

「感動する出会い」が、ここにある。

東京ビッグサイト広報誌

BIG SIGHT

2008

No. 17



Top Message

2008 新春対談

展示会産業の国際化に向けて
大きく前進の年に

In focus

日中韓VIPフォーラム開催



展示会産業の 国際化に向けて、 大きく前進の年に

日本展示会協会
会長
馬場 信さん
(写真左)

(株)東京ビッグサイト
代表取締役社長
小池 正臣
(写真右)

低迷していた日本経済も、ここ数年で活況を呈してきました。そのような状況のなか、日本の展示会産業がグローバルな競争に勝ち残っていくためにはどうあるべきなのか、何をすべきなのか？年頭にあたり、日本展示会協会の馬場信会長をお迎えし、小池社長と日本の展示会産業の発展に向けた課題と方策について縦横に語り合っていました。

展示会産業の役割・経済効果

小池 新年あけましておめでとうございます。早速ですが、日本の展示会の現状についてお話しただけですでしょうか。

馬場 ピーク時に比べるとまだまだですが、数年前までのボトムに比べると2、3割は増えてきています。特に私どもの得意とするBtoB分野においては、昨年1年間で550件ほどの展示会が開催されました。各会場とも来場者が多く、反響の良さを実感しています。

小池 就任して半年になります。一番感じているのが、東京ビッグサイトでは本

当に様々な分野の展示がなされ、たくさんの方にご利用いただいているんだなということです。18年度には、年間1200万人の来場者があり、昨年7月には、来場者1億人を達成することができました。主催者、出展者、来場者の方々に改めて感謝申し上げます。

馬場 年間1200万人ということは、日本の展示会の半分がビッグサイトで行われていることになりますね。BtoB分野の展示会が約550件と申し上げましたが、そのうち約半数が東京で行われている。地方の開催件数も増えてきてはいますが、まだ東京一極集中の傾向にありますね。

小池 大展連(大規模展示場連絡会)7施設で行われた展示会のうち、展示面積で見ると7割が首都圏で行われ、東京ビッグサイトは4割を占めています。現在の日本の産業構造や地域活力の差が展示会の開催にも反映した形となっています。東京だけ、大都市だけではなく、日本全体で展示会事業のあり方を考えていかなければいけませんね。

馬場 展示会には、産業を活性化させるという大きな役割があります。地方活性化のために展示会産業の果たす役割は大きいと思いますよ。そういう意味では、東京ビッグサイトさん



が昨年行った経済波及効果調査は、大きな意義がありますよ。これまでは、「展示会産業って、どういう産業なんですか」と聞かれても数値で答えることができなかったわけですから。

小池 宿泊や交通機関利用などの「直接経済波及効果」だけでなく、これまで明らかになっていなかった「契約誘発効果」、これは、展示会でまとまった商談や売り上げ効果のことですが、今回アンケート調査等をもとに初めて推計しました。数字的には、直接効果が7,500億、誘発効果が5兆8,000億、合わせて6兆5,000億円の経済波及効果を生み出していることが分かりました。展示会産業が果たしている社会的役割を具体的に示すことができたということは、大変意義深いと思っています。

馬場 全国の展示会の半分がビッグサイトで行われていることから計算すると、日本の展示会産業は13兆円もの経済波及効果を持っているということになりますね。こういう数字が分かることで、展示会産業の社会的地位の底上げになるし、国への働きかけにも効果があると思います。

外国から来場者を呼べる 特色をもった展示会を

小池 国内の話題の次に、世界に目を向けたいと思います。昨年パリで開催されたUFI(国際見本市連盟)の会議に出席したのですが、中国や韓国からは多数の団体が積極的に参加している。日本はわずか2団体5名の参加でした。経済のグロー-

バル化が進み、アジアの著しい経済発展が注目されている状況の中で、これでもいいのかという感じを強く抱きました。

馬場 アジアだけでなく、アメリカでも大規模施設の整備が行われています。展示会の魅力がよく理解されているからだと思います。そのような状況を考えると、日本でも国や市町村を挙げて展示会産業に取り組んでいくことが必要になってくると思います。

小池 今回の視察で感じたことですが、海外では、展示会は立派な産業であり、都市の発展や大きな経済波及効果をもたらすものとして認識され、確信を持って語られます。そして州政府や市が積極的に施設拡充を行っています。日本とのギャップを痛感しましたね。

馬場 今、成長過程にある中国や韓国と異なり、日本はすでに成熟期に達しています。圧倒的に業界団体主催の展示会が多い日本では、足元の市場が大きい成長期には、何もせずとも海外から来場者がやってくる。ですが、活性化が鈍ってくると、グローバルだった展示会がローカルなものになってしまう。

小池 グローバル化を目指さなければいけないのにややもすると内向きになってしまう。

馬場 そうです。ドイツなどは、国内の展示会とドイツで行われる国際展示会がともに同じ170件、さらにドイツの主催者が海外で行う展示会も170件なんです。しかも、海外で行われているうちの圧倒的な割合が東アジアなんです。ところが、日本の展示会の主催者が中国や韓国に行って展示会を行っているという例は少ない。自分たちの業界団体の展示会だけでは、国際的な競争力はつかないと思います。

小池 もっと日本のものづくりに直結して、世界に情報発信して行くような展示会を積極的に展開していく必要性を強く感じます。例えば、日本を代表するナノテクや太陽光発電など、日本の技術で特色を持った展示会をもっと体系的に企画すれば、外国からも多くの来場者が来てくれるのではないのでしょうか。

馬場 充分グローバルに通用する技術を持っているのに、展示会産業が縮こまってローカル化している必要はまったくない

ですからね。日本のそういう先端技術の展示会をやることによって、日本の展示会がハブの位置を担って行ける。

小池 日展協さんを始めとする主催者の方にも企画していただきたいし、東京ビッグサイトとしてもパートナーとして取り組んでいくことが必要ではないかと思っています。

できるところから始めよう 統計の指標づくり

小池 世界を舞台に競争していかなければならない現状を考えると、会長が以前からお話されている、統計の指標づくりの必要性を強く感じますね。

UFIでは、外国からの来場者・出展の数値を会員基準にしているんですね。日本では具体的な数値が統一的に把握されていませんが、展示会の全体像をできるだけ“みえる化”することが必要だと思います。そこで、できることから始めようということで、分かる範囲で独自の統計を作り始めているんです。展示会の分類や面積、小間数などのデータに加えて、外国からの来場者など、主催者からいただいた参考数値を加えていく。数年経てばトレンドを知ることができるデータベースになる。財産ですよ。

馬場 その通りです。国際基準に合うか否かは、後で考えていけばいいんですよ。同じような趣旨で、日展協でも予算をとって指標づくりに取り組んでいます。統計をとる。それが2008年の私の大きな抱負



の一つです。

統計の確立に関係していることで、一つお願いがあります。会場主さんで、登録制度のバーコードシステムの確立を試みていただきたいのです。というのも、主催者がソフトを開発して、機材をリースしている現状では、毎回数百万単位のお金がかかってしまうんです。会場主さん側でシステムを用意して、貸し出してくれたら費用の面だけでなく、統計数字として確立できる。いろんな意味で向上できると思います。

小池 現在、JIMTOFの登録システム改善に取り組んでいるところです。他の展示会にも貸し出せるよう汎用性を持たせようとしています。展示会場の運営者として、主催者や出展企業の方々が利用しやすいシステムづくりを目指したいと思っています。

国際化を阻む言葉の壁 創意工夫し具体的な取り組みを

馬場 国際化ということを考えますと、日本の展示会においては、言葉の問題も大きいと思います。私どもの展示会では、海外の来場者が4.1%ほどあるんですが、彼らが何を不満に思っているかという言葉ですよ。パンフレットは日本語のみだし、質問しても通じないというのが現状なんです。例えば、各小間に海外の来場者が説明を聞くことができる機器を備えることも一つの方法だと思います。

小池 そうですね。言葉の問題は大きいと思います。日本の産業発展を担っている中小企業の方々が出展しやすいように、支援という形で通訳を用意することも一つの方法ではないか。いろいろ工夫していく必要があると考えています。

馬場 毎年、中国の広州で中小企業の展示会が行われています。日本から約980社が出展してパビリオンを作ったんですが、中国側がどういった協力をしてくれたかという、230名もの日本語ができる学生を用意してくれたというんですね。

小池 語学の実践活動の一環としても、学生に協力してもらおう。それは、とても良いアイデアですね。そのような工夫を私たちも考えて行かなければいけませんね。

馬場 私どもでは、展示会のなかで海外来場者のためのツアーをやっているのですが、ガイドはリタイアしたその道のエキスパートをお願いしているんです。そういった工夫が必要だと思います。

小池 これもいいお話ですね。主催者の方々と施設側がいっしょに知恵を出し合えば、いろいろな対応ができますね。必要だ、必要だと言っていても始まりません。こういう具体的な取り組みをできるところからしていくことが大切だと思います。

日本の展示会産業の 新たな発展のために

小池 主催者のお立場から、何かお伺いできればと思いますが？

馬場 東京ビッグサイトに多くの利用者があることは、とても喜ばしいことですが、私たち主催者からすると困った事態でもあるわけで(笑)。特にここ2、3年は、会場をおさえるのが大変難しい状態にあります。これは、東京ビッグサイトさんだけでなく、利用している私たちも考えて行かなければいけない共通の問題だと思います。

小池 ご指摘の点は、私たちも痛感しています。昨年の稼働率は69.5%。シーズンによっては、新たな展示会を受け入れることができない状況にあります。せっかく新企画を考えても、展開する余地がない状況です。主催者の方々にご不便をかけている点については、十分認識しています。それに東アジア諸都市の展示会場の拡張動向も視野に入れて環境整備を急ぐ必要があると考えています。

馬場 展示会産業の持っている役割が産業創造だといいつながら、自分たちで門戸を閉ざしているのは矛盾していますよね。そういう意味で東京ビッグサイトの施設拡充は、日本の産業のためにとても大事なことだと思います。国際コンベンションの開催に応えるためにも、ホールだけでなく、ぜひ会議施設もいっしょに拡充していただければと思います。

小池 真剣に検討していきます。また、サービス面についても、かねてから指摘されていますレストランの改善について、引き続き力をいれていきます。これからも、施設運営の基本である安全・安心・快

適なお客様サービスの充実を目指して、取り組んでいきたいと思っています。最後に今年の抱負を伺いたいと思います。

馬場 昨年末、展示会産業全体の活性化につながる「日展協ビジョン」をまとめました。コアとなるのが展示会産業の近代化でして、環境問題や統計の指標づくりなど、自分たちがいち早く対応していくことが社会的使命だと思っています。

2008年は、このビジョンを掲げ、大いにアピールしていきたいと思っています。また、業界の中核的団体として体制強化を図りたいと考えています。そのためにも東京ビッグサイトさんを始め、関係者の皆様のご協力をいただきたいと思います。

加えて人材育成は必須の課題です。これなくして展示会産業の長期的展望は望めない。日展協でも積極的に取り組んでいきたいと考えています。

小池 今年は、東京ビッグサイトがわが国を代表するエキジビジョンセンターとして、持続的に発展していくことができるための条件整備を目標において積極的に取り組んでいきたいと思っています。その実現のために3つの点を重視しています。これまでに話した「経営基盤の強化」、「国際化の推進」、そして「環境への取り組み」です。環境問題については、社会に貢献する企業・施設であるために、環境負荷を最小限にしていく取り組みを引き続き追求していきたいと思っています。

ともに協力し合いながら、日本の展示会産業の発展のために努力していきたいと思っていますので、本年もどうかよろしくお願いします。本日は、とても有意義なお話をありがとうございました。





アジアの展示会産業の未来を拓く

日中韓VIPフォーラム & 韓国施設との社員派遣研修



日中韓の3施設トップによるVIPフォーラムが、昨年10月19日東京ビッグサイトに
おいて開催されました。また、相互交流の一環として、韓国施設との社員派遣研修が
昨年9月から3カ月にわたって実施されました。

日中韓VIPフォーラム

VIPフォーラムは、日中韓を代表する展示会場、東京ビッグサイト、中国CIEC、韓国COEXが、相互の協力関係を構築することを目的として、2005年から毎年開催しているもので、今回で3回目となりました。

フォーラムには3施設のトップが出席し、友好的な雰囲気の中で相互協力の推進が確認されました。また、「アジアの展示会産業の未来を拓く」をテーマに、各国における展示会産業の現状報告のほか、相互協力の具体的な方法や地球温暖化対策など、共通する課題を検討する実務者会議の設置が提案されました。次回は、本年7月に韓国COEXで開催の予定です。



左から、CIEC副総裁 Peixin Chen氏、当社小池社長、COEX社長 Byung Kwan Bae氏

社員派遣研修

韓国施設との社員派遣研修は、2006年から実施しており、昨年は、COEX、およびKINTEXから各1名を受け入れ、当社からも各1名を派遣しました。今回韓国より研修に来られたお2人から感想を伺いました。

From COEX

Kim Young-Ranさん (写真左)

韓国と日本で異なると感じたのは、韓国は一つの決定において迅速であるのに対し、日本はかなり慎重だということです。また、東京ビッグサイトは、もっと海外との交流が必要だと感じました。私達は、相互に新しいプログラムを作り、VIPフォーラムを継続的に行っていくことが必要です。まずは、社員が国際的なビジネスをするという意識を持つこと、会社は、より深く世界事情を社員に知らせる機会を与えることが必要だと考えます。近い将来、日本の方とビジネスをしたいと思えます。この交換派遣は私の人生において貴重な体験となりました。



From KINTEX

Ban Ji-Hanさん (写真右)

今回の派遣研修は、KINTEXから初めてで、両者の関係がより近くなったと感じています。韓国と異なる感じたことの一つに、日本の稼働率の計算方法があります。施設により異なるようですが、統一した方が良いと思いました。東京ビッグサイトの皆様から多くのことを学び、日本の文化も体験でき、素晴らしい経験をさせていただきました。今後は、韓国から東京ビッグサイトの皆様

と連絡を取り合い、明るい未来を担う架け橋になりたいです。



- CIEC (China International Exhibition Center) 中国・北京市。1985年設立。展示面積58,225㎡。
- COEX (Convention & Exhibition) 韓国・ソウル市。1979年設立。展示面積28,026㎡。会議施設が充実している。
- KINTEX (Korea International Exhibition Center) 韓国・高陽市。2005年設立。展示面積53,541㎡。

東京マラソン2008 開催迫る!

2月17日(日)、3万人のランナーが都心各所を駆け抜け、フィニッシュ地点の東京ビッグサイトを目指す「東京マラソン2008」が開催されます。当日のビッグサイトは、次々にゴールするランナーと応援や出迎えに来場された皆さんで大変な賑わいを見せます。

また、レースに先立ち「東京マラソンEXPO」が、2月14日(木)～16日(土)の3日間、ビッグサイト西ホールで開催され、レース参加者をはじめ大勢のお客様の来場が見込まれます。

社会的にも注目を集める東京マラソン2008の開催に、当社は全面的に協力しています。



▲都庁をスタートするランナー達(2007年)



◀昨年同様、フルマラソンのフィニッシュ地点となる東京ビッグサイト

©TOKYO MARATHON



危機管理産業展 (RISCON TOKYO) 2007開催報告

10月17日(水)～19日(金)

3回目となった今回は、防犯・防災・リスク管理の各分野における最先端の機器やシステムが展示されたほか、「耐震技術関連・緊急地震速報」など4つの特設ゾーンを設け、関心の高いテーマについて集中展示を行いました。また、カンファレンスや特別展示・実演などもさらに充実し、特別併催展として本邦初の「テロ対策特殊装備展」を開催するなど、関係者の熱い注目を集めました。

来場者数は、併催展を含め、延べ11万5千人に達しました。



2008年の主催展示会をご紹介します。

東京国際消防防災展2008

6月5日(木)～8日(日)

消防防災に関するあらゆる製品・技術・サービスを一堂に展示し、国内外の消防関係者、行政の防災担当者、企業関係者、さらには一般市民まで幅広い層を対象としている展示会です。2003年の開催から、5年ぶりの開催となります。



危機管理産業展 (RISCON TOKYO) 2008

10月8日(水)～10日(金)

4回目を迎える本年は、引き続き危機管理に関する新たな市場の発展と産業振興への寄与を目指して、展示内容、カンファレンス、併催イベントとも一層の充実を図り、関係の皆様のご期待にお応えします。

JIMTOF 2008

(第24回日本国際工作機械見本市)

10月30日(木)～11月4日(火)

世界で最も早く、最先端の技術が見られる展示会として、世界中のユーザー、バイヤーから注目を集めております。

出展意欲の高まりに応じて、展示内容のさらなる充実と海外を含む来場者の誘致に努め、期待にお応えします。





ユネップ 国連環境計画(UNEP)※主催 地球環境写真展 開催中!

東京ビッグサイトでは、昨年11月より、国連環境計画(UNEP)の主催による地球温暖化をテーマとした「地球環境写真展」を開催しております。地球温暖化対策は、企業の社会的責任の一つとして率先して取り組むべき重要な課題です。このため、館内・北コンコースに長期の展示場所を設置し、UNEPの活動を支援することとしました。

展示写真は、温暖化による地球環境の変化を警告する印象的な作品ばかりです。展示会等でご来場の際は、ぜひご覧下さい。

※UNEP: United Nations Environment Programme



地球温暖化をテーマとした写真展を開催しています



身近に楽しくエコロジーを体験! 東京ビッグサイトフリーマーケット

昨年10月東京ビッグサイトフリーマーケットが開催されました。当社の若手社員が中心となり企画実施したもので、2回目の開催となった今回は、「eco×フェス」をPRイベントとして盛り込みました。牛乳パックからハガキを作る「リサイクル体験工房」や、読み終えた本の交換広場「ブック クロッシング」など、フリーマーケットとあわせて、環境に配慮した盛り沢山の内容で、ご来場者の皆様楽しんでいただきました。



展示会の警備強化に向けて ～連絡会議 開催～

昨年11月、警視庁による「警備連絡会議」が6F会議室で開催されました。本年7月に主要国首脳会議(北海道洞爺湖サミット)が開催されることに関連して、展示会等の警備について事前対策と協力体制を確立するため



に開催されたものです。当日は、展示会主催者29団体をはじめ、関係者118名が出席しました。



Art Walkシリーズ vol.2 Floating World

作者: マイケル・クレイグ=マーティン

会議棟1階レセプションホール・ホワイエの壁面に描かれた作品「Floating World」。傘やバイオリンなど15個の物体が濃いブルーの空間に浮かんでいるように見えます。作品の不思議を体感してみては?(会議の開催状況により、鑑賞できない場合もございます。)



警備用途としては国内初 セグウェイの実証実験を実施

「セグウェイ」(立ち乗り電動二輪車)を東京ビッグサイト施設警備業務の一部に使用する実証実験が行われました。セグウェイは、世界で約500の警察・警備機関で採用されていますが、国内における使用は、今回が初の試みとなりました。



東京ビッグサイト展示会データ (平成19年度第2四半期)

展示会件数	73件	会議件数	287件
入場者数	312万人	ホール稼働率	71.9%



産業振興につながる専門展示会に

(社) 日本能率協会 産業振興本部 リーダー **安江 あづさ**氏 (写真右)
 (株) 東京ビッグサイト 営業部 営業第一課 **榎本 佐知子**

業界の高い関心を集める「HOTERES JAPAN」「フード・ケータリングショー」「厨房設備機器展」の三展合同となる「HCJ」と、企画展示である「AQUA & SPA」について、ご担当の安江様と当社営業担当の榎本が意見交換させていただきました。

❁ 新たな製品・サービスの創出を目指す専門展示会

榎本 HCJ開催まで2カ月と迫りました。ホスピタリティ業界およびフードサービス業界に向けた合同展示会として、高い関心を集めていますね。専門展示会ということで、商談成立のためにどのような工夫をされていますか。



安江 前回未出展で、今回出展される会社が240社。前回から約3分の1の会社が入り替わるということになります。出展者説明会の後、効果的な出展のご案内など、きめ細かに対応させていただいています。

榎本 海外からの出展者の方も多いと思いますが。

安江 海外からはホームページからの問い合わせがほとんどです。より多くの方にPRできるよう、今年はSEO(検索エンジン最適化)対策に力を入れました。YahooやGoogleなどの検索サイトで上位に上がってくるように工夫しています。

榎本 セミナーや会議も充実されていますね。

安江 日本能率協会の主な活動の一つに「産業振興」があります。セミナーや会議が充実しているのは、展示会が新製品開発の発表の場、商談の場のみならず、その産業界の課題を考えたり、働く方々の技能の向上につながる場になることが、産業振興にもつながると考えているからです。

HCJ2008三展合同、AQUA&SPA 2008年3月11日(火)~14日(金)



主催：(社) 日本能率協会 他関連団体
 会場：東京ビッグサイト 東1~6ホール

❁ 展示会をサポートする、新サービス

榎本 企画展示の「AQUA & SPA」も人気ですね。

安江 「AQUA & SPA」は、ホテル・レストランショー(HOTERES)から始まったこともあり、日本の伝統的な温泉文化が根底にあるんです。日本の温泉の古き伝統と海外から入ったスパの文化を融合させた展示会にしていきたいと思っています。



榎本 ジャパンパリススタチャンピオンシップを始めとする各種競技会もHCJの名物のようになっていきますね。こちらは、パリスタの方々にとって甲子園のような目標になっていると伺っています。

安江 私共の展示会が皆さんの目標になっているのは、嬉しいですね。開催している企画やイベントもマンネリ化しないよう、毎年新しいものを入れながら開催しているんですよ。

榎本 東京ビッグサイトへのご要望を伺いたと思います。

安江 インターネットや宅配サービスなどが充実されて使いやすくなりました。私共も出展者サービスにつながるサービスツールが増えることは、嬉しく思います。

榎本 本年度よりトラベルサービスも始めました。今回はご利用いただけるということでありがとうございます。宿泊手配だけでなく、国内アフターコンベンションのご提案、海外の展示会視察ツアーなど様々な企画を考えています。

安江 海外からのお客様向けの企画など、ご提案いただけると嬉しいです。ビジネスセンターの機能を持つプレスルームがあるといいですね。東ホールの2階にあると便利です。また、ガレリアの使用にフレキシビリティが欲しいです。例えば、6つのホールとガレリアも含めてHCJを演出していければと思います。

榎本 消防法の関係などで難しいところもありますが、ご希望にそえるように考えたいと思います。開催まであと少し、全面的にバックアップさせていただきます。