

2012年2月9(木)
パシフィコ横浜
ケルンメッセ会社
副社長 カタリーナ・クリスティーネ・ハマ

ご来席の皆さま、

ケルンメッセを代表し、ここ横浜に専門プレスの方々をお迎えして開催する記者会見に、皆様を心から歓迎いたします。ケルンメッセの新副社長として特に嬉しく思うのは、日本と特別な結びつきのあるフォトキナを、ケルンメッセを代表してご紹介できることです。すでに2011年11月には、日本のイメージング産業の多くのCEOと会談する機会をいただきました。この数カ月多くの困難な事があったにもかかわらず、また2011年は日本が様々な災害に直面したにもかかわらず、CEOの方々との会談では、日本の写真業界がフォトキナに対して築いてきた、長年の深い信頼が感じられました。このことは、とても誇らしく感じました。本日は、皆様にフォトキナ2012の最新情報をお伝えできることをうれしく思います。

まず、一番重要なメッセージを最初に申し上げます。現時点ですでに、出展登録の状況は素晴らしいものとなっています。今の早い段階から、業界の全ての主要企業が9月18日から23日に行われる第32回フォトキナ ワールド・オブ・イメージングに製品やサービスを出展することが決まっています。こんなに早い段階でほぼ全ての主要企業が出展登録するのは、これまでにないことです。Canon、Epson、Samsung、Sigma、Leica、Sony、Nikon、Panasonic、Olympus、Fujifilm、Lowepro、Pentax Ricoh Imaging、Zeissなど各社が、出展登録しています。展示面積の3分の2が既に予約が入っています。この非常に好調な中間集計から、フォトキナ2012の出展企業数は堅調となるという確信が強まります。約40カ国から1200社以上が出展する予定です。来場者数では前回の実績に並ぶか、できればぜひそれを超えたいと思っています。2010年の来場者は18万1000人で、これでもかなりの数ですが、写真や画像が人々を魅了する力は衰えることを知らず、この数字を超えることができるのではないかと明るい見通しを持っています。

イメージングのワークフローに沿った、これまでの展示ホールの構成は、効果的なことが分かったので、今年もこれを基本として展示ホールを構成します。

現時点では各社の正確な展示場所は確定していませんが、今すでに言えるのは、幅広い製品群を持つ主要企業の多くは、展示ホール2、3、4、5に入ることです。各展示ホールのセグメントの配分も、ここ数年成果をあげた構成にならう予定です。

すなわち2012年のイメージングワークフローにそった展示は、次の様に配置されることとなります。撮影機器、エクイップメント、周辺機器、画像保存デバイスは、展示ホール2、3、4.2、5に配置します。ホール9では特に、プロカメラマン向けの製品やサービスに焦点を当てます。このちょうど反対側にあるホール6では、エンドユーザーへの志向を強めている、イメージ・アウトプットやサービス関連の企業が出展します。最後になりますがこれも重要な画像処理の分野は、ホール4の1階に展示します。

このようにフォトキナ2012 ワールド・オブ・イメージングは、世界のイメージング市場の全ての領域を網羅します。すなわちフォトキナは、プロおよび一般消費者に向け、画像メディア、画像技術、画像市場の全容を余すことなく見せる、唯一の催しであると言えます。この多様さは出展企業にも当てはまりますが、特にトレーダーからイメージングのプロ、エンドユーザーにまで及ぶ来場者にも言えることです。これがフォトキナ独自の強みであり、この点は今後も変わらないでしょう。

さて皆様、フォトキナで開催されてきた各イベントは、常に将来のトレンドをとらえて多くの来場者に発信する、業界のトレンドを映し出す鏡でした。最近の例をひとつあげれば、CGI(コンピュータ生成画像)があります。

2008年の段階では、CGIはまだニッチセグメントでほとんど知られておらず、これが将来の仕事にどのような影響を与えるのか、プロの写真家も考えたことはありませんでした。フォトキナは2008年にこのテーマを取り上げ、ソリューション・センターという形で、新しいイメージングのアプリケーションの形を来場者に紹介しました。これは大きな成功をおさめ、2010年のフォトキナではCGIの展示規模を拡大しました。そして、この分野の出展企業を21社増やし、第一回国際CGIフォーラムを開催しました。現在では確実にCGIの意味はさらに大きくなっています。フォトキナはCGIというテーマを展示プログラムに根付かせ、CGIの新たな出展企業や今後のユーザーに焦点を絞って働きかける、情報プラットフォームに育てました。

私たちは2012年も引き続き、このトレンドテーマを内容上もプレゼン媒体の上でも、さらに充実させる予定です。この点に関しては、今後数週間のうちに、さらに詳しくお知らせします。

さて皆様、フォトキナ2012で注目が高まるテーマがもう一つあります。それが「カメラによる動画撮影」です。市場調査によると、販売されたカメラの大多数はHD画質で動画を撮影することができ、特にこれは一眼レフカメラとシステムカメラに見られる傾向です。ドイツのデータでこのことを説明させていただくと、プロカメラマンの9%は動画機能は不可欠であると考え、50%は重要だとし、プロカメラマンの4分の3は、意味がある機能だと捉えています。動画機能を試した人の4分の1は、今も動画機能を仕事で使えると考え、64%は動画機能がプラスになるとしています。さらに20%の人は、頻繁に使っていると答えました。このアンケート結果は、他の国にも当てはまり、あるいはもっと顕著な結果が出ると思います。これらの数字は、動画機能の将来の意味を裏付けるものだと確信しています。

このためフォトキナ2012では、「Shoot Movie」というタイトルでこの分野に焦点を当て、イベントプログラムとして提供します。この様な形で、このセグメントの持つ成長のポテンシャルを生かす場を、出展者と来場者に提供します。これまでデジタル一眼レフカメラによるムービーは、通常の放送用機器のイベントで注目されることはありませんでした。そのため、フォトキナのこの様な催しを通じ、デジタル一眼レフの技術的ノウハウをプロカメラマンに提供したいのです。対象となる方々に、このテーマを適切な形でお見せできるように、様々なイベントを計画しています。この詳細に関しても、今後数週間のうちに情報をお伝えします。

まずフォトキナの「Shoot Movieフロア」は、関心を持つ全ての人々を引き寄せるスポットとなる予定です。ビジネス分野やクリエイティブ分野における、デジタル一眼レフの動画機能の利点を、マルチメディアで分かりやすく見せ、動画機能に関心を持つビジターに投資を促します。これに加えて、デジタル一眼レフカメラや周辺機器のメーカーにとっても、ターゲットとなるユーザーに直接アプローチする新たなチャンスとなります。

御来場の皆様、この業界でもう一つの、さらに重要な分野が、モバイル・イメージングです。ここでいくつか数字を紹介しますと、2011年に全世界で、合計4億台のスマートフォンが販売されました。ヨーロッパで販売された携帯電話の3台に1台がスマートフォンで、この割合は伸び続けています。そしてこの移動端末を使って、多くの写真が撮影されています。2011年にアメリカで携帯電話で撮影された写真の割合は、17%から27%に増えました。2010年にはドイツだけでも50万人以上のユーザーが、「Photo-Apps」を検索し、専門家によれば今後3年間で、アプリが1400億から2000億回ダウンロードされるということです。

このマーケットセグメントで特徴的なのは、変化の速さです。これは、販売の数字だけでなく、技術的進歩の速さにも当てはまります。今では、解像度12メガピクセルのスマートフォン・カメラも、珍しくありません。様々な数字がはっきりと示しているように、これから数カ月、数年間で、このセグメントが業界にとって大きな意味を持つようになり、今後は多くのメーカーがフォトキナでこの領域の製品を展示すると、私は確信しています。このため現在、ネットプロバイダーやスマートフォンメーカーと緊密にコンタクトして、市場の全体的状況の把握に努めています。

もちろんこのテーマは、フォトキナ自体でも取り上げます。その際に私たちが目的とするのは、来場者が夢中になって楽しくモバイルイメージングを体験し、全ての撮影法を試せる機会をつくることです。また、フォトキナのイベントであれば当然、このテーマに関して、専門販売会社に必要なインプットを提供しないはずがありません。そのためのフォーラムを開催し、専門販売会社が売上げを伸ばせる市場の多様な可能性を示す、重要な背景情報を提供します。

さて皆様、モバイルイメージングと深くかかわるのが、フェイスブック、ツイッターなどの、世界的に成功をおさめるソーシャル・ネットワークです。ここで興味深い数字を挙げましょう。すでに3億5000万人が、携帯端末からフェイスブックを利用し、去年の末までに、フェイスブックに1000億枚の写真がアップロードされました。フェイスブックは一年のうちに、二億人以上のユーザーを獲得し、一週間のデータ通信量で、フェイスブックはGoogleを追い抜きました。そして、私どもにとって特に興味深いのは、20分ごとに340万枚の写真が、アップロードされることです。この事実は、ソーシャル・ネットワークが、イメージング業界にとってどのような意味を持つかを示しています。全ての重要な市場領域をとりあげ、出展者も来場者も、全てのお客様を、重要な市場セグメントと結びつけることを任務とする私たちは、すでに2010年から、コミュニティー、フォトクラブ、ソーシャル・ネットワークのメンバーを、フォトキナに取り込んできました。

皆様、この戦略は成功をもたらしました。若いターゲットグループの人々が知り合い、交流し、新しいトレンドに関して議論できる、新しいプラットフォームを提供したのです。これを基盤として、「フォトキナ コミュニティー」の内容を充実させようと考えています。そのため今年も、この分野の来場者に出会いの場所を提供し、メーカーやサービス会社に対し、ソーシャルネットのプラットフォームを毎日利用し、写真や動画を交換したり、見せたり、議論したりしているユーザーと、直接対話できるチャンスを作ります。

皆様、財政危機のためにヨーロッパは厳しい状況にあるにもかかわらず、ヨーロッパの消費動向は非常に良好です。なぜなら、消費者は危機に接して、個人的消費に逃げ込む傾向を強め、このことが、ヨーロッパのいくつかの重要な消費市場に良い影響を与えています。ですから私は、フォトキナ2012 ワールド・オブ・イメージングは再び、世界で最も重要なトレンドと受注の見本市となり、業界における世界の主要見本市としての評価を、完全に満たすだろうと確信しています。

そして、今から皆様にお約束できるのは、フォトキナ2012 ワールド・オブ・イメージングは、来場者をわくわくさせ夢中にし、トレンドとイノベーションの比類ないプラットフォームとなり、世界中の他のどの見本市もできない、他に類例のない形で、イメージングの素晴らしさを経験できるものとなることです。

では、9月のフォトキナ2012 ワールド・オブ・イメージングで、皆様をケルンにお迎えできることを、心より楽しみにしております。

ご清聴ありがとうございました。

【お問合せ先】

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5F

TEL:03-5793-7770 FAX:03-5793-7771

e-mail: kmjpn@koelnmesse.jp / URL: www.koelnmesse.jp