

2022年2月21日

Press Release

メッセフランクフルト ジャパン株式会社

## メッセフランクフルトは2023年以降、 "Home of Consumer Goods"をモットーに 世界で最も革新的な消費財のプラットフォームを提供

この度メッセフランクフルトは、世界の消費財業界に向けて新たなプラットフォームを構築し、経済の活性化に尽力していくことを発表しました。その第一段階として、2023年2月より、消費財業界を代表する3つの見本市、「アンビエンテ」「クリスマスワールド」「クリエイティブワールド」を同時開催します。会場はフランクフルト国際見本市会場で、2023年2月3日(金)-7日(火)の開催となります。"Home of Consumer Goods"という新たなモットーを掲げ、ユニークかつ包括的な製品ラインアップを提供する新プラットフォームにより、出展者、来場者、メディアにとって更なる相乗効果が期待できます。また、第二段階として、これら3つの見本市に共通した出展ホール"Global Sourcing(グローバルソーシング)"を統合し、国際的な市場を更に強化します。これらの戦略的な取り組みには、下半期にフランクフルトで展開される地域密着型の新たな事業も含まれます。

世界の消費財産業は激動しており、これまでの産業における基本概念も疑問視されるほど変革が進んでいます。小売・流通の新しい形態、あらゆる面でのデジタル化、ますます高まるEコマースの需要、伸び悩むリアル店舗への客足、サステナブルな代替品を求める消費者の積極的な動き、サプライチェーンの寸断とそれに伴う資源の限界、パンデミックによる出張の制限など、グローバルに展開する消費財業界は常に新しい課題に直面しています。さらに、2年にも渡り猛威を振るっている新型コロナウイルスの感染拡大は、世界的な構造変化を加速させる要因となっています。それに伴い、人々のライフスタイルの変化もますます著しくなっています。

メッセフランクフルト取締役のデトレフ・ブラウン(Detlef Braun)は、「メッセフランクフルトは、現在の変化と課題に答えを出し、これからの市場を再定義します。国際的かつ革新的なフォーマットを確立することで、成長のチャンスを創出し、不安定な状況下において方向性と安全性を示します。また、移行期にあるグローバル産業の形成に積極的に貢献します。」と述べています。さらに、「私たちは4つの戦略により、フランクフルトを拠点に、業界の新たな指針を打ち立てます。この"Home of Consumer Goods"以外にも、中東やアジアで開催されている消費財関連見本市におけるグローバルソーシング分野の拡大、地域特有の提案は、今後の成功のキーであると考えます。」と続けます。

### "Home of Consumer Goods"は、世界のオーダーシーズンのための新しいワンストップショップ

第一段階として、2023年初春の消費財関連見本市が"Home of Consumer Goods"をモットーに見直されます。2023年2月3日(金)-7日(火)に「アンビエンテ」「クリスマスワールド」「クリエイティブワールド」<sup>1</sup>が、フランクフルト国際見本市会場にて初めて同時開催されます。新たに誕生した3つの見本市の組み合わせは、同会場で同時期に開催されることにより、それぞれの強みを生かし、幅広くかつクオリティの高い製品群を提供することが可能になり、参加者にとって相乗効果や効率性につながります。インスピレーション、オーダーやネットワークングの機会を提供する総合的な見本市を開催することにより、フランクフルトは再び世界のトレードの中心となります。

<sup>1</sup>「クリエイティブワールド」は1日遅れの開催となり、2023年2月4日(土)-7日(火)に開催されます。

## Home of Consumer Goods.



© Messe Frankfurt Exhibition GmbH

「フランクフルトは世界の消費財産業のワンストップショップを目指します。この場所で、何世代にも渡るライフスタイルが決定され、形づくられていくのです。私たちは業界に信頼を提供し、そして困難な時代においても成長を促す役割を担います。2023年2月から、業界関係者は再びフランクフルトで交流し、消費者のトレンドを定義し、今後は世界中の消費者が会期後12カ月から18カ月もの間に渡り、オフラインおよびオンラインにて、商品を体験したり購入できるようになります。」と消費財見本市総責任者のフィリップ・ファーガー(Philipp Ferger)は述べています。

相乗効果を更に高めるための製品カテゴリーの追加や組み合わせにより、ホール構成は完全に再編成されます。"Home of Consumer Goods"のモットーのもと、3つ見本市は、小売業・HoReCa(ホテル・レストラン・カフェ関連)、コントラクトビジネス、コンセプトデコレーションといったあらゆる業態が交わる場所であり、フランクフルトは国際的なハブとしての重要性は更に増していきます。

### 新たなセクション“Ambiente Working”が「ペーパーワールド」を革新的かつ一貫して継承

ホームとオフィス、ライフスタイルとワークスタイルの組み合わせは、これからも私たちの暮らし方と働き方を定義し続けます。新型コロナウイルスの感染拡大は、暮らし方と働き方の分野で新たな発展をもたらす大きなきっかけとなりました。革新的な製品が成熟し、消費者の新商品に対する需要動向が変動する中、マーケット市場も新しく生まれ変わらなければなりません。メッセフランクフルトはこれを受けて、「ペーパーワールド」が何を提供すべきか見直すチャンスとし、ユニークな視点と可能性を出展者・来場者の皆様へ提供する機会であると判断しました。世界有数の消費財見本市「アンビエンテ」の傘下において、新たに展開するホール“Ambiente Working”は、販売店やデザイナー、建築家、オフィス家具メーカーへ新たな刺激を与えます。コントラクトビジネスからサステナビリティといったメガトレンド、長年愛されているデザイン&ライフスタイル、ホテルやケータリング業界といった多岐に渡るターゲットグループが、ステーションリー分野に新しい推進力を生みだします。また、“Ambiente Giving”には、文房具や学用品などの文房具製品群も含まれ、さらに発展していきます。「クリスマスワールド」「クリエイティブワールド」においても、テーマに合った「ペーパーワールド」関連製品が展示されます。尚、中国・インド・中東でのブランド見本市は、引き続き「ペーパーワールド」のブランド名のもと、従来の形式にて開催されます。

### 国際ブランドとしての“Global Sourcing”

メッセフランクフルトは、すでに中国国外では最大規模を誇るソーシング・プラットフォームを提供してきました。これまでにこれら4つの消費財見本市の中でそれぞれ展開してきたソーシング関連の出展ホールは、2023年からフランクフルトにて“Global Sourcing”の名のもと、更に拡大されます。新たな市場と販売チャンネルが提供されることにより、生産者にとっても、グローバルに調達ができなかったバイヤーにとっても、互いに簡単にアクセスすることが可能になります。メッセフランクフルトは、これを実現するため、“Global Sourcing”エリアを通じて、受給の混乱や輸送における課題解決に対応します。現在、世界中の企業がサプライチェーンの見直しや再編成を余儀なくされています。そこでメッセフランクフルトは、バイヤーが簡単かつ迅速に移動し、

最初に選んだサプライヤーをリサーチのうえ、直接取引ができる様なビジネス形態を特定の調達国を対象に構築します。

### フランクフルトとその周辺地域の新しい地域フォーマット

ビジネスと消費財産業の更なる発展のため、メッセフランクフルトはブランド志向のライフスタイルとインスピレーションに溢れるプラットフォームを、2023年夏より、フランクフルトとその周辺地域に提供する予定です。2年にも及ぶ新型コロナウイルス感染拡大の影響により、レストラン、ホテル、その他サービス業は厳しい状況を強いられましたが、この新たなプラットフォームを通じて業界の革新的な成長の道を切り開いていきます。フィリップ・ファーガー(Philipp Ferger)は、「私たちが提供するこの新フォーマットが相乗効果を生み出し、特に地域の小売業に斬新でユニークな閃きを提供します。私たちはドイツにおける小売業全体に真の意味でアクセントを与えているのです。」と述べています。

### ビジネス成功の基盤となるデジタルプラットフォーム

メッセフランクフルトは2019年より、小売業の自助努力を積極的に支援するため、ホーム&リビング分野における受注・データ管理プラットフォーム“Nexttrade”および、業界の最新情報やインスピレーションを発信するプラットフォーム“Conzoom Solutions”を提供しております。デトレフ・ブラウン(Detlef Braun)次のとおり述べています。「フランクフルトで開催される主要見本市が2年間開催できなかったことは、小売業にとって、存続に関わり兼ねない危機的状況でもありました。直接のライブでの注文やネットワーキングを築くフォーマットが欠落しているのです。私たちはデジタルサービスを通じて、この不安定な状況において、小売業および業界のパートナーをサポートします。とはいえ、リアルで対面してコミュニケーションを図る重要性に代わるものではありません。」

### ■より詳しい情報は下記公式ウェブサイトよりご確認いただけます。

[www.consumergoods-frankfurt.com](http://www.consumergoods-frankfurt.com)

Ambiente / アンビエンテ(国際消費財見本市)  
<https://ambiente.messefrankfurt.com/frankfurt/en.html>

Christmasworld / クリスマスワールド(シーズナルデコレーションとフローリストの国際見本市)  
<https://christmasworld.messefrankfurt.com/frankfurt/en.html>

Creativeworld / クリエイティブワールド(ホビー、クラフト、DIY用品専門の国際見本市)  
<https://creativeworld.messefrankfurt.com/frankfurt/en.html>

### ■プレスリリースおよび開催画像

<http://ambiente.messefrankfurt.com/press>  
<http://christmasworld.messefrankfurt.com/press>  
<http://paperworld.messefrankfurt.com/press>

### ■お問い合わせ先

海外見本市チーム メッセフランクフルト ジャパン株式会社  
Tel 03-3262-8444 / [info@overseas-fairs.com](mailto:info@overseas-fairs.com)

### メッセフランクフルトについて

メッセフランクフルトは、800年以上にわたり見本市会場として親しまれるドイツ・フランクフルト市に本社を構える世界最大級の国際見本市主催会社です。約40万平方メートルの見本市会場を自社で所有し、同社株の60%をフランクフルト市、40%をヘッセン州が保有しています。グループ全体で世界中に30の拠点と約2,300\*人の従業員を有し、2019年の売上高は過去最高の7億3,600万ユーロを記録しましたが、新型コロナウイルスの影響を受けた2021年は約1億4,000万\*ユーロの売上高になる見込みです。コロナ禍の厳しい状況の中でも、グローバルネットワークを活かして各業界と密接な関係を保ち、顧客のビジネス拡大に貢献しています。また、新たなビジネスモデルとしてデジタル事業の構築にも注力しています。見本市主催事業以外にも会場の貸出、施工、マーケティング、スタッフサービスやケータリングなど、幅広いサービスを提供し、顧客のニーズに合わせてビジネスをサポートしています。より詳細な情報は公式ウェブサイトをご覧ください。[www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com) \*2021年暫定数値