

大阪・関西万博の開催結果について

2026年2月

経済産業省

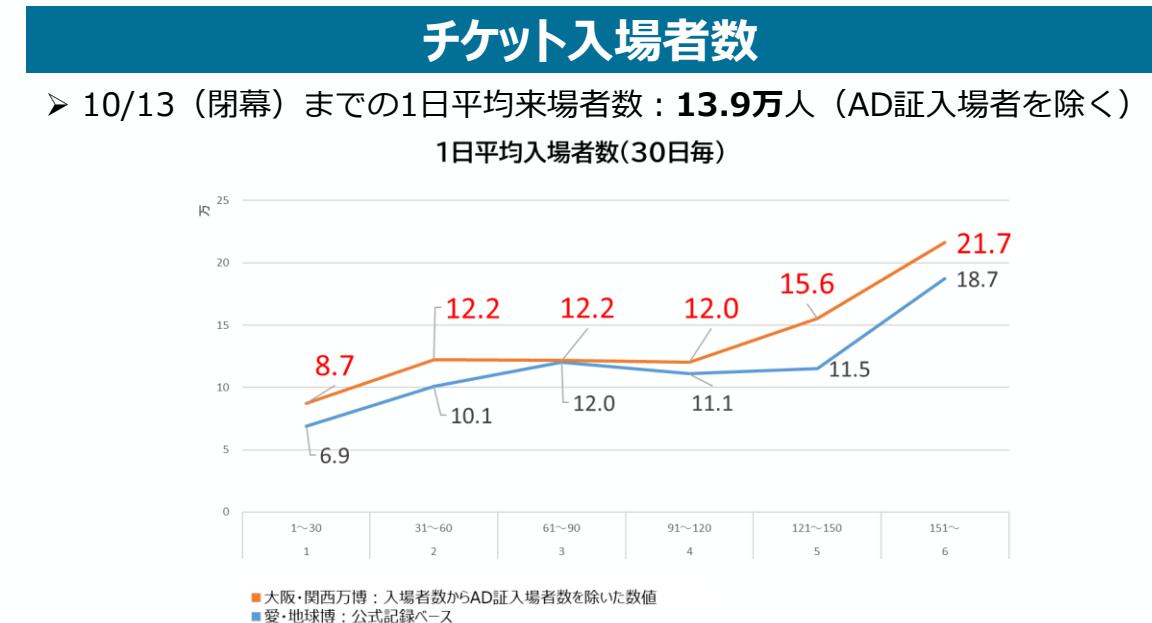
開催実績①

- 大阪・関西万博は、184日間の会期を通じて約2,902万人（AD証入場者を除くと約2,558万人）が来場。
- 愛・地球博の実績を踏まえた来場者平準化の取組（開幕券・平日券・夏パスなどのチケット販売戦略、通期バス割引などの早期来場促進、毎日花火大会などの夏休みキャンペーンなど）の結果、序盤の来場者数も比較的大多く、暑さにより減少が予想された夏場も同水準を維持。その後終盤にかけて来場者数は右肩上がりに増加し、最終盤は来場予約枠が全て埋まった。
- 国内来場者は約3分の2が近畿からであり、過去の万博と比べても開催地域の来場者の割合が高かった。また、海外来場者は約12%と想定していたが、実績は約5%であった。来場者の年代は50代が最多だが幅広い世代が来場し、来場手段はOsaka Metro中央線の利用が約72%と、鉄道利用が主となった。
- 平均来場回数は2.3回であり、通期バスに限ると平均11.8回と、複数回来場する人が多かった。

来場者 データ	
来場者数	約2,902万人（AD証入場者除き：約2,558万人）
1日平均来場者数	約15.8万人（AD証入場者除き：約13.9万人）
チケット入場者の年代構成比推計	19歳以下16.1%、20代12.5%、30代15.3%、40代18.4%、50代20.8%、60代12.5%、70代3.8%、80代0.5%
国内・海外構成比 ※	国内94.8% 海外5.2%
居住エリア ※	近畿66.6%、関東16.5%、中部8.8%、九州2.6%、中国2.6%、四国1.5%、東北0.8%、北海道0.5%
来場回数 ※	平均来場回数2.3回（最多来場回数184回） (参考) 通期バスの平均来場回数11.8回 (参考) 夏パスの平均来場回数3.8回
手段の割合	鉄道71.6%、駅シャトルバス等11.7%、自家用車等16.7%

(出典) 博覧会協会HPより引用・抜粋

※万博IDに基づくデータ



開催実績②

- ・ 大屋根リングが「多様でありながらひとつ」という会場デザインを象徴し、リング内外にパビリオンが配置されることで会場の一体感を生み出すと同時に、来場者の移動動線や巨大な日除けとして暑さ対策にもなるなど運営面でも機能を発揮した。
- ・ 海外パビリオン（公式参加者）は単独館が51棟、共同館が6棟。単独館の各参加国は、独自の趣向をこらしたパビリオンを出展し、外観を見ているだけでも万博の意義を感じられる会場演出を後押しした。共同館には、94ヶ国・地域、4国際機関が出展したが、予約なしで入れ、リアルな交流が楽しめたと人気を集めた。
- ・ 日本政府出展（日本館）を始め、国内から大阪ヘルスケアパビリオン、関西パビリオン、ウーマンズパビリオンに加え、13棟の民間パビリオンも出展。
- ・ 主催者事業として、シグネチャーパビリオンは、訪れるすべての人々が「いのち」について考え、その概念をアップデートする場所として、8人のテーマプロデューサーがそれぞれパビリオンを出展したほか、「いのちミュージックフェス」などの関連イベントも展開。万博初の試みとなった。また、フューチャーライフヴィレッジの他、未来の都市は博覧会協会と12の企業でひとつのパビリオンに共同で出展した。
- ・ 会場内では毎日開催された水上ショーやドローンショー、ほぼ毎日開催されたナショナルデー・スペシャルデーの式典行事、定期的に開催された花火を始め、様々な主体による期間限定のイベントを含めると延べ5,473回のイベントが実施された。（花火など観覧者数をカウントできないイベントを除き）7,838,658人を集客した。

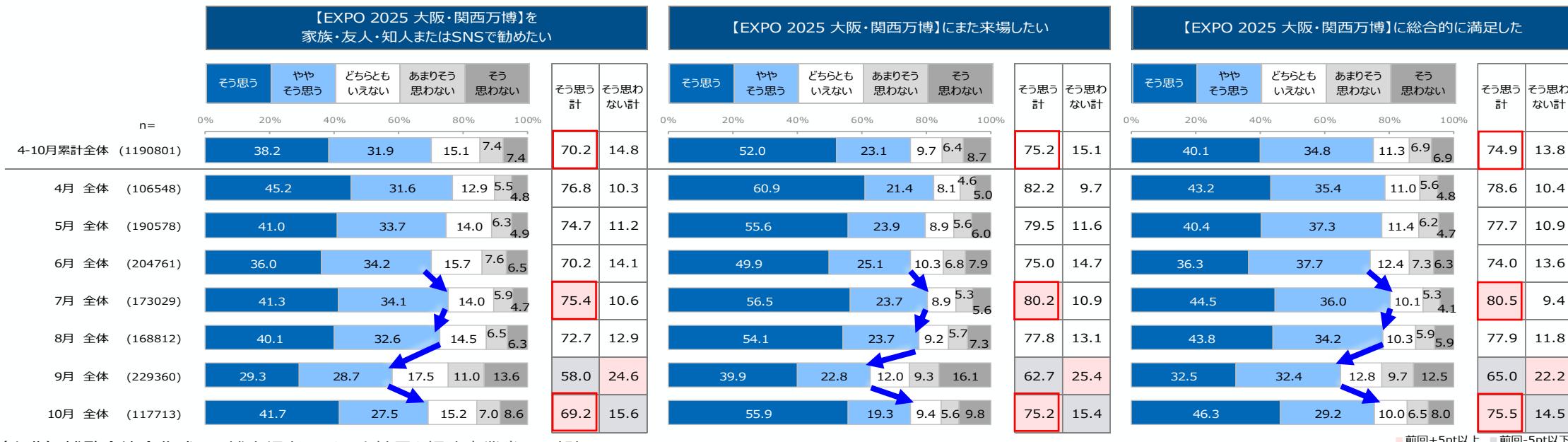
開催実績③

- ・パビリオンのスタッフ、サービスアテンダント、清掃関係スタッフ、営業店舗関係者、イベント出展者、ボランティアなど、1日平均1.9万人が会場の運営に関わった。
- ・チケット販売は、前売期は想定を下回り約969万枚であったが、開幕後、来場者によるSNS発信等を通じた好意的な評価の広がりとともに、会期を通じてチケット販売は順調に推移し、会期中の販売実績は約1,256万枚となり、併せて約2,225万枚のチケットが販売された。
- ・販売チャネル別では、公式ウェブでの販売（約1,160万枚）が過半数となり、企業等への直接販売も、全体の3分の1（約753万枚）を占めた。コンビニ等での引換券（約22万枚）、万博ID不要で簡単に購入できるEXPO Quick（約20万枚）、ゲート前での当日券の販売（約14万枚）など、様々なニーズに合わせた販路拡大にも貢献した。
- ・「ミヤクミヤク」の人気の高まりに合わせ公式ライセンス商品の売上やロイヤリティ収入等も好調だった結果、運営費は最大で約370億円の黒字の見込みとなった。
- ・閉幕までの一連の実績を踏まえ、開催の経済波及効果を暫定的に試算したところ約3.6兆円（※）となった。

※経済効果試算の内訳は、会場内インフラやパビリオン等の建設投資、会場内の運営・イベントに係る支出、来場者の買い物や飲食、宿泊等に係る消費等。アンケート等を用いて試算の前提となるインプット数値を推計している（なお、インプット数値には閉幕後の解体費用などは含んでおらず、精算後に数値が変動する可能性有）

万博への推奨度・再来場意向・満足度

- 博覧会協会が実施した来場者へのアンケートでの総合満足度は、会期中を平均して74.9%と高水準であった。来場者増に伴う混雑により、満足度が低下する傾向にあるなかで、日々改善を重ねて満足度の維持向上を図った。来場者が連日20万人を超える状況となった9月には満足度が低下したが、会期末に向けて改善が進められ、10月13日の最終日は92.8%となった。
- 満足した点の上位5項目は「スタッフの親切さ」「大屋根リングの建築美」「海外パビリオンでの異文化体験」「特定パビリオンへの高評価」「パビリオン展示・体験充実」であり、
- 不満点・改善点の上位5項目は「パビリオン・イベントの予約枠の不足」「日陰・屋根付きスペースの不足」「入退場混雑・動線不良」「パビリオンの待ち時間が長い」「会場のキャバ不足による混雑」であった。



高い評価を得た万博会場

- 開幕までに、万博会場内のインフラをはじめ、「多様でありながら、ひとつ」という会場デザインの理念を体現した大屋根リング、最新の技術・特色ある文化が紹介されたパビリオン、催事施設等が整備された他、メタンガス等への安全対策も措置された。
- 大屋根リングは、来場者から「壮大で眺望が素晴らしい」「日除けや雨除けとして機能性も高い」といった高い評価を得たほか、EXPOホールやEXPOアリーナ等では、連日に渡りイベント・催事が開催され活況を呈した。

感動・喜び・満足などのお声

- 大屋根リング
 - ・壮大で眺望が素晴らしいだけでなく、日除けや雨除けとして機能性も高い。
 - パビリオン
 - ・各国の文化や先端技術に触れ、多様な体験ができるて感動した
 - イベント・ショー
 - ・様々なイベント・ショーや花火など、迫力と美しさで楽しめた
 - 会場全体
 - ・多くの休憩所や給水設備、ゴミやトイレの管理が徹底され快適に過ごせた。
 - ・世界中の様々な国の人々が万博という1つの目的のために考えて行動して会場が出来ていることに、とても感動した。
 - ・地球規模で将来を考えていく大切さを色々な国、観点から知った。

(出典) 博覧会協会臨時理事会(令和7年12月24日) 資料より作成

会場の様子



会場上空写真



EXPOホール（開会式の様子）



大屋根リングの様子



EXPOアリーナ（盆踊り）

開催国としての日本政府館の出展

- 開催国のパビリオンとして、「いのちと、いのちの、あいだに」をテーマに、多彩な「循環」を建築と展示で表現。催事や広報を通じて、日本館のレガシーを次世代を担う若者等に継承。
- 会期中の累計来館者数は、約181.3万人。約170の国・機関の賓客を受入れ。天皇皇后両陛下の行幸啓や皇族方のお成りの際の拠点としての役割も果たす。

日本館の運営・接遇について

● 来館者数実績

約181.3万人（1日あたり：約9,855人）

● 接遇実績

約170の国・機関の賓客（国内含む約1.2万人）を受入れ



開幕日の様子



藤原名誉館長等による接遇の様子

日本館の催事・広報について

- 来館者等が日本館に関わる体験・過程で得た気付きを自分自身の言葉で言語化する機会を設け、日本館のレガシーを継承するため、若年層向けの催事を多数開催。
- 日本館からのメッセージ、来館者インタビューや取組成果を日本館レガシーブックに取りまとめ、公表予定。



生分解性プラスチックについて学ぶイベント



サーキュラーエコノミーについて学ぶイベント

異なる文化や価値観とのつながりの拡大

- 165の国・地域、国際機関が参加した今次万博では、約150か国・国際機関から王族・首脳級・閣僚等が延べ約600名来訪。
- 経済産業省としても、グローバルサウス各国を含めた途上国等の円滑な万博参加を担保するためにパビリオン建設・展示や運営、広報、訪日旅費といった各種支援を準備段階から実施。
- 各国のパビリオンやナショナルデー等を通じ、それぞれの特色ある伝統や文化の展示・発信がなされたほか、会場内外での様々な交流がなされ、異なる文化や価値観を持つ世界中の人々とのつながりの拡大や多様性の受け入れ・理解等が促進された。

途上国支援の概要

- 公式参加した支援対象国数：約90カ国
- 支援内容：パビリオンの建設・展示・維持管理、運営、バーチャル万博や広報、訪日旅費、ナショナルデー等への支援



支援対象国から多数のスタッフが参加した
国際参加者会議2025年



コモンズAの様子



ブースに並ぶ来場者（コモンズB ブルンジ）



ナショナルデー・催事(ガイアナ協同共和国 4/27)

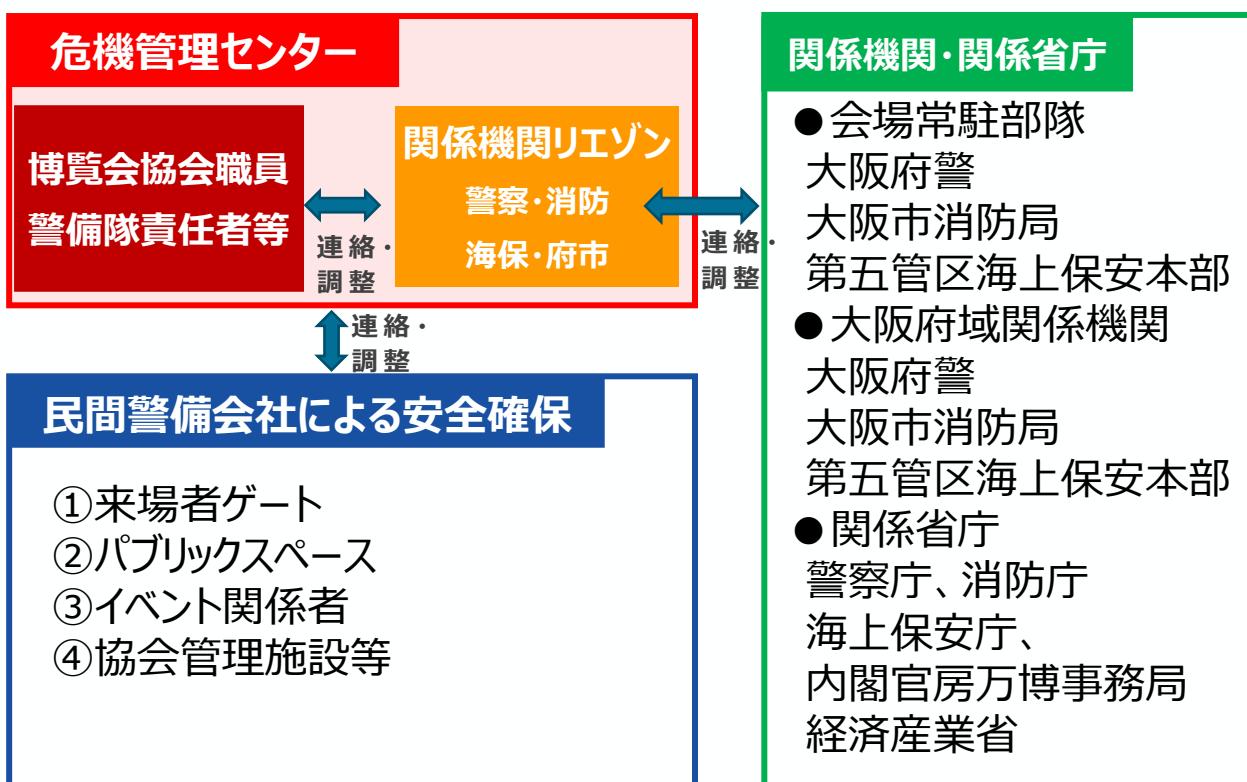


来場者とパビリオンスタッフとの交流

会場内の安全確保への取り組み

- 会場内の安全確保のための体制を整備し、ゲート・会場内・イベント等警備や雑踏整理等を実施した。また、日々発生する事案に迅速に対処した。
- また、雷雲接近時の避難措置や交通インフラ運行支障時の飲料水配布といった災害対応、医療救護等、幅広く会場内の安全確保に取り組んだ。

会場内の安全確保体制



会期中の状況

- 協会警備隊（1日約2,000人）が、東西ゲート、会場内、各イベント、会場周囲、協会施設を警戒し、雑踏の整理、傷病者の搬送等に従事。
- 事故・トラブル等は593件。傷病者搬送は約12,000件、国内外要人364人の周辺を警戒。



手荷物検査



警備の様子