

5 実施結果及び調査報告

5.実施結果及び調査報告

(1) 来場者数等

ア. 日別・時間別来場者データ

日付	8月14日(木)				8月15日(金)				8月16日(土)				8月17日(日)				8月18日(月)				8月19日(火)			
天気	晴れ 一時 雷雨				晴れ 一時 雨				晴れ				晴れ				晴れ				晴れ			
最高気温	35.8				35.6				36				35.1				35.9				36.2			
最低気温	28.2				27.5				27.5				28.5				28.2				28.4			
項目	入場 累計	入場 時間計	退場	滞留	入場 累計	入場 時間計	退場	滞留	入場 累計	入場 時間計	退場	滞留	入場 累計	入場 時間計	退場	滞留	入場 累計	入場 時間計	退場	滞留	入場 累計	入場 時間計	退場	滞留
10:00-11:00	1153	1153	631	522	823	823	498	325	1015	1015	576	439	965	965	632	333	878	878	573	305	956	956	566	390
11:00-12:00	1960	807	1273	687	1909	1086	1413	496	2236	1221	1666	570	2235	1270	1683	552	1877	999	1355	522	2016	1060	1533	483
12:00-13:00	3132	1172	2436	696	3731	1822	2959	772	3963	1727	3234	729	4070	1835	3379	691	3149	1272	2490	659	3331	1315	2691	640
13:00-14:00	4378	1246	3746	632	5142	1411	4440	702	6086	2123	5223	863	6012	1942	5225	787	5365	2216	4626	739	5199	1868	4386	813
14:00-15:00	6179	1801	5551	628	6441	1299	5718	723	7920	1834	7022	898	7408	1396	6603	805	6393	1028	5713	680	6716	1517	5984	732
15:00-16:00	7520	1341	6729	791	7986	1545	7129	857	9172	1252	8298	874	9235	1827	8309	926	7551	1158	6825	726	8220	1504	7466	754
16:00-17:00	8512	992	7875	637	9263	1277	8661	602	10341	1169	9510	831	10891	1656	10172	719	8553	1002	7849	704	9647	1427	8778	869
17:00-18:00	10208	1696	9349	859	10261	998	9685	576	12241	1900	11395	846	12488	1597	11974	514	9925	1372	9183	742	9827	180	9534	293
18:00-19:00	10769	561	10179	590	11211	950	10978	233	13003	762	12356	647	13411	923	13164	247	10999	1074	10579	420				
19:00-19:30	11429	660	11294	135	11598	387	11493	105	13123	120	13021	102	13452	41	13447	5	11026	27	10900	126				
期間合計	70,455名																							

イ. 来場数・参加数

	14日	15日	16日	17日	18日	19日	合計
万博 来場者数	185,240	183,854	170,044	155,124	150,025	148,083	992,370
来場者数	11,429	11,598	13,123	13,452	11,026	9,827	70,455
アンケート	332	330	433	435	455	474	2,459
ハンドアウト (日本語)	8,180	8,400	8,181	9,644	8,139	7,456	50,000
ハンドアウト (英語)	151	20	8	26	44	49	298
メッセージカード	422	211	137	169	162	159	1,260
スタンプラリー	544	350	486	467	502	488	2,837

ウ. AIカメラ計測

AIカメラを活用して入退場カウント・人流把握および来場者属性の分析を自動化するソリューションを導入。カメラ映像をAIがリアルタイムで解析し、来場者数や通過方向、滞留状況に加えて、性別・年代などの属性情報を推定。また、個人を特定しないプライバシー配慮設計がなされているシステムである。

イベント運営の「見える化」と「データ活用」を推進し、会場付帯設備の入退場カウンターデータと照らし合わせ、より精度の高い運営判断の材料として活用した。

計測内容 <性別> <年齢> <検知数=人数>

カメラ仕様概要



Logitech C920n Pro HD WebCamera

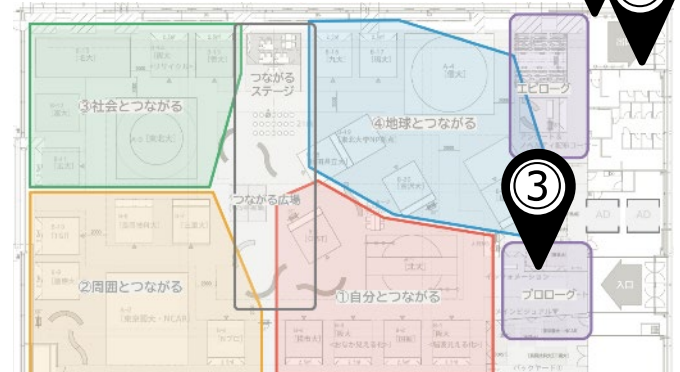
解像度	1080*720
-----	----------

画素数	300万画素
-----	--------

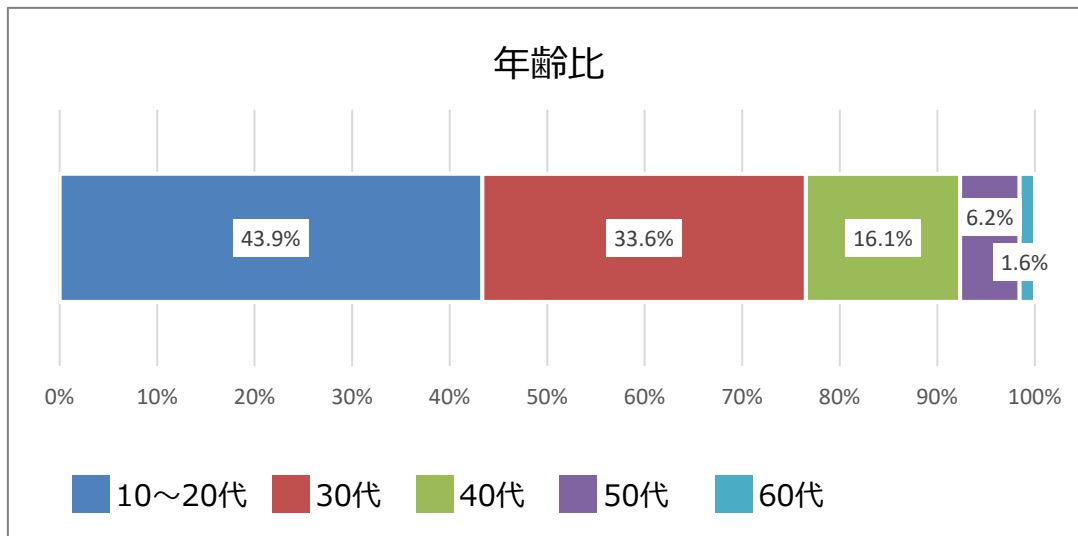
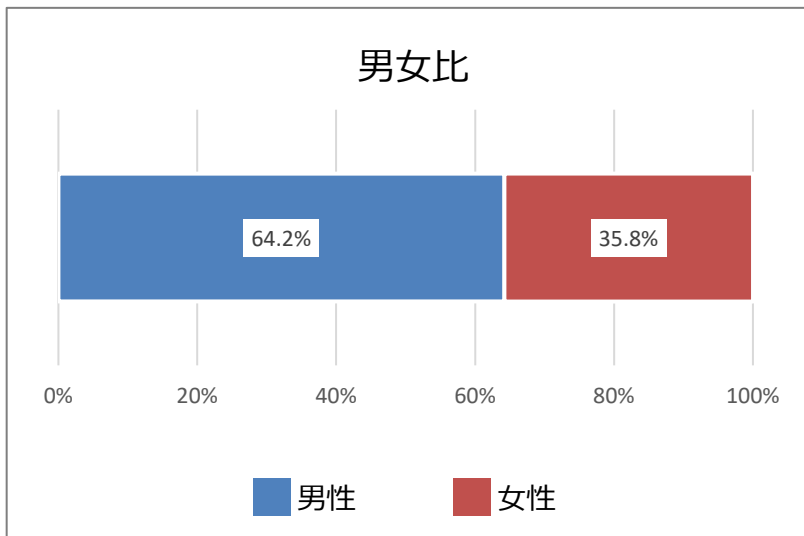
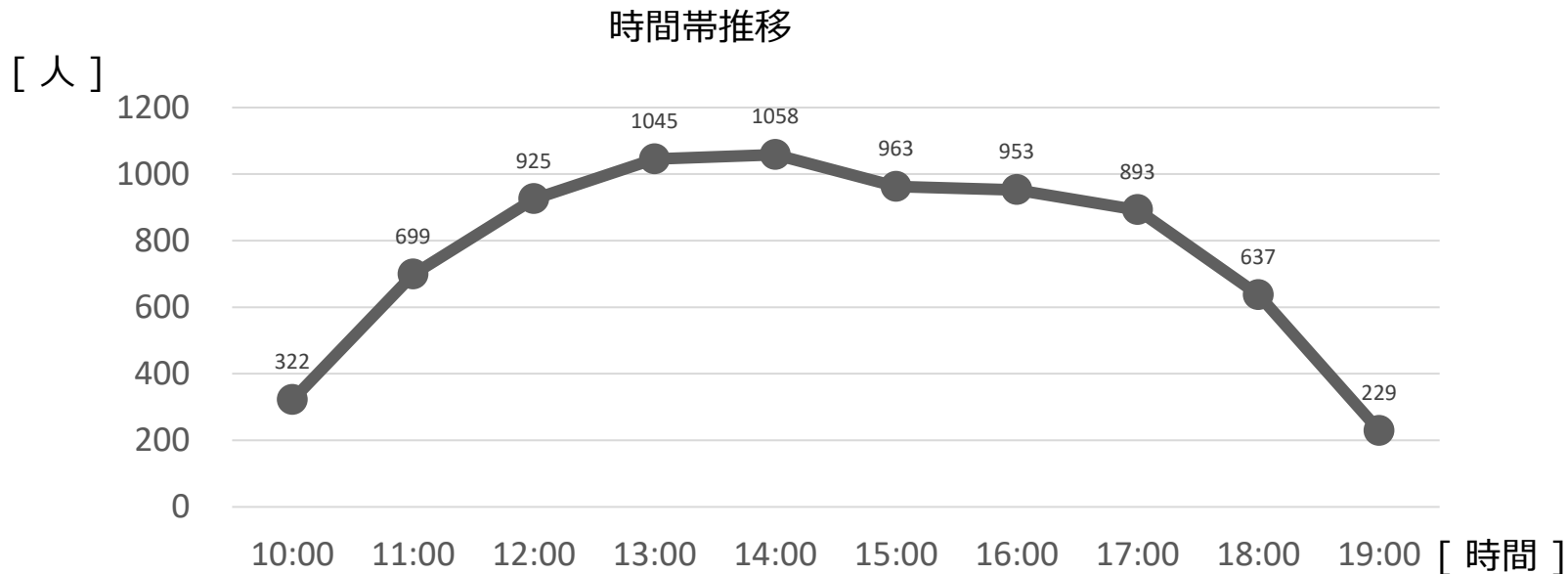
サイズ	W94*D71*H43.3mm
-----	-----------------

Wi-Fi対応	解析機器にて接続
---------	----------

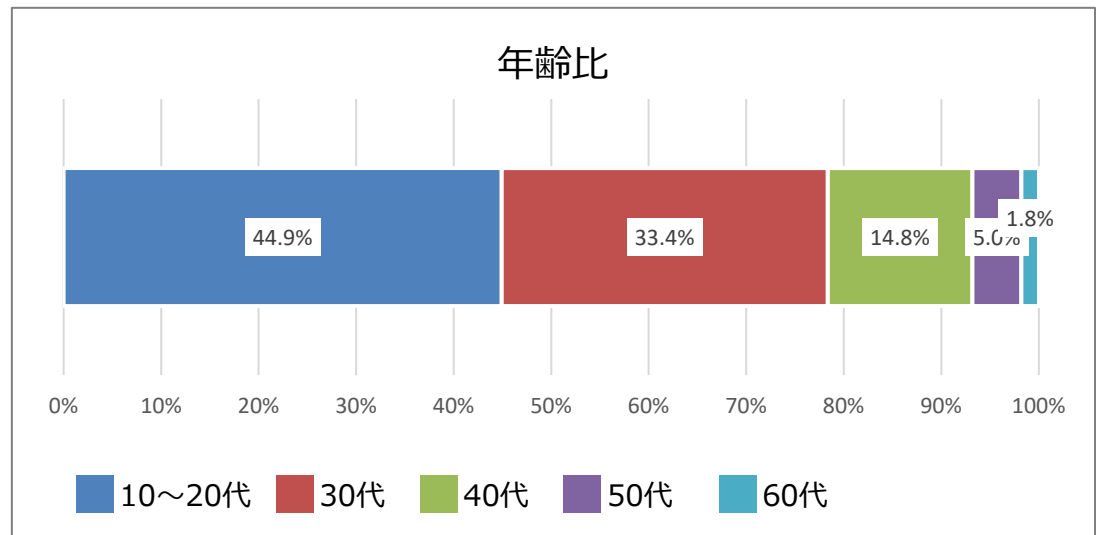
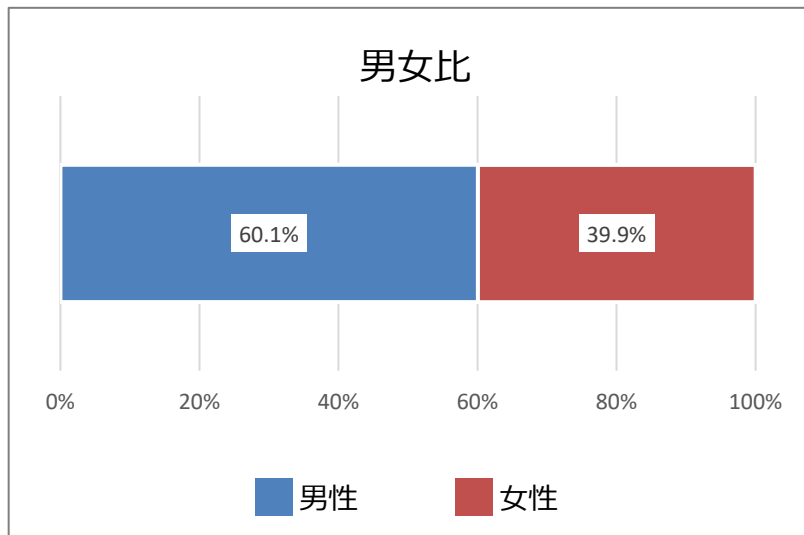
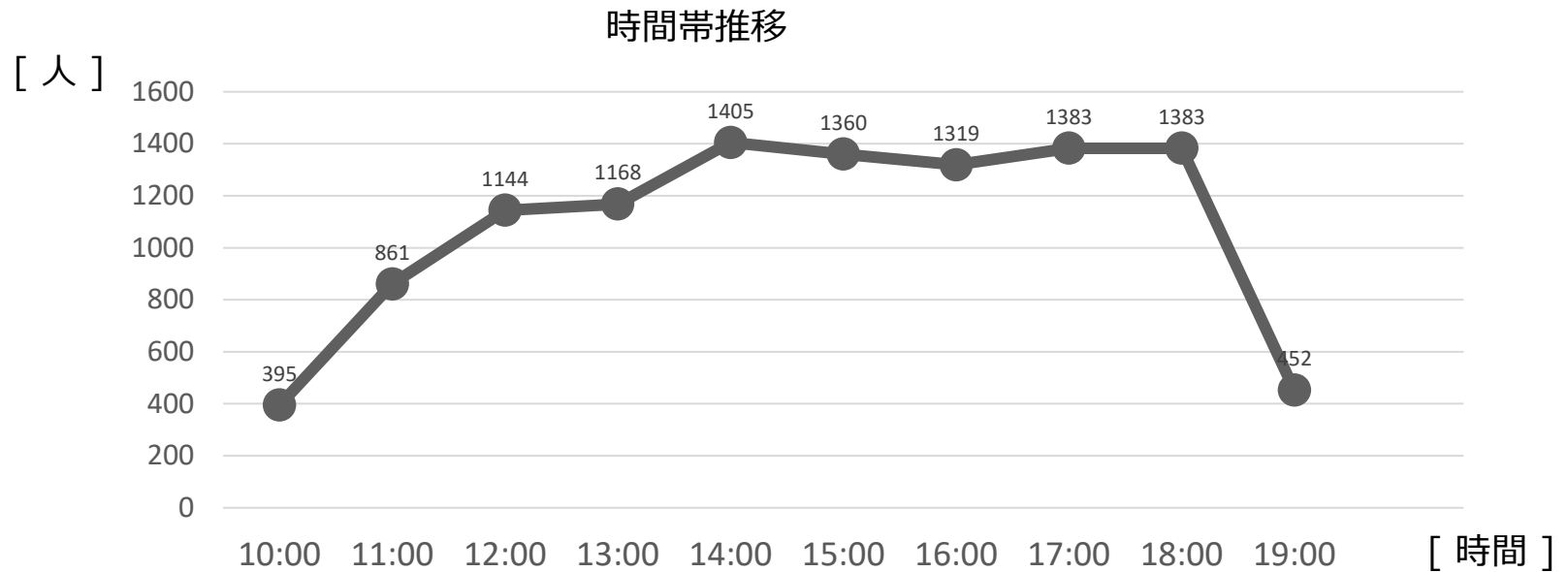
設置イメージ



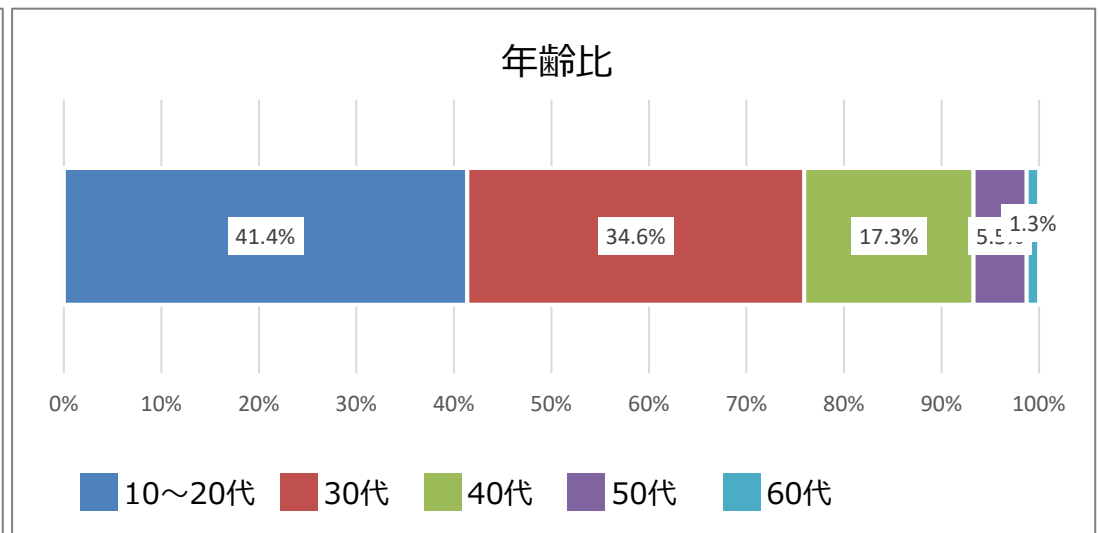
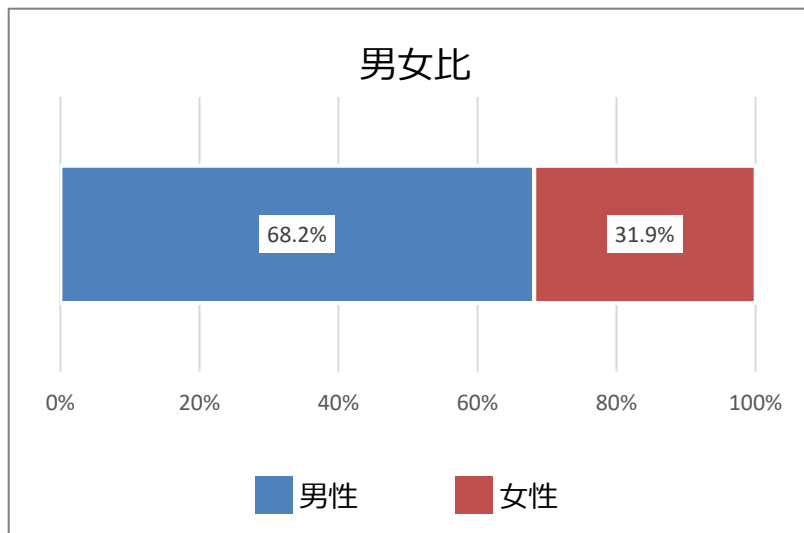
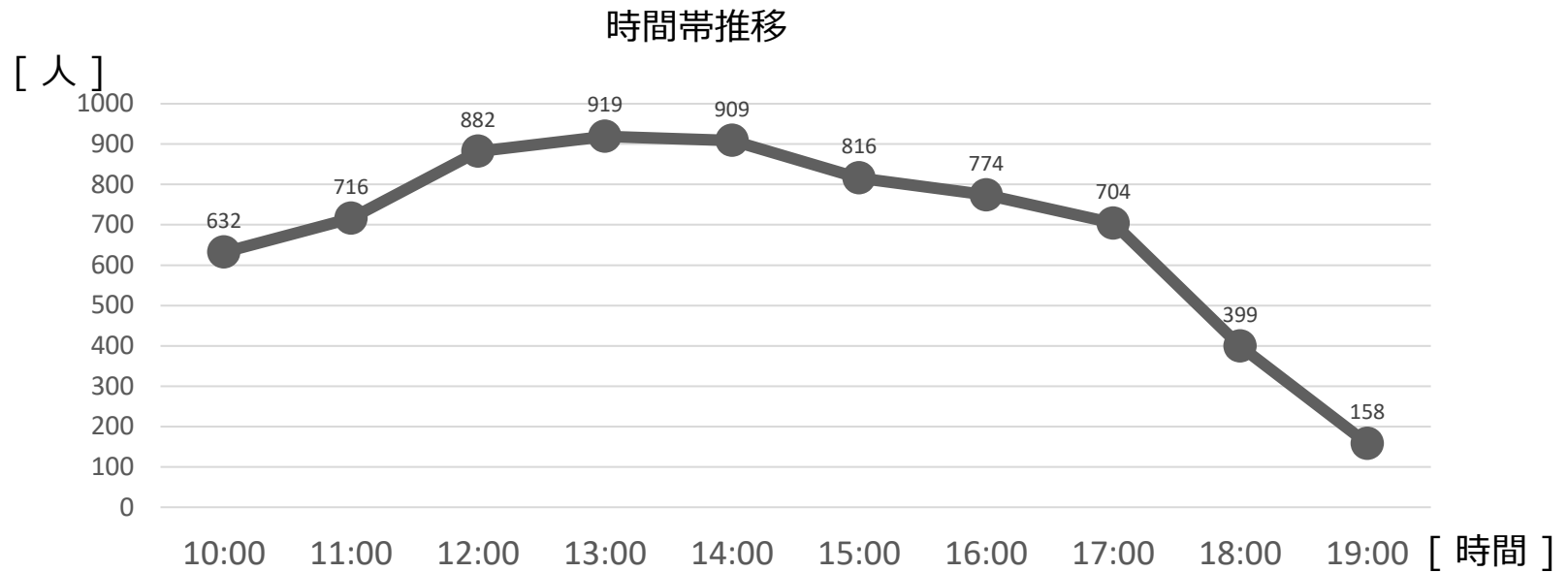
ウ. AIカメラ計測結果【期間中平均】



ウ. AIカメラ計測結果【8月14日（木）：1日目】

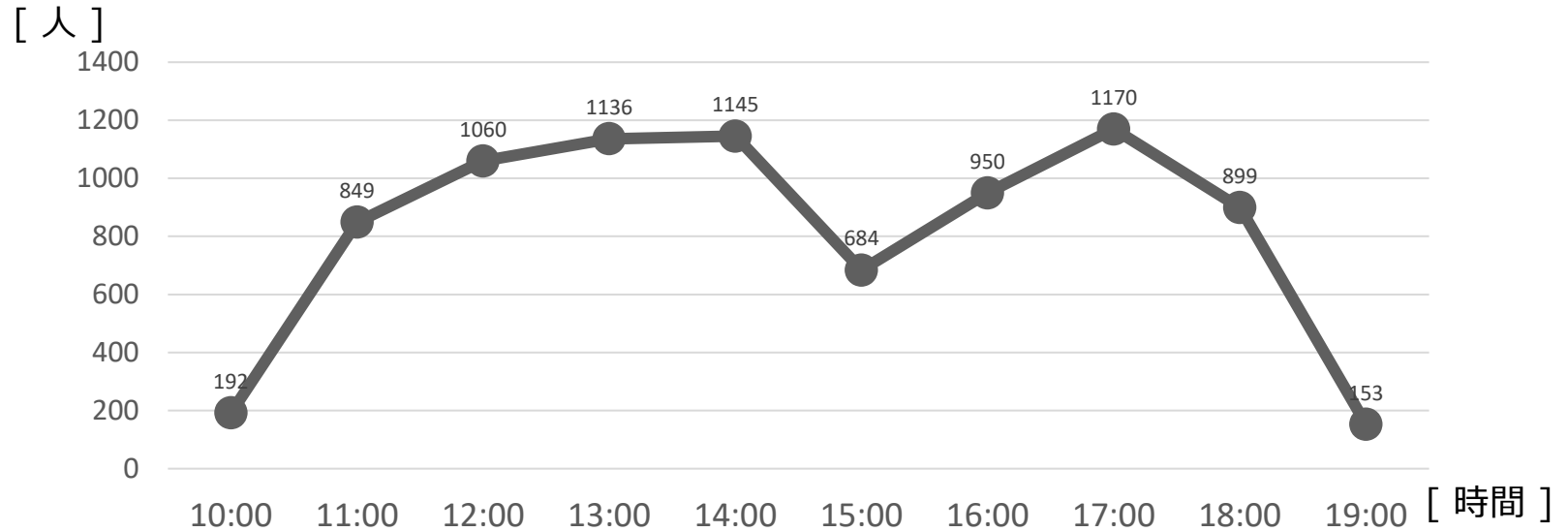


ウ. AIカメラ計測結果【8月15日（金）：2日目】

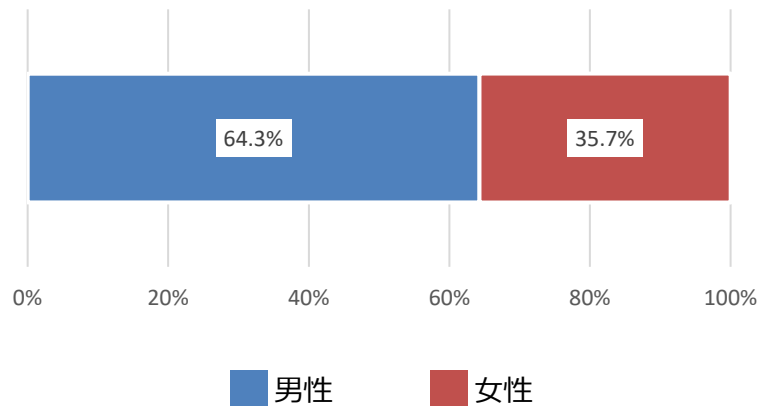


ウ. AIカメラ計測結果【8月16日（土）：3日目】

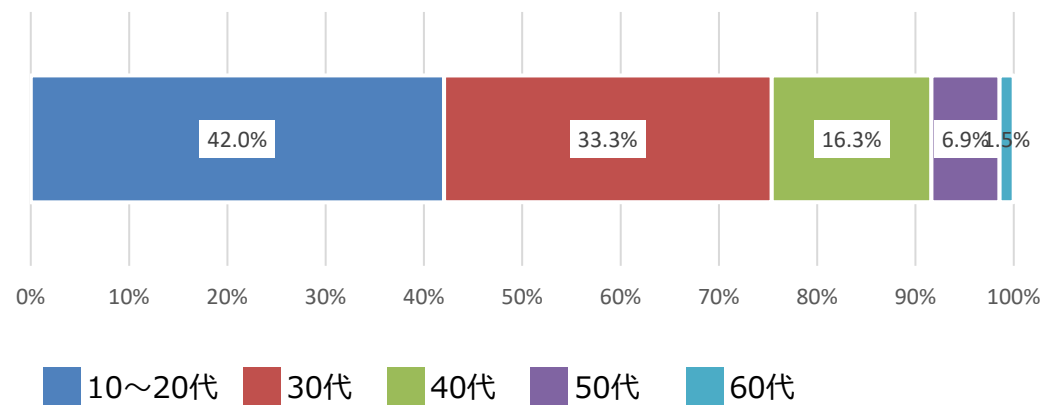
時間帯推移



男女比

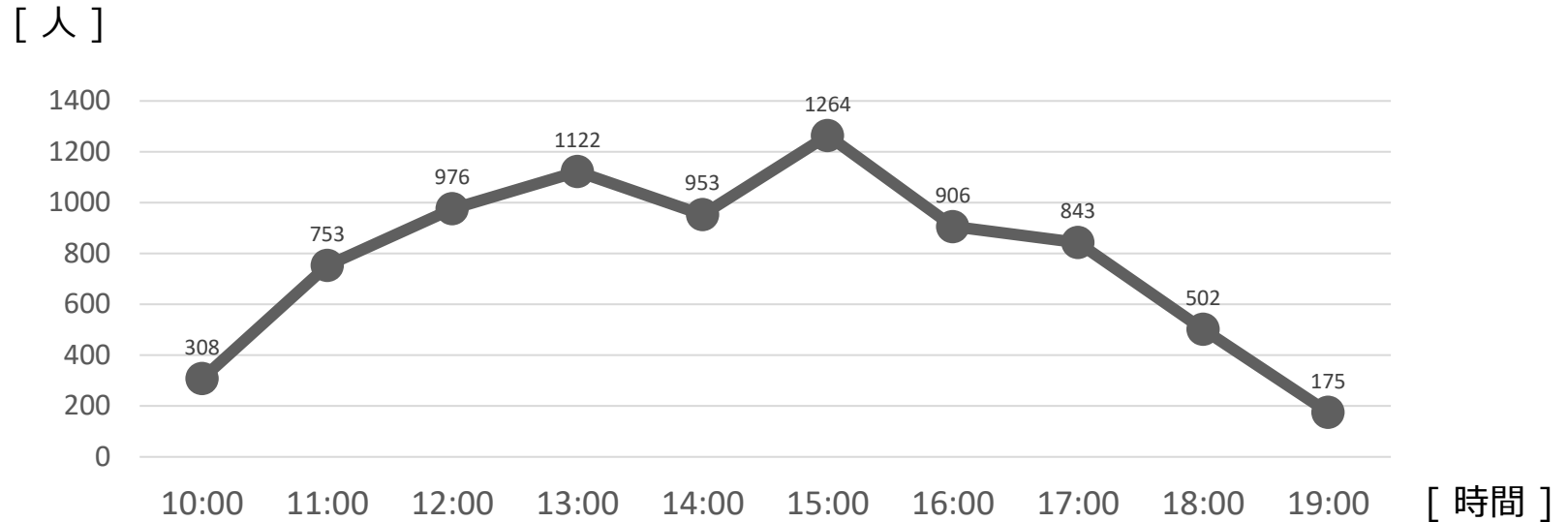


年齢比

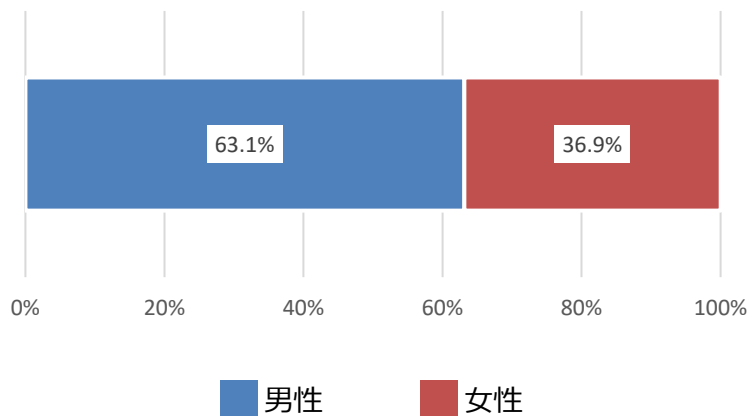


ウ. AIカメラ計測結果【8月17日(日) : 4日目】

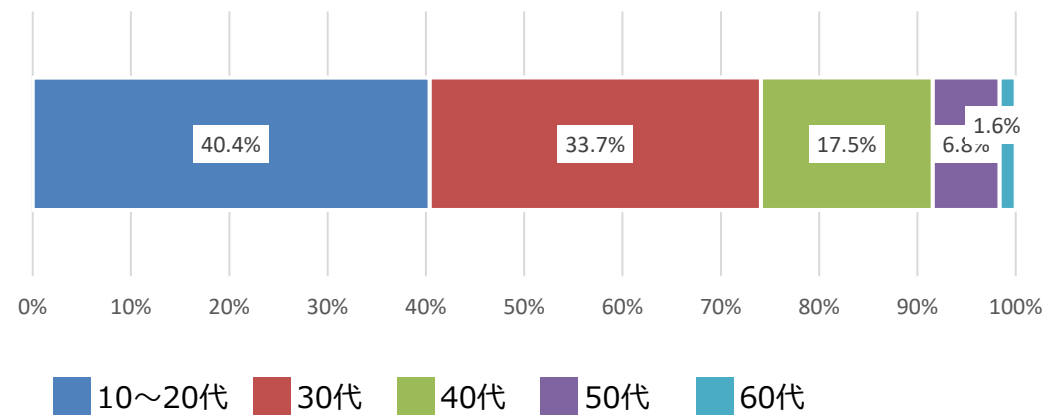
時間帯推移



男女比

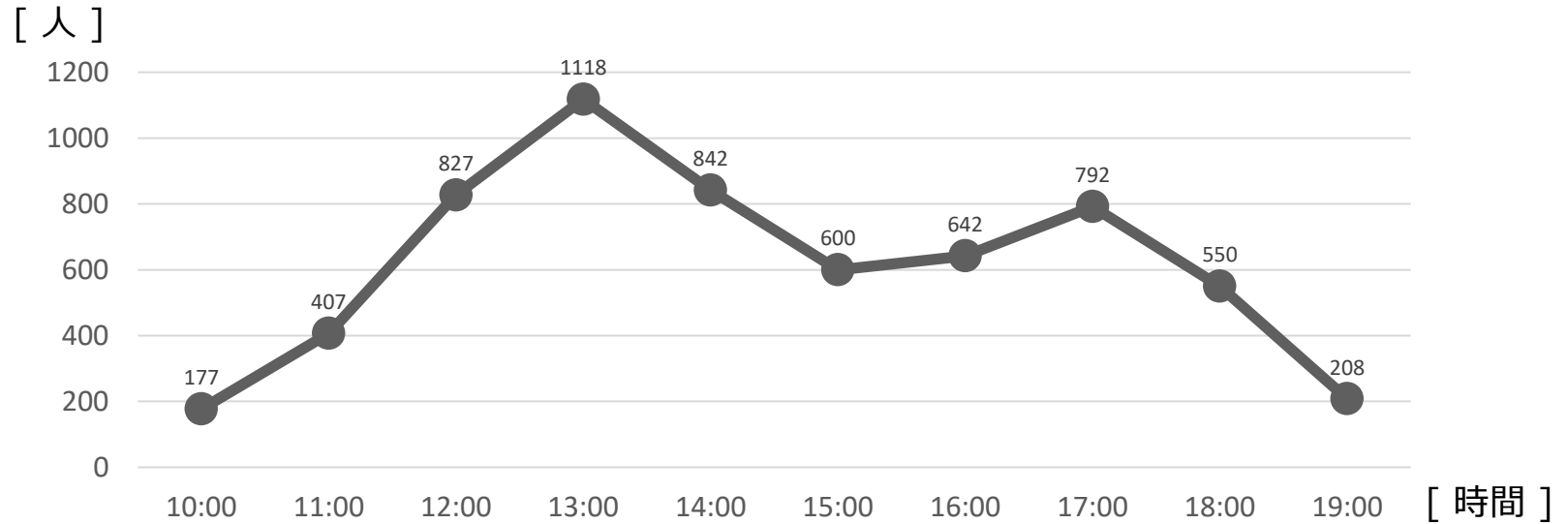


年齢比

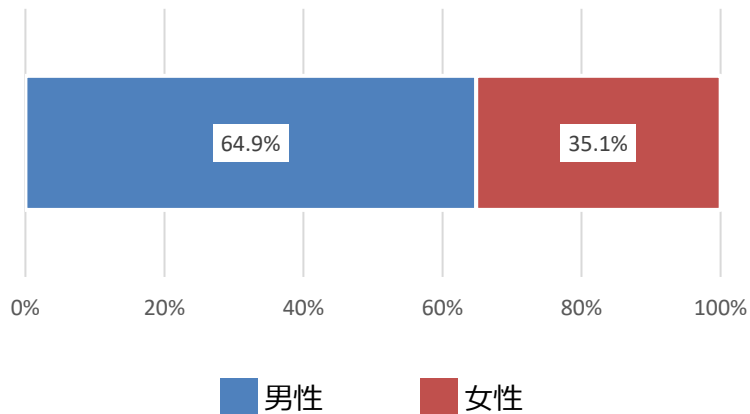


ウ. AIカメラ計測結果【8月18日(月) : 5日目】

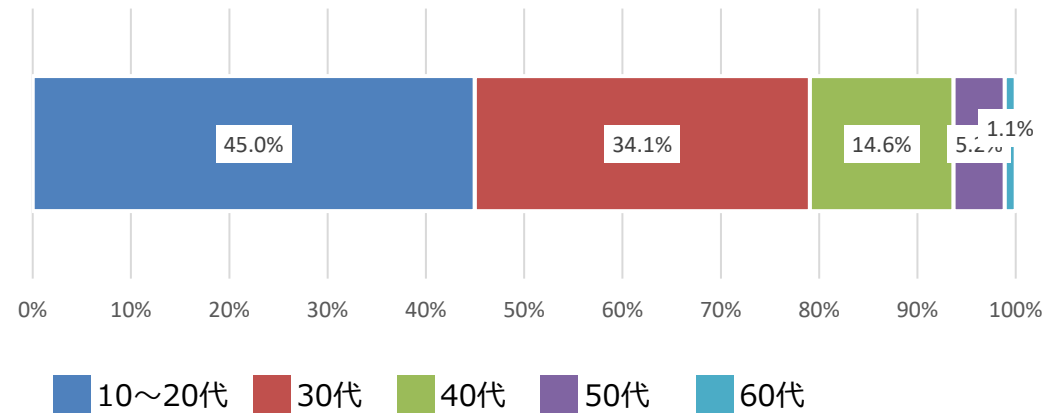
時間帯推移



男女比

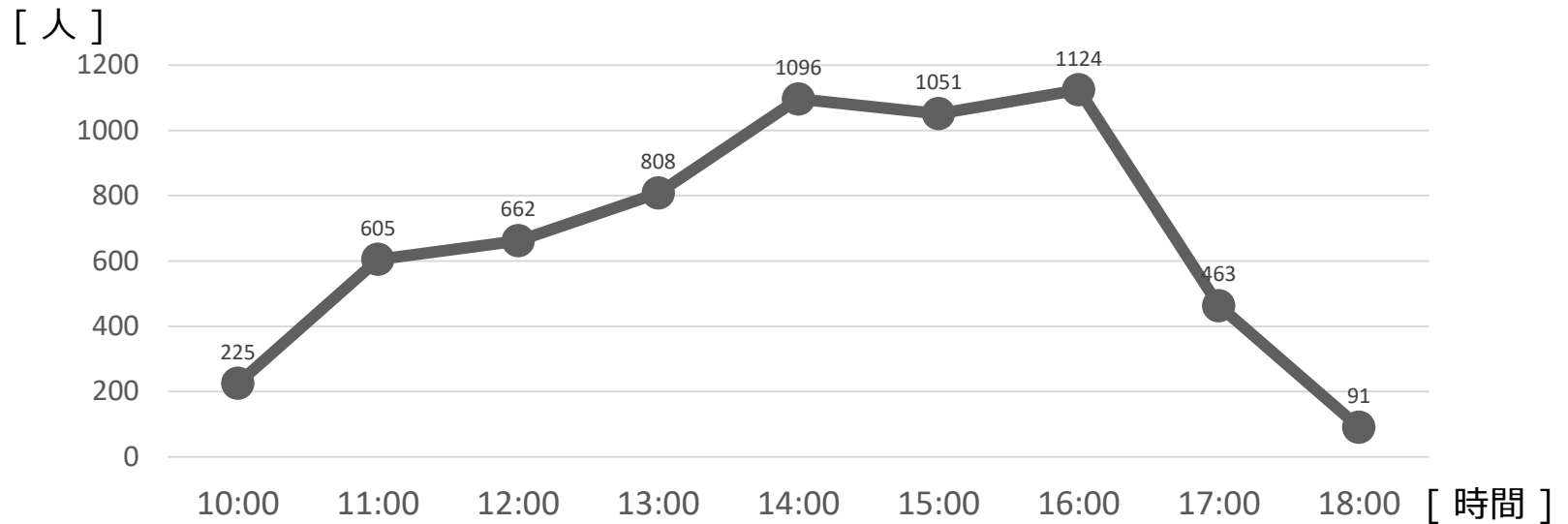


年齢比

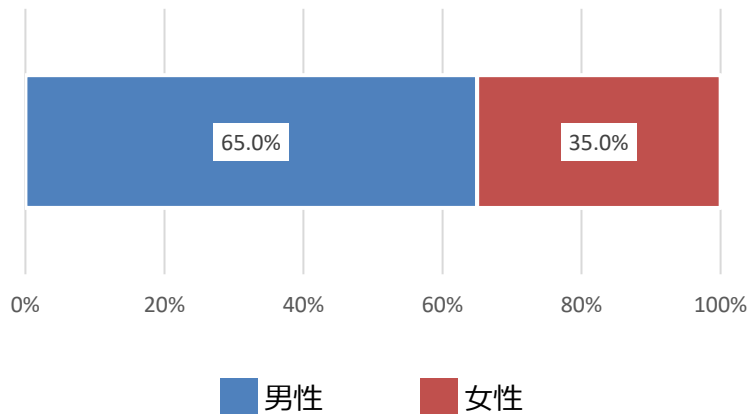


ウ. AIカメラ計測結果【8月19日（火）：6日目】

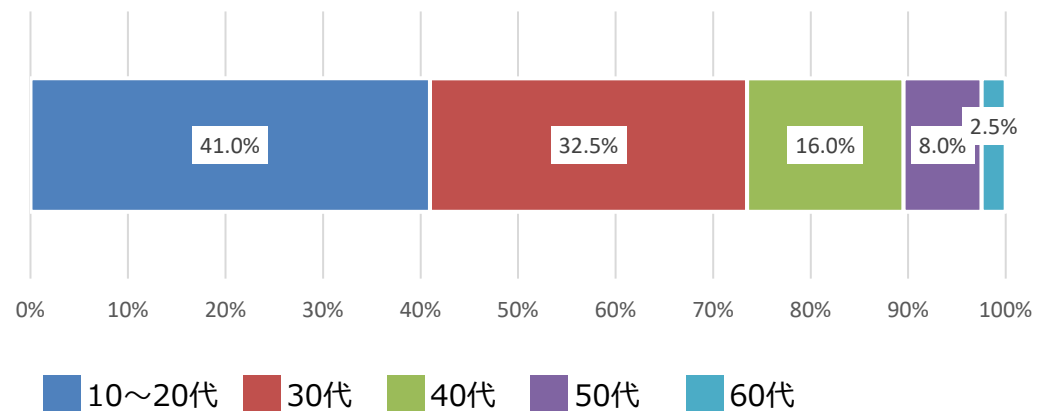
時間帯推移



男女比



年齢比



ア. 配信実績 (全体)

事前告知として、YouTube・Instagram・studyplusの三媒体にて7月18日より広告配信スタート。ターゲットは、近畿圏の若年層とした。クリエイティブに関しては、動画はメイン展示の4大学のインタビュー動画と、30ssのチラシ要素を盛り込んだ動画。
会期中は、会場周辺、会場に居る人への広告配信を実施。配信範囲が狭く、競争率も高かったため、予算消化できない結果だったが、webサイトへの遷移は想定よりも多い結果となった。

合計では、動画視聴は、700万再生、webサイトへの遷移は、6万という結果

		impression	reach	FQ	再生数	click	CTR	CPC
動画視聴	YouTube	実績 1,438,372			754,752	5,123	0.36%	266.1
	Instagram	実績 5,819,394	2,385,138	2.4	5,379,922	8,030	0.14%	165.4
	studyplus	実績 430,108			89,573	1,024	0.24%	720.0
	market-analyzer	実績 302,706	143,854	2.1	302,706	9,419	3.11%	77.1
webサイト遷移	Instagram	実績 2,761,517	867,424	3.2	640,442	27,836	1.01%	47.9
	studyplus	実績 810,278				1,486	0.18%	323.0
	market-analyzer	実績 1,330,673	547,448	2.4		8,737	0.66%	134.0
合計		12,893,048	3,943,864		7,167,395	61,655	0.48%	115.8

※FQ (Frequency) ⇒ 1人のユーザーへの平均接触回数 ※CTR (Click Through Rate) ⇒ ユーザー表示回数において、実際にクリックされた回数割合

※CPC (Cost Par Click) ⇒ ユーザーが1回クリックするのに発生したコスト

1. Instagram

(ア) 日別動画視聴

DAILY	インプレッション	リーチ	クリック	CTR	25%再生数	50%再生数	75%再生数	95%再生数	100%再生数	動画再生数
2025-07-18	84,445	84,445	72	0.09%	575	204	118	81	78	75,609
2025-07-19	162,427	158,154	185	0.12%	433	155	80	55	52	150,211
2025-07-20	167,898	165,073	204	0.12%	117	49	33	21	20	146,201
2025-07-21	152,445	144,735	203	0.14%	98	43	31	25	25	131,213
2025-07-22	139,432	137,143	175	0.13%	151	52	39	31	30	117,485
2025-07-23	130,386	126,104	176	0.14%	128	46	28	21	20	111,985
2025-07-24	124,876	119,260	199	0.17%	103	32	20	16	15	110,496
2025-07-25	137,793	133,249	198	0.15%	119	45	29	25	23	123,236
2025-07-26	158,350	156,869	235	0.15%	131	39	32	17	16	147,456
2025-07-27	170,218	160,701	250	0.16%	141	34	21	13	13	158,466
2025-07-28	145,348	144,117	218	0.15%	341	244	50	41	37	133,543
2025-07-29	134,771	134,771	183	0.14%	486	390	49	36	35	121,950
2025-07-30	138,166	138,166	232	0.17%	482	360	57	44	44	124,747
2025-07-31	123,540	123,099	186	0.15%	479	371	51	35	33	111,933
2025-08-01	215,194	214,137	355	0.17%	892	692	81	65	63	194,223
2025-08-02	233,026	225,317	356	0.16%	1,012	864	88	59	54	216,829
2025-08-03	244,485	236,664	440	0.19%	1,020	861	81	54	51	226,214
2025-08-04	302,591	301,159	691	0.23%	1,006	487	65	49	46	286,017
2025-08-05	231,898	224,625	461	0.21%	860	570	70	53	52	215,537
2025-08-06	218,822	218,822	411	0.19%	888	641	87	61	59	207,585
2025-08-07	206,440	201,024	392	0.20%	816	613	61	46	45	192,654
2025-08-08	213,410	213,410	441	0.21%	790	572	66	54	52	199,254
2025-08-09	230,128	221,761	381	0.17%	827	740	69	55	52	217,349
2025-08-10	222,287	215,456	384	0.18%	836	738	76	54	54	207,896
2025-08-11	252,457	252,457	558	0.22%	840	579	71	58	56	237,726
2025-08-12	165,425	152,865	257	0.17%	608	565	38	32	32	156,413
2025-08-13	202,958	195,034	461	0.24%	669	399	39	28	24	193,413
2025-08-14	187,941	181,892	374	0.21%	668	431	51	36	36	178,016
2025-08-15	189,387	185,765	401	0.22%	669	455	59	38	35	179,461
2025-08-16	195,127	195,127	366	0.19%	683	447	58	46	45	185,728
2025-08-17	189,742	179,940	372	0.21%	708	531	61	50	49	180,466
2025-08-18	147,981	147,981	279	0.19%	537	313	54	42	41	140,610

イ. Instagram

(イ) 日別Webサイト遷移

DAILY	インプレッション	リーチ	クリック	CTR
2025-07-18	54,205	53,087	571	1.05%
2025-07-19	38,720	37282	429	1.11%
2025-07-20	65,076	63597	747	1.15%
2025-07-21	64,967	64518	718	1.11%
2025-07-22	64,641	63079	662	1.02%
2025-07-23	59,528	57502	583	0.98%
2025-07-24	58,489	54463	588	1.01%
2025-07-25	57,240	54498	597	1.04%
2025-07-26	63,153	61085	637	1.01%
2025-07-27	74,651	70330	791	1.06%
2025-07-28	61,653	59611	605	0.98%
2025-07-29	58,786	57829	650	1.11%
2025-07-30	56,498	54194	676	1.20%
2025-07-31	52,967	51928	599	1.13%
2025-08-01	99,421	90794	1,038	1.04%
2025-08-02	104,278	98919	1,146	1.10%
2025-08-03	116,167	111142	1,238	1.07%
2025-08-04	112,659	107766	1,020	0.91%
2025-08-05	110,681	103606	988	0.89%
2025-08-06	109,766	100243	1,018	0.93%
2025-08-07	106,910	99141	1,086	1.02%
2025-08-08	123,203	109794	1,066	0.87%
2025-08-09	116,874	105599	1,132	0.97%
2025-08-10	109,666	104032	1,195	1.09%
2025-08-11	106,176	98700	1,479	1.39%
2025-08-12	76,566	67869	1,083	1.41%
2025-08-13	81,611	72854	1,058	1.30%
2025-08-14	94,998	79610	1,099	1.16%
2025-08-15	110,675	90548	1,114	1.01%
2025-08-16	131,290	98765	1,244	0.95%
2025-08-17	113,290	93017	1,152	1.02%
2025-08-18	110,788	89930	1,022	0.92%

イ. Instagram

(ウ) クリエイティブ別実績と考察

動画視聴 配信スタートが違うため、数で比較はできないが、CTR（クリック率）が良いのは、藝大で、配信スタートが遅いにもかかわらずインプレッションも最も伸びている。

クリエイティブ別	インプレッション	リーチ	クリック	CTR	25%再生数	50%再生数	75%再生数	95%再生数	100%再生数
北大みどころ 7/18～	801,600	641,718	1,055	0.13%	1,708	612	351	252	244
藝大みどころ 7/19～	1,140,381	853,758	1,628	0.14%	578	202	140	102	96
東北大みどころ 7/24～	1,393,523	911,799	3,444	0.25%	3,309	417	260	201	193
信大みどころ 7/25～	302,936	266,650	435	0.14%	173	59	38	29	28
チラシ要素動画 7/30～	2,180,954	1,254,805	3,534	0.16%	12,345	11,272	1,024	757	726

Webサイト遷移 チラシが最も多くのクリック数を獲得できたが、CTR（クリック率）が良いのはチラシ要素動画。ストーリーズやリールでの広告への反応が良いことがわかる

クリエイティブ別	インプレッション	リーチ	クリック	CTR
チラシ 7/18～	2,084,638	634,259	24,387	1.17%
東北大みどころ 7/24～	3,709	3,409	35	0.94%
北大みどころ 7/24～	391,752	118,859	1,243	0.32%
藝大みどころ 7/24～	255,899	161,181	2,916	1.14%
信大みどころ 7/25～	9,594	7,735	133	1.39%
チラシ要素動画 7/25～	13,945	8,896	247	1.77%
北大きっかけ 8/10～	1,526	1,516	5	0.33%
東北大きっかけ 8/10～	151	122	3	1.99%
藝大文化的処方 8/10～	119	95	2	1.68%
信大きっかけ 8/10～	49	35	1	2.04%

ウ. YouTube

(ア) 日別動画視聴

※事前告知のみの予定だったため、13日でいったん配信終了。その後、会期中の媒体の伸びが悪く、2日間のみYouTube広告再開

DAILY	表示回数	クリック数	クリック率	25% 再生	50%再生	75%再生	100% 再生	視聴回数
2025/7/19	45,493	118	0.26%	36.01%	26.78%	22.08%	19.18%	16,974
2025/7/20	47,049	111	0.24%	49.33%	38.67%	33.00%	29.38%	24,793
2025/7/21	49,709	157	0.32%	50.60%	39.73%	33.67%	30.17%	27,803
2025/7/22	50,826	176	0.35%	46.86%	36.62%	31.13%	27.68%	26,557
2025/7/23	51,496	176	0.34%	48.83%	38.38%	32.51%	29.02%	27,742
2025/7/24	52,129	199	0.38%	47.66%	37.48%	32.27%	28.95%	27,390
2025/7/25	48,783	149	0.31%	47.86%	37.54%	31.84%	28.32%	25,541
2025/7/26	50,199	172	0.34%	45.84%	35.74%	30.08%	26.87%	25,331
2025/7/27	50,788	154	0.30%	45.98%	35.95%	30.48%	27.09%	26,390
2025/7/28	55,178	278	0.50%	44.10%	34.60%	29.59%	26.45%	27,474
2025/7/29	49,361	212	0.43%	52.28%	42.13%	36.67%	33.28%	28,727
2025/7/30	53,598	347	0.65%	44.35%	35.40%	30.65%	27.73%	26,664
2025/7/31	50,388	200	0.40%	47.77%	37.76%	32.48%	29.12%	27,098
2025/8/1	54,326	228	0.42%	41.36%	32.18%	27.14%	24.26%	25,292
2025/8/2	50,745	178	0.35%	43.83%	33.66%	28.44%	25.18%	25,509
2025/8/3	50,981	160	0.31%	44.32%	34.24%	28.67%	25.25%	25,910
2025/8/4	51,025	241	0.47%	45.50%	35.39%	30.00%	26.61%	26,696
2025/8/5	48,149	214	0.44%	48.69%	38.45%	32.88%	29.49%	26,830
2025/8/6	48,268	199	0.41%	45.90%	35.88%	30.35%	27.03%	25,399
2025/8/7	49,321	152	0.31%	62.31%	53.36%	48.31%	45.00%	30,302
2025/8/8	46,863	148	0.32%	59.29%	49.98%	44.73%	41.36%	27,491
2025/8/9	45,998	136	0.30%	61.17%	51.34%	45.86%	42.17%	27,143
2025/8/10	46,356	121	0.26%	62.88%	53.24%	47.79%	44.22%	28,191
2025/8/11	49,754	158	0.32%	61.62%	52.41%	47.16%	43.67%	29,256
2025/8/12	49,895	151	0.30%	61.29%	51.89%	46.92%	43.46%	29,424
2025/8/13	50,059	153	0.31%	56.38%	47.01%	42.17%	38.78%	27,132
2025/8/14	0	0	0	0	0	0	0	0
2025/8/15	101,599	304	0.30%	43.55%	32.12%	27.04%	23.85%	40,383
2025/8/16	40,036	131	0.33%	56.67%	46.72%	41.84%	38.53%	21,310

Ⅰ. studyplus (静止画バナー)

(ア) 属性別配信実績

男女差はあまりないが、若干男性の反応がよい。

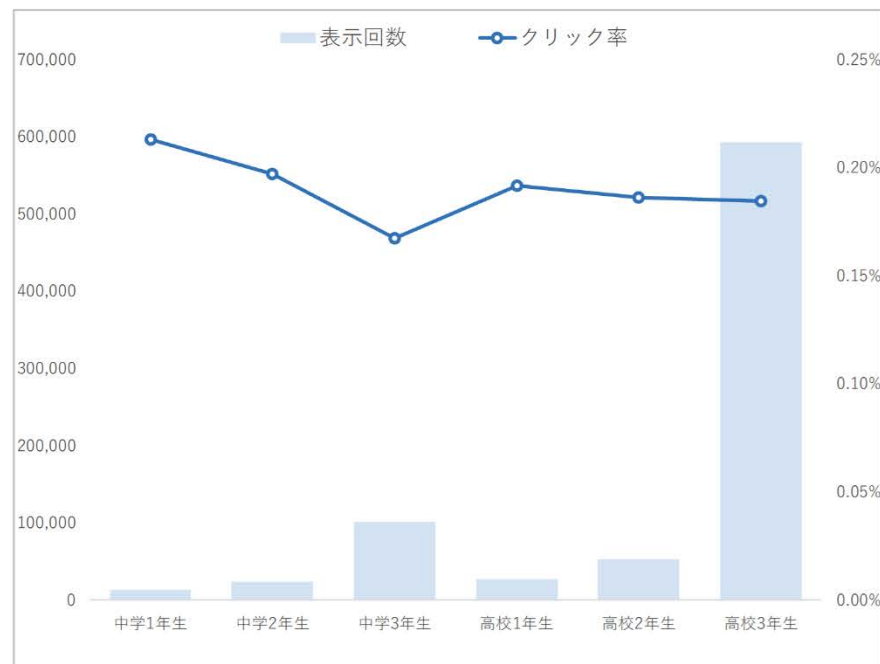
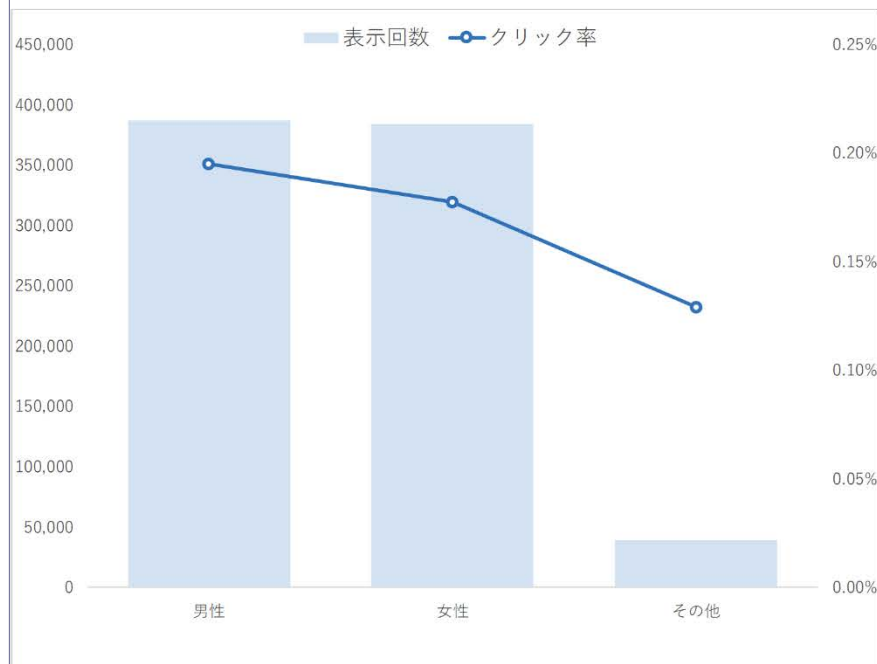
学年別では高校3年生・中学3年生と最終学年への表示が多い。(スタディプラスを利用している回数が多いのも一因)

■性別

性別	表示回数	クリック数	クリック率
計	810,278	1,486	0.18%
男性	386,784	754	0.19%
女性	383,951	681	0.18%
その他	39,543	51	0.13%

■職業・学年

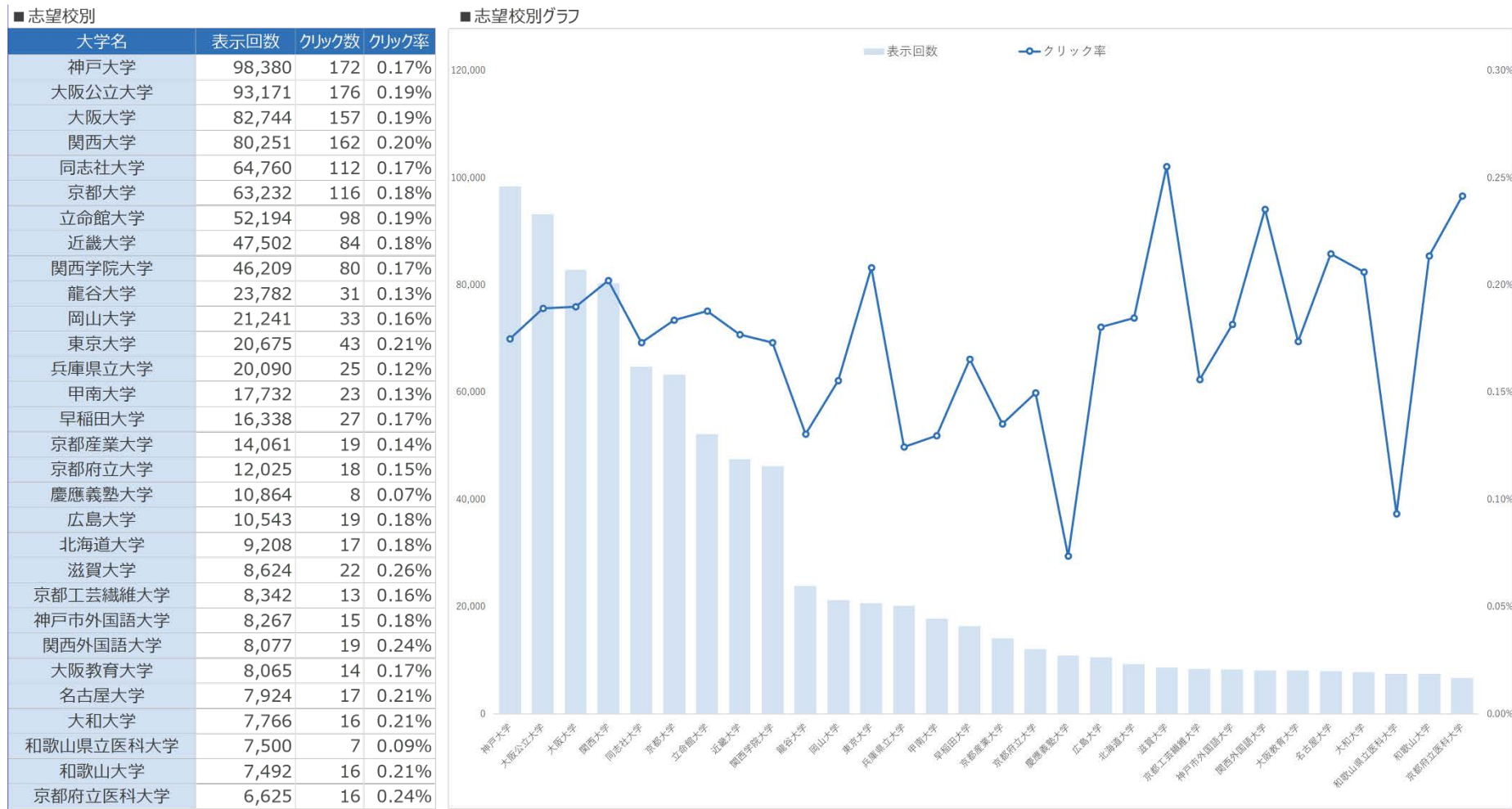
学年	表示回数	クリック数	クリック率
計	810,278	1,486	0.18%
中学1年生	12,683	27	0.21%
中学2年生	23,842	47	0.20%
中学3年生	101,613	170	0.17%
高校1年生	26,642	51	0.19%
高校2年生	53,220	99	0.19%
高校3年生	592,278	1,092	0.18%



I. studyplus (静止画バナー)

(イ) 志望校 (大学受験) 別配信実績

ターゲティングを近畿圏にしているため、関西の大学を志望しているユーザーが多い



I. studyplus (静止画バナー)

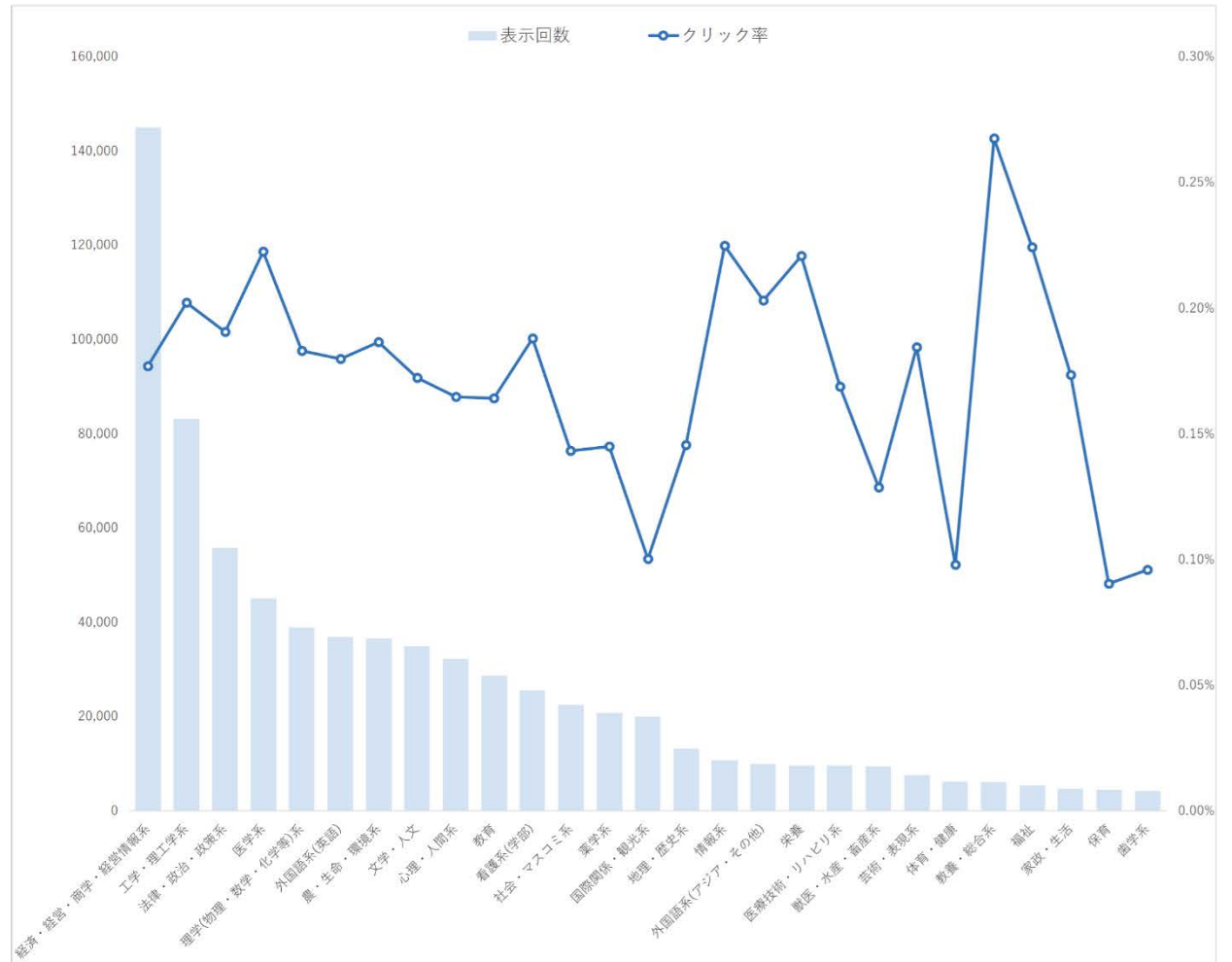
(ウ) 志望学科系 (大学受験) 別配信実績

表示回数上位10校の志望学部で反応が良いのは理系の中でも工学・理工学部と医学部という結果

■ 志望学問系統別

学問系統	表示回数	クリック数	クリック率
経済・経営・商学・経営情報系	144,871	256	0.18%
工学・理工学系	83,160	168	0.20%
法律・政治・政策系	55,706	106	0.19%
医学系	44,962	100	0.22%
理学(物理・数学・化学等)系	38,842	71	0.18%
外国語系(英語)	36,734	66	0.18%
農・生命・環境系	36,491	68	0.19%
文学・人文	34,861	60	0.17%
心理・人間系	32,227	53	0.16%
教育	28,648	47	0.16%
看護系(学部)	25,550	48	0.19%
社会・マスコミ系	22,390	32	0.14%
薬学系	20,730	30	0.14%
国際関係・観光系	19,985	20	0.10%
地理・歴史系	13,078	19	0.15%
情報系	10,687	24	0.22%
外国語系(アジア・その他)	9,856	20	0.20%
栄養	9,516	21	0.22%
医療技術・リハビリ系	9,491	16	0.17%
獣医・水産・畜産系	9,337	12	0.13%
芸術・表現系	7,602	14	0.18%
体育・健康	6,143	6	0.10%
教養・総合系	5,982	16	0.27%
福祉	5,357	12	0.22%
家政・生活	4,617	8	0.17%
保育	4,435	4	0.09%
歯学系	4,180	4	0.10%

■ 志望学問系統別グラフ



I. studyplus (タイムラインムービー)

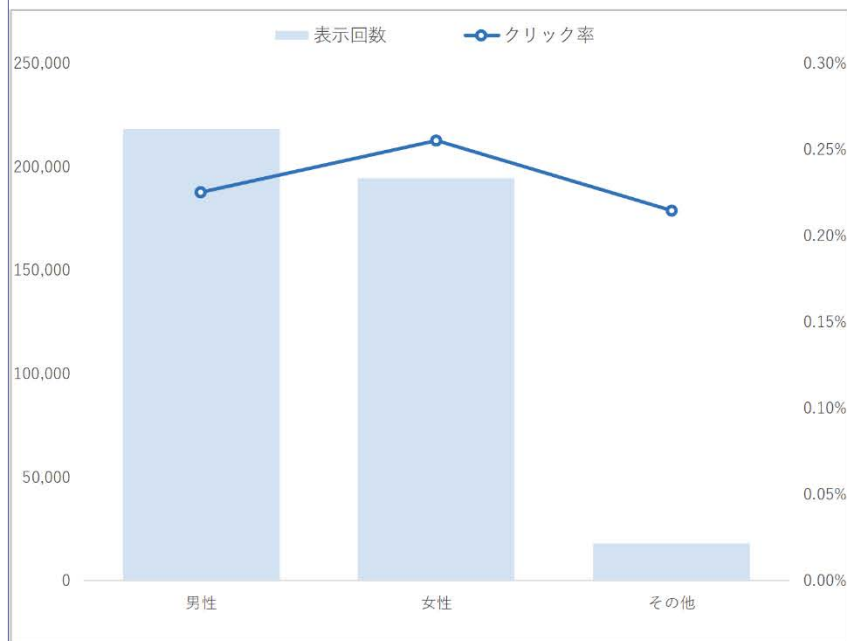
(ア) 属性別配信実績

男女差はあまりないが、若干男性の反応がよい。

学年別では高校3年生・中学3年生と最終学年への表示が多い。(スタディプラスを利用している回数が多いのも一因)

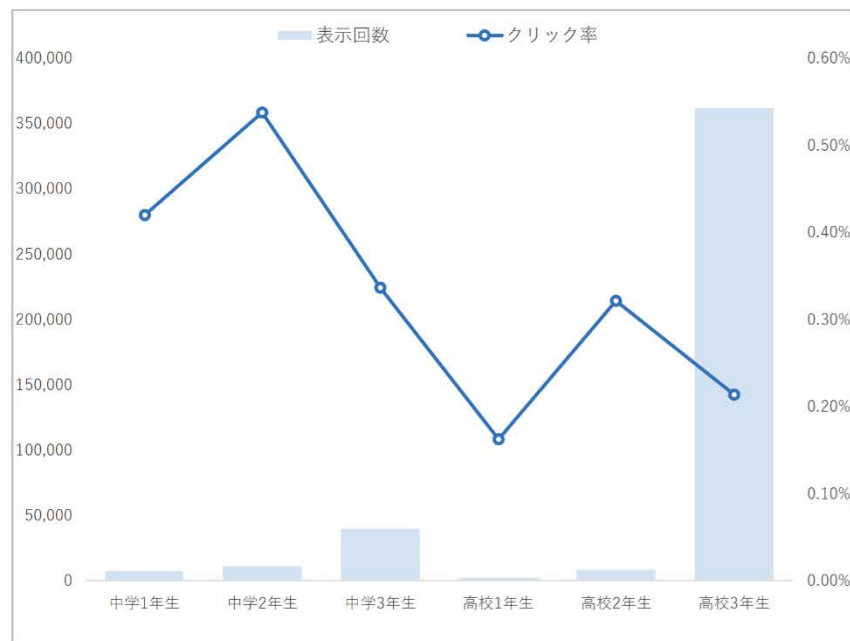
■ 性別

性別	表示回数	クリック数	クリック率
計	430,108	1,024	0.24%
男性	218,187	491	0.23%
女性	194,198	495	0.25%
その他	17,723	38	0.21%



■ 職業・学年

学年	表示回数	クリック数	クリック率
計	430,108	1,024	0.24%
中学1年生	7,387	31	0.42%
中学2年生	10,974	59	0.54%
中学3年生	39,627	133	0.34%
高校1年生	1,855	3	0.16%
高校2年生	8,408	27	0.32%
高校3年生	361,857	771	0.21%



I. studyplus (タイムラインムービー)

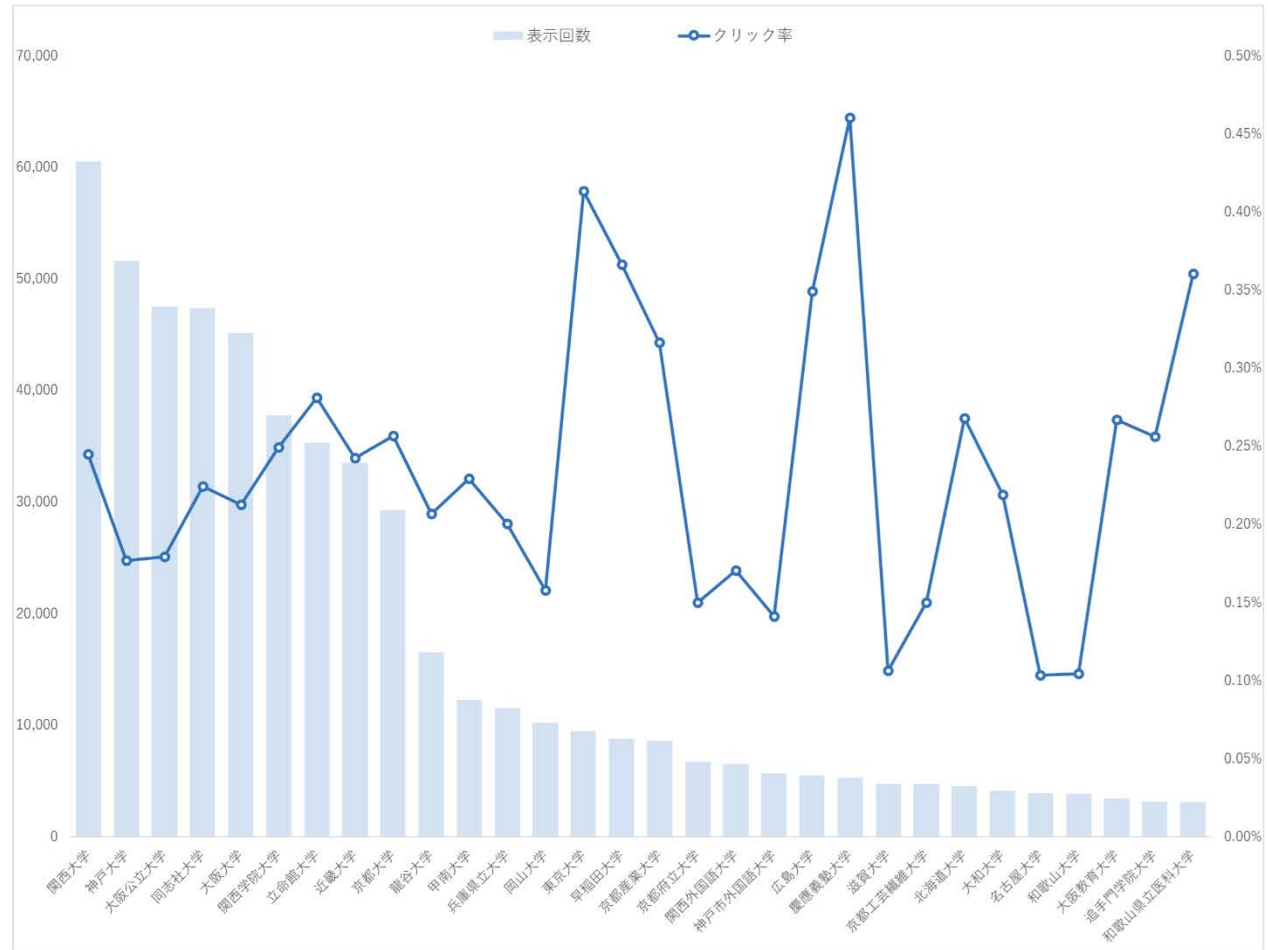
(イ) 志望校 (大学受験) 配信実績

ターゲティングを近畿圏にしているため、関西の大学を志望しているユーザーが多い

■ 志望校別

大学名	表示回数	クリック数	クリック率
関西大学	60,523	148	0.24%
神戸大学	51,585	91	0.18%
大阪公立大学	47,473	85	0.18%
同志社大学	47,338	106	0.22%
大阪大学	45,177	96	0.21%
関西学院大学	37,725	94	0.25%
立命館大学	35,279	99	0.28%
近畿大学	33,477	81	0.24%
京都大学	29,269	75	0.26%
龍谷大学	16,491	34	0.21%
甲南大学	12,231	28	0.23%
兵庫県立大学	11,508	23	0.20%
岡山大学	10,172	16	0.16%
東京大学	9,442	39	0.41%
早稲田大学	8,747	32	0.37%
京都産業大学	8,546	27	0.32%
京都府立大学	6,676	10	0.15%
関西外国語大学	6,462	11	0.17%
神戸市外国語大学	5,686	8	0.14%
広島大学	5,445	19	0.35%
慶應義塾大学	5,218	24	0.46%
滋賀大学	4,719	5	0.11%
京都工芸繊維大学	4,685	7	0.15%
北海道大学	4,484	12	0.27%
大和大学	4,114	9	0.22%
名古屋大学	3,876	4	0.10%
和歌山大学	3,841	4	0.10%
大阪教育大学	3,378	9	0.27%
追手門学院大学	3,127	8	0.26%
和歌山県立医科大学	3,053	11	0.36%

■ 志望校別グラフ



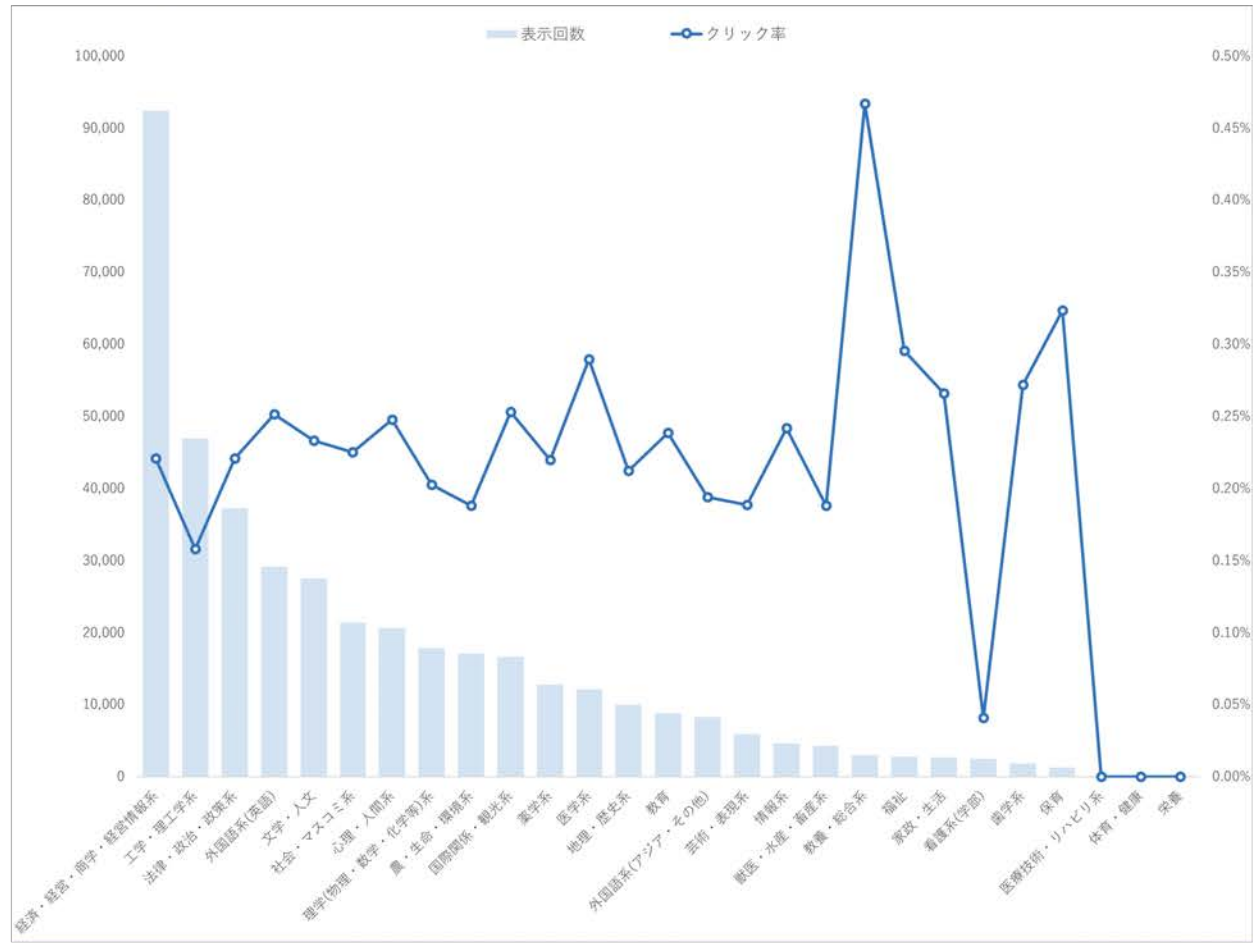
I. studyplus (タイムラインムービー)
 (ウ) 志望学科系 (大学受験) 配信実績

動画クリエイティブは、文理バランスよくどちらも反応が良い結果

■ 志望学問系統別

学問系統	表示回数	クリック数	クリック率
経済・経営・商学・経営情報系	92,410	204	0.22%
工学・理工学系	46,865	74	0.16%
法律・政治・政策系	37,190	82	0.22%
外国語系(英語)	29,045	73	0.25%
文学・人文	27,475	64	0.23%
社会・マスコミ系	21,342	48	0.22%
心理・人間系	20,632	51	0.25%
理学(物理・数学・化学等)系	17,797	36	0.20%
農・生命・環境系	17,045	32	0.19%
国際関係・観光系	16,630	42	0.25%
薬学系	12,750	28	0.22%
医学系	12,090	35	0.29%
地理・歴史系	9,913	21	0.21%
教育	8,805	21	0.24%
外国語系(アジア・その他)	8,261	16	0.19%
芸術・表現系	5,833	11	0.19%
情報系	4,551	11	0.24%
獣医・水産・畜産系	4,258	8	0.19%
教養・総合系	3,000	14	0.47%
福祉	2,710	8	0.30%
家政・生活	2,635	7	0.27%
看護系(学部)	2,465	1	0.04%
歯学系	1,840	5	0.27%
保育	1,238	4	0.32%
医療技術・リハビリ系	5	0	0.00%
体育・健康	3	0	0.00%
栄養	2	0	0.00%

■ 志望学問系統別グラフ



オ. marketanalyzer

会期前は予算を薄く、会期中は予算を上げて配信。

DAILY	バナー			動画		
	インプレッション	クリック	CTR	インプレッション	クリック	CTR
8月5日	25,828	78	0.30%	0	0	0.00%
8月6日	19,691	60	0.30%	0	0	0.00%
8月7日	25,706	84	0.33%	0	0	0.00%
8月8日	25,314	118	0.47%	0	0	0.00%
8月9日	27,500	78	0.28%	0	0	0.00%
8月10日	27,336	85	0.31%	0	0	0.00%
8月11日	33,867	56	0.17%	0	0	0.00%
8月12日	19,585	67	0.34%	0	0	0.00%
8月13日	35,473	161	0.45%	0	0	0.00%
8月14日	155,363	609	0.39%	0	0	0.00%
8月15日	327,510	1,641	0.50%	40,523	935	0.00%
8月16日	142,980	959	0.67%	190,918	4,664	2.44%
8月17日	182,118	1,380	0.76%	57,308	3,282	5.73%
8月18日	201,483	2,016	1.00%	13,617	485	3.56%
8月19日	80,892	1,281	1.58%	120	9	7.50%

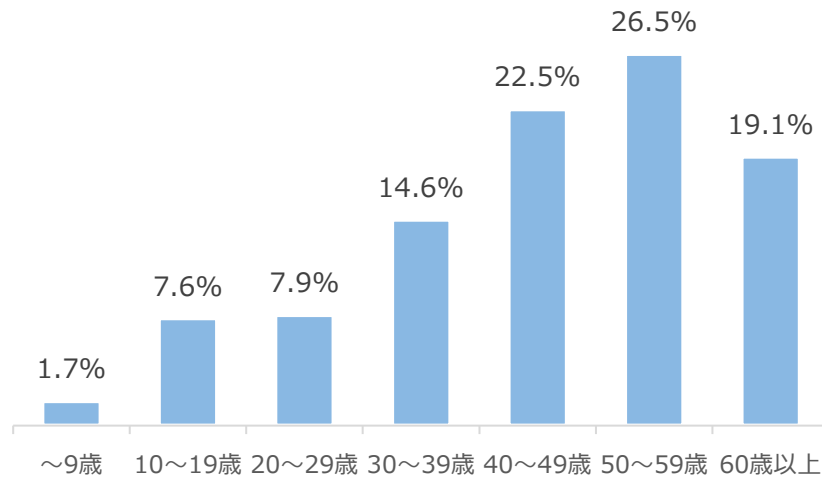
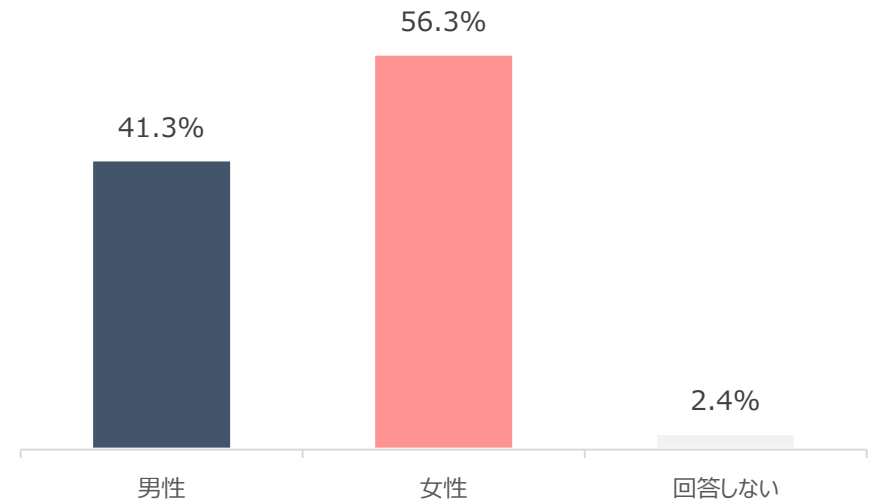
ア. 調査概要

調査目的	EXPO 2025 大阪・関西万博にて開催した「わたしと未来、つながるサイエンス展」の来場者を対象に、展示会の認知・来場動機、展示内容に対する理解・評価、来場者の属性やSDGsに対する関心、及び社会課題解決に向けた行動意欲を把握し、本イベントの成果を測定するとともに、今後のイベント企画や広報戦略に活かすことを目的とする。
調査手法	インターネット調査（来場者が展示会会場にてQRコードからアクセスし、アンケート画面より回答。
対象者	展示会来場者 ・アンケート回答は任意 ・アンケート回答により限定ノベルティ（エコバッグ）を進呈 ＊先着順
回答数	合計2,465サンプル
調査期間	2025年8月14日(木)～2025年8月19日(火) 展示会開場時間に準ずる
調査企画・実施	(株)スコープ

イ. 回答者属性

(ア) 年代・性別

- ・50～59歳が最も多く26.5%。次いで40～49歳（22.5%）、60歳以上（19.1%）と中高年層が全体の約68%を占めている。
- 一方、若年層（～9歳、10～19歳、20～29歳）は合計で約17.2%と少なめ。
- ・性別は、男性4割 女性6割の傾向。

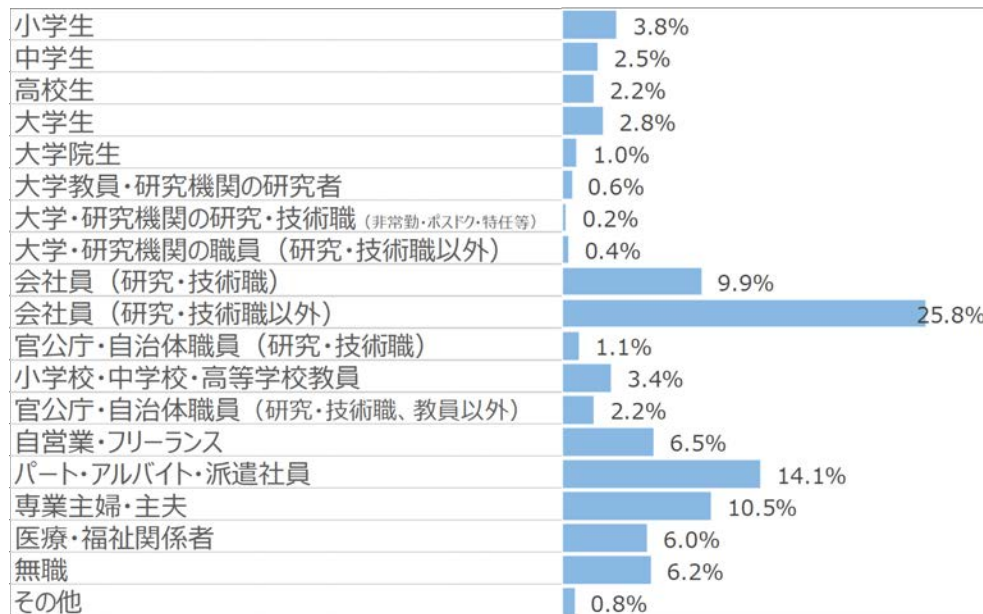
年代【Q2】**性別【Q3】**

イ. 回答者属性

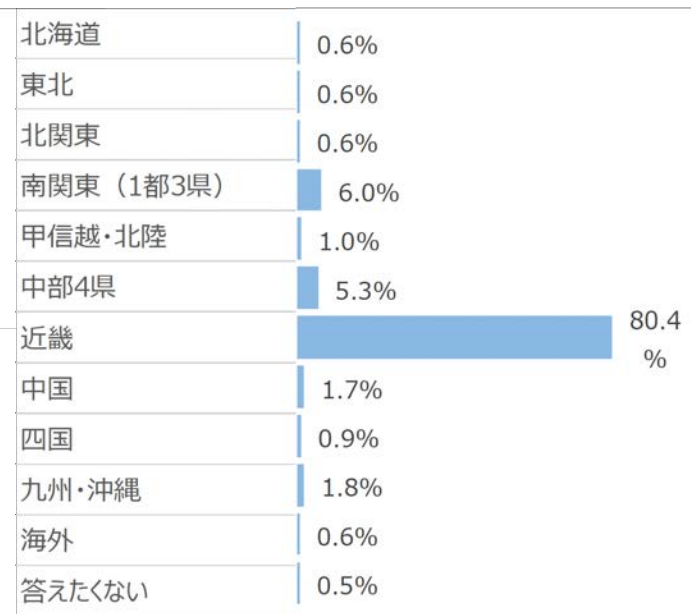
(イ) 職業・居住地

- ・来場者の多くは社会人層で、特に一般社員やパート・専業主婦層が多いことから、幅広い層にリーチできている一方、若年層の参加は限定的。
- ・来場者の8割が近畿エリアで、全体の約半数以上が大阪府(56.8%)。そのほか東京都・神奈川県・千葉県などの関東圏来場者が約7%。

職業 (Q4)



居住地 (Q5)

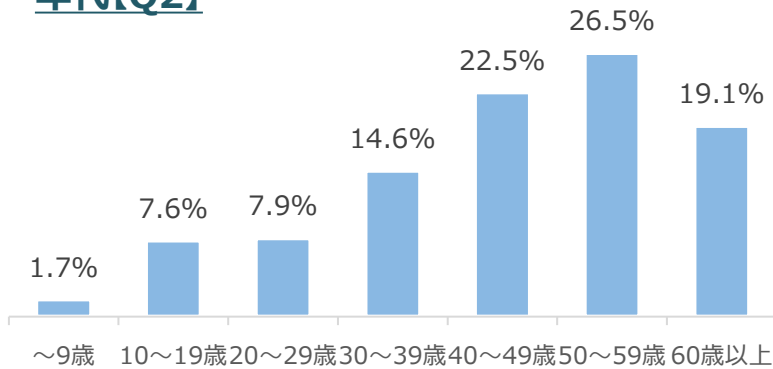


イ. 調査結果サマリー

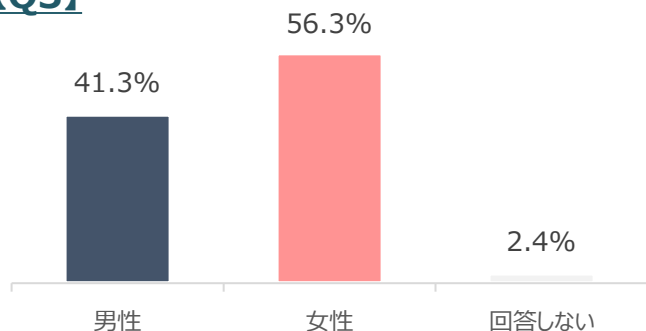
(ア) 回答者属性

- 【Q2】回答者の男女比は、男性4割：女性6割。女性が多い理由としては、家族連れでの来場が影響している可能性が考えられ、サイエンスへの関心醸成を性別なく伝えられたことは良かったのではないかと考える。
- 【Q3】回答者の約68%は40歳以上の中高年、29歳以下の若年層の割合は約17%。幅広い年代に関心を持たれている点はポジティブといえる一方で、イベント主旨を考慮すると若年層の比率がより高い状態が理想的ではあったか。
- 【Q4】回答者の多くは社会人層で、特に一般会社員やパート・専業主婦層が多いことから幅広い層にリーチできている一方、若年層の参加は限定的。
- 【Q4】研究者や大学関係者の割合が低いのは、一般来場者向けイベントとしては自然な傾向とも言え、各教育機関等の取組を広く周知・関心を持って貰うという視点で考えると理想的な状態といえる。

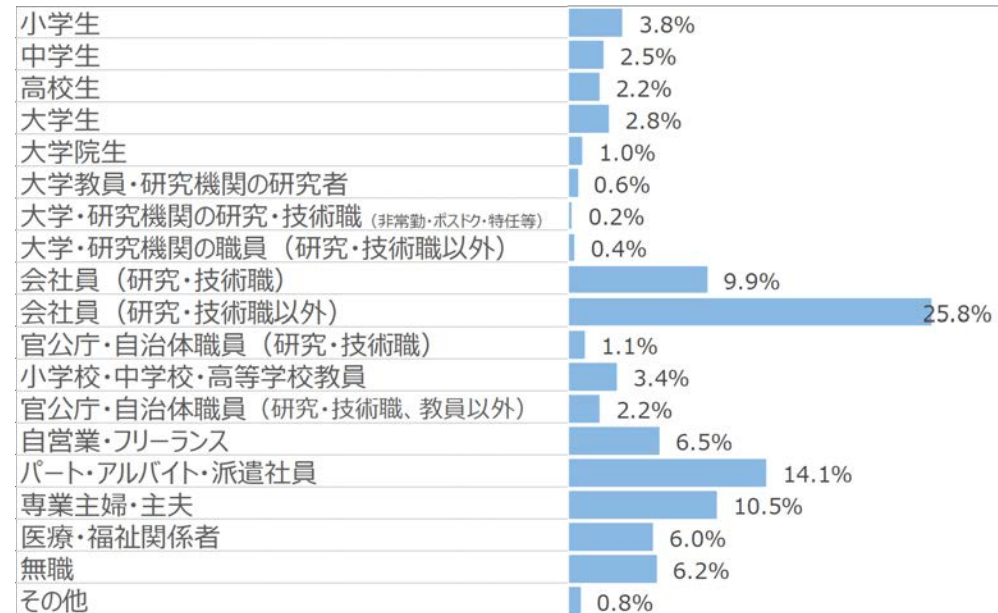
年代【Q2】



性別【Q3】



職業【Q4】



イ. 調査結果サマリー

(イ) 認知経路・来場動機と科学技術への関心

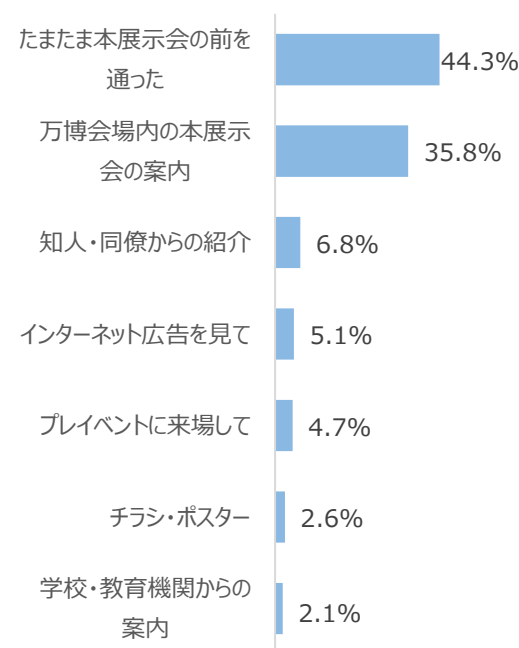
【Q6】来場者の多くは偶然の通りがかりや会場内の案内で知ったため、現地での誘導や視認性が非常に重要だったことがわかる。公式のオンラインチャンネルや学校・教育機関からの案内は認知度が低く、今後の同様イベント実施における広報強化の余地あり。知人・同僚からの紹介も一定の効果があり、口コミやコミュニティを活用した広報も有効と考えられる。

【Q7】来場動機は、偶然の来場が大きな割合を占めており、現地での視認性や誘導の効果が高いことが裏付けられる。「科学技術や研究、大学への関心」も来場理由として強く「社会課題や未来社会への関心」も一定数あり、イベントのメッセージが届いていると考える。

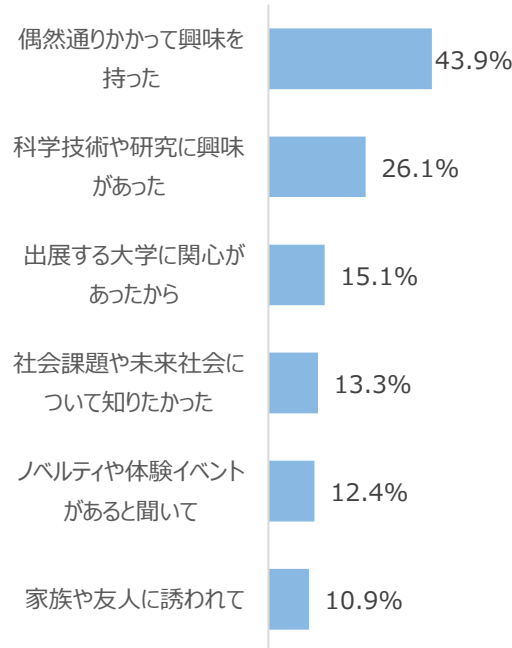
【Q8】来場者の多くは科学技術に対して一定の関心を持っており、イベントのテーマにマッチした層が集まっていると考えられる。

【Q8】関心が高い層（とても関心がある+ある程度関心がある）が7割以上いるため、展示内容の専門性や深さをある程度担保しても受け入れられやすかったのではないかと。

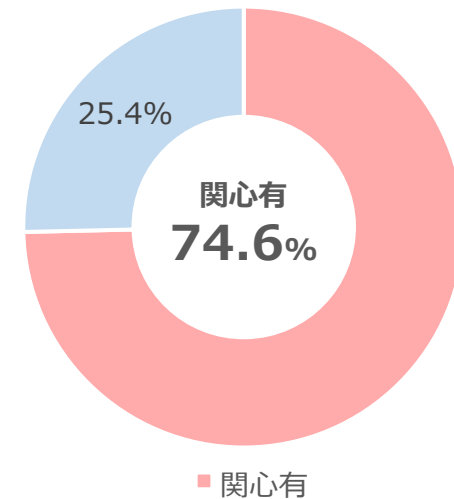
展示会情報入手経路【Q6】



展示会来場動機【Q7】



普段の科学技術への関心【Q8】



「とても関心がある(26.2%)」+「ある程度関心がある(48.5%)」の合計

イ. 調査結果サマリー

(ウ) 展示会を通じた取り組みに対する理解と関心

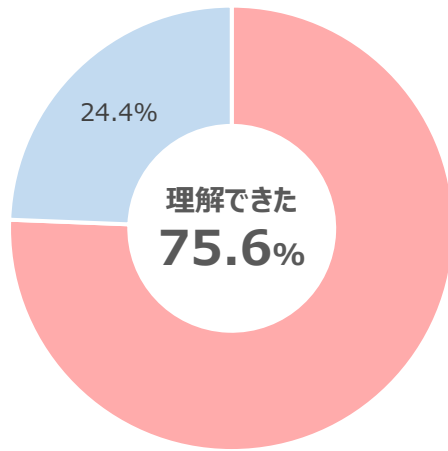
【Q9】 大多数の来場者が展示を通じて産官学連携の取組について理解を深められていることがわかる。

【Q10】 来場者は研究者の仕事の「創造性」や「社会貢献」という側面に強く魅力を感じている。また、新しい発見や技術の面白さが最も関心を引いており、科学技術の魅力を伝える展示が効果的だったと考えられる。中高生含む10代では、協力や学び続ける姿勢、自由な発想といった研究者の多面的な魅力も一定の関心を集めている。

【Q11】 科学者という職業について、学生層は「暮らしに役立つ技術開発」や「人の役に立つデザイン」など、実生活に直結する分野に強い関心を持っており、環境やエネルギー、地域社会の課題解決にも高い関心があり、社会貢献意識がうかがえる。

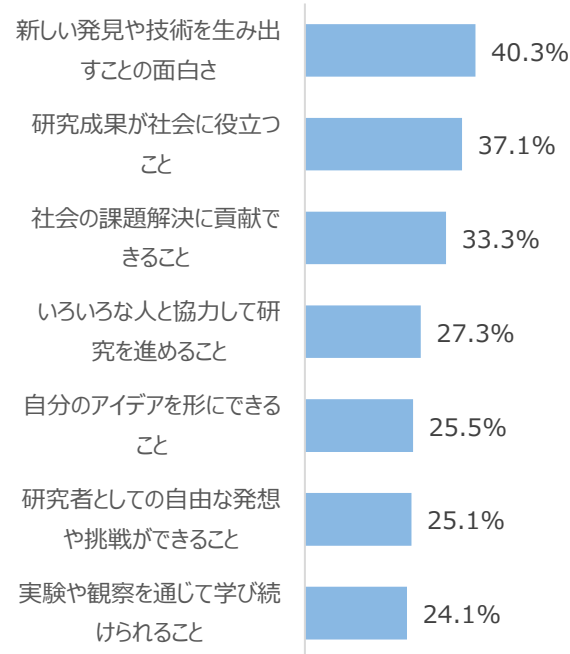
【Q11】 10代では、科学技術の普及や生活密着型の技術に対する興味が強い傾向があり、起業や新規事業への意欲も高い。20代では、より具体的・専門的な分野や人間の健康・福祉に関心がシフトしている傾向が見られる。

展示会を通じた産官学連携への理解【Q9】



「とても良く理解できた(30.5%)」+「まあ理解できた(45.1%)」の合計

展示会を通じた研究者への魅力理解【Q10】



(学生対象)科学者の仕事への関心【Q11】

	10代	20代
普段の暮らしに役立つ技術を開発してみたい	28.2%	18.6%
人の役に立つ道具や製品をデザインしてみたい	20.6%	28.8%
科学技術を身近なものにする活動がしたい	26.0%	10.2%
環境を守るための研究や活動をしてみたい	21.4%	16.9%
新しいエネルギーの活用や資源の再利用について研究してみたい	18.3%	13.6%
自然環境について研究してみたい	19.1%	16.9%
周りの人と協力して地域の社会課題を解決してみたい	16.0%	18.6%
人の身体や心について研究してみたい	10.7%	20.3%
新しい医療のしくみを開発してみたい	12.2%	11.9%
新しいサービスや技術で会社を作りたい	15.3%	8.5%
大学や研究者のサポートをしてみたい	9.2%	11.9%

イ. 調査結果サマリー

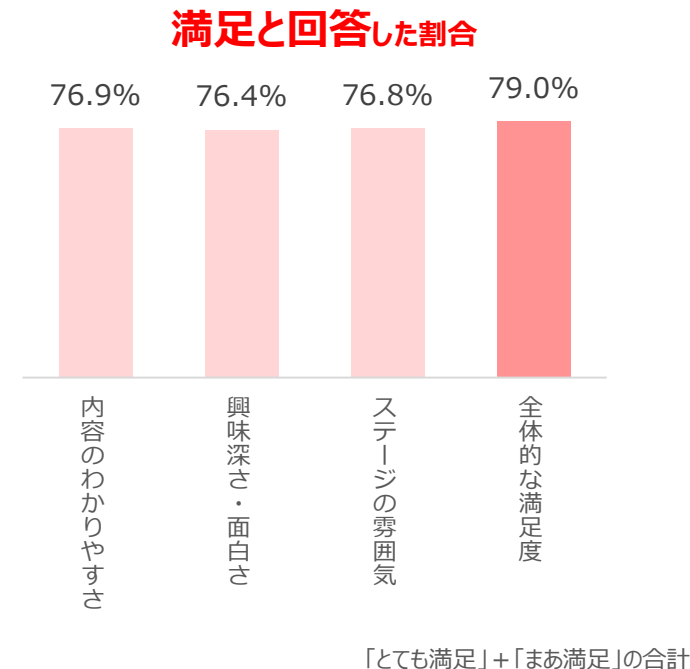
(エ) 展示ブース・ステージイベントに対する評価

- 【Q12】 環境保護や資源循環、食の安全・持続可能性に関する展示が来場者の印象の上位に残っていることから、特に日常生活上の社会課題に直結したテーマが強く響いていると考えられる。
- 【Q12】 脳波の見える化やリサイクル技術など先端科学技術の体験型展示も高い関心を集めており、多様な大学や研究機関の参加により、幅広い分野の科学技術が紹介されている点が評価されている。
- 【Q12】 中高生は環境・自然・農業関連の展示に特に強い関心を示しており、若者参加型の産学官連携プロジェクト（Nプロジェクト）への関心も高い。先端技術や医療関連の展示についてはやや関心が低い傾向。
- 【Q16】 ステージイベントの参加率は低めで来場者の多くは展示鑑賞をメインにしていると考えられるが、ステージイベント参加者の満足度は「内容のわかりやすさ」「興味深さ・面白さ」「ステージの雰囲気」いずれもバランスよく評価されており、全体的にも好評だったといえる。

イベント展示で印象に残ったもの(上位)*MA 【Q12】

回答者全体	順位	ブース名	スコア
回答者全体	1位	【三重大学】「食と環境を守るイノベーション ?あなたも未来の農業に触れてみませんか？」	16.6%
	2位	【信州大学】水の惑星地球を守れ！アクア・リジェネレーション科学者たちの挑戦	15.9%
	3位	【大阪大学<脳波見える化>】EEG脳波センサを用いた「脳波の見える化」と脳の反応に基づく自動作曲・英会話力向上技術の体験	14.9%
	4位	【大阪大学<リサイクル>】資源循環・リサイクルが作り出す未来社会	14.3%
	5位	【秋田県立大学】日本の「森」と「木」を知る	13.3%
中高生	1位	【三重大学】「食と環境を守るイノベーション ?あなたも未来の農業に触れてみませんか？」	19.3%
	2位	【香川大学】希少糖でつくる未来 - 甘さだけじゃない新たな魅力-	17.5%
	3位	【秋田県立大学】日本の「森」と「木」を知る	16.7%
	4位	【九州大学】プラズマ科学と農学の融合が魅せる新しい未来〜カミナリを制御して持続可能な農業の未来を育む〜	14.9%
	5位	【Nプロジェクト(京都大学・大阪高等学校)】先端科学に基づき科学者と文系理系2000名の現役高校生が産学官連携で挑む科学に理解ある社会づくり	14.9%

ステージイベント総合評価【Q16】



イ. 調査結果サマリー

(オ) 展示会を通じた社会課題解決に向けた行動意欲

- 【Q17】 来場者の関心は社会課題の中でも環境・健康・エネルギー分野に強く向いており、中高生は「海」「陸」「水」など自然環境の保全に高い関心を示しているように、地球規模の環境問題を自分ごととして捉えている可能性が高い。
- 【Q17】 展示ブースにおいて、環境・資源循環系や食・農業系に対する印象が度が高くことから、対応するSDGs（「海の豊かさ」「気候変動」「つくる責任など」「飢餓ゼロ」「健康と福祉」「住み続けられるまちづくり」）への関心も高く強い関連性が見られる。
- 【Q18】 展示会を通じた自身の行動変化については、環境配慮や持続可能な生活行動への意識が高く、具体的な行動意欲が強いことがうかがえる。科学技術や大学の活動への関心も比較的高く、知識欲や参加意欲が来場者の中で育まれている。
- 【Q19】 展示会に参加し、来場者は新しい知識や発見を得て、科学技術が自分の生活や社会課題に密接に関わっていることを実感した模様。
- 【Q19】 また、社会課題を自分ごととして捉え未来社会へのつながりを感じている層が多いことは、イベントの目的に合致しており、研究者を身近に感じることができた来場者も多く、研究者のイメージ向上に寄与していると考えられる。

展示会を通じたSDGs17項目に対する関心【Q17】

全体	項目	スコア
1位	海の豊かさを守ろう	19.4%
2位	エネルギーをみんなに そしてクリーンに	18.3%
3位	すべての人に健康と福祉を	17.7%
4位	気候変動に具体的な対策を	14.6%
5位	住み続けられるまちづくりを	14.1%

中高生

1位	陸の豊かさを守ろう	18.4%
2位	海の豊かさを守ろう	17.5%
3位	安全な水とトイレを世界中に	16.7%
4位	つくる責任つかう責任	15.8%
5位	エネルギーをみんなに そしてクリーンに 平和と公正をすべての人に	14.0%

展示会を通じた意識行動変化【Q18】

全体	項目	スコア
1位	環境にやさしい製品を積極的に使おうと思った	23.7%
2位	科学技術や大学の活動についてもっと知りたいと思った	19.7%
3位	健康を意識して生活したり、検査に行ったりしようと思った	18.6%
4位	使い捨てのものを使わないようにしようと思った	17.2%
5位	自分の心や感情を大切にしようと思った	16.3%

中高生

1位	世界の課題に興味を持って調べたいと思った	22.8%
2位	科学技術や大学の活動についてもっと知りたいと思った	21.9%
3位	使い捨てのものを使わないようにしようと思った	21.1%
4位	たくさんの人と協力して何かを達成してみたいと思った	16.7%
5位	自分の心や感情を大切にしようと思った	15.8%

展示会に対する感想【Q19】

全体	項目	スコア
1位	新しい発見や学びがあって面白かった	33.5%
2位	サイエンスが自分の生活に関わっていることが感じられた	30.8%
3位	サイエンスが社会課題の解決や未来社会につながっていることが感じられた	25.9%
4位	自分の興味や関心と結びついて面白かった	22.8%
5位	社会課題を自分に身近なものとして感じた	21.9%

中高生

1位	新しい発見や学びがあって面白かった	29.8%
2位	サイエンスが自分の生活に関わっていることが感じられた	29.8%
3位	社会課題を自分に身近なものとして感じた	21.1%
4位	自分の興味や関心と結びついて面白かった	20.2%
5位	進路や将来的に学びたいことを考える上で役に立った	19.3%

イ. 調査結果サマリー

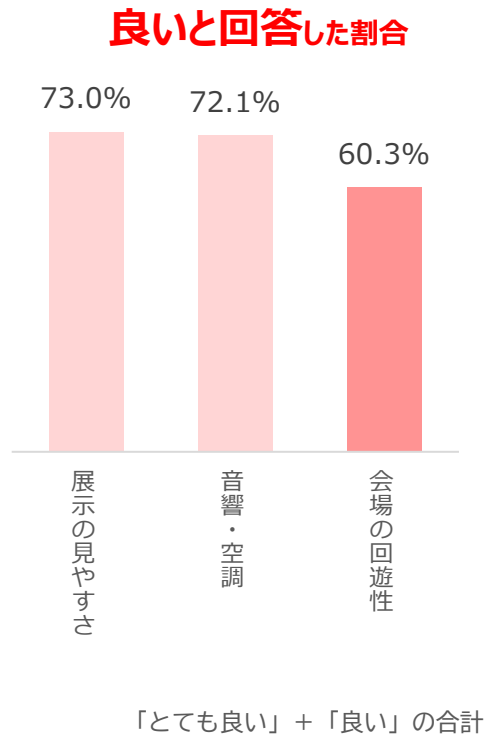
(カ) 展示会全般に対する評価と今後への期待

【Q20】「展示の見やすさ」「音響・空調」は約73%が「とても良い」か「良い」と評価しており、全体的に高評価。「会場の回遊性」は「とても良い」「良い」の合計が約60%とやや低めで、「ふつう」や「良くない」評価も目立つ。

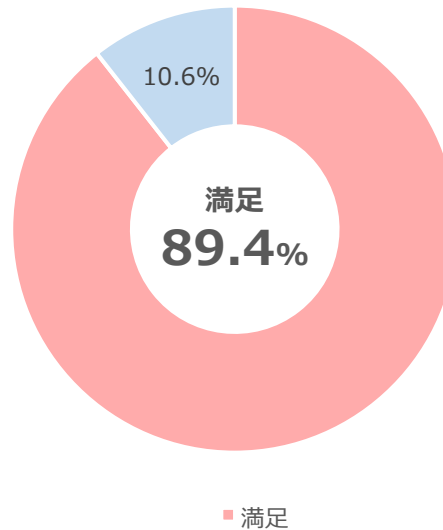
【Q21】約89%の来場者が「とても満足」または「ある程度満足」と回答しており、全体としてイベントの内容や運営に対する評価は良好で、来場者の期待に応えられていたと考えられる。

【Q22】来場者全体は「特別展示会」や「公開講座・ワークショップ」「施設見学」など直接体験・参加型の活動を強く期待しており、若年層・中高生は学校連携（出張授業）やSNS・動画配信、メディア発信、エンタメコラボに高い関心を示し、デジタルや身近な接点を重視。

展示会場に対する評価【Q20】



展示会に対する総合満足度【Q21】



「とても満足した(37.0)」 + 「ある程度満足した(52.4)」の合計

研究結果発信の場に対する期待【Q22】

全体	項目	スコア
1位	今回の展示のような、展示会場を借りての特別展示会	28.0%
2位	公開講座やワークショップの開催	23.0%
3位	大学や研究所の施設見学（オープンラボ）	21.5%
4位	科学館等での常設展示	21.0%
5位	SNSでの投稿や動画配信	20.7%
中高生		
1位	中学や高校での出張授業	30.7%
2位	テレビ番組・ラジオ番組での発信	21.9%
3位	SNSでの投稿や動画配信	21.1%
4位	芸能人や漫画・アニメーション等とのコラボレーション	20.2%
5位	科学館等での常設展示	18.4%

ウ. アンケート回答画面

あなたに関するアンケート

注意事項

回答中にブラウザの「戻る」を使用しないでください。
回答は、各ページ60分以内に送信をしてください。
JavaScriptおよびCookieを有効にしてください。

推奨ブラウザ

【Windows】
Chrome 最新版
Firefox 最新版
Microsoft Edge 最新版
【MacOS】
Chrome 最新版
Firefox 最新版
Safari 最新版
【Android】
標準ブラウザ (Chrome) 最新版
【IOS】
標準ブラウザ (Safari) 最新版
Chrome 最新版

次へ/NEXT

-----<改ページ>-----

[必須]

アンケートにお答えになる言語を以下からお選びください。

Select the language in which you wish to complete this questionnaire from among the options listed below:

 日本語/JAPANESE 英語/ENGLISH

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

あなたの年齢を教えてください。あてはまるものを1つお選びください。

 ~9歳 10~19歳 20~29歳 30~39歳 40~49歳 50~59歳 60歳以上

ウ. アンケート回答画面

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q1で『1.日本語/JAPANESE』いずれかを選択した方のみ

[必須]

あなたの性別を教えてください。あてはまるものを1つお選びください。

- 男性
- 女性
- 回答しない

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q1で『1.日本語/JAPANESE』いずれかを選択した方のみ

[必須]

現在のご職業を教えてください。あてはまるものを1つお選びください。

- 小学生
- 中学生
- 高校生
- 大学生
- 大学院生
- 大学教員・研究機関の研究者
- 大学・研究機関の研究・技術職（非常勤・ポスドク・特任等）
- 大学・研究機関の職員（研究・技術職以外）
- 会社員（研究・技術職）
- 会社員（研究・技術職以外）
- 官公庁・自治体職員（研究・技術職）
- 小学校・中学校・高等学校教員
- 官公庁・自治体職員（研究・技術職、教員以外）
- 自営業・フリーランス
- パート・アルバイト・派遣社員
- 専業主婦・主夫
- 医療・福祉関係者
- 無職
- その他

ウ. アンケート回答画面

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

【必須】

現在のお住まいのエリアをお選びください。

<input type="radio"/> 海外 *国名を教えてください <input type="text"/>	<input type="radio"/> 愛知県
	<input type="radio"/> 三重県
	<input type="radio"/> 滋賀県
以下、都道府県です	<input type="radio"/> 京都府
<input type="radio"/> 北海道	<input type="radio"/> 大阪府
<input type="radio"/> 青森県	<input type="radio"/> 兵庫県
<input type="radio"/> 岩手県	<input type="radio"/> 奈良県
<input type="radio"/> 宮城県	<input type="radio"/> 和歌山県
<input type="radio"/> 秋田県	<input type="radio"/> 鳥取県
<input type="radio"/> 山形県	<input type="radio"/> 島根県
<input type="radio"/> 福島県	<input type="radio"/> 岡山県
<input type="radio"/> 茨城県	<input type="radio"/> 広島県
<input type="radio"/> 栃木県	<input type="radio"/> 山口県
<input type="radio"/> 群馬県	<input type="radio"/> 徳島県
<input type="radio"/> 埼玉県	<input type="radio"/> 香川県
<input type="radio"/> 千葉県	<input type="radio"/> 愛媛県
<input type="radio"/> 東京都	

<input type="radio"/> 神奈川県	<input type="radio"/> 高知県
<input type="radio"/> 新潟県	<input type="radio"/> 福岡県
<input type="radio"/> 富山県	<input type="radio"/> 佐賀県
<input type="radio"/> 石川県	<input type="radio"/> 長崎県
<input type="radio"/> 福井県	<input type="radio"/> 熊本県
<input type="radio"/> 山梨県	<input type="radio"/> 大分県
<input type="radio"/> 長野県	<input type="radio"/> 宮崎県
<input type="radio"/> 岐阜県	<input type="radio"/> 鹿児島県
<input type="radio"/> 静岡県	<input type="radio"/> 沖縄県
	<input type="radio"/> 答えたくない

ウ. アンケート回答画面

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

【必須】

この展示会は何を通じて知りましたか。あてはまるものをすべてお選びください。

- 文部科学省の公式ウェブサイト
- 文部科学省公式・本イベント公式のSNSを見て
- 文部科学省公式・本イベント公式以外のSNSを見て
- インターネット広告を見て
- メールマガジン・ニュースレター
- チラシ・ポスター
- 新聞・雑誌の記事
- テレビ・ラジオの報道
- 学校・教育機関からの案内
- 知人・同僚からの紹介
- プレイベントに来場して
- 万博会場内の本展示会の案内
- たまたま本展示会の前を通った
- その他

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

【必須】

この展示会を訪れた理由をお教えてください。あてはまるものをすべてお選びください。

- 学校の授業や課題の一環として
- 家族や友人に誘われて
- 科学技術や研究に興味があった
- 社会課題や未来社会について知りたかった
- 子ども向けの体験があると聞いて
- 出展する大学に関心があったから
- 文部科学省の取り組みに興味があった
- ノベルティや体験イベントがあると聞いて
- 偶然通りかかって興味を持った
- その他

ウ. アンケート回答画面

<改ページ>

【回答者条件】

Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

【必須】

あなたは普段、科学技術についてどの程度関心をもっていますか？あてはまるものを1つお選びください。

- とても関心がある(科学技術に関するニュースや記事をよく読んだり、自分でも調べたりしている)
- ある程度関心がある(普段から少し意識しているが、興味のある話題があれば見る程度)
- どちらともいえない(特に意識していないが、関心がないわけではない)
- あまり関心がない(科学技術の話題にはあまり触れることがない)
- まったく関心がない(科学技術に対して興味を感じたことがない)

<改ページ>

【回答者条件】

Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

【必須】

今回の展示には、企業、大学・研究機関、国や自治体がチームとなり、科学技術を用いて、社会課題の解決を目指す取組の成果が数多く含まれていました。

展示を通じ、こうした取組について、どの程度理解できましたか。

- とてもよく理解できた
- まあ理解できた
- 少しだけ理解できた
- あまり理解できなかった
- まったく理解できなかった

<改ページ>

【回答者条件】

Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

【必須】

展示を見て、研究者（研究職）の仕事について、何か魅力に感じたことはありますか？あてはまるものをすべてお選びください。

- 新しい発見や技術を生み出すことの面白さ
- 実験や観察を通じて学び続けられること
- 自分のアイデアを形にできること
- いろいろな人と協力して研究を進めること
- 社会の課題解決に貢献できること
- 研究成果が社会に役立つこと
- 研究者としての自由な発想や挑戦ができること
- その他

ウ. アンケート回答画面

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q4で『2.中学生』～『5.大学院生』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

展示を見て、将来やってみたいと思ったことはありますか?あてはまるものすべてお選びください。

- 人の身体や心について研究してみたい
- 新しい医療のしくみを開発してみたい
- 周りの人と協力して地域の社会課題を解決してみたい
- 科学技術を身近なものにする活動がしたい
- 普段の暮らしに役立つ技術を開発してみたい
- 新しいエネルギーの活用や資源の再利用について研究してみたい
- 環境を守るための研究や活動をしてみたい
- 自然環境について研究してみたい
- 人の役に立つ道具や製品をデザインしてみたい
- 新しいサービスや技術で会社を作りたい
- 大学や研究者のサポートをしてみたい
- その他

ウ. アンケート回答画面

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

【必須】

イベントの展示の中で印象に残ったものは何ですか? あてはまるものをいくつかでもお選びください。

- 【北海道大学】
ライフジャーニー
<こころとカラダをみらいにつむぎ、せかいをおもう>
- 【大阪大学<脳波見える化>】
EEG脳波センサを用いた「脳波の見える化」と脳の反応に基づく自動作曲・英会話向上技術の体験
- 【国立循環器病研究センター】
顕微鏡イメージングの新世界～透明魚～
- 【大阪大学<おなか見える化>】
簡便迅速な「おなか見える化」技術
健康意識を育み未病社会の礎に
- 【横浜市立大学】
大人でもない子どもでもない君達へ
- 探究型メタバース -
- 【沖縄科学技術大学院大学】
つながる世界：人間の幸福における生物多様性の役割
- 【東京藝術大学/国立アートリサーチセンター】
文化的処方を体験しよう！
Hello Future! 100年ミュージアム
- 【Nプロジェクト(京都大学・大阪高等学校)】
先端科学に基づき科学者と文系理系2000名の現役高校生が産学官連携で挑む科学に理解ある社会づくり
- 【三重大学】
「食と環境を守るイノベーションーあなたも未来の農業に触れてみませんか？」
- 【長岡技術科学大学】
スマート農業のその先へ
ー未来の稲作・就農体験ー
- 【慶応義塾大学】
体験価値からインクルーシブを考える
～リサイクル材料からできたインクルーシブ遊具～
- 【長岡技術科学大学】
スマート農業のその先へ
ー未来の稲作・就農体験ー

- 【慶応義塾大学】
体験価値からインクルーシブを考える
～リサイクル材料からできたインクルーシブ遊具～
- 【つくばグローバル・イノベーション推進機構】
社長になろう！
- 【東北大学<Vision to Connect拠点>】
Eye Contact -未来の診療所-
- 【広島大学】
みんなで食べる喜び：アレルギー低減卵の科学と未来
- 【富山大学】
未来への贈り物
ーアルミからはじまる資源循環型社会ー
- 【東海国立大学機構 名古屋大学】
未利用資源を活用した新たなエネルギー創出システム
- 【大阪大学<リサイクル>】
資源循環・リサイクルが作り出す未来社会
- 【香川大学】
希少糖でつくる未来
ー甘さだけじゃない新たな魅力ー
- 【信州大学】
水の惑星地球を守れ！アクア・リジェネレーション科学者たちの挑戦
- 【九州大学】
プラズマ科学と農学の融合が魅せる新しい未来
～カミナリを制御して持続可能な農業の未来を育む～
- 【琉球大学】
未来の食生産を創造するBlue & Green Revolution
- 【秋田県立大学】
日本の「森」と「木」を知る
- 【東北大学<ネイチャーポジティブ拠点>】
海からのメッセージ
ー環境DNAで知る魚の分布と私たちの未来ー
- 【金沢大学】
バイオマスのめくみがめぐる社会
～植物由来のプラスチックで私たちの未来をどう変える？～
- 【福井大学】
FUKUMIRA DESIGN FACTORY
～超臨界流体技術で「描き変えて楽しむ」未来のファッション体験～

ウ. アンケート回答画面

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q1で「1.日本語/JAPANESE」 いずれかを選択した方のみ

【必須】

前の質問でお選びになったものの中で、特に印象に残ったものを一つ、お選びください。

- 【北海道大学】
ライフジャーニー
<こころとカラダをみらいにつむぎ、せかいをおもう>
- 【大阪大学<脳波見える化>】
EEG脳波センサを用いた「脳波の見える化」と脳の反応に基づく自動作曲・英会話向上技術の体験
- 【国立循環器病研究センター】
顕微鏡イメージングの新世界～透明魚～
- 【大阪大学<おなか見える化>】
簡便迅速な「おなか見える化」技術
健康意識を育み未病社会の礎に
- 【横浜市立大学】
大人でもない子どもでもない君達へ
- 探究型メタバース -
- 【沖縄科学技術大学院大学】
つながる世界：人間の幸福における生物多様性の役割
- 【東京藝術大学／国立アートリサーチセンター】
文化的処方を体験しよう！
Hello Future! 100年ミュージアム
- 【Nプロジェクト(京都大学・大阪高等学校)】
先端科学に基づき科学者と文系系2000名の現役高校生が産学官連携で挑む科学に理解ある社会づくり
- 【三重大学】
「食と環境を守るイノベーション—あなたも未来の農業に触れてみませんか？」
- 【長岡技術科学大学】
スマート農業のその先へ
—未来の稲作・就農体験—
- 【慶応義塾大学】
体験価値からインクルーシブを考える
～リサイクル材料からできたインクルーシブ遊具～
- 【長岡技術科学大学】
スマート農業のその先へ
—未来の稲作・就農体験—

- 【慶応義塾大学】
体験価値からインクルーシブを考える
～リサイクル材料からできたインクルーシブ遊具～
- 【つくばグローバル・イノベーション推進機構】
社長になるう！
- 【東北大学<Vision to Connect拠点>】
Eye Contact -未来の診療所-
- 【広島大学】
みんなで食べる喜び：アレルギー低減卵の科学と未来
- 【富山大学】
未来への贈り物
—アルミからはじまる資源循環型社会—
- 【東海国立大学機構 名古屋大学】
未利用資源を活用した新たなエネルギー創出システム
- 【大阪大学<リサイクル>】
資源循環・リサイクルが作り出す未来社会
- 【香川大学】
希少糖でつくる未来
—甘さだけじゃない新たな魅力—
- 【信州大学】
水の惑星地球を守れ！アクア・リジェネレーション科学者たちの挑戦
- 【九州大学】
プラズマ科学と農学の融合が魅せる新しい未来
～カミナリを制御して持続可能な農業の未来を育む～
- 【琉球大学】
未来の食生産を創造するBlue & Green Revolution
- 【秋田県立大学】
日本の「森」と「木」を知る
- 【東北大学<ネイチャーポジティブ拠点>】
海からのメッセージ
—環境DNAで知る魚の分布と私たちの未来—
- 【金沢大学】
バイオマスのめぐみがめぐる社会
～植物由来のプラスチックで私たちの未来をどう変える？～
- 【福井大学】
FUKUMIRA DESIGN FACTORY
～超臨界流体技術で「描き変えて楽しむ」未来のファッション体験～

ウ. アンケート回答画面

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q1で『1.日本語/JAPANESE』いずれかを選択した方のみ

[必須]

この展示会を訪れた日付をお答えください。

 8月14日 (木) 8月15日 (金) 8月16日 (土) 8月17日 (日) 8月18日 (月) 8月19日 (火)

-----<改ページ>-----

【回答者条件】

Q1で『1.日本語/JAPANESE』いずれかを選択した方のみ

[必須]

ステージイベントのうち、どのイベントを見たり参加したりしましたか？

※複数のステージイベントに参加された方は、特に印象に残っているものを1つお選びください

 ステージイベントは見えていない/参加していない

■8月14日 (木)

《14:30～》
【早稲田大学 総合研究機構 グローバル科学知融合研究所】
アントレプレナーシップで未来食と和食の融合の途を拓いて、美味しい！

《16:00～》
【金沢大学】
バイオマスのめくめく社会

《17:00～》
【香川大学】
サイエンス×未来トークライブ「糖から見た20年後の健康を考えよう！」

《18:00～》
【慶応義塾大学、関西学院大学】
「インクルーシブってなんだろう？」
～ちがいがあから、わかりあえる～

■8月15日 (金)

《11:00～》
【北海道大学 社会連携サークルきづき・きずき】
きづき・きずきとテツガクする部屋～テーマは愛!!～

《12:30～》
【信州大学】
最強の浄水器 vs 濃ニガ水浴液

《14:00～》
【東京藝術大学/国立アートリサーチセンター】
イベント「文化的処方体験しよう」

《15:30～》
地球とつながるゾーンステージ

《16:30～》
【神戸大学起業部】
好き！から始まる未来への挑戦～多様な研究と社会への入口～

■8月16日 (土)

《10:30～》
【EKIKYO.HUB】
MoyaQuest わたしと未来をつなぐ“問い”のラボ

《12:00～》
【東京藝術大学/国立アートリサーチセンター】
参加型音楽イベント「空間楽器で遊ぼう」

《13:00～》
自分とつながるゾーンステージ

《14:00～》
【熊本県立玉名工業高等学校 V Ostriches】
熊本から世界へ 工業女子が伝える 新材料の魅力

《15:30～》
社会とつながるゾーンステージ

《16:30～》
【Nプロ】
Nプロコレクション2025

《18:00～》
【大阪大学 (脳波)】
脳波解析を活用した英会話教育の未来
～英語学習中の前頭部β波活動による英語習熟度の識別～

ウ. アンケート回答画面

■8月17日(日)

- 《10:30～》
【Nプロ】
Nプロコレクション2025
- 《12:00～》
【東京藝術大学/国立アートリサーチセンター】
参加型音楽イベント「空間楽器で遊ぼう」
- 《13:00～》
【国立大学法人福井大学】
サイエンス×未来トークライブ
「10年後のファッションを考えよう！」
- 《14:00～》
周田とつながるゾーンステージ
- 《15:30～》
【Nプロ】
Nプロコレクション2025
- 《16:30～》
【大阪大学(リサイクル)】
プラスチックごみはまだまだ使えるよ
～ごみからアクセサリをつくらう～
- 《18:00～》
【香川大学】
未来の筆の使い方～希少筆から見えること～

■8月18日(月)

- 《10:30～》
【あるこうの会】
「あるくモバ充」×「あかとさいのりかなづちセーバー」
- 《12:00～》
【東京藝術大学/国立アートリサーチセンター】
参加型音楽イベント「空間楽器で遊ぼう」
- 《13:00～》
【高エネルギー加速器研究機構(KEK)】
素粒子ミュオンがひらく未来～科学×アートのアプローチ～
- 《14:00～》
【学生団体BEAST】
「そうだったのか！」展
- 《15:30～》
【筑波大学】
研究者の挑戦！「3分でわかる！私の研究」

- 《16:30～》
【筑波大学インクルーシブ・スマートソサイエティ・プログラム】
感性を通じた社会的つながり
- 《18:00～》
【産康義塾大学 関西学院大学 株式会社ボーネルンド】
子ども目線で見た万博～インクルーシブみっけ！～

■8月19日(火)

- 《10:30～》
【東北大学 Vision to Connect拠点】
医療の未来とコラボレーション
- 《12:00～》
【東京藝術大学/国立アートリサーチセンター】
参加型音楽イベント「空間楽器で遊ぼう」
- 《13:00～》
【東北大学ネイチャーポジティブ発展社会実現拠点】
経済ジャーナリストと科学者に聞く、人と自然のこれまでとこれから
- 《14:00～》
【一般社団法人つくばグローバル・イノベーション推進機構】
起業ってぶっちゃけどうなの？～先輩たちのリアル起業トーク～
- 《15:30～》
【神戸大学起業部】
好き！から始まる未来への挑戦～多様な研究と社会への入口～
- 《17:00～》
【富山大学】
イェンス×未来トークライブ
「10年後のアルミをはじめとする資源循環社会を考えよう！」

ウ. アンケート回答画面

<改ページ>

【回答者条件】

Q15で『2.《14:30～》【早稲田大学 総合研究機構 グローバル科学知融合研究所】アントレプレナーシップで未来食と和食の融合の途を拓いて、美味しい!』～『37.《17:00～》【富山大学】イエンス×未来トークライブ「10年後のアルミをはじめとする資源循環社会を考えよう!」』いずれかを選択した方のみ

【必須】

前の質問で選択したステージイベントについて、以下の項目ごとに満足度を教えてください。それぞれあてはまるもの1つをお選びください。

	とても満足	まあ満足	どちらともいえない	あまり満足していない	全く満足していない
内容のわかりやすさ →	●	●	●	●	●
興味深さ・面白さ →	●	●	●	●	●
ステージの雰囲気 →	●	●	●	●	●
全体的な満足度 →	●	●	●	●	●

<改ページ>

【回答者条件】

Q1で『1.日本語/JAPANESE』いずれかを選択した方のみ

【必須】

以下は、国連の持続可能な開発目標（SDGs）に基づく、人類がこの地球で暮らし続けていくために、2030年までに達成すべき17の目標です。展示会を通して、どのような未来を目指したいと思いましたか? 3つまでお選びください。

- 貧困をなくそう
- 飢餓をゼロに
- すべての人に健康と福祉を
- 質の高い教育をみんなに
- ジェンダー平等を実現しよう
- 安全な水とトイレを世界中に
- エネルギーをみんなに そしてクリーンに
- 働きがいも経済成長も
- 産業と技術革新の基盤をつくろう
- 人や国の不平等をなくそう
- 住み続けられるまちづくりを
- つくる責任つかう責任
- 気候変動に具体的な対策を
- 海の豊かさを守ろう
- 陸の豊かさを守ろう
- 平和と公正をすべての人に
- パートナーシップで目標を達成しよう
- 特に無い

ウ. アンケート回答画面

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

展示内容を見て、社会課題を解決するために、自分でどのような行動をしてみたいと感じましたか？
あてはまるものをすべてお選びください。

- 健康を意識して生活したり、検査に行ったりしようと思った
- 自分の心や感情を大切にしようと思った
- 多様性や個性を尊重しようと思った
- たくさんの人と協力して何かを達成してみたいと思った
- 身の回りにあるまだ使われていない資源やエネルギーを探したいと思った
- 農業などの一次産業に関わってみたいと思った
- 地域の産業やものづくりに貢献してみたいと思った
- 環境にやさしい製品を積極的に使おうと思った
- 使い捨てのものを使わないようにしようと思った
- 科学技術や大学の活動についてもっと知りたと思った
- 大学等の行う市民を対象にした研究調査に参加してみたいと思った
- 身近な疑問について仕組みを調べたり解決方法を考えたりしたいと思った
- 世界の課題に興味を持って調べたいと思った
- その他

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

展示会を通して、どのような感想を持ちましたか。あなたの感想に近いものを3つまでお選びください。

- 自分の興味や関心と結びついて面白かった
- 新しい発見や学びがあって面白かった
- サイエンスが自分の生活に関わっていることが感じられた
- サイエンスが社会課題の解決や未来社会につながっていることが感じられた
- 社会課題を自分に身近なものとして感じた
- 進路や将来的に学びたいことを考える上で役に立った
- 学校で学んでいる・学んだ内容と大学の研究とのつながりを感じられた
- 研究者を身近に感じられた
- その他

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

会場の環境に関して以下の項目について、それぞれあてはまるものを1つお選びください。

	とても良い	良い	ふつう	あまり良くない	良くない
展示の見やすさ	→	●	●	●	●
音響・空調	→	●	●	●	●
会場の回遊性 (回りやすさ、配置、案内のわかりやすさ)	→	●	●	●	●

ウ. アンケート回答画面

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

展示会全体の満足度についてあてはまるものを1つお選びください。

- とても満足した
- ある程度満足した
- どちらともいえない
- あまり満足していない
- まったく満足していない

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

[必須]

大学や産学官連携の研究成果の情報を発信する場として、どんな活動を期待したいですか。

- 今回の展示のような、展示会場を借りての特別展示会
- 科学館等での常設展示
- 大学や研究所の施設見学（オープンラボ）
- 公開講座やワークショップの開催
- 中学や高校での出張授業
- シンポジウムの開催
- メールマガジン・ニュースレター・雑誌掲載
- SNSでの投稿や動画配信
- テレビ番組・ラジオ番組での発信
- 芸能人や漫画・アニメーション等とのコラボレーション
- その他

-----<改ページ>-----

【回答者条件】
Q1で『1.日本語/JAPANESE』 いずれかを選択した方のみ

この展示会について、又は大学等の研究者へのご意見・ご感想があればご自由にお書きください。

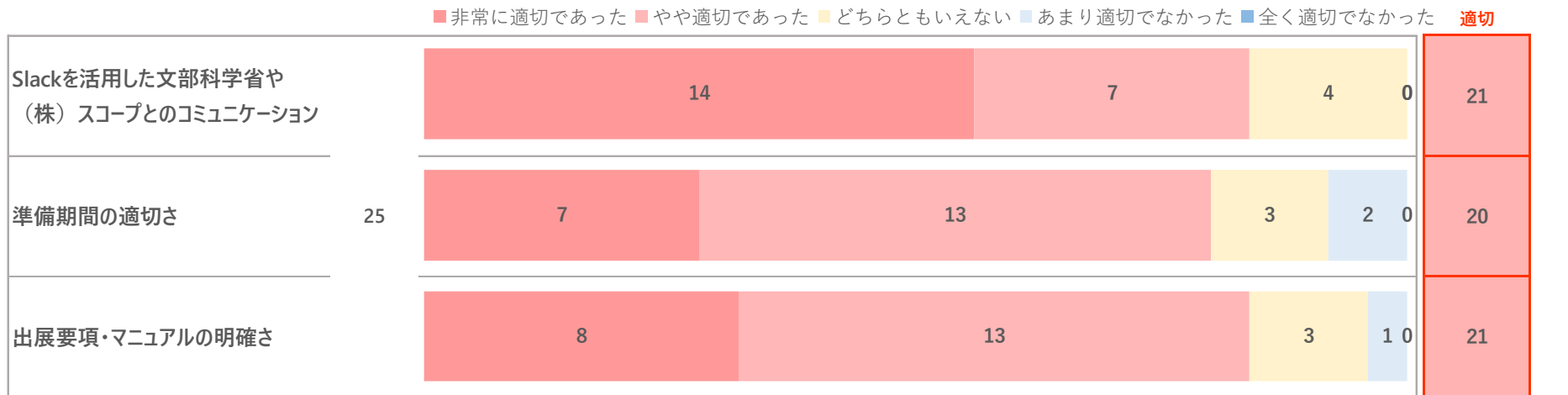
ア. 調査概要

調査目的	EXPO 2025 大阪・関西万博にて開催した「わたしとみらい、つながるサイエンス展」の出展者を対象に、展示における準備段階から当日の運営および出展における効果等についての満足度を把握し、本イベントの成果を測定するとともに、今後のイベント企画や広報戦略に活かすことを目的とする。 ※本アンケートでは大阪万博出展における成果の把握のため、プレイベントについては対象外であることをアンケート画面上でアナウンスした。
調査手法	インターネット調査（出展者に回答用URLを共有。アンケート画面より回答。）
対象者	・イベント出展者（計25機関＊出展TypeA／Bを対象）
回答数	合計25機関 ＊各機関1回答
調査期間	2025年9月11日(木)～2025年9月26日(金)
調査企画・実施	(株)スコープ

イ. 調査結果サマリー
 (ア) 出展準備に関する評価

- 全体として、コミュニケーションと資料についてはおおむね評価が高い。特にSlackを通じた連携は高評価であり、今後の情報連携の主要チャネルとして活用すべきといえる。
- 一方で「準備期間」と「マニュアルの明確さ」には中立～否定意見が少数存在。

出展準備に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。



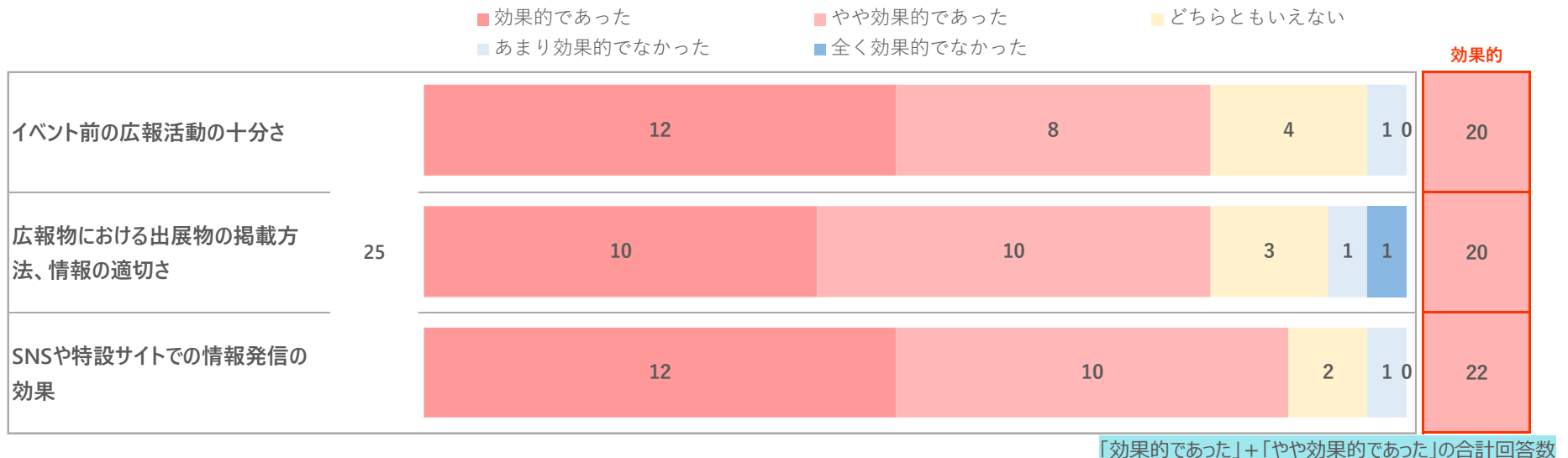
「非常に適切であった」+「やや適切であった」の合計回答数

イ. 調査結果サマリー

(イ) 広報活動・情報発信に対する評価

- 全体として、出展者の多くは「広報・情報発信は概ね効果があった」と回答している（各項目で約8割前後が肯定）。
- オンライン（SNS・特設サイト）は出展者には概ね評価されているが、来場者側の実際の認知経路では「会場での通りがかり」が多かった点を踏まえると、オンライン発信と会場での視認性（オフライン誘導）の連携を強める余地はあった。

広報活動・情報発信に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。



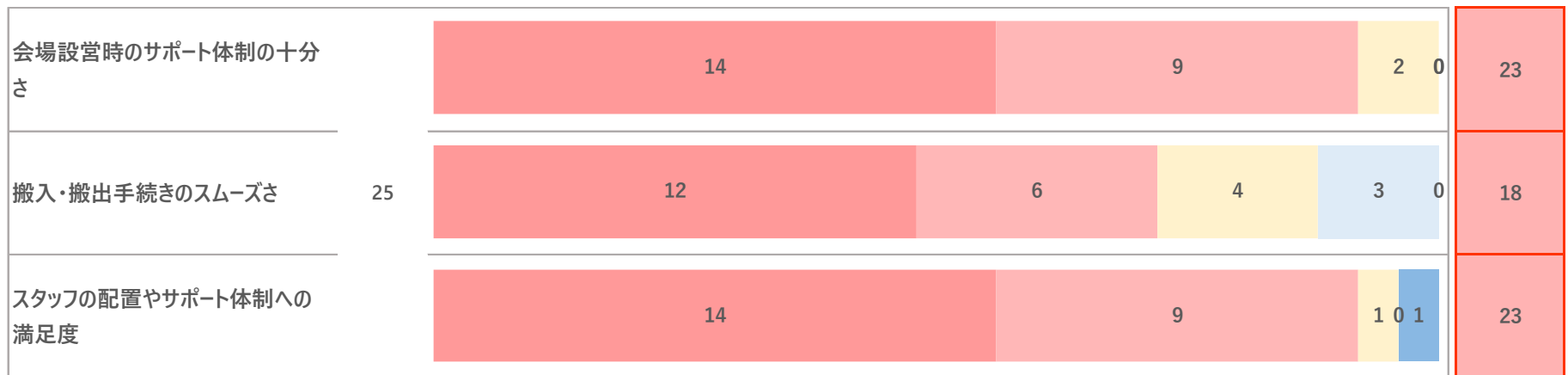
イ. 調査結果サマリー

(ウ) 万博会場におけるサポートに対する評価

- 設営やスタッフに関しては概ね満足度が高く、運営側のサポート体制は評価されている。
- 一方で搬入・搬出は「実務的な手間（待ち時間、手続きの複雑さ、動線の混雑等）」に対する不満や中立意見が目立つ。

会場における人的対応に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。

■ 非常に十分であった ■ やや十分であった ■ どちらともいえない ■ あまり十分でなかった ■ 全く十分でなかった



「非常に十分であった」+「やや十分であった」の合計回答数

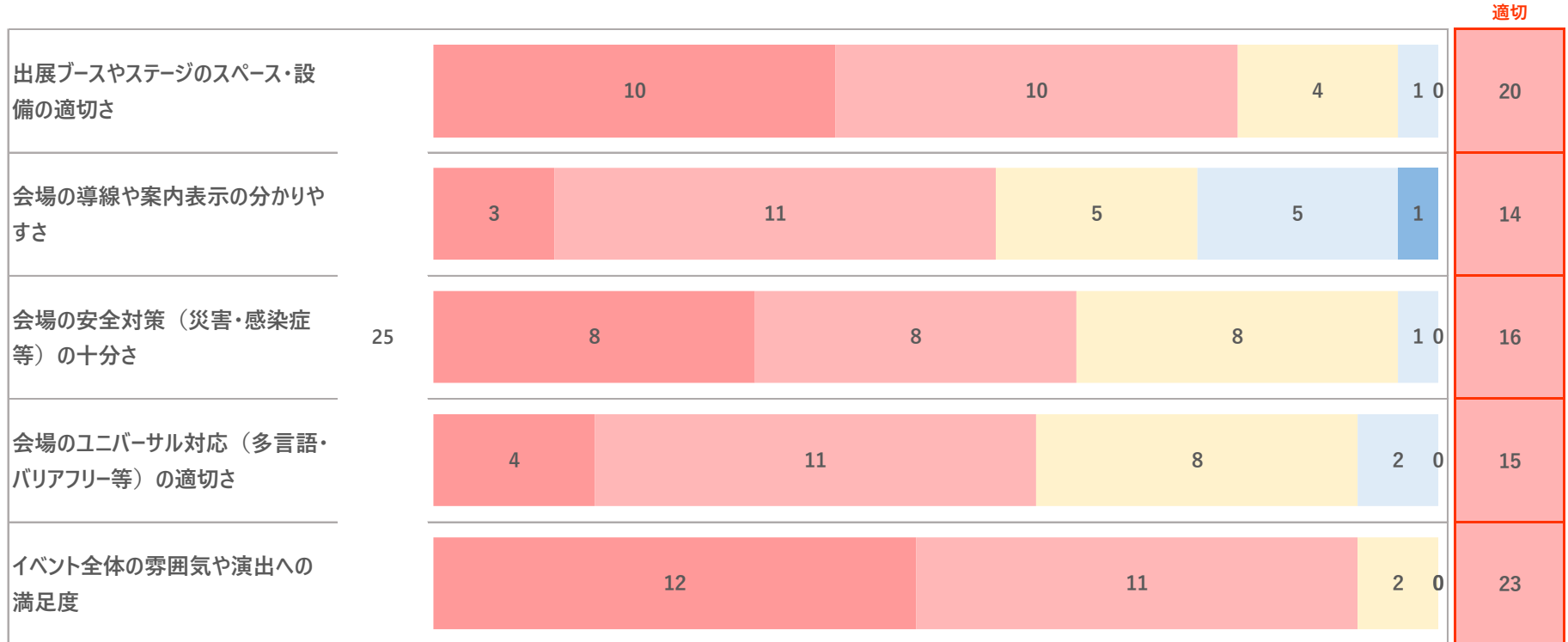
-「全く十分でなかった」回答理由（項目：スタッフの配置やサポート体制への満足度）-
ワーキング委員会で会場の密度が論点になっていたが、人員不足で危ない場面もあったことから、対応は十分でなかったと感じている。

イ. 調査結果サマリー (工) 万博会場に対する評価

- 展示スペースや設備、全体の雰囲気は高評価（肯定20～23件/25が適切と評価）。
- 導線・案内表示の肯定が低く（14/25）否定も多め（6/25）で、来場者向け調査の「回遊性」評価と整合。ユニバーサル対応・安全対策は概ね良好だが中立が多く「見える化」強化で安心感を上げられる余地があった。

会場における人的対応に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。

■ 非常に適切であった ■ やや適切であった ■ どちらともいえない ■ あまり適切でなかった ■ 全く適切でなかった



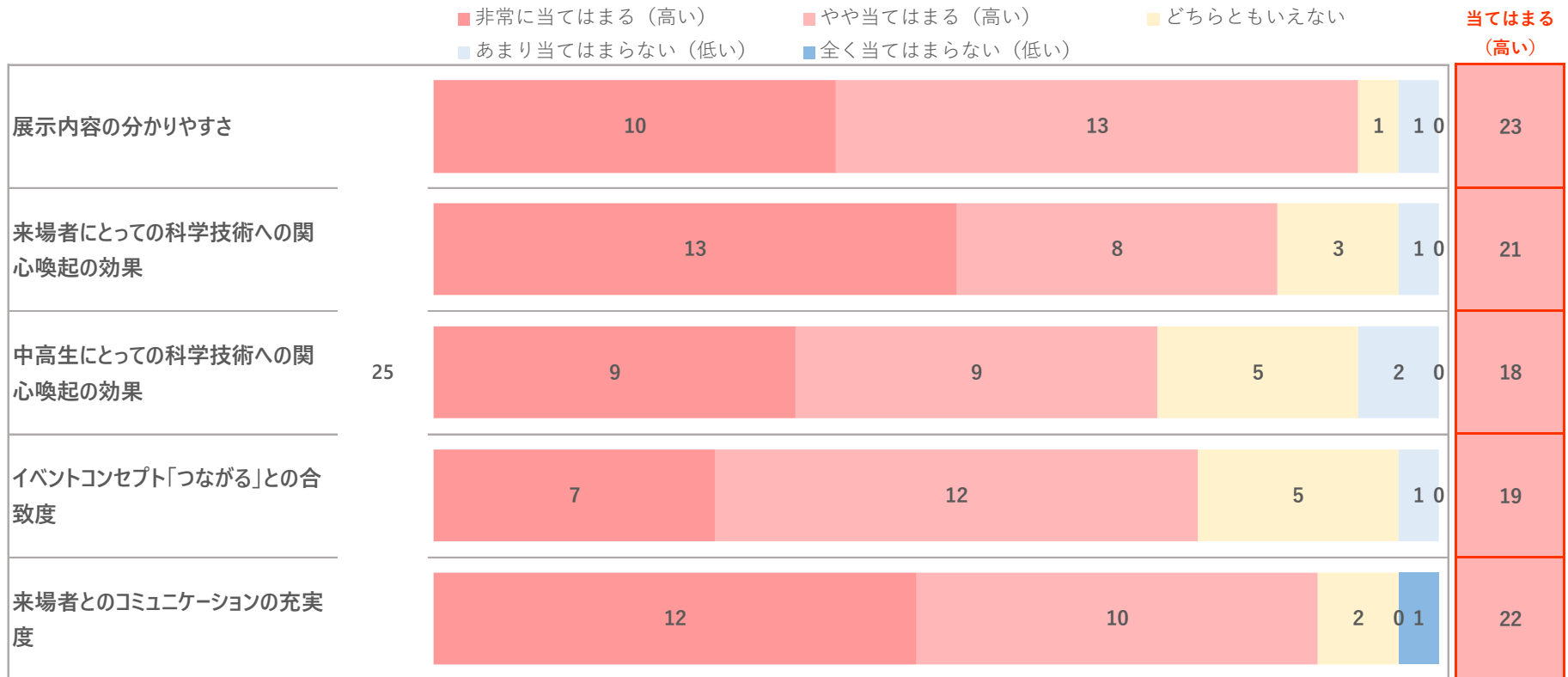
「非常に適切であった」+「やや適切であった」の合計回答数

-「全く適切でなかった」回答理由（項目：会場の導線や案内表示の分かりやすさ）-
図面と異なる位置にベンチが配置されていたり、導線上にベンチがあったりと改善の余地がある。

イ. 調査結果サマリー (オ) 出展物に対する評価

- 多くの出展物が「分かりやすく」「来場者との対話も充実した」と回答しており、一般来場者への関心喚起は良好だったといえる。
- 中高生向けの関心喚起と「つながる」コンセプトとの合致度については中立の声も目立っており、若年層向けの訴求と展示間の“つながり”の見せ方に工夫の余地があったと感じていることが分かる。

出展物に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。



「非常に当てはまる(高い)」+「やや当てはまる(高い)」の合計回答数

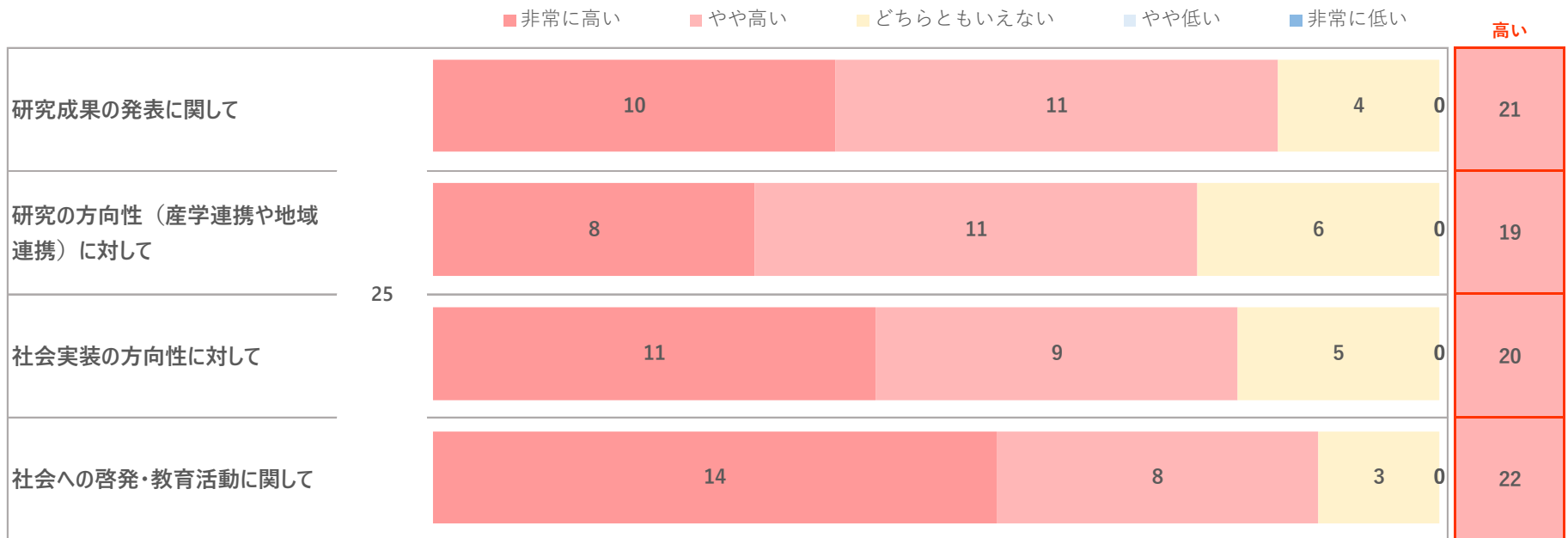
-「全く当てはまらない (低い)」回答理由 (項目: 来場者とのコミュニケーションの充実度) -
スタンプラリーは展示を見た人がスタンプ押せるような仕組みにできなかった。

イ. 調査結果サマリー

(カ) 研究者視点での出展による効果・気付きに対する評価

- 研究者視点では全般的に肯定的評価が多く、特に「社会への啓発・教育活動」が最も高評価（22/25が肯定）。
- 研究成果の発表や社会実装の方向性についても高い評価が得られている。研究の方向性（産学連携）への評価はやや比率が低く、中立意見がやや出ている。

研究者として、会場の展示説明やステージ発表を通じた新たな気づきに関する満足度について、以下の各項目を5段階評価でお答えください。



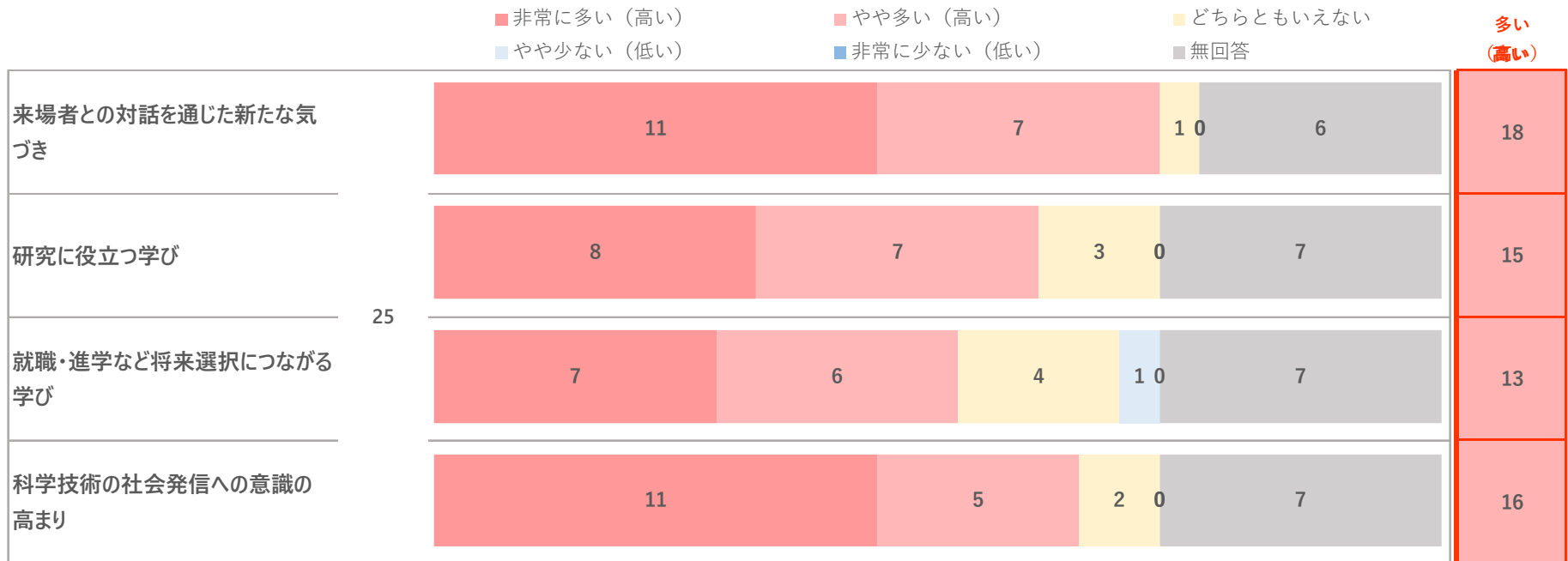
「非常に高い」+「やや高い」の合計数

イ. 調査結果サマリー

(キ) 学生説明員視点での出展による効果・気付きに対する評価

- 学生説明員を配置した出展者の大多数が、来場者との対話を通じた「気づき」や「社会発信意識の高まり」を実感している。

学生説明員（配置した場合）について、学生が出展やステージ発表を通じて得た学び・気付きに関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。



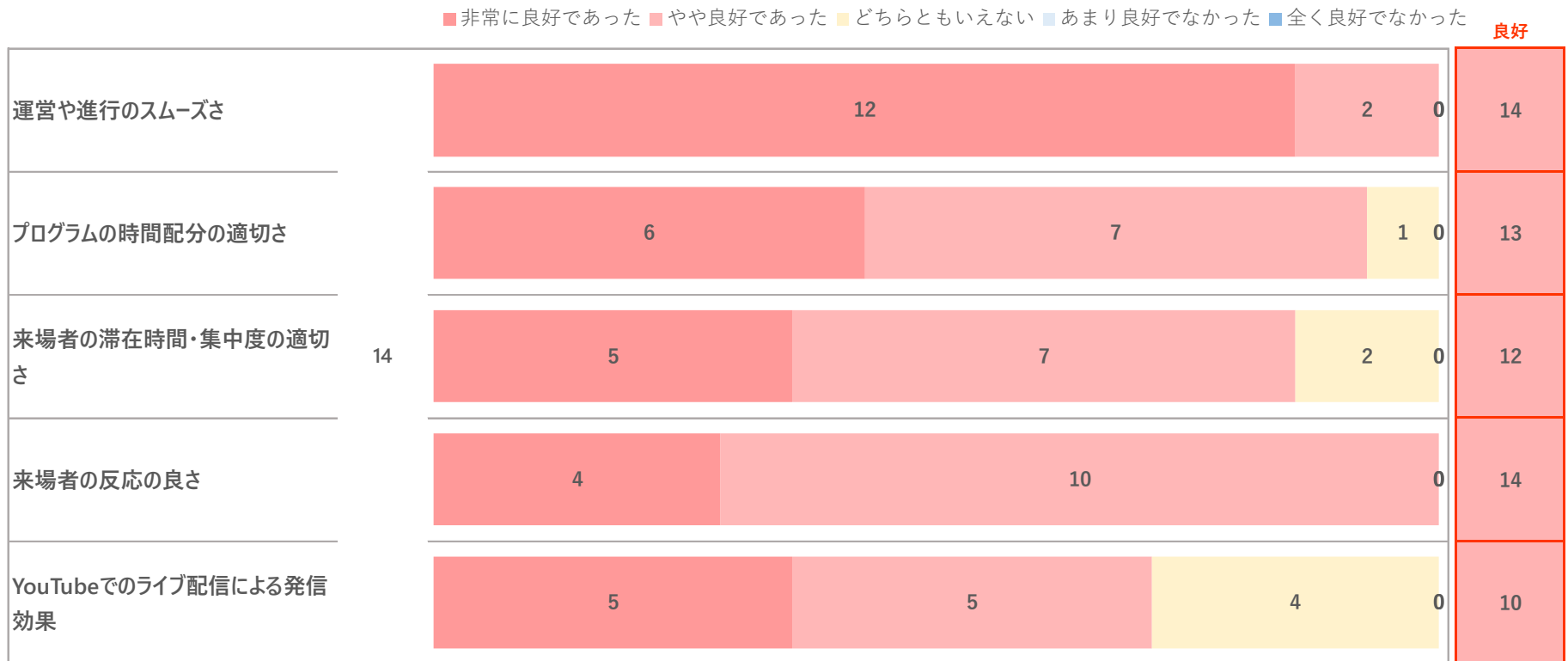
「非常に多い(高い)」+「やや多い(高い)」の合計回答数

イ. 調査結果サマリー

(ク) ステージイベントに対する評価

- ステージ運営・進行および来場者の反応は非常に高評価で、出演者は概ね満足している。
- 一方でライブ配信の効果については肯定が多いものの中立意見も一定数あり、配信面で改善の余地が見られる。

ステージイベントに関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。



「非常に良好であった」+「やや良好であった」の合計回答数

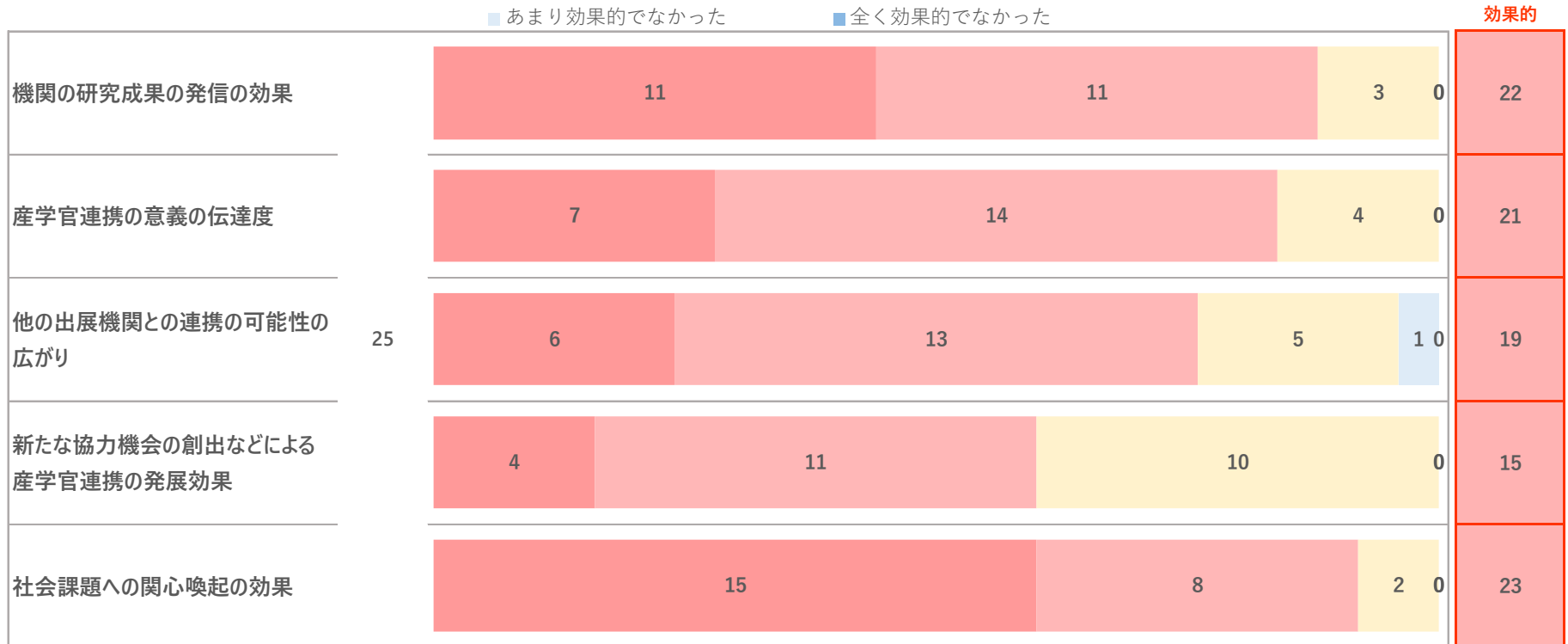
イ. 調査結果サマリー

(ケ) 出展・ステージイベント出演によって得られた効果

- 出展・ステージは「研究成果の発信」「社会課題への関心喚起」「産学官連携の意義伝達」で高評価を得ている（肯定多数）。
- 一方で「新たな協力機会の創出」については中立（どちらともいえない）が多く、興味→具体的協業につなげる段階へはまだ波及しきれていない。

出展やステージ出演を通じて得られた効果に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。

■ 非常に効果的であった ■ やや効果的であった ■ どちらともいえない
■ あまり効果的でなかった ■ 全く効果的でなかった



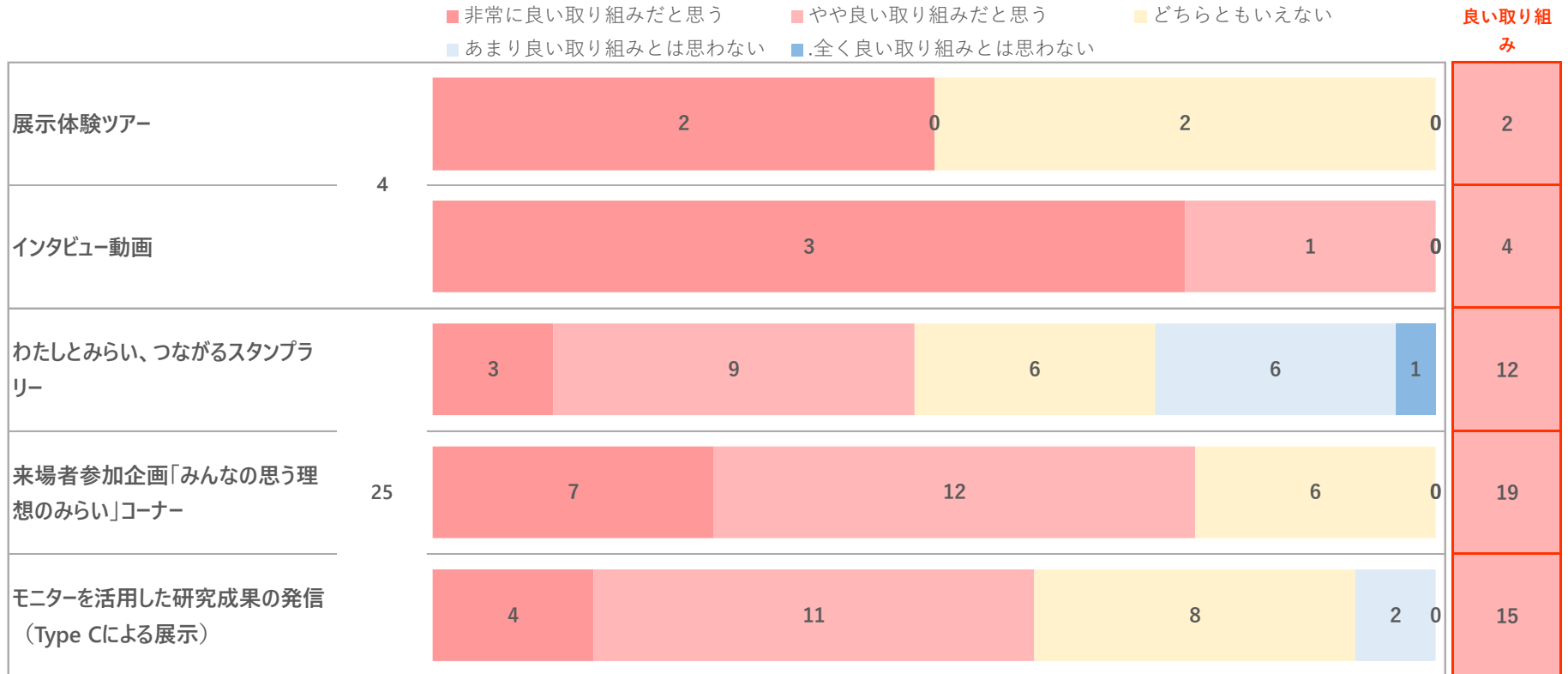
「非常に効果的であった」+「やや効果的であった」の合計回答数

イ. 調査結果サマリー

(コ) 各種実施企画に対する評価

- 「来場者参加企画（『みんなの思う理想のみらい』）」は参加型コンテンツとして出展者の評価が非常に高い。
- モニターを使った発信も概ね高評価だが、中立意見が一定数あり、コンテンツの見せ方や操作性で差が出ている可能性がある。
- 「スタンプラリー」は賛否が分かれており、出展者の感じる有用性や運用面での評価にバラつきがある。

8月の万博会場で実施した様々な企画に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。



「非常に良い取り組みだと思う」+「やや良い取り組みだと思う」の合計回答数

イ. 調査結果サマリー

(サ) 各種実施企画に対するご意見(FA)

- スタンプラリーについて、企画自体は「来場者動員」「幅広い参加」を生む有効な仕組みだと評価されているが、一方で「景品目当て」「グッズ集め」が目的化してしまい、本来の展示理解・交流という意図と乖離するケースが報告されている。
- 転売や短時間での景品枯渇、同一スタンプの単調さ、スタッフの負担増が問題点として挙がっており、全体として「仕組みは良いが運用と設計の改善が必要」という認識が強い。

上記企画等についてご意見があればご記入ください。

n=25

1. スタンプラリーに対する意見

「スタンプラリーは、多くのブースを回ってもらうための良い仕組みと思う。ただ、残念ながらスタンプと景品目当てになっている方も多く、また転売行為もあって問題と思う。来場者側のモラルと思うが、対策が難しい。」

「グッズ集めのための来場が多数あり、本来の目的と乖離していた。やるべきではなかった。」

「スタンプラリーが目的になっているケースが見受けられ、少し残念ではあった。※しょうがないとは思いますが。」

「スタンプラリーは来場者にとって楽しめる仕掛けであり、幅広い年齢層が気軽に参加できる取り組みでした。一方で、同じゾーンでは全て同じスタンプが用意されていたため、参加者からはやや単調であるとの声もありました。また、景品が開場直後に一気になくなってしまう場面があり、数量の調整や配布方法に工夫があると、より多くの来場者が楽しめると感じました。」

「スタンプラリー目的の方が大変多かった。スタンプ1つの対応が大変でした。」

2. 展示ツアーについて

「貴重な経験をありがとうございました！NEXTアクション、研究につなげていきたいと思います。一方で仕切りは回数の多さ含めて要改善かと思います。」

イ. 調査結果サマリー

(シ) 出展やステージ出演を通して特に印象に残ったこと (FA)

- 出展者の声は概ね肯定的。多くが「来場者との直接対話」「研究の周知」「体験を通じた関心喚起」を高く評価しており、出展目的（発信・教育・連携の種まき）は概ね達成されていると評価できる。
- 同時に、イベント運営（動線・搬入・スタッフ対応）、企画設計（スタンプラリー運用・企画間の一貫性）、技術的実行（回線・デモ時間）など運用面の課題が複数の出展者から挙がっており、改善の余地が明確。

主な発話分類

n=25

1. 来場者反応・支持

…一般来場者からの好意的反応・応援・興味深い質問など

2. 研究発信・連携機会・成果

…一般向け周知、共同研究の種、社会実装への問いかけ

3. 学生参加・教育効果

…学生主体の運営による学び・成長の評価

4. 参加型・体験型の効果

…体験や対話を通じた関心喚起、教育的効果の実感

5. 来場者数・動線・混雑・運営

…想定以上の来場／動線確保／説明時間不足、スタッフ疲弊等の指摘

6. 展示のコンセプト・キュレーション

…展示全体の一貫性・ストーリーテリングの必要性、キュレーター不在の問題

7. 技術的・物理的運営課題

…搬入手続の煩雑さ、展示破損等の具体的課題

8. スタンプラリー／景品運用に関する問題

…景品目当て、転売、運用負荷、単調さ、配布方法の課題

イ. 調査結果サマリー

(シ) 出展やステージ出演を通して特に印象に残ったこと (FA)

出展やステージ出演を通じて得られた、今後の産学官連携施策に活かせるアイデアや示唆をご記入ください。また、併せて『今後の研究成果発信に関して、文部科学省等の施策に期待すること』があれば具体的にご記入ください。

1. パブリック・アウトリーチ機会の継続

「一般向けのイベントでは、集客に苦労することが多いが、万博というステージを利用することで多くの来客が得られた点は大きい。様々な未来課題に大学が取り組んでいる事実、その意味を広く伝えることは引き続き重要である。」

「万博とまではいかないまでも、大きなイベントに相乗りすることは、かなり良いアプローチではないかと思います。」

「研究の成果を一般に発信できる場があると良い。」

「スーパーサイエンススクールの学生を対象にしたスクーリング・希少糖甲子園で高校生に分かりやすいプログラムを提供した経験があったが、小中学生に対応した経験が少なかったため、研究発信の面で学ぶことが多かった。」

「今回は産学官連携に活かすというよりは、若い世代にサイエンスを身近に感じてもらうことだったと思いますので、産学官連携に活かせることはあまりない印象です。文部科学省の名前で来場している層も多くいると思うので、このようなイベントは文部科学省が主催で継続してほしいです、JST とかではなく。」

「万博という大舞台での出展は、普段大学の研究内容に触れる機会のない方にも接点を持っていただける貴重な機会でした。特に社会実装を目指す研究内容に関しては、このように関心や接点の低い方とコミュニケーションの場をいただくと大変ありがたく存じます。」

「回答になっていないかもしれませんが、今後の研究成果発信において「中高大学生にピンポイントに研究成果を発信できる場」の提供を文部科学省等に期待しています。」

「幅広く成果を広報出来る機会は少なく、合同でのイベントなどで発表出来る機会があればと思います。」

「研究者と会話できるイベントが好評であったことは発見だった。ただ万博で実施する必要性には疑問符がつくかと思います。」

2. 連携促進の場の設計

「拠点間での更なる連携の機会があれば、新たな取り組みにつながるのではないか。」

「今回の出展を通じて、研究成果の発信は「参加型・体験型」で行うことにより、社会実装への理解が大きく進むと感じました。今後の産学官連携施策においても、研究シーズを社会的インパクトとともに伝えられるアウトリーチが効果的であると思われます。文科省の施策としても、研究者と自治体・民間企業をつなぎ、研究成果の社会課題解決につながる価値を双方向から議論できる「体験的プログラム」の場のさらなる拡充も一手かと感じました。」

「今回の万博出展という建前上、おそらく企業・行政との連携は多くは期待できないと考えますが、大学間や研究機関連携が生まれる可能性は多くあったと感じています。実際、他機関のメンバーとの交流で出展内容をブラッシュアップすることもできたという事例もあります。今後の研究成果発信に関する施策として、企業・行政が参加し、大学プロジェクトにおける研究成果が企業・行政とのコラボによって社会実装につながるようなイベントを期待いたします。」

イ. 調査結果サマリー

(シ) 出展やステージ出演を通して特に印象に残ったこと (FA)

出展やステージ出演を通じて得られた、今後の産学官連携施策に活かせるアイデアや示唆をご記入ください。また、併せて『今後の研究成果発信に関して、文部科学省等の施策に期待すること』があれば具体的にご記入ください。

3. 社会実装へのブリッジ支援

「出展をしたことで、COI-Stream時代にImecと共同開発をしたドライ型電極の脳波計について、社会的なニーズ、特に当時のCOI事業の時には見えなかった事業化の可能性等が見えたことはとても良かったです。今後、COI-Streamのように事業終了後の息の長いアウトリーチについて文部科学省において社会実装を中心とした支援プログラムなどの施策があればと考えるところです。」

4. 地域・現場での展開支援

「地域ごとの意見を地道に拾っていくことの大切さ。よく言われることですが、グローバルに見つてもローカルな立場をしっかりと意識すること、ここを改めて感じました。」
「市民にとって身近な役所や公園などの公的施設での簡易展示があれば、より研究から社会実装へのステップアップがしやすくなるのではないかと考えました。」

5. 参加・体験型コンテンツの重視

「一般来場者の方に対して、どちらかというと一方的にこちらから「伝える」ことがメインの展示となりました。参加型の展示も準備していましたが、そこまで手が回らず、意図していた通りにはなかなか動かせませんでした。イベント全体を対象として、来場者参加型の展示があるとさらに良いかと思いました。」

「今回の出展を通じて、研究成果の発信は「参加型・体験型」で行うことにより、社会実装への理解が大きく進むと感じました。今後の産学官連携施策においても、研究シーズを社会的インパクトとともに伝えられるアウトリーチが効果的であると思われます。文科省の施策としても、研究者と自治体・民間企業をつなぎ、研究成果の社会課題解決につながる価値を双方向から議論できる「体験的プログラム」の場のさらなる拡充も一手かと感じました。」

イ. 調査結果サマリー

(シ) 出展やステージ出演を通して特に印象に残ったこと (FA)

出展やステージ出演を通じて得られた、今後の産学官連携施策に活かせるアイデアや示唆をご記入ください。また、併せて『今後の研究成果発信に関して、文部科学省等の施策に期待すること』があれば具体的にご記入ください。

6. 広報・ブランディング体制の強化

「弊社の場合、大学そのものの紹介・啓蒙活動と広報戦略の必要性を感じました。」

「展示成果の展開において、一貫したブランディング、世界観、メッセージが重要である。これらは研究者や各拠点に任せては実現できない。一貫した強い意志と権限を持った責任者が必要である。文部科学省でこのような責任者を設定するか、できないならば、然るべき専門家を設定していく必要がある。そもそも、COI-NEXTは全体としては中盤に差し掛かってきており、個別の成果が出てきつつある一方で、全体としてのブランディングが重要になってくる。ブランディングは「面」で行わなければいけないもので、個別の拠点がそれぞれでそれぞれの解釈で取り組んでいる状況は不適切な状況である。先に述べた点と同じく、一貫した責任者が必要である。」

「『どのように見せるか』は、非常に大事なポイントだと思いました。広報やメディア戦略、デジタルに強い拠点か否かで、表現できるクオリティーが異なる。知識や情報を知っている人だけが到達できるのが難点。」

7. 出展者への負担軽減とノウハウ共有

「大学の広報となると、組織内に人も少ない中、民間の広報を独学または経験者を置いているケースが多く、研究者側とどのように調整したらよいか悩み、孤立しているケースも多いように思われる。その中でも、同じイベントへの参加を通して、互いに悩みや気になる点を話し合えた機会は貴重でした。かけられる広報予算も様々な中、各プロジェクト担当者の知識と経験が積み上げられる施策を期待したい。」

「互いに割けるリソースが減りつつあるが、PRは重要であるため、できるだけコストや負担を掛けずに実施できるものをご検討いただきたい。」

イ. 調査結果サマリー

(ス) 本イベントにおける広報・アウトリーチ施策についての評価(FA)

- 出展者は、自機関単独では実現不可能な「圧倒的な集客力」と「幅広い層へのリーチ」を、本イベントの広報施策における最大の価値として評価している。特に、万博という舞台と文部科学省のブランド力が、信頼性と集客力を大きく高めたと認識されている。
- 一方で、SNS活用や動画コンテンツといった個別の施策から、自組織の広報体制の課題（SNS管理の一元化など）や、今後の施策のヒント（若年層向け広報の重要性、効果測定必要性）を得ており、イベント参加が自機関の広報力を見直すきっかけとなっている。

主な発言分類

n=25

1. 圧倒的な集客力とリーチ

…自機関の広報活動では不可能な「来場者数」と、普段接点のない「幅広い層（全国の市民、若年層等）」にアプローチできた点への高評価

2. ブランド力・相乗効果

…「万博」という舞台、「文部科学省」という主催者の信頼性、そして「複数大学の合同出展」による相乗効果が、魅力と集客力を高めたという評価

3. デジタルコンテンツの有効性

…YouTubeやSNS（特にリレー形式の発信）が、イベントの全体像伝達やターゲットへのリーチに有効であったという評価。研究者インタビュー動画も好評

4. 自機関の広報力への示唆

…本イベントを参考に、自機関でもSNS活用や若年層向け広報を強化したいという意向。また、効果測定的重要性や、SNS管理体制の見直しといった組織課題の認識にも繋がっている

5. 会場内での情報提供の課題

…会場内の情報が多岐にわたり、来場者が全体像を把握しにくかったのではないかと、という会場内コミュニケーションの改善点に関する指摘

イ. 調査結果サマリー

(ス) 本イベントにおける広報・アウトリーチ施策についての評価(FA)

本イベントにおける広報・アウトリーチ施策について、自機関で行っている独自の広報活動と比べて『良かった点・改善点』、および『今後検討している／検討したいアウトリーチ施策』があればご記入ください。

1. 圧倒的な集客力とリーチ

「来場者の多さは、独自の広報活動に比べて良い点だと思う。今後の広報活動にも、今回の出展は活用できると思われる。」

「本学単体で広報するよりも、さまざまな人に広報ができたことは良い点であった。」

「沖縄外でのアウトリーチ」

「より広い層へのアピールができたこと」

「自機関だけでは広告の出稿までは困難でした。」

「対象者がどうしても研究者寄り、または地元市民になるため全国の市民に対して広報できたことは認知度が上がり良かったです。」

2. ブランド力・相乗効果

「大阪万博という大きなイベントの中で、非常にたくさんの来場者に来ていただけた点が非常に良かったと思います。今後、このイベントの成果報告や他のイベントへの参加などを通じて、拠点広報をさらに強化していきたいと思います。」

「我々独自の広報活動は特に行っていませんが、万博のイベントでかつWASSEという入れ替わりで展示内容が変わる展示場所ということで、非常に来場者の関心が高く、7万人近くの方にお越しいただけたのかなと思います。また、SNSでは「WASSEが1番面白い」などの声があり、今回の科学技術に関する展示が万博のコンセプトともマッチしたことでより集客に繋がったのだと思います。」

「圧倒的な集客と、ブランド力を使えたことは大変よかった。複数の大学と同時に魅せることで、更に魅力的になったと思う。今後万博レガシーを有効に活用し、さらなる発信を行う。」

「SNSやフライヤーを利用したアウトリーチは必要ではありますが、今回の万博においては参加者が関西から来られている方が多い印象を得たため、各大学へのフライヤーポスターはあまり効果的でないように感じました。大阪・関西付近での配布は効果的であったかと思います。」

「ひとつの大学にはとどまらない多くの領域の研究を一堂に紹介できるのは、展示者にとっては通常の研究活動や学会などでは出会うことがなかなかないので、新たな発見や交流、アイデアのヒントにつながる可能性があるのではないかと思います。来場者にとっても、現物を見たり、研究開発者の生の声を聴いたりできますので、こういったイベントは必要不可欠な機会であると思います。研究成果をわかりやすく社会に発信できる機会となり、子どもから企業関係者まで幅広い層にリーチできた。文部科学省主催の信頼性の高いイベントですので、研究活動の社会的認知度やプレゼンス向上にもつながります。SNS発信には注力していきたい。地域連携イベントとして、サイエンスカフェなどを強化して、日常的に研究に触れられる機会を創出も行っていきたい。」

「かけられる予算が違うので比較が難しいですが、影響力のある方に関わってもらえるのは非常に有効だ思いました。」

「十分に考えられた施策だったと思います。また、文科省のアカウントの登録者が多く、こちらの動画の伸びが良かったと感じました。」

イ. 調査結果サマリー

(ス) 本イベントにおける広報・アウトリーチ施策についての評価(FA)

本イベントにおける広報・アウトリーチ施策について、自機関で行っている独自の広報活動と比べて『良かった点・改善点』、および『今後検討している／検討したいアウトリーチ施策』があればご記入ください。

3. デジタルコンテンツの有効性

「YoutubeやSNSが活用されており、届けたい相手に届くものになっていた。今後、大学でもこれらのコンテンツの活用を検討したい。」

「幅広いSNSの活用はとても良かったと思います。当研究所の場合は、SNSの所管が2つの組織に跨ったこともあり、SNSの発信や管理について組織内で一元化の必要性は感じたところでした。」

「研究者へのインタビューの企画は、興味・関心を引き寄せる内容で良かった。」

「SNSでの全期間のイベントをリレー的に発信していくのはとても良かった。スタッフ側としても「どのようなイベントでどのような展示が出展なのか」を端的に伝えることが出来るコンテンツであった。」

「SNSでの発信が充実していてよかった。」

4. 自機関の広報力への示唆

「研究者対象の広報活動に片寄るため、より若年層を意識した広報が重要であることが分かった。」

「日々の業務に追われていると発信して終わりとなりがちで、効果測定まで至らないケースが多々ある。その点は、運営サイドの分析内容は是非参考にしたい。」

「TGIのHPでは、まず研究学園都市としてのつくばエリアの全体像を網羅的に提示した上で、アクセスした一人ひとりの興味に基づいて適切に深掘りし、必要な情報にアクセスできるように発信に取り組んでいるところです。今後はその取り組みをさらに充実させ、継続的に学びや気づきを得られる仕組みづくりを進めていきたいと考えています。」

5. 会場内での情報提供の課題

「従来の広報に比べ、非常に多くの来場者を得ることができた。一方で、展示体験に十分2時間をさいていただくことができなかった。」

「イベント全体の広報によって、普段は接点の少ない層に研究成果を届けられた点は大きな意義があったと思います。一方で、会場内での情報発信の方法や内容が非常に多岐にわたったことで、ゾーンのコンセプトはあったものの、来場者にとっては全体像を把握しにくい場面があったかもしれません。」

イ. 調査結果サマリー

(セ) 本イベントで印象に残った他の出展者とその理由、連携可能性の有無(FA)

- 他出展者への関心は高く、特に「展示手法の巧みさ」や「研究テーマの魅力」が評価の軸となっている。信州大学の給水器を活用したPR戦略や、北海道大学の没入感のある映像展示、Nプロジェクトの学生の熱意などが、複数の回答者から高く評価されている。
- 研究テーマの近接性（環境、医療など）から具体的な連携の話が生まれるなど、拠点間の新たなネットワーク構築に繋がっている。一方で、「多忙で他のブースを回れなかった」という声も複数あり、出展者同士の交流機会が十分に確保されていなかった課題も浮き彫りになっている。

主な発言分類

n=25

1. 展示手法とPR戦略の巧みさ

…来場者の関心を引く見せ方や企画力を評価する声。信州大学（給水器、見た目のインパクト）、北海道大学（映像、動線設計）、東北大学（デザインセンス）、東京藝大（一般性、多言語対応）など

2. 研究テーマの魅力と連携可能性

…研究内容の社会的重要性やテーマの近さから、具体的な連携の検討や関心に繋がっているという意見。琉球大学・金沢大学（海的环境保全）、秋田県立大学（木材活用）、広島大学（卵アレルギー）などが挙がる

3. 出展者の熱意と運営への貢献

…Nプロジェクトの高校生の熱心な説明や、北海道大学のゾーンリーダーシップなど、出展者の人的な魅力やイベント運営への貢献が印象に残った

4. 交流機会の不足と運営上の課題

…「来場者対応が忙しすぎて他を見れなかった」という意見が散見され、出展者間の相互理解や交流を促進する時間や仕組みの不足が示唆される。また、展示ルール（企業名表示など）の統一性に関する指摘も

イ. 調査結果サマリー

(セ) 本イベントで印象に残った他の出展者とその理由、連携可能性の有無(FA)

本イベントで印象に残った他の出展者があれば、出展者名（可能な範囲で）とその理由をご記入ください。差し支えなければ、連携可能性の有無もご記載ください。

1. 展示手法とPR戦略の巧みさ

「信州大学、東北大学、福井大学は展示として成立しており、印象深かった。」

「信州大学。見た目のインパクト、印象が良かった。（来場者対応が忙しすぎてほとんど回れず、どこも詳しい内容を見られていませんが・・・）」

「東京藝大・一般性が高かった」

「印象に残った他の出展者：①東北大学-EYE contact-未来の診療所（理由）オブジェクトや文章等のセンスが良かった／②Nプロジェクト（理由）学生が熱意をもって伝えようとする姿勢連携可能性：①秋田県立大学（理由）LCAなど展示とは別で取り組みへの繋がりがあため／②信州大学（理由）水の濾過、循環は共通のニーズがある研究。その他、地域の信州サーモンの事例などをヒアリング済み／③その他、環境保護、資源循環、食に関する出展者」

「信州大学の展示は給水器を活用し、多くの方々が来場しており、拠点の研究をPRするための効果的な方策として印象に残った。」

「北海道大学様が展示していた動線設計など、とても印象に残った。同じく映像展示であるため、今後の展示の活用に向けて勉強になった。」

「印象に残った出展者として、三重大学「食と環境を守るイノベーション」の展示を挙げたいと思います。農業の遠隔化・自動化や水管理システム、柑橘類の自動収穫ロボット、さらには土壌炭素（ソイルカーボン）による炭素循環など、環境と食の両面で社会課題に直結するテーマを取り上げていました。来場者が身近に感じやすい「食」を切り口に、気候変動や持続可能性といった大きな課題をわかりやすく伝える展示であり、研究成果の社会実装に向けた方向性を強く印象づけられました。将来的には、地域や産業界との連携を通じて広がりを持つ可能性が大きいと感じました。なお、現時点で特定の連携予定はありません。」

「印象に残った拠点：北海道大学生命の物語を迫力と没入感のある映像で体感できました。パビリオンに劣らない臨場感がありました。」

「信州大学さん、お水を無料で配る企画には脱帽でした。また、東京芸大は多言語対応をきちんとやっていました。」

イ. 調査結果サマリー

(セ) 本イベントで印象に残った他の出展者とその理由、連携可能性の有無(FA)

本イベントで印象に残った他の出展者があれば、出展者名（可能な範囲で）とその理由をご記入ください。差し支えなければ、連携可能性の有無もご記載ください。

2. 研究テーマの魅力と連携可能性

「特にA展示はインパクトのある展示であったが、B展示、C展示も創意工夫が見られ、印象に残っている。また、すべての出展者との連携可能性がある。」

「琉球大学のアクアポニクスは隣のブースであること、また研究連携のしやすさなどから印象に残った。」

「国立循環器病研究センター様は、隣のブースでしたた終始、人が絶えなかったこともありますが、実際に見て体験をしていくサイエンスという点でも本当に参考になるところがありました。阪大産研としては、国立循環器病研究センター様とはすでに多くの連携実績事例があり、さらなる連携可能性を今回の出展を通じて深めることができればと思っております。」

「【秋田県立大学】木材を活用した社会実装の話が具体的に進んでいて感心した。【九州大学】プラズマ技術が農業（病害虫対策）に応用されるとのことが、意外なつながりがあることが知れてよかった。【広島大学】卵アレルギーは食事の制限が多くなる食材なので、やはりこのアレルギーが解決されるのはQOL向上への貢献度は高く、ありがたいと感じる。いまだに保育園、小学校などで事故もあるので。」

「金沢大学さん、琉球大学さんなど。海の環境保全というつながりで、連携ができればという話は出ています。」

「今回のイベントを通じて、他のCOI-NEXT拠点とのつながりを強化することができました。」

「8月のイベントに向け、どの拠点もスケールアップしていて大変良かったです。素材を扱っている拠点は連携可能と感じます。」

3. 出展者の熱意と運営への貢献

「印象に残った出展者は、Nプロジェクト様です。中高生は学業的に今後の進路を考える時期で、来場者にとっても最も刺さる取り組みであったのではないかと思います。Nプロ様の高校生スタッフの方々の一生懸命な説明や楽しく科学を学んでいるところを見て、本当に感動しました。高校生スタッフの方々にとっても、貴重な機会になったのではないかと思います。」

「北海道大学さん、常盤先生にゾーンでのリーダーシップを取って頂きスムーズに進みましたこと感謝しています。」

4. 交流機会の不足と運営上の課題

「信州大学は企業名が展示物に記載されており、産学連携とはいえ、民間企業の宣伝の場のようなものであったが、企業名の明示が厳しく制限されていたパビリオンもあったことから、展示場によってずいぶん格差がある印象を持った。」

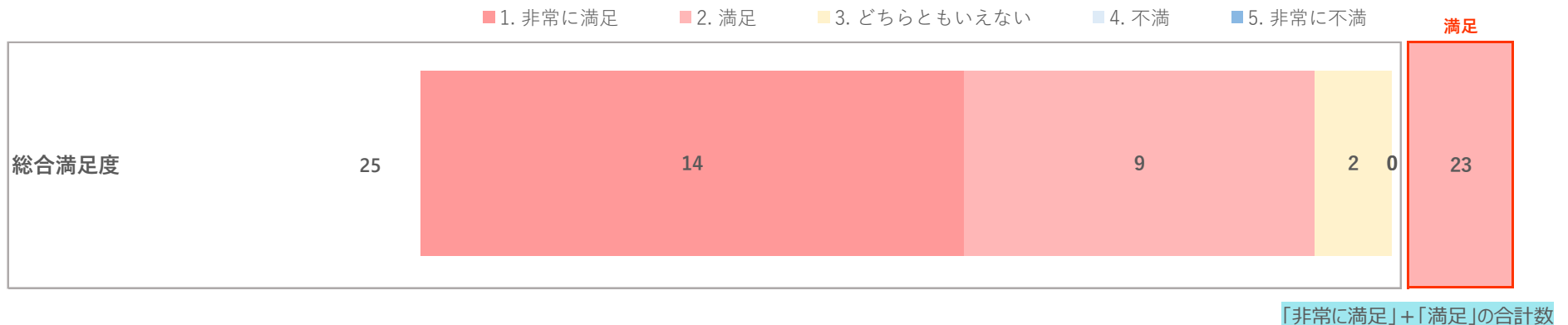
「予想以上の来場につき、他機関とのコミュニケーションはほとんどとることができませんでした。」

イ. 調査結果サマリー

(ソ) 各種実施企画に対する評価

- 出展者の約92%が「満足」以上と回答しており、全体として非常に高い総合満足度を示している。
- 出展による「発信」「来場者との対話」「教育的効果」など、期待された成果が概ね実現され、出展者側の期待値を大きく満たしたと判断できる。

今回出展したことによる総合的な満足度を教えてください。



イ. 調査結果サマリー

(夕) その他ご意見・ご要望(FA)

- 多くの回答が運営事務局への感謝の言葉で占められており、イベント参加への満足感や、今後の研究活動への意欲が示されている。
- 一方で、運営に関する具体的な要望として、プレイベントにおける事前のコミュニケーションの齟齬を指摘する声も少数ながら挙げられており、次回の円滑な運営に向けた課題を示唆している。

上記以外でご意見・ご要望があればご記入ください。

n=25

1. 運営への感謝と今後の期待

「出展直前においても早急に対応いただいたこと、ご無理を通していただいたことで、大変ご迷惑をおかけしたと思いますが、弊学としては参加させていただけたこと感謝しております。引き続きどうぞよろしくお願いいたします。」

「運営に携わった皆さまには、本当にお世話になりました。またご一緒する機会がある際には、どうぞよろしくお願いいたします。」

「この度は、このような貴重な機会、お時間をいただきありがとうございました。改めてお礼申し上げます。展示の中で得られた気づきや、新しいアイデアからさらに研究を加速させていき、社会実装へとステップを進めていけるよう尽力いたします。今後とも何卒よろしくお願いいたします。」

「今回の出展を通じて、研究成果を社会に伝える意義や効果を改めて実感することができました。文部科学省におかれましては、研究と社会をつなぐこうした機会を今後も継続的にご提供いただき、さらに広がりを持たせていただけますと大変ありがたく存じます。」

「今回の万博出展に関しまして、初めての経験ばかりで拠点スタッフ内での不安や困惑も多々ありましたが、スピード感を持って製作できたことは良い経験となりました。万博に出展することで注目度も上がり、もっとリサイクルアルミの技術についてわかりやすく紹介しなければと思った次第です。運営に携わってくださった皆様に感謝申し上げます。本当にありがとうございました！」

「文科省及び事務局の皆様、お世話になりありがとうございました。」

2. 運営・コミュニケーションに関する課題

「プレイベントの際に、聞いていた話と違い装置を搬入できなかったことは残念でした。もう少しお互い密にコミュニケーション取れればと思いました。」

ウ. アンケート回答画面

『わたしとみらい、つながるサイエンス展』出展者様アンケート

本アンケートは、「わたしとみらい、つながるサイエンス展」にご出展いただいた皆さまのご意見を伺い、出展準備や運営体制、展示内容、来場者との関わり、広報・集客の効果などを多角的に評価することで、今後のイベント運営の改善と、より効果的な科学技術の発信・交流の場づくりに役立てることを目的としています。

また、出展機関様ごとに1件のご回答をお願いしております。

つきましては、各機関内でご担当の代表者をお決めいただき、

2025年4月以降の事務局との準備段階でのやりとりから、当日の参加者のご意見までを取りまとめのうえ、代表者の方よりご回答いただけますようご協力をお願いいたします。

ご回答内容は、本調査の目的であるイベント運営改善および今後の施策検討に利用します。
また、集計・分析のうえ、公表する場合は、個別の出展機関が特定されない形で行います。

[回答期間] 2025年9月12日(金)0:00~26日(金) 23:59

Q1. 出展機関名を以下の選択肢より当てはまるものを1つお選びください。
※出展ブースの順番になっております。

*

- 【北海道大学】
- 【大阪大学<脳波見える化>】
- 【国立循環器病研究センター】
- 【大阪大学<おなか見える化>】
- 【横浜市立大学】
- 【沖縄科学技術大学院大学】
- 【東京藝術大学/国立アートリサーチセンター】
- 【Nプロジェクト(京都大学・大阪高等学校)】
- 【三重大学】
- 【長岡技術科学大学】
- 【慶応義塾大学】
- 【つくばグローバル・イノベーション推進機構】
- 【東北大学<Vision to Connect拠点>】
- 【広島大学】
- 【富山大学】
- 【東海国立大学機構 名古屋大学】
- 【大阪大学<リサイクル>】
- 【香川大学】
- 【信州大学】
- 【九州大学】
- 【琉球大学】
- 【秋田県立大学】
- 【東北大学<ネイチャーポジティブ拠点>】
- 【金沢大学】
- 【福井大学】

ウ. アンケート回答画面

Q2. 出展準備に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。
*

	非常に適切であった	やや適切であった	どちらともいえない	あまり適切でなかった	全く適切でなかった
Slackを活用した文部科学省や（株）スコープとのコミュニケーション ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
準備期間の適切さ ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
出展要項・マニュアルの明確さ ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

編集 削除 → この質問を表示する条件「Q2」の「項目：Slackを活用した文部科学省や（株）スコープとのコミュニケーション」で「全く適切でなかった」を選択した【もしくは】「Q2」の「項目：準備期間の適切さ」で「全く適切でなかった」を選択した【もしくは】「Q2」の「項目：出展要項・マニュアルの明確さ」で「全く適切でなかった」を選択した

Q3. 出展準備に関する項目で「全く適切ではなかった」と回答した理由についてご記入ください。
*

0文字

Q4. 広報活動・情報発信に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。
+

	効果的であった	やや効果的であった	どちらともいえない	あまり効果的でなかった	全く効果的でなかった
イベント前の広報活動の十分さ ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
広報物における出展物の掲載方法、情報の適切さ ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SNSや特設サイトでの情報発信の効果 ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ウ. アンケート回答画面

編集 削除 この質問を表示する条件 "Q4" の "項目：イベント前の広報活動の十分さ" で "全く効果的でなかった" を "選択した" [もしくは] "Q4" の "項目：広報物における出展物の掲載方法、情報の適切さ" で "全く効果的でなかった" を "選択した" [もしくは] "Q4" の "項目：SNSや特設サイトでの情報発信の効果" で "全く効果的でなかった" を "選択した"

Q5. 広報活動・情報発信に関する項目で、「全く効果的でなかった」と回答した理由についてご記入ください。

*

0文字

Q6. 会場における人的対応に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。

*

	非常に十分であった	やや十分であった	どちらともいえない	あまり十分でなかった	全く十分でなかった
会場設営時のサポート体制の十分さ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
搬入・搬出手続きのスムーズさ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
スタッフの配置やサポート体制への満足度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

編集 削除 この質問を表示する条件 "Q6" の "項目：会場設営時のサポート体制の十分さ" で "全く十分でなかった" を "選択した" [もしくは] "Q6" の "項目：搬入・搬出手続きのスムーズさ" で "全く十分でなかった" を "選択した" [もしくは] "Q6" の "項目：スタッフの配置やサポート体制への満足度" で "全く十分でなかった" を "選択した"

Q7. 会場における人的対応に関する項目で、「全く十分でなかった」と回答した理由についてご記入ください。

*

0文字

ウ. アンケート回答画面

Q8. 会場全体に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。

*

	非常に適切であった	やや適切であった	どちらともいえない	あまり適切でなかった	全く適切でなかった
出展ブースやステージのスペース・設備の適切さ 	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会場の導線や案内表示の分かりやすさ 	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会場の安全対策（災害・感染症等）の十分さ 	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会場のユニバーサル対応（多言語・バリアフリー等）の適切さ 	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
イベント全体の雰囲気や演出への満足度 	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

編集 削除 この質問を表示する条件「Q8」の「項目：出展ブースやステージのスペース・設備の適切さ」で「全く適切でなかった」を選択した【もしくは】「Q8」の「項目：会場の導線や案内表示の分かりやすさ」で「全く適切でなかった」を選択した【もしくは】「Q8」の「項目：会場の安全対策（災害・感染症等）の十分さ」で「全く適切でなかった」を選択した【もしくは】「Q8」の「項目：会場のユニバーサル対応（多言語・バリアフリー等）の適切さ」で「全く適切でなかった」を選択した【もしくは】「Q8」の「項目：イベント全体の雰囲気や演出への満足度」で「全く適切でなかった」を選択した

Q9. 会場全体に関する項目で、「全く適切でなかった」と回答した理由についてご記入ください。

*

0文字

ウ. アンケート回答画面

Q10. 出展物に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。

*

	非常に当てはまる (高い)	やや当てはまる (高い)	どちらともいえない	あまり当てはまらない (低い)	全く当てはまらない (低い)
展示内容の分かりやすさ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
来場者にとっての科学技術への関心喚起の効果	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
中高生にとっての科学技術への関心喚起の効果	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
イベントコンセプト「つながる」との合致度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
来場者とのコミュニケーションの充実度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

編集 削除 この質問を表示する条件 "Q10" の "項目: 展示内容の分かりやすさ" で "全く当てはまらない (低い)" を "選択した" [もしくは] "Q10" の "項目: 来場者にとっての科学技術への関心喚起の効果" で "全く当てはまらない (低い)" を "選択した" [もしくは] "Q10" の "項目: 中高生にとっての科学技術への関心喚起の効果" で "全く当てはまらない (低い)" を "選択した" [もしくは] "Q10" の "項目: イベントコンセプト「つながる」との合致度" で "全く当てはまらない (低い)" を "選択した" [もしくは] "Q10" の "項目: 来場者とのコミュニケーションの充実度" で "全く当てはまらない (低い)" を "選択した"

Q11. 出展物に関する項目で、「全く当てはまらない (低い)」と回答した理由についてご記入ください。

*

0文字

ウ. アンケート回答画面

Q12. 研究者として、会場の展示説明やステージ発表を通じた新たな気づきに関する満足度について、以下の各項目を5段階評価でお答えください。

*

	非常に高い	やや高い	どちらともいえない	やや低い	非常に低い
研究成果の発表に関して ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
研究の方向性（産学連携や地域連携）に対して ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
社会実装の方向性に対して ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
社会への啓発・教育活動に関して ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



編集 削除 この質問を表示する条件 "Q12" の "項目：研究成果の発表に関して" で "非常に低い" を "選択した" [もしくは] "Q12" の "項目：研究の方向性（産学連携や地域連携）に対して" で "非常に低い" を "選択した" [もしくは] "Q12" の "項目：社会実装の方向性に対して" で "非常に低い" を "選択した" [もしくは] "Q12" の "項目：社会への啓発・教育活動に関して" で "非常に低い" を "選択した"

Q13. 研究者として、会場の展示説明やステージ発表を通じた新たな気づきに関する満足度に関する項目で、「非常に低い」と回答した理由についてご記入ください。

*

0文字

ウ. アンケート回答画面

Q14. 学生説明員（配置した場合）について、学生が出展やステージ発表を通じて得た学び・気付きに関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。
 ※学生説明員を配置していない場合はご回答不要です。

	非常に多い（高い）	やや多い（高い）	どちらともいえない	やや少ない（低い）	非常に少ない（低い）
来場者との対話を通じた新たな気づき ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
研究に役立つ学び ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
就職・進学など将来選択につながる学び ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
科学技術の社会発信への意識の高まり ⇒	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

編集 削除 この質問を表示する条件「Q14」の「項目：来場者との対話を通じた新たな気づき」で「非常に少ない（低い）」を「選択した」[もしくは]「Q14」の「項目：研究に役立つ学び」で「非常に少ない（低い）」を「選択した」[もしくは]「Q14」の「項目：就職・進学など将来選択につながる学び」で「非常に少ない（低い）」を「選択した」[もしくは]「Q14」の「項目：科学技術の社会発信への意識の高まり」で「非常に少ない（低い）」を「選択した」

Q15. 学生が出展やステージ発表を通じて得た学び・気付きに関する項目で、「非常に少ない（低い）」と回答した理由についてご記入ください。

*

0文字

ウ. アンケート回答画面

編集 削除 この質問を表示する条件 "Q1"で"【北海道大学】"を"選択した"もしくは"Q1"で"【大阪大学<観望見える化>"]を"選択した"もしくは"Q1"で"【東京藝術大学/国立アートリサーチセンター】"を"選択した"もしくは"Q1"で"【Nプロジェクト(京都大学・大阪高等学校)"]を"選択した"もしくは"Q1"で"【麗正大学】"を"選択した"もしくは"Q1"で"【つくばグローバル・イノベーション推進機構】"を"選択した"もしくは"Q1"で"【東北大学<Vision to Connect拠点>"]を"選択した"もしくは"Q1"で"【富山大学】"を"選択した"もしくは"Q1"で"【大阪大学<リサイクル>"]を"選択した"もしくは"Q1"で"【香川大学】"を"選択した"もしくは"Q1"で"【信州大学】"を"選択した"もしくは"Q1"で"【東北大学<ネイチャーポジティブ拠点>"]を"選択した"もしくは"Q1"で"【金沢大学】"を"選択した"もしくは"Q1"で"【福井大学】"を"選択した"

Q16. ステージイベントに関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください
*

	非常に良好であった	やや良好であった	どちらともいえない	あまり良好でなかった	全く良好でなかった
運営や進行のスムーズさ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
プログラムの時間配分の適切さ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
来場者の滞在時間・集中度の適切さ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
来場者の反応の良さ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YouTubeでのライブ配信による発信効果	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

編集 削除 この質問を表示する条件 "Q16"の"項目：運営や進行のスムーズさ"で"全く良好でなかった"を"選択した"もしくは"Q16"の"項目：プログラムの時間配分の適切さ"で"全く良好でなかった"を"選択した"もしくは"Q16"の"項目：来場者の滞在時間・集中度の適切さ"で"全く良好でなかった"を"選択した"もしくは"Q16"の"項目：来場者の反応の良さ"で"全く良好でなかった"を"選択した"もしくは"Q16"の"項目：YouTubeでのライブ配信による発信効果"で"全く良好でなかった"を"選択した"

Q17. ステージイベントに関する項目で、「全く良好でなかった」と回答した理由についてご記入ください。

*

0文字

ウ. アンケート回答画面

Q18. 出展やステージ出演を通じて得られた効果に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。

*

	非常に効果的であった	やや効果的であった	どちらともいえない	あまり効果的でなかった	全く効果的でなかった
機関の研究成果の発信の効果	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
産学官連携の意義の伝達度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
他の出展機関との連携の可能性の広がり	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新たな協力機会の創出などによる産学官連携の発展効果	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	非常に効果的であった	やや効果的であった	どちらともいえない	あまり効果的でなかった	全く効果的でなかった
社会課題への関心喚起の効果	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

編集 削除 この質問を表示する条件「Q18」の「項目：機関の研究成果の発信の効果」で「全く効果的でなかった」を選択した”[もしくは]”Q18”の「項目：産学官連携の意義の伝達度」で「全く効果的でなかった」を選択した”[もしくは]”Q18”の「項目：他の出展機関との連携の可能性の広がり」で「全く効果的でなかった」を選択した”[もしくは]”Q18”の「項目：新たな協力機会の創出などによる産学官連携の発展効果」で「全く効果的でなかった」を選択した”[もしくは]”Q18”の「項目：社会課題への関心喚起の効果」で「全く効果的でなかった」を選択した”

Q19. 出展やステージイベント出演を通じて得られた効果に関する項目で、「全く効果的でなかった」と回答した理由についてご記入ください。

*

0文字

ウ. アンケート回答画面

編集 削除 項目「展示体験ツアー」を表示する条件「Q1」で「北海道大学」を選択した [もしくは] 「Q1」で「東京藝術大学/国立アートリサーチセンター」を選択した [もしくは] 「Q1」で「信州大学」を選択した [もしくは] 「Q1」で「東北大学<Vision to Connect拠点>」を選択した

編集 削除 項目「インタビュー動画」を表示する条件「Q1」で「北海道大学」を選択した [もしくは] 「Q1」で「東京藝術大学/国立アートリサーチセンター」を選択した [もしくは] 「Q1」で「信州大学」を選択した [もしくは] 「Q1」で「東北大学<Vision to Connect拠点>」を選択した

Q20. 8月の万博会場で実施した様々な企画に関して、以下の各項目を5段階評価でお答えください。

*

	非常に良い取り組みだと思う	やや良い取り組みだと思う	どちらともいえない	あまり良い取り組みとは思わない	全く良い取り組みとは思わない
展示体験ツアー	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
インタビュー動画	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
わたしとみらい、つながるスタンプラリー	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
来場者参加企画「みんなの思う理想のみらい」コーナー	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
モニターを活用した研究成果の発信 (Type Cによる展示)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q21. 上記企画等についてご意見があればご記入ください。

0文字

ウ. アンケート回答画面

Q22. 今回の出展やステージ出演について、振り返って特に印象に残ったことをお書きください。『最も良かった点』『直面した課題（改善が望まれる点）』『来場者からの印象的な反応』『得られた学び・気づき』などをまとめてご記入ください。

*

0文字

Q23. 出展やステージ出演を通じて得られた、今後の産学官連携施策に活かせるアイデアや示唆をご記入ください。また、併せて『今後の研究成果発信に関して、文部科学省等の施策に期待すること』があれば具体的にご記入ください。

*

0文字

⏪ 改ページ

Q24. 本イベントにおける広報・アウトリーチ施策について、自機関で行っている独自の広報活動と比べて『良かった点・改善点』、および『今後検討している／検討したいアウトリーチ施策』があればご記入ください。

*

0文字

ウ. アンケート回答画面

Q25. 本イベントで印象に残った他の出展者があれば、出展者名（可能な範囲で）とその理由をご記入ください。差し支えなければ、連携可能性の有無もご記載ください。

*

0文字

戻る改ページ

Q26. 今回出展したことによる総合的な満足度を教えてください。

*

- 1. 非常に満足
- 2. 満足
- 3. どちらともいえない
- 4. 不満
- 5. 非常に不満

Q27. 上記以外でご意見・ご要望があればご記入ください。

0文字

ア. SNS (X) への投稿動向

「わたしとみらい、つながるサイエンス展」に関するSNS (X) 上の投稿動向を把握するため、SNS分析ツールである「Talkwalker※1」を用いてデータ収集・分析を行った。

条件概要

収集・分析期間	2025年8月6日(水)～26日(火) ※うちイベント開催は14日～19日
検索キーワード	「わたしとみらい」及び「つながるサイエンス展」の2つを設定。 ※ いずれかのワードを含む「X」(旧Twitter)での投稿をピックアップ
備考	<ul style="list-style-type: none"> 「大阪万博」や同展示会をハッシュタグ等に利用したアクセス数狙いの投稿については、その内容を精査し、無関係のものは除外した。 同期間「WASSE south」で開催されていた文部科学省主催「エンタングルメント展」関連の投稿もピックアップされている可能性がある点に留意。

【投稿数】

705投稿

開催前1週間(8月7日～13日)

開催以降(8月14日～26日)

102投稿

603投稿(+591.2%)

【センチメント※2】

28.4%

⊕ ポジティブ

1.3%

⊖ ネガティブ

【エンゲージメント※3】

6,534

開催前1週間(8月7日～13日)

開催以降(8月14日～26日)

911

5,623(+ 617.2%)

【潜在リーチ※4】

7,712,381

開催前1週間(8月7日～13日)

開催以降(8月14日～26日)

6,395,009

7,712,381(+20.6%)

※1 ルクセンブルクに本社を置くTalkwalker社が提供する、世界的に利用されているソーシャルリスニング・分析プラットフォーム。SNS投稿やニュース、ブログ等の膨大なオンラインデータをリアルタイムに収集・分析し、投稿数、センチメント(感情傾向)、エンゲージメント、潜在リーチなどを可視化する機能を備えている。

※2 投稿に表現されている全体的な態度や感情のトーン(ポジティブ、ネガティブ、ニュートラル)をAIによって自動的に判定することで、ブランドや話題に対する人々の態度や感情を理解するための指標。自然言語処理(NLP)やディープラーニング技術を用いて、投稿や記事全体の文脈を理解し、判定。

※3 ユーザーが記事や投稿に対して行った反応やアクションの合計を指し、ユーザーがどれだけ積極的に投稿や記事に関与したかを示す指標 $(\text{リツイート数} + \text{いいね数} + \text{引用ツイート数} + \text{返信数}) / \text{フォロワー数} \times 100$

※4 関連投稿によって、投稿者のXフォロワー総数がどれくらい増加したか

イ. 投稿推移

Xへの投稿件数推移

- 開催期間及び前後7日間におけるXへの投稿数は合計705件。
- 開催期間を主とした一部期間における投稿数の推移は以下に記すグラフのとおり。



ウ. センチメント状況

Xへの投稿内容におけるセンチメント※推移

- 開催期間及び前後7日間におけるXへの投稿内容のセンチメントについて、ポジティブと判断されたものは200件（投稿件数705に対して約28.3%）、ネガティブと判断されたものは9件（投稿件数705に対して約1.3%）。
- 開催期間を主とした一部期間における投稿内容におけるセンチメントの推移は以下に記すストリームグラフのとおり。



Xへの投稿内容におけるセンチメント推移

Ⅰ. エンゲージメント・ランキング

■ 開催期間及びその前後7日間においてエンゲージメントの高い投稿の上位は以下の通り。

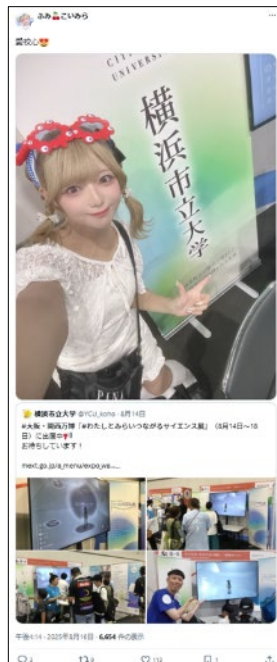
※本項での「エンゲージメント」とは、ユーザーが記事や投稿に対して行った反応やアクションの合計を指し、ユーザーがどれだけ積極的に投稿や記事に関与したかを示す指標になります。(リツイート数 + いいね数 + 引用ツイート数 + 返信数) / フォロワー数 × 100で算出した数値。

<p>ゆうちゃみ 画像をシェアしました</p> <p>8月19日まで大阪・関西万博内の「WASSE」で「わたしとみらい、つながるサイエンス展」が開催してるよ〜👏👏👏 たくさんの研究成果を見たり体験することができるよ🌟🌟🌟是非行ってみてね👏👏 #大阪関西万博 #EXPO2025 #WASSE #文部科学省 #わたしとみらいつながるサイエンス展 #PR pic.x.com/XUpckPHLqk</p> <p>25/08/14の18:22に投稿されました X 日本 twitter.com</p>	<p>一致 わたしとみらい、つながるサイエンス展</p> <p>KPI 2,459 ↕ 180,031 📈 0/10</p> <p>108 リツイート, 6 引用ツイート, 27 Xのリプライ, 2,271 Xのいいね, 47 X ブックマーク, 180,031 Xのフォロワー, 89,925 Xのインプレッション</p>
<p>nyaako 画像をシェアしました</p> <p>EXPOメッセ「WASSE」で行われている「わたしとみらい、つながるサイエンス展」で体験やスタンプラリーやっています バッグ、缶バッジ、シールなどもらえます 万博 #大阪・関西万博 #EXPO2025 19日まで pic.x.com/1RcRVbuYt9</p> <p>25/08/14の13:52に投稿されました X 日本 twitter.com</p>	<p>一致 わたしとみらい、つながるサイエンス展</p> <p>KPI 380 ↕ 492 📈 0/10</p> <p>41 リツイート, 2 引用ツイート, 1 Xのリプライ, 216 Xのいいね, 120 X ブックマーク, 492 Xのフォロワー, 18,134 Xのインプレッション</p>
<p>キノピ男 (kinopio) 画像をシェアしました</p> <p>WASSEで始まる2本柱🌟#EXPO2025 8/14~20●エンタングル・モーメントー [壘子・海・宇宙] ×芸術 8/14~19●わたしとみらい、つながるサイエンス展 8月15日スペシャルトークは満席ですがYouTube Live 配信通知設定できます 📺 youtube.com/live/Tt4Ghqwkq... pic.x.com/8dpqT80EKy</p> <p>2025.8.151 14830 GHOSTAASHELL QUANTUM COMPUTER</p> <p>25/08/13の21:44に投稿されました X 日本 twitter.com</p>	<p>タグ 既読</p> <p>一致 わたしとみらい、つながるサイエンス展</p> <p>KPI 313 ↕ 18,241 📈 0/10</p> <p>68 リツイート, 4 引用ツイート, 1 Xのリプライ, 186 Xのいいね, 54 X ブックマーク, 18,241 Xのフォロワー, 37,537 Xのインプレッション</p> <p>OCR</p>
<p>熊本県大阪事務所 リンクをシェアしました</p> <p>👉お知らせ👈8月16日(土)に開催される「わたしとみらい、つながるサイエンス展」では、熊本県立玉名工業高校がステージ発表を行います! くまモンも登場する予定ですので、この機会にぜひお越しください🌟🌟🌟 #熊本 #くまモン x.com/mextjapan/stat...</p> <p>@mextjapan: / 高校生ビジネスプラン・グランプリ 審査員特別賞受賞🏆【熊本県立玉名工業高等学校】くまモンも登場👏、マグネシウム材料活用についてのプレゼンやクイズ、トークセッションを行います。 #大阪・関西万博 #わたしとみらいつながるサイエンス展 ステージ情報👉 https://t.co/ZFdb88JFhU https://t.co/28t6dfBYDT</p> <p>25/08/13の14:57に投稿されました X 日本 twitter.com</p>	<p>一致 わたしとみらい、つながるサイエンス展</p> <p>KPI 153 ↕ 9,022 📈 0/10</p> <p>20 リツイート, 1 引用ツイート, 130 Xのいいね, 2 X ブックマーク, 9,022 Xのフォロワー, 5,714 Xのインプレッション</p>

<p>株式会社FieldWorks 画像をシェアしました</p>  <p>大阪万博2025に弊社ロボットを展示しています！「わたしとみらい、つながるサイエンス展」長岡技術科学大学大学様ブースにて8/19（火）まで EXPO メッセ「WASSE」にてお待ちしております！ #expo #大阪関西万博 #万博 pic.x.com/qFjgNr92xG</p> <p>25/08/14の13:44に投稿されました X 日本 twitter.com</p>	<p>一致</p> <p>KPI</p> <p>わたしとみらい、つながるサイエンス展</p> <p>🗨️ 150 🔄 766 📌 0/10</p> <p>18 リツイート, 3 引用ツイート, 122 Xのいいね, 7 X ブックマーク, 766 Xのフォロワー, 7,971 Xのインプレッション</p>
<p>ふみこいみら 画像をシェアしました</p>  <p>愛校心 pic.x.com/6tbeek6mwa x.com/ycu_koho/statu... @YCU_koho: #大阪・関西万博「#わたしとみらいつながるサイエンス展」(8月14日～18日)に出展中👏お待ちしております！ https://t.co/411sZoUHRg #横浜国立大学 #YCU #Minds1020Lab #EXPO2025 https://t.co/dX6fdff0D0 https://t.co/Z4nRTX1fy</p> <p>25/08/16の16:14に投稿されました X 日本 twitter.com</p>	<p>一致</p> <p>KPI</p> <p>わたしとみらい、つながるサイエンス展</p> <p>🗨️ 127 🔄 2,005 📌 0/10</p> <p>9 リツイート, 3 Xのリプライ, 115 Xのいいね, 2,005 Xのフォロワー, 6,174 Xのインプレッション</p>
<p>文部科学省 MEXT @mextjapan 画像をシェアしました</p>  <p>【#大阪・関西万博のイベントをお家でも】#わたしとみらいつながるサイエンス展 オンライン配信情報📺本日は東京藝術大学や大阪大学、学生団体EKKYO.HUBなど7つのステージプログラムを開催🎉配信はこちらから👉 youtube.com/live/iRqJsZfje... pic.x.com/V9Ab1Sco4I</p> <p>25/08/16の08:00に投稿されました X 日本 twitter.com</p>	<p>一致</p> <p>KPI</p> <p>わたしとみらい、つながるサイエンス展</p> <p>🗨️ 112 🔄 450,348 📌 0/10</p> <p>5 リツイート, 1 引用ツイート, 13 Xのリプライ, 92 Xのいいね, 1 X ブックマーク, 450,348 Xのフォロワー, 8,992 Xのインプレッション</p>
<p>文部科学省 MEXT @mextjapan 画像をシェアしました</p>  <p>【#大阪・関西万博のイベントをお家でも】#わたしとみらいつながるサイエンス展 オンライン配信情報📺本日はNプロジェクト(京都大学・大阪高等学校)や福井大学、香川大学など7つのステージプログラムを開催🎉配信はこちらから👉 youtube.com/live/RSTYmnb-F... pic.x.com/YdKjvhEQFz</p> <p>25/08/17の08:00に投稿されました X 日本 twitter.com</p>	<p>一致</p> <p>KPI</p> <p>わたしとみらい、つながるサイエンス展</p> <p>🗨️ 105 🔄 450,310 📌 0/10</p> <p>6 リツイート, 1 引用ツイート, 11 Xのリプライ, 85 Xのいいね, 2 X ブックマーク, 450,310 Xのフォロワー, 9,767 Xのインプレッション</p>
<p>文部科学省 MEXT @mextjapan 画像をシェアしました</p>  <p>／#大阪・関西万博で開催中🎉#わたしとみらいつながるサイエンス展、連日多くの方にご来場いただいています👏昨日は#ゆうちゃみさんにも見学いただきました！未来につながる「研究」を体験してみませんか？▼イベントは8月19日（火）まで mext.go.jp/a_menu/expo_wa... pic.x.com/GkdtIA3Uq</p> <p>25/08/15の21:35に投稿されました X 日本 twitter.com</p>	<p>一致</p> <p>KPI</p> <p>わたしとみらい、つながるサイエンス展</p> <p>🗨️ 100 🔄 450,364 📌 0/10</p> <p>8 リツイート, 1 引用ツイート, 9 Xのリプライ, 81 Xのいいね, 1 X ブックマーク, 450,364 Xのフォロワー, 11,751 Xのインプレッション</p>

オ. 実際の投稿

実際の投稿は以下の通り。エンゲージメントの高い順に掲載。



カ. リーチ及びエンゲージメント状況

計測期間中、投稿数の多いインフルエンサー順に、その投稿数、リーチ及びエンゲージメントを以下に一覧化した。

トップインフルエンサー

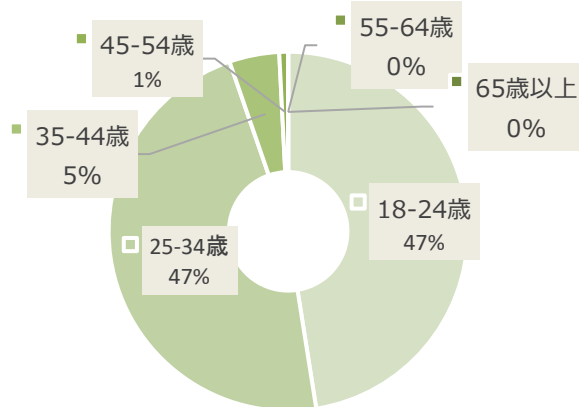
インフルエンサー	投稿 ↓	センチメント	リーチ	結果毎のリーチ	エンゲージメント	結果毎のエンゲージメント
しもしも	16 ▲433.3%		20,464 ▲34.2%	1,279	86	5.375
文部科学省 MEXT @mextjapan	13 ▲7.1%		5,854,464 ▲7.1%	450,343.3846...	856 ▲8.2%	65.846154 ▲16.5%
高橋英真	6 ▲500%		4,906 ▲308.7%	817.666667 ▲1.4%	19 ▲533.3%	3.166667 ▲5.6%
大西 拓斗 神戸大起業部	6		4,179	696.5	59	9.833333
カニマル@EXP02025	5		3,066	613.2	3	0.6
毎日、排気ガスの夢を見ている。拷問です(テクノロジー犯罪)	5		7,116	1,423.2	0	0
とらはな [色んなキャラさんと絡むモン]	4		4,151	1,037.75	165	41.25
BEAST -Society with Art and Science-	4		11,686	2,921.5	11	2.75
ブリヂストン タロウ	4		2,474	618.5	0	0
KEK 高エネルギー加速器研究機構	4		74,238	18,559.5	166	41.5
三重大学生物資源学部	3 ▲200%		1,922 ▲202.7%	640.666667 ▲0.9%	20 ▲300%	6.666667 ▲33.3%
Luna	3		1,698	566	3	1
とこちゃん	3		6,616	2,205.333333	0	0
ゆーみるしー@8/11-12夏休み宿題フェス	3		12,915	4,305	10	3.333333
豆猫堂	3		3,178	1,059.333333	0	0
WOW inc.	2		11,652	5,826	12	6
vivamasako	2		2,136	1,068	1	0.5
新快速東京行き	2		16,477	8,238.5	0	0
KOWLOONsGT	2		2,556	1,278	7	3.5

キ. 投稿者の属性

性別

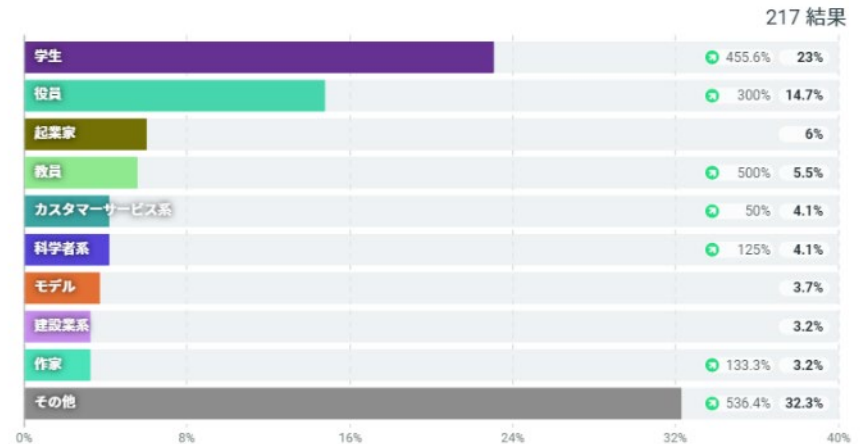


年齢

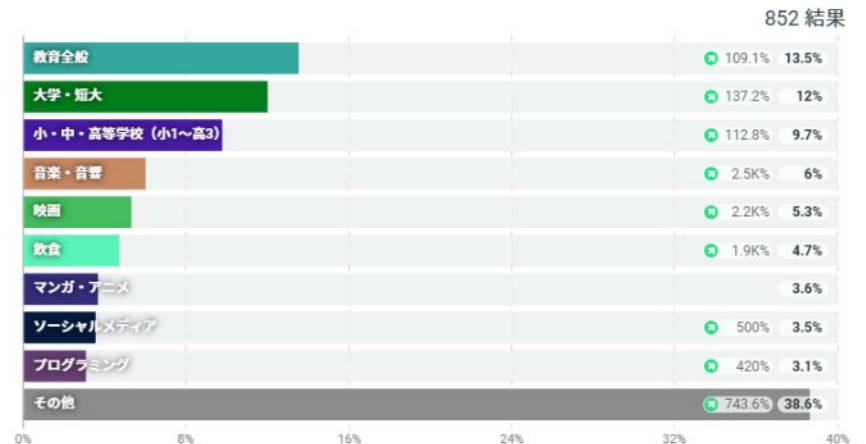


※年代、職業、関心事については、主にプロフィール部分の内容とAPIから提供されるデータから推定。判定には、AI・自然言語処理・テキスト解析を組み合わせて活用。すべての結果に対して属性が検出されるわけではなく、たとえば、企業アカウントの場合性別は特定できず、カテゴリーに反映されない。そのため個別のカテゴリーに対する結果数は、トピックの全体の結果数と異なる場合がある。

トップ職業



トップ関心事





6 考察・運営総括

ア. 来場者向け調査（アンケート回答）より

-基本測定指標-

89%

来場者満足度

「とても満足」または「ある程度満足」と回答した割合

76%

産官学連携への理解

「とてもよく理解できた」または「まあ理解できた」と回答した割合

79%

ステージイベント満足度

「とても満足」または「まあ満足」と回答した割合

75%

科学技術への関心

「とても関心がある」または「ある程度関心がある」と回答した割合

来場者特性と認知経路

- 社会人層（特に一般会社員・パート・専業主婦）が多数
- 偶然の通りがかりや会場内案内が主要な認知経路
- 科学技術や研究、大学への関心も主な来場動機に
- 科学技術関心層が7割以上おり展示内容の専門性受容度は高い

展示会評価のハイライト

- 「展示の見やすさ」「音響・空調」は約73%が「良い」以上と評価
- 「会場の回遊性」は約60%が「良い」以上と評価
- 体験型・参加型イベントへの期待が最も高い
- ステージイベント参加率は低めだが参加者満足度は高い

印象に残った展示と理解度

- 環境保護・資源循環・食の安全関連の展示への関心が高め
- 中高生は環境・自然・農業関連の展示に特に強い関心
- 研究者の仕事の「創造性」や「社会貢献」という側面に強い魅力
- 産官学連携の取組について約76%の来場者が理解を深めた

社会課題意識と行動変化

- 「環境・健康・エネルギー分野に対する関心が高い
- 中高生は「海」「陸」「水」など自然環境保全に高い関心
- 環境配慮や持続可能な生活行動への具体的な意識変化が見られる
- 科学技術が生活や社会課題に密接に関わることへの理解向上

科学技術が日常生活や社会課題に密接に関わることを実感させる多様な体験型展示や、研究者の仕事の魅力と産官学連携の意義を分かりやすく伝える工夫を通じて、来場者の深い理解と関心を喚起。幅広い層への訴求と意識変革促進に大きな意義と効果をもたらすことが出来た。

イ. 出展者向け調査より

-評価スコア抜粋-

92% 23/25機関

総合満足度

「非常に満足」または「満足」と回答した割合

88% 22/25機関

来場者とのコミュニケーションの
充実度

「非常に当てはまる」または「やや当てはまる」と回答した割合

92% 23/25機関

社会課題への関心喚起の効果

「非常に効果的」または「やや効果的」と
回答した割合

88% 22/25機関

SNSや特設サイトでの情報発信の効果

「効果的」または「やや効果的」と回答した割合

主な成果

- 【圧倒的な集客力とリーチ】万博という舞台と文部科学省のブランド力を背景に、自機関単独では接触不可能な規模と多様性を持つ一般市民・若年層へ研究成果を届けられた点を、最大の価値として評価。
- 【質の高い来場者との対話】「研究が社会でどう役立つか」を直接伝える機会は、研究者にとって大きな手応えと新たな気づきをもたらした。来場者からの真摯な問いや応援の声が、研究者のモチベーション向上にも繋がっている。
- 【教育的効果と新たな連携の萌芽】学生説明員の成長実感や、他大学の優れた展示手法・研究テーマからの刺激など、教育および拠点間連携の面でもポジティブな効果が確認された。

主要な課題

- 【運営ロジスティクスの負荷】「搬入・搬出の煩雑さ」や「会場導線の分かりにくさ」は、出展者の満足度を低下させる要因となった。
- 【企画意図と実態の乖離】「スタンプラリー」は集客に貢献した一方、「景品目当て化」による展示理解の阻害や運営負荷の増大といったマイナス面での影響は一部発生した。
- 【「認知」から「協業」への壁】研究成果の認知拡大には成功したが、具体的な「共同研究」や「事業化」といった産学官連携の次のステップに繋げる機能は課題。「新たな協力機会の創出」を実感できていない出展者が4割存在。

出展者にとって、本イベントは単なる研究発表の場に留まらず、万博という大規模な市民接点を通じて研究の社会的意義を再認識し、学生の成長や将来の連携へと繋がる多角的な価値を創出。

弊社においては、出展成功に向けて、広報業務、開催準備及び施工・運営・撤去まで、一連の業務における総括を当初掲げた以下3点の運営コンセプトに基づき考察した。

準備段階からの出展者との連携及び情報共有を密に行い、イベント実施における出展者のモチベーションを高め、展示の質を向上させる

- * 目標である「出展者モチベーションアップ」を満たすため、イベント出展準備においては、出展者への対応に特に配慮し、出展者とのコミュニケーションを密に行った。結果、出展者調査において、TypeA・B出展25者のうち、23者の出展者から、「非常に満足」または「満足」という回答を頂くことができた。
- * 特に、日頃からslack等のコミュニケーションツールを活用し、連絡・確認事項の齟齬を生まないよう配慮したこと、また、各出展者やステージ登壇者等の意向をきめ細かく汲み取るため個別のヒアリングミーティングの機会を設けることで、出展者とのコミュニケーションを充足させた。
- * ヒアリング全体の印象としては、「展示会慣れ」や「出展への熱意」等について、各出展者に差があることが課題として伺えた。これに対応するため、まず運営面では、個々の確認・進行事項にスタッフ担当を振り分け、情報の拡散と集約を一元化することで混乱などが生じないような配慮を行った。
- * また、出展者のモチベーションアップを出展における重要なポイントとして捉え、どの出展者に対しても、コミュニケーションを充足させるべく、差異のない対応を意識した。反省点としては、一部出展者と運営側の間に、やむを得ずレスポンスの遅れが発生したところがあったことがあげられる。提出期限等については、大方の出展者には遵守していただけたものの、一部遅滞が発生するケースもあったことから、全体進行への影響が懸念された。そういったケースでは、出展者とのミーティングの機会であるワーキンググループを通じて、他出展者の動向なども情報共有することや、個別のミーティングの機会を設けるなどして、解決を図った。
- * 出展者からのイレギュラー対応については、なるべく親身に聞き入れ、運営側から万博協会などにも働きかけ、出展者が満足できるよう、多岐にわたり努力した。
- * 出展全体の検討事項などについては、積極的に出展者への情報共有を行い、意見や質問などにも積極的に対応できたと考えている。出展者も含め、関係者が「総力を挙げて創り出した展示会」となったと考えられる。

万博開催を中央省庁（文部科学省）が主催するという事を鑑み、イベント実施・イベント広報において、そのステータスの向上に努めるさらに、万博テーマに寄り添い「ユニバーサル対応」に努める

【広報について】

* 万博というまたとない機会に行うことが出来る展示会として、広報展開においては、広報コンセプトに掲げた「つなぐ・つながる・つなげる」の言葉通りの展開が図れたと考えられる。

* 中高生をコアターゲットに見据えた戦略面においては、彼らの接触機会の多いSNSを核としたデジタルメディアにおける情報拡散を行いながら、会場に少しでも足を向けてもらうためのターゲットに合わせたクリエイティブ構築などが一定の成果を出した。

* イベントアンバサダーの「ゆうちゃみ」さんについては、プレイベントからの続投という事と、コアターゲットである中高生から見た「お姉さんのポジション」ということもあり、広報において大きく貢献された。またご本人が催事意図などをきちんと把握して頂いていたこともあり、オープニングイベントの盛り立て役にもなっていたことから、PRの側面においてもその効果は計り知れない。

* 広報クリエイティブについては、まずベースデザインに相当する「ポスターチラシ」制作において、主催者・広報チーム間で最良のビジュアルを構築するために予定以上に作業時間やミーティングの機会を設けるなどして、かなりこだわりを持った良いビジュアルを完成させることができた。親和性の高いイラストの挿入や、具体的な展示内容にも触れた訴求要素は、認知・行動喚起を行う上で大きく貢献できたと考えられる。

また、配信動画やクリエイティブ制作にあたって、「コアターゲットに刺さる」クリエイティブ展開を行うことが出来、配信実績に貢献できたと言える。リレー動画等の展開は、一部を視聴したターゲットが興味を抱くことで他の動画への視聴につながり、比例的に視聴再生数が伸びたと考えられる。

* 配信実績にも記載しているが、開催期間中の会場内来場者を狙った配信展開（Marketanalyzer）は、想定よりも効果が得られなかった。しかしながら、配信による当初目標のimpression数にはわずかに及ばなかったものの、視聴再生数やLPサイトへの遷移数などは目標を大いに上回る結果となり、確実な効果を得ることが出来たと考察できる。先にも上げているが、クリエイティブの貢献度も高いと推測される。

* 来場者調査結果から、認知経路においては広告認知は全体の約5%、チラシポスターは約2.6%と数値としては高くない。一方、万博会場内での視認性や誘導効果による認知経路が約80%を占めているが、これらは最終的な来場動機を指しており、この80%の中にも広告認知者は多数いることが予測できる。

* メインターゲットとしていた中高生の来場者数は、全体の中での割合は10%程度にとどまった。来場者調査結果の「今後の発信への期待」からは、中高生がイベントに足を運ぶ機会そのものが少ない状況が見て取れる。一方、インスタグラムやStudyplus等での広告は多くのリーチを獲得しており、中高生への接触効果はあったものと考えられる。中高生を対象としたアウトリーチ活動については、イベントのみならずこうした動画配信等の幅広い手法を用いることが今後も重要となるのではないかと。

【会場クリエイティブ・ユニバーサル対応について】

* 展示会場内のクリエイティブについては、「誰が為の展示会か？」を常に念頭に置きデザイン及び造作に終始した。

広報クリエイティブとも連携しながら、ポジティブな心象をそのまま会場の中に持ち込む意図と、もともとプレイベントで構築した基本クリエイティブの要件から逸脱することなくそれらを保持することで、まとまりある造作デザインとしてパッケージ化出来た。

また、各出展者ブースの造作デザインについても同様に、規則性の高い、分かり易い、見やすい基本デザインを施すことで、各出展者がどのようなものを展示しても1つの展示会・4つのゾーンを理解しやすいバックアップとして十分機能させられた。

全体装飾・造作デザイン自体が展示会そのもののステータスアップにも大きく貢献できたと考察できる。

* 万博協会からの「ユニバーサル対応」については、各所にそれらの便宜を図り、「だれでも楽しめる万博」の開催に貢献できたと考えられる。外国語対応については、会期中の外国人来場者が思いのほか少なく（英語版ハンドアウトの配布数約300部／6,000部作成）万全の準備をしてきた中、少し残念な結果ではあった。QR表示等による展示内容の案内については、ブースごとに分かり易い配置などを行うなどの対応を行った。一部出展者においては場内イベントのスタンブラーとも連携させたので、健常者も含め閲覧の可能性は高かったと推測される。会期中複数人の車いす来場者の姿を確認したが、導線確保とスタッフ・出展者の対応等で、不足なく展示を楽しんでいただけたと考えられる。

イベント実施においては、搬入出から実施期間までを含め、「安全第一」を最優先にスマートできめ細やかな実施・運営を心掛け、**出展者・来場者様双方へ「感動の提供」を行う**

【搬入・搬出等について】

* ロジスティクスにおける最大の課題として、万博会場内の物品納入において、宅配業者などによる「期日指定」での配送が出来ない状況があった。万博協会会場担当セクションとも協議した結果、中継として万博協会指定業者（物流）の力を借りることで課題を克服した。概要としては、各出展者の搬入出において、個別の宅配業者から一旦指定業者の日通倉庫（会場近隣）に搬入物を期日までに配送してもらい、まとめて指定日時に日通倉庫より荷受けし、各出展者に配荷するスタイルを取った。荷出し（搬出）においても同様のスタイルで行った。日通倉庫との交渉・調整に時間を要した為、一部の出展者からは不安の声もあったが、最終的には、各所からの荷受け、荷出しを問題なく完了させることができた。

* AD証発行・車両申請、各申請については、万博協会の定めた申請方法等が少し複雑だったため、事務局で各出展者の希望や申請を取りまとめ、協会へ申請を行った。申請の際はミスの無いよう慎重に確認等の作業を行い、また事前のヒアリングにおいても、当該事情を踏まえた確認を行った。最終的には、申請、発行されたAD証等の受け渡し等も、事前のスタッフのピックアップ作業によって出展者へ送付することができ、大きな問題なく進行することができた。一方で、とりまとめ後の追加変更や、提出期限の遅滞等が発生したことから、事務局スタッフの負担が大きくなったこと、手続きの複雑さややり取りの手間が、出展者から不安の声となって現れたことは反省点として挙げられる。

* 搬入出計画の策定にあたっては、多くの条件があり、各所と極めて複雑な調整が必要となった。展示会場内の車両搬入等を希望する出展者が多かった一方、万博会場内には通行規制（早朝6時から10時までの乗り入れ禁止などのルール）があった。搬入日初日について、出展者の施工時間を確保するためには、本来の利用開始時刻である午前9時からの全体作業では到底間に合わないことが想定されたため、早々の判断として、当日午前0時からの深夜作業に踏み切ることとなった。そこに搬入による個別対応（名古屋大学）等も発生した為、事前に出展者の名古屋大学とは、搬入経路や搬入時間割の共有など綿密に打ち合わせを重ねた。結果として、大方予定した搬入出計画通りの進行が行えたこと、特に安全面に配慮して計画を推し進めたことで、出展準備・撤収作業を無事に終えることが出来た。これは、運営側スタッフの尽力だけではなく、出展者側の甚大なる協力があったこそのもであり、事故なく搬入搬出を行えたことについて、関係者に感謝を示したい。

【緊急時対応について】

* 会期中、連日の猛暑にもかかわらず、お盆休みのタイミングも手伝って約100万人が万博会場を訪れた。各パビリオンにおいて長蛇の列が見受けられ、WASSE会場も例外ではなく、多くの来場者に恵まれる結果となった。本イベントの来場人数については、当初の見込み（5万4千人）を大きく上回り7万人を超える結果となった。運営側では、早めに場内滞留人数の状況及び来場者の場内の流動状況を見極め、当初試算の「警戒ライン600人、規制ライン700人」を「警戒ライン700人、規制ライン800人」に修正した。特に来場人数の多い午後12時～4時にかけては、規制ラインを900人まで引き上げる対応を、随時状況を見ながら行った。これらは、規制をかけた際、場外に待機列が発生してしまうことから、待機時間をなるべく短縮し会場外より気温が低い会場内に人を引き込むことが、天候条件を考慮した熱中症対策としても、来場者への配慮としても最適であると判断したからである。但し、やみくもに来場者を会場内に引き込むと人流が滞ることも有り、場内スタッフと場外スタッフが連携しながらそれらを推し進めた。結果的には、会場内外における救急対応は会期中で全9件に留めることが出来た。また、救急対応の際は、事前のスタッフ説明やマニュアル化の徹底等によって、万博協会とも連携し問題無く体調不良者に対応することが出来た。

【ステージプログラムについて】

* 会期中のステージプログラムについては、2ステージ制を設けることで、登壇内容によって見せ方を変えていく狙いがあったが、結果的にプレゼンテーションをメインに行った「みらいステージ」でのステージメニューが中心に展開していく流れとなった。それでも、連日「つながるステージ」で展開した、東京藝術大学の「参加型音楽イベント」は毎回好評を博していた。また、客席などを稼働可能にすることで、会場内の人流と、細かいステージ演出にも対応させる計画があったが、万博協会側の消防センターの規制により、固定席の設置に変更せざるを得なかった。時間帯等によって若干客席の埋まり具合などに差は生じたが、場内モニター等での同時中継も行ったため、ステージ客席ではなくモニターの方を熱心に見ていた来場者の姿も見受けられた。オープニング及びクロージングイベントは展示会全体にメリハリをつけ、来場者（はもとより、出展者のモチベーションアップにもつなげられたのではないかと考えられる。全体の流れの反省点としては、想定よりもステージプログラム実施希望者が多かったこともあり、ステージ間の分数が少なくせわしない印象となり、ステージ運営チームの負荷ともなってしまったことがあげられる。そういった中でも、ステージ進行において大きなミスや事故なども無く、無事に全ステージを終えることができたのは、事前の準備も含め周到に運営にあたったスタッフや、MCの貢献度が高かったと考えている。

【場内イベントについて】

* 会期中の場内イベントについては、それぞれのイベントが大きな問題なく進行できたことに安堵している。

事前からワーキンググループなどで検討していたゾーンごとのイベントについては、結果的には「自分とつながる」ゾーンのみがパネル掲載を行ったけにとどまったのは、少し残念な結果であった。代わりに運営側で構築した「スタンブラリー」については、「来場者と出展者とのコミュニケーションの拡充」を狙いとして行った。出展者の負荷を増大させることを避けて、来場者にスタンプを押してもらう形を取った結果、出展者の賛否が分かれるところとなり、様々な意見をいただいた。

スタンブラリーの景品「スタッフTシャツ」「ゾーン別バッジ」は好評を博し、1日あたり40枚程度用意していたTシャツは開始早々午前中にはすべて配り切ってしまう、信州大学より提供いただいた「Sweetポトル」引き換えチケットも同様に午前中に配り切る結果となった。好評であることは嬉しい反面、景品目当てで展示を見ずにスタンプ押印のみでコミュニケーションに駆け込む来場者が後を絶たなかったり、展示を見てスタンプを集めたにもかかわらず景品をお渡しできなかった来場者から不満の声もいただくなど、反省も残る結果となった。のちの調査で、万博公式キャラクター「ミャクミャク」の人気の高まりと、公式グッズのなかでも「非売品」への注目度が高かったことが要因と考えられる。

運営側では、最終日に予備で保管していたスタッフ用のTシャツを急遽50着程度調達し、イレギュラー的に時間限定で景品交換に充てる対応を行った。

スタンブラリー参加者(景品配布者)は総じて2800名を超え、準備した景品は全て来場者の手に渡る結果となった。

* 場内イベントで実施した「吹き出しコーナー」「みんなの思う理想のみらい」は前回のプレイベントでも実施したものの、場内2カ所にミニコーナーを設置したところ、特に家族連れの子供や子どもを中心に絶えず参加者の姿が見られた。また、来場者が書き連ねた吹き出しカードを張り詰めたボードを出口付近に掲示したが、それを熱心に見る来場者も多く、気持ちの良い余韻を残すための「エピソード」ゾーンの目的を果たす役割を大きく担っていた。

また、来場者のアンケート回答促進については、場内ハンドアウトに「アンケート回答協力をお願い」等の記載とQRコードの掲載を行ったほか、場内モニターにおいても協力を訴えた。また、出口付近のコミュニケーションブースにおいても回答促進を行った結果、当初目標としていた2000サンプルの回収(実質サンプル数は2459)を無事に行う事が出来た。

2000サンプルの回収を目標にそれに合わせて作成したオリジナルエコバックを謝礼品として提供したが、会期中にすべて回答者へ配布することが出来た。

* 会期中行われた、体験ツアー「わたしとみらい、つながるサイエンス展展示体験ツアー」は、事前のLPサイトでの募集では早々に予約が埋まり、当日も予定通りツアーを実施した。延べでは70名近い来場者がツアーに参加し、10代や10代未満の参加者も20名程度参加していただくことができた。熱心に展覧者の説明を聞く姿や、ブースでの体験や、「つながるステージ」のワークショップでの体験を楽しみながら行っている姿が印象的であった。

【シンボル展示について】

* シンボル展示は「エピソード」ゾーンのメイン展示だったが、空調の影響もありぶら下がった色とりどりのバルーンがゆらゆらと動き、とても印象的なゾーニングに仕立てられていた。また、笑顔でそこを通過する来場者多かつたように見受けられた。会期当初「触れる」を体現するために幼児の身長に合わせた高さでバルーンを設置していたが、バルーンを「たたく」「蹴る」等の少し危険な行為が見受けられたため、安全性を確保するため、天井からの吊位置を若干上部へ調整した。

「映え」を意識した造作を行ったこともあり、狙い通りバルーンの前で写真を撮ったり、気に入ったメッセージの写真撮ったりする来場者の姿が多く見られたことで、十分な機能を果たせたと推察できる。

【展示会全体について】

* 展示を見たり体験したりすることを通して、自分自身や日本の未来をポジティブに予感してもらえるきっかけづくりとして、この展示会そのものが果たした役割は大きかったのではないかと考えられる。

10代の若い世代を中心に、彼らが理解できる範囲での演出・訴求を、各出展者が行っていただけで、展示を見た誰に対しても分かり易く、「科学」という傘の下で行われている様々な産学官連携の試みを明確に伝えることが出来たのではないかと考えられる。

また、「わたしとみらい、つながるサイエンス展」は、「共創の場の形成支援プログラム(COI-NEXT)」などで掲げられたビジョンが実現した未来社会の姿を映し出した展示会であり、万博のコンセプトである「いのち輝く未来社会のデザイン」によくマッチした展示会だったのではないとも考察できる。

今回のようなスタンス・コンセプトで、未来を担う若者たちに向けて産学官連携施策の成果や活動を発信して行くことは極めて重要な事であり、現在の日本の社会課題を見つめ将来の課題解決を進める意味でも、大いにPRしていくべきだと考えられる。

(記：総括運営担当)

■ 会社概要

会社名	株式会社スコープ
代表者	代表取締役社長 横山 繁（最高執行責任者）
本社所在地	東京都千代田区富士見2丁目10番2号 飯田橋グラン・ブルーム 28階
連絡先	03（3556）7610 [代表]
設立	平成元年4月1日
資本金	3,500万円
決算期	3月
社員数	290名（2025年4月1日現在）

SCOPE



事業内容：SP広告を中心とした総合広告業務

- 広告宣伝、販売促進に関する調査
- 企画立案並びに制作、販売、管理業務
- 展示会、見本市等、各種催事の企画、立案、実施
- インターネットマーケティングの総合コンサルティング
- 及びこれに付随するソフトウェアの企画、制作
- その他広告宣伝に関する付帯業務一切
- 特定建設業の許可（東京都知事許可（特25）第131293号）
- （一社）日本広告業協会会員
- （一社）日本プロモーション・マーケティング協会会員
- （公社）日本マーケティング協会（JMA）会員
- （一社）キャラクターブランド・ライセンス協会会員
- （公社）日本パブリックリレーションズ協会会員

FSC® 認証



責任ある森林管理
のマーク

認証取得

取得日 2020年4月24日
 認証範囲 株式会社スコープ
 認証番号 SA-COC-007723
 ライセンス番号 FSC-C156737

情報管理規程



認証取得

- プライバシーマーク（10830056）認証取得
- 情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）
標準規格JIS Q 27001:2014（ISO/IEC 27001:2013）
認証取得

情報セキュリティに関して

「ISO/IEC27001」「JISQ27001」及び「プライバシーマーク（PMS）」を取得しております。その基準に則り高いレベルでのセキュリティ管理で事務局運営を行うことで情報に関わる事故を未然に防ぎ、万が一不測の事態が起こっても早急且つ的確に対処致します。

情報の取り扱い管理

ログイン時のID・パスワード管理（90日に一度更新）、暗号化ファイルでのデータ授受、アクセス権管理、バックアップ管理、システムログ管理、ウィルス対策・ファイヤーウォールによる不正アクセス対策、ウェブサイトのアクセス制限、使用后メディアのシュレッダー廃棄処理

従業員・オフィスエリアの管理

秘密保持契約の締結、情報セキュリティに関する教育の実施、セキュリティエリアの施錠、入退室管理（ICカード）、資料の持出・持込管理

