

観音地区における大規模展示場実現可能性に係る検討結果について

令和 2 年 1 月 1 7 日
都市圏魅力づくり推進課

1 趣 旨

国内外の大規模展示場に係る調査結果及び有識者等の意見をもとに、観音地区における 10ha を超える大規模展示場の実現可能性について、次のとおり整理した。

2 調査会社の中間報告等検討状況に対する有識者等からの主な意見

調査会社の中間報告等の検討状況に対し、有識者等から改めて次のような意見をいただいた。

(1) バイヤーや産業集積の重要性

大規模展示場の稼働率は、面積が大きくなればなるほど下がり、収支が成り立たなくなるリスクがある。この稼働率を増加させるためには、バイヤーを広島に集めることが重要であり、このための産業集積も必要。

(2) 収支見通し

民間出資を期待するのであれば収支が成り立っていることが大前提。競争相手もいる中で、一気に大規模展示場を整備して収支が成り立つか疑問。成り立たないと民間出資は期待できない。

(3) アクセス

大規模展示場の最も重要な成功要件はアクセス。国際路線の大幅な充実のみならず、市中心部からのアクセスを充実させるためには日常利用の増加が不可欠。

(4) 観音地区の活用

観音地区は広島デルタ地帯で残された貴重な土地であり、にぎわい創出、活性化のためには大規模展示場以外の活用方法も含めてしっかり検討してはどうか。

3 結 論

- 展示面積 20ha 超の展示会の実現は困難であるが、10ha 規模の展示会については、国内展示会市場規模等を踏まえると広島が参入する余地はあると考えられる。
- しかし、次の課題があることから、現時点において本県における 10ha を超える大規模展示場の着手は見送ることとする。
 - ① 大規模展示場を整備すれば、新たな大規模展示会需要が確実に創出されるわけではなく、こうした大きな市場リスクを負ってまで数百億円に上る巨額投資に踏み切るとは行政のみならず、民間事業者においても非常に困難であること
 - ② 広島には「平和」や「瀬戸内の景観」といった国内大都市との差別化要素はあるものの、現時点で一気に 10ha を超える規模の展示会テーマの設定は困難であること
また、10ha を超える規模の展示場が既に存在する東京や今後、開業が予定されている大阪など国内大都市との市場獲得競争に打ち勝つには厳しい状況であること
 - ③ 西飛行場跡地において、瀬戸内海を望む美しい景観を活かした新たなにぎわいを創出することが求められている中で、現在、「広島西飛行場跡地利用計画」に基づく事業の一部を休止していることも踏まえ、早期に判断する必要があること

4 その他

大規模展示場の着手を見送ることに伴い、一時休止していた広島西飛行場跡地活用推進事業については、これまで関係者で議論し合意してきた「広島西飛行場跡地利用計画」に立ち返ることとし、速やかに計画に掲げるスポーツ・レクリエーション機能や新たなにぎわいが生み出されるよう、取組を進めていく。

(参考1) 前回報告した大規模展示場実現可能性に係る検討状況(12月12日総務委員会)

①調査コンサルタントによる調査結果に基づく大規模展示場の平均的な規模

		①超大規模(20ha超)モデル	②大規模(10~20ha)モデル
施設	アクセス	空港から40分未満	空港から最大1時間程度
	周辺施設	○宿泊・商業施設等が5km圏内に複数存在 ○近隣宿泊施設の部屋数は200~500部屋規模	○宿泊・商業施設等が5km圏内に複数存在 ○近隣宿泊施設の部屋数は数十~500部屋規模
運営体制	土地・施設所有	○土地：主に行政 ○施設：主に行政または行政+民間	○行政, 行政+民間, 民間等様々
	施設管理・イベント獲得・運営	主に行政出資法人または行政+民間	民間主体が過半数
	従業員数	○数百~2,500人規模 ○うちイベント企画・運営が数百~350人	○数百~1,000人規模 ○うちイベント企画・運営が100~300人
	稼働率	~40%	50~60%
財務・効果(想定※)	初期投資	約1,300億円	約630億円
	年間訪問者数	~400万人	~200万人
	売上げ・利益	○売上げ：~207億円 ○利益率：~1%	○売上げ：~194億円 ○利益率：~11%
	年間波及効果	~89億円	~44億円
	回収期間	○展示場単体：49年~ ○波及効果含む：20年~ ○波及・税収効果含む：15年~	○展示場単体：23年~ ○波及効果含む：16年~ ○波及・税収効果含む：11年~
その他	ドイツやアメリカでは国、州が経済発展のためにMICEを積極活用した結果、関係者全員が利益を得られる事業システム(エコシステム)が長い時間をかけて成立している。		
評価	○日本における需要は可能性として存在する ○集客力強化やアクセス拡充等広島が満たすべき要件は多く、財務面からも実現は困難 ○超大型イベントニーズの創出や政府も動員した事業モデルの確立には多大な時間・労力を要する	○国内展示会市場規模と既存展示場数を踏まえると広島が参入する余地はある ○東京、大阪と展示会テーマの差別化が必要 ○投資額の大きさから民間との共同出資・民間主体の運営が前提	

※財務・効果については、①超大規模モデルは展示面積20haの展示場を、②大規模モデルは展示面積10haの展示場を想定して試算している。

②外部有識者等で構成する「意見を聴く会」の委員から聴取した主な意見

《展示会需要について》

- 現在、日本の展示会業界の規模は小さくなく、今後の伸び代はある。
- 展示会の大半はリピーターにより開催されているものであり、新規開拓は困難な状況。
- 確かに世界を見ると10haを超える展示場が日本にあってもいいのではという声があるとしても、それは首都圏に求められているものであり、広島ではない。

《大規模展示場の成功要件について》

【エコシステムの成立】

- 欧米では州が「我々の州は何の産業で、今後生きていく、稼いでいく」という考えのもと、MICEのオーナーになるなど、その産業を発展させてきた歴史がある。MICE施設を使用して、収入を得ること、雇用を創出すること、これらのメリットを生み出すことが施設所有者である首長(州、市)の課題であるという認識が海外では圧倒的に強い。
- 日本の展示会産業の最大の欠点はエコシステム(展示会開催に係る関係者全員がwin-winの関係になること)が成立していないこと。

【歴史・背景】

- ドイツだけでなく、フランス、スペインなども同じだが、地方都市ごとに主要な産業があり、ヨーロッパ全土のバイヤーが年1回その都市に集まるというのが習慣化している。ここが日本と異なる点で、日本は主要な産業の関係者の殆どは東京にいる。

【バイヤーの存在】

- 有力なバイヤーが東京やソウルでは来ないが、広島なら来るという環境を作ることができるかが成功の要件となる。
- バイヤーは本社のある東京にいる企業が殆ど。東京でなく、あえて地方へ会場を変更することの説明が難しい。

【規模】

- 20ha 超はやり方次第ではあるが、国の支援がなければ厳しいと思う。特に県単独で目指すにはハードルが高い。
- 一気に1,000~2,000億円かけて10ha超の大きな展示場を整備すべきではない。まずは小規模の展示場を整備し、順次拡大させるというのがよい。

【テーマ性】

- 広島ならではのテーマは現地を調査しなければ分からないが、広島には工業、農業、企業も多く、何でもあるイメージ。バランスの取れた産業構造があることが広島の強みだと思う。更に観光客が多く、ネームブランドもあるため、世界への訴求力も高い。
- 世界で通用するコンテンツである「平和」、「瀬戸内の景観」などを活かしたテーマ設定が可能ではないか。

【稼働率を上げるための方策】

- 東京、大阪と競合するためにはと考えること。重要なのは単年度ベースで赤字を出さないこと。経済効果以外の波及効果について考えることも重要。

《MICE 以外の施設によるにぎわいの創出》

- 広島でウォーターフロントを楽しめる場所は少ないので、海外によくある海に栈橋が突き出したピア、フィッシャーマンズウォーフのようなものがあればよいと思う。
- 広島に来れば、ここを拠点にしてどこへでも行けるという土地にすべき。欧米系のインバウンドは多くの費用をかけて広島に来る。その人たちが広島だけでなく、瀬戸内や山陰などいろいろ楽しめるプランを選択できるようにすべき。
- 観音地区は最後のデルタ地帯で貴重な土地であり、魅力的な場所になるよう有効に活用できるまちづくりを検討すべき。

(参考2) 国内他都市の事例

東京 (東京ビッグサイト)	2019年7月に南展示場(約2ha)が開業し、東・西展示場を合わせた総展示面積は約11.5haとなっている。
大阪 (IR構想)	2025年4月の大阪・関西万博開幕前を目指しつつ、2026年度末までに全面開業予定。カジノ以外の中核施設として「日本最大の複合MICE施設」を整備予定。 ・展示施設、会議場を併設。展示面積は10ha以上。 ・宿泊施設、エンターテイメント・商業施設等を一体的に整備。