

Osaka Healthcare Pavilion

Nest for Reborn

「大阪ヘルスケアパビリオン」



2025年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会
(公社)2025年日本国際博覧会大阪パビリオン
<https://2025osaka-pavilion.jp/>



《 出展テーマ決定の経過》

1. 会議体

○ 「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

○ 委員

氏名	役職(当時)
吉村 洋文	大阪府知事
松井 一郎	大阪市長
西澤 良記 (座長)	公立大学法人大阪 理事長
東 博暢	(株)日本総合研究所 プリンシパル
大西 流星	(株)ジャニーズ なにわ男子
佐久間 洋司	大阪大学学生人工知能研究会
澤田 裕二	UG WORK 合同会社代表
鈴木 裕子	(株)Office Musubi 代表取締役
巽 樹理	追手門学院大学社会学部 准教授
遠山 正彌	大阪府立病院機構 理事長
Nigel D.R.Simpson	大阪観光局 大阪観光アドバイザー
橋爪 紳也	大阪府立大学研究推進機構 特別教授
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

氏名	役職(当時)
高橋 政代	(株)ビジョンケア 代表取締役社長
山中 伸弥	京都大学iPS細胞研究所 所長
つんく♂	音楽家

《 出展テーマ決定の経過》

○ 有識者懇話会



大阪ヘルスケアパビリオン(概要)

名称 大阪ヘルスケアパビリオン Nest for Reborn



■ パビリオン外観 (イメージ)



■ 概要

- 敷地面積 : 10,500㎡
- 延床面積 : 9,800㎡
- 建物規模 : 地上2階建て
建物高さ12m (一部約20m)

大阪ヘルスケアパビリオン(概要)

■ パビリオンの目指すもの

- ◆「いのち」や「健康」の観点から未来社会の新たな価値を創造
- ◆「SDGs先進都市」の姿を明確にし、SDGs達成目標の2030年以降を見据えた取組みを世界に発信
- ◆オール大阪の知恵とアイデアを結集し、大阪の活力、魅力を世界に発信

■ 出展体制

大阪府・大阪市、経済界、企業、大学、府民・市民などが一体になって出展

■ 出展参加のテーマ

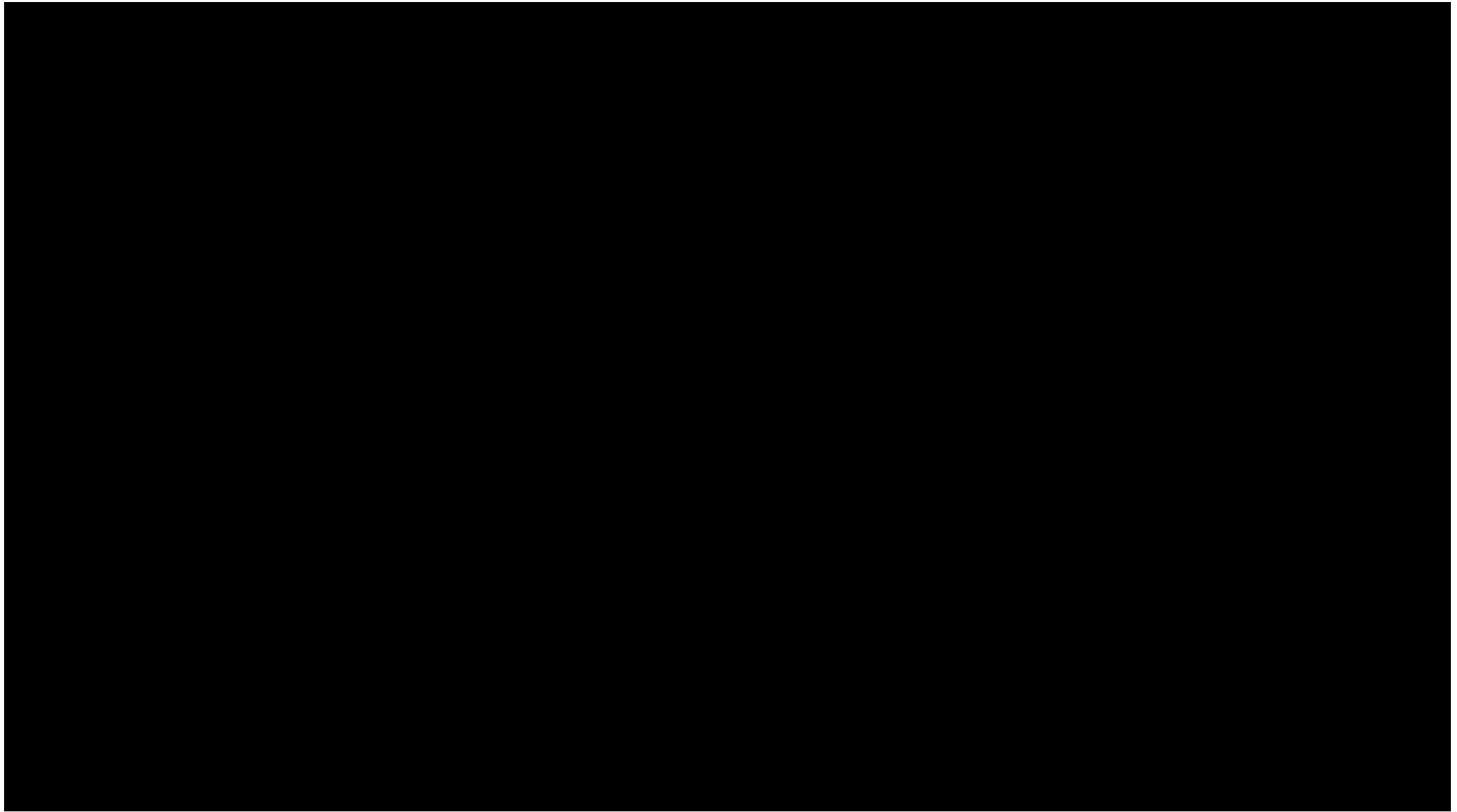
REBORN (リボーン)

“「人」は生まれ変わる”

すべての「人」が自分らしい生き方を改めて見つめ直すことで、自分自身の価値観や生きがいの発見・再認識、自己実現への意欲・意識の変革を促し、新たな自分への「生まれ変わり」に貢献する取組みを展開する

“ 新たな一歩を踏み出す”

一人ひとりの意欲・意識の変革が具体的な行動変容へとつながり、より良い生活環境、暮らしやすい社会づくりに貢献し、「いのち輝く未来社会」に新たな一歩を踏み出すきっかけとなる



REBORNをテーマとする大阪ヘルスケアパビリオンのメインとなる展示が、 **「REBORN体験ルート(予約必要)」**です。

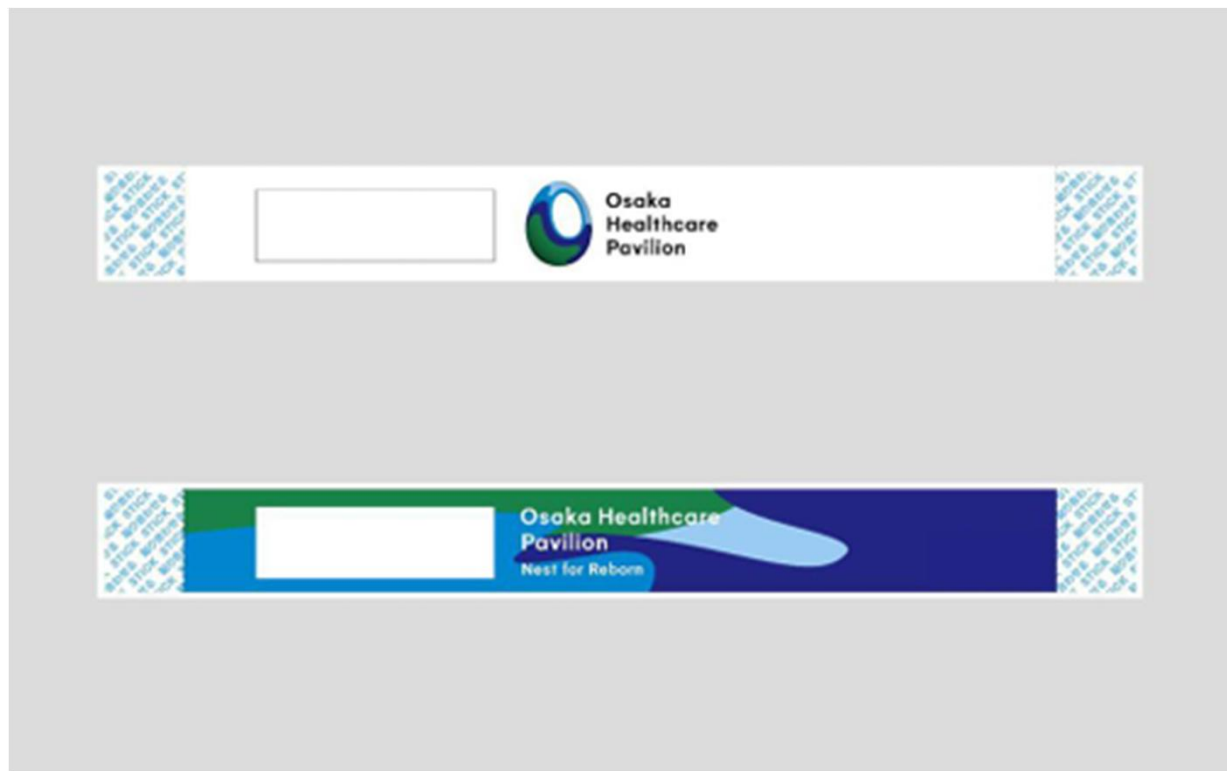
「REBORN体験ルート」では、現代のあなたの健康情報から生成される「ミライの自分」が、
さまざまな未来のヘルスケアや都市生活を通して生まれ変わることを体験できます。



リボンバンド発行



リボーンバンド発行



個人を識別するリボーンバンドを発行

※ 体験に個人情報を用いるか否か選択可能

A 3D architectural rendering of the Osaka Healthcare Pavilion interior. The space is a large, curved corridor with a light-colored wooden wall and a grey floor. On the left, a series of white, curved measurement pods are labeled C-1, C-2, C-3, C-4, C-5, C-6, C-7, C-8, C-9, C-10, C-11, C-12, C-13, C-14, C-15, C-16, C-17, C-18, C-19, C-20, C-21, C-22, C-23, C-24, C-25, C-26, C-27, C-28, C-29, C-30, C-31, C-32, C-33, C-34, C-35, C-36, C-37, C-38, C-39, C-40, C-41, C-42, C-43, C-44, C-45, C-46, C-47, C-48, C-49, C-50, C-51, C-52, C-53, C-54, C-55, C-56, C-57, C-58, C-59, C-60, C-61, C-62, C-63, C-64, C-65, C-66, C-67, C-68, C-69, C-70, C-71, C-72, C-73, C-74, C-75, C-76, C-77, C-78, C-79, C-80, C-81, C-82, C-83, C-84, C-85, C-86, C-87, C-88, C-89, C-90, C-91, C-92, C-93, C-94, C-95, C-96, C-97, C-98, C-99, C-100. A large white arrow on the left wall points right, labeled 'PHR POD'. In the center, a large white pillar is labeled 'B' with a right-pointing arrow. To the right, another large white pillar is labeled 'A' with a left-pointing arrow. On the far right, a large white wall features the Osaka Healthcare Pavilion logo, which is a stylized 'O' in blue and green, and the text 'Osaka Healthcare Pavilion' and 'Nest for Reborn'. A reception desk is located on the right side of the corridor. People are shown walking through the corridor, including a woman with a child, a man with a child, a man with a child in a wheelchair, and a man with a child. The overall atmosphere is clean, modern, and welcoming.

測定項目

心血管

筋骨格

肌

髪

脳

視覚

歯



■ ミライのライド



上昇動作を活かした未来都市を望む体験

■ ミライの自分



25年後の「ミライの自分」のアバターと出逢う体験

2025



2025年のあなたのデータから、
2050年のあなたの顔を作成します



リボーン体験ルート



①カラダ測定ポッド



②ミライのライド



③ミライのじぶん



④ミライのヘルスケア



⑤ミライの都市

健康情報から生成される「ミライのじぶん」がさまざまな未来のヘルスケアや都市生活を通して生まれ変わることを体験

リボーンパレード



み村工務社・三菱UFJリサーチ&コンサルティング共同企業体

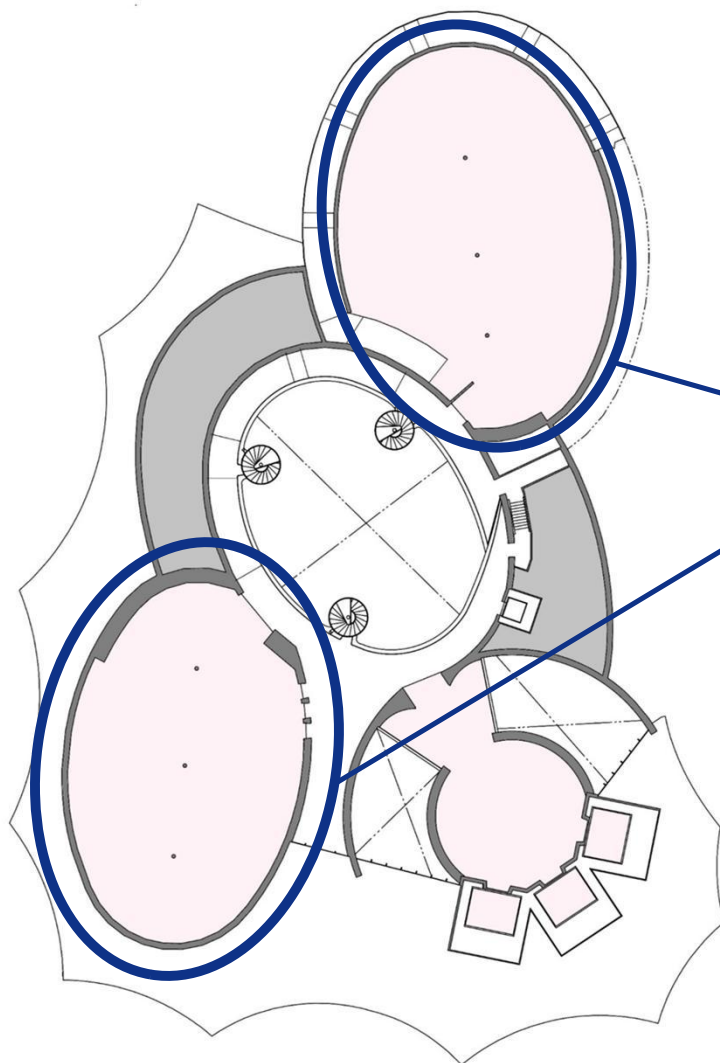
生まれ変わった「ミライのじぶん」を最後に再び迎え、
リボーン体験ルート 終了

CONFIDENTIAL | 16

■ ユニバーサルデザイン



2F



1. ブリーフィング
2. リボンバンド発行

3. カラダ測定
ポッド

4. ミライのライド

5. ミライの自分

6. ミライの
ヘルスケア

7. ミライの都市

6. ミライのヘルスケア

《 出展予定企業 》

江崎グリコ株式会社

タカラベルモント株式会社

株式会社サイエンス

ニプロ株式会社

株式会社椿本チエイン

株式会社ファーマフーズ

日本MA-T工業会

森永乳業株式会社

株式会社ミルボン

SyncMOF株式会社

ロート製薬株式会社

Ⅰ ミライのヘルスケア



出展企業による「ミライのヘルスケア」体験展示

※ 体験が後のREBORN(生まれ変わり)への手段

『パーソナルフーズスタンド』



椿本チェーン 『MOTION CREATES EMOTION』



ロート製薬『目のパフォーマンスを高める未来』

顔写真から「目」の健康スコアが分かる、“ミライのアイケア”は？



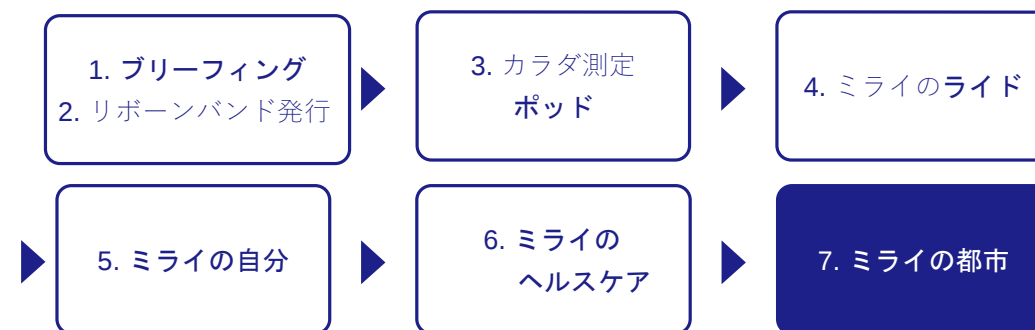
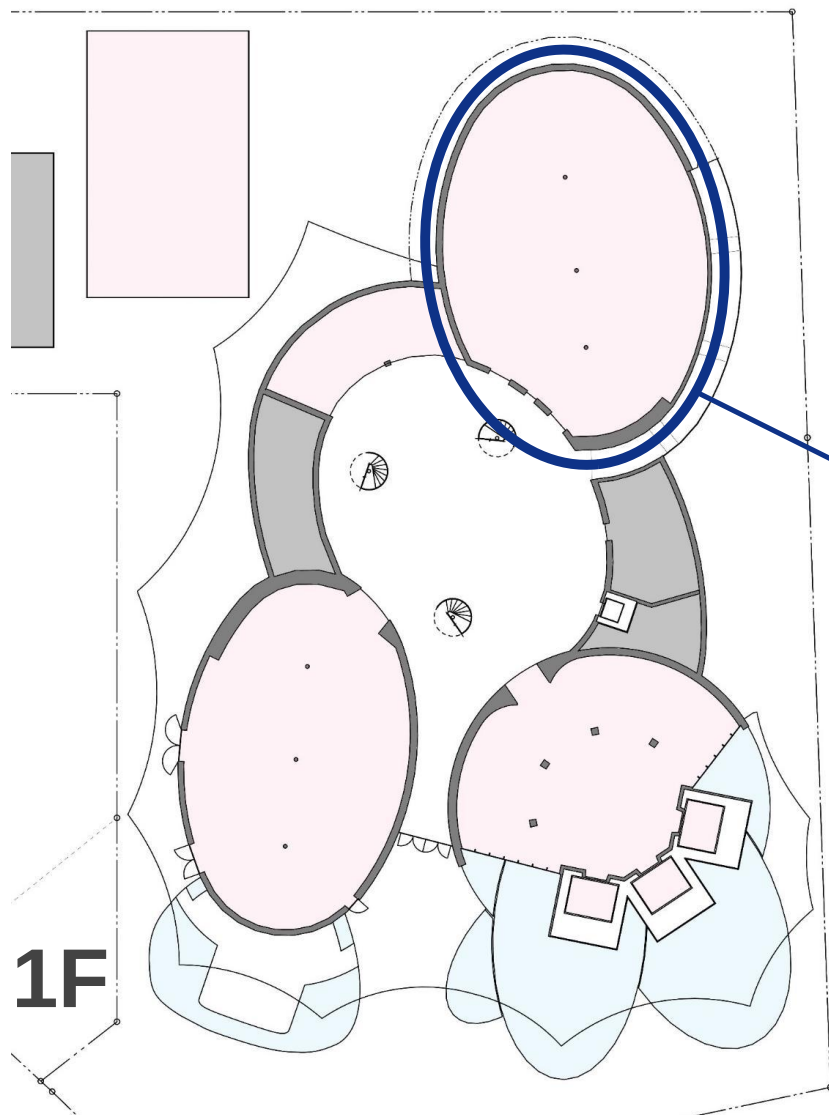
展示タイトル

Exhibition title

大塚へスクエアパビリオンのコンセプトをふまえた、メッセージと展示概要の紹介。大塚へスクエアパビリオンのコンセプトをふまえた、メッセージと展示概要の紹介。大塚へスクエアパビリオンのコンセプトをふまえた、メッセージと展示概要の紹介。

Introducing messages and exhibition overview based on the concept of Osaka Healthcare Pavilion
Introducing messages and exhibition overview based on the concept of Osaka Healthcare Pavilion
Introducing messages and exhibition overview based on the concept of Osaka Healthcare Pavilion
Introducing messages and exhibition overview based on the concept of Osaka Healthcare Pavilion
Introducing messages and exhibition overview based on the concept of Osaka Healthcare Pavilion





7. ミライの都市

《 出展予定企業 》

エア・ウォーター株式会社

大阪市高速電気軌道株式会社

全日本不動産協会

日本生命保険相互会社

竹中工務店

SBIホールディングス株式会社

株式会社コラントッテ

東京書籍株式会社

ロート製薬株式会社

■ ミライの都市



出展企業による2050年頃を想定した「ミライの都市」体験展示

※体験が後のREBORN(生まれ変わり)への手段

エア・ウォーター『ウェルネスホーム』



ロート製薬 『細胞ステーション』



SBI 『125歳まで元気に過ごせる未来』



日本生命 『人生ゲーム』

ルーレットを回す
ボード版の人生ゲームの
“ワクワク感”

+

止まったマスでは、参加者が
手元のタブレットで自ら
選択を重ねてゲームを進行





エア・ウォーター NEO MIX STAND
AIR WATER NEO MIX STAND
[エア・ウォーター株式会社]



NISSEI
Mouthful Creations
[日世株式会社]



Metro KITCHEN
[大阪市高速電気軌道株式会社]



PACKN-TO
[株式会社オオサカムセンデンキ]



SMILE ALE
[アサヒグループジャパン株式会社]

ミライの食と文化

Food and Culture in the Future

大阪・関西の料理人による調理実演等により「学び」を提供する「デモキッチンエリア」と、おいしく健康的なフード等の販売により「体験」を提供する「フード・物販エリア」。「学び」と「体験」の2つのアプローチで、世界中に自慢したいミライの食と文化を発信中。



ほっかほっか
Hokka Hokka
[株式会社ハークスレー]



韓国料理ビビム
bibim
[株式会社高麗貿易ジャパン]



Q・B・B これもいいキッチン
Q・B・B Diversity Friendly Kitchen
[六甲バター株式会社]



SPY×FAMILY DINING
[株式会社プラット・フィールド・オペレーションズ]

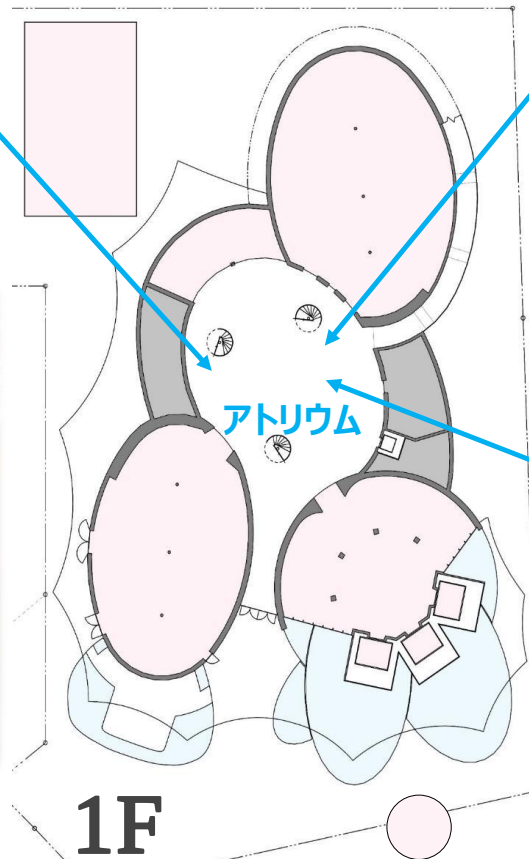


アカカベ
AKAKABE PHARMACY
[株式会社アカカベ]

《 REBORN体験ルート以外のゾーン・展示(本館棟) 》

アトリウム

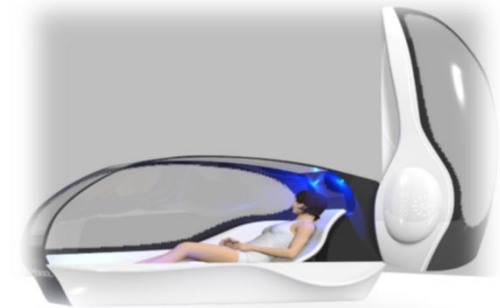
- ▶ 光が降り注ぐ幻想的な空間
- ▶ 再生医療などをテーマとした展示



1F

2025年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会
(公社) 2025年日本国際博覧会大阪パビリオン

人間洗濯機



iPS細胞による生きる心臓モデル展示

- ▶ iPS細胞による心筋シートを用いた再生医療に関する展示

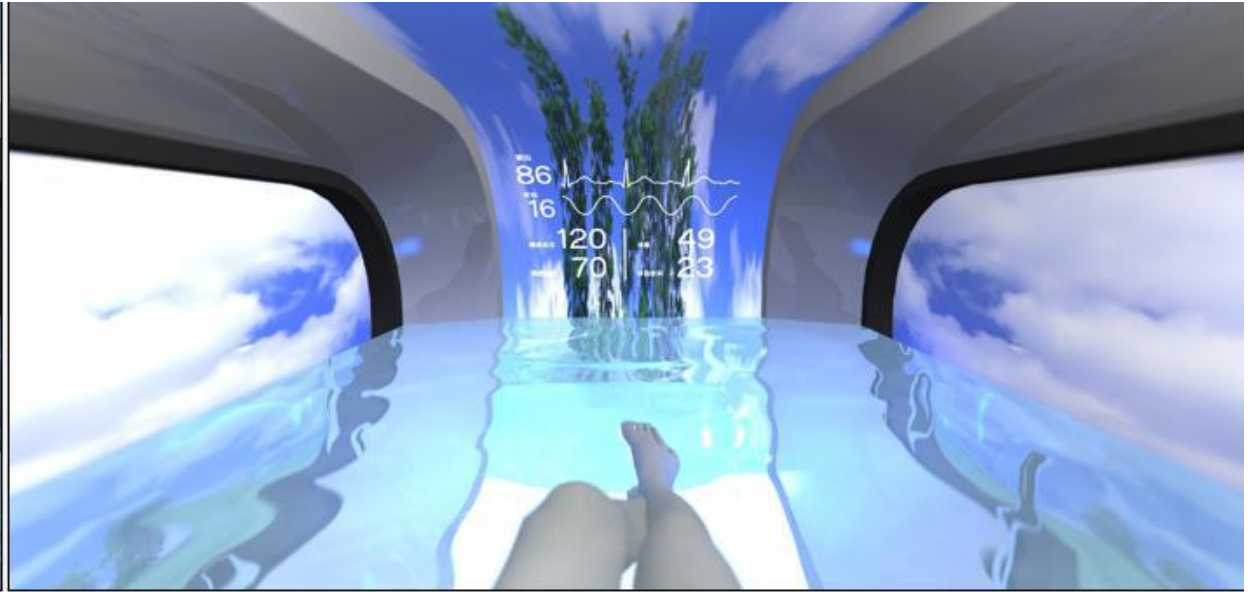
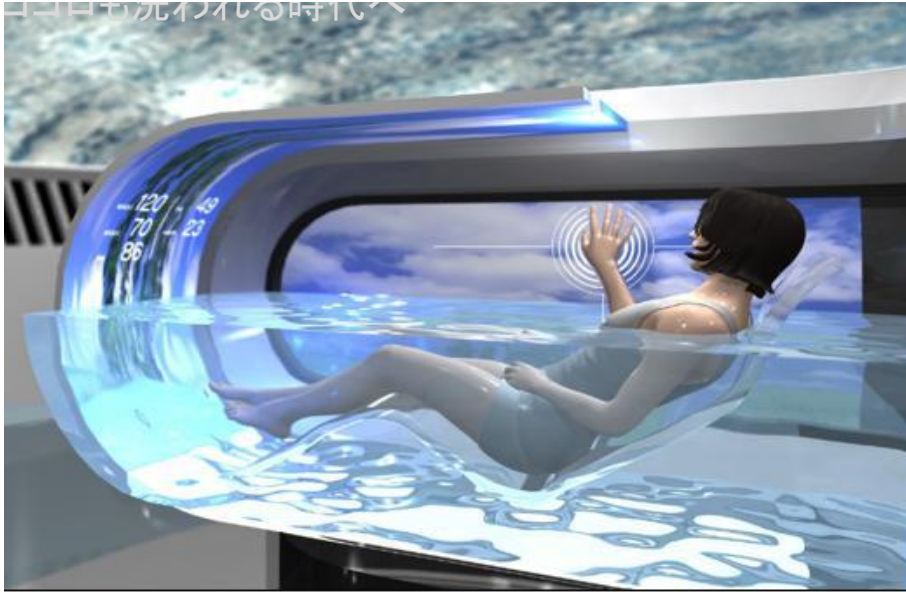


ミライの人間洗濯機®

I feel
Science



ココロも洗われる時代へ



人間洗濯機の全面は全て最新スクリーンとなり、入浴者の精神状態や健康状態に合わせてAIが判断した映像や音楽が360度広がります。

身体だけでなく「心のケア」を実現。音と映像によるヒーリング。空間としてのやすらぎの空気。つつみこまれる水。そして五感を通じてのアンチエイジングを実現。

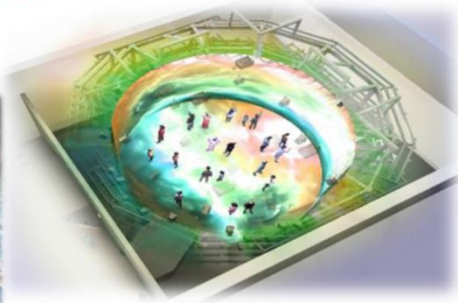
《 別棟・屋外・バーチャルのゾーン》

XDHALL

- ▶ ARグラス等、先端技術を用いたXRシアター



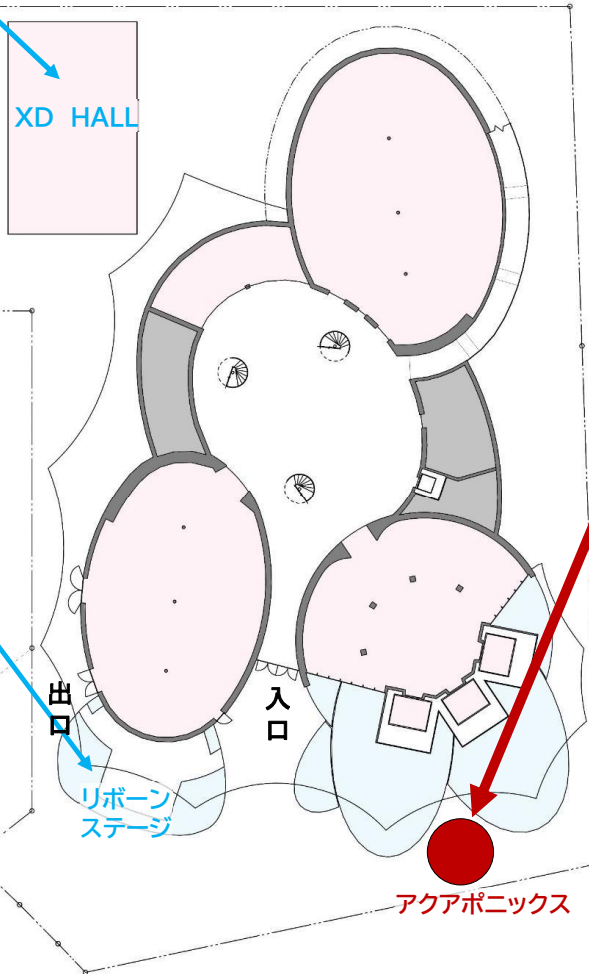
©CAPCOM



MONSTER HUNTER BRIDGE

リボーンステージ

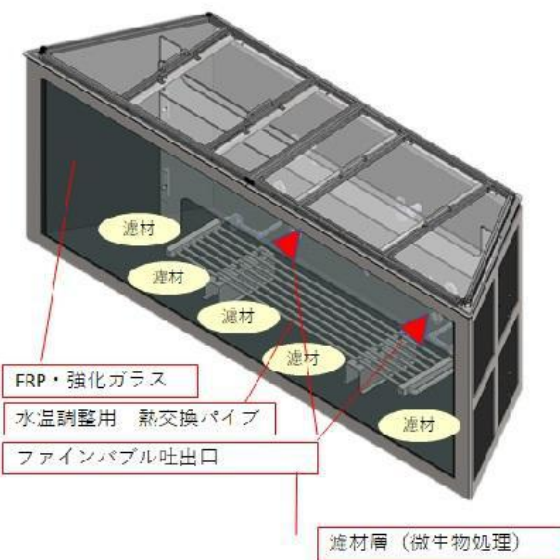
- ▶ 水盤上のステージで市町村や企業のイベントを開催



いのちの湧水(いずみ)

- ▶ 地球をイメージした透明な球体で水耕栽培と陸上養殖の循環型生産システムを展示





モンスターハンターブリッジ (XD HALL)

- 大阪ヘルスケアパビリオンでは、大阪の魅力を世界に発信するため、ARデバイスや360度映像投影、床振動などの技術を用いたミライのエンターテインメント
- 株式会社CAPCOMが展示する体験型コンテンツを通じて、来館者に驚きや感動を覚えるミライのエンターテインメント体験

コンテンツ

パビリオンのテーマである「**REBORN**」から着想を得て、自然や生物、生命の素晴らしさを重要なテーマの1つとしている「モンスターハンター」シリーズを活用した、体験型コンテンツ



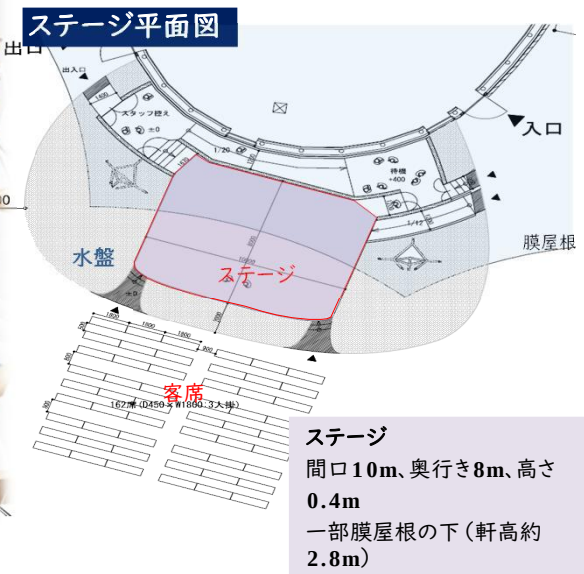
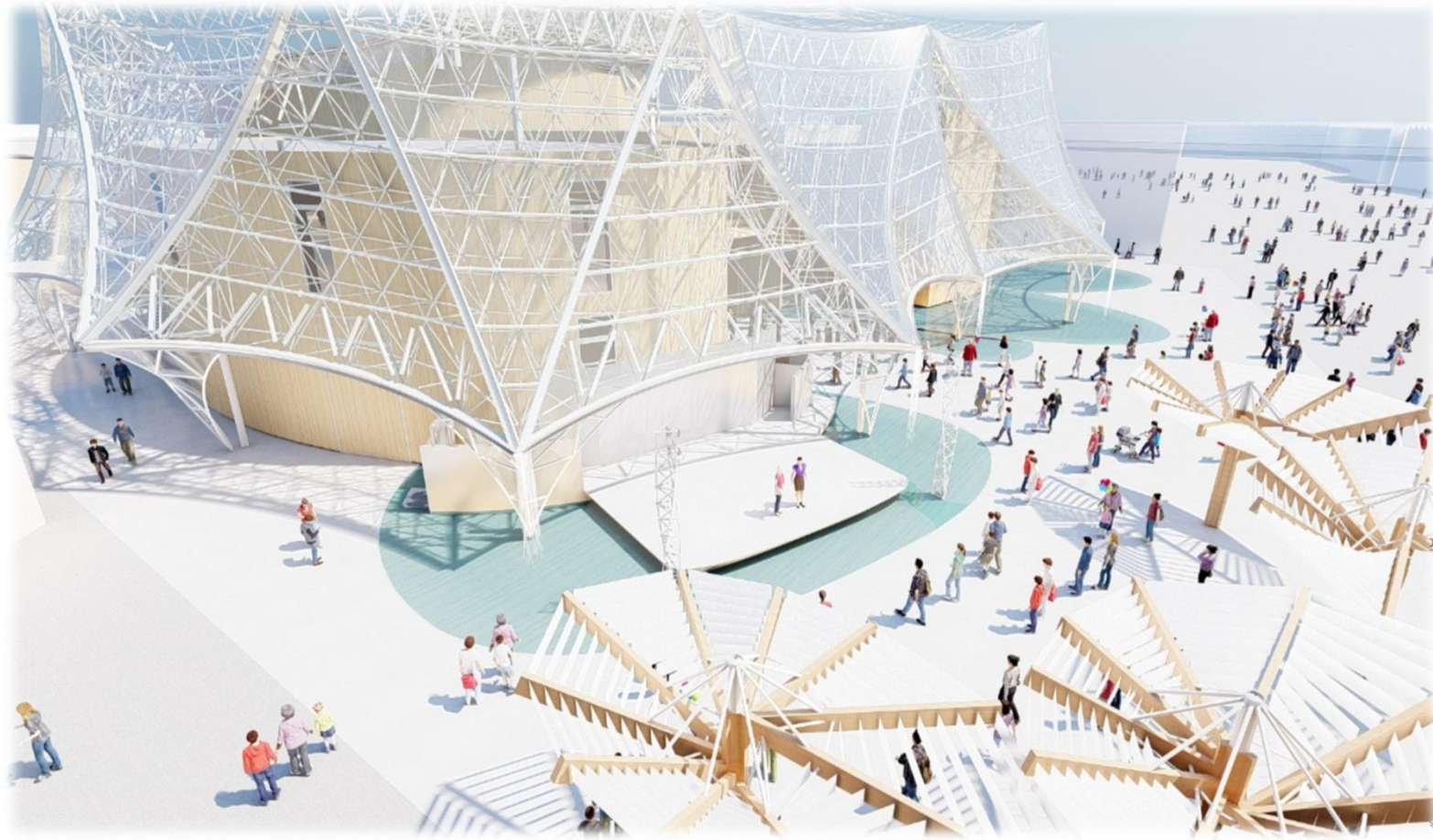
体験設備

- ・円筒形状シアターで360度（天井・床・壁面）が映像投影されます。
- ・シースルーLEDを通して、全方位（天井・壁面）から立体的なサウンドに包まれます。サウンドと連動して床が振動します。
- ・体験者は、ARデバイスを装着し、ARとシアター映像が融合したコンテンツを体験



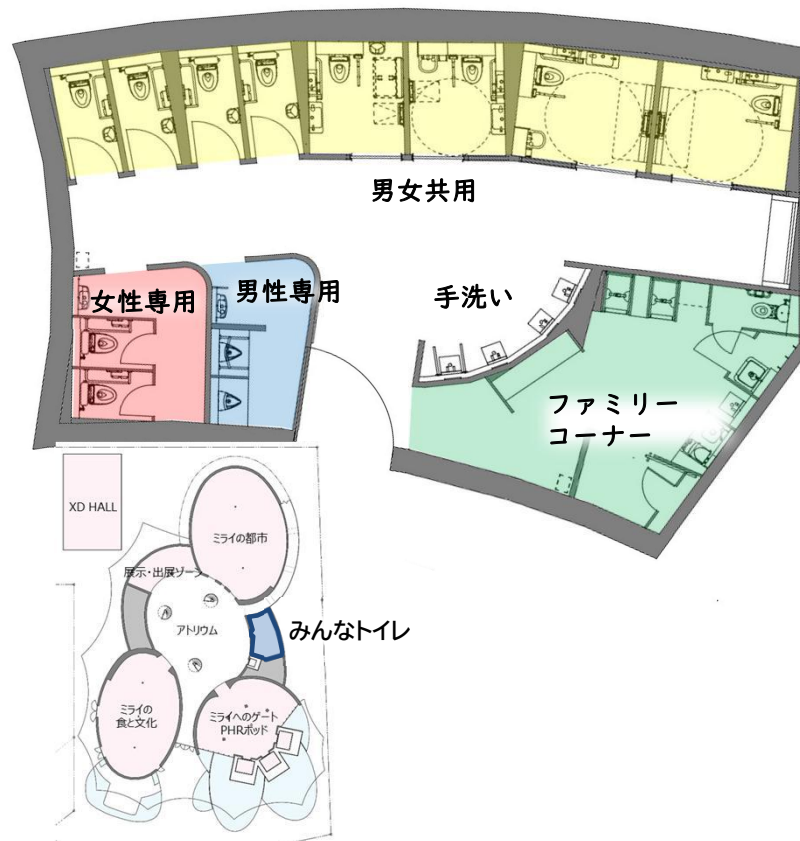
《 パビリオン屋外のゾーン、リボーンステージ 》

屋外の水盤上にステージを設置し、市町村・団体や協賛企業の催事を予定



大阪ヘルスケアパビリオン(みんなトイレ)

「一緒に考える」「一緒につくる」というプロセスも含めて、ユニバーサルデザインの実現をめざし、作り手企業も参画した「大阪ヘルスケアパビリオンUD推進チーム」を発足し取組みを進めている。



みんなトイレプランの検討経過

2022.8 トイレプランを3班に分かれて、福笑い形式で案を作成



2023.2 上記を参考に作り手企業とともにプラン案をディスカッション

2023.11 トイレブースの案内・誘導についてディスカッション

2024.2 原寸大トイレ平面図を使って使いやすさなど検証



2024.5 検証結果を反映し、並び方やサインなどをディスカッション

7月 サイネージの表示方法について視覚障がい者へヒアリング

10月 トイレの音声案内原稿について視覚障がい者へヒアリング

みんなトイレ
Inclusive Toilet

わたしたちが普段何気なく使っているトイレ。
でも、「使いにくいなあ」と、困っている人がいます。

たとえば、

「車いすで使えるトイレがいつも使用中でこまる」

「介助者の目が気になり落ち着かない」

「父娘が^{おやに}いっしょにトイレに入ると、^{ふしぎ}不思議な目^めで見られることがある」

「男女どちらの性別のトイレにも入りづらい」

「空いているトイレを探しているのに、気づかれずに抜かされてしまう」

「^い行きたい^{ばしょ}場所に、^{じぶん}自分に^{ひつよう}必要な^{きこう}機能を^{そな}備えた^をトイレが無くてあきらめた」

などなど、たくさんのお困りごとがあります。

みんなトイレは、みんなが自由に選んで自然に使える、

そんなトイレを実現したくて、みんなで考えたトイレです。

We use the bathroom every day without thinking about it.

However, some people have trouble using it.

For example,

"Wheelchair-accessible bathrooms are always occupied."

"I feel uneasy because I'm worried about the caregiver's presence."

"As a father, when my daughter and I enter the bathroom together, we sometimes get strange looks."

"I find it difficult to use either the men's or women's bathroom."

"Even when I'm looking for an available bathroom, I get overtaken by someone else."

"I gave up going to places because they don't have bathrooms with the necessary facilities."

...and many other such issues. Although we use the bathroom without thinking about it, there are many people who find it difficult.

Inclusive Toilet is a bathroom that we all designed so everyone can choose it freely and use it naturally.

大阪ヘルスケアバビリオンUD推進チーム

お語りごと当事者のみなさん 22名（車いす使用者、視覚障がい者、聴覚障がい者、精神障がい者、知的障がい者、発達障がい者、LGBTQ、医療的ケア児、子育て困難）

作り手企業のみなさん

大塚パビリオンのメンバー（ユニバーサルデザインのエキスパート、事務局、展示・書籍の設計施工受託者）

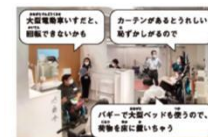


「みんなでトイレプラン作成チャレンジ」のプロセス

- ① トイレの^{こま}回りごとを^し知る

当事者みんなで困りごとを伝えあい

ひとりひとり違う園りごとがあると気づきました。



- ② みんなでプランを^{かんが}える

3つのグループが作ったプランは横た

みんなの²²願いを「かたち」にするむずかしさに²³気づきました。



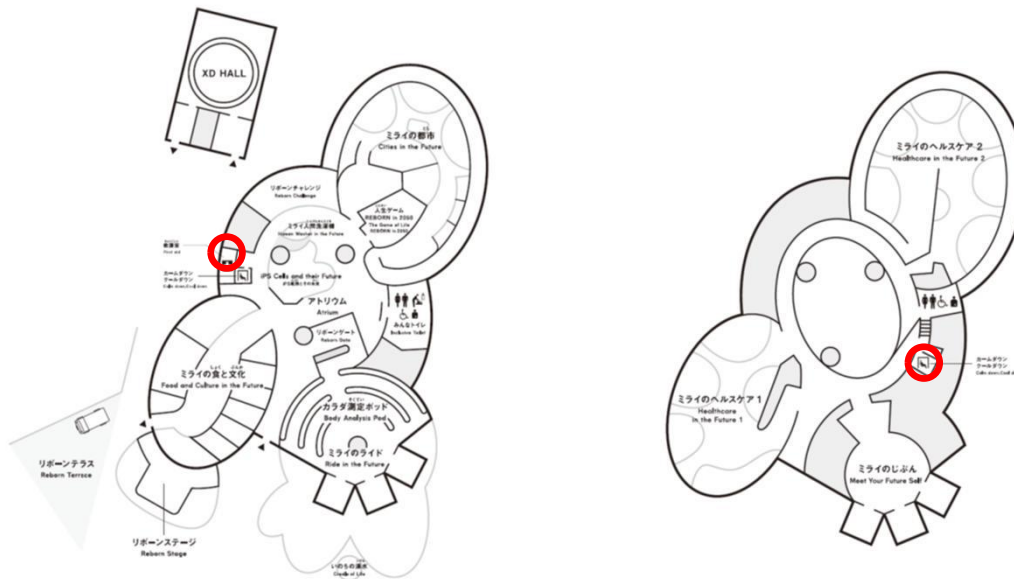
- ③ 使いやすさを確認する

機能を分散したトイレの空き表示や並び方を、実物大図面を床に置いて確認してみると、案内表示だけでは何か足りないと感じました。



カームダウン・クールダウンルーム

館内には外からの音や光、目線を遮り、気持ちを休ませ落ち着かせるための
カームダウン・クールダウンルームを1階、2階に設置しています。
部屋の中の仕様や設備もUD推進チームの皆さんと検討しました。



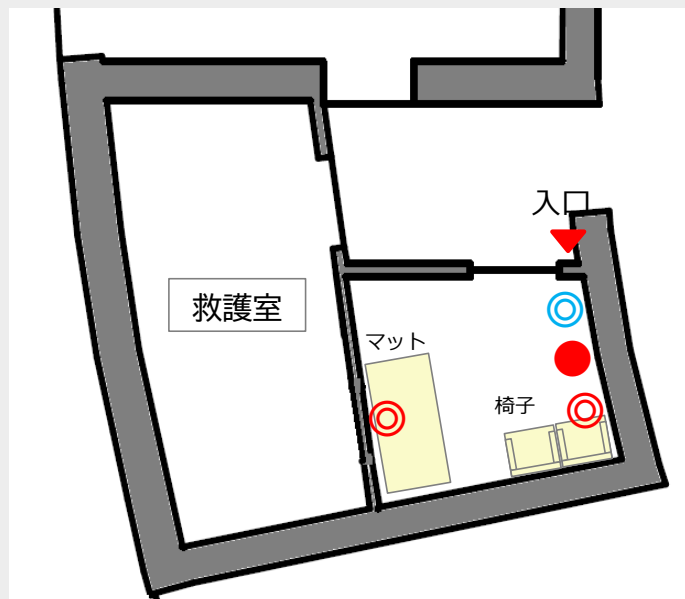
写真①：みんなで意見交換している様子



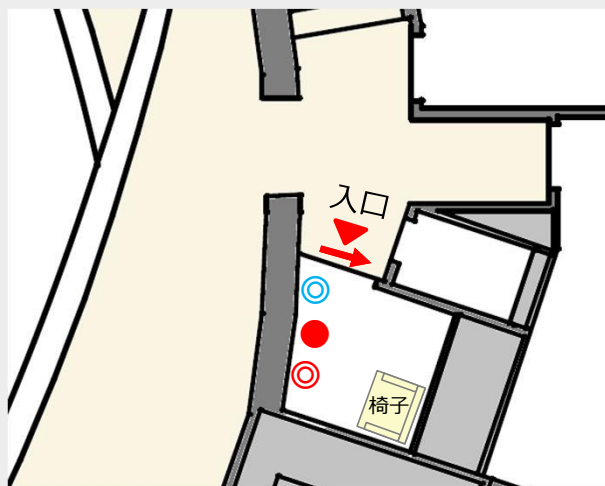
写真②：扉の位置や大きさを確認している様子 40

カームダウン・クールダウンルームの仕様

1 階



2 階



○主な設備



凡例 ○設備・照明スイッチ ● インターホン ● 呼出ボタン

※スイッチとインターホンは高さ110cmの位置にあります。
※呼び出しボタンの高さはマット側は30cm、椅子側は高さ110cmの位置にあります。

○室内の内装



- ・部屋の広さは1階は約10㎡、2階は約5㎡です。
- ・床は若草色のカーペット、壁はクリーム色でやさしい素材でできています。
- ・扉は引き戸で有効幅員は1mです。

ナビレンス

○ナビレンスとは、視覚による情報が得にくい方向けに、アクセシビリティ向上を主な目的としたスペイン発のスマートフォン用無料アプリです。スマートフォンのカメラで、いろいろな角度からピント合わせが不要で素早く読み取り、自動的に距離やあらかじめ設定した情報の音声流れます。

○展示の内容がわかるように、移動がしやすいように、パビリオン内には100か所程度ナビレンスコードを設置しています。

○UD推進チームの視覚障がい者4名と、2月、3月に現地で音声内容や設置場所の確認を行いました。



写真①：ナビレンスを聞いて進んでいる様子



写真②：ナビレンスの音声確認している様子



2025年4月13日
大阪ヘルスケアパビリオンにてお待ちしております

