

# 展示会産業発展に必要なコト

## 新大型 MICE 施設を活用した展示会産業発展の可能性について

今年4月、沖縄県が2020年9月に開業を予定している新大型 MICE 施設(以下、新施設)の設計・建設先等が決まり、建設計画が動き出した。今回は、国内外の展示会市場動向を踏まえ、沖縄での展示会産業発展可能性について調べてみた。

### 新大型施設の必要性

展示会は欧米を中心に発展してきた産業である。世界的な施設の動向は、地域に経済的普及を促すため、より規模の大きな展示会等を開催すべく、会場面積が大きなことが特徴だ。世界の展示会場の広さで上位を占めるものはほとんどが欧州にあり、その広さは20万㎡以上である。

県内で開催される展示会等の主会場は沖縄コンベンションセンター(以下、OCC)であるが、展示場の広さは2,500㎡にすぎない。そのため、近年、大型化が進む展示会等の開催では出店面積が制限されるなどの機会損失を招いている(2014年沖縄県『大型 MICE 施設整備と街づくりへ向けた基本構想』)。県内経済界では、国内外の展示会誘致を目指し、新施設の規模を県の従来計画であった1~2万㎡から拡大させる要望をしていた。

新施設内の展示場の広さは3万㎡で OCC のそれに比べ12倍の広さになるが、国内で最も広い展示場は東京ビッグサイトの8万㎡(拡張計画あり)である。更に、愛知県で6万㎡、名古屋市で5万㎡の新設建設の予定がある。大きな展示場があることは、規模の大きな展示会や見本市を誘致する条件の一つであるが、沖縄の新施設は現段階ですでに展示場の広さにおいて優位性は高くない。ちなみに周辺国には、上海新国際博覧中心 20 万㎡(上海)、KINTEX10 万 4 千㎡(韓国)、シンガポールエキスポ 10 万㎡(シンガポール)などがある。

日本の展示場の規模は、アジアの中では優位性があるとは言えない状況だ。

### 展示会が産業ではなく「事業」になっている

海外の展示会は、企業間のビジネス取引の場として機能している。それぞれの国の持つ市場の特性や地理的条件などを活かして戦略的に国内外から多くの企業を集めている事例が多い。

一方、国内の展示会は、国内市場向けに国内企業が多く参加し、企業の広告宣伝の場として捉えられる傾向が強く、展示会がビジネスの取引の場として十分に活かされていない、という見方が強い。また、事業者が個別に行う「事業」として運営しているため、産業として成長しにくい環境にある、という海外からの指摘もある。なぜこのような違いが現れるのだろうか?大きな要因の一つとして、国策として展示会産業の位置づけを明確し、発展を促す計画や法整備の有無が考えられる。

例えば、シンガポールや韓国では、MICE や展示会産業促進のための法整備を行うとともに、計画的に展示会場を新設、または拡大を行い、産業の市場拡大に積極的だ。

図表:展示会産業に関する主な取組

国名	法律・アクション名
シンガポール	2005年 Tourism2015
	2010年 カジノを含むIRの開業
	2006年 国際会議産業育成基本計画策定
韓国	2008年 展示産業発展法制定。5年毎に見直し。
	2011年 KINTEXの規模拡張 展示面積を5万→10万㎡へ
	1995年 国家 MICE 産業戦略
オーストラリア	2008年 オーストラリアのビジネスイベントに関する国家戦略
	2009年 ビクトリア州が、メルボルン国際会議・展示場の建設に PPP の枠組みを使用
	制度的なものはないが、第二次大戦復興の輸出振興策として「輸出見本市」が開業され、以後、ドイツの輸出産業の一つとして位置づけられてきた。

(出所) MICE 施設機能向上 WG 資料(内閣官房)、ドイツの見本市・展示会とその支援政策(国立図書館)

ドイツでは、第二次大戦後に復興策展示会産業を興し、以後ドイツの主要産業として発展してきた。

さらに、展示会出展者や来場者を誘致するための様々な取り組みも行っている。中国では、展示会参加者専用のイミグレーションでよりスムーズに入国できる体制を整備している。ドイツでは、展示会場によっては、展示会参加者や来場者が無料で利用できるバスやラウンジを用意している。このように展示会関係者を国や地域全体で歓迎する取り組みが多く見られる。

図表:各国の展示会誘致活動

国名	展示会誘致活動
中国	展示会専用のイミグレーション
ドイツ	展示会参加者の国内移動費一部無料 来場誘致のプロモーション、来場者専用のラウンジやバスの用意
シンガポール	海外出展者獲得のため、各国の自治体、国の機関などに営業活動を行う
韓国	国内都市間競争が整備され、過度な競争を規制している。 予算・人材など限られたリソースを有効活用している。
日本	展示会統計データ未整備のため、海外主催者が出展を判断する指標が少ない。 通関や入国手続が煩雑。 出展規定が厳しい。 首都圏の展示場は常時稼働率が高いため、展示会を開催するまでに時間を要する。

(出所)2010年度展示会産業活性化のための標準の確立及びビジョン策定等に関する調査事業(日本交通公社)等

### 日本は展示会統計データが未整備

展示会出展者や来場者を誘致するには、自国内の展示会がどれだけ有意義であるかを示すことも必要だ。

欧州では、展示会の正確なデータ公表は主催者の義務とされ、展示会に関する諸データ(国際展示会開催実績、出展者数、来場者数、経済波及効果など)を、積極的に公開している。各国の展示会開催データは、ISO や UFI (国際見本市連盟) 基準を考慮した手法で集計されているため信頼性が高い。

日本では、展示会に関する正確な統計データがないため、海外の出展者が出展を判断できず、結果、出展を断念するケースも少なくない。展示会主催者が独自集計したデータを公表する場合もあるが、集計方法が不明な場合が多く、信頼性が高くないことが指摘されている。

### 約8割が関東に集中

国内の展示会開催状況を見ると、2014年の地域ごとの開催件数の合計は528件となっている。開催件数の約8割、施設数の約4割が関東に集中している。関東地方は、2020年の東京オリンピック開催を控え、ホテルや交通網などのインフラ整備が進んでいる。他の地方に比べ、より便利で快適になっていくため、今後さらに展示会などの開催頻度が高まることは間違いなさであろう。

図表:2014年国内地域別展示会開催件数

地方	施設数(構成比)	開催件数(構成比)
関東	113 41.9%	418 79.2%
近畿	42 15.6%	56 10.6%
中部	46 17.0%	28 5.3%
九州・沖縄	24 8.9%	17 3.2%
中国・四国	19 7.0%	1 0.2%
北海道・東北	26 9.6%	7 1.3%
合計	270 100.0%	528 100.0%

(出所)日本の展示会産業の概要

ただし、現在でも関東地方の展示会場は常時稼働率が高いため、展示会等の開催を予約することが難しい環境にある。展示会等の開催が集中することで、ホテルや会場利用料が高騰することも予想できる。そのような状況になれば、沖縄を含め地方都市にとっては、関東に集中していた展示会等を誘致できるチャンスとなる可能性もできそう。

### 早急に周辺インフラ整備と人材育成を

沖縄では新施設整備計画がようやく始動したが、現段階で決まっているのは施設整備のみで、施設周辺に必要なホテル等のインフラ整備計画が進んでいないことが懸念される。今年2月に策定された、沖縄県マリンタウン MICE エリアまちづくりビジョンによれば、新施設周辺には約2千室のホテル客室数が必要となっている。これは恩納村内にあるホテル客室数約3,700室のほぼ半数である。これだけの客室をどのようなスケジュールで整備していくのか。ホテルだけでなく、参加者や来場者がくつろぐためのインフラ整備も必要だ。その他想定される幾つかの課題をまとめてみた。

図表:展示会産業発展に向けての課題

想定課題
・ホテル等のインフラ整備
・新施設を中心とした地域開発
・展示会産業を支える人材育成
・展示会が地域発展に寄与する産業であるという意識の醸成
・新施設拠点地域の展示会産業発展に対する積極的な関与
・既存機関、事業者間の機能的なネットワーク化
・新施設で誘致する展示会等イベントのターゲットニング
・展示会等開催イベント結果のデータベース化

(出所)筆者作成

いずれの課題も、展示会産業が盛んな国々で行われている項目であり、新施設が完成する2020年には東京オリンピック開催を控えており、日本や沖縄に対する海外からの関心は今まで以上に高まるのは必至だろう。そのような絶好の機会を逃さないためにも、一つでも多くの課題を克服し、沖縄の新しい産業の一つとして、新施設を中心とした展示会産業を盛り上げていく必要があるのではないだろうか。

(海邦総研事業支援部研究員/中山禎)