

私達は東京オリピックによる

「見本市中止問題」の解決を要望します

■東京五輪の際、東京ビッグサイトが20カ月間、放送施設になるため、232本相当の見本市が中止になり、中小企業をはじめ、7万8千社の出展社が2兆円の売上を失います

■私達は五輪の成功を願うと同時に、全見本市が例年と同規模で開催できるような、東京都をはじめ、オリピック委員会、日本政府など、すべての関係者に強く要望いたします

1 ビッグサイトの見本市は、長年、定期的に開催されています

日本最大の見本市会場である東京ビッグサイトでは、開場以来20年間、毎年300本を超える見本市が開催され、何兆円もの売上が行われている。

これらの見本市(展示会)は、一週間単位で替わり、例えば毎年1月の第4週には「国際宝飾展」、2月の第1週には「ギフトショー」と決まっています。

その他、「工作機械見本市」「日本ものづくり展」「国際ロボット展」「おもちゃショー」「コミケ」なども同じ時期に定期的に開催され、20年間続いている。また、一年を通して隙間なく開催されているので、ビッグサイトはいつも満杯状態である。

これらの見本市には、年間約13万社が出展し、1469万人のバイヤー(※)が来場する。そのうち海外からの出展社は約3万社にのぼり、バイヤーとあわせると海外からの参加者は20万人以上になる。つまり、見本市は「巨大な市場」だ。

※東京ビッグサイト公式発表(平成29年4月)による



見本市はひとつ屋根の下に数千社が出展し、数万人が来場する「巨大な市場(いちば)」だ

2 20カ月間の中止・縮小による巨大な損害

ビッグサイトの見本市への出展社数のうち、95%以上が中小企業だ。彼らは優れた製品を持っていても、十分な販売網や広告宣伝費が無いため、営業活動は簡単ではない。

だからこそ、何万人ものバイヤーが自ら来場し、購入してくれる見本市は最も重要な販売の場となっている。

「日本経済は中小企業に支えられている」と言われるが、※東京ビッグサイト公式発表(平成19年7月)をもとに算出

B 見本市は、築地と同じ「市場」であり、代替地が必要です

築地市場では、出店する1000社が毎年約6000億円もの売上を上げ、それを何十年も継続してきた。そのため、彼らには「営業を継続する権利」があると考えられる。それゆえ、東京は築地市場の移転に際し、築地と同規模の豊洲市場を代替地として用意した。

一方、ビッグサイトの見本市も、築地と同じ「市場」である。しかも、その出展社数や来場者数、取引額は築地の何倍も大きく、極めて国際的で、日本経済に与えるメリットはより大きい。

ところが、そのビッグサイトが五輪の前後20カ月間、放送施設に使用され、単純計算で232本相当(※)の見本市が中止に追い込まれる。

その結果、出展社や関連企業など、多くの関係者が巨大な損害を被る。

それゆえに、築地と同様、ビッグサイトも同規模の代替地が用意されるべきであると考える。

ちなみに、過去の五輪(リオ、ロンドン、北京)では、見本市が生み出す巨額の経済効果を重要視し、見本市会場を放送施設に使用するという発想は一切なかったと聞いている。

※ビッグサイトでの年間開催本数は304本(2016年実績)。これを20ヶ月に換算すれば、約15.2本になる。後述の通り、20ヶ月間の利用可能面積は現在の54%に減るので、232本相当の見本市が開催できないことになる。



会場では真剣な商談が行われ、各見本市の売上げ額は数十〜数百億円にのぼる

3 「抜本的な解決策」が求められています

最初の東京都の計画は、「20カ月平均でビッグサイトの35%の展示面積しか使えないもの」だった。

これは、全出展社の35%しか出展できないことであり、これでは開催を断念せざるを得ないと考える主催者は多い。

その対応策として、東京都は仮設館を建設予定だが、「尽力に感謝するが、抜本的な解決にならない恐れがある」と考える関係者が多い。

その理由は、仮設館の規模がビッグサイトの4分の1しかなく、ビッグサイトの利用可能面積と合わせても、20カ月の平均で54%にしかならないからだ。

さらに、仮設館はビッグサイトから1.5km(徒歩20分)も離れたので、見本市の必要条件「ひとつ屋根の下に、何千社が集まる」が実現できなくなる。

その結果、出展社や来場者の参加意欲が低下し、開催できなくなる見本市が増えることと危惧されている。

4 まだ間に合う！これが抜本的な解決策

私達は「抜本的な解決策」を求め、数多くの関係者と議論を重ねた結果、「極めても来年4月までに決定される」という専門家の意見も出ている。

また、「2兆円の損失を防げるなら、会場建設のための200億円の合理的な投資であり、都民・国民の利益にかなう」と主張する関係者は多い。

ちなみに、五輪後も使える施設ならば、建設費の一部を負担投資も出ていくという国内外の企業も出てきている。

「2兆円の損失を防げるなら、会場建設のための200億円の合理的な投資であり、都民・国民の利益にかなう」と主張する関係者は多い。

A ビッグサイトと同規模の仮設会場を首都圏に建設する

もともと、防災公園はビッグサイトの隣にあるので、最も理想的な候補地である。政治決断でここに建設できれば、何よりの解決策と考える。また、最新技術を駆使すれば、工期1年、建設費100億、200億円の建設も可能だという専門家もいる。

さらに、防災公園はビッグサイトの隣にあるので、最も理想的な候補地である。政治決断でここに建設できれば、何よりの解決策と考える。また、最新技術を駆使すれば、工期1年、建設費100億、200億円の建設も可能だという専門家もいる。

B 放送施設をビッグサイト以外に建設する

現計画は、過去の五輪と違い、見本市会場を放送施設に改造し、五輪後に見本市会場を復旧するものだ。これに対し、「ビッグサイトの改造・復旧に加え、仮設館の建設も合わせると、その費用はかなりの大きさになる。それを使えば、放送施設を他の場所に建設できるので」と考える専門家もいる。

なお、6〜8万㎡の放送施設であれば、工期1年、建設費300億円程度での建設も可能だと聞かれています。

D 出展社が海外へ流出し、五輪後も日本に戻りません

自動車関連の見本市が世界数十カ国で行われているように、世界中で各産業の見本市が競って開催されている。また、各国は自国の見本市を大きくするために全力を注いでいる。見本市の規模が大きいほどその産業における存在感と影響力が増し、国際競争に勝てるからだ。

20カ月の間、日本の見本市が中止や縮小になれば、多くの企業が中国、韓国、香港、シンガポールなどの見本市に出展し、日本が忘れ去られていく。

また、企業は出展場所を一度他に移すと長期間そこに留まる傾向が強く、五輪後に日本に戻ってくるという保証はない。

その結果、日本の見本市が縮小し、日本経済に大きな禍根を残すと憂慮される。

C 「各産業の活性化」が停滞し、国際競争力が低下します

出展社と来場者の間では、売買だけでなく、新製品の発表、新規取引先の発掘、業界の動向調査、人材交流、提携買収など、様々な活動が行われる。このように、見本市は各産業の活性化を促進する重要な役割を果たしている。

したがって、見本市が中止・縮小になれば、これらの本質的な意義が失われ、日本の各産業の国際競争力を著しく低下させる。

世界各国が見本市の意義を深く認識し、その育成に全力を注いでいる中、見本市の中止・縮小が起これば、日本の利益を大きく損ねる。

【金屋加工工業】(株)中野科学
代表取締役 中野信男

【養正製薬】(株)マイクログレック
取締役 田上義明

【宝飾】(株)東京貴宝
代表取締役 中川千秋

【リース】(株)トリー
代表取締役 吉田守克

【井田ケータリング】(株)和光産業
代表取締役 田中利明

【レンタル機器】(株)レノマックス
代表取締役 坂本貴徳

- 賛同団体
- 日本展示会協会
 - 日本ゼンリー協会
 - 日本病院会
 - 日本工業リーグ協会
 - 日本水産振興会
 - 日本花き生産協会
 - 東京デイスプレィ協同組合
 - 日本介護協会
 - 日本小売業協会
 - 日本風力発電協会
 - 日本原子力発電技術協会
 - 火力原子力発電協同組合
 - 福井県建設協会
 - 出展社、来場者、関係者：など多数
- ※順不同・法人格略