

大阪・関西万博、 企業の43.5%が 「日本経済にプラス」と期待

大阪は62.0%、開催地ならではの大きな期待が集まる

「大阪・関西万博」に対する企業の期待度アンケート



本件照会先

石井 ヤニサ、伊藤 由紀、池田 直紀
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9343(直通)
情報統括部: keiki@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/04/10

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

「大阪・関西万博」が日本経済のプラス材料として『期待できる』と回答した企業は43.5%だった。地域別では『近畿』が最も高く、なかでも「大阪」は62.0%、「兵庫」は57.9%と、関西圏で期待の高さがうかがえた。日本経済に及ぼす具体的な影響は、「国内外の観光客の増加」が64.0%でトップとなり、「大阪・関西の国際的な知名度、イメージの向上」「インフラの整備」が上位に並んだ。一方で、「PR不足」を指摘する声もあがった。

株式会社帝国データバンクは、全国1,486社を対象に、4月13日から半年間にわたって開催される「大阪・関西万博」に対する期待度についてアンケート調査を実施した。

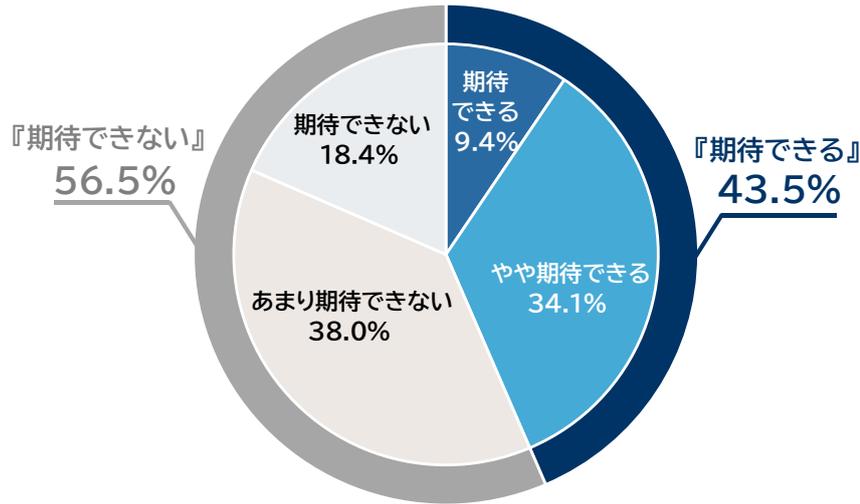
※調査期間:2025年4月4日~4月8日(インターネット調査)

有効回答企業:1,486社

企業の43.5%が「大阪・関西万博」の経済へのプラス影響を期待

「大阪・関西万博」が日本経済にとって、プラスの材料として期待できるか尋ねたところ、『期待できる¹』と回答した企業の割合は43.5%だった。一方で、『期待できない²』は56.5%だった。

「大阪・関西万博」の日本経済へのプラス材料としての期待



注1:母数は、有効回答企業1,486社

注2:小数点以下第2位を四捨五入しているため、内訳とは必ずしも一致しない

『期待できる』とした企業からは、「万博の開催でインバウンドが増え、日本各地で消費の伸びにつながることに期待。マインド的にも明るいニュースであり、若者が希望を育てる社会像を示して欲しい」(繊維・繊維製品・服飾品小売、静岡県)といった前向きな声が聞かれた。「万博の開催に合わせる形で、近畿エリアの多くの鉄道で改札がクレジットカード対応になったことは、インフラが改善された非常に良い事例だと思う」(各種商品小売、三重県)のように、日本経済・社会への効果をすでに実感している様子もうかがえた。また、「万博の展示会場に自社の製品も組まれている。大いに国内外に知られることに期待している」(建設、兵庫県)や「氷の製造販売をしているが、需要増が期待でき、収益の向上が望める」(飲食料品卸売、広島県)のように、直接的な影響を受けている、または見込む企業もあった。

一方で、『期待できない』とした企業からは、「スマホ、SNS などの普及により、情報の伝達スピードが上がり、あらゆる情報が簡単に入手できるようになったこの時代に、万博開催で経済が変わるとは思えない」(金融、広島県)や「企画や進め方、費用対効果などが不明のため、期待していない」(電気・ガス・水道・熱供給、三重県)といったコメントが寄せられた。さらに、「一部製品の需要と供給の偏りによりバランスが悪くなる。交通渋滞などの混乱や日常の仕事などへの影響も懸念される」(建設、兵庫県)のように、マイナス影響を懸念している様子もうかがえた。

¹ 『期待できる』は「期待できる」「やや期待できる」の合計

² 『期待できない』は「期待できない」「あまり期待できない」の合計

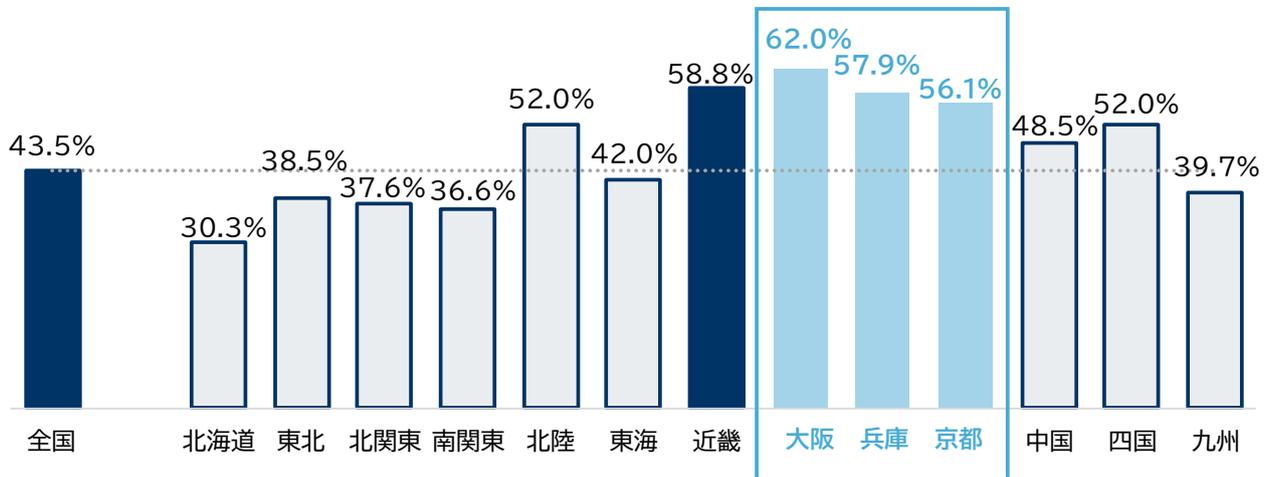
『期待できる』割合、『近畿』が 58.8%でトップ 『北陸』『四国』も 5 割超に

地域別に『期待できる』割合をみると、開催地である『近畿』が 58.8%と最も高くなり、全体を 15.3 ポイント上回った。なかでも、開催地の「大阪」は 62.0%、「兵庫」は 57.9%と、期待の高さがうかがえた。

また、近隣地域の『北陸』と『四国』(ともに 52.0%)も 5 割を超えた。

一方で、『北海道』(30.3%)や『南関東』(36.6%)、『北関東』(37.6%)など開催地から離れた地域の期待度は低くなる傾向となった。

日本経済へのプラス材料として『期待できる』割合 ～地域別～



企業からは、「パビリオンの完成が続き、展示内容が公開されるに従い、少しずつ万博への関心が高まってきた。多額の投資が行われ、多数の人が参加して盛会になることを期待している」(機械・器具卸売、大阪府)や、「当社も研修旅行と題して 6 月に行く予定。未来の姿が少しでもみられることに期待している」(サービス、石川県)といった声が聞かれた。また、「四国地方、徳島県にもインバウンドの恩恵を期待したい」(不動産、徳島県)のように、『近畿』周辺でも開催による観光客の流入効果に期待する声が寄せられた。

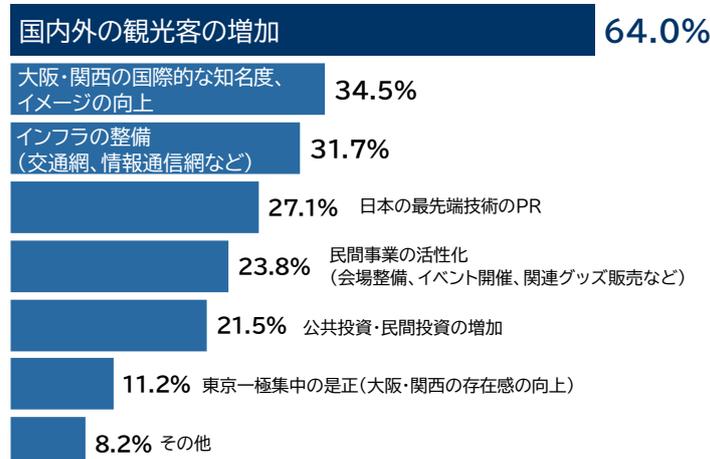
一方で、「関東圏では盛り上がりはないと思う。工事が遅れていることやチケット代が高いなどネガティブな情報が先行していて、距離もあり行こうかという雰囲気にはならないと感じる」(専門サービス、東京都)や「国内での盛り上がりには欠ける。関西エリアはどのような状況か分からないが、当地域における PR 不足を非常に感じる」(飲食料品小売、茨城県)といったコメントもあがった。

万博の影響、「観光客の増加」がトップ 開催地域の知名度やインフラ整備も上位に

大阪・関西万博の開催を通じて、日本経済にどのような影響がある(見込みを含む)と考えられるか尋ねたところ、トップの「国内外の観光客の増加」が64.0%で突出して高かった(複数回答、以下同)。次いで、「大阪・関西の国際的な知名度、イメージの向上」(34.5%)、交通網、情報通信網など「インフラの整備」(31.7%)が続くなど、近畿圏や近隣エリアでの目に見えやすい効果が上位に並んでいる。

また、「日本の最先端技術のPR」(27.1%)や会場整備、イベント開催、関連グッズ販売など「民間事業の活性化」(23.8%)、「公共投資・民間投資の増加」(21.5%)を期待する企業も一定数あった。

「大阪・関西万博」の日本経済への影響



注:母数は、有効回答企業1,460社

<参考> 企業からの声

企業からの声	業種 51 分類	都道府県
自社は北関東地方なので、直接影響はないが、国内全体で景気が高揚し、間接的に良い方向に向かうと考える。個人消費の拡大につながるなど、経済への効果に期待したい	化学品卸売	栃木県
話題性があるため、心理的な好影響が期待できると考える	不動産	宮城県
万博で技術革新が促進され、国内企業の成長につながるなど良い効果が期待できる	輸送用機械・器具製造	埼玉県
景気浮揚や日本の存在感向上を期待。国内外から集客できるこのような「イベント」をどんどん企画するべきだと考える	不動産	福岡県
万博で自社製品が部材として採用されている。今後、横展開できるよう努めていきたい	紙類・文具・書籍卸売	東京都
インフラ整備の拡大、大阪圏を中心とした好景気の周辺地域への拡大などが期待できる。しかし、前回「大阪万博」が開催された昭和時代に比べ海外旅行が一般化され、インターネットも普及しているため、万博開催の意義について再検証する必要がある	メンテナンス・警備・検査	香川県
物価高局面での万博開催となり、経済への大きなプラス材料とはならないと考える	機械・器具卸売	北海道
万博開催の準備により、資材高騰にさらに拍車がかかった	建設	福岡
地方の企業が出展する展示場所、期間が少ないように思うし、PRも充分とは思えない	電気機械製造	静岡県
投資金額に見合う効果を得られるとは考えにくい、実施した以上は総力を挙げて効果を最大化するようにしたい	各種商品卸売	東京都
入場券の購入手続きの複雑さが最大の問題と感じる	専門サービス	大阪府

まとめ

本調査の結果、「大阪・関西万博」が日本経済のプラス材料として『期待できる』と回答した企業が43.5%だった一方で、『期待できない』は56.5%となった。地域別に『期待できる』割合をみると、『近畿』がトップとなり、特に「大阪」は6割超と、期待の高さがうかがえた。一方で、『北海道』や『南関東』など開催地から離れた地域ほど期待度は低くなる結果となった。

日本経済に及ぼす具体的な影響は、「国内外の観光客の増加」が64.0%でトップとなり、「大阪・関西の国際的な知名度、イメージの向上」「インフラの整備」が続いた。しかし、インターネットの普及とグローバル化の進展で情報発信や収集が容易になっている今の時代では、「万博」開催に使う多額の費用に対して、経済・社会への十分な効果が期待しづらいといった声も寄せられた。また、「マイナス面ばかりが報道されているように感じ、宣伝不足だと考える」（サービス、三重県）のように、「PR不足」を指摘する意見も一定数あった。

今回の万博は、ロボットやAI、水素を活用して新たな生活様式を体験できる場や、iPS細胞から作った「ミニ心臓」の展示など、さまざまな分野における日本の最先端技術の公開が一つの目玉と言える。このような技術の海外へのアピールのほか、今後の国内産業の発展につながることを期待される。また、民間企業は協賛や出展、調達などさまざまな形で参加しているほか、地元の中小企業・スタートアップの技術力や魅力を発信する展示ゾーンが設置されるなど、中小企業の活性化も後押ししている。

このような開催による経済効果のみならず、本来の万博の開催目的である、文化交流や国際理解の促進に加え、科学技術の発展やイノベーションの創出、そこで生まれた「価値」や「文化」を次の世代に継承することも重要である。今回の開催が今後の社会に「レガシー」（遺産）を多く残すイベントとなるとともに、経済への好影響が、限られた地域や一過性のものにとどまることなく、景気の底上げにつながることに期待したい。

調査先企業の属性

1.有効回答企業：1,486社

規模		業種		地域	
大企業	198	農・林・水産	14	北海道	76
中小企業	1288	金融	19	東北	117
うち小規模企業	538	建設	234	北関東	117
全体	1,486	不動産	65	南関東	380
		製造	337	北陸	75
		卸売	300	東海	169
		小売	143	近畿	272
		運輸・倉庫	58	中国	99
		サービス	312	四国	50
		その他	4	九州	131
		全体	1,486	全体	1,486

2.企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1：中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2：中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3：上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング