



- ▶ **1. 2025大阪・関西万博**
 - ▶ 大阪・関西万博 5つの「みどころ」
 - ▶ 万博への参加協力とTEAM EXPO
- ▶ **2. 万博の拡張と方法論**
 - ▶ 3つの問題意識と万博の拡張
 - ▶ ソフトレガシーと拡張の方法
- ▶ **3. 他地域事例と八尾の戦略**
 - ▶ TEAM EXPOと他地域事例
 - ▶ 八尾の戦略如何

大阪・関西万博と八尾の戦略

2025年日本国際博覧会

略称「大阪・関西万博」 (登録博覧会)



ロゴマーク

名称 : 2025年日本国際博覧会
(略称「大阪・関西万博」)
会場 : 夢洲 (ゆめしま) (大阪市臨海部)
開催期間 : 2025年4月13日 (日)
~10月13日 (月)
来場者数 : 約2,820万人 (想定)



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

▶ コンセプト
未来社会の実験場 “People’s Living Lab”

▶ 目標
SDGsの達成
Society5.0実現

みどころ 1

シグネチャーパビリオン

大阪・関西万博テーマ事業
「いのちの輝きプロジェクト」

シグネチャーパビリオン 会場配置計画



出所：(公社)2025日本国際博覧会協会 資料等より抜粋

みどころ 2

企業パビリオン

企業・団体パビリオン出展者とパビリオン名称

- 飯田グループホールディングス株式会社
飯田グループ×大阪公立大学 共同出展館
- 住友 EXPO2025推進委員会
住友館
- 特定非営利活動法人ゼリ・ジャパン
「BLUE OCEAN」(ブルーオーシャン)
- 玉山デジタルテック株式会社
「初志・創新 (仮称)」
- 電気事業連合会
電力館 (仮称)
- 一般社団法人日本ガス協会
ガスパビリオン
- 日本電信電話株式会社
「NTT PAVILION 2025 NATURAL 生命とITの<あいだ>」
- 株式会社バンダイナムコホールディングス
「ガンダムパビリオン (仮称)」
- 株式会社パソナグループ
「PASONA Natureverse」
- パナソニック ホールディングス株式会社
パナソニックパビリオン (仮称)
- 三菱大阪・関西万博総合委員会
三菱未来館
- 吉本興業ホールディングス株式会社
(仮称) よしもとパビリオン
- 一般社団法人大阪外食産業協会



(公社)2025日本国際博覧会協会 プレス資料等より抜粋

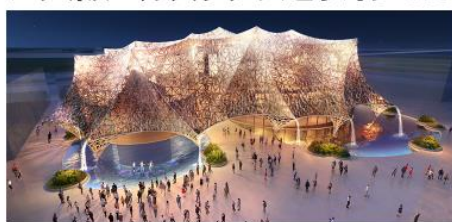
みどころ 3

日本館・自治体館 海外パビリオン

参加目標数 150か国・地域 25国際機関
公式参加表明 142か国・地域 8国際機関

大阪パビリオン／八尾ゾーン／関西パビリオン

大阪ヘルスケアパビリオン Nest for Reborn



2025年日本国際博覧会
大阪パビリオン推進委員会
HPより引用
<https://2025osaka-pavilion.jp/>

▶「リボーンチャレンジ」
中小企業・スタートアップ支援
「展示・出展ゾーン」



出展：八尾市HP

▶ 関西パビリオン
『いのち輝く関西悠久の歴史と現在』
・地域に息づく「いのち」と未来へと続く「いのち」の発信
・関西各地へのゲートウェイ
大阪・関西万博 関西パビリオン建築計画概要書より引用
https://www.kouiki-kansai.jp/material/files/group/3/02-0_kentkukeikaku.pdf

フューチャーライフ万博

みどころ 4

未来社会ショーケース フューチャーパーク

- 未来の都市**
建築、土木、通信、物流、IT、エネルギー、交通などが、先端技術によって融合された未来の都市を体験できるエリア (面積約1ha)
- 【主な施設】**
 - 屋外空間 (歩道、道路、広場等)
 - 環境演出 (自然植、水景、照明等)
 - 建築物 (住宅、商業等)
 - 連絡道路 (船着場へ会場)
 - 展示施設 (プレゼンテーション展示)
- 【実証する技術例】**
 - IoTスマートセンサー
 - オンデマンドバス
 - スマート街路灯
 - EMS
 - MaaS、自動運転、カーシェア
 - 都市OS
 - ロボット・ドローン配送
 - 植物工場
 - HEMS、BEMS
 - 蓄電SCADA
 - データ連携基盤
- モビリティ・エクスペリエンス**
空飛ぶクルマの据置体験ができるエリア、難発着場、待機、整備稼働施設、及び乗物の展示施設を設置
- フューチャーライフ・エクスペリエンス**
未来のヘルメスケア、未来の食、未来への行動が体験できるエリア。展示施設、ワークショップ、小売ゾーンを設置
展示施設内において万博の共創事業「TEAM EXPO 2025」等から選定されたベストプラクティスの展示を実施
- ギャラリー (催事施設)**
現代アートやポップカルチャー等の展示を会期中入れ替えて実施。万博の催事施設として設置
- 飲食施設 (営業施設)**
フード・トースタイルのレストラン、万博の高層ビル施設として設置

出所：(公社)2025日本国際博覧会協会 資料等より抜粋

多様な催事 (PRイベント・展示商談会等) 2023年度以降に募集予定

みどころ 5

テーマウィーク 多彩なイベント

- ギャラリー**
展示面積:約500㎡
アニメ、ファッション等の展示会を会期中入替で実施可能
- 屋外イベント広場**
収容人数:1万人規模
屋根付ステージ
大型映像装置あり
大型ライブイベント、映像上映、祭り等の屋外催事を実施可能
- メッセ**
展示面積:約4,000㎡
様々な展示会を会期中入替で実施可能
- 小規模なステージ**
ステージ面積:約50㎡ (屋根・小売併付)
数か所設置予定
音楽、トークイベント、祭り等
会期中入替で実施可能
- 大催事場**
座席数:約2,000席
劇場型ホール プロセシム型ステージ
回転可能 大型映像装置あり
音楽、演劇、芸能、未来型エンターテインメント、テーマフォーラム等の劇場催事を実施可能
- 小催事場**
座席数:約500席
半円型小ホール 耳土間
ナショナルレーススペシャル式典、音楽、演劇、芸能、未来型エンターテインメント、テーマフォーラム等の劇場催事を実施可能
- 日本伝統文化エリア**
芝生広場、屋外小舞台、1階展示場
茶道、華道、歌舞伎、能、句会等日本の伝統文化の催事を会期中入替で実施可能

出所：(公社)2025日本国際博覧会協会 資料等より抜粋

大阪・関西万博 の みどころと特徴

(テーマ館) シグネチャーパビリオン

8名のテーマ事業プロデューサー
協賛企業34社

外国・国際機関パビリオン

公式参加表明142カ国
8国際機関

国内企業パビリオン

(契約締結) 13企業・団体

日本館 大阪府・市 関西広域連合パビリオン

(日本館) 基本計画策定 (大阪パビリオン) 中小企業・スタートアップ 事業企画認定 (広域連合) 各府県毎に検討

未来社会ショーケース フューチャーライフ万博

2025年以降の未来の姿を表現

テーマウィーク 多様なイベント

1週間ごとに地球的課題をテーマに「対話プログラム」「ビジネス交流」 中小企業展示・商談

TEAM EXPO 2025プログラム
・共創チャレンジ
・共創パートナー

万博連携共創活動 共創チャレンジ登録 900チーム超

会場整備 運営参加

必要な施設・物品・サービス等をご提供いただく活動で、開会まで6回に分け募集

政府アクションプラン

各省庁検討状況 Ver.3 22年12月発表

来場者予想 2820万人

- ▶ 満席の甲子園球場 約500回分
- ▶ 満席の大阪城ホール 約1800回分

日本の人口の1/4が半年間に来訪

問題意識 1

多くの方は大きな展示会だと認識

Not : 東京ビッグサイト・パシフィコ横浜・インテックス/グランキューブ

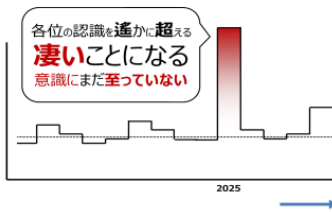
万博は単なる展示会ではない

ソフト
レガシー

良い未来のため
意識が変わる/ルールができる
継続的な活動が始まる
イベント・オリエンティッド・ポリシー

89

万博は関西にとって特異点 (概念図)



社会を変える
良い未来にするため
ルールを作る・意識を変える

来場者予想
2820万人
日本の人口の1/4が
半年間に来訪

▶ 満席の甲子園球場
約500回分
▶ 満席の大阪城ホール
約1800回分

29

問題意識 2

これまでの万博は閉会后地域経済が縮小

万博が終わっても関西経済が飛躍するため
関西に継続的に何を残すか

工夫続けた
ピクト
グラム

初めて食べる
ファースト
フード
ケンタッキー等

西が持った
サイン帳

夢が膨らむ
タイム
カプセル

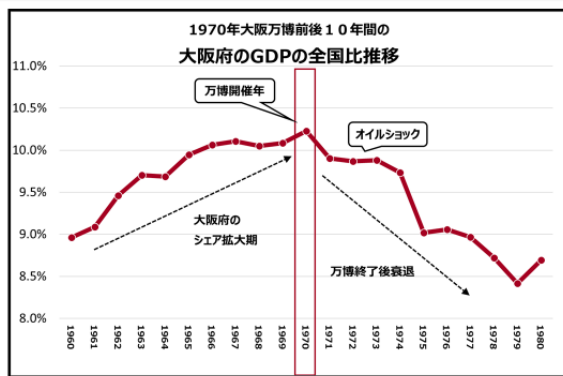
初めて見る
外国人

夢の
芸術
協奏



90

1970年日本万国博覧会 大阪万博のあとさき (大阪府)



問題意識 3

これまでの万博に比して
決して大きな規模ではない

	1970年大阪万博	2025年大阪・関西万博	'2025/1970
会場面積	330ha	155ha	0.47
入場者 (予測)	6400万人	2820万人	0.44

91

2020年ドバイ博と2025大阪・関西万博

2121ドバイ国際博覧会
(心を繋いで、未来を創る)



会場イメージ図
出所:「ドバイ国際博覧会公式HP」より引用

2125大阪・関西万博
(いのち輝く未来社会のデザイン)



会場イメージ図
©2025日本国際博覧会協会
大阪・関西万博関係府省庁連絡会議資料 (2021.3.1)

展示の多くはサークルの外

展示の多くはサークルの内

(サークルの大きさはほぼ同じ)

提案 拡張万博

3軸の拡張



遺産 ソフトレガシー

技術や建造物だけでなく

万博概念の拡張イメージ

36

技術のみに非ず
万博閉幕後に遺るソフトレガシー

41



拡張万博

空間の拡張
時間の拡張
テーマの拡張

かつてのイベントで生まれた遺産例

1855パリ博 ワイン各付け (ホルドー)	1873 ウィーン博 国際 特許制度	1872京都博 都をどり (京都申楽改良会)	1970大阪博 ビクトグラム (奈良県立万博)
-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	-------------------------------

カウントできない
効果も重要

— 1970年大阪万博 —

青少年に科学の夢

▶ 日本を支えるエンジニア誕生

初めて見る外国人

▶ 国際感覚に親しむ契機

後の日本経済発展の
原動力となった

閉幕後に始まるソフトレガシー



例えば：恒常的イベント・会議・宣言・ブランド
例えば：社会システムの改革・ルール化等

気付かぬ魅力を探せ
会場外コンテンツのパビリオン化

37

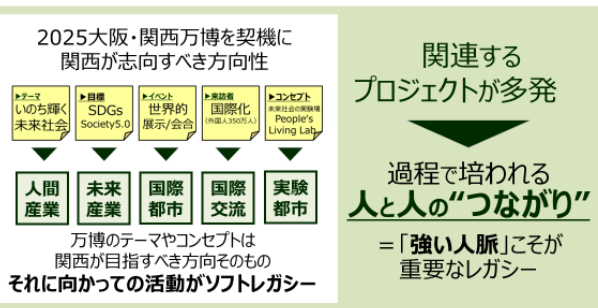
技術のみに非ず
2025で目指す関西の姿とソフトレガシー

42

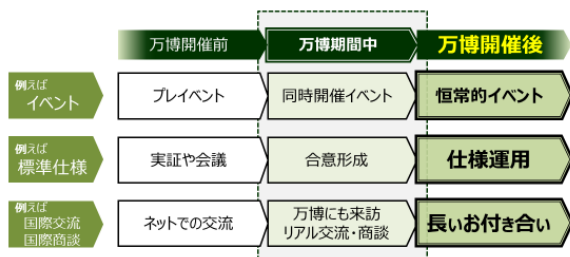


すべてが パビリオン

見せて魅せる



万博開催時だけでなく開催後を見据えて



博覧会効果
過去の万博のソフトレガシーたち

ソフトレガシー	ルール・制度創設	ブランドや新概念確立	継続的イベント開始	新ビジネス創出	その他、非ハード事業
---------	----------	------------	-----------	---------	------------

1885 ワインの格付け (ホルドーブランド)

1873 国際特許制度の検討

1970 大阪万博

工夫を凝らした ビクトグラム	初めて食べる ファーストフード ケンタッキー等	箱が持った サイン帳	夢が膨らむ タイムカプセル	初めて見る 外国人	夢の 芸術協奏
-------------------	-------------------------------	---------------	------------------	--------------	------------

1990 花博：花き市場 花博終了4年後の94年7月、鶴見花き卸売市場が開設。花きの年間取扱量は約250億円と東京都中央卸売市場に次ぐ規模。

ハイビジョンの普及 花博では連日ハイビジョンによる伝送実験やハイビジョン新聞を発行。NHKの技術を民間に移行し、その後ハイビジョン活用が普及。

得意分野の世界一の専門家

万博シンクロイベントの開催

地域提案

▷万博のコンセプトやテーマとの共通性を見だし万博とシンクロするイベントを万博と並行的に実施する。万博とシンクロさせることにより、平時の開催に比べ、国内外への発信力が大きく違う。

— 例えば —

- 地域の祭り
- 伝統産業展示会
- ハイテク競技会
- 国際会議誘致
- スポーツ大会

関西各地・各社から世界に地球を守るメッセージ

世界宣言

- ▷万博の機に、関西各地・各社から、世界に向け地球を守る正義の「世界宣言（メッセージ）」を発信。
- ▷世界の人々に気付きを与える（心に刺さる）世界宣言は、その地の地名と共に知られ、地域自身のPRに繋がる

「DO YOU KYOTO?」

国連のCOP3で採択された京都議定書にちなみ「環境にいいことしていますか?」という意味の合言葉。環境面で「京都(KYOTO)」の名はも国内外に広く知られる。

世界平和に向けた「愛知アピール」

愛・地球博（2005）において、世界平和や環境保護について話し合う「地球平和フォーラム」が9日、EXPOホールで開かれ、「地球平和に向けた愛知アピール」が発表された。

ローマクラブ「成長の限界」

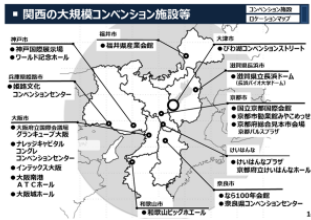
スイスに本部のあるシンクタンク「ローマクラブ」が1972に立ち上げ会場所のローマの冠を付けた報告書「成長の限界」地球環境破壊・資源枯渇を訴え地名とともに世界に影響

会場外フリンジ商談会場を作る

全国一円ビジネススマート会場

●関西一円で万博に併せた国際的なビジネススマート会場を開設。関西企業だけでなく、世界のビジネスの取引のmartとして、万博会期後も関西が世界の商談会場としての機能を担う。

参考：カンヌ国際映画祭と
カンヌ・フィルム・マーケット



「カンヌ・フィルム・マーケット」は、カンヌ国際映画祭に併設されている映画配給に関する権利を売買する見本市。売買される映画配給に関する権利は、映画の劇場公開権やDVD化する際の権利、テレビの放映権など。

得意分野の世界一の専門家

世界の「オウンドメディア化」

地域提案

▷万博開催のパワーを活用し、様々な分野で、自地域の情報に加え、世界の情報をも発信（オウンド・メディア化）することで、当該分野における中心的存在となることが可能。

他の地域も自地域のPRや商品販売に最も興味あることに留意

— 例えば —

- 自慢の「美しい海岸」を観光サービスにしたい
- 美しい海岸がある地域は世界に多く存在
- 自地域で世界の美しい海岸を紹介
- 更に、世界の美しい海岸を守る運動を展開
- ▷世界BLUE FLAG（美しい海岸）
- ▷当然、自身の海岸もアピール
- ▷世界の美しい海岸のリーダー化

得意分野の世界一の専門家

世界の「オウンドメディア化」

何にも無い地域の ホットスポット戦略

万博開催のパワーを活用し、各地において、開催期間中やその会場外フリンジ商談会場を作る

関西一円 ビジネススマート会場

▷関西一円で万博に併せた国際的なビジネススマート会場を開設。また世界海外ビジネスmanを誘致する

国際取引のチャンス

▷万博は、普段交流し得ない途上国などの多様なビジネスman

万博調達コードクリアアピール

▷万博協会は、物品やサービスの調達プロセスにおける情報可及のFINEなものづくりに世界にアピール
「すべての工場をバビリオンに」

▷「オープンファクトリー」とは、ものづくり企業が生産している現場を外部に公開したり、来場者にもものづくりを体験してもらう取り組み。

▷2025年には多くの製造業がオープンファクトリーとして魅せる取り組みに参画することを期待。

▶オープンファクトリーの効果（例）

1. 自社製品や技術のアピール
2. 社内の人材育成効果、意識の共有化
3. 取引拡大・営業先拡大
4. 人材確保等々



関西交流十字路構想

並行国際イベント（ついでに万博）

▷万博開催のパワーを活用し、開催期間中またはその前後に、関西有識者ベン

▷関西各地で地域ブランド世界展開戦略を展開

世界に地域の高級感をアピール

▷関西各地のプロダクトや観光地・サービスなど

関西各地・各社から世界に地球を守るメッセージ

世界宣言

▷万博の機に、関西各地・各社から、世界に向け地球を守る

若者の国際交流のチャンス

同じ特徴ある世界の地域が集まる

我が町の国際サミット

▷万博開催のパワーを活用し、関西各地において、自地域誘導作戦
地域連携による広域観光

▷万博の来訪者を、自地域に案内・誘客し、地域の良さを感じていただき、消費や観光及び共創活動の契機となるような流れを作る。

▷その際、万博開催期だけではなく恒常的な交流となるしなげが必要。



様々な地域が万博連携を期待

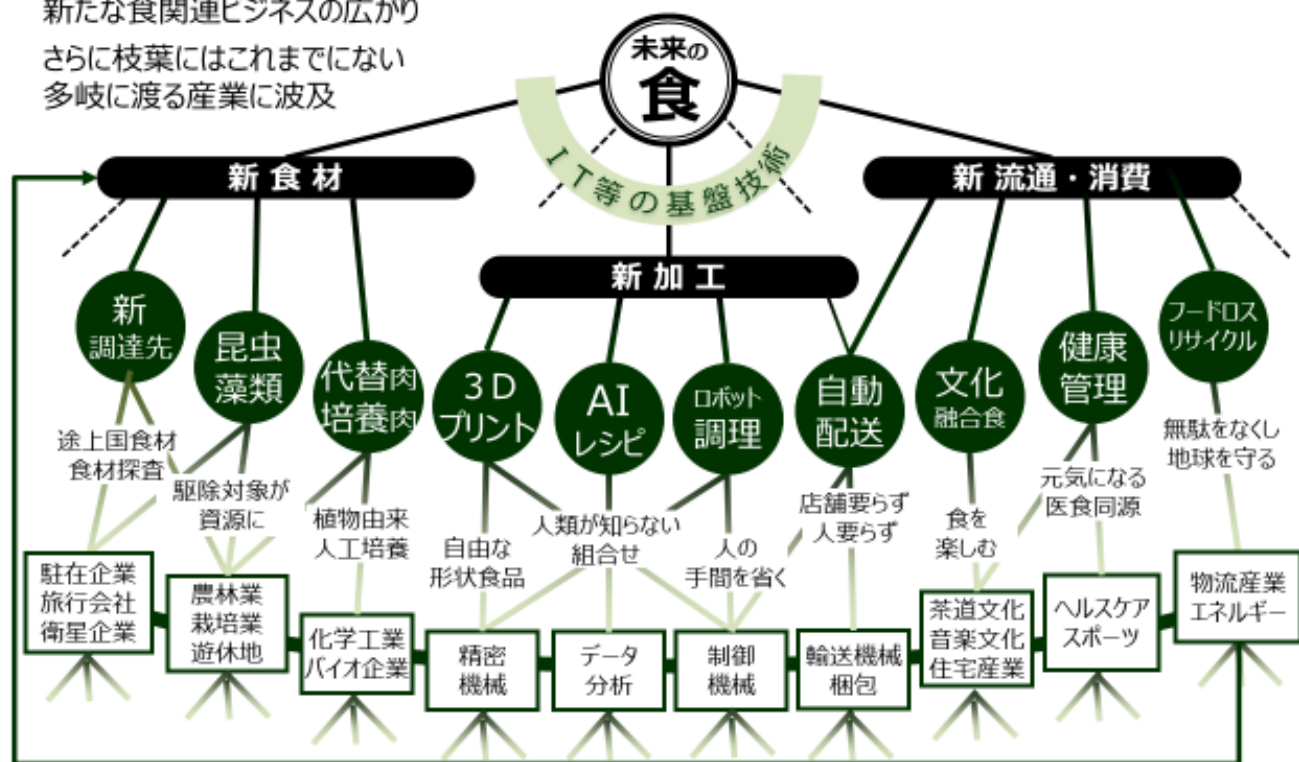
八尾の戦略如何

1. 良いロケーション
2. 他地域との連携
3. 他地域との差別化



未来新産業連鎖表 (食)

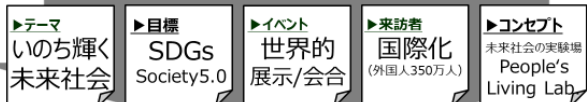
新たな食関連ビジネスの広がり
さらに枝葉にはこれまでにない
多岐に渡る産業に波及



万博で関西は何か変わるのか

八尾にとっての万博効果 (期待)

大阪・関西万博の本質



大阪・関西万博を構成する要素

八尾が目指すべき (なりたい) 姿の例

- ▶ 観光客の増加
- ▶ 地域商品の拡販
- ▶ 住民/関係人口の増加
- ▶ 地域企業の発展
- ▶ 住民の知識・経験・感動
- ▶ 地域格の向上

目指す未来例 (八尾でできることとすべきこと)

万博終了後のソフトレガシー・万博を契機にしたチャンス

2025大阪・関西万博のコンセプト = 「People's Living Lab」

「リビングラボ」とは、ユーザー等を含めた様々なプレイヤーが参加する共創活動

▶ 八尾全域を「Living Lab = 共創空間」に

2025大阪・関西万博の目標 = 「Society5.0の実現」

▶ 八尾全域で先んじて「Society5.0」を推進

問題意識 (仮説)

- 1.【連携論】 効率的ビジネス創出のためのコミュニティの組成や連携が考えられないか
- 2.【組織等】 共創ビジネス創出に適した新たな組織形態や魅力ある旗印を考える
- 3.【イベント】 上記を踏まえ参加満足度と実効性の高いイベントが考えられないか

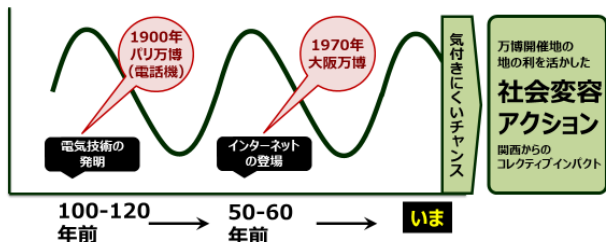
共創ラボ活動

今こそ未来考える時

71 構想や妄想を見える化

96

次の大きな波の真っ只中かも



社会を変えるコミュニティ

例えば: 恒常的イベント・会議・宣言・ブランド
例えば: 社会システムの改革・ルール化・規格化等

万博ラボ



大阪・関西万博を 拡張しよう

これからの **DO** ≪ なりたい未来



相互に高め合う価値



是非、何かを始めましょう

Let's Begin