

平成24年12月10日  
パリ産業情報センター  
舛田 崇

## 一般調査報告書

### 市長会議と同時に開催される「自治体向け見本市」

フランスには約3万7千ものコミューン（日本の市町村に該当）があり、日本の市町村の約2.2倍もの数となっています。そのうち85%は人口が2千人以下のものなのですが、日本と同様に年に一度、全国の首長が集まる会議が開催されます。

11月にパリ市内の会議場において、第95回目となる全国市長会議が開催されましたが、隣接した展示会場において、全国から集まった自治体向けの見本市「Le Salon des Maires（直訳すると「市長の見本市」）」が開催され、連日多数の自治体関係者が訪れたところです。

これまでに数回、欧州におけるビジネスマッチングとしての展示会の重要性や、展示会ビジネスそのものについて報告してきたところですが、今回は「フランスならではの展示会」とも言える、「自治体向け見本市」の内容について報告します。



#### <自治体向け見本市とは>

最初に「自治体向け見本市」と聞いて、「各自治体が出展するPR展示会」と考えた方は、私だけではないと思います。

全国からたくさんの自治体関係者が集まるのですから、会場にはそれぞれの地域のPRをするブースがあるのだらうと思っていました。ただ、この展示会は登録さえすれば、無料で訪問できることから、会場費用等は出展者の負担となることが予想できます。従って、自治体がPRの目的だけで出展することの費用対効果は少ないでしょうし、主催者が民間企業であることから、展示会ビジネスとしても成功するかどうかは疑問です。

会場には、いくつかの政府機関や自治体のブースもありましたが、それらは少数であり、展示ブースの殆どは民間企業です。この見本市は、全国市長会議の出席者や自治体関係者を対象とする、「公共サービスに関する殆ど全ての製品、設備に関する展示会」となっています。

それでも自分としては、見本市に行くまで展示品の内容をよく理解できず、せいぜい「行政関連の事務用品や行政サービスの内部管理システム程度」と思っていたのですが、展示会場に入ってはじめて、広範囲の展示に圧倒したところです。

## 〈自治体向け見本市の展示内容〉

この展示会の出展規模は、4つの展示会場を使用したおよそ900団体の出展、展示面積は5万5千㎡になります。「フランスの自治体向け」という展示会ですが、その規模はメッセナゴヤをはるかに超えるものとなっています。

広範な行政サービス分野ごとに各社が各自の製品を展示し、各自治体の長等の幹部や議員に対して、熱心にPR活動を実施していました。

### ①土木・建設

典型的な自治体のサービスとして、道路等の公共物建設が考えられますが、各種ゼネコンによる出展のほか、道路等にあるポール、道路標識、公共建築物の屋根等の各種資材、木材資材、テント資材から、バスの停留所、駐車場の自動料金機までの多様な展示がありました。また、欧州で開発行為を行う際には必須となる、埋蔵文化財発掘業者の展示ブースがありました。

また、各種インフラ受託事業者としての上・下水事業者も大ブースを設置し、活発な商談を実施していました。

さらに、欧州ならではのようですが、石造りの記念碑や、市庁舎に設置されている鐘の自動運転機等も出展者の関心を集めていました。

### ②保健衛生・福祉・教育・環境

公共用のゴミ箱からコイン式トイレ、大型ゴミ収集車までの衛生関係商品のほか、保健当局で使用される血液成分分析機、老人ホームで使用されるベッド等の多様な展示がありました。中には日本と同様に、老人ホーム等の福祉サービスを全国展開で受託している事業者のブースなどもありました。

教育分野においても、幼稚園で使用される遊具から、パソコン・モバイル端末を使用した教育システムまで、範囲の広い出展がされていました。また、「スポーツ」分野として、展示館まるごと1棟分にあらゆるスポーツ設備が展示されていたのにも、驚きました。

環境分野としては、公的機関の環境対策として、ルノー、PSAのほか、日産等の自動車メーカーによる電気自動車の展示のほか、太陽光発電事業者による庁舎への設置PRが実施されていました。

### ③災害対策・安全

国内自動車メーカーによるパトカー、救急車両の展示のほか、警察、消防等の制服、ガスマスク、さらにはセキュリティ対策としてのエアガンまでの様々な展示がありました。



道路に設置するポール展示



道路標識の展示



自動鐘鳴らし機



大型ゴミ収集車



コイン式トイレ



警察用車両

意外だったのは、出展者にお話を伺うと、先方から必ず殆どの商品が誰でも購入できると言われ、盛んにPRをされたことです。フランスの方々からこのように商品を勧められることはあまりないことなので、驚きました。

#### ④ 庁内内部管理

その他、顧客が自治体関係者であることから、通信事業者等による自治体向けの内部管理システムや、モバイル端末を使用した通信システム、災害時の緊急システムの展示がありました。

また、変わったところでは、銀行・投資信託会社による自治体向け（自治体が持つ資産だけでなく、市長・議員用互助会の資産、職員共済組合・互助会の資産など、多様な種類）の運用のPRコーナー、自治体の会計監査のための各種会計事務所のPRコーナー等もあったところです。

#### ⑤ 日本からの出展者

さて、展示会では、(財)自治体国際化協会パリ事務所 (ClairParis) がブース出展をしていました。同会はフランスの自治体制度の調査や、日仏自治体の姉妹提携事業・地域間交流支援事業などを活動内容としていますが、今回の会議に併せた出展により、ブースには数多くの自治体関係者が訪れていました。



Clair の出展ブース

Clair Paris 事務所によると、この展示会への出展は2002年から始まっており、出展効果としては、フランスの自治体とのコネクション作り、特に、フランス自治体制度に関する調査や、日本の自治体の仏国内での活動を支援する際に役立っているとのことでした。

#### <マクドナルドの出展目的と効果>

さらに、見本市にはマクドナルド社が出展をしていました。日本ではマクドナルドの店舗は既に3000店舗を超えており、最近では店舗縮小計画が発表されたところですが、これに対し、フランスでは現段階では1300店舗程度であり、同社は店舗拡大の戦略をもっているとのことでした。

マクドナルドの出展者にお話を伺ったところ、フランスの小規模都市にはまだ店舗がないところが多いことから、「街のにぎわい」の拠点として、マクドナルドの店舗を利用してほしいとPRをしているとのことでした。

実際、小規模都市における古い建物を改装し、町の景観・文化・環境に配慮しながら、店舗を設置している事例を紹介していただきました。

自治体の方にPRする効果について聞いたところ、自治体は街について熟知しており、同社の出展目的を理解していただいたところでは、店舗の候補となる不動産物件を紹介していただいたり、仲介に入ってもらえることも少なくないとのことでした。

マクドナルドは、世界各地で食育や環境・エコといった分野の活動も力を入れています。が、「街のにぎわい」という活用目的で、自治体とのウィン・ウィンの関係が出来上がる事実には驚きを感じたところです。

## 〈市長会議と見本市の関係〉

この見本市の訪問者割合は、約50%が自治体の市長・助役または議員となっており、25%が自治体関係者、残りは自治体の外郭団体を含む民間人となっています。従って、訪問者の殆どが自治体関係者となっています。

そこで、展示会場を訪問して疑問に思ったことは、自治体幹部への製品PRの効果でした。日本の自治体には厳格な入札・コンペ方式の手続きがありますので、製品購入に関し、自治体幹部や職員の主観が影響することは、あってはならないことです。

今回訪問されていた、フランスのある自治体幹部の方の話では、「もちろん公正な手続きにより、入札方式で製品は決定する。この見本市は自治体が必要とする最新の製品について、一度に知ることができるメリットがある。」とのことでした。

実は、フランスでは、市長会議のような公的なイベント（会議・研究大会など）が開催されると、その会場の近隣に民間企業の製品紹介ブースがかなりの頻度で設置されるということです。会場の出展ブースにおいて、訪問者と出展者の皆さんが楽しそうに飲食をしながら懇談されているのを見て、歴史的にも内需で発展してきたフランスの「御国柄」を垣間見たところでした。

今回の見本市は、自治体向けとしては、規模・種類共に最大規模だと思います。対象者であるフランスの自治体の数が膨大なことや、公共サービスの民営化が日本ほど進んでいないことから、自治体向け見本市はビジネスとして十分に成り立っています。

ただ、この見本市の出展業者リストを見ると、殆ど全ての民間企業は実はフランス企業であることに気が付きました。前述した、この国における公共調達としての特殊性も含め、公共部門は自国製品購入を前提としているものと考えられます。

このようなフランスの公共調達の現状に対し、日本を含む外国企業は十分に参入する余地があるものと考えます。日本において公共関連製品を提供する企業は、是非この見本市に出展すべきではないかと思いました。

パリ情報センターとしては、今後もこのような欧州での展示会ビジネスについて注視するとともに、県内企業の欧州進出を支援してまいります。