

大阪・関西万博の状況について

1 概況

(1) 来場者

- ・会期4月13日～10月13日（184日間）の総来場者数は、2,800万人を超える。
- ・参加国や国際機関のナショナルデー・スペシャルデーがほぼ毎日開催され、各国から多数の首脳や閣僚が来場。

(2) 運営

- ・博覧会協会や各パビリオン運営者は、来場者の安全性や満足度向上のために日々改善を重ね運営。例えば、暑熱対策では、暑さが本格化する前に、テントの設置やパラソル増設による日陰の拡大、ゲートでの日傘の貸出や無料給水スポットの増設など対策が強化される。
- ・遠地震による津波注意報の来場者への周知遅れ（7月30日）や、地下鉄運休により多数の帰宅困難者が発生（8月13日）するなどのトラブルが発生。博覧会協会は課題を整理し、改善策を公表。
- ・閉幕前は混雑が想定されるとし、博覧会協会は早めの来場日予約を呼びかけ。来場日時を指定しない形での入場チケット販売は8月17日に終了し、公式サイトでのチケット販売も9月30日に終了。

(3) その他

- ・閉幕に合わせ、政府、博覧会協会、参加国が共同して成果をまとめた「大阪・関西万博宣言」が出された。

2 滋賀県の取組

(1) 常設展示

関西パビリオン（関西広域連合）内「滋賀県ブース」

<関西パビリオン>

- ・関西パビリオンには約78万人が来館。多目的エリアを含めたパビリオンの総来場者数は、約148万人。
- ・当日予約が更に取りやすくなるよう、5月30日に当日予約枠の開放時間を公表。また、9月1日から当日予約枠の開放時間を5回から10回に拡充。

<滋賀県ブース>

- ・8月24日に目標である来場者30万人を達成。会期中約40万人にご覧いただく。
- ・観光コンシェルジュによる案内のほか、各種パンフレットを設置。シガリズムの観光パンフレットは1万部以上を配布。
- ・悠仁親王殿下、彬子女王殿下、ローマ市長、ミシガン州知事等にもご覧いただく。
- ・6月より、ブース来場者に彦根城とひこにゃんをデザインした「ウェルカムカード」を配布（デザインは3種類）。カード裏面に記載の二次元コードから、ブース内の映像に登場する場所等を紹介するウェブサイトへ誘導し、万博会場から滋賀県への誘いを強化。
- ・30万人達成を機にメインショーの全編をネット上でも公開。
- ・9月に展示演出のキネティック・ライト・ビジョンが「日本空間デザイン賞2025」の「エンターテインメント空間」部門で金賞を受賞。今後、各部門の金賞の中から「KUKAN OF THE YEAR 2025」が選出される予定。

(2) 会場内催事

ア 滋賀魅力体験ウィーク ～Discover Shiga, Go Lake Biwa～

期間、テーマ

前期 6月24日(火)～6月29日(日) テーマ「健康しが」

後期 8月27日(水)～9月1日(月) テーマ「MLGs」

場所 関西パビリオン多目的エリア（展示面積：127㎡）

- ・滋賀県ゆかりの様々な団体が、展示、ワークショップ、試食・試飲等の出展を通じ、国内外の皆様に、滋賀の魅力に触れていただく機会を提供。
- ・前期、後期を通じて約119,800人が来場（前期：約58,000人、後期：約61,800人）。
- ・物販売上げは前期、後期合わせて約320万円。
- ・本イベントに合わせて新製品などを出展された団体や県内外へのPRを強化された団体もあり、商品開発や地域資源の磨き上げに寄与。
- ・出展者からは、出展後に滋賀魅力体験ウィークの来場者が実際に来県された事例や、出展された商品に係る問合せがあるなどの反響の声を聞いている。



イベントの様子

イ 滋賀県デイ ～びわ湖サマークルーズ～

日時 7月24日(木) 第1部：11：00～13：45

第2部：16：00～19：00

場所 EXP0ホール（約1,900席）

概要 県内の団体や本県ゆかりの著名人によるステージを2部構成で実施。



比叡山延暦寺「不滅の法灯」と天台声明

- ・第1部、第2部ともに多くの方に来場いただき、会場前広場も含めた総来場者数は約12,750人（ホール内：3,900人、ホール外：8,850人）。
- ・天台声明の披露や不滅の法灯の特別奉安、西川貴教さんによるライブパフォーマンス等により本県の魅力発信や国スポ・障スポのPRを実施。
- ・オーストリア・ブルゲンラント州の音楽大学と石山高校音楽科による共同ステージを実施するとともに、同州の陶芸学校と信楽高校陶芸部が交流の一環として制作した作品を展示（同作品は8/27～9/1の滋賀魅力体験ウィークでも展示）。
- ・会場前広場には「BIWAKO」モニュメントや飛び出し坊や、信楽焼タヌキを設置し、会場前を通る来場者に対しても滋賀をPR。
- ・ホール内観覧者へのアンケートでは、約9割の方がイベントに「満足」と回答いただくなど、滋賀の魅力を多様な出演者のパフォーマンスを通じて発信することができた。

(3) その他

日時	行事名等	内容	場所
5月4、5、12日	滋賀の恵みフェア	滋賀県食材や地酒の魅力をPR	ORA外食パビリオン
6月25日～27日	観光ブース「KANSAI Tourist Information」	滋賀県観光パンフレットやノベルティの配布を行い、滋賀の観光地をPR	フェスティバルステーション
8月27日～29日			

7月21日 ～31日	オーストリアとの連携	オーストリアスイーツと近江の 茶のコラボメニューを提供	オーストリア パビリオン
7月30日 ～ 8月3日	いのち育む水のつながりWEEK (関西広域連合主催)	県内企業や団体が出展し、様々 な水のつながりについて発信	関西パビリオン 多目的エリア
8月6日 ～8日	湖南省との連携 (湖南ウィーク)	青少年交流や友好自治体交流、 また環境産業分野、観光分野で 両県省の事業者が交流	中国パビリオン等
9月3日 ～8日	Sports Future Lab ～スポーツ がつくる未来～ (スポーツ庁主催)	わたSHIGA輝く国スポ・障スポに ついてPR	EXPOメッセ
9月6日	ミシガン州との連携	長浜市と連携し、虎姫高校生10 名がミシガン州知事、同州ノバイ 市長らと交流	米国パビリオン
9月15日 ～17日	会場駐在メディア向けイベン ト	地酒の試飲、びわ湖魚グルメの 試食による滋賀県産品のPRや、 琵琶湖保全の取組等について発信	メディアセン ター
9月19日 ～21日 9月23日 ～25日	しが環境ビジネス推進ネット ワーク参画企業との連携	琵琶湖の生態系を表現した水循 環型水槽展示とともにMLGsを紹介 し、県内企業の優れた製品・技 術および琵琶湖保全の取組を発 信	フューチャー ライフビレッ ジ
9月26日	リオグランデドスール州との 連携	リオグランデドスール州との友 好の絆、両県州の魅力を発信	ブラジルパビ リオン
9月29日 ～ 10月5日	関西広域連合WEEK (関西広域連合主催)	「KANSAI IPPIN EXPO」において、 近江米「きらみずき」と近江の茶 をPR	ギャラリー EAST
通期	ナショナルデー・スペシャルデ ー	参加国のナショナルデーや、国 際機関のスペシャルデーに開催 される公式式典等に、知事・議長 等が出席(計15か国・機関)	ナショナルデ ーホール、迎賓 館等

3 子どもの参画

(1) 会場への子どもたちの招待

対象者約18万人のうち、約53,300人にチケットを配布。

ア 教育旅行での訪問

- ・ 60校（約15,530人）の児童・生徒が訪問。

	訪問校数（校）	訪問児童・生徒数（人）
小学校	10	約690
中学校	17	約2,830
高校	25	約11,820
特別支援学校	7	約180
各種学校	1	約10
合計	60	約15,530

イ 個人・家庭での訪問

- ・ 約37,520人にチケットを配布。
- ・ 訪問した子どもたちの感想等も活用し、広報を実施。
- ・ 家庭での訪問が難しい子どもたちにも万博を訪問してもらえるよう、子ども会や放課後児童クラブなどの団体にも制度の活用を呼びかけ、9団体（130名）が訪問。

ウ 県企画ツアー

- ・ 家庭で行くことが困難な児童養護施設等に暮らす子どもたちに対し、入場チケットの提供に併せ、パビリオンの団体予約なども含むツアーを実施。6施設の122名の子どもたちに万博を体験する機会を提供。

(2) 動画の作成

- ・ 関西パビリオン滋賀県ブースを紹介する子ども向けの動画を作成。ホームページでの発信とともに、県が作成したWEB記事等の情報と併せて学校に案内。
- ・ 万博を訪問できなかった子どもたちにも万博を体験いただけるよう会場のパビリオンや先端技術を紹介する動画を作成しており、年内に学校に案内予定。

4 万博に関連する取組

(1) 情報発信

- ・ 開幕前、開幕直後、滋賀魅力体験ウィークや滋賀県デイの開催にあわせて広報誌・テレビ・ラジオ・WEBなど様々な媒体で発信。
- ・ 県内で開催されるイベントにブース出展し、滋賀県の万博関連情報を発信。
- ・ 万博会場までの動線上となるJR主要駅や大阪メトロにおいて車内広告や駅広告を展開し、万博会場内でのイベントの告知や滋賀県へのアクセス情報等を発信。

(2) 観光誘客

ア 滋賀県観光キャンペーン

- ・ 滋賀ふるさと観光大使の西川貴教氏をアンバサダーに起用した滋賀県観光キャンペーン「いこうぜ♪滋賀・びわ湖」を万博閉幕の10月まで実施。全国各地でのPRに取り組む。

イ インバウンド誘客

- ・ 駐日外国公館の職員や、万博の海外パビリオンで働く方を対象とした、県の魅力を体験いただく滋賀県観光地の視察ツアーを開催し、13か国24名が参加。

ウ 「万博から滋賀へGO!!」キャンペーン

- ・琵琶湖汽船株式会社に協力いただき、びわ湖クルーズを割引価格で体験いただける企画を実施中。関西パビリオン滋賀県ブースで配布しているウェルカムカードまたは万博のスタッフ証の提示で割引を適用し、万博会場で滋賀に関心を持たれた方の滋賀へのいざないを強化。

エ 公式スタンプによる誘客

- ・万博の公式スタンプを関西パビリオンに加えて、サテライト会場として琵琶湖博物館に設置。スタンプラリーを活用して誘客を促進。

(3) 産業振興

ア ビジネス交流の促進

- ・海外企業等向けビジネス視察相談窓口「Tech Tour SHIGA」を通じて、万博を機に来日される海外企業等による県内企業視察を調整し、ビジネス交流の機会を創出。
- ・セネガル、ガイアナ、ベトナム、マレーシア等の政府・企業関係者が県内企業を視察（計11件）。

イ 県産品の発信

- ・海外へも販売可能なECサイトを活用し、滋賀県の魅力ある産品をPRすることで、県内事業者の販路開拓を支援。
- ・滋賀魅力体験ウィークにも計4日間出展し、ECサイトで販売している全28品を実物展示。万博来場者に滋賀県の魅力をより体感してもらうため、あわせて一部商品の試飲試食を提供。

ウ オープンファクトリー

- ・万博開催により、ものづくりへの関心が高まる好機を活かして、県内企業が普段見せることのない製造現場を公開する取組（オープンファクトリー）を後押しすることで、地域産業の認知度向上を通じて将来的な人材確保につなげる。
- ・小学生～大学生を対象としたオープンファクトリーを、8月から9月にかけて県内8事業所で実施し、149名が参加。

(4) 職員研修

ア 幹部研修

- ・今年度は幹部向け集合研修を実施するかわりに職員が自主的に学ぶ機会として、万博への参加を推奨。万博での新たな発見や気づきを県施策に活かせるよう、参加と併せて関係職員への伝達をよびかけ、レポートを庁内で共有している。

イ 一般職員向け研修

- ・滋賀魅力体験ウィークや滋賀県デいのスタッフとして万博に関わる研修を実施し、30名が参加。来場者に対し本県の魅力を発信するとともに、多様な主体との関わりや会場でのイベント運営、視察を通じて業務遂行に必要な知識や技能の向上を図った。

5 今後の予定

- ・今後、ただちに会場の撤去作業が開始され、各パビリオンの敷地は更地となり、令和8年4月13日までに博覧会協会に返還される予定。博覧会協会はすべての施設を撤去後、整地作業等を

行い、敷地を令和10年2月までに大阪市に返還予定。

- ・大屋根リングは一部を残し、大阪市により公園として管理される方向で調整中。
- ・会場で使用された施設や備品など、県内での活用が可能なものの移設を調整中。
- ・アンケート調査等により、滋賀への誘客効果や出展者への影響、万博を契機に始まった交流など、大阪・関西万博の成果について分析・整理を行う。