

① 国内外への魅力発信

万博会場を通じて、本来は県内でしか見れない“ほんもの”を展示したり、パフォーマンス等で披露するなど、非常に多くの来館者に、直接発信することができた。また、これらの情報はSNSやメディア等を通じて、国内のみならず世界中にも発信することができた。

主な取組

(1) 和歌山ゾーン



・展示・パフォーマンス



・和歌山ゾーンフード（スイーツ、お酒の日）



(2) 催事イベント



・多目的エリア



・和歌山WEEK



・和歌山DAY

(3) SNS等での情報発信

・県万博推進課公式SNSでの情報発信（アカウントフォローや投稿キャンペーン等も実施）



・万博メディアセンターでPR



主な成果

・**会場内で“直接”魅力を発信：約65万人**

・**SNSやメディア等を通じて会場外へも多くの情報発信を実施。**

▶「和歌山に行ってみたい!」という声を多数いただいた。

(1) 和歌山ゾーン

和歌山ゾーン来館者数 : 約470,000人

うち、和歌山ゾーンフード体験者数 約6,600人

和歌山ゾーンお酒体験者数 約6,400人

(2) 催事イベント

多目的エリア（関西パビリオン） : 約80,000人

和歌山WEEK : 約46,000人

和歌山DAY（Day・Night） : 約18,000人

共創チャレンジ : 約21,000人

中島さち子氏コラボイベント : 約13,500人

(3) SNS等での情報発信

県万博推進課公式Instagramフォロワー数：約1万3千人（会期中に大幅増）

うち、ショート動画再生数：約243万回

（最高は6月3日投稿HYDE氏来館：約90万回閲覧、2.4万いいね）

メディア掲載件数（TV・新聞・ラジオ・web）：約1,500件

今後に向けて

万博会場での情報発信は、来館してくれた方々の記憶に深く刻まれており、今後、和歌山県の様々な取組に触れるたびに、記憶として呼び戻されるものと期待される。今後も、万博の記録誌等をうまく活用しながら、和歌山県の魅力発信に取り組んでいく。

(参考資料：取組事例)

■関西パビリオン和歌山ゾーンの来館者30万人突破(8月1日)

- ・関西パビリオン和歌山ゾーンでは、開幕前に目標としていた来館者30万人を記念して、「和歌山ゾーン来館者30万人記念セレモニー」を実施。
- ・和歌山ゾーンでは、最終的に目標の1.5倍を上回る約47万人の来場者を迎え、国内外より大変多くの方々に来館いただいた。



■関西広域連合委員等による関西パビリオンPR(5月6日)

- ・関西パビリオン多目的エリアでの和歌山県の催事初日に合わせて、関西広域連合構成メンバーの首長等が応援に駆けつけオープニングイベントを実施。
- ・出展する和歌山市の和歌祭保存会、加太向丁獅子団等による演目披露も含めて、多くのメディアに取材いただいた。



■和歌山WEEK(4月30日~5月3日)

- ・初日のオープニングセレモニーでは、和歌山県・香川県・徳島県の各知事・副知事らが出席。多くのメディアに取材いただいた。
- ・また、期間中の来館者は約46,000人と非常に多くの方に訪問いただき、梅酒の試飲を楽しむなど大盛況であった。



■和歌山DAY(10月3日)

- ・会場内催事施設(EXPOホール、EXPOアリーナ)において「和歌山DAY(Day)」と「和歌山DAY(Night)」を開催。
- ・古来から伝わる和歌山の歴史文化を発信するステージイベントや和歌山県出身のHYDE氏によるスペシャルライブを行い、併せて約18,000人の方々に来場いただいた。



田中和子撮影

② 県民総参加での経験

世界各国の魅力が詰まった会場の中でも、和歌山県は全く引けをとらない魅力を有することを、参加者自身が感じ取り、自信と誇りを持って展示、パフォーマンス等を実施した。参加者同士の交流、こどもたちの参加も含めて、このつながりや経験は大きな財産である。

主な取組

(1) 和歌山ゾーン



・展示・パフォーマンス



・和歌山ゾーンカウンターイベント

(2) 催事イベント



・和歌山WEEK



・共創チャレンジへ学生参加



・中島さち子氏との連携イベント

(3) こどもの万博参加

- ・小中学生の万博参加を支援
- ・高校生への寄附入場券配布
- ・作文コンクール「大阪・関西万博を体験して考えるわかやまの未来社会」を実施



主な成果

・**展示、パフォーマンスを実施：約200団体・3,200人**

▶ 参加を通じて万博会場内をはじめ参加者同士の新たな交流も。

・**和歌山県のこどもたちが見学：249校・約38,000人**

▶ 万博参加についての作文コンクールで感じた未来をアウトプット。

(1) 和歌山ゾーン

中央ステージ出展・出演者 : 約50団体 (約800人)
和歌山ゾーンカウンターイベント等 : 約40団体 (約230人)

(2) 催事イベント

多目的エリア (関西パビリオン) : 約70団体 (約1,000人)
和歌山WEEK : 約16団体 (約630人)
和歌山DAY (Day・Night) : 約18団体 (約320人)
共創チャレンジ : 約2団体 (約100人)
中島さち子氏との連携イベント等 : 約6団体 (約100人)

(3) こどもの万博参加

小中学生の参加 : 204校 (約30,000人)
高校生の参加 : 45校 (約8,000人)

今後に向けて

万博参加による多様な価値観、SDGs、先端技術といった多くの学びや経験はもとより、参加者同士の絆を深くし、今後のチーム活動に大きなプラスとなるものと期待できる。こどもたちも含めて、それぞれのフィールドでの活躍が、今後の和歌山県の大きな力になるものである。

(参考資料：参加者の声)



(株)角濱総本舗 代表取締役 角濱 功治

「ごまとうふの可能性」

長く世界遺産の地で受け継がれてきたごまとうふを気軽に新しいスタイルで味わっていただける機会に恵まれたこと感謝しています。当初、賞味期限の加減で安定した商品提供に苦慮いたしましたが、新機械の導入で課題もクリアでき、この機械の導入と出展に際し学んだ事が今後の海外展開や商品開発のきっかけとなり、ごまとうふの可能性が開けたことが、今回の万博での最大の収穫であったと思います。



和歌山県食品産業協議会 会長 久保 公一

「和歌山の食の魅力を未来へ脈々と継承」

和歌山の食文化や歴史等に関して、各出展団体による展示ブースでの魅力発信に加え、ステージを活用したPRを実施しました。食の体験等を通じて、大人から子どもまで多くの方々に喜んで頂くことができました。今後は、万博出展で得た経験や会員間で深めた絆を活かし、和歌山の食の魅力を積極的に国内外に向けて発信してまいります。



黒竹を守る会 会長 金崎 昭仁

「循環・継続・繁栄を目指しチャレンジする黒竹」

日高の特産物としての黒竹を一人でも多くの方々に知っていただく目的と、黒竹の新たな用途などを見出すことが出来ればと和歌山ゾーンに来場された多くの方々に話を聞いたところ、意外に知っている方が少なく反省すると共にSNS等でさらなる活動の必要性を感じました。竹工芸家4代田辺竹雲斎先生作のインスタレーションの展示に関しては驚きと感動の声を多くの方々からいただき、国内に限らず海外へのチャレンジにも期待ができると感じました。



りら創造芸術高等学校 生徒 田中 はな

「和歌山の魅力を舞台から伝える」

和歌山DAYで空海を題材にしたミュージカルに出演し、プロの方と和歌山の子どもたちと一緒に芸術の力を届けられたことがとても嬉しかったです。また、和歌山の魅力を多くの方々に知ってもらえただけでなく、県内の方々にも芸術を通して再認識してもらったこともできたのではないかと感じています。万博の舞台に立てたことは、私にとって一生忘れられない貴重な体験になりました。ここで得られたものは私のこれからの力になっていくと思います。



③ 観光誘客・国際交流の促進

- 1) 万博期間中の情報発信や、海外パビリオンスタッフ等との会場内外での交流を契機として、2026年2月14日から予定している県立近代美術館での万博のレガシー展など、万博レガシーも活用しながら国内外の観光誘客をさらに促進するきっかけとする。
- 2) 和歌山ゾーン等での歴史や文化、ものづくりの発信、海外パビリオンとの県産食材を活用したコラボ企画、海外学生スタッフと県内大学生等との県内交流といった期間中に実現した取組を契機として、新たな国際交流に向けた取組を促進するきっかけとする。

主な取組

(1) 観光誘客

① 万博プラスワントリップキャンペーン

- ・京阪神エリア等での観光PRイベント、JR西との連携デジタルパス、モバイルスタンプラリー「大阪・関西万博特別キャンペーン」等

② 県内ファムツアー、海外スタッフエスコートツアー

(2) 国際交流

① 海外パビリオンとのコラボ企画



・ポルトガルコラボイベント ・スイーツコラボ（オーストリア・イタリア）

② 海外スタッフとの交流



・県内各地での海外パビリオンスタッフと県内大学生等との交流

③ 有田市とドバイとの交流

主な成果

・主要観光地における夏季の観光客入込状況は対前年比でプラス (万博出展等による県内への誘客効果は、別途整理のうえ公表予定)

▶ 万博を通じて発信してきた誘客効果は今後も継続して期待

・海外交流：協力企業・参加学生等に新しいつながりを構築

(1) 観光誘客

- ① 観光客入込状況（2025.7.1～8.31）：対前年比108.9%
内訳 日帰り客数：約 2,579,300人（対前年比109.5%）
宿泊客数：約 791,300人泊（対前年比106.8%）

※令和7年主要観光地における夏季の観光客入込状況について（10/30観光局の資料提供より）

- ② 海外メディア・エージェント招請者数：計27社・31人

(2) 国際交流

- ① ポルトガル館とのイベントでは約800人が梅酒とワインの試飲を体験。
- ② 県内大学生19人、海外スタッフ27人の計46人が県内交流を実施。
- ③ 有田市立有和中学校をドバイの学校GEMSアル・バルシャ・ナショナルスクールの生徒43人が訪問するなど県内交流等を実施。

今後に向けて

- ・和歌山ゾーンでの“ものづくり”や“食”の新しい表現方法や、催事イベントで取り組んだ体験プログラムなどを新たなコンテンツとして、既存の観光ルートとうまく繋いで、万博レガシーを活用した観光誘客に取り組んでいく。
- ・期間中に実施した国際交流の繋がりを活かして、産官学がそれぞれ今後も新たな交流が進むようにサポートを含めて取り組んでいく。

(参考資料：取組事例)

■誘客促進に向けた県内ファミツアー（7月10日、7月14日、9月17～18日）

- ・万博の取材に来ている海外メディアや訪日ツアーを取扱う旅行会社等を対象とした県内ファミツアーを全3回実施。
- ・歴史的な景観や食文化、地場産業、サイクリングなど、和歌山ゾーンともつなげるテーマ設定を行い、万博を契機とした新たな商品造成等につなげていく。



■ポルトガル館コラボイベント（7月8日）

- ・ポルトガル館多目的スペースにおいて、持続可能な農業の営み、お酒の生産地等で共通する和歌山とポルトガルが協力し、両地域をPRするイベントを開催。
- ・ベルナルド館長の挨拶で開始後、会場の入口は列が途絶えず、和歌山県の梅酒とポルトガルのワイン飲み比べは800人を超える方が試飲を楽しんだ。



■海外スタッフ交流（8月20日～9月21日）

- ・海外パビリオンの学生スタッフ等と高等教育共創コンソーシアム和歌山の学生が交流しながら県内を巡るツアーを全6回実施。
- ・県内大学の新たな国際交流、地域と学生との継続的な交流が期待される取組となった。また、参加者同士でもSNS交換といった国際交流も生まれていた。



■有田市とドバイとの交流

- ・有田市有和中学校とアラブ首長国連邦・ドバイにあるGEMSアル・バルシャ・ナショナルスクールが生徒同士の交流を万博を契機として実施中。
- ・万博期間中には、GEMSアル・バルシャ・ナショナルスクールの生徒が有和中学校を訪問。和歌山市内では歓迎レセプションも開催された。

