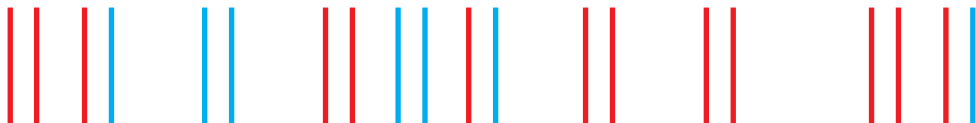


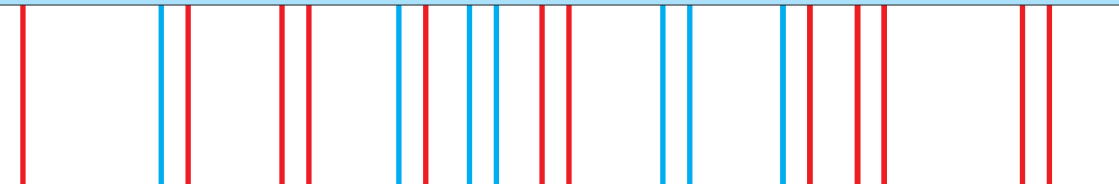
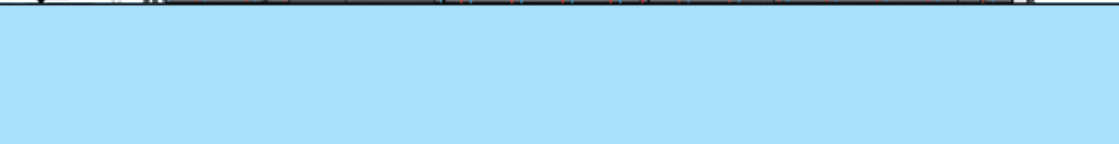
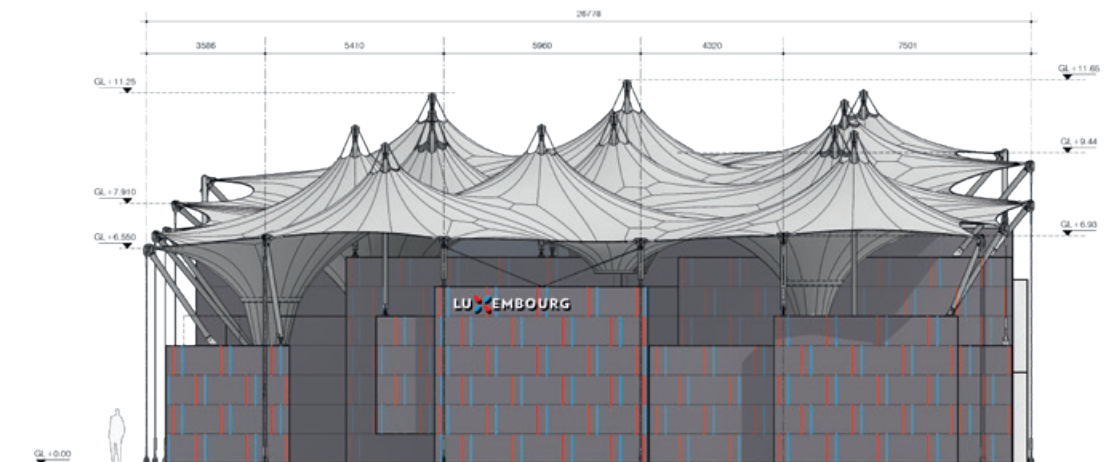
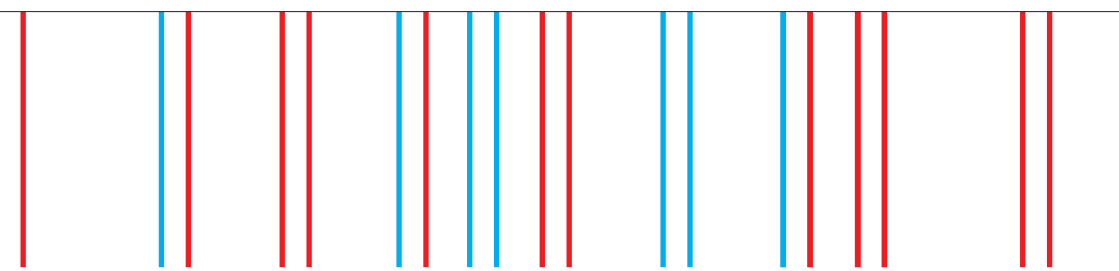
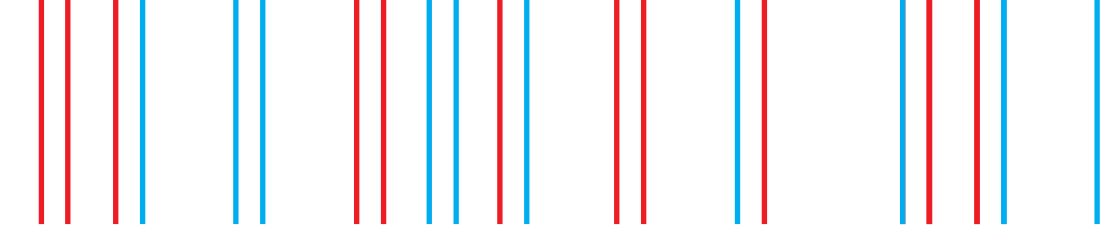


LUXEMBOURG PAVILION
EXPO 2025 OSAKA

大阪

2025年4月13日 - 2025年10月13日
統計





2025年日本国際博覧会

開催期間	2025年4月13日 – 2025年10月13日
開催日数	184日間
開催場所	大阪湾の人工島・夢洲（関西地方）
テーマ	「いのち輝く未来社会のデザイン」
サブテーマ	「いのちを救う」「いのちに力を与える」「いのちをつなぐ」

25 回目のルクセンブルクの万博参加

165 の公式参加国・地域、国際機関

ルクセンブルク パビリオン

テーマ	「Doki Doki – ときめくルクセンブルク」 （「いのちをつなぐ」ゾーン内）
タイプ	タイプA（「独自建設」）
面積	1,750.90 m ² （敷地面積）、1,120.63m ² （膜屋根下面積）、 883m ² （建築構造面積）
建築設計	STDM
舞台美術	Jangled Nerves
担当大臣	ルクセンブルク大公国副首相兼外務・対外通商大臣 グザヴィエ・バツェル
コミッショナー ジェネラル	アンドレ・ハンゼン

6 名のボランティア
33 名のホストおよびホステス

20 名のEHTL*の学生と13 名の引率スタッフ
*ルクセンブルクホスピタリティ・観光学校

来場者数と 訪問者数

378,866

人のルクセンブルクパビリオンへの来場者

2800万

人の2025年大阪・関西万博への来場者



ルクセンブルクパビリオンの1日あたりの最大受け入れ人数は2,250人で、稼働率は95%以上。

およそ1,000名のルクセンブルク国民が万博会場のルクセンブルクパビリオンを訪問。

公式訪問および団体訪問



65

件の公式訪問（VIP、大臣、大使など）



95

社のルクセンブルク企業

旅行会社



16

組のルクセンブルクからの団体

376

名の来場者

その他
（連盟、協会など）



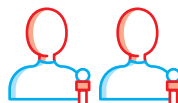
17

団体



19

校の学校
（739名の生徒）



127

名のジャーナリスト

イベントプログラム

5

6

件の文化イベントと展示会

3

回の経済ミッション

7

件のイベントと会議

2025年4月13日

開会式

ブエリ・カントレスと立命館小学校によるコンサート
「United in Singing」

4月28日 - 5月5日

「デザイナー」- ジュリー・コンラッド、クリストフ・デ・ラ・フォンテーヌ、フランク・ミッシェル、ジョルジュ・ジグラン

5月6日 - 5月20日

「倒木」- ピット・ブランデンブルガー (工芸)

5月30日

2025年大阪・関西万博ルックセンブルクナショナル・デー
フランチェスコ・トリストターノ、パスカル・シューマツハ、ジル・クロヴィジエ、
藤井舞香が出演

商業会議所主催の多セクターにわたる経済ミッション

7月11日 - 7月16日

「スペースデー」

7月14日 - 7月19日

商業会議所主催「スペース」および「テクノロジー & ヘルス」
セクター別経済ミッション

7月17日

「サーキュラーエコノミーカンファレンス」

7月18日 - 7月27日

「ラーニング & プレイングウィーク」
(科学、創造性、文化を融合させたインタラクティブワークショップ)

8月8日 - 8月16日

「Fils Croisés / 交差する糸 (Kōsa suru ito)」- アイダ・シュヴァイツァ
(視覚芸術)

8月28日 - 9月3日

「サイバーセキュリティデー」

9月24日 - 10月8日

「O」- ダニエル・ロイター、海原力 (写真)

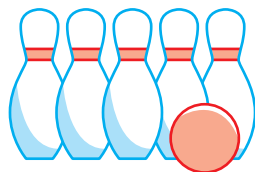
参加型イニシアチブ

「ケーブン」選手権

ルクセンブルクパビリオンにて、他パビリオンのチームも参加可能なルクセンブルクの伝統球技「ケーブン」(ボウリング)選手権が開催された。2025年9月25日に行われた決勝ラウンドでは、決勝に進出した8チーム（オーストラリア2チーム、ドイツ、日本、モナコ、ペルー、スイス、ウルグアイ）がノックアウト形式で競い合い、最終的に日本チームが「ケーブン」選手権の優勝を勝ち取った。

最優秀デザート的一般投票

万博開催期間のはじめの3ヶ月間、来場者はルクセンブルクパビリオンのフードコートで提供される6種類のデザートのうち、最も気に入ったものにオンラインで投票することができた。最終選考に残った3つの作品の中から、特別審査員が試食を行い、優勝デザートを選出した。最優秀デザートには、ステファン・ミュラー氏の「ハート・オブ・ジョイ」が選ばれた。



ルクセンブルクパビリオンの受賞・評価

2025年10月12日、ルクセンブルクパビリオンは展示面積1,500 m²未満自主建設パビリオン部門において**BIE(博覧会国際事務局)の「サステナビリティ賞」**を受賞した。

2025年5月、「日経MJ」誌はルクセンブルクパビリオンを2025年大阪・関西万博のベストパビリオン**第3位**に選出した。

2025年8月、ルクセンブルクパビリオンはEUビジネスニュースより「**2025年最優秀イノベーション展示・貿易会場賞**」を受賞した。

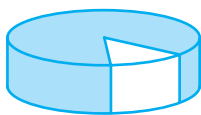
2,000人の来場者(4月～5月)を対象に実施した「**パビリオン満足度**」アンケート調査で、ルクセンブルクパビリオンは海外パビリオンの中で**第9位**にランクインした。

来場者アンケート概要

回答者数



全体的な評価



83.05%

が満足と回答 (56.77% 非常に満足、26.28% 満足)、15.25% 不満



95.88%

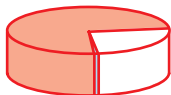
がバピリオンを親しい人に勧めたいと回答

**VISIT
LUXEMBOURG**

92.47%

がルクセンブルクを訪問先として検討したいと回答

来場者プロフィール



71.32% 女性
27.78% 男性
0.90% その他



47.24%

が45歳以上



95%

が日本からの来場者



93.63%

が観光客

体験のハイライト



最も気に入った瞬間：アクト3 - 57.25%

アクト3は、感覚的な没入感で来場者を魅了し、ストーリーテリングと舞台美術の力を発揮した。

最も「Doki Doki」した瞬間：没入感のあるサウンドとビジュアル -

67.44%

コンテンツの理解度：

94.88% が、情報は分かりやすかったと回答。

パビリオンの循環型コンセプト

ルクセンブルクパビリオンは、**循環型経済の原則**（「サーキュラー・バイ・デザイン」）に基づいて設計され、解体後も一部の部材を再利用できるようになっている（「解体を考慮した設計」）。2025年10月12日、ルクセンブルクパビリオンは循環型コンセプトへの評価により、BIE（博覧会国際事務局）から、展示面積1,500m²未満の自主建設パビリオン部門における「**サステナビリティ賞**」を受賞した。

2025年大阪・関西万博閉幕後に再利用されるパビリオンの資材・部材の例：

「ケーレブン」



植栽



ケーレブンの競技用機器は、ルクセンブルクスポーツ省のスポーツ遺産コレクションに加えられ、今後開設予定のスポーツ博物館の企画展での展示を予定している。競技用のレーン、ピン、ボールは三重県の青少年レクリエーション施設「鈴鹿青少年センター」で再利用される。

2026年に京都丹波で開催される「全国都市緑化フェア」の一環として、南丹市（京都府）により11本の樹木が再植樹される。さらにルクセンブルクパビリオンの建設を手掛けた日本の建設会社「内藤ハウス」の敷地内には、1本の樹木と10本の生垣が再植樹された。

AV機器



VIPエリアの家具



ルクセンブルクパビリオンで使用された音響・映像および照明機器(AVL)は主にレンタル品。使用されたAVL機器の80%は中古品であり、2025年大阪・関西万博閉幕後も再利用される。

VIPエリアの家具は「E-UNIT」を通じてデジタルプラットフォーム「楽天市場」で再販される。

膜屋根



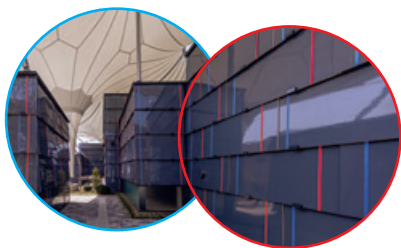
ルクセンブルクパビリオンの膜屋根を再利用し、東京の企業「モンドデザイン」がバッグなどの小物を制作する。

基礎コンクリートブロック

兵庫県に位置するリゾート施設「ネスタリゾート神戸」は、パビリオンの基礎に使用された約220個の「メガブロック」すべてを、景観設計プロジェクトに再利用する。



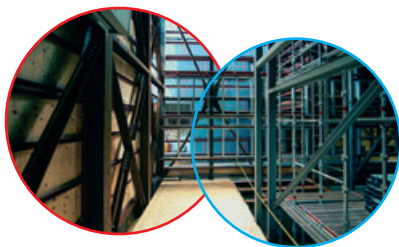
外装パネル



京都の企業「神工建設」は、外装パネルを再利用し、コンクリート基礎の型枠を制作する。

鉄骨構造

大阪の交野市は、2028年に旧中学校敷地にコミュニティスペース等の施設を建設するため、鉄骨構造の一部等を再利用する計画。



II コミュニケーション

2022年に導入されたコミュニケーション戦略は、広報、ソーシャルメディア、ウェブサイト「expopavilion.lu」、そしてニュースレターを通じた定期的なコミュニケーションを中核に構築された。

2024年1月の起工式から徐々に強化され、2025年4月13日に開幕した万博期

間中に活動の最盛期を迎えた。コミュニケーション活動はルクセンブルク人と日本人双方に向けたものであった。

コミュニケーションの観点において最も効果を上げた月は2025年4月と10月で、これは万博の開幕月、閉幕月と一致する。

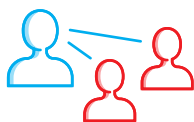


日本

日本における広報活動は、2025年大阪・関西万博の会期中をターゲットとした。

万博期間中、127名のジャーナリスト/メディア関係者がパビリオンを訪問。そのうち114名は日本、13名はルクセンブルクからの訪問であった。

2025年の広報活動では、以下の成果が得られた：



- | 318 件のメディア掲載：
 - 126 件の紙媒体掲載記事
 - 149 件のウェブ掲載
 - 43 件のテレビ報道

取り上げられたテーマ：



- | ルクセンブルク社会の多様性
- | 循環型経済と持続可能性（パビリオンの建築を含む）
- | ガストロノミー

メディアの報道は主に肯定的または中立的であった

ルクセンブルクおよび国際（日本国外）

2025年1月から10月末まで：



- | ルクセンブルクおよび国際メディアで311件の記事または言及が記録された
- | これらの出版物の大半は、雑誌や日刊紙で詳細な記事の形で掲載され、オンラインでも配信された。
- | メディアの報道は、主に肯定的または中立的であった。

ソーシャルメディア

ルクセンブルクパビリオンのデジタル戦略（Facebook、Instagram、LinkedIn、X/Twitter、YouTube、Google MyBusiness）によってパビリオンの認知度は着実に高まり、継続的な可視性が確保された。

2024年



254,594 ビュー
483件の投稿/ツイート、
1,132件のストーリーに対する回数



9,680
人のフォロワー

2025年1月から10月にかけて、活動は以下のように活発化：



1,811
件の投稿

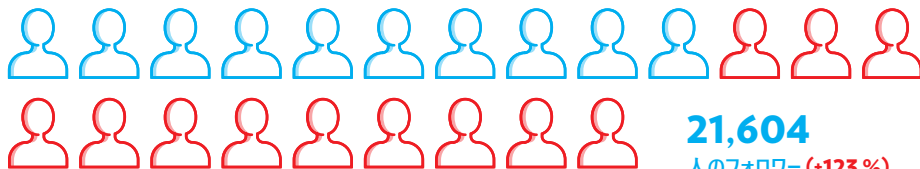


3,252
件のストーリー

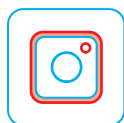


4,406,967
ビュー*

* 潜在的な可視性



吉村洋文大阪府知事が2025年8月にルクセンブルクパビリオンで「グリルソーセージ」を楽しむ様子を投稿したところ、Facebookで340万件以上の「いいね！」を獲得。X/Twitterでは、同じトピックの吉村知事のツイートが800回以上シェアされ、ルクセンブルクパビリオンのフォロワーが306人増加した。



- | Instagramが最も成功したプラットフォームとなった（396万ビュー）
- | これらの成果はスポンサーコンテンツや有料投稿なしで達成された

「ルクセンブルクパビリオン」アプリ

バーチャルレンジャーズ社が開発した「ルクセンブルクパビリオン」アプリでは、ユーザーはルクセンブルクパビリオンをバーチャルで探索できるほか、アーテック3D社が作成したルクセンブルクの複数のランドマークの3Dモデルを閲覧できる。これらの3Dモデルは、ルクセンブルクパビリオンで列に並んでいる間にも、壁面に表示されているQRコードをスマートフォンでスキャンすることで閲覧できた。バーチャルレンジャーズ社とアーテック3D社の提携は、デジタル技術分野におけるルクセンブルク企業の専門性とプロフェッショナリズムを体現する典型例といえることができる。「ルクセンブルクパビリオンアプリ」はApple Store (iOS)およびGoogle Play (Android)にて無料で利用可能。

「ルクセンブルクパビリオン」アプリ



376
via Google Play



21,020
via Apple



21,396
件のダウンロード

国別ダウンロード数：

18,937
日本

212
ルクセンブルク

50
米国

33
フランス

15
ドイツ

107
その他

ルクセンブルクのランドマークの3Dモデル (AR体験)：

閲覧可能なランドマーク

*アーティスト、セルジュ・エッカーによる作品



ゲレ・フラ



フーレン・ザント



ルクセンブルク
大公宮殿



モーゼル地方



メルジーナ*



ヴィアンデン城

524,000

件のルクセンブルクパビリオン内でのランドマーク
のスキャン

182,000

人のユニークユーザー総数

販売

ショップ



- | 21種類の商品、15,289点を販売
- | 最も人気のあった3アイテムはピンバッジ、キーホルダー、マグネット

ガストロノミー



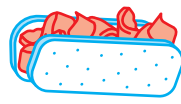
- | 営業時間：午前10時30分～午後20時
- | ルクセンブルクホスピタリティ・観光学校(EHTL)により運営
- | 午前10時には40～80人の列ができ始め、15～20分ごとに25～30人のお客様が継続的に来店
- | 販売数：1日あたり約1,200個



52,000
本のグリルソーセージ



19,500
個の Gronpeltz
シエルシャー

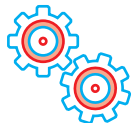


7,800
個のブリオッシュ



3,700
杯のワイン
4,800
杯のクレマン

膜屋根を使った製品



2,000
点以上の日本国内向け膜屋根
製品の予約注文



134
点のルクセンブルク向け予約注文



「GIE Luxembourg @ Expo 2025 Osaka」はルクセンブルク大公国およびルクセンブルク商業会議所によって設立された経済利益団体です。この団体は、ルクセンブルクの各機関・組織との緊密な連携のもと大阪・関西万博におけるパビリオンの計画、建設、運営、解体をその使命としています。



|| スポンサー



|| 連絡先

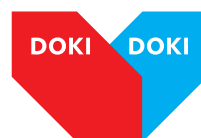
GIE Luxembourg@Expo 2025 Osaka

9, rue du Palais de Justice
L-1841 Luxembourg

connect@expopavilion.lu | www.expopavilion.lu

[luxembourg.expopavilion](https://www.instagram.com/luxembourg.expopavilion)
[f](#) [in](#) [X](#) Luxembourg Expo Pavilion

#luexpo2025osaka



THE LUXEMBOURG HEARTBEAT