

大阪・関西万博の準備状況について

経済産業省

2024年7月29日

会場整備状況 2024年6月19日撮影



提供：公益社団法人2025年日本国際博覧会協会、株式会社大林組 撮影：株式会社伸和

海外パビリオンのタイプ別全体像（開幕時想定）

- 開幕時、参加国独自のパビリオンの数は、**52か国**（タイプA:47、タイプX:5）、タイプBは**17か国**、タイプCは**92か国**となる見通し。総計で**161か国**。
- 愛知万博との比較では、参加国数・パビリオンのタイプにおいて、より充実している。

| | 2025年大阪・関西万博 (現時点の開幕時想定) | (参考) 2005年愛知万博 |
|----------------------|-----------------------------|----------------|
| タイプA・X (独自パビリオン) | 52か国 (A : 47か国、X : 5か国) | 0か国 |
| タイプB (協会が用意する単独館) | 17か国 3国際機関 | 58か国 4国際機関 |
| タイプC (協会が用意する共同館) | 92か国 6国際機関 | 62か国 |
| 計 | 161か国 9国際機関 | 120か国 4国際機関 |

【参考】タイプ別パビリオンについて

| タイプ | タイプA | タイプX | タイプB | タイプC |
|--------------|---|--|---|---|
| 外観 イメージ | <p>参考：イタリア館</p>  |  |  |  |
| 出展形式 | 単独館 | 単独館 | 単独館 | 共同館 |
| 発注元 | 参加国 | 協会 | 協会 | 協会 |
| 外観のデザイン 性 | オリジナリティー有 (躯体や外装を自由に設計可) | オリジナリティー有 (ファサードにて独自性確保可) | オリジナリティー有 (ファサードにて独自性確保可) | 画一的 |
| 料金 | 建設費： 各国予算 | 賃料を協会に支払い | 賃料を協会に支払い | 賃料を協会に支払い |

大屋根リングのリユースの実施について

1 大屋根リングのリユース等提案募集について

■ 概要

- 本年2月に、大阪・関西万博閉会後の大屋根リングの有効活用について、民間事業者や公的団体等から幅広く提案を募集
- 提案書提出者数：20者（自治体、一般社団法人、学校法人、設計事務所、建設会社、木材加工メーカー、家具メーカーなど）

■ 主な提案

① 建物を構築するための骨組みになる構造材としての再活用にかかる提案

- | | | |
|------------------------------|-------|-------|
| ・庁舎の門衛所 | ・仮設住宅 | ・駅 |
| ・建て替え予定の学生会館 | ・備蓄倉庫 | ・トイレ |
| ・高速道料金所ゲート | ・立体公園 | ・福祉施設 |
| ・公園と駅をつなぐ歩行者デッキ | ・自転車道 | ・避難櫓 |
| ・集成材を接着断面で切断して再度張り合わせて柱として利用 | | 等 |

※構造材への活用には法的課題の解決が必要となる。

② 構造材以外の活用の提案

- | | |
|----------|--------------------|
| ・庁舎の内外装 | ・東日本震災復興を象徴する駅周辺施設 |
| ・家具、什器備品 | ・遮音壁 |
| ・ブース | ・喫煙所 |
| ・ベンチ | ・パレットの桁材、りん木 |
| ・自然公園の木道 | ・ボルダリング壁 |
| | 等 |

③ 大屋根リングの全部または一部の会場内への残置による活用

- ・展望台として部分的に残し、各ブロック間はリングの外形を想起させるランドスケープを施す（法的位置づけの確立、耐久性および費用面での課題解決は多い）

等

大屋根リングのリユースの実施について

2 有力と考えられる需要家候補からのヒアリング結果 * 数字は概数

- マーケットサウンディングの結果を受けて、実現可能性のあると思われる13社に、①入札額の目安、②実現性の確度、③入札の量についてヒアリングを行った。
- 確度については、△としたものは、自治体が購入の確約などの条件が付く場合が多く、現段階で需要量として見込むことは困難。これにより、現在見込める需要（◎と○の合計）は約6,000m³（5,000m³+780m³+a）程度と考えられる。リング全体は27,000m³。
- リングについては、リユースを前提にしない機械解体の契約としているが、リユースするためには、人手による丁寧な解体が必要であり、職人の手配や必要経費について追加経費が発生する。しかし、サウンディング結果によると、ほぼ無料でないと引き取れないという声も多く、リユースを推進するためには、協会での解体費用の負担が必要となる可能性がある。

| 提案者 | 入札額の目安 | 自治体等他者の協力の必要性 | 確度 | A:集成材の量 | B:CLTの量 | A+B:合計 |
|-------------|-------------|---------------|-------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| A | ほぼ無料 | 要 | ◎ | - | - | A,B問わず 5,000m ³ |
| B | ほぼ無料 | 不要 | ◎ | | | |
| C | コメントなし | 不要 | ○ | | | |
| D | コメントなし | 不要 | ○ | | | |
| E | 新品以下 | 要 | ○ | 750m ³ | 30m ³ | 780m ³ |
| F | ほぼ無料 | 要 | △ | | | |
| G | コメントなし | 要 | △ | | | |
| ・ ・ ・ | ・ ・ ・ | ・ ・ ・ | ・ ・ ・ | | | |
| M | コメントなし | 不要 | △ | 3,200m ³ | 6,200m ³ | 9,400m ³ |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

会場建設費の今後のスケジュール感

【24年月7末時点】

今後、一定の新規契約があり、落札減の規模も一定確保されると想定できることから、もともと2220億円で想定していた事業については、予算の範囲内で収まる計画。

一方で、追加の予算項目の検討が必要となる。

【24年中】

タイプXの他用途転用や空き地活用など、もともとの2220億円では想定していなかった予算項目の支出を進めることが必要。

【25年4月】

残る大きな発注は、修繕・解体費。

【会期中盤頃】

解体についての契約が必要となる時期。

チケットの販売促進について

- 既に実施予定のチケット販売促進策は以下の通り。

(1) 電子チケット購入に係るシステム改善（8月～）

Webシステムでチケット購入する前提としての、万博IDによるログインにあたっての本人確認の仕組みを簡素化

現行の多要素認証（スマホ機器を特定するもの）から、ネットユーザーになじみのある電子メールでの二段階認証（ワンタイムパスワードの送信・入力）方式も選択可能に。

(2) 営業企画

① 前売りチケットのくじ抽選実施（6月、8月、10月）

② 会期内イベント主催者や会期中日本で開催されるMICE団体へのチケット購入働きかけ

③ 集客力のある施設や大規模イベントなどのチケットとの連携（先方でのセット販売等）の検討。

④ 福利厚生サービス提供企業を活用した官公庁職員等へのチケット販売の逍遙。

(3) 広報・プロモーション

○ 機運醸成行動計画ver2（4月4日機運醸成委員会で決定）の貫徹

チケットの販売促進について

- さらなるチケット販売促進策として以下を検討。

【前 提】

電子チケット・来場日時予約の原則

大阪・関西万博のチケットは、交通制約や行列の解消の観点から、Web（博覧会協会の公式サイト）にて万博ID登録をして購入する電子チケットとし、来場日時予約をマストとした仕組み。

※本年10月13日以降、来場希望日の6ヶ月前から順次来場予約が可能。

【さらなる販売促進策】

1. 紙チケットの販売

- スマホに慣れない層、気軽にチケットを購入したい層、チケットを誰かにプレゼントしたい層を掘り起こす観点から、原則10月13日以降（次頁（3）①は準備出来次第）、紙チケット/引換券を販売する。
- 販売チャネルは、旅行会社店頭、その他販売業者、コンビニエンスストアを想定。
購入者は、各販売事業者所定の発券等の手数料（数百円程度）を負担。

2. チケット販売・予約に係るサポートの充実

- 来場者（高齢者を含む）が特に多いと想定される地元大阪において、大阪府市との連携を前提に、旅行会社以外の利便の良い場所での店頭での紙チケット販売拠点の拡大、Webでの予約を支援するサポート隊（次頁の予約可能引換券での予約を含む）の導入、を検討。

チケットの販売促進について

○紙チケット/引換券の種類（案）

| | 紙チケット/引換券 | 販売箇所 | 紙サイズ | 条件 |
|-----|---|-------------------------------------|------------------|--|
| (1) | 来場日時指定がある QRコード付チケット ＜全券種＞ | 旅行会社、その他 販売業者 | A4 | ○そのまま入場可能 ※Webで万博ID登録をすれば、パビリオン・イベント・駐車場予約、来場日時変更も可能。 |
| (2) | 来場日時指定がある 引換券 ＜通期一日券＞ | コンビニエンスストア (含むチケット事業者 サイト経由) | コンビニチケット (短冊) | ○当日ゲート前でQRコード付入場券と引換えが必要。 ※Webで万博ID登録をすれば、パビリオン・イベント・駐車場予約、来場日時変更も可能。 |
| (3) | 予約可能引換券 (Web予約と自由来 場のハイブリッド形式) ＜通期一日券＞ | ①旅行会社、 その他販売業者 | A4 | ○購入後、Webで万博ID登録をして、来場日時予約をすることを推奨（パビリオン・イベント・駐車場予約、来場日時変更が可能）→スマホQRコード又は画面コピーで入場 ○予約なしでも、除外日時（交通機関・ゲート前が混みあう朝の時間帯や多くの来場が見込まれる日・時期：詳細を検討）以外は入場可能。当日ゲート前でQRコード付入場券と引換えが必要（予約が相当数を超えれば引換えできない場合あり） |
| | | ②コンビニエンスストア (含むチケット事業者 サイト経由) | コンビニチケット (短冊) | |

※上記チケットを直前購入してもらうことで、会場での当日券販売は現時点では想定せず。

入場券の販売目標

●入場券販売目標

- 関西広域エリアの人口、インバウンドの増加から、大阪・関西万博では想定来場者数2820万人を設定（通期パス・夏パスの複数来場を勘案し、2300万枚のチケット販売を想定）
- 愛知万博と同様、前売りで6割となる1400万枚の販売を目指す。うち700万枚を経済界での購入を期待。
- 時代の変化により、旅行会社等による委託販売の減少、Web販売の増加を想定。

愛知実績

| 最終販売枚数：1,720万枚（2,200万人） | | | |
|-------------------------|--------------------|--------------------|---------------|
| 前売販売実績：939万枚(55%) | | 会期中販売実績：781万枚(45%) | |
| 企業等直販 382万枚 | 旅行会社等委託販売 557万枚 | 委託販売 475万枚 | 会場当日 299万枚 |

直販7万枚

大阪・関西目標

| 最終販売枚数：2,300万枚（2,820万人） | | | | |
|-------------------------|---------------|---------|------------------|---------|
| 前売販売：1,400万枚（60%） | | | 会期中販売：900万枚（40%） | |
| 企業等直販 700万枚を期待 | 旅行会社等 委託販売 | 公式Web販売 | 旅行会社等 委託販売 | 公式Web販売 |