

今こそ歴史的意義に 立ち戻れ

—2025年大阪・関西万博開催まで500日

岡田 晃 (おかだ・あきら)

大阪経済大学 特別招聘教授

元 テレビ東京 「WBS」プロデューサー・解説委員長

元 日本経済新聞社 編集委員



「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマとする2025年国際博覧会(大阪・関西万博)は開催まであと500日となった。だが開催に向けての準備が遅れるなど様々な懸念が浮上し、一部メディアでは延期論や中止論などネガティブな報道が増えている。大阪・関西万博を予定通り開催して成功させるために、今何が必要なのかを考える。

建設費上振れ、工事の遅れなど懸念

大阪・関西万博を巡る懸念は、主に建設費の増額と工事の遅れが大きな要因だ。

まず建設費について。万博の運営主体である日本国際博覧会協会(万博協会)は今年10月、同協会が発注する大催事場や迎賓館などの工事費用が2350億円になると発表した。当初は1250億円とされ、2020年に1850億円に増額されていたが、今回さらに500億円上振れることになる。上振れ分は、原則として政府、大阪府・市、経済界の3者が3分の1ずつ負担することになっており、3者とも増額受け入れを決定した。

今回の上振れは、近年のインフレを背景

とする資材費や人件費の値上がりが原因なので、基本的にはやむを得ない。ただ政府や大阪府・市の負担分は当然のことながら税金で賄うわけだ。従って工事費の増額について、もっと分かりやすい説明を積極的に行い、広く国民の理解を得ることが必要だ。その意味では国会や府・市の議会での審議は、逆に万博について広く知ってもらい関心を高める良い機会と捉えることができる。

一方、海外参加国のパビリオン建設も遅れている。やはり資材や人件費の高騰などが原因だ。このため、自前でパビリオンを建設する「タイプA」で参加予定の60カ国のうち、これまでに施工業者が決定したのは約半数にとどまっており、どの国もまだ着工していない(11月20日時点)。この他メキシコなどの撤退も伝えられている。

こうした遅れを打開するため万博協会は既に今年7月、日本側がゼネコンとの交渉や発注などを代行する「タイプX」を新たに設け、工事費用の一部も日本が一時的に肩代わりする案を提案している。「タイプX」は「タイプA」より工事も簡易型で、これにより早期着

工・早期完成が期待できるという。ただ、「タイプX」を受け入れた国は数カ国にとどまっている(同上)。

このように大阪・関西万博は様々な困難に直面している。それを乗り越えるために必要なことは、第1に、今改めて国、地元・大阪、経済界などオールニッポンの力を結集すること、第2に運営の調整力を高めると同時に、受け身ではなく攻めの情報発信を行うこと、そして第3に柔軟な対応だ。もし必要なら建設計画の簡素化や建設費の削減も検討し、それを分かりやすく積極的に情報発信する、そしてそれを広く国民に理解してもらうことが重要だ。それがむしろ開催への機運を高めることにつながるのではないだろうか。

ジャポニズムを巻き起こした 1867年パリ万博

さらにもう一つ、こういう状況だからこそ原点に立ち戻って、万博の歴史的な意義を再確認することも必要ではないかと思う。

そもそも万博はこれまで日本の針路にとって大きな意味を持っていた。

その出発点となったのが、1867(慶応3)年のパリ万国博覧会(パリ万博)だ。幕府が日本として初めて万博に参加し、浮世絵や陶磁器、漆器、お茶など数多くの特産品や文化作品を出品した。これが欧州で日本ブームを巻き起こしたことはよく知られている。これに影響を受け、モネ、ゴッホ、ルノワールなどの画家は浮世絵の技法やモチーフを取り入れた作品を多数描いた。これが「ジャポニズム」と呼ばれるものだ。今で言えば「クール・ジャパン」といったところだ。

文化面だけではない。彼らが作品の中で描

いた団扇^{うちわ}や扇子が欧州の一般の人々の間でも人気となり、明治初期の日本の主要な輸出品となった。生糸やお茶なども欧米で人気を集めたことも周知の通りだ。

こうして1867年のパリ万博を契機にジャポニズムが広がり、明治の経済発展と連動したのだった。ちなみに、パリ万博の幕府代表団の一員だったのが渋沢栄一で、彼が欧州で吸収した先進技術や金融知識を持ち帰って明治の経済発展をけん引したことも、パリ万博が日本にとって大きな役割を果たしたことを示している(これについて詳しくは、拙著の新刊『徳川幕府の経済政策——その光と影』を参照されたい)。

ところで、このジャポニズムにちなみ、筆者は現在の世界的な日本ブームを「第3のジャポニズム」と名付けている。

「第1のジャポニズム」はもちろん幕末・明治期の日本ブームで、それが明治の近代化と連動していたわけだ。

「第2のジャポニズム」は、昭和の高度経済成長期の「メイド・イン・ジャパン」に対する高い評価だ。その象徴的イベントとなったのが1970年の日本万国博覧会(大阪万博[EXPO'70])である。

同万博には77カ国が参加し、入場者数は当初目標の3000万人の2倍以上となる6421万人となった。これは2010年の上海万博に抜かれるまで万博史上最多記録だ。入場者のうち外国人は約170万人で、当時の訪日外国人数としてはケタ外れの多さだった。

展示物ではアポロ11号が持ち帰った月の石が話題を集め長蛇の列ができたのをはじめ、動く歩道、リニアモーターカー、コンピューター囲碁、テレビ電話、温水洗浄便座

……など、未来型の新技術が数多く登場した。周知のように、現在ではそれらのほとんどが実用化されている。

このように大阪万博は、高度経済成長を達成した日本の技術力と更なる発展の可能性を世界中に示した。まさに「第2のジャポニスム」であり、大阪万博はその象徴となったのであった。

「第3のジャポニスム」を 世界に発信へ

そして現在が「第3のジャポニスム」である。訪日外国人数は2019年に年間3000万人を超えた後、コロナ禍で大きく落ち込んだが、それでも日本人気は衰えていなかった。2023年10月の訪日外国人数は2019年10月の100.8%となり、コロナ前の水準をついに上回った。このうち中国からの訪日客を除いた比較では128%となっており、既にコロナ前を大幅に上回っている。

訪日客数だけではない。農林水産物・食品の輸出額はコロナ禍の2020～2022年も過去最高を更新し続け、2023年も1～9月累計で前年同期比6%増と増え続けている。

日本企業の業績も回復している。コロナ禍

にもかかわらず上場企業の最終利益合計額は2023年3月期まで3期連続で増益、かつ2期連続で最高益を達成した(東証集計)。これは、例えば電子部品・素材分野で世界のITを支える存在となるなど、各企業が技術力強化と経営の構造改善を進めた成果だ。

このように海外では、日本の技術や食、文化、歴史、さらにはホスピタリティー、マナーといった側面に至るまで日本への評価が高まっている。

これが、「第3のジャポニスム」と筆者が名付けるゆえんだ。2025年大阪・関西万博は、まさにこうした日本の姿を世界に発信する場となるものなのである。それがまた日本経済の活性化につながることは間違いない。

と同時に「いのち輝く未来社会のデザイン」とのテーマにふさわしく、SDGs(持続可能な開発目標)やデジタル化など世界が進むべき方向を日本がリードして提案していくことが望まれる。

国際情勢は緊迫の度を増しており、経済の先行きにも懸念が広がっている。だからこそ、英知を結集して未来を描く万博の意義が高まっている。企業広報においても、これらの点を意識した取り組みを期待したい。 **k**

[経営人材育成講座]

DX時代のビジネスリーダー 創業者・起業家の発想法に学ぶ

高野 研一 著 A5判 152頁 定価1760円(税込)

DX(デジタルトランスフォーメーション)と呼ばれるデジタル革命が急速に進んだ結果、新たなビジネスモデルを見出し、価値を創出する糸口とすることができるようになりました。そのために求められるのが「価値の目利き力」です。DX時代の新たなリーダー像を描き出すとともに、目利き力とは何か、どうすれば習得できるのか、さらにはそれをどう評価し、育成するのか、その方策を探ります。



経団連出版 東京都千代田区大手町1-3-2 TEL 03-6741-0043

ご注文は当法人HPまで

経団連事業サービス

Q 検索