

15:50～16:10

**2025年大阪・関西万博に向けた
兵庫県の取組み**

**兵庫県万博推進課長
岸本 健吾**



2025年大阪・関西万博に向けた 兵庫のアクションプラン ver.2



ひょうごフィールドパビリオン

Our Field, Our SDGs

私たちのフィールド、私たちのSDGs

2023年9月20日 兵庫県



- I アクションプランの概要・位置づけ
- II 各事業展開
 - 1 ひょうごフィールドパビリオンの展開
 - 2 万博会場「兵庫県ゾーン」・兵庫県立美術館における魅力発信
 - 3 「兵庫県版テーマウィーク」による魅力発信
 - 4 リージョナルデー「市町の日」による魅力発信
 - 5 「子どもの夢」プロジェクトの実施
 - 6 機運醸成事業の実施
 - 7 推進体制の構築
- III 施策体系別一覧
- IV ロードマップ
- V 万博開催に向けた兵庫の取組のKPI

Ⅰ アクションプランの概要・位置づけ

- ◆ 「2025年大阪・関西万博」に向け、現時点で兵庫県が実施を予定している関連事業をとりまとめたもの
- ◆ 令和5年度当初予算編成にあわせてver.1を公表 (R5.2.7)
- ◆ ひょうごフィールドパビリオンの磨き上げ、プロモーション、兵庫県版テーマウィーク事業など具体化した内容を反映し、ver.2として更新 (R5.9.20)
- ◆ 今後も必要に応じ、随時更新(令和6年度予算編成等)し、取組を具体化
- ◆ 「大阪・関西万博」ひょうご活性化推進協議会により、県、市町、民間事業者等関係者と方向性を共有、連携し、兵庫の取組を推進



▲山田錦



▲但馬牛

1 ひょうごフィールドパビリオンの展開

・地域の「SDGsを体現する活動の現場そのもの(フィールド)」を地域の人々が主体となって発信し、多くの人を誘い、見て、学び、体験していただく「**ひょうごフィールドパビリオン (FP)**」を展開する。

21世紀型万博の意義 人類共通の課題解決 (アイデア) を発信する場

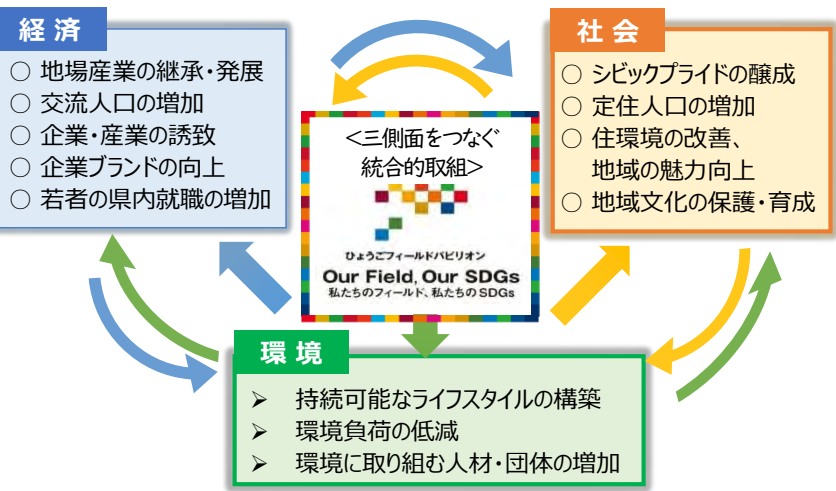
兵庫五国での取組には
世界が持続可能な発展を遂げていくための多くのヒントが秘められている

兵庫では、歴史も風土も異なる個性豊かな五国において、地域の人々が主体的に課題解決に取り組み、未来を切り拓いてきた

- 阪神・淡路大震災からの **創造的復興**
- 人と環境にやさしい **循環型農業**
- 豊饒な大地や海に育まれた **食材**
- 挑戦を繰り返してきた **地場産業**
- 郷土の自然と暮らしの中で受け継がれてきた **芸術文化**



大阪・関西万博に合わせ、「ひょうごフィールドパビリオン」を展開



定住・交流人口の増加・持続可能な地域の実現を目指す

156 件を認定
(R5.8.22時点)

5 件をプレミア・プログラムに
選定 (R5.3.28時点)

R5年度「SDGs未来都市」・「自治体SDGsモデル事業」に選定 [R5.5.22]

✓ R5年度の国補助金「自治体SDGsモデル事業補助金」を活用し、さらなるプログラムの磨き上げ、プロモーション事業を実施 **【事業費計 3,500万円】**



コンテンツマネジメント事業

- 「ツーリズムEXPOジャパン」への出展 (10/26~29) **【150万円】**
- メディアファームトリップの実施 **【950万円】**
※インフルエンサーがFPを体験し、自身のSNS等で発信
- 兵庫のサステナブルツーリズムを発信する冊子の発行 **【400万円】**

コンテンツ造成・開発事業

- メディアFPのポータルサイト制作・講習会開催 **【1,500万円】**
- FPプレイヤーが、プレミアプログラムなど他の優良コンテンツを視察し、プレイヤー同士のネットワーク化 **【500万円】**

(参考) プレミア・プログラム



尼崎運河クルーズツアー(摂津) Cruise in Amagasaki Canal

- 阪神工業地帯の中核の一つとして高度経済成長を支えてきた尼崎。一時は公害問題に悩まされたが、環境への関心が高まる中、企業等の努力により、現在は**海洋生物資源に恵まれた豊かな海域を有する地域へと変化**を遂げた。
- この経済成長を支えたのが尼崎運河。その入口にある「**尼ロック**」は、物流の要として**舟運を支える**とともに、**高潮や津波からまちを守る**ため、日本初のパナマ運河方式として建設された国内最大級の閘門である。
- 近年では、多くの釣果を得た釣り人が、食べきれない魚を子ども食堂に配布する「**フィッシュシェアリング**」も行われている。海洋資源を効果的に利用する取組は、独自性が高く、「**新たな循環型社会**」への視座を与える。

概要：工場群を縫うように張り巡らされた現役の運河で、他の運河とは違う「産業都市尼崎」ならではの運河クルーズを体験。

実施主体：一般社団法人あまがさき観光局



(参考) プレミア・プログラム



自然エネルギーを活用した 「湯がき体験」(但馬) Blanching in hot spring water

- 湯村温泉では、1200年前の開湯以来、98℃、470ℓ/分の豊富な温泉を利用し、入浴だけでなく、**山菜などを湯に浸けて調理する「湯がき」**が行われてきた。
- 現在では、温泉に含まれる成分に着目し、洗濯や洗髪に活用の道を広げるなど、「**生まれてから温泉三味**」の温泉文化が家庭の暮らしまで行き届いている。
- 新しいチャレンジとして、旅館の冷暖房や温度差を利用した発電など、**地域全体で高温の温泉を最大限活用する取組**は、進化を続けている。
- こうした環境に優しい暮らしを積極的に発信しており、CO₂を排出せず、**化石燃料に頼らない取組への視座**を与える。

概要：「湯がき」をはじめ、高温の温泉を、温泉旅館や地域住民の日常生活まで町全体で活用している取組をガイドが話をします。

実施主体：湯村温泉観光協会



地熱バイナリー発電

温度差発電 (パルチエ発電)

1 ひょうごフィールドパビリオンの展開

【R5年度事業費：115百万円】

(1) プロモーションの展開

- ・WEBサイト等による情報発信により**フィールドパビリオンの認知度向上**を図るとともに、**国内外に積極的にプロモーション**し、**旅行商品化・ツアーへの組み込み**等により兵庫への誘客を促進。
- ・海外プロモーションにあたっては、友好・姉妹提携の状況や、訪日外国人客数を踏まえて**ターゲットを設定**し、展開。

WEBサイト・広報素材等による情報発信

(1)専用WEBサイト構築 [R5.8月暫定公開～]
 順次プログラム情報の掲載、メディアやOTAとの連携を検討するなど拡充



(2)SNS・動画等の活用によるプロモーション
 プロモーション動画、Instagram等を通じた発信



(3) メディアの活用によるプロモーション
 新聞等紙面広告掲載、フリーペーパー掲載等による情報発信

フィールドパビリオンの認知度向上

**R5
年度**

海外向けプロモーション

- ✓旅行の意志決定に時間が必要な欧米豪など遠方からプロモーションを開始
- ✓順次、近隣のアジア諸国へ展開

(1)知事トップセールスの実施

<R5の主な予定>

| | |
|----|----------------------|
| 9月 | 米国（ワシントン州姉妹締結60周年記念） |
|----|----------------------|

(3)旅行博等への出展

<R5の主な予定>

| | |
|------|-------------------------------|
| 6月 | 香港国際旅行展示会【香港】 |
| 8月 | Japan Roadshow【豪】 |
| 10月 | IFTM Top Resa【仏】 |
| 11月 | 台湾国際旅行博【台湾】 |
| 1～2月 | LA Travel & Adventure Show【米】 |

(2)ファムトリップ、メディアファムの実施
 海外エージェントやメディアを招聘

**R6
年度**

国内向けプロモーション

- ✓各プログラムの完成度を高めたうえでプロモーションを実施

(1)旅行博等への出展

<R5の主な予定>

| | |
|-----|---------------|
| 9月 | 国際フロンティア産業メッセ |
| 10月 | ツーリズムEXPOジャパン |

(3)メディア・ファムトリップ

メディアを対象としたファムトリップ、著名人・インフルエンサーを対象とするツアーの実施

**R7
年度**

(2)航空会社・船会社と連携したプロモーション

就航先でのプロモーションイベントの開催

フィールドパビリオンの旅行商品化、ツアーへの組み込み

1 ひょうごフィールドパビリオンの展開

(2) プログラムの磨き上げ

【R5年度事業費：24百万円】

- ・認定したプログラムは、**国内外からの誘客が可能な魅力的なプログラム**になるよう、プレイヤーやサポート人材への研修、商品化支援などの**磨き上げ**を行い、受け入れ体制の向上に取り組んでいく。
- ・**伴走型の支援を行い、国内外からの誘客が可能な魅力的なプログラムに仕上げる。**

① 磨き上げの内容

<研修プログラム>

キックオフ研修会 **目標設定・課題認識**

| | |
|--------|-------------------------|
| 体制整備 | 危機管理対策、サポート人材の発掘育成等 |
| 社会経済 | 地域連携、ネットワークの構築、価格設定等 |
| 文化継承 | 文化的観点のストーリー構築、ツーリストシップ等 |
| 環境保全 | 環境的観点のストーリー構築、プラスチック規制等 |
| インバウンド | 非言語コミュニケーション、翻訳の仕方等 |

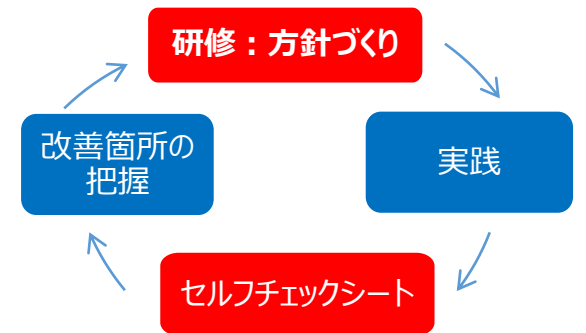
- プレイヤー自身による定期的セルフチェック **進行管理**
- 旅行専門家・ファシリテーター等のアドバイザー派遣 **実地指導**
- プレイヤー同士の相互訪問 **切磋琢磨**
- 大学生や在日外国人等によるモニターツアー **実践練習**

<R5年度の研修計画>

| | |
|------------|--|
| 第1弾(8月～) | プログラムの魅力向上、プレイヤー同士のネットワークづくり、サポート人材参画の仕組みづくり |
| 第2弾(10月～) | 誘客に向けた基礎知識に関する研修 |
| 第3弾(下半期随時) | 実地研修 |



② 磨き上げのPDCAサイクル



**取組継続のために
マネジメント
体制構築を目指す**

**マネジメント・サポート人材
(プランナー・オペレーター等)
を内外から育成**

ロードマップ

| 項目 | 2023年度 (R5) | 2024年度 (R6) | 2025年度 (R7) |
|-------------|--------------------|--------------|-------------|
| ① 磨き上げ研修の実施 | 研修の実施(座学研修 → 実地研修) | | |
| ② 磨き上げ支援 | 各種支援の実施、モニターツアーの実施 | 後はファムトリップで対応 | |
| ③ サポート人材の発掘 | 各研修や磨き上げ支援の中で、発掘 | | |

2 万博会場「兵庫県ゾーン」・ 兵庫県立美術館における魅力発信

【R5年度事業費：55百万円】
（R6債務負担行為：351百万円）



Our Field, Our SDGs
R.5.07-11-R.6.5.07-SDGs

- ・万博会場の関西パビリオン「兵庫県ゾーン」と県内拠点である兵庫県立美術館において、ひょうごフィールドパビリオンをはじめ、歴史・文化・観光資源などの**多彩な魅力を展示を通じて発信し、兵庫への誘客を促進**。
- ・また、会場内でのトークセッションやイベントの展開など、効果的な誘客施策をあわせて検討。

万博会場「兵庫県ゾーン」

（関西パビリオン内、面積：約160㎡）

展示コンセプト

時空を超えた旅で兵庫県の魅力を体感するアトラクション型映像空間

HYOGO ミライバス

- 体験型の全天周SDGs空間 -

特徴

- ▶ 座席に座って楽しめるシアター空間
- ▶ シアター空間を生かしたトークセッションが展開可能



兵庫県立美術館

（ギャラリー棟3階ギャラリー、面積：約620㎡）

展示コンセプト

参加型の展示体験で、ワクワクしながら
兵庫の魅力を発見し体感できる空間

&future HYOGO

- 持続可能な未来のヒント -

特徴

- ▶ 兵庫の魅力を体感できる来場者参加型・体験型の展示空間
- ▶ 子どもが主体となって発信・共創するデジタルアート展示



目標来場者数

100万人

兵庫県ゾーン 40万人
兵庫県立美術館 60万人

2 万博会場「兵庫県ゾーン」・兵庫県立美術館における魅力発信

展示イメージ(詳細は展示設計において検討)

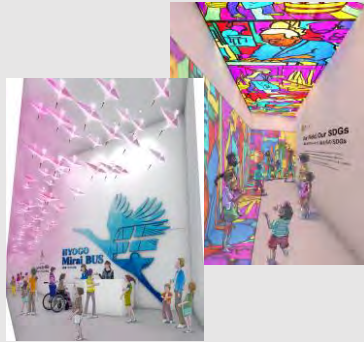
万博会場「兵庫県ゾーン」

(ウェイティングゾーン)

県鳥“コウノトリ”が出迎えるミライバスの入場口。

その奥には、フィールドパビリオンの活動を色鮮やかなステンドグラスアートで表現した回廊が続く。

天井面から差し込む光により照らされたアート作品が、通路や来場者に降り注ぐ、幻想的なアート・コリドーを演出。



(メインホール)

過去から未来の時空を超えた旅をお届けする“HYOGO ミライバス”。バスガイドの案内にあわせた視点の切り替え、

体感音響装置によるバスの揺れを再現するなど、全天周の映像で圧倒的な臨場感が味わえるバスツアー。

(乗車時間：10分程度)



兵庫県立美術館

(子どもの夢プロジェクトゾーン)

子どもたちが主役となって巨大なデジタルアートを演出するゾーン。未来の兵庫に関する絵画作品を集め、応募のあった作品をスキャン・デジタル化し、

プロジェクションマッピングで投影。子どもたち一人ひとりの作品をつなぎ合わせ、1つの大きなまち“未来の兵庫”を表現。



(フィールドパビリオンゾーン)

アバター技術と実物展示を組み合わせたリアルとデジタルの融合で、ひょうごフィールドパビリオンを体験できるゾーン。

自身の3Dアバターがフィールドパビリオン等を疑似体験したり、道具や素材、産業資源等を触って楽しむことができる実物のハンズオン展示などを展開。



ロードマップ

| 項目 | 2023年度(R5) | 2024年度(R6) | 2025年度(R7) |
|----------|------------|-------------------|------------|
| ①展示設計・制作 | 展示設計 | 展示制作 | 現場工事 |
| ②会場運営等 | | 運営マニュアル作成・スタッフ研修等 | 運営 |

3 「兵庫県版テーマウィーク」による魅力発信

- ・万博開催期間中、国際博覧会協会が実施するテーマウィークプロジェクトに連動し、**兵庫県が独自のテーマウィークを設定**し、県や企業、フィールドパビリオンプログラム提供者が万博会場や兵庫県立美術館等県内各会場において、**テーマに応じたPR事業を複層的に展開**。
- ・協会公式テーマの公表(R5.6月)を踏まえ、**兵庫県版テーマを設定し、事業実施に向けた準備を本格化**。

①「兵庫県版テーマウィーク」概要

- 開催期間** 2025.4.13～10.13 (万博期間)
- 開催場所** 関西パビリオン「兵庫県ゾーン」及び「多目的エリア」、万博会場各催事場、兵庫県立美術館、県内各地

テーマ数 協会テーマに県版テーマを加えた10テーマ

- 主な事業例**
- ・国際フォーラム・シンポジウム・大会
 - ・展示・PRブースへの出展
 - ・兵庫がハブとなる取組(※) 等
- ※共通課題への解決策や連携できる魅力を持つ複数府県を兵庫が中心となり行う取組



【県版テーマウィーク展開イメージ(例：テーマ「災害からの創造的復興」)】

- ・テーマに基づく関連事業を集中させることで、**関係者や学会を兵庫に誘致したり、展示・物販・ビジネスマッチングの実施につなげる**
- ・**イベントカレンダー**等を作成し、**県専用WEBサイト、協会公式HP等により広報** ※企業・団体等の参画方法については、今後調整

| 1日目 ○/○(月) | 2日目 ○/○(火) | 3日目 ○/○(水) | 4日目 ○/○(木) | 5日目 ○/○(金) | 6日目 ○/○(土) | 7日目 ○/○(日) |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------------|---------------|
| 県内各地での関係イベント | | | ●自治体災害対策全国会議 | ●自治体災害対策全国会議 | ●創造的復興サミット ※被災県知事が一堂に会しての発信 | 県内各地での関係イベント |
| 人と防災未来センター「特別展」 | | | | | | |
| 「防災ツーリズム」の推進キャンペーン | | | | | | |
| 万博会場、兵庫県立美術館をはじめ、県内各拠点で複層的に事業を展開 | | | | | | |

ロードマップ

| 項目 | 2023年度(R5) | 2024年度(R6) | 2025年度(R7) |
|---------|------------|----------------------|------------------|
| ①イベント開催 | 企画立案 | 本開催に向けた準備 | 本開催 |
| ②情報発信 | | 機運醸成のための誌面連載、SNSでの発信 | 本開催の誌面連載、SNSでの発信 |

3 「兵庫県版テーマウィーク」による魅力発信

②兵庫県版テーマ

- ・ 8つの協会公式テーマに加え、兵庫の魅力や強みを踏まえた“兵庫ならではの”の2分野を兵庫県独自テーマとして追加し、計10テーマを「兵庫県版テーマ」として設定。
- ・ テーマ期間は、協会の公式テーマ期間（秋頃公表予定）及び県の主要事業の実施日程を踏まえて設定予定。
（1週間を超えた期間設定とすることも想定）

【協会公式テーマ(R5.6.2公表)】

| | | | |
|-------------|-------------|-----------------|--------------------------|
| 地球の未来と生物多様性 | 健康とウェルビーイング | 平和と人権 | 食と暮らしの未来 |
| 学びと遊び | 未来への文化共創 | 未来のコミュニティとモビリティ | SDGs+Beyond いのち輝く未来社会 |


兵庫の魅力や強みを踏まえた“兵庫ならではの”の2分野を追加

【兵庫県独自テーマ】




| | テーマ | 考え方 | 【参考】テーマに関する主な県等事業（予定） |
|---|------------------------|--|--|
| 1 | 災害からの 創造的復興 | 阪神・淡路大震災からの復興の過程で生まれた“より良い社会をつくる”という「創造的復興」の理念を国内外へ発信 | 創造的復興サミット ・ 2025年（大阪・関西万博開催年）は阪神・淡路大震災から30年の節目にあたることから、阪神・淡路で生まれたコンセプト「 <u>創造的復興</u> 」をテーマに、 <u>国内被災地の知事や海外の被災自治体・関係機関等が意見交換し、世界に向け発信</u> 【主な参加者】国内被災地の知事（兵庫、岩手、宮城、福島、新潟、熊本）、海外の被災自治体等（トルコ、ウクライナ） |
| | | | 防災特別展【人と防災未来センター実施事業】 |
| | | | 自治体災害対策全国会議【(公財)ひょうご震災記念21世紀研究機構実施事業】 |
| 2 | ひょうごの 成長産業と 地場産業 | 産業活性化と県民生活の豊かさ創出に向けて着実に進んでいる兵庫を支える成長産業やスタートアップ企業、世界で通用する優れた技術・ノウハウ等を持つオンリーワン中小企業や地場産業の取組みを発信 | 兵庫の地場産業の魅力発信(万博会場催事場への出展) ・ 兵庫の持つ伝統ある <u>地場産業の歴史・文化・技術の発信</u> 、 <u>SDGsの取組や若手・女性による産地連携によるコラボ商品の紹介や展示などのPR活動</u> を通じて、兵庫、5国の地場産業の魅力向上とブランド価値向上を図るとともに、各産地で活躍する <u>次世代の若手に万博を通して世界へ発信する経験の機会を提供</u> する。 |
| | | | 万博に向けた国際フロンティア産業メッセの開催 |
| | | | 万博に向けた中はりまの産業PR |
| | | | 西播磨フロンティア祭 |

3 「兵庫県版テーマウィーク」による魅力発信

②兵庫県版テーマ

| テーマ | | テーマ領域 | [参考] テーマに関係する主な県等事業 (予定) |
|---------|---|---|---|
| 協会公式テーマ | 1 | 地球の未来と生物多様性 気候変動、脱炭素、生物多様性、サーキュラーエコノミー、再生可能エネルギー、水素社会、ネイチャーポジティブ、森林破壊、海洋汚染、里山再生、淡水資源など | 水素船のデモ走行 ・万博会場周辺での運行を視野に 大阪湾バイエリアへの水素旅客船の導入を検討する新規参入企業に向け、運行に向けた支援 を実施 里山・里海国際フォーラム |
| | 2 | 健康とウェルビーイング 感染症対策、ウェルビーイング、ゲノム医療、再生・細胞医療・遺伝子治療、PHR、健康寿命、SBNR、安全な水とトイレなど | 口から見えるあなたのミライ〜ウェルビーイングな毎日を過ごすためのヒント〜 ・「安心して長生きできる社会」の実現に向けて、各専門団体、関連企業、行政等がタッグを組み子どもから大人まで誰もが参加できる 未来型健康啓発イベント を実施し、参加者の「健口」意識の機運を高める。 先端医療技術等の体験・普及啓発 ・県立病院及び関係団体で実践・研究されている 先端医療技術 や特色ある取組みについて、実施体験を交えて広くPRし、 未来の医療を体験できる場を創出  |
| | 3 | 平和と人権 飢餓、貧困、格差社会、人権侵害、児童労働・強制労働、人身売買、障がい者参加、ジェンダー平等、LGBTQ、女性の活躍推進、移民、人間の安全保障、多様性と包摂性など | 多様な人々が活躍できる・誰一人取り残されない兵庫づくりの発信(フォーラム) ・すべての県民が障害の有無や言語、文化等の違いに関わりなく、 安心して万博に参加できる基盤づくり を推進  ひょうご・ヒューマンフェスティバル ひょうご・こうべ女性活躍推進企業「ミモザフォーラム」 |
| | 4 | 食と暮らしの未来 フードロス、フードテック、食育、食文化、スマート農林水産業、サステナブルファッション、エシカル消費など | 環境創造型農業サミット ・本県が推進する地球環境や生物多様性等に配慮した 「環境創造型農業」 を全国に発信 ・代表的取組みである 「コウノトリ育む農法」 を取り上げ、 国内で同様に取り組む自治体、団体等と連携したサミットを開催 し、環境にやさしい農業を推進  兵庫県民農林漁業祭 兵庫の酒文化の発信(万博会場催事場への出展) |

3 「兵庫県版テーマウィーク」による魅力発信

| テーマ | | テーマ領域 | [参考] テーマに関係する主な県事業 (予定) |
|---------|---|---------------------|---|
| 協会公式テーマ | 5 | 学びと遊び | <p>スタートアップチャレンジ甲子園</p> <ul style="list-style-type: none"> 次代を担う起業家、新ビジネスのアイデアを発掘する機会として兵庫・大阪で共同開催 起業を志す学生等による ビジネスプラン発表会、意見交換・交流を通じて、アントレプレナーシップを醸成 |
| | 6 | 未来への文化共創 | <p>万博に向けた芸術文化魅力発信の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 誰もが芸術文化に親しむ機会を提供する ひょうごプレミアム芸術デー、本県の多彩な芸術文化コンテンツを万博に合わせて誘客に繋げる 情報発信のほか、陶芸美術館と地域の連携により 丹波焼の里の魅力発信事業を展開 |
| | | | <p>県立社会教育施設の魅力発信プロジェクト</p> <ul style="list-style-type: none"> 兵庫の魅力発信や活性化のため、瀬戸内国際芸術祭での他美術館とコラボ企画をはじめ、社会教育施設において各種事業の展開を検討 |
| | | | <p>岡山県・香川県との周遊クルーズ実証実験</p> <ul style="list-style-type: none"> 姫路港の利用促進とツーリズム機能の強化、大阪万博や瀬戸内国際芸術祭を契機とした外国人観光客の誘客を目的とした 周遊クルーズの実証実験を実施 <p>[R5年度実施内容] ルート：姫路港→家島→直島→姫路港（日帰りクルーズツアー） 実施時期：10～11月頃</p>  |
| | 7 | 未来のコミュニティとモビリティ | <p>次世代モビリティ（空飛ぶクルマ）の補助事業</p> <ul style="list-style-type: none"> 空の移動革命をもたらす新たなモビリティへの関心が高まっており、万博を契機に社会実装を全国に先駆けて進めるべく、事業者との連携のもと取組を進める  <p>空飛ぶクルマイメージ (出典：経済産業省)</p> |
| | | | <p>自動運転による来訪者移動支援</p> <p>尼崎臨海部での次世代モビリティ走行</p> |
| | 8 | SDGs+Beyondのち輝く未来社会 | <p>SDGs、ポストSDGs、いのち、未来社会</p> <p>ひょうごSDGsシンポジウム（仮称）の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> SDGsの達成に向けてどのような取組が求められているのかを、ともに考え、ともに学ぶ機会とするための シンポジウムを開催  |

4 リージョナルデー「市町の日」による魅力発信

- ・万博開催期間中、兵庫県内の市町や地域単位の情報発信などを集中的に行うイベントである**リージョナルデー「市町の日」**を設定し、万博会場や兵庫県立美術館等県内各会場において、県内各地の魅力を発信。
- ・万博会場各催事場やテーマウィーク事業の公表を踏まえ、**事業実施に向けた準備を本格化**。
- ・博覧会協会や県のHP、関西パビリオン「兵庫県ゾーン」・兵庫県立美術館等で**「市町の日」を発信**。

リージョナルデー「市町の日」概要

開催期間 2025.4.13～10.13 (万博期間)

開催場所 関西パビリオン「兵庫県ゾーン」及び「多目的エリア」、万博会場各催事場、兵庫県立美術館、県内各地



■ 事業実施例

市町や地域単位の情報発信等を集中的に実施

- ① 地場産業のPR
(体験・展示、ファッションショー)
- ② 自然環境、伝統文化のPR
(動画放映、パネル展示、実演等)
- ③ 特産品・食のPR
(展示、販売、試飲・試食)
- ④ 市制周年記念イベント
(トークセッション、ライブ)
- ⑤ 観光PR
(オンライン観光ツアー) **※事業詳細は検討中**

■ 日程設定のイメージ

原則、1市町1日
(複数市町で実施の場合は、合計日数の範囲内)

■ 実施単位

市町単独又は、複数市町 (県民局単位等)



ロードマップ

| 項目 | 2023年度(R5) | 2024年度(R6) | 2025年度(R7) |
|----------|------------|----------------------|------------------|
| ① イベント開催 | 企画立案 | 本開催に向けた準備 | 本開催 |
| ② 情報発信 | | 機運醸成のための誌面連載、SNSでの発信 | 本開催の誌面連載、SNSでの発信 |

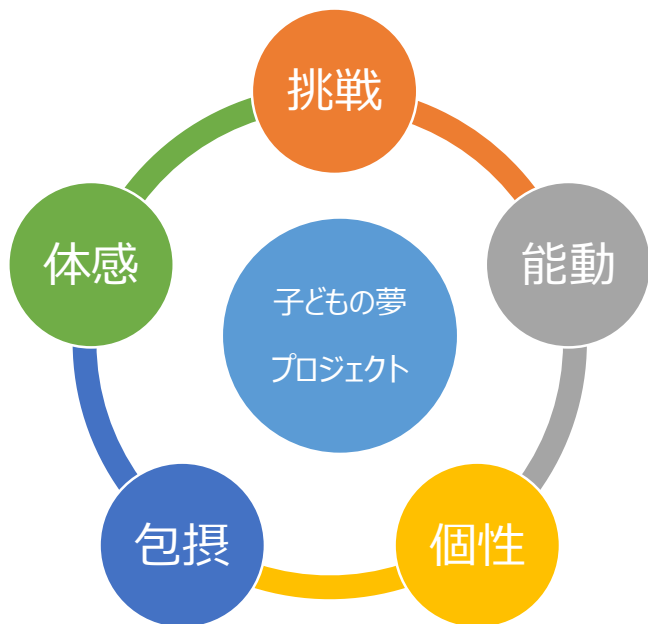
5「子どもの夢」プロジェクトの実施

- ・**万博という特別な機会に兵庫県の子どもたちが参加できる企画**を実施し、「未来に対してワクワクする」、「楽しく学び、その経験が未来につながる」など、今までに無い経験や新しい価値観に触れる機会を創出。
- ・兵庫の地域資源や魅力に触れ・知ることで、**子どもたちの兵庫へのシビックプライドを醸成**。

コンセプト

子どもたちが**主体的に**万博に関わり、子どもと**共創**するプロジェクト

大切にしたい5つの視点



挑戦

失敗してもいいからチャレンジできる

能動

自分から積極的にアクションを
起こせない子どもたちも活躍

個性

自分の活かし方を見つけるきっかけ

包摂

誰一人取り残さない

体感

5感で感じられる

兵庫の子どもたちが
兵庫から
子ども目線で発信



ロードマップ




| 項目 | 2023年度(R5) | 2024年度(R6) | 2025年度(R7) |
|-----------|------------|-------------|------------|
| プロジェクト企画等 | 企画 | プロジェクト準備・実施 | |

5「子どもの夢」プロジェクトの実施

プロジェクト概要

国籍や障害の有無にかかわらず誰もが参加できる企画とし、フリースクール等の民間団体・施設に通う児童・生徒などの参加にも配慮

<現時点での取組み予定> ※その他の企画、詳細事項は今後検討・調整。

| 事業名 | 対象者 (想定) | 事業内容 | 画像はすべてイメージ |
|---------------------------------|--------------------------|---|---|
| 子どもたちが描き、子どもたちが創り上げる「未来のまち“兵庫”」 | 小学生 | <p>「未来の兵庫の姿（案）」をテーマに絵画作品を募集し、応募のあった作品をスキャン・デジタル化。</p> <p><u>一人ひとりの作品をつなぎ合わせ、1つの大きなまち“兵庫”を共創</u>し、プロジェクションマッピングで兵庫県立美術館ギャラリー壁面に投影・展示。</p> <p>その場で参加できるインタラクティブな展示体験やギャラリー回廊を活用した絵画の実物展示も検討。</p> | <p>能動</p> <p>体感</p>  |
| ショートムービー～子ども目線で伝える地域の宝～ | 中学生 高校生 大学生 | <p><u>地域の宝</u>（フィールドパビリオンや自分の市町等）を<u>子ども自身が調べ、実際に取材し、ショートムービー（1分程度の動画）を制作</u>。</p> <p>動画を万博会場「兵庫県ゾーン」の幕間映像や県立美術館等で放映するとともに、万博専用HP等でPR・プロモーション動画としても活用。</p> <p>市町の日や県・市が行う催事と合わせて実施するなど、効果的なPRを展開。</p> | <p>挑戦</p> <p>個性</p>  |
| コウノトリが導く、HYOGOミライバス | 未就学児 小学生 特別支援学校生 等 | <p>県内の子どもたちが、万博会期前に<u>県鳥であるコウノトリの折り紙を制作</u>し、万博期間中に万博会場「兵庫県ゾーン」の回廊空間（ウェイティングゾーン）の天井面等に吊り下げ展示。</p> | <p>能動</p> <p>包摂</p>  |

6 機運醸成事業の実施

・万博開催に向けた機運を県内で盛り上げるため、**万博開催500日前等のカウントダウンイベント**、**兵庫の魅力発信**、**受け入れ環境整備**などの機運醸成事業を実施し、**県内各地での準備を着実にすすめ、兵庫全体で万博開催に向けた機運を盛り上げる。**

① カウントダウンイベント

万博開催に向けた機運を県内で盛り上げるため、**万博開催の500日前などの節目**にひょうごフィールドパビリオンの展開をはじめとした兵庫の取組みなど**万博を身近に感じてもらえるためのイベントを開催**

「大阪・関西万博」500日前イベントの開催

| | |
|---------|---|
| 日時 | 令和5年11月30日(木) |
| 場所 | 神戸ポートピアホテル |
| 内容(検討中) | <ul style="list-style-type: none"> 大阪・関西万博に向けた兵庫県の取組の進捗状況について知事による基調講演 大学生によるフィールドパビリオンモニタツアーの報告 万博会場等への交通の拡充に係る方向性の打ち出し |

<万博開幕500日前関連イベント>

- 関西・歴史文化首都フォーラム
- ・日時：令和5年11月27日(月)
- ・内容：知事、フィールドパビリオンプレーヤー、大学生とのパネルディスカッション

② 万博会場外駐車場隣接地(尼崎フェニックス事業用地)の活用

(1)万博会場外駐車場隣接地に**空飛ぶクルマの暫定ポートを整備**し、万博開催期間中の兵庫県内での**空飛ぶクルマの2地点間運航(尼崎フェニックス事業用地～万博会場)**に向け、関係者間(※)で調整

※博覧会協会、内閣官房、国土交通省、経済産業省、運輸予定事業者、兵庫県

(2)万博期間中に多くの人々が利用する**尼崎フェニックス事業用地の万博会場外駐車場隣接地**を、パークアンドライドの乗り換えだけに終わらせず、**にぎわいづくりの場として有効活用**することを検討

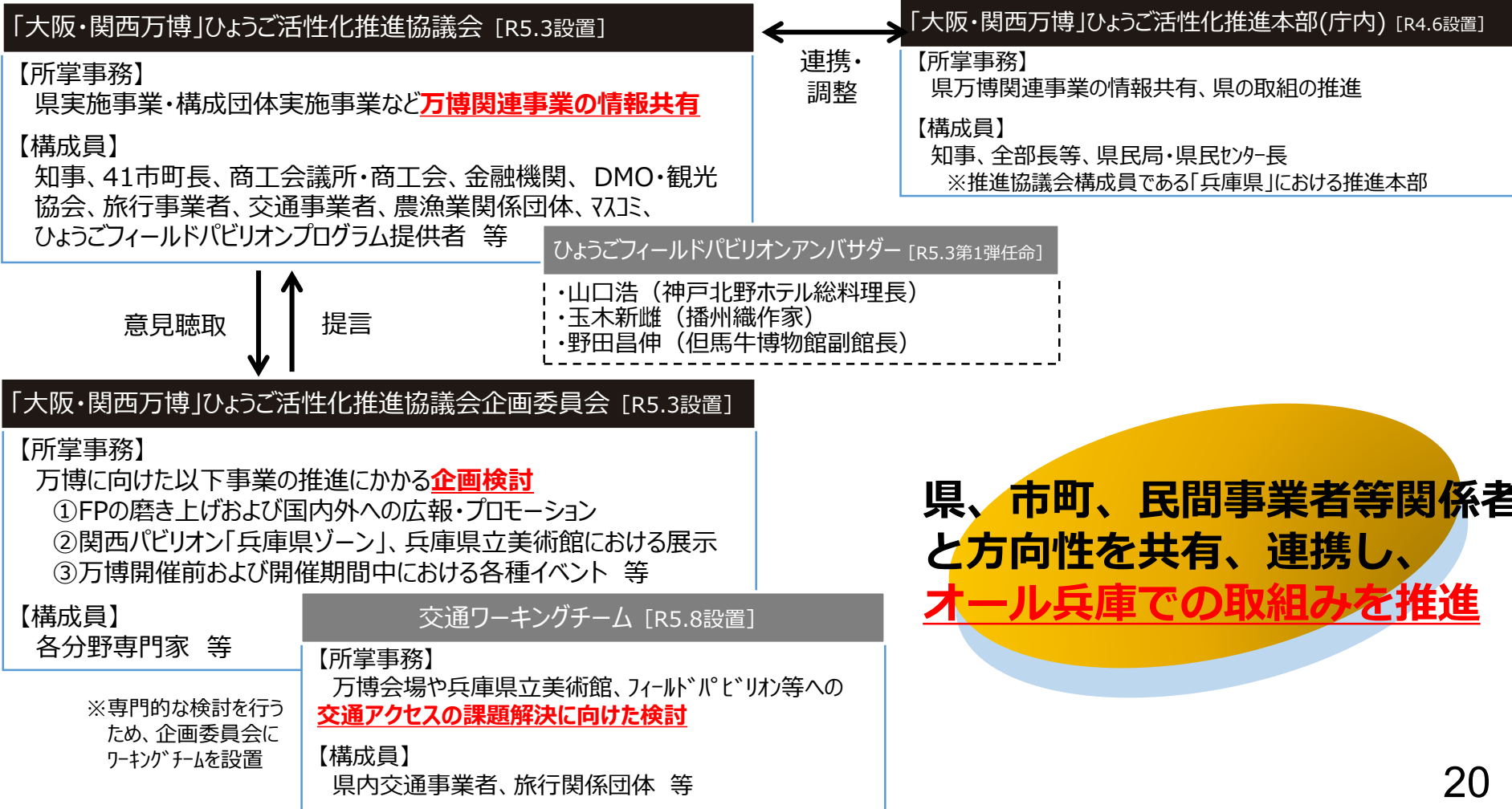


ロードマップ

| 項目 | 2023年度(R5) | 2024年度(R6) | | 2025年度(R7) |
|----------------|------------|------------|----------|------------|
| カウントダウンイベント | 500日前イベント | 300日前イベント | 50日前イベント | |
| 万博会場外駐車場隣接地の活用 | 企画検討・事業者調整 | | | 本開催 |

7 推進体制の構築

- ・**県内41市町長、関係団体等が参画する推進協議会**を設置し、万博関連事業の情報共有による機運醸成を行う。
- ・推進協議会の下部組織として**企画委員会を設置**し、各事業展開にかかる企画立案を実施。
- ・万博会場やフィールドパビリオン等への交通アクセスの課題解決に向け、企画委員会に**交通ワーキングチーム**を設置。
- ・ひょうごフィールドパビリオンのプロモーションに向けて、ストーリーのプログラムやSDGsの観点で説明できる、発信力のある方を**アンバサダーとして任命**し、プロモーション等の活動を行っていただく。



III 施策体系別一覧

各事業展開に関するR5年度事業費 (個別事業分を含む県全体事業費)

| 区 分 | R5年度事業費 |
|--------------------------------|-----------|
| 1 ひょうごフィールドパビリオンの展開 | 2 8 6 百万円 |
| 2 万博会場「兵庫県ゾーン」・兵庫県立美術館における魅力発信 | 5 5 百万円 |
| 3 「兵庫県版テーマウィーク」の設定による魅力発信 | 2 3 2 百万円 |
| 4 リージョナルデー「市町の日」による魅力発信 | — |
| 5 「子どもの夢」プロジェクト | — |
| 6 機運醸成事業の実施 | 3 7 0 百万円 |
| 7 推進体制の構築 | 3 百万円 |
| 合 計 | 9 4 6 百万円 |

※万博関連事業（投資的経費を含む）を掲載し、予算の切り分けの困難なもの、再掲の事業費は含んでいない

IV ロードマップ

| 項目 | | | 2023年度(R5) | 2024年度(R6) | 2025年度(R7) |
|--------------------------|----------------|--|--|----------------------|------------------|
| フィールドパビリオン | 磨き上げ | <input type="checkbox"/> 磨き上げ研修の実施 <input type="checkbox"/> 磨き上げ支援 <input type="checkbox"/> サポート人材発掘 | 研修の実施(座学研修→実地研修) 各種支援の実施、モニターツアーの実施 後はファムトリップで対応 各研修や磨き上げ支援の中で、発掘 | | |
| | プロモーション | <input type="checkbox"/> 海外プロモーションの展開 <input type="checkbox"/> 国内プロモーションの展開 <input type="checkbox"/> 広報素材作成・WEBサイト等による情報発信 | 欧米豪中心 アジア中心 ファムトリップの実施 就航先プロモーション、ファムトリップ実施 素材作成、サイト構築、順次情報発信 | | |
| 展示 | 展示設計・展示制作 | | 展示設計 | 展示制作 | 現場工事 |
| | 会場運営等 | | | 運営マニュアル作成・スタッフ研修 | 運営 |
| 市町の日 ウィーク テーマ | イベント開催 | | 企画立案 | 本開催に向けた準備 | 本開催 |
| | 情報発信 | | | 機運醸成のための誌面連載、SNSでの発信 | 本開催の誌面連載、SNSでの発信 |
| プロジェクト ものごと プロジェクト | プロジェクト企画 | | 企画 | プロジェクト準備・実施 | |
| 機運醸成 | カウントダウンイベント | | 500日前イベント | 300日前イベント | 50日前イベント |
| | 万博会場外駐車場隣接地の活用 | | 企画検討・事業者調整 | | |
| 推進体制 | 全県推進協議会等 | | 随時開催 | 随時開催 | 随時開催 |
| | アンバサダーの設置 | | アンバサダーの随時活用 | アンバサダーの随時活用 | アンバサダーの随時活用 |

V 万博に向けた兵庫の取組のKPI

- ・万博に向けた兵庫の取組の具体的な**成果指標（KPI）**をアクションプランにあわせて設定。
- ・観光としての誘客にとどまらず、シビックプライドの醸成、次世代を担う人材の育成、万博を身近に感じてもらうなど**ポスト万博を見据えた豊かな兵庫の実現に向けた指標を設定。**

| | 項目 | KPI | 設定の考え方 |
|----|----|--|---|
| 定性 | 1 | ひょうごフィールドパビリオン プログラム提供者の満足度 「取組に自信が持てた」と思うプログラム提供者の割合 80% | 地域の人自らが発信することが、将来的な誇り、シビックプライドにつながる |
| | 2 | 地域への波及効果 「自らの取組が地域活性化に貢献できた」と思うプログラム提供者の割合 80% | フィールドパビリオンの取組が、自身や来場者に影響するだけでなく、地域へも波及することをめざす |
| | 3 | 来場者の満足度 「SDGsの理解が深まった」と思う来場者の割合 80% | 来場者が地域でSDGsについて学ぶことが、フィールドパビリオンの価値向上につながる |
| | 4 | 来場者の満足度 「兵庫をまた訪れたい」と思う来場者の割合 80% | リピーターが増えることで、誘客促進につながる |
| | 5 | 兵庫県版テーマウィーク 出展者の満足度 「万博を感じる事ができた」と思う出展者の割合80% | 自ら万博会場への出展ができない方にも、万博を身近に感じてもらう |
| | 6 | 「子どもの夢」プロジェクト 参加者（子供）の満足度 兵庫がもっと好きになったと思う子供の割合80% | 次世代を担う子供たちに兵庫を好きになってもらう |
| 定量 | 7 | 関西パビリオン「兵庫県ゾーン」・兵庫県立美術館 万博開催期間中の来場者数 100万人 （兵庫県ゾーン 40万人） （県立美術館 60万人） | 展示やイベント等を通じてフィールドパビリオンをはじめとした兵庫の魅力を発信し、1人でも多くの来場者に兵庫の魅力を印象づけることが兵庫へ向かうきっかけとなる |
| | 8 | ひょうごフィールドパビリオン 経済効果 ひょうごフィールドパビリオンの観光消費額 550億円 | フィールドパビリオンへの誘客により、地域の観光消費額の増加を図る |