

びわ湖環境ビジネスメッセについて

1. びわ湖環境ビジネスメッセ2019の開催結果について

(1) 開催日時および場所

令和元年(2019年)10月16日(水)～10月18日(金)の3日間
10時～17時(最終日は16時まで)
於 長浜バイオ大学ドーム(滋賀県立長浜ドーム)

(2) 概況 ※ () 内は2018年の数字、(別表)参照

① 出展者数	225者(272者)	前年比△47者
② 出展小間数	329小間(388小間)	前年比△59小間
③ 来場者数	25,610人(27,250人)	前年比△1,640人
④ 商談件数	14,406件(20,716件)	前年比△6,310件

(3) びわ湖環境ビジネスメッセ2019の出展者、来場者確保に向けた取組

① テーマゾーン「次世代環境ビジネスゾーン～バイオ素材～」の設置

バイオプラスチックやセルロースナノファイバーなどのバイオ素材および関連製品に焦点をあてた出展ゾーンを設置した。(9者19小間出展)

② SDGs関連企画の実施

「びわ湖環境ビジネスメッセ2019forSDGs」と題して、会場装飾やリーフレット等へのロゴ等の掲載、出展ブースの社名板への目標アイコンの表示などを行った。

また、SDGsコーナーを設置し、滋賀県、関係機関等の取り組みについて展示し、計6本の関連セミナーを開催した。(SDGsコーナー協力機関・団体：5者)

③ ビジネスサポートコーナーの設置

ビジネスサポートコーナーを設置し、(公財)滋賀県産業支援プラザなどが相談・アドバイスを実施した。(ビジネスサポートコーナー協力機関・団体：6者)

④ 新卒採用支援企画の実施

希望のあった出展企業・団体が出展ブースで製品・技術・サービスならびに企業説明等を実施した。

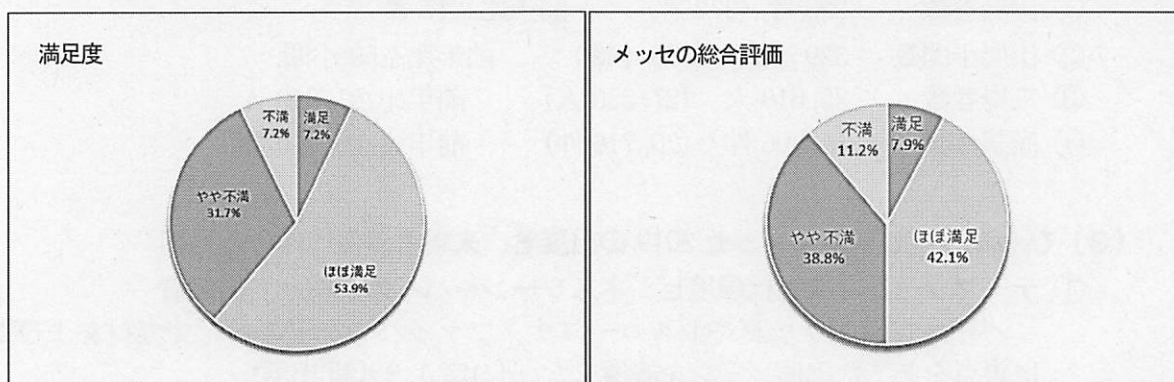
また、会場内に学生相談コーナーを設置し、就活に関する学生の相談に対応した。

(参加企業数：29者、出展ブースへの学生来訪者数：のべ715人)

(4) 出展者・来場者のアンケート結果

※273 企業・団体のうち 182 企業・団体から、来場者 1,344 人からアンケート回収

対象	項目	回答	2019	2018	2017	2016	2015
出展者	出展目的	顧客の新規開拓	40%	53%	49%	56%	62%
		会社や製品の PR とイメージアップ*	34%	29%	28%	23%	23%
	満足度	満足+ほぼ満足	61%	59%	74%	67%	79%
		不満+やや不満	39%	41%	26%	33%	21%
	総合評価	満足+ほぼ満足	50%	49%	72%	64%	81%
		不満+やや不満	50%	51%	28%	36%	19%
来場者	来場の成果	大きな成果	12%	13%	13%	15%	11%
		一応の成果があった	76%	77%	78%	76%	80%
		特に成果がなかった	12%	10%	9%	9%	9%



[出展者の声] ※アンケート自由記述欄回答 89 件

- ◆来場者が少ない。(45 件)
- ◆自社のターゲットとなる客の来場が少ない。(10 件)
- ◇自社および自社製品の PR ができた。(6 件)
- ◆マンネリ化。テーマが弱い、目玉企画不足。(4 件)
- ◇次につながる交流、引き合いがあった。(2 件)

[来場者の声]

- ◇今後も続けてもらいたい。
- ◆年々出展者が少なくなっている。
- ◇企業の最新の取り組みが見られて勉強になった。
- ◆長浜でするのは限界、大津や大阪での開催を希望
- ◆今年は小間配置が悪く、見づらかった。
- ◆展示内容が物足りなく、手持ち無沙汰な様子の展示会社担当者もいた。
- ◇一般消費者よりの商品やコーナーがあるとよい。

2. 収支状況について

(1) 収支見込み

(単位:千円)

項目	執行見込
収入	
補助金	13,163
出展料等	53,204
収入計	66,367
支出	
施工・美術関連費	33,671
会場費・出展者説明会費等	8,442
広報・報告関連費	8,708
事務局運営関連費	17,747
支出計	68,568
収入－支出	△ 2,201

(2) 出展者数減少の原因

- ①大都市圏で開催される「NEW 環境展」や「エコプロ」などの大規模展示会や民間企業が主催する専門分野に特化した展示会は最新の情報も得られ、商談対象者も多く活発であり、これに参加する企業が増加し、地方開催の展示会で出展者を確保することが困難になってきている。
- ②昨年度の出展者を対象としたアンケートによると、来場者の少なさを指摘する声が半数以上あり、出展者・小間数の減少により閑散とした印象であったとのことから、商談や製品のPRが活発にできないと考え、出展を取りやめる企業、小間数を減らす企業が増加するという悪循環に陥っている。
- ③これまでCSRなどの観点から大口の出展をいただいていた県内の企業からも出展の取りやめや縮小が相次いだ。
- ④県内でも実績を重視し、事前にターゲットを絞ってマッチングを行い、開催されている「しがぎんSDGs ビジネスマッチング」や「しがちゅうしんビジネスマッチングフェア」など民間の商談会が行われるようになってきており、成果を実感できる事業に参加しようと考え、事前マッチングを行わないメッセの出展者が減少してきている。

(3) 収支改善の取り組み

- ・業者との調整により、会場装飾や人員配置等施工内容の見直し
- ・シャトルバス本数見直し
- ・来場案内用印刷物作成数量精査および発送業務委託の見直し
- ・2020年開催分経費の削減

3. 2020年以降の開催について

開始から20年以上が経過し、現在と同様の方式で継続しても出展者および来場者の減少を食い止めることはできないため、次年度一旦休止するという決定が実行委員会にてなされた。

実行委員会において、企業のニーズをしっかりと伺いながら、今後のあり方について検討を行う。

(別表)

出展者数・小間数・来場者数および会期中の商談件数

	開催年	開催結果						
		出展規模		来場者数	商談件数			
		出展者数	小間数		名刺交換など一般的な商談	今後のセールスにつながる見込みのある商談	契約の成立または確実と思える商談	商談件数計
第1回	1998	160	320	36,600	19,866	3,594	762	24,222
第2回	1999	201	414	40,100	21,175	2,904	584	24,663
第3回	2000	200	428	41,600	26,286	3,575	610	30,471
第4回	2001	267	542	63,600	37,222	4,373	636	42,231
第5回	2002	203	412	40,886	20,880	2,374	415	23,669
第6回	2003	226	436	37,857	20,702	2,363	397	23,462
第7回	2004	253	432	36,278	17,859	2,143	338	20,340
第8回	2005	223	389	34,683	19,852	1,859	469	22,180
第9回	2006	260	411	36,510	22,460	3,153	486	26,099
第10回	2007	268	461	37,350	23,714	3,290	587	27,591
第11回	2008	276	478	36,270	25,976	3,220	523	29,719
第12回	2009	305	494	38,970	36,229	3,906	551	40,686
第13回	2010	313	500	36,580	29,885	3,000	557	33,442
第14回	2011	308	505	37,280	28,529	3,669	696	32,894
第15回	2012	297	510	35,500	30,985	4,602	669	36,256
第16回	2013	314	512	34,740	27,208	3,390	583	31,181
第17回	2014	316	497	35,940	28,575	4,441	859	33,875
第18回	2015	302	471	33,080	25,461	2,652	712	28,825
第19回	2016	292	441	29,190	24,084	2,936	491	27,511
第20回	2017	292	435	34,270	25,183	3,099	999	29,281
第21回	2018	272	388	27,250	18,525	1,801	390	20,716
第22回	2019	225	329	25,610	12,942	1,169	295	14,406
合計		5,773	9,805	810,144	543,598	67,513	12,609	623,720

※2001年度のみ2会場(長浜・米原)で4日間開催