

# COMPAMED 2017 大田区共同出展レポート



1. 展示会名称： COMPAMED 2017
2. 会期： 2017年11月13日(月)～11月16日(木) … 各10:00～18:00 (4日間開催)
3. 会場： メッセデュッセルドルフ … デュッセルドルフ中央駅から地下鉄で約20分  
東京ビッグサイトの約3倍の広大な展示面積

#### 4. 概要：

COMPAMEDは欧州最大の医療機器展示会である「MEDICA」と併催の展示会で、医療機器向けの部品・材料や加工技術を訴求する場である。MEDICAと比較すると会場の盛況感にはやや欠けるが物見遊山の来場者は少なく、調達や市場調査など明確なテーマを持った来場者が多い。大田区の共同出展は、2年ぶり4回目。

#### 5. 出張者（大田区産業振興協会）

- ① ものづくり・イノベーション創出課 ものづくり取引促進担当 堀田 祐一（記）
- ② 欧米市場開拓員 原 圭介

#### 6. 大田区ブース出展社 および アンケート結果（半年後に成果を再調査予定）：

企業名	展示品目	商談件数	継続案件	確率	出展効果
① 大田精工(株)	医療用歯車	32	14	44%	とても高い
コメント：「新製品開発依頼、見積依頼、モジュール化（組立）依頼などがあった」 「中東の医療関連展示会に参加したい」					
② 日進工業(株)	樹脂製鉗子	56	6	11%	とても高い
コメント：「産婦人科で使用する鉗子の樹脂化について問い合わせがあった」 「代理店候補の企業と出会えた」「鉗子の相場価格を知ることができた」					
③ 株松浦製作所	精密金属加工部品	5	0	0%	低い
コメント：「海外での微細加工の需要を調べるために出展した」 「現地に来ないと分からない情報が多かった。もっと事前準備すべきだった」					
④ 菱和工業(株)	樹脂・ゴム成型品（抗菌）	15	3	20%	ふつう
コメント：「成型品の量産部品サプライヤーとしての問い合わせを受けた」 「3Dプリンターによる試作部品の引合いを受けた」					
合計		108	23	21%	75点

満足度：100点満点

## 7. MEDICA/COMPAMED 2017 数字関連

	出展対象	会期	出展社数	内、日系	日系%	来場者数	前年比
MEDICA	医療機器	11/13~16	5,100	108	2%	123,500	97%
COMPAMED	医療機器向け部材	11/13~16	800	70	9%	20,000	105%

- 世界 66 か国から出展社が集い、130 か国からの来場者を迎えた。
- 来場者の 60%以上がドイツ外からの来場。
- MEDICA 用のホール 1 と 2 が大型改築工事のため利用できず、臨時ホールとなる 3a と 18 が使用された。

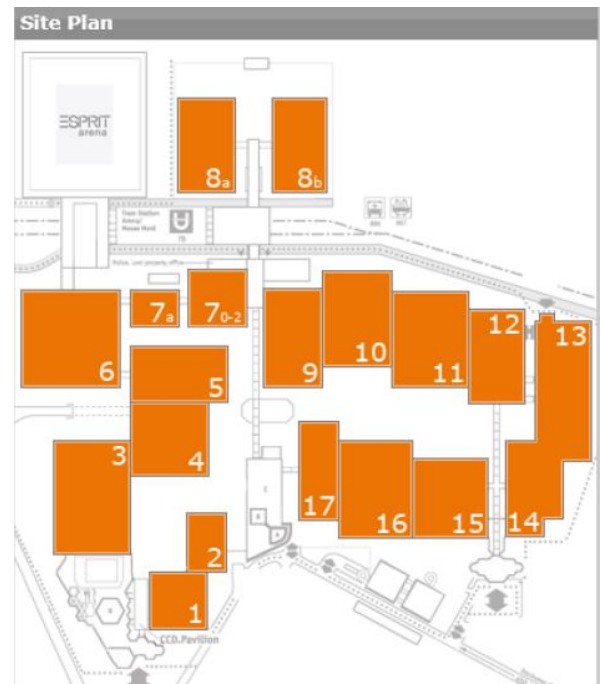
MEDICA は会場の一部が改築工事中のため、来場者数が微減したが、COMPAMED は前年比で 5% 増加した。

日本の見本市では見られない規模・盛況感であり、特に MEDICA では各ブースの 2 階に設けられた応接スペースにて活発に商談が行われていた。日本で時々見られるような「お付き合い出展」は少なく、真剣な商談の場である。

注目を集めていたテーマとしては、「脱物質化」、「スマートフォンやタブレットでの医療や介護関連アプリ」、「機器や装置の軽量化、小型化」、「ウェアラブル」、「センサー・システム」などが挙げられる。一方、広く普及している「トレッドミル」や「介護ベッド」などの機器の改良版も多く展示されていた。

日系企業の出展社数は、昨年は両展併せて 172 社だったが、今年は 178 社に増加した。多くの日本企業にとって注目市場である「欧州」と「医療機器」という 2 つのテーマが重なった展示会ということもあり、年々日本からの出展社数が増加している。MEDICA では JETRO ブース（日本パビリオン）にて 26 社、日本医療研究開発機構ブースでは 11 社の中小企業が出展していた。COMPAMED には大田区のほかに諏訪市、信州大学、福島県、さいたま市、浜松市が継続出展しており、東京都と横浜市が新規にパビリオンを構えた。大田区からは共同出展した 4 社のほかに池上通信機材や KSS（JETRO ブース）が MEDICA にて出展していた。ただ、ドイツ企業以外では米国やフランスのパビリオンが各ホールで目立っており、中国・韓国パビリオンも大きなスペースを占めていて、日本ブースの存在感は薄いと云わざるを得ない。

COMPAMED では、医療用の部材を展示している企業のほかに、他産業で培った加工技術をアピールし、来場者側に応用例を考えてもらうスタイルで出展している企業も見られた。参入障壁が高い日本市場と並行して、欧州の医療市場に活路を見出そうとしている企業も多い。



## 8. 大田区パビリオン 写真集

街角にもCOMPAMEDの広告



大田区ブース全景



商談風景①(大田精工)



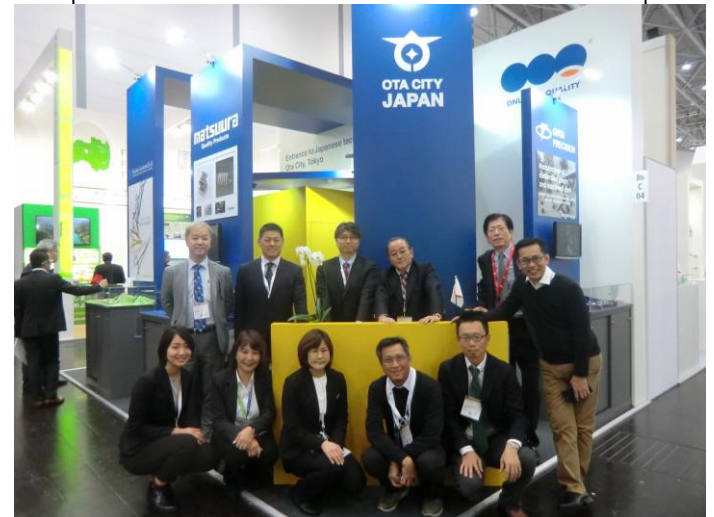
商談風景②(菱和工業)



東京都ブース



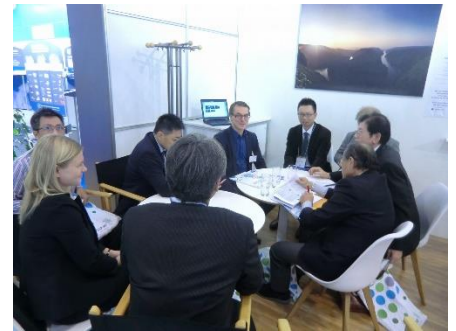
展示会終了



## 9. 大田区ブース以外での交流

### a) ザールラント州 Innovation & Standort e.V. (saaris)

ザールブリュッケンが州都で人口約 100 万人の「ザールランド州」の公的産業支援機関(職員 60 名)。JETRO にアポを取っていただき、初日(11/13)に MEDICA の先方ブースを大田区出展企業と訪問。担当者の Dr. Thomas Siemer 氏と面談し、医療、自動車、ICT や製造のネットワーク化等の注力分野に関する情報を入手。併せて当方より大田区産業を PR した。また、同州の出展企業 4 社のブースを訪問し、企業間の交流を図った。



### b) Mittelhessen Regional-management GmbH (中央ヘッセン州地方管理会社)

フランクフルトを擁し人口約 600 万人の「ヘッセン州」の中央部を管轄する公的産業支援機関。JETRO にアポを取っていただき、三日目(11/15)に大田区出展企業と先方ブース訪問し、Regional-Manager の Mr. Christian Piterek 氏と面談した。同氏には大田区ブースにも足を運んでもらい、彼我の市場性や投資環境についての情報交換を行った。また、ヘッセン州中央部より出展していた DRG 社、LEA 社のブースも訪問し、大田区企業との企業間交流を行った。



### c) ザクセン州経済振興会社

ドレスデンが州都で人口約 400 万人の「ザクセン州」の公的産業支援機関。最終日(11/16)にノーアポ訪問。大田区企業は多忙のため、協会職員のみで訪問。プロジェクトマネージャーの Ms. Barbara Weigert 氏が快く面談に応じてくれた。大田区企業との連携について興味を持っていただき、後日(12/11)に同僚の Ms. Alexandra Gering 氏が大田区産業プラザに来訪。同州は Audi の発祥地であり、VW、BMW や Porsche の工場も稼働している。日系では、トヨタ、デンソー、日立 AUTOMOTIVE なども進出しており、今後の連携先として有望であるため、今後協力関係を築いていきたい。



### d) Steinstosser Qualitatswerkzeuge GmbH & Co. KG

10/17 の欧州市場勉強会に、コンサル企業の LYOGROUP と共に登壇してもらった経緯もあり、会期翌日(11/17)に NRW 州 Remscheid 市の本社工場を榊松浦製作所と訪問。社長の Mr. Patrick Buchholz が対応してくれた。1904 年設立の切削工具メーカーで主要顧客はリサイクル工場等。従業員数 50 人で 3 シフト制を敷いており、年商は約 10 億円。500g から 200kg の工具が製造でき、後工程の熱処理はオランダの協力工場にて行っている。安価で攻めているインドやスロベニア企業と競合するが、長持ちするという評価を得ており欧州で高いシェアを維持している。日本にも 2 社顧客あり。50 年勤務しているベテランもおり、ドイツのマイスター資格を持つ従業員 2 名を擁する。



## 10. 所感ほか

今年で4回目の大田区共同出展となったが、規模や商談の場としての真剣度など、日本の展示会との差異を改めて感じた。名立たる医療関連メーカーが周到な準備の上で出展しており、ビジネスの刈り取りの場としての「オフィス」がずらりと並んでいるという印象である。「基礎小間にパネルを引っ掛けただけ」というようなブースでは目立つことができず、アイキャッチができて且つ洗練されたデザインのブースでなければならない。大田区企業の中でも、医療機器のニーズに効果的に訴求できていた企業には多くの来客があり、そうでない企業はやや苦戦した格好である。なお、COMPAMEDには、出展を希望するもののスペースが確保できずに出展できなかった企業が150社あったとのこと。

これまでの経験を踏まえて出展したこともあり、今回出展した4社はそれぞれ見込客との交渉の入り口に立つことが出来たが、成約に向けては準備と同様に展後のフォローが重要である。連携機関の協力も仰ぎながら条件交渉や貿易面などのサポートを当協会としても行っていく。エンドユーザーと直接成約できれば一番良いが、国際規格や商習慣など様々な参入障壁もある。そのため、競合他社へのOEM供給や専門商社経由での販売も視野に入れて取り組んでいきたい。今回出展した大田区企業には「技術・品質」はあるので、「マーケティングやブランディング」面でのサポートが重要である。

今回の出展では、欧州の企業のほか前項のとおり公的支援機関との交流を行うことができた。大田区企業のドイツ展開において彼らとの連携は心強いツールとなるため、先方の誘致マインドもうまく利用してプロモーションを行いたい。また、今回は委託した通訳者もたいへん積極的な姿勢で対応してくれたため、交流を行う上で大変助かった。このような積極性やホスピタリティを見積比較時の材料にすることを今後の課題としたい。

海外見本市事業に関して、経験豊富で単独出展できる企業に向けては助成事業が用意されており、利用が進んでいる。一方、自力での出展が難しい企業にも共同出展という形で国際化の機会を提供し、将来の業績向上につなげてもらうことも重要である。今回のCOMPAMEDのように共同出展事業を続ける意義は大きいと思われる。