

第6章 展示場施設の対応

展示会の会場となる展示場施設には、基本的な機能に加え、時代の流れに則した対応・整備が求められます。また、展示場施設はその地域の“顔”であり、まちづくりにも多大な影響を与えるため、展示会開催時はもちろん、それ以外においても地域との共存や連携が不可欠です。

また、近年は展示場運営会社が展示会を主催する傾向があります。展示会先進地であるドイツでは、 Messe 会社が展示場の所有・運営と展示会的主催者を兼ねるのが一般的ですが、我が国ではこれまでにそのような傾向はあまり見られませんでした。我が国の展示場運営会社が展示会的主催にも主体的に関わるようになると、従来とは異なる新たな対応策が求められることとなります。

図表 74 展示場に求められる役割

1. 施設整備

- (1) 基本的設備・機能
- (2) ユニバーサルデザイン
- (3) 環境対応
- (4) 環境整備

2. 地域との連携

- (1) 展示会開催にあわせたイベントの実施
- (2) 展示会開催期間中における各種割引制度の導入
- (3) 地域内のDMOとの仲介や連絡調整

3. 主催者としての展示場へ

- (1) 主催事業への取り組み
- (2) 海外との連携

1. 施設整備

展示場施設には、展示会を開催するための様々な設備や機能が求められます。基本的な設備・機能はもちろん、利便性や環境対応なども重要であり、展示場選定の際の判断材料の一つとなります。

(1) 基本的設備・機能

展示会では、大小軽重様々な商品が扱われるため、展示場には可能な限りあらゆる状況に対応できるような設備・機能が求められます。例えば、大きな商品に対応するためには天井高（ホール高）で搬入・搬出口の大きな施設が必要であり、重量のある商品を扱う場合には床荷重を大きくする必要があります。また、電気・ガス・水道などを使用する場合は、ピットや配管設備が必要になります。

コラム 24

出展内容に合わせた施設整備

メッセ・デュッセルドルフが主催する展示会「K」（国際プラスチック・ゴム産業展）では、大型機械の搬入・搬出はもちろん、それらを動かすために発生する排気ガス等に対しても十分な対応を施しています。



(2) ユニバーサルデザイン

展示場には、基本的な設備・機能だけでなく、付加的要素も求められる傾向にあります。

その一つに、ユニバーサルデザインがあります。これは、老若男女の違い、能力・健康状態の違い、そして文化・言語・国籍の違いなどの如何を問わず、皆が平等に利用することができる施設設計を意味します。代表例としては、車椅子のためのエスカレーターやエレベータの設置、複数言語での場内表示や案内などがあげられます。

特に、今後展示会の国際化を一層推進するためには、展示場内はもちろん、展示場周辺施設に至るまで、こうしたユニバーサルデザイン化が求められます。

コラム 25

多言語対応

～KINTEX、BEXCOの事例～

韓国の KINTEX では、常時インフォメーションにおいて4カ国語対応（韓国語、英語、日本語、中国語）を行っています。

BEXCO では今後、2014 年度に開催される ITU（テレコムアジア 2014）に向けてデジタルサイネージの整備を行う計画で、KINTEX と同様に4カ国語対応（韓国語、英語、日本語、中国語）となる予定です。

(3) 環境対応

近年、ユニバーサルデザインとともに重視されているのが環境対応です。エネルギー消費や CO2 等の削減を目指し、各施設では様々な工夫をこらしています。一例をあげると、照明の LED への切り替え、弱めの冷暖房設定、ゴミの細かな分別、自動販売機の節電などのグリーン化があります。これらの対応も、展示場選択の要素となる場合があります。

コラム 26

環境への配慮

～K I N T E X、B E X C Oの事例～

韓国の KINTEX では、再生可能エネルギーが使われています。また、BEXCO では、新館において太陽エネルギー及び地熱エネルギーを利用しているほか、本館・新館において雨水を活用しています。さらに、廃棄物削減のため、展示場内ではカーペットを使用しておらず、ブース設計等では木材ではなく再利用可能なものを用いています。

(4) 環境整備

出展者や来場者等の利便性向上のための付帯施設の整備も重要です。展示場内であれば、飲食施設、購買施設、ビジネスセンターなどが該当します。一方、展示場外であれば、駐車場、バス・タクシー・ハイヤー停車場、周辺道路からの誘導路などがあげられます。特に、会場へのアクセス利便性は出展者数及び来場者数に影響を与えますので、地域との連携による整備が求められます。

なお、箇所によっては、宿泊施設や大規模会議施設などを併設するところもあります。

コラム 27

多様なニーズに対応する複合機能を備えた展示会場

～K I N T E X、B E X C Oの事例～

韓国の KINTEX、BEXCO とも、大規模会議施設（コンベンションセンター）を所有しており、展示会と国際会議の同時開催が可能となっています。また、両施設とも施設周辺では開発が進められており、今後宿泊施設などが建設される計画です。

2. 地域との連携（橋渡し役として）

展示場は、単なる展示会等の開催の場となるだけでなく、その規模や存在感の大きさから、地域の“顔”としての役割を担います。特に、展示場の建設はその地の地域開発やまちづくり、鉄道・道路計画等のインフラ整備などに深く関連してくるため、地域の発展に直結します。そのため、地域との関係深化が不可欠であり、展示会開催中はもちろん、日頃からの地域との連携が求められます。

（1）展示会開催にあわせたイベントの実施

展示場は、展示会開催期間中及びその前後において、地域や主催者と連携して各種イベントを実施することにより、出展者や来場者だけでなく、住民にも楽しんでもらうような仕組み作りを行います。地域一丸となってイベントに取り組むことにより、出展者や来場者に対してはその地域への関心や愛着を持ってもらい、展示会開催時以外にも観光やビジネスで訪れてもらえるように働きかけます。地元住民に対しては、イベントを通じて、展示会開催の意義やその地域への効果（経済効果や認知度向上など）の理解を促します。

（2）展示会開催期間中における各種割引制度の導入

展示会開催期間中は、宿泊施設－展示場間を中心に、多くの人が地域内を頻繁に移動します。そのため、移動手段の増設や割引制度導入等について、行政や交通事業者、主催者などに働きかけを行います。

コラム 28

交通機関の連携による来場者サービスの向上

メッセ・デュッセルドルフが主催する展示会「K」（国際プラスチック・ゴム産業展）では、有料の来場者へのサービスとして、デュッセルドルフ市内及び近隣地域（ルール地域、ケルン地域）の鉄道（特急列車を除く）や地下鉄、バスが無料になるパスを発行しています（当日限り有効）。比較的遠方まで対象としているのは、デュッセルドルフ市内のホテルを手配できない人への対処でもあります。メッセ・デュッセルドルフは、地元の鉄道会社（VRR）に対して、マーケット調査（どのくらいの人がどの程度利用するか）を行ったうえで、年単位で一定の額を支払っています（入場料などが充当されます）。

(3) 地域内の DMO との仲介や連絡調整

展示会開催や施設手配等に関する問い合わせや相談がある場合、その地域の DMO を紹介することで仲介役としての役割を果たします。逆に、DMO からの依頼や相談などがある場合は、連携して対処します。このように、地域内の DMO とは二人三脚の形で、展示会に関する様々な取り組みを行います。

コラム 29

新たなマーケティング・ツール「ネーミング・ライツ」

展示場の新たな収入源として、「ネーミング・ライツ」が注目されています。「ネーミング・ライツ」は「施設命名権」と訳されることが多く、主に球技場や公会堂などの名称にスポンサー企業の社名やブランド名を一定期間付与するもので、企業はその対価を施設に支払います。

展示場の場合、施設側は施設全体もしくは一部（ホール単位など）についてスポンサー企業に命名権を与えることにより収入を得られ、企業側（主催企業、出展企業、地元企業など）は展示会におけるマーケティング・ツールとして活用することができます。

「地域との連携」という観点に立つと、展示場は展示会だけでなく、様々な用途・目的に応じた活用が可能です。特に、地方都市にある展示場の場合、大都市の展示場のような頻度の高い展示会の開催は難しいため、物産展などの産業振興、文化振興、娯楽目的などでの展示場活用も考慮する必要があります。

たとえば、富山県の富山産業展示館（テクノホール）では、富山県生協が『けんせいきょう祭り』を開催しています。新鮮野菜やコープ商品の販売、体験コーナー、和太鼓、よさこいダンスなどのパフォーマンスもあり、組合員家族や県民約 30,000 名が来場し楽しむイベントとなっています。また、富山県産業創造センター（高岡テクノドーム）では、地域の商工会議所主催による「北陸新幹線開業に向けた市民フォーラム」など、地域の生活者、労働者が高く関心をもつテーマでの市民フォーラムを開催しています。さらに、全日本プロレスのリーグ戦など、娯楽イベントなども開催されています。

けんせいきょう祭り（富山県生協「けんせいきょう祭り」HP より）



北陸新幹線開業に向けた市民フォーラム（KNB WEB HP より）

3. 主催者としての展示場

我が国でこれまでに展示場運営会社が展示会の主催者となる例は、首都圏などの大都市圏が中心でしたが、今後は首都圏以外の展示場運営会社も主催者となることが期待されています。

(1) 主催事業への取り組み

展示場運営会社が展示会の主催者となるメリットとしては、以下の点があげられます。

- ・ 展示場施設やその地域の状況を把握しているため、それらの特徴を十分に活かした展示会を計画・催行することができる
- ・ 展示場の稼働率を上げることができ、地域への貢献度が向上する
- ・ ノウハウやスキルの向上及び蓄積が進むと、他施設や他地域への技術提供や進出につながる
- ・ 地場産業や地元産業界等との連携が実現できる

これらのメリットがあるため、展示場運営会社が自ら主催する展示会は、今後も増えていくものと予想されます。既に、施設規模の比較的小さな地域の展示場において取り組みが行われているところもあります。

<地域の展示場運営会社が主催（もしくは共催）する展示会例>

- ・ 一般財団法人札幌産業流通振興協会（アクセスサッポロ）
「北のアメ横さっぽろ」
- ・ 一般財団法人みやぎ産業交流センター（夢メッセみやぎ）
「全国やきものフェア in みやぎ」
- ・ 公益財団法人名古屋産業振興公社（ポートメッセ名古屋）
「次世代ものづくり基盤技術産業展（TECH BIZ EXPO）」
- ・ 公益財団法人西日本産業貿易コンベンション協会（西日本総合展示場）
「西日本インポートフェア&食メッセ」
「エコテクノ」「九州・国際テクノフェア」 など

(2) 海外との連携

我が国の展示場運営会社が海外の展示場や展示会主催団体と連携することで、他施設や他地域への技術提供や進出につながります。

例えば、東京ビッグサイトは、ドイツのメッセ会社であるメッセ・ベルリンとの間でエアショーに関する国際パートナー契約を、韓国の展示場である KINTEX 及び COEX とは人材交流協定を、台湾の貿易会社である TAITRA とは主催展示会相互協力に関する覚書をそれぞれ締結しています。また、インテックス大阪は、ハノーバーフェアズジャパン(株)等3社と事業提携を結びました。パシフィコ横浜は、韓国にて「松島コンベンシア」を運営する仁川観光公社と、専門人材訓練や国際会議・展示会の開催支援、参加者交流推進などを主な内容とする業務提携協定を結んでいます。

今後も、我が国の展示場運営会社と海外団体等との連携強化が期待されます。

コラム 31

地域の展示場の取り組み ～ BEXCO の事例～

韓国の BEXCO では、年間 70 件程度の展示会が行われており、そのうち 17 件が BEXCO の主催です。

BEXCO がオープンした 2001 年の時点では、釜山に展示会主催会社 (PEO : Professional Exhibition Organizer) がほとんど存在しなかったため、ソウル所在の PEO に呼びかけていました。しかし、彼らは地方での開催に疑問を持っていたため、期待していたほどの成果にはなりませんでした。

そのため、BEXCO では危機感を抱き、「このままでは稼働率が下がってしまうので、自分たちで展示会を主催するしかない」との考え方に至りました。その際に、他の地域と同じテーマではなく、釜山ならではのオリジナルテーマによる展示会を模索しました。例えば、ソウルには海がないため、海洋に関する展示会を扱うことにしました。その結果、海洋プラントをテーマとする展示会が生まれ、現在では BEXCO の主要展示会の一つとなっています。

また、地元の PEO を育成する取り組みも BEXCO が行っており、月一回、研究会を開催しています。PEO のレベルはまだ低いものの、数は増えており、今後の成長が期待されます。