

大阪・関西万博に関する調査

ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査

大阪・関西万博の認知率は約4割、4人に1人が来場意向あり

～ 会期終了後は「商業施設」としての活用に約4割が期待 ～

共通ポイントサービス「Ponta（ポインタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LMJ」）は、10～60代の方を対象に調査した「2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）に関する調査」（実施期間：2024年12月25日～12月28日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜 6:00～6:30 放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

**【調査結果】**

・ TOPICS①

大阪・関西万博の認知率は41.3%。大阪湾の夢洲で開催されることを知っている割合は46.2%

・ TOPICS②

大阪・関西万博に「必ず行く」が全体の4.5%、「行けたら行きたい」が20.5%。近畿在住者の関心が高い

・ TOPICS③

「大阪・関西万博」が地元経済に貢献すると思う人は約半数。会期終了後は「商業施設」としての活用に約4割が期待

・ TOPICS④

60代の2人に1人が過去の万博を訪れた経験がある

## 【調査結果詳細】

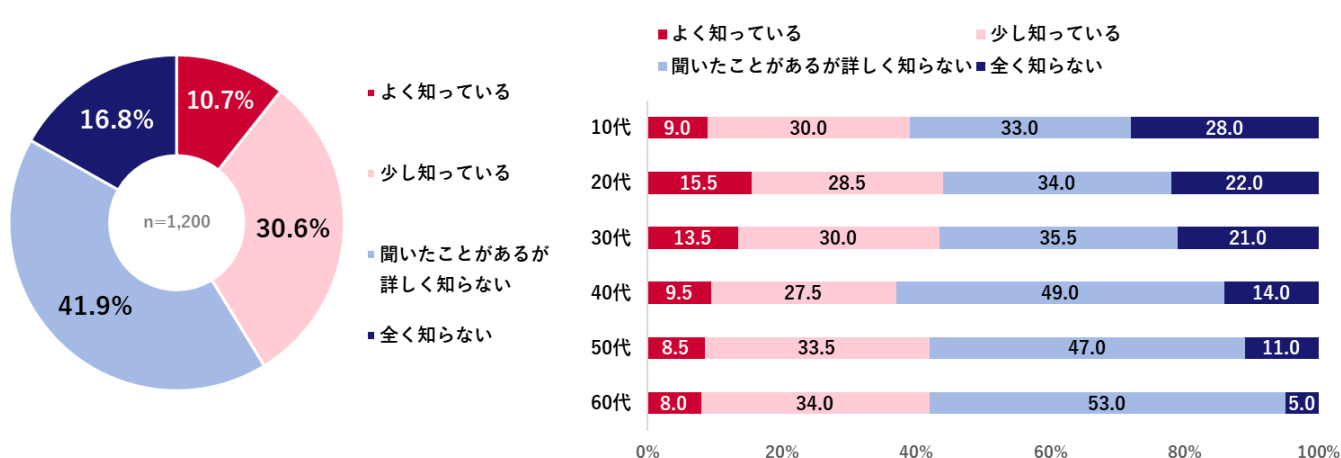
### ■TOPICS①

#### 大阪・関西万博の認知率は41.3%。大阪湾の夢洲で開催されることを知っている割合は46.2%

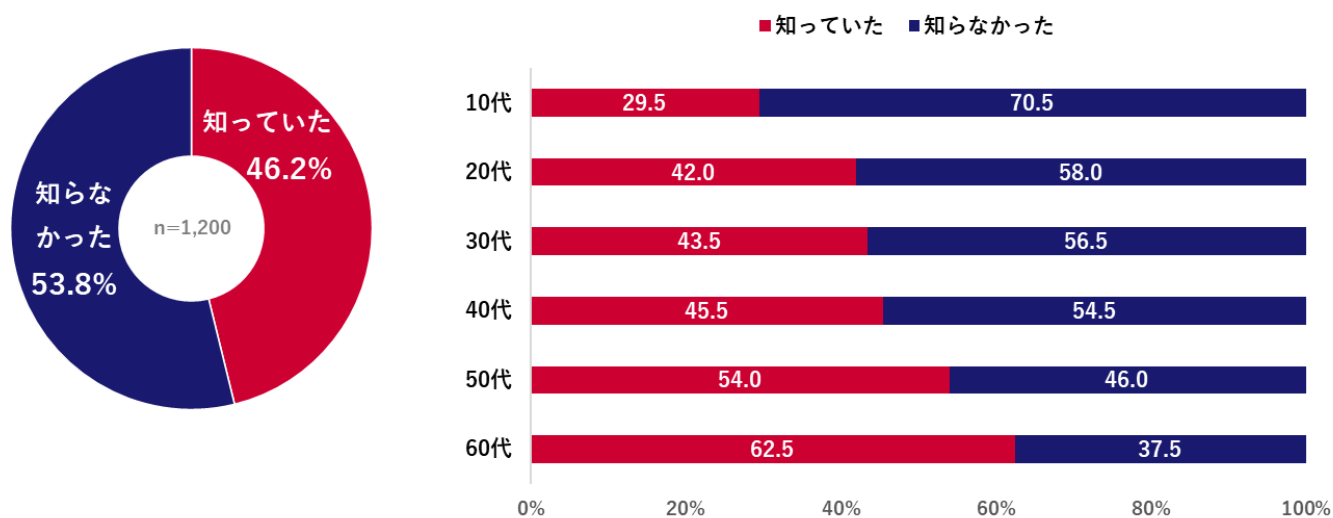
大阪・関西万博の認知率は、「よく知っている」(10.7%)、「少し知っている」(30.6%)を合わせると、41.3%だった。年代別で見ると年代が低くなるほど「全く知らない」と回答した人が多く、10代では28.0%だった。

また、大阪湾の夢洲(ゆめしま)で開催されることを知っている割合は46.2%だった。年代別で見ると、60代では6割を超え、他の年代より高かった。

#### ▼大阪・関西万博について聞いたことがあるか(認知率) | 全体/年代別



#### ▼「大阪・関西万博」の開催地が大阪湾の夢洲(ゆめしま)であることを知っていたか | 全体/年代別



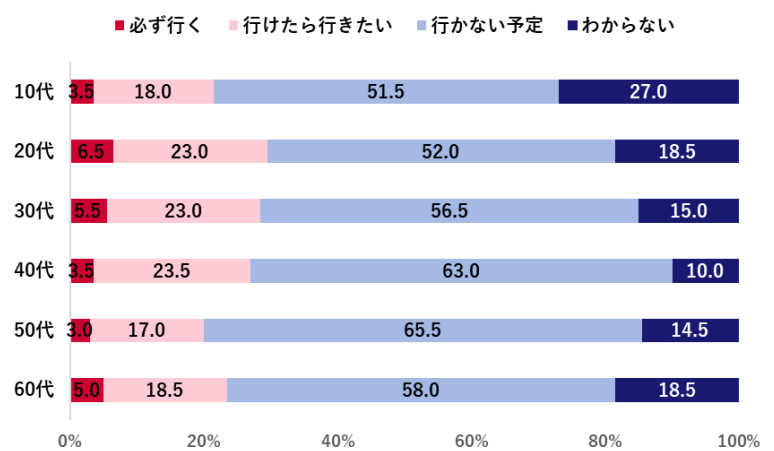
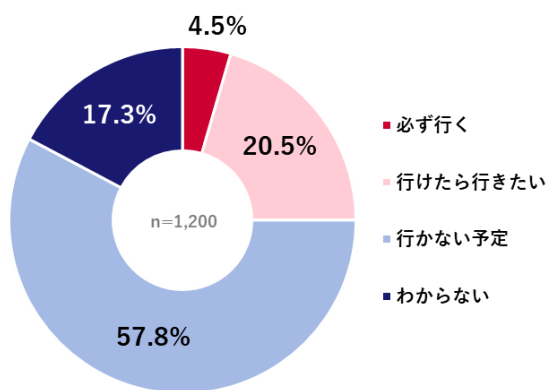
## ■TOPICS②

### 大阪・関西万博に「必ず行く」が全体の4.5%、「行けたら行きたい」が20.5%。近畿在住者の関心が高い

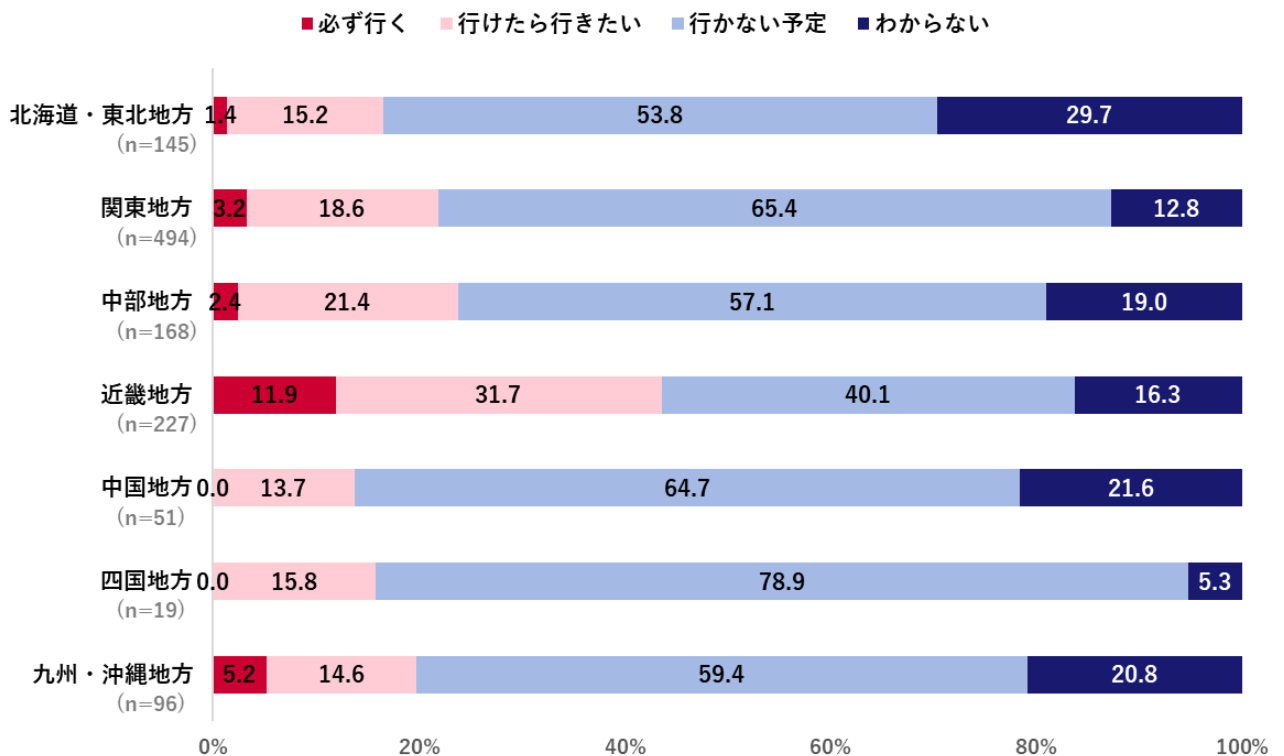
「大阪・関西万博」に行く予定について聴取したところ、「必ず行く」が全体の4.5%、「行けたら行きたい」が20.5%となり、合わせると25.0%だった。全体の4人に1人来場意向が伺える。

居住地別で見ると、開催地に近い「近畿地方」在住者では「必ず行く」(11.9%)、「行けたら行きたい」(31.7%)を合わせると43.6%となり、他の地方と比較して関心の高さが伺える。

#### ▼「大阪・関西万博」に行く予定 | 全体/年代別



#### ▼「大阪・関西万博」に行く予定 | 居住地別



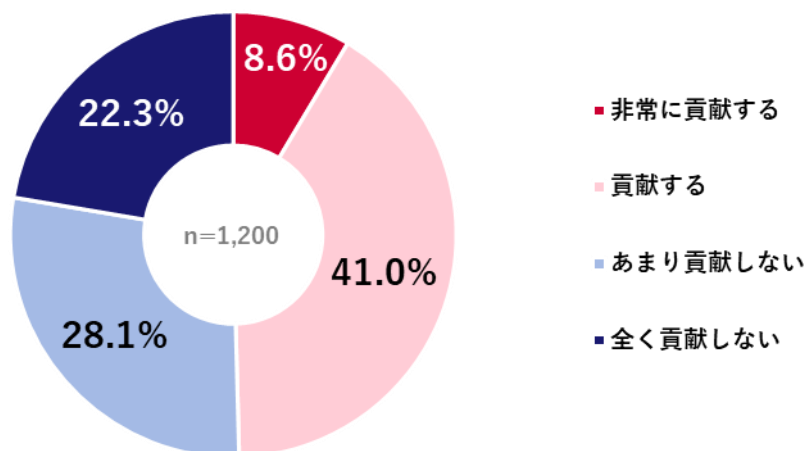
### ■TOPICS③

#### 「大阪・関西万博」が地元経済に貢献すると思う人は約半数。会期終了後は「商業施設」としての活用に約4割が期待

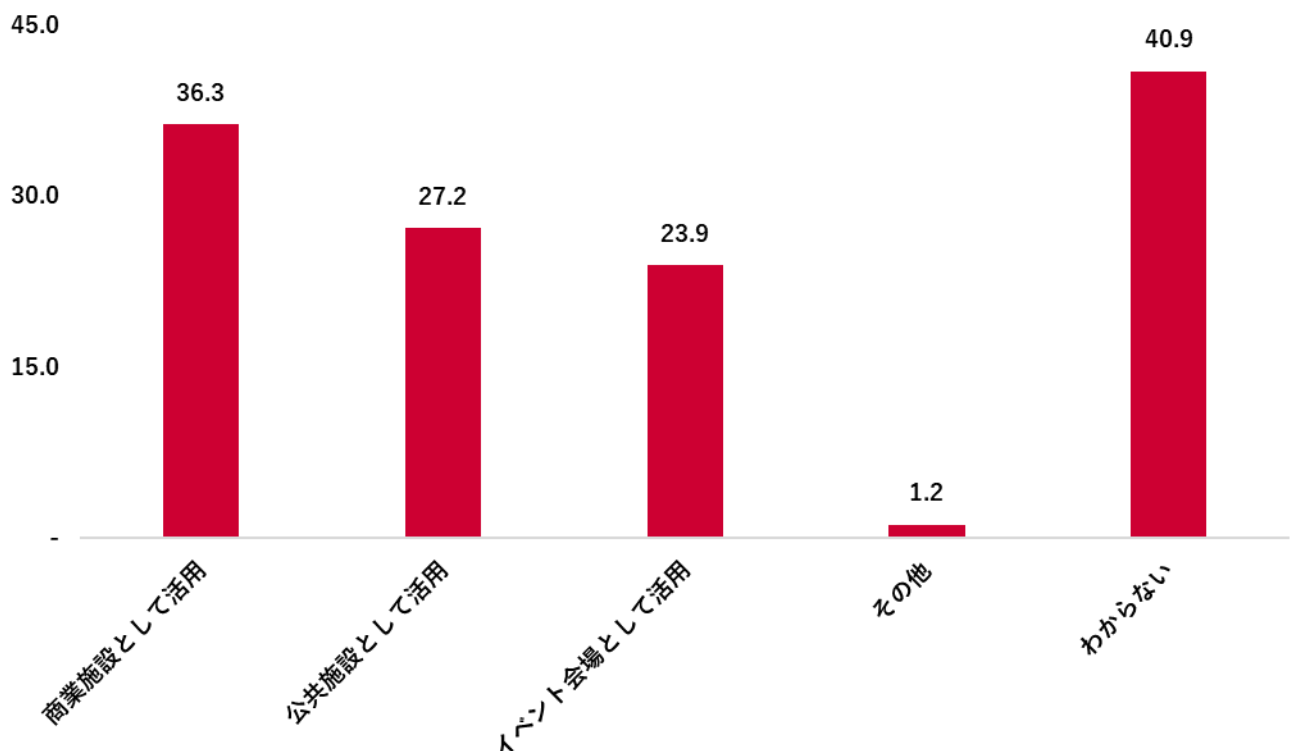
「大阪・関西万博」が地元経済にどの程度貢献すると思うか伺ったところ、「非常に貢献する」(8.6%)、「貢献する」(41.0%)を合わせると約半数を占めた。

会期終了後、夢洲(ゆめしま)の施設がどのように活用されるのが望ましいかについては、「商業施設として活用」が36.3%、「公共施設として活用」が27.2%だった。一方で、「わからない」が40.9%となった。

#### ▼「大阪・関西万博」が地元経済にどの程度貢献すると思うか



#### ▼会期終了後、夢洲(ゆめしま)の施設がどのように活用されるのが望ましいか ※複数回答 (n=1,200)(%)

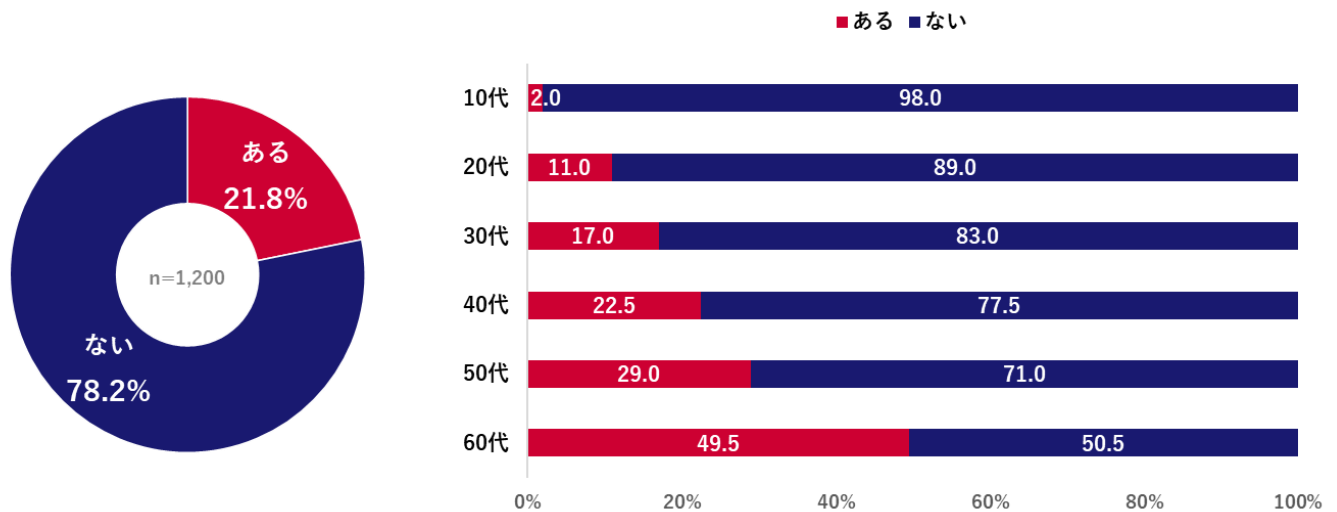


## ■TOPICS④

### 60代の2人に1人が過去の万博を訪れた経験がある

全体の約2割が、過去に開催された国内または海外の万博を訪れた経験が「ある」と回答した。年代が上がるにつれて高くなり、60代ではおよそ2人に1人が万博経験者だった。自由回答のコメントを見ると、2005年に愛知県で開催された「愛・地球博」を訪れた方が多かった。

#### ▼過去の万博（国内または海外）を訪れた経験 | 全体/年代別



#### ■参考：大阪・関西万博への期待に関するコメント（自由回答から抜粋）

##### 20代男性

- ・ガンダムが見たい
- ・モンハンのムービーが観られる

##### 40代男性

- ・大阪観光の一環として、費用が高すぎなければ行ってみたい
- ・万博というものに一度は行ってみたい

##### 60代男性

- ・前売りチケットを購入済みで場内を見てみたい

##### 10代女性

- ・建築や街と触れ合えるイベントが気になる
- ・第九に参加してみたい
- ・チケットがあるので楽しみ

## 20代女性

- ・映えそう
- ・日本の文化を世界に発信してほしい
- ・最新の技術に触れられそうでいきたい
- ・利益だけ考えるのではなく、最終的に国民に還元されるようなイベントになればいいなと思います

## 30代女性

- ・批判を乗り越え成功させましょう

## 40代女性

- ・コロナ禍もあり、しばらく関西圏へ足を運べていないので、もし行けるとなった時は万博含め、周辺の観光地にも行ける事がとても楽しみです
- ・混雑しそうなのと、現金が使えないというのを耳にし、まだ様子見という感じではあるが、旅行が好きなので、興味深いブースが沢山ありそうで楽しみである
- ・大屋根を見て、実際に歩いてみたいです

## 50代女性

- ・外国の文化を体験してみたいです、家族で行きたいと思っています

### 【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジットピ」パーソナリティのコメント】

#### ・馬淵磨理子氏（経済アナリスト）

万博の経済効果の1つがビジネスマッチング。ドバイ商工会議所によると、ドバイ万博では期間中に1500件以上の2国間の商談が実施されたと言われている。「万博の花」と言われるパビリオンのなかでビジネス商談が繰り広げられることは、大阪万博でも期待される。経済成長著しいグローバルサウスの企業は、日頃は日本の企業にとって地理的な距離や、経済や文化面で異なることが多く、ハードルが高い側面もある。万博期間は向こうから日本に足を運んでくれる。この機会を最大限活用してほしい。

#### ・渡辺広明氏（消費経済アナリスト）

昨年末の調査とはいえ、開催4カ月前に認知率が41.3%というのはビックリした。テレビで情報に触れる環境だけでなく、SNSやネットなどで情報が増えていかないと、情報が分断されている現在では開催の時期すら伝わらないのかもしれない。逆に考えると、開幕後は、パビリオンなどの情報がネットで拡散され、開催が進むにつれて来場者が増えていくのかもしれない。

私は入場券を購入済みだが、パビリオン情報があまり多くないため、まだ何を観に行きたいのかも分かっていない。これから強化されると思うが、早めに情報を多く発信する事が大事だなと思う。

大阪は日本に来るインバウンド観光客にとってキラー観光地となる。万博をキッカケにして、大阪のみならず関西圏の魅力が世界の多くの人に伝わる事を期待したい。

以上

### 【調査概要】

調査方法 : インターネット調査  
調査期間 : 2024年12月25日～12月28日  
パネル : 「Ponta リサーチ」会員  
(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)  
調査対象 : 国内在住 10～60代の方  
有効回答数 : 1,200名 ※性年代別に各100サンプル回収  
※調査結果は小数点第2位を四捨五入しています

### 【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

### ■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023年5月より TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

### ■TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。ビジトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 30分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つビジトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00～6:30

出演者 : 馬淵磨理子 (経済アナリスト)、渡辺広明 (消費経済アナリスト)

番組 HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

AuDee : <https://audee.jp/program/show/61907>

Twitter : [https://twitter.com/biztopi\\_tfm](https://twitter.com/biztopi_tfm)

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト：

<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先  
広報部にご連絡をお願い申し上げます。