

情報伝達から イメージ提供へ 万博に関する5章

歴史

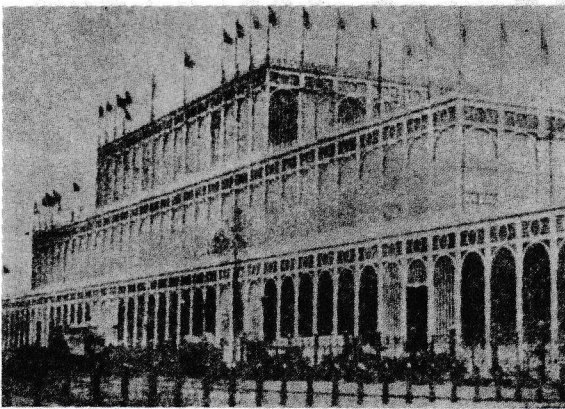
万国博に関する5章

「一つの万国博は一つの世界を作る。」といわれます。その意味からは一回一回新しい万国博が生れ、歴史を変えていっているともいえるのです。しかし大きく分ければ大体三つの時期に分けることができます。

第一の時期はロンドン博以来、一九〇〇年のパリ博を頂点にした十九世紀の万博です。この時代は人類の進歩に

一八五一年五月一日、第一回の近代万国博覧会がロンドンのハイドパークで開かれました。「すさまじい喝采、喜びに満ちた顔、広大な建物。……すべては全く感動的だった」七つの海に君臨したイギリス女王ヴィクトリアは自信と感動にあふれて、こう日記に記したのです。この時以来数多くの万国博が開かれました。その百年以上にもわたる歴史において万国博の意味も内容も変遷しながら、なお今日の役割を果たしているのです。

ついでに限りない未来がありました。機械文明に対する全面的な信頼、これに基礎をおく産業資本の発展を背景にしたものでした。新しい技術が万国博を機会に思いきって試みられました。とりわけこの時期を代表するのは、ロンドン博の長さ五六五メートルという広大な建物をすべてガラス張りにしたクリスタル・パレス（水晶宮）と、一八八九年パリ博の地上千フィートに達したエッフェル塔です。これらは当時の最高の技術が、新たな試みに挑戦した成果だといえるのです。



ところがこの時期はまた歐洲列強が新たな市場と新領土を求めた植民地競争の時期に当ります。アフリカの分割、アジアへの進出を行ないます。日本の開国もこの時期に当たったわけですから、万博はこの植民地政策を背景にした国威の誇示に大きなウエイトがかけられました。主権国もイギリス、フランス、アメリカなど植民地経営の盛んな諸国で開かれたのです。また第一回のロンドン博以来姿を現した新興ドイツのクルップ砲が、普仏戦争では実戦に用いられ、万博ならぬ時にパリにその姿を現したのは

この時期の万国博のある面を象徴しています。しかしこの時代は大きな波瀾もなく、古きよき時代ともいえるでしょう。その総決算が一九〇〇年のパリ博で、実に五一〇〇万人の入場者を集め、この記録はまだ破られていません。

しかし第二期の二十世紀に入ると、植民政策も行きづまりを示し世界中の植民地は分割されつくしてしまい、遂に列強の衝突となるのです。第一次大戦後は、重なる恐慌、第二次大戦への危機感が、社会的経済的不安を高めます。このような前途への不安や脅威から、科学技術に対する疑問がなげかけられ、かえって芸術性や文化性を強調することにいったのです。

勿論第一期からすぐれた芸術品の展示が行なわれましたが、この時期には、建築、造園、展示のデザイン自体が大きな見せ場になってきました。生活と芸術と技術との結婚があらゆる分野で試みられました。科学技術への単純な

信頼ではなく、より人間的なものへの接近が試みられたのです。博覧会を飾る色彩、光、照明、噴水。博覧会はただ珍らしいものを陳列するのではなく、まず入場者の興味と関心をそそる努力が行なわれ始めたのです。

第三期は第二次大戦後ですが、この時期は二度の大戦の経験から、人類の存在とその価値が問われてきたのです。相変らず米、ソ二大国にみられるような国威発揚的な張り合いは残っています。しかし現代の万博は、もはや情報伝達の意味は薄く、代って全体としてのイメージを与える場となっていることです。これは急速に進んだ大衆化現象に対応しています。いかに親しみやすく、分りやすく伝えるかに重点をかけます。通信輸送手段の飛躍的發展をとげた今日では、かつての万国博のように博覧会で始めて未知のものに接することはないでしょう。その時万国博は消滅するのでしょうか。いや高度の情報手段の発達で孤独化した人間は、思いきり人間同志がふれあい、たのしみ、生きがいを感じる場を必要とします。ここはまた機械的個別的な手段によつては伝達不可能な国、企業の全体的イメージを伝える場となります。

（写真はロンドン博の水晶宮）

田村明

（環境開発センター計画部長）

第2次大戦後 人間中心に展開 万博に関する5章

テ ー マ

百年を記念して、始めて「進歩の一世紀」というテーマを本格的に採用し、開催意図を明確にしたのです。この時以後、万国博は公式テーマをかかげるようになりました。

ただ最初の、科学技術の成果や人目をおどろかす物と並べればよいという時代は過ぎたのです。一九世紀のように科学技術に対する樂觀的信頼、人間の進歩に対する無限の可能性は、二十世紀に入ってから一つの反省期に入りました。とくに第一次大戦の戦禍、度重なる恐慌、戦争に対する不安は、社会的、経済的に人類の前に蔭の反面を投げかけたのです。

このような時期に必要なことは、科

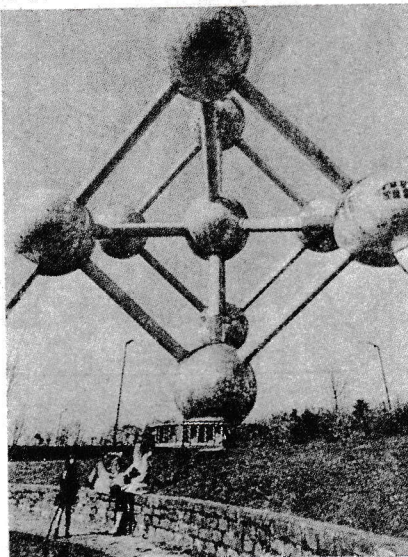
一九七〇年万国博覧会では統一主題として「人類の進歩と調和」が採択されています。このように万国博でテーマが採用されたのはそう古いことではありません。一九三五年、シカゴ創建

学技術人間によってコントロールすることです。それには万国博の展示においても、主催者が一定の意図をもって入場者に語りかけることが必要です。テーマによって展示も催しも、全体として一つの目的に向ってゆくことができるのです。シカゴ博ではこのような明確な意図をもってテーマが採用されたわけではありませんが、第二次大戦後の万国博はとくにテーマが強調されるようになりました。これは原子爆弾に象徴されるように、科学技術の進歩が、かえって人類の存在自体に重大な脅威を与えることが、死者二二〇〇万人という第二次大戦の苦い経験で実証されてしまったからです。

第二次大戦による破壊、大戦後の米ソ二大

国の冷戦は、国際的融和を著しく困難なものに感じさせました。鉄のカーテンという冷い言葉が流行した時代に、万国博はもはや無用のものかと思われました。しかしこのような時代に大戦後始めて開かれた一九五八年ブリュッセル博の意義は、まことに大きなものがありました。そしてブリュッセル博で何よりも強調されたのは「より人間的な世界へのバランスシート、科学文

明とヒューマニズム」というテーマなのです。事務総長のエヴェラルツ・ド・ヴェルブはこのテーマの中心に人間をおいています。「人類、文明、および思潮の本質的要素である人間」の名において現代を再考する必要があることを強調し、科学の進歩、輸送の高度化、情報手段の進歩などが、かえって人間性を喪失させ、人間を孤独にしていることを警告しています。



彼はこう言っています。「一九五八年ブリュッセル万国博覧会は、人間に献げられている」この言葉を裏書きするように、アトミウムとよばれる原子核を一五〇〇億倍に拡大した高さ三メートルの巨大なモニュメントが、非人間的ともいえる非情な姿で人々をおどろかした反面、一九〇〇年初頭の古きよき時代のブリュッセルをそのまま再現した「たのしいベルギー」とい

うアミューズメント地区では、終夜、レストラン、ビヤホール、ダンスホールが営業されました。水車が廻り、辻馬車が走り、ガス灯がともされました。そのほか迷い子をあずかる楽しい施設など、人間的な配慮が充分に加えられ、予想を上廻る四一〇〇万人という入場者をみて大成功に終わりました。

テーマはその後一九六二年シアトルでは「宇宙時代の人類」一九六四年ニューヨーク世界博では「理解を通じての平和」そして一九六七年モントリオールの「人間とその世界」と続きます。

ここで共通してテーマに現れていることは、ブリュッセル博以来の人間を中心にした考えです。とくにモントリオール博のサブテーマ、探究者としての人間、生産者としての人間、創造者としての人間、共同社会における人間は、殆ど人間のあらゆる面を言いつくしたともいえます。

一九七〇年日本万国博でも、この人間中心という考えは変わっていません。人間を、人間自身と、自然、環境、社会に対応させ、サブテーマでは、「より豊かな生命の充実を」「よりのり多い自然の利用を」「より好ましい生活の設計を」「より深い相互の理解を」と展開されています。その中心にあるのはあくまでも人間ですから、展示にもそのような配慮が加えられるはずで

す。(写真はブリュッセル博のアトミウム)

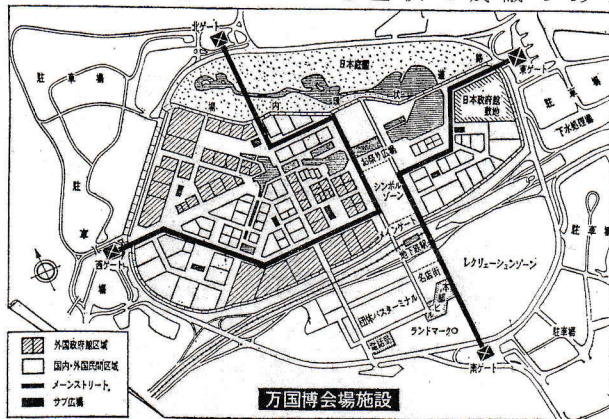
会場

シンボルゾーン を中心に5区分 万博に關する5章

一九七〇年の日本万国博覧会は、大阪府の北部、吹田市山田地区、俗にいう千里丘陵の一角で行なわれま

す。面積は約三三〇ヘクタール。面積だけはいえ、過去の万国博の中で、一

んだカナメの位置にあります。近年この地区の東に接して名神高速道路が建設されました。西には人口十五万人をのむ千里ニュータウンの建設がすすめられています。このようにいままで取り残されていた千里丘陵は最近にわかに脚光をあびるようになりま



学識経験者を集めた会場計画委員会がつくられ、その原案は、京大の西山卯三教授と、東大の丹下健三教授によって作成されました。さらにこの原案をもとにして、丹下健三氏を建設プロデューサーとして、最終案がためられて

界の名物のならば名店街など主要な施設が配置され、その南端の丘には、シンボルタワーが建てられます。お祭り広場は約六万五千平方メートル、世界の人々の祭典の場となるはずで

オリンピックを 上廻る公共投資 万博に関する5章

地域開発

万国博に関する5章

実際に過去の万国博をみると、明かにその地域や都市の開発をねらったものが非常に多いのです。一八九三年のシカゴ博は、コロンブスのアメリカ発見四〇〇年記念という名目ですが、実際には大火災にあったシカゴの再建を目的としていました。また第一次大戦中に開かれた一九一五年のサンフランシスコ博は、パナマ運河の開通と太平洋発展四〇〇年を祝ったものですが、大地震による打撃を受けた都市の再建

万国博の効果を第一に考へられるのは、関連地域開発事業として行なわれる公共投資です。先の東京オリンピックでは、高速道路、地下鉄、東海道新幹線までが、オリンピック

をねらっていました。そのほか高架鉄道が始めて設けられたのは一八九三年のシカゴで、一九〇〇年のパリ博には地下鉄が走りました。一九三九年のニューヨーク博では都市高速道路が実用化されました。そのほか万国博によって、空港の建設、道路や地下鉄の整備、都市計画や公園の建設など都市の発展や、計画の推進を行なっている例は枚挙にいとまがありません。これにくらべるとオリンピックのための新しい都市開発などは、むしろ例が少ないのです。その入場者数も、期間も万国博はオリンピックよりはるかに大きく、関連事業の必要性が強いのです。またオリンピックはスポーツという文化の一面にすぎませんが、万国博は人類の活動のあらゆる面を包括してしまうほど範囲も広いものです。

今回のモントリオール博でも新しい地下鉄の建設、港湾の整備、ハイウェイの建設などが行なわれていますが、さらにフランス系住民の多いモントリオールで開くことは、英仏両系のカナダ住民の一体化を計るという極めて高度な政治的、社会的配慮を加えた地域開発のねらいをもっていると言えることができるのです。セントローレンス水路の開発によっ



て直接大西洋からトロントへの陸揚げが可能になり、大西洋への門戸として商業活動の中心にあったモントリオールの斜陽化の救済に対して、経済地盤の沈下を叫ばれる商都大阪を始め関西圏の整備開発というねらいは、互に共通点をもっています。ところで万国博関連公共事業は当初

二兆三〇〇〇億円といわれましたが、一応昭和四五年までに完成するものに限ったため、山陽新幹線、四国本土架橋、北陸自動車道がはずされ、中国縦貫道も一部だけになり、当初の算定をかなり下廻り七六〇〇億円と推定されています。

オリンピックの直接、間接経費の合

計は、一兆円強言われていますから、これに比べると少ないようですが、この中には東海道新幹線三八〇〇億円を始め、地下鉄工事や、高速道路など、オリンピックがなくても当然に実施されたものを含みますから、これらを差し引くと、オリンピックによる純増公共投資は九〇四億円と推定されるのに対して万国博のために増加された額は七六〇〇億円のうち三五〇〇億円程度で、オリンピックの場合をかなり実質では上廻っていることが分ります。

関連事業のうち大きなものは何といっても道路で、約三六〇〇億円ですが、このうち主なものは直接会場に通ずる中央環状線、御堂筋線のはか、遠方からこれにつながる第二阪和、名阪、阪奈道路、阪神高速のうち神戸関係などが予定されています。このほか大阪市の地下鉄の主要部分も万国博にまにあわす計画です。また港湾関係では神戸のポートアイランドを始め、大阪、堺の港も改良されます。伊丹空港の整備もすすめられます。このような関連開発事業を含めた万国博の総需要は、波及効果を含めると二兆一〇〇〇億円と推定されています。

この結果、大阪府では四二年から四五年まで一兆一五〇億円の地域所得の増加がみられ、万国博がない場合の所得の七％増加、増加率では約二倍という大きな効果が期待されているのです。(カットは会場付近の交通図)

イメージアップの 絶好のチャンス 万博に関する5章

企業集団

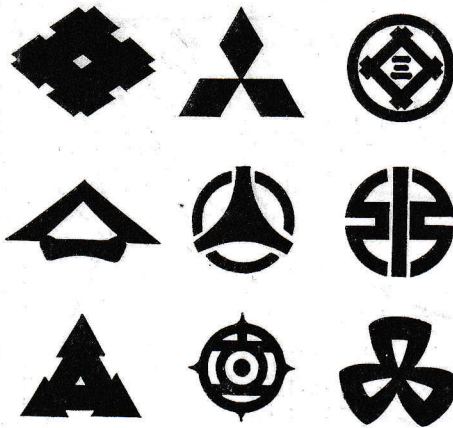
万国博に関する5章

して浮彫りさせ、公衆の啓蒙に役立つことが博覧会の大きな目的なのです。ところが第二次大戦以後とくに一九六二、六三のニューヨーク世界博（公式の万国博ではないが）では、いわゆるワールド・エンタープライズとよばれる大企業が派手な競演を演じたのです。ニューヨーク博は全く「米国巨大産業博」といつてもよいでしょう。そのシンボルとなった高さ四三メートル、重さ四三万キロという巨大な地球儀のモニュメント「ユニスフェア」は世界一の鉄鋼メーカーUSスチールの提供によるものだというのも、よくこのことを示しています。しかしニューヨーク博の大企業館は、いずれもたのし

万国博は見本市のように直接専門のバイヤーを相手に商品ならべて販売を目的とするものではないとみえません。すでに見たように人類進歩の道標として、その時点における進歩を一堂に会して浮彫りさせ、公衆の啓蒙に役立つことが博覧会の大きな目的なのです。ところが第二次大戦以後とくに一九六二、六三のニューヨーク世界博（公式の万国博ではないが）では、いわゆるワールド・エンタープライズとよばれる大企業が派手な競演を演じたのです。ニューヨーク博は全く「米国巨大産業博」といつてもよいでしょう。そのシンボルとなった高さ四三メートル、重さ四三万キロという巨大な地球儀のモニュメント「ユニスフェア」は世界一の鉄鋼メーカーUSスチールの提供によるものだというのも、よくこのことを示しています。しかしニューヨーク博の大企業館は、いずれもたのし

い立体的な展示を行ない、商品を生むきだしておしつけるようなことはしていません。各企業はその社会的役割と企業のイメージアップのために百億円以上の巨費を投じたのです。博覧会が片寄った専門家であるバイヤーを相手にするのではなく、広く一般庶民を相手にするのですから、このような展示は当然のことであつたかもしれせん。しかし日本の見本市を頭に描いていた人々にとって、このような企業PRの変化と、博覧会の意義をあらためて再認識させたのです。

よる出展が考えられてくるわけです。企業グループによる出展には、いわゆる旧財閥等、資本グループによるものと同業グループによるものがあります。今回の出展の申込みをみても両者が入り交つて出ていることが特徴と申せましょう。同業グループの場合はワールド・エンタープライズに対する日本の防衛的な姿勢を示すものであ



す。また四大財閥系の結集の仕方、それぞれ内部の問題をかかえています。しかしいずれにせよ、万博を契機として、たんに出展にとどまらず、資本自由化に対応する新たな企業グループの再編成が、すでに始まっていると見なければならぬでしょう。すでに始まりつつあった企業の再編成に万国博が拍車をかけたといえるかもしれません。いずれにせよ単独企業の形では、よほどの特徴をそなえていないと、次の時代を乗りきることが困難であることを、万博の出展申込みが語っているように思われます。今回のような第一種一般博といわれる大規模な万国博は、条約上の制限もあり、今世紀中に日本で行なわれる公算はせいぜいあと一回位でしょう。とすると一九七〇年万国博によって決定づけられた企業イメージは、次の二、三〇年間にかなり決定的な役割を果たすことになりそうです。入場人員延三千万人ということは、その伝達効果からみて、全国民というのと等しいでしょう。全国民に二、三〇年もの間のイメージを決定づけるチャンスであれば、企業の日常PRとは比較にならないウエイトをもつこととなります。この時期にどのような企業グループが生れ、どのようなアイディアによりイメージアップを計るか、今世紀後半の企業戦略の縮図といえましょう。

(カットは各企業集団の社章)