

## 20周年迎える幕張メッセー国際会議の誘致強化を

ちばぎん総合研究所 受託調査部主任研究員  
弓野 武郎

幕張メッセは、今年10月に開業20周年を迎える。この間メッセは、日本を代表するコンベンション施設として、また千葉県にとっては幕張新都心地区のまちづくりをけん引する中心的な施設として、大きな役割を果たしてきた。

首都圏の大型コンベンション施設としては、幕張メッセのほかに、東京ビッグサイト、パシフィコ横浜がある。メッセの強みは、駐車場の広さや成田空港からの近接性、ハード面の充実度などがあげられる。逆に弱みは、都心からのアクセスが遠いことである。幕張メッセの立地性が他の2施設より劣後していることは変えようがない。

近年の動きを見ても、メッセの稼働率は決して高いとはいえない状態にある。この物理的な条件を克服して、稼働率を上げるためにメッセの関係者が推進していくべき取り組みとして、以下の2点を提言したい。

1つは、誘致体制の強化、特に国際会議をターゲットとした取り組みの推進である。大きな市場であるアジアでの国際会議開催を求める海外主催者は少なくない。大規模施設が増えている中国での開催も多いが、現地の運営能力不足から失敗した例もあると聞く。イベント運営力の成熟度が高い日本が本気で誘致活動を行えば、奪取できる可能性は十分にある。

メッセの成田空港への近接性という強みも活かせる。国内で東京ビッグサイト等との競合を考えるよりも、海外から新たな会議を招聘(しょうへい)しパイを増やす努力を進めるべきである。

最近、ちば国際コンベンションビューローの活動により、2件の新たな国際会議の誘致が決定した。専門的なノウハウを持つ人材を配置し、体制を整備したうえで組織的に活動を推進することが、こうした成果の積み上げにつながるはずである。

2つは、誘致強化を図るためのイメージの向上である。利用する側には、実際の所要時間以上に「メッセは都心から遠い」という意識が染み付いてしまっている。これを払しょくするには、決して遠くないとのアピールを強力に推進していくことである。例えば、総武線津田沼駅からのバス便の恒常化などといった、具体的に利便性をイメージできる手段の検討・実現が必要だろう。

また、メッセそのものはもとより、地域が一体となって幕張新都心のまち全体の魅力度やわくわく感を高め、行ってみたいまちと認知されるようにしていくべきである。さらに、アフターコンベンションの充実もメッセの魅力をイメージさせる大きな材料となる。具体的には、成田山新勝寺、TDR、アクアライン+海ほたるなど県内の観光資源を活用した観光コースの設定、グルメ情報の充実などが考えられる。このようにしてイメージをあげることが、利用促進のための大きな力になる。

メッセを取り巻く状況は厳しい。しかし、首都圏に位置するメッセは、国内では環境的に恵まれているだけに、稼働率を高めるための活動を行う余地はまだある。

20周年を機に、より積極的な取り組みが推進され、30周年を迎えたときに、幕張メッセがコンベンション施設として今以上に確固たる地位を築いていることを期待したい。

(図表)首都圏大型コンベンション施設の概要

	幕張メッセ	東京ビッグサイト	パシフィコ横浜
立地	千葉県千葉市	東京都江東区有明	神奈川県横浜市
開業	1989年10月	1996年4月	1991年7月
規模(延床面積)	72,000㎡	80,660㎡	20,000㎡
来場者数(07年度)	6.1百万人	12.9百万人	3.5百万人