



いっしょに、いこな！
＼大阪・関西万博／

2022年1月20日

バーチャル大阪パビリオン バーチャル大阪館（仮称）の基本的な考え方

2025大阪・関西万博に向けた未来社会デザインシンポジウム2022

日時：2022年1月21日（金）15時～18時30分

会場：大阪国際会議場 12階 特別会議場（グランキューブ大阪）大阪府大阪市北区中之島5丁目3-51

2025年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会 ディレクター（バーチャル・バーチャル大阪館）

大阪大学 グローバルイニシアティブ機構 招へい研究員

佐久間洋司

バーチャル・バーチャル大阪館WG

アドバイザー：

稻見昌彦様（東京大学大学院 情報理工学系研究科 システム情報学専攻教授）

荒木英士様（グリー株式会社 取締役 上級執行役員、REALITY代表取締役社長）

針谷建二郎様（株式会社THINKR 代表取締役）

大阪パビリオンのテーマ
ミライの都市生活



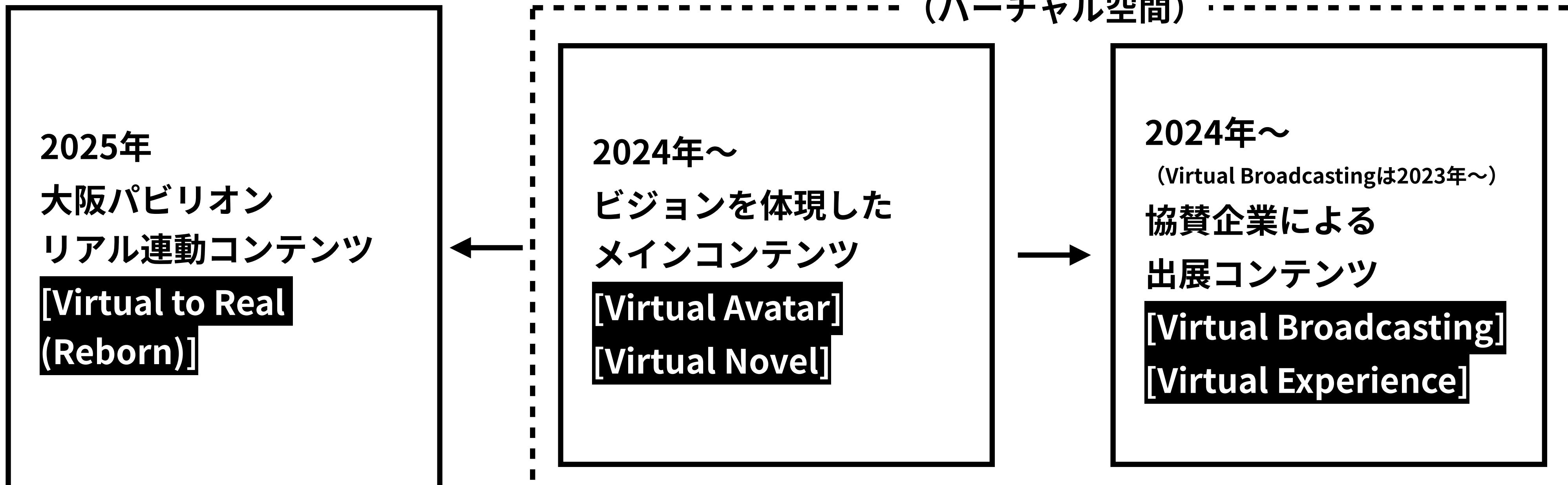
バーチャル大阪館（仮称）のテーマ
「未来のバーチャル・ビーイング」

バーチャル・ビーイングとは、バーチャル空間における新しい人間的存在（在り方）のこと

バーチャル大阪館（仮称）のコンセプト

- ①自己認知と共感を通じた相互理解
- ②情報伝達・体験共有のテクノロジー
- ③世界に誇るサブカルチャーの展開

- ・メインコンテンツによる集客と、出展コンテンツやリアル連動コンテンツへの誘導
- ・ブランドアイデンティティを構築し、様々なプラットフォームに分散的に展開する



（コンセプトの対応）

- ②情報伝達・体験共有の
テクノロジー

（コンセプトの対応）

- ①自己認知と共感を通じた相互理解
- ③世界に誇るサブカルチャーの展開

（コンセプトの対応）

- ②情報伝達・体験共有のテクノロジー
- ③世界に誇るサブカルチャーの展開

大阪パビリオン リアル連動コンテンツ

[Virtual to Real (Reborn)]

大阪パビリオンのオンライン
ツアーや、XRシアターと同期
したリアル連動コンテンツ

ビジョンを体現した メインコンテンツ

[Virtual Avatar]

生体情報を活用した診断コンテ
ンツや、アバター生成アプリを
通じて本当の自分を見つける

[Virtual Novel]

誰かの人生をノベルゲームなど
を通じて短い時間で追体験し、
他者の想いに共感する

（バーチャル空間）

協賛企業による 出展コンテンツ

[Virtual Broadcasting]

YouTubeチャンネル（EXPO
TV）などを開設し、早期から
配信する映像コンテンツ

[Virtual Experience]

メインコンテンツ等のプラット
フォーム上で構築する、体験型
の出展コンテンツ

ビジョン

**わたしを知り、あなたを知る。
わたしたちの調和のために。
Harmonize Virtual Beings.**

わたしの目覚め **Awakening of (Self')**

まだ知らない自分の内面に向き合い、可能性を開花させる体験を通じて、本当の自分が目覚める→[Virtual Avatar]

あなたへの共鳴 **Synchronized with You**

誰かの人生を追体験することで、自分自身のアイデンティティに気づき、相手に共感することができる→ [Virtual Novel]



©みっちえ

**展示ではなく体感、
体験を通じて参加者の行動変容を促す。**

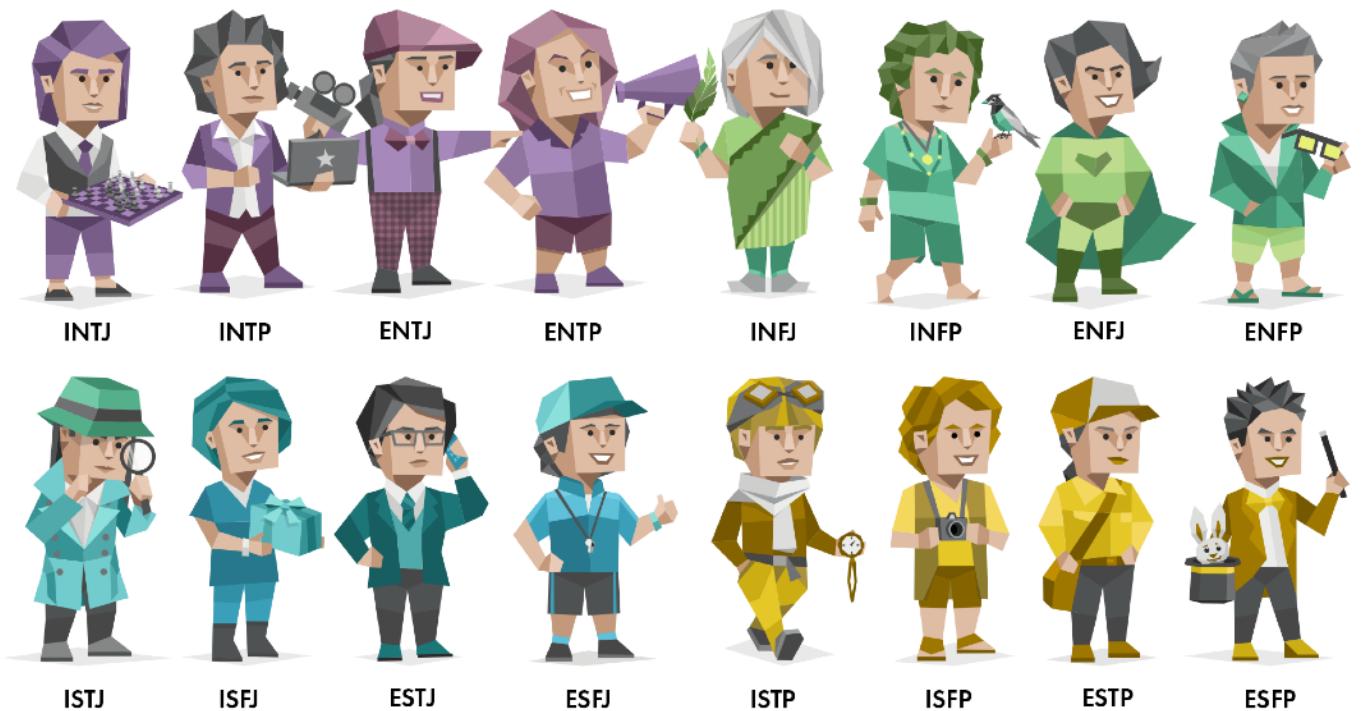
「新しいものを受け入れる大阪らしい姿勢で、最先端のテクノロジーを〈展示〉するだけではなく、大人から若者までエンタメに引っ張られて〈体感〉して、それを世界中へ広めてもらうことを目指す」
第2回 大阪・関西万博におけるパビリオン等地元出展に関する有識者懇話会、令和2年2月20日木曜日

メインコンテンツ① [Virtual Avatar] わたしの目覚め Awakening of (Self')

CONFIDENTIAL



劇場アニメ映画「竜とそばかすの姫」では、本人の生体情報から内なるイデアがアバターとして生成される仕組みが描かれた。



有名なMBTI (Myers-Briggs Type Indicator) の性格診断では、同じ性格に分類される著名な人物のアイコンも提示される。ハニホーの恋愛診断、適職診断、診断メーカーなども人気。

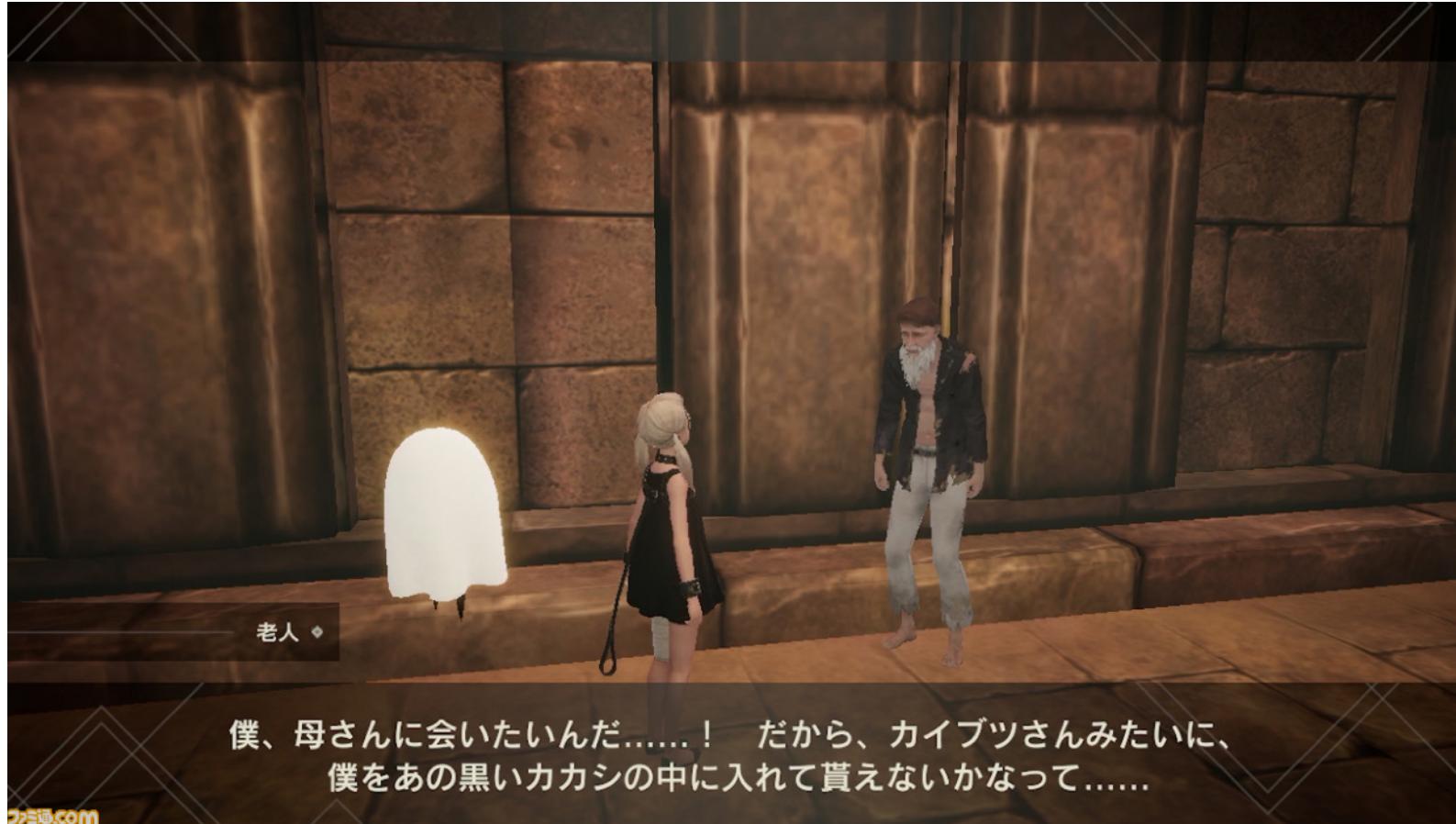
診断コンテンツとアバター生成アプリ

ユーザが入力した情報やパーソナルヘルスレコード（PHR）から取得したビッグデータを解析することで、ユーザにとっての幸福のあり方や日々の過ごし方の提案がされたり、生体情報から「本当はなりたかった自分」が表象されたアバターがデザインされたりする。有名IPともコラボ。年度やシーズンごとに、IPや診断内容を追加・更新する。

ターゲット

年代問わず占い・診断系コンテンツの興味層や、自己実現に興味がある学生・若手社会人など

あなたへの共鳴 Synchronized with You



2021年前半にヒットしたNieR Re [in] carnationのストーリー
パートは、簡易な3D空間操作+ノベルゲームの形式。
ディズニー×スクエニのキングダムハーツシリーズやスマホアプリ
のDeemoシリーズなどもオムニバスにエピソードを提供する。



岡本太郎が太陽の塔を完成させるまでの東京芸術大学～パリ、協会
との対立や設計の過程などを追体験するエピソードなども可能

ノベルを基軸としたメディアミックス

短い時間で誰かの人生（エピソード）を追体験することで、
思いやりのこころや他者への共感を促進する。

ノベルを基軸としたエピソードを3D空間の探索やミュージック
ビデオなど、多様な種類のコンテンツを適切に組み合わせて
提供していく。

年度やシーズンごとに、エピソードを追加・更新する。

ターゲット

複数のエピソードを含んだオムニバス形式のコンテンツは
小説・ゲーム・音楽問わず人気が高い
流行ジャンルと絡めて若年層やエンタメの興味層に訴求



バーチャルシンガーを起用した音楽ライブのコラボイベントなどを
随時開催（参考画像は「花譜不可解」）



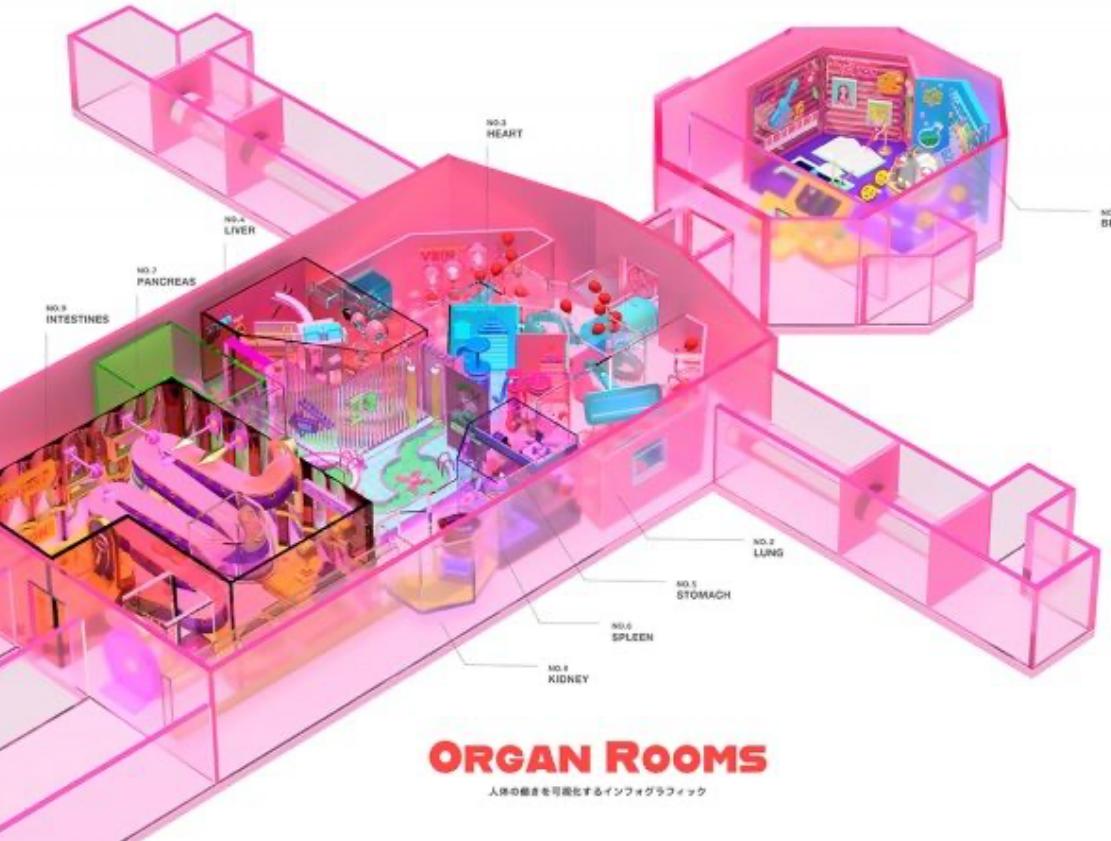
スマートフォンをかざすとスマホ越しに初音ミクが六本木ヒルズで
ライブパフォーマンスを披露している（NTTドコモ）。

リアル会場と連携したバーチャルコンテンツ

大阪パビリオンのオンラインツアーや、XRシアターと同期した
リアル連動コンテンツを提供する。

VR/ARを活用したバーチャルシンガーなどによる音楽ライブや
メインコンテンツとのコラボイベントなども随時開催。
特に、高齢者向けにはバーチャル大阪館のメインコンテンツの
提供が難しいため、サテライトイベントを複数の高齢者施設な
どで実施する（イベントとして開催しやすいキットも作成）。

[Virtual Broadcasting]・[Virtual Experience]



バーチャル空間（clusterなど）のプラットフォームを活用した体験コンテンツ（[Virtual Experience]）を提供する。



YouTube「EXPO TV」チャンネルや、出展企業の映像系コンテンツを広く配信していく（[Virtual Broadcasting]）。

時期や予算により2通りの出展方法を提供

協賛企業には、①バーチャル空間での体験系コンテンツの提供（先進的でリッチな体験）か、②比較的安価に制作できて多くの人に届けられる映像系コンテンツの提供をご案内する。

- ①[Virtual Experience].....バーチャル展示会場における簡易な3D展示から、「オーガンルーム」のようなリッチなコンテンツまで、体験型で若年層・ゲーム興味層へアプローチ
- ②[Virtual Broadcasting].....公式YouTubeチャンネル（EXPO TV）などを通じた映像コンテンツで、知識や学びに興味のある層・3D操作等が難しい層へアプローチ



主に10~30代と40代以上でゾーニング

バーチャル大阪館（仮称）ウェブサイトを入り口として、コンテンツによって想定ターゲットを分けてゾーニング。それぞれのコンテンツは、clusterやYouTubeなど外部のプラットフォームに多面的に展開することで、外部からのユーザ流入も期待する。

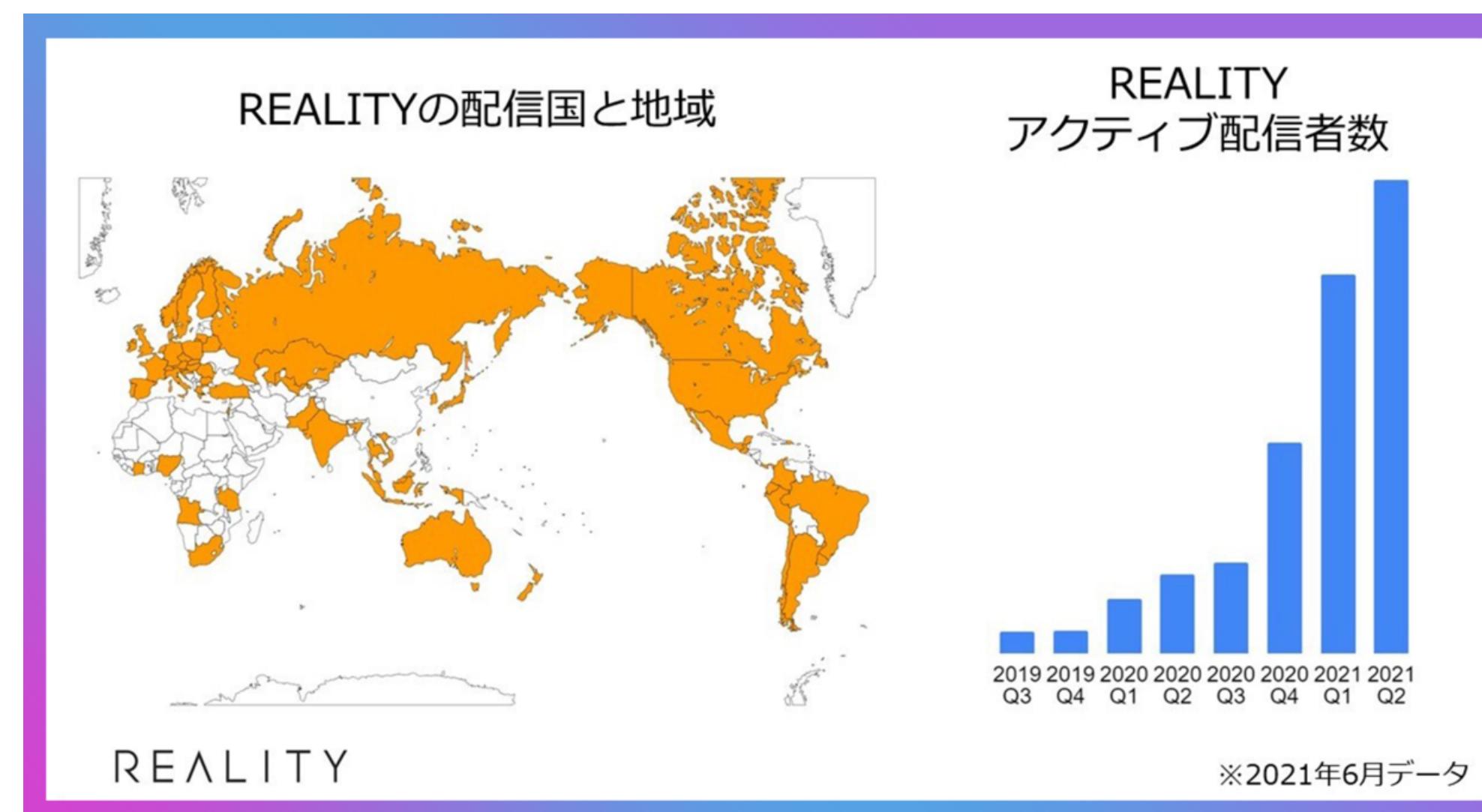
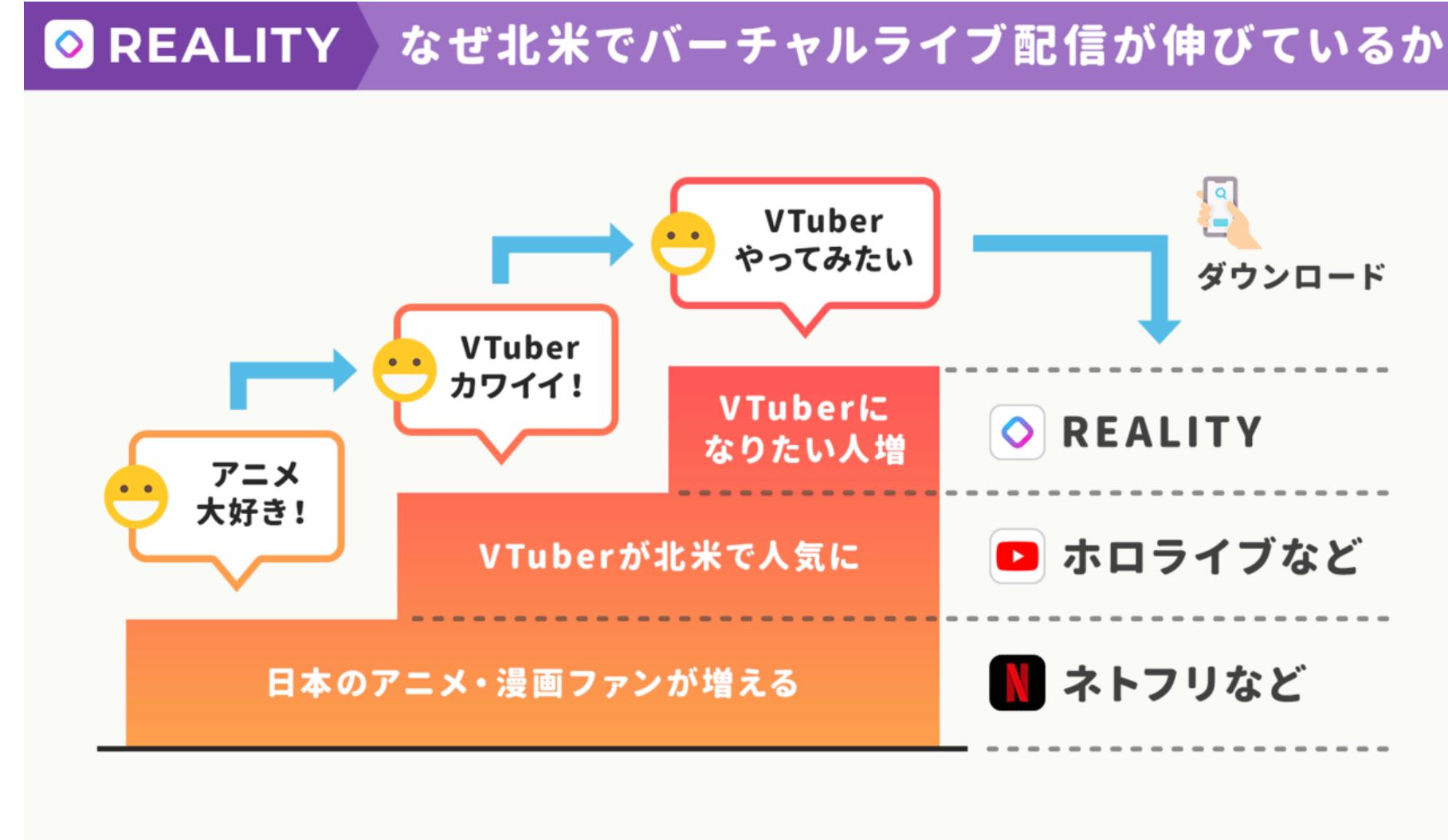
10代～30代 (+α) ≈ FPSや3D操作が得意な層・エンタメ興味層→cluster等へ展開する体験系コンテンツが中心
40代以上 ≈ 複雑な3D操作を好まない層・知識や健康の興味層→YouTube等へ展開する映像系コンテンツが中心

参考資料

世界500万人以上のユーザを抱える 日本初のアバター生成・配信アプリ

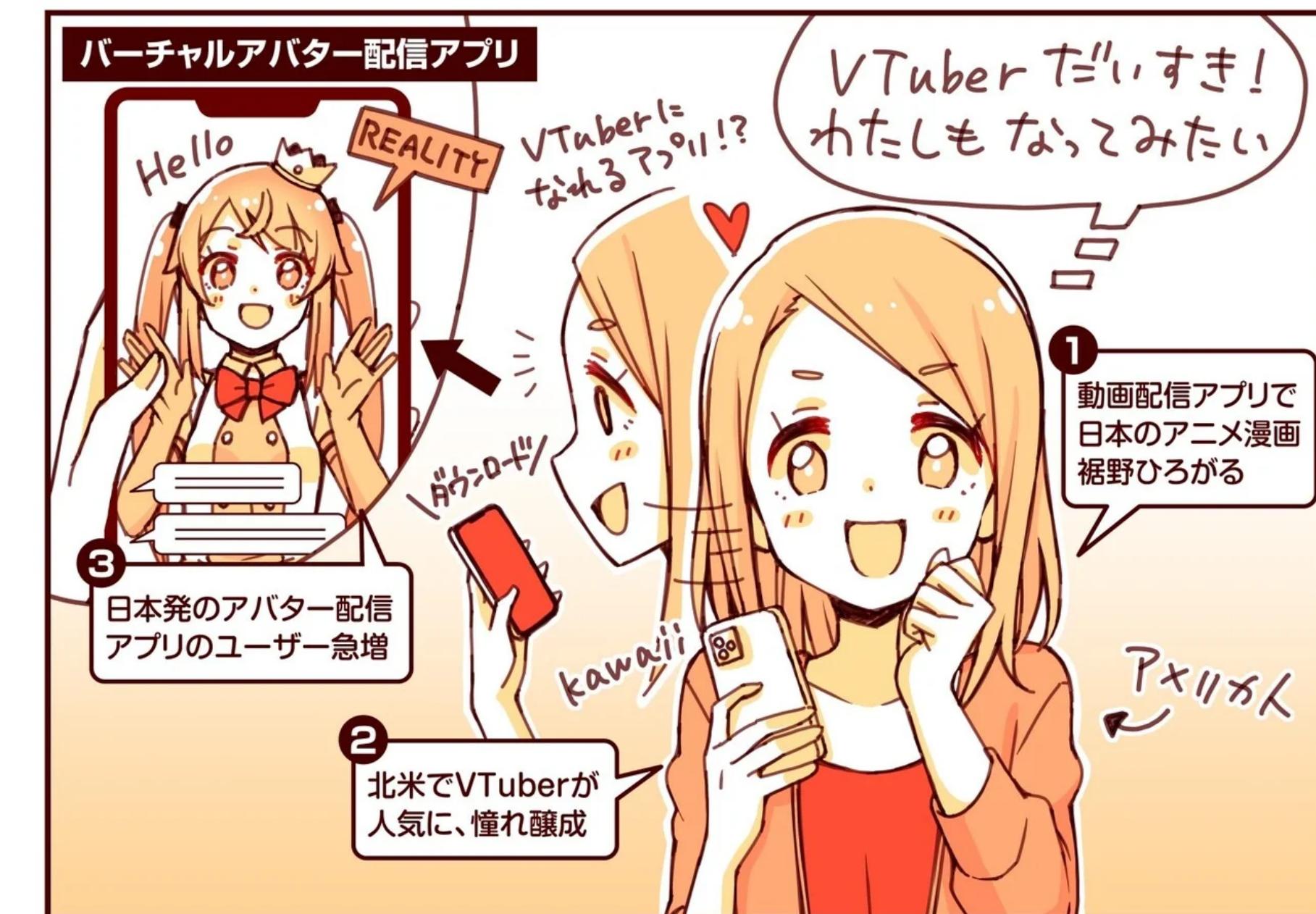
リアルの自分そっくりなアバターが生成される
ZEPETO（韓）やFacebook Horizon（米）
などど異なり、「なりたい自分になれる」。





世界的な人気コンテンツであるアニメやバーチャルYouTuberのファン

北米のアニメオタク・VTuberファンがコアなユーザとなって、世界各国でユーザが増えている。



アメリカなどで日本発のアバター配信アプリのユーザーが急増する理由
VTuberが人気になったことで「VTuberになりたい人」が増えてるため

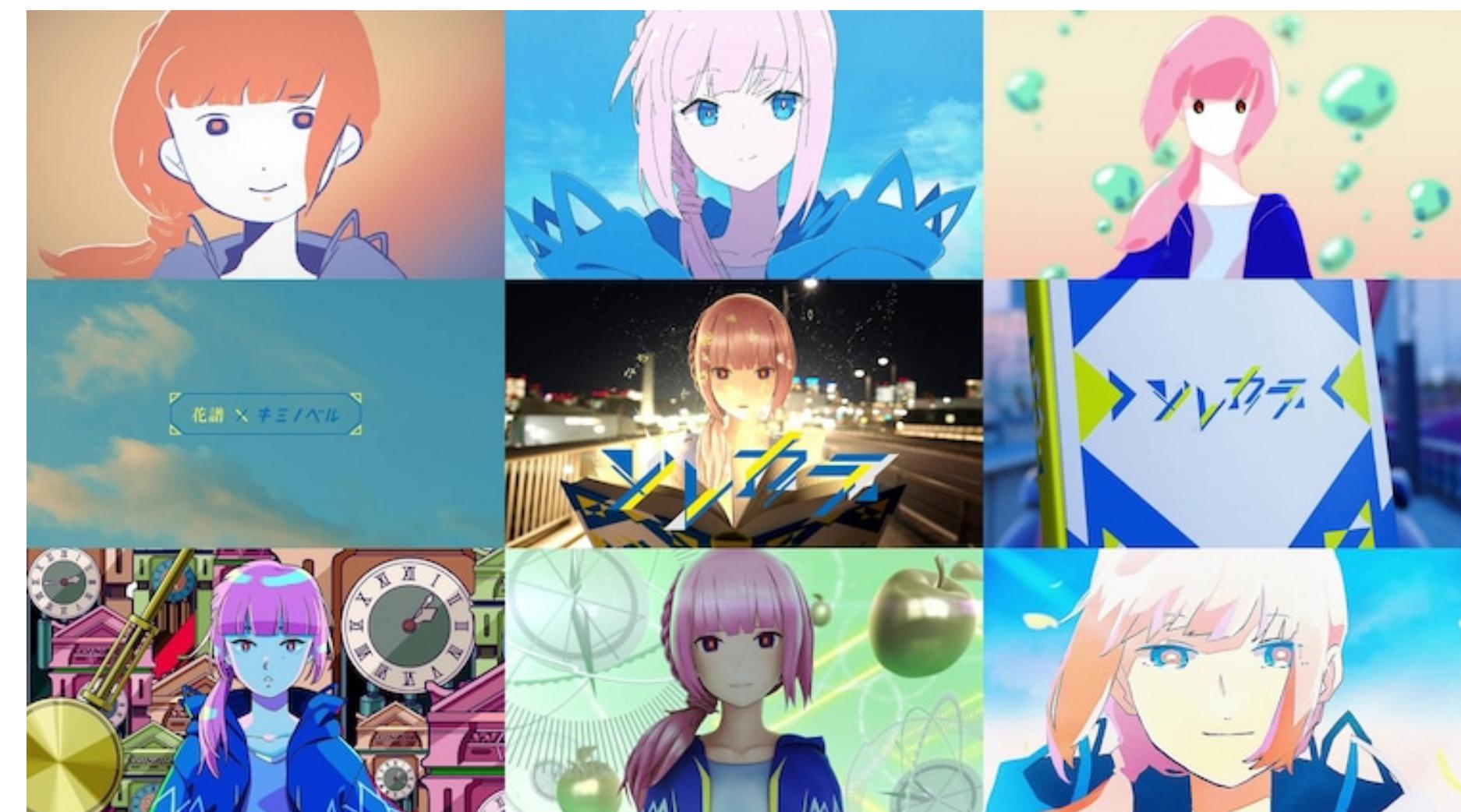
次世代の音楽を担う バーチャルシンガーたち

KAMITSUBAKI STUDIOがプロデュースする花譜は、リアルとバーチャルの世界の狭間を演出した音楽や映像を展開している。

**Thank You
600,000
Followers!!!**



YouTubeチャンネル登録者数60万人、
累計再生数1億回など



日本を代表するサブカルチャーになったネット発の音楽・イラスト・映像の文化

ボーカロイドや歌ってみたなど、ネット発のカルチャーを牽引してきた「まふまふ」が紅白歌合戦に出場。歌唱曲はカンザキイオリ（KAMITSUBAKI STUDIO所属）の「命に嫌われている」。

