

第6回 2025年大阪・関西万博 予算執行監視委員会  
議事要旨

日時：令和7年1月23日（木）15:00～17:00

場所：経済産業省本館12階特別会議室及びオンライン

<出席者>

委員（五十音順・敬称略）：

上山 信一 慶応義塾大学 名誉教授

小笠原 直 監査法人アヴァンティア法人代表 CEO

梶川 融 太陽有限責任監査法人 会長

加藤 一郎 村田・加藤・小森法律事務所 弁護士

坂田 明 明豊ファシリティワークス（株）代表取締役会長

常陰 均 三井住友信託銀行（株）特別顧問

経済産業省

片岡 宏一郎 大臣官房長

浦上 健一郎 大臣官房審議官（国際博覧会担当）

奥田 修司 商務・サービスグループ博覧会推進室長

(公社)2025年日本国際博覧会協会

小野 平八郎 副事務総長（理事）

岩田 泰 総務局担当局長

大阪府・大阪市

彌園 友則 万博推進局長

<議事>

1. 開会
2. 大阪・関西万博の準備状況と予算等について
3. 博覧会協会における予算執行状況について
4. 博覧会協会への要請事項への対応について
5. その他
6. 閉会

<配布資料>

資料1 議事次第

資料2 委員等名簿

資料3 大阪・関西万博の準備状況と予算等について

資料4 博覧会協会における予算執行状況について

資料5 博覧会協会への要請事項への対応について

資料6 会場建設費の執行額の精査結果について

## <議事概要>

資料3、資料5及び資料6を経済産業省より、資料4を博覧会協会より説明をし、討議を行った。委員からの主な意見は以下のとおり。(順不同)

○チケットについて、委託販売を行っていると感じたが、それはどういう意味か。インバウンド向け販売は把握できるのか。

(博覧会協会「委託販売は、旅行会社に委託して販売する分でツアー組成と組み合わせて様々な形態がある。インバウンド向け販売は、海外の旅行会社への委託販売などで把握できる部分はある。なお、インバウンド全体では350万人程度の来場を見込んでいるところ、外国人は個人購入にせよ、ツアーのオプションツアーにせよ、来日直前に買う方が大多数と考えられる。)」

○運営費の管理について、現状ではどの程度が電子決裁で処理されているのか。

(博覧会協会「決裁自体はすべて電子的に処理されている。)」

○突発的な事象が生じたときの意思決定の手続きについて組織内のフローを作成し、担当者全員が共有することが必要と思われる。

○コスト推移情報は更に見やすくなったとの印象である。整備事業もこの段階にまで至れば、予算を超えるような事態はほぼ生じないのではないかという感触を持つ。なお、建設の終盤には一般的に什器備品の準備が必要となるが、これらの費用は建設費に入れるのか、別枠で予算を取るのか。例えば、想定外で椅子が足りないとなるとどうするかといった話も出てくる。そうした様々な購入が必要なものが出てくるが、調達承認者のエビデンスは絶対に取っておくべき。小さな調達でも不明瞭感が出たら、全体が同じように見られるので、そこは最後まで厳密に行っていたきたい。

(博覧会協会「什器備品については、会場建設費ではなく、運営費の中で購入する。什器備品でも固定資産的なもの、例えばリング下のベンチなどは重量物で手では動かせず、こういうものは会場建設費での支出としている。その他のいわゆる普通の什器備品は、運営費で対応する。会期中であっても、決裁権者の承認と証拠を残すことは徹底していきたい。)」

○今後チケットの営業をかけていくにあたっては、さらなるコストをかけてでも売り上げを伸ばそうという話が出てくると思うが、営業費用を含む運営費全体とチケット販売による収入の伸びとのバランスを見ていくことも重要ではないか。

(博覧会協会「営業コストとチケット販売との関係については、今後の様々なキャンペーンに加え、旅行ツアーやインバウンドの効果が会期前に出てくると考えている。)」

○これから本番ということで、支出がスピードアップされていくと思うが、予算執行管理の立場から留意すべき点は、不明朗な支出が起こってはならないということ。期間中の現場でそういうことが起こらないような運営をしていく必要があるが、6ヶ月の会期しかないので、始まってからそうした点が判明しても間に合わない。運営費における支出の監査はどうしようとしているのか。

(博覧会協会「支出を透明にする仕組みとして、過去の大規模イベントでは紙を残さないで発注していた事例があったと聞いている。今回は、必ず決裁手続きを経て書面を残すことを徹底したい。監査については、独立した監査役もいるし、また中に監査室もあるので、こうした方々にしっかり見て頂くということだと理解している。)」

○証拠については、紙ということではなくて、電子化して残す方がトレーサビリティもあっていいのではないか。また、ドバイ万博では会期中でチケットの価格を改定したという話も聞いているところ、マーケティングを踏まえた臨機応変なプライシングをしていくことについては、どうお考えか。

(博覧会協会「まずは開幕までの売り上げを見て、その後の対応を考えたい。決裁は、現実には電

子でやりとりしているので、電子で証票が残る形になる。』  
(経済産業省「チケットについては、前期券や夜間券などプライシングの工夫も行っているところ  
であり、今後継続して検討していく。』)

(以上)