

3

展示計画

(1) 展示基本方針

大阪パビリオンの展示基本方針として、出展参加テーマ「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、来館者や、来館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を実現します。

(2) 展示の概要

「REBORN」というテーマや、以下の点を考慮しながら、展示コンテンツを開発します。

① 展示方法

◆ 来館者の興味・関心を引き付ける

健康や医療について、来館者がどのような興味・関心を持ち、大阪パビリオンでの展示やイベントに何を期待されるのかなどニーズ把握に努め、出展内容の検討を進めます。その上で、ストーリー性やメッセージ性のあるわかりやすく、おもしろい展示・演出によって“可視化”することで、“ワクワク感”を創出します。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します。

◆ インパクトある大阪発のメインコンテンツ

特に展示の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發揮し、来館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、創意工夫します。

◆ 最先端技術の活用

人工知能（AI）やロボティクス、再生医療などの最先端技術を活用するとともに、明るい未来を感じられるサイバーとフィジカルが融合した新しい医療のあり方やアンチエイジングをはじめ、いきいきと元気に暮らせる新しい社会・ライフスタイルを提案します。

◆ イノベーションを誘発

最先端技術を活用したコンテンツの創出にあたっては、企業や教育・研究機関が持つ研究シーズを発掘し、異業種間のアイデア・技術をマッチングするオープンイノベーションの手法を取り入れ

ながら、新たな価値の創造に取り組みます。

◆バーチャル空間の効果的な活用

世界中の人々が万博開催前から大阪の出展内容を体験することができるバーチャル空間を設定します。バーチャル空間は、コンセプト体験を軸に来訪者間の交流促進や、リアルなパビリオン体験との連携など新しい体験の創造に取り組みます。

②表現方法

◆わかりやすさ

パビリオンの展示・催事の趣旨や内容を子どもから高齢者まで世界中から訪れる人々に容易に理解していただけるよう、新しいコミュニケーション技術も活用するなど、案内や解説にも工夫を凝らし、文字の説明だけでなく実物映像の展示を多用しわかりやすさを重視します。

◆大阪の独自性の発揮

大阪の最大の魅力である人の力を結集し、大阪の地で培われ、受け継がれてきた日本の伝統文化・和の心や、ユニークで進取の気風を活かしたエンターテインメント性の高い演出により、国内外から来館するすべての人を温かくお迎えし、万博における一期一会の出会いとおもてなしを体験していただけるよう取り組みます。

◆言語の壁を乗り越えた交流

来館するすべての人が、言語の壁を乗り越えて、交流し、体験を共有し合える大阪ならではのコミュニケーションの場の提供に努めます。

③持続可能な社会に向けた環境面の取組

持続可能な社会の実現に向けたメッセージとして、大阪パビリオンでの展示・催事にあたっては、SDGs の目標 12 「つくる責任つかう責任」を踏まえ、サプライヤーに持続可能性に対応した原材料の調達を求めるとともに、新たな社会づくりのモデルにあるような廃棄物の発生抑制、再生利用及び再利用などに取り組みます。また、「大阪ブルー・オーシャン・ビジョン」※の実現に向け、プラスチックごみの削減にも取り組みます。来館者に対しても、リサイクルやリユースの協力を呼びかけ、共に行動していただけるよう努めます。

※「大阪ブルー・オーシャン・ビジョン」とは、G20 大阪サミット 2019 で合意・共有された、海洋プラスチックごみによる新たな汚染を 2050 年までにゼロにすることをめざす、共通の世界のビジョンのこと

(3) 展示構成

展示の全体構成

大阪パビリオンの展示構成は、大きくメイン展示・体験ゾーン、サービス・食体験・中小企業ゾーン、イベント・交流ゾーンにわかれます。メインエントランスを経て、最初のゾーンとなる「メイン展示・体験ゾーン」は大阪パビリオンの中核となるゾーンであり、出展テーマ「REBORN」のもと、PHR（パーソナル・ヘルス・レコード）の取得により、健康年齢（エイジングクロック）を知ることができ、そのパーソナルデータに基づく様々なヘルスケア体験や、再生医療などの先端医療技術を活かした「ミライの医療」を体験できるコンテンツを計画します。

「サービス・食体験・中小企業ゾーン」は、大阪産（もん）など大阪ならではの食や文化の発信や、大阪の中小企業スタートアップを支援しながら、その魅力を示していきます。「イベント・交流ゾーン」では、バーチャル環境とつながった演出が可能なXRシアターを計画し、来館者はこれらのゾーンを経て、屋外スペースへ移動できるよう主導線を計画します。また、屋外には、多様な催事に対応できる屋外イベントスペースの計画も進めます。



目的別による体験選択

パビリオンの展示ルートの中で、事前のエントリーやメインエントランスでの選択肢によって、「ミライの健康・医療体験」のほか、「ミライのエンターテインメント体験」など、同じパビリオンの中でも体験方法が選択できるよう、来館者のニーズにあわせたコンテンツ設計を検討し、子どもから大人までが楽しめるパビリオンをめざします。

〈ミライの健康・医療体験〉

センシングなどの先端技術で集めたデータをもとに、食、運動、ココロなどのカテゴリーでパーソナライズした体験を通じて、一人ひとりが自分について理解を深めるとともに、自分や人のいのちを大切にし、健康で豊かな生活をつくりあげる体験を提供していきます。

〈ミライのエンターテインメント体験〉

文化やエンターテインメントを中心に体験できるコースも設定し、子どもから大人までとことん楽しめるコンテンツを提供していきます。



展示ストーリー

子どもから大人までが楽しみながら、未来の大坂の可能性を感じることができる展示を実現するため、展示全体に「ミライの都市生活」というストーリーを設定し、2050年頃に実現が想定されるミライ都市を描きます。来館者はそのミライ都市に生きる生活者として、展示コンテンツやイベントを体験していきます。



「まち中のスキャンマシン」

パビリオンの玄関口となるメインエントランスでは、ミライ都市に設置されている「まち中のスキャンマシン」に向き合うことで、これからはじまる非日常の体験への期待感を高めます。スキャンマシンの自動ナビゲーションに答える来館者一人ひとりにあったおすすめの体験ルートを案内します。

