

大阪・関西万博におけるパビリオン等地元出展に関する
有識者懇話会 第3回 議事概要（メモ）

■日 時：令和2年3月31日（金） 14時00分～15時40分

■会 場：大阪府庁本館 1階「第1委員会室」

■出席委員等：※敬称略。五十音順。所属、職名は開催当時。

（委員）

東 博暢（株式会社日本総合研究所リサーチ・コンサルティング部門 プリンシパル）

大西 流星（株式会社ジャニーズ事務所所属 なにわ男子メンバー）

佐久間 洋司（大阪大学学生人工知能研究会／AIR 代表）

澤田 裕二（UG WORK 合同会社代表／プロデューサー）

鈴木 裕子（株式会社 Office musubi 代表取締役）

遠山 正彌（地方独立行政法人大阪府立病院機構理事長）

Nigel D. R. Simpson（公益財団法人大阪観光局大阪観光アドバイザー）

西澤 良記（公立大学法人大阪理事長）

橋爪 紳也（大阪府立大学研究推進機構特別教授、大阪府立大学観光産業戦略研究所長）

森下 竜一（大阪大学大学院医学系研究科 寄附講座教授）

（特別アドバイザー）

つくくみ（音楽家、総合エンターテインメントプロデューサー）※テレビ電話にて参加

【発言要旨】

《吉村知事》

本日は3回目の懇話会ですけれども、これまでいろんなアイデア、考えをご披露いただいていることで非常に議論も充実したものになっている。

出展の根幹となるテーマ、内容について皆さんの意見・提案を参考にしながら、一定の方向性を定めていきたい。皆さんの知恵をお借りして、大阪の地元パビリオンが万博のテーマである「いのち」ということについて、ワクワクしながら次の未来を見通せる、そんな地元パビリオンにしたいのでよろしく願います。

《松井市長》

今、コロナに試練を与えられているということであり、まさにこれから2025年に向けてこの「いのち」に関わるようなその試練に打ち勝てる、さらに機能を強化していける。そういうことにも負けないような、世界に貢献できる、そういうものを是非実現できるということを2025年に打ち出していきたい。

テーマが「いのち輝く未来社会のデザイン」。人が人生の最後まで自立して機能を維持できる、この見えないウイルスにも負けない、そういうものを是非創り出していきたいので、皆さんの強力な

サポート、アイデア出しをお願いする。

《鈴木委員提案》

具体案に入る前に、「万博で何をすべきか」を語るにあたり必要となる視点が2つあると考えていて、1つは、【万博開催前（ビフォー）→会期中→開催後（アフター）】の時間軸の視点、もう1つは、【課題解決・情報発信・誘客促進】といった案を考える際の必要要素の視点。これら2つの視点を掛け合わせたうえで、「では何をすべきか」と具体案を検討すべきと思っており、今日は例として、4つの案をご提案させていただく。

4つの提案。1つ目が、露天営業許可に関する規制緩和。屋外で提供可能な飲食メニューの充実化と提供機会の拡大を図る。例えば、屋外では、米飯類。お米は売れない、氷は使用できないといったことで、食のイベントのハードルになっている。衛生管理面から例えば、米飯類であれば営業許可証を取得した施設で提供何時間前に炊いたものならOKというように規制緩和する。現在の保存状況や流通状況を考えてみると昔とは違うので、かなりのリスクは回避できる。

こうしたことが万博の前に実現でき、それが仕組みになっていく。食の都・大阪から日本を変える、日本初大阪モデルといったことができると、非常に有意義ではないかと考えている。

この規制緩和によってめざす姿として、食の都・大阪では、屋外で提供される食のクオリティまでが高いと発信。他都市にない独創性あるメニューを提供するイベントを実現。国内外の料理人のクリエイティビティを刺激し、食でチャレンジしたければ大阪へということが発信でき、食で起業したい人やクリエイターの集積地になっていく。食ビジネスをしたいという人を集めるまちになっていくべき。

2つ目は健康のための食。万博の準備期間中、建設現場のスタッフなど働く人たちにまでも健康的な食を大阪は提供できるといったことを実現。

3つ目はいのちをつなぐための食。災害時とか非常時における飲食の提供。屋外の飲食の提供を最大限活用。規制緩和が課題解決につながる一つの案。

提案の2つ目は、独自の食評価システム。仮称「サステナブルレストラン」。ミシュランはじめ、飲食店の評価制度が複数国内外に存在しているが、味が軸になっている評価。主観で美味しさを判断することに重きが置かれている。大阪では、サステナブル性、持続可能な仕組み。例えば、食の調達はどうなっているのか。ごみのことはどう考えているのか。などを客観的に判断する制度。環境に配慮した食の取組み拡大につなげていくということで、こういった制度を創ってはどうかという御提案。

評価制度によってめざす姿は、環境配慮型のレストランに光を当て、取組みを奨励すること。意欲を高め、環境配慮型レストランを大阪・関西に増大していく。取組みに賛同する一般の方は、利用によって飲食店を応援する。万博来場者にも取組みをPRすることで、会場外での消費行動につなげ、取組みを応援。結果として大阪が環境に配慮するまちであることをアピールでき、万博会場ではモデル店舗の出展により、来場者に取組みを知っていただき、応援する取組みもできる。

提案の3つ目は、期間限定レストラン企画、「世界一集結レストラン」。世界のトップシェフ、トップソムリエ、バーテンダー、トップサーバー等が集結するという企画。万博オープニングイベントとして打ち出す。世界一があなたのために料理やお酒をふるまうというスーパーハイエンド体験企

画で、おそらく世界初。話題性も抜群で、国内外からフーディーズ、食好きの人たちを集めることも可能。併せて、大阪は世界一が集結するにふさわしい「食のまち」であることをアピール。飲食業界にとっては、技術向上、人材育成につながる。予約制で有料とすることによって収益確保にも貢献。

最後の4つ目が、体験型のコンテンツ。食とアートと医療を体験できる空間。これも世界初。空間インスタレーション。空間全体がテーマを持ち、アートに食体験を加え、さらに、最新の医療体験というものを加えた前代未聞の体験型コンテンツ。来場者は空間と食を五感で楽しみながら、自然に最新医療の体験や体感をできるというもの。

例えば食べられるアートがあってもいい。絵画だと思って眺めていたら、実は一部がつまんで食べられるとか、逆に食べることによって完成するアートがあっても面白い。参加型で完成するようなアートといった体験空間が生み出せると非常に面白い。プロジェクションマッピングといった技術もフル活用する前提だが、もう少し「食」や「人」の体温が感じられる企画。こちらでも有料にすることで、収益に貢献できるコンテンツ。

《つくろい特別アドバイザー提案披露（事務局より）》

前回の第2回懇話会において、つくろい特別アドバイザーが「ベタ is Best」ということをおっしゃって、それも含めて、我々に分かりやすいようにということで提案書にまとめて提出していただいた。

コンセプトは「ベタ is Best」。大阪に突如現れた王国。この国には国民が誰もいない。そこで国民大募集。現場で国民になる。デジタルパスポート無料。リアルパスポート有料？

オンラインで国民になる。国民になればアプリにデジタルパスポートが表示される。

募集要項。世界の平和を願っている。王国のために奉仕出来ることが国民となる要件。必要書類、パスポートのコピー、あるいは、SNSの打てる携帯番号。誰もが国民になって世界の国と友好国となる為に尽力する。

結果的にこの中で稼働した分が評価されステップアップ。仮想通貨又はネット上でのポイントコインを購入し商品を買う、友達の紹介、意見を交換しあうなど。リアルな活動を会場で展開。

仮想通貨の交換方法として、新型のガチャを考える。オンライン遠隔ガチャもしくはUFOキャッチャーをイメージ。これらは、リアル会場で見られる。次に、新たこ焼き体験。食を考える。アレルギー対策やエコロジーも考える。医療、健康を考える。新たこ焼きの定義、若しくは新しいたこ焼き作り。リアル&SNS参加。スイーツタイプやおかずタイプ、食べられないたこ焼きなど。

パビリオンのイメージは、1階から2階は役場とかイオンモール風のイメージ。3階以降がバーチャル空間。仮想の王国を展開する。その中のバーチャルコンサート会場でのエンタメなど。

最新ポイント。この仮想の王国の一部をリアル現場で体験出来るVR演芸場にするのか。

VRたこ焼き体験。例えば世界のどっかからVRでたこ焼きを焼く人がいて、それをリアルが食べてあげる。VRガチャ。ガチャができて、ネット上に何かバーチャルアイテムが送られてくるとか。リアル現場で使えるものや交換してもらえものに置き換えるとか。

要点。リアル現場で参加・体験などしたくなる場所。オンラインのままリアルな現場に来なくても、優越感など。楽しめる場所。オンラインで楽しんだ人ほど現場に行きたくなる場所。

結論。参加者は体験と優越感が得られる。

《事務局説明（出展テーマ・内容等の整理案について）》

資料4 出展テーマ・内容等の整理案の3ページ。

第1回目の会合では、出展検討を進めるための論点を提示した上で、自由に意見交換を行っていただいた。また、前回の会合では、委員の皆様からのご提案をもとに、議論を進めてきた。

これまでのご意見やご提案を参考に、パビリオン出展に向けた基本構想の根幹となる出展テーマ、内容について、事務局として整理したタタキ台を示し、議論を深めたい。

今年5月頃を目途に、大阪府・大阪市として、出展テーマや内容の案について、その方向性を固めたい。6月以降は、残された課題も含めてさらに議論いただき、来年2月頃には、府市において、出展基本構想（案）をとりまとめたい。

資料4 ページ。出展基本構想を作成する上でのポイント・留意点などについて、整理。

出展テーマに関しては、「いのち輝く未来社会のデザイン」という、大阪・関西万博の開催テーマとの合致・適合。大阪・関西の特長・強みや良さの反映。SDGsとの連関。といったところを考慮して、テーマ設定を行う必要がある。

出展内容、コンテンツは、来訪された方の興味・関心を引き付ける、最先端技術の活用、大阪の独自性の発揮がポイント。

右上の、出展の参加意義。大阪・関西のポテンシャルを最大限活用し、世界的課題の解決に貢献するとともに、府民・市民サービスやQOLの向上、都市としての成長発展、ポテンシャルや魅力の発信とに寄与すること。

また、資料下段。大阪府では、SDGs先進都市として、2025年大阪・関西万博に向けて、万博のテーマと合致する「いのち」や暮らし、次世代に関わる課題を有するゴール3「健康と福祉」を重点ゴールに位置づけ、関連する横断的な課題にも取り組むこととしている。併せて、ゴール11「持続可能都市」を大阪の豊かさをめざすもう一方の重点ゴールとして、取り組みを広げていくこととしている。このような、府のSDGsの取り組み方針との整合も図りながら、出展基本構想をとりまとめていきたい。

資料5 ページ。第1回、第2回の懇話会において委員の皆様からいただいたご意見・ご提案を、大阪らしさ、パビリオンのコンセプト・コンテンツ、その他ということで整理。

大阪らしさについては、前回の会合では、「世界に未来志向の大阪を示すことはいいこと」、「大阪人のハート（精神）を世界に伝えることも重要」、といったご意見がある一方で、「大阪ローカルになると面白くない」といった意見や、「大阪らしさを寄せ集め押し売りにするのは違う」といった意見があった。

パビリオンを出展して、地元開催都市として、大阪の何を発信するのか、何を感じとってもらうのかといった観点で、検討していく必要があると考えております。パビリオンのコンセプト・コンテンツについては、ご意見だけでなく、前回の会合、そして本日の会合においても、委員の皆様から具体的なご提案もいただいた。

出展に向けた基本構想を作成していく上で、具体的なコンテンツなどのイメージを持つことは非常に重要。例えば、若者の興味・関心を引き付けるために、どういった工夫が必要なのか、エンタメの要素と最先端技術の要素をどのように組み込んでいくのか。バーチャルな世界観をどのように演

出していくのか。といったことについて、皆さまからいただいた具体的な提案も参考にしながら、引き続き、議論を深めていきたい。

その他の意見としては、世界の価値観を変えるような、インパクトを残せるものや、レガシーとしての活用も踏まえた視点での議論が必要といった意見があった。

資料7ページ。出展基本構想はどのようなものなのかというイメージを共有しておきたいということで、2005年の愛知万博の際の愛知県館の出展基本構想の構成概要を記載。出展基本構想は、出展参加のテーマや展開の視点、展示・催事の基本的な考え方、レガシーなど、出展参加の骨格を示すもの。これらのうち、左上の赤の太枠で囲った部分となる出展参加がめざすものや出展参加のテーマ、テーマ展開の視点の部分が、出展の根幹となるものであり、今年5月には、府・市として、案を固めたい。本日は、この部分に集中して議論いただきたい。

資料8ページは、これまでいただいた意見・提案などを踏まえ、出展でめざすもの、出展テーマのたたき台として整理。

大阪府・市が出展でめざすものとして、パビリオンでは、展示を行う部分とイベント・催事を行う部分の2つの要素が必要であると捉え、整理。

「世界に貢献する大阪の姿を示す」。これは、パビリオンの中での展示によってめざすものになるが、1つ目は、超高齢化社会の到来を見据え、QOLの向上につながるアイデア・提案を発信するというもの。健康寿命を延ばし、生涯にわたり生き生きとした生活を送れるよう、QOLを高めることは非常に大切。

世界においても、高齢者人口の割合が伸び続けるなど、QOL向上は、日本国内の問題だけでなく、世界が抱える課題とも言える。そのような中、QOL向上につながるアイデアを、地元パビリオンで提案し、世界に発信していくという整理をした。

2つ目は、「いのち」に対する人々の価値観を変えていくなど、「SDGs先進都市をめざす大阪」として、SDGsの達成に貢献するというもの。大阪では、「健康と福祉」を2025年に向けたSDGsの重点ゴールに位置づけ取組みを進めていくこととしている。「いのち」に対する価値観や考え方が地元パビリオンを訪れる前後で大きく変わる、SDGs達成目標の2030年以降を見据えた将来像を世界に示していくという整理をしている。

3つ目は、「進取の気質」に裏打ちされた、新技術やサービスなどを実装・実証し、誰もが心身豊かで快適に暮らしやすい未来社会のモデルをつくるというもの。

大阪は、これまでに世界に先駆けて先物取引市場の開設や、世界の食文化を変えたインスタントラーメンなど、新たな社会システムや、産業、製品等を数多く生み出してきた。そのような経験や気質を持ち合わせた大阪が、地元パビリオンで、未来社会のモデルをつくって示していくという整理。

次に、「大阪のパワーを世界に発信」ですが、これは、イベント・催事によってめざすものになるが、1つ目は、WebやICT技術などを活用したバーチャル参加など、世界中からのアクセスを実現し、大阪のパワーや大阪に行きたいと感じてもらおうというもの。万博会場に来られない方でも、最先端技術を活用し、地元パビリオンにアクセスすることができる。また、パビリオンを訪れた方々に、バーチャル技術などを通じて、大阪の未来の姿やパワーを感じてもらおうといった整理をしている。

2つ目は、大阪の魅力を世界に発信するというもの。

人の温かみや人情、コミュニケーション能力の高さなど、大阪ならではの「人そのものの魅力」や天下の台所・食い倒れと表現されてきた「大阪の食文化」などの魅力を世界に発信し、大阪と世界との交流を巻き起こすといった整理にしている。

このように上段に記載した出展でめざすものを勘案しながら、資料下段に出展テーマのたたき台として整理したイメージを記載しております。ここに記載の出展テーマにつきましては、この中からどれかを選んでいただくという趣旨のものではない。あくまで、テーマを考えていくための議論用のものとして4つの例として整理をしたもの。

なお、「A」と「B」は、上の出展でめざすものの「世界に貢献する大阪の姿を示す」という展示をイメージしたもの。「C」と「D」は、「大阪のパワーを世界に発信」というイベント・催事をイメージして整理している。

まず、「A」の『REBORN（リボーン）、大阪の力で世界が生まれ変わる』ですが、テーマ展開の視点としては、超高齢社会が到来する中、人々のQOLの向上をめざし、生涯を生き活きと豊かに暮らしていくことや、人々の行動変容を促し、健康寿命の延伸を図るなど理想的な未来社会のモデルをつくる点に力点を置いたもの。パビリオンにいられた方が、若返っていく、将来に向かって生まれ変わっていく、そのような意味を込めて、若い世代にも訴求する観点から「リボーン」と整理している。

次に「B」の『21世紀を生きる、大阪からの提案』ですが、テーマ展開の視点としては、「いのち・健康」の新たな価値観を示していくことや、万博が開催される2025年以降の21世紀をどのように生きていくのか、未来志向としての大阪の姿を示し、SDGs達成に貢献していくという点に力点を置いたもの。

2025年は、21世紀の第1コーナーを回ったところであり、その先の人々の豊かな生き方について、大阪から提案していく。そのような意味を込めて21世紀を生きると整理。

続いて「C」の『OSAKA（協和）国、世界一ワクワクする都市・大阪へ』は、テーマ展開にあたり、新たな大阪の都市イメージの発信や、未来型ミュージアムの体感、大阪のプレゼンス向上という視点で、近未来の最先端技術などを駆使して、年齢や国を問わず多くの方が参加・体験型のエンターテインメントを体感し、世界中の人々が交流できることに力点を置き、暮らしやすいスマートな大阪の未来都市なども体感してもらいたいという観点で、パビリオンにアクセスした人に、大阪に行きたい・住んでみたいと感じてもらいたいといった意味を込めて整理。

最後に「D」の『パワーあふれる大阪、パワーの源は人』は、テーマ展開の視点としては、大阪が有する魅力、例えば、人であったり、食文化や歴史など、大阪の魅力を前面に押し出し、世界に発信していくといった点に力点を置いたもの。ここは、大阪の魅力を発信することで、世界との交流を一層加速していくといった意味を込めて整理している。

事務局として一旦このような整理を行い、議論をしていただくためのたたき台を用意したので、これを参考に、出展で何をめざすのか、何に力点を置くのかといった観点も含め、出展基本構想で打ち出すに相応しい出展参加のテーマについて、ご議論いただきたい。

《つくくみ特別アドバイザー》

これまで何度か言ってきたが、会場の開催期間に限りがあるので、この場での複雑な作業はかな

ロスが多くなると思っています。なので、現場ではシンプルな体験、で、興味のある人はオンラインでも楽しめるような、そんな万博になればと思っている。

あんまりデジタルや未来型を意識しすぎてもどうかとは思いますが、今回のような自宅待機要請が未来にまで影響があってほしくはないが、そんな未来であっても楽しめるようなオンラインの充実は確かに必要で、そのオンラインの仕組み自体はレガシー化していくと考えられる。

《シンプソン委員》

非常に響いたのは、英語的に、「REBORN・リボーン」というスローガンでした。

これからは、どの分野にしても、絶対に「REBORN・リボーン」というか、「再生」される大前提・時代になるはず。「医療」にしても、「AI」にしても、5年後、「REBORN・リボーン」されています。

しかも、「RENAISSANCE・ルネサンス」時代と同じような「次元」にもなってくるだろう。

そういう意味では、追加として、「INNOVATION (または、PIONEERING) OSAKA, YOKOSO (WELCOME) !」というような「Catch Copy」も必要ではないか。

日本の文化、文明の中では、全世界と比較しても、一番「SOPHISTICATED」な意識は「一期一会」。どこの国でも通じるはずのもの。

「食」にしても、何にしても、「一期一会」が、「人」の根本的な「生き方」。それは、日本人の一番素晴らしい価値観だと、私は個人的に感じている。是非、2025年の万博を飛躍台にして、大阪の方からは、全世界へ、「REBORN」、「INNOVATION・PIONEERING」、「WELCOME」、「一期一会」、「OSAKA」の立派さなどを、発信していければいいと、率直に考えている。

《森下委員》

世界的にコロナから復活した最初のイベントにこの万博がなるんじゃないかという気がする。そんな中で、世界の人々が思うのは、リアルなものを見たい、体験したいというのは、あらためて強くなるだろう。そういう意味では、万博会場でのイベントっていうのも非常に重要になるし、一方で今回テレワークを含めてネット環境が急速に進んでいって、新しい技術が急速に出てきている。つくみさんが言われているようなVRを使ったサイバーシティ大阪的なものも非常に受け入れやすい環境になっているんじゃないか。

そういう意味では、今、私たちが思っている以上にリアルとバーチャルな環境、現場と実際のサイバー空間というものを二段階で組み合わせるような万博を作ってもいいんじゃないかと思う。

ワードでいえば「リボーン」というのが、今の時代で非常に受けると思う。再出発的な、改めて世界を見直すような位置づけとして万博をとらえるというのは、「健康・福祉」「いのち」の重要性が改めてわかった今、テーマ自体がさらに深くなっていると思うので、そのあたりをうまく出していくと、世界的に受けるという気がする。

《橋爪委員》

4点申し上げたい。1点目。私も「リボーン」が強いメッセージとして伝えることができると思う。「大阪のパワーを世界に発信」という点に関しては、催事等で展開すればいいと思う。パビリオ

ンのテーマは「リボーン」というのをベースにして検討するのがよい。ただし、「カタカナ英語」として響きは良いが、日本語で適切に概念を説明できるように用意したほうが良い。

日本では、「循環型社会」というライフスタイルが、我々の伝統的な文化のなかにある。日々、あしたに新たになり、また四季折々変化があり、1年経つとまた暦も戻る。直線的ではなく、そういう循環型の時間概念、自然との付き合い方、生活文化が、私たちの原点にある。日々生まれ変わっているという発想は、日本の出展と親和性がある。

初回にも申し上げたが、パビリオンに入って、出て、本当に入館者が生まれ変わったと思うことができるような、メッセージ性の強い展示になれば成功だと思う。

2点目は、次世代の大阪を担うクリエイター、新たな才能のある方々の活躍の場を大阪の出展でも用意するというを是非、明記いただきたい。展示の具体化に応じて、若いクリエイターを登用することがあって良い。建築デザインも若い方に依頼するのも一案。このためには、どういう方が活躍していただきたいのかを評価する、この人の才能を伸ばそうといった、上の世代の専門家の判断が重要になる。そういうことも含めて、基本的な計画のなかに、若い人をどう活用するのかというところを是非記載いただきたい。

3点目は、コンテンツ・内容のものと、展示手法というのが分けて書かれていない。内容と展示手法というのはきれいに分けることはできないが、展示手法の考え方をクリアに書いていくことは重要だと思っている。

4点目としては、ベンチマークとなるドバイ博に学ぶことの重要性を強調しておきたい。コロナウイルスのこの厳しい状況を人類が乗り越えた後に、2021年に延期されたドバイ博が開かれる。国際博覧会は、世界の縮図である。開催時にあつては、その直前に直面した世界的な危機、あるいは各国、各地域が直面した課題に対して、そのソリューションや、いかに対応したかなどを示す場となる。我々は、ドバイ博における各国、各企業の展示を良く見たうえで、5年先のことを考えていかなければならないということを申し上げておきたい。

《澤田委員》

現在の国際博覧会では、主催者が提示したテーマに対して、解決をそこに持ち込むことが出展者の役割。大阪がこうなりたいというのも大事だが、大阪はこういうふうには人類社会の課題を解決していくんだというテーマがしっかり出るのが、いろんな人には共感性が出ると思う。

博覧会は人類課題解決の場と位置付けられているので、その参加者である大阪府・市はそれにどうというふうにはソリューションを提案するのかという。そこがテーマの置き所だと思う。

資料4ページで大事なことは、どこに絞るかということ。8ページに整理されている、右のほうの整理が重要だと思う。4つあって「QOL」「SDGs」「未来技術」「大阪のパワー」になっているが、おそらくどれも置き去りにはできないと思うが、メニューのテーマとしてどれを一番上位に置くのかということが非常に重要だと思う。そのときにSDGsというのは、人類全体の目標に過ぎないと言うと語弊があるが、大阪府・市でわざわざこれをテーマに押し上げる必要はないのではないかと思う。

大阪のパワーっていうのは、この場合、「いのち」というのをどういうふうには理解するか。「いのち」を人間の身体、健康というふうには考えるのか、文化と考えるのか、「いのち」って非常に幅広い。

博覧会協会もそれをきちっとした理解を示していないので、どの角度で理解するかによって、広がり感のあるテーマだと思う。

「いのち輝く未来社会のデザイン」なので、文化でデザインするというやり方もある。生活環境をデザインしWell-being(ウエルビーイング)を実現していくなど、そこを議論しつつ、大阪は2025年に世界の課題をこういう形で解決していく。参考になるのは、愛知万博愛知県館の「チャレンジ」という言葉でエコ・コミュニティを実現すると愛知県としての解決策を提示している。愛知万博はある意味、環境万博でテーマを「自然の叡智」としたわけだが、これを実際に展示で見せるだけではなく、実際にエコ・コミュニティをパビリオンの出展活動の中から実現していくんだ、それにチャレンジするんだっていうことがハッキリとしたメッセージだと思う。そういった形で、何をやるのかといったことが大事なので、リポーンもいいが、じゃあどういふうに生まれ変わるのか、どういふうに生まれ変わりをやるのか、その先の姿をきちっと出して、それが人類課題解決の場、それが「いのち輝く未来社会のデザイン」だというテーマを置いたわけだから、それにどう応えるのかという、どこに絞るのかという議論がすごく重要だというふうにする。

テーマがきれいに絞り込めれば、手法はそのあとにいろんな形で出てくると思う。今回は4ページにいろんなメニューが出ているが、そこからどこに絞り切るのかを議論すべき。

大阪を考えると、Well-being(ウエルビーイング)っていうことを外さないほうがいい。ただ、大阪らしく文化というものがあるので、必ずしも内なる健康、身体をフィジカルな問題じゃなくて精神的な問題も含めて、Well-being(ウエルビーイング)をどう大阪で提案していくのか、社会共通の方向性を示していくようなテーマがいいと思う。

《松井市長》

誘致活動で万博を実施するというスタート地点からBIEともいろいろ協議してきた中で、対象は「人」。リアルな健康、生きているものに対して向き合う。文化、環境といろいろある。愛知も環境やっていましたが、そこはあまりにもふわっとしすぎる。もうまさに、大阪らしいっていうか、これはベタな話だがとにかく「人」。「人」が最後まで人生楽しめる、ここは外せない。我々は、ベタに「人」、大阪は死ぬまで元気やと、それをめざすべきだと思っている。

《吉村知事》

本質的な欲求に応えるものがあると思う。人種が違ったり、言葉が違ったりしても本質的な欲求っていうものがあるって、コロナでも色々出ていますが、やはり生をもって産まれた以上、1回は死ぬ。豊かに生きていけるっていうか、それで「生まれ変わる」っていうのはだれもが持っている思い。10歳若返りじゃないですが、説教じみたものでなくてもQOLを向上していく、本質的な、世界の人が求めているものに応えていく。技術としていろんなバーチャルとリアルをつなぐというのは技術の問題で、これはいつか廃れていくものなので、5年後と10年後に技術もまた違ってくる。ですが本質的な欲求っていうのはあまり変わらないと思うし、「いのち」とか「健康」とか、こういうところだと思う。

もちろん、病気をしたり、けがをしたりっていうのは避けられないけれども、万博に来て、来れない人はバーチャルでもいいが、ここに来て、館を出たときには、生まれ変わるとか、そういうのを体

験して、人生豊かになるというような、そういう意味での若返りというか、そういうのがいいんじゃないかと思う。特にライフサイエンスの力もあるし、エンターテインメントの力もあるし、食の力もある。

大きなテーマ、方向性としては、QOLというか、生まれ変わりというか、そういうのがいいんじゃないかと思う。

《松井市長》

技術的な部分でいくとIPSの再生医療なんていうのは外せない。それは関西が一番進んでいる。今、遠山先生がやってくれている認知症へのチャレンジも外せないと思う。そういうところは、あくまでもリアルにやればいい。25年までにはさらに技術も進んでいるだろうから、もっとスピード感をもって高めていって、25年にはリアルに人がそういう治療というのか、体験というのかは別としてやるというのが、これが一つと思う。

《吉村知事》

つくみさんが作ってくれた資料の要点に出ている、「優越感」を感じられる、オンラインで楽しんだ人も現場に行ってみたくなる、優越感を感じてリアルでいった人も体験して優越感を持ってもらう。参加者が体験と優越感が得られるというのを非常に重要なポイントにしながら、これ、たこ焼き王国で表現するのがいいのか、人類を超えた王国で表現するのがいいのかはあると思うが、「いのち」というか「健康」というか、そういうものが表現できたら面白いんじゃないかと思う。

《松井市長》

鈴木委員からあった食の提案なんかはいいと思う。これは会場全体でやるべき。世界レストランはいい。わかりやすい。世界各国から出てきてもらって、M1グランプリじゃなくて、食1で。もちろん入場料も取るわけで、期間中に審査してナンバーワンになれば、賞金1億円とか、十分やれると思う。参加レストランに1億円目指してやってもらう。それまでに各国で予選してもらうとか。これは大阪だけでやるよりも、万博全体でやればいいと思う。

《東委員》

先進国の中で、日本の幸福度が低い理由は、自由度が低い、選択肢がすごく狭いことにある。他国の人々は広い大陸の中で自由に職を探し、移動し、幸せな働き方をしている。我々はいまだに時間と場所に縛られ、限定された中で生きている。ただ、ネットワーク化が進み、サイバー空間も充実してくると、選択肢が広がる。自分がゆっくりしたい場所で、一番好きなものを食べて、穏やかに生活することがどれだけ大事なのか、今回のコロナの件で再確認している。

都心部では買いための問題がありましたが、地方の観光地や温泉地では逆にフードロスが起こっている。お客が来ないので大量においしいものが余っている。東日本大震災の時も東京と東北地域が分断されている状況を目の当たりにしたが、今回もよく似た現象が起こっている。25年には大阪、関西でも様々なコンセプトを提示し、色々用意できたらと思う。今回のコロナショックは、本当に人間変わるいいタイミング。

《遠山委員》

「リボン」って大変いい言葉だと思う。特に感じるのは、子供たちのことで話をすると、昔と違っていろんな情報が入ってくる割には、好奇心が非常に少なくなっている。大阪館に来られて、好奇心がなくても、ちょっと何か好奇心をもって帰ってくれるとか。そういう若い人の気持ちをどう変えていくのか。

例えば、我々の若い時は外国にごく普通のように僕らは行ってたけど、今は、若い人はほとんど行かないですね。向こうに行くということに躊躇を持っている。言葉とか、いろんなことで。そういう一つ一つ踏み出す勇気というか、広く意見を聞いてその中から何かを探すということとか、今まで自分が持っているもの、自分の中で革命を起こして、常に野心を持って上へ上がろうとする人がなかなか減ってきている。日本の将来を考えたときには、そういう人たちが来て、考え方が変わって欲しいなと思う。

もう一つ、若さという面から言えば、30代を超えると年齢の差というものは同じ年でもすごく変わってくる。何かというと働いているかどうか、好奇心を持っているかどうか。だからここに来たら、そういうこともあるんだという好奇心を持てる、夢を持てる大阪館にして欲しいなと思う。

「リボン」、あるいは「ルネサンス」は、大変いい言葉だと思う。大阪へ来て、そうして生まれ変わって出ていくんだよというイメージはすごく大事にしていければいい。そういう好奇心のある子が少ないから、日本の将来どうなるんだと。そういう好奇心を持てば、今回のコロナのこともそうだが、全国、あるいは世界で一つのキーワード。それが若い人はなかなかそう捉えていない。今回のコロナのことで世界で問題だというイメージを持てるような人になってほしい。

《大西委員》

テーマ的にも、とても若者って本当にシンプルがとても伝わりやすいっていうか、本当にベタで。勉強もそう。学年が上がってくるにつれて、大好きだった算数であったり数学もややこしくなってきた、「ああもうええわ」って投げ出したくなることも多々ある。シンプルだからこそすごい知りたくなるし、楽しんでわかりたくなるというのもそうで、それこそ「ベタ is Best」ってつくみさんの資料にもあったように、今自分が生きている次元とはまた別世界っていうか、王国があって、その中に、今子供の間で流行っているような「どうぶつの森」であったりとか、そのゲームのように、自分でまちを造れたりとか、村を造れたりとか。そういうちょっとした非現実的な世界があっても若者としてはすごく食いつくところ。

14歳とかそのぐらいのころから、会社を立ち上げている子とかいて、そういうのも大阪王国で、例えばいろいろなお店に回ったりだとか、その観光に行くことによってポイントをもらえたりだとか、多くもらえたらその中で会社が作れたりだとか、そういう王国の中でも若者が社会に貢献できるようなことができるんだよというのを発見していけるのは、すごい素敵だと思う。

《佐久間委員》

手法というのは確かに本質ではないというところは理解していても、手法としてのインターフェイスは若者を惹きつけるというところは、自分も感じている。

東京オリンピックが延期になったときに、今年はその時期にeスポーツであったり、バーチャルなイベントを開催するといった企画もすでにあると伺っている。そういった非対面・非接触に自分のアバターを通じてイベントに行くという流れは、オンライン会議などの普及も相まって有望な流れではあるし、それが受け入れられつつあるということも重要だと思う。

つくみさんがおっしゃったことや、大西さんや皆さんがおっしゃっている万博前後も続くという観点で、万博期間中のみではなく独立したアプリケーションとして、それが全国あるいは世界で使われるようになること、万博ありきではないアプリとして事前から参加できるようになることは重要かと思う。

その2点の有意義さを明らかにしているのが「あつまれどうぶつの森」で、ゲームとしては3週間ずつと売り上げトップで、かつてないほどの販売数のソフトになっている。まさにオンラインでバーチャルなアバターで交流するという要素がゲームの中に詰まっている。小学生が外に出ちゃいけないと言われていたり、おうち時間を過ごそうという大学生や社会人も家にいるわけだが、オンラインで友達と無人島を作って交流するという簡易メタバースが見えていて、その売り上げをみても有意義な手法であることが確認できる。

ただ今まで話した文脈でのバーチャルは、手法であり本質ではないというところも理解しているので、万博会場がVRで配信されていたとしても、どうぶつの森よりも面白いかというそれはおそらくないと思う。VRでリアル万博を配信しようというのは押し付けがましく、陳腐だとも思いつつ、バーチャルな手法をうまく活用することは必要だと考えさせられる。

市長や知事から話があった真の欲求、そして、QOLやいのちの価値観を発信するというところで、それらは一日にしてならないという視点は自分も重要だと思った。

自分が前回、前々回でお話した個人的に一番興味があるポイントが、自由な身体とか、自由な声とか、そして言語というものが勝手に翻訳されて壁を超えたときに、我思う自分自身以外はなく、それはいわば天国のようなものであるということ。それはもう一つの新しい生まれ変わりを提示しているし、QOLの向上にもつながるとも思う。もしかしたら、こうありたかった自分に生まれ変わるっていうのは、面白いポイントかと考えている。

《事務局説明（今後の検討課題）》

資料5 今後の検討課題の2ページ。本日、鈴木委員、つくみ特別アドバイザーからも提案をいただいたが、前回の会合での各委員からの提案の要旨をまとめたものを、2ページと3ページに記載。出展の根幹となります出展でめざすものやテーマについて議論いただいたが、基本構想を策定するにあたり、どのようなコンテンツを用意するのか、来館された方どのように魅せていくのか、といったことをイメージしながら検討していくことが重要と考えている。

資料の4ページ。前回の会合でいただいた提案の中から、コンテンツと表現手法という区分でキーワードを整理。左下、愛知万博の際に、愛知県が作成した出展基本構想では、パビリオンの構成として、展示、催事、サービス施設に区分けされていた。これまでの委員の意見・提案を踏まえると、大阪のパビリオンについても、展示体験ゾーン、イベント交流ゾーンと、例えば、食や物販の提供、あるいは食関連のイベントなどを行うサービスゾーンという、3つのゾーンが必要ではないかと、イメージをしている。

あくまでも事務局としてのイメージなので、こうしたイメージでよいのかも含め、御意見をいた

だきたい。

ゾーン区分についてもイメージを共有したうえで、設定するテーマ案やコンテンツ、表現手法などの要素を勘案しつつ、今後、議論いただきながら検討していきたい。

5ページ。6月以降の検討の論点を整理。出展形態は、パビリオン出展とイベント実施ということと、これらを産学官が結集する形で展開していきたいと考えているが、パビリオン出展を行う際には、恒久的な施設とするのか、仮設とするのかといった点や、産学官が連携した際の出展スキームや役割分担、イベントを行う際のイベントスペースの設定や、出展者の募集方法やその時期などの課題があると考えている。

運営主体についても、産学官の結集となれば、組織体制を構築する必要があり、仮に、実行委員会形式とする場合には、構成メンバーの検討を進めていく必要があると考えている。

出展規模等は、パビリオンの出展内容や形態に応じて検討することになり、他国や企業の出展動向、あるいは、博覧会協会が策定する基本計画などを踏まえる必要があるが、どの程度の面積が必要なのかといった点や、博覧会協会がつくるテーマ館や政府館などと重複しないようにする必要があると考えている。

面積については、登録申請書に記載されているモデルケースの中で、各国政府向けに敷地を渡して出展するタイプのパビリオンの面積が最も大きいもので、敷地面積が3,500㎡となっておりますので、3,500㎡から大きくても5,000㎡位の敷地面積があれば、展示スペースやイベントスペースなども含めて対応できるのではないかと考えている。

また、出展に係る財源については、民間資金等を積極的に活用したいと考えており、負担スキームや財源の確保策などについて、検討が必要。レガシーとしての活用方策についても、ハード・ソフト両面からの検討が必要と考えている。

これらの点については、6月以降に議論いただきながら、検討を進めていきたい。

なお、委員からいただいた具体的な提案は、令和2年度末に出展基本構想を策定した後、令和3年度からは、構想の実現に向けて、より具体的な内容を盛り込んだ出展基本計画の策定を進める予定なので、その議論の中で、活かしていきたいのでよろしく。

《吉村知事》

「リボーン」生まれ変わるというのは、非常に皆さんの共通の価値観としてもいい。

ここで「世界が生まれ変わる」と、非常に大上段から構えているが、一人一人の人が生まれ変わる、パビリオンに参加した人が生まれ変わるといったことで整理してもらえばと思う。

今日の議論としては、生まれ変わる「リボーン」というのが一つの大きなテーマ、方向性ということで、進めていくということでもいいと思う。

《西澤委員》

今日、話のあった中で、「リボーン」、それから「ルネサンス」が皆さんの共鳴を得たというふうに確かに感じている。そのあたり、事務局でうまくまとめていただければと思う。

《つんく♂特別アドバイザー》

今日、集まった皆さんは前向きに大阪の未来を考えている方たちばかり。これだけの人数が集まれば、意見も違ってくると思うが、大阪のパワーというか、あつかましさ含めて、今こそ一丸となって世界のために貢献できればと思う。

それでも誰かが強く引っ張って行く人が必要。どうか遠慮なさらずにガンガン引っ張って行ってください。僕らは死ぬほど意見を出すことは、やりまくりますので、言うのはタダ、根性でいく。

《西澤委員》

本日は、出展目的やテーマ設定に関する内容を中心に、議論を進めてきた。

各委員、つんく♂特別アドバイザーから頂いた意見を参考に、事務局で改めて内容を整理し、次回の会合で方向性が固まるようにしたいと思う。

また、テーマ設定の方向性を固めた後に、どのようなコンテンツを出していくのがいいのか、運営主体はどのような形がいいのか、さらには財源確保策、レガシーとしての活用方策などの課題も残されている。これらの点については、6月以降も議論を続けたい。

委員の皆さん、つんく♂特別アドバイザーには、引き続き、様々な観点からアドバイスをよろしく。

以上