

「大阪・関西万博で世界に伝えたいこと～持続可能な社会と経済とは～」

◆2025 年 3 月 4 日（火） 14:00～17:10 グランフロント大阪

◆次第

【第 1 部】

・基調講演①「いくぞ！大阪・関西万博～成功の視点とその課題～」：野村 亮輔 氏

（アジア太平洋研究所 副主任研究員）

・基調講演②「大阪・関西経済と万博：世界でみてきた技術と発展」：庄 秀輝 氏

（日本貿易振興機構 大阪本部長）

・パネルディスカッション①

【第 2 部】

・基調講演③「大阪・関西万博が拓く持続可能な社会 ～『ビジネスと人権』の観点から～」：山田 美和 氏

（日本貿易振興機構アジア経済研究所 新領域研究センター 上席主任調査研究員）

・パネルディスカッション②

【第 1 部】

テーマ概要：万博がもたらす大阪関西経済波及効果と未来社会の実験場としての意義

基調講演①『いくぞ！大阪・関西万博～成功の視点とその課題～』：野村氏

APIR が試算した経済波及効果と成功に導くための視点と課題について、3つの視点で説明します。

1. 大阪・関西万博の経済効果

大阪・関西万博及び拡張万博の経済効果について、万博の建設にかかるコストや運営にかかる万博関連事業費と万博来場者消費の 2 点に対して、最終需要で経済波及効果を算出しています。算出結果は、全国で 2.7 兆円、大阪府域内で 2.1 兆円の経済波及効果が見込まれると推計しています。経済産業省や大阪府市の試算値と比較しても大きな差はありません。

2. 来場者拡大による「拡張万博」の重要性

より高い経済波及効果を実現するためには来場者消費が重要であり、APIR がこれまで主張してきた「拡張万博」というコンセプトが重要と考えています。

万博開催地である大阪府の経済効果が高いのは勿論ですが、万博会場内だけではなく、関西各府県以外の日本全国の魅力的な産品や観光といったコンテンツを磨き上げることで、その地域における観光消費を促進することができれば、一層経済波及効果は高まると考えています。拡張万博という概念のもと、来場者の延泊やリピーターを増やせるかが鍵となります。そのためには、国内外へいかに大阪・関西万博の魅力を訴求していくことが重要と考えています。

3. 成功の視点とその課題

「拡張万博」効果を最大限に発揮させるためには、特に海外や関西以外の地域の方に万博会場に来てもらう必要があります。そのために、SNS を含むデジタルメディアの積極的活用に加え、テレビや雑誌などアナログ的な媒体も含め、パビリオンの魅力やイベントスケジュール情報などを発信していくことが大事です。関心層には詳細な情報を、無関心層へは万博に行きたいと思ってもらえるようなコンテンツに昇華させることが重要な課題であると考えます。

基調講演②『大阪・関西経済と万博：世界でみてきた技術と発展』：庄氏

1. 未来社会の実験場としての万博

万博のメインテーマは「いのち輝く未来社会のデザイン」ですが、私はコンセプトでもある「未来社会の実験場」というキーワードに注目しています。今後、我々の社会の中に導入され、普通に使うような様々な技術や取り組みを実験する場であるということに大きな意義があると思っています。

万博のテーマは時代と共に少しずつ変化し、その時代を映す鏡であるとも言われております。19世紀はモノを見せるお祭り、20世紀は科学万能から人間性探求へ、そして21世紀では人類共通の課題解決の場と位置付けと徐々に変化しております。そういった意味で、今回の万博のコンセプトである「未来社会の実験場」が大きな意味を持っているのではないかと思います。

万博での話ではありませんが、私が最近駐在したサウジアラビアでの経験を事例として紹介します。サウジアラビアの住所は「通り」の名前はあっても番地が無く、郵便物は郵便局の私書箱へ自分で取りに行くことになります。そんな中 Google マップのような地図アプリが登場し、同時に一人一台スマホを持つようになったおかげで e コマースが普及しました。ネット通販でモノを購入するときに地図アプリにピンを打ち、宅配業者はこのピンめがけてナビが誘導する通りに荷物を運んでくれます。地図アプリという技術革新により宅配サービスや電子決済が生まれ、あっという間に DX が進み、生活様式や経済を変えたという事例です。

2. 大阪・関西万博見どころ紹介

大阪・関西万博の機運醸成として、個人的意見ですが万博の見どころベスト 9 を紹介します。

- ①大屋根リング：迫力満点、リアルで見てこそその建造物
- ②海外パビリオン：予期せぬ出会いの宝庫
- ③AI×アンドロイド：いのちの現代的意識を問う
- ④国内パビリオン：最先端映像技術による没入体験
- ⑤未知との遭遇：火星の石
- ⑥政策ショーケース：グリーン、ヘルスケア、モビリティ
- ⑦アート、エンタメ：海外アートや彫刻の展示
- ⑧イベント、ショー：「水の都大阪」らしい水を使ったショー
- ⑨食体験：食の都大阪ならではの食体験と各国地域の食自慢

上記以外にも、50 弱の国・地域が独自パビリオンでそれぞれの技術・文化・産業などを紹介しております。

国内パビリオンではデジタルヒューマンとの対話や iPS 細胞で作った心臓の展示なども注目です。その中で大阪ヘルスケアパビリオンではリボーン体験として、ご自身の健康データを基に 25 年後の自分に出会えるという仕掛けがあります。個人データを提供し未来の医療技術の実証実験に協力するという形でエンタメ性を導入しています。リボーンチャレンジでは、大阪の中小企業やスタートアップの技術やサービスを国内外に発信するという目的も兼ねています。

また、政策の実験場として、SDGs 実現の先にある未来社会を先行体験できる技術などがいくつもあります。空飛ぶクルマや水素船、会場内は全面キャッシュレス、バーチャル万博などの新たな取り組みが体感できます。

3. 万博におけるジェトロの取り組み

万博開催期間中に EXPO2025 テーマウィークが行われます。8つのテーマに合わせて世界中から関連のある製品やサービスを持った企業がビジネス目的で大阪・関西万博に集まってきます。ジェトロでは経済産業省他と共に、スタートアップ支援やベンチャーキャピタル、支援機関等など様々な人たちが

に大阪に集合してもらう仕掛けを 9 月に企画しております。関西の大手企業、中堅企業と海外のスタートアップを結び付けるネットワーキングイベントも行っていきます。さらに、ジェトロのウェブサイトに大阪・関西万博特集ページを作り、各国・地域のバビリオンの動向と最新情報を発信していきます。大阪の取り組みとして自治体の予算で設置された「大阪海外ビジネスワンストップ窓口」の事務局をジェトロが務めます。大阪府市と関西の経済関連団体と協力して、海外のビジネス関係者と大阪関西の企業をつなげるお手伝いができればと考えております。

まとめとして、①大阪・関西万博で磨かれた技術が早期に大阪関西で社会実装し、それが日本や世界に広がっていく場になれば良いと思います。②世界中から大阪関西にビジネスを呼び込み、海外と企業連携を強められるような魅力発信の場になればと。③様々な国・地域の文化や人に出会える機会であり、輸出を含めた様々な海外ビジネス展開のポテンシャルを掴む場として活用頂くのが良いのではないかと思います。

パネルディスカッション①

パネラー：庄氏、野村氏

司会：稲田 義久 氏（アジア太平洋研究所 研究統括兼数量経済分析センター長、甲南大学名誉教授）

パネルディスカッションでは、以下の 3 つの観点から 2 つの基調講演をより深く理解するための議論が行われました。

テーマ 1: 大阪・関西万博をどう楽しむか

稲田氏：最近の傾向では旅行先のブランドを評価する際に、顧客満足度だけでなく、他者への紹介意向やリピート意向も重要な評価指標であるとされています。これに基づき、誰に紹介したいのか何回行きたいのか等、万博の楽しみ方についてお聞かせください。

庄氏：これだけの国と地域が参加する万博なので、小規模地球旅行としても楽しみにしておりますが、一番重要なのは未来社会の実験に参加する意義を強調したいと思います。特に、社会課題に強い関心を持つ人々や、今回のテーマに興味を持つ子供たちにとって、単なる観光地としての万博だけではなく、実際に未来社会を体感することは非常に価値のある万博の魅力になると思います。

野村氏：通期パスを購入しており、家族友人と行く予定です。私の場合はアートや地域のイベントに参加することを楽しみにしています。その体験したことを SNS 等のデジタルツールを活用し発信していきたいと考えています。

テーマ 2: 万博成功の評価について

稲田氏：万博が成功したかどうかの評価については色々な見方がありますが、今回は BtoC や BtoB の短期的な視点において、拡張万博から見た場合の評価について野村さんに意見を伺いたと思います。

野村氏：BtoB の視点では、大阪府の自治体で唯一出展される八尾市のオープンファクトリーを活用したビジネスマッチングがあります。そういった取り組みが新たなビジネス機会創出のきっかけになることを期待されています。一方、BtoC の視点では、兵庫県の「兵庫フィールドバビリオン」があります。会場内だけではなく、コンテンツを拡大した形で、兵庫県内の様々な地域の魅力を広く伝える取り組みです。このような地域での消費拡大も評価の対象と考えております。また、来場者数の増加や SNS 等での拡散も重要であり、様々な効果について万博終了後に検証する必要があります。

稲田氏：コロナ渦で開催されたドバイ万博では、費用対効果について議論されるようになりましたが、その辺りの見方から成功の評価について、庄さんに伺います。

庄氏：少し大げさに言うとドバイ万博あたりから潮目が変わり、ビジネス上の成果を各国が重視するようになりました。バビリオン出展には相当な投資を伴うケースもあります。当然それに対するリタ

ーンを要求されるので、各国における費用対効果も重要な評価指標であると考えています。万博で自国の魅力を伝えることによって、日本人観光客増加や日本企業の誘致、産品輸出といった経済効果につながられたこと。万博時において、日本にはビジネスチャンスが豊富にあると感じてもらえれば、また日本へ行きたくなるといったことも成功の評価であると思います。ジェットロではそういったビジネスマッチングの機会をサポートする取り組みを実施しておりますので、是非お声かけください。そういった新たなビジネスがいくつも生まれてくることが成功の評価だと思います。

テーマ 3: 万博終了後のレガシー

稲田氏：万博終了後に中長期的なレガシーを残すことができれば成功したと言えるかと思います。日本の経済発展にどう活かすかという視点からご意見を伺います。

庄氏：万博会場内で実験される新しい技術やサービスや仕組みが大阪で社会実装され、それが日本全体に波及することが重要だと思います。さらに、大阪が新しいイノベーションを生み出すエコシステムの地として強化され、海外のスタートアップ企業が大阪を目指すようになり、新たなイノベーションを上手く社会経済に取り込んでいくこと、そういった例がいくつも循環的に行われていくことが重要だと思います。

稲田氏：1970 年の大阪万博以降に関西経済は低迷しました。万博をやりきることに注力し、その後の展望につなげられなかった感があります。今回は 2 回目の万博であり、前回の反省を踏まえて今回はどうしていくべきであると考えますか。

野村氏：前回の万博後は投資が不足していました。今回の大阪・関西万博では、世界中からの投資を呼び込み、日本全体の経済発展に繋げることが重要だと思います。また、万博を通じて関西や日本の知名度を向上させ、日本全国への観光消費につなげることも重要です。それらがレガシーになると思います。

稲田氏：今回の万博で大きく変化しそうな「何か」はありますか？

庄氏：今回はバーチャルとリアルで万博に参加する仕組みがあります。これがどのような反響をみせるか楽しみです。現地会場を訪れることが難しい方々もバーチャルで万博を体験できること。またはバーチャルとリアルと両方でそれぞれの万博を深く体験することも可能です。このバーチャルとリアルの融合が、将来の社会生活にどのような影響を与えるのか興味があります。

稲田氏：最後に、万博を現場で体験することが重要だと思っています。百聞は一見しにしかずで、現地で実際に見ることで得られる感動や理解は、他の方法では得られないものであり、その貴重な機会である万博を通じて日本経済の発展に寄与することを期待しております。

【第 2 部】

テーマ概要：SDG s 社会が要求するビジネスにおける人権尊重について

基調講演③『大阪・関西万博が拓く持続可能な社会～「ビジネスと人権」の観点から～』：山田氏

今回の万博の大きな特徴は持続可能性を掲げていることです。サステナビリティとは何であるのか、今回の万博で取り組んでいる持続可能性の取り組みとそれのベースとなっている「ビジネスと人権に関する国連指導原則」について皆さんにお話しさせていただきます。

1. 「ビジネスと人権に関する国連指導原則」について

2025 年日本国際博覧会協会では、「ビジネスと人権に関する国連指導原則」に則った万博の運営を実現することを目的に、現在経済活動に関わる世界中全ての企業に求められている「人権デューデリジェンス」に取り組んでいます。「持続可能な大阪・関西万博開催にむけた方針」の下「持続可能性に配慮した調達コード」を作成しました。法令・環境・人権・労働・経済等に関する基準を設け、それを協会の契約者であるサプライヤー、ライセンシー、パビリオン運営主体に遵守してもらい、資源の循環性や利用から処分までの過程を含むチェーン全体を通じてサステナビリティに配慮したサプライチェーンを構築することを目指しています。

「ビジネスと人権に関する指導原則」ができた理由は次の通りです。例えば各国における労働基準法はそれぞれ異なります。日本は比較的高い基準の労働基準法を持っていますが、ある国の労働基準法の基準は低く、その執行性も弱い状態である場合があります。日本企業がその国で製造した製品を調達する時、その国の法律・基準が日本や国際基準より低いために現地で行われていた差別的雇用や不当な労働状況を見逃してはいけません。現地での法律や基準が違っていても、国際基準を遵守することが重要だということで、2011 年にこの指導原則ができました。企業による人権尊重責任が規定されている初めての国連の文書です。しかし指導原則には法的拘束力はありません。これを各国が政策の中で取り組んでいくのかはその国次第です。欧州やアメリカではこの指導原則に則った法令や規制が作られており、グローバルな動きとなりつつあります。

2. 「人権デューデリジェンス」実施の重要性

ビジネスと人権に関する国連指導原則には 3 つの柱があります。①人権を保護する国家の義務、②人権を尊重する企業の責任、③救済へのアクセスです。

人権を保護するのは第一義的には国の義務です。第 1 の柱はそれを明記しています。第 2 の柱では、「人権を尊重する企業の責任」とあり、それを果たすために人権デューデリジェンスを行います。まず、人権尊重の基本方針を立てること。次にサプライチェーン全体を通して負の影響を確認し、何か負の影響が認められれば、それを除去・是正していくプロセスが必要になります。そして第 3 の柱である「救済へのアクセス」は、負の影響を受ける人々が実効的な救済にアクセスできる適切な仕組みを作る、いわゆるグリーバンス・メカニズムが必要であることを規定しています。重要なのは、人権問題は常に存在する課題であるので、人権デューデリジェンスを 1 回実施すれば終わりではなく、定期的の実施していく必要があることを認識しておかなければなりません。

日本政府は「ビジネスと人権」に関する行動計画を公表しており、全ての日本企業が人権デューデリジェンスのプロセスを導入すること、ステークホルダーと対話を行い、効果的な問題解決の仕組みを通じて、人権を尊重できる企業になっていくことを期待しています。

3. 持続可能な経済発展のベースは人権尊重

SDGs の前文には、「我々は、ビジネスと人権に関する国連指導原則及び国際労働機関の労働基準、子どもの権利条約及び主要な多国間環境関連協定等の締約国において、これらの取り決めに従い労働者の権利や環境、保険基準を守りつつ、ダイナミックかつ十分に機能する民間セクターの活動を促進する」と書かれています。これが SDGs における企業の人権尊重の取り組みのベースラインです。

企業は経済成長や雇用創出等の課題解決のための創造力とイノベーションを発揮することを期待されていますが、そのベースラインとしてこの指導原則を始めとする国際的な基準に基づいた人権尊重が明記されていることをお伝えしたいと思います。人権デューデリジェンスを実施すること自体がサプライチェーンにおいて人権を尊重していくことであり、サステナビリティにつながっていくことになるので、今後のビジネスにおいても非常に重要になってきます。是非今回の万博を通して次の世代につながっていくモデルを、日本から発信し世界にアピールできたらよいと思っております。

パネルディスカッション②

パネラー：山田氏、永見 靖 氏（2025 年日本国際博覧会協会 持続可能性局長）

司会：後藤 健太 氏（アジア太平洋研究所 主席研究員、関西大学教授）

テーマ1：人権課題解決と企業の競争力

後藤氏：今回は SDGs 万博と言われていると思います。日本企業にとって SDGs とは環境であると捉われがちですが、サステナビリティには社会的な側面もあり、人権も不可分です。SDGs のベースには人権があり、人権に関する取り組みを行うことも求められています。しかし実際問題として、企業がビジネスと人権に関する対策を行った際に、それは企業の競争力につながらないのではないか、コストが掛かるだけだという意見も聞こえてきます。この件に関して山田さんにご意見を伺います。

山田氏：人権を侵害し環境汚染につながる事業活動をしている企業が存続し続けるような社会であってはならない。そういう背景からこの国連指導原則が作られました。その人自身の可能性や能力が最大限発揮される状況が守られており、1 人 1 人がそれらを実現できる環境作りが必要だと考えています。人権問題に取り組むことは、サプライチェーンに関わる人々が能力を安心して発揮できる環境作りにつながり、それは長期的なメリットにもなります。最終的には、企業としての重要な競争力強化につながると考えております。

テーマ2：人権に関する万博終了後のレガシー

後藤氏：第1部のパネルディスカッションにもあった万博終了後のレガシーですが、ビジネスと人権におけるレガシーとは何かについて、永見さんにご意見を伺います。

永見氏：企業が人権デューデリジェンスを行うことで、様々な情報開示や相談窓口の設置、その他人権を尊重するための仕組みが多く企業の実装され、レガシーとして残っていくことに期待します。協会では、その動きを大企業だけではなく中小企業にも広く浸透させるために、近畿経済産業局と協力して中小企業向けにセミナーを開催しております。またハード面では、万博会場に祈禱室やカームダウンスペースを設け、さらにセンサリーマップを作っております。今回の万博がきっかけで、将来あらゆる人々が心地よく過ごせる環境を提供できる仕掛け作りが広まることを期待しております。

後藤氏：日本の企業は国際基準を意識しなくても自然に準拠できており、それが企業の強みになっている例は多々あります。今の実践の中にあるグッド・プラクティスをサプライチェーンで共有することで、改善はより早く進みます。それを今回の万博で世界にアピールできれば、日本は世界から注目される存在となり、日本が「ビジネスと人権」に関して世界のリーダーシップを取れるような場面に来ているのではないかと考えています。それがレガシーとなって続いていくためには、企業単独で進めていくのではなく、一般消費者や市民社会等に受け入れられないと改善は進まない部分もあるので、そうした方々とのコミュニケーションが重要になってきます。国際博覧会協会においては、そういった流れが生まれやすい環境をこの万博で提供し、それがレガシーになることを期待します。

以上