

令和4年度
大阪・関西国際博覧会政府開催準備事業(大阪・
関西万博におけるアクションプランの調査事業)

調査報告書

令和6年2月29日
一般社団法人ソーシャルインパクト

目次

第1章 本調査の背景と目的	3
(1) 背景と目的	3
(2) 本調査の範囲と方法	4
第2章 各アクションプランにおける現状把握と課題及び今後の支援	5
(1) 知的財産の活用による社会課題解決の実現(I-OPEN プロジェクト)	5
(2) デジタルライフラインによる Society5.0 の実現	9
(3) 関西発「ワザ」と「コンテンツ」の未来体感フェスティバル	12
(4) グローバルスタートアップエキスポ	16

第1章 本調査の背景と目的

(1)背景と目的

①本調査について

2025年に開催される大阪・関西万博(以下、万博)の開催を翌年に控え、経済産業省における各分野での目指すべき取組概要・実施方針をまとめたアクションプランの担当者、及び関連事業者が、2024年4月以降アクションプランの実行を本格化していくために、現段階で直面している課題研究(以下、本調査)を調査した。

②背景と目的

各アクションプランは、経済産業省の各担当課室が行政上における必要性や特定地域のニーズに端を発するなど、広くマーケットや業種・業界を意識した取組み・サービス・ソリューションであるとは限らないことなどにより、マーケットの受け入れや展開に時間を要することが考えられる。

このような観点から、各アクションプラン担当者、関連事業者が直面する課題を調査することで、2024年2月時点の現況を整理したうえで、万博が開催される期日までに、各アクションプランが、掲げられたコンセプトである「未来社会の実験場」の具体化を果たすことを円滑に支援し、ひいては2025年大阪・関西万博の成功を目指すものである。

③万博におけるアクションプランの位置づけ

万博は、「未来社会の実験場」をコンセプトとして掲げている。近年、AIやビッグデータなどの先端技術を活用し、社会の在り方を根本から変えるような動きが国際的に急速に進展し、さらに新型コロナウイルス感染症拡大の影響でデジタル技術の活用が加速する中、こうした変化を踏まえたポストコロナの社会像を示していくことが急務となっており、日本においては新たな技術を実践・実証していくことが求められている。

上記を踏まえ、本事業では万博会場を、様々な挑戦の場とし、開催期間前から政府、自治体、研究・教育機関、大企業、中小企業、スタートアップ、団体、個人といった多様なプレイヤーによる共創・連携を促すことでイノベーションの誘発や社会実装を推進し、社会的課題の解決の姿をショーケース化していく必要がある。

具体的には、各府省庁における各分野での目指すべき取組概要・実施方針をまとめた93のアクションプランのうち、経済産業省のモビリティ、エネルギー・環境、デジタル、健康・医療(ライフサイエンス)、観光・食・文化・教育・スポーツ、科学技術といった分野で課題の所在及び支援の在り方等について纏めることを目的とする。

④アクションプランについて

アクションプランは、「未来社会の実験場」の具体化と、日本全国における万博メリットの享受に向け、各府省庁主導の取組を指す。

(2)本調査の範囲と方法

調査担当者は以下のメンバーで実施した。

担当者氏名	肩書
山中哲男	ディレクター
猪熊真理子	シニアコンサルタント
木下明	シニアコンサルタント
木原亜紀子	シニアコンサルタント
濱松誠	シニアコンサルタント
鈴木陽平	コンサルタント
中村将人	コンサルタント
塗矢眞介	コンサルタント
日比谷尚武	コンサルタント

当法人らは、本調査として、経済産業省作成に係る本調査の仕様書及び経済産業省との協議に従い、以下の各調査を行った。各調査の結果の概要については「第2章 各アクションプランにおける現状把握と課題抽出及び今後の支援」を参照。

当法人らは、本調査の委託期間中に、経済産業省が主導する以下の4つのアクションプランの担当者、関連事業者に対してヒアリングを実施した。現況を把握するうえで、催事のコンセプト、課題の所在等について確認することで、今後の支援の在り方を考慮する際の参考とした。

アクションプラン名称	ヒアリング実施日
知的財産の活用による社会課題解決の実現(I-OPEN プロジェクト)	2024年2月1日 2024年2月19日
デジタルライフラインによるSociety5.0の実現	2024年2月1日 2024年2月21日
関西発「ワザ」と「コンテンツ」の未来体感フェスティバル	2024年2月8日
グローバルスタートアップエキスポ	2024年1月11日

当法人らは、本調査として担当者、関連事業者からヒアリングした内容を基に、2024年2月19日、2月25日に、行政関連、財務会計関連、シンクタンク関連、教育機関関連の有識者らにヒアリングを実施し、今後の支援の在り方の参考とした。

第2章 各アクションプランにおける現状把握と課題及び今後の支援

本章では、アクションプランごとに現状の課題及び今後の解決策及び方針の在り方を明記する。

(1) 知的財産の活用による社会課題解決の実現(I-OPEN プロジェクト)

I. アクションプラン実施概要

実施概要	世界的な社会課題を解決し、SDGsを達成するためのツールとして、知的財産(以下、知財)が有益であることを世界に発信することを目的としたアクションプラン。 ・I-OPEN プロジェクト(※)では、スタートアップ企業等が、知財やビジネスに精通した専門家の伴走支援を受け、知財を活用しながら、社会課題解決のための取組を実施。万博では、プロジェクトを通じて生まれた知財活用事例等を、プロジェクトの実施過程も含め、展示・実演等によって世界に情報発信する予定。 ・世界知的所有権機関(WIPO)等と連携し、社会課題解決に向けた知財活用の促進等に関する国際フォーラム等を開催する予定。 ・関係団体による展示・実演する予定。 ※I-OPEN プロジェクトは、特許庁内の部署や職種を超えて公募した、デザイン経営プロジェクトチーム。誰かの助けになりたい、社会をより良くしたい、そんな想いと創造力から生まれる知的財産をいかして、未来を切りひらく人々を支援していくことを目指している。 (実施主体)特許庁、I-OPEN プロジェクト参加企業等、その他関係団体等 (実施場所)会場内(メッセ、スタジオ)、会場外(展示場等) (実施期間)約1週間
現段階の今後の実施方針	・プロジェクトの実施による事例創出、知見・ノウハウ蓄積等 ・プロジェクト関係者等からなるコミュニティ構築の検討・実証 ・万博等における情報発信方法の検討・整理 ・特許庁特設HPのコンテンツ検討・開設
予算	I-OPEN プロジェクトについては、知的財産行政の情報発信調査事業 令和6年度概算要求額 147 百万円の内数

本アクションプランの現在にいたるまでの流れ

本アクションプランの担当者は特許庁で構成されており、事務局 4 名とプロジェクト担当 3 名の計 7 名を中心に、コンセプトや来場者ターゲット、ゴールなどについて話し合いを進めてきた。2024 年 4 月以降アクションプランの実行を本格化させる予定である。

本アクションプランを取り巻く動向

現段階のターゲットは、社会課題の解決や起業に関心のある 10～20 代の学生・若年層と、社会課題の解決に興味のある 30 代の年齢層に分かれている。

また、本アクションプランは元々、I-OPEN プロジェクトという、特許庁内で運用されている活動をもとに作られているプランである。そのため、コンセプトやターゲットは最終決定されてはいないものの既に考えられていて、他のアクションプランと比べて先行している部分が多い。ただ、単に知財の活用事例を紹介して終わりでは、達成が難しいことが予想される。現段階では知財を活用した事例の紹介をベースに催事を考えているが、知財に関心のある層が多くないために、今後誘客の難しさに直面する可能性がある。



図1 来場者ターゲット及びゴールについてヒアリング内容をもとに作成

II. ヒアリングで顕在化した課題

担当者らにヒアリングを実施したところ、現段階では以下の課題が顕在化した。

① 複数の目的と抽象的なメッセージ

現段階においてターゲット選定はされているが、複数の目的と意図が整理されずに並列している状態が課題となる。目的として「知財を知ってもらうこと」、また「知財を知った先に、行動に踏み出してもらうこと」が並列されており、目的の優先度が十分に整理されていなかった。

また、メッセ催事のコンセプトに掲げられている発信するメッセージ案の抽象度が高いため、ターゲットの共感を得られていないことが課題である。知財のユニークさの強調、フックとして機能するような独自性がなかった。

② 実現するための具体策の検討

本アクションプランは来場をきっかけとして、更なるアクションに繋げるべく、特設サイトへのアクセス誘導を目指す定量的なゴール(所定のアクセス数)と来場者に「社会課題の解決を自分ごと化してもらう」舞台装置となるという定性的なゴールを定めているが、現段階において、どのように定量・定性の両ゴールを達成するかの課題仮設、及び具体的な施策までは考えられていないことが課題である。今後、来場者とインタラクティブなやりとりが発生する施策を考えていく様なので、具体案まで考えていくことが求められる。

③ ターゲットにリーチする施策、情報発信やコミュニケーション方法

現段階は訴求したいターゲットは決定しているが、ターゲットにリーチする施策や情報発信の方法、コミュニケーションの方法までは明確には定まっていない。

Ⅲ. 解決策及び方針の提案

① 目的の優先度決めと具体的な展示

まずは、商標や特許などの知財活用の可能性を一般の方に知ってもらい、知財について一般的に持たれている製品・サービスの保護という観点のイメージから脱却してから、他の活用方法についても知ってもらう必要がある。

そして、知財を活用することで、色々な事業者と共創できる活用の方法や他社の知財のライセンス利用を通して、自社の成長促進につなげる活用などが重要である。多様な知財活用の可能性や魅力を一般認知してもらうべく、このメッセージを展示に反映させることが重要。展示の具体策についてはⅢで提案する。

② 実現するための具体策

展示場を大手企業の休眠特許の活用方法を来場者と考える場とする

本アクションプランの催事は、来場者に展示内容を知ってもらって終わりではなく、知財に触れてもらった先で、社会課題の解決を「自分ごと化」してもらうといった行動喚起を促すもの。解決策案として、大企業が保有する休眠特許を集めて、活用方法を来場者とみんなで考える展示場を提案する。そして、地域の中小企業に展示内容を開放することによって新しいビジネスを考える場とすることを提案したい。(実際のモデルとして、休眠特許の活用は川崎市が展開。)知財のあまり知られていない活用方法として、他者が持っている知財をライセンス活用するといった点の認知が進む方法が挙げられる。

③ 身近な商標を切り口とした既存取組みとの連携

本アクションプランの目的である、開発者の想いやストーリーの「見える化」は、特許庁プロジェクト「わたしの StoryMark」との相性が良いため、当該プロジェクトとの連携を提案する。当該プロジェクトは「(商品・サービスの)ネーミングに込めた経営者の熱い想い」に注目し、中小企業の経営者へのインタビュー記事を中心に発信しており、法人が自社商品・サービスに名前を付けるときは、子どもに名前を

付ける時のように、想いを込めてつけている様子を纏めている。モノ作りをゼロイチで起こす中小企業の経営者の想いが「商標」という切り口によって「見える化」されていくような催事になることで、一般の方の共感が得やすくなると推測する。

④ 食などの身近な切り口による集客(飲食)

一般の方にも関心を持ってもらいやすい、地域の「食」などのテーマを切り口にした食品に関する知的財産を扱うことを提案する。特許において食品に関する知的財産の認知度は低い、面白い地域ブランドの食を集め、飲食等の体験の機会を設けて、関連する商標や特許の裏話を紹介し、「これも知財なのだ」という驚きを与えるような仕掛けも効果的である。

⑤ ターゲットにリーチする施策、情報発信やコミュニケーション方法

現段階のターゲットは、社会課題の解決や起業に関心のある 10～20 代の学生・若年層と、社会課題の解決に興味のある 30 代の年齢層である。

学生・若年層への情報発信方法として、若い人たちに知財に触れてもらうために、展示する知財の事例の選定、及びどういった体験を提供することで、目指すところである知財の魅力や活用の広さを知ってもらえるのか、そのストーリーラインが重要となる。そして30代の年齢層、つまり企業担当者層への情報発信方法として、「共創することでイノベーションが起きたオープンイノベーションの事例」などの知財活用を紹介することが重要であり、Ⅲの具体策とかけあわせることでより効果的となる。

(2) デジタルライフラインによる Society5.0 の実現

I.アクションプラン実施概要

実施概要	サイバー空間とフィジカル空間が高度に融合した Society5.0 の未来社会を紹介、体験してもらう展示のアクションプラン。 人手不足や災害激甚化、脱炭素への対応といった社会課題を解決しながら、イノベーションを起こして経済成長を実現するため、企業や業界、国境を跨ぐ横断的なデータ共有やシステム連携の仕組みを構築するためのイニシアティブである「ウラノス・エコシステム」を通じて実現する予定。 Society5.0 の社会を体感できるような、「デジタルライフライン全国総合整備計画」を通じたドローン、自動運転、インフラ管理のデジタル化、スマートビルに関する取組等の体験型展示を実施する予定。 (実施主体)経済産業省・民間事業者等 (実施場所)メッセ (実施期間)展示7日間(8 月末予定)
今後の実施方針	2023 年度:自動運転やドローン等のデジタル技術を活用したサービスの実装に必要な、デジタル時代の社会インフラである「デジタルライフライン」を全国津々浦々に整備するための「デジタルライフライン全国総合整備計画」を策定予定。 先行的な取組「アーリーハーベストプロジェクト」として、ドローン・自動運転・インフラ DX の3つの分野での社会実装を開始。ウラノス・エコシステムの普及・拡大。
<u>予算</u>	令和5年度補正予算額 12,687 百万円の内数 令和6年度概算決定額 2,026 百万円の内数

本アクションプランの現在にいたるまでの流れ

ブレストなどを約 8 名のメンバーで実施し、コンセプトやゴール、催事内容についての話し合いを支援してきた。ブースイメージやゾーニングイメージの作りこみに関する検討を進めつつ、2024 年 4 月以降アクションプランの実行を本格化させる予定である。

本アクションプランを取り巻く動向

本アクションプランがスタートしてから現在に至るまでの関連事業者間の話し合いは、主に展示するコンテンツの内容について時間を要してきた。今後の支援の在り方を考慮するにあたり、担当者が来場者のターゲットを明確化できるように、且つ来場者増加のための情報発信の設計構築の支援ができる人材を参加させる

ことが求められる。

また、経済産業省の博覧会推進室との連携を強化することで進捗している他のアクションプランの事例の共有を実施することが、本アクションプランを円滑に実施及び成功させるために求められると考える。

Ⅱ. ヒアリングで顕在化した課題

担当者らにヒアリングを実施したところ、現段階では以下の課題が顕在化した。

① 来場者数を増やすための誘客の仕組化

現段階では、本催事の来場者を増やすための誘客の仕組化ができていないことが課題である。Society5.0 の先進技術が社会実装された未来像を展示するというコンセプトを多くの人に広く認知してもらい、来場を促すための情報発信の仕組みの考案が今後求められる。

② 海外に対する情報発信

本アクションプランは、現段階では海外からの来場者に対しての情報発信の設計が弱いため、今後は海外に向けた情報発信についても考える必要がある。

Ⅲ. 解決策及び方針の提案

① イベント及びコンセプトの具体化による協賛企業の獲得

本アクションプランの目的は、先進技術が社会実装された未来像の展示であり、ターゲットとなる年齢層は、メインブースでは将来を担う学生を、技術展示ブースでは、ビジネスマンを想定しているところ。今後は、来場者に展示を見てもらうことで、何を感じてほしいのか、あるいは知識レベルで何かを享受できる場所にしたいのか、どんな効果を得たいのかについても決めることが求められる。イベントのターゲットと目的との一貫性を確認し、ターゲットが明確化することで、協賛企業の獲得、協賛の内容の明確化、及び展示内容の具体化が進むことが期待される。

② 来場者数を増やすための誘客の仕組化

② -1. 来場者からのフィードバックを取入れる設計展示

本アクションプランの展示において、デジタル未来の体感だけではなく、来場者からのフィードバックを得る設計を提案する。展示を通じて経験・体験するだけでなく、自分事として捉え、考える機会を与えることで展示効果が得られる。

参考までに、2023 年に常設展示をリニューアルした日本科学未来館を以下に例示する。

- 「古いパーク」展示：人の老化のメカニズムや対処法を紹介しているが、老化現象を疑似体験でき、且つ「自分が 70 歳になったらどうなっていたいか」を問われ、来場者が書いた内容が他の人の感想とともにデジタルに表示される。

- 「細胞たち研究開発中」展示:iPS 細胞を利用した研究の例を、「細胞シアター」というミニシアター型の展示で見ることができ、10 分程度の物語を通して、iPS 細胞をつかった医療を受ける未来を想像し、メリットもデメリットも紹介されたうえで、最後に自分が主人公だったらどうするか、という選択をしてもらう設計になっている。

② -2. 類似コンセプトの展示施設との連携

万博を機として他の展示団体(例えば、日本科学未来館など)と連携し、展示物の借用や作成し、オープンステージにて共創する場の設置を提案する。なお、他の展示施設と協同勉強会や、展示のアイデアを募る機会を設けることが望ましい。

③ 海外からの来場促進に向けた取組

海外の来場者がどの部分に関心があるのかについて、ニーズの把握を行うべく、海外の方へのヒアリングが必要となる。また、海外に向けた積極的な情報発信が欠かせないため、情報発信の設計構築の支援ができる人材を当該プロジェクトに参加させることが求められる。

(3) 関西発「ワザ」と「コンテンツ」の未来体感フェスティバル

I. アクションプラン実施概要

実施概要	職人が作品に「いのち」を吹き込むことで人の生活をより豊かなものにしてくれる、世界に誇れる日本の伝統工芸等の「ものづくりの技」と「アニメ等コンテンツ」を連動して体感・体験できる政府としては初めての展示・ショーイベントを実施するアクションプラン。 会場は、ものづくりオープンファクトリーゾーンとアニメ等コンテンツゾーンの2つを想定。「ものづくりオープンファクトリーゾーン」では、出展者が会期前に各産地・工房で、万博会場で披露するモニュメント等を来場予定者とともに制作、会期中には万博会場で当該モニュメント等を展示、世界中からの来場者に手を加えてもらい、会期後は各産地・工房でメモリアル展示し、万博のレガシーとする。 こうした体験を通じて、双方が感じる魅力の捉え方の違いに気づき、「未来のものづくり」の新たな姿・価値を考えるきっかけとしてもらう。万博来場者が現場を訪れる各産地・工房への訪問ツアーも用意する。 「アニメ等コンテンツゾーン」では、日本のアニメ等のコンテンツを発信する国際的なイベントと連携したショーイベントを実施し、その魅力を体感してもらう。イベント衣装等は、ものづくり産地と連携して制作する。 (実施主体)経済産業省近畿経済産業局、国際イベント主催者等 (実施場所)会場内(メッセ、大催事場、屋外イベント広場)、会場外(近接展示場、出展産地等) (実施期間)一部期間 (催事コンセプト)「(生命、魂を語源とする)アニメ」や「マンガ」などの“ものがたり”、“伝統工芸”や“地域ブランド”などの“ものづくり”。ともに職人／クリエイターが、作品に命を吹き込み、日本の文化や日本人の精神性を、時代や世代を超えて未来へと継承させるミーム(人体における DNA を文化において果たすもの)を宿す、世界を魅了してやまない産業である。 本催事は、会場で出展者(作り手)と来場者(受け手)が対話・交流し、命を宿すワザ／コンテンツを体感・共感できる場を提供しつつ、国内外の両視点から、その捉え方や違いに気づき、学ぶことで、未来のものがたり&ものづくりの在り方・
--------------------	--

	価値を高める(＝未来へ踏み出す)きっかけとすることを目的とする。
今後の実施方針	ものづくり中小企業・産地に対する万博催事の参加募集を募る。また、ものづくり中小企業に対する万博の理念や催事コンセプトを伝えるセミナーを開催し、出展に向けたブランド・魅力の磨き上げを実施。 国内外からの集客力を高めるため、アニメ等のコンテンツ産業を中心とした日本のカルチャーを発信する国際的なイベントとの連携開催に向けた誘致活動の実施。
予算	——

本アクションプランの現在にいたるまでの流れ

本アクションプランは、これまで経済産業省近畿経済産業局の担当者を中心に、催事のコンセプトづくりの検討についての話し合いをしてきた。2024年4月以降アクションプランの実行を本格化させる予定である。

本アクションプランを取り巻く動向

本アクションプランがスタートしてから現在に至るまでの関連事業者間の話し合いは、主に展示する「コンテンツ」の内容について時間を要してきた。今後の支援の在り方を考えるにあたり、関連事業者が展示のコンセプトを明確化できるように、まずは、海外の人が日本のどこに関心事があるのかニーズの把握を行うべく、海外の方へのヒアリングを重ねる必要がある。

Ⅱ.ヒアリングで顕在化した課題

担当者らにヒアリングを実施したところ、現段階では以下の課題が顕在化した。

① 明確化されていないコンセプト

伝統工芸や中小企業のものづくり技術とアニメコンテンツ等を世界に向けて紹介することを目的としているが、「ワザ」で紹介する予定のものづくりが、どのようなコンテンツを指しているのかが不明瞭であった。そのため、イベント自体のコンセプトが曖昧になってしまっていたため、企画を具体化しにくい状況にあった。

② 「ワザ」と「コンテンツ」の連動不足

「ワザ」と「コンテンツ」を連動させた展示が予定されているところ、両軸の連携が不足していた。両軸の連携が不足していると、単に両者が並列される展示に終わってしまうおそれがある。

③ 海外からの来場を促すための市場調査不足

本アクションプランは、日本よりも海外からの来場を促すことに比重を置いている一方で、海外の人が日本のどの部分に関心を持っているのかを十分に把握でき

ていなかった。

④ 企画の具体化不足

日本のものづくりとエンターテインメントの相乗効果によって来場者に日本の魅力を知ってもらうことを目的としている一方、「コンテンツ」部分の具体案の検討に重い比重が置かれており、ものづくり部分の「ワザ」で何を発表するか具体化が進んでいなかった。また、前述のように、コンセプトや企画が曖昧な状況であるために、企業からの協賛獲得が困難な状況にあった。また、製造業を営む中小企業や伝統工芸の事業者に関する情報収集も進んでいない状況にあった。

Ⅲ. 解決策及び方針の提案

①. コンセプトの明確化

まずは本アクションプランを実施する上での明確な目標を定めるとともに、コンセプトの更なる具体化が必要である。

コンセプトの具体化に向けて、まずは「ワザ」でどのような技術を紹介したいかを特定すること(伝統工芸分野の技術、製造業関連技術等)が必要である。そのためには、製造業を営む中小企業や伝統工芸の事業者へのヒアリング等を含めた事前の情報収集が欠かせない。

同様に、「コンテンツ」で紹介したい内容についても、ドラえもんやドラゴンボールといった世界的に評価されているコンテンツ、あるいは作画・撮影・CG が連携した最先端のコンテンツなど、具体的にイメージできる程度まで範囲を限定していく必要がある。

② 「ワザ」と「コンテンツ」の展示の連動

前述の課題で取り上げたとおり、本アクションプランにおいては「ワザ」と「コンテンツ」の連動が不可欠である。このような企画においては、それぞれ担当が分かれてしまい、結果として連動しない個々の展示になってしまうことが多く見受けられるため、両者の連携を意識しながら展示の検討を進めていくべきである。

③ 海外からの来場促進に向けた取組

海外の人が日本のどの部分に関心があるのかについて、ニーズの把握を行うべく、海外の方へのヒアリングが必要となる。また、海外に向けた積極的な情報発信が欠かせないため、情報発信の設計構築の支援ができる人材を当該プロジェクトに参加させることが求められる。

また、海外からの来場者を呼び込むには、近年海外で流行ったコンテンツの展示を考慮することも有効な手段である。例えば、はまじあき氏による漫画をもとにした2022年の『ぼっち・ざ・ろっく!』は、海外メディア「Anime Trending」が主催する「9TH TRENDING AWARDS(第9回アニメトレンド大賞)」で、年間最優秀賞をはじめ、最優秀脚本賞など史上最多となる8冠達成という快挙を成し遂げていた。「ワザ」と「コンテンツ」で『ぼっち・ざ・ろっく!』を取り上げると仮定する場

合、例えば登場人物が持つギターを漆塗りで作るなどのアイデアが考えられる。このように、海外で流行っているコンテンツとものづくりの相乗効果によって、日本のものづくりの魅力を海外にも伝えられるコンテンツに発展する可能性は大いにある。

④ 著作権を持つ事業者との早期の連携

九谷焼で作られた「エヴァンゲリオン」や有田焼で作られた「ONEPIECE」、江戸切子のガラスと「アイドルマスターシンデレラガールズ」のコラボなど、ものづくりとアニメ、漫画を掛け合わせた作品はこれまでに多く発表されている。こうした作品を全国から集めて展示することにより、来場者にも楽しんでもらえる面白いコンテンツになる可能性がある。そのためには、アニメや漫画の著作権を持っている事業者に、早い段階で協力を仰ぐことを検討することが求められる。

⑤ アニメ×伝統工芸の作品の募集のお願いやコンテストの実施

万博の開催地である大阪や関西地域だけではなく、全国で盛り上がるができる仕掛けを用意するためにも、全国のものづくりの中小企業や伝統工芸に携わる事業者の協力を仰ぎ、「コンテンツ」で展示するアニメや漫画の作品募集や、コンテストを開催するという手法も考えられる。作品募集にあたっては、作品募集やコンテスト等の取り組みを通じ、本企画やひいては大阪・関西万博への機運も自ずと高めることができる。

⑥ 万博開催中のアニメ作品との連動

万博が開催されている期間に公開される映画やアニメ作品と連動させるような取り組みを行うことにより、万博会場でその作品を見た人が映画館や展覧会を訪れたり、あるいは映画館や展覧会で広告を見た人が万博会場に来場したり、相乗効果に繋がる。

(4) Global Startup EXPO 2025

I.アクションプラン実施概要

実施概要	地球規模の課題解決にスタートアップが果たす役割が期待されている中、世界中からスタートアップ関係者を呼び、課題解決に向けてビジネス交流等の対話を通じて解決策を模索するアクションプラン。 具体的には、社会課題解決に関心の高い世界的な VC、機関投資家を招聘し、J-Startup、J-Startup 地域版等をはじめとする、日本のスタートアップの技術・サービスを世界に発信し、世界のスタートアップを交えた、セッション、ピッチイベント、企画展示等を実施する予定。 (実施主体)経済産業省・独立行政法人日本貿易振興機構(JETRO)・国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)等を想定 (実施場所)会場内を想定 (実施期間)一部期間を想定
今後の実施方針	・カンファレンスに向けて、企画・開催を進める。 ・効果の最大化を目指し、カンファレンス前後におけるイベントの開催を検討する。
予算	—

本アクションプランの現在にいたるまでの流れ

本アクションプランは、経済産業省近畿経済産業局の担当者によって、関連事業団体の巻き込みやコンセプトづくりやピッチイベント、トークセッションという展示内容の選定を進めてきた。2024 年 4 月以降アクションプランの実行を本格化させる予定である。

本アクションプランを取り巻く動向

本アクションプランは、多くの企業が参画することが予想されるため、本催事を企業間の対話や交流、商談の機会の中とする事も検討されている。2024年9月ごろに世界中のスタートアップが集まるプレイベントを計画している。現段階では、課題が未選定のため、招聘する対象の選定は行われていないが、今後様々なコミュニティとの連携も視野に入れている。

現段階での企画要望案	
開催日時	2024年9月中の2日間
会場	メッセ会場(2,000㎡×2区画)
プログラム	・キーノートスピーチ／トークセッション ・ピッチコンテスト ・展示ブース(ブース展示、デモ展示)
出展企業数	100社～120社
ブース出展	社会課題解決のテーマごとにゾーニング(例:環境・エネルギー、医療、食料、教育等)
来場者数	1万人(2日間)
その他	バーチャル会場を用意 プレイベント(GSE2024)実施予定

II. ヒアリングで顕在化した課題

担当者らにヒアリングを実施したところ、現段階では以下の課題が顕在化した。

① 展示のテーマの具体化不足

本アクションプランで扱う課題は世界共通の課題であり、現段階ではテーマとして気候変動(温暖化)、食料問題、水不足、自然災害、貧困、人口問題(爆発と減少)、エネルギー問題などが候補としてあがっているが、テーマが広く曖昧なままであったため、展示の検討が進みにくい状況であった。

② 不明瞭なイベントの目的とターゲット

どのような層の来場者に展示を見てもらいたいのかというターゲット設定ができていなかった。また、催事を通して来場者に伝えたいメッセージについても明確に定められていなかったため、企画の検討が進まないという状況に陥っていた。

③ J スタートアップに選定されていないグローバルに通用するスタートアップの選定方法が決められていない

登壇するスタートアップを選定していく際、J スタートアップに参画していないスタートアップにも、グローバルで通用する可能性をもった企業がいるはずだが、現段階では、この種のスタートアップの選定基準が未整備であり、保証をどう担保するのかという問題が今後発生すると思われる。

④ 一過性のイベントで終わるおそれ

本アクションプランを介して、世界共通課題に取り組む企業が一堂に集まる場となるのであれば、万博後も継続して関西で実施するイベントとしてレガシーにしていけることが求められている。今後は、いかにしてシリーズ化していくか具体的に継続していくための設計や関連事業者の巻き込みが必要となる。

Ⅲ. 解決策及び方針の提案

展示のテーマの具体化

① 招聘する VC や機関投資家、紹介するスタートアップの選定

本アクションプランは、日本国内に留まらず、社会課題解決に関心の高い世界的な VC、機関投資家を招聘し、日本のスタートアップの技術・サービスを世界に発信することを構想している。ただ、海外から世界的な VC、ファウンダーを呼び込むためには、観光、食、インダストリアルツアー等の遊覧旅行の領域まで作りこみが必要となる。また、同時期に関西で様々なスタートアップ関連イベントを実施し、関西のイベントを周遊してもらうプログラムを旅行会社等とタイアップしていくことも必要であろう。

今後、実際にスタートアップを選定していく際に、J スタートアップ外のスタートアップを選定することも考えられるので、まずは選定基準を用意する必要がある。例えば、政府が複数の有識者からなる選定委員会を立ち上げ、各方面から意見を聴取しながら良質なスタートアップの選定を進めることを提案する。

スタートアップ技術に詳しい国内有力 VC などへのヒアリングも有効である。

本アクションプランは、日本国内に留まらず、社会課題解決に関心の高い世界的な VC、機関投資家を招聘することを予定しているが、それよりも、アメリカの CES(コンシューマー・エレクトロニクス・ショー)や SXSW(サウス・バイ・サウスウエスト)、北欧の「スラッシュ」など既にグローバルでエコシステムのハブとなっているプラットフォームごと招聘することも一案である。そういったプラットフォームたちのコラボレーションを実現させることにより、万博らしい国際的な催事となることも見込める。

② 日本が誇るスタートアップの選定

日本での万博開催を機に、日本発で世界に誇れるスタートアップも参画させることも大きな意義がある。日本が先行し、グローバルからも注目されている分野として、たとえば核融合研究領域が挙げられる。社会実装はもう少し未来の話だが、核融合炉の実現に向けて取り組む日本のベンチャー企業 3 社(京都フュージョニアリング、EX-Fusion、Helical Fusion)は特に期待が持てる。京都フュージョニアリングは、英原子力エネルギー庁(UKAEA)が 2025 年に着工する核融合炉の建設に参画しておりこのようなスタートアップを選定することを提案する。

③ 関西の強みを生かした、万博のテーマに合致するバイオやヘルスケア領域の展示

世界的な VC が日本のスタートアップにあまり注目していないのは、バリエーションが低いためだと考えられる。海外VCや海外企業を招聘する場合、単に海外のVC が海外企業に注目するだけの機会に終わってしまう懸念があるので、やはり日本が先行している課題をテーマとして、そこに取組む企業を催事に参画させることが望ましい。この観点から、関西では、京都大学や大阪大学などがバイオやヘルスケア領域の研究開発で世界に先行していること、及び万博のテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」とも合致するということから、「高齢化問題」という世界に先駆けて日本がいま直面し、やがて世界各国も直面することが確実視される課題を扱うことは、一つの切り口になる。

④ スタートアップを支援する事業会社を主眼に置いたスタートアップが生まれる環境の形成

現段階の本アクションプランの主な対象は「スタートアップ」となっているが、関西に拠点を置くスタートアップを支援できる規模の「事業会社」を対象として企画の設計を考えることが結果として、スタートアップにとって意義のあるイベントになる。そのため、事業会社がスタートアップを支援できる場として本催事を機能させることができると良い。今のスタートアップ領域の課題は、スタートアップが生まれにくいこと自体が課題であり、良質なスタートアップをサポートする座組が整っていないため、関西の地場をいかした企業に参画してもらう機会を作ること、エコシステムの醸成が見込める。



Report of Findings

Fiscal Year 2022

**Government of Japan Preparation Project
for Organizing Expo 2025 Osaka, Kansai, Japan.**

Study of the Action Plans of the Osaka Kansai, Japan World Exposition

Prepared by :

Social Impact General Incorporated Association

February 29, 2024

Chapter 1. Background and Purpose of this Report 3

1.1. Background and Purpose..... 3

1.2. Scope and Methodology of this Report7

Chapter 2. Status and Challenges; Forms of Support Going Forward 9

2.1. Employing Intellectual Property to Solve Social Challenges (I-OPEN Project) 10

2.2. Realizing Society 5.0 Through Digital Infrastructure23

2.3. Kansai Original Festival to Experience the Future of Content and Waza32

2.4. Global Startup EXPO 202543

Chapter 1. Background and Purpose of this Report

1.1. Background and Purpose

1.2. Scope and Methodology of this Report



1.1.1. About this Report

In connection with organizing Expo 2025 Osaka, Kansai, Japan (“Expo”), the Ministry of Economy, Trade and Industry (“METI”) has established action plans (each an “Action Plan”) covering an outline of initiatives and implementation plans to be followed in respect each of the relevant areas. In this year before Expo, this report (“Report”) examines the challenges currently faced by the responsible teams and project partners for the purposes of moving forward with the implementation of the Action Plans in earnest from April 2024 onwards.

1.1.2. Background and Purpose

The Action Plans have been formed from the administrative necessities of METI’s responsible divisions and offices or the needs of designated regions and are not necessarily reflective of initiatives, services or solutions of the broader market or business sectors/industry. Consequently, buy-in from the market and deployment may take time.

From this perspective, this Report aims to support the timely achievement of the People’s Living Lab concept within each Action Plan, and thereby the success of Expo overall, through examining and defining the challenges facing each of the Action Plan teams and their project partners as at February 2024.

1.1.3. Positioning of the Action Plans for Expo

Expo puts forth the People's Living Lab as its concept. Recent years have seen the deployment of advanced technologies in areas such as AI and Big Data and the resulting rapid expansion of fundamental changes to our societies around the world. Changes also came about as the impacts of the Covid-19 pandemic accelerated the use of digital technologies. Today the pressing task amidst all of these changes is to define the paradigm of post-pandemic society. Against this backdrop, there is a need in Japan to practice and demonstrate new technologies.

In this environment, the Project must use the Expo venue as a space to take on various challenges by encouraging co-creation and collaboration among a diversity of players, such as the national government, local governments, research and educational institutions, large enterprises, small and medium-sized enterprises ("SMEs"), startups, various organizations and individuals before and during Expo, in order to stimulate innovation and social implementation and showcase solutions for social challenges.

Specifically, among the ninety-three Action Plans of the various ministries that bring together the outline of initiatives and approaches to implementation for their respective fields, this Report aims to identify challenges and sum up forms of support for the fields that are within METI's portfolio such as: mobility, energy/environment, digital, health/medical (life sciences), tourism/food, culture, education, sports, science and technology.

1.1.4. About the Action Plans

The Action Plans refer to the realization of the People's Living Lab project and the initiatives under each of Japan's ministries and agencies aimed at ensuring that the benefits of Expo are enjoyed nationwide.

This Report is prepared by **Social Impact General Incorporated Association** (“Association”) at the request of METI based on the specifications of, and consultations with METI.

Our team:

Name	Title
Tetsuo Yamanaka	Director
Mariko Inokuma	Senior Consultant
Mei Kinoshita	Senior Consultant
Akiko Kihara	Senior Consultant
Makoto Hamamatsu	Senior Consultant
Yohei Suzuki	Consultant
Masato Nakamura	Consultant
Shinsuke Nuriya	Consultant
Naotake Hibiya	Consultant

Scope/Methodology:

The Action Plans in the scope of this Report are the four Action Plans under the direction of METI shown in the table below. Our team conducted interviews with individuals assigned to each of the four Action Plans and their project partners on the dates provided in the table below. Using what we learned of the status of each Action Plan, we confirmed the event concept in each case and where its challenges lay as reference points for considering forms of support for the Action Plans going forward.

Action Plan	Interview Date(s)
Employing Intellectual Property to Solve Social Challenges (I-OPEN Project)	February 1, 2024 February 19, 2024
Realizing Society 5.0 Through Digital Infrastructure	February 1, 2024 February 21, 2024
Kansai Original Festival to Experience the Future of Content and Waza	February 8, 2024
Expo for Global Startups	January 11, 2024

For the purposes of this Report, our team also interviewed experts from institutions in the fields of government, accounting, think tanks and education to obtain their views on forms of support for the Action Plans going forward taking into consideration what we learned from the interviews conducted with the Action Plan teams and their project partners. The results of our inquiry in respect of each Action Plan are discussed below in **Chapter 2. Status and Challenges; Forms of Support Going Forward.**

Chapter 2. Status and Challenges; Forms of Support Going Forward

- 2.1. Employing Intellectual Property to Solve Social Challenges (I-OPEN Project).
- 2.2. Realizing Society 5.0 Through Digital Infrastructure
- 2.3. Kansai Original Festival to Experience the Future of Content and Waza
- 2.4. Global Startups EXPO 2025



This Chapter provides an outline on the challenges of each Action Plan and possible solutions and approaches going forward.

Chapter 2. Status and Challenges; Forms of Support Going Forward

2.1. Employing Intellectual Property to Solve Social Challenges (I-OPEN Project).



2.1.1. Action Plan Implementation Overview

Overview of Implementation:

This Action Plan has the aim of conveying to the world the value of intellectual property as a tool for solving global social challenges and for achieving SDGs.

- Under the I-OPEN Project* initiatives for solving social challenges will be put into practice as startups are enabled to use their intellectual property with the support of close consultation with experts in the areas of intellectual property and business. The plan is to communicate to the world the model cases of the uses of intellectual property that arise out of the project, along with the project's implementation process, through exhibits and demonstrations at Expo.
- There are plans for an international forum to be held in coordination with organizations such as the World Intellectual Property Organization on the subject of promoting the use of intellectual property to solve social challenges.
- Exhibitions and demonstrations by participating organizations are also planned.

* The I-OPEN Project is a design management project team recruited across departments and roles within the Japan Patent Office. The I-OPEN Project recognizes that intellectual property can arise from the aspirations and imagination of creators driven by a desire to help others and to improve society. The I-OPEN Project aims to allow such intellectual property to be maximized and to support their creators as they forge a path to the future.

2.1.1. Action Plan Implementation Overview

- **Implementing Parties:** Japan Patent Office, I-OPEN Project participating businesses, and other participating organizations.
- **Location:** Inside the venue (Messe) and outside (exhibition spaces)
- **Duration:** Approximately 1 week

Implementation Approach Going Forward:

- Bring about model cases through project implementation, accumulation of knowledge and know-how.
- Examine and verify community building formed by project participants.
- Examine and organize avenues for disseminating information concerning Expo.
- Evaluate and launch content for Japan Patent Office specially established homepage.

2.1.1. Action Plan Implementation Overview

Budget: With respect to the I-OPEN Project, the intellectual property administration authorities information dissemination study project

- 147,000,000 yen in total for fiscal year 2024

Course of the Action Plan to Date:

The team for this Action Plan is comprised of individuals from the Japan Patent Office. Four individuals are assigned to general administration matters and three are assigned to project matters. These seven have proceeded by engaging in discussions regarding the concept for this Action Plan and its target audience. It is expected that the implementation of this Action Plan will begin in earnest from April 2024.

Direction of the Action Plan:

At present, the target audience is: (a) students and youth the 10 to 20 age group with an interest in solving society's challenges and starting a business; and (b) those in the 30 to 40 age group with an interest in solving society's challenges.

This Action Plan is a plan that derives from activities managed from within the Japan Patent Office. Consequently, the concepts and target audience for this Action Plan have already been thought out (although not yet finally determined), and in many areas this Action Plan has progressed further than other Action Plans. Nonetheless, it will be difficult to achieve the stated quantitative and qualitative goals if the events go no further than to simply exhibit model cases of the uses of intellectual property. Not so many people are interested in intellectual property. Consequently, the task of attracting 27,000 visitors will be a daunting one if the events are to maintain their current focus on simply showcasing model cases.

Target Audience and Goals

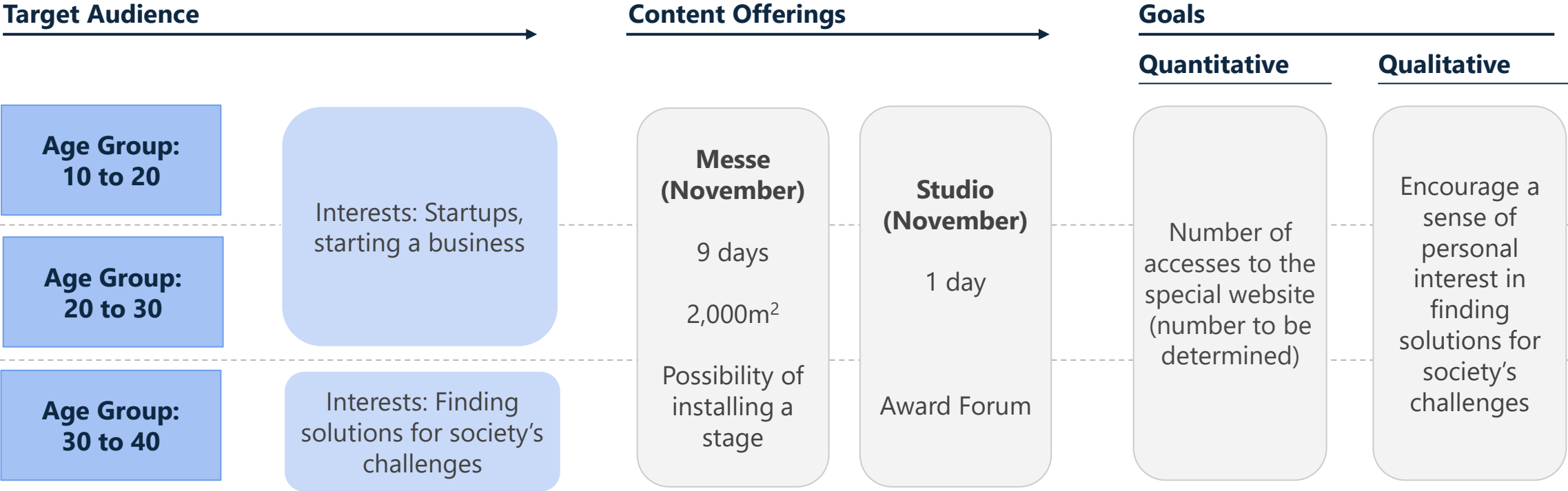


Figure 1: Prepared based on the interview discussions pertaining to the target audience and goals of the Action Plan.

2.1.2. Key Challenges Identified in the Interviews

Based on the interviews conducted with the responsible teams, key challenges at this stage are identified as follows.

2.1.2.1. Multiple objectives and abstract messages

At present, although the team has defined the target audience for the Action Plan, various goals and messages remain disorganized and are being advanced in parallel. In thinking about the content for the events going forward, it will be necessary to prioritize between the aims of “having the audience get to know intellectual property” and “motivating the audience to take action in realizing their passions, upon getting to know intellectual property”.

Further, the message behind the concept for the Messe is highly abstract. Consequently, the concern is that this will not resonate with the target audience. There is a lack of emphasis on the unique qualities of intellectual property or a quality of distinctness to function as a slogan.

2.1.2. Key Challenges Identified in the Interviews

2.1.2.2. Suggested Solutions

The qualitative goal of this Action Plan is tied to the aim of using the event as an opportunity to lead these visitors to access a special site as a segue to further action. The qualitative goal aims to set the stage for visitors to come away with “a sense of personal interest in finding solutions for society’s challenges”. The challenge is that at the time of this Report, the team has not yet developed a task hypothesis or a specific set of steps for achieving these goals. We understand that going forward, the team will think about a means to generate an interactive exchange with visitors. The team should do so with a view to formulating a specific proposal.

2.1.2.3. Strategies for reaching the target audience, as well a means to inform and communicate with the target audience.

While the team has decided upon the desired target audience for its Action Plan at the time of this Report, they have yet to clarify the steps to reach this target audience, or a means for disseminating information to or communicating with this target audience.

2.1.3. Proposed Solutions and Approaches

2.1.3.1. Prioritized objectives; specific exhibits

First, there is a need to make the general public aware of the possible uses of intellectual property such as trademarks and patents, and move away from the commonly held image of intellectual property as protecting products and services and then from there explore other uses.

Furthermore, it is important to utilize intellectual property in ways that can lead to co-creation with various businesses and the licensing of the intellectual property of other companies to promote the growth of one's own company.

Making the general public aware of the possibilities and appeal in the use of diverse intellectual property, and reflecting this message in the exhibits will be important. As to specific steps for this, these will be proposed in ii. below.

2.1.3. Proposed Solutions and Approaches

2.1.3.2. Suggested Solutions

- Make the exhibit a space to engage visitors in the quest to find uses for the dormant patents of large enterprises.

The exhibit for this Action Plan seeks to evoke a sense of personal interest in society's challenges by offering visitors a chance to actually interact with the exhibited intellectual property, rather than just to learn about it.

We suggest that the dormant patents of large enterprises be collected for an exhibit in which visitors can be engaged to join in the quest to find uses for them. We also suggest that this be a space to explore the creation of new businesses by releasing these dormant patents to regional SMEs. (A model for making use of dormant patents in this way has already been deployed by Kawasaki City.) Perhaps these are the kinds of ideas that can promote awareness about the underexplored uses of intellectual property and licensing of intellectual property by their owners. Licensing of another's intellectual property is raised as a not so well-known use of intellectual property, which is gaining awareness.

2.1.3. Proposed Solutions and Approaches

2.1.3.3. Partner up with existing initiatives using the familiar concept of trademarks as a marketing angle

The aim of this Action Plan is to bring visibility to the passions and stories of inventors. This is well aligned with the Japan Patent Office's "My StoryMark" project and thus it is recommended as a partner for this Action Plan. With a focus on "the passion of business owners poured into naming their products and services", this is a media project that publishes articles that are primarily centered on interviews with SME business owners and shows how companies put as much thought into naming their goods and services as a parent puts into naming a child. As way to better resonate with the average person, we recommend an event that uses the marketing angle that puts forth the trademark to bring into vision the passion of entrepreneurs building businesses from scratch.

2.1.3. Proposed Solutions and Approaches

2.1.3.4. Employ a marketing angle based in familiar topics such as food and drink to attract visitors

We recommend involving intellectual property concerning food, using regional foods as an easily interest-drawing theme for the average person as marketing angle.

Regarding patents, the following would be an effective way to amaze even visitors not familiar with intellectual property, with a newfound realization that “this too is intellectual property”. Gather interesting regionally branded foods, create a space for visitors to experience food and drink, and through this experience provide a window into the trademarks or patents behind these foods.

2.1.3. Proposed Solutions and Approaches

2.1.3.5. Steps for reaching the target audience; means for dissemination of information/communication

At present, the target audience is: (a) students and youth the 10 to 20 age group with an interest in solving society's challenges and starting a business; and (b) those in the 30 to 40 age group with an interest in solving society's challenges.

With respect to the means of dissemination of information to the students/youth group, in order to bring youth to intellectual property, the following will be important: the selection of the model cases to exhibit; and in terms of the experience to be offered, the narrative for the goal of conveying the appeal and broad uses of intellectual property.

With respect to the 30 to 40 age group, essentially, those of the corporate world, conveying the uses of intellectual property in terms of "model cases of open innovation where co-creation led to innovation" will be important. It will be particularly effective to combine this in conjunction with the strategy in 2.1.3.

Chapter 2. Status and Challenges; Forms of Support Going Forward

2.2. Realizing Society 5.0 Through Digital Infrastructure



2.2.1. Action Plan Implementation Overview

Overview of Implementation:

The aim of this Action Plan is to offer an exhibit in which visitors can be introduced to, and experience Society 5.0 - a futuristic society in which a high degree of convergence between cyberspace and the physical space has been achieved.

The Japanese government envisions that the path to Society 5.0 will require tackling social challenges such as labor shortages, intensifying natural disasters and decarbonization in order to make way for the innovation that spurs economic growth. In order to bring this to fruition, the Japanese government has launched the "Ouranos Ecosystem" initiative as a mechanism to facilitate the sharing and utilization of data between enterprises and industries and across borders and to achieve interoperability between digital platforms.

In this connection, there is the Japanese government's nationwide Digital Lifeline Development Plan involving initiatives centered around drones, autonomous operation, digitization of infrastructure management, and smart buildings. This Action Plan aims to offer an interactive exhibit of these initiatives where visitors can experience Society 5.0.

2.2.1. Action Plan Implementation Overview

- **Implementing parties:** METI/private sector partners
- **Location:** Messe
- **Duration:** 7 days of exhibition (planned for end of August)

Implementation Approach Going Forward:

- Fiscal year 2023: To formulate the Digital Lifeline Development Plan to promote the nationwide development of the digital infrastructure necessary for the implementation of services employing digital technologies such as autonomous operation and drones.
- The precursory “Early Harvest Project” initiative will proceed with social implementation in the following three categories: drones, autonomous operation and digitization of infrastructure.
- Disseminate and expand the Ouranos Ecosystem.

2.2.1. Action Plan Implementation Overview

Budget:

- Fiscal year 2023 supplementary budget: 12,687,000,000 yen in total
- Fiscal year 2024 estimate: 2,026,000,000 yen in total

Course of the Action Plan to Date:

The eight-member team has supported discussions by brainstorming on the concept, goals and content of the exhibit for this Action Plan. At this stage, the team continues to evaluate the concept for the exhibit booths as well as the concept for booth zoning. It is expected that the implementation of this Action Plan will begin in earnest from April 2024.

2.2.1. Action Plan Implementation Overview

Direction of the Action Plan:

To date, a majority of the time spent for discussions on this Action Plan among project partners has been dedicated to the content of the exhibition. In terms of forms for support going forward, this Action Plan needs more staffing, specifically individuals who will be able to support the team in clarifying the target audience and also to come up with a blueprint for an information campaign to increase visitor numbers.

For a smooth and successful implementation of this Action Plan, enhanced coordination with METI's Expo Promotion Office and sharing of the experiences of the other Action Plans that are making progress will be needed.

2.2.2. Key Challenges Identified in the Interviews

Based on the interviews conducted with the responsible teams, key challenges at this stage are identified as follows.

2.2.2.1. Framework for visitor attraction to increase visitor numbers

At present, a challenge for this Action Plan is that a marketing framework for increasing visitor numbers for its events has not yet been established. The concept of the Society 5.0 exhibit is one which will present a vision of the future in which advanced technologies have been socially implemented and it is desired that this vision be conveyed broadly to many people. In furtherance of this, going forward, a proposal for a framework for an information campaign to attract visitors will be needed.

2.2.2.2. Dissemination of information abroad

At present, the plans for the information campaign aimed at visitors from abroad, is weak. As such, more thought will need to be given towards the dissemination of information abroad.

2.2.3. Proposed Solutions and Approaches

2.2.3.1. Gaining sponsorships by solidifying the event and concept

The aim of this Action Plan is to exhibit a society in which advanced technologies have been socially implemented. In this connection, for the different age groups of the target audiences, the team envisions a main booth for students as the leaders of the future; and a technologies exhibit booth for businesspeople. Going forward, the team will need to decide upon what they wish visitors to come away with upon visiting the exhibit in terms of: what the feelings they wish to evoke from visitors, whether they wish to create a space to be enjoyed for a specific knowledge level, and the desired impact. It is hoped that the team will confirm the alignment of the event objectives with the target audience as well as clarify the target audience in furtherance of acquiring sponsorships, clarifying the details of the sponsorships and making progress towards solidifying the details of the exhibit.

2.2.3. Proposed Solutions and Approaches

2.2.3.2. Framework for visitor attraction to increase visitor numbers

2.2.3.2-1. A blueprint for event that invites feedback from visitors

We suggest that the exhibit for this Action Plan be designed so that visitors are not only offered the experience of the digital future, but also are invited to provide their feedback. This is so that the exhibit will have the impact of not only the experience, but also evoking thought in terms of relevance to the visitor personally.

Examples from the National Museum of Emerging Science and Innovation's permanent exhibition reopened in 2023 are provided as reference.

- The "Park of Aging" exhibit offers of a simulation of the aging experience and teaches visitors about the aging mechanism in humans and how to contend with it. There is also a part of the exhibit that digitally displays visitor responses to the question of how they would like to be at 70 years of age.
- The "CELLS in Progress" exhibit allows visitors to watch examples of iPS cell research in mini theatre booths. This is designed as a ten-minute experience envisioning the future iPS cell therapy, covering its merits and demerits and allowing the visitor to play the role of a patient considering treatment.

2.2.3. Proposed Solutions and Approaches

2.2.3.2. Framework for visitor attraction to increase visitor numbers

2.2.3.2-2. Partnerships with similarly themed exhibition facilities

We suggest to use the opportunity of Expo to partner up with other exhibition facilities (such as the National Museum of Emerging Science and Innovation) to lend or create exhibit items, and to create a space for co-creation on an open stage. Study sessions with such other exhibition facilities and other opportunities for gathering exhibit ideas would also be desirable.

2.2.3.3. Initiatives to attract visitors from abroad

It is necessary to conduct interviews with individuals from abroad in order to gain an understanding of the interests and needs of visitors from abroad. Furthermore, an active information campaign to garner attention outside Japan will be essential. To this end, this project will require staffing that is capable of supporting the team in designing and building an information campaign for these purposes.

Chapter 2. Status and Challenges; Forms of Support Going Forward

2.3. Kansai Original Festival to Experience the Future of Content and Waza



2.3.1. Action Plan Implementation Overview

Overview of Implementation:

The traditional crafts that are the pride of Japan and enrich our lives are created by craftspeople who breathe life into their works. These crafts embody the “*waza* of *monozukuri*” (literally translated as, “the way of making things”). The aim of this Action Plan is to implement an exhibition/show event that allows visitors to experience the *waza* of *monozukuri* in parallel with anime content. As such, this event will be the first of its kind for the Japanese government. Two zones are contemplated for the venue: a zone for the Monozukuri Open Factory; and a zone for anime content.

The Monozukuri Open Factory will display commemorative sculptures that will involve the participation of the public before and during Expo. Before the exhibition period, exhibitors at their respective production areas and workshops will work with prospective visitors to create the sculptures to be unveiled at the Expo venue. These sculptures will be exhibited during the exhibition period at the Expo venue where visitors from all over the world will be invited to make modifications. These transformed sculptures will then be put on display at each production area and workshop and will become a legacy of this Expo as monuments to the event.

2.3.1. Action Plan Implementation Overview

The aim is that through this experience, visitors will gain awareness of differences in what is perceived as appealing from person to person and become an opportunity to consider new forms and values in the future of *monozukuri* in terms of the art of making things. Additionally, tours will be arranged to allow Expo visitors to visit each production area and workshop.

The Anime Content Zone will center on experiencing the appeal of Japanese anime content. This will involve show events implemented with the partnership of international events that disseminate Japanese anime content. Event costumes will be produced in collaboration with regional *monozukuri* producers.

- **Implementing parties:** METI, The Kansai Bureau of Economy, Trade and Industry; international event organizers.
- **Location:** Inside the venue (Messe, large event space, square for outdoor events), outside the venue (proximate exhibition hall, exhibited product area, others).
- **Duration:** Part of the period

2.3.1. Action Plan Implementation Overview

- **Event concept:** The stories behind “the life and spirit embodied in the word anime” and “manga” and the monozukuri of traditional crafts and regional brands. Craftspeople and creators alike breathe life into their works. These are industries that continue to fascinate the world, transcending time and generations as they pass on Japanese culture and spirituality to the future.

This exhibition aims to create a space for exhibitors/creators and visitors to engage with each other and to offer the experience of waza and content brimming with life, and as we learn how these are understood and perceived from both domestic and foreign perspectives, become an opportunity to elevate the form and value of the monozukuri of the future.

Implementation Approach Going Forward

Monozukuri SMEs and producers will be called upon to participate in the Expo events. Further, seminars will be held for the *monozukuri* SMEs to convey the philosophy and event concept of Expo and help them refine their brands and their appeal in preparation for the exhibit.

In order to increase visitor draw both domestically and internationally, the implementation of this Action Plan includes campaigns centered on partnering with international events that promote Japanese culture primarily in the area of the anime content industry.

Budget

Course of the Action Plan to Date

This Action Plan has been proceeding based on the discussions of the team from METI, The Kansai Bureau of Economy, Trade and Industry regarding the event concept. It is expected that the implementation of this Action Plan will begin in earnest from April 2024.

Direction of the Action Plan

Discussions among related businesses from the start of this Action Plan to the present have mainly focused on the "content" to be exhibited. In considering how to provide support in the future, it is necessary to first conduct a series of interviews with overseas visitors to understand their needs and what interests them in Japan, so that the related businesses can clarify the concept of the exhibition.

2.3.2. Key Findings from the Interviews

Based on the interviews conducted with the responsible teams, key challenges at this stage are identified as follows.

2.3.2.1. Unclear concept

The aim of the events under this part of the Action Plan is to introduce to the world the *monozukuri* techniques of the Japanese traditional craft industry and of Japanese SMEs, along with anime content. However, we found a lack of clarity as to what the team wishes to convey through "waza" for the *monozukuri* aspect. Consequently, the concept of the event overall is unclear, thereby resulting in a situation where it is difficult to solidify plans.

2.3.2.2. Lack of linkage between "waza" and "content"

It is planned to exhibit "waza" and "content," linked together, but we found that a link was lacking. Lack of linkage between the two concepts could result in an exhibit that simply presents the two in parallel as separate concepts.

2.3.2. Key Findings from the Interviews

2.3.2.3. Lack of market research to encourage visitors from overseas

While this Action Plan places more emphasis on encouraging visitors from abroad than from within Japan, it does not adequately reflect an awareness of what people from abroad find interesting about Japan..

2.3.2.4. Lack of specificity in planning

This Action Plan aims to convey to visitors the attractiveness of Japan through the synergy between Japanese *monozukuri* and entertainment content. However, emphasis has been placed on evaluating specific plans for the "content" part, to the effect that there has been no progress on the specifics of what to be conveyed through "waza" in the *monozukuri* part. In addition, as mentioned above, because the concept and planning are vague, the situation is difficult in terms of corporate sponsorships. Furthermore, there was a lack of progress in gathering information on manufacturing SMEs and traditional craftspeople.

2.3.3. Proposed Solutions and Approaches

2.3.3.1. Concept blueprint needs to be reevaluated.

First, it is necessary to establish clear goals for implementing this Action Plan and to further solidify its concept. In order to solidify the concept, it is first necessary to identify what kind of technology to introduce as "*waza*" (e.g., technology in the traditional crafts field, manufacturing industry related technologies). To this end, it is essential to collect information in advance, including through interviews with manufacturing SMEs and traditional crafts businesses.

Similarly, it is necessary to limit the scope of the content to be introduced under "content" to the extent that it can be envisioned with specificity. For example, does the team envision globally acclaimed content such as Doraemon and Dragon Ball, or the latest content combining drawing, filmography, and computer graphics.

2.3.3.2. Combining *waza* and content for the exhibit.

As mentioned in the discussion of the challenge above, linkage of "*waza*" and "content" is essential for this Action Plan. In such projects, responsibilities are often divided among the team, resulting in exhibits not coordinated with each other. To prevent this, the team should proceed with their work on the exhibit keeping the link between the two concepts in mind.

2.3.3. Proposed Solutions and Approaches

2.3.3.3. Efforts to promote visits from overseas

Interviews with people from abroad will be necessary to ascertain the needs in terms of what about Japan is of interest to them. In addition, since it is essential to actively disseminate information to visitors from abroad, personnel who will be able support the design and construction of an information campaign for these purposes, should be brought on board this project team.

Another effective means of attracting visitors from abroad is to consider exhibiting content that has been popular abroad in recent years. For example, the 2022 anime version of "**Bocchi Za Rokku!**" based on the manga by Aki Hamaji, won a record eight awards at the "9TH TRENDING AWARDS" organized by "Anime Trending," a non-Japanese site for anime fans, including Anime of the Year and Best in Adapted Screenplay. If for instance, if "**Bocchi Za Rokku!**" were to be taken up in "*Waza*" and "Content," a possible idea would be to produce a guitar modeled on one appearing in the series, but finished with Japanese lacquer. In this way, synergy between content that is popular overseas and monozukuri has great potential to develop into content that can convey the appeal of Japan's monozukuri to the rest of the world.

2.3.3. Proposed Solutions and Approaches

2.3.3.4. Need to coordinate with copyright holders at an early stage.

Many works that combine monozukuri with anime and manga have been released to date, such as "**Evangelion**" made with Kutani ware, "**ONEPIECE**" made with Arita ware, and the collaboration between Edo faceted glass and "**Idol Master Cinderella Girls**". By gathering and exhibiting such works from all over Japan, there is a possibility of creating interesting content that visitors can enjoy. To this end, consideration should be given at an early stage to seeking cooperation from businesses that hold copyrights to anime and manga.

2.3.3. Proposed Solutions and Approaches

2.3.3.5. Call for submission of anime-traditional craft collaboration works; contests.

As to the goal of generating excitement not only in Osaka and the Kansai region, where Expo will be held, but also throughout Japan, one way that may be worthy of consideration involves inviting the cooperation of monozukuri SMEs and businesses involved in traditional crafts. These businesses can be called upon to submit works of collaboration with anime or manga for the “Content” exhibition, and contests can be held in this connection. Through initiatives of this kind, momentum can be built organically for this exhibit and even Expo overall.

2.3.3.6. Keeping coordinated with the anime industry during Expo.

There will likely be new releases of anime and manga content during Expo. If this is coordinated with Expo, Expo can serve as a segue for Expo visitors to visit movie theatres and other spaces in which such content can be enjoyed and conversely, visitors to movie theatres and other spaces could be drawn to Expo through advertising.

Chapter 2. Status and Challenges; Forms of Support Going Forward

2.4. Global Startup EXPO 2025



2.4.1. Action Plan Implementation Overview

Overview of Implementation:

With startups expected to play a role in solving global issues, this Action Plan invites people involved in startups from around the world to seek solutions through business exchanges and other dialogue aimed at resolving issues.

Specifically, global venture capitalists (“VCs”) and institutional investors who are interested in solving social challenges will be invited to participate. The event will include sessions, pitch events and exhibitions with startups from around the world.

➤ **Implementing Parties:**

Ministry of Economy, Trade and Industry (METI), Japan External Trade Organization (JETRO), New Energy and Industrial Technology Development Organization (NEDO), and other organizations

➤ **Location:**

At the exhibition site (tentative)

➤ **Duration:**

A part of the period is assumed.

2.4.1. Action Plan Implementation Overview

Implementation Approach Going Forward

- Plan and organize for the conference.
- Consider holding events before and after the conference to maximize the effect.

Budget:

Course of the Action Plan to Date

The Action Plan has been developed by the METI, The Kansai Bureau of Economy, Trade and Industry (METI-Kinki), which has been involved with related business organizations, concept development, and the selection of exhibition content, such as pitch events and discussion sessions.

2.4.1. Action Plan Implementation Overview

Direction of the Action Plan:

Since many companies are expected to participate in the Action Plan, it is being considered to make this event an opportunity for dialogue, exchange, and business talks among companies. A pre-event is planned for around September 2024, where startups from around the world will gather. At this stage, the startups to be invited have not yet been selected because the challenges to be explored have not yet been determined. Going forward however, collaboration with various communities is envisioned.

Proposed plan requests at this stage	
Period	Two days in September 2024
Location	Messe site (2,000 m2 x 2 sections)
Program	• Key note speeches/talk sessions • Pitch Contest • Exhibition booths (booth exhibits, demo exhibits)
Number of exhibitors	100 to 120 companies
Booth exhibits	Zoned by theme of social challenges to be solved (e.g., environment/energy, healthcare, food, education.)
Number of visitors	10,000 (for 2 days)
Other	• Space for a virtual event will be made available • Pre-event(GSE2024) to be held

2.4.2. Key Challenges Identified in the Interviews

Based on the interviews conducted with the responsible teams, key challenges at this stage are identified as follows.

2.4.2.1. Lack of specific themes for the exhibition

The challenges to be addressed in this Action Plan are globally common challenges, and at this stage, climate change (global warming), food security, water security, natural disasters, poverty, population issues (rapid growth/decline) and energy security, have been suggested as potential themes, but since the themes remain broad and vague, we found that it has been difficult for the team to make progress on the exhibit.

2.4.2.2. Unclear purpose and target audience for the event

A target audience for the exhibit has not yet been determined. The message to be conveyed to visitors through the event also remains undetermined. As such, this has held up progress in thinking through the plan.

2.4.2. Key Challenges Identified in the Interviews

2.4.2.3. Lack of a method for selecting globally competitive startups that have not been selected as J-Startups.

When selecting startups for the panel, there must be startups that are not participating in the J-Startups that have the potential to be globally competitive, but at this stage, the criteria for selecting such startups are not in place, and the question of how to guarantee their success is expected to arise in the future. The question of how to guarantee the selection of start-ups of this type is not well-developed at this stage.

2.4.2.4. Possibility of ending up as a one-time event

If this Action Plan is to provide a venue for companies working on common global issues to come together, it must be made into a legacy as an event that will continue to be held in Kansai after the Expo. In the future, it will be necessary to design a concrete plan for how to continue the event as a series and to involve related businesses.

2.4.3. Forms of Support Going Forward

Specify the theme of the exhibition

2.4.3.1. The selection of VCs and institutional investors to be invited and startups to be introduced

This action plan envisions inviting global VCs and institutional investors who are interested in solving social challenges, not only in Japan, to introduce Japanese startups' technologies and services to the world. However, to attract global VCs and founders from abroad, it is necessary to expand into the realm of sightseeing tours such as sightseeing, food, and industrial tours. It would also be necessary to hold various startup-related events in the Kansai region at the same time and tie up with travel agencies and other organizations to offer programs that allow visitors to tour around the events in Kansai.

When selecting startups in the future, it is possible that startups outside of J-Startups will be selected, so it is necessary to first prepare selection guidelines. For example, we suggest that the government set up a selection committee consisting of several experts to proceed with the selection of high-quality startups while listening to opinions from all different sides. Hearing from leading domestic VCs and others familiar with startup technology would also be effective.

Beyond Japan, this Action Plan also contemplates inviting global VCs and institutional investors who are highly interested in solving social challenges. One option would be to issue invitations through platforms that have already become global ecosystem hubs, such as the Consumer Electronics Show (CES) and South by Southwest (SXSW) in the U.S. and "Slush" in Finland. Collaboration with these platforms could make Expo an international event in its own unique way.

2.4.3. Forms of Support Going Forward

2.4.3.2. Selection of Japan's leading startups

It is also significant to take advantage of the opportunity of hosting the Expo in Japan to include startups that originate in Japan and are proud to be part of the world's leading startups. For example, nuclear fusion research is a field in which Japan is ahead of other fields and is drawing attention from the global community. Although social implementation is still some time in the future, the three Japanese startup companies (Kyoto Fusion Engineering, EX-Fusion, and Helical Fusion) that are working toward the realization of fusion reactors are particularly promising. Kyoto Fusion Engineering is participating in the construction of a fusion reactor to be started in 2025 by the U.K. Atomic Energy Authority (UKAEA), and we propose selecting such a startup.

2.4.3. Forms of Support Going Forward

2.4.3.3. Exhibits in the biotech and healthcare fields that match the Expo theme, based on the strengths of the Kansai region.

Global VCs are not paying much attention to Japanese startups because of lack of variation. When inviting overseas venture capital firms and companies, there is a concern that the event will simply be an opportunity for overseas venture capital firms to focus on overseas companies. From this perspective, since Kyoto University and Osaka University are world leaders in research and development in the fields of biotechnology and health care, and since the theme of the Expo fits with the theme of "Designing Future Society for Our Lives," it is desirable to address the issue of aging, which Japan is facing now ahead of the rest of the world and will surely face in time in other countries as well.

2.4.3. Forms of Support Going Forward

2.4.3.4. Focus on mature companies that support startups to create an environment where startups can be generated

Although the main target of this action plan at this stage is "startups," consider designing a plan that targets mature businesses that are capable of supporting startups based in the Kansai region, which will result in an event that is meaningful for startups. Therefore, it would be beneficial if this event could function as a place where mature businesses can support startups. The essential issue in the startup space today is that it is difficult for startups to get off the ground. This is since there is no structure in place to support quality startups. By creating opportunities for local companies in the Kansai region to participate, it is expected that an ecosystem will be built.