共に創る やってみなはれ! 大阪プラン

The Osaka Chamber of Commerce and Industry
大阪商工会議所

記 者 配 布 資 料
2026 年 11 月 2 日

大阪経済記者クラブ会員各位

「2025 年大阪・関西万博」出展に関するアンケート結果について

－ 8割「成果あり」・ 6割「業績向上」・ 7割弱「今後5年以内に実用化見通し」－

【お問合せ】 総務企画部企画広報室（米田・大林）
TEL：06-6944-6304

大阪商工会議所は、大阪・関西万博の閉幕１年を機に、読売新聞社と共同で、大阪・関西万博 大阪ヘルスケアパビリオン「リボーンチャレンジ」に出展した中小企業・スタートアップを対象にアンケートを実施した。

８割超が万博出展の成果が期待通り以上と回答、また６割近くが業績にプラスの影響があったと答えた。

出展した技術や製品の実用化については、２割近くが「閉幕後、実用化した」と回答。全体では、今後５年以内に実用化する見込みが７割弱に上った。万博が、中小企業・スタートアップの技術開発や実用化を力強く後押ししたことがうかがえる。

○調査期間　：2026 年 9 月 2 日（水）～23 日（水）
○調査対象　：2025 年大阪・関西万博 大阪ヘルスケアパビリオンの企画「リボーンチャレンジ」に出展した中小企業・スタートアップ　432 社
○調査方法　：アンケートを電子メールで依頼・回答
○有効回答数：113 社（有効回答率 26％）

アンケート結果のポイント

１．期待していた出展の成果について　※添付資料③④

○ **「概ね期待通りだった」(50%)、「期待を上回った」(31%) と回答した企業が８割を超えた (81%)。**
○ 期待を上回った理由としては「自社や技術、製品、サービス等の認知度の向上につながった」、「来場者の反応や利用データの収集につながった」が上位。
○ 得られた成果（自由記述）では「展示を体験した企業担当者からアプローチがあり、商談が決まり、現在企画が進行中」や、「新たに５社との協業が始まった」、「パート社員の募集では、応募者数が以前の３倍になった」などの声が寄せられた。

２．業績への影響　※添付資料⑧

○ 「大きなプラスの影響があった」(12%)、「プラスの影響があった」(44%) と、**６割近くの出展企業が、業績にプラスの影響があったと回答した。**

３．出展した技術や製品、サービスの開発段階について　※添付資料⑤

○ 「万博への出展前から実用化している」(11%)、「閉幕後、実用化した」(18%)、「今後 1 年以内に実用化する見込み」(16%)、「今後 5 年以内に実用化する見込み」(23%) を合わせると **７割弱 (68%) に上った。**

添付資料＜2025 年大阪・関西万博出展に関するアンケート調査＞

2025年大阪・関西万博出展に関するアンケート調査

【調査概要】

- 趣　　旨：大阪・関西万博の閉幕1年を機に、万博出展企業の出展成果や評価、技術・製品等の実用化の状況、課題、業績への影響などを把握し、万博の成果とレガシーを検証する
- 主　　催：大阪商工会議所・読売新聞社
- 期　　間：2026年9月2日（水）～9月23日（水）
- 対　　象：大阪・関西万博　大阪ヘルスケアパビリオン「リボーンチャレンジ」に出展した中小企業・スタートアップ　432社
- 方　　法：アンケートを電子メールで依頼・回答
- 有効回答数：113社（有効回答率26%）

※端数処理の関係で、単一回答の設問にて数値の合計が 100 %にならない場合があります

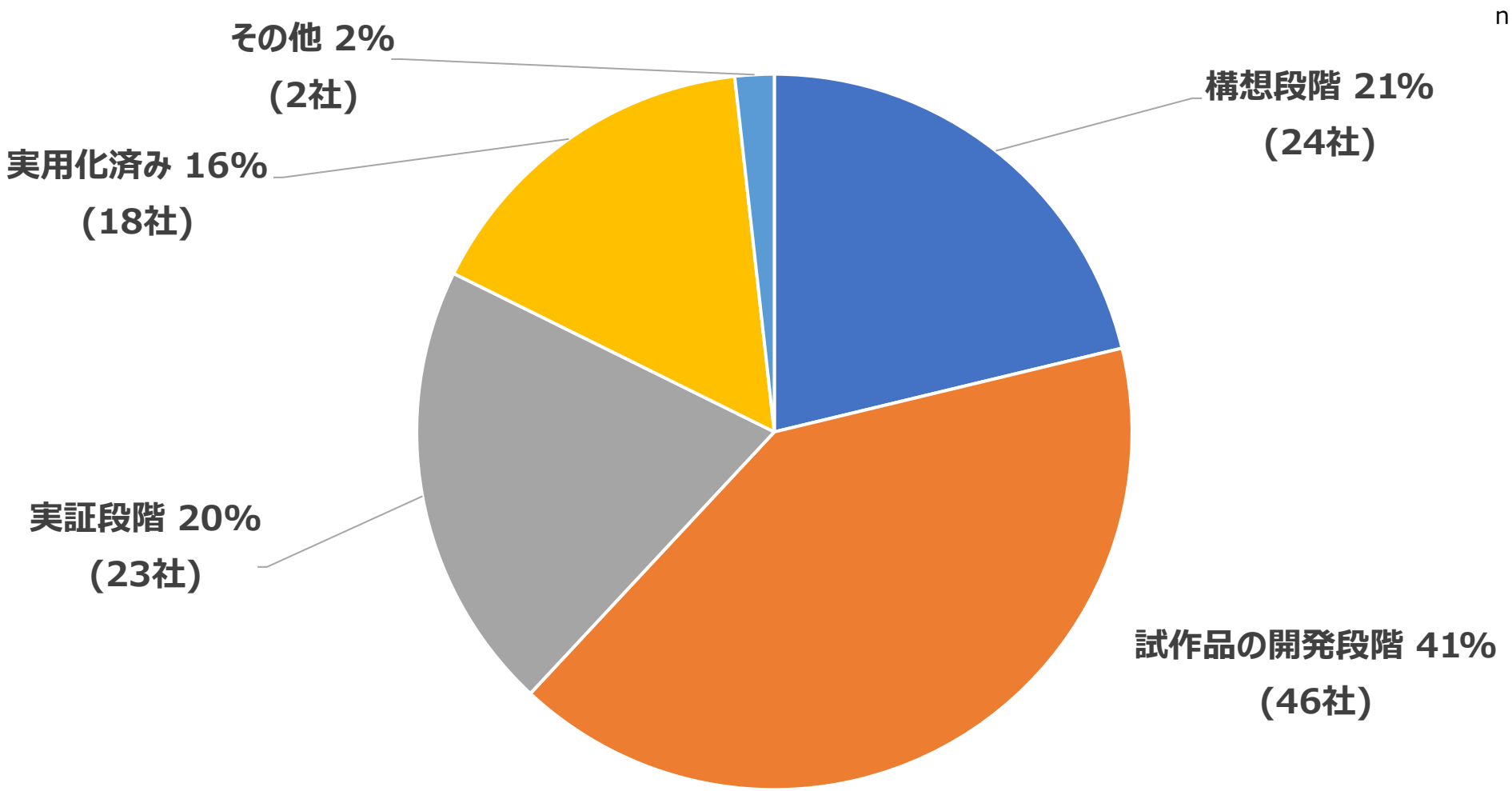
Ⅰ．出展内容について

① 出展時、技術および製品、サービスはどの段階にありましたか

（単数回答）

- 約4割(41%)が「試作品の開発段階」であった。
- 「構想段階 」、「実証段階」も各々約2割であった。

n=113

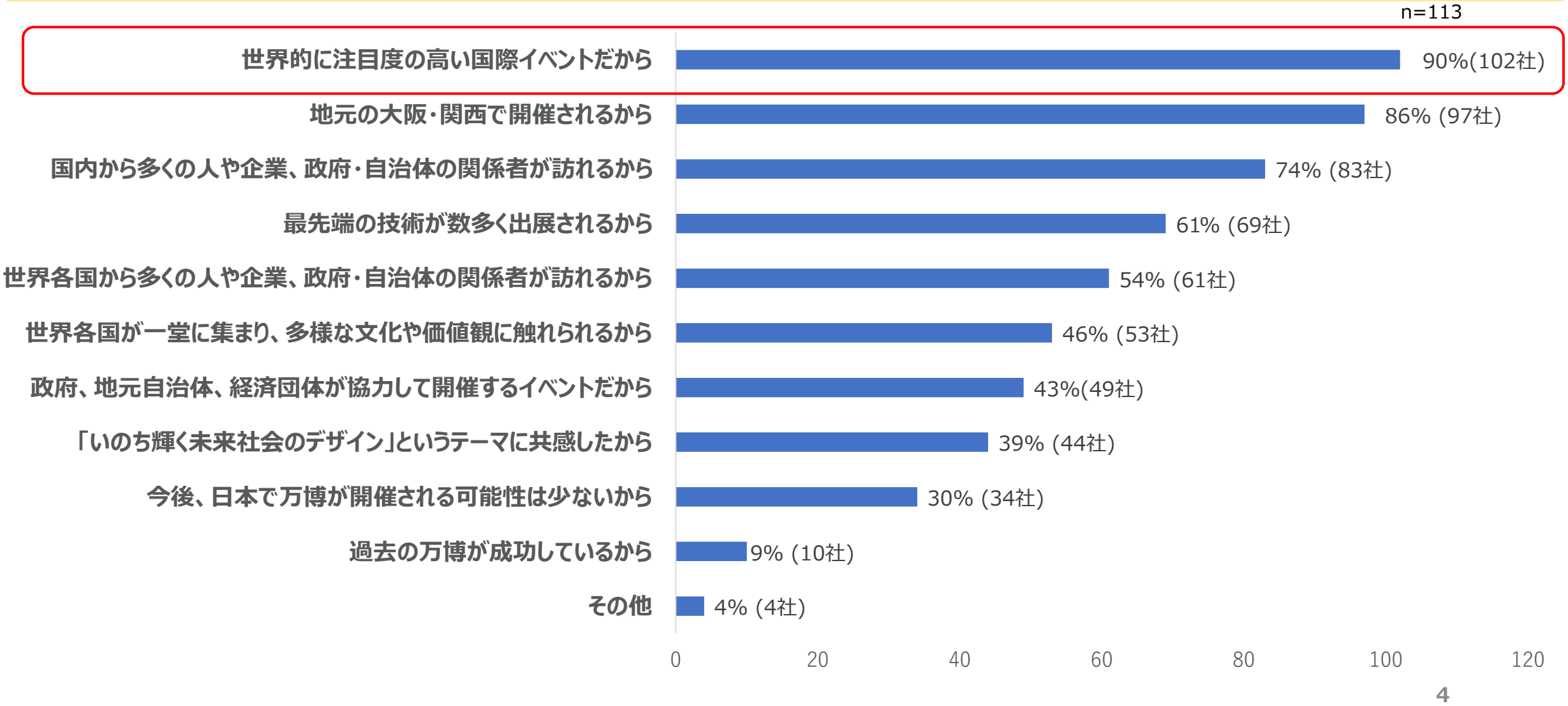


Ⅱ．出展の成果

② 万博のどのような点に魅力を感じて出展しましたか

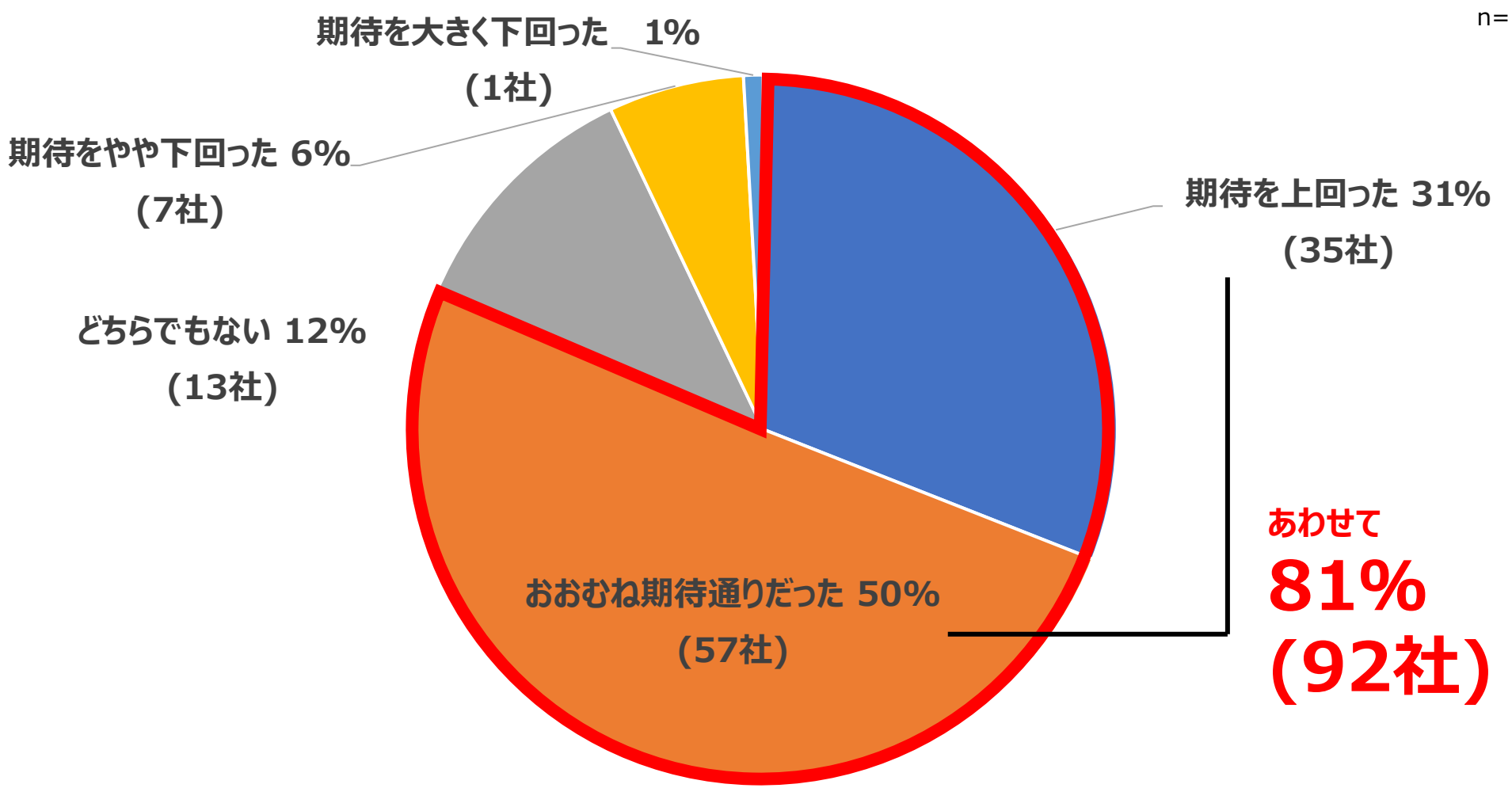
（当てはまるもの全て）

- 9割(90%)が「世界的に注目度の高い国際イベントだから」と回答。



③ 期待していた成果は得られましたか （単数回答）

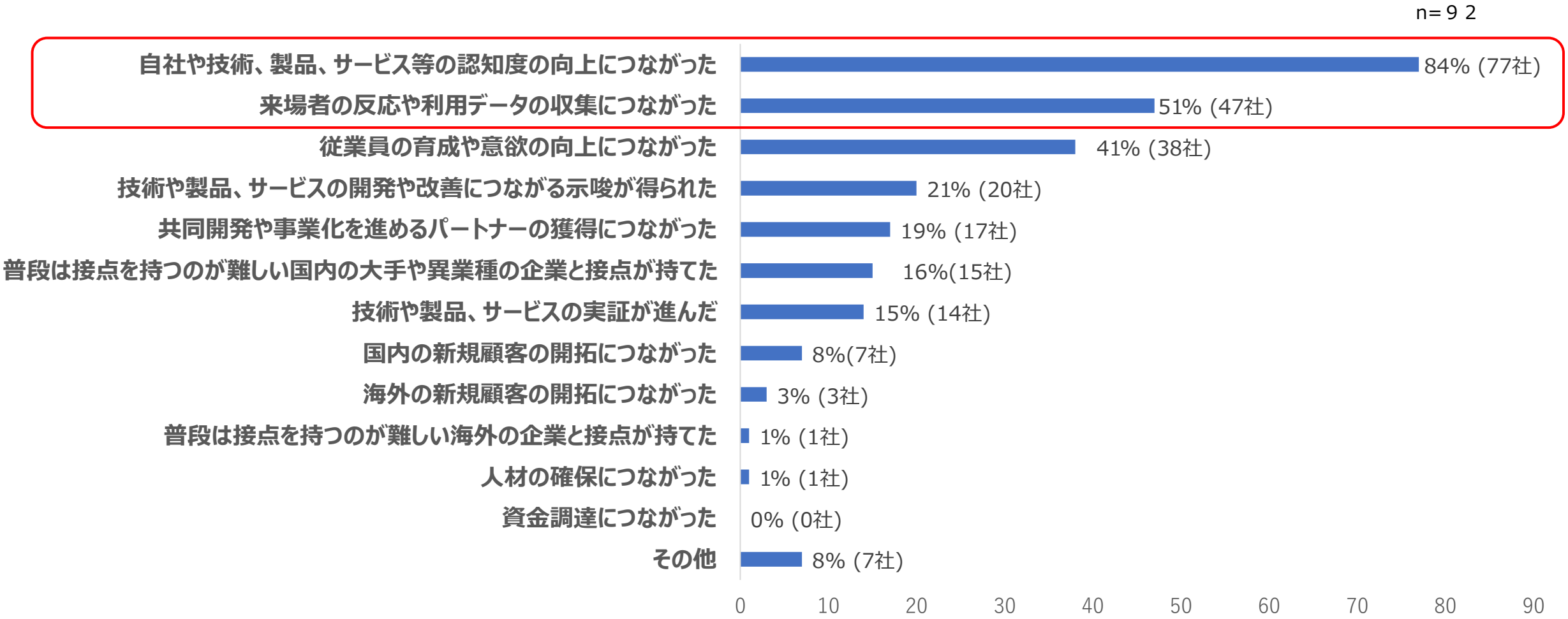
- **8割超（81%）が「期待通り以上」と回答。**



④-1 ③で「期待を上回った」、「おおむね期待通りだった」を選んだ企業にうかがいます。どのような成果が得られましたか

（３つまで複数回答）

● 「自社等の認知度の向上」(84%)、「来場者の反応や利用データの収集」(51%)が上位。



④-2 得られた成果について、閉幕からまもなく1年を迎える現在の状況を教えてください

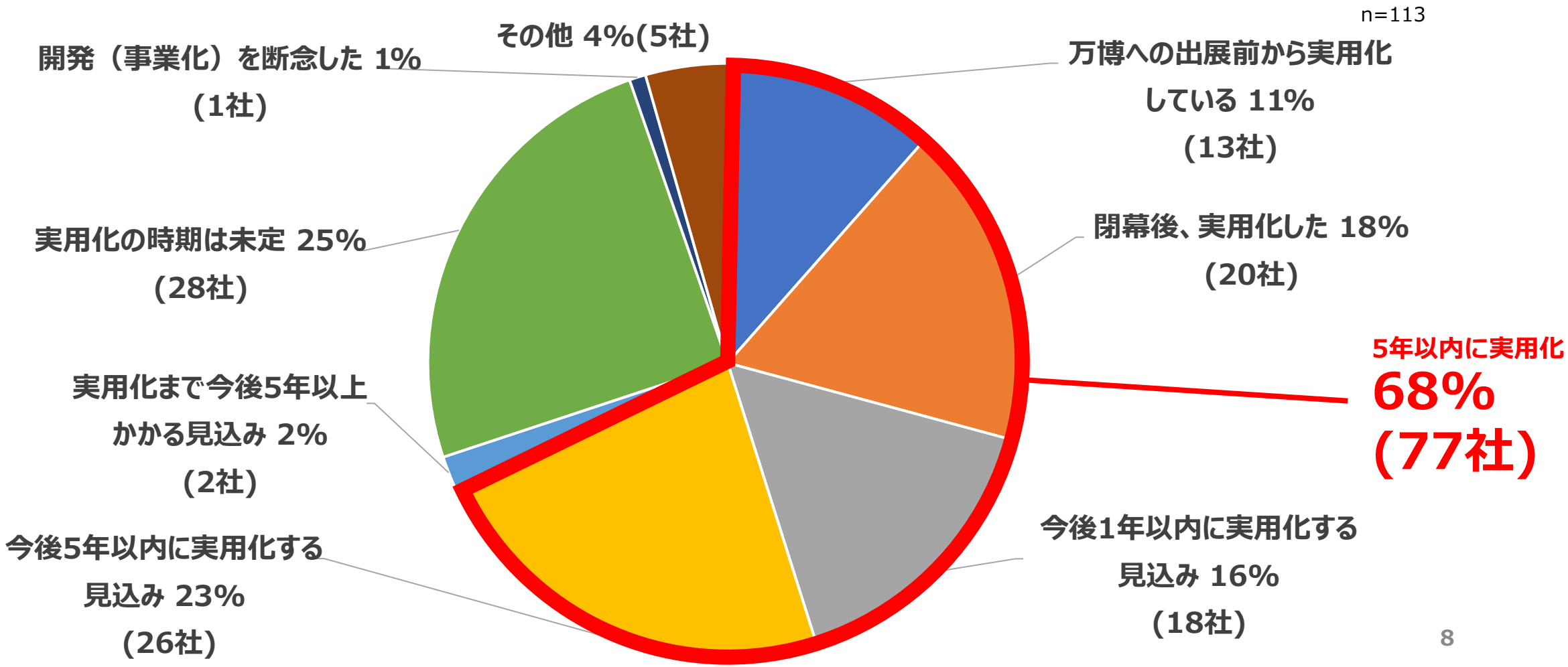
（任意・自由記述）

抜粋

- 会場での反響が後押しとなり、製品として世に出すことができた。また、新たに５社との協業が始まった。
- 展示を体験した企業担当者からアプローチがあり、商談が決まり、進行中。
- 現時点では具体的な成果には結びついていないが、グループ全従業員が2045年までに目指すべき方向性を明確に共有する事が出来た。今後の業務改善・改革の中で、成果が表れるものと期待出来る。
- パート社員の募集では、応募者数が以前の3倍になった。
- 出展時に「試作品の開発段階」であった物が、順調に開発が進み、臨床試験に向けて準備を進めている。
- 小中学校への出前授業の実施などの機会が増え、独自のコンテンツが生まれるきっかけにもなった。

⑤ 万博の閉幕以降のおよそ1年の間に、出展した技術や製品、サービスの開発はどの段階まで進みましたか （単数回答）

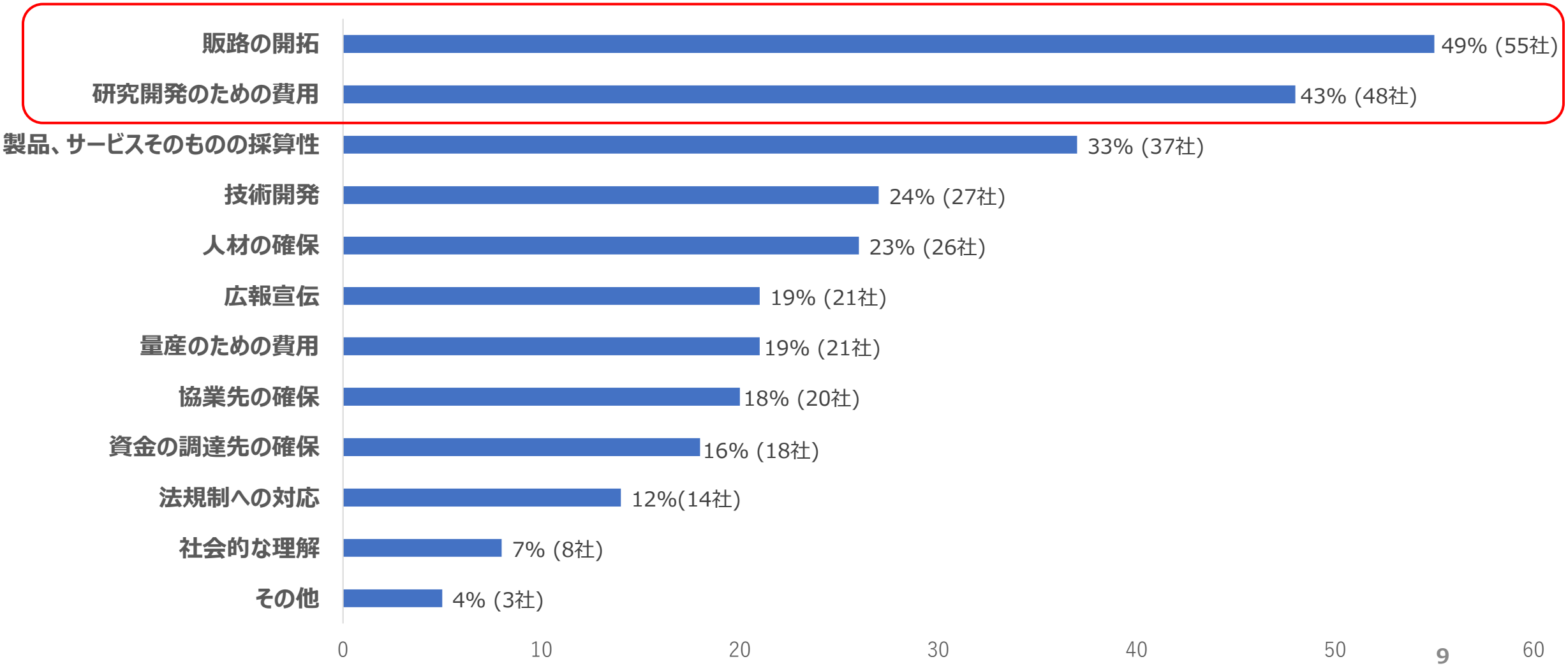
- 2割弱(18%)が「閉幕後、実用化」と回答。
- **「今後5年以内に実用化」(23%)等とあわせ、7割弱(68%)が5年以内の実用化を見込む。**



⑥ 現在、課題となっていることは何ですか （3つまで複数回答）

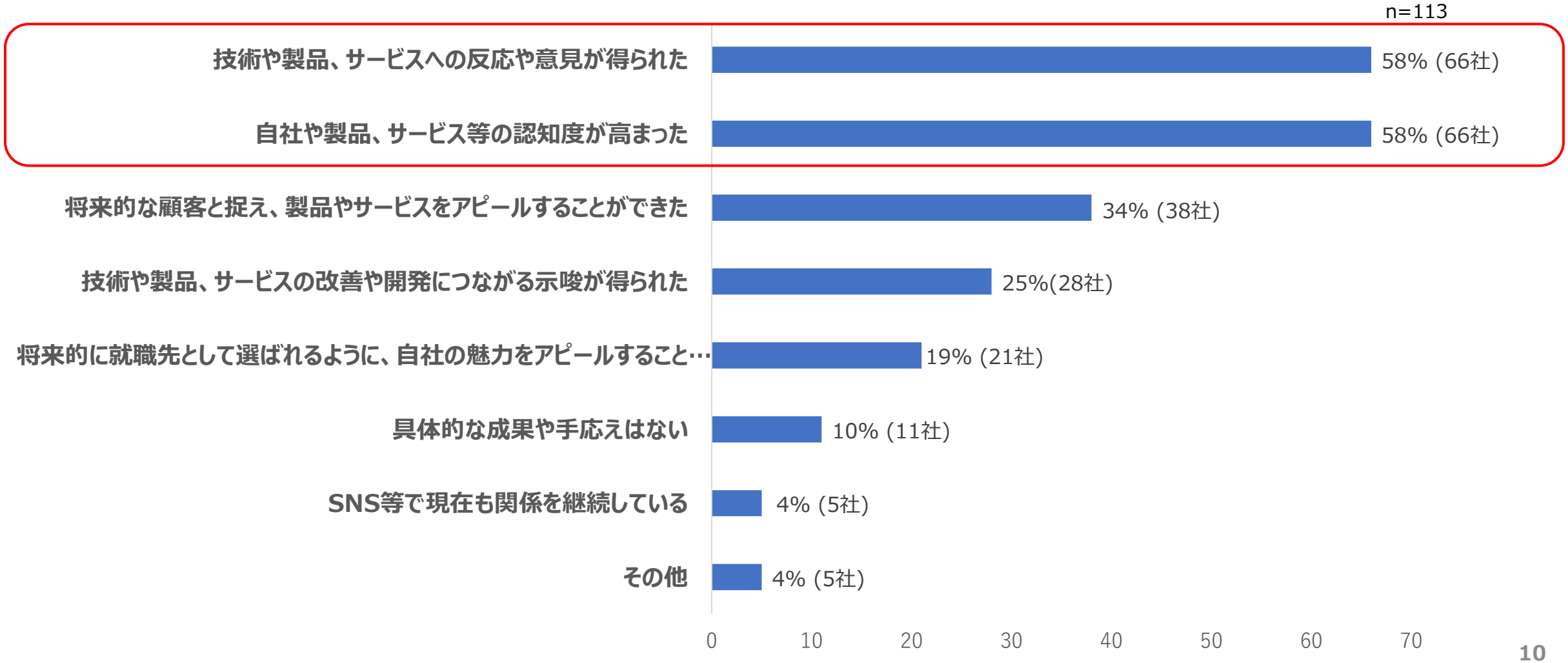
- 「販路の開拓」(49%)、「研究開発のための費用」(42%)が上位。

n=113



⑦　万博には、未来を担う子どもや若者も多く訪れました。若い世代と接点を持つことで、どのような成果が得られましたか （3つまで複数回答）

- 6割弱(58%)が「認知度の向上」、「製品・サービスへの意見が得られた」と回答。

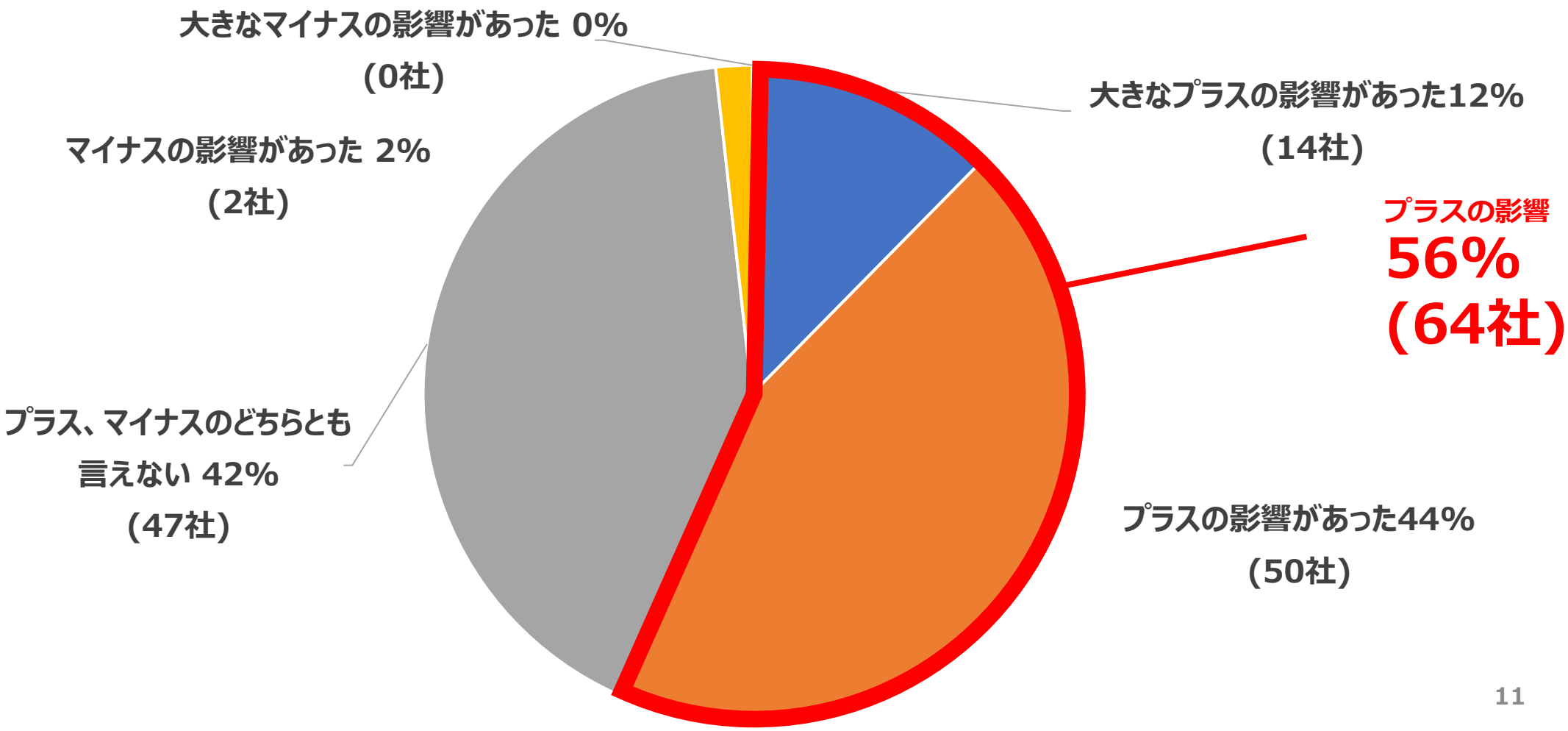


⑧ 万博への出展は、業績にどのような影響がありましたか

（単数回答）

- **6割近く(56%)の企業が「業績にプラスの影響があった」と回答。**

n=113

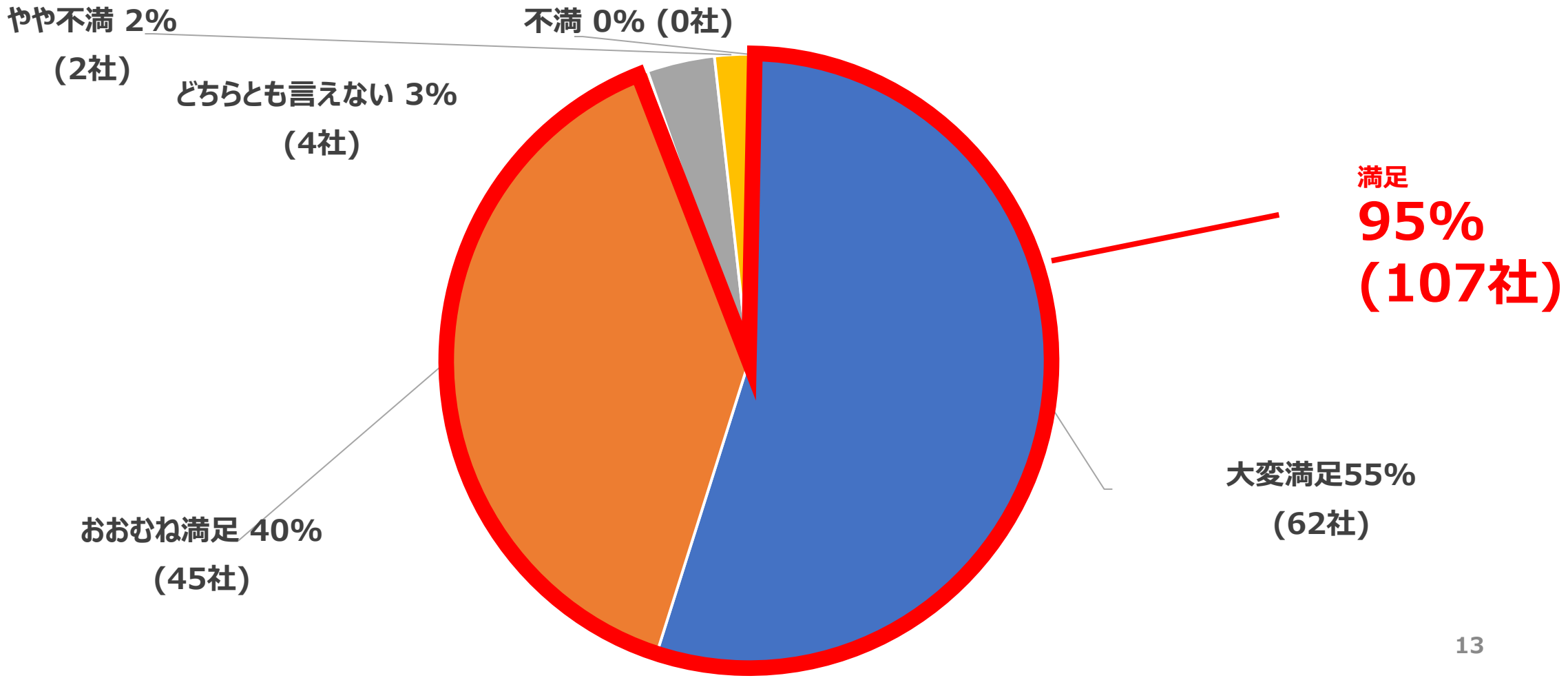


Ⅲ. 総合的な評価

⑨ 万博に出展したことを総合的にどのように評価していますか

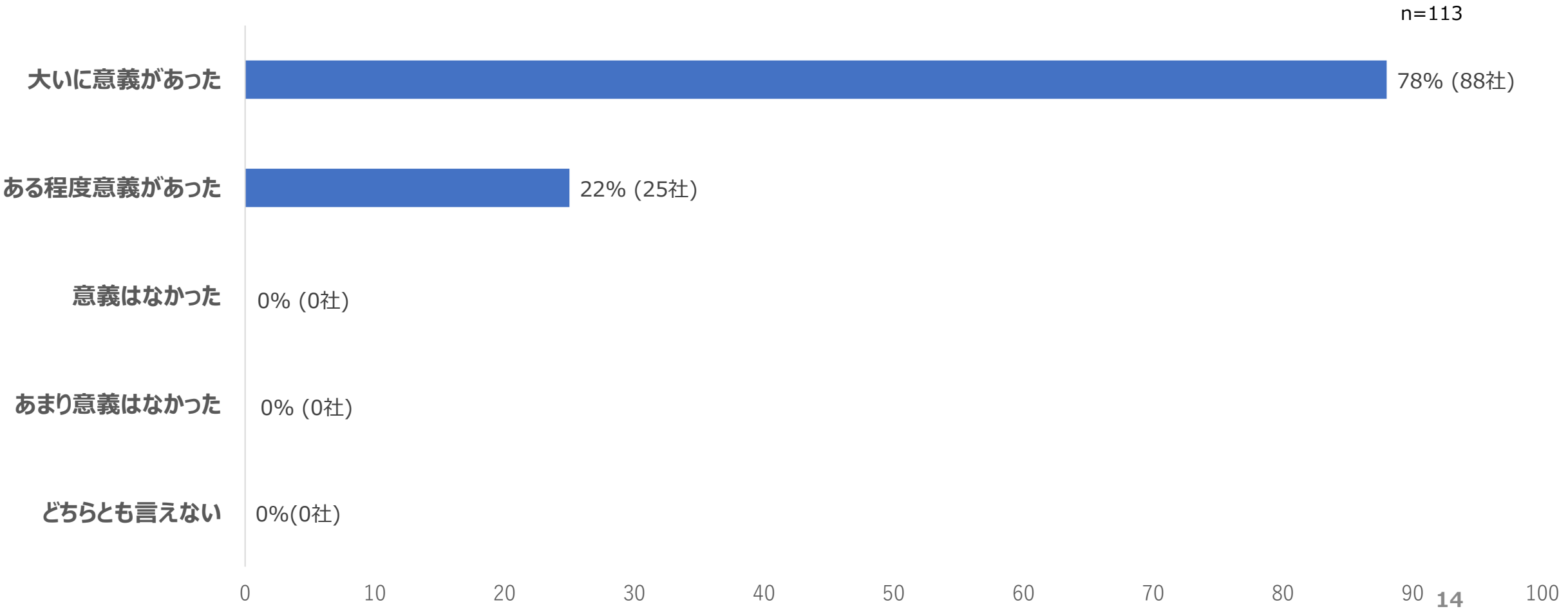
（単数回答）

- **9割を超える(95%)企業が「満足」と回答。**
- 55%が「大変満足」と回答。



⑩ 社会的・経済的に万博を開催した意義　（単数回答）

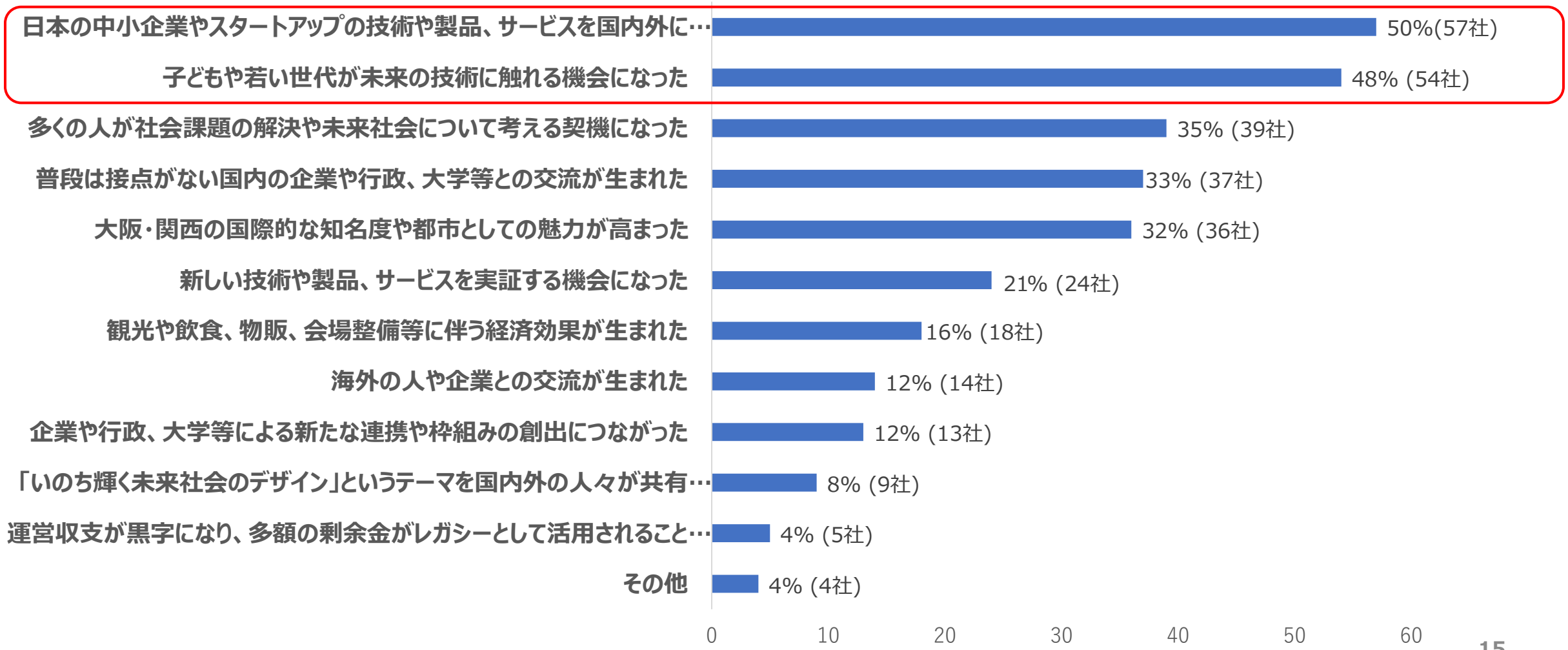
- 全ての企業が「意義があった」と回答。
- 8割近く(78%)が「大いに意義があった」と回答。



⑪ ⑩で「大いに意義があった」、「ある程度意義があった」を選んだ企業・団体にうかがいます。理由として当てはまるものを選んでください

（３つまで複数回答）

- 「日本の中小企業やスタートアップの技術や製品、サービスを国内外に発信できた」(50%)、「子どもや若い世代が未来の技術に触れる機会になった」(48%)が上位。

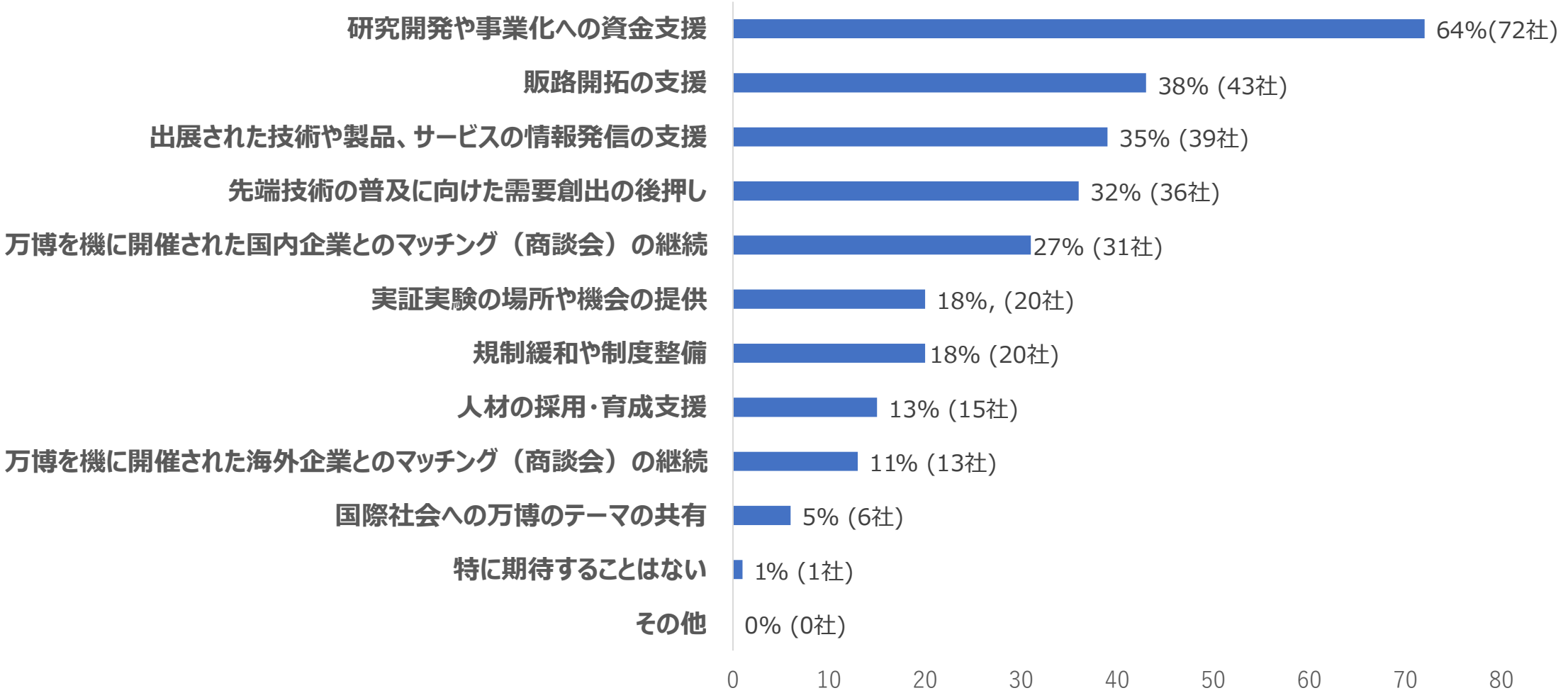


⑫　万博の成果を最大化するため、国や自治体に求めたいことは何ですか

（3つまで複数回答）

- 6割を超える(64%)企業が「研究開発や事業化への資金支援」を要望。

n=113



大阪商工会議所 企画広報室

問合先(米田・大林) TEL:06-6944-6304