

drupa 2024**世界49ヶ国から1,537社が出展**

—印刷業界におけるメガトレンドへの解決策を提示

「インターナショナルメディアカンファレンス」レポート

今年5月28日から6月7日までドイツ・デュッセルドルフ見本市会場で開催されるdrupa 2024の開幕が迫る中、世界33ヶ国から70名を超えるメディア関係者が参加した「インターナショナルメディアカンファレンス」が現地・見本市会場で3月25日から27日まで開かれ、主催者および18の出展社からdrupa 2024に関するプレゼンテーションが行われた。カンファレンスでは持続可能性やデジタル化、人材育成といった印刷業界を取り巻くメガトレンドへの対応が迫られる中、これらの課題解決に資するソリューションが一堂に会することが示された。

▶ 「持続可能性」「デジタル化」などに資するソリューションが一堂に

メディアカンファレンス初日のオープニングセッションでは主催者によるプレゼンテーションが行われ、drupa実行委員会のDr.アンドレアス・プレスケ委員長(Koenig & Bauer社CEO)、メッセ・デュッセルドルフのエアハルト・ヴィーンカンプ常務取締役とザビーネ・ゲルダーマンdrupa 2024本部長兼印刷・メディア産業メッセ統括が登壇した。

Dr.プレスケ委員長は、印刷業界に大きな影響を及ぼしているトレンドとして「Sustainability：持続可能性」、「digitalization：デジタル化」、「skilled staff：熟練スタッフ」の3点を挙げた。特に持続可能性については「私たちは持続可能性とコストが矛盾しない唯一の業界だと思っている。自動車業界ならば、持続可能な自動車はより高価であり、走行距離も短い。建築



Dr. プレスケ委員長

業界でも建物の断熱性にはコストがかかる。しかし、私たちの業界では、機器をより持続可能なものにすれば、廃棄物、エネルギー、インク、そしてコストを削減することができる」と指摘。その上で「drupa 2024で目にするものはデジタル化されたワークフローであり、効率性や持続可能性などだ。また、私たちはスキルを備えたスタッフが不足していることに不満を抱いている。世界中で熟練スタッフが不足しており、機器がますます複雑になる中で、熟練スタッフの不足は成長に良い影響を与えない可能性がある。これらが私たちのビジネスにおける3つのメガトレンドであると考えている」と述べた。

それを受けてゲルダーマン氏は「drupaが業界における世界的な変化を反映していることは疑いの余地がない。私たちはブランドオーナーと消費者の要求を満たさなければならず、より持続可能な製品を製造し、最良の事例とソリューションを提示しようとしている。そのため、私たちは特別フォーラムを用意し、優れた講演者、ブランドオーナーの専門家、さらには業界

外の講演者も参加する。なぜなら、他の業界がどのようにしてソリューションを発見しているか、それを私たちの業界のために理解することが非常に重要だと考えているからだ。drupaで紹介される画期的なテクノロジー、イノベーション、トレンドの展望とプレビューを見ていただきたい」とコンセプトなどを紹介した。

また、ヴィーンカンプ常務取締役は展示会が相次いで中止となったコロナ禍におけるメッセ・デュッセルドルフの状況を振り返り、2022年に事業を本格的に再開すると、2023年には世界中で多数のイベントを開催することができたと報告。「5月末に素晴らしいdrupaが開催されることを楽しみにしている」と期待感を示した。

日本企業は総出展面積で全体3位、 1社あたりの出展規模ではトップに

コロナ禍によって2016年以来のリアル展示会として開催されるdrupa 2024は、デュッセルドルフ見本市会場の18ホール・約14万m²の展示面積に49ヶ国から1,537社の出展が決定している（3月22日時点）。国別の出展社数では、中国が384社で最多となり、次いで開催国であるドイツが360社。イタリア（137社）、イギリス（64社）、トルコ（49社）、オランダ（48社）、イス（42社）、スペイン（33社）など欧州からの出展が多く、アメリカは54社となっている。また、インドは80社で、2016年から倍増している。

日本からの出展者数は23社の発表だが、1月17日に都内で開かれた「drupa デュッセルCLUB」において、ゲルダーマン氏は海外の現地法人からの登録などを加味した日本からの実質的な出展社数は、キヤノン、デュプロ、エプソン、富士フィルム、ホリゾン、小森コーポレーション、コニカミノルタ、京セラ、ミマキエンジニアリング、武藤工業、日本製図器工業、リコー、理想科学工業、リョービMHIグラフィックテクノロジー、SCREENグラフィックソリューションズ、東洋インキ、東芝など46社であることを明かした。また、出展面積



世界中のメディア関係者が参加したカンファレンス

は1万8,948m²であり、これはドイツ（4万857m²）、中国（2万3,816m²）に次ぐ第3位。1社あたりの平均出展規模ではトップであり、高い存在感を示している。

各社による最新ソリューションの展示に加え、drupa 2024では5つの特別エリア・展示からメガトレンドに関する最新情報が発信される。

「drupa cube」（Hall 6:F03）では、グローバルなメガトレンドに焦点を当てた50を超えるセッションに加え、サーキュラーエコノミーや持続可能性、印刷とパッケージの未来などをテーマとした5つの基調講演が行われる。

「touchpoint sustainability」（Hall 14:D60）では、印刷産業と製紙産業における持続可能な変革に向けたトピックスを提供する。メーカー、業界関係者、ブランド、ユーザーが協力し、持続可能性に関する多くの展示で変化がどのように現実になるかを示す。

「touchpoint packaging」（Hall 3:B31）では、先見性のあるインテリジェントなパッケージングソリューションに重点を置き、ブランドオーナーとデザイナー、印刷サービスプロバイダー、コンバーターを結びつける。世界的なメガトレンドと、それが持続可能性や電子商取引などのパッケージ生産に及ぼす影響に関する重要な問題についても議論する。

「dna (drupa next age)」（Hall 7:09）は、スタートアップ企業などのニューフェイスと既存のグローバルプレーヤーとのマッチングやビジネスアイデアの交