

復興支援異分野連携プロジェクト 「イベント復興支援部会」「観光復興支援部会」
復興国際博覧会構想会議 第6回 報告書

開催日時：平成23年12月14日（水）19:00～21:00

開催場所：秋葉原 UDX 4F UDX オープンカレッジ

参加人数：参加者数:25名

【会議概要】。

6回目の開催となる今回の復興国際博覧会構想会議。新産業文化創出研究所の廣常からは第1回から第5回までの会議の概要説明があり、その中で定まってきた復興国際博覧会の方向性について語られた。

今回は SNS やウェブを活用した復興支援を行っている企業、団体を中心にプレゼンテーションをしていただいた。花のカプロジェクトの金藤氏からは、個人花屋などを営む人たちが集まって、本業を通じた花や緑による支援活動の経緯、事例紹介などがあった。花業界が集結し、SNS なども活用し、大型イベントにも成功。今回の件で花の力に確信を持ったと同時に、継続的に支援するための方策を模索中だという。助けあいジャパンの新沼氏からは、SNS を活用した情報発信による支援について語られた。今回の活動では官と民、NPO がうまく連携して動いた。ちなみに現在までに助けあいジャパンは官から資金的援助は得ていないとのこと。あくまでも情報のみだそうだ。活動実績とともに、今後の活動の報告性についても言及された。ヤフー株式会社の佐竹氏からは、ユーザーの生活をより豊かに、便利に、価値あるものへと推進する『ライフエンジン』を目指しているとして、まずはヤフーのサービスの報告性について述べられた。3.11 以前からの活動、震災後の活動が述べられた。有事であったからこそできた、あるいは思い切った決断を行ったという秘話、また、今後のヤフーの復興支援の柱として『復興デパートメント』が紹介された。

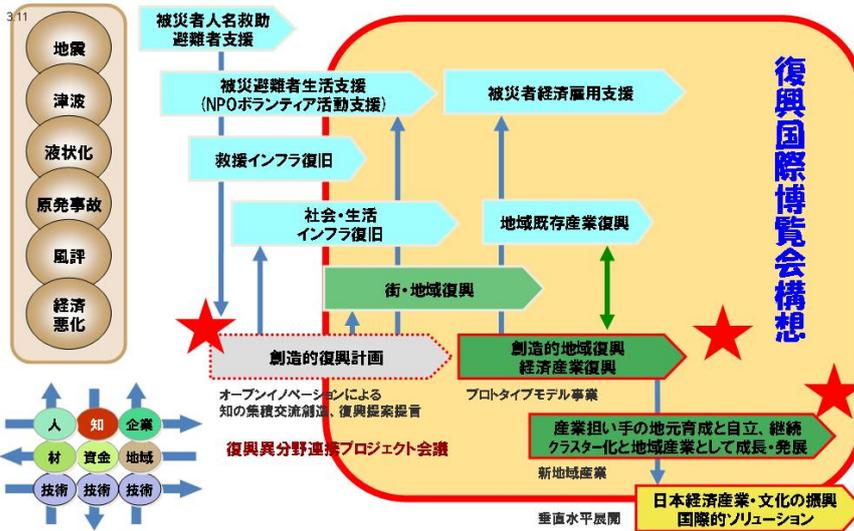
【プログラム】

■「今までの概略及び提言」 新産業文化創出研究所 所長 廣常啓一

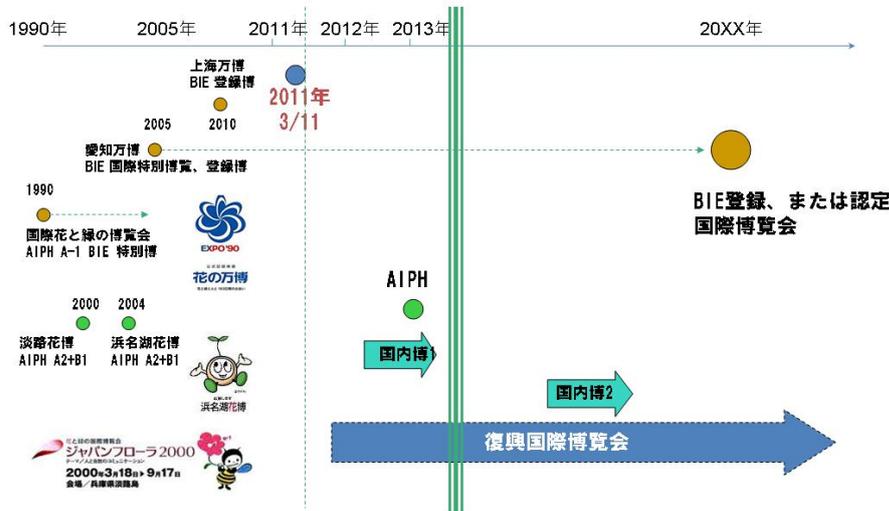
震災後秋葉原では、創造的復興活動として異分野で連携して復興支援のための活動をできないかという話し合いを重ねてきた。いろいろな提案をいただいております、プロジェクトと進んでいるものにさらに拍車をかけようという意味合いで「復興国際博覧会」の提案を行った。

復興支援異分野連携プロジェクトの位置付け

創造的復興計画の提言とプロジェクトの導入、継続的な地域復興、産業振興とその自立化



博覧会の組合せ



【過去の会議の概略】

<第1回目の会議>

AIPH で園芸博覧会に認定されたものを BIE 認定の国際博覧会にスライドさせる。博覧会だけでなく、公園を作ったり、街のランドスケープを作ることも博覧会の中に入れておく。

<第2回目の会議>

第1回目の続きとして、公園の博覧会を中心に、東北の風景や町になじみ、地元プラスとして残る博覧会にする。

<第3回目の会議>

博覧会の幅を広げるために、ソーシャル活動そのものを博覧会としよう。これは世界初となる。ソーシャル・イノベーションそのものを博覧会に。NPOの活動や、道路ができれば道路も博覧会、仮設住宅も博覧会、など。世界に誇らなければならない博覧会となると、たとえ公共の資金を使っても手をぬけない。

<第4回目の会議>

博覧会の専門家の方たちからの発表。イベント学会などからプランの発表があった。

<第5回目の会議>

被災地のために役立てたいというNPOや企業CSR活動の発表、ご提案があった。また、バーチャルを活用した支援の提案も行われた。

<第6回目の会議>

今までの経緯を受けて、SNSやウェブを活用した支援の発表をおこなった。

今までの復興博覧会関連の会議概要

■第1回 花と緑の街づくりによる復興構想会議 5月30日開催

- ・『国営ひたち海浜公園 ひたち公園管理センター 企画担当課長 平田 正勝氏
- ・株式会社マッシュ マネージャー 坂本 ひでき氏
- ・株式会社NITフアンリディーズ 事業開発部 環境ビジネス部門 環境ソリューション担当 早川 豊朗氏
- ・フューチャーグロー株式会社 代表取締役会長 池田 真一氏
- ・環境関連や都市緑化、花卉農業、バイオ等の各種プロトタイプ事業や街づくりを国際博覧会の看板のもとで分散的に恒久的なパビリオン扱いとして世界に情報発信していく議論が出された。

■第2回 花と緑の街づくりによる復興構想会議 6月13日開催

- ・『国営ひたち海浜公園の現状』：ひたち公園管理センター 企画担当課長 平田 正勝氏
- ・東日本大震災の影響で、来場者が前年対比60%ダウンとなった。九州ハウステンボスの事例などと共に、博覧会の会場としての提案が話し合われた。
- ・博覧会を通して新しい価値の創造
- ・原風景とマッチする街づくり

■第3回 復興国際博覧会構想会議 9月14日開催

- ・『海からのレクイエム「東北祭博覧会」の構成案』：株式会社デヴューエンタープライズ 代表取締役 今村 洋介氏
- ・東北の祭りを主軸に日本中の代表的な祭りを海を渡り、東北に集結・回遊する世紀の祭典、お祭り博覧会
- ・『ソーシャルイノベーション博覧会』：株式会社ソーシャルプランニング 代表取締役 竹井 亜昭氏
- ・ソーシャルイノベーションとして若者たちの支援、新しい産業創出ができるような博覧会の提案
- ・イベント学会における博覧会計画進捗説明：株式会社情報堂 ライジング・イースト・プロジェクト 推進室 室長 小林 洋志氏
- ・現在イベント学会で話し合われている検討課題についての報告
- ・『仮想的デザインによるイベント・街づくり』：株式会社スペースメニューラボ 代表取締役 齊木 慶一氏
- ・慰霊・祭り、イベントを通して、見た目美しい街づくり

■第4回 復興国際博覧会構想会議 10月14日開催

- ・『東北復興博覧会構想』研究：株式会社コミュニケーション・デザイン研究所 福井 昌平氏
- ・（株式会社電通 那和真太郎氏、株式会社情報堂 川西太士氏、株式会社アサツーディ・ケイ 金田秀一氏の共同研究）
- ・イベント学会で研究されている復興のための国際博覧会の発表。
- ・『東日本「花緑」復興プロジェクト「花緑」』：東京観光専門学校 非常勤講師（福山大学、早稲田大学）宮地 克昌氏
- ・学生とともに活動をはじめた「花緑」をテーマとしたプロジェクトについて説明。

今までの復興博覧会関連の会議概要

■第5回 復興国際博覧会構想会議 11月14日開催

- ・大洋製薬㈱ 本間氏/ビップ㈱ 小林氏
- ・救急車が到着するまでの応急処置を行うことができるCSR製品「提供表示シート式」救急キットF+M
- ・NPO国際生命科学研究所 木村氏
- ・自分たちが健康管理が行え、コミュニティ醸成となる『TAKE10』の提案
- ・NPO国民健康会議 和田氏
- ・コミュニケーション・コアとなるような施設やサービス作りの提案
- ・Overcome Japan fmiya氏
- ・ふるさとへの思いと支援する気持ちを乗せた歌の披露と、雇用を生み自然エネルギーの活用を行えるメガフロートタイプのMulti-Function-Power Plant
- ・の必要性
- ・特電通国際情報サービス 金山氏
- ・SNS上で意見の集約を行えるSPRITを活用し、バーチャルでの復興支援の集約の提案

■第6回 復興国際博覧会構想会議 本日開催

- ・花のプロジェクト「花と緑による継続的支援プラン」 金藤 公夫氏
- ・助けあいジャパン「これまでの取り組みとこれから」 新沼 孝徳氏
- ・ヤフー株式会社(Yahoo! JAPAN)「東日本大震災への取組みについて」 佐竹 正範氏

■第7回 復興国際博覧会構想会議 平成24年1月16日開催予定

- ・株式会社ジェティービー(JTB東北本社駐在) 池田伸之氏

【復興国際博覧会構想会議で合意されてきたこと】

- ① 一刻も早い活動が必要な復旧・復興活動に拍車をかけ、東北経済の活性化へとつながるインバウンド効果を図るため、国内博覧会やイベント、国際博覧会のみならず、NPOや企業のCSR活動、ソーシャル活動などの復旧復興活動、そこに至るプロセスなども組み合わせ、場所や時間の制限のない長期のものとする。
- ② リアルな活動とともにバーチャルな活動も博覧会とする。
- ③ リアルとバーチャルの場で合意形成の場をつくりながら活動の活性化をはかる。
- ④ 官民が共に戦略的パートナーとなっておこなっていく場とする。
- ⑤ ソーシャル・イノベーションを基本的な母集団とし、地域の活性化を図っていく。
- ⑥ 復興国際博覧会の実行委員会を立ち上げ、この組織で出来上がったソリューションを世界の災害による課題解決ソリューションとして提供する、など。

【上述された復興国際博覧会の効果】

- ① 博覧会という名前のもので活動すると、海外にとっても目立つものとなる。＝クールジャパン
- ② 博覧会の冠をつけ、注目されることによって、クオリティの高いものとなる。
- ③ ソーシャルやCSR活動とすることによって、税金の無駄遣いにならない効率的な活動となる。
- ④ 産業の乏しい東北において、ソーシャル活動の発信の場となる。
- ⑤ 東北における産業振興クラスターの形成。
- ⑥ 従来の協賛（宣伝行為）などの形ではなく、新しいモデルの構築。

■花のカプロジェクト 代表 金藤 公夫

震災後、心に栄養を届けたいと思い、有志が集まって母の日に石巻避難所へ。その時に、「被災したのが東京でなくて石巻でよかった。東京で支援を」という声がかきつけとなり、東京でイベントを行い、支援金集めなどをおこなった。7月には花業界が協力イベントを行った結果、1500人を集めることができた。その資金を活動資金として、被災地のウェディングなどを開催。その後もフラワードーナツ活動を進める。現地で植栽し、春になったら天に召された方たちにお花を届けるように花が咲き乱れるという仕組み。海外の有名なアーティストなども活動に参加してくれている。「花には心を支える力がある。現地の人たちの仕事の妨げにならない形で支援をし続けたい」と語る金藤氏。その彼らの今後の課題は、活動を継続させるための仕組み作りだという。

■助けあいジャパン 新沼 孝徳氏

助けあいジャパンは、情報を活かし、集約し、発信をしながら支援を行ってきた。阪神淡路大震災において被災経験を持つ佐藤尚之氏が「必要な情報が必要な人や場所に届いていない」ということから発案されたプロジェクト。3月12日政府高官へのメール、3月14日プレゼン、内閣官房「震災ボランティア連携室」との連携決定、3月18日facebook立ち上げ、3月22日HP立ち上げ。ソーシャルメディアを有効活用したから可能となった。ソーシャルに人が集まり、情報が集まり、情報が流れ、リアルなコミュニケーションへと広がる。助けあいジャパンで活動する人たち自身もクラウドでつながっている。ちなみに官民

の連携は、「民が官に情報提供を行う」というスタンスだという。

集めた情報は、ヤフーやグーグルなどへ提供、英語や携帯での情報だし、アーカイビングも行う。メディア媒体などとも連携をした。今後は情報精査における取組、緊急雇用創出事業を利用した各県での取組拡充、次の大震災に備えた仕組み作り、リアルコミュニケーションの活発化などが課題。

■ヤフー株式会社 事業戦略統括本部 本部企画部 企画 リーダー 佐竹 正範氏

ユーザーの生活をより豊かに、便利に、価値あるものへと推進する『ライフエンジン』がヤフーの活動のテーマ。3.11以前の地震情報発信広告技術やヤフー基金などが活用された。震災当日、ヤフーの東京・大阪で同時のボヤ騒ぎがあり、東京社員が自宅へ持ち帰り速報を流し続けたという秘話も披露。また、ヤフー関連サイトへのアクセスが増え、ダウンしていくことを懸念し、グレイゾーンではあるが情報を発信することへの義務感とインターネット界の救済として、TOPの思い切った決断がなされた。キャッシュをとり、そこへのリンク付である。その後、電気情報、ガソリンスタンドリアルタイム情報、道路状況、電波アクセス情報など、必要と思われる情報提供を行ってきた。1時間先の電気予報なども実現。ヤフーの今後の復興支援の中心となるのは立ち上げたばかりの「復興デパートメント」であろうとのこと。地元の方々によるECで、インターネット上で商売を行うことができる。出店料はもらわないが、売り上げ3%はいただくという。継続的に支援するためには必要という。現在、復興支援のためのバナーをTOPページにしているが、その場所は販売すれば一日1億円だという。今後の対策も各自治体に呼び掛けているという。行動・活動をしようとする人たちの『ライフエンジン』としての応援をしたいと佐竹は締めくくった。

■ディスカッション

- ・電通国際情報サービスの金山氏からはヤフーに対して、「インターネット業界の果敢なチャレンジ。チャレンジにはよいタイミングであったのかも」とのコメント。
- ・(廣常) タイミングは大切。協力を望む場合も、10年後にお願いしてもかなわない。ソーシャルメディアの果たす役割は大きい。
- ・(大広) 新しいテーマとしてソーシャルはあり得る。海外へ向けた復興ビジネスが成立しそうだと本日の話し合いで実感。
- ・(廣常) 資金もソーシャルで集まるしくみ。お金の流れは透明にする。
- ・(廣常) 東北復興でプロトタイプを作ることの重要性。広告業界、メディア業界において、従来の資金集めの概念は終わっている。自分たちが社会にどのように貢献するかを表現する事が大切。社会との合意形成を築く。
- ・(阪氏) 被災地は復興バブル。ボランティアの方向性もない。メディアにリーダーシップをとってもらいたい。
- ・(新沼氏) 助けあいジャパンは、官から必要なもの、民から必要なもの、企業から必要なものをマネジメントするプラットフォームを形成しながら、「民間からPPP」という形で活動をすすめていく。
- ・(金藤氏) 活動をスムーズに行えたのは、自分たちを主体としなかったから。NHKの取材カメラマンと連携し、活動を広めていった。花は笑顔を作り出すことを再認識。復興博

覧会が活動の原動力になることを期待。

- ・(廣常) 博覧会という冠をつけると、活動者のモチベーション向上となる。インバウンド効果もある。ムーブメントを作っていきたい。リアルなプラットフォームはこの会議で行い、バーチャルでも進めて欲しい。
- ・(佐竹氏) ネットの特徴は考慮すべき。ネット上に落とせば嘘はつけない。後々まで残る。
- ・(新沼氏) ソーシャルは個人の興味で進んでいるから、今後ポリシーの整備などが必要。
- ・(佐竹氏) あくまでも主体は現地。リアルで進めて、インターネットは補助的でよい。
- ・(廣常) リアルとバーチャルの場での合意形成を築きながら復興活動。
- ・(廣常) 現在のところ、特定の実行委員会とせず、有機的につながっている活動と考えている。今後も話し合いながら、考えながら進めていく。

【事務局より】

今までの概念とは違う復興国際博覧会構想となっているが、新しい概念としてソーシャルの活用、社会との合意形成を築きながら、官民社会が有機的につながって効率的な博覧会を開催するという構想は今後どの業界においても必要な方向性であると考えている。また、東北経済自体のイノベーションとして、ソーシャルの発信基地ともなりうる。復興国際博覧会自体が COOL JAPAN とも言える。次回は被災地の状況を考えた復興活動として、官公庁から出た東北観光博覧会などをテーマとする。

以上