

6. フィエラ・ミラノ



<フィエラ・ミラノ>

<基本データ>

・フィエラ・ミラノ

ミラノ市中心部の既存施設（フィエラ・ミラノ・シティ）が老朽化したため、2005年（平成17年）に約7キロ離れた郊外に新設した。

展示面積：34万5千㎡（既存施設の8倍）。（ビッグサイト：8万㎡）

展示ホール数：20ホール。（ビッグサイト：10ホール）

既存施設との連携を前提に設計されている。

会議室：コンgresセンター（1千人収容）ほか9室。

（ビッグサイト：国際会議場（1千人収容）ほか22室）

展示会件数：99回（国内：56回、海外：43回）。

（ビッグサイト：275回（国内275回、海外：0回）

州政府出資の民間団体（Fondazione Fiera Milano）が開発初期土地取得費用および建築費用を支出した。

調査目的

国際会議や国際イベントの開催実績、誘致のための様々な取組、会場施設の特徴や課題克服のための具体的な取組、アフターコンベンションの傾向などについて調査する。

調査結果

フィエラ・ミラノは3つの部門に分かれて運営されている。ひとつがメディア、国際情報交流部門、次に会議場部門、そして展示場で作る建設部門である。これら3部門は、はっきり分かれているのではなく、有機的に交流し、それぞれが連携しながら事業が行われている。



<フィエラ・ミラノ外景①>



<ミラノ万国博覧会ロゴ>

これまでの国際会議は、主にスペインのバルセロナなど観光地で行われてきた。しかし、観光地における国際会議は、利用期間が3月から4カ月間に限定されるという課題があった。近年、年間を通じて国際会議が開かれることが求められるようになってきており、それに合わせて会場選定の条件も変化してきているとのことである。



<フィエラミラノ職員から説明を受ける①>

また、運営方法についても展示会場として使用していない時期に国際会議を開くなどの工夫を行い、内容を充実させながら、通年使用を意識して様々な施策に取り組んできた。現在では、国際会議を開催すること自体がアトラクションとして、話題を呼び注目されるようになってきている。そのため、各種の医学学会などの会議場獲得のための誘致競争も激しくなっている。

フィエラ・ミラノでは、当初、国内における国際会議の獲得競争であったが、年々規模も大きくなり、ヨーロッパでの競争から全世界での競争へと発展してきている。当初は、主催者の上層部に対して開催招致の働きかけを行っていた。しかし、実際には参加する担当者の意見が大きく影響することが分かり、担当者からの評価を得られるような取組に力を入れる方向にシフトしている。重要ポイントとして、空港から会議場までのアクセスが良いこと、開催する街がア



<フィエラミラノ職員から説明を受ける②>

トラクションを開催するなど魅力的要素を持っていること、滞在時の気晴らしとして博物館などの施設が近くにあること、街が安全であること、宿泊施設の質、量ともにそろっていることなどが重要である。そのために漠然としたプレゼンテーションを行うのではなく、晩さん会を開く中で、具体的内容を参加者にPRすることに努め

たとのことだ。招致決定には当然政治的力も必要なので、選挙の際には国際会議に適する街づくりを進めてくれる候補者を支援している。一方で、大学に対し「ミラノでの会議開催はどんな魅力があるか、特色を打ち出せば良いか」など、催し方についての意見を求めるなど積極的に働きかけている。ミラノ市との連携や相互協力も必要であり、国際会議誘致にあたりミラノ市長からの保証書を付けて働きかけることもあるということであった。



<場内の説明を受ける>

後に、会議場内を案内していただき、様々な用途に応じて使用できる各種会議場の説明を受けた。それぞれ防音装置、照明設備、録音装置、床の材質、机や椅子の種類等々設備面においても機能的で、工夫されており、使いやすさなど、利用者からの要求に的確に応じられるように整備されていた。



<様々なイベントや会議に対応できる構造>

視察当日、通信機器メーカーの製品説明のためのイベントが行われており、多くの顧客が参加していた。そして、ちょうど我々が近くの会議室を視察していた時にそのイベントが終了し、多くの顧客が階段やエレベーターを使用し、帰路についていたが、混乱することなく、また帰りのパンフレット配布なども円滑に行われており、運営において様々な配慮がなされていることを感じた。



<コンサート、大規模会議にも対応できる>



<フィエラミラノ外景②>