

大阪・関西万博の閉幕後の状況とレガシーについて

1 閉幕後の状況について

(1) 撤収の状況とスケジュール

- ・会場では10月13日の万博閉幕直後から、場内の建物の撤去作業が進められている。

令和7年11月末	関西パビリオンの各府県ブースの内装撤去が完了
令和8年2月末	関西パビリオンの建物の撤去が完了
令和8年4月13日まで	各パビリオンが敷地を更地にし、博覧会協会に返還予定
令和10年2月まで	博覧会協会が施設の撤去、整地を行い、敷地を大阪市に返還予定
- ・大屋根リングは約200mを残置して展望台として整備し、周辺は大阪府・市が中心となり、公園や記念館を整備予定。
- ・万博の運営費は、最大370億円の黒字となる見込み。黒字分(運営余剰金)の活用方法は、国の「成果検証委員会」で議論されており、会場跡地の公園・記念館の整備や、万博で生み出された新たな技術・システムの社会実装のための取組など、レガシーを関西に根付かせるため活用される見込み。

(2) アフター万博と県内への誘客

- 県では、閉幕以降も万博関係のコンテンツを活用し、「アフター万博」を求める層への滋賀県内への誘客に取り組んでいる。
- ・滋賀県ブースの様子を収録した映像を、県立美術館・琵琶湖博物館で上映。
 - ・万博公式のサテライト会場スタンプを、閉幕後も琵琶湖博物館に継続して設置。また関西パビリオンの滋賀県スタンプを、閉幕後に県立美術館に移設。
 - ・関西パビリオンに設置していた9府県分のスタンプのレプリカを、障スポ大会の期間中に平和堂HAT0スタジアムに設置。事前申請だけで約400名からの参加申込を受付。
 - ・閉幕時にオーストリアパビリオンから提供を受けた公式スタンプやパビリオン装飾等を、陶芸の森やびわ湖ホール等で活用。
 - ・琵琶湖汽船株式会社の協力で、滋賀県ブース等への来場者がびわ湖クルーズを割引価格で体験できる「万博から滋賀へGO!!」キャンペーンを11月末まで実施し、3か月で173名が利用。
 - ・株式会社関西みらい銀行が主催する「アフター万博 みらい創造展 ～未来を創る企業の挑戦～」に出展し、滋賀県ブースの動画等を活用して県内の観光情報を発信(3月8日~13日、グランフロント大阪)

(3) 経済波及効果

- ・万博会期中に県内観光地等10か所で実施したアンケート調査等から、万博を契機とした滋賀への来訪者を約345万人と推計。また、その調査結果および令和6年度滋賀県観光統計調査と県の経済波及効果分析ツールを活用し、約345万人の来訪による経済波及効果を254億8,000万円と推計。
- ・一般財団法人アジア太平洋研究所により、万博来場者の消費活動による経済波及効果の推計が行われており、うち滋賀県への効果は171億円と試算されている。(令和7年12月)

2 レガシーについて

(1) 万博関係物品の活用

閉幕後も万博の理念を伝え記憶を継承するとともに、観光誘客や廃棄物の削減などにも寄与できるよう、博覧会協会が万博関係資材のリユースに向け運営しているマッチングサイト「万博サーキュラーマーケット ミヤク市！」や、その他のリユース・備品譲渡等の情報を庁内や市町、県内団体等に随時案内し、万博関係物品の県内への移設を促進。

<移設済>

物品名	会場内での設置場所	県内への移設先
木製ベンチ	関西パビリオン滋賀県ブース	しがモック
タブレットスタンド	関西パビリオン滋賀県ブース	野洲市役所、野洲市立図書館
陶芸作品 (オーストリア・ブルゲンラント州の陶芸学校と信楽高校陶芸部との共同制作)	滋賀魅力体験ウィークや滋賀県デイで展示	陶芸の森
大型のごみ箱 (プラスチック製空き容器を原料として作成されたもの)	大屋根リング下	伊香高校(1個) 高島高校(15個) 高島環境事務所(1個) 希望が丘文化公園(3個)
信楽焼陶製いす「トン」 (陶芸の森と信楽高校が制作)	いのちの遊び場 クラゲ館 (中島さち子プロデューサー)	信楽伝統産業会館
樹木	会場内	彦根市立平田こども園

<今後移設予定>

物品名	会場内で設置場所	県内への移設先
大屋根リング木材 (R8夏頃)	大屋根リング	近江富士花緑公園 ※ベンチに加工して再利用
大型ディスプレイシステム、プロジェクター等 (R8.11月頃)	・Dialogue Theater -いのちのあかし- (河瀬直美プロデューサー) ・未来の都市パビリオン等	東北部工業技術センター 新庁舎

(※他にも調整中の案件あり)



木製ベンチ(しがモック)



大型ごみ箱(左:伊香高校、右:希望が丘文化公園)

(2) つながり・交流の拡大、深化

- ・約40万人の来場があった滋賀県ブースや、滋賀魅力体験ウィーク・滋賀県デイなど、会場での様々な取組は連日盛況で、多くの方が滋賀の魅力に触れたことで本県の認知度向上に寄与。万博での経験や対外的な評価を、今後の広域観光やデスティネーションキャンペーン等に活用。
- ・万博を契機に開設した視察相談窓口「Tech Tour SHIGA」により9か国の政府機関や企業関係者の視察を受入れ。今後も「Tech Tour SHIGA」の運営を継続するとともに、つながりを活かしたビジネス機会の創出など、海外展開支援を強化。
- ・海外パビリオンでのイベント実施や滋賀県デイ等での高校生コラボなど、万博の機会に生まれ、また深化した国際交流を軸に、今後の国際交流を推進。

(3) 新たな取組や価値観の普及

- ・万博および国スポ・障スポを対象として導入した「滋賀・体験の日」のレガシーを継承し、令和8年度からは県立学校の児童生徒の学校外での体験・探究活動を後押しする「しが体験・探究の日」として実施。
- ・子ども向け体験プログラムを実施している美術館等の連携組織として、滋賀魅力体験ウィークにも出展した「滋賀キッズミュージアムネットワーク」が、次年度以降も子どもたちが文化芸術に触れる機会の創出に取り組む。
- ・その他、万博会場でのマイボトルの持ち歩き、アナログとデジタルとの使い分け、リアルな交流や体験の価値の再認識など、万博での経験が人々の暮らしや認識に影響を与えた。

(4) 未来への展望

- ・万博を訪問した子どもたちのアンケートでは、約6割が「世界の国に興味を持った」、約4割が「未来の地球や社会がどうなっているかに興味を持った」と回答するなど、万博から大きな刺激を受けてくれており、子どもたちが万博で育んだ夢や探究心が、未来を切り拓く原動力となるものと考えている。
- ・滋賀県ブース等を通じ、県民にとってもまた郷土の魅力を再認識する機会となり、郷土への関心や愛着を高める契機となった。