

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5回 議事概要（メモ）

■日 時：令和2年9月8日（火） 15時00分～16時30分

■会 場：大阪市役所 屋上階（P1）会議室

■出席委員等：※敬称略。五十音順。所属、職名は開催当時。

【委員】

<会場参加>

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）

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）

森下 竜一（大阪大学大学院医学系研究科 寄附講座教授）

<Web参加>

遠山 正彌（地方独立行政法人大阪府立病院機構 理事長）

【特別アドバイザー】

<Web参加>

高橋 政代（株式会社ビジョンケア 代表取締役社長）

つんく♂（音楽家 総合エンターテインメントプロデューサー）

【オブザーバー】

<会場参加>

滝澤 豪（経済産業省商務・サービスグループ博覧会推進室長）

高見 明伸（2025年日本国際博覧会協会企画局審議役）

壺井 秀一（関西経済連合会産業部マネージャー）

楠本 浩司（大阪商工会議所地域振興部部長兼万博協力推進室長）

<Web参加>

和田 幸典（厚生労働省政策統括官（総合政策担当）付政策統括室政策企画官）

【発言要旨】

≪吉村知事≫

委員のみなさま、つくろひ特別アドバイザー、高橋特別アドバイザーにおかれましても、御多忙のところご参加いただき、感謝申し上げます。

先日、万博のロゴマークが決まりましたが、日本中で話題にもなり、いいロゴマークに決まったと思っています。大阪らしい出発かなと。また、前回、地元大阪のパビリオンの出展テーマが「REBORN」に決定しましたが、出展を成功させ、大阪らしさを世界にどんどん発信していきたい、とんがったものやっていたいと思っています。

本日は、斬新なアイデア・提案を含めて、みなさまの忌憚のないご意見をいただきますようお願いいたします。

≪松井市長≫

委員のみなさまにおかれましては、お忙しいところご参加いただき誠にありがとうございます。知事からもお話がありましたが、ロゴマークも決まり、雰囲気も盛り上がってきたと思っています。

前回の懇話会で議論いたしました「バーチャル大阪館」については、2025年万博に向けて、先駆けて早くにオープンさせて、コロナ禍で世界中が元気のない状況ですから、リアルが難しければバーチャルでも大阪を訪れて楽しんでいただいて、万博に向けて前を向いて盛り上げていきたいと思っております。今日は、佐久間委員から参考になるアイデアを披露いただけると聞いていますので、楽しみにしております。

みなさまの新しいアイデアと知恵を結集して、素晴らしい大阪のパビリオン、リアルな形を想像できるようなものの議論を深めていただきたいと思います。よろしく願いいたします。

≪西澤座長≫

前回の会合では、出展参加テーマ、そして出展参加基本構想についての意見交換を行い、方向性を固めてまいりました。本日は、出展参加基本構想（たたき台）の項目5以降の文案について意見交換を行い、構想全体の骨格、そして方向性を固めたいと思っております。

その中で、先ほど市長からもお話がありましたけれども、バーチャル大阪館につきましては、佐久間委員に事前に調べていただいておりますので、後ほどご報告いたします。

委員の皆様方には、本懇話会の円滑な進行にご協力いただきますよう、よろしく願いします。

それではまず、次第2（1）出展参加基本構想（たたき台）文案について、意見交換を行いたいと思っております。前回、出展参加基本構想の「1. 出展参加の意義、2. 出展参加でめざすもの、3. 出展参加のテーマ、4. テーマ展開の視点」までご議論いただきました。今回は前回の議論を踏まえた修正点と、それから項目5～9の新たな文案についてご議論いた

きたいと思います。事務局からご説明をお願いします。

《事務局》

それでは、事務局から出展参加基本構想(たたき台)の文案について説明をさせていただきます。前回6月の会合では、文案の項目1から4までについてお示しさせていただきました。前回のご意見を踏まえた修正箇所などにつきましては、参考資料として事前にお送りし、ご説明させていただいておりますので、今日の説明は割愛させていただきます。それでは、資料3大阪府・大阪市出展参加基本構想(たたき台)4ページの項目5以降について説明させていただきます。

まず、項目5は、「出展参加の主体～産学官民の力を結集～」という見出しにしております。構想に基づき、来場者に感動と貴重な経験を与えるパビリオンとするためには、地元大阪の様々な機関、団体が結集、協働し、計画段階から、出展・運営まで一貫して取り組むことが大切だとし、大阪府市に加え、経済界をはじめ、医療機関や大学、観光DMO、文化振興団体など、多様な主体が参加するオール大阪の推進体制を構築し、出展参加の計画段階から万博の閉会まで、府民・市民の参加と協力も得ながら、一丸となって取り組みを推進するとしております。その上で、3.(1)「産」産業界・企業之力、(2)「学」教育・研究機関之力、(3)「官」自治体之力、(4)「民」府民・市民之力、という4つの項目に分け、それぞれの役割や関与の方向性を示しております。

(1)の産業界・企業之力では、万博開催前から様々な共創やチャレンジを積み重ね、大阪の企業の誇りと実力を世界に示すことを目指すとしております。

(2)の教育・研究機関之力では、新型コロナウイルス禍を経験した今、未来の大阪を担う研究者や学生など若い世代の研究成果や知恵の国内外へのアピールの場、活躍の場となることを目指すとしています。

(3)の自治体之力では、イベント・催事の展開にあたっては、大阪府・大阪市はもとより、府内市町村も地域団体と連携し、各地のブランドやアイデンティティ、ポテンシャルの国内外へのアピール、団体との協力や準備のプロセスそのものが万博の機運醸成につながり、それぞれの地域の発展に寄与することを目指すとしています。

(4)の府民・市民之力では、地元市町村と連携したイベント・催事への参加・協力の機会を、文化・芸術分野をはじめ積極的に活動する地域団体やその活動を支える府民・市民に提供するとし、参加・協力者にとって来場者との交流やネットワークの構築、自己実現の場となることを目指すとしております。

次に、項目6の「展示・催事の基本的考え方」ですが、開催都市大阪は、国及び2025年日本国際博覧会協会とともに万博を支えるパートナーということを記述いたしました。これは政府がBIEに提出した登録申請書の記載内容を踏まえております。そのうえで、万博のゲートウェイとなって、万博開催前から、本万博に関連する多彩なイベントを行うことにより、万博への参加の機運醸成に取り組むとしています。

そして、パビリオン等での展示・催事にあたっては、テーマ「REBORN」のもと、「健康」という観点から、大阪が持つ強みを活かして、最先端の医療技術やライフサイエンス産業が創り出す近未来への期待を高め、さらには食や文化、観光などによる交流を促進する場となるよう、多彩なプレーヤーと連携・協力し、来場者や来場者を受け入れる私たちも、ワクワクしながら明るい未来を感じることができる展示・催事を実現するとしています。

その上で、(1) 出展内容・コンテンツと(2) 表現方法という2つの項目に分けて、それぞれ取組みを整理しております。

(1) 出展内容・コンテンツについては、「来場者の興味・関心を引き付ける」という項目では、来場者のニーズ把握に努め、出展内容の検討を進めることや、前回の懇話会でつくろひ特別アドバイザーより、「全ての展示物をエンターテイメントと捉え、この万博にどう落とし込んでいくのか」というご意見もいただきましたので、この文章の中で、ストーリー性やメッセージ性のあるわかりやすい展示・演出によって“可視化”することで、“ワクワク感”を創出し、体験型・参加型の展示など、子どもから高齢者まで幅広い来館者の感性に訴え、感動、共感していただけるよう工夫すると、記述いたしました。

「大阪発のキラコンテンツ」という項目では、メインとなるコンテンツは、健康・医療を切り口に大阪のポテンシャルを最大限発揮し、来場者に圧倒的なインパクトを与える内容となるよう、オール大阪の知恵を結集し、創意工夫すると記述しました。

このほか、「最先端技術の活用」、「イノベーションを誘発」、「バーチャル空間の効果的な活用」のそれぞれについて、取組みの方向性を記述しています。

(2) 表現方法については、「わかりやすさ」、「大阪の独自性の発揮」、「言語の壁を乗り越えた交流」、「環境への配慮」といった項目で、取組みの考え方を示しています。

次に、項目7「展示・催事の構成」でございます。前回の懇話会ではポンチ絵でお示ししておりましたものを、文章で表現しております。パビリオンの構成としては、(1) エントランスゾーン、(2) 展示・体験ゾーン、(3) イベント・交流ゾーン、(4) サービス・食体験ゾーンの4つのゾーンに加えまして、前回の会合でも話題になりました(5) バーチャル大阪館についても(仮称)として記述しています。なお具体的な構成につきましては、基本計画において検討するとしております。

次に、項目8「施設の位置および規模」についてです。特にパビリオンの配置場所については、各国政府や国際機関など公式参加者等のパビリオン出展の意向が出そろった段階で最終的に決まっておりますので、構想段階では一般的な記述としております。また、項目9「レガシー」につきましても、今後の基本計画の策定作業において、ハード・ソフトの両面について具体的な検討を進めて取り組んでいくとしており、その検討の方向性のみを示す記述としております。

〈西澤座長〉

事務局のご説明がございましたけれども、これらについて意見交換をしていきたいと思

います。ご意見ございましたらどうぞ。

《澤田委員》

内容としてはいいと思うのですが、項目出しが輻輳(ふくそう)していて、わかりにくいように思います。これはまとめ方の提案ですが、5ページ目で「展示・催事の基本的考え方」とありますが、これはバーチャルまで含むとすると、展示・催事の外側になると思うので、「コンテンツの基本的考え方」というように広げたらいいのではないかと思います。

それからもう1点、サイバー空間というのと、バーチャル空間というところが、輻輳しているので整理した方がいいと思います。実は、博覧会協会がその整理を始めました。また、国でも未整理だと話していたので、これを機会に何をサイバー空間とって、何をバーチャル空間というのか。もしくは、それを融合した世界をなんというのか、新しいことをやると思うのですが、そういう新しい言葉を出して新しい世界を見せる中で、リアルとバーチャルが融合した世界、その世界はなんというのか。拡張現実社会を何か綺麗な言葉にワーディングできたら、世界にも発信しやすいのではないかなと思います。

それから、7ページ目のコンテンツの構成というのが、大きく言うと、要するに「リアル空間」と「サイバー空間」の2つに分けられると思います。なので、何点かバーチャル大阪館に付け足しのようについていますが、非常に重要な話なので、まず、「リアル空間での展開」、それから「サイバー空間での展開」という二つを記す必要がある。その上で、リアル空間の展開として、(1)から(4)まではパビリオンでやることを示されていると思います。ずいぶん前に発言したのですが、会場の中での催事施設、広場やホールといったところでも、おそらく展開されると思います。また、会場全体を使って拡張する大阪館みたいなものも作られると思います。なので、そういったこともお示しいただいた方が、今後の展開の広がりもしくはカテゴリーの整理がしやすくなるのではないかなと思います。

それから、もう議論の時期が過ぎてしまい申し訳ないのですが、1ページ目が、同じことを何回も言っている気がしています。最初の1は「出展参加の意義」ですが、内容で言うと、社会背景が書いてあり、「背景とめざすもの」と「意義とめざすもの」と言葉が少し変わっただけでよく似ているので、「1. 出展参加の意義」のところが背景で、それを受けて「出展参加でめざすもの」が2にあるという方がわかりやすいのではないかなという気がしました。

また、3ページ目の「4. テーマ展開の視点」は少しわかりづらいので、要するに、「テーマの展開方針」のような、どう展開するのかということが見せられたらいいのではないかなと思います。

事務的な内容で申し訳ないのですが、この段階で整理しておいた方がいいと思います。今後、展開するときに多くの人に関わるので、誤解が生まれるとなかなかうまくプログラムが整理できないと思いますので。特に「リアル」と「サイバー」、「バーチャル」と「サイバー」

はどうするんだという話は、今回の万博を含め、万博を契機に新しい言葉を作るなり情報整理をした方が、何をやるのかということがはっきりして、いいのではないかと思います。

《西澤座長》

ありがとうございます。ずいぶん整理した意見をいただきました。ちなみに、サイバーとバーチャルをどのように使い分けるのでしょうか。

《澤田委員》

それについては、私は専門家ではないので。バーチャルとか仮想現実は、要するに「非現実なもの」で、それは何かフェイクな感じっていうのか。私は旧世代だからそう捉えるわけですけども。おそらく、リアルとサイバー技術が融合すると、私達は不可分な世界にネットで参加してみる。これは不可分な世界ができていますのでこれは何だっていう定義がなく、「リアル」と「サイバー」をわける。非常にいろんな概念を指していると思うのですね。「サイバー」というのは、コンピューターネットワークを使った世界ですから技術的に言う「サイバー空間」とか、「サイバーテクノロジー」を使っていただいて、そこでできたものが無いというのは仮想現実だから嘘ですよ、もしくはリアルでは無いものだって言って、バーチャルと思っているのですけども。「バーチャル」って言い方がゲームっぽく聞こえるような気もしています。きっとその分野は東さんも詳しいと思いますので。

《東委員》

言葉の定義自体がいろいろありまして、サイバーという言葉はサイバーフィジカルシステム、サイバーセキュリティなどアーキテクチャ、システム的な用語で使われたり、バーチャル〇〇以外にも、デジタルツイン等、様々な言葉がある。実は、この言葉自体がぼやっとしていますから、そういう意味では万博で新たな言葉を出したらいいと思うのですね。もう大阪ではこう言ってしまふ、というのもあって良いと思います。AIネットワーク社会だとか、デジタル〇〇とか、サイバー空間だとかG空間など様々な社会を捉えた言い方があります。で、一体それはなんやねんって話です。「こういうものだ」と大阪で言ってしまった方がいいのかなとも思います。いろんな定義に引きずられるのではなくて。特に最近インターネットの専門家の方々と話をしていると「コロナ禍でインターネットはグローバルでは無いのではないか」ということを言い出しています。インターネットで世界中と繋がることは可能ですが、コロナ禍になって、最近インターネットで何を調べましたかと聞くと「自分の国の身の回りのことを調べる」という回答が多いと。結局は、今までインターネットはグローバルだと思っていたものが、意外とコロナ禍で物理的に閉ざされてしまうと、意外とグローバルに活用しなくなったと。大阪関西万博で、インターネット社会の先ってどういうものかという提案をするのはコロナショック以降ということもあって、すごい象徴的ですよ。2025年に向けて、今回、こういうところから、定義を出すっていうのはすごく面白

い。せっかく大阪ですし。

《西澤座長》

ありがとうございます。

そういたしましたら、東委員、澤田委員あるいは佐久間委員は、言葉の統一でこう表現するということを考えていただいて、事務局と相談していただきますようお願いいたします。

他にご意見はございますでしょうか。

《つくろい特別アドバイザー》

僕もこの段階で思うことは、どっちかというとお勉強をするような博物館のようなものなのか。テーマパークのようなアミューズメント的なものか、大きな方向性をもう一度確認したい、という点と。リアルの大阪館とバーチャル大阪館は基本的に同じものなのか、別世界のものなのか。この2点が気になりました。

「REBORN」という言葉から入るとどうしても健康、医療がメインになるのかなと感じています。

《シンプソン委員》

大阪らしさが伝わってこないのですよね。それを、一番心配している。私はマーケットリサーチの専門だから。いろいろ外国人にリサーチしても、単に万博だからといっても行きたいと思わないのですよ。例えば、大阪のパビリオンの隣に（子供の興味を惹きつけるような）うんこパビリオンを作ると、インパクトがあって盛り上がるんですよ。子供たちは「わーまた行きたい！」となりますし、私の娘は10歳ですけれども。大阪は世界的にみても人を惹きつけるネタは、たくさんあると思うのですよ。

私はマーケティングとブランディングの専門として、万博を契機に大阪は世界中で有名になれると思うのですよ。

《松井市長》

つくろい特別アドバイザーもおっしゃっているのですが、僕は、お勉強するような博物館は、シンプソン委員の言われたような大阪の楽しさっていうのを消してしまうんで、やっぱり盛り上げるエンターテイメント的なものが、いいんじゃないかと思っています。

そもそも今回の万博は「展示だけをやる」という万博ではなくて、「参加する万博」というコンセプトでできています。参加する限りは、やっぱり自分自身が楽しめる。自分自身がぜひ行ってみたいと思える、そういうものじゃないと。それを一番に感じられるパビリオンは大阪館だと思ってますんで、そういう形でぜひまとめていただけたらと思います。

《鈴木委員》

そういう意味で、今、食がものすごくシュリンクしちゃったな、寂しいなと思っています。今あえて具体性を持たせずに、書かれているのかなとは思いますが、大阪産の物品販売、大阪ならではの料理が味わえる、普通のことしか書いてなくて、そこら辺のアンテナショップなどのお店と変わらず、なんか“ワクワク感”が全くない。もうちょっと何か大阪っぽさとか、爆発感とか。せっかくロゴもはじけたので、もうちょっと何か期待に沿えるようなものを出せたらと思いました。

《森下委員》

食に関しても、それこそやっぱり「REBORN」な食事がいいと思います。だから、コンセプト自体「REBORN」をベースにして、やっぱり繋がるような食事であったり、イベントだったり、やっぱりエンタメ的な要素もやるという趣旨だろうと思います。

リアルとバーチャルの大阪館というのも、大部分は違うものでいいですけど、重なる部分も出てくる。食はなかなかバーチャルでは難しいでしょうから、そういう意味ではリアルに繋げるようなアイデアを出しながら、バーチャルでできるだけ世界中の方が楽しめるものをつくっていくというのがいいと思います。100%同じものっていうのも絶対に無理だと思うので。かといってあんまり違うとリアルに来た時に、何か意味がわからなくなるっていうのもあって、その辺はこれから詰めていく内容でしょう。ある程度重ねながらも、ある程度違うなっていうのがイメージかなと思います。

《東委員》

そういう意味で、今、食は世界で盛り上がってしまっていて、シリコンバレーでも同様です。今、みんなが家にこもっているので、みんなで料理を楽しみましょうと日本のメーカーも積極的にサービス開発をしていると聞きます。YouTubeでも芸能人の料理動画も流行っていますので、単純ないわゆる、調理器具ではなく、もう少しエンターテイメント性を持たせたサービスをセットにした商品企画も進んでいます。また、食にサイエンスなども入ってきている、体に良いものとかですね。いわゆるバイオ系のフードテックのベンチャーもどんどん出てきていますから、その辺りはこれから1つ面白いコンテンツにはなると思います。

コンテンツと言うならば「大阪発のキラークンテンツ」はなんかネーミングが古いなと思っています。せっかくなので「大阪発のムーンショット」ぐらい言うておいて、やはり万博なのでムーンショット的なものを目指しましょうっていう話が必要なのかなと思います。なんかキラークンテンツは違うよなという。言葉の1つのニュアンスですけども、やるのだったら「大阪のムーンショットはこれだ」という話で出してしまった方が、多分世界にはわかりやすいと思います。

《西澤座長》

ありがとうございます。しばらく食の話は出ていなかったですね。

《澤田委員》

つくろ特別アドバイザーの話に関連して、テーマパークと博覧会の大きな違いについて。テーマパークは、フェイクの世界で夢の世界、全く現実ではない世界で、楽しんで心に訴えて、良かったな、元気になったな、という感じだと思います。博覧会は、全部がリアル、すべてリアルです。リアルだけど勉強して頭でわかるのではなくて、「心でわかる」ということがすごく重要で。なんとなくその博覧会に来た人が違うこと考えているのですけど、出るときには、「そうそう俺は昔からそう思っていたんだ。やっぱり大阪の食はいいな。」と、昔から考えていたように心の中に擦り込んでいくのが万博だと思います。そういうときに楽しいっていうアイデアも絶対大事なので。楽しいといろいろとホルモンが出るので。そのホルモンも使う。行動経済学や行動遺伝学でもそういったことが言われています。

だから、博物館かという、博物館のリアル情報は大事。それをテーマパーク的な手法を使って行動変容をどう促すかってことだと思います。やっぱり学習だと行動変容ってわかりにくくて、「そうだよね、教えられたからそうだよね」っていうことです。心が変わると、自然とそういう行動が出るので、それをやることで自分がすごく楽しくなる。そこが、多くの人が行動変容していくことが、明らかにすごく重要なところなんです。愛知万博だと国民のだいたい8人に1人が会場に行っているの、その人たちが行動変容すると社会が大きく変わる。それが博覧会の大きなところで、今回の万博ではそれ以上の多くの来場を目指しているの、健康・食、そういったもの全体を、大きく日本社会を変えていく一つのきっかけになる。だから当然楽しくなければいけないし、頭でっかちでもいけない。でも、そこには行動変容を促す社会的な正義とか意義ということが、ちゃんと後ろ側に隠れていることがすごく重要だろうと思います。表現の問題だと思います。

《シンプソン委員》

知事と市長のご意見をお聞きしたいです。

《吉村知事》

市長からもありましたけど、テーマパークか博物館かっていうと、博物館では絶対ないと思うんですけど、やっぱりテーマパークでもないと思うんです。別にUSJを僕ら作ろうと思ってないので。USJじゃないよなと思って。そういう意味で、僕は澤田委員と考え方が結構近くて、万博を始めようといったときにちょうど堺屋太一さんから色々話を聞いていて、やっぱり「テーマパークじゃないよ」とおっしゃるんですね。堺屋先生の言い方を借りると「新たな時空間の提供」ちょっと難しいんですけど。さっき澤田委員がおっしゃったようなことなのかなと。

要は、やっぱり面白くなかったら全然意味がないし、また来たいと思わなかったら意味がない、頭でっかちなんか絶対駄目で、大阪やから面白い、面白くてまた何回も来たくなるようなもの、そういう意味でテーマパーク的要素はすごく重要だと思うんですけど、その裏に

何かを考えさせるようなことがぼつんと入っている。そこがポイントかなと。リアルの大阪館とバーチャルの大阪館と基本的に同じか別世界のものか、これはちょっとこれからです。僕は融合していくものなんじゃないのかなとは思っています。

《西澤座長》

出展参加基本構想（たたき台）文案については、意見交換を一旦ここで終了させていただきたいと思います。事務局で本日の議論を踏まえ、かなり重要なことをいくつか言っていたと思いますので、整理していただければと思います。

それでは次第の（２）のその他の項目（１）バーチャル大阪館についてへ移りたいと思います。前回、知事・市長から「2025年の万博に向けて、プレオープンでバーチャルの世界を作るということも検討してはどうか。」ということの提案がございました。佐久間委員が関連事業者などのヒアリングを含めまして、バーチャル大阪館についていろいろ調べ、検討もしていただきましたので、それについての報告をいただきたいと思います。佐久間委員お願いします。

《佐久間委員》

シン普森委員からご提案のあったうんこパビリオン、自分も面白いとは思っています。東委員もこの間おっしゃっていましたが、大腸菌をキャラクター化したうんこ学会なるものを、真面目に医学の先生たちがやってらっしゃるそうです。子どもが見ているときは非常に楽しい、つまり子ども受けする言葉の響きの面白さと、真面目な知識としてのところとを兼ね備えていること、あながち嘘ではないと思っています。家族みんながいろんな方面から楽しめるというのは理解して、非常に重要なご指摘だと思いました。とはいえ手法としては極端なので、やはりバーチャル館というのが手法として一つ、あくまで手法としての部分を、今日お話しさせていただいた上で、コンテンツはどうあるべきかというところを、これからの議論の種にさせていただけたらと思っている次第です。

前回、いただいた宿題としまして、「生まれ変わりのバーチャルな体験ができますか」というのが一つでしたし、あと「どのような方法があるのか、いくらかかるのか、いつまでに作れるか」といったご指摘もあったと思います。これについてヒアリングなどをして整理しました報告をさせていただきます。

最初の２ページをご覧ください。手元のスライド資料でもご覧いただくと聞いております。まず、コンテンツやコンセプトの本質は今後しっかり考えていければいいと思いますが、ご指摘のあったバーチャルとサイバーの語彙の話のところも懸念があったと思います。自分もここに簡単な整理をしようと試みたのですが、あえてこの１枚のスライドのみにさせていただきました。そもそも学術用語か否かというところや、世代によっても旧来のSFや今のSFでバーチャル、サイバーの語彙はすごく幅がある言葉ですし、世間一般で言われるバーチャルなサービスっていうと、今オンラインと同一視したようなサービスも増えて

きています。ZOOMのことをバーチャルと呼ぶのはどうなのかというのはいろんな考え方があると思います。ここでは、とりあえず私たちにとってのバーチャルなプラットフォームの定義をさせていただきますと、「あらゆるデバイス、つまり世界中の方が、スマホでもPCでもVRゴーグルでもゲーム機でも、アクセスして展示をしたり、イベントに参加したり相互に交流ができるような機能があれば、これをひとまずバーチャルなプラットフォームと呼んでもいいのではないか」ということで、ここに一旦出させていただきます。ただし、適切なワーディングを私たちがすることで、バーチャルにかわる新しい言葉が話せるのであれば、それはすごく意義深いことです。一旦バーチャルはこのようなイメージで提示させていただきます。下にあるのはバーチャルマーケットというコミケのようなものをオンラインでやっているイベントで、非常に盛り上がったものになっています。

3ページに移りまして、まずバーチャル大阪館においてもREBORNという話をするというときにこれをどういうコンセプトを内包しているかと言いますと、前回の議論を含めまして、世界中の方々が年齢や性別、言語や文化、自動翻訳も、盛んになっていけば、インクルーシブに誰でも参加できるというのは1つポイントだと思っております。この来場者数も、おそらくリアルの来場者とは桁が違うのではないかと理解しています。2点目の大阪のファンを育てるということから、事前に大阪を体験できるコンテンツ、バーチャルな観光ができるコンテンツであれば、これは事前にファンになってもらうということも考えられると思います。そして、3点目に出展ニーズをあらかじめ調査することができるのではないかとご指摘もありました。

4ページ目に移ります。先ほどの内包すべきコンセプトというのを定義しますと、第一段階と第二段階はもし両方やるのであれば分ける必要があるのではないかとというのが、ヒアリングした企業の皆様のご指摘としてもありました。生まれ変わりというものが一つエンタメ的に楽しく、ある意味で先ほどの言葉でテーマパーク的に近いものとして生まれ変わりというのをしっかり楽しめるものが必要であって、その周りにバーチャルに出展できるプラットフォームというものを、用意してやる必要がある。そのバーチャルな出展ができるプラットフォームの中でニーズの調査もできるかもしれませんし、色々な企業が出展してくれるということがあるかもしれません。これのどちらの段階、どちらの種類をやっていくのかということ、そして既存と新規のプラットフォームをどう組み合わせるかということが非常に重要になると理解しています。

右下の注は若干大切なところでして、リアルの会場とは独立した会場、つくろい特別アドバイザーのご指摘もありました。これは独立した会場として展開していくことが必要だと考えています。最終的に融合するというのと、冒頭からリアル会場のサテライト配信かのように捉えるのは別の考え方であって、これは決してサテライトではないですし、リアルな会場をバーチャル化するとか、10歳若返りのこういうコンテンツがあるからバーチャルでそれと同じことをしようというのではなく、切り離して作ったものです。それが後々融合したらそれはすごいことになるというのが右下の注でございます。

5 ページ目にまいります。この生まれ変わりのコンテンツというのは、ここだけはやはり新規に制作する必要があるというのがご指摘としてございます。このメインコンテンツをどう作るかという出来栄えや、プロモーション次第でバーチャル大阪館よかったと言っただけなのか、いまいちだったと言われるのか、というのが分かれるということになります。逆に言うと、バーチャルな出展ができるプラットフォームというのは、すでに存在するサービスもあるので、これを使うのか、どう連携するのかという考え方も必要になってきます。

6 ページ目に参ります。この逆に出展コンテンツ、つまり企業や団体がいろいろなコンテンツを出展できるプラットフォームを作るというときに、これを既存のプラットフォームを連携して使うのか、大阪府・大阪市として新しく作るのかで予算感がやや変わるという理解でございます。これは初期費用を書いているのですが、例えばすでにある cluster というような有名な日本のサービスや、海外のVRチャットなどいろいろなものがありますが、連携する場合には 1,000 万円から 1 億円でスタートできるという見積もりでした。これは既存のユーザーがいるのに加えて、システムの運用なども彼らがやってくれるのでそのあたりはメリットですが、万博期間が終了するとコンテンツも終わりということになりかねないといった問題はあります。

また、自分たちで新規に作成する場合には、これは運が良ければレガシーのように非常に良いサービスとして残る可能性があります、ミニマムな開発予算は 3,000 万から 1 億、そしてもしかしたらもう少しかかるかもということですし、既存のユーザーがいなくて集客もしないといけないのですが、このあたりはどちらがいいかというところを考える必要がございます。

7 ページに参りたいと思います。二つほど事例をご紹介したくて、7 ページ目が cluster という国内最大のバーチャルの SNS というところで、既存のプラットフォームにポケモン株式会社が出展をしたコンテンツです。「ポケモンバーチャルフェスト」というイベントになっています。これはスマートフォンからでもアクセスできますし、VRゴーグルなどでも見られるという、マルチなデバイスからアクセスできるかと思うのですが、ここでみんながミッションをクリアしていくとテーマパークがだんだん完成していくというような構造になっています。あえてなぞらえて言えば、万博にみんながアクセスして、だんだん作っていく、私たちの手で万博の大阪館を作り上げていくみたいなことも、できなくないというような理解でございます。

8 ページの別の事例に行きます。こちらは逆に、既存のプラットフォームではなく新規のプラットフォームという扱いで考えているのですが、こういったバーチャルなビジネスをするためのホワイトレーベル形式のサービスになっています。ホワイトレーベルとは何かというと、このシステムを買い取ってバーチャル大阪館という名前を私たちがそれにつけてずっと運用維持できるような、その基礎的な部分を提供しているソフトウェアのようなものになっています。これをご覧いただくと EXPO と書いてありますが、こういった展示会とか商談会とかカンファレンス、セミナー、オンラインの勉強や商品発表会、技術説明会や、

あるいはシアター機能とか、オーディションするようなものもいろいろ含んでいますので、そういったもので新規に制作することもできます。こういったサービスにも頼らず、全く一から大阪府・市で作ることもできますが、それはどうなのかというのは議論が必要だと思います。

9 ページに参ります。ここからは収益モデルをどう作るかという話になっています。企業や団体様からはやはり第二段階の出展コンテンツ、みんなが出展できるようなプラットフォームに出展するときに出展料をいただくということもできるかもしれません。そして会場内での販売ができるようなシステムに、新規でも既存でもできるようになっているので、ここで収益を回収することもできると思います。対して、一般参加者からというところについては、入場料は無料じゃないとまずいというのは、ほぼ全ての方からご指摘がありました。これはリアル会場とは性質が違って、あらゆるコンテンツにネットでアクセスできる時代において、わざわざバーチャル大阪館にお金を払ってアクセスするハードルはものすごく高いので、入場料は無料で、特定のイベントに参加するとか、追加機能は有料とするのがいいのではないかとご指摘がありました。また、公式なアバター、バーチャルのアイテム、オフィシャルなグッズなどを販売するといったことがあるのではないかとご指摘がありました。

10 ページにその事例を出してありまして、例えば若者向けの WEGO という服のブランドがありますが、ここは先ほど冒頭にもありました、「バーチャルマーケット」などに出展をしております、アバターの服を売っていて結構売れております。1万円、2万円でも普通にアバターの服を買ったりして、それを着こなしてということをされています。さらにこの WEGO のリアルな店舗で働いているスタッフの方が、アバターを操作して接客するという試みがなされておりました。これもバーチャル大阪館の話で言えば、例えば、ロシアにお住まいの大学生の方が日本に興味があるとして、その方がバーチャル大阪館上でロシアの観光客向けの接客ができる、働き方の全く新しい観点も得られるのではないかと面白いです。あるいは、何をもちて障がいかというのは非常に難しいところではありますが、普通に店舗で働くには足が不自由だったり、大変な思いをされている方がこのバーチャル大阪館で普通に接客をして、自分でお金を稼いでというような体験ができるというのも、これもインクルーシブな社会と呼んでもいいのではないかと思いますので、インクルーシブは1つキーワードではないかと考えております。

最後、11 ページから少しだけお話をさせていただくと、まず初期費用だけは出さなければいけない。収益モデルで回収はできても、最初だけはどうしても1,000万から1億いるところでどうやって出すかというのが課題です。大阪府・市の予算なのか、もしかしたら博覧会協会でも、というお話が澤田委員からありましたが、どこか別の館でやるのであれば連携することもあり得ると思います。あるいはVRの関連企業様の持ち出しに近い形で連携するといういろんなパターンがありますが、いずれにせよ、初期費用だけは捻出する必要があります。

12 ページからもう1つ申し上げたいことで、博覧会協会のテーマ館あるいは様々な企業の出展や、いろんなところがあると思うのですが、大阪府・市だからこそやらなければならない、あるいはやりたいところは何かという、リアルな市区町村との連携ということで挙げております。大阪観光局のシンプソン委員がいらしてますし、まさに実際の観光や訪問に繋げることができるのは、大阪府・市だけだと思います。例えば、事前にそのバーチャル大阪館の空間と連動した観光地に行くことで、ポイントが貯まっていたりというような、ポケモンGOやインGRESの方式であったりとか。事前にそのバーチャル大阪館をプレイしておく、大阪国民になっていて、特別な体験ができるとか。ポイントで割引があるとか、そういった大阪国の国民のような体験ができるとか。

最後、松井市長が前々回オーディションのお話をされていたと思うのですが、音楽やダンサーのコンテスト、バーチャル大阪館で優勝した女の子が、大阪城ホールで実際に歌えたりするというようなことも、非常に夢のあるストーリーとしていいのではないかと考えていますが、これはまさにリアルな場所との連携、そして観光に繋げるということもポイントだと思っています。

最後13ページに最後の事例として挙げております。渋谷区公認の配信プラットフォームの「バーチャル渋谷」というものがありまして、これも同じところのclusterとVRチャットの2つばかり出してしまったのですが、国内最大手のclusterの「バーチャル渋谷」というもので、10年後のバーチャルな渋谷を作ってここにみんな遊びに来て、写真を撮ったりネットにあげたりして、自分のアバターをデザインして遊びに行っているいろんな試みがあったのですが、これは非常に盛り上がりました。これはスクランブル交差点周辺のみとなっておりますので、これをもう少し大きな形で達成できるのであれば楽しいのではないかと、すでに事例としてあるのだということの一つ、ポジティブな材料ではないかと考えております。ただし、ここまでいろいろな宿題返しということもありまして、VRプラットフォームなど有識者の皆様のヒアリングを受けて、今のところこんな状況であるという整理、その議論の素材というところで戻させていただきたいと考えております。あとは、やはりバーチャルという言葉遣いを含めて、この大阪館から何を見せていくか、何が目的なのかというところがまさに本日以降、議論を深めていくことが大切だと理解しております。

《西澤座長》

ありがとうございます。お話を聞いているだけでもワクワクしてきます。本当によく調べていただいたと思います。ありがとうございます。

知事、市長から何かございますか。

《吉村知事》

非常に面白い話で、ぜひ実現させたいなと思います。僕らもいろいろ、大阪の魅力を発信しようということで、リアルの世界で広告を使ったり、いろいろイベントしたりしているん

ですけど、それだけが方法じゃないんだなと改めて思いました。このバーチャルの大阪国みたいなのを作って、そこで普段いる人が大阪の魅力を発信して、実際に現場で、ここでいうと中之島に来てもらって、リアルとバーチャルの繋がりとかしたら、大阪の魅力の発信にも繋がると思います。だからそこで、バーチャルでしかできないことをやりながら、リアルの大阪と繋げて、大阪が良いところをどんどん発信していく。これ、ぜひやりたいなと思いました。

大阪でもともとある古いものというは変わらないんです。魅力があると思っていて、そこに新しい技術を加えて、世界に発信できるとしたら、ものすごく大阪の魅力発信としていいと思いますし、ちょっとそこを進めていきたいなと思いました。

《西澤座長》

ありがとうございます。

当初、佐久間委員が受けられた課題で、少しアドバンスした話になっているのかなと思います。確かに、万博におけるバーチャル大阪館の取組みという、それをさらに先行した取組として幅広く大阪の魅力をバーチャルに説明していこう、あるいは勧誘していこうという、そういう方向性でいいかなと思います。

事務局で少し整理していただいたので、説明をお願いします。

《事務局》

それでは事務局としてこれまでの間、知事、市長および各委員の皆様にも事前にお伺いしたご意見を基に、バーチャル空間における取組みのイメージについて、1枚資料を用意させていただいておりますので、資料5をご覧くださいと思います。

これはリアルな大阪に対するバーチャルの大阪ということで、バーチャル空間を活用し、例えば、大阪府内の各地の観光の魅力など、そういったコンテンツの発信を通じて、世界中の人々に大阪に行ってみたく感じてもらえるような体験や情報発信、そういったものとリアルとの連携。例えば、実際のイベントや、観光地やお店などとの連携などもできればというものであります。

まず、このようなバーチャル空間における取組みについて、来年度からでも速やかに取り組んでいけるよう、府・市において別途検討していくというものであります。これまで本懇話会でご議論をいただき、先ほどお示しさせていただきました出展参加基本構想(たたき台)の文案にも記述させていただいております。2025年万博のバーチャル大阪館、吹き出しで、地元パビリオンの一環としての「バーチャル万博大阪館(仮称)」として図には落とさせていただいておりますけれども、このようなバーチャルの取組みの一つでありますので、最終的にはそういう連携を図っていきたいと考えています。なお、今この場で議論させていただいております、バーチャル大阪館に関しましては、2025年に万博会場で実現する地元パビリオン、リアルなパビリオンと同様に、未来に向けた大阪の魅力を創造発信していくも

のと考えていますので、今後、この構想を具体化する基本計画を策定していく中で、具体的な内容も含めて検討を進めていくことになるのかなと考えております。

事務局からは以上でございます。

《西澤座長》

ありがとうございます。

このあたりで、一番お若い大西委員からご意見いただきたいと思います。

《大西委員》

佐久間委員の話もとてもすごく興味深いというか、若者からしてもとてもワクワクするような言葉がたくさん書いてありました。僕はアイドルをしているんですけど、このコロナ禍で、コンサートとかもできない中、配信っていう形でやらせていただく機会がとても増えています。配信っていうとすごい距離が離れているように聞こえるんですけど、カメラの使い方であったりとか、例えば、すぐそこにいるようなセリフであったりとか言うことによって、本当に身近にいるような感覚になったりもするんですよね。

だから、バーチャルという言葉って若者からしたら、なんかしっくりこないというか難しく考えちゃうんですけど、でも例えば、この前もお話したように、あつ森（あつまれ どうぶつの森）がすごく流行ったじゃないですか。それって、若者の時代から、その中でカブを買ったりとか、お金を貯めて、そこでお金を払って、そういう勉強もできるような世界があります。それって普通の世界では例えば、お母さんからお小遣いをもらっておやつ買いに行ってしまうということは勉強できると思うんですけど、家庭でもあんまりできないことが学べるっていうのもあります。

あと、大阪・関西万博のロゴも結構インパクトが強くて、若者の間でもすごいかわいいういう子がいたりとかしますし、いろんな考え方もありますが、このロゴには、どういう思惑があるのかなって。まず「？」から入ることができて、それってすごい大事だなと思って。

バーチャル大阪館もいいと思うんですけど、例えば、つくみさんがおっしゃっていたように、大阪国だったりとか、そういうインパクトのある大阪国ってなんやろうって思えるような、そういうテーマになったらもっともっと若者も注目して、話題性としてあるのかなと思います。

《シン普森委員》

大阪は人情ですから、「おいでや！」という大阪人の熱い思い。私は地球の裏側から来ているので、大阪に惚れているという言い方もあると思うが、伝わってない。

大阪人もうちちょっと熱くなってほしいですよ。一歩引いたところから見ていて、大阪人もうちちょっとやろうよと。外国人のコミュニティの中では、大阪人はラテン系やって言って

いる。

《西澤座長》

大阪のおばちゃんはラテン系だと言われることも多いですが、ラテンの情熱も大事かもしれませぬ。

他にご意見はございますか。

《森下委員》

佐久間委員のお話に戻りたいと思うのですが、生まれ変わりの体験と自由なバーチャル出展という、第一段階、第二段階って2ステージに分けていますが、個人的にはこれを分ける意味はないのではないかと考えています。

この10月にフジテレビと一緒に抗加齢医学会、抗加齢協会で、バーチャル展示会を開くのですけれども、もうレベル的にはバーチャルの展示会ができるので、むしろ同時出展でなければいけないのではないかと考えております。

逆に、生まれ変わりの体験のところをエンタメ的要素に繋げるのは、実は非常に難しいのです。単純にアバターになればいいだけだと面白くない。ここの方が時間かかるので、おそらくフェーズを分ける意味はあまりないので、どちらかというともう揃い次第、どんどん広げて行って、先ほどの話じゃないですけど、やっぱりリアルな大阪と結びつけるところも含めて、実際にやってくうちにどんどん変わっていく方が、面白いと思います。

そういう意味では最初は少し不器用でも、若干不細工に見えてもいいから始めてみて、もうむしろ集まった人の力で新しいバーチャル大阪ができてくるとか、そういうその変化する面白みを与えた方が私はいいのではないかと考えています。あまり綺麗に第一段階、第二段階分けるのではなくて、むしろ未完成を前提に進めていくのもいいのではないかと考えています。

《つくみ特別アドバイザー》

ちょうど、知事のご意見されている時、音声途切れて聞こえなかったんですが、バーチャル大阪館だけ、先に走らせるというのでしょうか？

今のまとめを聞いていると、大阪の宣伝ツールを作るのかな？と聞こえてきましたが。

リアルとバーチャルが共通したテーマに基づいたものであるのであれば、総合的なエンタメ世界の観点から一言言わせていただくと、大阪（関西）のエンタメ力の集大成をお届けしてワクワクしてもらいたいとそう考えています。

僕は医療（健康）も食も、文化も運動も勉強もひっくるめて全てをエンターテイメントに変えてお届けする、それが大事だなと。その広がりひとつにバーチャルの入口があって、リアルで来られない人も参加出来たり、万博開催以前から開門してたりすると良いですよ。

僕は「REBORN」をエンタメとしてとらえた場合、このパビリオンに来れば生まれ変

わって新しい「大阪マイナンバー」がもらえるというようなのが話題になっていいかなって思ったりもしていました。

卵で入って赤ちゃんで生まれてくるようなパビリオンのイメージです。パビリオンが内臓で大便として出てくるのも医療（健康）という観点でも考えられるなとも思いました。

佐久間委員や東委員とも雑談してたんですが、メインのコンセプトが決まればバーチャルはすぐ動き出せると思いますね。

確かに「大阪らしさ」が今、あんまり見えてこないのかもしれないですね。

《西澤座長》

つくく♂特別アドバイザー、ありがとうございます。

《東委員》

佐久間委員のバーチャル空間の話も、つくく♂さんの大阪国の話も通じるのですが、結局は大阪ってもともと常に交流・貿易の拠点としてきた国で、今コロナになって一旦停滞している状況になっている。さっきの佐久間委員の話で、バーチャルにファッション展示しながらリアルにも店舗があるって話もあったんですけど、例えば、バーチャルだったら先に色々なデザインデータ作ってしまっただけで、元々大阪は繊維の先物取引やっていたから、じゃあ大阪でいいものがあれば作ってやるよと。大阪万博のとき、ショーやりましょうよって話はいくらでもできるんです。準備しながら。そういう意味では、昔はもともとフィジカルで先物取引やっていた大阪がインターネット流通も混ぜ込んで自由に国際取引を行うなど可能性は色々あります。今、コロナショックで一度交流・貿易が閉じてしまったタイミングで、どうやって大阪国で新しく交流とか貿易とか作っていくかというコンセプトって、ある意味それを楽しみながらエンターテイメント的な手法を使いながらやっていくという手はいくらでもあるかと思えます。

そういう意味では、今ここに大阪マイナンバーって書いていますが、結構今、世界中のある程度グローバルで行き来している人々は、IT関係なくいろんなところ点々と拠点生活している訳で、その一つに大阪のID持ちましたって話も、全然違和感ない時代になってきていると思います。それをどう、どれだけ集めるか。じゃあその大阪国のコンセプトって何だろうって話、そこから森下委員がおっしゃったような、アジャイルに作りながら考えていこうと、25年にはある程度何%まで出来ているか分かりませんが、フィジカルでそれを体現しましょうと、いうことをやっていくと、いろいろとストーリーが作れていいのかなと思います。

そのときに大阪って、歴史的に見てもどういふとこだったかをコロナの後、ポストコロナでアップデートするっていうのは一つ考え方としてあると思います。

後、先ほど話題になっていましたが、真面目な話、日本うんこ学会は、大腸がん検診の普及啓発推進の目的で作られたのです。学会長の方が、自分が医師で、大腸がんで一命をとり

とめた方です。日本の受診率が低いので、そこはエンターテイメント手法を活用し普及させようと、すごく真面目にやっている。やっぱり人々にどうやって周知するかは重要で、キャラクターを作って、幅広い世代に周知して、それでちゃんと受診率が上がっていく取り組みを本当に真剣に、医師の方々やエンジニア、デザイナーがやってらっしゃる。

要するに、表向きにはキャッチーな言葉を使いながら、裏では真面目にいろんなことをやっていますというところをどうやって出すのか、っていうのは1つ重要だと思います。エンターテイメント性と、裏にはちゃんとした思想哲学がありますよっていう、そんなものは大阪しかできないと思うので。

《シンブソン委員》

世界中でも目立つよ。大阪だ！って完全に目立つよ。すばらしい。子どもたちはめっちゃめっちゃ喜ぶ。キャラも考えるし、商品化も全部できる。商売も全部抜群。よろしいと思います。

《松井市長》

佐久間委員からの話の中で、プラットフォームをどういう形でやっていくのか、いくつかの選択肢が示されているんですけど、その点も皆さんのご意見を、ぜひお聞きしたいと思います。

お金はどうだ、誰が出すっていうのはまず置いといて。本当に理想形として。大阪で50年ぶりにこの万博やって、時代も全くその頃と変わる中で、今回のこの万博のテーマに沿った形、それからまさに未来の大阪をどう見せていくか、また大阪にどれだけ人が集まって、にぎわいを作れるかってことに繋がってくるわけですから。

《森下委員》

プラットフォームに関してはちょっと慎重に考えなきゃいけないと思っていて、自前で作ると自由度は高いのですが、場合によってはバグを起こす可能性もあります。IT企業はかなりお金をかけているので、その意味では既存のプラットフォームを使った方が、おそらく発展性はあるだろうと思います。お客さんがすでにいるっていうのももちろんありますけども。結構、自由度が高くて早い。今回、我々先ほど言ったようにフジテレビと一緒にバーチャルの展示会やりますけど、そんなに難しくなくて、展開ができますので。そういう意味では既存のものの中で一番最適なものを選んでいくというのが一つの方法としては、やりやすいという点です、加えて、後々の運用が最初いいのを作っても結局、常時メンテナンスしないといけないので、その意味ではやはり、既存のところでは何か所かヒアリングして一番いいところを選ぶというのが、私はいいいのかなと思います。

《佐久間委員》

一瞬だけ森下先生のご指摘を振り返ると、第一段階、第二段階を時期的に分ける必要ない

というところは僕もそのつもりでございまして、段階って言葉は悪かったのですが、同時に
どんどん出せるところからアジャイル的ということと存じます。そこで既存と新規の方も
完全にゼロベースで作るとなると、人もエンジニアも雇用しないといけないので、スタート
アップを作るぞという勢いのことになり、これは難しいと思います。やはり、ホワイトレー
ベル、つまり買い切りサービスを買って、維持もずっと任せつつというのがさっき事例で出
したのですが、そのレベルであれば、たとえ新規であっても高いという問題はやや下がって
くるので、その上で、既存とどっちを選ぶかっていうのは気になることです。

ただ自分としては、一応僕も 23、4 で若者のはずなのですけど、大西さんと 5 歳離れてい
て、石黒先生や澤田先生には、何か最近つまらない人間になってきたというふうに言われて
います。そこで本当のことを言うと、やっぱり新しいものを作りたいというのがあります。
子どもみたいに全部無邪気に本当のことを言ってしまうと、大阪府・市から本当に新しいプ
ロジェクトを、人間を雇って作るレベルで新しいものを作って、もしも 5 年、10 年流行る
ようなサービスが作れたりしたら、非常に面白いと思いますが、それを軽々しく言うのには
責任が伴いそうです。ただ若者枠に戻って言うと、ちょっと、新規に大きくやってみたいと
いう気持ちはあります。

《東委員》

結構、今プラットフォーム議論っていろんなところで出ているんですけど、いきなりプラ
ットフォームからスタートして、だいたい動かなくなって失敗するっていうのが、ほぼほぼな
んですね。

実際につんくみさんがおっしゃるように、大阪国でどういうコンセプトを作るのかと。例
えばバーチャル空間での展示とか取り扱うコンテンツとかによって、もう安いクラウドで
最初はいいじゃないかと。それである程度形になってきて、人々が使いたしたらプラットフ
ォームに移行するというプロセスではどうだろうか。アムステルダムもはじめはクラウド
からスタートしているので。結果、みんながプラットフォームって大事だよなって言ってい
た最初の議論が吹っ飛んでいくんですね。結果的にプラットフォーム化する訳であって、
プラットフォームありきではない。

実は日本全体的にこの風潮がありまして、みんながプラットフォーム大事と言っている
んですけど、プラットフォームたくさんありますよ、それが繋がるのですかという話が一番
大事だと思います。

それに日本じゃないですけど、海外には ID に関してはグローバルで全部繋いでいこう
みたいな発想が、国じゃなくて、基礎自治体レベルでは起こっているんですね。そういう新
しい交流の仕方、それぞれのシティー ID という考え方。エストニアは有名ですね。それぞ
れのプラットフォームや ID を繋ぎながら徐々にコンテンツを充実させていきたいと思います
というアジャイル開発手法が世界中で注目されてきています。

《シンプソン委員》

万博やから日本をアピールしないとあかんと思うんですよ。正式なパビリオンにしても、バーチャルにしても何にしても、それを将来的に大阪から発信して。子どもたちが来るのもうちちょっと先。大阪のパビリオンには絶対来る。子どもたちにしても、世界中の皆さんにしても、親にしても、何してもまた行こうやとなる。それくらい大阪らしさを感じたい。

《つくく♂特別アドバイザー》

今、ここでバーチャルの中身の具体的なことは時間的に詰めきれないと思うので、予算含めてきておき、メインのパビリオンをどうするのか。どんなワクワクを提供するのが、これがとても気になります。

例えばですが、「REBORN」というテーマでいうと手塚治虫の世界ですが「ふしぎなメルモ」とかは、若返ったり、老けたり、面白いですよ。

手塚先生も大阪生まれなんですかね？

《西澤座長》

その通りです。

《東委員》

プラットフォームって本質的には、ワクワクして人が集まってきて、ボリュームが増えたらプラットフォームになるだけであって、目指すものではそもそもないですよ。

そもそもワクワクしたものが出せるかどうかで、プラットフォームが作れるかどうかっていうのは、結果論でしかなくて。入口から入ってしまうと間違えるっていうまさにこの議論ですね。

《西澤座長》

ありがとうございます。

そうしましたらバーチャル大阪館はこれぐらいにいたしまして、あとは、レガシーとオール大阪の組織につきまして事務局からご説明いただきたいと思います。

《事務局》

それでは事務局の方からレガシーについて説明させていただきます。資料6をご覧くださいと思います。

こちらの上段部分には、構想の文案でお示しをさせていただきました内容を記載してございますが、文案だけでは何をどのように考えていくのかイメージしていただきにくい面もございますので、下段の方にレガシー検討における取組みの事例として、表示させていただいております。これにつきましては、今後、基本計画策定作業の中で、ハード・ソフト

の両面について具体的な検討を進めていくこととなりますが、今回のこの懇話会の会合では、委員の皆様からも、ご意見をいろいろといただければと考えております。

次にオール大阪の組織についてですけれども、資料7をご覧ください。

こちらの方はオール大阪での出展参加体制について、下段のイメージにつきましては、前回の懇話会でもお示ししておりますが、上段に考え方と万博開催までの取組みをフェーズごとに整理し記載しております。今後、在阪の経済界をはじめ、構成団体イメージに記載の各団体と調整を進めまして、今回の会合では、より具体的な内容をお示しできるように調整を進めてまいりたいと考えております。

それと今日の議論の中では特にございませんでしたが、先ほどつくろひ特別アドバイザーからもお話がありましたバーチャル大阪館、それを考えていく上でリアルの大阪館をどうしていくのかというところですが、先般、委員の皆様と事前にお打ち合わせをさせていただいた際にも、総合プロデューサーを早く決めるべきじゃないか。総合プロデューサーを早く決めて、中身の具体的な検討を進めていったらどうかというご意見をいただきました。これに関しまして、大阪府・市のみならず、最終的にはオール大阪の実行組織での合意によって、総合プロデューサーの人選を行っていくことを想定しておりますが、今後、総合プロデューサーにはどのような分野の方がいいのか、あるいは具体的な候補者など、ご意見をいただければと考えておりますので、委員の皆様にはそういった候補者がございましたら、事務局まで意見をいただければと存じますので、よろしくお願ひしたいと思います。

《西澤座長》

ありがとうございます。何かこれについてご意見ございますか。

《高橋特別アドバイザー》

先ほどからのバーチャルもあわせてなんですけども、大阪らしい大阪国という発想は期待が持てます。万博全体にも言っているんですけど、新しい価値観とか社会システムを打ち出してほしいと思っています。私の関心ある真のインクルーシブな社会とか、価値観をひっくり返すところに笑ってというのは生まれるので、そういう今までの旧資本主義と違う価値観がバーチャルでできるのじゃないかなと思っています。通貨なんかも1笑、2笑とたくさん笑わせるとか、ほっこりさせて微笑ました人が富んだ世界で、そういうので富を蓄えた人が万博内でいろいろできるとか、そういう幸せを与える場所、行ったら幸せになる場所、みたいなのがリアルで実現したらいいなと思いました。

それからあと医療と絡めるとすると、どうしても真面目になってしまうんですけど、若い武部先生という方が広告医学というのをやっておられまして、健康な行いをしたくなってしまふ仕組みです。そこには、エンタメとかが入っていて、そのような絡みもいいかなと思いました。あと、電通の澤田さんという方が「ゆるスポーツ協会」というのをされていますが、こちらもおすすめて。障がい者も健常者もインクルーシブにすごく楽しいゲームをた

くさん考えておられて、最近、有名になっています。

《西澤座長》

ありがとうございます。

今日、会場で参加いただいております、経済産業省の滝澤博覧会推進室長いかがでございますか。

《経済産業省 滝澤博覧会推進室長》

武田の後任に着任して、初めて議論を拝見いたしまして、これだけ幅広い委員構成と幅広い意見を、ご議論をいただいていることに衝撃を受けました。

REBORNと、大阪らしさと、エンターテイメントという非常にわかりやすい強烈なメッセージでご議論いただいている、先を越されていると感じました。このように素晴らしい議論をしていただいておりますので、政府もしっかりと大阪・関西万博を盛り上げるための議論を進めていき、良い万博にしたいなと思っていますので、引き続きよろしくお願い致します。

《西澤座長》

ありがとうございます。力強いご支援いただきまして。せっかくでございますので、WEBでご参加いただいている厚生労働省の和田政策企画官いかがでございますか。

《厚生労働省 和田政策企画官》

私も大阪らしい会議に参加させていただきまして、大変ありがとうございます。

コロナでやっぱり、人と人との繋がりが薄れている中こういう取組みは大変大事だと思います。やっぱり「笑い」というのは健康の非常に大事な要素でありますので、ぜひ大阪らしいものを作り上げられるように、議論に参加させていただければと思います。どうぞよろしく願いいたします。

《つんく♂特別アドバイザー》

すばらしい！

《西澤座長》

今のお二人の意見ですね、ありがとうございます。ぜひ、国の方もご支援よろしく願います。最後に知事、市長から何かございますか。

《吉村知事》

つんく♂さんの質問でも少しあったのですが、バーチャル大阪館は先行して進めてい

きたいなと思っています。進め方でプラットフォームかどうか、専門的でわかりにくかったんですけど、先行して進めて行こうと思っています。

その中でやっぱり大阪国っていうのを一つのある意味テーマにしながら、どういうことができるのかってちょっと詰めていただけたらなと思います。「エンターテイメント」とか「笑い」というのは大阪の肝の部分なので、ぜひそこも織り交ぜてもらいたいと思います。

それから進めていくのは、我々行政は税金を使っている身なので、今のこのリアルの大阪で仕事している人とか、食とか、いろんな観光地、そういった魅力っていうのをやっぱり発信していきたいという思いがあります。それを「笑い」や「エンターテイメント」に繋げて、バーチャルの大阪館で。2025年万博に向かっていくのがバーチャル大阪館ですけど、それをゴールにしてアレンジしても、今の大阪の魅力をエンターテイメントに変えて、リアルとバーチャルを繋げるっていうの、ぜひ考えてもらえたらなと。我々も行政として、今の人たちの今の大阪の魅力を発信するっていう仕事もあるので、うまくアイデアを出してもらえたらなと思います。

《西澤座長》

ありがとうございます。市長、何かございますか。

《松井市長》

2025年のリアルなパビリオンに向けて皆さんと意見交換していますけど、先ほどからもバーチャル大阪館については、とりあえずオープンしてみんなで作っていく中で、楽しかったらまたみんな集まってきて、それでどんどん空間が広がっていく。広がってくることで、運用も決まってくるのかなと。そういう雰囲気は今受けましたので、ぜひ早くに。最初は小さいものでいいのでとりあえず早くに開いてしまって、2025年に向けて、世界中の人が集まる空間をみんなで作って作る、そういう雰囲気を、そういう感覚でこれをやっていけばいいかなと思っています。ぜひ佐久間さん、24歳、十分まだまだ弾けられる歳なんですね、これからも大爆発してもらいたいと思います。

《つんく♂特別アドバイザー》

バーチャル大阪館を先行して進めるにあたっての大きなコンセプトを決める。決定権を誰が持つか。早く進めることのポイントとして、早く進めるならばフェイスブックとかでグループ組むとか、それくらいから始めるのか。

「早く進める」のざっくりの時期感をわかっておきたいなと思いました

《西澤座長》

ありがとうございました。それも近々検討していただければと思います。

これで議論を終了したいと思います。本日、出展参加基本構想の全体とバーチャル大阪館

につきまして、議論を進めさせていただきました。各委員からいただいたご意見を参考に改めて事務局で整理していただき、それをもって委員にご相談をさせていただき、次回で内容を固めていければと思います。

議論の中でありましたけども、総合プロデューサーについてどんな分野の方、あるいは具体的な候補者等々の意見も必要かと思しますので、次回までにもしございましたら事務局にお伝えいただければと思います。委員の皆さん、つくくみ特別アドバイザー、高橋特別アドバイザー、引き続き様々な観点からアドバイスをいただきますようお願い申し上げます。

なお、次回の開催日につきましては、改めて日程調整の上でご連絡させていただきたいと思しますので、よろしくお願い申し上げます。

本日の議事につきましては以上でございます。