

opti 2018
ファイナルレポート
 国際メガネ・オプティクストレンド専門見本市
 2018年1月12日～14日
 ドイツ・ミュンヘン見本市会場

2018年1月14日

opti ホールの未来

Summary

- B4 ホールに FUTURE SHOP を新設
- 出展企業が前回比 17%増
- フォーラムでの講演が盛況



Facts & Data

会期	2018年1月12日(金)～14日(日)
会場	ドイツ・ミュンヘン見本市会場
主催	GHM - Gesellschaft für Handwerksmessen mbH(手工業見本市会社)
規模	45,000 m ² (=全5ホール)
出展社数	40カ国から668社(2017年度:35ヶ国から557社)
来場者数	28,430人(2017年度:27,500人)
主な出展品	メガネ部品・用品(フレーム、レンズ、チェーン、ストラップ、ケース、クリーニング・ケア用品、交換部品など)、サングラス、保護メガネ・ゴーグル、子供向けメガネ、コンタクト・オプティカル・太陽光保護レンズ、レンズ溶液、レーザー視力矯正技術、検眼・視力検査・眼科機器、補聴器、医師・メガネ製造業向け機器・用品、研磨機、光沢剤、メガネ店舗設備・備品(ショーウィンドウ用品、展示ケース、在庫管理システムなど)、顕微鏡、双眼鏡、暗視機器、コンサルティング、業界団体・媒体 など
併催プログラム	opti フォーラム、YES! area、IHOT area、The opti boxes、opti キャンパス、OPTIC 4.0、FUTURE SHOP など
出展日本企業(現法出展など含む)	青山眼鏡(株)、(株)アサヒオプティカル、アトリエサンク、オプテックジャパン(株)、(株)サンリーブ、(株)シード、(株)シャルマン、東海光学(株)、(株)トプコン、(株)ニコン、(株)ニデック、(有)ヒエロハウス、福井めがね工業(株)、(一社)福井県眼鏡工業組合、HOYA(株)、増永眼鏡(株)、MATSUDA、(株)メニコン、YELLOW PLUS ほか
専用URL	www.opti.de (英語/ドイツ語)



来場者数 28,340 人、出展社数 40 カ国から 668 社、そして第一四半期で 1 億 7400 万件以上の受注を記録—この三冠を達成した opti 2018 は成功裏に終了した。これに加えて、opti は常に高い評価を得ており、来場者の 94%、出展社の 92%がこの見本市を最高と評価した。また、新しく加わった B4 ホールでは「FUTURE SHOP」が開催され、材料メーカー、機器メーカー、サプライヤーと世界各国のパビリオンが出展した。

「opti 2018 は opti 2019 にとって重要なプロローグであり、2019 年開催に向けた絶好のゲネプロの場という役割を担った。今回初の試みとなった 1 ホール増設と、ホール C1、C2 の統合された独立ブランドの展示は、2019 年開催への布石となった。2019 年は、新たに 2 ホールが加わり、新しい章の幕開けになると言えよう」と主催社である GHM / ドイツ手工業見本市会社 CEO のディーター・ドアが結論付けた。

新しく加わった B4 ホールは出展者と来場者の両者に好評を博した。韓国、フランス、中国、日本の各国パビリオンや新しい「FUTURE SHOP」の開催をまとめて提供できる場となった。opti 2018 の来場者は、昨年比 17%増の出展社を見ることができ、機器メーカーは自らの技術をプレゼンする場を与えられ、また毎年出展している企業は展示面積を広げることができた。

見本市を訪れた理由に関するアンケートによると、新しいものへの探求、ビジネスの確立、自らのスキルアップが検眼士におけるランキングのトップ 3 となっている。10 人中 6 人の来場者はこの目的のために opti に来場していると述べた。スキルアップや情報交換に関して言えば、アーレン大学の学生による「FUTURE SHOP」での毎日のガイドツアーや、「opti フォーラム」での講演は特に満足度が高かった。ドイツ語と英語で行われた眼鏡専門業者の未来についての講演に関しては、87%の来場者が「大変満足」であるという評価を下した。

スペインのブランド「MINA MÜR」からは、喜びの涙と大歓声が起こった。このブランドは「opti-Box 2018」のニューカムーだ。マドリッド発のこのブランドは奇抜な木製眼鏡により、欧州アイウェア/ファッションブロガーによって選ばれたブロガー眼鏡賞を受賞した。約 30 人のブロガーが土曜日に opti における第二回「ブロガー眼鏡賞」会場に集結し、16 の「opti-Box」ブース出展者を選考した。このように国際的なブロガーが一同に集結することは、次のような人気ブランドのミート&グリートに一役を買った。Neubau eyewear, EINSTOFFEN, monogram, SALT., Lunor, gotti, Maui Jim, そしてレンズパートナーの ZEISS VISION Care だ。

opti の長年のパートナーである眼鏡協会団体もこの見本市に非常



に満足の意を示している。ドイツの協会団体 SPECTARIS の最高経営責任者であるヨセフ・マイ氏は opti での 3 日間について次のよう語った。「顧客からの反応はとてもポジティブだった。出展者のほとんどが商品注文額にとっても満足している。この意気込みを一緒にエンドユーザーにも伝えられたらと願う。opti は国際化において、かなり成功していると言えよう」このポジティブな結果について検眼医中央協会(ZVA)会長トマス・トルッケンブロード氏は、「opti は今回 B4 ホールの拡大使用により更に素晴らしい見本市となった。会場中至るところで、機器、高品質の製品、更には職業訓練や生涯教育に対する投資への意気込みが感じられた。とりわけ、検眼医は、より多くのサプライヤーを抱えている」とまとめた。



次回の opti は 見本市ホール C1 から C6 を使用し、2019 年 1 月 25 日(金)から 27 日(日)までミュンヘンにて開催する予定だ。

詳細情報ならびに写真は、専用ホームページ www.opti.de で

資料請求、出展申込み、各種お問い合わせ先:

メッセ・ミュンヘン 日本代表部

株式会社メッセ・ミュンヘン・ジャパン

〒105-0001 東京都港区虎ノ門 3-20-3 ノアーズアーク虎ノ門 5 階

Tel.: 03-6402-4583 Fax: 03-6402-4584 e-mail: info@messe-muenchen.jp

URL: www.messe-muenchen.jp (日本語) www.messe-muenchen.de (英語 / ドイツ語)