

大阪・関西万博アフタートーク

～万博推進課が振り返るプロジェクトの舞台裏～

今回の大阪・関西万博出展を支えた、「大阪・関西万博推進課」の6名。コンセプト策定、展示物の企画・制作、PR戦略の立案といった多岐にわたる業務の中で、メンバーは何を想い、何を得たのでしょうか。大阪・関西万博特集号の最後は、6名のクロストークで「移動本能」の軌跡を振り返ります。

—今回の展示テーマ「移動本能」とは？

村上：2021年の終わり頃から展示内容を検討するため、本社部門を中心に延べ50名程度のタスクフォースが立ち上がり、100名以上が参加するオンラインワークショップなどを経て、展示テーマ選定のベースとなる検討が行われました。そこでの議論内容を具体的な展示物にするために、2023年に大阪・関西万博推進課が発足しました。タスクフォースの議論では、「未来社会を考えるためには、時代によって変化する豊かさや幸せといった価値観

の再定義が必要だ」という共通認識が生まれました。

永原：そして50年後の社会変化仮説として、趣味や旅行・社会参加に費やす時間が増加することを背景に、「未来洞察」という手法で未来社会の姿を描きました。そこで描いた社会像の1つ「動物型の乗り物と人が共生する社会」では、ヒョウ型の乗り物で世界を旅する世界観を描いており、そのヒョウ型ロボが4脚で動くモビリティのコンセプト考案の起点になりました。

村上：またちょうどその頃、未来の都市のとりまとめ役の万博協会から「未来の交通・モビリティ」という分野で展示してほしいとの割り当てが発表されました。これらを踏まえ、どう表現するかが推進課での議論のスタートラインになりました。

永原：推進課での議論に移ったとき、タスクフォースでの議論を前提に、大阪・関西万博のテーマである“いのち輝く未来社会のデザイン”も考慮して、人類にとって普遍的かつ根源的な展示テーマを考えることになりました。移動やモビリティに関する学術研究を調べていくと、人間には「移動することで本能的に幸せを感じる機能」が備わっていることが分かりました。これを「移動本能」と称して展示テーマとすることになりました。

天辰：さらに読み解く中で、移動本能にはどうしても1つでは語れない2つのパターンが存在するというところにたどり着きました。「目的地へ向かう快適性を追求した移動」と「絶対的な目的地を持たない冒険心をくすぐる移動」です。この両者をそれぞれコンセプトとしてマスモ

ビリティとパーソナルモビリティの2系統で考えることにしました。

村上：もちろん、当社は電車、飛行機、船の公共交通を担うモビリティ事業とバイクやジェットスキーなどの個人で楽しむモビリティ事業を展開しているため、両事業を通して未来に貢献しなければならないという課題意識もありました。

井上：そういう意味では、当社グループは世界で唯一水素サプライチェーンを有する企業ということもあり、マスとパーソナルを横通しする動力源として水素発電ユニットをコンセプトに加えました。

—パーソナルモビリティ「CORLEO」のコンセプトは？

天辰：パーソナルモビリティといえば当社ではモーターサイクルとなりますが、タイヤを使ったモビリティの未来形を示すとなるとどうしても技術的進化を語ることとなりマニアックなプロダクトになりそうでした。やはり万博としてパッとみた瞬間で伝わる目新しさ、今まで見たことのない乗り物をつくりたいという思いがあり、モーターサイクルの持つ人馬一体の操作感覚を受け継ぐものを考えていきました。また操作方法も、ステアリングやアクセルといったものではなく、今までにない新感覚のものにしたいと考えました。

子どもを背中に乗せて“お馬さんごっこ”をする親は、子どもが落ちてしまわぬように重心を察知しながら前に進みます。それと同じことを再現できれば、モーターサイクルでは難しいとされてきたタンデムライドもより安全になりますし、重心移動で進むというこれまでにない操作性を手に入れることができます。また、「脚」は



CORLEOの初期デザイン。尻尾から水素補給を行う案もあった。



コーポレートコミュニケーション総括部
大阪・関西万博推進課
(兼)コーポレートコミュニケーション総括部
PR部ブランド課 基幹職

天辰 祐介

大阪・関西万博のプロジェクトリーダー。展示物や映像などのあらゆる制作を担う。

タイヤよりも安定性が高いため、体力のない人や子どもでも険しい山道を安全に登ることができ、今まで見ることができなかった景色に出会えるかもしれません。

ライダーの重心移動だけで操作でき、危険な場所を安全に移動できるモビリティ。これは多脚型だからこそ実現できるこれまでにないアイデアです。デザインも、チーターのモチーフから始まり、より安定感と安心感のあるフォルムを追求する中で、現在のライオンのようなどっしりとしたスタイリングを採用しようということになりました。

—マスモビリティ「ALICE SYSTEM」のコンセプトは？

井上：発端となったのは、現在の公共交通システムが抱える課題を、当社が持っている「陸海空のモビリティ技術」で解決したいという想いでした。満員電車の不快感や乗り換えの煩わしさなど、今のシステムにはさまざまなストレスが潜んでいます。さらに、最近では従来の大量輸送型の移動から、個人でのプライベートな移動を楽しみたいというニーズが増えてきました。そうした背景を踏まえ、あらゆる人たちの移動にまつわるストレスを解消



パーツ取替による水陸両用モビリティ(左)と居住ルームを搭載した飛行機(右)

し、プライベートな空間が確保された公共交通システムというものを検討しようということになりました。

キャビンにオプションパーツを付けるだけで、車や電車、船、ヘリコプターに変身するモビリティなど、面白いアイデアがたくさん出たのですが、最終的にはすべてのモビリティを連携し、乗り換え不要で目的地まで到達できるという「ALICE SYSTEM」の構想に落ち着きました。

——実現にいたらなかった案は他にもありますか？

林：最後まで残っていたのが、「自動下降デバイス」というアイデアです。これは高所から飛び降りると腕に付けたパラシュートが作動し、安全に降りることができるというもの。階段を降りたり、エレベーターを待たたりしなくても、このデバイスがあれば窓から“エクストリーム退社”が可能になります（笑）。自分は趣味でロッククライミングをするので、これがあれば命綱なしで崖に登ることができると思ったのが発想の原点です。個人的にすごく本能を掻き立てられるアイデアだと思ったのですが、そもそもモビリティではないという理由でボツになってしまいました（笑）。



没案となった自動下降デバイスのイメージ。落下傘のように高所から安全に降下できる。



社長直轄プロジェクト本部
近未来モビリティ総括部
グローバルマーケティング&セールス部
(兼)コーポレートコミュニケーション総括部
大阪・関西万博推進課 基幹職

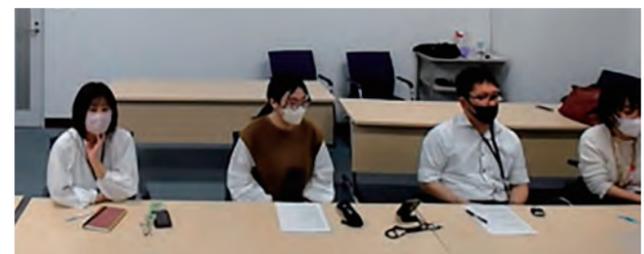
井上 健輔

鉄道車両の設計を経て、サービスロボットのマーケティングや企画、営業に携わる。万博推進課では会場に展示しているALICE SYSTEMを担当。

——アイデアを具体化するにあたってフィールドリサーチも実施されたそうですね？

永原：橋本社長から「現場にいる人の声を大事にしよう」「すべての人が快適に移動できるものを考えよう」とアドバイスをいただいていたので、いくつかのフィールドリサーチを実施しました。

井上：まず行ったのが、川重ハートフルサービスの車いす利用者の方や聴覚に不安を感じる方へのヒアリングです。公共交通機関では「目線が低く不便」「座ったままコート脱ぐのが大変」といったリアルな声を聞き、そうしたストレスをなんとか設計で解決できないか、検討するきっかけとなりました。



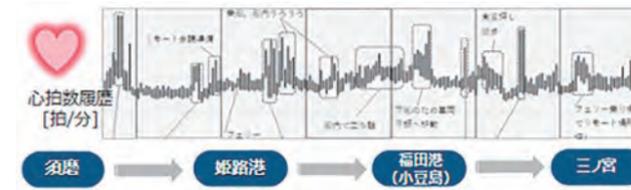
川重ハートフルサービスの皆様から、公共交通機関が抱える課題をヒアリング。

永原：さらに、ヒアリングした内容を深く理解するため、推進課メンバーで神戸駅から三宮駅まで車いすに乗って電車移動してみたりもしました。実際に車いすに乗ってみると、一人では電車の乗降もできませんし、切符や飲み物を買うのも大変で、現状の課題を肌で感じる事ができました。

林：カーフェリーの利便性も検証してみました。船舶は通路が狭い箇所もあり、体の不自由な方にとってはデッキ間の移動が大変だろうと感じました。一方、船舶ならではの良い点もあって、甲板などのパブリックなスペースが



車いすでは、自販機の高い位置に手が届きにくく(左)、券売機の前でも姿勢の自由がきかなかった(右上)。カーフェリーでのデッキ間の移動手段は主に階段となる(右下)。



カーフェリーの移動を心拍数の変遷で見ると、主に船内の上下移動で拍数が高くなる。乗船時の胸の高鳴りも数値に表れている。

あることで他の旅行客との交流が生まれやすい面もあります。実は、検証中にたまたま船内で登山仲間と遭遇しまして、こういうことが起きるのも移動の楽しみのひとつだなと感じたのです。このような体験から、「ALICE SYSTEM」では食堂車やラウンジのようなパブリックスペースも大切にすることを考えました。



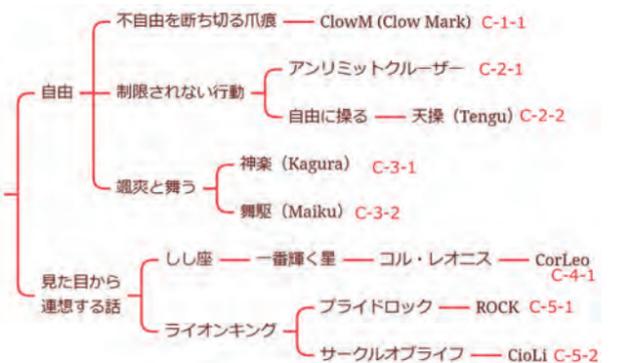
寝台特急の通路幅は約60cm、大きな荷物が壁に当たり移動しづらかった。

また、検証時には心拍計をつけていたのですが、デッキ間の階段を上り降りするときに数値が高くなるのは当然として、フェリーに乗り込むときにはなぜか心拍数が上昇したのが印象的でした。「これから出発する」というワクワク感が上昇の原因だと思うのですが、まさに移動すること自体に幸せを感じるというテーマを裏付けるデータが取れたのではないのでしょうか。寝台特急の調査では、大きな荷物を持っていたため通路を歩くのに苦労しましたね。快適な個室を備えた列車とはいえ不便な点があることがわかり、そこからモビリティに求められる通路幅の議論が生まれました。

井上：あと、インタビューの中で覚えているのが、「飛行機利用が困難でなかなか推し活に行けない」と語った川重ハートフルサービスの車いす利用者の方のエピソードです。大好きな推し活に行くためには、一般の人とは比べ



共感を生む言葉




総務本部総務部渉外・地域共創課
(兼)コーポレートコミュニケーション総括部
大阪・関西万博推進課 主事

林 智之

大阪・関西万博関連のイベント・展示ブースの運営担当。総務部門でもイベント企画を実施。

物にならないほどのストレスを乗り越えなくてはならない。それでも推し活に行きたいというのは、まさに移動本能だなと感じました。

永原：本当にその方の移動本能を感じられるエピソードでしたね。自分自身も車いすの不自由さを体験したことから、今回見つけたストレスを何とか解決した未来社会を提案したいという固い意志をもつようになりました。それと同時に、インタビューやフィールドワークを通して「ALICE SYSTEM」のようなものが社会に求められているのだと、私たちのコンセプトに自信を持つことができました。

——「CORLEO」と「ALICE SYSTEM」の名前はどのように決まりましたか？

村上：当初、それぞれコンセプト1,2と呼んでいましたが、名前があった方が大阪・関西万博を訪れる人の記憶に残りやすく、私たち自身も愛着を持って取り組めるだろうと思ったのがきっかけでした。

田中：メディア映えやプロモーションの面からも、名前があった方がよいという話になりましたね。

村上：「CORLEO」は、究極の乗る楽しさというところから、神の楽しさ、略して「神楽」という案もありました。日本で開かれる万博なので和名なら海外受けもいかなと、

しかし、既に乗り物として商標登録されていました。

天辰:それに思いつきではなく、よりロジックやストーリー性がないとバズらないのではという意見もあり、そこから村上のアイデア出しの苦悩の日々が始まりました。その苦しみの系譜がこの表です(笑)。

村上:最終的に「CORLEO」は、見た目のイメージから「獅子の心臓」を意味する獅子座の一等星「コルレオニス」を由来とし、「移動本能に導かれて踏みだす未知の一步を後押しするモビリティになってほしい」という願いを込めました。

一方、「ALICE SYSTEM」は一言で説明するのが難しく、複数の言葉の略称という方向性で考え始めました。「アリス」という単語なら世界中の誰もがあの童話を想起しますし、システムのイメージ「Accessible Linkages for Innovative and Comfortable Experiences」の頭文字で表現できます。他にも「キャビン」「キューブ」「コンフォータブル」「コネク」などCを頭文字とする関連語が多いことから、「C4システム」というネーミングも候補に挙がりましたが、童話の主人公・アリスが不思議の世界へ移動するようなワクワク感が移動本能とも重なることから、「ALICE SYSTEM」を採用することにしました。

天辰:ネーミングに慣れていない村上さんが一番名前にこだわってましたよね。推進課の仕事はプロジェクトチームということもあり、やりたいことは自分で手を挙げて最後までやりきるルール。メンバーのみんなも「どうぞ好きなだけやってください」という感じでした(笑)。

井上:万博はやる気さえあれば何にでも挑戦できるチャンス。いろいろなバックグラウンドを持ったメンバーがいるからこそ、寛容な雰囲気の中で自由に挑戦できた気がします。そんな環境で、自分の責任の下、各々が最後までやりきったことが自身の成長につながったんだと思います。



技術開発本部 イノベーションセンター
イノベーション推進部 一課
(兼)コーポレートコミュニケーション総括部
大阪・関西万博推進課 基幹職

永原 斉

大阪・関西万博の展示テーマやコンセプト策定。社会で未来の移動を考える取り組みを推進。



学生と一緒に未来のモビリティを考える推進課メンバー

——今回の万博ではどのようなプロモーションを行いましたか?

林:全国の小中学校を訪問して、「CORLEO」や「ALICE SYSTEM」のコンセプトを紹介しながら、一緒に未来のモビリティを考えるワークショップを行いました。北は福島から、西は広島まで1,000名以上に向けて授業をして回りました。中には万博会場に来てくれた学生さんもいらっしゃって、授業を覚えていると言ってくれたのが嬉しかったですね。

田中:学校でいうと、専門学校のHAL大阪の学生さんにもご協力いただきました。前々からお付き合いがあったわけではなく、ダメもとで電話したところ快く受けてくださいました。「バーチャル万博」の制作にインターンという形で加わっていただき、「移動本能研究所」のデザインを考えてもらったのですが、未来を担う学生たちと一緒にものづくりができたのはとても意義のある時間でした。

永原:今回の万博のテーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」は、社会全体でつくり上げていくもの。ワークショップで独創的なアイデアを嬉々として語る子どもたちを見て感激するとともに、明るい未来社会と一緒に考えるという万博の重要な存在意義を実感しました。



バーチャル万博 当社展示ブース「移動本能研究所」

——「CORLEO」は発表から1週間で共有回数1億回を超えるバズを記録しましたが、この反響をどう受け止めていますか?

天辰:SNSを中心としたPRを行う方針は当初から計画していました。その上で、とにかくかっこよく見せることを徹底したんです。見栄えのする素材や報道関係者用のメディアキットをしっかりと準備したことは成功要因の一つだったと思います。大阪・関西万博に爪痕を残し、皆さんの記憶に残り続けることが目標でしたが、正直「CORLEO」の世界的な反響は想定外でした。「ALICE SYSTEM」はコンセプトや概念をしっかりと理解していただくため、WEB上で情報を早めに流し、説明会を開くなど、先手を打ってプロモーションしたことが効果的だったと分析しています。



大阪・関西万博開幕直前までシルエットしか公開されていなかったCORLEO。期待感を演出する狙いがあった。

村上:実際に展示を見た来場者からは、「Kawasakiならできるでしょ、早く出してよ」という声をたくさんいただきました。それはまさに狙い通りで、現実と夢物語のちょうどいいバランスだったんだと思います。完全な夢物語ではきっとここまで共感されなかったはずですから。

永原:「Kawasakiなら実現できそう」と思っていただけの、当社への信頼も感じました。モーターサイクルだけ、ロボットだけのように単一事業しかしていない会社が同じものを出しても、ここまでの反響は得られなかったんじゃないでしょうか。

井上:「CORLEOを災害用で使えないか」とか、



コーポレートコミュニケーション総括部
PR部 エリア・インナー課
(兼)コーポレートコミュニケーション総括部
大阪・関西万博推進課 主事

田中 慎二

大阪・関西万博推進課で広報計画やバーチャル万博の会場企画・制作を担当。

「ALICE SYSTEMでキャビン型店舗をやったら面白いんじゃないか」とか、いろいろな意見をいただきましたね。大阪・関西万博で目指していたことの一つに、「展示によって世の中に議論を生み、よりよいモビリティを追求する」ことがあったので、その目標は達成できたんじゃないかと思っています。

——大盛況の万博展示を終えて、この先どんなことに挑戦していきたいですか?

田中:今回展示した「CORLEO」と「ALICE SYSTEM」の実物は、万博閉幕後に「カワサキワールド」に移設する予定です。バーチャル万博用につくったシミュレーション空間も当社の万博特設サイトに構築します。大阪・関西万博終了後もより多くの方に見ていただき、Kawasakiが描く未来社会をぜひ体感していただきたいです。

天辰:1970年の大阪万博で注目を集めた「人間洗濯機」が今回の万博にも出展されたように、一度爪痕を残したプロダクトはその発展系を見せる傾向があります。2030年の万博はサウジアラビアのリヤド。ここで「CORLEO」と「ALICE SYSTEM」の進化版を披露できたらいいですね。私はもうやる気満々なので、ぜひみんなで次の万博を目指しましょう!

