

經濟產業省說明資料

平成29年5月10日

經濟產業省

1. 大規模国際展示場

- 展示会・見本市は、我が国製品やサービスの情報発信や商談の場であり、国内外の出展者や来場者などの多様な主体による消費活動を誘発する経済インフラ。地域経済活性化にも大きく貢献。
- アジアでは、中国、タイ、シンガポール、韓国に10万㎡以上の展示場がある一方、日本の首都圏における主要な展示場は、稼働率が非常に高く大規模な展示場が不足。

(運営開始年月)	東京 ビッグ サイト (1958年)	パシ フィコ 横浜 (1991年)	幕張 メッセ (1989年)	インテッ クス 大阪 (1985年)	愛知県 (新) (2019年 秋予定)
展示場面積	9.7万㎡	2.0万㎡	7.5万㎡	7.0万㎡	6.0万㎡
展示会件数 (国内シェア)	278件 (約55%)	31件 (約6%)	56件 (約11%)	34件 (約7%)	—
稼働率	78%	75%	47%	非公表	—
増築後の面積 (供用見込み)	11.6万㎡ (H31.7)	2.8万㎡ (H32.4)	なし	なし	—

展示場の要件

○面積

大規模な展示会・見本市、イベントの開催が可能な国際展示場

○構造

展示会の大きさに応じて分割・連結できる「かまぼこ型」の構造。アリーナ施設としても使用可能な汎用性の高さ（柱のない設計など）

○利便性

アクセスの良さ、長期滞在可能な宿泊・飲食施設などの充実等

※いずれの展示場も入場者数の9割以上は日本人 (出典) 経済産業省調べ

※展示場の稼働率は、7割程度が上限とされている。

(参考)

海外の大規模国際展示場の例

○ハノーバー国際見本市会場 (ドイツ)

面積：展示面積約46.6万㎡ (世界最大の展示場)

主な展示会：Hannover Messe (2016.4)

→来場者数約19万人、

出展者数約5千社 (うち海外約3千社)



(出典)Cebit HPより

○国家会展中心 (中国・上海)

面積：展示面積約40万㎡ (中国最大の展示場)

主な展示会：World Elevator & Escalator Expo (2016.5)

→来場者数 約12万人、出展者数 約1.2千社

国内の大規模国際展示場の例

○東京ビッグサイト(日本最大の展示場)

・面積：約9.7万㎡(世界73位)

・入場者数の例：日本工作機械見本市(JIMTOF)
約14.7万人(2016)

・海外来場者数比率：国際食品・飲料展(FOODEX)
10.6%(2014), 10.8%(2015), 12.3%(2016)

○幕張メッセ

・面積：約7.5万㎡(世界88位)

・入場者数の例

CEATEC約14.5万人(2016)



(出典)CEATECJAPAN HPより

日本の展示場の新增設の動向

インテックス大阪
合計展示面積
7.0万㎡
拡張予定なし

幕張メッセ
合計展示面積
7.5万㎡
拡張予定なし

群馬県 (新設)
高崎競馬場跡地に多目的展示
施設 **1万㎡**を先行整備
(2020年度供用開始予定)
将来的に2万㎡に拡張

愛知県 (新設)
空港島 (常滑市) に
6万㎡の展示場を新設
2019年秋頃供用開始予定
※コンセッション方式導入

東京ビッグサイト
合計展示面積9.7万㎡
→**11.6万㎡**に拡張
(2020年12月以降)

パシフィコ横浜
合計展示面積2万㎡
→**2.8万㎡**に拡張
(2020年4月供用開始
予定)

福岡市
(マリンメッセ福岡)
合計展示面積1.4万㎡
→**1.9万㎡**に拡張
(2020年度供用開始予定)

沖縄県 (新設)
中城湾港マリンタウン地区に**4万㎡**
程度の展示場を含む大型MICE施設
を建設 (2020年供用開始予定)

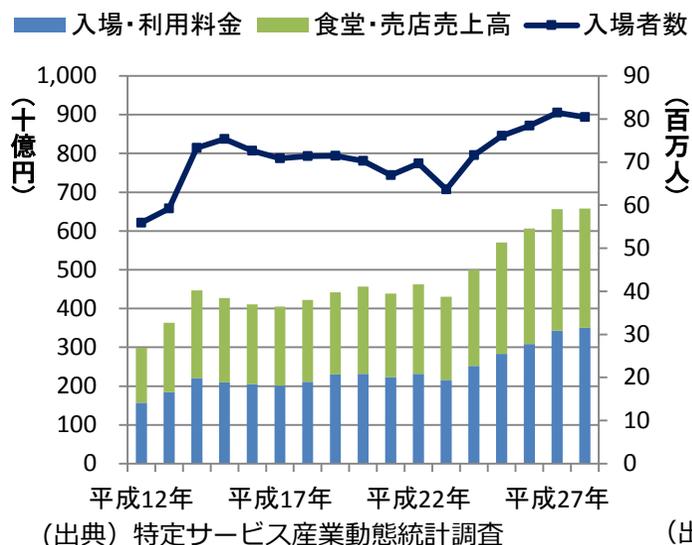
2.エンターテインメント施設

- 近年、体験型消費を求める外国人観光客の増加もあり、**遊園地・テーマパークの売上高は好調に推移**しており、**家族連れで楽しむことのできるエンターテインメント施設**としてテーマパークは重要。
- 多言語対応により**インバウンド客の受け入れを視野に入れた音楽、演劇、パフォーマンス等の施設が少なく、外国人観光客が楽しめるイベントが少ない。**

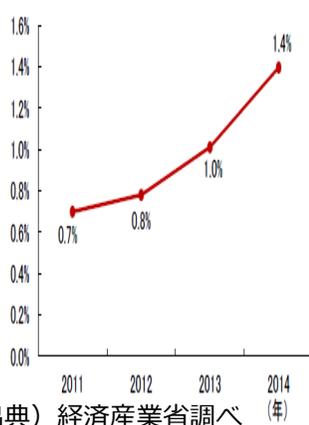
日本コンテンツを利用した 遊園地・テーマパークの例

- ・ サンリオピューロランド(東京・45,900㎡)
- ・ 日光江戸村 (栃木・495,000㎡)
- ・ エバーサルスタジオジャパン(大阪・470,000㎡)
(任天堂キャラクターをテーマにしたエリアをオープン予定)

遊園地・テーマパークの 売上高と入場者数の推移



「遊園地・テーマパーク」売上高に占める
訪日外国人消費額の割合の推移(試算値)

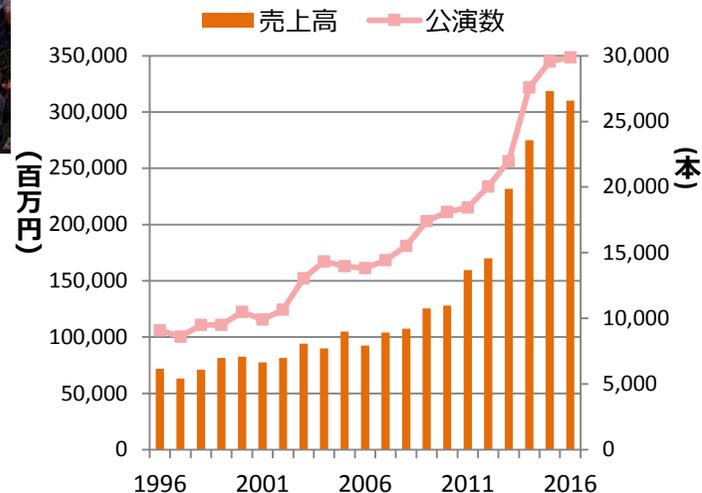


音楽、演劇、パフォーマンスの例

- ・ **RISING SUN ROCK FESTIVAL**(北海道・石狩市)
(日本初の本格的オールナイト野外ロックフェスティバル)
- ・ **SAKURA-JAPAN IN THE BOX** (東京・明治座)
(日本の伝統芸能とポップカルチャーを組み合わせた演劇)
- ・ **SXSW** (アメリカ・テキサス州オースティン)
(音楽・映画・インタラクティブを組み合わせたイベント)



国内ライブ興業売上・公演数の推移



3. ゲートウェイとしてのクールジャパン発信施設

- 日本の伝統・文化・芸術を活かした「日本型IR」を実現するためには、これらを訪日外国人に魅力的に発信する施設やイベントが必要。
- 日本へのゲートウェイとして、クールジャパン発信施設を拠点に日本全国の観光地や名産を細やかに提供、案内できる機能が必要。

ゲートウェイの具体的イメージ例

○VR技術を活用した地域文化の発信

VR技術を活用した外国人でも日本の文化を体験できる多言語コンテンツや子どもなどでも楽しみながら学べる体験型コンテンツにより日本の文化、観光資源をPR。



(出典)トッパンVRデジタルアーカイブHPより

○イセタンザ・ジャパン・ストア・クアラルンプール

メイド・イン・ジャパンの商品で構成され、各フロアを日本庭園に見立て、それぞれにテーマ性を持たせた東屋（あずまや）を配置。商品だけでなく、日本の「おもてなし」を提供。

※クールジャパン機構
出資案件



(出典) ISETAN The Japan Store HPより

各地のイベント例

○燕三条 工場の祭典(新潟県)

金属加工の産地、新潟県燕三条地域で工場や農場など、普段は見られない場所を開放し、職人たちの手仕事などを間近で見ることができるイベント。



(出典)KOUBA HPより

○工芸都市 高岡の秋(富山県)

伝統工芸が数多く残る高岡で、まち、人、食、伝統と最新のものづくりが一体となったイベントを開催。産業観光のため、新社屋を建設する企業もあり。



(出典)工芸都市高岡クラフトコンペティション HPより

○絹のみち広域連携プロジェクト

関東経済産業局、関東農政局、関東運輸局等により、富岡製糸場などを含めた「絹」を中心とした広域観光ルートの開発・PR等を実施。



(出典)富岡市HPより