

# 愛知県大規模展示場基本構想

平成28年(2016年)3月

愛 知 県

## 目次

はじめに.....	1
序 展示会を取り巻く状況.....	2
(1) 世界の状況.....	2
(2) 国内の状況.....	2
(3) 本県の状況.....	4
1 施設整備方針.....	5
(1) コンセプト.....	5
(2) 整備時期.....	5
(3) ローコストの徹底.....	5
(4) 既存施設との住み分け・役割分担.....	5
2 整備計画.....	6
(1) 建設候補地.....	6
(2) 施設規模及び諸室構成.....	8
(3) 多目的利用.....	8
(4) 会議施設・レストラン・関連機能.....	9
(5) 駐車場.....	9
(6) 配置計画.....	10
(7) 整備イメージ.....	12
3 整備事業費・整備手法.....	16
(1) 発注方式の検討.....	16
(2) 概算整備費.....	19
4 施設整備の効果.....	22
(1) 想定来場者.....	22
(2) 経済効果.....	22
5 運営について.....	25
(1) 収支シミュレーション.....	25
(2) 運営スキームの検討.....	26

## はじめに

中国等のアジアの主要都市においては、後背圏の経済発展等に伴い、海外サプライヤー＋国内バイヤーの商談の場としての展示会産業が急成長している。各都市で大規模な展示場が整備され、大型の展示会・見本市の開催が増加している状況にある。

一方、我が国においても、展示会を含むMICE産業の成長を見込み、東京、横浜、福岡等、全国各地で新たに展示場を整備・増設する動きが加速している。現在、国内の展示会・見本市は東京（東京ビッグサイト等）に一極集中する傾向にあるが、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に伴い東京ビッグサイト等が一時的に閉鎖されることも追い風に、地方都市における展示会産業の活性化への取り組みが進みつつある。

愛知県においては、輸送機器を中心とした多様な産業の集積や大都市圏としてのマーケットの大きさに恵まれるとともに、中部国際空港や中央リニア新幹線整備等による広域交通アクセスの改善が進み、国内外との交流をより一層活性化させるチャンスが拡大しているといえる。展示会産業の育成・活性化を通じて、内外の多様な交流の促進とビジネスチャンスの創出を推進し、愛知県の既存産業の充実や新産業の創造を促進させていくとともに、内外からの集客による多様な交流の場を創出することによって、地域のにぎわいづくりの促進が期待される。折しも、愛知県では「技能五輪国際大会」の2020年代初頭の開催等を検討しており、催事開催の受け皿となる大規模展示場の整備が求められているところである。

こうした背景のもと、首都圏に並ぶ交流拠点を目指し、新たな交流により、新産業の創出や既存産業の充実など、愛知県の産業基盤の強化を進めるため、大規模展示場の整備に係る基本構想を策定するものである。

## 序 展示会を取り巻く状況

### (1) 世界の状況

海外では、ヨーロッパやアジアを中心に大規模な展示場が整備されており、こうした施設を拠点として、大規模な商業見本市・展示会のマーケットが成立している。

#### <世界の展示場規模別ランキング>

順位	会場名	面積(万㎡)	国・都市	備考
1	ハノーバー国際見本市会場	46.6	ドイツ・ハノーバー	—
2	中国博覧会会展総合体	40.3	中国・上海	2015年開業
3	フランクフルト見本市会場	35.6	ドイツ・フランクフルト	—
4	フィエラ・ミラノ国際見本市会場	34.5	イタリア・ミラノ	—
5	中国出口商品交易会琶洲展示館	33.8	中国・広州	2002年開業、2008年拡張

(以下、中国以外のアジアを抜粋)

28	インバクト	14.0	タイ・バンコク	2000年開業、2006年拡張
48	シンガポール・エキスポ	10.9	シンガポール	1999年開業
50	キンテックス	10.8	韓国・高陽	2005年開業、2011年拡張

出典：(一社)日本展示会協会資料等より

#### <アジアにおける展示会開催件数>

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
日本	528件	692	721	621	603	611	573	610	655
中国	3,800件	4,320	4,270	4,490	4,920	6,200	6,830	7,189	7,316
韓国	336件	353	354	409	422	479	553	—	—

出典 日本：(株)ピーオーピー、中国：中国国貿促、韓国：韓国見本市主催者協会

### (2) 国内の状況

国内では、展示会は東京ビッグサイトなど首都圏に集中しているが、今後、我が国の経済成長に伴って需要が拡大する見通しがあり、世界有数の産業集積を有する本県においては新たな展示会の開催可能性がある。

#### <国内の主な展示施設の一覧(面積順)>

施設名	所在都府県	ホール数	展示面積
東京ビッグサイト	東京都	10	80,660㎡
幕張メッセ	千葉県	12	72,000㎡
インテックス大阪	大阪府	10	70,078㎡
ポートメッセなごや	愛知県	3	33,946㎡
パシフィコ横浜	神奈川県	4	20,000㎡
福岡コンベンションセンター	福岡県	3	14,000㎡

出典：愛知県振興部調べ

## ＜主要展示場における年間利用件数(2015年)＞

施設名	年間利用件数(2015年)		
	合計	うち展示会	うち その他
東京ビッグサイト	198件	104件	94件
幕張メッセ	121件	18件	103件
インテックス大阪	106件	29件	77件
ポートメッセなごや	61件	14件	47件

注：各施設 HP のイベント情報よりカウント  
 複数展示会を同時開催するものは1件としてカウント  
 「その他」にはイベント、コンサートなどが含まれる

## ＜今後の展示会マーケットの成長見通しについて(国交省調査)＞

区分	年次	ケース1(GDP1%成長)			ケース2(GDP1.5%成長)			ケース3(GDP2%成長)		
		出展小間数 (小間)	ネット展示 面積(m <sup>2</sup> )	グロス展示 面積(m <sup>2</sup> )	出展小間数 (小間)	ネット展示 面積(m <sup>2</sup> )	グロス展示 面積(m <sup>2</sup> )	出展小間数 (小間)	ネット展示 面積(m <sup>2</sup> )	グロス展示 面積(m <sup>2</sup> )
実績	2010	215,323	1,937,908	3,875,816	215,323	1,937,908	3,875,816	215,323	1,937,908	3,875,816
予測値	2015	316,822	2,851,397	5,702,795	342,249	3,080,238	6,160,477	368,181	3,313,633	6,627,266
	2020	368,705	3,318,348	6,636,696	422,821	3,805,388	7,610,777	479,390	4,314,507	8,629,015
増分	2010~ 2020	153,382	1,380,440	2,760,880	207,498	1,867,480	3,734,961	264,067	2,376,599	4,753,199

(出展) 国土交通省「官民連携による展示場の整備・運営検討業務報告書」(平成24年3月)

2020年の東京オリンピック・パラリンピック期間中は東京ビッグサイトの閉鎖が予定されているため、これまでビッグサイトで開催してきた展示会・見本市が他地域の施設で開催される可能性がある。愛知県においても、一時的な移転開催、及びその後の定着・横展開を見込むことも可能であり、展示会・見本市産業を活性化するための好機であるとも考えられる。

## ＜今後の東京ビッグサイトの利用可能な総展示面積＞

時期	総展示面積		備考
	東京ビッグサイト	代替施設	
現在	80,660 m <sup>2</sup>	—	—
2016年	秋頃～	約 96,660 m <sup>2</sup>	—
2019年	4月～	約 29,000 m <sup>2</sup>	東ホール(51,380 m <sup>2</sup> )及び東新展示棟の閉鎖 西拡張棟の整備(約 20,000 m <sup>2</sup> ) ※6ヶ月前倒し
	7月～	約 49,000 m <sup>2</sup>	
2020年	4月～	全館閉鎖	—
	11月～	約 49,000 m <sup>2</sup>	—
	12月～	約 116,000 m <sup>2</sup>	—
			西ホール(29,280 m <sup>2</sup> )・西拡張棟の再開
			全館再開

(出展) 各種新聞報道等より作成

### (3) 本県の状況

本県はMICEの最適な開催地となるための極めて高いポテンシャルを有する。

- ・ 日本経済を牽引する世界でも有数の産業集積地である。
- ・ 国際空港であるセントレアや、新東名高速道路を始めとする高規格道路網など充実した交通インフラを有する。
- ・ 自然科学分野を中心に6名ものノーベル賞受賞者を輩出した頭脳集積地でもある。

しかしながら、本県における展示会や国際会議などMICEを取り巻く状況は、ハード・ソフトの両面で東京・大阪に比べ劣位となっている。

<展示会開催状況(2014年)>

順位	都市名	開催件数
1	東京都	327
2	千葉県	52
3	大阪府	51
4	神奈川県	35
5	愛知県	20
6	福岡県	11

出典：(株)ピーオーピー「展示会データベース」

<国際会議開催状況(2014年)>

順位	都市名	開催件数
1	東京都	565
2	福岡県	411
3	大阪府	253
4	京都府	211
5	神奈川	208
6	愛知県	179

出典：日本政府観光局「2014年国際会議統計」

本県では、総合計画である「あいちビジョン2020」において、MICEの戦略的な誘致・開催を重要政策課題と位置づけ、東京オリンピックやリニア開業を見据えた中長期的な観光振興策の中で、全国的・世界的な情報発信力のあるイベント・コンベンションの誘致・開催等により、戦略的・重点的に地域ブランドの確立、情報発信力の強化に取り組んでいくこととしている。

今後、愛知がその魅力を高め、さらに発展していくためには、日本一の産業県・愛知のポテンシャルを活かし、それにふさわしい多くの人々が国内外から訪れる枠組み&仕掛けを作っていくことが重要となっている。「あいち観光戦略2016-2020」においては、その戦略の一つとしてMICE・スポーツ大会を通じた誘客推進を挙げており、MICE誘致のためのPR・プロモーションに加え、受け入れ環境の整備を進めることとしている。

# 1 施設整備方針

## (1) コンセプト

序章で述べた状況をふまえ、以下のコンセプトにより大規模展示場の整備を行う。

### 産業首都 愛知の新たな交流・イノベーション拠点の創造

#### ■MICEの開催による新たなビジネスマッチングの機会を創出

自動車・輸送機器や航空宇宙産業、ロボット産業をはじめとする愛知県・中部圏のものづくり産業をテーマとする大規模な展示会・見本市等の開催によって、新たなビジネスマッチングの機会を創出し、産業の高度化・活性化を推進する。

#### ■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の創造

大規模展示場周辺において、ものづくり等に関わる企業や研究機関等の誘致を進めるとともに、大規模展示場で開催される催事（見本市・展示会、ビジネスミーティング等）において、内外の多様な企業との交流機会を創出することを通じて、ものづくりや新たなビジネスに関するイノベーションの創造を図る。

#### ■セントレア周辺との相乗効果による国内外から人を呼び込む集客拠点

空港島内や周辺エリアに立地する宿泊施設、商業施設、エンターテインメント施設等と連携することによって、国内外から多くの人を呼び込み、にぎわいのあるまちづくりを展開する。

## (2) 整備時期

東京オリンピック・パラリンピックの影響により首都圏での開催が困難となる展示会需要の取り込みを図るため、2019年秋頃の開業を目指し、短期間で整備するために県直轄により整備する。

## (3) ローコストの徹底

海外、特に展示会産業が成熟しているヨーロッパの大規模展示場においては、比較的簡素な施設において大規模な展示会・見本市が開催されているケースが多い。展示会場として必要十分な機能を見直し、整備・運営両面で徹底したローコスト化を図る。

## (4) 既存施設との住み分け・役割分担

名古屋市の国際展示場である「ポートメッセなごや」は、第1展示館の移転・拡張構想があり、将来的には、本県が整備する大規模展示場と合わせて、中京大都市圏として10万㎡規模の展示面積を有することになるため、大規模展示会の一体的な開催などにより相互の補完関係を構築していくことで、当地域において相乗効果を図っていく。

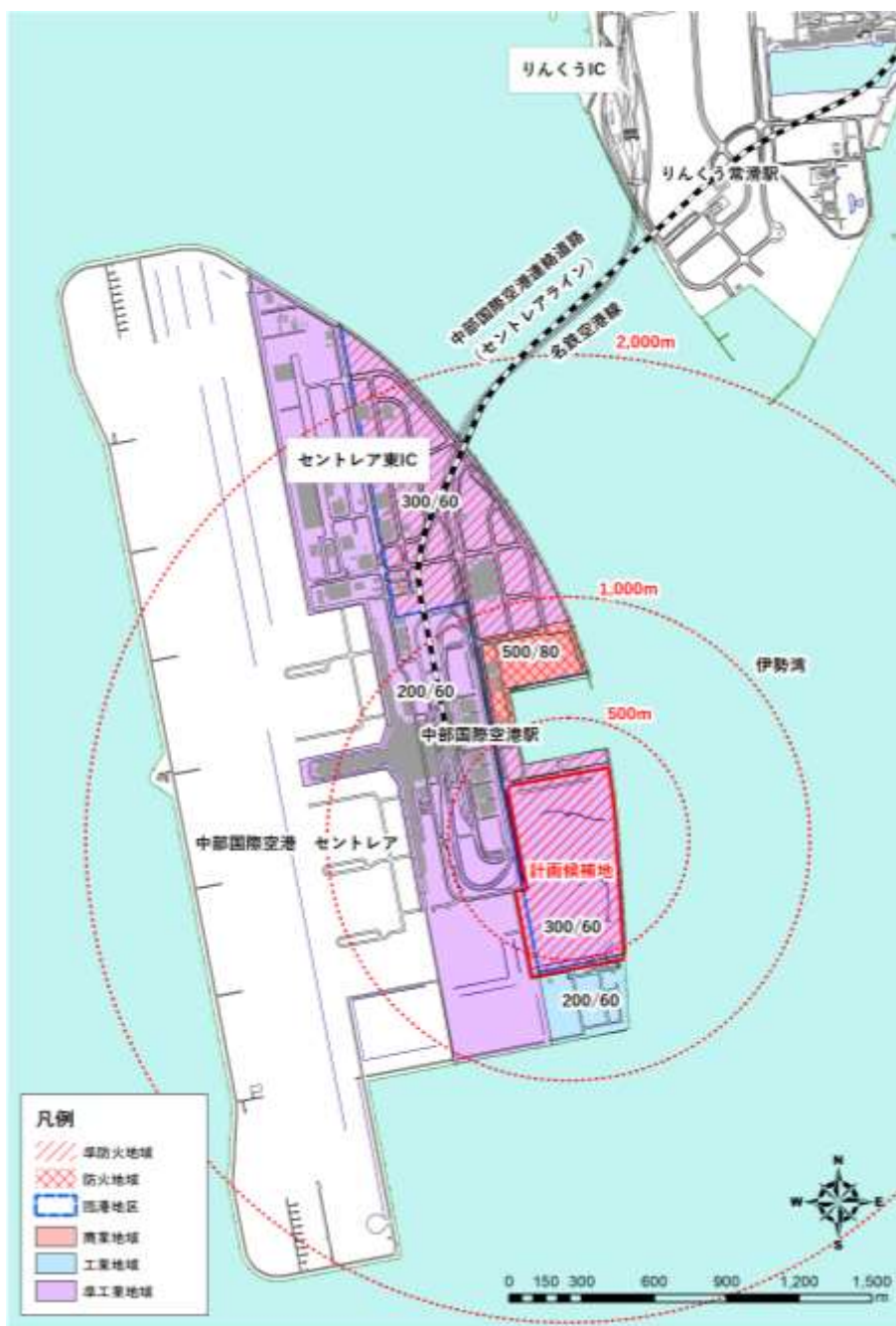


## 2 整備計画

### (1) 建設候補地

建設候補地は、愛知県常滑市沖の中部国際空港島南側、約 28.7ha の一部とする。中部国際空港（セントレア）の旅客ターミナルに直結し、空港利用客は歩いて行けるほか、鉄道や車、高速船など交通の利便性も高い。

<建設候補地周辺図>





## &lt;敷地概要&gt;

所在地	空港島（常滑市セントレア5丁目）
敷地面積	約 28.7ha
所有者	愛知県企業庁
交通アクセス	<p>鉄 道：名鉄中部国際空港駅から徒歩5分  名鉄名古屋駅からの所要時間、運賃、本数  ミュースカイ：28分、1,230円  （平日昼間：2本/1時間）  特 急：35分、870円  （平日昼間：2本/1時間）</p> <p>道 路：セントレア東ICから約1,000m  名古屋市内的からの所要時間、高速料金  約40分、約2,000円</p> <p>空 路：空港ターミナルから徒歩5分  国内18都市81便  海外40都市359便  （2016年3月）</p>
周辺施設	<p>ホテル  （空 港 島 内）：セントレアホテル、東横INN、  コンフォートホテル  （りんくう地区）：J・HOTEL RINKU</p> <p>商業施設  （空 港 島 内）：銀行、郵便局を含む、多数のレストラン・  ショップ  （りんくう地区）：イオンモール常滑、コストコ  めんたいパークとこなめ 等</p>

知多周辺は、我が国の経済を牽引する自動車・輸送機器産業や航空宇宙産業等、ものづくりに係る産業集積や、知多半島における観光・集客資源が数多く立地するなど、成長ポテンシャルが高く、将来的な発展が見込める地域である。

空港島の立地については、セントレアの就航便数の増加等による一層の集客が見込まれるとともに、今後の展示会需要の動向によっては、約2～4万㎡程度の展示面積の拡張が可能となる十分な敷地があるため、国際交流拠点としての高いポテンシャルを有している。

## (2) 施設規模及び諸室構成

展示面積は、国内主要展示場で開催されている展示会の9割に対応可能となる6万㎡とする。

付帯機能として会議室や駐車場を合わせて整備する。

将来的な需要にあわせた展示場スペースの拡張を見据えて、駐車場用地等の配置を行う。

### <大規模展示場施設の基本的な構成>



### <施設規模および諸室構成>

展示ホール	・国内主要展示会の9割に対応可能な60,000㎡とする。
会議室等規模・構成	・展示会に付随するセミナー・会議需要を考慮しつつ、必要最低限の3,000㎡程度のスペースを確保する。 ・レストランや商業施設と一体的な整備を検討。
ロビー・ホワイエ	・展示ホール、会議室による適正規模を確保する。 ・ホール、会議室との一体利用を可能とする。 ・複数イベント時の動線に配慮する。 ・周辺動線との関係性を重要視する。
控え室	・展示ホールの隣接に設置する。 ・大小規模、及び応接に対応可能とする。
駐車場	・施設面積を60,000㎡と想定すると、計画台数は約3,400台となる。 ※(5)参照

## (3) 多目的利用

国内の主要展示場のうち、展示会が多く開催されているのは東京ビッグサイトのみであり（年間利用件数の約5割）、他の施設では展示会よりもイベントやコンサートなどの開催件数が多くなっている。

このため、多目的利用にも対応できるよう、一部のホールを無柱・ワンスパンの大規模展示空間として整備する。

**(4) 会議施設・レストラン・関連機能**

展示ホールに付帯する機能は、必要最低限とし、次の機能を備えるものとする。

- ・ 分割や統合により多様な規模で開催できる会議室の検討
- ・ 参加者の交流のための十分なコミュニケーションスペースの充実化
- ・ 主催者等の使い勝手を高める控え室の確保

当展示場は会議機能としての整備よりも展示ホールの整備を主眼としているため、固定席の大規模会議場は設けず、同等規模の他事例の半分程度の整備を目指す。

また、レストランやショップについては、イベントの有無による需要の変化が大きいことから、その場に応じた可変性のある空間の使い方を検討するとともに、周辺施設との連携も視野に入れる。

**(5) 駐車場**

駐車場整備の適正台数は、想定日最大来場者数（42,000人）や、想定自動車分担率（10～50%）等から、大規模小売店舗立地法（大店立地法）による算出式により推計し、約3,400台を整備する。

**<駐車場適正台数の算出>**

項目	摘要	単位	計画展示場				
			50%	40%	30%	20%	10%
来場者数		人/日	42,000				
自動車分担率			50%	40%	30%	20%	10%
台換算係数	大店立地法： 20,000㎡以上	人/台	2.5				
自動車交通量		台 TE/日	8,400	6,700	5,000	3,300	1,600
ピーク率			14.4%				
ピーク時 自動車交通量		台 TE/時	1,210	965	720	475	230
平均駐車 時間係数	大店立地法： 20,000㎡以上		1.75				
必要駐車台数		台	2,118	1,689	1,260	831	403

※平均駐車時間係数 3.6 の場合

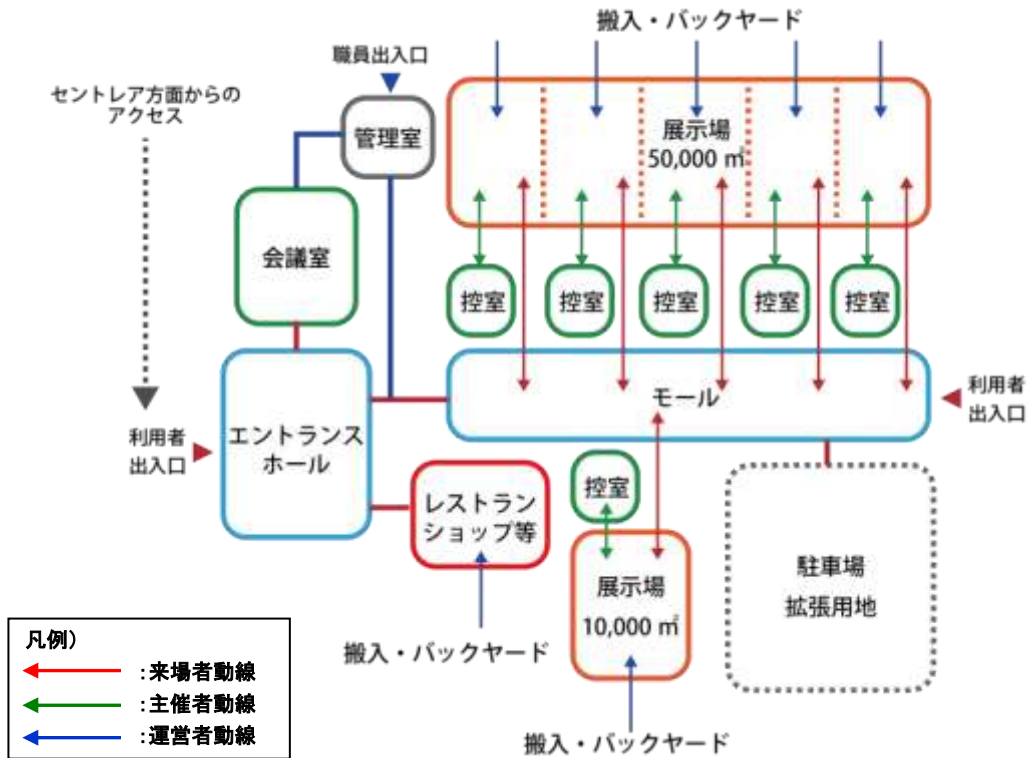
平均駐車時間 係数	東京モーターショーアンケート結 果（3.6～3.8）		採用値 3.60				
必要駐車台数		台	4,356	3,474	2,592	1,710	828

(6) 配置計画

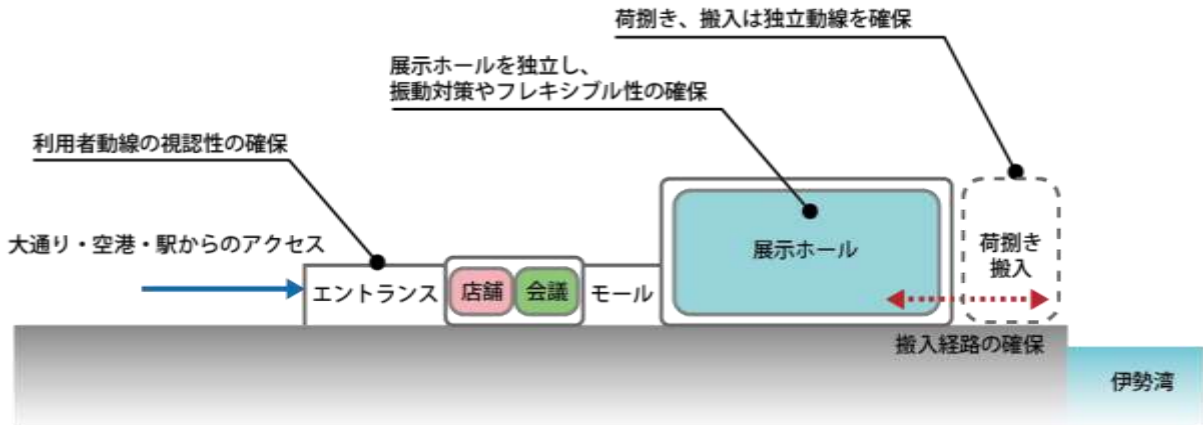
対象敷地となる空港島エリアにおいて、道路再整備を兼ねてひとまとまりの街区を形成、空港ターミナルを中心とした西エリアとの連携を図り、全体として愛知県のコンベンション機能のコア施設として構築する。

展示面積は 60,000 m<sup>2</sup>を確保し、敷地に余裕がある空港島の立地の特性を活用し、展示室の一体の利用が可能となる配置計画とする。なお、展示ホールの1棟は多目的利用対応として別棟で整備する。

<動線機能図>



<断面構成のイメージ>



<平面計画のイメージ>





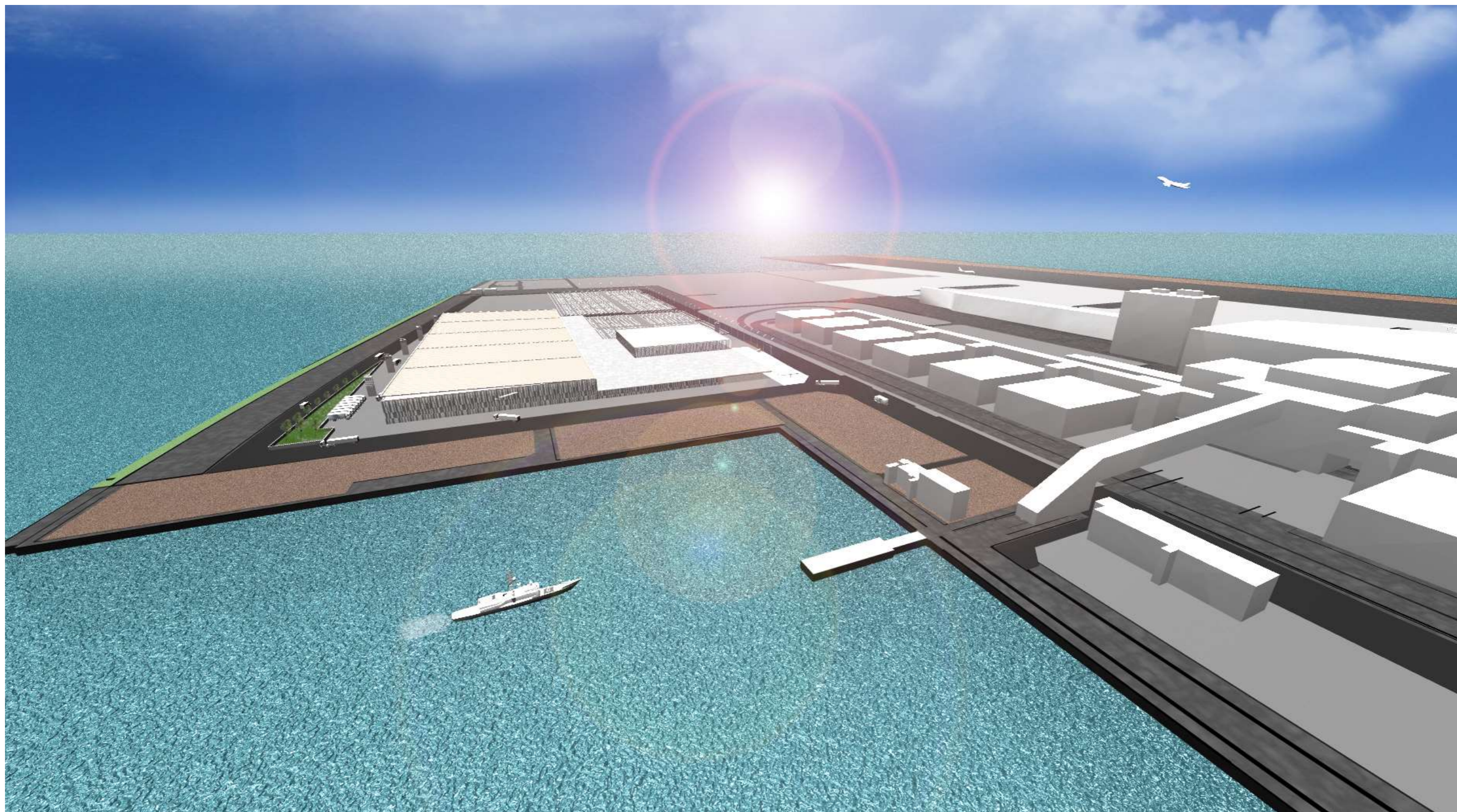
(7) 整備イメージ

<外観イメージ メインエントランスより>



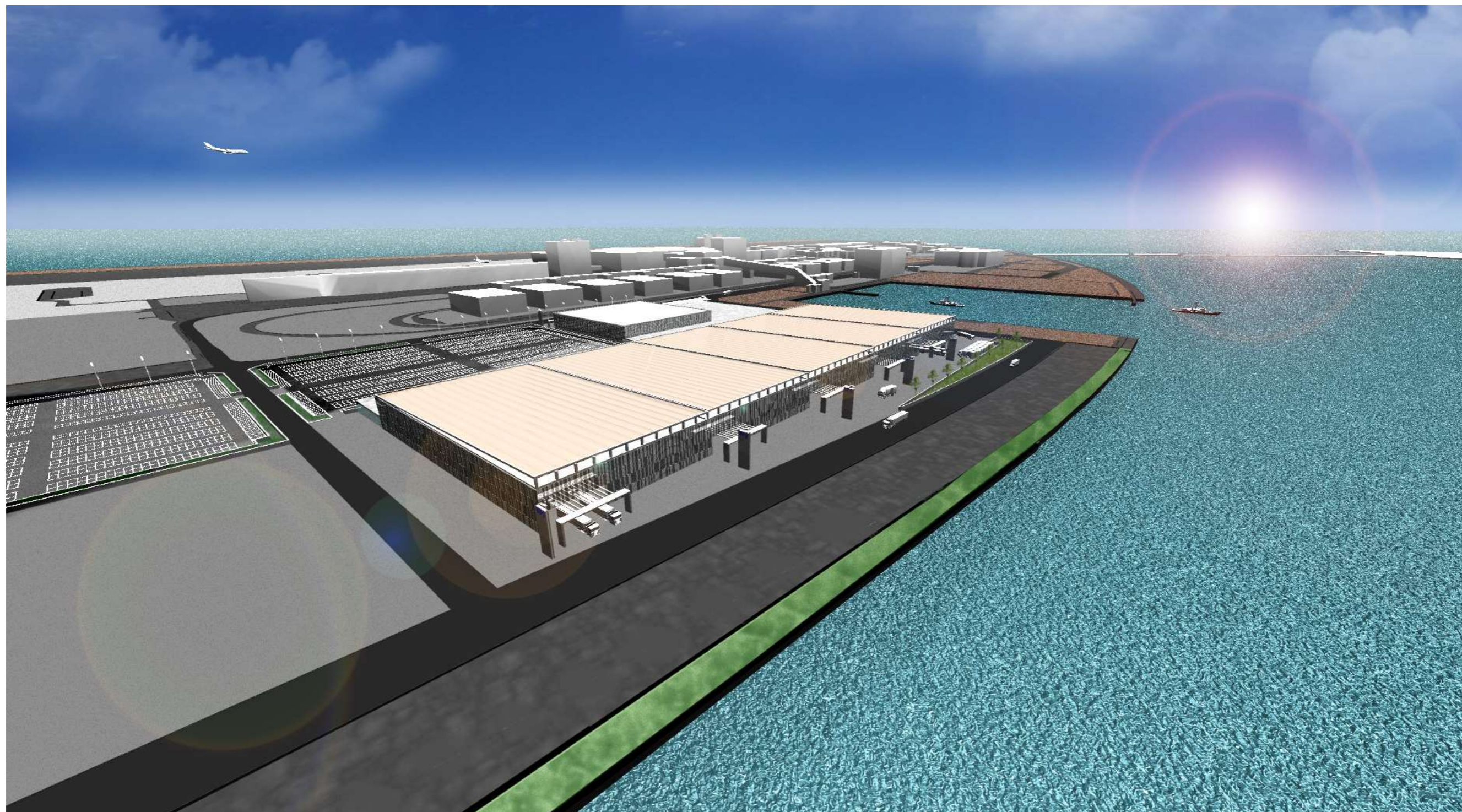


<外観イメージ 鳥瞰>



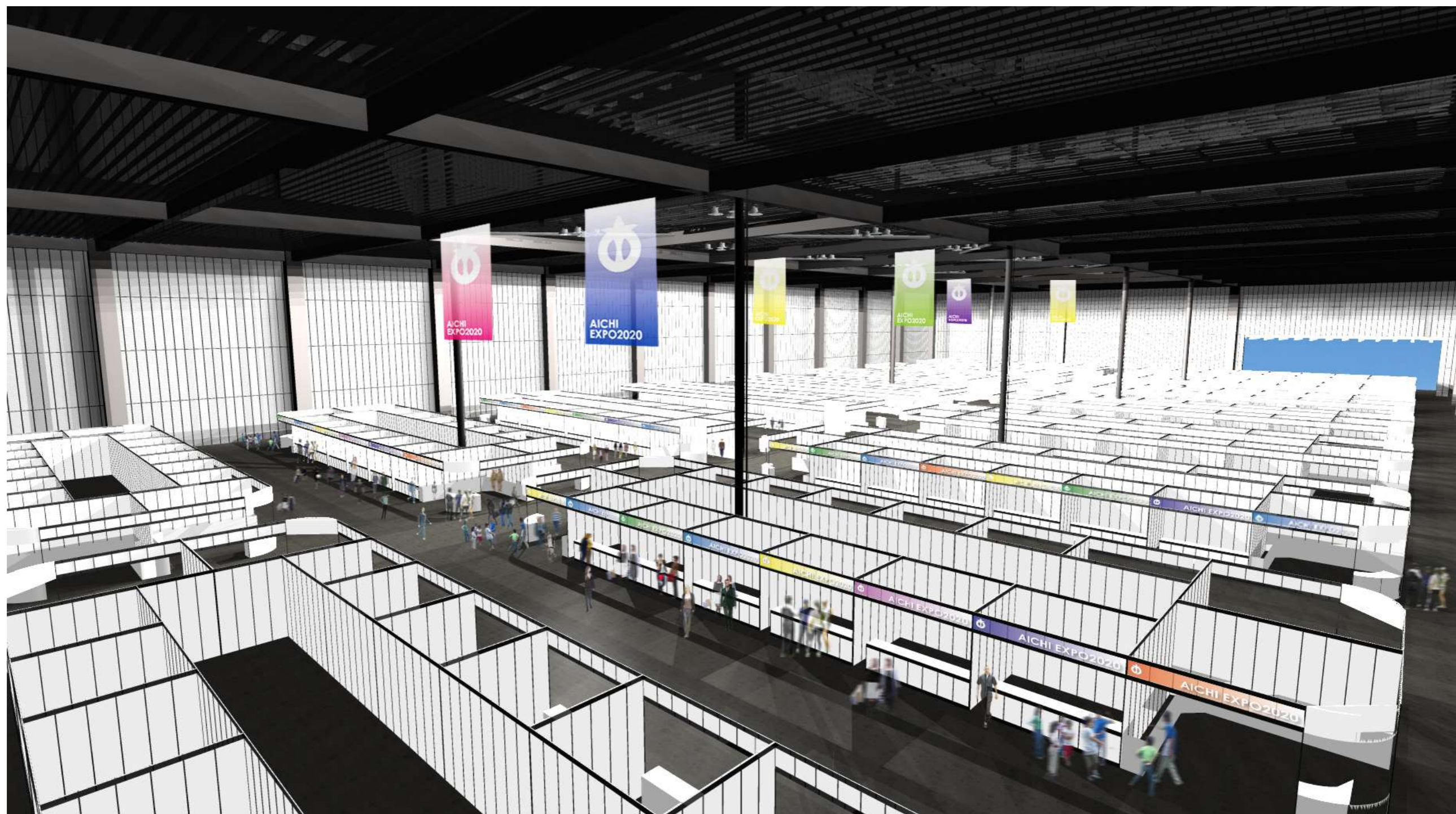


<外観イメージ 鳥瞰>





<内観イメージ 展示ホール>



### 3 整備事業費・整備手法

#### (1) 発注方式の検討

##### ①設計・施工一括発注方式

公共工事の品質確保のためには、透明性、公正性、必要かつ十分な競争性の確保を前提としつつ、事業の特性や地域の実情等に応じて多様な入札契約方式の中から最も適切な入札契約方式を選択することが必要である。

本事業においては、以下の2点が求められる。

ア 建物仕様は必要最低限のものとし、整備費は倉庫レベルの水準を目指す。

イ 2019年秋頃の開業を目指し、短期間で整備する。

このため、今回の整備手法における必要事項は以下のとおり。

ーアについて、必要最低限の建物仕様の設定と整備費の縮減を同時に実現するためには、設計と施工の一体となった業務体制により施工条件に適した設計を実施すること、施工に関する技術を設計に活用することが有効となる。

ーイについて、適正な設計期間、施工期間を確保しつつ整備期間を短縮するためには、それぞれの工程において無駄を省くだけでなく設計から施工まで全体として合理的な期間の設定が必要となる。また、設計と施工の一体となった業務体制とすることで、設計と施工をオーバーラップさせることによる工期の短縮も可能となる。

以上の内容をもとに、今回の事業では、必要最低限の建物仕様、工事費の縮減、短期間の整備を確実に実現するため、基本設計段階から施工のノウハウをより効果的に設計に反映することが可能な、「設計・施工一括方式」を採用する。

## ＜発注方式の比較＞

発注方式の比較		整備の必要条件				
効果・課題		設計・施工分離方式	設計・施工一括発注方式	詳細設計付工事発注方式	設計と施工の一体となった業務体制	設計期間と施工期間の合理化
設計の仕様確定	発注時において、設計成果並びに協議結果等に基づいて発注工事の仕様を確定させて発注することが可能となる。	●				
	施設の利用方法を十分に確認し、発注工事の仕様（設計成果）に反映することが可能となる。	●				
	仕様を確定させてから工事を発注するため、契約変更を必要とする施工条件が明確である。	●				
設計・施工の合理化	設計と施工の役割が分担されていることにより、相互に過失などの防止を図ることができる。	●				
	施工者のノウハウを反映した現場条件に適した設計、施工者の固有技術を活用した合理的な設計が可能となる。		●	●	●	
	施工者の得意とする技術の活用により、より優れた品質の確保につながる技術導入の促進が期待される。		●	●	●	
	当該設計と施工に関する責任の所在を一元化できる。		●	●		
	設計と施工をオーバーラップさせることにより工期短縮が可能となる。		●	●	●	●
	設計と施工を分離して発注した場合に比べて発注業務が軽減される可能性がある。		●	●		
入札金額の確定	確定した仕様により、精度の高い工事費の算出が可能となる。	●				
	詳細な図面にて施工を発注することにより、発注条件の明確化、札価格への余分なリスク費用の上乗せを防止できる。	●				
課題	予期することのできない施工条件の変化等により、設計変更、請負代金又は工期の変更が必要となる場合がある。	●				
	設計者の視点や発注者におけるチェック機能が働きにくく、施工者の視点に偏った設計となる可能性がある。		●	●		

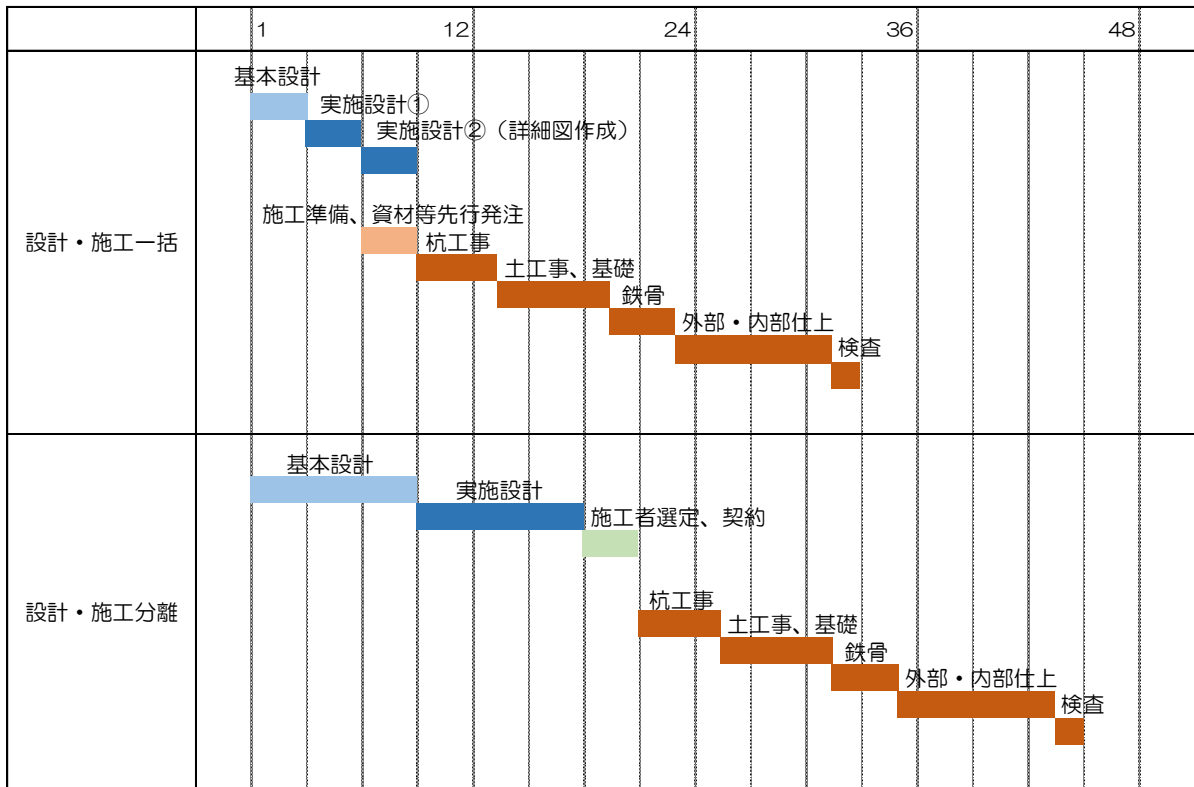


②工期短縮の効果

設計・施工一括方式を採用することで、次の項目により工期の短縮が可能となることが考えられる。

- 設計内容が確定した段階で確認申請を行い着工することが可能となる。
- 実施設計段階の詳細図作成と施工段階の詳細検討を一体で実施することができる。
- 設計段階に施工の準備を実施することができる。
- 設計段階に資材等の先行発注が可能となる。

<工期短縮のイメージ>



(施工期間は、ヒアリング等により 24.0 ヶ月と想定)

③CM方式の検討

2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、現在の建設市況は、建設発注量増大を受けて施工者主導の選別受注が行われているとも言われている。また、設計・施工一括方式では、設計者の視点や発注者におけるチェック機能が働きにくくなると言われている。

このような建設市況、設計・施工一括方式の課題に対して、優良な設計・施工者を確保し、設計及び施工を適切に管理し整備費の縮減と整備期間の短縮を実現する方法として、CM方式を検討する。

CM方式の検討に当たっては、整備費の上限を保証する「アットリスクCM方式」と「ピュアCM方式」、また優良な施工者を確保する方法として「コストプラスフィー契約方式」、工費費の内容を透明化する支払い方式として「オープンブック方式」を検討する。また、CM方式においては、「建設産業の再生と発展のための方策（建設産業戦略会議）」にも配慮し、適正な価格による公正な下請契約についても検討する。

#### 【ピュアCM方式】

CM（Construction Management）方式とは、米国で多く用いられている建設生産・管理システムの一つであり、コンストラクションマネージャー（CMR）が、技術的な中立性を保ちつつ発注者の側に立って、設計・発注・施工の各段階において、設計の検討や工事発注方式の検討、工程管理、品質管理、コスト管理などの各種のマネジメント業務の全部または一部を行う方式。

#### 【アットリスクCM方式】

CM方式（ピュアCM）では、施工に伴う最終的なリスク（施工を分離することなどに伴う全体工事の完成に関するリスク）について発注者が負うため、発注者が支出する工事費がその分増加する可能性がある。発注者が支出する工事費を低減するために、CMRにマネジメント業務に加えて施工に関するリスクを負わせる方式。

CMRは、設計の最終段階で工事費の最大保証金額を設定して施工に関するリスクを負う。

#### 【コストプラスフィー方式】

工事においては施工業者のコスト（外注費、材料費、労務費等）とフィー（報酬）をガラス張りで開示する支払方法。

#### 【オープンブック方式】

工事費用を施工者に支払う過程において、支払金額とその対価の公正さを明らかにするため、施工者が発注者に全てのコストに関する情報を開示し、発注者又は第三者が監査を行う方式。

#### 参考資料)

公共工事の入札契約方式の適用に関するガイドライン【本編】平成27年5月 国土交通省  
 設計・施工一括及び詳細設計付工事発注方式実施マニュアル（案）平成21年3月 国土交通省  
 CM方式活用ガイドラインー日本型CM方式の導入に向けてー 平成14年2月6日国土交通省

## (2) 概算整備費

### ①建物仕様

展示場施設として必要最低限の建物仕様を設定するためには、展示場として機能するために必要な仕様と、建物としてぎりぎりまで削減できる仕様を明確にする必要がある。

展示場施設として必要最低限の建物仕様は、はじめに展示場建屋を構成するために最低必要な仕様を設定し、次にそれをベースに展示場として必要な仕様を付加する方法で設定する。

<仕様イメージ>

部位・項目		建物仕様	
		建屋として最低必要な仕様	展示場として付加する仕様
構造	地上躯体	鉄骨造	展示室柱スパン：20～25m程度 コンサート対応展示室：無柱空間 展示室有効高さ：14.0m
	床	コンクリート床	展示場床荷重：5t/m <sup>2</sup>
外部仕上	屋根	防水又は金属屋根	
	外壁	ALC版又は金属板程度	
主要室 内部仕上	展示室		床：散布型耐久床仕上 壁：EP-G 天井：デッキプレート表し 鉄骨 SOP
	会議室		床：タイルカーペット 壁：EP-G 天井：岩綿吸音板
	エントランスホール モール		床：花崗岩 壁：EP-G 天井：岩綿吸音板
電気設備		動力幹線、照明、弱電	一般室電気設備 展示室用電気設備
空調設備		換気程度	一般室空調設備 展示室用空調設備
給排水設備			WC、給湯設備、飲食店対応
防災設備		屋内消火栓	スプリンクラー、放水銃、 補助散水栓



<建物のイメージ>

ショッピングセンター		今回の建物		従来の国際展示場	
					
50～70万円/坪		70～80万円/坪		150～250万円/坪	
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>低</span> <span>グレード</span> <span>高</span> </div>					
構造	建築として最低スペック スパン、階高は通常	構造	大スパン(25m程度) 折板屋根	構造	トラス構造 大スパン (80～100m程度)
設備	必要最低限の設備機能	設備	必要最低限の設備機能	設備	空調、音響設備、区画シャッター、照明演出 など

②概算整備費

次のように算出条件を設定し、概算整備費を算出する。

<主な算出条件>

- ・建物仕様イメージ：展示場として必要最低限の仕様
- ・大規模展示場の延床面積：86,000㎡
- ・消費税率：10%

(消費税含む、単位：億円)

項目	金額
建設本体工事費	約 300
建設付帯工事費	約 50
合計	約 350

## 4 施設整備の効果

### (1) 想定来場者

BtoB 及び BtoC分野の展示会と BtoC分野の音楽催事について、他事例から来場者数の原単位を設定し、催事の開催パターンに合わせて来場者数を試算した。

#### パターン①（6万㎡全館を使用する超大型見本市を年2回開催）

イベント種別	BtoB／BtoC	使用ホール数	準備期間	実施期間(A)	年間開催数(B)	1日当たり来場者数(C)	年間来場者数(A×B×C)
販促会	BtoC	2ホール	1日	1日	12回/年	28,000人	336,000人
大型見本市	BtoB	3ホール	2日	4日	10回/年	15,000人	600,000人
超大型見本市	BtoB	6ホール	2日	5日	2回/年	30,000人	300,000人
大型販促会	BtoC	3ホール	2日	2日	12回/年	42,000人	1,008,000人
小型見本市	BtoB	1ホール	1日	3日	12回/年	5,000人	180,000人
コンサート	BtoC	1ホール	1日	1日	12回/年	7,500人	90,000人
合計							2,514,000人

#### パターン②（4万㎡規模の大型見本市を年12回開催）

イベント種別	BtoB／BtoC	使用ホール数	準備期間	実施期間(A)	年間開催数(B)	1日当たり来場者数(C)	年間来場者数(A×B×C)
販促会	BtoC	2ホール	1日	1日	12回/年	28,000人	336,000人
大型見本市	BtoB	4ホール	2日	4日	12回/年	20,000人	960,000人
大型販促会	BtoC	3ホール	2日	2日	12回/年	42,000人	1,008,000人
小型見本市	BtoB	1ホール	1日	3日	12回/年	5,000人	180,000人
コンサート	BtoC	1ホール	1日	1日	12回/年	7,500人	90,000人
合計							2,574,000人

### (2) 経済効果

観光庁作成による「MICE経済波及効果測定モデル」及び全国・愛知県の産業連関表を用いて、大規模展示場の運営による全国及び愛知県内の経済波及効果を試算した。

来場者数想定（2パターン）を踏まえて、

- ・ 催事開催によって発生する来場者の消費（交通費、宿泊費）
- ・ 催事開催に伴う主催者の支出や出展者の支出（人件費、広告宣伝費、設備費等）による全国及び愛知県内の経済波及効果、及び税収効果を試算した。

## ①経済波及効果

## 【全国】

パターン	イベント種別	年間来場者数	一人当たり直接効果 (千円)	一人当たり経済効果 (直接+1次+2次) (千円)	全国経済波及効果 (直接+1次+2次) (千円)
パターン①	販促会	336,000	28.4	63.9	21,483,840.0
	大型見本市	600,000	28.4	63.9	38,364,000.0
	超大型見本市	300,000	28.4	63.9	19,182,000.0
	大型販促会	1,008,000	28.4	63.9	64,451,520.0
	小型見本市	180,000	28.4	63.9	11,509,200.0
	コンサート	90,000	9.3	20.7	1,862,400.0
	合計	2,514,000			156,852,960.0
パターン②	販促会	336,000	28.4	63.9	21,483,840.0
	大型見本市	960,000	28.4	63.9	61,382,400.0
	大型販促会	1,008,000	28.4	63.9	64,451,520.0
	小型見本市	180,000	28.4	63.9	11,509,200.0
	コンサート	90,000	9.3	20.7	1,862,400.0
	合計	2,574,000			160,689,360.0

## 【愛知県】

パターン	イベント種別	年間来場者数	一人当たり直接効果 (千円)	一人当たり経済効果 (直接+1次+2次) (千円)	県内経済波及効果 (直接+1次+2次) (千円)
パターン①	販促会	336,000	22.6	39.2	13,176,978.5
	大型見本市	600,000	22.6	39.2	23,530,318.7
	超大型見本市	300,000	22.6	39.2	11,765,159.4
	大型販促会	1,008,000	22.6	39.2	39,530,935.5
	小型見本市	180,000	22.6	39.2	7,059,095.6
	コンサート	90,000	6.8	11.6	1,043,816.6
	合計	2,514,000			96,106,304.3
パターン②	販促会	336,000	22.6	39.2	13,176,978.5
	大型見本市	960,000	22.6	39.2	37,648,510.0
	大型販促会	1,008,000	22.6	39.2	39,530,935.5
	小型見本市	180,000	22.6	39.2	7,059,095.6
	コンサート	90,000	6.8	11.6	1,043,816.6
	合計	2,574,000			98,459,336.2

② 税収効果

【全国】

パターン	イベント種別	年間来場者数	来場者一人当たり税収効果(千円)			全国税収効果(千円)		
			国税	県税	市町村民税	国税	県税	市町村民税
パターン①	販促会	336,000	2.62	0.94	0.66	880,320	315,840	221,760
	大型見本市	600,000	2.62	0.94	0.66	1,572,000	564,000	396,000
	超大型見本市	300,000	2.62	0.94	0.66	786,000	282,000	198,000
	大型販促会	1,008,000	2.62	0.94	0.66	2,640,960	947,520	665,280
	小型見本市	180,000	2.62	0.94	0.66	471,600	169,200	118,800
	コンサート	90,000	0.84	0.31	0.21	75,600	27,600	19,200
	合計	2,514,000				6,426,480	2,306,160	1,619,040
パターン②	販促会	336,000	2.62	0.94	0.66	880,320	315,840	221,760
	大型見本市	960,000	2.62	0.94	0.66	2,515,200	902,400	633,600
	大型販促会	1,008,000	2.62	0.94	0.66	2,640,960	947,520	665,280
	小型見本市	180,000	2.62	0.94	0.66	471,600	169,200	118,800
	コンサート	90,000	0.84	0.31	0.21	75,600	27,600	19,200
		合計	2,574,000				6,583,680	2,362,560

【愛知県】

パターン	イベント種別	年間来場者数	来場者一人当たり税収効果(千円)		県内税収効果(千円)	
			法人県民税・事業税	個人県民税・事業税	法人県民税・事業税	個人県民税・事業税
パターン①	販促会	336,000	0.27	0.11	92,155	36,111
	大型見本市	600,000	0.27	0.11	164,562	64,484
	超大型見本市	300,000	0.27	0.11	82,281	32,242
	大型販促会	1,008,000	0.27	0.11	276,464	108,333
	小型見本市	180,000	0.27	0.11	49,369	19,345
	コンサート	90,000	0.08	0.03	7,272	2,706
	合計	2,514,000			672,103	263,220
パターン②	販促会	336,000	0.27	0.11	92,155	36,111
	大型見本市	960,000	0.27	0.11	263,299	103,174
	大型販促会	1,008,000	0.27	0.11	276,464	108,333
	小型見本市	180,000	0.27	0.11	49,369	19,345
	コンサート	90,000	0.08	0.03	7,272	2,706
		合計	2,574,000			688,559

## 5 運営について

### (1) 収支シミュレーション

展示会事業者へのヒアリング、及び、首都圏と地方都市の代表的な展示会場の収支サンプリングからシミュレーションを行い、稼働率 30.0%が損益分岐点と想定。

その場合の、60,000 m<sup>2</sup>の展示会場における損益試算及び月間の催事開催イメージは以下のとおり。

<開業後安定期における損益試算>

(単位：百万円)

稼働率	10%	15%	18.75%	22.5%	25%	27.5%	30%
売上	572	858	1,073	1,288	1,431	1,574	1,717
費用	1,328	1,423	1,508	1,565	1,612	1,660	1,707
営業損益	▲756	▲565	▲435	▲277	▲181	▲86	10

<月間の催事開催イメージ>

		月	火	水	木	金	土	日	
第1週	ホール1						販促会開催		
	ホール2					(準備)			
	ホール3								
	ホール4	(準備)	見本市						
	ホール5								
	ホール6								
第2週	ホール1								
	ホール2	(準備)		中型・大型の見本市・展示会開催					
	ホール3								
	ホール4								
	ホール5								
	ホール6								
第3週	ホール1								
	ホール2				(準備)		大型の販促会開催		
	ホール3								
	ホール4								
	ホール5								
	ホール6								
第4週	ホール1		(準備)	小型の見本市・展示会開催					
	ホール2								
	ホール3								
	ホール4						(準備)	コンサート	
	ホール5								
	ホール6								

■ BtoB見本市・展示会

■ BtoC催事(販促会、コンサート等)

※1ホール:10,000m<sup>2</sup>規模と設定

収支均衡させるには、4万m<sup>2</sup>規模の大規模展示会を、少なくとも月1回(年間12件)開催する必要がある。

## (2) 運営スキームの検討

国内の主要展示施設の整備・運営手法を見ると、行政が整備し、公的団体や第3セクターが運営している「公設・半官半民営」ケースが多い。

### <国内主要展示施設の整備・運営手法>

施設名	施設規模	施設整備保有	運営主体	運営手法
幕張メッセ	72,000 m <sup>2</sup>	千葉県 (国際展示場)	(株)幕張メッセ	指定管理方式 (第3セクター運営会社)
東京国際展示場 (東京ビッグサイト)	80,660 m <sup>2</sup>	東京都	(株)東京ビッグサイト (第3セクター)	賃貸借方式(非公募)
横浜国際平和会議場 (パシフィコ横浜)	20,000 m <sup>2</sup> (展示ホール)	(株)国際平和会議場 (第3セクター)	(株)国際平和会議場 (第3セクター)	(株)国際平和会議場による直営
新MICE施設計画 (みなとみらい21中央地区20街区MICE施設)	10,007 m <sup>2</sup> (多目的ホール)	横浜市 (PFI事業(BTO)により整備)	(株)国際平和会議場 (第3セクター) (予定)	PFI方式(運営権対価支払)を予定
ポートメッセなごや	33,946 m <sup>2</sup>	名古屋市	(公財)産業振興財団	指定管理方式(公募)
インテックス大阪	70,078 m <sup>2</sup>	大阪市	インテックス大阪運営共同事業体((公財)大阪国際経済振興センター、鹿島建物総合管理(株))	定期賃貸借方式(公募)
神戸国際展示場	13,600 m <sup>2</sup> (展示場)	神戸市・神戸国際観光コンベンション協会	神戸コンベンションコンソーシアム((財)神戸国際観光コンベンション協会、日本コンベンションサービス)	指定管理方式(公募)

愛知県自体にMICE施設運営のノウハウの蓄積がないことから、施設の維持・管理や一般的な催事の誘致においては、これまでもMICE施設の運営を手がけてきたPCOやビルメンテナンス会社をはじめとした民間事業者の運営ノウハウを最大限に活用し、運営面での徹底的なローコストオペレーションを推進することが望ましい。

一方、展示会・見本市は、医学会等のような持ち回りの催事を「誘致」するのではなく、地域の産業構造等を背景に主催事業者が一から催事を企画・開催し、出展者を増やしながらか育て上げる「ビジネス」として捉えることが重要である。この場合、マーケットが限定される地方部では、事業の立ち上げのリスクが高く、民間事業者のみで展示会・見本市の成長を見込むことは難しいため、公民が連携した戦略的な催事企画・開催のしくみを通じて、展示会・見本市産業を育てていく視点が重要である。

以上から、展示場の管理・運営に関する業務項目を縦軸に、本施設で開催する催事のターゲットを横軸にとり、各業務の担い手のイメージをまとめると以下のとおりである。

	本事業		
	政策的・戦略的に開催・誘致する大型催事	展示会・見本市	その他BtoCイベント等
ア) 催事企画・開催	公民連携による取り組みが必要		(民間催事事業者)
イ) マーケティング・プロモーション			
ウ) 誘致・営業			
エ) 予約管理	民間事業者の施設管理・運営ノウハウを最大限に活用		
オ) 維持管理			
カ) 軽微な修繕等			
キ) 大規模改修等			
ク) 設計		(愛知県の役割)	
ケ) 施行			



## 愛知県大規模展示場基本構想

愛知県振興部観光局国際観光コンベンション課

〒460-8501 名古屋市中区三の丸三丁目1番2号

TEL 052(961)2111(代表)

ホームページ <http://www.pref.aichi.jp/>