

## 2025年大阪・関西万博を 関西一円の活性化の契機として考える

SDGs（持続可能な開発目標）の達成期限まであと5年というタイミングで開催される、2025年の大阪・関西万博。「未来社会の実験場」をコンセプトに掲げる同万博は、SDGsのその先をも見据えて、未来社会を一足先に体験できるパビリオン等の会場内はもちろん、サイバー空間を活用したイベントや、誰もが参画できるプログラム「TEAM EXPO 2025」など、会場外にも開かれた参加型万博として企画されています。

本特集では、はじめに大阪・関西万博の開催の意義やその概要について紹介するとともに、万博を関西一円の活性化の契機として捉えた際の活用の方向性について考えます。

### はじめに～今、あえて万博を開催する意義

ワイヤレステレホン、エアドーム、リニアモーターカー、缶コーヒー、電気自動車…、これらは1970年の大阪万博（以下、「1970年万博」）に出展された当時の最新技術であった。当時の万博で描かれた夢の技術は、前述のように現在までに実用化されたものから、家に居ながらビジネスやショッピングが出来る「万能テレビ」のように、そのままの形で実用化はされなかったもののパソコンやスマートフォンの普及、ネットワーク技術の進展等、別の手段によって実現されたものもある。

1970年万博のテーマは、「人類の進歩と調和」。焼け野原から立ち上がった日本が表舞台に復帰し、世界に向けて日本の技術を華々しくPRする機会であったことに加えてエンターテインメント性も高く、当時の大阪は祭りのような熱気に包まれた。

あれから50年。この間、高度に発展した科学技術は、高い利便性を社会にもたらし、平均余命の延長に寄与した。その意味では人類は「進歩」したと言えるかもしれない。しかし公害や気候変動、グローバルな格差拡大など、いまだに解決の難しい問題は世界に山積している。さらに、コロナウイルス感染症という未曾有のパンデミックの発生や、高まる地政学的リスクという先の見通せない情勢が続く中で、もう一つのテーマであった「調和」の実現には、今なお課題を残している。

こうした中で、2025年に大阪・関西万博（以下、本万博）を開催する意義とは何だろうか。一つにはもちろん、新技術・新製品のお披露目の場としての役割が期待されよう。ただし、今やインターネットで世界各国とつながり、いつでも最新情報がキャッチアップできる時代であることを考えると、それだけでは訴求力に欠ける。

その意義を考えるヒントは、ドバイ万博日本館にある。同館は、他国文化を受容しつつ独自の文化へと昇華してきた日本の歴史や、日本が誇る最新のテクノロジーの紹介のみに終始せず、現在の社会課題をも捉えつつ参加性を高めた仕掛けで、同万博でも屈指の人気を誇り、日本の魅力をPRできた成功事例と言える。

本万博は、世界に山積する社会課題の一端とその具体的な解決策を提示することで、50年前から託された「調和」という宿題の解決に一步でも近づくとできないか。そこに地域の中小企業も含めた多くの主体が参画してアイデアを共創することで、本万博そのものの意義を一層高め、ひいては万博に参画した各主体それぞれの魅力を対外的に発信できないか。こうした課題意識のもとで、本万博の活用の方向性を考えたい。

# 1 2025年大阪・関西万博の概要

はじめに、2025年日本国際博覧会協会「2025年日本国際博覧会基本計画」等から、本万博の全体像を確認する。

## (1) 開催の概要

本万博のテーマは「いのち輝く未来社会のデザイン」である。コロナ禍を経た2025年以降の世界、そして「いのちのあり方」を広く世界と共有することを目指している。独創的なデザインのロゴマークも話題となった(図表1)。

図表1 2025年大阪・関西万博のロゴマーク



提供：2025年日本国際博覧会協会

舞台は人工島・大阪夢洲<sup>ゆめしま</sup>、「海と空を感じられる会場」が特徴である(図表2)。円環状に設けられた主動線につながるよう、離散的に配置されたパビリオンや広場が「多様でありながら、ひとつ」を象徴している。

図表2 会場イメージパース



提供：2025年日本国際博覧会協会

約半年間の会期、150か国の出展参加と2,800万人の来場者数予想のもと、経済効果は約2兆円と見積もられている(図表3)。

図表3 1970年万博と本万博の比較

	1970年大阪万博	2025年大阪・関西万博
会期	3月15日～9月15日	4月13日～10月13日
テーマ	人類の進歩と調和 Progress and Harmony for Mankind	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	より豊かな生命の充実を よりみよりの多い自然の利用を より好ましい生活の設計を より深い相互の理解を	いのちを救う いのちに力を与える いのちをつなぐ
場所	大阪千里丘陵	大阪夢洲
参加国	77か国・4国際機関	150か国(予定)
入場者数	6,422万人	2,800万人(予想)
経済効果	約3.3兆円	約2兆円

資料出所：万博記念公園 HP、2025年日本国際博覧会協会 HP、大阪府資料等から当研究所作成

## (2) 社会環境の変化

1970年当時と現在の社会状況を比較すると、すでに日本社会は成長期から成熟期に移行している(図表4)。

図表4 1970年と2020年の社会環境の違い

	1970年当時	2020年現在
平均寿命	男 69.31歳 女 74.66歳	男 81.64歳 女 87.74歳
高齢化率	7.1%	28.7%
出生数	193万4239人	84万835人
合計特殊出生率	2.13	1.33
国民1人当たり GDP(購買力平価 換算USドル)	3,283 19位/26か国 (OECD平均4,064)	41,775 23位/38か国 (OECD平均44,986)

資料出所：各種資料から当研究所作成

背景にある社会環境に大きな違いがあることから、万博の開催規模自体の縮小はやむを得ない。その一方で、日本は少子高齢化社会の進展や産業沈滞で低成長に悩む「課題先進国」だからこそ、その課題に真正面から立ち向かう姿を示すことが望まれる。

### (3) 開催の意義

本万博を開催する意義として、「いのち輝く未来社会へ」「SDGs 達成・SDGs+beyond への飛躍の機会」「Society 5.0 実現に向けた実証の機会」「日本の飛躍の契機に」の4つがある(図表5)。

図表5 開催の意義

いのち輝く未来社会へ
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新型コロナウイルス感染症を乗り越えた先の、新たな時代に向け、世界が一つとなることに意義があり、いのち輝く未来社会のありようを共有することは2025年以後の世界の新たな一歩となる。</li> </ul>
SDGs達成・SDGs+beyondへの飛躍の機会
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ SDGs達成に向けたこれまでの進捗状況を確認し、その達成に向けた取組を加速させる絶好の機会とする。</li> <li>・ 中長期的な視野を持って未来社会を考えることを通じて、2030年のSDGs達成にとどまらず、その先(+beyond)に向けた姿を示す。</li> </ul>
Society5.0実現に向けた実証の機会
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 会場全体を未来社会を先取りした超スマート会場とし、新たな技術、サービス及びシステムの社会実装に向けた「未来社会の実験場」とする。</li> </ul>
日本の飛躍の契機に
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 万博会場において、DX(デジタルトランスフォーメーション)による社会変革の新たな形や、地球環境問題への新たな挑戦の形を世界に示す。</li> <li>・ 経済、社会、文化等あらゆる面において、大阪・関西のみならず、日本全体にとって更なる飛躍の契機とする。</li> </ul>

資料出所：2025年日本国際博覧会協会HP等から当研究所作成

社会課題を解決するという理念を明確に示すとともに、2030年に達成期限を迎えるSDGsと、さらにその先(beyond)を見据え開催される本万博は、課題先進国である日本が一つの解として提唱する「Society 5.0<sup>\*</sup>」の実証実験の場としても位置づけられている(図表6)。

<sup>\*</sup>サイバー空間と現実空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会のこと。

図表6 Society 5.0 実現型万博イメージ



提供：2025年日本国際博覧会協会

### (4) 事業コンセプトと具体的内容

本万博の事業コンセプトは「未来社会の実験場」である。世界に山積する社会課題の解決に向けて、多様な参画主体がそれぞれの持ちうる手段を展示することになる。

内容は大きく、①「世界との共創」、②「テーマ実践」、③「未来社会ショーケース」の3つに分かれている(図表7)。

図表7 事業コンセプトと具体的内容

【事業コンセプト】People's Living Lab (未来社会の実験場)		
世界との共創	テーマ実践	未来社会ショーケース
公式参加パビリオン	テーマ事業 TEAM EXPO 2025 プログラム テーマフォーラム	テーマ事業
公式行事	日本館 自治体等の出展 民間パビリオン 催事	バーチャル万博

資料出所：2025年日本国際博覧会協会HP等から当研究所作成

①「世界との共創」は、国や国際機関など世界各国の公式参加者がそれぞれの立場からSDGs実現に資する優れた取組みを持ち寄り、SDGsが達成された姿を描くものである。

②「テーマ実践」は、本万博のテーマ「いのち輝く未来社会」の実現に向けて、主催者が中心と

なって様々な参加者との共創で事業を企画するものである。このうち主なものを以下に紹介する。

「テーマ事業」は本万博の目玉の一つであり、以下の8つのテーマそれぞれにプロデューサーがつき、主催者と協賛企業等が連携して行う事業である（図表8）。

図表8 テーマ事業の8つのテーマ		
いのちを知る	いのちを育む	いのちを守る
いのちをつむぐ	いのちを広げる	いのちを高める
いのちを磨く	いのちを響き合わせる	

資料出所：2025年日本国際博覧会協会HP等から当研究所作成

「日本館」は、ホスト国政府としてテーマをプレゼンする拠点であり、SDGsに代表される社会課題を自分ごととして受け止め、来場者に行動変容を促すことを目指す。その展示内容は日本の歴史や先端技術を感じられるものとして、若い世代や多様性ある主体による参画が進められる予定である。

また、「民間パビリオン」は、大企業を中心とする民間企業・団体が時々のテーマを独自に解釈して未来社会を描き出すもので、1970年万博においても来場者から高い評価を受けた分野である。

「TEAM EXPO 2025 プログラム」については、「誰もが万博の主人公になれる」催しであり、地域の中小企業や市民をはじめ多様な主体が参画可能となっていることから、3.(1)で後述する。

③「未来社会ショーケース」は、万博会場をショーケースに見立て、先端的な技術やシステムを取り入れることで、未来社会の一端が実現した姿を示すものである。

具体的には、スマートモビリティやアート、デ

ジタル、グリーンといった以下の6テーマで検討が進められている（図表9）。

スマートモビリティ万博	会場アクセスバス 会場内・外周トラム 会場内パーソナルモビリティ ロボット（物流、清掃） 空飛ぶクルマ等	アート万博	ウォーターワールド水上ショー 大屋根プロジェクトシミュレーション 静けさの森インスタレーション パブリックアート パレード等
デジタル万博	来場者エージェント、XR案内 自動翻訳システム 高速大容量通信環境 大型映像、サイネージ等	グリーン万博	DAC+CCS、メタネーションガス 水素発電、純水素型燃料電池 CO2吸収路面素材 次世代太陽電池 帯水層蓄熱 等
バーチャル万博	バーチャル会場 XR演出 サイバー万博（仮称）等	フューチャーライフ万博	未来の都市、住宅、環境、交通、文化（フューチャーパーク） 未来のヘルスケア（健康医療等 データ利活用、医療機器・福祉用具等） 未来の食（フードテック、自動化、食文化等） 未来への活動（TEAM EXPO 2025 ベストプラクティス展示）

資料出所：2025年日本国際博覧会協会HP等から当研究所作成

バーチャル万博の一つとして検討されている「サイバー万博（仮称）」は、万博会場とは別のプログラムをオンライン空間上で演出するとともに、本万博のレガシーとして2025年以降も自走するプラットフォームとして構築を目指している。

本万博の開幕に先駆け、大阪府・大阪市は都市連動型メタバース（仮想空間）、「バーチャル大阪」を展開している（図表10）。太陽の塔、道頓堀、大阪城など大阪のランドマークが登場する仮想空間上の街を参加者は自由に歩き回れる。新市街エリアではバーチャル商店街もオープン予定である。



提供：大阪府万博推進局

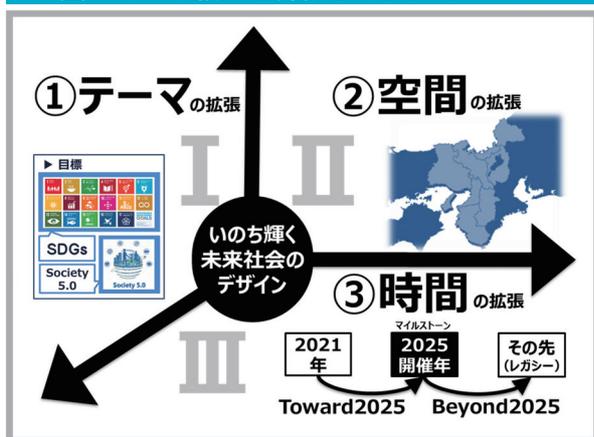
## 2 万博を契機とした関西一円の活性化戦略

続いて、近畿経済産業局「万博活用戦略」、同「360° EXPO 拡張マップ」に基づき、万博を契機とした関西一円の活性化戦略について考える。

### (1) 3軸の万博概念の拡張

「万博活用戦略」では、本万博を会期期間中のみ、会場だけの取組みとして完結させるべきでなく、「テーマ」「空間」「時間」の3軸で概念を拡張し、関西各地域が活用戦略を立てることが重要としている（図表11）。

図表11 3軸の万博概念の拡張イメージ



資料出所：近畿経済産業局「万博活用戦略」

まず、「テーマの拡張」という観点からは、SDGs や Society 5.0 といった大きな潮流を意識しつつも、各々が「いのち」に関して「どのような課題を」「なぜ解決したいのか」「どう解決したいのか」を大胆に解釈することにより、独創的なテーマを発信することが考えられよう。

次に、「空間の拡張」という観点からは、会場だけでなく、関西全体をパビリオンにするという大胆な構想が描かれている（図表12）。万博の「ついで」に寄ってもらえるようなイベントを用意することで、関西各地域の周遊に繋がる。

図表12 関西全体のパビリオン化イメージ



資料出所：近畿経済産業局「万博活用戦略」

最後に、「時間の拡張」という観点からは、万博を会期中だけの一過性のイベントではなく、中長期視点で捉えることの重要性を提言している。

皮肉なことに、日本経済における関西の存在感は1970年万博をピークとして低下し続けてきた。本万博を関西経済再浮上の起爆剤にすべく、万博の会期後までを見据えた中長期視点を持ち、開催準備期間から各地域は持続的な発展戦略を練る必要がある。コロナ下で状況はまだまだ見通せないが、本万博では外国人350万人を含め2,800万人超の来場が予想されており、他地域と連携して万博とつながるストーリーを構築することにより各地域への誘客機会とすることが望まれる（図表13）。

図表13 物語と地域連携による誘客戦略



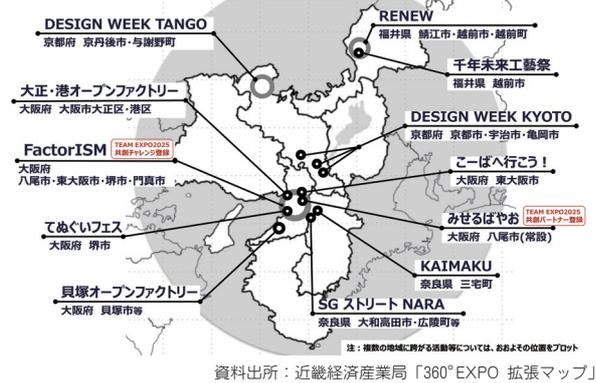
資料出所：近畿経済産業局「万博活用戦略」

### (2) 地域の具体的な戦略を考える

近畿経済産業局「360° EXPO 拡張マップ」は、そうした戦略の具体案を検討する際に役立つ活動等の情報をまとめたガイドブックである。同マッ

ブでは、「地域一体型オープンファクトリー」や「関西の地域ブランド」などを挙げている（図表14、15）。

図表14 地域一体型オープンファクトリーの例



図表15 世界に羽ばたく関西の地域ブランドの例



一般的に「オープンファクトリー」とは、工場などを広く公開して見学を受け入れ、製造現場をアピールする活動のことを言う。「地域一体型オープンファクトリー」では、複数の地域内企業が参加することで、より地域としての認知度を高めファンを獲得することを目指している。

奈良県内からは、グローブ・ミット産業にスポットを当てた「KAIMAKU」（三宅町）と、奈良県初のオープンファクトリーとして企画された「SG ストリート NARA」（大和高田市・広陵町ほか）が、地域一体型オープンファクトリーの事例として紹介されている。

こうした地域一体型オープンファクトリーへの

参画が地域の中小企業にもたらすメリットについて、「ジョハリの窓」（心理学モデルの一つで、自己分析を行う際に用いられるフレームワーク）をヒントに検討する（図表16）。

図表16 ジョハリの窓でメリットを考える

(地域の中小企業の視点)

	自分はわかっている	自分はわかっていない
(参加者の視点)	<b>【開放の窓】</b> 他人はわかっている 例) 地域の中小企業も参加者もその企業がどんな企業で何をついているか知っている	<b>【盲点の窓】</b> 例) 地域の中小企業自身は気づいていない強み・資源が、異なる価値観を持った参加者によって発見される
	<b>【秘密の窓】</b> 他人はわかっていない 例) 実際にその地に訪問し作り手と接することで、込められた想いを知る	<b>【未知の窓】</b> 例) 「盲点の窓」「秘密の窓」を開け続けることで、未知の価値が生まれイノベーションが起きる

資料出所：近畿経済産業局「令和3年度 関西の地域一体型オープンファクトリーを発展させるテクニカル・ビジット及びグッド・イミテーション実証調査報告書」をヒントに当研究所にて作成

すなわち、価値観の異なる他者との交わりの中で「盲点の窓（自分はわかっていないが相手は気づいている）」や「秘密の窓（自分ではわかっているが相手が気づいていない）」を開示していくことにより「未知の窓」の存在に気づき、それを開けることで価値を生み出していくことにつながる。

世界に羽ばたく「関西の地域ブランド」の例として靴下や奈良酒が紹介されているが、これらも改めて万博のテーマや、異なる価値観を交えて再度ストーリーを再構成することにより、オリジナリティを発信していくことが可能になろう。

奈良県は、「和を以て貴しと為す」からはじまる「最古のSDGs」とも言うべき十七条憲法が制定された地であり、端材から皮に至るまで無駄なく使い切る循環型の木材産業で発展した吉野地域等、これからの持続可能な社会を検討する上で様々な示唆を与えてくれる素材が眠っている。多様な感性を持つ来訪者との触れ合いの中で、いかに「未知の窓」を開いていくかが活性化のカギとなろう。

### 3 地域の中小企業と万博との関わり方

ここまで、本万博の概要や関西一円を活性化するための戦略について見てきた。以下では、さらにブレイクダウンして地域の中小企業が参画する具体的な手法や、参画の意義について考えたい。

#### (1) 地域の中小企業が万博に関わる方法

現在、企業・団体が万博に参画する方法として以下のメニューが用意されている（図表 17）。ただし、パビリオン出展、テーマ事業協賛、未来社会ショーケース事業出展等は投資規模が大きく、地域の中小企業が負担するには荷が重いところもある。

図表 17 万博に参画する手法の例

<b>パビリオン出展</b> 万博のテーマに沿って自由な発想で独自に企画・出展する参加 敷地面積約3,500㎡ 9区画	<b>テーマ事業協賛</b> 8名のプロデューサーが企画するテーマ事業に協賛社として参加 資金 施設・物品・役務提供	<b>未来社会ショーケース事業出展</b> 会場内で未来社会の実証・実装やテーマを具現化する展示を行う参加 事業出展 資金・施設・物品・役務提供		
<b>会場整備参加 運営参加</b> 施設・物品 ・役務提供	<b>TEAM EXPO 2025 参加</b> 共創チャレンジ 共創パートナー	<b>催事参加</b> 資金・施設・物品 ・役務提供	<b>営業参加</b> 営業施設出店 ライセンスビジネス	<b>万博応援参加</b> 広報・プロモーション 指定寄附

資料出所：(公社) 2025 年日本国際博覧会協会 HP

したがって、地域の中小企業が参画するうえでの現実的な手法としては、会場整備・催事等への有償・無償による物品・サービス等の提供、営業参加、万博応援参加といった手段が考えられるだろう。

しかしながら、上記以外にも、規模や商品・サービスの種類に関わらず、課題意識を持った地域の中小企業や団体が万博に参画する手段が用意されている。それが「TEAM EXPO 2025」である。

「TEAM EXPO 2025」は、SDGs の達成に資する社会課題の解決に向けて多様な主体が参画する「共創チャレンジ」と、それを支える企業や団

体「共創パートナー」から構成される。

まずは万博協会の Web サイトから実際の共創チャレンジをご覧いただきたい。実に多様な企業や団体が各々の課題意識に基づいて共創チャレンジに挑んでおり、その数は 2022 年 3 月末時点で 460 件に上るといふ（図表 18）。

図表 18 共創チャレンジの一例

資料出所：(公社) 2025 年日本国際博覧会協会 HP

万博に参加を希望する企業や団体は、「共創パートナー」として、自社のソリューションが生かせるような共創チャレンジを選んで支援することも、自ら新たな「共創チャレンジ」を立ち上げ応募することもできる。それぞれの課題意識に基づき、多くの主体が手を挙げる事が望まれる。

なお、本万博会場内に設けられる「ベストプラクティスエリア」では、このプログラムから広く世界の手本になるような取組みが選出され展示される予定である。

#### (2) 中小企業における参画の意義・メリット

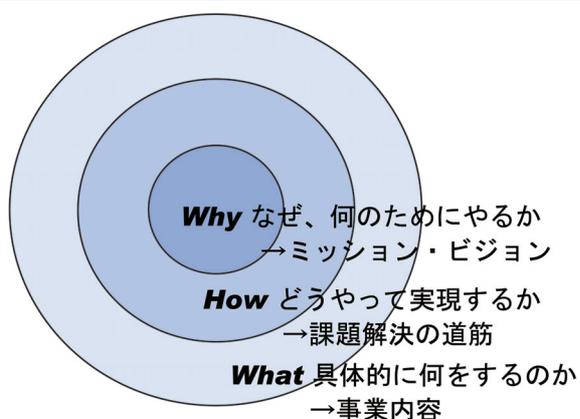
地域の中小企業における参画の意義・メリットについて考えると、まずは会場施設や催事等に自社の製品やサービスを提供することができれば、それは知名度向上の機会となるだろう。

それにとどまらず、本万博が社会課題解決型であることを考えると、前述の「共創チャレンジ」への参加は、自社として解決すべき社会課題を認

識し、自社のステークホルダー（利害関係者）とともに創りたい社会をデザインし、その価値観を共有できる仲間を集める機会として捉えることができる。

その際に参考になるのが、ゴールデンサークル理論である（図表 19）。

図表 19 ゴールデンサークル理論



資料出所：各種資料より当研究所作成

ビジネスにおいては、What（どんな事業を）→ How（どうやって）→ Why（なぜするか）の順で説明するのが一般的である。しかし、共創チャレンジのように社会課題の解決に向けた仲間を募りたい場合、まず Why（なぜ自社が取り組むのか）を明らかにすることで、自社がその社会課題の解決に挑む意義が明確化される。そして、Why を突き詰めていくことは自社の存在意義の明確化にもつながる。

さらに、課題意識を共有する多様な主体と協働する経験は、既存組織からミッション志向型組織への変革、アウトサイドイン型（社会課題から逆算した）イノベーションの創出の契機となり、ひいては自社の持続可能な経営にもつながると考えられる。

### おわりに～本万博を関西全体の活性化の起爆剤に

これまで見てきたように、本万博は、単なる最新技術の見本市としての場から、社会課題の解決に向けたアイデアを共創し、まだ見ぬ未来社会をデザインする場へとその役割を変えつつある。

国内外から多数の来場者が見込まれる本万博は、関西各地域及びそこに所在する企業・団体においては、持てる強みを最大限 PR できる場である。本万博には誰もが参加できるプログラム「TEAM EXPO 2025」が用意されており、まさしく「誰もが主人公になれる」万博でもある。

本万博を契機として、課題意識を共有する多様な人材が出会い、共創による課題解決に取り組むことで、イノベーションの創出につながる可能性もある。

本稿では本万博の概要や開催の意義、関西一円の活性化に向けた戦略等について触れてきたが、個別の地域や中小企業の取組みについては緒に就いたばかりというところも多く、これらの紹介については稿を改めることにしたい。

（太田宜志）

#### 【参考資料】

「2025 年日本国際博覧会基本計画」	日本国際博覧会協会
「万博活用戦略」	近畿経済産業局
「360° EXPO 拡張マップ」	近畿経済産業局
「令和 3 年度関西の地域一体型オープンファクトリーを発展させるテクニカル・ビジット及びグッド・イミテーション実証調査報告書」	近畿経済産業局