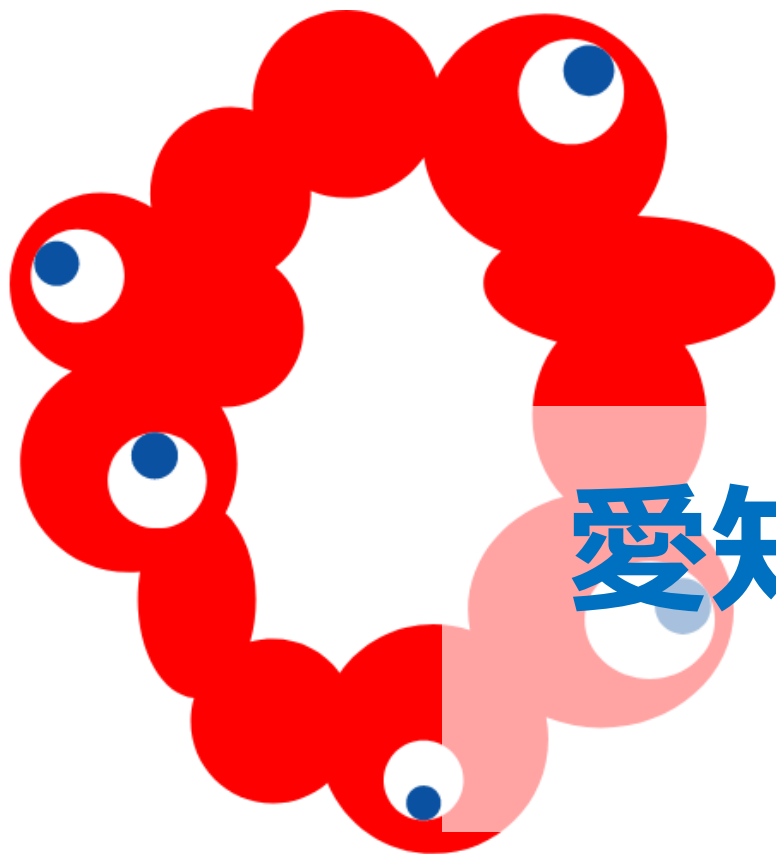




OSAKA, KANSAI, JAPAN

EXPO
2025

愛知万博と大阪万博の 経済波及効果

名古屋市立大学 経済学部 湯之上ゼミ

田中 桜英

三石 稜

山田 敦史

吉村 久瑠見

発表の流れ

1. 研究動機_____p.3
2. 万博の概要_____p.4~7
3. 先行研究①_____p.8~16
4. 先行研究②_____p.17~23
5. 仮説_____p.24
6. 本研究における前提_____p.25~28
7. 愛知万博の経済波及効果_____p.29~33
8. 大阪万博の経済波及効果_____p.34~38
9. 考察_____p.39~42
10. 今後の課題_____p.43~44
11. 参考文献_____p.45~46

研究動機

▶ 研究の背景

愛知万博の開催に伴い地域経済への貢献が報告されており、2025年開催の大阪万博にも同様の貢献が期待されている



▶ 研究目的

本研究では、産業連関表を用いた投入産出分析を通じて、愛知万博と大阪万博の経済波及効果を産業別に比較し、波及構造の違いや特徴を明らかにすることを目的とする

愛知万博の概要

▶ 開催場所

愛知県長久手町（現・長久手市）、豊田市、瀬戸市

▶ 開催期間

2005年3月25日～9月25日（185日間）

▶ 公式キャラクター

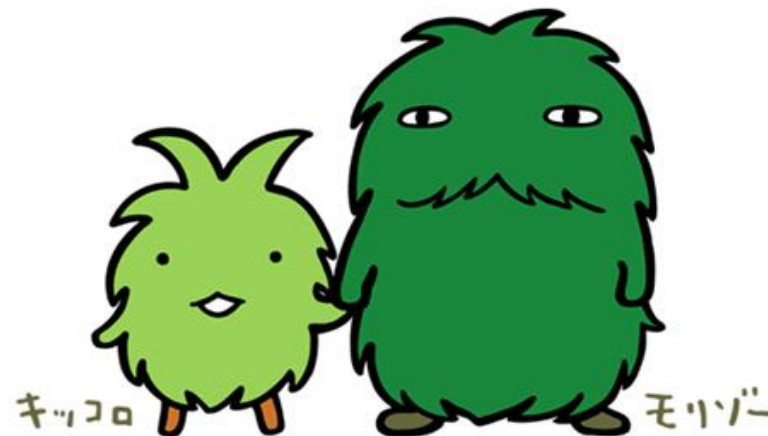
モリゾー & キッコロ

▶ テーマ

「自然の叡智」

▶ 最終入場者数

2204万9544人



愛知万博のコンセプト

▶ 20世紀

科学・技術、高速移動手段、情報・通信技術の発達
＝人・モノ・金の交流を地球規模で活性化

▶ 21世紀の課題

人の活動が地球自然の許容量を超えている
→地球上のすべての「いのち」の持続可能な共生

▶ 4つの柱

- | | |
|-------------|--------------------|
| ・ 環境に配慮 | 3 Rの徹底や最先端の環境技術導入 |
| ・ 地球大交流を目指す | 地球課題に対する世界の叡智を結集する |
| ・ 市民が参加する | 意見提案や企画・展示演出の実践 |
| ・ IT時代のエキスポ | 情報関連技術の実用化の場とする |

大阪・関西万博の概要

▶ 開催場所

大阪 夢洲

▶ 開催期間

2025年4月13日～10月13日

▶ 公式キャラクター

ミャクミャク

▶ テーマ

「いのち輝く未来社会のデザイン」

▶ 最終入場者数

2901万7900人



大阪・関西万博のコンセプト

- ▶ 展示を見るだけでなく、世界80億人がアイデアを交換し、未来社会を「共創」
- ▶ 万博開催前から、世界中の課題やソリューションを共有できるオンラインプラットフォームを立ち上げ
- ▶ 人類共通の課題解決に向け、先端技術など世界の英知を集め、新たなアイデアを創造・発信する場に

先行研究①

- ▶ 財団法人 2005 年日本国際博覧会協会・株式会社 UFJ総合研究所（2005）「愛・地球博の経済効果に関する評価」.
https://www.expo2005.or.jp/jp/jpn/press/press051109_11_02.pdf（2025年10月30日閲覧）.

⇒愛知万博がわが国に与えた経済的影響を
可能な限り正確に評価している論文

先行研究①

▶ 対象

- ・ 付加価値額（GDP）
- ・ 生産額（付加価値額を含む）
- ・ 雇用者数

▶ 期間

1997～2005年度（準備から会場撤去まで）

▶ 範囲

全国9地域

▶ 分析手法

産業連関モデル（H7地域間産業連関表を利用）
家計消費内生化モデル

先行研究①

▶ 支出

1. 建設関連支出

博覧会協会、出展者等による建設関連支出
関連交通基盤整備

ケースⅠ…関連する広域基盤整備含む

ケースⅡ…愛知万博に特化した周辺交通基盤整備のみ

2. 運営関連支出

博覧会協会、出展者等による運営関連支出

3. 来場者消費支出

交通、宿泊、飲食、買物、サービスへの支出

先行研究①

▶ 結果1 全国計・期間合計

単位：億円（2000年価格）、人

		直接支出	経済効果		
		支出合計	GDP	生産誘発額	雇用者数
総合計	ケースⅠ	35,311	42,160	77,151	446,387
	ケースⅡ	11,771	15,751	27,973	160,815
建設	ケースⅠ	28,401	32,092	60,150	349,085
	ケースⅡ	4,860	5,683	10,972	63,512
運営		2,091	3,239	5,382	31,794
来場者消費		4,819	6,829	11,619	65,509

財団法人 2005 年日本国際博覧会協会・株式会社 UFJ総合研究所（2005）「愛・地球博の経済効果に関する評価」.
https://www.expo2005.or.jp/jp/jpn/press/press051109_11_02.pdf（2025年10月30日閲覧）.

[1] 表4.1をもとに作成

先行研究①

▶ 結果1 全国計・期間合計

生産誘発額

総合計 ケースⅠ : +118% (218%)

ケースⅡ : +138% (238%)

建設 ケースⅠ : +118% (218%)

ケースⅡ : +126% (226%)

運営 +157% (257%)

来場者消費 +141% (241%)

先行研究①

▶ 結果 2 各産業に与えた経済効果

()内は占める割合 単位：億円（2000年価格）

		経済効果				
		生産誘発額	公共事業	サービス	金融・保険・不動産	運輸
総合計	ケースⅠ	77,151	25,415 (32.9%)	12,915 (16.7%)	4,762 (6.2%)	3,541 (4.6%)
	ケースⅡ	27,973	1,875 (6.7%)	7,390 (26.4%)	2,191 (7.8%)	1,852 (6.6%)

財団法人 2005 年日本国際博覧会協会・株式会社 UFJ総合研究所（2005）「愛・地球博の経済効果に関する評価」.
https://www.expo2005.or.jp/jp/jpn/press/press051109_11_02.pdf（2025年10月30日閲覧）.

[1] 図4.1をもとに作成

先行研究①

▶ 考察1

総合計（ケースⅠ）では、**生産誘発額が約7.7兆円、GDP効果が約4.2兆円、雇用創出効果が約44万人**と非常に大きな規模

より限定的なケースⅡでも、**生産誘発額約2.8兆円、雇用約16万人**と一定の経済インパクト



万博という一時的イベントにもかかわらず
全国的な経済波及効果をもたらした

先行研究①

▶ 考察2

ケースⅠでは、建設部門の**生産誘発額は約6兆円**と最も大きく、総誘発額の**約8割**近くを占める

一方、ケースⅡの建設部門の**生産誘発額は約1兆**であり、総誘発額に占める割合も約4割である



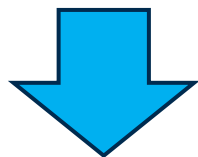
高速道路や空港の整備をはじめとした**広域基盤整備**が
非常に大きな経済波及効果をもたらした

先行研究①

▶ 考察3

運営関連支出では生産誘発倍率が **+157%**、来場者消費支出では**+141%** と高く、建設関連支出（**+118~126%**）よりも効率的に経済を刺激している。

ケースⅠでは、**公共事業、サービス事業**への寄与が大きく、ケースⅡでは、**サービス業と金融・保険・不動産**が高い割合を占めた。



運営や来場者支出がサービス業・流通など
地域に密接な産業に直接波及している

先行研究②

- ▶ 一般財団法人 アジア太平洋研究所 「大阪・関西万博の経済効果」 .APIR_Trend_Watch_No.92_2024-01-24_final-2.pdf (2025年10月30日閲覧)

⇒大阪・関西万博の開催前に支出金額から経済効果を推察した先行研究

先行研究②

▶ 対象

- ・ 生産誘発額
- ・ GDP

▶ 分析方法

産業連関モデル（関西地域間産業連関表）

▶ 範囲

全国9地域

先行研究②

▶ 支出

1. 万博関連事業費

主催者、出展者等による会場建設費。関連基準整備。
万博に向けた自治体費用。主催者、出展者等による運営費。

2. 来場者消費支出

宿泊、交通、飲食、買い物、サービスによる支出

- ・ 拡張万博1 宿泊者数の泊数が増加するケース
- ・ 拡張万博2 拡張万博1に加えて日帰り客が増加するケース

先行研究②

▶ 結果1 全国計・期間合計

(単位：億円)

		直接支出	経済効果	
		支出合計	GDP	生産誘発額
総合計	基準	16,188	15,847	27,457
	拡張万博1	18,929	18,500	32,384
	拡張万博2	19,686	19,265	33,667
万博関連事業費		7,275	8,055	14,102
来場者消費	基準	8,913	7,792	13,355
	拡張万博1	11,654	10,445	18,282
	拡張万博2	12,411	11,210	19,565

先行研究②

▶ 結果1 全国計・期間合計

生産誘発額

総合計	基準	: +69% (169%)
-----	----	---------------

	拡張万博1	: +71% (171%)
--	-------	---------------

	拡張万博2	: +71% (171%)
--	-------	---------------

建設,運営		: +93% (193%)
-------	--	---------------

来場者消費	基準	: +49% (149%)
-------	----	---------------

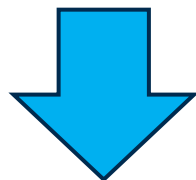
	拡張万博1	: +56% (156%)
--	-------	---------------

	拡張万博2	: +57% (157%)
--	-------	---------------

先行研究②

▶ 考察 1

基準のケースの**生産誘発額**が**2兆7457億円**であり、それに対して支出合計が1兆6188億円であることを考えると、その差額の1兆1269億円が万博の開催に伴い生じたプラスの経済効果である。



大阪・関西万博の開催は**大きな経済効果**をもたらす

先行研究②

▶ 考察 2

- ・ 支出当たり生産誘発額の比率を見てみると**建設・運営**の比率が最も大きい

→ 建設・運営にかかるコストを抑え、効率的に経済を刺激している

- ・ 来場者消費の比率が一番小さく、拡張万博1と2の差がほとんどない。

→ 宿泊、飲食などのサービスにかかるコストが大きく、効率的に経済を刺激するのが難しい
また、日帰り客が増加した場合であってもそこまでの経済効果は生み出されない

仮説

▶ 仮説 1

大阪・関西万博は建設需要よりも来場者消費が大きいいため、愛知万博よりもサービス産業へ大きな影響を及ぼす。

▶ 仮説 2

大阪・関西万博では建設への支出割合が下がり、運営、来場者消費の割合が大きい。デジタル技術の発展により、ICT産業の効果が大きくなる。

本研究における前提

▶ 分析方法の統一

二つの先行研究は分析方法が異なる

家計消費内生化モデル：家計消費を内生化。所得→消費→生産
という二次波及効果も計算できる

レオンチェフ逆行列：家計消費を固定。一次波及効果
(直接・間接) までを捉える

本研究では産業構造の違いに着目するため、産業間のつながりを
明確に把握できるレオンチェフ逆行列を使用する。

▶ 使用する産業連関表

両万博の分析にH17年地域間産業連関表を使用
53部門の産業について分析する

本研究における前提

▶ 最終需要について

- ・ 大阪万博の需要を三種類に分類

建設関連支出：主催者、出展者等による会場建設費、関連基盤整備

運営関連支出：主催者、出展者等による運営費、
万博開催に向けた自治体費用

来場者消費支出：交通、宿泊、飲食、買物、サービスへの支出

- ・ 最終需要としての支出の各データは先行研究のものを使用
財団法人 2005 年日本国際博覧会協会・株式会社 UFJ総合研究所
(2005)、一般財団法人アジア太平洋研究所 (2024)

本研究における前提

▶ 最終需要について

- ・最終支出に対応する産業部門（財団法人 2005 年日本国際博覧会協会・株式会社 UFJ総合研究所（2005）をもとにH17年地域間産業連関表に対応させた）

建設関連支出：建設

運営関連支出：農林水産業、飲食料品、事務用・サービス用機器、
商業、運輸、情報サービス、物品賃貸サービス、
その他の対事業所サービス、対個人サービス

来場者消費支出：農林水産業、鉱業、飲食料品、繊維工業製品、衣服・その他の繊維既製品、製材・木製品・家具、パルプ・紙・板紙・加工紙、化学基礎製品、合成樹脂、化学最終製品、医薬品、プラスチック製品、窯業・土石製品、金属製品、産業用電気機器、その他の電気機械、民生用電気機器、通信機械・同関連機器、電子計算機・同付属装置、電子部品、精密機械、商業、運輸、情報サービス、物品賃貸サービス、その他の対事業所サービス、対個人サービス

本研究における前提

▶ 産業のグループ分け

大阪万博は愛知万博と比較して、サービス産業、ICT産業への影響が大きくなると仮定をおいた。そこで、以下のように産業をグループ分けして結果を比較する

建設：建設

サービス産業：事務用・サービス用機器、物品賃貸サービス、
その他の対事業所サービス、対個人サービス

ICT産業：通信機械・同関連機器、電子計算機・同付属装置、
電子部品、その他の情報通信、情報サービス

愛知万博の経済効果

▶ 結果1 全国計・期間合計

単位：億円（2000年価格）

		直接支出	経済効果	
		支出合計	GDP	生産誘発額
総合計	ケースⅠ	35,311	30,011	52,950
	ケースⅡ	11,771	10,110	17,506
建設	ケースⅠ	28,401	24,009	42,761
	ケースⅡ	4,860	4,109	7,317
運営		2,091	1,832	3,024
来場者消費		4,819	4,170	7,165

愛知万博の経済効果

▶ 結果1 全国計・期間合計

生産誘発額

総合計 ケースⅠ : +50.0% (150.0%)

ケースⅡ : +48.7% (148.7%)

建設 ケースⅠ : +50.6% (150.6%)

ケースⅡ : +50.6% (150.6%)

運営 +44.6% (144.6%)

来場者消費 +48.7% (148.7%)

愛知万博の経済効果

▶ 結果 2 各産業に与えた経済効果

()内は占める割合 単位：億円（2000年価格）

		経済効果					
		生産誘発額	建設	その他の 対事業所 サービス	運輸	金属製品	物品賃貸 サービス
総合計	ケースⅠ	52,950	28,588 (54.0%)	3,326 (6.3%)	2,638 (5.0%)	1,758 (3.3%)	1,540 (2.9%)
	ケースⅡ	17,506	4,931 (28.2%)	1,590 (9.1%)	2,149 (12.3%)	388 (2.2%)	1,008 (5.8%)

愛知万博の経済効果

▶ 結果 3 各産業グループに与えた経済効果

()内は占める割合 単位：億円（2000年価格）

		経済効果			
		生産誘発額	建設	サービス	ICT産業
総合計	ケースⅠ	52,950	28,588 (54.0%)	6,585 (12.4%)	1,607 (3.0%)
	ケースⅡ	17,506	4,931 (28.2%)	4,288 (24.5%)	1,162 (6.6%)

愛知万博の経済効果

▶ 考察（先行研究との比較）

- ・ 先行研究に比べ、生産誘発額が小さくなった。

先行研究が家計消費内生モデルにより二次波及効果まで計測しているのに対し、本研究では**一次波及効果のみ**を計測しているためであると考えられる。

- ・ 経済効果を与えられた産業の上位が、先行研究となっている。

先行研究は産業を27に分類しているのに対し、本研究では53に分類しているため、**産業が細分化され、大きく捉えられていた影響が分散した**可能性がある。

大阪・関西万博の経済効果

▶ 結果1 全国計・期間合計

単位：億円（2000年価格）

		直接支出	経済効果	
		支出合計	GDP	生産誘発額
総合計	基準	16,188	13,588	25,643
	拡張万博 1	18,929	15,806	30,105
	拡張万博 2	19,686	16,418	31,337
建設		3,680	3,161	5,778
運営		3,595	3,218	5,359
来場者消費	基準	8,913	7,210	14,506
	拡張万博 1	11,654	9,427	18,968
	拡張万博 2	12,411	10,040	20,200

大阪・関西万博の経済効果

▶ 結果1 全国計・期間合計

生産誘発額

総合計

基準 : +58.4% (158.4%)

拡張万博 1 : +59.0% (159.0%)

拡張万博 2 : +59.2% (159.2%)

建設

+57.0% (157.0%)

運営

+49.1% (149.1%)

来場者消費

基準 : +62.8% (162.8%)

拡張万博 1 : +62.8% (162.8%)

拡張万博 2 : +62.8% (162.8%)

大阪・関西万博の経済効果

▶ 結果 2 各産業に与えた経済効果

()内は占める割合 単位：億円（2000年価格）

		経済効果				
		生産誘発額	建設	その他の対事業所サービス	商業	運輸
総合計	基準	25,643	3,860 (15.1%)	1,807 (6.0%)	1,395 (5.4%)	1,174 (4.6%)
	拡張万博 1	30,105	3,895 (12.9%)	2,067 (6.9%)	1,612 (5.4%)	1,350 (4.5%)
	拡張万博 2	31,337	3,905 (12.5%)	2,139 (6.8%)	1,671 (5.3%)	1,398 (4.5%)

大阪・関西万博の経済効果

▶ 結果 3 各産業グループに与えた経済効果

()内は占める割合 単位：億円（2000年価格）

		経済効果			
		生産誘発額	建設	サービス	ICT産業
総合計	基準	25,643	3,860 (15.1%)	4,457 (17.4%)	2,514 (9.8%)
	拡張万博1	30,105	3,895 (12.9%)	5,094 (16.9%)	3,091 (10.3%)
	拡張万博2	31,337	3,905 (12.5%)	5,270 (16.8%)	3,251 (10.4%)

大阪・関西万博の経済効果

▶ 考察（先行研究との比較）

- ・ 先行研究に比べ、生産誘発額は少し小さかった。

来場者消費の増加率は先行研究よりも大きいことから、運営管理費にあたる、建設、運営費の増加率が小さいことがわかる。それぞれの支出にあたる部門が先行研究では明記されておらず、**本研究との分類と異なる**可能性があるため、この結果が得られたのだと考えられる。

- ・ 先行研究と比べて来場者消費を拡張したことによる経済効果の差が出なかった。

先行研究が二次波及効果まで計測しているのに対し、本研究では**一次波及効果**のみを計測しているため、来場者消費に対する追加的な波及効果が得られなかったと考えられる。

考察

▶ 経済波及効果の違い

額面でみると、愛知万博のケースⅠは大阪・関西万博に比べて生産誘発額が大きくなった。ケースⅡでは反対に大阪・関西万博の方が大きいことから、愛知万博の経済波及効果が突出しているのではなく、**建設部門への支出が大きかった**ためといえる。

波及効果の増加率でみると、大きな差はなく、大阪・関西万博のほうが少し高いことがわかる。来場者消費の増加率が愛知万博よりも約15%高く、大阪・関西万博は**来場者消費による経済波及効果**が高いことがわかった。

⇒大阪・関西万博は民間消費に支えられた万博だったといえる

考察

▶ 産業構造の違い

両万博の各産業に与えた経済効果を比較すると、大阪・関西万博では**商業**に対する効果が大きくなった。

① 産業構造の違い

この場合、大阪府を中心とした近畿地方は商業がさかんな地域であると考えられ、特に商業に大きな影響を与えたといえる。

② 来場者消費の増加による影響

民間消費が増加したことで、多くの財がやり取りされ、流通の役割を担う商業部門が伸びた。

商業部門の効果は、産業構造の違いか、支出が商業部門に与える影響が大きいのか、今後の研究で明らかにしていきたい。

考察

▶ 仮説 1 の検証【サービス産業への影響】

「大阪・関西万博は建設需要よりも来場者消費が大きいいため、愛知万博よりもサービス産業へ大きな影響を及ぼす。」

生産誘発額のうち、サービス産業への経済効果の割合

- ・ 愛知万博 ケースⅠ:12.4%、ケースⅡ:24.5%
- ・ 大阪万博 基準:17.4%、拡張1:16.9%、拡張2:16.8%

ケースⅠと比較すると大阪・関西万博の方が約5%大きいですが、愛知万博に特化したケースⅡと比べると約7%小さくなった。

大阪万博のサービス産業への経済波及効果は、愛知万博のケースⅡほど影響が大きくなり、**仮説1は支持されなかった。**

考察

▶ 仮説2の検証【ICT産業への影響】

「大阪・関西万博では建設への支出割合が下がり、運営、来場者消費の割合が大きい。デジタル技術の発展により、ICT産業の効果が大きくなる。」

生産誘発額のうちICT産業への経済効果の割合

- ・ 愛知万博 ケースⅠ:3.0%、ケースⅡ:6.6%
- ・ 大阪万博 基準:9.8%、拡張1:10.3%、拡張2:10.4%

いずれも愛知万博よりも高い水準となった。

よって、デジタル技術の発展が反映され、ICT活用が進んでいることが読み取れるため、**仮説2は支持されたといえる。**

今後の課題

▶ 大阪万博のデータ

本研究では大阪万博の開幕前に推定された予測値で分析を行っている。そのため、閉幕後の実際のデータで再度分析する必要がある。

▶ 産業の割り当て率のコントロール

本研究では最終支出の産業部門への割り当てを均等にして行った。しかし、実際は各産業への需要は均等ではないため、産業別の経済波及効果が正しく算出できていない可能性がある。そこで、需要を産業ごとに割り当て、産業別の経済波及効果を測定する必要がある。

今後の課題

▶ 二次波及効果の計測

本研究では産業構造の違いに着目し、レオンチェフ逆行列を使用した分析を行った。しかし、家計消費が固定の値を取り、所得の増加による消費の増加を捉えられないため、現実的な経済波及効果を得られない。

参考文献

- ▶ 大阪・関西万博公式ウェブサイト（2025）「TOP - EXPO 2025 大阪・関西万博」
<https://www.expo2025.or.jp/>（2025年10月30日閲覧）。
- ▶ 一般財団法人アジア太平洋研究所（2024）「大阪・関西万博の経済波及効果—最新データを踏まえた試算と拡張万博の経済効果—」Trend Watch No. 92、
<https://www.apir.or.jp/research/post15592/>（2025年10月30日閲覧）。
- ▶ 日本国際博覧会協会（2005）「公式キャラクターの紹介 | EXPO 2005 AICHI, JAPAN」。
<https://www.expo2005.or.jp/jp/A1.10/index.html>（2025年10月30日アクセス）。
- ▶ 財団法人 2005 年日本国際博覧会協会・株式会社 UFJ総合研究所（2005）「愛・地球博の経済効果に関する評価」。
https://www.expo2005.or.jp/jp/jpn/press/press051109_11_02.pdf（2025年10月30日閲覧）。

参考文献

- ▶ 大阪・関西万博公式Webサイト. (2025) .
「公式キャラクターについて」. EXPO 2025 大阪・関西万博.
<https://www.expo2025.or.jp/overview/character/>(2025年10月30日閲覧) .
- ▶ 愛知万博公式Webサイト. (2005) . 「開催概要」. EXPO 2005 AICHI, JAPAN.
<https://www.expo2005.or.jp/jp//>(2025年10月30日閲覧) .
- ▶ 経済産業省. (2005) . 『平成17年地域間産業連関表』. 政府統計の総合窓口 e-Stat.
取得先 https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00550440&tstat=000001022872&cycle=0&tclass1=000001059416&stat_infid=000020467392&cycle_facet=tclass1&tclass2val=0 (2025年10月30日閲覧) .
- ▶ 大阪・関西万博公式Webサイト. (2020) . 「2025年日本国際博覧会 ロゴマーク最優秀作品 決定」. EXPO 2025 大阪・関西万博.
<https://www.expo2025.or.jp/news/news-20200825-01/> (2025年10月30日閲覧) .