

ANUGA FOODTEC 2006 ファイナル・レポート

会期： 2006年4月4日～7日

会場： ドイツ連邦共和国 ケルン・メッセ会場

アヌーガ・フードテックは成功裏に閉幕

勢いづくアヌーガ・フードテック

増加する出展者および来場者数、一層高まる国際性

投資意欲に満ちた産業界が活気を生む

2006年4月7日(金)に閉幕したアヌーガ・フードテックは、主催者および出展企業にとり極めて充実した見本市となりました。国際食品技術専門見本市であるアヌーガ・フードテックでは、4日間の会期中、業界の高まる投資意欲を鮮明に感じることができたとのこと。146ヶ国から約39,000人の専門ビジターが来場し、国外専門ビジターの割合は55%に、また来場者数の伸び率も13%に上昇しました。これはアヌーガ・フードテックが食品機械産業の情報を入手し、投資を行う場所として世界をリードする存在であることを如実に表すものです。「アヌーガ・フードテックは食品産業界のあらゆる分野を網羅する世界でも非常にユニークなコンセプトを持つ見本市です。このコンセプトと共にアヌーガ・フードテックは確固たる地位を築きあげてきました。出展者と来場者の数が大きく増加したことは、新たなターゲットグループの動員が成功したことのみならず、アヌーガ・フードテックの更なる成長のポテンシャルを示すものです」とケルン見本市会社のヴォルフガング・クラントツ副社長は総括しています。

ドイツ農業協会(DLG)のDr.ラインハルド・グランドケ会長は、「アヌーガ・フードテックは革新的技術を紹介するリーディング見本市として、また専門家の情報交換の場所として機能しています。今回もその重要性が再認識されました。さらに、出展企業は食品産業界の多種多様なニーズに対応すべく、最適な技術ソリューションを提供していました。見本市の高い専門性、豊富な新製品、並びに世界各国の専門ビジターの高い関心を見る限り、業界の更なる発展を確信することができました。またアヌーガ・フードテックが食品機械のリーディングビジネスステージであることが強調された見本市でした」と語っています。

2006年のアヌーガ・フードテックには146ヶ国から39,000人の専門ビジターが来場し、これは前回に比べ13%の増加となりました。同様に外国ビジターの割合も増加し、55%を記録しました。専門ビジターはEU諸国のみならず、成長市場である東欧、中近東、アジア、北米、南米からの来場が目立ちました。このように高い国外ビジターの割合は、アヌーガ・フードテックが国際ビジネスの場であることを再確認させるものです。

出展者数も微増しました。2006年4月4日から7日まで開催されたアヌーガ・フードテックでは45ヶ国から1,178社が参加し(2003年:44ヶ国から1,125社)、展示面積も100,000㎡に拡大されました。外国出展企業数は560社に上っています。

今年は東ホールの4,5および10号館に加え、新館の6,7および9号館が初めて使用され、出展者および来場者からは同様に好評を得ました。クランツ副社長は、「大規模な見本市にもかかわらず、会場はよりコンパクトでより分かりやすくなりました。使用した全てのホールで来場者の入り具合は同じように良好でした」と述べています。

高い国際性に並び、来場者の質および幅広い展示内容が見本市の成功要因と評価されました。技術および営業マネジメント部門、サービス関連企業、商社および設備メーカーのトップがアヌーガ・フードテックを情報交換の場として活用していました。これまで集計したアンケートの結果によれば、専門ビジターの80%以上が「買い付け・調達の決定を下す」、「決定に参加」、また「助言を出す」立場にあることが分かりました。さらにビジターの約70%が、見本市訪問は「非常に良かった」あるいは「良かった」と評価しており、次回の2009年もアヌーガ・フードテックを訪問することを既に決定しているとのこと。

「クロス・オーバー・コンセプト」を持つアヌーガ・フードテックは世界でも他に類を見ない見本市です。ここでは原材料に関わりなく、加工、包装、衛生、ストック、流通などプロセスの流れに沿ってすべての食品関連部門を見ることができます。そのため、ある特定の食品部門に開発された革新的技術を、別の食品部門のソリューションの参考にしたり、応用することが可能となります。

消費者は新鮮な製品のみならず、長期に鮮度保持が可能で便利な製品を益々求めるようになっていきます。このようなニーズに答えるために、食品部門では次々と最新技術が開発されています。例えば、通気性をコントロールするMA(Modified Atmosphere)包装や食品高圧処理などです。これらは衛生および品質管理の観点からも非常に注目されています。また、技術革新が進む包装分野ではターゲットグループのニーズに即したソリューションや簡単なハンドリングが提案されています。特に、「子供」および60歳以上の「シルバー・エイジャー」をターゲットとして、機能性とデザインを重視したパッケージが開発されています。

多種多様化する食品、また厳しい製造・加工での衛生管理を背景に、自動化およびロボティクスがより重要視されるようになりました。製造工程での自動映像処理システムなどを工業ロボットと最適に組合せ、一定の品質、絶対的な衛生管理およびハイスピード加工が実現されています。

上記のトレンドは見本市の併催プログラムおよび特別ショーでも取り上げられ、ビジターからも好評を博していました。ドイツ農業協会(DLG)が企画したアヌーガ・フードテック・フォーラムでは、ドイツ農業協会(DLG)や食品研究所(KIN)を始めとして、著名な研究機関やスピーカーによる専門セミナーが開催されて反響を呼んでいました。具体的なテーマとしては、ロボティック、酪農テクノロジー、最新成型技術、液体物質加工などでした。

また「第46回国際ジュースウィーク」がアヌーガ・フードテックに合わせて実施されました。ケルンでの開催は今回で第4回目となりました。主催者である confructa medien 社の呼びかけに応じ、国内外のジュース産業界の専門家が多数参加しました。

2006年4月4日、革新的技術を賞する「ヨーロッパ・フード・テック」の授賞式がアヌーガ・フードテックの枠内にて行われました。この賞はドイツ農業協会(DLG)が専門出版社「ヨーロッパ・デイリー・マガジン」、「ドイツ酪農産業」、「食肉産業」、「国際食肉産業」、「食品技術」と共に創設したものです。今年は5つの金賞と3つの銀賞が授与されました。

アヌーガ・フードテックの特別ショーも非常に好評でした。中でも著名なエンジニアリングが参加する「ロボティック・バック・ライン」では、工場とほぼ同じ製造条件下で、ソーセージの全自動生産および包装のデモンストレーションが行われました。また「包装」というテーマのもと開催された特別ショー「シニア・スペシャル」では、高齢者の方が日常生活で困っている包装の問題点を具体的に示し、ビジターにパッケージを使って実体験をして貰いました。この特別ショーはケルン見本市会社が包装デザインや包装のエキスパートと協力して企画したものです。さらに、専門雑誌「ベーキング&ビスケット・インターナショナル」、「パン+ベーカリー製品」、「Hleb+wipetschka」および出版社「f2m foodmultimedia」が共同開催している特別ショー「スナック・アカデミー」では、スナック菓子の新製品、ベーカリー産業の新技术および技術動向についての情報が紹介されました。

アヌーガ・フードテックはケルン見本市会社とドイツ農業協会(DLG)との共催により3年周期で開催されています。これは、食品機械・設備の開発周期に合わせたものです。次回アヌーガ・フードテックは2009年3月10日から13日の期間で開催される予定となっています。

2007年3月28日から30日には第4回ケルン・フードテック会議が開催されます。これは2006年および2009年のアヌーガ・フードテックを繋ぎ、橋渡しをする会議です。今回は食品加工をクローズアップしていきます。この会議では食品関連分野や技術がすべて網羅されるため、多様なシネジー効果と専門分野を越えた情報交換が期待されています。ドイツ農業協会(DLG)、confructa medien 社、ドイツ食品技術協

会 (GDL) およびケルン見本市会社は2007年の第4回ケルン・フードテック会議開催に際し、充実したプログラムと興味深い展示ゾーンを皆様にご紹介していきます。

アヌーガ・フードテックの主な数字:

2006年は総展示面積100,000㎡が使用され、そこに45ヶ国から1,178社が出展しました。その内の48%は国外からの参加でした。ドイツからは575社の単独出展企業と43社の共同出展企業が、また海外からは504社の単独出展企業と56社の共同出展企業がありました。見本市最終日の試算に拠れば、2006年のアヌーガ・フードテックには、全体で146ヶ国から約39,000人の専門ビジターが来場しました。また、その内の21,500人は海外からのビジターでした。

次回アヌーガ・フードテック: 2009年3月10日～13日

次回ケルン・フードテック: 2007年3月28日～30日

ケルンメッセ株式会社

〒105-0001 東京都港区虎ノ門 5-13-1 虎ノ門40MTビル9F

TEL: 03-5405-2202 FAX: 03-5405-2203

kmjpn@koelnmesse.jp www.koelnmesse.jp