

OutDoor by ISPO 2022 ファイナルレポート

2022年6月12日～14日

ドイツ・ミュンヘン

2022年6月14日

OutDoor by ISPO 2022

感動、革新、ビジネス: 新時代にふさわしいコンセプト OutDoor by ISPO

OutDoor by ISPO は、6月12日から14日まで MOC (Munich Order Center) で開催され約 8,000 人の業界関係者が活気に満ちた再起を祝った。OutDoor by ISPO の最大で最良のスポンサーである European Outdoor Group は、「この業界は際限なく成長を続けている」として、2021 年の売上高が過去最高を記録的したと報告した。

欧州のアウトドア産業は活況を呈している。2021 会計年度には、前年度比 19% 増の 62 億ユーロという過去最高の売上高を記録した。ドイツ語圏の国々が最も好調であり、売上高は 22 億ユーロを超え、年度比 14% 増の伸びを示した。OutDoor by ISPO の最大・最良スポンサー European Outdoor Group (EOG) は、当見本市の場で、この記録的な結果を発表した。

欧州最大規模の屋外イベントである当見本市は、市場の好況が反映されたイベントとなった一方、それ自体は特別なものでもあった。パンデミックによる 3 年間の中断を経て開催されたこの見本市は、開催日や会場の設定など数々の計画見直しの上、新しいコンセプトで行われた。約 8,000 人の業界関係者が、実際に会場に来て、様々な商談を進めた。来場者の約 3 分の 2、出展企業の 7 割がドイツ国外からの参加であった。フランス、イタリア、オーストリア、スイスといったヨーロッパの主要市場や、アメリカ、カナダ、アジア諸国などのヨーロッパ以外の国を含む 70 カ国から、小売業者、購買担当者、ブランド担当者が集まった。来場者は、4 つのホールやアトリウム、ショールーム、屋外エリアなどで、夏の陽気を楽しみながら再会を喜びあった。

メッセ・ミュンヘンの CEO クラウス・ディートリッヒは、「今回の OutDoor by ISPO は成功裏に終了した」と述べ、「この見本市は、サプライチェーンの混乱や物流問題など、業界が今直面している課題を考えると、個人的な話し合いやコンタクトがいかに貴重であることを示してくれた。OutDoor by ISPO は、激動の時代にあって、ビジネスとコミュニティの完ぺきな組み合わせだったと思う」と続けた。OutDoor by ISPO のエグゼクティブディレクターであるレナ・ハウスホーファーは、「屋内外での多様な展示とプレゼンテーションの組み合わせにより、カジュアル

でポジティブな雰囲気の中、個人的な話し合いやネットワーキングが促進された」と付け加えた。このリラックスしたムードは、アウトドア業界のコミュニティ形成に重要な役割を果たし、MOC のブースや廊下でもリラックスした雰囲気が漂っていた。

OutDoor by ISPO の主要テーマは、主として持続可能性、再生可能なビジネス手法、革新的な素材であった。また、サプライチェーンの混乱や資源不足といった問題についても多くの議論が交わされた。多くの出展者がそれぞれのブースで、持続可能な製品のハイライトを幅広く紹介した。ISPO グループが EOG と NOW パートナーの協力を得て開催した会議では、種々の業界の高位代表者 20 数名が、人間・社会・自然の保護および再生と商業的成功とを両立させる方法について話し合った。その中で、ISPO グループ代表のトビアス・グレーバーは、「大きなチャンスは、長期的かつ業界横断的なソリューションを見つけることである」と述べている。

VAUDE 社 CEO の Antje von Dewitz 氏は、会議の冒頭、「最小のフットプリントは、最高の生活の質を意味する」をテーマに、気候中立の企業づくりのために取られている様々な取り組みについて論じた。また、長年にわたって動物と自然の保護に取り組んできた俳優の Hannes Jaenicke 氏が、見本市 2 日目に行われた会議の結びに講演し、会議の参加者に、自然に対してより意識的なアプローチを取るよう促した。

リージュで、オリンピック金メダルを多数回授賞している世界チャンピオンの Felix Loch 氏もこの見本市で講演し、Athletes for Ukraine というグループが行っている活動について説明した。そして、「ウクライナの選手たちは今、ここヨーロッパにおいて実戦で戦っている」と語りかけ、自らが支援物資を何度もウクライナに運んでいる活動に及んで、「私たちは、ここからできる最善の方法で、彼らやその家族を支援し、助けなければならない」と訴えた。ウクライナ国家オリンピック委員会の Sergey Bubka 委員長は、声明の中で、「ウクライナの選手や競技施設に機材で支援することは、戦後のウクライナのスポーツ再建にとって非常に重要な手段となるであろう」と述べている。

この見本市は、メッセ・ミュンヘンの CEO クラウス・ディートリッヒにとっても特別な機会であった。彼は、「今年の OutDoor by ISPO は、私個人にとって、メッセ・ミュンヘンでの 20 年にわたる経営キャリアの最後を飾る非常に感慨深いイベントである」と語り、「OutDoor by ISPO の会場のいたるところで、自然やスポーツに対する情熱を感じることができたことを本当にうれしく思う。我々が業界のために共に成し遂げた全てのことについて、お客様、パートナー、業界団体、サービスプロバイダー、そしてメッセ・ミュンヘンのチームの皆に、感謝している」と謝意を述べた。

EOG 社長兼会長の Mark Held 氏は、「パンデミックによる見本市の中断を経て、Outdoor by ISPO の新しい会場は、パンデミック後の初回開催として特別な挑戦であった。今年、パートナーのメッセ・ミュンヘンと共に Outdoor by ISPO に加えた変更が好評を博し、業界が求める活気あるイベントになったことを大変うれしく思っている」と述べた。そして、「アウトドア産業は、共通の価値観とコミュニティの上に成り立っている。我々を支持してくださった出展者、来場者の皆様の決断力と見本市への参加に、本当に感謝している。コンセプトに対する皆さんの信頼は正しかったことが証明され、実用性、雰囲気、楽しさ、興奮が融合したイベントは、本当に特別なものになった」と喜びを語った。

次回 Outdoor by ISPO は、2023 年 5 月 22 日から 24 日まで、メッセ・ミュンヘンの見本市会場で開催される。

出展社の声は、こちらをご覧ください。

【Outdoor by ISPO 2022 出展社の声】

Andreas Bartmann, Managing Director of Globetrotter: “The days at the trade fair were a pure shot of motivation for the industry. It was a trade fair that made perfect sense in terms of its format and dates.”

Jean-Phillip Birmelé, Sales Area Manager at Petzl: “We were really excited about getting back in touch with our network and our customers. We also used the trade fair to present the new products that we will be introducing this year and next year.

Pieter de Bodt, Group Buying Manager of the Yonderland Group: “It was good to reconnect with the business in person, despite the rather limited representation of the brands. The topics that need to be discussed these days were not even on the agenda 2 years ago, so it is useful to discuss that face-to-face.”

Giulia Delladio, Corporate Marketing Director of La Sportiva: “The return to an important, international trade show like Outdoor by ISPO, after two and a half years during which the outdoor market has grown, but there have not been many opportunities to celebrate this growth, was a good restarting point. And to finally see in person our partners from all over the world was a thrill. The size of the event and the level of participation are not yet comparable to the last show in 2020, but it was essential to start again. And La Sportiva decided to do so in a significant way, to declare

its optimism and confidence in this restart.”

Margit Gosau / Dominik Solleder, Management Team of Sport 2000: “We would describe OutDoor by ISPO 2022 as a complete success. What made it even better was the fact that the leading industry platform generated such a positive response from retailers and brands, particularly given the doubts expressed beforehand about the fair’s ability to pull off a restart in a new venue. We certainly need a leading outdoor trade fair that has such great spirit!”

Henry Hoogenveen, Brand Manager for Europe at Klean Kanteen: “To us, the show was much more international than expected. We met with many international retailers (Germany, Austria, Italy, Switzerland, Benelux etc.), and were even able to extend our distribution network as we talked with several people from Asia and even South-America! So in short, for us the show couldn’t have been better.”

Jan Lorch, the Head of the Outdoor Department of the National Association of the German Sporting Goods Industry: “The opportunity to meet people in person once again was a tremendous pleasure. It created great atmosphere as well. We were really happy to see that OutDoor by ISPO focused even closer on sustainability. As a member of the Board of Directors at the sporting goods association, I think OutDoor is a good place to show your face.”

Andreas Mittag, Head of Marketing at Maloja: “Having lived through the coronavirus-related interruption that was imposed on us, I could not wait to see retailers, competitors and other members of the industry once again. The rather slow start to the fair on Sunday gave way to a Monday that was filled with good visits – both national and, surprisingly, very international ones as well. The concept of three fair days and the MOC as the venue really paid off.”

Erik J. Møller, CEO of Nordisk: “It’s great to be back! After two very busy days, we can say with confidence that we are not the only ones who have missed meeting people in person. We have seen incredible interest in our brand, not least our glamping products in the Nordisk Village outside. Also our 100 % biodegradable concept tent on our main booth has received a lot of attention. Nature is here to be explored, enjoyed with the people you care about and to be protected. We are happy to help accomplish all three.”

David Nordblad, Secretary General of SOG: “We are very happy to have the tradeshows back again. Scandinavian Village has been very busy during the whole show and has really made a big impact for the visitors. We are looking forward to coming tradeshows.”

Samuel Silverudd, the Head of Marketing at EMEA, Dometic: “OutDoor by ISPO was a good opportunity for us to showcase our products and innovations. We also had some really good conversations with customers. Our goal at Dometic is for people to go outdoors and be able to use their vehicles in a more sustainable way.”

Mark van de Erve, Managing Director of Spac Sport (The Netherlands): “It was great to be back again, and to experience the energy that only personal meetings can give. And to be fair, we met many more people than we had anticipated and found some very nice products for next season. So, we are glad we came and are already looking forward to next year’s show.”

資料請求、各種お問合せ先：
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)