

今を 読み解く

京都大学特任教授
中野 不二男

ヴァーシジョンギャラクティック社による宇宙旅行ビジネスが、年内にスタートする。料金は、3日間の事前模擬フライトも含めて一人25万米ドル。高いことは高いが、豪華客船で世界一周とかの範疇に、ちよつとだけ近づいたような気がする。

旅先での経験が楽しみである旅行に対し、宇宙旅行は機内から出ることができない。しかしダイオウイカで盛り上がった深海への興味と同様、未知の領域に対する人々の好奇心は強くなっている。それが、自分も宇宙で無重力を体験したいという、「新旅行」を生み出した。

宇宙旅行が宇宙産業の一分野になることは、確実だ。しかし日本では、宇宙は「青少年の夢」である。有人宇宙輸送機の開発は、リスクを伴う可能性を否定できないが、「夢」ならば具体的な問題や開発計画など触れなくともよい。だから輸送を他国に依存する宇宙飛行士は輩出するが、自国での宇宙旅行産業には、どここの首肯も口を閉ざす。

いっぽうマスメディアも、宇宙といえば「夢」を枕詞に、技術や安全保障など本来の具体的な領域には触れたがらない。結果として日本人にとっての宇宙は、「青少年の夢」のままだ。

● 計画実現の作業

そつう状況にしびれを切らしたのかどうかかわらないが、「具体的な宇宙開発」に関する

本が、いくつか出てきた。

山川宏『宇宙探査機はるかなる旅路へ』（化学同人・201

産業としての宇宙開発



おいて観測をしたい科学者が、このような観測をしたいが宇宙工学的に実現可能なかと技術者に相談することから始まりま

す。逆に技術者が、こういう新しい技術を開発したので、このような新しい観測方法や新しいミッションが実現できるが、科学者の観点からどう思うかと相談することもあります」

科学と技術の両輪により、探査計画が生まれることがよくわかる。さらにこうして芽吹いた計画を実現に移すために、軌道

新ビジネスの可能性

「航空のように国民の誰もが買えるサービスであるべき」だという発想で、経済性の面からも取り組まなければならないと主張し、経済効果も踏まえていくつものビジネスモデルを提案している。

藤井・並木、コリンズの著書とも、帯に「夢は技術で現実になる」とか、「宇宙旅行は夢ではない」とあるが、研究や開発の現場にいる人々は実現を前提にしているから「夢」という言葉は使いたがらない。出版社の営業部あたりが付けたのだらう。

ヴァーシジョンギャラクティック社の8人乗り宇宙機運航のみならず、国際宇宙ステーション（ISS）への補給物資も民間ロケット会社が輸送をはじめた。宇宙空間を海洋のように、活動の場として利用するビジネスが生まれているのだ。

一般の人々が参加できる宇宙旅行への期待が高まっている。イラスト・よしおか じゅんいち

