



基調講演



1. 「愛知万博の特色について」

マリ クリスティヌ（2005 年日本国際博
覧会協会広報プロデューサー）

皆様、こんにちは。よろしくお願ひいたします。そして海外からいらっしゃいました皆様方、本当によろこそ日本へ、そして愛知万博へお越しくださいました。

今日、私は会期中初めて着物を着させていただきました。それはもちろん、海外からのお客様をお迎えするというのもあるわけですが、もう一つは、「日本の文化でありますこの能舞台を、ストッキングで踏んではいけない。ソックスか足袋にして下さい。」と言われたので、「足袋を履くのなら、お着物も」と思ひまして、今日は着物を着ることにいたしました。先ほど、楽屋でお話を少し耳にしたのですが、隣の部屋で、今お話されました議長の呉建民さんが、神田知事とお話をされていました。もちろん、この万博がもたらしたすばらしい一つの効果としては、国際交流や、今お話がありましたように、多様性ということもあったと思うのです。いきなり神田知事が呉建民さんに「中国では、議長の足は大きいほうですか、小さいほうですか」と聞かれていました。どんな話をされているのかしらと思って聞いていましたら、そばで何かごそごそという音がしまして、足袋の

サイズを伺っていたらしいのです。ですから、先ほど出てこられたときも、敬意を表してございまして、足袋を履かれて、呉建民さんはここに立たれましたので、やはりそういう点で国際交流、異文化交流は、お互いの文化を尊敬しあって、良い関係を持つということが、いちばん重要なことではないかと思ひました。

今日の私のテーマは「愛知万博の特色について」です。本当にお話させていただくのでしたら3～4時間ぐらいいただかなければいけません、20分という大変短いお時間で残念ですが、今日は特色を中心にお話させていただきます。あとのパネルディスカッションの中で、きっと皆様方が多く話されると思ひますので、あまり詳しいお話はいたしません。

たくさんの特色がありましたが、大きく分ければ三つあったと思ひます。一つは、環境配慮型万博であったことが、とても重要ではないかと思ひます。「自然の叡智」、そして「地球大交流」という、二つのとても大きなテーマをいただいたわけです。

この「自然の叡智」というものの中で、恐らく博覧会の歴史としては初めて、「環境アセスメント」として、200 通り以上の環境アセスをしました。もちろん、建設する段階からアセスメントが始まったわけですが、今までの万博の歴史の中では、このようなことはなかったもので、これはとても大きな特色の一つではないかと思ひます。

それともう一つは会場建設の中で、「3R」を徹底しました。循環型社会の取り組みを世界に、そして国内外にもアピールしたことが、とても重要だったのではないかと思ひます。外国から来られていた方々と、いろいろお話させていただいた中でよく言われましたのは、「戸惑いました」ということです。それはなぜかといひますと、海外は日本ほど、徹底したごみの分別をされていなかったもので、最初万博が始まったときには、各パビリオンで働いている外国の方



と、そして日本の方とで、ごみの分別のしかたの練習から始められたそうです。皆様方から、大変勉強になったので、自分の国に帰られたときには、自分の国でもこのようなことをされたいという話がありました。

二つ目は、多様な参加型万博であるということです。今日来られている一般の皆様方もそうだと思いますけれども、このボランティア参加というのが、万博の歴史の中で初めてということもあります。2万人以上の方々、この万博6か月間の開催期間中、ここでボランティアという形で参加されています。今日の午後にも、またそのお話がありますけれども、このNGO、NPOが参加する万博も今回、万博史上初めてだということもあります。

そして、未来実験型万博。これは環境、エネルギー、バイオ、情報通信、移動、ロボットそして最先端の技術とリニモの活用なのですが、これはそういう点では大変大きな成果があったのではないかと思います。この未来実験型の万博では「環境」の実験も大きくされました。

NEDOパビリオンに行かれたことのある方は、ご覧になったと思いますが、燃料電池と太陽光発電、また万博の中で出ました生ごみをメタンガスに変えて、それを三つ混合させた形で、化石燃料を使わないエネルギーを作る実験がここで行なわれました。今回の日本パビリオンはこのエネルギーを供給していましたが、日本パビリオンの中のエネルギーと、そしてその中での運用のしかたがとても大事なセットになっており、そういう点では新しい提案にもなったと思います。

海外から来られた要人の方々のご案内をさせていただいていましたが、その中でも、やはり日本館をご覧になって、「こういう素晴らしいエネルギーが使われるようになるのですね」とおっしゃっていました。そして特に印象に残っていますのは、サウジアラビアの要人の方が来られたときに、失礼かもしれませんが、「石油はいらなくなるか

もしれませんね。」と申し上げて説明しましたら、「いや、これも素晴らしいことです」とおっしゃっていたことです。

このように、愛知万博はいろいろな形の特色を持った万博だと思うのですが、今回、入場者数が非常に多かったことが、私たちにとって素晴らしい成果の一つでもあります。今、呉建民さんもおっしゃいましたが、昨日の時点で2,100万人を超えてくれました。

もっと驚きましたのは、全期間の入場者の方々が多かったことです。なんと昨日で、全期間の入場券を持っていてもまだ一度も使われなかった7,000人もの方が、初めてチケットが使われたということです。あともう三日しかありませんので、皆様方に三日間続けて来ていただかないと元が取れないのではないかと思います。このようにして本当に大勢の方に来ていただきました。いちばん多く来られた方では、254回という方がいらっしゃいます。万博の門のすぐ外に住まわれているのではないかと思います。毎日来られていました。

とても大切だと思いましたが、今回こんなに素晴らしいインフラが愛知県につくられたということです。例えばアメリカに行きますと、国立公園が非常に整備されています。また、ヨーロッパや中東では、お金を使わずに、いろいろなお城や、自然環境をめぐることができるということがあります。日本の場合ですと、ちょっとでも家族で出かけると、お金がすごくかかります。恐らくインフラ整備の充実が大変重要なことであるわけで、そうやってお金のかからないような環境の中でも豊かさを感じることができることが、都市計画や町づくりの中で、とても大事なことだと思います。

今日は博覧会を開催された都市の市長さん、そして関係者の方が多くお見えになっていらっしゃいますけれども、そちらの、それぞれの地域の中でも、万博後に本当に素晴らしいインフラ整備ができたのではないかと思われている方もいらっしゃると思



います。今回日本はそのものが残るインフラ整備をしませんでした。むしろ今回、万博が終わりますと、すべてのパビリオン、そして万博会場の中にあったすべてのものが撤去され、そしてまたリユース、リサイクルされるものが非常に多いわけです。

ここで大切なのは、この地域の方々にとって、今まで愛して使ってこられ、さらに思い出がたくさん詰まっている青少年公園で万博を開催することができたことです。そして、そこでは閉幕後、もっとすばらしい公園として残されるようなことを、皆さんも期待されているのではないかと思います。また、その周辺地域で、例えば中部国際空港の建設や高速道路、そしてリニアモーターカーといったものが、インフラ整備として残ることによって、地域の方々は今以上により豊かな生活ができるような環境づくりが、ここでされているわけです。

恐らく、35年前に日本で行った博覧会と、今回の博覧会のいちばん大きな違いというのは、「開発万博」ということで、開発でもある意味では、「地球環境を大切にするために努力する開発」ということではないかと思えます。

今回、入場者数の中で非常に目立ったのは、ファミリーと、高齢者、シニアの方です。大体30才から49才ぐらいまでを合わせますと、40%近い方が来られています。ファミリーを連れてきて、ファミリーと一緒に親を連れてくる。そしてシニアの方々も、先ほど呉建民さんがお話されましたように、自分たちのお孫さんを連れてこられたりする光景が非常に多かったです。恐らく、シニアの方々も、70年の万博をご覧になったり、または行かれなかった方々が、自分の孫と、またファミリーと共に、すばらしい思い出を作ろうという気持ちを持たれて来られたのではないかと思います。やはり、この万博の成功のいちばん大きな成果というのは、こうして世代間の交流があったということと、海外から来られた方々との、すばらしい交流があったからではな

いかと思います。

この愛知万博でいちばん最初に広報プロデューサーとして任命されましたとき、BIEの会議でスイスに行かせていただきました。そのとき、いちばん最初に言われたのは、「万博というのはグレート・コミュニケーションのエクササイズである」ということです。やはり、コミュニケーションをすることが本当に大切なことで、この愛知万博の中ですばらしい国際交流のコミュニケーションができたのではないかと思います。もちろん、入場者の数は、とても大切なことでもあると思います。それが万博の成功を測る一つの基準だとも思います。けれども、やはりもっと大切なことは、入場者数以上に、その地域、開催された地域の方々、「もう一度ここで万博を開催したい」と思うことです。私はいろいろな方から「万博がそろそろ終わるけれども、もっと長く伸ばすことはできませんか」という声をかけられています。「私の一存ではそういうことはできませんけれども、ぜひもう一度万博が来るといいですね」と申し上げています。

やはり、万博の成功というのは、そうやって世界中の方々が「行けなくて残念だった」、または「あと一日、二日あるから行ってみたい」という気持ちになることです。今となれば、本当に若い方、そして東京にいらっしゃる方々も、そうやって行けなかったことを、残念に思っているかもしれません。そして入場者数がこの1週間で、1日20万人を切らないぐらいに、多く来られているわけです。しかし、いちばんの万博の成功というのは、これだけ多くの方に来ていただいて、そして愛知県が変わったということだと思います。今まで海外に出かけていて、その国の文化やそして人々と触れることはできていたかもしれませんが、このように6か月間ずっとこうして外国人が滞在していたということが、とても大きな一つの成果ではないかと思います。

そして、愛知県がこの愛知万博を盛り上



げるために「フレンドシップ事業」を行っておりました。今まで万博開催の中では、これだけの規模のフレンドシップ事業はなかったのですが、一市町村一国フレンドシップ・プログラムの中で、愛知県すべての市町村がどこかの国と交流することができたわけです。そこで生まれてきましたすばらしい友情とすばらしいフレンドシップは、一生皆さんの思い出の中に刻み込まれていると思います。

特に、子供たちが初めて外国人と出会い、初めて自分の文化と違う人々と触れることができたことで、彼らは、これから世界を見る目が変わり、これからの人生も変わってでしょう。ですから、そういう点では愛知万博の成功というのは、地元の方々が、どれだけもう一度、このような大きなイベントをここで開催したいという気持ちをお持ちになるかということによって、測れるのではないかと思います。

今日は一日、皆様方が会議をされますけれども、万博がもたらしましたこのすばらしい成果の裏には、いろいろ大変なこともたくさんありました。たくさん問題があった中でも、こうして乗り越え、そして成功に終わっていく万博はどのように作られたかということ、これから将来万博を開催される都市の方もお聞きになりたいと思います。私も今日は皆様方と一緒に、一日シンポジウムにも参加させていただきたいと思います。

今日は、関係者の方が大変多くいらっしゃいますけれども、一般の市民の中にも愛知県に夢を持って、お聞きになりたいということで来られている方が大勢いらっしゃいますので、ぜひ一緒に有意義な一日をおくりたいと思います。

ご清聴、ありがとうございました。



2. 「万博が都市や地域に与えた影響」

ピーター・ヴァン・ヴェセメル
(建築家・都市プランナー)

皆様、こんにちは。本日は「万博の目に見えない心 社会および環境の緩やかな近代化についての見通し」というタイトルでお話させていただきます。

さて、万博の都市・地域に対する影響とは何でしょうか。この疑問について考えようとすると、また別の疑問が出てきます。実際、万博の影響・効果とはどのようなもののでしょうか。プラスのものなのでしょうか、それともマイナスのものなのでしょうか。あるいは開催都市・地域に限定された影響ではないのでしょうか。また、万博の成功とはどのようなものなのでしょうか。成功と不成功をどのように見分けるのでしょうか。またそれをどのように測定できるのでしょうか、あるいは実際に測定可能なものなのでしょうか。

一般的に、万博の影響は定量的に測定されます。来場者数、出展者数、参加国数、展示会場の広さ、現金収入額などが、すべて前回を上回れば良いという考え方です。しかし、来場者に対して、また開催都市・地域に対して万博が実際にどのような影響をもたらすかということは、こういった定量化では測ることができません。つまり、実際に来場者がどんなことを学んだのか、彼らの考え方あるいは行動がどのような影

響を受けたのか、そして彼らの社会・文化全体がどのような影響を受けたのかということは、定量化では分からないのです。しかし、私は万博の成功や長期的な影響は、まさにこういった観点から検討されなければならないと考えています。ですから数字は数字として、ここでは万博の質的な面を考えていきたいと思います。すなわち、万博がどのような影響を及ぼし、何を成しえたのかということです。

そもそも万博とは何なのかという問いに立ち戻ってみたいと思います。

万博とは一般大衆を対象としたものです。過渡期にある社会の市民を対象として、いわゆる近代化、グローバル化が従来の日常生活に与える影響により、市民社会の構造を変化させようと試みるものです。そしてその変化は、単に改革を喧伝するのではなく、伝統と近代化のバランスを取り、グローバルとローカルの調和を図ることによって、あるいはユートピアを見せるのではなく、現代の科学、技術、デザインがよりよい生活に役立つということを示すことによって成し遂げられることを目標としています。

万博は、抽象的な理論を示すのではなく、モデル都市における明日の生活をモデル化して見せることによって来場者を「明日の世界」へと誘い、変化を起こそうとします。来場者は、「明日の社会」を実際に歩き回ることにより、楽しく学び、また遊ぶことができます。そして万博が提示する近未来社会の全体像を実体験することにより、来場者は新たなビジョンをその心や文化に受け入れ、最終的にはこの来場者が将来に向けて貢献しようとするモチベーションを高めるということにつながります。

このような社会・環境における緩やかな変化は、政治家や科学者によって起こされるものではありません。実際には、産業やサービス分野における高い改革意識をもった指導者たちが、その手綱を握っています。



彼らは新しい製品やコンセプトを作り出していくことで、実際に明日の世界を作っているのです。つまり万博とは、華やかな衣装をまとった消費者教育・市民教育であるわけですが、教育的な側面、あるいはメッセージ性なくして、万博は「国際博覧会」にはなりえません。そのような側面がなければ、規模を大きくしたディズニーランドに過ぎないわけです。しかし、万博は違います。万博から発信される教育的なメッセージこそが、まさに「万博の目に見えない心」なのです。

しかし将来の万博を設計するプランナーや建築家の皆さんは、「万博の成功を測定することは困難であり、万博には測定不能な『目に見えない心』がある」と言われても、どうすればいいのかと思われるかもしれませんが。ここでは、この「万博の測定不能な目に見えない心」について考えてみたいと思います。

まず、「万博の教育的効果」についてです。先ほど申し上げたとおり、万博というのは社会に構造的な変化を及ぼすものであり、こういった変革を認識し、説明し、促進していくものです。万博は構造的な変化の触媒として作用するのです。これは、これまでの万博の歴史からもお分かりいただけるかと思えます。

1851年(ロンドン万博)は、まさに伝統的な手工業から工業生産の時代へと変わった、産業革命の時代です。そして機械化、標準化、プレハブ加工のメリットというものが示された時代でした。

1867年(パリ万博)、次の時代がやってまいりました。初期の社会学者・経済学者などが、資本主義、近代主義、グローバリゼーション等のマイナスイメージを払拭しようとして努力しました。その手法として、いわゆる労働階級の人々のために作られた工業的な装置や道具を展示・宣伝し、従来の伝統文化と急速な変化の調和を図りました。

そして1900年(パリ万博)、この時代は工

業生産ならびに日常環境における応用科学の時代です。電気を使うことにより、かつてない未来のおとぎばなしのような都市モデルが展示されました。

1939年(ニューヨーク万博)、さらに新しい時代が幕を開けました。社会・経済というものを生産と労働という観点から考える時代から、消費と個々人の発展という観点から考える時代へ変わったのです。つまり市民そして消費者への教育というものが重要な原則となり、また、それまでの社会・経済的な発展に対しての自由放任主義の態度から、きちんと秩序立った、計画的な開発への時代へと変わっていった時代です。

そして1970年(大阪万博)には、製品の消費から、サービスの消費、特に価値やイメージの消費への変化が示されました。当時まだその言葉はありませんでしたが、これが「経験経済(エクスピリエンス・エコノミー)」と呼ばれるものです。

さて、万博というものが、いかに社会の構造変化を教育的な展示として表現してきたかということを説明し、「イデオロギー」という死語を使わせていただくために、ここで1939年のニューヨーク万博について考えたいと思います。この万博では、万博のイデオロギーを示すものとして、「今日の道具を使って明日の世界を作り出そう」というスローガンが掲げられました。そして実際に、当時の科学・技術・デザインをもとに、30年後のより良い社会を展示して見せたのです。

そこでは消費の新しいコンセプトが提案されました。それは消費を「大げさな浪費」と捉えるのではなく、現実的な日常の行為として、また日常生活の向上を楽しむための当然の報酬として捉える考え方です。また同じように、「プランニング」を科学的ツールと捉え、それによって経済・生産・消費、さらには社会・地域・環境の開発と改善を促していくという新たなコンセプトが提唱されました。

この万博では、教育的な側面が4つの要



素に分かれていました。万博会場自体もアメリカの暮らしにおける4つの側面、衣・食・住・移動手段をもとに分けられており、来場者は会場内を歩き回ることそのまま未来のある1日を実体験することができました。それぞれのセクションの入口ではそのセクションの社会的意義が新聞の見出しのように紹介され、セクション内にはその未来像を示すテーマ展示が置かれていました。たとえば「移動手段」セクションでは、四輪馬車から飛行機へという技術的な進歩が、生産・貿易・発展の拡大という観点から紹介されていました。その展示内では、最終的にニューヨークからロンドンへ宇宙船のような交通機関で移動するという未来像が描かれていました。

展示企業も同様に、こぞって彼らの現在・未来像を浮き彫りにする展示を行いました。例えばゼネラル・モーターズ(GM)社は、単に製品の背景にある技術を説明するだけではなく、最先端の研究開発部門における最新の科学的発見を「サイエンス・ショー」という形で展示しました。GM社は、今では世界的に知られているこの「フューチャラマ(Futurama)」という未来展示において、当時まだ実現していなかった技術革新を用いて1960年の移動手段を描き出していました。そこには例えば飛行機のそれと類似した集中管理ナビゲーション・システム等が展示されていました。これこそ先に述べた「よく学び、よく遊ぶ」という万博教育術と言えます。

そして展示スペースの中心には「デモクラシティ(Democraciy)」というメイン展示が置かれていました。これは映像、音声、光効果を使用したマルチメディア展示によるジオラマと市場で、来場者はまさしく未来の社会と環境に入り込むことができました。デモクラシティによるシミュレーションは万博会場自体の設計と非常に似通っていたわけですが、これはもちろん偶然ではありません。万博の「より良い社会・環境」像は、近未来に置かれているからです。

さて、次に万博の影響とは何かという最初の質問に立ち戻ります。もし万博が、社会および都市の未来像と、教育的なテーマパークの両方を表現するものであるとするなら、これは少なくとも二つの点で挑戦があります。一つは教育面、もう一つは輸送・技術面に関するものです。この場合、多くの影響・効果をそれにしたがって分類しなければなりません。その中には、具体的に定量化できるものもあるでしょうし、あるいは形が無く定量化できないものもあるでしょう。物理的な影響は、例えば面積で定義されるでしょうし、経済的な効果はユーロ、ドル、円などで評価されるでしょう。しかし、社会に対する効果、市民に対する思想的教育効果はどうでしょうか。

ここでパリのイル・ド・フランス地域を例に取ってみましょう。この地域で行われた一連の万博の物理的影響は、非常に目に見えやすく、追跡しやすいものです。

まず、パリの主なインフラの整備があります。オルセー駅を有する環状線、これはパリ独自の列車システムの先駆的存在であり、最も古い地下鉄でもあります。観光客誘致のために導入された川の遊覧船や、パリ周辺の幹線道路を補うために建設されたアレキサンダー橋等も忘れてはなりません。

次に都市開発ですが、イル・ド・フランス地域とは大ざっぱに言ってエトワール広場とシャン・ド・マルスの間、それからセーヌ川沿いにアンヴァリッドまでの地区を指しますが、これらはこの地で行われた万博の直接的な産物ということができます。また物理的側面と制度的側面の融合として、博覧会が残した各種の文化施設があります。すなわちトルカデロ宮殿やプティ・パレ、グラン・パレ、もちろんエッフェル塔もその一つです。

社会的・経済的に考えると、万博は何よりも地元の経済に対して大きな刺激を与えました。何百万人という来場者を迎える大規模な博覧会場の建設・輸送には、途方も



ない時間と作業が必要でした。これは豊富な雇用創出とビジネスチャンスをもたらし、同時に大幅なフランス政府の税収増を産みました。

しかし、構造的な側面をもっとよく見ると、他にも重要な経済的影響がありました。万博によってこの地域・都市が世界中の何百万人もの人に、その素晴らしさとともに記憶され、パリに対する「近代的なメトロポリスで、最新の娯楽を提供する」というイメージが定着しました。このような洗練されたライフスタイルを享受できる「光の都市」のイメージ、そして芸術や、ファッションにおいて洗練された世界都市というイメージは、これも当時はそのような言葉がありませんでしたが、まさに「都市のブランド化」であると言えます。新たな都市への進出を目指す企業にとっても、休暇の旅行先を探す市民にとっても、「パリは何でもある世界都市だ、絶対に行かなくては」と思わせるこのブランド力は、非常に重要な要素です。より身近な面としては、観光やショッピングの際の商業施設(デパート、レストラン、ホテル、娯楽施設等)の発達にも万博が貢献しています。

同様に身近でありながら、より重要な点として、万博は輸送・観光・貿易分野における組織の整理と合理化を促しました。例えば都心部の地下鉄の統合、乱立したバス会社の統合、観光局や商工会議所の発足などがそれにあたります。

最後に、万博の教育効果についてはどうでしょうか。何年もたつと、教育的影響は消えてなくなりそうですが、だからといって重要ではないわけではありません。私は、このような教育的・イデオロギーの効果というものは、新たな進化の局面へ向けて加速化する社会の近代化において、万博が及ぼす最も重要な効果だと考えています。

名前は「万国博覧会」であっても、実際の来場者は95%が主催国内からです。ですから、万博の真の役割は未来の社会・都市

を人々に提示するという点にあると言えます。そして人々はその後何十年にもわたり、その強力かつ魅力的な情報に基づいて考えたり行動したりするようになっていきます。明るい未来のメッセージが、人々の手元に届き、彼らの自信につながります。人々が自分たちで行動を起こし、世界の一員となるよう働きかけるため、1939年のニューヨーク万博では「今日の道具を使って明日の世界を作り出そう」というスローガンが使われました。

それでは、ここまでの分析からどのような結論が得られるかを考えてみましょう。次の万博を成功裏に進めるためには、何が必要かということです。まず1点目は、近代的でグローバルな社会の発展に必要な今後の構造変化を模索すること。2点目として、新しい社会や都市、万博の教育的側面についてのシナリオを作ること。3点目は政治家や科学者だけではなく、経済界、特に創造的で前衛的なビジネスリーダーたちを巻き込むことが重要です。

それでは、この3点それぞれについて考えていきたいと思います。

私は社会学者でも哲学者でもありません。しかし、次の大きな構造変化ということであれば、例えば私の出身地であるオランダを例に取ると、次の万博は工業社会から脱工業社会の転換をテーマにすべきであると考えます。すなわち、サービス、知識、情報技術などを提供できる社会、クリエイティブな産業がキーワードになります。「情報主体の創造的な社会」と言えるでしょう。

しかし、ここ極東ではまた話は違うと思います。ここでは全く違った現象が起こっています。すなわち工業化のプロセスに特有な現象と、消費社会の発展、あるいは脱工業社会の誕生が同時に起こっているのです。これは非常に複雑な状況ですから、より良い未来の社会と環境を構築するために、どのように企業や政府、そして市民が協力していくべきかについて、さらに明確で広



く受け入れられるビジョンを提示する必要があります。

2点目、新しい社会・都市、ならびに万博の教育的側面の模索については、さらにもっと時間が必要ですし、同時に次の万博の内容を考えるにはまずその万博がどの都市・国・地域で開催されるかを知らなければなりませんので、また別の機会に詳しくお話しさせていただきたいと思います。というのは、万博には地元の特性が非常に重要であり、その情報なくしてこの点に深入りすることは非常にリスクの高い作業ですので、今はこれ以上お話しすることは避けたいと思います。

しかし、開催都市の情報がなくても我々が学ぶことのできる教訓があります。それは組織運営に関することですが、この席にいらっしゃる都市・地域の皆様は、今後万博開催のチャンスと同時に非常な重責を担うこととなります。その特殊性と複雑性について、おそらくすでに十分ご理解のことでしょう。

次に3点目です。建設、インフラ、宿泊施設などの輸送・技術面については、人口何百万人という大都市を設計・管理されている皆さんの日常業務とは、共通点が多いように見えるかも知れません。しかし、教育・イデオロギーの側面となるとどうでしょうか。これは全く新しい部分だと思えます。この部分では、例えば博物館や教育者、あるいは科学や芸術の最先端の革新者などから学ばなければなりません。しかし、ここでもう一度考えたいのは、やはり産業界にもこの役割を担ってもらいたいということです。特に今、社会が情報主体の創造的社會へと変化しつつある中では、現在の社會を作っている創造者たちに重要な役割を果たしてもらわなければならない。

通常の美術館や教育的施設においては、職員自身はその施設の恒常的な展示品を扱うのに対し、万博ではその展示品を提供するのは主催者でなく、出展者です。万博は、もちろん科学者や政府にとって理想的な発

表の場でありますが、同時に、産業界がどれだけ未来に貢献できるかを、実際に手で触れることのできる製品で示せる理想的な発表の場でもあることを忘れてはなりません。出展企業はそれによって非常に力強く、かつ魅力的な方法で、未来の社會を見せることができるわけです。そのような出展者を見つけ、出展を要請しなければなりません。彼らにコンタクトを取り、出展交渉を行うには業界の革新的リーダーこそがうってつけでしょう。

万博の歴史を見てみますと、このような「新しいビジネスリーダー」がいかに万博開催の主導権を握り、同時にその教育・イデオロギー的側面を左右してきたかがわかります。1851年には、それはエンジニアや実業家でした。1867年には経済学者や初期社會学者、1900年代は応用科学者、1939年には工業デザイナーや社會学者がそうでした。1970年代はイメージーション分野のリーダーでした。そして将来は恐らく、私の考えでは、クリエイティブ分野の人々が担うと考えています。

それでは、結論にまいりましょう。最初に提示した疑問に対して、私の講演が少しでも解明の役に立てれば幸いです。万博が都市・地域にもたらす影響とは何か。そしてその効果は都市・地域だけにとどまるものであるのか。そして万博の成功とは具体的に何なのか、それはどのように測定するのかということです。

お話ししてきたように、万博の成功には定量的な部分もありますが、その一方で質的、主観的な部分もあります。その定量化できない部分こそが「万博の目に見えない心」なのです。

万博は、教育と娯楽を融合した独特の催しであると同時に、近代化・グローバル化のプロセスを発信し、地域や国の社会的・文化的変革を促進する手段でもあります。もしこの点を無視して万博組織運営を政府の観光局に丸投げすれば、万博は商業的な



観光イベントにしかならず、万博も無数に
あるツアープランのひとつとなり、ひいて
は地球を多くのリスクにさらすことになり
かねません。

ご清聴ありがとうございました。