

「大阪・関西万博を契機とした京都の取組の成果 に関する報告書」

**令和7年 12 月 19 日
大阪・関西万博きょうと推進委員会**

目 次

第1章 大阪・関西万博の京都へのインパクトについて

- 1 万博の経済波及効果について
- 2 万博開催前及び開催期間中の京都の観光客等の動向について

第2章 万博を契機とした京都の取組の実績と成果について

- 1 各取組の実績と成果
 - (1) 万博会場の取組
 - ア 関西パビリオン（京都ゾーン・多目的エリア）への出展
 - イ 「EXPO KYOTO MEETING ～和のこころと地球の未来～」の開催
 - (2) 府内の取組
 - ア 万博の機運醸成や京都の取組のプロモーションの実施
 - イ 大阪・関西万博きょうとアクションプランの実施
 - (ア) アクションプラン
 - (イ) フラッグシップ・アクション
 - (3) その他
 - ア 子どもの万博体験支援事業の実施
- 2 成果のテーマごとの分類
 - (1) 国際交流の推進
 - (2) ビジネス機会の拡充
 - (3) 新たなネットワークの誕生
 - (4) 子ども・若者の参画

第3章 万博を契機とした京都の取組のレガシーについて

この報告書の第2章及び第3章に記載している数値等は、事務局が実施したアンケートやアクションプラン実績集をもとに、事務局においてとりまとめたものです。

第1章 大阪・関西万博の京都へのインパクトについて

2025 年日本国際博覧会（以下、「万博」という。）は「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに掲げ、大阪市此花区の夢洲を会場に 4 月 13 日から 10 月 13 日までの 184 日間にわたり開催され、盛況のうちに幕を閉じた。

この章では、万博の経済波及効果や万博開催期間中の京都の観光関連の指標について概況を記載する。

1 万博の経済波及効果について

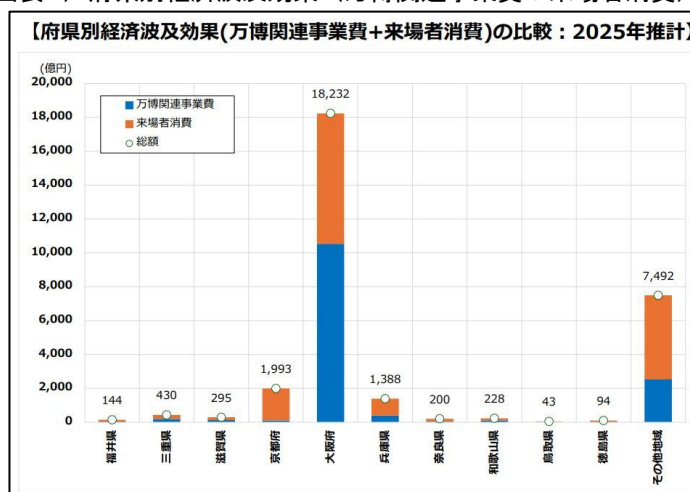
一般財団法人アジア太平洋研究所と一般財団法人関西観光本部が公表した検証結果によると、万博の経済波及効果（生産誘発額）は 3 兆 541 億円、うち会場建設費や運営費などの万博関連事業費の経済波及効果は 1 兆 4,102 億円、万博来場者の消費支出による経済効果は 1 兆 6,439 億円となる。

京都府における万博の経済波及効果（生産誘発額）は 1,993 億円（関西 2 府 8 県中 2 位）で経済波及効果全体の 6.5%となっており、うち万博関連事業費の経済波及効果は 101 億円（同府県中 6 位）、万博来場者の消費支出による経済波及効果は 1,892 億円（同府県中 2 位）となっている。（図表 1 参照）

京都府における万博来場者の消費支出による経済波及効果 1,892 億円の日本人・外国人別の内訳は、日本人の 362 億円（同府県中 3 位）に対し、外国人が 1,530 億円（同府県中 2 位）と約 8 割を占めている。（図表 2 参照）

この外国人の割合は関西 2 府 8 県の中で最も高く、宿泊費、飲食費、買物代など会場外での消費単価が日本人に比べて著しく高い外国人が、府内の経済波及効果に大きく寄与していることが分かる。

（図表 1）府県別経済波及効果（万博関連事業費＋来場者消費）の推計



(図表 2) 府県別来場者別経済波及効果（来場者消費）の比較

単位：億円、%

	福井県	三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	徳島県	その他地域	小計
日本人	87	142	118	362	4,665	637	70	63	11	30	3,779	9,963
外国人	22	102	53	1,530	3,033	359	82	62	18	30	1,184	6,475
総計	109	244	171	1,892	7,697	996	152	125	29	60	4,964	16,439
日本人	79.7	58.1	69.1	19.1	60.6	64.0	45.9	50.1	38.2	50.8	76.1	60.6
外国人	20.3	41.9	30.9	80.9	39.4	36.0	54.1	49.9	61.8	49.2	23.9	39.4

※出展 一般財団法人アジア太平洋研究所「大阪・関西万博の経済波及効果の検証」

2 万博開催前及び開催期間中の京都の観光客等の動向について

観光庁の宿泊旅行統計調査によると、万博開催期間中（2025 年 4 月～9 月）の京都府の客室稼働率は、対前年同月比で各月とも増加しているが、万博開幕前（2025 年 1 月～3 月）についても同様であり、全体的な上昇がみられる。（図表 3 参照）

また、同調査によると、万博開催期間中の京都府内の日本人延べ宿泊者数は 7,564 千人で、前年の同期間と比較すると約 11.5%減少している。なお、万博開幕前の日本人延べ宿泊者数は 3,508 千人で、前年の同期間と比較すると約 15.7%の減少である。（図表 4 参照）（全国の傾向としても万博開催期間中の日本人延べ宿泊者数は減少しており、前年の同期間と比較すると約 3.4%減少している。）

一方、万博開催期間中の京都府内の外国人延べ宿泊者数は、10,112 千人で前年の同期間と比較すると約 13.7%増加している。なお、万博開幕前の外国人延べ宿泊者数は 3,763 千人で、前年の同期間と比較すると約 18.7%の増加である。（図表 5 参照）

(図表 3) 京都府の客室稼働率（前年同月比推移）

(%)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
2024年	46.0	54.1	65.9	69.3	66.4	60.4	60.2	58.9	62.7
2025年	52.6	55.0	66.8	75.1	71.5	66.2	61.9	63.5	70.5
増減率	14.35%	1.66%	1.37%	8.37%	7.68%	9.60%	2.82%	7.81%	12.44%

(図表 4) 京都府内の日本人延べ宿泊者数（人泊）

	1月～3月	4月～9月
2024年	4,161,530	8,542,680
2025年	3,508,370	7,564,330
増減率	-15.7%	-11.5%

(図表 5) 京都府内の外国人延べ宿泊者数（人泊）

	1月～3月	4月～9月
2024年	3,170,930	8,892,200
2025年	3,762,950	10,112,410
増減率	18.7%	13.7%

(参考) 京都府内の延べ宿泊者数（全体）（人泊）

	1月～3月	4月～9月
2024年	7,332,460	17,434,880
2025年	7,271,320	17,676,740
増減率	-0.8%	1.4%

第2章 万博を契機とした京都の取組の実績と成果について

京都では令和5年5月29日に「大阪・関西万博きょうと推進委員会（以下、「推進委員会」という。）」を立ち上げ、「一緒につくろう、京都の未来 ～伝統と革新で拓く～」をテーマに、オール京都で万博に向けた取組を推進してきた。

この章では、万博会場及び京都府内において推進委員会を実施した取組を中心に、各取組の実績と成果を記載する。

1 各取組の実績と成果

(1) 万博会場の取組

ア 関西パビリオン（京都ゾーン・多目的エリア）への出展

取組と実績

<関西パビリオン京都ゾーン「ICH-IZA KYOTO ～一座きょうと～」>

- ・万博開催期間を通じて **184 日間出展**。（4月13日～10月13日）
- ・茶道の精神である「**一座建立**」をテーマに、展示だけでなく、出展者と来場者が交流する実演・体験イベントを実施。
- ・概ね **1 週間のサイクル**で展示を入れ替えながら、「文化」「食」「産業」「環境」「いのち」「観光」の6分野・24テーマの展示を実施。**111 団体が出展**。
- ・期間中、**約 47 万人が来場**。（⇒関西パビリオン全体で約 148 万人が来場）

<関西パビリオン多目的エリア>

- ・4月29日～5月4日に、府内各地の物産品が集まるイベントや伝統芸能・文化を発信するステージイベント「MEET UP KYOTO きょうと大集合」を開催。**22 団体が出展**。
- ・10月1日～6日に、「お茶」「お酒」「食」をテーマに府内各地の食の魅力を結集した「KYOTO FOOD EXPO」を開催。**21 団体が出展**。
- ・期間中、両イベントを合わせて**約 6 万人が来場**。

成 果

- ◎京都ゾーンでは概ね 1 週間ごとに展示を入替え、「文化」「食」「産業」「環境」「いのち」「観光」の分野で、来場者に**多様な京都の魅力を発信**することができた。（※1）
また、展示に体験型・交流型のプログラムなどを取り入れ、京都の本物の魅力に触れていただくことで、府域への誘客につながった。
- ◎多目的エリアでは、府内各地の魅力を来場者に体感いただくことができた。
- ◎アンケート回答者の**ほぼ全員が「京都に行ってみたい」と回答**。（※2）
- ◎京都ゾーン・多目的エリアアンケートに回答した**全ての出展者が「出展したことでプラスの効果があった」と回答**しており（※3）、出展者同士の交流を契機とした連携の創出や新商品開発など、**新たな動きがいくつも生まれている**。（※4）

(※1) 京都ゾーン来場者アンケート

京都ゾーン来場者アンケートによると、回答者の約 95%が「展示が面白かった、印象深かった」と回答。

(※2) 京都ゾーン来場者アンケート

上記のうち、約 99%が「京都に行ってみたい」と回答。

中長期的な効果として、来場者約 53 万人のうち、99%が今後京都を来訪すると仮定すると、京都府への誘客数は 524,700 人と推定できる。

■京都ゾーン来場者アンケートの概要

- ・実施期間（35 日間）

8 月 18 日～ 8 月 24 日	食 4w 「お茶の時間」
9 月 1 日～ 9 月 7 日	いのち 1w 「地域の暮らしと健康長寿」
9 月 22 日～10 月 13 日	観光 1w～3w 「まるっと京都」
- ・回答者数：3,574 人

(※3) 京都ゾーン・多目的エリア出展者アンケート

回答のあった出展者のうち、全ての出展者が「出展したことでプラスの効果があった」と回答

(※4) 京都ゾーン・多目的エリア出展者アンケート

成果 1：出展に向けた新商品開発、出展を契機とした出展者同士の新商品開発等 20 件

＜取組例＞

- ・産業分野における「融合と進化（7/21～7/27）」の期間の出展に際し、地元金融機関のプロデュースのもと地元事業者の出展を促した。出展事業者の中で意気投合した 2 社がそれぞれの強みを活かし、アルミニウムの組子細工と黒谷和紙を封入したレジンを組み合わせたランプシェードを開発。出展後、来場者の声を反映させて製品化（京都デザイン賞 2025 入賞）、派生品とともに東京ビッグサイトにおける展示会（12 月 3 日～6 日）において大賞を受賞。令和 8 年 3 月には銀座の店舗内イベントで展示販売することが決定している。
- ・産業分野における「未来を織りなす（6/30～7/6）」の期間に出展された繊維関連企業の間で新たなネットワークを構築し、出展後、それぞれの企業の強みを活かした新商品の制作に向けて調整を進めている。
- ・産業分野における「持続可能なものづくり（6/23～6/29）」の期間に出展した黒谷和紙協同組合と漆製品の制作・販売を行っている企業との間で、お互いに持つ技術と商品に興味を持ち、和紙に漆加工を施した新商品を制作している。

成果 2：出展に向けて、展示方法等において新たな表現手法を創出 34 件

＜取組例＞

- ・多目的エリアに出展した印刷物加工会社は、普段は企業向けに印刷加工を行っているが、自社の加工技術の周知のため自社製小売商品を開発・販売し、今後の製品づくりに反映させるため万博へ出展、来場者に手に取っていただき、お客様の生の反応を伺った。

- ・観光分野における「お茶の京都（10/6～10/13）」の期間に出展した公益社団法人京都府茶業会議所は、京都ゾーンに「覆下茶園」を再現するとともに、茶園から飲むまでの間（第1次～第3次産業）に行われる様々な作業工程を知ることができる展示を行った。
- ・いのちの分野における「認知症と共に未来に向けて（9/15～9/21）」の期間では、従来の文字情報を中心とした展示を封印し、世界中の大人から子供まで様々な方が楽しみながら認知症について学べるよう、グラフィックデザインを研究する学生が制作したアニメーションを核に展示を展開した。

成果3：万博会場における出展者同士の交流を契機とした連携の創出 7件

＜取組例＞

- ・産業分野における「未来へつなぐ（7/7～7/13）」の期間に動物の心電図測定AIを出展した企業と生体電極を出展した企業が共に心電波形を測定するための補完技術を持っており、双方の交流を行うことで合意した。現在は、両者の技術を活用したサンプルの作成と評価を行っている。

成果4：出展を契機として、企業や団体、取り扱う商品等の認知度が向上 65件

＜取組例＞

- ・文化の分野における「こころと形（4/27～5/4）」の期間に出展された、白檀の香りを特徴とするオーガニックミストのブランドは、出展期間中、自社SNSのフォロワー数が1,500名増加するという成果を達成した。

■京都ゾーン・多目的エリア出展者アンケートの概要

- ・実施期間：10月20日～10月31日
- ・回答者数：71団体（回答率55%）

イ 「EXPO KYOTO MEETING ～和のこころと地球の未来～」の開催

取組と実績

- ・4月23日にEXPOホール(シャインハット)において開催。
- ・京都の豊かな魅力やこれからの世界、人類、地球の在り方について、京都から世界へ「問い」を発信する5つのトークセッションと、伝統芸能から高校生、大学生のユース世代まで、1,000年の時間軸でのパフォーマンスを披露。
- ・延べ5,676人が来場。
- ・企画段階から府内の学生が運営に携わり、262人の学生が参画。(※)

＜関連イベント等の実施＞

●府内ツアーの実施

イベント当日の登壇者等に府内各地域のことをより深く知っていただき、関係者との交流を深めるためツアーを実施。

（実施内容）

- ・府南部のけいはんな学研都市を巡るツアーと京都市内を巡るツアーを実施し、ツアー後には平安神宮で交流会を実施。（4月24日）
- ・府北部で丹後オープンファクトリーやちりめん街道を巡るツアーを実施。（10月3日）

●EXPO KYOTO MEETING+ ～NEXT STAGE 未来を描く、わたしたちのチカラ～の開催万博をきっかけとして生まれた新たな出会いや交流、ユース達の活躍を途切れさせることなく、京都の発展につなげていくため、11月22日に京都市内において開催し、**423人**が来場。

(実施内容)

- ・ユースがトークセッションに登壇し、京都の伝統や魅力、未来のために自分たちが何ができるかなどを発表。
- ・4月の「EXPO KYOTO MEETING」でも披露したアップサイクル着物のファッションショーやふろしきを使ったショーといった、京都の伝統的なものづくり、SDGsの考え方を発信するパフォーマンスを一部再演。

成 果

- ◎京都が持つまちのポテンシャルや多様な魅力を発信するとともに、多くの国や地域が参加する万博を契機に、国籍や年齢、所属に関わらず、多様な主体・人材の交流が促進された。そのような場で、次代を担うユースが活躍することで、ユースがより社会とつながり、活躍するための交流基盤が構築された。
- ◎多岐にわたる分野の企業・団体が、より良い未来社会の実現のため、関連イベントを通じて深く交流することで、社会課題の解決に向けた連携の基盤となる企業、団体間のネットワークが構築された。
- ◎今後は、この基盤を積極的に活用しながら、今回取組に参画した主体が府内でより活躍できる機会を創出し、京都の発展につなげていく。

(※) 学生以外の方も含めると、延べ75団体、906の方が本イベントに企画・運営面で参画

(2) 府内の取組

ア 万博の機運醸成や京都の取組のプロモーションの実施

取組と実績

<機運醸成イベント>

万博開幕までの節目のタイミングを捉え、府民の機運醸成のためのイベントやプロモーションを実施。

- 500 日前機運醸成イベント「MEETS # EXPO KYOTO」(令和 5 年 12 月 1 日)
推進委員会認証制度ロゴマークの発表や関西パビリオン京都ゾーンの概要を発表。
(参加者実績 **約 800 名**、会場 みやこめっせ)
- 半年前機運醸成イベント「京都イロドリ EXPO こといろ」(令和 6 年 10 月 12 日)
万博プロデューサー等のトークセッションや関西パビリオン京都ゾーンのデザイン及び
展示概要の発表、JR 西日本による万博ラッピング列車の展示等。(参加者実績 **約
3,500 名**、会場 京都駅前広場・ホテルグランヴィア京都、京都駅 6 番のりば)

<機運醸成プロモーション>

- 1 年前ライトアップ IN KYOTO(令和 6 年 4 月)
府内 19 か所の施設(ニデック京都タワー、舞鶴赤レンガ博物館、八幡市のさくら
であい館、けいはんなプラザ 等)を赤と青の万博カラーにライトアップ。
- 1 か月前プロモーション(令和 7 年 3 月)
府内 12 か所の施設(京都府庁旧本館、京都市役所本庁舎等)を万博カラーにライ
トアップする他、京都府内外の駅施設や市町村所管施設、博物館等において、フラ
ッグシップ・アクションのプロモーション動画の放映、ポスターの掲出等を実施。
- 万博開幕期プロモーション(令和 7 年 4～5 月)
京都府内の駅施設において、「フラッグシップ・アクション」の取組を紹介するサイネ
ージ動画の放映(京都駅、天橋立駅、西舞鶴駅、福知山駅)、駅構内での広告(京
都駅)及びポスターの掲出(天橋立駅、西舞鶴駅、福知山駅)等を実施。

<WEB プロモーション>

京都の万博関連の取組を広く発信するため、推進委員会として公式サイト及び SNS を開
設し、万博開催期間中は毎日情報を発信。

- 推進委員会公式サイト「EXPO KYOTO Official site」
 - ・万博開催期間中、関西パビリオン京都ゾーンを中心とした万博会場内のイベントや
府内各地のイベント情報を日めくりカレンダー方式で、どこで、どのようなイベント
が、いつ開催されるのかをわかりやすく発信。(掲載事業数 **790 件**)
 - ・万博会場や府内のイベント情報を誰でも閲覧できるようにするとともに、万博開催
期間中から万博会場内や府内各地の取組を取材し、イベントレポートとして発信。
- 推進委員会公式 SNS
 - ・SNS(X、Facebook、Instagram、YouTube)を令和 6 年 5 月から運用し、万博開催
期間中は関西パビリオン京都ゾーンやアクションプランをはじめとした府内のイベン
ト情報を毎日発信。
 - ・より多くの方に関心を持っていただけるよう、フォロワー参加型のキャンペーン等を
延べ 15 回実施。

成 果

- ◎万博 500 日前、半年前、1 ヶ月前、開幕期など、節目ごとに機運醸成イベントを実施することにより、万博に対する関心を徐々に喚起することができた。(※1)
- ◎各種プロモーションを通じ、京都の万博関連情報や魅力を**万博開催期間中は毎日発信**することにより、**公式 SNS のフォロワー数が1年足らずで約 26 倍となる**など、府民の万博への関心度の向上に寄与した。(※2)なお、現在もアフター万博に関する情報などを発信し、多くの方に注目いただいている。

(※1) 半年前機運醸成イベント来場者アンケート

来場者アンケートによると、約 90%が「機運醸成イベントをきっかけに万博に対する関心が高まった」と回答した。

(※2) 推進委員会公式 SNS のフォロワー数

約 1,100 人（令和 6 年 12 月 27 日時点） ⇒ 28,580 人（令和 7 年 11 月 12 日時点）

イ 大阪・関西万博きょうとアクションプランの実施

(7) アクションプラン

取組と実績

万博を契機として実施するイベントやツアーなどの取組をアクションプランとしてとりまとめ、オール京都で一体的にプロモーションなどを行うことにより、府内各地への誘客や交流を促進。

- ・府内のすべての市町村において 326 のアクションプランが展開。
- ・企業や団体による万博を契機とした新たな取組を募集する認証制度では、153 件の取組を認証。
- ・アクションプランを通じ、697 件のイベントが実施され、延べ 345 万人が参加。(※1)

成 果

- ◎アクションプランに関連するイベント等を通じ、**京都府外からの誘客や府内での大きな人流を創出**することができた。(※1)
- ◎アクションプランの実施を通じ、国内外の方々に様々な分野・地域の魅力を知っていただく機会となった。(※2)

(※1、※2) 大阪・関西万博きょうとアクションプラン実施結果のとりまとめ

- ・アクションプラン関連イベントの実施件数 697 件、参加者数 約 345 万人
(うち海外からの参加者数 約 87,000 人)

※大阪・関西万博きょうとアクションプラン実績集より事務局で集計

(イ) フラッグシップ・アクション

取組と実績
アクションプランのうち、京都の強みを生かし、広域的に実施する取組や多様な主体と連携して進める 11 の取組を「フラッグシップ・アクション」として重点的に展開。 ・フラッグシップ・アクション全体を通じ、約 112 万人が来場。
成 果
◎フラッグシップ・アクションでは、各分野における京都の強みを生かし、半年間にわたり、様々な取組が実施され、京都の奥深い文化や魅力を発信する機会になるとともに、 府内全域への誘客をけん引する取組 となった。 ◎万博のコンセプトが「未来社会の実験場」であるように、子どもの国際交流や観光コンテンツの創出など、府内での 新たな取組に挑戦する場 となった。(※1) ◎フラッグシップ・アクションでは、ポスト万博シティの推進に向けた動きの加速化や京都の文化を支える担い手のこれまでになかった組み合わせの構築など、 万博レガシーの萌芽が生まれている 。(※2)

(※1) フラッグシップ・アクションを契機に実施された新たな取組例

取組例 1：お茶を通じた子どもの国際交流

- ・きょうとまるごとお茶の博覧会では、府内の児童・生徒が、万博参加国出身者等とお茶を通じた交流を行う国際茶会を 22 校の小中高・支援学校で新たに実施。
- ・実施後、複数の学校において継続した交流を行う動きが生まれている。

取組例 2：新たな観光コンテンツ創出に向けた取組

- ・京都の川巡りでは、淀川舟運復活を契機に、淀川沿川の自治体が連携し、観光船の特別運航やステージイベントなどを行う「淀川舟運フェスティバル」を新たに開催し、淀川舟運の観光コンテンツ化に向けた機運を醸成。
- ・今後は府域の河川に関連するコンテンツを活用したモデルコースやツアーの造成など、「京都の川」をテーマにした新たな観光コンテンツによる府域周遊に取り組んでいく。

取組例 3：地域の魅力の再発見と周遊を掛け合わせた企画の実施

- ・京都駅周辺エリアまるごとゲートウェイでは、一般的な観光地とは異なる各地の隠れた名所をランダムに巡る仕組みの周遊企画「リアル桃太郎電鉄」を新たに実施。
- ・本企画は、足を運んだ先々で思いがけない魅力を再発見できる仕組みを特徴とし、参加者からは「普段いかない場所を訪れ、新たな発見があった」等の声があり、楽しみながら地域の魅力を再発見する機会を創出した。

(※2) 第 3 章「万博を契機とした京都の取組のレガシーについて」を参照

(参考) フラッグシップ・アクションの取組概要

①京都駅周辺エリアまるごとゲートウェイ

- ・万博を契機に京都駅周辺エリアを京都の文化や芸術を感じられるウェルカムエリアとするとともに、京都府内各地への玄関口とするため、JR 京都駅に京都の万博情報発信拠点「EKIspot KYOTO」を設置して府内の魅力を発信するとともに、連動した周遊企画を実施するなど、官民が連携し、32 事業を展開。

<取組例>

- ・EKIspot KYOTO では、魅力発信ブースで実施する府内の魅力を体験・体感できるイベントを通じ、利用者の興味や関心を引き出し、情報発信拠点で専任スタッフがニーズに応じた目的地の案内を行い、府域への誘客を促進。
- ・EKIspot KYOTO では、186 日間の運営（4 月 17 日～10 月 19 日）を通じ、延べ約 15 万 2 千人が利用。情報発信拠点では利用者のうち約 3 万 7 千人にニーズに応じた目的地を案内。魅力発信ブースでは、期間中 40 日間で延べ 11 テーマのイベントを実施し、52 団体が出展。
- ・大人気ゲーム「桃太郎電鉄」とコラボした周遊企画や周遊スタンプラリーを実施し、延べ 5,270 人が府内を隅々まで周遊。
- ・GATEWAY. KYOTO では、京都駅周辺の東・西本願寺を中心とした寺社等において、5 分野（いけばな、日本画、写真、彫刻、工芸美術）の作品展示やワークショップ等を実施し、延べ約 3 万 5 千人が来場。
- ・若手アーティストが活動しやすい環境づくりに地域一体となって取り組む「若者・アートモデル地区」の創出を目的に、京都駅東部・東南部エリアにおいて、周辺の文化芸術関連施設等と連携し、京都で活動する若手アーティストの作品展示などによる周遊型アートイベント「Lightseeing Kyoto South」を実施。（来場者数：約 15,000 人（速報値））

②きょうとまるごとお茶の博覧会

- ・国内外の人々へ京都の茶文化を発信するため、茶文化に関連する人々（茶人、茶商、茶の生産者、茶器・茶道具・茶菓子の職人、学生や府民）が一緒になって、延べ 145 事業を実施。東本願寺前市民緑地で開催したオープニング茶会にはじまり、中丹地域におけるお茶 EXPO や山城地域におけるやましる茶会、グランドフィナーレの北野大茶会など、府内一円で様々な取組を展開。

③けいはんな万博 2025

- ・万博に合わせ、ロボット・アバターやウェルビーイングなどの、けいはんな学研都市が強みとする最先端技術を体験できる多数のイベント等を実施。（延べ 74 件・参加者数延べ約 20 万人）
- ・万博プロデューサーの石黒浩氏が手掛けたシグネチャーパビリオン「いのちの未来」のアンドロイド 7 体を京都府が無償譲渡を受け、今後、けいはんなオープンイノベーションセンターに移設。また、国際電気通信基礎技術研究所 (ATR) が設置した「いのちの未来研究所」と連携し、展示・公開や研究開発を通じて、レガシーの継承を推進。

④京都の川巡り

●淀川舟運

- ・ 万博に合わせ淀川大閘門が完成し、淀川舟運が復活。
- ・ 淀川舟運復活を契機に、淀川舟運フェスティバルを開催し、観光船の特別運航やステージイベントなどを沿川地域で実施。

●京都の川をテーマにした新たな観光コンテンツの造成

- ・ 今後、淀川舟運をはじめ府内の様々な河川に関わるコンテンツを活用したモデルコースやツアーの造成など、「京都の川」をテーマにした新たな観光コンテンツにより府域周遊を促進予定。

⑤和食と世界の食サミット

- ・ 「食」の魅力発信と交流を図る様々なイベントを開催し、延べ約 101,000 人が参加。
- ・ 和食の歴史・文化を紹介する特別展「和食展」や大学関係者による和食文化に関するシンポジウム、老舗料亭等と連携した特別弁当や府域の特選グルメの販売等を実施した「京都食の博覧会」などを通じ、府内各地の食の魅力を発信するとともに、万博会場において食のサステナビリティや伝統の継承と革新をテーマとした「おいしさでつながる世界」シンポジウムの開催などにより、世界の食文化と交流。

⑥KYOTO 地球環境の殿堂 国際会議・未来会議

- ・ 国内外の高校生・大学生等が自然環境と京都文化との関係について 3 つのワークショップを通じて探究する未来会議を開催。
- ・ 当日 1,000 人以上が来場した「KYOTO 地球環境の殿堂」国際会議・未来会議では、未来会議から得た学びや気づきをもとに「未来への宣言」を世界に発信。その他、歴代の殿堂入り者と若者等が「気候変動」や「生物・文化多様性」のテーマで議論等を実施。
- ・ 今後も若者が文化と多様な自然の共存・調和について探究・発表を行う機会を継続して創出。

⑦スタートアップイベント

- ・ 万博を契機に世界からスタートアップ企業や投資家等を一層呼び込むため、国際的な大型スタートアップイベント IVS を開催し、過去最多となる 13,000 人以上が参加。
- ・ 本年は内容を拡充し、次世代のイノベーターを育成すること目的とした小中高生向け特別企画「IVS Youth」を新設し、学生の起業に対する意識改革と仲間づくりを促進。

⑧Music Fusion in Kyoto 音楽祭

- ・ 府内一円で国内外の音楽家による音楽鑑賞や子どもの頃から音楽に親しむ機会を創出するため、府内各地でオリジナルオーケストラコンサートや室内楽コンサート等を開催。(令和 7 年 8 月から令和 8 年 2 月まで開催中)

⑨LIGHT CYCLES KYOTO

- ・ 京都府立植物園において最新テクノロジーを活用したメディアアートのインスタレーションを実施中。（令和7年5月24日～令和8年3月31日）
- ・ これまで61,281人（12月14日時点）が来場。

⑩京都国際マンガ・アニメフェア

- ・ 西日本最大級のマンガ・アニメ・ゲームの総合見本市として、みやこめっせ・ロームシアター京都等を会場に開催。（令和7年9月20日～21日）
- ・ 66企業・団体が出展し、2日間で36,143人（速報値）が来場。

⑪“ほんまもん”を伝える「食の京都」レストランスペシャル

- ・ 京都産食材を使用した特別メニューの提供等を行う京都レストランスペシャルを開催。（令和7年5月12日～7月6日）
- ・ 156店舗が参加し、10,630人が利用。

(3) その他

ア 子どもの万博体験支援事業の実施

取組と実績
●府内の公立・私立及び国立の小学校、中学校、高等学校等(※1)の学校を対象に、校外学習で万博会場に行く際の児童・生徒の入場料を支援。 ●延べ 316 校、約 62,000 人の児童・生徒が事業を利用して万博を体験。(※2)
成 果
◎教育委員会をはじめとする学校関係者や旅行事業者と連携し、教員や保護者の不安に個別に対応することで、令和 6 年秋に実施した意向調査(※3)で「事業を利用予定」と回答した学校数(247 校)を大きく超える数の学校(316 校)が万博会場を訪れ、多くの児童・生徒が万博を体験することができた。 ◎参加した児童・生徒からは、「海外パビリオンで様々な国や文化について知れ、企業パビリオンでは最先端技術を目にすることができ、未来のまちを想像することができた」といった声や、先生からは「実際に行ってみたら凄く良く、生徒の反応も良かった」などといった声をいただいた。 ◎京都府立及び京都市立の高等学校が、8 月にウーマンズパビリオンにおいてアート関連のワークショップを実施。高校生が主体となり企画・運営を行い、何度もミーティングを重ねるなど、入念な準備を行った。また、イベントを共にした世界的宝飾ブランドから東京の本社や店舗に代表生徒を招待していただき、ブランドの魅力や商品デザインの現場を実際に体感することができた。

(※1) 義務教育学校、特別支援学校（小・中学部及び高等部）、専修学校高等課程、高等専門学校（第 3 学年以下）、外国人学校（小学生、中学生及び高校生相当）を含む

(※2) 事業実績（校種別）

校種	校数（校）	区分	人数（人）
小学校等	174	小学生	21,075
中学校	80	中学生	18,539
高等学校等	54	高校生	22,295
特別支援学校	5	計	61,909
その他	3		
計	316		

※各区分の年齢に相当する児童・生徒を含む

※小学校等：小学校及び義務教育学校

※高等学校等：高等学校、専修学校高等課程、高等専門学校

※その他：外国人学校

(※3) 学校向け意向調査

<調査概要>

調査対象：府内小・中・高等学校、特別支援学校等 679 校

調査期間：令和 6 年 9 月 4 日～10 月 31 日

回答数：650 校（回答率 約 96%）

調査結果：調査した学校のうち

「利用する予定」と回答した学校が 247 校（約 36%）

「検討中」と回答した学校が 152 校（約 23%）

「利用しない予定」と回答した学校が 251 校（約 37%）

2 成果のテーマごとの分類

前述1の万博会場及び府内の取組の成果について、「国際交流の推進」「ビジネス機会の拡充」「新たなネットワークの誕生」「子ども・若者の参画」の4つの代表的なテーマで分類した結果は以下のとおりである。

(1) 国際交流の推進

成 果
万博公式参加国との交流行事や府内各地で開催された国際イベントを通じて、公式参加国との交流が盛んに行われた。

(参考) 万博を契機とした万博公式参加国等との交流の数
⇒51 か国・地域、1 国際機関（万博公式参加国の約 30%）

<成果例>

- 関西パビリオン京都ゾーンの「環境」の期間に出展した京都超 SDGs コンソーシアム及び総合地球環境学研究所が、公式参加国パビリオン等に働きかけ、環境問題の解決に向けて各国の知恵を持ち寄ってアクションを起こしていくためのネットワーク「もったいない連盟」への賛同を依頼。8パビリオンが京都ゾーンを訪問し、7パビリオン（6公式参加国+いのちの遊び場クラゲ館）が賛同した。
- フラッグシップ・アクション「きょうとまるごとお茶の博覧会」において万博参加国出身者等とお茶を通じた交流を22校の小中高・支援学校で実施し、今後も継続して交流を行う動きが生まれている。
- 赤道ギニア共和国のナショナルデー（7/15）において開催された SDGs イベントにおいて、SDGs 未来都市に選定されている亀岡市から市長らが登壇し、赤道ギニア及び日本の学生と意見交換を行った。

(2) ビジネス機会の拡充

成 果
海外の企業や政府関係者等との万博会場や府内での様々な経済交流、万博を契機とした新たな技術・製品・サービスの開発及び万博会場等での展示・披露などを通じて、今後、海外企業の京都への誘致や京都企業の海外進出、新たな技術・製品・サービスの社会実装に向けた取組を加速化するための基盤ができた。

<成果例>

- 万博を契機に関西を訪れる海外の経済界・行政関係者・企業を対象に、京都の産業面の強みやイノベーション拠点、大学等を案内する「Tech Tour Kyoto」を実施
12月19日時点で、27件、26か国・地域のツアーを実施。今回生まれた海外とのつながりを、今後、海外企業の誘致や、京都企業の海外進出につなげていく。
- インドパビリオンにおいて「京都デー」(9/27)を実施し、関西パビリオン京都ゾーンにも出展した京友禅サリーを展示するとともに、インドの関係者に対し、京友禅サリーの取組の成功事例を発表した。
- TEAM EXP02025 への登録をきっかけに、段ボールの製造過程で生まれた端材を使ったSDGs学習のための端材パッケージ商品「SDKids 京都版」を開発し、3～12歳を対象に知育ワークショップを開催。万博開催期間中に約150組が参加した。

(3) 新たなネットワークの誕生

成 果
万博会場への出展や万博を契機とした府内の取組などに、同じ方向性や目的を持った人・団体同士の交流が進み、様々な分野において、今後の活動の発展や継続に向けたネットワークが誕生した。

<成果例>

- 関西パビリオン京都ゾーンへの出展後、福知山市では、地元の住民団体やNP0、林業関係者、行政などが連絡会議を立ち上げ、丹波漆の今後のさらなる振興や伝統産業化を目指し、ワークショップなどを開催している。
- 京丹後市において、毎回5人のゲストを呼び、合計100人登壇するまで継続する中で新たなコミュニティの形成を目指す「京丹後市100人カイギ」を万博の機運醸成イベントとして令和6年12月から開始しており、異業種間での出会いや交流の場となっている。
- USAパビリオンにおいて、「AI+Compassion」をテーマに、8か国9都市をつなぎ、AIと人間の倫理的な未来について議論するグローバルフォーラムが開催され、総合地球環境学研究所が参加。このフォーラムには、万博プロデューサーの落合陽一氏や石黒浩氏も参加し、高校生との対話も行われ、今後、アイデアソンやハッカソンの形で具体的な社会課題を設定し、民間企業と高校生が共創する場へと発展させることとなった。

(4) 子ども・若者の参画

成 果
万博会場への出展や万博を契機とした府内の取組などに、次代を担う子どもや若者が企画・運営や出演など様々な形で参画し、主要な役割を担った。

(参考) アクションプランの取組に企画・運営への参画や出演などにより携わった子ども・若者の数 ⇒約 5,000 人

※「子ども・若者」とは、小学生から大学生までの児童・生徒・学生を指す

<成果例>

- 万博会場シャインハットにおいて4月23日に開催した推進委員会主催催事「EXPO KYOTO MEETING」では、総勢262人の高校生や大学生それぞれの得意分野や希望を基に役割分担し、企画から運営まで関わった。
- KYOTO 地球環境の殿堂国際会議・未来会議においては、高校生・大学生106名が、自然環境と京都文化との関係性について探究するとともに、歴代の殿堂入り者や有識者と対話を行うことで、環境保全への理解を深めた。また、探究の成果として「未来への宣言」を世界に向けて発信した。
- 京都学生eスポーツ協会の所属の大学生・専門学生たちは、人気ゲーム「フォートナイト」の世界観で府内の観光地をバーチャル周遊できるオリジナル京都府マップを制作し、関西パビリオン京都ゾーンやEKIspotKYOTOに出展。出展コーナーでは学生たちが自らゲーム体験の補助や説明を行った。

第3章 万博を契機とした京都の取組のレガシーについて

万博はゴールではなくスタートであり、これまで実施してきた様々な取組や、そこから生じた新たな価値やつながりを一過性のものにするのではなく、未来の京都を担う人材や文化、産業の育成に繋げていくことが重要である。

推進委員会では、326のアクションプランを万博会場内・京都府内で実施した結果、京都の魅力を国内外に存分に発信できたことに加え、未来を担う若者を含めた多様なひと、企業、団体などにおいて、万博をきっかけとした新たな出会い、様々な交流が生まれるとともに、海外の国々や人々とも、多くの国際交流、ビジネス交流の機会などが創出された。

この章では、万博を契機とした京都の取組のレガシー（※）について、代表例を紹介する。

※「万博を契機とした京都の取組のレガシー」とは、
万博を契機とした京都の取組の成果の中で、文化・環境、産業、観光、地域、いのちの分野において、中長期的な視点で京都の未来づくりに資する新たな価値やつながりなどを生み出すモノやコト

ポスト万博シティ

フラッグシップ・アクション「けいはんな万博 2025」では、半年間にわたり、ロボット・アバターやウェルビーイングなどの、けいはんな学研都市が強みとする最先端技術を体験できる多数のイベントの実施を通じ、立地機関・地域住民の連携が強化されるとともに、国内外への認知度の向上につながった。

令和8年度からスタートするけいはんな学研都市の次のステージプランでは、機能強化の法改正なども見据えながら、国の万博アクションプランに位置づけられた「ポスト万博シティ」として、けいはんな万博や万博で披露された最先端技術や研究成果を迅速に社会に実装し、さらに持続的に発展させていく。

【多様なひと、企業、団体などにおける新たな出会いと交流】

京都の茶文化を支える人々のつながり

フラッグシップ・アクション「きょうとまるごとお茶の博覧会」の開催を契機として、国内外の人々へ京都の茶文化を発信するため、茶文化にまつわる茶人、茶商、茶の生産者、茶器・茶道具・茶菓子の職人、学生や府民が一体となり取組を実施したことにより、京都の茶文化を支えるための新たなつながりが生まれた。

今後も茶文化に関わる人々が一緒になって、誰もが気軽に京都の茶文化に親しむことができるイベントやプロモーションなどの実施につなげていく。

一座建立

関西パビリオン京都ゾーンでは、概ね1週間ごとにテーマを変えながら展示を実施。100を超える様々な分野の団体が、万博開幕前から長期間かけて出展物の磨き上げを行なうとともに、開幕後は、力を合わせて各週のテーマを発信し、京都ゾーンのコンセプトである「一座建立（展示に加え、来場者が出展者と交流し、心を通わせ、一体感を生み出すような実演や体験イベントを実施）」を体現した。万博会場でのこうした出展者間のつながりから、府内各地で関係者間のネットワークや新商品開発のプロジェクトなど未来に向けた様々な動きが生まれており、こうした動きを府内全域の活性化に繋げていく。

出展者間のつながりから生まれた動きの例としては、

「産業」：丹波漆の伝統産業化を目指して、住民団体やNPO等が連絡組織を立ち上げ

「環境」：海外パビリオンとの間でごみゼロの輪を世界に広げるための「もったいない同盟」を結成 などがある。

子ども・若者の参画

万博会場で多くの学生が参画した「EXPO KYOTO MEETING」や次世代のアントレプレナーを増やすべく今年度新設されたIVS Youthの開催、「KYOTO 地球環境の殿堂」未来会議を通じて得た若者の探究の成果が、府内高等学校における「総合的な探究の時間」で教材として活用されるなど、万博会場・府域の取組の双方において、京都の未来を担う子ども・若者が主体的に参画し、国内外の多様な人材、企業、団体との交流やネットワーク構築の機会となった。

こうした次代を担う子ども・若者が様々な取組に参画することは、今後の社会の持続的な発展につながるものであるため、万博後も様々な分野において子ども・若者参画の機会を創出していく。

【ビジネス機会の拡充】

スタートアップの成長及び新技術等の社会実装

万博のコンセプト「未来社会の実験場」に賛同した京都のスタートアップ各社により、関西パビリオン京都ゾーンや大阪ヘルスケアパビリオンなどへの出展が相次ぐとともに、サプライヤー・パートナーとして万博会場やシグネチャーパビリオンに製品・サービスが採用されるなど、各社の革新的な技術・製品やサービスは、万博を通じて多くの人に認知され、新たなビジネスの創出に繋がる機会となった。

今後は万博で得られた知見などをスタートアップのさらなる成長や革新的な技術・製品・サービスの着実な社会実装につなげていくため、商工会議所をはじめとする経済団体・産業支援機関、行政等が総力を挙げて支援していく。

【新たな人のフローの創出】

関西広域周遊観光

万博を契機に、京都府を含めた関西エリアの官民が一体となって設立した「EXP02025 関西観光推進協議会（※）」では、関西広域の旅行商品の造成やプロモーション等を集中的に実施し、380 の新たな旅行商品が造成され、販売額は 16 億円に達し、関西エリア全体の訪問意向率も向上した。

今後は、ワールドマスタースゲームズ 2027 関西などを見据え、関西広域観光を「ONE 関西」で推進する体制や、関西を「面」で提案する仕組みなど万博を契機に構築したシステムを活用し、プロモーションや新たな旅行商品の造成など更なる広域周遊の促進に取り組んでいく。

（※）「EXP02025 関西観光推進協議会」

万博開催の効果を関西一円に波及させるため、関西の 2 府 8 県 4 政令市、民間企業、関西広域連合、関西経済連合会で構成された協議会

京都駅周辺一帯の再定義

フラッグシップ・アクション「京都駅周辺エリアまるごとゲートウェイ」では、万博期間を中心に、官民が連携し、京都駅及びその周辺エリアにおいて、神社仏閣や駅ビルなどの施設、まちなかにおける芸術作品の展示や、府内各地の魅力を発信し、府北部や南部に周遊を促すための企画などを行ったことにより、京都駅周辺が、京都を訪れた方に京都の文化・芸術や地域の魅力を感じられるウェルカムエリアであるとともに、府内各地への誘客を促す玄関口であることを改めて明確にした。

本事業を契機とした官民の連携を生かしながら、この方向性により取組をさらに進めていく。

淀川舟運の復活

万博を契機として、62 年ぶりに伏見と枚方を結ぶ「伏見航路」が復活し、淀川大堰閘門の開通により京都から大阪湾までの航路が結ばれるなど取組が進んでいる。

フラッグシップ・アクション「京都の川巡り」では、伏見船着場から背割堤船着場を遊覧船が特別運航したほか、最終便は伏見船着場から大阪十三の船着場までを一気通貫で運航した。

引き続き、沿川の自治体や旅行事業者等と連携して取組を進め、京都と大阪を結ぶ新たな観光コンテンツとして未来に繋げていく。

上記の内容は代表例であり、これら以外にも万博に向けた取組の成果の中から新たな価値やつながりなどが数多く生み出されることが想定される。

推進委員会構成団体及び認証事業実施団体等は、これらのレガシーを一過性のものとせず、次代へと繋いでいくことで京都の未来を切り開いていくこととする。