

ISPO Munich 2023 ファイナルレポート 国際スポーツ用品専門見本市

2023年11月30日

ISPO Munich 2023: 成長を続けるスポーツビジネスのグローバルプラットフォーム

Summary

- 刺激的なイノベーション・ラボ、マスタークラス、講演
- Highsnobiety と Zeitgeist との協力を得て、新しいライフスタイルのターゲット層に到達
- トップアスリートや世界的オピニオンリーダーとの出会いの場: Colin Kaepernick 氏、Thomas Tuchel 氏、Yusra Mardini 氏、Gordon Herbert 氏、Nirmal Purja 氏、Stéphane Ashpool 氏、Reinhold Messner 氏、Oliver Bierho 氏など



Facts & Data

会 期	2023年11月28日(月)~30日(水) 9時~18時(最終日17時)
会 場	ドイツ・ミュンヘン
主 催	メッセ・ミュンヘン (Messe München GmbH)
規 模	(2022年 106,000 m ²)
出展企業数	2,400社(2022年度50か国から1,539社)
来場者数	(2022年度38,065人)
主な出展品	スキーとスノーボード、アウトドア各種用品、スポーツ用品、スポーツ・ファッション・アクセサリ、夏/冬スポーツ用品、スポーツサイクル、サーフィン、スケート、オールシーズンスポーツ、スポーツシューズ、登山・ハイキング用具、ゴルフ、テニス、バドミントン、スカッシュおよび卓球用品、フィットネス用具 など
併催プログラム	Outdoor: Sustainability Hub、Sports Travel Hub Future Lab : ISPO Award、Digitize Hub、Talent Hub、Zeitgeist、ISPO Brandnew Textrends: ISPO Textrends Award ほか
出展日本企業 (現法出展など含む)	(株)アイリス、旭化成(株)、(株)アンドワンダー、(株)アイデアポート、MN インターファッション(株)、(株)クラレ、グローブライド(株)、島田商事(株)、(株)JTB、新富士バーナー(株)、(株)スノーピーク、(株)スワニー、帝人フロンティア(株)、(株)デザート、東レインターナショナル(株)、豊田通商(株)、日本シグマックス(株)、原田産業(株)、(株)V&A JAPAN、ブラザー工業(株)、ミカサ商事(株)、(株)山一ハガネ、(株)リベルタ、YKK(株) ほか
専用 URL	www.ispo.com (英語、ドイツ語)

ミュンヘン、2023年11月30日 – 「New Perspectives on Sports (スポーツの新たな展望)」:新しいコンセプト・新しいアイデアのもと、満員のホールを見てのとおりに、スポーツビジネスのグローバルプラットフォームは成長を続けている。11月28日から30日まで、ISPO Munich 2023は、出展者の大幅な増加に加えて世界中から来場者を迎えて、国際的スポーツビジネス界のホットスポットとなった。10のステージからなる包括的なプログラム、多彩なネットワーキング形式、精選された幅広い企画展示やアクティビティは、出展者、来場者、そして国際的スポーツコミュニティに、情報の収集、アイデアの取得、ネットワークの拡大など、数多くの機会を提供した。ISPO Munichは、スポーツビジネスのグローバルプラットフォームとして発展を続けている。

ISPO ミュンヘン 2023 は、2,400 社を超える出展者と、連日ハイレベルの来場者数を記録し、本日閉幕した。ISPO Group の代表 Tobias Gröber は、「今年、我々は、スポーツは単なる運動とか手段とか娯楽といった対象をはるかに超えたものであることを改めて明らかにすることができた。スポーツは、最も急速に成長し、最も多様で、最も国際的な経済部門の1つであるだけでなく、社会への重要な貢献者でもある。さらに、スポーツは、素材、デジタル化、健康、サステナビリティといったテーマにおいても、イノベーションの重要な推進力となっている」と述べ、「スポーツ業界が絶えず進化しているように、私たちもマスタークラス、イノベーション・ラボ、カンファレンス、そして、German Sustainability Award、Laureus、Yunus Sports Hub、Change Now との先駆的なパートナーシップといった新しい形式を絶えず取り入れている。私たちはスポーツ用品業界における私たちのルーツを忘れることなく、これら全てを実行している」と、続けた。



ISPO Munich は、スポーツのエモーショナルなパワーを束ねることを目標に掲げている。そのため、今年の見本市は、再び、新しいトレンド、革新的な製品・ソリューションを紹介する理想的な舞台となった。このことは、ISPO Munich が、再び、業界全体と小売業者、アスリートにとってのグローバルプラットフォームとなっていることを証明している。メッセ・ミュンヘン・グループの CEO シュテファン・ルンメルは、当イベントについて「ISPO Munich の変革が本格化していて大変喜ばしい。この見本市がスポーツ業界のための場として世界的に認知されていることを嬉しく思っている。このことは、国外の出展者が示す高い関心と、世界中から参加する来場者や講演者の熱意に反映されている」と、前向きに総括している。

前年と比較して、総出展者数は 57% 増加した。その内、合計 54 カ国にのぼる外国からの出展者数は 64% 増加し、総出展者数に占める割合は 93% に達した。新規参加者にはスタートアップ企業 93 社が含まれており、彼らは、この見本市を、知名度を高め、業界への足掛かりを築き、ネットワークを拡大するためのプラットフォームとして利用した。ISPO Munich は合計 10 のステージを設け、カンファレンスや支援プログラムに対する需要の高まりに対応するとともに、共有の機会に対する強い要望にも応じた。メインステージには 500 人の観客を収容できる十分なスペースが用意され、人権活動家でサッカー選手の Colin Kaepernick 氏といったトップスピーカーがドイツで初めて講演した。



ハイライト: The Future Lab

昨年の初開催で成功を収めたホール B1 の Future Lab は、今回も聴衆を魅了した。その理由は、刺激的な講演プログラムが組まれたメインステージだけでなく、何よりもスポーツ業界の革新と変化を軸とした 6



つのテーマエリアにあった。その 1 つに ISPO Brandnew Area があり、そこでは、スポーツ業界の未来を形作る、あるいは革命を起こす可能性を秘めたスタートアップ企業や新進気鋭のブランドが紹介された。また、Future Lab のもう一つのハイライトは ISPO Award Area である。2023 年に ISPO が、革新的な強み、使いやすさ、品質、サステナビリティなどを評価し、表彰した全ての製品とサービスが展示された。

「ISPO 520M by Highsnobiety」と「the new Zeitgeist by ISPO platform」は、アーバン、ストリートウェア、スポーツファッションの各分野から

クリエイティブな頭脳を結集して、スポーツファッションとアウトドア業界の新しいターゲットグループに対応する新たな可能性と相乗効果を生み出し、魅力的で印象深い、新しいブランドを創り出した。ここには、今年の初日にも多くのファンが集まった。例えば、The North Face、Salomon、Faction、Beinghunted、Mons Royale、Snow Peak、Wander、ELHO など、若いブランドから老舗ブランドまでがここに集まった。ISPO Munich Disco では、パリのクリエイティブ・アーティストで、DJ、パフォーマンス・アーティストの Stéphane Ashpool のような国際的なデザイン界の巨匠も参加し、ユニークなセンスを披露した。

サステナビリティと循環型経済

サステナビリティと環境認識は、スポーツ産業にとって不可欠な要素となっている。スポーツ産業の未来像は、ホール A1 の Sustainability Hub に描かれている。今年の Material Lab は「循環性」をテーマに特化して開催された。Studio Nima と連携した Greenroom Voice の展示では、革新的でリサイクル可能なバイオベースの素材が紹介された。これらは、現在全速力で開発が進められ、既にリサイクル可能な製品に使われている。VAUDE 社がスポンサーとなったこの Hub への来場者は、これらの先駆的な素材に触れ、匂いを嗅ぎ、体感することができた。「スポーツにおける循環経済」、「持続可能なビジネスのための気候変動ソリューション」、「スポーツを通じたロビー活動の未来」をテーマに、前オバマ政権時の Laura Santucci 氏、サステナビリティのパイオニアである Hunter Lovins 氏、ダノン社の循環経済部門の元グローバル責任者である Merijn Dols 氏といった世界的専門家によるプレゼンテーションが行われ、来場者をディスカッションに誘った。また、企業、スタートアップ企業、専門家を招き、業界が直面している主要な課題に対する解決策を探る Innovation Lab でのディスカッションへの参加も歓迎された。ISPO Munich では、持続可能性というテーマが非常に重要視されており、2023 年 11 月 30 日から 12 月 12 日までドバイで開催される国連気候変動会議 2023 (COP28) に、ISPO のアウトドア部門の代表団が参加する予定である。



10 周年となる ISPO Textrends

ISPO Textrends は、繊維メーカー、デザイナー、商品開発者、サプライヤーが革新的な製品を発表したり、アイデアを共有したりすることができるよう、そのためのプラットフォームを提供することを目的として、2013 年に設立された。小規模で始まったこのイベントは、今や世界中から専門家が集まる国際的に認知されたイベントに成長した。ISPO Textrends は、今年の ISPO Munich で 10 周年を迎えた。ホール C1 では、最新の素材、特にサステナブルな生地から高度な製造技術まで、機能性衣類の世界で重要なもの全てが展示された。そして、ISPO Textrends Awards の受賞者もこの場で発表された。

スポーツ業界向けのグローバル・プラットフォーム

エキシビジョン・ディレクターのレナ・ハウスホーファーは、「業界、小売業者、アスリートからの肯定的な

フィードバックは、私たちがスポーツ全体を多角的に捉えて議論することに成功したことを裏付けている。『New Perspectives on Sports』の傘の下で、技術革新や社会的影響からスポーツファッションのトレンドやサステナビリティまで、多岐にわたるテーマが取り上げられた」と述べ、このイベントを熱く総括する声の大合唱に加わった。当地ミュンヘンのスポーツコミュニティはかつてないほど国際化しているなか、Yunus Sports Hub、Laureus Foundation、German Sustainability Award、Change Nowといった著名なパートナーとの協力関係は、世界最大のスポーツ見本市である ISPO Munich が、業界全体にとって重要な場所であり、創造的思考の源であることを改めて証明している。日常ファッションとスポーツファッションを融合させて新しい形のもを創造するという Zeitgeist(時代精神)に則った新しい分野やコンセプトは、ISPO Munich が情報、創造的思考、ネットワーキングの場として正にふさわしい場所であることを明確に示している。同じことが、Highsnobiety との協力による 520M(アウトドア・ライフスタイルのプラットフォーム)のような定期的開催分野にも当てはまり、特に若い世代の文化的パイオニアを新しいターゲットグループとして惹きつけている。パデルテニス、ピクルスボール、e スポーツなどのニュースポーツに特化したエリアでは、来場者やゲストが業界の最新トレンドに参加型の体験ができる。Digitize Hub といった革新的なハブでは、健康とデジタル化というトレンドのトピックがどのように推進されているかを紹介している。参加した出展者と講演者は十分に満足しており、来年、ISPO Munich がどんなものを提供してくれるか、誰もが楽しみにしている。



次回の ISPO Munich は 2024 年 12 月 3 日～5 日まで、メッセ・ミュンヘンで開催される。詳細情報ならびに写真は、専用ホームページ www.ispo.com/en/munich で入手できる。

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)