

中小企業の革新的な技術の世界に売り込む！ 世界最大の国際産業技術見本市「ハノーバー・メッセ」の活用

ドイツでは一年を通して様々な分野の見本市が開催され、欧州だけでなく世界中から多くの出展企業と来場者を集めています。

「ハノーバー・メッセ」は、産業技術分野における世界最大の見本市であり、ドイツのハノーバーで毎年4月上旬に開催され、オープニングイベントではドイツのメルケル首相やその年のパートナーカントリー（今年はオランダ）の首相が講演するなどとても格式の高い見本市です。今回、ハノーバー・メッセを視察し出展企業などから話を伺う機会がありましたので、その様子をお伝えします。

ハノーバー・メッセの概要

ハノーバー・メッセは、世界の最新技術を最初に目にすることができると言われている世界最大規模の国際産業技術見本市で、今年は4月7日（月）から11日（金）まで開催されました。会場のハノーバー国際見本市会場は敷地面積401,600㎡であり、見本市会場として世界最大級の規模を誇っています。これは、中小企業総合展（東京）が開催される東京ビックサイトの約4倍に相当します。

ハノーバー・メッセは、産業技術分野における複数の専門見本市が同時に行われる複合見本市であり、偶数年と奇数年で見本市を構成する専門見本市が異なります。偶数年である今年は規模が小さい年に当たりますが、それでも世界中から約5,000社が出展し、期間中の来場者は約100カ国から約18万人にのぼりました。

その中には、業界の専門家やトップバイヤー（企業の調達責任者）、購入決定権者が多く含まれています。また、来場者の4人に1人がドイツ国外からの参加であり、非常に国際色豊かな見本市となっています。このように、様々な分野の関係者が来場するため、新規取引先を探している中小企業などにとって異業種のバイヤーや技術者と知り合える重要な機会となっています。

日本の見本市は情報発信という意味合いが強い傾向にありますが、ドイツの見本市は交渉の場であり、出展企業によっては年間の売上の何割かがここでの商談で決まるとのことです。出展企業はあらゆる切り口で自社の革新的な製品・技術を紹介しており、そのような世界の最先端の製品・技術が一度に見られるのが業界最大の見本市であるハノーバー・メッセの特徴です。



ハノーバー・メッセの会場（来場者は18万人）

]

日本の中小企業の参加

今年のハノーバー・メッセには、日系企業が約 30 社出展していました。そのうちの 4 社は、日本の中小企業総合展において、来場者の投票で決定するベストプラクティス賞（優れた中小企業）に選ばれたため、その特典として（独）中小支援基盤整備機構の支援により参加していました。日本からの出展企業は、大手企業から資本金 1,000 万円の地方の中小企業まで会社の規模は様々でした。それぞれの企業が、強みのある技術を活かした自社製品や独自の技術をアピールしていました。特に、全国各地の中小企業 12 社が共同出展していたブースでは、JAPAN の文字を前面に出し、メイン通り沿いに場所を構え、多くの来場者を集めていました。



中小企業 12 社による共同ブースの様子

ハノーバー・メッセには、新しい技術や商品を探しているバイヤーが多く来場しています。新しい取引先を探すため、事前取引先となりそうな企業とアポをとり、期間中にブースを訪問してもらい実際に商品や技術を見てもらうこともできます。また、他にない革新的な技術や商品を持った企業には、その技術に興味のある来場者から自分たちだけでは思いつかない用途や自社の技術の応用を提案されることもあります。また、出展企業には各ホールで行われるイベントにおいてプレゼンテーションの機会が与えられ、多くの来場者に自社製品や技術力の高さを積極的に売り込むことができます。

新規取引先を探している中小企業や異業種への参入を目指す中小企業にとって、産業技術分野の複合見本市であるハノーバー・メッセは多くの可能性を秘めています。

ハノーバー・メッセの魅力

ハノーバー・メッセの魅力は出展することだけではありません。出展企業によると以下のような魅力があるとのことでした。

- ・ 欧州へ頻繁に出張できないため、業界関係者が一同に会するハノーバー・メッセで、普段メールや電話での連絡しかできない取引先と会い、取引の最終確認や契約締結などの交渉を進めることができる。
- ・ 出展しながら空き時間に取引先になりそうな企業への営業活動を行うことができる。
- ・ 他社の製品や業界の最新動向、業界の主要な大手企業の開発戦略、そして業界の市場に求められること（製品、技術、デザインのトレンドなど）を知ることができる。
- ・ 自社の製品のヒントになるような新技術・新素材、自社の技術の新しい応用のアイデア



期間中は多くのシンポジウムが開催される

に出会うことができる。

- ・期間中に開催される業界に関係した多くの会議やシンポジウムに参加し、新たな知見の獲得やネットワークを構築することができる。
- ・メッセへの出展自体が、従業員のモチベーション向上及び教育に役立つ。

また、ハノーバー・メッセを主催するドイツ・メッセ社は、出展者や視察者に対し新しいビジネスパートナーを探すための支援や会議スペースの貸出、視察者に対する見本市の概要を説明するツアーの提供など様々なサービスを提供しています。

欧州の見本市におけるビジネスチャンス

欧州の見本市は、ニッチな分野で世界のトップを狙う企業に向いています。一方、アジアの見本市では、たとえ引き合いがあり取引を開始できたとしても、すぐに他社との価格競争に巻き込まれると言われてています。

医療、航空産業、防災、新エネルギーなど高い安全性や技術力が求められる分野は、日本の強みが活かされる優位な分野と言えます。これらの分野の取組みは、欧州が先進的であり、欧州の企業が強い分野でもあります。このような分野で革新的な技術を持つ中小企業にとって、地理的に離れていても欧州でビジネスパートナーを探す価値が十分あると思います。大量生産品ではなく高付加価値商品であれば、欧州の企業とも十分にビジネスを継続できると思います。



スマートシティなどの最先端技術が集結

地域経済活性化のための中小企業支援として

高い技術を持った地域の中小企業の海外展開のため、地方自治体として地域の中小企業に対してハノーバー・メッセなど欧州の見本市への出展もしくは視察の支援をしてはどうでしょうか。地方の中小企業にとっては、欧州への見本市出展にかかる経費は決して小さいものではありません。地方自治体が、海外進出への意欲と革新的な技術を持つ地域の中小企業の見本市出展を支援することにより、中小企業にとって海外進出がぐっと身近になると思います。今回の見本市では、韓国企業が約 70 社、中国企業は約 500 社が出展し、会場内の至る所にそれらのブースがあり大きな存在感を示していました。そうした中、日本の中小企業が単独で出展するのではなく、地方自治体の支援で中小企業が共同出展することにより、そのブースの魅力を大きく引き出すことができ、多くの来場者に立ち寄ってもらうことが期待できます。

日本の製造業は世界へ良質の製品と部品を提供しており、日本の技術は世界で大変高い

評価を受けています。そして、日本の製造業の強みである高い品質と信頼性は、地方の中小企業によるところが大きいといわれています。日本の製造業が激しい国際競争にさらされ、大手企業が海外生産に切り替えていく中、地方の中小企業が生き残るためには、その高い技術力を活かした異業種への参入や海外企業との取引の拡大が必要となってきます。

世界に通用する革新的な技術を持った中小企業の海外展開を支援するために、欧州の見本市を活用してはいかがでしょうか。

(大庭所長補佐 静岡県派遣)

