



大阪のコミュニケーション力を世界へ！

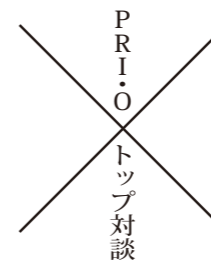
浦久保 理事長

橋爪 紳也氏



大阪府立大学研究推進機構特別教授
大阪府立大学観光産業戦略研究所所長

橋爪 紳也



大阪府印刷工業組合 理事長

浦久保 康裕

今回は、大阪・関西の都市政策や都市文化に深い造詣を持ち、大阪府や大阪市の特別顧問としても長年にわたりさまざまなプロジェクトを牽引してこられた橋爪紳也氏の仕事場にお邪魔し、大阪の未来と印刷業界の役割について語り合いました。

2025年 大阪・関西万博のテーマ

「いのち輝く未来社会のデザイン」が目指すものとは

浦久保: 橋爪先生は1970年の大阪万博に感動して「将来は万博に関わる仕事がしたい」という思いから研究を続けられ、2025年の大阪・関西万博の誘致に尽力されました。橋爪先生が考える「いのち輝く未来社会のデザイン」が意味するところ、メッセージしたいものとは何でしょうか？

橋爪: 浦久保理事長がおっしゃるとおり、私は公益社団法人2025年日本国際博覧会協会が立ち上がる以前から、誘致段階での計画立案に携わっていました。ほかでは言えない苦労話もたくさんあるのですが、本日は申し上げられる範囲でお答えさせていただきます(笑)。

そもそも万博というのは、時代とともにテーマが変わってきています。1970年の大阪万博もそうでしたが、19～20世紀は高度成長した各国が最新の商品や技術を披露する大規模な国際見本市でした。対して近年の万博では「人類が直面する共通の課題を解決する場とすること」が求められ、テーマ設定が重要になってきています。

大阪・関西万博のテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」は、誰も取り残さず、一人ひとり人生を充足できる社会を描こうとするものです。いくつかの重要なキーワー

ドがあります。コンセプトとして「Co-creation(共創)」を掲げました。世界中の人々が国境を越えて、新たなアイデアを創っていくという方法論です。対して目標とするのが、会場を「Society 5.0」のモデルとなる実験都市としようとするもの。「Society 5.0」は経済界と経済産業省が提唱しているもので、IoT・AI・ビッグデータなどを駆使し、新しい未来社会を日本から世界に発信していくとしています。一日あたり20万～25万人の世界中の人々がリアルに参加する会場計画に加えて、具体的には、サイバー空間(仮想空間)とフィジカル空間(現実世界)を融合させたサイバー会場を用意、世界中の80億人がリモートで万博にアクセスできるようにすることを提唱しました。

私は「電気と万博」という本を出版しました。過去を振り返ると、社会や生活様式が変化する節目ごとに、万博会場で未来都市のモデルが示されました。19世紀は産業革命が拓く未来を、20世紀には電気の普及による便利な社会が万博で示されました。スマホやパソコンは電気がなければ使い物にはなりません。私たちの文明は、電気の所産です。大阪・関西万博は、新たな電気文明のモデルを示す機会にもなるでしょう。



浦久保: 本当に今回の新型コロナウイルスの騒動で、2025年の大阪・関西万博の重要性が高まっているように感じました。この疫病に対して世界各国の対応が違うなかで、「一人ひとりの命」という共通テーマのイニシアチブを日本が取らなければならないと痛感しています。これこそまさに、世界中の人々が官民一体となり、新たなアイデアを共創し、それをもとに経済界の力で未来の社会をつくっていくべきですね。

橋爪: おっしゃるとおりです。感染症対策は大阪・関西万博のサブテーマのなかに元々あったんです。世界共通の課題として、新たな生活様式に関しても最先端のモデルをこの万博で世界に発信していきたいと思っています。

大阪の都市文化が日本社会や世界の課題解決に

浦久保: すべての「いのち」が輝くためには、少子高齢化やインバウンド対応、外国人労働者問題など、現出するさまざまな課題に対する解決策を見つける必要があります。橋爪先生は「大阪は世界とのつながりと関係を意識し異なる価値観や新しい文化を混合させる寛容さによって『ダイバーシティに富む』とおっしゃっています。この「ダイバーシティに富む」感覚が今後ますます効力を発揮すると思いますが、どうでしょうか？



橋爪: 私はミナミの繁華街で生まれ育った大阪人です。客観的に他府県との違いを見てみると、大阪はダイバーシティに富んでいるといえます。商いの都なので、大阪人は初対面でも最初から相手の懐に飛び込んでいく傾向が強い。人と人の距離感が最初から近い状態からスタートします。できるだけフラットに信頼関係を築こうとする文化があるといえます。他では初対面ではある程度距離をおきながら徐々に関係を深めていこうとしますので、よく大阪人のことを「なれなれしい」、「距離が近い」などと揶揄されることがあります。

しかし、この大阪人気質があるからこそ多様性を推進していける。新しいアイデアは人と人の交流から生まれるんです。大阪人は二人称を一人称で表現することがよくあります。相手のことをよく「自分な!」と呼んだり、河内地域では「われ」

とか言いますよね。自分と相手の境界を曖昧にしながら、相互に関係性を築いていくことを自然としています。このことから、大阪はダイバーシティに富んだ都市だといえるでしょう。

浦久保: 人と人とのコミュニケーションを担う印刷業にとってもダイバーシティへの対応は喫緊の課題となっています。障がい者や高齢者、外国人など多様な人(情報難民)に、平等に情報を届けるため、我々はメディア・ユニバーサルデザイン(MUD)などの取り組みを行っています。この取り組みを2025年までに全国的に定着させて伝える、分かるを实践する「情報保障」を実現していこうと考えています。ダイバーシティにとって不自由なくコミュニケーションが取れる「情報保障」についてご意見をいただけますか？



橋爪: トイレや非常口を示す、絵文字や絵単語と呼ばれる「ピクトグラム」は、1964年の東京オリンピック開催の際に、世界で初めて採用されています。当時の日本人の英語力では、外国人と十分なコミュニケーションが取れる状態ではなかったため、誰が見てもわかるマークを作ろうと、競技種目や食堂などのピクトグラムが考案されました。それが1970年の大阪万博で全面的に採用され、国際標準ピクトグラムのプロトタイプのひとつにもなっています。このようなことから見ても、私たちは多様な方法を用いて情報にアクセスする方法やデザインの普及に貢献してきたと言えます。浦久保理事長が取り組まれている「情報保障」は、2025年の大阪・関西万博で情報伝達分野における新たな取り組みとしてダイバーシティへ貢献し、国際都市大阪を目指すうえで非常に重要なキーワードだと思います。

コミュニケーションをさらに発展させるための印刷業の役割



浦久保: 橋爪先生は「大阪はコミュニケーションをよくとる街」ともおっしゃっています。「どこいくん」「ちょっとそこまで」というように意味のない会話で距離感を縮めていく。印刷業が取り組むMUDなどの「情報保障」は、まさしく、より良いコミュニケーションを作り出す素地になります。ご専門の都市計画・都市機能から、印刷が担うべき役割をアドバイスしていただけますか？

橋爪: 先ほども申し上げましたが、大阪人はコミュニケーション能力に長けています。ここに情報保障がミックスされることによって、より強固なダイバーシティが形成されていくのではないでしょう

か？ 国連によるSDGsは2030年に達成することと目標が定められており、大阪・関西万博はその実現に貢献することをうたっています。ただそれだけでは弱い！2030年以降を視野に入れた新たな議論を立ち上げる時期になると思います。私達は「SDGs+ビヨンド」と掲げました。

「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマとする大阪・関西万博は、ある意味でデザイン博でもあるのです。次代を担う若い人たちが、未来社会をデザインする機会になればと思います。そこにあって、MUDを含めたダイバーシティへの取り組みが求められているのだと思います。

万博を契機に大阪は、さらに魅力ある街になる

浦久保: 先生は万博がゴールではない、社会変革のスタートになるとも発言されています。万博で「課題解決先進国」として世界にアピールするために、印刷業も「情報保障」をはじめ、多様な取り組

みを進めていきます。そして先生が望まれる「世界の人々が死ぬまでに一度は訪れたい都市・大阪」になるために変革を重ねていこうと考えています。

本日はありがとうございました。

PROFILE 橋爪 紳也

1960年大阪生まれ。京都大学大学院工学研究科修士課程、大阪大学大学院工学研究科博士課程修了。工学博士。建築学、都市計画学、都市文化論専攻。京都精華大学人文学部助教授、大阪市立大学都市研究プラザ教授、同大学院文学研究科教授等を歴任。日本ディスプレイデザイン研究賞大賞、大阪活力グランプリ特別賞、日本都市計画学会石川賞、日本建築学会賞、日本観光研究学会賞など受賞。『明治の迷宮都市』『祝祭の〈帝国〉』『日本の遊園地』『大大阪モダニズム遊覧』『「水都」大阪物語』等、著書多数。現在、大阪府特別顧問、大阪市特別顧問、大阪府立大学研究推進機構特別教授、同観光産業戦略研究所所長。