

2025 年日本国際博覧会 大阪ヘルスケアパビリオン  
事業総括

2026 年 3 月

2025 年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会

# 《 目 次 》

I.	はじめに	1
1.	本書のねらい	1
2.	本書の構成	1
3.	評価の視点	1
II.	出展概要と出展目的	2
1.	出展概要	2
2.	出展目的	2
(1)	出展の意義	2
(2)	出展参加でめざすもの	2
III.	実績と評価	4
1.	パビリオンの展示・活動内容	4
(1)	実施体制	4
(2)	展示内容	5
(3)	行催事	19
(4)	運営	21
(5)	広報	25
(6)	SDGs	27
(7)	ユニバーサルデザイン	30
(8)	建築	32
(9)	財務	34
(10)	レガシー	35
2.	来館者・参画事業者のアンケート結果等	43
(1)	評価に関連する主要指標	43
(2)	来館者の満足度	47
(3)	意図したメッセージが来館者に伝わったか	66
(4)	意図した成果が関与した事業者・関係者にもたらされたか	72
(5)	ユニバーサルデザインについての評価	80
3.	まとめ	82
(1)	来館者に満足度の高い体験を提供	82
(2)	参画事業者に発信とつながりの機会を提供	83
(3)	課題・トラブルへの対応	83
(4)	今後期待される効果	85
(5)	総括	85
IV.	資料編	87
1.	展示・行催事等関連資料	87
(1)	出展概要一覧	87
(2)	リボンチャレンジ出展企業・団体一覧	92

(3) ミライの大阪「中小企業・スタートアップめぐり」出展企業一覧	104
(4) デモキッチン催事一覧	107
(5) バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン 開催実績	109
(6) 行催事 開催実績（リボーンステージ）	110
(7) ユニバーサルデザインの実現に向けた取組	119
(8) 協賛企業・団体一覧	121
(9) 寄附金	124
(10) 電源トラブル時の対応	124
(11) 中央線運行停止時の対応	125
2. 関係者アンケート	125
(1) 来館者アンケート	125
(2) 出展者（出展企業）アンケート	137
(3) 出展者（リボーンチャレンジ実施主体）アンケート	142
(4) 催事主催者（リボーンステージ）アンケート	144
(5) 催事主催者（デモキッチン）アンケート	148
(6) リボーンチャレンジ出展企業アンケート	150
(7) アテンダントアンケート	157
3. アドバイザー等名簿	158

# I. はじめに

## 1. 本書のねらい

本書は、大阪ヘルスケアパビリオン（以下、「本パビリオン」という。）の今日までの取組をまとめた記録誌に加え、2025年日本国際博覧会大阪パビリオン出展基本計画（以下、「出展基本計画」という。）で示された方針や成果がどのように実現されたかを示すとともに、その評価を記載するなど、万博のレガシーとして次代に引き継ぐために取りまとめるものである。これは、産学官民が一体となって取り組んだ、これまでにない自治体パビリオンである本パビリオンの成果が、今後の様々な領域における産学官民による共創推進の一助となることを意図したものである。

なお、本書作成にあたっては、客観的な分析・評価となるよう、民間シンクタンクである三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）に取りまとめを委託し、2025年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会事務局（以下、「事務局」という。）において統括した。

## 2. 本書の構成

本書は本編と資料編で構成する。

本編では、まず出展基本計画における本パビリオンの出展目的を確認し、次に出展実績と評価について整理する。出展実績は、出展基本計画で示された方針がどのように体现（アウトプット）されたかといった観点から、取組領域ごとに整理する。評価については、来館者や参画事業者等からのアンケート結果も踏まえ、本パビリオンの出展を通じてどのような成果（アウトカム・インパクト）がもたらされたかという観点で整理する。

資料編では、展示・行催事等の関連資料やアンケート調査の詳細等をまとめて掲載する。

## 3. 評価の視点

出展基本計画において実現したいと考えていた成果が、具体的にどのような形でどの程度実現されたか、といった観点で取組による成果を評価する。

### ・ 成果概要（来館者、メディア掲載、協賛・寄附金額等）

来館者数、メディア掲載等に伴う情報発信実績、協賛・寄附金額等、主要な成果概要を示す。

### ・ 意図したメッセージが来館者に伝わったか

出展基本計画で示された、来館者に伝えたいメッセージについて、来館者が実際の展示を通じて感じ取ることができたかを来館者へのアンケート調査の結果を用いて整理する。

### ・ 意図した成果が関与した事業者・関係者にもたらされたか

出展基本計画で意図していた成果が、出展やイベントに関わった事業者・関係者にもたらされたかを、事業者・関係者へのアンケート調査の結果を用いて整理する。

## II. 出展概要と出展目的

### 1. 出展概要

名称	大阪ヘルスケアパビリオン Nest for Reborn
出展期間	2025年4月13日（日）～10月13日（月・祝） 184日間
出展主体	大阪府・大阪市 2025年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会 （公社）2025年日本国際博覧会大阪パビリオン
事業規模	約247億円（2025年12月時点）
出展テーマ	「REBORN」
テーマに込めた意味	“「人」は生まれ変わる”、“新たな一歩を踏み出す”

### 2. 出展目的

出展基本計画における本パビリオンの出展目的は以下のとおりである。

#### (1) 出展の意義

大阪・関西万博は、新型コロナウイルス感染症を乗り越えた先の新たな時代に向けて「いのち」の原点に立ち戻って、世界が一つになるための第一歩を踏み出すもの。また、「誰一人取り残さない」持続的な社会をめざすSDGs達成に向けた取組を加速させるとともに、2030年のSDGsの目標年の先に向けた姿を示すこともめざしている。

大阪・関西万博の開催都市である大阪は、大阪・関西万博のテーマを実現していくうえで、なくてはならない知恵と技術力、行動力を有しており、「いのち輝く未来社会」に向けて貢献していくことができる。世界の国々が一堂に集まる万博にオール大阪としてパビリオンを出展することは、大阪のポテンシャルの世界的なアピール、魅力発信につながるとともに、協働するパートナーが万博開催を通じて多様な分野で融合することで生じる新たなイノベーションの創出に結びつける機会となる。これにより人々の生活の質（QOL）の向上やわが国の成長・経済発展に寄与していく。

また、大阪がめざす「SDGs 先進都市」の実現に向けても大阪パビリオンでの実践、発信は大きな役割を果たすことが期待される。大阪パビリオンは「いのち」、「健康」を軸にコロナ禍からの再生、未来への希望を生み出すための契機になっていく。

#### (2) 出展参加でめざすもの

大阪・関西万博の開催目的をふまえ、大阪はオール大阪の知恵とアイデアを結集させ、訪れた人々が「いのち」や「健康」、近未来の暮らしを感じられる展示を実現するとともに、大阪という都市の活力・魅力を世界のより多くの人々に伝えていく。誰もがワクワクしながら驚きや新たな発見に満ちた感動が味わえるとともに、参加型のパビリオンとして、体験や共創を通じて深く心に記憶され、新たな行動につながるようなパビリオンをめざした。

①世界に貢献する大阪の姿を示す

- 生活の質（QOL）を向上させる展示
- SDG s 達成に貢献する姿を示す
- 未来社会のモデルを提案

②大阪のパワーを世界に発信

- 世界中からのアクセスを実現
- 大阪の魅力を世界に発信

## III. 実績と評価

### 1. パビリオンの展示・活動内容

#### (1) 実施体制

##### (7) 出展参加の主体 オール大阪での出展・府民市民参画

来館者に感動と貴重な経験を与えるパビリオンとするためには、地元大阪を中心に関西の様々な機関、団体が結集、協働し、計画段階から出展・運営まで一貫して取り組むことが大切です。このため、大阪府、大阪市に加え、経済界、企業をはじめ、大学や様々な団体、有識者など、多様な主体が参画する推進体制を構築し、出展参加の計画段階から大阪・関西万博の会期中において、府民・市民の参加と共創を図りながら、多様な主体がお互いを信頼し、一人ひとりができることを積み重ねていくことで、一丸となって取組を推進します。

【出展基本計画 13 ページ、「2. 全体概要」より】

産学官民が連携し、オール大阪としてパビリオンを出展するため、2021年2月16日に企画組織として2025年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会（以下、「推進委員会」という。）を設立し、2022年7月1日には実行組織として（一社）2025年日本国際博覧会大阪パビリオン（2023年10月16日付け公益認定。以下、「（公社）大阪パビリオン」という。）を設立のうえ、下記の通り、産学官民の連携による出展を行った。なお、それぞれの詳細の取組内容については、後述する。

#### ① 産

協賛金獲得協力事業者の協力も得ながら、企業からの協賛金・物品等協賛を募集した。協賛特典として、パビリオン内での展示権や催事権等を付与することにより、協賛企業による展示・催事をパビリオンにおいて実施した。

これにより、107社・グループからの協賛が得られた。うち71社が、推進委員会の委員として計画段階からパビリオン出展に参画するとともに、32社が会期通じてパビリオン内での展示や物販、飲食の出展を行い、28社がリボーンステージでの催事を行った。

また、大阪の中小企業・スタートアップの優れた技術力やノウハウを内外に広く発信していくための展示・出展ゾーン（リボーンチャレンジ）を設置し、大阪産業局及び大阪商工会議所が共同設置する中小・スタートアップ出展企画推進委員会による企画・運営のもと、会期を通じて432社が出展した。

#### ② 学

近畿圏の大学・研究機関等19団体が、推進委員会の委員として計画段階からパビリオン出展に参画するとともに、うち14団体がリボーンステージでの催事を行った。

また、大阪府と大阪市が策定する2025年大阪・関西万博出展参加基本構想の実現に向け、出

展内容を取りまとめるため、総合プロデューサーを設置するとともに、出展全体の監修を行うため、スーパーバイザーを設置した。加えて、展示等の具体的な内容を検討するため、分野ごとのワーキングにディレクター及びアドバイザーを設置した。更に、SDGs や建築等の観点から専門的なアドバイスを得るため、エキスパートを設置した。これらの有識者は 54 名（閉幕時点）にのぼり、様々な観点から監修・助言等があった。

### ③ 官

大阪府・大阪市はもとより、府内市町村も地域団体と連携し、各地の魅力や強みを国内外へアピールできるよう、リボーンステージを活用した参加催事の募集を行った。会期通じて、25 団体（大阪ウィーク～春・夏・秋～を含む）が参加催事を行った。

### ④ 民

パビリオンに府民・市民が参画できるよう、アテンダントやボランティアの一般公募を行い、累計アテンダント 124 名がパビリオン運営に携わり、のべ 12,966 名のボランティアに活動いただいた。また、市町村催事を通じて、多くの市民団体がリボーンステージに出演した。

## (2) 展示内容

### (4) 出展参加のテーマ

大阪・関西万博に地元大阪が出展参加するにあたってのテーマは REBORN です。このテーマには“「人」は生まれ変わる”、“新たな一步を踏み出す”という意味を込めています。

【出展基本計画 10 ページ、「2. 全体概要」より】

### (1) 展示基本方針

出展参加テーマ「REBORN」のもと、「健康」という観点から、大阪が持つ強みを活かして、最先端の医療技術やライフサイエンス産業が創り出す近未来への期待を高め、さらには食や文化、観光などによる交流を促進する場となるよう、多彩なプレーヤーと連携・協力し、来館者や、来館者を受け入れる私たちも、ワクワクしながら明るい未来を感じることができる展示を実現します。

【出展基本計画 16 ページ、「3. 展示計画」より】

出展基本計画における、本パビリオンの展示基本方針は以下のとおりである。

- 最先端技術が作り出す近未来への期待感の醸成
- 多様な主体と連携した、明るい未来を感じられる展示の実現

本パビリオンにおける展示構成は、メイン展示である①リボーン体験ルート、②アトリウム、③リボーンチャレンジ、④ミライの食と文化、⑤XD HALL、⑥いのちの湧水（いずみ）、⑦オオカミベンチ、⑧リボ

ーンステージ、⑨バーチャル大阪ヘルスケアパビリオンである。（出展企業および展示概要等については資料編 P.87-P.107 を参照。）

出展参加テーマは、「REBORN」（“「人」は生まれ変わる”、“新たな一步を踏み出す”）であった。リボーン体験ルートにおいて、健康データに基づく体験を通じて自身の健康に向き合うことや、各種展示を通じて未来社会の姿を知ること、バーチャル空間を含めて他者と交流をすること等の体験を来館者に提供した。

展示内容は、リボーン体験ルートやアトリウムをはじめとした展示において、最先端技術を活用したヘルスケア産業や医療・教育・交通等の未来社会を発信した。また、ミライの食と文化における新たな食品技術の発信、XD HALL におけるミライのエンターテインメント体験、地球儀型のアクアポニックスであるいのちの湧水（いずみ）における最先端の循環型生産システムの展示等を通じて、新技術やサービスの実装・実証を行った。これにより、心も身体も豊かで暮らしやすい未来社会（生活の質（QOL）の向上）を来館者に体感していただくとともに、新たな技術が実装された社会に対する期待感を醸成した。

リボーンチャレンジにおいては、中小企業やスタートアップを含めた府内企業等による展示や協賛を実現したことにより、大阪の企業が持つ優れた技術力やアイデアを世界に向けて発信した。

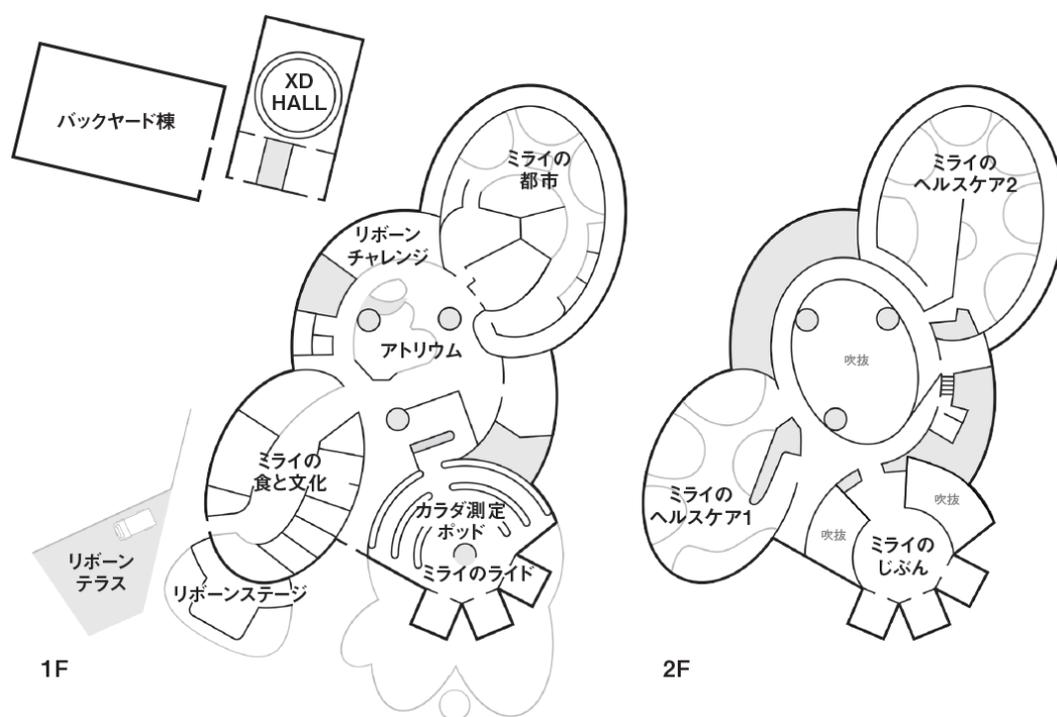
リボーンステージにおいては、企業のみならず、大学・研究機関が展示や行催事に参画することにより、未来を担う若い世代の取組を国内外に向けてアピールした。

また、世界中の人々に万博開幕前から出展内容を楽しんでいただけるよう、バーチャル大阪ヘルスケアパビリオンを 2025 年 1 月 15 日にオープンした。万博開幕へ向けた機運醸成を行うとともに、開幕後においても、出展企業や中小企業・スタートアップ等が有する最先端の技術や大阪各地の魅力・パワーを世界に発信した。加えて、リアル会場と連動した体験や他者との交流体験など、バーチャル空間ならではの多様な参加・体験型コンテンツを提供した。

このような展示や体験は、来館者が自身の価値観や生き甲斐について考えたり、他者交流を通じて自分自身の存在について再考したりするなど、来館者に自分らしい生き方への意欲や意識変革を促すコンテンツであったといえる。

なお、来館者の展示に対する満足度や、「生まれ変わり」のメッセージの理解・浸透状況については、下記 2 (2)(3)で詳述する。

【大阪ヘルスケアパビリオン平面図】



## ① リボン体験ルート

### i) 概要

体験者は、大阪ヘルスケアパビリオン公式アプリまたは事前登録 Web において自身のニックネーム、生年月日、性別等を事前登録（リボン体験登録）する。パビリオンに入り、プリーフィング映像を見た後、まずは体験に必要な「リボンバンド」を発行する。その後、「カラダ測定ポッド」に一人ずつ入り、「リボンバンド」をセンサーにタッチすることで、体験が始まり、ディスプレイの表示や音声案内に従って、髪・肌・視覚・脳・歯・筋骨格・心血管の7つの項目に関連するデータを計測する。計測は、ポッド内に設置される複数のカメラやセンサーによって行われ、各項目の測定結果が A から E の5段階のヘルスケアランクで示されるとともに、カラダ測定年齢が表示される。

ミライのライドの乗車体験をしながら2階へ移動すると、カラダ測定ポッドで測定した情報を基に生成される、25年後のミライのじぶんのアバターと出会う。その後、体験者は、一人ひとりに合ったおすすめの見学の案内を参考に、ミライのヘルスケア及びミライの都市の見学を体験する。最後のフィナーレでは、見学体験を通じて生まれ変わった（REBORN した）ミライのじぶんが、未来の都市において他の体験者のアバターとともにパレードを行う。

本展示の出展過程では多様なパートナーとの協働が実現した。出展にあたり、カラダ測定ポッド等はゼロベースで設計を行い、取得する健康データの検討・検証においては、ディレクター及びアドバイザーから多くの助言を受けた。また、健康データを取得するためのセンシング関連技術については様々な企業から物品等協賛を受け、カラダ測定ポッドとして作り上げた。

また、出展参加テーマ「REBORN」(“「人」は生まれ変わる”、“新たな一步を踏み出す”)を体現する展示となるよう、25年後の自分(アバター)との出会いや、その後の「健康」「未来社会」にまつわる展示および体験を通じ、来館者に対し自身の健康への意識変革・行動変容を促すメッセージを発信した。加えて、一人ひとりにパーソナライズされた体験を通じて来館者が自分自身について理解を深めるとともに、自身で体験ルートを選択できるコンテンツとし、自らの手で「健康」や「豊かな生活」を創り上げていくきっかけを提供した。更に、多数の協賛企業の技術及び有識者等の助言・監修により製作が進められたことにより、本パビリオンの出展において協働するパートナー同士の融合が実現し、新たなイノベーションの創出の機会となったと考える。



## ii) 出展企業による先端技術を活用した多種多様な展示

健康データに基づいたアバターとの出会い(「ミライのじぶん」)のあとに続く展示エリアにおいては、出展企業の技術を活かした多様な展示を実施した。

「ミライのヘルスケア1」「ミライのヘルスケア2」では、環境にも人体にも優しい近未来の除菌技術や二酸化炭素が新たな資源に生まれ変わる技術の展示、持続可能な社会を実現しながら健康を向上させる、各企業のヘルスケアに関する取組等を展示した。「ヘルスケアベンダーマシン」を通じて質問に回答するとおすすめのヘルスケアフードが提供される「パーソナルフードスタンド」や、最新のアイ・センシング技術を用いた目の健康スコアの測定、髪や肌の状態に応じたビューティヘルスケアを受けられる体験等、来館者自身の健康データに基づいた、未来のヘルスケアに関する体験型展示を実施した。

「ミライの都市」では、培養肉の展示や一人ひとりに合わせた食事や運動が提供される住環境の展示等、未来の暮らしを想像・体感することのできる展示を行った。また、新たなモビリティの実現により便利になった大阪の街の姿や、2050年のコミュニティの形を知ることのできる展示、一人ひとりに合った多様な学びを体験することのできる展示等、未来のまちづくりや教育の姿を、各企業の最先端技術と

ともに発信した。

「人生ゲーム REBORN in 2050」では、最先端の医療やヘルスケアが実現した 2050 年の大阪を舞台として、来館者がルーレットを回し、自身の健康を向上させる行動や他者との助け合いを通じて人生のストーリーを前進させていくという疑似体験を提供した。

上述のように、一人ひとりにパーソナライズされた体験や、ゲームを通じて未来の生活を体感できる機会を提供する等、各企業においては来館者の興味・関心を引き付けるための工夫が多数行われた。このような、ストーリー性やメッセージ性のあるコンテンツを通じ、近未来の医療技術やライフサイエンス産業における大阪の強みを対外的・効果的に発信するとともに、ヘルスケアをはじめとした近未来の生活への期待感を来館者にもたらした。

【展示概要】

ゾーン	展示名	企業名
ミライのヘルスケア 1	パーソナルフードスタンド	主催者展示
	地球とカラダに親切な除菌	(一社) 日本 MA-T 工業会
	細胞ケア研究所	江崎グリコ (株)
	ひとと地球にやさしい繊維	(株) ファーマフーズ
	カラダ拡張スーツ	(株) 橋本チエイン
ミライのヘルスケア 2	アイケア ステーション	ロート製薬 (株)
	ヒーローになる二酸化炭素	SyncMOF (株)
	次世代を創る医療技術	ニプロ (株)
	ビフィズス菌で超人間	森永乳業 (株)
	自分らしく美しく生きる美容室	(株) ミルボン
	宇宙シャワー	(株) サイエンス
	量子飛躍する美の世界	タカラベルモント (株)
ミライの都市	みんな暮らしの街	(公社) 全日本不動産協会
	磁力で健やかに暮らす	(株) コラントッテ
	家庭で作る霜降り肉	主催者展示
	ネオライフスタイル LDK	エア・ウォーター (株)
	ニューモビリティ・ニューライフ	大阪市高速電気軌道 (株)
	細胞デザインステーション	ロート製薬 (株)
	空からひろがる都市	(株) 竹中工務店
	時空をこえる学び場	東京書籍 (株)
	街のネオホスピタル	SBI ホールディングス (株)
	人生ゲーム REBORN in 2050	日本生命保険 (相)

## ② アトリウム

パビリオン中央のアトリウムを活用し、再生医療の発信（iPS Cells for the Future）、1970 年に開催された大阪万博から繋がるミライ人間洗濯機の展示、AI コンシェルジュロボットの設置を行った。

iPS Cells for the Future においては、iPS 細胞で作製した心筋シートをはじめとした再生医療に関する展示を行うことで、大阪・関西の再生医療のポテンシャルや未来の医療の姿を示しながら、医療に対する期待感を高めるとともに、来館者にいのちの大切さを学んでもらう展示とした。また、子どもたちにも分かりやすい展示を行うことで、科学への関心を高め次代の人材育成に寄与する展示となった。展示にあたっては、大阪けいさつ病院院長 澤 芳樹氏、京都大学 iPS 細胞研究所所長 高橋 淳氏、(株)ビジョンケア代表取締役社長 高橋 政代氏をアドバイザーとして委嘱し、展示内容や展示制作の検討等を進めた。また、会期中には混雑状況に応じたサインの設置や、来館者からの質問への回答の HP 上での掲載等、展示状況に合わせた運営を実施した。

ミライ人間洗濯機は、1970 年の大阪万博で展示された「人間洗濯機」を実現するものとして展示された。身体の洗浄のみならず、心電図のモニタリングを通じた映像・音楽によるリラックス空間の提供等、心の健康にも寄与する「ミライのお風呂」として新たな技術や未来の生活の姿を発信した。また、「持ち歩ける電話」「いつでも飲める缶コーヒー」「日本の食文化の一つとなった回転ずし」等、1970 年の大阪万博をきっかけに誕生、発展した様々なモノやカルチャーが進化し、定着した現在までの道のりも紹介した。

AI コンシェルジュロボットは、万博の会場案内や生体情報解析 AI を活用した非接触によるバイタルチェックを行い、リアルタイムで測定結果を表示した。

アトリウムは予約不要のエリアであることから、上述のような展示を通じて、幅広い来館者に対し、最先端の医療技術や未来の生活を効果的に発信した。

### 【展示概要】

ゾーン	展示名	企業名
アトリウム	AI コンシェルジュロボット	(株) BREXA Next
	iPS Cells for the Future	大阪府・大阪市
	ミライ人間洗濯機	(株) サイエンス

### ③ リボーンチャレンジ

#### 「ミライに向けた中小企業・スタートアップの技術・サービス」

万博に向けて新技術開発などに取り組む、優れた大阪の中小企業・スタートアップを発掘・支援し、その象徴的な成果、活躍を効果的に発信します。

【出展基本計画 24 ページ、「3. 展示計画」より】

出展基本計画に記載の通り、「リボーンチャレンジ」における展示計画は以下のとおりである。

- 優れた大阪の中小企業・スタートアップの発掘・支援と発信

大阪・関西万博は、中小企業のもつ高い技術力やアイデアを国内外に広く発信し、ビジネスチャンスの拡大を図る絶好の機会であり、また、その効果を万博後の大阪・関西の成長につなげることを目指して、大阪の中小企業やスタートアップの技術力や魅力を発信する展示・出展ゾーン「リボーンチャレンジ」を設置した。

中小・スタートアップ出展企画推進委員会による企画・運営の元、出展参加をめざす中小企業・スタートアップを支援する 14 企業・団体（リボーンチャレンジ実施主体）からの 26 件の事業企画案を「リボーンチャレンジ」として認定した。リボーンチャレンジ実施主体は、中小企業・スタートアップの募集・選定を順次実施し、選定された中小企業・スタートアップは、出展に向けてリボーンチャレンジの実施主体から約 1 年間伴走支援を受けた。



本展示においては、会期を通じて 432 社の企業が週替わり（26 週）で展示を展開したことにより、テーマに応じた多種多様な展示を実現することができたと考えられる。

また、リボーンチャレンジ実施主体が事業企画を応募し、中小企業・スタートアップを展示まで伴走支援するスキームを用いたことで、優れた技術力やアイデアを有する府内の中小企業・スタートアップの技術・アイデアの磨き上げにつながり、新たなイノベーション創出の機会となった。

展示スケジュール・テーマ・実施主体は以下の通り。（各期間の出展企業・団体については、資料編 P.92-P.104 を参照。）

#### 【展示スケジュール・テーマ・実施主体】

展示期間	名称	実施主体
4月13日～4月20日	Resona Mirai Color ～春～ ミライの医療	(株)りそな銀行 【共同：(株)関西みらい銀行・(株)みなと銀行・(株)埼玉りそな銀行】

展示期間	名称	実施主体
4月21日～4月28日	Resona Mirai Color ～夏～ ミライのメトロポリス	(株)りそな銀行 【共同：(株)関西みらい銀行・(株)みなと銀行・(株)埼玉りそな銀行】
4月29日～5月5日	ウェルネスを実現するテクノロジーと空間 ～カラダの健康と美容を実現するオフィス～	大阪商工会議所
5月6日～5月12日	ウェルネスを実現するテクノロジーと空間 ～ココロとアタマの健康を目指したオフィス～	大阪商工会議所
5月13日～5月19日	Rethink まちからはじまる、脱炭素への取り組み まちと社会、これからの暮らし	大阪商工信用金庫
5月20日～5月26日	大阪発！ワクワクする未来の暮らし ～世界一おもしろい都市をめざして～	(株)池田泉州銀行
5月27日～6月2日	共に創ろう、ヒトとモノとデジタルの未来 ～デジタル技術で変わる、大阪のモノづくり～	(株)池田泉州銀行
6月3日～6月9日	みんなで描こう、誰もが暮らしやすい社会 ～未来の生き方・働き方～	(株)池田泉州銀行
6月10日～6月16日	未来の生活スタイル ～スマートルーム～	大阪シティ信用金庫
6月17日～6月23日	みんなで考える未来の街プロジェクト	(公財)大阪産業局
6月24日～6月30日	明日が楽しくなる町「スマートヘルスケアタウン」プロジェクト	(公財)大阪産業局
7月1日～7月7日	カーボンニュートラル トレジャーハント ～便利な未来を支える技術たち～	(公財)大阪産業局
7月8日～7月14日	MOBIO 大阪パビリオン展示 No/BORdER ～国境・垣根・時代・カベを越える技術展～	(公財)大阪産業局
7月15日～7月21日	パワースポット IN OSAKA 中小カンパニー	大阪府中小企業団体中央会
7月22日～7月28日	観光の新規事業の実験場 ～観光産業から、関西を元気に～	(一社)関西イノベーションセンター (MUIC Kansai)
7月29日～8月4日	みんなで創るミライ社会「認める。活かす。高めあう。」	(株)三菱UFJ銀行

展示期間	名称	実施主体
8月5日～8月11日	Academia × REBORN ～学理と実際との調和～	関西大学
8月12日～8月18日	Series A ; セレクション ～輝く未来社会の創り手ここにあり～	大阪商工会議所
8月19日～8月25日	バイオプラスチックで REBORN	(一社) 西日本プラスチック製品工業協会
8月26日～9月1日	少し先の未来生活を支える「縁の下 (E・N・NO・SHI・TA)」ものづくり企業たち	(地独) 大阪産業技術研究所
9月2日～9月8日	Resona Mirai Color ～秋～ ミライと和の調和	(株) りそな銀行 【共同：(株) 関西みらい銀行・(株) みなと銀行・(株) 埼玉りそな銀行】
9月9日～9月15日	Resona Mirai Color ～冬～ ミライのテクノロジー	(株) りそな銀行 【共同：(株) 関西みらい銀行・(株) みなと銀行・(株) 埼玉りそな銀行】
9月16日～9月22日	まちこうばのエンターテイメント！ ～みせるばやおモデル～	八尾市
9月23日～9月29日	サステナブルに基づく繊維・ファッション産業の未来共創プロジェクト	大阪商工会議所 (共同：(協組) 関西ファッション連合)
9月30日～10月6日	幸福寿命の実現を目指して	(一社) 大阪府経営合理化協会
10月7日～10月13日	身近な課題や世界のお困りごとを大阪の町工場が解決します！	大阪商工会議所 (共同：大阪信用金庫)

#### ④ ミライの食と文化

##### 「ミライの大阪の食・文化」

- ・大阪産（もん）をはじめとした大阪や関西の食材の活用をはじめ、豊かな食文化を有する大阪から世界に向けて新しい食・大阪フードの創造・発信を行います。
- ・物販においても、公式グッズなどの展開や、企業・団体やクリエイター、アーティストなどとのコラボレーションによって、大阪パビリオンのテーマ「REBORN」にふさわしい商品・サービスを開発します。

【出展基本計画 23 ページ、「3. 展示計画」より】

出展基本計画に記載の通り、「ミライの食と文化」における展示計画は、以下のとおりである。

- 世界に向けた新しい食・大阪フードの創造・発信
- 多様な主体との連携による「REBORN」にふさわしい商品・サービスの開発

本パビリオンでは、ミライの食と文化の魅力を発信するため、「体験」のフード・物販エリアと「学び」のデモキッチンエリアの2つのエリアから構成される「ミライの食と文化ゾーン」を展開した。

## i) デモキッチンエリア

デモキッチンエリアにおいては、大阪・関西の料理人と食材生産者によるトークセッションや、大阪産（もん）を用いたメニューの調理実演等のイベントを多数実施するとともに、あわせて水耕栽培野菜の展示も実施した。また、これらのイベントにおいては、試食の提供等も実施し、来館者がミライの食のあり方を体感する機会を提供した。

また、出展企業と調理師専門学校との連携による、ロボットを用いた遠隔調理の実演や、府内大学によるサステナブルな食をテーマとしたワークショップ・イベントの開催等、出展を通じて、企業や教育・研究機関など、多様な主体の連携が実現した。

このように、デモキッチンエリアにおいては、来館者が楽しく学びながら「ミライの食」を体験できる機会を創出した。また、府内企業の最新技術や持続可能な食のあり方を国内外に向けて効果的に発信しながら、食を通じた人々の交流の場を創出した。（デモキッチンエリアにおける催事一覧は資料編 P.107-P.109 を参照。）

## ii) フード・物販エリア

フードエリアにおいては、大阪産（もん）の野菜を使用したランチボックスや、兵庫県産の米を使用したおにぎり等、大阪・関西の食材を活用したフードメニューを販売した。また、各企業の技術を活用しながら、乳・卵アレルギーに対応したスイーツやプラントベース（植物性原料）の料理といった、食の多様性に対応したフードメニューを展開した。規格外品など廃棄される大阪産（もん）の食材を活用した飲料の販売を通して、持続可能な食の在り方を対外的に発信した。また、企業の垣根を超えた協働に基づくフードメニューの開発等も実現した。

物販エリア（ドラッグストア）においては、医薬品のみならず、熱中症対策品やベビー用品等を販売することにより、多数の来場者のヘルスケアに貢献した。また、万博公式キャラクターのミyakumiyakがデザインされた目薬、XD HALL に登場するキャラクターをモチーフとしたぬいぐるみ、大阪名物のお菓子といった、リボン体験ルート出展企業関連の限定商品や大阪産（もん）の商品を販売した。

このように、フード・物販エリアにおいては、府内企業の魅力や豊かな食文化を持つ大阪のパワーを国内外に向けて発信するとともに、企業・公的機関・食材生産者など、出展を契機とした多様な主体の連携が促進された。これらの連携を通じた商品・サービスの創出やメッセージの発信により、持続可能性や健康について来館者に新たな気付きや価値観を提供したといえる。

【展示概要】

ゾーン	展示名	企業名
ミライの食と文化	AIR WATER NEO MIX STAND	エア・ウォーター（株）
	NISSEI Mouthful Creations	日世（株）
	Metro KITCHEN	大阪市高速電気軌道（株）
	PACKN-TO	（株）オオサカムセンデンキ
	ほっかほっか	（株）ハークスレイ
	韓国料理 bibim'	（株）高麗貿易ジャパン
	QBB これもいいキッチン	六甲バター（株）
	SPI×FAMILY DINING	（株）フラット・フィールド・オペレーションズ
	アカカベ 大阪ヘルスケアパビリオン店	（株）アカカベ
	SMILE ALE	アサヒグループジャパン（株）

⑤ XD HALL

「ミライのエンターテインメント」

イベント・催事ゾーンでは、AR グラスや壁面大型ビジョンなどの先端技術を用いて、バーチャル上のコンテンツがリアル空間に出現したり、バーチャルからリアル空間の観覧や参加ができたりといった XR シアター体験を実現していきます。

【出展基本計画 25 ページ、「3. 展示計画」より】

出展基本計画に記載の通り、イベント・催事ゾーンにおける基本計画は以下のとおりである。

- 先端技術を用いた XR シアター体験の実現

360 度の映像と音響、振動する床、新規開発された専用の AR デバイスを備えたミライのエンターテインメント施設「XD HALL」を整備した。体験型コンテンツ「モンスターハンター ブリッジ」を通じて、来館者が驚きや感動を覚える、ミライのエンターテインメント体験を実現したことで、大阪のポテンシャルの世界的なアピールにつながった。

【展示概要】

ゾーン	展示名	企業名
XD HALL	モンスターハンター ブリッジ	（株）カプコン

## ⑥ いのちの湧水（いずみ）

子どもたちに自然界におけるサステナブルな循環の大切さを伝えるとともに SDGs 達成への貢献をめざす取組のひとつとして、地球をイメージしたガラス球体のアクアポニックス「いのちの湧水（いずみ）」を展示した。

アクアポニックスは、水産養殖「Aquaculture」（「アクア」カルチャ）と水耕栽培「Hydroponics」（ハイドロ「ポニックス」）を組み合わせた循環型の生産システムである。

大量の水を必要とする陸上養殖と水耕栽培を組み合わせることで、自然の仕組みを活用して節水、無農薬を実現することができる。

展示制作の費用は、前田葉子氏からの寄附金を活用した。また、増田ディレクターや北宅アドバイザー、山口アドバイザー、協力機関である大阪公立大学からの協力を得て、最新の研究成果を取り入れた展示企画の検討・展示運営を行った。展示物の一部は物品等協賛を受けるなど、産・学・官・民が連携し、新たなイノベーションの創出に結びついたと考える。



## ⑦ バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン

### (4) バーチャルパビリオンの方針と展開

- ・バーチャルパビリオンは、未来のバーチャル空間でのアバターを通じた存在感や生き方を意味する「バーチャル・ビーイング」をコンセプトとします。2025 年の開幕前と会期中、開幕後も見据えたタイムラインの中で、エンターテインメント要素も盛り込んだ様々なコンテンツを展開していきます。
- ・また会期中は、世界中からインクルーシブに 24 時間アクセスできるバーチャルならではのコンテンツ提供に加え、大阪パビリオンのイベント・催事ゾーンと連携したリアル連動型の体験を提供し、万博後もソフトレガシーとして継続運営をめざします。

【出展基本計画 25 ページ、「3. 展示計画」より】

出展基本計画に記載の通り、バーチャルパビリオンにおける基本方針は以下のとおりである。

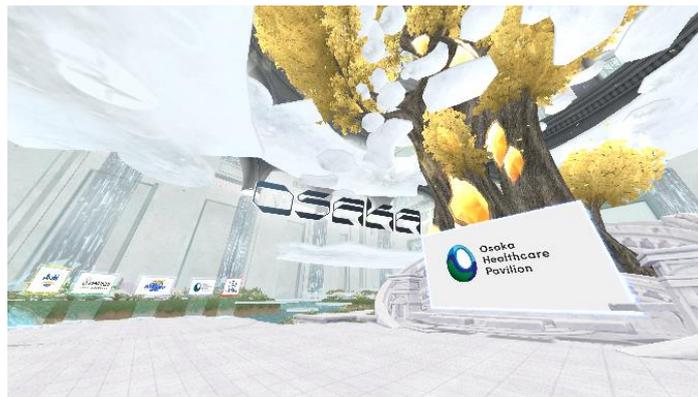
- 「バーチャル・ビーイング」をコンセプトとする
- 会期中～会期後：バーチャルならではのコンテンツ・リアル会場との連携・ソフトレガシーの継続

上記方針及びアドバイザーボード等での検討結果を踏まえ、博覧会協会が開設する「バーチャル万博」上の大阪ヘルスケアパビリオンと、独自のプラットフォーム上に開設する「バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン」との2つのメタバース空間を佐久間ディレクターの協力のもと構築した。

「バーチャル万博」上の大阪ヘルスケアパビリオンは、バーチャル万博から流入する来場者の受け皿としてパビリオンの認知度向上の役割を担い、「バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン」は、リアル会場との連携を図りつつ、時間や場所を超えて世界中の人々に大阪の魅力を届ける役割を担った。

### i) バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン

展示ゾーンでは、出展企業、大阪の中小企業・スタートアップ等の魅力を紹介し、メインフロアにあるスクリーンでは、人気バーチャルシンガーによる音楽ライブや、リボーンステージで開催されたリアルイベントの生配信を行った。大阪ヘルスケアパビリオンに関する情報等を世界に発信するとともに、世界中から24時間アクセスできるバーチャルならではのコンテンツや、バーチャルイベントを提供した結果、国内にとどまらず海外からも多くの利用者を獲得し、期間中の来館者数は、のべ1,050万人に上った。(イベント開催および利用実績の詳細は資料編P.109-P.110を参照。)



#### 【開設期間】

2025年1月15日(水) 15時から10月13日(月・祝) 22時まで(万博閉幕まで)

#### 【コンテンツ】

- ・ 展示ゾーン(アサヒグループジャパン(株)、(公社)全日本不動産協会、ミライの大阪「中小企業・スタートアップめぐり」※)
- ・ アトラクション(巨大迷路、アスレチック、交流スペース、憩いの場)
- ・ バーチャルイベント(ノベル型体験プロジェクト、バーチャルライブ)

※ミライの大阪「中小企業・スタートアップめぐり」

大阪の中小企業・スタートアップ等の優れた技術やサービスを世界に発信すること等を目的として開設。計54社の中小企業・スタートアップ等を三期間に分け、1社あたり延べ90日間の展示を行った。(出展企業は資料編P.104-P.107を参照。)

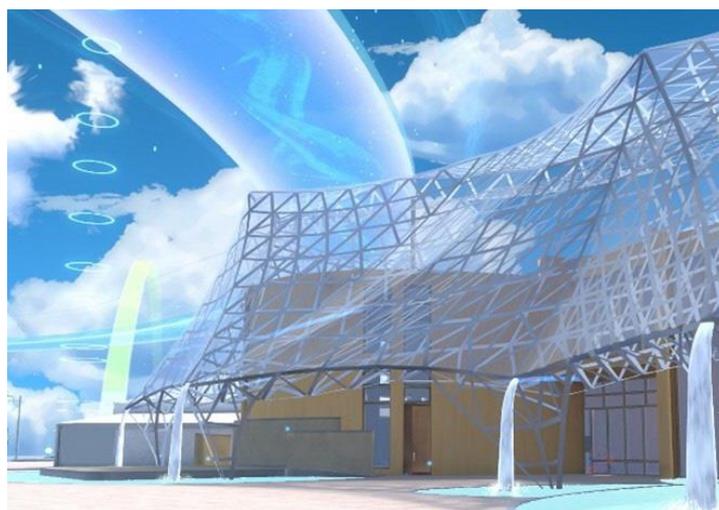
## 【ユーダイモニア】

バーチャル大阪ヘルスケアパビリオンの関連コンテンツで、ノベル型体験プログラムとして、小説・漫画・イラスト・バーチャルライブ等が多面的に展開された。来館者はアバターの姿で物語の舞台を歩く等、バーチャルな身体性を通じてユーダイモニアの世界に参加可能で、“楽しさ”を入口にしながら、社会や哲学的課題といったテーマについて自然と考えるきっかけを提供する仕組みとした。さらに物語は参加者自身の投票（選択）によって未来（結末）が変化することで、単なるエンターテインメントにとどまらず、未来社会を主体的に考える社会実験的な役割も担った。



## ii) 「バーチャル万博」上の大阪ヘルスケアパビリオン

各バーチャル空間を行き来することが可能なポータルコンテンツとして展開するとともに、バーチャル万博から流入する来場者の受け皿としての機能も果たした。また、アトリウムに準じた内観とすることで、大阪ヘルスケアパビリオンのさらなる認知度向上や誘客促進につながった。



### (3) 行催事

#### ① 行催事の実施概要

##### (1) 行催事基本方針

- ・テーマ展開のキーワードである「いのち」「健康」「元気」「楽しさ」などの観点から、ライフサイエンスをはじめとする最先端な技術、大阪が育んできた豊かな文化芸術や地域の魅力、そして来館者に元気を与えるエンターテインメントなどを組み合わせ、大阪のパワーを発信するイベント展開を図っていきます。
- ・大阪パビリオン内外の行催事スペースやバーチャル空間を最大限に活用しながら、「メインプログラム」「レギュラープログラム」「時限・時期プログラム」といった時間とターゲットに合わせた、カテゴライズによる最適なスケジュール構成を図っていきます。
- ・大型イベントについては、独自開催だけでなく、民間企業参加や協賛によるプログラムも設定することで、長期の開催期間中に、観覧者が常に楽しんでいただける環境と機会を作っていきます。また、会期中に行われる府内各地域と大阪パビリオンが連携した取組も検討していきます。

【出展基本計画 33 ページ、「5. 行・催事計画」より】

出展基本計画に記載の通り、行催事の基本方針は以下のとおりである。

- 「いのち」「健康」等の観点から大阪のパワーを発信するイベントの展開
- 最適なスケジュール構成による行催事の展開
- 観覧者が常に楽しむことのできる環境づくりおよび府内各地域との連携

催事専用スペースとして、屋外の水盤上に「リボーンステージ」を設置し、テーマ「REBORN」を来館者に広く伝える公式行事やパビリオン主催催事をはじめ、協賛企業、協力機関、自治体等による多種多様な催事を、184 日間にわたる会期中、ほぼ毎日開催した。これにより、長期にわたる会期であっても、来館者が常に楽しむことのできる環境を実現した。

また、産学官民の共同出展パビリオンとして、各主体の共創の場になるとともに、自治体等を通じて多数の市民団体が参画し、取組の成果の発信の場となったことから、府民・市民の自己実現にも寄与したといえる。

なお、行催事の実施にあたっては、公式行事や主催者催事といったプログラムに加え、バーチャル空間と連動した行催事も行った。また、7 月 20 日より夜の万博を楽しむ取組として、「ミライの食と文化」ゾーン（フード・物販エリア）の一部店舗における営業時間の延長、リボーンテラスの提灯ライトアップや来館者に参画してもらえるイベントとして、「あなたの REBORN（リボーン）、おしえてください！」（来館者の未来に向けた思い等をカードに記入してもらい、ボードに掲出するイベント）等の「REBORN 夜市」を開催した。こうしたイベントを通じ、夜の時間帯も来館者が参画することのできるプログラムを実現した。なお、8 月 1 日からは万博公式キャラクターのミャクミャクがゲストとして参加した。また、TikTok の人気クリエイターとコラボレーションしたイベントの開催や、クリエイターによる動画投稿などにより、若年層

をターゲットとしたパビリオンの PR につなげた。

このように、リボーンステージにおける多種多様な催事やバーチャル空間を活用した取組等により、幅広い時間やターゲットに合わせた行催事の実施が実現した。

## ② 主な行催事内容

会期中、公式行事・主催者催事・参加催事からなる様々な行催事を開催した。

公式行事としては、開幕前の 2025 年 3 月 23 日、万博会場内の EXPO ナショナルデーホール（レイガーデン）において開館式を開催し、吉村大阪府知事、横山大阪市長、2025 年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会委員、加藤経済産業大臣政務官兼内閣府大臣政務官、石毛（公社）2025 年日本国際博覧会協会事務総長らが参加した。また、大阪ヘルスケアパビリオンアンバサダーを交えたパビリオン紹介、開館式終了後のテープカットセレモニー、パビリオン内覧会を実施した。2025 年 4 月 8 日には、大阪ヘルスケアパビリオンの運営スタッフ約 250 名により団結式を開催し、出展に向けて結束を図った。閉幕日には、吉村大阪府知事、横山大阪市長、西澤館長が最後の来館者をお出迎えし、来館者への感謝の言葉を伝えるクロージングセレモニーを開催した。また、本パビリオン閉館後、リボーンステージで執り行ったクロージング感謝セレモニーでは、吉村大阪府知事、横山大阪市長、西澤館長、彌園大阪府・市万博推進局長やアテンダント代表者がパビリオン関係者や運営スタッフ約 500 人に向け、感謝の言葉を贈った。

主催者催事としては、大阪ヘルスケアパビリオンのテーマである「REBORN」を国内外の来館者に伝えるため、来館者節目セレモニーを含む、多様な催事を開催した。開幕日には、吉村大阪府知事、横山大阪市長、西澤館長、アテンダントによる最初の来館者のお出迎えや、池田市立呉服小学校吹奏楽部による演奏、FM802 の公開収録等を交えた開幕イベントを実施した。また、会期中には、動物福祉の観点からペットとの暮らしや未来を考えるイベント（5 月 26 日～27 日）や、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（運営：（同）ユー・エス・ジェイ）との連携によるスペシャルステージ（5 月 30 日～31 日）等を行った。大阪府市と共催した「EXPO アテンダント×キャラクターワールドフェスティバル」（9 月 16 日）では、EXPO ホール（シャインハット）に海外・国内パビリオン等のキャラクターやアテンダントが集結した後、大屋根リング下をリボーンステージまでパレードした。クロージングイベント（10 月 13 日）では、次世代を担う若者達や、大阪・関西万博のアンバサダー コブクロによるステージが多くの来場者を楽しませた。

2025 年 5 月 28 日にパビリオン来館者数 100 万人、7 月 8 日に 200 万人、8 月 9 日に 300 万人、9 月 6 日に 400 万人、10 月 2 日に 500 万人を突破したことを記念し、リボーンステージにおいて、節目セレモニー（計 5 回）を開催した。節目の来館者には記念品を贈呈する等して感謝の意を表した。

参加催事においては、協賛企業 28 社、協力機関 14 団体、府内自治体 25 団体（大阪ウィーク～春・夏・秋～を含む）が催事を主催した。府内企業が主催するイベントにおいては、各企業が有する最先端技術の発信や健康に関する啓発等を実施し、いのちや生き方について考える機会を提供

した。加えて、先述の「1 (2) ⑦バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン」に記載の通り、バーチャル空間と連動した行催事を実施することで、リアル空間とバーチャル空間が融合したエンターテインメント体験を来館者に提供した。また、自治体による参加催事においては、「大阪ウィーク～春・夏・秋～」期間を中心に、府内各自治体が主体となり、産業・食・文化芸術など様々な観点から特色ある地域の魅力やパワーを国内外に向け発信した。

このように、多くの民間企業、府内自治体、地域団体等の多様な主体が連携しながらコンテンツを創出するとともに、本パビリオンのテーマである「REBORN」のメッセージや大阪の魅力を来館者に伝えた。

各行催事の概要および開催件数は以下の通りである。（行催事一覧については、資料編 P.110-P.118 を参照。）

【催事概要】

種類	概要	開催件数
主催者催事	出展テーマなどを広く訴求することを目的とした話題性の高い催事	37 件 (開幕イベント・来館者節目セレモニーなど)
参加催事	府内自治体や協賛企業・協力機関等が主体として実施する催事を募り、本パビリオンの支援・調整のもとに開催する催事（大阪ウィーク及び万博 TDM パートナー企業へのインセンティブ含む）	143 件 (うち協賛企業・協力機関等 82 件、自治体催事 61 件)

## (4) 運営

### ① 来館者への対応

#### (1) 運営基本方針

「来館者の安全安心・快適を実現」「大阪らしいあたたかいおもてなしで大阪パビリオンとの出会いを記憶に残す」「大阪・関西万博の開催地元自治体にふさわしい運営」を運営の基本とします。博覧会協会による会場の全体運営とも連携を図りながら、新時代のパビリオンとして、「府民・市民の参加と最新技術の融合」「SDGs の可視化」「産学官民による協創の場」といった新しい視点の運営を検討していきます。

#### (2) 運営計画

予約システムを活用しながら、大阪パビリオンの展示計画と整合させた具体的な導入プランを策定し、できるだけ待ち時間の発生しない運営の実現を検討します。

【出展基本計画 39-40 ページ、「8. 運営計画」より】

出展基本計画に記載のとおり、来館者対応にあたってめざした事項は以下のとおりである。

- 予約システムを活用したできるだけ待ち時間の発生しない運営

上記を実現するため、運営実施計画を作成し、柔軟な予約枠の運用によって、待ち時間の発生を抑制できるよう取り組んだほか、夜間時間延長など柔軟な来館者対応を行った。

## i) 予約枠運用

本パビリオンへの来場時間を分散させ、待ち時間を抑制するため、リボーン体験ルート及び XD HALL については、2025 年日本国際博覧会協会の運営する予約システムを活用した予約制での受付とした。予約枠については、事前予約枠と当日予約枠を約半数ずつ設けた。それぞれの予約枠から団体予約枠を一定捻出し、事前予約枠のうち超早割を 5 割、残りを 2 か月前、7 日前に分けて運用を行った。

開幕当初より多くの予約申込があったことから、2 か月前抽選・7 日前抽選の倍率は非常に高いものになった。当日予約については、予約枠の開放時間を公表せず、3 回に分けて解放していたが、比較的早い時間帯の来場者で予約枠が埋まり、本パビリオンの予約が非常に困難な状況となった。

このため、5 月 22 日より、一人でも多くの来場者に本パビリオンでの体験を楽しんでもらえる機会を創出するため、当日予約枠の開放時間を変更し（9 時、12 時 30 分、16 時 30 分）、あわせてホームページで開放時間を公表した。5 月下旬からは、開始された万博会場の開場時間前倒し（アーリーゲートオープン）等を踏まえ、朝の最も早い 9 時台の予約枠を増やすなどの取組も進めた。また、7 月 1 日より、新たに「【ミライのじぶん なし】大阪ヘルスケアパビリオン（本館）リボーン体験」の受付を開始する等、会期を通じて柔軟な運用を行った。

一方、アトリウム、リボーンチャレンジ及びミライの食と文化ゾーンについては、予約なしで観覧できるようにし、多数の来館者で待機列が屋外に伸びた場合には、入場規制を行うことで対応した。

### 【予約枠の種類】

- ①大阪ヘルスケアパビリオン（本館）リボーン体験
- ②大阪ヘルスケアパビリオン（本館）リボーン体験＋人生ゲーム REBORN in 2050
- ③大阪ヘルスケアパビリオン（XD HALL）モンスターハンター ブリッジ
- ④【車いす使用者向け】大阪ヘルスケアパビリオン（XD HALL）モンスターハンター ブリッジ
- ⑤【ミライのじぶん なし】大阪ヘルスケアパビリオン（本館）リボーン体験

## ii) REBORN 夜市（夜間の営業時間延長）

来場者に夜の万博を楽しんでもらうため、7 月 1 日から万博会場内の飲食店・物販店の営業時間が 21 時 30 分まで延長されたことを受け、本パビリオンにおいても 7 月 20 日から閉幕まで、「ミライの食と文化」ゾーン（フード・物販エリア）の営業時間を 30 分延長し、21 時 30 分までとした。また、日没より本パビリオン敷地内の飲食スペース「リボーンテラス」を提灯でライトアップした。

## ② リスク管理・トラブル対応

### (4) リスク対応方針

- ・全ての来館者・参加者・関係者の安全安心を確保するための施設管理方針を策定
- ・地震や津波・豪雨・暴風などの自然災害や火災・事故・事件・傷病者の発生などの緊急時対策を検討、新型コロナウイルス感染予防対策など、ニューノーマルでスタンダードとなった感染症関連に関する対策やリスクヘッジ方法なども併せて検討していきます。

【出展基本計画 39-40 ページ、「8. 運営計画」より】

出展基本計画に記載のとおり、リスク管理・トラブル対応にあたってめざした事項は以下のとおりである。

- トラブル発生時の全ての来館者・参加者・関係者の安全・安心の確保

上記を実現するため、大阪パビリオン危機管理マニュアルを作成し、事前に防災訓練で運用を検証するなど、トラブルや災害発生時に適切な対応ができる仕組みを整えたことで、大阪メトロ運転見合わせ時等において適切な対応を講じることができた。

### i) テストラン時の電源トラブルへの対応

テストラン時の 2025 年 4 月 6 日 11 時 30 分頃、本パビリオンにおいて電源トラブルが生じたことにより、リボン体験ルートの一部について体験ができなくなる事象が発生した。電源はまもなく復旧したものの、原因が特定できず再発の恐れがあったことから、終日にわたってカラダ測定ポッドやミライのじぶんなど一部の体験を不可とし、本パビリオンのホームページ、SNS において運営状況を公表した。

当日閉館後に詳細な調査を実施した結果、アトリウムのフロアコンセントで漏電を確認したため、フロアコンセントはすべて閉塞するとともに、ネットワーク機器の電源を完全に独立させ、他の電源の影響をうけないよう処置を行った。こうした対応を行ったことにより、会期中にトラブルなく運営を行うことができた。

### ii) 暑熱対策

暑熱対策として、パビリオンの館内では、床から冷気を出すことで人のいる空間のみを効率的に冷やす空調システムを採用した。また、アトリウムの自然光を適度に遮蔽するため、新たに開発された、日射遮蔽素材を膜屋根の下に設置した。屋外では、地表面の高温防止のため、外構の床仕上げ材に保水性インターロッキング舗装を採用するとともに、リボンステージ前にミスト機能を備えたパーゴラを設置した。また、最高気温が 35 度を超える猛暑日が続く中、スポットクーラー・冷風機の設置に加え、日傘の貸出しや打ち水等の対策を実施することで、来館者の熱中症発症の未然防止につなげた。

### iii) 電車の運休に伴う帰宅困難者の受入等

大阪メトロ中央線コスモスクエア駅・大阪港駅間の電車線のトラブルに伴う設備点検のため 2025 年 8 月 13 日 21 時 30 分から運転を見合わせる事態となり、多くの帰宅困難者が発生した。

これを受けて本パビリオンでは、のべ 2,000 人の帰宅困難者を受け入れ、希望者に水やパンの配付を行い、特に事故・怪我・混乱等を生じさせることなく、適切な対応をすることができた。

また、翌 8 月 14 日 5 時 25 分の運転再開を受け、館内待機者への周知を行い、6 時 30 分頃には待機者全員の退館を確認。9 時 30 分のゲートオープンと同時に開館し、通常運営を行った。

### ③ スタッフ計画

#### (3) スタッフ計画

- ・ボランティアなど市民参加に加え、テクノロジーやロボットの活用といった新しい運営の考え方を整理の上、(中略)費用対効果の高い運営を検討します。
- ・最も効果的・効率的な配置ポスト計画や、募集・採用・教育計画、勤務体制などを策定し、実現性の高い運営体制の作成につなげます。

【出展基本計画 39-40 ページ、「8. 運営計画」より】

出展基本計画に記載のとおり、スタッフ計画にあたってめざした事項は以下のとおりである。

- 市民参加、実現性の高い運営体制の構築

上記を実現するため、運営実施計画を作成し、アテンダントの採用、人員配置、現場運営を実施することで、全ての来館者に安全・安心で快適な体験を提供できる運営を実現した。

### i) アテンダント・ボランティアの参加・募集状況

本パビリオン運営に府民・市民が参画できるよう、2024 年 5 月 15 日からアテンダントを公募し、募集人数 (120 名程度) に対して、10 倍以上の 1,258 名の応募があり、124 名が内定した。2024 年 9 月 21 日にアテンダント就任セレモニーを開催し、3 月中旬から座学研修や現地研修を実施のうえ、4 月初旬のテストラン等を通じて、開幕に向けた準備を進めた。また、会期中においても、日々変化する運営状況を踏まえ、マニュアルを見直しながらアテンダント業務を行った。

また、ボランティアについては、万博推進局機運醸成部参加促進課と連携し、会場外ボランティア活動参加者に、アテンダントのサポート役として、来館者の案内・誘導などのサポートを行っていただいた。会期を通じて、のべ 12,966 名の方々にボランティアとして参加いただいた。

#### ④ 賓客等対応

##### (2) 運営計画

- ・適切なVIP対応を行うとともに、大阪パビリオンのテーマ・メッセージをVIPに訴求するための接遇計画を策定します。

【出展基本計画 39-40 ページ、「8. 運営計画」より】

出展基本計画に記載のとおり、来館者対応にあたってめざした事項は以下のとおりである。

- 適切な賓客等対応の実施

上記を実現するため、運営実施計画を作成し、万博開催都市のパビリオンとして、博覧会協会などを通じて、多くの賓客・要人等を受け入れた。安心して来館していただけるよう安全面に十分配慮した環境の整備を行うことはもとより、お迎えに際し、国際儀礼や伝統、慣習等に則り、国際博覧会にふさわしい対応を実施した。

#### (5) 広報

##### (1) 広報基本方針

- ・広報計画の基本方針として、世界に貢献する大阪の姿を示し、大阪のパワーと魅力を世界に発信すること、また大阪パビリオンの価値や意義を伝え、認知理解を広めて深め、生活者や企業など幅広いステークホルダーの意識と行動変化を促すことをめざします。
- ・節目となる広報タイミングに合わせて、プレスリリースや記者会見、イベントなどを実施し、社会やステークホルダーの注目を集め、万博全体の盛り上げにも貢献していきます。また、大阪パビリオンの愛称やロゴ・キャラクターなどを早期に作成、展開することで、大阪パビリオンへの愛着を引き出し、広報活動に対して広く興味関心を喚起していきます。

出展基本計画 37 ページ、「7. 広報計画」より

出展基本計画に記載のとおり、広報にあたってめざした事項は以下のとおりである。

- 大阪のパワーと魅力、本パビリオンの価値や意義の発信
- 節目となるタイミングに合わせた各種メディアでの発信
- 万博全体の盛り上げへの貢献
- 本パビリオンの愛称やロゴ・キャラクター等の展開

上記を実現するため、本パビリオン名称やロゴ・キャラクターを設定し、SNS やメディアでの展示内容・広報イベント等の発信、著名人のアンバサダー就任等、効果的な広報プロモーションを実施した。

## ① 本パビリオンの名称

本パビリオンの名称は、パビリオンの外観デザインから着想を得て、新しいものを生み出す「巣（Nest）」であることを表現するとともに、テーマである「REBORN」を実現するための「巣」として、未来の大阪の可能性を感じることができるものとした。

【名称】大阪ヘルスケアパビリオン Nest for Reborn

（英語表記）Osaka Healthcare Pavilion : Nest for Reborn

## ② ロゴマーク・キャラクター

ロゴマークは、2022年7月29日から一般公募を実施し、320作品の応募から、選考委員会での選考を経て、2023年7月11日の推進委員会総会において決定した。

また、大阪府広報担当副知事である「もずやん」がパビリオンカラーの衣装をまとい、大阪ヘルスケアパビリオンのマスコットキャラクターとして広報活動を行った。



©2014 大阪府もずやん

## ③ SNS 発信

2024年9月25日に、本パビリオンのInstagram、X、Facebookのアカウントを開設し、本パビリオンの展示内容、広報イベント等について投稿を行った。会期を通じて、Xにて400件、Instagramにて299件の投稿を行った。また、協賛企業・協力機関等に対してもフォロー・リポストを依頼することで、インプレッション数（閲覧数）を増やし、広報効果を高めた。

## ④ アンバサダー

2024年10月13日に開催した万博開幕6か月前イベントにおいて、大阪・関西にゆかりのあるアンミカ氏（モデル・俳優・歌手）と倅田來未氏（アーティスト）に対して、横山大阪市長からアンバサダー就任の依頼を打診したことをきっかけに、アンバサダーに就任いただいた。行催事への登壇やSNSでの発信など、本パビリオンの魅力や体験談をご紹介いただいたことで、幅広い層に情報を提供した。

## ⑤ 各種メディアでの発信状況

様々な媒体を活用して、大阪・関西万博及び本パビリオンの魅力を発信した。各種メディアでの開幕直前期～会期中の発信件数は以下のとおりである。多数の発信がなされたことで、大阪の魅力発信に多大な影響があったと考えられる。

【メディア別取材件数】

対応メディア	合計
テレビ	383
新聞	197
通信社	47
ラジオ	31
雑誌	42
業界紙・専門誌	109
WEB	127
ソーシャルメディア	81
海外メディア	144
その他	51
合計	1,212

※2025年1～12月まで集計

【メディア露出件数】

露出メディア		合計
国内メディア	テレビ	233
	紙媒体	2,697
	WEB	28,863
海外メディア		16
合計		31,809

※2025年1～12月まで集計

※海外メディアは2025年12月末時点で把握しているものに限る。

## (6) SDGs

### (6) SDGs への取組

「いのち輝く未来社会のデザイン」という大阪・関西万博の開催テーマには、国連が掲げる2030年の「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成にとどまらず、+beyond(2030年より先)への飛躍の機会となる期待が込められています。大阪府・大阪市では、あらゆるステークホルダーと連携しながら、一人ひとりがSDGsを意識し自律的に行動する「SDGs先進都市」の実現に向けた取組を進めています。万博催都市として、世界の先頭に立ってSDGsの達成に貢献するため、大阪パビリオンにおいても「SDGs先進都市」の姿を明確にし、SDGs達成目標の2030年以降を見据えた先導的な取組を世界に発信していきます。

【出展基本計画12ページ、「2. 全体概要」より】

出展基本計画に記載のとおり、SDGsへの取組にあたってめざした事項は以下のとおりである。

- SDGs達成目標の2030年以降を見据えた先導的な取組の世界への発信

地元大阪が世界の先頭に立ってSDGsの達成に貢献する「SDGs」先進都市の姿を明確にし、

SDGs 達成目標の 2030 年以降を見据えた先導的な取組を世界に発信することを掲げていた。

本パビリオンにおいては、SDGs のゴール 3「すべての人に健康と福祉を」を重点ゴールと定めつつ、出展テーマ REBORN のもと、ウェルビーイングの実現に向け、「健康」という観点から、近未来のヘルスケアや都市生活を感じられる展示を展開し、SDGs17 項目すべてのゴールに貢献する取組を行った。また、取組状況をアクアポニックス横のサイネージにおいて発信することにより、SDGs 達成目標の 2030 年意向を見据えた先導的な取組を世界に発信した。

## ○リボン体験ルート

「リボン体験ルート」は、ウェルビーイングの実現に向けて、世界の人々の健康に貢献していく新たな医療の提案や、最適な健康生活等の展示体験を提供した。来館者がパビリオンでの展示・体験を通じて、生き方を改めて見つめ直すことで、新たな自分へ「生まれ変わる」気持ちになり、さらに、意欲や意識の変革から具体的な行動変容へと「新たな一步を踏み出す」きっかけになることをめざした。



## ○ミライの食と文化

『学び』のデモキッチンエリアと『体験』のフード・物販エリアにおいて、健康でおいしいミライのメニューを来館者に提供する「ミライの食と文化」は、廃棄食材をアップサイクルしたメニューやプラントベースフード、環境への負荷が低い食器の採用等の取組を行った。



## ○iPS Cells for the Future

「iPS Cells for the Future」では、世界をリードする再生医療の研究拠点や、幅広い産業が集積する大阪・関西のポテンシャルと再生医療の未来について、子どもたちにもわかりやすく紹介した。アトリウムにて展開されたこの展示は、子どもたちの科学への関心を高め、次世代を担う人材の育成につながることも目的としており、iPS 細胞の力や可能性を楽しみながら学べる内容とした。



## ○いのちの湧水

「いのちの湧水」は、アクアポニックスを地球の形にデザインし、いのちの循環を表現した。アクアポニックスは、水産養殖と水耕栽培を組み合わせた循環型の生産システムで、水を循環して繰り返し使い、農薬等を使わないサステナブルなシステム。施設内で安定して生産できるため、農業に不向きな環境でも生産が可能。将来は月面基地での活用が期待されている。



## ○オオカミベンチ

「オオカミベンチ」は、「人々が休息し、自分の呼吸を取り戻す場所」として機能するとともに、「多様性のある調和した社会」を表現した。また「女性活躍という言葉から解放されたウェルビーイングな未来社会の実現への想い」を示している。



## ○建物

脱炭素社会の実現に向けた貢献として、内外装への積極的な木の活用、CO2 排出量の少ないコンクリートの使用、次世代の発電装置であるペロブスカイト太陽電池の設置やカーボンオフセットガスの使用等の環境負荷低減に努めた。また、リボン体験ルートは、スロープで移動が可能。障がいの有無等に関わらず、すべての人々が同じルートで楽しめるユニバーサルデザインとした。



## ○みんなトイレ

「みんなトイレ」は、誰もが使いやすいミライのトイレをテーマに、専門家やお困りごと当事者、作り手企業で基本計画段階から一緒に考え取り組んだ。「進め方がユニバーサル」を合言葉にトイレの困りごとを伝えあい、プランを一緒に作り、使いやすさを確かめながら完成。会期中も利用者の声を聞き、さらなる改善につなげた。今後もユニバーサルデザインへの思いをつなげていく。



## ○ユニフォーム・音声案内など

アテンダントが着用したユニフォームは、性別に関係なく誰もが着用できるデザイン。閉幕後もリサイクルできるよう、素材はポリエステルにこだわった。また、障がいの有無に関わらず、訪れるすべての方が楽しめるよう、ナビレンス（音声による案内）等のユニバーサルデザインに配慮した。



## (7) ユニバーサルデザイン

### (展示計画 (5) 多言語対応の方針)

- ・対応言語数と種類については万博全体のガイドラインに沿いながら、「案内板などの選択式表示」「パーソナル体験中の自動切り替え」「ユニバーサルデザインの徹底」といった対応を基本として、パビリオン内の展示コンテンツ、イベント、催事での多言語対応を計画します。

### (建築計画 (2) 設計の方針)

- ・また、国や文化、性別、世代、障がいの有無などに関わらず、訪れるすべての方々が快適に楽しめるようユニバーサルデザインに配慮した設計を進めます。

### (運営計画 (2) 運営計画)

- ・施設面ではユニバーサルデザインの徹底を図るとともに、運営面でも乳幼児、高齢者、妊婦の方、障がいをもつ方、外国の人々など「誰一人取り残さない」という SDGs の考え方に則って、適切な配慮を行います。

【出展基本計画 26 ページ「3. 展示計画」、29 ページ「4. 建築計画」、39 ページ「8. 運営計画」より】

出展基本計画に記載のとおり、ユニバーサルデザイン対応にあたってめざした事項は以下のとおりである。

- 運営、展示、建築においてユニバーサルデザインの取組を行うことで、世界中から訪れるすべての来館者が、楽しみ、快適に過ごせる本パビリオンの実現をめざす

上記を実現するため、博覧会協会の UD ガイドライン検討会の当事者メンバー（関西圏の各種障がい者団体、各種支援団体の方）や作り手企業と一緒に UD 推進チームを結成し、当事者参画により建築・展示のハード面だけでなく運営や事前情報といったソフト面の課題に対しても解決策を一緒に考え、2050 年のユニバーサルデザインのあり方を体現するチャレンジを実施した。

また、会期中には、来館者が記入したユニバーサルデザインへの想いを掲示する参加型展示「UD ひろば」をアトリウムに設置するなど、ユニバーサルデザインの取組についての情報発信も行った。

### 【UD 推進チームのメンバー】

- ・ エキスパート：石塚裕子氏（東北福祉大学 共生まちづくり学部 共生まちづくり学科 教授）
- ・ お困りごと当事者の皆さん：車いす使用者、視覚障がい者、聴覚障がい者、精神障がい者、知的障がい者、発達障がい者、LGBTQ、医療的ケア児、子育て世帯
- ・ 作り手企業（協賛企業）
- ・ 展示・建築・運営の業務委託者

【ワークショップ等開催一覧】

年月	内容
2022.3	建築関連「移動」「トイレ」「カームダウン・クールダウン※」について、当事者にヒアリングを実施。 ※カームダウン・クールダウン 発達障害や知的障害、精神障害、認知症など、光や音、人混みや周囲の視線が苦手な方が、このエリアや部屋に入ることによって気持ちを休ませ落ち着くことができるスペース
2022.6	3月ヒアリングの意見とりまとめ、建築図面の検討状況、展示・運営の予定を、当事者に報告。
2022.8	「トイレプラン作成チャレンジ」実施。
2023.1	「トイレプラン作成チャレンジ」を経て本パビリオン内のトイレの方向性及びトイレプランを当事者と共有。「移動」「カームダウン・クールダウン」について、考え方や詳細図を当事者と共有。
2023.3	UD 推進チームを発足し、展示についてワークショップや当事者ヒアリングを実施。
2023.10	展示に関して UD 推進チームにヒアリングを実施。
2023.11	カームダウン・クールダウンルームについてワークショップを実施。仕上材の色や、照明等のスイッチの位置と高さについてサンプルを用いて決定した。
2023.12	UD 推進チームの意見等や博覧会協会の関係ガイドラインを整理した UD 指針を出展企業に提示。
2024.2	機能が分散されたトイレブースを利用者がどのように選ぶのか、混雑時の並び方はどうするのか等の課題に対して、実物大図面を床に敷いて検討。
2024.5	カラダ測定ポッド、リフトライド、ブースサインの実物大モデルを作成しモックアップ検証を実施。併せて、トイレのレイアウト変更やサインなどを報告。
2024.7	展示に関して 3 名の視覚障がい者に個別ヒアリングを実施。
2024.10	HP での事前情報提供（センサリーマップ※、バリアフリーガイド、トイレプランなど）について意見交換。 ※センサリーマップ 光や音などの感覚刺激情報や、気持ちを落ち着かせることができる場所・座れる場所等を表示したマップ
2025.2～3	ナビレンス※のコード位置や音声内容を視覚障がい者らと現地で確認しながら設置。 アテンダントがお困りごとと当事者と対話するカリキュラムを座学・現地研修にて実施。 ※ナビレンス スマートフォンのカメラで、フォーカスが不要なナビレンスコードを読み取ることで、音声で対象までの距離や解説を自動で聞くことができるアプリ

## (8) 建築

### (1) 建築概要

建物は高さ最大 20m、2 階建の計画で、開催都市のパビリオンとして日本国内だけでなく世界各国より来館者を迎えるにふさわしいパビリオン建築をめざします。

### (2) 設計の方針

建物としての省エネルギー性能の追求やクリーンエネルギーの活用のほか、主要部材も含め、木材を最大限に活用できるよう検討します。また、3R 推進の観点から、リサイクル資材の使用や解体時に分別しやすい建築工法の採用などを行うとともに、リユースやリサイクルについて、様々な手法を用いて建築資材の有効活用を図るなど環境配慮におけるリーディングパビリオンとなるよう取り組んでいきます。

### (4) 建築工事の方針

- ・ 早期の資材調達や速やかな工事着手をめざすとともに、施工予定者から技術協力を得ながら実施設計を進めることで、品質向上やコスト低減、工期短縮を図ります。
- ・ なお、開催都市のパビリオンとして、資材の利用においても地元経済の振興に寄与するよう検討します。

【出展基本計画 27-31 ページ、「4. 建築計画」より】

出展基本計画に記載のとおり、建築にあたってめざした事項は以下のとおりである。

- 建築概要：計画通りの本パビリオン建築の竣工
- 設計の方針：省エネルギー性能の追求、クリーンエネルギー活用、木材の最大限活用、リユース・リサイクルの推進
- 建築工事の方針：品質向上、コスト低減、工期短縮、地元資材の活用

上記を実現するため、環境配慮やユニバーサルデザイン、コストダウン等への対応について検討を重ねて、大阪の水都としての歴史に加え、多様な個性が集まり、影響し合い、発展してきた大阪らしさを表した本パビリオン建築の竣工を実現した。

### ① 建築概要

海と川に恵まれた地形を生かし発達した水運により、全国から木材が集まり魅力的な都市へと成長してきた「水都大阪」、また、多様な個性が集まり連携しながら魅力的な都市へと成長・発展してきた大阪らしさ、その歴史的・文化的特性である大阪の多様性を屋根にデザインし、大阪の成長を発信するパビリオンとして新たなランドマーク創出をめざした。

アトリウムや展示ゾーンは、「REBORN」から「卵」をイメージした楕円形の平面が有機的に重なり合う構成とした。各展示エリアは勾配 1/20 のゆるやかなスロープでつなぎ、ひとつながりの連続性を実現することで、誰もが同じルートで展示を体験できる動線計画とした。

内外装材には、大阪府内産の木材を積極的に活用し、脱炭素社会の実現をめざした。屋根には

透明膜屋根を採用し、日中の自然光を取り込み、照明負荷を削減した。膜屋根を流れる水は、屋根の先端から水盤に流れ落ち、濾過して再び膜屋根を流れる「水が循環する仕組み」とした。木の温かみと香り、流れる水とそこに差し込む光により、木・水・光に包まれた幻想的な空間を体感できる環境共生建築が実現した。

【外観・内観】



【建築概要】

敷地面積	約 10,500 m <sup>2</sup>				
建物規模		構造	階数	建築面積	延べ面積
	本館棟	鉄骨造	2階建	約 5,185 m <sup>2</sup>	約 7,772 m <sup>2</sup>
	XD HALL	鉄骨造	平屋建	約 460 m <sup>2</sup>	約 438 m <sup>2</sup>
	バックヤード棟	鉄骨造	2階建	約 652 m <sup>2</sup>	約 1,304 m <sup>2</sup>
建物高さ	約 12m（本館棟の一部は約 20m）				

② 環境配慮

本パビリオンは、脱炭素社会の実現に向けた環境共生建築をめざし、さまざまな取組を行った。その結果、一次消費エネルギーを省エネ基準から約 41%削減できた。主な取組として、本館棟では ETFE 膜の採用による建築全体の軽量化、木材（大阪府内産）の地産地消、屋根を流れる水の再利用、次世代型太陽電池であるペロブスカイトや従来型のシリコン太陽電池の設置、館内は人のいる空間のみを効率的に冷やす床吹出し空調システムを採用する等、省エネと創エネの両立をめざした。

また資源環境や 3R 推進の観点から、製造時環境負荷の少ない資材、及びリサイクル資材などの使用を行うとともに、リユースを目的としてバックヤード棟や受変電設備をリースとするなど、開催都市の名にふさわしい環境共生建築を体現した。

③ 建築工事

建築工事では E C I（アーリー・コントラクター・インボルブメント）方式<sup>※1</sup>を採用することで、コスト

縮減と工期短縮を実現し、計画通りのスケジュールで本パビリオンを竣工した。

当初の事業者提案価格は約 195 億円であったが、VE※<sup>2</sup> 提案に加え、発注者によるコストダウン検討を行うことで、約 99 億円まで建築工事費の縮減を実現した。

※1 ECI 方式：プロジェクトの設計段階より施工予定者（建設会社）を特定し、その技術力を設計内容に反映させることで「コスト縮減」や「工期短縮」することを目的とした方式

※2 VE：バリュー・エンジニアリングの略で、設計図書に定める建築物の機能、性能等を低下させることなく工事費の低減を可能とする建設資材や施工方法等の変更の提案

## (9) 財務

### (1) 財務基本方針

財務基本方針は、公費負担、企業・団体・個人からの協賛・寄付を募り、公民一体となった大阪パビリオン出展を実現することにあります。

### (2) 資金確保計画

協賛企業・団体については、展示アイデア提案をもとにした公募や大口の協賛の随時募集などを行っていきます。また、個人・企業などからの寄付は、(中略)ふるさと納税も活用しながら、より広く支援いただけるように努めていきます。

### (3) 現時点での大阪パビリオンの事業規模

現時点での事業規模は粗い試算になりますが、以下のとおりです。今後、民間資金の集まり具合や展示内容などを精査していく中で、事業計画を確定していきます。

【出展基本計画 42-43 ページ、「9. 財務計画」より】

出展基本計画に記載のとおり、財務にあたってめざした事項は以下のとおりである。

- 公費負担、協賛・寄附により、公民一体となった本パビリオン出展の実現
- 展示アイデア提案をもとにした公募や大口の協賛、ふるさと納税の活用
- 財務計画通りの事業規模での出展

上記を実現するため、民間からの協賛や寄附と自治体負担について官民でのバランスを考慮しながら、適切な規模・展示内容のパビリオンを検討し、効率的・効果的な協賛金の獲得を行った。

## ① 協賛・寄附の獲得に向けた取組

### i) 協賛

協賛企業（現金協賛及び物品等協賛）を募集し、107 社・グループと協賛契約を締結した。協賛金額に応じた特典として、広告宣伝で活用できる呼称権や、本パビリオン内での展示権・イベント開催権等を設定し、協賛獲得協力事業者とともに様々な機会を活用して協賛・出展の働きかけを行った。

## ii) 寄附

2021年3月より、大阪府・市（万博推進局設置後は、大阪市が受領団体となる。）にて、ふるさと納税を活用した寄附受付を開始した。あわせて、企業が寄附しやすい環境を整えるため、内閣府より、地域再生計画の認定を受け、企業版ふるさと納税の受付も開始した。2024年10月からは、万博入場チケットなどを返礼品として提供したことで、個人からの寄附額が大幅に増加した。

## ② 財務計画と決算見込み

出展基本計画で定めた財務計画（約160億円）については、物価高騰の影響や民間資金の収入状況を踏まえ、2023年2月に開催した推進委員会委員総会時点での見込として、約220～250億円と公表した。2025年12月時点において、これまでの執行額と、建物の撤去解体などの執行予定額を合わせた額、約247億円を最終的な総事業規模として見込んでいる。多数の企業・団体・個人からの協賛金及び寄附金により、事業の過半（約137億円）を民間資金で対応することができた。

### 【総事業規模】

項目	当初計画	2023年2月時点	2025年12月時点	備考
建築関連	約60億円	約110億円	約105億円	建物の解体撤去など、今後支出する予定額を含む
展示関連	約70～80億円	約80～100億円	約90億円	
運営関連	約20億円	約30～40億円	約52億円	
計	約160億円	約220～250億円	約247億円	約247億円のうち協賛金・寄附金は約137億円

## (10) レガシー

### ① ハードレガシー

#### (1) レガシー基本方針

一過性のイベントで終わらせることなく、その記憶とともに後世に引き継ぐレガシーとして残せるようハード・ソフト両面でレガシーを継承し、2030年以降の「大阪の成長と経済発展」「いのち輝く幸せな暮らし」の実現に向けて貢献することをめざします。

#### (2) ハードレガシー利活用の方針

大阪パビリオンのテーマ「REBORN」を引き継ぎ、万博開催期間中に世界に発信した最先端の医療技術やライフサイエンスを万博開催地から世界に発信するため、ハードレガシーの活用方法について検討しています。

【出展基本計画45ページ、「10. レガシー」より】

出展基本計画に記載のとおり、ハードレガシーにあたってめざす事項は以下のとおりである。

- ハードレガシーの活用方法の決定

上記を実現するため、夢洲第2期区域マスタープラン Ver.2.0 に位置付ける「大阪ヘルスケアパビリオン跡地活用ゾーン」の開発事業者募集を2026年1月28日に開始した。

### i) マーケットサウンディング

万博閉幕後のパビリオンを利活用する事業内容や事業条件を募り、最新の市場性を確認することを目的として、2024年1月から5月にかけて、大阪ヘルスケアパビリオンの建物と土地を対象にマーケットサウンディングを実施した。

マーケットサウンディングでは、開発事業者等2者から、パビリオンの一部を残し、最先端医療技術の情報発信を行う施設や、外国人観光客向けに予防医療施設として活用する提案が示され、これを踏まえて、万博閉幕後も建物の一部が利活用されることをめざし、夢洲第2期区域のまちづくり検討の中で、事業者募集に向けた検討を進めることとした。

#### 【提案概要】

- |   |        |  |
|---|--------|--|
| ● | 活用する部分 | 大阪ヘルスケアパビリオンの一部                                |
| ● | 活用の用途  | 最先端医療技術の情報発信を行う施設<br>外国人観光客向けに予防医療を行う施設        |
| ● | その他    | 提案の実現にあたり、収益施設を隣接して設け、一体的に運営することによる事業性の確保が必要 他 |

### ii) 夢洲第2期区域マスタープランの策定

大阪・関西万博跡地となる夢洲第2期区域については、約50haという広大なエリアであることから、その開発を一体的に進めるためのまちづくりの方針（マスタープラン）を策定することとされた。

2024年9月から2025年1月にかけて「夢洲第2期区域マスタープランの策定に向けた民間提案募集」が実施され、決定された2件の優秀提案の内容を踏まえて、2025年4月に「夢洲第2期区域マスタープラン Ver.1.0」が策定された。その後、大屋根リング利活用に係る議論等を経て、2025年10月に「夢洲第2期区域マスタープラン Ver.2.0」が策定された。

## 【万博レガシーの継承】

マスタープランでは、『万博の理念を継承し、国際観光拠点形成を通じて「未来社会」を実現するまちづくり』がコンセプトとされており、大阪・関西万博が掲げたテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」の実現に向け、第2期区域においては、様々な課題解決をめざし、次世代技術・サービス・社会システムの実証・実装に向けた万博での取組や、万博を想起させるレガシーを継承するとともに、その情報発信に取り組むこと、さらにその実用化へのチャレンジフィールドの形成、ひいては、共創による社会課題の解決に貢献する都市の実現をめざすことなど、万博レガシー継承の基本的な考え方が示されており、『大阪ヘルスケアパビリオン』は、『大屋根リング』や『静けさの森』とともに、ハードレガシーとして位置付けられている。

## 【大阪ヘルスケアパビリオン跡地活用ゾーン】

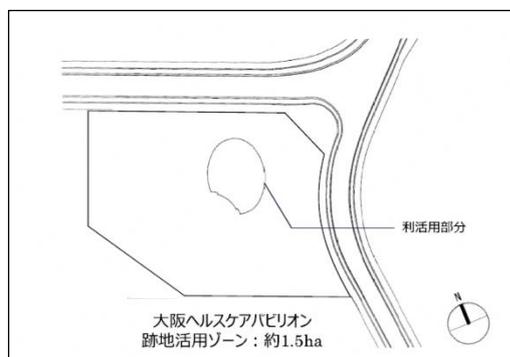
マスタープランでは、本パビリオンの取組みをハード・ソフト両面で継承するため、ヘルスケアパビリオンの周辺約1.5haのエリアが「大阪ヘルスケアパビリオン跡地活用ゾーン」とされた。

当該ゾーンでは、建物の一部を残置または敷地内で移築し、ヘルスケアパビリオンにおいて大阪の強みを活かして展開した「先端医療」・「国際医療」・「ライフサイエンス」に係る事業を実施するとともに、これらに係る情報発信を行うこととした。また、にぎわい創出の観点から、ホテル、オフィス、商業施設などを隣接して設け、レガシー建物と連携させながら一体的に運営することを基本としている。



土地利用計画（ゾーニング図）

（夢洲第2期区域マスタープラン Ver.2.0 より抜粋）



大阪ヘルスケアパビリオン（利活用部分の配置イメージ）

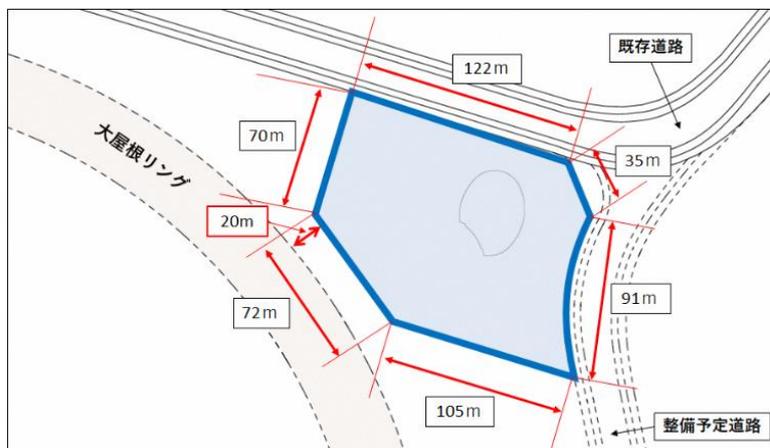
### iii) 大阪ヘルスケアパビリオン跡地活用ゾーン開発事業者募集の実施

大阪ヘルスケアパビリオン跡地活用ゾーンについては、2024年1月から5月にかけて実施したマーケットサウンディングの参加事業者2者いずれからも、IR（同ゾーンに隣接する夢洲第1期区域）の開業にあわせて2030年秋頃の開業したいとの意向があったことを踏まえ、2026年夏頃の開発事業者決定をめざして、夢洲第2期区域の他のエリアに先行して開発事業者募集を実施することとし、2025年11月に大阪府、大阪市及び（公社）大阪パビリオンの間で開発事業者の選定に係り必要な事項を定める合意書を締結し、2026年1月に開発事業者募集を開始した。

## 【開発事業者募集の概要】

### 【売却対象物件】

- 土地：15,181.67 m<sup>2</sup>（大阪市（大阪港湾局）所有）
- 準用工作物：もとヘルスケアパビリオンの一部（（公社）大阪パビリオン所有）  
（地上2階・鉄骨造・延べ面積約2,200 m<sup>2</sup>）



### 【二段階審査（公募型プロポーザル）の概要】

#### ① 計画提案 <100点満点>

- 評価にあたっては、有識者からなる選定会議を設置・意見聴取
  - まちのプランニング・デザインに関する項目 <30点>
  - レガシーの継承に関する項目（レガシー事業 35点、レガシー建物 10点） <45点>
  - 実現性に関する項目 <25点>

#### ② 価格提案

- 参加要件：①計画提案の「レガシー事業」で配点の7割以上かつ評価点の合計65点以上の評価を得ていることなど

### 【基本協定で定める主な事項】

- 2030年度中の開業
- 計画提案内容等の遵守
- 夢洲第2期区域で一体的に策定する予定の地区計画手続きへの協力
- 契約から10年以上のレガシー事業の実施、年1回の事業報告の実施
- 2062年9月までのレガシー建物の利活用
- 協定に違反した場合の社名公表

### 【売買契約で定める主な事項】

- 引き渡し後2年以内の着工

- 契約から 10 年間の転売禁止
- 10 年間の買戻し特約
- 契約に違反した場合の契約解除・違約金

## ② ソフトレガシー

### (1) レガシー基本方針

一過性のイベントで終わらせることなく、その記憶とともに後世に引き継ぐレガシーとして残せるようハード・ソフト両面でレガシーを継承し、2030 年以降の「大阪の成長と経済発展」「いのち輝く幸せな暮らし」の実現に向けて貢献することをめざします。

### (3) ソフトレガシー利活用の方針

大阪パビリオンの利用・体験において収集された各種データなどについては、公的な研究機関や民間事業者などによる利活用を見据え、検討を進めます。

また、これらの収集データと連携し、提供されるアプリやバーチャルパビリオンの一部コンテンツについても、恒久的なデジタルコンテンツとして継続運営をめざします。

【出展基本計画 45 ページ、「10. レガシー」より】

出展基本計画に記載のとおり、ソフトレガシーにあたってめざす事項は以下のとおりである。

- 各種データの利活用方針の決定
- アプリやバーチャル大阪ヘルスケアパビリオンの恒久的なデジタルコンテンツとしての継続運営方針の決定

上記を実現するため、会期中に測定し収集したカラダ測定データについて、協賛企業や研究者への提供を実施する仕組みの構築や、本パビリオンでの体験の仕組みを継承するためサービスとして、カラダ測定サービス、ヘルスケアサロンの開設等を実施する事業者の選定等を実施した。

### i) カラダ測定データ利活用

会期中に測定し収集したカラダ測定データを活用し、会期終了後の新たな商品・サービス開発や研究開発につなげていくため、当該データは、未成年のデータや個人が特定される情報については削除や加工を行い、第三者提供や本人の識別の禁止、安全管理措置の徹底等の義務を課したうえで、協賛企業や大学などの研究機関等に対して、提供することとした。

2025 年 9 月より、協賛特典の一つである PHR 活用権を有する協賛企業や、大学に所属し、健康医療分野にかかる研究を行っている者等を対象に、(公社)大阪パビリオンがデータの利用申請を受け付け、利活用目的等の審査を経て 22 者への提供を決定、2026 年 1 月よりデータ提供を行った。

【提供先団体】

提供先	利用目的概要
アサヒグループジャパン(株)	データを網羅的に相関解析する等により、お客様の well-being に役立つ商品やサービスの実現に向けた研究開発を行う。
エア・ウォーター(株)	データと AI を組み合わせて、消費者の嗜好に合わせたヘルスケア関連商品や食品、レシピの開発を行う。
江崎グリコ(株)	各データの関連性を分析することで、個人の健康状態を多面的に可視化し、健康意識の向上を促す研究を行う。
SBI ホールディングス(株)	データを活用した研究・商品開発・サービス設計を通じ、個別化医療・予防医療・健康寿命延伸に寄与する。
(株)サイエンス	様々な洗浄分野や、農業、水産、美容等の分野におけるファインバブル技術の展開に向けた研究における基礎データとして利用する。
(株)セブン-イレブン・ジャパン	データを分析することにより、ヘルスケアに特化した新たな商品開発やアプリケーションとの連携を検討する。
タカラベルモント(株)	データの相関を分析し、内面の美と外面の美とのつながりの解明や、ミライのヘルスケアサロンでのサービス開発に役立てる。
TIS(株)	データの統計化及び相関分析により、データ特性を研究する。また、研究成果を新たな価値創造につなげる。
ニプロ(株)	各項目の数値傾向を分析し、個別化された健康支援の可能性を探る研究を行う。
パナソニックホールディングス(株)	自社提供技術による測定が適切に行われていたかの検証を行うとともに、検証結果を測定精度に関する将来の技術発展に役立てる。
BIPROGY(株)	データの分析を通じて、「ミライのヘルスケア活動サポート事業」の運営のための、生活者の健康状態の傾向把握や仮説導出等を行う。
(株)ファーマフーズ	統計的な解析を行い、生活者の健康課題を把握し、その課題解決に役立つ機能性食品素材や化粧品素材の開発・改良を行う。
(株)ヘルスケアシステムズ	データの相関分析により、腸内細菌の様相に基づく個別のライフスタイルに合わせたアドバイス・提案を生成するロジックを研究する。
(株)ミルボン	データの関係性を解析し、髪や頭皮等の状態の良好な維持や改善につながるサービスの開発を行う。
ロート製薬(株)	データを多面的に解析し、科学的エビデンスに基づくヘルスケアの新たな方向性を社会に提示する。また、生活者が自身の状態を多角的に理解し、健康と美の維持・向上に主体的に取り組むための基盤となる知見を創出する。

提供先	利用目的概要
大阪大学 A グループ	測定項目の関連解析を行い、最終的に新たな生物学的年齢 (Biological Aging) 測定系を確立する。
大阪大学 B グループ	データを活用し、これまで十分に解明されてこなかったヒトにおける「全身状態と皮膚・毛髪健康」の関連性を多角的に検証する。
金沢医科大学	測定項目の関連解析を行い、最終的に性差による各器官や臓器の老化指標の検討や、生物学的老化の因子の探索など、老化の速度に影響を及ぼす因子などの測定予測を確立する。
近畿大学 A グループ	腸内細菌の比率と、肌および髪データとの関連性について調査し、髪や肌のような「見た目」の改善・向上に寄与できる腸内細菌環境の構築に寄与する知見の獲得を目指す。
近畿大学 B グループ	提供データを用いて皮膚の状態と腸内環境との関係を解析し、腸内環境を推定できるデジタル技術の開発を目指す。
藤田医科大学	視覚と視覚以外の健康状態等を比較し、今後の更なる高齢化社会における眼の健康状態とその社会への影響を予測し、対策の開発につなげる。
大阪公立大学	AI によるビッグデータ解析による診断と治療、健康法の高精度化と迅速化を図り、健康長寿延伸の実現を目指す。

## ii) パビリオンでの体験の仕組みの継承

リボン体験により、健康に対する意識が高まった来館者等の健康増進活動を支援するため、「日常的に容易に健康情報を把握でき、パーソナライズされたヘルスケアを受けられる」といった体験の仕組みそのものを会期後も継続し提供することをめざし、2025年1月に「ミライのヘルスケア活動サポート事業」として公募型プロポーザルにて事業者募集を行い、選定委員会による審査を経て、同年3月にPHRコネクト共同企業体を最優秀提案事業者として選定した。

同企業体は、2025年11月から「カラダ測定ポッド」を活用した「カラダ測定サービス」の提供を開始し、2026年1月27日からは有料サービスへ移行した。(JR西日本3駅：大阪駅・天王寺駅・岸辺駅)

2026年2月末までは委託業務として実施し、3月以降は民間事業としてサービスの提供を開始している。

### 【事業者による主な提案内容】

#### ▶カラダ測定サービスの実施

・「カラダ測定ポッド」やアプリケーションといったツールを開発・活用し、パビリオンで提供される「日常的

に容易に健康情報を把握できる」サービスを実施

・「カラダ測定ポッド」以外の計測サービスとも連携することにより、サービス利用者が様々な角度から健康状態を把握でき、継続的な健康行動につなげる仕組みを構築

▶ヘルスケアサロンの開設

・「カラダ測定ポッド」を設置するとともに、カラダ測定サービス利用者の健康増進活動を支援するヘルスケアプログラム（健康サービス等）を提供・紹介するサロンを開設

・パビリオンへの出展における共創で生まれたヘルスケア関係事業者間の連携の維持・拡大に貢献

### ③ その他

#### i) iPS Cells for the Future（再生医療展示）

再生医療技術の先進性等を発信していくため、展示物の一部を Nakanoshima Cross（未来医療国際拠点）へ移設する。

#### ii) いのちの湧水（いずみ）（アクアポニックス）

環境と調和した食料生産技術の研究開発や、SDGs 達成の意義、農水産業や環境問題への理解を促進していくため、大阪公立大学植物工場研究センターへ移設し、教育・研究・情報発信施設として使用する。

## 2. 来館者・参画事業者のアンケート結果等

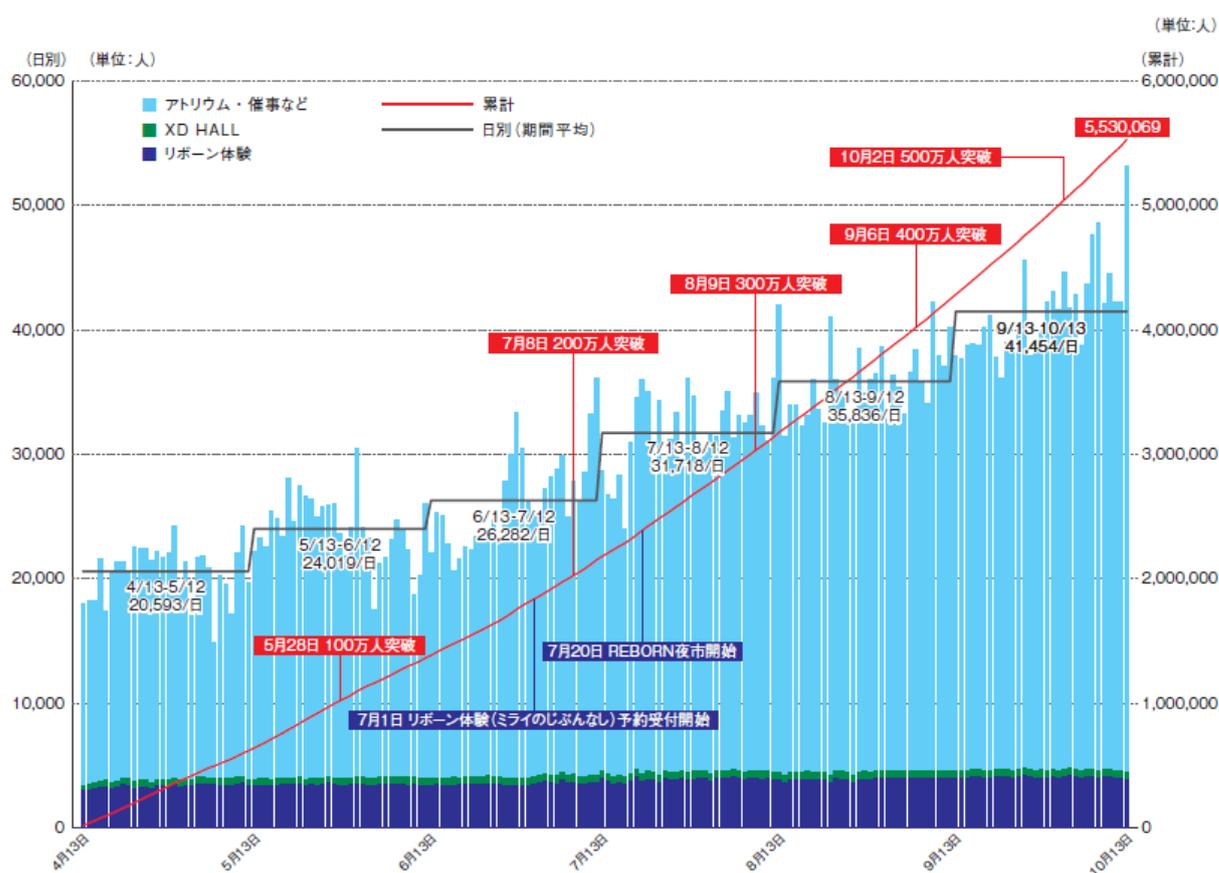
### (1) 評価に関連する主要指標

#### ① 来館者数

1日当たりの来館者数は、おおむね会期が進むにつれて増加し、開幕当初（4月13日～5月12日）と比較し、会期中盤（7月13日～8月12日）には約1.5倍、会期終盤（9月13日～10月13日）には約2倍に増加した。

累計来館者数については、8月上旬には当初の想定であった約280万人を突破し、最終的に553万人となった。来館者数（総数・エリア別）の推移は下表のとおり。

#### ○来館者数の推移



#### ○月別来館者実績

(単位：人)

	月別総数	月別 一日平均	月別総数（エリア別）		
			リボン体験	XD HALL	アトリウム・催事など
4月	375,622	20,868	58,110	9,258	308,254
5月	719,756	23,218	105,989	17,025	596,742
6月	714,497	23,817	102,699	18,211	593,587
7月	928,440	29,950	115,312	18,931	794,197
8月	1,066,498	34,403	119,616	19,124	927,758

	月別総数	月別 一日平均	月別総数（エリア別）		
			リポーン体験	XD HALL	アトリウム・催事など
9月	1,151,664	38,389	119,944	18,344	1,013,376
10月	573,592	44,122	52,370	7,860	513,362
計	5,530,069	—	674,040	108,753	4,747,276

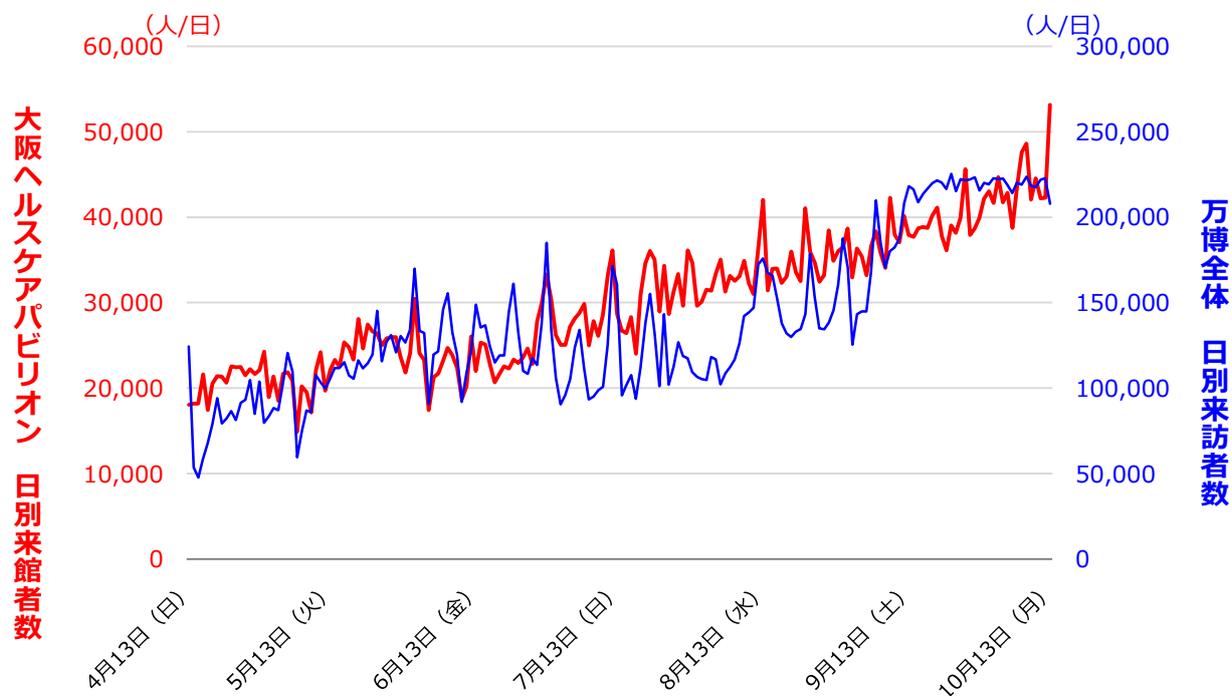
本パビリオンの日別来館者数は、増加傾向で推移し、最終日である10月13日には、5万人を突破した。大阪・関西万博全体の来場者数の推移と比較すると概ね同様の傾向を示していることから、全体の来場者の増加が本パビリオンにも波及したものと考えられる。

また、万博開催期間中に行った来館者へのアンケート調査\*において、大阪ヘルスケアパビリオンへの来館理由を聞いている。本調査は2回に分けて実施しており、1回目は4月から8月前半までの来館者を対象に、2回目は8月後半から9月までの来館者を対象に行った。

この1回目と2回目の調査結果を比較すると、1回目に比べ、2回目の方が「人気館であると評判だから」「インターネットやSNSで興味を持ったから」「人に勧められたから」といった回答の割合が増加しており、積極的な広報活動がSNSや口コミ等によりパビリオンの魅力の広がりにつながり、来場者の増加に寄与したと考えられる。

※来館者アンケートの実施概要は資料編P.125-P.136を参照。

## ○日別来館者数推移

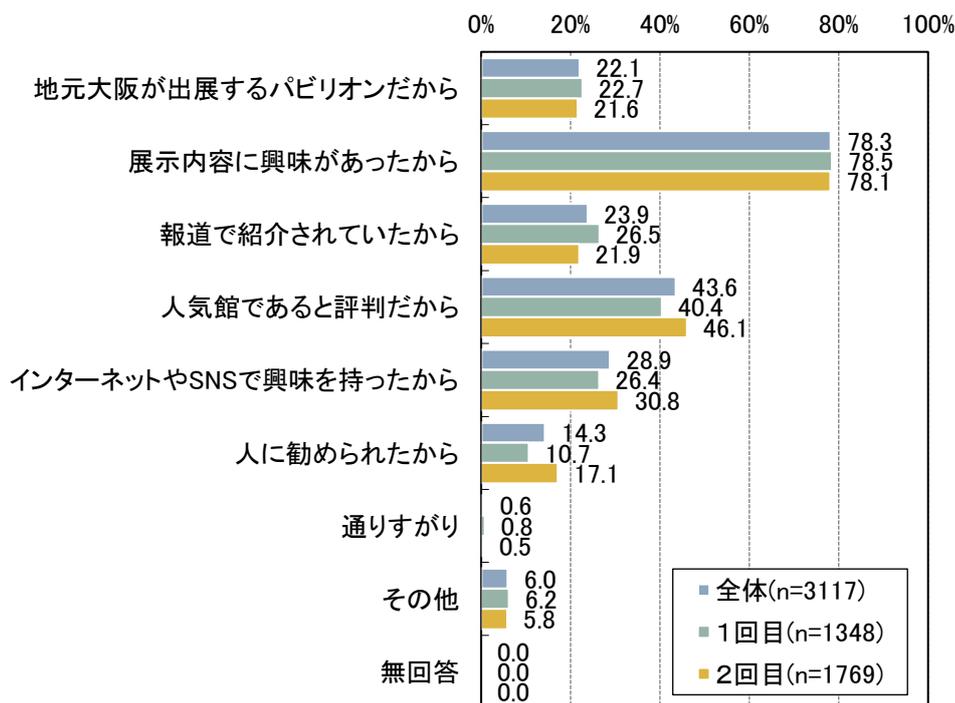


(注1) 大阪・関西万博全体の来場者数には、AD証入場者を含まない。

(注2) 7月20日以降、ミライの食と文化ゾーンの夜間営業時間を30分延長。

(資料) (公社) 2025年日本国際博覧会協会 ホームページ

## ○大阪ヘルスケアパビリオンへの来館理由（来館者アンケート）



## ② 賓客等来館実績

開催期間全体で、国内外の賓客等の来館は 985 件であった。来館した賓客等の円滑なアテンドを図り、本パビリオンでの体験がより良いものとなるよう努めた。大阪が有する知恵と技術にみずから触れていただくことで、大阪が持つポテンシャルを感じていただくとともに、世界に貢献する大阪の姿を発信した。

### 【行幸啓・お成り】

来館者	来館日
天皇后両陛下 秋篠宮皇嗣同妃両殿下	4月11日
秋篠宮皇嗣同妃両殿下	3月12日
高円宮妃殿下	7月7日

### 【賓客等来館実績】※件数は会期中に限る

	件数	人数	来館者
海外賓客等	578 件	4,335 人	国王、王族、首相、副首相、大使、大臣等
国内賓客等	407 件	1,733 人	国会議員、都道府県知事、経済界、企業代表者等
合計	985 件	6,068 人	

【賓客等接遇実績の代表例】

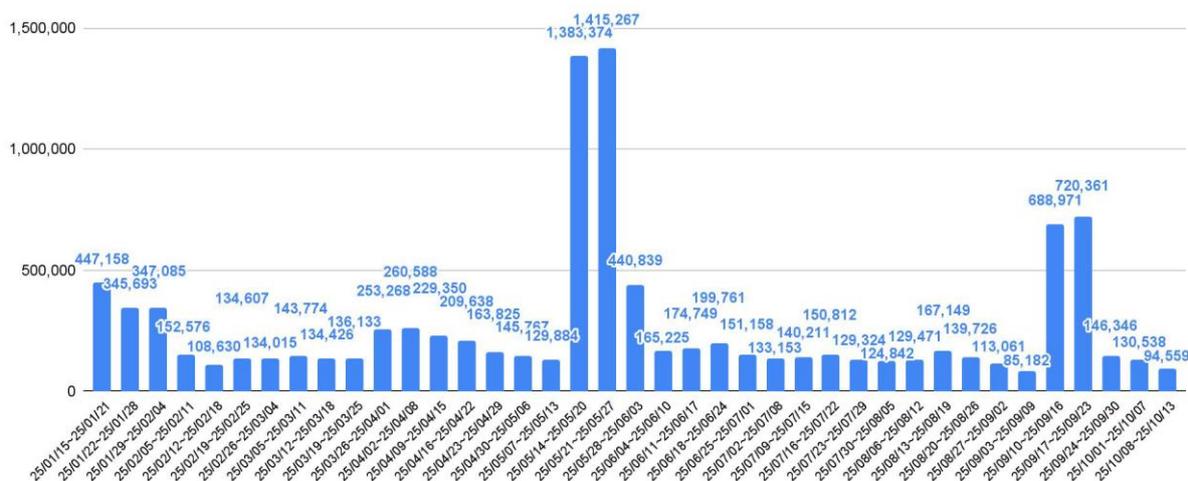
来館日	来館者
4月12日	石破茂内閣総理大臣（当時）
4月22日	オランダ王国首相
5月14日	スウェーデン王国国王陛下
6月9日	ベルギー王国王女殿下、同王子殿下
6月30日	レソト王国国王陛下

③ バーチャル大阪ヘルスケアパビリオンへの来館者数

累計来館者数は10,500,496人であった。年齢の内訳として、18歳～24歳が56%、25歳～34歳が29%、35歳～44歳が11%、45歳以上が4%であった。国籍別では、日本が65%、アジア・太平洋や北米、欧州地域等は35%であった。また、来館者獲得策として、プラットフォーム事業者と連携したプロモーションを2回（2025年5月及び9月）実施した。（ユーザー情報は集計を開始した令和7年5月7日から同年10月13日までの平均値）

以上のように、バーチャル空間におけるイベント参加の促進や来館者同士の交流の創出により、バーチャルパビリオンのコンセプト（バーチャル・ビーイング）に掲げられたように、参加者がアバターを通じた自身の存在を感じたり、自らの生き方について考えたりすることを促進した。また、バーチャル空間ならではの、工夫を凝らした新たなエンターテインメントを展開したことにより、実際に会場に来られない方に対しても、年齢や国籍等に関わらず、博覧会への参加の機会を提供することができたといえる。

【バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン のべ来館者数】



## (2) 来館者の満足度

### ① 来館者アンケートの概要

#### ア. 実施目的

出展基本計画の各項目の達成状況についての評価を行うことを目的として、パビリオンを訪れた来館者へのアンケート調査を実施した。

#### イ. 実施時期

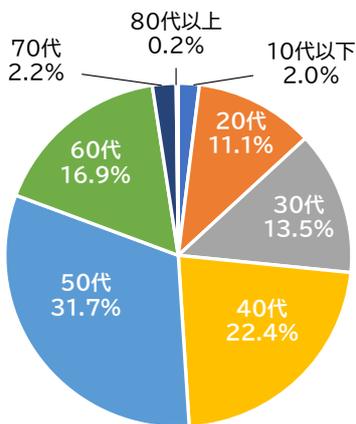
2025年8月27日（水）～2025年10月13日（月・祝）

#### ウ. 対象者・回答方法

リボン体験ルートへの来館者を来館日ごとに無作為に抽出した 21,304 人のメールアドレスに、アンケート回答フォームの URL を送付し、回答を募った。回答者数 3,117 人（回答率 14.6%）

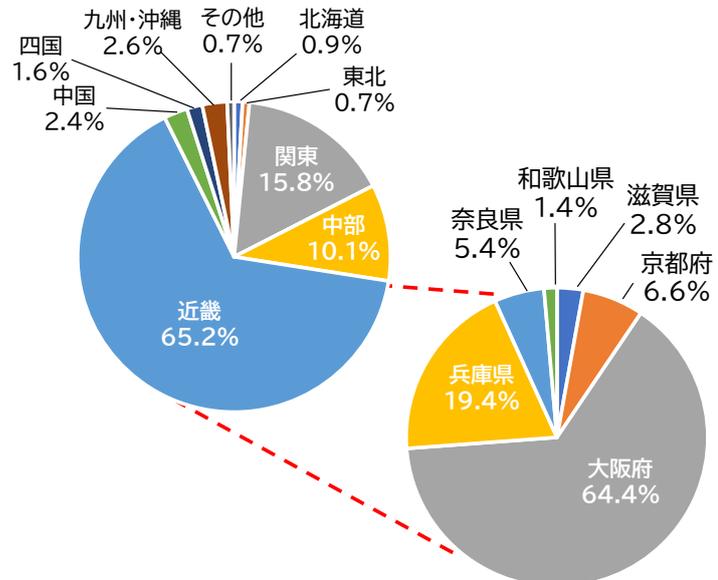
#### エ. 回答者の属性

##### ○年代構成



##### ○居住地（地域、近畿地方のみ各府県）構成

※「その他」には外国籍の方及び海外居住の日本国籍の方が含まれている。



※アンケートは無記名で実施した。

※アンケート結果の割合について、小数点以下を四捨五入しているため、合計が 100%にならないことがある。

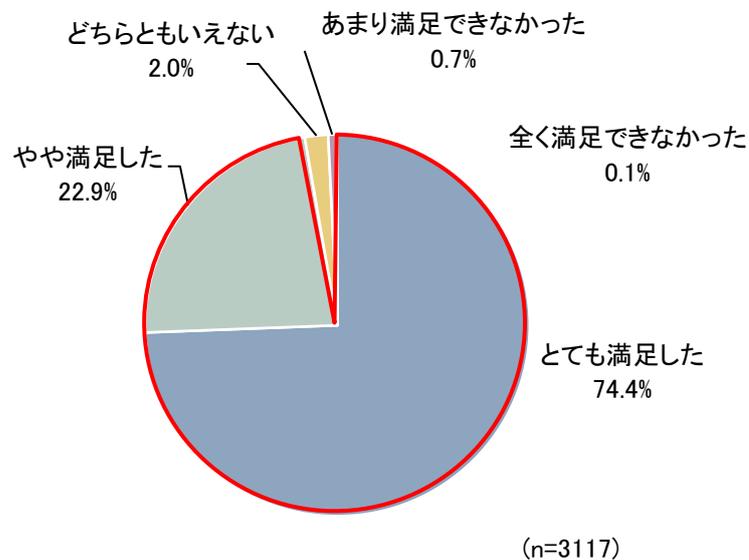
## ② 全体の満足度

来館者に対するアンケートにおいて、大阪ヘルスケアパビリオン全体の満足度を尋ねたところ、「とても満足した」の割合が最も高く 74.4%となっている。次いで、「やや満足した（22.9%）」、「どちらともいえない（2.0%）」となっており、97.3%（「とても満足した」と「やや満足した」の合計）の来館者が満足と回答している。満足度の回答理由としては、「展示・体験が魅力的だった」の割合が最も高く 89.5%となっている。次いで、「自分の興味・関心とあっていた（59.2%）」、「内容がわかりやすかった（41.8%）」となっている。

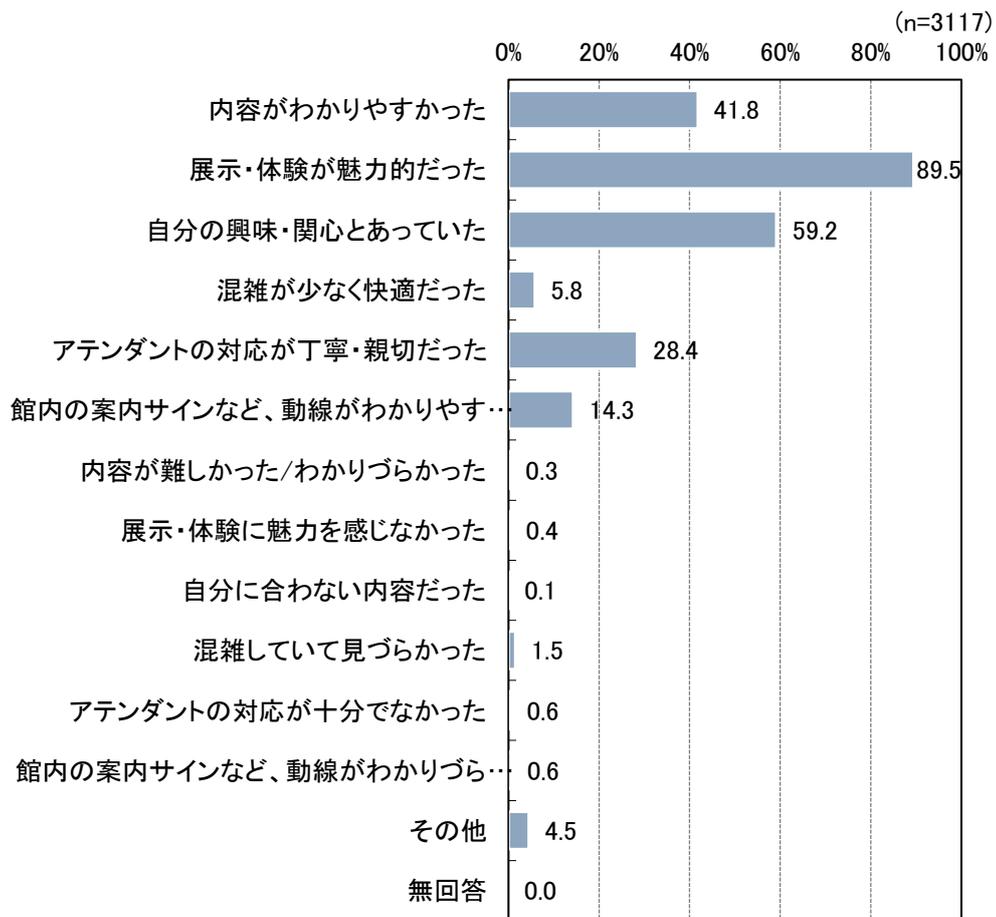
年齢別にみると、「とても満足した」の割合は全ての年齢層で 70%を超えており、「10 歳代以下（82.0%）」や「20 歳代（76.7%）」の若い世代や、「70 歳代（75.4%）」などの年齢が高い世代においても、全体（74.4%）より高くなっている。

また、アンケートの自由記述からは、「時代に即したテーマで、大阪らしさをアピールできていた。」「未来の自分と会えるのは魅力的だったし、演出なども良かった。」「近未来の体験や技術の発展が実際に体験できて、とても楽しかった。」などの肯定的な意見が多く寄せられている一方で、待ち時間や館内の混雑が原因で十分に体験できなかったといった意見も見られた。

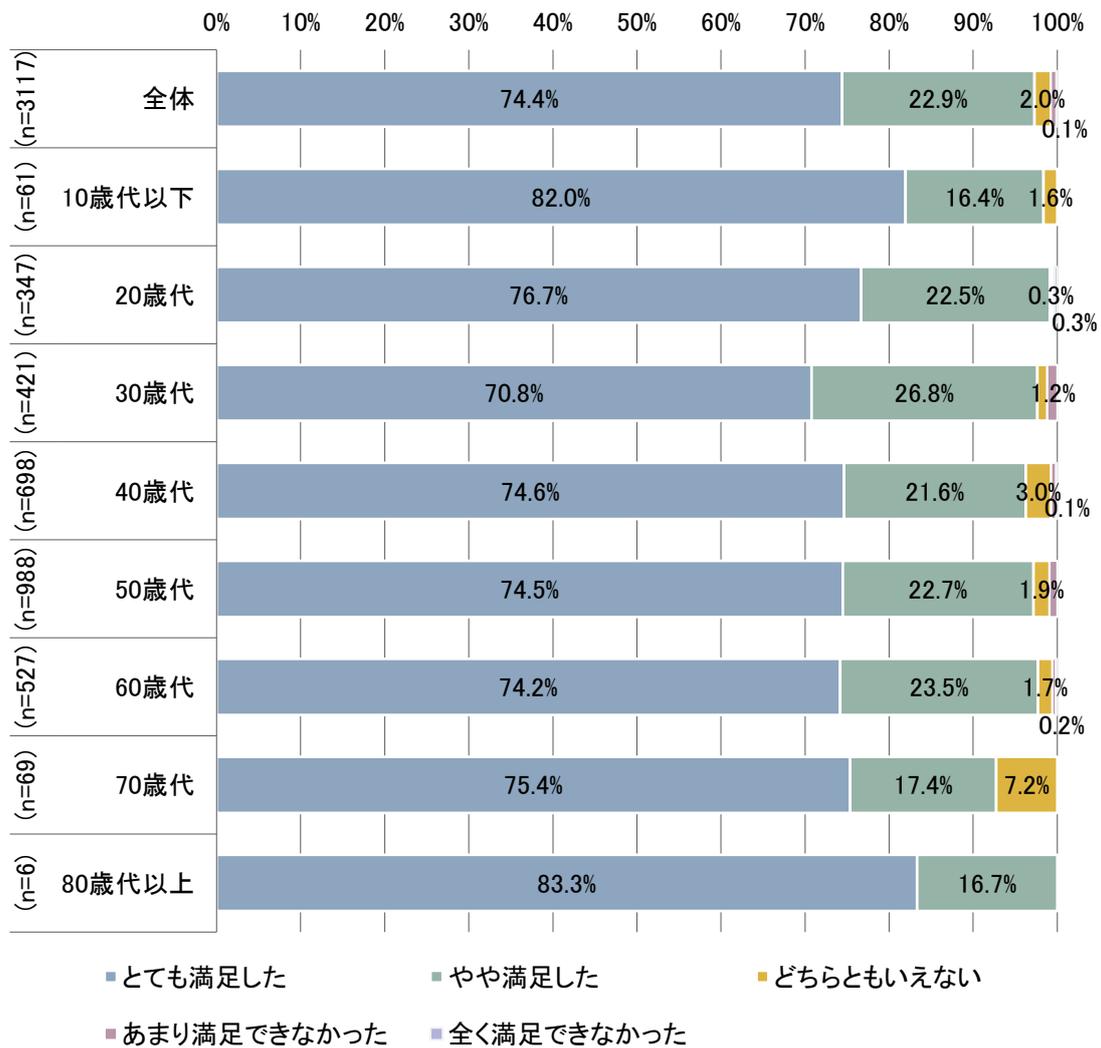
### ○大阪ヘルスケアパビリオン全体の満足度



○満足度の回答理由（大阪ヘルスケアパビリオン全体）



○大阪ヘルスケアバビリオン全体の満足度（年齢別）



### ③ エリアごとの満足度

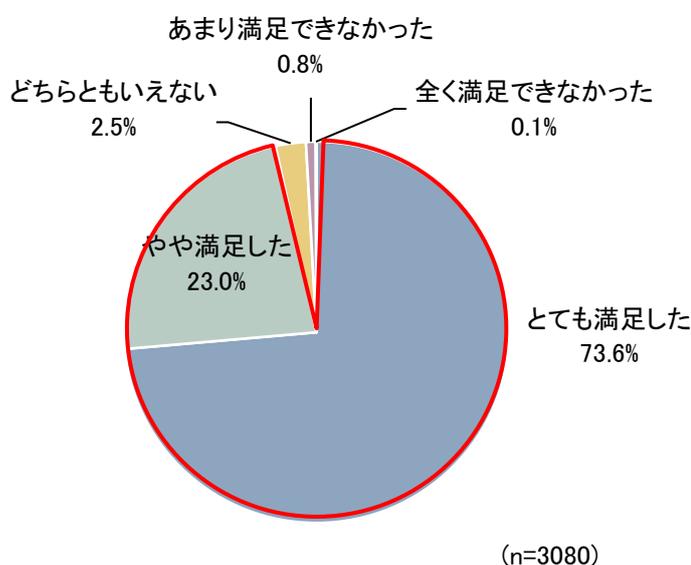
#### i) リボーン体験ルート

来館者に対するアンケートにおいて、リボーン体験ルートの満足度を尋ねたところ、「とても満足した」の割合が最も高く 73.6%となっている。次いで、「やや満足した（23.0%）」、「どちらともいえない（2.5%）」となっており、96.6%（「とても満足した」と「やや満足した」の合計）の来館者が満足と回答している。満足度の回答理由としては、「展示・体験が魅力的だった」の割合が最も高く 84.0%となっている。次いで、「自分の興味・関心とあっていた（58.2%）」、「内容がわかりやすかった（47.7%）」となっている。

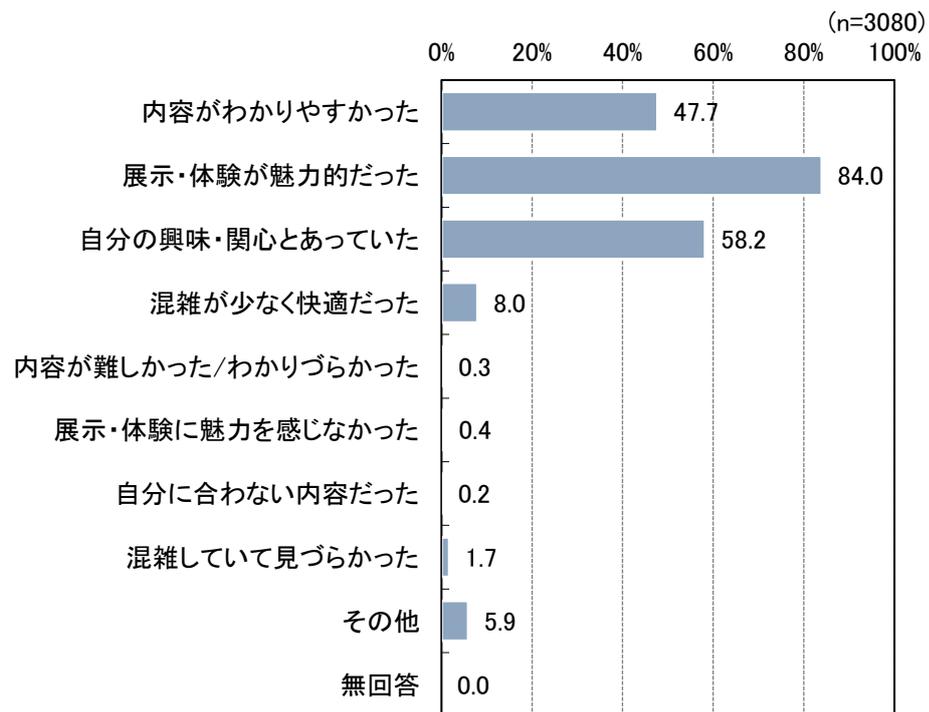
年齢別にみると、「とても満足した」の割合は 70 歳代を除く全ての年齢層で 70%を超えており、「10 歳代以下（85.0%）」や「20 歳代（75.1%）」の若い世代や「50 歳代（74.6%）」「60 歳代（75.0%）」などの年齢が高い世代においても、全体（73.6%）より高くなっている。

また、アンケートの自由記述からは、「未来の自分をみることができ、貴重な体験になった。」「自分の 2050 年の姿を実際に見学でき、普段の私生活や身体のことに関心を持つことが出来た。」「25 年後の自分像のコンセプトが面白かった。」などの意見が寄せられている。

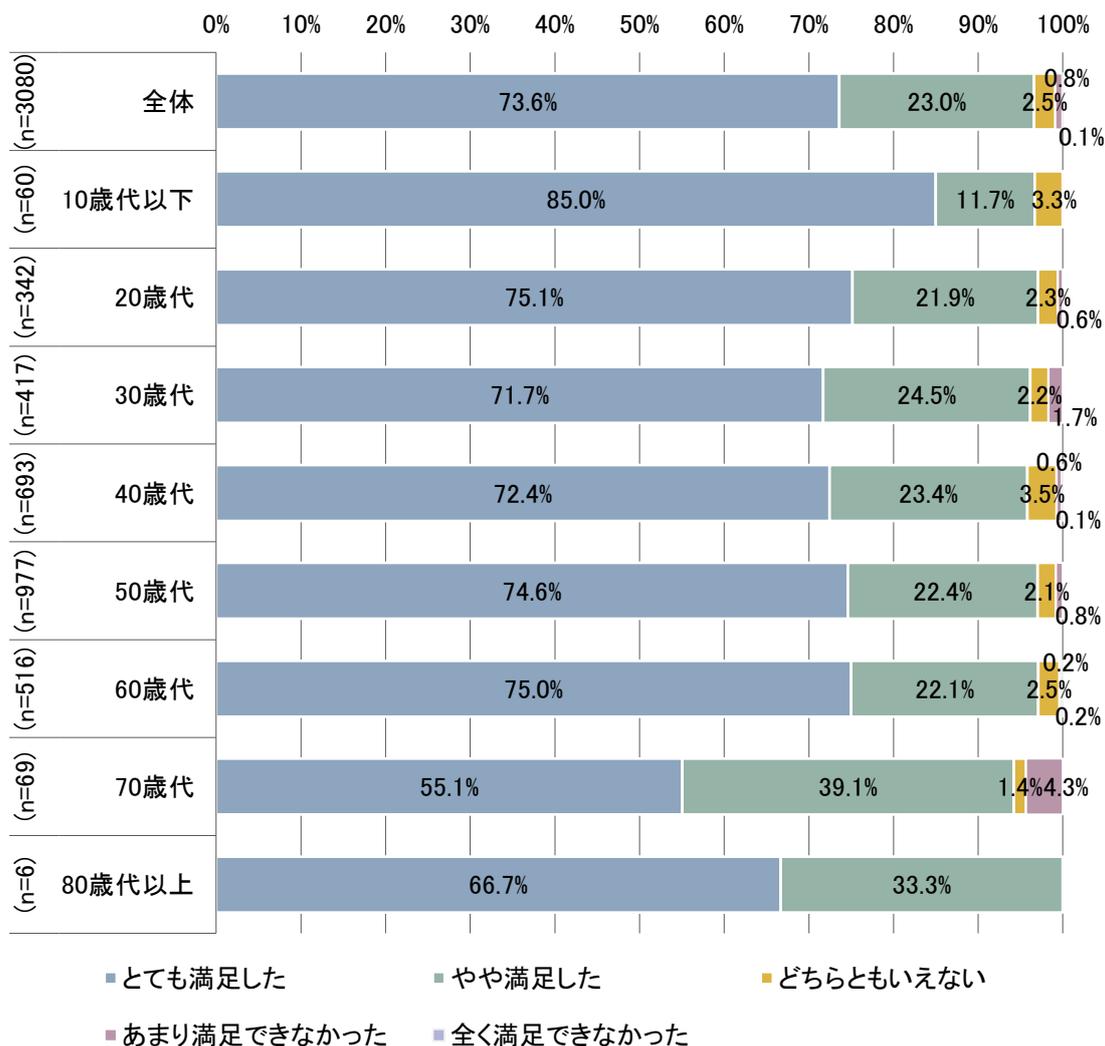
#### ○リボーン体験ルートの満足度



○満足度の回答理由（リボーン体験ルート）



○リボーン体験ルートの満足度（年齢別）



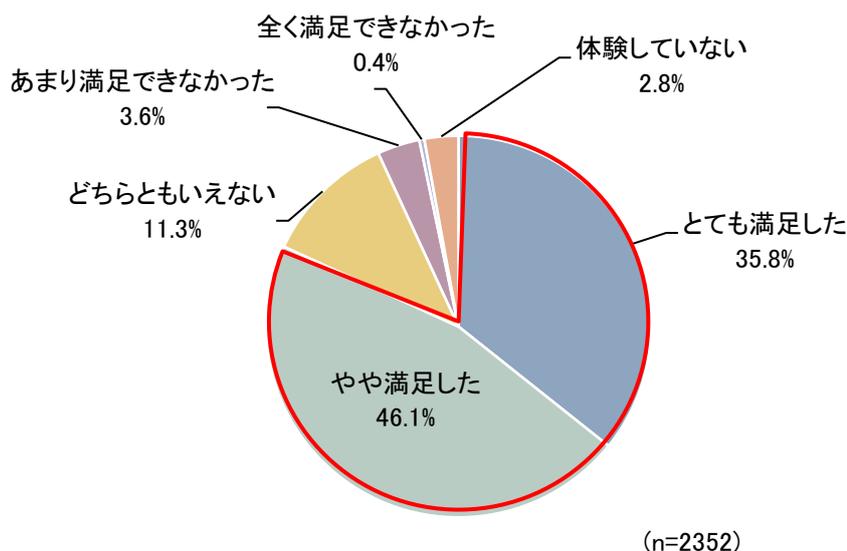
## ii) リボーンチャレンジ

来館者に対するアンケートにおいて、リボーンチャレンジの満足度を尋ねたところ、「やや満足した」の割合が最も高く 46.1%となっている。次いで、「とても満足した（35.8%）」、「どちらともいえない（11.3%）」となっており、81.9%（「とても満足した」と「やや満足した」の合計）の来館者が満足と回答している。満足度の回答理由としては、「展示・体験が魅力的だった」の割合が最も高く 64.6%となっている。次いで、「自分の興味・関心とあっていった（42.3%）」、「内容がわかりやすかった（40.3%）」となっている。

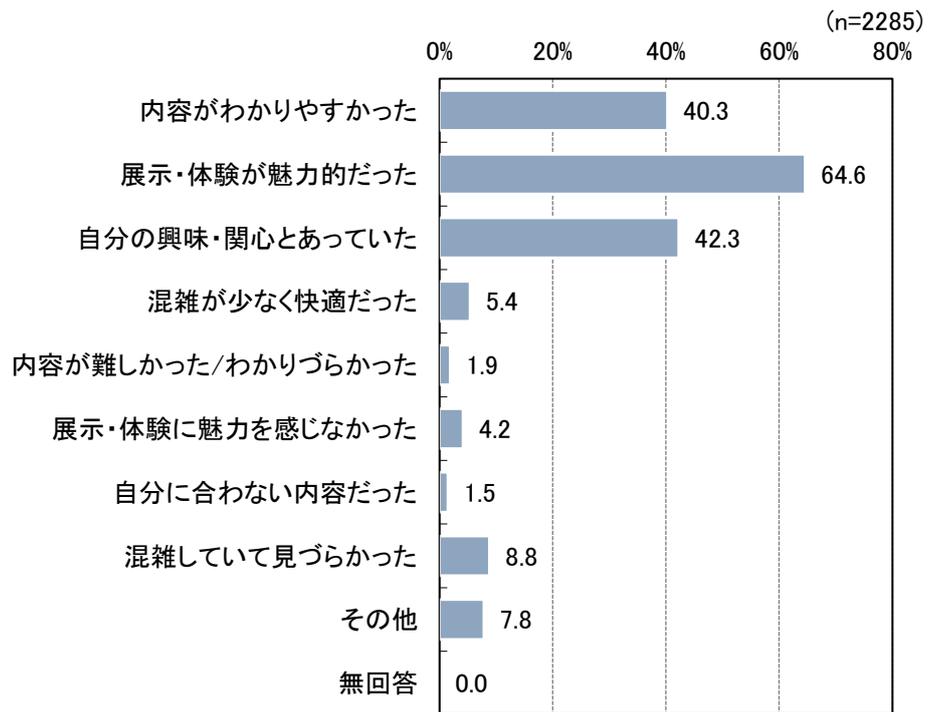
年齢別にみると、「とても満足した」の割合は「10歳代以下（62.9%）」や「20歳代（40.4%）」の若い世代で、全体（35.8%）より高くなっている。

また、アンケートの自由記述からは、「お土産がもらえたり、映像が見られたり子どもも楽しめた」「知らない世界と出会えた」「スタッフが質問に対し丁寧に答えてくれた」などの意見が寄せられている。

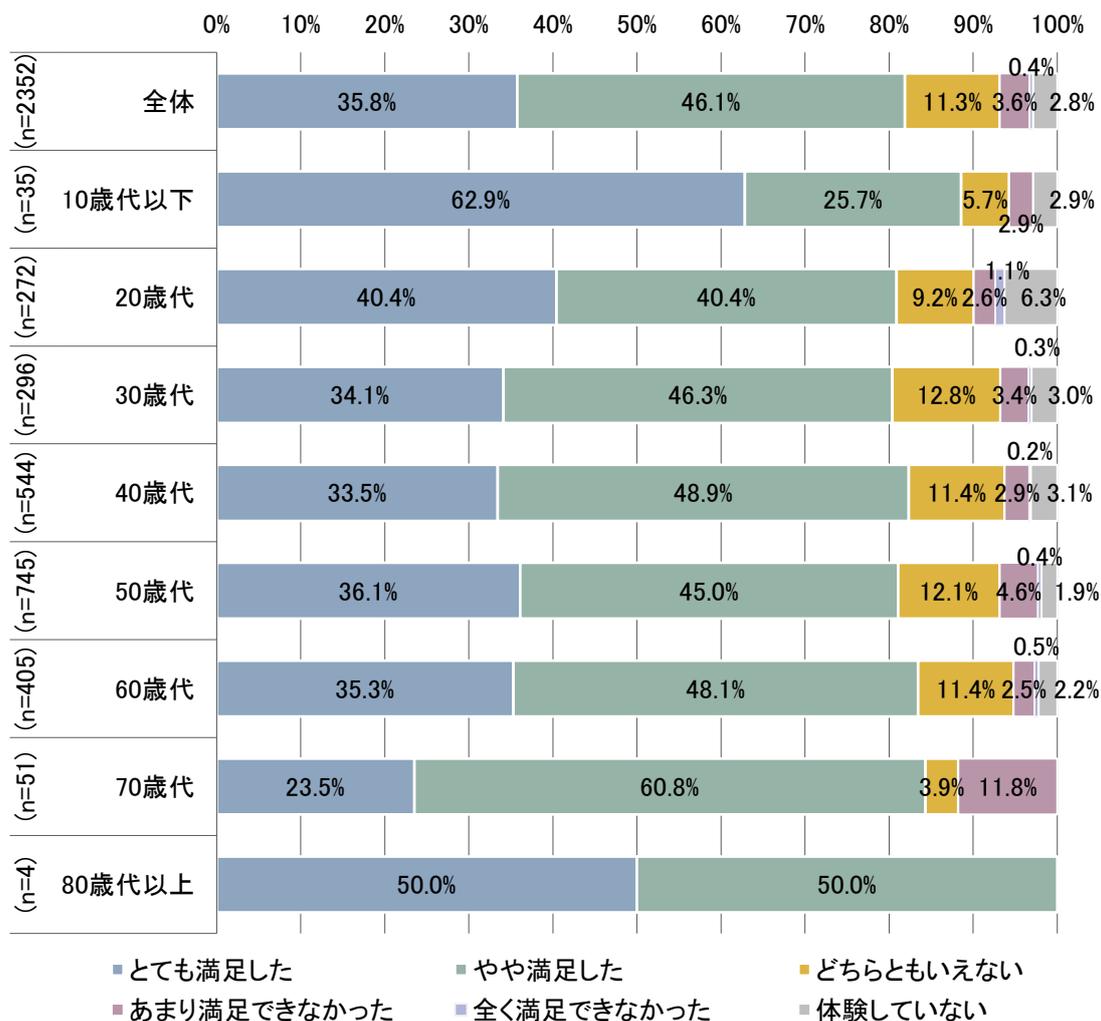
### ○リボーンチャレンジの満足度



○満足度の回答理由（リボーンチャレンジ）



○リボンチャレンジの満足度（年齢別）



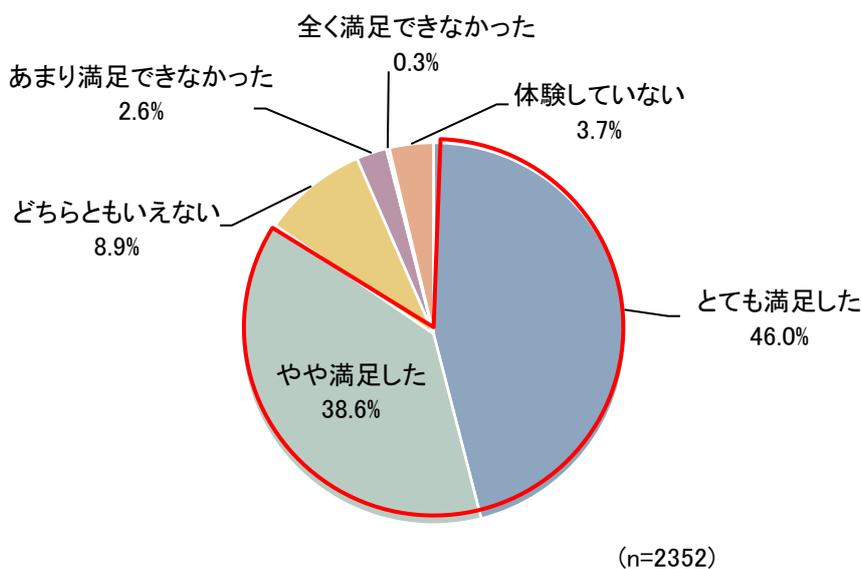
### iii) iPS Cells for the Future (再生医療展示)

来館者に対するアンケートにおいて、再生医療展示の満足度を尋ねたところ、「とても満足した」の割合が最も高く 46.0%となっている。次いで、「やや満足した (38.6%)」、「どちらともいえない (8.9%)」となっており、84.6% (「とても満足した」と「やや満足した」の合計) の来館者が満足と回答している。満足度の回答理由としては、「展示・体験が魅力的だった」の割合が最も高く 65.7%となっている。次いで、「自分の興味・関心とあっていた (43.0%)」、「内容がわかりやすかった (38.0%)」となっている。

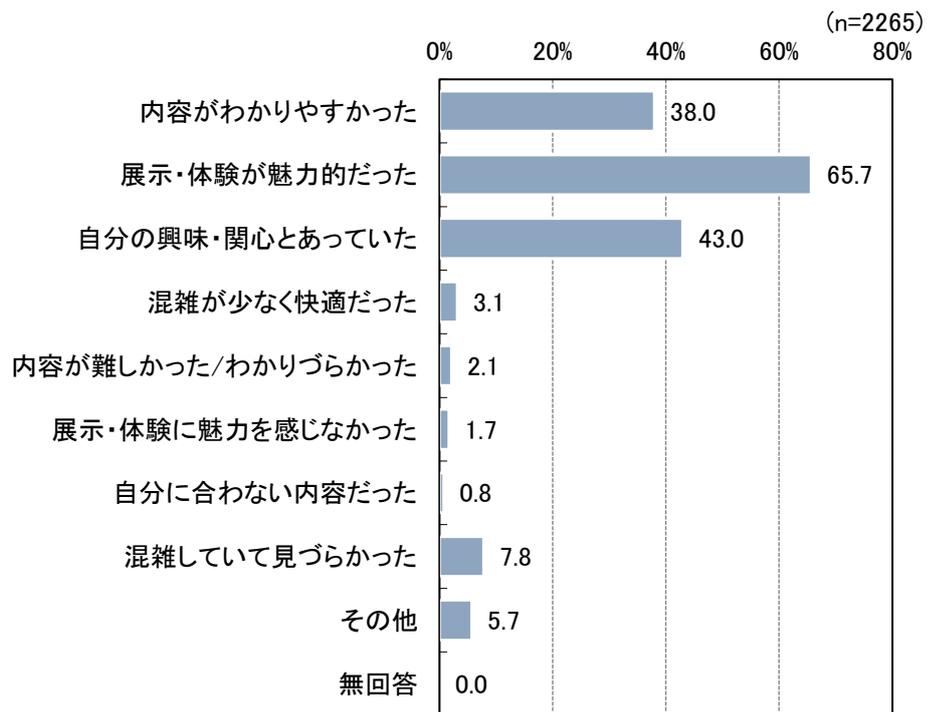
年齢別にみると、「とても満足した」の割合は「10歳代以下 (57.1%)」や「20歳代 (52.6%)」の若い世代や「60歳代 (50.4%)」「70歳代 (51.0%)」などの年齢が高い世代において、全体 (46.0%) より高くなっている。

また、アンケートの自由記述からは、「iPS 細胞が見られて感動した」「未来の医療について考えるきっかけになった」「未来の医療について期待が膨らむ展示であった」などの意見が寄せられている。

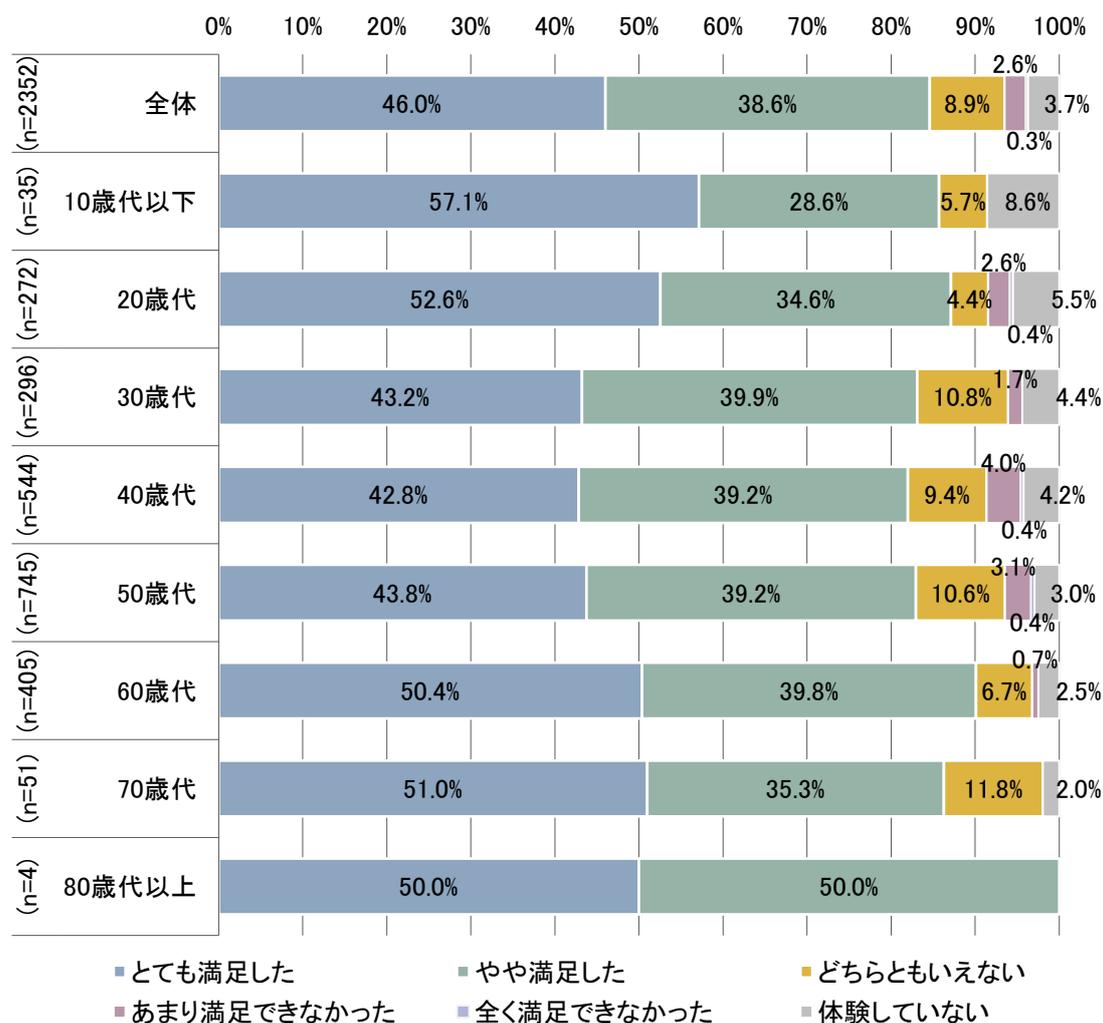
#### ○再生医療展示の満足度



○満足度の回答理由（再生医療展示）



○再生医療展示の満足度（年齢別）



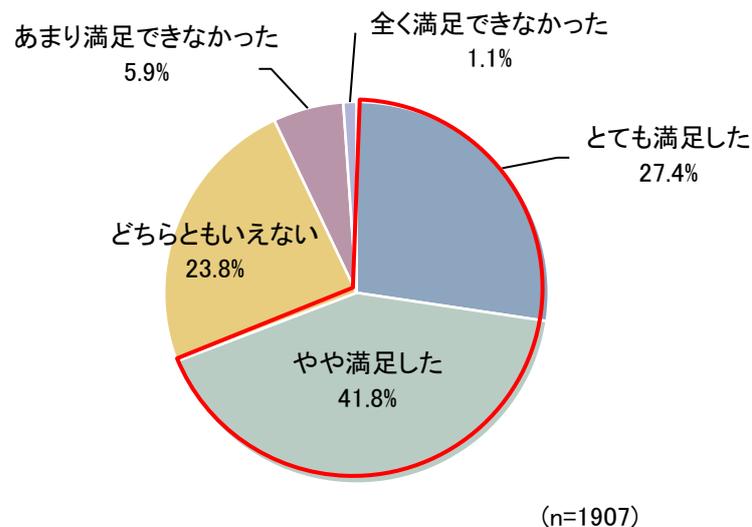
#### iv) ミライの食と文化（飲食・物販の出店ブース、デモキッチン）

来館者に対するアンケートにおいて、ミライの食と文化の満足度を尋ねたところ、「やや満足した」の割合が最も高く 41.8%となっている。次いで、「とても満足した（27.4%）」、「どちらともいえない（23.8%）」となっており、69.2%（「とても満足した」と「やや満足した」の合計）の来館者が満足と回答している。満足度の回答理由としては、「飲食・物販が魅力的だった」の割合が最も高く 59.4%となっている。次いで、「混雑していて見づらかった（21.5%）」、「自分の興味・関心とあっていた（20.8%）」となっている。

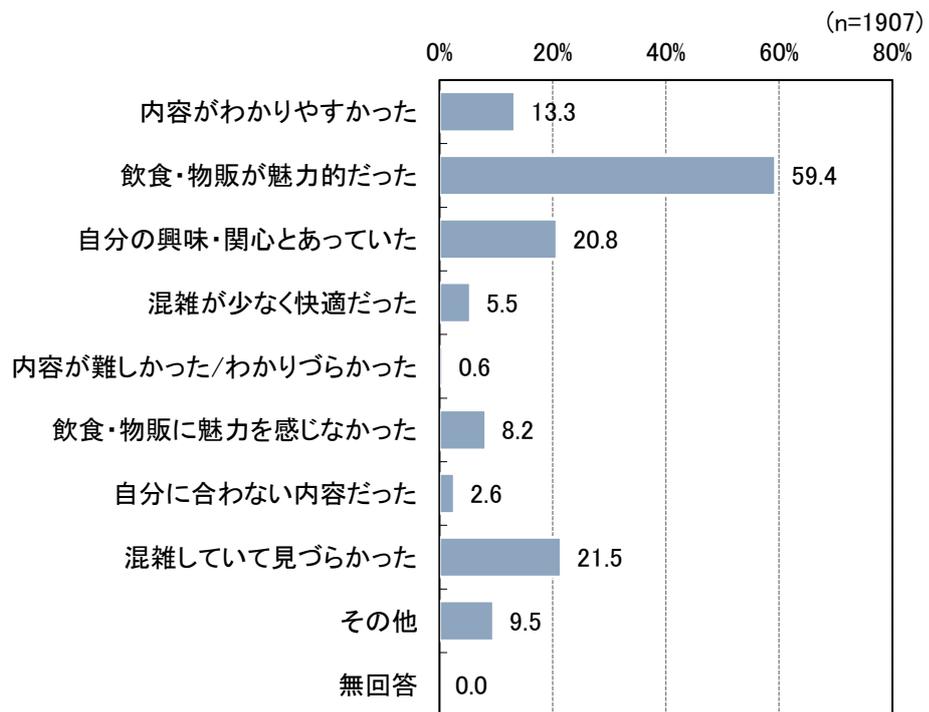
年齢別にみると、「とても満足した」の割合は「10歳代以下（36.4%）」や「20歳代（32.5%）」の若い世代や「40歳代（28.2%）」などにおいて、全体（27.4%）より高くなっている。

また、アンケートの自由記述からは、「子にアレルギーがあるので、対応食があって嬉しかった。」「病気の関係で食べられないものがある中で、美味しく食べられるものがたくさんあった。」「比較的手頃な価格のものも多くて良かった」などの意見が寄せられている。

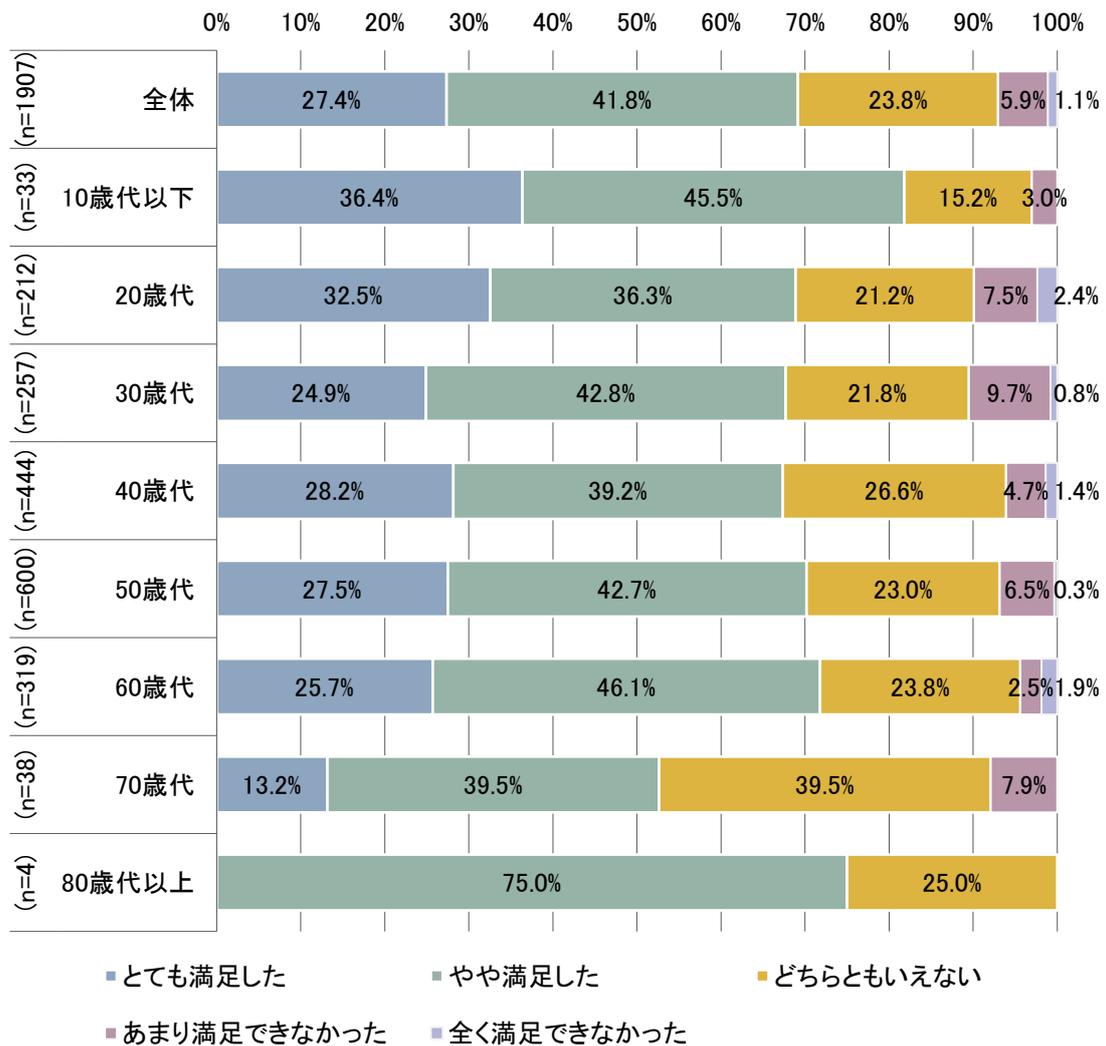
#### ○ミライの食と文化の満足度



○満足度の回答理由（ミライの食と文化）



○ミライの食と文化の満足度（年齢別）



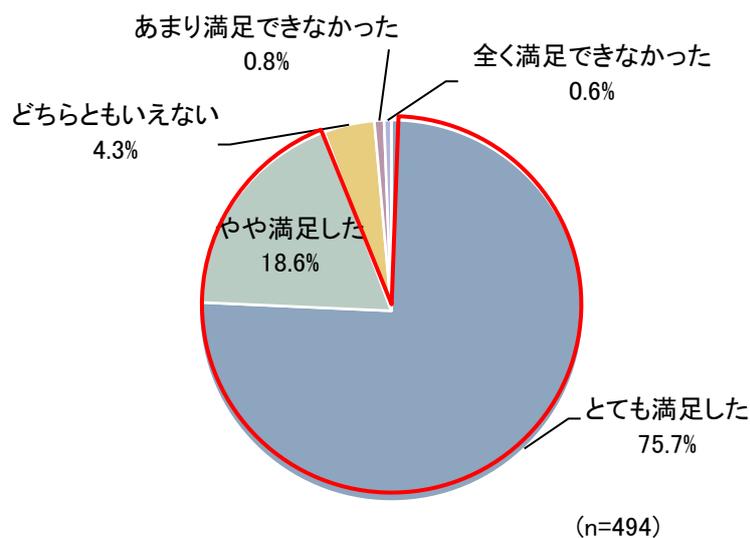
## v) XD HALL (モンスターハンター ブリッジ)

来館者に対するアンケートにおいて、XD HALL の満足度を尋ねたところ、「とても満足した」の割合が最も高く 75.7%となっている。次いで、「やや満足した (18.6%)」、「どちらともいえない (4.3%)」となっており、94.3% (「とても満足した」と「やや満足した」の合計) の来館者が満足と回答している。満足度の回答理由としては、「展示・体験が魅力的だった」の割合が最も高く 81.0%となっている。次いで、「自分の興味・関心とあっていて (53.4%)」、「内容がわかりやすかった (46.8%)」となっている。

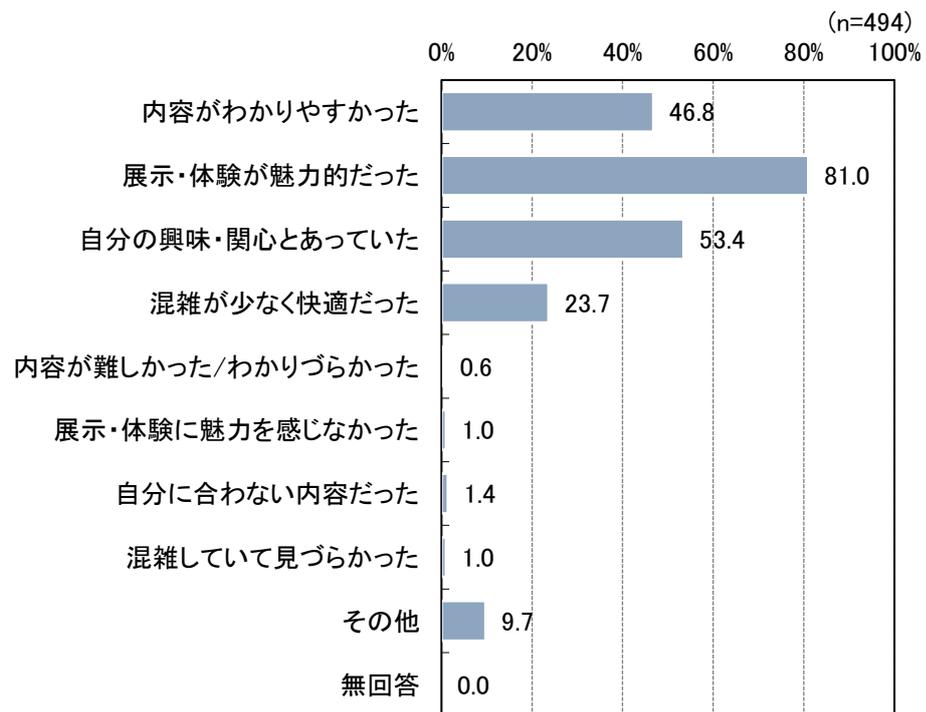
年齢別にみると、「とても満足した」の割合は 20 歳代で 90.7%となっており、年齢層が下がるにつれて、「とても満足した」の割合が高まっていく傾向が見られる。

また、アンケートの自由記述からは、「AR デバイスの映像が素晴らしかった」「予約は大変だったが、モンスターハンターを知らなくても楽しめた。追加料金を払っても体験したいくらいに感動した。」「ゲームはしなかったが、知らなくても世界観を楽しむことができた。」などの意見が寄せられている。

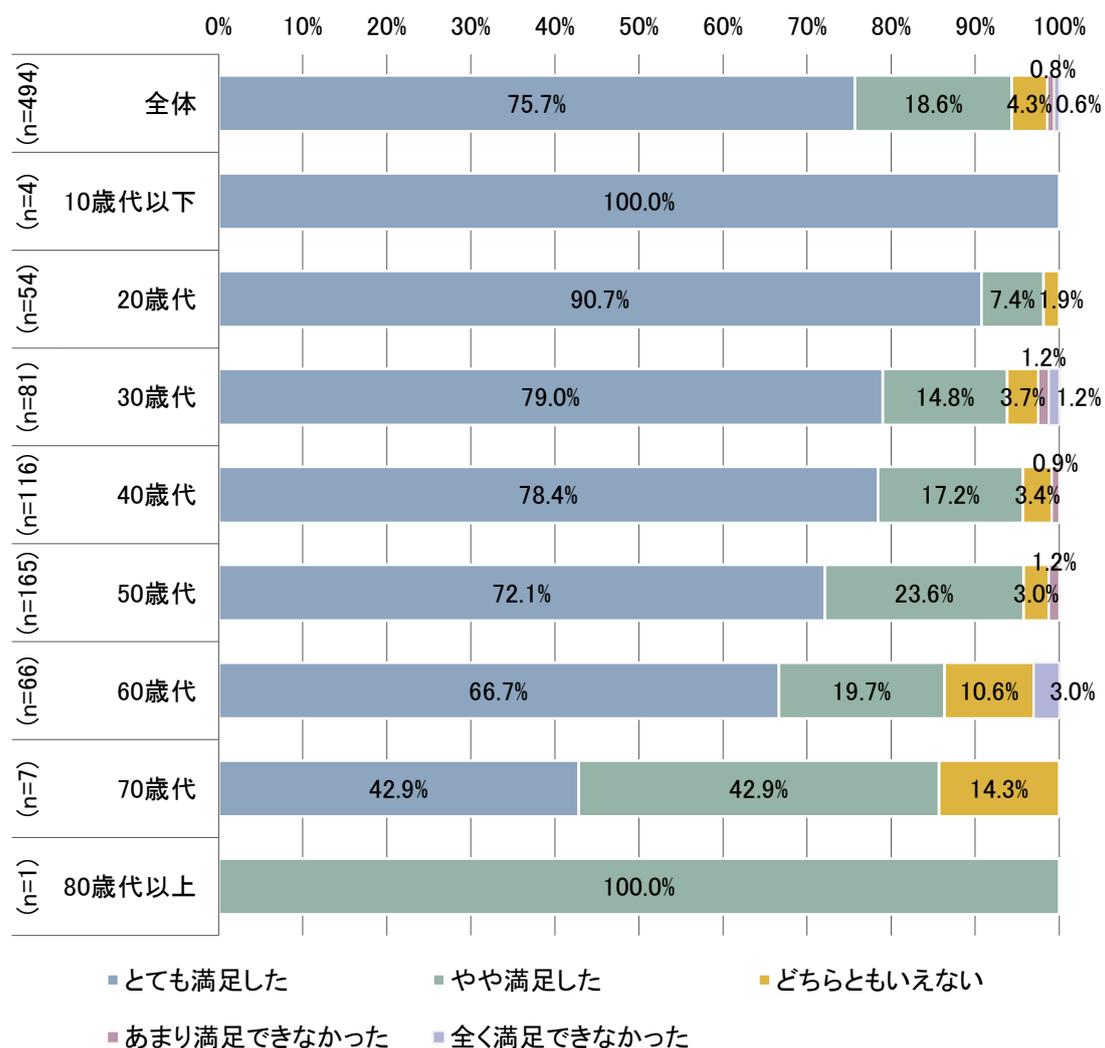
### ○XD HALL の満足度



○満足度の回答理由 (XD HALL)



○XD HALLの満足度（年齢別）



### (3) 意図したメッセージが来館者に伝わったか

パビリオンの来館者が、どのような感想を持ったか、出展基本計画に示された、届けたい体験やメッセージ等が、来館者に伝わったか、全体としてどのような感想・評価をしたか、来館者アンケートをもとに分析する。

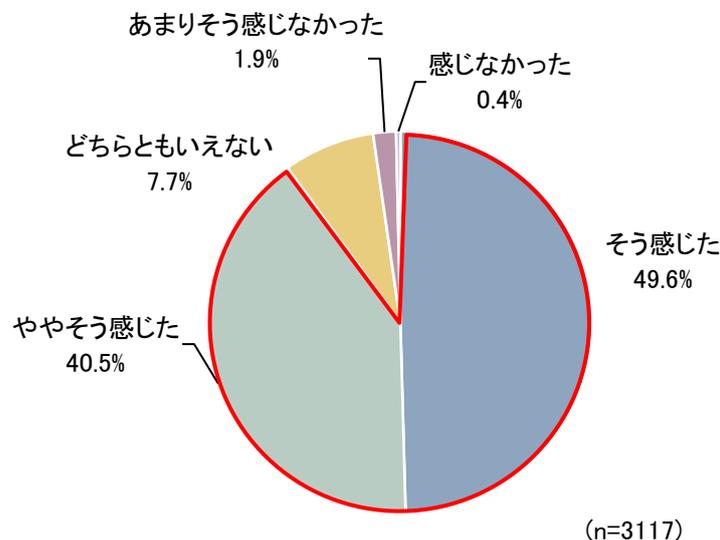
#### ① ミライの都市生活を感じることができたか

来館者アンケートでは、「展示や体験を通じて、2050年ごろのミライの都市生活を感じることができたか」という問いに対し、90.1%の来館者が「そう感じた」又は「ややそう感じた」と回答おり、近未来の暮らしの体験や「ミライの都市生活を描く」といった、本パビリオンにおいて意図した体験やメッセージを十分に伝えられたと評価できる。

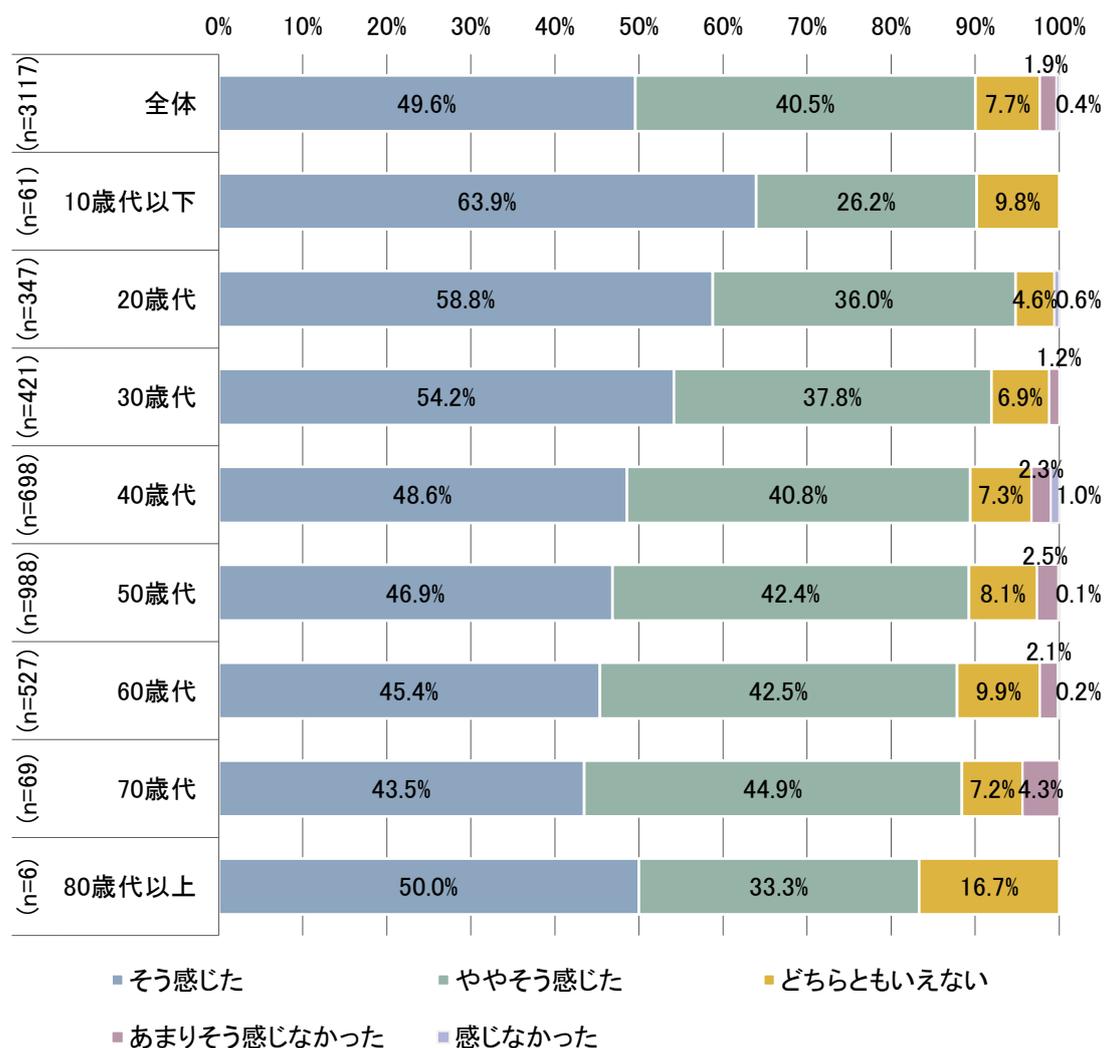
年齢別にみると、「そう感じた」の割合は10歳代以下で63.9%となっており、年齢層が下がるにつれて、「そう感じた」の割合が高まっていく傾向が見られる。

また、アンケートの自由記述からは、「ミライが楽しみになった、そしてそこに備えるために今自分にできることを精一杯やろうと思った。」「自分や都市、生活の未来像が体験できて、未来への期待度が増した」「全ての展示に未来を感じ、希望に満ちて帰ることができた。」といった意見が寄せられている。

#### ○ミライの都市生活を感じることができたか（来館者アンケート）



○ミライの都市生活を感じる事ができたか（年齢別）



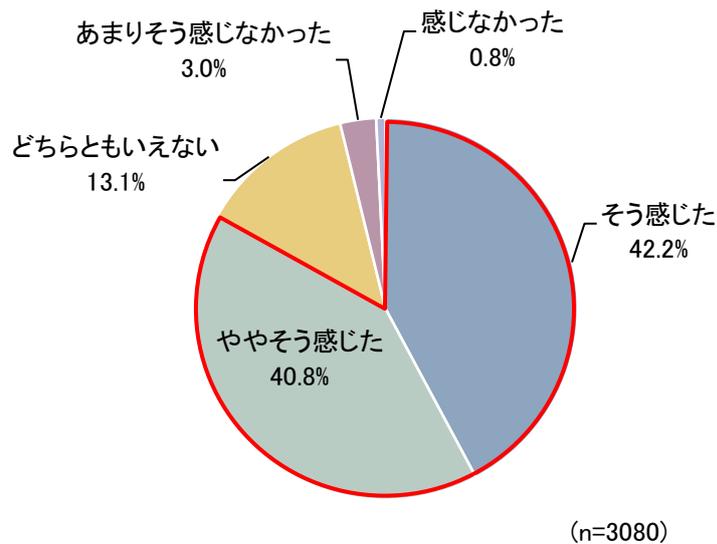
## ② 「REBORN」（「人」は生まれ変わる、新たな一歩を踏み出す）というテーマを感じる事ができたか

来館者アンケートでは、「リボーン体験ルートでの展示や体験を通じて、パビリオンのテーマである「REBORN」（「人」は生まれ変わる、新たな一歩を踏み出す）を感じる事ができたか」という問いに対し、83.0%の回答者が「そう感じた」又は「ややそう感じた」と回答していることから、本パビリオンにおけるテーマのメッセージが十分に伝わったと評価できる。

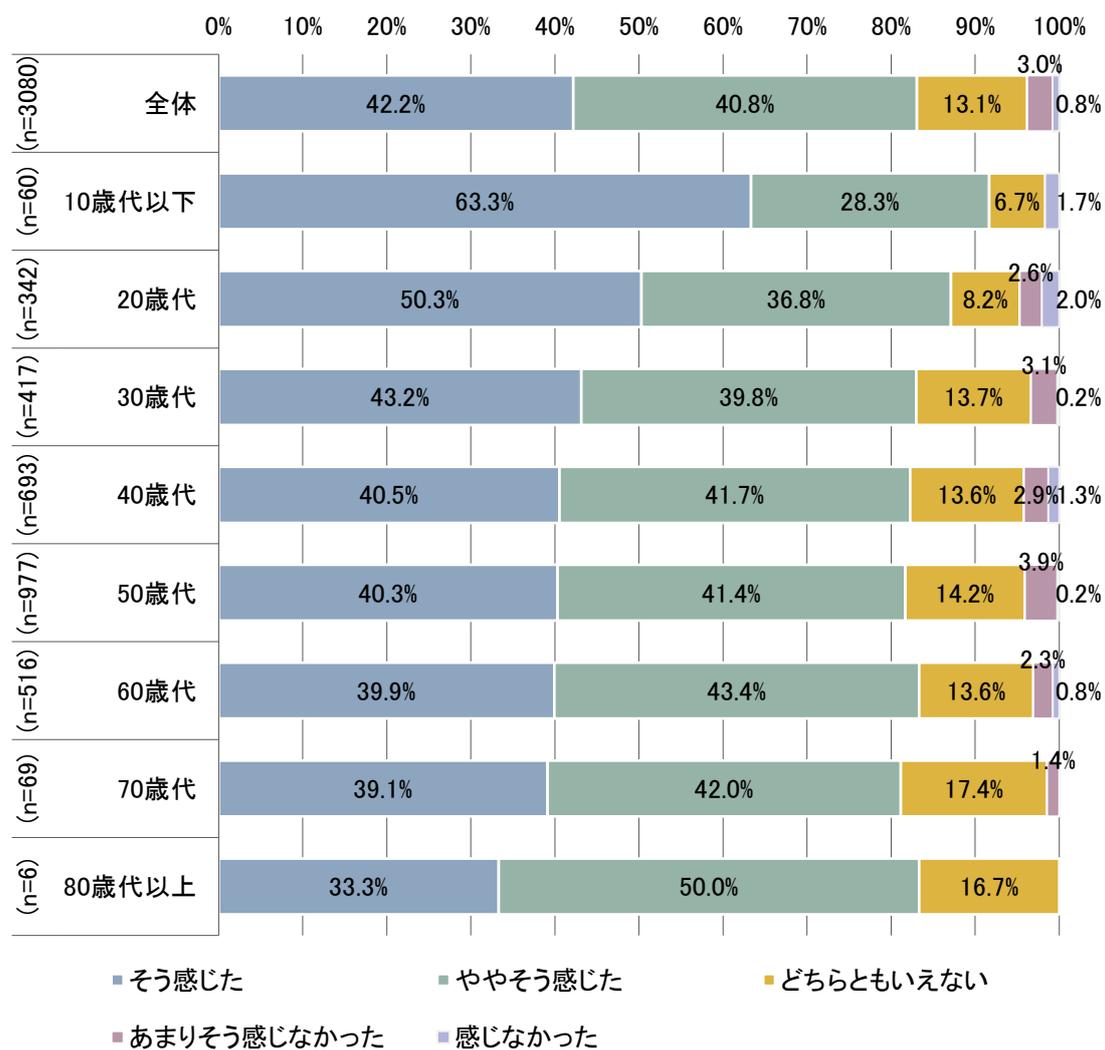
年齢別にみると、「そう感じた」の割合は10歳代以下で63.3%となっており、年齢層が下がるにつれて、「そう感じた」の割合が高まっていく傾向が見られる。

また、アンケートの自由記述からは、「自分に向き合う事ができてよかった。」「未来と自分について様々な展示を通して考える事ができた。」「『カラダはひとつ。ミライはむげん。』ホントにその通りだなあと感じた。」といった意見が寄せられている。

### ○テーマ「REBORN」を感じる事ができたか（来館者アンケート）



○テーマ「REBORN」を感じる事ができたか（年齢別）



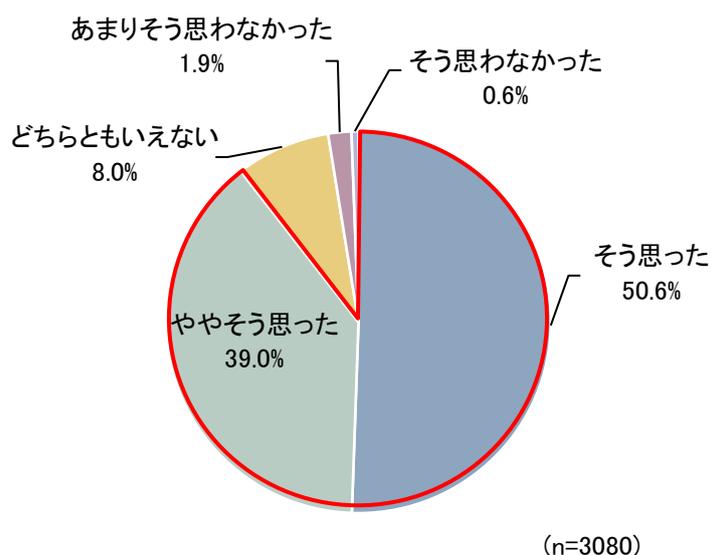
### ③ 「自分の価値観やカラダとの付き合い方」について改めて考えるきっかけとなったか

来館者に対するアンケートにおいて、「リボン体験ルートでの展示や体験を通じて、『自分の価値観やカラダとの付き合い方』について改めて考えるきっかけになったか」を尋ねたところ、89.6%の回答者が「そう思った」又は「ややそう思った」と回答していることから、計画において意図していた気づきや意欲の喚起を促し、意図したメッセージが十分に伝わったと評価できる。

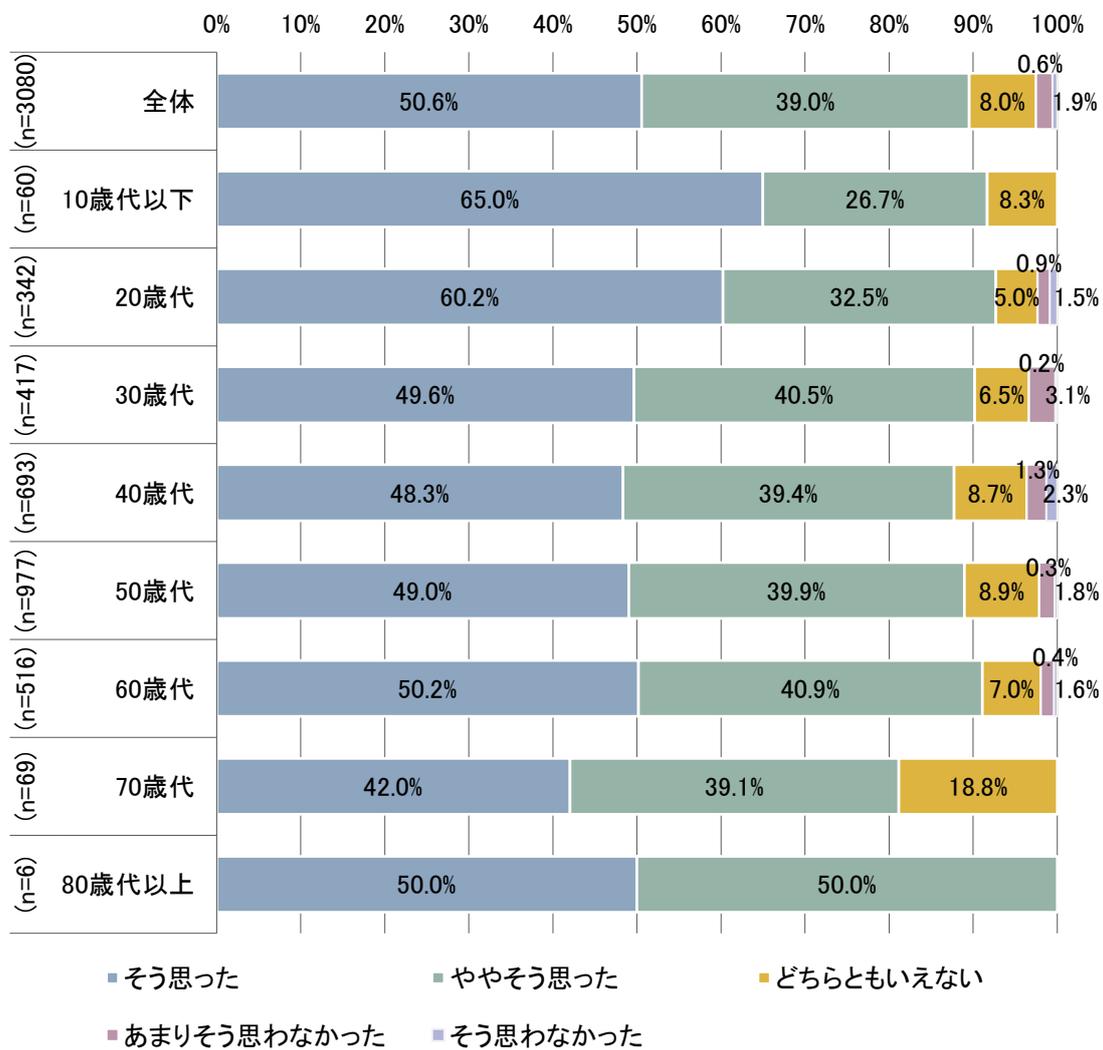
年齢別にみると、「そう思った」の割合は「10 歳代以下（65.0%）」「20 歳代（60.2%）」など若い世代で全体（50.6%）よりも高くなっている。

また、アンケートの自由記述からは、「現在の体のコンディションを知れたので、健康に気をつけようと思った」「改めて健康の大切さを実感でき、今後の生活習慣を見直す良い機会となった。」「健康を客観的に見つめるきっかけはとても大事だと思った。」などの意見が寄せられている。

#### ○「自分の価値観やカラダとの付き合い方」について改めて考えるきっかけになったか



○「自分の価値観やカラダとの付き合い方」について改めて考えるきっかけになったか（年齢別）



#### (4) 意図した成果が関与した事業者・関係者にもたらされたか

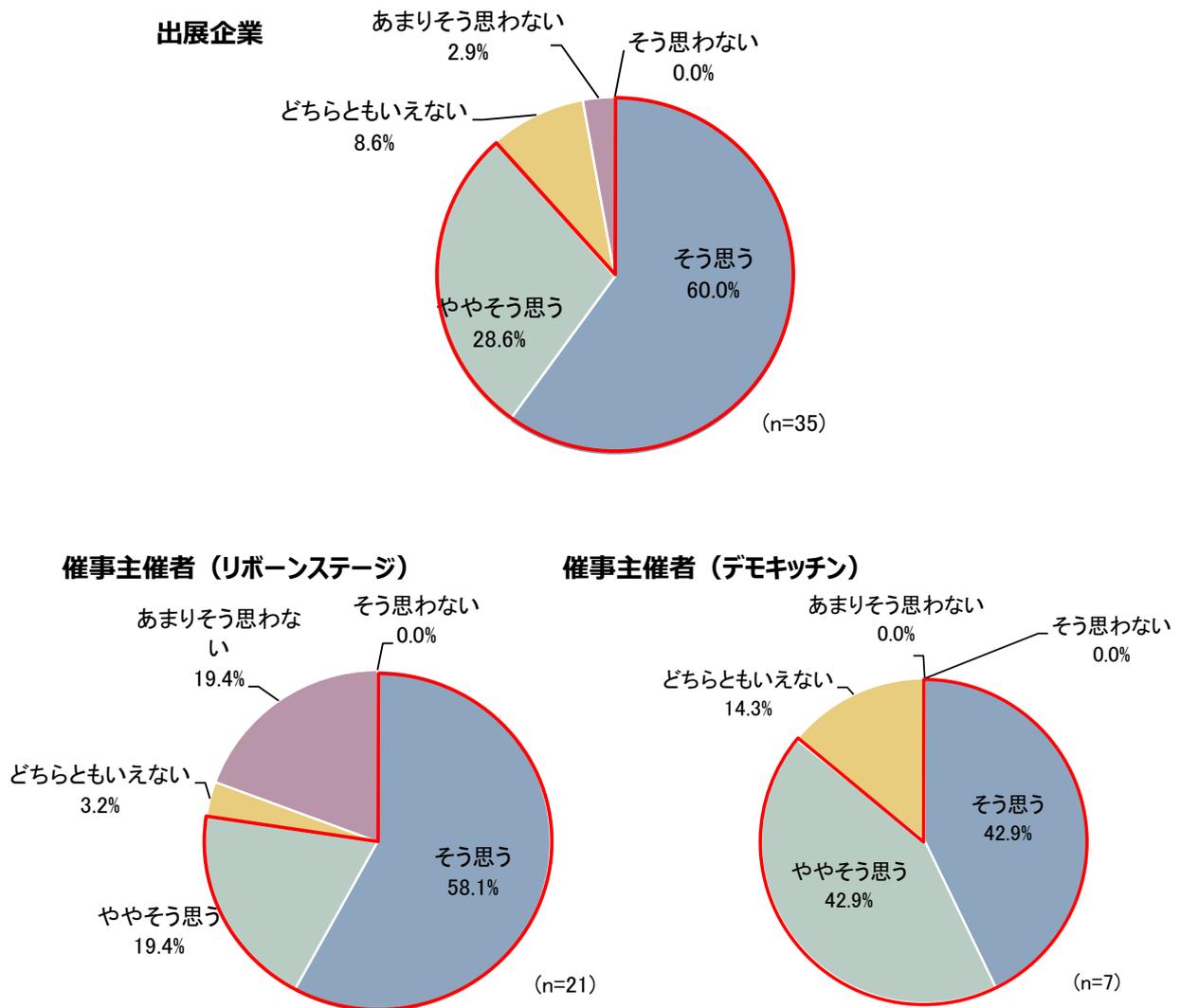
出展企業、リボンチャレンジ出展企業、府民・市民等が、出展基本計画において意図した成果を得ることができたかを、出展企業、リボンチャレンジ実施主体・出展企業、催事主催者（リボンステージ・デモキッチン）、アテンダント、ボランティアへのアンケートをもとに分析する。

※アンケートの実施概要は資料編 P.137-P.157 を参照。

##### ① 大阪の企業や団体等の魅力を国内外にアピールできたか

出展企業、催事主催者（リボンステージ・デモキッチン）に対するアンケートにおいて、「出展や催事を通じて、企業・団体等のブランドの向上、国内外へのアピールができたと思うか」を尋ねたところ、出展企業・デモキッチン催事主催者では 8 割以上、リボンステージ催事主催者においても 7 割以上の企業・団体等が「そう思う」又は「ややそう思う」と回答していることから、多くの出展企業や催事主催者において、めざす事項は達成できていると評価できる。

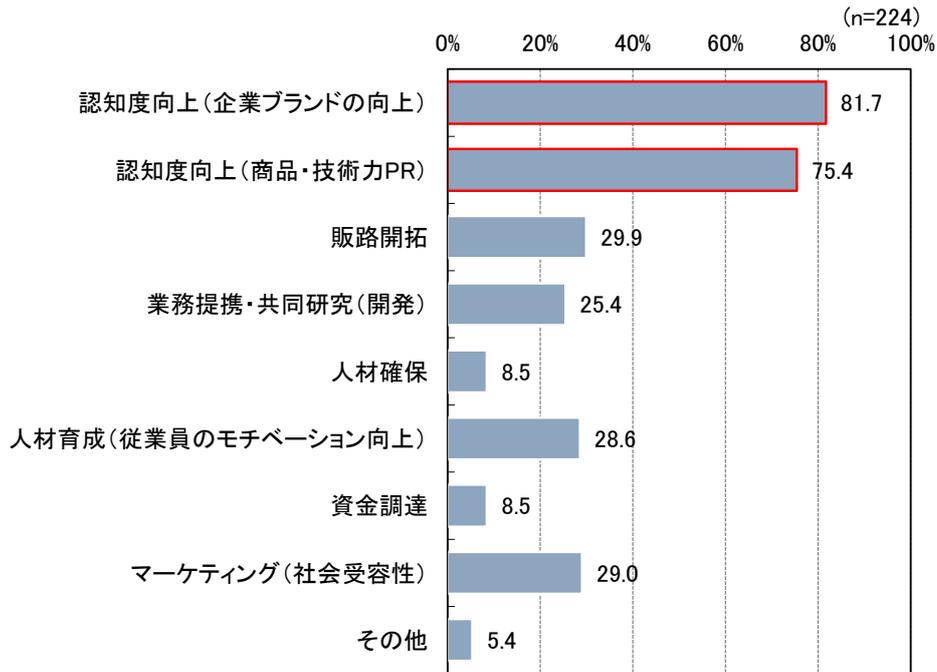
##### ○ 企業・団体等のブランドの向上、国内外へのアピールができたと思うか



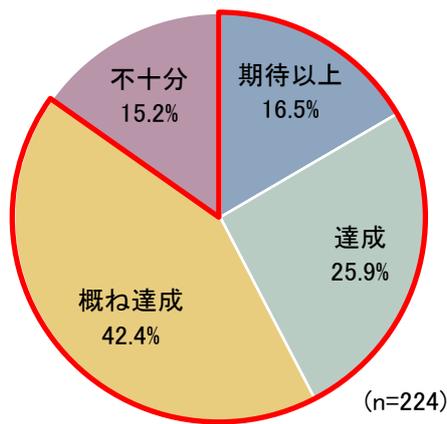
また、リボンチャレンジ出展企業に対するアンケート※において、多くの企業・団体等が出展の目的を認知度向上（企業ブランドの向上、商品・技術力の PR）としている中、8 割以上の企業・団体等が「期待以上」、「達成」又は「概ね達成」と回答していることから、めざす事項は達成できていると評価できる。

※大阪府商工労働部が、リボンチャレンジ出展企業に対して実施したアンケート

○出展した狙い、期待（複数回答）



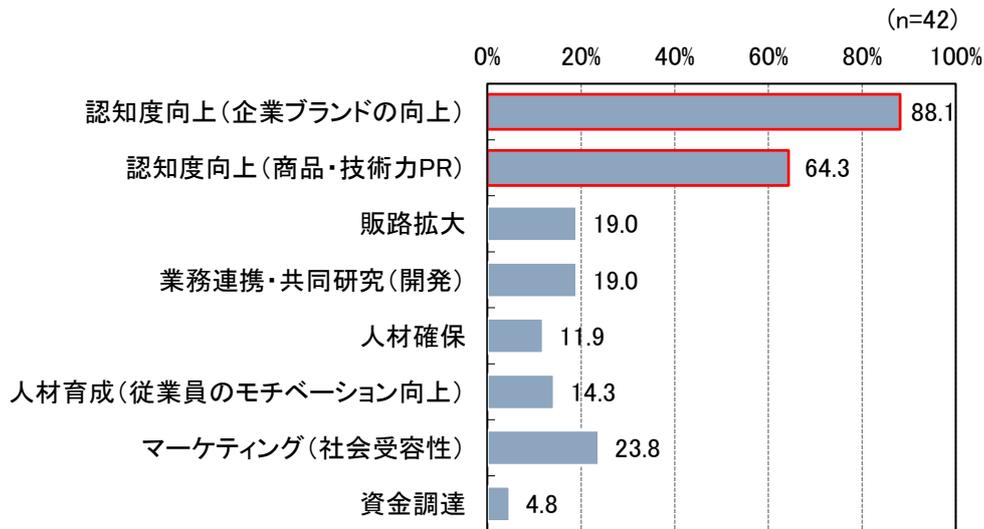
○達成度



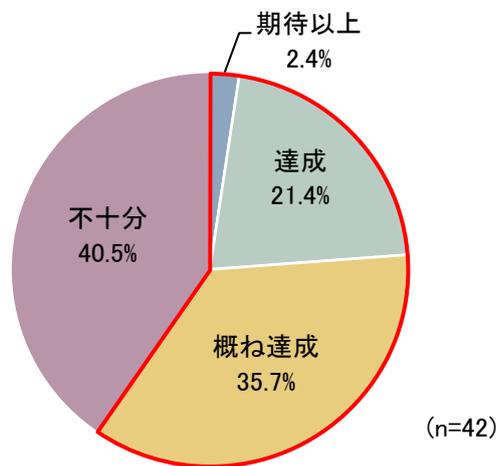
ミライの大阪「中小企業・スタートアップめぐり」の出展企業に対するアンケート※においても、多くの企業・団体等が出展の目的を認知度向上（企業ブランドの向上、商品・技術力の PR）としている中、過半数の企業・団体等が「期待以上」、「達成」又は「概ね達成」と回答していることから、めざす事項は達成できていると評価できる。

※ミライの大阪「中小企業・スタートアップめぐり」推進委員会が実施したアンケート

○出展した狙い、期待（複数回答）



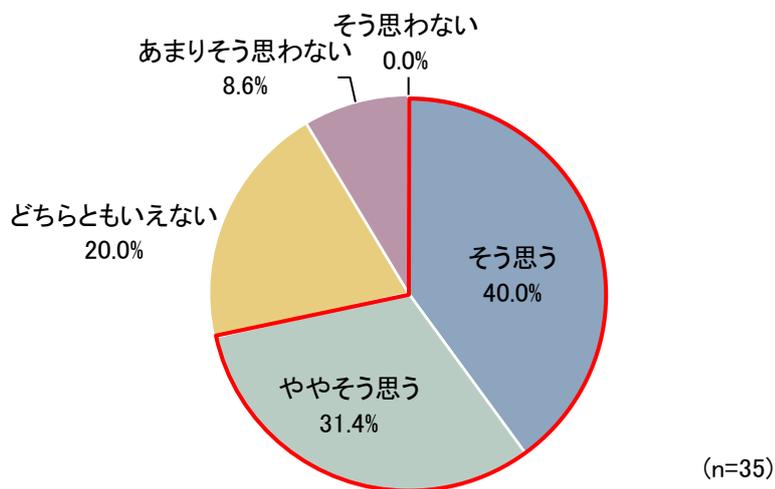
○達成度



## ② 出展参加テーマ「REBORN」の来館者への理解・浸透に貢献できたか

出展企業に対するアンケートにおいて、「出展を通じて、出展参加テーマ『REBORN』の来館者への理解・浸透に貢献できたか」を尋ねたところ、7割以上の企業・団体等が「そう思う」又は「ややそう思う」と回答していることから、めざす事項は達成できていると評価できる。

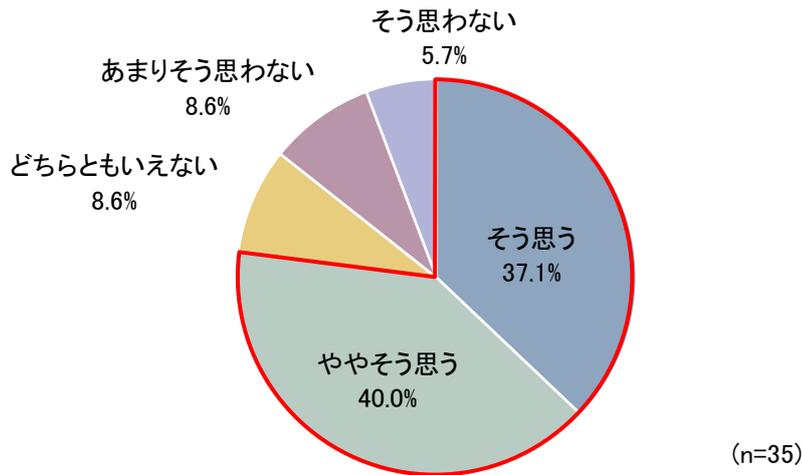
### ○ 出展参加テーマ『REBORN』の来館者への理解・浸透に貢献できたか



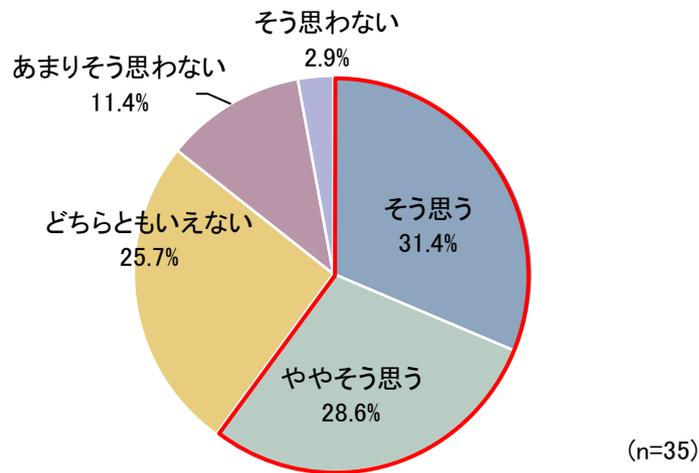
### ③ 出展を通じた多様な主体とのつながりがイノベーション創出の機会となったか

出展企業に対するアンケートにおいて、「出展を通じて、多様な参画企業・団体との繋がりを作ることができたか」を尋ねたところ、7割以上の企業・団体等が「そう思う」又は「ややそう思う」と回答している。また、「出展を通じて、新たな取り組みや事業展開のチャンスが生まれたと思うか」を尋ねる設問においても過半数が「そう思う」又は「ややそう思う」と回答していることから、めざす事項は概ね達成されたと考えられる。

#### ○出展を通じて、多様な参画企業・団体との繋がりを作ることができたか



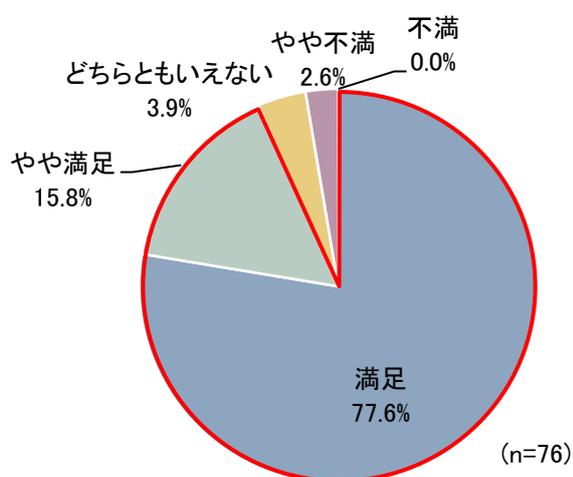
#### ○出展を通じて、新たな取り組みや事業展開のチャンスが生まれたと思うか



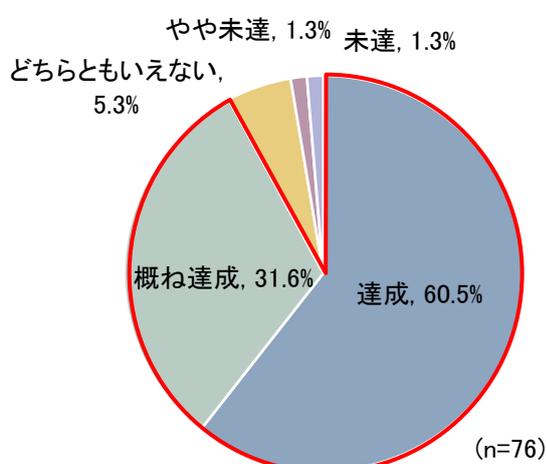
#### ④ アテンダント・ボランティア参加者にとって得がたい経験となったか

アテンダント業務に従事した府民・市民については、90%以上の方が「満足」又は「やや満足」と回答しており、志望した目的も達成できたと回答している。また、アテンダント業務を志望した動機や目的に関する回答を、「自己の成長のため」、「万博に興味・関心があったから」、「貴重な経験の機会となるから」、「人との交流のため」、「社会貢献のため」の5つのカテゴリーに区分し、満足度及び目的の達成状況と比較した。「貴重な経験の機会となるから」、「万博に興味・関心があったから」に該当する動機・目的の人は、満足度・達成度ともに高い傾向にあった。

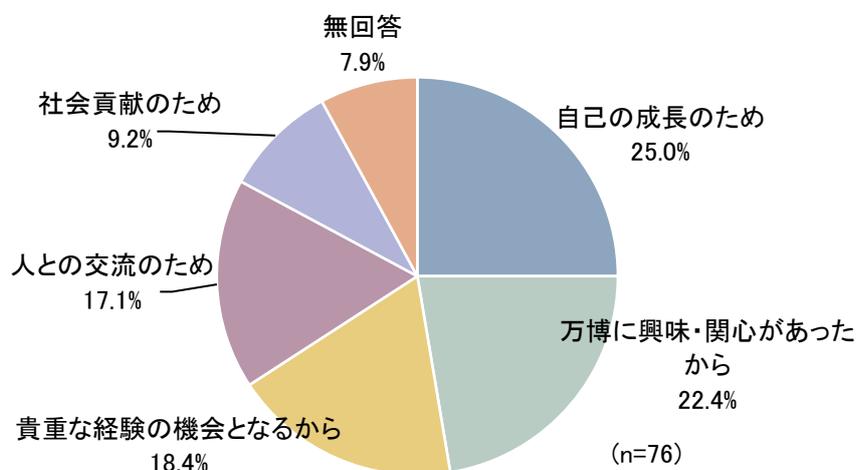
○アテンダント業務に従事しての満足度



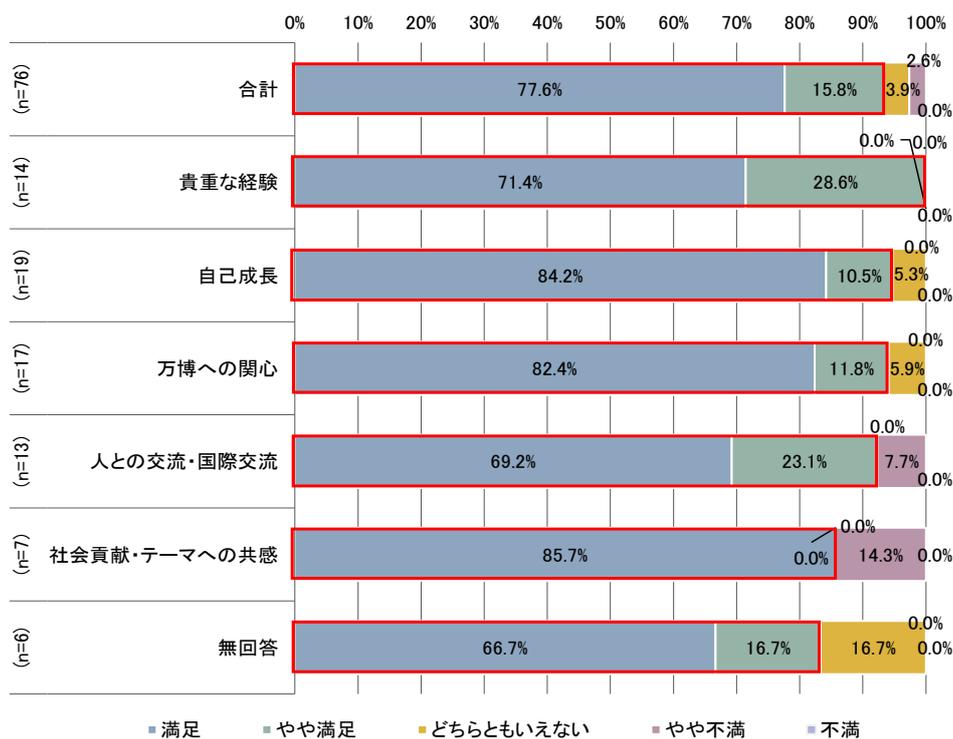
○アテンダント業務を志望した目的の達成状況



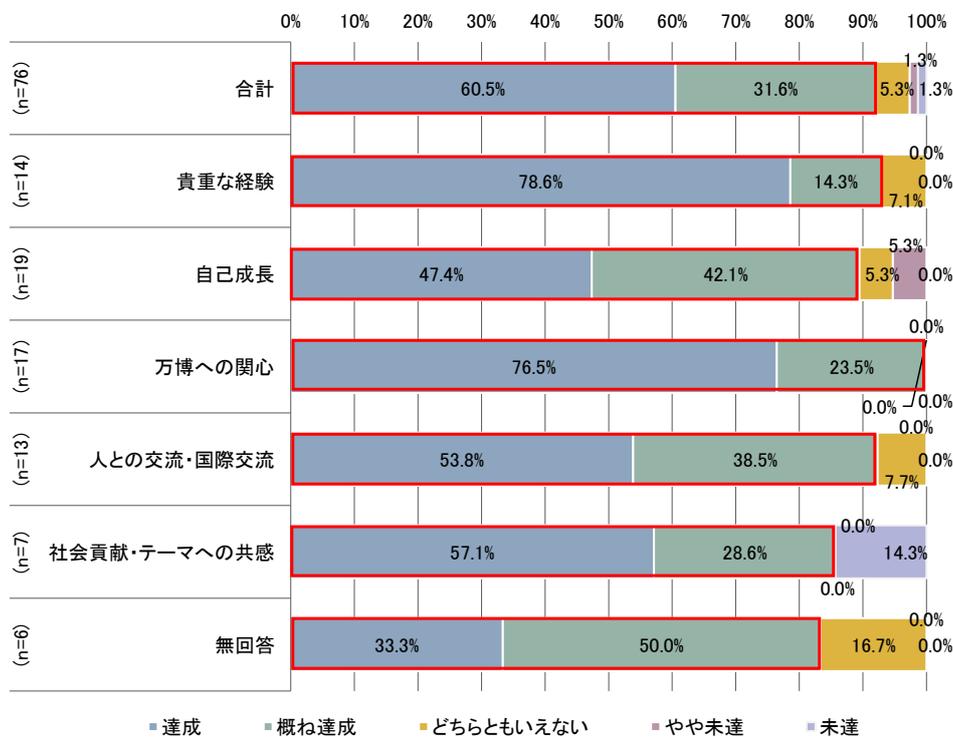
○アテンダント業務を志望した当初の理由や目的



○アテンダント業務を志望した当初の理由や目的別 満足度



○アテンダント業務を志望した当初の理由や目的別 達成度



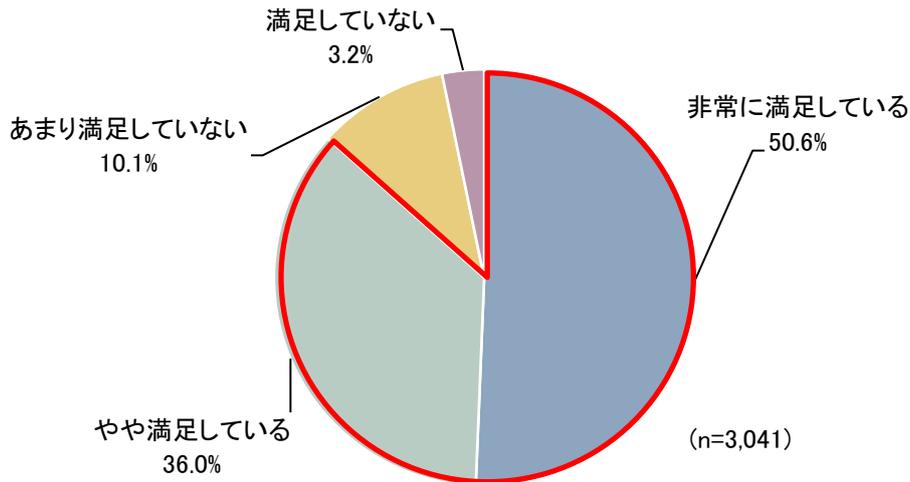
大阪まちボランティア活動参加者へのアンケート※において、パビリオンでの活動の満足度を尋ねたところ、参加者の8割以上が「非常に満足している」又は「やや満足している」と回答している。

また、駅や空港での活動を含む活動後の受け止めに尋ねたところ、9割以上の参加者が、「大阪・関西万博に関わることができた」、「一生に一度の経験ができた」と感じていることが分かる。

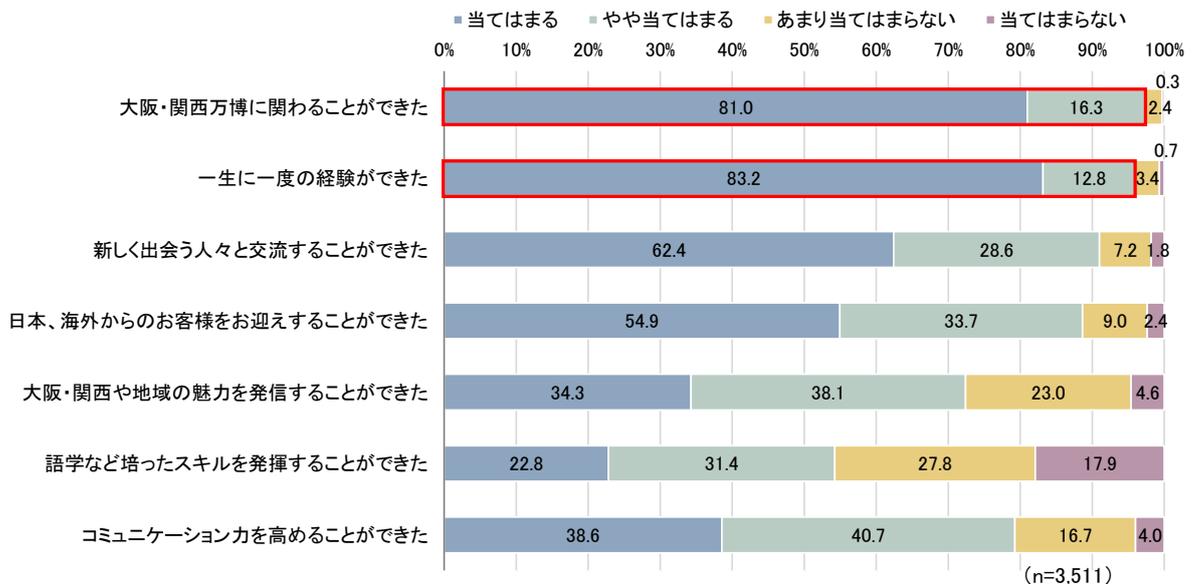
以上のことから、アテンダント・ボランティア参加者に関して、一定の成果がもたらされたと評価できる。

※大阪府・市万博推進局参加促進課が、大阪まちボランティア活動参加者へ実施したアンケート

### ○大阪まちボランティア活動参加者（うち本パビリオンでの活動実績のある方）の満足度



### ○大阪まちボランティア活動参加者の活動後の受け止め



※パビリオンでの活動の他、駅や空港等での活動結果も踏まえての振り返りアンケート結果

## (5) ユニバーサルデザインについての評価

トイレの既成概念を変えるチャレンジをした「みんなトイレ」を検証するため、会期期間中にUD推進チームにおいて「みんなトイレ」に関するアンケートを実施した。

### 【実施概要】

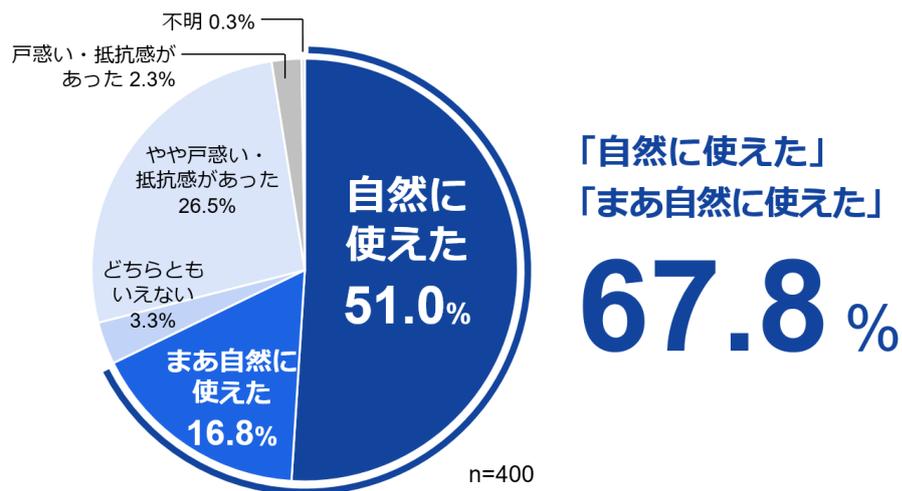
調査対象者	本パビリオン みんなトイレの利用者
調査方法	調査員がトイレ前に待機し、トイレを利用して出てきた人にインタビュー形式で調査を実施。
調査期間	2025年8月23日(土)、24日(日)、25日(月)、28日(木)、29日(金)
回収数	400件

### 【実施結果】

「戸惑いや抵抗感無く自然に利用できた」が67.8%、「トイレに対する意識の変化があった」が67.0%となり、多くの来館者が「みんなトイレ」を受け入れ、利用を通じてトイレの概念を考えるきっかけとなったことを裏付けた。

#### みんなトイレ抵抗感有無

Q | このトイレは戸惑いや抵抗感なく、自然に使用できましたか。

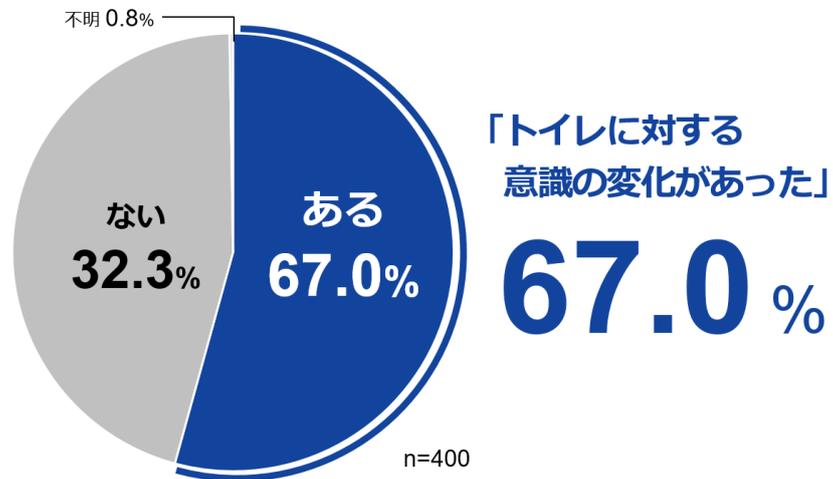


※小数点第2位で四捨五入  
構成比は合計しても必ずしも100にならない

(資料提供/TOTO)

調査主催 | 大阪ヘルスケアパビリオン「UD推進チーム」2025年8月

Q | 「みんなトイレ」を使用して、  
トイレに対する意識に変化はありましたか。



※小数点第2位で四捨五入  
構成比は合計しても必ずしも100にならない  
(資料提供/TOTO)

調査主催 | 大阪ヘルスケアパビリオン「UD推進チーム」2025年8月

### 3. まとめ

#### (1) 来館者に満足度の高い体験を提供

本パビリオンは、「REBORN」（「人」は生まれ変わる、新たな一歩を踏み出す）をテーマに、来館者一人ひとりが自らの健康や未来社会について主体的に考え、体験し、行動変容を促すことを目指した。出展基本計画に基づき、全体を通じて概ね計画通りに展示・運営できたことは大きな成果である。

まず、リボン体験ルートでは、来館者が自身の健康データを測定し、25年後の自分のアバターと出会うという、極めてパーソナライズされた体験を提供した。カラダ測定ポッドやリボンバンドなど、最新のセンシング技術を活用した体験は、来館者にとって新鮮かつ印象的であり、健康への意識変革や行動変容を促すきっかけとなった。アンケート結果からも、来館者の約97%が満足と回答し、約90%が「自分の価値観やカラダとの付き合い方について改めて考えるきっかけになった」と答えている。特に10代・20代の若い世代で「とても満足した」「REBORNを感じた」とする回答が高く、未来を担う世代へのメッセージの発信に成功したといえる。

また、アトリウムでは、iPS細胞による再生医療の展示や、1970年大阪万博の発想を未来型に進化させた「人間洗濯機」の展示、AIコンシェルジュロボットによる多言語対応の案内など、最先端の医療・科学技術と大阪の歴史・文化を融合させた展示を提供した。このことは、子どもから高齢者まで幅広い層が科学や医療への関心を高める機会となった。

リボンチャレンジでは、週替わりで432社の中小企業・スタートアップが出展し、多様な技術やアイデアに直接触れる機会を提供した。これにより、単なる展示の受動的な鑑賞にとどまらず、来館者自身が新たな発見や気づきを得る能動的な体験が実現した。アンケートでも「知らない世界と出会えた」などの声が多く寄せられた。

ミライの食と文化ゾーンでは、大阪産(もん)の食材を活用した多様なフードメニューや、アレルギー対応・プラントベースなど食の多様性に配慮した商品を提供した。デモキッチンでは、廃棄食材の再利用や遠隔調理ロボットの実演など、持続可能な食のあり方を体験的に学ぶ機会を創出した。来館者からは「アレルギー対応食があって嬉しかった」「食の未来について考えるきっかけになった」といった意見が寄せられた。

XD HALLでは、ARデバイスや360度映像投影などの先端技術を活用した没入体験を提供し、来館者に驚きと感動をもたらした。特に若年層の満足度が高く、「ゲームを知らなくても楽しめた」「追加料金を払ってでも体験したいほど感動した」といった声が寄せられた。

さらに、バーチャル大阪ヘルスケアパビリオンでは、実際の万博会場に来ることができない国内外の人々にも、アバターを通じた参加・交流の機会を提供した。年齢や国籍を問わず、多様な人々がバーチャル空間で大阪の魅力や最先端技術に触れることができた。

ユニバーサルデザインの実現も大きな特徴である。障がい者や高齢者、外国人、乳幼児連れなど、あらゆる来館者が快適に過ごせるよう、建築・展示・運営の各面で配慮を重ねた。カームダウン・クールダウンルームの設置や多言語対応サイン、バリアフリーの導入など、当事者が検討段階から参画し

意見を出し合うことで、最適な設計・運営を目指した。

## (2) 参画事業者が発信とつながりの機会を提供

大阪ヘルスケアパビリオンは、産学官民の多様な主体が結集し、オール大阪体制で出展・運営を行ったことが大きな特徴である。107 社・グループの協賛企業、19 の大学・研究機関、府内市町村や市民団体など、幅広い事業者・団体が計画段階から参画し、展示や催事、運営に携わった。

出展企業にとっては、パビリオン内での展示やイベント開催を通じて、自社の最先端技術やサービスを国内外に発信する絶好の機会となった。アンケート調査では、8 割以上の企業・団体が「ブランド価値の向上や国内外へのアピールができた」と回答しており、情報発信の場として大きな成果を上げた。特にリボンチャレンジでは、432 の中小企業・スタートアップが週替わりで出展し、自社の技術やアイデアを世界に発信した。これにより、普段は発信機会の少ない中小企業にもスポットライトが当たり、新たなビジネスチャンスやネットワークの構築につながった。

また、パビリオンの出展・運営を通じて、異業種・異分野の事業者間で新たな連携や協働が生まれた。例えば、カラダ測定ポッドの開発では、複数の協賛企業の技術と有識者の知見が融合し、ゼロベースから新たなイノベーションが創出された。ミライの食と文化ゾーンでは、企業・公的機関・食材生産者・教育機関などが連携し、持続可能な食のあり方や新商品・サービスの開発を実現した。こうした共創の場としての機能は、万博後の大阪の経済成長やライフサイエンス分野の発展にもつながる重要なレガシーとなる。

バーチャル大阪ヘルスケアパビリオンでは、54 社の中小企業・スタートアップ等が情報発信ゾーンに出展し、世界中からのアクセスを通じてグローバルな情報発信と交流が実現した。これにより、リアルとバーチャルの両面で大阪の企業や団体の魅力が広く発信され、国内外での新たなビジネス展開や連携のきっかけとなった。

行催事においても、協賛企業や自治体、地域団体が主催する多様なイベントが毎日開催され、184 日間にわたり来館者に新たな体験や情報を提供した。大阪ウィークでは、府内各自治体が産業・食・文化芸術など地域の魅力を発信し、地域間の連携や交流が促進された。

さらに、アテンダントやボランティアとして多くの府民・市民が運営に参画したことも大きな成果である。アテンダントは 124 名が採用され、ボランティアはのべ 12,966 名が参加し、来館者対応や案内・誘導など、パビリオンの円滑な運営と温かいおもてなしの実現に貢献した。アテンダントの 9 割以上が「従事できて満足」と回答しており、府民・市民の自己実現や誇りの醸成にも寄与した。

このように、本パビリオンは、参画事業者に情報発信とネットワーク構築の場を提供し、産学官民の連携による新たな価値創出やイノベーションの機会を生み出した。

## (3) 課題・トラブルへの対応

本パビリオンは、企業が持つ知恵や技術力を世界に発信するため、展示権を有する協賛企業が主体的に展示ブースを制作することとした。このため、展示を行う協賛企業の確保とともに、出展テーマに基づく統一的な展示・体験を実現するための円滑なコミュニケーション体制の構築が課題となった。これ

に対応するため、展示権以外にも PHR 活用権やイベント開催権、公式ロゴ使用权といった協賛特典を設定するなど、協賛確保のための様々なインセンティブを用意した。また、展示制作にあたっては、企画から制作までの各フェーズに応じて出展者ごとに「コンテンツ確認会」を開催し、テーマ「REBORN」に沿ったストーリー性やパビリオン全体での統一感、進捗状況等を確認するとともに、各社の展示制作における課題の解決に取り組んだ。さらに、事務局から出展者等に向けた情報発信を目的として、2024年9月から「大阪ヘルスケアパビリオン連絡会」を開催したほか、出展企業向けに「リボーン体験ルート連絡会」、「フードエリア連絡会」等を開催し、事務局と出展者、及び出展者間の円滑な情報共有とコミュニケーションを図った。

また、リボーン体験ルートにおいて取得した健康データを、万博閉幕後においても産・学における生活の質（QOL）の向上に資する研究開発に活用するため、これら個人情報の適切な取扱いが課題となった。本パビリオンでは、個人情報の保護を徹底するため、外部専門家に協力を仰ぎながら、リボーン体験に伴う個人情報の取扱いによって生じ得る個人の権利利益への影響・リスクを分析・評価し、これらの影響・リスクを極力低減することに努めた。また、個人情報の取扱いに関する詳細を事前に公表し、透明性の確保を図った。

閉幕後における運営面の大きな課題として、館内の混雑により長蛇の待機列が発生した。このため、入場規制の適宜実施や臨時出口の開放などにより混雑緩和を図ったが、来館者数が当初想定を大きく上回ったことにより、完全な解消には至らなかった。アンケートでも「待ち時間が長かった」「混雑で十分に体験できなかった」といった意見が一定数寄せられた。また、リボーン体験ルートや XD HALL は人気が高く、予約枠がすぐに埋まってしまい、希望しても体験できなかった来館者が多く発生した。このため、カラダ測定ポッドを中心にスタッフを追加配置することにより稼働率を最大限に高めるとともに、当日予約枠の開放時間を事前に周知することで予約時の利便性向上を図るなど、柔軟な運用を行った。

トラブル事案としては、テストラン時に、電源トラブルによりリボーン体験ルートの一部が中止となる事象が発生した。原因究明を行い、再発防止策を講じたことで会期中の大きなトラブルは回避できたが、閉幕前の最終準備段階でのリスク管理の重要性が改めて認識された。

閉幕前から課題となっていた暑熱対策については、保水性インターロッキング舗装、ミスト機能を備えたパーゴラの設置、冷風機・スポットクーラーの設置、日傘の貸し出し等を実施した。また、最高気温が35度を超える猛暑日が続く中、開館前や開館中に打ち水を行い、地面の温度を下げる等の対策を講じた。

財務面では、事業費の過半を民間資金で賄うことを原則とし、準備期間を通して事業費が当初計画より増額するなかでもこの原則は堅持された。ただ、最終的な事業規模は、物価高騰の影響等もあり、当初計画の約160億円から約247億円に拡大した。これは、長期にわたる準備期間を要する大規模イベント開催におけるコスト管理の難しさを示している。

ユニバーサルデザインやSDGsへの取組については、当事者の意見を反映した先進的な設計・運営を実現したが、よりバリアフリーで快適な環境を提供し続けるためには、このような手法を継承していく必要がある。

今後の大規模イベント運営や産学官民連携による取組においては、これらの課題を踏まえ、より多くのイベント来場者が快適に過ごせる運営体制や、リスク管理・財務管理の強化が求められる。

#### (4) 今後期待される効果

本パビリオンの出展・運営を通じて得られた成果は、今後の大阪の経済成長やライフサイエンス分野の発展、府民の健康増進、万博を経験した若い世代の成長など、多方面にわたる波及効果をもたらすことが期待される。

ハードレガシーとしては、パビリオン建物の一部を残置し、民間事業者が「先端医療」・「国際医療」・「ライフサイエンス」に係る事業を実施する予定である。これにより、万博期間中に世界に発信した大阪の強みや技術が、万博後も継続的に国内外に発信されるとともに、医療・ライフサイエンス分野のイノベーション創出や国際交流の拠点となることが期待される。

ソフトレガシーとしては、会期中に収集した健康データが、協賛企業や研究機関に提供され、新たな商品・サービス開発や研究開発に活用される。これにより、大阪発のヘルスケア産業の成長や、健康長寿社会の実現に貢献することが期待される。また、リボーン体験における「カラダ測定ポッド」の仕組みを継承した健康増進サービスが JR 大阪駅などの主要駅で展開されるなど、府民・市民が日常的に健康情報を把握し、健康意識を高める環境整備が加速していく。これにより、生活の質（QOL）の向上や健康寿命の延伸など、社会的インパクトが期待される。

さらに、本パビリオンを通じて大阪の魅力が国内外に発信されたことで、今後も多くの人々が大阪を訪れることによる観光やビジネスの活性化、新たな投資や人材の流入が促進される。産学官民の連携による共創の場が継続されることで、新たなイノベーションやビジネスが生まれ、大阪経済の持続的な成長への貢献が期待される。

府民・市民にとっては、本パビリオンへの参画や体験を通じて、地域への誇りや自信が醸成され、健康や未来社会への関心・意識が高まった。特に若い世代にとっては、最先端技術や多様な価値観に触れる機会となり、次代を担う人材の育成や成長につながる。アテンダントやボランティアとしての参画体験は、自己実現やキャリア形成にも寄与したと考えられる。

#### (5) 総括

本パビリオンは、「REBORN」というテーマのもと、産学官民の連携による計画的かつ創造的な展示・運営を実現し、来館者に高い満足度と新たな気づき、行動変容のきっかけを提供した。多様な展示や体験型コンテンツ、ユニバーサルデザインの追求、SDGs への先進的な取組、バーチャル空間の活用など、現代社会が直面する課題や未来への展望を的確に捉えたアウトプットを数多く実現したことは、万博開催都市としての大阪の底力と創造性を国内外に強く印象付けるものとなった。

来館者数は当初想定を大きく上回る 553 万人に達し、97%以上が満足と回答するなど、アウトカムの面でも極めて高い成果を上げた。特に若い世代へのメッセージ発信や、健康意識の向上、未来社会への期待感の醸成といった点で、本パビリオンの意図した効果が十分に発揮された。さらに、参画した企業・団体にとっても、情報発信やブランド価値向上、新たなネットワーク構築やイノベーション創出の

機会となり、産学官民の共創による新たな価値の創出が実現した。

一方で、想定を超える来館者数による混雑や待ち時間、運営上のトラブルや財務面での調整など、今後の大規模イベント運営に向けた課題も明らかとなった。

これらの成果を、今後の大阪の持続的な成長と発展の糧とするためには、本パビリオンの取組を一過性のイベントにとどめることなく、新たな価値創出と社会的インパクトをもたらすレガシーとして、確実に次代に継承していくこと、そして、本パビリオンの取組を通して培われた産学官民の連携による共創の精神を、未来の大阪の都市づくりやイノベーション創出につなげていくことが肝要である。今回の経験が、世界に誇る健康・医療・ライフサイエンスの拠点都市、多様な人々がともに生きる持続可能な都市として、大阪がさらなる飛躍を遂げる契機となることを切に期待する。

## IV. 資料編

### 1. 展示・行催事等関連資料

#### (1) 出展概要一覧

ゾーン	出展企業	展示名	概要（本パビリオン HP より抜粋）
ミライのヘルスケア1	主催者展示 （物品等協賛：（株）セブン-イレブン・ジャパン等）	パーソナルフードスタンド	あなたのカラダの状態に合わせて、パーソナルアドバイスが特徴の AI が「なりたいミライ」に必要な栄養や食材、レシピを提案。「ヘルスケアベンダーマシン」を通じてパーソナルフードをお持ち帰りいただけます。一人ひとり、その時の健康状態に合った食を提案する、ミライのヘルスケアを体験してみてください。アバターロボットがみなさまをお迎えします。
	（一社）日本 MA-T 工業会	地球とカラダに親切的な除菌	菌やウイルスを気流によって退治する空間洗浄機、口のケアができる除菌剤、くぐるだけで除菌されるシャワーゲートなど、あたらしい除菌のかたちが生まれています。口に入っても安心だから、アルコールや塩素系を使えなかった赤ちゃんやペットも使用可能。カラダにやさしい除菌剤がウイルスの不安から世界中の人々をそっと守っています。
	江崎グリコ（株）	細胞ケア研究所	ミライでは、細胞にアプローチする新たなヘルスケアが広がっています。毎日おいしく続けられる「食」による「細胞ケア」は、カラダの数十兆個の細胞に働きかけ、老化を遅らせる期待のヘルスケアとして、多くの人々が生活に取り入れています。「細胞ケア」が人々のすこやかな毎日、ゆたかな人生に役立つ日が近づいています。
	（株）ファーマフーズ	ひとと地球にやさしい繊維	ミライでは、タマゴの殻の内側にある薄い膜から生まれた繊維が、日々の暮らしに根付いています。しっとりとなめらかで肌の健康に役立ち、シルクやウールといった動物繊維に代わる環境にやさしい素材です。舞い上がる生地の美しさ、心地よい肌触りと、この繊維を生み出したタマゴの魅力を体験してみましょう。
	（株）椿本チエイン	カラダ拡張スーツ	ミライではロボットを着用することで、空を自由自在に移動できたり、重いものを軽々と持ち上げたりできるようになります。モノを動かす技術の進歩、人間と機械の調和が進むことによって実現する世界です。日常生活はもちろん、医療や災害などに関する社会課題の解決にも貢献。カラダの可能性が広がる、不思議な体験をしてみましょう。

ゾーン	出展企業	展示名	概要（本パビリオン HP より抜粋）
ミライのヘルスケア2	ロート製薬（株）	アイケア ステーション	ミライでは、目をチェックするだけで、さまざまな健康状態が簡単に分かるようになります。それにより、目の病気を早期に発見・治療できるだけでなく、視力が改善したり、目を使ったスポーツトレーニングなども当たり前になります。2050年に向けて開発中の最新アイ・センシング技術や製品コンセプトを一足先に体験してみてください。
	SyncMOF（株）	ヒーローになる二酸化炭素	ミライでは、地球環境に悪いと思われていた二酸化炭素（CO2）が、金属イオンと有機分子が組み合わさった素材「MOF（モフ）」によってヒーローのような資源として活躍しています。ここでは CO2 を集めて燃料や炭酸泉などに変える「MOFの樹」を展示。MOFに触れたり、CO2 が生まれ変わる構造体の秘密を体験しよう。
	ニプロ（株）	次世代を創る医療技術	ミライでは「AI 搭載ミラー」に自分の姿を映すだけで、家にいながら健康状態を確認でき、予防医療のアドバイスや診療を受けられます。そして感染症対策や再生医療の発展により、だれもが「自分らしい年齢の重ね方」を選択できるようになりました。ミライの案内人、さくらとエリサと一緒に、2050年の医療を体験しにいきましょう。
	森永乳業（株）	ビフィズス菌で超人間	「今朝の腸は悪玉菌が多いから、朝ごはんはビフィズス菌入りヨーグルトにしよう」。ミライでは、一人ひとりが自分の腸内環境を観察し、毎日の生活のヒントにしています。腸内細菌はカラダ全体の細胞の数よりも多くいる、健康を支える大切な仲間。自分の腸内環境を探検し、記憶力・肥満・ココロなど、さまざまな健康を管理してみよう。
	（株）ミルボン	自分らしく美しく生きる美容室	2050年には美容室は髪を切るだけの場所ではなくなります。髪や肌のケアから、ビューティヘルスケアまで領域が広がり、あなたの美しさを叶えるパートナーに。データをもとにぴったりのケアを提案したり、ヘアデザイナーを通じ美しい生き方を見つけるお手伝いをしたり。じぶんバンドをかざしてあなただけのケアを探してみませんか。
	（株）サイエンス	宇宙シャワー	2050年には宇宙空間でも快適にシャワーを浴びることができます。宇宙での活動で汚れたカラダも、水だけで洗淨。小さな水の泡が、肌の匂いや乾燥を防ぎ、長期滞在の宇宙飛行士やスタッフ、宇宙への旅行者の毎日がうんと快適になったと評判です。一体、どのようにして微小重力空間で汚れを落としているのでしょうか。体感してください。

ゾーン	出展企業	展示名	概要（本パビリオン HP より抜粋）
	タカラベルモント（株）	量子飛躍する美の世界	2050 年、宇宙時代。「美しさ」の定義は飛躍的に進化しています。圧倒的な光景は、「真の美しさとは何か？」を私達に問いかけます。内面の美、外面の美、一人ひとりの価値観。美容と医療が融合した「ミライのヘルスケアサロン」が叶える美の世界の体験を通じてあなただけの「真の美」を見つけてください。
ミライの都市	（公社）全日本不動産協会	みんな暮らしの街	ますますひとり暮らしが増える 2050 年の都市。医療や福祉のサービスは、ご近所さんどうしや地域の仲間が助け合う共助の仕組みになっています。地域の住まいやコミュニティを支える専門家「ミライの宅建士」といっしょに、「ひとり暮らし」から「みんな暮らし」になった、あたらしい街づくりを進めましょう。
	（株）コラントッテ	磁力で健やかに暮らす	地球にもともと存在する「磁力」には、血流を良くする働きがあります。ミライではこの磁力が街のいたる所で人々の健康を支えています。アクセサリやウエアとして身につけるものから、空間そのものに組み込まれ、生活しているだけで自然と健やかになる仕組みも。地球がくれたこの不思議な力が活躍するミライを、のぞいてみませんか？
	主催者展示 （物品等協賛：培養肉 未来創造コンソーシアム）	家庭で作る霜降り肉	お肉は「店で買うもの」から「家庭で作るもの」へ。ミライでは、肉の細胞から培養して肉を作る「ミートメーカー」が家庭にあり、あなたの健康や好みに合わせた霜降りステーキがいつでも食べられます。この「培養肉」は食料不足や資源問題を解決し、温室効果ガスの排出量も削減。そんなミートメーカーがある暮らしを覗いてみましょう。
	エア・ウォーター（株）	ネオライフスタイル LDK	2050 年、人々はますます多様な生活を送っています。その日の健康データや気分に基づいて食事を作ってくれるキッチンや、AI によるパーソナル運動サポートも。地球上で循環するエネルギーを使って、家の中でも環境にやさしく快適に。わたらしく暮らすだけで、地球も人も健康になるあたらしい暮らしを体験してみてください。
	大阪市高速電気軌道（株）	ニューモビリティ・ニューライフ	電車もバスも自動車も、すべての乗り物がつながり、自動で運転したり、その人にぴったりの乗り物を選べたりするミライの大阪。便利な交通により街が大きく変化し、地上は木や花が広がる緑いっぱいの街になっています。現実の世界とバーチャルの世界で人がつながり、みんなが安心して暮らせる新しい大阪の街を見てみましょう。
	ロート製薬（株）	細胞デザインステーション	ミライでは、あなたのカラダに合った、あなただけの細胞を使った治療があたりまえになります。重大な病気・ケガの治療だけでなく予防や美容まで。

ゾーン	出展企業	展示名	概要（本パビリオン HP より抜粋）
			さらにはペットの健康にも応用されています。街角の「セル・ステーション」で、あなたの細胞をもとにパーソナライズされた、あたらしい再生医療を体験してみましょう。
	(株) 竹中工務店	空からひろがる都市	ミライではドローンなどの空中インフラの発達が予想されています。空がより自由に活用されることで、都市や建物のかたちも今とは違うものになっていくでしょう。あなたも空飛ぶ鳥のように、自由に展示を飛び回ってみてください。近づいたり遠ざかったり、見下ろしたり見上げたりすることで、ミライの都市が見えてくるかもしれません。
	東京書籍 (株)	時空をこえる学び場	「時空をこえる学び場」では、さまざまな垣根をこえて、一人ひとりに合った学びが可能になっているはず。歴史なら、その時代にタイムスリップしたように当時の人々と交流し、理科なら、ミクロの世界を観察したり、宇宙空間で実験ができたり。あたらしい多様な学びの体験を通して、自分に合った学び方を見つけてみませんか。
	SBI ホールディングス (株)	街のネオホスピタル	2050 年の街では、だれもが何歳になっても元気に暮らしています。遺伝子情報や日々の体調記録が活用され、一人ひとりに合った医療が当たり前を受けられるようになりました。さらに、進化した再生医療のおかげで、傷ついたカラダの部分を健康な状態にアップデートする技術も身近になりました。2050 年の病院を体験してみましょう。
	日本生命保険 (相)	人生ゲーム REBORN in 2050	没入型の「人生ゲーム」で未来社会を体験 大迫力の映像に囲まれた空間で体験する、子どもから大人まで楽しめる人生ゲーム。 舞台は、最先端の医療やヘルスケアが身近になった 2050 年の大阪。 ルーレットを回して、自分らしい人生のストーリーを疑似体験してみましょう。 今も未来も変わらない、大切なことって何だろう？ 答えは体験の中に。 さあ、みんなのチカラで、未来をすすめ。
アトリウム	(株) BREXA Next	AI コンシエルジュロボット	万博の質問にも応えバイタルチェックも可能なコンシエルジュロボットに話しかけてね。
	大阪府・大阪市	iPS Cells for the future	iPS 細胞をテーマとした展示により、大阪・関西の再生医療のポテンシャルとその未来への可能性を発信。
	(株) サイエンス	ミライ人間洗濯機	1970 年の大阪万博で展示された「人間洗濯機」が、半世紀を経て実現しました。この「ミライ人間洗濯機」は、カラダだけでなくココロまで洗い、健康管理もサポートします。実は「スマートフ

ゾーン	出展企業	展示名	概要（本パビリオン HP より抜粋）
			オン」「回転寿司」「缶コーヒー」も万博生まれ。1970 年から 2025 年、そして 2050 年へ。次はどんなミライが実現するでしょう？
ミライの食と文化	エア・ウォーター（株）	AIR WATER NEO MIX STAND	「AIR WATER NEO MIX STAND」によるこそ。北海道の旬な美味しさがつまった、大阪スタイルのミックドリンクを提供します。冷たくて美味しい飲み物を、先端ロボット君がお届けします。
	日世（株）	NISSEI Mouthful Creations	乳・卵アレルギーの方にも楽しんでいただきたい、乳・卵を使用していないソフトクリームを提供するショップです。米粉のコーンで提供いたします（※小麦粉コンタミネーションあり）。※小麦粉は使用していませんが、混入する可能性のある工場で製造しています。また演出付きの自動盛り付けマシンがあるため、お子様も大人も幅広い世代で楽しめます。
	大阪市高速電気軌道（株）	Metro KITCHEN	鉄道事業者である Osaka Metro が運営する「Metro KITCHEN」では「大阪の“街・人・食”を運び、繋ぐ」をコンセプトに地元の食材等を使用したランチボックスと野菜・フルーツを使用した炭酸入りのスムージーをご提供いたします。
	（株）オオサカムセンデンキ	PACKN-TO	「PACKN-TO」は、一粒万満倍をコンセプトに、おなかも心も満たすおにぎりをお届けします。小さな一粒に大きな想いを込め、大阪から世界へと広がる“幸せのおむすび”に。厳選した食材と本物の美味しさを包み込んだ「究極の塩おにぎり」や「厳選食材を使用したお重」など、こだわりの逸品をご提供します。
	（株）ハークスレイ	ほっかほっか	『ほっかほっか』（ほっかほっか亭 MADE by HURXLEY）は、片手で食べられるミライの食メニュー「ワンハンド BENTO」や大阪の人気グルメなどを販売。食べ歩きにもぴったりで、手軽にミライの美味しい体験ができます。
	（株）高麗貿易ジャパン	韓国料理 bibim'	キンパ、ビビンバ、冷麺など韓国料理をヘルシーで手軽に召し上がりたい方には店長厳選のお勧め料理で空腹を満たしてください。
	六甲バター（株）	QBB これもいいキッチン	植物性素材だけ <sup>※1</sup> でつくった未来の定番メニューを提供するフードコートレストランです。メニュー監修 <sup>※2</sup> にはミシュラン三つ星シェフ佐々木浩氏を起用し、ALL 植物性 <sup>※1</sup> なのに、食べごたえ満点、チーズメーカーならではのとろけるおいしさを満喫いただけます。 ※1 食塩・香料製剤は植物由来ではありません。ただし動物由来のものは一切含みません ※2 デザート・ドリンクは佐々木シェフ監修メニューではありません

ゾーン	出展企業	展示名	概要（本パビリオン HP より抜粋）
	(株) フラット・フィールド・オペレーションズ	SPY×FAMILY DINING	日本が世界に誇るジャパンアニメの圧倒的な世界観と食の魅力が融合。 TV アニメ『SPY×FAMILY』（©遠藤達哉／集英社・SPY×FAMILY 製作委員会）とコラボした食事を通して、特別なフード体験をお楽しみいただけます。キャラクターをイメージ下飲食メニューに加え、来場の記念になるようなスーベニアグッズや、すべてのメニューにもれなくついてくる特典もご用意します。
	(株) アカカベ	アカカベ 大阪ヘルスケアパビリオン店	「医薬品から飲料、暑さ対策商品やお土産まで揃うドラッグストア」
	アサヒグループジャパン (株)	SMILE ALE	まだ食べられるのに使われていない大阪の食材をおいしいクラフトビール※にアップサイクル。アサヒグループと大阪府との共創によって、みなさんに“おいしい”“うれしい”をお届けします。みかん、にんじん、えびいも、ぶどう（デラウェア）、パンを使ったクラフトビール※を、常時2種類販売しております。ぜひ、「SMILE ALE」で“おいしい”“うれしい”を体験してください！ ※酒税法上は発泡酒です。
XD HALL	(株) カプコン	モンスターハンター ブリッジ	360度の映像と音響、振動する床、さらに新たに開発した専用のARデバイスを介して、夢の世界と現実の世界が繋がります。当パビリオンのテーマ「REBORN」から着想を得た「モンスターハンター」の世界を、没入空間でお楽しみください。

## (2) リボーンチャレンジ出展企業・団体一覧

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
4月13日 ～4月20日	Resona Mirai Color ～春～ ミライの医療	(株) りそな銀行 【共同：(株) 関西 みらい銀行・(株) みなと銀行・(株) 埼玉りそな銀行】	(株) イムノセンス
			(株) オルコア
			(株) キュービクス
			ジェリクル (株)
			(株) ブレイン / (株) レイ・クリエーション
			三鷹光器 (株)
			メディア (株)
			モアコスメティックス (株)
			(株) レナートサイエンス
4月21日 ～4月28日	Resona Mirai Color ～夏～ ミライのメトロポ	(株) りそな銀行 【共同：(株) 関西	(株) IBS [ (株) ベホマル]
			(株) wash-plus

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
	リス	みらい銀行・(株) みなと銀行・(株) 埼玉りそな銀行】	(株) LEP 関西化工(株) 三和電気土木工事(株) (株) MIZUKEN (株) TI plus ホールディングス (株) ノベルジェン (有) 古谷商店 [(株) 動力] レッキス工業(株)
4月29日～ 5月5日	ウェルネスを実現するテクノロジーと空間 ～カラダ(フィジカル)の健康と美容を実現するオフィス～	大阪商工会議所	AIREX(株) あっと(株) [(株) Ancient Tree、(株) HNC] (株) ウェルクル (株) OUI (有) J-support (株) ハピネスコーポレーション Wellness Warriors ハカルンジャー [◎(株) PITTAN、(株) サイキンソー、(株) ジーンクエスト] マッスルブループリント(株) (株) マトリクソーム (株) ミルプラトー [(株) IDDK、(株) メディボ] YANCHERS(株) (株) UBeing (株) RASCAL's [(株) TechFirst Leaders、(同) You style]
5月6日～ 5月12日	ウェルネスを実現するテクノロジーと空間 ～ココロとアタマの健康を目指したオフィス～	大阪商工会議所	(株) アルガルバイオ (株) イヴケア (株) VIVIANA NOVANTA [(株) サンパック、(一社) 日本 DFWALK 協会、(株) ハーマニー] (株) グリーンユーティリティー [イースピリット(株)] クリムゾンテクノロジー(株) [(株) made born Japan] (株) CyberneX

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
			(株) タムラテコ [ ゼン・デザインワークス (株) ] (株) NERON (株) ピーイーエス ピクシーダストテクノロジーズ (株) (株) michiteku (株) Mirai Innovattion 研究所 (株) oneA
5月13日～ 5月19日	Rethink まちからはじ まる、脱炭素への取り組 み まちと社会、これから の暮らし	大阪商工信用金庫	(株) ウィファブリック (株) EX-Fusion (株) F.C.大阪 (株) オプティマス ゴイク電池 (株) (株) 興徳クリーナー (株) SIRC (株) 中村超硬
5月20日～ 5月26日	大阪発！ワクワクする未 来の暮らし ～世界一 おもしろい都市をめざし て～	(株) 池田泉州銀行	(株) イノカ (株) With The World (株) EX-Fusion 久保井インキ (株) サンリット・シードリングス (株) / (株) スタジオテック (株) Space Power Technologies (株) デリコジャパン マッスル (株) (株) ユニオン
5月27日～ 6月2日	共に創ろう、ヒトとモノと デジタルの未来 ～デジ タル技術で変わる、大 阪のモノづくり～	(株) 池田泉州銀行	OUTSENSE×オーミケンシ (株) WEST inx クモンスコーポレーション (株) (株) 新免鉄工所 (株) データグリッド 東海バネ工業 (株) 東邦インターナショナル (株)

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
			日新シール工業（株） （株）羽車 （株）フツパー （株）ベッセル
6月3日～ 6月9日	みんなで描こう、誰もが 暮らしやすい社会 ～ 未来の生き方・働き方 ～	（株）池田泉州銀行	（株）アイ・ブレインサイエンス 飯田織工（株） AIで見守る未来の健康 SARAYA & LAiF （株）エルシオ （株）PITTAN （株）FiberMedicine BABY JOB（株） 圓井繊維機械（株） 山本光学（株） （株）Ubitone （株）Lean on Me
6月10日～ 6月16日	未来の生活スタイル ～ スマートルーム～	大阪シティ信用金庫	（株）アースブルー イマクリエイト（株） （株）WAVE 植田油脂（株） （株）EST カワキタ／大阪国際工科専門職大学 （株）キムラ （株）KDP [（株）アーマード・プロダクツ、 （株）Sparkle and、（株）日建テクノス、 （株）フジ医療器、富士パッケージ（株）、 ライノジャパン（株）] （株）甲山屋 （株）古賀機械製作所／田中電気（株） コガソフトウェア（株） 境川工業（株） （株）スイッチスタンス スキルシステムズ AI 細胞診コンソーシアム

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
			スタッドラインチーム
			(株) スパイラルの田中
			誓和工具 (株)
			太洋 (株)
			たしかにプラス (株)
			(株) 田村商店
			(株) TW PLAN
			帝国イオン (株)
			(株) テクノフロント
			(株) トパック
			(株) ナダヤ
			奈良県立医科大学/ティ・アール・エイ/ホログラム
			(株) ネクストクリエイト
			野田金属工業 (株)
			(株) ビズジーン
			(株) フォレストパックス
			(株) プラス
			(株) plust
			(株) マエナカスポーツ
			(株) 万立&大阪公立大学
(株) 桃谷順天館			
(株) ヤマト			
(株) リゲッタ			
Rehabilitation3.0 (株)			
6月17日～ 6月23日	みんなで考える未来の 街プロジェクト	大阪産業局	verbal and dialogue (株)
			ヴァイストン (株)
			Walk Care
			ORAM (株)
			カワテック (株)
			(株) Qualiagram
			(株) コンティニューム・ソーシャル

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
			(株) C&T
			C1 (株)
			タカバマ (株)
			(株) Dental Prediction
			(株) Learn More
6月24日～ 6月30日	明日が楽しくなる町「スマートヘルスケアタウン」プロジェクト	大阪産業局	(株) With Midwife
			(株) ウェルナス
			eightis (株)
			(株) EVA セラピューティクス
			HONESTIES (株)
			(株) カルディオインテリジェンス
			(株) Cubec
			(株) CCH サウンド
			(株) TearExo
			(株) テルミーソリューションズ
			日本美容創生 (株) [ (株) 谷商会、(株) リーディアル]
			(株) bacterico
			(株) fcuro
			リバーセル (株)
7月1日～ 7月7日	カーボンニュートラル トレジャーハント ～便利な未来を支える技術たち～	大阪産業局	Yellow Duck (株)
			AC Biode (株) [ (株) レブセル]
			(株) エイトノット
			(株) エネコートテクノロジーズ
			(同) ELEMUS
			(株) QioN
			ジカンテクノ (株)
			Zip Infrastructure (株)
			DeepForest Technologies (株)
			(株) BIOTECHWORKS-H2
			光オンデマンドケミカル (株)
			(株) ヘミセルローズ

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
			(株) ミーバイオ
			(株) RevoEnergy
7月8日～ 7月14日	MOBIO 大阪パピリオン 展示 No/BORdER ～国境・垣根・時代・カ ベを越える技術展～	大阪産業局	宇宙開発（協組）SOHLA
			金井重要工業（株）
			（同）C&M
			（株）ジェイテックコーポレーション
			下西技研工業（株）
			（株）第一精工舎
			（株）竹中製作所
			田尻薄片製作所
			ナミテイ（株）
			ナルックス（株）
			ハードロック工業（株）
			菱田技研工業（株）
			（株）ユニオン
7月15日～ 7月21日	パワースポット IN OSAKA 中小カンパニー	大阪府中小企業団体 中央会	（株）ACE [TheSignage（株）、 futureDesign（株）]
			大阪玩具事業（協組）
			大阪・関西万博節句工業コンソーシアム
			（株）加藤忠
			（株）新川製作所
			（株）竹中製作所
			デジタル総合印刷（株）
			（株）バーテック
			みどり製菓（株）
			（株）毛髪クリニックリーブ21
			ユ-グロップ（株）
7月22日～ 7月28日	観光の新規事業の実 験場 ～観光産業か ら、関西を元気に～	（一社）関西イノベ ーションセンター（MUIC Kansai）	（株）Airporter
			J-CAT（株）
			（株）Stroly
			東京トラベルパートナーズ（株）
			（株）HashPort

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
7月29日～ 8月4日	みんなで創るミライ社会 「認める。活かす。高め あう。」	(株) 三菱UFJ銀行	(株) ガクシー
			(株) COMARU
			コンピュータサイエンス研究所コンソーシアム
			(株) システムギアビジョン
			日新電機工作(株)
			HelloWorld(株)
			BeLiebe コンソーシアム
8月5日～ 8月11日	Academia × REBORN ～学理と実際の調和 ～	関西大学	(株) アイ・エレクトロライト
			(株) アックスヤマザキ
			(株) イノカ
			大阪冶金興業(株)
			Cranebio(株)
			(株) KUREi
			(株) ゴエンジン
			(株) ナノスパイク
			Virtual Motorsport Lab Inc.
8月12日～ 8月18日	Series A ;セレクション ～輝く未来社会の創り 手ここにあり～	大阪商工会議所	Utsubo(株)
			(株) エーエスピー
			OSAKA 町工場 EXPO
			津田工業(株)
			(株) テクリコ
			(株) toraru
			(株) ユニオンドアテック
			RIDE DESIGN/ライドデザイン
			リアルワールドゲームス(株)
8月19日～ 8月25日	バイオプラスチックで REBORN	(一社) 西日本プラスチック製品工業協会	旭化工(株) / (株) 泉製作所/角一化成 (株) /サカエ(株) /佐原化学工業(株) / (株) 三共プラス / (株) 昭栄精化工業/ (有) 不動プラスチック製作所
			アスカカンパニー(株)
			岩崎工業(株)
			(株) 上山製作所
			エビス(株)

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
			(株) オーエスケー
			大阪銘板 (株)
			協和 (株)
			三優ライト工業 (株)
			大成化工 (株)
			多田プラスチック工業 (株)
			(株) プラステコ
			(株) ヤマキ合成
			(株) 山佳化成
			吉川化成 (株)
			(株) 吉川国工業所
			リーダー (株)
			(株) Ring
(株) ワカクサ			
8月26日～ 9月1日	少し先の未来生活を支える「縁の下 (E・N・NO・SHI・TA)」ものづくり企業たち	(地独) 大阪産業技術研究所	ATTACCATO (同)
			エースシステム (株)
			SOEC グリーン水素開発共同企業体
			ハイテン工業 (株)
			ビッグテクノス (株)
			Beyond 5G 材料開発ユニット共同企業体
			Beyond 5G 表面改質ユニット共同企業体
			(株) 未来のコト
			メディカル・エイド (株)
			リグナイト (株)
			和光電研 (株)
9月2日～ 9月8日	Resona Mirai Color ～秋～ ミライと和の調和	(株) りそな銀行 【共同：(株) 関西 みらい銀行・(株) みなと銀行・(株) 埼玉りそな銀行】	(株) アキボウ
			ウイドゥ・スタイル 積水成型工業
			ウエスト構造計画研究所
			エシカル・スピリッツ (株)
			栗原木工 (株)
			スパイスキューブ (株)
			(株) 清華堂

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
			たなべたたらりなカバヤシ
			(株) TAMAYURA
			(株) LearnMore
9月9日～ 9月15日	Resona Mirai Color ～冬～ ミライのテクノロジー	(株) りそな銀行 【共同：(株) 関西 みらい銀行・(株) みなと銀行・(株) 埼玉りそな銀行】	iPresence (株)
			アイリス (株)
			アトモフ (株)
			オンキヨー (株)
			(株) 人機一体
			(株) たにぐち
			(一社) Dream On Management
			ポニー工業 (株)
			(株) RedDotDroneJapan
9月16日～ 9月22日	まちこうばのエンターテイ メント！ ～みせるばや おモデル～	八尾市	(株) アーテック
			アベル (株) / (株) ウエダ美粧堂/ (株) 八尾金 網製作所
			カネエム工業 (株)
			木村石鹼工業 (株)
			錦城護謨 (株)
			(有) 大一創芸
			(株) 友安製作所
			藤田金属 (株)
			(株) マックス
			(株) ミナミダ
			ヤマトエスロン (株)
9月23日～ 9月29日	サステナブルに基づく織 維・ファッション産業の未 来共創プロジェクト	大阪商工会議所・ (協組) 関西ファッ ション連合	(株) リゲッタ/山本化学工業 (株)
			ブローレンチ/ (株) ケアファッション/山本化学工 業 (株)
			(株) ケアファッション/山本化学工業 (株)
			(株) ヨシダ/山本化学工業 (株)
			(学) ミクニ学園 大阪文化服装学院/ (株) 丸十
			(学) ミクニ学園 大阪文化服装学院/ (株) 太洋商店/北高 (株)
			(学) ミクニ学園 大阪文化服装学院/

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
			(株) 太洋商店/北高(株) / (株) 丸十/(株) ロイスエンタテインメント
			(学) ミクニ学園 大阪文化服装学院/ (株) ロイスエンタテインメント
			(学) ミクニ学園 大阪文化服装学院/ (株) 吉村解体
			(学) ミクニ学園 大阪文化服装学院/ (株) 京都紋付
			(学) ミクニ学園 大阪文化服装学院/ 三恵メリヤス(株)
			(学) ミクニ学園 大阪文化服装学院/ (株) 京都紋付/三恵メリヤス(株)
			(株) 東紀繊維/オーミケンシ(株) /マツオイン ターナショナル(株) / (株) 桃谷順天館
			(株) 桃谷順天館/オーミケンシ(株) / (株) 東紀繊維/マツオインターナショナル (株)
			オーミケンシ(株) / (株) 東紀繊維/マツオイン ターナショナル(株) / (株) 桃谷順天館
			マツオインターナショナル(株) / (株) 桃谷順 天館/オーミケンシ(株) / (株) 東紀繊維
			オーミケンシ(株) / (株) 東紀繊維/マツオイン ターナショナル(株) / (株) 桃谷順天館
			9月30日～ 10月6日

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
			(株) 舞昆のこうはら
			(株) メディカ出版
			安田 (株)
10月7日～ 10月13日	身近な課題や世界のお 困りごとを大阪の町工 場が解決します！	大阪商工会議所・大 阪信用金庫	ヘルシースマイル アグリカルチャー [◎有光工業(株)、NT 技研工業(株)]
			ええやないか [ライトタッチテクノロジー(株)]
			大阪ラセン管工業(株)
			災害時要救助者探知システム開発グループ [◎(株)マトリックス、旭電機化成(株)、 (株)ミマモルメ]
			水陸両用マルチパーパスモビリティ製作チーム [◎(有)インデックス、富士高周波工業 (株)]
			テーラーメイド3D人工骨[大阪冶金興業 (株)]
			デオキシ 鮮度コスメ[◎プリマール(株)、 壽香料(株)、(株)マスコール]
			BE 120 (ええやん 120 歳)[◎マッスル(株)、 (株)ヌマタ]
			防災ロッカー製作委員会 with J [◎鈴木印刷工業 (株)、(学)城南学園 大阪城南女子短期大 学、(株)澤田製作所、しずくいる、スマイルキッズ (株)、ディフロンティア(株)、(株)東和機器、 八木産業、吉原建設産業(株)]
			ホカホカニコニコおにぎり [◎(株)ユニックス、木村 アルミ箔(株)、(株)タムラテコ、ニコニコのり (株)、(株)マスコール]
			町工場が大空に挑む！飛行船『Zipang』プロジェクト [◎成光精密(株)、(株)池田鉄工所、 (株)カサタニ、(株)クロステック、(株)KDP、 (株)高洋商会、(株)土井商店、東亜成型 (株)、中橋製作所、西村鐵工所、(株)ノジマ、 柗谷熔接所、(有)南歯車製作所]
			Manufacturing Integrator 5 [◎(株)山本金属製作所、山本金属工業 (株)、山本精機(株)、山本精密(株)]
			未来社会の感情センシング技術[小日向 (同)]
			未利用魚の活用に大阪の町工場が挑戦！ [◎東洋水産機械(株)、相光電子(株)、 (株)タイヨウ、(株)タマックス、中橋製作所、 八田工業(株)]
			目指せ飢餓0！大阪の食で世界を笑顔にする [◎エースシステム(株)、(株)テラ、

展示期間	テーマ	実施主体	出展企業
			(株) 陸水]
			夢をかなえるオーダーメイド化粧品 [◎ 壽香料 (株)、プリマール (株) ]
			“世の中に HAPPY & WOW を届けるプロダクト” (最適自動温度調節服) [◎ 東阪電子機器 (株)、あっと (株)、NSW (株)、大阪ヒートクール (株)、地球観測 (株)、(株) HAKATTE、(株) マスコール]
			りびんぐラボ大阪関西[◎ (株) 木幡計器製作所、(株) 池田鉄工所、(株) オーゼットケー、(株) 北浜化学、(株) 土井商店、東亜無線電機 (株)、西村鐵工所、(株) 日本電機研究所、光機械工業 (株)、(株) ヘルチャイルド、(有) 南歯車製作所、(株) 矢倉鉄工所、山田製作所]
			Road to 2050 快適な社会生活への第一歩 [◎ (株) ニシト発條製作所、(株) 三共製作所、旭電機化成 (株)、三和機電工業 (株) ]

### (3) ミライの大阪「中小企業・スタートアップめぐり」出展企業一覧

(出展決定順)

企業名	業種	題材
(株) ヘルスデザイン プロモーション	サービス業 (健康づくりソリューションシステム企画・開発・販売)	家族の未病をケアするラボラトリー ロボット
SKH (株)	製造業 (電気暖房器具製造販売)	電気毛布の製造技術を応用した米糀 の発酵器の開発
(株) TI plus ホール ディングス	製造業 (排水リサイクルトイレ システムの設計・製造・販売)	いのちを守る自己完結型リサイク ルトイレと未来社会への可能性
(株) コダマ	製造業 (めっき加工)	人と AI とロボットとの協働 未来のメ ッキ加工技術
アットジャパンプラン ニング (株)	宅地建物取引業 (不動産売買・賃貸 仲介・管理)	未来を切り拓く、不動産の新たな可能 性
免疫力身体ビューティ ー (株)	サービス業 (エステサロン経営、化 粧品等販売)	健康と美容を口から身体(Karada)か ら取得する 身体(カラダ)のことにつ いて考える
(株) F.C.大阪	サッカークラブ運営	スポーツクラブが HUB となった時に 起こる社会の変化と未来の姿
豊田絲業 (株)	繊維加工業 (原料原糸加工)	繊維の歴史を未来に紡ぐ、糸加工技術 の継承
(株) メディカン	医療機器卸販売及びレンタル	24 時間 365 日あなたの健康を守る新 たな「暮らし」のかたち!
(株) 未来のコト	専門サービス業 (省エネルギーシ	自然エネルギーを活用した省エネシ

企業名	業種	題材
	ステムの企画・開発・販売・コンサルティング)	ステム
(株) 西日本模型	製造業(各種精密模型の制作、販売およびそれに付帯関連する一切の事業)	過去から未来に引き継がれる模型制作技術
(株) 山本貞雄商店	梱包資材販売業	捨てるものをスマートに
(株) AdvanSentinel	技術サービス業(ウイルス等の分析受託および関連するキットの販売)	環境 DNA 分野のイノベーターとして社会課題の解決に挑む
(株) メディコスヒラタ	販売業(医療用機器輸入、製造及び販売)	未来の局所止血材技術「ミライのカサブタ」
豊開発(株)	建設業(土木・建築・基礎工事一式)	ミライの安心を支える、施工管理のチカラ!
大阪タオル工業組合	中小企業団体(タオルの共同販売、指導、教育)	日本タオル発祥の地 泉州産のタオルの未来への継承
(株) イムノセンス	製造業(POCT 向け免疫測定検査機器の開発・製造販売)	独自の免疫検査技術で新たな健康社会を切りひらく
タイガー魔法瓶(株)	製造業(真空断熱ボトル、ジャー炊飯器、電気ケトル、電気ポット、電気調理器具、アウトドア用品など)	真空断熱技術でカーボンニュートラルへ貢献
(株) レーヴ	障がい福祉事業、障がい福祉サービス事業、就労支援事業	障がいを持つ方の社会進出
(株) 中央電機計器製作所	電気機械器具製造業(カスタムメイドのテスト・計測・制御システム/装置等)	日本のモノづくりを支える未来の汎用検査システム
デジタル総合印刷(株)	製造業、印刷関連サービス業	EXPO'70 と現在の VR 技術の融合
(株) ユニオンドアテック	卸売業、発電機器の販売・輸出入、セキュリティ機器販売	"未来の扉を開け! 自動アシストドア発電システム"
TST ジャパン(株)	電子機器製造販売(IoT デバイス開発販売)	同時多数接続 IoT センサーで環境管理へ
ヤマウチ(株)	製造業(工業用ゴム・プラスチック製品の生産)	100 年の歴史と未来を描く 100 年先の技術
(一社) ハンドメイドキャンドル協会	製造販売、飲食店経営(キャンドル製造販売、カフェ経営)	キャンドルで心を癒し暮らしを豊かに!
(株) タニスタ	映像制作業(CG 映像制作)	超高齢化社会の中で「最も輝く自分で生き続ける」バーチャルコミュニケーションサービス

企業名	業種	題材
(株) オタクラウド	IT・サービス業(マッチングサービス運営)	VR アバター・ワールドオーダーメイドマッチングサービス
(株) ルネッサンス・エナジー・リサーチ	化学品製造業(研究受託、触媒・分離膜販売)	エネルギーのルネッサンス(再生)を実現する世界トップクラスの技術
オーケージーリース(株)	建築用仮設資材のリース・販売	リースで創る未来の建設業: 持続可能性と技術革新への挑戦
(株) TURN Technology	燃料噴射ノズルの製造、エンジン部品製造、精密試作品の製造	2050年・ミライのものづくり工場を考える
日本医養(株)	ヘルスケア製品開発、製造、受託	水素酸素で切り拓くいのち輝く未来社会
水谷ペイント(株)	塗料製造・販売	塗料技術で守る私たちの社会
(株) USEYA	システム設計開発・保守運営	唯一無二のデジタルシェア工房
ライフサポートほほえみ福祉タクシー	搬送 送迎サービス	口腔衛生に寄与する短尺柄歯ブラシの普及
(株) STI-IR	歯ブラシの製造	歯の健康のために歯ブラシの常識を変える。
井藤漢方製薬(株)	医薬品・医薬部外品・化粧品及び健康食品等の製造、販売	口の中で躍る快感。歯磨きは進化する!
ROYFACE(株)	菌活美肌専門店	皮膚常在菌がもたらす未来の美容
(株) 白寿生科学研究所	家庭用・医療用ヘルスケア機器及び健康食品などの開発ならびに製造販売	日本発! 長寿社会の未来を切り開く電界の力
田尻薄片製作所	薄片(プレパレート) 製作	多種多様な複合素材の顕微鏡観察を実現!
(株) 興徳クリーナー	産業廃棄物処理業	未来の生活を支える環境保全とリサイクル
驊和(株)	アプリケーションソフトウェアの開発、運営、管理及びその関連業務	音楽で未来をつなぎ、健康で輝く社会を実現する
日新技研(株)	送風機、集塵装置、空気輸送装置などの設計・製造・施工	安全な食品保存の新技術
(株) ナノベース	システム開発、保守	未来から見たコンピュータシステムの変遷
角一化成(株)	各種工業用ゴム、プラスチック製品の製造ならびに販売	未来を創る・進化する2色成形技術
アイシンヘルスケア(株)	補聴器・健康機器の販売	聴こえるって楽しい! 補聴器で未来へ挑戦
(株) クリスタージュ	電子ディスプレイの設計、製造、販売	受け継がれるべきモノクロ液晶ディスプレイ

企業名	業種	題材
三山（株）	ミシン糸、ニット用先染糸販売、人工皮革の卸売販売	帯電した静電気を衣服で軽減させる新技術
（特非）シビルブレイン	法人後見	AI と人の協働で進化する成年後見制度
（株）アドニス	靴の企画・製造・販売及び輸出入	テクノロジーとフォルムを極めた、新時代のフットウェア
（有）上手工作所	家具・金物の製造販売	素材の魅力を再発見して持続可能なものづくりを
（株）エム・ティー・スリー	動物用医薬品の製造販売	医療の未来を拓げ、全てのいのちに寄り添う
シー・システム（株）	業務自動化における AI 開発	文房具みたいに、働き方にそっと AI を。
Carbon Xtract（株）	CO <sub>2</sub> 回収装置の製造、販売	膜を用いて空気中の CO <sub>2</sub> を回収する技術を活用した植物工場の実証実験
（株）グリーン・メタネーション研究所	水素製造装置技術開発・製造販売	分散型・随時利用型の SOEC 水素製造装置

※企業名等は出展当時の情報

#### (4) デモキッチン催事一覧

開催期間	主催者	タイトル
4月13日～ 4月19日	大阪ヘルスケアパビリオン	OSAKA MAGIC COOKING
4月20日～ 4月26日	（公財）大阪観光局	大阪 食文化の発信
4月27日～ 5月3日	（株）ハークスレイ	MR 体験“食のインテグレーション”～THE OISHII QUEST～
5月4日～ 5月10日	大阪府環境農林水産部（大阪料理会）	大阪の豊かな食文化の発信
5月11日～ 5月12日	（一社）日本抗加齢医学会、 （特非）日本抗加齢協会	ミライの食文化発信～ポーションの酸化バリア製法技術～
5月13日	大阪ヘルスケアパビリオン	テレビ番組公開収録（朝日放送テレビ「DAIGO も天下の台所」）
5月14日～ 5月17日	（一社）日本抗加齢医学会、 （特非）日本抗加齢協会	ミライの食文化発信～ポーションの酸化バリア製法技術～
5月18日～ 5月20日	（株）オオサカムセンデンキ	日本茶で演出する、新しいお酒の文化

開催期間	主催者	タイトル
5月23日～ 5月24日	(株) オオサカムセンデンキ	“自然共生型フードシステム”講演&実食
5月25日～ 5月31日	大阪ヘルスケアパビリオン (大阪公立大学)	ミックスジュース HEALTHY EXERCISE
6月1日～ 6月7日	大阪ヘルスケアパビリオン	朝日放送テレビ「DAIGO も天下の台所」出張イベント
6月8日～ 6月11日	(一社) 日本抗加齢医学会、 (特非) 日本抗加齢協会	アンチエイジングスイーツ紹介
6月12日	(一社) 日本抗加齢医学会、 (特非) 日本抗加齢協会	骨さん、おおきに！
6月13日	(一社) 日本抗加齢医学会、 (特非) 日本抗加齢協会	命支える食の大切さを考える
6月14日	(一社) 日本抗加齢医学会、 (特非) 日本抗加齢協会	骨さん、おおきに！
6月15日～ 6月28日	大阪ヘルスケアパビリオン (大阪国税局)	関西のお酒の魅力を感じてみよう！セミナー&試食体験
6月29日～ 7月12日	大阪ヘルスケアパビリオン	Osaka Food-Design Projection
7月13日～ 7月19日	大阪ヘルスケアパビリオン	美味しさのその先へ
7月20日～ 7月26日	大阪ヘルスケアパビリオン	自然循環の中で食べる大阪・関西フード Quiz
7月27日～ 8月2日	大阪ヘルスケアパビリオン (辻調理師専門学校)	知る、味わう、未来のレシピ
8月3日～ 8月9日	(公社) 日本栄養士会、 (公社) 大阪府栄養士会	栄養から考えるミライのレシピ
8月10日～ 8月16日	大阪ヘルスケアパビリオン (京都大学)	宇宙未来生活ラボ～宙(そら)に生きる未来へ～
8月17日～ 8月22日	(株) ハークスレイ	MR 体験“食のインテグレーション”～THE OISHII QUEST～
8月23日～ 8月24日	大阪府健康医療部	食の DEMO LIVE in 大阪ヘルスケア PV
8月25日～ 8月30日	エア・ウォーター (株)	ミライのジェラード作り&サイエンスショー
8月31日～ 9月6日	大阪ヘルスケアパビリオン (辻調理師専門学校)	知る、味わう、未来のレシピ

開催期間	主催者	タイトル
9月7日～ 9月13日	大阪公立大学	食×学び×SDGs～OMU が描く未来のかたち～
9月14日～ 9月20日	関西大学	関大万博部～サステイナブルな未来の食工房～
9月21日～ 9月27日	大阪ヘルスケアパビリオン（大阪公立大学）	ミックスジュース HEALTHY EXERCISE
9月28日～ 9月30日	大阪ヘルスケアパビリオン	OSAKA MAGIC COOKING
10月1日	大阪ヘルスケアパビリオン（ヨルダン館）	Taste Jordan～ヨルダン×大阪産（もん）ライブクッキング～
10月2日～ 10月4日	（株）サイエンス	大学の先生と学ぶ食の未来と食品衛生
10月5日～ 10月11日	大阪ヘルスケアパビリオン	美味しさのその先へ
10月12日～ 10月13日	大阪ヘルスケアパビリオン	OSAKA MAGIC COOKING

## (5) バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン 開催実績

### 【イベント開催実績】

実施日	タイトル
4月17日	バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン ノベル型体験プロジェクト「ユーダイモニア」公開記念イベント
6月19日	EXPO 2025 Virtual Osaka Healthcare Pavilion 「Eudaimonia」 presents Virtual Live1 「ARK -或ル世界-」同時上映
8月24日	バーチャルでリボン！バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン DAY
9月18日	EXPO 2025 Virtual Osaka Healthcare Pavilion 「Eudaimonia」 presents Virtual Live2「ARK -此ノ未来-」同時上映ほか

【利用実績】

項目	数値
累計来場者数	10,500,496 人
累計配信枠数	351,682
累計いいね数	469,610,531
累計スクリーンショット撮影回数	438,713 回

(6) 行催事 開催実績 (リボーンステージ)

「REBORN、始まる」		
開催期間	主催者	タイトル
4月13日	大阪ヘルスケアパビリオン	大阪ヘルスケアパビリオン 開幕イベント
4月15日～ 4月16日	大阪ヘルスケアパビリオン	カモン！EXPO ステージ ～嘉門タツオ ライブ～
4月17日	大阪ヘルスケアパビリオン	バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン ノベル型体験プロジェクト「ユーダイモニア」公開記念イベント
4月18日～ 4月20日	大阪ヘルスケアパビリオン	～繁昌亭がやってきた！～ 笑って健康！リボーン寄席/音楽で元気に！ 在阪オーケストラメンバーによる金管アンサンブルの夕べ
4月21日	大阪商工会議所	くろぞ万博！くろぞ大阪！
4月22日	大阪府教育庁	わくわく・どきどき SDG s ジュニアプロジェクト～世界に伝えたい！私たちが考えたすべてのいのちが輝くためのアイデア～
4月23日	大阪府政策企画部	けいはんな万博 in 夢洲 (春)
4月24日～ 4月25日	大阪市高速電気軌道 (株)	ミライメトロステージ
4月26日	大阪ヘルスケアパビリオン (Hello！おもてなしジュニア実行委員会)	Hello！おもてなしジュニア
4月27日	(株)ヘルスケアシステムズ	健康レンジャーと未来のカラダづくり～専門家と有名企業がサポート！あなたのカラダの悩みを解決～presented by ヘルスケアシステムズ
4月28日	TIS (株)	阪南ひとつなぎ EXPO
4月29日	TIS (株)	ドローンが創る物流、医療、災害時の革新とデジタルツイン技術の活用

「REBORN、始まる」		
開催期間	主催者	タイトル
4月30日	TIS（株）	学研都市「けいはんな」を通して見る未来社会
5月2日～ 5月3日	大日本印刷（株）	Come Together！ -未来はいろいろな輝きに満ちている DNPのテクノロジー-
5月4日～ 5月6日	東京書籍（株）	ミライブカツ in リボーンステージ
5月8日	大阪府・市万博推進局	【大阪ウィーク～春～】大阪ウィーク プレイバント
5月9日	大阪市消防局	【大阪ウィーク～春～】未来の消防活動の展示
5月10日	阪南市	【大阪ウィーク～春～】阪南ひとつなぎ EXPO
5月11日	大阪狭山市	【大阪ウィーク～春～】Osakasayama Ryuujin Stage ～MIRAI～
5月12日	松原市	【大阪ウィーク～春～】まつばらの魅力発信！！ みんなで見よう！やろう！セーフコミュニティ！
5月13日	豊中市	【大阪ウィーク～春～】JUMP! ～なわ 1 本で人と、世界と、未来を繋ぐ～
5月14日	大阪市経済戦略局	【大阪ウィーク～春～】【X Games Osaka 2025 PR イベント】未来を創る万博、限界を超えるXゲームズ。2025年、大阪が世界の舞台になる！
5月15日	柏原市	【大阪ウィーク～春～】始めてみよう！耳活フィットネス！！
5月16日	大阪市経済戦略局	【大阪ウィーク～春～】【X Games Osaka 2025 PR イベント】未来を創る万博、限界を超えるXゲームズ。2025年、大阪が世界の舞台になる！
5月17日	泉大津市	【大阪ウィーク～春～】IZUMIOTSU WELL-BEING EXPO2025
5月18日	和泉市	【大阪ウィーク～春～】2025 大阪和泉市デー
5月19日～ 5月24日	（株）カブコン	『モンスターハンター ブリッジ』オトモアイルーグリーディング
5月25日	（株）池田泉州銀行	ボーダレスな野外音楽フェス ひときわ音楽祭 in EXPO2025

「REBORN、始まる」		
開催期間	主催者	タイトル
5月26日～ 5月27日	大阪ヘルスケアパビリオン	大阪ヘルスケアパビリオン ペットとの共生イベント
5月28日	大阪ヘルスケアパビリオン	大阪ヘルスケアパビリオン 来館者数100万人突破記念セレモニー
5月30日～ 5月31日	大阪ヘルスケアパビリオン（（同）ユー・エス・ジェイ）	USJ「サンクス・ラブ・マンズ」スペシャルステージ in 大阪ヘルスケアパビリオン

「ミライにつなぐ」		
開催期間	主催者	タイトル
6月1日～ 6月3日	森永乳業（株）	森永 ビフィズス菌パーク
6月4日～ 6月5日	（一社）日本MA-T工業会	ミライの空間衛生 MA-T 気流空間洗浄機体感イベント
6月6日～ 6月7日	大阪ヘルスケアパビリオン（（株）ジェイコムウェスト）	特別番組 かも～ん！大阪・関西万博！～大阪ヘルスケアパビリオンから500分LIVE～
6月8日	関西大学	100年後の未来演劇～大学の研究力×大阪企業の技術力の可能性～／Z&α世代による未来を切り拓くカタナ発表会
6月9日～ 6月11日	ロート製薬（株）	ROHTO Healthcare DAY～Feel Science & Passion～
6月12日	大阪府環境農林水産部	大阪産（もん）を食べて元気になろう！～大阪産（もん）の美味しい食べ方・楽しみ方～
6月13日	（一社）日本抗加齢医学会、（特非）日本抗加齢協会	トークショー「動物保護の現状と今私たちができること」/第25回日本抗加齢医学会総会会長特別企画スペシャルイベント
6月14日	大阪ヘルスケアパビリオン（Hello！おもてなしジュニア実行委員会）	Hello！おもてなしジュニア
6月15日	SyncMOF（株）	“MOF FES” -「ヒーローになるCO2」プロジェクト-
6月19日	大阪ヘルスケアパビリオン	EXPO 2025 Virtual Osaka Healthcare Pavilion「Eudaimonia」presents Virtual Live1「ARK -或ル世界-」同時上映
6月20日	大阪市経済戦略局（共催：Greater Manchester Combined Authority）	BLOOM - Osaka and Manchester
6月21日	（一社）大阪青年会議所	響け、まちの魅力！～一歩踏み出し世界を魅了せよ～

「ミライにつなぐ」		
開催期間	主催者	タイトル
6月22日	大阪府・市万博推進局（万博 TDM パートナー ①大伸社グループ/②STUDIO PORT MINA）	①アートを通して新しい自分と出会う IN 大阪ヘルスケアパビリオン/②Sacred Whirling～魂を旋回する舞～
6月23日～ 6月24日	大阪ヘルスケアパビリオン（TikTok Japan）	Connect By Tourism in 大阪ヘルスケアパビリオン
6月25日～ 6月27日	（有）J-Support	美 食 奏 ～美と健康 で、未来を奏でる～
6月28日	（有）J-Support	「健康」の第一歩は「健口」から
6月29日	大阪府・市万博推進局（万博 TDM パートナー： カワテック（株））	拡張する人間：健康と能力の新時代へ
7月2日	大阪府・市万博推進局（万博 TDM パートナー： ①（株）れんくる/②（一社）全日本ノルディック・ウォーク連盟）	①だれでもストリートピアノ ～ 指を使って楽しく脳の活性化 ～/②メディカルノルディックウォーキング体験会
7月4日	大阪府・市万博推進局（万博 TDM パートナー： ①（株）夢広/②大阪府印刷工業組合）	①健康・安心な家づくり/②技術とアイデアでつなぐ、印刷の未来 in EXPO2025
7月5日	大阪ヘルスケアパビリオン	夏休み直前！万博へ行こう！～REBORN SUMMER FESTA～
7月6日	（株）アカカベ	アカカベ健康フェア in 大阪・関西万博
7月7日	大阪府・市万博推進局（万博 TDM パートナー： ①ソルドジャパン（株）/②（同）TRCoordinator）	①上方大衆文化の子カラを今、再びここに/②和魂演芸
7月8日	培養肉未来創造コンソーシアム	CULTIVATED MEAT JOURNEY 2025～知る、感じる、考える。培養肉が創る未来の食～
	大阪ヘルスケアパビリオン	大阪ヘルスケアパビリオン 来館者数 200 万人突破記念セレモニー
7月9日～ 7月12日	エア・ウォーター（株）	エア・ウォーター 未来フェス！ ～地球の恵みと共に～
7月13日	BIPROGY（株）	トークショー「BIPROGY バドミントンチームが切り拓く、サステナブルなミライ」
7月15日	大阪府・市万博推進局（万博 TDM パートナー： ①（株）千里カーゴサービス/②（有）ネオ・ドリーム）	①「いのち」を救うための物流会社のイマと、ドローン物流/②鯉・金魚（いのち）とふれあうメンタルヘルスケア in 大阪ヘルスケアパビリオン

「ミライにつなぐ」		
開催期間	主催者	タイトル
7月16日	大阪ヘルスケアパビリオン	嘉門タツオ サマーナイトライブ
7月17日	(株) BREXA Next	未来のワクワク職業体験～AR で未来をのぞこう！～
7月18日～ 7月19日	大阪ヘルスケアパビリオン	嘉門タツオ サマーナイトライブ
7月20日～ 7月21日	大阪市高速電気軌道(株)	ミライメトロステージ
7月22日	大阪府・市万博推進局(万博 TDM パートナー: 医療法人伯鳳会はくほう会セントラル病院)	Reborn Medical-災害の地に、命の希望を運ぶ 移動型病院メディカルコネックス
7月23日	(一社) 万博サクヤヒメ会議	アーティスト鴻池朋子トークイベント: 万博を飛びだし、旅するオオカミたち
7月24日	松原市	【大阪ウィーク～夏～】松原市地域団体によるダンスパフォーマンス
7月25日	大阪市消防局	【大阪ウィーク～夏～】未来の消防活動の展示・特別公演「火水火水(KAMI-GAMI)」
7月26日	大阪府環境農林水産部	【大阪ウィーク～夏～】いまこそ考える私たちの環境の未来
7月27日	河内長野市	【大阪ウィーク～夏～】自分が生きるまちが「好き。」五感でつながる河内長野
7月28日	堺市	【大阪ウィーク～夏～】Craftsmanship Journey 万博の楽市楽座、堺と出会う一期一会
7月29日	八尾市	【大阪ウィーク～夏～】YAO iPPPO
7月31日	貝塚市	【大阪ウィーク～夏～】「食と健康」で未来につなげる～産官学連携共創チャレンジ～
8月1日	大阪府府民文化部	【大阪ウィーク～夏～】Love×Laugh×Life みんなが笑いあえる世界へ
8月3日	大阪市大正区	【大阪ウィーク～夏～】大正ミュージックフェスティバル
8月4日	大阪府環境農林水産部	大阪産(もん)を食べて元気になろう! ～大阪産(もん)のおいしい食べ方・楽しみ方～
8月5日	(公社)日本栄養士会、(公社)大阪府栄養士会	管理栄養士・栄養士と一緒に考える、栄養と食の未来 ～ジャパン・ニュートリション・アクション2025 in 大阪～

「ミライにつなぐ」		
開催期間	主催者	タイトル
8月6日～ 8月9日	(株)サイエンス	ミラブルテクノロジーとは
8月9日	大阪ヘルスケアパビリオン	大阪ヘルスケアパビリオン 来館者数 300 万人突破記念セレモニー
8月10日	(公財)大阪観光局	第4回 MET インクルーシブスマイルデー in 大阪万博 2025「子どもたちの笑顔の日」
8月12日～ 8月13日	(株)セブン-イレブン・ジャパン	セブン-イレブン ヘルスケア DAY
8月14日	東京書籍 (株)	“未来の学び”を体験するステージイベント「ミライブカツ」の第2弾「地球と未来の Nature Positive プログラム」
8月15日～ 8月16日	(株)スポーツ&ライフ・イノベーション	Ring in 大阪・関西万博 / Feel The Wave in 大阪・関西万博 / Soulful Dive in 大阪・関西万博
8月17日	大阪府教育庁	School Festival in Expo ~by the students of Osaka ~【奏】Summer Music Festival
8月18日	大阪府教育庁	School Festival in Expo ~by the students of Osaka ~【魅】Students Performance Stage
8月19日	大阪工業大学	大学の智がとびらを開くー未来社会の可能性ー
8月20日	森ノ宮医療大学	健康長寿社会を歩む！ 森ノ宮医療大学“発” WalkCare 研究の最前線
8月21日	大阪府政策企画部	大阪・関西がリードするがん治療～ B N C T が拓く「いのち輝く未来社会」～
8月22日	大阪ヘルスケアパビリオン (Hello! おもてなしジュニア実行委員会)	Hello! おもてなしジュニア
	大阪ヘルスケアパビリオン	嘉門タツオ サマーナイトライブ
8月23日	大阪府教育庁	郷むすび屋
8月24日	大阪ヘルスケアパビリオン	バーチャルでリボン！ バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン DAY
8月25日～ 8月26日	(株)OSPホールディングス	OSP Group sticker MATSURI ～日本の夏をシール・ラベルでおもてなし～

「ミライにつなぐ」		
開催期間	主催者	タイトル
8月27日	大阪府中小企業団体中央会	大阪のええもん！大集合フェスタ 2025～未来につなぐ大阪の伝統・文化～
8月28日	大阪ヘルスケアパビリオン（（株）志摩スペイン村）	新しい自分を探す旅へ！志摩スペイン村スペシャルステージ
8月29日	（地独）大阪産業技術研究所	わくわく！科学縁日
8月30日	大阪公立大学	OMU EXPO 2025 ～学生による真夏の祭典～ 大阪公立大学 いざ万博ステージへ！
8月31日	大阪府健康医療部、政策企画部	ラフ&ヘルス 笑って学んで健康に

「そして、生まれ変わる」		
開催期間	主催者	タイトル
9月1日	大阪ヘルスケアパビリオン（五代友厚プロジェクト）	『映画「天外者」～時代を超え、志は未来に生きる～』にかかるイベント
9月2日	大阪ヘルスケアパビリオン（ヨルダン館）	ヨルダン料理×大阪産（もん）ザーキフードフェスティバル
9月3日	（株）タニタ	健康ふれあい広場
9月4日	（公社）全日本不動産協会	2050年みんな暮らしの街～OSK 日本歌劇団レビュー他～
9月5日	河内長野市	【大阪ウィーク～秋～】まちのみんなが「好き。」つぎの十年、つぎの千年がつながる河内長野
9月6日	大阪市福島区	【大阪ウィーク～秋～】大阪 福島発！ ざこばの朝市 ～ 一匹のマグロから食を見つめる ～
	大阪ヘルスケアパビリオン	大阪ヘルスケアパビリオン 来館者数400万人突破記念セレモニー
9月7日	大阪市北区	【大阪ウィーク～秋～】夢キタミュージックフェス
9月8日	貝塚市	【大阪ウィーク～秋～】「食と健康」で未来につなげる～産官学連携共創チャレンジ～
9月9日	大阪市経済戦略局	【大阪ウィーク～秋～】みんなの力で未来をつくる！大阪の起業家・中小企業エキシビジョン「みつける・つながる・ひろげる未来」
9月10日	大阪府環境農林水産部	【大阪ウィーク～秋～】未来へ紡ぐ豊かな大阪の海・山・農空間

「そして、生まれ変わる」		
開催期間	主催者	タイトル
9月11日	大阪市消防局	【大阪ウィーク～秋～】未来の消防活動の展示・特別公演「火水火水（KAMI-GAMI）」
9月12日	大阪府商工労働部	【大阪ウィーク～秋～】とんでる！オーサカ 空飛ぶクルマビジネストークセッション
9月13日	大阪府政策企画部	【大阪ウィーク～秋～】国際金融都市 OSAKA フェスティバル 『天下の台所』REBORN
9月14日～ 9月15日	大阪府福祉部、大阪市福祉局	【大阪ウィーク～秋～】「OSAKA から地域共生の未来をつくる」プロジェクト
9月16日	大阪ヘルスケアパビリオン、大阪府・市万博推進局	EXPO アテンダント×キャラクターワールドフェスティバル
9月17日	八尾市	【大阪ウィーク～秋～】OPEN FACTORY CITY YAO ～オモシロイからはじまる価値創造～
9月18日	大阪ヘルスケアパビリオン	EXPO 2025 Virtual Osaka Healthcare Pavilion 「Eudaimonia」 presents Virtual Live2「ARK -此ノ未来-」同時上映ほか
9月19日	大阪府政策企画部	けいはんな万博 in 夢洲（秋）
9月20日	（株）オオサカムセンデンキ	中小企業・来場者とともに知る、創る「どっすごい！SDGs 大阪・関西万博場所」
9月21日	江崎グリコ（株）	Glico と学ぶ タンサ脂肪酸でおなかを救え！
9月22日～ 9月24日	江崎グリコ（株）	Glico 毛細血管チェックで抗酸化
9月25日	堺市	Craftsmanship Journey 堺の匠が織りなす、ミュシャの世界
9月26日	森永乳業（株）	森永 ビフィズス菌パーク
9月27日	（株）高麗貿易ジャパン	K-POP EXPO Music Dance&ビューティーフェスティバル
9月28日	TIS（株）	子供の未来の可能性を発見！～未来の自分と似ているプロスポーツ選手を見つけよう～
9月29日	TIS（株）	阪南ひとつなぎ EXPO
9月30日	TIS（株）	学研都市「けいはんな」を通して見る未来社会～先端技術やアートが躍動してシームレスな社会を創造する文化と学術の研究都市～

「そして、生まれ変わる」		
開催期間	主催者	タイトル
10月1日～ 10月2日	(株)サイエンス	ミラブルテクノロジーとは
10月2日	大阪ヘルスケアパビリオン	大阪ヘルスケアパビリオン 来館者数 500 万人突破記念セレモニー
10月3日	ロート製薬 (株)	ロートヘルスケアデイ/ROHTO Healthcare DAY -feel Science & Passion-
10月4日	大阪ヘルスケアパビリオン (Hello! おもてなしジュニア実行委員会)	Hello! おもてなしジュニア
10月5日	立命館大学	立命館学園創立 125 周年企画「オール立命館 Try Field in EXPO」
10月6日～ 10月7日	大阪市経済戦略局	Osaka Tech Day
10月8日	大阪府環境農林水産部 (共催: (公財) 大阪観光局、日本みどりのプロジェクト推進協議会)	2025 大阪・関西万博から未来に繋ぐ “One Green” ～未来へ自然を引き継いでいくために～
10月9日～ 10月10日	(株) OKAMI PROJECT	ペットを飼うための基本知識とこれからの動物保護について
10月12日	大阪府府民文化部	大阪まるごと体験パーク
10月13日	大阪府・市万博推進局 (共催: 横浜市)	次の万博は横浜! ～GREEN×EXPO 2027 From EXPO2025～
	大阪ヘルスケアパビリオン	大阪ヘルスケアパビリオン クロージングイベント

## (7) ユニバーサルデザインの実現に向けた取組

### ① ワークショップの開催

#### みんなでトイレプラン作成チャレンジ (2022/8/29)

当事者 14 名が 3 班に別れ、作り手となる企業と一緒にトイレプラン作成にチャレンジしました。

- テーマ「誰もが使いやすい、ミライのトイレ」
- コンセプト「トイレに対する意識と行動の変容」

#### ① ショールームでの実物体験



#### ② 各班でのプラン案作成



#### ③ 各班からプラン案の発表



#### 「感動した展示・残念だった展示」(2023/3/29)

当事者 11 名と展示設計者が参加し、3 班に別れて、これまでに経験した博物館や美術館、テーマパークなどの展示や運営、設備について、「感動したこと」「残念だったこと」を出し合い、共有しました。

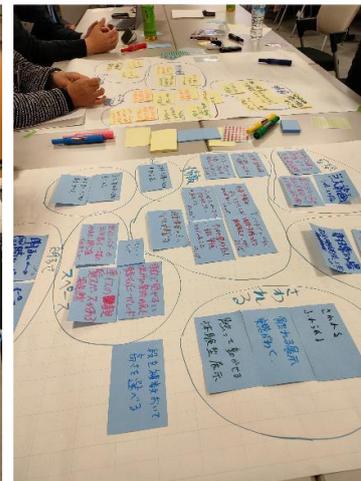
当日は、テレビ局の取材もあり、夕方の報道番組で紹介されました。

この日に、「大阪ヘルスケアパビリオン UD 推進チーム」の発足を確認しました。

#### ① みんなでわいわいと経験を紹介



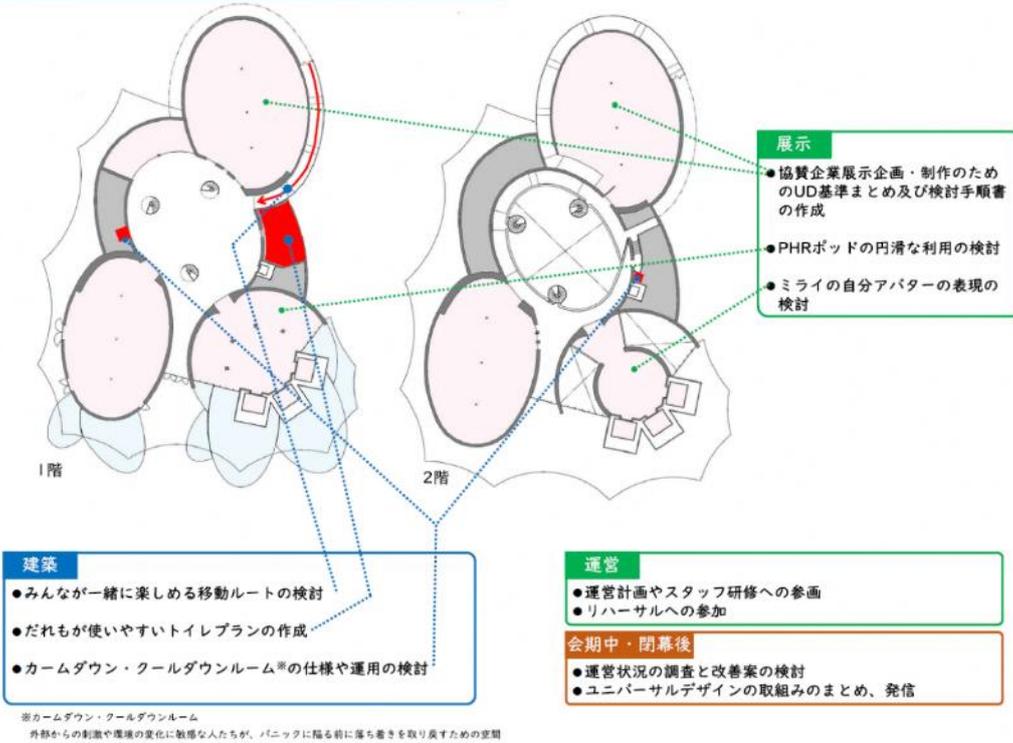
#### ② 経験談を共有しまとめました



## ② 主な検討事項

### ユニバーサルデザインに関する主な検討内容

#### ユニバーサルデザインに関する主な検討内容



### みんなのトイレ

#### 大阪ヘルスケアパビリンのトイレ

資料7

**名称** みんなトイレ

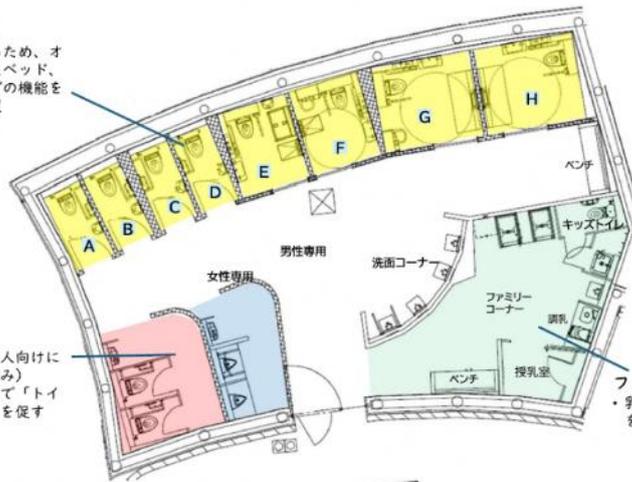
**コンセプト** ノーマライゼーションを実現するトイレの提案  
～マジョリティ（多数派）とマイノリティ（少数派）の意識を無くす～

#### 誰もが使えるトイレ

- ・多様なニーズに対応するため、オストメイトやオムツ替えベッド、フィッティングボードなどの機能を各ブースに分散して配置

#### 男性専用/女性専用

- ・男女共用に抵抗がある人向けに確保（男性は小便器のみ）
- ・奥に少数を設けることで「トイレに対する意識変革」を促す



- ・ファミリーコーナー  
・乳幼児を連れた来館者のニーズを満たす機能を配置

今後、ピクトサインや案内表示板など運営に関する内容について、案内・誘導ワークショップでの検証をもとに計画・設置します。

## (8) 協賛企業・団体一覧

(50音順)

協賛ランク	企業・団体名
スーパープレミアムパートナー	(株) カブコン (株) サイエンス TIS (株) 日本生命保険 (相) ロート製薬 (株)
プレミアムパートナー	アサヒグループジャパン (株) エア・ウォーター (株) 江崎グリコ (株) SBI ホールディングス (株) 大阪市高速電気軌道 (株) タカラベルモント (株) (株) 椿本チエイン 東京書籍 (株) 西日本旅客鉄道 (株) ニプロ (株) 培養肉未来創造コンソーシアム (株) ファーマフーズ (株) ヘルスケアシステムズ (株) ミルボン 森永乳業 (株)
デラックスパートナー	(株) セブン-イレブン・ジャパン (一社) 日本 MA-T 工業会 BIPROGY (株) 六甲バター (株)
スペシャルパートナー	(株) アカカベ (株) オオサカムセンデンキ (株) 高麗貿易ジャパン (株) コラントツテ SyncMOF (株) (公社) 全日本不動産協会 (株) 竹中工務店 (株) タニタ 日世 (株) (株) ハークスレイ (株) フラット・フィールド・オペレーションズ (株) BREXA Next

協賛ランク	企業・団体名
オフィシャルパートナー	アイコム（株） （株）アイ・ブレインサイエンス （株）アーキヤマデ （株）池田泉州銀行 岩谷産業（株） Welltool（株） （株）Wellmira AI model（株） 英光ライティング（株） （株）エクソル （株）OSPホールディングス （株）OKAMI PROJECT 大阪シティ信用金庫 大阪商工信用金庫 大阪信用金庫 （株）kiva （有）J-Support （株）シブタニ （株）ジャパンクリエイティブグループ スカイワークスフィルターソリューションズジャパン（株） （株）スポーツ&ライフ・イノベーション 積水化学工業（株） 大日本印刷（株） 帝人（株） TOTO（株） 日本システム技術（株） パナソニックホールディングス（株） 阪急コンストラクション・マネジメント（株） （一社）万博サクヤヒメ会議 （株）ピーテック ヒビノ（株） （株）ブイシンク フォレストデジタル（株） （株）フジマック マグチグループ（株） （株）三菱UFJ銀行 三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株） MIRARTHホールディングス（株） （学）森ノ宮医療学園 （株）USEN （株）りそな銀行

協賛ランク	企業・団体名
サポーター	(株) アイエヌジー アイシン高丘 (株) アサヒ飲料 (株) 朝日ウッドテック (株) avatarin (株) (株) いけうち 伊東電機 (株) West field event management エイブリー・デニソン・ジャパン (株) エスペックミック (株) 大阪ガスケミカル (株) (一財) 大阪住宅センター (株) オンテック (一社) 関西イノベーションセンター KDDI (株) (株) コモ 三進金属工業 (株) (株) ジエイコムウエスト (株) シーマ 清水木材 (株) スパイスキューブ (株) タカヤ (株) (株) 中東 チヨダウーテ (株) ティフォン (株) (株) テレコメディア 東神電気 (株) 東洋テック (株) 東洋メンテナス (株) ニチレイマグネット (株) 日精 (株) (株) 日本電商 日本メンテナスエンジニアリング (株) パナソニック エンターテインメント&コミュニケーション (株) (株) ピエラス ビーエルデーオリエンタル (株) 福井ファイバーテック (株) 扶桑薬品工業 (株) (株) BRIDGE MULTILINGUAL SOLUTIONS (株) モリサワ (株) ユニオン

## (9) 寄附金

魅力的なパビリオンを実現し、万博を機に大阪を盛り上げていくため、ふるさと納税等により、個人・企業・自治体等から、広く支援いただいた。寄附実績は、個人からは前田葉子氏をはじめ 3,251 件・約 4 億 8,400 万円、企業・団体からは大阪広域生コンクリート（協組）や（株）サイエンスをはじめ 30 件・3 億 5,850 万円、自治体からは大阪府泉佐野市から約 1 億 3,680 万円のご寄附をいただいた。

（金額の単位：円）

	個人		法人		計	
	金額	件数	金額	件数	金額	件数
2021 年度	0	0	312,500,000	5	312,500,000	5
2022 年度	303,495,000	26	33,800,000	9	337,295,000	35
2023 年度	4,185,000	17	2,000,000	5	6,185,000	22
2024 年度	90,582,863	1,356	9,100,000	8	99,682,863	1,364
2025 年度	85,618,200	1,852	1,100,000	3	86,718,200	1,855
<b>合計</b>	<b>483,881,063</b>	<b>3,251</b>	<b>358,500,000</b>	<b>30</b>	<b>842,381,063</b>	<b>3,281</b>

※表は自治体からの寄附を含まない

## (10) 電源トラブル時の対応

【事象・経過】

日時	対応
4月6日（日）	
11時30分頃	からだ測定ポッドやミライのじぶん、ミライの食・文化ゾーンのフード販売の決済端末（POS）等のシステムが停止。リボン体験の入館受付を一時停止。
11時45分頃	調査の結果、設備室内の分電盤が漏電を感知したことにより、主幹ブレーカーが OFF となり、ネットワーク機器の電源が切れたことが原因と判明。 カラダ測定ポッドやミライのじぶんなど一部の体験を不可としてリボン体験の入館受付を再開。
12時20分頃	漏電感知の原因特定に時間を要すると見込まれたため、個別ブレーカーを切り分けてネットワーク機器を優先して主幹ブレーカーを ON にしたところ、ネットワーク機器の電源は復旧。ただし、漏電感知の原因を特定できておらず、再発の恐れがあることから、終日、カラダ測定ポッドやミライのじぶんなど一部の体験を不可とすることを決定。
13時20分頃	本パビリオン HP、SNS において、運営状況を公表。
閉館（20時）後	漏電感知の原因の詳細調査を実施したところ、アトリウムのフロアコンセントで漏電を確認。

## (11) 中央線運行停止時の対応

【事象・経過】

日時	対応
8月13日(水)	
21時28分頃	大阪メトロ中央線が進行以上により運行停止
21時45分頃	お客様を東ゲートより会場内に誘導開始
8月14日(木)	
0時30分頃	大阪ヘルスケアパビリオンを待機場所として開放 (1階アトリウム ⇒1階展示ゾーン・2階スロープ等)
2時20分頃	希望者に水の配布を開始 (ペットボトル約1,500本)
5時10分頃	希望者にパンの配布を開始 (約350個)
5時25分頃	中央線運転再開を館内待機者に周知 ⇒待機者の新規受付を中止
6時30分頃	待機者が全員退館

## 2. 関係者アンケート

### (1) 来館者アンケート

#### ① 実施目的

出展基本計画の各項目の達成状況についての評価を行うことを目的として、パビリオンを訪れた来館者へのアンケート調査を実施した。

#### ② 実施時期

2025年8月27日(水)～2025年10月13日(月・祝)

#### ③ 対象者・回答方法

リボン体験ルートへの来館者を来館日ごとに無作為に抽出した21,304人のメールアドレスに、アンケート回答フォームのURLを送付し、回答を募った。回答者数3,117人(回答率14.6%)

#### ④ 調査項目

Q1 あなたの年齢を教えてください。 1. 10歳代以下 2. 20歳代 3. 30歳代 4. 40歳代 5. 50歳代 6. 60歳代 7. 70歳代 8. 80歳代以上
Q2 あなたが現在お住いの地域をお答えください。
Q3 大阪ヘルスケアパビリオンに来館した理由を教えてください。(いくつでも) 1. 地元大阪が出展するパビリオンだから 2. 展示内容に興味があったから 3. 報道で紹介されていたから

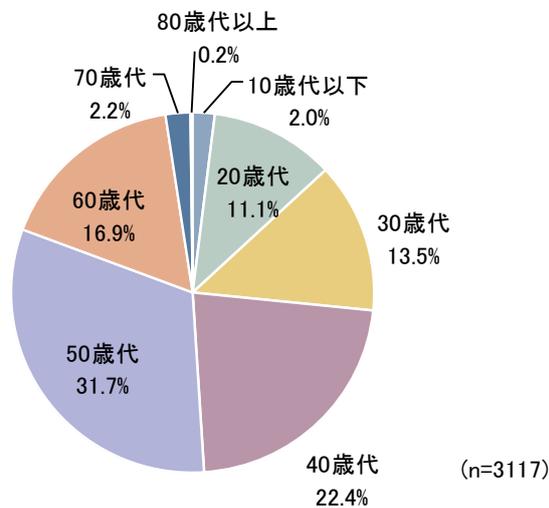
<ul style="list-style-type: none"> <li>4. 人気館であると評判だから</li> <li>5. インターネットや SNS で興味を持ったから</li> <li>6. 人に勧められたから</li> <li>7. 通りすがり</li> <li>8. その他</li> </ul>
<p>Q4 大阪ヘルスケアパビリオン全体の満足度を教えてください。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. とても満足した</li> <li>2. やや満足した</li> <li>3. どちらともいえない</li> <li>4. あまり満足できなかった</li> <li>5. 全く満足できなかった</li> </ul>
<p>Q5 Q4で回答した理由としてあてはまるものをすべて選んでください。(いくつでも)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 内容がわかりやすかった</li> <li>2. 展示・体験が魅力的だった</li> <li>3. 自分の興味・関心とあっていた</li> <li>4. 混雑が少なく快適だった</li> <li>5. アテンダントの対応が丁寧・親切だった</li> <li>6. 館内の案内サインなど、動線がわかりやすかった</li> <li>7. 内容が難しかった/わかりづらかった</li> <li>8. 展示・体験に魅力を感じなかった</li> <li>9. 自分に合わない内容だった</li> <li>10. 混雑していて見づらかった</li> <li>11. アテンダントの対応が十分でなかった</li> <li>12. 館内の案内サインなど、動線がわかりづらかった</li> <li>13. その他</li> </ul>
<p>Q6 あなたが今回大阪ヘルスケアパビリオンで訪問したエリアをすべて教えてください。(いくつでも)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. リボン体験ルート(要予約エリア)</li> <li>2. アトリウム(再生医療展示、リボンチャレンジ(府内中小企業・スタートアップ出展エリア)、ミライ人間洗濯機等)</li> <li>3. ミライの食と文化(飲食・物販の出店ブース、デモキッチン)</li> <li>4. リボンステージ(屋外ステージでの催事)</li> <li>5. XD HALL(モンスターハンターブリッジ)</li> </ul>
<p>Q7 リボン体験ルート(リボンゲート→体測定ポッド→ミライのライド→ミライの自分→ミライのヘルスケア→ミライの都市)の満足度を教えてください。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. とても満足した</li> <li>2. やや満足した</li> <li>3. どちらともいえない</li> <li>4. あまり満足できなかった</li> <li>5. 全く満足できなかった</li> </ul>
<p>Q8 Q7で回答した理由としてあてはまるものをすべて選んでください。(いくつでも)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 内容がわかりやすかった</li> <li>2. 展示・体験が魅力的だった</li> <li>3. 自分の興味・関心とあっていた</li> <li>4. 混雑が少なく快適だった</li> <li>5. 内容が難しかった/わかりづらかった</li> <li>6. 展示・体験に魅力を感じなかった</li> <li>7. 自分に合わない内容だった</li> <li>8. 混雑していて見づらかった</li> <li>9. その他</li> </ul>
<p>Q9 リボンチャレンジ(府内中小企業・スタートアップ出展エリア)の満足度を教えてください。</p>
<p>Q10 Q9で回答した理由としてあてはまるものをすべて選んでください。(いくつでも)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 内容がわかりやすかった</li> <li>2. 展示・体験が魅力的だった</li> <li>3. 自分の興味・関心とあっていた</li> <li>4. 混雑が少なく快適だった</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>5. 内容が難しかった/わかりづらかった</li> <li>6. 展示・体験に魅力を感じなかった</li> <li>7. 自分に合わない内容だった</li> <li>8. 混雑していて見づらかった</li> <li>9. その他</li> </ul>
<p>Q11 再生医療展示(iPS 細胞による心筋シートなど)の満足度を教えてください。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. とても満足した</li> <li>2. やや満足した</li> <li>3. どちらともいえない</li> <li>4. あまり満足できなかった</li> <li>5. 全く満足できなかった</li> </ul>
<p>Q12 Q11 で回答した理由としてあてはまるものをすべて選んでください。(いくつでも)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 内容がわかりやすかった</li> <li>2. 展示・体験が魅力的だった</li> <li>3. 自分の興味・関心とあっていた</li> <li>4. 混雑が少なく快適だった</li> <li>5. 内容が難しかった/わかりづらかった</li> <li>6. 展示・体験に魅力を感じなかった</li> <li>7. 自分に合わない内容だった</li> <li>8. 混雑していて見づらかった</li> <li>9. その他</li> </ul>
<p>Q13 ミライの食と文化(飲食・物販の出店ブース、デモキッチン)の満足度を教えてください。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. とても満足した</li> <li>2. やや満足した</li> <li>3. どちらともいえない</li> <li>4. あまり満足できなかった</li> <li>5. 全く満足できなかった</li> </ul>
<p>Q14 Q13 で回答した理由としてあてはまるものをすべて選んでください。(いくつでも)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 内容がわかりやすかった</li> <li>2. 飲食・物販が魅力的だった</li> <li>3. 自分の興味・関心とあっていた</li> <li>4. 混雑が少なく快適だった</li> <li>5. 内容が難しかった/わかりづらかった</li> <li>6. 飲食・物販に魅力を感じなかった</li> <li>7. 自分に合わない内容だった</li> <li>8. 混雑していて見づらかった</li> <li>9. その他</li> </ul>
<p>Q15 XD HALL(モンスターハンターブリッジ)の満足度を教えてください。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. とても満足した</li> <li>2. やや満足した</li> <li>3. どちらともいえない</li> <li>4. あまり満足できなかった</li> <li>5. 全く満足できなかった</li> </ul>
<p>Q16 Q15 で回答した理由としてあてはまるものをすべて選んでください。(いくつでも)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 内容がわかりやすかった</li> <li>2. 展示・体験が魅力的だった</li> <li>3. 自分の興味・関心とあっていた</li> <li>4. 混雑が少なく快適だった</li> <li>5. 内容が難しかった/わかりづらかった</li> <li>6. 展示・体験に魅力を感じなかった</li> <li>7. 自分に合わない内容だった</li> <li>8. 混雑していて見づらかった</li> <li>9. その他</li> </ul>
<p>Q17 大阪ヘルスケアパビリオンは、「いのち」と「健康」の観点から 2050 年を想定したミライの都市生活を展示ストーリーとしています。</p> <p>展示や体験を通じて、ミライの都市生活を感じることができましたか。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. そう感じた</li> <li>2. ややそう感じた</li> <li>3. どちらともいえない</li> <li>4. あまりそう感じなかった</li> <li>5. そう感じなかった</li> </ul>

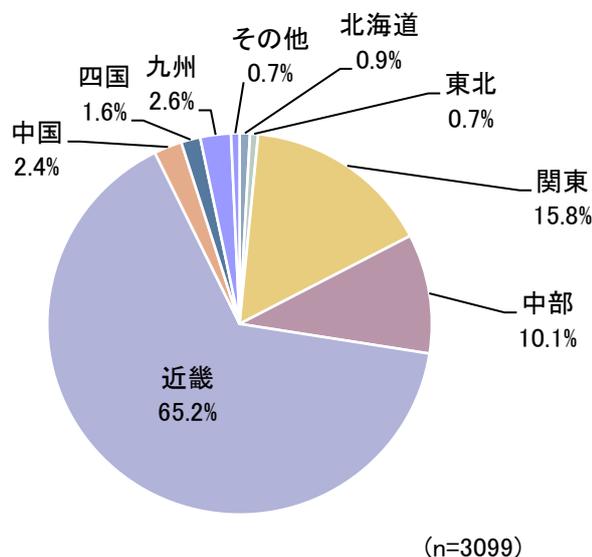
<p>Q18 リボーン体験ルートでの展示や体験を通じて、パビリオンのテーマである「REBORN」(「人」は生まれ変わる、新たな一歩を踏み出す)を感じることができましたか。</p> <p>1. そう感じた 2. ややそう感じた 3. どちらともいえない 4. あまりそう感じなかった 5. そう感じなかった</p>
<p>Q19 リボーン体験ルートでの展示や体験を通じて、「自分の価値観やカラダとの付き合い方」について改めて考えるきっかけになりましたか。</p> <p>1. そう思った 2. ややそう思った 3. どちらともいえない 4. あまりそう思わなかった 5. そう思わなかった</p>
<p>Q20 大阪ヘルスケアパビリオンの建物はどうでしたか。</p> <p>1. よかった 2. ややよかった 3. どちらともいえない 4. あまりよくなかった 5. よくなかった</p>
<p>Q21 大阪ヘルスケアパビリオンにご来館されての感想をお知らせください。</p>

## ⑤ 集計結果

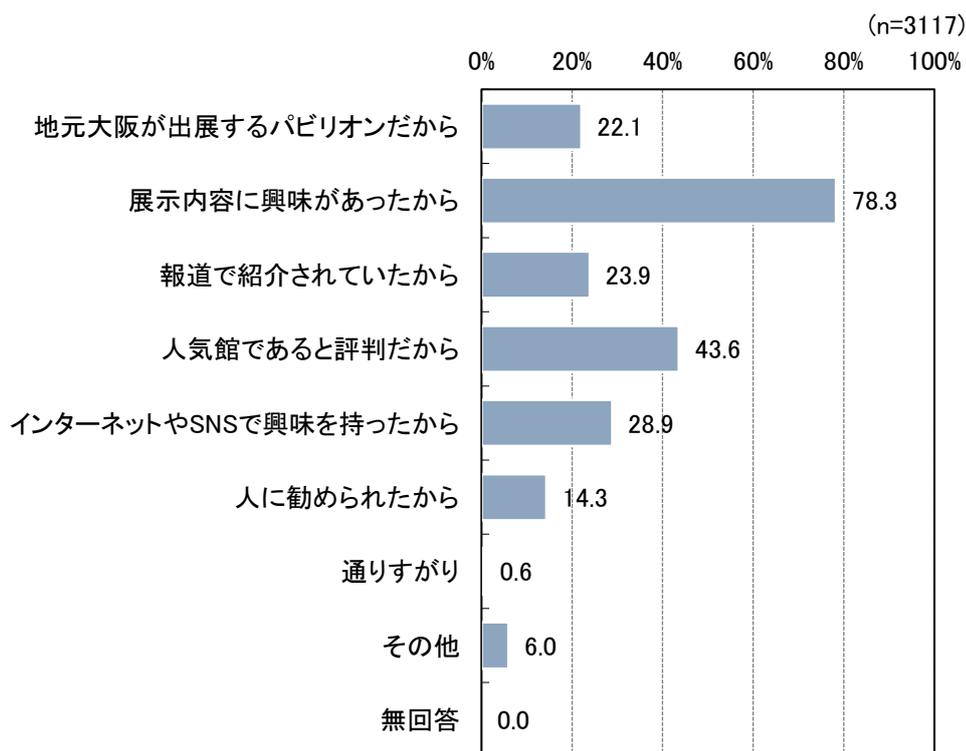
### ○年齢



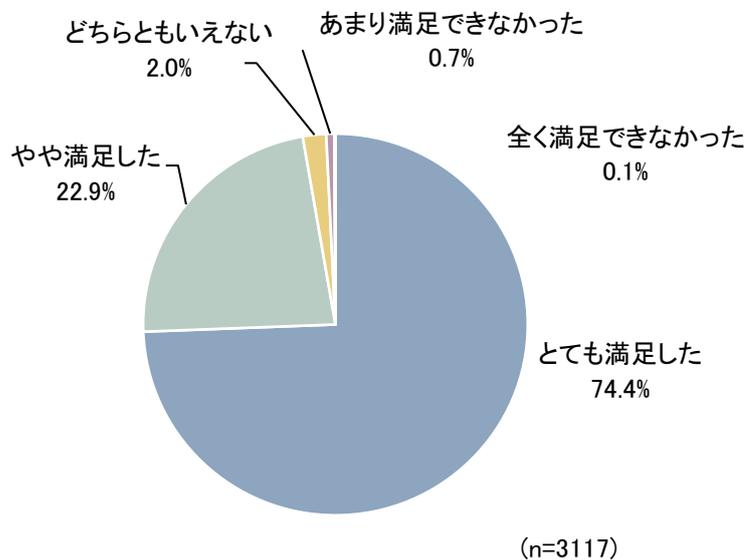
### ○お住いの地域



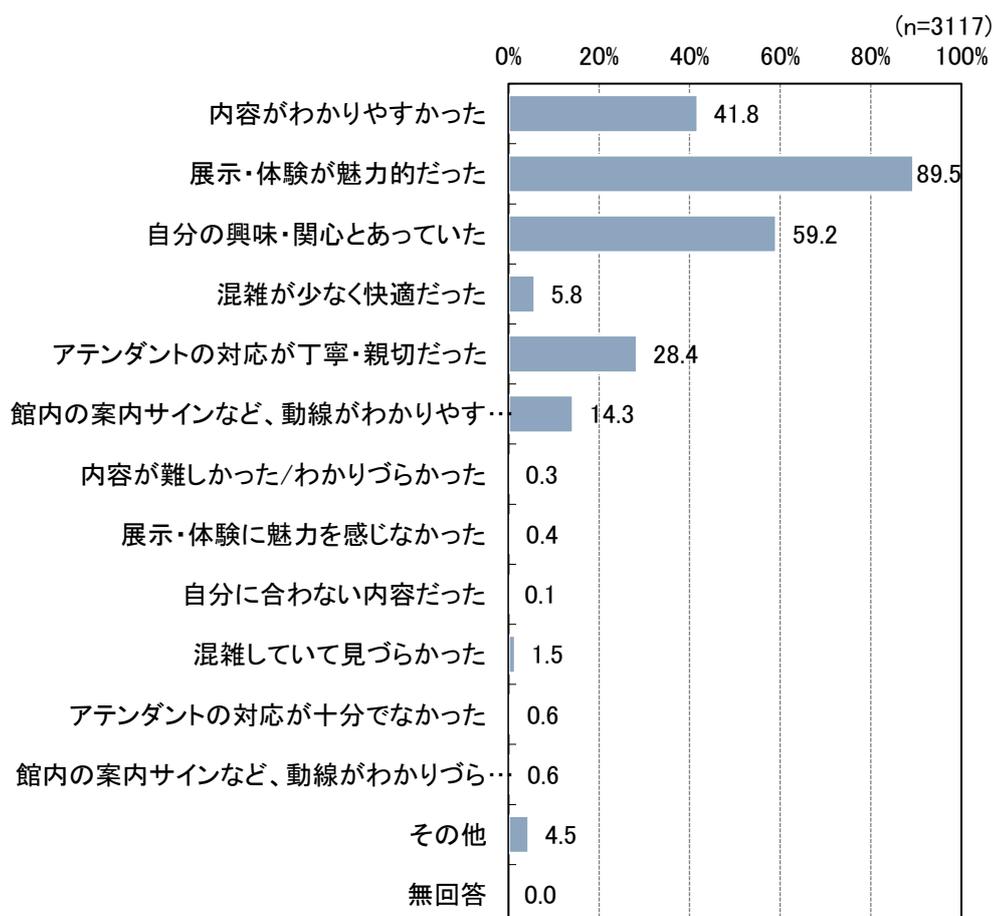
○大阪ヘルスケアパビリオンに来館した理由



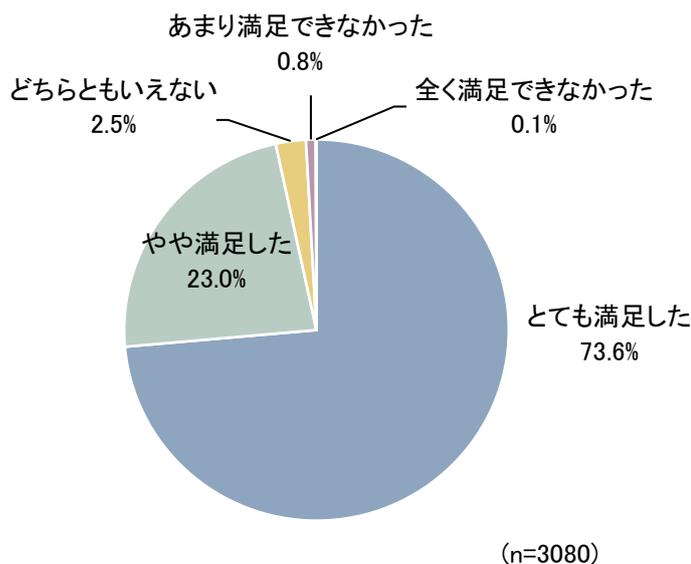
○大阪ヘルスケアパビリオン全体の満足度



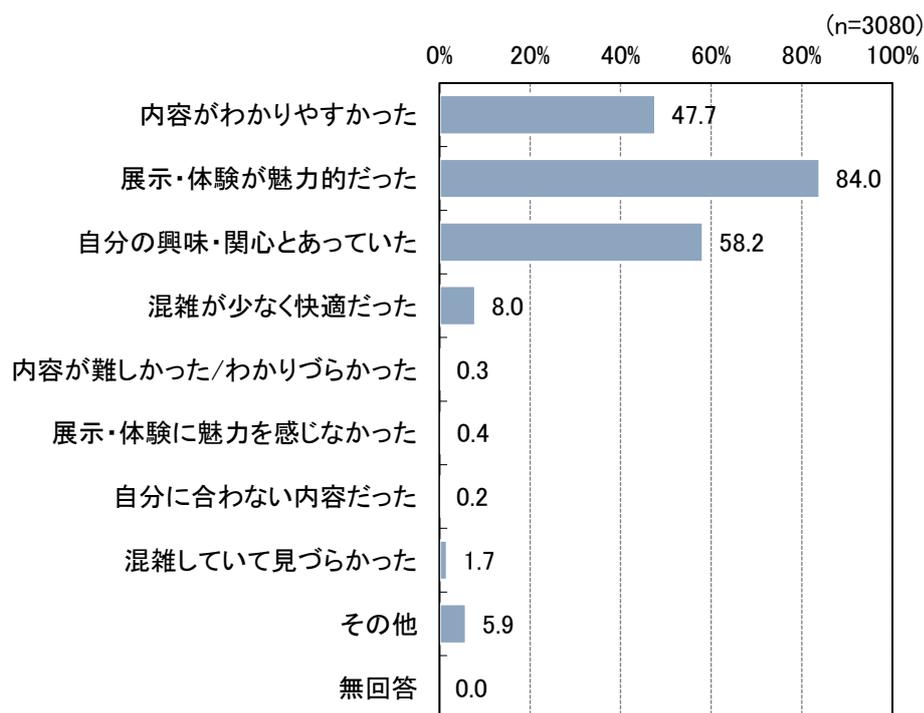
○満足度の回答理由（大阪ヘルスケアパビリオン全体）



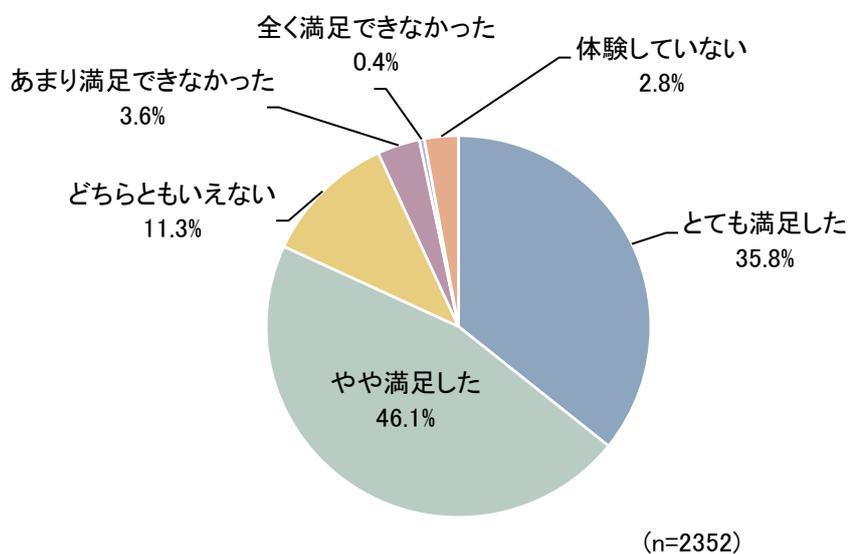
○リボン体験ルートへの満足度



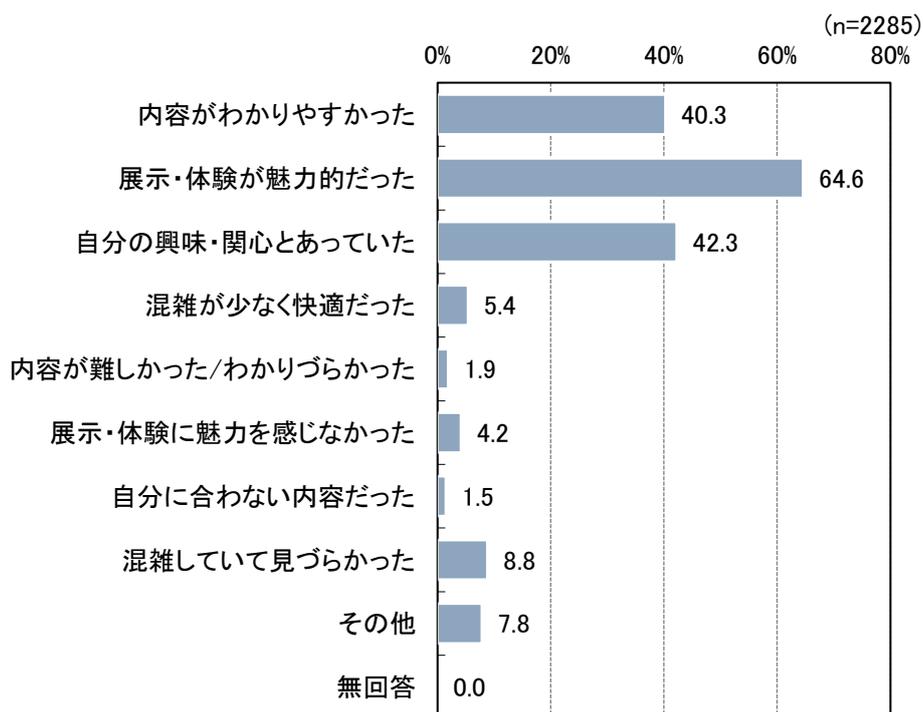
○満足度の回答理由（リボン体験ルート）



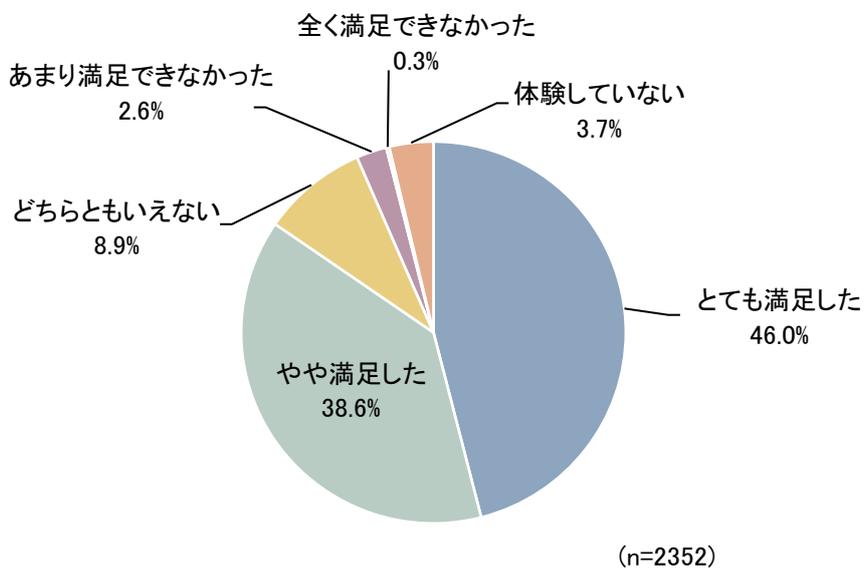
○リボンチャレンジの満足度



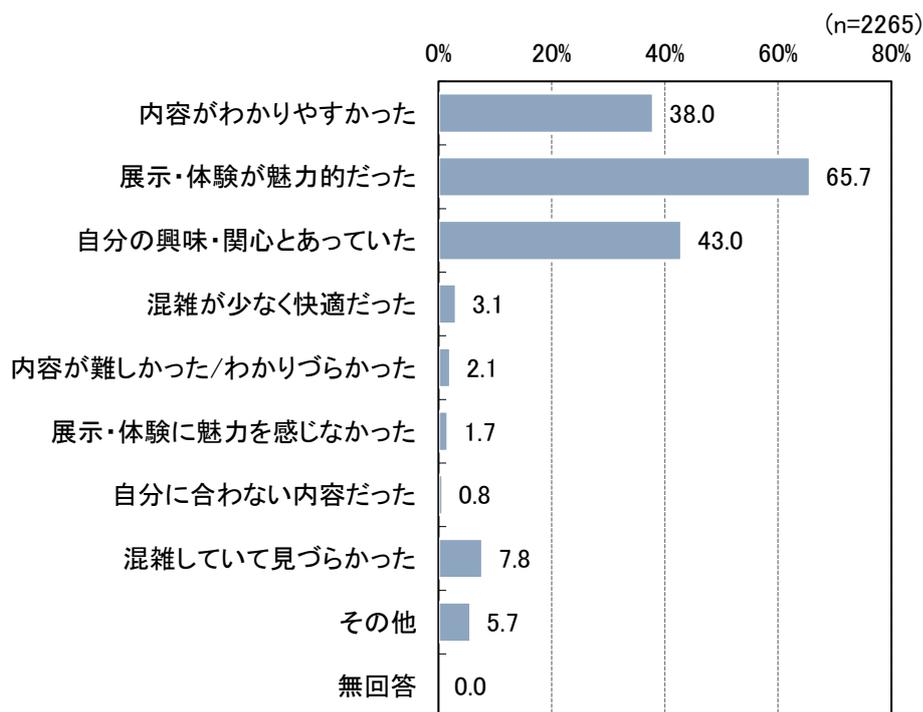
○満足度の回答理由（リボーンチャレンジ）



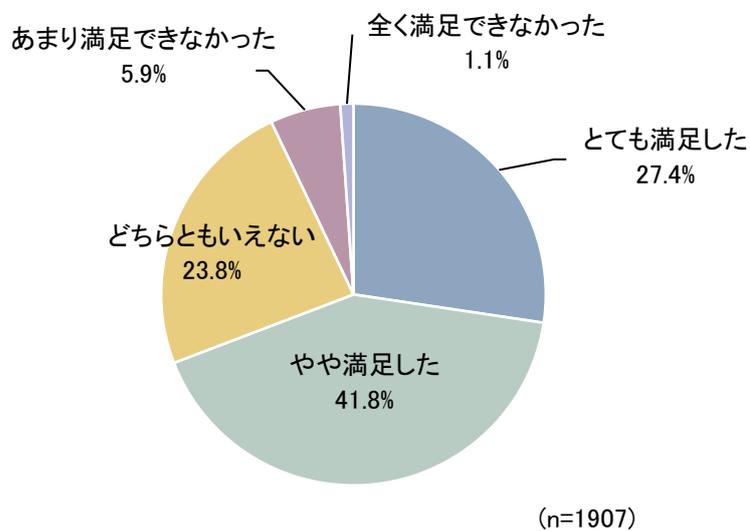
○再生医療展示の満足度



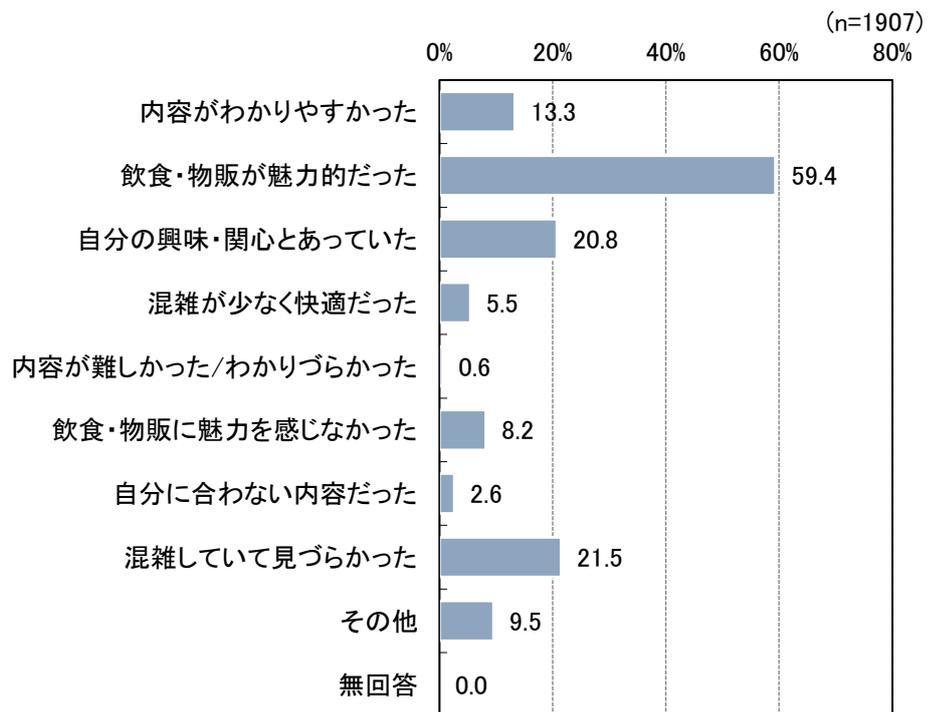
○満足度の回答理由（再生医療展示）



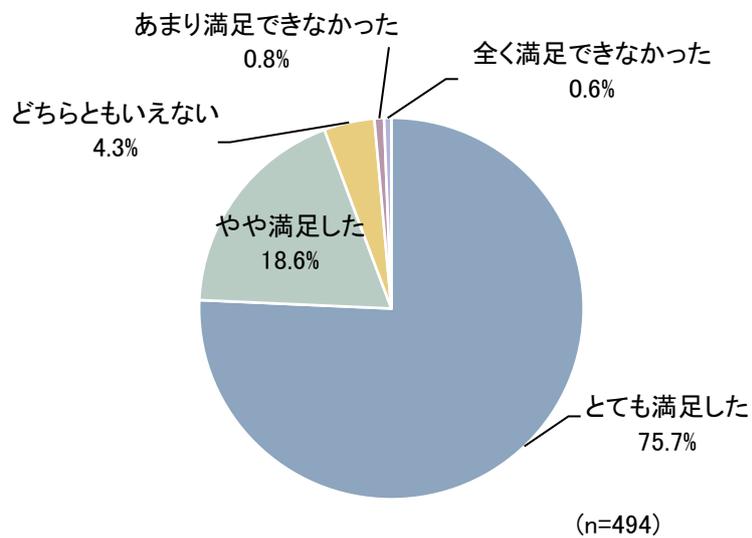
○ミライの食と文化の満足度



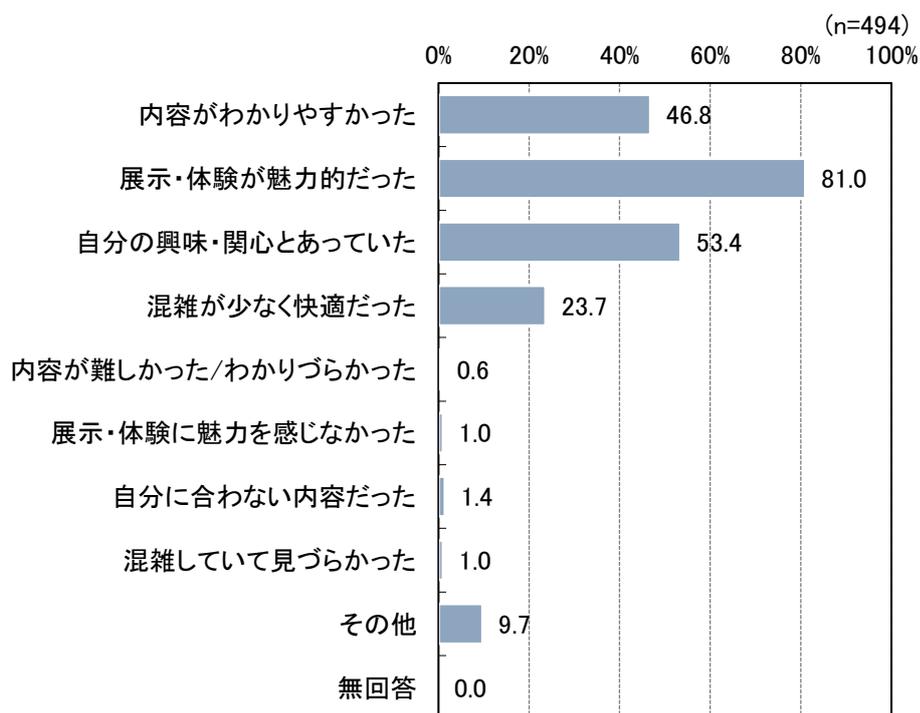
○満足度の回答理由（ミライの食と文化）



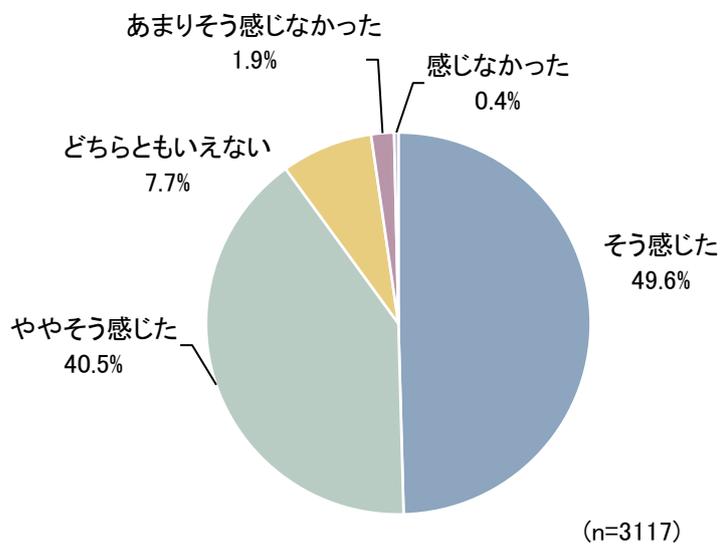
○XD HALL の満足度



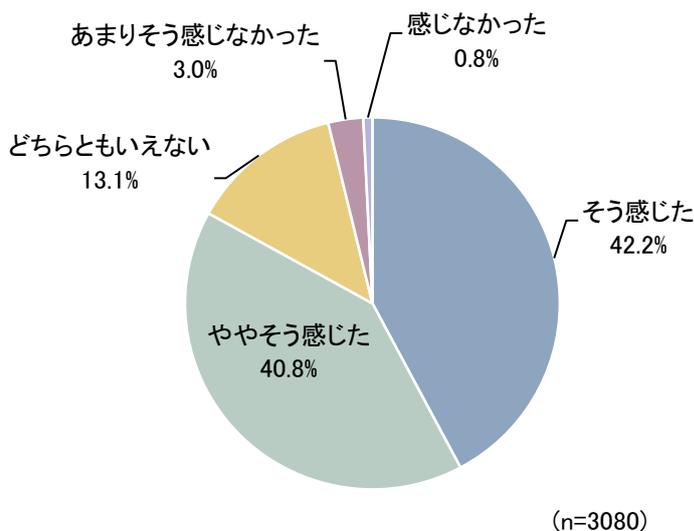
○満足度の回答理由 (XD HALL)



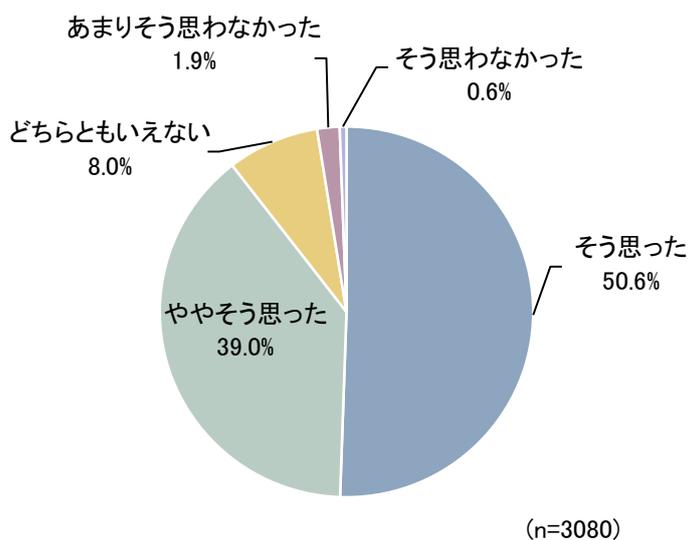
○ミライの都市生活を感じる事ができたか



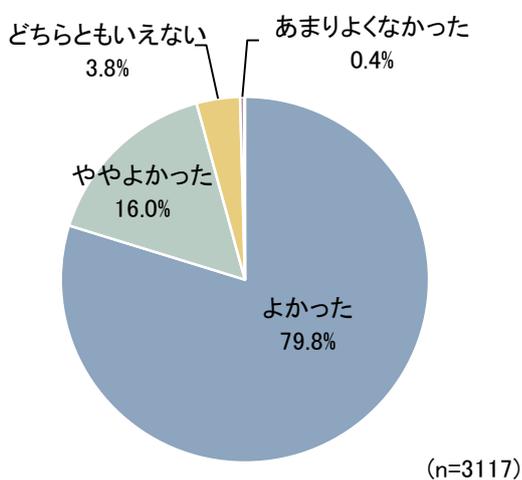
○テーマ「REBORN」を感じる事ができたか



○「自分の価値観やカラダとの付き合い方」について改めて考えるきっかけになったか



○大阪ヘルスケアパビリオンの建物はどうだったか



## (2) 出展者（出展企業）アンケート

### ① 実施目的

出展基本計画の各項目の達成状況についての評価を行うことを目的として、パビリオンへの出展企業へのアンケート調査を実施した。

### ② 実施時期

2025年9月22日（月）～2025年10月17日（金）

### ③ 対象者・回答方法

本パビリオンへの出展企業 29 社※を対象にアンケート回答フォームの URL を送付し、全社から回答を得た。

※異なる展示ゾーンに同一企業が出展している場合は複数回答となるため、回答数は 35 となっている。

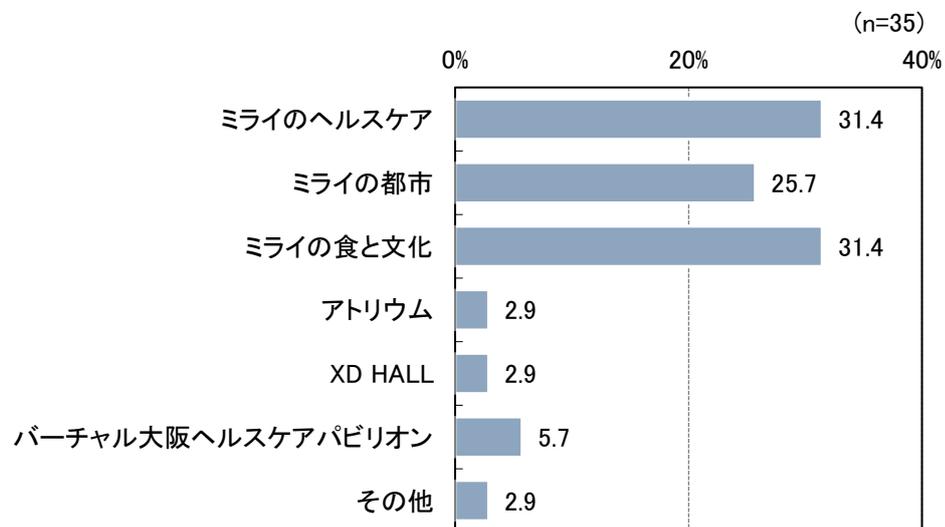
### ④ 調査項目

Q1 企業名・団体名をお答えください。
Q2 出展（出店）された展示ゾーンを選択ください。 複数ゾーンに出展されている場合は、今回の回答対象とするゾーンを選択してください。 1. ミライのヘルスケア 2. ミライの都市 3. ミライの食と文化 4. アトリウム 5. XD HALL 6. バーチャル大阪ヘルスケアパビリオン 7. その他
Q3 大阪ヘルスケアパビリオンに出展（出店）したことによる満足度をお答えください。 1. 満足 2. やや満足 3. どちらともいえない 4. やや不満 5. 不満
Q4 出展（出店）を通じて、企業ブランドを向上させることができましたか。 1. そう思う 2. ややそう思う 3. どちらともいえない 4. あまりそう思わない 5. そう思わない
Q5 Q4で回答した理由を教えてください。
Q6 出展（出店）を通じて、商品・技術を世界にPRすることができましたか。 1. そう思う 2. ややそう思う 3. どちらともいえない 4. あまりそう思わない 5. そう思わない
Q7 Q6で回答した理由を教えてください。
Q8 出展（出店）を通じて、多様な参画企業・団体との繋がりを作ることができましたか。 1. そう思う 2. ややそう思う 3. どちらともいえない 4. あまりそう思わない 5. そう思わない
Q9 Q8で回答した理由を教えてください。
Q10 出展（出店）を通じて、新たな取り組みや事業展開のチャンスが生まれたか。 1. そう思う 2. ややそう思う 3. どちらともいえない 4. あまりそう思わない 5. そう思わない
Q11 Q10で回答した理由を教えてください。
Q12 出展（出店）を通じて、出展参加テーマ「REBORN」の来館者への理解・浸透に貢献できましたか。 1. そう思う 2. ややそう思う 3. どちらともいえない 4. あまりそう思わない 5. そう思わない
Q13 Q12で回答した理由を教えてください。
Q14 出展（出店）を通じて、大阪の魅力発信に貢献することができましたか。 1. そう思う 2. ややそう思う 3. どちらともいえない 4. あまりそう思わない 5. そう思わない
Q15 Q14で回答した理由を教えてください。

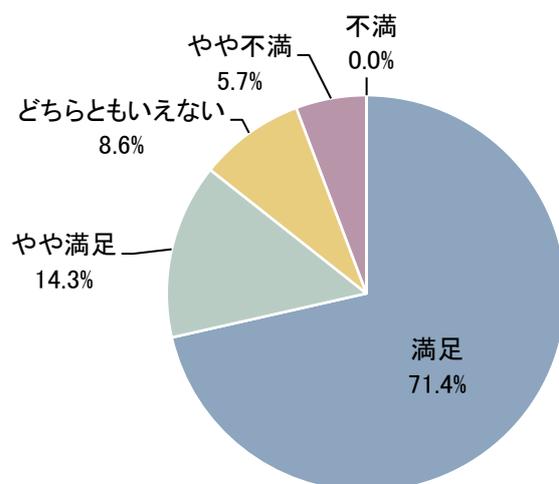
<p>Q16 出展（出店）ブースの来客数を把握していますか。  ※把握していると回答いただいた企業様におかれましては、閉幕後、来客数について確認させていただきます。</p> <p>1. 把握している 2. 把握していない</p>
<p>Q17 以下のうち、出展（出店）において取り組まれている内容について該当するものを選択し、その具体的な取組内容についてお答えください。  ※1つの取組を複数の項目に当てはめて回答いただいても結構です。</p> <p>1. 来館者の興味・関心をひきつけるための取組  2. 先端技術を活用した取組  3. SDGs に関する取組  4. 他の企業や教育・研究機関、行政等と連携した取組  5. （出店企業のみ）大阪産（もん）の食材を使った料理の提供や、大阪ならではの物品等の販売  6. その他</p>
<p>Q18 万博閉幕后、今回出展・出店した技術・商品・サービスについて、どのように事業を進めていこうと考えていますか（事業計画、実証実験の継続予定など）。  また、事業推進のため、国や自治体、研究機関、民間企業等に期待する支援や連携についても、併せてご教示ください。</p>
<p>Q19 大阪ヘルスケアパビリオンに出展（出店）しての感想（良かった点や課題）を記載ください。</p>
<p>Q20 ご回答いただいた方のお名前・ご連絡先をご回答ください。</p>

## ⑤ 集計結果

### ○出展展示ゾーン

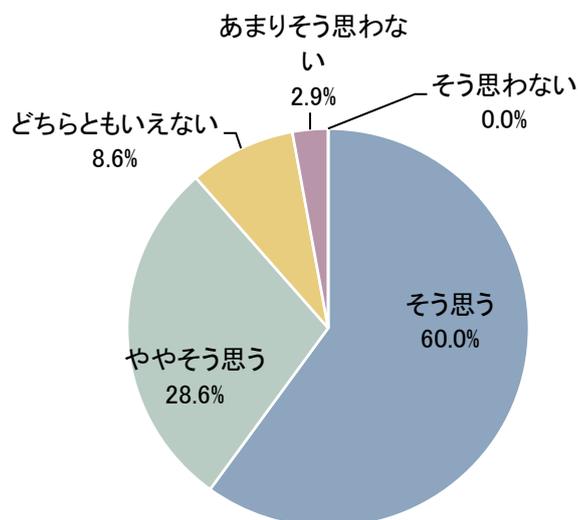


○出展したことによる満足度



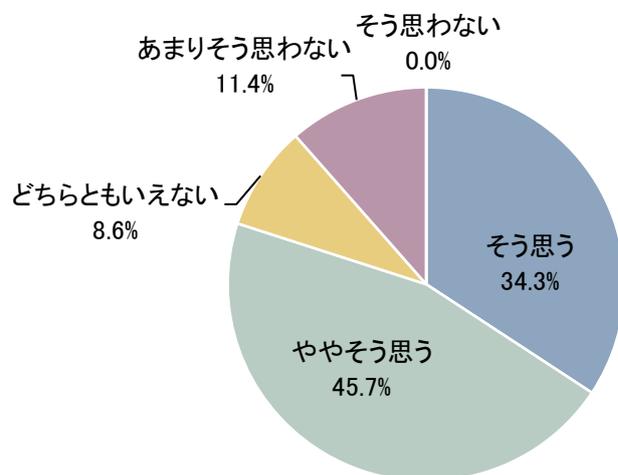
(n=35)

○企業ブランドを向上させることができたと思うか



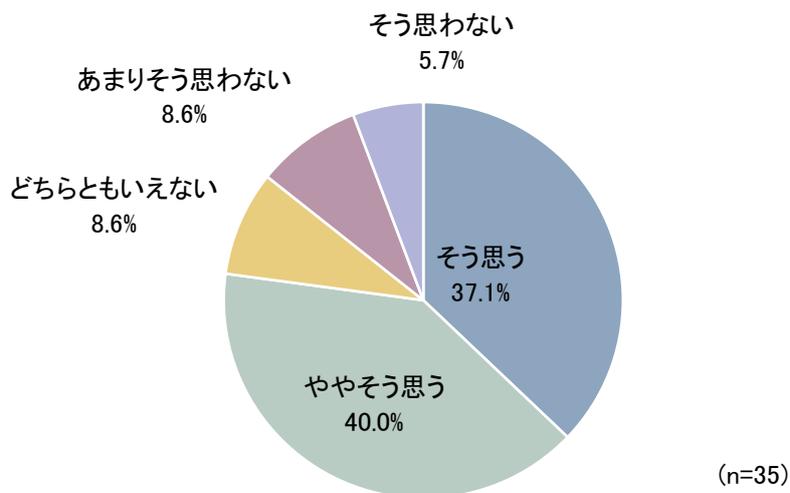
(n=35)

○商品・技術を世界にPRすることができたと思うか

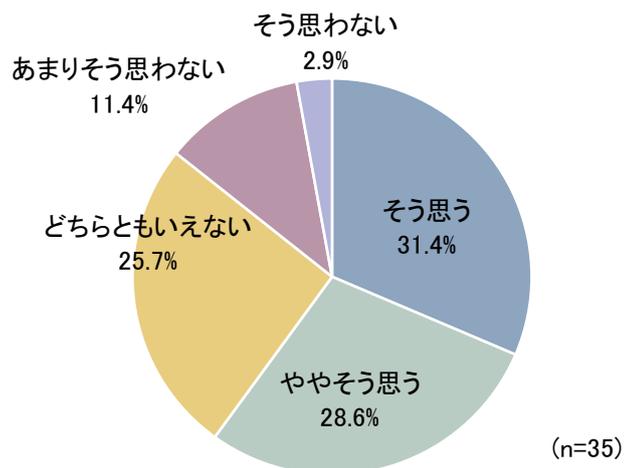


(n=35)

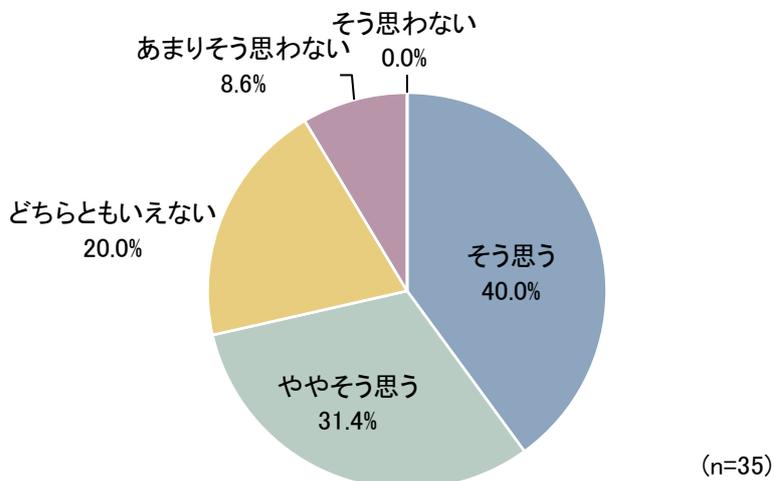
○多様な参画企業・団体との繋がりを作ることができたと思うか



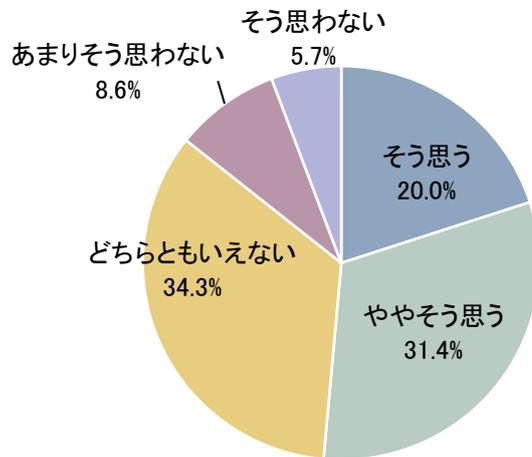
○新たな取り組みや事業展開のチャンスが生まれたと思うか



○出展参加テーマ「REBORN」の来館者への理解・浸透に貢献できたと思うか

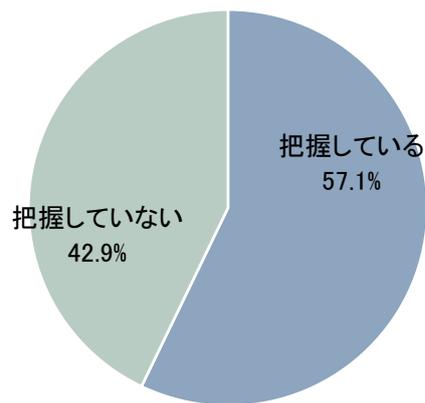


○大阪の魅力発信に貢献することができたと思うか



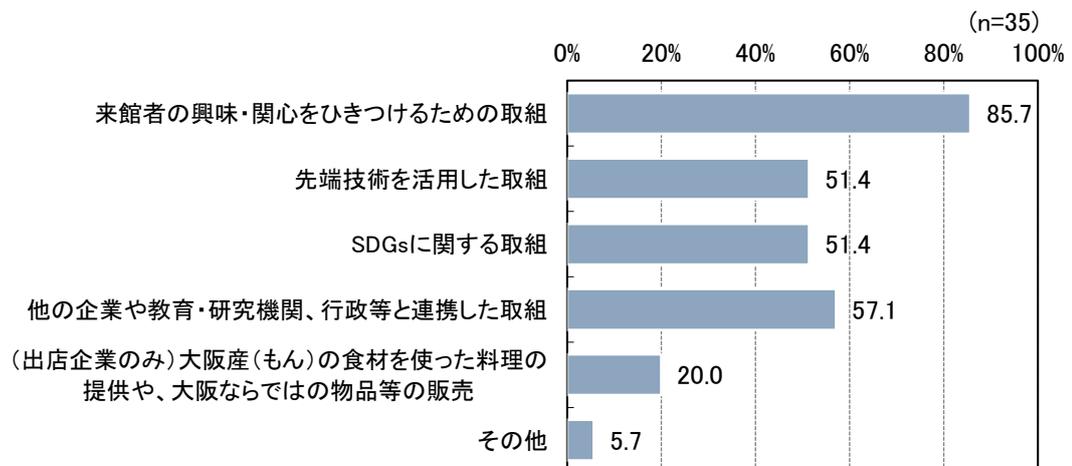
(n=35)

○来客数の把握



(n=35)

○取組内容



### (3) 出展者（リボーンチャレンジ実施主体）アンケート

#### ① 実施目的

出展基本計画の各項目の達成状況についての評価を行うことを目的としてリボーンチャレンジ実施主体へのアンケート調査を実施した。

#### ② 実施時期

2025年9月22日（月）～2025年10月17日（金）

#### ③ 対象者・回答方法

リボーンチャレンジ実施主体 17 社・団体を対象に、アンケート回答フォームの URL を送付することで、15 社・団体<sup>※</sup>から回答を得た。

※同一実施主体からの複数回答は、すべて集計対象としている。

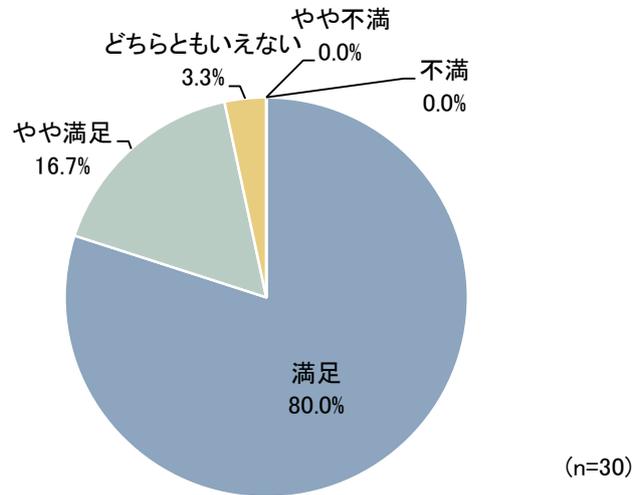
#### ④ 調査項目

Q1	ご所属の機関・団体名をお答えください。
Q2	実施主体として、リボーンチャレンジにて事業を実施した満足度をお答えください。 1. 満足 2. やや満足 3. どちらともいえない 4. やや不満 5. 不満
Q3	選択した理由として当てはまるものをお答えください。 1. 実施主体として、企業のブランドを向上させることができたため。 2. 実施主体として、多様な参画企業・団体との繋がりを作ることができたため。 3. 実施主体として、新たな取り組みや事業展開のチャンスが生まれたため。 4. 出展参加テーマ「REBORN」の来館者への理解・浸透に貢献できたため。 5. 大阪の中小企業・スタートアップをはじめとする大阪の魅力発信に貢献することができたため。 6. その他
Q4	選択した理由として当てはまるものをお答えください。 1. 実施主体として、企業のブランドを向上させることができたため。 2. 実施主体として、多様な参画企業・団体との繋がりを作ることができたため。 3. 実施主体として、新たな取り組みや事業展開のチャンスが生まれたため。 4. 出展参加テーマ「REBORN」の来館者への理解・浸透に貢献できたため。 5. 大阪の中小企業・スタートアップをはじめとする大阪の魅力発信に貢献することができたため。 6. 実施主体として、企業のブランドを向上させることができなかったため。 7. 実施主体として、多様な参画企業・団体との繋がりを作ることができなかったため。 8. 実施主体として、新たな取り組みや事業展開のチャンスが生まれなかったため。 9. 出展参加テーマ「REBORN」の来館者への理解・浸透に貢献できなかったため。 10. 大阪の中小企業・スタートアップをはじめとする大阪の魅力発信に貢献することができなかったため。 11. その他
Q5	選択した理由として当てはまるものをお答えください。 1. 実施主体として、企業のブランドを向上させることができなかったため。 2. 実施主体として、多様な参画企業・団体との繋がりを作ることができなかったため。 3. 実施主体として、新たな取り組みや事業展開のチャンスが生まれなかったため。 4. 出展参加テーマ「REBORN」の来館者への理解・浸透に貢献できなかったため。 5. 大阪の中小企業・スタートアップをはじめとする大阪の魅力発信に貢献することができなかったため。 6. その他
Q6	万博閉幕後、今回支援した中小企業・スタートアップと、どのように事業を進めていこうと考えていますか。また、事業推進のため、国や自治体、研究機関、民間企業等に期待する支援や連携についても、併せてご教示ください。

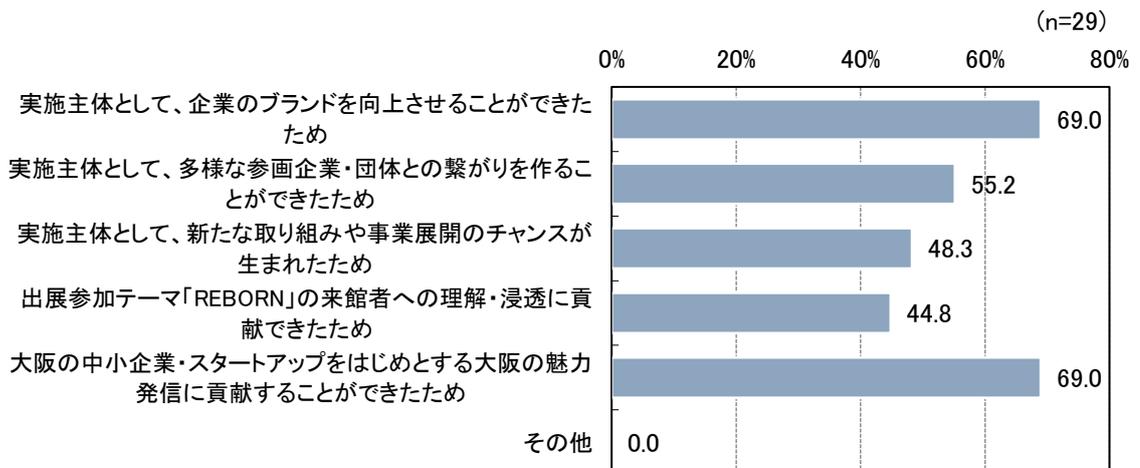
Q7 事業を実施しての感想（良かった点や課題）を記載ください。

## ⑤ 集計結果

### ○事業を実施した満足度



### ○「満足」「やや満足」と回答した理由



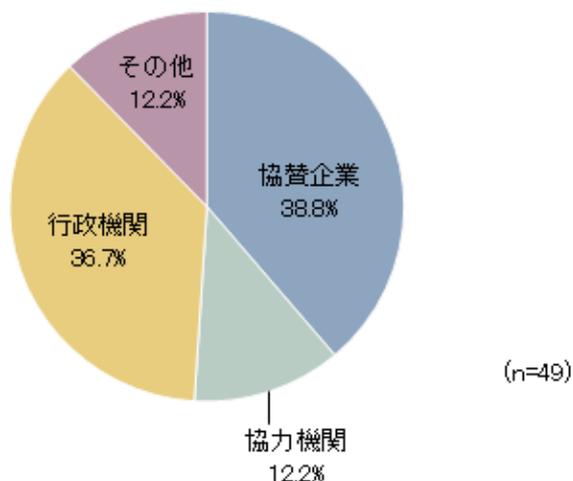
#### (4) 催事主催者（リボーンステージ）アンケート

##### ① 調査項目

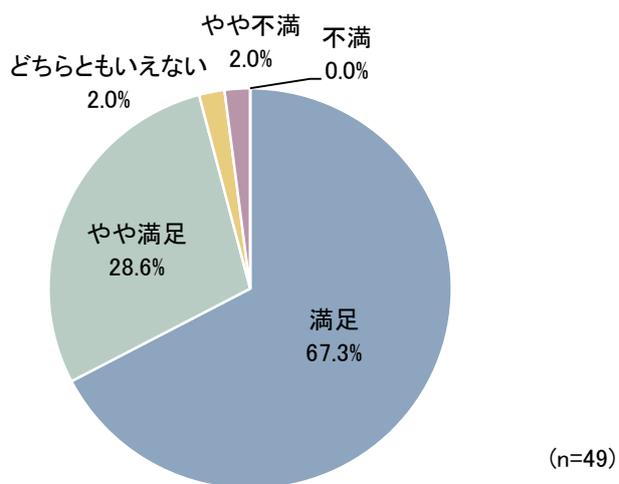
Q1 ご所属の機関・団体が該当するものを選択してください。 1. 協賛企業 2. 協力機関 3. 行政機関 4. その他
Q2 ご所属の機関・団体名をお答えください。
Q3 催事主催者としてイベント・催事を実施したことによる満足度を教えてください。 1. 満足 2. やや満足 3. どちらともいえない 4. やや不満 5. 不満
Q4 選択した理由を具体的に教えてください。
Q5 催事主催者において、催事に参加された人数（出演者・スタッフ含め）を教えてください。 （把握していれば）
Q6 催事を通じて、企業（団体）のブランドを国内外へアピールすることができたと思いますか。 1. そう思う 2. ややそう思う 3. どちらともいえない 4. あまりそう思わない 5. そう思わない
Q7 選択した理由を具体的に教えてください。
Q8 催事を通じて貴団体の魅力や強みを国内外へアピールすることができたと感じましたか。 1. 感じる 2. やや感じる 3. どちらともいえない 4. あまり感じない 5. 全く感じない
Q9 選択した理由を具体的にお答えください。
Q10 催事への市民団体の参加はありましたか。 1. あった 2. なかった
Q11 催事に参加された市民団体数をご教示ください。
Q12 催事に参加された市民にとって、自分らしく活躍し、成長できる場となったと感じますか。 1. 感じる 2. やや感じる 3. どちらともいえない 4. あまり感じない 5. 全く感じない
Q13 選択した理由を具体的にお答えください。
Q14 大阪ヘルスケアパビリオンに催事参加しての感想（良かった点や課題）を記載ください。

##### ② 集計結果

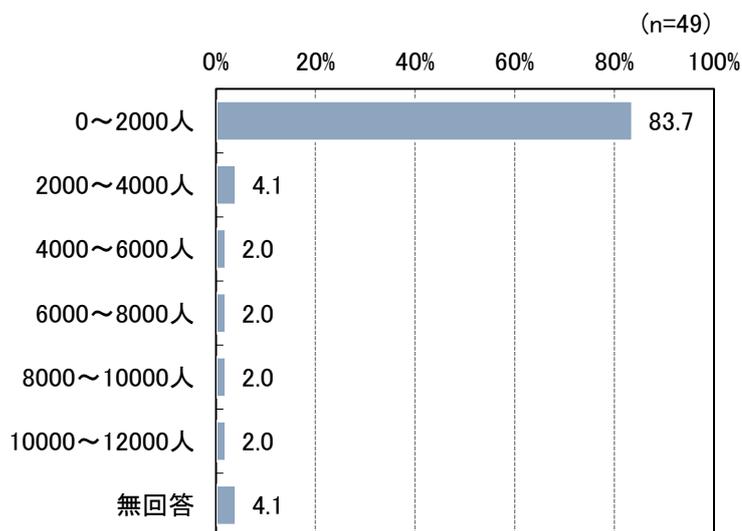
###### ○所属機関・団体



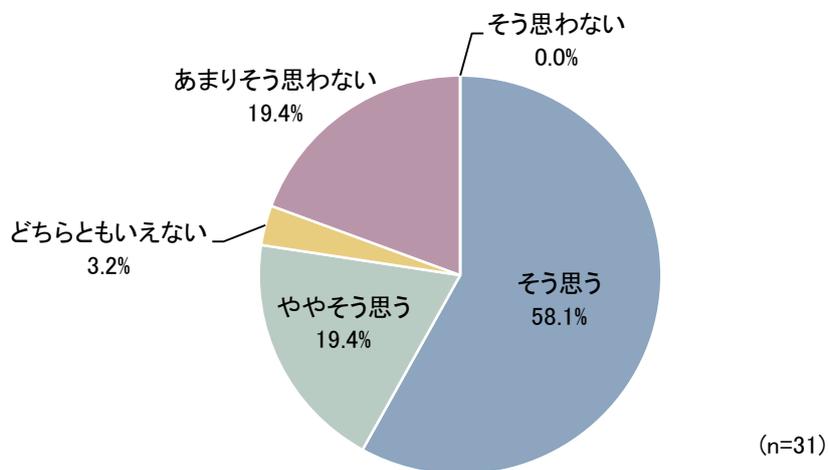
○イベント・催事を実施したことによる満足度



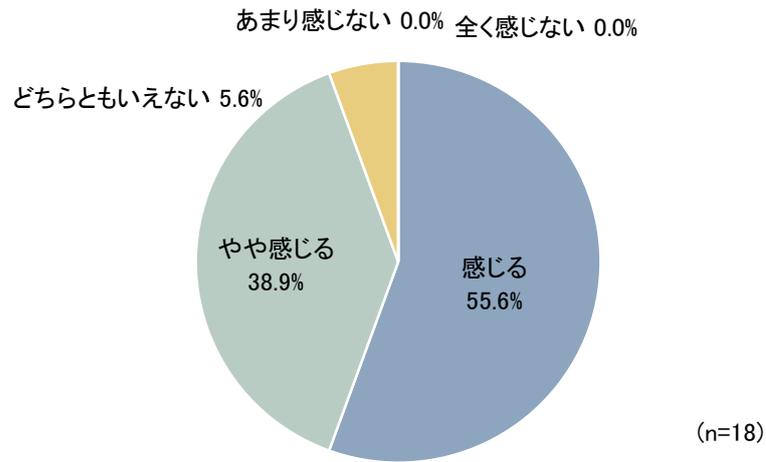
○参加人数（出演者・スタッフ含め）



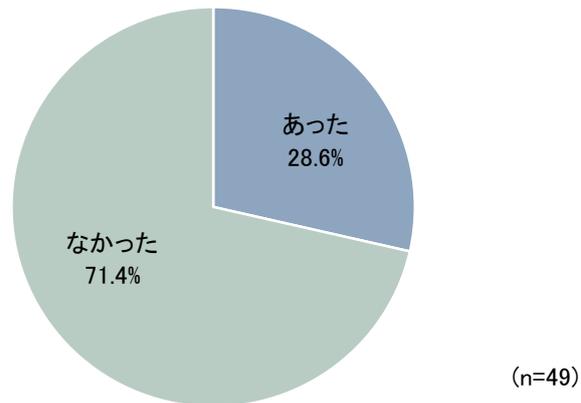
○企業（団体）のブランドを国内外へアピールできたと思うか



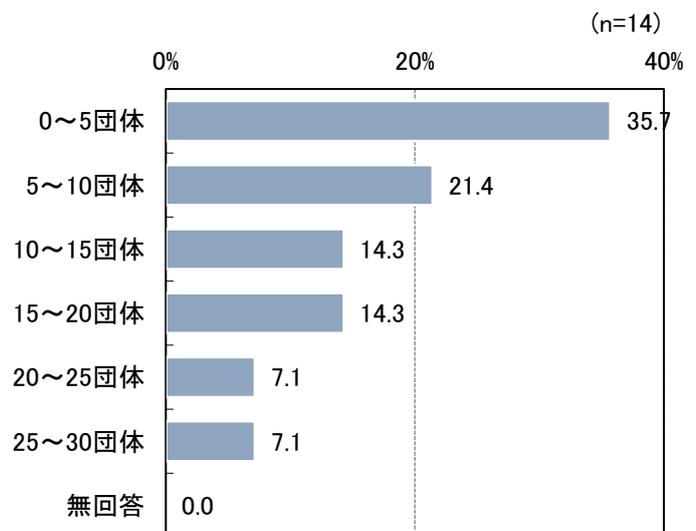
○団体の魅力や強みを国内外へアピールすることができたと感じるか



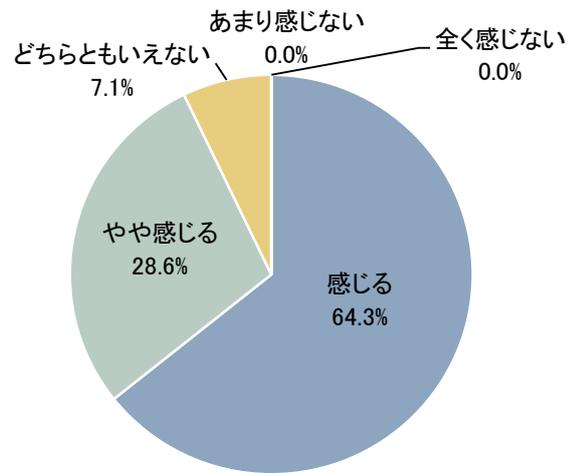
○市民団体の参加



○参加市民団体数



○参加した市民にとって、自分らしく活躍し、成長できる場となったと感じるか



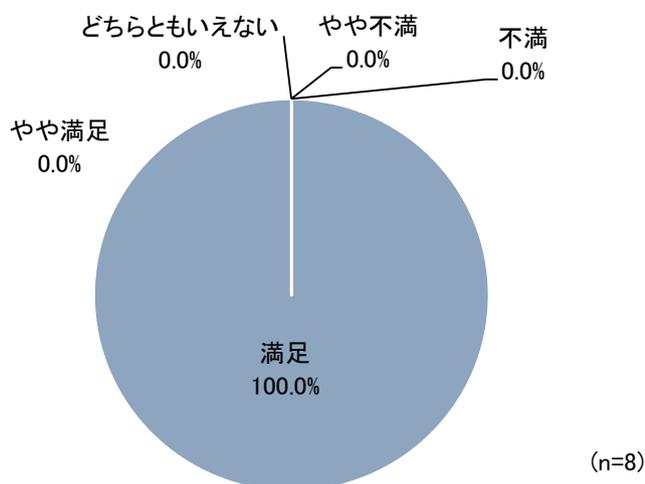
## (5) 催事主催者（デモキッチン）アンケート

### ① 調査項目

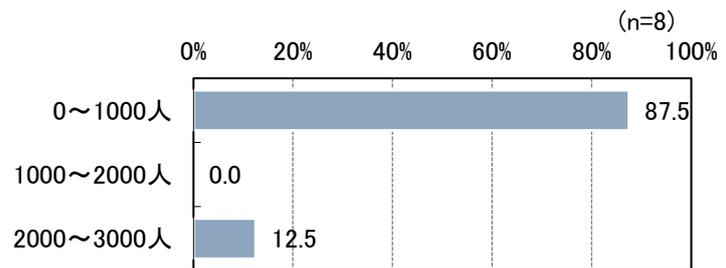
Q1	ご所属の機関・団体についてお答えください。
Q2	催事主催者としてイベント・催事を実施したことによる満足度を教えてください。 1. 満足 2. やや満足 3. どちらともいえない 4. やや不満 5. 不満
Q3	選択した理由を具体的に教えてください。
Q4	催事主催者において、催事に参加された人数（出演者・スタッフ含め）を教えてください。 （把握していれば）
Q5	以下のうち、催事の内容について該当するものを選択し、その具体的な取組内容について記載ください。 ※1つの取組を複数の項目に当てはめて回答いただいても結構です。 1. 来館者の興味・関心をひきつけるための取組 2. 先端技術を活用した取組 3. SDGsに関する取組 4. 他の企業や教育・研究機関、行政等と連携した取組 5. 大阪産（もん）の食材を使った料理の提供や、大阪ならではの取組 6. その他
Q6	主催した催事を通じて、企業（団体）のブランドを世界に示すことができましたか。 1. そう思う 2. ややそう思う 3. どちらともいえない 4. あまりそう思わない 5. そう思わない
Q7	大阪ヘルスケアパビリオンに催事参加しての感想（良かった点や課題）を記載ください。

### ② 集計結果

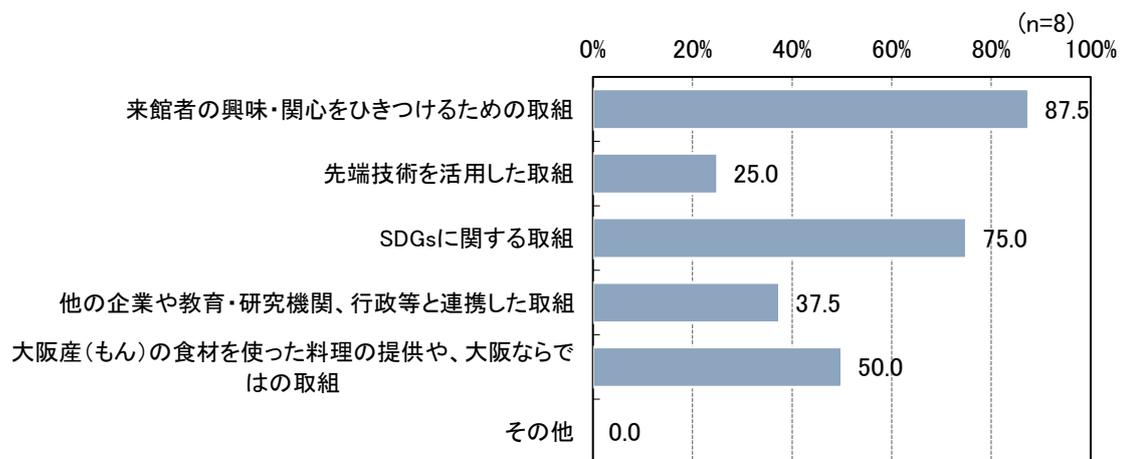
#### ○ イベント・催事を実施した満足度



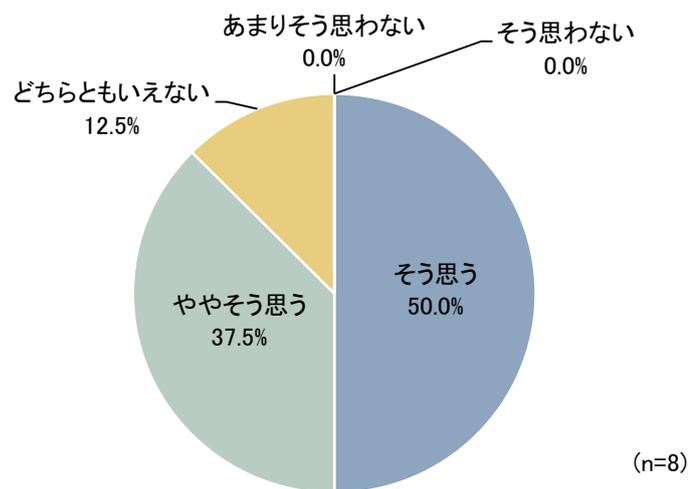
○参加人数（出演者・スタッフ含め）



○取組内容



○企業（団体）のブランドを世界に示すことができたとと思うか



## (6) リボーンチャレンジ出展企業アンケート

※大阪府商工労働部が、リボーンチャレンジ出展企業に対して実施したアンケート

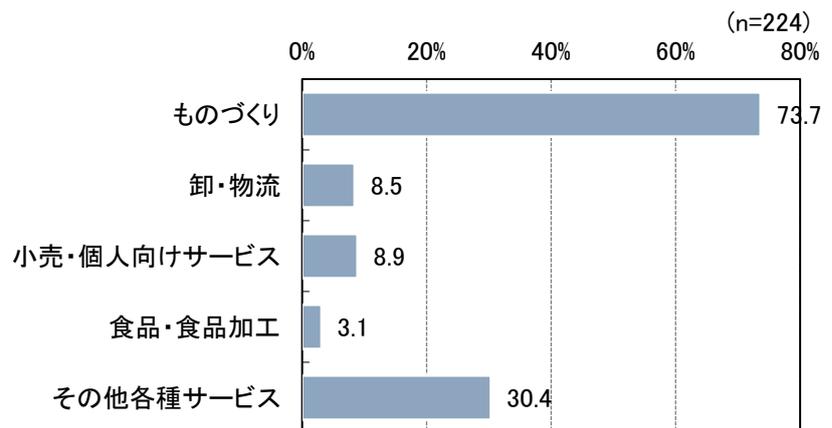
### ① 調査項目

Q1 企業属性（複数回答） 1. ものづくり 2. 卸・物流 3. 小売・個人向けサービス 4. 食品・食品加工 5. その他各種サービス
Q2 出展技術の分野（複数回答） 1. IT AI/IOT・ロボット 2. モビリティ 3. ライフサイエンス 4. ヘルスケア 5. カーボンニュートラル 6. グリーン<エネルギー・環境> 7. インバウンド 8. 伝統工芸
Q3 企業規模（従業員数） 1. 0～5人 2. 6～20人 3. 21～100人 4. 101～300人 5. 301人以上
Q4 創業後の年数 1. 創業前 2. 1年未満 3. 1年～3年未満 4. 3年～5年未満 5. 5年～7年未満 6. 7年～10年未満 7. 10年以上
Q5 出展して良かったか？ 1. すごく良かった 2. 良かった 3. あまり良くなかった 4. 良くなかった
Q6 出展した狙い、期待（複数回答） 1. 認知度向上（企業ブランドの向上） 2. 認知度向上（商品・技術力 PR） 3. 販路開拓 4. 業務提携・共同研究（開発） 5. 人材確保 6. 人材育成（従業員のモチベーション向上） 7. 資金調達 8. マーケティング（社会受容性） 9. その他
Q7 達成具合 1. 期待以上 2. 達成 3. 概ね達成 4. 不十分
Q8 展示技術・製品のステージ 1. コンセプト段階 2. 開発段階 3. 試作段階 4. 販売前
Q9 当面の計画をいつまでにどこまで 1. 「コンセプト段階」から「開発済み」まで 2. 「コンセプト段階」から「試作完成」まで 3. 「コンセプト段階」から「商品化」まで 4. 「開発段階」から「試作完成」まで 5. 「開発段階」から「商品化」まで 6. 「試作段階」から「商品化」まで
Q10 計画達成時期 1. 本年中 2. 2026年まで 3. 2027年まで 4. 2028年まで 5. 2029年まで 6. 2030年まで 7. 2031年以降
Q11 計画達成に向けた課題（記述） ※集計者による分類 1. 資金 2. 人材 3. 販路開拓・営業 4. 事業戦略 5. 法規制・承認 6. 技術開発・向上 7. 生産技術・体制 8. コスト 9. 課題なし・その他
Q12 望まれる支援（複数回答） 1. ビジネスモデル・事業戦略の策定 2. 技術支援（プロジェクトに必要な技術的サポート） 3. 知的財産 4. 規制緩和 5. 補助金 6. 投資 7. 融資 8. 海外展開 9. 販路開拓・展示会・イベント登壇 10. 人材紹介（経営人材） 11. 人材紹介（技術人材） 12. 人材紹介（その他職種）
Q13 引き合い・問い合わせの有無（複数回答） 1. 国内企業・団体から引き合いあり継続中 2. 国内企業・団体から引き合いあり動きなし 3. 国内企業・団体から引き合いなし 4. 海外企業・団体から引き合いあり継続中 5. 海外企業・団体から引き合いあり動きなし 6. 海外企業・団体から引き合いなし 7. メディアから問い合わせあり報道 8. メディアから問い合わせあり動きなし 9. メディアから問い合わせなし

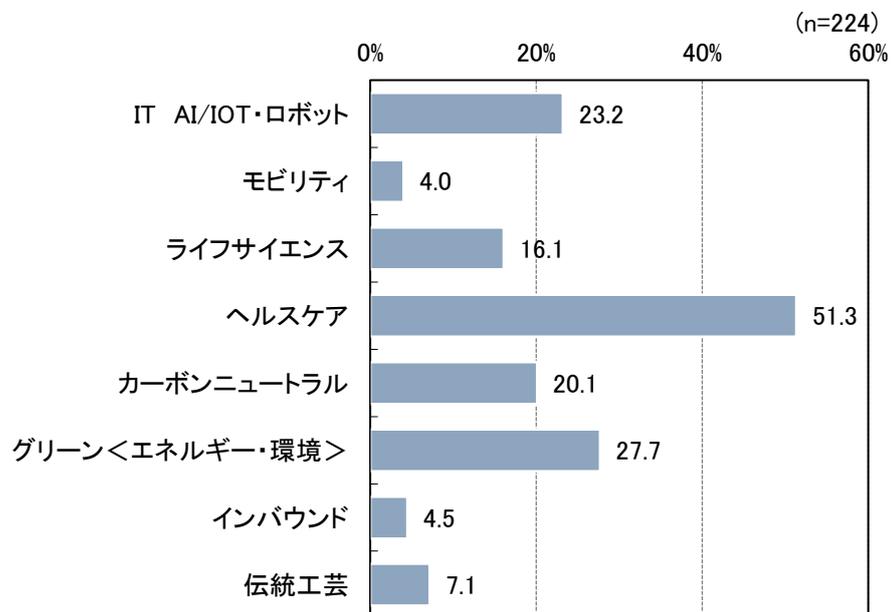
Q14 海外ビジネスへの取組
1. 既に海外と取引（貿易）を行っている 2. 1、2年以内に海外との取引（貿易）を計画 3. 時期は未定だが、海外との取引を行いたい 4. 海外との取引は想定していない
Q15 関心のある国・地域（複数回答）
1. アジア 2. 北米 3. 中南米 4. 中東 5. アフリカ 6. オセアニア 7. ヨーロッパ 8. 検討していない

## ② 集計結果

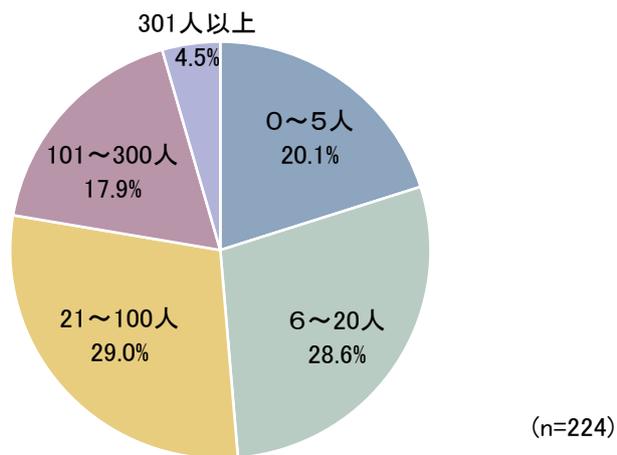
### ○企業属性（複数回答）



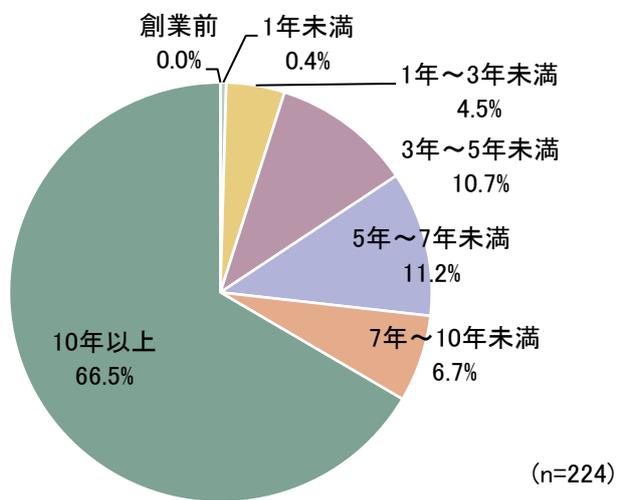
### ○出展技術の分野（複数回答）



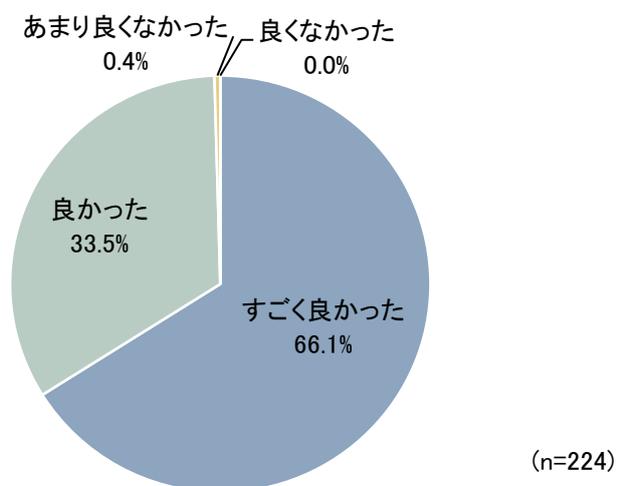
○企業規模（従業員数）



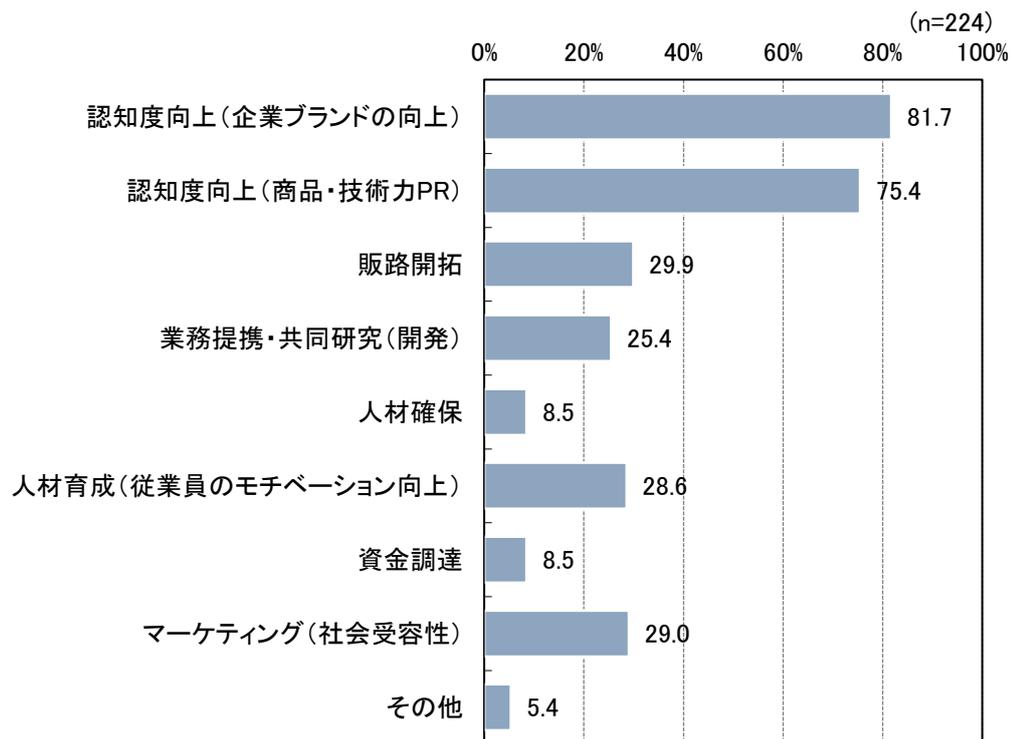
○創業後の年数



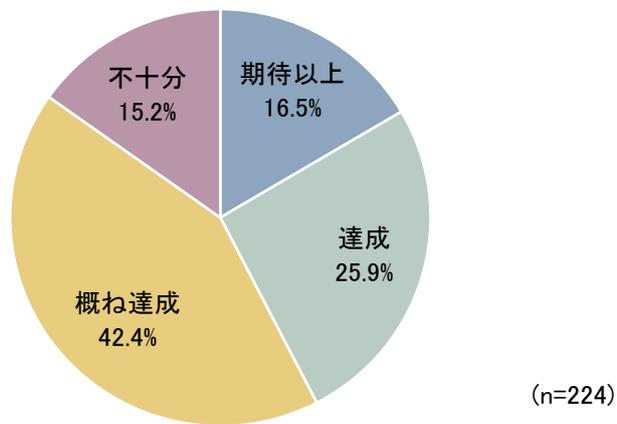
○出展して良かったか



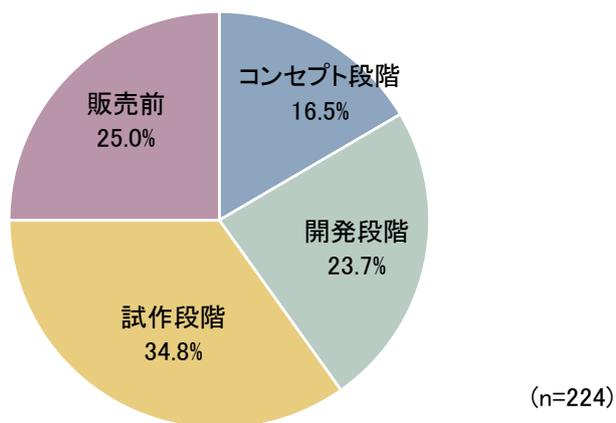
○出展した狙い、期待（複数回答）



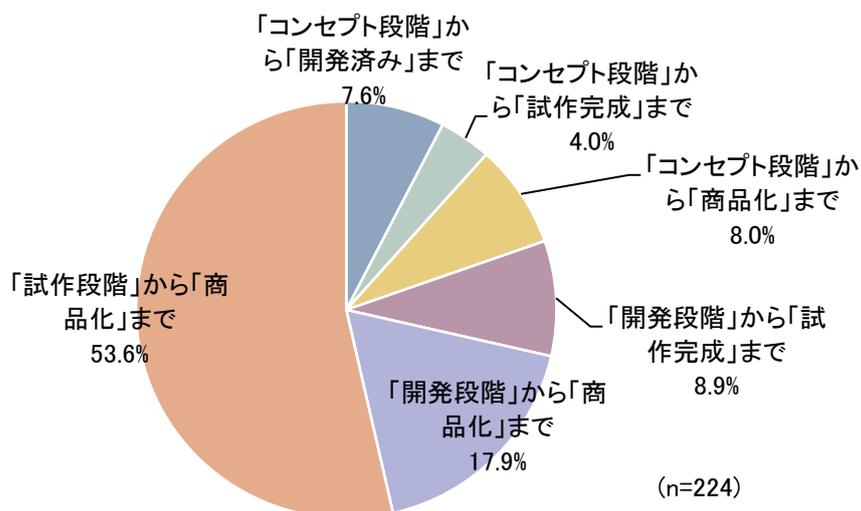
○達成具合



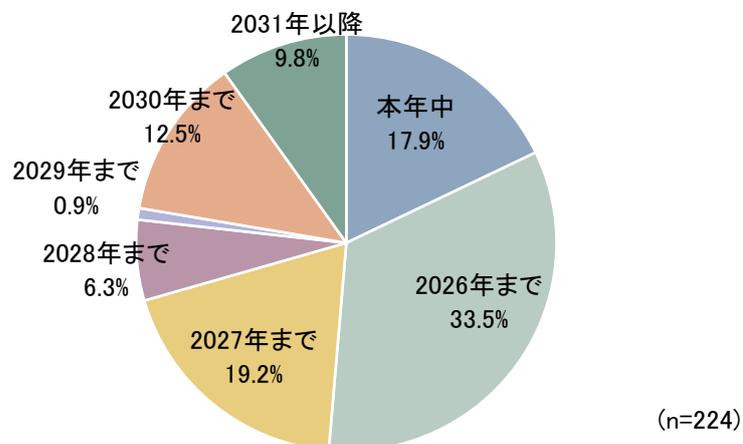
○展示技術・製品のステージ



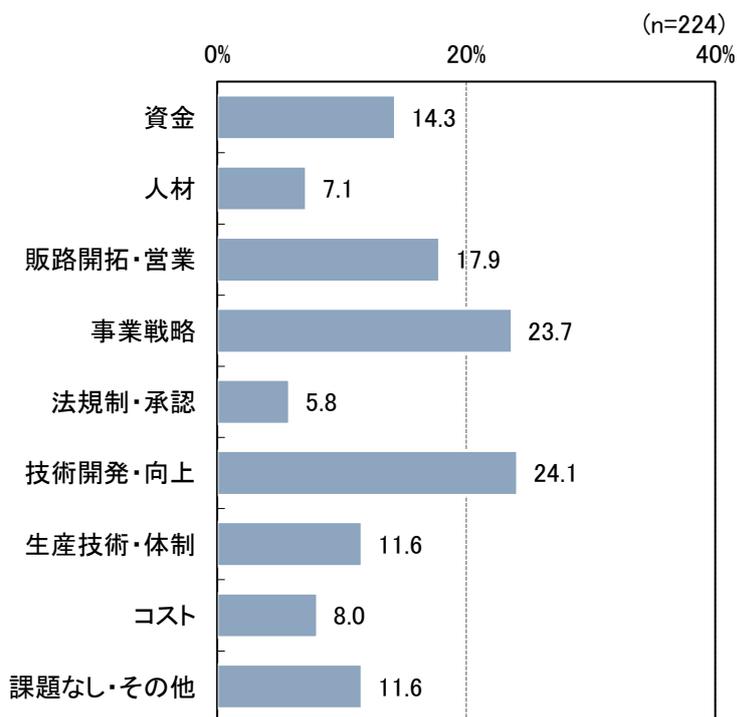
○当面の計画をいつまでにどこまで



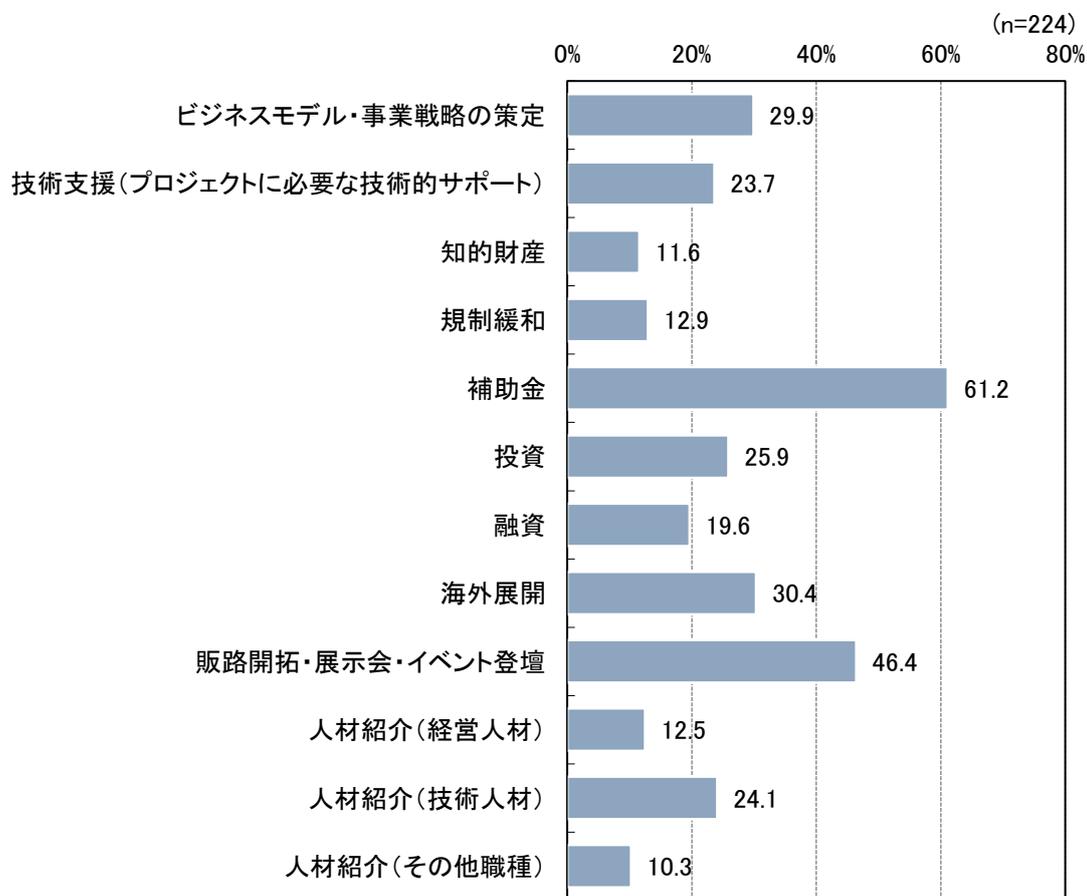
○計画達成時期



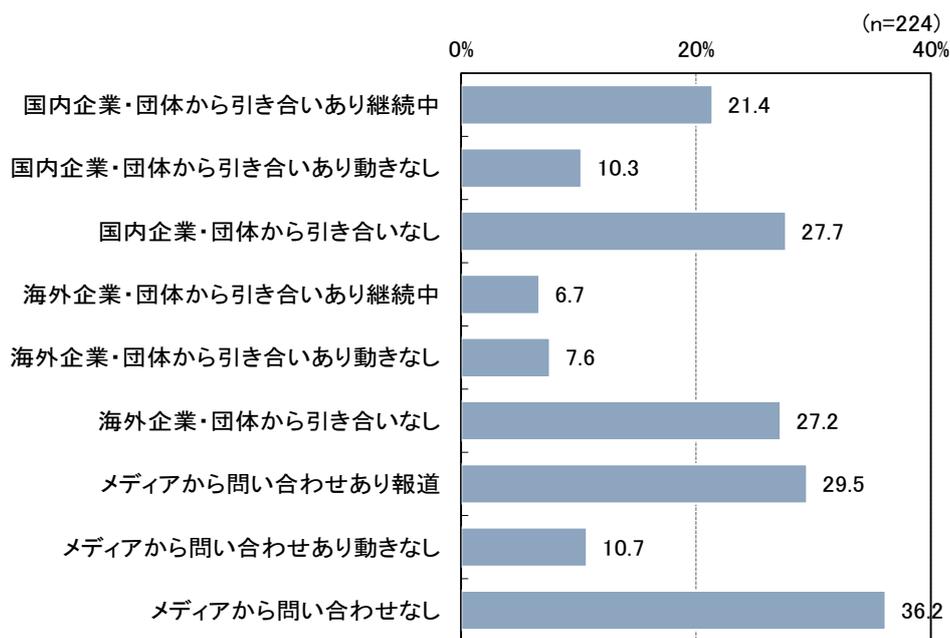
○計画達成に向けた課題（記述） ※集計者による分類



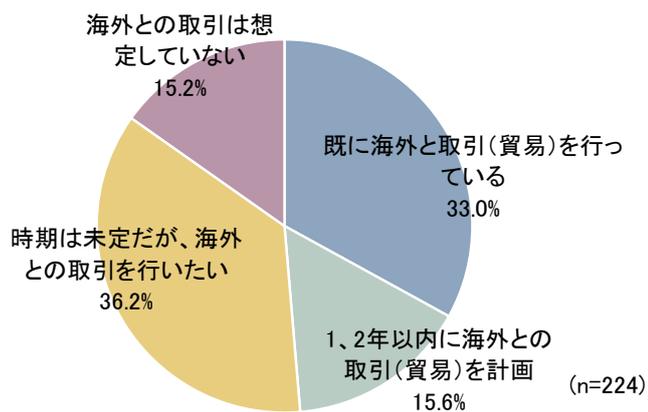
○望まれる支援（複数回答）



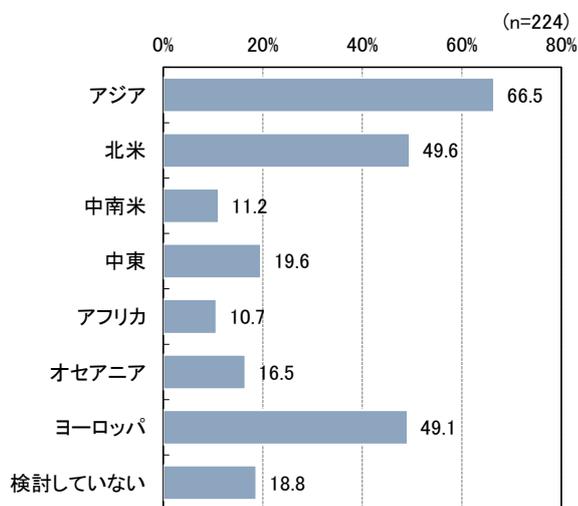
○引き合い・問い合わせの有無（複数回答）



○海外ビジネスへの取組



○関心のある国・地域（複数回答）



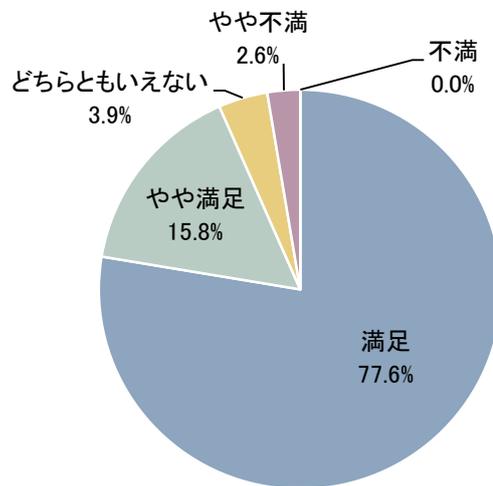
## (7) アテンダントアンケート

### ① 調査項目

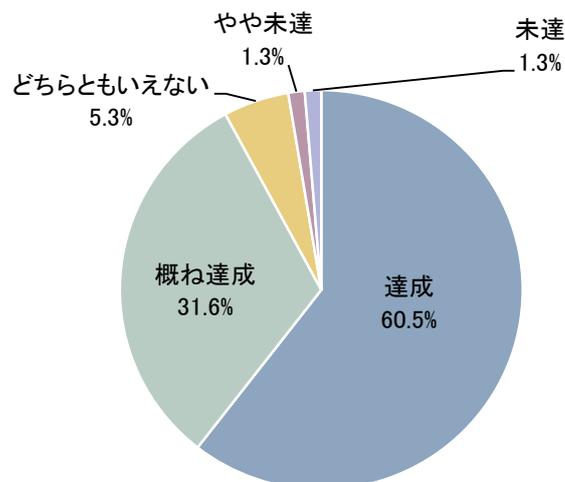
Q1 アテンダント業務に従事した満足度を教えてください。 1. 満足 2. やや満足 3. どちらともいえない 4. やや不満 5. 不満
Q3 アテンダント業務を志望した動機や目的について、具体的にお答えください。
Q4 アテンダント業務を志望した当初の動機や目的は達成できましたか。 1. 達成 2. 概ね達成 3. どちらともいえない 4. やや未達 5. 未達
Q5 選択した理由を具体的に教えてください。
Q6 アテンダント業務の経験を今後どのように活かしていきたいですか。

### ② 集計結果

#### ○従事した満足度



#### ○当初の動機や目的の達成度



### 3. アドバイザー等名簿

		氏 名	職 名
総合プロデューサー		森下 竜一	大阪大学大学院 医学系研究科 寄附講座教授
スーパーバイザー		東 博暢	株式会社日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門 プリンシパル
		大津 欣也	国立研究開発法人 国立循環器病研究センター 理事長
		遠山 正彌	地方独立行政法人 大阪府立病院機構 理事長
		中村 祐輔	国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所 理事長
		橋爪 紳也	大阪公立大学 研究推進機構特別教授/ 大阪公立大学 観光産業戦略研究所長
		溝畑 宏	公益財団法人 大阪観光局 理事長
シニアアドバイザー		河田 則文	大阪公立大学 名誉教授 大阪公立大学大学院医学研究科 特任教授
ヘルスケア・ 先端予防 ドック	ディレクター	山田 秀和	近畿大学 医学部 皮膚科学教室 客員教授/ 近畿大学奈良病院 非常勤医師/ 近畿大学アンチエイジングセンター 所員
	アドバイザー	赤澤 純代	金沢医科大学 総合内科学 臨床教授・女性総合医療センター長
		小沢 洋子	藤田医科大学 東京先端医療研究センター 臨床再生医学講座 教授
		國澤 純	国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所 医薬基盤研究所副所長 ヘルス・メディカル微生物研究センター長 ヘルス・メディカル微生物研究センター ワクチンマテリアルプロジェクトリーダー ヘルス・メディカル微生物研究センター 腸内環境システムプロジェクトリーダー
		新村 健	兵庫医科大学 総合診療内科 主任教授
		高島 正広	日本抗加齢協会 理事 関西支部 事務局長
		竹内 文乃	中央大学 理工学部人間総合理工学科 准教授
		武田 朱公	大阪大学大学院 医学系研究科 臨床遺伝子治療学 寄附講座 准教授

		氏 名	職 名
		内藤 裕二	京都府立医科大学大学院 医学研究科 生体免疫栄養学講座 教授
		中神 啓徳	大阪大学大学院 医学系研究科 寄附講座教授
		堀江 重郎	順天堂大学 医学部 泌尿器外科学講座 主任教授
		山岸 昌一	昭和医科大学医学部内科学講座糖尿病・ 代謝・内分泌内科学部門 主任教授 昭和医科大学病院 糖尿病代謝内分泌内科 診療科長
未来の病院・ 先端医療 展示	ディレクター	富田 哲也	森ノ宮医療大学大学院 保健医療学研究科 教授
	アドバイザー	猪原 秀典	大阪大学大学院 医学系研究科 耳鼻咽喉科・ 頭頸部外科学 教授
		掛屋 弘	大阪公立大学大学院 医学研究科 臨床感染制御学 教授
		忽那 賢志	大阪大学大学院 医学系研究科 感染制御医学講座 教授
		阪井 丘芳	大阪大学大学院 歯学研究科 成長発達歯学系 部門 顎口腔機能治療学講座 教授
		鶴田 大輔	大阪公立大学大学院 医学研究科 教授・ 特命副学長（国際広報担当）
		富山 憲幸	大阪大学大学院 医学系研究科 放射線統合医学講座 放射線医学 教授
		朝野 和典	地方独立行政法人 大阪健康安全基盤研究所 理事長 2025年日本国際博覧会 感染症対策検討会議 （座長）委員・感染症対策顧問
		中村 博亮	大阪公立大学医学部附属病院長
		西田 幸二	大阪大学大学院 医学系研究科 脳神経感覚器外科学（眼科学）主任教授
		藤本 学	大阪大学大学院 医学系研究科 皮膚科学 教授
食・レス トラン	ディレクター	増田 昇	大阪府立大学 名誉教授
	アドバイザー	大引 伸昭	辻調理師専門学校 日本料理教授

		氏 名	職 名
		坪山（笠岡） 宜代	国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所 産官学連携研究センター 客員研究員
		北宅 善昭	大阪府立大学 名誉教授/大阪公立大学 研究推進機構特任教授/植物工場研究センター長
		鈴木 裕子	株式会社 Office musubi 代表取締役
		尾藤 環	辻調理師専門学校 産学連携教育推進室室長
		山口 夕	大阪公立大学大学院 農学研究科 教授
バーチャル・バーチャル大阪パビリオン	ディレクター	佐久間 洋司	大阪大学 グローバルイニシアティブ機構 招へい研究員
	アドバイザー	稲見 昌彦	東京大学先端科学技術研究センター 教授
		玉城 絵美	琉球大学 工学部知能情報コース 教授
プラットフォーム・データ基盤	アドバイザー	阿多 信吾	大阪公立大学大学院 情報学研究科 教授
		坂田 恒昭	大阪大学共創機構 特任教授
		宮本 貴朗	大阪公立大学大学院 情報学研究科長
デジタル通貨	アドバイザー	松田 一敬	合同会社 SARR 代表執行社員
		宮沢 和正	東京工業大学 経営システム工学 講師
		山岡 浩巳	フューチャー株式会社 取締役 フューチャー経済・金融研究所長
エキスパート	ユニバーサルデザイン	石塚 裕子	東北福祉大学 共生まちづくり学部 共生まちづくり学科 教授
	都市空間	嘉名 光市	大阪公立大学大学院工学研究科 都市系専攻教授
	デジタル・エンタメ	古嶋 雅史	アビームコンサルティング株式会社 CEO オフィス執行役員プリンシパル
	SDGs全般	草郷 孝好	関西大学 社会学部 教授
	環境配慮	西岡 真稔	大阪公立大学大学院 工学研究科 教授
	建築	藤本 壮介	建築家/2025 年日本国際博覧会 会場デザインプロデューサー
	ジェンダー・インクルーシブ	諸田 智美	NPO 法人女性と仕事研究所 代表理事

※敬称略 職名は、2025 年度就任時を基本とする。