

4

建築計画

(1) 建築概要

大阪パビリオンの計画敷地は、パビリオンワールドの大屋根（リング）の北側、かつ東エントランス（ゲート施設）から入って、右手に位置する自治体等エリアの東側、約 10,500 m²の敷地面積で多くの人が訪れやすい立地となっています。

建物は高さ最大 20m、2 階建の計画で、開催都市のパビリオンとして日本国内だけなく世界各国より来館者を迎えるにふさわしいパビリオン建築をめざします。



大阪パビリオン計画位置 (提供 2025 年日本国際博覧会協会)

(2) 設計の方針

建物の外観・ランドスケープについては、開催都市のパビリオンとしてふさわしく、かつ大阪らしさを意識したデザインをめざします。

内部空間については、各ゾーンの展示コンテンツと融合した、ここでしか味わえない空間体験の創出をめざし、建築の設計段階から展示計画と一体的に検討を進めます。

また、プロジェクトマッピングなど、建物を活用したコンテンツの提供について、行催事計画と

連携して検討を進めます。



環境配慮については、建物としての省エネルギー性能の追求やクリーンエネルギーの活用のほか、主要部材も含め、木材を最大限に活用できるよう検討します。また、3R推進の観点から、リサイクル資材の使用や解体時に分別しやすい建築工法の採用などを行うとともに、リユースやリサイクルについて、様々な手法を用いて建築資材の有効活用を図るなど環境配慮におけるリーディングパビリオンとなるよう取り組んでいきます。

屋外計画については、暑熱対策を講じるとともに、屋外イベントが実施可能なスペースを設定し、イベント実施時でも有効活用が可能となるよう検討します。

また、国や文化、性別、世代、障がいの有無などに関わらず、訪れるすべての方が快適に楽しめるようユニバーサルデザインに配慮した設計を進めます。

(3) ハードレガシーへの対応

万博への出展を一過性のイベントとして終わらせることなく、その記憶とともに万博後も大阪パビリオンの精神を後世に引き継ぐレガシーとして残していくよう、パビリオンの一部を会期後も残し有効活用することから、外観や意匠、内部空間など諸条件に留意し設計を進めます（以下、残す建物を「本設建物」といいます）。

一方、本設建物以外の部分（以下、「仮設建物」といいます）は、会期後に撤去を予定しています。この仮設建物のうち一部については、リース建築やレンタル資材などの採用の検討を進めます。

なお、会期後に本設建物を活用するにあたっては、万博共用構内通路から敷地へ引き込まれる電気・給水などのインフラは撤去されることから、新たに公共道路側よりインフラを引込む必要があります。

(4) 建築工事の方針

大阪パビリオンは、他のパビリオンと比較して大規模なパビリオンとなるため、長期の工期を要します。また万博協会から区画が引き渡される2023年4月以降は、万博会場内の他のパビリオンも含めた工事ラッシュが見込まれるため、早い段階で施工業者と工事契約を締結し、2023年4月の工事着手を確実なものとする必要があります。加えて、建築資材の需要の高まりから鉄骨や木材といった構造部材の調達に期間を要することが既に確認されていることから、通常の発注方式（2022年度末の工事契約となる発注）では、工事の竣工が大幅に遅延することとなります。

このため、設計段階から施工予定者を選定するECI（アーリー・コントラクター・インボルブメント）方式を導入し、早期の資材調達や速やかな工事着手をめざすとともに、施工予定者から技術協力を得ながら実施設計を進めることで、品質向上やコスト低減、工期短縮を図ります。

また、ECI方式の導入に先立ち、中立的な立場で設計者や施工者との間に入り、発注者に対して工程やコストのコントロールといった技術的な支援を行うCM業務を導入しています。

なお、開催都市のパビリオンとして、資材の利用においても地元経済の振興に寄与するよう検討します。

建築・展示のスケジュール

年度		2021	2022	2023	2024	2025	
建築	基本計画	基本計画				万博開催	
	設計業務	選定	基本設計	実施設計	工事監理		
	工事		入札等	技術協力 資材発注	建築工事		
展示		基本計画	展示設計・製作・工事				
CM業務		選定	CM業務				

※「ECI 方式」とは設計段階から優先交渉権を有する施工予定者が参画し、施工の実施を前提として設計に対する技術協力を行うものであり、今回導入予定の「ECI 方式」では、基本設計完了後の入札などにより選ばれた施工予定者と、技術協力業務契約を締結するとともに、工事契約を締結するもの。これにより、別の契約に基づき実施している設計に技術提案内容を反映させることができため、その後の施工を見据えた合理的な設計が可能となる。

※CM 業務とはコンストラクション・マネジャーが中立性を保ちつつ発注者の側に立って、設計・発注・施工の各段階において、設計の検討や工事発注方式の検討、工程管理、品質管理、コスト管理などの技術的な各種マネジメント業務を行うもの。

5

行・催事計画

(1) 行催事基本方針

大阪パビリオンのテーマである「REBORN」を実感できる行・催事をバーチャルパビリオンとの連動も図りながら新しいスタイルで展開していきます。テーマ展開のキーワードである「いのち」「健康」「元気」「楽しさ」などの観点から、ライフサイエンスをはじめとする最先端な技術、大阪が育んできた豊かな文化芸術や地域の魅力、そして来館者に元気を与えるエンターテインメントなどを組み合わせ、大阪のパワーを発信するイベント展開を図っていきます。

また、大阪パビリオン内外の行催事スペースやバーチャル空間を最大限に活用しながら、「メインプログラム」「レギュラープログラム」「時限・時期プログラム」といった時間とターゲットに合わせた、カテゴライズによる最適なスケジュール構成を図っていきます。

大型イベントについては、独自開催だけでなく、民間企業参加や協賛によるプログラムも設定することで、長期の開催期間中に、観覧者が常に楽しんでいただける環境と機会を作っていくます。また、会期中に行われる府内各地域と大阪パビリオンが連携した取組も検討していきます。

行催事の具体的な内容とその計画は今後具体化していきます。

6

商業活動計画

(1) 商業活動基本方針

商業活動の基本方針として、大阪パビリオンのテーマ展開の柱である「健康」という観点を物販や提供する食事などで取り入れていきます。また、「天下の台所・くいだおれの街」と表現されてきた豊かな食文化の魅力や大阪の中小企業などの力を世界に発信し、大阪産（もん）の物品販売や大阪ならではの食事を味わえるなど、おもてなし空間を提供することで、大阪と世界の交流を巻き起こす取組をめざします。

大阪の魅力ある中小企業をはじめとした民間事業者、大学・研究機関、有識者などの連携により、魅力ある食づくりも検討していきます。また SDGs の先進都市として実践できるように、ゴール目標に向けて持続可能性のある原材料の調達、商品開発や食品ロスの削減などサプライチェーン全体として積極的に取り組みます。

(2) ゾーン・運用の概要

商業活動のパビリオン内におけるゾーン構成として、飲食では「テーマレストラン（ミライのフード体験）」「一般レストラン（フードコート・物販コーナー）」「その他軽食」に分けてゾーニングし、多様な来館者のニーズや需要変動に応えてまいります。また物販スペースをリアルとバーチャルにも設置し、公式グッズや大阪土産などの販売を検討します。

7

広報計画

(1) 広報基本方針

広報計画の基本方針として、世界に貢献する大阪の姿を示し、大阪のパワーと魅力を世界に発信すること、また大阪パビリオンの価値や意義を伝え、認知理解を広めて深め、生活者や企業など幅広いステークホルダーの意識と行動変化を促すことをめざします。

広報計画の実施に向けて、2022年から始動期、醸成期、直前期、会期中とフェーズ分けを行い、それぞれに広報ミッションを定めることで展開スケジュールを組み立てます。パビリオンの基本計画、建築設計、コンテンツ概要発表、起工式、竣工式といった節目となる広報タイミングに合わせて、プレスリリースや記者会見、イベントなどを実施し、社会やステークホルダーの注目を集め、万博全体の盛り上げにも貢献していきます。また、大阪パビリオンの愛称やロゴ・キャラクターなどを早期に作成、展開することで、大阪パビリオンへの愛着を引き出し、広報活動に対して広く興味関心を喚起していきます。