

**EXPO
2025**
OSAKA, KANSAI, JAPAN

今後の検討課題

大阪府 政策企画部 万博協力室
大阪市 経済戦略局 国際博覧会推進室

東委員

- 一方通行だった時間の流れが、サイバー空間で戻せて、細胞レベルで若返らせることができる。命はどうあるべきだという議論が出てくる。そのようなメッセージを万博で出せればいい。
- 自らデータを保有し、活用する社会になる。今、データの信用取引をどうするかという議論が世界で起きている。ベンチャーなどの英知を結集し、万博でデザインできればいい。
- 100年後に「新たな人類の可能性」を示したと言える展示にしたい。ワクワクする未来の提示、思想・哲学的なメッセージを発信する。

大西委員

- 大阪は「人情の街」というイメージ。万博閉幕後も来たくなるパビリオンでできればいい。
- 関西の人情は、何年経っても変わらない。会話やエンターテイメントを通じた「人情パビリオン」というものが出来ればいい。

佐久間委員

- 若者に対して、エンタメとテクノロジーの掛け合わせを見せたい。エンタメを見にいったのに、いつの間にか、10歳若返りを勝手に体験させられているという構造を作ることが大事。
- 性別、年齢を超えた自由な体や声、言語を超えたアバターに乗り移り、リアルとバーチャルが融合した万博会場を創造する。世界中の人がアクセスでき、コミュニケーションを図ることができるアプリケーションを構築し、万博開催後もSNSでつながることができる仕掛け。
- 自由な身体や声、国境を越えて真に魂だけがコミュニケーションする世界を体感。新たなエンタメ発信のプラットフォームをつくる。

森下委員

- テーマが「10歳若返り」のパビリオンを提案。乗り物に乗って、生命の不思議を体験できる旅をする。その間に、血管年齢や脳年齢などの生体情報を測定し、それらの年齢を若返らす方法を示して、人の行動変容につなげていくといった仕組みにする。
- 食についても、食べれば痩せる「お好み焼き」、認知機能を維持できる「うどん」などを提供するなど、アンチエイジングとか若返りの技術を体験できるもの。
- 世界80億人がつながるイベントの開催。例えば、V T u b e や最先端のテクノロジーを使い、世界中の人が同時に楽しめる、世界と繋がるもの。24時間の議論はあるが、どんな時間帯でも参加できる、大阪の魅力を世界に知ってもらい、大阪に来たくなるような仕掛けにする。
- 「人生100年時代」を幸せに生きるためのレガシーとなることをめざす。

遠山委員

- 高齢者虚弱予防、認知症、依存症の最前線など実感できるモデルハウスの展示を提案。例えば、ドアノブを生体認証できるようにし、認知症の方の徘徊を事前に防止する、自然にリハビリを行うことができる住宅のモデルを体験できるといったもの。
- 簡易診断キットを用いた、認知症発症前の診断や、新しい認知症治療法の治験成果の披露・体験、依存症の創薬開発のデモンストレーションを見ていただくようなものが出ないか。
- AYA世代のがん患者サポート、音の漏れないカーテンの展示、AI技術も活用しながら家族で来て楽しめる未来型の病院など見せていければいい。

西澤委員（学生団体「Honaikude（ほないくで）」提案）

- アンチエイジングとか、再生医療といった技術の先に、恐らく「不老不死」が実現した世界が来ると確信。不老不死が当たり前前の未来社会にタイムスリップするような、万博の中でしかできない、疑似体験ができるシステムを作れたらいい。 3

ご意見・ご提案をいただいたコンテンツ等

《コンテンツ（内容・素材）》

- サイバーとフィジカルの融合
- リアルとバーチャルの融合
- 健康・長寿の課題解決型展示
- Anti-Aging EGG
- 不老不死の世界
- 認知症・依存症対策のモデルハウス
- 新大阪共和国

《表現手法》

- バーチャル会場への全世界からのログイン
- アンチエイジングメニューの提供
- 3DCGアバターでのコミュニケーション
- 健康測定
- 健康データを活用したVRゲーム
- 新規治療法・検査法の体験
- タイムマシン（AI・VRの活用）
- 世界一が集まる食フェス
- 参加型演劇（イマーシブシアター）
- 健康・医療データの信用取引市場
- 世界とつながるステージロボットとの共生（アンドロイド演劇）

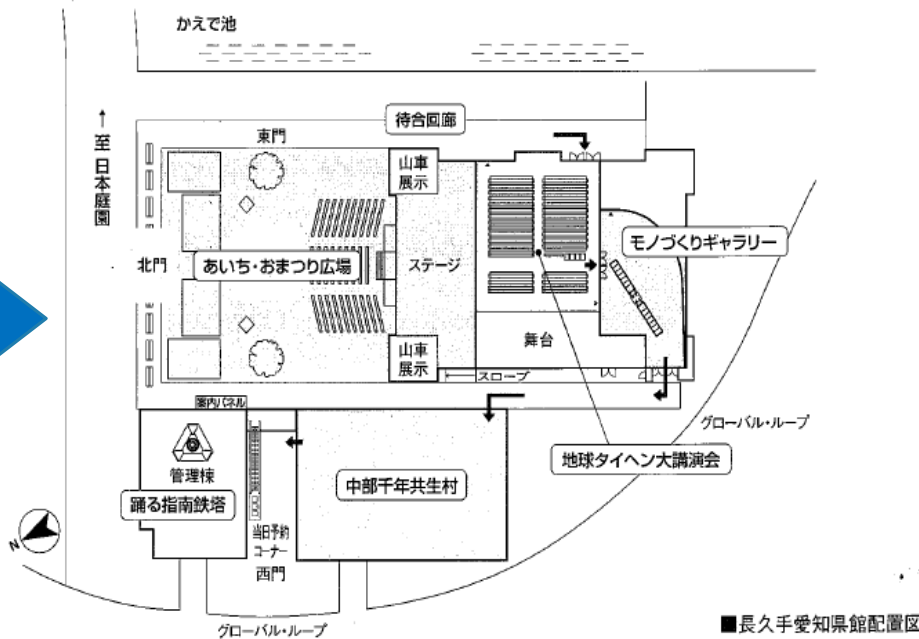
コンテンツ案を実現するために、
必要となるゾーンは何か

<2025年大阪パビリオン?>

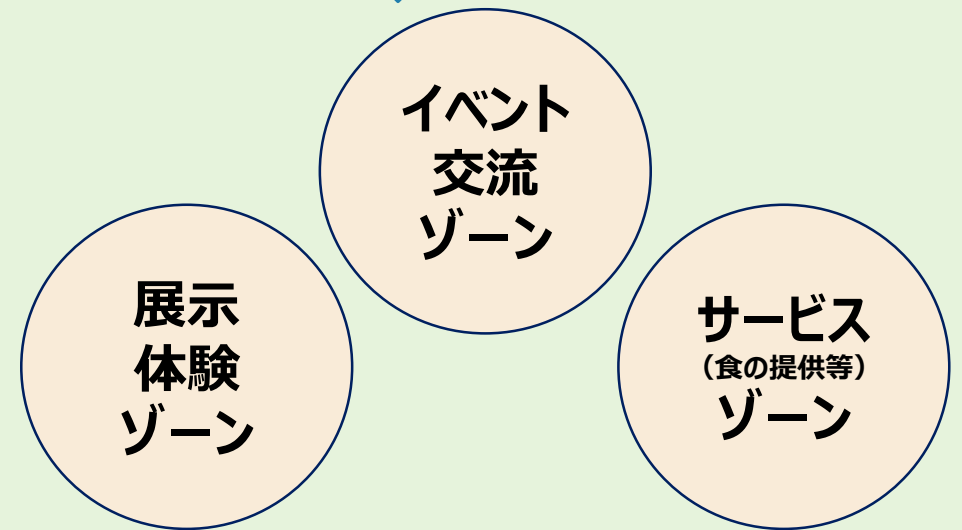
テーマ案の設定をもとに、
いただいたコンテンツ案のイメージや要素を
踏まえ、展示・催事など必要となるゾーン構
成についても、今後議論が必要。

愛知県出展参加 基本構想より<再掲> 6. 展示・催事の構成

- ◎ 展示
 - ・ エントランスゾーン
 - ・ テーマゾーン
- ◎ 催事
 - ・ イベントゾーン
 - ・ アピールゾーン
- ◎ サービス施設
 - ・ サービスゾーン



<イメージ>



様々なコンテンツを活かし、参加・体験型の展示、エンターテイメントが展開される出展をめざす

他国や企業の出展動向、「登録申請書」や博覧会協会が作成する「基本計画」の内容等を踏まえ、残された課題等について議論、検討を進めていく

論 点	ポイント・留意点	課題
出展形態	<ul style="list-style-type: none"> ○パビリオン出展／イベント実施 ○「産学官」が結集したオール大阪での出展 	<ul style="list-style-type: none"> ○パビリオン出展 <ul style="list-style-type: none"> ・恒久的な施設とするか、仮設とするか ・産学官の連携出展のスキームや役割分担 ・出展者募集などの参画方法・時期 ○イベント参画 <ul style="list-style-type: none"> ・イベントスペースの設定（パビリオンの内か外か） ・出展者募集などの参画方法・時期
運営主体	<ul style="list-style-type: none"> ○運営の効率性・柔軟性、リスク管理の観点を見据えた運営主体・組織体制の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・実行委員会形式とした場合の組織体制（構成メンバー）
出展規模等	<ul style="list-style-type: none"> ○出展内容や形態に応じ検討 ○他国や企業の出展動向、博覧会協会が策定する基本計画等を踏まえて検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・必要とする敷地面積の検討（3,500㎡～5,000㎡） ・テーマ館・政府館との重複
出展に係る財源	<ul style="list-style-type: none"> ○民間資金等の積極的な活用 パビリオン出展・運営経費の算定 財源確保策の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・財源スキーム（負担割合） ・府市・民間以外の幅広い財源確保策の検討
レガシーとしての活用	<ul style="list-style-type: none"> ○万博開催後の民間等の活用 （ハード・ソフト） 	<ul style="list-style-type: none"> ○ハードのレガシー <ul style="list-style-type: none"> ・建物（恒久施設とするか移設とするか） ・展示物（建物とセットで活用 or 個別に活用） ○ソフトのレガシー <ul style="list-style-type: none"> ・イベントのコンテンツ・ノウハウの継承