機運醸成委員会 第２回 総会

２０２３年１０月１９日
公益社団法人２０２５年日本国際博覧会協会

目　次

○はじめに

○行動計画の実施状況

○主な課題と対応状況

○開幕５００日前の前後におけるイベント等の実施状況

○機運醸成に向けた協力のお願い

○第２期ＰＲ重点期間に向けた機運醸成活動の検討

はじめに

○　全国に向けた機運醸成の司令塔・旗振り役として、本年４月に機運醸成委員会を博覧会協会内に設置した。

○　６月１２日に開催した第１回総会で「機運醸成 行動計画ver.1」を策定し、大阪・関西万博の盛上げに向けた目標設定や重点的に取り組む期間を設定した。

○　さらなる全国的な機運醸成活動の展開と、多面性・創造性に富んだ議論を行うために委員の拡充を行った。

○　１１月３０日の開幕５００日前、入場チケット前売販売開始という重要な節目を含む、本年１０月から１２月の第１期ＰＲ重点期間に向けて、経済界・自治体などに対して全国的な露出拡大を行うための協力依頼活動を展開してきた。

○　これまでの活動により明らかとなった課題に対応するとともに、機運醸成の取組みを全国各地で集中的に展開することにより、機運の最大の盛り上げを実現する。

行動計画の実施状況

全国各地での協力依頼（１）

消費者への露出ポイントが多いと思われる全国の主要企業に対して、ＰＲ重点期間中の露出拡大を依頼。

依 頼 先	主な依頼内容及び協力状況	課 題
放送局(10社)	○PR重点期間におけるTV番組での万博の取り上げ ○博覧会協会が制作するTVCMの放映 ○開幕500日前イベントの取り上げ ⇒在京・在阪局ともに協力の方向で了承。 放送局主催のイベントでの連携も了承。 ○地方ローカル局の番組において万博PRの取り上げ ⇒福岡のテレビ・ラジオで知事出演の万博PRが実現。	○視聴者(特に子ども)にワクワク感を持ってもらえる画像の準備 ○行催事情報の早めの提供 ○建設期間中を含めたロケ可能情報の開示 ○博覧会協会主催行事へのアンバサダーやスペシャルサポーターの活発な起用
鉄道(27社)	○車両のラッピング ○駅構内・ターミナル、車内へのポスターやサイネージ、動画の掲出 ⇒11月より複数の在阪鉄道事業者で万博仕様ラッピング車両の運行開始。 ポスター・サイネージについても協力の方向で概ね了承	○関西以外ではまだまだ関心が薄い ○協力タイミングの見極め
タクシー(3社・団体)	○車両へのステッカーの貼付 ○車内サイネージでの動画の放映 ⇒大阪ではステッカーの貼付に協力の方向。既にマグネットステッカーも3,000台に貼付済。 全国49団体への協力依頼文書の発出について了承。	○車内サイネージについては別途サイネージ事業者との協議が必要(時期、放映地域など)

全国各地での協力依頼（２）

依 頼 先	主な依頼内容及び協力状況	課　　題
航空（3社）	〇機体のラッピング 〇機内での万博情報の取り上げ ⇒1社にて11月より万博仕様ラッピングの機体の運航開始。他社についても検討中。	〇協力タイミングの見極め
空港（11社）	〇空港ターミナルビル内でのサイネージ、動画、ポスター等の掲出 ⇒関西の空港では既に掲出に協力。独自の施策も展開する方向。 他地域の空港において協力意向の空港複数あり。	〇無償で対応できる広告枠が少ない 〇ポスター掲出は場所が少ない 〇ミャクミャクの一部空港での常駐化
運輸（3社・団体）	〇トラック車両のラッピング ⇒車両ラッピングやステッカー貼付の協力の方向。	〇法律で各種制約がある中での車両ラッピングデザインの個別協議
小売（15社）	〇店舗でのポスター、サイネージ等の掲出 ⇒複数の百貨店、スーパー、コンビニにて掲出の方向。	〇全国規模で展開する場合の十分な量のポスター供給 〇店舗の売上増につなげるための工夫（チケットの販売も行うなど）

全国各地での協力依頼（３）

依　頼　先	主な依頼内容または協力状況	課　　題
金融（5社）	○店舗でのポスター、サイネージ等の掲出 ⇒複数の金融機関にて協力の方向。 地方の支店を活用したイベント等、独自の協力を行う金融機関もあり。	
宿泊（6社・団体）	○ホテル内でのポスター、サイネージ等の掲出 ⇒業界団体から全国234の加盟ホテルへ呼びかけを実施。 複数のホテル事業者にて、全国の宿泊施設での掲出に協力の方向。 一部のホテルでは懸垂幕の設置や独自PRコーナーの設置も検討中。	
その他	○屋外広告等での万博情報の露出 ○大型音楽イベント等、若年層に訴求力あるイベントでの万博情報の露出（ミャクミャクの派遣等） ⇒大型音楽イベントへのミャクミャクの参加を実現。 ○自社TVCMへの万博ロゴ・キャラ等の掲出 ⇒複数の事業者にて自社広告への万博ロゴ・キャラの掲出を検討中。 ○大阪ヘルスケアパビリオン協賛企業、公民連携企業等、約100社に対してポスター掲出等 ⇒すべての企業において万博PRの協力が得られている。 ○官民のイベント主催者に対してのぼり、ポスター等掲出やブース出展等 ⇒約160件のイベントにおいて万博PRを実施。	○広告やイベントを通して訴えたいメッセージの明確化とビジュアル等の発信の統一性 ○TVCMでの露出時のガイドラインの明確化（協賛企業、寄付企業以外からの協力申し出に対する対応方含む）

OSAKA, KANSAI, JAPAN EXPO2025

全国各地での協力依頼（４）

■松本委員長による全国各地の経済連合会での講演（11月までに全７カ所を訪問予定）

北陸経済連合会（8月23日）

北海道経済連合会（9月7日）

九州経済連合会（9月21日）

★企業向けオンライン説明会も開催

9月5日：経団連

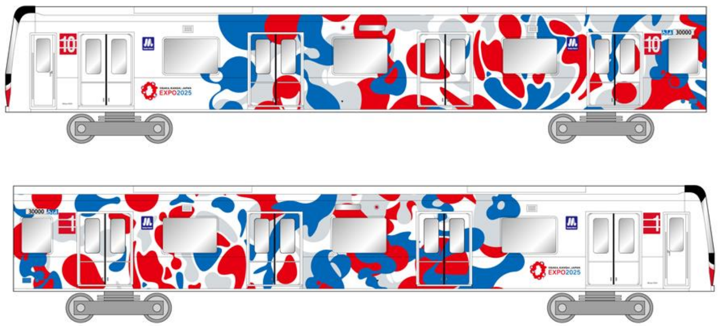
9月19日：関経連、

大商・関西商議所連合会、

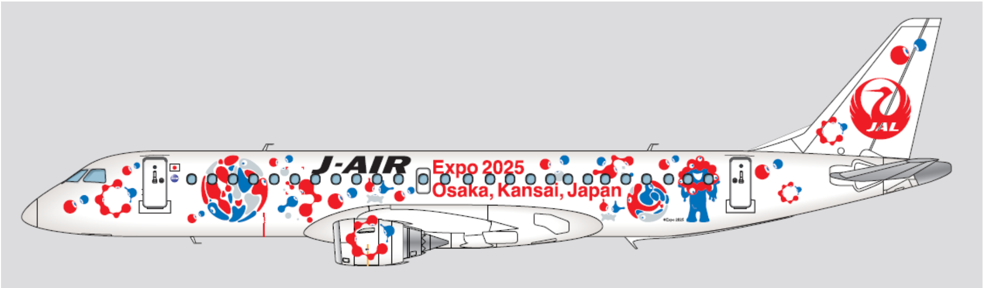
関西経済同友会

■11月末から登場するラッピング車両・機体（JR西日本、Osaka Metro、日本航空）

（資料提供：西日本旅客鉄道株式会社）



（資料提供：大阪市高速電気軌道株式会社）



（資料提供：日本航空株式会社）

全国各地での協力依頼（５）

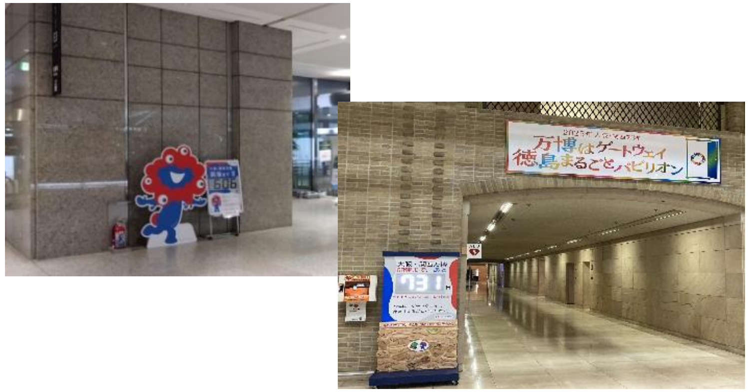
■ 全国知事会や指定都市市長会、首長連合等への協力依頼に加え、今年度から、全国の各地域のブロック知事会議において、知事等に対して直接協力の呼びかけ。

■ 公共施設でのポスター等の掲示、各団体のＳＮＳ等を通じた情報発信の他、自治体が主催するイベントでの万博ＰＲ、2025年世界陸上や2027年国際園芸博覧会と連携したＰＲ等にも取り組んでいる。

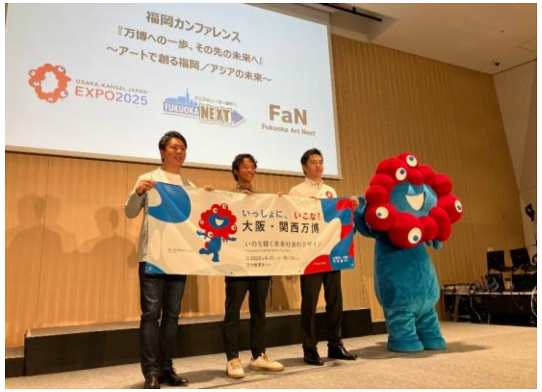
各県知事への表敬・協力依頼【山形県、四国ブロック知事会議】

全国商工会議所女性会連合会
新潟全国大会での万博PR

鯖江商工会館壁面への
巨大バナー設置



庁舎への横断幕等の掲出【左：東京都・右：徳島県】



福岡カンファレンスでの万博PR

自治体等が主催するイベント
での万博PR【高知県】

各団体のSNS等を通じた発信

教育機関での機運醸成

○　博覧会協会が全国の小中学校にジュニアＥＸＰＯ２０２５教育プログラムを実施。

○　博覧会協会から関西広域連合参加府県政令市へ公立小中学校へのポスター掲出を呼びかけ。

○　大阪府市で、高校生について、大阪・関西万博への認知・関心の向上を図るため「高校生向けＥＸＰＯ教育プログラム」の動画教材等を作成。今年度、府内の高校で活用開始。また、教育プログラムを活用したワークショップ等を実施予定。さらに、全国の高校に対しても、全国知事会を通じて各都道府県へ教材を提供し、活用を呼びかけ。

○　博覧会協会が大学コンソーシアム大阪（※大阪府内４０大学加盟）と連携推進協定締結（８月）。全国各地の大学コンソーシアム組織を通じた連携から個々の大学との連携拡大を図っていく。

ジュニアＥＸＰＯ２０２５教育プログラム

高校生向けＥＸＰＯ教育プログラムを活用した授業の様子

公式ライセンス商品の販売による機運醸成

○ ２０２５大阪・関西万博　公式ライセンス商品

・昨年１２月、マスター・ライセンス・オフィスの立ち上げ
・今年４月に、公式キャラクター「ミャクミャク」の新商品の販売を開始
・９月２７日に、初のコラボレーション商品（宝塚歌劇団）の販売を開始

○ 公式ライセンス商品の販売店舗

・オフィシャル・オンライン・ストア
・ライセンス商品製造各社が保有している販路（百貨店など）

○ オフィシャルストア（実店舗の展開）

・１号店⇒９月　６日オープン（あべのハルカス近鉄本店）
・２号店⇒９月２７日オープン（大丸梅田店）
※今後も実店舗を展開予定（年内に東京で展開予定）

オフィシャルストア２号店オープン・コラボグッズ発売記念イベントに宝塚歌劇団 風間柚乃さん出席（9/27）

主な課題と対応状況

主な課題と対応状況

種別	業界	ご意見・ご要望
企業	メディア	①視聴者にワクワク感を持ってもらえる画像の準備 ②行催事情報の早めの提供、建設期間中を含めたロケ可能情報の開示 ③協会主催行事へのアンバサダーやスペシャルサポーターの活発な起用
	交通	④関西以外の地域では具体的な関わりが希薄 ⑤関西の空港におけるミャクミャクの常駐等、来訪客歓迎体制が必要
	運輸	⑥法律で各種制約がある中での車両ラッピングのガイドラインの明示
	小売	⑦全国規模で展開する場合の十分な量のポスター供給 ⑧店舗の売上増につなげるための工夫（チケットの販売も行うなど、店舗の売上に相乗効果が出る工夫）
	イベント等	⑨広告やイベントを通して訴えたいメッセージの明確化
	その他	⑩TVCMでの露出時のガイドラインの明確化（協賛企業・応援者（寄付企業等）以外からの協力申し出に対する対応方含む）
自治体		⑪活用しやすいPRツールやグッズの提供 ⑫各国パビリオンの展示内容等、万博の中身のわかる情報の提供

≪第1期PR重点期間で取組む主な対応策≫

①IP使用におけるガイドラインの改定、周知 〉〉〉13ページ～
②多様な層への働きかけ 〉〉〉16ページ～
③キービジュアルとキャッチコピーの設定及びPRツールの作成・配布 〉〉〉18ページ～

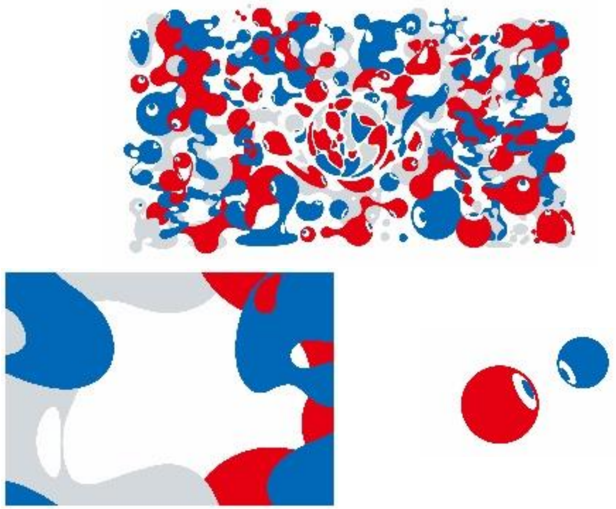
※細かな運用改善については随時対応

⇒その他、第2期PR重点期間に向け、引き続き対応を検討

【対応策①】万博ＩＰ使用におけるガイドラインの改定、周知（１）

9月28日より万博公式ロゴや公式キャラクター「ミャクミャク」等の利用ルールを見直し、「応援者」の協会IP利用範囲を拡大し、「メッセージ付き一体型キャラクター」と「デザインシステム」が利用可能になりました。
※「①景品」「④商品広告」への利用は除く。

■新たに応援者が利用できる「メッセージ付き一体型キャラクター」と「デザインシステム」



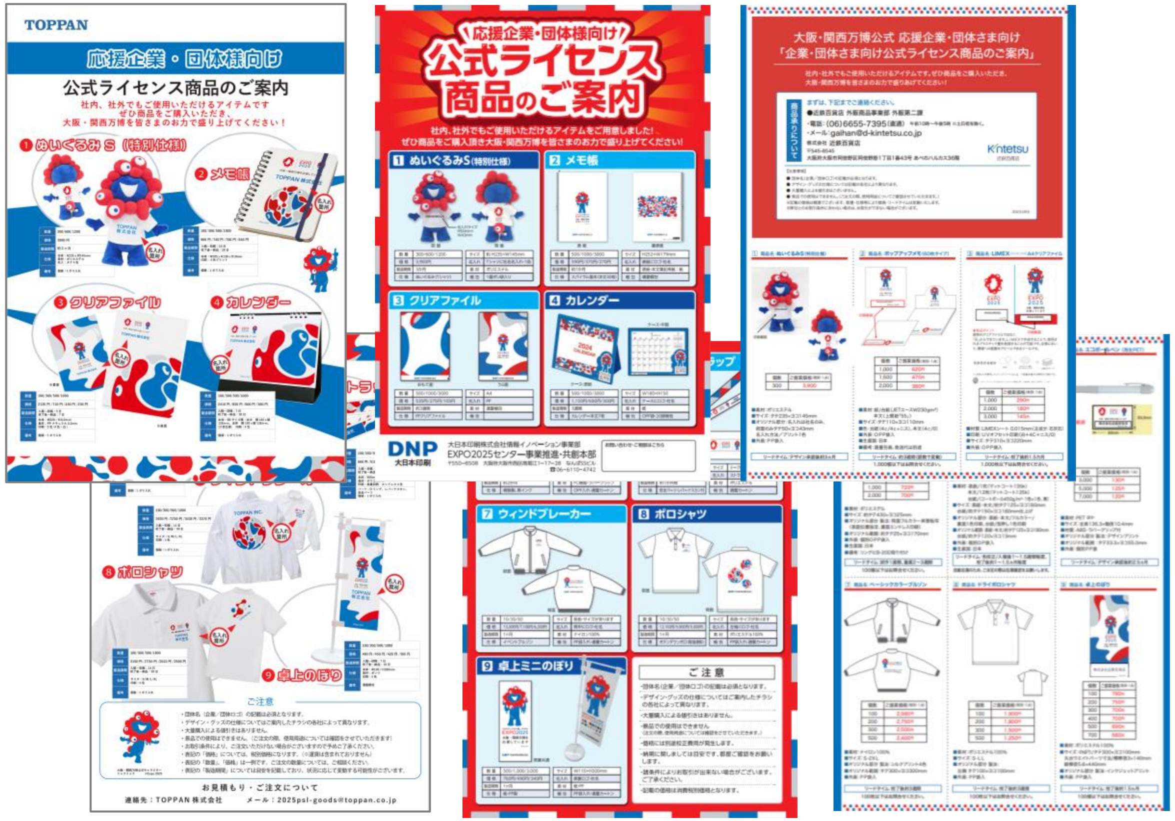
■「メッセージ付き一体型キャラクター」と「デザインシステム」が使用可能な範囲

使用区分	概要	備考／具体例
②頒布品	無償で配布するもので、商品やサービスの購入者への特典として配布されるものを除いたもの	※名入れ可能な購入品を設定
③企業広告	企業理念、事業活動、企業のイメージ、社会性等の周知を目的とする広告	（例） プレスリリース、チラシ、TVCM、動画、SNS
⑤自社使用品	自社内で使用されるもの	（例） ・名刺、封筒、自社使用の袋 ※名入れ可能な購入品を設定

【対応策①】万博ＩＰ使用におけるガイドラインの改定、周知（２）

利用者分類／区分	応援者の協会ＩＰ利用範囲	
	1億円以上	1億円未満
利用可能協会IP種別	Ｌ（ロゴ）、LL（ロックアップロゴ）、Ｃ（キャラクター）、Ｖ（デザインシステム）	L、C、V
①景品	ー 製作不可	
②頒布品	○ 有償10%（注１）	
③企業広告	○ 無償（注２）	
④商品広告	ー 使用不可	
⑤自社使用品	○ 無償（注３）	

■名入れできる頒布品、自社使用品の購入案内チラシ
（TOPPAN、大日本印刷、近鉄百貨店より選択）



（注１）名入れできる購入品を頒布品としてあっせん（10月5日設定済み）。
（注２）公共性があるもの、万博の機運醸成につながるものに限る。規定のデザインフォーマットに準じること。
（注３）社内の万博機運醸成につながるものに限る。自ら製作するアイテムは名刺、封筒、自社使用の袋に限る。名入れできる購入品もあっせん（10月5日設定済み）。

【対応策①】万博ＩＰ使用におけるガイドラインの改定、周知（３）

TVCMの最終カット(1～2秒)に万博のPR(ロゴ･キャラクターと応援メッセージ)を表示いただける場合の様式を策定中。

協賛者向けテンプレート案

5億円以上 / 1億円以上 / 1億円未満

応援者向けテンプレート案

1億円以上 / 1億円未満

	協賛者向け 5億円以上	協賛者向け 1億円以上	協賛者向け 1億円未満	応援者向け 1億円以上	応援者向け 1億円未満
企業広告	○	○	○	○	○
商品広告	○	×	×	×	×

応援者の対象範囲については協会にて整理中

【対応策②】多様な層への働きかけ（１）

第１期ＰＲ重点期間における想定ターゲット/訴求コンセプト・ポイント

ターゲット	誰と行く？	万博の魅力　訴求コンセプト	前売販売 訴求ポイント
ファミリー層 （30代／40代）	家族 子供（中学生以下）	人生のきっかけになれる場所 （例えば、過去万博の歴史的インパクト、世界中の人に出会える場所、未来を感じられる場所、など）	・**前期券** （子供券がお求めやすく家族にお得）
ビジネス層 （30代／40代／50代）	同僚／家族 ※実際行くイメージはファミリー層になる。	世界に誇れる日本の力 （例えば、過去万博での日本（人）が活躍した歴史、海外からの期待、企業パビリオンの想い、など）	・**超早割1日券** （柔軟な予約が可能）
70年万博経験層 （58歳以上）	夫婦 （子供は独立済み）	人類の叡智、進歩 （例えば、万博の歴史上関わったアーティストや科学者の足跡、奇想天外な建築物、最先端のヘルスケア、など）	・**通期パス** （4回来場すればお得になる30,000円） ・**前期券**がお得
若年層 （10代／20代）	パートナー 友人	日常を忘れられる場所 （例えば、会場でしか味わえない飲食、フォトスポット、ミャクミャクグッズ、コスプレグッズ、など）	※開幕に近い2024年に重点化

【対応策②】多様な層への働きかけ（２）

■ スペシャルサポーターの拡充

開幕500日前に向け、万博情報発信の加速のためスペシャルサポーターを拡充。
著名人・有名タレント・人気キャラクターに加え、SNSインフルエンサー等を拡充していく。

■ イベントやＳＮＳメディアでの発信

イベントなどで機運醸成を図っていただいたり、スペシャルサポーターの保有するSNSなどで万博情報の発信を行っていただくことで、500日前や入場券販売に向けて盛り上がりを作っていく。

スペシャルサポーターにクイズ王・伊沢拓司氏率いる
東大発の知識集団 QuizKnockが就任！
（就任日：2023年10月10日）

QuizKnockは、東大クイズ王・伊沢拓司氏が中心となって運営する、エンタメと知を融合させた若者からの高い人気を誇るメディアです。今後、国内及び海外にむけた、大阪・関西万博のさまざまなプロモーション活動にご協力いただきます。

【対応策③】キービジュアルとキャッチコピーの設定及びＰＲツールの作成・配布（１）

前売チケット販売開始に向けてコミュニケーション用キービジュアル、キャッチコピーを策定。
10月中旬より順次使用開始。

汎用版

ファミリー層向け

ビジネス層向け

１９７０年万博体験層向け

【対応策③】キービジュアルとキャッチコピーの設定及びＰＲツールの作成・配布（２）

開幕500日前を含むプロモーションの重点期間に向け、下記の各種PRツールを制作し、各方面に展開。
テレビCM等について検討中。

① SNS用データ（例）

② サイネージ用データ／静止画（例）

③ 動画コンテンツ

④及び⑤ 開催500日前PR／ポスター（B1/B2）

30,000枚／B1ポスター、100,000枚／B2ポスター

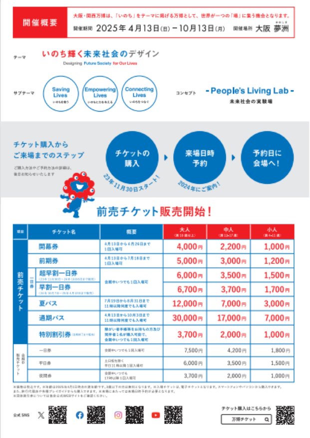
⑥ ステッカー（100mm×100mm）

2,000,000枚

⑦ チラシ（A4）

100,000枚

オモテ



ウラ

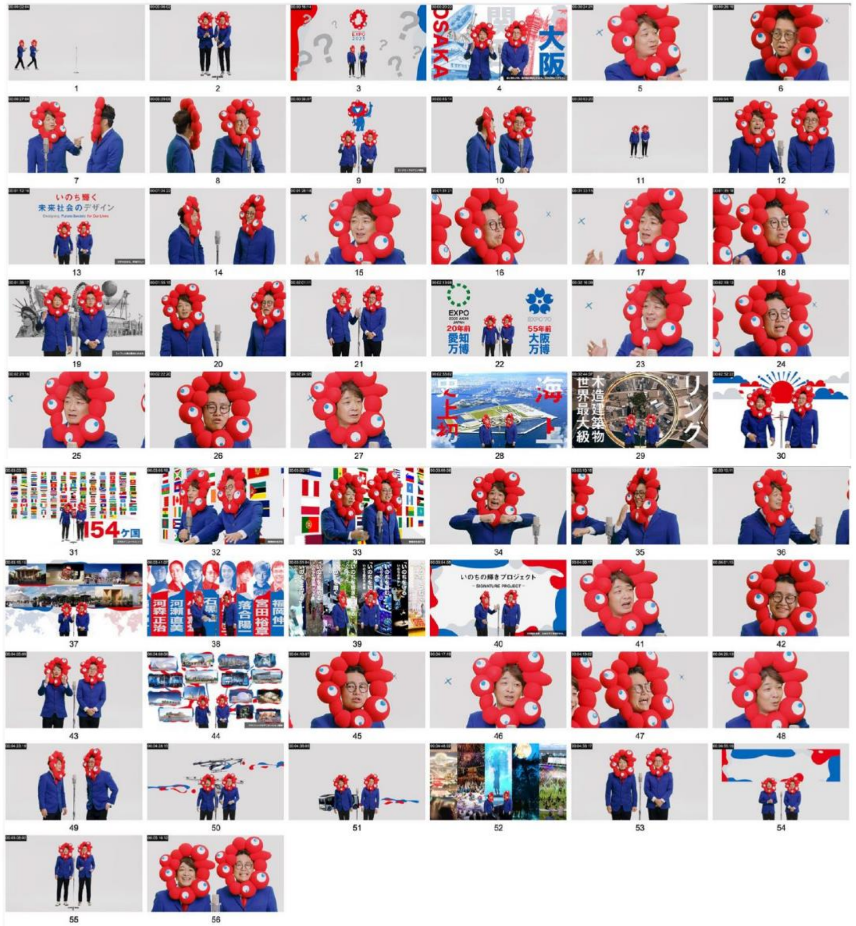
⑧ 卓上ＰＯＰ三角柱

100,000枚

※組み立て前の状態での納品となります

【対応策③】キービジュアルとキャッチコピーの設定及びＰＲツールの作成・配布（３）

プロモーションビデオ＜万博紹介銀シャリ編＞　5分／30秒／15秒の3種作成



【対応策③】キービジュアルとキャッチコピーの設定及びＰＲツールの作成・配布（４）

プロモーションビデオ＜万博紹介概要編＞　2分10秒の1種作成

開幕５００日前の前後における イベント等の実施状況

開幕５００日前の前後におけるイベント等の実施状況（１）

※今後変更の可能性あり

OSAKA, KANSAI, JAPAN EXPO2025

▍主なイベント

	開催日	内容	主催者	場所
1	10月4日	民間パビリオン構想発表会(第1弾)	博覧会協会	東京都
2	10月18日	民間パビリオン構想発表会(第2弾)	博覧会協会	東京都
3	10月21日、22日	もうすぐ万博開催500日前！EXPO FES！	大阪府市	大阪府
4	10月26日～29日	ツーリズムEXPOジャパンへの出展	その他	大阪府
5	10月28日～29日	G7大阪・堺貿易大臣会合	その他	大阪府
6	11月3日	御堂筋オータムパーティー2023	大阪府市	大阪府
7	11月3日～12月31日	大阪光の饗宴	大阪府市	大阪府
8	11月中旬	IPM(国際参加国会議)	博覧会協会	大阪府
9	**11月30日**	**開幕500日前イベント**	**博覧会協会**	**東京都**
10	**11月30日**	**開幕500日前イベント**	**大阪府市**	**大阪府**
11	**11月30日**	**前売チケット販売イベント**	**博覧会協会**	**大阪駅など主要駅**
12	11月30日	開幕500日前機運醸成イベント(仮称)	大商等	大阪府
13	12月6日～8日	エコプロ2023への出展	その他	東京都
14	12月20日、21日	「TEAM EXPO 2025 MEETING」	博覧会協会	大阪府

開幕５００日前の前後におけるイベント等の実施状況（２） ※今後変更の可能性あり

その他イベントにおける万博PR

内容	主催者	場所
共創チャレンジ登録者の主催イベント 47件実施予定	共創メンバー	青森県、愛知県、東京都ほか
【後援名義】博覧会協会が後援名義を発出するイベント 55件実施予定	その他	北海道、東京都、沖縄県ほか
【各種イベント】 府内自治体や府市が働きかけた民間イベントにおける万博PR 約160件実施予定	その他	大阪府ほか
関西商工会議所連合会加盟全71商工会議所による情報発信・イベント 22件実施予定	関西商工会議所連合会	福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
【学園祭】博覧会協会と連携して実施するもの 5件実施予定	その他	高知県、大阪府

万博PR装飾

➢主要ターミナル等において、集中的に万博関連の装飾を実施

イベント情報の発信

➢万博PRを盛り込んだイベントなどを発信するホームページを作成。
今後は、パビリオンや入場券など、万博の最新情報についても充実させていく。

開幕５００日前イベント

※今後変更の可能性あり

OSAKA, KANSAI, JAPAN EXPO2025

＜東京＞

▍イベント概要

日時：11月30日（木）
場所：東京都内
対象：主としてメディアを通じたBtoC向けイベント

▍イベント構成

大阪・関西万博の魅力の発信と前売チケット販売情報をわかりやすく発信
ゲストには就任調整中の新スペシャルサポーターを調整中

▍全国巻き込み、SNS話題化策

500日前キービジュアルの活用、SNS発信、関連イベント実施を関係者に依頼
都内施設を大阪・関西万博カラーにしたライトアップ予定

＜大阪＞

▍イベント概要

日時：11月30日（木）
場所：大阪市内
概要：「大阪来てな！キャンペーン」内において実施

開幕５００日前 前売チケット販売イベント

※今後変更の可能性あり

▍大阪駅など主要駅にて前売チケット販売情報の発信拠点を設置

チケットの種類や値段等の詳細を訴求するとともに、「万博の歴史」や「大阪・関西万博の見どころ」等、チケット購入へのモチベーションを喚起するコンテンツ等を主要駅にて展開。

万博イベント等

※今後変更の可能性あり

❚ 主な関連イベント

➢ 「もうすぐ万博開幕500日前イベント! EXPO FES!」（10/21･22）
・1970年万博の開催地である万博記念公園に、府内市町村が大集合し、
大阪･関西万博を盛り上げる、様々な催し物を開催。

➢ 御堂筋オータムパーティ2023（11/3）
・大阪のメインストリートである御堂筋において、
秋の御堂筋や大阪の魅力を発信するとともに、万博PRも行う。

➢ 大阪光の饗宴（11/3～12/31）
・御堂筋などをイルミネーションで美しく彩る。
中央公会堂壁面プロジェクションマッピングにおいて万博をPR。

➢ 「TEAM EXPO 2025 MEETING」（12/20･21）
・「TEAM EXPO 2025」プログラム参加者が一堂に会し、「TEAM EXPO パビリオン」に向け対話と共創を生み出す。

万博ＰＲ装飾

※今後変更の可能性あり

OSAKA, KANSAI, JAPAN EXPO2025

▍シティドレッシング

主要ターミナル駅等、多くの人々の目に触れる場所に街頭バナーなどを掲出し万博PRを行う。【11月から実施】

➢主要集客エリアでのバナーフラッグの掲出

・新大阪駅・大阪駅・なんば駅・天王寺駅・大阪城・鶴見緑地周辺、御堂筋など　　約600箇所

➢交通アクセス拠点や集客施設などシンボリックな場所での万博関連装飾（デジタルサイネージ・横断幕・懸垂幕等）

・大阪府内や全国主要駅

➢モニュメント設置

・大阪市役所前

▍通天閣デジタルサイネージでの万博PR

➢通天閣の大型デジタルサイネージに国内外の観光客等へ向けたPRメッセージ掲出【10月1日より実施】

機運醸成へ向けた協力のお願い

□ 開幕５００日前・チケット販売開始へ向けて、さらなる全国的な機運醸成が必要。

□ 企業・団体及び自治体等への万博の周知・参画依頼のご協力をお願いしたい。

＜協力依頼内容＞

〇５００日前へ向けた広報コンテンツ及びツールの展開

〇５００日前イベントのメディアへの取り上げ

〇サイネージ掲出、ＳＮＳ発信などの広報媒体での発信

〇企業や自治体の催事等との連携

⇒１２月末にかけて皆さまのご協力をいただきながら、さらなる機運醸成を図る。

第２期ＰＲ重点期間（開幕半年前・2024年9～11月）に向けた機運醸成活動の検討

①第１期ＰＲ重点期間（１０～１２月）の機運醸成活動実績を分析

・露出拡大の協力状況の把握と課題の抽出

・入場チケット販売状況の把握・分析

・認知度等インターネットアンケートの実施・分析

②第２期ＰＲ重点期間（２０２４年９～１１月）に向けた活動

・上記①を踏まえた行動計画の見直し

・新たな広報発信コンテンツの作成

・大規模イベントとの連携　　　　　など