「2025 年大阪・関西万博」堺プロジェクト推進会議（第 4 回）

次　第

令和 7 年 8 月 21 日　16:00～
堺市役所本館地下 1 階　大会議室

1 開会
　○堺市長　挨拶
　○堺商工会議所会頭　挨拶

2 議事
　○取組の進捗、万博閉幕後にも効果を持続させる今後の取組について
　○意見交換

3 その他連絡事項

4 閉会

＜配付資料＞
- 次第
- 参加者一覧
- 配席表
- 資料「2025 年大阪・関西万博」堺プロジェクト推進会議（第 4 回）

（終了後、市長及び堺商工会議所会頭による囲み取材）

「2025年大阪・関西万博」堺プロジェクト推進会議（第4回）　参加者一覧

所属		氏　名
堺商工会議所　会頭		葛村 和正
公益社団法人堺観光コンベンション協会　会長		菊地　敏則
堺商工会議所　専務理事		澤田　佳知
公益社団法人堺観光コンベンション協会　専務理事兼事務局長		丹下　嗣朗
株式会社さかい新事業創造センター　代表取締役専務		西本　秀司
公益財団法人堺市産業振興センター　副理事長		奈良　和典
堺市	市長	永藤　英機
	副市長	佐小　元士
	市長公室長	辻　敏之
	市長公室　政策企画部長	丸澤　廣芳
	市長公室　政策企画部　部理事	島田　記子
	市長公室　政策企画部　部理事	花家　薫
	市長公室　広報戦略部長	河盛　俊生
	文化観光局長	山嵜　久樹
	文化観光局　観光部長	北口　崇
	文化観光局　文化国際部長	多田　裕美
	文化観光局　歴史遺産活用部長	上田　一也
	産業振興局長	上西　浩
	産業振興局　産業戦略部長	橋本　隆之
	建築都市局長	休場　理夫
	建築都市局　都市整備部長	根兵　直樹
	建設局長	豊川　清雄
	建設局　サイクルシティ推進部長	北野　敏広
	教育次長	櫻田　浩樹
	教育委員会事務局　総務部長	北野　雅史
	教育委員会事務局　学校教育部長	渡邉　耕太

※陪席者は記載を省略

大会議室

「2025年大阪・関西万博」堺プロジェクト推進会議（第4回）

配席表

入

		堺観光コンベンション協会 会長　菊地　敏則	堺商工会議所 会頭　葛村 和正	堺市長 永藤　英機	堺市副市長 佐小　元士	
堺商工会議所	堺商工会議所 専務理事　澤田　佳知			文化観光局長 山嵜　久樹		観光部
（公社）堺観光コンベンション協会	堺観光コンベンション協会 専務理事兼事務局長　丹下　嗣朗			観光部長 北口　崇		観光推進課
（株）さかい新事業創造センター	さかい新事業創造センター 代表取締役専務 西本　秀司			文化国際部長 多田　裕美		文化課 国際課
（公財）堺市産業振興センター	堺市産業振興センター 副理事長　奈良　和典			歴史遺産活用部長 上田　一也		世界遺産課
				産業振興局長 上西　浩		地域産業課
				産業戦略部長 橋本　隆之		中百舌鳥イノベーション創出拠点担当
政策企画部	市長公室長 辻　敏之			建築都市局長 休場　理夫		ベイエリア推進担当
政策企画部	政策企画部長 丸澤　廣芳			都市整備部長 根兵　直樹		
政策企画部	政策企画部　部理事 花家　薫			建設局長 豊川　清雄		自転車企画推進課
政策企画部	政策企画部　部理事 島田　記子			サイクルシティ推進部長 北野　敏広		自転車環境整備課
政策企画部				教育次長 櫻田　浩樹		教育政策課
政策企画部				教委総務部長 北野　雅史		教育課程課
				学校教育部長 渡邉　耕太		
				広報戦略部長 河盛　俊生		広報課

報道機関関係者

MIRAI SAKAI EXPO

令和7年8月

「2025 年大阪・関西万博」堺プロジェクト推進会議（第4回）

推進会議（第4回）開催の目的

大阪・関西万博閉幕まで約2か月となるタイミングを捉え、前回意見・指摘のあった取組の進捗を確認し、閉幕後にも効果を持続させる今後の取組について協議する。

取組の進捗、万博閉幕後にも効果を持続させる今後の取組について

- 堺旧港周辺の活性化
- 市内誘客の更なる促進
- 万博会場での催事による魅力発信

堺旧港周辺の活性化

■前回会議での主な意見･指摘事項

- 堺旧港の利用促進と周遊について、庁内関係部局で連携して進めてもらいたい。
- イベントや物販の実施、PR動画の放映などにより、堺旧港周辺エリアを盛り上げることが必要。
  万博閉幕後も同じように実施すればもっと盛り上がる。

■取組の進捗

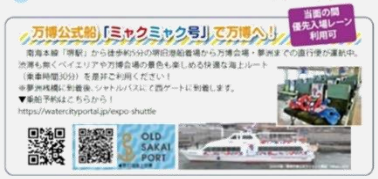
海上交通の利用促進

○様々な媒体を活用した広報周知
- 堺商工会議所７･8月会報誌への掲載
- 泉州8市4町の７・８月号広報紙等への掲載

（堺商工会議所会報誌）

（岸和田市広報紙）

（田尻町広報紙）



- 市HPでの情報発信の強化（海上交通の魅力等をPR）
- 本庁、区役所デジタルサイネージへの掲載
- 動画を活用したSNS発信（夜景、海からの風景PR、優先入場）

○堺旧港船着場へのアクセス改善
- 南海本線堺駅からの案内サイン等を追加設置

○堺旧港船着場での乗船者への観光PR
- 本市及び泉州8市4町の観光周遊情報の発信

○乗船券のふるさと納税返礼品の設定

7月1日から7月31日までの利用実績　**乗船数8,297人**　**前月比約304%**

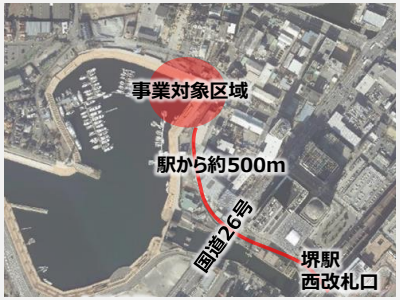
堺旧港周辺の活性化

■万博閉幕後にも効果を持続させる今後の取組について

○海上交通の活性化に向けた取組
- ユニバーサルシティポートへの運航（8月16日～10月13日）
- ナイトクルーズの実施（9月19、20日、10月3、4日）

→万博期間中の運航実績を活かし、将来の海上交通の可能性を広げる

○堺旧港～堺駅周辺の活性化に向けた取組
- 「乙姫の休日。」の開催
  - ・堺旧港親水護岸を活用し海辺を感じながら憩い・交流できる空間を創出
  - ・令和3年度から年1回秋に開催（今年度は春と秋の年2回開催）
  - ・環濠エリアをはじめとする市内の飲食店等の仮設店舗やベンチ・パラソル等のファニチャーの設置
  - ・堺旧港の認知度向上や魅力発信を目的として継続的に開催予定
- 堺旧港交流空間創出事業
  - ・護岸後背地、護岸、水面を一体的に活用した交流空間創出施設等の整備
  - ・後背地には、屋台村、カフェ、バーベキュー施設等を計画、護岸上はオープンテラスとしての利用やイベントの実施を予定



万博期間中の取組を活かし、その効果を持続させ堺旧港周辺の活性化につなげる

市内誘客の更なる促進

■前回会議での主な意見・指摘事項

- 万博を機会とした発信、市内誘客へのつなげ方、紐づけ方を工夫し、今後の広報に活かすことが必要。
- 市内での連動企画など、単発の取組で終わらせることがないよう、ストーリー性をもたせた発信が必要。

■取組の進捗

堺への誘客促進

【コンテンツ】
- 企画展「堺のたからもん－金で魅せる・黒を愛でる－」
- 堺大魚夜市

【プロモーション】
- 万博会場でのPR（大阪ウィーク、SUMO EXPO 2025、デジタルウォレットパーク等）
- 観光案内所、市内宿泊施設、万博アクセス拠点での万博チケット提示特典のほか、市内飲食店等の周知強化

【周遊促進】
- 堺観光ガイド等で「夏のひんやりスイーツ特集」（環濠エリア）として店舗やモデルコースをPR
- 商店街の万博開催記念イベント「ガシバル＋」（堺東エリア）や「プレミアム食事券」（堺駅前エリア）をPR
- 堺観光ガイドや堺フィルムオフィスHPで万博アンバサダーのコブクロに関連するスポット（堺東の商店街、足型モニュメント、MVロケ地等）を紹介

- 万博会場にも訪れている市外からの来訪者は、来訪者全体のうち、大仙公園エリアでは約32%、環濠エリアでは約7%であり、また、万博会場や万博会場アクセス拠点のPRがきっかけで堺を来訪された方は約32.2%であることから、万博来場者の堺誘客が一定認められる。
- しかし、環濠エリアの来訪者数は前年と比べて横ばいとなっている。
- 万博開催中に「堺」の認知度を上げ、「環濠エリア」やエリア内のコンテンツの周知を強化する必要がある。

※誘客の指標及びモニタリングデータはP.11～12の参考資料参照

市内誘客の更なる促進

■万博閉幕後にも効果を持続させる今後の取組について

○「万博」という機会と「気球」というコンテンツを活用した
堺観光のプロモーション

- 「SAKAI TICKET」に気球搭乗券を新たに追加
- 万博参加国関係者を気球体験に招待
- 気球をはじめとする堺観光をTV局にPR

○パビリオンと連携し、各国に環濠都市・堺に息づく茶の湯文化や鉄砲等を軸にした
ストーリー性のある魅力発信を通じて、堺への誘客のきっかけを提供

- シンガポールパビリオン（8月29日）
  シンガポールを象徴するアイコンを
  堺の職人が手作りの和菓子で表現
- ヨルダンパビリオン（9月11日）
  パビリオン内の砂漠空間で茶会を実施
- 上記以外の参加国との連携も調整中
- いのちの遊び場 クラゲ館（10月2日）
  パビリオンでワークショップ実施

ポルトガルパビリオンと連携した堺のプロモーション（8月13日）

万博期間中に堺の認知度向上に取り組み、閉幕後にも持続する市内誘客につなげる

万博会場での催事による魅力発信

■ 取組の実施状況（夏期）

堺市主催催事 7月28日　大阪ヘルケアパビリオン・リボーンステージ

会場を象徴する巨大な堺五月鯉幟

書道×三味線のオープニングアクト

堺親善大使 黒谷友香さんによるトーク

堺とヨルダンの共創アート

大学相撲部によるパフォーマンス

堺打刃物と音楽・映像のパフォーマンス

注染の実演・体験

堺刃物の彫金実演・銘切り体験

府内市町村との連携催事

sakai kitchenブランド認定商品の展示
7月28日～30日

EXPOメッセ

堺オープンファクトリー 7月28日～29日

和菓子の実演販売 7月28日

EXPOアリーナ

次世代パフォーマンス　7月27日

万博会場での催事による魅力発信

■ 取組の実施状況（夏期）

万博会場での堺の催事への来場者数	**約8,000人**
SNS投稿キャンペーン参加者	**1,900人超**
メディア等での催事関連記事の掲載件数	**30件超**

※堺市主催催事（7月28日）の実績を記載

- 催事来場者に堺を訪れていただけるような仕掛けとして、堺市内で使用できるデジタルクーポン「SAKAI TICKET」が抽選で当たる取組のほか、スタッフや出演者等による堺観光案内を実施した。
- 相撲パフォーマンスや堺刃物の彫金銘切りは、国外来場者の人気が高いコンテンツであることを確認した。また、会場の象徴として活用した堺五月鯉幟は注目を集めた。
- ラジオ番組への出演やメディアへの掲載、催事来場者のSNS投稿により、催事来場者以外にも広く堺の魅力を発信できた。
- 万博会場での催事により、**堺の認知、興味・関心を高めることができた。**また、**万博会場でのチャレンジにより伝統文化の新たな魅力を発見できた。**

秋期の万博会場催事においても新たなチャレンジを含む魅力発信に取り組み
万博閉幕後の堺への持続的な来訪につなげる

万博会場での催事による魅力発信

■ 堺市主催催事（秋期）

Craftsmanship Journey

～堺の匠が織りなす、ミュシャの世界～

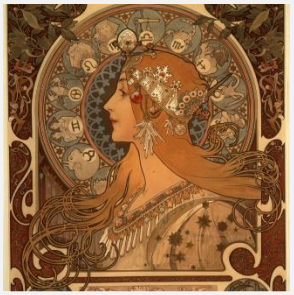
事前予約不要
無料（販売を除く）

1 アルフォンス・ミュシャ作品をモチーフとした伝統文化のワークショップや展示

2 万博国際交流プログラムの相手国であるチェコ共和国との交流ステージやチェコ音楽の演奏

3 中島さち子テーマ事業プロデューサーや堺ゆかりのアーティストによるステージ

日時：9/25（木）10:00～20:00
場所：大阪ヘルスケアパビリオンリボーンステージ



©Office of the Czech Commissioner General, EXPO 2025

万博会場での催事による魅力発信

■ 府内市町村との連携催事（秋期）

大阪ウィーク「地域の魅力発見ツアー～大阪43市町村の見どころ～」　EXPOメッセ

Fry to Fly Projectを学ぼう
使用済み油がSAFになるまでをVRで体験
9月13日（土）

世代を超えた熱い大合奏をお届け
千のRockYou!!
9月13日（土）

スマートシティを体験しよう
公民連携で取組む最新技術を先行体験
9月14日（日）

中百舌鳥イノベーション & CoderDojo ExpoSpecial
堺・中百舌鳥発の技術とこどもたちの想像力に触れる体験型展示
9月15日（月・祝）

堺和菓子の実演販売 「左海　宝泉菓子舗」
～地元で愛される「古墳焼」～
9月13日（土）

参考資料

（参考）モニタリングデータ

■誘客による市内消費の活性化

▶ 誘客の指標

重点エリアへの来訪者数	360万人（R8.3）
「堺観光ガイド」閲覧者数	150万uu（R8.3）

取組の指標	累計	4月	5月	6月	7月	8月（13日まで）
大仙公園エリア 来訪者数	**107,328人 (139%)**	31,120人 (151%)	24,634人 (116%)	23,014人 (154%)	19,948人 (139%)	8,612人 (138%)
環濠エリア 来訪者数	**686,104人 (99%)**	159,745人 (103%)	159,034人 (95%)	153,340人 (98%)	151,563人 (96%)	62,422人 (110%)
HP「堺観光ガイド」 UU数	**455,716uu (146%)**	79,827uu (115%)	86,429uu (117%)	95,884uu (143%)	137,057uu (196%)	56,519uu (176%)

- 重点エリアへの来訪者は、大仙公園エリアが前年比139%と好調。環濠エリアは99%と横ばい。

▶ 市内の施設来場者数

モニタリングデータ	累計	4月	5月	6月	7月	8月（13日まで）
ビジターセンター	**42,705人 (119%)**	9,630人 (107%)	10,317人 (112%)	8,175人 (124%)	8,427人 (130%)	6,156人 (131%)
堺市博物館	**67,425人 (133%)**	14,242人 (120%)	18,872人 (135%)	13,263人 (138%)	13,113人 (138%)	7,935人 (138%)
さかい利晶の杜	**81,432人 (114%)**	17,311人 (140%)	18,171人 (90%)	18,031人 (121%)	20,114人 (140%)	7,805人 (82%)
堺伝匠館	**52,840人 (105%)**	12,378人 (112%)	13,426人 (108%)	11,107人 (102%)	11,097人 (101%)	4,832人 (96%)
MI-TEさかい	**116,943人 (136%)**	23,938人 (134%)	25,808人 (122%)	24,757人 (131%)	28,336人 (162%)	14,104人 (137%)

- 累計では全施設で前年を上回る来場者数を記録。

（参考）モニタリングデータ

■誘客による市内消費の活性化

▶ 堺市内でのアンケート（n=298）

堺観光のきっかけ	平均	4月	5月	6月	7月	8月（13日まで）
SNS	**27.9%**	26.8%	29.8%	28.2%	27.3%	27.2%
大阪・関西万博HP	**24.1%**	22.0%	25.6%	25.4%	24.1%	23.5%
万博会場でのPR	**25.4%**	31.7%	23.1%	23.0%	24.1%	24.8%
旅行雑誌	**15.9%**	17.1%	14.0%	16.4%	16.0%	15.8%
万博アクセス拠点でのPR	**6.8%**	2.4%	7.4%	7.0%	8.5%	8.7%

- 堺観光のきっかけは「SNS」が27.9 %で最も高い
- 「万博アクセス拠点でのPR」による堺来訪が4月以降増加傾向にある

▶ 事業者へのヒアリング（7月、8月の状況）

相手方	内容
宿泊事業者A	・インバウンドは増加傾向
宿泊事業者B	・今後、稼働率も単価も向上する見込み
宿泊事業者C	・万博来場者と想定される宿泊客は増加
小売店（和菓子）	・最近、アジアの客が増加
商業施設	・「万博効果を感じている」という意見が飲食店中心に多い ・欧米系の利用者が増加しているという店舗の声が多い ・万博へシャトルバスで行く人の食料品の購入が増えており、朝時間帯の売上が伸びている

（参考）モニタリングデータ

■万博の発信力を活用した地域産業の活性化

堺伝匠館等における年間売上金額	340,000千円（R8.3）

▶施設来館者数等（定量的）

項目名	4月	5月	6月	7月	累計	前年比
堺伝匠館等における年間売上金額	35,635千円	42,156千円	26,772千円	27,134千円	131,697千円	143.5%
万博関連クーポン利用者数	88人	250人	246人	289人	873人	-
伝統産業の魅力等を紹介するHPの閲覧数（堺伝匠館、堺キッチン、ものづくり体験スポットHP）	30,110	37,770	40,299	41,248	149,427	129.7%
イノベーション支援事業延べ参加者数	693人	690人	1,291人	668人	3,342人	116%

▶事業者へのヒアリング結果（定性的）

・万博運営参加協賛ブロンズパートナーとなり、会場内ハンドソープを提供した結果、問い合わせが多数あり販路拡大につながっている。
・大阪ヘルスケアパビリオン内リボーンチャレンジにて多くの来場者に自社の技術や思い描く未来社会を紹介できた。
・海外展開を考えているサービスについて、インバウンド来場者の反応、生の声を聞く貴重な実証機会であった。
・ものづくり体験ワークショップを実施したことで海外からのオープンファクトリーの申込が増えている。
・日頃提供していないメニュー、サービスを万博会場での販売やイベントを実施し、多くの来場者に体験いただいた。自社商品の未来の可能性を感じることができた。
・万博出展をきっかけに、「自分たちの仕事が、社会にとって重要である」と再認識することができ、社員の意欲醸成にもつながり、今後の事業活動のレガシーとなっている。
・TEAM EXPOパビリオンプログラムに出展し、大手メーカーや府歯科医師会等、新たなビジネスマッチング先の開拓につながった。