― 2020年の展示会場問題に関する ―

日本展示会協会

公式声明文

第1号 2015年11月16日

日展協は東京オリンピックの成功を願い、あらゆる協力を惜しみません。一方、ビッグサイトの全展示会を例年通り開催できるよう、「メディア施設を 東京臨海広域防災公園、または他の適切な場所に新設すること」を要望します

（一社）日本展示会協会　会　長　石積 忠夫
副会長　荒井 一則　梶原 靖志
越野 滋夫　松井 高広
他 理事・監事・会員一同（会場を除く）

1. 東京都が初めて計画案を発表

2015年10月22日、東京都は主催者などに対し、東京オリンピック時のビッグサイトの利用制約に関して、「現時点での計画案」を初めて公式に発表した。

それによれば、2019年4月～2020年11月までの20ヵ月間、ビッグサイトの大部分がオリンピックのメディア施設として使用され、その結果、東1～6館および東新展示棟の全てが展示会場として使用不可になり、2020年の4月～10月は西館も全て使用不可になるということである（※3頁の注1参照）。もしこれが現実になれば、ほとんどの展示会が中止に追い込まれる恐れがある（※注2）。

それゆえ今回の発表を受け、出展企業など多数の展示会関係者から「展示会が中止になれば、出展企業の倒産などが続出し、大きな社会問題になりかねない。国立競技場の問題よりはるかに深刻だ」と危惧する声が上がった。

2. 本計画案は、重大な社会問題になる恐れ（※注3）

① 概算で 4兆円の売上げが消滅する恐れ

ビッグサイトでは、毎年、約9万社の企業が約300本の展示会に出展し、約3兆円の売上げをあげている（平成19年のビッグサイト公式記録による）。これを20ヵ月間に直せば、約500本の展示会で概算5兆円になる。もしこれらの展示会が中止、あるいは大幅に縮小すれば、最小限に見積もっても、約4兆円の売上げが消滅し、日本経済に壊滅的な打撃を与える。

さらに、上記の売上げの中には、約2万社の海外出展企業の売上げが含まれている。したがって、海外企業の間から、「日本市場に参入できなくなる」という批判が高まり、国際問題に発展する恐れがある。

② 多数の中小企業が、倒産などの経営難に陥る恐れ

出展企業のほとんどを占める全国の中小企業は、優れた製品を持っていても、十分な販売網を持たないため、「何万人ものバイヤーが買付けのために来場する展示会」を年間最大の営業の場にしている。従って展示会が中止、または大幅に縮小すれば、中小企業は売り上げを激減させ、倒産など経営難に陥る。

③ 出展企業との間で、補償などの問題に発展する恐れ

日本でも、世界中でも、展示会は毎年１回、長年にわたり開催され、企業の恒例スケジュールに入っている。従って、代替地を用意せずに展示会を中止または大幅に縮小すれば、出展企業の営業権を奪うことであるとも解釈され、補償などの問題が起きかねない。

④ 直接経済効果、概算で 4,000 億円が消滅する恐れ

年間 300 本の展示会は、装飾、電気、マンパワー、ホテル…など約 1,000 社の関連企業に年間 3,000 億円（東京ビッグサイト公式発表）、20 ヵ月間で概算 5,000 億円の経済効果をもたらしている。もしこれらの展示会が中止、あるいは大幅に縮小すれば、最小限に見積もっても、約 4,000 億円の経済効果を消失させると同時に、中小の展示会支援企業を倒産させる恐れがある。

3. メディア施設に関する、2つの選択肢

コストの面、および五輪後の問題点から比較してみる。

A 案 ビッグサイトをメディア施設に改造し、20ヵ月間、展示会を中止	**B 案** メディア施設を防災公園あるいは他の適切な場所に建設する
● 出展企業の売上げ消滅 **約 4兆円** ● 中小９万社が倒産の危機に ● 営業権を奪い、大問題になる恐れ ● 直接経済効果の消失 **約 4,000 億円** 支援企業 1,000 社が危機に ● 改造と回復工事費用予測 **推定 数百億円** ● 中国など海外に出展社が流出し、五輪後、日本の展示会に帰る保証はない ● **経済の沈滞と衰退を招く**	● 出展企業売上げ確保 **約 4兆円** ● 中小９万社の倒産を回避 ● 直接経済効果の維持 **約 4,000 億円** ● 建設費予測（最大 10 万㎡） **推定 200 億から 500 億円** ● 五輪後 展示会場に転用でき、長年のビッグサイトの面積不足を解消できる ● **経済の活性化と発展を促進**

4. 日展協は、B案 の メディア施設の新設を強く要望します

B案ならば、新しいメディア施設によりオリンピックを成功させられると同時に、例年通り 500 本の展示会を開催でき、出展企業の 5 兆円の売上を確保し、1,000 社の展示会関連企業の倒産を防げる。また五輪後には展示会場に転用し、ビッグサイトの面積不足を補うこともできる。

メディア施設の建設に推定 200～500 億円をかけても、その 100 倍近くの約 4 兆 4,000 億円の収入が確保できるため、これ以上の得策はないと確信する。

なお、防災公園への建設は法律があるので不可という意見がある一方、法律を見直し柔軟に運用すれば可能であり、同時に、屋根つきの防災拠点にすることもできるという意見もある。ただし、防災公園の他に、より適切な建設場所があれば、それでもかまわない。

A案ならば、メディア施設の新設に要する推定 200～500 億円の節約をしても、その 100 倍近くの約 4 兆 4,000 億円のビジネスが消滅する上、ビッグサイトの手直しに数百億円がかかると推定されるので、とても得策と言えない。

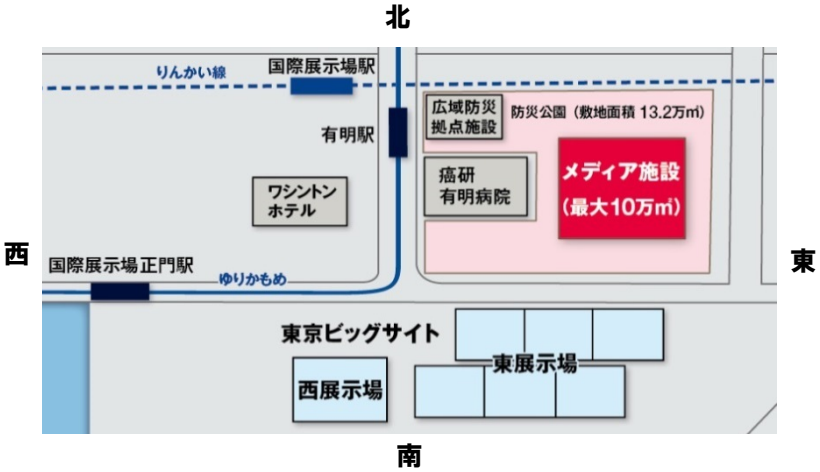
さらに、約 2 年の中止によって出展社や来場者が日本の展示会に戻らず、その結果、日本のほとんどの展示会が消滅し、それが日本経済衰退のきっかけになる恐れがある。

過去 3 回のオリンピック（北京、ロンドン、リオ・デ・ジャネイロ）では、各国とも「全ての展示会を例年通り開催する」という方針から、メディア施設を別途新設した。これが世界の通念と言っても過言ではない。

以上の理由から**日本も現状のA案を変更し、すみやかにB案を決断すべきである。**

【建設場所、規模】

2015 年 9 月 11 日付けで日展協が舛添知事あてに提出した要望書では、5 万㎡と書きましたが、その後、「余裕をもって、最大限の規模にしておくべき」との専門家の助言により、最大 10 万㎡に訂正しました。



以　上

（注1）

12 月 16 日の時点で、一部の方からのアドバイスを受け、使用不可の期間と面積割合を、より厳密に追記しました。ただし大意は従来と変わっておりません。さらに、東京都の発表をもとに、より厳密に計算すれば、ビッグサイトの総面積のうち使用不可となる面積割合は、2019 年 4 月～2020 年 11 月までの 20 か月で平均 79%、さらに 2020 年 4 月～11 月までの 8 か月間は 95%になります。

（注2）

また、「ほとんどの展示会が中止に追い込まれる恐れがある理由」は、(A) 規模を縮小して開催するように調整したとしても、20 か月間の平均では単純計算で従来の 21%の規模になり、さらに、2020 年 4 月からはわずか 5%の規模になります。そうなれば、来場者がほとんど来なくなると予想され、実質上、展示会の開催は極めて困難になると想定されるからです。

さらに、(B) 日本の他の展示会場も、ほぼ満杯状態であるため、実際はビッグサイトの代替会場になり得ないと考えるからです。

（注3）

12 月 28 日に一部の方からのアドバイスを受け、売上高および経済効果の数字を今まで以上に厳密に書き直しました。ただし大意は従来と変わっておりません。