

株式会社コミュニケーション・デザイン
ニング研究所の福井昌平氏。CI
開発プロデューサーで、JRのネー
ミング開発に携わるほか、愛知万博
や、平城遷都1300年祭のチーフ
プロデューサーを担当してきた。
テーマ事業に携わるビジョンデザイ
ナー福井氏を紹介する。

CIとの出会い

国鉄をJRにネーミング

もともと、私は学生運動上がりの
全共闘世代でした。20代は就職先が
なく苦労しました。初めて海外旅行
をしたのも1991年からです。な
かなか働き口が見つからず、30歳の
時に政治活動に区切りをつけ、当
時、人材が不足していた広告宣伝、
流通マーケティング関係で縁のあつ
た広告プロダクションのコピーライ
ターとして採用されました。

しかし、3年かけても土屋耕一さ
んみたいな、みんなの消費を刺激す
る新しいコピーが書けないのです。
3年目に社長から呼びつけられたの
で、解雇かと思つたら、「コピーで
は駄目だが、企画は良いので、企画
をやってみないか」と言われまし
た。それがCIの世界に入るきつか
けとなりました。

これはODAの教育版といえばわか
りやすいかと思えます。世界の発展
途上国への支援を含めた「開発のた
めの持続可能な社会」をつくるため
には、人材をどのように育成してい
くべきなのかをテーマとしています。
これは日本が提唱したものです。

そのため、愛知万博では、環境教
育に関連する社会実験をいろいろや
りました。「森の自然学校・里の自然
学校」や「地球市民村」、約3500
mある「垂直緑化壁（バイオ・ラン
グ）」です。また生ごみでメタンガス
を作るなど世界初のスマートシティ構
想を実験しました。万博開催から8
年が経過した今、先に述べた事業の
多くが実現しています。万博は未来
を見据えたライフスタイルを呼び起
こす起点となるというわけです。

■ふくいしょうへい プロフィール

略歴

株式会社コミュニケーション・デザイン研究所代表取締役社長
2015年 ミラノ国際博覧会日本政府出展事業総合プロデューサー
イベント学会会員
日本デザインコンサルタント協会会員
中心市街地商業活性化アドバイザー
「ESDの10年・世界の祭典」推進フォーラム理事・事務局長
葛西臨海・環境教育フォーラム代表理事
政策提言「東北復興博覧会」研究会座長
八王子市産業振興アドバイザー
先端技術館@TEPIA展示審議委員
日本磁器誕生・有田焼創業400年事業基本構想委員
「関西・歴史文化首都」運動 提唱者

1946年(昭和21年)鳥取県生まれ。
電気通信大学 応用電子工学科中退。
企業・都市・地域の未来創造戦略の構築と活性化の事業開発
に取り組む。CI(アイデンティティ構築)計画の重要性と経営戦
略としてのコミュニケーション計画の重要性を提唱し、「Think
Tank」と「Do Tank」を兼ね備えた実践的コンサルテーション・
サービスを提供している。

1991年に、株式会社コミュニケーション・デザイン研究所を設立
し、政府機関をはじめ、自治体、企業などのCI戦略プロジェクト
を総合プロデュースすると同時に、中核となるシンボル事業
や戦略的イベントのプロデュース業務を推進している。

プロデューサー業務経歴

- ジャパンエキスポ'97鳥取
「山陰・夢みなと博覧会」企画・事業プロデューサー
- 2002年
ワールドカップ日本招致委員会・招致企画アドバイザー
- ジャパンエキスポ2001
「北九州博覧祭2001」企画・事業プロデューサー
- 静岡県「伊豆新世紀創造祭」統括ディレクター
- 「甲州街道400年記念事業—甲州夢街道2001」
総合プロデューサー
- 「ロボット創造国際競技大会・ロボフェスタ神奈川2001」
企画・事業プロデューサー
- 2005年
日本国際博覧会(愛・地球博)チーフ・プロデューサー
- 平城遷都1300年記念事業
「平城遷都1300年祭」チーフ・プロデューサー
- 宗祖法然上人800年大遠忌記念事業総合プロデューサー
- 韓国「2012麗水世界博覧会」
日本政府出展事業・総合支援業務推進プロデューサー
- 2015年
ミラノ国際博覧会日本政府出展事業総合プロデューサー
(2013年1月～)



福井 昌平

Shobei FUKUI

株式会社 コミュニケーション・デザイン研究所
代表

www.cd-inst.co.jp

しかし、企画と言っても何から手
をつければいいのかからず、アメリ
カの『コミュニケーションズ』という
マーケティング雑誌に掲載されてい
るケースワークを読み漁りました。
そこで、初めてコーポレート・アイデ
ンティティというプロジェクトがある
ことを知りました。何万人もの従業
員にビジョンを共有させる。その醍
醐味に心惹かれました。

出世作は、JRのネーミング開発
です。分割民営化で「国鉄」の名前を
捨てるのに、「Japan Railway」と英
語表記にして再び「国鉄」を復活さ
せようとしているのか、と国会で怒
られました。しかし、分割民営化さ
れることを前提としても、鉄道とい
う事業には文明的共通性が求めら
れる、と説いて、たとえ分割しても安
心、安全の共有言語としてJRとい

東北復興に万博の力

博覧会誘致活動を展開

今、東北復興・再生の一環とし
て、東北博覧会構想を政策提言して
います。瓦礫の処理を含めて復興の
プロセスにとっても役立てるはずで
す。他の学会やマスコミにも声をか
けています。

過去にも関東大震災の瓦礫で海を
埋め立てた山下公園で1935年に
復興記念横浜大博覧会が開かれ、阪
神淡路大震災の復興プロセスの一環
として、2000年に淡路花博が開
催されました。これまで博覧会事業
は被災地の復興を後押ししてきたと
いう確かな実績があります。

ところが、国は東京オリンピック
は積極的に誘致活動を行っています
が、国際博覧会の誘致には消極的で

う確たるアイデンティティを共有す
べきで、マーケティングシンボルの抛
り所となるものが必要だと説得し
ました。すると、当時の国鉄総裁
だった杉浦喬也さんがJRで行こう
と決めてくれました。

国際博覧会事業にビジョンを 「愛・地球博」をプロデュース

2001年に愛知万博「愛・地球
博」のチーフプロデューサーを任さ
れました。私の所管は、「愛・地球
博」で掲げるメインテーマ「自然の
叡智 Nature's Wisdom」をいかに
して普及させていくのか。そしてそ
れぞれの事業をどう推進させていく
のかというソフト全般でした。

実は愛知万博は、「国連持続可能
な開発のための教育の10年」、通称
ESDのキックオフの万博でした。

す。オリンピックと同じく国際博覧
会も各国の投票で決まります。まず
は立候補しないとイケないし、加盟
する150カ国が認めてくれないと
いけません。国際条約で開催する事
業ですから、国際協力関係を形成す
ることが大切です。

その中で、国際博覧会を東北に誘
致するには、10〜15年の準備期間が
必要です。しかし、現状では、多く
の国の関係者は、瓦礫処理や除染な
ど問題が山積みである中、何をのん
きなことを言っているのか、と取り
合ってくれません。今、国際社会に
アピールしても、早くて10年後の誘
致となれば、真に復興に資するの
かという懸念が残りますが、今、しっ
かり取り組んでいくことを提言して
います。

テーマビジョンで未来を照らす コミュニケーションの先導者

Simplified Personal History

President of the Communication Designing Institute Inc.
General Producer of the Japanese Government Exhibition
Project for Expo Milano 2015
Japan Institute of Eventology Member
JDCA Member
Advisor of The Organization for Small & Medium Enterprises
and Regional Innovation
Board Member and Secretariat-General of the "DES World
Festival" Forum
Representative Director of the Kasairinkai Environmental
Education Forum
Society Chairperson for "Tohoku Revival Expo" Policy
Proposals
Hachioji City Industrial Development Advisor
Advanced Technology Exhibition Hall @ TEPIA Display
Council Member
Basic Plan Committee Member for the Commemoration
Events for the 400th Anniversary of Origin of Porcelain and
Arita Ware in Japan
Proponent of "Kansai's Capital of History and Culture"
Movement

Born in Tottori Prefecture, 1946.
Left early from the University of Electro-Communications'
Electronic Engineering Program
Participates in development efforts for the construction and
revitalization of future creation strategies for businesses,
cities, and regions
Advocates the importance of corporate identity (CI) planning,
and the importance of communication planning as a
management strategy. Offers a practical consulting service
which combines "Think Tank" and "Do Tank."
Established the Communication Designing Institute Inc. in
1991, offering comprehensive production of CI strategy
projects for many governmental organizations,
municipalities, and businesses. The company also promotes
its core symbol business and production business for
strategic events.

Producer Career

- 2015
Promotional Producer of Japanese Government Exhibition
Project for Expo Milano 2015
(Starting in January 2013)
- 2005
Chief Producer at Expo 2005 Aichi, Japan (Ai-chikyuhaku)
●Commemorative Events of the 1300th Anniversary of Nara
Heijo-kyo Capital
Chief Producer for the Commemorative Events of the
1300th Anniversary of Nara Heijo-kyo Capital
●General Producer of commemorative events for the "800th
Honen-Jonin's Death Anniversary Buddhist Service"
●International Exposition Yeosu Korea 2012
Promotional Producer of Japanese Government Exhibition
Project and General Support Tasks
- 2002
Invitation Planning Advisor for the FIFA World Cup
Japan Bid Committee
- Japan Expo 2001
Planning and Business Producer for the "Kita-Kyushu
Expo-Festival 2001"
- General Director for Shizuoka Prefecture's "Izu New
Century Creation Festival"
- Commemorative Events for the 400th Anniversary of
Koshu Highway: Koshu Yume Kaido 2001"
General Producer
- RoboFesta Kanagawa 2001: International Robotics
Tournament"
Planning and Business Producer
- Japan Expo Tottori '97
Planning and Business Producer for "San-in Yume Minato
Exposition"



- 1 平城遷都1300年祭
平城宮跡探訪ツアー。
Commemorative Events of the 1300th
Anniversary of Nara Heijo-kyo Capital
A tour of Heijogu historical sites
- 2 愛・地球博
「世界最大の垂直緑化壁」。
Ai-chikyuhaku (Expo 2005 Aichi, Japan)
The world's biggest green wall "Bio Lung"



平城遷都1300年祭と愛知万博
CIのCはコミュニケーション

国際博覧会へのかかわりと時を同じくして、故木村尚三郎先生の下、奈良の平城遷都1300年祭のチーフプロデューサーとして、事業全般を統括させていただきました。文芸批評家のフェロノサは、奈良を見て「ローマだ、東のローマだ」と言いました。しかし、ローマは発掘されたものですが、奈良は1300年、ずっと存在し、暮らし続けているのです。

会場は、平城宮跡の敷地約130ヘクタールでした。地下が世界遺産、そして地上が国の重要文化財であり、ここに新たに建造物は造れません、1300年前の平城京を造営した人たちの夢や情熱が学べるようなフィールドミュージアム事業を展開しました。多くのメディアに取り上げられ、約400万人が訪れました。

愛知万博と平城遷都1300年祭との10年間、日本の歴史・文化について考え続けてきました。この両者は、50代のときに請け負った仕事なので、今では私のメインキャリアとなっています。今では、CIのCはコーポレートからコミュニケーション

ンとなったものだと思っています。今後は、こういうノウハウを日本の活力創造にいかせないかというのが私の後半の人生の目標だと思っています。

エキスペリエンス・エコノミーで
関西を歴史文化首都へ

その一つとして、関西歴史文化都市構想を打ち立てています。今、世界遺産に申請中の大阪府羽曳野市・藤井寺市にある百舌鳥・古市古墳群が登録をされれば、近畿二府四県すべてに世界遺産があることになりま

す。すると、世界一の世界遺産登録施設の集積エリアとなります。もはや関西を日本の歴史文化の首都と呼んでも過言ではありません。しかし、ただ提案するだけでは人は付いて来てくれません。そこにビジネスが必要です。そこで私は、新しい「エキスペリエンス・エコノミー」を説いています。翻訳すれば、「経験経済」です。その主軸となるのが、健康教育福祉と文化観光交流です。

ジャーやエンターテインメントのよ

うに扱われていましたが、私たちは体験価値に根ざした新しい「観光」と「教育」の融合を目指します。

これらを私はラーニングエクスペリエンス、「参加体験学習経済」と呼んでいます。例えば、ミラノにあるレオナルド・ダ・ヴィンチ記念国立科学技術博物館の展示。1階には展示品がなくワークショップを行います。小学校1年生が学べます。それは小学校1年生が学べべきレオナルド像があり、高校生が学べべきレオナルド像があるということです。

精通した学芸員たちが出てきて、レオナルドのことを多角的に教えていきます。そこで、自分たちの歴史文化を学ぶことを通じて、国の成り立ち、風土を学ぶプログラムへと昇華させていくのです。

産業界が経済再生のイニシアチブを取るならば、このエクスペリエンス・エコノミーを戦略的に動かしていく必要があります。それを持続可能な経済へとリンクさせていく仕組みづくりがこれからの課題だと思っています。