

2026/27 年度 UFI（国際見本市連盟）会長 ヴォルフラム・N・ディーナーに聞く 3 つの問い

### 見本市は「経済と社会にとって不可欠な存在」

2025 年 11 月 19 日、メッセ・デュッセルドルフのヴォルフラム・N・ディーナー（Wolfram N. Diener）代表取締役社長は、香港で開催された「第 92 回 UFI グローバル・コンGRESS」において正式に UFI（国際見本市連盟）次期会長に就任しました。現会長パニッタ・ブリ氏（タイ・Bhiraj Buri グループ副会長）、前会長ヒュー・ジョーンズ氏（英国・RX 社 CEO）とともに、UFI の「プレジデンシャル・トリオ」を構成します。正式な会長職の引継ぎは 2026 年 11 月にバーレーンで開催される「第 93 回 UFI グローバル・コンGRESS」にて行われる予定です。

今回のインタビューでは、分断が進む世界経済において見本市が果たす安定的な役割、グローバル市場の現状、そして AI が展示会産業にもたらす新たな機会について語りました。

**Q: 2026 年に UFI 会長に就任されますが、特に推進したいテーマは何でしょうか。**

ディーナー：今日、展示会業界は地政学的・経済的な圧力にさらされ、その重要性が過小評価されがちです。しかし実際には、見本市は経済と社会にとって「システムとして重要な存在」です。そのため、外部からの広い認知と政治的支援、そして内部からの変革が求められています。

私はまず、見本市の価値をより一層可視化することで、業界への理解を高めたいと考えています。世界が分断へ向かう中、私たちは参加者をつなぎ、対話の場を提供し、製品を実際に体験できる機会を創出し、ダイナミックな時代における信頼を支える役割を果たしています。

また、主催者、会場運営者、サービスプロバイダといった立場を超え、業界が「ひとつの声」で語ることが重要です。UFI はその多様な役割への理解を促し、共通の利益を推進する組織であり、私はこの結束をより強化したいと考えています。

さらに、経済が最も必要としている分野—ダイナミックな市場や国際交流の接点—においてより積極的に活動することが不可欠です。そのために私は、開発途上国や新興国での会員拡大を推進し、協働的で未来志向、かつ高いインパクトを持つ「真にグローバルな展示会産業」の

形成に貢献したいと考えています。

**Q: 世界経済の緊張が高まる中、展示会産業にはどのような影響があるでしょうか。**

ディナー：展示会産業は「世界経済の地震計」ともいえる存在です。現在、国際的な危機により企業は大きなプレッシャーを受けており、その影響は見本市にも表れています。最新の「UFI グローバル・バロメーター」によれば、米国、ドイツ、中国という 3 大市場は横ばいから減速傾向が予想され、全体として楽観ムードではありません。いま重要なのは、見本市の独自価値（USP）を改めて強調することです。つまり「他のコミュニケーションチャンネルが停滞しても、対話と協働の場を創出する」という点です。

一方でポジティブな兆しもあります。世界の展示会関連企業の約 3 分の 1 が、2025 年に 5% 以上の成長を見込んでおり、多くが今後に対して前向きな姿勢を示しています。特にブラジル、インド、マレーシア、メキシコ、サウジアラビア、UAE などの成長市場では、非常に明るい見通しが示されています。

さらに注目すべきは、業界が「手をこまねいて待つ」のではなく、積極的に行動している点です。10 社中 8 社が新たな取り組みを計画しており、6 社が日常業務で AI 活用を進めています。また 4 社は年末までに人員拡充を図る意向を示しています。

**Q: 展示会産業の発展を支える重要な原動力となる AI。その最大のメリットは何でしょうか。**

ディナー：AI が真価を発揮するのは「大量のデータ」「複雑なプロセス」「個別のニーズ」が交わる場面です。展示会ビジネスはまさにその典型であり、すでに展示会関連企業の約 3 分の 2 が、業務効率化のために日常的に AI ツールを活用しています。展示会産業は AI 活用において「先駆者」でも「後発」でもありませんが、確実に変革期を迎えています。

特に重要なのは次の 3 点です：

1. パーソナライゼーションの飛躍的な向上：来場者と出展者を結びつける高度なマッチメイキングや、より個別化されたコミュニケーションの実現などが挙げられます。
2. 持続可能性の向上：物流の最適化やスペースの精緻な活用、CO2 排出量の削減によって、より持続可能なイベント運営が可能になります。
3. 革新的な展示会体験の創出：AI が新たなデジタルサービスを生み出します。

多くの取り組みは、主催者が自らの業務プロセスの中で直接導入・運用できるものであり、すでに多くの企業が実践しています。一方で、より高度で複雑な AI 活用には、専門技術を持つ

パートナー企業との連携が必要です。

しかし明らかなのは、成功する AI 戦略は、業界特有の深い知見と高度なテクノロジーの融合によって初めて実現するということです。

#### **国際的な展示会ネットワークを代表する UFI**

UFI は 1925 年に設立された非営利・中立的立場をとる国際団体であり、現在では世界 90 か国以上に 5 万人を超える展示会業界の専門職を代表しています。フランス・パリに本部を構え、アジア、北米、中南米、欧州、中東・アフリカの 5 地域にローカル拠点を展開しています。

#### **メッセ・デュッセルドルフグループについて**

メッセ・デュッセルドルフは、世界をリードする見本市主催会社のひとつに数えられます。独デュッセルドルフの 61 万 3,000 m<sup>2</sup>の展示会場では、毎年約 40 の見本市を開催しており、その中には国際的に有名な展示会が 20 含まれます。18 のホールには各業界の国際的なマーケットリーダーや主な意思決定者たちが一堂に会し、イノベーションを発表し、新しいアイデアを交換し、ネットワーキングを行います。メッセ・デュッセルドルフの専門分野には、冶金および casting 技術を含む「機械・プラント・設備」（例：drupa, K, interpack, glasstec, wire, Tube）、「小売・商業・サービス」（例：EuroShop, EuroCIS, ProWein）、「健康・医療技術」（例：MEDICA, COMPAMED, REHACARE, A+A）、「ライフスタイル・美容」（例：BEAUTY, TOP HAIR）、「レジャー」（例：boot, CARAVAN SALON）、「モビリティ」（例：XPONENTIAL Europe, Flotte!）が含まれます。また、このほかに子会社のデュッセルドルフ・コンGRESSが多数のコンベンション、企業イベント、カンファレンス、会議を手掛けています。海外では 142 か国に 78 の代表部と 9 つの子会社を設置し、80 以上のイベントを主催しています。

#### **【本件に関するお問い合わせ】**

##### **メッセ・デュッセルドルフ**

Dr. Andrea Gränzdörffer

コーポレート・コミュニケーション部長

Tel.: +49 (0) 211/4560-555 E-mail: [GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de](mailto:GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de)

##### **株式会社メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン**

富田 那渚 (Ms. Nao Tomita)

E-Mail: [mdj@messe-dus.co.jp](mailto:mdj@messe-dus.co.jp)