

拡大を続けるドイツ見本市産業、 デジタル化と国際化が成長のカギ

2019年4月

日本貿易振興機構（ジェトロ）
デュッセルドルフ事務所

【免責条項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

拡大を続けるドイツ見本市産業

主要な国際見本市の2/3が開催されるなど、見本市産業がドイツ経済へ果たす役割は大きい。ドイツ見本市産業連盟（AUMA）によると、世界最大見本市会場8つの内4つはドイツ国内にあり、ドイツ国内25ヶ所の見本市会場は、280万㎡以上の広さを誇るという。また、2014年から2017年の4年間の平均で、年間280億ユーロの経済効果があり、231,000名の雇用を生んでいるとのデータも発表されている。

近年、ドイツ見本市産業は堅調な成長を続けている。2017年は、来場者数こそ横ばいだったものの、出展者数や出展面積では前回から拡大傾向が目立った。海外からの出展者数は特に成長著しく、前回比で6.3%の増加を記録した。この数年の好調なドイツ経済を背景に、多くの外国企業がドイツへの輸出にチャンスを見出していることが理由として挙げられる。

表1 国際・全国見本市の変化（2017年）

	数値	前回からの変化
出展者数（社・団体）	176,184	+3.7%
国内からの出展者（社・団体）	68,354	+/-0.0%
外国からの出展者（社・団体）	107,830	+6.3%
出展面積（㎡）	6,446,841	+3.1%
来場者数（名）	9,727,600	+/-0.0%

（出所：AUMA German trade fair industry figures 2018）

国別の出展者数を見てみると、前年2016年と同様2017年においても変わらず中国・イタリア・フランスが上位を占めている。2017年、中国からの出展者数は前年比16%増となり、従来国別で1位であったイタリアを抜いて初めて1位となった。日本からの出展も前年比23%増と大きく増加した。

表2 ドイツ国内で開催された国際・全国見本市における出展者数の地域別・国別割合（2017年）

地域	割合	国名	出展者数（社・団体）
EU	53.0%	中国	13,999
アジア	26.0%	イタリア	13,145
欧州（非EU）	8.4%	フランス	6,493
北米	5.9%	オランダ	5,561
ラテンアメリカ	2.6%	米国	5,489
アフリカ	1.9%		
中東	1.6%		
オセアニア	0.6%		

ドイツの各見本市業者は、競争力の維持・向上を図るべく、会場設備の新設やリノベーション、サービスのデジタル化に多くの投資を行っている。2020年までには国内の展示スペースが55,000㎡拡張されるほか、2018年から2022年の間に、サービス向上のための会場の新設・増設・リノベーションに9億ユーロが費されるとしている。また、各見本市事業者はデジタル化の推進を特に重視しており、見本市の出展予約や来場予約のオンライン化、会場内設備でのWiFi接続の完備、見本市会期以外でも利用可能なビジネスマッチングのためのオンラインプラットフォームの整備などに取り組んでいる。今後は、蓄積したデータを活用した新たなマーケティング手法やビジネスモデルの確立などもさらに進んでいくものと思われる。

デジタル化の推進・スタートアップとの協業に注目

ドイツの見本市産業においても、スタートアップとの協業によるイノベーションの創出は一つのトレンドになっている。有力な専門見本市内ではスタートアップゾーンが設けられ、会期中には、スタートアップによるピッチコンテストやハッカソンイベントが開催されている。たとえば、毎年デュッセルドルフで開催されている医療・ヘルスケア関係の国際見本市「MEDICA」では、2017年からスタートアップのためのゾーン「スタートアップパーク」が開設され、2018年には約20社のスタートアップが出展した。

国や各連邦州レベルでも見本市への出展支援を通じた有力なスタートアップの輩出に取り組んでいる。ドイツ連邦経済・エネルギー省（BMWi）は、有力な国内外の見本市に共同ブースを設け、スタートアップの出展を支援している。2017年AUMAレポートによると、連邦経済・エネルギー省は、190万ユーロの予算を投じ、スタートアップ企業の出展支援を実施、その結果、47の共同ブースに570のスタートアップ企業が参加したという。また、2018年には支援のための予算を270万ユーロまで増やし、国際見本市を中心に支援を行った。

見本市産業の競争の激化および国際化はさらに進展

国内外で様々な見本市イベントが開催されるようになるにつれ、各見本市ごとの差別化の重要性はますます増している。2018年11月、ハノーバーを拠点にする見本市事業社ドイツ・メッセは、情報通信技術分野の代表的な見本市であった「CeBIT」について2019年は開催しないと発表した¹。同見本市でフォーカスが当てられていたデジタル化やIndustrie4.0（いわゆるスマート・ファクトリーなどの先進的製造コンセプトを含む製造業の情報化）などの展示については、2019年以降、「HANNOVER MESSE」に集約されるという。

¹ <https://www.messe.de/en/applikation/presse/deutsche-messe-restructures-event-portfolio.xhtml>

また、ドイツの各見本市事業者は、世界の主要地域に子会社や販売網を構築し、ドイツ国内の見本市への出展斡旋やサポートだけでなく、それぞれの現地に根ざした見本市やイベントを開催している。たとえば、大手見本市事業者の一社であるメッセ・ミュンヘン社は、同社が主催する建設機械見本市「bauma」を、ミュンヘンに加え、中国やインド、南アフリカ、ロシア等、今後さらなる経済成長が見込まれる地域でも開催している。各見本市事業者は、海外での見本市事業の拡大により、事業の多角化・見本市ブランドのグローバル化を図るとともに、多くのドイツ企業の海外展開にも寄与しているといえるだろう。

拡大を続けるドイツ見本市産業、デジタル化と国際化が成長のカギ

日本貿易振興機構（ジェトロ） デュッセルドルフ事務所
Berliner Allee 10, 40212 Düsseldorf,
BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND
Tel. 49-211-136020
