

大規模展示場について



愛知県議員
かわしま太郎
県政レポート
【第11号】

愛知県は、2019年9月の開業を目指して、常滑市の空港島内に大規模展示場建設をいたします。
私は昨年、公明党の犬飼明佳議員（中川区選出）とともに愛知県議会
海外調査団（欧州）の一員として、大規模展示場の調査を担当させていただきました。
国内の事前調査や世界第3位の屋内展示面積を誇るメッセ・フランクフルトの調査を
通じて、愛知県における大規模展示場の必要性や地域を発展させる可能性などについて
学ぶことができました。また、クリアすべき課題についても多くの知見を得ることができました。
新しい大規模展示場が地域発展の起爆剤となるよう、今後ともしっかりと取り組んでまいります。



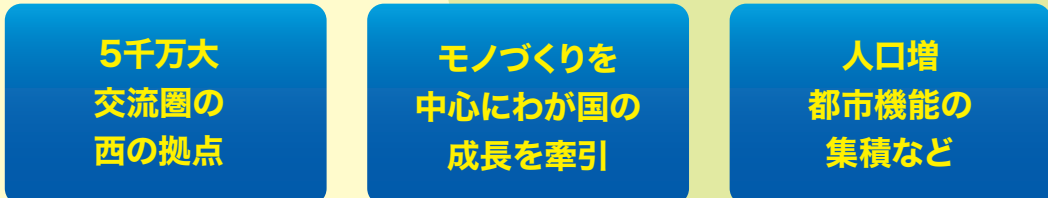
愛知県議員
かわしま 太郎

1 なぜ、愛知で大規模展示場なのか？

日本が激しい国際競争の中でさらに発展していくためには
圧倒的な愛知の産業力が不可欠！



愛知のポテンシャル！



- ・リニアを生かし、世界の中で存在感を発揮する「中京大都市圏」
- ・日本の成長をリードする、産業の革新・創造拠点

「あいちビジョン2020 めざすべき愛知の姿」より抜粋

2 大規模展示場の整備は喫緊の課題

産業インフラの充実が必須

国内の展示会産業はハード・ソフトの両面で東京一極集中

一方、愛知で開催されるモノづくりに関する展示会では出展募集後に即日完売

日本全体の展示会需要の受皿

2020年、東京オリンピック・パラリンピックの前後に首都圏の主要な展示場が一定期間閉鎖

東京ビッグサイトにおける施設利用の制約（2017.04.26時点）

- 展示ホール面積：96,540㎡＞2016年10月東新橋展示場（15,880㎡）を整備（上記面積に含む）。2019年4月仮設展示場（23,200㎡）を整備予定。
- 開催期間中、国際放送センター、メインプレスセンターとして利用。
- 施設利用の制約状況（施設利用制約の期間について、2月に公表されたが、利用者の意見を踏まえ、利用制約期間（利用不可期間）の短縮について、4月に利用者への説明会を開催。

展示箇所	2019年度（平成31年度）												2020年度（平成32年度）											
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
東展示棟（東1～6ホール）51,380㎡																								
東新展示棟（東7,8ホール）15,880㎡																								
西展示棟 29,280㎡																								
南展示棟 20,000㎡																								
青海展示棟 23,200㎡																								
展示面積（㎡）	52,480			72,480									23,200			0			72,480			116,540		

幕張メッセにおける施設利用の制約

- 展示ホール面積：72,000㎡。他にイベントホール3,098㎡
- 開催期間中、7競技（レスリング、テコンドー、フェンシングなど）において利用。
- 使用期間の提示状況（大会組織委員会からの幕張メッセへ）＞2017年2月：20年1月から11月の11か月間→2017年4月：20年4月初旬から9月末の6か月間に短縮

日本全体の展示場不足に愛知が的確に対応

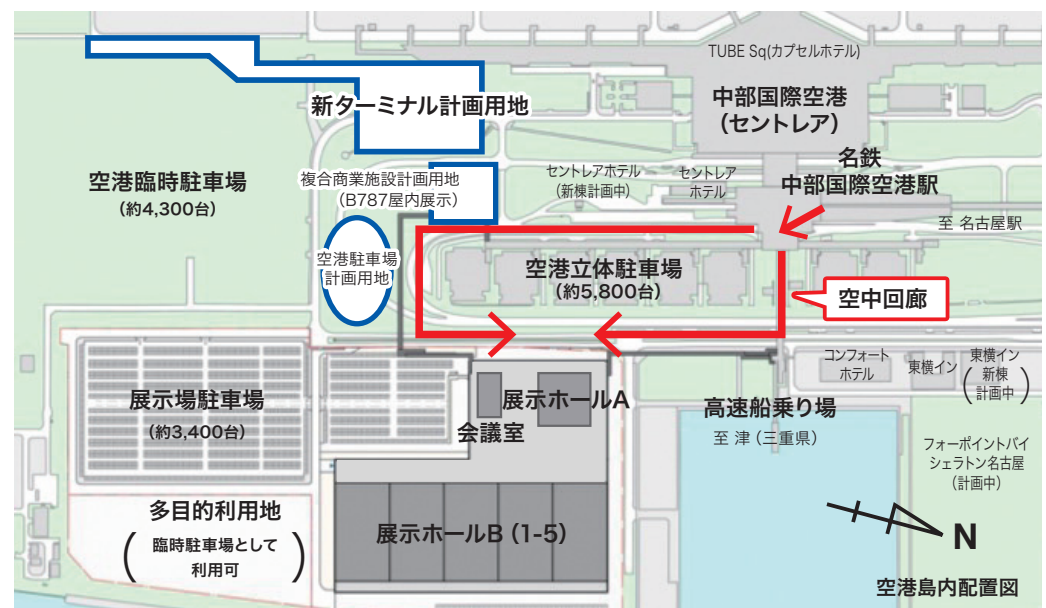
日本の発展を支えるこの愛知に新たな大規模展示場を2019年9月に開業

- ✓ MICEによる新たなビジネスマッチングの機会を創出
- ✓ 企業や研究機関の誘致や、新たな交流によるイノベーション
- ✓ 国内外から人を呼び込む集客交流拠点

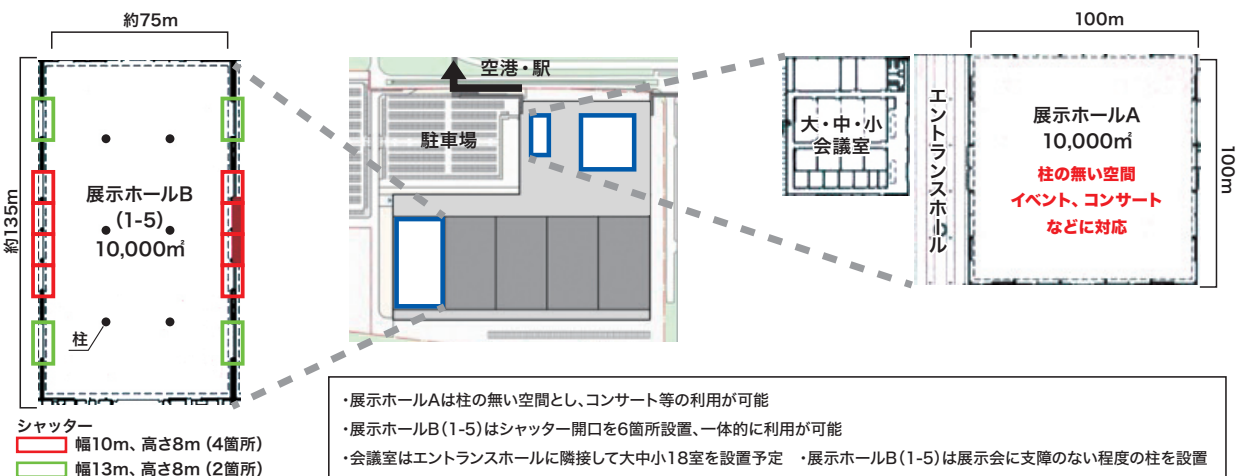
3 愛知県の大規模展示場計画

愛知県国際展示場の概要 2019年9月1日開業予定

建設予定地：空港島（常滑市）敷地面積：28.7ha（県企業庁所有）※展示場面積の拡張が可能となる十分な敷地
施設規模：展示面積6万㎡※国内の展示会の9割をカバー 整備費等：建設費 約350億円※徹底的に整備コストを削減



展示ホール・諸室 ※詳細は設計及び施工の一括発注（DB）の中で決定するため、変更となる可能性あり



施設の仕様

室構成	室名	展示ホールA （コンサート対応）	展示ホールB（1-5）	エントランスホール、 モール	会議室、多目的室 控え室、その他
	面積	10,000㎡	10,000㎡ × 5室	10,000㎡	16,000㎡
構造		鉄骨造			
		柱の無い空間 有効高20.0m	柱間隔25.0～36.0m 有効高14.0m	天井高さ5m	天井高さ3～5m

愛知県国際展示場の特色

- 抜群のアクセス利便性
- ・名古屋駅から乗換なしのダイレクトアクセスで28分
 - ・中部国際空港から連絡通路で直結（徒歩5分）
 - ・セントレア東ICから約1分、約3,400台収容可能な駐車場が隣接
- 日本初の
国際空港隣接型展示場
- ・アジアを中心に海外、国内主要都市からのアクセスは抜群
 - ・海外からの出展者、来場者を呼び込む仕掛けを検討
- 利便性の高い展示施設
- ・様々なニーズに対応可能な6万㎡を一体利用できる展示スペース
 - ・セントレアの商業施設／ホール／会議室、空港島の宿泊施設と近接商業施設、宿泊施設は今後増える計画あり

愛知県国際展示場コンセッションの特徴について

2019年秋の開業を目指して整備を進めている

愛知県国際展示場の運営については、

「愛知県国際展示場条例」において、

公共施設等運営権(コンセッション)方式

による運営を行うこととしてます。

指定管理制度との比較

	公共施設運営特権制度	指定管理者制度
根拠法	PFI法	地方自治法
事業期間	十数年から数十年の長期契約 ※1	原則3～5年(本県ガイドライン)
料金	上限や幅などについて規定 ※2	基準額の0.7～1.3倍(本県ガイドライン)
料金の決定手続	知事への届出	知事の承認
地域の活性化	長期契約により自由度の高い運営が可能となり、施設を中核として周辺地域の開発も含めた大規模な投資が可能 ※1	施設の維持管理が中心

※1 出典：平成28年8月文部科学省 文教施設における公共施設等運営権制度の可能性と導入に関する論点整理

※2 出典：平成25年9月内閣府 公共施設等運営権及び公共施設等運営事業に関するガイドライン

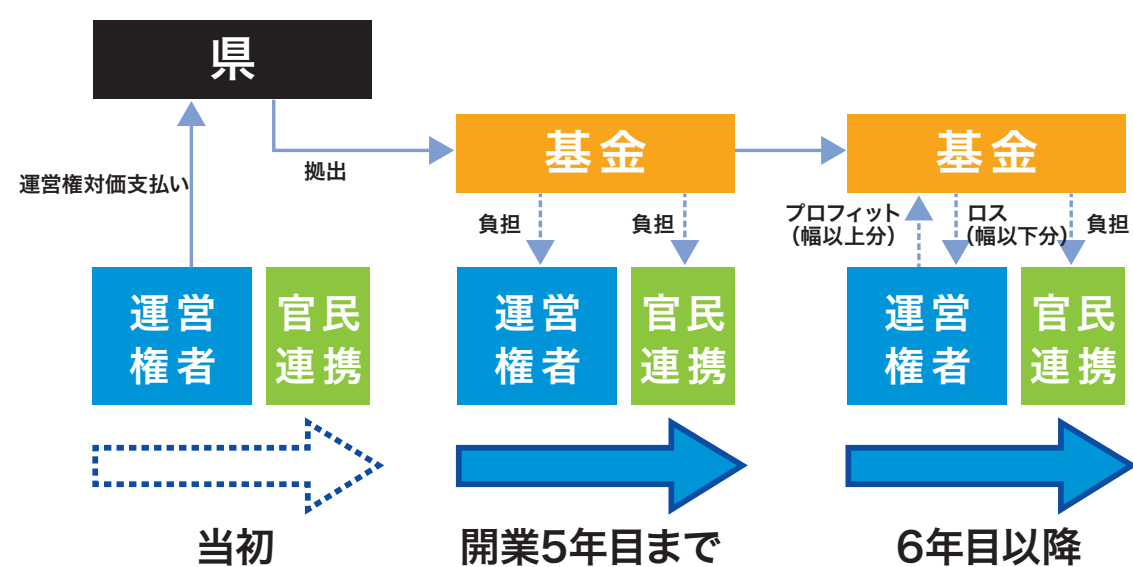
愛知県国際展示場コンセッションの特徴

1. 運営権対価を国際展示場運営の原資に活用

○民間事業者から得た運営権対価等を本県の展示会産業の育成・活性化に活用するため、運営権対価を原資とする「基金」を開業年度に設置することを検討。

- 基金による支援事業
 - ・開業5年目まで事業安定化
 - ・官民連携による新たな展示会の立ち上げ、成長支援等

〈概念図〉



2. 官民連携による積極的な需要創造の取組 (民間事業者からの提案による)

- 日本初の展示会事業(新たな展示会の立上げ・成長支援等)に長期間に亘り本格的に取り組む官民連携組織を構築し、需要創造に係る運営を積極的に展開
- 民間事業者のノウハウ・知見を最大限に活用するため、官民連携組織の運営方式や具体的な取り組み等については民間事業者からの提案を求める

〈展示場運営の展開イメージ〉

大規模展示場の
効率的な管理運営

民間事業者による長期的・包括的な管理運営の実施

- ・民間ネットワーク・ノウハウを活かした多様な催事の営業誘致
- ・ローコストオペレーションの実施
- ・附帯事業等の実施

連携あるいは
一体的に推進

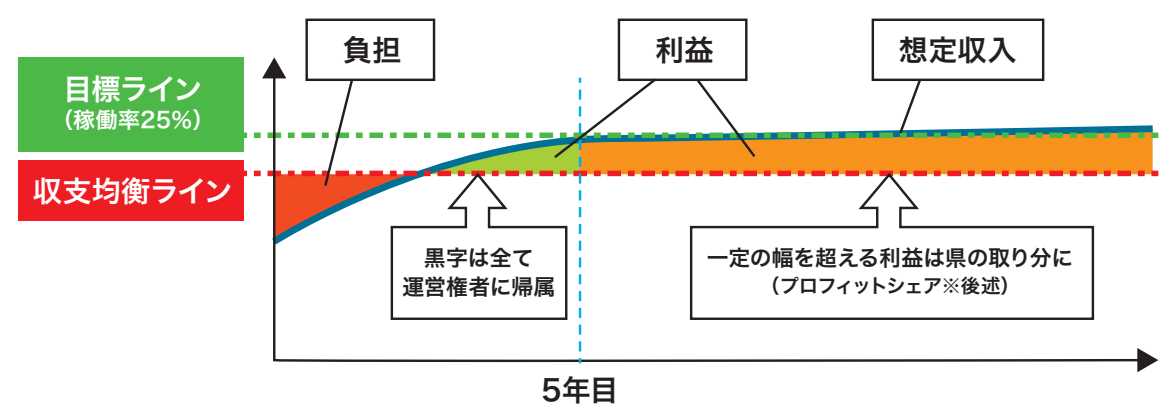
愛知県における
見本市・展示会等
の需要創造

官民連携による積極的な需要創造の取り組み(例)

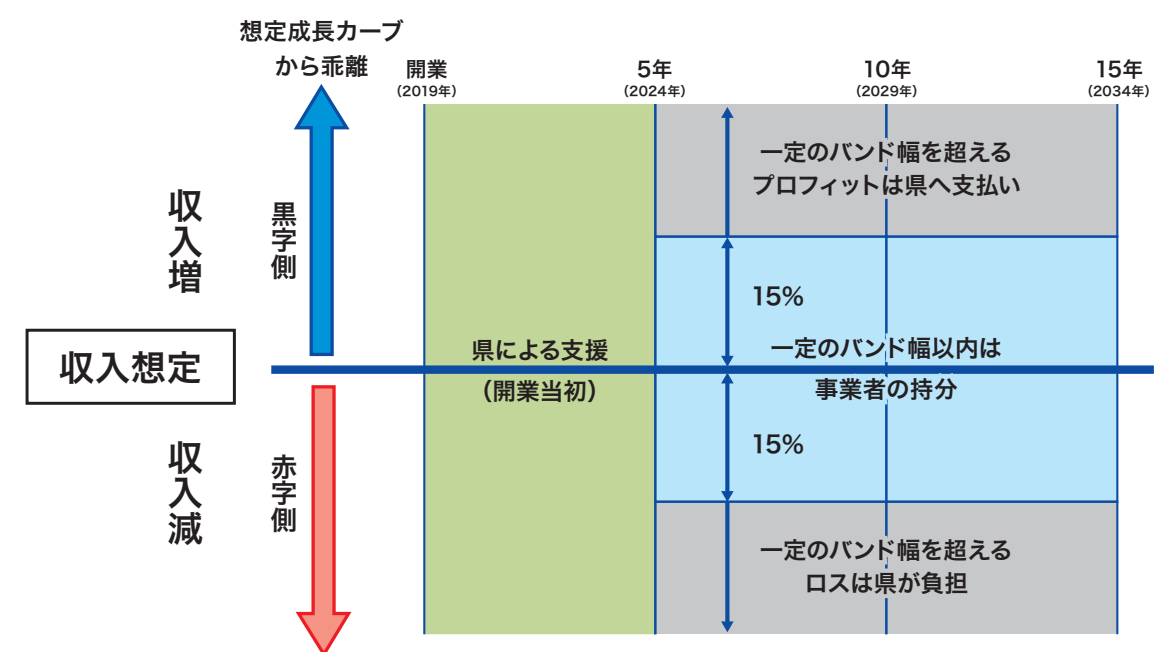
- ・県、経済団体、運営権者との連携体制の構築
- ・全国的・国際的なマーケティング・プロモーション活動
- ・見本市・展示会主催者への支援
- ・見本市・展示会等の開催 等

3. インセンティブも考慮した運営権者に対する支援

- 展示場の稼働率の目標ラインは収支均衡ラインを若干上回る25%程度とし、その確保に向け運営権者のインセンティブを高める仕組みが必要
- 本施設は利用実績がない新規施設であるため、開業後5年間は事業安定化に向けた支援を実施【具体的な支援策】
開業当初の事業安定化支援(開業5年目まで)
・原則として赤字額は全て本県が負担、黒字額は全て運営権者へ帰属。



- 開業6年目以降はプロフィット/ロスシェアを導入し、稼働率向上のインセンティブを付与しつつ、リスク負担の軽を図る。



4. 任意事業による地域の活性化 (民間事業者からの提案による)

- 民間のノウハウを活用し、地域のにぎわい創出等につながる任意事業を展開することで、空港島及び周辺地域の活性化を促進する。
※本県及び常滑市は中部国際空港島及びりんくう地区を「都市再生緊急整備地域」として指定するよう国へ申請している。

平成28年12月議会の一般質問、海外調査報告書は県議会のホームページでご覧いただけます。

あとがき

ドイツでの調査において、最も強く感じたことは、日本とドイツの展示会に対する考え方の違いでありました。日本においては、「出会いの場」「きっかけの場」であるのに対し、ドイツでは「商談の場」「契約の場」であるのです。日本の場合、出展企業は、自社の製品や技術を披露することで、商売につながるきっかけを得ようとしており、日本の展示会の多くは「実物が見られるリアルな広告」として機能していると思います。それに対しドイツでは、見本市に出展する企業は、見本市開催前に取引先と電話やメール等によって契約に向けた準備を進めており、最後に見本市において、商品等を確認したうえで、Face to Face で契約を行います。それぞれの企業の決済権者が参加しているので、新規取引先候補との出会いは、単なるきっかけ以上のものとなり、ビジネスに発展する可能性が高くなります。利益を産む場所であるので、ヒト・モノ・カネの動きは日本的な展示会よりはるかに活発であり、地域に及ぼす経済波及効果もより大きなものになっております。同じ大規模展示場を使ったイベントでも、コンセプトの違いによって、企業を引き付ける吸引力や経済効果が大きく変わってくることを、今回の調査で学ばせていただきました。

私は愛知県が作る国際展示場は、単なる貸館ではなく、企業間取引であるB to B を中心とした商談、契約の場としての展示場文化を愛知から起こし、ビジネスの発信地、集積地になる、というコンセプトを持つ施設にしていかなければと考えています。そのために、ビジネスに必要な機能の充実をしっかりと進めてまいります。

展示会産業は、宿泊、飲食、交通、小売、建築、人材派遣など非常に多くの分野に経済効果があり、さらに、この効果が定期的に産み出される、という点で非常に有望な産業であります。それ故に、日本においても海外においても、大規模展示場は激しい都市間競争を繰り広げております。この都市間競争に打ち勝つために、常に利用者目線でチェックし、対応してまいります。