



大阪・関西万博の成功に向けた 機運醸成アクションプラン(ver2.0)

2023年4月
大阪府・大阪市 万博推進局

1. 改訂にあたって
 2. 現状と課題
 3. 2023年度の取組み内容(万博の機運醸成の取組み)
 4. 機運醸成にあたっての目標
 5. 今後の機運醸成に向けたスケジュール
 6. 2023年度の実施スケジュールイメージ
- 《参考》 機運醸成アクションプラン(ver1.0)に基づく2022年度の
取組み

1. 改訂にあたって

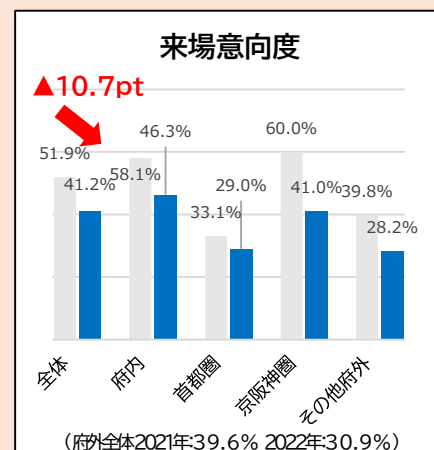
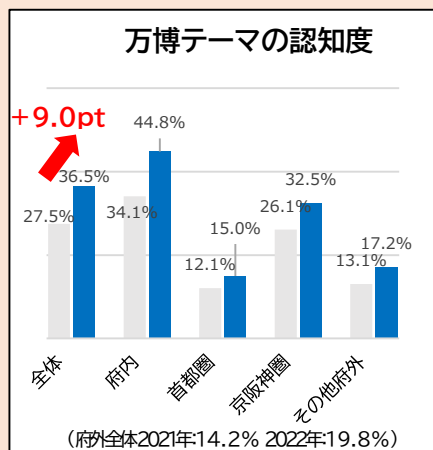
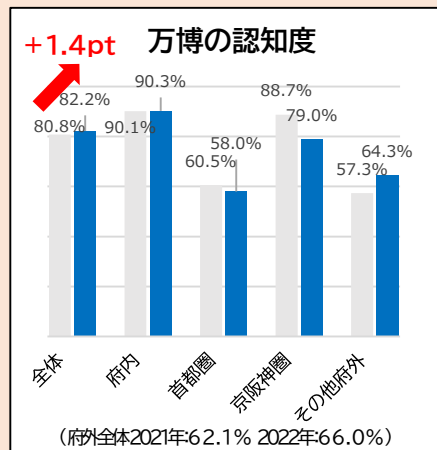
- 大阪・関西万博の開幕まで2年を切った。起工式が開催され、パビリオンの建設工事も始まるなど、目に見える形で万博に向けた準備が進んでいくこととなる。大阪府市としても、会場周辺のインフラ整備や交通アクセスの向上、大阪ヘルスケアパビリオンの建築、機運醸成など、様々な取組みを進めている。
- 機運醸成については、この間、「大阪・関西万博の成功に向けた機運醸成アクションプラン(ver1.0)」に基づき取組みを進めてきたところ、万博の認知度は着実に増加。今後は、「万博に行ってみたい」という来場意向度をいかに高めていくかという観点も含め、さらなる取組みが必要。
- 2023年度は、開幕500日前(11月)、前売入場券の販売開始(年内予定)といった重要な節目があることから、機運醸成の取組みをさらに加速していくため、これらの節目の前後をPR重点期①と位置付け、博覧会協会ははじめ関係機関(都道府県、市町村、経済界等)との連携のもと、官民一体となって全国・海外も含めた情報発信を強化していく。
- そこで、本プランを改訂し、目標を設定するとともに課題に対応する具体的な取組みを取りまとめる。2025年万博開催までを見据えて、万博機運をさらに盛り上げる取組みを進めていく。

2. 現状と課題 1/2

現状

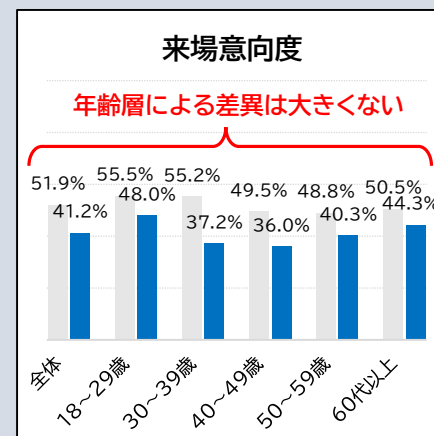
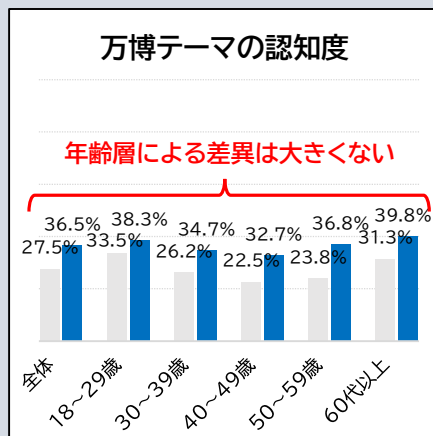
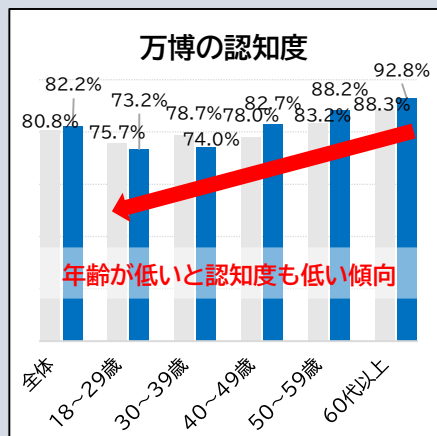
【地域別】

※凡例 2021年度調査 2022年度調査



※「府外1000人」=「京阪神圏200人」+「首都圏200人」+「その他府外600人」、「その他府外」は、中京圏・その他西日本・その他東日本が含まれる。

【年齢別(全体)】



結果概要

<全体の傾向>

- ・ 万博の認知度(R3:80.8%→R4:82.2%)、テーマ認知度(R3:27.5%→R4:36.5%) は一年間で着実に増加
- ・ 来場意向度(R3:51.9%→R4:41.2%)は前回調査より減少

<府内>

- ・ 全国に比べいずれの項目も数値が高く、万博の認知度は9割を超えるが、万博テーマの認知度や来場意向度は5割を下回る

<府外>

- ・ 府内に比べ、認知度をはじめ、全ての項目の数値が低い。首都圏は京阪神より数値が低い

<年齢別>

- ・ 万博の認知度は、若年層が他の年代に比べ低い
- ・ 一方、テーマ認知度や来場意向度は、万博の認知度に比べ、年齢層による差異は大きくない

課題

アンケート結果や2022年度の取組みから、以下の課題が顕在化

- 府外、とりわけ首都圏では認知度などが依然低い
- 府内でも、来場意向度は低下
- 年齢が低くなるほど万博の認知度が低い傾向
- 海外に向けた万博PRの必要性についての指摘 など

3. 2023年度の取組み内容(万博の機運醸成の取組み) 1/5

2023年度の方針

官民一体となって府内外に向けてさらなる広報やプロモーション活動を展開するとともに、開幕500日前(11月30日)、前売券販売開始(年内)などの節目のタイミングをとらえて、人々の記憶に残るインパクトのあるイベントの開催など、以下の柱を中心としたPR活動を本格展開していく。

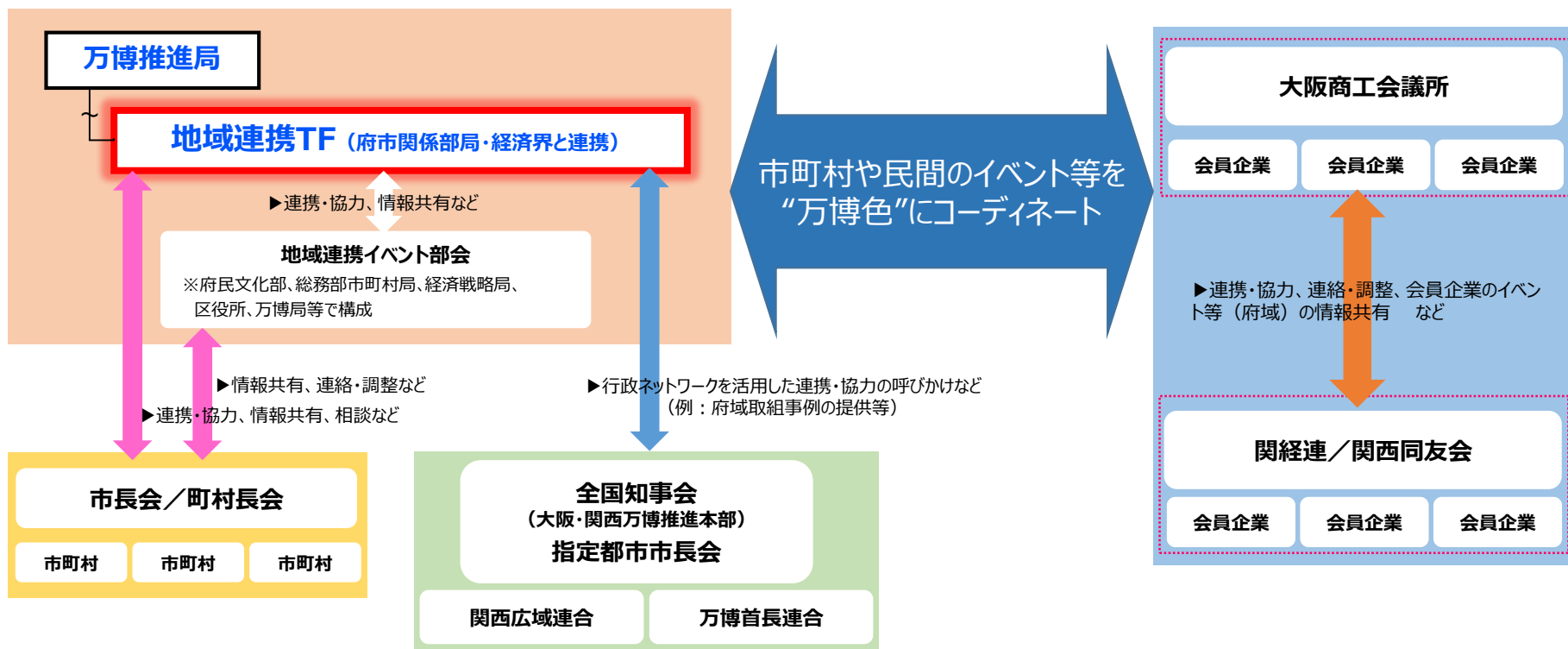
- (1) 市町村や民間イベント等の”万博色”へのコーディネート
- (2) 全国への発信強化
- (3) 地元でのさらなる取組みの推進
- (4) 若年層への発信強化
- (5) 海外への発信強化

3. 2023年度の取組み内容(万博の機運醸成の取組み) 2/5

(1)市町村や民間イベント等の”万博色”へのコーディネート

■ 官民一体となった取組みの推進

- ・府域全体で官民一体となって機運醸成の取組みを展開すべく、府市関係部局や府内市町村、民間企業等が実施する大規模集客イベント等の情報収集を行い、これらを万博に関連付けるようコーディネート。
- ・その司令塔・窓口(相談)として、万博推進局に「地域連携タスクフォース」を設置。



3. 2023年度の取組み内容(万博の機運醸成の取組み) 3/5

(2) 全国への発信強化

■ 節目をとらえたイベントの実施

- ・開幕2年前(4月13日)、500日前(11月30日)、前売券販売開始(年内)等の節目をとらえて、博覧会協会や経済界、自治体等と連携しながら、全国に向けて訴求力のあるイベント等を実施。

■ 行政ネットワークを活用した取組み

- ・全国知事会などの行政ネットワークを活用し、連携・協力を呼びかけ。府域での取組事例の横展開を推進。



TM & © Universal Studios. All rights reserved.
1000日前イベント (2022.7.18)

(3) 地元でのさらなる取組みの推進

■ 府内市町村等と連携したイベントの実施・グッズの配布

- ・府内市町村と連携したイベントを実施。
- ・大阪府・市の関係部局や、府内市町村等において実施される集客イベントやフォーラム等に万博ブースの出展やグッズ配布等を行い、参加する多くの方々へPRを実施。

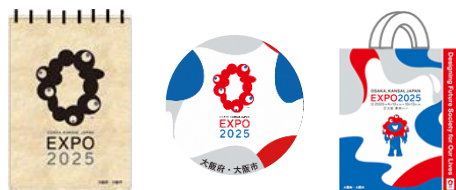


HANAZONO EXPO(2022.11.5-6)

3. 2023年度の取組み内容(万博の機運醸成の取組み) 4/5

■ 大阪市内各区での取組み

- ・大阪市内24区の地域特性を生かしながら、各区の創意工夫による機運醸成の取組みを展開。



PRグッズ例 (メモ帳・缶バッジ・紙袋)



万博PR横断幕



住吉区民まつり(2022.10.22)

■ シティドレッシング

- ・多くの方々の目に触れる屋内外の様々な場所において、ポスターやのぼり、街頭バナー、万博フラッグの掲出、デジタルサイネージを活用したPR動画の放映などを実施。
- ・主要集客施設を管理する関係機関に対し、博覧会協会と連携し、効果的なタイミングで協力を要請。



デジタルサイネージを活用したPR (Osaka Metro)

■ 「万博の桜2025」のさらなるPR

- ・万博の機運醸成を図るため、多くの方々からの寄付(1口1万円)をもとに、2025本の桜を植樹し、記念に寄附者のネームプレートを設置。
(2020年4月~)
- ⇒ 植樹の目途が立った本数 1730本/2025本(85%) 2023.3末時点
- ・様々なPRツールで幅広く寄附の募集を呼びかけるとともに、企業等への積極的な働きかけを実施。



「万博の桜2025」チラシ

3. 2023年度の取組み内容(万博の機運醸成の取組み) 5/5

(4)若年層への発信強化

■ 高校生向け教育プログラム

- ・高校生向け教育プログラムの学習成果発表会を実施。
府内・全国の学校への展開をめざす。

■ SNS等の活用

- ・SNS等を活用し若年層の認知度向上を図る。



教育プログラム

(5)海外への発信強化

■ 海外への万博PR

- ・G7貿易大臣会合などの機会を活用し、万博のPRを実施。
- ・デジタルメディア(動画の配信等)を活用し効果的なPRを実施。



ロンドンでの万博PR

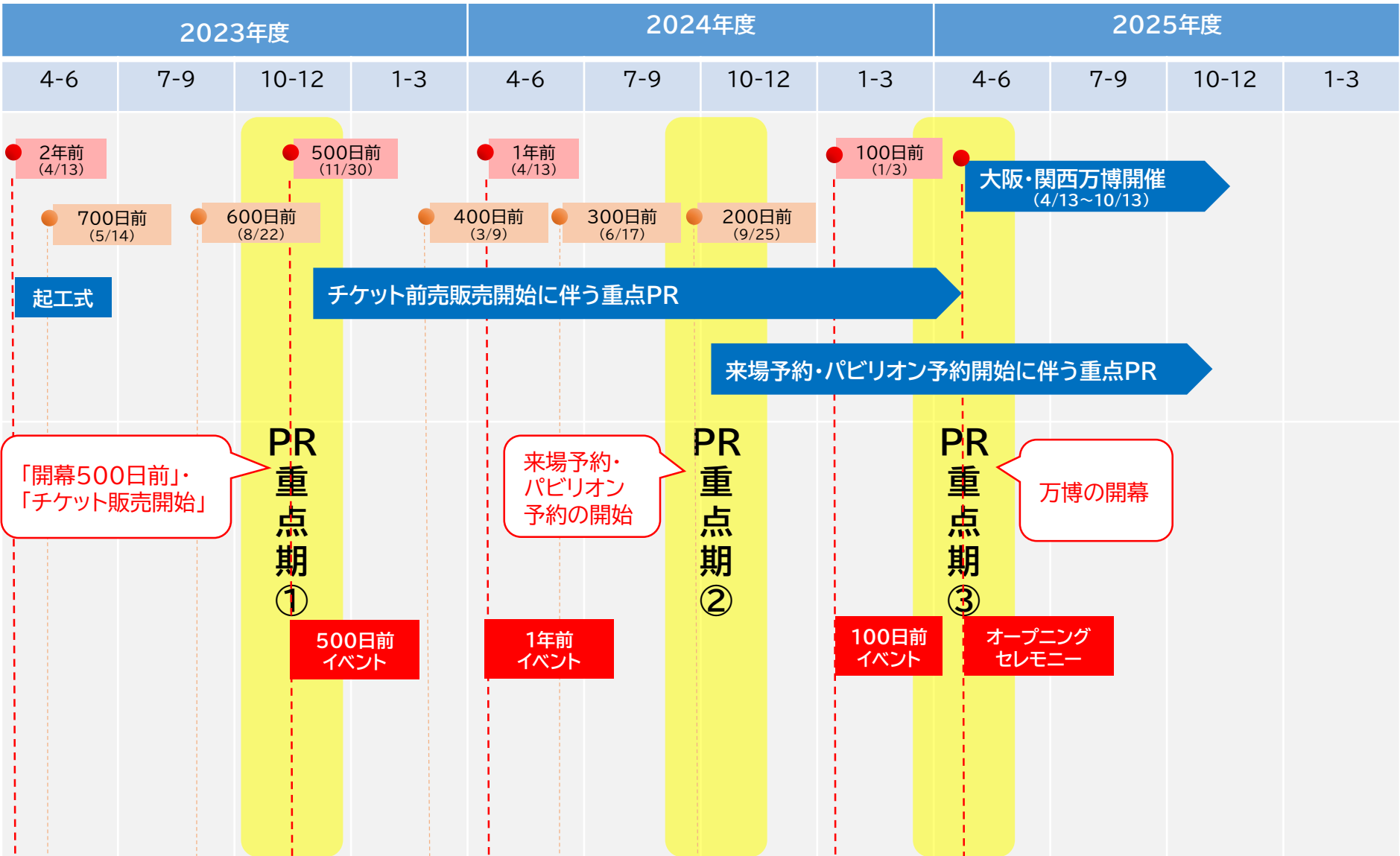
4. 機運醸成にあたっての目標

機運醸成にあたっての目標

- ▶ 機運醸成にあたっては、2025年4月の開幕まで各年度に数値目標を設定し、進捗を管理する。（愛知万博と同等以上の機運醸成をめざす観点から、目標値を設定。）
- ▶ 万博に対する府内の機運に関する基礎数値として、府内における「万博の認知度」「来場意向度」を、機運醸成にあたっての指標に設定。

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
万博の認知度	90.1%	90.3%	94%	97%	概ね100%
来場意向度	58.1%	46.3%	55%	65%	75%

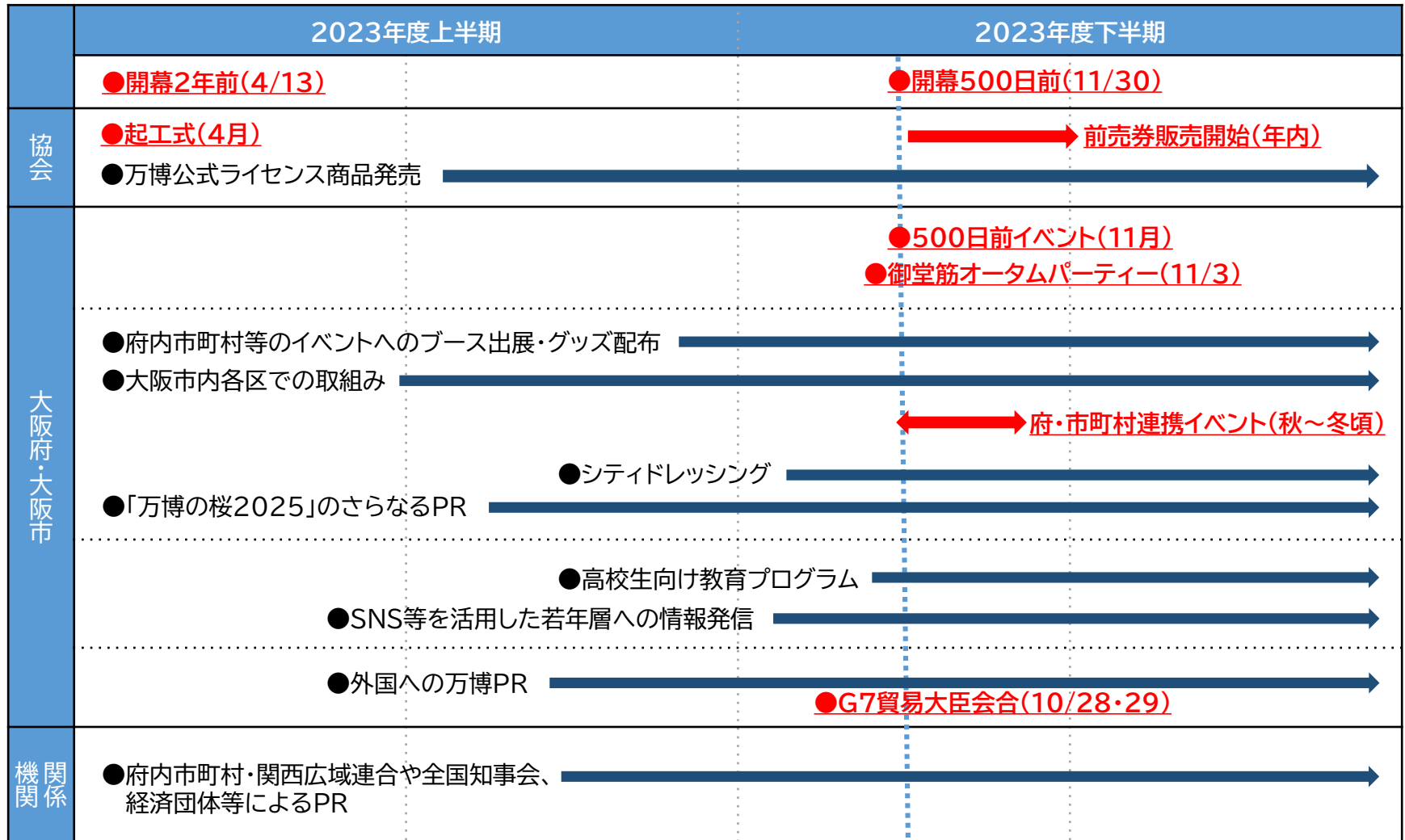
5. 今後の機運醸成に向けたスケジュール



※前売券販売やパビリオン予約の時期等は、当局による現時点の想定(未確定)

6. 2023年度の実施スケジュールイメージ

開幕500日前(11月30日)、前売券販売開始(年内)などの節目のタイミングをとらえて、人々の記憶に残るインパクトのあるイベントの開催など、PR活動を本格展開していく。



※上記以外にも万博機運の盛り上げにつながる広報・プロモーション活動を適宜実施。

《参考》機運醸成アクションプラン(ver1.0)に基づく2022年度の取組み

博覧会協会や国等と連携しながら、万博の機運醸成を図る取組みを実施。

○ 大規模イベントでのPR

開幕1000日前イベント(7/18)、御堂筋オータム(11/3)、HANAZONO EXPO(11/5、6)等の大規模イベントにおいて万博PRを実施。



御堂筋オータム(11/3)



HANAZONO EXPO(11/5、6)

○ 関係機関主催イベントとの連携

(府市部局・府内市町村・民間事業者との連携)

- ・万博推進局による万博PRブースの出展、講演、ミyakmyakの派遣 : 90件
- ・イベント主催者への万博PRツールの提供 : 46件
(2022.4.1～2023.3.31の府内全域の実績)



ポップアップフェス in 大阪・梅田



OSAKA AUTO MESSE 2023

○ 行政ネットワークを活用した取組み

(各行政機関への機運醸成の協力よびかけ)

- ・大阪府市長会・町村長会 (5月、2月)
- ・万博首長連合 (6月)
- ・全国知事会・指定都市市長会 (7月、2月)
※万博PR横断幕を配付し、活用を呼びかけ
- ・市町村地域ブロック会議等、様々な場面を活用し、府内市町村に適宜情報提供を実施



○ 公共施設でのPR (府市庁舎や府内市町村、公共交通機関等)

- ・カウントダウンクロックの設置、タペストリーの装飾、公用車へのステッカー貼付、特別仕様ナンバープレートの導入、デザインマンホールの設置、大阪モノレールの車両ラッピング等



○ 万博の桜2025 (数値：2023.3末時点)

- ・植樹の目途が立った本数
1730本/2025本 (全体の約85%)

① 寄付累計 (実績)

現金寄附 : 1億6354万円 (1090本相当)
+ 企業・団体からの現物寄附 (160本)

② 企業・団体による自社敷地への植樹 (目途が立った本数) 480本

- ・寄附者への感謝や更なる寄附の呼びかけを目的として、感謝状贈呈式・植樹式を実施(11月)