

平成 23 年度我が国情報経済社会における基盤整備
(展示会産業の国際化・活性化を推進するための調査事業)
－第 1 編：展示会事業の国際化・活性化推進調査事業－

平成 24 年 2 月

株式会社 野村総合研究所

目 次

展示会事業の国際化・活性化推進調査事業のねらい	1
第1章 展示会統計に係る第三者認証制度の整備（制度設計）及び検証	1
1-1 試行に向けた制度仮説	2
1-2 第三者認証制度の実証的検討	3
1-3 実証的検討を踏まえた第三者認証制度の在り方	18
1-4 認証制度導入のロードマップ	25
第2章 海外出展者等に対する受入体制の整備（ワンストップサービスなど）の在り方	26
2-1 平成 22 年度経済産業省調査事業において策定した展示会産業活性化に係るビジョ ン	26
2-2 内外ホームページから得られる情報発信の現状	26
2-3 受入体制の整備（ワンストップサービスの構築）の提案	31
第3章 国際展示会の企画能力の向上をはじめとした人材の育成の在り方	33
3-1 平成 22 年度経済産業省調査事業において策定した展示会産業活性化に係るビジョ ン	33
3-2 海外事例調査	33
3-3 国内事例調査	37
3-4 展示会産業全体の人材育成スキームの提案	41
付属資料 展示会産業活性化方策検討委員会検討結果	44
付属資料 展示会統計の認証制度及びガイドライン	63
付属資料 日本展示会認証協議会 設置要領	68
付属資料 認証監査委員会 設置要領	70
付属資料 【説明資料】展示会統計に係る認証制度	72

展示会事業の国際化・活性化推進調査事業のねらい

本業務は、平成22年度「サービス産業生産性向上支援調査事業（展示会産業活性化のための標準の確立及びビジョン策定等に関する調査事業）」（以下「平成22年度経済産業省調査事業」）において策定した展示会産業活性化に係るビジョンを踏まえ、展示会事業の国際化を推進するために、後述する外部有識者会議の開催等を実施し、①展示会統計に係る第三者認証制度の整備（制度設計）及び検証、②海外出展者等に対する受入体制の整備（ワンストップ・サービスなど）、③国際展示会の企画能力の向上をはじめとした人材の育成などについて、具体的かつ有効な方策を見出すことを目的として実施した。

第1章 展示会統計に係る第三者認証制度の整備（制度設計）及び検証

平成22年度経済産業省調査事業では、国際機関及び諸外国における展示会に関する各種基準（定義、カウント方法等）の最新状況を把握するとともに、今後の我が国における展示会統計整備の論点が明らかになり、展示会統計に係る標準を確立した。

そこで、本調査では、日本国内の展示会データの各種基準に関する具体的課題及び諸外国の具体的な運用状況を踏まえて、我が国の展示会統計の透明性と信頼性の向上を図るために、展示会統計に係る認証制度の確立と検証を実施した。

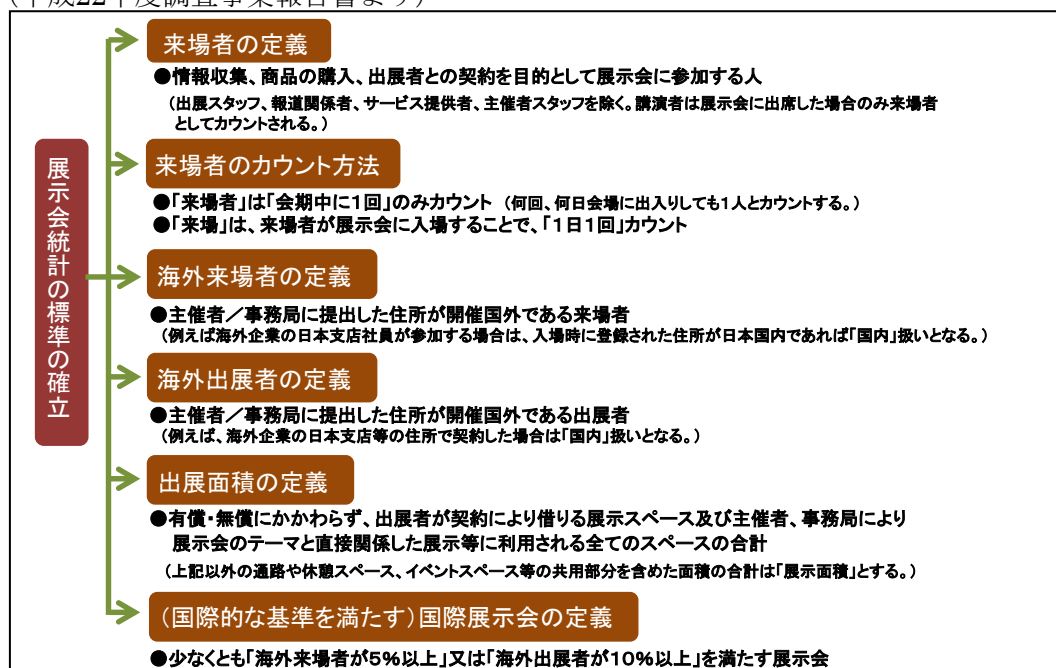
<展示会統計に係る認証制度の目的>（平成22年度調査事業報告書より抜粋）

- ・ 展示会統計に係る認証制度について定めることにより、信頼性と透明性の高い展示会統計を整備する。
- ・ そのために、展示会産業に係る定義や統計データの指標を統一し、展示会統計の標準を確立する。

1-1 試行に向けた制度仮説

平成22年度経済産業省調査事業にて確立された展示会統計の標準に従い、認証に必要なプロセス及び調査内容について、実証的な検討を行うため、平成22年度経済産業省調査事業に基づき制度仮説を設定した。制度仮説をもとに、展示事業関係者からの意見を集める中で、より実用的な認証制度となるよう課題の抽出・改良を行い、さらには実証的な展示会認証のための調査を通じて展示会統計認証制度の制度設計を行う。

(平成22年度調査事業報告書より)



展示会の分類			
分類		認証基準	
		来場者の集計方法(※)	来場者 出展者
展示会	①(ISO基準及び国際展示会としての一定の基準を満たす) 国際展示会	●会期中1人を1回のみカウントした「来場者数」を集計 (なお、「1日1人を1回のみカウント」し「来場数/延べ来場数」を併せて把握することも可) ●その他ISO基準に準拠	海外来場者数 5%以上 又は 海外出展者数 10%以上
	②(ISO基準を満たすものの、国際展示会以外の) 一般展示会	●会期中1人を1回のみカウントした「来場者数」を集計 (なお、「1日1人を1回のみカウント」し「来場数/延べ来場数」を併せて把握することも可) ●その他ISO基準に準拠	(規定なし)
	③展示会	●基準は定めないが、上記同様の集計を推奨する ※ただし、集計方法は数値とともにそれぞれ明記すること	(規定なし)
展示会に含まないもの(展示会に類する"イベント")		フリーマーケット、路上販売	

※来場者などの統計については、集計方法を明記の上、日本展示会協会等において集計。
※展示会の統計(件数、来場者数、出展者数等の統計)については、来場者の集計方法が国際基準に準拠している展示会のみ対象。

1-2 第三者認証制度の実証的検討

1-2-1 調査方法

本事業で制度設計された認証制度の実証調査と、展示会主催者へのヒアリング調査を行い、課題・改善点の抽出を行った。

■認証制度の実証調査

①来場者登録システムの確認

- ・登録受付所における来場者登録の状況を目視により確認

②来場者数に関する検証

- ・来場数又は来場者数のカウント方法を確認
- ・来場者参加申込書（名刺や招待状等）の管理方法を確認
- ・来場者参加申込書（名刺や招待状等）に基づき本人確認のためのサンプル調査を実施

③出展面積に関する検証

- ・消防署提出図面と会場図面による出展ブース位置を確認
- ・契約小間数に関する情報による確認

④出展者数に関する検証

- ・出展者リストと出展申込書による出展者名及び所在地を確認

⑤出展者名、出展小間数に関する検証

- ・出展者リスト、会場図面を参照し、会場内で出展者名、出展小間数を目視により確認

■実証実験対象展示会ならびにヒアリング対象者（敬称略、調査実施順）

(1) 第1回実証実験

名称：Japan Home & Building Show

主催：（社）日本能率協会

会場：東京ビッグサイト 東2・3ホール

開催期間：平成23年9月28日（水）～30日（金）

実証日時：平成23年9月30日 10:00～

ヒアリング対象者：（社）日本能率協会 瀧浪 豪 産業振興事業ユニット リーダー
中村 文雄 コンベンションマネジメント室長

(2) 第2回実証実験

名称：国際フラワーEXPO

主催：リード エグジビション ジャパン株式会社

会場：幕張メッセ 4～7 ホール

開催期間：平成23年10月13日(木)～15日(土)

実証日時：平成23年10月15日 10:50～

ヒアリング対象者：リード エグジビション ジャパン(株) 田中 喜一 取締役広報部長

(3) 第3回実証実験

名称：テロ対策特殊装備展 2011

主催：(株)東京ビッグサイト

会場：東京ビッグサイト

開催期間：平成23年10月19日(水)～21日(金)

実証日時：平成23年10月21日 10:00～

ヒアリング対象者：(株)東京ビッグサイト 佐藤 祐司 経営企画課長・広報課長

(4) 第4回実証実験

名称：コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 2011 in 東京

主催：UBM ジャパン(株)

会場：池袋サンシャイン コンベンションセンター (2、3F)

開催期間：平成23年11月17日(木)～18日(金)

実証日時：平成23年11月18日 9:55～

ヒアリング対象者：UBM ジャパン(株) クリストファー・イブ 代表取締役社長

(5) 第5回実証実験

名称：ネプコンジャパン 2012 (他、併設展)

主催：リードエグジビション ジャパン (株)

会場：東京ビッグサイト 東1～6、西1～2 ホール

開催期間：平成24年1月18日(水)～20日(金)

実証日時：平成24年1月20日 10:30～

実証日時：平成24年1月23日 10:10～

ヒアリング対象者：リード エグジビション ジャパン(株) 田中 喜一 取締役広報部長

1-2-2 実証実験（認証調査）の結果

5つの展示会における実証実験（認証調査）の結果は下記のとおりである。

(1) Japan Home & Building Show

対象展示会名	Japan Home & Building Show
展示会の概要	主催：（社）日本能率協会 会場：東京ビッグサイト 東2・3ホール 開催期間：平成23年9月28日（水）～30日（金）
実証日時	実証日時：平成23年9月30日 10:00～
対応者	瀧浪 豪 産業振興事業ユニット リーダー 中村 文雄 コンベンションマネジメント室長
検証作業メンバー	調査員（公認会計士）3名 事務局（展示会産業活性化方策検討委員会（以下、検討委員会）事務局） 協力（日本展示会協会（以下、日展協）事務局）
検証の流れ	10:00～10:05 主催者あいさつ、スケジュール確認 10:05～10:35 主催者からの説明 10:35～10:40 調査① 「来場者登録システム（登録受付所）」 10:40～11:30 調査② 「来場者数に関する検証」 11:30～12:55 調査③ 「出展面積及び出展者数に関する検証」 11:30～11:35 調査方法の検討 11:35～11:45 サンプルの抽出 11:45～11:55 調査出展者の場内図面への落とし込み 11:55～12:15 場内での出展の有無及び小間数の確認 12:15～12:55 海外出展者・出展面積の確認
調査方法に対する検証結果及び示唆	来場者数： 来場者の名刺、申込書のみならず、業種別、職種別など保管されているデータが細分化されており、想定以上の時間と手間を要し、調査・確認に際して保管状態などの説明について、主催担当者、調査員ともに大きな負担となった。 出展者数・出展面積： 出展申込みと実際の出展については、当日キャンセル等により、会期直前に作成された出展者リストとは、必ずしも一致しない場合がある。主催が出展状況を会期中に確認することにより、最終出展リストが現場で完成する場合がある。出展申込書、出展リスト、青焼き図面等の一致が難しいことが想定される。

	その他： 第 1 回目の認証実証のため進め方等について不慣れなこともあり、時間配分や主催者側、調査員双方の対応等、想定どおりにいかない部分があった。
--	--

(2) 国際フラワーEXPO

対象展示会名	国際フラワーEXPO
展示会の概要	主催：リード エグジビション ジャパン株式会社 会場：幕張メッセ 4～7 ホール 開催期間：平成 23 年 10 月 13 日(木)～15 日(土)
実証日時	実証日時：平成 23 年 10 月 15 日 10:50～
対応者	田中 喜一 取締役広報部長 島田 周平 第二事業本部長
検証作業メンバー	調査員（公認会計士）2 名 事務局（検討委員会事務局） 協力（日展協事務局）
検証の流れ	10:50～10:53 主催者あいさつ、資料説明（主催者） 10:53～10:55 スケジュールの確認（事務局） 10:55～12:30 調査①「出展面積及び出展者数に関する検証」 10:55～11:05 主催者側の出展者数のカウント方法の説明 11:05～11:20 サンプルの抽出 11:20～11:30 調査出展者の場内図面への落とし込み 11:30～11:55 場内での出展の有無及び小間数の確認 11:55～12:15 契約書（申込書）の抜き出し 12:15～12:30 契約書（申込書）の出展者所在地の確認 12:30～12:40 調査②「来場者登録システム（登録受付所）」 12:40～12:45 調査③「来場者数に関する検証」 12:45～12:50 全体まとめ
調査方法に対する検証結果及び示唆	来場者数： 招待状、名刺の集計方法やWEB サイト登録の確認方法について、主催者や展示会の種類により、会期終了後又は日毎の処理等相違があるため、予めデータの保管方法・処理等の確認や、調査手順の判りやすさ等の工夫が必要。

	その他： 二回目の調査のため、全体的な流れが把握できており、調査員側の進め方はスムーズであった。但し、いずれの調査でも主催者側担当者には二時間以上の拘束をしてしまう等の負担は大きく、調査手順や方法に工夫が必要。
--	---

(3) テロ対策特殊装備展 2011

対象展示会名	テロ対策特殊装備展 2011
展示会の概要	主催：(株)東京ビッグサイト 会場：東京ビッグサイト 開催期間：平成 23 年 10 月 19 日（水）～21 日（金）
実証日時	実証日時：平成 23 年 10 月 21 日 10:00～
対応者	佐藤 祐司 経営企画課長・広報課長 高田 美由紀 経営企画課 係長
検証作業メンバー	調査員（公認会計士）2 名 事務局（検討委員会事務局） 協力（日展協事務局）
検証の流れ	10:00～10:17 主催者あいさつ、説明（登録システム、カウント方法等） 10:20～10:40 調査①「来場者数に関する検証」 ・ 1 束＝100 枚のチェック ・ 総数チェック（VIP 招待券、WEB 打ち出し、当日券） 10:40～11:05 調査②「出展面積、出展者数検証」 10:40～10:45 出展面積の確認（出展者一覧に記載の小間数より計算） 10:45～10:52 サンプルの抽出（合同出展の主出展者をメインに） 10:52～10:55 調査出展者の場内図面への落とし込み 10:55～11:05 申込書の確認（主出展者分） 11:05～11:10 調査③「来場者登録システム（登録受付所）」 11:10～11:25 調査④「出展者名、小間数に関する検証（場内確認）」 11:25～11:40 調査⑤「出展者数（共同出展社分）検証」 12:40～12:45 全体まとめ
調査方法に対する検証結果及び示唆	来場者数： 展示会の内容により、入場の際のチェックが厳しいことと、さらに再入場を行う場合の明確な取決めがなされていることが、登録受付所で確認することができた。「入場許可証」、「VIP 招待券」については、想定されている管理方法であったため、調査の際の混乱等は見られなかった。 来場者は国内・海外に分けて公表をしていないため、根拠資料について

	も区別はしていない。 出展者数・出展面積： 確認資料について、事前に準備の依頼をしていた内容について理解をいただいております、出展者数・出展面積について、出展者一覧及び、出展者ごとの小間数（契約面積）が明快に示されていた。この資料により、出展者数・出展面積の確認は短時間で言うことができた。 その他： 事前に準備される資料が整っていれば、調査に係る時間を短縮することも可能であることを確認することができた。
--	--

(4) コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 2011 in 東京

対象展示会名	コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 2011 in 東京
展示会の概要	主催：UBM ジャパン(株) 会場：池袋サンシャイン コンベンションセンター（2、3F） 開催期間：平成 23 年 11 月 17 日（木）～18 日（金）
実証日時	実証日時：平成 23 年 11 月 18 日 9:55～
対応者	クリストファー・イブ 代表取締役社長 松岡 靖之 総括担当者
検証作業メンバー	調査員（公認会計士）2 名 事務局（検討委員会事務局） 協力（日展協事務局）
検証の流れ	9:55～10:00 主催者あいさつ 10:00～10:05 調査①「来場者登録システム（登録受付所）」 10:05～10:07 スケジュールの説明（事務局） 10:07～10:20 資料の説明（最新の出展者数、海外出展者） 10:20～10:35 調査②「出展面積に関する検証」 10:20～10:23 サンプル抽出 10:23～10:35 出展面積の確認（後日計算過程の分かる資料を提出） 10:35～10:55 調査③「入場者数に関する検証」 10:35～10:40 主催者側の入場者数のカウント方法の説明 10:40～10:50 当日券の確認（総数の確認、1 束＝50 枚の確認） 10:50～10:55 事前登録の確認（総数の確認、1 束＝50 枚の確認） 11:00～11:20 調査③「出展者名、小間数に関する検証（場内確認）」 11:20～11:35 調査④「出展者数に関する検証」（申込書確認）

	11:35～11:40 まとめ
調査方法に対する検証結果及び示唆	来場者数： 「事前登録証」、「招待券」の管理方法については、想定されていた方法であったため、特段の支障なく従来どおりの方法により調査を行った。本展示会ではセミナーに特化しており、セミナー参加者の入場方法が展示会への入場方法とことなる場合などについては、別途例外的に確認方法を考える必要が今後出てくる可能性がある。 出展者数・出展面積： 出展面積は、基本的に申し込みのある小間数の合計を出展面積としているが、出展ブースごとの面積一覧という形では作成していないため、後日追加資料が必要となった。主催者は出展者ごとの契約小間数について管理を行っているため、その資料を応用することで新たな手間をかけない方法で行う。 また、小間の寸法が変則的であったため、会場内において一部ブースの寸法をメジャーにより測ることを行ったが、出展者に配慮する必要がある、現実的ではないことが確認された。 その他： 事前に準備される資料については、第 3 回目の認証のように意図が伝わっていたものもあるが、伝わっていないケースが見られたため、統一的で具体的な様式を示す等の方法が必要である。

(5) ネプコンジャパン 2012

対象展示会名	ネプコンジャパン 2012 （他、併設展）
展示会の概要	主催：リードエグジビション ジャパン（株） 会場：東京ビッグサイト 東 1～6、西 1～2 ホール 開催期間：平成 24 年 1 月 18 日（水）～20 日（金）
実証日時	実証日時：平成 24 年 1 月 20 日 10:30～ （会期中） 実証日時：平成 24 年 1 月 23 日 10:10～ （会期後）
対応者	田中 喜一 取締役広報部長 岡部 憲士 常務取締役第一事業本部長 坂本 徹 会場運営部長 島田 周平 第二事業本部長
検証作業メン	調査員（公認会計士）3 名

バー	事務局（検討委員会事務局） 協力（日展協事務局）
検証の流れ	<会期中> 10:30～10:30 本日の流れについて説明（事務局） 10:35～10:40 主催者あいさつ（認証制度の必要性や認証方法への意見） 10:40～10:50 調査①「出展面積に関する検証」 10:50～11:00 調査②「出展者数に関する検証」 11:00～11:15 調査③「来場者登録システム（登録受付所）」 11:15～11:30 調査④「来場者数に関する検証」 （申込書の管理方法の確認） 11:30～11:45 公認会計士からの質問、主催者側からの提案等 11:45～11:55 調査⑤「出展者名、小間数に関する検証（場内確認）」 11:55～12:00 まとめ <会期後> 10:10～10:15 あいさつ、本日の流れについて説明 10:15～10:20 資料の説明（来場者数の定義について） 10:20～10:50 調査①「来場者数に関する検証」（計算方法の確認） 来場者の総数の確認（1200 枚×箱数+端数） 1 箱あたりの数の確認（1 箱＝100 枚×12 束＝1200 枚） 1 束あたりの数の確認（1 束＝100 枚） 10:50～12:00 調査②「来場者に対して電話による検証」 10:50～11:10 電話調査の対象者の抽出（100 枚） 11:10～11:18 電話での調査方法の確認（主催者） 11:18～ 電話による調査の開始（主催者側より 10 人が電話） ～11:38 抽出した 100 枚の調査終了 （主催者の希望により以後追加調査） ～12:00 追加分の電話による調査の終了（最終確認数 219 枚） 12:00～12:10 調査結果の集計 12:10～12:20 まとめ
調査方法に対する検証結果及び示唆	来場者数： これまでの調査方法では、名刺や入場申込書等の数え方に対する調査にとどめていたが、検討委員会において出された、根拠資料の名刺の人物が本当に来場しているかの確認が不可欠であるという意見を踏まえ、会期後にサンプリングでの電話による調査を行った。 サンプリング数については、100 件を設定して調査を行ったが、その後の検討委員会において、30 件程度という意見が出された。

	電話調査の結果は、最終的に確認数 219 枚、うち来場確認 89 枚、対象者不在 114 枚、その他 16 枚となった。確認された結果をどのような基準によって評価するのかを定める必要がある。 出展者数・出展面積： 当初の調査方法では、出展者については国内 10 件・海外 5 件を出展者リストから抽出し、抽出した出展者を会場図で確認したうえで、会場内にて実際に出展していることを確認するとともに、出展申込書により、出展者名・所在地の確認を行うこととしていた。しかし、検討委員会において出された、出展者に関する調査を簡素化し、より来場者の確認に重点をおくべきであるという意見を踏まえ、出展申込書等の資料による確認を基本とし、場内での確認は簡素化することとした。 その他： 事後調査の日程の設定においては、電話調査を受けた来場者の記憶が定かである間に行うことが望まれるため、展示会開催後に速やかに行うことを考慮する必要がある。
--	--

1-2-3 実証実験（認証調査）に対する主催者のヒアリング結果

以上の実証実験（認証調査）に対して、主催者からは以下の意見が寄せられた。

1. Japan Home & Building Show

(1) 展示会の特徴

「ジャパンホームショー」、「サステナブル建築技術展」、「ふるさと建材・家具見本市」の複数の展示会で構成され、東2・3ホールを分割せずに使用し、それぞれの来場者は共通入場証を利用して全ての展示会へ入場可能。これにより来場者増が期待される。

「Japan Home & Building Show」における海外からの出展者は481社の内、アジア・欧米をあわせて合計111社の規模(全体の23.1%)。

(2) 従来の来場者数、出展者数などの計算方法等について

従来は、展示会場入口のセンサーにて入場者数を集計。来場者の延数をカウントする方法をとっていた。

平成23年度から、入場者数ではなく、来場登録者数でカウントする方法に切り替えることで、定性的に統計がとれる方法に変更した(I S O国際基準)。従って今回は、調査の趣旨・方法に沿って、受付で受け取る招待状・当日券を1枚1人として算出し来場者数を集計。

出展面積は、基本的に申込まれた小間数の合計(小間割図面)を出展面積としている。

海外出展においては、当日まで実際に出展するか判らない共同出展会社があることも事実ある。また、海外出展国によっては、共同出展会社の正確な企業名等が事前に入手できない場合もありえる。

(3) 認証調査について

- ・ 準備する時間が思っていたよりもかかるので、必要資料等は事前に具体的提示が必要。
- ・ 開催期間中は担当者が忙しく、2時間付きっきりで説明をするのは厳しいため、定性的な調査方法を確立し、主催者の負担を軽減することが必要。

2. 国際フラワーEXPO

(1) 展示会の特徴

「国際ガーデンEXPO」、「国際エクステリアEXPO」、「国際農業資材EXPO」、「国際道工具・作業用品EXPO」の複数の展示会で構成され、幕張メッセ4～7ホールを分割せずに使用し、それぞれの展示会を自由に行き来できる。

全体の出展者はおよそ1440社の規模であり、アジアを中心とした海外出展者も多い。

(2) 従来の来場者数、出展者数などの計算方法等について

来場者数としてこれまで統計を取っており、数え方は以下の3大原則による。

- ①会場に来場し、登録の際に受付で提出された名刺1枚を1名と数えない。
- ②1度登録した人が会期中に何度来場しても、1名としか数えない。
- ③出入り口を通過するたびに集計機械などで数える方法は、実質上の水増しとみなす。従って、そのような集計方法は採用しない。

来場者数について当日来場者、VIPバッジ来場者、セミナー受講者・講師、報道関係者、来賓という区分けで公表をしている。

出展面積は、基本的に申込まれた小間数と基礎小間の合計を出展面積としている。

出展者数は出展申込を行った主出展者と、主出展者が登録を行った共同出展者の合計の数としてカウントしている。

(3) 認証調査について

- ・来場者数のカウントについて、来場者数が3万人規模と多いため専門の会社に依頼しているため、前日までの招待券などは手元になく、会期中に確認できるのは受付の状況だけとなる。
- ・調査資料のために特別な作業を行うのではなく、通常の業務の中で用意ができるように考えていただきたい。

3. テロ対策特殊装備展2011

(1) 展示会の特徴

「危機管理産業展」の併設展として実施しており、西2ホールの約1/3を使用。

原則として会期前に公式サイト上の「来場希望申告」を行い、そこで来場目的が合致しているもののみに「入場許可証」が出され、それ以外のものは入場できない。

展示内容によってかなり限定された来場者に絞られている。

出展者は合同出展者を含めて61社であり、そのうち海外出展者は欧米から4社。

(2) 従来の来場者数、出展者数などの計算方法等について

会期中に来場者登録所にて受領した「入場許可証」、「VIP招待券」を1枚1名と数えたものと、登録されているプレス的人数を合計して登録来場者数として発表している。また併せて、入口に設置されている赤外線センサーの感知数を入場者数として発表している。

退場に際しては「来場者証」を回収しており、再入場の際には「再発行票」を発行することで“なりすまし”の防止を行っている。

海外来場者数は公表していない。

出展者数は出展申込者の数の他に、各出展者の申告による共同出展者を含んでいる。

国内又は海外の出展区分は、各出展者の申告に基づいている。

出展面積は、申し込みのあった小間数を基本とし、その小間数に 1 小間あたり 9 m² をかけて出展者ごとに算出し、それらを合算した数字を使用している。

(3) 認証調査について

- ・ 調査に必要な資料については、統一的なものを提示する必要がある。
- ・ 事前の認証申請書に記載する展示会の実績については、記載項目を見直す必要がある。

4. コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 2011 in 東京

(1) 展示会の特徴

池袋サンシャインシティ コンベンションセンターの 2・3 階を利用した展示会のほかに、5・7 階にてセミナーや実践研修講座を同時開催。この相乗効果により来場者の増加が期待される。(セミナー件数は他の展示会と比較して多い。)

出展者の多くは国内出展社であり、海外からの出展者はアジアから 2 社となっている。

(2) 従来に来場者数、出展者数などの計算方法等について

来場者数については、展示場で受付をされた場合には受領した「事前登録証」、「招待券」を 1 枚 1 名として数え、セミナーより受付をした場合は、すでに展示場受付をされている人を除いて入場バッジを渡しているため、その渡した枚数を受付人数とみなし、展示場とセミナーの受付人数とプレスを合わせたものを来場者数としている。国際展示会ではないため、国内・海外の区別はしていない。

出展面積は、基本的に申し込みのある小間数の合計を出展面積としているが、出展ブースごとの面積一覧という形では作成していない。また 1 小間が 2×3 m²と変則で、さらに一部変形のブースもある。

出展者数については申込書に記載された主たる企業名と同じブース内で展示を行う企業を合算したものと、申込書を必要としないバーターによるものを出展者数と見なしている。共同出展する企業については、住所の記載のある一覧表を提出してもらっている。

(3) 認証調査について

- ・ 必要資料等は事前に具体的に提示をされることで準備が可能である。
- ・ 開催期間中は担当者が忙しく、2 時間付きっきりで説明をするのは困難であるため、定性的な調査方法を確立し、主催者の負担を軽くすることが必要。
- ・ セミナーで受付をした場合の確認資料を求められたが、セミナーの場合には短時間で多くの受付をするため名刺等の引き換えは難しいというのが現状である。

5. ネプコンジャパン2012

(1) 展示会の特徴

「ネプコンジャパン」、「オートモーティブ ワールド」、「次世代照明技術展」の複数の展示会で構成され、東1～6ホール、西1～2ホールを使用し、それぞれの来場者は共通入場証を利用して全ての展示会へ入場可能。

海外からはアジアを中心に出展・来場があり、海外専用の受付を用意して言語対応を行っている。

(2) 従来に来場者数、出展者数などの計算方法等について

来場者数としてこれまで統計を取っており、数え方は以下の3大原則による。

- ①会場に来場し、登録の際に受付で提出された名刺1枚を1名と数えない。
- ②1度登録した人が会期中に何度来場しても、1名としか数えない。
- ③出入り口を通過するたびに集計機械などで数える方法は、実質上の水増しとみなす。従って、そのような集計方法は採用しない。

来場者数については3つの展示会ごとに算出し、最終的に総来場者数として発表する。それぞれ当日来場者、VIPバッジ来場者、セミナー受講者・講師、報道関係者、来賓という区分けで公表をしている。

出展面積は、基本的に申込まれた小間数と基礎小間の合計を出展面積としている。

出展者数は出展申込を行った主出展者と、主出展者が登録を行った共同出展者の合計の数としてカウントしている。

(3) 認証調査について

- ・ 電話による確認調査では、主催者側で用意した調査員の会話内容を公認会計士に確認頂くモニター等のシステムを今後考えることでより透明性は担保されるのではないかと。
- ・ 電話による確認調査は展示会終了後1週間ほどの間に行うことで、来場した該当者の記憶も新しい間に確認ができる。

1-2-4 調査結果からの示唆

実証及び検討委員会における議論の結果、抽出された課題、制度設計への反映、及び今後制度見直しをするときに必要となる視点は以下のとおりである。

(1) 課題

- ・ 実証段階においては日本展示会協会に認証機関の役割を果たしてもらったが、同協会は任意団体であり、構成会員の中に展示会主催者が複数登録されており、透明性、中立性の担保には説得力が弱い。ため、他の中立的な団体を構成メンバーとして入れるべきである。
- ・ 来場者の調査方法については、当初参加申込書（名刺等）の数え方を確認する方法の確認であったが、実際にその人が来場しているかどうかの確認まで行わないと調査にはならない。
- ・ 展示会主催者が制度をより活用しやすくするために、認証コストを安価に抑えなければならない。このため認証コストと調査内容の適切なバランスを図る必要がある。
- ・ 来場者データベースによる確認は、会期中に参加申込書（名刺等）による確認を行っていることから必要性が薄い。
- ・ 認証に対する2年間の有効期間という考え方では、認証された翌年の展示会についての調査を行わないため、透明性・信憑性に疑問が残る。
- ・ 出展面積については、消防法に基づく提出図面の確認等で十分であり、簡素化すべきである。

(2) 制度設計への反映

上記の課題を反映させた結果、スキームについては認証機関を、日本展示会協会、大規模展示場連絡会、日本貿易振興機構（JETRO）の3団体で構成することとし、公的機関も含めることで透明性、中立性、信頼性を担保することに加え、第3者機関により外部監査を行うために認証監査委員会を設立し、認証制度全体の公正性、中立性を確認することとした。

調査内容については、当初は会期中の調査のみとしていたが、展示会終了後に来場者の参加申込書（名刺等）からサンプリング調査を行い、その来場者あてに電話にて来場の確認を行う手順を追加することとした。また、出展者数、出展面積については課題申告の恐れは小さいという委員の意見を踏まえ、出展者数・出展面積についての調査方法をシンプルにするとともに、データベースでの確認を削除し、手間やコストを抑えた。

認証の有効期間については、原則2年間という考え方を変更し、展示会開催ごとに調査・認証を行うこととした。

(3) 今後制度見直しをするときに必要となる視点

今回の制度設計においては、より多くの展示会主催者がこの制度に参加することで、展示会統計に係る信頼性、透明性の高いデータが得られることとなる。従って、できるだけ分かりやすい制度を確立するというのが検討委員会の中で方針として打ち出された。また、平成 24 年度より展示会統計に係る認証制度を開始することとなった。

なお、認証制度については 3 年後を目途に修正、見直しを行うこととした。

1-3 実証的検討を踏まえた第三者認証制度の在り方

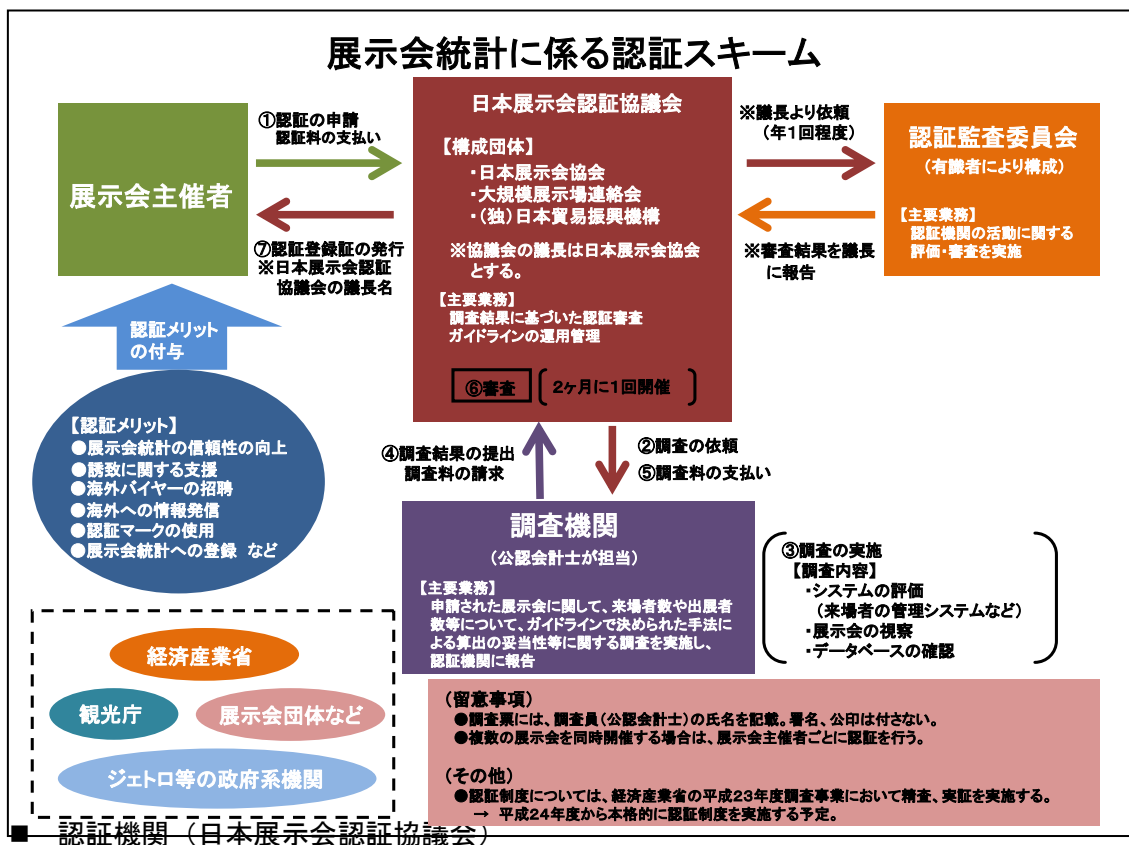
実証及び検討委員会による有識者の意見を踏まえて、「展示会統計に係る認証制度」を定めた。認証制度の具体的内容は、付属資料「【説明資料】展示会統計に係る認証制度」参照。ここでは、認証スキームと認証までの流れについて記載する。

1-3-1 認証スキーム

(1) 認証関係機関

展示会統計に係る認証を実施するにあたり、下図のとおり中立性や透明性を担保された認証スキームで構築され、それぞれ「認証機関（日本展示会認証協議会）」、「調査機関」、認証機関の活動に関する評価・審査を行う「認証審査委員会」で構成される。

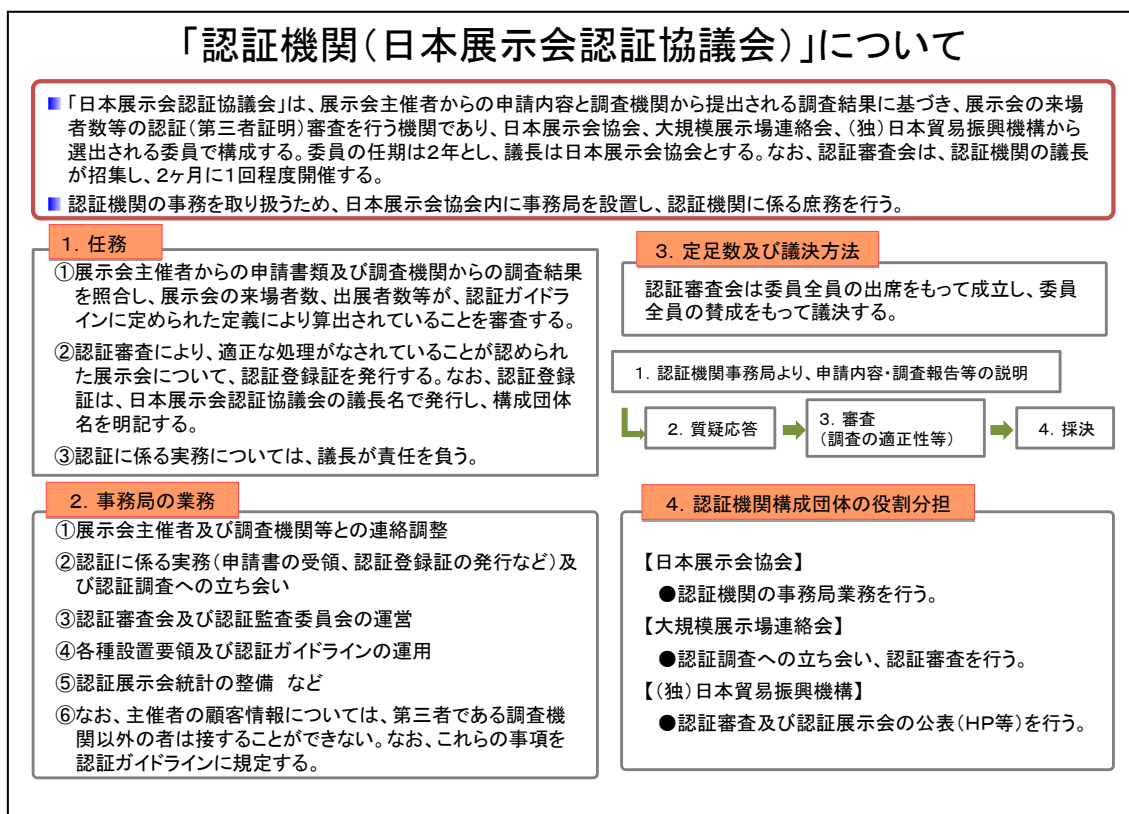
認証を受けようとする展示会主催者は、「日本展示会認証協議会（以下、協議会）」に必要書類を揃えて申請を行う。協議会は、日本展示会協会、大規模展示場連絡会及び公的機関である（独）日本貿易振興機構の各団体で構成され、議長は日本展示会協会とする。認証は協議会名で行われるが認証に係る実際の調査については、中立性と透明性を確保するために公認会計士が調査機関となり、定められたガイドラインに従って調査を実施する機関である。



認証機関（日本展示会認証協議会（以下、協議会））は、認証申請のあった展示会の来場者数、出展者数等について、申請内容が認証ガイドラインで定められた定義により算出されていることを審査するための機関である。協議会は、日本展示会協会、大規模展示場連絡会及び公的機関である（独）日本貿易振興機構の各団体で構成される。調査機関に調査を依頼し、報告された調査結果について審査及び認証登録証を発行する。また、認証に係る各種設置要綱及び認証ガイドラインの運用も行う。

上記の任務と共に認証機関の事務局業務を行い、関係機関の連絡調整や認証調査への立会い、認証展示会統計の整備等の実務業務も行う。

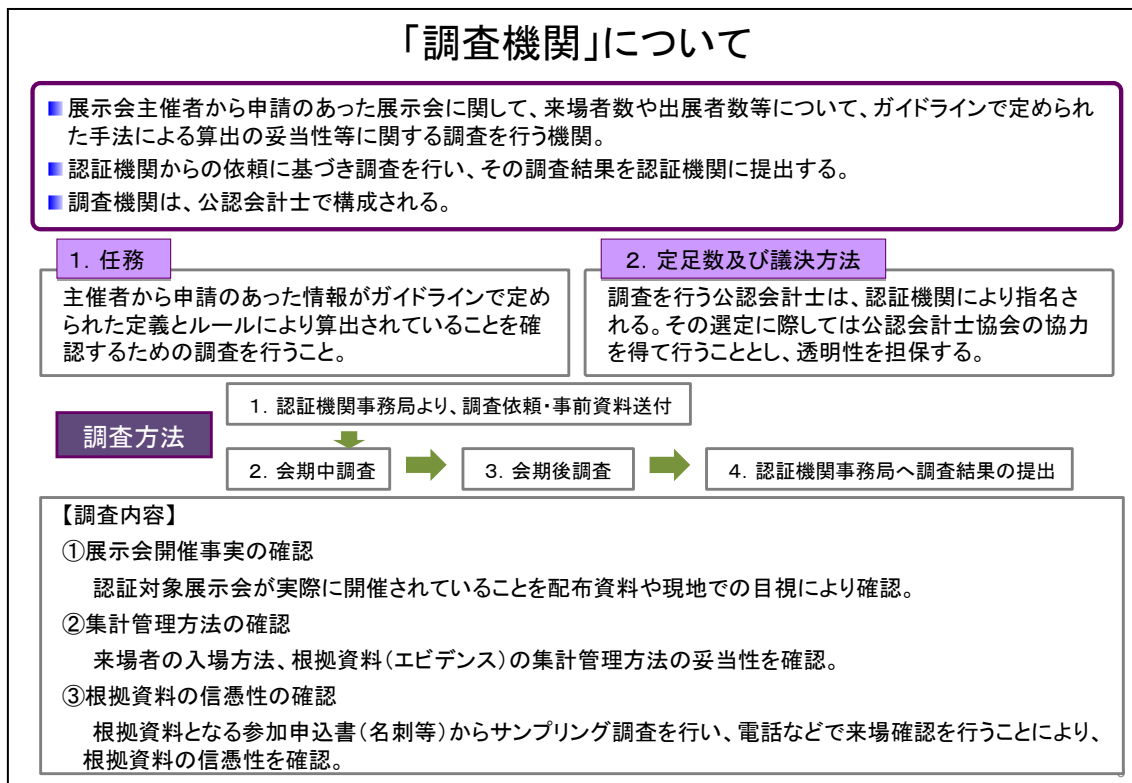
図表 認証機関の詳細



■ 調査機関

調査機関は、認証機関である「日本展示会認証協議会」の指示・依頼に基づき、申請された展示会に関して、来場者数、出展者数等について、ガイドラインで定められた手法、手順によりその適切性、妥当性等について調査を行う。調査機関は公認会計士で構成され、調査の実施、調査結果報告書の作成、認証機関への報告書の提出を行う。主たる業務はガイドラインで定められた定義とルールによる来場者数等の算出方法の確認、展示会会期中における現地調査による目視やサンプリング調査、来場者の集計管理方法等の妥当性や信頼性を確認する等である。

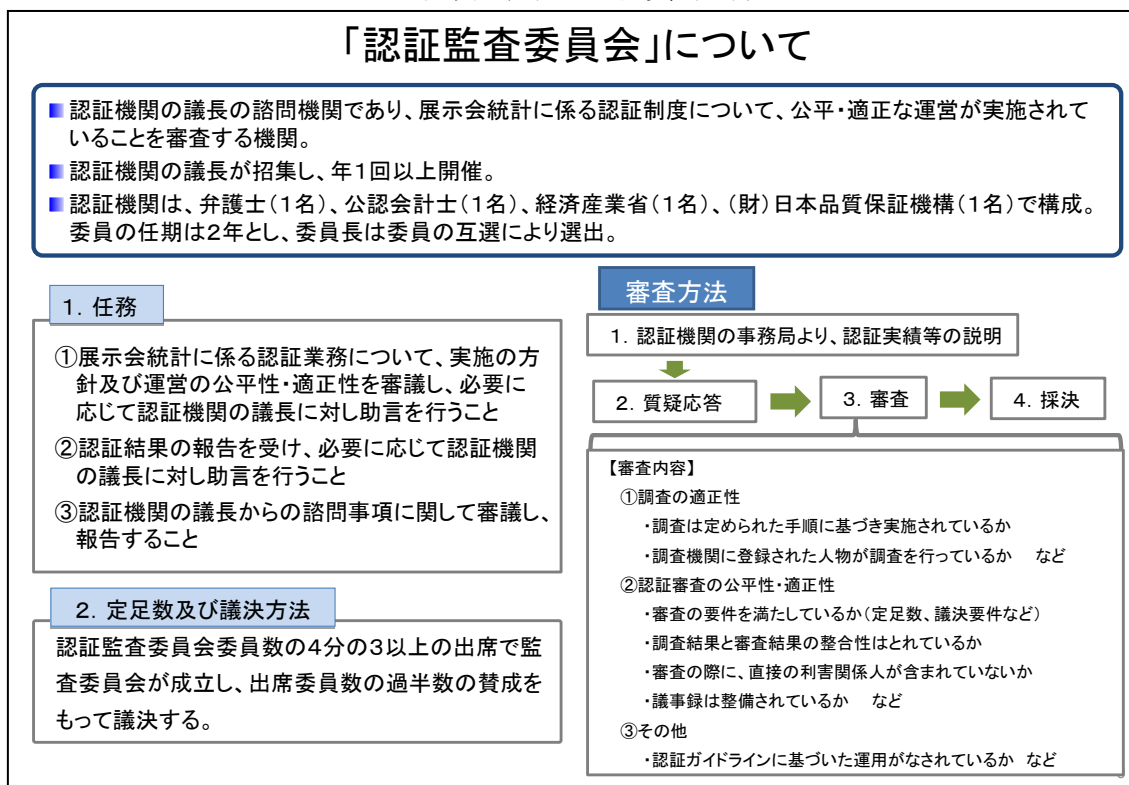
図表 調査機関の詳細



■ 認証監査委員会

認証監査委員会は、認証機関（日本展示会認証協議会）の諮問機関として、展示会統計に係る認証制度について公平・適正な運営が実施されていることを審査する。弁護士、公認会計士、（財）日本品質保証機構、経済産業省で構成され、委員長を互選により選出し、展示会統計に係る認証業務について、実施の方針及び運営の公平性・適正性を審議し、必要に応じて日本展示会認証協議会の議長に対し助言を行う。審査内容は調査手順等の適正性、認証審査の公平性・適正性等について、ガイドラインに基づいた運用がなされているか等について、年一回以上の開催を行い監査を行う。

図表 認証監査委員会の詳細



（２）主催者にとっての認証のメリット

認証を受けた場合の展示会主催者の認証メリットとしては、認証を受けることにより、展示会の国内外における信頼性、透明性が向上し、出展者、バイヤー、来場者の誘致が促進される。

また、経済産業省、観光庁、（独）日本貿易振興機構等の政府系機関、展示会団体などの協力を得る中で、以下のメリットを享受することが可能であると考えられる。

- ・ 信頼性の高い展示会統計の実現
- ・ 海外出展者誘致に関する支援
- ・ 海外バイヤーの招聘に関する支援
- ・ 認証マークの使用等による海外への情報発信への活用 等

1-3-2 認証までの流れ

認証までの流れは、「認証申請」、「調査依頼」、「調査」、「審査」、「認証」で実施する。

■ 認証申請、調査依頼

- ・主催者は、認証申請書及び関係資料を認証機関事務局に送付する。
- ・認証機関事務局は、認証料を主催者に請求するとともに、認証調査に備え、事前調査を実施する。併せて、調査機関に認証調査を依頼する。

【事前調査の内容】

- ・展示会開催概要及び認証実績等を確認する。
- ・来場者数（来場数）の集計方法及び集計管理方法を確認する。

■ 調査

- ・申請のあった展示会に対して、調査機関の中で指名された調査員が、展示会会期中及び会期終了後の2回に分けて調査を行う。

○会期中の調査

- ・展示会を視察し、開催を確認する。

【来場者数（来場数）】

- ・受付において受付方法や入場方法を視認し、受付で回収した名刺等の集計管理状況を確認する。

【出展面積】

- ・消防図面や会場配布物、出展面積の集計記録を照合することにより、主催者報告の出展面積を確認する。

○会期終了後の調査

【来場者数（来場数）〔国内、海外〕】

- ・参加申込書（名刺等）の入った箱の数と箱に記載されている内容数について、集計記録と照合することにより、主催者報告の来場者総数及びその詳細（国内、海外）を確認する。
- ・無作為に参加申込書（名刺等）の入った箱を1つ選び、その箱に記載されている内容数どおりの参加申込書（名刺等）が梱包されているかを確認する。
- ・海外来場者の参加申込書（名刺等）の束を1つ選び、住所が海外にあるか確認をする。
- ・国内来場者の参加申込書（名刺等）の束から無作為に名刺を計30枚抽出する。その30枚に、主催者が用意したスタッフが電話をかけ、確かに来場したかの事実確認をする。

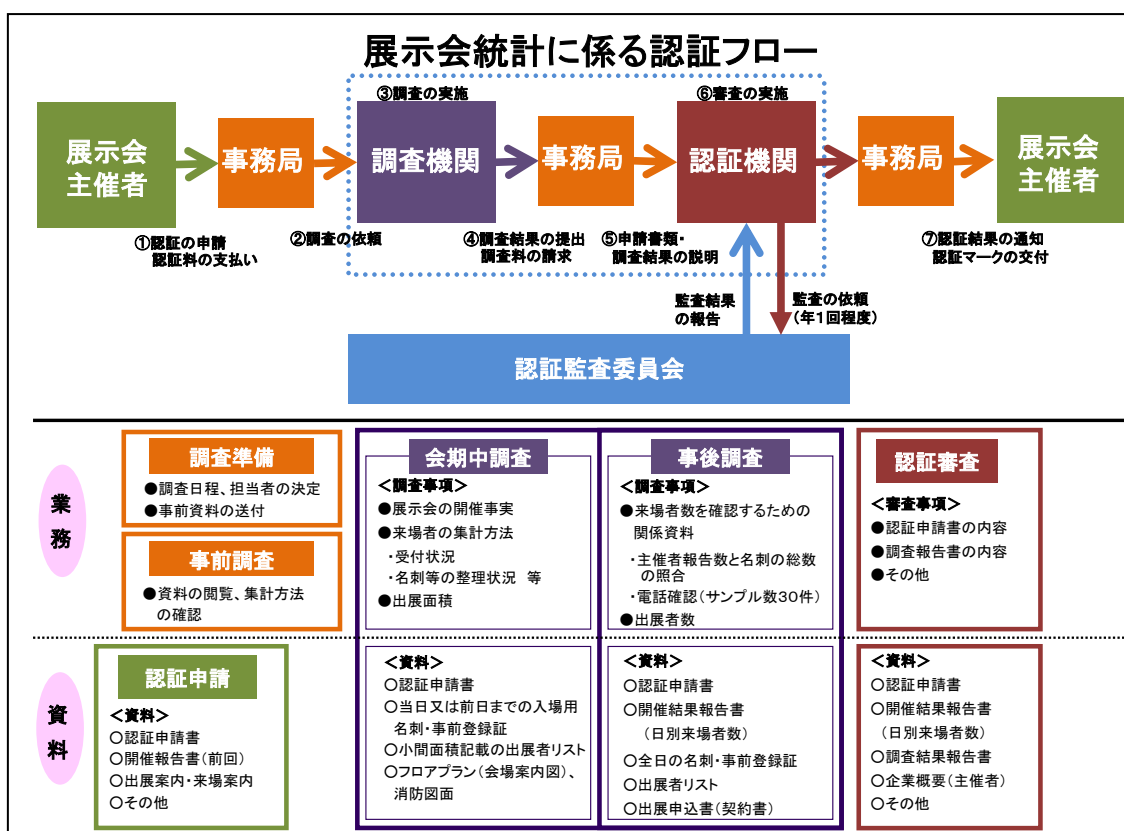
【出展者数[国内、海外]】

- ・会場配布資料、出展者リストと出展申込書を照合することにより主催者報告の出展者総数及びその詳細（国内、海外）を確認する。
- ・出展者リストからサンプルを抽出し（国内10件、海外5件）、出展申込書記載の住所により、国内と海外の区分がガイドラインに基づいて整理されていることを確認する。

■ 審査・認証

- ・認証機関は2カ月に1度審査会を開催し、展示会主催者からの申請書類及び調査機関からの調査結果を照らし合わせ、申請書の記載内容が、ガイドラインに基づいて集計されていることを審査する。
- ・審査会により認証が認められた展示会について、認証機関事務局より認証結果の通知（認証登録証の発行）と認証マークが付与される。

図表 認証までの流れ



1-4 認証制度導入のロードマップ

展示会統計に係る認証制度を導入するにあたり、必要と考えられる 3 つの視点「周知」、「定着」、「発展」についての今後 3 年間のロードマップは以下のとおりである。

■ 1 年目（2012 年）

- ・ 制度の周知：（独）日本貿易振興機構、国際機関などのチャネルを通じて、日本における認証制度について世界に向けた情報発信を行う。
- ・ 制度の定着：国内における展示産業界、主催者への制度の説明・周知

■ 2 年目（2013 年）

- ・ 制度の周知：1 年目に得られた統計データや経済効果を分析し、発表する。
- ・ 制度の定着：展示会産業全体で協力し、研修や講習を通じて理解促進を行う。
- ・ 制度の発展：教育機関と連携した人材育成や、諸外国における認証制度の見直し等の情報交換。

■ 3 年目（2014 年）

- ・ 制度の周知：2 年間で蓄積された統計データや経済効果を分析し、発表する。
- ・ 制度の定着：展示会産業のみならず、イベント産業などに対して理解の促進を行う。
- ・ 制度の発展：主催者、出展者に対して認証のメリット等についてのアンケートを実施し、必要に応じて制度を見直す。

< 認証制度運用開始から 3 年間のロードマップ >

	2012年	2013年	2014年
統計認証制度周知	・ 認証制度周知 JETRO、国際機関 ・ 4月認定申請受付開始 ・ 中間報告 ・ 年末、統計速報発表	・ 展示会統計発表、経済効果等の分析 ・ 出展者への理解促進、周知	・ 展示会統計発表 経済効果等の分析 ・ 出展者への理解促進、周知
統計認証制度定着	・ 研修、講習等を通じて展示産業界関係者への周知 ・ 出展者説明会等での周知 ・ 各展示会での制度説明 ・ 制度概要に関するPR HP等での周知	・ 研修、講習を通じて展示産業界関係者へ理解促進	・ 展示産業、イベント産業等関係者への理解促進
統計認証制度発展	制度の運用開始	・ 展示産業の発展に向けた高等教育機関等の協力 ・ 諸外国の認証制度等の情報交換	・ 主催者、出展者へのアンケート ・ 必要に応じ制度の見直し

第2章 海外出展者等に対する受入体制の整備（ワンストップ・サービスなど）の在り方

2-1 平成22年度経済産業省調査事業において策定した展示会産業活性化に係るビジョン

我が国の展示会は国内出展者、来場者を対象としている展示会が多く、海外からの出展者や来場者の受入体制（多言語への対応や出展に係る各種規制等）が十分ではないことから、展示会産業の国際化の推進には展示会の受入体制の強化が必要とされた。受入体制のうち、海外の主催者や出展者が日本での展示会開催や日本の展示会出展に興味を持った際の問い合わせ窓口が確立されていないため、海外の主催者や出展者への受入対応を強化する方策を検討していくことが必要との方向性が示された。

2-2 内外ホームページから得られる情報発信の現状

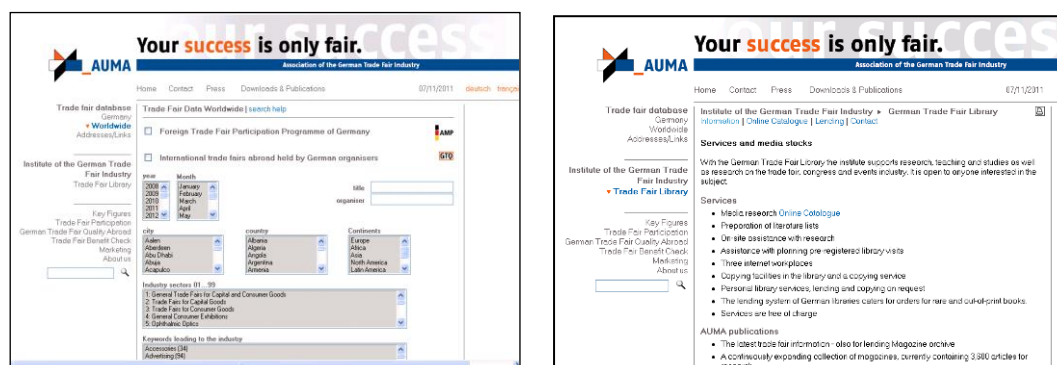
我が国の海外からの受入対応のあり方を検討するために、ドイツとシンガポールの情報発信方法をホームページから調査し、我が国の状況との比較を行った。

2-2-1 ドイツ

■ドイツ見本市協会 AUMA (Association of the German Trade Fair Industry)

展示会に関する広報やマーケティングを行っている。展示会（メッセ）に関するデータベースが構築され、ドイツ国内の展示会、海外の展示会情報等が提供されており、それぞれ検索機能がある。また、ドイツ見本市産業研究所の研究レポートや見本市参加の便益、企画、費用対効果の計算などマーケティング資料等ライブラリがあり自由にダウンロードできる。

AUMA ホームページ



http://www.auma.de/_pages/

■在日ドイツ商工会議所

商工会議所のホームページには、「ドイツの専門見本市」に関するデータベースが日本語で構築されている。さらに、展示会情報を提供する「messe-info.jp」を管理運営している

AUMA のデータベースを活用し、ドイツの展示会に関する情報を日本語で提供している。見本市の効果的な利用、出展スケジュール、費用対効果チェックシステムなどがまとまっている。日本国内にあるメッセ・デュッセルドルフ在日本代表部の情報など日本でのコンタクトリストも用意してある。ドイツのみならず日本の展示会開催情報の提供を行っており、日本国内のサプライヤー情報もある。

在日ドイツ商工会議所 ホームページ 「ドイツ専門見本市」



<http://www.japan.ahk.de/jp/messen/>

在日ドイツ商工会議所 messe-info.jp



<http://www.messe-info.jp/>

■展示会主催事業者

主催事業者は、日本代表事務所を日本におき、日本語と英語のホームページがある。各国・各地域でのコンタクト先が明確になっている。

2-2-2 シンガポール

■シンガポール展示会協会・政府観光局

協会活動紹介や会員メリットが中心。人材育成のための教育プログラム等の紹介もある。

■シンガポール政府観光局

「Trade Event」で開催カレンダーと展示会情報がある。

2-2-3 日本

■日本展示会協会

国内で開催される展示会の情報発信は行っているが、展示会のデータベースはない。協会活動や会員向けの情報が多い。

日本展示会協会 ホームページ(英)



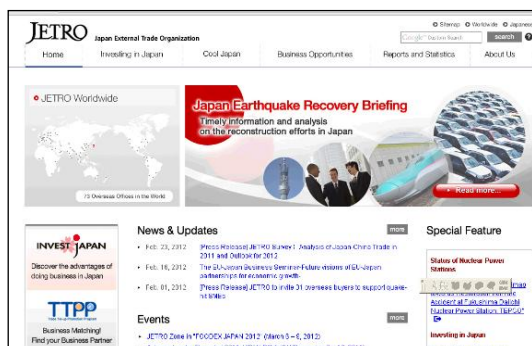
<http://en.nittenkyo.ne.jp/>

■(独)日本貿易振興機構(JETRO)

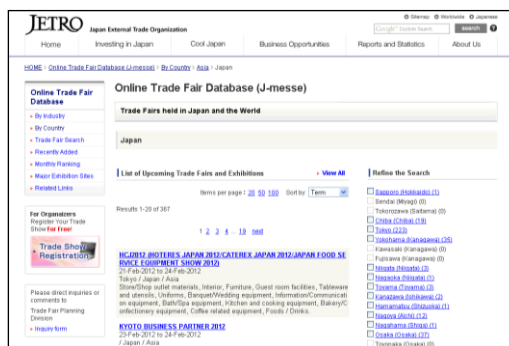
日本企業の海外における販路拡大や事業展開に関する情報提供を行っている。見本市・展示会データベース「J-messe」を構築しており、海外及び日本の展示会情報を発信している。日本の展示会登録の機能が付いており、主催者自身が自社の展示会情報を登録・修正することも可能となっている。また、(独)日本貿易振興機構が関与する展示会、海外の展示会場、展示会ビジネスの動向、出展支援等の情報提供も行っている。

世界中の展示会が検索でき、日本語登録で累計 3 万 2,000 件、英語登録で 3 万 1,000 件あり、年間 3,000 件前後が新登録されている。

JETRO ホームページ



「J-messe」



<http://www.jetro.go.jp/> <http://www.jetro.go.jp/en/database/j-messe/>

■在外日本商工会議所

展示会情報は、当該国内における展示会等の情報であり、日本へ誘導する情報発信は行っていない。

■展示会主催事業者

リードエグジビションジャパン（日本）、UBM（英国）、メッセ・デュッセルドルフ（ドイツ）の3展示会主催事業者では、自社又はグループ企業の展示会データに特化した情報発信を行っている。WEB上で、個別展示会にリンクされており、出展者向けの出展資料、招待券等の来場者向けの情報提供を行っている。ホームページが営業ツールとなっている。

■展示施設（パシフィコ横浜、東京ビッグサイト、幕張メッセ）

施設利用者に対する情報発信に特化しており、来場者や主催者向け情報、イベントカレンダー情報、その他観光情報等がある。展示会を俯瞰するような情報発信は行っていない。

2-2-4 ドイツ等との比較からみた我が国の情報発信の課題

海外の情報発信と比較すると我が国の場合、ワンストップの情報提供ができていない状況である。

例えば、ドイツにおいては、展示産業協会、商工会議所、主催者が一体化した情報の提供をしており、ドイツ国内外において問い合わせの窓口が明確にしてあり、情報収集が可能となっている。一方、我が国の場合、展示会データベース「J-messe」はあるものの、各企業や団体が自らの情報発信を行っているに留まっている。海外から初めて日本への出展を希望している企業や団体向けに情報提供が包括的に分かりやすく行われてるとは言えない。

今後、展示会の開催地として我が国をプロモーションしていくためには、現在の企業や団体による個々の取組も活かしつつ、展示会に関するワンストップ型の情報提供の仕組みを確立していくことが望まれる。

2-3 受入体制の整備（ワンストップサービスの構築）の提案

今後の受入体制を確立するためには、ワンストップ化に向けて、展示会各企業や団体が個別に海外に向けた営業活動を行うことを前提としながらも、(独)日本貿易振興機構が保有する展示会データベース「J-messe」を活用し、海外からの問い合わせに対応する窓口の整備への取り組みを行うべきである。展示会産業の統計整備がなされることを見据え、展示会産業関係者間の連携を強化し、産業一体となって情報発信を行うことが望まれる。

2-3-1 海外からの出展者や来場者に向けた情報提供のあり方

国内外の先進事例等を踏まえると、ワンストップサービスに向けて海外からの出展者や来場者に向けて提供すべき情報として以下を挙げることができる。

■日本の展示会情報

海外から日本の展示会への出展や来場の検討者に向け、日本にある展示会分野や日本の展示会産業について、日本の展示会に出展や来場する理由やその効果について、出展に関する各種規制について等の情報をウェブサイトで情報提供する。

■展示会開催情報・展示会情報

海外から日本の展示会への出展を希望した際に、展示会や展示施設を検索できる展示会データベースがあり、個別の展示会情報へのリンクがウェブサイトで見られるようにする。各展示会情報からは、出展要綱や開催報告書（実績）が入手でき、出展手続きができるようにする。

■ビジネスパートナー情報

展示会を通じたビジネスマッチング支援や、代理店などの情報をウェブサイトで提供する。

■問合せ先情報

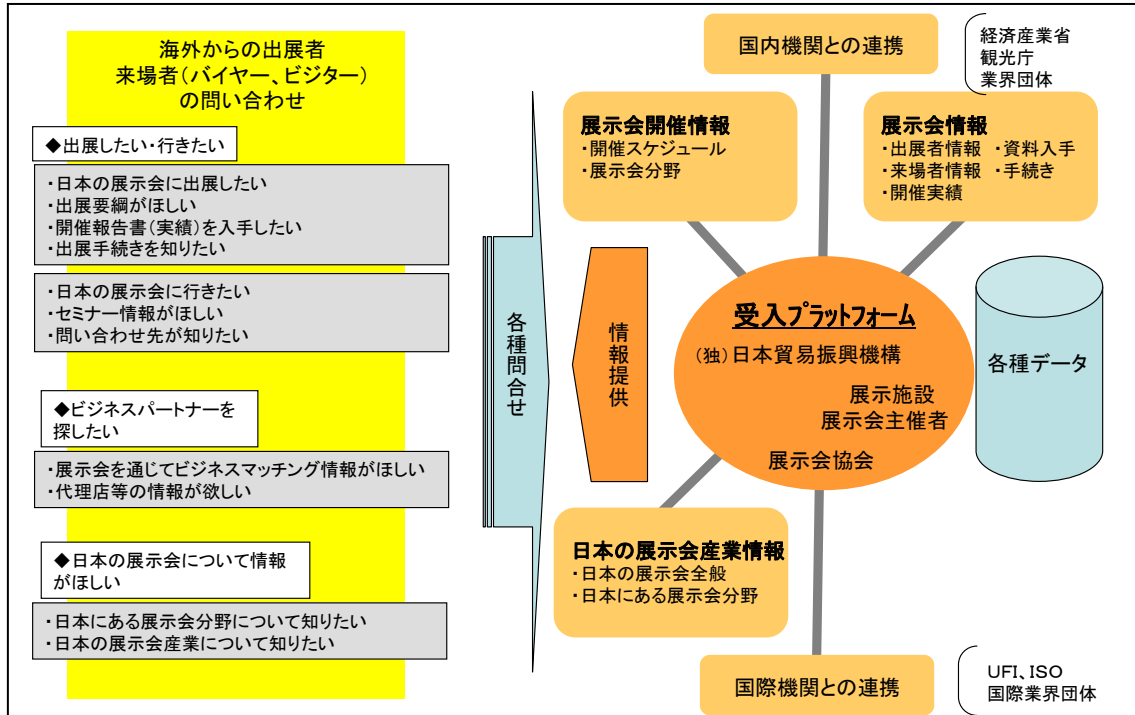
それぞれの情報の連絡先、受入窓口を明確にする。

2-3-2 受入プラットフォーム（受入体制）のあり方

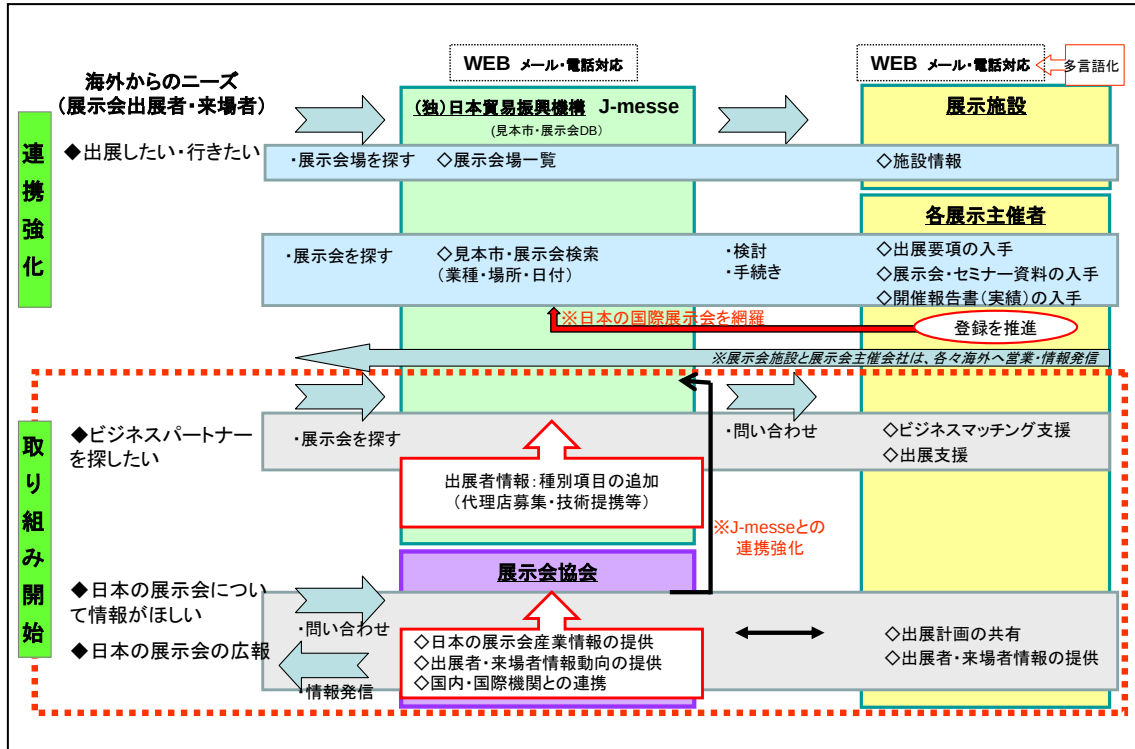
受入プラットフォームの実現に当たっては、展示会協会、展示施設、展示会主催者、(独)日本貿易振興機構が連携し、各団体の機能を活用した受入プラットフォームを構成することが望まれる。

- (1) 日本展示会協会は、日本の展示会全体の受入窓口として、日本の展示会情報を提供する。
- (2) (独)日本貿易振興機構(JETRO)は、展示会データベース「J-messe」を管理運営し、展示会開催情報・展示会情報を提供する。さらに、ビジネスパートナー情報が展示会情報から検索できるなどその提供を検討する。
- (3) 展示施設と展示会主催者は、展示会情報を提供する。

[図 受入プラットフォーム]



[図 受入体制の整備]



第3章 国際展示会の企画能力の向上をはじめとした人材の育成の在り方

3-1 平成22年度経済産業省調査事業において策定した展示会産業活性化に係るビジョン

我が国の展示会産業の振興と国際競争力強化を通じた展示会産業の地位確立が不可欠であるが、展示会の企画立案や運営ができる人材や、海外からの出展者や来場者を誘致できるような展示会を牽引する人材が不足していることから、展示会産業を支える人材の育成が必要とされた。展示会関係者の研修を行えるような仕組みの構築や大学における学問体系の確立など産学連携によって人材育成に取り組むことを検討していく方向性が示された。

3-2 海外事例調査

海外の人材育成の取り組み事例を調査し、我が国の人材育成のあり方の検討を行った。欧米や近年 MICE【Meeting（企業等の会議）、Incentive（Travel）（企業の行う報奨・研修旅行）、Convention（国際会議）、Event/Exhibition（イベント、展示会・見本市）】振興に力を入れているアジア諸国においては、研修制度や資格制度など展示会関係者の研修を行えるような仕組みや大学における学問体系が確立している。人材育成プログラム内容や大学のカリキュラムの内容から我が国においてどのようなプログラム開発を推進すべきかが検討された。

3-2-1 国際機関

（1）UFI（国際見本市連盟）

国際機関 UFI（The Global Association of the Exhibition Industry 国際見本市連盟）は、本部がフランスにあり、アジアパシフィックオフィスは香港にある。教育委員会（The UFI Education Committee）があり、ハンガリー、ロシア、フランス、ドイツ、イタリア、アメリカ、ウクライナ、タイ、香港から13名の委員で構成されている。活動の柱は、教育プログラム開発提供、業界データ・研究とベストプラクティスの提供、ネットワーキングの機会創出である。委員会が策定した教育方針 UFI and Exhibition Education（UFIと展示会教育）において、UFIは世界の展示会産業を代表する組織として、展示会が最も優れたマーケティング手段となるように関係者に対する教育に取り組むとしている。展示会産業関係者の研修だけでなく、マーケティングに係る教育関係者向けのプログラムがある。

教育方針にある、教育対象者とその目的は以下である。（*和約は GMT ツーリズム総合研究所によるもの）

- ・ Final Target Groups（最終目的グループ）
 1. 展示会主催者、施設運営者、サプライヤー ⇒ 展示会産業の発展
 2. 大学生・研修生 ⇒ 業界知識の取得
 3. 出展者・来場者 ⇒ 効果的な展示会の活用の推進

- Multipliers • Mediators (普及・仲介者)
マーケティングの講師・教授 (大学・ビジネススクール)、マーケティングの専門家・会社・組織、研修機関、展示会主催者 ⇒ マーケティングツールとしての展示会の位置付けの推進

プログラム例 UFI 2007 年時点 (*和約は GMT ツーリズム総合研究所によるもの)

The Exhibition Management Diploma (EMD) 展示マネジメントディプロマ ドイツの Cooperative Education 大学と開発した次世代の展示会産業を担う社会人教育。150 クラス、2 回の 6 日間のオンサイトプログラムと 2 回の e ラーニングのセッション。タイやドバイなど世界各地で実施。 The International Summer University (ISU) 国際夏季講義 ケルン大学で毎年 8 月の 1 週間に開催され、理論と実用の相乗効果を図り、展示会産業の発展をテーマ別に議論。 オンライン無料教材 “How to Exhibit “ 出展方法 効果的な展示マーケティングマニュアル オンライン無料教材 “The Role of Exhibitions in the Marketing -Mix” マーケティングにおける展示会の役割 講師向けのマーケティング、コミュニケーションやイベントマネジメントコース等に組み込み可能な講義モジュール (8 時間)。マーケティングツールとしての展示会入門。 【提供言語：英語、アラビア語、中国語、チェコ語、ドイツ語、ポーランド語】

その他、展示事業者と出展者向けには、フォーカスミーティングやセミナーを開催している。

また、展示会主催者、施設運営者と出展者向けの教育ガイドラインは、展示会のマーケティングツールとしての効果の最大化をいかに図るかを軸にしている。

展示会主催者・施設運営者対象 教育ガイドライン

コーストピックス

1. General characters of the world exhibition market 世界の展示産業について 概論
2. Exhibitions/trade fairs in the future 展示・トレードショーの展望
3. Internationally-recognized norms and legal ground 出展者対象 教育ガイドライン 国際的基準と法的根拠
4. Business management ビジネスマネジメント
5. Strategic management 戦略的経営
6. Marketing management マーケティングマネジメント
7. Project management プロジェクトマネジメント
8. Venue management ベニューマネジメント
9. Information management 情報管理
10. Partnership management with service providers パートナーマネジメント(サプライヤー)

コースピックアップ:

1. What does participating in an exhibition/trade fair mean? 展示会・トレードフェアに出展する理由
2. Exhibitions as part of your corporate strategy 企業戦略の一部としての展示会
3. Planning and budgeting the exhibition participation 出展計画と予算化
4. The visitor 来場者
5. Organisation of the exhibition participation 体制作り
6. Booth management ブースマネジメント
7. Your staff スタッフ管理
8. The other exhibitors 他社情報
9. Participation assessment 評価

※期間は6時間や半日、最大2日程度。

(2) IAEE (国際展示イベント協会)

IAEE (International Association of Exhibitions and Events 国際展示イベント協会)は本部がアメリカにあり、ヨーロッパオフィスがベルギー、アジアパシフィックオフィスがシンガポールにある。アジアには他に中国オフィスがある。国際機関・団体が公認する展示会産業の資格制度の代表的な例 CEM (Certificated in Exhibition Management)の運営を行っている。CEM は、1975 年から実施している展示会のマネジメント能力を認定する教育資格制度である。最低 3 年の展示会やイベント運営に関わる就業経験が必要であり、資格を取得するには、11 コース中 9 コースを 3 年以内に受講し試験に合格する必要がある。さらには、資格取得後も 3 年ごとの審査がある。資格取得者は、ビジネスパートナーの信頼を得て、ネットワークを広め、展示会に関する体系的な理解を得ることができる。

IAEE のホームページ (調査時) によると、資格保有者は中国で 377 名、韓国で 74 名、アメリカで 588 名である。

CEM Learning Program コース (*和約は事務局によるもの)

【11コース】

- Conference and Meeting Management Principles
- Event Marketing
- Event Operations
- Exhibition and Event Sales Fundamentals
- Facilities and Site Selection
- Finance, Budgeting and Contracts
- Floor Plan Development
- Housing and Registration Management
- Security, Risk and Crisis Management
- Selecting Service Contractors
- Strategic Planning and Management

国際会議・ミーティングマネジメント原論
イベントマーケティング
イベント運営
展示会・イベント販売の基礎
施設・サイト選択
財務、予算管理、契約
フロアプラン計画
予約・登録管理
セキュリティ、リスク、災害管理
サービス提供者の選定
戦略的プランニング & マネジメント

受講(登録)費 : 現地受講 会員\$215 非会員\$350 / オンライン受講 会員\$315 非会員 \$570

3-2-2 業界団体

SACEOS (Singapore Association of Convention & Exhibition Organizers & Suppliers シンガポールコンベンション&展示主催者&サプライヤー協会)は、シンガポール国内の MICE 人材の支援のほか、アジアの MICE 関係者に MICE 促進に向けた知見を安いコストで与えることを役割としている。Continuing Education & Training 委員会は、シンガポールの展示産業協会では国際機関の資格制度をローカライズの上、研修と資格認定をしている。業界で活躍する人や今後イベントを開催したい人などを対象に展示マネジメントプロフェッショナルを育成認定する PEM (Professional Exhibition Management), と会議マネジメントプロフェッショナルを育成認定する PCM (Professional Conference Management) の二つのトレーニングコースのほか、セミナーを開催している。政府の資格支援制度もある。

PEM (Professional Exhibition Management) プログラム (*和約は事務局によるもの)

3モジュール(各2日)	
Module 1:	単位1:
- An Overview of the Exhibition Industry	展示会産業の概要
- Sales & Marketing in Selling Exhibit Space	展示スペースのセールスマーケティング
- Advertising & Promotion	広告 & プロモーション
Module 2:	単位2:
- Function and Structure of the Project Team	プロジェクトチームの機能と構造
- General & Venue Operations	基本運営・ベニュー運営
- Importance of Freight Forwarding	貨物輸送の重要性
- Importance of Stand Building	基礎装飾・工事の重要性
- Importance of Insurance in Trade Show Management	展示会運営における保険の重要性
- Visitors Registration	ビジター登録
- Setting Up & Managing a Housing Bureau	宿泊予約受付窓口の設置・運営
- Finance & Budgeting	財務&予算
- Post Show Evaluations	開催後評価
Module 3:	単位3:
- Singapore Standards on Exhibition Terminology	シンガポール展示会用語規定
- Expo Audit Procedures	監査手続
- Implement Risk Management Plans	リスクマネジメント実施計画
- Project Management	プロジェクトマネジメント
受講費: Module1,2 会員 S\$400 非会員 S\$500	Module 3 会員 S\$500 非会員 S\$600

3-2-3 教育機関

米国では、コーネル大学を筆頭に MBA に匹敵するホスピタリティの学位がとれるほど理論と実践の教育が確立されている。中国や韓国は、米国への留学生が多いとともに、大学において MICE 関連学科がある。

大学・大学院の展示会や MICE に関係する学科のカリキュラムの例として、米国セントラルフロリダ大学ローゼン・ホスピタリティ経営学部 of the Bachelor of Science in Event Management がある。学士 Master of Science in Hospitality & Tourism Management や博士号 Ph.D. in Hospitality Education が取得できる大学でもある。

カリキュラム例

Bachelor of Science in Event Management (学位)		HPより。※事務局訳
イベント(コーポレートミーティング、トレードショー、コンフェレンスなど)のマネジメントを学ぶ。		
一般教養:	コミュニケーション、文化歴史学、数学統計学、社会基礎学等	
概論:	ホスピタリティ・ツーリズム産業	
基礎学:	統計、コンピューター、マクロ経済、ミクロ経済	
必須:	ホスピタリティマネジメント <財務会計、ツーリズムマーケティング、人材管理、宿泊運営、管理会計、ゲストサービス管理、ホスピタリティコミュニケーション、財務> インターンシップ イベントマネジメント <食飲料手配、イベント産業 リスクマネジメント、イベントプロモーション、イベントデザイン・製作・技術、イベントサービス、イベントセールス、イベントマネジメント>	
選択科目:	ミーティングマネジメント、展示とトレードショーマネジメント、エンターテインメントアートとイベント、フェアとフェスティバル、デスティネーションマネジメント、国際イベントとトレードショーマネジメント(上級)、ワイン文化と歴史、ゴルフ&クラブイベント運営	

3-3 国内事例調査

我が国においては、観光庁の MICE 研修をはじめとした取り組みがあるほか、各団体や企業において展示会や MICE 関連産業向けの講座や大学と連携した学習プログラムがある。

3-3-1 行政機関

観光庁では、平成 20 年度より世界に通用する MICE 人材の育成をすべく、MICE 誘致や開催事業に従事する関連団体・企業等の職員及び企業内で MICE を企画・運営する人を対象に、国内及び海外における実践的な研修、国際資格 CMP(Certified Meeting Professional)取得の為に支援を実施している。

(1) 国内研修

MICE の実践的な開催、誘致、マネジメントに係る知見の取得や視野を広げるために、MICE 関連国際機関から講師を招聘して研修を開催している。その他、海外研修参加者報告会や国際資格 CMP 保有者の講演会を実施している。

(2) 海外研修

コンベンションビューロー、PCO、会議施設等の経験・語学力の豊富な社員や職員を、MICE 関連国際機関が開催する既存の研修会、又は海外の大学等の高等教育機関や会議施設等に派遣する。渡航費と宿泊費、研修会等の受講費用について、観光庁が最大その 1/2 を上限として支援する。2011 年では、米国においてイベントマネジメントの学位を取得できるセントラルフロリダ大学等における最先端の知識・技術・ノウハウの習得や、国際的人脈の形成に資する研修となっている。

調査時の企画コース

セミナー・研修名	開催日程
50 th ICCA Congress	2011/10/22 – 2011/10/26
38 th IAPCO Seminar on PCO	2012/1/21 – 2011/1/26
セントラルフロリダ大学 ローゼン・ホスピタリティ経営学部	2012年1月上旬～2月末まで（最低2週間～最大8週間）

（３）国際資格 CMP 取得支援

MICE 業界の中でも最も権威のある国際資格のひとつである CMP (Convention Industry Council 公認の資格制度) 取得を支援している。平成 23 年度は、東京での CMP 受験を可能とした。支援内容は、本試験対策として、PCMA Online Prep Course の受講費用、CIC 公式テキストの購入費用の 1/2 を上限に支援する。本試験登録支援として、本試験登録費用の 1/2 を上限に支援している。

3-3-2 行政機関・教育機関・産業

観光庁では、今後の観光分野の高い経営マネジメント力を有した人材の育成が急務であるという問題意識のもと、検討委員会・ワーキンググループを平成 20 年度から開催し、観光経営の人材育成に取り組んでいる。平成 23 年度は、研究者や教育者を対象に「観光経営マネジメント学術セミナー」を開催し、また、ミドルマネジメント層を対象に首都大学東京主催「観光経営トップセミナー」を共催開催している。

（１）「観光経営マネジメント学術セミナー」

ツーリズム・ホスピタリティ・マネジメント分野において世界的に活躍している研究者や、組織マネジメントやケースメソッド教育に精通した一流の講師を招聘し、日本の研究者や教育者を対象に 2 日間の講義を行っている。セントラルフロリダ大学ローゼン・ホスピタリティ経営学部から、MICE 研究の第一人者である Deborah Breiter 教授が MICE 人材の育成について、副学部長の原教授が学術機関は産業のために人材・研究結果を提供することの重要性などについて講義した。

（２）「観光経営トップセミナー」

公立大学法人首都大学東京が主催し、観光庁が共催、早稲田大学産業経営研究所、社団法人日本経済団体連合会、社団法人日本観光振興協会の協力のもと、観光関連産業企業の間接経営者を対象に 10 日間開催している。

講師は、旅行、宿泊、交通など観光に関わる企業経営者、行政庁の幹部や経営・マネジメント等に精通した大学教授等で、人材マネジメント戦略などがいかに組織価値・産業価値を高めるか等について講義した。

3-3-3 行政機関・産業

東京都では、平成 21 年度より MICE 誘致を的確にコーディネートするための専門知識やスキルを備えた MICE 人材の育成を進めている。さらに、MICE 人材育成講座を受講後、1 年を経過した受講者を対象にしたフォローアップ講座を開催し、更なるスキルアップの向上も図っている。現在、都内のホテル、会議施設等で MICE 誘致に携わっている一定の要件を満たす人を対象に定員 20 名で開催している。展示部門については 1 コマの講義。

MICE 人材育成講座

1日目(8月22日 月曜日)	2日目(8月23日 火曜日)
概論1「MICE とはなにかーマーケット環境と必要な誘致スキル」 (公財)東京観光財団 飯田 由香	C 誘致1「事例研究:主催者の立場から」 (社)日本水道協会 三竹 育男
概論2「MICE とはなにかーMeeting & Incentive」 MPI Japan 浅井 新介	C 誘致2「誘致の現場でサプライヤーが求められていること」 GMT総研 太田 正隆
概論3「MICE とはなにかーConvention」 GMT総研 太田 正隆	M&I 誘致1「事例研究:MICE 獲得戦略とマーケティング」 グランドハイアット東京 大野 修一
概論4「MICE とはなにかーExhibition」 UBM ジャパン(株) クリストファー・イブ	M&I 誘致2「事例研究:MICE とブランディング」 IHG・ANA・ホテルズグループジャパン 新納 剛史
事例研究「MICE ビジネスの実際」 近畿日本ツーリスト(株) 阿部 貞子	M&I 誘致3「事例研究:主催者の立場から」 メルリリンチ日本証券(株) 山本 牧子
基礎知識「ビジネス・コントラクト(契約)を結ぶ」 フリーマン国際法律事務所 ダグラス K.フリーマン	M&I 誘致4「誘致の現場でサプライヤーが求められていること」 MPI Japan 浅井 新介
3日目(8月24日 水曜日)	
演習「グループワーキングとプレゼンテーション」	MPI Japan 浅井 新介、(株)GMT総研 太田 正隆

3-3-4 展示会事業者・教育機関

株式会社東京ビックサイトは経営理念である展示会産業、展示会を通じた産業振興と社会貢献の寄与を目的に公立大学法人首都大学東京と共催し展示会講座を開催している。学生に体系的に展示会産業を学ぶ場を提供し、人材育成を図るために 3 年後に事業検証することを前提に 3 年前から開催している。経済産業省、(独)日本貿易振興機構、東京都、全国展示場連絡協議会、大規模展示場連絡会が後援し、講師には、産業界から参画している。

<第 1 回展示会講座>

「展示会産業のさらなる発展に向けて」	「展示会産業の振興・発展に向けた取組」	「MICE産業における展示会の市場規模・動向」
(株)東京ビックサイト 代表取締役社長 島田健一	経済産業省 商務情報政策局 参事官 城福健陽	(社)日本イベント産業振興協会 専務理事 木村 正
「世界の見本市動向と日本の展示会産業の課題」	「主催者から見た展示会の役割と今後の展望」	「ドイツの展示会事情と展示場の社会的役割」
日本貿易振興機構(ジェトロ) 展示事業部長 中村富安	(社)日本能率協会 理事長 中村正己	(株)メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン 代表取締役社長 アンドレアス・メルケ
「展示会開催における経済波及効果について」		「展示場における危機管理について」
(株)野村総合研究所 経営革新コンサルティング部 上席コンサルタント 名取雅彦	(株)野村総合研究所 研究開発センター兼社会産業コンサルティング部 副主任コンサルタント 岡村 篤	(株)東京ビックサイト 理事・総務部長 古原 稔

＜第2回展示会講座＞

「展示会産業の振興・発展に向けた取組」	「上海万博以降の中国展示会・MICE業界の進化」
経済産業省 商務情報政策局 参事官 大高豪太	㈱ICSコンベンションデザイン グローバル戦略室長 鬼頭淳一
「海外展示会の活用と中小企業の販売開拓例」	「MICEによる地域活性化戦略」
日本貿易振興機構(ジェトロ) 展示事業部長 中村富安	㈱野村総合研究所 上席コンサルタント 名取雅彦、副主任コンサルタント 岡村 篤
「FOODEXの歩みに見る国際展示会への軌跡」	「MICEによる産業振興について」
(社)日本能率協会 理事長 中村正己	首都大学東京 都市環境学研究科 観光科学域 教授 本保芳明
「アジアにおける展示会の国際戦略と展望」	総括
㈱UBMジャパン株式会社 代表取締役社長 クリストファー・イブ	㈱東京ビッグサイト 代表取締役社長 島田健一

3-3-5 展示会産業

(1) 日本展示会協会

人材育成委員会の主催で「若手人材育成セミナー」や各産業界や企業の経営者に向けて「特別講演会」や「展示会啓発セミナー」を開催し、展示会産業の人材育成と展示会の価値の啓蒙や向上に取り組んでいる。

(2) UBMジャパン

英国に本部を置く UBM は 30 以上の国と地域に拠点を持ち、6000 名のスタッフが、プロジェクトごとに専門チームを構成し、国際ネットワークのもとメディア活動を展開している。営業スキルやリーダーシップ、チームワークのためのコミュニケーションスキルアップを図る研修プログラムや全世界でノウハウを共有するナレッジシェアリングの仕組みがある。

3-4 展示会産業全体の人材育成スキームの提案

3-4-1 人材育成の推進に向けた基本的方向

海外における取組と比較すると、我が国においては、展示会産業全体の人材育成プログラムの確立までには至っていないといつてよい。今後の展示会産業の国際化と活性化を図るためには、展示会産業が展示会の企画能力の高い人材を確保し、国際的観点から日本の展示会産業の価値の向上・普及を図ることが不可欠である。そのため、産業の連携を強化するとともに産官学連携の下で教育プログラムや人材育成プログラムの確立を推進すべきである。

その場合、産官学は以下の役割を担うことが重要である。

■教育機関

我が国の展示会産業関係者の人材育成を推進するためには、大学等による展示会産業に係る教育プログラムを確立することが重要である。特に、展示会産業関係者の展示会の企画能力の向上に向けて、グローバルな視点に立ったマーケティング能力、戦略立案能力の向上に資する講座や、日本の展示会産業の産業価値向上に向けて、展示会産業の意義を体系的に学ぶことができる講座を開設することが望まれる。大学に専門講座の設置を働きかけるとともに、株式会社東京ビッグサイトと首都大学東京とが実施した展示会講座のように、学生と展示会産業関係者が参加できる場を継続的に開催することが望まれる。

研究者の育成を推進するとともに、海外研究機関との交流を通じて、我が国における展示会産業の情報発信、プレゼンスの向上を担うことも期待される。

■展示会産業

展示会事業者、出展者等の展示会産業としては、人材育成に向けて、求める人材ニーズを明らかにするとともに、人材育成を担う教育機関等に対して、人材や関連資料等のビジネスリソースを提供することが重要である。

また、実践的な人材育成を推進するためには、社員の専門職としてのキャリアパスを明確にするとともに、展示会産業に関心を持つ新卒者の拡大に向けてインターンシップの場などを提供することが望まれる。

■行政機関

展示会産業の振興は、我が国の産業振興の一環で推進すべき課題であり、人材育成の取組の立ち上げに当たっては、政府、自治体による検討のための場の提供、人材育成に対する補助制度の創設等を検討することが望まれる。

3-4-2 産官学連携による展示会産業の人材育成を行うための方策

産官学連携によって人材育成を推進するためには、第一に、展示会産業の産業価値の向上が必要である。明確な産業として展示会の価値の社会的認識や基盤整備が進めば、より質の高い人材の確保や行政による産業支援が実現可能となる。

海外の事例においても、人材育成プログラムの事例がある諸外国は、展示会産業の経済的効果が認識されている環境があることから、国や企業は、人材育成を支援し、個人はキャリアアップのためにスキルアップへ投資している。展示会の産業価値の向上が、研修や資格制度を確立させる一歩となる。

第二に、産業間の連携が必要である。展示会産業の関係者の中で協力体制を組み、役割分担を決めて効率的に研修や大学での講義を行うなど連携が必要である。我が国の展示会産業は横のつながりが弱く展示会産業が一体となり産業の確立を目指す必要性がある。

最後に、展示会産業の国際化の推進が望まれる。主催者によっては、アジアをはじめとする出展者や来場者が増えるよう取り組みを行っているが、現状においては、国内を対象とした展示会が多い。展示会をビジネスの場としてより活発にし、より一層海外からの出展や来場を促進できるよう、更には、ビジネスの国際化を推進できるよう展示会産業の活性化が必要である。その認識の普及により、国際的に質の高い人材の重要性の意識が高まり人材育成プログラムの必要性が国内外に認識されることになる。

付 属 資 料

付属資料 展示会産業活性化方策検討委員会検討結果

付属資料 展示会統計の認証制度及びガイドライン

付属資料 日本展示会認証協議会設置要領

付属資料 認証監査委員会設置要領

付属資料 【説明資料】 展示会統計に係る認証制度

付属資料 展示会産業活性化方策検討委員会検討結果

1. 委員会の構成

研究会メンバーは以下のとおりである（敬称略）。

西村 幸夫	東京大学副学長（座長）
石積 忠夫	日本展示会協会 会長
島田 健一	大規模展示場連絡会 会長
清水 雅範	全国展示場連絡協議会 会長
伊藤 昌広	日本電機工業会 展博委員会 委員長
田中 嘉一	リードエグジビションジャパン（株）取締役広報部長
入江 二郎	（社）日本エレクトロニクスショー協会 事務局長
中村 俊彦	（株）幕張メッセ 代表取締役社長
小堀 卓	（株）横浜国際平和会議場 代表取締役社長
クリストファー・イブ	U B Mジャパン（株）代表取締役社長
アンドレアス・メルケ	メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン 代表取締役社長
中村 文雄	（社）日本能率協会 コンベンションマネジメント室長
中村 富安	日本貿易振興機構（ジェトロ） 理事
園原 茂	（株）東芝 展博担当 参事
高見 牧人	観光庁 参事官
児玉 直美	経済産業省 大臣官房 統計指標研究官
大高 豪太	経済産業省 商務情報政策局 参事官

事務局：

（株）野村総合研究所

（株）J T B グローバルマーケティング&トラベル GMT ツーリズム総合研究所

2. 開催日程

(1)第1回委員会

○日時：平成23年9月12日（月）15:00～17:00

○場所：経済産業省本館第6共用会議室

○議題：

- ・展示会統計に係る認証スキームについて
- ・認証制度及び認証メリットについて
- ・調査項目及び調査方法について

(2)第2回委員会

○日時：平成23年10月19日（水）15:00～17:00

○場所：経済産業省本館第5共用会議室（本館17階）

○議題：

- ・展示会産業の人材育成について

(3)第3回委員会

○日時：平成23年11月16日（水）15:00～17:00

○場所：経済産業省 別館1階 101-2 共用会議室

○議題：

- ・受入体制の整備（ワンストップサービスの構築）について
- ・実証実験の途中経過報告と認証制度スキーム等について
- ・展示会産業の人材育成について

(4)第4回委員会

○日時：平成24年1月26日（木）10:00～12:00

○場所：経済産業省 本館17階 第5共用会議室

○議題：

- ・展示会統計に係る認証制度について

(5)第5回委員会（展示産業活性化推進のための仙台セミナー）

○日時：平成24年2月21日（火）14:00～17:00

○場所：宮城県庁1階 みやぎ広報室

○内容：

- ・東北地域における展示会活性化についての講演
- ・展示会活性化に資する意見交換会

※検討会委員視察（夢メッセ等） 10:30～13:00

3. 委員会の議論結果

3.1. 第1回委員会での主な意見

○今年度の調査事業の背景について

- ・我が国の展示会産業の成長率は必ずしも良好とは言えない中で、アジア諸国では展示会産業が伸びている背景は何か。

→韓国であれば大統領令という法律の中で、展示のみならず国際会議の育成等をトップダウンで行っている。また、シンガポールにおいてもコンベンション、MICEを推進するためのインフラとして、コンベンション施設や展示施設を充実させ、国を挙げて交流人口を拡大していくなど、国を挙げて取り組んでいることが、MICE分野についてアジア諸国が成長を続けている理由の大きな一つではないかと思われる。（事務局）

- ・我が国の展示会で効果的なビジネス創出できるような展示会が十分には開催されていないという背景は何か。

→日本における展示会では、工作見本市等から始まり、1960年代ぐらいから国際的な見本市が多数開催されるに至った。しかしながら、これらは主催者、出展者、来場者も商談会に向けた展示会というよりは、主催団体に加盟した会員企業向けの活動や、国内の同業種の産業活性化を図るという目的が強かったように思われる。ここ10年から20年ぐらいで、いわゆる展示事業者・ショーオーガナイザー、展示事業を生業とするような企業が増え、外国から参入されている展示事業者と、従来の主催団体（協会等）が多くの展示会を、商談会・トレードを目的としたものへと進化させてきたという印象がある（事務局）

○展示会統計に係る認証制度について

①認証スキームについて

- ・認証スキーム（案）の中で、調査機関として「公認会計士協会を想定」と記載されているが、調査そのものは個々の公認会計士が実施し、業務の統一性、実際に調査をする公認会計士の紹介などについて公認会計士協会として関与させて頂く形を考えている。

- ・調査結果に基づいて「認証」ということをどこかが判断をしなければならない。その判断は、調査機関がするのではなくて、認証機関がする、といったところも決めていかないといけないと思う。スキームの中でそのところが決まっていなくて全体が動かない。

→調査機関は一定のガイドラインに従って来場者のカウント方法、出展者や出展面積の確認を行う。その結果と前回の開催報告等の周辺資料をもとに認証機関で数え方等の透明性を確認し登録証を発行する想定である。（事務局）

- ・今回の制度は第三者による審査・認証であり、主催者でも出展者でも来場者でも、この展示会事業で生業をしている人たちでもない第三者機関でよい。

→透明性等を目指す中立的な第三者である。公認会計士、弁護士、日本貿易振興機構（以

下、JETRO)を構成メンバーとした審査委員会を想定。(事務局)

- ・調査機関はあくまで事実を確認しているだけなので、審査委員会が認証を判断するというのであれば、調査機関が行う確認作業で、例えばサンプリングを200名分やったものについて、どういう数であれば認証に値するなどの、判断できるマニュアルのようなものもないとジャッジできないことが予想される。

②認証メリットについて

- ・認証スキーム案の中で認証メリットの記載があるが、認証を取得することと取得しない展示会との具体的な差別化はあるか。

→主催者は透明性の高い制度を設けることで、出展者から信頼を得る。それがまず第一に主催者のメリットであると考えている。また目に見えるメリットとして、認証スキーム案に記載されているようなMICEのキーマンや海外の有力バイヤーの招聘、情報発信についても関係省庁、ジェトロと協力しながら用意していきたい。(大高委員)

- ・企業は利益を追求しているため、認証を受けたことによるなんらかのメリットが必要。ここに記載されたメリットもさることながら、認証料に値するような補助金等の経費的なメリットもないと、なかなか進まないと思う。

→こうしたシステムあれば、特に補助金が必要なわけではなくて、展示会主催者はセールスポイントとしてのメリットがある。

→認証は価値があると思う。中国の見本市市場では、UFIのロゴは必ずつける。第三者の中立的な認証機関の認証を受けていることを、認証マークにより出展者も来場者も数字の信頼性があると思って安心して参加している。

③調査項目、調査方法について

- ・海外の展示会ではどういう形で確認作業を行っているか。

→昨年度までの議論でも出たように、来場者数、出展者数、出展面積は、展示会にとって非常に基本的な数値である。アメリカでも非常に厳格な確認方法として、実際に来場者を数え、本当に来たかどうか電話により確認を行うといったことを実際に行っているようである。現在、日本で制度設計をしようと考えているものは、いきなり厳格なガイドラインで行っても継続性の面で難しいと思われるので、段階を踏んでやるべき。出展面積等の調査については、図面等の確認はサンプリングという方法で行う予定。現在、展示会会期最終日の午前中、2時間ないし3時間程度の中で可能な範囲の調査を想定。(事務局)

→海外の展示会では、出展面積ではメジャーを持って(サンプル抽出)を含めて、実際に測る。人数カウントについても実際の名刺や申込書等をカウントする。全部数えた上でサンプリングして、直接電話して、展示会に来たか等の確認をする。

→ドイツ展示会協会やFKMでは、実際に現場にスタッフを派遣して数えインタビューも行

う。来場者に対して声をかけ公表されたデータと来場者の構成は本当か等、FKMの委託をしている人が、実際に現場でも行っている。入場者数は全部チェックするが、出展者の構成についてはサンプリングで確認。

- 例えば、1万人の来場者の展示会があったと想定した場合、名刺で数えて整理し100名分の来場者名刺をひとつの束としてまとめると、合計で100束。その中から、調査機関の調査員が任意に5束を抽出、更にその中の5、6人に電話をして確認を行う。そうすれば調査対象は小さな数字になるが、調査は十分正確なものが出るのではないか。

④認証制度全般について

- この認証制度を実施するにあたり、その目的が何かもう一つ明確になっていない我が国展示会産業の主な課題の中に、「国際的な情報発信力が欠けている」とあるが、それ以上に決定的に欠けているのは、国内の産業界に対して直接経済効果がどの程度か、具体的な金額の明示等が無い事である。
- 究極の目標はどこにあるかというのがはっきりしていないため、タイムスケール、タイムスパンの目標も入っていないのではないかと思う。究極の目標は、展示会産業が生み出す経済効果を明確に示す事であり、それが非常に重要ではないかと思う。

→これから地域で展示会に関する理解と協力を得るためには、展示会の経済効果を説明することが重要であり、認証制度の大きな目的のひとつである。

また、出展企業からは、出展効果、出展の意味や意義など、更に厳しく問われてくる。そういう中で、主催者がきちんとした来場者等の数字を出せない展示会は、出展者も躊躇し、来場者は透明性のある展示会でないと来ない。国内であろうと、海外であろうと同じであろう。海外では数値などが非常にしっかりしている。出だしは厳しいと思うが、主催者、出展者、そして来場者のためにもきちんとやることが重要。(大高委員)

→今の議論は、来場者数というところの数字が、自分たちで決めたものではなくて、第三者の方が判断・確認を行い、正しい数字であるということの認証があつて初めて信頼性のおける数字である。それから導き出だせば経済波及効果は出る。

- 最初のうちは、希望して申請し認証を受けた人たちだけになる。認証は義務ではないので受けない展示会も多く存在すると思われる。もう1歩進めて、主催者全員が受けるように目標を定めるといような積極さが必要である。
- 出展者にとって、この展示会に出展するか否かの大きな判断材料である。従って、主催者にとってはメリットというよりも、一つの義務というように考えるべきではないか。
- 出展社側からの立場でいうと、電機関係のメーカーも市場はどんどん海外に移って行っている中で、日本国内で展示会を開く効果を、きちんと資料で提示しないと、予算認可されないのが現状。出展することのメリットは何か。どれだけ多くの人たちに効果的に見せられるか、というところが重要になってくる。
- 来年度以降に認証、実際の認証制度が運営試行にあたり、一般広報、一般認知を図るこ

とは重要であり、そのことを考え準備をされているということで宜しいか。

→スキーム案に示したとおり経産省、観光庁、また業界団体の皆さんの協力を得ながら、主に主催者、それから出展者にきちんと周知していこうと思っている。(大高委員)

・認証は事後認証ということになるのか。つまり、事前にこの展示会を認証するというのではなく、やった結果として認証する。従って、次回やるときに、これは前回認証されているという言い方になることか。

→そのとおり。例えば、毎年やるものであって、今年実証をした場合、それが使えるのは来年の展示会の出展申込みからになる。(事務局)

→その場合調査をしていただいて、認証していただかないと、その次の年に認証されているとは言えないのでは。

→現在、認証する有効期間を2年間というふうに想定している。(事務局)

3.2. 第2回委員会での主な意見

○展示会産業の人材育成について

・シンガポール等の例があったが、タイでも展示会の大学のようなものがあり、1週間コースを毎年行っているようである。このようなコースがないのは日本だけ。

→タイの政府が日本でパーティーや講座をやる背景には、14万平米という巨大な展示会場を建設し、展示会立国タイという旗を立てていることを強く感じた。

・日本は非常にいい人材、教育の高い人材と、産業界が大きいためまだ勝てると思っているが、展示会産業だけをみると韓国や中国と比べて余りにも意識が低い。

・横浜で今年度から新たに市を挙げて人材育成を始めている。横浜 MICE オープンカリッジとして大学生を中心に始め、市内の大学に呼びかけて正式なカリキュラムにしてもらった。今回は学生としては14名。横浜市の予算で観光コンベンションビューローとパシフィコ横浜の三者で練っている。その中で実践的に理解してもらうために、ゼミ形式でパシフィコ横浜や、いろいろなところに来てもらうということで始めている。

・観光庁で MICE 人材育成を行っているが、これはコンベンションがメインだと思うが、その中で経済産業省が展示会の枠を設ける等の方向性はあるか。

→このような議論を踏まえていろいろ考えていきたい。それぞれ自治体あるいは日展協等で行っているため、どういうことを国がやるべきかを整理していきたい。視点としては、展示会がこれまで比較的業界団体の中でうまく回っていた機能をもう少しマーケティング機能を強化するとか、今それぞれの産業がどのように情報発信あるいはフォローアップしていくのかということ、ある程度共通認識として整理するとともに、学生なり実際に従事されている社会人の方が頭の中で整理できるような形を考えている。経済産業省も人材育成についてはオーバーオールにはそういう支援制度があるので、それらを活用できないか検討していきたい。

(大高委員)

→観光庁の MICE の人材育成では、国内研修ではなるべくマネジメントレベルの人を育てたいという意味で、国内の講師ではなくて現場をよく知り、プロのスキルをもっている海外の方を呼んで、2 日間、国際会議をどのように誘致するのか、現場の話も含め講義をしていただいている。

それに 1 つ目標としてあるのが、国際会議の世界にある国際資格である。アメリカの民間の資格として CMP があるが、世界全体では何千人と取得者がいるが、日本には 2 人という状況なので、これを取得できるように今年から受講費用やテキスト代を助成している。最終的には海外に人を出しながら一流の人材を育てたいと思うが、コンベンションの世界は中小企業の方が多く、研修に出したいが仕事のために出張できないというような事情が多いようである。

人材育成についてもう 1 つ、高等教育、大学については絶対やっていかなければいけないところだと思っており、観光庁も手をつけている。正確に言えば、MICE ではなくて一般観光となるが、大学とも関係を築き今年のセミナー等をやっている。これを MICE の世界でも当然やっていかなければいけないと思っており、中期的にはここから人材が供給されるような環境整備を、経産省や展示会業界、その他の関係業界も一緒に議論させていただきながらトライしたいと考えている。

(高見委員)

- ・大学で行うとすると、もう少し広い観光という枠でとらえて、その中に展示会産業などが入っていると、教育の中で考えやすいかもしれない。
- 日本の大学の中で観光学科があり、その中の 1 つの分野として展示会を行っている大学もあるが、基本は観光であり、その中の本当に小さな分野が展示会である。ところが中国や韓国では、展示会というくくりで、産業活性化に非常に大きな可能性を秘めているという捉え方をしており、政府が中心となって取り組んでいる。
- ・出展企業の目線から意見を述べると、自社の中での人材のローテーションとして展示会専任の担当をつけるというのは難しい状況である。展示会のスペシャリストとしては、企業は採用しないのではないか。
- ・学問としての専門性については、その体系が確立されれば、同業あるいは異業種間で、物事を共通の物差しでみるだとか、あるいはそこを乗り越えて議論をするというようなところ、展示会全体の見方とか評価の仕方といったものがしやすくなるという観点で、一元的な教育を推進していただけたらと感じている。
- ・人材育成の内容という観点では、基礎学問としての展示会を学ぶということもさることながら、やはり国際競争力のある産業の育成や発掘、見せ方の工夫など、どちらかというとマネジメントというよりは、実践的なプロジェクトとかフィールドワークというものを通じて身につけるというような内容のほうがいいのではないか、あるいはそういう方向を望みたいというのが出展者側の意見である。
- 海外のお客様に、日本の産業を知ってもらい、商談してもらい、今まで以上に意識を

して海外に情報を発信してもらおう等、実践的なフォローアップが出来る人を育てていくことは、日本の産業を育成する上で非常に大切な基盤である。

それらをもっと意識する、あるいは今までそういうノウハウがなかった人に先代から受け継ぐとか、学問の世界と産業の部分ではかなり区切りが難しいと思いますが、人を育てるのにどうしたらいいのかということを、いろいろ皆さんの知恵をお借りしたい。(大高委員)

- ・展示会産業を盛り上げるためには、今かかわっている人も大事だが、やはり若い人により展示会を知って頂くということが大事だと思っている。ただ、知って頂くといっても、現在は学問的領域がなく、いろいろなところで知って頂く機会が必要。
- ・「展示会産業とは何か。」というところを、教育プログラムをつくる時間にかかわるのであれば、例えばインターンシップを通して刺激的でおもしろくて、クリエイティブな産業だということをまず知って頂くのが大事であると思う。
- ・インターンシップとして沢山の人を一度に受け入れることは出来ないが、例えば大学に単位を認めて頂くというような取り組みをしつつ、出展者側の意見を聞きながら、どういった教育プログラムがいいのか等を考えていく。いろいろな方が議論し話し合いの中でプログラムをつくり、教育プログラムとして、学生には最低限知ってもらったほうがいいというところをまず固め、観光庁なり経済産業省なりにご支援をいただきながら、業界として求める知識やスキル等を学生に求めていく形ですすめていきたい。
- ・展示会業界が今後発展していくためには、優秀な人材がどんどん入ってくるような仕組みづくりが大事であることを強く思う。国としてぜひ検討していただきたいと思うのが、産業分類である。プレーヤーの多い業界であるにもかかわらず、そういったきちとした分類がないという状況がある。もし確立されていれば、大学生が職業を選ぶときに、明確な産業分野として確立されていれば、安心感をもってこの業界に飛び込んでくれる学生もふえてくるのではないか。

→産業分類表の整理に伴い総務省へは意見を出したが、産業分類表の改訂には作業と整理に時間がかかるということである。意識はしている。(大高委員)

- ・展示会産業がまだひとつ発展していないというのは、出展する企業にとって展示主催者が価値ある展示会を提供していないことが最大の理由だと思う。主催者がもっと価値ある展示会をつくると、各産業界は、展示会の重要性を認め、業界のトップが展示会の重要さをいろいろな場面で言う。という流れがまだまだ足りないというのが実態。日本でも主催者同士の競争原理がもっともっとあれば、みんな勉強するし、教育せざるを得ない。そうなれば、学生も将来おもしろいと興味を持つ。
- ・人材育成の前の課題が余りにも多い。展示会が全く日本人にとって身近ではない。一般消費者が、イベントと展示会の区別がつかないということから、展示会に携わるビジネスマンの人材育成というよりも、国民に対する啓蒙活動をまず先にやって、それから人材育成を行う必要があるのではないか。

→資料の中でも一般の国民であるとか市民に対する啓発というのがやはり抜けている。

例えば主催者側、施設側、さらにはこれから育ってほしいような学生などの分類を行い、一般的な啓発については主に国がやるとか、もう少し具体的にブレイクダウンして、一步でもまず進めていくことが重要。

- ・人材育成だけではなく全体を変えないといけない。今回1つ1つテーマを分けてやるということは、余り意味がなく、もう少し総体をやらないといけないかもしれない。
- ・最終的には展示会を価値あるものに、展示会も市民権を得ないと人材育成もできない。

○統計に係る認証制度について（認証実証報告）

- ・出展企業、展示業界にとって一番重要な認証は、本当に来場者がそれだけ来たのかどうか、それが最大の問題である。また、認証する行為とは何かというと、例えば1万人が来場した場合、100名分の名刺の束がゴムで留められ、その束がさらに100個あって1万人である。その100束からランダムに例えば30人分を抜き取り、電話をかけて実際に来たのかどうかを確認することが絶対条件である。それが認証という意味だということをもう一度申し上げておきたい。
- ・認証というからには何かを証明しないとイケない。証明するという作業が絶対必要なのだと。それがなければ認証という言葉にはならないと思う。会計士事務所も全て根本思想はそうだと思う。

→会計士の先生方は、認証機関ではないということを1つお知りおきいただきたい。調査機関として公認会計士が行っていることは、100束のまとめられた束がちゃんと100束あるかどうかということで数えているだけで、こうした行為がその展示会の認証をする訳ではない。認証するのは認証機関ということで、あくまで公認会計士は目の前にあるものについて、サンプル抽出を行い数え方のシステムを確認している。

→公認会計士は調査して署名するのか。調査したこの数字は認証したという意味ではないということではまた議論になってくる。

→それを受けて、今のスキームの中には審査委員会が設けられており、そこで審査を行い、その審査結果を受けて認証機関が最終的には認証するというスキームである。このスキームも現状ではまだ想定範囲を出ていないので、こうして議論をしながら進めていくことになると思う。

→当初の議論で、来場者の数え方、出展者数の数え方、出展面積の算出の仕方等々について、ばらばらになっていた展示会もあったため、今回は、それらを整理し基本的なガイドラインを想定している。（事務局）

3.3. 第3回委員会での主な意見

○受け入れ体制の整備（ワンストップサービスの構築）について

- ・J-messe に日本の展示会主催者の方が登録された情報についてはいつでも誰でも無料

で利用が可能。ただしデータベースの仕様が若干古い部分があり、登録されたデータが検索エンジンでは該当しない仕組みとなっているため、年度内にその点を修正した新しいデータベースに入れかえを行うことを考えている。(JETRO)

- ・このワンストップサービスの目的が、まだ理解できていない。例えば私が展示会を検索する場合には、検索エンジンで直接展示会名を検索すると思われる。そのため、このワンストップサービスの必要性がよくわからないのが正直な話である。

→恐らく今から 10 年前であれば、J-messe を通じて日本でどんな展示会があるのかを調べて出すと非常に効果的であった。現在では、各展示会の主催者が情報を発信しているので、主催者に直接問い合わせれば、あらゆる情報を得られる。

→確かにヘビーユーザーや専門にされている方であれば、どの国のどの展示会と探せると思うが、例えば出展が初めてとか日本の展示会に初めて出展しようとしたときに、どのように情報を得るかという時に重要である。

ドイツであれば AUMA が中心になってデータベースを構築し、ドイツの専門見本市という日本語で検索が可能なものもあり非常に充実しているようにみえたが、これに対して、日本では、展示会施設や各事業者、日本展示会協会のウェブサイト上でそれぞれに関連する展示会のみ掲載されている、あるいは対外的に外国に行くための出展情報などは JETRO の J-messe にあるなど、今後、展示会を通じてプロモーションや商売をしてもらう、あるいは来場してもらうときに、今のままでは情報がばらばらに存在をしている印象が非常に強い。(事務局)

- ・J-messe をもう少し拡張して窓口にするということを考えているということか。

→ドイツの場合は AUMA が中心となり、そこに様々なデータベースや情報が入っており、ドイツもしくは世界の展示会情報が検索できる。さらには日本の展示会の紹介があり、世界の展示会の紹介がある。今の日本の情報提供をみた場合に、J-messe を通じて情報を得ることはできるが、これがいわゆる産業を担う方々とうまくリンクをしているとさらに使い勝手はいいと思われる。(事務局)

- ・確かに、すべての日本の展示会のデータベースがあったほうがいいともちろん思う。J-messe で既にそれができているということであれば、日本展示会協会のウェブサイトに同様のものをつくるのは無駄である。

→受け入れのプラットフォームを構築するために、仮に JETRO の J-messe をベースとして日本展示会協会あるいは産業界がそこにどうかかわるのか、あるいは連携をしていくのかということである。(事務局)

- ・JETRO では中国語あるいは韓国語で発信はされているか。出展者、来場者に対してホームページや招待券などで中国語、韓国語の情報を発信することによって来場を促すことが現実的に非常に重要ではないか。

→今のところできていない。確かに中国、韓国をお客として考えれば、情報発信は絶対に必要であるが、中小企業対策費という予算で行っているため、フォーカスが日本の

中小企業となっている。(JETRO)

- ・ J-messe を軸としたときには中小企業向けということになるため、かなり目的を広げないといけない。その場合でも韓国語とか中国語の案内を出すなど、できない部分はほかでサポートするとしないと、それを JETRO にお願ひするというわけにはいかない。

→今の予算の枠組みでは、J-messe の運営に別途お金を頂くということはない。その中で積極的に展示会情報を登録していただき、ここに来れば情報が何でもあるという状態になればいいと考えている。(JETRO)

→このワンストップの元にあることとして、ドイツにおいての JETRO の知名度は非常に高く、展示・出展する際やバイヤーに行く際に JETRO を紹介している。これから海外の方に来場してもらう、あるいは出展してもらうためにはいい機会だと思い、きちんと行った方がよい。

また、在日のドイツ商工会議所のつくっているホームページが非常にすぐれていて、日本の展示会についても詳しく書いてある。やはり日本は日本でしっかりとした情報発信をしなければいけないのではないかという問題意識もあり、提起している。

(大高委員)

○統計に係る認証制度について（認証実証報告）

①スキーム全体について

- ・ 認証スキームについて、機関の具体的な構成メンバーを決めないといけない時期だと思うが、あくまでどこまで透明性があるのか、第三者であるのかを今回相当議論を詰めていかなければいけないと思う。
- ・ 認証機関については、日本展示会協会の他に大規模展示場連絡会や全国展示場連絡協議会などが入らなくてもいいのか。
- ・ ほとんどの主催者の方が日本展示会協会の傘下に入っているため、そうすると、その親元である日本展示会協会が自分の傘下の主催者の認証をするというのは、第3者とは言い難いかと思われる。

→認証機関の透明性、中立性についてはこれまでも議論しているが、自分が自分を認証するように仮に見えることはよろしくない。認証機関に複数のメンバーがどのような形で入れば理想かという点について活発なご議論をいただきたい。(事務局)

- ・ 海外での認証制度はどのようにされているか。

→アメリカでも一定のお金をかけて、第三者機関としての会計士が入ることで行われていると伺っている。(事務局)

- ・ 認証機関に入る団体は公益法人や公的な資格をもっていなくても構わないのか。ISO や海外組織を比べるときちんとした公益法人の資格をとった団体が認証したほうがいいかと思う。例えば経済産業省の外郭団体からオーソリティーをもらうとか委託を受

けるなど、何らかの形で国とつながっていく必要があるのではないか。

→本来、公益法人のような、あるいは下部的機関みたいなところがやるのが 1 つ考え方としてあると思うが、実際に検証したところ 1 件当たりの費用が非常に高くなり、主催者にとっては取り組みにくい。そのため、もう少し安い値段でできて、かつ展示会についてよくわかっている認証機関を考えたときに、公認会計士や審査委員会のメンバーを交えた形で、公正性・中立性を確保できないかということで考えたスキームである。

ただ、この認証機関について日本展示会協会だけでいいのかどうかについてはまた我々のほうで次回委員会までの検討課題として扱わせていただきたい。(大高委員)

・日本展示会協会の中立性に関して、ドイツの場合では AUMA が認証機関となっているが、AUMA は展示会協会、見本市協会の主催者が集まっている。

→同じように主催者がきちんとしたルールを受け入れてやっているという意味ではおかしくはないということか。

→ただし、カウントはやはり外部の第三者機関として公認会計士が行うべきである。

・審査委員会と調査機関を一緒にするという考えはないのか。

→審査委員の構成メンバーとしては公認会計士や弁護士、JETRO を含めて有識者というイメージでいる。公認会計士からは、調査機関として自分たちが行えることは、事実を確認し、しっかりとした数え方をしている展示会であるということまでは確認はできるが、それが展示会の質としてどうかという認証まではできないと発言をいただいている。

②調査方法について

・突き合わせという作業がないと本当に検査したということにはならないと思われる。

必ずしも膨大な数ではなくていいと思うが、その作業はやはり必要だと思われる。

→全部を数えることは無理であるため、この中からサンプリングにより確認する。さらにその裏づけをとるために、その束からさらにサンプリングして電話をかけるという作業は、階層でいくと次のステップになるのではないか。(事務局)

→サンプリングでチェックするということは、今の段階ではそこまでできないが、将来的には行うということか。

→必要があればそういうステップに行くことになるかと思われるが、そのためには人手、コスト、時間の問題が出てくるとと思われる。(事務局)

→出展者を調べる場合には実際に会場に行き、会場図面と突き合わせて、本当に出展があるかどうか、発表とそれが正しいかどうかについて確認しているが、来場者についてその確認がないことは問題である。出展者というのは目で見えるため、虚偽はあり得ない。我々が一番やらなければいけないことは来場者の信憑性である。

→出展者についての調査をもう少し軽くし、その分サンプリングで来場者の数をもう少し

しきちんと確認するところの作業を注力して、全体としてはコストが余りかからないようにすることができるのではないかな。

→ちなみに、海外で正式に発表しているのは、やはり来場者についてである。出展者は必要ないということではないが、出展者や面積よりも彼らが認証するのは来場者。なぜかという、そこが過去に一番曖昧であったという歴史があるため。

→いずれにしても ISO なり UFI の基準に我々がどこまですり寄るかということも当然必要になるので、その点についても整理をした上で形にしていきたい。

③認証メリットについて

- ・統計をきちっととらなければいけない。出展者側から考えたときに、展示会の何をもって付加価値があるかということ判断するのだが、この認証によるバイヤーの招聘や海外からの紹介を行うというメリットが、出展者側からしたときにメリットに思えば、出展料が多少高くても、出展するかどうかを判断するときの基準になると思う。認証に係る費用についての議論があるが認証を受けることで付加価値が上がり、出展者側に強くアピールできることで単価を高くすることができるということがあれば、多少費用がかかっても認証を受けられると思われる。
- ・認証制度のメリットの考え方には、正確な情報を出して、展示会の価値そのものをきちんと評価するという本質的なメリットと、認証されることにより JETRO から外国への情報発信やバイヤーの誘致の際に優先的に紹介されるというような短期的なメリットの両方があるということを理解していただきたい。(大高委員)

○展示会産業の人材育成について

- ・産業界は行政を含めた産官の連携はもちろん、さらに今度は産学の連携という意味で、産業界がインターンシップの提供などを行い教育機関を支えるようなかたちで、最終的には展示会産業の国際化と活性化を産業界と教育機関で連携しながら行うというような地位の向上のスキームが必要である。(事務局)
- ・全体としては、認証がきちんとされるようになれば人材も集まるようになり、カリキュラムも整っていくということに恐らくならないかな。
- ・今回の委員会で、このようなものが理想であると具体的に何か提言できるかどうかのカギであると思う。
- ・学校の中でカリキュラムをつくることで学生の就職にも有効で、さらに産業界としてもいい人材を得られるというサイクルをつくったらよいのではないかと考えている。出だしの部分は国や自治体が行うとして、経済界の中でうまく回る仕組みがあるのではないかな、それは考えていきたい。(大高委員)

→JETRO の事業では、バイヤー招聘や専門家による支援、あるいはミッションを組んで海外へ行くなどの、いろいろな形で中小企業のビジネス支援を行っているが、企業の

中で展示会についての知見とか経験値の高い人間が育つことによって、展示会に関わる正しい準備などが積み上がり、それによって成果が出る。

しかし中小企業などでは、育成するだけの余裕、リソースが社内にあるのかというところと厳しいと思われる。そのため、大学のカリキュラムとして、国際ビジネスとあわせて展示会ができる人間を育てることが本当にうまくいけば、それは企業にとっても日本の経済にとっても確実に有益な人材となるとと思われる。

- ・展示会講座を都内の大学と共同で行い、将来はその大学の観光部の中に講座を設けてほしいということであったが、教授がいないという案件が出てきた。観光の講座では、観光庁の長官が教授として徐々にそろってきているが、残念ながら展示会の分野ではない。
- ・学外から特別講師として呼んだり、むしろ学校の教室でなくいろいろな場所に出ていって行うということで進めていけるのではないか。
- ・この委員が1年間の授業で1回ぐらい講師をするということが大事ではないか。寄附講座のような形をとり、講師の方が順番に出ていけばいいと思われる。

3.4. 第4回委員会での主な意見

○展示会統計に係る認証制度について

①認証の有効期限について

- ・認証は毎回毎回受けるものと思っていたが「有効期間」とあり、そうするとこの認証というのは、認証された展示会はきちんとカウントされており、今後何年間はこの主催者はきちんと確認をするであろうという主催団体の認証ということでよい。

→この主催者のこの展示会は、このようにルールに基づいてきちんと公表されているという認証である。(大高委員)

→毎年開催されている展示会の場合、今年認証したものについては、来年まで有効にするということである。(事務局)

→そうすると、次に開催する場合には認証行為を行わなくても、認証したと同じ効果を与えるというように読めるが、それでいいのか。

→そうである。ただしもちろん次に開催したものについての結果報告等はしてもらう。(事務局)

→主催者を認証するというのであればわかるが、そうではなく、毎回認証が必要であるということであればそのように記載する必要がある。主催者ではなくて、その展示会は適正にカウントされているという認証か。

→UFIの制度は異なっていて、その展示会が国際的であるかどうかという認証。そのため、数字の確認ではない。1回認証を受ければ何年か有効と聞いている。

- ・同じ展示会であっても、毎年毎年やるわけなので、毎年この手続をする。

→その意見にはすこし反対である。ISOの審査の場合には3年に1回の更新になっている。

それで、年に1回審査員が確認する形になっている。

→来場者数については、次の年の展示会でそもそも数は変わるわけであり、その数をもとに出展者は評価をする。出展企業は毎回その都度評価をしているので、認証自体も一回一回というのが原則だと思う。

→開催ごとに認証を行うかどうかという点は、今の話を聞くと開催ごとに行った方がきちんとできるかと思う。有効期限の話は UFI の国際展示会を参考にしていたためであるが、それがまさに展示会の透明性をあらわすということであれば、毎回認証をしたほうが統計としてしっかりしたものになると思われる。(大高委員)

→それでは、ガイドラインの有効期限は削除して、毎回の展示会ごとに認証をするという書き方に変えるということを進めていくということよろしいですね。

②認証費用について

- ・費用は確かに高い。そのために2年に1回の認証という方向に行くのではなく、費用を安くするために出展者のチェックをやめる、チェックの数を減らすという方向で考えるべきである。チェックする数を減らしても、抜き取り調査というシステムがある限り、数の不正に対して十分な抑止力になっている。
- ・ドイツでは AUMA (ドイツ認証協会) が認証するが、その AUMA への会費は最終的に、出展企業の出展料金の中に含まれている。1平米当たり12セント、今のレートで12円と考えると、出展企業にとっても大きな負担にならないのと思う。
- ・これまでの議論があったように、来場者の数は非常に大事なのでそこに重点を置いてしっかりやっていこうと思う。出展者については時間とコストをかけなくてもいいと思うが、その分、非常に簡素化した形できちっと認証を行う。ただ、バイヤーの方もいるため、どのぐらいの方が出展されているのかという情報をきちんと認証して、国内、国外にもきちんと発信していくことは必要であると考えている。(大高委員)

③認証の内容について

- ・認証マークを与えて、何を認証しているのかということだが、一般的には展示会全体、コンソーシアム全体が適正に運営された展示会であるための認証を与えると思うのだが、実際に行おうとしていることはそうではない。来場者数など、ごく一部の数字についての第三者のチェックを受けたことに対して認証をするわけなので、認証マークの使い方まで含めて具体的な内容をこの場で共通理解を得ておく必要がある。
- 大変いい指摘である。認証マークをえると、展示会全体が認証されているように誤解されるため、あくまでも来場者の数字は正しいと推定、推認されるという意味の言葉の認証マークにしなくてはいけない。
- 認証マークが、その展示会のその年の数字が適正か、その主催者のその展示会の来場者の数の数え方が適正という、2つの調査がある。

→認証マークの使い方について、まず海外に向けて日本の統計として来場者についてはJETROのインターネット上の展示会の紹介の中に記載され、その右側に認証マークをつけ、これは日本の制度で認められた数であるということを示す。そうすると、海外の出展者や来場者も信頼ができる統計として、その展示会に参加してみようという動きになっていく。国内であっても、これから展示会に参加される方が、来場者数の信憑性を確認するのに、その展示の認証マークをみるという形になろうかと思われる
(大高委員)

④調査方法について

- ・来場者数の数え方を統一して標準化するというのは、ぜひとも行っていただきたい非常に重要な点である。標準化という中で、単に主催者の方がカウントするだけの標準化ということではなくて、後から検証作業を受けるということを想定した上での標準化が大切である。
- ・シンプルに参加しやすい方法を考えた時に、後日調査がなくてできないかどうかという議論はなかったのか。

→前回の検討会において電話確認による正確性の担保を行うという議論があり、展示会終了後での電話調査を今回実証としてさせていただいた。(事務局)

- ・電子データベースは、実際に会場で集めたものをデータ入力するためデータが上がってくるまでにある程度の期間を要す。さらに来場者の報告、主催者の報告があり、そのエビデンスとして名刺のチェックをしているため、データベースでの確認は割愛してもよいのではないかな。

⑤調査機関について

- ・認証機関から依頼を受けて、その結果がどうであったという、その事実だけを報告する。従って、その結果、この展示会の来場者数は全体が正しいと推認しますという最後の結論は出せないということをご理解いただきたい。

→調査機関が資料に基づいて調べてきた事実関係を報告し、その認証自身は認証機関が行うという役割分担で考えている(大高委員)

⑥認証監査委員会・認証機関について

- ・信憑性を担保する認証監査委員会について、今現在は年1回以上開催となっているが、認証監査委員会は年1回ではなくて、その都度、監査に立ち会うとしたほうが出展者としては安心である。

→全部の認証に認証監査委員会が立ち会うとなった場合、現実的にはかなり大変なことではないか。

→現実なイメージがわいていないが、つまりはどのような審査方法で監査をするかという

- ことを具体的に詰めていただいて、我々もそのイメージがわかれば問題ないのであろう。
- 認証機関及び調査機関がやっていることを有識者が集まって、それが正しいのかどうか、今のシステムに欠点があるのかないのかを、1年に1回それを評価するということだと考えている。
- 監査委員会の役割については、指摘を踏まえてもう少し整理する。方法については、認証機関を1つにして、認証監査委員会を頻繁に行うという方法もあるかもしれないが、それは現実的ではないので、認証機関はある程度複数の関係者から集まって、客観性を保つ、そして、その全体は年1回、認証監査委員会できちんとみるという方法で行う方がやはり現実的と考えている。(大高委員)
- ・認証機関については1つの団体で速やかにシンプルにやることが重要であると考えている。そのため展示会会場と日本貿易振興機構を認証監査委員会の委員として、年2回ほど監査をするというように簡素化すればいいのではないか。
- 認証機関をシンプルにすると認証監査委員会はだんだん重くなり、毎回行ふべきだという意見もある。そこはバランスの問題である。構成団体が多過ぎるところは調整したいと思うが、複数の協会で協力することでより多くの主催者が参加しやすく中立的な機関としてできるのではないか。(大高委員)
- ・今の制度を導入した場合には、審査そのものに時間がかかるのではないか。出展者の立場からすると、とにかく早くシンプルに迅速に認証していただきたい。
- 窓口を指定することで、主催者にとっては本当にシンプルになると思われる。ただし迅速にという意味では作業のための人員も必要である。そのため人員を厚くするという意味でも、複数の団体で構成した方が一番早いのではと考えている。(大高委員)
- 認証メリットの付与として国からの支援を受けることを視野に入れた場合には、JETROなどの公的な性格をもつ機関が必要ではないか。
- 認証機関のあり方に関しては少し意見の違いがあるため、最終的に調整をして頂く。その場合には、公的な機関が入ることが対外的な信用にもかかわるということを配慮していただきたい。

⑦認証のタイミングとメリット

- ・事後認証とすると、開催後にメリットをもらってもしょうがないので、開催前にメリットを頂くようなイメージを構成しないといけないのではと思う。
- メリットは、その数字が認証されて、次回の出展に対してそれを考慮するときに、これは正しい数字なのだということがわかる。それによって出展を決めたりするという点にある。
- ・多くの展示会が申請する仕組みをつくるためには、1ヵ月に1度審査を行うぐらいの頻度が必要ではないか。展示会の結果報告書の中に認証したことが載らなのでは、次年度のプロモーションには間に合わない。

→できるだけ早く認証を得たいということであるが、どうしても一定の期間は必要になる。
その場合に認証の申請中である旨の記載を認めることによって、営業的にも使えるということになるのではないか。

⑧今後のロードマップについて

- ・来年度からスタートして、3年行ったところで再度見直す。そこまではこの仕組みで動かしていくという進め方で行っていく。

3.5. 第5回委員会（展示産業活性化推進のための仙台セミナー）について

3.5.1 概要

日時：平成24年2月21日（火）

10:30～13:50 ＜第1部＞ 被災地視察

14:00～17:00 ＜第2部＞ セミナー

場所：＜第1部＞宮城県名取市周辺

＜第2部＞宮城県庁4階 特別会議室

3.5.2 第1部 被災地視察

検討会委員及びオブザーバーは、当日の朝仙台駅へ集合し震災地区への視察を行った。市内から仙台港方面へ行き、宮城県担当者に説明役を御願いし震災の状況、復興等について細かく説明を受けた。

「夢メッセみやぎ」では、工事中のため車窓から施設全体を視察、資料として配付された当時の写真と共に、施設の被災、復旧、復興の現場を見ることができた。

若林地区をはじめ海岸沿いを通り、仙台空港まで復興の現在を視察し、仙台空港では施設内を細かく視察しながら空港管理者から説明を受けた。

図表 行程表

時間	内容	対応者
10:30	仙台駅出発 ・一般道（40分）	宮城県経済商工観光部 海外ビジネス支援室 主任主査 平塚武信
11:10	夢メッセ到着 ●仙台港周辺説明（10分）	
11:20	仙台港出発 ・一般道→仙台港北IC→名取IC→一般道（30分）	
11:50	閑上地区到着 ●閑上地区周辺説明（10分）	
12:00	閑上地区出発 ・一般道（20分）	宮城県経済商工観光部 海外ビジネス支援室 主任主査 平塚武信
12:20	仙台空港到着 ●仙台空港周辺説明（20分）	
12:40	●昼食（30分）	仙台空港ビル株式会社 取締役 石森純一
13:10	仙台空港出発 ・一般道→仙台空港IC→長町IC→一般道（40分）	
13:50	県庁到着	

3.5.3 第2部 セミナー

宮城県担当者による復興計画及び夢メッセみやぎ理事長による震災の状況と宮城県における今後の展示会、展示産業の可能性について講演を行って頂いた。

委員会からは、事務局による検討委員会での経緯等の報告と共に、日本における展示会産業、世界における展示会産業の現状、復興に向けた展示会産業の協力等について講演があり、情報の共有を行った。地元産業界や観光業界からも聴衆者として参加頂き、講演後は熱心な意見交換をすることができた。

<次第>

14:00-14:10 開会挨拶

経済産業省 商務情報政策局 参事官 大高 豪太
宮城県 副知事 三浦 秀一

14:10-14:25 「展示会産業の国際化・活性化の推進について」

経済産業省 商務情報政策局 参事官 大高 豪太

14:25-15:05 「東北経済活性化の秘策 仙台を見本市都市に！」

日本展示会協会 会長 石積 忠夫

15:05-15:25 「海外の展示会産業について」

UBM ジャパン(株) 代表取締役社長 クリストファー・イブ
(休憩)

15:30-15:50 展示会産業活性化方策検討会の報告等

展示会産業活性化方策検討委員会事務局 太田 正隆

15:50-16:10 「宮城県の震災復興について」

宮城県経済商工観光部海外ビジネス支援室室長補佐 江間 仁志

16:10-16:40 「夢メッセみやぎの現状と今後の取組について」

財団法人みやぎ産業交流センター理事長 伊東 則夫

16:40-16:55 質疑応答

16:55-17:00 閉会挨拶

※終了後、名刺交換の時間を設定

付属資料 展示会統計の認証制度及びガイドライン

展示会統計の認証制度及びガイドライン

1. 目的

展示会統計の認証制度について定めることにより、日本における展示会の統計の整備を実施するとともに、展示会の信頼性と透明性を高め、展示会産業の健全な発展に寄与する。

2. 展示会統計の認証に関する用語等の定義

展示会統計の認証に関する用語等の定義については、経済産業省の平成22年度サービス産業活動環境整備調査事業【展示会産業活性化のための標準の確立及びビジョン策定等に関する調査事業（以下、平成22年度経済産業省展示会調査事業という。）】において定めたとおりとする。但し、必要に応じて関係者協議により改正を行うことができる。

3. 展示会統計に係る認証制度における各組織等の役割

3-1 主催者

主催者は、展示会統計に係る認証を申請することができる。

3-2 認証機関

認証機関は、公認会計士に調査を依頼する。調査結果に基づき、展示会統計に係る認証を行い、認証登録証を発行する。

認証機関の構成に関しては、別途定めるものとする。

3-3 認証監査委員会

認証監査委員会は、認証機関の活動に関する評価・監査を実施する。

認証監査委員会の構成に関しては、別途定めるものとする。

3-4 調査機関

調査機関である公認会計士は、認証機関の依頼に基づき、認証に必要な調査を行う。

4. 展示会統計の認証制度の流れ

4-1 認証の申請

展示会の認証を受けようとする主催者は、認証機関に展示会統計の認証申請書等を対象となる展示会開催日の3ヶ月前までに提出しなくてはならない。

4-2 認証に必要な統計情報の提出

4-2-1

展示会統計の認証申請において、主催者は、申請を行う展示会についての統計情報を提出しなければならない。

4-2-2

展示会統計の認証に必要な情報のうち、申請時に必要な情報は下記のとおりとする。

【一般情報】

- ①展示会の名称
- ②展示会主催者の名称（会社又はその他の組織）
- ③展示会が行われた展示施設
- ④展示会の開催日程
- ⑤前回の開催日程およびその展示会が調査済みか否かの事項

【統計情報】

- ①出展者数およびその詳細（国内、海外）
- ②出展面積（出展小間面積）

4-2-3

展示会統計の認証に必要な情報のうち、展示会開催後に必要な情報は下記のとおりとする。

【統計情報】

- ①来場者数（Visitors）又は来場数（Visits）の総数
- ②来場者数（Visitors）又は来場数（Visits）の詳細（国内、海外）

4-2-4

提出された情報が定められた定義とルールにより算出されていることを確認するための調査を行わなければならない。

詳細な調査方法に関しては、別途定めるものとする。

調査は、以下の4つの要素を含んでいなくてはならない。

①展示会開催事実の確認

認証対象展示会が実際に開催されていることを配布資料や現地での目視により確認。

②集計管理方法の確認

来場者の入場方法および根拠資料（エビデンス）の集計管理方法の妥当性を確認。

③データベースとの整合性の確認

根拠資料を照合・精査することにより、統計情報の整合性を確認。

④根拠資料の信憑性の確認

根拠資料となる名刺などからサンプリングを行い、電話などで来場確認を行うことにより、根拠資料の信憑性を確認。

4－3 展示会データの審査

認証機関は、調査機関の調査結果報告書に基づき、認証可否の審査を行う。

4－4 展示会統計に係る認証

認証審査に合格した展示会について、認証機関は速やかに認証登録証を発行する。

5. 展示会の調査及び審査に関する問題処理

調査結果報告書に記載された内容に疑義が生じた場合、又は、正しい調査手続きがなされていないと思われる場合には、認証機関は以下のとおり対応する。

①認証機関は、主催者に対し、調査（手続やデータ等）について質問することができる。

②主催者は、認証機関からの質問に対し、1ヶ月以内に回答しなければならない。

③展示会が認証の条件を満たさないことが判明した場合、認証機関は認証を取消することができる。

6. 展示会統計に係る認証の適応範囲

展示会認証は、平成24年4月1日以降に開催された展示会を対象とする。

【ガイドライン】

展示会の認証に必要な数値は、以下の定義とルールによって調査を実施する。

1. 出展者数の算出

- ・出展者の中には、主出展者と共同出展者が含まれる。
- ・主出展者とは、主催者と直接契約をしている出展者である。
- ・共同出展者とは、他社の出展ブースに自社のサービスや製品を提供している出展者である。
- ・共同出展者は、出展者名および出展者所在地を確認できなくてはならない。
- ・団体出展の場合、展示スペースは代表出展者（主出展者）がスペースのレンタルを行い、そのスペースは、複数の共同出展者（自社の企業名で自社の製品やサービスを提供している場合）で共有する。

2. 出展者の国籍

- ・出展者の国籍は、主催者に提出された出展者の住所で決定する。
- ・海外出展者とは、主催者／事務局に提出した住所が開催国外である出展者。
（海外企業でも日本支店等の住所で契約した場合は「国内」扱いとなる。）

3. 来場者

3-1 来場者

来場者とは、情報収集、商品の購入、出展者との契約を目的として展示会に参加する者をいう。ただし、主催者、出展者、報道関係者、展示会開催に係るサービスの提供者を除く。講演者は展示に参加した場合のみ来場者としてカウントされる。

《来場者から除外される者の例》

- ・展示会主催企業のスタッフ
- ・展示会出展企業のスタッフ
- ・展示施設のスタッフ
- ・展示会開催に係るサービスの提供者（会場装飾、清掃、警備等）
- ・展示会開催中の講演者
- ・報道関係者

3-2 来場者及び来場の計測方法

「来場者（Visitor）」は、1日1回カウント、会期中1回のみカウントとする（何回、何日会場に出入りしても1人とカウントする。）。

また、「来場（Visit）」でカウントする場合は、来場者が展示会に入場することで、1日1回カウントとする。

4. 来場者の国籍

- ・来場者の国籍は、主催者に提出された来場者の住所で決定する。
- ・海外来場者とは、主催者／事務局に提出した住所が開催国外である来場者。
(海外企業の日本支店社員が参加する場合は、入場時に登録された住所（オフィス住所、現住所）が日本国内であれば、「国内」扱いとなる。)

5. 出展面積

有償・無償にかかわらず、出展者が契約により借りる展示スペース及び主催者、事務局により展示会のテーマと直接関係した展示等に利用される全てのスペースの合計。

以上

付属資料 日本展示会認証協議会 設置要領

日本展示会認証協議会 設置要領

1. 設置目的

認証申請のあった展示会の来場者数、出展者数等について、申請内容が認証ガイドラインで定められた定義により算出されていることを審査するため、日本展示会認証協議会を設置する。

2. 任務

- (1) 展示会統計に係る認証制度の運用及び認証ガイドラインの運用管理を行うこと。
- (2) 認証申請内容と調査機関からの調査結果を照合し、認証ガイドラインの定義によって展示会の来場者数等が算出されているかについて、認証審査会を開催し、審議すること。
- (3) 認証審査により、適正に処理がなされていることが認められた展示会について、認証登録証を発行すること。
- (4) 認証展示会統計の整備及び公表を行うこと。
- (5) 認証制度の普及・啓発を推進すること。
- (6) 認証申請の内容がガイドラインの定義に則していないと認められた場合に、当該展示主催者へ是正勧告を行うこと。

3. 構成

- (1) 日本展示会認証協議会は、以下の機関から選出された委員3名（内1名が議長）により構成される。

日本展示会協会（事務局）

大規模展示場連絡会

独立行政法人 日本貿易振興機構

- (2) 議長は日本展示会協会とする。

4. 委員の任期

- (1) 委員の任期は2年とする。ただし再任を妨げない。
- (2) 補欠のために委嘱された委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- (3) 委員は、辞任又は任期満了の後においても、後任者が就任するまでは、その職務を行わなければならない。

5. 招集及び開催

- (1) 日本展示会認証協議会は、議長の要請により、認証審査会を開催する。
- (2) ガイドラインの改定の審議等が必要になった場合には、日本展示会認証協議会の議長が認証監査委員会に諮ること。

6. 議長の代理

認証審査会において、議長が欠席の場合は予め議長により指名された委員を議長代理とする。

7. 定足数及び議決方法

認証審査会は、委員全員の出席をもって成立し、議決が必要な場合には、委員全員の賛成をもって議決する。

8. 審査記録

認証審査会においては、以下の事項を記載した審査記録を作成し、議長及び出席した委員のうちから互選された審査記録署名人 1 名以上の記名押印又は署名により有効とする。

- (1) 日時及び場所 (2) 委員現在数 (3) 出席した委員の数及び氏名 (4) 審査内容及び結果

9. 機密の保持

日本展示会認証協議会の議長及び委員はその任務において知り得た情報を外部へ漏洩してはならない。なお、本項は退任後においても適用する。

10. 事務局

日本展示会認証協議会の事務を取り扱うため、日本展示会協会内に事務局を設置し、日本展示会認証協議会に係る庶務を行う。

11. 要領の改正

本要領の改正は、認証監査委員会委員現在数の 4 分の 3 以上の同意を得てこれを行う。

12. 雑則

この要領に定めるもののほか、日本展示会認証協議会の運営に関し必要な事項は、議長が評議員に諮って定める。

13. 施行期日

この要領は、平成 24 年 4 月 1 日より施行する。

付属資料 認証監査委員会 設置要領

認証監査委員会 設置要領

1. 設置目的

日本展示会認証協議会の諮問機関として、展示会統計に係る認証制度について公平・適正な運営が実施されていることを審査するため、認証監査委員会を設置する。

2. 任務

- (1) 展示会統計に係る認証業務について、実施の方針及び運営の公平性・適正性を審議し、必要に応じて日本展示会認証協議会の議長に対し助言を行うこと。
- (2) 認証結果の報告を受け、必要に応じて日本展示会認証協議会の議長に対し助言を行うこと。
- (3) 日本展示会認証協議会の議長からの諮問事項に関して審議し、報告すること。

3. 構成

- (1) 認証監査委員会は、以下の有資格者、機関からの1名ずつ、計4名で構成し、内1名を委員長とする。

弁護士

公認会計士

財団法人 日本品質保証機構

経済産業省

- (2) 委員長は委員の互選による。

4. 委員の任期

- (1) 委員の任期は2年とする。ただし再任を妨げない。
- (2) 補欠のために委嘱された委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- (3) 委員は、辞任又は任期満了の後においても、後任者が就任するまでは、その職務を行わなければならない。

5. 情報の開示

日本展示会認証協議会の議長は、第2項に定める認証監査委員会の任務の遂行に必要となる以下を含む情報を開示する。

- (1) 認証制度に係る調査に関する情報
- (2) 認証制度に係る認証審査に関する情報
- (3) その他認証監査委員会が開示を求め、日本展示会認証協議会の議長が必要と認めたもの

6. 招集及び開催

日本展示会認証協議会の議長の招集により、認証監査委員会を年1回以上開催する。

7. 議長

認証監査委員会の議長は委員長が行う。委員長が欠席の場合は予め委員長により指名された委員を議長とする。

8. 定足数および議決方法

- (1) 認証監査委員会は、委員現在数の4分の3以上の出席をもって成立する。
- (2) 議決が必要な場合には、出席委員数の過半数の賛成をもって議決する。

9. 議事録

以下の事項を記載した議事録を作成し、議長及び出席した委員のうちから互選された議事録署名人1名以上の記名押印又は署名により有効とする。

日時及び場所

委員の現在数

出席した委員の数及び氏名

助言事項

議決事項（該当する場合）

審議経過の概要

議事録署名人の選任に関する事項

10. 機密の保持

認証監査委員会委員は、委員会において知り得た情報を外部へ漏洩してはならない。なお、本項は退任後においても適用する。

11. 要領の改正

本要領の改正は、委員現在数の4分の3以上の同意を得てこれを行う。

12. 雑則

この要領に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、日本展示会認証協議会の議長が認証監査委員会に諮って定める。

13. 施行期日

この要領は、平成24年4月1日より施行する。

付属資料 【説明資料】展示会統計に係る認証制度

展示会統計に係る認証制度

(説明資料)

平成 23 年度展示会産業活性化方策検討委員会

目次

1. 展示会統計に係る認証制度について
2. 展示会統計に係る認証制度の認証スキーム
3. 展示会統計に係る認証制度の認証プロセス
4. 展示会統計に係る認証制度の調査手順

添付資料：

参考資料 1：展示会統計に係る認証制度ガイドライン

参考資料 2：関係様式類

1. 展示会統計に係る認証制度について

(1) 背景

展示会産業は、集客効果が極めて高い産業であり、「ヒト・モノ・情報」の交流を促進し、産業の発展に寄与するほか、地域資源の対外発信力や購買力が向上し、新たな産業の創出につながるなど、地域経済に対して幅広い波及効果をもたらす。

我が国の産業は成熟期を迎えており、今後の大きな内需拡大は期待しづらい状況であることから、成長著しいアジア諸国を中心に海外の需要を積極的に取り込み、国内外の企業間取引を活発にする必要がある。そのためには、我が国の展示会産業の国際化を図り、活性化を推進することが重要となる。

しかしながら、我が国における展示会産業においては、展示会産業における各種指標が不明確かつ指標基準が不統一であり、展示会の開催実績等に関する包括的な統計が未整備である。このような中、経済産業省は、展示会の統計及び展示会の活性化方策について、平成 22 年度経済産業省調査事業で展示会統計に係る標準を確立し、平成 23 年度では「展示会統計に関わる認証制度」を設計し、平成 24 年度から認証制度を導入する。

(2) 展示会統計に係る認証制度の目的

＜平成 22 年度サービス産業活動環境整備調査事業報告書より抜粋＞

- 展示会統計に係る認証制度について定めることにより、信頼性と透明性の高い展示会統計を整備する。
- そのために、展示会産業に係る定義や統計データの指標を統一し、展示会統計の標準を確立する。

(3) 展示会統計に係る認証制度の必要性和意義

世界の市場が拡大するほど、国際的な展示会を求める傾向は強くなっている。

閉鎖性の高い展示会産業から脱却し、真に国際性を持つ展示会となるために、透明性・信頼性の確保された質の高い展示会という保証を得るために世界と比較可能な統計（来場者数、出展者数等）を整備する必要がある。

統計を整備することで、より質の高い出展者と来場者の確保が可能となることから、認証制度を推進することには大きな意義がある。

展示会主催者については、認証制度を積極的に活用することが望まれる。

(4) 展示会統計に係る認証制度の効果

展示会統計に係る認証制度を導入することにより、展示会統計が整備され、我が国の展示会産業の経済波及効果の測定が可能になる。また、我が国の展示会産業の現状や動向、その国際的優位性を分析することが可能となり、その認識に基づいた中長期的戦略を立てることができるようになる。そして、展示会統計に係る認証制度は、我が国の展示会の信頼性と透明性を高め、国内外からの出展あるいは来場を促進し、我が国の展示会産業、ひいては我が国の産業の国際化を図り、活性化を推進する。

(5) 展示会統計に係る認証制度の定義

＜平成23年度展示会産業活性化方策検討委員会資料より＞

展示会の「来場者数」又は「来場数」、「出展者数」、及び「出展面積」について、展示会統計に係る認証制度のガイドラインで定めた定義と指標に基づき、展示会統計情報に利用可能な展示会として認証する制度である。

※認証を希望する主催者は、展示会統計に係る認証制度のガイドラインで定められた定義と指標に基づき、統計情報を提出しなければならない。

(6) 展示会統計に係る認証制度の対象

認証を希望する展示会が対象となる。但し、統計については、来場者の集計方法が国際基準に準拠している展示会のみを対象とする。

平成22年度調査事業報告書(抜粋): 展示会の分類			
参 考 1			
展示会の分類			
分類	認証基準		
	来場者の集計方法(※)		来場者 出展者
展示会	①(ISO基準及び国際展示会としての一定の基準を満たす) 国際展示会	●会期中1人を1回のみカウントした「来場者数」を集計 (なお、「1日1人を1回のみカウント」し「来場数/延べ来場数」を併せて把握することも可) ●その他ISO基準に準拠	海外来場者数 5%以上 又は 海外出展者数 10%以上
	②(ISO基準を満たすものの、国際展示会以外の) 一般展示会	●会期中1人を1回のみカウントした「来場者数」を集計 (なお、「1日1人を1回のみカウント」し「来場数/延べ来場数」を併せて把握することも可) ●その他ISO基準に準拠	(規定なし)
	③展示会	●基準は定めないが、上記同様の集計を推奨する ※ただし、集計方法は数値とともにそれぞれ明記すること	(規定なし)
展示会に含まないもの(展示会に類する"イベント")		フリーマーケット、路上販売	

(7) 展示会統計に係る認証制度のガイドラインで定められた定義と指標

＜平成22年度サービス産業活動環境整備調査事業において定めた定義と指標＞

(ア) 出展者数の算出

- ・ 出展者の中には、主出展者と共同出展者が含まれる。
- ・ 主出展者とは、主催者と直接契約をしている出展者である。
- ・ 共同出展者とは、他社の出展ブースに自社のサービスや製品を提供している出展者である。
- ・ 共同出展者は、出展者名及び出展者所在地を確認できなくてはならない。
- ・ 団体出展の場合、展示スペースは代表出展者（主出展者）がスペースのレンタルを行い、そのスペースは、複数の共同出展者（自社の企業名で自社の製品やサービスを提供している場合）で共有する。

(イ) 出展者の国籍

- ・ 出展者の国籍は、主催者に提出された出展者の住所で決定する。
- ・ 海外出展者とは、主催者／事務局に提出した住所が開催国外である出展者。
(海外企業でも日本支店等の住所で契約した場合は「国内」扱いとなる。)

(ウ) 来場者

来場者とは、情報収集、商品の購入、出展者との契約を目的として展示会に参加する者をいう。ただし、主催者、出展者、報道関係者、展示会開催に係るサービスの提供者を除く。講演者は展示に参加した場合のみ来場者としてカウントされる。

《来場者から除外される者の例》

- ・ 展示会主催企業のスタッフ
- ・ 展示会出展企業のスタッフ
- ・ 展示施設のスタッフ
- ・ 展示会開催に係るサービスの提供者（会場装飾、清掃、警備等）
- ・ 展示会開催中の講演者
- ・ 報道関係者

(エ) 来場者及び来場の計測方法

「来場者 (Visitor)」は、1 日 1 回カウント、会期中 1 回のみカウントとする (何回、何日会場に出入りしても 1 人とカウントする)。

「来場 (Visit)」でカウントする場合は、来場者が展示会に入場することで、1 日 1 回カウントとする。

(オ) 来場者の国籍

- ・ 来場者の国籍は、主催者に提出された来場者の住所で決定する。
- ・ 海外来場者とは、主催者／事務局に提出した住所が開催国外である来場者。
(海外企業の日本支店社員が参加する場合は、入場時に登録された住所 (オフィス住所、現住所) が日本国内であれば、「国内」扱いとなる。)

(カ) 出展面積

有償・無償にかかわらず、出展者が契約により借りる展示スペース及び主催者、事務局により展示会のテーマと直接関係した展示等に利用される全てのスペースの合計。

※ 展示会統計に係る用語等の定義については、経済産業省平成 22 年度 サービス産業活動環境整備調査事業 (展示会産業活性化のための標準の確立及びビジョン策定等に関する調査事業) において定めたとおりとする。
但し、必要に応じて関係者協議により改正を行うことができる。

(8) 展示会統計に係る認証制度の認証料

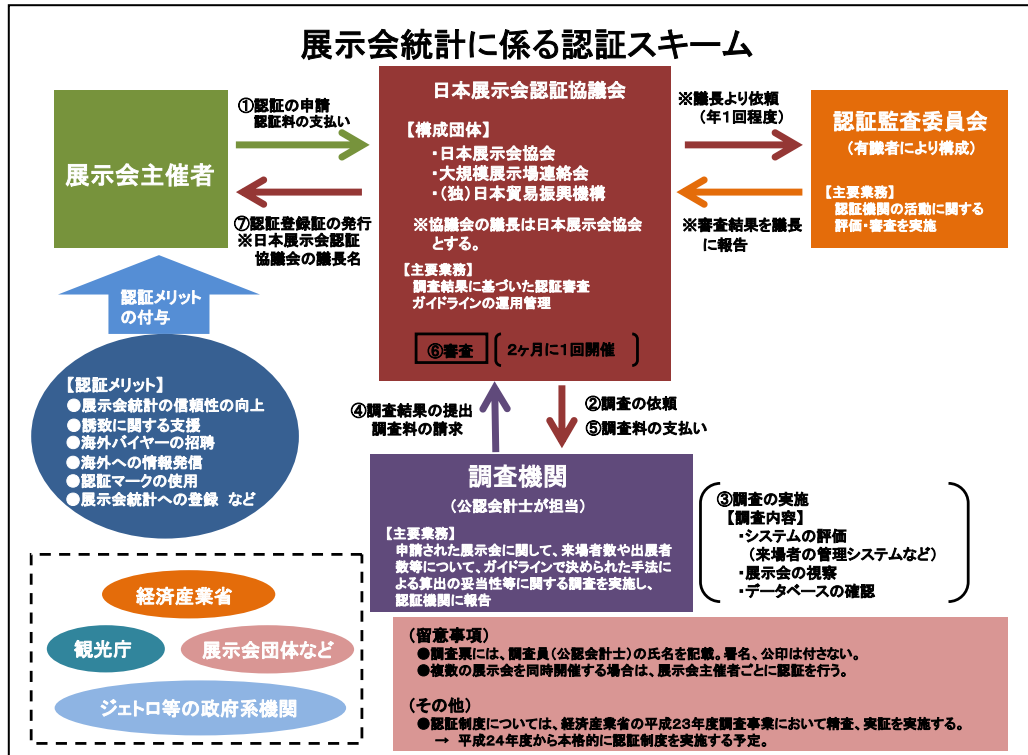
認証料は 1 展示会あたり 30 万円 (税別) とする。

(9) 展示会統計に係る認証制度の認証マーク

認証される展示会は認証調査を行った当該展示会であり、認証マークが付与される。

2. 展示会統計に係る認証制度の認証スキーム

<平成23年度展示会産業活性化方策検討委員会資料より>



展示会統計に係る認証制度における各組織等の役割

(1) 主催者

主催者は、展示会統計に係る認証を申請することができる。

(2) 認証機関（日本展示会認証協議会）

展示会主催者からの認証申請窓口となり、調査機関への調査依頼を行う等の認証制度全体の事務局を有する。

調査機関から提出のある調査報告書をもとに、展示会の認証審査を行う。

(3) 調査機関

認証機関からの調査依頼により、申請された展示会について、提出された各種データがガイドラインで定められた定義とルールにより算出されていることを調査する。

(4) 認証監査委員会

認証機関の議長からの依頼により、展示会統計に係る認証制度について、公平・適正な運営が実施されていることを、年に1回程度審査する。

3. 展示会統計に係る認証制度の認証プロセス

3. 展示会統計に係る認証制度の認証プロセス

1. 申請書の提出

- ・ 展示会主催者は、認証申請書及び関係資料を認証機関事務局に送付する。

2. 認証機関による受理

- ・ 認証機関事務局は、資料を確認し、認証料を展示会主催者に請求する。
- ・ 調査機関に認証に必要な調査を依頼する。

3. 準備調査

- ・ 認証機関事務局は、認証に必要な調査に備え、事前調査を実施する。

4. 準備

- ・ 主催者は、認証に必要な調査に備え、事前準備を行う。

5. 会期中調査

- ・ 調査機関は、展示会会場において、視察及び来場者と出展面積について定められた調査を行う。

6. 後日調査

- ・ 調査機関は、主催者事務所において、来場者と出展者の定められた調査を行う。

7. 報告書の提出

- ・ 調査機関は、当日調査報告書と後日調査報告書を認証機関事務局に提出する。
- ・ 主催者は、展示会開催後に出展者向けに作成している結果報告書を認証機関事務局に提出する。

8. 認証機関の審査

- ・ 認証機関は、申請書類、関連書類、調査報告書、展示会開催報告書等の書類審査を行う。

9. 認証

- ・ 認証機関は審査結果を主催者に通知し、認証された展示会に認証登録証を発行する。

【申請から認定までの最短日数シミュレーション（2ヶ月に一度の審査会開催の場合）】



4. 展示会統計に係る認証制度の調査

4. 展示会統計に係る認証制度の調査

(1) 調査内容

<平成23年度展示会産業活性化方策検討委員会資料より>

調査項目 調査時期	事 前	会期中	事 後
展示会 開催確認	■資料の閲覧 申請書、前回開催報告書、 出展・来場案内等を閲覧し、 展示会名、主催者名、開催 日程、展示施設名、開催実 績(回数)ならびに認証実績 を確認	■事実確認 展示会の開催の視察	
来場者 (国内、海外)	■カウント方法の確認 システム上、適正な管理が 実施されているかどうか、ガ イドラインに応じた集計がで きるかを確認	■カウント方法の視察 事前報告通りに実施されてい るか、適正な管理が実施され ているかどうかを確認 〔 受付方法、事前登録証、 名刺等の管理方法の確認 〕	■エビデンス・記録の確認 主催者による報告書と事前登録証 、名刺等のエビデンスの整合・精査 ■電話等での確認 実際に来場したか確認 (抜き取り調査)
出展者数 (国内、海外)			■エビデンスの確認 主催者による報告書、出展者電子 データリストと契約書・請求書等エ ビデンスの整合
出展面積		■エビデンスの確認 主催者による報告書、展示面 積リストと印刷物(出展者リス ト、フロアプラン、消防図面 等)の照合	

(2) 認証機関による事前調査

認証機関事務局は申請書及び関係資料により事前調査を行い、その結果を認証機関に報告する。

- ・ 展示会開催概要及び認証実績等の確認
- ・ 来場者数（来場数）のカウント方法及び集計管理方法の確認

(3) 調査機関による会期中調査と後日調査

調査機関は、認証機関の依頼のもと、会期中調査と後日調査を行う。両調査においては、報告数字が「どのようにして算出されたのか」などの集計方法のプロセスとその記録管理方法について、その経緯や妥当性について調査を行う。

(4) 認証機関による調査手順

1. 来場者数（来場数） 会期中調査 後日調査

(ア) 主催者の事前準備

■ 受付で回収した参加申込書（名刺等）の準備

- ① 受付で回収した申込書を来場日ごとに国内と海外に仕分ける。
- ② 仕分けた申込書を 100 枚ずつの束にし、それを 10 束ごとに 1 つの箱に入れる。
- ③ 箱の外側に、保管数量（入数）を明記する。
- ④ 来場日ごとの来場者数（来場数）及び内訳（国内、海外）を集計し、その集計記録の一覧表を用意する。
- ⑤ 後日調査まで申込書を保管する。



XXX展示会 来場者数				(例) 集計記録一覧表	
	当日登録者数	箱(1000) 数		+1箱 端数	計
1/11	国内	2	2,000	912	2,912
	海外	0	0	215	215
	1/11 計				3,127
1/12	国内	3	3,000	456	3,456
	海外	0	0	201	201
	1/12 計				3,657
1/13	国内	4	4,000	567	4,567
	海外	0	0	198	198
	1/13 計				4,765
合計					11,549

(イ) 調査機関の会期中調査

■ 展示会の登録受付所で受付方法や入場方法を確認する。

■ 登録受付で回収された名刺等の集計管理状況を確認する。

(名刺等を束にしている作業、箱等に入っている名刺の束、来場日ごとの集計記録の確認等)



(ウ) 調査機関の後日調査

■ 展示会開催後に主催者の作成する結果報告書の来場者総数等の確認

- ① 来場者総数及びその内訳（国内、海外）の記載された結果報告書を確認する。
- ② 結果報告書の来場者総数と集計記録一覧表の総数に相違がないかを確認する。
- ③ 来場日ごとの参加申込書の入った箱数と箱に記載された入数が集計記録一覧表と相違ないかを確認する。
- ④ 無作為に参加申込書の入った箱を1つ選び、その箱に明記されたとおりの入数が梱包されているかを確認する。
- ⑤ 海外からの来場者の場合は、参加申込書（名刺等）の束を1つ選び、住所が海外にあるか確認する。



■ 本人確認のためのサンプル調査

- ① 国内来場者の参加申込書の入った箱から無作為に申込書を計30枚抽出する。その30名の来場者に対し、主催者が用意したスタッフが電話をかけ、本人が来場したか否かの事実確認を行う。



2. 出展面積 会期中調査

(ア) 主催者の事前準備

- ① 出展者ごとの出展面積(小間数)一覧を作成し、各出展者の合計面積が総出展面積となることがわかる集計記録を用意する。
- ② 消防立入検査用図面(消防図面)、来場者用の出展者リスト、会場平面図等の会場配布物を用意する。



(イ) 調査機関の当日調査

- ① 主催者報告の出展面積を確認する。
- ② 消防図面、会場配布物、出展面積の集計記録を照合する。

3. 出展者数（国内、海外）後日調査

(ア) 主催者の事前準備

- ① 国内、海外に分けた出展者リストを用意する。
- ② 出展者総数及びその詳細（国内、海外）の数を記録する。
- ③ 出展申込書の綴りを用意する。



(イ) 調査機関の後日調査

- ① 主催者報告の出展者総数及びその詳細（国内、海外）の数を確認する。
- ② 会場配布資料、出展者リスト、出展申込書を照合する。
- ③ 出展者リストからサンプル抽出し（国内 10 件、海外 5 件）、出展申込書記載の住所により、国内と海外の区分がガイドラインに基づいて整理されていることを確認する。

