

第66回 Kozoom28 「2025年大阪・関西万博から学んだこと」

清水健二

2025年4月13日から10月13日まで、大阪・関西万博が大阪湾の人口島夢洲に半年間開催された。世界158ヶ国・地域と7国際機関の165が参加し、テーマは「いのち輝く未来社会のデザイン」であった。理念は「遊びや学び、スポーツや芸術を通して生きる喜びや楽しさを感じ共に命を高めていく共創の場を創出する」である。



夢島万博会場全景

当初計画時の建設予算は1250億円で途中何度か増額され、最終2350億円と約2倍に膨れ上がった。パビリオンの建設費や工期の面で開催が延びる心配もあり、入場券の売れ行きも悪くて大赤字が予想された。兎に角万博など時代遅れの行事だ、止めてしまえとまで言われたものだった。開催しても客足は悪く、今年は早くから猛暑続きで、会場でのパビリオンに入場するための待ち時間が長く、マスコミも不評の記事を出し続けていた。ところが会期の中半から徐々に入場者が増えだし、9月頃から当初予定されていた2820万人を超える、2902万人に達し、9月にはチケット販売を打ち切ったという。つまり運営費を賄えるかどうかと懸念されていたが、入場料やグッズの売上向上で230～250億円の黒字になったという。

当初にはパビリオンの建設の遅れや、ゴミなどの埋め立て地が会場だったため、発生ガスでボヤガでたり人体に及ぼす危険性が心配された上、例年になく酷暑続きの日々で、待ち時間が長く熱中症の危険、更には会場が広くて疲れ果てる等など、兎に角不評の情報が流れて、私は結局行けずに終わった。理念やテーマの謳い文句がどれだけ実現可

能のものなのか、自分の目で確認できなかったのは残念だった。しかし私は様々な情報から次の2つのこと学んだので記してみたい。

(1) 万博のキャラクター「ミヤクミヤク」の人気

キャラクターの奇妙な「生き物」として、身体が赤と青で彩られ、赤は細胞、青は水を表現し人間の知恵、技術、歴史、文化などが脈々と受け継いでいく希望のイメージだという。私は当初このキャラクターに不気味さを感じ、絵本作家・山下浩平氏(51)の作品だと知ったが、全く奇抜さだけで親しむ事ができなかった。



大阪環状線ラッピングカー



八尾市役所玄関前

しかも



八尾市内下水管のマンホール

自治

体がそれぞれ擬人化した動物やアニメにでてくるイメージのキャラクターが主流で、ミャクミャクも同じ類に思えた。しかし万博開催の後半から人気が出て来て、会場内のグッズ店での売上が上昇し始め、海外の来訪者達の土産物No.1にもなった。大阪環状線の車両のラッピングに使い出したし、私の住む八尾市役所の玄関柱に描かれ、そして道路に敷設されている下水管のマンホールの蓋にまで、このキャラクターを見る事ができるようになった。

かつて1970年の大阪万博のメイン会場に高く掲げられた、岡本太郎氏の「太陽の塔」も当初はその奇抜さに驚いたが、50年を経た今では親しまれてシンボルとしてなくてはならない存在になっている。この「ミャクミャク」も同じ様に人々の心に定着するような気がするよう思い始めた。太陽の塔ほどの迫力はないものの、日本国中、地域おこしの影響を受けた地元キャラクターと比較すると、このミャクミャクは作品として通俗的でないだけに存続する可能性を秘めているように感じている。ちなみに地方キャラクターでは、熊本県の「くまモン」、千葉県の「ふなっしー」、滋賀県の「ひこにゃん」など上位にランキングされているが、ミャクミャクはこれらと異質で芸術性を覚える。



「くまモン」



「ひこにゃん」



「ふなっしー」

当初はミャクミャクの顔の部分だけが平面的に描かれたロゴマークだったものを、博覽会協会の関係者達が、立体的な人形に作り上げ、奇抜で不思議、どこか可愛さの伴う

ものに仕立てあげた。今風にいえば「キモカワイイ(気持ち悪いが可愛い)」と若者たちに呼びかけ、日常生活に溶け込ませながら人気を呼ぶようにPRに努力したという。結果爆発的な人気キャラクターになっていった。

(2) 経済行動学を知ったこと

上述したが万博の開催前後には不人気だったのが、8月頃の後半から来訪者が急増し始め何が原因なのかと疑問を抱いた。そのことから、それは経済行動学という学問がベースになっていることを知ったのである。私は理工系の出身なので経済学には疎く、経済学に心理学を融合したのが経済行動学というのである。人間が必ずしも合理的に行動しないことを前提に、その意思決定の仕組や行動を研究する学問分野だという。

万博開催当初は設備の不具合を改善したり、混雑懸念の解消、予約システムを簡便化、豊富なイベントを取り入れたりしながら、面白さを口コミが拡大する手段をとり、特にスマートフォンを介したSNSの発信が大きな効果を発揮したのである。会期が迫ってくるにつれて、見ておきたいという駆け込み需要も増加し、皆が行くことに刺激され、自分もバスに乗り遅れたくない心理的要因が集客に貢献した。それが経済効果を高めた結果になつた由である。

経済行動学はビジネスの経営に多大な影響を及ぼし、消費者の購買意欲や従業員のモチベーションへと誘導する展開に進んでいる。本題からそれが経済行動学専門の大學生教授が発言した記事に興味を持ったので紹介しておこう。心理的行動の及ぼす効果が何となく納得できるように思った。

朝日新聞(夕刊) 2025.11.10

ぶらっくラボ

「あ行」の名字は経験豊富?



国会入り口にある登院表示盤。「あ行」の名前の人々は日本人全体だと約22%だが、2025年10月現在だと衆院議員には24%、参院議員には25%いる

「あ行」の文字で始まる名字の人は、出世しやすい。いろいろお順の名簿で上位に載せられて、目に留まりやすいからだという。「青木さん」や「井上さん」たちについて嫉妬したくなる論文が6月、日本経済学会の会誌に掲載された。西南学院大(福岡市)の山村英司教授(行動経済学)によると、アルファベットで最初のほうにある文字で始まる名字の人々が何かと有利になることは、欧米の研究で示されてきた。誰かを推薦したり抜擢したりするときに、名簿でたまたま目についた人を選ぶほうが、能力や業績をじっくり比べるより楽だから、と言われているという。

日本でも同じなのか。山村さんは、「あ行」の名前の人々は日本人全体だと約22%だが、2025年10月現在だと衆院議員には24%、参院議員には25%いる

戦後のさまざまな業界でトップにのぼりつめた「エリート」の名前を集めた。

日本学士院の会員。ノーベル賞の受賞者。歴代の首相に都道府県知事。最高裁判事、経団連や経済同友会の幹部ら。リ

ストは約2千人に及んだ。「あ行」で始まる名字の人は日本人全体だと22%程度

だが、エリート集団では約27%を占めていて、統計的に明らかに多かった。

一方で、東京大の合格者と数学オリンピック出場者では、「あ行」の名前が占める割合はとくに多くはなかった。名字の影響は成人後、社会に出てキャリアを積むうちに表れてくるものらしい。

「あ行」の名前の人々は学校で教師がだれかを指名するときなどに、優先されやすい。さまざまな経験を積む機会に恵まれることが、その後の社会的な成功につながる——名字にはそんな効果もあるのだろうと、山村さんは推測する。

「最初に何かをする人は模倣する相手がないので、創造性が養われるのではないか。教育機会の偏りをなくすには、名前とは無関係にランダムに当てる仕組みにするべきだ」と山村さんは言う。

「私は『や行』の名前なので、小学校で当てられるのは最後のほう。ずっと気になっていたんです」

(小富山亮磨)

不易流行の思想は文化や芸術の世界のみならず、我々の日常生活の中でも大切なことである。さりとて軽率で偏見な情報に振り回されない知識や見識がもとめられよう。

急速なデジタル化によって、今日SNSによる情報発信に多くの中傷と偽造が氾濫し

そのスピードは極めて速いことが危険につながるようだ。人々は未来に向かって創出する芸術文化は徐々に親しまれて構築されるものだが、SNSの普及は子供を含め大人にも広く波及し、国が規制しないと、とんでもない混乱の社会に進むようだ。

今や世界中の出来事は手に取るように情報が入ってきて、とにかく、取捨選択も困難でしかも騒々しい。とても消化できず世論に流されやすい。記憶に残るものも多々あるが幸い私も年齢と共に、忘れていく量も多くなってバランスがとれているようだ。来年も元気で、多くの情報の中から信頼できそうなものの選択能力を、持ち続けたいものだと願っている。

令和7年12月 記