

大阪・関西万博兵庫棟（仮称）等
展示基本計画書

令和 5 年 3 月

兵庫県

目次

序章	P.3
1. はじめに	P.4
2. 基本方針	P.5
3. 博覧会開催概要	P.5
4. 関西パビリオン出展概要	P.6,7
第1章 兵庫棟（仮称）展示計画	P.8
1. 展示に関する基本方針	P.9
2. 展示構成及びゾーニング	P.9
3. 展示イメージ及び展示手法	P.10,11
4. 建築における要件整理	P.12
第2章 兵庫県立美術館ギャラリー展示計画	P.13
1. 展示に関する基本方針	P.14
2. 展示構成及びゾーニング	P.14
3. 展示イメージ及び展示手法	P.15,16,17,18
第3章 誘客施策	P.19
1. 誘客施策に関する基本情報	P.20
2. 誘客施策の基本方針	P.21
3. 広報戦略の基本方針	P.21
4. 機運醸成事業（カウントダウンイベント等）	P.21
5. ミュージアムホール・アトリエでの企画イベントとの連携	P.21
6. 関西広域連合・webパビリオン（予定）との連携	P.21
7. 万博に向けた兵庫の取組みのKPI	P.21
第4章 運営計画	P.22
1. 基本方針	P.23
2. 個別計画	P.23
第5章 工程	P.24
1. 今後の事業工程	P.25

序章

1. はじめに

2025年日本国際博覧会（略称「大阪・関西万博」）開催まで約2年となった。国内外から約2,800万人が訪れる万博を好機に、兵庫県では幅広い主体との連携・共創によって万博と連動する事業を複層的に展開し、人・モノ・投資の流れを兵庫に導く仕掛けづくりをオール兵庫で加速させていく。

先般、万博に向けて本県が実施を予定している関連事業やロードマップをとりまとめた「2025年大阪・関西万博に向けた兵庫のアクションプラン」を策定したところであり、兵庫の情報発信拠点となる兵庫棟（仮称）、兵庫県立美術館での展示の展開も、その柱の1つとしている。

兵庫では、歴史も風土も異なる個性豊かな五国において、地域の人々が主体的に課題解決に取り組み、未来を切り拓いてきた。地域を豊かにする取り組みには、世界が持続可能な発展を遂げていくための多くのヒントが秘められている。そんな地域の「活動の現場そのもの（フィールド）」を地域の人々が主体となって発信し、多くの人を誘い、見て、学び、体験していただく「ひょうごフィールドパビリオン」を全県で展開していく。

両展示拠点においては、ひょうごフィールドパビリオンをはじめ、歴史・文化・食等、兵庫が有する多彩な魅力を発信することで、「兵庫に行ってみたい」と来場者に強く印象づけ、県内各地へ多くの人を呼び込む契機としたい。

あわせて、脱炭素社会の実現や医療分野での革新的なイノベーション等、持続可能な社会の構築に大きく貢献し、世界に誇る最先端技術を有した企業が県内には数多くある。そうした企業の取組みについても、万博会場内外での展示やイベントを通して世界に発信し、ビジネス機会の創出へと繋げていく。

本基本計画においては、今後の展示設計・展示製作業務を見据え、展示構成や展示概要、運営計画等の基本的な方針を定めるものとする。

2. 基本方針

●兵庫県の魅力訴求

万博を契機として、歴史・文化、観光、産業等兵庫県の魅力を訴求し、県内誘客やビジネス機会の創出につなげる。

●連携・協働の促進

市町や経済界、学校、文化施設等、県内の多様な組織・団体と連携・協働を図る。

●県民参加の促進

県民が主体的に参加可能な仕組みづくりを計画。参加・体験した県民のシビックプライドの醸成を図る。

●SDGs（持続可能な開発目標）への貢献

ひょうごフィールドパビリオンの発信をはじめ、地球環境に配慮した資材の選定やユニバーサルデザインに則ったコンテンツづくり等、SDGs達成に資する計画づくりを行う。

●万博会期終了後のレガシーの利活用

ひょうごフィールドパビリオンや展示コンテンツ、人的ネットワーク等、万博を機に誕生したレガシーの利活用を図る。

3. 博覧会開催概要

●名称 2025年日本国際博覧会／（略称「大阪・関西万博」）

●開催場所 夢洲（大阪府大阪市臨海部）

●開催期間 2025年4月13日（日曜日）～10月13日（月曜日）184日間

●来場者数（想定） 約2,820万人

●テーマ いのち輝く未来社会のデザイン“Designing Future Society for Our Lives”

●サブテーマ

- ・ Saving Lives（いのちを救う）
 - ・ Empowering Lives（いのちに力を与える）
 - ・ Connecting Lives（いのちをつなぐ）
-

●コンセプト

People's Living Lab（未来社会の実験場）

※2025年日本国際博覧会（略称「大阪・関西万博」）基本計画より引用

4. 関西パビリオン出展概要

(1) 関西パビリオンの基本コンセプト

●出展参加のテーマ 『いのち輝く関西悠久の歴史と現在』

●出展参加でめざすもの

—地域に息づく「いのち」と未来へと続く「いのち」の発信

- ・関西各府県の生活環境、産業立地、観光・文化等の魅力を、各府県ごとの切り口で提示し、日本で最も長く息づき根付いてきた地域の「いのち」の姿と、未来へと続く「いのち」の姿を日本・世界の人々に伝える。

—関西各地へのゲートウェイ

- ・来場者に関西地域での暮らし・仕事・楽しみを示すとともに、関西各地への来訪を促すゲートウェイ機能を担うことを目指す。

●出展参加の主体

- ・出展参加の主体：関西広域連合

- ・出展参加府県：滋賀県、京都府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県、福井県、三重県

※隣接する大阪パビリオンと連携・協力

●関西パビリオンの基本構成

①関西全体を表現する展示スペース

関西パビリオンのエントランスとして、関西各府県を一体的に表現する展示スペース

②出展参加府県による独自展示スペース

出展参加府県が来館者に訴求したいポイントに沿い、参加府県それぞれが趣向を凝らした展示を展開するスペース

③WEBパビリオン

WEB上でもパビリオンを展開し、リアルのパビリオンとも共鳴させ、可変自在な展示を展開する。

※関西パビリオン建築計画の概要より引用



(提供 2025年日本国際博覧会協会)

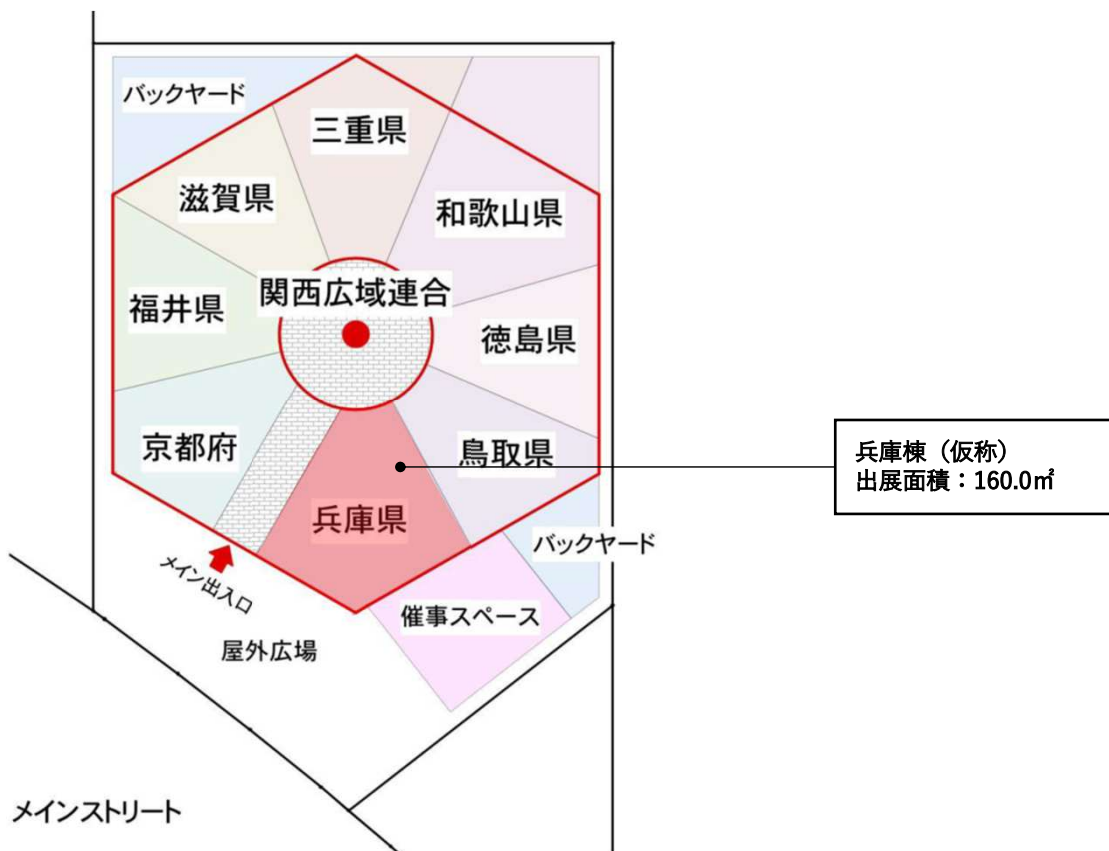
■関西パビリオン配置図案

(2) 関西パビリオンのレイアウト

●内部レイアウトイメージ

- ・ 関西パビリオンに参加する府県は、大阪・関西万博の開催地を中心として取り囲むように立地。
- ・ その参加府県の地理や隣接関係を来館者が自然と感じとれるように、展示スペース内の並びを地理的配置で表現。
- ・ また中心で関西全体を表現する展示を展開することで関西を一体的にアピールする。

※関西パビリオン建築計画の概要より引用



■関西パビリオン平面イメージ案
(提供：関西広域連合)



■関西パビリオン外観イメージ (昼間)
(提供：関西広域連合)



■関西パビリオン外観イメージ (夜間)
(提供：関西広域連合)

第1章 兵庫棟（仮称）展示計画

第1章 兵庫棟（仮称）展示計画

1. 展示に関する基本方針

●展示コンセプト

時空を超えた旅で兵庫県の魅力を体感する
アトラクション型映像空間

HYOGO ミライバス - 体験型の全天周SDGs空間 -

過去から未来へ時空を超えて兵庫県内各地を駆け巡る展示体験を計画。バスガイドの案内で映像が切り替わったり、体感音響装置によってバスの揺れを再現する等、臨場感のある展示体験を創出。来館者に兵庫県の歴史・観光・産業資源等を訴求し、認知拡大や周遊観光の促進を図る。

体験にあたって、性別、文化、言語の違いや障害の有無等にかかわらず、誰もが楽しめるユニバーサルデザインに配慮した計画を行い、カーボンニュートラルや環境に配慮した素材等を選定する等、地域貢献と環境に配慮した設計を行う。

観覧者を選ばない、
誰もが楽しめる
システム

徹底して兵庫県
らしさを追求し、
魅力的に表現

記憶に残る、
迫力ある
ダイナミックな演出

地球環境と地域貢献
に配慮した
パビリオンづくり

2. 展示構成及びゾーニング

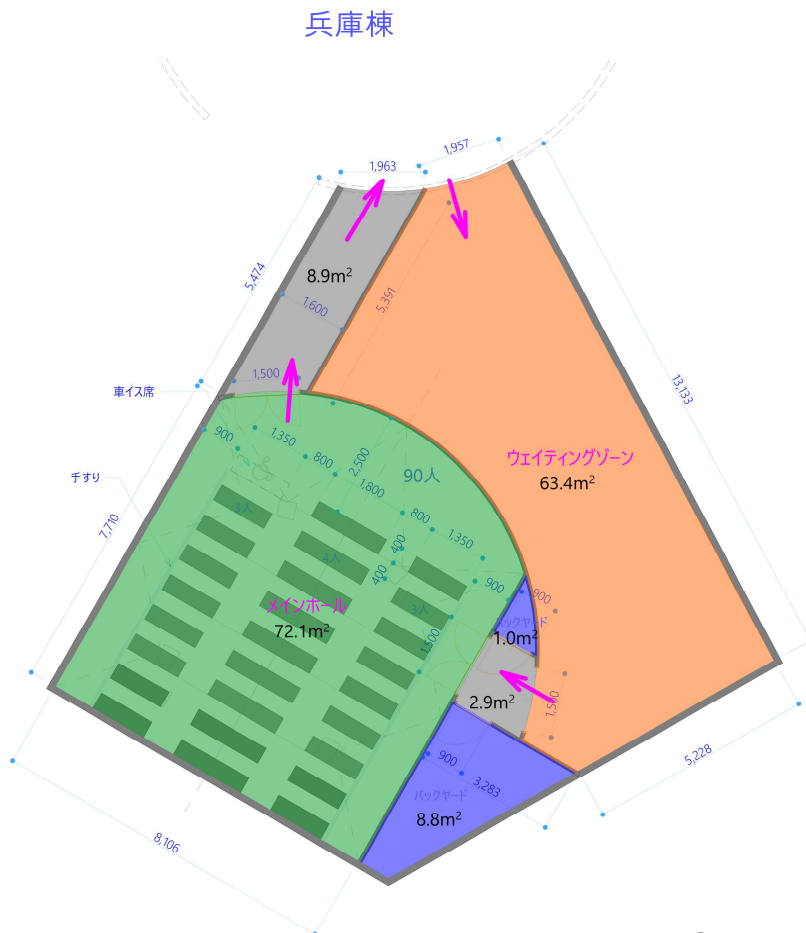
●展示構成

ウェイトニングゾーンでは、グラフィックをトンネル状に配置した没入感のある空間で期待感を醸成。扉を開けると着座式の大型シアター空間。時空を超えたバスツアー体験で、来館者に兵庫県の魅力を強く印象づける。

●ゾーニング

ウェイトニングゾーンは1度に70～90名の来場者を入場させ、メインホールへスムーズに移動させる役割を担う。

メインホールでは兵庫県の巡るアトラクション型映像を体験。メインホールの体験終了後、退出路から順に退場。退場と同時に入場案内を行う。



●KEYPLAN



3. 展示イメージ及び展示手法

(1) 導入部「兵庫四次元の回廊」



●ねらい

- ・ 時空の狭間に入り込んだような空間を演出し、ワクワク感や期待感を創出。
- ・ 兵庫県の歴史・文化等をビジュアルで訴求し、興味関心の喚起を図る。

●展示内容

- ・ 姫路城や明石海峡大橋をはじめとした観光地の写真やイラストを用い、時間・空間を超えた兵庫県の様々な資源を空間に配置。
- ・ メインショー前では阪神淡路大震災から復興を果たした現代の神戸の街並み写真を併せて配置する等、兵庫県の創造的復興を伝える工夫を検討。

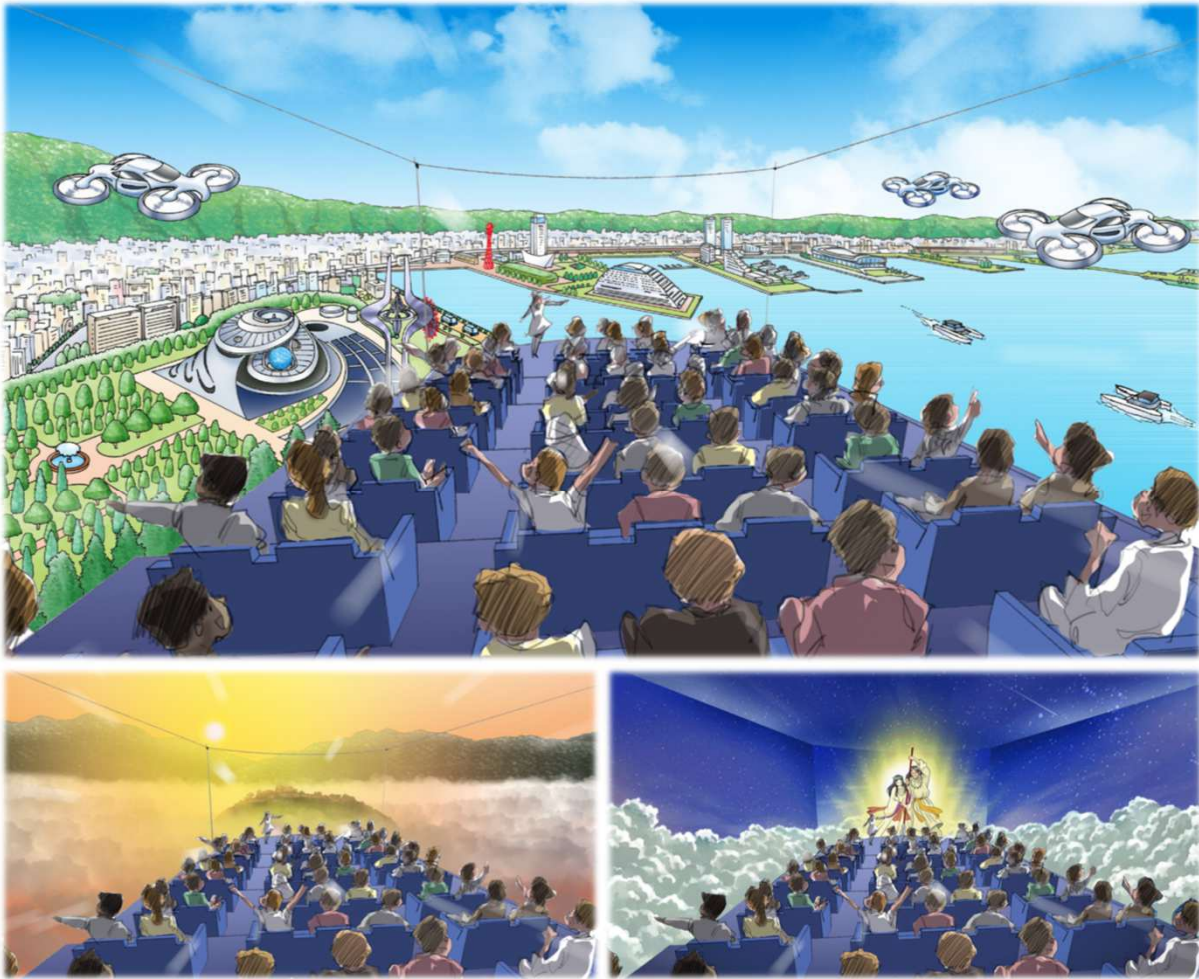
●展示手法

- ・ 写真やイラスト等で兵庫県の歴史・文化等を表出。壁面と天井面にグラフィックを配置した空間を計画。言語を用いずに空間の演出で誰もが楽しめる展示を検討。

第1章 兵庫棟（仮称）展示計画

（2）メインホール「ミライバス」 映像時間：約10分

●KEYPLAN



●ねらい

- ・ 展示体験を通じて、兵庫県の歴史・観光・産業資源等の魅力を訴求。
- ・ バスガイドを配置したバスツアー体験で、兵庫県の周遊観光意欲を喚起。

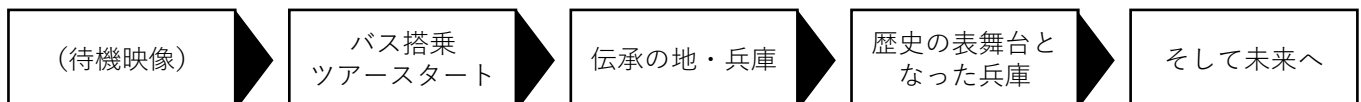
●展示内容

- ・ ひょうご五国を巡る未来のバスに乗り込み、過去から未来まで時空を超えた兵庫を観光。
- ・ バスガイドが案内役を務め、右左へと視線を変えながら兵庫の町並みを紹介。中世の町並みや外国人居留地として発展した兵庫の町をバスで周遊するシアター空間。兵庫県が取り組む持続可能な社会、県内企業の最先端技術等を紹介。
- ・ 待機映像としてひょうごフィールドパビリオンや兵庫県立美術館の展示に関する情報発信を行う等、現地誘導に資するコンテンツづくりを計画。

●展示手法

- ・ 一度に70～90名が体験できる着座式のシアター空間。正面・左右壁面・天井の一部の計4面に映像を投影し、没入感のある映像体験の創出を図る。
- ・ 座席下に体感音響装置を設置することでバスの揺れを再現する等、臨場感ある演出を検討。
- ・ 座席には車いす専用のスペースを設け、車いす使用者が安心して体験できる仕様を計画。
- ・ 字幕の日英併記による多言語対応を検討。
- ・ シアター内における講演会やトークセッションの開催を検討し、その設備を備える。

●映像展開イメージ



4. 建築における要件整理

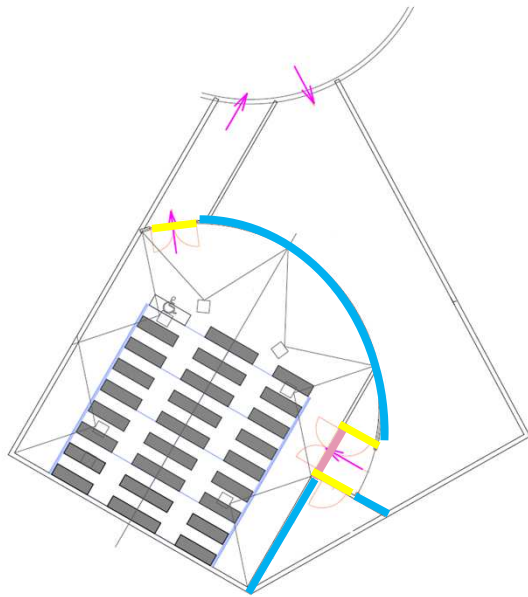
●関西広域連合の建築工事範囲

- ・ 関西広域連合全体の躯体構造、テント、空調設備、消防設備、バックヤード設備等
- ・ 8府県の仕切り壁、各府県の基礎床

※関西広域連合と各府県のどちらの範疇かは今後協議・調整。

●兵庫県の工事範囲（展示設備、演出設備は除く）

- ・ 床構造工事
- ・ 天井工事
- ・ 展示に係る内装（不燃材料を用いる）
- ・ 照明工事（非常用照明の設置が必要）
- ・ 排煙



■排煙対策

- 客室を100㎡以内毎に区画
- 不燃材料の扉
- 防煙垂れ壁（天井より50cm以上下げる）

※備考

- ・ 開口部の高さは約2500mm、他府県との間仕切り壁の高さは約4900mmの想定。
- ・ 各府県が電源位置を調整できるようにするため、FL-100で建築側より引き渡しを受ける想定。
- ・ 大阪市火災予防条例第51条により、展示場内の通路有効幅員は1.6m以上必要。

第2章 兵庫県立美術館ギャラリー展示計画

1. 展示に関する基本方針

●展示コンセプト

参加型の展示体験で、ワクワクしながら兵庫の魅力を発見し体感できる空間

&future HYOGO

- 持続可能な未来のヒント -

県内の情報発信拠点として、歴史・観光・産業資源等兵庫県の魅力を訴求。はじめにアバターを用いた展示体験で兵庫県観光の興味関心を喚起。続いて兵庫県の子どもたちが描いた「未来の兵庫の姿(仮)」をつなげることでデジタルアートとして展示し、未来を描くキッカケを創出。また、映像や実物展示、IoT技術を用いた現地との交流等、ひょうごフィールドパビリオン等の認知拡大に資する仕組みづくりを計画。持続可能な社会に向けた視座を伝え、現地への来訪促進を図る。兵庫棟(仮称)や近隣文化施設との連携・協働も検討。

また本ギャラリーにおいても、ユニバーサルデザインに配慮した計画を行うとともに、カーボンニュートラルや環境に配慮した素材等を選定する等、地域貢献と環境に配慮した設計を行う。

先端技術等を用いて
兵庫県の魅力を
最大限に訴求

インタラクティブで
子どもから大人まで
夢中になる体験

地球環境と地域貢献
に配慮した
展示づくり

2. 展示構成及びゾーニング

●展示構成

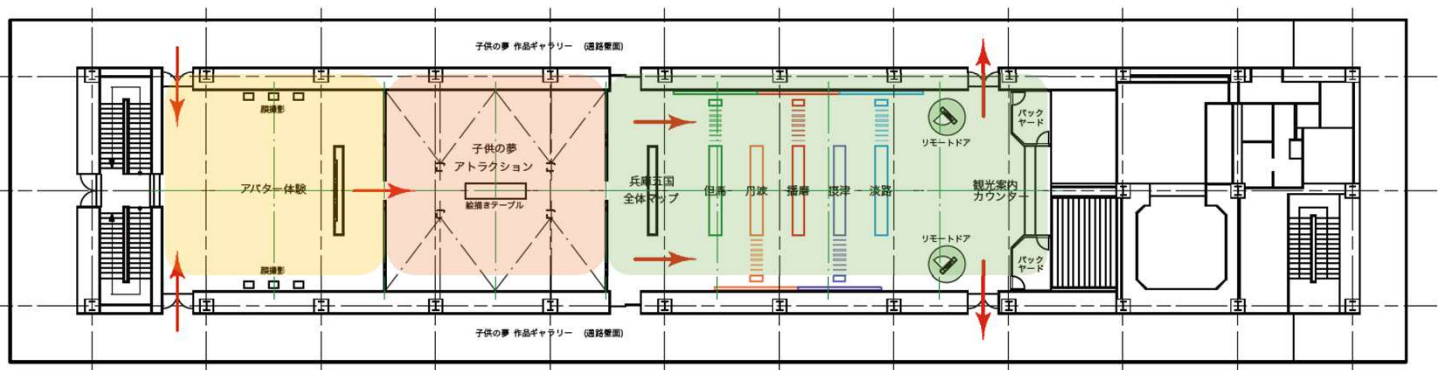
アバターを通じた新しい観光体験「アバター体験ゾーン」、子どもが描く未来の兵庫を形にする「子どもの夢アトラクションゾーン」、持続可能な未来へのヒントとなる地域資源を肌で感じ、現地へと導く「兵庫の魅力発見ゾーン」の3つで構成。

●ゾーニング

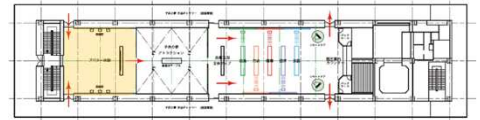
(1) アバター体験ゾーン

(2) 子どもの夢アトラクションゾーン

(3) 兵庫の魅力発見ゾーン

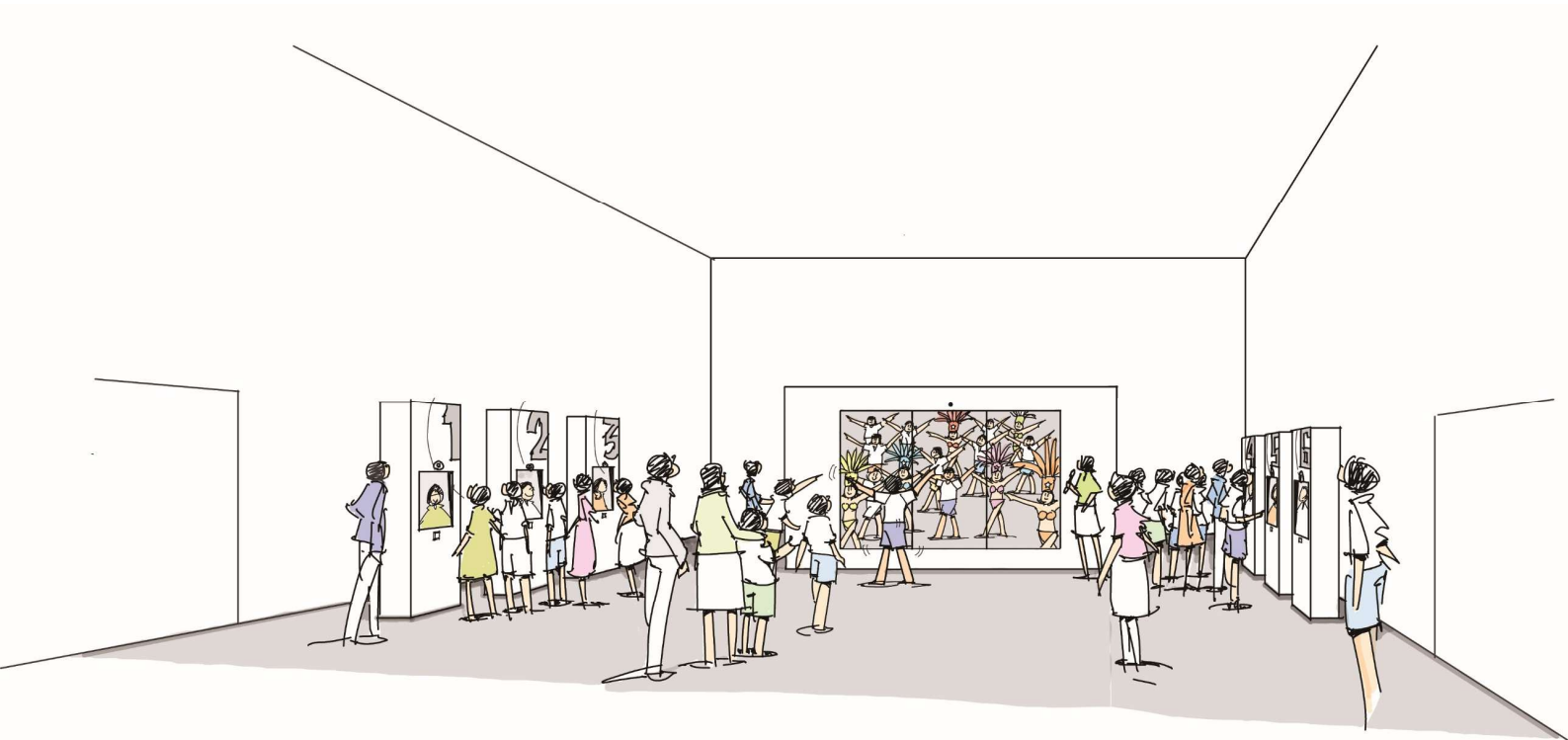


●KEYPLAN



3. 展示イメージ及び展示手法

(1) アバター体験ゾーン 体験時間：約7分



●ねらい

- ・ 3Dアバターを通じた観光体験によりワクワク感を醸成。「現地へ行ってみよう」という気持ちの喚起を図る。
- ・ SNS等での情報拡散や話題性の創出を図る。

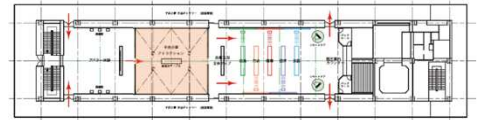
●展示内容

- ・ 顔写真から作成された3Dアバターが歴史・文化、自然、食等、様々な兵庫県の観光資源を巡り疑似体験する。
- ・ 映像の中にアバター視点を交える、限定された時期でしか見れないものを見せる等、普段見ることのできない視点からの観光体験を検討。

●展示手法

- ・ 県立美術館ギャラリーが県内の情報発信拠点であることを示すサインやグラフィックを設置。
- ・ 来館者の顔写真を撮影し3Dアバターを作成するモニターを壁面に設置。
- ・ アバターが反映された映像を展開する3面マルチモニターを設置。
- ・ QRコード等を用いて、アバター映像を持ち帰り可能な仕様を検討。

●KEYPLAN



(2) 子どもの夢アトラクションゾーン 体験時間：約15分



●ねらい

- ・子どもたちが未来を描く機会を創出する。
- ・「未来の兵庫の姿（仮）」をテーマに、子どもたちが描いた絵画がつながって、一つの大きな作品をつくりあげる。

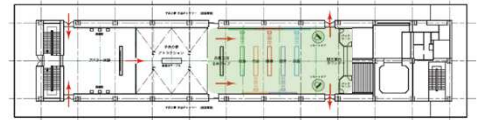
●展示内容

- ・子どもたちの描いた絵画がつながり一つの「まち」となる映像画面を形成。絵画の中で描かれた車や飛行機が動き回る等、見る人を楽しませるコンテンツを検討。
- ・「アバター体験ゾーン」で作成された自身の3Dアバターが自動的に映像内に反映され、「まち」を歩き回る仕様を検討。展示映像の中で自分のアバターを探す楽しみを創出する。
- ・その場で描いた絵画が映像に反映される等インタラクティブで記憶に残る体験を計画。
- ・募集した作品については兵庫県立美術館の回廊壁面を活用した実物展示も検討。

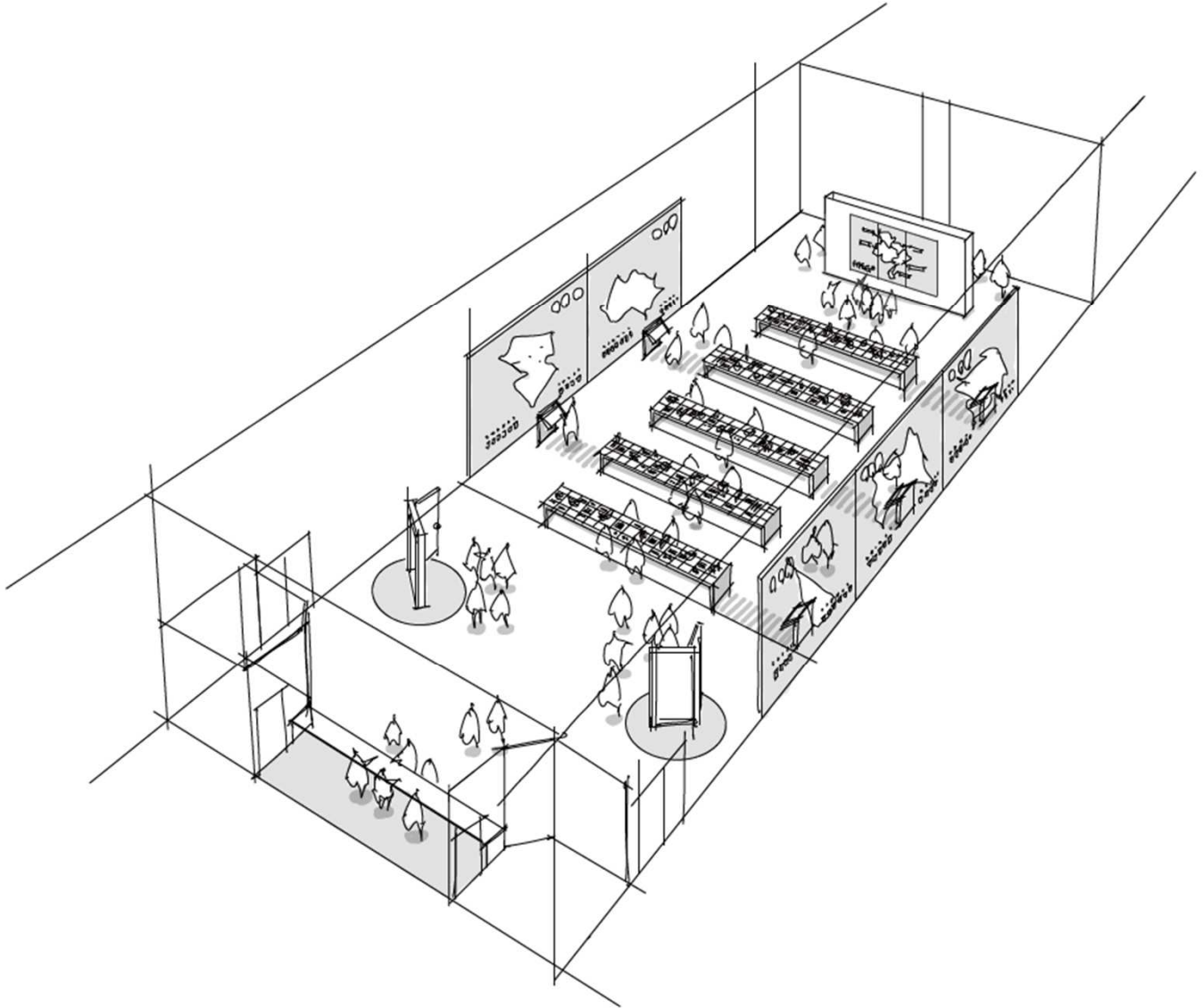
●展示手法

- ・複数のプロジェクターを用いた映像空間。
- ・来館者用のイラスト作成スペースの設置を計画。
- ・兵庫県内の子どもたちから「未来の兵庫の姿（仮）」をテーマに作品を募集。公募作品の一部をデジタルアート化し壁面に投影。

●KEYPLAN



(3) 兵庫の魅力発見ゾーン 体験時間：約15分

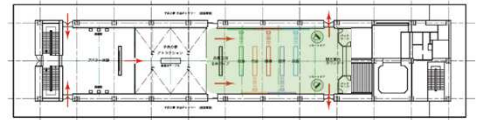


●ねらい

- ・展示体験を通じて、兵庫県の地域の魅力を発見。
- ・ひょうごフィールドパビリオン等の認知拡大及び理解促進。
- ・兵庫県内で行われている活動やイベントへの参加意欲を高めるとともに現地への来訪を促進。
- ・兵庫棟（仮称）の展示概要を伝え、万博会場への誘導を行う。
- ・デジタルとアナログを組み合わせた展示で、ひょうごフィールドパビリオン等の活動を紹介。

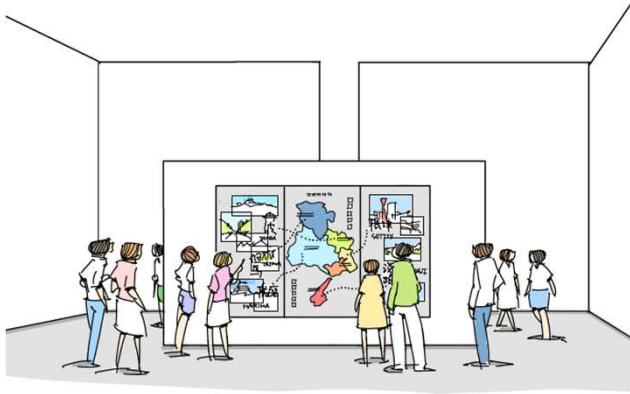
第2章 兵庫県立美術館ギャラリー展示計画

●KEYPLAN

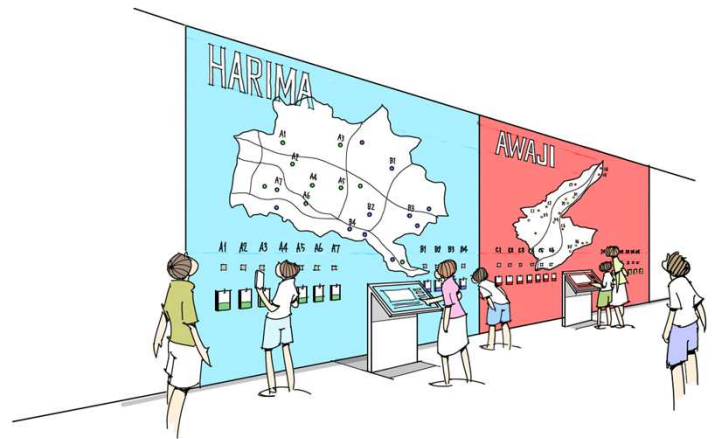


(3) 兵庫の魅力発見ゾーン 体験時間：約15分

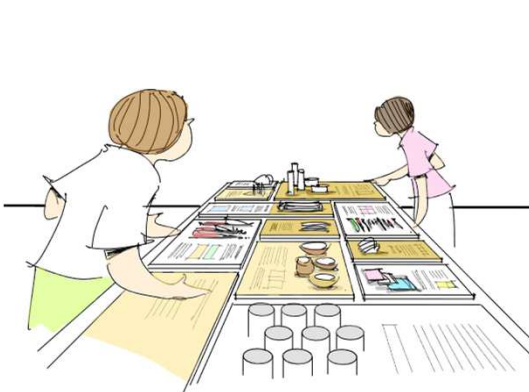
●展示展開案



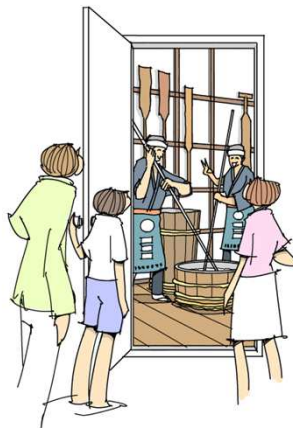
ひょうごフィールドパビリオンの全体像を伝えるマルチサイネージ。



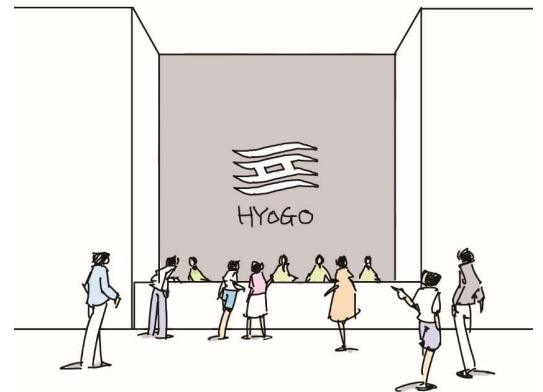
マップと情報探索モニターを組み合わせる等、能動的に理解を深められる仕組みづくり。



兵庫県のもつ文化・観光・産業資源への興味関心を喚起するハンズオン体験展示。



ひょうごフィールドパビリオンの活動者等との交流機会を創出する、IoT技術を用いた映像展示。



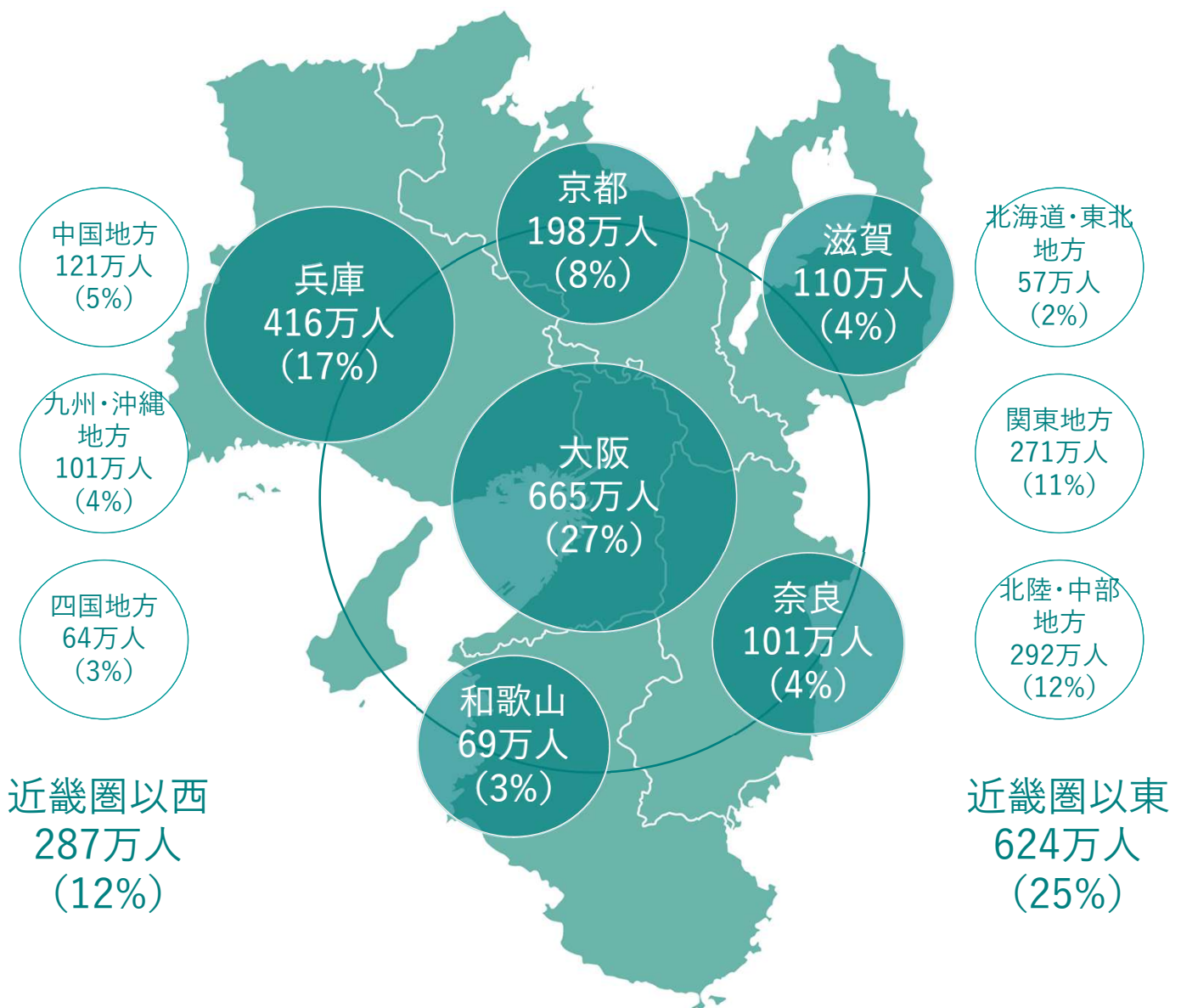
ひょうごフィールドパビリオンへの観光案内や兵庫県立美術館ギャラリーにおける展示の問い合わせに対応する有人のカウンター。

第 3 章 誘客施策

1. 誘客施策に関する基本情報

(1) 誘客施策の与件整理

来場者総数の約2,820万人のうち、
国内来場者は約2,470万人（約88%）、
海外来場者は約350万人（約12%）
と想定される。
国内来場者（約2,470万人）のうち、
近畿圏内から約1,559万人（約63%）、
近畿圏外が約911万人（約37%）
と想定される。



(「大阪・関西万博 来場者輸送具体方針 (アクションプラン) 初版」より)

2. 誘客施策の基本方針

(1) 兵庫棟（仮称）への誘客について

兵庫棟（仮称）への誘客について、大阪・関西万博一般来場者や関西パビリオン来場者等に対する誘客施策を計画。

独自のテーマウィークを兵庫県側で設定し、テーマに応じたPRや誘客等について検討。

また、会場内でのトークセッションやイベントの展開等、効果的な誘客施策を合わせて検討。

(2) 兵庫県立美術館への誘客について

兵庫県立美術館への誘客について、兵庫棟（仮称）来場者等に対する誘客施策を検討。

独自のテーマウィークを兵庫県側で設定し、テーマに応じたPRや近隣施設と連携した誘客等を検討。

3. 広報戦略の基本方針

ひょうごフィールドパビリオンを国内外に積極的にプロモーションし、万博を契機とした兵庫への誘客を促進するための戦略的な広報を検討。

(1) 専用ウェブサイトの構築

フィールドパビリオンの情報を一元的に配信し、関連先や予約先に導く専用サイトを構築する。

(2) 広告・SNS等を活用したプロモーションを展開

各地域で人気の高いSNSや越境EC等にプロモーション動画等の広告を展開することを検討。

4. 機運醸成事業（カウントダウンイベント等）の企画

万博開催の500日前等の節目に、ひょうごフィールドパビリオンの展開をはじめとした兵庫の取組み等万博を身近に感じてもらえるための機運醸成イベントの開催を検討。

5. ミュージアムホール・アトリエでの企画イベントとの連携

アトリエは、地場産業を実体験できるワークショップ会場等としての活用を検討。

ミュージアムホールでは、県内企業のPRやトークセッションの場等としての活用を検討。

フィールドパビリオンや地元企業と連携して、事前の協議を重ねながら、計画づくりを行う。

6. 関西広域連合・webパビリオン（予定）との連携

関西広域連合が実施予定のwebパビリオンについては、仕様等の詳細が関西広域連合から示された段階で連携手法や内容等を検討。

7. 万博に向けた兵庫の取組みのKPI

万博開催期間中の来場者数 100万人

兵庫棟（仮称） 40万人

兵庫県立美術館 60万人

第4章 運営計画

1. 基本方針

来館される全ての人々が、安全安心・快適に展示内容を楽しめるよう、ユニバーサルデザインを考慮し、「誰一人取り残さない」SDGsの目的と合致した計画を推進することで、展示の魅力を最大限に活かす運営を目指す。

大阪・関西万博及び関西広域連合、兵庫県立美術館と連携しながら、各展示場所において必要な項目をそれぞれ詳細に検討し、最適な手段を導き出すよう計画する。

2. 個別計画

(1) ホスピタリティ計画

ユニバーサルデザインの視点を踏まえたブース展示・運営やICTを活用した多言語対応等により、子ども、高齢者、外国人、障害者等すべての来館者に対し、安全安心・快適に楽しんでいただけるよう努める。

(2) 運営体制計画

安全管理・円滑な誘導・満足度の高いホスピタリティ等を実現させるため、会場レイアウトに応じた適正配置と採用人数の検証を行う。スタッフの人員構成やボランティアの配置・体制等は、関西広域連合と連携・協議の上、計画を策定する。

(3) 警備計画

各展示場所のルール遵守を基本とし、会場内のセキュリティレベルの設定や迅速な非常時対応が可能な計画策定に努める。

(4) 救護・衛生管理計画

各展示場所のルール遵守を基本とし、けが人や病人が発生した場合に迅速な対応が可能な体制の構築と、関係機関での応急処置や近隣の診療施設と連携した計画策定に努める。

(5) 清掃・ごみ処理計画

各展示場所のルール遵守を基本とし、来場者が快適な時間を過ごすための美観維持とSDGsを考慮した計画策定に努める。

(6) 消防防災計画

避難誘導等の計画とそれに伴う自営消防隊の体制を検討し、各展示場所との連携方法や防災訓練等も考慮した計画策定に努める。

(7) 保険等の計画

想定されるリスク項目を洗い出し、保険加入等について適切に加入する。

第5章 工程

1. 今後の事業工程

令和4年度から令和8年度以降まで下記スケジュールで検討する。

項目	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度以降
関西パビリオン	建築設計	関西パビリオン建築工事		万博会期 (4/13 ~ 10/13)	
展示	基本計画	展示設計	展示制作・施工	保守	レガシーの活用
運営			運営設計・ 運営マニュアル作成	運営・管理	
				解体・撤去	