

ドイツの新規自転車展 BIKE-EXPO 参観報告

本年が初開催となるドイツ自転車展「BIKE-EXPO」が 2009 年 7 月 23 日(木)～26 日(日)の 4 日間、ドイツ、ミュンヘンの見本市会場で開催された。

【BIKE-EXPO 2009】

主催： Messe Muenchen GmbH

会場： 新ミュンヘン国際見本市会場

会期： 2009 年 7 月 23 日(木)～26 日(日) 10:00～18:00

23, 24 日ビジネスデー、 25, 26 日一般公開

使用会場： 計 45,000 m² (ホール B5、B6 22,000 m²、屋外エリア 25,000 m²)

入場者数： 計 25,000 名 (ビジネス 42 カ国 5,000 名、一般 20,000 名)

出展社数： 25 カ国 211 社



見本市会場正面



屋外 BMX コース

1. 主な出展者

同展は昨年のケルン展 (IFMA) 終焉後、新たなドイツにおける自転車展示会が望まれ、メッセミュンヘンの主催により、IFMA 最大の出展者であったドイツ二輪車共同購入組合 (ZEG) との連携により新規に開催されたものである。ZEG は会員限定ブースの他、今回は一般来場者のために展示コーナーを十分に設けていた。更に同組合オリジナルのスポーツ車「BULLS」は別ホールのブースでも展示をする等、ZEG の同展への力の入れ具合が分かる。

その他の主要出展者としては、トレッキング車、シティ車が中心のパンサー、ケトラーやダービーサイクルのカークホフとフォーカス、アクセルグループのスパルタとヘラクレス、スポーツ車中心の KTM、ピナレロなどである。部品・付属品ではシマノ、SR サンツァー、シュワルベ、ABUS、SKS、UVEX など、ZEG と取引のある企業が出展していた。一方、現在 ZEG と取引の無いその他の有力欧米企業の出展は殆ど無かった。



ZEG（左；奥ブースは会員限定、右；一般来場者向けコーナー）



MTB タイプの電動アシスト車（KTM）



茶系パーツを取り入れたシティ車（スパルタ）

2. ビジネスショーとしての課題

開催予定が発表された当初から、ドイツ自転車業界では7月は時期が早いという意見が出ており、今回の展示会の成否が案じられていた。結果、屋内展示 17 ホール、屋内総面積約 18 万㎡を要するドイツ屈指のこの見本市会場で、BIKE-EXPO は僅か 2 ホールの屋内展示と屋外エリアの使用に止まった。

昨年 IFMA には ZEG 会員の多くが来場したと見られるが、今回ミュンヘンでは会員参加数は減少し彼らの多くは初日だけ展示会場を訪れた模様で、ビジネス・デー2 日目の 24 日は各ホールとも来場者が少なく人影もまばらであった。

出展企業にとって 7 月では次年度モデルの十分な準備期間がとれず、販売業者にとって 7 月は夏休みシーズンに突入し、レジャー用品としての自転車需要が高まる繁忙期に、わざわざ店舗を離れミュンヘンに行かなくてはならないことに一部販売業者から不満も漏れていた。また、間近に EUROBIKE という大規模展示会を控え、多くの関係者に「新商品はフリードリッヒスハーフェンで」という心理が働いたとしても不思議なことではない。

昨年開催前に終了の報を受け大幅にビジネス来場者が落ち込んだ IFMA でさえ昨年のビジネス来場者は 9,000 名であったことを考えれば、今回のビジネス客数 5,000 名は決して多いとはいえない。今後の同展の課題は、ZEG 関係者以外のビジネス客をいかに集めるかである。



閑散とした B5 ホールの様子 (7/24 ビジネスデー)



7/25 一般公開日には来場者で溢れた

3. ユーザーショーとして可能性

ビジネスショーとしては順調な船出とは言い難いが、ここミュンヘンはドイツ南部バイエルン州都であり、人口 135 万人(2008 年 7 月現在)を数えるドイツでも有数の大都市である。更にドイツ南部は、他地域に比べ自転車の平均販売単価は高い。元来、付加価値の高い MTB やロードレーサー等のスポーツ車の需要もあり、今後は同様に販売価格の高い電動アシスト自転車の需要も充分予想される。今回の展示会でもエクストラ・エナジーの電動アシスト車試乗コーナーには順番待ちの人々が列を作っていた。

初開催にも関わらず、屋外エリアの展示ゾーンは、出展者ブース、複数の試乗コースなど来場者が楽しめるような工夫が見られ、他の自転車展に引けをとらぬ内容であった。24 日の閑散とした雰囲気とはうって変わり、入場無料の効果もあったとはいえ、翌日の一般公開日に多くの来場者がつめ掛けた様子を見て、欧州最大の自転車市場のドイツではユーザーショーは依然として必要であり、そのためには消費地と密着した場所での開催が大変重要であると感じられた。

今回の展示会はビジネス客とユーザーどちらをターゲットにしているのか開催趣旨が不明瞭であるとの指摘がいくつかの業界関係者から聞かれたが、一般公開 2 日間に 20,000 名のユーザーを動員しユーザーショーとして一定の成功を収めたことにより、今後は自転車小売店

主やユーザー向けのショーとしての方向に固まっていく可能性もある。



屋外エリアの様子（7/25 一般公開日）



子供向け MTB 試乗コース



来場者体験イベント（B6 ホール）

4. 来年の見通し

来年以降、同展がビジネスショーとしての可能性を見出せるならば、日本製自転車部品に関して、特にドイツ国内市場への輸出を重視する企業は、出展参加について検討の余地もあると思われる。特にドイツ西部に比べて普及が若干遅れ気味であった電動アシスト自転車については、南部地域ユーザーも近年関心を寄せるようになり、元来の購買意欲の高さから潜在市場として可能性を秘めている。

現段階で主催者から来年開催時期は公表されていない。目下、最善の開催時期を熟慮中とも考えられ、まずは来年の開催時期の決定を待ちたい。

以上

（デュッセルドルフ事務所）