

2018年5月11日  
No.2018-002

## 万博成功に向けて:1970年万博の示唆

- ①理念・エンターティメント性・希望を重視した全体設計、  
②オールジャパン体制、③若手・ベンチャー活用、  
④レガシー創出等が重要 —

調査部 関西経済研究センター長 石川 智久

### 《要 点》

- ◆ 現在、大阪は2025年の万博開催を目指している。6月には博覧会国際事務局(BIE)での立候補国によるプレゼン、11月には投票が行われるが、各国で熱心な誘致活動が続いている。誘致レースはまだ予断を許さないが、誘致に成功した場合、速やかに開催できる体制を構築する必要がある。そこで万博の成功事例の一つとして位置づけられる1970年の大阪万博から成功するために何をすべきか考察したい。
- ◆ 1970年の万博の特徴として次の4点が上げられる。
  - (1) **理念・エンターティメント性・希望を重視した全体設計**:第二次世界大戦後初の万博であるブリュッセル万博では科学文明とヒューマニズムの追求というテーマ性を充実。一方で、1964年のニューヨーク万博はディスプレイ技術等を積極的に活用するなどエンターティメント性が高く、67年のモントリオール万博は未来都市のイメージを発信。1970年万博はこれらの良い点をうまく融合。
  - (2) **オールジャパン体制で人材を投入**:構想立案には湯川秀樹、井深大、武者小路実篤、大佛次郎、大来佐武郎、丹下健三等の日本を代表する研究者、実業家、知識人が結集。小松左京等が主催する私的勉強会の成果も活用。また、調整等の裏方についても日本中の人材を活用。
  - (3) **半年間の「祭」と割り切り若手や前衛芸術家等に活躍の場**:国家プロジェクトにも関わらず、若手のいわゆる「前衛」「アングラ」芸術家を投入
  - (4) **新技術・新ビジネス手法等のレガシー創出**:ジョイントベンチャーや海外事業者との提携など現在では当然の手法を万博をきっかけに導入
- ◆ 以上を踏まえると、2025年万博では、まず、理念・エンターティメント性・希望を重視した全体設計が重要。次にオールジャパンで体制を構築することも不可欠。現在、経済財政諮問会議では、ポストオリパラの経済政策について議論されているが、こうした政府の動きとも連携していく必要あり。さらに、若手やベンチャー企業などを積極的に活用することで、既成概念に縛られないものにしていくことができれば、イノベーションや新ビジネスの創出などに繋がり、万博の成功だけでなく、ポスト万博のレガシーにも発展していくと考えられる。加えて、新技術だけでなく、海外で取り組まれている新ビジネス手法などの実験場としても活用することも重要。

日本総研『Viewpoint』は、各種時論について研究員独自の見解を示したものです。

本件に関するご照会は、調査部・関西経済研究センター長・石川智久宛にお願いいたします。

Tel: 06-6479-5753

Mail: [ishikawa.tomohisa@jri.co.jp](mailto:ishikawa.tomohisa@jri.co.jp)

本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時点で弊社が一般に信頼出来ると思われる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を保証するものではありません。また、情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。



## 1. はじめに

現在、大阪は 2025 年の万博開催を目指している。3 月には BIE（博覧会国際事務局）の訪問団が来日し、日本の現状を視察した。大阪市内の公共スペースや公共交通機関にも万博のシンボルマークが掲示され、機運も高まりつつある。6 月に BIE での立候補国によるプレゼン、11 月には投票により開催地が決定されることになるが、各国で熱心な誘致活動が続いている。

立候補をしているロシアのエカテリンブルグ、アゼルバイジャンのバクーは非常に有力な候補地であるだけに、予断は許さない状況にあるが、大阪開催となった場合、万博の成功に向けて早急に準備を進めなければならない。歴代万博の入場者数 1 位は 2010 年の上海万博であるが、それまでは 1970 年の大阪万博が長い間 1 位であったことから、多くの識者は 1970 年万博を最大の成功例の一つと指摘している。そこで 1970 年の大阪万博（図表 1）を振り返ることにより、2025 年の万博を成功に導くためには何が必要でどう行動すべきかを考察する。

（図表 1）1970 年万博の概要

	1970 年万博	2025 年万博（予定）
期間	1970 年 3 月 15 日（日）から 9 月 13 日（日）までの開催 183 日間	2025 年 5 月 3 日（土）～11 月 3 日（月）全 185 日間
テーマ	「人類の進歩と調和」 (Progress and Harmony for Mankind)	いのち輝く未来社会のデザイン (Designing Future Society for Our Lives)
海外館	76 カ国、4 国際機関、1 政庁（香港）、アメリカ 3 州、カナダ 3 州、アメリカ 3 都市、ドイツ 1 都市、1 企業	未定
国内館	32 団体、展示館 32 館 (日本政府、日本万国博覧会地方公共団体出展準備委員会、2 公共企業体、28 民間企業)	未定
入場者数	合計 6,421 万 8,770 人 1 日の最高入場者: 83.6 万人 ※9 月 5 日（土）に記録 平均入場者数: 35 万人	約 2,800 万人～3,000 万人を想定 (cf. 05 年愛知万博 2,205 万人)
面積	330ha	155ha

（資料）万博記念公園 HP、2025 年国際博覧会検討報告書等より日本総研作成

## 2. 1970 年代万博の特徴

### (1) 理念・エンターティメント性・希望を重視した全体設計

1970 年万博の特徴としては、理念や理想を真剣に考えるテーマ性と、来場者が純粋に楽しめるエンターティメント性、独創的で希望を感じさせる未来像の提示の三点がうまく融合できたことである。このような形となったのは、直前三回の万博の特徴が各階層に違った形で影響を及ぼしたからと考えられる。

第二次世界大戦後初の万博はブリュッセルで開催されたが、それは科学文明とヒューマニズムの追求というテーマ性を充実したものであった。一方で、1964 年のニューヨーク万博はウォルト・ディズニー等が高度なディスプレイ技術を積極的に活用したことに見られる通り、エンターティメント性が高い万博であった。例えば、「イツ・ア・スモール・ワールド」はウォルト・ディズニーが企画したペプシ館で好評であったので、その後ディズニーランドのコンテンツになったものである。そして、1967 年のモンリオールでは独創的な世界的建築家であるバクミンスター・フラワーやフラ

イ・オットー等を起用し、従来の建築物とは全く異なるパビリオンを多く設置し、未来都市を演出した。わが国では、事務総長などのトップレベルがブリュッセルに、BIE 申請等を行った当局関係者や一部の先進的なディスプレイ担当者はニューヨーク、開催が決まった後に準備を進めた現場担当者はモントリオールに影響を受けたとされている(注1)。つまり、1970年の万博はブリュッセル、ニューヨーク、モントリオールの良い点をうまくハイブリットしたものといえる。

(注1) 岡本太郎記念館館長の平野暁臣氏の分析及び関係者からのヒアリングによる。

(図表2) 1970年万博が影響を受けた先行事例

	ブリュッセル (1958年)	ニューヨーク (1964年)	モントリオール (1967)
特徴	理念重視	エンターティメント重視	近未来都市の演出
概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第二次世界大戦後初の万博</li> <li>・「科学文明とヒューマニズム」がテーマ。これまでお題目に過ぎなかったテーマを本格的に運営の基礎に初めて置いた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・最新の展示技術を駆使し、エンターティメント性を重視</li> <li>・ウォルト・ディズニーが決定的な役割。具体的には               <ol style="list-style-type: none"> <li>①フォード館マジック・スカイウェーはオープンカーが恐竜時代にタイムスリップ。</li> <li>②イリノイ州館では生き写しのリンカーンが臨場感たっぷりに演説</li> <li>③ペプシ館ではディズニーランドのコンテンツになったイツ・ア・スモールワールドを展示</li> </ol> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・独創的な世界的建築家であるバクミンスター・フラーやフライ・オットー等が活躍</li> <li>・特殊な球体構造のアメリカ館、巨大テント構造の西ドイツ館など、ピラミッドを逆さにしたような構造のカナダ館など、各国館が革新的な建築思想を持ち込む。</li> </ul>
日本への影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>・初代事務総長の新井氏は「1970年万博はブリュッセルの系譜に連なるべき」と主張。</li> <li>・理念作成には日本トップレベルの知識人を投入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1970年万博事務局上層部は「巨大企業博覧会」に過ぎないと評価したもの、BIE申請を行った当局者や視察に行ったディスプレイ関係者はエンターティメント性の高さに衝撃。</li> <li>・1970年万博の展示技術の多くはニューヨーク万博の技術を活用。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1970年万博直前の万博であり、徹底したベンチマーキングを実施。</li> <li>・会場全体にみなぎる近未来都市感に影響を受けた日本側関係者が多い。</li> </ul>

(資料) 平野暁臣「万博の歴史」「図説万博の歴史 1851-1970」、橋爪紳也「EXPO 70 パビリオン」、ヒアリング調査等から日本総研作成

具体的には、1970年万博のテーマは「人類の進歩と調和」であるが、元文化庁長官の近藤誠一氏、元大阪大学総長の鷺田清一氏等が「現代でも通用する」と指摘(注1)したように、先見性が高く、崇高な理念が示されていた。また、丹下健三と岡本太郎が協働した、お祭り広場と太陽の塔で有名なシンボルゾーンも非常に高い抽象性・メッセージ性が表現されている(注2)。

一方で、月の石を展示した米国館、スプートニク1号を展示したソ連館といった各国館や、サンヨーの人間洗濯機などの企業館はエンターティメント性を発揮した。また、UF0のような球体が空中に浮かんだ住友童話館や高さ127.4メートルのエキスポタワーは未来の空中都市をイメージさせていたほか、動く歩道、ワイヤレス電話、テレビ電話、360度全天周スクリーン、音声認識で動くクレーンゲーム機等が導入されたように、その後普及した技術のショーケースともなった。

(注1) 関西・大阪21世紀協会「KANSAI・OSAKA文化力」の対談より。なお、岡本太郎記念館館長の平野暁臣氏も同様の指摘を行っている。

(注2) お祭り広場は地下(過去・根源の世界)、太陽の塔などの地上(現在・調和の世界)、空中(未来・シンポの世界)と3つの空間にそれぞれ抽象的な意味がある。また、生命の尊厳と無限に広がる宇宙観を東洋の曼荼羅に重ねて表現した(暮沢剛巳「オリンピックと万博」、橋爪紳也「EXPO パビリオン」より)

## (2) オールジャパン体制で人材を投入

1970年万博の特徴としてはテーマ作成に日本のトップレベルの人材を投入したことがあげられる。通産省の初代デザイン課長で戦後日本のデザイン行政の推進役である新井真一事務総長のもと、構想立案には湯川秀樹、井深大、武者小路実篤、大佛次郎、大来佐武郎、丹下健三等の当時の日本を代表する研究者・実業家・知識人18名が結集した。さらに、日本の文化人類学のパイオニアである梅棹忠夫、メディア論の加藤秀俊、作家デビュー間もない小松左京などが、国・大阪府等から依頼されるのでもなく、自発的に勉強会(万国博を考える会)を立ち上げ、多角的に万博を検討し続けた。そしてこの会の成果は最終的にテーマや基本理念に織り込まれることとなった。

また、学者やデザイナーといった表に出る部分だけでなく、調整等の裏方にも有能な人材を登用したことも注目に値する。例えば、鈴木俊一氏(元東京都知事)は東京都副知事後、新井氏の後に事務局長を引き継ぎ、万博開催に向けて調整等を行った。

1970年万博は地元の人材だけでなく、日本中から多種多様な人材が、表舞台から裏方まで活用されたことに特徴がある。

## (3) 半年間の「祭」と割り切り若手や前衛芸術家等に活躍の場

準備に投入された人材にはイサム・ノグチなど当時の大御所的な人物もいたが、失敗できない一世一代のイベントにも関わらず、若手やいわゆる「前衛」「アングラ」芸術家が数多く投入されたことも指摘できる。

具体的には、磯崎新(38歳)、黒川紀章(35歳)、横尾忠則(33歳)、石岡瑛子(31歳)、コシノジュンコ(30歳)、ちばてつや(30歳)など、その後大活躍する人材が積極的に登用された。

当時の雰囲気象徴するエピソードとして、横尾忠則のエキセントリックなデザインで有名になった「せんい館」に纏わるものがある。出典組織の日本繊維産業連盟会長の東洋紡の谷口豊三郎氏は「あなたの芸術論は全く理解できない。だが情熱はわかった。いいだろう。好きにやってくれ」と発言したと言われている(注3)。確かに、戦争の影響もあり、当時40~50歳代の人材が不足していたという事情もあるが、この話に示される通り、主催者側に「若手に思い切って任せよう」とする空気があったことが大きいとみられる。

なお、建築家ではない横尾忠則等が起用された背景には、半年たてば解体されるものについては、あえて有名な建築家を使う必要はなく、それよりも表現されるメッセージに重きを置いたことが指摘されている(注4)。

(注3、4) 平野暁臣「万博の歴史」より



(図表3) 1970年万博で活躍した人材

建築	磯崎新、黒川紀章、菊竹清訓、槇文彦、大谷幸夫、大高正人、川崎清、川添登など
美術	横尾忠則、新宮晋、吉村益信、伊原通夫、山口勝弘、井上武吉、伊藤隆道、福島敬恭、三木富雄、飯田善國、若林奮、湯原和夫、吉田稔郎など
デザイン	粟津潔、田中一光、杉浦康平、福田繁雄、永井一正、石岡瑛子、勝井三雄など
音楽	一柳慧、三善晃、黛敏郎、松村禎三、柴田南雄、石井敏、團伊玖磨、山本直純、佐藤允彦、武満徹など
漫画/イラストレーション	手塚治虫、長新太、ちばてつや、馬場のぼる、真鍋博、和田誠、久里洋二など

(資料) 平野暁臣「万博の歴史」等から日本総研作成

#### (4) 技術だけでなく新しいビジネス手法等を導入

1970年代の万博を契機に産業界の近代化等が行われたことも多かった。例えば、展示業界等では①全国レベルの業界団体の設立、②業種毎の分散発注による入札方式、③プロデューサーシステムの導入、④ジョイントベンチャー方式の導入、⑤海外事業者との提携など、現在では当たり前となっている様々な方法が取り入れられた(注5)。

当時の人々が経験したことがない巨大なイベントであるうえ、基本的に工事は万博開催の1年前に集中するなか、人手不足で増員もできないという厳しい条件の下で、遅延を避けるために様々な手法が取られたことが注目に値する。展示・建設業界では巨大なプロジェクトを工期の遅れなく成功させたことに自信を深め、当時確立した手法を「万博方式」と名付け、その後の沖縄海洋博等の大型プロジェクトに活用するようになった(注6)。

また、東京オリンピックのときに初めて使用されたエピトグラム(非常口等を文字を使わず絵で表現する手法)も現在に至るまで活用されている。

(注5) 石川敦子「資料からみるランカイ屋と装飾業の歴史」(国際研究集会 万国博覧会と人間の歴史 報告書)より。

(注6) 「建設業しんこう」2011年11月号より

### 3. 1970年万博からの視座

以上を踏まえると、1970年万博の成功要因から2025年の万博にも活かすべきポイントが多くある。

第一に理念・エンターティメント性・希望を重視した全体設計が重要であるということである。2000年のハノーバー万博では、当初計画で4,000万人の来場者を予定していたが、実際のところは1,800万人にとどまった。その結果、収支も24億マルク(約1,200億円)の赤字となり、イベントとして失敗であったというのが一般的な評価になっている。ハノーバー万博は、環境問題といった社会問題的なテーマに偏り過ぎた結果、これまでの万博に共通した「将来への期待」といった要素に乏しく、またエンターティメント性にも欠けていたことが指摘されている。一方で、2005年に開催された愛・地球博はテーマ性とエンターティメント性の両立に配慮し、2,200万人と目標の1,500万人以上の来場者を迎え、収支も130億円の黒字となった。1970年万博はテーマ性も高く、来館者が十分に楽しめるほどのエンターティメント性も発揮された上、夢と希望に溢れる未来都市なども

十分に演出されていた。2025年の万博も山積する社会課題の解決をテーマとしつつも、来場者が楽しめるエンターテインメントも充実させると同時に、希望に満ちた100年後を展望したような未来の技術のショーケースとなる必要がある。

次にオールジャパンで体制を構築することも不可欠である。万博は関西・大阪で開催されるが、日本の国家プロジェクトであり、日本の良さを世界中に発信していく必要がある。そのためにも、デザイナー等の脚光を浴びる部分のみならず、調整等の裏方まで、日本中の優秀な人材を活用しなければ成功しない。現在、経済財政諮問会議では、ポストオリパラの経済政策について議論されている。こうした動きとも連携して対応を急ぐ必要がある。

三番目に重要な視点としては、半年間の実験と割り切って若い人材・実績がまだ無い人材を抜擢していくことも重要である。前述のとおり、1970年万博は既に名を成した人物の活躍の場というより、まだ無名の人材が世界に羽ばたく登竜門でもあった。2025年の万博も若手やベンチャー企業などを積極的に活用することで、既成概念に縛られないものにしていくことができれば、イノベーションや新ビジネスの創出などに繋がり、万博の成功だけでなく、ポスト万博のレガシーにも発展していくと考えられる。

さらに、万博というと展示やパビリオンなどの建築などのハード面ばかりに目が行くが、1970年万博では業界の近代化等を進めたケースもあるなど、ソフトの部分で進化したところもある。2025年万博を新技術だけでなく、経営、マーケティング、工程管理等に係るビジネス手法の実験場として活用していくことが重要である。

#### 4. 終わりに

1970年の万博は、世界各国のパビリオンが設置され、日本が海外のことを知るきっかけの一つとなったイベントである。一方で、2025年はインバウンドの拡大が続くなか、世界が日本をより深く知るイベントになると考えられる。前述のとおり、万博は、関西で開催されるが、日本のイベントであるので、その英知と技術力を集結し、日本の素晴らしさをアピールするイベントにしていくことが重要である。

一方で、関西は博覧会とは不思議な縁がある。明治維新直後、東京が首都となるなか、京都・大阪ともに経済が衰退する。しかし、京都はまず、京都の活性化を願う豪商3人が発起人となって1871年に日本で初めての博覧会を西本願寺で開催し、興業的にも成功を収めたほか、1895年には第4回内国勸業博覧会を開催し、それをきっかけに道路・宿泊施設の整備が進められた。つまり、京都は観光都市としての基礎形成と経済復興の足掛かりに万博を活用した。また、大阪は1903年に最後にして最大の内国博である第5回内国勸業博覧会を成功させ、それを弾みにその後も経済成長を続けた。1920年代には近隣市町村の合併等の効果もあり、東京府東京市を上回る日本最大の大都市となった（大大阪時代）。このように、明治期の博覧会は関西経済復活の嚆矢となったイベントであった。

逆に大阪万博が開催された1970年は、関西経済の日本全体のGDPに占めるウエイトが戦後のピークをつけた年となった。そして、そのウエイトは一貫して低下し続けている。つまり、関西にとって1970年万博は輝かしい未来を感じさせたと同時に、関西経済にとって地盤沈下の端緒になってしまっている。2025年の万博は1970年万博と同様に先進的なイメージを発信しつつ、経済的には明治期の博覧会のように復活のスタートと位置づけることが望まれる。

以上