

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>



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

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、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。



開催ニーズとGDPの相関関係

見本市・展示会の開催需要の増減は何によって決まるのか。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」として、R²=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え、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関係は、R²=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え、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。

○東アジア経済の成長力
次に世界経済の潮流および今後の動向についてその概要を紹介する。図表2はIMF(国際通貨基金)の予測値をもとに2015 ~ 2030年の主要国のGDPの推移を推計した結果である。さまざまな不確定要素を抱えながらも、中国が順調に成長を続ければ2030年時頃には、アメリカと並ぶGDP規模に成長し、世界経済は2大経済大国時代を迎えることとなる。

また同じくIMFのデータから2010年時点及び2030年時点の地域別GDP構成比率を示したものが図表3である。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2030年に

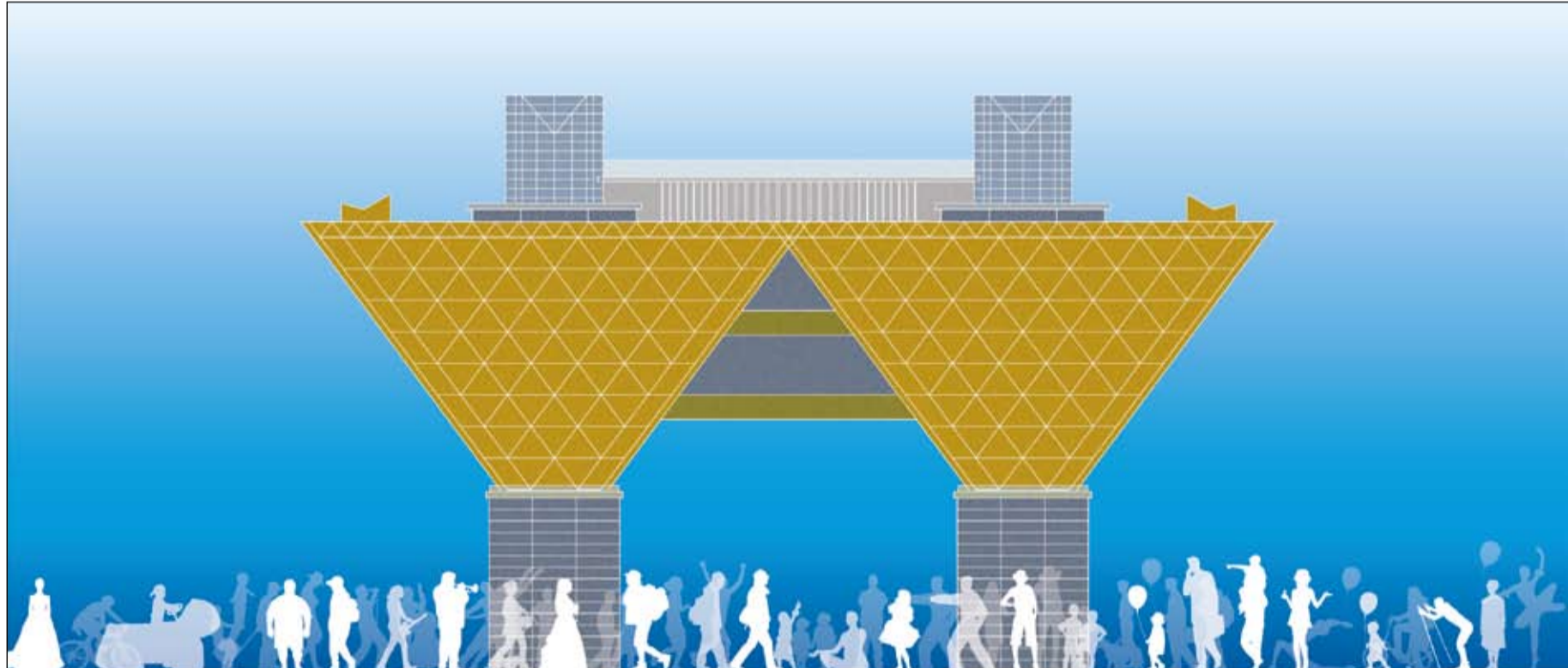
これは東アジアのシェアが最大になるといえる。この結果から、今後の日本および東アジアマーケットについては、以下の3点が言及される。

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、成長可能であるが、国内マーケットに留まる限り大きな

- 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が把握可能なもののみ集計
- 〈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。

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。

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。アジア展示会産業の成長は昨年だけでなく継続的に成長している(図1)。

図1 Asia at the centre of growth

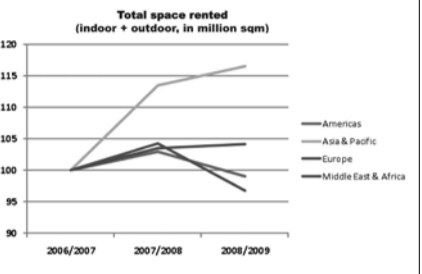
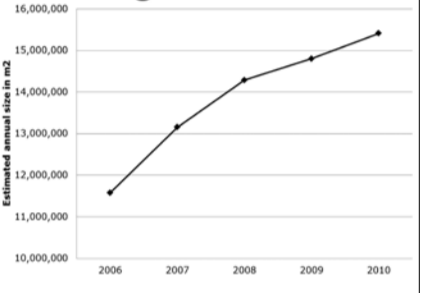


図2 Asian exhibitions booming



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)。

図3 Asian exhibition markets by net size

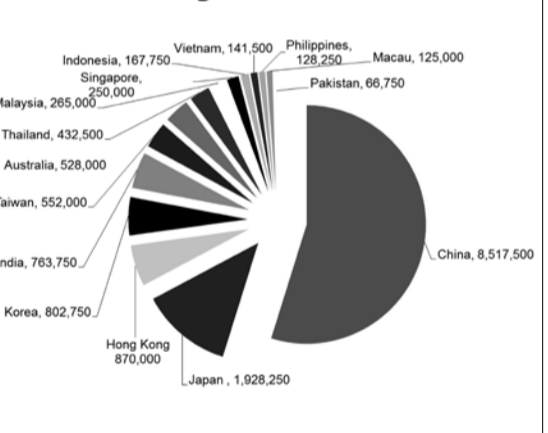
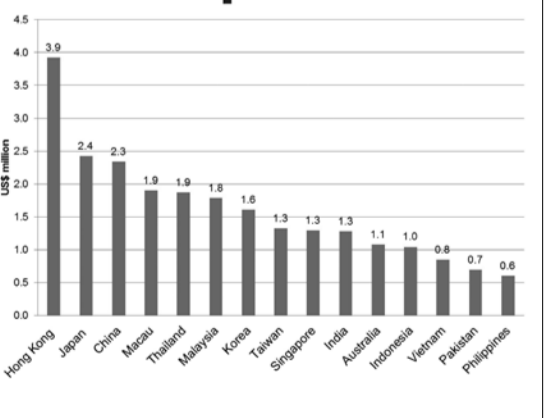


図4 Average revenues per fair



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。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

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)。

に、五輪や万博の跡地を中心に今後も大規模展示場建設の計画は続いている。過剰な会場供給による展示面積単価の下落だけでなく、稼働率の低下による社会問題化、メンテナンス不足などが懸念される。

シンガポールのマリナーベイサンズをはじめ、カジノや商業施設、レジヤ、美術館などを集約した複合施設がアジアのトレンドとなっている。それにより展示会だけでなく、国際会議やイベントなどMICE全体を視野にいれた動きが進むのではないかと、また、国際企業の参入により国内だけでなく、周辺諸国を巻きこみ市場の国際化の加速、

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。

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

会産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。

MICE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。さまざまな重要なのは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

す。そのうち6社がリードやUBMなど多国籍企業のグループメンバーであり、日本を本拠地とする会員は3社・団体というのが現状です。

アジアにおいて中国に次ぐ第2の展示会大国である日本としてはとても少ない数字だと思えます。

わたしの来日の目的の一つはUFIのプロモーション、日本展示会産業の方々

に私どもの存在と活動内容を知らせていただくことです。来年は2月には中国・深圳でアジアUFIオープンセミナーも開催します。UFIの活動がどのようなものか体験していただき、ぜひ加盟をご検討していただきたいと思います。日本から多くの方のご参加をお待ちしています。

図5-1 Capacity expansion

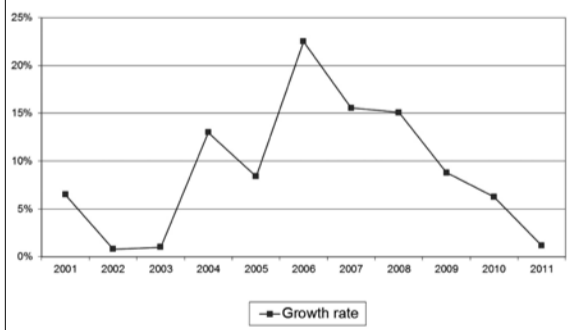
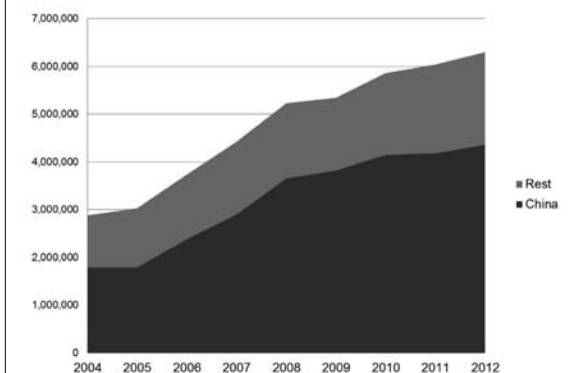


図5-2 Capacity in China



Rest China