

見本市展示会通信

No. 620

The Japan Exhibition News

東日本大震災復興へ

がんばろう、日本!

ピーオーピー

- 主な記事
- インタビュー：(財)静岡産業振興協会 理事長 澤田 幹雄氏…(24～25面)
 - インタビュー：(株)幕張メッセ 代表取締役専務 森 茂氏…(26～27面)
 - インタビュー：(株)東京ビッグサイト 代表取締役専務 及川 繁巳氏…(28～30面)
 - TOPICS 沖縄 MICE プロジェクト、一般ニュース、人事・組織ほか…(31～32面)

見本市展示会通信

発行所：(株)ピーオーピー 出版企画室 〒101-0032 東京都千代田区岩本町1-8-15 (岩本町喜多ビル5F)
 ○TEL: 03-5687-6841(代) ○FAX: 03-5687-6845 ○URL: <http://www.eventbiz.net>
 ○タブロイド判毎月2回(1日/15日)発行 ○年間購読料: 9,450円(送料・税込) ○郵便振替口座: 00140-9-81525



— 特集 —

東アジアに商機を求めて

(加速する国際化の動きと展示会ビジネス)





空からすぐ

地下鉄と直結した福岡空港は、博多駅まで約5分という便利の良さ。日本一の好アクセスを誇る空港を使って、誰もが参加しやすいコンベンションを。

福岡空港から
約20分



街からすぐ

九州新幹線が全線開通。博多駅から約15分でのスピードアクセス。アフターコンベンションにも便利です。

博多駅から
約15分



海からすぐ

外国航路の旅客数日本一の博多港は、3つの施設のすぐそばに位置します。釜山への定期旅客航路を有し、アジアに拓かれた玄関口になっています。

博多港から
約3分



コンベンションを 変える利便性

あらゆる交通手段が集まり、どこからでも素早いアクセスが可能な福岡は、便利なコンベンションシティです。



財団法人 **福岡コンベンションセンター**
 福岡国際会議場 マリンメッセ福岡 福岡国際センター

812-0032 福岡市博多区石城町2-1
 TEL.092-262-4111
 FAX.092-262-4701
<http://www.marinemesse.or.jp>



福岡空港 JR博多駅
 福岡都市高速道路 福岡国際会議場 福岡国際センター
 マリンメッセ福岡 福岡サンパレスホテル&ホール

展示会業界の国際化に向けた打ち手

〈寄稿〉 (株)野村総合研究所 社会システムコンサルティング部 岡村 篤



見本市・展示会の開催需要が増えるのか。展示会産業に従事される方々であれば、さまざまなご意見をおもちのことだと考えられるが、最大公約的な答えは「景気動向」ではないだろうか。景気が良ければ開催需要も増え、景気が悪くなれば開催需要が減る。この関係を定量的に分析した結果が図表1である。

分析の詳細は割愛するが、2003~2009年のGDPと年間出展小間数との相関関係は、 $R^2=0.85$ で非常に高い相関関係にあるといえる。結果として、景気が良くなれば開催需要が増加する。見本市・展示会開催需要が増加するといえる。図表3は、2010年時点最大のシェアを有していた欧州に代わり、僅差ではあるが2010年に

統計データからみた東アジアおよび日本の見本市・展示会マーケットの動向

開催ニーズとGDPの相関関係

見本市・展示会の開催需要が増えるのか。展示会産業に従事される方々であれば、さまざまなご意見をおもちのことだと考えられるが、最大公約的な答えは「景気動向」ではないだろうか。景気が良ければ開催需要も増え、景気が悪くなれば開催需要が減る。この関係を定量的に分析した結果が図表1である。

分析の詳細は割愛するが、2003~2009年のGDPと年間出展小間数との相関関係は、 $R^2=0.85$ で非常に高い相関関係にあるといえる。結果として、景気が良くなれば開催需要が増加する。見本市・展示会開催需要が増加するといえる。図表3は、2010年時点最大のシェアを有していた欧州に代わり、僅差ではあるが2010年に

概ね立証可能と言える。*ピーオービー展示会データベースにて小間数を把握可能なもののみ集計

は東アジアのシェアが最大になるといえる。以下、これらのデータから、今後の日本および東アジアマーケットについて、以下の3点が言及される。

I. 超高齢化社会、人口減少社会へと移行しGDP成長率が長期にわたり低迷する日本において、今後、GDP成長率が改善しない限り国内マーケットを対象とした展示会開催ニーズの拡大を見込むことはむずかしい。

II. 一方、中国を中心とする東アジアは世界最大の見本市・展示会マーケットへと成長するポテンシャルを有している。

III. つまり、日本の展示会産業は国際化を果たせれば、近隣諸国で成長するマーケットの恩恵を受け、国内マーケットに留まる限り大きな

特集

2~17面

東アジアに商機を求めて 加速する国際化の動きと展示会ビジネス

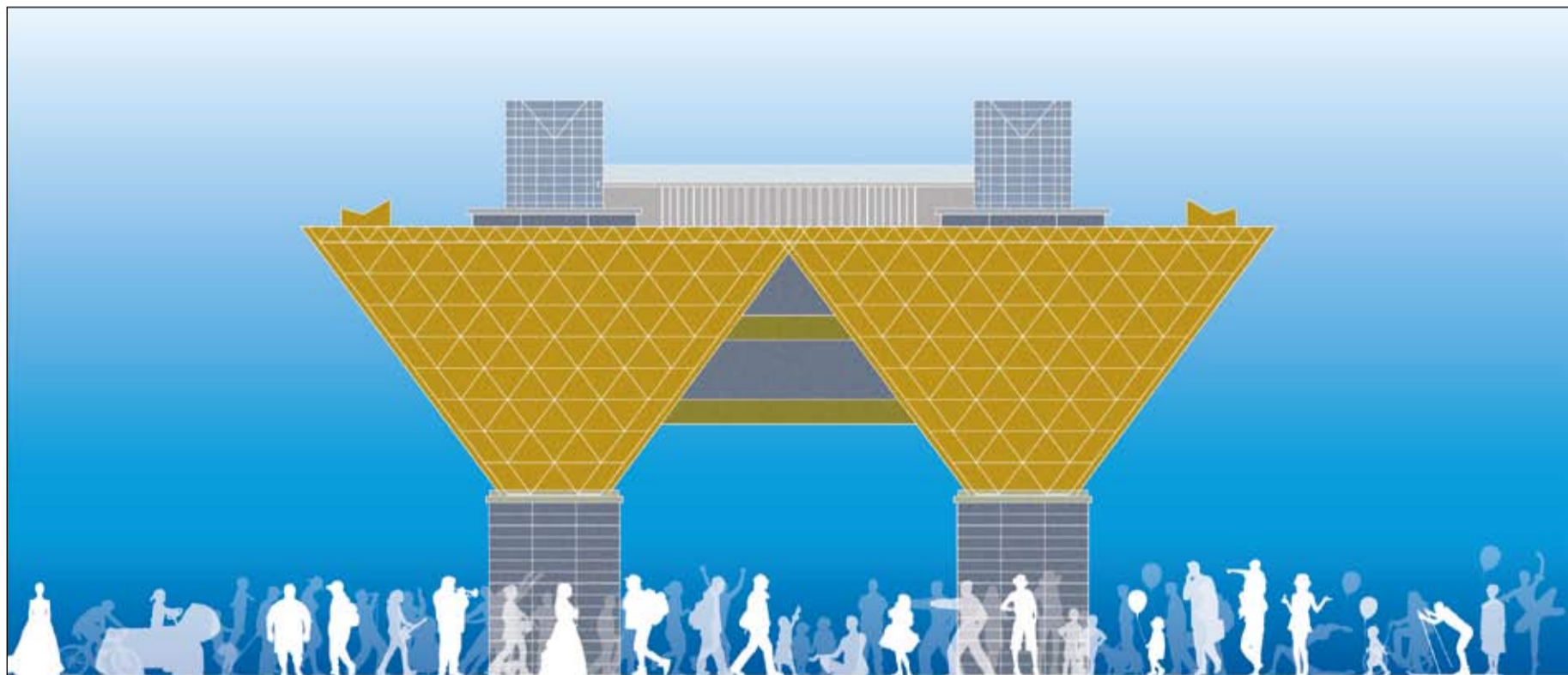
成熟した日本のマーケットでのビジネスに限界を感じ、商機を求めて海外に打って出る国内企業の動きが加速しているが、展示会産業も同様、グローバル化を意識せざるをえない状況にある。

そこで今回の特集では、東アジアのビジネス動向を紹介し、魅力あるマーケットで展示会が有効活用されている現状をお伝えすることで、展示会ビジネスの可能性を探っていく。

そのため、国際的な視野をもって各国の現状や最新の情報収集に励む岡村氏、寺澤氏らには東アジアの現状をレポートしていただくとともに、日本の展示会産業のあるべき姿を訴求してもらった。また、各国のマーケットに挑戦する主催者、出展企業の各氏にインタビューあるいは寄稿をお願いし、ケーススタディとして並べることによって、どのような目的意識をもって展示会というメディアを有効活用しているのかをまとめた。

〈Contents〉

- 総論
- UFIデータ
- アジアの潮流と日本
- 中国(全般)
- 台湾
- 中国(南寧)
- シンガポール
- ビジネスガイド社(主催者)
- ICSコンベンションデザイン(主催者)
- 日本能率協会(主催者)
- 金子製作所(出展企業)
- 三栄水栓製作所(出展企業)



出会い、感動。

想像を超えた発見がある。



株式会社 東京ビッグサイト

〒135-0063 東京都江東区有明3-11-1 Tel:03-5530-1111 Fax:03-5530-1222

www.bigsight.jp



分析データ

特集 東アジアに商機を求めて

UFIアジア展示会産業年次統計報告

展示会産業の軸足はアジアへ移行、成長の中心

UFI(国際見本市連盟)はこのほど、2010年度のアジア展示会産業年次統計をとりまとめ、報告書を発行。アジア地域責任者のマーク・コックレーン氏が来日し、その内容について日本の展示会産業関係者に解説した。

アジアの展示会動向を調査・分析した報告書

UFIはフランス・パリ近郊に本部を置く展示会産業の国際組織。1925年4月にイタリアで展示会産業の振興を目的に欧州20か国の展示会関係者が集まり創立された。

現在では80以上の国と地域から、展示会主催者や施設運営者を中心に550以上の会員が参加しており、会員各社・団体が運営する展示会を合わせると4500件を超える。展示会産業振興のプロモーションや国際展示会の認証、資格制度や教育プログラムの提供、機関誌の発行、会員どうしの交流推進などを行なっている。

展示会産業の調査も主要な活動の一つで、アジア展示会産業の年次統計「The Trade Fair Industry in Asia」を2004年から調査会社BSGと共同で発行しており、今回で第7版となる。

報告書は110ページにわたり、アジアの主要国の展示会開催状況、展示会場の詳細、展示会産業の市場規模、経済効果などを調査したデータと、各国の展示会産業の動向・情勢を分析している。

同報告書の調査対象は2000㎡以上の大型のB to B展示会。豪州、中国、香

海外キーパーソン

国際化推進し 日本がアジアのリーダーに

UFI アジア太平洋 地区マネージャー マーク・コックレーン氏



マーク・コックレーン氏

アジアの展示会産業はこの数年目覚ましい成長を続けています。さらなる成長のために求められるのはロシア、インド、ブラジル、中東などの出展企業が注目する急成長市場のバイヤーをいかに誘致するかでしょう。またアジア域内の流通を大きく推進するFTAの締結も展示

業の国際化にとっては大きな影響を与えるでしょう。また、リアルな場である展示会とバーチャルな電子商取引の融合がキーファクターとなるでしょう。講演でもお話ししたようにグローバルソーシエーズが展示会に参入していますし、展示会産業もITツールを活用しはじめています。

MIICEについてはどのようにお考えですか MIICEという概念がアジアでも浸透してきていますが、展示会「E」は「M」「I」「C」とは少し異なると思います。さまざまな重要な展示会産業がほかの経済発展にあたる波及効果の大きさでし

や、全世界で550、アジアで168社・団体が参加しているなかで、日本の会員は9社・団体だけ

会産業の国際化にとつては大きな影響を与えるでしょう。また、リアルな場である展示会とバーチャルな電子商取引の融合がキーファクターとなるでしょう。講演でもお話ししたようにグローバルソーシエーズが展示会に参入していますし、展示会産業もITツールを活用しはじめています。

MIICEについてはどのようにお考えですか MIICEという概念がアジアでも浸透してきていますが、展示会「E」は「M」「I」「C」とは少し異なると思います。さまざまな重要な展示会産業がほかの経済発展にあたる波及効果の大きさでし

や、全世界で550、アジアで168社・団体が参加しているなかで、日本の会員は9社・団体だけ

図1 Asia at the centre of growth

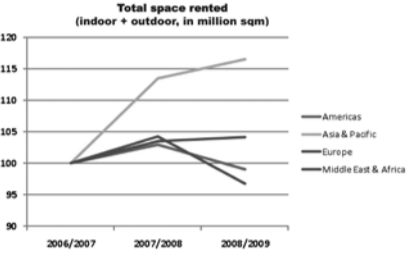
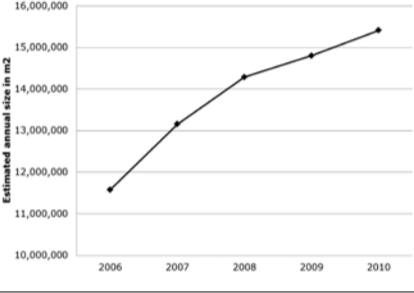


図2 Asian exhibitions booming



急成長で世界の中心に 懸念は中国の過剰な会場建設

同報告書によると2010年にアジアで開催された展示会は1800件、展示規模は前年比43%増の1500万㎡、売上は35・5億米ドルと4%上昇している。

他の地域の推移と比較すると、アジア太平洋地域の成長率が突出しており、2008年のリーマンショック以降も成長を続けていることがわかる(図2)。

とくに中国は展示規模852万㎡と55%を占めており、成長率も4%と安定した成長を見せている。日本は192万㎡の規模となっており全体の12%とアジアで2位の地位を占めているが、05年からほぼ横ばいである10年は約2%の減少となっている。3位の香港は87万㎡と日本の半分に満たないが、2会場のみの数字である

ことを考えれば効率面で特筆すべきと考えられる。以下3位韓国(80万㎡)、4位インド(78万㎡)、5位台湾(55万㎡)と続いている(図3)。

展示規模では中国が大半を占めているが、売上額をみると日本(22・4%)、香港(10・8%)の比率が高くなっており、中国の面積当たりの出展料(売上)が相対的に低いことを示している(図4)。

図3 Asian exhibition markets by net size

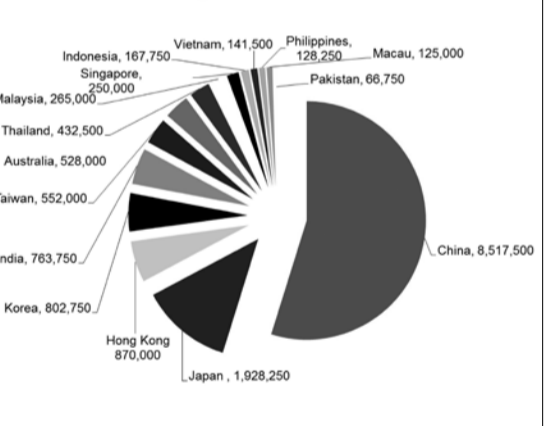
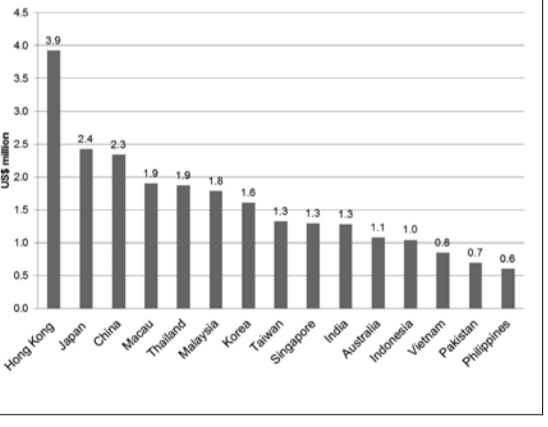


図4 Average revenues per fair



M&Aによる整理・統合がさらに加速すると予想される。すでにUBMやリードエグジビションはアジア展示会の買収に積極的な動きをみせている。

ドバイは展示会産業も他の産業と同様に国境がなくなっており、国際化は不可避の課題となつていきます。そのなかで、日本は展示会産業の規模や先進性からみてアジアのリーダーとなるべき存在と考えています。

UFIは展示会産業最大の団体で、国際化推進に役立つさまざまな機会をご提供しており、アジア域内でもさまざまな支援活動を行なっています。私どものネットワーク、認証、教育プログラムの活用が展示会産業での国際化の近道といえるでしょう。

しかし、全世界で550、アジアで168社・団体が参加しているなかで、日本の会員は9社・団体だけ

に、五輪や万博の跡地を中

図5-1 Capacity expansion

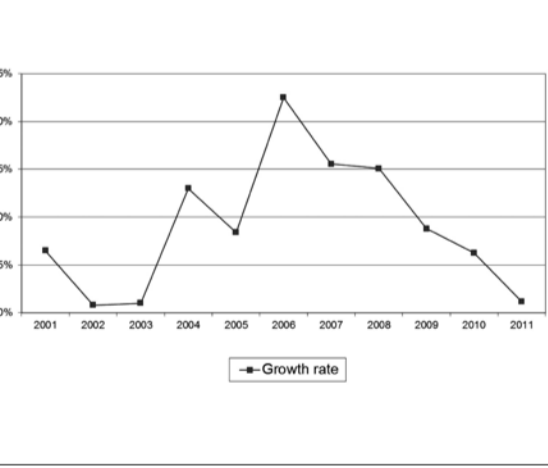


図5-2 Capacity in China

