



大阪・関西万博の成功に向けた機運醸成アクションプラン（ver1.0）

策定の趣旨

- 大阪・関西万博の開催まで3年を切り、とりわけ、機運醸成に重点的に取り組んでいく局面に立っている。
- 万博の成功に向けては、全国的な認知度等をさらに向上させ、一人でも多くの人に万博に対する興味や関心、期待感等を高めていただくことが重要。
- 機運醸成の取組みを本格化させていくため、本プランを策定。

大阪・関西万博の認知度等に関する現状

※府アンケート調査結果（2021年9月）

	開催されることを知っている人	テーマ内容を知っている人	興味・関心がある人	万博に行きたい人
府内	90.1%	37.8%	56.6%	58.1%
府外	62.1%	22.9%	41.7%	29.6%

⇒ 府外での認知度が府内と比べ低い、府内でもテーマの認知度や万博への興味・関心度等が低い

今後の取組方向

【進め方】「2025大阪・関西万博推進本部」のもと、府市で一丸となって取り組む

- 博覧会協会をはじめ、関係機関と連携しながら、府内外に向けて広報やプロモーション活動を展開。
- 各主体が有する地域の強みや企業の海外拠点など、あらゆるツール・ネットワークを活用し、大阪・関西から全国、海外へと機運を盛り上げていく。
- 開催都市として、2022年度は府内を中心に機運を高めていく。

2022年度（令和4年度）の取組内容

方針

開催1000日前（令和4年7月18日）等の節目となるタイミングをとらえて、人々の記憶に残るインパクトのあるイベントを開催するほか、様々なPR活動を展開

(1)府市の取組（行政ネットワークを活用した取組）

①広くPRを図るもの

- 府内市町村の庁舎内等への装飾、公用車等を活用したPR
- 府市が所有する様々なPRツールを活用した発信
- 府内市町村等主催の集客イベントへのブース出展 等

②府民・市民参加型によりPRするもの

- バーチャル・大阪、SNSを活用したPRの実施
- 「万博の桜2025」の取組みの加速化 等



ロゴデザインを施したマンホール蓋（イメージ）



「万博の桜2025」チラシ

(2)経済団体・企業等と協力・連携した取組

- 公共交通機関等への働きかけ
- シティドレッシング
- ロゴマーク等の商用利用の促進
- 経済団体等によるPR 等



デジタルサイネージを活用したPR(ATC)