

大阪・関西万博奈良県実行委員会事業実施報告（令和7年度）

- 大阪・関西万博奈良県催事 関西パビリオン 多目的エリア
～ALL NARA MARKET～
- 大阪・関西万博奈良県催事 EXPOアリーナ
～ALL NARA FESTIVAL～
- 大阪・関西万博奈良県催事「Dialogue Theater - いのちのあかし -」
森の集会所 ～ALL NARA HARMONY～
- 大阪・関西万博を契機とした県内誘客催事 奈良クラフトEXPO
- 大阪・関西万博を契機とした県内誘客催事 奈良酒NFTキャンペーン
- （参考）大阪・関西万博奈良県子ども招待事業

大阪・関西万博奈良県実行委員会事務局



開催期間：2025.4.15(火)～4.26(土) 12日間開催

催事概要：県内全市町村が参加するPRブース、万博BENTO販売、観光WEBサービス「ならいこ」の紹介等



オープニングセレモニー



山下知事・吉村大阪府知事視察



エリア内の様子



エリア前の様子

約5万人の来場者を記録

○来場者：50,213名（1日平均4,184名）

関西パビリオン多目的エリア ALL NARA MARKET 来場者推移

日付	第1ターム				第2ターム				第3ターム				計
	4/15	4/16	4/17	4/18	4/19	4/20	4/21	4/22	4/23	4/24	4/25	4/26	
曜日	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	-
関西PV多目的 エリア(奈良)	3,434	3,923	3,829	3,146	4,827	4,490	3,653	3,913	4,118	5,020	3,996	5,864	50,213
天気	曇りのち雨	晴れのち曇り	晴れ	晴れのち曇り	晴れ	曇り	晴れ	曇り	曇りのち雨	曇りのち晴れ	曇り一時晴れ	晴れ	

市町村等ブースの様子・実施効果

- 各市町村のPRブースとも大変好評であった。特に、試飲・試食、衣装等の体験では待機列ができるほどであった。また、ご当地の着ぐるみとの記念撮影を楽しむ光景も見られた。
- 万博BENTO販売では、3日間各100食ずつ準備されたが、各日とも即完売となった。
- 全体を通じ、来場者も非常に満足してブースを巡られており、ALL NARAとして参加団体それぞれの良さや魅力が来場者に伝わる催事となった。
- 参加した市町村からは、ふるさと応援寄付金の増加、PRした特産品や観光施設、イベントへのアクセスが増加したとの声が寄せられた。

開催期間：2025.5.27(火)～5.29(木) 3日間開催

催事概要：①メインステージ(春日若宮おん祭、能楽パフォーマンス、「奈良県の無形民俗文化財」巻」等)
 ②サテライトステージ(奈良の「時代」「味わい」「酒文化」をテーマにしたトークセッション)
 ③食ブース・ワークショップ



開会宣言



オープニングイベント



メインイベント



無形民俗文化財

約5万3千人の来場者を記録

○来場者：52,666名（1日平均17,555名）

▶ 万博来場者の8人に1人が、「ALL NARA FESTIVAL」に来場！

EXPOアリーナ ALL NARA FESTIVAL 来場者推移

日付	5/27	5/28	5/29	計
曜日	火	水	木	-
EXPO アリーナ	16,744	16,554	19,368	52,666
万博総来場者数 (関係者含む)	139,790	149,383	145,291	434,464
天気	曇	晴のち曇	曇一時雨	

メインステージの様子

- ▶ オープニングイベントでは、春日若宮おん祭の実演を行い、多くの来場者に奈良の歴史と伝統文化を感じていただくオープニングとなった。
- ▶ メインイベントの「FUTURE 能-NOH STAGE 不二之舞」では、世界的アーティスト3名の共創により、伝統文化を未来へつなぐ壮大なパフォーマンスを展開。新たな伝統芸能の切り口を奈良から示すことができた。
- ▶ 無形民俗文化財の実演では、それぞれ受け継がれてきた技を来場者に披露し、次世代へ受け継ぐためのきっかけとなった。

2025.5.27(火)～5.29(木)の3日間開催

大阪・関西万博奈良県実行委員会事務局



サテライトステージ



伝承未来プロジェクト



奈良の木茶室



食ブース・ワークショップ

サテライトステージ・各ブースの様子

- サテライトステージでは、奈良の「時代」「味わい」「酒文化」をつむぐをテーマにトークセッションを開催。すべてのステージが満員御礼となり大変好評であった。特に、試飲・試食等の体験があるステージではキャンセル待ちができるほどであった。
- 未来伝承プロジェクトでは、世代を超えた音楽交流や地域を越えて共に活動しているを伝統芸能を披露し、未来へ文化・芸能を紡いでいくためのステージとなつた。
- EXPOアリーナを取り囲む形で、9つのゾーン約50店舗が出店。各ブースでは、どの店舗も奈良の食や体験について特色をPRでき、SNS等でも好評で商品が完売となる店舗もあった。

ALL NARA FESTIVAL 効果

- メディア等の露出もあり、出演者のモチベーションアップや世代を超えた交流、継承のためのきっかけ作りとなつた。
- 本イベントが“認知拡大”の場として広く受け入れられ、ほとんどの出展店舗が何かしらのかたちで奈良の特産品をPRできた。
- 全体を通じ、来場者も非常に満足してステージやブースを巡られており、ALL NARAとして参加団体それぞれの良さや奈良県の魅力が来場者に伝わる催事となつた。

大阪・関西万博奈良県催事「Dialogue Theater - いのちのあかし -」森の集会所 ～ALL NARA HARMONY～ 実施報告

大阪・関西万博奈良県実行委員会事務局

開催期間：2025.9.12(金)～9.25(金) 14日間開催

催事概要：万博ピアノ企画、地場産品展示、自治体PR展示、ワークショップ



オープニングイベント



万博ピアノ企画



ワークショップの様子



森の集会所内の様子

約9万7千人の来場者を記録

○来場者：97,451名（1日平均6,960名）

日付	ピアノ企画		地場産品		市町村展示										計
	9/12	9/13	9/14	9/15	9/16	9/17	9/18	9/19	9/20	9/21	9/22	9/23	9/24	9/25	
曜日	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	-
森の集会所	6,566	5,504	5,377	5,457	5,039	5,174	6,503	7,826	7,468	8,944	7,523	8,196	9,554	8,320	97,451
天気	晴のち曇	曇	曇	晴のち曇	晴	晴のち雨	晴のち雨	曇のち晴	曇	曇のち晴	晴	曇のち雨	曇	曇	

催事の様子・実施効果

- 万博ピアノ講座や演奏会では、各回多くの来場者が賑わった。受け継がれてきた万博ピアノの魅力を伝えることができ、10/13に実施された万博ファイナルイベントでのピアノ演奏に繋がった。
- 河瀬プロデューサー監修の市町村PR動画に見入る来場者も見られた。見て・触って・感じる展示やワークショップと合わせて各市町村の良さや特色が来場者に伝わる催事となった。
- 伝統工芸や地場産品をPRすることができた。来場者からは「初めて知った」などの声があり、認知拡大の機会としての効果があった。

大阪・関西万博を契機とした県内誘客催事 奈良クラフトEXPO 実施報告

大阪・関西万博奈良県実行委員会事務局

開催期間： ① 2025.6.6(金)～8(日)@KITO FOREST MARKET SHIMOICHI (下市町)
② 2025.8.22(金)～24(日) @奈良県コンベンションセンター (奈良市)
③ 2025.10.10(金)～12(日) @新沢千塚古墳群公園 (橿原市)

催事概要：県内製品の物販ブース、ワークショップ等の体験ブース、奈良の食ブース



下市町での開催の様子



奈良市での開催の様子



橿原市での開催の様子



ワークショップの様子

約1万2千人の来場者を記録

○来場者：12,157名（1日平均1,350名）

	下市町			
日付	6月6日	6月7日	6月8日	計
曜日	金	土	日	-
人数	721	2,220	2,420	5,361

奈良市			
8月22日	8月23日	8月24日	計
金	土	日	-
511	1,208	1,521	3,240

橿原市			
10月10日	10月11日	10月12日	計
金	土	日	-
456	1,823	1,277	3,556

催事の様子・実施効果

- ▶ 奈良の木や伝統工芸品を扱うワークショップには幅広い年齢層の方が参加し、楽しみながらモノづくりに取り組む姿が見られた。実際に触れながら体験することで、奈良県のモノづくりの魅力を色々な方に伝えることができた。
- ▶ 来場者は県内事業者たちと直接交流できるため、奈良県の製品に対する認知度が高まり、来場者が県内製品に対して親しみを感じるきっかけとなつた。
- ▶ 地元の職人や製造業者にとって、実際に製品を販売し、顧客と直接交流することで、モチベーションアップや新規顧客獲得のきっかけ作りとなつた。

大阪・関西万博を契機とした県内誘客催事 奈良酒NFTキャンペーン 実施報告

大阪・関西万博奈良県実行委員会事務局

開催期間：第1弾北和エリア（4カ所） 2025.5.23(金)～7.31(木) 70日間実施

第2弾中南和エリア（7カ所） 2025.8.1(金)～10.13(月) 74日間実施

概要：EXP2025デジタルウォレットで酒蔵に設置されたQRコードを読み取ると、奈良酒ラベルNFTと奈良酒ラベル缶バッジをプレゼント



酒蔵でのPR



獲得できるNFTの例



獲得できる缶バッジの例

NFT 約900枚を発行

○NFT発行数：891枚（酒蔵1カ所あたり平均81枚の発行）

第1弾	今西清兵衛商店	稻田酒造	中谷酒造	上田酒造	
銘柄	春鹿	黒松稻天	中谷	嬉長	計
NFTダウンロード数	156	120	104	84	464

第2弾	河合酒造	澤田酒造	梅乃宿酒造	葛城酒造	千代酒造	五條酒造	西内酒造	
銘柄	出世男	歓喜光	梅乃宿	百楽門	篠峰	五神	談山	計
NFTダウンロード数	71	52	123	45	48	47	41	427

キャンペーンの実施効果

- 参加酒造からは、「キャンペーンの参加者は新規の顧客がほとんどだった」との声があり、このキャンペーンを通じて新規顧客の獲得や奈良酒の認知拡大の機会としての効果があった。
- 実際に酒蔵を訪れた参加者が、スタンプ獲得のついでに日本酒等を購入するケースが多く報告されており、キャンペーン期間中の売上増加に貢献した。
- 各酒蔵のラベルデザインをNFTや缶バッジとして展開することで、酒蔵ごとの個性や魅力を視覚的に発信でき、実際に缶バッジをコンプリートする参加者も現れるなど、消費者の関心と参加意欲を高める効果が見られた。

1. 事業概要

(1) 事業目的:

大阪・関西万博は、世界各国の文化や先端技術に触れられる絶好の学びの場であり、校外学習の最適な機会と捉え、校外学習における入場料を助成

(2) 対象校: 県内小・中学校、高等学校、その他学校 計369校

(3) 対象校内訳: ① 小学校 186校 ② 中学校 105校
③ 高等学校 52校 ④ その他学校 26校

2. 実績

対象校の36%にあたる、134校が参加

(参考) 参加人数は、25,461人

【参加校内訳】

① 小学校	41校(22%)
② 中学校	51校(49%)
③ 高等学校	31校(60%)
④ その他学校	11校(42%)
計	134校(36%)

※①～④の()内は、対象校内訳に占める参考校の割合である。

3. 参加校からの主な感想

- 子どもたちにとって学びと刺激の多い機会となった。
- 世界の文化や技術に触れ、視野が広がった。
- 家庭の事情により来場が難しかった子どもたちも、万博を体験できて良かった。
- 申込手続やパビリオン予約のシステムが複雑で分かりにくく、負担となった。
- 混雑の影響により滞在時間が短く、見学できるパビリオンが限られてしまった。

万博会場での校外学習の様子

