


2025年 日本国際博覧会
新潟県催事〔ギャラリー WEST〕



【基本計画(運営計画付)】

I. 全体概要

大阪・関西万博の開催概要
万博参加の意義
万博会場内施設配置
フューチャーライフパークについて

II. 催事計画

「本県特産品の展示」の概要及びスケジュール
実施方針
世界発信に向けて考慮すべきトレンド
催事テーマ
催事会場ゾーニング

III-1. 展示計画【屋外展示スペース】

屋外展示スペース
屋外展示スペース イメージ

III-2. 展示計画【屋内展示室①】

屋内展示室①
屋内展示室① /ものづくり×匠の技 エリア イメージ
屋内展示室① /ものづくり×環境 エリア イメージ
屋内展示室① /花火×感動 エリア イメージ
屋内展示室① /錦鯉×和 エリア イメージ

III-3. 展示計画【屋内展示室②】

屋内展示室②
屋内展示室② イメージ

IV. 運営計画

展示・運営・安全対策に関する基本方針
SDGsへの取り組み〔施工・運営関連〕
運営・施工スケジュール
全体スケジュール
〔令和6年12月～令和7年12月〕



新潟県

I. 全体概要

全体開催概要

- 名 称 2025年日本国際博覧会（略称:大阪・関西万博）
- テ ー マ **いのち輝く未来社会のデザイン**
(Designing Future Society for Our Lives)
- サブテーマ Saving Lives(いのちを救う)
Empowering Lives(いのちに力を与える)
Connecting Lives(いのちをつなぐ)
- コンセプト **People's Living Lab (未来社会の実験場)**
- 会 場 大阪 夢洲(ゆめしま)
- 開催期間 2025年4月13日(日)～10月13日(月・祝) 184日間
- 開場時間 午前9時～午後10時
- 想定来場者数 2,820万人



万博参加に対する考え方

●新潟県の重要政策の一つである交流人口の拡大に向け、国内外の観光客への情報発信の場として、大阪・関西万博の機会を積極的に活用し、「新潟を知ってもらい、来てもらう、買ってもらう」ための取組を推進することにより、新潟県への観光誘客へ繋がります。

大阪・関西万博 想定来場者数 **約2,820万人**

12%

インバウンド
約**350万人**

32%

全国
約**910万人**

56%

関西広域エリア
約**1,560万人**

大阪・関西万博の経済波及効果
2兆9,000億円

出典：公益社団法人2025年 日本国際博覧会協会

※2024年3月29日 経済産業省調べ

新潟県のプレゼンスを示すことができる絶好のPR機会

大阪・関西万博は、国内で開催される万博としては、2005年の愛・地球博以来、20年ぶりの一大イベントです。未来を動かす一歩となる後世に残る催事であり、本県の魅力を世界に向けて発信する絶好の機会になると考えます。

point 01 地域の魅力を世界に向けてアピール

万博は、世界とつながり、地域の存在感を示すことができる貴重な機会です。こうしたチャンスを有効に活用し、長い歴史の中で脈々と受け継がれてきた文化や伝統などの世界に誇るべきものを、地域の魅力として発信することで、世界中の多くの人々から、その価値を知ってもらい、興味・関心を持ってもらうきっかけとなります。

point 02 交流・定住人口の増へ未来社会の姿を発信

万博がもたらす経済効果は、全国各地の地域へ波及することが見込まれています。万博を機にインバウンドを呼び込み、地域の魅力を活かした持続可能な観光振興につなげていくとともに、万博の理念に沿ったSDGsへの積極的な取組など、地域が描く未来社会の姿を国内外に発信し共感を得ることにより、将来の交流・定住人口の増へとつなげます。

point 03 地域活性化につながる人的交流の拡大

万博を機に生まれる人と人との結び付きこそがレガシーであると考えます。万博に参加して終わりではなく、中長期的な視点で、そのインパクトやレガシーを最大限に活用することが大切であり、人的交流の輪を未来に継承し拡大していくことで、地域づくりに欠かせない関係人口を増やし、地域における新しい未来社会を創造します。

フューチャーライフパーク



新潟県が関係する催事等(R6年10月末時点)

本県特産品の展示

日程: 7.11~7.17 [7日間(設営・撤収含む)]
会場: ギャラリー WEST

- 錦鯉、雪、花火、伝統工芸等、県産品等の魅力・価値を発信
- 市町村が主体となって、各地域が誇る特産品の展示等を行うブースも設置

県の石「翡翠」の会場展示

- 万博期間中(R7.4.13~10.13)、静けさの森に2石の翡翠(4.8t及び2.1t)を展示し、「翡翠」の魅力及び文化的価値を発信

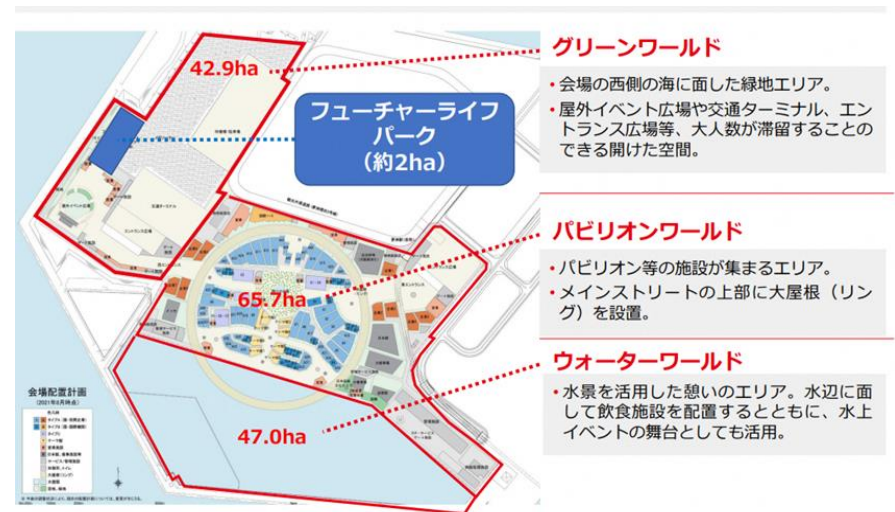
「食」をテーマとした催事

日程: 6.9~6.14 [6日間(設営・撤収含む)]
会場: EXPO メッセ

- 黄金、白銀に輝く本県の観光資源の一つである、日本海と雄大な山に育まれた豊かな「食」をテーマとしたコンテンツを発信

	正式名称(「」内は愛称)	旧名称	施設内容	屋内・屋外
a	EXPO ホール「シャインハット」	大催事場	円形劇場 客席:約1,900席	屋内
b	EXPO ナショナルデーホール「レイガーデン」	小催事場	ナショナルデースペシャルデー式典の主会場となる半開放型ホール 客席:約500席	屋内 (半開放型)
c	ギャラリー EAST	日本伝統文化エリア 1F展示場	床面積:約300㎡	屋内
d	ポップアップステージ 南	日本伝統文化エリア 小舞台	屋根付き屋外舞台 観覧スペース:ステージ前広場	屋外
e, f, g, h	ポップアップステージ (e)東外/(f)東内/(g)西/(h)北	小規模なステージ	約50㎡の屋根付きステージ 観覧スペース:ステージ前通路、広場	屋外
i	EXPO アリーナ「Matsuri」	屋外催事広場	屋根付きステージ+広場 立見席:約16,000人	屋外
j	EXPO メッセ「WASSE」	メッセ	屋内展示場 床面積:約2,000㎡(1区画)×2区画 ※延床面積約4,000㎡	屋内
k	ギャラリー WEST	ギャラリー	屋内+屋外展示場 床面積:屋内展示スペース約200㎡、 屋外展示スペース約300㎡、 屋内展示スペース約100㎡	屋内・屋外

- ✔ 万博会場は、右記の通りグリーンワールド、パビリオンワールド、ウォーターワールドの3つのエリアで構成。
- ✔ 「ギャラリー WEST」はグリーンワールド内の瀬戸内海を望む景観に優れたエリアに位置する「フューチャーライフパーク」の中に整備。
- ✔ 約2.0haのエリアを未来の街としてデザインし、未来に向けた「問い」と「提案(さまざまな視点からのベストプラクティス)」が集まる場所として構成。



フューチャーライフパークの施設配置(案)

■ 未来の都市

建築、土木、通信、物流、エネルギー、交通等が、先進技術によって融合された未来の都市を体験できるエリア (面積約1ha)

未来の都市

船着場(仮) 船着場へ

展示施設

約55m

約190m

▼ フューチャーライフ・エクスペリエンス(展示施設)

■ モビリティ・エクスペリエンス

空飛ぶクルマの搭乗体験ができるエリア。離発着場、管制、整備格納施設、及び実機の展示施設を設置

■ フューチャーライフ・エクスペリエンス

未来のヘルスケア、未来の食、未来への行動が体験できるエリア。展示施設、ワークショップ、小ステージを設置
展示施設内において万博の共創事業「TEAM EXPO 2025」等から選定されたベストプラクティスの展示を実施

■ ギャラリー (催事施設)

現代アートやポップカルチャー等の展示を会期中入れ替えて実施。万博の催事施設として設置

■ 飲食施設 (営業施設)

フードコートスタイルのレストラン。万博の営業出店施設として設置

▼ ギャラリー(催事施設)



新潟県

Ⅱ. 催事計画

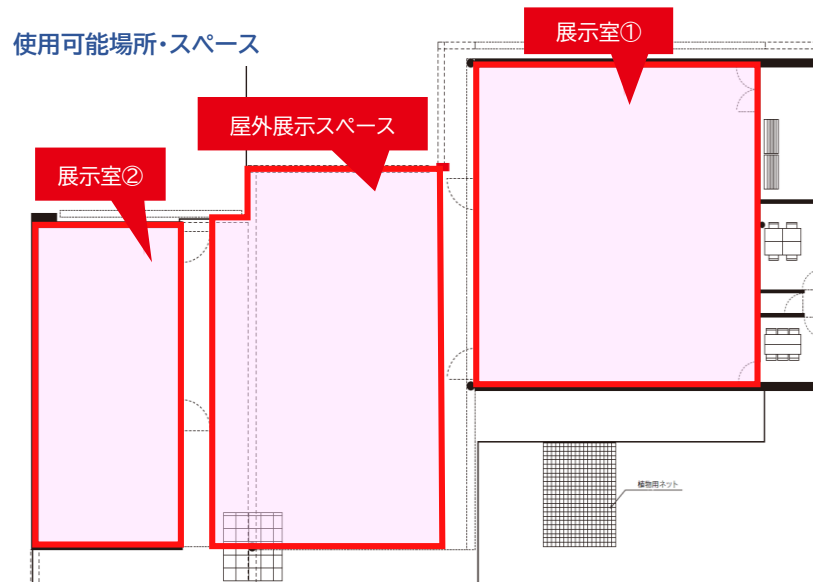
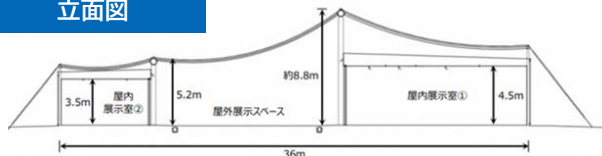
- 大阪・関西万博を新潟県のプレゼンスをより一層高める絶好の機会と捉え、錦鯉、雪、花火、伝統工芸などの彩りある県産品等の魅力をテーマとした様々なコンテンツを世界に発信します。
- 万博会場での催事を誘客及び購買促進につなげるため、国内外からの来場者の心に残る演出や展示手法にこだわり、新潟県の産業や伝統文化等の価値・魅力を効果的にアピールします。

展示会場

施設名称: ギャラリー WEST

建築概要	鉄骨造 展示ギャラリー
展示面積	[屋内展示室①] 約200㎡ (天井高 4.5m) [屋外展示スペース/屋根付き] 約300㎡ [屋内展示室②] 約100㎡ (天井高 3.5m)
設備概要	・展示照明(配線型ダクトスポット) ・放送設備 ・展示用照明ダクト ・ピクチャーレール ・可動展示間仕切壁(屋内展示室①)

立面図



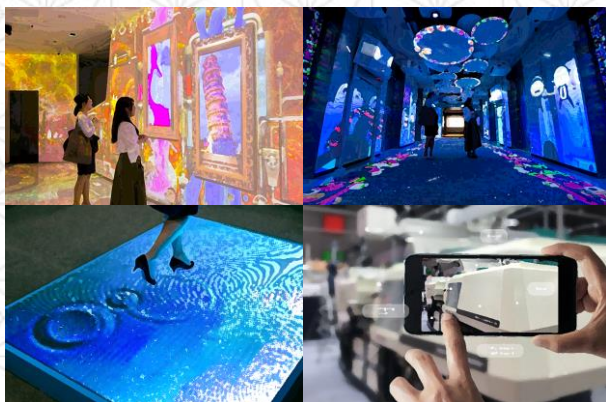
・ギャラリーWESTで実施する催事で使用できるエリアは、図面の赤枠部分
 ・催事エリア内であれば、物販で使用するエリアに制限はないが、展示場内は飲食販売に制限あり

開催スケジュール(案)

◎ 会場使用期間: 令和7年7月11日(金)~17日(木) 7日間

	設営日	本番前日 (出展者搬入)	本番1日目	本番2日目	本番3日目	本番4日目	本番5日目 (最終日)	
日程	2025 7/11(金)	7/12(土)	7/13(日)	7/14(月)	7/15(火)	7/16(水)	7/17(木)	イベント 終了後 当日撤去
時間	0時~21時	PM 出展者搬入	開催: 10時~19時(予定)				10時~16時	16時以降

「はっ！」と心を動かす リアル×デジタルの演出

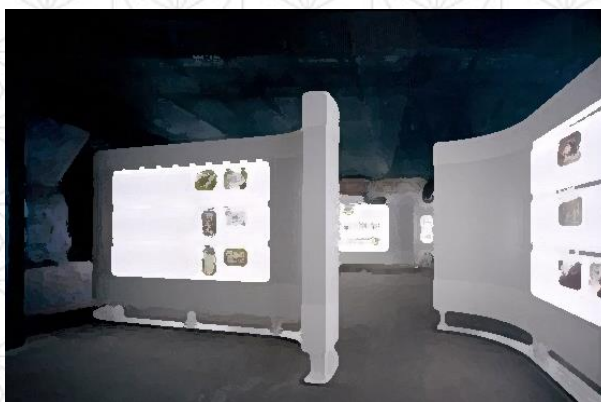


催事会場となるギャラリーWESTは、次世代技術を駆使した未来社会が体験できるコンテンツが揃う「フューチャーライフパーク」内にあります。

このギャラリーWESTで開催する催事だからこそ、少し先の未来を見据えた取組や、新たな可能性を見つけるためのチャレンジを試みることも必要だと考えます。

これまで様々なイベントで開催してきた催事の枠を超え、デジタル技術も積極的に活用しながら、リアルだけでは表現できない魅力や驚き、感動を引き出します。

本物の美しさと高度な 技術力が際立つ展示手法



デザイン、耐久性、実用性、全てにおいて高いクオリティで表現される新潟の特産品。

その力強く鮮やかな魅力を訴求するため、空間演出や照明まで細部にこだわり、来館者の目を引くコンテンツ制作を行うとともに、見る人にその技術の高さがダイレクトに伝わる展示手法を導入します。

また、実物展示とそれにまつわる解説との組み合わせによって“知る”ことに加え、実際に“触れる”ことで本物の質感を“感じる”ことができる仕掛けを施し、来場者の記憶に残る空間を演出します。

「コト消費」や「トキ消費」 へとつなぐ情報発信



万博は、国内外の人たちに直接情報を伝えることができる、またとないチャンスです。

新潟県の奥深い魅力に触れることができる展示や演出を通じて、心を満たす価値との出会いを期待させ、ぜひ現地に行ってみたいと思ってもらえる機会・場とします。

今回の催事を一過性のものとして終わらせるのではなく、大阪・関西万博を契機に、本県に関心を持ち、訪れてくれる人を増やすため、会期後の各種SNS、動画配信、関連施設での利活用等も念頭に置きながらコンテンツを企画・制作します。

1

ハイエンド&ラグジュアリー層を
意識したコンテンツの訴求

- 自己の内面に刺激を与える、本質に触れる。
唯一無二の体験(=高付加価値旅行)を求める。
- 欧州からのハイエンド&ラグジュアリー層を中心に長期滞在及び消費拡大が見込める。

2

コト消費とトキ消費を意識し、
新潟県ならではの、
その時だけの体験の魅力を訴求

- 爆買いに代表されるモノ消費は過去の話。
日本ならではの文化体験を求めるコト消費が人気。
- 特定の季節やその時にしか体験できない内容、地域貢献にもつながるコト・トキ消費も注目。

3

伝統文化を受け継いできた人が
本物を語る、
ストーリーとは異なるナラティブな発信

- 各地域の観光コンテンツは「何を語るのか?」よりも…
「誰がどのように語るのか?」が重要。
- 歴史文化や伝統技術を継承してきた人が語るファクトにこそ、
価値があり、ハイエンド層はそれを求める。

4

サステナブルツーリズムの先に行く、
リジェネラティブツーリズムに
シフトしつつある

- 旅行先の環境保全を重視するだけでなく、旅行後に観光地の環境が
より良く改善されている状況を目指す。
- 観光だけでなく、観光地の地元の人々との交流や文化への参加を重視。

新潟県催事テーマ

Colors of Future Society from NIIGATA. Traditional Culture and Craftsmanship.

未来社会の彩りを、新潟から。 伝統文化とものづくりの技

わたしたちは、雪国ならではの自然風土や歴史の中で、独自の文化や技術を育んできました。

それらは、多くの人たちの手によって受け継がれ、
わたしたちの暮らしに彩りを与えてくれる、かけがえのない宝物です。

そして、未来へ。

匠の技が生み出す緻密さや力強さ、
自然と人が織りなす美しさや華やかさは、
きっと、未来をより豊かに彩ってくれます。

多様な価値観を尊重し合える、彩りある未来社会に向けて、新潟からお届けします。



雪



花火



錦鯉



伝統工芸品・ものづくり

万博を契機とした交流人口の拡大に向け、県内各地の歴史、文化などのストーリー性をもった県産品の魅力を、それぞれの色彩に焦点を当てて世界に発信

導入ゾーン

本催事の玄関口として賑わいと華やかさを演出。新潟県の地域特有の気候風土のより培われてきた自然や文化を紹介し、来場者の期待感を喚起します。



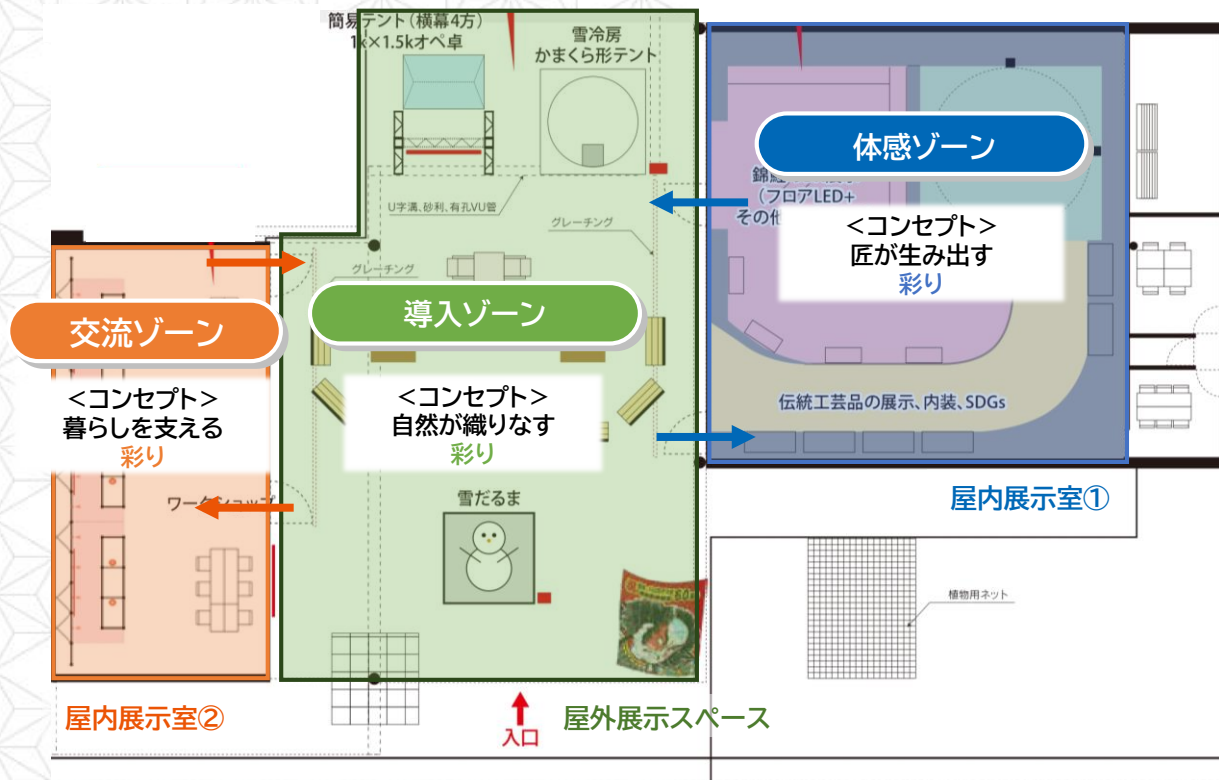
体感ゾーン

脈々と受け継がれてきた伝統文化の誇りが結集。リアル×デジタルの演出により、リアルだけでは表現できない魅力や驚き、感動を引き出します。



交流ゾーン

市町村との連携により、心を満たす上質なものと本物の価値に出会える展示・ワークショップを展開。来場者との交流を通じて地域の魅力を発信します。





Ⅲ-1. 展示計画 [屋外展示スペース]

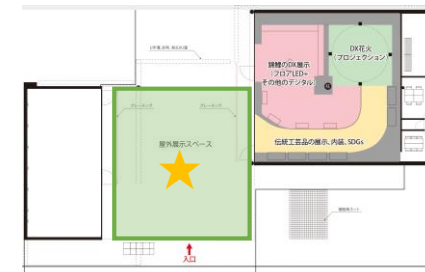
導入ゾーン

<コンセプト> 自然が織りなす [彩り]

自然との共生によって生み出される魅力を発信

新潟の自然の豊かさ、その中で暮らす豊かさを感じていただけるよう、季節外れの雪というインパクトある演出で、ファサードデザインから来場者に新潟の存在をストレートにアピールします。

▼ 展開エリア位置



▼ レイアウトイメージ(俯瞰)



▼ レイアウトイメージ(正面)



新潟県を彩る地域資源の魅力を発信

- 豊かな食文化、美しい風景、伝統と革新のものづくり、温泉やスキーなどの観光資源など、様々な分野の新潟の魅力をできるだけ多く、映像等を活用しながら発信することで、新潟に関心をもってもらうきっかけを作ります。

「新潟県に行ってみよう！」行動喚起に促すリアル体験の提供

- 実際に雪に触れ、暑い夏にひんやり気分を味わってもらうことで、「スノーリゾート新潟で雪遊びを思いっきり楽しんでみませんか」といったメッセージを発信するとともに、スキー、スノボに加え、雪国の暮らし、知恵など「雪」が生み出す上質な新潟の魅力をアピールします。

サステナブルで心豊かな暮らしの提案

- 「物の豊かさ」から「心の豊かさ」へと、人々の価値観が大きく変化する中で、アウトドアに触れてもらうことで、豊かな自然に囲まれ、多様な関係を築きながら自然と共生し、持続的で心豊かな暮らしを選択できる可能性を感じてもらいます。

SNSでシェアしてもらえる工夫と仕掛けづくり

- 来場者から関心を持ってもらい、撮影された画像がSNS等で拡散されるよう、視覚的に目立つデザインや立体的な装飾を施したコンテンツや、パッと見て面白い！キレイ！と思わせるデザインのフォトスポットやAR技術を活用した体験スポットを設置します。

上質な地域資源の魅力を「見て」「知って」「触れて」体感するコンテンツ

新潟県の上質な地域資源の魅力を感じていただく導入ゾーンとして、新潟県の魅力を発見・再発見していただけるよう、「新潟ならではの」を存分にアピールしていきます。また、アイキャッチとして来場者の誘引・期待感を喚起し、来場者のSNS等を通じた発信/拡散を喚起させます。

雪国であることを活かしたPR

- ・ 本物の天然雪を新潟県内から持ち込み、“涼”を感じられる体験ゾーンを設置。
- ・ 雪を有効資源として、雪解け水を活用した冷却装置で夏でもヒンヤリな雪冷房を体験いただけます。



古材を活用した休憩スペースの設置

- ・ 休憩スペース用のベンチとして、スキーやスノーボードをリサイクルしたベンチを制作。また、休憩スペースには大型ビジョンを設置して観光PR動画を上映。くつろぐ来場者に新潟県の魅力を訴求し、新潟への誘客につなげます。
- ・ 万博終了後は、「大阪万博ベンチ」として新潟県内スキー場等への設置も予定しています。



AR技術を活用した着物の試着体験スポット

- ・ AR技術による伝統工芸品“十日町友禅”などの振袖試着が可能な体験フォトスポットを展開。新潟県内の観光名所のフォトパネルをバックにお客様のスマホ等で簡単に着物試着と記念撮影が可能です。

県特産品を活用したアイキャッチの設置

- ・ 300年の歴史を誇る新潟市「白根大風」による、ギャラリーWest新潟県催事のファサードサインを制作します。





新潟県

Ⅲ-2. 展示計画

[屋内展示室①]

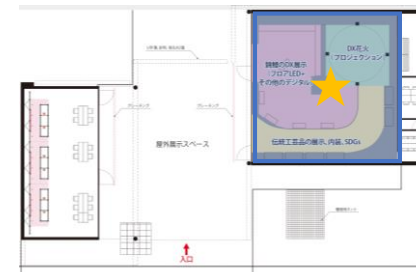
体感ゾーン

<コンセプト> 匠が生み出す [彩り]

デジタル技術とリアルな空間の融合で感動と心躍る体験を提供

新潟の伝統文化や産業等の分野で、先人たちによって受け継がれ、より高みを目指して磨き上げられてきた“匠の技”。新潟の匠たちが生み出す、力強く、華やかな特産品を展示し、「手で触れるリアルな感動」と「デジタルの力で創造する感動」を提供します。

▼ 展開エリア位置



花火×感動

ハイクオリティな映像と音響による演出効果で、花火大会に在るかのような感覚を体感していただきます。

▼ レイアウトイメージ



ものづくり×環境

環境に配慮してつくられた製品等を展示し、持続可能なものづくりに向けた県内企業の積極的な取組を発信します。

錦鯉×和

錦鯉の美しさをより多くの人に伝えるため、和テイストのアイテムを効果的に組み合わせ、フォトジェニックな空間を演出します。

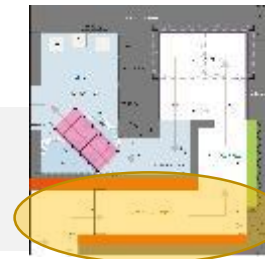
ものづくり×匠の技

県民の暮らしを彩る、伝統工芸品等の数々の製品を展示し、新潟県が誇る匠の技を紹介します。

新潟の風土と歴史、そこに暮らす人々が育んできた匠の技の結晶となる
数々の工芸品に「触れて」「感じて」、美しさと高度な技術力と多彩な情報発信。

地場産品や伝統工芸品など、新潟の暮らしの空間をやさしく彩る製品の数々を展示し、新潟が誇る匠の技を紹介します。併せて、それぞれの製品が生まれる背景にあるストーリーや、工場見学等の産地イベントをPRします。

▼ 展開エリア位置



ものづくり × 匠の技

ものづくりの技や素材に「触れる」、「感じる」、
産地を「知る」ことで、「行きたくなる」を演出

伝統工芸品のリアルな質感を体感

ニットや織物など、
各産地の素材や
道具に触れるこ
とで、品質や技術
の高さを体感し
てもらいます。



地場産品や産地の情報発信

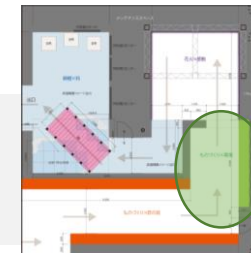
各コーナーには産地の製造現場の
動画や写真の映像を上映します。



また、キャプションに掲載のQR
コードを読み取ることで展示され
ている工芸品の情報やPR動画を
ご覧いただけます。訪日外国人への
英語表記にも対応します。



▼ 展開エリア位置



新潟県の“ものづくり×環境(SDGs)”の積極的な取組みを国内外へ発信

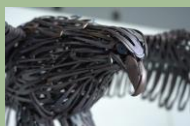
SDGsは地球規模の課題に“持続可能な社会実現のために”世界全体で協働して取り組んでいく重要なキーワード。新潟県内のものづくりにおいて、持続可能なものづくりへの取り組みや活動、環境に配慮してつくられた様々な製品をピックアップして展示します。

ものづくり × 環境

持続可能な取組の展示

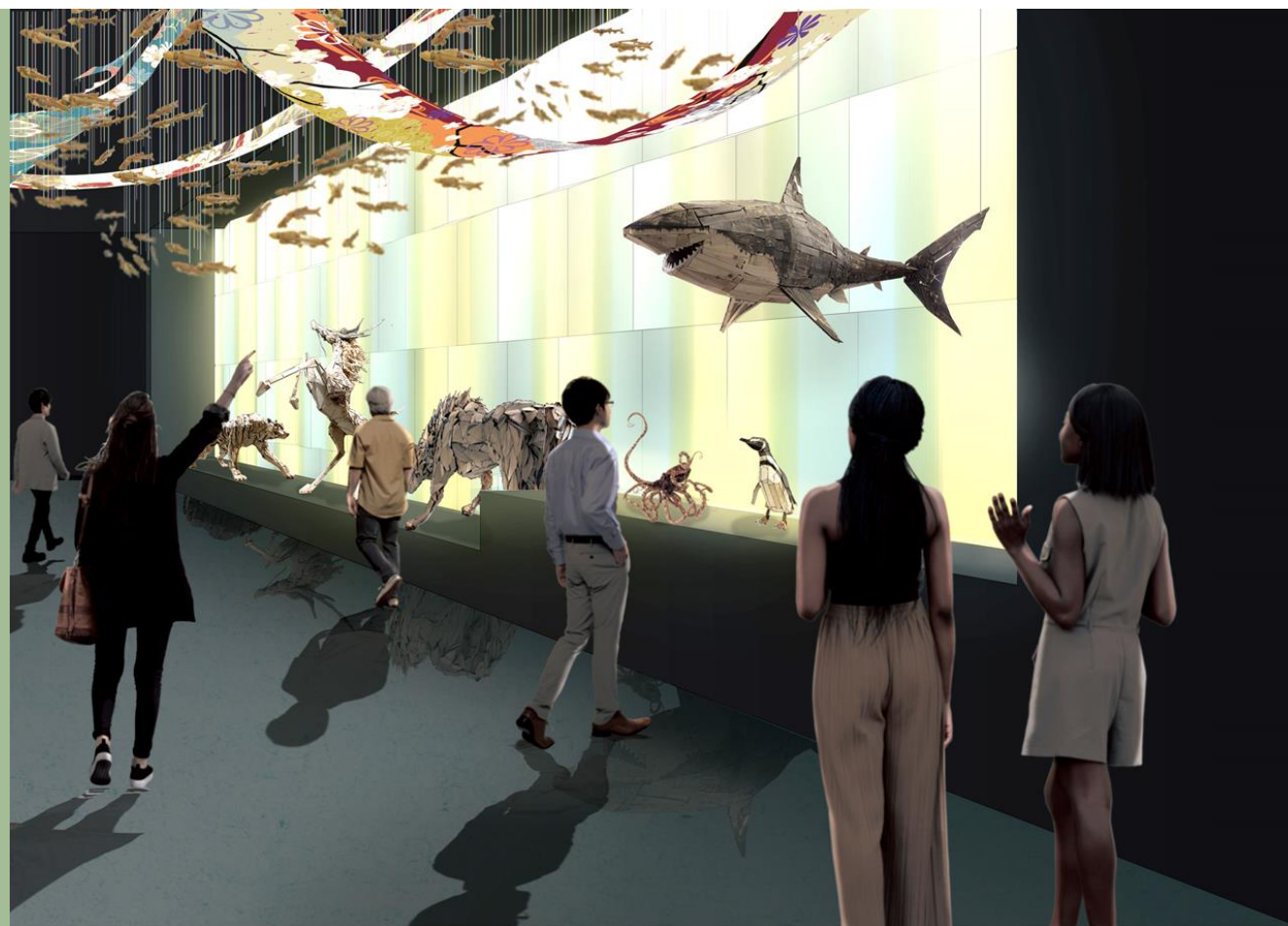
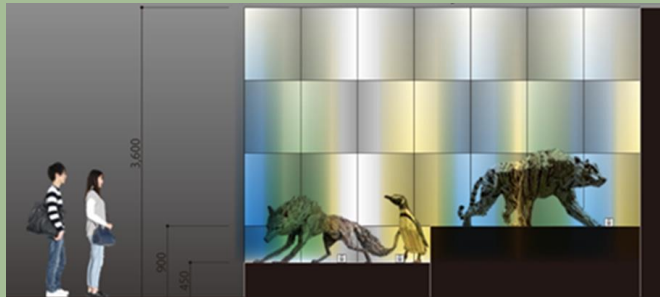
事業排出物を使ったブランキングアート

製造工程で排出される、 blanks材やスクラップと言われる材料等を用いて、生み出された作品を紹介します。何の廃材か、想像するのも楽しい展示です。

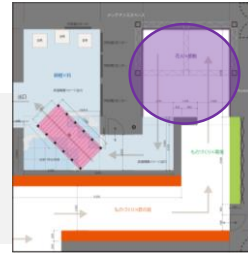


廃材を使ったアート

ダイナミックな等身大の動物から手の平サイズの動物まで、廃材の素材を活かして制作された廃材アートを新潟から世界へ発信します。



▼ 展開エリア位置



ハイクオリティな映像と音響による演出効果で花火大会にしているような感覚を体感

県内各地の夏の夜空を彩る花火をモチーフにした映像を迫力のある音とともに投影します。
県内の花火師が持つ製造・打ち上げ技術の高さ、花火文化の豊かさを象徴する映像で催事テーマ「未来社会の彩りを、新潟から。」のメッセージを訴求します。

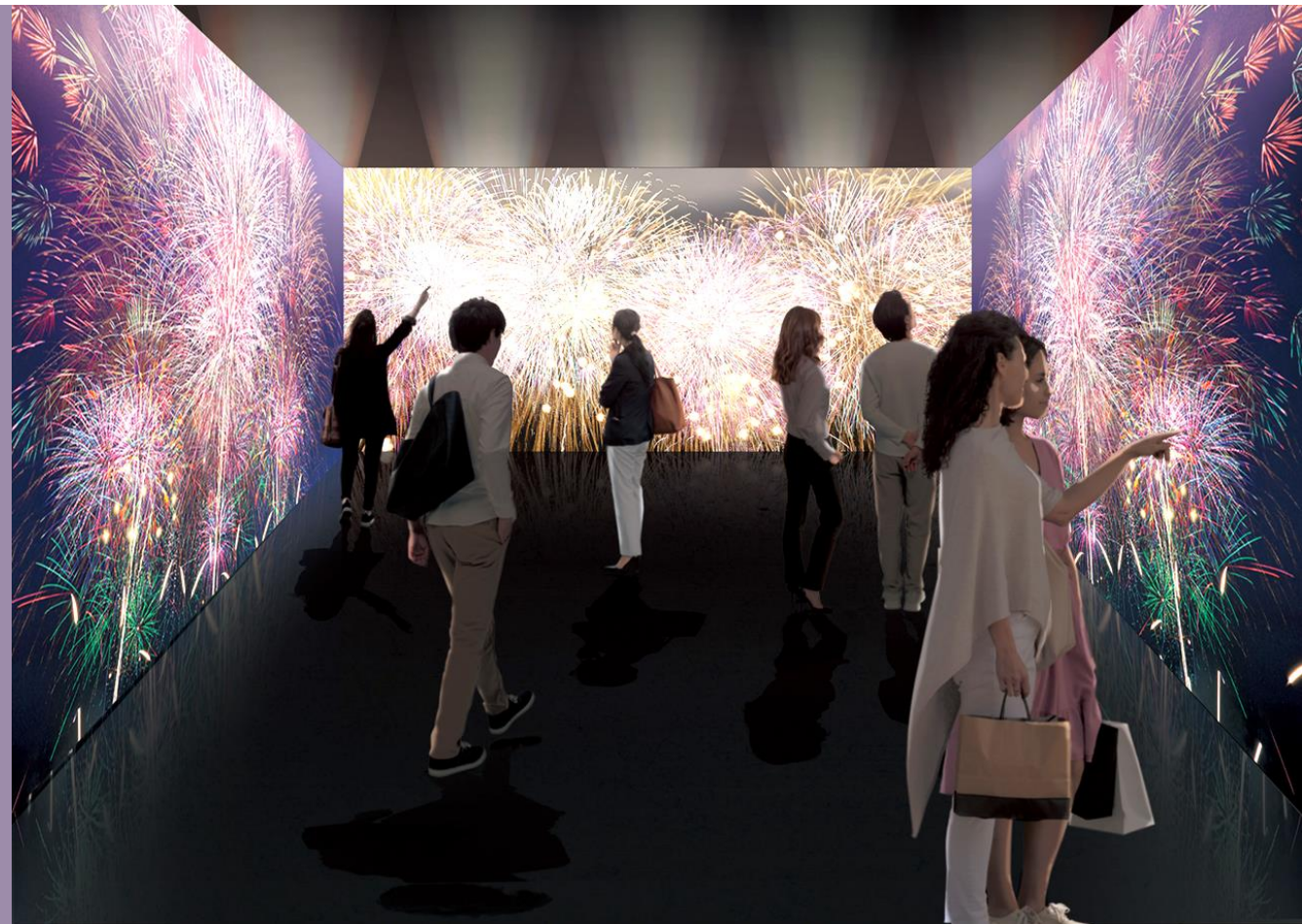
花火 × 感動

日本屈指の花火王国 新潟県の花火文化体験

映像と音の技術により
花火の美しさと迫力を再現します。

県内で開催される花火大会をモチーフにした
4K映像と迫力の音声を使用した映像を正面と
両側面の壁面に投影します。

映像の最後にはエンディングクレジットに催事テーマ
「未来社会の彩りを、新潟から。」のメッセージを投影し
ます。



▼ 展開エリア位置



和テイストのアイテムとコラボし、錦鯉の美しさを引き立たせる空間を演出

新潟で生まれ、日本が世界に誇る錦鯉の鮮やかさや美しさをより多くの方々に伝えるため、錦鯉と同じく海外でも高い人気を誇る盆栽をはじめ、日本庭園風のオブジェや和モダンな装飾等を効果的に組み合わせ、和をイメージしたフォトジェニックな空間を演出します。

錦鯉 × 和

錦鯉の美しさを色彩豊かに表現

「泳ぐ宝石」の新たな楽しみ方の可能性

日本らしさを感じさせるアイテムやデザインも取り入れ、デジタル空間における錦鯉の新たな楽しみ方の可能性を提案します。



糸魚川真柏は、その造形美が多くの人を魅了する一方で、乱獲等によって消滅の危機に瀕しています。糸魚川ジオパークが育んだ力強く繊細な姿から、未来に残したい大切なことに触れる場を創造します。



「平和の象徴」からのメッセージ

錦鯉をイメージさせる配色や、錦鯉をモチーフにしたオブジェの活用などにより、写真を撮りたくなる仕掛けを各所に散りばめてSNSでの拡散を喚起し、「平和の象徴」と呼ばれる錦鯉を通じて、平和へのメッセージを世界に発信します。





新潟県

Ⅲ-3. 展示計画

[屋内展示室②]

来場者とのコミュニケーションを取る「交流型」に特化した展開プラン

市町村ブースでは、地域が誇る特産品や観光資源などを通じた対話を、ワークショップではリアルに触れて感じてもらい、ワクワク感を膨らませてもらうプログラムを提供するなど、来場者が能動的に楽しむことができる交流の場を演出します。万博終了後も見据え、国内外から訪れる来場者との新たな関係構築のまたとないチャンスを活かし、特産品の販路拡大や地域への誘客促進へとつなげます。



縄文文化と苗場山麓ジオパーク

《出展内容(予定)》

- ・津南町の川と火山が作った独特の地形と、そこに根付いた歴史・文化に関するパネルや映像を展示
- ・本物の火焰型土器を持って記念撮影



水と歴史に育まれたみなとまち新潟

《出展内容(予定)》

- ・みなとまち文化や16の潟の魅力を紹介
- ・白根大凧のミニレプリカ展示や凧合戦の映像紹介
- ・亀田織製品の展示
- ・地域ならではのワークショップ



ヒスイと糸魚川真柏

《出展内容(予定)》

- ・新潟県の石「ヒスイ」の展示・販売
- ・盆栽の王「糸魚川真柏」の展示
- ・地域ならではのワークショップ



新潟県

IV. 運営計画

● 運営警備対策

- 実績のある運営スタッフにより来場者の安全を確保する。
- 緊急体制連絡を整え、スタッフ全員で共有する。
- 危機発生時には、来場者の安全を最優先して取り組む。
- 会場は広いので、避難誘導が必要な場合、拡声器など使用。
- 適切な人員配置計画を立てる。
- 運営、警備スタッフを「見える化」し、来場者からわかりやすくする。
- 正確な情報収集に努め、危機の状況に応じて、主催者様と密に連携。
- 出展者(自治体含む)・協力団体等も安全に参加できるよう、控室まわりのセキュリティ対策も行う。
- 夜間の雨風の対策としては、屋外展示スペースの展示物等は盗難・破損等に必要な処置を講じる。また、夜間の会場施設や警備員の配置等も博覧会協会と協議の上で対応する。
- ゴミの処理など博覧会協会の規定に基づき、出展者に周知する。

● 暑熱対策

- 来場者に対し、熱中症防止対策の呼びかけを行う。
- 屋外や特に暑熱な場所での業務は短時間で交代させ、涼しい場所で休憩させるなど、運営スタッフの熱中症予防に努める。

● 混雑時対応 / 緊急時対応考慮

- 計600㎡あるギャラリーWESTの会場運営において、混雑時(雑踏)対応のオペレーションを設ける。
会場キャパシティから滞留可能人数約200名 想定を超える場合は入場抑制を行う。
- 状況に応じて会場内の流動を促す。
- 避難導線は現地確認または他展示会会場を参考に作成。
今後、会場の詳細な仕様が判明次第、会場レギュレーションに則り、避難導線計画を盛り込む。
- 出展者が日毎に変わる場合などは、対象者に対して催事開始前に避難訓練を実施する。

● 多言語対応

- 来場者に対する展示物の説明や説明掲示においては、日英表記や翻訳アプリケーションの活用・通訳者手配等万博協会のレギュレーションに沿った対応を用意する。
- 緊急時に行う館内アナウンス原稿は日英対応とする。

● 出展数や特性に応じたゾーニングや会場設計・展示物の選定・制作

- 県内市町村や企業、各種団体等と密に連携を取りながら、出展内容に合わせて会場のゾーニングや設計を臨機応変に行う。
- 各市町村や企業、団体等には予め展示内容に関するアンケートを実施。そのアンケート結果をもとに個別にヒアリングを行い、展示物の選定から制作スケジュールまでリミットを見定めながらサポートして参ります。
- 万博で制作する展示物等については、会期後も様々な場所での展示・活用を想定して計画する。

● イベントに関わる保険加入について

- 必要に応じて、以下の保険加入を検討します。

● 賠償責任保険

基本契約:主催者の賠償責任による損害を補償する保険

生産物危険担保特約条項:イベントで販売、提供する飲食物や商品等による事故についての賠償損害を補償する特約

借用不動産損壊担保特約:他人から賃借する事務所、店舗、借上宅を損壊した場合に、その施設の貸主に対する賠償損害を補償する特約

被害者治療費用担保特約:施設や仕事の遂行に起因して対人事故が発生した場合に、被保険者が負担した被害者の治療費用を補償する特約

● イベント傷害保険(スタッフ・出展者等対象)

基本契約:従事するスタッフ、出展者の傷害等を補償する保険

熱中症危険補償特約:熱中症(急激かつ外来の日射または熱射による身体の障害)を補償する特約

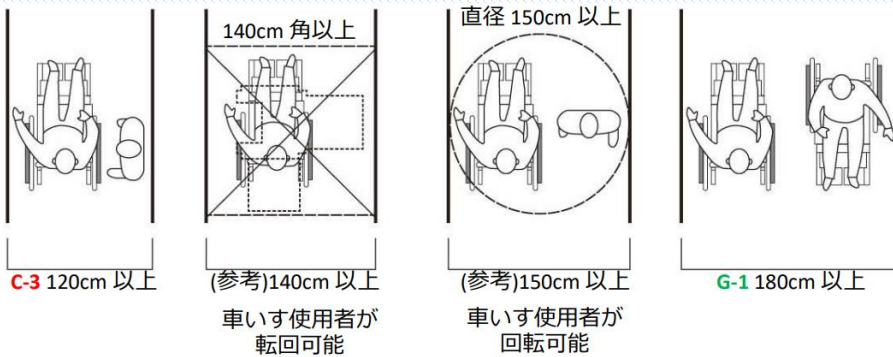
※来場者向け傷害保険は客観的に入場者を把握できることが条件となるため、今回の会場および運営方法では入場者の特定が難しいため、来場者向けの傷害保険加入は想定していません。

<多様な来場者を受け入れるサービス>

会場には、国籍や年齢、性別、障がいの有無など、さまざまな方が来場されることが想定されるため、**多様な方を受け入れる**ことができるよう「施設整備に関するユニバーサルデザインガイドライン」に基づき計画する。

会場のユニバーサルデザイン

来場者のさまざまな特性を十分理解し、多様なニーズを把握し検討した上で、計画・設計を行う。移動等円滑化経路で定められた基準に即し、階段・段を設けない会場整備や通路幅の確保を行っていく。



<視覚的なユニバーサルの取り組み>

UDフォント・UDカラー

視覚的な要素でのユニバーサルデザインにも積極的に取り組む。読み書き障がいを持つ方も読みやすいUDフォントや、色弱・色盲の方も判断がしやすいUDカラーなどの導入に取り組む。



<廃棄物削減でカーボンニュートラルに貢献>

SDGs目標12「つくる責任 つかう責任」に基づき、廃棄物の管理や削減に取り組むことで、**持続可能な循環型社会**の実現に貢献する。

廃棄物削減の取り組み

施工においては、出来る限りトラスやシステムパネルなどを使用いたします。部材の新規製作をできるだけ減らし、リース部材を活用することで、産業廃棄物の削減につなげ、同時にCO2排出量削減に貢献する。

会期終了後のリユースの仕組み

会期終了後に他の目的に転用・流用することの難しい資材・装飾物については、計画時から各自治体と連携の上で引き取り先の募集を行う。学校等の施設で活用いただけるようなリユースの仕組みづくりも検討し、廃棄物をできるだけ減らすよう取り組みを行っていく。



<パンフレットの電子化による紙製品削減>

デジタルパンフレットの活用

展示ブース等での紙パンフレット配布は限定し、環境に配慮したデジタルパンフレットを中心として展開します。出展者にも積極的に告知し極力紙パンフレットの配布を削減するように努めます。

- QRコード読み込み
- パンフレット一覧
- 閲覧



- <QRコードの遷移先>
- ①WEB上のパンフレット (PDF)
 - ②ホームページ を想定

◎ 会場使用期間：令和7年7月11日(金)～17日(木) 7日間

	設営日 7/11(金)			設営日・出展者搬入 7/12(土)			本番 7/13(日)～16(水)			本番最終日&撤去日 7/17(木)		
	全体	設営・撤去	運営	全体	設営・撤去	運営	全体	設営・撤去	運営	全体	設営・撤去	運営
	0時 新潟催事 設営準備 開始											
0:00												
1:00												
2:00												
3:00												
4:00												
5:00												
6:00												
7:00												
8:00												
9:00	9時 夢洲 万博会場 全体オープン			9時 新潟催事 設営準備 開始			9時 夢洲 万博会場 全体オープン			9時 夢洲 万博会場 全体オープン		
10:00												
11:00												
12:00												
13:00												
14:00												
15:00												
16:00												
17:00												
18:00												
19:00												
20:00												
21:00												
22:00	21時 設営作業 終了(退館)			21時 設営作業 終了(退館)			21時までに全スタッフ退館			22時までに全スタッフ退館		
23:00	22時 夢洲 万博会場 全体CLOSE			22時 夢洲 万博会場 全体CLOSE			22時 夢洲 万博会場 全体CLOSE			22時 夢洲 万博会場 全体CLOSE		
24:00												
	24時 撤去作業 終了(退館)											

全体スケジュール〔令和7年1月～令和7年10月〕

OSAKA, KANSAI, JAPAN EXPO 2025	2025年(令和7年度)												
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月			
大阪・関西万博				大阪・関西万博 4月13日(日) 開幕							大阪・関西万博 10月13日(日) 閉会		
	2025年4月13日(日)～10月13日(月・祝) 184日間												
新潟県が関係する その他催事等				静けさの森「翡翠」展示 4月13日(日)～10月13日(月・祝) 184日間									
新潟県催事 ギャラリーWest 出展時期							EXPOメッセ催事 食をテーマとした催事 6月9日～6月14日						
							会場使用期間 7日間 新潟県催事 7月13日(日) ～17日(木)						
推進体制の 構築業務	推進体制の構築	関係者・スタッフ等の輸送・宿泊計画				大阪万博HP 催事内容等の情報発信 WEB掲載							
展示品 及び 体験コンテンツ等の 調整業務	展示物の選定～調整～確定		展示物 等の手配調整 (輸送計画/準備)				展示物等の返却						
	雪 及び 体験コンテンツ 等の手配調整						制作物等の再利用 (計画・調整・活用)						
出展者の調整業務 (各市町村)	各市町村 出展者との調整 (出展内容 展示・体験プラン等の確認打合せ)				各種マニュアル等の共有		展示備品の返却						
			出展者の備品 配送計画		展示備品の配送								
運営に係る業務	各種マニュアル制作 制作				各種マニュアル制作完了		記録 (撮影等)		来場実績・属性等の集計データの取り纏め				
	会場レギュレーション情報収集(博覧会協会) 博覧会協会との催事に係る打ち合わせ				施工スケジュール確定			記録データ 及び アンケート集計取り纏め					
<万博終了後> 波及効果 及び 実績報告	ペルソナ 及び KPI・KGIの設計・目標設定						新潟県催事 ギャラリーWest 来場者 属性調査		新潟県催事ギャラリーWest 実績報告書 制作				

「レガシーの活用」
会期終了後は、実績データを活用し、
本県への更なる観光誘客へ繋がります。

