



May 31 - June 10, 2016  
Düsseldorf/Germany  
www.drupa.com

no. 1 for print and  
crossmedia solutions

## MDJ ファイナル・レポート drupa 2016

国際印刷・メディア産業展

2016年6月10日

### 世界の印刷産業に勢いを与えた drupa 2016 高い投資熱が後押しし、多くの商談がまとまる

世界最大かつ最も重要な、印刷・クロスメディアソリューションを取り上げる業界専門見本市 drupa 2016 の雰囲気は、事前の期待をはるかに超えた高い投資熱が後押しし、非常に活気に満ちあふれていた。世界 54 か国からデュッセルドルフ見本市会場に集結した出展者は 1,837 を数え、そしてそのほとんどが、受注、ならびに潜在顧客とのコンタクトを効率的に獲得でき、また、世界の印刷産業全体から前向きな姿勢を感じられた、と 11 日間におよぶ会期を総括している。加えて、新たなコンセプト、そして 3D 印刷、機能性印刷、包装印刷など、力強い成長性が見込めるこれ



からの分野に焦点があてられたことに対し、最高の評価を得た。印刷技術は、出版・商業・包装・産業印刷をはじめ、全ての応用分野に対し、それぞれにあったソリューションを提供し、新たなビジネスモデルの創出を可能にする。『印刷産業は、絶えず創造、改良を行い、高い可能性を秘めたさまざまな面を提供して。まさにそれを、drupa 2016 は非常に印象的に示した。全 19 ホールにおいて、困難な状況から脱し、未来をとらえた、非常に革新的な業界を体験することができた。』こう語るのは、drupa 実行委員会会長であり、KBA 社代表取締役社長の C. ボルツァ＝シューネマンである。

### 意思決定者が世界中から集結する B2B メッセ

世界 188 か国からおおよそ 260,000 もの業界関係者に加え、74 か国 1,900 におよ



ぶメディアがデュッセルドルフを訪ね、技術イノベーション、今後の動向、新たなビジネスモデルについて情報を得た。来場者の質は非常に高く、全来場者のおよそ75%は、経営者、取締役など、製品の購入にあたり決定権を持つ、あるいは共同決定できるレベルの人々だった。来場者アンケートにおける、そのほかのさまざまな指標も、drupa が申し分のない B2B メッセであり、かつ経営判断が行われている場であることを、明確に示している。例えば、全来場者の54%は具体的な投資意思を持っており、29%は会期中に発注を決定している。また、30%は会期後に発注を予定し、少なくとも60%は、新たな取引先を見つけることができた、と回答している。

前回(2012年=314,248人)と比べ、来場数が減少したのは、業界で巻き起こる世界的な再編が影響している。一方で、この流れが来場者の質を高めた、とも言える。そして特筆すべきは、来場者のおよそ半数が、この先12か月において、業績が好転するだろうと期待している点だ。『大規模なグループ、あるいは社員旅行の一環で drupa を視察することは、次第に少なくなっている。それよりも、経営者、取締役、責任者がデュッセルドルフにやってきている。それも、世界188か国からだ。』と、メッセ・デュッセルドルフ代表取締役社長 W. M. ドーンシャイトが説明している。

## 業界世界 No.1 の国際的な専門メッセ

ドイツ国外からの来場割合は76%に達した。これは、4年前の前回開催から16ポイントも高い数字だ。なかでも、これに貢献したのはアジアからの来場者で、ドイツ国外からの来場者の17%を占める(2012年は13.6%)。そして、ここで最大の割合を占めたのはインドで全体の5%、中国が同3%と続く。欧州諸国では、イタリア、フランス、オランダ、英国からの来場が顕著だった。『これは、世界市場における drupa の重要性と評価が、さらに高まっていることを示している。drupa はまさに、印刷・メディア産業を代表する世界 No.1 の専門メッセだ。』と、W. M. ドーンシャイトは分析している。

## 併催専門プログラムに対する高評価

会期中、drupa cube、drupa innovation park、3D fab + print、touchpoint packaging、そして Printed Electronics and Solutions と、それぞれのテーマに則した専門家が集う併催プログラムが行われ、どれも大盛況だった。来場者のふたりにひとり、これら特別展、講演に興味を示していた。特に、『drupa cube』は、大きな注目を集めた。11日間におよぶメッセ会期中、お



よそ3,500もの来場者がこのエリアを訪れた。なかでも関心が高かったのは、F. ヨハンソン氏(The Medici Group 創設者・CEO)、S. エイモス氏(Silas Amos Ltd. Design Thought 創設者)、そして S. ウォール氏(HP 社最高技術責任者、HP 中央研究所国際部門長)らの基調講演だった。また、マーケティング責任者、創造性が求められる職種を対象に、メッセ・デュッセルドルフが業界媒体 W&V と協力・実施した Creative Day は、参加券が完売するほどの人気を示し、そして経営陣を対象としたセッションも、予約でいっぱいとなった。

反響が大きく非常に好評だったのは、業界に名を馳せる出展者の技術イノベーションと、革新的な

ビジネスモデルに焦点をあてた、『drupa innovation park (dip)』だ。フィールドサービスや広告における、拡張現実(AR)の市場性の高い応用だけではなく、マルチチャネル・キャンペーンの成功事例なども示された。コンテンツ主導型 dip 2016 の極めて重要な見識は、印刷が意義と付加価値を生む、ということである。

## drupacity – デュッセルドルフ市内で drupa を体験

drupa は、見本市会場の中だけにとどまらない。というのは、魅力的なメッセ開催都市として、デュッセルドルフ市自体が、drupacity の名の下、展示会、3D イベント、ディスカッションフォーラム、あるいは動く研究室など、市内のあらゆる場所で、多彩なプログラムを提供していたからだ。このプロジェクトのおかげで、drupa に関心がある全ての方々が、街中で直に、そして肌で感じるほど身近に、メッセのテーマに触れることができた。これは、drupa の出展・来場者にとって、まさに付加価値であり、世界でもユニークなコンセプトである。『drupa があつかうテーマを街中へ展開し、技術を分かりやすく、かつ体験できるようにする、というわれわれのコンセプトは、確実に効果を発揮した。デュッセルドルフ市民と来場者は、数多くのさまざまなイベントを通じて、drupa のテーマとつながることができた。drupacity は、皆にとってまさに貴重な体験であったことを証明した。』と振り返るのは、drupacity プログラムを担当した Destination Düsseldorf の B. ナイサー専務理事だ。『全世界からやってきた drupa 参加者は、デュッセルドルフで歓迎されていると感じ、そしてこの良い印象を自国へ持ち帰ることだろう。これが《生きたマーケティング都市戦略》であり、そして、この地の利を生かした活動は、われわれの街にとって非常に重要である。』



## 日本からの参加

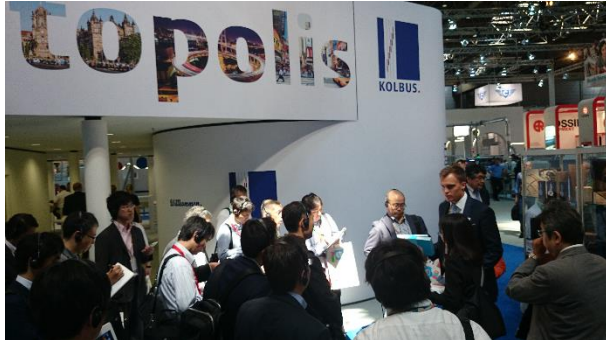
drupa 2016 に出展した日本企業は、(株)小森コーポレーション、ホリゾン・インターナショナル(株)、(株)ミヤコシをはじめ、およそ 60 社にのぼった。また、花王(株)、三和製作(株)、大創(株)+(株)塚谷刃物製作所、理想科学工業(株)など、初出展、あるいは復活組が多かったのも、今回のひとつの特徴といえる。その大半から、予想以上の集客、ならびに商談ができた、との評価をいただいた。日本からの来場についても、出展者、あるいは業界メディアが主催したツアーが多数実施されたこともあり、多くのお客様をお迎えすることができた。

## メッセ・デュッセルドルフ・ジャパンの活動

### Japan Day

日本からのお客様に、視察の成果を最大限に挙げていただく一助として、弊社では、会期中の 6 月 7 日(火)を『Japan Day』とし、以下の 3 つのプログラムを行った。

会場巡回ハイライトツアー： 業界注目のテーマを取り上げ、それに副った出展者のブースを訪問、各社からプレゼンテーションを受けるもので、今回は、プリント 4.0 と包装印刷(=A コース)、プリント 4.0 と未来技術(=3D 印刷、機能性印刷など / B コース)の 2 本を実施した。両コースとも、定員を超える関心をいただいたため、ご希望の皆さま全てをご案内することはかなわなかったが、実際



にご参加いただいた方々は、それぞれの企業の説明を熱心に聞き入っていた。ちなみに、A コースは Bobst、HP、KOLBUS、touchpont packaging、Windmüller & Hölscher を、B コースは drupa innovation park、Heidelberg、Landa、LEONHARD KURZ Stiftung、Massivit 3D Printing Technologies、OE-A を訪問した。

現地セミナー： ドイツ・欧州の業界、そして企業の動向・関心事など、日本の関係者にご興味を持っていただけるトピックスについて、ドイツ機械工業連盟 (VDMA) をはじめ、ドイツ・欧州の業界団体や企業から講師を招き、開催した。セミナーは計 4 本で、その題目は、『ドイツ印刷機械産業の動向とグローバルトレンド』、『プリント 4.0 - デジタル化が印刷業界に与える影響』、『有機 & プリントエレクトロニクス』、そして『印刷・メディア産業における、革新的な印刷ソリューション & ビジネスモデル』というものだった。参加者はおおよそ 40 名にのぼり、真剣に耳を傾けていた。

懇親会： Japan Day の締めくくりとして、18 時から会場敷地内のコンgresセンター南で懇親会を開催、drupa の出展・来場者の方々に多数ご参加いただいた。ドイツ料理や地ビールを囲み、なごやかな雰囲気の中、情報交換が活発に行われた。

## drupa 2020

会期中に発表されたとおり、次回の drupa は 4 年後の、2020 年 6 月 23 日(火)～7 月 3 日(金)に、デュッセルドルフ見本市会場で開催される。

『drupa』に関する情報・お問い合わせは、[\(株\)メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン](http://drupa.messe-dus.co.jp/)、あるいは日本語ウェブページ <http://drupa.messe-dus.co.jp/> をご覧下さい。

(株)メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン

担当： 橋木 雅弘

〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町 4-1

TEL.: 03-5210-9951

ニューオータニ ガーデンコート 7F

FAX: 03-5210-9959