

フォトキナ - IMAGING UNLIMITED 2016

2016年2月26日 午後2時

於グランドオリエンタルみなとみらい

ケルン見本市会社

展示部長 マルクス・オスター

ご来場の皆様

本日は、ご多忙中にもかかわらず、フォトキナ 2016 に向けて開催いたします記者会見にお越しくださり、ケルン見本市会社を代表いたしまして心より御礼申し上げます。皆様にこのような形で直接、最近の動向およびフォトキナ 2016 に関する最新情報をお伝えできることを誠に嬉しく存じます。

実は、新しいフォトキナについてご紹介させていただくのは本日が初めて、皆様が最初であります。

全く新しくなった「ルック&フィール」で、これまでのお客様はもちろんのこと、新しい、若い来場者の方々にとっても魅力的なフォトキナになりました。

冒頭に短いビデオをご覧いただきましたように、フォトキナは生まれ変わりました！本日は、フォトキナの新しいキャンペーンと、フォトキナで優れた写真、ビデオ、機器類をご体験いただき、発信していただく無限の可能性についてご紹介いたします。以前のフォトキナは、どちらかといえば、製品志向のイベントでした。

新しいフォトキナは、ソリューション志向のマルチメディアイベントになります。

ご来場の皆様、フォトキナのキービジュアルを、こうして皆様にご紹介できることを嬉しく思います。このキービジュアルには、すでに映像が開く無限の可能性が秘められています。

これからの30分間で、この無限の意味についてお話しさせていただきます。

- イベントにとっての意味
- フォトキナ開催前および開催中のすべてのイベントにとっての意味
- コミュニケーションキャンペーンにとっての意味
- そして、来場者ならびに皆様方に会期前および会期中にケルンでご体験いただける内容についてご紹介させていただきます。

画像や動画を扱う我々の業界とフォトキナは、まさに Imaging - unlimited (無限のイメージング) なのです。これが新しいフォトキナの核となります。

では、これまでのフォトキナとは？

フォトキナは、プロユーザー、メーカーと販売業界、エンドユーザーという3本の屋台骨で支えられた、写真とイメージング業界における世界最大の国際リーディング・メッセです。イメージングのあらゆる世界が一堂に会するイベントであり、まさに無限です！イノベーションを紹介し、未来の方向性を示す技術開発とトレンドに焦点を当てます。フォトキナは、イメージングに関わる人々が集まる、他に類を見ないイベントなのです。

業界における最も重要なビジネスプラットフォームとして、今回は160カ国から183,000人の来場者にお越しいただきました。専門業者の比率は約48%で、うち41%は海外からでした。とりわけ、専門ディーラーとイメージングプロでは、北米からがプラス50%、近東からがプラス52%、アジアからがプラス19%と大きく増加しました。メディア関係においても、2014年のフォトキナでは、世界73カ国からおおよそ6,000名のジャーナリストの方々にお越しいただき、業界最大の重要なイベントとなっております。

フォトキナの成功は、出展者の方々によって支えられています。と申しますのも、未来を見据えたアイデアと製品で、世界規模で業界を豊かにしてくださるのは出展者の皆様だからです。日本の出展者の方々にも大変お世話になっております。

数字は物語る。

日本から2015年に出荷された日本製カメラはおおよそ3500万台に上ります。そのうち、1200万台以上の仕向地は欧州でした。2014年のフォトキナでは、日本からの出展者数は公式発表では28企業でした。しかし、欧州の現地法人などによる出展を含めると、実際にはもっと多くの日本企業の方々が出展されていたこととなります。日本のイメージング業界の皆様が、このようにフォトキナを重視してくださっていることに対して、この場をお借りして心から御礼申し上げます。

今年のフォトキナは、ケルンにおいて9月20日から25日に開催いたします。出展ブースはすでにハイペースでご予約いただいております、大変嬉しく存じます。出展スペースの約70%がすでに予約済みです。今年のフォトキナ2016でも、おおよそ40カ国から約1000社にご出展いただけると見込んでおります。イメージング業界のあらゆる分野における最新の製品とならんで、ビデオ、仮想現実、拡張現実、コプター、アクションカムなどが話題を集めることでしょう。

以上、フォトキナのキービジュアルおよび主要データ、実績をご紹介いたしました。

ご来場の皆様、ビジュアルや営業面での成功の背後には、当然ながら様々な取り組みがございます。では、フォトキナの新しいコンセプトについてご紹介いたしましょう。

フォトキナを支える屋台骨は、今後も、プロユーザー、メーカーと販売業界、エンドユーザーの3つの主要ターゲットグループです。これら従来からのターゲット層に向けた私どもの取り組みやイベントが減るということは、もちろんありません。

しかし、家を支える基礎に関しては、既存のものをさらに拡張して参ります。ショー、イベント、来場者、コミュニケーションのいずれの領域においても、境界を超えていきます。これが、あらゆるレベルで実行する「Imaging unlimited (無限のイメージング)」であります。

まず、第1の構成要素であるショーから見て参ります。

フォトキナにとって「境界を押し広げる」とはどういうことでしょうか？

境界を押し広げる、とは既存の境界をすべて取り払い、フォトキナのセグメントを、新しい技術やソリューションに対して開くということです。イメージング業界にとって、この新しい技術やソリューションとは、カメラのスマートホーム機能や、クラウドサービス、アプリ、ウェアラブル、オーディオ・ビデオ、あるいは、拡張現実と仮想現実などです。個々のセグメントをどのように結びつけるかという問いが、今年のフォトキナが焦点を当てる重点テーマです。若者を写真の世界へ誘う可能性を秘めたテーマです。セグメントを拡張するために、それぞれの分野におけるキープレイヤーを特定いたしまして、フォトキナでは完璧な環境をご用意して参加していただくことにしています。

新しいセグメントは、おなじみの会場配置に統合することにより、会場全体に反映いたします。

新しいフォトキナでは、ビデオも主要テーマのひとつとなります。そのため、展示ホール5に、オーディオも含めたビデオ機器および、そのアプリケーションのための新しいエリアとなる「フォトキナ・モーション」を設けます。当該セグメントの出展者は、モーションステージの横で展示します。

同じホール5には、写真工業界と共同でスタートアップ用の新しいエリアも設けます。若い革新的な企業が、製品を初めて公に発表する場です。どのような展示になるのか、私達もとても楽しみにしています。

フォトキナといえども、天体の動きを占うことはできませんが、星までの距離を縮めることはできます。これまでフォトキナでは取り上げてこなかった天体写真のセグメント用に、ズームエリアを備えた中央広場に専用スペースを設けます。

ウェアラブル、拡張現実および仮想現実という3つのセグメントは、DJI、GoPro、グーグルなどの技術大手が出展するホール9で新しく取り扱うことにしています。

すべてのテーマについて、これまでと同様、その無限の可能性を取り上げます。カメラ、レンズおよび装備類については「Capturing unlimited」で、また、「Creating unlimited」では入力、編集、加工に関するソリューションを扱います。照明、ストロボ、三脚は「Lightning unlimited」で取り上げます。画像およびデータを保存する、つなぐ、伝送するソリューションは、「Sharing unlimited」にまとめています。仕上げ、印刷、プレゼンテーションに関わるすべてのソリューションおよびサービスは、「Presenting unlimited」でご覧いただけます。

ご来場の皆様、「フォトキナ・モーション」がフォトキナ2016の主要テーマのひとつであるということは、先ほどお話ししました。専門業者と一般来場者は、ハードウェア、ソフトウェア、付属品のエリアで、映像を記録するための様々な製品をご覧になることによって、このテーマに触れることになるのですが、それだけではなく、フォトキナ会場全体で流れる動画もテーマを明確に打ち出しています。LEDスクリーンは、会場全体で重要な要素となります。スクリーン上では、映画やトレーラー、出展者の広告ビデオなどが上映されます。

フォトキナは、イメージングに関わるすべてのワークフローを対象としています。会場では、製品をご自身で試していただくことができますし、併催プログラムもありますから、他にはない体験をしていただけます。

この組み合わせにより、ビジターの方々はイメージングを、これまで以上に実体験することができます。これは、新しいフォトキナの大きな特徴です。

最高の体験をしていただけるように、例えば貸し出しサービスなどによって、出展者様の製品を私どものテーマがもつ世界に統合することを目指しています。

次に、第2の基礎となるイベントについてご説明いたします。

イベントは、まさにスローガンである As far as the eye can see（眼で見ることができる限り）であり、ここでも、限界を設けることなく境界を超えていきます！

まず、これまでのフォトキナ、フォトキナ 2014 のイベントプログラムを振り返ってみたいと思います。と申しますのも、これらの構成要素は 2016 年においても重要な役割を担っているからです。改めて強調しておきますが、フォトキナの3本の屋台骨が、プロユーザー、メーカーと販売業界、エンドユーザーであることに変わりはありません。これらの方々のための多彩なイベントプログラムは継続いたします。代表的なものは以下の通りです。

プロフェッショナルズ - プロフェッショナルステージでは、プロの写真家およびユーザーの方々向けのイベントや講演を行います。

ピクチャーズ - 優れた作品を集めた写真展を見本市会場全体、メインストリート、ホールで開催しますので、イメージングがもつ無限の可能性をご覧ください。

マーケットブリーフィング - 世界最大の市場調査会社である Gfk が、業界の動向や消費行動に関する最新の調査結果を紹介します。

これら3つのイベントの他にも、ムービー、スタイル、アカデミー、セールスギャラリー、コンテスト、アワード・アンド・アクションというキッチャッチフレーズがございます。これまでのフォトキナにおいては、これらの観点のもとに、専門業者および一般来場者いずれをも対象としたイベントを開催して参りました。フォトキナ 2016 においても、従来からのカメラユーザー向けに継続して参ります。

しかし、フォトキナ 2016 では、スマートフォンによってイメージングの世界を再発見している新たなエンドユーザー、より若い層にアプローチすることを目指しています。そのために、新しいイベントを取りそろえました。

まず、「ライトアート・cong्रेस」です。有名なアーティストであるヤン・レオナルド・ヴェラートと共同で、最高峰のライトアートの写真家達に呼びかけて、光の映像を送ってもらうようにいたします。その中から特に優れた作品をフォトキナで展示いたします。このテーマについては、2日間の会議も予定しており、300人以上の参加者を見込んでいます。

「ライブパフォーマンス」では、イメージングをもっと体験していただくために、会場全体、メインストリート、アーケード、ホールを写真と動画撮影のモチーフにさせていただこうというものです。いつでも、どこでも、無限に、です。

先ほどお話しした中央広場の上のエリアに設ける「フォトキナ・ズーム」では、アクロバット綱渡り、アーティスト、フラッシュモブが写真と動画撮影のモチーフになります。

「フィルムフェスティバル」についても先ほどお話ししました。フォトキナの週末はショートムービー三昧となることを申し添えておきます。

同じく動画に関するイベントが「VLOG CON」です。ビデオブロガーおよびユーチューバーを対象にホール5で開催します。オンライン動画制作者のために、ユーチューバーによるユーチューバーのためのライブチュートリアルを通して、その特殊性を取り上げます。

画像、映像、記憶に対する新たな視点として、「フォトキナ・ディメンジョンズ」では、3D、仮想現実、拡張現実というテーマを扱います。

そして、忘れてはならないのが、ホール6に設ける新しい「フォトキナ・アクションホール」と「コプターワールド」です。BMX（バイシクルモトクロス）とインライン競技がアクション撮影のまたとない機会を提供し、とりわけ若い来場者の方々にはフォトコプターでの飛行が新たな視点を開いてくれることでしょう。

フォトキナ・イベント - as far as the eye can see では、フォトキナ会期前および会期中に100以上のイベントを企画しています。

こちらのチャートは、我々がいかにかして、より若いターゲットグループにアプローチしようとしているかを示しています。

ご覧いただけますように、プロの方々、および、メーカーや販売業界向けに幅広いB2Bプログラムを用意しております。従来からのイベントは、主にこれまでのターゲットグループを対象にしており、中には非常にプロ志向のものもございます。

新しいイベントは、従来のイベントに加えて、14歳から25歳の若いターゲットグループを対象にしています。エンドユーザー層を拡大し、写真と映像がスマートフォンによって当たり前のように余暇の一部になっている人々を、プロユーザーと一緒に無限のイメージングの世界に誘います。なぜなら、彼らは未来のプロユーザーだからです。ここで、新しいアクションホールとコプターワールドの様子をいくつかご紹介します。

これらのイベントも、従来のプログラムのスペースに統合し、見本市会場全体で展開します。

しかし、アクションとイベントは、フォトキナそのもの、および、フォトキナ会期中だけに限定はしません。イメージング業界とそのテーマを盛り上げるべく、フォトキナ開催前にケルン周辺で様々なイベントを行います。例えば、gamescom（国際ゲーム産業見本市）やRole Play Convention (RPC)とのコラボレーションです。いずれも、ケルン

メッセの会場で開催される大規模な見本市で、写真や動画撮影の様々な機会を通してフォトキナとの関係を図ります。

ケルン市内では、大型プロジェクターとメディアの注目を集めるようなキャンペーンによる独自のフェスティバルで、イベントのテーマに対する周知を図ります。フォトキナは、見本市会場という境界を越えて、無限に盛り上がります。

第3の基礎を構成するのは来場者です。

すでに何度も強調させていただきましたが、我々は今後も、プロユーザーとメーカーや販売業界の方々に対して、これらの層だけを対象にした最適な施策を提供して参ります。フォトキナの屋台骨であり、基礎だからです。エンドユーザーについては、従来の層に、新しいターゲットグループであるスマートフォンユーザーが加わります。

若いターゲットグループは、これまでになかったポテンシャルを秘めています。品質の高さに関心があり、自分の撮影した写真や動画を、シェアする前に加工するような、若いエンドユーザーにアプローチして参ります。迅速にアプローチしてフォトキナの来場者として獲得していく所存です。

というのも、これら若いスマートフォンユーザーは、イメージング業界からすれば、未来のプロユーザーだからです。彼らからエンドユーザーが生まれるのです。

このように、フォトキナの主要ターゲットグループは変わりません。しかし今、ファインダーには、我々がとりいそぎ力を入れてアプローチしなければならない新しいターゲットグループが見えています。スマートフォンのイメージングに心酔している14歳から30歳の年代層で、まだフォトキナを知らない、かつ、ケルンから半径300km圏内に居住している人達です。この若い層を対象に、2016年は、写真撮影や試し撮りなど、当該テーマと幅広く取り組める機会を提供して参ります。

最後に、第4の基礎であるコミュニケーションについて簡単にご説明いたします。

コミュニケーションにも境界はありません。

様々なキャンペーンでコミュニケーションを拡大していきます。各ターゲットグループに照準を合わせたキービジュアルを使い、個々のチャンネルで、それぞれに適したメッセージを発信して参ります。

例えば、フェイスブック、ツイッター、ユーチューブ、インスタグラム、スナップチャットを使ったソーシャルメディア・キャンペーン、ダイレクトマーケティング、世界の150以上の専門誌および一般誌をカバーするプリントキャンペーン、そしてもちろん、オンライン広告、バナー、ディスプレイを使ったオンラインキャンペーンです。

ケルンメッセは、国外に代表部ならびに現地法人を擁しておりますので、新しいフォトキナ2016を世界の隅々まで発信することができます。ほとんどすべての国を網羅するアドレスのデータベースも構築しており、メッセを世界中と結んでいます。

新しいコンセプトとコミュニケーションキャンペーンは、北米、欧州、アジアに及び世界各地で実施するプレスイベント

を伴います。ご来場の皆様、ここ日本がキックオフです。

キャンペーンを縦横に組むことによって効果が出ていることは、ソーシャルメディア・チャートを見るとわかります。様々なキャンペーン活動によって、すべてのチャンネルでファンとフォロワーの数が増えているのです。会期が近づくにつれて、さらに増加すると見込んでいます。

出展者の新製品とイノベーションを内容的に統合することで、ユーザーに最もわかりやすい形で業界に関する情報を提供いたします。ここからも、メーカーと販売業界の方々がフォトキナの屋台骨であることが明らかです。

さらに多くのユーザーに発信できるよう、例えば食品分野などで、オンラインの世界で大きな影響力をもつ人物を割り出し、初めて協力をお願いすることになりました。

また、やはりオンラインの世界で大きな影響力を誇る AlexiBexi (アレクシー・ベクシー) 氏から協力を取り付けることができました。同氏は、フェイスブックやユーチューブで大成功を収めているビデオプロデューサーです。フォトキナでは、ご自身のビデオ作品をご紹介いただくのに加え、フィルムフェスティバルの審査員、そして、VLOG Con 会議のチューターとしてご協力いただきます。

ご来場の皆様、新しいフォトキナのコンセプトをお話したのは、本日が初めてです。本日のイベントに合わせて、新しいコンセプトを弊社のホームページにアップロードし、ソーシャルメディアネットワークでオンライン拡散します。

フォトキナの変化にお気づきいただけると幸いです。

ご来場の皆様、世界中どこにいらしても、「Imaging unlimited (無限のイメージング)」の一翼を担ってください、そして、フォトキナ 2016 にご参加ください。

ケルンで皆様にお目にかかれることを楽しみにしております。

ご清聴ありがとうございました。

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