

海外市場情報 -10- 「海外展示会を考える」

Global Powder Technology Market-USA and More -10-

トリプルエーマシン(株) 代表取締役 石戸 克典

今回は展示会についてお話をしたい。日本でも、2-3年に1回東京で開催される大きな展示会に一度出せば大きな宣伝効果が得られるという時代から、いくつかの小規模で業界を絞った（もしくは他業界にまたがる）各地の展示会に毎年複数出さなければいけない時代が変わってきている。大きな理由は、展示会を見に来る見学者の動機が変化してきたと考えられるが、インターネットの普及で一般的な情報（カタログなど）は展示会に行かなくても得られるということが主因と考える。海外でも、2000年ころより、その傾向が出始め、2008年のリーマンショックで顕著になった感がある。今回、粉体技術に関する海外の展示会についてまとめておきたい。

1. 海外展示会の種類（粉体・医薬・化学）

1990年代は、海外の展示会といえば、米国で毎年 Reed 社により開催されていた Powder & Bulk Solids と Interphex、ヨーロッパでは、ACHEMA（3年に一度）、Powtech（1年半に一度）に出展すれば、世界での知名度向上に一定の効果が得られた。しかし、今ではそれでは不十分で、展示会数や開催国が増え、どの展示会が自社に適切かを見極める困難さと、出展機会の増加に伴う経費増加に、多くの出展企業は直面している。

最近の展示会の特徴は大きく分けて以下の2つの形態がある。業界特化型で世界の主要国で開催する形態と、複数業界型で関連業界を複数まとめローカル展示会を各地で行う形態に分かれている。

2. 業界特化型の例

業界特化型では、粉体業界では、Nurnberg Messe 社（ドイツ）が最も積極的に世界展開を行っている。今年、Powtech（ドイツ、ニュルンベルグ、4月23-25日）、IPB（中国、上海、10月15-17日）、Powder & Bulk Solids India（インド、ムンバイ、10月9-11日）を開催する。このほかに、米国内に特化している展示会もあり、Powder Bulk Engineerig 誌を出版している会社（CSC Publishing 社）が、毎年場所を変えて技術会議+小展示会を行っている。今年、これが米国オハイオ州で5月21-23日に開催される。医薬関係では、Reed 社が今年、Interphex を米国、シンガポール、中国、プエルトリコ、日本で開催する。化学関係では、ACHEMA（2012年ドイツ、次は2015年予定）を主催する会社が、今年5月、中国北京で Achemasia を開催する。

3. 複数業界型の例

粉体業界を他の製造業界の展示会に含めて、複数業界展示会として来場者を増やす取り組みを

行っている代表は、米国 UBM Canon 社である。この会社は Reed 社から開催権を購入し International Powder & Bulk Solids-PTXi を2008年5月より2年に一度開催しているが、ここでは、食品・医薬・化学・包装機の展示会に粉体に加えられたことで、共通もしくは粉体以外に興味ある人の来場を期待できる。今年、米国テキサス州、カナダのトロントで開催するが、8月にブラジルでの開催も決定し、世界展開を視野に入れ始めている。

4. 新興国での展示会

中国やインド各地で展示会が開催され、タイ、インドネシアなどでも、関連する展示会が開催されており、新興国市場に販売するのであれば、その国の展示会に参加する必要が出てきた。汎用性の高い機械であれば、新興国市場が今後のポテンシャルマーケットになると考えられ、その国の展示会への出展を今後は検討をする必要が出てきた。欧米もしくは日本の展示会に来る人を期待するだけではなく、現地で如何に知ってもらうかをあらゆる方面から検討する時代になってきたことを自覚しなければいけない。

中国では、トナー、医薬、バルクハンドリング（今年9月）、鉱山など業界に絞って各地で展示会が開催されている。中国以外では、日本の人口の倍あるインドネシアや急速に欧米化の進む中東（トルコ、UAE など）は今後特に注目したい。

5. 業際・他業界

粉体以外の業界も規模の大きな展示会は集客が見込め、新たな顧客層の開拓が図れるので、注目したい。粉体技術は製造工程のどこかで必要になってくることが多く、粉体を目当てに参加していないエンジニアにアピールできるチャンスがある。たとえば、3年に一度イタリア・ミラノで開催される食品製造包装展 Ipack-Ima、3年に一度米国で開催される製パン展の IBIE、同じく3年に一度米国で開催されるプラスチック展 NPE、4年に一度米国で開催される鉱業展 MINExpo、毎年夏韓国で開催される NanoKorea などとも検討する価値のある大規模展示会である。

終わりに

海外では、大規模な展示会に小間数を大きくある費用をかけて出展することから、世界各地で開催される効果の見込める小さな展示会に費用をかけずにこまめに出展する方向にシフトしてきている。展示会を宣伝広告としてではなく、営業機会創出の場ととらえ、ぜひ有効に活用していただきたい。