

2025年大阪・関西万博外国人訪問者の意向調査 第2回速報

2025年10月

 **DBJ** 株式会社日本政策投資銀行
関西支店

協力  **DBJ** DBJ デジタルソリューションズ
日本政策投資銀行グループ

アンケート調査概要

調査目的	大阪・関西万博開催期間における訪日外国人の国内訪問先・関心等を把握し分析する
調査方法	対面でのアンケート調査（タブレット使用）
調査場所	西日本旅客鉄道（JR）桜島駅
調査日時	2025年9月1日～9月12日の平日（10日間） 各日8:00～20:00 【参考】6月調査／2025年6月3日～6月16日の平日（10日間） 各日8:00～20:00
調査対象	JR桜島駅を利用する訪日外国人
回答者数	255人 【参考】6月調査／341人
協力会社	DBJデジタルソリューションズ（株） （株）サーベイリサーチセンター大阪事務所

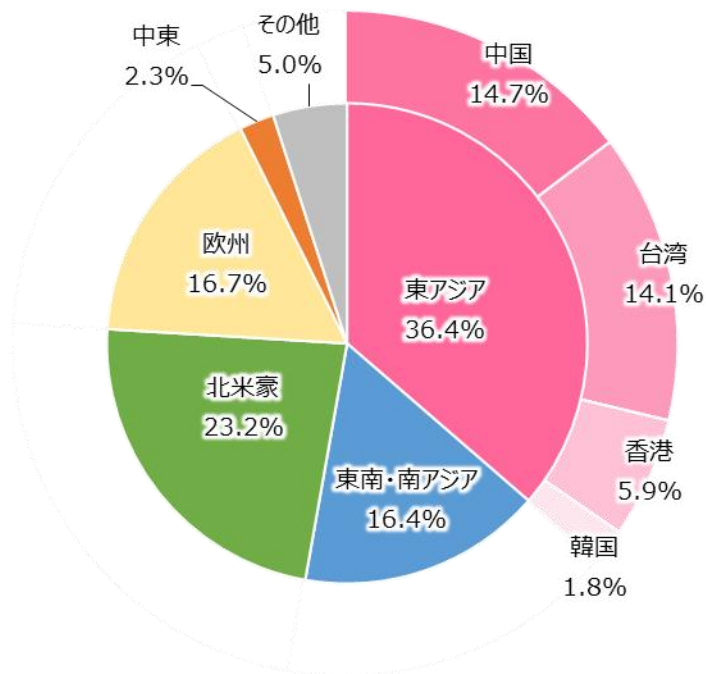
※ 今回は9月に実施した調査結果の一部を、6月調査結果（「2025年大阪・関西万博外国人訪問者の意向調査 第1回速報（2025年7月発行）」より再掲）と比較し、速報として公表（P.12は9月調査の新設問のため、6月調査との比較はない）

① 大阪・関西万博訪問者※の国籍

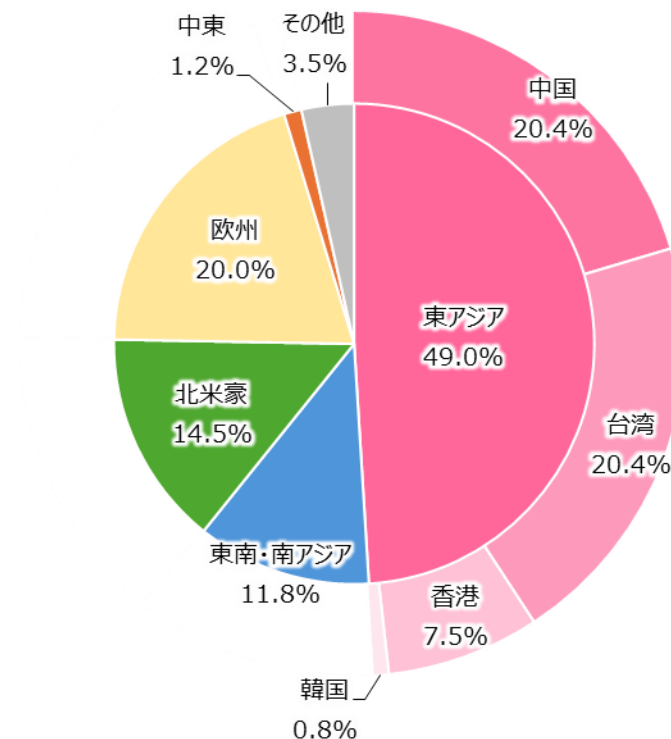
※訪問予定者を含む

- 9月調査では、6月調査と比較して東アジアの比率が高くなっている（49.0%）。
- 9月調査の国籍を地域別にみると、東アジア（49.0%）、欧州（20.0%）、北米豪（14.5%）の順に比率が高い。東アジア地域では、中国と台湾が同率（20.4%）で最も多く、次いで香港（7.5%）、韓国（0.8%）の順となっている。

【参考】6月調査



9月調査

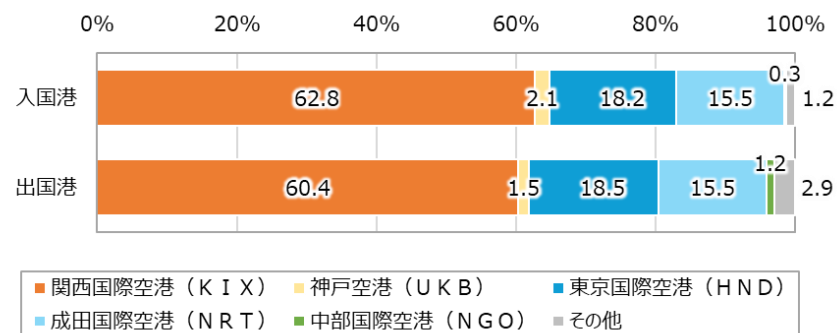


② 大阪・関西万博訪問者※の出入国空港

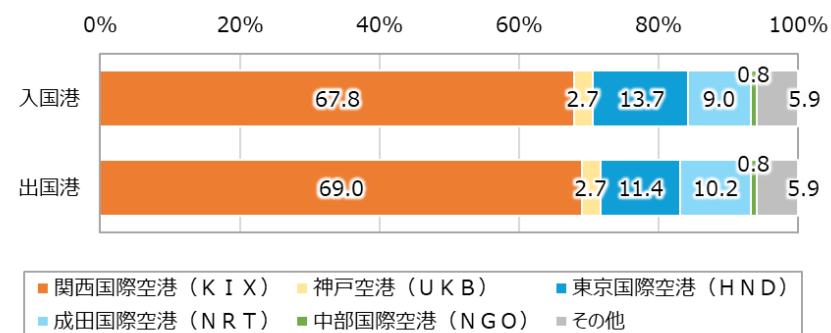
※訪問予定者を含む

- 9月調査では、6月調査と比較して入国港・出国港ともに「関西国際空港」の利用割合が高くなっている。
- また、6月調査と同様に「関西国際空港」、「東京国際空港」、「成田国際空港」の順に多く、3空港で出入国の90%以上を占める状況。

【参考】6月調査



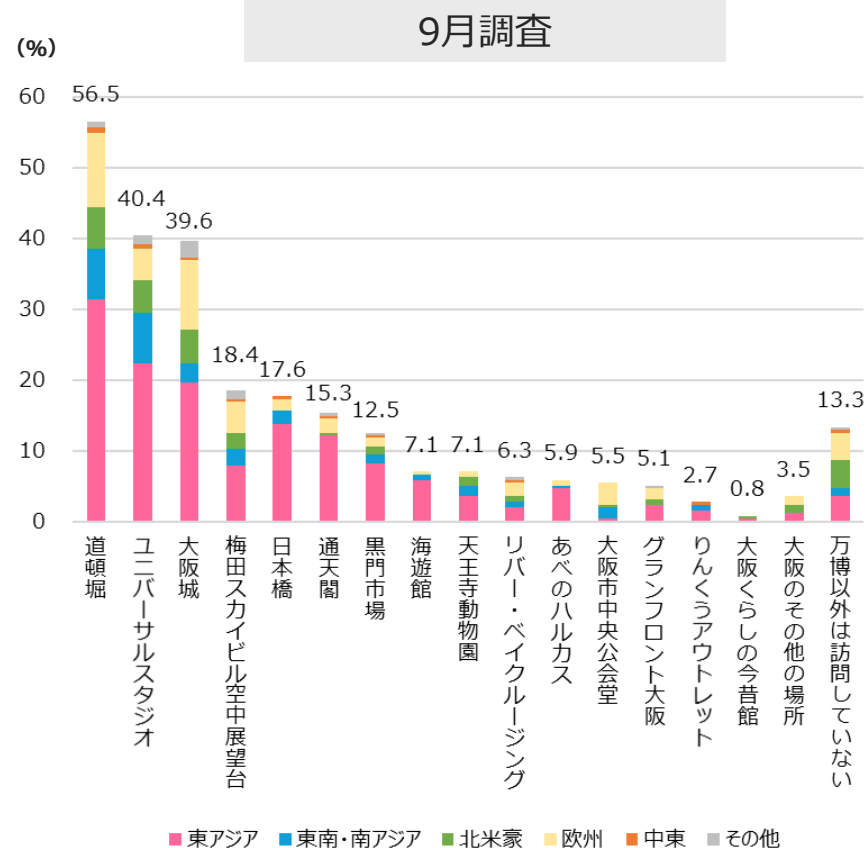
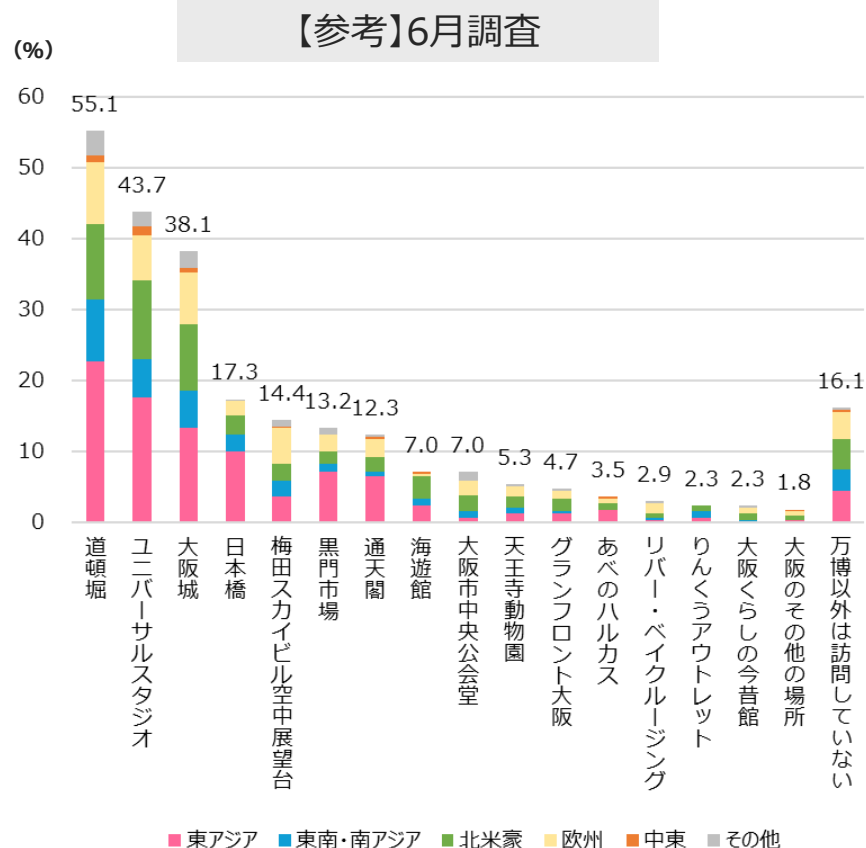
9月調査



③ 大阪・関西万博訪問者※の府内訪問地

※訪問予定者を含む

- 9月調査では、6月調査からトップ3は変わらず、「道頓堀」(56.5%)、「ユニバーサルスタジオ」(40.4%)、「大阪城」(39.6%)の順で多く、さらに「道頓堀」、「大阪城」は比率が高くなった。また、6月調査と比較して「万博以外は訪問していない」は減少した(13.3%)。
- 9月調査の国籍割合では、「日本橋」、「通天閣」、「海遊館」、「あべのハルカス」では東アジアが70%を超えている。

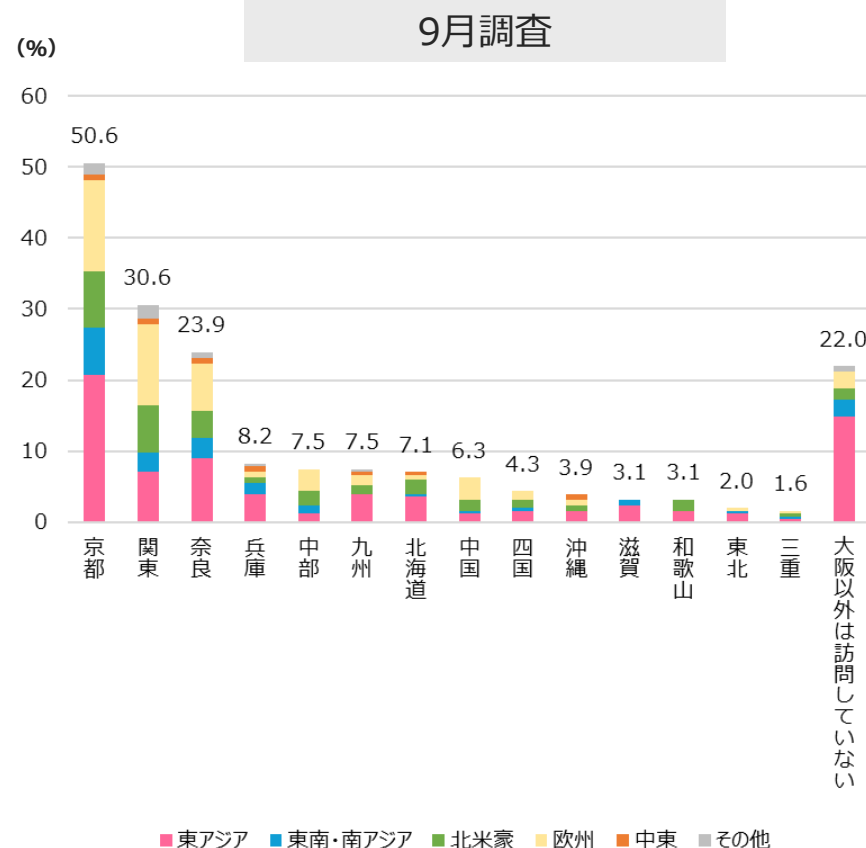
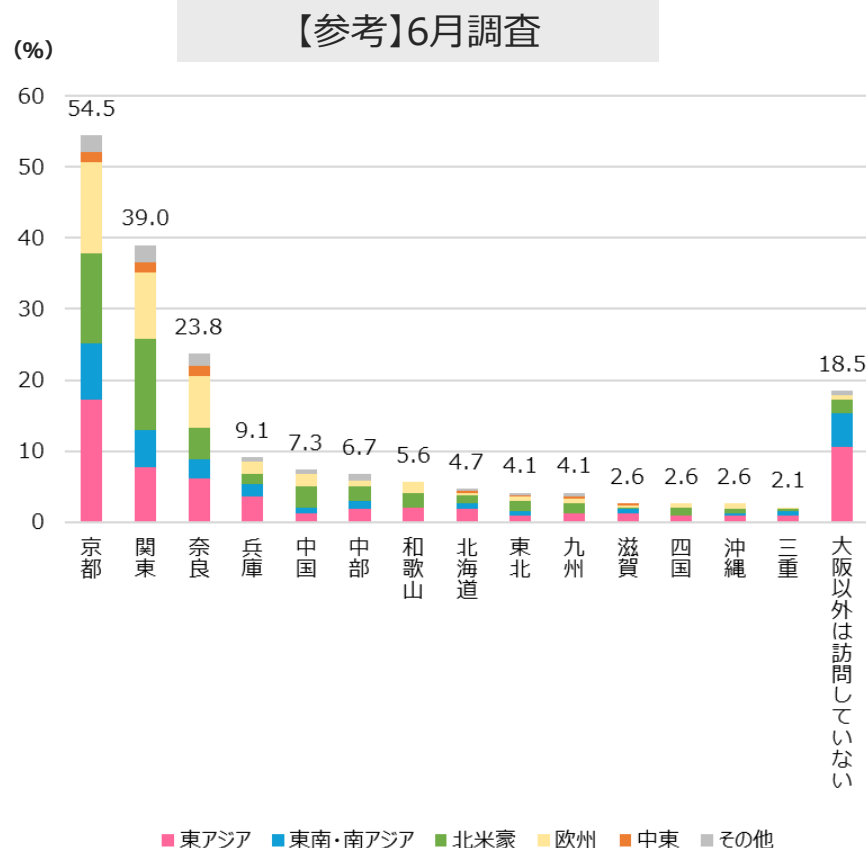


備考：1.上限なしの複数回答 2.有効回答者数比 (6月調査 n=341、9月調査 n=255)

④ 大阪・関西万博訪問者※の国内訪問地

※訪問予定者を含む

- 9月調査では、6月調査とトップ4は変わらず、「京都」（50.6%）、「関東」（30.6%）、「奈良」（23.9%）、「兵庫」（8.2%）の順で多かった。6月調査と比較して、奈良・中部・九州・北海道・四国・沖縄・滋賀・「大阪以外は訪問していない」は比率が高くなった。
- 9月調査の国籍割合では、「京都」、「奈良」では東アジア、「関東」では欧州出身者の回答がそれぞれ最も比率が高かった。

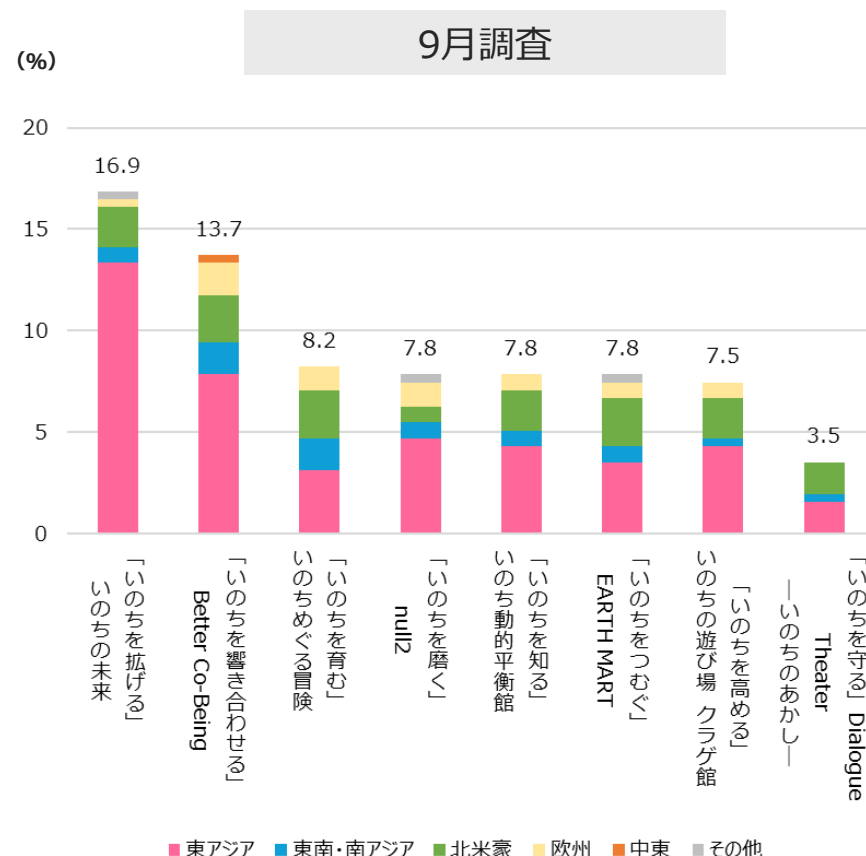
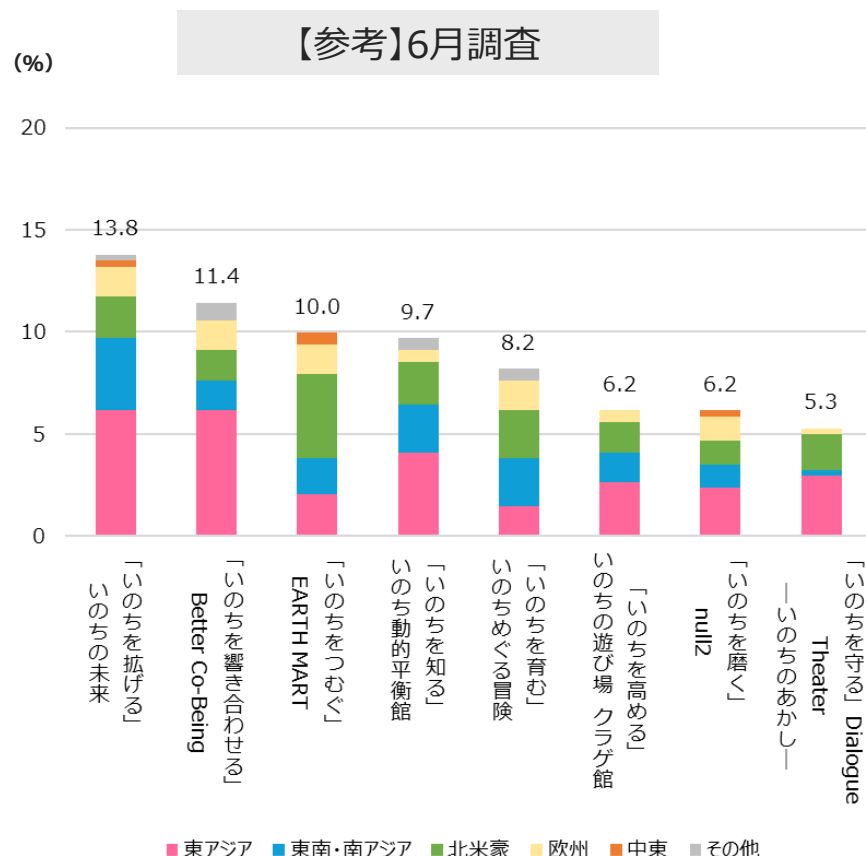


備考：1.上限なしの複数回答 2.有効回答者数比（6月調査 n=341、9月調査 n=255）

⑤ 大阪・関西万博訪問者※に人気のシグネチャーパビリオン

※訪問予定者を含む

- 9月調査では、6月調査と同様に、「いのちを拓げる」（16.9%）、「いのちを響き合わせる」（13.7%）の比率が高かった。6月調査とは異なり、次いで比率が高いのは「いのちを育む」（8.2%）であった。
- 9月調査の国籍割合では、「いのちを拓げる」、「いのちを響き合わせる」、「いのちを磨く」、「いのちを知る」、「いのちを高める」ではそれぞれ東アジア出身者が50%を超えて高かった。

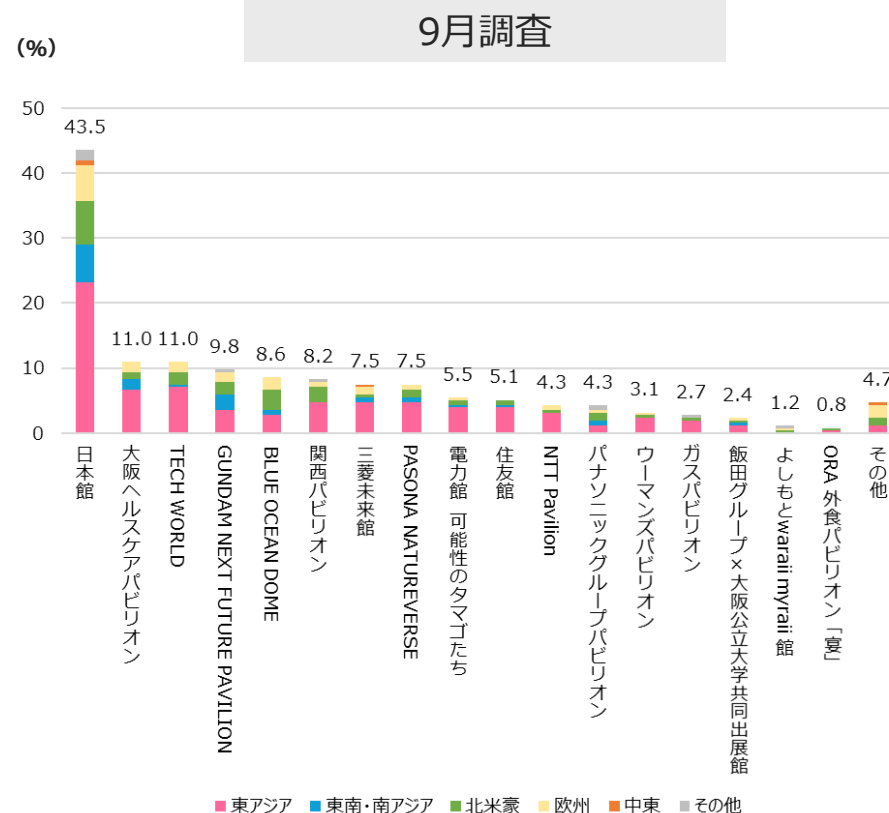
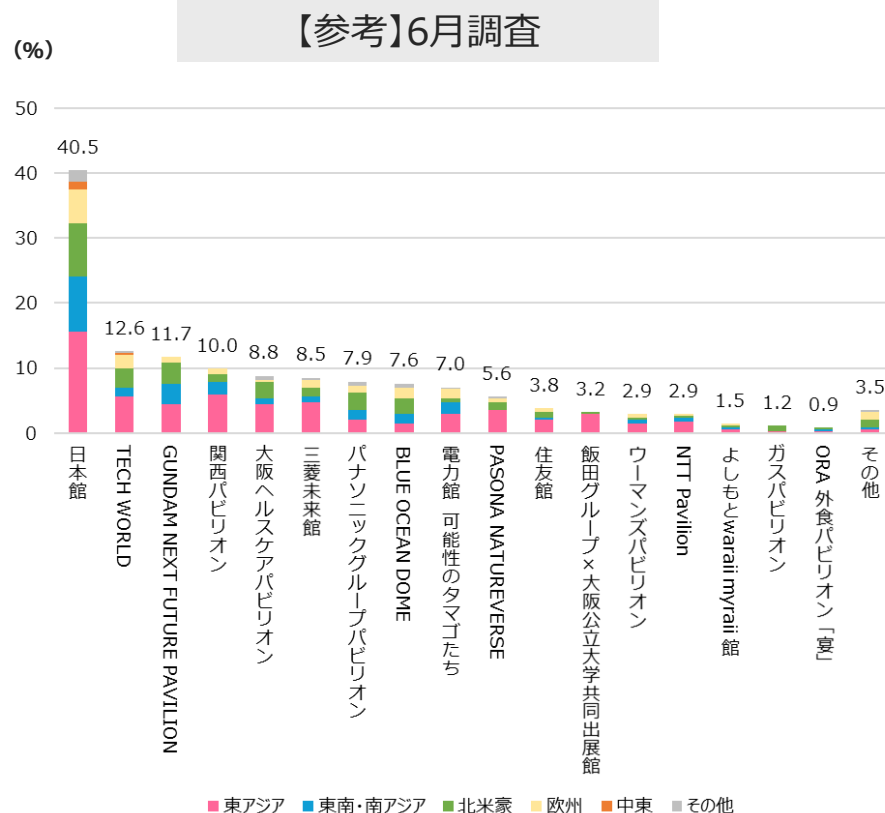


備考：1.シグネチャーパビリオン、国内外パビリオン、未来社会ショーケース、イベントの中から上限なしの複数回答
2.有効回答者数比（6月調査 n=341、9月調査 n=255）

⑥ 大阪・関西万博訪問者※に人気の国内パビリオン

※訪問予定者を含む

- 9月調査では、6月調査と同様に、「日本館」（43.5%）の比率が圧倒的に高かった。次いで「大阪ヘルスケアパビリオン」と「TECH WORLD」（同率の11.0%）がトップ3に入っている。
- 9月調査の国籍割合では、多数のパビリオンにおいて東アジアの割合が過半数を占めているところ、「BLUE OCEAN DOME」は東アジアより北米豪出身者の比率が高かった。



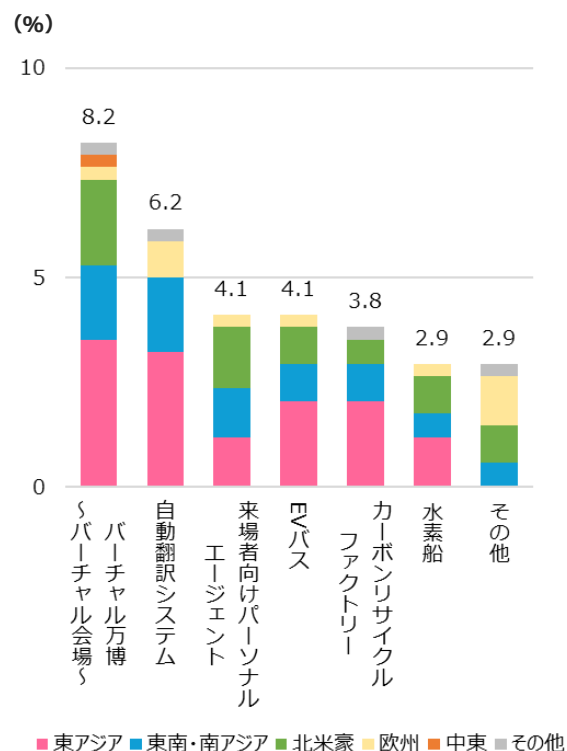
備考：1. シグネチャーパビリオン、国内外パビリオン、未来社会ショーケース、イベントの中から上限なしの複数回答
2. 有効回答者数比（6月調査 n=341、9月調査 n=255）

⑦ 大阪・関西万博訪問者※に人気の未来社会ショーケース

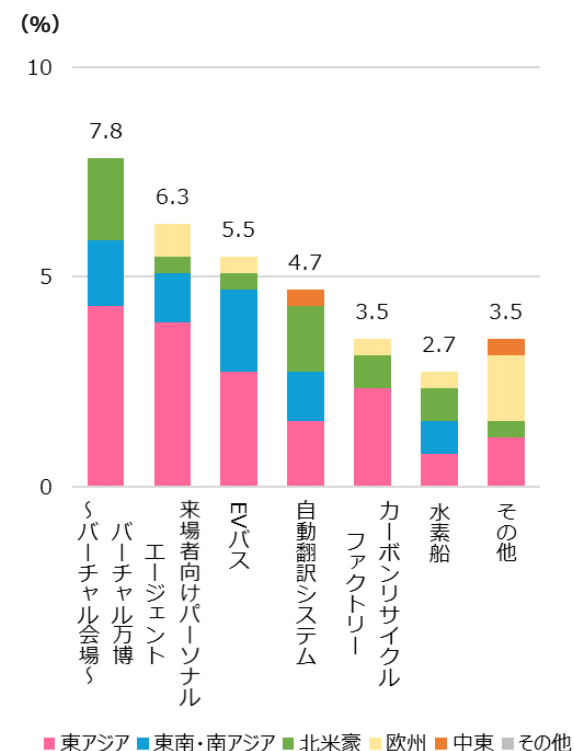
※訪問予定者を含む

- 9月調査では、6月調査と同様に、「バーチャル万博～バーチャル会場～」(7.8%)の比率が高かった。6月調査とは異なり、次いで比率が高いのは「来場者向けパーソナルエージェント」(6.3%)であった。

【参考】6月調査



9月調査

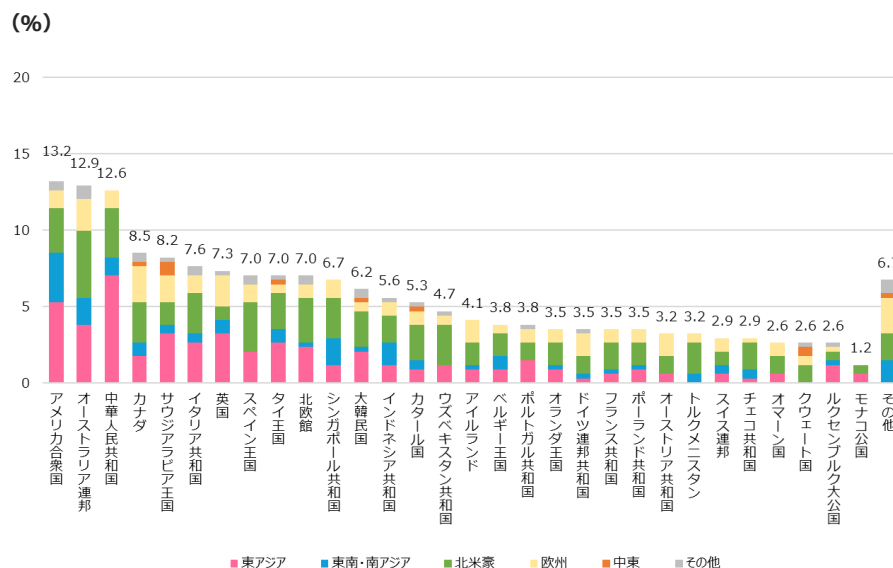


⑧ 大阪・関西万博訪問者※に人気の海外パビリオン

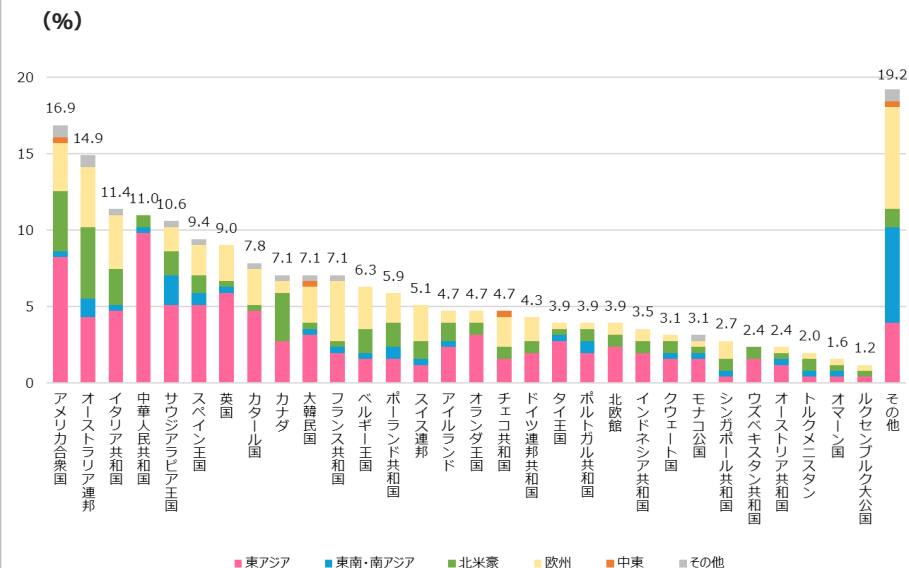
※訪問予定者を含む

- 9月調査では、6月調査と同様に、「アメリカ合衆国」（16.9%）、「オーストラリア連邦」（14.9%）の比率が高かった。6月調査とは異なり、次いで比率が高いのは「イタリア共和国」（11.4%）であった。

【参考】6月調査



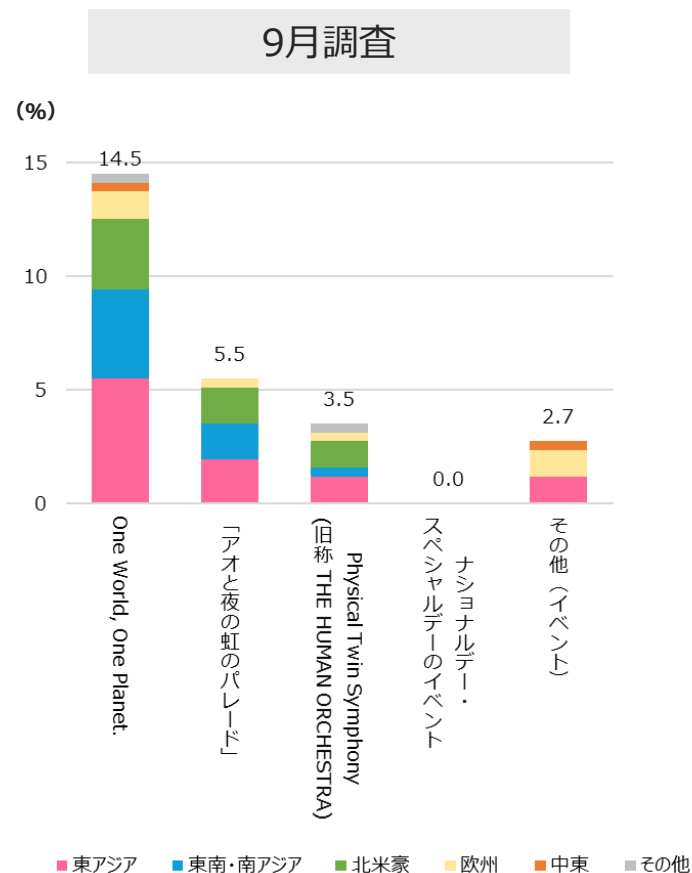
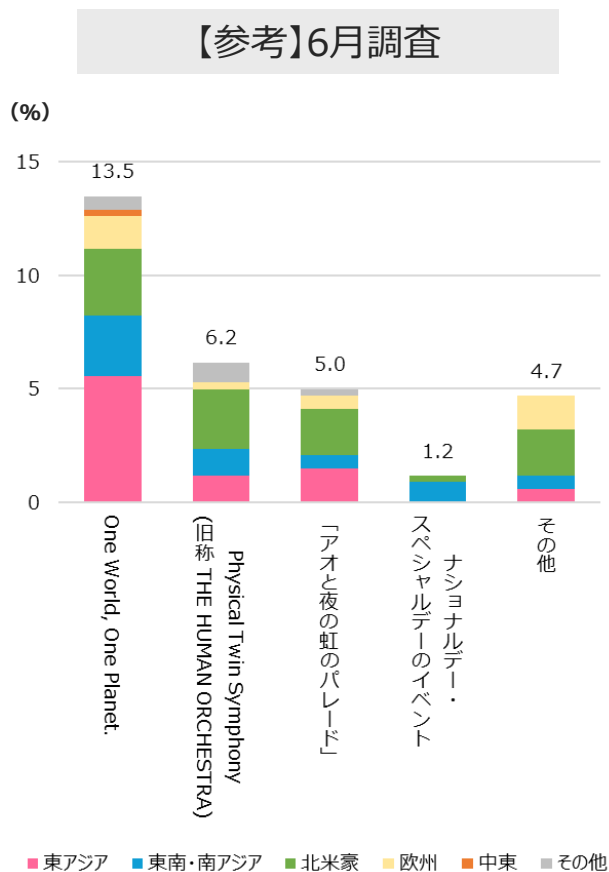
9月調査



⑨ 大阪・関西万博訪問者※に人気のイベント

※訪問予定者を含む

- 9月調査では、6月調査と同様に、「One World, One Planet.」(14.5%)の比率が高かった。6月調査とは異なり、次いで比率が高いのは「アオと夜の虹のパレード」(5.5%)、「Physical Twin Symphony」(3.5%)となった。

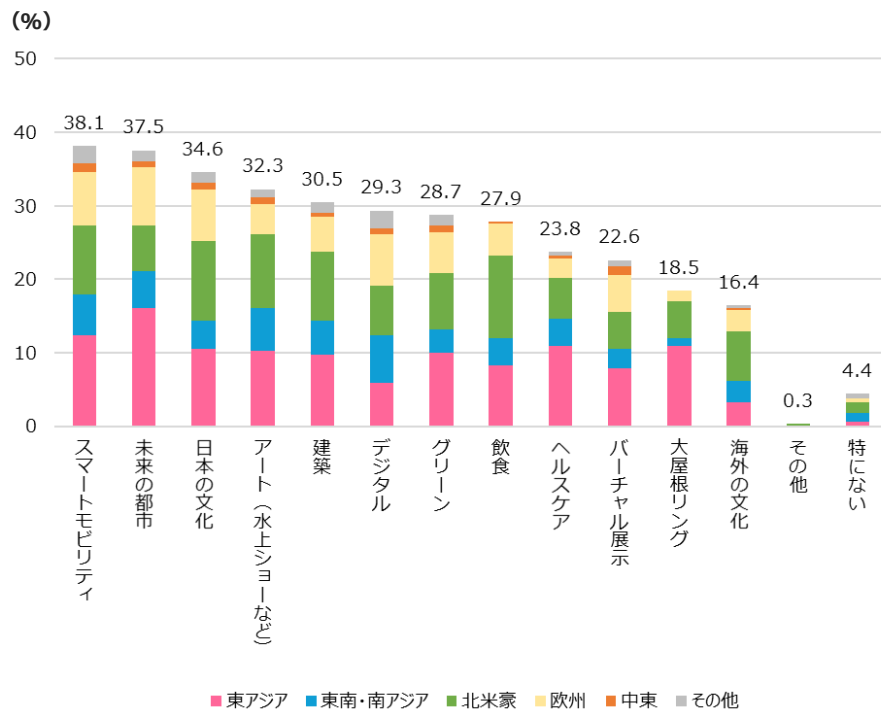


⑩ 大阪・関西万博訪問者※に注目されている技術

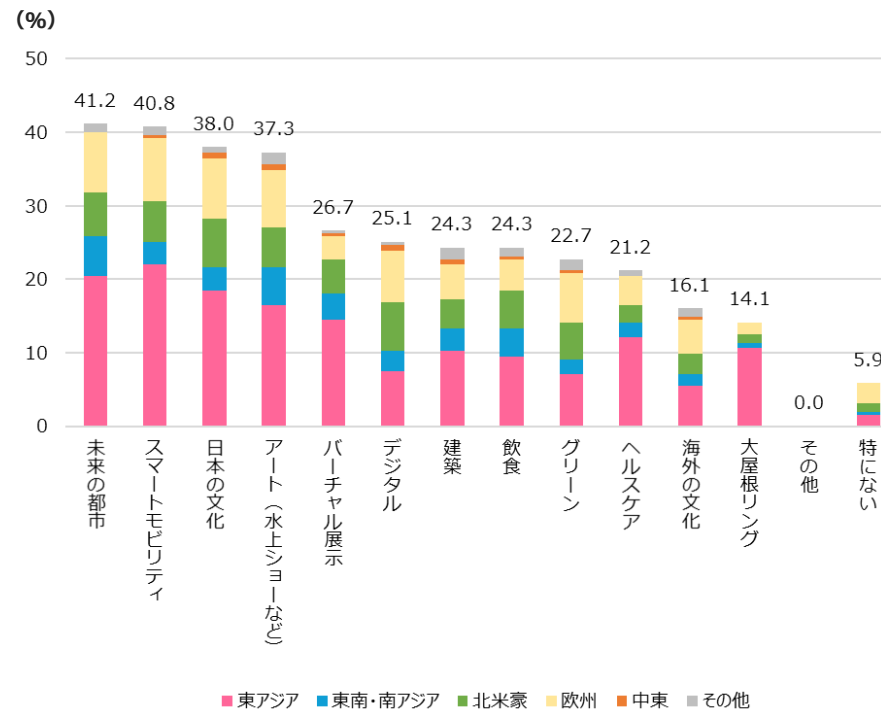
※訪問予定者を含む

- 9月調査では、6月調査と同様に、「未来の都市」(41.2%)、「スマートモビリティ」(40.8%)、「日本の文化」(38.0%)、「アート(水上ショーなど)」(37.3%)の比率が高かった。6月調査とは異なり、次いで比率が高いのは、「バーチャル展示」(26.7%)、「デジタル」(25.1%)となった。

【参考】6月調査



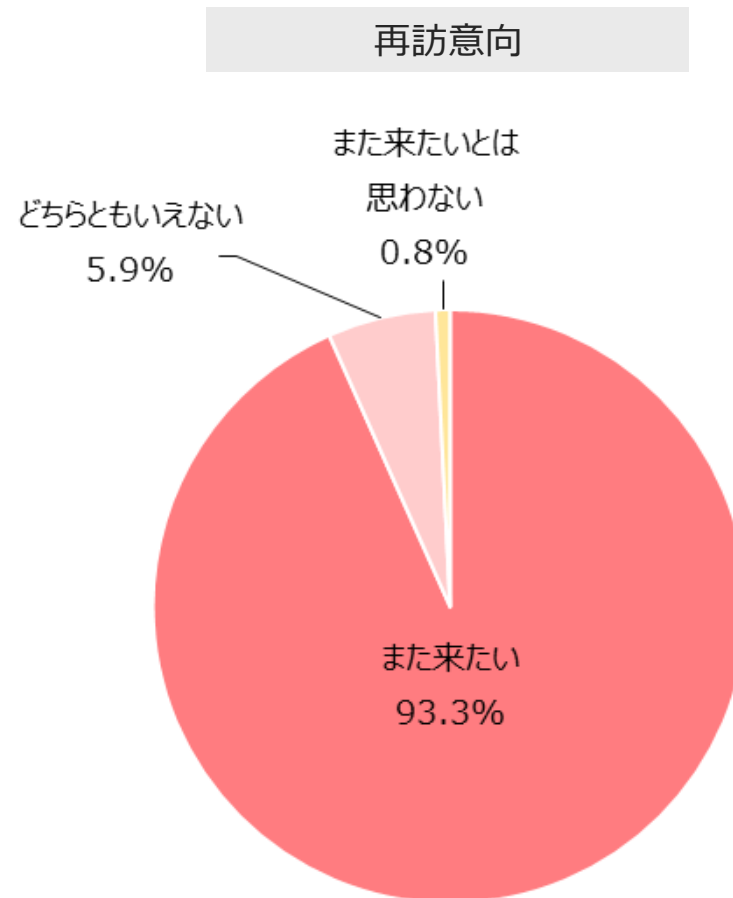
9月調査



⑪ 大阪・関西万博訪問者※の日本への再訪意向

※訪問予定者を含む

- 日本への再訪意向は、「また来たい」が93.3%、「どちらともいえない」が5.9%、「また来たいとは思わない」が0.8%となっている。



© Development Bank of Japan Inc.2025

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要です。当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

(お問合せ先)

株式会社日本政策投資銀行
◆ 関西支店 企画調査課

〒541-0042 大阪市中央区今橋4-1-1 淀屋橋三井ビルディング13F／Tel : 06-4706-6455／E-mail : ksinfo@dbj.jp
HP : <http://www.dbj.jp/co/info/branchnews/kansai/index.html>