

# 関西経済の未来に向けて ～なぜ、今 オープンイノベーションなのか～

2025年1月8日

近畿経済産業局 地域経済部次長

前 原 誠

※本講演の内容、資料については、公表資料に基づき、講演者の独自の見解等により発表するものであり、経済産業省の公式見解ではないことを、予めご承知おきください。  
また、資料の引用・転載は行わないでください。



## 本講演のアジェンダ

1. イノベーションとは
2. なぜ、今 オープンイノベーション なのか
3. 近畿経済産業局の取り組み
  - ・ オープンファクトリー
  - ・ 関西共創の森～DAYS
4. オープンイノベーションを行うにあたっての留意点
5. おわりに



## 本講演のアジェンダ

1. イノベーションとは
2. なぜ、今 オープンイノベーション なのか
3. 近畿経済産業局の取り組み
  - ・オープンファクトリー
  - ・関西共創の森～DAYS
4. オープンイノベーションを行うにあたっての留意点
5. おわりに

# 1. イノベーションとは ～イノベーションの定義 1～

## イノベーションは企業成長、価値創出のための鍵

イノベーション：製品・サービス・技術などを含めた革新的なモノ・コトそのものやその創出に関わる組織・プロセス・販路・経営資源などを含め、経営全般に関連する取り組み

### ●ヨーゼフ A. シュンペーター：経済発展の理論（1912）

経済活動の中で、生産手段や資源、労働力などの生産要素が非連続的に組み合わせること（=新結合）と定義

その組み合わせる要素として5つを提示

- ①新しい財貨（製品）の生産
- ②新しい生産方法の導入
- ③新しい販路の開拓
- ④原料あるいは半製品の新しい供給源の獲得
- ⑤新しい組織の実現（独占的地位の獲得やその打破）

# 1. イノベーションとは ～イノベーションの定義 2～

## イノベーションは企業成長、価値創出のための鍵

イノベーション：製品・サービス・技術などを含めた革新的なモノ・コトそのものやその創出に関わる組織・プロセス・販路・経営資源などを含め、**経営全般**に関連する取り組み

### ●ピーター F. ドラッカー：イノベーションと企業家精神（1985）

イノベーション創出の機会として**7つの要因**を明示、これらに**適応出来ない企業は衰退**すると説明

- ①**予期せぬ出来事**：顧客の反応や売れ筋など成功・失敗における**現実の変化**
- ②**ギャップ**の存在：需要と業績、常識と実際などにおける**差異**
- ③**ニーズ**の存在：プロセスや労働力、知識などに対する**ニーズ**
- ④**産業構造の変化**：急速な成長やそれに伴う対応など、**産業・市場の変化**
- ⑤**人口構造の変化**：人口増減や**少子化・高齢化**など**人口構造の変化**
- ⑥**人の認識の変化**：生活様式など**人々の価値観や認識、知覚の変化**
- ⑦**新たな知識**の出現：新たな発明・発見など、**技術的社会的知識の出現**

# 1. イノベーションとは ～イノベーションのゴールとは～

## イノベーションのゴールは**社会実装**

ハイス・ファン・ウルフェン：The Innovation Maze（イノベーションの迷路）  
ゴールに導く4つのルートと10のステップ（2021）

★イノベーションは**入り組んだ迷路**

★イノベーション**開始の4ルート**

- ・アイデアルート **手元のアイデアを無駄にしないために**
- ・テクノロジールート **見つけ出した**新技術**を活用する**
- ・カスタマーイシュールート **顧客の**悩み**を成功につなげる**
- ・ビジネスチャレンジルート **事業の**ピンチ**から**反転攻勢**を仕掛ける**

★**10のステップ**

アイデア創出／フォーカス／チェック・フィット／条件設定／ディスカバー／ビジネスモデル構築  
／テクノロジー採用／自由度チェック／実験／新ビジネスケースの作成



**デザイン経営**



# 本講演のアジェンダ

1. イノベーションとは
- 2. なぜ、今 オープンイノベーション なのか**
3. 近畿経済産業局の取り組み
  - ・オープンファクトリー
  - ・関西共創の森～DAYS
4. オープンイノベーションを行うにあたっての留意点
5. おわりに

## 2. なぜ、今 オープンイノベーションなのか

### クローズドイノベーションの限界

#### ★1980年代～1990年代

- ・欧米企業を中心にイノベーションの先進事例は、自社内の経営資源や研究開発に依存した「**自前主義**」体制から生まれた
- ・日本を代表する電機メーカーが世界のイノベーションを牽引した背景にも、「**ブラックボックス化戦略**」とも呼称される知的財産管理の優先と徹底的に自社技術を保護する開発環境
- ・研究開発機能は一般に取引コストが大きく、企業にとっては**内製化することが効率的**

#### ★1990年代以降

- ・日本における研究開発**効率**は急速に低下。「**クローズド**」な環境によるイノベーションは**限界** (背景)
  - ・インターネットに代表されるIT等の技術が急速に発達・普及し、**グローバル化が進展**
  - ・製品の高度化・複雑化、モジュール化
  - ・新興国企業を含めた**競争の激化**、**プロダクト・ライフサイクルの短期化**が進展

**企業が内部資源のみによってイノベーションを生み出していくことに限界**



## 2. なぜ、今 オープンイノベーションなのか

### オープンイノベーションの重要性

★ヘンリー・チェスブロウ：Open Innovation -The New Imperative for Creating and Profiting from Technology (2003)

オープンイノベーションとは、組織内部のイノベーションを促進するために、意図的かつ積極的に内部と外部の技術やアイデアなどの資源の流出入を活用し、その結果組織内で創出したイノベーションを組織外に展開する市場機会を増やすことである。

#### ●AT&T ベル研究所

1985年の同社分割後、ベル研究所の大半の機能を引き継いだルーセント・テクノロジーは、当時世界最先端の研究開発環境を誇った同研究所の内部資源を総動員して次世代技術の開発に邁進したが、市場化・製品化されず成果として日の目を見なかった。

#### ●シスコシステムズ

当時は目立った研究開発機能を有しなかったシスコは、閉鎖的で内部資源に依存したルーセント・テクノロジーと比較し、有望なスタートアップへの出資やM&A、協業関係を築くなど外部資源を積極的に活用することで、自社内で研究拠点を持たずとも効果的な新技術の開発、さらに市場化を成し遂げた。

オープンイノベーションは、あくまでも「効率的にイノベーションを創出するための手段の1つ」に過ぎない

## 2. なぜ、今 オープンイノベーションなのか

### クローズドイノベーションとオープンイノベーションの考え方の比較

クローズドイノベーション	オープンイノベーション
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ イノベーションを促進するためには、最も優秀な人材を雇うべきである</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 社内に優秀な人材は必ずしも必要ではない</li> <li>✓ 社内に限らず社外の優秀な人材と協同して働けばよい</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 研究開発から利益を得るためには、発見、開発、商品化まで独力を行わなければならない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 外部の研究開発によって大きな価値を創造できる</li> <li>✓ 社内の研究開発は、価値の一部を確保するために必要</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 独力で発明すれば、一番早く市場に出した企業が成功する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 利益を得るためには、必ずしも基礎から研究開発を行う必要はない</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ イノベーションを最初にマーケットに出した企業が成功する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 優れたビジネスモデルを構築する方が、製品を最初にマーケットに出すより重要である</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 業界でベストのアイデアを創造したものが勝つ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 社内と社外のアイデアを最も有効に活用できたものが勝つ</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 知的財産権をコントロールし、他社を排除すべき</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 他社に知的財産権を使用させることで利益を得たり、他社の知的財産権を購入することで自社のビジネスモデルを発展させることなども考えるべきだ</li> </ul>

(出所) ヘンリー・チェスブロウ : Open Innovation -The New Imperative for Creating and Profiting from Technology (2003)

(出典) オープンイノベーション白書 第三版 (2020年6月 オープンイノベーション・ベンチャー創造協議会(JOIC)、国立研究開発法人 新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO))

## 2. なぜ、今 オープンイノベーションなのか

### 日本におけるオープンイノベーション～始まりは意外と早くから～

#### ～企業～

- ・ 1990年代後半から産学官連携等の文脈で主に大学などの研究機関が有する優れた技術をビジネス化することを目的としてオープンイノベーションが推進
- ・ 2010年頃よりシリコンバレーに代表されるベンチャー企業による先進的な技術開発やビジネス展開に注目
- ・ 当初は大企業が抱える技術的なミッシングパーツをベンチャー企業で埋める取り組みが多く見られたが、近年は個別技術に限定せず、大企業とベンチャー企業がお互いの強みを連携させ、新しい事業を作り出そうという動きが大企業から生まれ始めた。

#### ～政府～

日本再興戦略-JAPAN is BACK- (2013)

### 3. 科学技術イノベーションの推進

#### ～略～

民間の積極的な研究開発投資の促進に加え、自前主義からオープンイノベーションへの展開を加速し、実用化・事業化へとつながる科学技術イノベーションの好循環を生み出す。

## 2. なぜ、今 オープンイノベーションなのか

### 日本におけるオープンイノベーション～課題、阻害要因～

#### 【組織戦略】

- ・判断基準が明確化されていない、あるいは明確化されているが徹底されていない
- ・外部連携が全社的な取り組みとなっていない
- ・経営トップのコミットメント

#### 【組織のオペレーション】

- ・専門組織が設置されていない、あるいは設置されているが機能していない
- ・従来の手段に頼っており、新たな仕組み（ビジネスコンテスト、ハッカソン・アイデアソン、CVC など）を活用できていない
- ・適当な連携先を見つけられない
- ・費用分担や知財の取扱いで合意できない
- ・協業で目指すところやスピード感が合わない（特に大学・公的機関の場合）

#### 【ソフト面の要素】

- ・人員や予算が課題となっている
- ・それをクリアしても、研究開発部門の理解や、外部連携先の探索が難しい
- ・マインド面が課題となっている（トップが必要性・目的を十分に理解していない、担当者の自前主義志向が強い、社内の気運が高まっていない）
- ・その上で、プロセスやリソースが課題となっている（予算確保、意思決定スピード、社内技術の外部活用、コーディネーター人材の不足）



## 本講演のアジェンダ

1. イノベーションとは
2. なぜ、今 オープンイノベーション なのか
- 3. 近畿経済産業局の取り組み**
  - ・オープンファクトリー
  - ・関西共創の森～DAYS
4. オープンイノベーションを行うにあたっての留意点
5. おわりに

## 3. 近畿経済産業局の取組み～地域一体型オープンファクトリー～

### 工場見学≠オープンファクトリー

#### ●オープンファクトリーとは

近畿経済産業局では、「工場見学」は見る側（来場者）を主語とした取組みを指し、「オープンファクトリー」は見せる側（企業側）を主語とした取組みとして整理

#### ●地域一体型オープンファクトリーとは

ものづくりに関わる中小企業や工芸品産地など、一定の産業集積がみられる地域を中心に、企業単独ではなく、地域内の企業等が面として集まり、生産現場を外部に公開したり、来場者にもものづくりを体験してもらう取組み

一例として、以下の要件を満たすものを前提とした

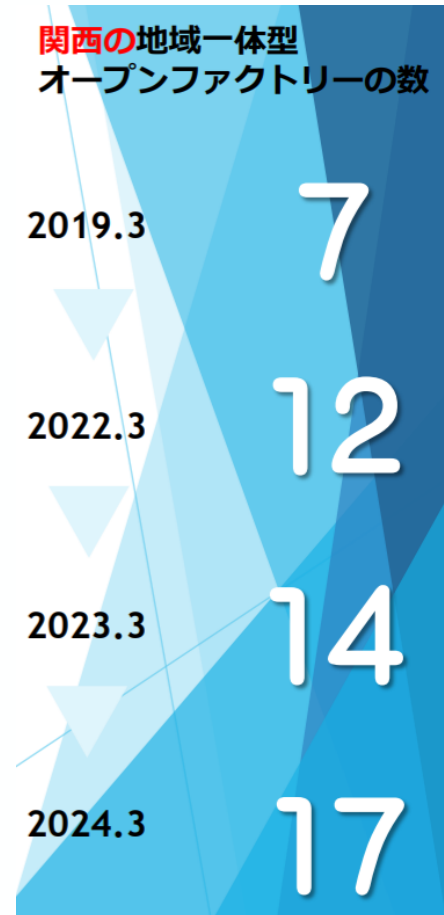
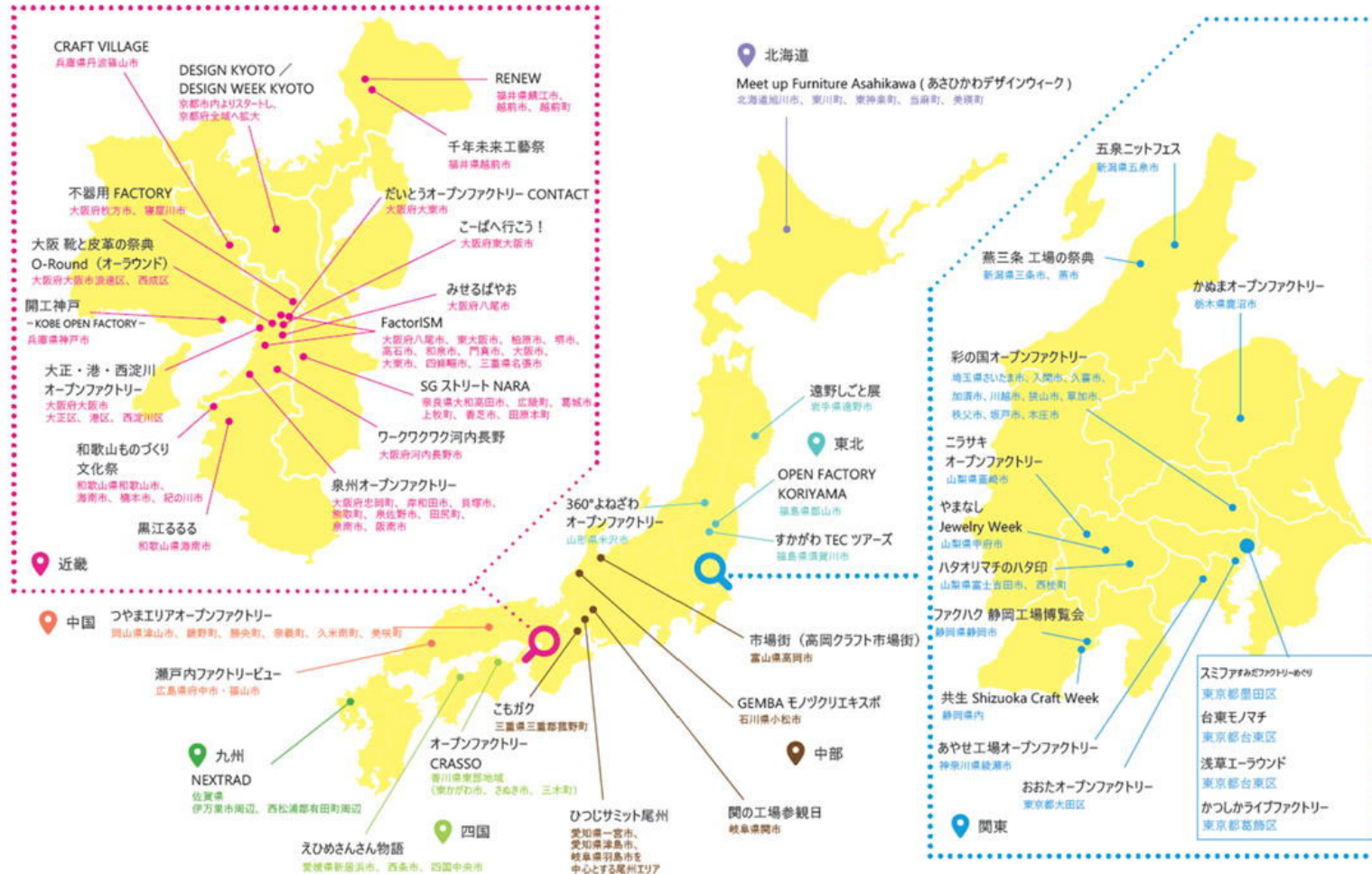
- ①業種や従来の商習慣の枠組みを超えた、「多様なプレイヤー」が「主体的」に取り組むもの。
- ②取組において、共通として共有される目的や理念（コアバリュー）が存在すること。
- ③リアルな現場（工場 / 工房や付加価値を生み出す現場）を実際に五感で体感する仕組みとなっていること。

（出典）KANSAI OPENFACTORY REPORT rec2021.作り手が躍動する関西のサードプレイス(令和2年度)＜関西の事例集＞（2022年3月 近畿経済産業局）  
OPEN FACTORY REPORT 2.0（令和5年度）＜全国版＞（2024年3月 近畿経済産業局）



# 3. 近畿経済産業局の取組み～地域一体型オープンファクトリー～

## 全国の地域一体型オープンファクトリーMAP



(出典) OPEN FACTORY REPORT 2.0 (令和5年度) <全国版> (2024年3月 近畿経済産業局)  
<https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/openfactory/openfactory.html>

### 3. 近畿経済産業局の取組み～地域一体型オープンファクトリー～

#### オープンファクトリー 実施のメリット

- インナーブランディング（人を育てる～共通言語）
  - ✓ 「会社方針の共有」や「従業員のモチベーションの向上」、「自発的な行動の実現」などにより従業員間に共通言語が生まれ、それが人材育成につながる
  - ✓ 自社ブランド製品開発・販売
- アウターブランディング
  - ✓ 既存取引先に対する技術力、ブランド力のアピールや新規顧客（取引先・消費者）の開拓
  - ✓ 伝統産業、ものづくり技術に対する理解増進
- 地域社会への貢献
  - ✓ 住民にとっての迷惑施設（騒音・振動・臭気）からの脱却（理解増進）、ものづくりの町のアピール、子供たちのものづくり体験・教育
- 新規採用増加
  - ✓ 職人・入社希望者の増加、採用後のミスマッチの解消
- オープンイノベーションの進展
  - ✓ 隣の会社や地域で出会った企業と新製品の共同開発に繋がる



### 3. 近畿経済産業局の取組み～関西・共創の森「DAYS」～

#### 国の支援機関が一体となって

- 優れた大学・研究機関や幅広い産業が集積している関西において、**イノベーションが次々と花開くよう**、国の支援機関の8機関が集まって「**関西・共創の森**」を2020年7月に創設。
- 企業や大学・研究機関がそれぞれ保有している技術シーズ・ニーズに応じたマッチングイベントや各機関の専門家やコーディネーターによる研究開発から実用化、事業拡大までの課題に応じた相談対応等の支援を行うことで、「**社会課題解決**」を目指す。

#### 「参画機関(8機関)」

- ◆工業所有権情報・研修館 (INPIT) 近畿統括本部
- ◆産業技術総合研究所 (AIST) 関西センター
- ◆製品評価技術基盤機構 (NITE) 製品安全センター・蓄電池評価センター
- ◆新エネルギー・産業技術総合開発機構 (NEDO) 関西デスク
- ◆日本貿易振興機構 (JETRO) 大阪本部
- ◆中小企業基盤整備機構 (SMRJ) 近畿本部
- ◆科学技術振興機構 (JST)
- ◆経済産業省 近畿経済産業局

#### 「関西・共創の森 DAYS、関西・共創の森 2ndDAYS」

社会課題の解決を目指す企業や大学・研究機関等の技術シーズ・ニーズの発表や交流を通して、新たな出会いとそれぞれの取組の発展のきっかけとなる「出会いの場」の創出を目指す。

短期的なマッチング(利益を見越した交流)ではなく、未来志向的な出会いの場(交流から共益の可能性を生み出す)＝「プレ『未来社会の実験場』」

	実施日	開催場所	テーマ
DAY1	2022年12月19日	ナレッジキャピタル 「The Lab.」	社会課題
DAY2	2023年3月23日	フクシマガリレイ株式会社「MILAB(ミラボ)」	食×未来
DAY3	2023年7月12日	株式会社オカムラ「Open Innovation Biotope "bee"」	はらたく場×未来
DAY4	2023年9月26日	大和ハウス工業株式会社「コトクリエ」	暮らし×未来
DAY5	2023年11月15日	コニカミノルタ株式会社 「Innovation Garden OSAKA Center」	みる×未来
DAY6	2024年1月15日	積水化学工業株式会社 「水無瀬イノベーションセンター」	支える×未来
Extra	2024年3月1日	ナレッジキャピタル 「The Lab.」	1～6 担当者Meet UP
2nd DAY-1	2024年7月19日	大日本印刷株式会社「P&I Lab. OSAKA」	マテリアル×未来
2nd DAY-2	2024年8月22日	フクシマガリレイ株式会社「MILAB(ミラボ)」	保つ×未来
2nd DAY-3	2024年10月4日	サントリーホールディングス株式会社「サントリーワールドリサーチセンター」	アグリ×未来
2nd DAY-4	2024年10月9日	さくらインターネット株式会社「Blooming Camp」	つながる×未来

# 3. 近畿経済産業局の取組み～関西・共創の森「DAYS」～

## (参考) 関西の共創空間MAP

常設型からイベント型（期間限定）  
アイデアから形づくりまで、多様な主体が活躍

- 【凡例】
- 共創空間
  - ものづくり空間（場）
  - ものづくり空間（機会）



### 共創空間

価値共創を体現する大企業等が自社内の交流のみならず外部との交流を積極的に取り入れる空間。これまでの「R&D」という概念を超え、多対多のアイデアやエネルギーの交錯を生み出すことをコンセプトとするもの。

### ものづくり空間(場)

一定のエリア内で異業種が集まり、アイデアを試作し形にできる「場」を持つ企業集団。

### ものづくり空間(機会)

地域一体型オープンファクトリーと呼ばれるもの。常設型ではなく、1年のうちに数日間のイベント形式で企業集団が躍動する「機会」。

- |            |                                    |  |
|------------|------------------------------------|--|
| <b>福井</b>  | ① RENEW・千年未来工芸祭                    |  |
|            | ② 千年未来工芸祭                          |  |
|            | ③ NIC (日華化学)                       |  |
| <b>京都</b>  | ④ 一般社団法人京都試作ネット                    |  |
|            | ⑤ QUESTION (京都信用金庫)                |  |
|            | ⑥ DESIGN WEEK KYOTO                |  |
|            | ⑦ KYOLABS (島津製作所)                  |  |
| <b>兵庫</b>  | ⑧ CRAFT VILLAGE                    |  |
|            | ⑨ 開工神戸                             |  |
|            | ⑩ ナレッジスクエア (TOA)                   |  |
| <b>奈良</b>  | ⑪ コトクリエ (大和ハウス)                    |  |
|            | ⑫ SGストリート NARA                     |  |
| <b>和歌山</b> | ⑬ 黒江るるる                            |  |
|            | ⑭ 和歌山ものづくり文化祭                      |  |
| <b>大阪</b>  | ⑮ Innovation Garden (コニカミルタ)       |  |
|            | ⑯ MIC (積水化学)                       |  |
|            | ⑰ MILAB (フクシマガリレイ)                 |  |
|            | ⑱ Spring X The Lab (ナレッジキャピタル)     |  |
|            | ⑲ QUINTBRIDGE (NTT西日本)             |  |
|            | ⑳ 大阪イノベーションハブ (大阪市)                |  |
|            | ㉑ こーばへ行こう!                         |  |
|            | ㉒ bee (オカムラ)                       |  |
|            | ㉓ TIC (ダイキン工業)                     |  |
|            | ㉔ P&I LAB (大日本印刷)                  |  |
|            | ㉕ Garage Taisho (木幡計器)             |  |
|            | ㉖ Garage Minato (成光精密)             |  |
|            | ㉗ 大正・港・西淀川オープンファクトリー               |  |
|            | ㉘ FactorISM                        |  |
|            | ㉙ みせるばやお                           |  |
|            | ㉚ Garage Higashi Osaka (MACHICOCO) |  |
|            | ㉛ 泉州オープンファクトリー                     |  |
|            | ㉜ ワークワクワ河内長野                       |  |
|            | ㉝ A.I/TEC (日立造船)                   |  |
|            | ㉞ 不二サイエンスイノベーションセンター (不二製油)        |  |



## 本講演のアジェンダ

1. イノベーションとは
2. なぜ、今 オープンイノベーション なのか
3. 近畿経済産業局の取り組み
  - ・オープンファクトリー
  - ・関西共創の森～DAYS
4. **オープンイノベーションを行うにあたっての留意点**
5. おわりに

## 4. オープンイノベーションを行うにあたっての留意点

### (1) オープンイノベーションを進めていくための契約

- ① テーマ設定
- ② 連携相手方との協議開始 ⇒ 秘密保持契約 (NDA)  
物質譲渡契約 (MTA)
- ③ 新製品・改良製品の開発の開始 ⇒ 共同開発契約  
開発委託契約  
コンサルティング契約
- ④ 成果物の完成 ⇒ 共同出願契約
- ⑤ 発売の開始 ⇒ 売買基本契約  
製造委託契約  
OEM契約  
ライセンス契約

## 4. オープンイノベーションを行うにあたっての留意点

### (2) 秘密保持契約（NDA）の重要性

- ▶ 第三者と技術提携をする場合、まず、**秘密保持契約を締結した上で、双方の技術を開示しあう**ことが一般的。
- ▶ **秘密保持契約を締結せずに、他社にノウハウを開示することは絶対に避けるべき**  
⇒秘密保持義務のない第三者に開示した情報に関しては、公知の技術となり、特許出願をすることができないばかりか、営業秘密としても保護を受けられなくなる。
- ▶ 相手方から開示された情報に関しては、**きちんとした形で秘密管理**をすることが重要

## 4. オープンイノベーションを行うにあたっての留意点

### (3) 共同研究開発とは？

- 新しい技術等に関する研究開発を複数の当事者が技術、人材、資金等を出し合って行う研究・開発の形態
- 開発者の組み合わせは様々
  - ✓ 対等なメーカー同士で行う場合（水平型）
  - ✓ 部品（素材）メーカーと完成品メーカー（垂直型）
  - ✓ メーカーと販売会社
  - ✓ 企業と大学・公的研究機関
- 中小企業にとっては、大企業や大学と共同開発を行うことで、新たな知見が得られたり、その後の取引につながり、ビジネスチャンスになることもあり！



# 本講演のアジェンダ

1. イノベーションとは
2. なぜ、今 オープンイノベーション なのか
3. 近畿経済産業局の取り組み
  - ・オープンファクトリー
  - ・関西共創の森～DAYS
4. オープンイノベーションを行うにあたっての留意点
5. おわりに



## 5. おわりに

### 本日のお話しのまとめ

#### ➤ イノベーションは企業成長、価値創出のための鍵

イノベーション創出の機会として7つの要因を明示、これらに適応出来ない企業は衰退する

#### ➤ オープンイノベーションの目的

あくまでも「効率的にイノベーションを創出するための手段の1つ」に過ぎない

#### ➤ オープンイノベーションを行うためには

- ✓ トップの本気のコミットメント
- ✓ 目的意識の明確化、専門窓口の設置等、受け入れ体制の構築
- ✓ リソースの棚卸、部門間の社内的バックアップ体制の整備

#### ➤ オープンイノベーションを行うにあたっての留意点

- ✓ 各段階において、必要な契約の締結を
- ✓ 秘密保持契約を締結せずに、ノウハウを開示しない。相手の情報は、きちんと秘密管理
- ✓ 困ったときは、早めに専門家に相談を！

#### ➤ なぜ、今オープンイノベーションなのか

不確実性 (VUCA) の時代 / 「○X」: トランスフォーメーション…変革を起こし、競争優位性を確保

ローコスト・スピーディ



# 大阪・関西万博の開催について

- 万博は、国際博覧会条約（BIE条約）に基づき、日本政府が実施するもの。「分断する世界」を繋ぎ、「グローバルサウス」諸国も含む各国の大きな期待に応える国際的な責務と外交的な意義あり。

## 開催概要

名称 : 2025年日本国際博覧会  
会場 : 夢洲（ゆめしま/大阪市臨海部）  
開催期間 : 2025年4月13日（日）～10月13日（月）  
来場者数 : 約2,820万人（想定）  
参加国数 : 161ヶ国・9 国際機関  
（日本開催で過去最高の参加国・機関数）  
テーマ : いのち輝く未来社会のデザイン  
コンセプト : 未来社会の実験場

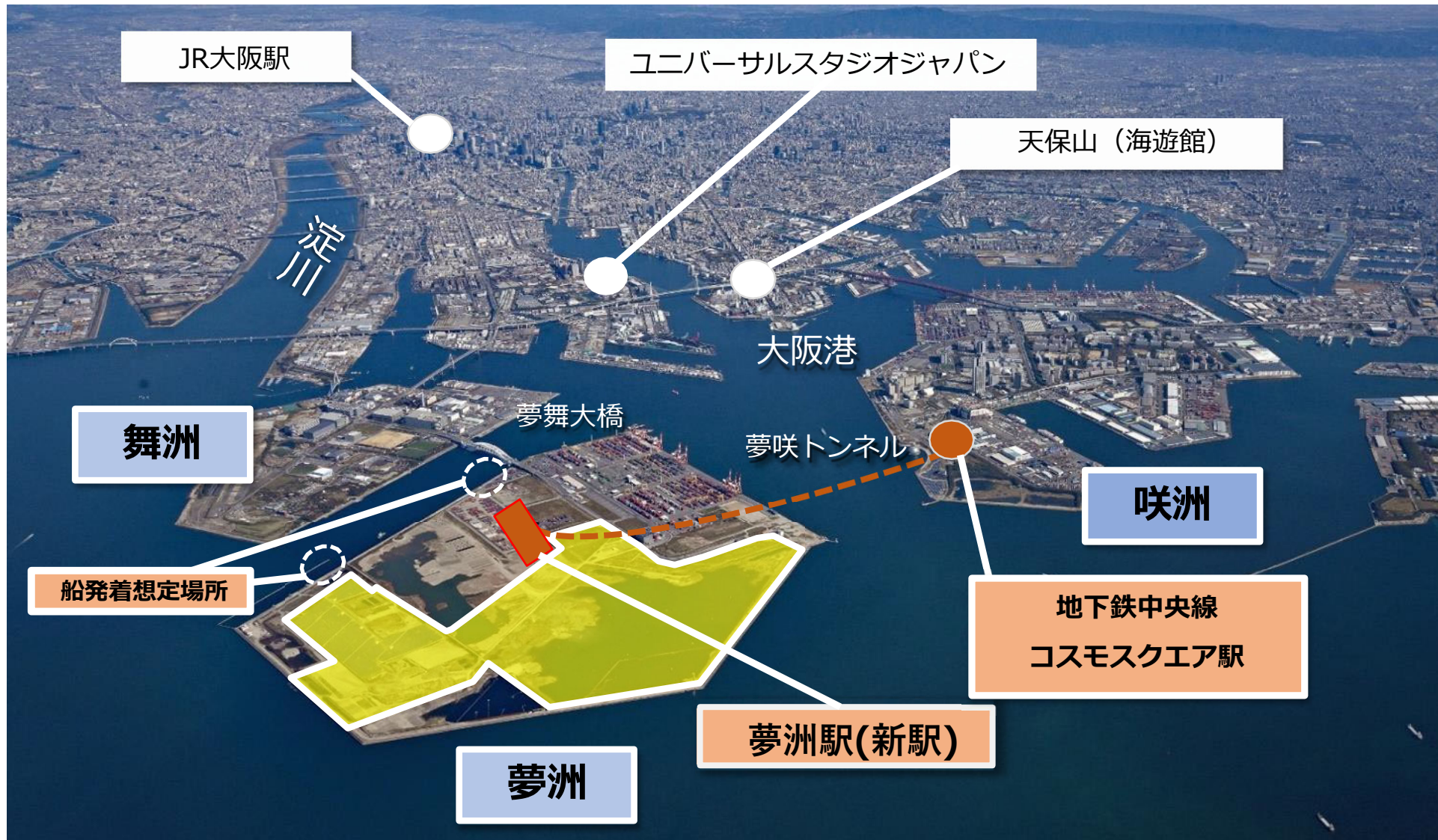


## クロノロジー

- 2017年から誘致活動。ロシア（エカテリンブルク）、アゼルバイジャン（バクー）も立候補。
- 2018年のBIE総会で、大阪での開催が決定。（日本 92票 ロシア61票）

- 【2016年】12月22日 : 万博誘致の関係省庁連絡会議の発足  
【2017年】4月7日 : 万博誘致の立候補（閣議了解）  
【2018年】11月23日 : 誘致決定  
【2019年】12月20日 : 登録申請書の提出に係る閣議決定  
【2020年】9月16日 : 万博特措法施行  
(国際博覧会担当大臣の任命、内閣に推進本部設置)  
12月1日 : BIE総会（開催計画承認、参加招請の開始）  
12月21日 : 基本方針の閣議決定  
【2021年】8月27日 : インフラ整備計画の決定（万博推進本部決定）  
10月～2022年3月 : ドバイ万博  
【2023年】4月13日 : 起工式・会場内パビリオン建築工事開始  
11月30日 : 前売り入場券販売開始  
【2024年】4月13、17日 : 1年前イベント（東京・大阪で開催）  
10月13日 : 半年前イベント（東京で開催）

# 大阪・関西万博会場の周辺地図





# 万博の多彩な魅力

- 万博は、各国・企業の「パビリオン」だけでなく、数千を超えるイベント（「催事」）も開催。さらに、会場内外で、多彩な「ビジネス機会」を提供。

## 各国の多様なライフスタイル、技術革新、伝統、そして、未来に向けた取り組みを体験できる様々な主体の「パビリオン」

- ✓ 160を超える国・地域・国際機関が最新の技術・独自の文化を紹介する海外パビリオン
- ✓ 各界の最前線で活躍する8名のプロデューサーが主導するシグネチャーパビリオン
- ✓ 民間パビリオン、日本館や大阪ヘルスケアパビリオン、関西パビリオン など

## ドキドキ・ワクワクする楽しさや、学び、気づきを感じる多種多様な「イベント」を毎日開催

- ✓ ほぼ毎日がどこかの国のナショナルデー
- ✓ 万博のテーマに即した「テーマウィーク」
- ✓ 子どもたちや若者主体のイベント
- ✓ 日本の伝統文化・近代文化、地域の魅力を発信するイベント
- ✓ 科学技術や新たなデジタルテクノロジーを体験できるイベント など

## 会場内外での海外や国内の事業者をつなぐ 多彩なビジネス・イベント

- ✓ 各国からのビジネス・ミッション、会場外での展示会、スタートアップ・ピッチイベント など



# 技術革新、未来に向けた取り組みを体験できるパビリオン





# 団体チケット



万博は団体での来場も可能です。



団体旅行は旅行会社  
(販売代理店) からお申し込みください。

- ・一般団体割引券は**15名以上**からご購入いただけます。
- ・団体でも**事前にパビリオン・イベント予約**いただけます。※
- ・最新の団体のお取り扱いがある販売代理店は協会ホームページのチケットインフォメーション・入場チケット購入ガイドからご確認ください。

- ・(株)エイチ・アイ・エス ・クラブツーリズム(株)
- ・(株)JTB ・T-LIFEホールディングス(株)
- ・東武トップツアーズ(株) ・(株)トラベル・フォーティワン
- ・(株)日本旅行 ・(株)阪急交通社 ・ユニオン(株) ・(株)読売旅行

○2024年7月末現在、団体を取り扱う販売代理店

※希望内容によっては、予約お取りできない場合がございます。また、条件によっては個人での抽選申込・空き枠先着・当日登録も可能です。詳細は販売代理店にお問い合わせください。

## 団体予約申込の流れ



1 販売代理店へお申し込み

最新の販売代理店は協会ホームページのチケットインフォメーション・入場チケット購入ガイドからご確認ください。最寄り販売代理店へお問い合わせ下さい。

販売代理店ではお得な一般団体割引券※1の購入も出来ます。

※1 一般団体割引券以外のチケットでも団体予約利用は可能です。

一般団体割引券

15名以上の一般団体が、会期中いつでも1回、同時入場可能なチケット

大人	中人	小人
満18歳以上	満12歳以上17歳以下	満4歳以上11歳以下
6,300円	3,500円	1,500円



2 仮受付

- ・団体来場の概要を販売代理店経由でお申し付け下さい。※2
- ・条件が合わない場合のみ、お断りさせていただく場合がございます。

※2 仮受付は予約を確約するものではありません。

2024年10月13日(日)受付開始

【仮受付から移行の場合】

- ・仮受付が受理されていれば、来場日時は仮予約へ移行いたしますので、より詳細な予約希望(パビリオン予約等)をお知らせください。希望をもとに予約調整いたします。



3 仮予約

【仮予約から新規申込の場合】

- ・団体来場情報をご確認いただき希望の来場日時に空きがあれば仮予約のお申し込みが可能です。その際、予約希望(パビリオン予約等)もお知らせください。希望をもとに予約調整いたします。



4 本予約

- ・予約調整結果をご確認のうえ、予約確定をお申し付けください。
- ・予約確定は来場日前日から起算して10日前までにおこなってください。
- ・本予約以降の変更は一切お受けできませんのでご注意ください。



5 予約日時に会場へ!

- ・販売代理店からチケット(QRコード※3)をお受け取りご来場ください。
- ・チケット番号をWeb登録することで各種サービス利用も可能です。
- ・貸切バス等での来場の場合は、別途乗降場の予約が必要となります。

※3 QRコードは株デンソーウェブの登録商標です。

『詳細は販売代理店にお問い合わせください。』



# 紙チケットの導入

- Webでの購入に慣れていない層やコンビニ等身近な場所での購入、気軽にプレゼント可能など誰もが気軽にチケットを購入できるよう、予約不要な紙チケットの導入。

※混雑などが予想される日については、予約必須

- 10月13日から、全国のコンビニや旅行会社の店頭で販売中。

## (紙チケットの印刷例)



- ①万博公式Webサイトのチケットインフォメーションで事前に来場日時予約をしてください。  
特に混雑が予想される以下の日は必ず予約が必要です。  
予約必須日 《4/26～5/7、6/1～8/8の土日祝日、8/9～31、9/13～10/13》
- ②来場日時予約をすると、引換えは不要となり、パビリオン予約・イベント予約・パーク&ライド予約などの事前予約サービスも受けられます。
- ③予約なしでも、上記の予約必須日を除く午前11時以降、ゲート前でQRコード付当日券に引換えて入場できます。  
ただし、来場予約が相当数を超える場合には、入場できない場合もありうることをご承知おきください(博覧会協会ホームページなどで随時公表します)。

事前来場日時予約はこちら  
<https://expo2025.pla.jp>  
10/31より受付開始

当日ゲート前でチケットへの  
引換えが必要です。


公益社団法人2025年日本国際博覧会協会 <https://www.expo2025.or.jp>

# 入場券種・料金の一覧

- 2023年11月30日から入場券の前売り販売を開始。公式販売Webサイトのほか、博覧会協会と契約した旅行代理店など販売事業者から購入可能。

項目	チケット名	概要	大人 (満 18 歳以上)	中人 (満 12-17 歳)	小人 (満 4-11 歳)	
前売チケット	開幕券	4月13日から4月26日まで 1回入場可	4,000円	2,200円	1,000円	
	前期券	4月13日から7月18日まで 1回入場可	5,000円	3,000円	1,200円	
	一日券	超早割一日券 (23年11月30日～24年10月6日まで販売)	会期中いつでも1回入場可	終了		
		早割一日券 (24年10月7日～25年4月12日まで販売)		6,700円	3,700円	1,700円
	夏パス	7月19日から8月31日まで 11時以降何度でも入場可	12,000円	7,000円	3,000円	
	通期パス	4月13日から10月3日まで 11時以降何度でも入場可	30,000円	17,000円	7,000円	
	特別割引券 (会期終了まで販売)	障がい者手帳等をお持ちの方及び 同伴者1名が購入可能で、 会期中いつでも1回入場可	3,700円	2,000円	1,000円	
会期中 販売チケット	一日券	会期中いつでも1回入場可	7,500円	4,200円	1,800円	
	平日券	土日祝を除く 平日11時以降1回入場可	6,000円	3,500円	1,500円	
	夜間券	会期中いつでも 17時以降1回入場可	3,700円	2,000円	1,000円	

来年4/12  
までの販売



**御清聴ありがとうございました。**  
Thank you for your attention.