



【第3章】関西パビリオン出展効果実態調査2025 —周遊観光ゲートウェイ機能のSNSデータ分析に基づく定量的評価—

大阪・関西万博
関西パビリオン出展効果等に係る調査研究報告書

調査概要

調査内容

- 調査名 : 関西パビリオン出展効果実態調査2025
: 一周遊観光ゲートウェイ機能のSNSデータ分析に基づく定量的評価—
- 調査期間 : 2025年4月13日～2026年3月2日
- 分析データ総数 : 12,639件
- 調査実施 : ペタビット株式会社、合同会社サイビット

要旨

本調査は、大阪・関西万博における関西パビリオンが出展参加9府県※1(以下、「9府県」という。)への周遊観光ゲートウェイとして発揮した出展効果を、ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)から収集したユーザー生成コンテンツ(UGC)の定量的分析により検証したものである。X(旧Twitter)、Instagram、およびBlog/note.comから収集した12,639件の投稿データに対し、キーワード辞書方式による投稿分類、地域タグ付け、周遊パターン抽出を実施した。

分析の結果、収集投稿の65.7%(8,305件)が実際の施設訪問または訪問意向を示しており、関西パビリオンが周遊観光ゲートウェイとして明確な観光誘発効果※2を有することが実証された。9府県のうち鳥取県、兵庫県、京都府が上位を占め、複数府県を言及する投稿が2,176件(17.2%)存在し、広域周遊行動の促進が認められた。

※1 出展参加9府県:滋賀県、京都府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県、福井県、三重県。

※2 本調査では「観光誘発効果率」を(実訪問件数+訪問意向件数)÷全投稿件数×100と定義する(3.1.1節参照)。

第1章 序論

1.1 調査背景と目的

2025年4月13日に開幕した大阪・関西万博は、「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに掲げ、国内外から多数の来場者を集める国際博覧会である。本万博の特徴的な取組の一つとして、関西パビリオンの出展活動がある。関西パビリオンは、万博会場(夢洲)を起点に9府県(滋賀、京都、兵庫、奈良、和歌山、鳥取、徳島、福井、三重)の各府県の観光資源を巡るスタンプラリー形式の周遊促進施策等を展開しており、万博来場者を各府県の観光資源へ誘導する「周遊観光ゲートウェイ」としての機能を担っている。

本調査の目的は、この関西パビリオンの出展効果、すなわち周遊観光ゲートウェイとしての機能が実際に観光誘発効果を有するか否かを、SNSデータの定量的分析により実証することである。具体的には、以下の3点を検証する。

1. 関西パビリオンおよび各府県の観光資源に関連するSNS投稿において、実際の訪問行動または訪問意向がどの程度確認されるか
2. 9府県間でどのような周遊パターンが形成されているか
3. 投稿の時系列的推移から、観光需要の季節性やイベント連動性が確認されるか

1.2 調査対象と期間

本調査の分析対象は、以下の3つのSNSプラットフォームから収集した投稿データである。

プラットフォーム	収集件数	収集方法
X (Twitter)	7,488件	Apify Tweet Scraper API
Instagram	3,204件	Apify Instagram Hashtag Scraper
Blog/note.com	1,947件	Google Custom Search API
合計	12,639件	-

対象地域は、9府県である。

第2章 分析手法

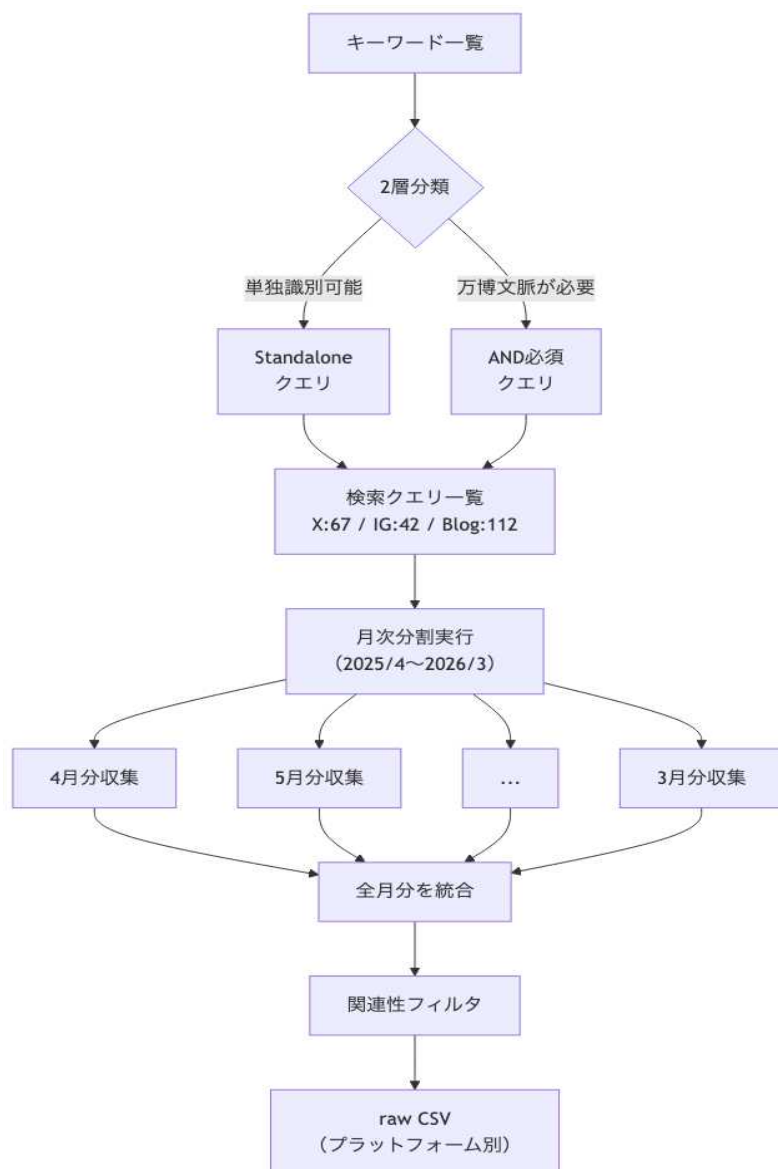
本章では、本調査で採用したデータ収集手法および分析手法について、その理論的背景、具体的な処理手順、および先行研究との関連性を詳述する。

2.1 データ収集手法

2.1.1 収集フロー

データ収集は以下のフローで実施した。まず収集対象キーワードを2層に分類し、各プラットフォームの検索構文に合わせて検索クエリを構成する。次に、2025年4月(万博開幕)から2026年3月までの12ヶ月間について、1ヶ月単位で各クエリを実行し投稿を取得する。最後に、収集データに関連性フィルタを適用してノイズを除去し、プラットフォーム別のraw CSVとして出力する。

図2-1:データ収集フロー



第2章 分析手法

2.1.2 キーワード分類と検索クエリ構成

2層分類

検索キーワードを「Standalone」と「AND必須」の2層に分類した。Standaloneは「関西パビリオン」「万博スタンプラリー」など、キーワード単体で関西パビリオン事業との関連性を識別可能な語である。AND必須は「清水寺」「鳥取砂丘」など、単独では一般的な観光投稿と区別できないため、「万博」「EXPO2025」等との組み合わせ検索により関連投稿を絞り込む。

層	定義	例
Standalone	キーワード単体で関西パビリオン事業と識別可能	関西パビリオン、万博スタンプラリーなど
AND必須	単独では一般的な観光資源名等と区別不能	清水寺、鳥取砂丘、恐竜博物館 など

なお、「行ってきた」「訪れた」等の行動キーワードは収集クエリには使用せず、後述の投稿分類(2.3節)でのみ使用する。

キーワードから検索クエリへの変換

「キーワード」とは「関西パビリオン」「清水寺」等の個々の検索語を指す。これらをプラットフォームの検索構文に合わせて組み立てたものが「検索クエリ」(APIに送信する検索文字列)である。Standaloneキーワードは原則1キーワード=1クエリとして単独検索する(例: #関西パビリオン)。AND必須キーワードは同一府県内の複数語をOR結合し、「万博 OR EXPO2025」とのAND条件で1つのクエリにまとめる。このため、キーワード総数と検索クエリ数は一致しない。

2.1.3 プラットフォーム別収集手法

各プラットフォームの収集仕様を以下に示す。

プラットフォーム	収集ツール	クエリ数	Standalone	AND必須	取得上限
X(Twitter)	Apify tweet-scraper	67	13	54	200件/クエリ
Instagram	Apify instagram-hashtag-scraper	42	20	22(施設名)	200件/タグ
Blog	Google Custom Search API	112	47	65	50件/クエリ

X(Twitter) — 67クエリ × 12ヶ月

Apifyのtweet-scraper APIを使用した。Standaloneキーワード(13クエリ)はハッシュタグまたはキーワード単独検索、AND必須キーワード(54クエリ)は府県単位でOR結合し(万博 OR EXPO2025)との組み合わせクエリとした。全クエリに since / until パラメータによる日付フィルタを付与し、月ごとに実行した。1クエリあたりの取得上限は200件とした。

第2章 分析手法

Instagram — 42ハッシュタグ × 12ヶ月

Apifyのinstagram-hashtag-scraper APIを使用した。Instagramはハッシュタグ単独検索のみ対応しAND条件検索ができないため、キーワードの扱いをX・Blogとは異なる方針とした。Standaloneキーワード(20タグ)はそのまま検索し、AND必須キーワードのうち固有名詞である施設名等(22タグ)は単独検索で収集した上で関連性フィルタによりノイズを除去した。一般名詞の観光地名(清水寺、鳥取砂丘等)は万博との関連率が極めて低いため収集対象から除外した。1タグあたりの取得上限は200件とした。

Instagram データの収集バイアス補正

Instagramのハッシュタグスクレイパーは新しい投稿から順に取得する仕様であり、取得上限(200件)に達した場合、収集時点に近い投稿が偏って取得される「直近バイアス」が生じる。本調査では、「#アフター万博」(910件)および「#大阪関西万博」(974件)の2タグにおいてこの影響が顕著であった。これらのタグは万博全般に関する投稿を広く含み、関西パビリオンの観光誘発効果との関連性も低いため、月別トレンドの歪みを防止する目的で分析対象から除外した(計1,884件除外)。

Blog(note.com等) — 112クエリ × 12ヶ月

Google Custom Search API(無料枠)を使用し、note.com・はてなブログ・Amebaを対象とした。site: 演算子と完全一致検索を組み合わせることで高い検索精度を確保した。Standaloneキーワード(47クエリ)は完全一致単独検索、AND必須キーワード(65クエリ)は「キーワード」「万博」のAND検索とした。1クエリあたりの取得上限は50件とした。

2.2 データ前処理

2.2.1 処理手順

本調査では、以下の4段階の前処理を実施した。

第1段階: 重複除去

同一投稿が複数の検索クエリにより重複して収集されるケースが存在するため、X・Instagramは投稿IDをキー、Blog/note.comはURLをキーとした重複除去を行った。

第2段階: 日時形式の統一

各プラットフォームは異なる日時形式を採用しているため、ISO 8601形式への統一変換を行った。

第3段階: テキスト正規化

投稿本文に含まれる連続空白を単一空白に置換し、前後の余分な空白を削除した。また、改行文字を空白に置換することで、後続の自然言語処理における解析精度を向上させた。

第4段階: 欠損値補完

いいね数、リツイート数、コメント数などの数値フィールドにおける欠損値は、0として補完した。

第2章 分析手法

2.3 投稿分類手法

2.3.1 理論的背景

観光分野におけるSNS投稿の分類手法として、近年はBERT(Bidirectional Encoder Representations from Transformers)などの深層学習モデルを用いた感情分析が主流となりつつある(Cheng et al., 2022)。しかしながら、BERTモデルの適用には大規模な計算資源と事前学習済みモデルの準備が必要であり、また判定根拠の説明可能性(Explainability)が低いという課題がある。本調査では、これらの制約を考慮し、日本語の観光表現に特化した「キーワード辞書方式」を採用した。この手法は、判定根拠が明確であり再現性が高いという利点を有する。

2.3.2 分類カテゴリの定義

本調査では、各投稿を以下の4カテゴリに分類した。

カテゴリ	定義	判定基準
実訪問(Actual Visit)	実際に施設を訪問したことを示す投稿	位置情報 + 写真の両方を含む、または訪問完了を示すキーワードを含む
訪問意向(Visit Intention)	将来の訪問意向を示す投稿	訪問願望を示すキーワードを含む
情報提供(Information)	公式情報やニュースの共有	告知系キーワードを含み、かつエンゲージメントスコアが低い
無関係(Unrelated)	上記のいずれにも該当しない	判定条件に合致しない

2.3.3 キーワード辞書の構成

実訪問判定キーワード(60パターン)

過去形の訪問表現、丁寧語形、口語表現、スタンプラリー関連表現、体験動詞など、日本語における観光体験の報告表現を網羅的に収集した(付録Bのとおり)。代表的なパターンを以下に示す。

行ってきた、行って来た、訪れた、訪問した、来た、着いた、到着、いったきた、体験した、見てきた、楽しんだ、参加した、コンプリート、制覇した、回った、巡った、周遊した、堪能した、満喫した、観光した、散策した、立ち寄った、スタンプゲット、スタンプコンプリート、スタンプ制覇、サテライト巡り

訪問意向判定キーワード(30パターン)

行きたい、行こう、訪れたい、気になる、興味、見たい、楽しみ、計画、予定、行く予定、行くつもり、巡りたい、回りたい、体験したい

情報提供判定キーワード(9パターン)

情報、お知らせ、更新、設置、開催、実施、募集、応募、キャンペーン

第2章 分析手法

2.3.4 否定表現処理

キーワードマッチング時に否定表現を考慮し、誤分類を防止する。具体的には、キーワード出現位置の前後をチェックし、以下の否定パターンが検出された場合はマッチを棄却する。

- ・ 接尾否定: ない、ません、なかった、できない、ではない(キーワード後方10文字以内)
- ・ 接頭否定: 不、非、未(キーワード前方5文字以内)

2.3.5 分類アルゴリズム

分類処理は以下の優先順位で実行される。

1. 位置情報+写真の判定: 投稿に位置情報と写真の両方が含まれる場合、「実訪問」に分類
2. 実訪問キーワードの判定: 実訪問キーワードが1つ以上含まれる場合、「実訪問」に分類
3. 訪問意向キーワードの判定: 訪問意向キーワードが含まれる場合、「訪問意向」に分類
4. 情報提供の判定: 告知系キーワードを含み、エンゲージメントスコア ※3が10未満の場合、「情報提供」に分類
5. 写真+エンゲージメントの判定: 写真が添付されており1件以上のエンゲージメントがある場合、「実訪問」に分類
6. デフォルト判定: 上記のいずれにも該当しない場合、「無関係」に分類

※3 エンゲージメントスコア: SNS投稿の影響力を定量化する指標。X(Twitter)では「いいね数+リツイート数×3+リプライ数×2」、Instagramでは「いいね数+コメント数×5」として算出する(2.8.2節参照)。

2.4 地域タグ付け手法

2.4.1 理論的背景

テキストマイニングにおける固有表現抽出(Named Entity Recognition: NER)は、文章中から地名、人名、組織名などの固有名詞を特定する技術である。本調査では、対象となる地名が9府県および限定された観光資源に限られるため、汎用的なNERモデルではなく、対象地域に特化したキーワード辞書によるパターンマッチング手法を採用した。

2.4.2 府県識別辞書の構成

各府県に対し、府県名・主要都市名・著名観光地名・関西パビリオン関連施設名を含む識別キーワード辞書を構築した。

府県	識別キーワード(代表例)
福井県	福井、恐竜博物館、勝山、東尋坊、越前、若狭、三方五湖、永平寺
滋賀県	滋賀、琵琶湖、琵琶湖博物館、近江、彦根、ひこにゃん、びわ湖テラス、石山寺
京都府	京都、清水寺、金閣寺、嵐山、伏見、宇治、EKIspot KYOTO、天橋立、伊根の舟屋
兵庫県	兵庫、神戸、姫路城、有馬温泉、淡路島、城崎温泉、兵庫津ミュージアム

第2章 分析手法

府県	識別キーワード(代表例)
奈良県	奈良、平城宮跡、東大寺、法隆寺、春日大社、奈良公園、吉野
和歌山県	和歌山、熊野古道、白浜、高野山、アドベンチャーワールド、わかやま歴史館
鳥取県	鳥取、鳥取砂丘、砂ンプラリー、白兔神社、倉吉、青山剛昌ふるさと館、大山
徳島県	徳島、阿波おどり、鳴門、大塚国際美術館、祖谷、かずら橋、鳴門の渦潮
三重県	三重、伊勢神宮、鳥羽、志摩、赤目四十八滝、VISON、鈴鹿サーキット

※識別キーワードは、主に関西パビリオン来館者アンケート及び関西・WEBパビリオンから選定

2.4.3 処理手順

地域タグ付けは以下の手順で実施される。

1. 投稿本文を取得する
2. ハッシュタグを本文に結合する(例:「#鳥取砂丘」→「鳥取砂丘」として認識)
3. 各府県のキーワード辞書に対し、部分文字列マッチングを実行する
4. マッチした府県名をリストとして記録する

1つの投稿で複数の府県が言及されている場合、該当するすべての府県を記録する。この複数府県言及データが、後述の周遊パターン分析の基礎データとなる。

2.5 周遊パターン抽出手法

2.5.1 理論的背景

ScienceDirect(2024)に掲載されたZhang et al.の研究では、「SNS Co-occurrence Similarity(SNS-COS)」という指標が提案されている。これは、SNS投稿内で同時に言及される観光地の組み合わせから、実際の周遊行動パターンを推定する手法である。本調査では、このSNS-COS手法の考え方を府県単位に適用し、9府県間の周遊パターンを抽出した。

2.5.2 処理手順

1. 地域タグ付けの結果、2つ以上の府県が記録された投稿を抽出する
2. 各投稿について、言及された府県のペア(組み合わせ)を生成する
3. 生成されたすべてのペアについて出現回数を集計し、頻出パターンを特定する

2.6 観光資源共起分析手法

2.6.1 分析の目的

府県レベルの周遊パターンに加え、より詳細な施設レベルの周遊パターンを把握するため、観光資源の共起分析を実施した。これにより、「どの施設とどの施設がセットで訪問されやすいか」という知見を得ることができる。

第2章 分析手法

2.6.2 処理手順

1. 2つ以上の観光資源が記録された投稿を抽出する
2. 施設ペアの組み合わせを生成する(順序は問わない)
3. 5回以上出現したペアのみを「有意なパターン」として採用する

最小支持度(minimum support)を5回と設定した理由は、これ未満の出現回数では偶発的な共起である可能性が高く、施策立案の根拠としては不十分であると判断したためである。

2.7 感情極性分析手法

2.7.1 理論的背景

観光分野におけるSNS感情分析(Sentiment Analysis)は、Alaei et al.(2019)の「Sentiment Analysis in Tourism: Capitalizing on Big Data」をはじめ、多くの先行研究で採用されている標準的な分析手法である。また、Schmunk et al.(2023)では、観光分野に特化した感情分析手法の重要性が指摘されている。本調査では、これらの先行研究を参考に、日本語の観光表現に特化したキーワード辞書を作成し、感情極性分析を実施した。

2.7.2 キーワード辞書の構成

ポジティブキーワード(17語)

楽しい、楽しかった、良かった、最高、素晴らしい、感動、綺麗、美しい、面白い、おすすめ、満足、行って良かった、また行きたい、癒された、圧巻、感激、幸せ

ネガティブキーワード(10語)

混雑、混んでいる、待ち時間、疲れた、残念、つまらない、がっかり、期待外れ、悪い、不満

2.7.3 スコア計算方法

感情極性スコアは、投稿本文中に出現するポジティブキーワードの数からネガティブキーワードの数を減じたものとして算出される。

$$\text{感情極性スコア} = \sum(\text{ポジティブキーワード出現数}) - \sum(\text{ネガティブキーワード出現数})$$

スコアが正の値であれば「ポジティブ」、負の値であれば「ネガティブ」、0であれば「ニュートラル」に分類する。

第2章 分析手法

2.8 エンゲージメント分析

2.8.1 理論的背景

Garcia et al.(2025)の「User Influence, Hashtag Trends, and Engagement Patterns」研究では、SNS投稿の影響力を定量化するためのエンゲージメントスコア算出手法が提案されている。本調査では、この手法を参考に、プラットフォーム特性を考慮した計算式を設計した。

2.8.2 計算式

X(Twitter)のエンゲージメントスコア

$$\text{エンゲージメントスコア} = \text{いいね数} + (\text{リツイート数} \times 3) + (\text{リプライ数} \times 2)$$

リツイートは情報の二次拡散に直結するため3倍の重み付けを行い、リプライは投稿者との対話の発生を示すため2倍の重み付けを行っている。

Instagramのエンゲージメントスコア

$$\text{エンゲージメントスコア} = \text{いいね数} + (\text{コメント数} \times 5)$$

Instagramはビジュアルコンテンツ中心のプラットフォームであり、コメントの投稿は「いいね」と比較して高い関与度を示すため、5倍の重み付けを行っている。

2.9 分析手法の信頼性と限界

2.9.1 キーワード辞書方式の利点

1. 判定根拠の明確性: マッチしたキーワードにより分類根拠を明確に説明できる
2. 再現性の高さ: 同一の辞書と同一のアルゴリズムで同一の結果が得られる
3. 計算資源の効率性: 深層学習モデルと比較して高速に処理できる

2.9.2 キーワード辞書方式の限界

1. 未登録表現への対応困難性: 辞書に登録されていない表現は検出できない
2. 文脈考慮の欠如: 「行きたくない」のような否定表現を誤検出する可能性がある(否定チェックで一部対応)
3. 皮肉・反語の検出困難性: 複雑な表現を適切に分類できない

第2章 分析手法

2.9.3 本調査における対応策

1. 収集データのサンプルを手で確認し、誤分類パターンを特定してキーワード辞書を段階的に改善した
2. 判定条件に合致しない曖昧なケースは「無関係」に分類する保守的な設計とし、観光誘発効果の過大評価を避けた
3. 複数の分析手法(投稿分類、地域タグ付け、感情分析)を組み合わせ、結果を相互検証することで、単一手法の限界を補完した

第3章 分析結果

3.1 観光誘致効果の定量的評価

3.1.1 投稿分類結果

全12,639件の投稿に対する分類結果を表3-1に示す。

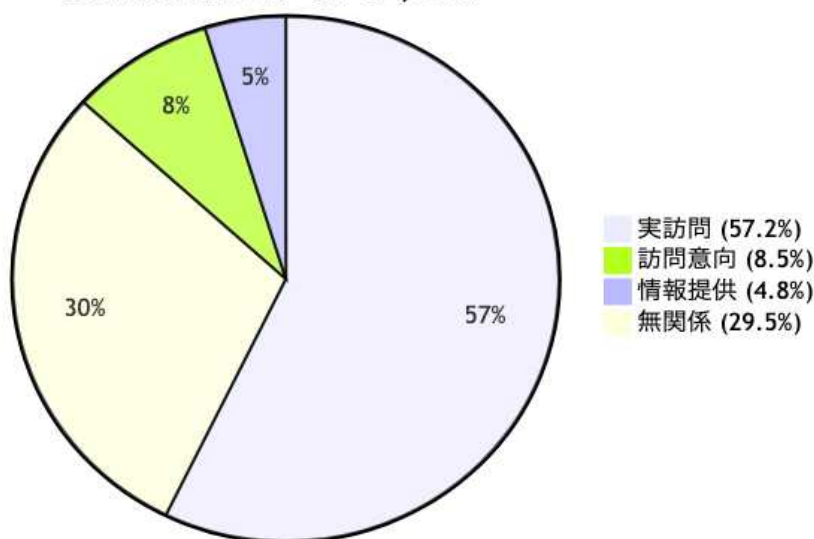
表3-1:投稿分類結果(n=12,639)

分類カテゴリ	件数	構成比
実訪問	7,234	57.2%
訪問意向	1,071	8.5%
情報提供	605	4.8%
無関係	3,729	29.5%

実訪問と訪問意向を合算した「観光誘致効果率」は65.7%(8,305件)であり、収集投稿の過半数が実際の観光行動または観光意向に関連していることが確認された。

図3-1:投稿分類結果の構成比

投稿分類結果 (n=12,639)



3.1.2 プラットフォーム別の効果差異

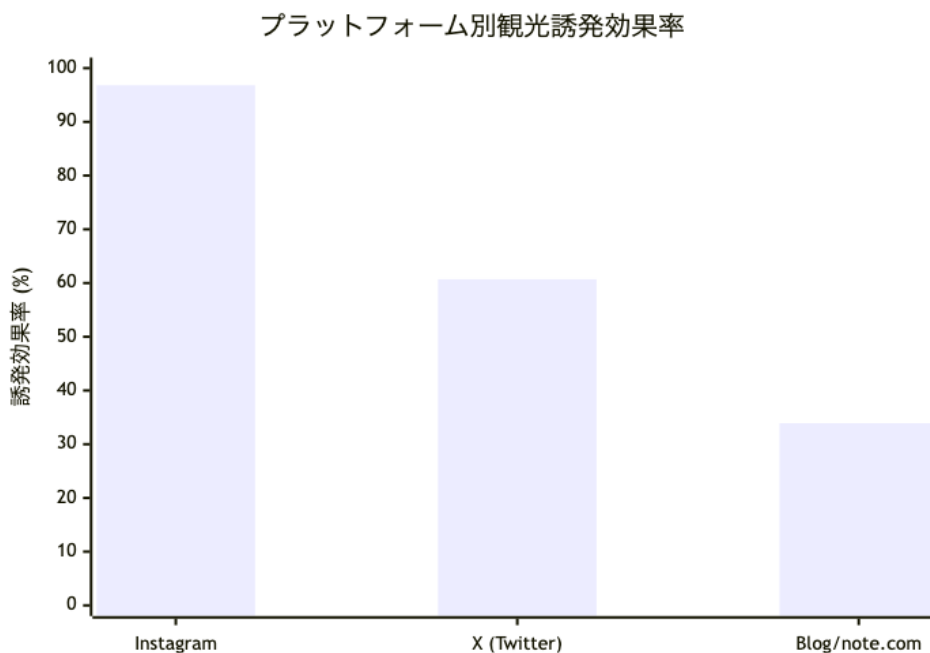
表3-2:プラットフォーム別観光誘致効果

プラットフォーム	投稿数	実訪問率	訪問意向率	誘致効果率
X (Twitter)	7,488	50.3%	10.3%	60.7%
Instagram	3,204	90.6%	6.2%	96.8%
Blog/note.com	1,947	28.9%	5.0%	33.9%
全体	12,639	57.2%	8.5%	65.7%

Instagramが最も高い誘致効果率(96.8%)を示した。これは、Instagramが写真・動画を中心としたビジュアルプラットフォームであり、訪問先での撮影を前提とした投稿が多いことに起因すると考えられる。

第3章 分析結果

図3-2:プラットフォーム別観光誘発効果率の比較



3.1.3 感情極性分析結果

X投稿7,488件に対する感情極性分析の結果を表3-3に示す。

表3-3:感情極性分析結果(X投稿、n=7,488)

感情極性	件数	構成比
ポジティブ	830	11.1%
ニュートラル	6,536	87.3%
ネガティブ	122	1.6%

ネガティブ投稿は1.6%(122件)にとどまり、関西パビリオンおよび関連施設に対する利用者の評価は概ね好意的であることが確認された。ポジティブ投稿(11.1%)には「楽しかった」「最高だった」「また行きたい」などの表現が含まれており、訪問体験に対する高い満足度を示唆している。

図3-3:感情極性分析結果

感情極性分布 (X投稿、n=7,488)



第3章 分析結果

3.2 府県別観光誘発効果

3.2.1 府県別言及数

9府県の言及数を表3-4に示す。なお、1投稿で複数府県を言及するケースがあるため、合計は投稿総数を上回る。大阪府は万博開催地のため参考値として別記する。

参考:大阪府 6,176件(万博開催地のため表3-4から除外)

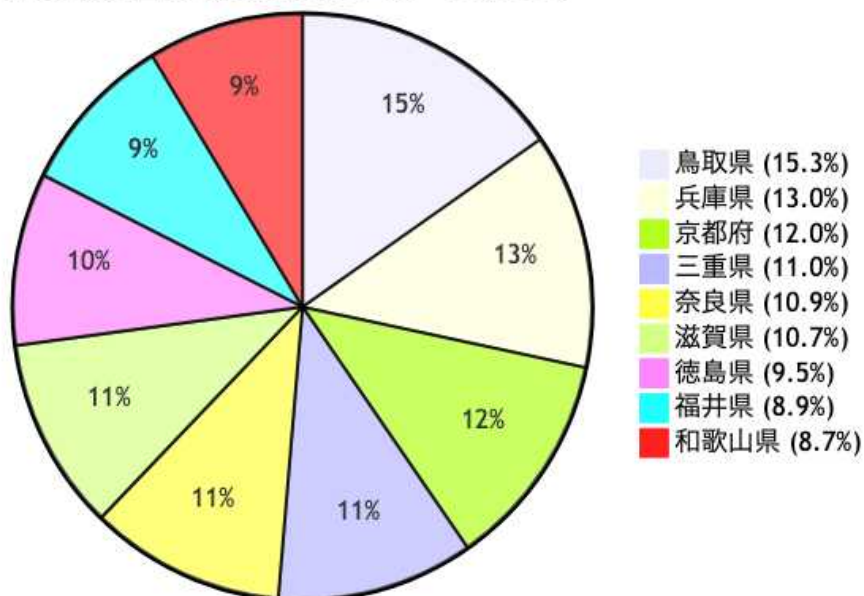
表3-4:府県別言及数(大阪府除く)

府県	言及数	構成比	主要施設等
滋賀県	1,101	10.7%	琵琶湖博物館、滋賀県立美術館
京都府	1,242	12.0%	嵐山、清水寺、EKISpot KYOTO
兵庫県	1,344	13.0%	淡路島、兵庫県立美術館、姫路城
奈良県	1,126	10.9%	天平うまし館、平城宮跡、平城宮跡歴史公園
和歌山県	896	8.7%	わかやま歴史館、アドベンチャーワールド、和歌山県立近代美術館
鳥取県	1,583	15.3%	鳥取砂丘、鳥取砂丘ビジターセンター、砂の美術館
徳島県	983	9.5%	大塚国際美術館、徳島県庁、勝瑞城館跡
福井県	922	8.9%	福井県立恐竜博物館、東尋坊、永平寺
三重県	1,136	11.0%	伊勢神宮、赤目自然歴史博物館、志摩スペイン村

鳥取県が15.3%で最多を占め、兵庫県(13.0%)、京都府(12.0%)が続く。鳥取県については「鳥取砂丘」関連の投稿が寄与していると推察される。

図3-4:府県別言及数の構成比(大阪府除く)

府県別言及数構成比 (n=10,333)



第3章 分析結果

3.2.2 観光資源共起分析結果

同一投稿内で2つ以上の観光資源が言及された投稿について、施設ペアの共起頻度を分析した。5回以上出現したペアを表3-5に示す。

表3-5:観光資源共起ペア(出現5回以上)

順位	施設1	施設2	共起回数
1	鳥取砂丘	鳥取砂丘ビジターセンター	203回
2	平城宮跡	平城宮跡歴史公園	160回
3	天平うまし館	平城宮跡	144回
4	天平うまし館	平城宮跡歴史公園	85回
5	砂の美術館	鳥取砂丘	49回
6	天平うまし館	赤目自然歴史博物館	44回
7	福井県立恐竜博物館	鳥取砂丘	34回
8	琵琶湖博物館	鳥取砂丘	31回
9	天平うまし館	琵琶湖博物館	28回
10	わかやま歴史館	天平うまし館	27回
11	琵琶湖博物館	福井県立恐竜博物館	27回
12	琵琶湖博物館	赤目自然歴史博物館	27回
13	わかやま歴史館	鳥取砂丘	26回
14	赤目自然歴史博物館	鳥取砂丘	26回
15	平城宮跡	赤目自然歴史博物館	25回

最も共起頻度が高いのは「鳥取砂丘」と「鳥取砂丘ビジターセンター」のペア(203回)であり、これらの施設が一体的な周遊コースとして機能していることが示唆される。府県をまたぐ施設ペアが43組存在し、広域周遊行動の実態を裏付けている。

3.3 周遊パターン分析

3.3.1 複数府県訪問の実態

全12,639件中、2,176件(17.2%)が複数の府県を言及しており、広域周遊の実態が確認された。周遊パターンの上位10位を表3-6に示す。

表3-6:周遊パターンTop10

順位	周遊パターン	発生回数	構成比
1	大阪府 → 鳥取県	213回	13.5%
2	三重県 → 大阪府	176回	11.2%
3	京都府 → 大阪府	165回	10.5%
4	兵庫県 → 大阪府	140回	8.9%
5	和歌山県 → 大阪府	139回	8.8%
6	大阪府 → 滋賀県	138回	8.8%
7	大阪府 → 徳島県	138回	8.8%
8	大阪府 → 奈良県	119回	7.6%
9	大阪府 → 福井県	97回	6.2%
10	三重県 → 京都府 → 兵庫県 → 和歌山県 → 大阪府 → 奈良県 → 徳島県 → 滋賀県 → 福井県 → 鳥取県	50回	3.2%

第3章 分析結果

最も多い周遊パターンは「大阪府 → 鳥取県」(213回)であり、上位パターンの多くが大阪府を含んでおり、万博会場を起点とした放射状の周遊パターンが形成されていることが確認された。

3.3.2 周遊パターンの特徴

分析の結果、以下の3種類の周遊パターンが確認された。

類型1:大阪起点の放射型周遊

万博会場(大阪)を起点として特定の府県を訪問するパターン。代表例として「大阪府 → 鳥取県」(213回)、「三重県 → 大阪府」(176回)、「京都府 → 大阪府」(165回)が挙げられる。

類型2:近隣府県間の回遊型周遊

地理的に近接する府県間での回遊パターン。代表例として「京都府 → 奈良県」(28回)、「京都府 → 滋賀県」(25回)、「三重県 → 奈良県」(18回)が確認された。

類型3:広域周遊型

3つ以上の府県にまたがる広域周遊パターン。代表例として10府県全制覇パターン(50回)、「三重県 → 大阪府 → 奈良県」(23回)が確認された。スタンプラリーの「完全制覇」を目指す行動が広域周遊を促進していると推察される。

3.4 時系列トレンド分析

3.4.1 月別投稿推移

表3-7:月別投稿数推移(関連投稿のみ)

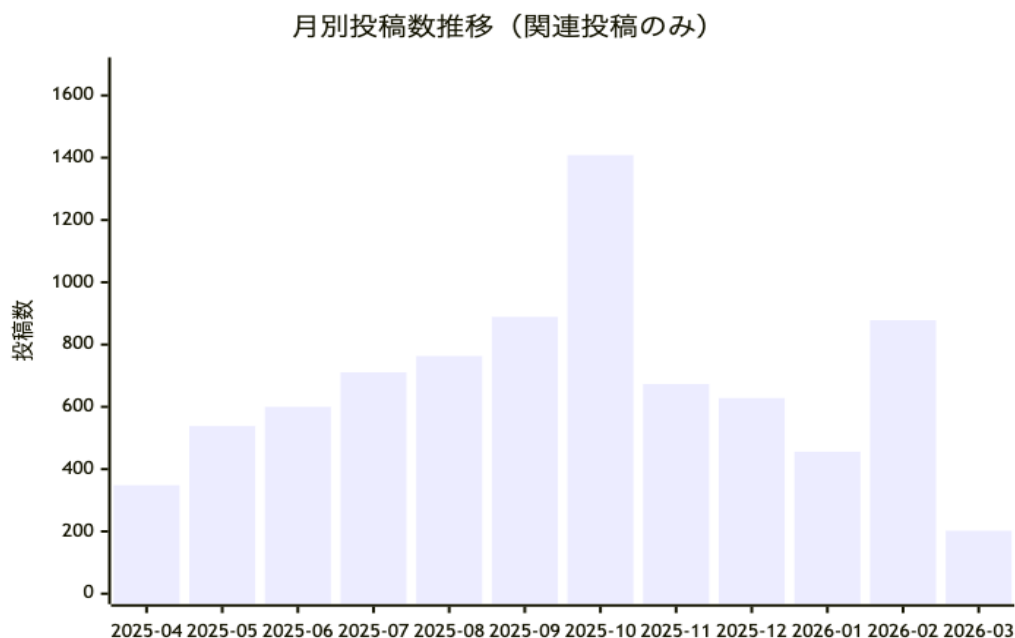
※ 無関係投稿(unrelated)を除外した集計値。施設名ハッシュタグ等による非万博関連投稿の混入を排除し、実態に即した月別推移を示す。

月	Instagram	X	合計	構成比
2025-04	41	307	348	4.3%
2025-05	98	440	538	6.6%
2025-06	203	397	600	7.4%
2025-07	252	459	711	8.8%
2025-08	281	482	763	9.4%
2025-09	401	488	889	11.0%
2025-10	871	537	1,408	17.4%
2025-11	351	322	673	8.3%
2025-12	263	365	628	7.8%
2026-01	162	294	456	5.6%
2026-02	202	676	878	10.8%
2026-03	16	186	202	2.5%

月別では2025-10が最多(1,408件)である。

第3章 分析結果

図3-5:月別投稿数推移(関連投稿のみ)



3.4.2 月別推移の特徴と2026年2月の投稿増加要因

万博開催期間中(4月～10月)は投稿数が右肩上がりに増加し、閉幕月の10月にピーク(1,408件)を迎えた。閉幕後は11月以降に減少に転じたが、2026年2月には878件と1月(456件)から大幅に回復している。この2月の投稿増加には、以下の2つの要因が寄与していると考えられる。

要因1:地域連動キャンペーンの本格始動

2026年2月に複数の地域連動キャンペーンが開始され、X上での投稿が急増した。主なキャンペーンは以下の通りである。

- 「ひょうごEXPOデジタルスタンプラリー」:兵庫県が主催するデジタルスタンプラリーが2月に本格始動し、関連投稿が198件に達した(1月は1件)。
- 「万博プラスワントリップ和歌山」:和歌山県による万博連動の観光促進キャンペーンが2月に開始され、取得上限200件に到達した(1月は2件)。

これらのキャンペーンは、万博閉幕後も「アフター万博」の枠組みで関西パビリオン発の周遊を継続・拡大する施策であり、自治体主導のプロモーションが投稿数の回復に直接的に寄与したことを示している。

要因2:スタンプラリー期限駆け込みとイベント開催

万博関連スタンプラリーの多くが2026年3月上旬を期限としており、2月は「駆け込み参加」の投稿が増加した。加えて、2026年2月21日～23日に万博記念公園で開催された「Remember EXPO」イベントが万博への関心を再喚起し、関連施設への訪問投稿の増加につながったと考えられる。

第4章 考察

4.1 観光誘発効果の評価

4.1.1 成功要因の分析

本調査の分析結果から、関西パビリオンが周遊観光ゲートウェイとして観光誘発効果を発揮した要因として、以下の点が挙げられる。

第1に、高い観光誘発効果率の達成である。収集投稿の65.7%が実訪問または訪問意向を示しており、SNSにおける関連投稿の過半数が実際の観光行動に結びついていることが確認された。特にInstagramでは96.8%という高い誘発効果率を示している。

第2に、9府県全体への誘導効果である。鳥取県(鳥取砂丘・鳥取砂丘ビジターセンター・砂の美術館)(15.3%)、兵庫県(淡路島・兵庫県立美術館・姫路城)(13.0%)、京都府(嵐山・清水寺・EKIspot KYOTO)(12.0%)が上位を占め、万博会場から地理的に離れた府県においても高い言及率が確認された。関西パビリオンが観光ゲートウェイとして各府県の観光資源への誘導に成功していることを示している。

第3に、広域周遊パターンの形成である。複数府県を訪問する投稿が2,176件(17.2%)存在し、「大阪府 → 鳥取県」「三重県 → 大阪府」などの周遊パターンが確認された。

第4に、利用者満足度の高さである。感情極性分析の結果、X投稿のうちポジティブ投稿が11.1%を占め、ネガティブ投稿は1.6%にとどまっている。関西パビリオン関連施設の訪問体験に対する利用者の評価は概ね好意的であり、口コミによる二次的な観光誘発効果も期待できる。

第5に、アフター万博の継続効果:万博閉幕(10/13)後もスタンプラリー継続による投稿が活発であり、イベント終了後の継続的な観光誘発が認められた。

4.1.2 課題と改善点

第1に、一部府県の相対的な低言及である。他の府県と比較して言及率が低い府県における関西パビリオンの観光ゲートウェイ機能の浸透や、訴求力のある観光コンテンツの開発が課題として挙げられる。

第2に、プラットフォーム間のデータ量格差である。各プラットフォームの特性を考慮したデータ収集戦略の最適化が今後の課題となる。

第4章 考察

4.2 政策提言

4.2.1 短期的施策

人気周遊ルートの強化:「大阪府 → 鳥取県」「三重県 → 大阪府」など、既に人気の高い周遊ルートについて、モデルコースとしてのプロモーション強化が有効である。

アフター万博の継続活用: 閉幕後の関西パビリオン発の周遊が定着傾向にあり、継続的な施策展開が有効である。

Instagramプロモーションの強化: Instagramが96.8%の誘発効果率を示したことを踏まえ、ビジュアルコンテンツを活用したプロモーション施策が有効である。特に、フォトスポットの整備やInstagram向けハッシュタグキャンペーンの実施により、視覚的訴求力のある情報発信が期待できる。

4.2.2 中長期的施策

継続的效果測定の体制構築: 四半期ごとのレポート作成、KPI設定、分析手法の標準化による長期モニタリング体制の構築が必要である。

低言及府県への重点支援: 言及率の低い府県に対し、インフルエンサーとの協働、メディア露出の増加、独自イベントの開催など、情報発信の強化を支援することが有効である。

周遊促進施策の深化: 施設間の共起分析の結果を踏まえ、高頻度で共起する施設ペアについて共通チケットの設定や周遊モデルコースの公式推奨を検討することが有効である。また、現在の2府県間周遊に加え、3府県以上の広域周遊を促進するためのインセンティブ設計(例:3府県以上訪問で特典付与)も検討に値する。

第5章 結論

5.1 調査結果の総括

本調査は、大阪・関西万博における関西パビリオンが出展参加9府県への周遊観光ゲートウェイとして発揮した出展効果を、SNSデータの定量的分析により検証した。X、Instagram、Blog/note.comから収集した12,639件の投稿データに対し、投稿分類、地域タグ付け、周遊パターン抽出を実施した結果、以下の知見が得られた。

- 第1に、明確な観光誘発効果が実証された。** 収集投稿の65.7%(8,305件)が実訪問または訪問意向を示しており、関西パビリオンの周遊観光ゲートウェイ機能が観光行動に結びついていることが確認された。
- 第2に、9府県全体への誘導に成功している。** 鳥取県(15.3%)、兵庫県(13.0%)、京都府(12.0%)が上位を占め、広域分散効果が認められた。
- 第3に、広域周遊パターンが形成されている。** 複数府県を訪問する投稿が2,176件(17.2%)存在し、大阪府を起点とした放射状の周遊パターンが確認された。

5.2 政策的合意

- 第1に、万博を契機とした広域観光基盤の構築可能性が示された。** 65.7%という高い観光誘発効果率は、関西パビリオンの周遊観光ゲートウェイ機能が万博来場者の地方分散に有効であることを実証している。この知見は、今後の大規模イベント(国際スポーツ大会、国際会議等)における広域観光施策の設計に活用できる。
- 第2に、SNSデータに基づく効果測定手法の有効性が確認された。** 本調査で構築した分析パイプライン(データ収集→投稿分類→地域タグ付け→周遊パターン抽出)は、他の観光施策の効果測定にも適用可能であり、エビデンスベースの政策立案(EBPM)への貢献が期待される。
- 第3に、デジタルマーケティング施策の最適化に向けた知見が得られた。** プラットフォーム別の効果差異、府県別の言及傾向、周遊パターンの類型化など、本調査で得られた定量的知見は、今後のSNSプロモーション戦略の立案に直接活用できる。

5.3 今後の課題

- 第1に、キーワード辞書方式の精度限界である。** 深層学習モデルと比較して、文脈を考慮した高精度な分類は困難であり、機械学習モデルの適用による精度向上が今後の課題となる。
- 第2に、因果関係の特定困難性である。** 本調査は相関関係を示すものであり、因果推論手法の適用が今後の課題となる。
- 第3に、定性的側面の補完である。** 本調査はキーワード辞書に基づく定量分析を主としており、投稿の文脈的意味や利用者の動機・満足度の深層的理解には限界がある。今後は、インタビュー調査やアンケート調査などの定性的手法を組み合わせた混合研究法(Mixed Methods)の適用により、分析結果の解釈を深化させることが望まれる。

参考文献

1. Cheng, Y., Kuo, C., & Yeh, S. (2022). "Tourism demand forecasting using BERT-based sentiment analysis of social media." *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(5), 907-924.
2. Zhang, Y., Li, X., & Wang, D. (2024). "SNS Co-occurrence Similarity (SNS-COS): Estimating tourism mobility patterns from social media data." *ScienceDirect Tourism Management*, 100, 104812.
3. Alaei, A. R., Becken, S., & Stantic, B. (2019). "Sentiment Analysis in Tourism: Capitalizing on Big Data." *Journal of Travel Research*, 58(2), 175-191.
4. Garcia, M., Torres, R., & Fernandez, A. (2025). "User Influence, Hashtag Trends, and Engagement Patterns in Tourism-Related Social Media." *MDPI Tourism and Hospitality*, 6(1), 23.
5. Schmunk, S., Höpken, W., Fuchs, M., & Lexhagen, M. (2023). "Sentiment Analysis: Extracting Decision-Relevant Knowledge from UGC." *Information and Communication Technologies in Tourism*, 253-265.
6. 観光庁 (2024). 「観光DX推進のためのデータ利活用ガイドライン」.
7. 関西広域連合 (2025). 「大阪・関西万博を契機とした広域観光推進計画」.

付録

付録A: データ収集環境

使用API

- Apify Tweet Scraper (apidojo~tweet-scraper)
- Apify Instagram Hashtag Scraper (apify~instagram-hashtag-scraper)
- Google Custom Search API

分析環境

- Python 3.11
- pandas(データ処理)
- httpx(非同期HTTP通信)
- 正規表現(テキスト処理)

付録B: キーワード辞書一覧

実訪問判定キーワード

行ってきた、行って来た、訪れた、訪問した、来た、着いた、到着、いつてきた、体験した、見てきた、楽しんだ、参加した、スタンプ.*押した、押してきた、ゲット.*た、コンプリート、制覇した、回った、巡った、周遊した（他 40 パターン、計 60 パターン）

訪問意向判定キーワード

行きたい、行こう、訪れたい、気になる、興味、見たい、楽しみ、計画、予定、行く予定、行くつもり、チェック.*たい、行きたいです、訪れたいです、伺いたい
（他 15 パターン、計 30 パターン）

情報提供判定キーワード

情報、お知らせ、更新、設置、開催、実施、募集、応募、キャンペーン

- 否定表現パターン
- 接尾否定: ない, ません, なかった, ず, ぬ, くない, たくない, できない
- 接頭否定: 不, 非, 未

付録C: 倫理的配慮

本調査におけるデータ収集および分析は、以下の倫理的配慮のもとで実施された。

1. 公開情報のみを対象: 収集対象は、各SNSプラットフォームにおいて公開設定されている投稿のみとした
2. 個人情報の匿名化: 分析結果の報告においては、特定の個人を識別可能な情報を除去し、匿名化処理を施した
3. 投稿内容の適切な取り扱い: 収集した投稿内容は、本調査の目的にのみ使用し、第三者への提供や商業利用は行わない



【第4章】大阪・関西万博を契機とした各府県市の取組

大阪・関西万博
関西パビリオン出展効果等に係る調査研究報告書

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

▼万博を契機とした各府県市の取組について、一般財団法人アジア太平洋研究所の協力を 得て、以下のとおり、情報整理を行った。

1) データ整理の項目

- **事業概要**: 事業名、実施時期、実施目的、事業のターゲット
- **実施内容**: 活動の詳細、実施体制、予算額や使用資源
- **成果指標**: 事前に設定した目標、評価基準、データ収集方法
- **成果(アウトプット)**: 直接的な成果
※アウトプット: 行動やプロセスの結果として作られる「形のあるもの」であり、出力された結果を指します。
- **成果(アウトカム)**: 間接的な成果
※アウトカム: そのアウトプットによって生じた「変化」や「効果」を指し、顧客に起きた変化を表します。

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2) データ整理のまとめ

- 全事業数: 136事業 (29事業から107事業追加)
 - 実施時期: 【万博前】24事業、うち万博開催までに終了した事業は3 (12.6%)[※]
 - ▶ 万博前から力を入れていた事業は約1割である。
 - 【万博中】102事業、うち万博開催期間に実施した事業は64 (53.4%)[※]
 - 【万博後】65事業、うち万博開催後から実施し始めた事業は31 (34.0%)[※]
 - ▶ 一方で、約3割強の事業が万博後にも力を入れている。
 - ※括弧で表示されている割合は、全事業数(24+102+65=191事業)を分母として計算している。
 - 実施目的: 【誘客】 94事業、うち誘客が主目的の事業は48 (44.5%)[※]
 - 【情報発信・認知度向上】 71事業、うち情報発信・認知度向上が主目的の事業は25 (33.6%)[※]
 - 【その他】 46事業 (21.8%)[※]
 - ▶ 地域製品のPRを強化、交流人口の拡大を図る、地域の活性化(奈良県)
 - ▶ 万博会場での盛り上げ(鳥取県)
 - ▶ 地域の魅力を体感、思い出作り(滋賀県、京都府、福井県)
 - ※括弧で表示されている割合は、全事業数(94+71+46=211事業)を分母として計算している。
 - ターゲット: 【万博来場者】 66事業 (38.6%)[※]
 - 【観光客】 57事業 (33.3%)[※]
 - 【その他】 48事業 (28.1%)[※]
 - ▶ 和歌山県: インバウンド向けメディア、旅行会社、万博スタッフ、海外の学生
 - ※括弧で表示されている割合は、全事業数(66+57+48=171事業)を分母として計算している。
- 別の視点でみると、**
- 【海外客を明示的に視野に入れている】 41事業 (30.1%)
 - ▶ 関西広域連合、滋賀県、京都府(京都市)、大阪府(堺市)、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、福井県、三重県
 - 実施体制: 【共同事業】 55事業 (40.4%)
 - ▶ 交通事業者の協力のもと実施している事業が目立つ(滋賀県、京都府、徳島県、福井県)
 - 予算額 : 総額118億409万円(うち、開催地の大阪府・堺市の予算は全体の39.9%)
 - 目標 : 【設定あり】27事業 (19.9%)
 - 達成率 : 27事業の平均達成率は112.8% (Max: 神戸市 323%)

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

関西広域連合

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	駐日外交団による地方視察ツアー	令和7年7月9日～7月10日	大阪・関西万博の開催にあわせ、駐日外交団に対し、関西の魅力を紹介し、関西への理解促進や、各国に向けた関西の魅力発信に繋げる。あわせて、参加国からの関西来訪や、参加国との交流の促進を図る。	駐日外交団(駐日大使館の大使、公使、書記官等)
2	関西広域連合管内ジオパークを巡る周遊観光促進	令和7年度	大阪・関西万博会場にて、来場者に域内3ジオパークの魅力を発信し、認知度向上や誘客を図る。	大阪・関西万博に来場する外国人観光客等
3	万博プラス関西観光推進事業	令和5年度～令和7年度	大阪・関西万博の開催効果を関西全域の観光に波及させることを目的に、関西旅行商品の造成やプロモーションの強化に取り組む。	大阪・関西万博開催にあわせて関西を訪問する外国人観光客等
4	関西WEEK	令和7年9月29日～10月5日	大阪・関西万博会場にて、来場者に向けて、関西の魅力を広くPRし、関西各地への周遊を促進する。	大阪・関西万博の来場者

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

関西広域連合

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	駐日外交団による地方視察ツアー	1泊2日の視察ツアーを実施し、関西各地の伝統文化や自然と共存する先進的取組、防災・減災に関する取組、最先端の科学技術などを視察。昼食及び夕食時には交流会を開催し、関西広域連合構成府県市の代表者から関西各地の魅力を紹介するとともに、駐日外交団とのネットワーク構築を図った。	関西広域連合、外務省	ツアー実施にかかる経費約2,000千円
2	関西広域連合管内ジオパークを巡る周遊観光促進	<ul style="list-style-type: none"> ○「関西パビリオン鳥取県ゾーン」常設展示 ○万博会場「フェスティバル・ステーション」において、3ジオパークが揃って観光PR出展(8/10～12)し、体験型ワークショップ、パンフレット・ノベルティ配布、動画放映等を実施した。 ○ジオパーク関係各県も、万博会場「多目的エリア」において観光PRを実施した。 ○万博シャトルバス(桜島⇄万博会場)の車内デジタルサイネージで3ジオパークの観光PR動画を放映した(4/13～8/16)。 ○会場周辺のホテル(リーベルホテル大阪)で3ジオパーク共通PRチラシを配架した。 ○観光分野事務局主催「関西WEEK」観光PRにおいて、観光PRブースでの3ジオパークが出展した(9/30～10/1)。 ○「関西WEEK」での構成府県市・ジオパークのイラスト制作及びステージイベントにて、各ジオパークのイラスト描画やDJによる紹介を実施した(9/30～10/1)。 	関西広域連合、各府県等	1,100千円
3	万博プラス関西観光推進事業	<ul style="list-style-type: none"> ○EXPO関西旅行商品造成 コンテンツ収集・整理、旅行商品造成と販売促進支援、OTA等での商品化・販売等 ○リアルプロモーション 海外旅行博や展示会への参加と商談会の主催・参加、主要ターミナル・航空会社等でのプロモーション等 ○デジタルプロモーション 関西広域観光情報ゲートウェイ「The Gate to KANSAI」の構築、WEB記事の拡充とSNS強化等 ○旅ナカ・安心サポート 関西観光における人的サポート体制の充実、万博会場内観光案内ブース「KANSAI Tourist Information」の運営等 	EXPO2025関西観光推進協議会 <構成メンバー> 関西広域連合、関西経済連合会、関西2府8県4政令市、民間企業 <事務局> 関西観光本部	総事業費:568,780千円 (令和5年度～令和7年度)
4	関西WEEK	<ul style="list-style-type: none"> ○伝統的工芸品等の展示、ワークショップ、伝統工芸品の未来を語るトークセッション ○廃材を使ったかばん、衣類などの展示販売会、大倉士門等によるリメイクファッションショー ○関西の農林水産物や食文化などの紹介 ○関西各地の魅力を描くライブペインティング&音楽・トークライブ ○柔道の阿部兄妹とパラ水泳の木村選手によるトークショー ○関西の伝統芸能団体による実演ステージ等 	関西広域連合	—

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

関西広域連合

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
1	駐日外交団による地方視察ツアー	—	—	—	参加数:16か国18名	参加国とのネットワーク構築による今後の国際交流の促進 参加国大使館のSNS等による関西の魅力発信
2	関西広域連合管内ジオパークを巡る周遊観光促進	万博会場でのジオパークPR、会場周辺での広告掲示等により魅力を発信する	万博に関わる魅力発信件数	実施件数	9件 「関西パビリオン」常設展示、「フェスティバル・ステーション」観光PR、万博シャトルバスの車内デジタルサイネージ等	万博来場者へのPRによる3ジオパークの認知度向上、連合管内ジオパーク拠点施設への入込客数の増加(令和6年度比約9万人増)
3	万博プラス関西観光推進事業	商品造成数:100商品 販売額:10億円	—	旅行会社へのヒアリング	旅行商品の造成 ・商品造成数:380商品 ・販売額:16億円 ・販売人数:16.7万人 万博会場内の関西観光ブース「KANSAI Tourist Information」における ・来場者数:110,289人 ・外国人接客者数:6,087人 ・PRイベントの実施:33団体、計60回 関西観光情報サイト「The Gate to KANSAI」への万博期間中のアクセス数:1,087,523PV(閲覧数)、562,478UU(ユーザー数)	○関西各地の魅力を観光コンテンツとして可視化し、関西を「面」で提案する仕組みを整備 ・2府8県4政令市の観光コンテンツを集約した「関西観光コンテンツ集」の整備 ○海外市場での観光コンテンツの流通環境整備と情報発信 ・観光コンテンツの海外での旅行商品化と販売のルートを整備(BtoB) ・「The Gate To KANSAI」の整備とSNS等でのターゲティングプロモーション(BtoC) ○関西広域観光を「ONE関西」で推進する体制の構築
4	関西WEEK	—	—	—	・来場者数:29,366名	万博来場者への関西の魅力のPRによる関西各地への周遊効果の促進

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

滋賀県

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	【滋賀 meets EXPO × 滋賀県観光キャンペーン】滋賀スペシャルNFTを手に入れよう！	令和6年11月2日～ 令和7年10月13日	万博会場と滋賀県の観光地の相互誘客を図るため実施。	全国からの万博来場者および滋賀県への観光客
2	大阪・関西万博利用滋賀県旅行商品借上バス助成	令和6年4月1日～ 令和7年3月31日	万博開催を契機とした滋賀県の認知度向上、誘客促進を図るため実施。	全国からの万博来場検討層
3	Wでいこうぜ♪滋賀・びわ湖	令和7年6月24日～ 10月13日	万博を契機に観光まちづくりを推進し、観光誘客を図るとともに物価高騰対策に取り組むため実施。	全国からの万博来場者、関西への観光来訪検討層
4	万博から滋賀へGO!!キャンペーン	令和7年9月1日～ 11月30日	万博来訪者および関係者の、会場から滋賀への誘因とするため実施。	万博会場で滋賀を知った人(ブース来訪者、催事参加者)および万博関係者
5	関西パビリオン滋賀県ブースからの誘客	令和7年4月13日～ 10月13日	万博会場から滋賀県への「ゲートウェイ」として位置付ける滋賀県ブースにおいて、滋賀の魅力を紹介し、誘客を促進するため。	全国からの万博来場者、滋賀県への観光来訪検討層
6	滋賀魅力体験ウィーク(多目的エリアイベント)からの誘客	前期:令和7年6月24日～6月29日 後期:令和7年8月27日～9月1日	万博会場から各府県への「ゲートウェイ」として位置付ける関西パビリオンにおいて、滋賀の魅力を紹介し、誘客を促進するため。	国内外からの万博来場者、滋賀県への観光来訪検討層
7	公式スタンプラリー(サテライト会場)	令和7年4月13日～ 令和8年3月31日	万博来場者が関西隣県を広域周遊し、各地の魅力を体感いただくとともに、スタンプを押印することで思い出として記録する	万博来場者をはじめとする万博公式スタンプの収集者
8	滋賀県観光地視察ツアー	令和7年7月29日	海外パビリオンスタッフの方などに本県の実情を感じていただき、多くの万博関係者の来訪を促すとともに、駐日外国公館とのつながりを強化することにより、今後の本県へのインバウンド誘客の促進へつなげる。	駐日外国公館職員と海外パビリオンスタッフ
9	JR西日本による観光列車「はなあかり」の運行	令和7年7月5日から 9月28日の間の土・日 (各日1往復運行、全21日/42本)	万博の盛り上げを各地に広げ、地域ならではの食やおもてなしを通じて地域の魅力を発信する。	関西在住者 全国からの万博来場者(プラスワントリップ利用者)
10	「関西パビリオン参加9府県オールスタンプ」の実施【わたSHIGA輝く障スポ】	令和8年10月25日～ 27日	関西パビリオン参加9府県の公式スタンプの設置を通じて滋賀県への誘客を促進 本県で開催される第24回全国障害者スポーツ大会「わたSHIGA輝く障スポ」の認知度向上と来訪者増加	万博スタンプに関心のある層 障害者スポーツおよび滋賀県観光に関心のある層

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

滋賀県

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	【滋賀 meets EXPO × 滋賀県観光キャンペーン】滋賀スペシャルNFTを手に入れよう！	滋賀県ブースと滋賀県観光地の両方を訪問した方に記念NFTを配布するキャンペーンを実施。 令和6年11月2日:①滋賀 観光記念NFTを配布開始。 令和7年4月13日:②滋賀 万博記念NFTおよび③滋賀スペシャルNFT配布開始。	滋賀県(観光振興局、万博推進室)、公益社団法人びわこデジタルズビューローが実施。	66,000円(パナー制作、万博アプリパナー掲載)
2	大阪・関西万博利用 滋賀県旅行商品借上バス助成	万博と滋賀県内での宿泊を組み合わせたバスツアーを造成した旅行会社に助成。	公益社団法人びわこデジタルズビューローにて実施。(滋賀県は連携)	400万円
3	Wでいこうぜ♪滋賀・びわ湖	新幹線乗車券と滋賀県内での宿泊をセットにした旅行商品の販売、滋賀・琵琶湖を楽しむ現地体験プランを展開。	公益社団法人びわこデジタルズビューローにて実施。(滋賀県は連携)	約1,000万円
4	万博から滋賀へGO!! キャンペーン	滋賀県ブース等来場者に配布したウェルカムカード、またはAD証の提示で湖上クルーズ料金を割引。	琵琶湖汽船株式会社の協力のもと、クルーズの割引を提供。	県予算なし(民間の協力で実施)
5	関西パビリオン滋賀県ブースからの誘客	会期中、世界初の技術「キネティック・ライト・ビジョン」を用いた映像と光の空間演出で、滋賀の人々のいとなみを効果的に表現。観光コンシェルジュを配置して県内観光相談の個別ニーズに応じたほか、行列の待ち時間を利用した来場者全体への観光案内も開始。 6月13日から来場者へウェルカムカード配付を開始し、コンテンツの詳細をブース退出後も二次元コードからご覧いただける仕組みを追加。	滋賀県(万博推進室)からブース運営事業者へ委託。観光コンシェルジュについては県内旅行会社にて人員を調整。	滋賀県ブース制作費R6: 266,025,100円 滋賀県ブース運営費R6: 24,780,800円 滋賀県ブース運営費R7: 147,220,700円
6	滋賀魅力体験ウィーク(多目的エリアイベント)からの誘客	県内の多様な団体の出展により、体験等を通じ滋賀の自然、文化、歴史、産業等の魅力を発信。 観光案内ブースを設置し、来場者のニーズに応じた滋賀県の観光情報を案内して誘客を促進。 前期は「健康しが」、後期は「MLGs(Mother Lake Goals)」をテーマに展開。	滋賀県から催事運営事業者へ委託	多目的エリア催事費R6: 10,987千円 多目的エリア催事費R7: 57,379千円
7	公式スタンプラリー(サテライト会場)	会期中、各府県にもスタンプを設置。 会期後、令和8年3月31日まで設置を延長(令和7年10月12日に公表)	(企画主催:博覧会協会) 県立琵琶湖博物館にスタンプコーナーを設置。	—
8	滋賀県観光地視察ツアー	駐日外国公館職員と海外パビリオンスタッフを対象に、滋賀県の魅力を体験いただく県内観光地視察ツアーを開催。	滋賀県(観光振興局)が実施。	約50万円
9	JR西日本による観光列車「はなあかり」の運行	駅や車内でのおもてなし・調度品の調整を実施。 ○食のサービス(敦賀行き=近江懐石 清元のお弁当、大阪行き=わた与・いと重のコラボスイーツ) ○駅でのおもてなし(全停車駅でのおもてなし) ○車内販売(缶詰やおつまみ、ドリンクなど地域ならではのお土産や飲料の斡旋) ○調度品(スーパーアグリグリーン車の飾り棚に各地の伝統工芸品を展示)	運行:西日本旅客鉄道株式会社	—
10	「関西パビリオン参加9府県オールスタンプ」の実施【わたSHIGA輝く障スポ】	関西パビリオン公式スタンプのうち、パビリオン館内に設置していた9府県分のスタンプのレプリカをセットにして陸上競技の会場に設置。	—	—

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

滋賀県

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
1	【滋賀 meets EXPO × 滋賀県観光キャンペーン】滋賀 スペシャルNFTを手に入れよう！	—	NFT取得件数	NFT取得件数調査	①滋賀 観光記念NFT1,496件 ②滋賀 万博記念NFT7,709件 ③滋賀 スペシャルNFT 597件	■滋賀県内の観光地と万博会場の関西パビリオンとの相互誘客の契機となった。
2	大阪・関西万博利用滋賀県旅行商品借上バス助成	バス200台	ツアー造成件数	申請件数調査	バス148台に助成 (推計約5,900名)	滋賀県内の観光地と万博会場の関西パビリオンとの相互誘客の契機となった。
3	Wでいこうぜ♪滋賀・びわ湖	—	キャンペーン利用件数	利用件数調査	利用件数 978件	滋賀県内の観光地と万博会場の関西パビリオンとの相互誘客の契機となった。
4	万博から滋賀へGO!! キャンペーン	—	乗船者数	事業者からの実績報告	乗船者数 計173名(9月～11月・3か月間) 内訳:カード168名、AD証5名	■万博会場から滋賀県への誘客の契機となった。 ■琵琶湖の体感により、展示や催事にとどまらない価値を認識いただけた。 (認知度向上、今後の誘客の呼び水)
5	関西パビリオン滋賀県ブースからの誘客	滋賀県ゾーン来場者30万人	来場者数	人流センサー、来場者属性傾向分析システム、ウェルカムカード配付数	滋賀県ブース来場者約40万人、ブースでのウェルカムカード配付枚数267,335枚	メディア等への取上げ
6	滋賀魅力体験ウィーク (多目的エリアイベント)からの誘客	—	来場者数	人流センサー他	滋賀魅力体験ウィーク来場者 約119,800人(前期約58,000人、後期約61,800人)	・メディア等への取上げ ・SNSのフォロワー増加等の反応があり、出展団体の商品・技術・サービス、取組等の認知度向上につながった ・出展により出展者のモチベーションが高まるなど、活動が活発化した ・万博出展実績が出展者の今後の活動におけるブランディングにつながった ・出展者のPR用コンテンツ(映像やチラシ等)の充実が図られた ・商品やサービス、取組の磨き上げにつながった
7	公式スタンプラリー (サテライト会場)	—	—	—	スタンプラリーを目的とした多くの来訪者が見受けられ、万博におけるPR効果を確認できた	—
8	滋賀県観光地視察ツアー	—	—	—	参加者数 13か国24名	—
9	JR西日本による観光列車「はなあかり」の運行	—	—	—	全21往復運行	—
10	「関西パビリオン参加9府県オールスタンプ」の実施【わたSHIGA輝く障スポ】	—	—	—	3日間(計11時間)で事前申込約400名	—

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

京都府

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	京都ゾーン及び多目的エリア内での展示・体験などを通じた府域への誘客促進	・京都ゾーン(184日間) 令和7年4月13日～10月13日	万博会場における府域誘客のための「ゲートウェイ」として位置付けている京都ゾーンにおいて、多様な京都の魅力を発信し、来場者に新たな京都の魅力を発見していただくことで、府域への誘客を促進するため。	国内外からの万博会場来場者
2		・多目的エリア(12日間) 令和7年4月29日～5月4日及び 10月1日～10月6日		国内外からの万博会場来場者
3	大阪・関西万博きょうとアクションプラン 「フラッグシップ・アクション」	令和7年3月～令和8年3月	「万博の機運醸成の取組」や「万博会場から京都府内各地への誘客など、府内の活性化を目的とする取組」の中で、各分野における京都の強みを生かし、広域的に実施する取組や多様な主体と連携して進める11の取組を「フラッグシップ・アクション」と位置づけ、府内全域への誘客をけん引するため。	万博会場来場者を含む、国内外から観光目的で関西を訪れる方
4	万博会場から府内周遊の起点となる「EKIspot KYOTO」の設置	①公式スタンプ(サテライト)の設置 令和7年4月17日～10月19日	京都の玄関口となる京都駅に、京都の万博関連情報の発信拠点「EKIspot KYOTO」を設置し、府域への周遊を促進するため、公式スタンプを設置し、多くの方に「EKIspot KYOTO」お越しいただく。	公式スタンプを集めている方々及び京都駅を訪れる方々
5		②公式スタンプ(京都ゾーン)等の追加設置 令和7年10月14日～10月19日		
6	周遊企画の実施	①リアル桃太郎電鉄 ～ホンマの京都・万博編～ 令和7年5月10日～8月31日	万博を契機に国内外から関西を訪れる方々に京都府内を隅々まで巡っていただき、これまで知らなかった地域の魅力を体感していただくため。	国内外からの万博会場来場者及び京都駅を訪れる方々
7		②京都ゾーン等を起点とした府域周遊スタンプラリー 令和7年7月11日～8月1日及び 8月29日～10月13日		
8	アフター万博キャラバン	令和8年1月18日 令和8年1月30日・31日 令和8年3月8日 令和8年3月14日 令和8年3月21日・22日	万博の終了を惜しむ方々や万博や関西パビリオン京都ゾーンに来場することが出来なかった方々に対し、関西パビリオン京都ゾーンでの展示を発信するとともに、府域への誘客や府域での周遊促進を図る。	万博の終了を惜しむ方々 万博や関西パビリオン京都ゾーンに来場することが出来なかった方々

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

京都府

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
9	アフター万博デジタルクイズラリー 「万博のカケラを探せ★」	令和8年2月2日(月)～3月16日(月)	大阪・関西万博の会場を彩り、来場者を楽しませた展示物などを、府内各地にレガシーとして残る「万博のカケラ」として巡り、クイズに挑戦しながら万博の感動をもう一度味わっていただくため。	万博の終了を惜しむ方々 万博や関西パビリオン京都ゾーンに来場することが出来なかった方々
10	アフター万博イベント 「またね。万博」	令和8年3月14日(土)	アフター万博の取組の一環として、大阪・関西万博を契機とした京都の取組のレガシー(公式SNSを通じて生まれた「人のつながり」、「EKISpot KYOTO」のような府域周遊を促す取組)を今後順次開催される大型イベントに継承・活用していくことを広く周知するとともに、これらのイベントをPRするため。	○万博の終了を惜しむ方々 万博や関西パビリオン京都ゾーンに来場することが出来なかった方々 ○京都駅を訪れる人々

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

京都府

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	京都ゾーン及び多目的エリア内での展示・体験などを通じた府域への誘客促進	○京都ゾーンの展示を概ね1週間ごとに入れ替えし、府域への誘客につながるコンテンツを発信 ○ゾーン内で誘客につながる説明交流、チラシ配布、サイネージによりイベントの情報提供を実施	行政だけでなく、経済団体や関係団体、有識者により構成されるオール京都の推進体制「大阪・関西万博きょうと推進委員会」において企画・運営	京都ゾーン製作費 R6:281,589千円 京都ゾーン企画・運営費R6:100,364千円 京都ゾーン企画・運営費R7:331,733千円 多目的エリア催事費 R6:19,910千円 多目的エリア催事費 R7:59,998千円
2		○多目的エリアでは、府内各地の名産品が集まる物産展やステージイベントなどを実施		
3	大阪・関西万博きょうとアクションプラン「フラッグシップ・アクション」	(事業名) ・京都駅周辺エリアまるごとゲートウェイ ・きょうとまるごとお茶の博覧会 ・けいはんな万博2025 ・京都の川巡り ・和食と世界の食サミット ・KYOTO地球環境の殿堂 国際会議・未来会議 ・スタートアップイベント ・Music Fusion in Kyoto 音楽祭 ・LIGHT CYCLES KYOTO ・京都国際マンガ・アニメフェア(京まふ)2025 ・“ほんまもん”を伝える「食の京都」レストランスペシャル (実施時期)令和7年3月～令和8年3月 (実施場所)府内全域	京都府、各事業実行委員会等により企画・運営	R6:329,000千円 R7:650,800千円 ※京都府令和6年度及び令和7年度予算のうち関連経費のみ記載 ※その他、各事業実行委員会構成団体等の協力により事業を実施
4	万博会場から府内周遊の起点となる「EKIspot KYOTO」の設置	府内観光情報等の発信拠点として京都駅に期間限定で設置していた「EKIspot KYOTO」に ①会期中は、公式スタンプ(サテライト)を設置	京都府が設置・運営	情報発信拠点の設置・運営に係る経費 R6:25,000千円 R7:63,581千円
5		府内観光情報等の発信拠点として京都駅に期間限定で設置していた「EKIspot KYOTO」に ②閉幕後(10/14～10/19)は公式スタンプ(京都ゾーン)やオリジナルスタンプも併せて設置 また、来場者のニーズに応じた府域のイベント情報などを案内		
6	周遊企画の実施	府内各地の周遊促進につながる周遊企画を実施。 ①リアル桃太郎電鉄～ホンマの京都・万博編～アプリ内でサイコロを振り、実際に府内の各駅を巡りながら、クイズやミッションに挑戦し、賞金(ポイント)を稼いでいく新感覚の街歩きイベント	京都市や民間事業者などと連携して京都駅周辺を府内各地への誘客を促す玄関口とする「京都駅周辺エリアまるごとゲートウェイ事業実行委員会」により企画・運営しJR西日本及びWILLER TRAINS株式会社(京都丹後鉄道)が協力	①企画・運営に係る経費 26,631千円
7		府内各地の周遊促進につながる周遊企画を実施。 ②府域周遊スタンプラリー 京都ゾーンや京都駅をスタート地点とし、府内29か所に設置されたスタンプを3種類又は5種類集めるスタンプラリー		②広報物やスタンプ等の物品製作費 806千円
8	アフター万博キャラバン	府内市町村等と連携し、各地で開催されるイベントにて京都ゾーン振返り展示を出展。 【主な展示物】 万博関連スタンプ4種、京都ゾーンフォトパネル 京都ゾーンで使用したキモノタイルやユニフォーム 京都ゾーンの展示ダイジェスト映像	京都府が企画・運営	展示物の輸送等の経費 約250千円

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

京都府

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
9	アフター万博 デジタル クイズラリー 「万博のカケラを 探せ★」	万博ゆかりのスポット等を巡り、各スポットにまつわるクイズに回答することで、オリジナルカードがもらえるデジタルクイズラリーを実施。 ・シグネチャーパビリオン「Dialogue Theater -いのちのあかし-」に活用された福知山市の旧細見小学校中出分校関連スポット ・大阪・関西万博のトイレの建材にも活用された木津川市に今も残る残念石など、府内6か所のスポットを巡っていただく。	京都府が企画・運営	システム構築・運用及び広報・景品製作に係る経費 約925千円
10	アフター万博 イベント 「またね。万博」	○ステージイベント ・今後開催される大型イベントに向けた、大阪・関西万博きょうと推進委員会の公式SNSの活用及び京都駅情報コーナーの設置に関する発表 ・キャラクター撮影会 等 ○大型イベントPRブース ○アフター万博キャラバン <今後開催される大型イベント> ・第43回全国都市緑化フェア in 京都丹波 ・2027年国際園芸博覧会 ・ワールドマスターズゲームズ2027関西	「大阪・関西万博きょうと推進委員会」において企画・運営	イベント開催経費 約3,000千円

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

京都府

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
1	京都ゾーン及び多目的エリア内での展示・体験などを通じた府域への誘客促進	目標の設定はしていない	—	京都ゾーンの来場者を対象にしたアンケート調査 ・実施期間 35日間 ・回答者数 3,574人	<ul style="list-style-type: none"> ・回答者の約95%が京都ゾーンの展示が面白かったと回答 ・展示が面白かったと回答した方の約99%が「京都に行ってみたい」と回答 ・出展者が京都ゾーンで直接来場者にPR ・サインージ等を活用し、展示と連携したスタンプラリーの案内やスポット等を紹介 ・来場者限定で府内イベント割引券等の配布 ・旅行会社と連携し独自に作成した月ごとの府域周遊モデルコースを案内 	<ul style="list-style-type: none"> ・京都ゾーン出展者へのアンケートにより、中長期的に京都の発展につながり得る成果が多数生まれていることを確認。 ・出展に向けた新商品開発、出展を契機とした出展者同士の新商品開発等 ・出展に向けて、展示方法等において新たな表現手法を創出 ・出展者同士の交流を契機とした連携の創出 ・出展を契機とした企業や団体、取り扱う商品等の認知度向上
2						
3	大阪・関西万博きょうとアクションプラン「フラッグシップ・アクション」	目標の設定はしていない	—	特になし	<ul style="list-style-type: none"> ・フラッグシップ・アクション全体を通じ、府内の各会場に延べ112万人が来場。 	<ul style="list-style-type: none"> ・子どもの国際交流や観光コンテンツの創出、地域の魅力の再発見と周遊を掛け合わせた企画の実施など、府内での新たな取組に挑戦する場となった。 ・「ポスト万博シティ」の推進に向けた動きの加速化や、京都の文化を支える担い手のこれまでになかった組み合わせの構築など、万博レガシーの萌芽が生まれている。
4	万博会場から府内周遊の起点となる「EKIspot KYOTO」の設置	目標の設定はしていない	—	スタッフが対応した人数	<ul style="list-style-type: none"> 「EKIspot KYOTO」の設置期間中(①)延べ約15万2千人がEKIspot KYOTOを利用。(うち、②の期間は約8,000人) うち、約3万7千人にニーズに応じた目的地の案内を行い、府内周遊の促進につなげた。 	<ul style="list-style-type: none"> EKIspot KYOTOは府内の様々なイベントや目的地を案内する情報発信拠点と、京都の多様な魅力を発信する・体験する魅力発信ブースの2つの機能を有する施設となっており、情報発信拠点で膨らんだ利用者の期待やニーズに対し、情報発信拠点のスタッフがニーズに応じたイベントや目的地を案内することで、万博を契機に利用者を府内各地への誘客へとつなげる仕組みとなった。
5				<ul style="list-style-type: none"> 「EKIspot KYOTO」の設置期間中(①)延べ約15万2千人がEKIspot KYOTOを利用。(うち、②の期間は約8,000人) うち、約3万7千人にニーズに応じた目的地の案内を行い、府内周遊の促進につなげた。 		

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

京都府

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
6	周遊企画の 実施	目標の設定は していない	—	①ゲームのプレイ数に基づき算出	京都ゾーンをはじめ、様々な場面で周知を行ったことで、これまで周遊企画を通じ、約5,300人が確実に京都府内を周遊 ①リアル桃鉄～ホンマの京都・万博編～ 参加者実績：約4,700人	リアル桃鉄プレイヤーへのアンケートでは、回答者の4割が「既に万博に行った」と回答。また、約4割の方が「今後行く予定」と回答しており、京都府内と万博会場を相互に人が行きかう相乗効果を生み出した。
7				②スタンプラリーの景品引き換え件数	京都ゾーンをはじめ、様々な場面で周知を行ったことで、これまで周遊企画を通じ、約5,300人が確実に京都府内を周遊 ②京都ゾーン等を起点とした府域周遊スタンプラリー 参加者実績：約600名	
8	アフター万博 キャラバン	目標の設定は していない	—	スタンプの押印者数	10月14日～3月末で延べ約3万人	京都の多様な魅力を発信した「京都ゾーン」に関する情報を現地に来ることが出来なかった方にも届けることができたこと、万博の終了を惜しむ方々に実際に府内各地のイベントへお越しただけたことから、本取組は京都の魅力発信および誘客促進に寄与するものとなったと考えられる。
9	アフター万博 デジタルクイズラリー 「万博のカケラを探せ★」	目標の設定は していない	—	ゲームのプレイ数に基づき算出	延べ約1,400人が参加	本企画を通して、万博終了を惜しむ多くの方に府内各地を周遊いただき誘客促進につながったほか、参加者がSNS等でクイズラリー情報を発信・共有したことで、より広く府内各地の魅力を周知することができた。
10	アフター万博 イベント「またね。万博」	目標の設定は していない	—	特になし	約8,200人が来場	今後開催される大型イベントをブース出展やステージイベントの中でPRし、多くの方に関心を持っていただくことができた。今後もSNSや京都駅に設置した情報発信コーナーを活用しながら京都への誘客促進につなげていく。

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪府

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	大阪来てな！ キャンペーン事業	令和6～7年度(通年)	万博を契機とした国内外からの誘客、府内周遊の促進を図るため	国内外からの来販者
2	大阪・光の饗宴2025	令和7年4月9日(水)から 令和8年1月31日(土)	万博の機運醸成や国内外からの来販者を圧倒的な光でおもてなしするとともに、大阪の魅力をPRするため	国内外からの来販者及び 府民
3	水都大阪の魅力発信 (中之島GATEサウスピア開業)	令和7年4月6日開業 (工事期間:令和6年10月～ 令和7年3月)	大阪・関西万博の会場である夢洲等のベイエリアと大阪市内の「水の回廊」沿いにある中之島や道頓堀等の観光名所を船で結び、水都大阪の魅力向上と発信に取り組むため	国内外からの来販者
4	水都大阪の魅力発信 (OSAKA リバーファンタジー)	令和7年3月20日～令和8年2月 (約11カ月)	万博開催時に水都大阪の魅力を国内外に向けて発信するため	国内外からの来販者
5	OSAKA SAILING EXPO 2025	令和7年5月31日	万博会場が四方を海で囲まれているという特徴を活かし、ヨットや大型帆船を活用した万博の機運醸成、国内外からの誘客を促進する	国内外からの来販者、万 博来場者
6	OSAKA Classic Car EXPO	令和7年4月20日(日)	万博の開幕を機に国内外から来販される多くの方々や府民に向けて、大阪の魅力発信や万博の機運を醸成するとともに、万博会場への来場を促進するため	国内外からの来販者及び 府民
7	大阪デスティネーション キャンペーン推進事業	令和6～8年度	全国から大阪への誘客・周遊及び万博への機運醸成を図るため	全国からの来販者
8	大阪にぎわい創出事業	令和7年度(通年)	大阪の都市魅力を国内外に発信し、大阪への誘客を促進するとともに、万博のレガシーを将来に継承し、国際エンターテインメント都市としての都市格やブランド力を一層高めるため	国内外からの来訪者
9	御堂筋ランウェイ2025	令和7年11月3日(月・祝)	大阪のメインストリートである御堂筋において、非日常的なオンリーワンコンテンツを実施し、一層の話題性を高めることで、大阪の魅力を国内外へ広く発信するため	国内外からの来販者及び 府民

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪府

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	大阪来てな！ キャンペーン 事業	<p>【主なイベント】</p> <p>■薫風歌舞伎特別公演 (概要)インバウンドをはじめ、観光客にも楽しめる歌舞伎特別公演 (開催期間)5月11日(日)～25日(日) (開催場所)大阪松竹座</p> <p>■OSAKA MUSIC LOVER-JAPANIMATIONROCKS- (概要)アニメの主題歌やエンディングソングを歌う大阪出身のアーティストなどが集結した大型音楽フェス (開催期間)7月26日(土)、27日(日) (開催場所)EXPOホール</p> <p>■Top Chef in OSAKA2025 (概要)世界的に有名なシェフを招聘した期間限定レストランイベント (開催期間)9月9日(火)～14日(日) (開催場所)ホテルニューオータニ大阪</p> <p>■OSAKA MUSIC LOVER EXPO ARENA 2025 (概要)大阪出身のアーティストによるパフォーマンスなどを楽しむ大型音楽フェス (開催期間)9月14日(日)、15日(月・祝) (開催場所)EXPOアリーナ</p> <p>■秋の週末わいわいワイン (概要)大阪ワインの魅力を直接感じられる、ワイナリーを巡る企画 (開催期間)9月20日(土)、21日(日) (開催場所)河内ワイン館、飛鳥ワイン(羽曳野市)、カタシモワイナリー(柏原市)</p> <p>■音食キッチン (概要)食と音楽を掛け合わせたフードイベント (開催期間)9月12日(金)～10月13日(月・祝) (開催場所)大阪城公園</p>	<p>主体： 大阪来てなキャンペーン 実行委員会 (構成団体：大阪府、大阪市、 公益財団法人大阪観光局)</p>	<p>予算額：1,300,000千円</p> <p>【内訳】 令和6年度： (大阪府)300,000千円、 (大阪市)300,000千円 令和7年度： (大阪府)350,000千円、 (大阪市)350,000千円</p>
2	大阪・光の饗宴2025	<p>「御堂筋イルミネーション」と「OSAKA光のルネサンス」をコアプログラムとして実施し、地域の活性化に取り組む団体等が大阪府内各エリアで展開する光のプログラムをエリアプログラムとして、連携を図った。</p> <p>また、「大阪・光の饗宴2025」万博特別点灯として、4月から「御堂筋イルミネーション」、「大阪市役所正面イルミネーションファサード」及び「中之島イルミネーションストリート(みおつくしプロムナード)」を実施し、4月9日になんば広場で点灯式を実施した。</p> <p>なお、従来は23時までであった点灯時間を25時まで延長。</p> <p>開催場所：御堂筋(阪神前交差点～難波西口交差点)、 大阪市役所周辺～中之島公園 府内各所(エリアプログラム)</p>	<p>主体： 大阪・光の饗宴実行委員会 (構成団体：大阪府、大阪市、 公益財団法人大阪観光局、 大阪商工会議所、公益社団 法人関西経済連合会、一般 社団法人関西経済同友会、 光のまちづくり推進委員会)</p>	<p>予算額：735,622千円</p> <p>【内訳】 (大阪府)420,710千円、 (大阪市)314,912千円)</p>

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪府

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
3	水都大阪の 魅力発信 (中之島 GATEサウス ピア開業)	海と川の結節点である安治川左岸に、大阪府と民間事業者で整備した「中之島GATEサウスピア」を開業。 ・海船と川舟の乗換ターミナル機能を有する、公共船着場の桟橋を2基整備 ・民間事業者(biid株式会社)が、にぎわい施設などを整備し、公共船着場を含め一体的に管理・運営 ・にぎわい施設では、バーベキューなどが楽しめるレストランや憩いの場として多目的広場などを整備 場所:大阪市西区川口2丁目54番1地先 面積:約7,900㎡(河川区域の陸地部分) 施設:レストラン、券売所、待合所、歴史資料コーナー、多目的広場 プレジャーボート係留施設	主体:大阪府	予算額:510,505千円 (船着場設計工事)
4	水都大阪の 魅力発信 (OSAKA リ バーファンタ ジー)	水と光のシンボルである中之島・水の回廊(都心部)と万博会場(ベイエリア)を結ぶ「水と光の東西軸」の3か所で、船上から楽しめるウォーターショーやプロジェクションマッピング等、水と光を活かした魅力的なコンテンツを実施 ○八軒家浜エリア【大川右岸の護岸】 水と光と音が織りなす大規模な噴水ショー (護岸沿いに幅 約100mにわたる大型噴水を設置) ○東横堀川エリア【高麗橋から本町橋まで】 阪神高速道路の橋脚等に囲まれた空間への プロジェクションマッピング等(約650m) ○中之島GATEエリア【安治川右岸の護岸】 LEDビジョンによる演出 (中之島GATEサウスピアの対岸約80mの区間に設置)	主体:大阪府、大阪市	予算額:612,375千円 (令和6年度～令和7年度) 【内訳】 (大阪府)306,188千円、 (大阪市)306,187千円
5	OSAKA SAILING EXPO 2025	開催日 :5月31日(土) 開催場所:夢洲周辺の海上、天保山岸壁 事業内容: 【海上パレード】 大型帆船や多数のヨットが隊列をなし、夢洲の万博会場沖を航行パレード 【陸上イベント】 天保山岸壁(天保山マーケットプレイス前)にて、ステージイベントや帆船一般見学会、各団体のブースなどを設置	主体:大阪府	総事業費:29,978 千円 (令和6年度～令和7年度) 令和6年度: 6,128千円(準備経費) 令和7年度: 23,850 千円
6	OSAKA Classic Car EXPO	約50台の希少なクラシックカーが府内3か所のラリーポイントを巡り、メインイベント会場の万博記念公園では、クラシックカーの観覧に加え、自動運転EVバス乗車体験や空飛ぶ車のVR体験など、万博開幕期の大阪を盛り上げる華やかなプログラムを展開。 開催場所: 万博記念公園「お祭り広場」・ 泉南ロングパーク「マルシェエリア駐車場」・ 貝塚市役所	主体:大阪府	予算額:35,120千円

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪府

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
7	大阪 DESTINATION キャンペーン 推進事業	大阪の歴史、文化、食、エンターテインメントなどの豊富な観光資源を活かした特別イベントや体験コンテンツなど、多彩な大阪の魅力をまとめた公式ガイドブック等を制作し、全国のJRの駅構内等で広く配布・掲出。 各旅行会社による、大阪DESTINATIONキャンペーンにあわせた特別な旅行商品(体験メニューなど)の造成・販売。	大阪DESTINATIONキャンペーン推進協議会 <協議会参画団体> 【行政】大阪府、大阪市、堺市、大阪府市長会、大阪府町村長会 【観光関連団体】(公財)大阪観光局、西日本旅客鉄道(株)、OsakaMetro、近畿日本鉄道(株)、南海電気鉄道(株)、京阪ホールディングス(株)、阪急電鉄(株)、阪神電気鉄道(株)、(一社)大阪バス協会、(一社)日本ホテル協会、大阪府旅館ホテル生活衛生同業組合、(一社)日本旅行業協会(一社)全旅協大阪府旅行業協会、協同組合大阪府旅行業協会 【経済団体】大阪商工会議所	総事業費:220,000千円 (令和5年度~令和8年度) 【内訳】 (大阪府負担額) 令和5年度:70,000千円 (35,000千円)(準備経費) 令和6年度:105,000千円 (45,259千円) 令和7年度:35,000千円 (15,086千円) 令和8年度:10,000千円 (4,310千円)(予定) ※大阪府・大阪市・堺市による負担
8	大阪 にぎわい 創出事業	国内外の著名アーティスト等を招へいし、万博記念公園など大阪を代表する大規模な会場での音楽フェス等を実施。 【主なもの】 ■大阪・関西万博開催記念 Survive Fes (概要)JOIなどのアーティストによる音楽ライブ (開催期間)7月26日(土)、27日(日) (開催場所)万博記念公園 ■「ドリカムと夏祭り2025」"ここからだ!"in万博記念公園 (概要)ドリカムとゲストアーティスト、ダンスコラボレーション企画によるライブイベント (開催期間)8月2日(土)、3日(日) (開催場所)万博記念公園 ■JAPAN DANCE DELIGHT vol.31 FINAL (概要)海外や日本全国の有名ダンサーが集結した日本最大の国際ストリートダンスコンテスト (開催期間)8月24日(日) (開催場所)Asue アリーナ大阪 ■SONIC OSAKA EXPO 2025 (概要)海外の有名ロックバンドと日本の有名バンドによる大型音楽イベント (開催期間)9月23日(火・祝) (開催場所)インテックス大阪	主体:大阪にぎわい創出事業実行委員会 (構成団体:大阪府、大阪市、公益財団法人大阪観光局)	予算額:650,000千円 【内訳】 (大阪府)450,000千円、 (大阪市)200,000千円
9	御堂筋 ランウェイ 2025	<コンテンツエリア> 概要:SUPER EIGHTライブパフォーマンス、USJパレード、大阪・関西万博ファッションショー、大阪ブルテオンランウェイ、BMX×チアリーマンズパフォーマンス など 開催時間:14時~16時 開催場所:御堂筋(淀屋橋交差点~本町3交差点) <ブースエリアゾーン> 概要:PRブース、キッチンカー 開催時間:12時~16時 開催場所:御堂筋(本町3交差点~船場中央3交差点)	主体: 御堂筋パーティー実行委員会 (※) ※令和7年11月20日付で御堂筋ランウェイ実行委員会に名称変更 (構成団体:大阪府、大阪市、国土交通省近畿地方整備局、大阪商工会議所、公益財団法人大阪観光局、一般財団法人関西観光本部)	予算額:260,606千円 【内訳】 (大阪府)213,168千円、 (大阪市)47,438千円

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪府

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
1	大阪来てな！ キャンペーン 事業	イベントや周遊企画の実施件数 イベント等への参加者数	参加者数	独自に集計	イベント・企画実施件数：20件 (予定含む) 参加者数：約21万人 (令和7年12月末時点)	大阪の認知度向上や来阪者数の拡大
2	大阪・光の 饗宴2025	来場者数	来場者数	主催者によるカウントからの推計	来場者数 1,735万人(4/9～11/2) 2,765万人(11/3～1/31)	万博を機に来訪された方に大阪の都市魅力を発信
3	水都大阪の 魅力発信 (中之島 GATEサウス ピア開業)	船着場の 利用促進	船着場の利用 促進	—	—	水と光を活かした景観の創出や水の回廊を活かした舟運の利用促進など、万博のインパクトを活用して水辺・水上の魅力創出・にぎわいづくりを推進することで、水都大阪の魅力を発信
4	水都大阪の 魅力発信 (OSAKA リ バーファンタ ジー)	舟運利用者 数	舟運利用者数	舟運事業者からの報告	舟運利用者数：約21万人(前年度比約4万人増)	水と光を活かした景観の創出や水の回廊を活かした舟運の利用促進など、万博のインパクトを活用して水辺・水上の魅力創出・にぎわいづくりを推進することで、水都大阪の魅力を発信
5	OSAKA SAILING EXPO 2025	来場者数	—	天保山マーケットプレイス来場者及び帆船乗船数、現地集計により算出	来場者数：約2万5千人	大型帆船数隻や多数のヨットが一堂に会するという非日常的なコンテンツの造成による、大阪の魅力向上を図ることができた
6	OSAKA Classic Car EXPO	来場者数	来場者数	独自に集計	来場者数：2万人(万博記念公園)	事業を実施することで、国内外への大阪の魅力発信および万博の機運醸成に繋がった
7	大阪デスティ ネーション キャンペーン 推進事業	来阪観光客 数および 延べ宿泊者 数の増加	—	観光庁公表資料より算出	・全国約4000駅以上にガイドブックを配架 ・大阪DC特別の旅行商品の造成数 個人型21コース、団体型24コース造成(R7実績)	大阪市域外においても、観光地や観光施設の来訪数が増加していたことから、府域全体における周遊促進に効果があった。
8	大阪にぎわい 創出事業	イベントの実施件数 イベントへの参加者数	参加者数	独自に集計	イベント実施件数：10件 参加者数：約66.3万人	大阪の認知度向上や来阪者数の拡大
9	御堂筋 ランウェイ 2025	来場者数	来場者数	主催者によるカウントからの推計	来場者数：20万人	御堂筋ランウェイ2025の実施を通じ、大阪の魅力を国内外に発信

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

兵庫県

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	ひょうご EXPO デジタルスタンプラリー	令和6年10月:第一弾(フィールドパ ビリオン)開始 令和7年4月:デジタルコイン・配布場 所追加(兵庫県ゾーン等) 令和7年10月13日:事業終了	万博会場兵庫県ゾーンと、兵庫県内の拠点や各 フィールドパビリオンの周遊、さらには万博会 期中の各種イベントへの参加を促すため	兵庫県及び 万博会場来場者
2	ひょうごフィールド パビリオン	令和4年6月:プログラムの募集開始 令和5年2月:第1次認定(以降も認定 を継続し、万博閉幕(令和7年10月 13日)時点で第9次認定まで実施)	万博に併せて県内各地の魅力を発信し、兵庫県 を一つのパビリオンと見立てて、兵庫に足を運 んでもらい、県民と一緒に作り上げた体験プロ グラムを通じて、兵庫の魅力を体験してもらう。	兵庫県及び 万博会場来場者
3	関西パビリオン 「兵庫県ゾーン」を通じた 県内への誘客促進	令和7年4月13日～ 令和7年10月13日	国内外から多くの来場者が見込まれる大阪・関 西万博を契機に、ひょうごフィールドパビリオン (FP)をはじめとした本県の多彩な魅力を、 展示を通じて発信する。	万博会場来場者
4	万博の兵庫県内拠点 「ひょうEXPO TERMINAL」 を通じた誘客の促進	令和7年4月5日～ 令和7年10月13日	万博期間における県内各地へのゲートウェイと して、ひょうごフィールドパビリオン(FP)の取組 をハンズオンの体験型展示等で発信することで、 ひょうごの多彩な魅力をより深く知ってもらう。	兵庫県及び 万博会場来場者
5	関西パビリオン多目的 エリアでのイベント ①ひょうごフィールドパ ビリオンウィーク ②ひょうごフレンドシップ ウィーク	①令和7年5月20日～5月25日 ②令和7年9月24日～9月29日	①兵庫の酒や交通事業者の取組などフィールド パビリオンをはじめとした兵庫の魅力発信につ なげる出展を行い、翌5/26から開催する 「フィールドパビリオンフェスティバル2025」 の前夜祭として開催。 ②兵庫と連携する各府県とともに、共通する 取組や地域資源を活かした魅力を一体的かつ 効果的に発信し、広域的な誘客促進を図る。	①②万博会場来場者
6	公式スタンプラリー による誘客	令和7年4月13日～ 令和8年3月31日	県内拠点に万博公式スタンプラリーのサテラ イトスタンプを設置し、スタンプラリー参加者の 拠点来訪を促す。	万博会場来場者
7	ひょうEXPO41 (市町の日)の実施	万博閉幕期間中(令和7年4月13日 ～令和7年10月13日)で、県内41市 町に割り当てられた日(1市町につき 1日、複数市町で実施の場合は、合計 日数内)	市町の認知度向上および兵庫への誘客を促進 する。	兵庫県及び 万博会場来場者
8	県内ファミツアー の実施	ハンガリー:令和7年9月10日 モザンビーク:令和7年9月18日	万博を機に関西に滞在しているパビリオン スタッフや政府高官等をFAMトリップに招待し、 本県のことを知ってもらう。	万博に際し来日した 各国パビリオンスタッフ
9	関西パビリオン参加 9府県オールスタンプ in兵庫の実施	R8年1月10日～1月20日	万博会場で人気を博した公式スタンプラリーの うち、関西パビリオン参加9府県のスタンプを 県内に設置することで、万博ファン等の誘客を 行う。	万博ファン等
10	アフター万博 イベント in城崎の開催	令和8年1月14日	距離的な制約もあり、県南部と比較して万博へ のなじみが薄かった但馬地域で、兵庫県の万博 の取組を紹介し、県万博施策の認知度を高める。	万博ファン、関西パビリ オン兵庫県ゾーンに入 ることが出来なかった 県民等
11	ひょうごEXPO レガシースタンプラリー の開催	令和8年3月26日～	万博で人気を博したリアルスタンプラリーの取 組を継承し、県内各地にスタンプを設置、地域 を巡る楽しみを広げるとともに、観光誘客や交 流人口の拡大につなげる。	万博ファン、フィールド パビリオン来訪者
12	万博展示物の移設	令和8年3月26日～	関西パビリオン兵庫県ゾーンや、ひょうご EXPO TERMINALの展示物を移設・公開し、 万博におけるハードレガシーの継承を図る。	万博ファン、関西パビリ オン兵庫県ゾーンに入 ることが出来なかった 県民等

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

兵庫県

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	ひょうご EXPO デジタル スタンプラリー	フィールドパビリオンや兵庫県ゾーン等でデジタル コインを配布し、獲得したデジタルコインのランクに あわせて賞品をプレゼントする周遊企画	兵庫県及び兵庫県が 委託した運営事業者	予算額： R6年度 3,949千円
2	ひょうごフィールド パビリオン	拡張型万博の理念のもと、県内各地の活動を 「フィールドパビリオン(FP)」として認定し、万博を 機に関西を訪れる国内外の観光客を兵庫県内各地 に誘う。	兵庫県・FPプレーヤー (プログラム提供者)	予算額： R5年度 221百万円 R6年度 266百万円 R7年度 176百万円
3	関西パビリオン「兵庫県ゾ ーン」を通じた県内への誘客 促進	兵庫県ゾーンは「ひょうごミライバス-体験型SDGs 空間-」と銘打ち、メイン展示はFPを題材とする映 像展示としたほか、県内拠点「ひょうごEXPO TERMINAL」とリアルタイムで接続する大型モニ ター「ひょうごコネクトゲート」や、県内中高校生に よるFPプログラムを取材したショート動画の放映 等、来場者を兵庫県内に誘う様々な展示を実施。	兵庫県及び兵庫県が 委託した運営事業者	(兵庫県ゾーン及びひょうご EXPO TERMINALに係る 予算) 予算額： R5年度 55百万円 R6年度 754百万円 R7年度 447百万円
4	万博の兵庫県内拠点 「ひょうごEXPO TERMINAL」を通じた 誘客の 促進	万博に関する県内拠点「ひょうごEXPO TERMINAL」を兵庫県立美術館ギャラリーに 設置。県内各地で展開するFPのうち、代表的なプ ログラムをハンズオンで体験できる展示を設置す る。また、関西パビリオン兵庫県ゾーンとリアル タイムで接続する大型モニター「ひょうごコネクト ゲート」を設置したほか、万博公式スタンプラリー のサテライトスタンプを配置し、万博会場来場者を 兵庫に誘うための拠点とする。	兵庫県及び兵庫県が 委託した運営事業者	(兵庫県ゾーン及びひょうご EXPO TERMINALに係る 予算) 予算額： R5年度 55百万円 R6年度 754百万円 R7年度 447百万円
5	関西パビリオン多目的エリア でのイベント ①ひょうごフィールドパビリ オンウィーク ②ひょうごフレンドシップ ウィーク	①「未来のコミュニティとパブリック」ウィークにあわせた県 内交通事業者の取組展示のほか、日本一の清酒生 産量を誇る灘の酒や、子どもたちの発表を通じた フィールドパビリオンの魅力発信を展開。 ②京都府・鳥取県(山陰海岸ジオパーク)、新潟県 (生物多様性に配慮した農法等)、岡山県・徳島県・ 香川県(瀬戸内連携等)など、各府県との連携内容 に応じた取組の発信を実施。	兵庫県、兵庫県が委託し た運営事業者、FPプレー ヤー、出展を希望する県 内企業及び各府県等	(関西パビリオン多目的エリ アでのイベントに係る予算) 予算額：R7年度 46百万円
6	公式スタンプラリーによる 誘客	万博に関する県内拠点「ひょうごEXPO TERMINAL」に万博公式スタンプラリーのサテラ イトスタンプを設置。会期後は県立兵庫津ミュージ アムにスタンプ(関西パビリオン兵庫県ゾーンスタ ンプ及びサテライトスタンプ)を移設するとともに、 令和8年3月31日まで設置期間を延長。	(企画主催：博覧会協会) 兵庫県立美術館(万博開 幕期間中)、兵庫県立 兵庫津ミュージアム (万博閉幕後)	—

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

兵庫県

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
7	ひょうごEXPO41 (市町の日)の実施	市町や地域単位の情報発信(伝統文化・観光PR 動画放映、市町長や観光大使等によるプロモーションや特別展示等)を関西パビリオン兵庫県ゾーン等で集中的に実施するほか、インフルエンサーと連携し、SNSでも発信を行う。	兵庫県、県内市町及び兵庫県が委託した運営事業者	予算額: R7年度 4,796千円
8	県内ファミツアーの実施	県内の複数のフィールドパビリオンプログラムを周遊。	兵庫県	既定経費の範囲内で実施
9	関西パビリオン参加 9府県オールスタン プin兵庫の実施	関西パビリオン参加9府県の万博公式スタンプを城崎文芸館に設置。	兵庫県、城崎温泉観光協会	既定経費の範囲内で実施
10	アフター万博イベント in城崎の開催	関西パビリオン兵庫県ゾーンで放映された映像展示「HYOGOミライバス」の特別上映を実施するとともに、ひょうごEXPO TERMINALでも好評を博した「ミヤクミヤクグリーンディングイベント」を実施。	兵庫県	既定経費の範囲内で実施
11	ひょうごEXPO レガシースタンプ ラリーの開催	県内各地のフィールドパビリオンプレーヤーや万博出展事業者等の拠点にスタンプ及び重ね押しスタンプを設置する。併せてスタンプ帳も作成・配布し、参加者の県内周遊に繋げる。	兵庫県及び兵庫県が委託した運営事業者	11,880千円
12	万博展示物の移設	県立施設等に万博における本県展示品を移設・公開する。	兵庫県及び兵庫県が委託した運営事業者	34,360千円(ただし兵庫県ゾーン及びひょうごEXPO TERMINAL解体・撤去費用を含む)

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

兵庫県

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の 判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
1	ひょうご EXPO デジタル スタンプラリー	—	—	事業者によるデジタル コイン発行 データの 収集	23,830枚のデジタルコイン発行(延べ23,830人がデジタルスタンプラリー拠点を訪問)	デジタルコイン獲得のためにいずれかのフィールドパビリオンプログラムを訪問した方が、他のフィールドパビリオンプログラムにも興味を持ち訪問
2	ひょうご フィールド パビリオン	事業実施にあたり、以下の指標をKPIとして設定 【定性】 ①プログラム提供者の満足度:「取組に自信が持てた」と思うプログラム提供者の割合 80% ②地域への波及効果:「自らの取組が地域活性化に貢献できた」と思うプログラム提供者の割合 80% ③来場者の満足度:「SDGsの理解が深まった」と思う来場者の割合 80% ④来場者の満足度:「兵庫をまた訪れたい」と思う来場者の割合 80% 【定量】 経済効果:ひょうごフィールドパビリオンの観光消費額 550億円	KPI達成率	アンケート 及び ヒアリング	認定プログラム数:268プログラム(万博閉幕(R7.10.13)時点) 【定性】 ①プログラム提供者の満足度:「取組に自信が持てた」と思うプログラム提供者の割合 67% ②地域への波及効果:「自らの取組が地域活性化に貢献できた」と思うプログラム提供者の割合 79% ③来場者の満足度:「SDGsの理解が深まった」と思う来場者の割合 93% ④来場者の満足度:「兵庫をまた訪れたい」と思う来場者の割合 95% 【定量】 経済効果:ひょうごフィールドパビリオンの観光消費額 700億円	プレーヤー(プログラム提供者)が主体的・意欲的に活動し、地域や分野を超えたネットワーク化が進展
3	関西パビリオン 「兵庫県ゾーン」 を通じた県内への誘客促進	事業実施にあたり、以下の指標をKPIとして設定 万博開催期間中の来場者数100万人(うち関西パビリオン兵庫県ゾーン40万人、ひょうごEXPO TERMINAL60万人)	KPI達成率	人流 センサー	万博開催期間中の来場者数約53万人(うち兵庫県ゾーン約43万人)	「兵庫県に行ってみたいと思いましたか?」というアンケートに対し、「1.とても思った」「2.思った」と答えた方が合計94.5%に上るなど、来場者に兵庫を印象付けることに成功した。
4	万博の兵庫県内 拠点 「ひょうごEXPO TERMINAL」 を通じた誘客の 促進	事業実施にあたり、以下の指標をKPIとして設定 万博開催期間中の来場者数100万人(うち関西パビリオン兵庫県ゾーン40万人、ひょうごEXPO TERMINAL60万人)	KPI達成率	人流 センサー	万博開催期間中の来場者数約53万人(うちひょうごEXPO TERMINAL約10万人)	ひょうごのことが「とても好きになった」、「好きになった」の2項目を合わせると全体の約9割となり、来場者満足度が高く、県内の取組を印象付けることに成功した。

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

兵庫県

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
5	関西パビリオン多目的 エリアでのイベント ①ひょうごフィールド パビリオンウィーク ②ひょうごフレンド シップウィーク	—	—	—	①来場者数29,745人 ②来場者数36,508人	①② ・他府県や団体と同じスペースで 共同でPRしたことで、「他県の 職員との意見交換や交流の機会 となり細かなギャップを埋める ことができた」「共同出展を通じ て取組の価値を高められた」と いった声が寄せられ、連携の深 化につながった。 ・クイズラリー等の体験型イベン トのほか、来場者のニーズをつか む工夫など、あらゆるノウハウを 活かした集大成として、出展者に とっても来場者にとっても満足 度の高いイベントとなった。
6	公式スタンプラリーに よる誘客	—	—	—	スタンプラリーを目的とする 多くの来訪者が見られた。	—
7	ひょうごEXPO41 (市町の日)の実施	—	—	伝統文化・観光 PR動画再生数	動画再生数637万回 (Instagramへの42投稿、 TikTokへの31投稿に対する 合計再生数)	参加市町に対する「市町の日を きっかけに新たな取組につな がったか」とのアンケートに対し、 合計6割が満足(39%)若しくは ほぼ満足(24%)と回答。
8	県内ファミツアーの実施	—	—	—	参加者数8名(うちハンガリー 5名、モザンビーク3名)	受入を行ったフィールドパビリ オンプログラムのインバウンド 受入の事例となった。
9	関西パビリオン参加9府 県オールスタンプin兵庫 の実施	—	—	—	—	—
10	アフター万博イベントin 城崎の開催	—	—	—	参加者数約300名	本県におけるアフター万博イベ ント実施の先例となった。
11	ひょうごEXPOレガシー スタンプラリーの開催	—	—	—	事業実施前	事業実施前
12	万博展示物の移設	—	—	—	事業実施前	事業実施前

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

奈良県

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	ならWeaving the Future はじまりの地から、未来をつむぐ ALL NARA MARKET(関西パビリオン多目的エリア催事)	令和7年4月15日～ 同月26日まで(12日間)	大阪・関西万博において奈良県の魅力を広く発信し、観光誘客・地域製品のPRを強化する。 県内全市町村が参加し、地域資源を活用したブース出展や体験を通じて交流人口の拡大を図る。	万博来場者(国内外) 奈良県の特産品や観光に関心を持つ層
2.1	万博公式スタンプラリーサテライト会場 【平城宮跡歴史公園(県営公園区域) 天平うまし館】	令和7年4月13日～ 同年10月13日まで	万博公式スタンプラリーを通じて奈良県への誘客を促進 平城宮跡歴史公園の認知度向上と来訪者増加 万博関連イベントとの連携による地域活性化	万博来場者 スタンプラリー参加者 奈良観光に関心のある層
2.2	万博公式スタンプの設置 【平城宮跡歴史公園(県営公園区域) 天平うまし館】 【県立万葉文化館】	令和7年10月14日～ 令和8年3月31日まで 【平城宮跡歴史公園(県営公園区域) 天平うまし館】 令和7年10月17日～ 令和8年3月31日まで 【県立万葉文化館】	項目2-1の事業を万博閉幕後も継続して実施。 平城宮跡歴史公園及び県立万葉文化館の認知度向上と来訪者増加	万博スタンプに関心のある層 奈良観光に関心のある層
3	「関西パビリオン参加9府県オールスタンプ」の実施 【県立万葉文化館】	第1弾:令和7年12月2日～ 同月16日まで 第2弾:令和8年2月21日～ 同年3月6日まで	関西パビリオン参加9府県の公式スタンプの設置を通じて奈良県への誘客を促進 県立万葉文化館の認知度向上と来訪者増加	万博スタンプに関心のある層 奈良観光に関心のある層

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	ならWeaving the Future はじまりの地から、未来をつむぐ ALL NARA MARKET(関西パビリオン多目的エリア催事)	PRブース(試飲・試食・衣装体験、記念撮影) 万博BENTOの販売(19,20,26日のみ。 各日100食、即完売) 観光WEBサービス「ならいこ」の紹介 各市町村による特産品・観光情報発信	県、市町村、民間団体から構成する大阪・関西万博奈良県実行委員会による事業 事業は、奈良魅力発信共同企業体に運営委託。	人的資源(催事運営スタッフ、 展示スタッフ(自治体職員)、 ボランティア 物的資源(県内産品、39市町村共通のテーブルクロス等)
2.1	万博公式スタンプラリーサテライト会場 【平城宮跡歴史公園(県営公園区域) 天平うまし館】	サテライト会場として平城宮跡歴史公園(県営公園区域)天平うまし館に公式スタンプを設置 スタンプパスポート販売(万博公式グッズ)	県万博推進室からの占用許可申請を受けて、公式スタンプ設置。	—
2.2	万博公式スタンプの設置 【平城宮跡歴史公園(県営公園区域) 天平うまし館】 【県立万葉文化館】	万博開催期間中、サテライト会場として平城宮跡歴史公園(県営公園区域)天平うまし館に公式スタンプを設置し、閉幕後も継続して実施。 上記に加えて、県立万葉文化館にもスタンプ(色違い)を設置。	—	—
3	「関西パビリオン参加9府県オールスタンプ」の実施 【県立万葉文化館】	関西パビリオン公式スタンプのうち、パビリオン館内に設置していた9府県分のスタンプのレプリカをセットにして、設置。	—	—

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

奈良県

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の 判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期的に見込まれる変化等)
1	ならWeaving the Future はじまりの地から、未来をつむぐ ALL NARA MARKET(関西パビリオン多目的エリア催事)	—	来場者数 出展者の 満足度	関西パビリオンの来場者数データ 出展者アンケート	来場者数: 50,213名(1日平均4,184名) 各市町村ブースの満足度高評価 特産品PRによるふるさと納税寄附金増加、観光施設アクセス増加	地域資源の認知度向上
2.1	万博公式スタンプラリー サテライト会場 【平城宮跡歴史公園(県営公園区域) 天平うまし館】	—	来場者数	天平うまし館の物販施設等への来場者数データ	サテライト会場来訪者:約27,000人 スタンプパスポート販売数:1,556冊	来場者に平城宮跡歴史公園の認知度向上
2.2	万博公式スタンプの設置 【平城宮跡歴史公園(県営公園区域) 天平うまし館】 【県立万葉文化館】	—	—	—	—	—
3	「関西パビリオン参加9府県オールスタンプ」の実施 【県立万葉文化館】	—	—	—	—	—

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

和歌山県

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	万博プラスワントリップ 和歌山キャンペーン(JR 西日本グループと連携)	4/13~10/13	①京阪神エリア等で観光PR(PRイベント開催、デジタルパス「和歌山満喫わくわくパス2」の展開等) ②当該キャンペーンに係る大阪駅桜橋口での広告ジャック(7/3~10/5)等を実施して、万博期間中の県内誘客を促進すること。	京阪神、中国、九州エリア在住者をメインターゲット
2.1	聖地リゾート！和歌山 モバイルスタンプラリー	①4/13~R8 2/28(通常コース)	万博会場と県内のミyakumiyakupanel設置スポットを巡り、抽選で地域特産品をプレゼントすることで、県内誘客を促進すること。	京阪神エリア在住者をメインターゲット
2.2	「大阪・関西万博 特別キャンペーン」	②4/13~11/30(万博特別コース)		
3.1	県内ファミツアー及び 周遊商品の造成	①県内ファミツアー 7/10、14、9/17-18	①和歌山ゾーン来館とあわせて、実際に現地取材もしてもらい、メディア掲載、ツアー造成を促すこと。	①インバウンド向けメディア、 旅行会社
3.2		②県内周遊ツアー 10/17-18(絶景・自然・世界遺産コース) 10/21-22(伝統・文化・食コース)	②万博スタッフが休日等に周辺地域を観光するニーズを獲得すること。	②万博スタッフ
4	海外パビリオンスタッフ・ 県内大学生等との和歌 山交流ツアー	8~9月の期間中に計6回	海外PVの外国人学生スタッフと、県内大学等の学生交流を図り、外国人学生スタッフには和歌山県のファン獲得へ、県内学生にも和歌山の魅力を再発見しながら国際交流をするといったミライを担う世代に貴重な体験を提供すること。	アメリカ及びオーストラリア PV外国人スタッフのうち、主として学生
5	関西パビリオン和歌山県 ゾーンからの誘客	4/13~10/13	万博会場から和歌山県への「ゲートウェイ」として位置付ける和歌山県ゾーンにおいて、和歌山県の魅力を紹介し、誘客促進を図ること。	国内外の万博来場者、万博スタッフ
6	関西パビリオン多目的 エリアでの和歌山県内の 地域魅力発信イベントから の誘客	前期:5/6~5/18 後期:9/10~9/15	和歌山県内各振興局が市町村等と連携することで、地域コンテンツの担い手のSDGs等への関心度の醸成を図るとともに、地域資源の磨き上げや創出による誘客促進を図ること。	国内外の万博来場者、万博スタッフ
7	公式スタンプラリー (サテライト会場)	R7.4/13~R8.3/31	万博来場者が関西隣県を広域周遊し、各地の魅力を体感いただくとともに、スタンプを押印することで思い出として記録する	万博公式スタンプ収集者
8	公式スタンプの 県内設置	R7.10/21~R8.5/6	関西パビリオンに設置されていた公式スタンプを万博会期後に県内に設置することで誘客の促進を図る。	万博公式スタンプ収集者
9	「関西パビリオン参加 9府県オールスタンプ」 の実施	R7.10/31~11/11	関西パビリオン参加9府県の公式スタンプを一堂に県内に設置することで誘客の促進を図る	万博公式スタンプ収集者
10	万博のレガシー展	R7.2/14~R8.5/6	和歌山県立近代美術館において、万博和歌山ゾーンの展示物の活用や万博関係者によるイベントを実施することで、和歌山県の魅力紹介及び誘客促進を図ること。	万博に関心がある方

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

和歌山県

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	万博プラスワントリップ和歌山キャンペーン (JR西日本グループと連携)	左記「実施目的」のとおり	事業委託により実施	JR西日本グループとのタイアップキャンペーン(万博プラスワントリップ)に関するPRツール制作(企画・デザイン)業務 7,000千円
2_1	2_2 聖地リゾート！和歌山モバイルスタンプラリー「大阪・関西万博特別キャンペーン」	左記「実施目的」のとおり	事業委託により実施	令和7年度全体保守管理費用 3,355,880円(万博以外の通常コースも含む)
3_1		左記「実施目的」のとおり	事業委託により実施	令和7年度和歌山県大阪・関西万博関連事業プロモーション等業務(13,031千円の内数)
3_2	県内ファミツアー及び周遊商品の造成	左記「実施目的」のとおり	事業委託により実施	令和7年度和歌山県大阪・関西万博関連事業プロモーション等業務(13,031千円の内数)
4	海外パビリオンスタッフ・県内大学生等との和歌山交流ツアー	左記「実施目的」のとおり	事業委託により実施 協力者として、県内の大学等が連携した組織である「高等教育共創コンソーシアム和歌山」。	令和7年度和歌山県大阪・関西万博関連事業プロモーション等業務(13,031千円の内数)
5	関西パビリオン和歌山県ゾーンからの誘客	「和歌山百景-霊性の大地-」をテーマに和歌山県が世界に誇る伝統技術や紀州材などの素材を用いた上質な空間を構築。紀州塗の技術を使った高さ4mの映像タワー「トーテム」で、紀伊山地の巨木を彷彿とさせ、熊野詣をならった「よみがえりの旅」を表現した映像演出を行った。 また、県民総参加の想いのもと、中央に設けたステージで約50団体が週替わりや日替わりで伝統的な祭りや工芸などを展示やパフォーマンスを行った。さらに、県内の和菓子職人などが万博のために仕上げたメニューで和歌山の自然に育まれた豊かな食体験の提供を行うなど、全体を通して、和歌山の歴史文化、ものづくり、食など多様な魅力を発信。 上記のみならず、万博期間中、観光団体による和歌山ゾーンでのPRも行うなど、より誘客に繋がる取組も実施。	県民、県内団体、県内観光団体(設営・運営は事業委託により実施)	●展示設備製作(詳細設計、解体撤去含む) R5:6,863千円 R6:187,907千円 R7:34,030千円 ●コンテンツ制作 R5:18,337千円 R6:49,335千円 R7:22,396千円 ●運営(多目的エリア運営、記録誌作成、動向調査含む) R6:43,112千円 R7:281,633千円
6	関西パビリオン多目的エリアでの和歌山県内の地域魅力発信イベントからの誘客	和歌山県内30市町村がステージや展示、体験コンテンツ等を通して地域の魅力を発信。	県内市町村、県内広域観光協議会等(運営は事業委託により実施)	関西パビリオン和歌山ゾーンの運営委託費内に包含
7	公式スタンプラリー(サテライト会場)	サテライト用の公式スタンプを県内に設置。	(企画主催:博覧会協会) 和歌山市観光土産センターに設置	—
8	公式スタンプの県内設置	人気を博した関西パビリオンに設置していた万博公式スタンプを会期後に県立近代美術館に設置。 県立近代美術館にて、万博のレガシー展を令和8年5月6日まで実施することに伴い、スタンプの設置期間も万博のレガシー展の終了まで設置。	和歌山県立近代美術館	—
9	「関西パビリオン参加9府県オールスタンプ」の実施	人気を博した関西パビリオンに設置していた9府県分の万博公式スタンプのレプリカを和歌山市民図書館に設置。	和歌山市民図書館	—
10	万博のレガシー展	左記「実施目的」のとおり	主催:和歌山県立近代美術館	36,047千円

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

和歌山県

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
1	万博プラスワントリップ 和歌山キャンペーン (JR西日本グループと 連携)	キャンペーン 期間中に行う イベント実施 回数 5回程 度	イベント実施 回数及びイ ベント参加者	委託事業者の 実績報告書内 やイベントで の現地集計等 で整理。	PRイベント 5回 ①「西日本じまん市」プラスワ ントリップイベント (6月21日～22日、8月30日 ～31日、9月6日～7日) 3,000人 ②JR広島駅観光PRイベント (7月12日) 500人 ③JR博多駅観光PRイベント (9月13日) 500人 ④JR新大阪駅「アルデ新大阪」 観光PRイベント (7月2日～14日) 2,300人 ⑤JR大阪駅「アトリウム広場」 観光PRイベント (10月4日～5日) 2,200人 参加者数 計8,500人	西日本エリアを中心に、本県 における観光コンテンツの 認知度向上
2.1	聖地リゾート！和歌山 モバイルスタンプラリー 「大阪・関西万博特別 キャンペーン」	スタンプラ リー 利用者 延べ人数	スタンプラ リーアプリの 登録者数	アプリ内のシ ステムで収集	登録者数：23,676人 (12月8日時点)	県内観光スポットの周遊促進
2.2		R7年度目標 25,000人 (他の周遊事 業との合計 値)				
3.1	県内ファミツアー及び 周遊商品の造成	予算制約上 ①県内ファミ ツアー各日程 10社程度	参加者数	参加者 事前登録	①ファミツアー 参加状況：計3回 29社延べ33名	引き続き、記事作成、 旅行商品造成を働きかけ。
3.2		予算制約上 ②県内周遊 ツアー40名 以上参加			②県内周遊ツアー (絶景・自然・世界遺産コース) 7名 (伝統・文化・食コース) 10名	
4	海外パビリオンスタッ フ・県内大学生等との 和歌山交流ツアー	予算制約上 全日程で 50名程度の 参加	参加者数	参加者 事前登録	参加状況：海外パビリオンスタッ フ等計27名、大学生等計19名 全6回異なる日帰りコースで催 行。和歌山の魅力を見て体験し てもらうことができた。海外パ ビリオンスタッフと県内学生と の交流をはじめ、訪問した施設 側のスタッフとの交流できた。	引き続き、今回を契機とした 学生交流の継続を働きかけ。
5	関西パビリオン和歌山 県ゾーンからの誘客	来館者 30万人	来館者数	人流 センサー	来館者：約47万人	・本県の魅力の認知度向上 ・誘客促進 ・参加者の活動促進

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

和歌山県

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標(定量・定性)	評価基準(成果の判定基準)	データ収集方法	直接的な成果(実施回数、参加者数等)	間接的な成果(社会的な効果、中長期的に見込まれる変化等)
6	関西パビリオン多目的エリアでの和歌山県内の地域魅力発信イベントからの誘客	—	来場者数	人流センサー	来場者 約8万人	・地域の魅力創出、磨き上げ ・魅力の認知度向上、誘客促進 ・参加者の活動促進
7	公式スタンプラリー(サテライト会場)	—	—	—	スタンプの収集を目的に多くの方の県内訪問があった。 関西パビリオン来館者からも関西周遊してスタンプを集めたなどのコメントをいただいた。	誘客促進
8	公式スタンプの県内設置	—	—	—	設置開始日にスタンプを押すために美術館へ来訪した方がいるほど、スタンプによる県内誘客効果があると思われる。	誘客促進
9	「関西パビリオン参加9府県オールスタンプ」の実施	—	—	—	和歌山市民図書館よりスタンプを求めての来訪者が多く盛況だったとのコメントをいただいた。	誘客促進
10	万博のレガシー展	目標設定行っていない	—	—	万博のレガシー展開催初日にオープニングイベント(美術館前にてミャクミャクの登壇、万博で出展したグルメ販売)を実施。 美術館入館者数: 1,374名	本県の魅力の認知度向上

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

鳥取県

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	関西パビリオン鳥取県ゾーンを通じた県内への誘客促進	令和7年4月13日～10月13日 ※デジタルクーポン利用は 令和8年3月31日まで	本県の魅力を国内外に発信、 本県への誘客を促進するた め	国内外からの万博来場者、メ ディア・SNS等を通じて国内 外へも情報を発信
2	「とっとりリアル・パビリオン」等 の展開	令和6年7月19日～ とっとりリアル・パビリオン特設サイト開設 令和7年4月13日～10月13日 絶対！とっとりキャンペーン実施	本県の魅力やキャンペーンの 情報を発信することにより、 本県への誘客促進と本県全 域への周遊促進を図る	関西圏をはじめ全国
3	砂ンプラリー (SAND QUEST)	令和7年7月1日～10月13日 ※令和7年11月1日～令和8年3月31日 アフター万博砂ンプラリーを実施	万博会場での盛上げや、相互 の魅力発信等を実施するた め	国内外からの万博来場者、メ ディア・SNS等を通じて国内 外へも情報を発信
4	サンキューカード	令和7年4月26日～10月13日	万博会場での盛上げや、現地 でのおもてなし等を実施する ため	国内外からの万博来場者、メ ディア・SNS等を通じて国内 外へも情報を発信
5	とっとりフェス～お祭り縁日～ (多目的エリアイベント)からの 誘客	前期: 令和7年7月15日～7月21日 後期: 令和7年8月19日～8月25日	万博会場から各府県への 「ゲートウェイ」として位置付 ける関西パビリオンにおいて、 鳥取県の魅力を紹介し、誘客 を促進するため	国内外からの万博来場者、メ ディア・SNS等を通じて国内 外へも情報を発信
6	公式スタンプラリー (サテライト会場)	令和7年4月13日～令和8年3月31日 (R8.3.3時点)	万博来場者が関西隣県を広 域周遊し、各地の魅力を体感 いただくとともに、スタンプ を押印することで思い出とし て記録する	国内外からの万博来場者、砂 ンプラリー参加者をはじめと する万博公式スタンプの収集 者
7	関西パビリオン参加9府県 オールスタンプラリー	令和7年11月19日～11月28日 令和8年1月31日～2月18日	大阪・関西万博 関西パビリ オン内に設置されていた9府県 分の公式スタンプのレプリカ を設置することで、スタンプ 収集者等の県内誘客につな げる	国内外からの万博来場者をは じめとする万博公式スタンプ の収集者
8	一大阪・関西万博記念ー とっとりサンドパビリオン	令和8年1月31日～	本県の大阪・関西万博への出 展等取組を紹介、レガシー品 等の展示によって、万博に興 味を持つ方への県内誘客、県 の魅力発信につなげる	万博への関心が高い方

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

鳥取県

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	関西パビリオン鳥取県ゾーンを通じた県内への誘客促進	<ul style="list-style-type: none"> ・砂丘の砂を敷き詰めた鳥取無限砂丘での虫眼鏡型デバイスによる魅力探索、プロジェクションマッピング体験 →体験者にはデジタルクーポン(県内施設等での割引など)付き「とっとり魅力名探偵認定証」を配布 ・キャラクター立像やARフォトフレーム等でまんが王国とつとりを情報発信 ・鳥取県ゾーン貸切企画(19組・9/20～10/5) ・「砂丘(サンキュー)！砂要る(スマイル)？特別プレゼント!!」企画(先着10,000人・9/20～28、追加配布10,000人・10/11～13)、砂里帰り企画(先着390(サンキュー)名様に特製ステッカーをプレゼント。9/20～3/31) 	鳥取県+鳥取県ゾーン運営委託会社	R6鳥取県ゾーン設置運営費290,710千円(決算) R7鳥取県ゾーン設置運営費234,347千円(予算) 鳥取砂丘の砂、まんが王国とっとりキャラクター
2	「とっとりリアル・パビリオン」等の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・県全体を万博のサテライト会場に見立てた「とっとりリアル・パビリオン」特設サイトには、411の観光コンテツを登録 ・総勢1,100名様に鳥取県産品が当たる「絶対！とっとりキャンペーン」では、3つの企画(デジタルスタンプラリー、宿泊者特典、SNS投稿特典)で県内誘客を図った。 	鳥取県+運営委託会社	R6大阪・関西万博に向けた観光等情報発信業務委託15,345千円(決算) R7大阪・関西万博に向けた観光等情報発信業務1,129千円 R6～R7「とっとり大周遊キャンペーン」企画・運営業務34,100千円
3	砂ンプラリー(SAND QUEST)	<ul style="list-style-type: none"> ・砂を通じた出展地域間連合「サンド・アライアンス」の連携事業として「砂ンプラリー」を実施 ・万博公式スタンプパスポートに加盟8パビリオン全てのスタンプを集めると専用台紙、3つ以上集めると記念品を提供 ・また、スタンプを2個以上集めると鳥取砂丘ビジターセンターで「砂絵はがき」をプレゼント ・7/1に万博会場内で加盟パビリオンが一堂に会し、スターティングセレモニーを開催 <p><サンドアライアンス加盟パビリオン> 鳥取県、ヨルダン、サウジアラビア、ナウル、アルジェリア、EU、モーリタニア、モザンビークの8パビリオン</p> <p>※県内3ヶ所に万博公式スタンプを設置し、スタンプを全て集めた方に記念品を提供(アフター万博砂ンプラリー)</p>	鳥取県、サンドアライアンス加盟パビリオン	各パビリオンの記念品
4	サンキューカード	<ul style="list-style-type: none"> 万博来場後に鳥取砂丘を訪問した方に、鳥取砂丘の写真入りミニメッセージカード(サンキューカード)を鳥取砂丘ビジターセンターで配布 ※万博来場希望の方にも配布 	山陰海岸国立公園鳥取砂丘ビジターセンター	鳥取砂丘ビジターセンターのノベルティ
5	とっとりフェス～お祭り縁日～(多目的エリアイベント)からの誘客	<ul style="list-style-type: none"> 「お祭り縁日」をテーマに、展示・体験等を通じ鳥取県の自然、文化、食、産業等の魅力を発信。 とっとりフェス前期:郷土芸能披露、地酒まつり、アイ振る舞い、障がい者アート、産業展示ほか とっとりフェス後期:梨やアイなど特産品販売、郷土芸能披露、県産材PR、トリア配布ほか 	鳥取県+運営委託会社	R7関西パビリオン・多目的エリア関係:17,934千円(決算見込)

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

鳥取県

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
6	公式 スタンプラリー (サテライト会場)	会期中、各府県にもスタンプを設置。砂ンプラリーや、アフター砂ンプラリーイベントにもサテライト会場スタンプを活用。会期後、令和8年3月31日まで設置を延長	山陰海岸国立公園鳥取砂丘ビジターセンター	—
7	関西パビリオン 参加9府県オール スタンプラリー	大阪・関西万博 関西パビリオン内に設置されていた9府県分の公式スタンプのレプリカを、期間限定で夢みなとタワーに設置。参加者には専用のオリジナルスタンプ台紙を配布 ※ヨルダンの砂体験コーナー(11/23～)、とっとりサンドパビリオン(1/31)オープンにあわせて実施	SANKO夢みなとタワー	—
8	一大阪・関西万博 記念—とっとり サンドパビリオン	1/31に万博の展示物等を活用した施設「とっとりサンドパビリオン」を夢みなとタワー(境港市)に開設。オープニングイベント(オープニングセレモニー、キャラクターグリーティング、グルメブースの設置)を実施。 展示内容:鳥取無限砂丘体験コーナー、サンド・アライアンス加盟パビリオンゆかりの品展示、パナソニックパビリオン「ノモの国」展示品、パビリオンユニフォーム等 ※鳥取砂丘こどもの国、鳥取砂丘ビジターセンターでも万博で展示した砂の体験コーナー等を設置	鳥取県+SANKO夢みなとタワー	R7大阪・関西万博レガシー 継承事業 30,000千円 (予算)

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

鳥取県

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標(定量・定性)	評価基準(成果の判定基準)	データ収集方法	直接的な成果(実施回数、参加者数等)	間接的な成果(社会的な効果、中長期的に見込まれる変化等)
1	関西パビリオン鳥取県ゾーンを通じた県内への誘客促進	鳥取県ゾーン30万人	来場者数	人流センサー等	鳥取県関係イベント約58.3万人(鳥取県ゾーン約46.3万人)	メディア等への取上げ、SNS等を通じた情報発信等により鳥取県の認知度が向上。県内主要観光地の入込状況から誘客実績は前年を上回る見込み
2	「とっとりリアル・パビリオン」等の展開	—	参加者数	・主要観光地入込客数 ・絶対！とっとりキャンペーン参加者数	<周遊スタンプラリー> 県外の方の参加が8割程度。特に万博に多く来場されている大阪、兵庫などの関西エリアの割合が多くなっており、一定の万博効果が出ている。 ①参加者数 7,412人 ②立ち寄り先スポット及び獲得件数 ・関西パビリオン 3,585 ・鳥取砂丘ビジターセンター 1,321 ・道の駅ほうじょう 1,016 ・道の駅大栄 823 ・鳥取県立美術館 468 ・白兔神社 439 ③応募者数(1,530人)のうち、大阪府340人、兵庫県265人、京都府75人、岡山県79人 など <宿泊チャンス> 本県のメインターゲットである関西のミドル層～シニア層の応募が多く、しっかりと誘客につなげることができた。 参加者数 5,235件(うち県外者4,497件(85.9%)) (内訳)兵庫県848件、大阪府753件、京都府218件、滋賀県98件など	メディア等への取上げ、SNS等を通じた情報発信等により鳥取県の認知度が向上。県内主要観光地の入込状況から誘客実績は前年を上回る見込み
3	砂ンプラリー(SAND QUEST)	—	参加者数	専用台紙・記念品配布数	約1.8万人	メディア等への取上げ、SNS等を通じた情報発信等により鳥取県の認知度が向上。万博外交により、これまでに関りが少なかった国や地域との繋がりが生まれてきている
4	サンキューカード		来館者数、ノバルティ配布数	入館者カウンター、ノバルティ配布数	・入館者数:254,193人 ・配布枚数:約4,600枚	メディア等への取上げ、万博会場及び鳥取県の相互訪問等を促進
5	とっとりフェス～お祭り縁日～(多目的エリアイベント)からの誘客	—	来場者数	人流センサー等	来場者 約8.4万人(前期約3.4万人、後期約4.8万人)	・メディア等への取上げ ・SNSのフォローイベント等実施で、鳥取県出展団体の商品・技術・サービス、取組等の認知度向上につながった

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

鳥取県

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の 判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
6	公式スタンプラリー (サテライト会場)	—	—	—	—	—
7	関西パビリオン 参加9府県 オールスタンプラリー	—	参加者数	専用台紙 配布数	【11/19～11/28の参加者数】934名 【1/31～2/18の参加者数】1,620名	—
8	—大阪・関西万博記念— とっとりサンド パビリオン	—	来場者数	チケット 販売数等	夢みなとタワー入館者数:11,595名 (3/2時点 前年度比311.1%)	メディア等への取上げ、引き 続き、入館者数の増加が見 込まれる

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

徳島県

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	徳島県ゾーンからの誘客	令和7年4月13日～令和7年10月13日	万博会場から徳島への「ゲートウェイ」となる空間「徳島県ゾーン」を出展し、伝統文化や観光資源などの魅力発信により、本県への誘客を促進。	全国からの万博来場者、徳島県への興味・関心を持った来場者
2	公式スタンプラリー (サテライト会場)	令和7年4月13日～令和8年3月31日	万博来場者がスタンプの押印収集のため関西隣県を広域周遊し、各地の魅力を体感。	万博来場者をはじめとする万博公式スタンプの収集者
3	ワンコインキャンペーン	令和7年4月13日～8月31日	大阪・関西万博を千載一遇の機会と捉えた積極的な誘客促進。	徳島県への興味・関心を持った来場者(特に関西在住者)
4	おトクな徳島旅 キャンペーン	令和7年5月15日～12月31日	「徳島県への招待状クーポン」の配布に合わせて実施することにより、県内への更なる誘客を促進。	徳島県への興味・関心を持った来場者(特に関西在住者)
5	徳島のなつやすみ	令和7年7月23日～28日	県内市町村及びDMOと連携し、ファミリー層などの来場者の増加が予想される「夏休み序盤」に、徳島の自然、歴史、伝統文化など県内各地の魅力を体験できるプログラムを展開。	ファミリー層など
6	EXPO LEGACY TOKUSHIMA 感謝展	令和7年12月1日～令和8年3月31日	大阪・関西万博における徳島県の取組成果を紹介するため、関西パビリオン「徳島県ゾーン」から移設した展示物や国際交流の成果などを活用。	関西パビリオンの予約が取れなかった方、徳島県ゾーンの来場者など
7	徳島県への招待状ネット キャンペーン 「徳島広報0円バス」	令和7年12月3日～令和8年1月25日	ワンコインキャンペーンなどによる徳島への関心・来訪意欲の高まりを絶好の機会と捉まえ、更なる本県の認知度向上と誘客促進を図り、万博後も継続的な人の流れを創出。	関西圏を中心とした層
8	万博閉幕後の 徳島県内スタンプ ラリー	令和7年12月19日～令和8年3月31日	「徳島県ゾーン、サテライト会場のスタンプ」「関西パビリオン参加9府県オールスタンプ」「EXPO LEGACY TOKUSHIMA 感謝展」を連携し、県内への誘客及び周遊を促進。	万博公式スタンプの収集者、各スタンプ設置施設の来場者

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

徳島県

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	徳島県ゾーンからの誘客	徳島の魅力を五感で満たす空間を目指し、内部は藍色を基調とし、阿波和紙、阿波指物や、水をイメージした天井の藍染め布オブジェにより、空間全体を徳島の伝統工芸作品として構成。阿波藍の奉納藍染め体験や、阿波おどり・祖谷のかずら橋など観光資源の没入型映像による体験、来場者参加型の展示を展開。そのほか、県産品の販売やすだち・四国遍路の企画展なども実施。	徳島県ゾーンの運営は事業者へ委託。 県職員も常駐し、関係者と連携しながら管理・運営を実施。	徳島県ゾーン基本設計(R5)14,000千円 徳島県ゾーン実施設計(R6)24,000千円 徳島県ゾーン整備(R6)191,685千円 徳島県ゾーン運営(R6)37,987千円 徳島県ゾーン運営(R7)217,999千円
2	公式スタンプラリー(サテライト会場)	会期中、各府県にもスタンプを設置。 会期後、令和8年3月31日まで設置を延長。	(企画主催:博覧会協会) JR徳島駅にスタンプコーナーを設置。	—
3	ワンコインキャンペーン	4/13:徳島県ゾーンにおいて、関西を出発する高速バス・フェリーが、徳島県内まで片道500円で利用できるクーポン「徳島県への招待状」の配布を開始。 8/31:クーポンの配布及びキャンペーン価格での乗車・乗船予約の受付を終了。	交通事業者の協力のもと、徳島県ゾーン運営チームと連携して実施。	割引原資予算 43,272千円
4	おトクな徳島旅キャンペーン	徳島県ゾーンにおいて、四国の観光・旅アプリ「しこくuri」専用ポイント「旅ばす」をプレゼント。 5/13:ポイント取得に必要な専用コードの配布開始。 10/3:コードの配布終了。 12/31:ポイント取得期限(キャンペーン終了)	アプリの運営事業者、徳島県ゾーン運営チームと連携して実施。	ポイント原資予算 1,200千円
5	徳島のなつやすみ	・県内各市町村がお薦めする「物産&グルメ」の販売 ・地域で活躍する方々を招いた「徳島ええとこSPステージ」 ・徳島の自然や文化を遊びながら学べる「自由研究体験」 ・仮設プールと映像で、ウォーターアクティビティを疑似体験できるフォトスポット「夏アソビ体験」 ・伝統工芸を生かした「阿波の幻想ライトアップ」などを実施。	イベントの運営事業者、県内市町村及びDMOと連携して実施。	委託予算 18,710千円
6	EXPO LEGACY TOKUSHIMA 感謝展	①「EXPO LEGACY TOKUSHIMA 感謝展」 開催期間: R7.12.1~R8.3.31 開催場所: 徳島県庁1階「県民ホール」及び「玄関ホール」 展示内容: 徳島県ゾーン展示物、ドイツパビリオンソファ(寄贈品)万博国際交流による藍染め作品など ②「EXPO LEGACY TOKUSHIMA 感謝展 in あすたむらんど徳島」 開催期間: R7.12.13~R8.3.8 開催場所: あすたむらんど徳島 子ども科学館(多目的ホール) 展示内容: ヨルダンパビリオンの展示物品(譲渡品)など ※休日は各施設に準ずる。 ③「EXPO LEGACY TOKUSHIMA 感謝展 最終章 奉納藍染め体験」 開催期間: R8.3.14~R8.3.15 開催場所: 徳島県庁1階「県民ホール」 開催内容: 感謝展の集大成として、徳島県ゾーンで好評を博した「奉納藍染め体験」を再び開催	展示設営事業者、徳島県ゾーンの運営事業者、展示物の制作者をはじめとする関係者と連携して実施。	委託予算(①、②共通) 25,000千円 ※徳島県ゾーンの撤去を含む

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

徳島県

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
7	徳島県への招待状 ネクストキャンペーン「徳島広報0円バス」	<p>SNSで徳島の魅力を発信していただける方を対象とした、大阪発徳島行の無料片道バス「徳島広報0円バス」を運行。 申込：R7.12.3～先着順 ※未使用ワンコインクーポン所持者の先行受付あり 運行：R7.12.20～R8.1.25 ※年末年始を除く土日祝の計9日間 <連携事業> 訪問先の観光スポットをはじめ、文化や歴史、食などの魅力をYouTubeやインスタグラムなどで発信していただくSNS投稿キャンペーン「徳島バズらせ隊」も、ネクストキャンペーンと連携して実施。 期間：R7.12.1～R8.1.31</p>	プロモーション、ワンコインキャンペーンの事業者、県内観光施設など、関係者と連携して実施。	委託予算 30,000千円
8	万博閉幕後の徳島 県内スタンプラリー	<p>①関西パビリオン参加9府県オールスタンプ(レプリカスタンプ)を「EXPO LEGACY TOKUSHIMA 感謝展」の会場(徳島県庁 ※年末年始は「あすたむらんど徳島」)に設置。(R7.12.19～R8.1.7) ②ヨルダン・クラゲ館のレプリカスタンプを「あすたむらんど徳島」に設置。(R7.12.13～R8.3.31) ↓ 上記スタンプ(①、②)、徳島県ゾーンの公式スタンプ(県庁設置)、サテライト会場のスタンプ(JR徳島駅設置)の台紙を作成し、スタンプラリーを実施。 R8年2月中旬からは、あすたむらんど徳島にガーナのレプリカスタンプを追加し、県内設置スタンプのみ(オールスタンプなし)の台紙により、スタンプラリーを実施。 ※ヨルダン・ガーナ・クラゲ館のスタンプは、R8.3.14からR8.31まで県庁にも設置。</p>	各設置施設の関係者と連携して実施。	—

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

徳島県

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
1	徳島県ゾーンからの誘客	徳島県ゾーン来場者数: 42万人 ※多目的エリア催事の来場者数を含めた目標	来場者数	人流センサー	来場者数:448,283人	徳島県ゾーンの展示作品などを活用した新たな取組による誘客促進が見込まれる。 例:EXPO LEGACY TOKUSHIMA 感謝展 (R7.12.1~R8.3.31)
2	公式スタンプラリー(サテライト会場)	—	—	—	スタンプラリーを目的とした多くの来訪者が見受けられ、万博におけるPR効果を確認できた。	会期後に実施した「関西パビリオン参加9府県オールスタンプ」や「EXPO LEGACY TOKUSHIMA 感謝展」との連携により、県内の周遊促進にも繋がった。
3	ワンコインキャンペーン	—	利用者数及び割引額の実績に基づき判定	交通事業者からの報告	クーポン配布枚数:104,459枚 クーポン利用者数:13,230人 割引額:43,271,640円	クーポン利用者が、徳島を訪問した様子がSNSにより発信・拡散されるなど、更なる誘客を生む波及効果があった。
4	おトクな徳島旅キャンペーン	—	利用者数及び割引額の実績に基づき判定	運営事業者からの報告	ポイント取得者数:350人 ポイント利用件数:230件	ワンコインキャンペーンと合わせた展開により、県内への更なる誘客促進に繋がった。
5	徳島のなつやすみ	—	来場者数や参加団体へのアンケート結果に基づき判定	運営事業者からの報告	来場者数:約49,000人	徳島の自然、歴史、伝統文化など県内各地の魅力を来場者に体験いただき、夏休み期間の誘客促進に繋がった。
6	EXPO LEGACY TOKUSHIMA 感謝展	—	来場者数や来場者の意見、SNSの投稿(感想など)に基づき判定	①SNS投稿の検索など ②施設管理事業者からの報告	①休日開庁時(R7.12.20・21)の来場者数:887人 ※上記以外の来場者数はカウントしていない。 ②来場者数:39,458人(未公表) ③来場者数:510人	会場だけではなく、展示に関係する施設や観光スポットへの訪問など、県内の周遊促進にも繋がった。
7	徳島県への招待状ネクストキャンペーン「徳島広報0円バス」	—	参加者数(乗車人数)、アンケート結果、SNS投稿(投稿数、反響)などに基づき判定	運営事業者からの報告	乗車人数:1,998人(未公表)	来訪者のSNS投稿などにより、更なる誘客・周遊促進やリピーターの創出が期待できる。
8	万博閉幕後の徳島県内スタンプラリー	—	—	—	スタンプラリーを目的とした多くの来訪者が見受けられ、誘客・周遊促進の効果を確認できた。	—

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

福井県

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1-1	万博公式スタンプの設置 【福井県立恐竜博物館】	令和7年4月13日～令和7年10月13日	万博来場者が関西隣県を広域周遊し、各地の魅力を体感いただくとともに、スタンプを押印することで思い出として記録する	万博スタンプに関心のある層
1-2	万博公式スタンプの設置 【福井県立恐竜博物館】 【ホクリクプラス(KITTE OSAKA内)】 【福井県大阪事務所】	令和7年10月14日～令和8年3月31日 【福井県立恐竜博物館】 令和7年10月15日～令和8年3月31日 【ホクリクプラス(KITTE OSAKA内)】 【福井県大阪事務所】	項目1-1の事業を万博閉幕後も継続して実施。 各施設の認知度向上と来訪者増加	万博スタンプに関心のある層 福井県への観光来訪検討層 北陸の特産品に関心のある層
1-3	9府県オールスタンプリレー	令和8年3月25日～令和8年3月31日	関西パビリオン参加9府県の公式スタンプの設置を通じて福井県への誘客を促進 県こども家族館に移設した福井県ゾーンコンテンツ「恐竜体験ゾーン」の認知度向上と来館者増加	万博スタンプに関心のある層 福井県ゾーンのコンテンツに関心のある層 福井県への観光来訪検討層
2	JR西日本による観光列車「はなあかり」の運行	令和7年7月5日～令和7年9月28日の間の土日	万博の盛り上げを各地に広げ、地域ならではの食やおもてなしを通じて地域の魅力を発信する	観光列車に関心のある層 プラスワントリップ利用者
3	JR大阪駅における北陸新幹線早期全線開業PRとあわせた「恐竜王国福井」のPR	令和7年9月6日～令和7年9月7日	万博を機にさらに多くの利用者が集まる大阪駅で、北陸新幹線の早期全線開業PRとあわせて「恐竜王国福井」の魅力を発信する	大阪駅利用者
4	関西パビリオン福井県ゾーンからの誘客	令和7年4月13日～10月13日	万博会場から福井県への「ゲートウェイ」として位置付ける福井県ゾーンにおいて、福井の魅力を紹介し、誘客を促進するため。	全国からの万博来場者 福井県への観光来訪検討層
5	多目的エリア催事からの誘客	前期:令和7年7月8日～7月13日 後期:令和7年9月17日～9月22日	万博会場から各府県への「ゲートウェイ」として位置付ける関西パビリオンにおいて、福井の魅力を紹介し、誘客を促進するため。	国内外からの万博来場者 福井県への観光来訪検討層
6	万博展示物の移設	令和8年3月25日～	関西パビリオン福井県ゾーンの展示物を移設・公開し、万博におけるハードレガシーの継承を図る。	万博ファン、関西パビリオン福井県ゾーンに入ることが出来なかった県民等

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

福井県

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1-1	万博公式スタンプの設置 【福井県立恐竜博物館】	R7.4.13 スタンプ設置開始 R7.10.12 設置期間延長の公表	企画主催:2025年日本国際博覧会協会	—
1-2	万博公式スタンプの設置 【福井県立恐竜博物館】 【ホクリクプラス(KITTE OSAKA内)】 【福井県大阪事務所】	万博開催期間中、サテライト会場として福井県立恐竜博物館に公式スタンプを設置し、閉幕後も継続して実施。 上記に加えて、大阪府内のホクリクプラス及び福井県大阪事務所に関西パビリオンに設置していたスタンプを設置。	企画主催:2025年日本国際博覧会協会	—
1-3	9府県オールスタンプリレー	関西パビリオン公式スタンプのうち、パビリオン館内に設置していた9府県分のスタンプのレプリカをセットにして、設置。	—	—
2	JR西日本による観光列車 「はなあかり」の運行	R7.6.5 予約開始 R7.7.5 運行開始	運行:西日本旅客鉄道株式会社	—
3	JR大阪駅における北陸新幹線早期全線開業PRとあわせて「恐竜王国福井」のPR	R7.9.6-7 北陸新幹線早期全線開業PRイベント(応援メッセージ募集、新幹線すぐろく等)、「恐竜王国福井」PRイベント(恐竜ベンチ配置、観光パンフレット配架等)を実施	主催:福井県 委託:JR西日本コミュニケーションズ	—
4	関西パビリオン 福井県ゾーンからの誘客	会期中、4面映像空間において、県内各地の魅力を映像にて紹介。県内外における恐竜の企画展や県内における恐竜を活用した観光コンテンツをPRしたほか、行列の待ち時間を利用し、アテンダントによる来場者全体への観光案内を実施。	福井県から福井県ゾーン運営事業者へ委託。	福井県ゾーン制作費 R6:297,990千円 福井県ゾーン運営費 R6:21,997千円 福井県ゾーン運営費 R7:116,969千円
5	多目的エリア催事からの誘客	県内の多様な団体の出展により、体験等を通じ福井の自然、食文化、産業等の魅力を発信。 「Zen, Alive, Fukui」をテーマに展開。	福井県から催事運営事業者へ委託	多目的エリア催事費 R7:10,294千円
6	万博展示物の移設	県子ども家族館に万博における本県展示品を移設・公開する(一部スケールアップを含む)	福井県から移設事業者へ委託	移設費 R7:88,550千円

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

福井県

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標(定量・定性)	評価基準(成果の判定基準)	データ収集方法	直接的な成果(実施回数、参加者数等)	間接的な成果(社会的な効果、中長期で見込まれる変化等)
1-1	万博公式スタンプの設置【福井県立恐竜博物館】	—	—	—	スタンプラリーを目的とした多くの来訪者が見受けられ、万博におけるPR効果を確認できたスタンプを押した人数(推計)16万人以上(R7.4.13～12.31)※福井県立恐竜博物館のみ集計	県内観光消費額(推計)約9,7億円以上(R7.4.13～12.31)※福井県立恐竜博物館でのスタンプ押印数から推計
1-2	万博公式スタンプの設置【福井県立恐竜博物館】 【ホクリクプラス(KITTE OSAKA内)】 【福井県大阪事務所】	—	—	—	スタンプラリーを目的とした多くの来訪者が見受けられ、万博におけるPR効果を確認できたスタンプを押した人数(推計)16万人以上(R7.4.13～12.31)※福井県立恐竜博物館のみ集計	県内観光消費額(推計)約9,7億円以上(R7.4.13～12.31)※福井県立恐竜博物館でのスタンプ押印数から推計
1-3	9府県オールスタンプラリー	—	—	—	—	—
2	JR西日本による観光列車「はなあかり」の運行	—	—	—	全21往復運行	—
3	JR大阪駅における北陸新幹線早期全線開業PRとあわせた「恐竜王国福井」のPR	サンプリング配布数:2,000部	—	—	来場者 約12,000人 サンプリング配布数:2,000部	—
4	関西パビリオン福井県ゾーンからの誘客	福井県ゾーン来場者30万人	来場者数 来場者アンケート	人流センサー 来場者アンケート(web)	福井県ゾーン来場者約336,100人 福井県ゾーン来場者へのアンケート結果(1,200人から回答) ①「恐竜王国福井」ゾーンを体験してどうでしたか？ とても面白かった、面白かった:99.0% ②福井県に行ってみたくらいと思いましたが？ とても思った、思った:98.3%	観光客入込数の増加 対前年同期比 3.5%増(R7.5.1～12.31) 対前々年同期比 15.3%増(携帯電話の位置情報を基にした推計) ※R6が北陸新幹線県内延伸の年であり、北陸デスティネーションキャンペーンも実施していたことから、R5と比較して、大幅に観光客入込数が増えていた。通常、新幹線延伸などの翌年は反動で減少するものであるが、大阪府に滞在していた人が福井県に来訪した割合は3.5%増となっていることから、大阪・関西万博によるゲートウェイ効果が発揮されたものと考えている。
5	多目的エリア催事からの誘客	—	来場者数	人流センサー	来場者 約66,000人	・メディア等への取上げ ・出展により出展者のモチベーションが高まるなど、活動が活発化した
6	万博展示物の移設	—	—	—	事業実施前	事業実施前

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

三重県

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	三重へおいない！ キャンペーン	令和7年7月19日(土)～ 令和8年2月28日(土)	大阪・関西万博を契機とした三重県への誘客促進の取組として、万博三重県ブースの展示を通じて様々な三重の魅力に触れていただいた方に、実際に三重県を訪れ、リアルな三重の魅力を体感いただくため。	万博三重県ブースにご来場いただいた三重県外在住の方
2	関西パビリオン三重県ブースからの誘客	令和7年4月13日～10月13日	大阪・関西万博の好機を着実に生かし、三重県魅力を発信し、三重への来訪につなげるため。	国内外からの万博来場者、三重県への観光来訪検討層
3	美し国彩り三重バザール (多目的エリアイベント)からの誘客	前期:令和7年6月30日～ 7月6日 後期:令和7年9月2日～ 9月8日	関西パビリオン多目的エリアにおいて県内各地の食文化の体験や県産品の販売、観光PR等を連携した催事を実施することで、三重県ならではの魅力を最大限に国内外に発信し、県への誘客、県産品の販路拡大を図るため。	国内外からの万博来場者、三重県への観光来訪検討層
4	三重のおまつり大集合！～ MIEフェスティバルinEXPO ～からの誘客	令和7年9月22日	万博内EXPOアリーナにおいて「祭り」をメインテーマとした自治体参加催事を開催し、県を代表する祭事・行事(例:式年遷宮にかかるお木曳行事、石取祭など)の実演を中心に、県内各地の食文化の体験や県産品の販売、観光PR等を行うことで本県の魅力を効果的に国内外に発信し、県への誘客を図るため。	国内外からの万博来場者、三重県への観光来訪検討層
5	公式スタンプラリー (サテライト会場)	令和7年4月13日～ 令和8年3月31日	万博来場者が関西隣県を広域周遊し、各地の魅力を体感いただくとともに、スタンプを押印することで思い出として記録する。	万博来場者をはじめとする万博公式スタンプの収集者
6	万博国際交流プログラムを通じた交流	事前学習:令和7年8月5日 会場訪問:令和7年8月8日 事後学習:令和7年10月28日	大阪・関西万博を契機に、全国各地域において、地域住民と万博参加国・地域の関係者が、地方公共団体の事業を通じて継続的に国際交流していくための内閣官房事業である「万博国際交流プログラム」に登録し、交流を図る。	県内のブラジル人学校の生徒

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

三重県

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	三重へおこない！ キャンペーン	大阪・関西万博三重県ブースで撮影した画像を、三重県内の観光協会等で提示した方に、県産品のプレゼントを行う。 キャンペーンサイト： https://www.kankomie.or.jp/special/mietabi2025/oinaicp2025/	<キャンペーン参加方法> ①万博三重県ブース「ナビゲーションエリア」内の撮影スポットなど、ブース内で本人と認識できる写真をスマートフォン等で撮影する。 ②キャンペーン期間中に三重県を訪れ、所定の受付場所で①の画像を提示し、簡単なクイズやアンケートに回答のうえ、申し込みを行う。 ※後日、希望のプレゼントが自宅に配送される。 ※県内受付場所：県内17市町(全14市、菟野町、大紀町、南伊勢町)の観光協会(観光案内所)等	使用資源：三重県ブースの展示/「みえの食セレクション」のうち3商品
2	関西パビリオン三重県ブースからの誘客	「日本のこころの原点～美し国みえへとつづく時を超えた物語～」をテーマに、県内5地域の魅力を発信。県内29市町の自然や観光地などの映像を映し出した「時のトンネル」や、触れたり香りを体験できるなどの引き出し展示に加えて、「熊野古道」「常若」「歴史・文化」「自然」「産業」「食」の6つのテーマを設けた期間限定特別展示、市町デーとして県内市町の魅力を発信するワークショップを実施。県内各地の名所を背景とした撮影スポットを設置し、来場者の記念撮影を行うとともに、ブース内で撮影した写真で応募ができる「三重へおこない！キャンペーン」を実施。	・三重県(大阪・関西万博推進プロジェクトチーム)からブース運営事業者へ委託	・三重県ブース出展基本計画策定費 R4:12,705,000円 ・三重県ブース展示設計、運営基本計画策定費 R5:23,980,000円 ・三重県ブース展示製作・工事・撤去費 R6:204,239,999円、 R7:86,093,568円 ・三重県ブース運営費 R6:39,996,000円、 R7:188,601,292円
3	美し国彩り三重バザール(多目的エリアイベント)からの誘客	「三重の食体験」をテーマに、県内各地の食文化体験や県産品販売、観光PR等のイベントを実施。後期の最終日は「温泉デー」として、観光PRブースや足湯を設置、ステージイベントを実施。	・三重県(大阪・関西万博推進プロジェクトチーム)から催事運営事業者へ委託 ・県庁各部局や市町、県内事業者等と連携	多目的エリア催事費 R6:7,078,500円、 R7:24,901,800円
4	三重のおまつり大集合！～MIEフェスティバルinEXPO～からの誘客	「祭り」をテーマに、県内合わせて10の祭事・行事の実演を行うとともに、市町や関係団体、県内事業者がブースを出展して三重の魅力をPR。	・三重県(大阪・関西万博推進プロジェクトチーム)から催事運営事業者へ委託 ・県庁各部局や市町、関係団体、県内事業者等と連携	自治体参加催事費 R6:7,623,000円、 R7:44,861,476円
5	公式スタンプラリー(サテライト会場)	会期中、各府県にもスタンプを設置 会期後、令和8年3月31日まで設置を延長(令和7年10月12日に公表) 会期中ブース内に設置していたスタンプを、会期後県施設で設置	(企画主催：博覧会協会) 赤目自然歴史博物館にスタンプコーナーを設置 会期後は、関西事務所と斎宮歴史博物館にブーススタンプを設置	—
6	万博国際交流プログラムを通じた交流	県内のブラジル人学校である伯人学校イーエース鈴鹿の生徒10人に対し、事前学習として公益社団法人日本国際博覧会協会及び三重県から事前に万博について講義を実施。その後、万博会場のブラジルパビリオンにてパビリオン関係者との交流及び関西パビリオン内の三重県ブースも訪問し、三重県や日本の文化について学ぶ機会を提供。会場訪問後に、事後学習として万博を契機とした国際交流の実績について学習会を実施。	・三重県(大阪・関西万博推進プロジェクトチーム及び国際戦略・プロモーション推進課) ・ブラジル政府(在名古屋ブラジル総領事館、ブラジルパビリオン) ・伯人学校イーエース鈴鹿	—

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

三重県

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標(定量・定性)	評価基準(成果の判定基準)	データ収集方法	直接的な成果(実施回数、参加者数等)	間接的な成果(社会的な効果、中長期で見込まれる変化等)
1	三重へおいない！キャンペーン	—	三重県への来訪者数(プレゼント申込者数)	キャンペーンプレゼント申込フォームの集計	三重県への来訪者数(プレゼント申込者数):6,820人	—
2	関西パビリオン三重県ブースからの誘客	三重県ブース来場者30万人	来場者数	運営スタッフによる計測	三重県ブース来場者:63万2,334人	・来場者が直接触れたり自ら製作する「体験型」の展示内容が特に好評を得て、来場者の満足度にも大きく貢献した。 ・期間限定の特別展示や市町出展など展示替えを頻繁に行うことで、それぞれの展示を目当てに来場される方や、展示替えごとに来場されるリピーターも多く、三重県の魅力をより強く印象づけることができた。
3	美し国彩り三重パズール(多目的エリアイベント)からの誘客	—	来場者数	人流センサー	催事来場者数:68,239人(前期:30,271人、後期:37,968人)	県産品など本県の有するコンテンツが魅力的で関心の高いものであり、本県への来訪への大きな要因になることを改めて認識
4	三重のおまつり大集合！～MIEフェスティバルinEXPO～からの誘客	—	来場者数	運営スタッフによる計測	催事来場者数:13,418人	・10の祭事が順に実演を披露して、各祭事の趣きや迫力を来場者に堪能いただくとともに、県内各地の祭事関係者が交流する機会となった。 ・県産品や県内各地の祭事など本県の有するコンテンツが魅力的で関心の高いものであり、本県への来訪への大きな要因になることを改めて認識。
5	公式スタンプラリー(サテライト会場)	—	—	—	スタンプラリーを目的とした多くの来訪者が見受けられ、万博におけるPR効果を確認できた	—
6	万博国際交流プログラムを通じた交流	—	—	—	交流参加者数:教諭、通訳、生徒12人	県内ブラジル人学校の生徒による万博訪問等を通じて三重県に対する理解促進、並びにブラジル政府と三重県との交流の促進ができた。また、参加した県内若者の国際的な視野の拡大にもつながった。

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

京都市

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	とっておきの京都エリアの魅力発信	通年 うち、「EKIsport KYOTO」魅力発信ブースにブース出展:令和7年7月20日～7月27日	地域や民間事業者と連携し、隠れた名所の魅力を発掘・活用することにより、市域全体への観光客の誘客を促進させ、観光客の満足度を更に高めるとともに、地域の活性化に繋げるため、主に伏見、大原、高雄、山科、西京、京北の6エリアの魅力発信を実施。	国内外から京都市内に訪れる方々
2	50回記念「京の夏の旅」の開催	令和7年7月11日～9月30日	夏の閑散期対策として、非公開文化財の特別公開や歴史や伝統文化など京都ならではの特別な体験を提供するキャンペーン事業「京の夏の旅」を実施。	国内外から京都市内に訪れる方々
3	京都レストランスペシャルの開催	令和7年5月12日～7月6日	参加店舗エリアを京都市内から京都府全域へと拡大し、京都を訪れる国内外の観光客の方はもちろん、地元京都の方にも京料理をはじめとした京の食文化の体験を通じ、多彩な「食の京都」の魅力を感じていただくとともに、京都の食材や伝統工芸など京都の伝統も感じていただけるイベントとして実施。	国内外から京都市内に訪れる方々

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	とっておきの京都エリアの魅力発信	○通年 HPやSNS等でとっておきの京都エリアの情報等を発信するほか、京都府とも連携して、府市の周遊観光の推進事業を実施。 ○府内観光情報等の発信拠点として京都駅に期間限定で設置した「EKIsport KYOTO」にて伏見・山科・京北エリアから特産品等を販売	(公社)京都市観光協会や民間事業者などと連携して実施	多様なエリアにおける魅力発信事業総額:63,500千円
2	50回記念「京の夏の旅」の開催	「近代京都の名建築と、夏に訪ねたい水景」をテーマに、通常は非公開の文化財を期間限定で特別公開。	京都市・(公社)京都市観光協会主催	—
3	京都レストランスペシャルの開催	—	主催:京都市 京都レストランスペシャル実行委員会 京都国際観光レストラン協会、京都商工会議所 (公財)京都文化交流コンベンションビューロー、(公社)京都市観光協会 共催:京都府 協力:(公社)京都府観光連盟	多様なエリアにおける魅力発信事業総額:63,500千円のうち、1,000千円

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

京都市

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の 判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、中長期で見込まれる変化等)
1	とっておきの京都エリアの魅力発信	目標の設定はしていない	—	—	「EKIspot KYOTO」ブース出展時の来店者数 伏見:45名 山科:253名 京北:75名	京都駅に設置した「EKIspot KYOTO」にて地域の特産品を販売することで、京都駅に訪れた利用者へ、市内の多様なエリアの魅力を発信するきっかけづくりとなった。
2	50回記念「京の夏の旅」の開催	目標の設定はしていない	—	—	文化財特別公開箇所数 8箇所 ※うち、渉成園(枳殻邸)燕申堂と東本願寺 御影堂門については、「京都駅周辺エリアまるごとゲートウェイ事業」の一環としても紹介	京都駅まるごとゲートウェイ事業の一環としても実施したこともあり、万博を契機に訪れる観光客へも、「京の夏の旅」について発信するきっかけとなった。
3	京都レストランスペシャルの開催	目標の設定はしていない	—	—	参加店舗数:156店舗 利用人数:10,630名(うち海外からの利用者1,594名) 利用金額:91,540,000円	京都の食材や伝統工芸など京都の伝統も感じていただけるイベントとして実施

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

堺市

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	万博会場での催事 ①堺市主催催事の開催 ②市内観光施設で使用可能なクーポン「SAKAI TICKET」の配布 ③「万博チケット提示特典」の設定	①令和7年5月10日～13日、 7月28日、9月25日 ②令和7年5月9日～9月25日 ③令和7年4月13日～10月13日	大阪・関西万博を契機に、堺市への誘客と地域産業の活性化を図ること。	万博来場者等
2	優良な観光コンテンツの創出・磨き上げ ①集客性を意識した企画展等の開催【堺の竹工芸家たち】【ミュシャ】 ②おおさか堺バルーン ③観光ツアー及び宿泊事業者へのエネルギー価格高騰支援	①【堺の竹工芸家たち】令和7年9月20日～11月3日 ①【ミュシャ】「ミュシャ 謎の絵画」：令和7年4月20日～8月17日 「ミュシャと夢二 STYLE of BEAUTY」：令和7年8月23日～11月30日 ②令和7年10月4日から ③【ツアー助成】令和6年度から【エネルギー価格高騰支援金】令和7年4月1日から	①【堺の竹工芸家たち】市民等に、竹工芸文化や芸術に対する理解・関心を深める場を提供することで文化芸術の振興を図ること。また大阪・関西万博でも作品を展示した田辺竹雲斎氏の伝統と革新ある作品の展覧会を開催することで本市への誘客を促進すること。 ①【ミュシャ】市民等に、ミュシャに対する理解・関心を深める場を提供することで文化芸術の振興を図ること。 ②世界遺産である百舌鳥・古市古墳群が有する歴史的な価値や雄大さなどの魅力を幅広く来訪者や市民に伝達し、保全・継承していくこと。 ③【ツアー助成】観光のため堺市内を周遊するツアーに対し、交通機関にかかる経費の一部の助成を行うことにより、堺市への誘客及び市内周遊、食事や宿泊等の促進を図ること。 【エネルギー価格高騰支援金】電気・ガス料金のエネルギー価格高騰の影響を受けている宿泊事業者の安定的な事業運営の確保及び宿泊観光の促進を図ること。	①【堺の竹工芸家たち】市民及び市内外の観光客等 ①【ミュシャ】市民や市内外の観光客等 ②市民及び国内外の観光客等 ③【ツアー助成】旅行会社【エネルギー価格高騰支援金】宿泊事業者
3	効果的なプロモーションの展開 ①大阪デスティネーションキャンペーン ②大阪観光局等と連携した広域プロモーション ③万博特設サイト「万博きたなら堺もきてな」開設 ④DAISEN Night Balloon Festa	①令和7年4月1日～6月30日 ②令和7年4月1日～令和8年3月31日 ③令和7年3月28日から ④令和7年12月20日、21日、24日、25日	①万博だけでなく、大阪の歴史・文化・食・エンターテインメントなどの多くの魅力を発信し、府内全体への周遊・滞在促進すること。 ②海外及び国内から大阪への来訪者、宿泊者を増加させることによって、新たな観光関連産業の振興や地域経済の活性化などにつなげ、交流促進による府民生活の質的向上に寄与すること。 ③万博の開催を機に、国内外から大阪を訪れる来場者を本市へ誘客するため。万博会場から近接する堺の魅力を特設サイトで集約・発信し、周遊観光の促進を図ること。 ④国内外から訪れる方々に府内での滞在や周遊を楽しんでもらうこと。	①対象：国内観光客 地域：全国 ②対象：国内外 ③万博を訪れる国内外の来場者（特に、本市の歴史・文化資産（古墳・伝統産業等）への感度が高い観光客） ④市内外の幅広い世代

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

堺市

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
4	堺旧港周辺の魅力創出 ①堺旧港からの海上交通の定期運航 ②乙姫の休日。in 堺旧港 2025	①令和7年4月13日～10月13日 ②令和7年5月9日～10日、10月4日～5日	堺旧港の活性化 ①堺旧港の認知度向上及びにぎわい・交流の場を創出すること。 ②美しく整備された親水護岸や開放的な海辺を活かした交流空間の創出及び堺旧港の認知度を向上させること。	①万博への来場者 ②市内居住者及び堺市来訪者等
5	市内周遊チケット等の販売 ①堺おもてなしチケット(阪堺拡大版・南海バス拡大版) ②堺おもてなしチケット2025 ③堺おでかけフリーパス	①通年販売 ②令和7年4月13日～10月13日 ③令和7年4月1日～12月28日	市外からの本市への誘客及び市内周遊を図ること。	市外からの来訪者(大阪・関西万博への来訪者を含む)
6	大和川リバーサイドサイクルラインを活用した周遊促進	通年 ※令和7年11月29日、30日に大和川沿川市と連携したサイクリングイベントを実施	万博を契機に、万博会場に近い咲洲と堺・南河内地域を結ぶ広域サイクルラインとして、令和7年3月に完成した総延長約25km(うち堺市域約8km)の「大和川リバーサイドサイクルライン」を活用し、自転車観光を促進すること。	市民・市外からの来訪者(大阪・関西万博への来訪者を含む)
7	商店街等による万博連動イベント ①ガシフェス(R6) ②ガシフェス(R7) ③ガシバル(R6) ④ガシバル+(プラス)(R7) ⑤プレミアム食事券(R6) ⑥プレミアム食事券(R7) ⑦万博フードフェスタ(R7)	①令和6年8月3日 ②令和7年8月2日 ③令和7年2月19日～2月21日 ④令和7年8月18日～8月24日 ⑤令和6年11月1日～11月30日 ⑥令和7年8月7日～9月30日 ⑦令和7年9月21日	商店街等による万博連動イベントの実施を支援し、市内消費の創出を図ること。	市内商店街等
8	万博レガシーを活用した誘客・周遊イベント ①DAISEN Night Balloon Festaと連動したスタンプラリー ②万博レガシー展示 ③ポルトガル人アーティストの作品展示 ④さかい利晶の杜でのわび茶会とアート茶会の開催等 ⑤紐とけば堺 2026～OSAKA SAKAI EXPO～	①令和7年12月20日、21日、24日、25日 ②令和7年12月1日～3月8日 ※2月5日より展示内容を拡充 ③令和8年1月6日以降市内施設で随時 ④令和8年3月1日、3日、7日 ⑤令和8年3月20日～22日(スタンプラリーは令和8年3月1日～3月31日)	①②万博レガシーを最大限活用し、市内への誘客や周遊につなげること。 ③万博レガシーを最大限活用し、市内への誘客や周遊につなげることのほか、ポルトガル共和国との文化・国際交流面における連携強化等。 ④万博の堺市主催催事で来場者から高い評価を得た茶の湯体験の市内への実装。 ⑤万博レガシーを活用し、市内外誘客の促進および堺の魅力を発信すること。	①万博期間中にスタンプを集めていた国内観光客等 ②万博に興味のある市民や国内観光客、コブクロのファン層等 ③万博や文化・国際交流等に興味のある市内外の住民等 ④主に高付加価値体験に関心のあるインバウンド ⑤市内外の万博ファン、若年層、ファミリー層等

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

堺市

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	万博会場での催事 ①堺市主催催事の開催 ②市内観光施設で使用可能なクーポン「SAKAI TICKET」の配布 ③「万博チケット提示特典」の設定	①茶の湯文化や伝統産業の体験や職人等との交流を通じて、堺の魅力を発信するイベントを開催。 ②万博会場で開催する堺市主催催事や万博会場と堺を結ぶ海上交通、堺P&R駐車場の利用者に向けて市内観光施設で使用可能なクーポンを配布。 ③堺市内の観光施設等で大阪・関西万博の入場チケット提示で、施設入館料等の割引やノベルティのプレゼントなどの特典を付与。	①②市が業務委託により実施 ③堺市が実施	①業務委託料： 68,996千円 ②システム開発業務委託料： 1,181千円、 呈茶料金分396千円 ③負担なし
2	優良な観光コンテンツの創出・磨き上げ ①集客性を意識した企画展等の開催【堺の竹工芸家たち】【ミュシャ】 ②おおさか堺バルーン ③観光ツアー及び宿泊事業者へのエネルギー価格高騰支援	①【堺の竹工芸家たち】田辺竹雲斎氏等と展示作品や構成等に随時相談。関連イベントとして講演会&実演会、学芸員による解説ツアー、竹かごワークショップを開催。 ①【ミュシャ】指定管理者が企画検討し、関係者と随時調整。期間中は講演会やワークショップ等のイベントを実施。 ②ガス気球運行に係る初期工事を実施の上で10月4日から運行開始。運行開始と同時に子ども気球体験事業を開始し、電子申請システム等で優待コードを随時配布している。また、令和8年4月以降から団体客を受け入れ予定。 ③【ツアー助成】 令和6年11月～：令和7年度用助成金要綱施行、周知受付 令和7年4月～：令和7年度ツアー実施後、助成金給付 【エネルギー価格高騰支援金】 令和7年4月～：申請受付 令和7年7月～：支援金交付	①【堺の竹工芸家たち】堺市が実施 ①【ミュシャ】指定管理者が実施 ②株式会社アドバンス・堺市 ③【ツアー助成】堺観光コンベンション協会 【エネルギー価格高騰支援金】堺市	①【堺の竹工芸家たち】 ・ポスター、チラシ、会場設営費等の委託料：7,105千円 ・ポスター、チラシ等の需用費：1,595千円 ・その他、保険、広告料等：1,377千円 ※観覧料や図録収入として2,427千円あり。 ①【ミュシャ】指定管理料を基に実施。 ②・気球発着場整備費：約27,000千円 ・子ども気球体験事業：約68,000千円 ③【ツアー助成】：21,000千円 エネルギー価格高騰支援金：38,800千円
3	効果的なプロモーションの展開 ①大阪デスティネーションキャンペーン ②大阪観光局等と連携した広域プロモーション ③万博特設サイト「万博きたなら堺もきてな」開設 ④DAISEN Night Balloon Festa	①ガイドブック、ポスター、WEBサイト等を制作し、全国のJRの主要駅などで配架、掲出を実施。 ②海外リアルプロモーション、ファムトリップ、国内プロモーション、大阪市内の観光案内所やホテルにおける旅ナカプロモーション、SNS等のデジタルプロモーション。 ③万博開催前の特設サイト構築、開催期間中のプロモーションおよび開催後の効果検証を一貫して実施。デジタル媒体を中心に、万博会場から本市へのスムーズな動線と市内イベント情報を発信。 ④おおさか堺バルーン夜の特別運行 ・NAKEDによるディスタンス提灯®/プロジェクト ・キッチンカー ・万博レガシー展示(ヨルダン:「ワディ・ラムの砂漠の砂」・レプリカスタンプ、ポルトガル:ロープ) ・冬季夜間特別開園和Light Nights	①大阪デスティネーションキャンペーン推進協議会が実施 ②大阪府・大阪市・堺市が参画 ③堺観光コンベンション協会が企画・実施 ④大阪来てなキャンペーン実行委員会主催(一部は堺市や大仙公園日本庭園が実施)	①R7堺市負担金： 4,828千円 ②R7堺市負担金： 80,000千円 ③堺観光コンベンション協会HPサイト制作費533千円 ④市負担なし
4	堺旧港周辺の魅力創出 ①堺旧港からの海上交通の定期運航 ②乙姫の休日。in 堺旧港2025	①堺旧港から万博会場(夢洲棧橋)への海上交通の運航。 ②ストリートファニチャー・仮設店舗の設置、ステージや海辺のアクティビティを実施。	①堺市と大阪港湾局の共同事業として仮設浮棧橋を設置し、民間事業者が運航 ②堺市が主催	①仮設浮棧橋設置管理運営撤去等(堺市負担分) 15,000千円 ②環境整備費等(2回分) 12,000千円

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

堺市

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
5	市内周遊チケット等の販売 ①堺おもてなしチケット(阪堺 拡大版・南海バス拡大版) ②堺おもてなしチケット 2025 ③堺おでかけフリーパス	①阪堺電車・南海バスの指定エリアが乗り降り自由で、施設割引等の特典も受けられるチケット(「阪堺拡大版」「南海拡大版」の2種類)。 ②①のうち「阪堺拡大版」のデジタル乗車券版。特典施設を拡充。 ③JR・南海電鉄の自由周遊区間に①堺おもてなしチケット(阪堺拡大版)をセットした企画乗車券。	①②阪堺電気軌道株式会社、 南海バス株式会社、堺市 ③西日本旅客鉄道株式会社、 南海電気鉄道株式会社、阪 堺電気軌道株式会社、南海 バス株式会社、堺市	①③市単費 1,328千円 ②地方創生臨時交付金 14,735千円
6	大和川リバーサイドサイク ルラインを活用した周遊促進	市内の回遊性向上に向けて環濠エリアなどにシェアサイクルポートを拡大。 また、大和川沿川自治体と連携し、大和川リバーサイドサイクルラインを活用したサイクリングイベントを実施。 実施後はモデルコースとして市ホームページで公開。	堺市が実施	負担なし
7	商店街等による万博連動イ ベント ①ガシフェス(R6) ②ガシフェス(R7) ③ガシバル(R6) ④ガシバル+(プラス)(R7) ⑤プレミアム食事券(R6) ⑥プレミアム食事券(R7) ⑦万博フードフェスタ(R7)	①②万博オフィシャルテーマソングによる盆踊りや、万博アンバサダーであるコブクロのビデオメッセージ等により万博開催を盛り上げ。 ③④万博を堺東から応援し、盛り上げるため、堺東エリアの飲食店等が参加するバルイベントを開催。 ⑤⑥万博開催を記念し、堺駅周辺の飲食店で利用できるプレミアム付お食事券を販売 ⑦万博開催年ならではの試みとして世界のグルメをテーマに創作した新メニューを販売。	実施主体は商店街等(堺市は広報周知等の後方支援を実施)	不明
8	万博レガシーを活用した誘 客・周遊イベント ①DAISEN Night Balloon Festaと連動した スタンプラリー ②万博レガシー展示 ③ポルトガル人アーティスト の作品展示 ④さかい利晶の杜でのわび 茶会とアート茶会の開催等 ⑤紐とけば堺 2026 ~OSAKA SAKAI EXPO ~	①同日開催のDAISEN Night Balloon Festaに合わせ、堺市と連携したパピリオンの公式スタンプを市内施設に設置し、来訪者の周遊を促進。 ②市役所21階展望ロビー(MI-TEさかい)にて、12月1日~より、万博会場のパピリオンや催事会場を舞台に、事業者・団体などと制作した共創作品の展示を開始。2月5日からは、万博アンバサダーで堺にゆかりのあるコブクロが万博会場で着用した衣装のほか、万博愛好家が収集した関連グッズ、ねじで制作した会場ジオラマ等の展示を追加。 ③大阪関西万博のポルトガルパピリオン内でアーティストが作品制作を開始。万博閉幕後は元堺消防署に作品制作拠点を移す。また作品制作過程の一部は一般にも公開。作品完成後、東文化会館やさかい利晶の杜等で展示。 ④市内の利休ゆかりの茶室で「利休好みのわび茶会」と現代アーティストとの「アート茶会」を対比体験する茶会を開催し、国内外富裕層、旅行会社・ホテル関係者並びに一般参加者等に提供。 ⑤大阪・関西万博にて堺が出展したグルメ、展示、体験等を再度堺の地で提供することに加え、限定スタンプパスポートを使用したスタンプラリーで来訪者の周遊を促進。	①堺市が設置・運営 ②主催:堺市、後援:公益社 団法人2025年日本国際博 覧会協会 ③堺市が実施 ④主催:堺市 協力:株式会 社丹青社、さかい利晶の杜、 堺観光コンベンション協会 ⑤堺観光コンベンション協会 が主催・運営	①スタンプ制作費 11千円 ②③負担なし ④謝礼金等 35千円程度 ⑤事業予算 6,000千円

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

堺市

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
1	万博会場での催事 ①堺市主催催事の開催 ②市内観光施設で使用可能なクーポン「SAKAI TICKET」の配布 ③「万博チケット提示特典」の設定	①来場者数: 27,750人 SNS発信件数: 8,325件 メディア等による 発信件数:100件 ②③特になし	①来場者数、 SNS発信件数、 メディア等による 発信件数 ②チケットの配 布数と利用数 ③特になし	①来場者数、指定# の投稿で配布した 景品数、掲載記事数 を計測 ②配布枚数・使用実 績を把握 ③データなし	①来場者数:37,002人 SNS発信件数:9,179 件 メディア等による発信 数:246件 ②配布枚数26,406枚、 使用枚数110枚 ③データなし	①人気の高い伝統文化体験の 明確化、万博でのコラボレー ションを活かした新たな体験 の創出、参加事業者との連携 や参加事業者間の新たなパー トナーシップの形成等。 ②③本市の観光地としての認 知度向上
2	優良な観光コンテン ツの創出・磨き上げ ①集客性を意識した 企画展等の開催【堺 の竹工芸家たち】 【ミュシャ】 ②おおさか堺バル ーン ③観光ツアー及び宿 泊事業者へのエネ ルギー価格高騰支援	①【堺の竹工芸家 たち】堺市所蔵美 術展の過去最高 の来場者数 (6,508人)超 ①【ミュシャ】特 になし ②年間搭乗者数: 60,000人 ③ツアー助成申請 件数:400件	①【堺の竹工芸 家たち】来場者 数 ①【ミュシャ】特 になし ②搭乗者数 ③特になし	①【堺の竹工芸家 たち】カウンター ①【ミュシャ】特 になし ②ガス気球運営事 業者からの月次報 告など ③堺観光コンベン ション協会の実績	①【堺の竹工芸家 たち】 来場者数:6,559人 ①【ミュシャ】来場者数: (会期中)20,547人 ②搭乗者数:21,537人 (1月31日時点) ③ツアー助成:申請件数 266件(支払待ち・取 下・催行待ち含む)(1月31 日時点)、エネルギー価格 高騰支援金交付 20事 業者(24件)	①【堺の竹工芸家 たち】 OMO7やドーセットパイ ア ゴーラなどラグジュアリーホ テルでのチラシ配架のほか、芸 術新潮でも取り上げられるな ど、本市の文化芸術の発信や ブランド力向上等に寄与した と考えられる。 ①【ミュシャ】施設内に留ま らず、万博会場内においても作 品を展示するイベントを実施 でき、多くの万博来場者にミュ シャのPRできたと考える。 ②・世界遺産 百舌鳥古墳群の 魅力発信 ・大仙公園エリアへの来訪者数 の増加 ・大仙公園内にある飲食施設 等の売上の増加 など ③ 宿泊事業者の安定的な事 業運営の確保及び宿泊観光の 促進(宿泊旅行の増加及び観 光消費額単価の増加)
3	効果的なプロモー ションの展開 ①大阪デスティネー ションキャンペーン ②大阪観光局等と 連携した広域プロ モーション ③万博特設サイト 「万博きたなら堺も きてな」開設 ④DAISEN Night Balloon Festa	①③④特になし ②来阪外国人旅 行者数:1,500万 人 来阪外国人旅行 消費額:13,930 億円 等	①③特になし ②目標の達成率 ④おおさか堺バ ルーン搭乗者数	①特になし ②「訪日外客統計」 来阪外国人旅行者 数:(JNTO)×都道 府県別訪問率 来阪外国人旅行消 費額:関西国際空港 訪日外国人動向調 査 ③堺観光コンベン ション協会HPの UU(ユニークユー ザー数)・属性分析 ④おおさか堺バ ルーン人数カウン ター、搭乗者アン ケート	①ガイドブック:55万部 発行 ②R7年度末に集計 ③4月~10月UU数: 812,121(対前年 138%) ④249人(20日・24日)	①特になし ②刃物体験にインバウンドが 増加。 海外の富裕層が本市へ来訪す るようになった。 ③「堺=観光地」というデジ タル認知の蓄積。前年比138% という高い流入を記録したこ とで、検索エンジンやSNS上 での「堺」の露出が向上。万博 終了後も、協会HPへのアクセ ス数は減少しておらず、蓄積さ れた認知が本市への継続的な 関心となっている。 ④イベントをきっかけに大仙公 園へ訪れてもらうことで、気球 をはじめ、大仙公園エリアの魅 力を知ってもらうことが出来 た。

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

堺市

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の 判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
4	堺旧港周辺の魅力創出 ①堺旧港からの海上交通の定期運航 ②乙姫の休日.in 堺旧港2025	①乗船率50% ②1,922人 (土日開催日の平均来場者数)	①乗船率及び乗船客数 ②来場者数及びアンケート結果	①運航事業者からの乗船客数情報 ②イベント会場への通路通行者数、来場者へのアンケート実施	①乗船客数:47,361人 乗船率:39.2% 総運航便数:828便 ②2,048人(土日開催日の平均来場者数)	堺旧港の認知度向上による再来訪者の市内観光需要の喚起。
5	市内周遊チケット等の販売 ①堺おもてなしチケット(阪堺拡大版・南海バス拡大版) ②堺おもてなしチケット2025 ③堺おでかけフリーパス	—	—	販売枚数実績	各販売実績 ①8,252枚(4~12月実績) ②352枚 ③約4,500枚	広域から本市への誘客にかかるPRにつながった。
6	大和川リバーサイドサイクリンを活用した周遊促進	—	—	シェアサイクルポート数 シェアサイクル利用回数	シェアサイクルポート数(R7年10月時点) 環濠エリア 21か所 大仙公園エリア 8か所 シェアサイクル利用回数(R7年4~10月) 環濠エリア 21,524回 大仙公園エリア 7,712回 《参考》 シェアサイクルポート数(R6年3月時点) 環濠エリア 11か所 大仙公園エリア 6か所 シェアサイクル利用回数(R6年4~10月) 環濠エリア 11,499回 大仙公園エリア 5,770回	シェアサイクルポートの拡大により、利用回数は前年同期と比べて、環濠エリアで約1.9倍、大仙公園エリアで約1.3倍となり、自転車による市内周遊が増加した。また、10月と11月には、本市と大和川沿川市が相互にサイクリングイベントを実施し、市ホームページにモデルコースとして公開したことで、大和川リバーサイドサイクリン線の認知度向上や都市魅力の発信に繋がった。
7	商店街等による万博連動イベント ①ガシフェス(R6) ②ガシフェス(R7) ③ガシバル(R6) ④ガシバル+(プラス)(R7) ⑤プレミアム食事券(R6) ⑥プレミアム食事券(R7) ⑦万博フードフェスタ(R7)	—	—	商店街等からの実績報告等に基づく数値	万博連動イベントの参加者合計:約8,700人 参加店舗合計:278店舗	—

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

堺市

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
8	万博レガシーを活用した誘客・周遊イベント ①DAISEN Night Balloon Festaと連動したスタンプラリー ②万博レガシー展示 ③ポルトガル人アーティストの作品展示 ④さかい利晶の杜でのわび茶会とアート茶会の開催等 ⑤紐とけば堺 2026 ~OSAKA SAKAI EXPO~	①②市内への誘客や周遊につなげる ③東文化会館での来場者数400名以上 ④市場ニーズや適正価格、運営体制等の検証 ⑤来場者約10,000人	①特になし ②来場者数(平常時との比較) ③来場者数 ④実装可能な市場ニーズがあるか、価格と運営体制が見合うか等 ⑤来場者数、アンケートによるイベント評価	①スタッフが対応した人数 ②③カウンター ④体験者へのヒアリング調査等 ⑤各施設スタッフの来場者集計およびアンケート	①参加者数:2,000人以上 ②(終了後に集計予定) ③来場者数:417名 ④⑤未実施(3月開催)	①人気だった万博スタンプをきっかけに堺へ訪れた方が、市内施設を周遊することで堺の魅力を体感してもらうことができた。 ②万博と堺に関連する多種多様なグッズや共創作品、コラボ関連グッズ等をきっかけとした来訪者に、堺の魅力を体感してもらうことができた。 ③新聞媒体からの問い合わせも多く記事になった事例もあり、本市のブランド力向上等にも寄与したと考えられる。 ④⑤未実施(3月開催)

1. 誘客・周遊促進に関わる取組

2)各府県市の取組

神戸市

項目	事業名	①事業概要		
		実施時期	実施目的 (背景・課題等)	事業のターゲット (対象・地域等)
1	万博会場での催事「KOBE COLOR」の実施	2025年8月1日～8月3日(3日間) ※場所:万博会場内ギャラリーEAST・ポップアップステージ南	万博を契機として、万博来場者に開港からの神戸の歩みや食・音楽など神戸らしい文化など、様々な神戸の魅力を体感いただき、神戸への誘客を図る。	万博来場者
2	大阪・関西万博特別キャンペーン「神戸・姫路ばんぱくーぼん」事業	2025年4月25日～10月13日	万博会場から距離的に近く、アクセスの利便性も高い本市の立地の優位性を活かして、万博来場者の神戸への誘客を図る。	万博来場者

項目	事業名	②実施内容		
		活動の詳細 (時系列・項目別に記載)	実施体制 (協力機関、実施方法等)	予算額や使用資源
1	万博会場での催事「KOBE COLOR」の実施	○ギャラリーEAST 阪神・淡路大震災から復興し、未来に向けて成長を続ける神戸の歩みや、有馬温泉や灘五郷で磨き上げられた伝統、西洋の文化・習慣を取り入れ独自に発展してきた神戸らしい文化など様々な魅力を発信。 ・大型ビジョンによる神戸の歴史や文化、観光資源などの映像演出 ・「海・山・空」をテーマに「未来の神戸」を描く来場者参加型アート・バー空間で、パンや洋菓子、日本酒や珈琲などの試食・試飲 ○ポップアップステージ南 神戸ゆかりのアーティストが「震災からの復興」「国際化」「神戸の未来」をテーマにステージパフォーマンスを実施。	事業者へ業務委託	予算額: 50,000千円
2	大阪・関西万博特別キャンペーン「神戸・姫路ばんぱくーぼん」事業	～4月11日:キャンペーン参画店舗募集(1次) 4月11日～10月13日:参画店舗募集(2次) 4月16日:参画店舗向け説明会① 4月25日～:キャンペーン開始 4月25日～6月30日:プレゼントキャンペーン第1弾 5月8日:参画事業者向け説明会② 7月1日～8月31日:プレゼントキャンペーン第2弾 9月1日～10月13日:プレゼントキャンペーン第3弾 10月13日:キャンペーン終了	【実施主体】 神戸市、姫路市、一般財団法人神戸観光局、公益社団法人姫路観光コンベンションビューローの4者による共同実施 【体制】 事務局となる運営事業者を公募により選定(ラジオ関西)	予算額:8,500千円 (神戸市5,000千円、姫路市3,500千円)

項目	事業名	③成果指標			④成果(アウトプット)	⑤成果(アウトカム)
		事前に設定した目標 (定量・定性)	評価基準 (成果の判定基準)	データ 収集方法	直接的な成果 (実施回数、参加者数等)	間接的な成果 (社会的な効果、 中長期で見込まれる変化等)
1	万博会場での催事「KOBE COLOR」の実施	来場者数: 10,000人	来場者数	事業者からの業務報告	来場者数:32,289人 来場者に「続きは神戸で」という感覚を持ち帰っていただけ	市内企業やアーティストとの新たな繋がりや交流が生まれた。また、複数のメディアやSNS等でも取り上げられ、神戸の魅力発信に寄与。
2	大阪・関西万博特別キャンペーン「神戸・姫路ばんぱくーぼん」事業	万博を目標に訪れた方に、市内にも足を運んでもらい、経済波及効果を最大化する。	—	参画事業者の担当者にてオンラインフォームURLを送付	店舗・施設消費額(推計):約9,000万円 キャンペーン特典提供総計:22,588件	万博に来場した市民や県民も利用可能なキャンペーンだったため、結果的に市内飲食店等への消費効果の波及がみられた。

2. 海外交流促進に関わる取組

1) データ整理の項目

締結元、締結先(団体名、州・省・県・市等名、国名)、締結日(予定日)、協定等名称、内容、きっかけ等、備考

2) データ整理のまとめ

- 締結元 : 2府8県(京都市、大阪市、堺市、神戸市を含む)
総数146協定(128協定から21協定追加)
- 締結先・国 : 【欧米】 76協定 (52.1%)
【アジア】 51協定 (34.9%)
【その他】 32協定 (21.9%)
*協定数合計が146を上回るが、複数国協定を含むため。
- 締結日 : 【万博前(-2022/12締結)】 31協定 (21.2%)
【万博前(2023/1-25/4締結)】 10協定 (6.8%)
【万博中(2025/4-25/10)】 42協定 (28.8%)
 - 万博中に、新たに締結した協定が全体の3割弱にのぼる。【万博後】 5協定 (3.4%)
*協定数合計が146を下回るが、締結日が未定、未記入があるため。
- 内容: 【人的・文化交流】 65協定 (44.5%)
 - 教育交流や青少年交流促進、万博来場に伴う人的交流を含む。【経済・産業・イノベーション連携】 63協定 (43.2%)
 - スタートアップ及びイノベーション中小企業の創出・育成を促進するための協定を含む。【持続可能性・未来志向の国際協力】 21協定 (14.4%)
 - 今後の更なる関係の深化、持続的な関係構築等を含む

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

関西広域連合

締結先等			来日日 (予定日)	協定等名称	内容	きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
—	イル・ド・ フランス 州	フランス 共和国	2025. 5.12-15	イル・ド・フ ランス州ヴァ レリー・ペク レス議長と三 日月広域連 合長及び西 脇副広域連 合長との会 談	2019年にイル・ド・フランス州と関西広域連合は観光分野での覚書を締結。連携・協力の拡大を検討していく分野の候補として、観光・文化、スタートアップ支援などの産業振興、環境保全、温暖化対策等について意見交換を実施。将来、両者が再会して新たな覚書を結ぶことについて合意。	大阪・関西万博参加のため来日するにあたり、2019年に覚書を結んだ関西広域連合とのトップ会談を希望されたため、大津市内で会談を実施。	https://www.kouiki-kansai.jp/material/files/group/3/6-177shiryoo6.pdf

滋賀県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっ かけ等	備考 (締結等主体・ 参考URL)
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
—	ミシガン 州	アメリカ 合衆国	1968.11. 14	姉妹州協定書	協定の内容： 人物交流、教育交流、経済交流、湖保全協 力等、各分野での交流。 実施内容： ・6月、関西パビリオン多目的エリアで実施 した「滋賀魅力体験ウィーク」にPRブー スを出展。 ・9月5日、ミシガン州知事及び州政府関係 者が県内事業所を視察。 ・9月6日、ミシガン州知事が万博(関西パ ビリオン滋賀県ブース等及び日本館)を訪 問。 ・県内高校生新聞部が訪問の様子を取材。	姉妹協定に基づく 交流について万博 を契機に深化させ たもの。	https://www.s-i-a.or.jp/sites/default/files/reading_list/attachments/sia_131.pdf
—	ミシガン 州 ノバイ市	アメリカ 合衆国	1968.11. 14	姉妹州協定書	協定の内容： 人物交流、教育交流、経済交流、湖保全協 力等、各分野での交流。 実施内容： ・9月10日～15日、滋賀県長浜市の小学 生をノバイ市へ派遣し、フラッグフットボ ルの交流試合や現地学校訪問を実施。	万博開催に伴う国 際交流機運の高ま りに合わせスポーツ 交流を実施したも の。 ※万博国際交流ブ ログラムを活用	長浜市が県の協 定を活用して実施 https://www.city.nagahama.lg.jp/cmsfiles/contents/0000015/15641/20250526_01flagfootball.pdf
—	リオグラン デスル州	ブラジル連 邦 共和国	1980.5.5	姉妹県州協 定 書	協定の内容： 環境、文化、教育、経済等、各分野での交流 実施内容： ・令和6年11月、リオグランデスル州 知事来県受入。 ・令和7年1月、滋賀県から同州へ交流協 議団派遣。 ・6月、関西パビリオン多目的エリアで実施 した「滋賀魅力 体験ウィーク」にPRブー スを出展。 ・9月26日、ブラジルパビリオンにおいて 交流イベントを実施。姉妹交流の歴史紹介 パネルの展示及び南米の伝統的な「マテ 茶」と滋賀県の「近江の茶」配布を実施。 ・11月11日～17日、姉妹県州協定締結 45周年記念事業としてサンパウロ・リオ グランデスル州を滋賀県知 事を代表と した団が訪問。	姉妹協定に基づく 交流について万博 を契機に深化させ たもの。 ※万博国際交流ブ ログラムを一部活 用	https://www.pref.shiga.lg.jp/kensei/koho/e-shinbun/oshirase/346302.html https://www.pref.shiga.lg.jp/kensei/koho/e-shinbun/oshirase/347013.html

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

滋賀県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等 名称	内容	締結理由・ きっかけ等	備考 (締結等主体・ 参考URL)
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
—	湖南省	中華人民 共和国	1983. 3.25	友好省 締結協定 書	協定の内容： 経済、文化、科学技術等、各分野での交流。 実施内容： ・6月、関西パビリオン多目的エリアで実施した「滋賀魅力体験ウィーク」にPRブースを出展。 ・8月6日、中国パビリオン「湖南ウィーク」開幕式において知事挨拶及び日中双方の児童合唱団によるパフォーマンスを実施。また、会場外で友好都市交流会、環境産業技術交流会、文化観光プロモーションイベント等が開催され、滋賀県と湖南省の事業者らが交流した。	友好協定に基づく交流について万博を契機に深化させたもの。	https://www.pref.shiga.lg.jp/kensei/koho/e-shinbun/oshiras/e/345526.html
—	—	オーストリア 共和国	2023. 11.6	交流と協 力に関する 覚書	覚書の内容： (1)文化(2)環境保護(3)経済・観光・ワインと地酒(4)公共交通(5)健康福祉の各分野での交流。 実施内容： ・7月21日～31日、オーストリアパビリオンレストランにおいて、オーストリアの伝統菓子「リンツァーケーキ」と滋賀県「近江の茶」のコラボメニュー提供。 ・また万博閉幕後、オーストリアパビリオンより装飾品をいただき、滋賀県内(滋賀県立陶芸の森、びわ湖ホール等)に展示。	覚書締結に基づく交流について、万博を契機に深化させたもの。	https://www.pref.shiga.lg.jp/kensei/koho/e-shinbun/oshiras/e/345352.html https://www.pref.shiga.lg.jp/kensei/koho/e-shinbun/oshiras/e/347238.html
—	ブルゲン ラント州	オーストリア 共和国	2023. 11.6	交流と協 力に関する 覚書	覚書の内容： (1)文化(2)環境保護(3)経済・観光・ワインと地酒(4)公共交通(5)健康福祉の各分野での交流。 実施内容： ・6月、関西パビリオン多目的エリアで実施した「滋賀魅力体験ウィーク」にPRブースを出展。 ・ブルゲンラント州と滋賀県の青少年による音楽交流として、7月23日(滋賀県内)、24日(万博EXPOホール「滋賀県デイ」)にて音楽交流ステージ披露。 ・ブルゲンラント州と滋賀県の青少年による陶芸分野の交流展示として、7月24日(万博EXPOホール「滋賀県デイ」)、8月27日～9月1日(万博関西パビリオン多目的エリア「滋賀魅力体験ウィーク」)にて交流作品を展示。万博閉幕後は、滋賀県立陶芸の森に常設展示。	覚書締結に基づく交流について、万博を契機に深化させたもの。	https://www.pref.shiga.lg.jp/kensei/koho/e-shinbun/oshiras/e/345352.html
FI.L.S.E.SpA (リグー リア経済 発展金 融公社)	リグー リア 州	イタリア 共和国	2025. 6.30	相互理解 覚書 (MOU)	覚書の内容： スタートアップ及びイノベーション中小企業のスケールアップおよび事業拡大を可能とする成長環境の提供のための国際的な協力関係を築くこと。 実施内容： ・9月にFI.L.S.E.SpAが運営するインキュベーション施設であるBIC Genovaを視察。同日にリグーリア州知事 マルコ・ブッチ氏を公式訪問。	・滋賀経済同友会がイタリア方面への海外視察研修に際し、在日イタリア商工会議所との相談の中でジェノヴァのFI.L.S.E.SpAの紹介を受け、協議を重ね相互理解覚書(MOU)締結に至ったもの。 ・イタリアパビリオンにて協定を締結。	滋賀経済同友会が実施

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

滋賀県			締結日 (予定 日)	協定 等名 称	内容	締結理由・ きっかけ等	備考 (締結等主体・ 参考URL)
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
—	バチカン	バチカン 市国	—	—	<p>事業の内容:</p> <p>バチカンと滋賀県の歴史的交流を紹介し、安土城の価値や魅力発信により地域活性化につなげる取組を実施。</p> <p>実施内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「幻の安土城」復元プロジェクト・歴史セミナーを会期前から会期後にかけて開催。 ・6月、バチカンナショナルデーに滋賀県議会議長が出席。 ・10月、バチカンパピリオンディレクターによる関西パピリオン滋賀県ブースの見学と意見交換を実施。また関西パピリオン滋賀県ブースに織田信長とキリスト教の関係を紹介するパネルを展示。 ・令和8年3月3日～4日、バチカン図書館研究員を招いて歴史セミナーを開催。また同研究員を延暦寺・安土城跡に案内。→海外情勢変化の影響で前日に中止 	近江国・安土でキリスト教宣教師と親密な交流があったことを踏まえて交流を開始したもの。 ※万博国際交流プログラムを活用	—
—	—	モザンビーク 共和国	—	—	<p>事業の内容:</p> <p>訪問団の相互受入等により、産業・文化交流を実施。</p> <p>実施内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和6年11月、「あづち信長まつり」等にモザンビーク臨時代理大使子息が参加。 ・令和7年2月、モザンビーク視察団を結成し、同国を視察 訪問して交流。モザンビーク島中学校と近江八幡市立安土中学校がオンライン交歓会を実施。 ・同7月、モザンビーク商工会(CCM)が来訪。農業研修(現地見学、農業講演会)や商業施設見学で交流を実施。 ・同9月、モザンビークパピリオンで安土中学校生徒会・吹奏楽部とモザンビーク現地・アルバジー二小学校がオンラインによる音楽交流会を実施。モザンビークと関連がある穀物菓子で近江八幡市で製造し、パピリオンで来場者に提供。 	安土城築城450年に関連し、ゆかりのあるモザンビーク共和国関係者との交流事業を開始したもの。 ※万博国際交流プログラムを活用	近江八幡市が実施
—	—	インド共和国、インドネシア共和国、ベトナム社会主義共和国(ホーチミン市、クアンニン省)、マレーシア(マラッカ州、クランタン州、ペラ州)、セネガル共和国、ガイアナ協同共和国他	2024. 9.13	Tech Tour SHIGA	<p>事業の内容:</p> <p>県内の企業等とのビジネス交流やネットワーク構築を検討されている海外企業等に対し、ニーズに応じた視察先を提案するとともに関係者との調整を実施。</p> <p>実施内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各国の関係者が県内事業所を視察。12月末時点で9か国から14件の受入れを実施。 	万博で海外の企業・団体・政府関係者の来日が見込まれたことから、県内企業と海外企業等とのビジネス交流やネットワーク構築を図るため、海外企業等に対して県内の視察先を提案・調整する相談窓口を開設したもの。	https://www.pref.shiga.lg.jp/zigyousya/event/339140.html

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

京都府

締結先等			締結日 (予定日)	協定等 名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (締結等 主体)
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
ロスアン デス大学 医学部	—	チリ共和 国	2024. 3.15	(1)学術交流 包括協定 (2)学生交流 協定	(1)学術協力の体制 ①共同研究と教育活動の促進 ②教職員、研究者の講義、会議、シンポジ ウム、研究会及びその他の学術活動のため の短期間交換派遣 ③両大学の関心分野における関連出版物、 情報交換 ④教職員、研究者、学生らの研究のための 交流 (2)学生交換プログラムの確立	在チリ日本大使館から、 ロスアンデス大学と日本の の大学との協定が2022 年度に満了し、日本側と の交流がなくなること を踏まえ、京都府立医科 大学に対して協定締結の 依頼があったもの。関西 パビリオン京都ゾーンに おいて、京都府立医科大 学とロスアンデス大学と の国際交流の紹介映像を 放映したほか、チリパビ リオンと連携しグッズを 配布するなど、万博を契 機に交流をさらに深化さ せたもの。	主体：京都府 立医科大学
—	カタルー ニャ州	スペイン 王国	2025. 5.29	京都府とカ タルーニャ 州との覚書	産業や文化における今 後の更なる関係の深 化。	カタルーニャ州とは、 令和5年度にスタートア ップ支援の分野で協力 関係を構築した。令和 6年度に州政府文化庁 長官が西脇知事を表 敬訪問するなど相互 交流し、関係を深め てきたところ。本年 5月27日に大阪・関 西万博スペイン館で 開催されたカタルー ニャ州ウィークセレ モニーに合わせて、 イリャ首相が来日さ れ、同月29日西脇 知事と面談の上、 覚書を締結した。	—
—	世宗特 別自治 市	大韓民 国	未定	スマートシ ティ意見交 換	10月2-3日に開催 した、京都スマートシ ティエキスポ2025 への国際ブース出展 及び副市長による講 演。同日、府副知事 との面談や、府文化 施設の視察等を通じ 、継続的な関係構築 に向けた意見交換を 実施。	かねてよりスマートシ ティをキーワードに 交流があったところ 、大阪・関西万博開 会式に合わせて市長 が訪日され、西脇知 事への表敬訪問がき っかけとなったもの 。	—
—	ジョー ジア州 ピーチ リー コー ナーズ 市	アメリ カ合衆 国	未定	スマートシ ティ意見交 換	・9月10日開催の けいはんな万博in 夢洲において副市長 登壇。 ・10月23日開催 の京都スマートシ ティエキスポ2025 において出展、副市 長登壇。同日、府 副知事との面談、 継続的な関係構築 に向けた意見交換を 実施。	令和6年度からの交 流をきっかけに、大 阪・関西万博や、け いはんな万博におい て関係性を深めてい るもの。	—
香港貿易 発展局	香港	中華人 民共和 国	2019. 10.3	京都府と香 港貿易発展 局との相互 協力に関する 覚書	7月4-5日開催の 国際イベントである 京都スマートシティ エキスポのプレイバ ントとして、香港の 食文化や産業を紹 介する「香港食祭」 をけいはんな学研 都市で開催。	大阪・関西万博に 合わせてけいはんな 学研都市で開催さ れたけいはんな万博 において、賑わい創 出イベントの一環と して、協定に基づき 事業協力が得られ たもの。	—

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

京都府

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (締結等主体)
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
ヴァルドワーズ県 経済振興 委員会	イル・ド・ フランス 地域圏	フランス 共和国	2024. 6.12	ヴァルドワーズ県 経済振興委員会 (CEEVO)と京都 府並びに株式会社 国際電気通信基礎 技術研究所 (ATR)との間の 技術革新、産業研 究と開発に関する 覚書	10月2-3日開催の京都スマート シティエキスポ2025において出 展、関係者が登壇。	大阪・関西万博に合わせて関 係者が訪日、覚書がきっかけ となったもの。	—
—	トルスカ ヴェーツ 市	ウクライ ナ	2025. 7.21	友好合意書	・7月16日-22日(7日間)におい て、トルスカヴェーツ市訪問団を 受入。市内小学校の訪問交流な どを実施。 ・7月21日には、ガレリアかめお かにおいて「亀岡市×トルスカ ヴェーツ市友好記念シンポジウ ム」を開催し、両市長による友好 合意書調印式などを実施。	亀岡市内のNPO法人がウク ライナからの避難民の親子を 亀岡市に招待し、おもてなし をしたことから繋がりがあり、 亀岡市が「大阪・関西万博国 際交流プログラム」の相手国 としてウクライナを登録した ことをきっかけに、ウクライナ から交流の申出があったもの。	—
—	—	インド	未定	経済交流	・9月27日、万博会場のインドパ ビリオンにおいて「京都DAY」を 開催し、京友禅サリー及び京石 芸の展示・紹介を行うことで伝統 工芸の魅力を発信。 ・在大阪・神戸インド総領事との 懇談を実施し、産業・文化・人材等 の幅広い分野で相互交流を続け ることで一致した。	令和6年10月8日に開催され た駐日インド大使館での「京 都DAY」の際に、大使と知事 の懇談の中で、インドパビリ オン内での連携について検討し ていくこととなったもの。	—

大阪府

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (締結等主体)
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
スウェー デン貿易 投資公団 (ビジネ スス ウェー デン)	—	スウェー デン 王国	2025. 10.10	日本国大阪府及び 大阪市とスウェー デン貿易投資公団 の間における経済 交流の促進に係る 覚書	相互の関心分野における経済交 流を通じ、両地域の発展をめざす もの。	2025年5月、スウェーデン国 王、ビジネススウェーデン CEOが来阪したスウェーデン ビジネスサミット(万博会場 内)をきっかけに、大阪府市と ビジネススウェーデンで今後 の連携可能性について意見交 換。経済分野におけるMOU (覚書)の締結に至る。	https://www.pref.osaka.lg.jp/o110030/keizai/kyu/kai/kyu/syuden_mou.html
ハンブル ク商工会 議所及び ファイ ナンス プラツ ・ハプス ブルグ	ハンブル ク州	ドイツ 連邦 共和国	2025. 6.24	大阪市とハンブル ク商工会議所及び ファイナンスプラ ツ・ハンブルクとの 友好協力関係構築 に関する覚書	国際金融都市	万博を契機に、友好都市提携 に基づき国際金融都市実現に 向けた協力・連携等を行うこ とで合意に至ったもの	【後掲：大阪市 重複】 主体：大阪市 https://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryu/keizaisenryaku/0000655991.html

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪府

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (締結等主体・参考URL)
団体名	州・省・県・市等名	国名					
オリジンズ・チェンナイ工業団地	タミル・ナドゥ州	インド	2025.7.14	インドへの進出に対する支援・協力に関する協定書	府内企業等のインド進出への支援。	府内企業のインドへの事業展開促進を目的として、タミル・ナドゥ州内で工業団地を運営する住友商事株式会社及びMahindra Industrial Park Chennai Limited並びに府内中小企業の海外ビジネス展開支援の窓口である(公財)大阪産業局と協定書を締結。 2025年7月、同州工業大臣の来阪に合わせて大阪市内で開催した「タミル・ナドゥ州投資セミナー」の場で本協定書の交換式が行われた。	主体:大阪府、(公財)大阪産業局、Mahindra Industrial Park Chennai Limited、住友商事株式会社 https://www.pref.osaka.lg.jp/o110030/ritchi/industrialpark/index.html
Montréal InVivo	ケベック州・モントリオール市	カナダ	2025.6.17	MEMORANDUM OF UNDERSTANDING	ライフサイエンス産業振興にかかる国際協力	大阪府とケベック州は、令和5年度よりビジネスマッチングイベントの開催や協力等を通じて交流を深めてきた。大阪・関西万博を契機に、両地域間のライフサイエンス分野の企業・研究機関等の連携を促進し、更なる協力関係の強化をめざすため。	https://www.pref.osaka.lg.jp/hodofumin/o110040/prs_50951.html
ClusterHEALTH	エミリア＝ロマーニャ州	イタリア共和国	2025.9.24	Transnational Biotech & Life Science Cooperation Partnership Agreement	ライフサイエンス産業振興にかかる国際協力	大阪府とエミリア＝ロマーニャ州はバイオ分野の国際展示会での定期的な連携に向けた協議の実施や大阪府主催のビジネスマッチングイベントへの参加・協力等を通じて交流を深めてきた。大阪・関西万博を契機に、両地域間のライフサイエンス分野の企業・研究機関等の連携を促進し、更なる協力関係の強化をめざすため。	https://www.pref.osaka.lg.jp/hodofumin/o110040/prs_50962.html
BioVallée France	グランテスト地域圏	フランス共和国	2025.10.7	MEMORANDUM OF UNDERSTANDING	ライフサイエンス産業振興にかかる国際協力	大阪府とグランテスト地域圏は中之島クロスの視察の実施や大阪府主催のビジネスマッチングイベントへの参加・協力等を通じて交流を深めてきた。大阪・関西万博を契機に、両地域間のライフサイエンス分野の企業・研究機関等の連携を促進し、更なる協力関係の強化をめざすため。	https://www.pref.osaka.lg.jp/hodofumin/o110040/prs_50962.html
バイオバレー・フランス	-	フランス共和国	2025.10.17	MEMORANDUM OF UNDERSTANDING連携・協力の推進に関する協定書	未来医療(あらゆる先進医療)に関する協力関係の構築に向けた両当事者の連携強化。	未来医療推進機構とグランテスト地域圏は中之島クロスの視察を契機に、連携の方向性を確認し、MOU締結に向けた議論を深めてきた。大阪・関西万博を契機に、両地域間のライフサイエンス分野の企業・研究機関等の連携を促進することを目的としたMOUを締結することで、更なる協力関係の強化をめざすため。	https://www.nakanoshima-gross.jp/news/2222/
-	ロンバルディア州	イタリア共和国	2002.7.9 2025.10.10 (再締結)	イタリア共和国ロンバルディア州と日本国大阪府の友好交流に関する覚書	友好交流及び相互の関心分野(経済、農業、食品、観光、スポーツ、文化、職業教育訓練、モビリティ、公共交通、国際イベント)における相互協力の強化。	大阪・関西万博を機にアツティリオ・フォンタナ知事が来阪されるのに合わせて、合意議定書の内容を更新し、新たに「イタリア共和国ロンバルディア州と日本国大阪府の友好交流に関する覚書」を締結。	https://www.pref.osaka.lg.jp/o070090/kokusai/koryu/italy.html

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪府

団体名	締結先等		締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (締結等主体・ 参考URL)
	州・省・県・市 等名	国名					
bioPmed	ピエモンテ 州・トリノ市	イタリア 共和国	2016. 11.8 2025. 9.30 (再締結)	MEMORAN DUM OF UNDERSTA NDING	ライフサイエンス産業振興 にかかる国際協力。	大阪府とピエモンテ州はバイオ分野 の国際展示会での定期的な連携に向 けた協議の実施や大阪府主催のビジ ネスマッチングイベントへの参加・協 力等を通じて交流を深めてきた。 大阪・関西万博を契機に、両地域間 のライフサイエンス分野の企業・研究 機関等の連携を促進し、更なる協力 関係の強化をめざすため。	https://www .pref.osaka.l g.jp/hodo/fu min/o11004 0/prs_5096 2.html
フィレンツェ大学	—	イタリア 共和国	2025. 5.29	Memorand um of Understan ding (MOU)	イタリア館で開催のフォー ラムに出席。フィレンツェ 大と学術交流協定締結セ レモニーに参加。	イタリア館にて開催されたフォーラム に、大阪公立大学櫻木 弘之学長と高 橋 雅英副学長が出席。フィレンツェ 大と学術交流協定締結セレモニーに 参加。	【大阪市重複】 https://www .omu.ac.jp/e xpo2025/inf o/reports/e ntry- 84379.html 主体：大阪公立 大学
—	—	コンゴ 民主共 和国	—	コンゴ民主共 和国首相参加 晩餐会	コンゴ民主共和国首相を お迎えしての博覧会協会 主催晩餐会に参加。 (令和7年6月30日)	コンゴ民主共和国首相をお迎えして の博覧会協会主催晩餐会に、大阪公 立大学医学研究科の城戸康年教授が 参加。(令和7年6月30日)コンゴ民 主共和国の拠点形成に向けて協議中	【大阪市重複】 主体：大阪公立 大学
南洋理工 大学	—	シンガ ポール 共和国	2025. 6.11	Memorand um of Understan ding (MOU)	シンガポールパビリオンで 開催のイベントに参加。翌 日に南洋理工大学との学 術交流協定調印式を実施。	シンガポールパビリオンにて開催さ れたイベント「Building a Resilient Future」に、大阪公立大 学の研究者が招待され、松井 利之副 学長等が参加。翌日にはこれまで協 議を進めてきた南洋理工大学との学 術交流協定調印式を実施した。	【大阪市重複】 主体：大阪公立 大学
モデナ・ レッジョ・ エミリア 大学	—	イタリア 共和国	—	モデナ・レ ッジョ・エ ミリア 大学 研究者 来訪	モデナ・レッジョ・エミリア 大学の3名の研究者と面 会。 (令和7年9月22日)	大阪公立大学食品プロセス工学研究 室の北村 進一特任教授と竹満 初穂 特任准教授が、モデナ・レッジョ・エ ミリア大学から来訪された3名の研究 者と面会。今回の訪問は、北村特任 教授の研究成果への関心を背景に企 画され、万博イタリア館で開催された 「エミリア＝ロマーニャ州ウィーク」に 合わせての実施であった。同大学と の協定締結に向けて協議を進めるこ ととなった。(令和7年9月22日)	【大阪市重複】 主体：大阪公立 大学
マンチェ スターメ トロポリ タン大学	—	英国	2025. 9.5	Letter of Intent for Academic Exchange (LOI)	今後の学術交流、学生交 流を活性化させるために LOIを締結した。	大阪市の姉妹都市提携にあわせて、 大阪公立大学の櫻木学長も現地に赴 き、今後の学術交流、学生交流を活 性化させるためにLOIを締結した。	【大阪市重複】 https://www .omu.ac.jp/i nfo/news/e ntry- 19488.html 主体：大阪公立 大学
—	オウル市	フィン ランド 共和国	—	Oulu- Finland Business Meetup in Osaka 参加	“Oulu-Finland Business Meetup in Osaka”に参加。 (令和7年6月6日)	“Oulu-Finland Business Meetup in Osaka”に大阪公立大 学看護学研究科の横山 美江教授と 同研究室の学生が参加。オウル応用 化学との学術交流協定及び学生交換 の覚書締結に向けた話し合いが行わ れた。(令和7年6月6日)現在協定締 結に向けて作業中。	【大阪市重複】 https://www .omu.ac.jp/e xpo2025/inf o/reports/e ntry- 85111.html 主体：大阪公立 大学

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪府

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (締結等主体・ 参考URL)
団体名	州・省・県・市 等名	国名					
ビジネス フランス	-	フラン ス共和 国	-	French Healthcare Days	10月7日にライフサイエ ンス・ヘルスケアセクターの 日仏企業間ビジネス商談 会を後援	万博を契機に、ビジネスフランスとの 交流の中でミッション団来阪に合わ せて実施。	-
カナダ・ ブリ ティッ シュコロ ンビア州 政府	ブリティッ シュコロ ンビア州	カナダ	2021. 9.16	クリーンテク ノロジー産業分 野における大 阪府とブリ ティッシュコロ ンビア州との 覚書	クリーンテクノロジー産業 分野における相互協力。 2026年に更新を予定。	左記覚書における交流に基づき、20 25年6月4日にイービー州首相が来 阪し、森岡副知事と面談。今後のビジ ネス交流の可能性について意見交換 を実施。同日開催のイベント『BC Networking Reception』にも森 岡副知事が挨拶で登壇。	https://www .pref.osaka.l g.jp/o11003 0/keizaikory u/kaigai/mo ubcosaka.ht ml
ドイツ・ノ ルトライ ン=ヴェ スト ファー レン州 経 済・産業・ 気候保 護・エネ ルギー省	ノルトライ ン=ヴェ スト ファーレン州	ドイツ 連邦 共和国	2024. 10.18	日本・大阪府 とドイツ連邦 共和国・ノル トライン=ヴェ ストファーレン 州、経済・産 業・気候保護・ エネルギー省 との貿易と投 資の促進の協 力に関する覚 書	特に水素・燃料電池関連分 野、蓄電池関連分野、循環 型経済関連分野に対し、新 たなビジネス機会を創出 するため、両地域の研究機 関や関連団体と連携・協力	左記覚書における交流に基づき、20 25年6月19日に「日独ビジネス・投 資セミナー ドイツ・NRW州における 循環型経済の実現」を共催。	https://www .pref.osaka.l g.jp/o11003 0/keizaikory u/kaigai/101 9mou.html
アブダ ビ・グ ローバ ル・マ ーケ ット (ADGM)	アブダビ	アラブ 首長国 連邦	-	意見交換、プ ロモーション	5月6日にADGM訪問団 が副知事を表敬訪問。大 阪のプロモーションを実施 12月6日～9日に副知事 がアラブ首長国連邦(アブ ダビ)を訪問、アブダビ ファイナンスウィークへの 参加等大阪への投資・協業 に向けたプロモーションを 実施。	大阪・関西万博を機に来阪した ADGM会長と、意見交換を実施。 大阪・関西万博でのつながりを機に、 経済・都市間交流を促進し関係強化 を図るため、トッププロモーションを 実施。	https://www .pref.osaka.l g.jp/o02006 0/kikaku/os aka- kokusaikiny u/r7- chuto1.html
英国経営 者協会 (IoD)	-	英国	-	意見交換	7月8日にIoD訪問団が知 事を表敬訪問。意見交換 を実施。	2022年12月の英国訪問時に、知事 が大阪への来訪を呼びかけ。大阪・関 西万博を契機に来阪された訪問団と ビジネス交流に向けた意見交換を実 施。	https://www .pref.osaka.l g.jp/o07005 0/202507.h tml
-	-	サウジ アラビ ア王国	-	意見交換、プ ロモーション	12月9日～13日に副知事 がサウジアラビア(リヤド・ ジッダ)を訪問し、2030 年リヤド万博に向けた今後 の連携等の意見交換や大 阪のプロモーションを実施	大阪・関西万博でのつながりを機に、 経済・都市間交流を促進し関係強化 を図るため、トッププロモーションを 実施。	https://www .pref.osaka.l g.jp/o02006 0/kikaku/os aka- kokusaikiny u/r7- chuto1.html

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

兵庫県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (締結等主体)
団体名	州・省・県・市等名	国名					
—	—	パラオ共和国	2025.5.13	兵庫県立大学とパラオ共和国教育省間における教育分野での連携推進に係る覚書	パラオ共和国教育省が県立大学の入学候補者として優秀な学生を推薦し、大学が当該候補者の入学選考を実施するなど、教育に係る連携の促進。	4/28パラオナショナルデーの開催に伴い、同大学を訪問されたもの。 なお、パラオ共和国とは、1983年に姉妹提携を締結している。	主体:兵庫県立大学
—	慶尚南道	大韓民国	2012年	友好提携	知事が韓国ナショナルデー式典に出席。	大韓民国慶尚南道とは、2012年に友好提携を締結している。	—
—	ワシントン州 ネブラスカ州	アメリカ合衆国	1963年 2018年	友好・姉妹提携	知事及び産業労働部長が米国パピリオンを訪問し、総領事と面談。	アメリカ合衆国のワシントン州と1963年に姉妹提携を、同ネブラスカ州と2018年に友好提携を、それぞれ締結している。	—
—	西オーストラリア州	オーストラリア連邦	1981年	姉妹提携	知事がオーストラリアパピリオンを訪問したほか、県議会議長がオーストラリアナショナルデー式典に出席。また、西豪州首相が知事表敬訪問及び県内視察を実施。	西豪州首相による知事表敬及び県内視察は、オーストラリアパピリオンでの西豪州エネルギーウィークイベント開催にあわせて実施されたもの。 なお、西オーストラリア州とは、1981年に姉妹提携を締結している。	—
—	ノール県	フランス共和国	2013年	友好提携	県議会副議長がフランスパピリオンにて開催されたオー＝ド＝フランス地域圏のビジネスセミナーに出席。	オー＝ド＝フランス地域圏を構成するノール県とは、2013年に友好提携を締結している。	—
—	グジャラート州	インド	2016年	友好提携	知事がインドパピリオンを訪問し、総領事と面談。	グジャラート州とは、2016年に友好提携を締結している。	—

奈良県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考
団体名	州・省・県・市等名	国名					
—	—	バーレーン王国、サウジアラビア王国、オマーン国、クエート国、カタール国、アラブ首長国連邦	未定	県産食材(柿加工品等)の輸出先の拡大	中東への県産食材(柿加工品等)の輸出に向けたPR。	県産食材(柿加工品等)の中東地域への販路拡大に向け、大阪・関西万博において中東地域の各国パピリオンに知事が訪問し、農産加工品等のPRを実施。	—
エクスペディアグループ	—	—	2024.11.13	奈良県とTravelscape, LLC (doing business as Expedia Group Media Solutions)株式会社との観光振興に係る連携と協力に関する協定	相互に連携及び協力して、奈良県の観光振興を目指して、外国人観光客の誘客と宿泊の促進、宿泊施設の開発・魅力向上に取り組むもの。	オンライン旅行会社として取扱額が世界一位の最大手であるエクスペディアグループの発信力を利用することで、奈良県への宿泊誘客に大きな効果が期待できること等から連携協定を締結。協定に基づき、大阪・関西万博に合わせた宿泊促進を図るためのプロモーションを実施し、R6.12月～R7.9月における宿泊予約額が、対前年同期比で24%の増加	https://www.pref.nara.jp/itcm/317284.htm#itemid317284

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

奈良県

団体名	締結先等		締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
	州・省・県・市等名	国名					
トリップアドバイザー	—	—	2025.1.28	奈良県とTripadvisor Singapore Pte Ltd (Subsidiaries of TripAdvisor, Inc.)との観光振興に係る連携と協力に関する協定	相互に連携及び協力して、奈良県の観光振興を目指して、外国人観光客の誘客と宿泊の促進、宿泊施設の発展・魅力向上に取り組むもの	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の発信力を利用することで、奈良県への宿泊誘客に大きな効果が期待できること等から連携協定を締結。協定に基づき、大阪・関西万博に合わせた宿泊促進を図るためのプロモーションを実施し、R7.1月～10月における体験コンテンツ予約額が、対前年同期比で152%の増加。	https://www.pref.nara.jp/itement/318608.htm#itemid318608
—	陝西省	中華人民共和国	2011.9.2	友好提携	中国パビリオンで開催された陝西ウィーク開幕式に参加(7/8)。	陝西ウィーク開幕式に知事が出席。翌日の7月9日には陝西省副省長と今後の交流についての意見交換を実施。	—
—	サマルカンド州	ウズベキスタン共和国	2021.12.24	友好提携	・大阪・関西万博会場と奈良県内会場で、サマルカンド州と連携した交流イベントを実施(2025年7/24日～27日)。 ・両県州の中学生同士のオンライン交流を実施(2026年2月24日)。 ・サマルカンド州や両県州間の交流の軌跡を紹介するパネル展を実施(2026年2月24日～27日)。	・交流イベントでは両国の伝統的な音楽や舞踊等の公演を実施したほか、奈良県内会場では、ウズベキスタンや奈良の食品や雑貨の販売も実施。イベントの際には、ウズベキスタンの現地中学生とオンラインでの交流を実施している県内中学生がウズベキスタンの舞踊団と交流し、伝統楽器の演奏などを体験。 ・交流イベント実施に合わせ、サマルカンド州知事訪問団が来県し、奈良県知事との会談や県内企業の視察、経済セミナー等を開催。	https://www.pref.nara.jp/69910.htm

和歌山県

団体名	締結先等		締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考
	州・省・県・市等名	国名					
—	山東省	中華人民共和国	1984.4.18	友好県省関係締結議定書	・知事がパビリオンを視察、総領事と今後の交流について意見交換 ・中国パビリオン開館式参加	友好協定に基づく交流について万博を契機に深化させたもの。	—
—	四川省		2022.1.26	友好県省関係の締結に関する議定書	・「山東省ウィーク」、「四川省ウィーク」参加 ・四川省からの青少年交流団が関西パビリオンを視察		
—	ガリシア州	スペイン王国	1998.10.9	友好親善関係と連携強化に係る覚書	・ガリシア州からの青少年交流団が関西パビリオンを視察 ・2026年1月21日～29日、駐日スペイン大使館において田辺市、新宮市、那智勝浦町と共同で両巡礼道のパネル展示を実施予定。また、3月にはセミナーを実施予定。	覚書に基づく交流について万博を契機に深化させたもの。	—
—	マハラシュトラ州	インド	2013.10.9	観光・食品加工分野に係る覚書	・知事がパビリオンを視察、総領事と今後の交流について意見交換 ・和歌山県議会日印交流促進に関する議員の会会長がパビリオンを視察 ・ナショナルデー参加	覚書に基づく交流について万博を契機に深化させたもの。	—

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

和歌山県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (締結等主体・参考URL)
団体名	州・省・県・市等名	国名					
GEMS アル・バル シャ・ナシ ョナル・ス クール	—	アラブ首 長国連邦	2024. 1.12	教育に関する協定	学生及び学校間の教育交流と文化理解を促進するための協力関係の確立に向けた協定 ①共同教育プロジェクト ②交換留学プログラム ③文化交流イベント	有田市のドバイ万博訪問から関係性を築く中で、国のプログラムである万博国際交流プログラムによる交流がきっかけ。	主体：有田市
—	—	ナウル共和国	2025. 9.10	広報連携	「小さな国と小さな村が世界につながる」ことを目的に、互いの魅力の広報を実施。	2025年7月にナウル共和国政府観光局の日本版X公式アカウントによる広報連携を呼びかけた投稿に、北山村観光協会の公式アカウントが呼応したことがきっかけ。	主体：北山村
教育機関	—	アメリカ合衆国	未定	教育交流(予定)	和歌山県の地域の魅力発信や学生交流を目的に協議中。	万博期間中に実施したアメリカ館のスタッフと和歌山大学の学生との和歌山県内ツアーによる交流がきっかけ	主体：和歌山大学
商業省	—	インドネシア共和国	2016. 4.19	経済交流を目的とした共同声明	・知事がパビリオンを視察、公使参事官と今後の交流について意見交換 ・ナショナルデー参加 ・パビリオン内で開催された「日・インドネシア自治体間協力促進フォーラム」に参加	覚書に基づく交流について万博を契機に深化させたもの。	
工業省			2017. 10.11	産業振興及び技術交流に関する共同声明			
観光庁	—	タイ王国	2018. 11.30	観光促進に係る趣意書	・知事がパビリオンを視察、館長と意見交換 ・工業大臣が関西パビリオンを訪問 ・駐日大使が関西パビリオンを訪問 ・ナショナルデー参加	覚書に基づく交流について万博を契機に深化させたもの。	
工業省			2019. 5.20	産業連携に関する覚書			
商務省			2019. 5.28	双方中小企業部門の経済発展のための覚書			
投資委員会			2023. 10.18	ビジネス及び投資促進活動を強化するための覚書			
土日基金	—	トルコ共和国	2025. 8.4	地震・津波に対する防災にかかる青少年交流促進のための覚書	・知事がパビリオンを視察、総領事と今後の交流について意見交換 ・8月に知事がトルコ訪問、土日基金と青少年交流に係る覚書を締結 ・ナショナルデー参加	エルトゥールル号遭難135年、邦人テヘラン脱出40年の節目の年に次世代の青少年の交流を目的に締結。	
—	—	英国	未定	—	・知事がパビリオンを視察、総領事と今後の交流について意見交換	英国エディンバラ侯爵(エドワード王子)御夫妻が万博来日の際、高野山を訪問されたことがきっかけ。	
—	アッシジ市	イタリア共和国	2009. 10.26	高野町・アッシジ市日伊世界遺産都市の文化・観光・相互協定	新型コロナウイルス感染症の影響により一時的に停滞していたが、万博イタリア館でのアッシジ市を擁するウンブリア州の記念イベントに高野町長が参加し意見交換を行うことで、世界遺産都市同士の絆を活かした国際的な文化・観光交流の推進を図る。	イタリア館イベントにてウンブリア州の知事らと町長のセッションにて今後の交流や連携への意見交換を行うとともに、9月5日にウンブリア州知事等関係者の高野町訪問での意見交換がきっかけ。	主体：高野町

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

和歌山県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (締結等主体・参考URL)
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
—	—	イタリア共和国	—	—	大阪・関西万博イタリア館において、「Nature-Centered」の視点から1200年先の未来を語る「高野山会議イタリア」を、2025年大阪・関西万博イタリア館代表委員会、東京大学先端科学技術研究センターと共催で開催し、セミナーやコンサートを開催(7/26)。	和歌山県と先端研は2019年に連携協定を締結。先端研が主催する「高野山会議」に県も共催として参画し、2021年から開催。イタリア館の文化プロデューサーを務めるメネガッツォ氏が先端研のAADアドバイザー(現客員准教授)として同会議に参加していたこと等がきっかけ。	https://www.brain.rcastu-tokyo.ac.jp/koyasan/koyasan2025/ https://icosaka.esteri.it/ja/glieventi/calendario/高野山会議2025「マンガラいのちの循環」/

鳥取県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
—	—	ヨルダン・ハシエミット王国	2025.4.23	ヨルダン館&鳥取県「サンド・アライアンス」結成に関する協定書	万博における砂の展示で繋がった友好を深めていくため、「サンド・アライアンス」の設立に合意。両地域は、今後、連携・協力して以下の事項に取り組む。 ・砂や砂丘、砂漠の魅力を発信していくことの世界の意義の確認 ・会場内での砂の素晴らしさのアピールに関する相互協力 ・万博での砂の展示を通じた両地域の交流の発展及び砂に関する展示を行う他地域への「サンド・アライアンス」加入の呼びかけ	万博会場での「砂」展示の繋がりが契機	https://www.pref.tottori.lg.jp/323073.htm
—	—	ヨルダン・ハシエミット王国	2025.11.7	大阪・関西万博ヨルダン館の展示物等に関する覚書	鳥取県はヨルダン館の展示物を譲り受け、万博で両者が紡いだ交流の証として、県内観光施設やイベント等で万博レガシーとして展示、活用するなど、サンド・アライアンスの精神に則り、文化、観光、自然環境の発信に協力する。	「サンド・アライアンス」の締結を契機として生まれた両者の友好交流関係を育み、連携を深めていくため。	—
—	—	サウジアラビア王国	2025.5.7	サウジアラビア館&鳥取県「サンド・アライアンス」結成に関する協定書	万博における砂の展示で繋がった友好を深めていくため、「サンド・アライアンス」の設立に合意。両地域は、今後、砂の文化への理解を深め、相互理解に焦点を当てた文化交流を促進することに合意。 ・砂丘を含む砂漠への意識と関心を高め、その豊かな文化を紹介 ・多様な地理的特徴を持つ豊かな砂漠と、森林に恵まれた対照的な環境を持つ2つの地域間の文化的対話を促進し、この多様性を理解と友好関係の架け橋として強調 ・砂と砂漠に関する展示やテーマを展示している他の地域を、成長を続ける「砂の同盟」への参加に呼びかけ、この分野における世界的な協力を促進	万博会場での「砂」展示の繋がりが契機	https://www.pref.tottori.lg.jp/323073.htm

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

鳥取県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・県・市等名	国名					
—	—	ナウル共和国	2025.6.30	ナウル共和国パピリオン&鳥取県「サンド・アライアンス」結成に関する協定書	万博における砂の展示で繋がった友好を深めていくため、「サンド・アライアンス」の設立に合意。両地域は、今後、連携・協力して以下の事項に取り組む。 ・砂や砂丘、砂漠の魅力を発信していくことの世界の意義の確認 ・会場内での砂の素晴らしさのアピールに関する相互協力 ・万博での砂の展示を通じた両地域の交流の発展及び砂に関する展示を行う他地域への「サンド・アライアンス」加入の呼びかけ	万博会場での「砂」展示の繋がりが契機	https://www.pref.tottori.lg.jp/323073.htm
—	—	モーリタニア・イスラム共和国 アルジェリア民主人民共和国 欧州連合(EU) モザンビーク共和国	2025.7.1	「サンド・アライアンス」加盟申請書(※調印式ではなく加盟申請書へのサインという簡易的な方法で実施)	鳥取県が推進する「サンド・アライアンス」の趣旨に賛同し、大阪・関西万博への出展を契機とした砂に関連する共通テーマを通じた友好交流、万博会場での盛り上げや相互訪問を進めていくため、連携協力する。	万博会場での「砂」展示の繋がりが契機	https://www.pref.tottori.lg.jp/323073.htm
—	ウエストモアランド県	ジャマイカ	2016.3.24	姉妹提携に関する協力覚書	ジャマイカのナショナルデー(8/6)に合わせて、ジャマイカから青少年を招聘し、万博会場及び鳥取県内において日・ジャマイカ青少年交流事業を実施。 ・知事がジャマイカナショナルデーに出席、ジャマイカ外務大臣と面談(8/6) ・万博会場での日・ジャマイカ青少年による音楽やダンス等のコラボステージ(8/6) ・県内での青少年交流事業の推進(県内高等学校への訪問等)(8/7~8/9)	姉妹協定に基づく交流について万博を契機に深化させたもの。 ※万博国際交流プログラムを活用	https://www.pref.tottori.lg.jp/253488.htm
—	河北省	中国人民共和国	1986.6.9	友好県省締結協定書	中国パピリオンで開催された「河北ウィーク」開幕式に副知事が参加(5/26)。	友好協定に基づく交流について万博を契機に深化させたもの。	https://www.pref.tottori.lg.jp/37630.htm
—	吉林省	中国人民共和国	1994.9.2	友好交流に関する覚書 ※2017.11.26友好県省提携締結協定書	中国パピリオンで開催された「吉林デイ」に副知事が参加(6/9)。	友好協定に基づく交流について万博を契機に深化させたもの。	https://www.pref.tottori.lg.jp/223906.htm

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

徳島県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (締結等主体・参考URL)
団体名	州・省・県・市等名	国名					
—	プーケット県	タイ王国	2025.5.13	交流推進を目的とする覚書	両県の交流推進を目的に、経済、文化、防災など様々な分野における相互協力を行うもの。	令和6年2月に知事がプーケット県を訪問して以来、今後の交流推進に向けて協議を継続し、万博におけるタイパビリオンの訪問などを経て、締結に至った。会期中の文化交流はもとより、令和7年12月1日に県庁で開催した「EXPO LEGACY TOKUSHIMA 感謝展 オープニングセレモニー」に、タイパビリオン元マネージャーに出席いただくなど、万博閉幕後も交流を深めている。	https://www.pref.tokushima.lg.jp/ppannokata/kyoiku/kokusaikoryu/7304142/
—	—	ガーナ共和国、カナダ、ナイジェリア連邦共和国、ヨルダン	2025.10.13	TOKUSHIMA FUTURE EXPO 2025	万博国際交流プログラムに取り組む県内4町のこどもたちが主体となり、交流を深める各国の方々とともに、関西パビリオン多目的エリアにおいて、ワークショップやステージ発表等を行い、活動の内容や各地域の魅力を発信するもの。	万博国際交流プログラムを通じて国際交流に取り組んできた県内4町が、相手国との交流の成果を発表するとともに、今後の交流の深化につなげる場として、関西パビリオン多目的エリアにおける徳島県の催事企画に組み込んだ。	主体： 松茂町×ガーナ 上勝町×ナイ ジェリア 上板町×ヨルダン 東みよし町×カナダ
—	—	ヨルダン	2025.10.23	友好覚書	上板町とヨルダンが、共通の文化である藍染などを通じて万博閉幕後も教育や観光分野などで親交を深めるもの。	万博国際交流プログラム、関西パビリオンにおける徳島県の催事(TOKUSHIMA FUTURE EXPO 2025)など、万博を通じた交流の成果に基づき、関係性を構築するため。	主体：上板町
—	—	ヨルダン	2025.10.23	大阪・関西万博ヨルダン館展示物に関する譲渡同意書	ヨルダンパビリオンが徳島県に対し展示物等の一部を譲渡し、県はヨルダン館のテーマ「未来を紡ぐ」の意思を受け継ぎ、これを譲り受けるもの。	万博国際交流プログラムにより、ヨルダンと徳島県上板町(高志小学校)のこどもたちが共通文化の藍染をはじめとする交流を重ねた記念と関係性の継続のため。	https://expotokushima.jp/2025/10/27/%e3%83%a8%e3%83%ab%e3%83%80%e3%83%b3%e9%a4%a8%e3%81%ae%e5%b1%95%e7%a4%ba%e7%89%a9%e3%82%92%e8%ad%b2%e6%b8%a1%e3%81%84%e3%81%9f%e3%81%a0%e3%81%8d%e3%81%be%e3%81%97%e3%81%9f%ef%bc%81/

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

徳島県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (締結等主体・参考URL)
団体名	州・省・県・市等名	国名					
—	ニーダーザクセン州	ドイツ連邦共和国	2007.9.13 2024.11.13 (再締結)	交流推進に関する共同宣言	ドイツのニーダーザクセン州との「交流推進に関する共同宣言」により各分野において友好交流と協力関係を育んでおり、そうした中、万博のドイツパビリオンにおける阿波おどりや藍染め体験を通じて親交を深めたことから、ドイツパビリオンで展示・使用されていたソファの寄贈を受けた。	歴史的背景から生まれた特別な友情と交流を深めてきた実績を基に、ドイツパビリオンにおける文化交流イベントを実施したことがきっかけとなり、交流の証となる「ソファの寄贈」へとつながった。 寄贈されたソファは、令和7年12月1日から県庁で開催中の「EXPO LEGACY TOKUSHIMA 感謝展」において展示・使用しており、県民の皆様を紹介している。	https://expotokushima.jp/2025/11/29/%E3%80%8Cexpo-legacy-tokushima-%E6%84%9F%E8%AC%9D%E5%B1%95%E3%80%8D%E3%81%AB%E3%81%A4%E3%81%84%E3%81%A6/

三重県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考
団体名	州・省・県・市等名	国名					
—	—	パラオ共和国	1996.7.25	友好提携	・パラオナショナルデー式典に出席(4/28)	パラオナショナルデー式典に副知事が出席し、同国大統領等と交流を図り、今後の友好関係を確認した。なおパラオとは1996年7月25日に友好提携を締結している。	—
—	—	インドネシア共和国	未定	—	・インドネシアナショナルデー式典に出席(5/27)	インドネシアナショナルデー式典に政策企画部長が出席。今後の交流等について意見交換を行った。	—
—	—	ジンバブエ共和国	未定	—	・ジンバブエナショナルデー式典に出席(7/16) ・大統領と面談(7/17)	ジンバブエナショナルデー式典に副知事が出席。式典翌日に知事と大統領が大阪市内のホテルで面談し、ペタライト(四日市萬古焼の土鍋に不可欠な鉱物)を通じての両国関係の強化等について意見交換を実施した。	—
—	—	ブラジル連邦共和国	未定	—	・県内ブラジル人学校の生徒を万博会場へ招待(8/8)	万博国際交流プログラムを活用し、県内ブラジル人学校の生徒10名を万博会場へ招待し、関西パビリオン三重ブースやブラジル館を見学し意見交換することで、居住する三重について理解を深め、今後の交流促進に効果があった。	—
—	河南省	中華人民共和国	1986.11.19	友好提携	・中国パビリオンで開催された「河南ウィーク」に参加(8/21)	開幕式典に政策企画部長が出席。式典後に中国(河南)―日本経済貿易協力・文化交流マッチング会を開催するなど、経済や文化の交流を進めた。なお、中国河南省とは、1986年11月19日に友好提携を締結している。	—

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

三重県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等 名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
—	—	バトナム 社会 主義共和国	未定	—	・バトナムナショナルデー式典 に出席 (9/9)	バトナムナショナルデー式典に関西事務所 長が出席。今後の交流等について意見交 換を行った。	—
—	—	インド	未定	—	・インドパビリオンで「インド・ 三重デー」を開催(9/22)	三重県とインドの関係強化を目的に開催し 知事が出席。両国代表者の挨拶等に続き、 プロモーション映像の上映、インド舞踏披 露を実施し、知事とR・マドゥ・スーダン駐 日インド臨時代理大使、マハラシュトラ州 産業大臣等と今後の連携等について意見 交換を実施。	—

福井県

締結先等			締結日 (予定日)	協定等 名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
—	浙江省	中華人民共 和国	1993. 10月	友好提携	青少年交流、技術研修員の受入 れ、経済団体による交流など人 的交流を中心に、文化、教育、 経済等の分野での交流を促進。 原則、5年ごとに記念行事を実 施。	・中国パビリオンで開催された浙江省 ウィーク開幕式(7/12)に副知事が参加 ・浙江省陳副省長等と意見交換を実施 ・10月には、担当副部長が浙江省を訪問 し、外事弁副主任と今後の交流実施を再 確認	—
—	—	ブラジル連 邦 共和国	—	—	—	令和7年度 (1) 在日ブラジル大使館職員2名を福井 県に招き、ブラジルパビリオンのテーマ である「環境」に関する施設訪問し、専門 家と意見交換。招聘(11月8日～9日) (2) 農業に関係する福井村太鼓部「飛 翔」の若者6名を日本に招聘。万博会場 の「福井DAY」にあわせ会場での太鼓演 奏。その後福井県に移動し、県立大学で の若者交流等を実施。(7月14日～7月 22日) (3) 福井村の日本語学校と高椋小学校 との絵画交流 (随時) 令和6年度 (1) ブラジルサンパウロにおいてミニ福 井フェスティバルを開催[参加者120名 超](9月20日～24日) (2) 県国際交流会館において、万博ブラ ジル館のテーマ「環境」に関する専門家 をゲストにシンポジウムを開催 [参加者約 50名](12月14日) (3) ①ブラジル福井村出身者を県立大へ 招き、学生向けにブラジルや福井村の歴 史や暮らしを紹介する講義を実施[参加 者約90名](12月5日)、②万博ブラジル 館のテーマ「環境」について、ブラジルと 日本の環境問題に詳しい専門家による講 義を実施[参加者約90名](12月19日)	—

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

京都市

締結先等			締結日 (予定日)	協定等 名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
—	—	カナダ、大韓 民国、コロン ビア共和国、 タイ王国、ド イツ連邦共 和国、ポーラ ンド共和国、 南アフリカ共 和国 ほか	万博開幕 以降	—	Tech Tour Kyoto(テックツ アー京都)の実施。	万博を契機に関西を訪れる海外の経済界 行政、企業等の関係者を京都へ招待し、 ビジネス都市としての京都の強みをPRす るとともに、市内企業、大学関係者と海外 企業等が参加し、京都企業やイノベーション 拠点、大学等を案内する「Tech Tour Kyoto(テックツアー京都)」を実施した。 令和7年度末現在35件(29か国・地域) のツアーを実施し海外とのつながり・ルー トを確保できた。 今後、海外からの企業誘致や、京都企業 の海外展開につなげていきたい。	—
—	オウル市	フィンランド 共和国	—	—	北欧最大のスタートアップイベ ント「Slush2025」に京都市も 参画し、京都のスタートアップを 紹介するサイドイベントの実施。	6月24日に北欧パビリオンで開催された フィンランドヘルステックセミナー及び6 月25日に実施したフィンランド企業を対 象にしたテックツアー京都をきっかけに、 ビジネスオウル(オウル市の公益法人、経 済振興機関)との親交が深まり、11月に フィンランドで開催されたSlush(開催 地:ヘルシンキ)において、オウル市主催 のサイドイベントに京都市とともに参画し た京都のスタートアップが登壇する機会 を得られた。 また、Slush期間中に京都市が実施した サイドイベントにビジネスオウルが参加す るなど、相互の交流が深まっている。	—
—	ミラノ市	イタリア共和 国	—	—	ミラノ市万博イベントにおける 京都市の施策紹介。	日頃からテックツアー京都で交流を深め ている京都リサーチパークを通じて、ミラ ノ市から、万博会場イタリアパビリオンで 行うイベントへの登壇依頼があり、会場に て京都市のビジネス関連の取組について 紹介を行った。	https:// www.kr p.co.jp/ interna tional/d etail/51 79.html
MOF(Meill eur Ouvri er de Franc e)	—	フランス共和 国	2025. 9. 24	パリ市と の姉妹都 市 (昭和33 年6月15 日)	MOF(フランス国家最優秀職 人)一行と市長の面会。	・MOF等が主催するフランスパビリオン でのイベント「喜び・仕事～卓越した技能 と手わざ～」のため来日したMOF約30 名が、会場でのイベント前日の9月24 日、パリ市と姉妹都市関係にある京都市 を訪問されたため、世界遺産である鹿苑 寺(金閣寺)を案内するとともに、京都市 長との面会を設定した。 ・今回の機会を日仏の文化交流の更なる 深化につなげていきたい。	—
—	—	英国、オー ストラリア 連邦、スイ ス連邦、チェ コ共和国、フ ランス共和 国共和国 ほか	万博期間中	—	万博会場の各国パビリオンで開 催されたビジネスカンファレン スへの参加。	万博の海外パビリオンで開催された多数 のビジネスカンファレンスに京都のスター トアップや企業誘致に係る担当職員が参 加し、各国の投資庁や経済大臣、経済界、 企業等とのネットワークを構築。	—

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪市

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・県・市等名	国名					
—	ビクトリア州 メルボルン市	オーストラリア連邦	1978. 4.24	姉妹都市宣言	・9月24日～26日において、メルボルン市長を団長とする代表団を受入 ・9月26日に大阪市、メルボルン市主催によるビジネスフォーラムを開催	姉妹都市提携に基づく交流について万博を契機に深化させたもの。	https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000017110.html
—	ハンブルク州 ハンブルク市	ドイツ連邦共和国	1989. 5.11	友好都市宣言	6月24日にハンブルク商工会議所会頭及びハンブルク州財務大臣を団長とする市代表団を受入。同日に大阪市、ハンブルク市主催によるビジネスセミナーを開催	友好都市提携に基づく交流について万博を契機に深化させたもの。	https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000017648.html
グレーター・マンチェスター合同行政機構	—	英国	2025. 9.5	日本国大阪市と英国グレーター・マンチェスター合同行政機構との姉妹都市提携の締結	姉妹都市提携の締結	・令和5年度に、環境や経済の分野における交流促進や大学間連携等を内容とする友好協力関係構築に関する覚書を締結し、交流促進と共通課題の解決に向けた取組を進めてきた。 ・令和7年6月18日に、万博を契機にグレーター・マンチェスター市長を団長とする代表団が来阪した際、大阪市長からグレーター・マンチェスター市長へ姉妹都市提携の提案を行い、締結に向けて協議していくことで合意したことから「日本国大阪市と英国グレーター・マンチェスターとの友好宣言」の締結を行った。 ・同日に両市共催によるビジネスセミナーを開催した。 ・覚書締結に基づく交流が深化し姉妹都市提携に向けた機運醸成・協議が整ったことから、締結を行った。	https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/00000661442.html
—	ケベック州	カナダ	2025. 6.24	大阪市とケベック州政府における友好協力関係構築に関する覚書	・①エネルギー転換、先端技術文化及びクリエイティブ産業等、②スタートアップ、③金融 ・新たに締結した覚書(MOU)キックオフイベントとして、10月6日にカナダパビリオンにて、ケベック州のクリエイティブ産業、イノベーション及びスタートアップ、サステナブル・ファイナンス、エネルギー転換分野について、ネットワーキングランチ形式でイベントを実施	・万博を契機にして当該都市と交流を重ねる中で、経済交流等記載した分野の協力・連携等を行うことで合意に至ったもの。	https://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryoku/keizaisenryaku/0000655963.html
—	クアラルンプール市	マレーシア	2025. 7.17	大阪市とクアラルンプール市における合意書	①スマートシティ、②廃棄物管理、③災害及び危機管理	万博を契機にして当該都市と交流を重ねる中で、更なる交流促進と共通課題の解決に向けた取組を進めるため締結を行った。	https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/00000657949.html
ベンガルール商工会議所(BICIC)	—	インド	2025. 9.10	大阪市とベンガルール商工会議所における友好協力関係構築に関する覚書	①製造業、②スタートアップ	万博を契機にして当該機関と交流を重ねる中で、経済交流等記載した分野の協力・連携等を行うことで合意に至ったもの。	https://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryoku/keizaisenryaku/0000660393.html

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪市

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・県・市等名	国名					
—	南ホラント州 ロッテルダム市	オランダ王国	2025.9.22	日本国大阪市とオランダ王国ロッテルダム市との意向表明書	①エネルギー転換 ②ライフサイエンス、③ヘルス	万博を契機にして当該都市と交流を重ねる中で、経済交流等記載した分野の協力・連携等を行うことで合意に至ったもの。	https://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryoku/keizaisenryaku/0000661929.html
—	ウッチ県 ウッチ市	ポーランド共和国	2025.9.29	大阪市とウッチ市における友好協力関係構築に関する覚書	①スタートアップ、②投資促進、③ハイテク産業・情報通信	万博を契機にして当該都市と交流を重ねる中で、経済交流等記載した分野の協力・連携等を行うことで合意に至ったもの。	https://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryoku/keizaisenryaku/0000662099.html
駐日エチオピア連邦民主共和国大使館	—	エチオピア連邦民主共和国	2025.10.2	大阪市と駐日エチオピア連邦民主共和国大使館における友好協力の促進のための共同意向表明書	①人的交流、②経済交流、③アディスアババ市との交流の可能性検討協力	万博を契機にして当該機関と交流を重ねる中で、経済交流等記載した分野の協力・連携等を行うことで合意に至ったもの。	https://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryoku/keizaisenryaku/0000662350.html
チリ貿易振興局 (ProChile)	—	チリ共和国	2025.10.7	大阪市とチリ貿易振興局(ProChile)における友好協力関係構築に関する覚書	①アグリフード、テクノロジー等、②スタートアップ	万博を契機にして当該機関と経済交流等記載した分野の協力・連携等を行うことで合意に至ったもの。	https://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryoku/keizaisenryaku/0000662433.html
スウェーデン貿易投資公団(ビジネススウェーデン)	—	スウェーデン王国	2025.10.10	日本国大阪府及び大阪市とスウェーデン貿易投資公団(ビジネススウェーデン)の間における経済交流の促進に係る覚書	①ライフサイエンス、②スタートアップ、③スマートマニュファクチャリング、④ロボティクス・自動化、⑤エネルギー効率化	万博を契機にして当該機関と交流を重ねる中で、経済交流等記載した分野の協力・連携等を行うことで合意に至ったもの。	https://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryoku/keizaisenryaku/0000663090.html
—	カタール ドバイ市	カタール国	2025.12.17	大阪市(日本)とドバイ市(カタール国)における友好協力関係構築に関する覚書	①スマートシティ、②スタートアップ、③食、観光	万博を契機にして当該都市と交流を重ねる中で、経済交流等記載した分野の協力・連携等を行うことで合意に至ったもの。	https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000668619.html
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	ハンブルク州	ドイツ連邦共和国	2025.6.24	大阪市とハンブルク商工会議所及びファイナンスプラッツ・ハンブルクとの友好協力関係構築に関する覚書	国際金融都市	万博を契機にして、友好都市提携に基づき国際金融都市実現に向けた協力・連携等を行うことで合意に至ったもの。	【再掲：大阪府重複】 https://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryoku/keizaisenryaku/0000655991.html
—	天津市	中華人民共和国	—	中国・天津ビジネス商談会	5月15日に商談会を共催	・大阪市がアジア太平洋地域を中心とした経済ネットワークを構築するため、1988年に始めたビジネスパートナー都市提携の提携先。 ・万博開催に伴うミッション団来阪に合わせ実施。	https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000651637.html

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪市

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・県・市等名	国名					
在大阪 ベトナム 総領事館	—	ベトナム社会主義共和国	—	ベトナム企業と日本企業の商談会	5月27日に商談会を大阪ビジネスパートナー都市交流協議会として共催	・大阪市がアジア太平洋地域を中心とした経済ネットワークを構築するため、1988年に始めたビジネスパートナー都市提携の提携先であるホーチミン市との交流の協力機関。 ・万博開催に伴うミッション団来阪に合わせて実施。	https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000653085.html
マレーシア貿易開発公社(MATRADER)	—	マレーシア	—	マレーシアヘルスケア・ウェルネスビジネス商談会	6月25日に商談会を共催	・大阪市がアジア太平洋地域を中心とした経済ネットワークを構築するため、1988年に始めたビジネスパートナー都市提携の提携先。 ・万博開催に伴うミッション団来阪に合わせて実施。	https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000653457.html
在大阪タイ総領事館	—	タイ王国	—	タイビューティー&ウェルネス製品商談会	7月8日、9日に商談会を共催	・大阪市がアジア太平洋地域を中心とした経済ネットワークを構築するため、1988年に始めたビジネスパートナー都市提携の提携先であるタイ商工会議所との交流の協力機関。 ・万博開催に伴うミッション団来阪に合わせて実施。	https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000654688.html
在日ペルー大使館	—	ペルー共和国	—	・「Osaka-Peru Food Connect」大阪・ペルー食品企業ビジネスマッチメイキングイベント ・「Osaka-Peru Travel Connect」大阪・ペルー旅行関連企業ビジネスマッチメイキングイベント	8月7日に商談会を共催	万博を契機に、在日ペルー大使館との交流の中でミッション団来阪に合わせて実施。	https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000658496.html https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000658540.html
ベトナム商工会議所、オーストラリアン・インダストリーグループ、エンタープライズシンガポール	ホーチミン市	オーストラリア連邦、ベトナム社会主義共和国、フィリピン共和国、シンガポール共和国	—	海外ビジネス商談会@ライフスタイルWeek Osaka	9月24日～26日に開催された展示会「ライフスタイルWeek」においてBPCブースを出展し、商談会を開催	・アジア太平洋地域を中心とした経済ネットワークを構築するため、大阪市が1988年に始めた都市提携で、現在14都市と提携している。 ・万博を契機に国際経済交流を深化させた。	https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000659847.html

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪市

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・県・市等名	国名					
香港貿易発展局、マレーシア政府、マレーシア貿易開発公社(MATRADE)、フィリピン政府、オーストラリアン・インダストリーグループ	上海市、ホーチミン市、ビクトリア州メルボルン市、天津市、ハンブルク州	中国人民共和国、マレーシア、フィリピン共和国、ベトナム社会主義共和国、オーストラリア連邦、ドイツ連邦共和国	—	BPC(ビジネスパートナー都市)ラウンドテーブル2025in大阪	万博テーマウィーク「地球の未来と生物多様性」に連携する万博テーマウィークコネクトプログラムとして、「持続可能な未来に向けた都市の役割と挑戦」をテーマに9月25日会議開催	・アジア太平洋地域を中心とした経済ネットワークを構築するため、大阪府が1988年に始めた都市提携で、現在14都市と提携している。 ・万博を契機に年に1回一堂に会するラウンドテーブルを大阪開催とし、国際経済交流を深化させた。	https://www.expo2025.or.jp/expo-archive/theme-weeks/program/detail/68b15c12bb75a.html
マレーシア貿易開発公社(MATRADE)	ビクトリア州メルボルン市	オーストラリア連邦、マレーシア	—	BPC(ビジネスパートナー都市)商談会	BPCラウンドテーブル2025in大阪に来訪する各BPCからのミッション受入として9月25日に商談会開催	・アジア太平洋地域を中心とした経済ネットワークを構築するため、大阪府が1988年に始めた都市提携で、現在14都市と提携している。 ・万博を契機に年に1回一堂に会するラウンドテーブルを大阪開催とし、国際経済交流を深化させた。	https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000659854.html
ビジネスフランス	—	フランス共和国	—	French Healthcare Days	10月7日にライフサイエンス・ヘルスケアセクターの日仏企業間ビジネス商談会を共催	万博を契機に、ビジネスフランスとの交流の中でミッション団来阪に合わせ実施。	—
The Growth Company (英国・グレーターマンチェスターの経済振興機関(非営利))	—	英国	—	第2回 GM (英国:グレーター・マンチェスター)企業とのオンラインネットワークワーキング(バッテリー・エネルギー分野)	エネルギー・バッテリー分野に係るネットワークワーキング(オンライン)を実施。	令和5年12月にグレーター・マンチェスター合同行政機構と、環境や経済分野における友好協力関係構築に関する覚書を締結したことをきっかけに、双方の中小企業同士のオンラインネットワークワーキングを実施。(イベント実施日:第1回…令和6年12月13日、第2回…令和7年5月16日)	—
在日オランダ王国大使館・総領事館	—	オランダ王国	—	オランダヘルシーエイジング企業との交流(ワークショップ)	介護に関するワークショップ・デイサービス見学を実施。	万博を契機に来阪するビジネスミッション団と在阪企業とのビジネス交流イベントへの共催依頼を受けて実施。(イベント実施日:令和7年6月25、27日。令和6年度にも同趣旨のイベントを共催実施)	https://prtmes.jp/main/html/rd/p/00000012.000144048.html
COR (Creative Industries Association of Moldova)	—	モルドバ共和国	—	クラスターミーティング	クリエイティブ産業における意見交換及びネットワークワーキングを実施。	在日モルドバ共和国大使館より、万博を契機に来阪するモルドバ企業団(クリエイター等)と、在阪クリエイターとの意見交換等を行いたいとの依頼を受けて実施。(イベント実施日:令和7年7月18日)	—

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪市

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・ 県・市等名	国名					
ベンガルール 商工会議所 (BCIC)	—	インド	—	【海外ビジネス 交流会】今熱い インドの製造業 とコネクション を作る！	ネットワークングイベントを実施。	令和7年9月のMOU締結を 機に、更なる交流促進に向 けて、在阪企業団とのネット ワーキングイベントを実施。 (イベント実施日:令和7年9 月16日)	https://ww w.sansoka n.jp/events /eve_detail. san?H.A.N O=46691
—	—	ドイツ連 邦共和国	—	大阪市立科学 館の提携事例 ①	万博ドイツパビリオンで使用された デバイスの寄贈。	万博のレガシーとして大阪 市立科学館で収集し、保存・ 研究・展示を行っていき たいという申出に賛同いた だき寄贈。	https://x.c om/osaka.k agakukan/ status/197 86638929 65364222
—	—	アメリカ 合衆国	—	大阪市立科学 館の提携事例 ②	万博アメリカパビリオンで展示され ていたSLSロケット(1/25スケ ール)の寄贈。	万博のレガシーとして大阪 市立科学館で常設展示いた だけないか、とのアメリカ総 領事館からの申出により寄 贈。	https://ww w.sci- museum.jp /press/20 260204/
—	—	オランダ 王国	—	大阪市立科学 館の提携事例 ③	万博オランダパビリオンで使用さ れたデバイスの寄贈。	万博のレガシーとして大阪 市立科学館で収集し、保存・ 研究・展示を行っていき たいという申出に賛同いた だき寄贈。	https://ww w.sci- museum.jp /press/20 260206/
—	—	カナダ	—	大阪市立科学 館の提携事例 ④	万博カナダパビリオンで使用され たデバイスの借用。	万博のレガシーとして大阪 市立科学館で実施する企画 展に賛同いただき借用。	https://ww w.sci- museum.jp /press/20 260206/
—	—	イタリア 共和国	—	特別展「天空の アトラス イタリア 館の至宝」の 開催	「2025大阪・関西万博」イタリア館 にて展示されている作品を出展し、 日本とイタリアの国交160周年を 記念し、大阪・関西万博のレガシー を文化的に継承することを目的と したもの。 期間:2025年10月25日～ 2026年1月12日 主催:大阪市立美術館、朝日新聞社 協力関係機関:2025年大阪・関西 万博イタリア館、イタリア外務省、イ タリア文化省、ローマ教皇庁文化教 育省、アンブロジーアーナ図書館、ウ ンブリア国立美術館、ナポリ国立考 古学博物館、ロッセラ・メネガッツォ (ミラノ大学) 後援:イタリア大使館、在大阪 italia 総領事館、イタリア文化会館・大 阪、大阪観光局、2025年日本国 際博覧会協会 協賛:アルテリア、西日本旅客鉄道 (株) 協力:大阪市立科学館、日欧商事	「2025大阪・関西万博」イタ リア館のヴァッター二政府代 表から主催者が提案を受け て始まったもの。	https://ww w.osaka- art- museum.jp /sp_evt/ex po
駐日セルビア 大使館	—	セルビア 共和国	—	此花区役所とセル ビア共和国駐 日セルビア大使 館と連携したイ ベント	此花区の子どもに「遊び」が持つ可 能性を実感し、体験してもらおう企画 を実施。	此花区万博広報大使の「万 博おばあちゃん」こと山田外 美代さんからセルビア館へ の声掛けがきっかけとなり、 セルビア共和国の駐日セル ビア大使館と連携した取組 を行った。	https://ww w.city.osak a.lg.jp/hod oshiryo/ko nohana/00 00660866 .html

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

大阪市

締結先			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・県・市等名	国名					
フィレンツェ大学	—	イタリア共和国	2025.5.29	Memorandum of Understanding (MOU)	イタリア館で開催のフォーラムに出席。フィレンツェ大と学術交流協定締結セレモニーに参加。	イタリア館にて開催されたフォーラムに、大阪公立大学櫻木 弘之学長と高橋 雅英副学長が出席。フィレンツェ大と学術交流協定締結セレモニーに参加。	【再掲：大阪府重複】 https://www.omu.ac.jp/expo2025/info/reports/entry-84379.html 主体：大阪公立大学
—	—	コンゴ民主共和国	—	コンゴ民主共和国首相参加晩餐会	コンゴ民主共和国首相をお迎えしての博覧会協会主催晩餐会に参加。(令和7年6月30日)	コンゴ民主共和国首相をお迎えしての博覧会協会主催晩餐会に、大阪公立大学医学研究科の城戸康年教授が参加。(令和7年6月30日)コンゴ民主共和国の拠点形成に向けて協議中。	【再掲：大阪府重複】 主体：大阪公立大学
南洋理工大学	—	シンガポール共和国	2025.6.11	Memorandum of Understanding (MOU)	シンガポールパビリオンで開催のイベントに参加。翌日に南洋理工大学との学術交流協定調印式を実施。	シンガポールパビリオンにて開催されたイベント「Building a Resilient Future」に、大阪公立大学の研究者が招待され、松井 利之副学長等が参加。翌日にはこれまで協議を進めてきた南洋理工大学との学術交流協定調印式を実施した。	【再掲：大阪府重複】 主体：大阪公立大学
モデナ・レッジョ・エミリア大学	—	イタリア共和国	—	モデナ・レッジョ・エミリア大学 研究者来訪	モデナ・レッジョ・エミリア大学の3名の研究者と面会。(令和7年9月22日)	大阪公立大学食品プロセス工学研究室の北村 進一特任教授と竹満 初穂特任准教授が、モデナ・レッジョ・エミリア大学から来訪された3名の研究者と面会。今回の訪問は、北村特任教授の研究成果への関心を背景に企画され、万博イタリア館で開催された「エミリア＝ロマーニャ州ウィーク」に合わせての実施であった。同大学との協定締結に向けて協議を進めることとなった。(令和7年9月22日)	【再掲：大阪府重複】 主体：大阪公立大学
マンチェスターメトロポリタン大学	—	英国	2025.9.5	Letter of Intent for Academic Exchange (LOI)	今後の学術交流、学生交流を活性化させるためにLOIを締結した。	大阪市の姉妹都市提携にあわせて、大阪公立大学の櫻木学長も現地に赴き、今後の学術交流、学生交流を活性化させるためにLOIを締結した。	【再掲：大阪府重複】 https://www.omu.ac.jp/info/news/entry-19488.html 主体：大阪公立大学
—	オウル市	フィンランド共和国	—	Oulu-Finland Business Meetup in Osaka 参加	“Oulu-Finland Business Meetup in Osaka”に参加。(令和7年6月6日)	“Oulu-Finland Business Meetup in Osaka”に大阪公立大学看護学研究科の横山 美江教授と同研究室の学生が参加。オウル応用化学との学術交流協定及び学生交換の覚書締結に向けた話し合いが行われた。(令和7年6月6日)現在協定締結に向けて作業中。	【再掲：大阪府重複】 https://www.omu.ac.jp/expo2025/info/reports/entry-85111.html 主体：大阪公立大学

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

堺市			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・ 県・市等名	国名					
—	—	アメリカ 合衆国	—	パビリオンや 市内での連携 (米国)	<p>【パビリオンでの連携】 米国パビリオンの文化ステージにおいて三味線とエレクトリック・チェロとのコラボレーションステージを実施。</p> <p>【市内での連携】 パビリオン関係者が堺市内の周遊ツアー等に参加され交流を深化。</p>	堺市とアメリカ合衆国のサンフランシスコ湾東岸に位置するバークレー市が姉妹都市提携を結んでいることから、アメリカパビリオンと連携して実施したものの。	○米国パビリオンとの連携 https://www.city.sakai.lg.jp/sonota/banpaku/pavilion_renkei.html#cmsUSA
—	—	インド 共和国	—	パビリオンや 市内での連携 (インド)	<p>【パビリオンでの連携】 インドパビリオンにて堺の伝統産品である「注染手ぬぐい」を活用したヨガセッションを実施。</p> <p>【市内での連携】 ○次の時代の堺を担うこどもたちが、国際社会を身近に感じ、多様な価値観や広い視野を養うことで、「未来に向けた行動」につながる機会を創出することを目的として、小中学校において特別授業を実施。 ○堺市主催の「大阪・関西万博開催記念 古墳サミット」において、インドの世界遺産と石造墳墓の遺跡を紹介。また、インドパビリオンの展示物を展示。</p>	堺市とインドは古くからの交流があり、近年では在大阪・神戸インド総領事館主催により、インドの食べ物や物販、ダンス・音楽・ヨガのステージを楽しめるイベント「インドDAY in 堺」やインド古典音楽の公演等の連携事業を実施。	○インドパビリオンとの連携 https://www.city.sakai.lg.jp/sonota/banpaku/pavilion_renkei.html#cmsindia ○市内小中学校での特別授業 https://www.city.sakai.lg.jp/sonota/banpaku/77885820230622173840143.html ○古墳サミット https://www.city.sakai.lg.jp/kanoko/rekishi/sei/samazama_torikumori/07/r07kofunsummit.html
—	—	シンガ ポール共 和国	—	パビリオンや 市内での連携 (シンガポ ール)	<p>【パビリオンでの連携】 シンガポールパビリオンのドリームフォレストにおいて、シンガポールパビリオンと連携し、茶の湯文化と併せて発展した堺の和菓子を活用するイベントを実施。</p> <p>【市内での連携】 次の時代の堺を担うこどもたちが、国際社会を身近に感じ、多様な価値観や広い視野を養うことで、「未来に向けた行動」につながる機会を創出することを目的として、小学校において特別授業を実施。</p>	堺市に在大阪シンガポール共和国名誉総領事館が所在していることをきっかけに、万博を契機とした連携に関する意見交換を重ね、実施したものの。	○シンガポールパビリオンとの連携 https://www.city.sakai.lg.jp/sonota/banpaku/pavilion_renkei.html#cmssingapore

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

堺市			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・ 県・市等名	国名					
—	—	チェコ共和国	—	パビリオンや市内での連携(チェコ)	<p>【万博会場での連携】 ○大阪ヘルスケアパビリオンリボンステージで実施した堺市主催催事において、ボヘミアンガラスの茶器とチェコのお菓子を用了茶会を実施。 ○チェコパビリオン内のホールや屋上テラスにて、ボヘミアンガラスの茶器とチェコパビリオンにちなんだ和菓子を用いた「堺おもてなし茶会」を実施。</p> <p>【市内での連携】 ○フェニーチェ堺で「ブルノ国立劇場母 Mother」の公演を実施。 ○次の時代の堺を担うこともたちが、国際社会を身近に感じ、多様な価値観や広い視野を養うことで、「未来に向けた行動」につながる機会を創出することを目的として、小中学校において特別授業を実施。</p>	堺市では、現在のチェコ共和国で生まれた芸術家アルフォンソ・ミュシャの作品を約500点所蔵しており、ミュシャ作品を介した芸術文化の発信に取り組んでいる。 また、令和元年に在堺チェコ共和国名誉領事館が開所し、同国と日本のお互いの文化理解の促進を図り、「チェコフェスティバル in 関西」を通じて、友好関係を深めてきた。 万博を契機として、「万博国際交流プログラム」を活用して交流事業を実施。	○チェコパビリオンとの連携 https://www.city.sakai.lg.jp/sonota/banpaku/pavilion_renkei.html#cmsCzech ○市内小中学校での特別授業 https://www.city.sakai.lg.jp/sonota/banpaku/77885820230622173840143.html
—	—	フランス共和国	—	パビリオンや市内での連携(フランス)	<p>【パビリオンでの連携】 フランスパビリオンのイベントラウンジにおいて堺の伝統産業とコラボレーションしたミュシャ作品等を展示するイベントをフランスパビリオンで実施。</p> <p>【市内での連携】 パビリオン関係者が堺市内の周遊ツアー等に参加され交流を深化。</p>	フランスのパリで活躍した画家アルフォンソ・ミュシャ作品を多数所有する堺市として、ミュシャを切り口とした連携を打診し、今回のイベントを実施したものの。	○フランスパビリオンとの連携 https://www.city.sakai.lg.jp/sonota/banpaku/pavilion_renkei.html#cmsfrance
—	—	ポルトガル共和国	—	パビリオンや市内での連携(ポルトガル)	<p>【パビリオンでの連携】 ポルトガルパビリオンにて、両者の歴史的・文化的なつながりを紹介するパネルや鉄砲レプリカの展示等、堺のプロモーションを実施。</p> <p>【市内での連携】 ○堺市内において、ポルトガル出身のアーティストがポルトガルパビリオンで使用されたロープ等を再利用してアート作品を制作し、作品の一部を万博レガシーとして堺市内で展示。 ○パビリオン関係者が堺市内の周遊ツアー等に参加され交流を深化。</p>	中世の国際交易を通じた交流など、これまで歴史的なつながりがあり、昭和45年開催の日本万国博覧会でポルトガル館に出展されていた彫刻作品の謹呈を受け現在市内の公園に設置されている。 万博会期前からポルトガルパビリオンと連携した取組を調整し、鉄砲レプリカの展示等堺のプロモーションを実施したことで、交流を深化させ、実施に至ったものの。	○ポルトガルパビリオンとの連携 https://www.city.sakai.lg.jp/sonota/banpaku/pavilion_renkei.html#cmsPortugal https://www.city.sakai.lg.jp/kanko/bunka/art_kanrenjigyo/expo_legacy/collaborationportugal.html
—	—	インドネシア共和国、英国、カナダ、中華人民共和国、ドイツ連邦共和国、ベトナム社会主義共和国	—	市内小中学校での特別授業	次の時代の堺を担うこともたちが、国際社会を身近に感じ、多様な価値観や広い視野を養うことで、「未来に向けた行動」につながる機会を創出することを目的として、市内小中学校において特別授業を実施。	令和5年10月に開催された「G7大阪・堺貿易大臣会合」を契機とした特別授業を継続・発展させる取組として、G7参加国のほか堺市と関わりのある国の外国公館関係者を講師に招いて各国の文化等を学び、交流する特別授業を実施。	○市内小中学校での特別授業 https://www.city.sakai.lg.jp/sonota/banpaku/77885820230622173840143.html

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

堺市			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・ 県・市等 名	国名					
—	—	ヨルダン・ ハシエミッ ト王国	—	パビリオンや市 内での連携(ヨ ルダン)	<p>【万博会場内での連携】</p> <p>○ヨルダンパビリオンで、堺の伝統産業である堺五月鯉織を活用し、参加者にメッセージを書き入れてもらうことでオリジナル鯉織を制作するワークショップを実施。制作した鯉織はヨルダンパビリオンで掲揚。</p> <p>○大阪ヘルスケアパビリオン リボーンステージで実施した堺市主催催事において、鯉織アートファニチャーの共創パフォーマンスを実施。</p> <p>○ヨルダンパビリオンの砂漠空間を茶室に見立て、オリジナルの和菓子とともにお茶を楽しむ「乾坤(けんこん)茶会」を大阪公立大学茶道部の学生の協力で実施。</p> <p>○ヨルダンパビリオンでオリーブを活用したワークショップ等を実施。</p> <p>【市内での連携】</p> <p>○次の時代の堺を担うこどもたちが、国際社会を身近に感じ、多様な価値観や広い視野を養うことで、「未来に向けた行動」につながる機会を創出することを目的として、小学校において特別授業を実施。</p> <p>○パビリオン関係者が堺市内のイベントや周遊ツアーに参加し魅力を発信。</p> <p>○堺市主催の「大阪・関西万博開催記念 古墳サミット」において、ヨルダンの世界遺産や墳墓遺跡を紹介。また、寄贈いただいたワディ・ラムの砂を展示。古墳サミットでの展示後は、百舌鳥古墳群ビジターセンターにて展示中。</p>	<p>令和6年1月に外務省・関西広域連合主催で実施された駐日外交団による地方視察ツアーにおいて、堺市長主催の昼食会に駐日ヨルダン大使(当時)のリーナ・アンナーブ氏が参加されたことをきっかけとして、大使から大阪・関西万博での協力関係構築について依頼があった。万博会期中にヨルダンパビリオンとワークショップ等を複数回開催し、連携・交流を深めた。</p> <p>万博を契機として、「万博国際交流プログラム」を活用して交流事業を実施。</p>	<p>○ヨルダンパビリオンとの連携 https://www.city.sakai.lg.jp/shisei/sonota/banpaku/pavilion.renkei.html#cmsjordan</p> <p>○市内小中学校での特別授業 https://www.city.sakai.lg.jp/shisei/sonota/banpaku/77885820230622173840143.html</p> <p>○古墳サミット https://www.city.sakai.lg.jp/kanko/rekishisei/samazama_torikumi/r07/r07kofunsummit.html</p>

2. 海外交流促進に関わる取組

2)各府県市の取組

神戸市

締結先等			締結日 (予定日)	協定等名称	内容	締結理由・きっかけ等	備考 (参考URL)
団体名	州・省・県・市等名	国名					
—	リグーリア州	イタリア共和国	—	イタリアのリグーリア州政府の訪問団の受入	イタリア訪問団の受入れ、MTGの開催。(4月25日) Filseという組織が、Public Financial Instituteでインキュベーション、コワーキングスペースなどを運営。シードのスタートアップへの投資している。 Go Globalプログラムで、世界展開を目指すスタートアップを各国のスタートアップ支援組織等に繋いでいる。その一環として(万博も契機に)日本とのネットワーク構築を模索。	在日イタリア商工会議所より、万博を契機にリグーリア州政府が神戸のスタートアップ支援について学ぶこと、及び将来的なコラボレーションの可能性などについて、直接ミーティングしたいと打診があった。	
—	—	ラトビア共和国	—	Discover Latvia: A Gateway to Innovation and Growth	ラトビア投資開発庁が万博に来日される際に日本へのビジネス展開を検討しているスタートアップ9社も万博のために神戸を訪問し、アンカー神戸で神戸市も協力してピッチイベントを開催(5月12日)。その後ネットワーキングでつながった海外展開を検討している国内企業とのビジネスマッチングも行った。	LIAA(ラトビア投資開発庁)より、日本市場への興味を持ったSUが万博のための来日に合わせてラトビアのリガ市と姉妹都市でもある神戸に訪問団として訪れ、連携について打診があった。	https://petatix.com/event/4372116?lang=ja-jp
—	—	ポルトガル共和国	—	Portugal Startup Day	ポルトガル政府のスタートアップ支援機関「Startup Portugal」からの現地のスタートアップ環境やエコシステムについて紹介にあわせて、クリーンテック、エネルギー、ヘルステックなど多彩な分野で活躍するポルトガル発のスタートアップによるピッチセッションを開催。(6月20日)	ポルトガル政府のスタートアップ支援機関「Startup Portugal」より、日本市場への興味を持ったSUが万博のための来日に合わせて神戸に訪問団として訪れ、連携について打診があった。	https://petatix.com/event/4415793?lang=ja-jp
—	—	ルーマニア	—	ルーマニア商工会議所の訪問団の受け入れ	神戸のFDIやスタートアップの文脈でのルーマニアとの連携について意見交換を実施。(7月18日) 万博関連で来日した海外のスタートアップ支援機関や起業家が、神戸市のスタートアップ支援体制に関心を持ち、期間中に個別に支援機関等の代表者との関わりをもったが、今年度中の神戸市との連携が間に合わないため、次年度以降のイベント開催を検討することとなった。具体的には、定期的に日本で開催しているイベントがあるため、その後に神戸での視察や交流イベントの開催を検討。	ルーマニア商工会議所より、万博を契機に神戸のスタートアップ支援について学ぶこと、及び将来的なコラボレーションの可能性などについて、直接ミーティングしたいと打診があった。	
—	—	チェコ共和国	—	チェコトレード(チェコ共和国貿易振興庁)のKOBESマートシティ推進コンソーシアムへの加入	スマートシティ推進に取り組む産官学の多様な団体が参画するコンソーシアムに加入。神戸市の社会課題解決や地域経済の活性化を目的に、コンソーシアムの活動(勉強会等)への参画、会員間の共創活動(ビジネスマッチング等)の機会創出が見込まれる。	チェコ共和国貿易庁より、チェコパビリオンで開催されたイベント(ブルノ市のスマートシティに関連するセミナー及びネットワーキングイベント)への招待を受けたことを契機に、連携の可能性を模索。	https://smartkobeportal.com/web/smartcity/0000000206/

3. 取組成果検証(人流観測データ分析)

関西パビリオン 来館者滞在分析レポート(府県別)

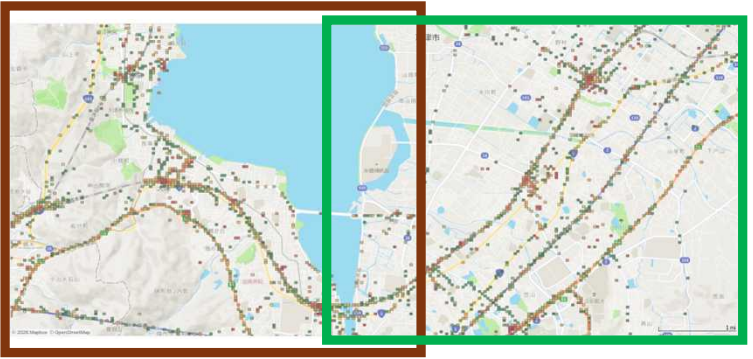
【前提条件】

- 2025年8月1日～8月31日の1か月間に、関西パビリオンに来館した者の12時間後(1時間毎の累積)における滞在地分布をヒートマップ上で可視化。
- 対象エリアは、各府県「県庁所在地近隣の主要駅周辺」。
- 時間帯の起算点は、「関西パビリオン(屋外広場含む)」エリアへの初回来館時間。
※起点となる「関西パビリオン」に5分以上滞在した場合に、訪問判定を行い、例えば、10:00に来館し、11:00に退館した場合、10:00を起点として訪問判定を行う。
- 「関西パビリオン」訪問者が、その後12時間の間に、滞在した地点を1時間毎に観測し(滞在時間は15分以上)、メッシュ分布としてヒートマップに表示。
- ヒートマップ上に表示するメッシュは50m単位。
- 滞在人口の多寡は、メッシュの色の濃淡(赤:多い、緑:少ない、黄色:中間)で表示。
※滞在人口のバー表示は、「1時間あたり平均滞在人口」の多寡を示す。
「1」の地点(最多地点)における、「1時間当たりの平均滞在人口」は1,114人である。
- 位置情報データは、スマートフォンアプリケーション(天気予報、ポイント活動等)からGPSの緯度経度情報を取得。
- データ提供:株式会社Agoop(前後滞在分析レポート(国内観光客))

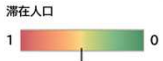
3. 取組成果検証(人流観測データ分析)

滋賀県

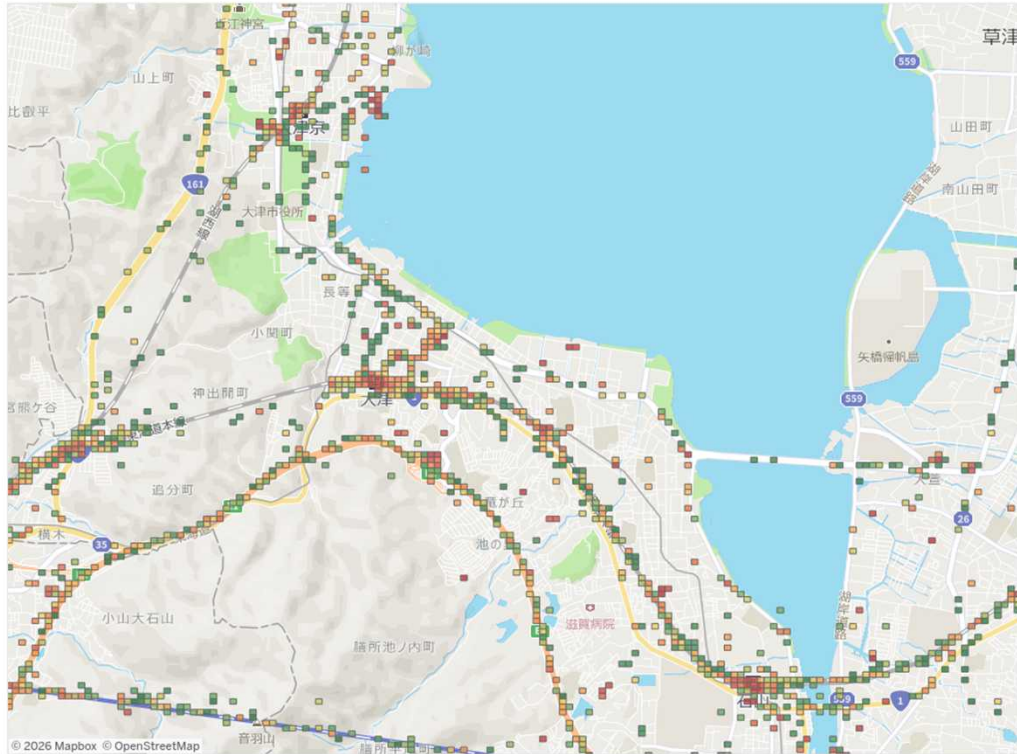
①



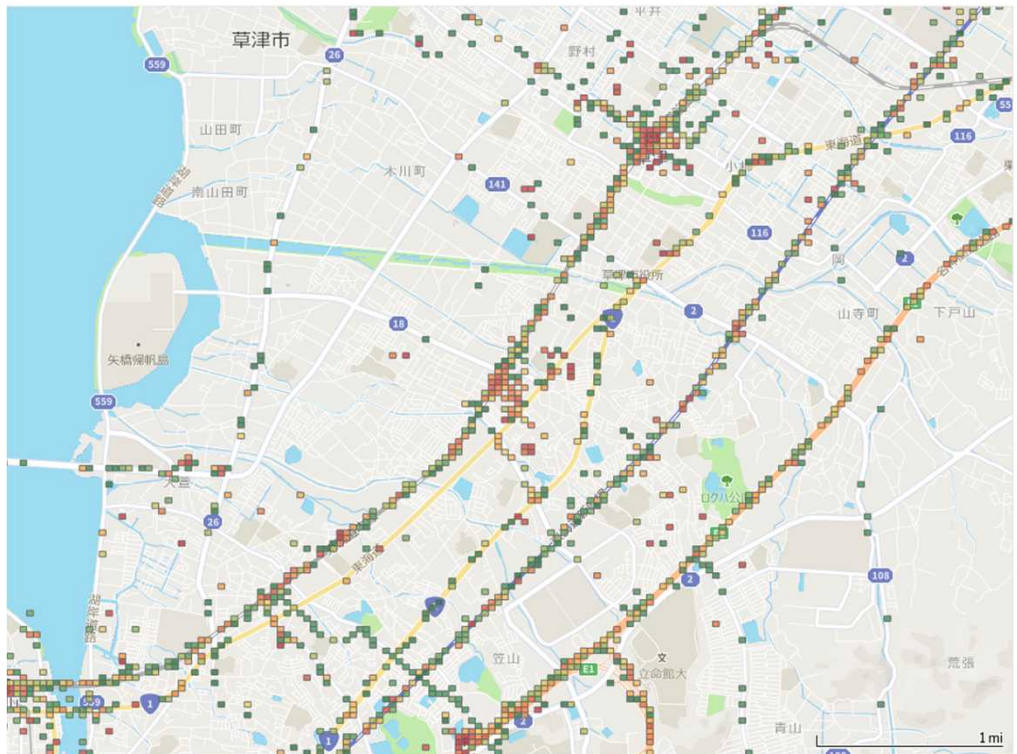
②



①



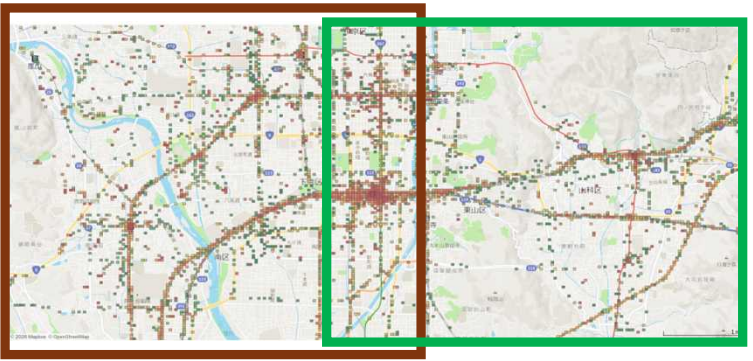
②



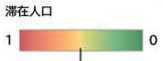
3. 取組成果検証(人流観測データ分析)

京都府

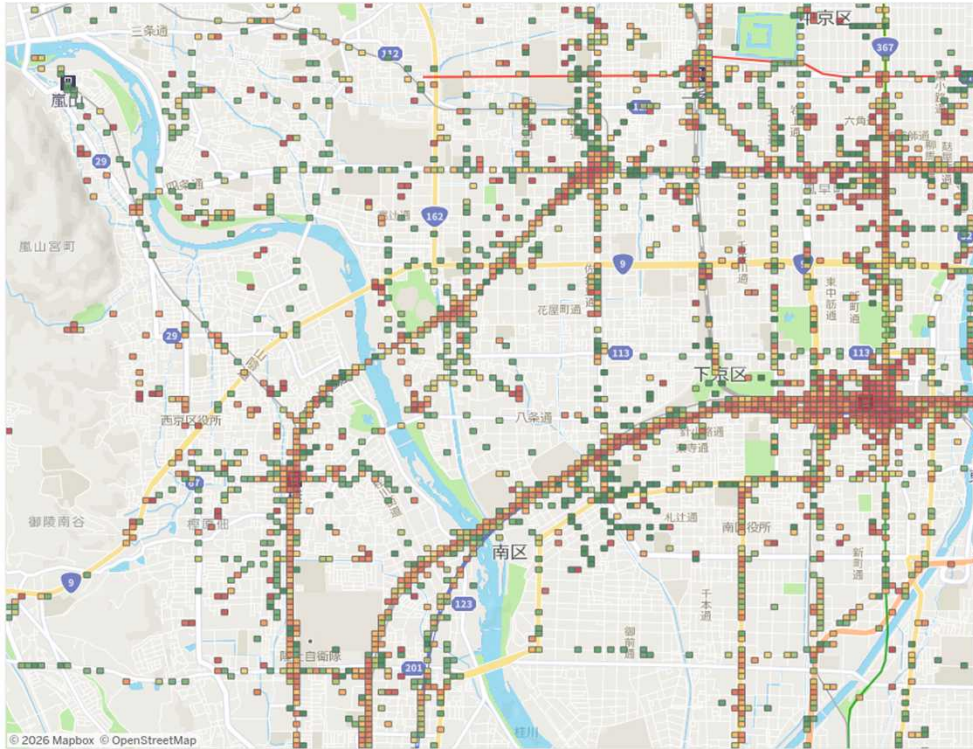
①



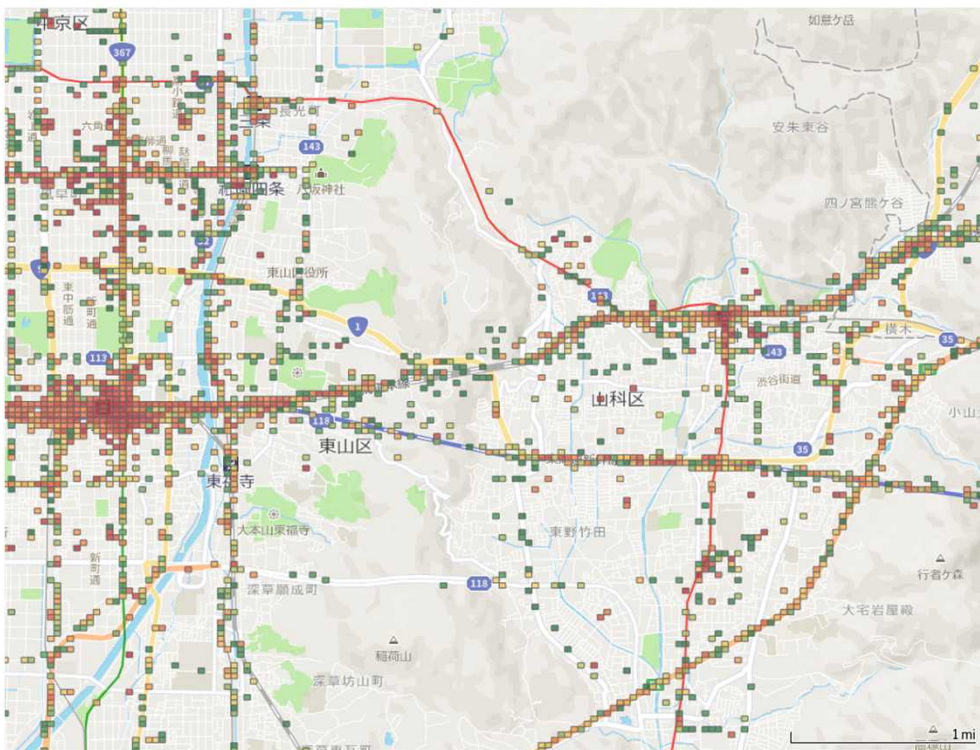
②



①



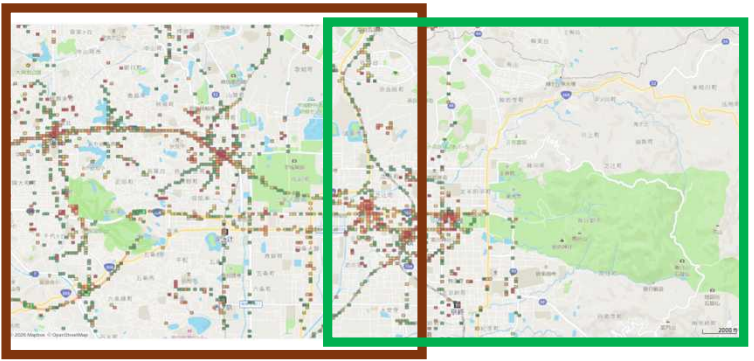
②



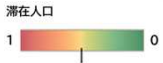
3. 取組成果検証(人流観測データ分析)

奈良県

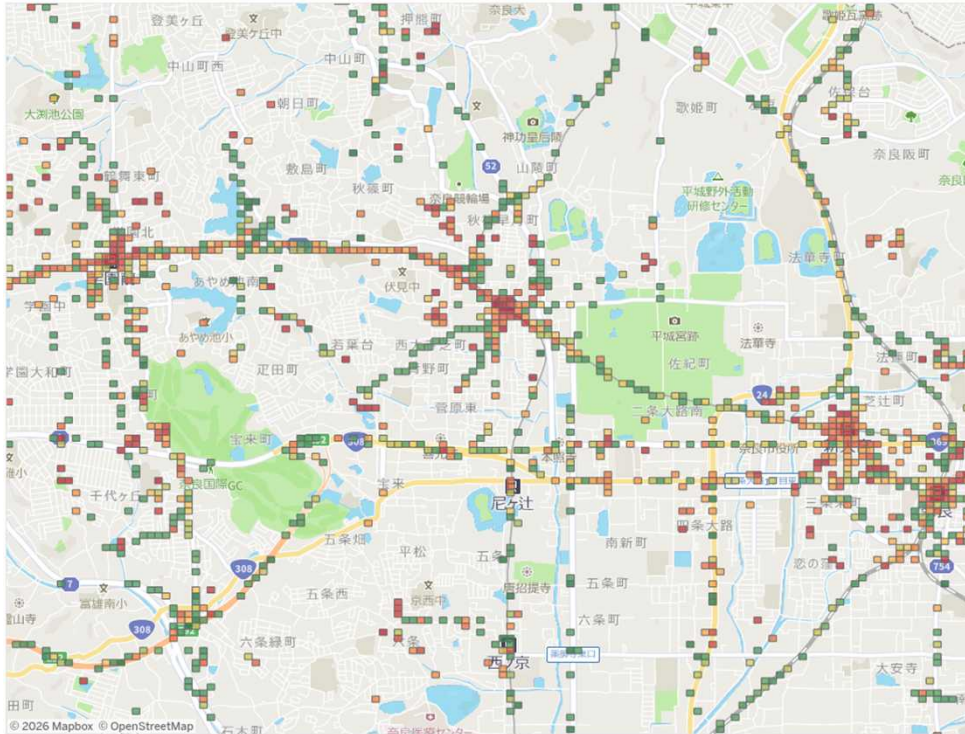
①



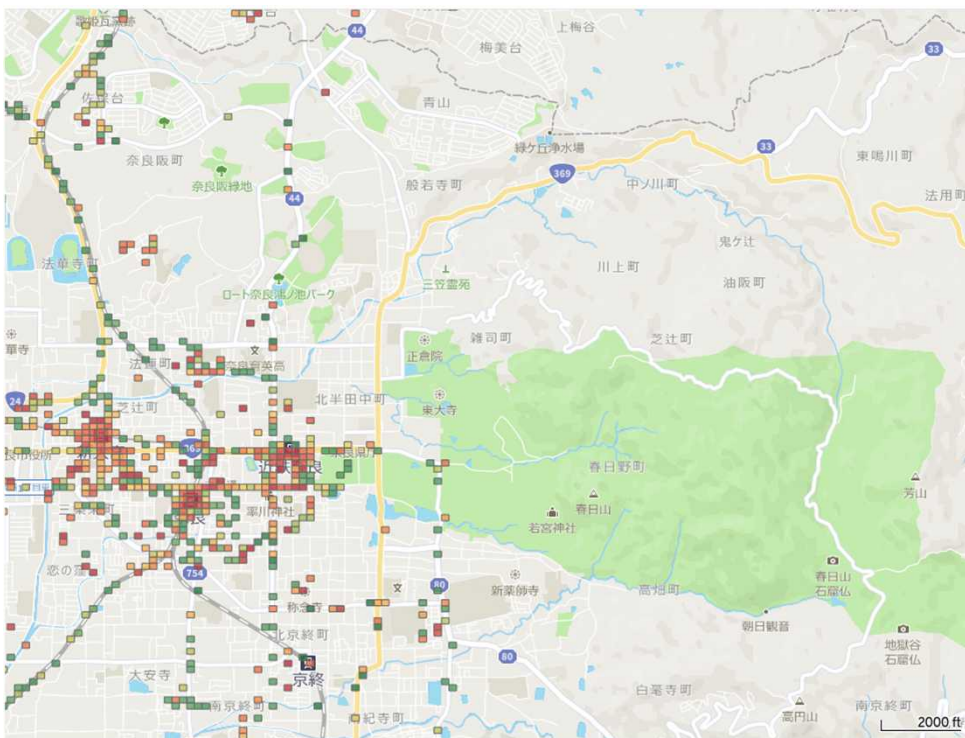
②



①



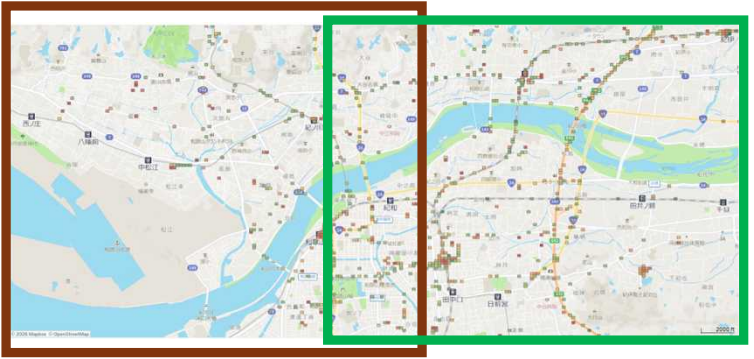
②



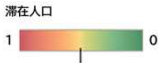
3. 取組成果検証(人流観測データ分析)

和歌山県

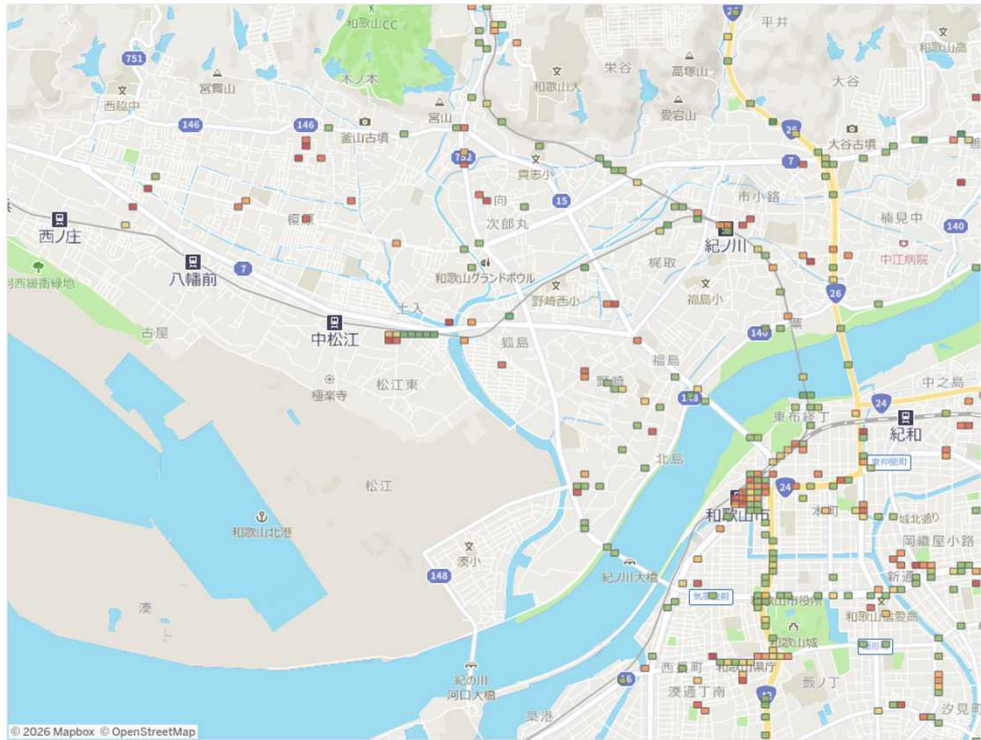
①



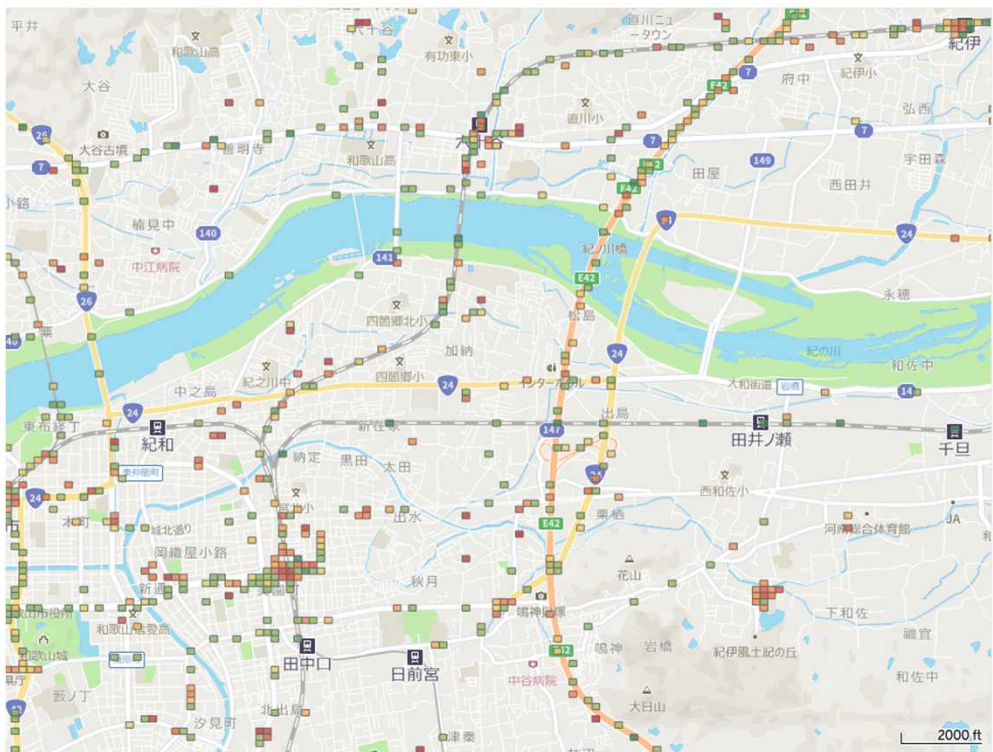
②



①



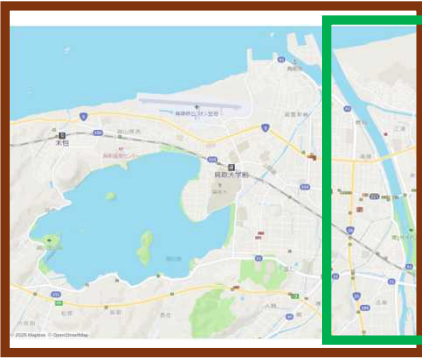
②



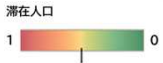
3. 取組成果検証(人流観測データ分析)

鳥取県

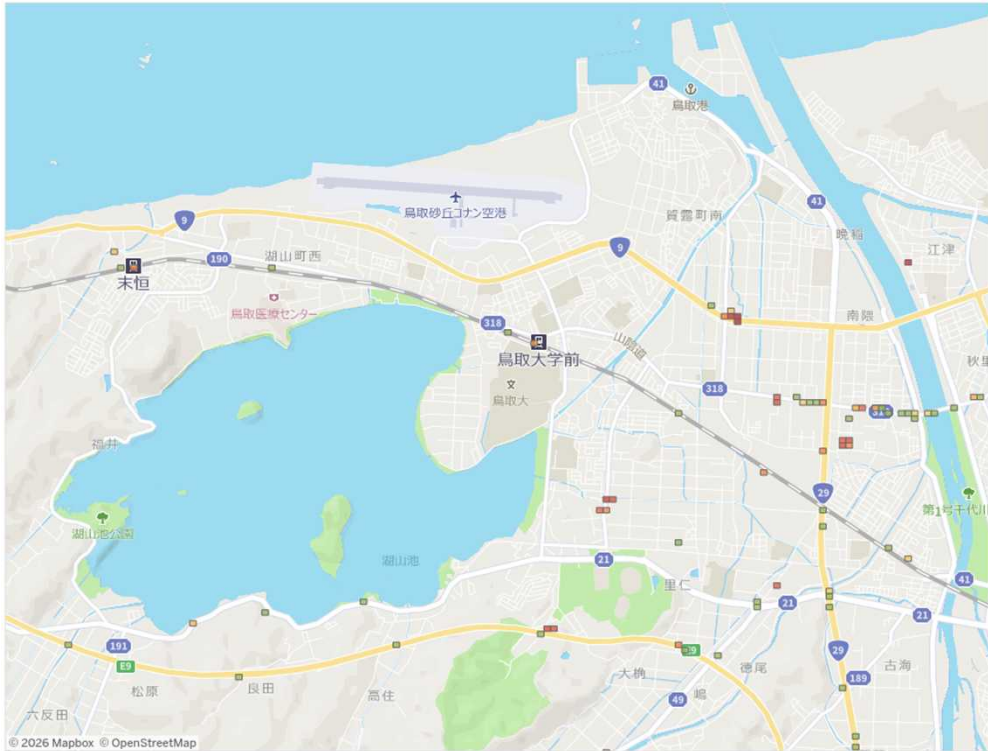
①



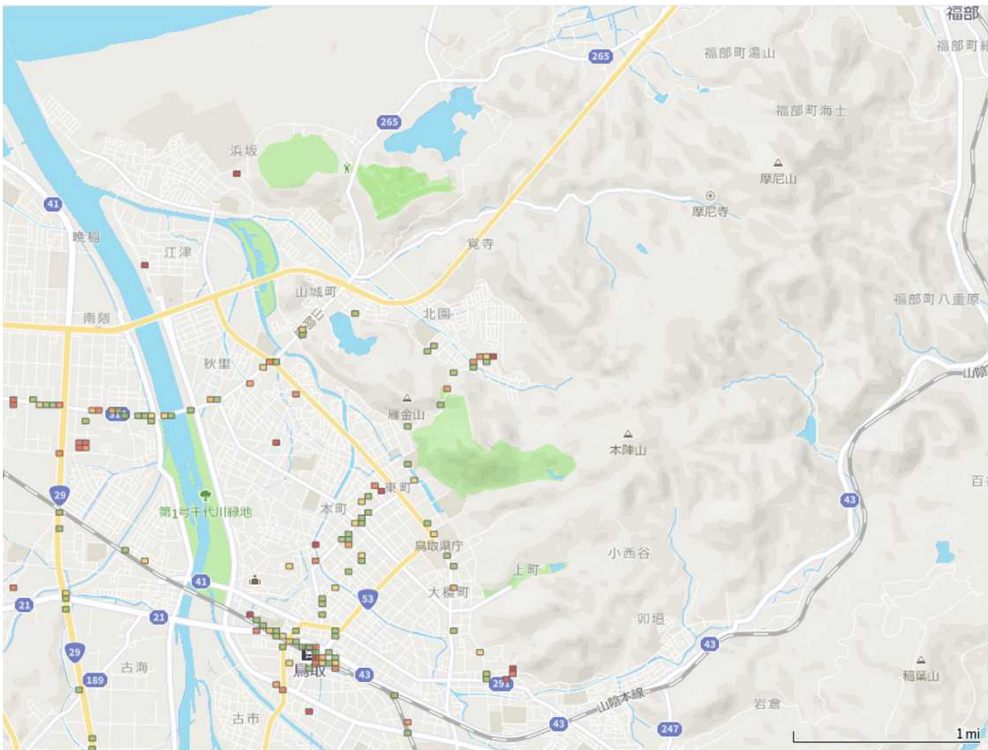
②



①



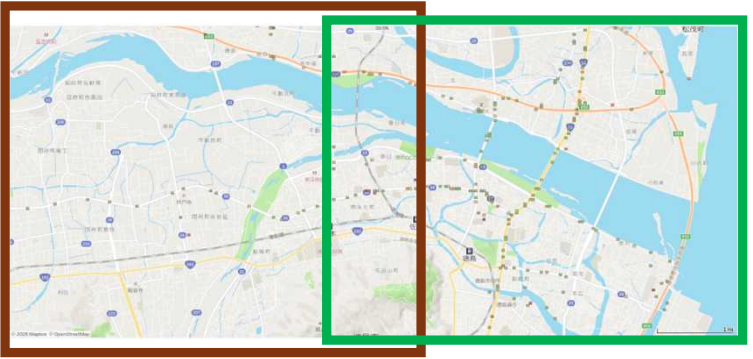
②



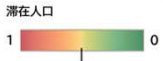
3. 取組成果検証(人流観測データ分析)

徳島県

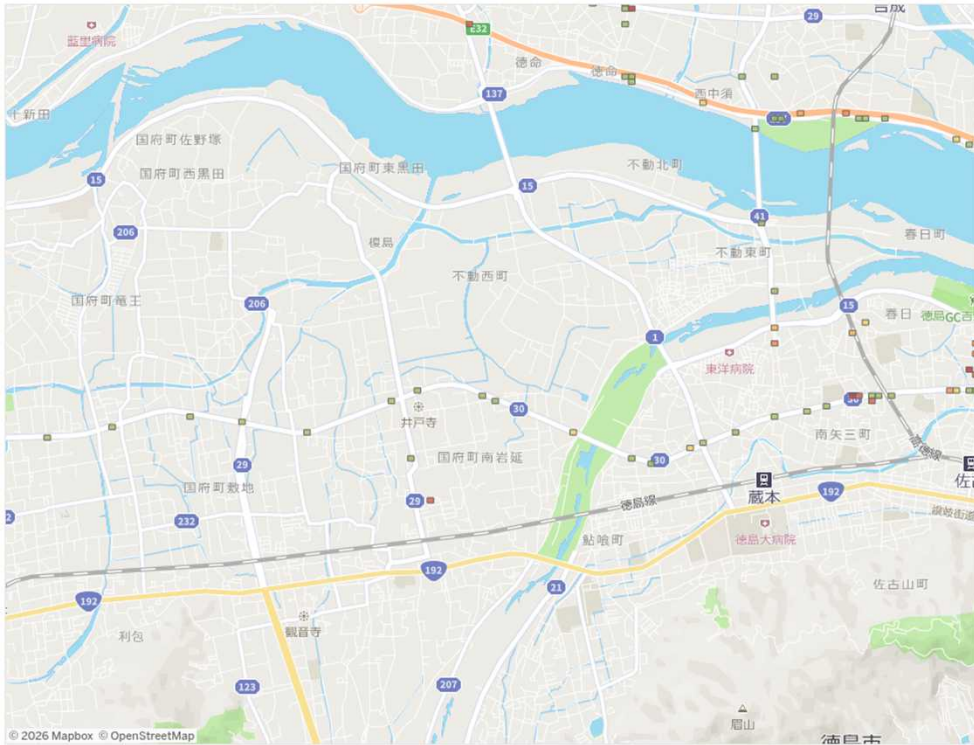
①



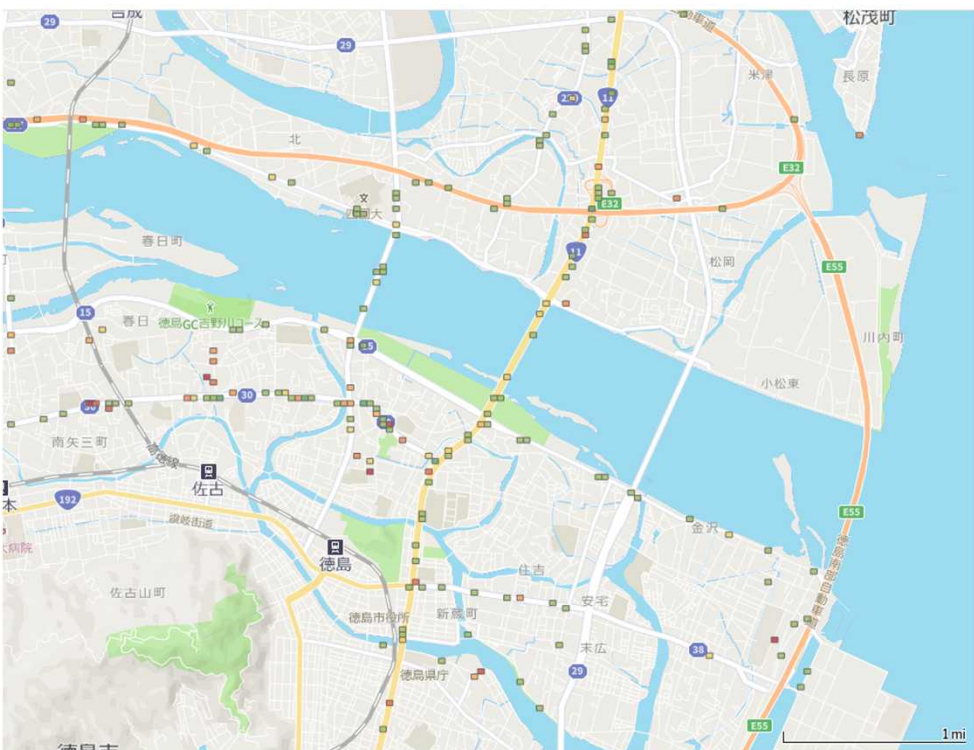
②



①



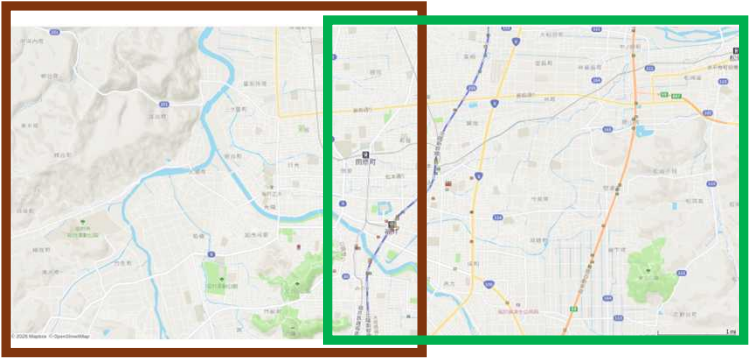
②



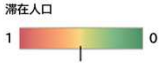
3. 取組成果検証(人流観測データ分析)

福井県

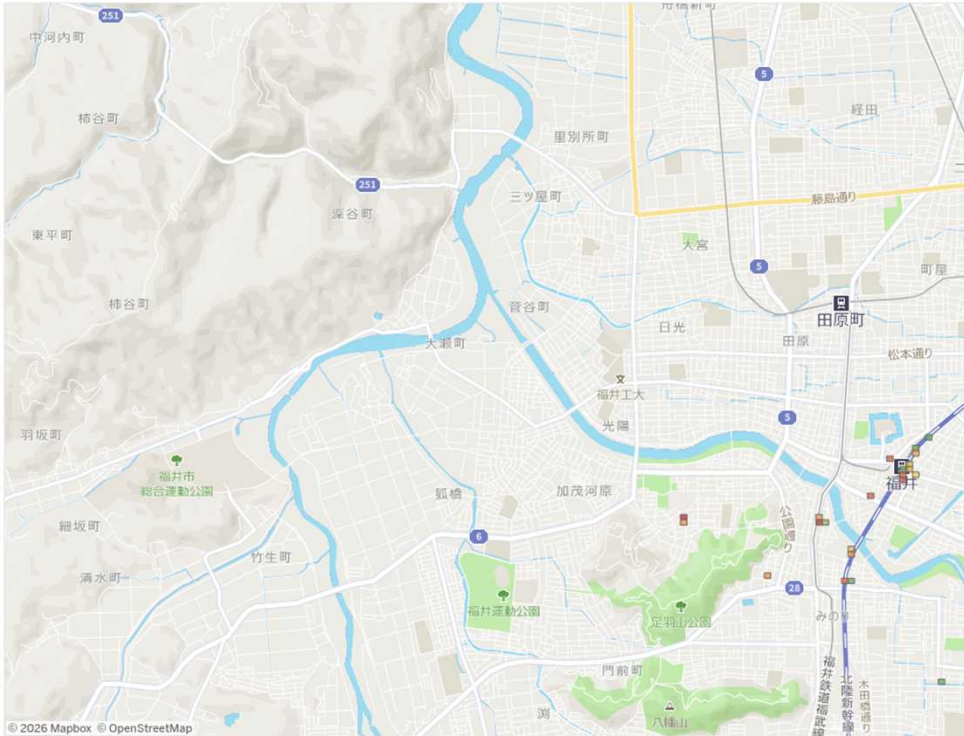
①



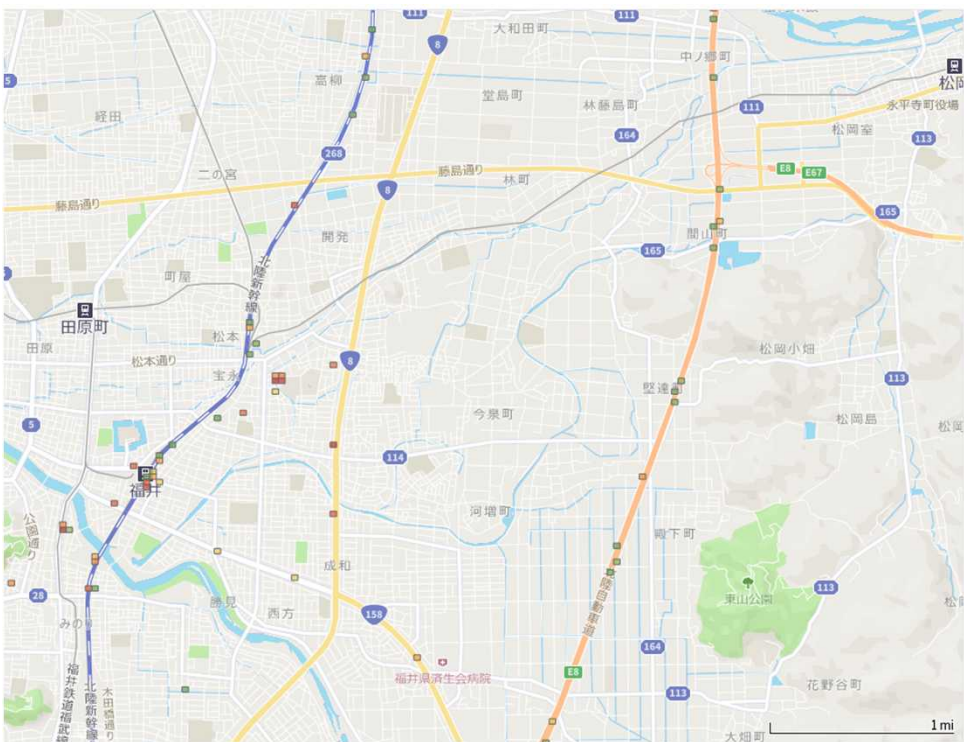
②



①



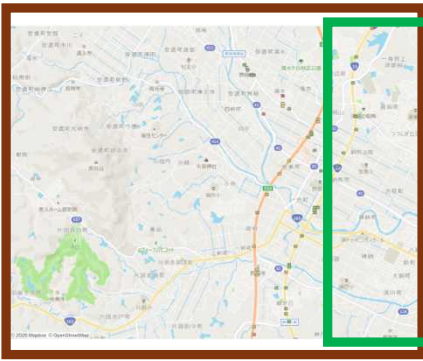
②



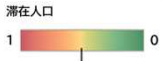
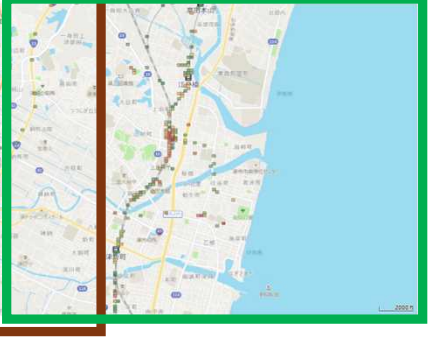
3. 取組成果検証(人流観測データ分析)

三重県

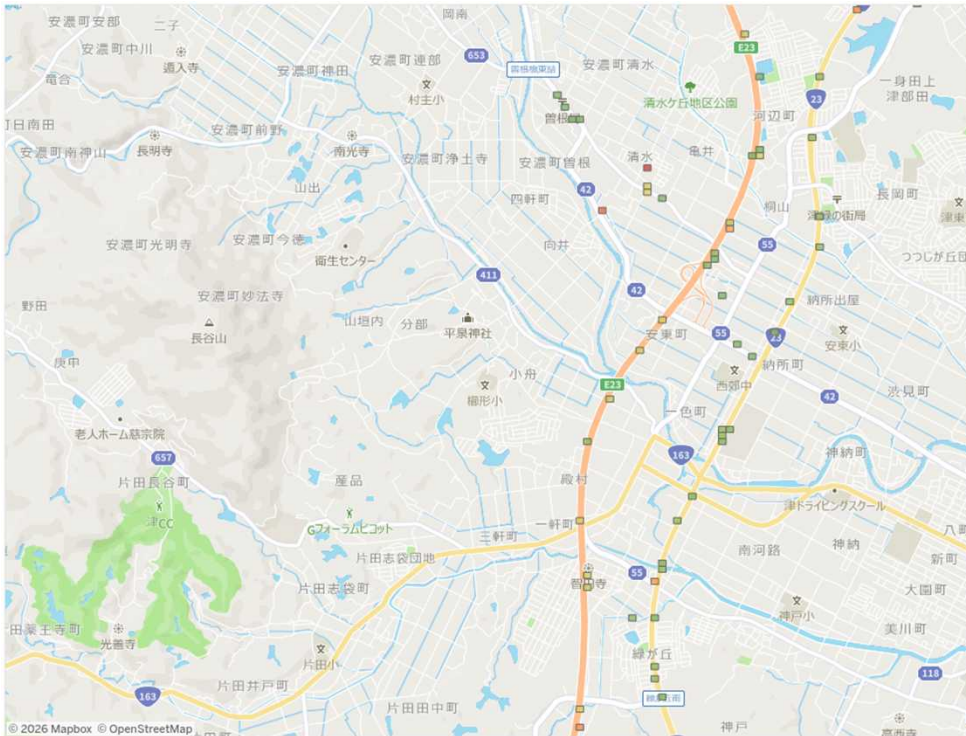
①



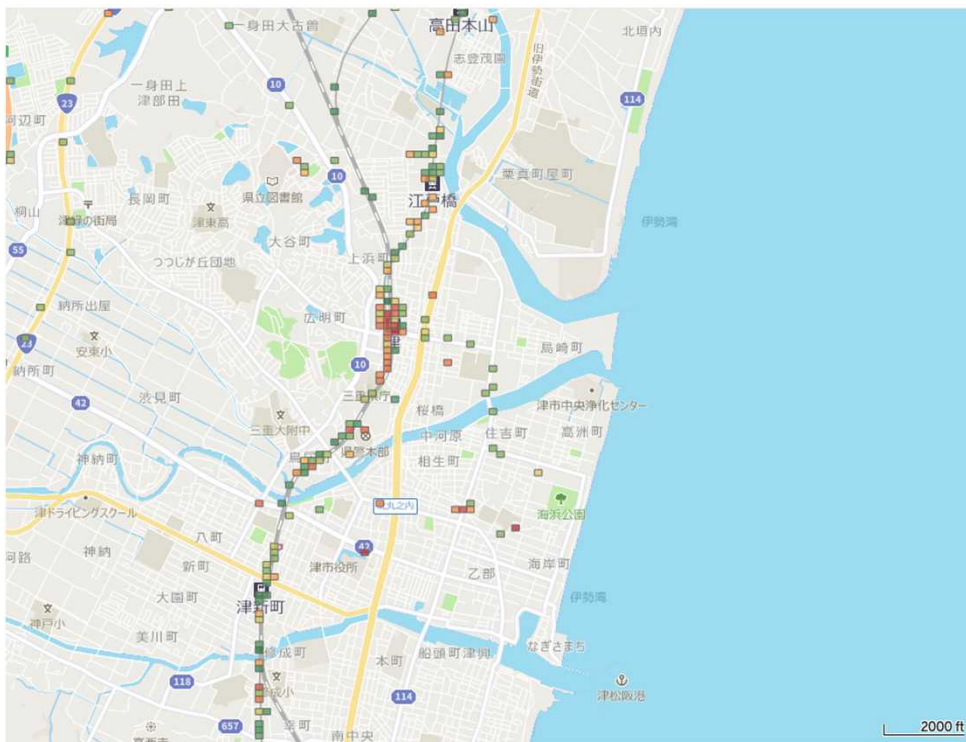
②



①



②



3. 取組成果検証(人流観測データ分析)

関西パビリオン 来館者滞在分析レポート(府県別)

【分析結果】

- 本分析では、2025年8月1日～8月31日の1か月間に、関西パビリオンに来館した者の位置情報データを利用し、来館後12時間の滞在地分布を各府県主要エリア別に表示させ、滞在状況を観察した。
- その結果、関西パビリオンに来館した者は、万博会場のある大阪を起点として、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県、和歌山県といった近隣府県はもちろん、濃淡はあれど、鳥取県、徳島県、福井県、三重県といった遠方府県にも広く滞在(周遊)していたことが確認できた。
- 滞在人口分布が、このように大阪を起点に関西各地へと広域に拡散している状況は、各府県の誘客・周遊促進の取組の効果ともいえるのではないか。

4. 取組成果まとめ

考察・提言

- 大阪・関西万博をきっかけに、関西広域連合の各府県市がそれぞれに独自の取組を展開し、世界の中での関西のプレゼンス向上に大きく寄与した。

- 特筆すべきは、まずは、海外とのつながり・交流の拡大、深化である。各府県市は、約半世紀ぶりに関西の地で開催された世界規模の国際イベントである、大阪・関西万博を千載一遇のチャンスと捉え、外交、ビジネス、文化・芸術・学術といった幅広い分野で、世界の様々な国・地域、機関等との間で交流促進を図った。

- 主な事例を取りまとめたところ、海外の多様な主体と様々な分野での交流・連携が進み、万博レガシーとして、姉妹都市提携やMOUの締結に至った事例や、今後更なる交流促進や連携協力が期待できる事例が141件あった。(各事例については、P118～「2. 海外交流促進に関わる取組」参照。)

- 次に、各府県市が、関西各地への誘客・周遊促進に向けて取り組んだ成果があげられる。各府県市は、万博を契機として、各地域の多彩な魅力を訴求し、誘客・周遊を促す様々な仕掛けを次々に展開した。

- こうした取組が功を奏し、国内外における関西の知名度・訴求力が高まり、関西広域観光の促進に大きく貢献したことは、人流観測データ(P145～「3. 取組成果検証(人流観測データ分析)」)などからも明らかとなった。

- これら、万博を契機に深化・拡大したつながりや交流、広域周遊の活性化といった成果を一過性のものとせず、万博レガシーとして継承し、今後の関西の更なる飛躍・発展に繋げていくため、関西一丸での取組が必要である。



【第5章】まとめ

大阪・関西万博
関西パビリオン出展効果等に係る調査研究報告書

全体まとめ(考察・提言)

調査研究のまとめ

- 本調査研究を通じて、大阪・関西万博へ出展した関西パビリオンの広域観光ゲートウェイ機能効果や、万博を機とした各府県市による様々な取組の成果について検証し、取りまとめを行った。
- 9府県が共同で出展した関西パビリオンでは、各府県がそれぞれに趣向を凝らした個性溢れる展示やイベント等を通じ、関西各地の多彩な魅力の発信・訴求に成功した。148万人を超える来館者は各々の視点で関西の魅力を体感し、関西パビリオンの訪問をきっかけに、多くの方が関西ファンとして、実際に現地に足を運んだことが、SNS上の投稿データ分析結果(P43～第3章「関西パビリオン出展効果実態調査2025—周遊観光ゲートウェイ機能のSNSデータ分析に基づく定量的評価—」参照)などから実証された。
- また、万博の好機を逸することなく、各府県市が精力的に推進した、海外との交流や誘客・周遊の促進に向けた取組は、多様な主体との「つながり」の創出・深化に繋がったほか、関西の知名度向上とともに、関西各地への広域観光推進の強力なエンジンとなった。
- 一般財団法人アジア太平洋研究所と一般財団法人関西観光本部が公表した検証結果では、関西2府8県における万博の経済波及効果は1兆6,439億円と試算され、関西広域連合の各府県市の弛まない取組が、少なからず、経済波及効果の底上げに寄与しているものと推察される。
- 万博を機に行った、こうした取組による「種まき」の成果を「開花」させるべく、万博レガシーを今後の関西の更なる飛躍・発展に繋げていく必要がある。折しも、2027年には、世界的スポーツイベント「ワールドマスターズゲームス」が関西一円で開催される。関西広域連合は、「ワールドマスターズゲームス2027」を絶好の機会と捉え、関西広域観光の更なる推進等により、国内外での関西のプレゼンスを一層高めていく取組が必要である。

