

ファイナルレポート：アヌーガ 2011 世界食品メッセ

2011年10月8日（土）～12日（水）

ドイツ連邦共和国 ケルンメッセ会場

成功裏に閉幕したアヌーガ 2011

180カ国から15万5000人のバイヤーが来場

Anuga 2011：ダイナミックな見本市が全世界の食品産業を刺激

- ・ ケルンが世界の食品産業の中心に
- ・ 国際色豊かな出展内容がバイヤーにアピール
- ・ 業界はクオリティと安全性を重視
- ・ 未来志向のテーマを中核とするイベントプログラム
- ・ パートナー国イタリアが多様性と専門ノウハウで来場者を魅了

第31回アヌーガは10月12日水曜日、内容の濃い5日間の会期を終えました。180カ国以上から15万5000人以上がケルン会場を訪れ、100カ国6,596社に及ぶ出展者ブースを間近に体験しました。今回のアヌーガについて、ケルンメッセ社長、ゲラルト・ベーゼ氏は次のように述べています。「アヌーガ2011は世界で最も重要な食品と飲料のビジネスプラットフォームであり、会場の活況がそれを改めて明確に証明しました。また、世界の食品産業トップと政界の関係者が一堂に会し、直近の課題と未来のテーマについて協議する場としての役割を十全に果たしました」。食品業界は、食品と飲料の品質・安全性を重視する意向をはっきりと示しています。今回のアヌーガはドイツ外相ギド・ヴェスターヴェレ氏とイタリア農産相サヴェリオ・ロマーノ氏によって公式に開会され、ヴェスターヴェレ外相も品質というテーマを特に強調しました。「食品については値段だけでなく、私たちにとってどんな価値があるのかを問うべき」と外相は述べています。一方、ロマーノ農産相はパートナー国として出展した1,000社以上のイタリア企業が、グルメ国イタリアの本領を存分に発揮したことに満足の様子でした。

アヌーガの盛況と抜群の雰囲気を決定的にしたのは、バイヤーのレベルの高さでした。事実、ドイツ国内外の流通企業のトップクラスの購買決定者、業界をリードする輸入商社などが多数アヌーガに来場しています。ターゲットグループとして重要性を増しているレストラン、ケータリング、ホテル業界のバイヤーも少なくありませんでした。

「オーガニック、フェアトレード、少人数の家族向け食品など、どの分野でも出展者は革新的な

製品で来場者の期待に十分に応えました。消費者は今後、世界中で発売される新製品を心待ちにするでしょう」と総括するのは、ドイツ食品小売協会（BVL）のフリートヘルム・ドルンザイファー会長です。「食品の価値重視という傾向が今後ますます強まるという点で、流通業界と政界では意見が一致しています。特に、多品種をそろえ顧客サービスコーナーを設けたスーパーマーケットがシェアを伸ばすでしょう」と、成功裏に終了したアヌーガを振り返ります。

「世界中で『メイド・イン・ジャーマニー』の食品の人気の高まっています」と話すのは、ドイツ食品工業会（BVE）のユルゲン・アブラハム会長です。「アヌーガはドイツ食品の安全性とクオリティを示すのにふさわしいプラットフォームを提供しました。海外ではドイツの食品産業に大きな信頼が寄せられています。この追い風を生かして、ドイツの食品が世界最高の水準で生産され、規格検査にも合格している比類のない存在であることを、ドイツの厳しい消費者にもきちんと理解してもらう必要があります」と強調します。

ドイツホテル・レストラン協会（DEHOGA）のイングリット・ハルトケス氏専務理事は、「メトロが提供する“DEHOGAガストロノミー・マーケットプレイス”は、今回も業界のコミュニケーションと情報交換の中心となりました」と述べています。「今年の見本市の成功によって、ホテル・レストラン業種にとってアヌーガの重要性が高まりました。特に、新しいコンセプトである“アヌーガ・フードサービス”で魅力がアップしています。“システム・ガストロノミー・フォーラム”で、『第10回ドイツ研修生賞』の授賞式が行われたことも大きな反響を呼びました」。

世界トップクラスのバイヤーから上々の反応

今回はバイヤー15万5000人以上がアヌーガを訪れ、来場者数で前回実績をわずかに上回りました（2009年の来場者数：14万9349人）。今回も海外からの来訪が多く、全体の62%を占めました。国内からの来場が増えた一方、海外勢では東欧、中南米、アジアからのバイヤーが大幅に増えています。

出展各社では、ブースを訪れたバイヤーと中身の濃い商談ができたという点で意見が一致しています。バイヤーたちは様々な流通経路に属しており、その多くは購買決定に関わる役職に就いていました。これは会場で行われた来場者サーベイの結果でも明らかです。回答者の約70%が購買決定者、または購買決定の関与者でした。出展ブースで直接発注するケースも多く、さらにアヌーガでの商談が今後多数の発注につながることを出展者は期待しています。出展者の多くは将来的に輸出の比率が高まると予測し、アヌーガが食品の国際ビジネスにおいて中核的役割を果たしていると考えています。

イタリアはアヌーガ2011のパートナー国としてバラエティに富んだ食品を展示してその力量

を見せ、大成功を収めました。1,057 社が出展し、これは例年同様に海外勢の中では最大規模でした。

来年 6 月に初めて開催される見本市「グスト・イタリア」は、食品大国イタリアにあらためて焦点を当てたものです。2012 年 6 月 24 日から 26 日にかけて開催され、純粋な B to B の見本市としてイタリアの食品・飲料だけを紹介します。来場者ターゲットはドイツ、オーストリア、スイス、ベネルクス 3 国の食品バイヤーとレストラン業界です。

さて、今年のアヌーガのイベントは、10 月 7 日に「アヌーガ・エグゼクティブ・サミット」でその幕を切って落としました。ネスレグループ CEO のパウル・ブルケ氏と、Edeka Hamburg 代表取締役のマルクス・モーザ氏が「グローバルな挑戦、ローカルなソリューション：我々の将来戦略」のテーマで講演しました。

今回のメインテーマである「**食品の安全性：業界リーダーと政府の国際的課題**」については、10月9日に政界、経済界、国際機関の代表が一堂に会し、食品衛生をめぐる世界共通の課題について討議しました。ドイツ連邦の消費者保護・食糧・農業省のイルゼ・アイクナー大臣が、このイベントを公式に開幕しています。

ドイツ食品小売協会は流通・職業訓練関係者と共同で「**小売店フォーラム：食品の品質と価値**」のテーマでイベントを開催しました。これにはドイチェ・ターフェル協会（困窮者に食料や食事を提供する社団法人）も加わり、売れ残った食品を有意義に利用するための可能性が提示されました。この場で初めて、ドイツの流通業界における食品の損失、損傷の実態が明らかにされています。

ドイツ食品工業会による最新調査「消費者の選択」は、食品の品質に対する消費者の関心をテーマにとりあげ、これを消費者保護・食糧・農業省とともに発表しました。マッチ・メイキング・プログラムと、「**ジャーマン・トレーダーズ・ナイト**」も大きな反響を呼びました。

今年新設された「**アヌーガ・フードサービス**」は、従来の「アヌーガ・ケータリング・テック」をさらに充実させたもので、プロ用の調理器具だけでなく、食品や飲料も併せて展示しました。高度で専門的な情報提供とエンターテイメント・プログラムを組み合わせ、出展者も来場者も納得する内容でした。ハイライトはプロ調理師のコンテスト「**シェフ・オブ・ジ・イヤー**」の決勝で、ベルリンのレストラン Horvath の若きシェフ、セバスティアン・フランクが優勝しました。

アヌーガ 2011 ではこのほかにも「**ゴールデン・アイス・クリスタル**」賞、精肉産業界の「**ライ**

フタイム・アワード」、ドイツの最優秀チーズ販売店に贈られる「クリエイティブ・アワード」、そして有名な「エコトロフェリア・アワード」など数々の賞が授与されました。また、若手業界関係者のコンテスト Grips & Co の決勝、DEHOGA による第 10 回目の「システムガストロノミー研修生賞」の授賞式も行われました。さらに今回初めて、ノンアルコール飲料協会がドイツ農業協会（DLG）と共同で、清涼飲料部門での授賞を行いました。

アヌーガ・グルメ・フェスティバル

ケルン市も積極的にアヌーガに参加しました。「五感すべてで味わう」をスローガンに、市内のレストランや小売店が 10 月 4 日から 14 日まで様々なグルメ体験イベントを開催、街を訪れる人々を楽しませていました。

アヌーガ2011：データ

- ◆ 総出展者数：100カ国 6,596社（海外からの出展者比率86%）
- ◆ ドイツ国内出展者数：894社
- ◆ 外国出展者数：5,702社
- ◆ 総来場者数：180カ国 15万5,000人(海外からの来場者比率62%) ※速報値
- ◆ 総展示面積：28万4,000㎡

次回の『アヌーガ』は2013年10月5日～9日に開催されます。

詳しくは：www.anuga.com をご参照ください。

アヌーガに関するお問い合わせ先：

ケルンメッセ株式会社

〒150-0013

東京都渋谷区恵比寿1-13-6 恵比寿ISビル5階

Tel: 03-5793-7770 Fax: 03-5793-7771

Email: kmjpn@koelnmesse.jp URL: www.koelnmesse.jp