通している訳ではないこと。
- ・ 当方の取引は現状無しのため、本事業にどの程度賛同いただけるのかは未知数。
- ・ 必要なギャランティーが未知数である。

谷中 修吾

ビジネスプロデューサー／

クリエイティブディレクター／BBT大学 経営学部 教授

プロフィール：

静岡県出身。東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻卒。音楽・映像・執筆などアート活動を展開し、在学中よりクリエイティブディレクターとして有名企業のメディアデザインを多数手がける。スタンフォード大学に拠点を置く国際教育NGOにて事業運営を経て、公益財団法人松下政経塾を卒業。NPOにて経済産業省キャリア教育プロジェクトのモデル事業化を実現した後、外資・戦略コンサルティングファーム Booz Allen Hamilton にて政府機関・民間企業の経営戦略策定・実行支援を経て、新規事業のマーケティングを専門とするビジネスデザインファーム Velvet & Company を設立。グローバルカンパニーのマーケティング施策をプロデュースするとともに、様々な地方創生ソーシャルビジネスの創出を手がける。代表作に、復興支援プロジェクト「道のカフェ」、環境省グッドライフアワード、渋谷ヒカリエ「エコアドベンチャー展」、地方創生イノベータープラットフォーム「INSPIRE」、地方創生まちづくりEXPO「まちてん」など。BBT大学・BBT大学大学院MBAにて教鞭を執る。JICAオフィシャルサポーター。DJ事務所FM BIRD所属。世界を旅して30ヶ国以上を遍歴。「福島復興グランプリ」プロデューサーを務める。

<https://www.shugo-yanaka.com//>

選定理由：

- ・ クリエイティブディレクターとしての実務経験と知見を有すること。
- ・ 東北復興支援に関する業務実績が豊富。

懸念点：

- ・ 当方の取引は現状無しのため、本事業にどの程度賛同いただけるのかは未知数。
- ・ 必要なギャランティーが未知数であること。

プロデューサー候補リスト

佐々木 圭一

コピーライター

プロフィール：

上智大学理工学部機械工学科卒業後、同大学院理工学専攻にて修士課程を修了。1997年、博報堂に入社[1]。コピーライターに配属。その後コピーの法則を発見。カンヌ広告祭金賞を受賞。作詞家としても活動。2005年-2007年には、広告クリエイター、リー・クロウのもと米国でインターナショナルな仕事に従事[1]。2013年、コピーライターとして培ったノウハウを、『伝え方が9割』（ダイヤモンド社刊、2013年）として出版。同年末に博報堂を退社。クリエイティブ・ブティック 株式会社ウゴカスを設立。コピーライター、クリエイティブ・ディレクター以外に、講演会の講師やテレビのMC・出演を行っている。2013年に発売された『伝え方が9割』は【3年連続ビジネス書年間ベスト10入り】（2013年～2015年。トーハン調べ）[3]。2015年1月よりワタナベエンターテインメントに所属。日立製作所の復興イベントの映像制作にも携わる。

選定理由：

- ・ 博報堂OBとして、計画事業者（弊社）との連携が図りやすいこと。
- ・ 東北復興に関する映像制作業務の実務経験があること。
- ・ アート、インスタレーションに精通していること。。

懸念点：

- ・ 第3者的な視点という意味で、計画事業者である博報堂のOB（現在はワタナベエンターテインメントに転籍）であることの弊害。
- ・ 必要なギャランティーが未知数であること。

馬場 正尊

オープン・エー代表取締役／建築家／東北芸術工科大学教授

プロフィール：

1968年佐賀生まれ。1992年早稲田大学理工学部建築学科卒業。1994年早稲田大学大学院理工学研究科建築学専攻修士課程修了。博報堂、早稲田大学博士課程、雑誌『A』編集長を経て、2003年オープン・エーを設立。2008年東北芸術工科大学准教授。2016年東北芸術工科大学教授。都市の空地を発見するサイト「東京R不動産」を運営。東京のイーストサイド、日本橋や神田の空きビルを時限的にギャラリーにするイベント、CET（Central East Tokyo）のディレクターなども務め、建築設計を基軸にしながら、メディアや不動産などを横断しながら活動している。
<https://www.open-a.co.jp/about/>

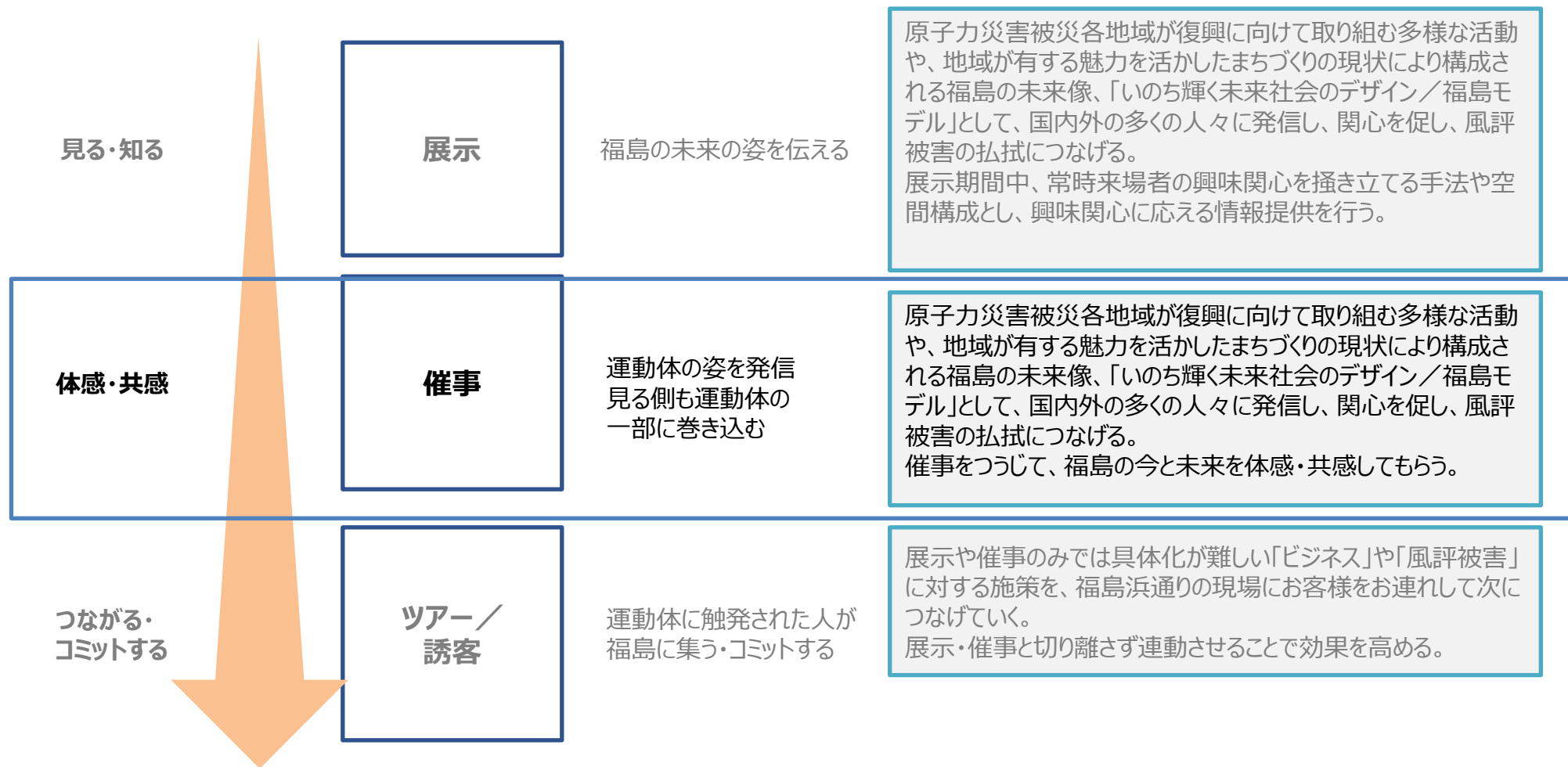
選定理由：

- ・ 東北芸術工科大学教授であること。
- ・ アート、インスタレーションに精通していること。

懸念点：

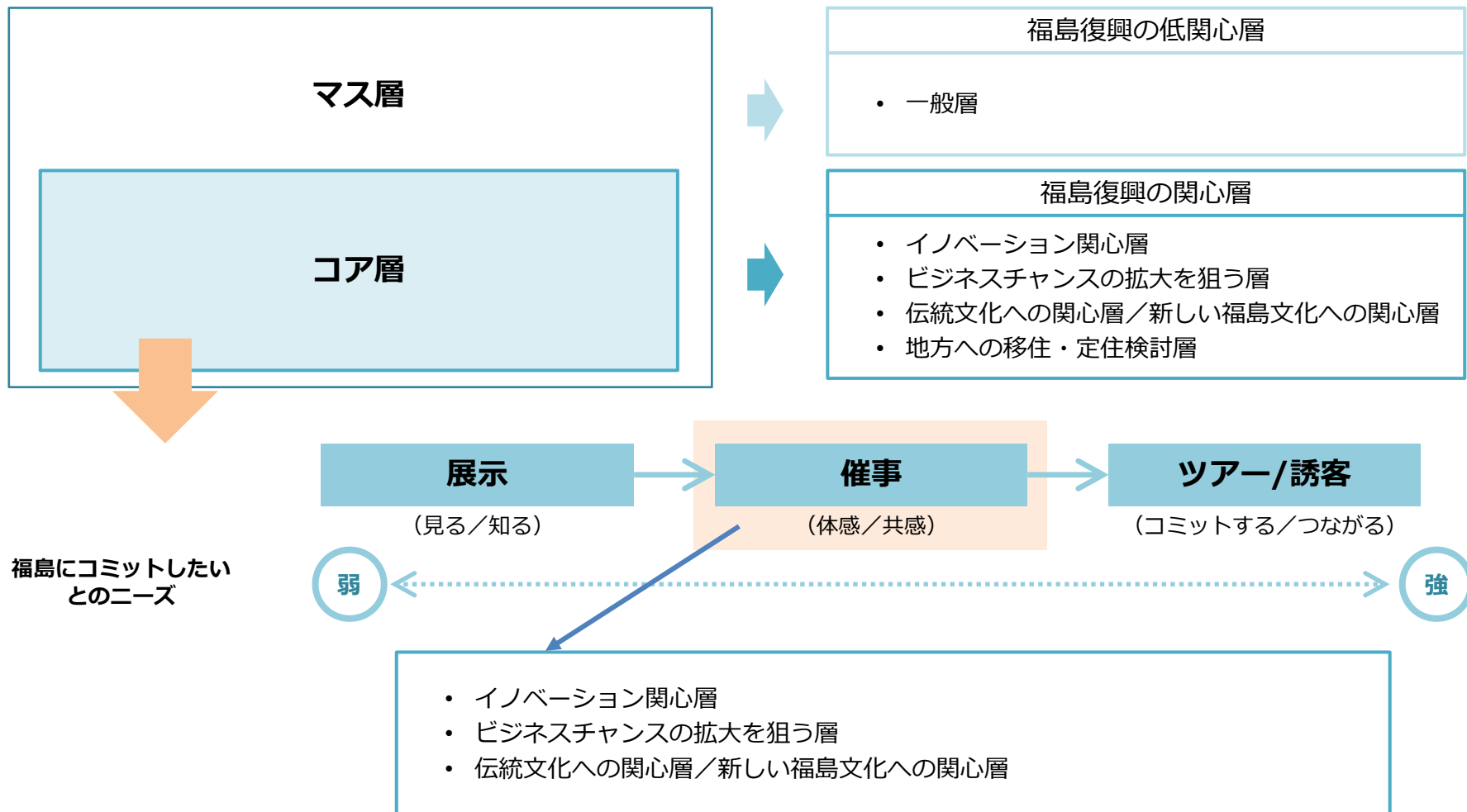
- ・ 特に福島及び被災地支援に精通している訳ではないこと。
- ・ 必要なギャランティーが未知数であること。

Ⅲ. 催事について



福島浜通りの人々が考える「地域に足りないもの」＝未来社会の担い手となる「人」

未来社会への新たな挑戦に共感する多様な人々
万博という“場”を考えると、国外の人、関西の人も含まれる



大阪・関西万博における本復興催催事の位置づけ

大阪・関西万博における催事とは…

万博のテーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」の下に、各出展者が「よりよい新たな未来社会像」やその「実現に向けた取り組みやアイデア」を、展示を補完する（あるいは一部を強調する）形で来場者に広く発信する機会である。



本復興催事は、原子力災害被災各地域が復興に向けて取り組む多様な活動や、地域が有する魅力を活かしたまちづくりの現状により構成される福島の未来像を、

「いのち輝く未来社会のデザイン／福島モデル」

として、別途に行う展示を補完する形で国内外の多くの人々に発信し、関心を促し、風評被害の払拭につなげることを目的とする。

催事案検討における留意ポイント

- 博覧会における催事の特徴を十分に活かし、集客性やエンターテインメント性を加味した検討を行う。
- 展示と催事を併せて実施する際は、それぞれの役割区分を明確にし相互に相乗効果をもたらす内容とする。
- 催事の種類（ステージ催事、コンベンション型催事、ワークショップなど）を総合的に勘案し、検討を行う。
- 被災地域の人々が発信したいことと、発信すべき対象（マス層とコア層）のニーズを十分に踏まえた検討を行う。

催事検討の視点

催事内容案については、展示同様に以下の8項目を検討し整理する

Who 誰が	出展事業主体	・経済産業省 大臣官房福島復興グループ ・被災地域市町村 ・その他の機関、団体（市民団体、教育機関など）
Whom 誰に	対象（顧客層）	・ターゲット層（マス層、コア層）の設定 ・目標とする来館者数（または出展事業の参加者数）
Where どこで	場所	・大阪関西万博会場の催事実施場所の想定 ・会場外展開の有無と場所の想定 ・WEB展開の有無
What 何を	展示観覧者に発信するメッセージ	・催事のテーマやコンセプト ・「何」を発信し体験してもらい、「何」を持ち帰ってもらうのか？
Why 何故	目的・理由	・本復興催事を行う意義、理由、目的 ・本復興催事により達成すべき目標
When 何時	実施する時期	・催事開催時期（および期間） ・万博会期前展開（プレ催事展開、WEB展開など） ・万博会期後展開（継承、継続事業など）
How to どのように	どのような手法で	・催事コンテンツの想定 ・催事の種類

催事検討の視点

本復興催事のコンテンツについては、福島県浜通りの12市町村（田村市、南相馬市、川俣町、広野町、楡葉町、富岡町、川内村、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、飯舘村）が有する地域の魅力にフォーカスし、観光誘致や産品販売促進に資するような伝統芸能や文化を集客性やエンターテインメント性に重視し選定する。

加え、展示で表現する「地域の持続可能な未来社会づくりの指針」＝「いのち輝く未来社会のデザイン／福島モデル」を補完する形での催事プログラムも併せて検討する。

想定するコンテンツ

①地域の魅力発信

- ・地域が元来有する自然環境や産物などの観光資源などを、より魅力的に催事化し国内外に発信
- ・地域が有する伝統文化、芸能を催事プログラム化し発信
- ・生活慣習に密接する各地の祭りなどの賑わいを催事化プログラムして発信
- ・地域の人々と国内外の万博来場者や次世代を担う子供たちへの地域の暮らしの魅力を伝える催事プログラム

②展示補完のためのプログラム

展示により発信するメッセージを時間軸および空間軸に保管し、展示のメッセージ効果の最大化を図る催事展開

〈時間軸的補完〉

- ・会期前プレイベント、会期後継承イベントの実施など
- ・展示出展事業で発信する「いのち輝く未来社会のデザイン／福島モデル」について、会期前からの取り組みや会期後の継承の様を見せることで、一過性ではない展示効果の最大化を図る

〈空間的補完〉

- ・万博会場外の広域展開（万博会場周辺および被災現地市町村）を催事により展開
- ・WEBによるバーチャル催事展開

催事内容／想定するコンテンツ

本復興催事のコンテンツについては、福島県浜通りの15市町村が有する地域の魅力にフォーカスし、観光誘致や産品販売促進に資するような伝統芸能や文化を、集客性やエンターテインメント性を重視し選定する。

加えて、展示で表現する「地域の持続可能な未来社会づくりの指針」＝「いのち輝く未来社会のデザイン／福島モデル」を補完する形で催事プログラムも併せて検討する。

想定するコンテンツ

a. ステージ催事イメージ

被災地域15市町村が有する伝統文化や芸能やお祭り、または新たに創出される音楽やダンスなどを、催事プログラム化し実施。

例／福島文化フェスティバル（仮称）

実施期間・回数案：コアとなる期間の週末を想定

ターゲット案：マス層

b. コンベンション型催事イメージ

福島の未来社会づくりに寄与する学術シンポジウムや、被災地域と国内外の他地域の市民交流を行う。フォーラム等を実施。

例／水素社会実現のための国際シンポジウム

被災復興市民フォーラム

地域再生街づくりフォーラム

実施期間・回数案：コアとなる期間の週末を想定

ターゲット案：コア層

c. ワークショップ（体験型催事）イメージ

被災地域15市町村の新たなイノベーション産業や伝統的な文化や農業・林業などの体験型プログラム。

例／ドローン＆ロボット体験教室

伝統工芸品工作体験

実施期間・回数案：コアとなる期間の週末を想定

ターゲット案：コア層＋マス層

催事内容／想定するコンテンツ

<実施効果>

展示により発信するメッセージを、時間軸及び空間軸に補完し、展示のメッセージ効果の最大化を図る催事展開を目指す。

展示出展事業で発信する「いのち輝く未来社会のデザイン／福島モデル」について、会期前からの取り組みや会期後の継承の様を見せることで、一過性ではない展示効果の最大化を図る。

実施に向けて必要な国等の取組の調査

万博は「未来社会」の展示であるところ、現在の原子力災害の被災地の取組をそのまま展示するだけでは、「未来社会の展示」とは一定のギャップがあり得る。

一方、大阪・関西万博において想定される他の展示の多くは、大企業によるものも多く想定されるが、大企業であれば自社のみで展示内容の企画や制作に取り組むことができる。

しかし、原子力災害復興展示で想定される展示者は、主に中小規模の企業等と想定され得るところ、これらの企業等が「原子力災害の被災地発の未来社会の展示」を実現するためには、このギャップを埋める一定の支援が必要と考えられる。

このため、過去の愛知万博、ミラノ万博、ドバイ万博での展示を参考にしつつ、2025年度までの期間（2023、24年度）において、このギャップを埋めるために必要な国等の取組（例、展示物のビジネスコンペと制作への支援）を有識者へのヒアリング（5件程度）を通して調査を行った。

【視点・考え方】

「現状：被災地の取り組み」と「未来社会展示」のギャップを埋める支援策、「現状：被災地の取り組み」を「未来社会展示」として機能し得るものへと昇華させる（寄せる）支援策が必要になる。

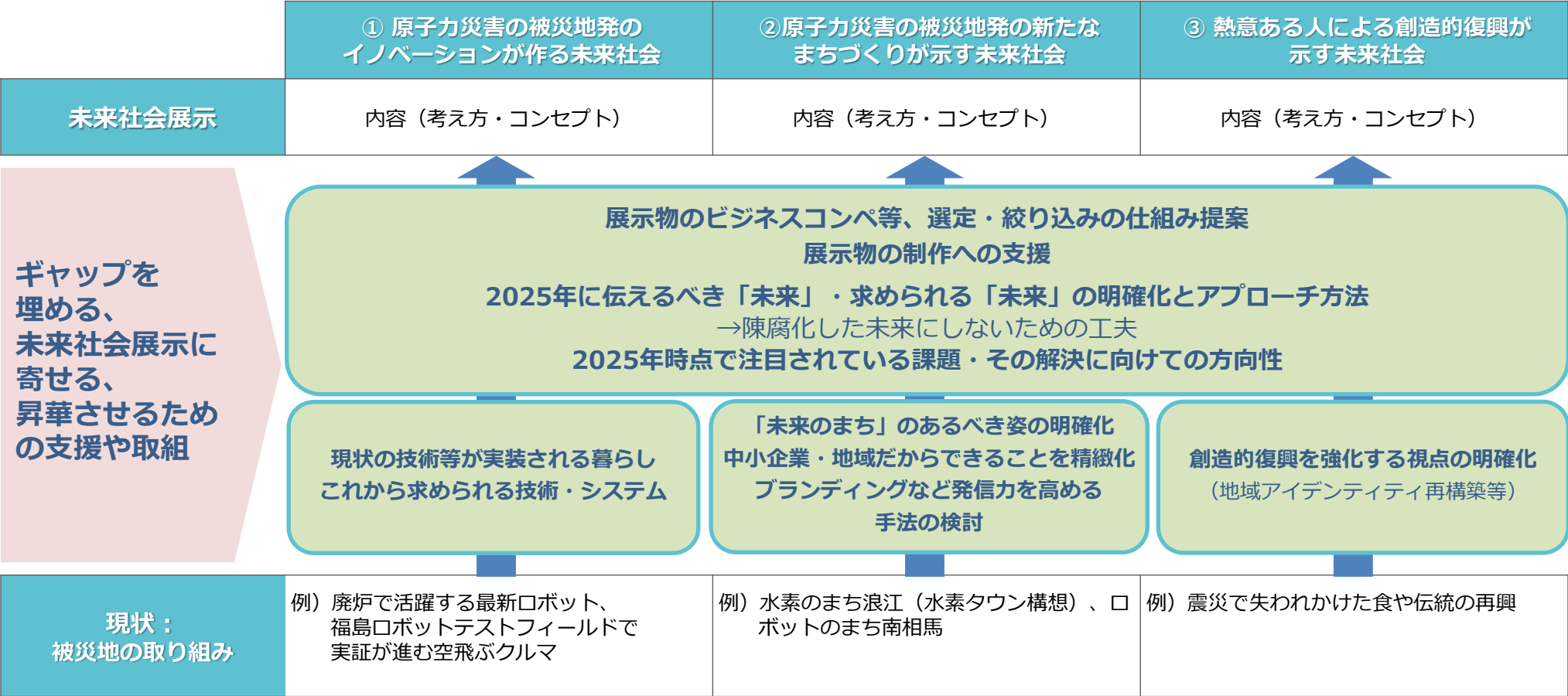
支援策を検討するために、そのギャップを埋める方法や手法について、現時点で想定できるものを整理。その想定案を踏まえて、調査対象となる有識者や調査内容を検討する。

実施に向けて必要な国等の取組の調査

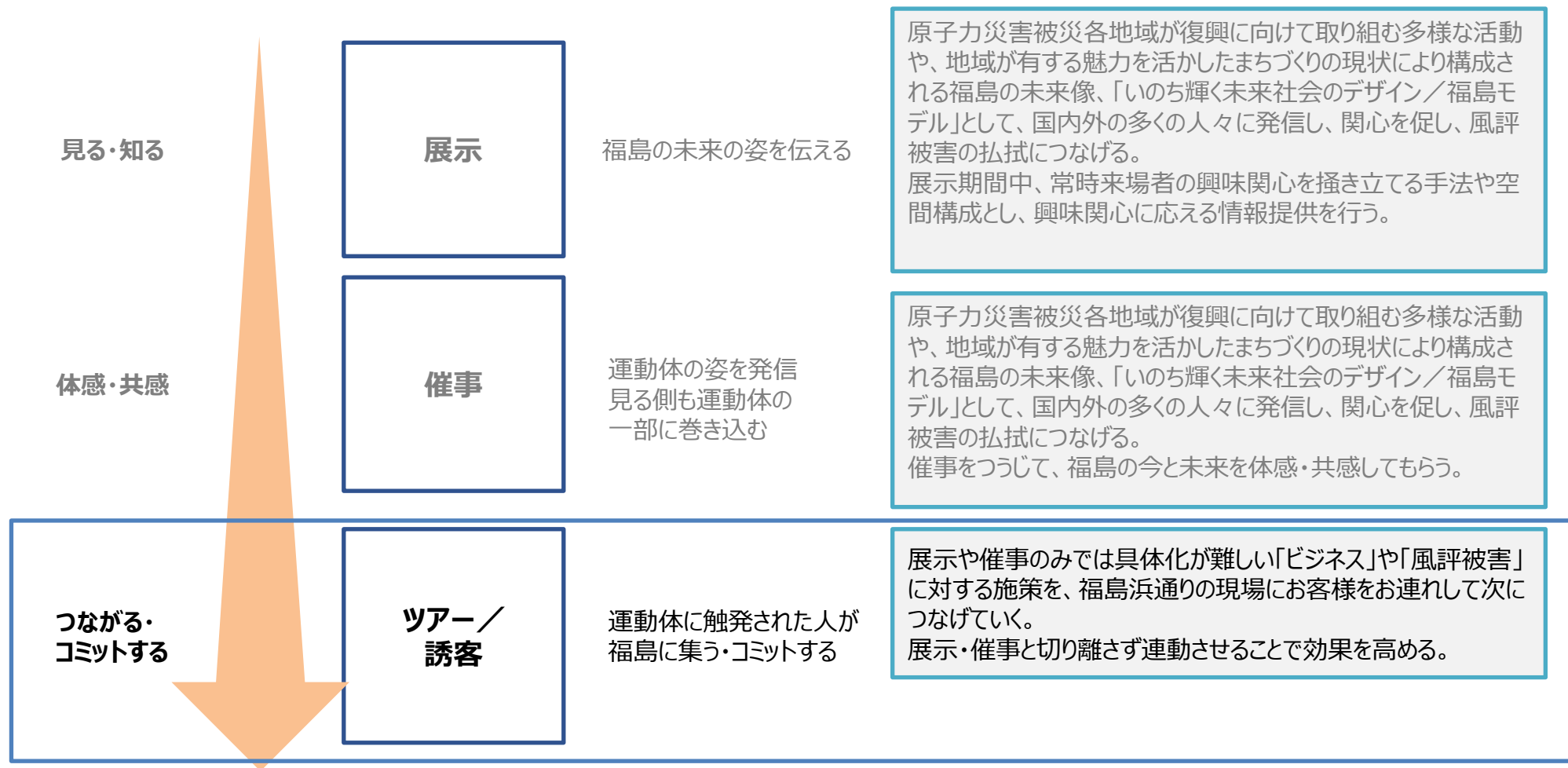
過去の愛知万博、ミラノ万博、ドバイ万博での展示を参考にしつつ、2025年度までの期間において、想定される展示者が「原子力災害の被災地発の未来社会の展示」を実現するためのギャップを埋めるために必要な国等の取組の調査を行った。

【視点・考え方】

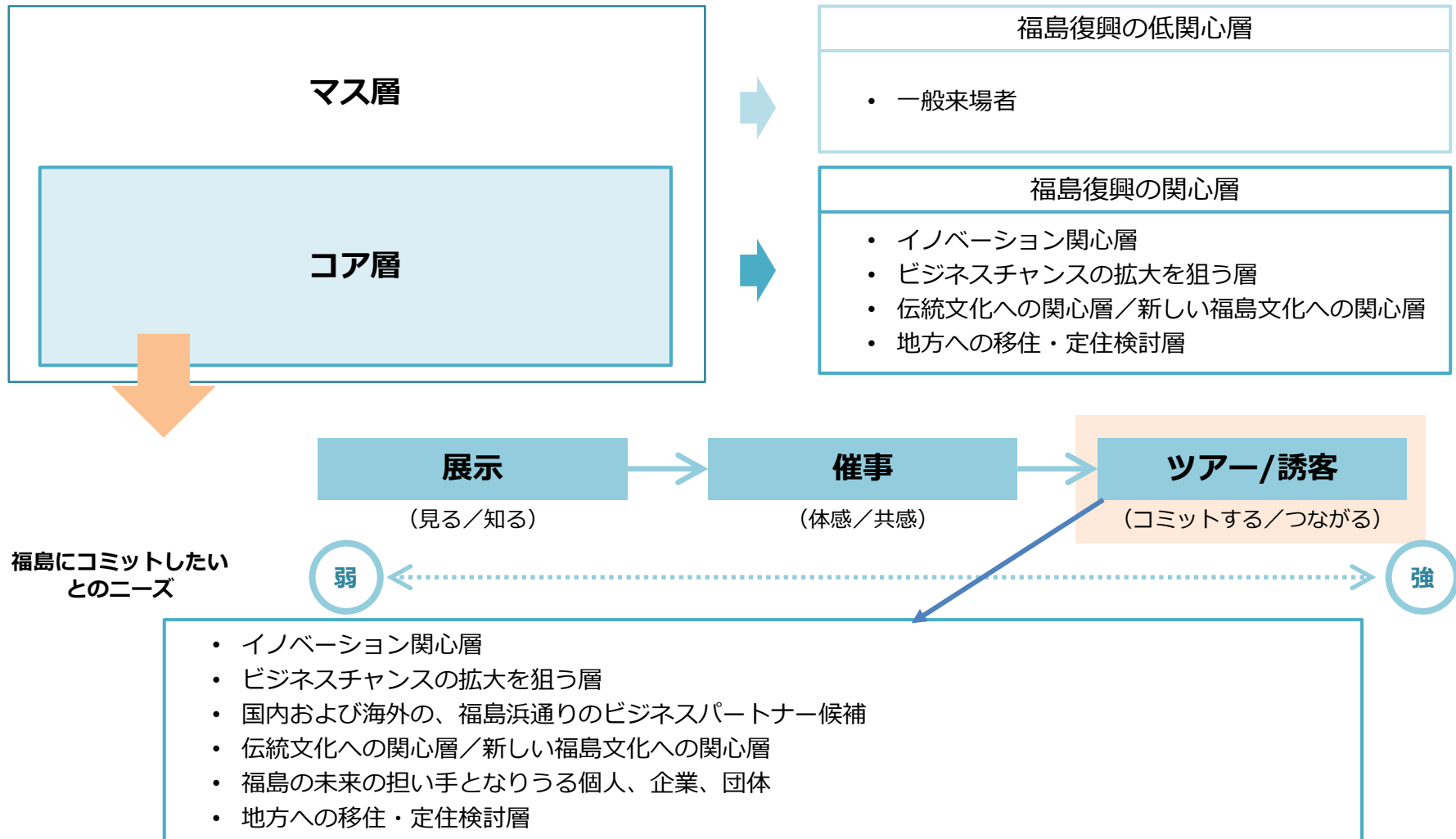
「現状：被災地の取り組み」と「未来社会展示」のギャップを埋める支援策、「現状：被災地の取り組み」を「未来社会展示」として機能し得るものと昇華させる（寄せる）支援策が必要になる。支援策を検討するために、そのギャップを埋める方法や手法について、現時点で想定できるものを整理。その想定案を踏まえて、調査対象となる有識者や調査内容を検討。



IV. ツアー／誘客プランについて



福島浜通りの人々が考える「地域に足りないもの」＝未来社会の担い手となる「人」



調査・分析概要

原子力災害の被災地からの復興の展示等を見た人や関心を持った人が、被災地へ実際に訪問し、被災地を見てもらうことは、風評の払拭の観点から重要である。このため、万博会場の展示等と併せて行われた誘客プラン（例、イベント、ツアー等）をデスクリサーチやヒアリングにより調査。

【視点・考え方】

万博会場の展示等と併せて行われた誘客プランの調査・分析対象

展示内容と連動した、展示内容をより深く理解する、体現・体感することにつながるイベントやツアー

- ・ 展示内容に縁のある地域を巡る現地ツアー
- ・ 展示内容・展示物が制作されている工房見学
- ・ 展示内容の深い理解のために、本展示を補完するイベントの実施
- ・ 地域との深いつながり・連携を可能にするイベント（例：BtoBマッチング） など

以下の視点を踏まえて、事例について調査・分析をおこなった。

視点

- ・ 地域との深いつながり・連携を可能にするイベント
- ・ 展示内容に縁のある地域を巡る現地ツアー
- ・ 展示内容の深い理解のために、本展示を補完するイベント

事例

- 事例1：復興庁 被災体験プログラム「SENDAI CAMP」
- 事例2：ドバイ万博 モニターツアー「ミレニアル女子向けDUBAIモニターツアー」
- 事例3：ミラノ万博 商談・プロモーションイベント「ジャパンサローネ」
- 事例4：ミラノ万博 ビジネスマッチング「ロンバルディア・プラネット」
- 事例5：愛知万博 森の自然学校
- 事例6：愛知万博 地域の巻き込み(EXPO 2005 愛・地球博：市民プロジェクト)
- 事例7：伝統的工芸品月間国民会議 全国大会 in 福岡「産地訪問バスツアー」

大阪・関西万博における展開イメージ

大阪・関西万博の場合、

- ・ 国内客：万博に訪れたタイミング、または、別の機会に福島に訪れてもらう
- ・ 海外客：万博に訪れたタイミングで福島に訪れてもらう（日本滞在期間中に福島も訪れてもらう）

事例 1：復興庁 被災体験プログラム 「SENDAI CAMP」

主催：SENDAI CAMP実行委員会
（東北大学災害科学国際研究所、Project72）
期間：2014.09.27-2014.09.28（2日間）

復興庁事業「新しい東北先導モデル事業」のとして採択され、東北大学災害科学国際研究所と共同で開発。東北大学災害科学国際研究所がこれまでの研究で蓄積してきた災害の知識と教訓を、被災体験というよりも実践的な形で模擬体験させる内容をプログラム化。避難訓練の一步先にある、被災体験訓練。また、サブイベントでは「衣食住楽学」のサバイバルファッション、フード、リビング、エンターテインメント、レクチャーのコンテンツから、備えの大切さや避難生活の楽しみ方を伝えた。

事例 2：ドバイ万博 モニターツアー 「ミレニアル女子向けDUBAIモニターツアー」

主催：ドバイ観光局・STW
期間：2019.10.25-2019.10.29

STWで発売されるドバイ女子旅ツアーへの参加者をTabiMUSE（旅好き女性向けメディア）を通して4名募集。航空券の金額負担でホテル、現地のモーニングサファリ体験やディナーを提供。ツアー後にはTabiMUSE読者向けにドバイへの理解や興味喚起を促すイベント開催及びタイアップ記事公開。

事例 3：ミラノ万博 商談・プロモーション イベント「ジャパンサローネ」

政府、企業・団体・自治体のアピールの場として、万博会場内では規制されている企業宣伝やBtoB商談会、BtoCプロモーションなどを行い、イタリアと欧州周辺国の食関係者や一般来場者に日本を広め、日本のプレゼンスを高める事業として実施。19日間で来場者は3万人超。

事例 4：ミラノ万博 ビジネスマッチング 「ロンバルディア・プラネット」

期間：2015.05.01-2015.10.31

ミラノがあるロンバルディア州は会期前後で多くのプロジェクトを推進し、EXPO2015に対し、ミラノ市と同等の出資を実施。ロンバルディア・プラネットでは、イタリア国内外にロンバルディア州をアピールするための施設として設置。地域のためのマーケティング投資、文化・自然遺産の評価、インフラとモビリティサービスの拡大統合、雇用創出、農産物の安全・技術、農業遺産の拡大といった成果を得るために万博で、国内外の機関・企業とマッチングするための場を提供した。

事例 5：愛知万博 森の自然学校

長久手会場森林体感ゾーンのパビリオンとして、インタープリターと一緒に自然の中に出かけ、自然のもつ素晴らしい仕組みや命の力を学ぶツアーを実施。インタープリターは「自然と人間の架け橋になり、ただそこの自然情報を伝えるだけではなく、その背後にある意味を伝える人」と定義され、参加者に自然の発するメッセージを楽しく分かりやすく伝える。参加者が愛・地球博のメインテーマ「自然の叡智」を体感できる場。

事例 6：愛知万博 地域の巻き込み (EXPO 2005 愛・地球博：市民プロジェクト)

市民プロジェクトは、万博主催者 博覧会協会が企画したテーマ事業のひとつでシンポジウムやフォーラムを展開した。地球的課題の解決をテーマに市民が中心となって企画。対話劇場：円形3階建て400人収容「グローバルダイアログ」をテーマに、120の展示やワークショップ実施。

- 対話ギャラリー
「地球の希望」をテーマに24の市民活動の実践的取組を展示
- 海上広場
円形の野外スペース 300人収容の野外ステージ
会場づくりから市民が参加、47の市民参加プログラムを実施

来場者がその場で参加できる形態とし、活発な対話・議論が展開された。

事例 7：伝統的工芸品月間国民会議 全国大会 in 福岡 「産地訪問バスツアー」

「伝統的工芸品月間国民会議 全国大会 in 福岡」開催を記念して、実際に現地の空気を感じる「産地訪問バスツアー」を実施。伝統的工芸品 展示施設での見学・体験や各地の美味しいランチ、工房見学など、産地ならではの多彩なコンテンツが満載の「日帰りバスツアー」。

＜ツアー実施日程＞

2020年11月2日（金） 博多織 と 博多人形 [詳細へ](#)

2020年11月3日（土） 上野焼 と 小石原焼 [詳細へ](#)

2020年11月4日（日） 八女提灯・八女福島仏壇 と 久留米絰

調査・分析結果を踏まえたツアー／誘客プラン検討内容

- ターゲットを限定し、ターゲットに合わせて特色ある行程を組む事によって効果的な集客を目指すことができる。テーマ性・ストーリー性の設定が重要。

例：女性をターゲットに、グルメ・ファッション・観光などのコンテンツを盛り込む。

例：特定のテーマに沿ったビジネス層向けのカンファレンスや文化関心向けのイベントと、ツアーを同時開催する。

- 地元企業や自治体と連携しながら、他のツアーでは体験できないネットワーキングや参加性の高いイベントが盛り込まれると一過性の体験ではなくファン化につながっていくと考えられる。
- コンテンツ制作や集客にはターゲットと親和性の高い媒体を活用することも検討していく。

【検討ターゲット】

① 一般生活者

特に福島復興に興味関心がある層や大阪・関西万博に参加したい層など

② 特定のテーマに関心のある層

例えば大阪・関西万博のテーマウィークや関連する学会に参加するような研究者やビジネス思考のある層など
(日本人だけに限らず、欧米・アジアからの誘客も期待)

調査・分析結果を踏まえたツアー／誘客プラン検討内容

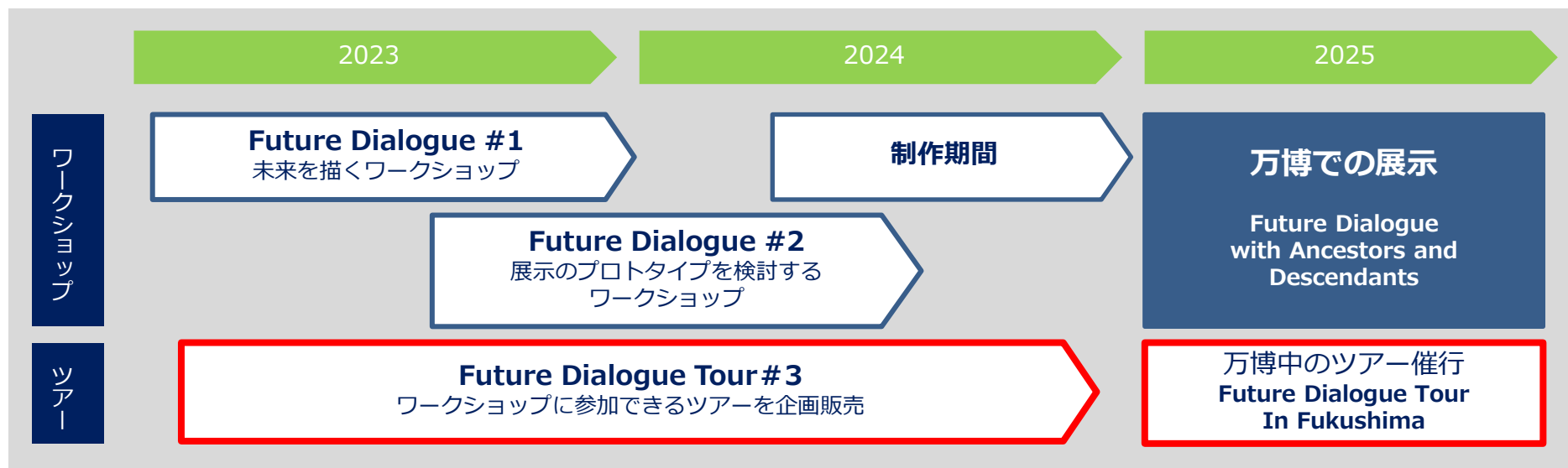
【ツアー／誘客プランの目的 ～調査・分析結果を踏まえて整理～】

万博の展示期間や会場ロケーションでは伝えきない現地の様子を知っていただき、継続的な交流のきっかけを目指す。被災地域の人々が地域外とのつながりを構築・促進し、共創していく姿を目指す。

- ① 実際に被災地の復興状況を知り、感じながら万博展示制作に向けたワークショップに参加してもらうことで地元住民との交流の機会を作ること風評被害の払拭と継続的な関係構築を行う。
- ② ビジネス拠点・教育拠点として先進的な取り組みを行う福島を知ってもらい、企業・教育機関の誘致などを図る。

【目指す成果】

- ・ 交流人口や関係人口の拡大
- ・ 風評被害の払拭
- ・ 移住関心層や企業・教育機関の誘致等の増加



また、万博で復興展示を見た人や関心を持った人が、実際に福島浜通りを訪問し、復興の様子を見て感じてもらうことは、風評被害払拭の観点からも重要であるため、展示の中でも誘客に向けた仕掛けを検討していく。

誘客ツアープラン

■ 誘客ツアープラン①

福島での視察とワークショップ参加を兼ねたツアー「Future Dialogue #3」

ジャンル：観光ツアー（地元住民を交えたワークショップを開催）

期待される効果：体験・体感を通じて興味・関心から先のステージへ。

一過性の体験ではない交流人口・関係人口の拡大と万博展示への機運醸成

実施主体想定：福島交通や自治体など



誘客ツアープラン

■ 誘客ツアープラン②

福島国際研究教育機構を中心としたビジネス向けツアー（万博中のツアー）

ジャンル：ビジネスツアー

※万博会期中に開催されるテーマウィークや各種学会などと連動した開催

期待される効果：「共創」のきっかけづくり（企業誘致やテストフィールドの活用など）

実施主体想定：自治体や地元企業・教育機関など

【ツアー構成要素として】

- ・ 東日本大震災・原子力災害伝承館
- ・ 福島第一原子力発電所
- ・ 福島ロボットテストフィールド

（ビジネス要素として追加検討）

- ・ 福島国際研究教育機構 表敬訪問 および連携企業とのセッション
- ・ 福島国際研究教育機構連携企業訪問
- ・ その他テクノロジーを体験できる施設訪問 など

（復興体感・観光要素として追加検討）

- ・ ワークショップ視察
- ・ 漁港、ワイナリーなど自然系体験箇所視察、一般的な観光要素訪問（野口英世記念館など）

誘客ツアープラン

■ 誘客ツアープランの追加検討

前述したツアーの他に、以下の視点を踏まえて、ツアー／誘客プラン案を追加する想定。

◆ビジネスマッチングツアー

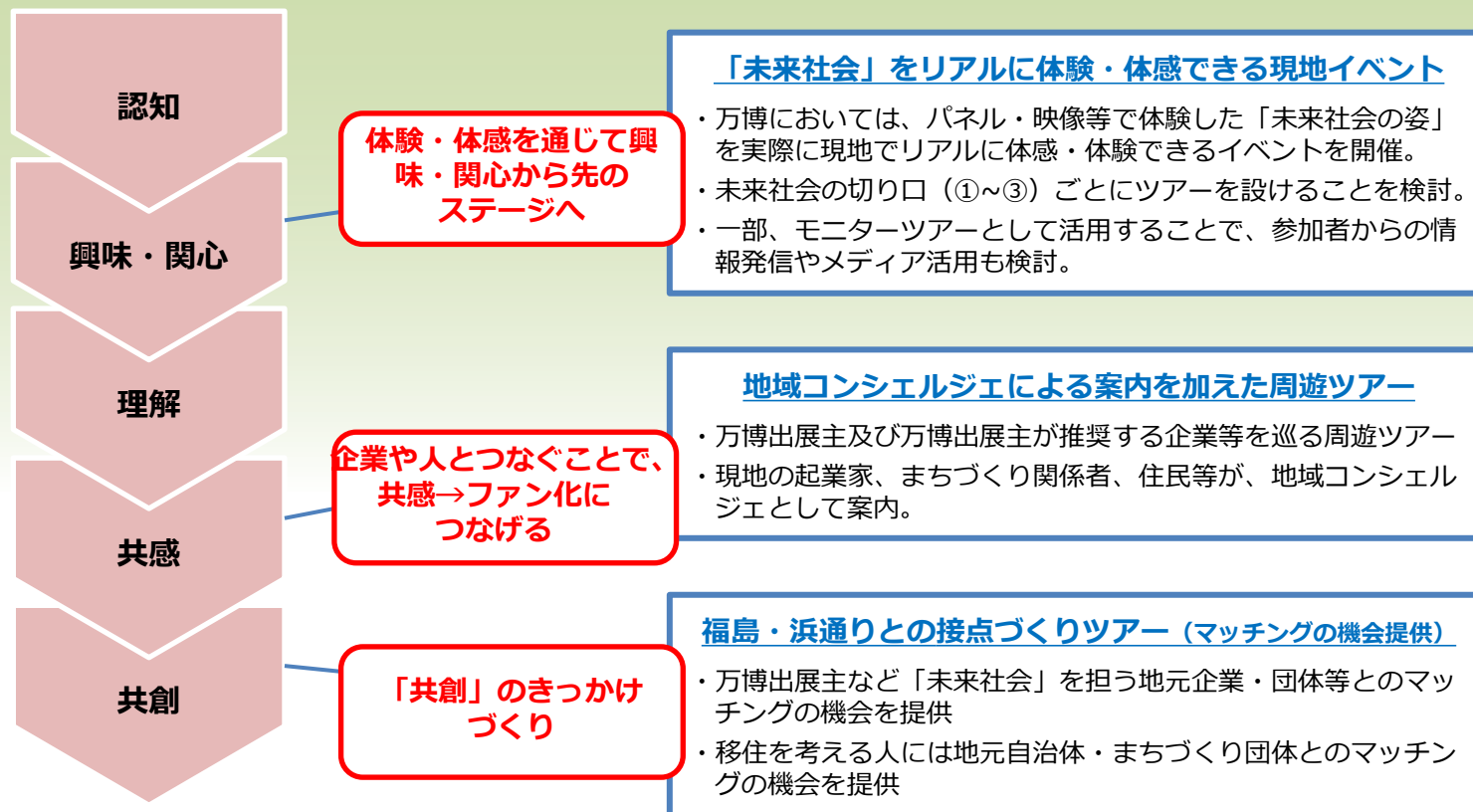
・万博終了後のスタートアップなどの誘致のためのツアー、当日工程の詳細は記載せずに目的、目論見などをメインに

◆福島第1原発を視察を含めた一般ツアー

・交流人口が増えるための施策

誘客プランの設定

誘客プランの方向性



誘客プランによって、地域内組織と、地域外とのつながりを構築・促進し、共創＝Co-Creationを推進するアクション「浜通りから世界へ共創ネットワーク（仮）」の拡大につなげる

V. 展示・催事以外の取組

展示・催事以外の取組の検討

展示や催事、誘客プランにとどまらず、万博の展示期間外や会場外も含めて、どのような取組（例、シンポジウム、ワークショップ、メディア発信）をしていくべきかの案をまとめる。

（２）の展示・催事内容と同様、マス（大衆）層とコア層に分けて検討・具体化することとし、当該層にどのようなメッセージを訴えたいか、復興の何を見せ、万博後にどんな印象を残したいか、といった点も整理する。

- 展示・催事以外の取り組み案の内容については、展示や催事同様に以下の8項目を検討し整理する

Who 誰が	出展事業主体	・経済産業省 大臣官房福島復興グループ ・被災地域市町村 ・その他の期間、団体（市民団体、教育機関など）
Whom 誰に	対象（顧客層）	・ターゲット層（マス層、コア層）の設定 ・目標とするアクセス者数（または出展事業の参加者数）
Where どこで	場所	・大阪関西万博会場外の出展場所の想定 ・会場内連携とのシナジーも期待できる場所の想定 ・WEB展開の有無
What 何を	展示観覧者に発信するメッセージ	・展示のテーマやコンセプト ・「何」を発信し体験してもらい、「何」を持ち帰ってもらうのか？
Why 何故	目的・理由	・本復興展示を行う意義、理由、目的 ・本復興展示により達成すべき目標
When 何時	実施する時期	・大阪・関西万博会期中 ・万博会期前展開（プレ展開、WEB展開など） ・会期後展開（継承、継続事業など）
How to どのように	どのような手法で	・ターゲットやメッセージ毎に最適な手法を検討（例 ビジネスミーティング、バーチャル展開ほか） ・展示手法の基本的な方向性
How much どれだけ	出展の規模、費用	・展開の規模感 ・展開形態別概算費用の算出（計画費、設計費、施工費、運営費、撤去費）

- 本取組のコンテンツについては、福島県浜通りの12市町村（田村市、南相馬市、川俣町、広野町、楢葉町、富岡町、川内村、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、飯舘村）が、それぞれ取り組む、まちづくりや復興のための活動の様を、「イノベーション未来社会」「新たなまちづくりが示す未来社会」「熱意ある人による創造的復興が示す未来社会」の3つの切り口にて紹介。それらにより織り成される福島の未来像を、被災地の復興モデルという概念を超え、「地域の持続可能な未来社会づくりの指針」＝「いのち輝く未来社会のデザイン／福島 モデル」として示すものとする。

展示や催事、誘客プランにとどまらず、万博の展示期間外や会場外も含めて、どのような取組（例、シンポジウム、ワークショップ、メディア発信）をしていくべきかの案をまとめる。

展示・催事以外に必要な取組とは…

万博のテーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」の下、
万博開催中あるいは会場では補えないコア層・マス層へのアプローチのための施策。



万博の展示期間外や会場外の施策においても、
復興展示は、原子力災害被災各地域が復興に向けて取り組む多様な活動や、
地域が有する魅力を活かしたまちづくりの現状により構成される福島の未来像を、

「いのち輝く未来社会のデザイン／福島モデル」

として、国内外の多くの人々に発信し、関心を促し、風評被害の払拭につなげることを目的とする。

取組案検討における留意ポイント

- 万博の展示期間や会場ロケーションの都合でアクセスできない層にむけてのアプローチ
- 万博会場内の展示催事の趣旨や基本的な内容と合致した展開検討を行う
- 大阪府内や東京、オンライン空間の実施会場を視野にいれ、最適なタイミングでの実施検討を行う。
- 被災地域の人々が地域外とのつながりを構築・促進し、共創＝Co-Creation推進のための策を検討する

【展示・催事以外の取組の検討】

P. 41～P. 43の事前ワークショップ参照

【広報・メディア発信の方針】

- ・ 参加者やコラボ先からの広がりを活用（共通ハッシュタグの設定など）。
- ・ メンターとなる有識者や地元メディアなどとのタイアップなども検討。
- ・ 事前から会期中まで継続的な発信で参加意欲の醸成やファン化につなげる。

参考資料：その他プロデューサー候補

野田 翔一郎
TETLA合同会社 シニアマネージャー
PwCコンサルティング合同会社シニアマネージャーを経て2022年に独立。専門は新規事業戦略。6年以上にわたって福島県被災12市町村で活動。地元企業約30社の経営支援に携わる。その他、中央省庁の復興政策立案や、12市町村の自治体に対するまちづくり支援などを数多く経験。現在は起業支援団体や経済産業省・福島相双復興推進機構と連携しながら、12市町村への起業家呼び込みや創業支援を推進中。2020年からは東京を拠点としつつワーケーションで国内各地の離島や古民家を転々としており、2023年には福島県富岡町へ移住予定。現在は富岡町内にある未開の土地を開拓して、11年分の雑草に苦戦しながら草刈りに励む。東京都文京区出身。「福島復興グランプリ」フィールドワーク監修 https://www.fukko-grandprix.com/
山根 辰洋
双葉町議会議員
法政大学 経済学部経済学科入学・卒業。大学在学時に、八王子学園八王子高等学校野球部コーチ就任。映像を活用したコーチングを実践、2010年4月より制作会社にて、映像撮影・編集・Web広告業務などに従事。2012年よりNPO法人スイムサポートとして東京テクノスカレッジ講師に就任し、映像を活用したスポーツビジネスに関する授業を担当。一般社団法人RCFにて震災復興に関わる業務に従事。2013年8月から双葉町復興支援員として秘書広報課に配属。2016年より一般社団法人ONE福島にて、双葉町・大熊町事業の受託責任者となり、復興支援員のマネジメント業務を担当。2019年から県営住宅勿来酒井団地自治会事務局長に就任。2019年11月より一般社団法人双葉郡地域観光研究協会の代表理事就任。 <u>2020年2月より一般社団法人サンクスフラワーの設立に関わり理事として参画。2021年7月から一般社団法人双葉郡未来会議の設立に関わり理事として参画。</u> http://yamanetatsuhiro.com/profile.html
小西 利行
株式会社POOL 代表取締役／コピーライター／クリエイティブ・ディレクター
日本のクリエイター。京都府出身。CIやコンセプト開発、商品開発、商業施設開発、服飾デザイン、ITクリエイションなど幅広い領域で活動を展開している。大阪大学を卒業後、博報堂入社。2006年からPOOL INCを設立。これまでに制作したCMは500本、コピー作品は2000本を超える。「VISION CREATIVE」を掲げ、長期的な視点で広告制作、PRディレクションからプロダクトデザイン、ホテル・商業開発までを手がける。 <u>ドバイ万博日本館クリエイティブアドバイザー。東北復興支援「赤べこプロジェクト展」にクリエイター参加。</u>

本広 克行
映画監督
テレビドラマや舞台の演出家。香川県丸亀市出身。2013年から、株式会社Production I.G企画部所属。1992年にフジテレビ・共同テレビ制作の深夜ドラマ『悪いこと』にて監督デビュー[1]。その後、同じ系列のオムニバスドラマ『世にも奇妙な物語』にて「見たら最期」を監督。1996年、『7月7日、晴れ』で映画監督デビューを果たした[1]。『お金がない!』の演出陣の一人として織田裕二と知り合い、織田の推薦により『踊る大捜査線』のチーフ演出に抜擢された。このドラマの映画版シリーズを監督し、第22回および第27回日本アカデミー賞優秀監督賞を受賞。シリーズ映画2作目において実写邦画興行成績の歴代1位を保持している。『サトラレ TRIBUTE to a SAD GENIUS』はスタジオジブリ（スタジオカジノ名義）が製作に参加した。2011年4月、四国学院大学「身体表現と舞台芸術マネジメント・メジャー」（略称・「演劇コース」）客員教授に就任。2012年10月、アニメ作品『PSYCHO-PASS』の総監督デビューを果たす。故郷香川県の映画祭『さめき映画祭』のディレクターを2013年より19年まで務めた。 <u>福島浜通り映像・芸術文化プロジェクト審査員。</u>
犬童 一心
映画監督、CMディレクター、脚本家
ADKアーツ所属後、株式会社スカイドラム代表。現在も東京都在住。CM演出のかたわら、1993年『何もかも百回も言われたこと』（西岡由美子（クララサーカス）脚本・主演）監督・製作。同年、実写とアニメーションを組み合わせた短編『金魚の一生』監督・製作で「キリンコンテンポラリーアワード」1993年度最優秀作品賞を受賞した。翌年『二人が喋ってる。』で長編デビュー。1996年、サンダンスフィルムフェスティバル in 東京でグランプリ、第37回日本映画監督協会新人賞を受賞[1]。同作をきっかけに1998年、市川準監督より『大阪物語』の脚本執筆を依頼された[1]。脚本家としては他に、塩田明彦監督『黄泉がえり』も担当した。2003年、第54回芸術選奨映画部門において、監督作品『ジョゼと虎と魚たち』が大林宣彦、佐藤忠男、羽田澄子、山田洋次、高野悦子、市川準などの審査員によって「芸術選奨新人賞」に選出された。 <u>福島浜通り映像・芸術文化プロジェクト審査員。</u>
田中 まこ
日本のフィルムコミッショナー、ラジオパーソナリティ、通訳
大阪府出身で神戸を中心に活動している。現在はジャパン・フィルムコミッション顧問、ひょうごロケ支援Net相談役、流通科学大学特別教授、ラジオ関西のパーソナリティである。大学はUCLAで2年間学んだ後ICU（国際基督教大学）に編入して卒業。卒業後は、テレビおよびラジオ番組の制作、通訳、ラジオのDJなどを手がけるようになる。ラジオのDJとしては、FM横浜、J-WAVE、NACK5などで番組を持っていた。2000年に「神戸フィルムオフィス」の代表兼フィルムコミッショナーとして就任。2016年3月末に代表を退任し、現在は神戸フィルムオフィス顧問として活動している。2014年10月よりラジオ関西にて「アナログ・コネクション」のDJを務めている。 <u>福島浜通り映像・芸術文化プロジェクト審査員。</u>

VI. 參考資料

事例 1：大阪・関西万博 大阪ヘルスケアパビリオン「リボーンチャレンジ」

展示概要：

万博に向けて新技術開発などに取り組む、優れた大阪の中小企業・スタートアップを発掘・支援し、その象徴的な成果、活躍を効果的に発信する。

当該ゾーンの企画・運営は、公益財団法人大阪産業局と大阪商工会議所が、共同で「中小・スタートアップ出展企画推進委員会」を設置し、大阪府、大阪市とも協力して検討を進めている。

両団体では、優れた中小企業・スタートアップを発掘・支援し、大阪パビリオンで、その象徴的な成果、活躍を効果的に発信できるように、万博の会期中だけでなく、準備期間や開催後も視野に入れた取組を企画・推進している。

「リボーンチャレンジ」概要：

大阪の中小企業・スタートアップの2025年大阪・関西万博への参加をめざし、優れた中小企業・スタートアップを発掘しながら、大阪ヘルスケアパビリオンでのその象徴的な成果等を効果的に発信できるよう、万博会期中だけでなく、準備期間や開催後も視野に入れた支援事業企画のこと。

中小・スタートアップ出展企画推進委員会では、2022年5月9日（月）から8月31日（水）まで、原則大阪府内に活動拠点を有し、中小企業・スタートアップ等の支援が実施可能な金融機関または公的な企業・団体を対象に、大阪ヘルスケアパビリオンへの参加をめざす中小企業・スタートアップを支援する事業企画案を募集し、26のリボーンチャレンジが決定した。

現在の原子力災害の被災地の取組と「未来社会の展示」のギャップ埋めるために必要な国等の取組について：

- ・ 地元中小企業のスタートアップ発掘・支援と、象徴的な成果や活躍の発信協力
- ・ 中小企業の博覧会出展参加に向けた、商工会議所と地元自治体による専門出展計画推進委員会の設置

事例 2：大阪・関西万博「TEAM EXPO 2025」

展示概要：

ワクワクはまだ見えないことに、胸がさわいで心がおどること。それはいのちを輝かせるためのエネルギー。

ワクワクした人たちがワクワクすることを実現していくために共創する。

TEAM EXPO 2025は多様な人たちがチームとなり、多彩なチームと活動で万博とその先に未来に挑む、みんながつくる参加型プログラム。ワクワクする体験の積み重ねがたくさんの問題を解決して、いのち輝く未来社会のデザインの実現につながるという考えに基づいて、大阪・関西万博に向けて、いろんなメンバーと一つでも多くの身のまわりの課題を解決して「あ！ちょっと社会が良くなった！」というワクワク体験を増やしていく取組。

参加型プログラム「共創チャレンジ」概要：

万博のテーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」や、SDGsの達成に向けた活動、また万博を広く伝えるものや、未来へのつながりを作るものなど、自分達がワクワクする未来のためのアクションを募集する。

分野は不問で、二人以上のグループ、企業・団体のプロジェクト等の単位で参加可。

参加の単位「共創パートナー」概要：

自らのリソースを提供して共創チャレンジを生み出し、また、自らのチャレンジや他のチャレンジを支援する法人・団体のこと

現在の原子力災害の被災地の取組と「未来社会の展示」のギャップ埋めるために必要な国等の取組について：

- ・ 中小企業や教育団体、市民団体の活動アイディア募集と、その後の展示発表の場の提供
- ・ 上記の活動アイディアの具現化や実行を支援する大手企業のマッチングの機会創出

事例 3 : EXPO 2005 愛・地球博「市民パビリオン」

展示概要 :

日本全国から、世界から市民参加のプロジェクトが集結し、
毎日入れ替わりでさまざまなイベントを開催する。

出展場所 瀬戸会場

開館時間 4/26～7/19の期間：9時00分から18時00分まで
7/20～8/31の期間：9時00分から19時00分まで
9/1～9/25の期間：9時00分から18時00分まで

所要時間 約30～60分間程度

収容人数 1000人

「リボーンチャレンジ」概要 :

「環境」「平和」「福祉」「アート」「まちづくり」などをテーマに、毎日入れ替わりでさまざまなプロジェクトのイベントを開催。
すべてのイベントは来場者参加型で、「トークイベント」「コンサート」「パフォーマンス」「ワークショップ」「展示」「交流」を通して、「地球の愛しかた」を見つけてもらう。

現在の原子力災害の被災地の取組と「未来社会の展示」のギャップ埋めるために必要な取組について :

- ・ 国際的なNPO、NGO団体と地元市民団体のマッチングと、協働の促進
- ・ 複数の市民団体が出展を行う場の提供、役務及び資金の支援

事例 4：地元のリソースを活用した取組「東京都・島しょ地域のブランド化支援事業」

企画概要：

東京島しょ地域11島（大島、利島、新島、式根島、神津島、三宅島、御蔵島、八丈島、青ヶ島、父島及び母島が、各島において情報交換し、協力しながら地域ブランドを共有し、発展させるための会議体や取組主体を自主的に運営していくとともに、各島（11島）で構築した地域ブランド・コンセプトを体現する具体的なビジネスアイデアや新たなアクションの実現に向けてアドバイザーを立てて、各島に住む有志が1年をかけて様々な取り組みを実施。

具体的な取組：

平成元年から現在進行中。関係人口構築施策、観光振興施策、移住定住施策

例：式根島

関係人口構築、移住定住施策として、ワーケーションの仕組みを活用し、一般社団

法人式根島エリアマネジメントのメンバーを中心に3年間、様々な取組を実施。式根島アカデミーという仕組みで、来島前に式根島の紹介、社会課題の理解など事前インプットをした上で、現地にてワーケーション体験を実施。現地滞在中に意見交換会を実施し、式根島の課題やワーケーション実践からのフィードバックをモニターからもらい、ワーケーション商材のブラッシュアップ。モニタリング終了後、帰宅後数週間のタイミングで、振り返りの意見交換会を実施。現在は企業の福利厚生やチームビルディングの場としてのワーケーションの場としての検証を実施中。

現在の原子力災害の被災地の取組と「未来社会の展示」のギャップ埋めるために必要な取組について：

- 地域のブランディングの為に周辺市町村の共同会議体の設置
- 地域ブランドのコンセプトを体現する具体的なビジネスアイデアや新たなアクションの実現に向けた専門家（アドバイザー）の派遣

事例 5 : 地元のリソースを活用した取り組み

東北復興関連（地元の学生とのワークショップや移住定住施策）

企画概要：

福島県内の各自治体や団体が主軸となり、地域住民や避難のため移住した元住民を巻き込んで、復興計画、未来のまちづくりや観光振興施策、移住定住施策などを実施。

■事例：

- 大熊超第三次復興計画に関する街づくりワークショップ（双葉郡未来会議）
- 大学生観光まちづくりコンテスト（双葉郡未来会議）
- 中学生の将来を一緒に考える ～ならちゅうアカデミー～（一般社団法人 ならはみらい）
- Facebook シェアハウスと食堂 kashiwaya（本事業の母体は一般社団法人 ならはみらい）
<https://www.facebook.com/naraha.kashiwaya>
- 公財）福島イノベーション・コースト構想推進機構
ふくしま12市町村移住支援センター主催の移住セミナー
<https://mirai-work.life/>

※双葉郡未来会議

震災以降、バラバラになった双葉郡の住民同士が繋がり、情報や問題を共有して
今後役に立てる、双葉8町村の住民が民間レベルで集まる場所。（<https://futabafuture.com/>）

※一般社団法人ならはみらい

町の復興計画を議論していた中で、楢葉町の真の復興を実現するためには、
「町民が主体となったまちづくりを主導する組織が必要である」ということになり、
検討プロジェクトチームが発足。（<https://narahamirai.com/>）

現在の原子力災害の被災地の取組と「未来社会の展示」のギャップ埋めるために必要な国等の取組について：

- 自治体による、地域住民や元住民の観光振興、移住定住施策の計画づくりへの市民参加促進

二次利用未承諾リスト

令和4年度地域経済産業活性化対策委託費（2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）での東日本大震災からの復興展示の具体化のための調査事業）報告書

令和4年度地域経済産業活性化対策委託費（2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）での東日本大震災からの復興展示の具体化のための調査事業）

株式会社博報堂

[illegible]