

ジェトロ・ビジネス展開・人材支援部
ビジネス展開支援課
2023 年 3 月 28 日作成

スポーツファッショントレンドに対応した展示会出展でチャンスをつかむ
ースポーツ用品・アウトドア展示会「ISPO ミュンヘン 2022」出展企業に聞くー

[2022 年 12 月 5 日付ビジネス短信](#)や「ドイツの「スポーツとアウトドア業界」の最新トレンド」でも取り上げられているが、世界有数のスポーツ用品展示会「ISPO ミュンヘン」が 2022 年 11 月 28-30 日にミュンヘンメッセで開催された。本記事では、現地取材した日本企業出展担当の声から、①同展示会の盛り上げりをコロナ前後で比較し、②特にブースが賑わっていた日本からの出展企業の狙いをレポートする（取材実施日：2022 年 11 月 28-29 日）。

本展示会は、50 年以上にわたりスポーツ・アウトドア用品やスポーツウェア、そのトレンドを世界に紹介し続けている国際的な展示会である。新型コロナウイルスによる中断を挟み、リアルでの開催は 2 年 10 か月ぶりとなった（オンラインでは 2021 年 2 月に 5 日間開催）。今回の ISPO ミュンヘンのメインピックは、サステナビリティ（持続可能性）とイノベーションであった。ISPO の詳細は主催者発表の[ファイナルレポート](#)や「[JSPIN ネットワーキングカンファレンス 2022 #2 スポーツビジネス グローバル展開の未来予想図](#)」を参照されたい。

<活気が戻った国際スポーツ用品展示会「ISPO ミュンヘン 2022」>

来場者数・出展社数の減少を感じさせない賑わいが、展示会に戻ってきている。

ISPO ミュンヘン 2022 の来場者数・出展社数は、共にコロナ前と比べて大きく落ち込んだ（表参照）。これは、開催期間である 2022 年 11 月下旬、ドイツ国内でも公共交通機関や医療機関等を除きマスク着用義務が無くなるなどコロナ前に戻りつつあったものの、まだ中国が出入国制限を行っていた頃であり、コロナ禍でのビジネスのあり方の変化もあってのことだろう。今回もコロナ前と変わらず、来場者の 7 割、出展者の 9 割前後がドイツ国外から参加している。

表：「ISPO ミュンヘン」来場者数と展示社数の推移

	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
来場者数(人)	83,606	80,200	77,240	※	40,000
展示社数(社)	2,801	2,926	2,850	※	1,700

※2021 年は新型コロナウイルスの影響でオンライン開催となった。

出所：主催者発表資料よりジェトロ作成

一方で、コロナ禍以前から出展している常連の日系企業からは「（人の入りが）コロナ以前とそれほど変わらない」、むしろ「1.5 倍に増えている」という声もあった。これは会期の短縮（コロナ前は 4 日間だったものが 3 日間に）、出展者減に伴う使用ホール数の縮小（18 ホールから 10 ホールへ）によって、来場者の密度が高まった結果かもしれない。展示会出展の目的を既存顧客とのコミュニケーションの場として扱う大企業では、企業によって異なるものの、連日 7～9 割のブースが事前予約で埋まっており、コロナ以前と変わらない盛況さが見られた。ISPO 常連の大手化学繊維メーカーでは「用意した商談ブースがずっと埋まりっぱなしで、即席ブースを作って商談を行っている」とのことで大盛況だった。

既存顧客を持つ大企業にとってこれまでの展示会が戻ってきたのと同様に、中小企業にとっても改めて展示会がビジネスの舞台に戻りつつある。現地在住のジェトロコーディネーターによれば、「既存顧客を持たない中小企業こそ、展示会に出展することで、バイヤーや他の大企業と接点を持つべき。展示会前にアポイントメントを取得しようとしても取得できなかったバイヤーと商談を進められることもある。」という声があった。



カラフルなスポーツウェアの展示が目につきやすい（ジェトロ撮影）

＜「環境配慮は当たり前、機能性で差別化を」―大手化学繊維メーカーの展示会戦略―＞
ここからは日本企業の出展の狙いを見ていく。ISPO ミュンヘン 2022 には複数の日系大手化学繊維メーカーが出展していた。その数社に展示会での戦略を聞いた。

ある化学繊維メーカー担当は今回の出展戦略について、リサイクル素材の使用や環境に優しい撥水加工など「環境への対応は当たり前。それに加えて、いかに機能性をアピールできるかを意識した製品開発・出展をしている」、「誰しものが『サステナビリティ』と言ってくる」と述べている。多くの化学繊維メーカー担当からも似た声を聞いた。やはりファッション業界の関連産業であるスポーツ用品・スポーツウェアの世界においても、サステナビリティ・環境配慮といったトレンドが支配的であり、そのトレンドに対応した製品開発・出展戦略を取っているといえる。

こうした環境保護対応に加えて、伸縮性や通気性・耐寒性等といった高機能を加えた高付加価値素材のアピールが功を奏し、多くの日系大企業の商談ブースは事前予約の商談やウォークインでの来客で常時埋まっている盛況ぶりだった。機能性化学繊維素材を開発する企業では、素材メーカーであるものの、顧客にとって素材を利用するイメージがつきやすいように、あえて最終製品であるスポーツウェアを展示することで、来訪者にアピールしていた。加えて、その展示物として、現在の売れ筋商品とは異なるスポーツで着用するウェアを選ぶことで、自社素材の認知度が低いスポーツ分野での認知向上、生地として採用されることを狙っている。

出展企業の一部からは「環境への対応はそのままコストになってしまう」とトレンドへの対応を躊躇する声も聞こえたが、環境意識の高まりを見せる欧州市場では看過できなくなっているまずは機能性といった製品の特徴でアピールしつつも、商談で話を振られたら環境配慮のポイントを示せることが欧州市場では求められる。



アウトドア用品ブースでは、テントなどキャンプ用品を置いたり、ログハウスを
展示ブースとして活用していた（ジェットロ撮影）

＜健康志向トレンドと市場に親和性があるデザインで欧米市場に挑む中小企業＞ 靴下メーカー・株式会社三笠（神奈川県）

神奈川県の中小企業で海外展示会初出展となる株式会社三笠は、日本でも人気の足ツボ押し付き靴下と、5本指スポーツ靴下を「ニンジャ・ソックス」として出展した。人目を惹く製品名や展示パネルのおかげか、多くの来訪者で展示ブースが賑わっていた。同社海外営業担当甘利勇祐氏によれば、「（インタビューを実施した展示会期2日目朝の時点で）既に数十社と連絡先を交換できた」とのことで、初日だけでも大きな収穫があったようだ。

ではなぜ差別化が難しい「靴下」という商品ながらも、同社製品に注目が集まったのだろうか。その理由を考えると、第1に5本指ソックスを欧州の人が知っていて馴染みがあったこと、第2にコロナ禍で思いがけず世界中で巻き起った「健康志向」トレンドが挙げられるだろう。同氏によれば、「イタリアに5本指の靴を扱う有名企業があり、それによってか5本指ソックスを知っている人が多かった」とのことで、既に欧州市場では5本指の形状をしたデザインの靴下が受け入れられる土壌があったようだ。また、日本ではよく慣れ親しまれている「足ツボ」という健康グッズでもある本商品が、「コロナ禍を経て健康意識が高まっている欧州市場のバイヤーに受けたのではないか」と現地在住のジェットロコーディネーターは話す。



三笠のブースでは、左奥に足ツボ靴下のパネル、右奥に 5 本指スポーツ靴下のパネルを設置している（三笠提供）



今回三笠が出展した商品画像（三笠提供）

一般に、展示会で得たコンタクト先との関係構築・ビジネスを今後いかに進められるかこそが製品輸出に向けた正念場となるが、今回取材した三笠社は今回獲得した引き合いに大きな手ごたえを感じているようだ（[「靴下メーカー三笠の社長ブログ」](#) 参照、2023 年 3 月 29 日閲覧）。

このように商談組成に好調な企業があった一方で、出展ブースの見た目のキャッチーさ、製品の差別化ができていくかという点で集客に差が出ていたと思われる。

本記事では、サステナビリティと環境意識、健康志向などトレンドを当然踏まえつつも、機能性といった製品特徴がバイヤーの注目を集めていた様子を紹介した。このことは大企業および中小企業を問わず言えることだろう。コロナ以前の活気が戻りつつある中で、直にバイヤーや販売代理店の声やフィードバックを受けられる展示会に奮って参加してほしい。

ISPO ミュンヘン 2022 では連日多数の講演や業界メガトレンドに関する展示があった。そこで紹介されていたその他のトレンドについては、こちらのレポート（[「ドイツの「スポーツとアウトドア業界」の最新トレンド」](#)）を参照してほしい。

以上

ジェトロでは海外展開を目指す中小企業の皆さまに多くのサービスを提供しております。[「新輸出大国コンソーシアム」専門家による海外展開ハンズオン支援](#)は、今回インタビューした株式会社三笠にも利用いただきました。海外展開経験ある専門家が、戦略策定から海外出張への同行、展示会出展支援まで伴走支援します。また、正規の出展料より安価に共同ブースに出展できる、海外展示会への出展支援も行っております。詳細はジェトロホームページ [「展示会・商談会への出展支援」](#)をご覧ください。

○作成：ジェトロ・ビジネス展開・人材支援部 ビジネス展開支援課

○執筆：ジェトロ・ビジネス展開・人材支援部 ビジネス展開支援課 石井英久

【レポートの利用についての注意・免責事項】

本レポートは、日本貿易振興機構（ジェトロ）ビジネス展開・人材支援部ビジネス展開支援課が 2022 年 11 月に入手した情報に基づき作成したものです。掲載した情報は作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。本レポートはあくまでも参考情報の提供を目的としており、提供した情報の正確性、完全性、目的適合性、最新性及び有用性の確認は、読者の責任と判断で行うものとし、ジェトロは一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロが係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

【レポートの内容に関するお問い合わせ先】

ジェトロ・ビジネス展開支援課 BDA@jetro.go.jp

(2023 年 4 月 1 日以降は、ジェトロ・海外展開支援部戦略企画課個別支援班 ODA@jetro.go.jp)

◆「海外発トレンドレポート」読後アンケートにご協力ください◆

本レポートは皆様の海外ビジネスにお役に立ちましたでしょうか？
今後の参考のため、[役立ち度アンケート](#)にご協力頂けましたら幸いです。

(所要時間：約1分)

