

潜在的大阪・関西万博の若者ユーザーを取り込む インフルエンサー・クリエイターによる若手委員会について

佐久間洋司（大阪大学学生・人工知能研究会 / AIR 代表）

**若手巻き込みに係る意見交換会
日時：令和2年4月23日木曜日
会場：オンラインミーティング**

「1970年の大阪万博を知らない世代」へのアプローチ

大阪・関西万博に参画する若手や学生を増やすには？

→ 「WAKAZO」 や 「Honaikude」 などの学生団体は学生パビリオンの出展を目指しており、”そもそも万博に興味がある学生”にしか周知できない

WAKAZO



「万博好き」な若手や学生だけでなく
潜在的な数百万人の若者へアプローチ



若者の流行を創る”インフルエンサー”的の一言は数百万人に届く
→クリエイターやインフルエンサーがつくるネットワーク、メディア関係者を通じた発信により「今まででは大阪・関西万博に興味がなかった」若者や学生の層を新たに開拓することができる



はなお
阪大卒の有名YouTuber
406,800フォロワー



水上颶
東大生タレント、クイズ王
292,000フォロワー

etc.

2025年のメインプレイヤーはZ世代（2000年前後生まれ）

大阪・関西万博までちょうど5年前、
Z世代が大阪・関西万博に関わっているというだけでも大いに注目される

2000年生まれは現在19歳 → 2025年に24歳
1996年（佐久間）は23歳 → 2025年に28歳



インフルエンサー やクリエイターでつくる委員会

**潜在的な大阪・関西万博の若者ユーザーと「親和性が高い」ファンを持つ
インフルエンサー やクリエイターを登用することで、TwitterやYouTubeなどでの
発信を通じて数百万人の若者に万博を知ってもらうチャンスになる**



この委員会で実現できること……

1. 委員とファンを発信源に大阪・関西万博を日本中の若者に知ってもらうこと
2. ファンから集めた「夢」をニーズとして博覧会協会やPLLへ還元していくこと

周知だけではなく……委員会を通じて夢を集める重要性

PLLでは”実現可能性を度外視”した提案はできない

(別紙の佐久間バーチャル提案も一例)

→ 「こんな大阪・関西万博なら来たい」という、若者の需要リサーチ
としても機能する「夢」だけを集める委員会

若者にはエンターテイメントとテクノロジーの掛け合わせが必要

メインテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」の『いのち輝く』を健康長寿という意味だけで解釈する
と若者から遠いバビロンになってしまふ

エンターテイメント要素がない万博は高尚すぎて、
若者にとって「半年前に造った突貫工事の博物館」
のようにも映りかねない

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

『おいでん REALITY FESTIVAL2』バーチャルYouTuber専用記録アプリ「REALITY」で開催されたバーチャルライブ（WPLE）



2

日本を代表するサブカルチャーになったインターネットの文化

VOCALOID（歌声合成ソフト）初音ミクは世界に誇る日本のサブカルチャーとして定着し、アメリカ有数の音楽フェスティバルであるコニファーラも出演決定

ボカロ音楽の視聴者層や2010年代のネット文化を受け継ぎながら、初音ミクはある意味で対照的な固有のキャラクターとして振舞う

「バーチャルタレント」が人気を博している

特に2000年前後に生まれたZ世代は、VOCALOID音楽はもちろん、その楽曲を自らカバーして投稿する「歌ってみた」の文化などをダイレクトに受け kojeつ

「寂しい」

カントリーオリジナル曲「寂しい」はYouTubeだけで1000万回以上再生され、歌ってみた動画も合わせると1億回以上、常にカラオケリクエストの上位を記録するムーブメントになった。（KAMITSUBAKI STUDIO）

バーチャルタレントチャンネル登録者数世界一のキズナイ（左）と（右）世界初のバーチャルシンガーのYuuhi（右）（Activist）



3

大阪・関西万博で示す「自由な身体と声で生きる、リアルに溶け込んだもう一つの世界」

年齢や性別、容姿を超えた自由なアバターに乗り移り、
リアルとバーチャルが融合した万博会場にログインする
そこで誰かと「コミュニケーションするだけ」のシンプルなアプリケーション

コンセプトビジュアル（スタジオファン）：生身でもアバターでもアクセスできる。実際の建物と様々なワールドが融合した万博空間



9

容姿や年齢、差別を克服した、魂が直接コミュニケーションするアプリケーション

性別や年齢を超えた自由な身体や声、国境を超えた言語を獲得し、
バーチャルとリアルの区別がつかなくなったとき、
真に魂だけがコミュニケーションする個人対個人の世界へログインできる

「いのちを繋ぐ」
エンターテイメント×テクノロジーの組み

・直感的な3DCGアバターのデザイン
・AI
・リアルタイムの音声変換ソフトウェア
・AI
・人工知能の発展による自動音声翻訳
・VR/AR
・VRデバイスを通じて「万博会場内外」
から同時にアクセス

コンセプトイラスト（正面実）：本当の自分として生きる新しい世界へログインする



10

実現可能性を問い合わせない「あったらいいな」という万博のアイデア
を委員会が集めることで、需要としての「夢」を博覧会協会や
PLLに還元する（実現するかはあくまで大人次第！）

ファンの親和性が高いインフルエンサーは？（一例）



はなお

大阪大学を卒業した日本の有名YouTuber
理系風動画などが中高生から人気
YouTubeチャンネルの登録者数は161万人
Twitterでは406,800フォロワー



水上颯

東大生タレントで「東大王」などのクイズ番組レギュラーで、地上波にも数多く出演
東京大学医学部を卒業
Twitterでは292,000フォロワー



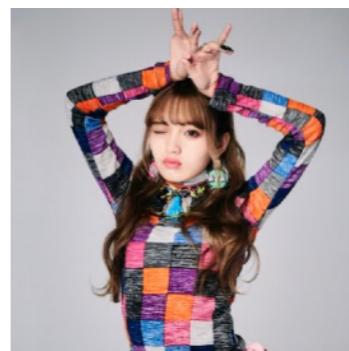
菅本裕子

AKBグループのHKT脱退から「ゆうこす」として自らをSNSでプロデュースする生き方を示し、起業家としても活躍
Instagramでは480,900フォロワー



廣津留すみれ

ハーバード大学・ジュリアード大学院を主席で卒業したヴァイオリニスト



ねお

女子中高生から絶大な人気を誇るファッションモデル・YouTuber



たなか

歌手「ぼくのりりっくのぼうよみ」として知られ
引退後は経営者等に転身

例えば上記のインフルエンサー・クリエイターは全員が2000年前後生まれ（Z世代）で、そのファン層は現在の中学生～大学生