

Exhibition Overview

大阪・関西万博の裏側を総括

SNSで1億回超のバズを生んだ
注目のKawasaki未来モビリティ総務本部長 兼
コーポレートコミュニケーション総括部長
執行役員

鳥居 敬

始まりは、3社での共創をリードすることから

大阪での万博開催は、1970年以来55年ぶりのこと。神戸に本社を構える当社としては当然協力しなければなりませんし、出展を通じて当社の思い描く未来を世界に提示できると考えました。

大阪・関西万博協会からは12社共催による「未来の都市」パビリオンへの参加を打診され、それを承諾する形で参加が決定。その後、商船三井、関西電力送配電とともに3社で「交通モビリティエリア」を担うことになりました。当社としては、一番目立つ、皆さんがアッと驚くようなモビリティを展示したい。そのためにはエリア単位でも共創が求められますから、まずは商船三井、関西電力送配電に直接伺ってヒアリングを行いました。

そこでわかったのは、各社が個々に展示を企画しており、このままでは一体感のないエリアになるのではないかと懸念でした。そこで、大阪・関西万博協会が示した展示レイアウトを再検討し、新たなレイアウトを提案。ス

ペースを有効活用して大型モニターを共有できるのではないか、施工や運営も連携することで効率化できないかなど、各社と協議してさまざまな方策を探っていきました。これは当社が東京羽田に開設したコラボレーションパーク KAWARUBAで実践しているのと同様に、「大阪・関西万博展示を成功させたい」という目的を共有し、その実現に向かって他社と連携して進めたのです。結果として互いに密に連携したことで、パビリオンの中で最も注目され、一体感のあるエリア展示を完成させることができました。

「移動本能」というテーマが生まれるまで

一方、社内では、手挙げ方式によって延べ50名程度のタスクフォースを結成。ディスカッションやワークショップを通じて、「課題を解決してくれる未来のモビリティ」について議論を交わしました。それぞれの意見を集約して得られたのは、「豊かさの再定義」というキーワードです。幸せや豊かさといった価値観は、時代とともに変わるもの。

未来のモビリティを導き出すためには、未来の豊かさを定義する必要があったのです。このキーワードを出発点としてさらに議論を進めると、「人は移動することで幸せを感じる」という米国の研究論文に行き当たりました。人は移動することで脳が刺激され、幸せを感じる遺伝子を誰もが持っている、つまり自由に移動できること自体が幸せであり、人類にとって変わらない豊かさなのではないか。これは議論を進める大きな発見でした。ここから「移動本能」という今回の展示テーマが生まれ、人々の移動本能を満たす未来のモビリティを考え始めることになりました。

技術による裏付けが、メーカーの腕の見せ所

「移動本能を満たす未来のモビリティ」を具体化するにあたり、パーソナルとマスの2方向でアプローチすることになりました。それが個人の移動本能を満たすパーソナルモビリティ「CORLEO」と、多様な人々の移動本能を満たすマスモビリティ「ALICE SYSTEM」です。加えて、当社は次世代エネルギーとして期待される水素利用に向けた技術開発を進めていることから、モビリティの動力として水素発電機「O'CUVOID」を提案に盛り込みました。

社内ディスカッションではさまざまな面白いアイデアが出ていましたが、こだわったのは「技術の裏付け」ができるかどうか。ここがメーカーとしての腕の見せ所なので、陸海空をはじめバイクやロボティクスからも技術者に結集してもらい、実際に設計や計算を行い、本当に実現可能なデザイン・仕様をベースに開発を進めました。

実物大展示にこだわったKawasakiらしさ

展示方法には、「実物大展示」という当社ならではのこだわりがあります。これは当社の企業ミュージアム「カワサキワールド」で得た知見を活かしています。例えば、実物の0系新幹線車両の座席に座るだけでもそれは「体験」となり、初めての感触を味わったり、昔の旅を思い出したりして来場者は楽しんでいます。実物を置くというのはとてもシンプルなアイデアではありますが、実物だからこそ体験価値があるというのは、約20年にわたる「カワサキワールド」の運営からの気づきでもありました。

「CORLEO」も「ALICE SYSTEM」も実物大展示にこだわったのは、大阪・関西万博でも実物が皆さんの想像力を刺激するだろうという確信と期待があったからです。

大阪・関西万博がもたらした企業価値とは

今回の万博には多くの人たちが自発的に関わったことで、ものづくりのやりがいや誇りを持つ良い機会にもなりました。実際に大阪・関西万博会場を訪れた家族が喜んでくれたり、メディアで取り上げられたり、来場者から直接感想を聞けることを嬉しく思う社員が多く、エンゲージメントやモチベーションの向上にも手応えを感じているところです。

さらに、メンバーの新たな能力も磨かれました。大阪・関西万博のような要件の決まっていないプロジェクトでは、やりたいことが膨らみ予算管理が難しくなります。私は「9割の予算でやること」を強調しましたが、限られた予算・スケジュールの中で、いかに費用対効果を見極めてプロジェクトを成功に導くのか。普段とは違うこのような業務を経験したことで、メンバーたちのプロジェクト管理能力も大きく成長したと思っています。

これまでにない成果の要因は、革新的なコンセプトアプローチ

「CORLEO」はSNSで、1週間で総共有数が1億回を超えるバズりを記録し、世界中の国々からさまざまな反響をいただいています。これは企画や展示内容はもちろん、プロモーションにおいても「CORLEO」は段階的に公開することで期待感を醸成し、雄大な自然の中で乗っているシーンを映像で見せる、「ALICE SYSTEM」は仕組みを映像で直感的に理解しやすくするなど、マーケットを意識した戦略が功を奏したといえます。また、開催前には地域の小中学校を訪問してワークショップを行うなど、地道な話題づくりにも力を入れてきました。

当社はこれまで技術をベースにした「インクリメンタル（持続的）イノベーション」が多くありましたが、今回は移動本能というコンセプトからデザインするという革新的なアプローチを採ったことが、これまでにない成果になったのではないのでしょうか。これをきっかけに、Kawasakiのさらなる可能性が広がることを願っています。