

大阪・関西万博開催に向けた御意見

御所属 株式会社黒鳥社 コンテンツ・ディレクター 御名前 若林 恵 様

1. 2025年の大阪・関西万博に何を期待しますか。

(是非すべきこと、また、すべきではないこと、後世に残すべきもの等)

- 日本で開催される、オリンピックのように複数の国が参加するイベントは、ある程度の盛り上がりを呈し、開催した事が正当化されることが多い。しかし、国の予算を使うのであれば、開催によってどのような効果があり、国民の生活や社会にどのような影響があるのかを国民が理解できるように説明する必要がある。
- インターネットやソーシャルメディアが普及したことで、従来の社会システムが破壊された。このことに対し、新しい社会システムのデザインそのものを考えなければならないという危機感が、欧米人に比べ日本人は非常に低い。
- 万博には世界に先駆けて新しい社会システムデザインのコンセプトを提示することを期待したい。

2. 大阪・関西万博で見せるべきコンテンツは何でしょうか。

(例：最先端技術の実証、SDGs 達成への貢献、ライフサイエンス分野との連携等)

- 大阪万博のテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」に向けてのビジョンやそれに向けて求められる取り組みの方針を国側が大阪府民や日本国民、また海外の方に対して示すことが重要である。テーマを掲げ、イベントを開催するだけでは、自分たちの生活に関係ないことを行っているのではないかということになりかねない。
 - 他国に先んじて多くの課題に直面している日本は課題先進国と言われているが、本来は課題解決先進国になるべきであり、他国に先駆けて多くのソリューションを提供しなければならない。
 - いのち輝く未来社会をデザインするために、世の中に対してどのようなソリューションの提示ができるのか考えなければならない。
- 国や大阪は何の産業で稼ぎ、競争力を維持していくのかという問題も考える必要がある。ウェルネスは期待のできる産業だと考える。
- 万博に参加する各国が、自分の国で最も優秀な文化人を連れてきてラウンドテーブルで議論してもらうのも良いのではないか。
 - 例えば、万博では文化というものをどう考えるか議論し、声明を出しても良い。
 - ドキュメンタリー映画を各国1本ずつ制作してきたもらい議題をセットしても面白い。

3. 会場計画及びインフラ整備について、新たなアイデアや御意見をお願いします。

(例：会場のデザイン、水面や緑地の利活用、待ち時間のない万博とするための手法、災害対策、暑さ対策等)

- 「退屈さ」「静けさ」「穏やかさ」といった日本の良さ・売りとの親和性のあるウェルネスに配慮した会場計画やインフラ整備が良いのではないかと。
- 科学技術についても、ちょっとしたものであれば既に中国で実装されている場合がある。
- 近年のテレビ業界では、バラエティ番組「テラスハウス」のヒットが注目された。特別大きな事件が起こらない放送が何週も続くことも珍しくないが、視聴者に好評だった。日本の売りには「退屈さ」「静けさ」「穏やかさ」などが挙げられるのではないかと。
- これらの売りを価値として大事にしたインフラ整備も日本で開催する万博として相応しいと感じる。
- 「退屈さ」「静けさ」「穏やかさ」とウェルネスは親和性が高い。
- ウェルネスについては、成田空港に到着した瞬間から、空港施設や移動する電車の中などが健康向上に向けて作動している、例えば電車の社内が酸素カプセル状態になっているなどしていると面白い。

4. そのほか、御自由に御意見をお願いします。

- 目標来場者数は達成するに越したことはないが、「それでどうだったのか」ということが問われる。仮に興行としての合格点は来場者数にあっても、指標はそれだけではないはず。市民を含めたあらゆるステークホルダーに対して、さまざまなメリットを考慮すべき。例えば、経産省内に新たなコネクションができるといったことも重要な目標となりうる。
- 経済産業省自体が万博のポテンシャル、KPI を細かく決めることが重要である。これを機として何を獲得したいのか。
- 参加する企業はもとより、講演を行うような人に対しても、どんなインセンティブを提供するのか細かく設計することが重要である。
- 来場者動員といったわかりやすい数字を指標とする局面においては、それをできるだけ楽に達成できる方法を設計すべき。有名なタレントを招聘することで、目標とする来場者数を達成できるのであれば、そうすべき。ただし、そうした数値目標を KPI とする場面と、そうでない場面とは切り分けて考えないと、中途半端な達成しか得られない。
- プログラムのひとつひとつについて、何を目的にそれを行い、何が達成されれば良いのかを、具体的に想定する必要がある。プログラムの内容を重視したい局面で、「来場者数」という指標を持ちだすと、ロクなことにならない。
- 来場者数を稼ぐものと、より本質的な意義を背負わせるものとは、担わせたい機能・目的が違うゆえに必然的に、異なる KPI に基づいて企画・運営されねばならない。