



令和4年度 2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

目次

1. 調査概要
2. 回答者の属性
3. 大阪・関西万博の認知度
4. 大阪・関西万博のテーマの認知度
5. 大阪・関西万博に関する情報を何で得たか
6. 大阪・関西万博への興味・関心
7. 大阪・関西万博への興味・関心を持ったきっかけ
8. どのSNSで大阪・関西万博の情報を得たか
9. 2025大阪・関西万博を認知していないが、興味・関心のある層
10. 大阪・関西万博のテーマを認知していないが、興味・関心のある層
11. 大阪・関西万博へ行きたいか
12. 2025大阪・関西万博を認知していないが、万博へ行きたい層
13. 2025大阪・関西万博のテーマを認知していないが、万博へ行きたい層
14. 大阪・関西万博に誰へ行きたいか
15. 大阪・関西万博のロゴマークの認知度
16. 「ミyakumiyaku」の認知度
17. 大阪・関西万博のロゴマークを何で見たか、どこで見たか
18. どのようなブースを訪れたいか、どんなグッズが欲しいか
19. ボランティアに参加したいか、どんなボランティアに参加したいか
20. 前年比較資料

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

1. 調査概要

【調査目的】

- 2025年に開催される大阪・関西万博の機運醸成活動を行うにあたり、効果的なPR手法やPRを図っていくターゲットを明らかにする
- 大阪・関西万博の機運醸成活動を行う上で、興味・関心について、地域や年代による差がみられ、興味・関心の低い層に対して、どのような機運醸成活動を行うことが効果的かを調査・分析

【調査方法】

- インターネット調査
 - ◆ アンケート回答媒体やミニゲーム媒体、電力会社媒体のモニターに回答いただいた
 - ◆ 回答者全員にインセンティブが付与される

【調査時期】

- 2022年12月23日～12月26日

【調査回答者】

- 計3,000名
 - ◆ 大阪府民2,000名、大阪府を除く全国1,000名（首都圏、京阪神圏、中京圏、その他東日本、その他西日本 各200名ずつ）
 - ◆ 男女1,500名ずつ
 - ◆ 18～29歳、30代、40代、50代、60歳以上90歳以下 各600名ずつ

【報告書の見方】

- 回答は、各質問の回答者数（n）を基数とした百分率（%）で示し、小数点第2位を四捨五入した。（比率の合計が100.0%にならない場合がある。）
- 図表において、回答選択肢の見出しを簡略化している場合がある。

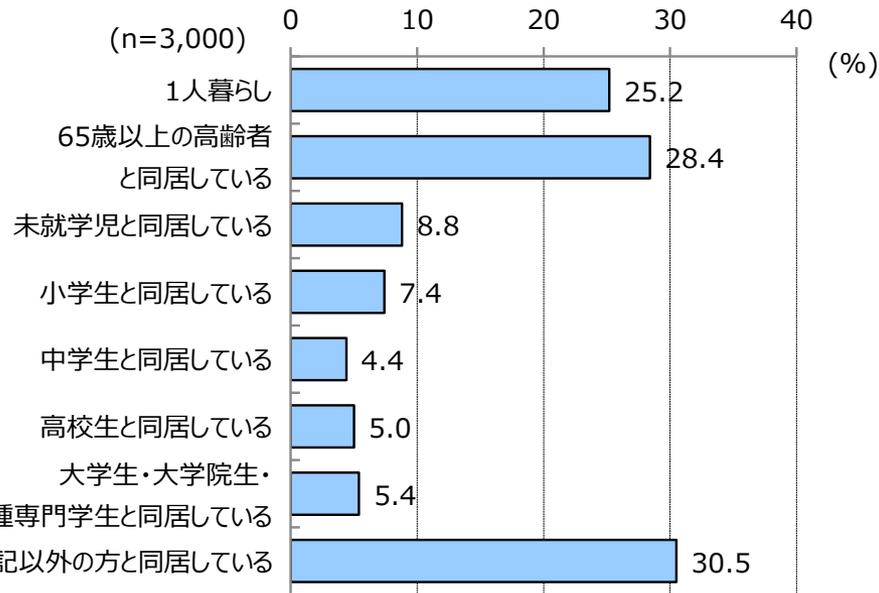
【当業務受託者】

株式会社サーベイリサーチセンター

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

2. 回答者の属性

【同居状況】



【職業】

	全 体	会 社 役 員 ・ 団 体 役 員	会 社 員 (正 規 雇 用)	会 社 員 (派 遣 雇 用 ・ 契 約)	公 務 員 ・ 団 体 職 員	パ ー ト ・ ア ル バ イ ト	自 営 業 ・ 自 由 業	農 林 水 産 業	カ ー ド ・ 家 内 労 働 ・ 在 宅 ワ ー ク	専 業 主 婦 (夫)	無 職	学 生	そ の 他
全 体	100.0	1.5	32.0	5.5	2.8	15.2	6.6	0.1	0.2	15.0	16.7	4.1	0.4
18~29歳	100.0	1.0	39.8	3.8	3.5	12.5	2.3	0.2	0.2	6.0	11.0	19.3	0.3
30~39歳	100.0	2.0	40.5	4.2	3.3	18.3	5.0	-	0.2	11.2	14.3	0.7	0.3
40~49歳	100.0	0.7	41.7	7.8	2.8	18.7	5.3	-	0.3	10.7	11.2	0.3	0.5
50~59歳	100.0	1.3	30.8	5.2	3.2	16.8	12.3	0.2	-	18.5	11.0	-	0.7
60歳~90歳	100.0	2.3	7.0	6.7	1.3	9.7	7.8	0.2	0.3	28.5	36.2	-	-

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

3. 大阪・関西万博の認知度

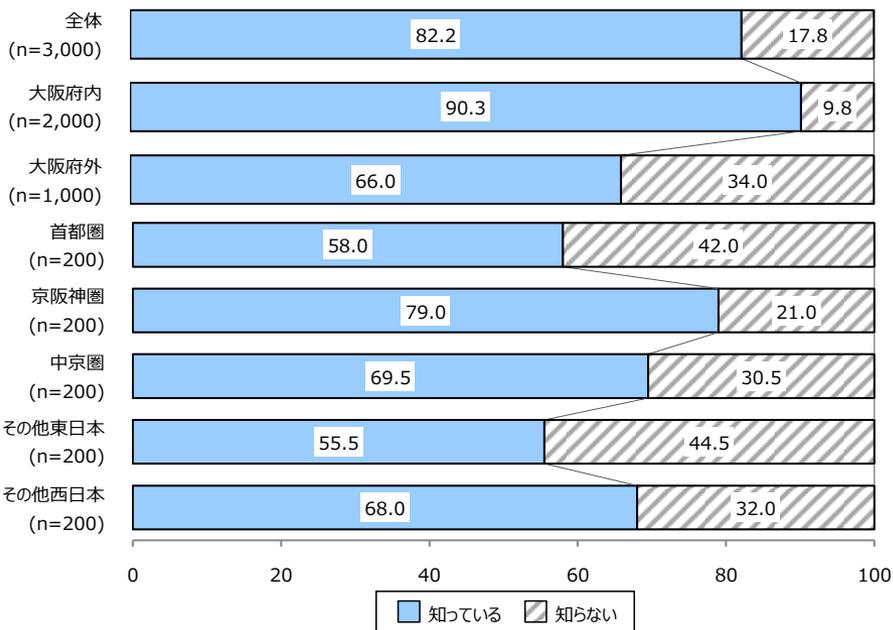
★ 全体の認知度は8割、府内の認知度は9割を超えており、高い水準で認知されているが、府外の認知度は6割程度と低く、差がみられる。

★ 年代が高いほど、認知度が高くなっている。

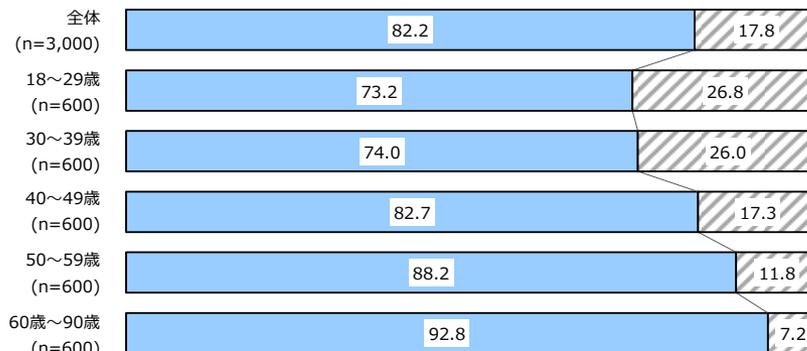
- ◆ 2025年大阪・関西万博の開催を知っているのは、全体で8割を超えているが、大阪府内と府外の地域では24ポイント程度の差がある。
- ◆ エリア別では、「知っている」と回答した割合が最も高いのは京阪神地域で79.0%であり、最も低いのはその他東日本で55.5%である。
- ◆ 大阪府内の年代別では、「知っている」と回答した割合が最も高いのは60歳～90歳で98.3%であり、年齢が低くなるにつれて低くなり、最も低いのは18～29歳で83.5%である。

【設問(Q3)：2025年大阪・関西万博が開催されることを知っていますか。】

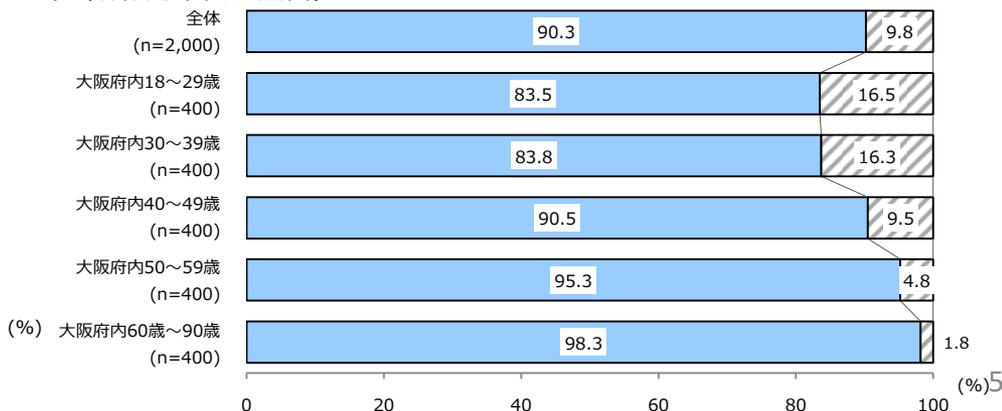
(大阪府内・府外・エリア別回答)



(年代別回答)



(大阪府内年代別回答)



2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

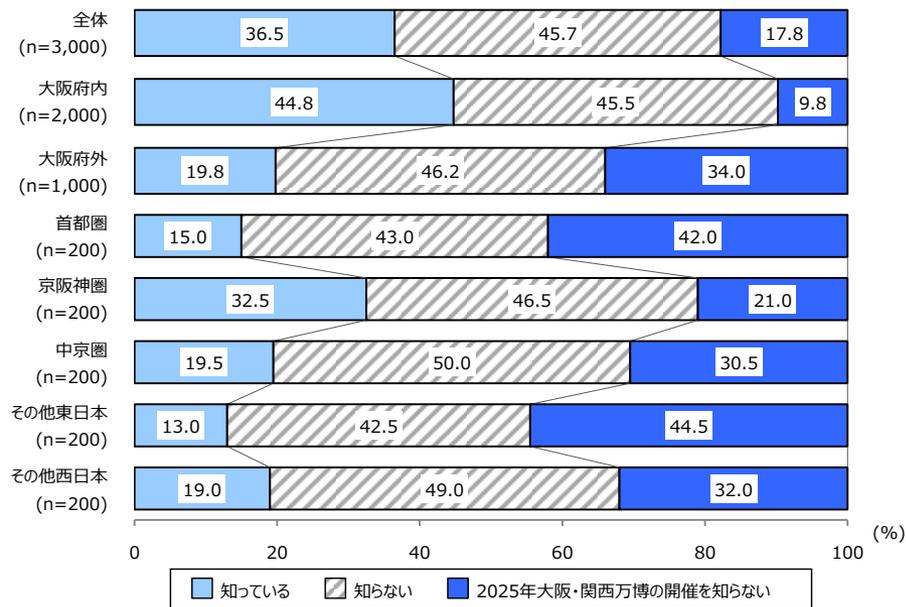
4. 大阪・関西万博のテーマの認知度

★ 万博の認知度が8割を超えているのに比べ、テーマの認知度は5割にとどまる。

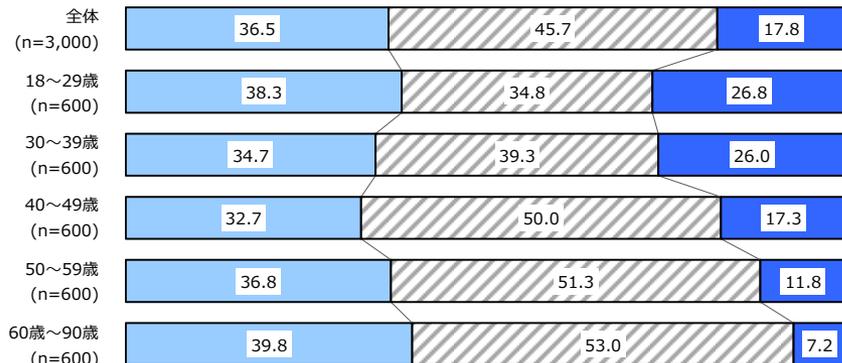
- ◆ テーマが「いのち輝く未来社会のデザイン」であると「知っている」と回答した割合は大阪府内で44.8%、府外では19.8%である。
- ◆ エリア別では、「知っている」と回答した割合が最も高いのは京阪神地域で32.5%であり、最も低いのはその他東日本で13.0%である。
- ◆ 大阪府内の年代別で比較すると、「知っている」と回答した割合が最も高いのは60歳～90歳で49.8%であり、最も低いのは40代で40.5%である。

【設問(Q4)：大阪・関西万博のテーマが「いのち輝く未来社会のデザイン」であることを知っていますか。*】

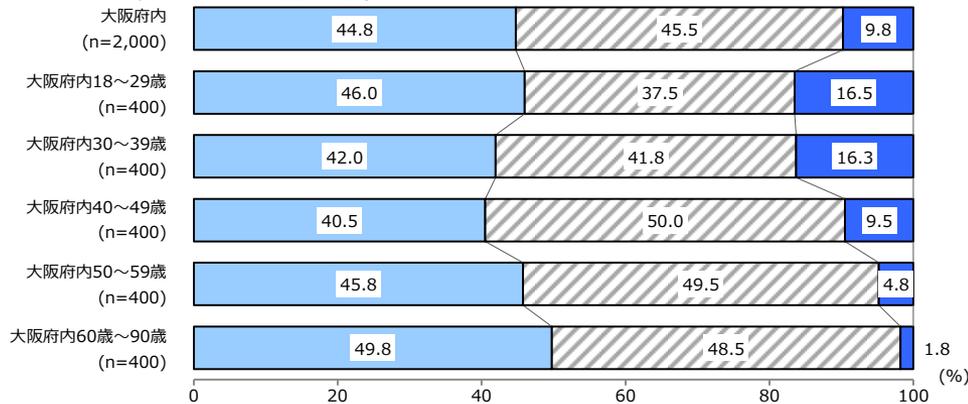
(大阪府内・府外別回答)



(年代別回答)



(大阪府内年代別回答)



* 設問(Q4)「大阪・関西万博のテーマが「いのち輝く未来社会のデザイン」であることを知っていますか」の選択肢を「知っている」「知らない」に加え、設問(Q3)の選択肢2の「2025年大阪・関西万博の開催を知らない」を含めて、n=3,000で集計した。

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

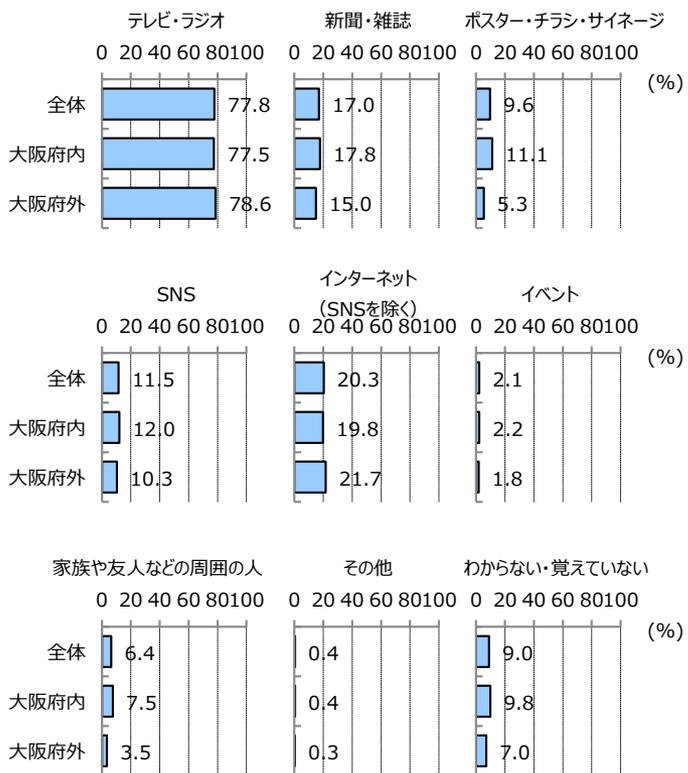
5. 大阪・関西万博に関する情報を何で得たか

★ テレビ・ラジオは軒並み高い。全体と比べ、高齢層は新聞・雑誌、若年層はSNSが高い。

- ◆ 「テレビ・ラジオ」と回答した割合は大阪府内・府外ともに8割で情報媒体の中で最も高い。
- ◆ また、年齢が上がるほど「テレビ・ラジオ」が高くなっており、特に60～90歳で87.4%となっている。
- ◆ 年代別では、18～29歳で「SNS」と回答した割合と、60～90歳で「新聞・雑誌」と回答した割合はそれぞれの全体と比べ10ポイント以上の差がある。

【設問(Q5)：大阪・関西万博に関する情報を何で得ましたか。あてはまるものを選んでください。(いくつでも)】

(大阪府内・府外別回答)



(全体年代別回答)

	全	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌	サイネージ・チラシ・ポスター	SNS	(SNSを除く) インターネット	イベント	家族や友人などの周囲の人	その他	わからない・覚えていない
全体	100.0	77.8	17.0	9.6	11.5	20.3	2.1	6.4	0.4	9.0
18～29歳	100.0	65.1	11.8	13.7	26.9	20.7	3.2	9.6	0.5	15.0
30～39歳	100.0	75.0	9.7	12.4	17.8	24.3	3.4	5.9	-	9.5
40～49歳	100.0	76.6	14.3	9.5	8.3	21.4	2.2	6.7	0.4	9.9
50～59歳	100.0	81.5	16.1	7.9	5.7	19.3	1.1	5.5	0.4	7.9
60歳～90歳	100.0	87.4	30.3	5.7	2.9	16.7	0.9	5.0	0.7	4.1

「その他」と回答された方のご意見 (抜粋)

- ・広報誌
- ・イオンの特設
- ・就活

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

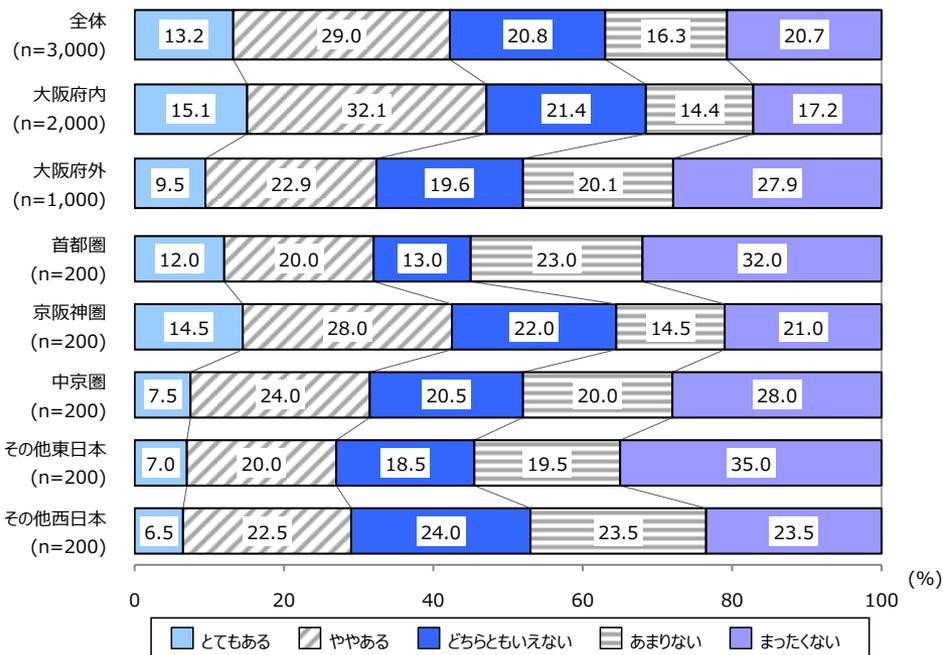
6. 大阪・関西万博への興味・関心

★ 万博の認知度が8割を超えているのに比べ、興味・関心は「とてもある」「ややある」の合計で4割程度と低い。

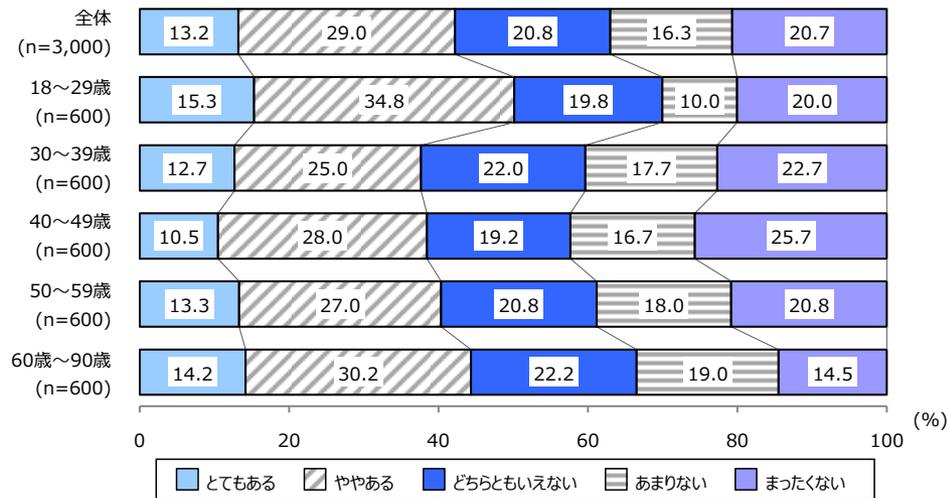
- ◆ 「とてもある」「ややある」と回答した割合は大阪府内では47.2%で、府外では32.4%となっており、15ポイント程度の格差がある。
 - ◆ 年代別では、18～29歳で「とてもある」「ややある」と回答した割合が50.1%と最も高く、30歳以上では興味・関心が4割前後である。
- ※本設問は回答者の主観を問うもので、回答結果は調査時期により変動しうる。また、近年の経済活動停滞や物価上昇などによる外部要因も影響している可能性がある。

【設問(Q6)：大阪・関西万博に興味・関心がありますか。】

(大阪府内・府外別回答)



(年代別回答)



2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

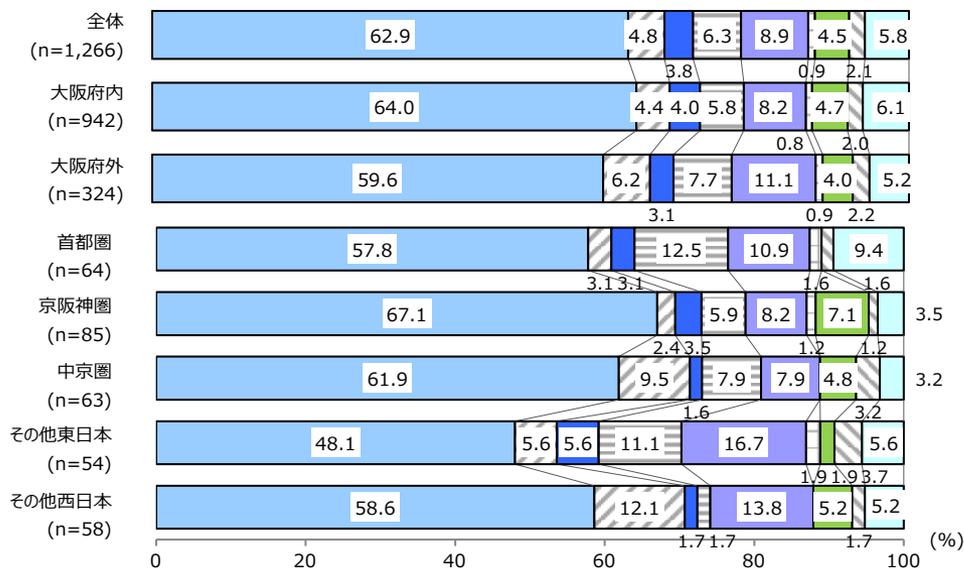
7. 大阪・関西万博への興味・関心を持ったきっかけ

★ マスメディアは軒並み高い。全体と比べ、高齢層は新聞・雑誌、若年層はSNSが高い。

- ◆ 「テレビ・ラジオ」と回答した割合は大阪府内・府外ともに6割前後で最も高い。
- ◆ 年代別では、18～29歳で「SNS」と回答した割合は14.3%、60～90歳で「新聞・雑誌」と回答した割合は73.7%と高い。

【設問(Q7)：大阪・関西万博に興味・関心を持ったきっかけは何ですか。】

(大阪府内・府外別回答)



(全体年代別回答)

	全体	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌	ポスター・チラシ・サイネージ	SNS	インターネット	イベント	家族や友人などの周囲の人	その他	わからない・覚えていない
全体	100.0	62.9	4.8	3.8	6.3	8.9	0.9	4.5	2.1	5.8
18～29歳	100.0	47.8	4.0	6.3	14.3	9.3	0.7	7.3	2.7	7.6
30～39歳	100.0	62.4	3.1	7.5	6.2	9.3	0.4	4.0	1.3	5.8
40～49歳	100.0	66.2	2.2	2.2	6.5	9.1	2.2	4.8	0.4	6.5
50～59歳	100.0	66.9	7.4	2.1	1.7	9.9	0.4	2.5	2.5	6.6
60歳～90歳	100.0	73.7	7.1	0.8	1.5	7.1	0.8	3.4	3.0	2.6

■ テレビ・ラジオ
 ■ 新聞・雑誌
 ■ ポスター・チラシ・サイネージ
 ■ SNS
 ■ インターネット
 ■ イベント
 ■ 家族や友人などの周囲の人
 ■ その他
 ■ わからない・覚えていない

「その他」と回答された方のご意見 (抜粋)

・TikTok

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

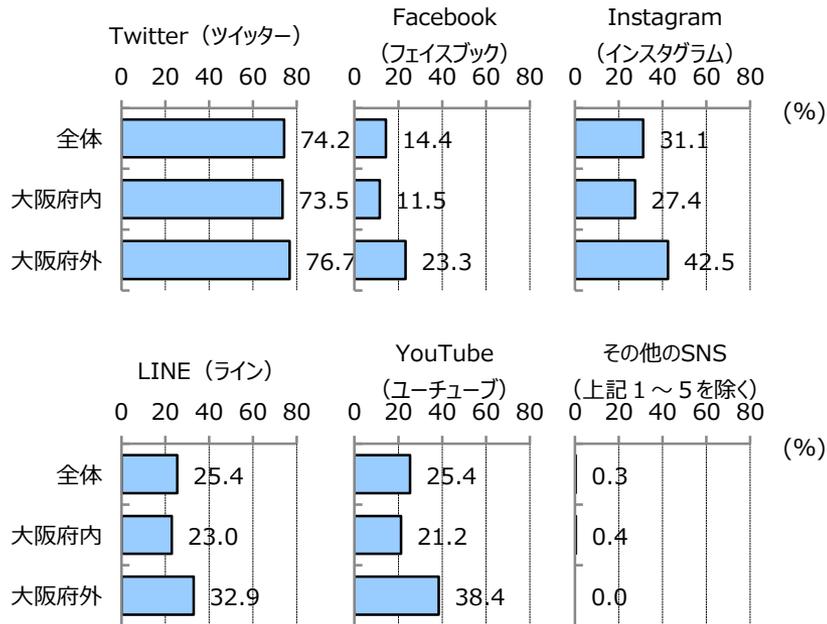
8. どのSNSで大阪・関西万博の情報を得たか

★ 府内・府外を問わずTwitterが高い傾向にある。

- ◆ 「Twitter」と回答した割合は大阪府内で73.5%、府外で76.7%と最も高い。一方、「Facebook」と回答した全体の割合は14.4%と最も低い割合である。
- ◆ 大阪府内では、「Instagram」と回答した割合が2番目に多く27.4%である。
- ◆ 年代別では、「Twitter」と回答した割合は18～29歳で78.9%、「Instagram」と回答した割合は30～39歳で37.0%である。

【設問(Q8)：どのSNSで知りましたか。あてはまるものを選んでください。(いくつでも)】

(大阪府内・府外別回答)



(全体年代別回答)

	全	(Twitter)	(Facebook)	(Instagram)	LINE (ライン)	(YouTube)	(その他のSNSを除く)
全体	100	74.2	14.4	31.1	25.4	25.4	0.3
18～29歳	100	78.9	6.3	35.2	21.9	27.3	0.8
30～39歳	100	75.3	17.3	37.0	27.2	23.5	-
40～49歳	100	76.2	28.6	23.8	28.6	19.0	-
50～59歳	100	58.1	29.0	19.4	29.0	22.6	-
60歳～90歳	100	58.8	-	11.8	29.4	41.2	-

「その他」と回答された方のご意見 (抜粋)

・TikTok

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

9. 2025大阪・関西万博を認知していないが、興味・関心のある層

★ 18歳～39歳の年齢層に向けた2025年大阪・関西万博開催の認知度を上げる取組については、インターネット、SNS（特にTwitter）で強化。

- ◆ 2025年大阪・関西万博を知らない、かつ「興味・関心がある」*の割合は全体の2.1%である。
- ◆ 2025年大阪・関西万博を知らない、かつ「興味・関心がある」の割合が高いのは、18～29歳、30～39歳である。
- ◆ 18～29歳、30～39歳で2025年大阪・関西万博に関する情報を得たのは、「テレビ・ラジオ」「インターネット」「SNS」の順に高い。

【設問(Q3)：2025年大阪・関西万博が開催されることを知っていますか。】

【設問(Q6)：大阪・関西万博に興味・関心がありますか。】



	全 体	1 8 歳	3 0 歳	4 0 歳	5 0 歳	6 0 歳
全体	100.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
知っている・とてもある	100.0	22.5	18.8	16.2	20.6	21.9
知っている・ややある	100.0	22.6	16.8	19.3	19.3	22.1
知っている・どちらともいえない	100.0	15.6	18.6	19.4	21.5	24.9
知っている・あまりない	100.0	8.6	21.2	20.9	23.6	25.7
知っている・まったくない	100.0	15.0	15.8	26.1	24.8	18.2
知らない・とてもある	100.0	46.2	30.8	7.7	7.7	7.7
知らない・ややある	100.0	45.5	23.6	20.0	9.1	1.8
知らない・どちらともいえない	100.0	33.9	32.2	14.4	13.6	5.9
知らない・あまりない	100.0	25.5	23.6	18.9	17.0	15.1
知らない・まったくない	100.0	25.9	31.3	22.6	12.8	7.4

【設問(Q5)：大阪・関西万博に関する情報を何で得ましたか。あてはまるものを選んでください。(いくつでも)】

	全 体	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌	ポスター・チラシ・サイン	SNS	インターネット（SNSを除く）	イベント	家族や友人などの周り	その他	わからない・覚えていない
全体	100.0	77.8	17.0	9.6	11.5	20.3	2.1	6.4	0.4	9.0
18～29歳	100.0	65.1	11.8	13.7	26.9	20.7	3.2	9.6	0.5	15.0
30～39歳	100.0	75.0	9.7	12.4	17.8	24.3	3.4	5.9	-	9.5
40～49歳	100.0	76.6	14.3	9.5	8.3	21.4	2.2	6.7	0.4	9.9
50～59歳	100.0	81.5	16.1	7.9	5.7	19.3	1.1	5.5	0.4	7.9
60歳～90歳	100.0	87.4	30.3	5.7	2.9	16.7	0.9	5.0	0.7	4.1

* 「興味・関心がある」は、設問(Q6)「大阪・関西万博に興味・関心がありますか」で「とてもある」「ややある」を合わせたことを示す。

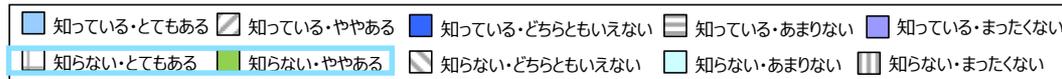
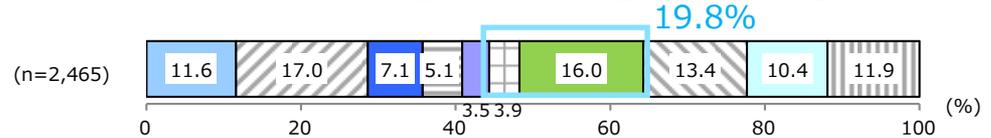
2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

10. 大阪・関西万博のテーマを認知していないが、興味・関心のある層

★ 50歳～90歳の年齢層に向けた大阪・関西万博のテーマ認知を上げる取組については、テレビ・ラジオ、新聞、インターネットで強化。

- ◆ 大阪・関西万博のテーマを知らない、かつ「興味・関心がある」*の割合は全体の19.8%である。
- ◆ 大阪・関西万博のテーマを知らない、かつ「興味・関心がある」の割合が高いのは、50～59歳、60歳～90歳である。
- ◆ 50～59歳、60歳～90歳で2025年大阪・関西万博に関する情報を得たのは、「テレビ・ラジオ」「新聞・雑誌」「インターネット」の順に高い。

【設問(Q4)：大阪・関西万博のテーマが「いのち輝く未来社会のデザイン」であることを知っていますか。】
 【設問(Q6)：大阪・関西万博に興味・関心がありますか。】



【設問(Q5)：大阪・関西万博に関する情報を何で得ましたか。あてはまるものを選んでください。(いくつでも)】

		1 8 2 9 歳	3 0 3 9 歳	4 0 4 9 歳	5 0 5 9 歳	6 0 6 9 歳
全体	100.0	17.8	18.0	20.1	21.5	22.6
知っている・とてもある	100.0	24.4	20.6	15.7	20.2	19.2
知っている・ややある	100.0	25.5	18.8	17.9	16.2	21.7
知っている・どちらともいえない	100.0	15.4	16.6	19.4	23.4	25.1
知っている・あまりない	100.0	8.7	22.2	19.8	23.0	26.2
知っている・まったくない	100.0	17.4	15.1	19.8	29.1	18.6
知らない・とてもある	100.0	16.7	13.5	17.7	21.9	30.2
知らない・ややある	100.0	19.5	14.7	20.8	22.5	22.5
知らない・どちらともいえない	100.0	15.7	19.6	19.3	20.5	24.8
知らない・あまりない	100.0	8.6	20.7	21.5	23.8	25.4
知らない・まったくない	100.0	14.3	16.0	28.0	23.5	18.1

	全体	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌	ポスター・チラシ	SNS	(SNSを除く)インターネット	イベント	家族や友人などの周り	その他	わからない・覚えていない
全体	100.0	77.8	17.0	9.6	11.5	20.3	2.1	6.4	0.4	9.0
18～29歳	100.0	65.1	11.8	13.7	26.9	20.7	3.2	9.6	0.5	15.0
30～39歳	100.0	75.0	9.7	12.4	17.8	24.3	3.4	5.9	-	9.5
40～49歳	100.0	76.6	14.3	9.5	8.3	21.4	2.2	6.7	0.4	9.9
50～59歳	100.0	81.5	16.1	7.9	5.7	19.3	1.1	5.5	0.4	7.9
60歳～90歳	100.0	87.4	30.3	5.7	2.9	16.7	0.9	5.0	0.7	4.1

* 「興味・関心がある」は、設問(Q6)「大阪・関西万博に興味・関心がありますか」で「とてもある」「ややある」を合わせたことを示す。

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

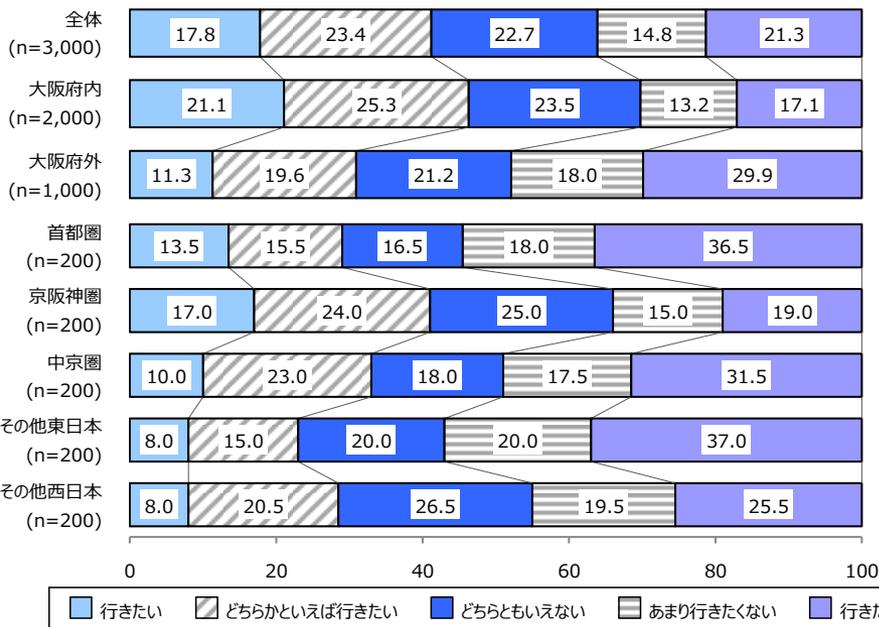
11. 大阪・関西万博へ行きたいか

★ 万博の認知度が8割を超えているのに対して、「行きたい」「どちらかといえば行きたい」の合計が4割程度と低い。

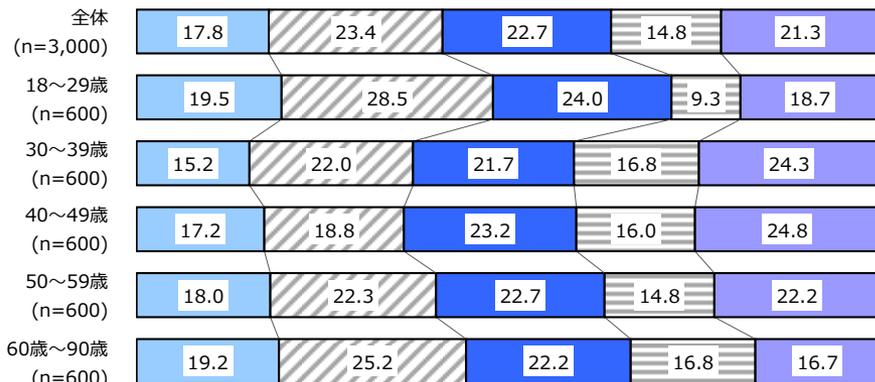
- ◆ 「行きたい」「どちらかといえば行きたい」と回答した割合は、大阪府内では46.4%で、府外では30.9%と15.5ポイントの差がある。
 - ◆ 「行きたい」「どちらかといえば行きたい」と回答した割合は、大阪府内の年代別では、18～29歳が54.8%と最も高く、次いで60歳～90歳が49.3%となっており、40～49歳が40.6%と全年代で最も低い。
- ※本設問は回答者の主観を問うもので、回答結果は調査時期により変動しうる。
また、近年の経済活動停滞や物価上昇などによる外部要因も影響している可能性がある。

【設問(Q9)：万博へ行きたいですか。】

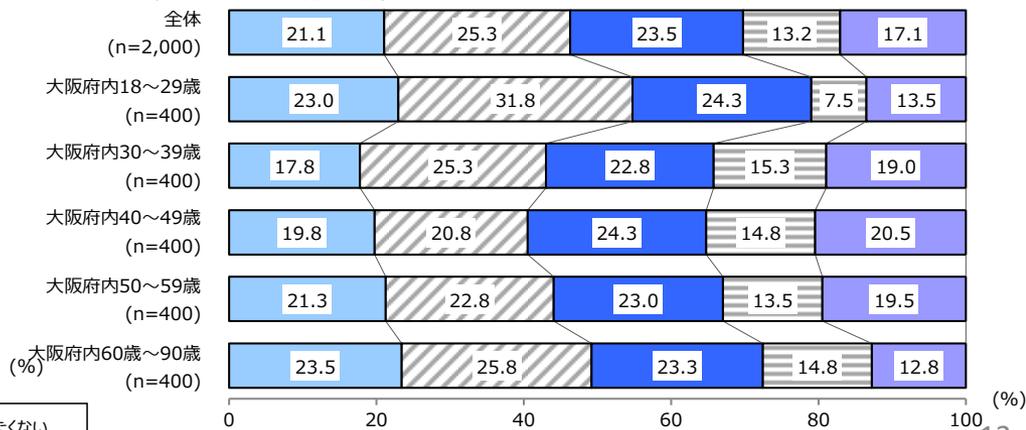
(大阪府内・府外別回答)



(年代別回答)



(大阪府内年代別回答)



2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

12. 2025大阪・関西万博を認知していないが、万博へ行きたい層

★ 2025年大阪・関西万博開催を認知していないが、万博へ行きたい層は全体の2.2%にとどまるが、18～29歳、30～39歳の年代では高い割合。

◆ 2025年大阪・関西万博を「知らない」、かつ「万博へ行きたい」*の割合は全体の2.2%である。

【設問(Q3)：2025年大阪・関西万博が開催されることを知っていますか。】

【設問(Q9)：万博へ行きたいですか。】



	1	3	4	5	6
全	8	0	0	0	0
体	2	3	4	5	5
9	9	9	9	9	9
歳	歳	歳	歳	歳	歳
全体	100.0	20.0	20.0	20.0	20.0
知っている・行きたい	100.0	20.8	16.5	19.6	20.8
知っている・どちらかといえば行きたい	100.0	23.4	18.2	15.9	19.4
知っている・どちらともいえない	100.0	17.5	16.8	21.3	21.5
知っている・あまり行きたくない	100.0	10.3	21.4	22.6	21.4
知っている・行きたくない	100.0	11.8	18.3	23.9	25.6
知らない・行きたい	100.0	50.0	30.0	10.0	5.0
知らない・どちらかといえば行きたい	100.0	38.3	27.7	19.1	14.9
知らない・どちらともいえない	100.0	36.1	28.6	16.5	13.5
知らない・あまり行きたくない	100.0	21.5	28.0	18.3	15.1
知らない・行きたくない	100.0	26.9	30.2	22.3	12.8

* 「万博へ行きたい」は、設問(Q9)「万博へ行きたいですか」で「行きたい」「どちらかといえば行きたい」を合わせたことを示す。

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

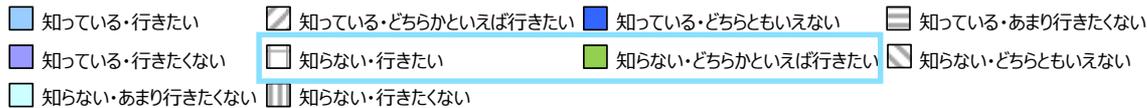
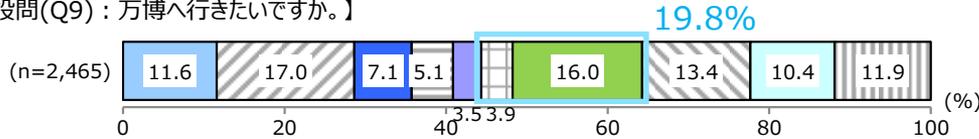
13. 2025大阪・関西万博のテーマを認知していないが、万博へ行きたい層

★ 2025年大阪・関西万博のテーマを認知していないが、万博へ行きたい層は全体の19.8%であるが、50～59歳、60～90歳の年代では高い割合。

◆ 2025年大阪・関西万博を「知らない」かつ「万博へ行きたい」*の割合が高いのは、18～29歳、30～39歳である。

【設問(Q4)：大阪・関西万博のテーマが「いのち輝く未来社会のデザイン」であることを知っていますか。】

【設問(Q9)：万博へ行きたいですか。】



		1 8 2 9 歳	3 0 3 9 歳	4 0 4 9 歳	5 0 5 9 歳	6 0 歳 以上
全体	100.0	17.8	18.0	20.1	21.5	22.6
知っている・行きたい	100.0	24.4	20.6	15.7	20.2	19.2
知っている・どちらかといえば行きたい	100.0	25.5	18.8	17.9	16.2	21.7
知っている・どちらともいえない	100.0	15.4	16.6	19.4	23.4	25.1
知っている・あまり行きたくない	100.0	8.7	22.2	19.8	23.0	26.2
知っている・行きたくない	100.0	17.4	15.1	19.8	29.1	18.6
知らない・行きたい	100.0	16.7	13.5	17.7	21.9	30.2
知らない・どちらかといえば行きたい	100.0	19.5	14.7	20.8	22.5	22.5
知らない・どちらともいえない	100.0	15.7	19.6	19.3	20.5	24.8
知らない・あまり行きたくない	100.0	8.6	20.7	21.5	23.8	25.4
知らない・行きたくない	100.0	14.3	16.0	28.0	23.5	18.1

* 「万博へ行きたい」は、設問(Q9)「万博へ行きたいですか」で「行きたい」「どちらかといえば行きたい」を合わせたことを示す。

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

14. 大阪・関西万博に誰と行きたいか

★ 家族と一緒に行きたいという回答が多い。

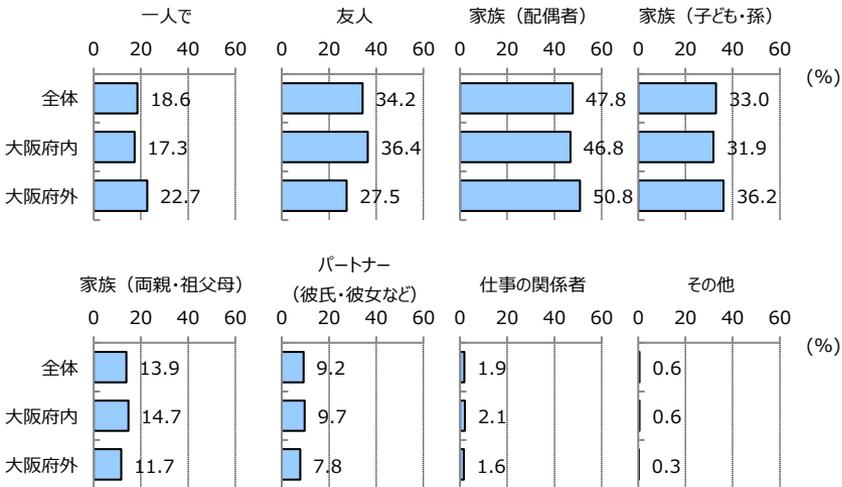
⇒家族向けのPRは、複数名での来場につながり多くの集客に効果的であることから、さらなるPRが必要。

- ◆ 「家族（配偶者）」と回答した割合は大阪府内で46.8%、府外で50.8%と最も多くなっている。
- ◆ 「仕事の関係者」と回答した割合は大阪府内で2.1%、府外で1.6%と最も低くなっている。
- ◆ 大阪府内地域別において、「家族（配偶者）」が豊能地域で53.9%と最も高くなっている。また、「一人で」が泉南地域で21.1%と最も高くなっている。

【設問(Q10)：万博には誰と一緒に行きたいですか。あてはまるものを選んでください。(いくつでも)】

(大阪府内・府外別回答)

(大阪府内地域別回答)



	全	一人	友人	家族（配偶者）	家族（子ども・孫）	母 家族（両親・祖父）	彼女（彼女など）	パートナー（彼氏・）	仕事の関係者	その他
全体	100.0	17.3	36.4	46.8	31.9	14.7	9.7	2.1	0.6	
大阪市	100.0	20.1	39.5	42.7	30.9	12.4	12.4	1.3	1.0	
豊能地域	100.0	14.5	25.0	53.9	36.8	18.4	6.6	2.6	1.3	
三島地域	100.0	17.1	35.8	49.6	34.1	12.2	8.9	2.4	-	
北河内地域	100.0	9.6	35.1	52.6	30.7	21.1	7.9	1.8	0.9	
中河内地域	100.0	20.5	33.7	41.0	26.5	14.5	9.6	1.2	1.2	
泉北地域	100.0	15.3	38.7	53.2	33.3	15.3	9.9	3.6	-	
泉南地域	100.0	21.1	24.6	49.1	40.4	8.8	5.3	3.5	-	
南河内地域	100.0	16.7	52.1	33.3	22.9	20.8	8.3	2.1	-	

「その他」と回答された方のご意見（抜粋）
・兄弟姉妹

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

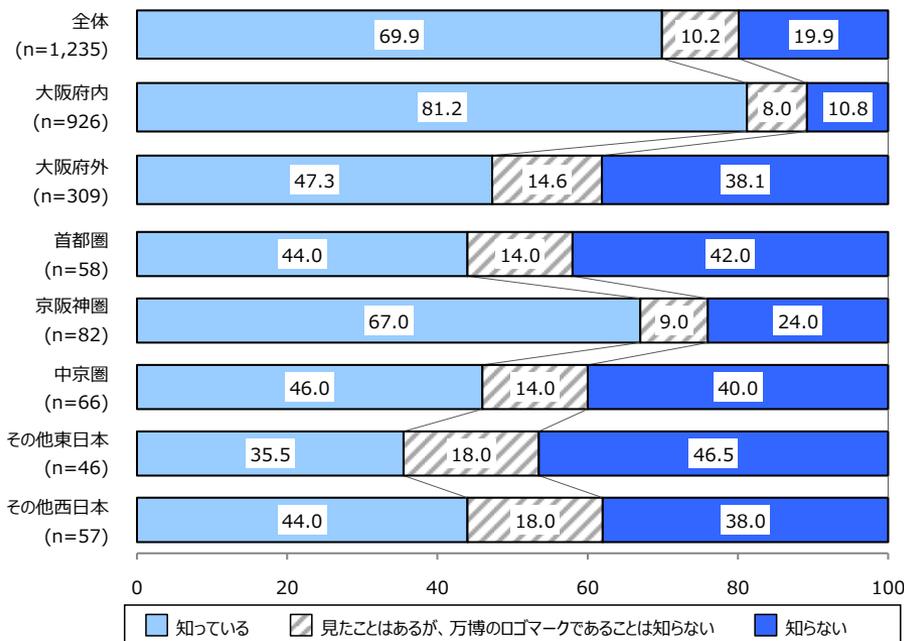
15. 大阪・関西万博のロゴマークの認知度

★ 府内在住者のロゴマークに対する認知度は8割になる一方で、府外在住者では5割に満たない程度。

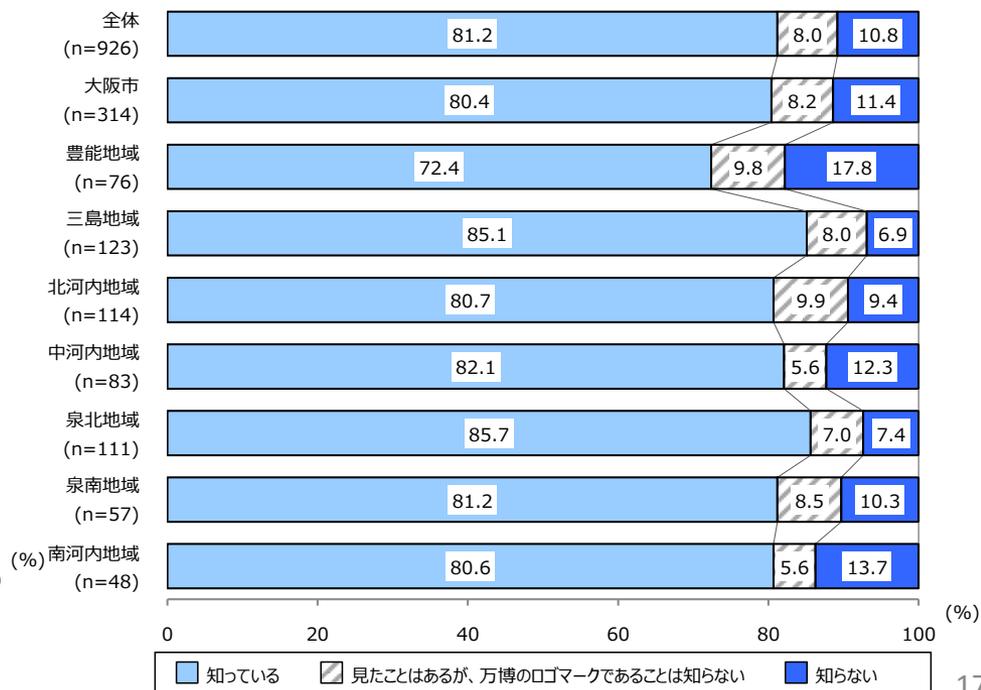
- ◆ 「知っている」「見たことはあるが、万博のロゴであることは知らない」と回答した割合は大阪府内で89.2%となっているが、府外では61.9%となっており、27.3ポイントの格差がある。
- ◆ 大阪府内の地域別では、「知っている」「見たことはあるが、万博のロゴであることは知らない」と回答した割合は、三島地域では93.1%と最も高く、豊能地域では82.2%と最も低い。

【設問(Q11)：このマークが、大阪・関西万博のロゴマークであると知っていますか。】

(大阪府内・府外別回答)



(大阪府内地域別回答)



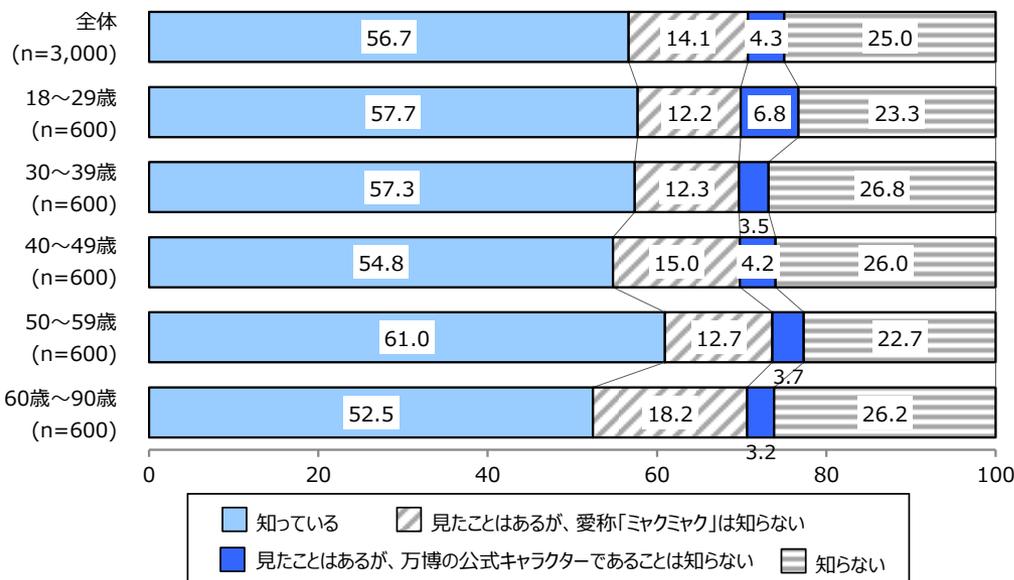
2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

16. 大阪・関西万博の公式キャラクターの認知度

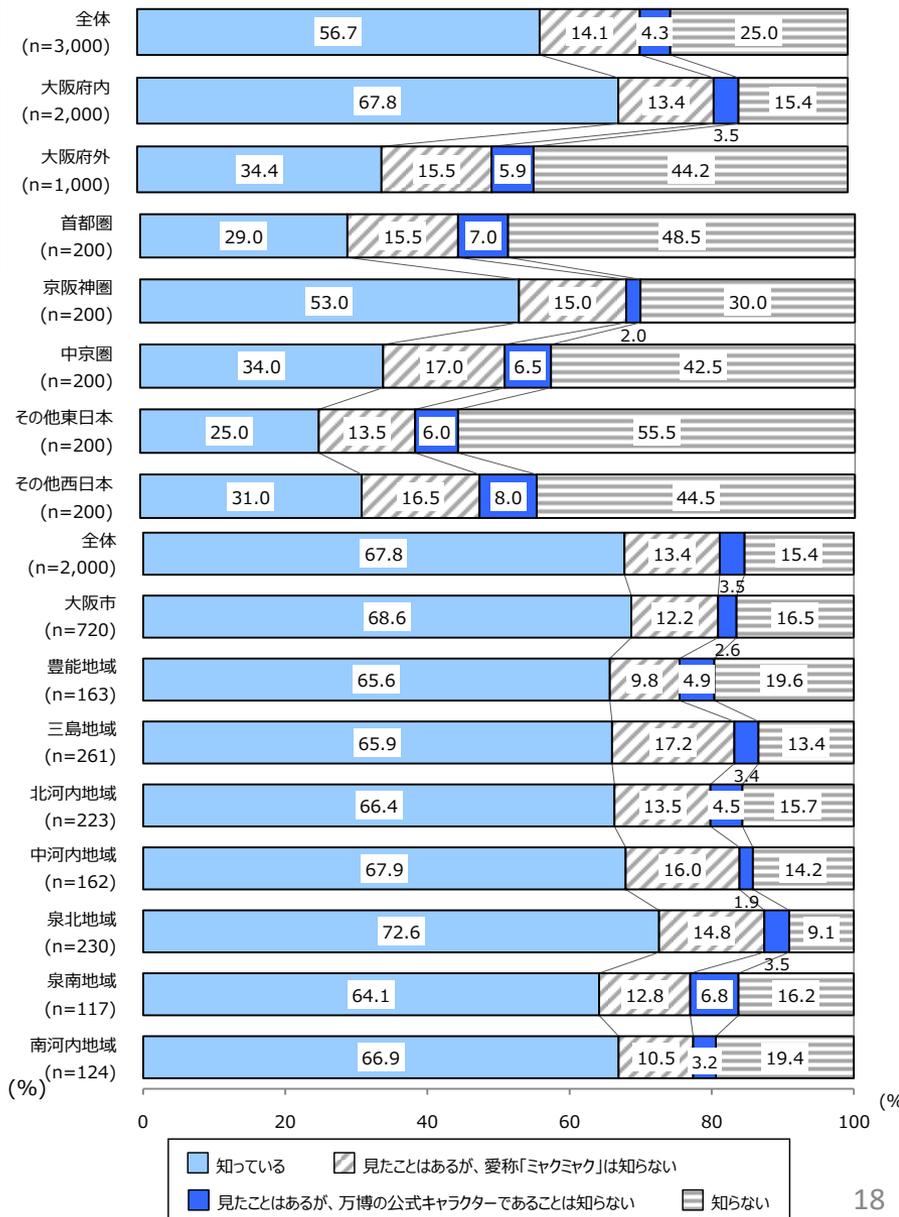
★ 府内在住者の公式キャラクターに対する認知度は7割程度である一方、府外在住者では4割に満たない。

- ◆ 「知っている」と回答した割合は大阪府内で67.8%となっているが、府外では34.4%となっており、33.4ポイントの格差がある。
- ◆ 大阪府内の地域別では、「知っている」と回答した割合は、泉北地域で72.6%と最も高く、泉南地域では64.1%と最も低い。
- ◆ 年代別では、「知っている」と回答した割合は、50～59歳で61.0%と最も高く、60～90歳では52.5%と最も低い。

【設問(Q12)：このキャラクターが、大阪・関西万博の公式キャラクター「ミyakミyak」であると知っていますか。】



(大阪府内・府外・府内地域別回答)



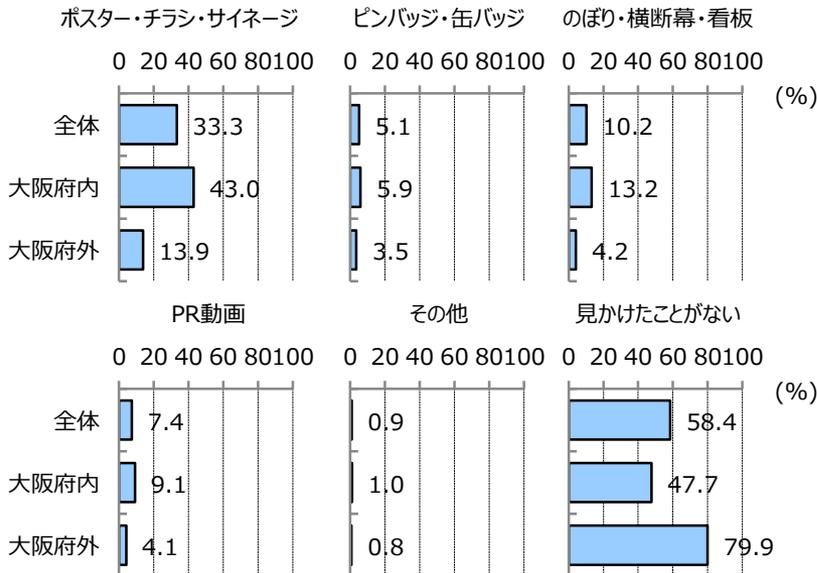
2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

17. 大阪・関西万博のロゴマークを何で見たか、どこで見たか

- ★ 府内・府外在住者問わず、見かけたことがないという回答が多い。
- ★ ポスター・チラシは府内と府外の認知度に差があり、府外へのPRに課題がみられる。

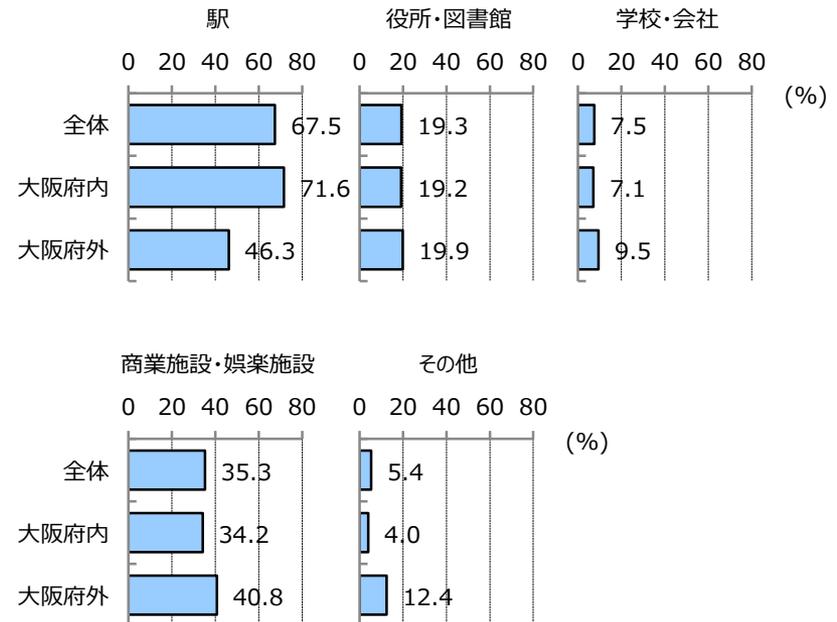
- ◆ 「見かけたことがない」と回答した割合は大阪府内で47.7%、府外では79.9%となっている。
- ◆ 「ポスター・チラシ・サインージ」と回答した割合は大阪府内で43.0%、府外では13.9%と見たことがある中で、最も高い。
- ◆ 「駅」と回答した割合は、大阪府内で71.6%、府外では46.3%と最も高く、次いで「商業施設・娯楽施設」と回答した割合は、大阪府内で34.2%、府外では40.8%と高い

【設問(Q13)：現在、大阪府では万博のロゴマークを使用して、大阪・関西万博のPR（ポスター・チラシ・バッジ・のぼり・看板・動画など）を実施しています。万博のPRに関するもので見たことがあるものを選んでください。（いくつでも）】



「その他」と回答された方のご意見（抜粋）
 ・テレビ ・ナンバープレート ・マンホール ・SNS

【設問(Q14)：それらの万博PRに関するものをどこで見かけましたか。あてはまるものを選んでください。（いくつでも）】



「その他」と回答された方のご意見（抜粋）
 ・テレビ ・YouTube ・SNS ・道路 ・新聞 ・インターネット
 ・病院 ・電車 ・芸能人の胸元

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

18. どのようなブースを訪れたいか、どんなグッズが欲しいか

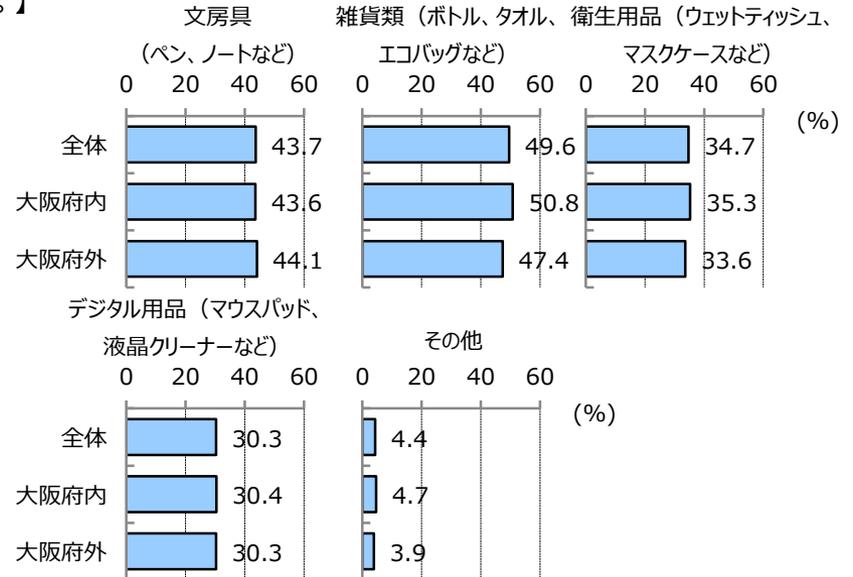
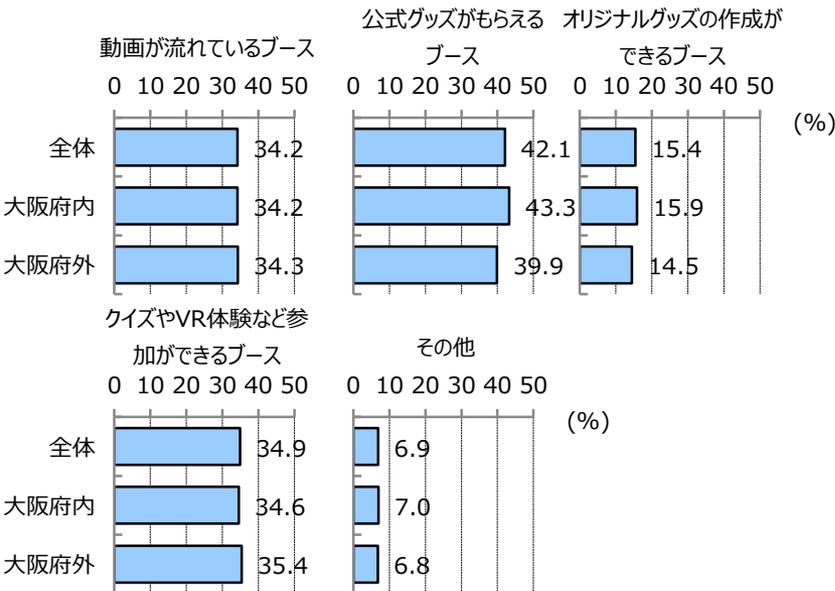
★ 公式グッズのニーズは高い傾向にあり、ブースを訪れてもらうには公式グッズの配布が効果的である。

- ◆ 「公式グッズがもらえるブース」と回答した割合は大阪府内で43.3%、府外ともに39.9%と最も高い。
- ◆ グッズでは、雑貨類が大阪府内で50.8%・府外で47.4%ともに最も高い。

【設問(Q15)：イベントに参加する際、どのようなブースを訪れたいと思いますか。あてはまるものを選んでください。(いくつでも)】

【設問(Q16)：イベントの参加特典でもらってうれしいグッズを選んでください。(いくつでも)】

※イベントに参加したことがない方は、参加したことを想定しお答えください。】



「その他」と回答された方のご意見 (抜粋)

- ・ライブ・飲食ブース・世界各国の名産が並ぶブース
- ・参加してくれる国のスタンプラリー・絵画や工芸品を鑑賞できるブース
- ・内容を把握していないのでわからない

「その他」と回答された方のご意見 (抜粋)

- ・アクリルスタンド・マスコットのグッズ (人形など)
- ・記念品 (バッジ、メダルなど)・マグカップ・地元の特産品
- ・LINEスタンプ・ギフトカード、金券、商品券

2025年大阪・関西万博の機運醸成にかかるアンケート

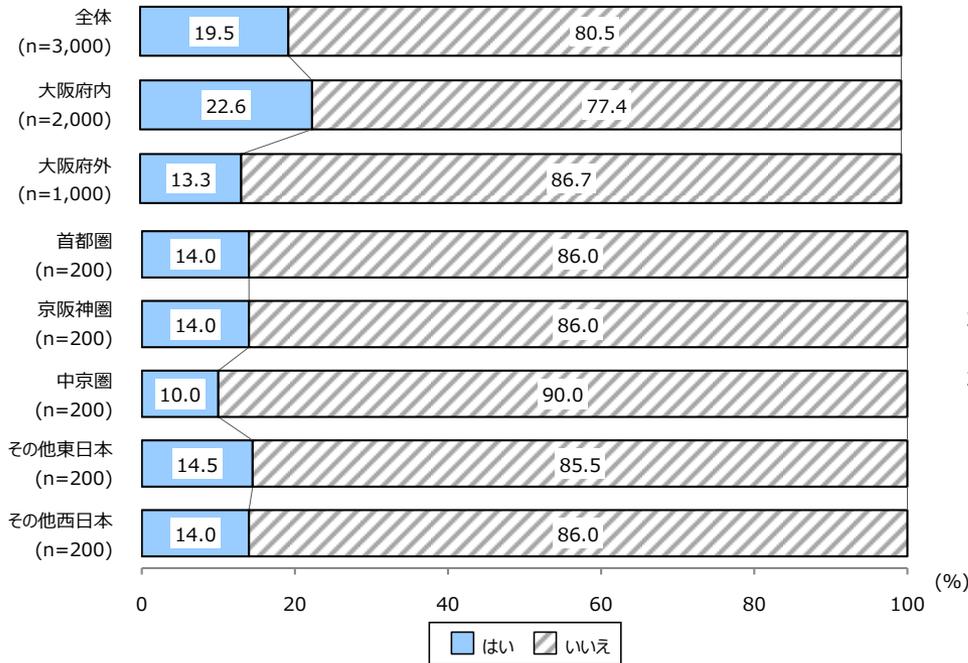
19. ボランティアに参加したいか、どんなボランティアに参加したいか

★ ボランティアに参加したい割合は府内で2割程度、府外で1割程度である。

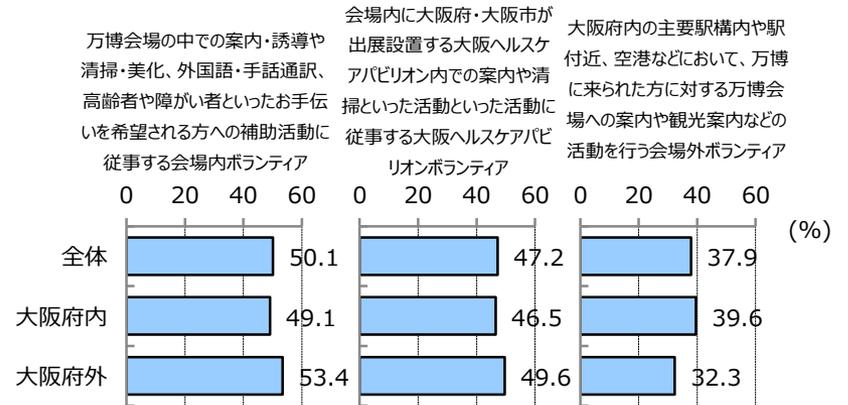
- ◆ ボランティアへの参加意向では、「はい」と回答した割合は大阪府内で22.6%、府外で13.3%と低い割合となっている。
- ◆ ボランティアの種類では「万博会場の中での案内・誘導や清掃・美化、外国語・手話通訳、高齢者や障がい者といったお手伝いを希望される方への補助活動に従事する会場内ボランティア」と回答した割合は大阪府内で49.1%、府外で53.4%と最も高い割合となっている。

【設問(Q17)：大阪・関西万博は、「いのち輝く未来社会」に向け、多様な主体で共創する参加型の万博をめざしており、多くの方が参加できるプログラムの一つとして、ボランティアによる参加を検討しております。大阪・関西万博のボランティアに参加したいと思いますか。】

(大阪府内・府外別回答)



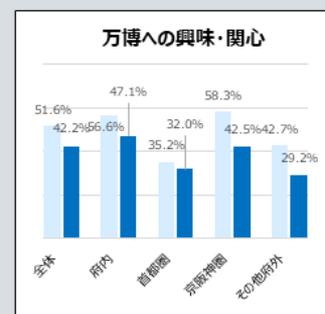
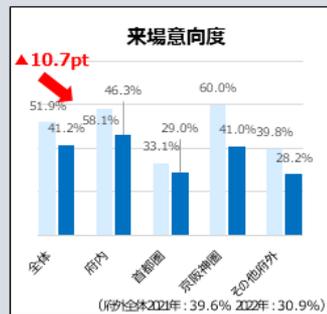
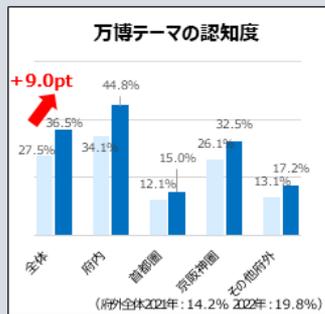
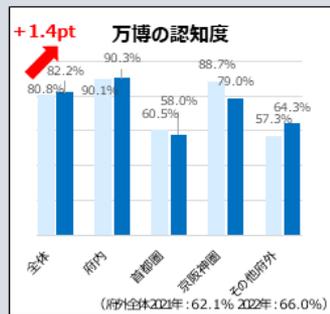
【設問(Q18)：大阪・関西万博のボランティアで、参加したいものを選択してください。】
(大阪府内・府外別回答)



20. 前年比較資料

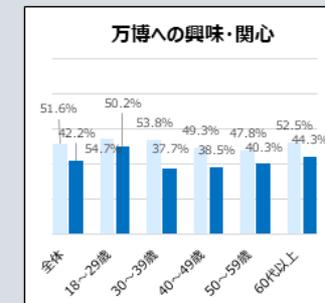
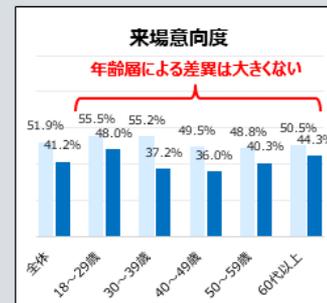
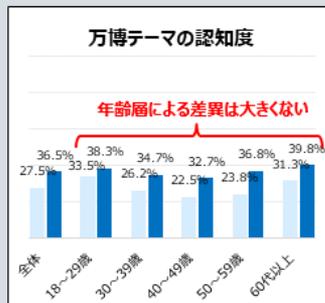
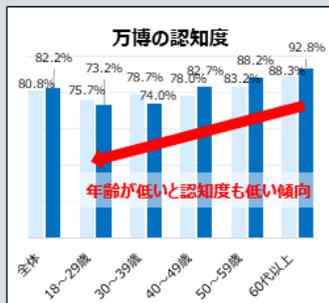
【地域別】

※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**（2021年:80.8%→2022年:82.2%）、**テーマ認知度**（2021年:27.5%→2022年:36.5%）は、一年間で着実に増加。
- ・**来場意向度**（2021年:51.9%→2022年:41.2%）は前回調査より減少。

<府内>

- ・**府外に比べ**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>

- ・京阪神圏に比べ、総じて首都圏の数値が低い。

<年齢別>

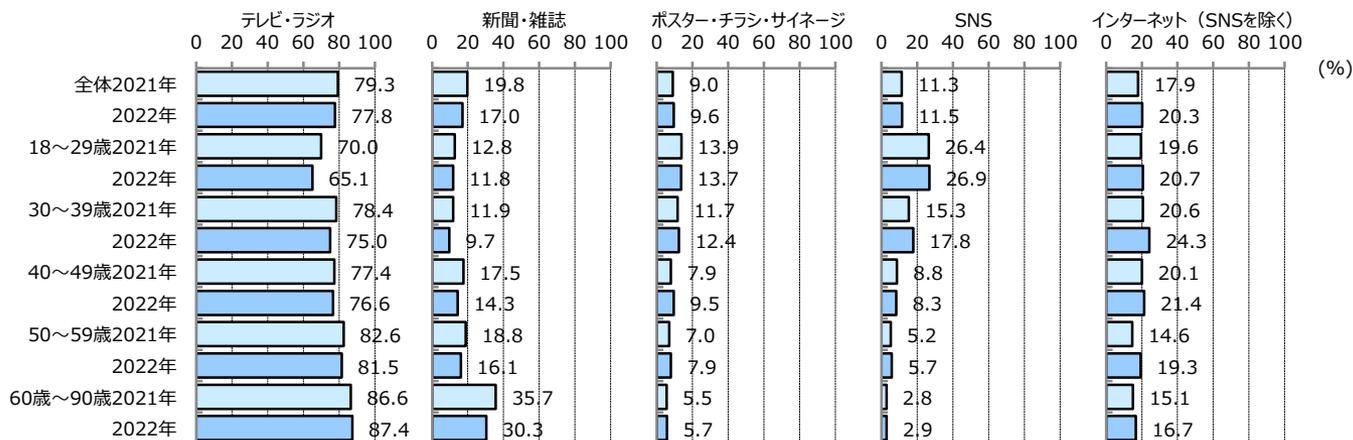
- ・**万博の認知度**は、**若年層**が他の年代に比べ**低く**、年齢層が低い方が、数値が低い傾向がある。
- ・一方、**テーマ認知度**や**来場意向度**は、**万博の認知度**に比べ、それほど**年齢層による差異は大きくない**。

20. 前年比較資料

★ 大阪・関西万博に関する情報を得る媒体で、「インターネット（SNSを除く）」では2.4ポイント上がっている一方、「テレビ・ラジオ」で1.5ポイント、「新聞・雑誌」で2.8ポイント下がっている。

- ◆ 大阪・関西万博に関する情報を得る媒体で、「インターネット（SNSを除く）」では全年代で上がっている。
- ◆ 一方、「テレビ・ラジオ」では60歳～90歳を除き全年代で下がっており、「新聞・雑誌」では全年代で下がっている。

【設問(Q5)：大阪・関西万博に関する情報を何で得ましたか。あてはまるものを選んでください。(いくつでも)】



20. 前年比較資料

★全年代で大阪・関西万博のロゴマークの認知度が上がっている。

◆ 全年代で大阪・関西万博のロゴマークの認知度が上がっており、特に、50～59歳では20ポイント程度上がっている。

【設問(Q5)：(Q11)：このマークが、大阪・関西万博のロゴマークであると知っていますか。】

