

万博の取組について

作成年月日	令和7年6月18日
作成部局名	企画部万博推進課、 フィールドパビリオン推進課、 SDGs推進課

目次

1 ひょうごフィールドパビリオンの展開		P1
2 万博会場「兵庫県ゾーン」・兵庫県立美術館「ひょうごEXPO TERMINAL」における魅力発信		P7
3 ひょうご楽市楽座の開催		P8
4 ひょうごEXPO weekの展開		P9
5 ひょうごEXPO41の展開		P10
6 ひょうごEXPO DREAM BUILDERSの実施		P11
7 公民連携による万博子ども招待プロジェクト		P12
8 万博関連事業の検証		P12

1 ひょうごフィールドパビリオンの展開



(1) ひょうごフィールドパビリオン (FP) の現状

- ・ 地域の方々が自らの活動を発信し、その魅力に触れていただくことで、地域に人の動きや流れを生み出し、持続可能な地域をつくり、地域内経済循環を構築する取組であるひょうごフィールドパビリオン
- ・ 令和4年6月17日より「SDGs体験型地域プログラム」を募集開始し、これまでに268件を認定し、うち地域の核となるプレミア・プログラムとして9件を選定

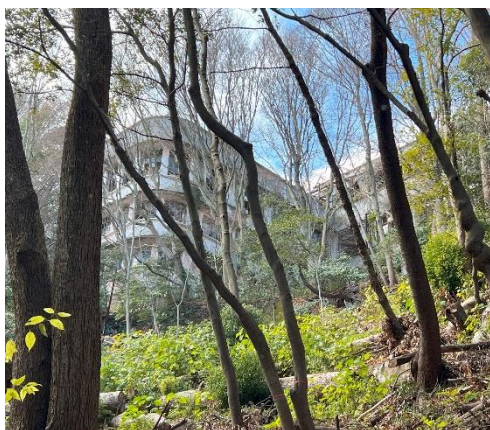
[フィールドパビリオン認定]

268件



[プレミア・プログラム選定]

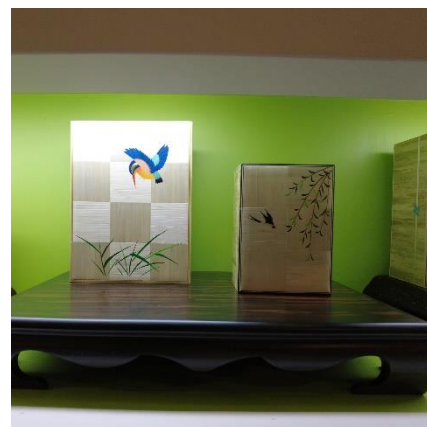
9件



旧摩耶観光ホテル
× 治山遺構ツーリズム



新発見！デザイナー tamaki niime
による播州織のものづくり体験



城崎温泉発祥の伝統工芸品
「麦わら細工」歴史とものづくり、新しい芸術性の体験



発酵が生み出す天然藍染め体験—はじまりの島でつくる、あなただけのオリジナルブルー

1 ひょうごフィールドパビリオンの展開

(2) プログラムの磨き上げ・プロモーションの取組

- ・ 誘客プログラムとしての魅力向上を図る磨き上げとあわせて、FPモデルコースの設定、就航先でのPR、SNSやインフルエンサー活用など国内外に戦略的なプロモーションを展開

[磨き上げ研修 (R6)]

- 座学研修を計13回実施
156プログラム延283名が参加。
- プレーヤーが相互訪問する現地研修を計8回実施。
34プログラム延42名が参加。

区分	内容
キックオフミーティング	万博会場でのPRイベントに向けたワークショップ
ブラッシュアップ・情報発信研修	①誘客に向けたマーケティング思考 ②SNS・インフルエンサー活用方法
Re-キックオフ研修	プログラムの魅力向上、プレーヤー同士のネットワークづくり、法令・安全管理等
実地研修	プレーヤー同士が相互訪問し、プレーヤー等のネットワーク化を促進



[プロモーション]

メディアファームツアー、商談会の実施 [R6：ファームツアー1回、商談会2回]

- メディアやインフルエンサーを対象としたファームツアー、旅行会社等を対象としたフィールドパビリオン商談会・エクスカージョンを実施
- 鳥取県と連携し、広域周遊モデルコースを示すとともに、インフルエンサーを対象としたファームツアーを実施。



ファームツアー



商談会

旅行博、イベントへの参加 [R6：38回] [R7：6回(R7.5末時点)]

- 万博会場での出展のほか、国内外の旅行博や空港就航地イベント、各地域で開催されるイベント等に出展



海外旅行博への出展



国内旅行博への出展



就航地プロモーション

専用WEBサイト、SNS等での発信

- FP専用WEBサイトや公式Instagram（日本語・英語）等でFPの魅力幅広く発信するほか、TVやSNS等を活用した広告を展開

[公式Instagram数：18,080人] ※日本語アカウント、R7.6.5現在

1 ひょうごフィールドパビリオンの展開

(3) ひょうごフィールドパビリオンのこれまでの実績

- ・磨き上げとプロモーションの両輪の取組により、多くのプログラムで来訪者増加の声が聞かれるなど、各種ツアー造成の進展などの成果を得ている
- ・また、各プログラムのコラボレーションなど、プレーヤー同士でのネットワーク化も拡大

国内向け プロモーション

利用者数の増加

- ・プレミア・プログラムを中心に、認定前と比べて訪問客が増加
- 〔沼島おのころクルーズ：一般客や観光者が増加、予約枠完売の日も発生
発酵LabCoo：団体客の問い合わせが増加 等〕

モニターツアー

ツアー造成の進展

- ・多可の森健康ウォーキングと播州織オープンファクトリー
- ・坊勢漁業体験と家島諸島クルーズと坊勢島での島内散策 など

海外向け プロモーション

インバウンドの取り込み

- ・台湾日本酒ツアー：秋津窯、宮水、白鹿、稲見酒造等
→ツアーリピート、参加者が兵庫の日本酒輸入業を起業

磨き上げ研修

ネットワーク化による相乗効果

- ・県内各地のプレミア・プログラムとコラボレーションした淡路線香の販売
- ・淡路島や丹波などで、プレーヤー間の連携が活発に

情報発信

情報発信による認知度向上

- ・インフルエンサーのフィールドパビリオンの応援団化
→インフルエンサーの自主投稿による拡散、市町の自主的な発信



沼島おのころクルーズ



台湾日本酒ツアー



淡路線香

1 ひょうごフィールドパビリオンの展開

(4) ひょうごフィールドパビリオンウィーク&フェスの開催

5/20(火)から5/30(金)の11日間にわたり、ひょうごフィールドパビリオンをはじめとした兵庫の魅力を一体的に発信するイベントを万博会場で開催

実施概要

	ひょうごフィールドパビリオンウィーク	ひょうごフィールドパビリオンフェスティバル2025
日程	5/20(火)～5/25(日)の6日間	5/26(月)～5/30(金)の5日間
場所	関西パビリオン「多目的エリア」	催事場 「ポップアップステージ西」、「ギャラリーWEST」
出展者	県内交通事業者、未来のモビリティ関連事業者、県酒造組合連合会、灘の酒蔵活性化プロジェクト実行委員会、tamaki niime 他	ひょうごフィールドパビリオンプレーヤー (116プログラム)
内容	兵庫の酒や交通事業者の取組などFPや兵庫の魅力発信につながる出展を行い、「FPフェスティバル2025」の前夜祭として開催	FPプレーヤーが一堂に会し、兵庫各地の魅力や自らのSDGsの取組を展示やワークショップ、ステージイベント等を実施を通じて発信
実績	来場者数1日当たり 5,000人 / 6日間計 30,000人	来場者数1日当たり 5,500人 / 5日間計 27,500人

写真



▲ドローンの実物展示



▲「酒フェス」鏡開き



▲播州織のワークショップ



▲交通事業者の取組展示



▲兵庫の酒の有料試飲



▲FP仕事体験発表会



◀能の披露

(ポップアップ西)

展示、ワークショップ
(ギャラリーWEST) ▶



▼ステージイベント (ギャラリーWEST) ▼



2 万博会場「兵庫県ゾーン」・兵庫県立美術館「ひょうご EXPO TERMINAL」における魅力発信 7

- ・万博会場の関西パビリオン「兵庫県ゾーン」と県内拠点であるひょうごEXPO TERMINALにおいて、フィールドパビリオンをはじめとした本県の多彩な魅力を発信
- ・子どもたちが制作した絵画・折り紙・動画などによる県民参加の展示

関西パビリオン「兵庫県ゾーン」

HYOGO ミライバス -体験型SDGs空間-



<メインショー「ミライバス」>

- 約10分の動画放映（定員：約50人）
- 「兵庫は続ける、乗り越える」をテーマに、兵庫の様々な表情や魅力、その背景を巡る旅を幻想的な映像で描く



メインショー「ミライバス」

<ウェイティングゾーン>

- 県民参加で制作したコトワリの折り紙やスタンドグラスアートを展示
- 県内市町をはじめとした様々な主体が、万博会場で期間限定の展示やイベントを実施し魅力を発信



▲子どもたちが制作したコトワリの折り紙が来場者をお出迎え



▲芸術活動家によるスタンドグラス

【実績】 ※R7.5末時点

項目	実績
1日あたりの平均来場者数	2,700人
ひょうごに行ってみたくと思った割合（アンケート結果）	約9割

ひょうごEXPO TERMINAL

&future HYOGO -持続可能な未来のヒント-



<ミライのひょうごゾーン>

- 「こんなひょうごに住んでみたい」をテーマに子どもたちが描いた絵画をデジタル化し投影



ミライのひょうごゾーン

<フィールドパビリオンゾーン>

- フィールドパビリオンの体験メニューをバス等で展示し、子どもから大人まで楽しみながら学べるゾーン。週末にはワークショップ等を開催
- 「フィールドパビリオンプレイヤーの宝」をテーマに中高生等が取材・撮影した動画を放映



◀播州織 トンネル



但馬牛の組立パズル ▶

【実績】

項目	実績
1日あたりの平均来場者数	400人
兵庫のことをもっと好きになった割合（アンケート結果）	約9割

3 ひょうご楽市楽座の開催

万博期間中に設置される「**尼崎万博P & R駐車場**」利用者を主なターゲットに、その隣接地で兵庫五国の魅力発信と交流人口の拡大を目的としたナイトマーケット・「**ひょうご楽市楽座**」を開催

○実施概要

- 期間 R7.4.13(日)～10.12(日)の土日(計53日)
- 時間 午後4時～午後9時
- 毎週末に約20ブース/日が出店
- 週ごとに異なる地域のコンテンツを楽しめるナイトマーケット



楽市楽座入場ゲート



会場の雰囲気

【県民局・県民センターの担当期間】

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
13～27	3～18 24～31	1～8 14～22 28～29	5～13 19～27	2～10 16～24 30～31	6～7 13～28	4～5 11～12
阪神南	阪神北	東播磨 淡路	北播磨 但馬	中播磨 西播磨	神戸 丹波	神戸 淡路

○開催状況

平均来場者数 (5月末時点)	主な来場者・出店者の声等
1,500人/日	・ 阪神尼崎駅からの送迎バスが非常に便利で助かっている (来場者) ・ 大人から子どもまで楽しめるイベントですごく良かった (来場者) ・ 今後も出店したい、他の出店・出演者との繋がりができた (出店者) ・ SNS等で広報を頑張ってもらっているが、さらに力を入れてほしい (出店者)

○今後の主な内容



ご当地グルメ出店

播州織ワークショップ

西播磨

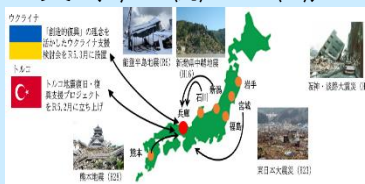
神戸

ナイトパブルショー

人気音楽フェス

国際博覧会協会の「テーマウィーク」に連動し、“兵庫ならではの”の2分野を加えた独自の10テーマにより「県版テーマウィーク」を展開。各テーマに沿った県内各地の取組を「シンクロイベント」として県が認定して広くPR [認定状況：申請94件中、認定50件、保留中25件(日程未確定等)]

各テーマの主なシンクロイベント

①未来への文化共創 (4/25(金)～5/6(火))  4/26～30「ひょうご国」	②未来のコミュニティとモビリティ (5/15(木)～5/26(月))  5/15～26 「自動運転による移動支援」	③食と暮らしの未来 (6/5(木)～6/16(月))  6/7「環境創造型農業サミット」	④健康とウェルビーイング (6/20(金)～7/1(火))  6/29 「いのちをつなぐ講演会」	⑤学びと遊び (7/17(木)～7/28(月))  7/19～21 「EXPO's 70 DAYS(映画祭)」
⑥平和と人権 (8/1(金)～8/12(火))  7/19～21 「ひょうご・ヒューマンフェスティバル」	⑦ひょうごの成長産業と地場産業 (8/30(土)～9/8(月))  9/4～5 「国際フロンティア産業メッセ2025」	⑧災害からの創造的復興 (9/15(月)～21(日))  9/20「創造的復興サミット」	⑨地球の未来と生物多様性 (9/17(水)～9/28(日))  9/26～28 「里山・里海国際フォーラム」	⑩SDGs+Beyond いのち輝く未来社会 (10/2(木)～10/12(日)) ・10月「ひょうごSDGs Hub ミーティング(仮称)」 ・10/4「神戸医療産業都市、理化学研究所の一般公開」等

実施済の主なシンクロイベント

テーマ	シンクロイベント名称等	日程	内容	来場者・出展者の声等
①文化共創	ひょうご国～HYOGO産を世界に発信するプロジェクト2025～(来場者約22,000人)	4/26(土)～30(水)	地場産業、地場製品の展示等	・ワケジョップを通じて兵庫の地場産業を知ることができた(来場者) ・ひょうご国の来場者が、フィールドパビリオンを体験しに来てくれた(出展者)
②コミュニティ	淡路夢舞台地区における自動運転とモビリティによる来訪者移動支援(参加者約200人)	5/15(木)～26(月)	施設間を7往復/日運行	・危険を感じなかった。自動運転にとっても興味を持った(参加者) ・実装による交通事故減少やドライバー不足解消等を期待(参加者)

ラジオ番組を活用したプロモーション

- ・各weekのテーマ期間中に、ラジオで使用するメッセージテーマを設定し、リスナー投稿を促し番組内で対話
- ・ひょうごEXPO TERMINALでもメッセージを募集

5 ひょうごEXPO41の展開

- ・万博期間中に、県内の市町や地域単位の情報発信を万博会場などで集中的に行う市町の日を設定
- ・県では実施を支援するとともに、県専用WEBサイトのイベントカレンダー、ポスター、動画等によりプロモーションを実施



開催場所

万博会場 関西パビリオン「兵庫県ゾーンコリドー及びメインホール」、各催事場「ギャラリーWEST」
兵庫県内 ひょうごEXPO TERMINAL（兵庫県立美術館）、県内各地 等

【実施日】原則、1市町1日（複数市町で実施の場合は、合計日数の範囲内）

【実績(主なもの)】5月末時点で17市町が開催済み

日程	市町名	主な内容
4/20	芦屋市	市長によるPR、ポスター掲示、メインホールでの動画放映
4/22	明石市	市長によるPRトーク、メインホールでの動画放映、ハルティ配布
5/7	宝塚市	観光大使サファアによるPR、特産品の展示
5/23 ～25	洲本市・淡路市・ 南あわじ市	淡路島観光アンバサダーによるPR、メインホールでの動画放映、ハルティ配布
5/26	西脇市・加東市・ 多可町	市町長によるPRトーク及び高校生による播州織ファッションショー(FPフェスティバル)
5/30	丹波篠山市	市長によるPRトーク、メインホールでの動画放映、ハルティ配布、デカンショ踊り(FPフェスティバル)



▲市長によるPRトーク



▲観光大使サファアによるPR



▲観光アンバサダーによるPR



▲高校生による播州織ファッションショー



▲コリドーでのPR



▲デカンショ踊り

6 ひょうごEXPO DREAM BUILDERSの実施

- ・万博に子どもたちが主体的に参画できる5つのプロジェクトを実施
- ・万博会場等で取組成果を発表・発信



区 分	取組内容
ひょうごの宝探し(動画等)	中高大学生がフィールドパビリオン取材した動画等を兵庫県ゾーン等で展示 (応募点数：3分動画53点、15秒動画18点、写真70点) ※3分動画優秀賞等は万博会場で表彰式・発表会を実施 ▲応募された動画 ▲3分動画表彰式・発表会
ひょうごの魅力を届ける仕事体験	FPのお仕事体験を通じて得た学びや気づきをひょうごの魅力としてまとめ、万博会場で発表 (24人の児童が6箇所を訪問) ▲FPのお仕事体験 ▲万博会場での発表
ひょうごこども万博	県内5か所で子どもたちの夢を応援するイベント(夢のスピーチコンテスト、子供縁日等)を実施 【会場】S-BRICK、篠山城跡、姫路城前、上山高原、GLION ARENA KOBE ▲S-BRICKでのイベント ▲スピーチコンテスト
ミライのひょうごのまちを描こう(絵画)	応募のあった絵画作品をデジタル化、ひょうごEXPO TERMINALで投影・展示(応募点数：686点) ※実物絵画もギャラリー回廊壁面で展示 ▲子ども達が描いた絵を投影▲
はばたけコウノトリ(折り紙)	こども達が作成した700羽以上のコウノトリの折り紙を兵庫県ゾーン回廊に展示 (R6年度に13箇所でコウノトリ折紙イベントを開催) ▲こども達が作成したコウノトリ折り紙を展示▲

7 公民連携による万博 子ども招待プロジェクト

- 「大阪・関西万博」に子どもたちを招待する兵庫県の取組に賛同する企業と連携し、万博子ども招待プロジェクトを実施

[プロジェクトの概要]

実施内容

- 学校行事として万博会場への訪問を希望する県内学校へチケット配布
- チケットは企業からの寄附及び県で負担

連携企業

川崎重工業(株)、(株)神戸製鋼所、シスメックス(株)

[プロジェクトの進捗]

学校意向調査

- R7.4月末時点で約300校(全校の約2割)、約9万人が万博訪問を希望
- 開幕後、高校を中心に訪問希望が増加
- 引き続き、訪問希望を受付

4月・5月の訪問

- 約190校、約4万人が訪問済み

関西パビリオン
を訪問する
子どもたち▶



[参加者の声 (4月末)]

- 海外パビリオン、国内パビリオンなど多様な文化や価値観に触れることができた(先生)
- 事前学習をしたことで、万博会場での展示内容が理解できた(先生)
- 家からは連れてきてもらえないので行けて嬉しかった(生徒)

8 万博関連事業の検証

12

- 「大阪・関西万博」ひょうご活性化推進協議会企画委員会で、万博関連事業を検証。
- フィールドパビリオンプレイヤーへのアンケート調査等を実施し、万博後のFPのあり方等を検討
- KPIの検証などを含めて令和7年度末に開催予定の推進協議会で検証結果を公表

時期	スケジュール	検証・検討内容	
			うちFP関係
R7.4-6月	万博開催	企画委員会での議論、効果検証	磨き上げ 研修を通じた振り返り、 課題整理
7-9月			FPフェスティバル FPプレイヤーへのアンケート調査
10-12月			▶ アンケートとりまとめ
R8.1-3月			検証結果(万博後の在り方)の公表
	推進協議会		