

環境ワーカーの身だしなみ

ユニフォーム 手袋 安全靴 バッグ

廃棄物処理の現場を支える衣類や小物、地域発ベンチャーのエコグッズなども見逃せないIFATの魅力のひとつだ

IFATでは数百～数千万円の機器ばかりでなく、洗練されたデザインの作業着や手袋、安全靴、小型の清掃用具などのほか、エコグッズも出展されている。

たとえば、ヘッセ州フランクフルトの南に隣接するダルマシュタットに本社を構えるエンゲルベルト・ストラウス社。作業着やグローブ、道具入れ、シューズなどを扱うが、スポーツショップのようにファッショナブルだ。

また、バイエルン州に本社を構えるシューズメーカーのHAIX社も来



太陽光パネルのついたソーラー (Seesolar) 社のソーラーバッグをもつボデンシー (Bodensee) 社のG・ジママンさん。バッグ内部のコネクターに携帯電話などをつないで充電できる。出力は5Vと6V。気温40度以下で2～6年間使用可能。好きな写真をプリントすることもできる。価格は170ユーロ。

場者の人気を集めていた。同社は1945年に創業。同社の靴づくりは軍用から始まった。安全性、機動性、通気性などに優れ、デザインにもこだわりを見せる。ブースアテンダントによると「アメリカには支社があり、中東での販売を始めたところ。東アジアへの展開は視野にあるが、実際に動きだすのは5年以上先になるだろう。足の形が違うし、マーケティングの仕方がまったく違う」とのこと。

ほかには日本のエコプロダクツ展のようなエコグッズの出展もみられた。そのひとつが太陽光パネル付きのソーラーバッグだ。製造・販売はITビジネスを手がけるカーラ・コミュニケーション。バーデン・ヴュルテンベルク州のコミュニティビジネス・ブースの出展で、マーケティング担当のG・ジママンさんによると「こうしたリクエストが多く寄せられたため、満を持してこの5月に商品化にいたった」という。「日本のマーケットに受け入れられることはドイツでのマーケティングにも役立つ」と拡張を狙う。

海外とのビジネス開拓は地域活性化に大いに貢献する。巨大多国籍企業から小さなコミュニティビジネスまで、IFATでは「着眼大局、着手小局 (Think globally, act locally)」が根付いている。

エンゲルベルト・ストラウス (engelbert strauss) 社のブース。



ストラウス社のグローブやニープロテクター (膝当て) はスノーボード用アイテムのようにカラフル。10～20ユーロの価格帯で用途に応じ、豊富なラインナップがある。



HAIX社のブース。展示会では商品の販売はしていないが「ここで買えないの？」とたずねにくる人が多い。



つま先にスチールのプロテクターが入った安全靴。通気性やクッション性、動きやすかつ美しいデザインなど、随所にドイツのクラフトマンシップがにじみ出る。ビジネスシーンでも使えるショートタイプから脛までカバーするロングタイプまであり、中心価格帯は150～200ユーロ。

第3回 IFAT 中国、9月に開催迫る!

世界の環境ビジネスをリードするIFAT、新興国市場開拓に先手

今回の重要テーマは「市場競争の原理」「気候変動対策」「アダプテド・テクノロジー」の3つ。ミュンヘンと上海、二つのトレードショーを取り仕切るエゲテンマイヤー氏にその狙いを聞いた。

Interview



ミュンヘン国際見本市 副実行委員長
オイゲン・エゲテンマイヤー氏

——今回の重要テーマについてお聞かせください。

IFATは産業の活力となるトレードショーを目指しています。そのためにもまず大事なことは市場競争の原理、次に気候変動対策です。気候変動が無視できない事実であることはもはや明白であり、今回海岸保全や洪水防止という新たなテーマを設けたのもそのためです。また、廃棄物からエネルギーを取り出すバイオガス発電で温暖化ガスの発生を抑えること、なかでも新しい分野として汚泥からのエネルギー利用が注目の取り組みです。

そして、3番目がアダプテド・テクノロジー (帰化技術) です。途上

国や新興国で環境技術を普及させるにはその地域に適したかたちで帰化させる必要があります。そのためには地域の行政と企業とが協力し、一体的に取り組む必要があります。——ドイツ環境産業界は海外市場の獲得に積極的ですね。

環境技術の移転は単に技術だけの問題ではなく、異文化適応を伴います。そのためには研究・教育レベルでの提携や交流が不可欠です。今回はじめて研究・教育パビリオンを設けましたが、アジアを含む30の大学が参加しています。GTZ (ドイツ技術公社) では新興国への技術的サポートを行っており、1975年の創設以来、アジア、アフリカ、東欧、南米など120カ国から約1000人を採用、67カ国にオフィスをもち、技術提携を進めています。さらにEUには新興国との技術提携のための補助金制度があります。

ローランド・バーガー社 (ドイツのコンサルティング会社) は世界の環境市場が2020年までに現状の2倍強の20兆ユーロになると推計しています。我々は10年先の魅力的なビジネスの種まきをしているのです。

ドイツでは産官が一丸となって環境産業を推進していますが、それには歴史的背景が影響しています。

1960年代にドイツの河川は生き物のない死の河となりました。その危機感から包括的な規制が必要だと社会が認識するようになり、法整備がされてきました。もちろん、反発もありましたが、80年代になると産業界はビジネスチャンスに気付きはじめました。河の水はそのまま飲めるほどきれいになり、環境産業はもともと競争力のある産業に成長し、経済発展は環境保全と両立できることが証明されたのです。

——IFAT中国の狙いをお聞かせください。

中国政府は直近の5ヵ年計画で1600億ドルを環境保全に費やすと発表しました。北京オリンピックをきっかけに中国は大きく変わろうとしています。IFAT中国への出展企業が現時点で前年比1.5倍の300社あまりに増えていることはその現れでしょう。

日本には素晴らしい環境技術をもつ企業があり、そのいくつかはIFATにも出展しています。地理的にも近く文化的にも共通点がある中国での競争ではずっと有利なはずでしょう。この競争において、日本企業がドイツや新興国企業などと協力し、経済成長と地球環境保全の両方に貢献することを期待しています。