

大阪・関西万博の開催実績及び 成果の整理（案）

2026年4月

目次

1. 開催実績	2
2. 成果の整理	8
大阪・関西万博宣言	9
①つながり・交流の拡大・深化	10
「外交」、「市民・社会」、「文化・芸術・学術」、「ビジネス」、「地域」	
②新たな価値観への気づき・共有	21
③新たな取組として生み出した技術・システムの実証	32
「政府の取組」、「デジタル」、「モビリティ」、「AI・ロボット」、「循環経済」、「ヘルスケア・ライフサイエンス」	

1. 開催実績

大阪・関西万博 開催概要

- 大阪・関西万博は、国際博覧会条約に基づき5年に一度開催される登録博覧会（登録博）。1970年の大阪万博に続き、**55年ぶり2度目の大阪での開催**。世界各国から158ヶ国・地域、7国際機関が参加し、**国内開催では過去最多の参加国数**となった。
- **新型コロナウイルスの世界的な大流行（パンデミック）**や**令和6年能登半島地震**など様々な困難があった中、万博開催に向けて国を挙げて取り組んだことで、**日本の総合的な実行力を世界に示すことができた**。
- また、**万博史上初めて、四方を海に囲まれた人工島での開催**であり、その景観を最大限活かすとともに、来場者の輸送手段の確保や防災計画の策定など各種の準備や対応策が講じられた。

	大阪・関西万博	ドバイ万博	ミラノ万博
開催期間	2025年4月13日 ～10月13日（184日間）	2021年10月1日～ 2022年3月31日（182日間）	2015年5月1日 ～10月31日（184日間）
テーマ	「いのち輝く未来社会のデザイン」 (Designing Future Society for Our Lives)	「心をつなぎ、未来を創る」 (Connecting Minds, Creating the Future)	「地球に食料を、生命にエネルギーを」 (Feeding the Planet, Energy for Life)
出展国・地域数	158ヶ国・地域、7国際機関	192ヶ国、14国際機関	145ヶ国・地域、3国際機関
想定来場者数	約2,820万人	約2,500万人	約2,150万人
開催地	大阪・夢洲	アラブ首長国連邦・ドバイ	イタリア・ミラノ
会場面積	約155ヘクタール	約483ヘクタール	約110ヘクタール

大阪・関西万博 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、通期パ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、通期パスに限ると平均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）通期パスの平均来場回数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%

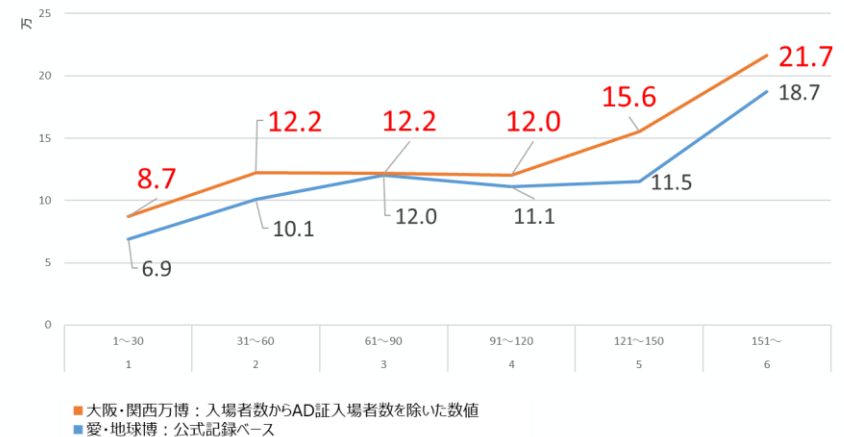
（出典）博覧会協会HPより引用・抜粋

※万博IDに基づくデータ

チケット入場者数

▶ 10/13（閉幕）までの1日平均来場者数：13.9万人（AD証入場者を除く）

1日平均入場者数(30日毎)



大阪・関西万博 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、万博における様々な交流を統合する「場」の役割を果たした。また、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、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のシグネチャー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。**

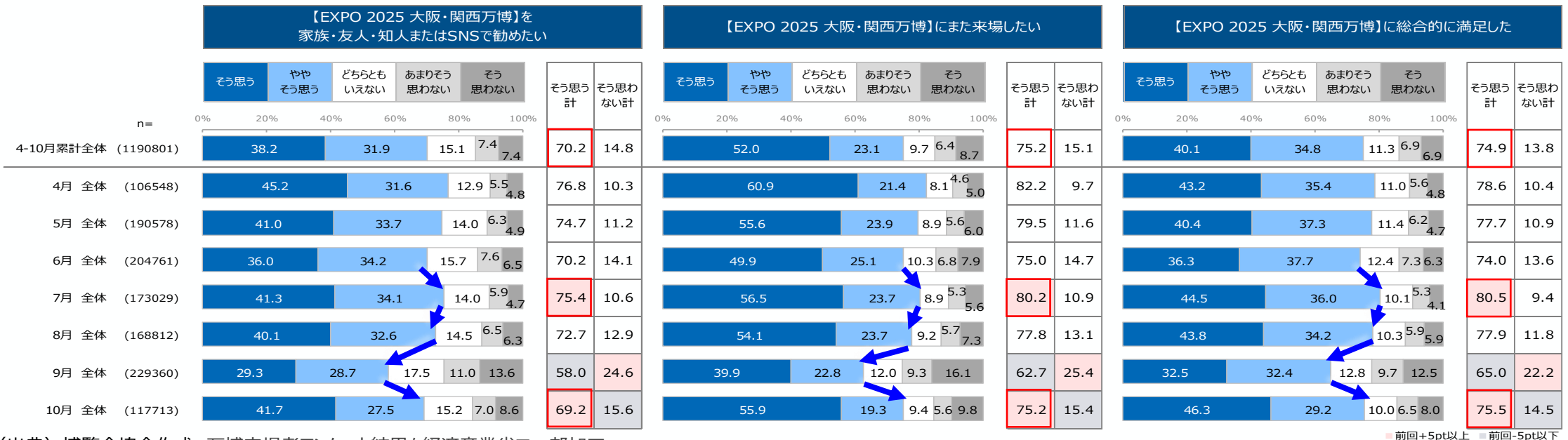
大阪・関西万博 開催実績③

- 博覧会協会職員のみならず、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り**、参加国との連携等を通じて、国際人材として大きく成長した。
- チケット販売は、**開幕前は想定を下回り約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yakumyak」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**経済波及効果を試算したところ約3.6兆円（※）**となった。

※経済波及効果は、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、安全確保に関する費用、来場者の買い物や飲食、宿泊等に係る消費等について、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。

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、会期末に向けても改善が進められ、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**」であった。
- 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**」「**会場のキャパ不足による混雑**」であった。



(出典) 博覧会協作成 万博来場者アンケート結果を経済産業省で一部加工

2. 成果の整理

大阪・関西万博宣言

- テーマプロデューサー、各パビリオン関係者、BIE等との議論を通じて、**大阪・関西万博宣言**がとりまとめられ、閉幕日（10月13日）に伊東万博担当大臣（当時）から発表。
- **①つながり・交流の拡大、深化、②新たな価値観への気づき・共有、③新たな取組として生み出した技術・システムの実証**、などが盛り込まれている。

①つながり・交流の拡大、深化

【外交】

- 会場内外で万博外交の展開、国際的な連帯への貢献

【市民・社会】

- 万博参画による成功体験、スタッフとの交流、SNSを通じた交流、来場者間の交流

【文化・芸術・学術】

- 万博を契機とした文化・芸術・学術の共創

【ビジネス】

- 会場内外でビジネスマッチング、ビジネスイベントを開催

【地域】

- 参加国が日本国内の自治体と連携することによる地方創生の推進etc.



②新たな価値観への気づき・共有

【価値観】

- 「いのちの在り方、人々の多様性」、「デジタルの浸透とリアル体験の価値の再発見」、「地球温暖化への適応意識」、「未来社会への期待」

③新たな取組として生み出した 技術・システムの実証

• デジタル

- キャッシュレス決済
- デジタルウォレット
- デジタル運営
- バーチャル万博

• モビリティ

- 空飛ぶクルマ
- 自動運転

• AI・ロボット

- AIスーツケース
- パーソナルエージェント

• 循環経済

- 資源循環
- カーボンリサイクル

• ヘルスケア・ライフサイエンス

- ヘルスケア
- ライフサイエンス

① つながり・交流の拡大・深化：「外交」1/2

- 公式参加者（参加国・地域、国際機関）のナショナルデー・スペシャルデーがそれぞれ設定されており、その他の来訪も含めて、**王族・首脳級・閣僚等が計150か国・国際機関から延べ約600名来訪**。
- お互いにパビリオンの展示内容を紹介しながら、打ち解けた雰囲気での意見交換が行われるなど、通常の**国際会議とは違った形の外交の機会**となり、**各国との関係構築に大きく寄与**した。
- **日本館でも約170の国・機関から延べ約1.2万人の賓客**を受け入れるとともに閣僚級の二国間会議も実施。
- また、東京においても、**総理が万博に際し来日した要人と約50件の会談・表敬等**を実施。
- その他、現場での多国間交流によって政府関係者や専門家がつながり「**国際的連携への貢献**」の機会となった。

シンガポール：リー・シェンロン上級大臣（8/24）@万博



©シンガポール政府観光局

中国：何立峰副総理（7/11）@万博



©経済産業省

ペルー：リー・ボルアルテ大統領（8/8）@官邸



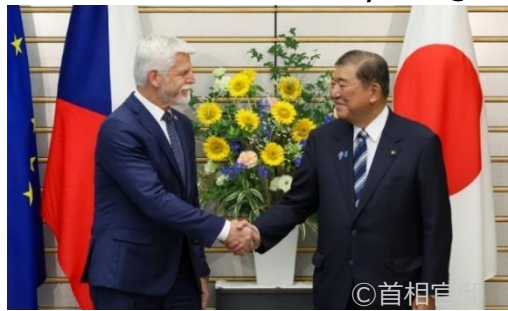
©内閣広報室

米国：ベツセント財務長官（7/19）@万博



©外務省

チェコ：ペトル・パヴェル大統領（7/25）@官邸



©首相府

豪州：サム・モスティン連邦総督（9/3）@万博



©内閣官房

①つながり・交流の拡大・深化：「外交」2/2

- 各参加国における大阪・関西万博の評価は全体的に高く、多くが自国の**参加や出展は成功であった**との評価。
- 多くの参加国が、**①外交や自国への投資促進のための戦略的プラットフォームになった、②文化や技術など自国の魅力をPRする場となった、③課題もあったが総じて日本の対応が良かった**という評価をしている。

参加国の主なコメント

アルバドス外相（スペイン）

2025年大阪・関西万博へのスペインの出展は多くの受賞に示されるように大成功であった。スペインは万博への参加を通じ、国内だけでなく、国際社会全体に対し、その魅力を発信することができた。

オレナ大統領夫人（ウクライナ）

この場に参加する機会をいただき、日本の皆さまに心から感謝申し上げたい。

インナ・イリナ館長（ウクライナ）

各国のスタッフや首脳が連帯の意思を示してくれた。参加できて本当に良かった。

ヤツェク・トムチャク2025年大阪・関西万博ポーランド政府代表（ポーランド）

急速に変化する世界において、ポーランドは伝統と現代性を巧みに融合させ、未来と国際協力に開かれた国であることを示すことができた。

ミハウ・ヤロス開発・技術副大臣（ポーランド）

万博チームは、ポーランドを国際舞台において、近代的で革新的、そして投資に開かれた国であると同時に、伝統と自然への敬意に深く根ざした国としてアピールするという野心的な目標を達成した。

戦略的プラットフォームとしての評価

- 大阪・関西万博は文化・観光・外交の協力的なプラットフォームとして認識され、人々をつなぎ、平和を促進し、持続可能な開発を促進する能力を発揮した。【欧州・共同館出展国】
- 万博は自国の対外的なイメージを発信し、経済外交を強化し、イベント期間を超えて、国際協力とパートナーシップの新たな展望を開く戦略的プラットフォームとなった。【アフリカ・単独館出展国】

自国の魅力発信の場としての評価

- 大阪・関西万博は文化・経済・外交交流を促進する上で最も重要な国際イベントの一つ。自国の豊かさ、多様性、可能性を世界にアピールするまたとない機会となった。【南米・単独館出展国】
- 万博は歴史、伝統、文化、観光名所、経済的及び産業的能力を現代の魅力的な方法で紹介する上で重要な役割を果たした。【欧州・共同館出展国】

運営における日本の対応への評価

- 運営面における制約がいくつか見られたものの、日本のコミュニティのホスピタリティにより、持続的な人間関係が構築された。【アフリカ・単独館出展国】

①つながり・交流の拡大・深化：「市民・社会」 1/3

- 先進国だけでなく途上国を含む海外パビリオンで提供される各国料理や舞踏などのイベント、外国人スタッフとの交流、地方自治体が実施する参加国との国際交流事業などのリアルな体験により、異なる文化や価値観を持つ世界の人々との偶発的な出会いやつながりが拡大し、文化交流にとどまらず、互いの多様性を受け入れ、理解するきっかけとなった。
- 来場者からは「世界への興味・関心が高まった」「世界の多様な価値観や考え方に気付いた」という声が多く聞かれた。

海外パビリオン・各国料理・イベント



commonsD (8月20日撮影)



Roti Canai

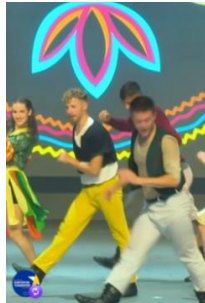
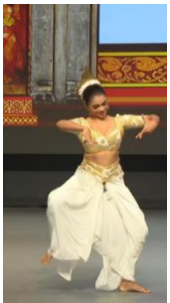


マカロン

外国人スタッフとの交流・国際交流事業



外国人スタッフとの交流



(出典) インドネシア館HP、インドネシア館公式SNS、博覧会協会公式SNS等より引用・抜粋



鹿児島県三島村×ギニアのジャンベ演奏

万博国際交流プログラム

地方自治体が実施する万博参加国との間の国際交流を支援する取組。登録された全交流計画は154件で、95自治体が参加し、交流相手国は76か国。特にアフリカ地域などのグローバルサウスとの間で多くの新たな交流が生まれた。

① つながり・交流の拡大・深化：「市民・社会」 2/3

- 「TEAM EXPO 2025」プログラムの取組等により、企業、自治体、大学、NPO、市民団体など**多様な主体が従来の枠組みにとらわれず連携**し、未来に向けて行動を起こす**共創の輪**が幾つも生まれた。
- **一度に踊る人数と国籍数で世界記録に挑む盆踊りが行われ、ギネス世界記録を更新**したのは典型的な一例。
- つながりの象徴である大屋根リングで、**海外パビリオン代表者らが大屋根リングを走って各国間の連携を示すイベント**が行われるなど、万博スタッフの間でも、**長期滞在である万博の特徴を活かして活発な交流**が行われた。
- **運営に関わったスタッフは、参加国との調整・連携や、海外からの来場者対応等に日々丁寧に対応し、「国際人材としての成長」につながる多くの経験の機会を得た。**
- **「多様でありながら、ひとつ」をリアルに体現し、来場者も含めて会場内外でつながりの輪が出来た。**

「TEAM EXPO 2025」プログラム

万博の「共創」を形にするプログラム
企業、自治体、大学、NPO、市民団体などが、自分たちの社会課題解決プロジェクトを登録
登録すると「共創チャレンジ、共創パートナー」として活動が見える化
共創チャレンジ、パートナー総登録数：2,931件



(出典) 博覧会協会HP、大阪まちごと万博共創プラットフォームHP、報道等より引用・抜粋

イベント

盆踊り

7月26日にアリーナで実施。
3,946人と62か国がギネス世界記録を更新。



大屋根リングマラソン

4月24日朝に実施。
パビリオンを出展している国際連合や欧州連合と15カ国の政府代表ら38人が一緒にランニングを楽しんだ。

EXPO酒場<会場外>

キタ（梅田）とミナミ（心斎橋）に本店を構え、週替わりで世界各国や日本各地の自治体・起業・団体が出店。食やドリンク、音楽、アート、トークイベントなどを通じて、多様な文化体験を提供した。



① つながり・交流の拡大・深化：「市民・社会」 3/3

- 人々のつながりは、会場内だけでなくSNSや仮想空間での体験を通じて広がり、様々な形で万博に参加できることから**より多くの人**が**能動的に万博に参加するきっかけ**となった。
- 公式キャラクターの「ミyakumiyaku」はその愛くるしい姿で、SNS上でもコミュニケーションの潤滑油となり、来場者のミyakumiyakuコーデも多く取り上げられた。
- SNSでは、ユーザーによるオリジナル会場マップやパビリオン予約の攻略法などが盛り上がり、万博をきっかけに**自発的で活発な交流**が生まれ、リアルなイベントの開催にもつながっていった。
- こうした交流は**来場意欲を高めるだけでなく、混雑回避をはじめとした円滑な会場運営**にもつながり、**会場内でのより快適な体験を参加者自らが実現**。
- **万博は『みんなで創りあげる場』**として、リアルとデジタルの両面で**共創の場**となった。

SNSの盛り上がり・交流の例

- SNSを通じて、来場者が自発的に作成した案内情報やおすすめスポットが広がり、参加者同士の交流や工夫が促進された。
- 公式キャラクターを題材にした創作や愛称が広がり、参加者同士の交流や共創の場となった。
- 来場者が感想や写真・動画、おすすめルートなどを投稿し、万博の楽しみ方を発信。投稿を見た人が実際に会場に足を運ぶきっかけになった。
- 特に暑さ対策に関して、持ち物リストや必須アイテムを共有し合った。
- パビリオンに並んだ実際の時間や、穴場スポットを報告する投稿が多く見られた。
- SNSで広がった来場者発案の案内情報には、入場方法や予約の仕組みを見やすく整理した工夫が加えられ、参加者同士の情報共有が促進された。

博覧会協会公式SNSでの投稿

公式SNSでは、ミyakumiyakuや花火に加え、タレント出演イベント、ブルーインパルス、各国の文化プログラムなど国際色豊かなコンテンツを発信し、大きな反響を獲得。これらは来場促進に大きく寄与し、閉幕後も高いインプレッションを記録した。



(出典) 博覧会協会公式SNSより抜粋

① つながり・交流の拡大・深化：「文化・芸術・学術」 1/2

- 文化・芸術・学術分野においても、様々な垣根を越えた「共創の場」として機能。
- 伝統文化と先端技術を融合させた展示やパフォーマンス、ワークショップやシンポジウムを通じて、新しい表現やアイデアが誕生した。
- 他国の文化を知るだけでなく、改めて日本文化の魅力を新たな切り口から発信・体感できる場となった。

文化

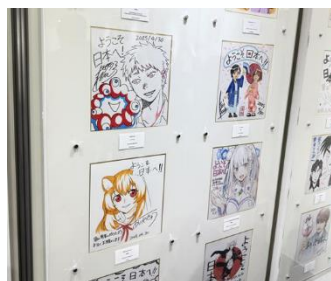


大相撲大阪・関西万博場所
横綱大の里をはじめ約170人の力士が参加。幕内力士の取組のほか、子ども相撲、相撲甚句などが実施され、海外からの来場者を含む約4000人の観客を沸かせた。



超歌舞伎〈CHO-KABUKI〉
Powered by IOWN
『今昔饗宴千本桜 Expo2025 ver.』
(NTTパビリオンデー)
IOWNの通信技術で、万博会場と台湾の会場をリアルタイムで繋ぎ、日本の伝統芸能「歌舞伎」と、台湾の伝統民俗文化“陣頭”のひとつ「官將首」が共演。

Cool Japan Showcase Anime Manga Tourism Festival
(テーマウィーク「未来への文化共創ウィーク」)
展示ではアニメや漫画のゆかりの地による地域の魅力について発信し、漫画家からのメッセージボード等を展示。アニメや漫画を起点に日本の魅力を発信するトークセッション等のイベントを開催。3日間で15,000人以上が来場。漫画家からのメッセージボードは好評につきイベント終了後にFLVにて継続展示。



生成A I × 伝統芸能
(伝統文化未来共創Project)
「令和今昔四季物語絵巻」と題し、生成A Iを演出に活用。異なるジャンル・年代が共創するきっかけとなった。



建築×西陣織
(飯田グループ×大阪公立大学共同出展館)
「世界最大の西陣織」として建築外皮としての工芸という新領域を開拓。ギネス記録認定を達成。

① つながり・交流の拡大・深化：「文化・芸術・学術」 2/2

- 展示や様々な取り組みにより、来場者とクリエイターの対話や産学官の連携など、従来の垣根を越えた交流を深化させた。
- 若手建築家が休憩所やトイレのデザインを担当するなど、未来を担う次世代が主体となり、多様な分野における課題に挑戦する場を提供。挑戦することで価値が生まれるという成功体験を得る場となった。
- こうした交流は万博終了後もイベントや共同研究、地域活性化プロジェクトなど様々な形で続き、文化の発信力強化や学術ネットワークの拡大、次世代の人材育成へと発展している。

芸術

若手建築家による革新的な建築

「多様でありながら、ひとつ」という会場デザインコンセプトの下、会場内の計20施設を若手建築家が設計。若い世代の活躍、飛躍のきっかけとなった。



デザインシステム

ももとは万博のロゴマークを基に作成されたデザインシステムのエレメントであった「ID」が様々な形等を変えることで、SNS上で話題になり人気を博した。



アート×ヒト×社会 (Study:大阪関西国際芸術)

会場内複数箇所にパブリックアートを展示。万博会場の他に大阪府内各所へ展開し関西の文化芸術を発信するとともに多数の海外機関と連携したアートプロジェクトを展開。新たな対話と発見の場を創出。



学術

産学官連携の実証・加速化 (TEAM EXPO共創チャレンジ)

大学・研究機関がSDGsや医療、教育、防災など多様なテーマでプロジェクトを推進。大阪大学SSIでは、地域資源とITを組み合わせた減災システムや難治てんかん患者支援アプリなどを発表。

学びの場としての共創 (ジュニアEXPO)

大阪・関西万博のテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」の実現に向けて、未来を担う小中学生がSDGsや万博について学び、自分たちの考えたアイデアを発表する教育プログラム。



① つながり・交流の拡大・深化：「ビジネス」1/2

- 各参加国は、万博会場での様々なイベントと連動させながら、ビジネスミッション団を派遣し、会場内外でセミナーや交流会を開催。大阪・関西でも官民が協力して、Global Healthcare Challenge や、Global Startup EXPO 2025を開催。大阪・関西から世界にビジネス交流の輪が広がった。
- 会期を通じて、万博を契機とした海外とのビジネスチャンスやネットワークが幾つも創出された。

参加国とのビジネスマッチング



スコットランドのゲーム産業を紹介するイベント (4/17@英国PV)



ブルガリアのヘルスケア・ビジネスミッション団イベント (6/26@ブルガリアPV)



デンマーク食品企業ミッション団との交流会 (4/24@大阪市内)



世界を対象にしたビジネスイベント

Global Healthcare Challenge

- －時期：2025年6月25日～26日、場所：グランドプリンスホテル大阪ベイ
- －主催：経済産業省、JETRO
- －内容：国内外のスタートアップによるコンテストやカンファレンス、交流会等を、万博のヘルスケアウィークに連動する形で実施。



Global Startup EXPO 2025

- －時期：2025年9月17日～18日、場所：EXPOメッセ（万博会場内）
- －主催：経済産業省、JETRO、NEDO
- －内容：世界中からスタートアップ関係者が参加し、様々なビジネスマッチングを実施する場。

① つながり・交流の拡大・深化：「ビジネス」2/2

- 大阪ヘルスケアパビリオン内の「リボンチャレンジ」に400を超える大阪府の中小企業・スタートアップが出展するなど、大阪・関西万博には多数の日本企業が参加。 中小企業庁・中小機構の体験型展示イベントには、5日間で延べ3万人以上が来場し、従前からの展示商談会等ではリーチできない国内外からの来場者（子ども、海外大使館からの視察団、視覚障がい者等）も来訪。
- 会期を通じて様々な企業が技術や商品・サービスを披露し合ったことにより、多様なネットワークが生まれ、企業間イノベーションが促進された。
- また、未来の都市や民間パビリオンなど 日本の出展企業も、万博の機会を活用して、海外とのビジネス交流を実施。 加えて、普段は関わりが無い社員同士の交流の機会 になったり、参加した社員の自社への理解や愛着が深まった という声も聞かれ、万博が社員育成の場としても機能した。

リボンチャレンジ

- 時期：2025年4月13日～10月13日、場所：大阪ヘルスケアパビリオン（万博会場内）
- 企画・運営：中小・スタートアップ出展企画推進委員会（大阪商工会議所、公益財団法人大阪産業局）
- 内容：「リボンチャレンジ」とは、万博への参加をめざす、優れた中小企業・スタートアップを発掘し、大阪ヘルスケアパビリオンでその象徴的な成果を効果的に発信できるよう、会期中だけでなく、準備期間や開催後も視野に入れた支援事業企画を表す。
万博に向けて新技術開発などに取り組む、大阪の優れた中小企業・スタートアップ計432社が万博会期中の26週間にわたり週替わりで出展した。同エリアには約267万人が訪れた。

中小企業庁・中小機構の体験型展示イベント

未来航路-20XX年を目指す中小企業の挑戦の旅-

- 時期：2025年10月3日～7日、場所：EXPOメッセ（万博会場内）
- 主催：中小企業庁・独立行政法人中小企業基盤整備機構
- 内容：未来思考の製品・サービス・テクノロジーを有する、日本の中小企業の挑戦や魅力を世界に向けて発信することを目的とし、中小企業83社による社会課題の解決に挑む製品やサービスの体験型展示や1,800を超える中小企業から届いた未来社会に対する挑戦メッセージの展示等を実施。

体験型デモ展示



挑戦メッセージ展示

① つながり・交流の拡大・深化：「地域」 1 / 2

- 北海道から沖縄まで**全国の550以上の自治体**が会場内の展示・イベントに参加し、**各地の特色ある食や伝統産業、文化、自然環境等の魅力を国内外の来場者に発信**。
会場内の自治体関係展示やイベントに、延べ**1,000万人以上が来場**。
- 自治体と参加国の**国際交流プログラムを実施**（95自治体×76か国による154件の交流計画を執行）。

万博首長連合 「LOCAL JAPAN展」(7月28～31日)

共通の興味を持った遠隔地の自治体同士による広域連携。
大阪府松原市など全国43の中小規模の自治体が連携して魅力を発信。



鳥取県 「サンド・アライアンス」

砂という共通点で参加国とつながり、相互の「砂の展示」魅力発信に向け、ヨルダンなど7つの海外パビリオンと「サンド・アライアンス」を結成。



【経済産業省】石川県、輪島市

輪島塗の大型地球儀（4月13日～ 常設）
「夜の地球 Earth at Night」
能登半島地震で被害を免れた「復興のシンボル」として展示。



山形県遊佐町・宮崎県えびの市×マダガスカル 万博国際交流プログラム

地元高校の存続のために、高校魅力化や地域の活性化を図る取組としての「みらいハイスクール構想」を活用してきた自治体が、万博を契機に、マダガスカルから留学生を受け入れる取組を実施。マダガスカルの生徒たちが遊佐町、えびの市に滞在し、文化体験等の交流をしつつ、万博会場では相互交流の経験等を発表。



「けいはんな万博2025」

けいはんな学研都市では、「ポスト万博シティ」としての万博の成果継承を見据え、拡張万博の一環として2025年4月より「けいはんな万博2025」を開催。「未来社会への貢献～次世代への解～」をテーマに、同都市の強みである研究開発力と文化資源を活かし、「ロボット・アバター・ICT」、「ウェルビーイング」「スタートアップ」「サイエンス&アート」など多様な分野でイベント、ワークショップ等を展開。約20万人が参加。



① つながり・交流の拡大・深化：「地域」 2 / 2

- 大阪・関西万博を契機に、様々な自治体において海外の自治体・企業・教育機関など、多様な主体との新たな交流・連携が生まれ、促進された。（国際交流関係の件数：204件）
- 開催地である**大阪市では、大阪・関西万博を契機に10の国・都市等とのMOU等の締結や、36年ぶりの姉妹都市連携を実現。**万博を契機に大阪・関西の国際的発信力が向上し、世界とのネットワークが広がった。

万博を契機とした海外交流事例

滋賀県：すでに姉妹県州・県省協定書を締結している州・省・県と万博を契機として交流が深化。

京都府：大阪・関西万博国際プログラムを活用し、ウクライナ トルスカヴェーツ市との友好合意書を調印。

大阪府：カナダ、フランス、イタリア等とのライフサイエンス産業振興や先進医療に関する協力関係の構築に向けた両当事者の連携を強化。

兵庫県：パラオ共和国教育省および兵庫県立大学間での教育分野での連携を推進。

奈良県：世界最大の旅行プラットフォームであるトリップアドバイザーと観光振興にかかる連携と協力に関する協定を締結。

和歌山県：ナウル共和国との広報連携を実施。

鳥取県：ヨルダン、ナウル共和国等と「サンド・アライアンス」結成に関する協定書を締結。

徳島県：ヨルダン館の展示物に関する譲渡同意書を締結。

三重県：インドパビリオンにて「インド・三重デイ」を開催。

福井県：すでに姉妹県州・県省協定書を締結している中国 浙江省と万博を契機として交流が深化。

MOU等締結

大阪市は万博を契機に以下の国・都市等とMOU等を締結。

ケベック州（カナダ）、ハンブルク商工会議所及びファイナンスプラッツ・ハンブルク（ドイツ）、クアラルンプール市（マレーシア）、ベンガルール商工会議所（インド）、ロッテルダム市（オランダ）、ウッチ市（ポーランド）、駐日エチオピア連邦民主共和国大使館（エチオピア）、チリ貿易振興局（チリ）、スウェーデン貿易投資公団（スウェーデン）、バルセロナ市（スペイン）

姉妹都市連携

大阪市は、2025年9月5日（金）（英国時間）に、大阪市として36年ぶりとなる姉妹都市提携を英国のグレーター・マンチェスター合同行政機構との間で締結。

今回の姉妹都市提携の締結を機に、環境、経済、文化、スポーツなど、多方面に交流を拡大し、両都市間の連携の強化を図る。



②新たな価値観への気づき・共有 1 / 2

- 各パビリオンの展示やテーマウィーク、イベントなど様々な取組を通じて、「いのちの在り方、人々の多様性」、「デジタルの浸透とリアル体験の価値の再発見」、「地球温暖化への適応意識」、「未来社会への期待」といった価値観を、大阪・関西万博に関わった全ての人々と共有した。

1. いのちの在り方、人々の多様性

- 分断という言葉がより強く語られ始めている中、大屋根リングが「多様でありながら、ひとつ」というメッセージを体現。
- 各国・地域が独自の文化や課題を持ち寄り、パビリオンやイベントを通じて人権・健康・食・歴史などについてそれぞれの価値観を提示したことで、来場者はいのちや多様性について、色々な価値観に触れることができ、人間の生き方を考える出発点となった。
- 「多様でありながら、ひとつ」という理念が、障がい者・高齢者・LGBTQ・外国人など、社会の多様な人々同士の相互理解のきっかけとなった。
- バリアフリーやジェンダーに配慮した会場設計により、あらゆる人々の来場を可能にした。また、これらが「特別な対応」ではなく、「当たり前」の対応として社会に浸透していくモデルケースとなった。
- 「いのち」というテーマにより、生命科学・医療・ウェルビーイング・環境保全などについて積極的な対話のきっかけが生まれ、多様な生き方・価値観を尊重する未来社会の姿を体感でき、特に若い世代にとって重要な記憶となった。
- 人々の連携、助け合いが必要であることへの気づきを生み、社会の価値観が「競争」から「共創」へ変わるきっかけとなった。



コモンズ館



テーマウィーク



大屋根リング



いのち宣言フェスティバル



静けさの森

②新たな価値観への気づき・共有 2/2

2. デジタルの浸透とリアル体験の価値の再発見

- オンラインのみによるコミュニケーションを余儀なくされたコロナ禍を乗り越え、リアルなイベントとしての万博での体験によって、リアル体験が持つ価値を再発見でき、リアルな交流が失われつつあることへの歯止めの一つとなった。
- アーカイブやバーチャル空間といったデジタルのメリットを享受しつつも、実際に目で見ると、音を聞く、モノに触れるといったリアル体験とも融合させた展示は、万博の新たなトレンドとなった。
- ビジネスにおいても、オンラインが日常化した時代だからこそ、直接会って話すことの心理的・文化的意味が強調された。
- サイバー空間が浸透する時代において、「生身の人間」「集合」の意味を再確認できた。



スタッフ同士のピンバッジ交換

ナショナルデーのパレード



ヨルダンパビリオン

3. 地球温暖化への適応意識

- 循環経済やカーボンニュートラルの理念を展示だけでなく運営・インフラでも実践し、再生可能エネルギー活用や資材リユース、廃棄物削減を徹底することで来場者に環境配慮の重要性を提示した。
- 主催者による暑熱対策と同時に、各施設でも自主的に対策がなされたり、来場者も帽子着用やマイボトル持参、男性が日傘を利用するなど温暖化への適応意識が広がった。



パビリオンでの日傘貸し出し



会場内のマイボトル給水器

4. 未来社会への期待

- 「未来社会の実験場」を掲げ、デジタル、モビリティ、AI・ロボット、ライフサイエンスなどの分野で先端技術の実証が行われ、様々な未来技術を身近に感じる機会となった。
- 展示や体験を通じて、「未来は体感するだけでなく共に創るもの」という意識が共有され、多様な実証が社会実装へのステップとなることを示した。
- 日本の技術・システムが来場者のみならず各国・企業からも高評価を得た。

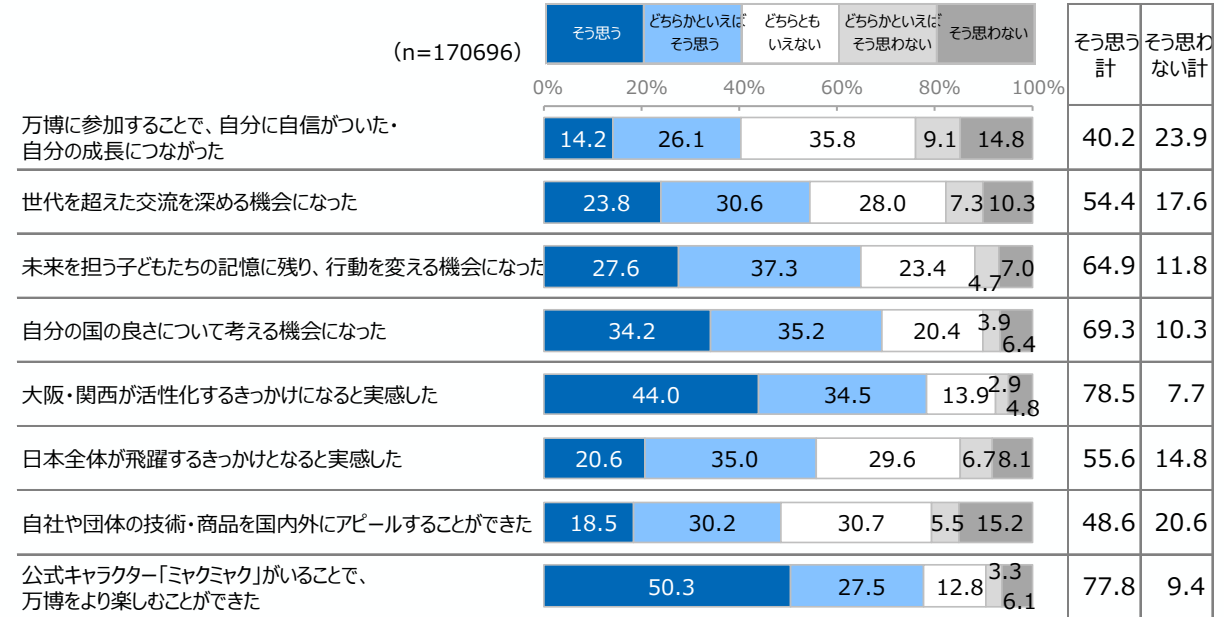
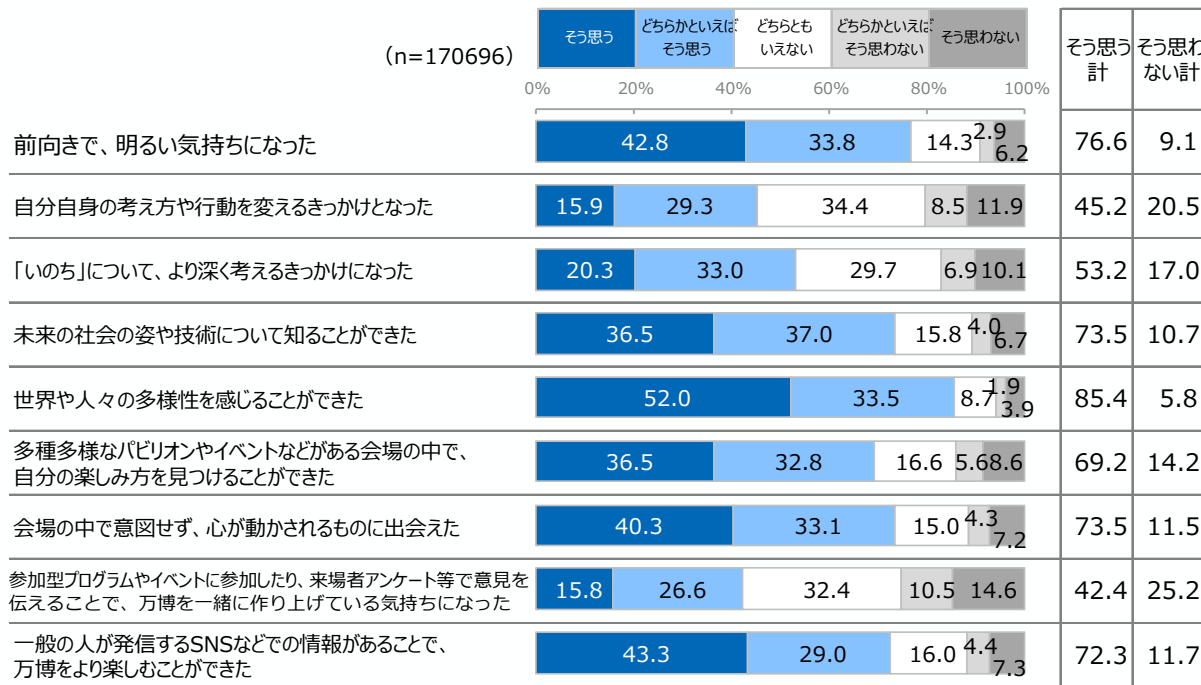


Mirai Theater

②新たな価値観への気づき・共有：来場者からの声

- 博覧会協会が実施した来場者アンケートからは、パビリオンやイベント、テーマウィークなどの様々なアプローチを通じた万博での体験によって、**未来社会や「いのち」について考えたり、世界や人々の多様性について感じたり、考え方や行動を変えるきっかけとなったとの回答が多く確認された。**

Q7：【EXPO 2025 大阪・関西万博】に行ったことや各パビリオン・様々なイベントなどを体験することにより、どのように思われましたか。次にあげるそれぞれについて、あてはまるものを1つお知らせください。（各SA）



注) 数値は回収数を100とした%
【必須回答】

②新たな価値観への気づき・共有：子どもたちからの声

- 来場した子どもたちからは、海外パビリオンのスタッフとの交流でドキドキ・ワクワクした、新しい科学技術を目の当たりにして感動したといった声が寄せられている。
- 次世代を担う子どもたちにとって、未来やいのち、様々な国の文化や知見について知り、学び、考え、自身の将来に思いを馳せる場となり、世界や未来社会を身近に体感する貴重な機会となった。

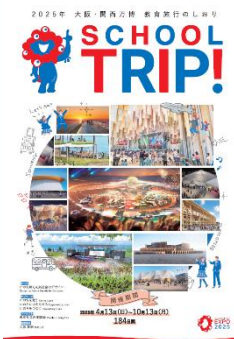
子どもの来場への取組

<修学・教育旅行における万博活用促進（博覧会協会）>

- 子どもの五感を刺激できる万博を、探究学習に活用してもらうべく、教育機関向けに説明会を実施。

<子ども招待事業（関西2府4県と始めとした自治体）>

- 将来を担う子どもたちに対し、世界の様々な文化や知見、技術に触れる機会を創出するため、万博の入場券を無料配付。（入場券費用を助成する自治体もあり。）
- 一部自治体では、学校行事で来場せず入場券の配付を受けた児童・生徒のうち、家庭の事情により来場が困難な児童・生徒が万博を体験できるよう、夏休み期間中に特別招待を実施。



子どもの来場実績

- 中人（12-17歳）・小人（4-11歳）・3歳以下の来場者は38万人程度。（来場者全体の約15.1%）
- 教育旅行関連の来場者数は、校外学習、修学旅行、自治体招待事業などで合計130万人程度。

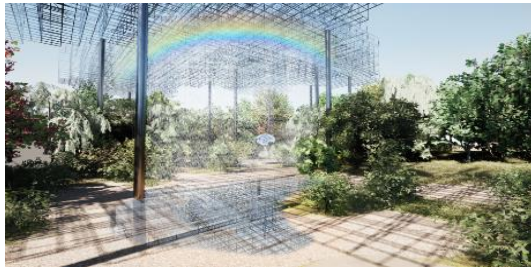
実際に来場した子どもたちの声

- 万博を通じて、他国の文化や技術を認め合い、尊重し合える世界が素晴らしいなと感じた。
- ブースにいる海外のスタッフに頑張って英語で話しかけてみた。ドキドキしたけど、答えてくれて嬉しかった。
- 新しい技術に感動した。将来に向けた視野が広がり、未来がますます楽しみになった。
- 今まで喋ったことのなかったクラスメイトとも一緒に盛り上がって交流できた。
- 大屋根リングを登って見た景色がきれいだった。ヘルスケアパビリオンで見た25年後の自分が面白かった。
- たくさん学んだり経験できたり、本当に楽しかった。招待してくれてすごく嬉しかった。

(参考) 新たな価値観へのアプローチ：シグネチャーパビリオン

- 大屋根リングの中心に位置し万博のテーマを象徴するシグネチャーパビリオンでは、各プロデューサーの視点で「いのち」について考え、未来への問いを投げかけることで来場者に新たな気づきや出会いをもたらし、多様な価値観が生まれる場となった。

宮田P Better Co-Being
「いのち」を響き合わせる
Better Co-being



©SANAA

石黒P いのちの未来
「いのち」を拡げる
技術と融合することにより、
いのちの可能性を拡げる



©FUTURE OF LIFE / EXPO2025

中島P いのちの遊び場 クラゲ館
「いのち」を高める
STAM ワクワク!を探す旅へ
いのちが踊る、いのちが歌う、いのちがひらく。
生きている!という感覚の発露



©steAm Inc. & Tetsuo Kobori Architects All Rights Reserved

落合P null²
「いのち」を磨く
未知との出会いこそが
いのちを磨く体験



©2024 Yoichi Ochiai / 設計:NOIZ All Rights Reserved.

福岡P いのち動的平衡館
「いのち」を知る
わたしたちの「いのち」は、
どこから来てどこへいくのか



© DYNAMIC EQUILIBRIUM OF LIFE / EXPO2025

河森P いのちめぐる冒険
「いのち」を育む
今、ここに共に生きる奇跡



© 2024 Shoji Kawamori/Office Shogo Onodera, All rights reserved.

小山P EARTH MART
「いのち」をつむぐ
食を通じて、いのちを考える



©EARTH MART / EXPO2025

河瀬P Dialogue Theater-いのちのあかし-
「いのち」を守る
わたしのなかのあなた、
あなたのわたしに出会う場所



© Naomi Kawase/SUO, All Rights Reserved.

(参考) 新たな価値観へのアプローチ：海外パビリオン

- 大阪・関西万博のシンボルである大屋根リングの中に全ての海外パビリオンが結集。世界の分断の危機が叫ばれる中で「多様でありながらひとつ」の価値観をリアルに体現した。

【テーマ解釈部門での公式参加者褒賞受賞国】

タイプA (大規模)	タイプA (小規模)	タイプB/X
<p><金賞> イタリア 「芸術は生命を再生する」 イタリアの芸術と文化の豊かさを通して、アートは人生を再生することを提唱。</p>  <p><銀賞> ドイツ 「わ！ドイツ」 「わ！」には、循環の「環（わ）」、調和の「和（わ）」、感嘆の「わ！」の3つの意味を込めて、循環経済を体感。</p> <p><銅賞> ベルギー 「水」 水の三態「固体」「気体」「液体」をエリアに分けて表現。ライフサイエンス、ヘルスケア分野における最新技術を紹介。</p>	<p><金賞> ウズベキスタン 「知識の庭-未来社会のための実験室」 豊かな文化遺産を守りながら持続可能な開発目標に向かう姿を表現。</p>  <p><銀賞> セルビア 「浮遊する森」 調和と大胆な発想、そして持続的なバランスによって形作られる未来を世界に向けて提案。</p> <p><銅賞> アイルランド 「クリエイティビティが人と人をつなぐ」 3つの巴文様で、アイルランド国家、日本との関係、クリエイティブな協働の精神を表現。</p>	<p><金賞> ヨルダン 「未来を紡ぐ」 1万年以上にわたる歴史、文化、未来への展望を探求する姿を表現し、未来への体験を提供。</p>  <p><銀賞> ブラジル 「持続可能性を受け入れ、人生を謳歌する」 「人類と自然の共生」「生物多様性」などのテーマに基づいた、没入型の体験を創出。</p> <p><銅賞> チリ 「マクン：人々を包むチリの織物、私たちが守る未来の社会」 常により良いものを目指す革新的な国としての取組を紹介。</p>
共同館 (セービングゾーン)	共同館 (エンパワーリングゾーン)	共同館 (コネクティングゾーン)
<p><金賞> ガボン 「命を救う」 貴重な動植物の宝庫でもあり、多様な生物も保護しているガボンを感じて体感する体験を提供。</p>  <p><銀賞> クロアチア 「世界のダイバーシティのための気候多様性」 クロアチアの気候多様性は様々な経験を可能にしていることを提示。</p> <p><銅賞> ブータン 「幸福を国の柱に：ブータンが描く未来のかたち」 ブータン国民の幸福度の高さを象徴する文化や伝統を紹介。</p>	<p><金賞> ガーナ 「過去と未来をつなぐ協力のかたち ガーナと日本の歩み」 進化するガーナの力と日本の支援を紹介。</p>  <p><銀賞> 北マケドニア 「スコピエの記憶とともに歩むバルカンの新しいかたち」 スコピエをはじめとした豊かな文化遺産と未来志向のビジョンを紹介。</p> <p><銅賞> トンガ 「ラグビーと文化が輝く南太平洋の王国トンガ」 トンガの伝統的な工芸品や美術品、食を展示。</p>	<p><金賞> カザフスタン 「寛容・団結・可能性で描く、未来へのつながり」 寛容、団結、可能性の3つの原則に基づき、シャニラクの象徴を通じて命をつなぐことを表現。</p>  <p><銀賞> ジャマイカ 「音楽と自然が息づくカリブの輝き」 ジャマイカの都市や自然の風景、魅力的な人々を紹介。</p> <p><銅賞> ジブチ 「極限の地に宿る進化の鼓動」 中継貿易で栄えるジブチの発展の歴史を紹介し工芸品の展示などを実施。</p>

(参考) 新たな価値観へのアプローチ：日本館

- 「いのち」の根底にある「循環」の価値を、より多くの人に自分ごととして関心をもってもらうことを柱として位置づけ、展示・コミュニケーション等の取組を一貫して展開。
- 会場内の生ごみから水や電気を生み出して館内で活用する等、実際に「循環」を生み出すことで「生きたパビリオン」を体現し、身近にある様々な「循環」に気付く機会を提供。
- 次世代を担う子どもたちから、「循環」の価値を知ってもらい、「新たな価値観」として自ら言語化して発信する機会を提供。

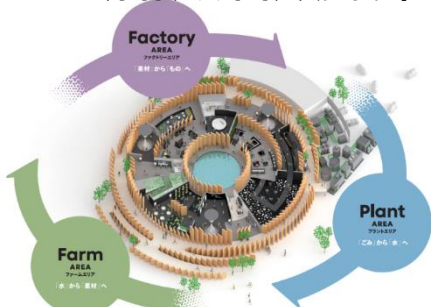
リアルな「循環」を生み出し「生きたパビリオン」を体現



会場内の生ごみから水や電気を生み出したバイオガスプラント



バイオガスプラントから生まれた水が注がれた水盤



日本館を一周することで「循環」を体感できる設計



藤原名誉館長による来館者との交流

「循環」の価値を発信・継承する機会を提供



日本館のレガシーを大学生から中学生に継承するイベント



循環を学ぶための子ども向けイベント



難解な「循環」の価値をわかりやすく、面白く伝える公式WEBマガジン



日本館で得た気付きを来館者自らが発信

(参考) 新たな価値観へのアプローチ：民間パビリオンなど

- 各パビリオンでは「いのち」を多様な視点から問い直し、科学、文化、芸術など複数の切り口から来場者に「いのち」について改めて考える場を創出。持続可能性と共創の価値を社会に提起するきっかけとなった。

民間パビリオン	NTT Pavilion	「PARALLEL TRAVEL」次世代技術を活用し、コミュニケーションの未来を体験。
	電力館 可能性のタマゴたち	「エネルギーの可能性で未来を切りひらく」カーボンニュートラルのその先の未来を描く。
	住友館	「さあ、森から始まる未来へ」森や自然と向き合い、未来に想いを馳せる大切さを感じるきっかけを提供。
	パナソニックグループパビリオン「ノモの国」	「解き放て。こころとからだとじぶんとせかい。」まだ気付いていない自分自身の可能性を発見できる体験を提供。
	三菱未来館	「いのち輝く地球を未来に繋ぐ」いのちを巡る壮大な冒険を通して様々な思いを感じることができる。
	よしもと waraii myraii館	「こころとからだの健康につながる、笑いのチカラ」産学連携で笑いの可能性を見つめ、発見していく。
	PASONA NATUREVERSE	「いのち、ありがとう。」からだ・こころ・きずなをテーマに展示を実施、「ありがとう」が響き合う世界を創出。
	BLUE OCEAN DOME	「海と話そう。」海洋資源の持続的活用と海洋生態系の保護をテーマとし、環境保護の考え方を学べる。
	GUNDAM NEXT FUTURE PAVILION	「それは『未来』へとつながっていく」ガンダムを通して世界中の人々とつながり、未来を考えるきっかけの場を提供。
	TECH WORLD	「世界をつなぎ、より良い未来の暮らしへ」自然との共存、人とのつながり、輝くいのちという未来のビジョンを表現。
	ガスパビリオン おばけワンダーランド	「化ける、未来！」カーボンニュートラル社会の実現に向けた未来の技術など、様々な「化ける」体験を提供。
飯田グループ×大阪公立大学 共同出展館	「伝統と進化の融合」誰もが健康に長く、安全・快適に暮らせる未来社会を体験し、いのちと幸せを考えるきっかけを提供。	
ORA外食パビリオン『宴～UTAGE～』	「食べる！笑う！生きる！それは『輝くいのち』そのものだ！」新しい外食のあり方を提起し、外食で世界を元気にする。	
政府・自治体館など	未来の都市	「幸せの都市へ」食やものづくり、エネルギーや交通など、暮らしや都市にまつわる未来の姿を展示。
	大阪ヘルスケアパビリオン	「REBORN」「生まれ変わり」を通じて新たな自分に気付き、行動が変わり、新たな一歩を踏み出すきっかけを提供。
	関西パビリオン	「いのち輝く関西悠久の歴史と現在」関西の悠久の歴史を感じ、過去の歴史を現在へ受け継ぎ、未来へ繋いでいく姿を表現。
	ウーマンズパビリオン	「When women thrive, humanity thrives～ともに生き、ともに輝く未来へ～」全ての人が公平で持続可能な未来を目指す。

(参考) 新たな価値観へのアプローチ：イベント

- 会場内で様々な形でイベントが開催。新たな交流が生まれ、様々な価値観の発信につながり、**単なる「体験」**だけではなく、「**共創・共感**」につながる**機会**となった。

体験型イベント



One World, One Planet.
ドローンショーや大屋根リングのライトアップ、プロジェクションマッピングなどが連動する壮観なショー。万博会場内外を問わずスマートフォンからの参加も可能。



水と空気のスペクタクルショー「アオと夜の虹のパレード」
大屋根リング内、南側の水面「ウォータープラザ」で行われる、水、空気、光、炎、映像、そして音楽が織りなす水上ショー。



ナショナルデー、スペシャルデー
各公式参加者が1日限定で実施するイベント。会期中はほぼ毎日行われ、パビリオンに並ばなくても各国の文化や伝統に触れることができる絶好の機会となった。

参加型イベント



1万人の第九 EXPO2025

大阪・関西万博の開幕イベントとして、万博会場の1万人と全世界からの歌声投稿で、“いつでも・どこでも・だれとでも・心と歌声につながる” 唯一無二のベートーヴェン「第九」を演奏。



盆踊り世界記録に挑戦

EXPOアリーナにて、一度に踊る国籍数と人数で世界記録に挑む盆踊りが行われ、「62か国」「3946人」のギネス記録がそれぞれ誕生。



パビリオンの個性が光るイベント

ウーマンズパビリオンでは、女性起業家によるトークセッションなどを開催し、会場での活発な意見交換や動画配信等を通じて女性活躍の機運を醸成。



各催事場で展開される多様なイベント

WASSEにて「福島復興展示」を開催。5日間で延べ約5万人が来場。会場内と連携したステージイベントや福島県産品販売も実施し、大阪市内でもミニ展示や交流企画を実施。

(参考) 新たな価値観へのアプローチ：テーマウィーク

- テーマウィークは前回のドバイ万博で初めて実施。大阪・関西万博では、ドバイ万博のテーマウィークプログラムを継承し、理念と方法論を参照しつつ、独自のテーマを設定。
- 大阪・関西万博のテーマウィークは、**8つのテーマで合計429回のプログラムを実施し、国内外の2,653人が登壇。リアル・バーチャル含めて約700万人が参加し、多様な価値観について活発な対話がなされた。**

分類	テーマ（ウィーク名）	期間	議論の概要（問い）
いのちをつなぐ 社会を豊かにするための課題	未来への文化共創	4/25～5/6	多様な文化が共鳴し、未来への文化が共創されるために、私たちは何をすべきか？
	未来のコミュニティとモビリティ	5/15～5/26	誰もがその人らしく生きられるコミュニティとは？
いのちに力を与える 誰もが幸福で豊かな生活を送るための課題	食と暮らしの未来	6/5～6/16	全ての人々が食と暮らしに困ることがない未来はどのようにすれば実現できるのか？
	学びと遊び	7/17～7/28	AI時代において人は何を学ばば良いのか？
いのちを救う 人と地球上の生命を驚かす課題	健康とウェルビーイング	6/20～7/1	一人ひとりのウェルビーイングが共鳴する社会をどう実現するか？
	平和と人権	8/1～8/12	あらゆる差別をなくし、互いを尊重し合う社会を実現するために、世界は何をすべきか？
	地球の未来と生物多様性	9/17～9/28	豊かで多様ないのちが住む地球を未来に残すために、私たちは何をすべきか？
いのち輝く未来社会のデザイン まとめ（最終週）	SDGs+Beyond いのち輝く未来社会	10/2～ 10/12	SDGsは達成できるか？ そして、その先はどうする？

(参考) 新たな価値観へのアプローチ：オールインクルーシブな取組

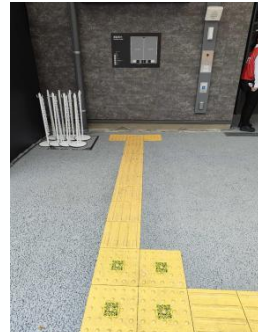
- 大阪・関西万博の開催にあたり、ユニバーサルデザイン検討会（全3回）、交通アクセスユニバーサルデザイン検討会（全5回） 及び ユニバーサルサービス検討会（全12回） を開催。すべての人が安全・快適に過ごすことができるよう、障がい当事者や学識経験者等の意見を踏まえて検討を深め、ガイドラインの策定等を行った。
- 会期中には実際に NaviLensコードの設置 などを実施し、オールインクルーシブな万博を実現した結果、多くの障がい者の方にも来場いただくことができた。（特別割引入場券の販売枚数約**63.3万枚**）
- クラゲ館では、年齢や立場、障がいや病気、国などの違いをこえ、多様な方に働き手・作り手として会期中も前も参画してもらった。

NaviLensコード等の設置

- NaviLensコード（視覚障がい者、多言語向けの移動を支援するアプリのQRコード）を会場内のトイレ等のパブリックスペースに計**188コード**設置。日本館や大阪ヘルスケアパビリオンでも設置が採用されていた。
- shikAIコード（視覚障がいがある方向けに音声で目的地まで案内してくれるQRコード）を会場内の点字ブロック上等のパブリックスペースに計**1,181枚**設置。（貼り付け箇所：**380箇所**）



NaviLensコード



shikAIコード

(出典) 博覧会協会HPより引用・抜粋

バリアフリーマップ等の配布

- 移動が困難な方向けに、バリアフリーマップを配布。（日本語版**7,403部**、英語**567部**）
- 感覚過敏の方向けに、センサリーマップを配布。（日本語版**2,269部**、英語版**367部**）
- 視覚による情報が得にくい方向けに、触知図を設置。（利用回数**123回**）

車いす、ベビーカーの貸し出し

- 会場内では、車いすやベビーカーの貸し出しを行った。
- ベビーカーの貸し出し数は会期通じて約**9.1万回**
- 車いすの貸し出し数は、**1日最大656台**。会期通じて**利用回数8.4万回**。

③ 新たな取組として生み出した技術・システムの実証：政府の取組

- 大阪・関西万博は、「未来社会の実験場」として、先端技術や新たな社会システムの実証を多分野にわたり実施。
- 会場および関連空間を活用した実証を通じて、将来の社会実装を見据えた具体的な知見の蓄積につながった。

万博における実施状況

➤ データ獲得による研究の加速

- リモートセンシング
- 自律学習ロボット
- AIスーツケース
- EVバス（大規模運用・走行中給電）



走行中給電の実証

➤ 商用化を見据えた具体化

- 空飛ぶクルマ
- CO₂分離・回収
- メタネーション
- CO₂排出削減・固定コンクリート
- 自動運転技術
- 多言語翻訳技術



空飛ぶクルマ
(SkyDriveデモフライト)

➤ 他地域への横展開を見据えた取組

- ペロブスカイト太陽電池
- 次世代船舶（水素船）



次世代船舶（水素船）

主な今後の展開

➤ 万博で獲得した実証データの解析

- ・自立学習ロボットの研究等

➤ 万博で行った実証の継続

- ・自動運転の知見、データ等の検証及び優良事例や課題の取りまとめ

➤ 商用化への移行

- ・空飛ぶクルマの商用運航を一部先行地域で2027～2028年に開始予定。
- ・CO₂分離・回収技術を2027年に商用化予定

➤ 他地域への横展開

- ・水素燃料電池船を東京都で活用予定。

③ 新たな取組として生み出した技術・システムの実証：事例 <デジタル> 1/3

- 万博史上初となる全面的キャッシュレス決済による会場運営を実証。
- 博覧会協会が25年11月17日に効果検証を公表済。決済利用満足度は9割を超え、店舗業務は現金管理に比べて決済関連作業に要する時間が約10分の1に効率化された。また、決済利用者の日常生活におけるキャッシュレス利用意欲の向上につながった。
- 「EXPO2025デジタルウォレット」を通じて、多くの来場者にWeb3の体験を提供（利用者の7割超が初体験）。

キャッシュレス決済

- 会場内235店舗で73種類におよぶ国内最多クラスの決済ブランドを導入し、万博史上初となる現金を一切取り扱わない全面的キャッシュレスによる会場運営を実現。

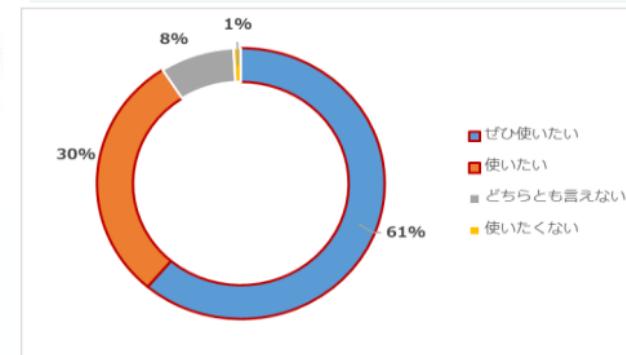
デジタルウォレット

- Web2（サーバー型ウェブ）の金融サービスとWeb3（ブロックチェーンによる分散型ウェブ）サービスを統合したアプリ「EXPO2025デジタルウォレット」により、電子マネー「ミyakペ!」、ポイント「ミyakポ!」、NFT「ミyakーン!」、SBT「事業連携サービス」を提供。
- サービス全体で登録者数約80万人（累計100万ダウンロード）を達成。利用者の7割超が初めてWeb3を体験したほか、Web3技術によるNFT（非代替性トークン）やSBT（譲渡不可のNFT）のデジタル資産について、約5割の利用者が魅力的と評価。
- Web3サービスにおけるNFT、SBT活用の多様なユースケース創出とトークンによる新たな金融サービスの実証を実施。

(出典) 博覧会協会HPより引用・抜粋



- ① 会場内全面的キャッシュレスは、万博史上初
- ② 184日、累計来場者2900万人規模は、日本初
- ③ 73種類の国内最大級の取扱ブランドを運用
- ④ 「JPQR Global」の国内初の導入



(万博を経たキャッシュレス決済利用意向)



(EXPO2025デジタルウォレット)



(SBTスタンプラリー例)

③ 新たな取組として生み出した技術・システムの実証：事例 <デジタル> 2/3

- 来場日時予約制による入場待ち時間の短縮、デジタルチケットの全面導入やQRコード認証・顔認証の導入など、デジタルによる会場運営を実施し、待機場所の効率管理や安全対策を徹底。
- 万博ID等を活用して寄せられた来場者からの声等をAIも活用して持続的に分析し、運営課題の改善を実施。想定外の出来事への対応などを通じ、日本の社会の力・現場力を世界に示した。他方で、パビリオンの予約が取れない、待ち時間が長くなるなどの課題は継続。
- パビリオンの入場管理は、民間パビリオンを中心に予約システムで効率管理を実施したが、導入しない海外パビリオン等では、予約枠と当日枠の調整や待ち列管理等の課題が生じ、解決策の模索を続けた。

デジタルによる会場運営

<入退場管理>

- 来場日時予約制によるゲートコントロール、待ち時間の短縮
- デジタルチケットの全面導入、QRコード認証による入場管理
- 通期パスの入場者とスタッフへの、顔認証による本人照合の導入
- リアルタイム人数に応じて、退場動線をコントロール

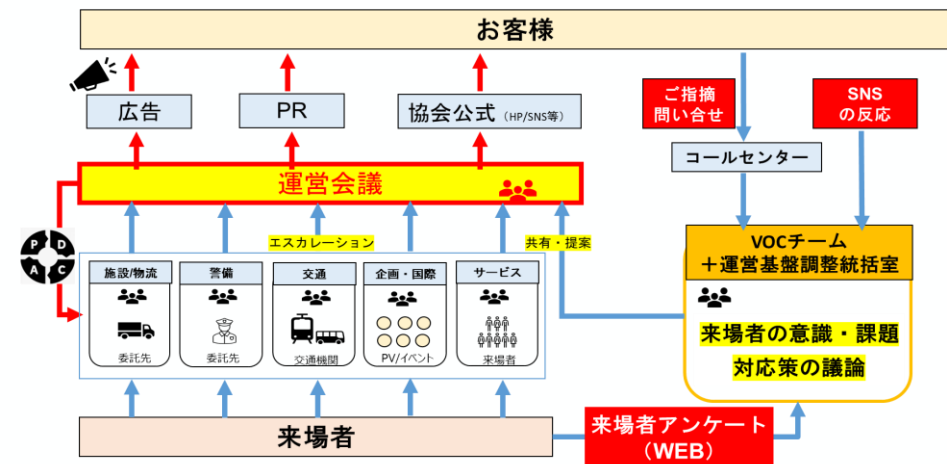
<パビリオン入場管理>

- 民間パビリオンを中心に、予約システムを導入し効率管理を実現。
- 予約システムを導入していない海外パビリオンにおいて、混雑状況や来場者の動き、天気に応じて、待機列の場所を変更したり、スタッフが待機列の整理に向かったりと機動的に対応。
- 待機列が常態化しているパビリオンには予約システム導入を奨励し、ヨルダン館やアイランド館などで実際に採用して待機列を解消。

(出典) 博覧会協会HPより引用・抜粋

運営課題の改善

VOCの運営体制



<主な改善例>

暑熱対策、西エリアの賑わいの醸成、シオユスリカ対策、レジオネラ属菌にかかる対応、自然災害時の情報発信、雷対策、暗所・段差対応、会場内の施設案内

③ 新たな取組として生み出した技術・システムの実証：事例 <デジタル> 3/3

- バーチャル万博は、インクルーシブな万博を実現する屋台骨としての役割を果たし、**総アクセス数3,183万回**を達成。バーチャル万博へパビリオン/ルーム/コンテンツ掲載を行った**バーチャル万博出展者は総勢338者**。

バーチャル万博事業※1
総アクセス数

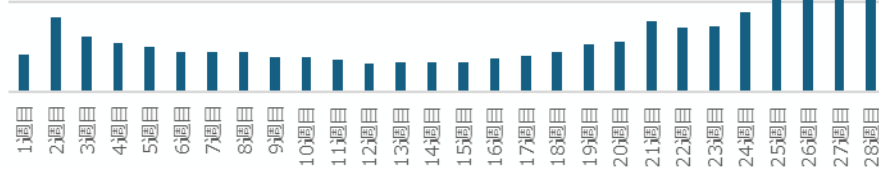
3,183万回

バーチャル万博アプリ
延べ来場者数※2

461万人

アプリ来場者数推移

【凡例】
1週目：4/3-4/12までの10日間
2週目以降27週目まで：各7日間
28週目：10/12-13の2日間



バーチャル万博アプリ評価：累計ダウンロード数115万DL超

カテゴリ	配信ストア	アプリ評価	月間ダウンロードランキング (日本) ※3		ユーザー比率
			カテゴリ別	無料アプリ全体	
SP	App Store (iPhone)	高評価 4.3/5.0	エンターテインメント 2位	7位	92%
	App Store (iPad)	高評価 4.3/5.0	エンターテインメント 2位	5位	
	Play Store (Android)	高評価 4.2/5.0	イベント 1位	15位	
PC	PC/PCVR	- (バーチャル万博公式HPにてアプリ配信のためデータ無し)			7%
VR	Meta Store	2.1/5.0	-	-	1%

大阪・関西万博バーチャル会場では、338の出展者が集うメタースペース空間を展開し、世界194カ国・地域から合計3,183万アクセス、延べ461万人の来場を達成し、名実と共に世界最大級のメタースペースイベントとなりました。

※1：バーチャル万博事業として協会が行ったオンラインプログラムを指し、バーチャル万博アプリ、バーチャル万博公式HPやSNS投稿へのアクセスです。
 ※2：リアル会場で実施したイベントの延べ来場者数381,564人を除きます。
 ※3：APPLION (<https://applion.jp/>) (10月17時点確認) データより

③ 新たな取組として生み出した技術・システムの実証：事例 <モビリティ>

- 空飛ぶクルマは、国内外複数者による合計81回のデモフライトを実施。また、空飛ぶクルマステーションでの常設展示には1,443,764人が来場。これらの取組等を通じ、空飛ぶクルマの認知度や社会受容性の向上に寄与。事業者が実施したアンケートの結果、来場者からは静音性への驚きや、実用化への期待の声が聞かれた。
- 自動運転技術を使った来場者輸送の実証として、新大阪駅・大阪駅や舞洲P&R駐車場と会場を結ぶシャトルバスと会場内外周バス（eMover）の一部で、自動運転による走行を実施（一部「レベル4」を含む）。実証を通じて、今後の社会実装に向けた多くの知見を蓄積した。

空飛ぶクルマ



©SkyDrive
(SkyDriveデモフライト)



©LIFT Aircraft Inc.
(丸紅デモフライト)



©ANAHD/Joby Aviation
(ANA/Joby Aviationデモフライト)



©Soracle Corporation
(Soracle展示)



©オリックス株式会社
(EXPO Vertiport)

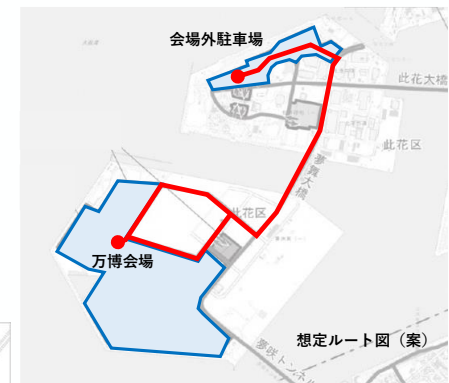


(空飛ぶクルマステーション)

<デモフライト実績>

- 丸紅 (HEXA) : 4月、7月 (合計29フライト)
- SkyDrive (SD-05) : 7月~8月 (合計17フライト)
- ANA/Joby Aviation (Joby S4) : 9月~10月 (合計35フライト)

自動運転



※いずれも赤色実線区間で自動運転を実施 ³⁶

③ 新たな取組として生み出した技術・システムの実証：事例 <AI・ロボット>

- 視覚障がい者向けのナビゲーションロボット「AIスーツケース」は、常設展示に加え、体験会を毎日実施し、合計4,800人以上が体験。社会実装に向けた技術的な課題を洗い出すなどの検証を行った。
- 会場案内やルート案内をAIがパーソナルガイドする来場者向け情報案内アプリ「パーソナルエージェント」は、延べ約1,500万人が利用。利用者は未利用者に比べて施設訪問数が1.13倍多くなるという回遊性を高める効果が見られた。

AIスーツケース



<AIスーツケースとは>

- 見た目はスーツケースだが、内蔵されているカメラやセンサーの情報を人工知能（AI）などを用いて処理し、人や障害物を認知すると避けたり停止したりしながら目的地へと導く。専用アプリの入ったスマートフォンを使い、画面タッチや声で目的地を設定。
- ハンドルのスタートボタンを押してグリップを握ると、AIスーツケースが動き出す。握ると動き、離すと止まる。ボタンでスピード調節し、指先の円形ダイヤルの動きで進む方向を知る。（出典：文部科学省「ミラメク」note）

（出典）博覧会協会HP、日本科学未来館HP、文部科学省「ミラメク」note等より引用・抜粋

パーソナルエージェント

～パーソナルエージェントの提供価値～
限られた来場機会の体験価値向上をサポートする、
来場者一人ひとりに寄り添ったサービスの提供

- パーソナルエージェントが提供するサービス
- ・ 会場の状況を地図で俯瞰表示（施設情報、混雑情報等）
- ・ ユーザの好みに合った施設、イベントのレコメンド
- ・ 最短経路で効率的なルート案内
- ・ オススメのモデルコースや、好みの似た人が実際に回ったコースをレコメンド
- ・ ユーザの行動を先読みした最適な行動をレコメンド



<主な機能>

- 会場マップ表示
- 会場全体エリア単位（50m×50m）の混雑状況表示、
- トイレやレストランの混雑状況表示、
- 会場内の地図ルート案内およびAR（拡張現実）によるルート案内

③ 新たな取組として生み出した技術・システムの実証：〈循環経済〉

- 会場内ではCO₂を吸収することで固まる特殊なコンクリートを世界で初めてドーム建設に活用するなど、脱炭素に向けた革新的技術を導入。
- 日本館や大屋根リングなどの建築で使用したCLT（Cross Laminated Timber）の一部を再利用。
- また、CO₂再利用施設や、会場内生ごみのバイオガス発電利用、9品目のごみ分別などの取組により、会場内の資源循環メカニズムを実証。

CO₂排出削減・固定最大化コンクリートの実証

- CO₂を吸収して固まるコンクリートは、製造時に発生するCO₂が、通常のコンクリートと比べて70%も削減可能。



「未来の都市」内に設置したベンチ



サステナドーム

CLTの再利用

- 日本館は、関係省庁が連携し、CLTを無償で日本館にて借受け、万博終了後に解体されたCLTをリユースするスキームを構築。
- 大屋根リングは、屋根材のCLTの一部を万博サーキュラーマーケット「ミヤク市！」で出品し、全量が落札。



日本館・大屋根リング

（出典）博覧会協会HP、コカ・コーラ ボトラーズジャパンHPより引用・抜粋

資源循環メカニズムの実証

〈カーボンリサイクルファクトリー〉

- 大気や排気ガスからCO₂を回収し、メタネーション技術により会場内の厨房や熱供給施設向けの燃料として利用。



RITE未来の森

〈会場内生ごみのバイオガス発電利用〉

- 会場内で発生する生ごみを発酵して製造するバイオガスで発電し、日本館の一部に電力供給。



バイオガス発電設備

〈3Rステーション〉

- 会場内にはペットボトルの蓋や生ごみなど9種類に分別できる「3Rステーション」を設置。



3Rステーション

③新たな取組として生み出した技術・システムの実証：＜ヘルスケア・ライフサイエンス＞

- PHR連携が生み出す新時代のウェルネス体験や、最先端介護機器の体験などにより、最先端の技術を活用する未来の医療・健康管理を先取り。
- 再生医療では、パソナパビリオンや大阪ヘルスケアパビリオンで*IPS細胞をテーマとした展示*を実施するなど、未来の医療体験や再生医療の可能性を発信した。

ヘルスケア



PHRを活用した万博体験

「ミライ人間洗濯機」の体験

＜Personal Health Record (PHR)＞

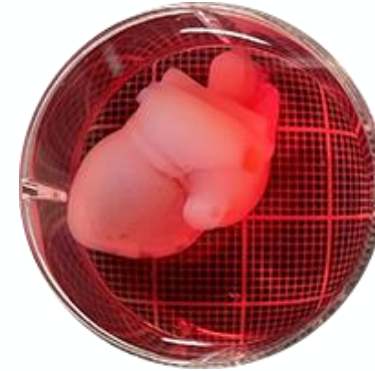
- 個人の健康に関するデータ（PHR）を活用し、「食事・運動・睡眠・暮らし」の4つの領域で、個人に最適な睡眠体験など、様々な健康増進サービスの体験提供を実施。

＜ミライ人間洗濯機＞

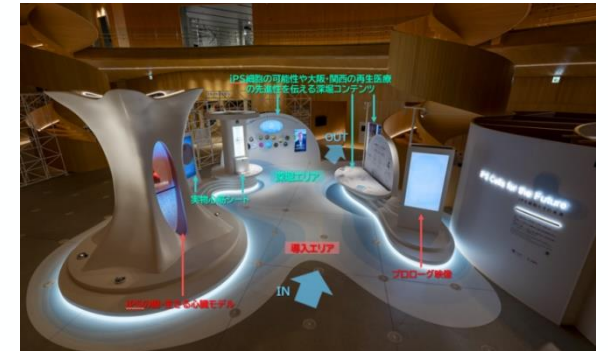
- 1970年大阪万博で展示された「人間洗濯機」が、半世紀を経て実現。
- 「ミライ人間洗濯機」は、カラダだけでなくココロまで洗い、健康管理もサポート。（出典：大阪ヘルスケアパビリオンHP）

（出典）首相官邸HP、大阪ヘルスケアパビリオンHP、パソナグループHP、大阪府HPより引用・抜粋

ライフサイエンス



「動く心臓」



iPS Cells for the Future

＜動く心臓＞

- iPS細胞などに由来する移植用臓器をつくるという再生医療分野の究極の目標に向けて、将来の「人工心臓」開発のベースになる技術として、iPS細胞を使った心筋シートを活用して立体的に「動く心臓」を再現。

＜iPS Cells for the Future＞

- iPS細胞由来の心筋シート
- 生きる心臓モデル（心臓模型）
- iPSマスター などを展示