ジェトロ・デュセルドルフ事務所
2023 年 2 月 2 日作成

ドイツのスポーツおよびアウトドア業界の最新トレンド（ドイツ・デュッセルドルフ発）
―国際スポーツ用品展示会「ISPO2022」の訪問および出展企業へのインタビューより―

世界有数のスポーツ用品展示会「ISPO ミュンヘン」は 2022 年 11 月に開催され、スポーツ業界が直面する課題に対処するためのパネル、ディスカッションやラボなど、充実したプログラムが実施された。展示会全体の大きなトピックとして、昨今の混乱した状況においてスポーツ業界の勢いを維持するためのソリューションとしてのサステナビリティとイノベーションが掲げられた。

＜2022 年 11 月展 – パンデミックによる延期からの見事な再開＞

世界有数のスポーツ用品展示会である ISPO ミュンヘンの秋展は、「スポーツの新たな展望」というテーマの下、Riem Messegelände を会場に、11 月 28 日から 30 日までミュンヘンで開催された。この展示会はミュンヘンで 6 月にテーマを絞って開催された「Outdoor by ISPO」の展示会に続くものである。なお、同展示会は、パンデミック後初めての開催となった。ドイツ国内外の 1,700 社（内、9 割がドイツ国外からの出展者）が出展し、117 カ国から 4 万人が会場を訪れた（73%が欧州諸国を中心とする海外からの来場者）。コロナ禍前の水準には及ばなかったものの、今回の展示会は大きな成功を収めた。

開催時期が 11 月に変更（コロナ前は年初に開催）されたのは、ファッション関連業界の注文サイクルが始まる前にイノベーションや新しいトレンドを紹介することを目的としたためであるが、この時期はハードウェア用品とアウトドア用品の注文サイクルと重なる。

実際のところ、この展示会の目的は、ブランドと製品を小売企業や卸売企業に紹介するだけでなく、スポーツ業界の課題として今年掲げられたサステナビリティとイノベーションに関する議論のきっかけを作り、機会を促進することでもある。これを実現するため、今回の展示会では、スポーツ業界の最新イノベーションを紹介する Futurelab、さまざまなディスカッションパネルや展示が行われるサステナビリティハブなど、新しいプログラムが加わった。

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

また、特筆すべきは、トレンドを仕掛けるハイエンドなファッション誌や、ラグジュアリー業界に深く根付いているブログなどと協力することで、新しいターゲットグループや若者世代の顧客にリーチしようとする ISPO の試みである。



図 1 Caroline Hayashi が撮影 - ISPO ミュンヘン 2022

＜ドイツのスポーツ業界の展望＞

コロナ禍において健康が大きな優先事項となり、その結果として、身体的および精神的なバランスとウェルビーイングが追求されるようになった。この傾向はドイツで特に顕著である。ドイツは欧州最大規模のスポーツ市場を有しており、スポーツへの取組みが社会保障制度によって推進およびインセンティブ化されている。[1]

スポーツとアウトドアアクティビティは、このトレンドの恩恵を受けており、この傾向は今後も続く見通しである。ドイツの消費者調査団体によると、消費ムードは過去最低水準を記録しており、当然その影響はスポーツ業界にも及ぶとみられるが、影響の程度は他の業界と比べて小さいため、スポーツ業界は引き続き大きなビジネスチャンスとなる[2]。大手監査法人（McKinsey）も、ドイツスポーツウェア市場の 2021-2025 年の CAGR が 4.1%拡大することを予想する報告書を公表している [3]。実際に、スポーツファッションは、汎用性が高まり、プライベートや仕事でも着用できるようになったため、危機的状況における縮小によってより大きな打撃を受けた通常のファッション業界よりも成長ペースが上回っている。

[1] VDS Verband Deutscher Sportfachhandel e.V. - ISPO ミュンヘンでの 2022 年 11 月 30 日のインタビュー
[2] BSI Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V - ISPO ミュンヘンでの 2022 年 11 月 29 日のインタビュー
[3] https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/sporting-goods-2022-the-new-normal-is-here

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

スポーツ用品セグメントに関しては、最大のセグメントはアウトドアセグメントであり、その次に（コロナ禍で多くの人がランニングを始めたことで飛躍的に成長した）ランニング、および e バイクブームで増加したサイクリングが続いている。一方インドアスポーツとチームスポーツは、室内トレーニング器具を除き、低迷している。スキー用品セグメントに関しては、昨今のエネルギー危機および高まる環境懸念による影響が特に大きい。

＜消費者ニーズのシフトによる小売業界の転換＞

小売業界では、コロナ禍で始まったオフラインからオンラインへのシフトが続く見通しである。代替製品をオンラインで購入できる競争の激しい市場では、小売企業とブランド各社は、顧客を惹きつけ、価格とブランドを維持するために、単なる製品の域を超えた価値と体験を提供しなければならない。 この点においては、一般小売企業から専門小売企業へのシフトが既に始まっている。Sport2000 のような大手一般小売企業は、 マーケティングや購買といった伝統的な組織機能の分け方から、ランニング、アウトドア、スキーといったスポーツの特性に基づく新しい区分へと組織構造を再編している。こうしたシフトは、豊富な知識と優れた識別力を持つ将来の消費者の期待に応える上で不可欠である。

もうひとつ注目すべき点は、ブランド化された小売店であるか、増加しているオンラインマーケットプレイスであるかにかかわらず、D2C（Direct to Consumer：消費者への直接販売）流通チャネルの重要性が高まっていることである。確立されたブランドは D2C において顧客とよりパーソナルな関係を築くことを望む一方で、マーケットプレイスでは、新規ブランドや小規模ブランドは大規模なオーディエンスに対して製品をテストすることができる。また、技術の向上および主なソーシャルメディアチャネルがもたらす可能性によって、ソーシャルコマースも同様に勢いを増している。



図 2 Caroline Hayashi が撮影 - ISPO ミュンヘン 2022

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

＜デジタル化＞

大きな変革トレンドは、デジタル化である。これは新しいトレンドではないものの、調達からマーケティングにいたるまで、すべてのセグメントや機能においてその勢いが増している。仮想世界の重要性は増しており、NFT スキンやブロックチェーン技術の重要性が高まっている。ホログラムを含む仮想体験は、廃棄物を削減したり、ネット通販や調達面の制約を取り払ったりするための手段として勢いを増している。3D 印刷と拡張現実によって、廃棄物を削減し過剰生産を抑制するためのカスタム機能またはオーダーメイド機能が向上している。衣服に組み込んで体への負担を測定し、健康面のアドバイスを提供できる AI を搭載したウェアラブル技術は無限の可能性を秘めていると思われる。コミュケーションの面では、QR コードが再び勢いを取り戻しているようであり、商品の情報や生産者の情報など購入者が知りたい情報の確認を可能にすることでコミュニケーションの可能性を広げ、現実と仮想の境界線を曖昧にしている。



図 3 Caroline Hayashi が撮影 - ISPO ミュンヘン 2022

＜サステナビリティの要件＞

サステナビリティと環境は、バリュー・チェーン全体および製品ライフサイクル全体にわたる懸念事項である。単なるグリーンウォッシュのリスクを回避するため、ブランド各社は対策に真摯に取り組み、製品に関する説明責任を果たす必要がある。

製品だけでなく、製品の加工やマーケティングもサステナビリティの取組みに含める必要がある。そのため、トレーサビリティや可視性、再生的な調達と材料の重要性が増している。ライフサイクルを検討する際には、初期段階から製品の循環性、リサイクル、アップサイクル、修復のしやすさ、寿命、耐久性を考慮すべきである。イノベーションにおいては、環境にやさしい技術や材料を使用するだけでなく、資源、材料、エネルギーの使用量の削減も目指すべきである。

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

最後に、一部のブランドが過剰生産だけでなく過剰消費を削減することを目指し、さらには選択的消費を促進するために、サービスや高品質製品をより高い価格帯で販売する新しいビジネスモデルを構築しようとする中で、消費者および業界の利害関係者の知識を向上させることが新たな手段になりつつある。



図 4 Caroline Hayashi が撮影 - ISPO ミュンヘン 2022

＜レジリエンス＞

新型コロナウィルス感染症、サプライチェーンの混乱、昨今のエネルギー危機とインフレといった未曾有の時代を経て、消費者の購買力は低下し、その結果、多くの企業のレジリエンスが問われている。

ISPO では、レジリエンスへの道筋がいくつか示された。

- 消費者への適応：消費者のニーズに合ったソリューションを提供しながらイノベーションを活用することで、企業は消費者にとって有意義な存在であり続けられる（ウェアラブルなど）。
- 人と関係の重要性：マインドフルネスとセルフケアの重要性が増す中、意味のある製品やサービスまたは多様な人々が受け入れられる職場を提供することは、ブランドが消費者や従業員とのつながりを保つ上で不可欠である。パートナー企業やサプライヤーとの強固な関係も資源不足の観点から同様に重要である。
- ニアショアリングによるサプライチェーンの最適化：納品、資源、社会的懸念のリスクを低減する。多くのブランドがニアショアリングソリューションを検討している。そのため、ポルトガルやトルコは、繊維業界を中心に、新たな製造拠点としての魅力を増している。また、注文サイクルの期日を遵守して適時かつ安定的に納品できるサプライヤーやパートナー企業も新たに競争力を高めている。

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

- 他ブランドとのコラボレーション：新しい市場やターゲットを獲得する方法として、例えば顧客基盤または業界知識（ラグジュアリーブランド向けにストリートウェアのトレンドを活用など）を活用できるブランドなど、他ブランドとのコラボレーションが考えられる。

＜色とテキスタイルのトレンド＞

ISPO のパートナーであり繊維業界の大手調達プラットフォームである Foursource、または ISPO により、2024-25 年秋冬の主なトレンドが紹介された。

テキスタイルの最優先事項は引き続き性能だが、サステナビリティの観点から、ヴィーガンレザー、天然素材（メリノ、竹、麻、シルクなど）、プラスチック不使用生地（PFC フリーの膜技術、ポリウレタン不使用の衣服など）の新しい可能性が検討されている。

イノベーションの取組みでは、素材の複雑性を削減した単一素材、または素材の層を削減しても断熱性を保持できる新素材技術による資源の最適化を通して、リサイクル性を高める方法が模索されている。縫い目やテープの削減を目指している技術もある。

なお、こうしたイノベーションは、耐久性、通気性、柔らかい手触り、滑らかな着心地、さらには生地のノイズ削減といった性能や快適さのニーズを損なうものではない。

＜2024-25 年秋冬シーズンのトレンドカラー＞

柔らかい原色に自然をイメージした色とわずかな紫を組み合わせて、これらの色を強調したり、和らげたりすることができる。どちらかというとマットな仕上げだが、メタリックや遊び心のあるテクスチャーも取り入れられる。



図 5 Caroline Hayashi が撮影 - ISPO ミュンヘン 2022

以上

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

〇作成：ジェトロ・デュセルドルフ事務所
〇執筆：中小企業海外展開現地支援プラットフォームコーディネーター
Caroline Hayashi

【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）デュッセルドルフ事務所が委託先 Caroline Hayashi Beratung の Caroline Hayashi 氏に作成委託し、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、ジェトロおよび Caroline Hayashi Beratung は一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよび Caroline Hayashi Beratung 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）

Copyright © 2023 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.