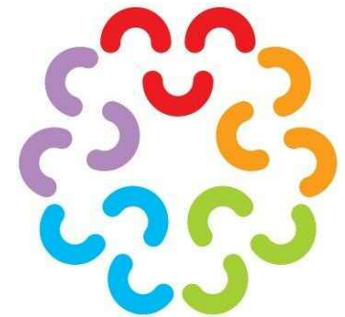


2025 日本万国博覧会誘致戦略

2025日本万国博覧会 誘致戦略

2017年9月20日
2025日本万国博覧会誘致委員会



OSAKA-KANSAI/JAPAN
EXPO2025



World Expo 2025
Candidate

第1章 基本方針（総論）

- i 誘致活動の基本方針
- ii 誘致活動を取り巻く状況
- iii 今後の取り組むべき方向性

第2章 海外誘致活動戦略

- i 海外誘致活動の考え方
- ii 海外誘致活動の視点
- iii これまでの取組み
- iv 今後の取組みの基本的考え方
- v 取組みイメージ・スケジュール

第3章 国内機運醸成戦略

- i 国内機運醸成の考え方
- ii 国内機運醸成の視点
- iii これまでの取組み
- iv 今後の具体的取組み・スケジュール

第1章 基本方針（総論）

i 誘致活動の基本方針

本戦略は、当誘致委員会のこれまでの活動を整理するとともに、今後の誘致活動を総合的、かつ効率的・効果的に進めるため、活動の視点や取組み予定等について、誘致関係者間で共有することを目的にとりまとめたものである。

2025年国際博覧会の誘致に日本を含め4か国が立候補する中、大阪・関西への万博誘致を実現するためには、2018年11月のB I E総会で行われる投票において、少なくとも加盟国の過半数の支持を得ることが必要不可欠。

このため、2025日本万国博覧会誘致委員会（以下「誘致委員会」という。）としては、国、地元自治体、経済界が一体となって、以下の活動を展開する。

① 海外誘致活動

- ・BIE加盟国のうち、より多くの国が日本、大阪・関西を支持してくれることを目指す。
そのため、国と連携しつつ、自治体、経済界などがもつ、あらゆるチャンネルを活かすとともに、国際会議などの機会を効果的に活用し、万博開催テーマの意義や、日本、大阪・関西の魅力について、理解を求め、支持を働きかける。

② 国内機運醸成

- ・日本が立候補4か国の中で、最も国内機運が醸成されていることを目指す。
- ・これをできるだけ数値等で国内外に示す。
 - ⇒ 他国を圧倒する機運醸成に向け、自治体、経済界の主体的な取組みを広げ、会員数や賛意を示す人々を増やす。これを数値等で明示し、BIE総会、誘致委員会HP等でアピール。
 - ⇒ 2018年1～3月のBIE現地調査において、国内、地元機運の高まりを調査団が体感できるように取り組む。

ii 誘致活動を取り巻く状況

<4か国の立候補>

- ・誘致委員会発足当時、フランスとの一騎打ちとみられていたが、ロシア、アゼルバイジャンが立候補。BIE加盟国の支持動向が複雑化し、我が国も誘致活動をさらに活発化させるとともに、国内機運の一層の醸成が不可欠に。

<BIE調査団の現地調査内容>

- ・開催地選定のキーとなるBIE調査団の現地調査が、来年1月～3月にかけて立候補国を順に回る。
- ・大阪のみならず、東京、関西での盛り上がりをBIE調査団にPRすべく対応していく。

iii 今後の取り組むべき方向性

この間の誘致活動を取り巻く状況をふまえ、誘致委員会では今後の取り組むべき戦略を打ち立て、各主体と共有することによって、誘致活動を総合的、かつ効果的・効率的に進めていく。

① 海外誘致活動

- ・4か国による誘致競争を勝ち抜くため、まずは、**BIE加盟国**に対し、**全方位的**にあらゆる外交ルート・国際会議等の機会を通じて、日本、大阪・関西のPRを実施。
- ・その際、万博に向けて生み出される新技術等の発信を通じて、国連が掲げるSDGs（持続可能な開発目標）の実現に向け貢献していくこともアピールしていく。
- ・誘致委員会としては、BIE総会に加え国際会議等の機会を中心に、**国、経済界、自治体が三位一体**となり、戦略的・効果的な誘致活動を行う。また、国による外交交渉のほか、議員、自治体、企業、団体等と協力し、様々なルートを活用しながらプロモーション活動に取り組む。
- ・その後、各国の反応をふまえ、各国毎にきめ細かい働きかけを行っていく。

② 国内機運醸成

- ・地元大阪・関西から機運醸成の取組みを率先して進め、ひいては日本全体での機運を高めていく。まずは、**2018年1月～3月のBIE現地調査**に向け、自治体、企業等と連携し、**誘致委員会会員数の上積み**や**各自治体での決議**をはじめとする国内機運醸成の取組みを展開する。
- ・**各主体による自発的な取組みを基本**とし、誘致委員会は各主体の取組みを促す**環境づくり**など重点的に取り組む。
- ・万博のテーマである「いのち輝く未来社会」づくりの取組み等を共有することで、国内各界各層に**万博の意義等の浸透を図るとともに、期待感の向上**に取り組む。

第2章 海外誘致活動戦略

i 海外誘致活動の考え方

○開催地決定ルールをふまえ、少なくとも加盟国の過半数の支持が得られるよう、海外誘致活動に取り組む ‹‹開催地決定ルール（4か国の中から選定するルール）››

- ① 1回目の投票で、候補地の一つが投票総数の2/3を獲得した場合は開催地決定。2/3以上獲得した候補地がない場合は、最も得票数が少なかった候補地が落選。2回目以降も、同様。
- ② 2候補による決選投票になった場合は、過半数の票を得た候補地に決定。

地域 (外務省分類)	加盟国数	加盟国一覧(2017.6現在)
アジア（日本含む）	18か国	インドネシア、韓国、カンボジア、スリランカ、タイ、中国、朝鮮民主主義人民共和国、ネパール、パキスタン、 バングラデシュ、東ティモール、フィリピン、ベトナム、マレーシア、モルディブ、モンゴル、ラオス、日本
大洋州	11か国	キリバス、サモア、ソロモン諸島、ツバル、トンガ、ナウル、ニュージーランド、バヌアツ、パラオ、フィジー、マーシャル諸島
北米	1か国	米国
中南米	30か国	アルゼンチン、アンティグア・バーブーダ、ウルグアイ、エクアドル、エルサルバドル、ガイアナ、キューバ、グアテマラ、 グレナダ、コスタリカ、コロンビア、スリナム、セント・クリストファー・ネイビス、セントビンセントおよびグレナディーン諸島、 セントルシア、チリ、ドミニカ、ドミニカ共和国、ニカラグア、ハイチ、パナマ、バハマ、パラグアイ、バルバドス、ブラジル、 ベネズエラ、ペリーズ、ペルー、ホンジュラス、メキシコ
欧州 (中央アジア含む)	47か国	アイスランド、アゼルバイジャン、アルバニア、アルメニア、アンドラ、イタリア、ウクライナ、ウズベキスタン、英国、エストニア、 オーストリア、オランダ、カザフスタン、キプロス、ギリシャ、キルギス、クロアチア、コソボ、サンマリノ、ジョージア、スイス、 スウェーデン、スペイン、スロバキア、スロベニア、セルビア、タジキスタン、チェコ、デンマーク、ドイツ、トルクメニスタン、ノルウェー、 ハンガリー、フィンランド、フランス、ブルガリア、ベラルーシ、ベルギー、ポーランド、 ボスニア・ヘルツェゴビナ、ポルトガル、マルタ、モナコ、モンテネグロ、リトアニア、ルーマニア、ロシア
中東	14か国	アフガニスタン、アラブ首長国連邦、イエメン、イスラエル、イラン、オマーン、カタール、クウェート、サウジアラビア、 シリア、トルコ、バーレーン、ヨルダン、レバノン
アフリカ	49か国	アルジェリア、アンゴラ、ウガンダ、エジプト、エリトリア、ガーナ、ガボン、カメルーン、ガンビア、ギニア、ギニアビサウ、 ケニア、コートジボワール、コモロ、コンゴ共和国、コンゴ民主共和国、ザンビア、シエラレオネ、ジブチ、スーダン、 スワジランド、セーシェル、赤道ギニア、セネガル、ソマリア、タンザニア、チャド、中央アフリカ、チュニジア、トーゴ、 ナイジェリア、ナミビア、ニジェール、ブルキナファソ、ブルンジ、ベナン、マダガスカル、マラウイ、マリ、南アフリカ、 南スーダン、モーリシャス、モーリタニア、モザンビーク、モロッコ、リビア、リベリア、ルワンダ、レソト
合計	170か国	

ii 海外誘致活動の視点

<役割分担の考え方>

① 国（外務省・経済産業省をはじめとする関係省庁）、誘致委員会（自治体、経済界）が一体となって誘致活動を展開

- ・国、自治体、経済界がそれぞれの役割や強みを活かし、三位一体で効果的に支持要請を行う。

（役割分担例）

国………【国を代表する立場】

日本での万博開催意義・内容、開催コンセプトを各国に伝え、支持拡大を目指す

自治体…【地元開催地を代表する立場】

大阪・関西での万博開催意義、地域の魅力をアピール、ホストシティとしての熱意を示す

経済界…【民間での活動を代表する立場】

今回の万博のテーマに基づく課題解決のための具体的技術支援の提示、民間の有する様々なチャンネルを通じたプロモーション活動を行う

② 協力していただけるセクターとは積極的に連携し、効果的にプロモーション活動を進める

- ・国際的な活動を行う財団や協会、N G Oに加えて誘致に前向きな自治体、議会など、さまざまな団体と積極的に連携し、あらゆる角度からB I E加盟国に対して、働きかけを行う。

iii これまでの取組み

1) BIEや他国で開催される万博、国際会議等を活用したPR

【B I E 立候補申請・総会】

(i) 立候補申請 (4/24) の機会を捉えたプロモーション活動

プロモーション団：(国) 木寺 駐仏大使、住田 経済産業省商務流通保安審議官
(誘致委員会) 榊原 会長、松井 会長代行 他

(ii) 総会 (6/14) の機会を捉えたプロモーション活動

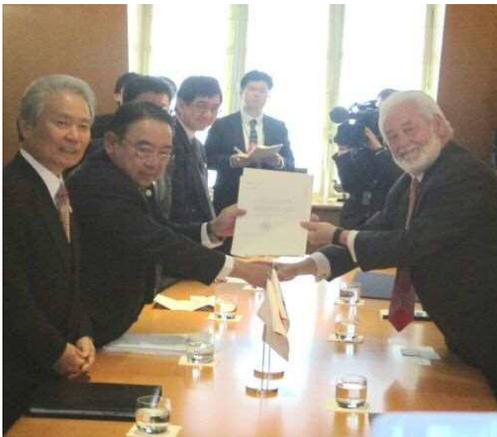
プロモーション団：(国) 木寺 駐仏大使、住田 経済産業省商務流通保安審議官
(誘致委員会) 榊原 会長、松井 会長代行、松本 会長代行、吉村 副会長 他

○各国在仏大使等に対する万博誘致の働きかけ (約30カ国)

○総会でのプレゼンテーションの実施

・誘致を目指す2025日本万国博覧会のコンセプトをPR (榊原会長)

・開催候補地である大阪・関西の魅力やポテンシャルをPR (松井会長代行)



【アスタナ国際博覧会】

(i) 開会式（6/9）及び日本館開館式（6/10）等におけるプロモーション活動

プロモーション団：（国）川端 駐カザフスタン大使、小瀬 経済産業省大臣官房審議官
（誘致委員会）吉村 副会長、尾崎 副会長 他

- 開会式において、プロモーション団から各国要人に対し、万博誘致を働きかけ
- 日本館開館式典において、万博誘致をPR
- 開会式に出席した10数か国のBIE政府代表者等に対し、万博誘致を働きかけ



(ii) カリブデー (7/14) 等におけるプロモーション活動

プロモーション団：(国) 川端 駐カザフスタン大使 (自治体) 新井 大阪府副知事
(誘致委員会) 鈴木 副会長、櫛 (いちのき) 事務総長 他

○7月14日のアスタナ博「カリブデー」にあわせ、政府要人等が会場を訪れる機会を捉えた、
万博誘致の働きかけ

○約10か国のパビリオンを訪問し、万博誘致を働きかけ



(iii) ジャパンデー（7/22）等におけるプロモーション活動

プロモーション団：（国）世耕 経済産業大臣、川端 駐カザフスタン大使
（誘致委員会）松井 会長代行、松本 会長代行 他

- 7月22日のアスタナ博「ジャパンデー」の開会式典、大阪パレード及びレセプションに出席し、万博誘致をPR
- 約10か国のパビリオンを訪問し、万博誘致を働きかけ
- カザフスタン政府を表敬訪問



(iv) 閉会式（9/10）におけるプロモーション活動

プロモーション団：（国）西銘 経済産業副大臣、川端 駐カザフスタン大使 他

（自治体）新井 大阪府副知事

（経済界）西村 大阪商工会議所副会頭、植松 関西経済連合会国際委員会副委員長

（誘致委員会）櫛 事務総長

○ 9月10日のアスタナ博の閉会式典の機会を捉え、万博誘致をPR

○ 約10か国のパビリオンを訪問、万博誘致を働きかけ



【TICAD（アフリカ開発会議 8/24）】

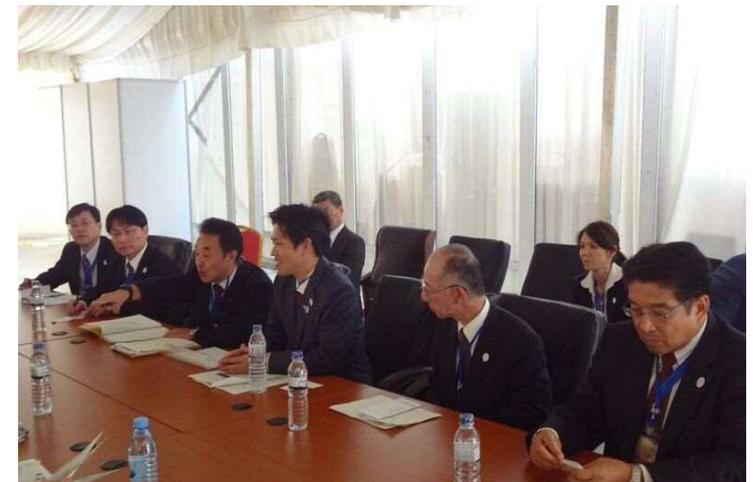
プロモーション団：（国）河野 外務大臣、堀井 外務政務官、池上 外務省経済局政策課長
（経済界）鴻池 大阪商工会議所常議員（アフリカ協会副会長）、遠藤 住友電装執行役員
（誘致委員会）吉村 副会長 他

○二か国会談における働きかけ、TICAD閣僚会合サイドイベントで吉村副会長がプレゼンテーションを実施

【アフリカにおける誘致活動(8/25)】

プロモーション団：（国）池上 外務省経済局政策課長
（経済界）鴻池 大阪商工会議所常議員（アフリカ協会副会長）、遠藤 住友電装執行役員
（誘致委員会）吉村 副会長

○政府関係者、関係国の大使等に万博誘致を働きかけ



2) 他国の政府要人の訪日機会を捉えたPR

【ASEAN経済大臣会合（歓迎昼食会 4/8）】

出席者：（国）世耕 経済産業大臣 （経済界）西村 大阪商工会議所副会頭
（誘致委員会）松井 会長代行、森 会長代行、吉村副会長、蔭山 副会長 他
○歓迎昼食会において、アジアで開催する万博の意義など、万博誘致を働きかけ



3) その他主体での取り組み

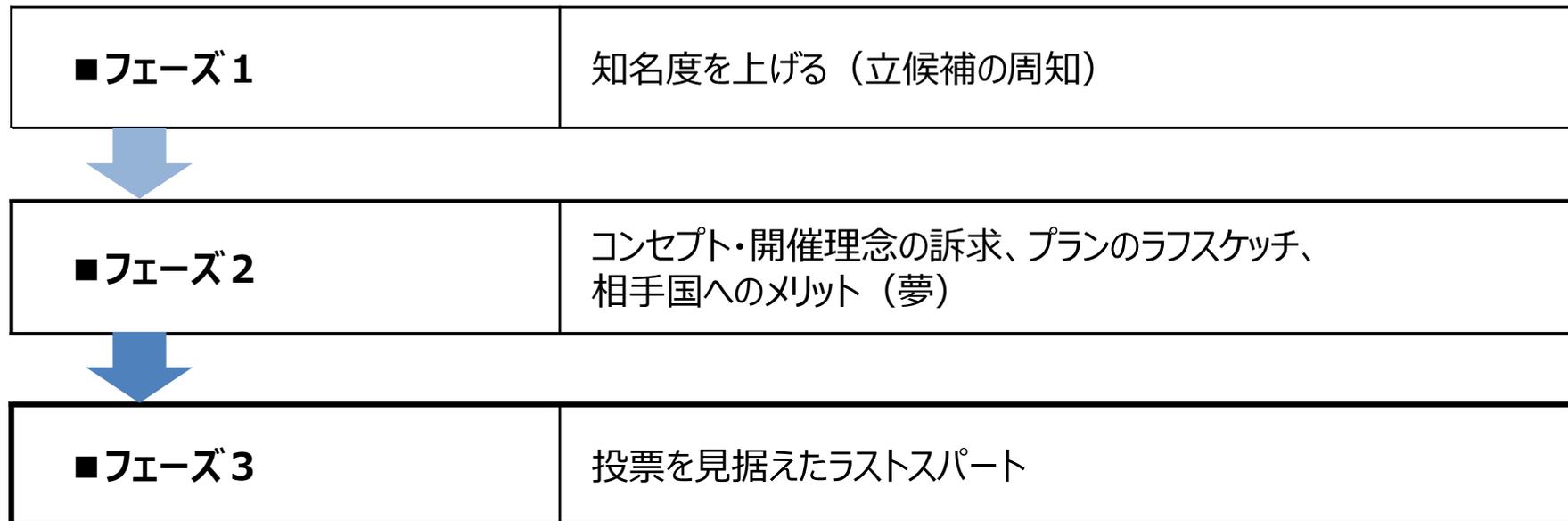
- 政府：様々な外交ルートを活用した各国への万博誘致の働きかけ
 - ・政務レベルでの各国政府要人への支持要請や、在外公館から先方政府の働きかけ
 - ・各国BIE政府代表への働きかけ
 - ・在京大使館への働きかけ（外務省幹部から在京大使等への働きかけ）
 - ・日本に招聘した海外記者への万博開催テーマの意義等を説明・PR
- 国会議員連盟等：二国間友好議連等をはじめ議員外交の活用
 - ・国会議員の外遊時の万博誘致の働きかけ
 - ・二国間議連等による大使館に対する万博誘致の働きかけ（6～9月）
- 自治体等：友好交流都市及び姉妹都市、ビジネスパートナー都市等へのプロモーション
 - ・駐日大使等の表敬訪問時の働きかけ
 - ・在関西領事館、国際交流関連協会への働きかけ
- 地方議会：大阪府議会友好議連をはじめとする議員外交の活用
 - ・海外からの表敬訪問の表敬時（上海人民代表大会常務委員会 など）
 - ・海外への友好訪問時
（関西府県議会日中友好訪問団、自民党大阪府議団のカンボジア・イギリス・フランス訪問 など）

iv 今後の取組みの基本的考え方

① 全方位的な誘致活動の強化とさらなる展開

- ・B I E加盟国の過半数の支持を獲得するために、全方位的な誘致活動を展開する必要がある。その際、オールジャパンの意思を示すために、三位一体（国、自治体、経済界）による誘致活動を基本とする。また、議員、自治体、企業、団体等と協力し、様々なルートを活用する。
- ・支持未表明、留保の国々に対してはもちろん、支持を表明した国及び前向きな反応を示した国にも繰り返しアプローチを行う。

■ 誘致戦略の段階的バージョンアップ（フェーズ1→3 よりきめ細かい活動へ）



※相手国へのメリットを具体的にどう示していくか、今後国と連携した分析・協力体制が必要

※WEBにおける海外向け情報発信の強化

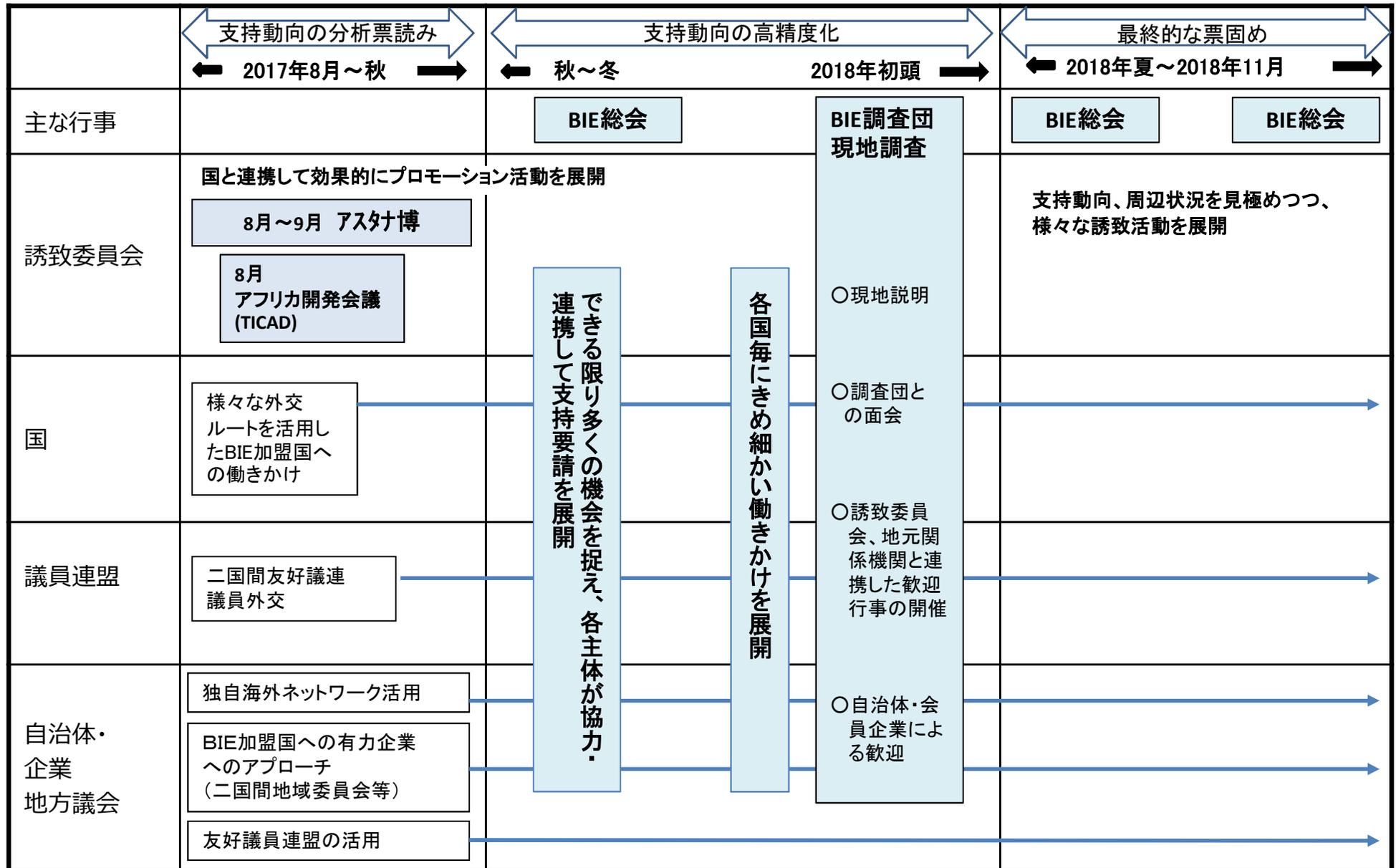
■ 誘致委員会における万博誘致に向けた各方面との具体的な連携

- ・自治体・地域レベル ～姉妹都市、友好都市等への働きかけ
- ・企業 ～貿易関係企業等への働きかけ
- ・地方議会 ～議会友好議員連盟等を通じた働きかけ
- ・国際的な活動を行う財団や協会、N G Oによる働きかけ
- ・B I E加盟国に影響力を有する人物による働きかけ
～海外で有名な有識者、文化人、海外の有力者に対して影響力のある企業人等を選任
※「2025年国際博覧会誘致特使」との調整が必要

② BIE現地調査を見据えた対応

- ・BIEに、大阪・関西で万博を開催する意義や、開催地としての優位性を正確に理解していただくことが重要。
このため、来年の1月～3月に実施予定のBIE現地調査までにキーパーソンや専門家を招聘し、現地調査への対応方策を練る。

ⅴ 取組みイメージ・スケジュール



第3章 国内機運醸成戦略

i 国内機運醸成の考え方

日本が万博誘致立候補4か国の中で、最も国内機運が高まっていることを目指し、できるだけ数値等で国内外に示す。

① BIE総会やWEB上でのアピール

・誘致委員会の会員数や万博への賛意を示す人の割合を拡大し、万博誘致に向けた府民・国民の機運の高まりを数値で表示。

② BIEによる現地調査時のアピール

・2018年1月～3月に予定されているBIEによる現地調査における開催地並びに日本全体の機運醸成が重要。

・このため、現地調査が予定されている期間内に、国内、地元機運の高まりを調査団が体感できるように取り組むことが必要。

ii 国内機運醸成の視点

国内機運の醸成のためには、誘致委員会に参加する主体はもちろんのこと、賛同するすべての団体、個人等が自ら誘致活動に取り組み、大阪・関西から日本全体に機運を広げていく。誘致委員会としては、そうした機運醸成の取組みが、総合的に、かつ効果的・効率的に進められるよう、限られた財源を効果的に投入し、環境づくりを進めることが重要。そこで、以下の視点で機運醸成を進めていく。

① 機運醸成に向けた各主体による自発的な取組みを基本とする。

誘致委員会は、自発的な取組みを促すための環境づくりなどに重点化。

<PRツールの作成・配布>

- ・誘致委員会は、ピンバッジ、チラシ、ポスター等の基本的なツールを一定数作成・配布し、国内機運を喚起するきっかけを作り、各主体の創意工夫によるPRツールの作成などにつなげていく。

<関連イベントへの参画>

- ・各主体が、それぞれに創意工夫を凝らし様々な機会を通じて万博誘致をPR。誘致委員会は、効果的なイベントに参画。

<シティドレッシング>

- ・誘致委員会は、公共施設等を担当。
- ・企業や商店街、市町村施設等にも、自発的な取組みをお願いしながら、重点箇所については、誘致委員会と協力して実施。

② 可能な限り、民間企業のノウハウ等を活かす。

- ・誘致ロゴを使用した万博ウェアやピンバッジ等の作成・配布は、原則として企業へのアウトソーシングを検討。
- ・イベント等による機運醸成は、可能な限り団体や民間企業のノウハウを活かす。

③ 誘致活動のための資金を広く集めるために、様々な取組みを行う

- ・PR効果及び個人の関与拡大の観点からクラウドファンディング等の実施による、財源（資金）確保を検討。

iii これまでの取組み

2017年3月27日の誘致委員会発足後、誘致活動のベースとなる以下の取組みを実施。

1) 誘致委員会の取組み

- ・誘致委員会発足式典（誘致アンバサダー「ダウンタウン」による情報発信:3/27）
- ・誘致委員会HPの開設（日英仏語対応：4/21）
- ・万博誘致ロゴマークの選定（6/7）、
- ・グッズの作成・配布・掲揚・販売（ピンバッジ、ポスター、チラシ、懸垂幕、のぼり、ポロシャツ等）
- ・誘致委員会会員等賛同者の募集：会員 約50,400人（9/7現在）
※企業・団体会員 約1,600、個人会員 約48,800人
- ・小学生を対象とした万博絵画展の公募（7/6～9/30）
- ・誘致アンバサダーに、歌舞伎俳優の中村鴈治郎さん・片岡愛之助さんが就任（9/5）



誘致委員会HP

2) その他主体の取組み

【誘致推進決議】

全国都道府県議会議長会、関西広域連合議会、大阪府議会、大阪市区、堺市議会、大阪府内市町村議会（31議会）全国知事会、指定都市市長会、関西広域連合、近畿市長会、大阪府市長会、大阪府町村長会、兵庫県町村会

【民間等の取組み】

<自社ツールを活用したPR>

銀行ATM画面での誘致PR、主要駅・空港でのPRポスター等掲示、工事囲いを活用した誘致PR

<イベント等でのPR>

天神祭、梅田ゆかた祭り、道頓堀盆踊り大会、甲子園球場等でのビジョンでのPR動画放映
2025年大阪万国博覧会を実現する国会議員連盟総会及び万博誘致セミナー



iv 今後の具体的取組み・スケジュール

【手 法】

① 「万博誘致」そのものを広く周知するためのPR活動

ロゴマーク等を活用した、万博誘致活動の露出

- ・賛同者数の拡大
- ・国民への誘致PR
- ・イベント等での発信
- ・グッズを活用した展開（「万博ステッカー・キャンペーン」など）
- ・著名人の活用

② 万博の意義の浸透や、万博に向けた取組みに参画を促すための活動

万博の理念、意義、万博に向けて取り組むことなどについて、シンポジウム等を通じて、関西広域連合の構成府県市、市町村、経済界、学生等と意見交換を行い、事業や行動を生み出す

③ B I E 現地調査への対応

- ・シティドレッシングなどを通じ、まち全体に万博を誘致したい機運を盛り上げる
- ・その機運を大阪・関西に浸透させ、調査団を歓迎

【スケジュール】

- 最終目標：2018年11月のBIE総会で、最も国内機運が高まった候補地という評価を受ける。
そこに至るまでの各フェーズにおいて、次ページ以降の取組みを進める。

時期	2017年 ～8月	9～10月	11～12月	2018年 1～3月	4～6月	7～11月
フェーズ	スタートダッシュ	ビッド・ドシエ提出(9月末)	BIE総会 (11/14,15)	BIE現地調査 (1～3月)	BIE総会 (6月中旬)	BIE総会 (11月中旬) 最終決定
ポイント	・万博誘致機運を拡大するため、PR活動を集中実施	・機運醸成を示す数値をビッド・ドシエ（招致計画書）に記載	・BIE総会でのプレゼンで数値等を説明	・シテイドレッシング等により、目に見える形でBIE調査団に国内機運の高まりを実感していただく	・状況を踏まえ、効果的な戦略をたてて、総会等に臨む	—————
主な取組み例	・ポスター、チラシ、バッジ、ポロシャツ等PRグッズの集中作成・配布 ・大阪、首都圏のマスコミ等への理解促進	・会員数中間集計、マスコミ等を活用した支持率の集計 ・イベント等を活用したPR活動	・シテイドレッシングに向けた具体的な調整、準備	・シテイドレッシングの実施	・BIE現地調査結果等を分析し、大阪、日本の強みを伸ばす	—————

具体的な取組み内容

① 「万博誘致」そのものを広く周知するためのPR活動

1. 応援者数の拡大

≪目標≫ 他の立候補国を上回る会員数、その他賛同者数の獲得

- i 誘致委員会の会員数の拡大
- ii 署名、SNSの「フォロワー数」などの獲得
- iii 万博誘致決議の拡大

2. 国民への誘致PR

≪目標≫ 万博誘致の認知度の拡大

- i 広報誌、チラシ、ポスター、ステッカー等の活用
- ii バナー、デジタルサイネージの活用
- iii 効果的な万博誘致グッズの配布
- iv WEB戦略

3. イベント等での発信

≪目標≫ 万博誘致の支持の拡大

- i 子どもたち、若者からの情報発信
- ii 大阪・関西、首都圏等でのイベントを活用した発信

4. 著名人の活用

≪目標≫ 万博誘致の支持の拡大

①-1-i 誘致委員会の会員数の拡大（9月ビッド・ドシエ盛り込み）

誘致活動をさらに拡大するとともに、機運醸成が進んでいる状況を内外に示すため、誘致委員会の会員数を拡大する。

【取組み例】

項目	これまでの実績（H29.9.15現在）	今後の取組み予定（9月～）
法人会員	2,067団体 （・行政機関（調査中） ・民間企業（調査中） ・経済団体等（調査中））	会員数、賛同者数（署名とSNSの「フォロワー数」の総数）が他の立候補国を上回る 以下の団体等に対し、誘致委員会への参加を呼びかける ○誘致委員会の構成団体の関係団体 ○関西広域連合の構成府県市以外の自治体 ○会員である法人や団体の職員や社員 ○シンポジウム等、大規模集客イベントへの来場者 ○不特定多数への呼びかけ ・HPやSNSなどからの呼びかけ ・アンバサダーなど著名人からの呼びかけ ・マスコミの協力による呼びかけ
個人会員	60,534名	

①-1- ii 署名、SNSの「フォロワー数」などの獲得

万博誘致について賛同の意思を多くの方に明示していただくとともに、その状況を内外に示すため、署名やSNSの「フォロワー数」などの数の拡大に取り組む。

【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
署名	<hr/>	会員数、賛同者数（署名とSNSの「フォロワー数」の総数）が他の立候補国を上回る 〔署名活動〕 ・誘致委員会構成団体を通じた自治会やイベント参加者等への署名協力依頼 ・誘致委員会構成団体を通じた関連団体等への署名協力依頼
SNSの「フォロワー数」など	・facebook、twitterなどのコンテンツ充実 ・誘致委構成団体等を通じたfacebook、twitterなどのPR	〔SNSの「フォロワー数」〕 ・facebookやtwitterなどによる投稿回数を増やし、情報発信量を大幅に拡大 ・著名人によるSNSからの発信

①-1-iii 万博誘致決議の拡大

関西、日本全体で万博誘致に取り組んでいることを内外に示すため、誘致決議の拡大を目指す。

【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
大阪府内の議会等	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪府議会で決議（H28.11.4） ・大阪市会で決議（H28.11.15） ・大阪府市長会で決議（H29.5.9） ・大阪府町村長会で決議（H29.5.16） ・H29.8.31現在で、大阪府内31市町村議会で決議 	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪府内では、残る12市議会のうち、一つでも多く決議されるよう、他議会事例の情報提供等を行う ・決議されなかった場合、有志議員による決意表明の働きかけについて検討
関西広域連合	<ul style="list-style-type: none"> ・関西広域連合で決議（H28.9.22） ・関西広域連合議会で決議（H29.8.24） 	
近隣府県・政令市議会 （京都府、兵庫県、和歌山県、奈良県、京都市、神戸市）	<ul style="list-style-type: none"> ・7月下旬～8月 大阪府・大阪市から各府県・政令市に説明 ・8月～ 大阪府議会・大阪市会から働きかけ 	<ul style="list-style-type: none"> ・近隣府県に対して、できる限りの協力を依頼 ・一つでも多く9月議会での決議が実現するよう、他議会事例の情報提供等を行う。 ・決議されなかった場合、有志議員による決意表明の働きかけについて検討
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・指定都市市長会で決議（H29.7.11） ・全国都道府県議会議長会（H29.7.25） ・全国知事会で決議（H29.7.28） 	<ul style="list-style-type: none"> ・全国都道府県、市町村での決議拡大に取り組む

①-2- i 広報誌、チラシ、ポスター、ステッカー等の活用

基本的なツールであるチラシ、ポスターに加え、各主体で作成・配布する広報誌等への掲出件数を拡大する。

【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
チラシ、ポスター等の作成・配布	<ul style="list-style-type: none"> ・誘致委員会において、チラシ21万部、ポスター6,500部を作成（各団体等でのイベント等を把握したうえで、必要数を作成・配布） 	<ul style="list-style-type: none"> ・チラシ、ポスターを追加作成 <ul style="list-style-type: none"> ※補正予算対応（予定） ※他の主体による自発的取組みを促進する環境整備 ・各主体のイベント開催時に配布するチラシ等については、コピー等の配布も含めて検討
自治体広報誌等の活用（大阪府、大阪市、府内市町村、関西広域連合の構成府県市、全国都道府県市）	<ul style="list-style-type: none"> ・府政だより、大阪市広報紙等でのロゴマークやPR記事掲載 ・府内市町村、都道府県の広報誌、フリーペーパーでのPR記事掲載を依頼 <ul style="list-style-type: none"> ※誘致委員会で説明文例を作成し、掲載を依頼 	<ul style="list-style-type: none"> ・各主体の自発的取組みを基本として実績を伸長
企業広報誌、広告パンフレット等の活用（経済界、企業、大学）	<ul style="list-style-type: none"> ・オフィシャルサポーター名入りのポスターを作成 ・企業広報誌、広告パンフレット等へのPR記事やロゴマーク等の掲載 ・地域別フリーペーパー、雑誌、電鉄系広告誌・車内吊り広告等への掲載 <ul style="list-style-type: none"> ※誘致委でモデル例を作成し、掲載依頼 	<ul style="list-style-type: none"> ・各主体の自発的取組みを基本として実績を伸長（大阪商工会議所「万博ステッカー・キャンペーン」の実施など）

①-2- ii バナー、デジタルサイネージの活用（機運醸成に加え、BIE調査団視察時のシティドレッシングを意識）

誘致委員会の取組みと一体となった各主体によるツールを用い、効果的にPRを実施。シティドレッシングの重点実施により、BIE調査団にPR。

【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
懸垂幕 バナー	<ul style="list-style-type: none"> ・懸垂幕（大阪府、大阪市、東大阪市の各庁舎）、バナー42枚（大阪市役所周辺、御堂筋）の掲出 	<ul style="list-style-type: none"> ・英語版横断幕等の準備、効果的な掲出検討 ・市町村、近隣府県、企業等での懸垂幕・のぼり掲出ルールの作成・共有 ・各主体での積極的な掲示（貸出用懸垂幕等の作成と各主体への貸出）※補正予算対応（予定）
デジタルサイネージ （電子系文字情報） ポスター	<ul style="list-style-type: none"> ・関経連（阪神甲子園球場の大型ビジョン） ・大阪商工会議所（天神祭りの船渡御の船体） ・りそな銀行（ATM） ・大阪ガス（自社TVコマーシャル） ・セレッソ大阪（競技場の大型ビジョン） ・関西エアポート（関西国際空港、伊丹空港） ・JR西日本（大阪駅、新大阪駅などの駅構内） ・大阪市営地下鉄（梅田などの駅構内や車両内） ・関西私鉄（梅田、難波、京橋などの駅構内） 	<ul style="list-style-type: none"> ・各主体での積極的、効果的な表示
その他効果的な露出 （バナーフラッグ等）	<ul style="list-style-type: none"> ・阪神電鉄（工事用仮囲い） ・JTB西日本（関空ウイングシャトルの車内と車体） 	<ul style="list-style-type: none"> ・各主体での積極的、効果的な表示 ・商店街等と連携したバナーフラッグ等の掲出

①-2- iii 効果的な万博誘致グッズの配布

身に着けることで「広告効果」が期待できるグッズの作成・配布等を進める。民間企業へのアウトソーシングも今後検討。

【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
ピンバッジ	<ul style="list-style-type: none"> ・ピンバッジ7万個製作 ・配布ルール of 作成、共有・管理 ・国、自治体、企業等での着用ルール of 作成・共有 	<ul style="list-style-type: none"> ・ピンバッジを追加製作 ※補正予算対応（予定） ・ピンバッジの有償頒布について検討
ロゴマーク（ステッカー、名刺・パンフ等）	<ul style="list-style-type: none"> ・ロゴマーク活用ルール of 作成・共有など 	<ul style="list-style-type: none"> ・ロゴマークを活用した名刺やステッカーは、ルールのもと、原則として各企業等、各個人が自らの負担で作成、PRに取り組む （例：大阪商工会議所による「万博ステッカー」の作成など） ・各主体が広報パンフレット等を作成するにあたっては、ルールのもと、積極的にロゴマークを活用
着用グッズ（ポロシャツ、ウィンドブレーカー等） ※BIE現地調査時の誘致機運の高まりを示すためのグッズ	<ul style="list-style-type: none"> ・ポロシャツ約6千着を制作、販売 ・市町村、近隣府県、企業、議会等への購入協力依頼 ・ポロシャツ販売時の会計ルール of 作成、管理 	<ul style="list-style-type: none"> ・ウィンドブレーカーについては、BIE調査団の来日時に機運の高まりを示すため、多くの人々が着用できるよう準備 ・作成・配布は、誘致委員会から民間企業にアウトソーシングする方向で検討

①-2-iv WEB戦略

WEB関連ツールを活用し、若者や著名人を含む幅広い層による万博誘致の情報発信数を拡大する。

【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
誘致委員会HP、SNS	<ul style="list-style-type: none"> ・誘致委員会HP、twitterなどを開始 	<ul style="list-style-type: none"> ・誘致委員会HPやSNSからのより効果的なPRを行う ・更新担当者の責任を明確にしたうえで、複数化も検討 ・誘致委員会等のロビー活動やPRイベントや取組み例などを常時掲載・更新し、国民の万博への関心を高める
大阪府、大阪市、大阪観光局	専用媒体でのPR <ul style="list-style-type: none"> ・大阪府メールマガジン ・大阪市ホームページ、twitter ・もずやんtwitter ・大阪観光局HP ・大阪商工会議所HP (2025日本万国博覧会誘致推進本部HP) 	専用媒体でのPR <ul style="list-style-type: none"> ・大阪府メールマガジン ・大阪市ホームページ、twitter ・もずやんtwitter ・大阪観光局HP
関西府県市、市町村、経済界、企業、大学	<ul style="list-style-type: none"> ・各団体のHP等での万博誘致記事の掲載依頼 ※誘致委でモデル例を作成し、掲載依頼 	<ul style="list-style-type: none"> ・各団体のHP等での万博誘致記事の掲載依頼 ※誘致委でモデル例を作成し、掲載依頼
著名人、個人等	<ul style="list-style-type: none"> ・7/26開催の議連総会に出席した西川きよし、ハイヒール、NMB48メンバー3名が万博誘致委員会のツイッター用に応援メッセージを提供し、誘致委員会ツイッターに掲載 (NMB48については掲載記事を本人がリツイート) 	<ul style="list-style-type: none"> ・個人のSNS等での万博誘致記事の掲載、拡散 ※誘致委でモデル例を作成し、掲載依頼

①-3-i 子どもたち、若者からの情報発信

万博誘致が次世代を担う子どもたちの成長につながることを示すため、万博に関心がある若年層の取組みを情報発信する。

【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
「私の考える万博絵画展」 ・全国小学生対象の絵画コンクール（募集期間：7/6～9/30）	<ul style="list-style-type: none"> ・誘致委員会WEBページで全国の小学生から募集 ・ポスター、チラシの配布 ・りそなキッズマネーアカデミー会場で募集案内 ・府教育委員会等を通じて市町村教育委員会・学校に募集案内を依頼 ・私立学校への個別協力依頼 ・阪急阪神ホールディングス主催イベント等で募集案内 ・大阪モノレールの駅構内でポスターを掲出 ・HP、SNS等でのPR 	<ul style="list-style-type: none"> ・マスコミの協力依頼 ・審査会の設置 ・審査委員会での審査 ・受賞作品の決定 ・表彰式の実施 ・BIE調査時での応募作品の効果的な掲示 ・全応募作品の図書館、りそな等の協力企業店舗での掲示
Inochi学生プロジェクトとの連携	<ul style="list-style-type: none"> ・万博のアイデアに関する発表会を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・BIE調査時での若者からの効果的なPRを検討 ・BIE調査時でのPR

①-3-ii 大阪・関西、首都圏等でのイベントを活用した発信

万博誘致のPR効果が期待できるイベント等と連携し、大阪・関西はもとより、首都圏などでの発信を推進【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
国、自治体、企業イベント等でのPR （国出先機関、大阪府、大阪市、府内市町村、関係団体、関西広域連合の構成府県市、経済界、企業、商店街等）	<ul style="list-style-type: none"> ・関西広域連合の構成府県市のイベントでのチラシ配布、ポスター掲出 ・「梅田ゆかたまつり2017」でロゴ入り団扇を配布等 	<ul style="list-style-type: none"> ・集客性の高い秋季イベントを活用したチラシ配布、ポスター掲出 ・誘致委員会との協賛イベントの検討 ・誘致委員会が用意する以上のPRグッズ、独自のPRグッズについては各主体が自主的に作成・配布
大規模イベント等での積極的PR	<ul style="list-style-type: none"> ・2025年大阪万国博覧会を実現する国会議員連盟総会（4/27） ・万博誘致セミナー・2025年大阪万国博覧会を実現する国会議員連盟総会（7/26） ・大阪青年会議所主催「マチミラ2017」でのPR（9/2）等 	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪マラソンでのPR（11/26） ・御堂筋イルミネーション点灯式 ・誘致委員会が用意する以上のPRグッズ、独自のPRグッズについては各主体が自主的に作成・配布 ・「2025未来社会デザイン会議」【東京】（11月予定）
東京はじめ全国自治体、企業等のイベントでのPR	<ul style="list-style-type: none"> ・「こども霞が関見学Day」でのブースで万博誘致をPR（8/2,3）等 	<ul style="list-style-type: none"> ・各主体のイベントでのPR依頼（※特に東京キー局で開催の夏イベント等の活用） ・チラシ・ポスターの提供、のぼり・バナーフラッグ等の貸与（首都圏のみ）
首都圏イベントの活用	<ul style="list-style-type: none"> ・「お台場みんなの夢大陸2017」における観光局ブース・ステージとの連携 ・在京の関西経済界との意見交換会等において、万博誘致の発信について協力依頼等 	<ul style="list-style-type: none"> ・東急百貨店「なにわうまいもん市」（9月～10月予定） ・東京KITTEビル内で開催される在阪鉄道事業者とのイベント「かんさい魅力物語」においてPR（9/22,23）

①-4 著名人の活用

圧倒的な情報発信力が期待できる著名人からの発信を増やしていただく。

【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
誘致アンバサダーの活用	<ul style="list-style-type: none"> ・大規模イベント等での無料出演相談 ・歌舞伎、落語、スポーツ選手、ミュージシャン等の「スペシャルサポーター」「アンバサダー」としての位置づけ整理 ・学識者等の「アカデミア・アンバサダー」としての位置づけ整理 	<ul style="list-style-type: none"> ・アンバサダー、スペシャルサポーター等のイベントへの出演相談 ・アンバサダー等の位置づけを明確化したうえで、著名人の万博PRイベント等での参加協力を拡大 ・アンバサダー等に対し、自らのイベントやSNS等での機運醸成への呼びかけ拡大
芸能人、学識者等の著名人の誘致委への参加促進	<ul style="list-style-type: none"> ・アーティスト等の「スペシャルサポーター」「アンバサダー」、学識者等の「アカデミア・アンバサダー」の位置づけ整理 	<ul style="list-style-type: none"> ・「アンバサダー」等の位置づけを明確化したうえで、著名人等の誘致委員会への参加促進
著名人のSNS等からの発信促進	<ul style="list-style-type: none"> ・会員の役割明確化と共有 ※SNS等で発信 ・誘致委HP等への著名人会員の「私も応援してます」コーナーの立上げ検討 ※著名人のSNS発信をHPでも掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ・誘致委HP等への著名人会員による「応援メッセージ」コーナー等の立上げ

② 万博の意義の浸透や、万博に向けた取組みに参画を促すための活動

1. 万博の理念、意義の理解促進

2. 「日本万博」として取り組むことの機運醸成

②- 1 万博の理念、意義の理解促進

万博の理念や意義が広く浸透するよう、多くの人々の理解を促進するイベント等を実施する。

【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
理解促進のためのセミナー、シンポジウム等の開催	<ul style="list-style-type: none"> ・2025年大阪万国博覧会を実現する国会議員連盟と誘致委員会の連携による万博セミナーの開催（7/26） ・りそなグループ刊行の不動産マーケットレポートに万博コラム（開催意義）を掲載（9/1） ・大阪青年会議所主催の対談会（9/2） 	<ul style="list-style-type: none"> ・誘致委員会主催のシンポジウム等の開催検討
万博をテーマにした勉強会・講演会	<ul style="list-style-type: none"> ・地域等での勉強会、講演会への講師派遣ルールの作成共有（大阪府では6月作成済み） ・大阪府主催の堺屋太一氏による万博講演会（5/16） ・経済団体等が主催する万博講演会の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・万博をテーマにした勉強会・講演会に、講師として積極的に参加
マスコミ等の理解促進	<hr style="width: 50%; margin-left: 0;"/>	<ul style="list-style-type: none"> ・プレス向け説明会の開催 ・発信力のある有識者の理解促進 ※誘致委員会への参加依頼

②-2 「日本万博」として取り組むことの機運醸成

大阪・関西で万博が開催されることを浸透させ、大阪・関西を起点に日本全体での機運を醸成。

【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
日本万博としての企画提案	_____	・「日本万博」の関連イベント等の取組みについて、BIE総会プレゼンへの反映、現地調査での説明に盛り込み
日本万博としての機運醸成	_____	・「日本万博」として取り組むことについての発信 ※マスコミ、HP等を通じた発信

③ BIE現地調査への対応

1. シティドレッシング、人が集まる場所での効果的な情報発信
2. その他手段による誘致機運の効果的な発信

③- 1 シティドレッシング、人が集まる場所での効果的な情報発信

立候補国の中で、国内機運醸成が最も高まっていることをBIE調査団が肌で感じるよう、総力を挙げて実施。

【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
調査想定拠点でのシティドレッシング検討（大阪・関西） <ul style="list-style-type: none"> ・関空、伊丹、夢洲、咲洲 ・ウメキタ、中之島、御堂筋 ・大阪府庁、市役所 ・高速道路、鉄道、 ・周辺府県関連スポット 	<ul style="list-style-type: none"> ・関空エアポート等、交通機関への協力依頼 ・夢洲周辺関連海運業者等への協力依頼 ・巨大ネオン広告等所有企業等、マスコミ、ホテル等への協力依頼 ・近隣府県への協力依頼 ・御堂筋イルミネーションの期間延長検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・調査ルートに応じた、各企業等への具体的な協力依頼、具体的な準備 ・ポスター、懸垂幕、のぼり、バナーフラッグ等の配置計画の作成 ・万博絵画展応募作品の効果的な掲示計画の作成
調査想定拠点での対応調整（首都圏） <ul style="list-style-type: none"> ・空港（成田、羽田）など ・政府（官邸、霞ヶ関） 	<ul style="list-style-type: none"> ・国との調整の中で、誘致委員会として取り組むべきことの整理 ・巨大ネオン広告等所有企業等への協力依頼 ・マスコミ等への協力依頼 	<ul style="list-style-type: none"> ・国との調整の中で、誘致委員会として取り組むべきことの整理 ・調査ルートに応じた、各企業等への具体的な協力依頼、具体的な準備 ・ポスター、懸垂幕、のぼり、バナーフラッグ等の配置計画作成
懸垂幕、バナー、デジタルサイネージ、ポスター、ステッカー、その他	<ul style="list-style-type: none"> ・懸垂幕の掲出（大阪府、大阪市、東大阪市の庁舎）、バナーの掲出 ・懸垂幕とバナーに関する掲出ルールの検討 ・デジタルサイネージの協力依頼、文案（日、英語）の作成 ・ポスターについて市町村等に必要部数を調査 	<ul style="list-style-type: none"> ・英語版横断幕等の準備 ・東京・大阪でのBIEの旗等の掲示検討

③- 2 その他手段による誘致機運の効果的な発信

大阪・関西がホスピタリティに溢れ、万博誘致について国内全体で盛り上がっていることをBIE調査団に理解してもらう。

【取組み例】

項目	これまでの実績	今後の取組み予定（9月～）
BIEとの意見交換者選定 （若者、経済団体、 I R反対派）	・BIE意見交換対象者の検討	・学生団体等のメンバーと調整 ・BIEの調査行程をふまえた具体的な意見交換者との調整
歓迎レセプション等	—————	・誘致委員会としての歓迎レセプションの準備検討、具体的な準備 ・国会議員連盟等による歓迎レセプション準備 （東京、大阪、京都）
万博絵画展応募作品の 活用	・関空、伊丹空港に対し、展示可能作品数の調査を依頼	・調査ルートをふまえた効果的な応募作品の掲示検討
アンケート	アンケート等の必要性の精査	・マスコミ等との調整 ・効果的なタイミングでのアンケートの実施