

# EXPOST

Mar.  
2022  
VOL. 01  
TAKE FREE

EXPOST [エクスポスト]  
EXPO+POST(新聞)の造語。  
私たち大阪の企業がEXPO2025を  
案内し支えるEXPO応援マガジン。

## 開幕まで3年 どんな未来が見える?



2021年9月30日に行われたドバイ万博の開会式。ドバイの規模は大阪・関西万博より大きい(写真:ロイター=共同)

### 万博に印刷とデジタルで貢献

2025年大阪・関西万博の開幕まであと3年1カ月となった。大阪湾の人工島、夢洲(ゆめしま)を舞台に開催されるEXPO2025のテーマは「いのち輝く未来社会のデザイン」。貧困や飢餓、高齢化、気候変動といった人類の共通課題を解決するため、最先端技術など世界中の英知を集める「未来社会の実験場」という位置づけで、国連の「持続可能な開発目標」(SDGs)にもつながる壮大なテーマだ。

約155ヘクタールの会場は、テーマ館や海外各国・企業の展示施設が並ぶ「パビリオンワールド」、屋外イベントが開かれる「グリーンワールド」、親水空間となる「ウォーターワールド」の3つのエリアで構成。150か国・25国際機関と企業の参加が想定され、約2820万人の来場が見込まれている。

新型コロナの感染拡大で世界は一変した。3年後、私たちはどんな未来を目にするだろうか。

大阪に本社を置く真生印刷、デジタル総合印刷、サンケイ総合印刷とIT企業・LAB.ASの4社は、2025年大阪・関西万博に向けて立ち上がりました。万博にパビリオンを出展される政府・地方自治体、海外各国、企業・団体の皆さまに、印刷とデジタルの両分野でお役に立ちたいと考えています。

「大阪・関西万博 開催支援EXPO」には共同で出展し、4社の技術やサービスを紹介しています。

「BUNSHIN」は工場への設備搬出入をDX(デジタルトランスフォーメーション)化するため開発されたシステムですが、パビリオンへの展示物や設備の搬入にも応用が期待されています。懐かしい1970年大阪万博のパンフレットやスタンプ帳を展示し、最新技術で、それらがどう進化するかもお見せします。

いま手に取っていただいているフリーペーパー「EXPOST」も、その一つ。4社の新聞制作・印刷技術を紹介するとともに、万博開幕へのムード盛り上げに少しでも貢献しようと発行を企画しました。

真生印刷は、カタログやチラシ、パッケージ、マニュアルを手がける総合印刷会社。企画・デザイン・編

集から印刷、加工、物流まで全工程に対応できる「ワンストップ・ソリューション」が特長です。

デジタル総合印刷は、印刷機を持たない印刷会社。カタログやマニュアルのDX対応や拡張現実(AR)などのXRコンテンツといった、印刷とデジタルを融合したソリューションを提供しています。

サンケイ総合印刷は、60年にわたって蓄積した新聞印刷の実績を誇ります。本社工場は、万博会場の夢洲に最も近い新聞印刷工場です。

LAB.ASは、クリエイティブとIT技術でDX時代を切り開く組織集団として、真生印刷とデジタル総合印刷が設立した会社。「ラバス」と読みます。

3月15・16両日、小間番号「4-20」の4社のブースで皆さまをお待ちしています。

詳しくは  
P.3へ

この新聞の1~3面は英語でも読めます

Pages 1 to 3 are available in English as well.

# 工場の設備搬出入DX化 リモート対応



工場で使われた3Dスキャナー。室内をさまざまな角度から撮る＝大阪市此花区(デジタル総合印刷提供)

自動車部品などを手掛ける大豊精機(愛知県豊田市)と印刷業のデジタル総合印刷(大阪市東住吉区)は、3次元(3D)スキャナーで撮影した工場のデータなどを活用し、設備の搬出入作業をシミュレーションできる新システムを開発した。遠隔地にいながらオンライン上で打ち合わせができることなどから、工程やコストの削減が可能。新型コロナウィルス禍のリモートワーク需要にもつなげる狙いだ。(産経新聞経済部記者 田村慶子)

新システム「BUNSHIN(ぶんしん)」は、工場と新たに導入を計画する設備などを、編集可能な3Dの実寸データで再現できるのが特長だ。関係者が現場へ集まり何度も作業を検討しなくても、搬入のための動線の確保や、必要な作業人数

などをパソコン上でシミュレーションできる。「工場の設備導入やレイアウト変更の作業をDX化できる」と大豊精機とデジタル総合印刷の担当者はアピールする。

使用するのは1秒間に100万点のレーザーを発する3Dスキャナーだ。レーザーが物体に当たり、跳ね返りにかかった時間から計測した距離で、工場をまるごと点群(点の集合)データに再現。さらに搬入する設備の3DCAD(コンピューター利用設計システム)データをCG(コンピューターグラフィックス)に変換し、工場の点群データと融合させた上で、独自技術によりオブジェクト(物体)を消したり動かしたりと編集できる「点群モデル」にした。そうすることで「大型の機器を置くには階段を撤去しなければならない」といった



点群モデルのデータ上でシミュレーションした搬入作業＝写真左。実際にシミュレーション通りに作業が行われた＝同下

ことが、現場にいなくとも容易に想定できるというわけだ。

利用料金は工場や導入設備の規模にもよるが、延べ床面積1000～1500平方メートルで300万円(税別)から。紙の設計図を用いた搬出入は事前のすり合わせに大体3～4カ月が必要だが、「BUNSHIN」なら10日間で点群モデルにできる。打ち合わせの回数も減らせるという。

昨年8月には大阪・西九条にある印刷会社の工場で印刷機の導入にあたり採用された。フォークリフトや作業員をデータ上に配し、搬入をシミュレーションしたことで、導入当日は余分な作業をする必要がなく、すぐ作業にとりかかれた。動線を広く取ろうと必要以上に物を動かさずに済んだため、工場の稼働を一時的に止めることもなかったという。システムを採用した印刷会社は「コロナ禍で集まれない中、オンラインで現場の状況を理解し、十分にすり合わせができ

た」と喜ぶ。

大豊精機の担当者は「工場には図面がないものも多く、作業にあたっては工場長や現場のベテランのノウハウが欠かせなかった」といい、「それでもいざ搬入しようとする取まらない、物にぶつかるというアクシデントも多い」と新システムの利点を強調する。

## 万博に売り込み

今後は2025(令和7)年開催の大阪・関西万博でも売り込む方針だ。万博に出展される各国のパビリオンは個性的な内装デザインで、内部には特殊な設備が置かれることが多い。設置や準備に携わる業者も多いとみられ、「データを関係者に配れば離れた場所からも打ち合わせができ、作業もスムーズにできるのではないか」と期待を寄せている。(この記事は2021年11月26日付産経新聞朝刊に掲載されたものです)

大豊精機「当社は創業以来、自動車の足回り関連を中心に、生産設備・プレス金型・試作金型・試作部品といった車づくりを手がけるオールラウンドメーカーです。近年では独創性と先進性をより拡張し、独自技術による試作型・試作部品の製造、さらに独自工法による量産部品の製造を実現することで『クルマづくり』における当社のフィールドをより一層広げています」

- 本社：愛知県豊田市上原町折橋1-15
- 設立：1973年
- 従業員数：463人(2021年1月時点)

## お知らせ

「大阪・関西万博 開催支援EXPO」では、小間番号「4-20」のデジタル総合印刷のブースで3Dスキャナーを使った「BUNSHIN」の実演を披露しています。「BUNSHIN」のお問い合わせはデジタル総合印刷(電話06・7178・5151)へ。同社のサイトでは、実際の作業風景の動画などを見ることができます。



## この新聞は英語でも読めます

この新聞の1～3面は、紙とAR(拡張現実)を融合させたサービス「ARスマートペーパー」に対応しており、ARアプリ「COCOAR-ココアル」をダウンロードしたスマートフォンを使って英語で記事を読むことができます。「COCOAR-ココアル」はiPhoneとAndroidに対応しています。ダウンロードは下のQRコードから。

Pages 1 to 3 of this newspaper are compatible with AR smart paper, a service that integrates paper and Augmented Reality (AR). An English version is available with smartphones using the COCOAR AR app.

## 最初に、スマートフォンアプリ「COCOAR」をインストール!

COCOARアプリは無料のアプリです。

### STEP 1 「COCOAR」アプリのインストール



「App Store」もしくは「GooglePlay」で「COCOAR」と検索しインストールしてください。  
または、左側のQRコードを読み込み、「COCOAR」アプリをインストールしてください。

### STEP 2 COCOARを起動してかざす



「COCOAR」アプリを起動し、指定画像にかざしてスキャンしてください。

カメラマークを押すと撮影することもできます。

# パンフとスタンプ集めに夢中だった

## 万博グッズ収集家、白井達郎さんに聞く

「万博」と聞くと、いまだに1970年に開かれた大阪万博を思い浮かべる人が多い。太陽の塔のミニチュアなど当時のグッズはいまも人気だ。EXPO'70では何が来場者の心をつかんだのか。日本一の万博グッズ収集家として知られる白井達郎さんに聞いた。

大阪府池田市の住宅街にある白井さんの自宅。ガラス面に「URUGUAY」と書かれた玄關の真っ青な鉄柱が目を引く。大阪万博のウルグアイ館の一部で、兵庫県内のラーメン屋で使われていたのを白井さんが見つけ、店が休業したときに譲ってもらったものだ。

70年当時、白井さんは高校1年生。万博の開幕前から何度も吹田市の会場近くまで自転車走らせ、パビリオンが次第にできていく様子を遠くからながめて期待に胸を膨らませていたという。

そして迎えた70年3月14日の万博開成式。テレビでそのニュースを見た白井さんははいてもたってもいられなくなり、2日後に初めて入場した。

「後から考えると、会期中で入場者が最も少ない日でした。開幕直後だし、寒かったからでしょう。アメリカ館やソ連館、三菱未来館など主だったパビリオンを1日で見て回ることができました」

当時の最先端技術を駆使したユニークなパビリオン。巨大スクリーンに映し出される映像。動く歩道や電気自動車、宇宙船、リニアモーターカー。そして世界中から集まった人たち…。初めて見るものばかりで、会場全体が近未来のようだったと白井さんはいう。

夏休みに入ると、会場内のレストランでアルバイトをはじめ、空き時間にパビリオンを見て回った。半年間の会期中に入場回数は25、6回にのぼり、全パビリオンを2回以上見ることができた。

この時、白井さんが夢中になったのが展示内容を紹介したパンフレットや来場記念のスタンプなどを集めることだった。

「パンフレットを一番多く配っていたのがソ連館でした。共産主義をPRするためか、ソ連の医療や教育のパンフもありましたね。わが家に段ボールひと箱分残っています。対照的にアメリカ館は関



入場者でごった返す大阪万博の会場＝写真上（共同）

「会場全体がタイムマシンで訪れた近未来社会のようだった」と大阪万博を振り返る白井達郎さん＝写真左

係者向しか作っていません。それも後に手に入れましたが…」

表紙と一緒に複数のバージョンを作っていたパビリオンもあった。例えば、タイムカプセルを展示した松下館では、コンパニオンを登場させたり、写真を変えたりして10種類ほどあったという。

記念スタンプはパスポートサイズのスタンプ帳に押しもらったが、これにもレアものがあったという。「地方自治体館では各都道府県の『県の日』があり、その時だけ押しもらえるスタンプがありました。民間パビリオンでは協賛企業のスタンプもありましたね」

会場の売店では、パビリオンの写真の横にあらかじめスタンプが押されたスタンプ帳も売っていた。大阪万博の3年前のモントリオール万博でスタンプ集めが人気となり、コンパニオンが対応で忙殺されたため、大阪では事前に押し

たものが用意されたそうだ。スタンプと一緒に子どもたちの間で流行ったのが外国人のサイン集めだった。有名人やコンパニオンだけではなく、子どもたちは無名の旅行者にも「サイン、プリーズ」とサイン帳を差し出した。

外国人ではないが、白井さんはジャズトランペット奏者の日野皓正さんにサイ

ンをもらうことができた。アルバイト先のレストランがコンサート会場の万博ホールの隣りにあり、たまたま休憩中の日野さんを見かけたのだという。「実はこれが一番の宝物です」と笑う。

このほか、入場券や会場マップ、絵はがきなどが白井さんの万博コレクションに加わった。会場で配布されたミニマップは表紙や地図は同じでも裏面の広告が異なるバージョンがあり、訪れるたびに違うものをもらえたという。その種類は現在までに30以上確認している。入場券も普通券や夜間割引券などさまざまな種類があるという。

万博閉幕の7年後、大学を卒業した白井さんは大阪市内の美術印刷会社に就職する。そこで有名なシンボルマークの作者である大高猛さんからEXPO'70に携わったグラフィックデザイナーたちと知り合ったことが、白井さんの万博グッズ収集熱に再び火をつけた。

伝手を頼ったり、骨董市をのぞいたりして万博グッズを集めはじめ、会場案内のピクトグラム（絵文字）やコンパニオンの制服などコレクションは1万点以上に達した。現在、その一部は万博記念公園内の施設「EXPO'70パビリオン」（吹田市）で展示されている。

「大阪万博後、日本にも大型テーマパークができ、海外の万博も見に行きましたが、インパクトの大きさという点で大阪万博を超えるイベントはありませんでした」と白井さん。とくに残念なのは、すべてがデジタル化し、モノを収集する楽しみが少なくなったことだ。

「例えば、入場券も今ならネットで予約でしょう。それではチケットの半券は残りません。いつまでも思い出の品として手元に置いておけるのは、やはり実物のパンフレットやスタンプ帳なんです」

そういいながらも、55年ぶりに地元で開かれる大阪・関西万博は楽しみにしているという。「大阪万博でぼくたちが味わったあのワクワク感を、今の子どもたちにも感じてもらいたいですね」



大阪万博のスタンプ帳（左）とパンフレット。今も保存している人は多い

## ハイブリッド・スタンプブック提案

EXPO'70ではスタンプ収集が人気を集めたが、大阪・関西万博に向けてリアル+デジタルのハイブリッド・スタンプブックを提案するのは真生印刷とIT企業のコギト（京都市中京区）だ。

ベースとなるのはコギトが開発したスマートフォン向けマップ表示アプリ「ambula map」。GPSに対応し、イラストマップや古地図のような、あいまいな地図でも現在位置が分かるため、観光地などで街歩きガイドやウォーキングイベントで活用されている。

このアプリは目的地に着くと、スマホ画面からデジタルスタンプを入手できる機能があり、スタンプラリーで使うことも可能。実際のスタンプと違ってスタンプを押す係員を置く必要がなく、景品引き換えもWebでできるため、イベント運営費を削減できるという。

大阪・関西万博では入場券に電子チケットが導入されるほか、各パビリオンも予約制を採用するとみられ、スマホは万博見学の必需品となる。真生印刷とコギトは「ambula map」は万博の会場マップとして使えるほか、スタン

プ収集にも対応できるとみている。さらに関西各地の観光マップを用意しておけば、内外から大阪にやってきた観光客に万博を見学したあと、足を伸ばしてもらいやすくなるという。

「大阪・関西万博 開催支援EXPO」では真生印刷のブースで、日本の象徴ともいえる城を中心とした古地図を使った「ambula map」を展示する。

ただ、スマホに保存したデジタルスタンプは機種変更時などに消えてしまうおそれがあるため、万博の思い出として残せるよう、リアルなスタンプを欲しがる人は多いとみられる。開催中のドバイ万博でも売店で最も売れているのはスタンプ帳といわれる。このため、真生印刷は環境に配慮した用紙やインクを使い、21世紀の万博にふさわしいスタンプブックも用意する。

万博に向けて真生印刷では、紙素材への転換による脱・省プラスチック化や印刷とデジタル技術の融合など、持続可能なメディアとしての印刷を提案していく考え。問い合わせは真生印刷（電話072・225・5001）へ。

## 大阪万博は高度成長象徴するイベント

大阪万博は「人類の進歩と調和」をテーマに、1970年3月15日から9月13日まで大阪府吹田市の千里丘陵で開かれた。総入場者数は6421万8770人と2010年に上海万博に破られるまで万博史上最多で、日本の高度成長時代を象徴するイベントとなった。

アジアで初めての国際博で、76か国・4国際機関が参加。会場面積は約330ヘクタールと、2025年開催の大阪・関西万博の倍以上あった。中央部のシンボルゾーンにテーマ館として芸術家の岡本太郎がデザ

インした太陽の塔や大屋根のあるお祭り広場が建設されたほか、国際館や企業館など116のパビリオンが立ち並んだ。

「月の石」を展示したアメリカ館など、人気パビリオンでは入場待ちの長蛇の列ができた。閉幕直前の9月5日には最多の83万5832人が来場し、終電に乗れず会場内で徹夜する人が続出する騒ぎとなった。

動く歩道、電気自動車、テレビ電話、ファストフードなど大阪万博で登場し、その後、普及していった製品やサービスも多い。

## EXP01970と2025の比較

大阪万博	会期	大阪・関西万博
1970年3月15日～9月13日	会期	2025年4月13日～10月13日
千里丘陵（大阪府吹田市）	開催場所	夢洲（大阪市此花区）
人類の進歩と調和	テーマ	いのち輝く未来社会のデザイン
330ヘクタール	会場面積	155ヘクタール
76か国・4国際機関	参加国・国際機関	150か国・25国際機関
6421万8770人	来場者	約2820万人（見込み）



紀之定正一さん

# 紀之定正一

## Profile

紀之定正一 1983年、真生印刷に入社。現在、同社とLAB.ASの取締役を兼任。地域・未来コーディネーターとして堺市を中心に大阪・泉州地域で地域貢献活動にかかわっている。

# 大きなビジネスチャンス

# EXPO2025は

# 寺澤義親

## Profile

寺澤義親 1973年、ジェットロに入り、海外調査、展示会などを担当。沖縄海洋博(75~76)を手始めに内外の博覧会にかかわる。2010年、ジェットロを退職し、幕張メッセ常務取締役、国際見本市連盟理事などを務めた。現在、日本イベント協会理事・イベント総合研究所主席研究員。



寺澤義親さん

「大阪・関西万博は企業にとって大きなビジネスチャンスになる」。そう語るの日本イベント協会理事の寺澤義親さんだ。具体的にどんなチャンスがあるのか。それを獲得するにはどうすればいいのか。これまで愛知万博など多くの万博の運営にかかわってきた寺澤さんに聞いた。（聞き手は真生印刷取締役、紀之定正一さん）

**紀之定正一さん** 3月末まで開催中のドバイ万博はいかがですか。

**寺澤義親さん** コロナ禍でドバイには行けなかったのですが、YouTubeで万博の動画を見ていましたが、印象に残った展示がいくつかありました。開催国UAEのパビリオンは床に砂漠の砂を敷き詰め、そこにプロジェクションマッピングで歴史などを紹介する映像を流していました。中国館が夜8時から開催するドローンショーも迫力がありますね。日本館ではスシローの回転寿司店に行列ができています。最近の万博はデジタル技術を活用した映像展示がメインですが、やはりリアルな展示物やイベント、食が大事だと感じました。

**紀之定さん** ドバイ万博は大阪・関西より規模がかなり大きいですね。

**寺澤さん** ドバイ政府には、何も無い砂漠に「District 2020」という新しい住居・ビジネス地区を開発する構想があり、その一部438ヘクタールが万博会場となっています。会場面積は大阪・関西万博の3倍弱。会場建設費では約7800億円と、4倍以上になります。万博閉幕後は国際的なスタートアップや中小ビジネス（企業）を受け入れ、約

25年をかけて人口14万5000人の都市をつくる計画です。万博で使われた建物の80%が再利用され、新設の展示会場はドバイのコンベンション機能の強化にも役立てられます。

**紀之定さん** 将来設計図をもとに万博を開催しているわけですね。寺澤さんはこれまで内外で開かれた多くの万博にかかわられました。一番印象に残っているのはどの万博でしょうか。

**寺澤さん** 2005年の愛知万博ですね。入場者は目標の1500万人を大きく上回る2200万人、約130億円の剰余金を残し、「成功した万博」と評価されています。博覧会協会の豊田章一郎会長が「トヨタ万博」といわれたほど力を入られたのが、その原動力となりました。それと地元市町村が参加国とパートナーを組んで交流事業を行ったのですが、国際交流に関心を持つきっかけになったという若者が多かった。これも愛知万博のレガシーとなりました。

**紀之定さん** 大阪・関西万博もレガシーを残すことができればいいですね。そのためにわれわれもいろいろと協力したいと考えています。

**寺澤さん** 万博は多額の開催費用が

かかるなど、実はいろいろな意味で行き詰まりをみせています。国や、パビリオンを出展する企業だけでなく、多くの人に参加してもらうことが21世紀の博覧会の課題となっています。EXPO2025もそうなると思います。

**紀之定さん** われわれのような中小企業がかかわる機会がありますか。

**寺澤さん** 大阪・関西万博では参加者が単独で出展するパビリオンのほか、共同館方式のパビリオンもできます。前者に入るのは先進国や経済力のある新興国、民間企業。自国の企業や受注実績のある企業がパビリオンの建設や内装、運営に関与することが多いので、それ以外はなかなか入り込むのが難しい。一方、共同館には発展途上国が入ります。新たに万博の仕事に挑戦する企業は、ここに多くのビジネスチャンスがあると考えています。

**紀之定さん** 日本政府は、大阪・関西万博に参加する途上国支援のため240億円の予算を計上する方針ですね。

**寺澤さん** 愛知万博のとき、私はジェットロ(日本貿易振興機構)で日本館アドバイザーと途上国の出展を支援していましたが、途上国には「何を展示すればいいのか分からない」という国もあった。それで、われわれが博覧会協会チームと「おたくの国ならこんな展示をしたらどうですか」と提案し、専門家を派遣しました。

**紀之定さん** 万博はいろいろと準備が大変ですね。

**寺澤さん** とくに海外から出展する場合、ローカルパートナーが重要です。大きなパビリオンでは100~200人のスタッフが必要で、アテンダントや警備、清掃の人は現地調達になりますから。

**紀之定さん** 寺澤さんも海外の万博では苦労されたと聞いています。

**寺澤さん** 2000年のドイツ・ハノーバー万博で日本館の実務責任者を務めたときは結構大変でした。万博のテーマが環境だったため、再生紙の紙管を構造体にしてパビリオンを建てるという世界初のプロジェクトでしたが、市・州当局などが「建物の安全性に懸念がある」といって建築許可を出してくれない。日本、ドイツ、英国の国際チームを作って素材と施工法の開発に取り組み、最終的に紙管に木製ラダーとスチールワイヤーを使ったハイブリッド工法を採用することで許可を取りました。ただし、極めて厳しい条件が課せられ、「今日は風が強いから工事をするな」と言われるなどハードな交渉を続けながら工事を進めました。自分も現場に張り付き、当局との交渉にも参加して国際チームの調整役を果たしました。結局、パビリオンが竣工したのは開幕の1日前という綱渡りでした。

**紀之定さん** 出展者にはどのようにアプローチすればいいでしょう。

**寺澤さん** 民間企業を含め出展者にアプローチするには、パビリオンのコンセプトを押さえ、それにうまく合うプレゼンをすることが大事です。例えば、パナ

ソニックはアルファ世代、つまり2010年以降に生まれた世代にアピールするコンセプトにしたいと発表しています。今の時代、「何か仕事はありませんか」というアプローチはありえません。「私たちが頭ひねります」という姿勢が必要です。**紀之定さん** EXPO2025にはどのようなことを期待しますか。

**寺澤さん** まず日本と世界を再発見するイベントになってほしい。日本人が世界に誇れる自分たちの文化や伝統を万博で再認識し、日本という国を改めて理解する。同時に「世界はこうなのだ。日本とは違うね」と考えてもらえる機会になれば。また、パビリオンやイベントをみた若い人たちが新しいことに関心を

持ったり、新しいアクションをしたりするきっかけになってほしい。そういうものに出会える仕組みがあると、大阪・関西は素晴らしい万博になります。

**紀之定さん** 日本の再発見と未来に繋がればいいと思いますね。

**寺澤さん** それと国や自治体、民間から多額の資金が投入されるわけですから、日本や関西エリアが将来何を目標とするのか、何を実現したいのかを示すことができる戦略的なイベントになってほしい。SDGs(持続可能な開発目標)の取り組みを加速させる絶好の機会にもなる。パナソニックさんではないが、アルファ世代の子供たちが未来に希望を持つような万博になってほしいですね。

## EXPO2025基本計画 多様なパートナーが参加

大阪・関西万博では日本政府や海外各国・国際機関のほか、民間企業、自治体、市民団体といった、さまざまなパートナーが参加する枠組みが用意される。2025年日本国際博覧会協会が20年12月に発表した万博の基本計画などから、その概要を紹介する。



大阪・関西万博の会場パースのイメージ(提供:2025年日本国際博覧会協会)

「公式参加者」と呼ばれるのは海外各国や国際機関だ。パビリオンを出展するほか、会期中の1日がナショナルデー(国際機関はスペシャルデー)と定められ、イベントを開催できる。パビリオンは①主催者が敷地を提供し、参加者が建物を建設するタイプA(50区画)②主催者が参加者に建物を引き渡すタイプB(35区画)③共同館方式のタイプC(7区画)の3種類あり、AとBは先進国や経済力のある新興国、国際機関、Cは途上国が出展するとみられる。日本政府は途上国支援の予算として240億円を予定している。

ワンストップショップが設置され、出展準備から会期中の宿舍などの手配、閉幕後の撤収まで一元的に公式参加者をサポートする。協会では150か国・25国際機関の参加を目標にしている。

企業などが出展するのは民間パビリオンで、パナソニックや住友グループ、吉本興業ホールディングス、電気事業連合会、大阪外食産業協会など13企業・団体の出

展が発表されている。民間パビリオンでは参加者がプロデューサーや展示の専門家を選んで出展準備を進める。

企業や団体向けにはパビリオン出展以外にも、会場内で先端技術やシステムの実証実験を行う「未来社会ショーケース事業」、開幕前から万博テーマの実現を目指して活動する「TEAM EXPO 2025プログラム」、イベントなどさまざまな参加の枠組みがある。このうち「TEAM EXPO」には、すでに多くの企業や自治体、大学、市民団体などが活動を支援する「共創パートナー」として名乗りを上げている。

万博の祝祭性を高めるため、会期中に大催事場や屋外イベント広場で音楽や演劇、芸能、パレードといったさまざまなイベントが開催され、企業や自治体、文化団体の参加が予定されている。

さらにバーチャル技術を活用して会場内外から参加できる「バーチャル万博」もオンライン空間上で行われる。ここにも企業が関与できるチャンスがありそうだ。

# モニターの前に立つだけで変身できます

モニターの前に立つだけで民族衣装などの試着体験ができます。

デジタル総合印刷は、開催中の「大阪・関西万博 開催支援EXPO」で、そんな着せ替えサイネージを出品している。大阪・関西万博のパビリオン向けに参加国や出展企業に売り込みたい考えだ。

日本の着物を着たり、忍者や武将の格好をしたりする体験はインバウンドの観光客からの人気が高い。しかし、実際に試着してもらうには、さまざまな衣装を揃えなければならないほか、試着室や手伝いのスタッフなどを用意する必要があり、コストもかかる。

この着せ替えサイネージ「Kinesys（キネシス）」は、試着したい衣装を選んでモニターの前に立つと、画面にその服を着た自分の姿が映し出される仕組み。IT企業のネクストシステム（福岡市南区）が開発したもので、デジタル総合印刷がコンテンツを制作する。

人に合わせて衣装も動くため、モニターの前でいろいろなポーズをとることも可能。画面に表示されるQRコードをスマートフォンで取り込めば、試着した映像を保存できる。モニターに手をかざすだけで別の服に変えるなどの操作ができ、衛生面でも安心だという。



「Kinesys」は人に合わせて画面内の衣装も動くため、いろいろなポーズをとることが可能だ

このほか、人物の顔にマスクをかぶせたり、背景に雪を降らせたりするなど、さまざまなエフェクトを楽しむこともできる。専用のデジタルサイネージは不要で、パソコンとモニター、ウェブカ

メラがあれば、すぐに利用可能。衣装のデータも写真があればいいという。

デジタル総合印刷の学多晃司デジタルソリューション推進室長は「外国の民族衣装を着ると、新しい自分に会え

るようでワクワクする人は多い。大阪・関西万博でも活用してもらいたい」としている。

問い合わせはデジタル総合印刷（電話06・7178・5151）へ。

*Leave it to us*

## 新聞印刷ならお任せください

この「EXPOST」というフリーペーパーは、サンケイ総合印刷が真生印刷、デジタル総合印刷、LAB.AS各社の協力を得て取材・記事執筆からレイアウト作成、印刷まで一貫して行い、発行したものです。

サンケイ総合印刷は1961年に大阪で創業。フジサンケイグループの一員として新聞づくりでつちかった技術やノウハウをベースに60年以上、自治体広報紙、業界紙などの新聞印刷や新聞チラシをはじめとする商業印刷を手掛けてきました。大阪・西九条にあ

る本社工場は、大阪・関西万博が開催される夢洲まで車で約20分の場所にあり、「万博会場に一番近い新聞印刷工場」です。

万博の会期中、パビリオンなどで新聞やパンフレット、チラシの発行を検討されている出展者様は当社にご相談ください。単なる印刷だけでなく、企画・取材やレイアウトといった紙面作成も引き受けます。紙とAR（拡張現実）を融合させたサービス「ARスマートペーパー」を使って日本語以外の外国語に対応することもできます（3面参照）。



問い合わせはサンケイ総合印刷（電話06・6462・1951）へ。

### 真生印刷株式会社

- 本社：堺市堺区神南辺町5丁152-2
- 設立：1953年
- 従業員数：268人



### デジタル総合印刷株式会社

- 本社：大阪市東住吉区杭全2-10-1
- 設立：1952年
- 従業員数：214人



### サンケイ総合印刷株式会社

- 本社：大阪市此花区西九条2-14-6
- 設立：1961年
- 従業員数：116人



### 株式会社LAB.AS

- 本社：大阪市此花区西九条2-14-6
- 設立：2021年

