

「2025年日本国際博覧会」における出展及び運営等を通じた訴求効果
及び産学官連携施策の展開手法等に関する調査分析業務

「わたしとみらい、つながるサイエンス展」出展報告書
サマリー版

2025年10月

本報告書は、文部科学省 のR7年度産学官連携支援事業委託事業による委託業務として、株式会社スコープが実施した令和7年度「2025年日本国際博覧会」における出展及び運営等を通じた訴求効果及び産学連携施策の展開手法等に関する調査分析業務」の成果を取りまとめたものです。

Abstract

本報告書は、文部科学省の委託を受け株式会社スコープが実施した「わたしとみらい、つながるサイエンス展」（2025年8月14日-19日、EXPOメッセWASSE北側会場）の出展・運営に関する調査分析成果をまとめたものである。本イベントは、大学等を中心とした産学官連携施策を通じた成果や活動を国内外に広く発信するとともに、体験型コンテンツの展示等を通じて来場者が“未来のありたい社会”を想像し、中高生を中心とした未来を担う国内外の若者たちが共に社会課題を自分事として捉える機会を提供することを目的とした。来場者への訴求手段として、「つながる（自分・周囲・社会・地球）」というコンセプトを軸にゾーンを設定し、出口には2月に東京で開催したプレイベントで収集した来場者による「理想のみらい」を記したバルーンを展示することで、来場者の理解促進と行動喚起を目指した。各ゾーンの中心となる大規模な展示（TypeA）に4拠点、中規模の展示（TypeB）に21拠点が体験型展示を展開したほか、13拠点の研究内容についてクイズなどを交え紹介するビジュアル展示（TypeC）や、高校生や学生団体も参加するステージプログラムを実施した。また、来場促進策として、スタンプラリーや展示体験ツアーを企画した。

広報はポスター・チラシとSNS広告（YouTube、Instagram、Studyplus等）を組合せ、事前告知と会期中の誘導を実施。運営面では、プレイベントの効果を検証しつつ、出展者との定例WG、ゾーン別ミーティング等により密にコミュニケーションを取ることで、出展者のモチベーションを高め展示の質を向上させると共に、安全かつ円滑な催事進行を図った。また、万博協会のガイドラインに従って、多言語対応及びユニバーサル対応を実施した。

本調査業務のKPIとして、5月時点の来場者数等の情報（2025年日本国債博覧会協会発表）を参考に、本イベントへの総来場者数54,000人、来場者アンケートサンプル回収数2,000件、広報における広告動画視聴回数6,020,000回等を設定した。会期中来場者数は6日間合計で70,455名を計上した。来場者アンケートサンプル数は2,459を回収した。ハンドアウト（日本語）は会期中合計50,000部配布。SNS・デジタル面では広告動画視聴合計7,167,395回、ウェブサイト遷移は61,655クリックを記録した。スタンプラリー参加者は2,837名。これらの結果は、広報施策と来場促進策、オンサイトの体験設計が相互に機能した成果と考えられる。

来場者アンケートでは、全体満足度89%、産学官連携への理解度76%、ステージイベント満足度79%等を記録した。未来を担う若者を主な訴求対象と設定したことにより、各出展者が対象に合わせた体験型展示を準備し積極的に来場者との対話を行ったことで、産学官連携活動の魅力を誰にでも分かり易く提供することができ、結果として幅広い世代を対象に科学技術及び研究者への理解と関心が高まったことが伺える。アンケートに寄せられた意見を踏まえても、現在の日本の社会課題を見つめ、将来へ向けた課題解決を進める当イベントのようなコンセプトの重要性は明らかであり、今後も同様にPRしていくべきであると考えられる結果となった。

サマリー版 INDEX

P. 3	1 .	目的と概要
P. 1 1	2 .	運営準備
P. 1 6	3 - 1 .	実施
P. 3 6	3 - 2 .	運営
P. 4 2	4 .	広報・PR
P. 6 1	5 .	実施結果及び調査報告
P. 7 4	6 .	考察・運営総括

1. 目的と概要

(1) 業務の目的

ア. 目的

2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の考え方

様々な国・国際機関・企業・団体等が共創して事業を企画し、テーマが実現された未来社会の姿を会場内に作り出すことを目指している。

令和7年（2025年）は、SDGsの達成目標年である令和12年（2030年）の5年前であり、SDGs達成に向けたこれまでの取組の進捗状況を確認し、その達成に向けた取組を加速させるとともに、令和12年より先（+beyond）に向けた目標が示されることも期待される年でもある。

目的

大阪・関西万博という機会を活かし、産学官連携施策を通じた成果や活動を国内外に広く発信するとともに、体験型コンテンツの展示等を通じて来場者が“未来のありたい社会”を想像し、中高生を中心とした未来を担う国内外の若者たちが共に社会課題を自分事として捉える機会を提供。

出展の方向性

「共創の場」が創る“未来のありたい社会”

来場者が能動的・主体的に未来の創り手として物事を考え、行動に踏み出すことができるような機会を提供する。

【ポイント】

- ① 産学官連携施策採択拠点の活動（研究）成果の発信
- ② 未来のありたい社会像につながる体験型コンテンツの提供
- ③ プレイイベント実施の効果検証を踏襲
- ④ ユニバーサル対応及び多言語対応により世界へ発信

訴求のための仕組み ※

出展者を各コンセプトに沿って4つにグループ分け、理解促進を目指す。

自分とつながる

周囲とつながる

社会とつながる

地球とつながる

イ. コンセプトワードとメッセージ ※

CONCEPT WORD コンセプトワード

あなたは、未来をつくれる人

MESSAGE メッセージ 「つながって未来を創ろう」

自分とつながる、ひととつながる、まちとつながる、地球とつながる。

「サイエンス」は、何かとつながって、未来をつくるための一歩。

サイエンスをもっと、身近な道具として使えば、自分のなかに芽生えた「知りたい」という気持ちや「分からない」という疑問を大切に、いろいろなテーマについて考えることができます。

地域に困っている人がいたら、みんなで力を合わせて、まだ答えのない問題に立ち向かい、地球の未来を人まかせにせず、自分のこととして、解決への一歩を踏み出していく。

サイエンスをきっかけに、はじまる夢中。広がっていく、みんなの夢。

何とだってつながれるし、誰がやったっていい。

あなたは、どんな未来をつくりたいですか？

1. 目的と概要

(1) 業務の目的

ウ. イベントの主要要素の検討

企画名、メッセージ等

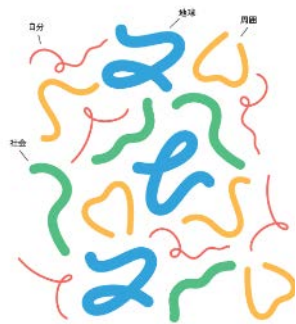
2025年2月実施のプレイベントでの成果を踏まえ、中高生をメインターゲットとしつつ、プレイベントでの広報効果を最大限に利用することを前提に、継続して活用・展開。

ゾーンの設定

プレイベントの結果を踏まえ、来場者への訴求手段としてゾーンコンセプトの重要性を再認識。2024年度企画段階の『**来場者が自分自身と向き合い自らを知る「自分とつながる」**』ところからスタートし、「**周囲とつながる重要性**」、「**社会とつながる重要性**」を感じながら、視座を高めていき最終的には「**地球ともつながっている自分自身**」を知ることを通して、**機能的・主体的に未来の創り手として物事を考え、行動に踏み出す機会を提供できるような会場構成を目指す。**』を主眼に、4つのゾーン設定を活用。会場造作の他、広報プランにも取り込むこととした。

メインビジュアル

プレイベントの結果及び広報効果を活用するために、4つのつながる（自分、周囲、社会、地球）の構成を残しつつ、中高生への訴求効果を高める手段を検討した。



・デザインの想いやポイント

4色の太さの違う線の有機的な動きを表現しました。「地球」「社会」「周囲」「自分」のテーマに沿って配色を決め、線の太さで異なる物理的なスケール感も演出。線は流れるようなさまざまな動きを想像でき、たくさんの人の想像力を膨らませるビジュアルにしています。

・展示との親和性

会場は決まった動線はないものの、奥行きのある空間に動きを与え、めくりながら様々なものや出来事に出逢うきっかけを誘発していきます。各拠点表現が様々な展示ブースをキービジュアルに含まれる色やカタチが床や壁、会場全体に展開されることで、一体感のある会場を目指すことができます。動きを利用したサイン展開も検討しており、会場全体を通して親和性の高い会場設計が可能です。

ゾーンカラー

ゾーンコンセプトに合わせてゾーンカラーを設定、統一感を演出。また、色覚障がいの方の見え方も検証、専門家の意見もいただきながらユニバーサル対応用にデザインに利用した。プレイベントの実施結果を踏まえ、広報効果を最大限に利用することを前提に、継続して活用・展開。

ゾーン	カラー	想起されるワード	RGB指定	色覚異常の場合の見え方	
				P型	D型
自分とつながる	赤系	赤計 # 血潮 # 心	R 235 G 97 B 83		
周囲とつながる	黄色	黄色 # 楽しさ # わくわく感	R 250 G 192 B 61		
社会とつながる	緑系	緑系 # 平和 # 安心	R 86 G 184 B 121		
地球とつながる	青系	青系 # 環境 # 水	R 56 G 161 B 219		

エ. 実施運営コンセプト

出展成功に向けて、下記の実施運営コンセプトのもと、広報業務、開催準備及び施工・運営・撤去まで、一連の業務を全うした。

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

万博開催において中央省庁（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

イベント実施においては、搬入出から実施期間まで含め、「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

ア. 出展概要

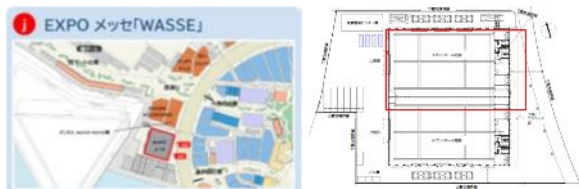
イベント名称: わたしとみらい、つながるサイエンス展

開催期間: 2025年8月14日(木)～8月19日(火) 6日間
10:00～19:30(最終日のみ18:00まで)

※設営日 12日(火) 00:00～21:00
13日(水) 09:00～21:00

※撤去日 20日(水) 09:00～21:00

開催会場: EXPO メッセ「WASSE」
大阪府大阪市此花区 夢洲地区 大阪・関西万博会場内



開催趣旨: 「つながる」をテーマに、「自分とつながる」「周囲とつながる」「社会とつながる」「地球とつながる」の4つのゾーンに、来場者の五感に訴えかけるような体験型展示を展開し、来場者が能動的・主体的に未来の創り手として物事を考え、行動に踏み出す機会を提供した。来場者のメインターゲットは中高生などの若者、サブターゲットは国内外の企業・団体とし、産学官連携拠点等における、科学技術を活用した、社会課題を解決するための研究成果を発信。

主催者: 文部科学省

出展者: 38拠点(TypeA:4拠点、TypeB:21拠点、TypeC:13拠点)

入場料: 入場無料(万博入場料は別途)

拠点展示: (TypeA、TypeB)開催趣旨、各ゾーンコンセプトに応じた展示、ワークショップ、参加型コンテンツ

ビジュアル展示: (TypeC)「サイエンスで〇〇なみらいへ」をテーマに様々な研究プロジェクトで活躍する研究者の目指す未来や研究内容をクイズなども交えながら、モニター動画によるビジュアル展示

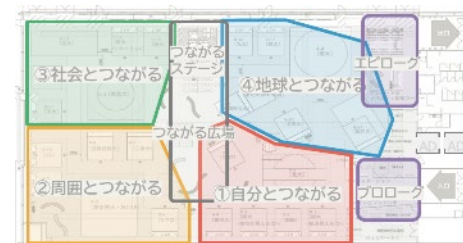
主催者展示: 「つながるみらい」バルーンゲート
“わたし”“みらい”“つながる”“サイエンス”をテーマとしたシンボル企画展示

ステージプログラム: 展示参加拠点や学生団体などによるトークセッション、ワークショップなど
*「みらいステージ」プレゼンテーションメイン展開
*「つながるステージ」ワークショップなど参加型メイン展開

場内イベント
*来場者参加企画「わたしとみらい、つながるスタンプラリー」
*来場者参加企画「みんなの思う理想のみらい」コーナー
*展示体験ツアー
*来場者アンケート実施



レイアウト図、ゾーンレイアウト図



1. 目的と概要

(2) 出展概要

イ. ゾーンメッセージとアイコンの設定

ゾーンメッセージの役割

4つのゾーンそれぞれのテーマの趣旨を端的に示しながら、中高生の興味を喚起し、各展示へ誘導すること。

ゾーンメッセージの方針

- 造作物へ利用するにあたり留意する点：
- ① 中高生にとって親しみやすい文体
 - ② 回遊時にも読みきれぬ長さ
 - ③ 集約いただいたご意見を加味し検討

掲載箇所に関する検討

会場展示用においては、入口から出口までの来場者導線を意識してメッセージにつながりを持たせ、読む順番を文頭表現。（「ほら」→「もっと」→「さあ」）

一方、開催前告知として掲載するにあたっては、閲覧者がポイントでアクセスした場合を想定し、科学技術で課題解決に挑むコンテンツであることが伝わるよう、言葉を調整。

(ア) ゾーンメッセージ（会場展示用）

<p>自分とつながる</p> <p>未来をつくるには、 まず自分のカラダとココロの 不思議を知ることから。</p>	<p>周囲とつながる</p> <p>ほら、分かち合えるってワクワク。 通じ合えるってドキドキ。 ひとつの出会いから、世界が広がる。</p>
<p>社会とつながる</p> <p>もっと大きな視野で、社会が抱える 未解決の課題に向き合おう。 ヒントは、身近な暮らしの中に。</p>	<p>地球とつながる</p> <p>さあ、ちょっと先の地球をイメージしよう。 何を守り、何を生み出すのか。 未来のカケラは、あなたの中に。</p>

(イ) ゾーンメッセージ（開催前告知用）

<p>自分とつながる</p> <p>カラダとココロ、その自然な営み。 科学の力で見えてくる、 自分という過去・現在・未来。</p>	<p>周囲とつながる</p> <p>分かち合えるってワクワク。 通じ合えるってドキドキ。 ひとつの出会いから、世界が広がる。</p>
<p>社会とつながる</p> <p>社会の「困った」を解くカギは、 身近な生活の中にある。 すべては、ひとりの小さな一歩から。</p>	<p>地球とつながる</p> <p>地球へのやさしさと、暮らしの豊かさ。 どっちもあきらめないのが、 サイエンス。</p>

(ウ) ゾーンアイコン

「つながる」をテーマに、4つのゾーンコンセプトをアイコン化。メインビジュアルで利用している線を加える形で会場コンセプトと親和性のあるものを用意。会場造作物に表示することで、来場者が即座に自身の在するゾーンを理解できるようにするほか、事前の広報物においても利用することで一貫したメッセージ性を持たせた。



自分とつながる



周囲とつながる



社会とつながる



地球とつながる

ア. TypeA展示 オリジナルブース (スペース渡し)

ブースNo	出展者名	展示タイトル
A-1	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>
A-2	東京藝術大学・国立アートリサーチセンター	文化的処方体験しよう！Hello Future! 100年ミュージアム
A-3	東北大学<Vision to Connect拠点>	Eye Contact -未来の診療所-
A-4	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

イ. TypeB展示 パッケージブース (スペース渡し)

ブースNo	出展者名	展示タイトル
B-1	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
B-2	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 ～
B-3	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
B-4	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 -
B-5	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
B-6	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
B-7	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？」
B-8	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-
B-9	慶應義塾大学	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～
B-10	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！
B-11	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
B-12	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-
B-13	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
B-14	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
B-15	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-
B-16	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～
B-17	琉球大学	未来の食生産を創造するBlue & Green Revolution
B-18	秋田県立大学	日本の「森」と「木」を知る
B-19	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-
B-20	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？～
B-21	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. TypeC展示 共通フォーマットによる動画コンテンツ展示

- 展示形態：動画コンテンツ（各出展者1分～2分程度の動画）（1ロール約30分）
- 展示場所：会場内に設置された5台（+ステージ）のモニター（55inch）を使用して放映
- 展示内容：来場者参加のクイズ形式



出展者名	テーマ
愛媛大学 イノベーション創出院南予水産研究センター	おいしい魚を食べ続けられる未来へ
大阪大学 大学院工学研究	多様な生物と共生できるプラゴミゼロの未来へ
京都大学 ゼロカーボンバイオ産業創出による資源循環共創拠点	地球温暖化を食い止めるゼロカーボンな未来へ
九州大学 プラズマナノ界面工学センター	世界の食糧需要に応える農業の未来へ
慶應義塾大学 医学部百寿総合研究センター	100歳になっても自立できる未来へ
慶應義塾大学 再生医療リサーチセンター	再生医療がもっと身近な未来へ
東京大学 先端科学技術研究センター	この先の気候変動に対応できる未来へ
公益財団法人 地球環境産業技術研究機（東京農工大学参画機関）	石油に頼らないものづくりが当たり前の未来へ
東京農工大学 カーボンネガティブの限界に挑戦する炭素耕作拠点	日本の豊かな森がずっと続く未来へ
筑波大学 筑波大学体育系	数年先の要介護リスクを誰もが予測できる未来へ
三重大学 大学院生物資源学研究所	過疎・高齢化の中山間地域からスマートな農業の未来へ
山口大学 細胞デザイン医科学研究所（RiCeD）	「がん」は怖くない病気になっている未来へ
【その他】日本学術振興会 J-PEAKS	世界に誇れる、研究大学の山脈へ J-PEAKSの紹介

エ. ステージ登壇団体

- ・文部科学省経由で、学生団体等を対象に声掛け・やりとりを行い、以下のとおり出展事業者を決定。
- ・このほか、TypeA・B出展者から希望者がステージプログラムを実施。

団体名	タイトル
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！
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～
EKKYO.HUB	MoyaQuest - わたしと未来をつなぐ“問い”のラボ
熊本県立玉名工業高等学校	熊本から世界へ 工業女子が伝える 新材料の魅力
明石工業専門高等学校 あるこうの会	「あるくモバ充」×「あかときいろのかなづちセーバー」
学生団体BEAST	「そうだったのか！」展

イ. 来場者目標 (KGI)

万博協会発表数値等から、5月土日祝日の来場者数を参照数値としたが、催事毎平均値とされているため、催事内容での差分範囲を、9,400±20%として検討。フード系の催事（試飲試食有り）に対しては、1日あたり来場者12,000人を超えた実績があるという情報も加味し、1日来場者平均7,520人～11,280人の範囲内で、本催事内容から目標値を9,000人と再設定した。

総来場者数目標=@9,000人×6日=54,000人

本催事における滞留可能人数上限は、有用面積を通常イベント開催時の2倍で算出した場合、604人となった（面積数値及びブースなどの向こう面積率は一律で算出）。従って、その範囲までの来場滞留人数に達した場合は、安全面などを考慮し、入場規制などを図ることとした。

●警戒ライン=館内滞留数600人を超えた時点で導線上の来場者往来へのスタッフ注意喚起。館外入り口付近における入場規制準備

●規制ライン=館内滞留数700人に達した時点で、入場規制を開始（規制の方法については別途実施マニュアル上で策定）し、館内滞留数を600人以下で保持する

*入退場及び滞留数については、会場設備とは別に出入口にAIカメラを設置、随時本部で確認できる体制を保持する。

*館内最大滞留数試算

	H (mm)	W (mm)	数量	無効面積率	面積 (㎡)
施設内面積（非常導線除く）	54,000	34,000	1		1,836,000,000
TypeA	8,000	8,000	3	0.60	115,200,000
	9,000	6,200	1	0.60	33,480,000
TypeB	3,670	4,370	21	0.60	202,077,540
	5,000	7,000	2	0.60	42,000,000
ステージ	4,380	4,800	1		21,024,000
	3,600	3,600	1		12,960,000
バックヤード	9,300	9,300	1		86,490,000
	9,300	9,300	1		86,490,000
アンケートコーナー他	7,200	7,200	1		51,840,000
無効面積（計）					651,561,540
有用面積（施設内面積-無効面積）					1,184,438,460
1名当たりの有用面積	1,400	1,400	滞留可能人数（人）		604
（※通常1㎡×約2倍で試算）					600 警戒ライン
					700 規制ライン

ウ. 来場者アンケートサンプル回収目標 (KPI)

* 目標総来場者数54,000人に対して、大よそ3～4%の回収率

= 2,000サンプルの回収を目標数値とする。

2000サンプル中「18歳未満」のアンケート回収目標 = 250～350サンプル（人口比率に準ずる・18歳未満/約15%）

※アンケート内容については、5分～10分程度で回答できる範囲の設問数とし、更に自由回答欄等を増やすと回答態度が悪化する懸念もあるので、設問内容は選択式をふんだんに取り入れ、複雑な設問設計は避ける必要がある。（個人情報回収はNG）

エ. 各広報施策目標 (KPI)

WEBメディアを活用した、より多くの人と接触できる「展示会」誘導の広報施策を展開。近畿圏を中心としたエリアに於ける若年層ターゲットへの展開を図る共に、他年齢層、他地域も含めた配信展開を図る。また、万博会場内での誘導も視野に期間中の配信展開も図る。「展示会」認知を優先しながらも、LPサイトへの誘導も漏らさず図れるプランを推進する。

動画視聴重視:認知拡大						
		媒体	ターゲティング	想定Imp	想定click	想定視聴回数
事前告知	動画視聴	YouTube	※別シート参照	3,600,000	-	500,000
		Instagram	近畿圏の13歳から19歳	2,400,000	-	660,000
		studypius	近畿圏の中学生・高校生	1,200,000		900,000
	Webサイト遷移	Instagram (thread)	近畿圏の13歳から19歳	2,400,000	24,000	
				9,600,000	24,000	2,060,000
期間中告知	動画視聴	Marketanalyzer	万博会場内	2,720,000		1,900,000
	Webサイト遷移	Marketanalyzer	万博会場内	1,360,000	16,320	
				4,080,000	16,320	3,960,000
合計				13,680,000	40,320	6,020,000

オ. KPI達成状況

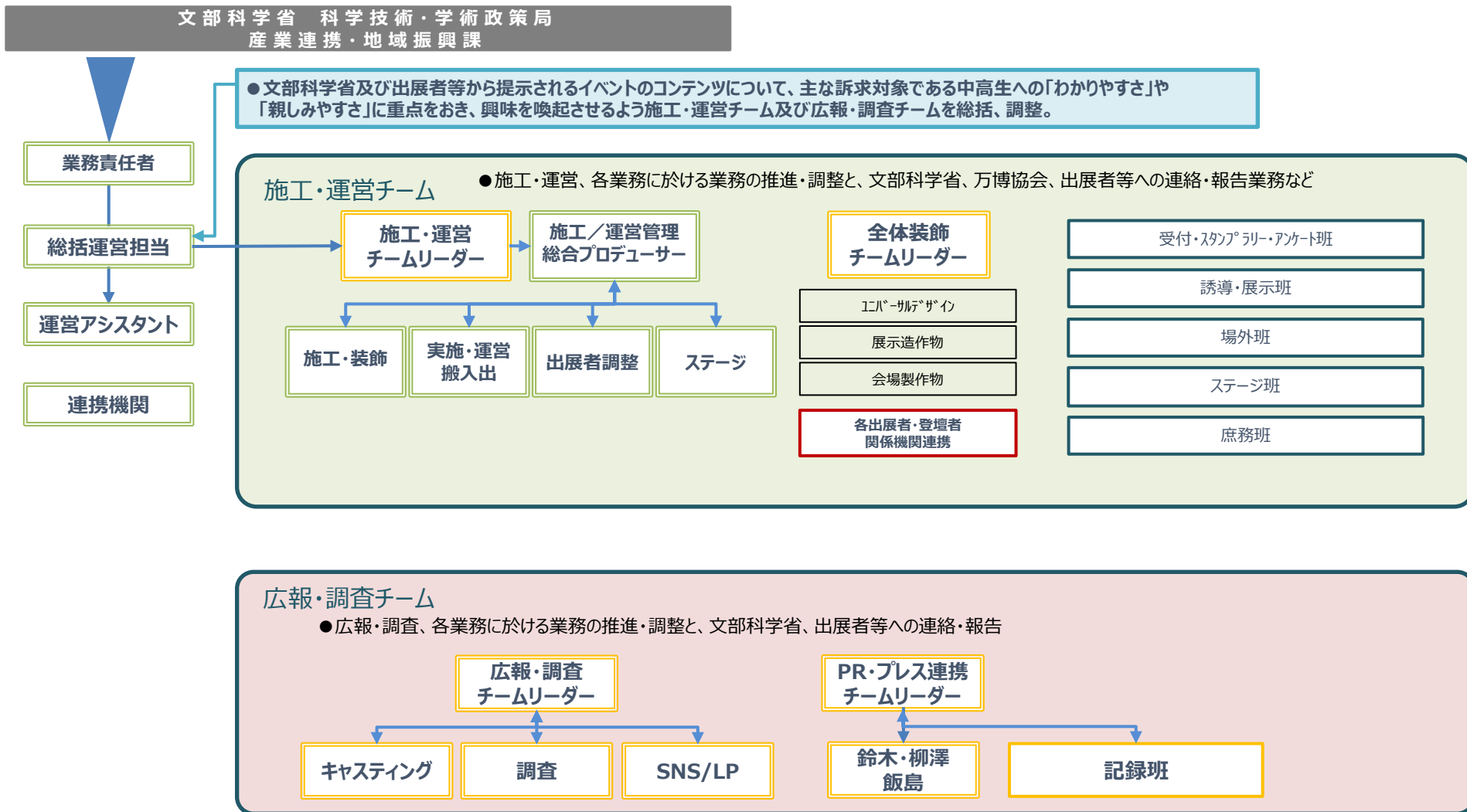
来場者数、アンケートサンプル数共に目標を達成した。

来場者については、万博期間が進むにつれて機運が盛り上がったこともあり、最終的には修正前の目標値と同等の結果となった。

	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

広報施策目標については、インプレッション数については、期間中のmarket-analyzerを用いた広告が想定より伸びなかったことから、目標をやや下回る結果となった。一方でクリック数、再生数は目標を上回る結果となり、表示された広告へのクリック率が想定よりも高いという結果となった。

		impression	reach	click	再生数
動画視聴	YouTube				
	実績	1,438,372		5,123	754,752
	Instagram				
	実績	5,819,394	2,385,138	8,030	5,379,922
	studyplus				
実績	430,108		1,024	89,573	
webサイト遷移	market-analyzer				
	実績	302,706	143,854	9,419	302,706
	Instagram				
	実績	2,761,517	867,424	27,836	640,442
studyplus	実績	810,278		1,486	
	market-analyzer				
	実績	1,330,673	547,448	8,737	
合計		12,893,048	3,943,864	61,655	7,167,395



(2) 全体スケジュール (WBS) の設定

各準備行程のスケジュール管理をガントチャートを用いた全体スケジュールで管理・共有を行い、円滑な準備進行に努めた。

ア. 出展者向けWG

全体MT

原則隔週1回、TypeAや、TypeBの出展者とのワーキンググループ（展示物向上WG）を実施し、本番イベントに向けた展示制作の進捗確認やブラッシュアップ等を行った。文部科学省主導で運営された。

ゾーン別MT

4つのゾーンにおいて、各出展者間の情報交換や意見交換の機会を設けることで、出展物の磨き上げを行うほか、ゾーン毎の統一感を持たせることを目的として実施した。

<開催日>	
3月13日（木）	
27日（木）	7月 3日（木）
4月17日（木）	17日（木）
5月 8日（木）	31日（木）
	22日（木） 質疑応答日
6月 5日（木）	8月 7日（木）
19日（木）	9月 4日（木）

イ. 定例打合せ

各準備行程の進捗確認や、以降の予定確認、都度打ち合わせ検討が必要な事項についてミーティングを関係者内で行った。
原則隔週1回、毎週木曜日 13:00～15:00（4月～5月：文部科学省主導による実施）
文部科学省及びSCOPE会議室で会議実施。zoomを活用したハイブリッド開催とした。

ウ. 催事打合せ（事前：万博協会）

万博協作成の利用ガイドに従い、万博協会との打合せへの出席及び必要な書類を文部科学省と協議の上、作成・提出を行った。

第1回
5月13日

- ① 催事実施日の各種許可証の申請手続きなどに関する説明。
- ② 催事施設の使用状況などの説明。
- ③ 車両の入場可能時間などの各種規則の説明。
- ④ 駐車場の利用方法の説明。
- ⑤ 各催事施設の禁止事項の確認、照明、音響、美術などの注意事項の伝達。
- ⑥ 各種申請書、届出書、記入書式、資料などの交付。
- ⑦ 申請などを要する持込予定機材の確認。

第2回
6月10日

- ① 催事実施日の各種申請書（データ）などの受領、確認。
- ② 催事実施計画シートなど、各種提出書類の受領、確認。
- ③ 実施スケジュールの確認と調整および訂正・変更などの指示。（搬入～本番～搬出までの全般）
- ④ 催事内容の確認と進行表・台本などの確認。
- ⑤ 照明・音響・美術などの設営図（プラン図）の確認、変更の指示。
- ⑥ 楽屋利用計画、常設備品使用計画などの確認。
- ⑦ 警備・観客誘導計画の内容確認。
- ⑧ 広報・PR活動などに関する計画の確認。（看板、配布物、展示物、媒体について他）
- ⑨ 催事実施にあたって必要な関係各所への諸申請・届出などに関する確認・指導。

エ. コミュニケーションツールの活用（出展者）

事前連絡はSlack（①全体②ゾーン別③拠点別）、イベント当日はLINEオープンチャットにて文部科学省、出展者とコミュニケーションを行った。

第3回
7月25日

- ① 開催当日のための各種許可申請の交付
- ② 催事実施スケジュールの確定
- ③ 催事内容の確認と運営マニュアル（決定稿）確認
- ④ 各種図面（決定稿）確認
- ⑤ 各種工事申請などの確認
- ⑥ 警備・誘導計画の確認
- ⑦ 各関係機関への申請受理証の控えなど確認
- ⑧ 広報・PR活動の実施内容に関する確認

ア. 出展者ヒアリングの実施

下記日程で各出展者が文部科学省主導でヒアリングを実施。出展内容や必要設備、追加オプションの確認を行った。

展示ヒアリングスケジュール

5月21日	水	10:00	東北大学<ネイチャーポジティブ拠点>	5月30日	水	10:00	秋田県立大学
		13:00	国立循環器病研究センター			13:00	東海国立大学機構 名古屋大学
		16:00	東京藝術大学・国立アートリサーチセンター			16:00	慶応義塾大学
5月23日	金	10:00	大阪大学<リサイクル>	6月2日	金	10:00	九州大学
		13:00	大阪大学<脳波見える化>			13:00	
		16:00	福井大学			16:00	
		18:00	横浜市立大学			18:00	
5月26日	月	10:00	沖縄科学技術大学院大学	6月3日	水	10:00	富山大学
		13:00	金沢大学			13:00	Nプロジェクト(京都大学・大阪高等学校)
		16:00	つくばグローバル・イノベーション推進機構			16:00	長岡技術科学大学
5月27日	火	10:00	香川大学	6月4日	金	10:00	広島大学
		13:00	東北大学<Vision to Connect拠点>			13:00	
		16:00	大阪大学<おなか見える化>			16:00	琉球大学
5月28日	水	10:00	三重大学				
		13:00	信州大学				
		16:00	北海道大学				

イ. ステージ登壇者ヒアリングの実施

下記日程で各ステージ登壇者からステージ内容についてヒアリングを実施。ステージの内容や必要機材・備品の確認を行った。

ステージヒアリングスケジュール

6月16日	月	16:00	①	東北大学<ネイチャーポジティブ拠点>/熊本県立玉名工業高等学校
6月17日	火	13:00	②	香川大学/慶応義塾大学/Nプロジェクト(京都大学・大阪高等学校)
		16:00	③	-
6月18日	水	13:00	④	大阪大学<リサイクル>/信州大学/北海道大学
		16:00	⑤	明石工業高等専門学校 あるこうの会/福井大学
6月20日	金	13:00	⑥	神戸大学起業部/つくばグローバル・イノベーション推進機構
		16:00	⑦	学生団体BEAST/金沢大学
6月24日	火	13:00	⑧	EKKYO.HUB/東京藝術大学/東北大学<Vision to Connect拠点>
		16:00	⑨	富山大学/つくばグローバル・イノベーション推進機構/ 大阪大学<脳波見える化>/早稲田大学 総合研究機構

ア. AD証 (※)

各出展者のAD証については、博覧会協会のガイドラインに則り、各出展団体へブースを安全に運営いただき、かつ、体験コンテンツの提供をスムーズに実施するにあたり必要となる人員の確保を依頼、とりまとめのうえ次項スケジュールに沿って以下のとおりAD証（スタッフパス／万博会場関係者入場証）を用意した。

※ AD証：博覧会協会のシステムを通して発行。イベントの実施に当たり出展ブースの運営要員だけでなく、造作、撤去等の万博会場に入る必要がある者について、会期中に1人1枚用意した。

区分	発行数
運営	141
ステージ	46
Type-A	223
Type-B	1101
合計	1511

イ. 車両申請

各出展者の車両証について、万博協会への申請を事務局にて取りまとめて実施。

	申請台数											
		10tトラック	6tトラック	4tトラック	3tトラック	2tトラック	1.5tトラック	1tトラック	普通車	ワンボックス	牽引車	トレーラーハウス
合計（数量は往復延べ）	485	2	2	110	35	29	2	48	86	165	2	4

ウ. 通信機器申請

各出展者が持ち込む通信機器（WIFIルーター）について、万博協会への申請を事務局にて取りまとめて実施。

→計10台申請／許諾

エ. サンプル申請

各出展者が行うサンプル・配布物について、万博協会への申請を事務局にて取りまとめて実施。

→計25件（出展者＋主催者＋その他）申請／許諾

オ. アンケート申請

各出展者が行うアンケートについて、万博協会への申請を事務局にて取りまとめて実施。

→計7件申請／許諾

カ. 消防センター申請

マニュアルの抜粋を利用し、大阪市消防局此花消防署万博消防センターへ消防申請を提出。
申請日：8月5日 許可日：8月5日

届出書サンプル

キ. IP使用申請

①事前の広報に利用することで万博の誘因力を利用 ②会場造作などへ利用することで来場者の記録誘因及びSNS等を通じた拡散を見込む
上記の理由により、万博IPの使用に係る申請を万博協会及び2025大阪・関西万博マスターライセンスオフィス（2025MLO）に行い、いずれも許諾され使用に至った。

① 広報用ポスターチラシと公式サイト（LP）への公式ロゴマークの使用申請



② スタッフ用及び場内イベント「スタンプラリー」用景品Tシャツへの公式キャラクター（ミyakumyak）の使用申請



③ 会場内・外装飾物等への公式ロゴマークの使用申請



④ 公式SNSへの公式ロゴマークの使用申請



ク. 個別調整事項

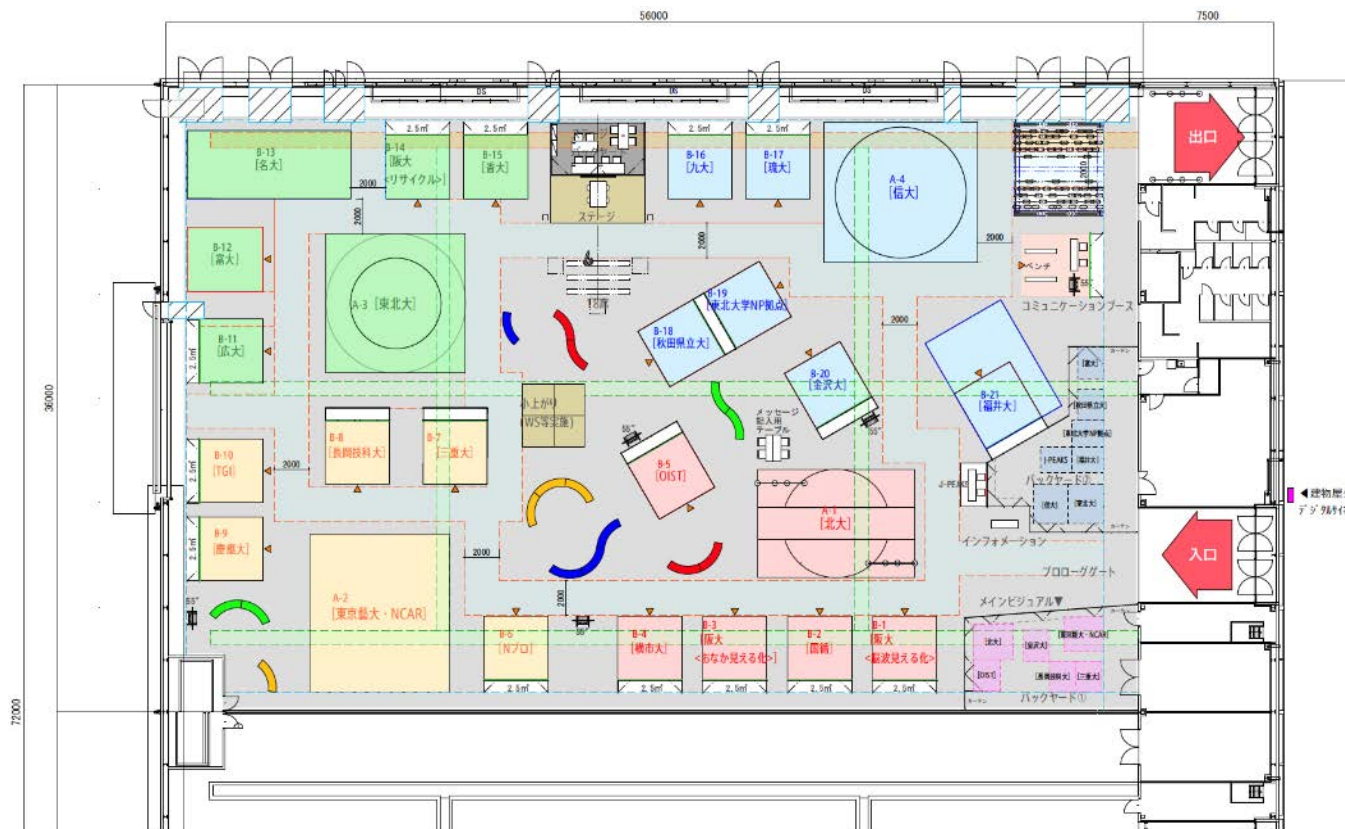
出展者による個別調整事項に関して、万博協会・消防センター等と事前許諾折衝を行い、問題無く許諾を得ることとなった。

出展者	案件・問題点	内容	対応（申請）	申請先
北海道大学	ブース内大型モニターが場内照明によって遮られ正しく上映できない。	「WASSE」利用ガイド IV（9）6.天井構造・部屋構造により天井構造・部屋構造の装飾は原則禁止に抵触する。	天井部分に遮光性の高いメッシュシートを張り詰めること、壁面部分の開口率を高めることで、災害発生時のリスクヘッジを行った。	* 催事管理センター * 大阪市消防局此花消防署（大阪・関西万博消防センター）
東海国立大学機構 名古屋大学	展示用トレーラーハウスの展示設置。	トレーラーハウスの規格（車両部分の大きさ）で、「WASSE」会場までの搬入経路で牽引できない可能性（搬入・出）	時間帯の制約（深夜作業）はあるが、万博会場内指定ルートを使用して牽引、トレーラーハウスの輸送を行う。	* 催事管理センター
		トレーラーハウスの構造、が「WASSE」利用ガイド IV（9）6.天井構造・部屋構造により天井構造・部屋構造の装飾は原則禁止に抵触する。	* トレーラーハウスの窓部分などを解放状態にすることで、開口率を高くする * トレーラーハウス内に、火災報知器及び消火器を設置し、災害発生時のリスクヘッジを行う。	* 催事管理センター * 大阪市消防局此花消防署（大阪・関西万博消防センター）
東京藝術大学・国立アートリサーチセンター	トレーラーハウスの搬入出、期間中常設	展示期間中のスタッフ休憩用トレーラーハウスを搬入口付近に設置し、使用したい+電源供給	トレーラーハウスの規格、牽引搬入・出及び設置位置、期間中の運用、安全対策等	* 催事管理センター

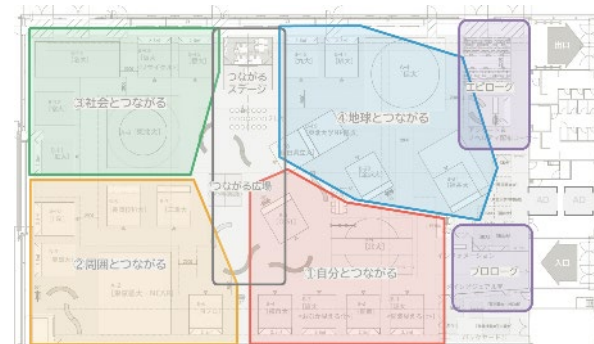
(6) 出展者向けリース

事務局にて出展において使用する有料オプションのリース備品・機材を設定し、各出展者より希望を集約。→計 15 出展者より申込みがあった。

ア. レイアウト図 (※)



イ. ゾーン別レイアウト図



※ 「大阪・関西万博を契機とした大学等を中核とする産学官連携の加速化事業に係るプレイベント運営等業務」及び「2025年日本国際博覧会」における産学官連携拠点の出展に係る企画設計及び機運醸成業務（いずれも2024年度委託業務）の結果を踏まえ、関係者と協議の上調整及び決定。

ア. 万博協会からのガイドライン

出展にあたっては万博協会から「ユニバーサル対応」及び「多言語対応」が要請されていたため各所でその対応を行った。

ユニバーサル対応

* 国・地域、文化、人種、SOGIESC、世代、障がいの有無などに関わらず個々の価値観や個性を尊重し、大阪・関西万博を訪れる世界中の人々が利用しやすいユニバーサルデザインの実現を目指す。

特に配慮が必要となる来場者→

- ① 視覚による情報が得にくい人・音声による情報が得にくい人
- ② スムーズな移動がしにくい人・伝えること・理解することに配慮が必要な人
- ③ 様々なニーズによりサポートを希望する人

* 催事の計画、制作、運営に際しては、「大阪・関西万博ユニバーサルデザインガイドライン」・「大阪・関西万博ユニバーサルサービスガイドライン」を理解し、展示運用における配慮を行う。

* 推奨項目の実施については催事主催者にて判断。

- ① 入場口・案内・誘導での配慮
- ② サイン・パネルなどでの配慮
- ③ 観覧席での配慮告知に関する留意事項
- ④ 物販などに関する留意事項

多言語対応

* 催事の計画、制作、運営に際しては、「多言語対応ガイドライン」を理解し、下記の多言語対応が求められる場面において、「日本語」と「英語」の二言語対応を必須とする。

※ 2025年日本国際博覧会 EXPOメッセ「WASSE」利用ガイド（第3版・関係者限定公開）
ユニバーサルサービスガイドライン展示・催事／演出・飲食／物販（公式参加者用）より要点抜粋

イ. 対応について

ユニバーサルデザイン・多言語表記 対応内容
以下、4点の対応を軸に展開

1. 文字情報の見やすさ・読みやすさ文字サイズ：説明パネルやキャプションは最低18pt以上（推奨24pt）フォント：読みやすいゴシック系（MSゴシック、Arial、UDフォント推奨）色使い：背景と文字のコントラストを強く（白地に黒文字・黒地に白文字）赤・緑の色識別に頼らない（色弱者への配慮）専門用語は簡潔に解説を付ける 例：「RNA（遺伝情報を伝える物質）」
2. ピクトグラム・イラスト活用文章でなく「図解」「イラスト」「写真」中心の構成国際標準のピクトグラム活用（例：トイレ、エレベーター、車いす対応など）体験の流れや手順は「絵」でも説明。
3. 音声・視覚サポート 各出展者の展示内容については、QRコード読み取りによる「英文表記」「音声ガイド」の発信を事務局より行う。（LP掲載内容の掲示）動画やデジタルコンテンツには字幕を付けることも検討
4. 子ども・高齢者向け配慮 高さ：展示台は子どもでも見える80cm程度を検討 体験型コンテンツは「簡単・安全」を重視

ウ. 具体的な対応

出展にあたっては準備を周到に行い、万全な状態で本番イベントの実施に至った。

(ア) 会場内導線の確保

会場内の主要導線の最低幅を2mに定め会場レイアウトを行った。特に人の滞留が起きやすい箇所については、随時スタッフを流動配置させ、混雑を起さずスマートな人流を確保した。



(イ) 会場内サイン

会場内のサインについては必要な箇所については、「日本語+英語」の多言語対応表記を行ったほか、「ユニバーサルデザイン」に対応したデザインレイアウトを施した。

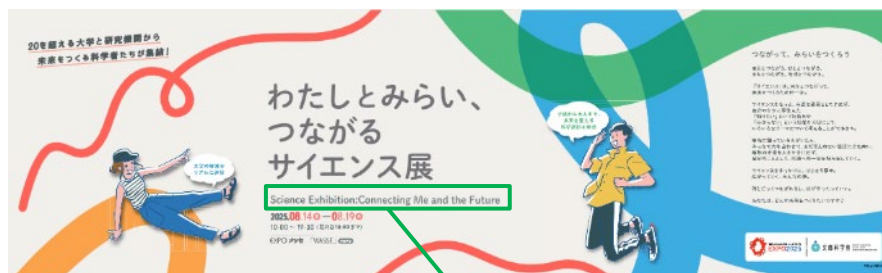


②会場マップ

多言語対応のため、英文で、英語版のハンドアウトの配布を示す表記を入れた。また、ゾーンメッセージ「周囲とつながる」のみは背景色が黄色地となるため、フォントは白抜きを避け、濃いグレー色に変更し、ユニバーサルデザイン対応を行った（他サイン関係も同様の対応）



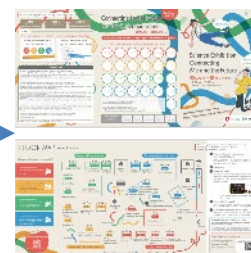
①メインビジュアル



展示会名の英語表記 他場内外サインも同様の対応

③英語版ハンドアウトの制作・配布

会場配布用のハンドアウトについては、「英語版ハンドアウト」も別途制作し、配布対応を行った。



3 - 1. 実施

(2) ユニバーサル対応と多言語対応

ウ. 具体的な対応

(イ) 会場内サイン

④ 吊りバナー



会場内のゾーンを示す吊りバナーにおいて、ゾーンタイトルの多言語表記を行った。

⑤ 出展者サイン

TypeA・B出展者の表示サインについては、
 ①出展者名
 ②出展タイトル
 ③出展ゾーン
 の3点において、多言語対応を実施した



⑥ TypeC出展者展示

TypeC出展者は、映像パネルによる展示上映（場内5か所設置のモニター放映）のため、その内容においては、視認性の確保をもとより、英文併記による多言語対応を行った。

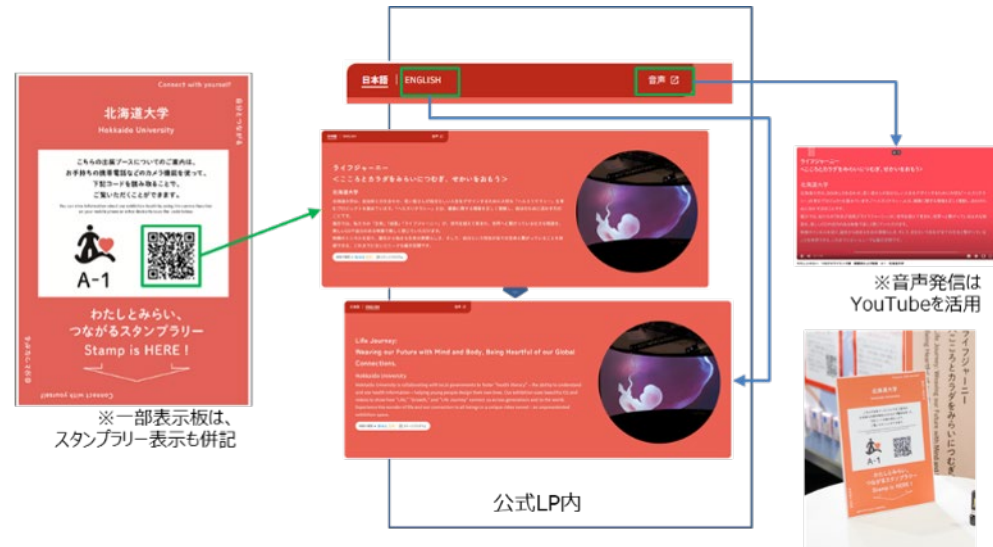


(ウ) 出展者への「ユニバーサル対応」及び「多言語対応」の要請

出展者に対しても「ユニバーサル対応」「多言語対応」への協力要請をマニュアル類で行った。

(エ) QRコード表示板設置対応

出展者に対しては、より深く展示内容を理解してもらうため、「ユニバーサル対応」として、主に聴覚障害者、「多言語対応」も目的とした、QR表示板（日本語英語併記）を各出展ブース箇所に設置。
 QR読み込みによって、公式LP内各出展詳細のページにアクセスできると同時に、英語による解説ページの閲覧と、音声ガイドの活用（公式LP内）を行った。
 ※公式LP…文部科学省ホームページ内に開設した特設ページのこと。



TypeA、B各出展者に対してヒアリング及びその後のコミュニケーションを含め、収集した情報に基づき、インフラを含む各申請、搬入出、施工に関するタイムテーブルの策定等を行い、準備を整え、問題無く各出展者共に展示を行うところに至った。

ヒアリング結果sample

A-1 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>

ア ブース概要

出展概要	体験の種類
北海道大学は、自治体と力を合わせ、若い皆さんが自分らしい人生をデザインするために大切な「ヘルスリテラシー」を育むプロジェクトを進めています。「ヘルスリテラシー」とは、健康に関する情報を正しく理解し、自分のために活かす力のことです。展示では、私たちの「生命」「成長」「ライフジャーニー」が、世代を超えて生まれ、世界へと繋がっている壮大な物語を、美しいCGや迫力のある映像で楽しく感じていただけます。映像のトンネルを巡り、誕生から始まる生命の素晴らしい、そして、自分という存在が全ての生命と繋がっていることを体感できる、これまでにないユニークな展示空間です。	みる さく
	ステージプログラム
	あり

イ ヒアリング結果

※ヒアリング時と当日の実施内容には軽微な変更あり。他出展者についても同様。

出展内容の詳細について			
実施内容	ブース内での実演 (プレゼンテーション、デモンストレーション)	ブース内での 試食・試飲	ブース内での 配布物 (サンプリング)
曲面スクリーンとその左右にフラットなスクリーンを設置した状態のもの2セットを向かい合わせに設置し、回廊上になった空間の中に人体に関わる映像を映し出し、体内の神秘的な状態をあたかも体内の中で感じられるような気持ちで体験できるシステム。映像コンテンツは約10分を想定。4種類のバリエーションがあり、バリエーションチェンジの際には大自然の映像や、水中の映像なども体験できる配布物は出展内容を明記したものを予定。	なし	なし	北大COI-NEXTをはじめとする産学連携プロジェクトについて紹介するチラシ、リーフレット

インフラ・設備・留意事項について

電気	音響機材	有線LAN	給排水	危険物品	生態系	搬入出方法・規模
10Kw	映像に同期した音声 (BGM、ナレーション) を提示	なし	なし	なし	なし	会場横の駐車スペースへ車両を停車、荷物を台車・手運びなどでブース運搬 2tトラック3台、総重量4t

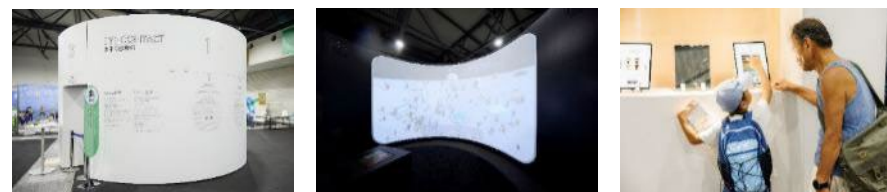
A-1 北海道大学 ライフジャーニー <こころとカラダをみらいにつむぎ、せかいをおもう>



A-2 東京藝術大学・国立アートリサーチセンター 文化的処方方を体験しよう！Hello Future！100年ミュージアム



A-3 東北大学 <Vision to Connect拠点> Eye Contact -未来の診療所-



A-4 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



ア. 展示制作 (造作)

全体装飾及び造作デザインコンセプト

- ① 展示企画段階に定めた、「会場使用フォント・ゾーン別カラー規定（主催者用）」の遵守
- ② 2025年2月実施の「プレイベント」における全体装飾及び造作デザインの踏襲。加え発展的なそれらのアレンジデザイン等を盛り込む。
- ③ 万博協会で定めた「ユニバーサル対応」及び「多言語対応」への適応
- ④ 実施運営コンセプトにある、「出展者の満足度を高める」「ステータスの向上に努める」「安全第一を最優先」→「出展者・来場者双方への”感動の提供”」を行う。



実際の全体装飾及び造作デザインにおいて行った工夫部分や特筆事項

- * 広報物等とのデザイン連携を行う事で、一定の統一感を持った展示装飾表現を行った。
- * 発展的デザイン要素として、事前広報物において「はつらつとした若者のイラスト」を用いたがそのポジティブなマインドは、会場装飾においても「入口装飾（設置型OH）」や、「会場入り口脇のメインビジュアルサイン」に登場させ、「誰に訴求したい展示会か？」という事を、デザイン表現で来場者へ知らしめた。
- * 会場内において目立ちやすい各ゾーンカラーとアイコンを表現した天吊りのサインを掲揚しゾーンを強調。また、出展者サインのゾーンカラー統一を図った。
- * あえて「シンボル展示」を出口付近に設置し、エピローグゾーンとして来場者へ豊かな余韻と感動を残す演出を行った。
- *、来場者が使用するベンチについては、デザインよりも安全性の観点から設計を行い、安心して来場者が利用できるよう配慮。
- * 出展者のストック物などの量的な問題をクリアするため、最低限のスペースを確保しつつも、装飾上の不自然さは打ち消した。



イ. 全体装飾

(ア) 入り口装飾 1



サイズ：w2424×2424mm

(イ) 入り口装飾 2



イ. 全体装飾

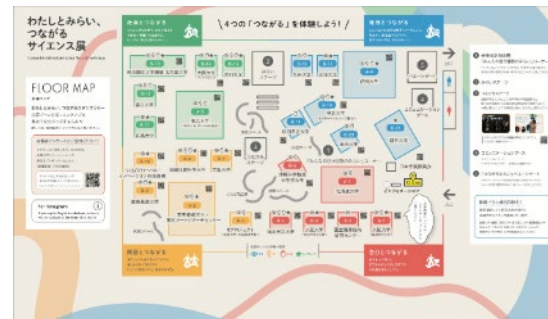
(ウ) メインビジュアル

サイズ : w7960×h2400mm

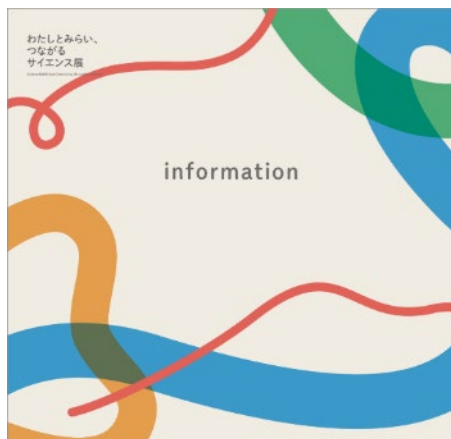


(エ) 会場MAP

サイズ : w4207×h2400mm



(オ) インフォメーション



サイズ : w2475×h2400mm



(カ) みんなの思う理想のみらいコーナー 3箇所



サイズ : A0サイズ (縦) w841mm×h1189mm × 3面貼り



イ. 全体装飾

(キ) コミュニケーションブース

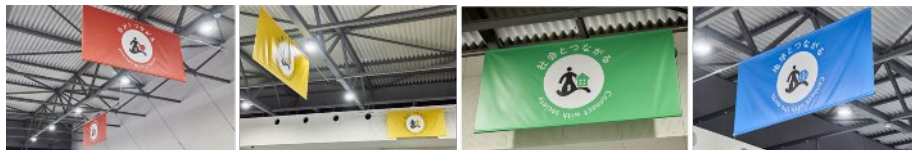


サイズ : w3710×h2400mm

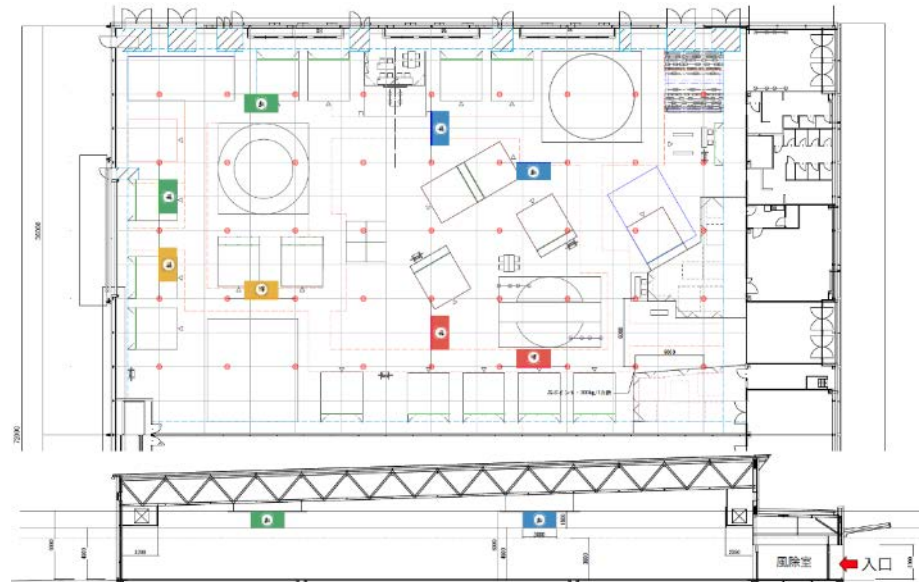


(ク) 吊りバナー

サイズ : w3000×h1500mm
両面印刷4種各色2枚



<吊り位置>



オ. TypeC展示

(ア) 紹介パネル

サイエンスで〇〇なみらいへ 映像パネル放映中!

産学連携による研究成果の紹介を会場のモニターで放映しています。

Science for a better future Video panels show videos in the venue!

You'll find introductions to leading research and laboratories across the museum in the venue!

01	東京大学 先端科学技術研究センター
02	公益財団法人 地球環境学振興財団 環境科学 (EES)
03	東京工科大学 ガーボンデザインの世界に挑戦する企業制作拠点
04	慶応義塾大学 医学部歯学部総合研究センター
05	慶応義塾大学 高度医療リサーチセンター
06	筑波大学 筑波大学体育館
07	五国大学 大学館生物資源学研究所
08	京都大学 らいおデザイン産学連携による資源循環拠点
09	大阪大学 大学館工学部
10	山口大学 (UICAD) 映像デザイン科学研究所
11	慶應大学 インノベーション創成機構 未来産学連携センター
12	九州大学 プラズマナノ構造工学センター

Appendix

サイエンスで〇〇なみらいへ 産学連携

Type C動画紹介パネル
サイズ:w297xh420mm
↓会場内設置モニター



カ. ステージ装飾

サイズ:w5400xh2800mm



動画sample

東京大学 先端科学技術研究センター

<p>01 この先の気候変動に 対応できる未来へ</p> <p>Towards a future that can cope with climate change</p> <p>UTokyo</p>	<p>問題 Question ?</p> <p>地球温暖化による気象関連災害(日本)で 亡くなる人の数が最も多いのは?</p> <p>Which weather-related disaster caused by global warming in Japan will cause the most deaths?</p> <p>熱中症 豪雨災害 森林火災</p>	<p>正解 熱中症</p> <p>近年、気候変動による災害が増えていると感じませんか? 中でも死亡人数が多いのは熱中症です。 日本の平均気温の上昇は世界平均よりも早く、 暑熱心筋梗塞は増加傾向にあります。</p> <p>熱中症は、暑い気候による体温調節がうまくいかず、 体温が40度以上上昇し、意識障害やけいこ、 嘔吐、下痢、めまい、頭痛、意識障害、 呼吸困難、昏倒、死亡にいたります。</p>
<p>未来につながる私たちの研究</p> <p>Our research leading the way for the future</p> <p>気候変動対策に役立つ「日本気象再解析データ」の登場</p> <p>Production of high-resolution reanalysis data for Japan useful for climate change adaptation</p>	<p>気候変動対策に役立つ 「日本気象再解析データ」とは?</p> <p>What is "high-resolution reanalysis data for Japan" that is useful for climate change adaptation?</p> <p>この気象再解析データは、従来の気象データよりも、 より高精度で、より高頻度で、 より多様な気象要素を捉えています。</p>	<p>もし日本が温暖化したら...とイメージしてみよう。 あなたの暮らしはどう変わる?</p> <p>Imagine if Japan were to become like the subfigure. How would your life change?</p>



記録広報用動画について

事後広報目的及び記録目的の為、会期中の様子を動画に収め、LPサイト中「展示ダイジェスト」内で公開。
 動画タイトル：【大阪・関西万博で未来につながる技術を体験！】

「わたしとみらい、つながるサイエンス展」展示ダイジェスト動画

収納先：YouTube内文部科学省公式チャンネル放映時間：約17分



(6) 期間中タイムテーブル

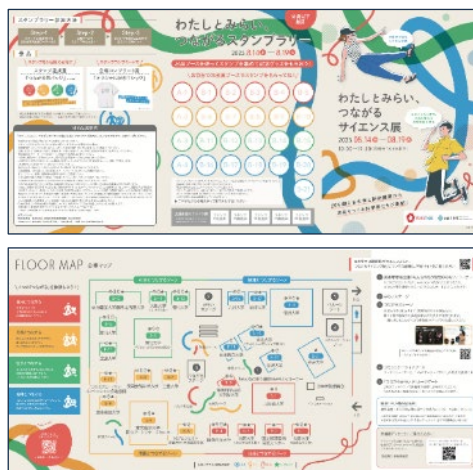
8月14日(木)~8月19日(火)							
全体	8月14日	8月15日	8月16日	8月17日	8月18日	8月19日	
	木	金	土	日	月	火	
9:00	09:30~入館可	09:30~入館可	09:30~入館可	09:30~入館可	09:30~入館可	09:30~入館可	9:00
9:30	09:40~ 全体朝礼	09:50~ 全体朝礼	09:50~ 全体朝礼	09:50~ 全体朝礼	09:50~ 全体朝礼	09:50~ 全体朝礼	1:00
10:00							1:30
11:00							2:00
12:00							2:30
13:00	13:00~14:00 オープニング						3:00
14:00		開館時間	開館時間	開館時間	開館時間	10:00	3:30
15:00	開館時間	10:00	10:00	10:00	10:00	18:00	4:00
16:00	10:00	15:30	19:30	19:30	19:30		4:30
17:00	19:30						5:00
18:00							5:30
19:00							6:00
20:00	片付け	片付け	片付け	片付け	片付け	片付け	6:30
21:00	20:30までに完全閉館	20:30までに完全閉館	20:30までに完全閉館	20:30までに完全閉館	20:30までに完全閉館	20:30までに完全閉館	7:00
22:00							7:30
23:00							8:00
24:00							8:30

会期中
 AM9:00~ 運営スタッフ会場入り
 AM9:30~ 出展者他スタッフ会場入り・開場準備
 AM10:00~開場
 ~PM7:30 閉場
 ~PM8:30 片付け・出演者他スタッフ撤収
 ~PM9:00 運営スタッフ撤収

最終日のみ
 ~PM 6:00 閉場
 ~PM8:30 搬出準備・出演者他スタッフ撤収
 ~PM9:00 運営スタッフ撤収

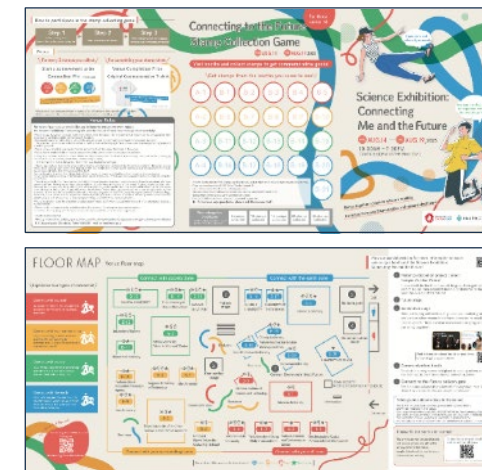
ア. 日本語版

サイズ：
仕上がり：A5
(w148×h210mm)
見開き：
w442×h210mm



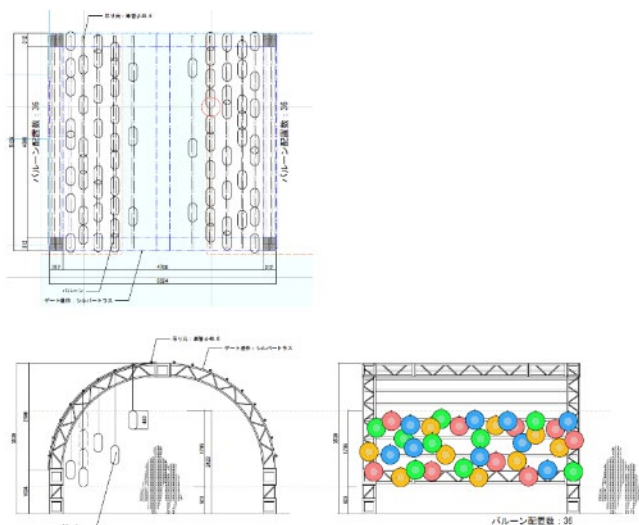
イ. 英語版

サイズ：
仕上がり：A5
(w148×h210mm)
見開き：
w442×h210mm



(8) シンボル展示

“わたし”“みらい”“つながる”“サイエンス”をテーマとした企画展示
つながるバルーン演出。社会問題が解決された「ありたい未来の姿」を文字で表記したバルーンの展示。
バルーンに記載されたメッセージは、イベントの際に来場者に書いていただいたものを利用。



つながるバルーン

一緒に撮影したくなる写真映える演出を会場内に展開

ア. ステージ展開概要

ステージでは以下の5種のステージを展開。

オリジナル企画		企画募集
コンセプト	出展者が企画・進行するオリジナル企画	
開催時間	60分～	
(1) オープニング・クロージング		
概要	ゲストにゆうちゃみ氏を招いた、プレス向けのステージ	
開催時間	60分	
(2) ゾーン別トークセッション		出演者募集 (各拠点1名ご出演)
概要	それぞれのゾーン・展示の見どころを簡単に説明するトークセッション	
開催時間	30分～	
(3) 研究者×若者ライブセッション		出演者募集 (任意)
コンセプト	研究者と中高生がリアルタイムでつながるトーク&実験デモ	
概要	大学の研究者(教授・学生)がステージに登壇し、「科学技術がどう未来とつながるのか」を実験デモやクイズを交えながら紹介するライブセッション。※観客席の来場客とも会話することも可能	
開催時間	30分～	
(4) サイエンス×未来トークライブ 「〇年後の〇〇を考えよう！」		出演者募集 (任意)
コンセプト	科学の視点から、〇年後の未来を考える対話型ステージ	
概要	司会者(科学技術のことが分かる方)が、大学の研究者(教授or学生)に対して質問をしていき、〇年後の未来を考えていくセッション	
開催時間	30分～	
留意事項	司会者の選定は出展者側で行う。	
(5) 研究者の挑戦! 「3分でわかる!私の研究」		出演者募集 (任意)
コンセプト	社会課題解決に向けての専門的な研究を「3分」でわかりやすくプレゼン!	
概要	大学の研究者が「自分の研究を中高生にわかるように3分で解説」するプレゼン大会。 ※観客に「一番面白かった研究」を投票してもらうなどの企画も検討	
開催時間	30分～60分	

イ. ステージヒアリング ※ヒアリング時と当日の実施内容には軽微な変更あり。他プログラムについても同様。

ステージ登壇TypeA、B各出展者及びステージ登壇団体に対してヒアリング及びその後のコミュニケーションを含め、収集した情報に基づき、ステージ演出等の準備を整え、問題無く各登壇者共にステージイベントを行うところに至った。



ヒアリング結果sample

日程	8月14日(木)	時間	14時30分~15時30分
実施形態	プレゼンテーションとワークショップ	場所	みらいステージ/つながるステージ

企画名 (タイトル)	日本語	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!
	英語	"Opening new horizons through entrepreneurship by fusing future food with traditional Japanese cuisine — delicious!"
団体名	日本語	早稲田大学 総合研究機構 グローバル科学知融合研究所
	英語	Global Consolidated Research Institute for Science Wisdom in Comprehensive Research Organization of Waseda University

企画概要	「未来食と和食の融合」をテーマに、伝統と最先端テクノロジーが出会う“食”の未来を探ります。時代とともに変化してきた食文化の流れをひもときながら、アントレプレナーシップのマインドセットで、「未来食と和食の融合」によりどのように新たな美味しさや価値を創出していくのかを考え、食の未来を切り拓くヒントを見つけます。
ワークショップ内容	みらいステージでプレゼンテーションをしつつ、みらいステージ及びつながるステージの聴衆を対象として、チームで議論して発表するワークショップを実施します。

登壇者	所属部署	早稲田大学 理工学術院	所属部署	早稲田大学 理工学術院
	肩書	先進理工学部長・研究科長/教授	肩書	先進理工学研究所 先進理工学専攻 一貫制博士課程 2年
	氏名	朝日 透	氏名	松本 綾香
	所属部署	早稲田大学 教育・総合科学学術院	所属部署	早稲田大学 国際学術院
	肩書	教育学部 教育学科 初等教育学専攻 2年	肩書	国際教養学部 2年
	氏名	中島 真理子	氏名	久米川 夏穂

ウ. MC

以下の3名をローテーションで起用。

中村理佐 (なかむらりさ)
リハーサル 8月13日/
本番 8月14日、8月15日



慶本まさ美 (けいもとまさみ)
本番 8月16日、8月17日

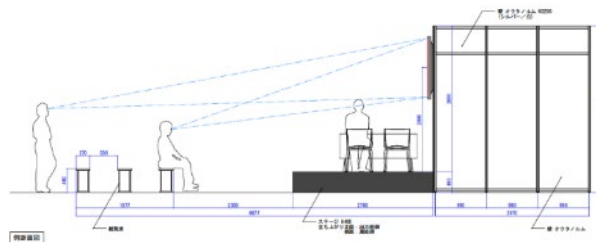
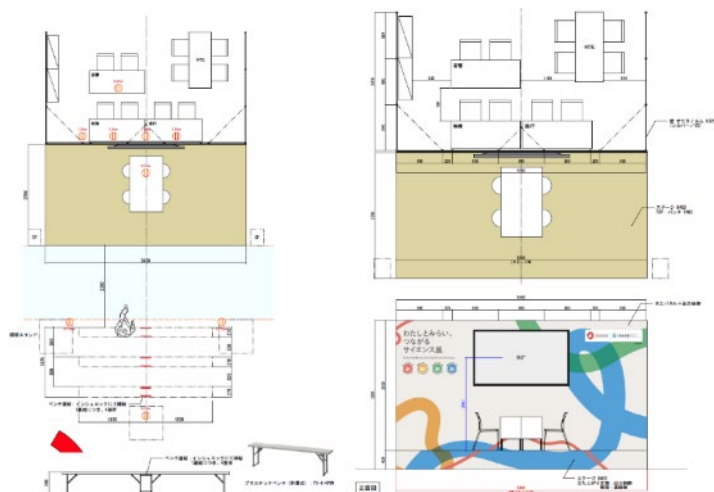


多摩川恵 (たまがわめぐみ)
本番 8月18日、8月19日



エ. ステージレイアウト

スタッフ体制：舞台監督×1、進行ディレクター×2、バックヤードについて：映像・照明・音響機材のオペレーションルーム、および登壇者の直前出待ちスペースとして使用



オ. ステージ配信

ステージの様子はYouTube Live「文部科学省会議専用チャンネル」にてライブ配信を実施。
イベント終了後はアーカイブ動画を公開。



カ. オープニング及びクロージングイベントの実施

(ア) ステージイベント企画意図

オープニングイベントを活用した、認知拡大と理解促進を図る

事前にプレスリリースをTV局、WEB配信会社、新聞社等多くのメディアに向けて発信。マスコミ各社をオープニングイベントへご招待、その情報拡散を行った。また、公式アンパサダーの「ゆうちゃみ」さんを登壇させることで、メディア効果や注目率もさることながら、トークショーを展開させることにより、科学技術に縁遠い方でも、興味を持ってもらいやすいステージ構成・演出を組み立てた。

来場者だけではなく、出展者の満足度・充足度も高めるクロージングイベントを最終日に実施

来場者だけではなく、関係者に対して、このイベントへの参加が有意義なものであったことを再認識してもらうためにクロージングイベントを最終日に実施。閉幕以降、今後の取り組みや展望について明るい機運を感じてもらう事を主旨に実施した。



(イ) オープニング

TIME	LAP	項目	登壇者/担務者	進行内容
12:00		プレス受入れ態勢	PR担当者	
12:30		プレス受付開始	PR担当者	
12:45		影ナレ	司会者	来場者に向けた注意事項説明
12:50		プレスフリージング	PR担当者	プレスに向けた、録音・撮影などに関する注意事項説明
13:00	1'	オープニング・主旨説明	司会者	オープニングアタックBGM→司会者登壇挨拶→主旨説明
13:01	3'	主催者挨拶	文部科学省	開会の挨拶ならび御礼、本会への期待などご挨拶
13:04	1'	ゲスト紹介・呼び込み	司会者	ゲスト紹介・ゲスト呼び込み
13:05	3'	ゲスト登壇・挨拶	司会者・ゆうちゃみ様	ゲスト登壇からの挨拶、司会より簡単に万博の感想などトーク
13:08	14'	ゲストトークショー	司会者・ゆうちゃみ様	本会の主旨を踏まえたトークの展開
13:22	10'	代表質問	司会者・ゆうちゃみ様	PR担当者による事前にあつめた質問をMCから投げかけ
13:32	1'	ゲスト降壇	司会者・ゆうちゃみ様	ゲストより展示会出展者へ一致団結を呼びかけるトークをもって、ゲスト降壇
13:33	1'	閉会挨拶	司会者	フォトセッション案内および後半プログラムとしてゆうちゃみ様のブース練り歩きの案内
13:34	6'	フォトセッション	ゆうちゃみ様・PR担当者	PR担当者によるフォトセッションの誘導 ※ゆうちゃみ様リタッチ
13:40	20'	展示会内練り歩き	ゆうちゃみ様	展示会内を練り歩きを実施。
14:00	-	終了		



(ウ) クロージング

TIME	LAP	項目	登壇者/担務者	進行内容
16:30	30'	リハーサル		※登壇者16:30集合※
17:00	30'	富山大学		
17:30	2'	開会挨拶	司会者	オープニングアタックBGM→司会者登壇挨拶→主旨説明
17:32	4'	主催者挨拶	文部科学省	主催者から反響や御礼の挨拶など
17:35	20'	MEXT EXPO2025 わたしがつながった未来	司会者・ 各ブース代表1名	各出展者の代表から一言（20~30秒以内） 期間中、つながった新しい出会いを紹介！（人・もの・ことなんでも可）
17:55	3'	撮影	ブース代表者	ステージ周辺に入るだけ全員で写真撮影 ※オフィシャルカメラマンは、高い脚立から撮影
17:58	2'	フィナーレ	司会者・登壇者・ 文部科学省	登壇者、観客全員でクラッカーでのフィナーレを飾る
18:00	-	終了		

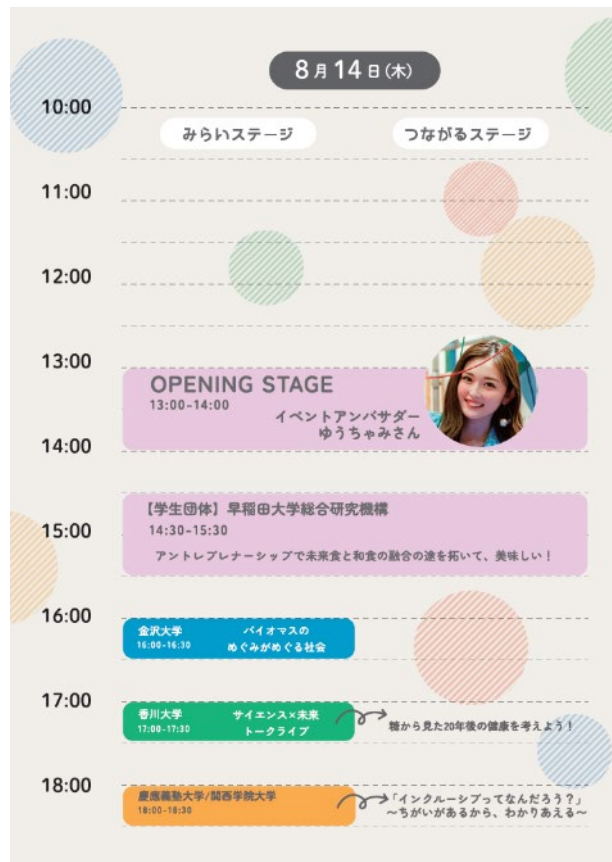


キ. 登壇者とプログラム

(ア) タイムスケジュール

タイムスケジュール策定にあたっては、事前のヒアリングによる情報に加え、「つながるステージ」「みらいステージ」それぞれのステージプログラム時間の重複を避け、来場者が興味を持ってステージプログラムに参加できるよう配慮した。

(イ) 登壇者・プログラム一覧



キ. 登壇者とプログラム

(イ) 登壇者・プログラム一覧

8月17日(日)

10:00	みらいステージ	つながるステージ
11:00	Nプロジェクト 10:30-11:30 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 12:00-12:30 参加型音楽イベント「空間楽器で遊ぼう」	
13:00	埼玉大学 13:00-13:30 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	14:00-14:30 周回とつながるゾーンステージ	
15:00	Nプロジェクト 研究者×若者 15:30-16:00 ライブセッション	
17:00	大阪大学<リサイクル> 16:30-17:30 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 未来の贈の使い方 18:00-18:30 〜春夕顔から見えること〜	

8月18日(月)

10:00	みらいステージ	つながるステージ
11:00	あるこうの会(明石工業高等専門学校) 10:30-11:30 「あるくモバ完」×「あかときいるのかなづちセーバー」	
12:00	東京藝術大学/国立アートリサーチセンター 12:00-12:30 参加型音楽イベント「空間楽器で遊ぼう」	
13:00	つくばグローバル・イノベーション 13:00-13:30 推進機構	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 14:00-15:00 「そうだったのか!」展	
15:00	筑波大学/つくばグローバル・ 15:30-16:00 イノベーション推進機構	
16:00	つくばグローバル・イノベーション推進機構/ 16:30-17:00 筑波大学インクルーシブ・スマートサイエティ・プログラム	研究者の挑戦! 「3分でわかる!私の研究」
17:00	研究者×若者ライブセッション 「マンガのストーリー作りで考える あなたのインクルーシブ・スマートサイエティのモノガタリ」	
18:00	慶應義塾大学/関西学院大学/ 18:00-18:30 株式会社ボーネルンド	

8月19日(火)

10:00	みらいステージ	つながるステージ
11:00	東北大学 <Vision to Connect 展展> 10:30-11:15 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 12:00-12:30 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展展> 13:00-13:30	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	つくばグローバル・イノベーション 15:30-16:00 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〜
15:00	【学生団体】神戸大学起業部 15:30-17:00 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 サイエンス×未来トーク 17:00-17:30 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!
18:00	CLOSING STAGE 17:30-18:00	

ア. 場内イベントの実施

イベントの趣旨である“産学官連携施策を通じた活動の認知・理解推進”を図るにあたり、万博というイベントの性質から「科学に興味がない」方も多く在ることも想定されるところ、以下のイベントを実施することでサイエンスと親和性の高い来場者に加え、より多くの来場者の「わたしとみらい、つながるサイエンス展」への巻き込みを図った。

(ア) スタンプラリー

イベント出展者のすべてのブースにスタンプを用意のうえ来場者へスタンプラリーを案内。来場者、出展者の双方からスタンプのことを含め話しかけるきっかけを用意することで、来場者-出展者間のコミュニケーションを促進する。また、来場者が体験済みの展示と未体験の展示とを判別する手段にも利用いただくことで、より多くの展示を体験いただくことを促す。

(イ) 吹き出しコーナー「みんなの思う理想のみらい」

イベントで実施した来場者によるカード書き込み形式の参加型イベントを再調整の上で実施。イベントコンセプトにもある「未来のありたい社会」を来場者に改めて認識いただくとともに、会場が来場者の思いや考え方であふれていく様子を演出。また、来場者が自身で書いたカードをSNSで拡散することで、イベント期間中の広報効果も期待。

(ウ) アンケート回答者への景品（エコバック）引渡し

アンケートへの参加促進の手段として回答者への景品を用意。万博のテーマに沿って持続可能な取り組みの一つとして利用できるエコバックを提供。また、エコバックに当イベントのロゴマークをプリントすることで、エコバックを持ち帰った来場者が当イベントを思い出し、行動変容を起こすきっかけを提供する。さらに、ロゴマークを持った来場者がその後万博会場内を回遊することで、イベント期間中の広報効果も期待。

(エ) 展示体験ツアー

当イベントへの理解促進のため、会場の主要展示であるTypeA展示をゾーンコンセプトのストーリーに沿って回り、各出展者に説明をいただきながら体験できるツアーを実施。イベントの訴求効果を高めるとともに、予め設定した時間に合わせて各ブースのコンテンツを用意いただくことで、より丁寧に体験コンテンツを提供、ツアー参加者の満足度を高める。

(ア) スタンプラリー

<概要>

- ・名称：「わたしとみらい、つながるサイエンス展」スタンプラリー
- ・手法：アナログ式スタンプラリー（台紙にスタンプを押印するスタンプラリー）※アンダー18推奨
- ・期間：2025年8月14日(木)～8月19日(火)6日間 ※景品の引換えは8月19日(火)17:00まで
- ・時間：10:00～19:30（最終日のみ18:00終了）
- ・拠点：25拠点（各出展ブースにてスタンプを取得）

<参加者数>

	14日	15日	16日	17日	18日	19日	合計
	544	350	486	467	502	488	2,837

<賞品>

- スタンプ達成賞**：各日先着1,500個～1,600個程度/1日
スタンプ5個ごとにオリジナル缶バッジの贈呈。（44mmサイズ缶バッジ×4種・個別OPP袋入り）
- 会場コンプリート賞**：各日先着40名/1日
全スタンプ押印達成で、オリジナルTシャツ（非売品・個別OPP袋入り）もしくは信州大学「SWEEボトル」の交換チケットの贈呈。
2日目以降には午前時点でのコンプリート賞欠品が発生。最終日にはスタッフ用在庫分を供出し対応。全量配布した。



ハンドアウト外面をスタンプラリー台紙として制作



ア. 場内イベントの実施

(イ) 吹き出しコーナー「みんなの思う理想の未来」

<概要>

イベントに引き続き、来場者向けメッセージカードの記入台を設けた。
会場内3カ所に掲出ボードを設置。会期中にインフォメーション壁面にも掲出先を拡大。

<参加者数>

14日	15日	16日	17日	18日	19日	合計
422	211	137	169	162	159	1,260



(ウ) アンケート回答促進

<実施フロー>

・QRコードを読み込み、来場者自身のスマートフォン或いは事務局で準備したiPadでアンケートに回答してもらう。

・コミュニケーションブースでアンケート完了画面を提示してもらい、(景品) エコバックをプレゼントする。

<参加者数>

14日	15日	16日	17日	18日	19日	合計
332	330	433	435	455	474	2,459



(エ) 体験ツアー「わたしと未来、つながるサイエンス展展示体験ツアー」

<趣旨>

会場を構成する4つのゾーンそれぞれのメイン展示の説明と体験を組み合わせたツアーを開催。

<対象者>

1名様からどなたでも申し込み可能。※ ツアーの内容(分かりやすさ)は、中学生、高校生を対象とする。

<参加方法>

1回10名程度まで。参加費無料(万博会場までの交通費及び万博入場料は参加者のご負担)

① 事前予約(先着順): Webによる事前申込み(受付期限7月末) ② 当日参加: 当日空きがあった場合の現地参加

<実施日時>

14日 16:15-17:15

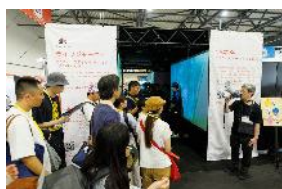
15日 18:15-19:15

16日 13:15-14:15、15:15-16:15

17日 13:15-14:15、15:15-16:15

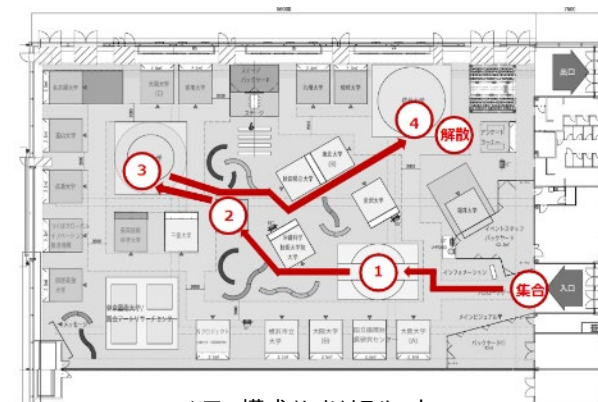
18日 実施無し

19日 13:15-14:15



<参加者数>

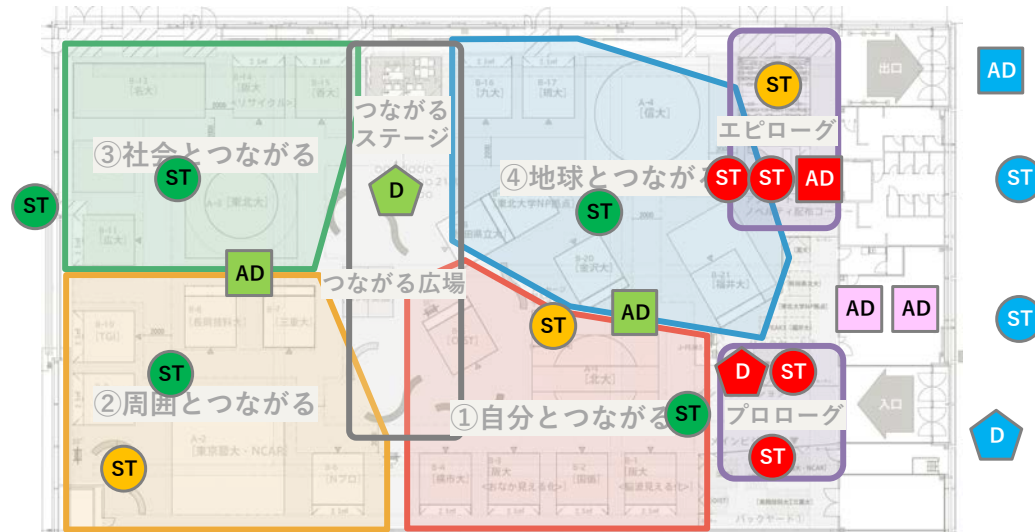
14日	15日	16日①	16日②	17日①	17日②	18日	19日	合計
11	10	10	5	12	11	-	10	69



ツアー構成におけるルート

ア. スタッフ配置図

本番時の運営スタッフレイアウトについては以下の通り。



人員	人数	役割
受付・スタンブラー・アンケート班		
ディレクター	D	1P1名 ・入場、退場全体管理 ・スクリーン、アンケートのアイテム管理 ・来賓・ゲスト対応 ・緊急時対応
アシスタント	AD	1P1名 ・入場、退場全体フォロー ・スクリーン、アンケートのアイテム管理フォロー ・来賓・ゲスト対応 ・緊急時対応
スタッフ	ST	4P6名 ①受付業務 ②ハンドブック配布 ③スタンブラー対応 ④アンケート対応
誘導・展示班		
ディレクター	D	1P1名 ・誘導展示の会場内全体管理 ・来賓・ゲスト対応 ・緊急時対応
アシスタント	AD	2P2名 ・誘導展示の会場内全体フォロー ・来賓・ゲスト対応 ・緊急時対応
スタッフ (誘導)	ST	8P12名 ・一般誘導業務 ・待機列誘導 ・関係者入口対応 ・各展示案内 ・待機列誘導 (・1名遊軍)
スタッフ (展示)	ST	
場外班		
ディレクター	D	1P1名 ・外場外誘導全体管理 ・会場外待機列対応 ・来賓・ゲスト対応 ・緊急時対応
アシスタント	AD	1P1名 ・外場外誘導全体フォロー ・会場外待機列対応フォロー ・来賓・ゲスト対応 ・緊急時対応
スタッフ	ST	2P3名 ・場外から場内への誘導 ・一般誘導業務 ・待機列整理
庶務班		
アシスタント	AD	2P2名 ・出展者対応 ・遊軍 ・運営、進行フォロー ・お弁当対応

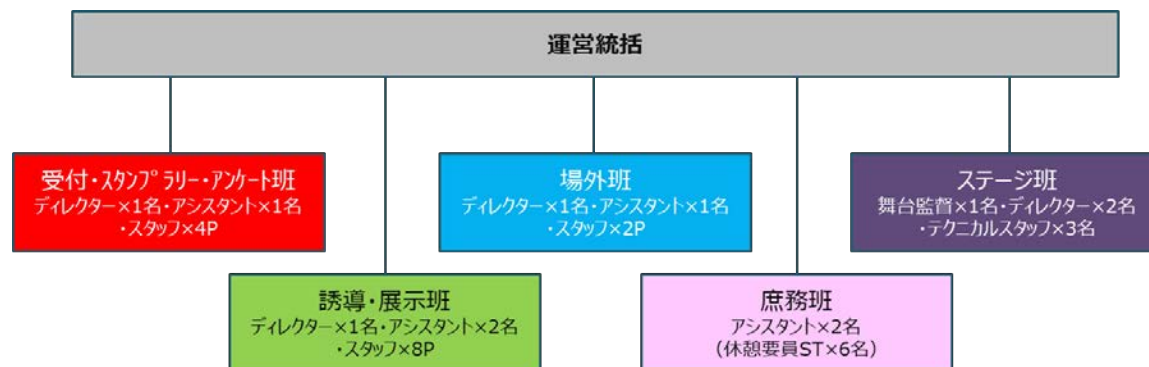
イ. スタッフ研修と業務内容の班分け

<スタッフの研修について>

実務にあたるスタッフには前週の8月4日(月)・5日(火)の2日に分けて、マニュアルをもとにした事前研修を実施。

<業務内容>

「受付・スタンブラー・アンケート」「誘導・展示」「場外」「庶務」「ステージ」の3パートに分けて体制を構築・管理。



3 - 2. 運営

ウ. STAFFユニフォーム等

◆スタッフ衣装

【男性・女性】

Tシャツ支給、
黒パンツ (orチノパン)
黒靴 (スニーカーも可)



ユニフォーム・衣装選定、バスの色分けについて・・・
 * あえて白 (上) + 黒 (下) 衣装に統一することで、視認性を高め、出展者や来場者からのアクセスを容易にすることが可能。
 * スタンプラリーの景品にも充てている「特製Tシャツ」を着用・注目させることで、来場者の場内イベントへの積極的な参加を促した。
 * バスの色分けを行う事で、指示系統の見える化と緊急時の判断にも役立つ仕様とした。



ユニフォーム支給枚数×260枚／500枚※残240枚は場内イベント「スタンプラリー」景品として活用

◆バス種別

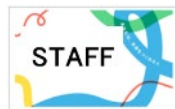
【主催者バス】黒
○紐首掛けバス×20



(紐：黒)



【STAFFバス】
○紐首掛けバス×100



緑 (管理者・D・A) ×30



青 (STAFF) ×70

【プレスバス】
○紐首掛けバス×30



(紐：赤)



(1) スタッフ体制

エ. 会場入り口付近での来場促進

会場入口前にて、来場者の呼び込みと混雑時の待機列整理を実施。
 入場規制は場内の来場者の滞留数を確認し、随時実施。

対象スタッフ： S1 S2

【内容】

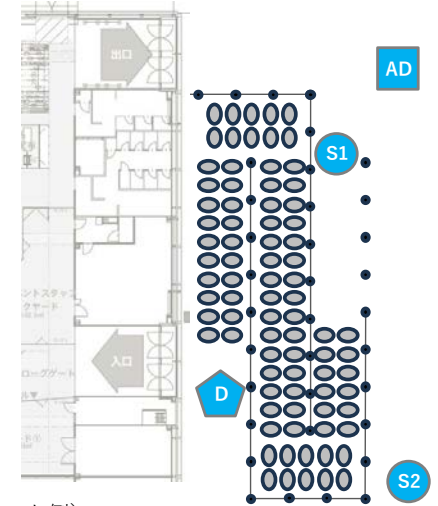
- ・呼び込み
- ・会場入口への案内誘導
- ・待機列整理

コメント例)

「こちらは、わたしとみらい、つながるサイエンス展の会場になります。」
 「各大学のみらいの研究を体験できます。」

「会場の入口は、こちらになります。」
 「こちらは、出口になりますので、あちらから入場をお願いします。」

【混雑時の待機列】



コメント例)

「最後尾は、こちらになります。」
 「水分補給しながらお待ち下さい。」
 「およそ、〇〇分くらいで、入場いただけます。」



オ. バックヤード

(ア) 本部設置

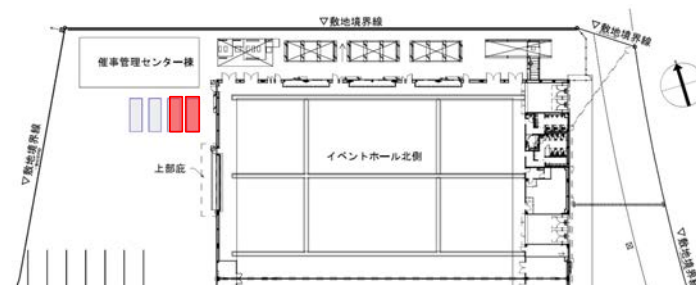
本番時には下図の位置に運営本部を設置。出展者からの様々な問い合わせなどの対応を行った。



(ウ) 出展者休憩用スペース

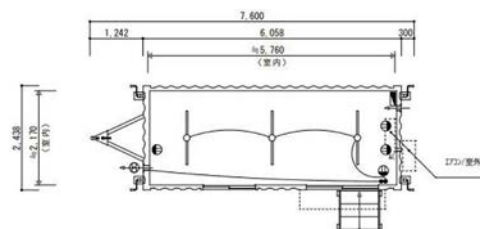
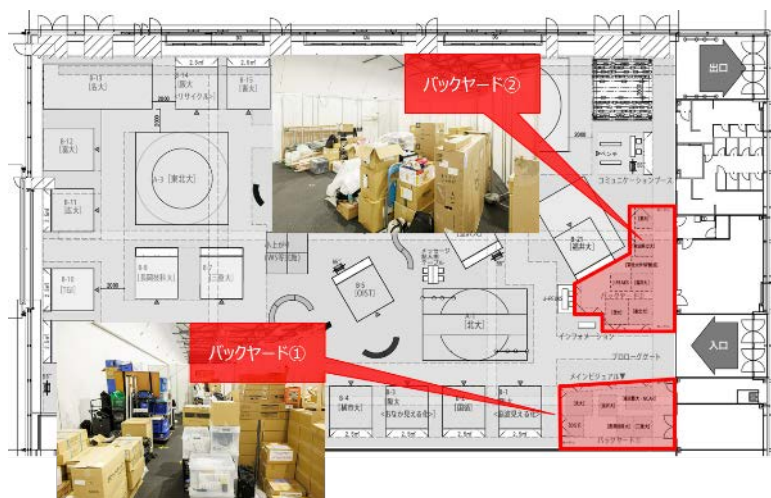
出展者向けの休憩スペースとして、会場既存のトレーラーハウスを借り上げ、共同休憩スペースとした。

- WASSE裏手の車寄せに設置してあるトレーラーハウス2台をご利用いただけます。
- 各出展者さま共用の控室となりますので、使用に当たっては整理整頓にご協力ください。荷物などによる席の占有は禁止いたします。



(イ) 出展者バックヤードの設置

ブース裏手に資材を置くことができない出展者向けに、下記の位置にバックヤードスペースを設けた。



本出展は会場が大阪関西万博内では配送品においてもセキュリティーチェックに時間を要し、日時指定配達が困難という環境であったため、出展者からの個別の宅配便についてはルールを設け、日本通運の倉庫に各出展者の荷物を集約し、会場へ日本通運が納品する形とした。

日本通運倉庫運用

日付	曜日	時間	内容	
7月中		-	出展者 ⇒ 運営本部	各出展者から、日通倉庫へ納品する物品配送物のヒアリング
～8月4日		-	運営本部 ⇒ 日通	配送物品リストの梱包数変更を随時共有
8月5日～8月7日	火～木	-	出展者 ⇒ 日通倉庫	各出展者が日通倉庫へ発送納品
8月8日	金	-	日通 ⇒ 運営本部	リストと照合し、配送物品の倉庫到着確認
8月12日	火	7:00～	日通倉庫 ⇒ WASSE	WASSE搬入口へ配送物品の搬入し、運営本部がリストの梱包数と照合確認後、各ブースへ配る
8月13日	水	16:00～	WASSE ⇒ 日通倉庫	空のJITBOXの搬出
8月19日	火	18:00～	日通倉庫 ⇒ WASSE	空のJITBOXの搬入し、運営本部が各ブースへ配る
8月19日～20日	火～水	-	出展者 ⇒ 運営本部	各出展者が搬出梱包の準備が整い次第、運営本部立会のもと、配送物品の梱包数を一緒に最終確認
8月20日	水	14:00～	WASSE ⇒ 日通倉庫	WASSE搬入口より、配送物品を搬出し、日通倉庫へ搬入
8月21日～25日	木～月	-	日通倉庫 ⇒ 出展者依頼先	各出展者から集荷依頼を受けた運送会社が日通倉庫へ集荷に伺い、各依頼先へ配送
8月25日	月	-	日通 ⇒ 運営本部	全ての配送物品が倉庫から出荷した旨、共有を受ける

ア. 搬入出調整

＜搬入出調整について＞

各出展者から希望の日程をヒアリングし、スケジュールに沿って車両証の発行を行った。

＜個別調整対応＞

コンテナ車両を持ち込んだ名古屋大学・東京芸術大学については、早朝や夕刻など他の出展者に影響しない時間帯に搬入枠を設け、個別調整対応を行なった。

イ. 搬入【8月12日(火)】

＜搬入及び施工時間＞ 00:00～21:00

- 事務局が基本施工に関する車両待機（会場裏手）は23:00までのスタンバイ完了
- 00:00～ 資材搬入と並行して、各レイアウトの位置決め作業、資材については仕分け作業
- 01:00～ 高所作業車による「吊りバナー」設置及び、1次幹線工事（電気）、高所作業終了後木工関係の搬入開始
- 02:00～ 名古屋大学出展コンテナ搬入・設置
- 02:30～ 躯体及びシンボル展示の建て込み
- ～06:00 出展者車両導線養生他、出展者車両搬入受け入れ可能状態へ
- 06:00～ 会場内車両搬入出展者受け入れ誘導・各出展者資材搬入施工開始
- 06:00～ 2次幹線工事（随時）・基本施工箇所の造作
- 08:00～ 日通倉庫より各出展者搬入物の納品開始・荷解き作業
- 10:00～ 会場外出展者車両は裏手で駐車待機対応
- ～14:00 会場内車両撤収
- 15:00～ 通電開始
- ～20:30 出展者及び事務局施工関係者、完全退館
- ～21:00 各所点検、1日目搬入施工完了

ウ. 搬出【8月19日(火)】

＜搬出及び撤去時間＞ 18:30～21:00

- 事務局側装飾物撤去作業
- 各出展者搬出・装飾物撤去作業
- 17:30～ 各出展者撤去車両待機（会場裏手）
- ～20:30 出展者及び事務局撤去関係者、完全退館
- ～21:00 1日目搬出撤去完了

搬入【8月13日(水)】

＜搬入及び施工時間＞ 09:00～21:00

- 事務局側施工・造作作業（終日）
- 各出展者搬入施工・造作作業（終日）
- 18:30～各出展者・事務局側残材引き上げ・車両撤収開始
- ～20:30出展者及び事務局施工関係者、完全退館
- ～21:00各所点検、2日目搬入施工完了

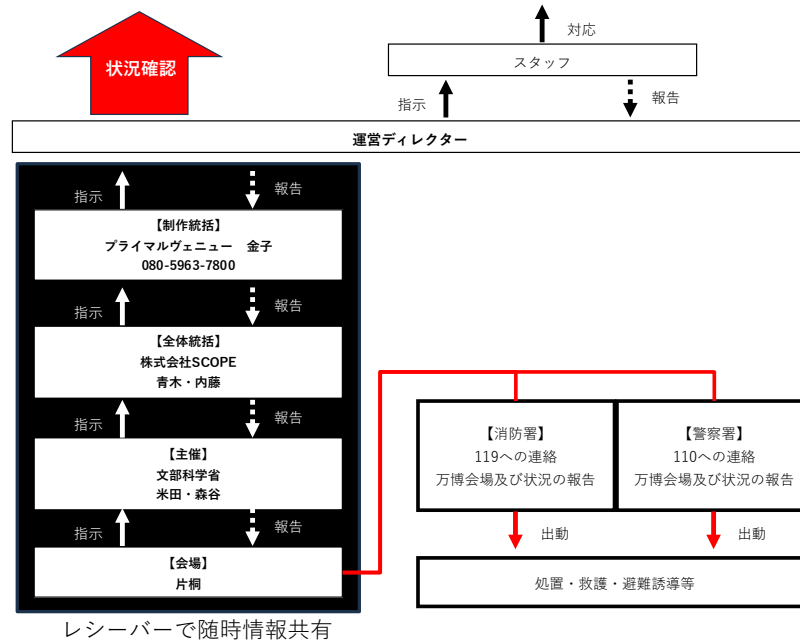
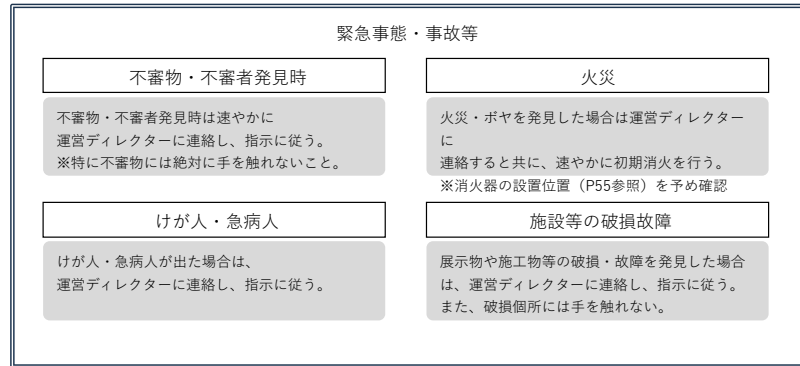
搬出【8月20日(水)】

＜搬出及び撤去時間＞ 10:00～21:00

- 事務局側装飾物撤去作業（終日）
- 各出展者搬出・装飾物撤去作業（終日）
- ～16:00 2次幹線撤去作業（電気）・16:00通電解除
- 16:00～ 日通倉庫より各出展者搬出物の回収運夫案作業
- 17:00～ 事務局施工資材関係搬出
- 17:30～各出展者撤去車両待機（会場裏手）
- ～20:30 出展者及び事務局撤去関係者、完全退館
- 20:30～ 万博協会立ち合い確認
- ～21:00 2日目搬出撤去完全完了

ア. 緊急時対応について

緊急時には下記のフロー対策を行った。
また、避難経路についても事前に消防センターと確認を行った。



イ. 対応結果

あらかじめ熱中症対策物品を用意し、以下の通り体調不良者への対応を行った。

救護詳細										
NO	日付	曜日	発見時間	発見場所	属性	症状	催事センターへの連絡	医療救護施設への搬送	結果	
①	8月15日	金	11:15頃	ステージ	出展者 20代男性	熱中症の疑い	あり	あり	運営本部で休憩し、12:20頃に回復したためホテルへ帰着	
②			15:45頃	ブース	出展者 10代女性	熱中症の疑い	あり	あり	運営本部で休憩し、16:40頃に母親に引き渡し	
③			11:00頃	運営本部	出展者 40代男性	熱中症の疑い	あり	あり	運営本部で休憩し、11:40頃に回復しブースへ戻る	
④	8月16日	土	14:55頃	搬入口付近	出展者 10代女性	熱中症の疑い	あり	あり	運営本部で休憩し、15:40頃に回復ブースへ戻る	
⑤			16:30頃	WASSE外	来場者 50代男性	熱中症の疑い	あり	なし	運営本部で休憩し、17:00頃に付き添いのご家族、ご本人の判断で退館	
⑥			10:20頃	WASSE内休憩所	来場者 10代男性	熱中症の疑い	あり	なし	運営本部で休憩し、10:50頃に回復し母親と退館	
⑦	8月17日	日	12:20頃	WASSE出口付近	来場者 70代男性	転倒によるけが	あり	なし	出血の手当後、運営本部で休憩し、13:00頃に自力で退館	
⑧			13:30頃	WASSE内休憩所	来場者 20代女性	熱中症の疑い	あり	なし	運営本部にて休憩し、14:00頃に回復し同伴者と共に退館	
⑨	8月19日	火	16:00頃	WASSE内休憩所	来場者 50代女性	熱中症の疑い	あり	あり	運営本部で休憩していたが、手のしびれ等が出てきたため16:20頃医療スタッフへ引き渡し	

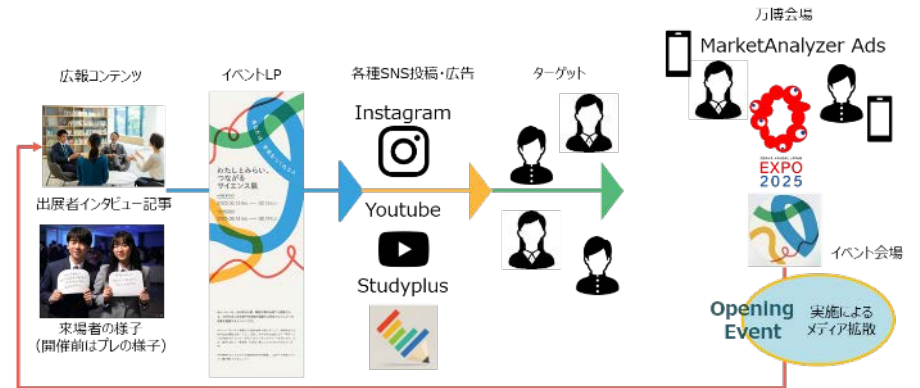
ア. 広報コンセプト

つなぐ、つなげる、つながる。

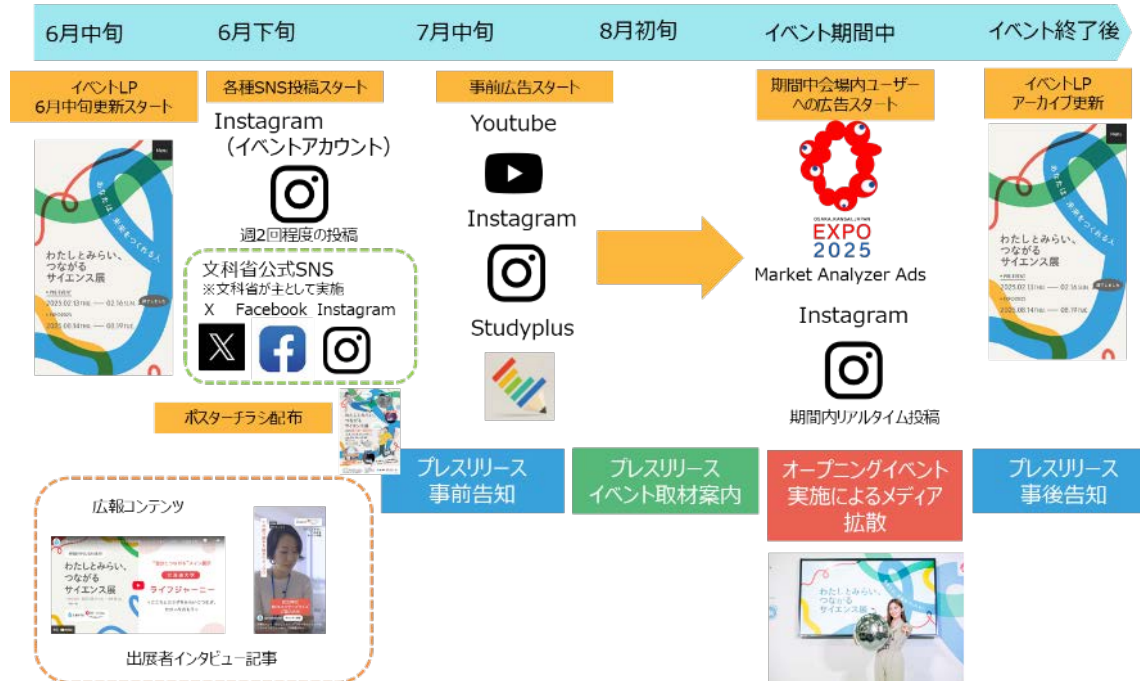
本イベントは、サイエンスが**つなぐ**未来社会の姿を身体で感じてもらうイベント。広報の役割は、その想いを未来を担う世代につなげて、イベントを体験していただくこと。また、体験を通じ、それぞれが主役となり「未来にどんな社会を作りたいか」を考えてもらうきっかけづくりになれば、このイベントの想いが、未来を担う世代に**つながる**と考え、広報コンセプトを立案。

イ. 広報展開フロー

広報コンセプトを踏まえて「**つなげる**」をキーワードに、リアルとデジタルのチャンネルをつなげた広報展開を行った。



ウ. 広報スケジュール



“ゆうちゃみ”氏を起用。

<稼働条件>

- ・契約期間：1クール(6/1～8/31) ・契約形態：アンバサダー契約
- ・稼働実務 1：8/14(木)のオープニングイベントへのゲスト出演
- ・稼働実務 2：ご本人告知SNS投稿（1～2回程度/任意）

<告知展開の露出媒体および内容>

- ・LP（イベント登壇ゲスト予告ほか） ・文科省各SNSによる投稿 ・SNS広告配信(6月～)
- ・オープニングイベントの様態を後日LP内にてアーカイブ配信(動画)含む ※配信期間：10月末まで
- ・その他告知印刷物(フライヤー)への掲載
- ※オープニングイベントは主にメディア向け(在京メディア向け同時配信/一般客アリ)

<選定の主な理由>

- ・イベント対象世代の高認知/親和性 ・万博アンバサダーとしての深い関連 ・プレイベント登壇の実績
- ・低スキャンダル性



(3) 来場促進ツールの作成

ア. ポスター制作



デザインコンセプト：中高生が親しみを感じやすいようにイラストを採用。フォントもカジュアルなものを採用。
また、展示の内容がわかるようにプレイベントの画像を多く使用し、視覚的な内容とした。

A2判×片面4色刷り

イ. チラシ制作



A4判×両面4色刷り

ウ. 配送

全79カ所（科学館24カ所、出展者41カ所、学生団体18カ所、文部科学省）、
チラシ25,273部・ポスター330部を個別配送。

広報・調査チームにて更新情報のデータを作成。HTMLデータで文部科学省広報室に走稿、広報室にてアップロード

ア. 第一回更新

☞ 本番情報に更新・ゾーンメッセージを新設

イ. 第二回更新

☞ ツアー開催の告知

ウ. 第三回更新

☞ ステージプログラム追加・インタビューコンテンツ追加

エ. 第四回更新

☞ スタンプラリー・メッセージゾーン紹介
・インタビューコンテンツ追加

オ. 第五回更新

☞ 展示内容音声追加・ライブ配信の案内追加

カ. 第六回更新

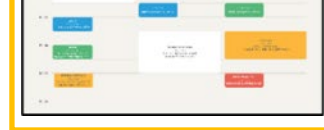
☞ イベント終了告知

キ. 第七回更新

☞ アーカイブ追加

ク. 最終更新

☞ アンバサダー契約期間後（掲載取り下げ）の最終版



ア. Instagram (ア) 投稿カレンダー expo_watashitomirai

投稿日	2025年7月4日	2025年7月4日	2025年7月4日	2025年7月4日	2025年7月4日					
投稿面	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿					
テーマ	メインビジュアル※ ピン止め用	メインビジュアル※ ピン止め用	メインビジュアル※ ピン止め用	チラシ表	チラシ裏					
共同投稿										
投稿日	2025年7月7日	2025年7月8日	2025年7月8日	2025年7月9日	2025年7月9日	2025年7月10日	2025年7月11日	2025年7月11日	2025年7月11日	
投稿面	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	
テーマ	ゾーン紹介 (自分)	北海道大学展示内容 紹介	大阪大学<脳波見え る化>展示内容紹介	国立循環器病研究セン ター展示内容紹介	大阪大学<おなか見 える化>展示内容紹 介	横浜市立大学展示内 容紹介	沖縄科学技術大学院 大学展示内容紹介	チラシ表面	自分とつながるゾー ン紹介	
共同投稿		@hokudai.coi.next	@sanken_dog.jp				@OISTedu	@mextjapan	@mextjapan	
投稿日	2025年7月14日	2025年7月15日	2025年7月15日	2025年7月16日	2025年7月16日	2025年7月17日	2025年7月17日	2025年7月18日	2025年7月18日	2025年7月19日
投稿面	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	リール動画	フィード投稿	リール動画
テーマ	ゾーン紹介 (周囲)	東京藝術大学/国立 アートリサーチセン ター展示内容紹介	Nプロジェクト (京 都大学・大阪高等学 校) 展示内容紹介	三重大学展示内容紹介	長岡技術大学展示内 容紹介	慶應義塾大学展示内 容紹介	つくばグローバル・ イノベーション推進 機構展示内容紹介	北海道大学ブースの 見どころ	ゾーン紹介 (周囲)	東京藝術大学/国立 アートリサーチセン ターブースの見ど ころ
共同投稿				@mieuniversity					@mextjapan	
投稿日	2025年7月22日	2025年7月22日	2025年7月23日	2025年7月23日	2025年7月23日	2025年7月24日	2025年7月24日	2025年7月24日	2025年7月25日	2025年7月25日
投稿面	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	リール動画	フィード投稿	リール動画
テーマ	ゾーン紹介 (社会)	東北大学<Vision to Connect拠点>展示 内容紹介	広島大学展示内容紹 介	富山大学展示内容紹介	東海国立大学機構名 古屋大学展示内容紹 介	大阪大学<リサイク ル>展示内容紹介	香川大学展示内容紹 介	東北大学<Vision to Connect拠点>ブ ースの見どころ	ゾーン紹介 (社会)	信州大学ブースの見 どころ
共同投稿		@eyemaru1010				@uyama_lab	@kagawa_university		@mextjapan	
投稿日	2025年7月28日	2025年7月29日	2025年7月29日	2025年7月30日	2025年7月30日	2025年7月31日	2025年7月31日	2025年8月1日	2025年8月1日	
投稿面	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	
テーマ	ゾーン紹介 (地球)	信州大学展示内容紹 介	秋田県立大学展示内 容紹介	九州大学展示内容紹介	東北大学<ネイ チャーポジティブ拠 点>展示内容紹介	琉球大学展示内容紹 介	金沢大学展示内容紹 介	福井大学展示内容紹 介	ゾーン紹介 (地球)	
共同投稿		@shinshu_university	@akita_p_u2024				@kanazawauniv_science		@mextjapan	

ア. Instagram (ア) 投稿カレンダー
[expo_watashitomirai](#)

投稿日	2025年8月4日	2025年8月4日	2025年8月5日	2025年8月5日	2025年8月5日	2025年8月5日	2025年8月6日	2025年8月6日	2025年8月6日	2025年8月6日
投稿面	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿
テーマ	スタンプラリーの紹介	アンバサダー紹介	早稲田大学総合研究機構ステージ紹介	金沢大学ステージ紹介	香川大学ステージ紹介	慶應義塾大学／関西学院大学ステージ紹介	北海道大学ステージ紹介	信州大学ステージ紹介	東京藝術大学／国立アートリサーチセンターステージ紹介	地球とつながるゾーンステージ紹介
共同投稿			@beyond2020nextproject	@kanazawauniv_science	@kagawa_university		@hokudai.coi.next	@shinshu_university		
投稿日	2025年8月6日	2025年8月7日	2025年8月7日	2025年8月7日	2025年8月7日	2025年8月7日	2025年8月7日	2025年8月7日	2025年8月8日	
投稿面	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	
テーマ	神戸大学企業部ステージ紹介	EKKYO.HUBステージ紹介	東京藝術大学／国立アートリサーチセンターステージ紹介	自分とつながるゾーンステージ紹介	熊本県立玉名工業高等学校ステージ紹介	社会とつながるゾーンステージ紹介	Nプロジェクトステージ紹介	大阪大学<脳波見える化>ステージ紹介	福井大学ステージ紹介	
共同投稿	@kobeuni_kigyoubu	@ekkyo.hub								
投稿日	2025年8月8日	2025年8月8日	2025年8月8日	2025年8月9日	2025年8月10日	2025年8月10日	2025年8月10日	2025年8月10日	2025年8月10日	2025年8月10日
投稿面	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	ストーリーズ投稿	ストーリーズ投稿	リール動画	リール動画	リール動画	リール動画	リール動画
テーマ	周囲とつながるゾーンステージ紹介	大阪大学<リサイクル>ステージ紹介	香川大学ステージ紹介	カウントダウン5日前	カウントダウン4日前	北海道大学 取り組みを始めたきっかけ	東京藝術大学／国立アートリサーチセンター 文化的処方ってなんですか？	東北大学<Vision to Connect拠点> 取り組みを始めたきっかけ	信州大学 取り組みを始めたきっかけ	北海道大学 担う未来は？
共同投稿		@uyama_lab	@kagawa_university							
投稿日	2025年8月10日	2025年8月10日	2025年8月10日	2025年8月11日	2025年8月12日	2025年8月12日	2025年8月12日	2025年8月12日	2025年8月12日	2025年8月12日
投稿面	リール動画	リール動画	リール動画	ストーリーズ投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	ストーリーズ投稿
テーマ	東京藝術大学／国立アートリサーチセンター 未来を作る人たちのメッセージ	東北大学<Vision to Connect拠点> 未来を作る人たちのメッセージ	信州大学 未来を作る人たちのメッセージ	カウントダウン3日前	明石工業高等専門学校ステージ紹介	高エネルギー加速器研究機構ステージ紹介	学生団体BEASTステージ紹介	筑波大学ステージ紹介	筑波大学インクルーシブ・スマートソサイエティ・プログラムステージ紹介	カウントダウン2日前
共同投稿										
投稿日	2025年8月13日	2025年8月13日	2025年8月13日	2025年8月13日	2025年8月13日	2025年8月13日	2025年8月13日			
投稿面	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	フィード投稿	リール投稿	ストーリーズ投稿			
テーマ	東北大学<Vision to Connect拠点>ステージ紹介	東北大学<ネイチャーポジティブ拠点>ステージ紹介	つくばグローバル・イノベーション推進機構ステージ紹介	富山大学ステージ紹介	慶應義塾大学／関西学院大学／株式会社ポネルンドステージ紹介	リレーインタビュー動画	カウントダウン1日前			
共同投稿				@aluminiumresearchcenter1						

ア. Instagram (ア) 投稿カレンダー [expo_watashitomirai](https://www.instagram.com/expo_watashitomirai)

投稿日	2025年8月14日	2025年8月14日	2025年8月14日	2025年8月15日	2025年8月15日	2025年8月15日	2025年8月15日	2025年8月15日	2025年8月16日	2025年8月16日
投稿面	リール投稿	ストーリーズ投稿	ストーリーズ投稿	フィード投稿	リール投稿	リール投稿	ストーリーズ投稿	ストーリーズ投稿	フィード投稿	リール投稿
テーマ	スタートしたよ!	1日目のステージプログラムの紹介	各ステージプログラムの事前告知	ゆうちゃみさんが来てくれたよ	展示の紹介(九州大学・長岡技術科学大学)	ステージプログラム紹介(空間楽器で遊ぼう)	2日目のステージプログラムの紹介	各ステージプログラムの事前告知	2日目もありがとう	展示の紹介(福井大学)
共同投稿										
投稿日	2025年8月16日	2025年8月16日	2025年8月17日	2025年8月17日	2025年8月17日	2025年8月17日	2025年8月18日	2025年8月18日	2025年8月18日	2025年8月19日
投稿面	ストーリーズ投稿	ストーリーズ投稿	リール投稿	リール投稿	ストーリーズ投稿	ストーリーズ投稿	リール投稿	ストーリーズ投稿	ストーリーズ投稿	リール投稿
テーマ	3日目のステージプログラムの紹介	各ステージプログラムの事前告知	展示の紹介(富山大学・東北大学<Vision to Connect拠点>)	展示の紹介(秋田県立大学)	4日目のステージプログラムの紹介	各ステージプログラムの事前告知	展示の紹介(慶應義塾大学)	5日目のステージプログラムの紹介	各ステージプログラムの事前告知	展示の紹介(大阪大学<リサイクル>)
共同投稿										
投稿日	2025年8月19日	2025年8月19日	2025年8月19日	2025年8月21日						
投稿面	リール投稿	ストーリーズ投稿	ストーリーズ投稿	フィード投稿						
テーマ	展示の紹介(慶應・三重・長岡・大阪・福井・九州・横浜・国循・東北)	6日目のステージプログラムの紹介	各ステージプログラムの事前告知	たくさんのご来場ありがとうございました						
共同投稿										

ア. Instagram (イ) 投稿例

A: ゾーン紹介



B: 展示紹介



C: ステージプログラム紹介



最も閲覧回数が伸びた投稿は三重大学との共同投稿の三重大学展示紹介

閲覧回数 34,375



最もインタラクション（いいね等）が多かった投稿は信州大学との共同投稿の信州大学ステージプログラム紹介

インタラクション数163



最も再生時間が長かった投稿は信州大学ステージプログラム・慶応大学の展示紹介のルール動画

再生時間 5時間13分

ア. Instagram

(ウ) 投稿クリエイティブ (サンプル)

【6月26日、7月4日・7日】



【7月8日～8月13日】
クリエイティブサンプル



ア. Instagram

(ウ) 投稿クリエイティブサンプル

【会期中ストーリーズ投稿】(上段：イベントアカウント用 下段：文部科学省公式アカウント用)



【会期中投稿 8月14・15日】

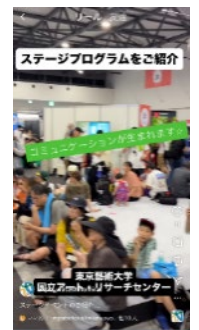


【会期中投稿 8月16・17・18・19日】

リール動画



会期後投稿



イ. 文科省公式SNS

(ア) 投稿カレンダー

投稿日	2025年7月7日	2025年7月7日						
投稿面	X・Facebook・Instagram	X引用リポスト						
テーマ	イベント紹介	東北大学プレ展示紹介						
投稿日	2025年7月8日	2025年7月10日	2025年7月11日	2025年7月11日	2025年7月14日	2025年7月14日	2025年7月15日	2025年7月15日
投稿面	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook
テーマ	ゾーン紹介（自分）	北海道大学インタビュー動画紹介	北海道大学展示内容紹介①	大阪大学（脳波）展示内容紹介①	国立循環器病研究センター展示内容紹介①	大阪大学（おなか）展示内容紹介①	横浜市立大学展示内容紹介①	沖縄科学技術大学院大学展示内容紹介①
投稿日			2025年7月15日	2025年7月15日	2025年7月16日	2025年7月18日	2025年7月18日	2025年7月22日
投稿面			X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook
テーマ			北海道大学展示内容紹介②	大阪大学（脳波）展示内容紹介②	国立循環器病研究センター展示内容紹介②	大阪大学（おなか）展示内容紹介②	横浜市立大学展示内容紹介②	沖縄科学技術大学院大学展示内容紹介②
投稿日	2025年7月17日	2025年7月15日	2025年7月22日	2025年7月22日	2025年7月23日	2025年7月23日	2025年7月23日	2025年7月24日
投稿面	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook
テーマ	ゾーン紹介（周囲）	東京藝術大学インタビュー動画紹介	東京藝術大学展示内容紹介①	Nプロジェクト展示内容紹介①	三重大学展示内容紹介①	長岡技術大学展示内容紹介①	慶應義塾大学展示内容紹介①	つくばグローバルイノベーション推進機構展示内容紹介①
投稿日			2025年7月24日	2025年7月24日	2025年7月25日	2025年7月25日	2025年7月25日	2025年7月28日
投稿面			X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook
テーマ			東京藝術大学展示内容紹介②	Nプロジェクト展示内容紹介②	三重大学展示内容紹介②	長岡技術大学展示内容紹介②	慶應義塾大学展示内容紹介②	つくばグローバルイノベーション推進機構展示内容紹介②

イ. 文科省公式SNS

(ア) 投稿カレンダー

投稿日	2025年7月26日	2025年7月26日	2025年7月26日	2025年7月26日	2025年7月26日	2025年7月26日	2025年7月26日	2025年7月26日	
投稿面	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	
テーマ	ゾーン紹介（社会）	東北大学インタビュー動画紹介	東北大学展示内容紹介①	広島大学展示内容紹介①	富山大学展示内容紹介①	名古屋大学展示内容紹介①	大阪大学（リサイクル）展示内容紹介①	香川大学展示内容紹介①	
投稿日			2025年7月28日	2025年7月29日	2025年7月29日	2025年7月29日	2025年7月28日	2025年7月28日	
投稿面			X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	
テーマ			東北大学展示内容紹介②	広島大学展示内容紹介②	富山大学展示内容紹介②	名古屋大学展示内容紹介②	大阪大学（リサイクル）展示内容紹介②	香川大学展示内容紹介②	
投稿日	2025年7月28日	2025年7月28日	2025年7月30日	2025年7月31日	2025年7月30日	2025年7月31日	2025年7月30日	2025年7月31日	2025年7月31日
投稿面	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook
テーマ	ゾーン紹介（地球）	信州大学インタビュー動画紹介	信州大学展示内容紹介①	秋田県立大学展示内容紹介①	九州大学展示内容紹介①	東北大学（NP）展示内容紹介①	琉球大学展示内容紹介①	金沢大学展示内容紹介①	福井大学展示内容紹介①
投稿日			2025年8月5日	2025年8月5日	2025年8月5日	2025年8月5日	2025年8月5日	2025年8月6日	2025年8月6日
投稿面			X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook
テーマ			信州大学展示内容紹介②	秋田県立大学展示内容紹介②	九州大学展示内容紹介②	東北大学（NP）展示内容紹介②	琉球大学展示内容紹介②	金沢大学展示内容紹介②	福井大学展示内容紹介②

イ. 文科省公式SNS

(ア) 投稿カレンダー

投稿日	2025年8月7日	2025年8月7日	2025年8月7日	2025年8月8日	2025年8月8日	2025年8月8日	2025年8月8日		
投稿面	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook		
テーマ	アンバサダー紹介	早稲田大学総合研究機構ステージ紹介	神戸大学企業部ステージ紹介	熊本県立玉名工業高等学校ステージ紹介	EKKYO-HUBステージ紹介	明石工業高等専門学校ステージ紹介	学生団体BEASTステージ紹介		
投稿日	2025年8月13日	2025年8月13日	2025年8月14日	2025年8月14日	2025年8月15日	2025年8月16日	2025年8月17日	2025年8月18日	2025年8月19日
投稿面	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook
テーマ	開催告知（30秒CM）	WASSE場所案内	スタンプラリー紹介	ステージプログラム配信紹介（1日目）	ステージプログラム配信紹介（2日目）	ステージプログラム配信紹介（3日目）	ステージプログラム配信紹介（4日目）	ステージプログラム配信紹介（5日目）	ステージプログラム配信紹介（6日目）
投稿日	2025年8月15日	2025年8月18日	2025年8月19日	2025年10月16日					
投稿面	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook	X・Facebook・Instagram					
テーマ	当日の展示紹介	当日の展示紹介	当日の展示紹介	展示ダイジェスト動画紹介					

(イ) 投稿クリエイティブ
Instagramに準じる。

イ. 文科省公式SNS
(イ) 投稿例

展示紹介



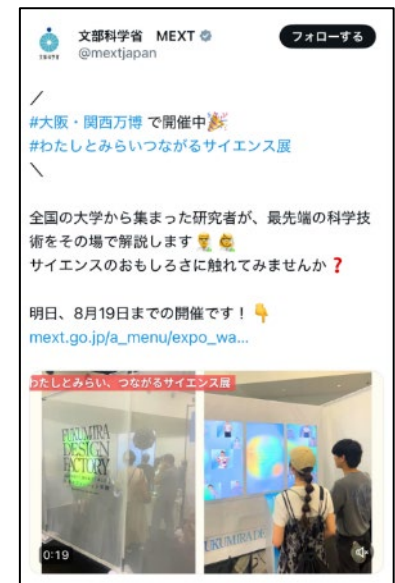
ステージ紹介



当日配信紹介



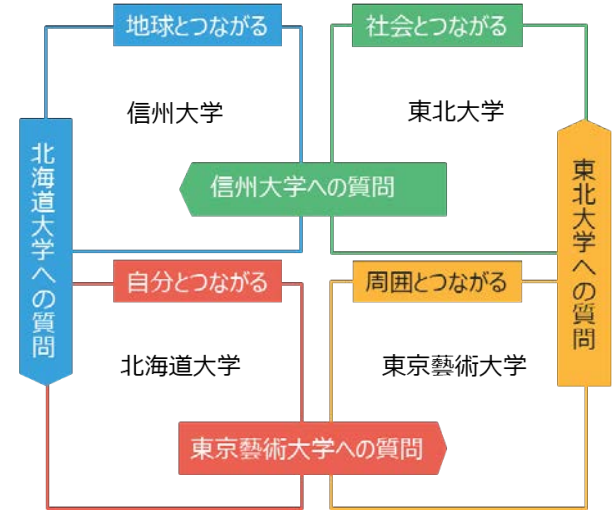
当日展示紹介



ア. 企画

4つのゾーンを深掘りし、つなげるコンテンツ制作。4つのゾーンメッセージを伝えるとともに、ゾーンの代表であるTypeA出展者の4大学にインタビューを行い、動画と記事コンテンツを制作。「つながる」コンセプトに合わせ、リレーインタビューとし、違うゾーンの大学への質問を受け、その回答をもらう

リレーインタビューフロー



アウトプットコンテンツ

- ・長尺横型動画（最長5分程度）・・・4大学分
- ・短尺縦型動画（1テーマ毎60秒程度）・・・1大学3～4本
- ・サイト用記事・・・4大学分

イ. 制作

(ア) 北海道大学



(イ) 東京藝術大学



(ウ) 東北大学



(エ) 信州大学



(オ) 広告用動画

チラシ要素動画：Web広告用にチラシ要素を30秒にまとめた動画

リレー動画：リレーインタビューのリレー質問部分を4大学分まとめた動画

チラシ要素動画：横



チラシ要素動画：縦



リレー動画：縦



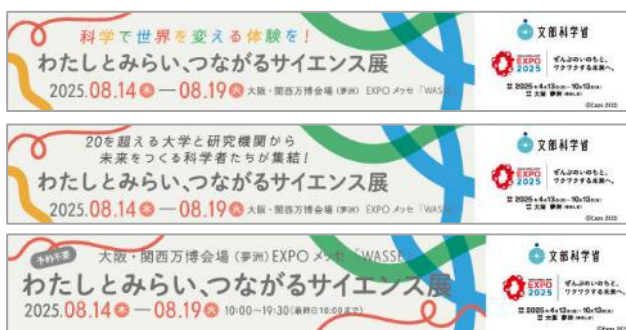
ア. 配信プラン

1. 【媒体選定】
 1. 配信期間によって、媒体を選定。事前告知には、YouTube・Instagram・studyplusを採用し、会期中は会場内への配信ができるmarketanalyzerを採用
 2. SNS広告は、中高生の利用率の高いYouTubeとInstagramを採用し、その他の媒体としてターゲティングが明確で、親和性の高いstudyplusを採用
2. 【目標】
 1. 特設サイトに情報集約をしていたので、サイト遷移を主な目標とし、クリック数目標を45,000に設定。
 2. 普段のSNS閲覧に溶け込むように、出展者の思いや展示の魅力を広告内でも伝えられるよう、動画視聴も目的の一つとして設計

		媒体	ターゲティング	想定Imp	想定click	想定視聴回数
事前告知	動画視聴	YouTube	近畿圏性年代ALL（大学生別途ターゲティング）	3,600,000	-	500,000
		Instagram	近畿圏の13歳から19歳	2,400,000	-	660,000
		studyplus	近畿圏の中学生・高校生	1,200,000		900,000
	Webサイト遷移	Instagram（thread）	近畿圏の13歳から19歳	2,400,000	24,000	
				9,600,000	24,000	2,060,000
期間中告知	動画視聴	Marketanalyzer	万博会場内	2,720,000		1,900,000
	Webサイト遷移	Marketanalyzer	万博会場内	1,360,000	16,320	
				4,080,000	16,320	3,960,000
合計				13,680,000	40,320	6,020,000

イ. クリエイティブ

studyplus



Market analyzer



ア. オープニングイベント取材メディア

①会場現地にて取材

／合計6媒体

②オンラインにて取材

／合計4媒体

【テレビ】・テレビ大阪「やさしいニュース」
 【スポーツ紙】
 ・デイリースポーツ
 ・日刊スポーツ
 ・サンケイスポーツ
 ・スポーツニッポン
 【一般紙】
 ・読売新聞

【WEB】
 ・舌肥
 ・エンカウト
 ・ウォーカープラス
 ・WEBザテレビジョン
 ※オンライン取材はオフィシャルカメラ撮影の
 スチール素材を提供して記事化。

合計10媒体がオープニングイベントを取材。

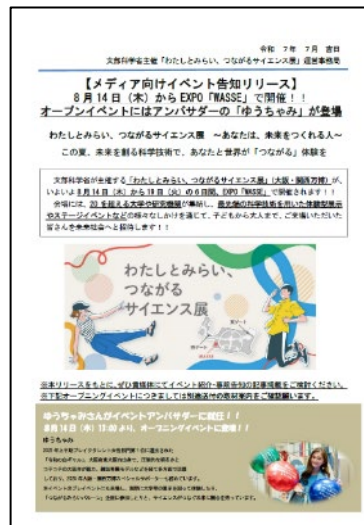
オフィシャルカメラ撮影の映像素材を同日に下記3番組に提供。

TBS「THE TIME」、フジテレビ「ノンストップ!」、ABC朝日放送テレビ「おはよう朝日です」

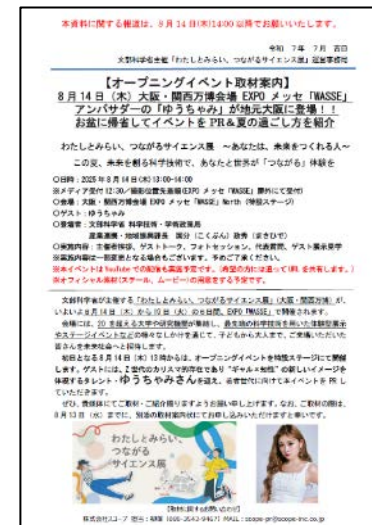
イ. プレスリリース

プレスリリースは事前告知、取材誘致、イベントレポートの3種を作成。
 メディア向けに段階的かつ効果的な情報発信を実施。

(ア) 事前告知：7月23日(水)配信



(イ) 取材誘致：7月24日(木)配信



(ウ) イベントレポート：8月15日(金)配信



ウ. メディア掲載一覧
【TV】

TV番組2件、新聞8紙、WEB63件等で紹介された。

NO.	番組名	放送局	放送日	放送内容	放送時間	放送尺
1	やさしいニュースプラス	テレビ大阪	8月14日	万博に最先端技術が集結	21:56-21:57頃	48秒
2	THE TIME.	TBS	8月15日	ゆうちゃみ 神様の存在明かす	04:35-04:36	60秒

テレビ大阪「やさしいニュースプラス」/8月14日(木)



TBS「THE TIME」/8月15日(金)



ウ. メディア掲載一覧

TV番組2件、新聞8紙、WEB63件等で紹介された。

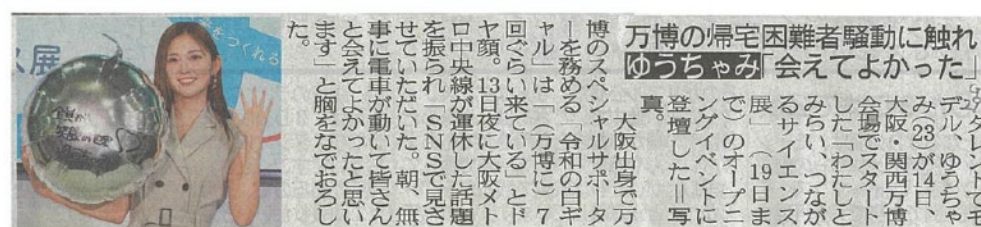
【新聞】

NO.	媒体名	表紙日付	発売日	見出し	発行所	カラー	サイズ
1	日刊スポーツ(東京)	2025/08/15	2025/08/15	「会えてよかった」ゆうちゃみ	日刊スポーツ新聞社	カラー	17cm1段
2	日刊スポーツ(札幌)	2025/08/15	2025/08/15	「会えてよかった」ゆうちゃみ	日刊スポーツ新聞社北海道本社	カラー	17cm1段
3	日刊スポーツ(名古屋)	2025/08/15	2025/08/15	「会えてよかった」ゆうちゃみ	日刊スポーツ新聞社名古屋本社	カラー	17cm1段
4	日刊スポーツ(大阪)	2025/08/15	2025/08/15	「会えてよかった」ゆうちゃみ	日刊スポーツ新聞社大阪本社	カラー	17cm1段
5	日刊スポーツ(福岡)	2025/08/15	2025/08/15	「会えてよかった」ゆうちゃみ	日刊スポーツ新聞社西部本社	カラー	17cm1段
6	日刊スポーツ(那覇)	2025/08/15	2025/08/15	「会えてよかった」ゆうちゃみ	沖縄タイムス社	カラー	17cm1段
7	サンケイスポーツ(東京)	2025/08/15	2025/08/15	万博の帰宅困難者騒動に触れ ゆうちゃみ「会えてよかった」	産業経済新聞社東京本社	カラー	13cm1段
8	サンケイスポーツ(大阪)	2025/08/15	2025/08/15	万博の帰宅困難者騒動に触れ ゆうちゃみ「会えてよかった」	産業経済新聞社大阪本社	カラー	13cm1段

日刊スポーツ/8月15日(金)



サンケイスポーツ/8月15日(金)



ウ. メディア掲載一覧

TV番組2件、新聞8紙、WEB63件等で紹介された。

【WEB】 サンスポ・dメニュー・ニュース・LINE NEWS・YahooNEWS・ENCOUNT WEBテレビジョン・ウォーカープラス 等

サンスポ／8月14日(木)



スポニチ／8月14日(木)



ENCOUNT／8月14日(木)



日刊スポーツ／8月14日(木)



舌肥／8月15日(金)



ウォーカープラス夏休み／8月15日(金)

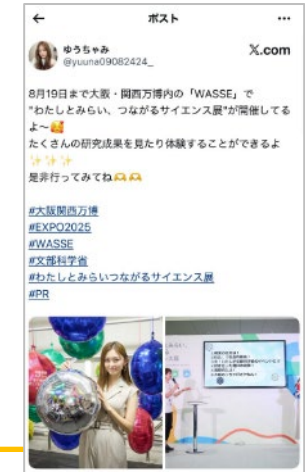


Instagram／8月14日(金)



ゆうちゃみさん SNS投稿

X／8月14日(金)



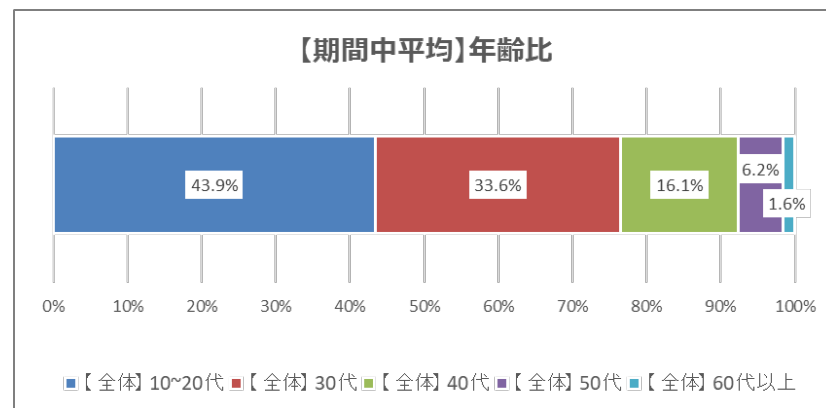
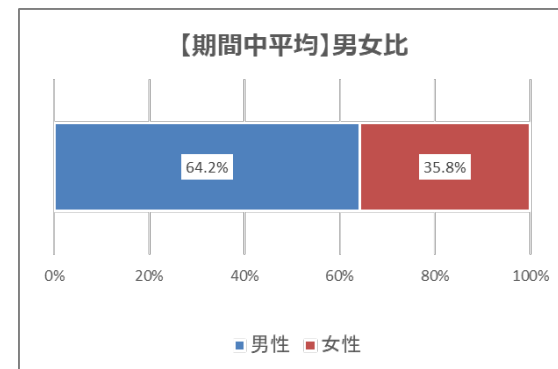
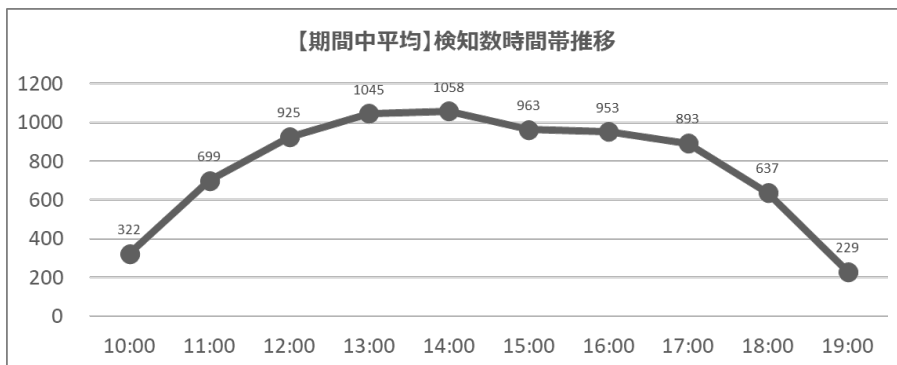
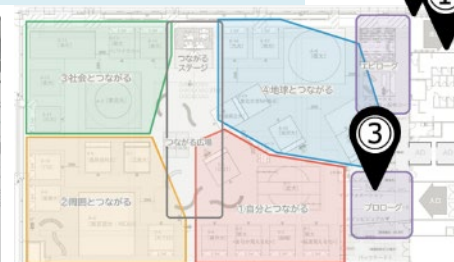
ア. 来場数・参加数

	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

イ. AIカメラ計測

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するため、AIカメラによる計測を実施した。

計測内容 <性別> <年齢> <検知数=人数>



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

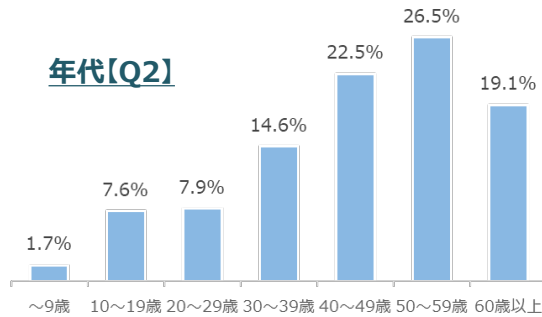
※FQ (Frequency) ⇒ 1人のユーザーへの平均接触回数 ※CTR (Click Through Rate) ⇒ ユーザー表示回数において、実際にクリックされた回数割合

※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

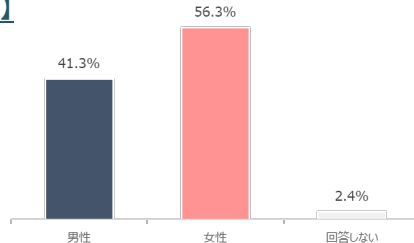
ア. 調査概要

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

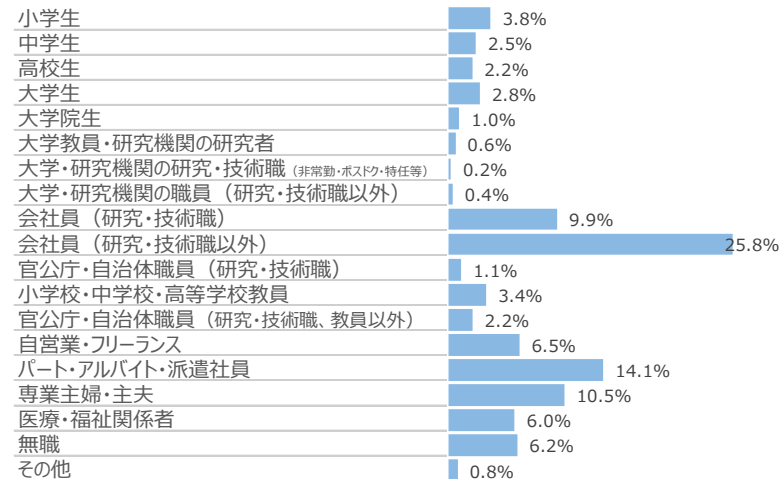
イ. 回答者属性



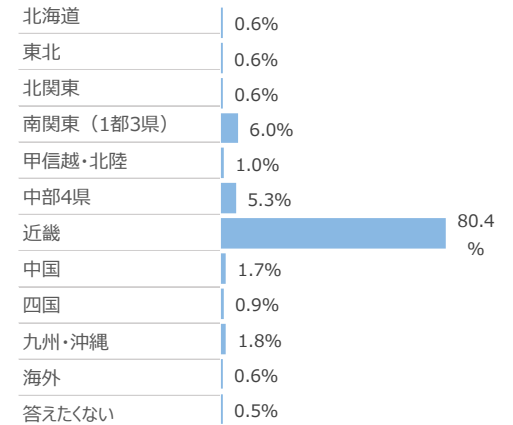
性別【Q3】



職業【Q4】



居住地【Q5】



ウ. 来場者向け調査より（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
- 偶然的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学官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。

Ⅰ. アンケート設問

NO	設問	回答形式※
Q1	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。	言語選択
Q2	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。	SA
Q3	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。	SA
Q4	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。	SA
Q5	現在のお住まいのエリアをお選びください。	SA(+FA)
Q6	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。	MA(+FA)
Q7	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。	MA(+FA)
Q8	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。	SA
Q9	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。	SA
Q10	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。	MA(+FA)
Q11	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？あてはまるものをすべてお選びください。	MA(+FA)
Q12	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でもお選びください。	MA
Q13	前の質問で選ばれたものの中で、特に印象に残ったものを一つ、お選びください。	SA
Q14	この展示会を訪れた日付をお答えください。	MA
Q15	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	SA
Q16	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。	
	内容のわかりやすさ	SA
	興味深さ・面白さ	SA
	ステージの雰囲気	SA
	全体的な満足度	SA
Q17	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。	MA
Q18	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。	MA(+FA)
Q19	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。	MA(+FA)

NO	設問	回答形式※
Q20	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。	
	展示の見やすさ	SA
	音響・空調	SA
	会場の回遊性（回りやすさ、配置、案内のわかりやすさ）	SA
Q21	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。	SA
Q22	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。	MA(+FA)
Q23	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。	FA

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

I. 出展者向け調査より（調査結果考察）

-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。

ウ. アンケート設問

NO	設問	回答形式※
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。	機関名選択
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。 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準備期間の適切さ	SA
	出展要項・マニュアルの明確さ	SA
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。	FA
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。 イベント前の広報活動の十分さ	SA
	広報物における出展物の掲載方法、情報の適切さ	SA
	SNSや特設サイトでの情報発信の効果	SA
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。	FA
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。 会場設営時のサポート体制の十分さ	SA
	搬入・搬出手続きのスムーズさ	SA
	スタッフの配置やサポート体制への満足度	SA
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。	FA
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。 出展ブースやステージのスペース・設備の適切さ	SA
	会場の導線や案内表示の分かりやすさ	SA
	会場の安全対策(災害・感染症等)の十分さ	SA
	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	SA
	イベント全体の雰囲気や演出への満足度	SA
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。	FA
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。 展示内容の分かりやすさ	SA
	来場者にとっての科学技術への関心喚起の効果	SA
	中高生にとっての科学技術への関心喚起の効果	SA
	イベントコンセプト「つながる」との合致度	SA
	来場者とのコミュニケーションの充実度	SA
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。	FA
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。 研究成果の発表に関して	SA
	研究の方向性(産学連携や地域連携)に対して	SA
	社会実装の方向性に対して	SA
	社会への啓発・教育活動に関して	SA
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。	FA
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・気づきに関して、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。 来場者との対話を通じた新たな気づき	SA
	研究に役立つ学び	SA
	就職・進学など将来選択につながる学び	SA
	科学技術の社会発信への意識の高まり	SA
Q15	学生が出展やステージ発表を通じて得た学び・気づきに関する項目で、「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。	FA

NO	設問	回答形式※
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。 運営や進行のスムーズさ	SA
	プログラムの時間配分の適切さ	SA
	来場者の滞在時間・集中度の適切さ	SA
	来場者の反応の良さ	SA
	YouTubeでのライブ配信による発信効果	SA
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。	FA
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。 機関の研究成果の発信の効果	SA
	産学官連携の意義の伝達度	SA
	他の出展機関との連携の可能性の広がり	SA
	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	SA
	社会課題への関心喚起の効果	SA
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。	FA
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。 展示体験ツアー	SA
	インタビュー動画	SA
	わたしとみらい、つながるスタンラリー	SA
	来場者参加企画「みんなの思う理想のみらい」コーナー	SA
	モニターを活用した研究成果の発信(Type C)による展示	SA
Q21	上記企画等についてご意見があればご記入ください。	FA
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。	FA
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。	FA
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。	FA
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。	FA
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。	SA
Q27	上記以外でご意見・ご要望があればご記入ください。	FA

※回答形式→S A = 選択回答/FA→自由回答

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。

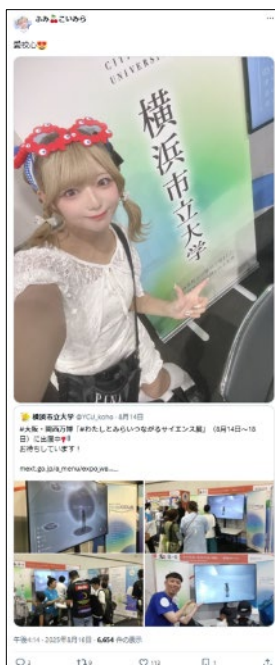
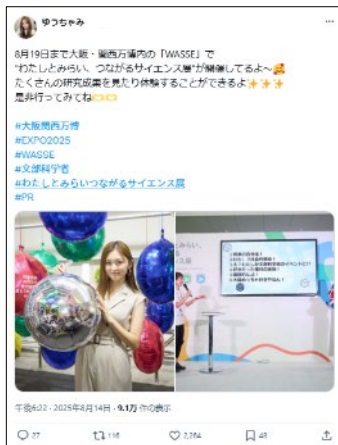
※2 投稿に表現されている全体的な態度や感情のトーン(ポジティブ、ネガティブ、ニュートラル)をAIによって自動的に判定することで、ブランドや話題に対する人々の態度や感情を理解するための指標。自然言語処理(NLP)やディープラーニング技術を用いて、投稿や記事全体の文脈を理解し、判定。

※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

1. 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。



ウ. 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

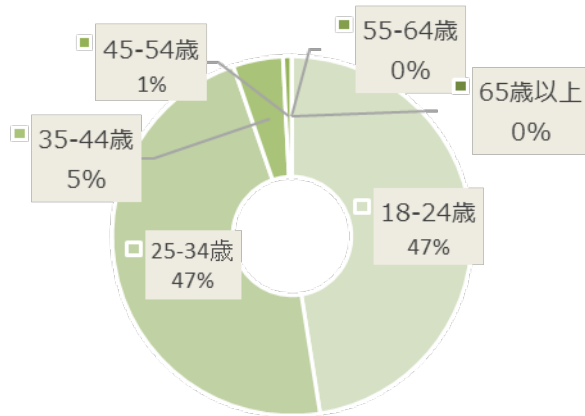
インフルエンサー	投稿 ↓	センチメント	リーチ	結果毎のリーチ	エンゲージメント	結果毎のエンゲージメント
しもしも	16 ▲433.3%		20,464 ▲34.2%	1,279	86	5.375
文部科学省 MEXT @mextjapan	13 ▲7.1%		5,854,464 ▲7.1%	450,343.3846...	856 ▲8.2%	65.846154 ▲16.5%
高橋英真	6 ▲500%		4,906 ▲308.7%	817.666667 ▲1.4%	19 ▲533.3%	3.166667 ▲5.6%
大西 拓斗 神戸大起業部	6		4,179	696.5	59	9.833333
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
プリテ斯顿 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

Ⅰ. 投稿者の属性

性別

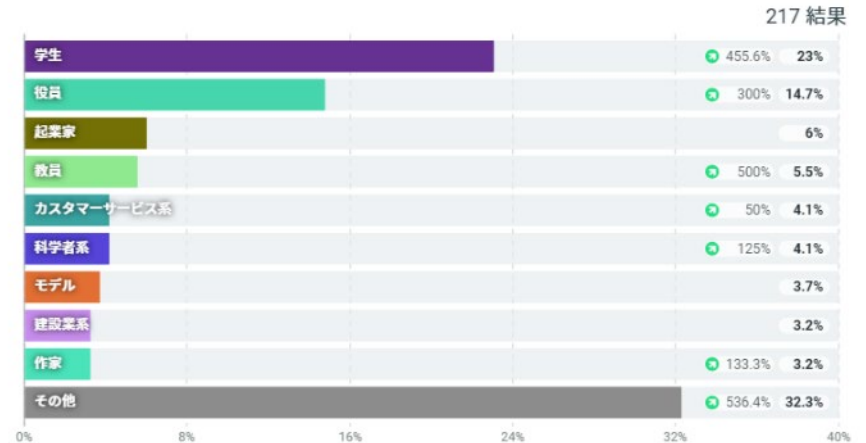


年齢

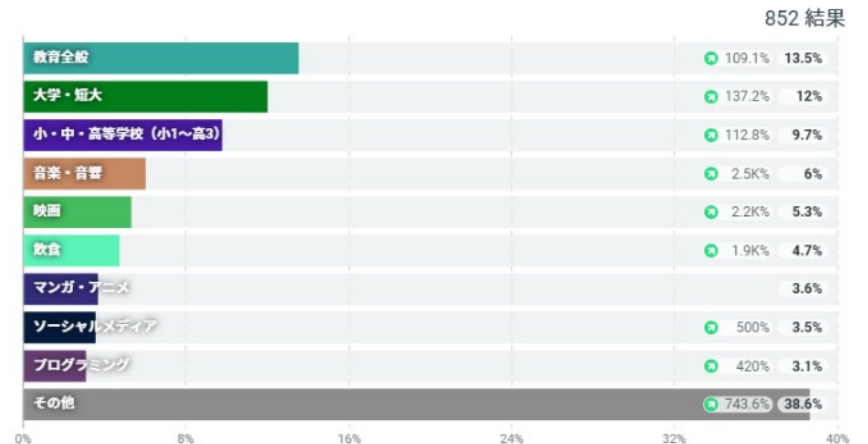


※年代、職業、関心事については、主にプロフィール部分の内容とAPIから提供されるデータから推定。判定には、AI・自然言語処理・テキスト解析を組み合わせて活用。すべての結果に対して属性が検出されるわけではなく、たとえば、企業アカウントの場合性別は特定できず、カテゴリーに反映されない。そのため個別のカテゴリーに対する結果数は、トピックの全体の結果数と異なる場合がある。

トップ職業



トップ関心事



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だ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「スタンプラリー」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い形を取った結果、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。スタンプラリーの景品「スタッフTシャツ」「ゾーン別バッチ」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。好評であることは喜ばしい反面、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。スタンプラリー参加者(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未来」」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「わたしと未来、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イングに仕立てられていた。また、笑顔でそこを通る来場者多かっ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「たたき」「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、「わたしと未来、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



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

