

IFA Innovation
For All

The future is now.

Berlin becomes the stage for what's next.
See it all at IFA 2026.



日本メディア向け発表会

2026年6月16日 東京

レイフ・リンドナー
(Leif Lindner)

IFA Management GmbH
CEO



プレス発表会資料



すべての人に イノベーションを

- イノベーションはプレスリリースだけでは伝わりません。
- IFAでは、イノベーションが実体験となり、実際のビジネスにつながります。

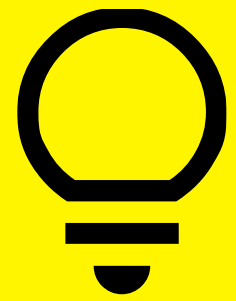
架け橋としてのIFA

- IFAは、世界のブランド、小売業者、クリエイター、メディア、そして消費者が集い、イノベーションを実体験へと変える場です。
- 一般消費者向け（B2C）の新製品発表や体験機会の創出（Launch）から、ビジネスパートナーの発掘（Discover）、流通・販売展開（Distribute）まで、B2Bの成果へとつなげます。
- 国際的なメディア向けイベントにおける私たちの目標は、明確なメッセージ、印象的なビジュアル、そしてメディアがすぐに発信できるストーリーを提供することです。

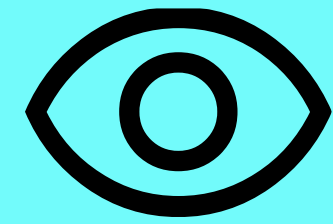
「見本市は依然として重要なマーケティング手段であり、回答企業の99.5%が、企業戦略の一環として今後も見本市への出展を継続したいと回答しています。さらに3分の2の企業は、見本市の重要性は今後数年間にわたり変わらない、あるいは高まると予想しています。」([AUMA Exhibitor Outlook](#))



コアバリュー



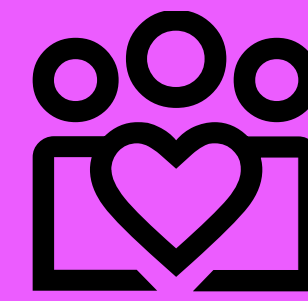
Inspiration:
Ignite your creativity.



Curiosity:
Embrace the unknown.



Trust:
A legacy of reliability.



Community:
A shared journey.

世界を リードする テクノロジー ハブ

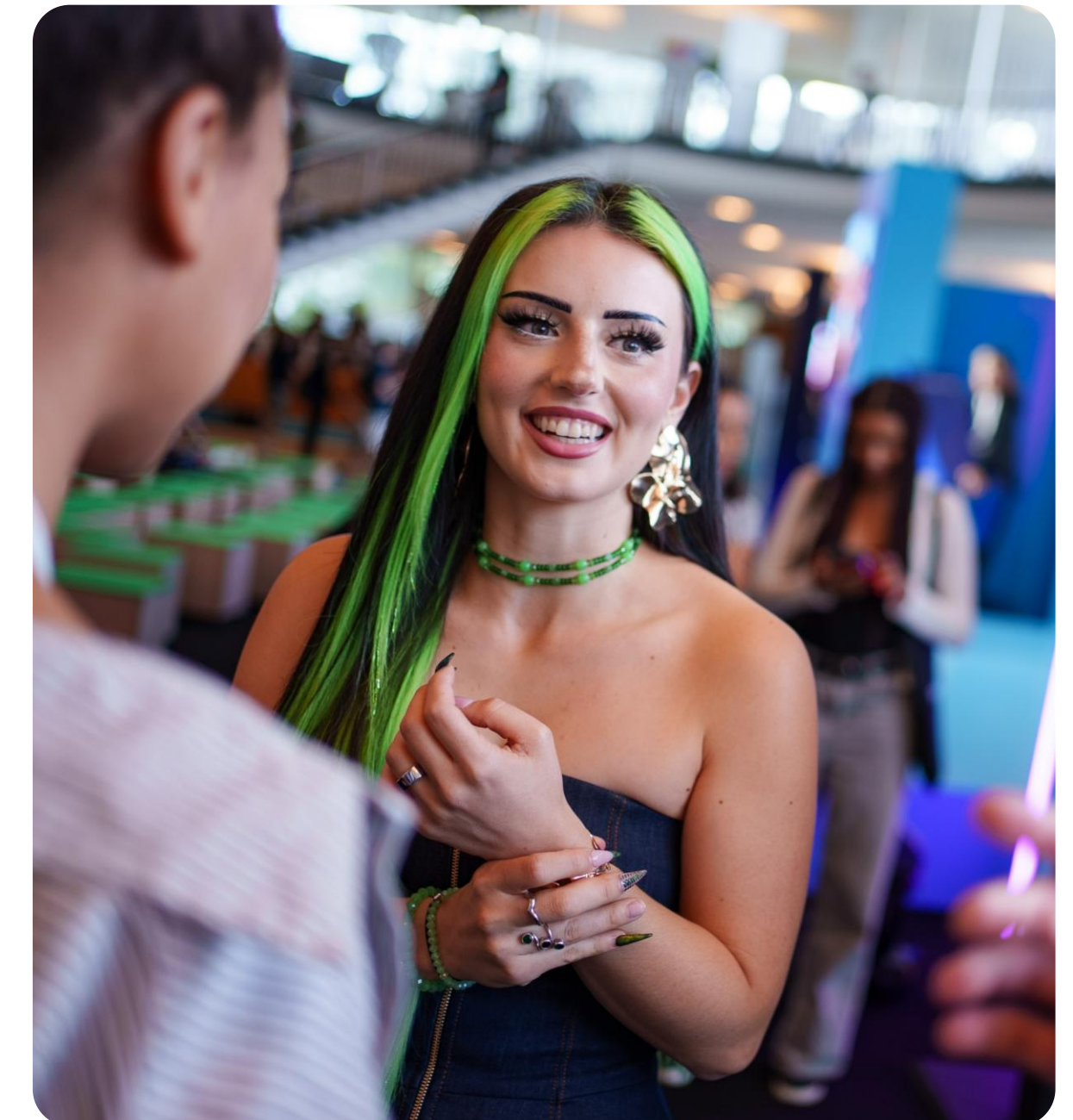
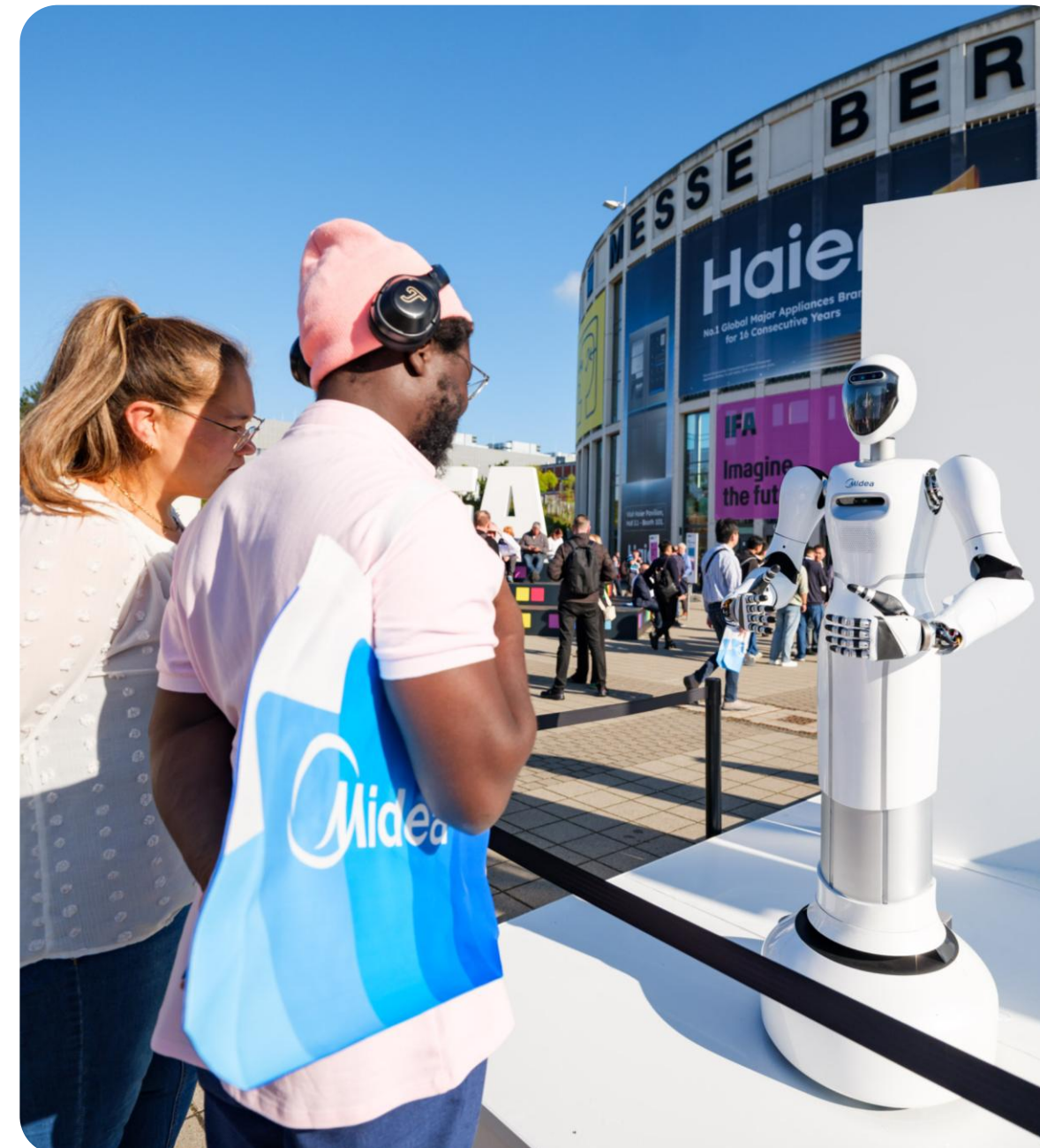
一つの展示会が生み
出す二つの価値：
消費者の注目と
ビジネス機会の創出



IFAイノベーション プラットフォーム

4つの戦略的柱：

1. イノベーション・ショーケース
2. ビジネスと発信力の融合
3. ソートリーダーシップと新製品の発表
4. 体験とカルチャー



IFA 2025 ハイライト

来場者

220,000人 (前年比+5%)

140カ国から来場

ゾンマーガルテンコンサートでZ世代・α世代の来場が拡大

報道関係者・メディア・クリエイター

4,400超

審査プロセスの厳格化により参加者の質が向上

出展者数

1,900 (前年比+5%)

49カ国からの出展

メディアインプレッション

3,010億回超

うち ドイツ46%、海外54%

小売業界からの参加多数

67% (前年比+10%)

国際小売業者

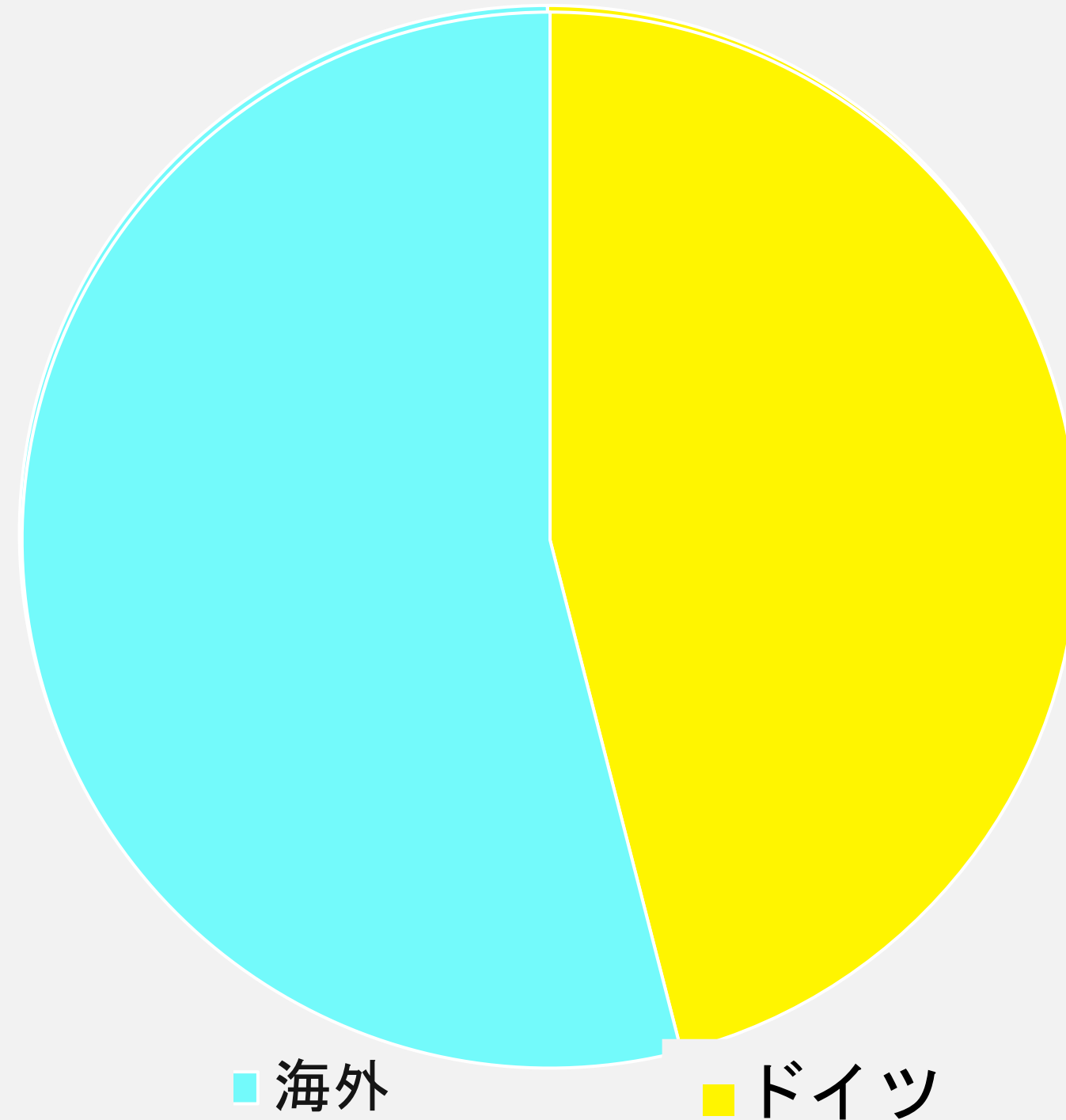
IFA 2025 メディアの国別構成

3,219

登録メディア数

80

カ国



B2B と B2C



グローバル リテ일러

参加人数上位10社

- ElectronicPartner
- Euronics
- Expert
- MediaMarktSaturn
- Telering
- Amazon
- EK Retail
- Power
- OTTO
- MEDIA EXPERT (Terg S.A.)
- JD.com

IFA2025実績



グローバルテック・ 耐久消費財市場

主要なポイント

世界のテクノロジー&耐久消費財市場

- 世界のテクノロジー・耐久消費財市場は、販売数量の伸びが鈍化する中でも、価格・商品構成（ミックス）・為替の追い風を受け、金額ベースで+8.9%（米ドル建て）の力強い成長を回復しました。
- 成長率は米ドル建てで過去最高を記録、現地通貨建てでもプラスを維持しており、市場が引き続き拡大基調にあることを示しています。
- 販売数量の伸びの鈍化は、消費者が引き続き合理的な購買行動を取っていることの表れであり、需要の後退を意味するものではありません。むしろ、消費はコストパフォーマンスに優れた商品や優先度の高いカテゴリーへとシフトしています。
- プレミアム化は引き続き重要な成長ドライバーであり、通信、IT、SDA（小型家電）分野では、イノベーションサイクル、買い替え需要、手の届きやすいプレミアム商品の提供が成長を支えています。
- 新興諸国・地域は、現地通貨建ての業績改善にも後押しされ、今やより力強い成長の牽引役となっています。
- 中国市場は、販売数量の伸びが高水準から落ち着きを見せつつあるものの、高価格帯商品の構成比上昇を背景に、金額ベースでの成長を維持しています。
- 地政学的リスクやインフレ進行を背景に消費者信頼感は低下しており、2026年にはテクノロジー製品および耐久消費財の購買意欲を抑制する可能性があります。

米ドル高を追い風に、 すべての地域で金額ベースの成長を実現

中国は、2025年から2026年にかけて販売量の伸びが鈍化したものの、政府補助金制度によるプレミアム化効果を背景に、引き続き金額ベースの成長を維持しました。

世界のテクノロジー・耐久消費財市場（北米・ロシアを除く）
売上高（米ドル、NSPベース） | 前年比成長率（%）
2026年1月～2026年3月

全世界（北米を除く）

売上高	2,160億ドル
成長率	+8.9%

西ヨーロッパではユーロ建て売上高が+0.2%成長となり、ユーロの相対的な強さが浮き彫りに

531億ドル +12%
西ヨーロッパ

94億ドル +14%
東ヨーロッパ

728億ドル +5%
中国

243億ドル +7%
先進アジア

176億ドル +11%
中東・アフリカ

234億ドル +11%
新興アジア（中国を除く）

151億ドル +11%
中南米

日本のテクノロジー・ 耐久消費財市場

現地連絡先：Saori Arai (saori.arai@nielseniq.com)

日本のマクロ経済

GDP

4兆2800億米ドル

(暦年ベース、前年同期比
4.7%増)

+1.2%
(実質GDP成長率)

- 持続的な賃金上昇が家計所得を下支え
- 堅調な企業収益と設備投資の回復
- 物価対策や経済的措置による政府の支援

CCI (消費者信頼感指数)

37.2

(2025年12月)

-0.3 ポイント
(前月比)

- 所得の伸びは小幅ながら改善
- 生活全般に対する見方は悪化
- 耐久消費財の買い時判断は悪化

CPI (消費者物価指数)

+3.2%

(前年同期比、全品目、年平均)

コアCPI : +3.1%
(生鮮食品を除く)

- 食料品価格とサービス分野の物価上昇率は依然高止まり
- エネルギー補助金によりエネルギー価格の上昇が抑えられ、全体的なインフレが緩和
- 賃上げ分のコスト転嫁が基礎的なインフレを押し上げ

可処分所得

532,408円

(勤労者世帯、2人以上世帯、
2025年平均)

名目 : +1.9%、実質 : -1.7%

- 賃金上昇で名目所得が増加
- インフレにより実質所得は減少
- 堅調な労働市場（低失業率）が、景気の急激な悪化を抑制

2025年 品目別物価上昇率

生活必需品の価格高騰が、引き続き家計を圧迫

CPI（前年比、%）
2025年平均、前年比

全品目ベース：+3.2%

食料品



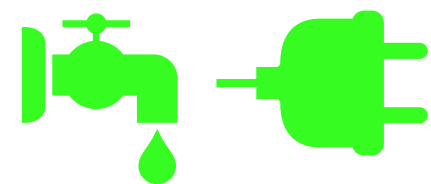
+6.8%

住宅



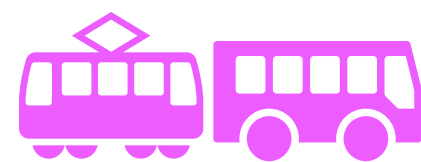
+1.0%

光熱費
(電気・ガス・水道)



+3.6%

交通・通信



+2.7%

家具・
家事用品



+2.7%

*家電製品を含む

文化・
娯楽費



+2.4%

*黒物家電（コンシューマーエレクトロニクス）を含む

衣服・履物

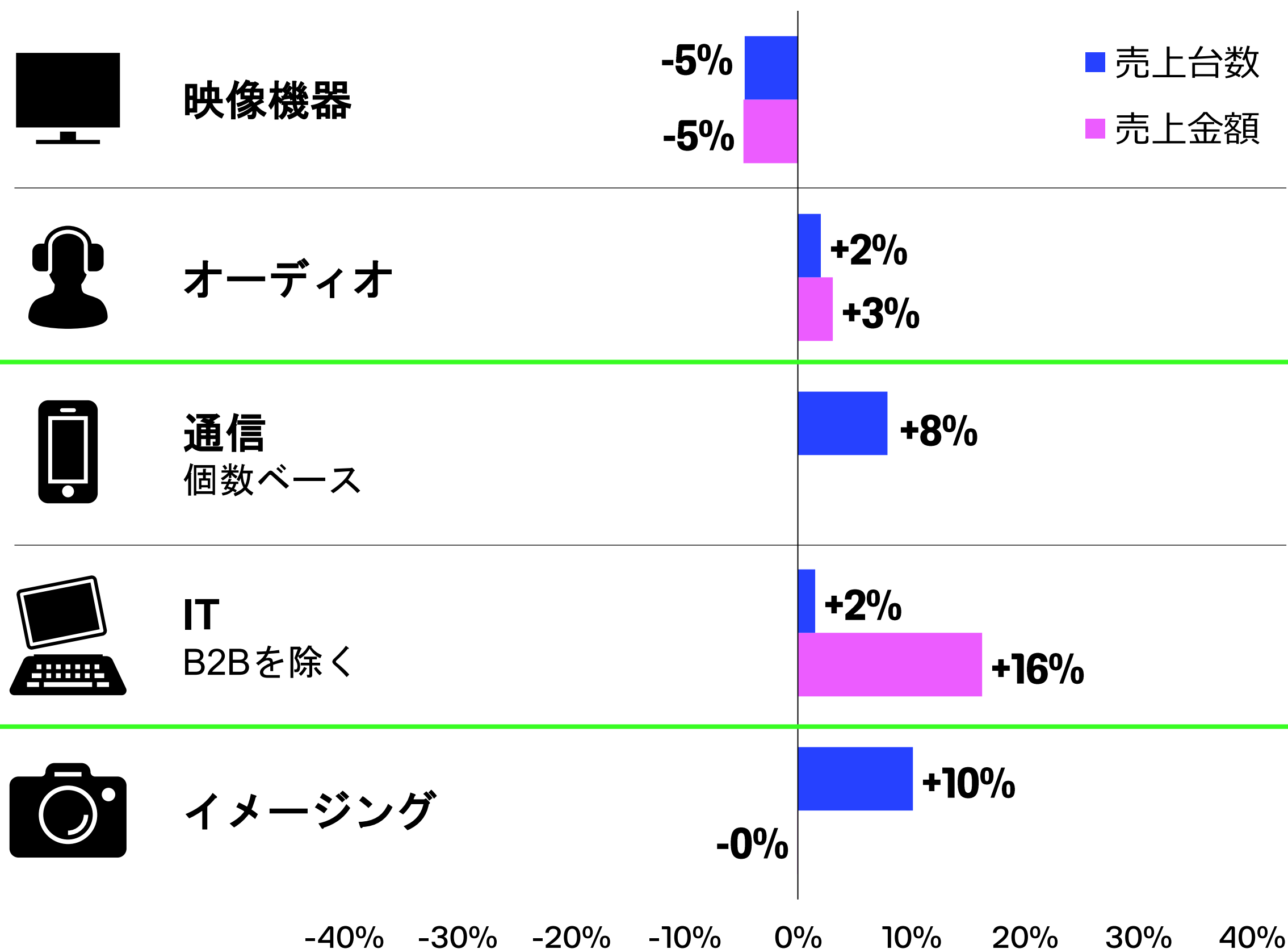


+2.6%

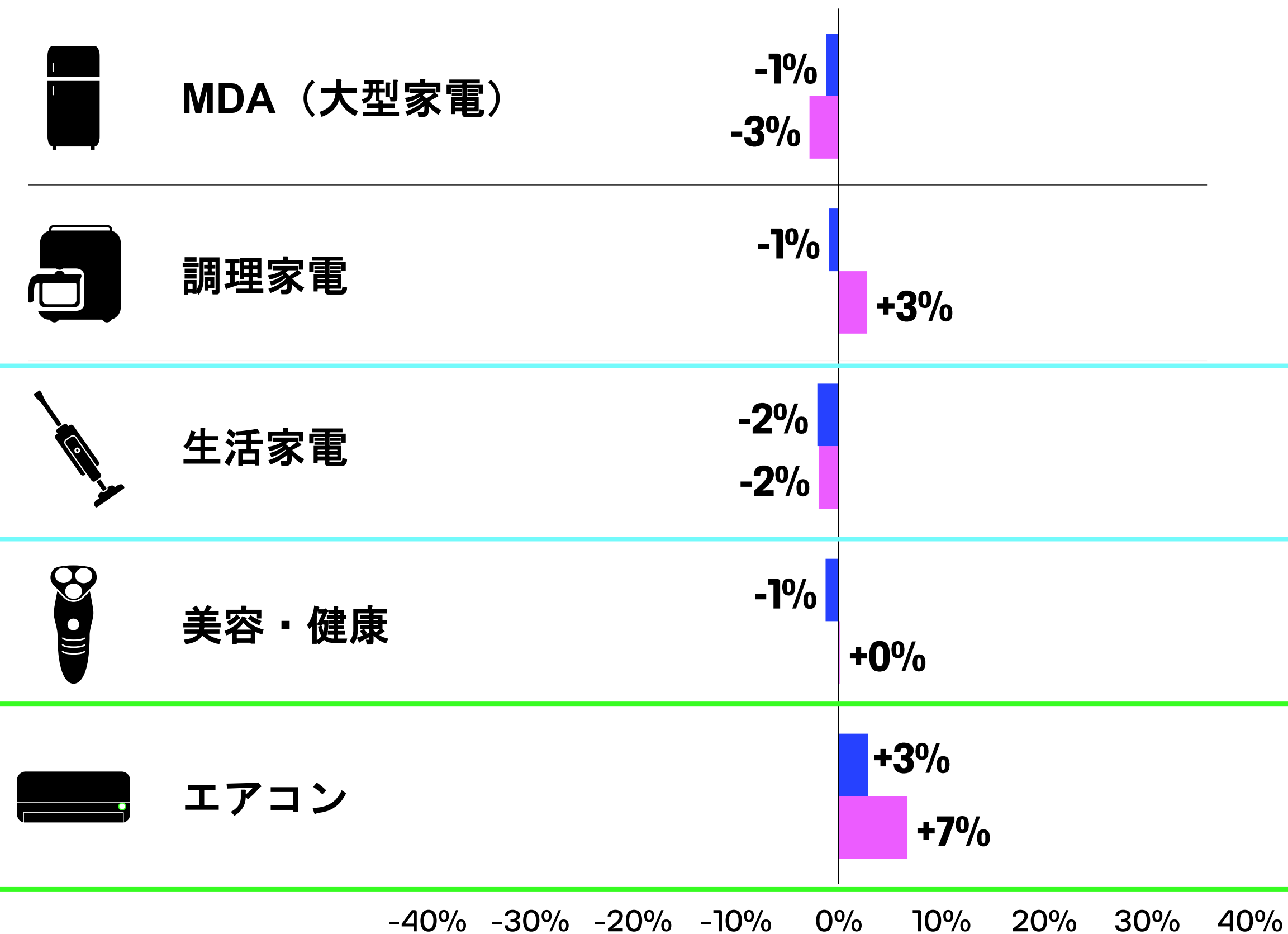
テクノロジー・耐久消費財市場の動向

2025年のテクノロジー・耐久消費財市場規模は456億米ドル（前年比3.7%増）と推定されています

デジタル機器



家電製品



日本のテクノロジー・ 耐久消費財市場

現地連絡先：新井 沙織 (saori.arai@nielseniq.com)

または：Junichi.Mizumura@nielseniq.com & Wooyeol KIM

日本のマクロ経済 (2026年第1四半期)

GDP

2026年第1四半期
名目**4.2兆**ドル
(前年同期比 +0.8%)

実質**3.7兆**ドル
(前年比 +0.6%)

- 経済の状況は悪い状態ではないが、特に好調というわけでもない。
- 輸出の回復と公共投資の増加が経済を下支えしている一方、個人消費は依然として低迷している。

CCI

33.3
(2025年3月)
-6.4ポイント
(前月比)

- 雇用見通しは急速に悪化している。
- 賃上げへの期待はあるが賃金上昇への期待はあるものの、消費者は物価上昇に追いつかないのではないかと懸念している。

CPI

+1.5%
(前年同月比、全品目、
2026年3月)
コアCPI : +1.8%
(生鮮食品を除く)

- 2月比+0.2ポイント。
- エネルギー価格の上昇が物価上昇を物価上昇を後押ししている。
- 食品価格の上昇は鈍化しており、その基調は安定しているようだ。

可処分所得

45万3千円
(就労世帯 2人以上世帯、
2025年平均)
名目 : +6.4%、実質 : +4.7%

- 賃金の上昇と賞与の増加が主な要因である。
- 食品価格の上昇が鈍化し、政府の補助金によりエネルギー価格が安定している。

2026年3月 品目別物価上昇率

生活必需品の価格上昇が家計に引き続き重くのしかかっている。

CPI（前年同月比：％）
2026年3月

全体 **+1.5%**

食料品



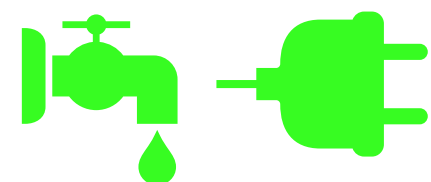
+3.6%

住宅



+0.3%

光熱費
(電気・ガス・水道)



-1.5%

交通・通信



0.0%

家具・
家事用品



+1.9%

*家電製品を含む

文化・
娯楽費



+1.3%

*家電製品を含む

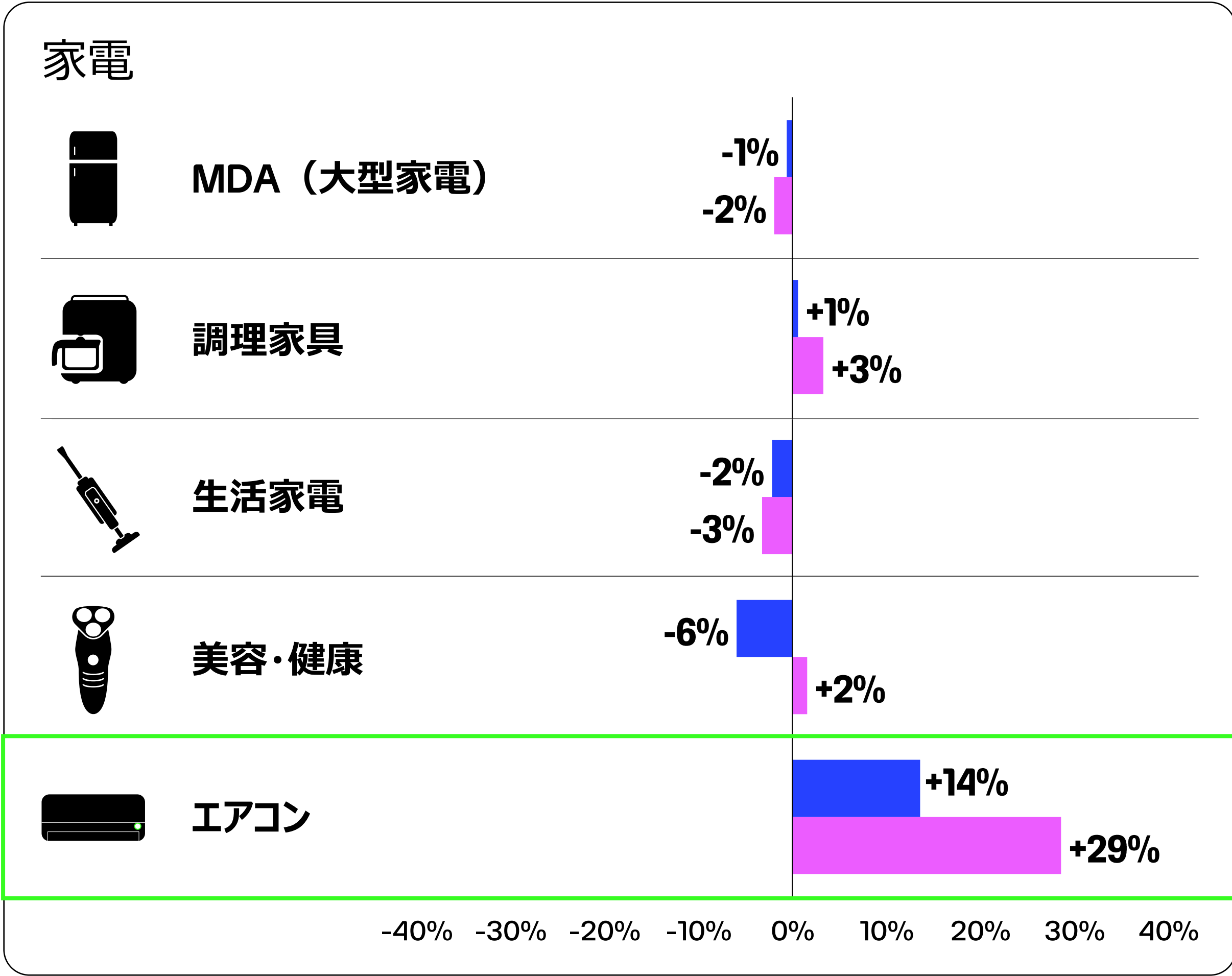
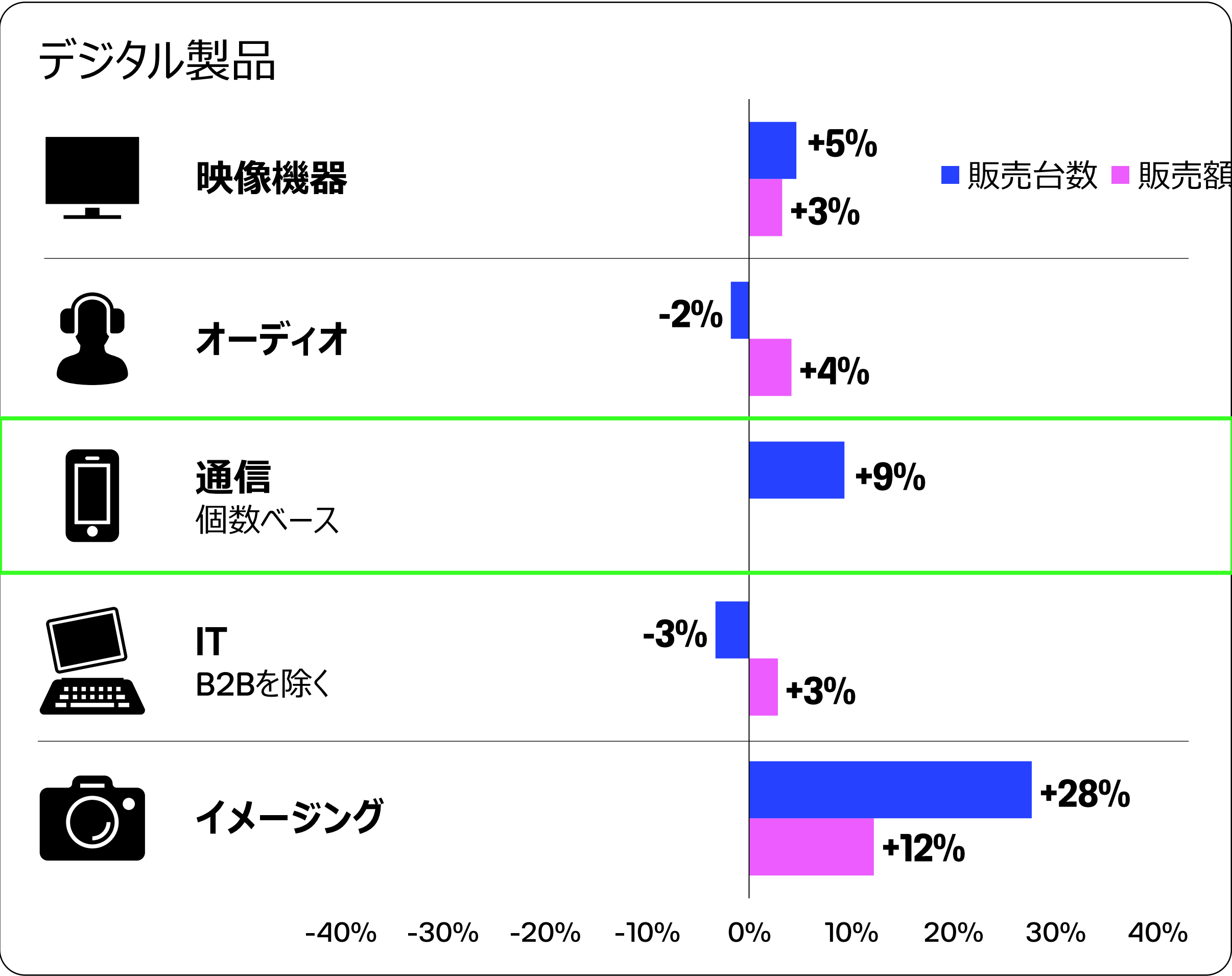
衣服・履物



+1.5%

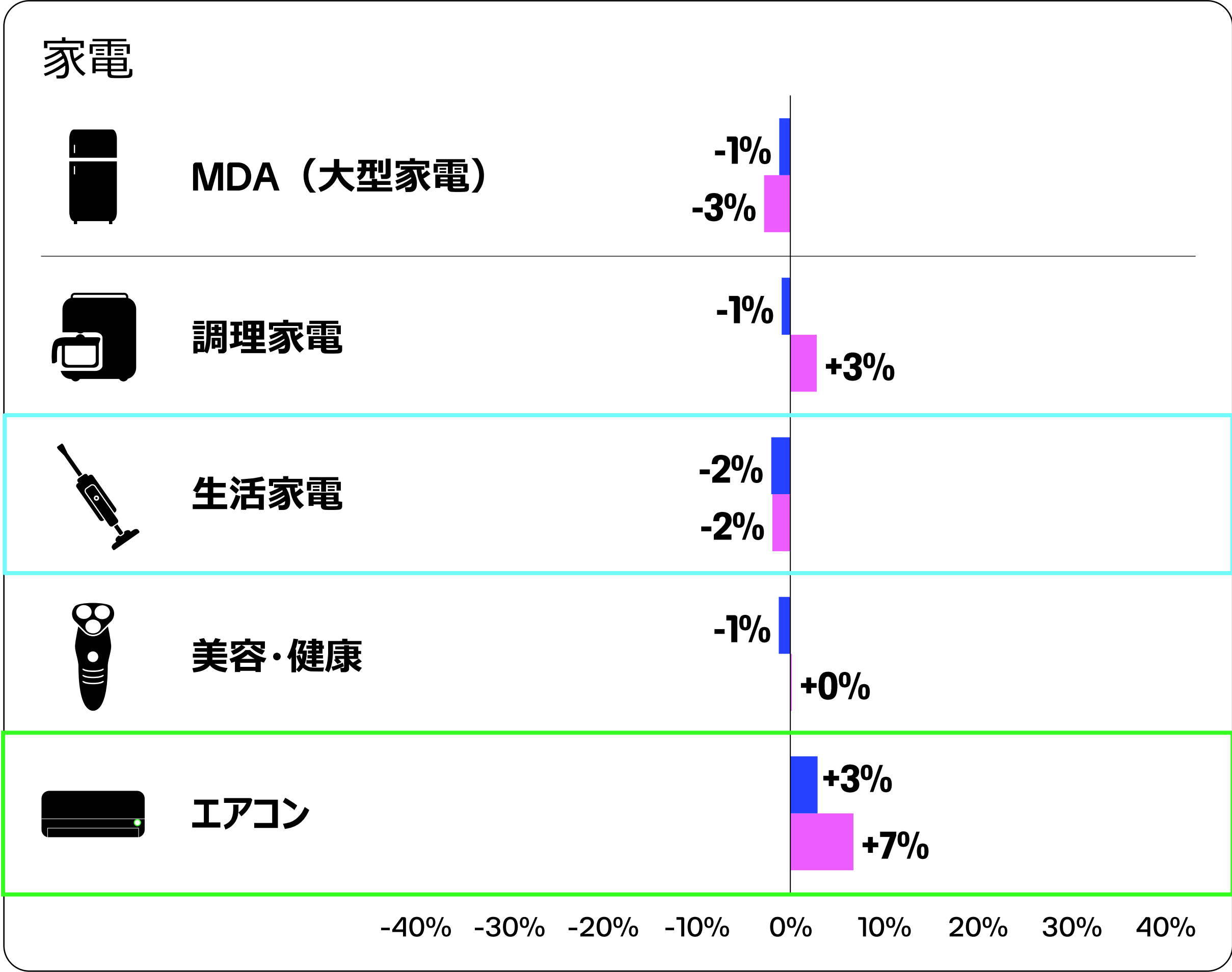
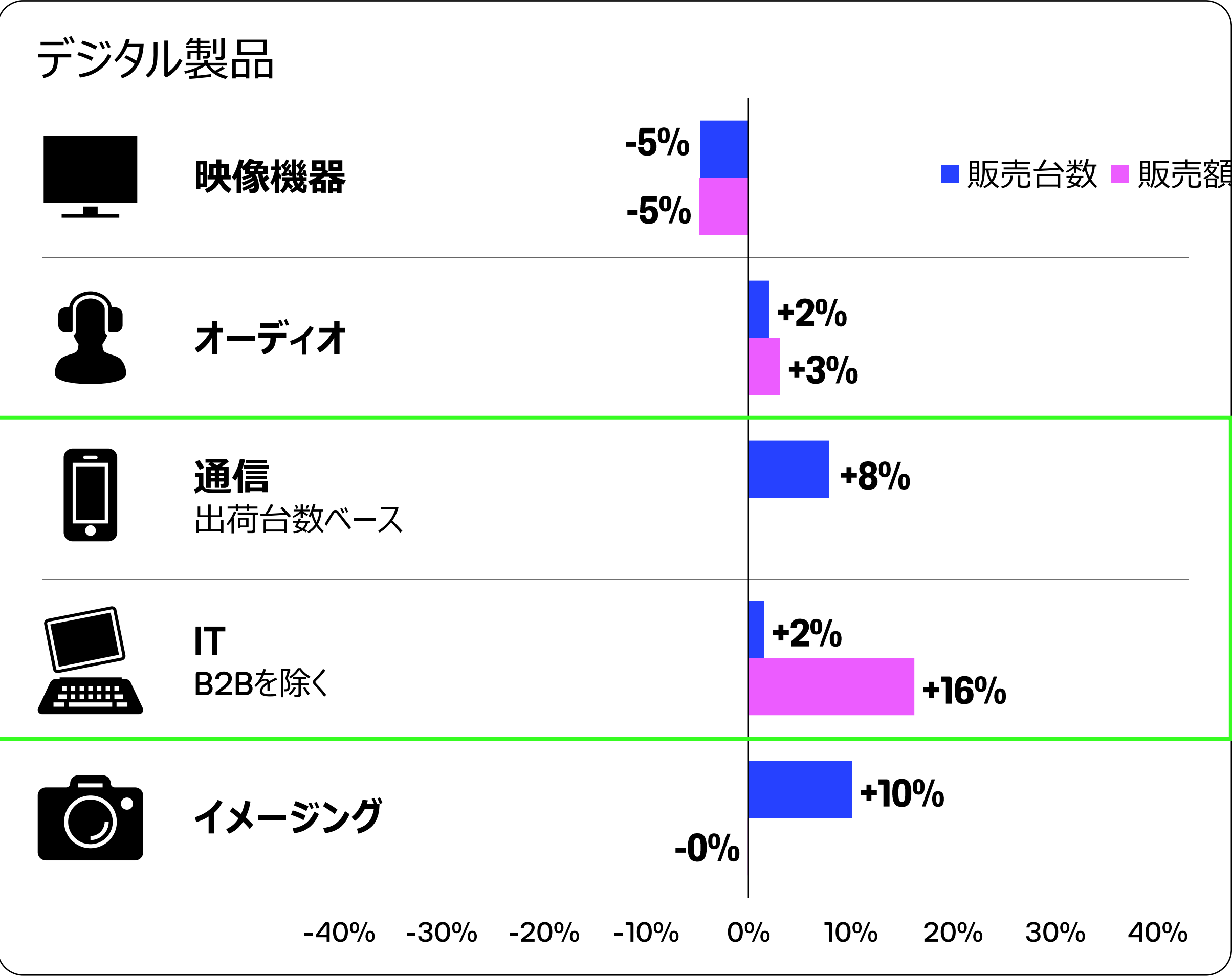
テクノロジー・耐久消費財市場市場の動向 2026年第1四半期

2026年第1四半期、エアコンおよび通信分野が市場を牽引



テクノロジー・耐久消費財市場の動向

2025年のTCG市場規模は456億米ドル（前年比+3.7%）と推定されています



2026年の展望

今後の計画

- **IFA本体**

マーケティングとコミュニケーションプラットフォーム

高品質なスピーカーやパネル
ウェブサイトとアプリの継続的改善

- **今後の継続に向けて**

ベルリンメッセと長期契約（至：2034年）

- **国際化**

主要な国際市場に注力
Global Markets プログラム10周年

- **リテール業界に特化したサービス**

リテール・リーダーズ・サミット
「リテール・イノベーション・ゾーン」を新設

- **新たなターゲット層：**

5つのコンテンツテーマを通じて開拓：

1. AIの世界とテクノロジーの未来
2. 小売とコマースの未来
3. マーケティングと創造性
4. 文化とライフスタイル
5. スマートで持続可能な生活

- **文化と都市の融合**

「IFA Moments」、ゾンマーガルテン、ポッドキャスト・デー、フォトグラフィスカ美術館との提携、Berlin PartnerおよびvisitBerlinとの協力

- **インクルージョンとサステナビリティ**

Cradle to CradleおよびLebenshilfeとの協業

New



2026年の展望 - 展示エリア構成

新たなインフラとしてのAI



ホーム &
エンターテイメント



ホームアプライアンス



スマートホーム



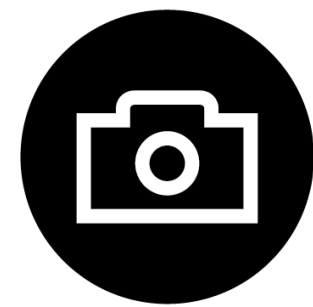
コミュニケーション
& コネクティビティ



オーディオ



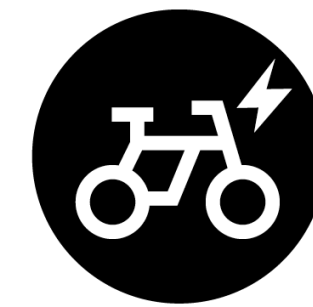
コンピューティング
& ゲーミング



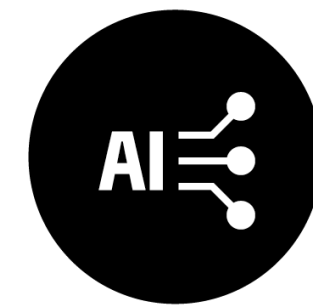
コンテンツ
クリエイション



ビューティーテック
& ウェルビーイング



モビリティ



IFA Next

2026年の展望

New

新たなフォーマットとコンテンツテーマ

ロボット・オン・ランウェイ、ロボカップ、インディーゲームエリア、モビリティトラック、ビューティーハブ、アウトドアクッキング&ガーデニング、スマート・リビング・フォーラム、他

イノベーション・フォー・オール

IFAは、インクルージョンとアクセシビリティを推進し、あらゆる世代に向けたコンテンツを提供しています

ゾンマーガルテン

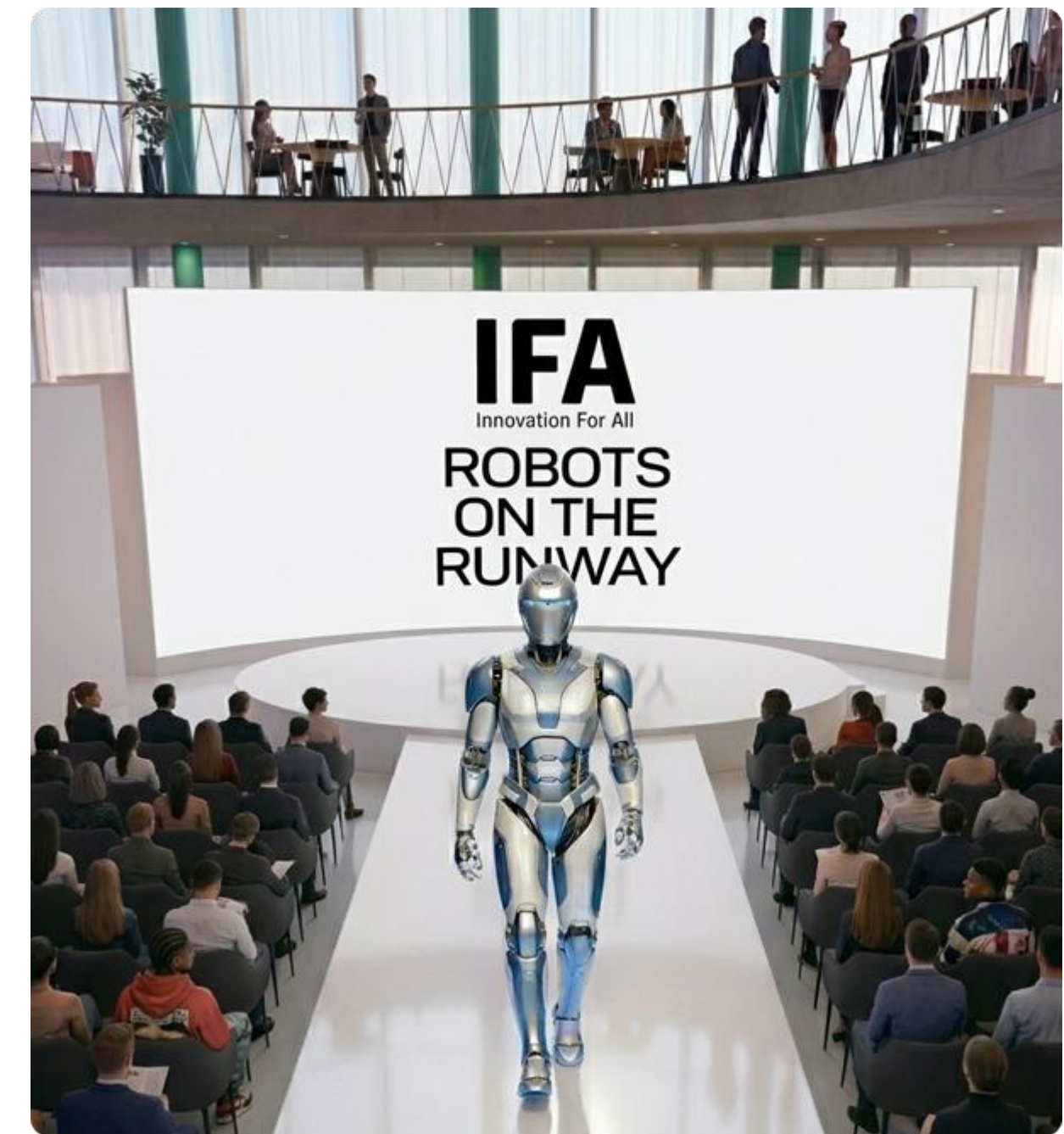
出演予定アーティスト：ルチャアーノ、DJ BUNT.、イッキメル、他

IFA Moments

ブランドと消費者をつなぐ絶好の機会 — IFAは特定の場所や一瞬の出来事にとどまりません

360度アプローチ

（ライブ）ポッドキャスト、記者会見・プレスリリース、ステージプログラム、ブランドアクティベーション、イベントや業界集会へのグローバルな参加



2026年の展望

特別プレビュー — 展示会場

ICC BerlinがIFA 2026の会場に加わります

IFAでは今回初めて、伝説的なICC Berlinを会場として開放します。1979年に建設されたこの建物は、歴史的建造物に指定されており、過去10年間にわたり閉鎖されてきました。全長300メートルを超えるアルミニウム製のファサードを備え、約2万人を収容可能です。冷戦時代に西ベルリンの革新的な精神を象徴する建物として建設されました。

New



IFAに参加する理由

IFAはイノベーションが現実の市場で実を結ぶ場所です。

メディア関係者

- 新製品発表やデモ、イノベーションに関するストーリーをいち早く取材可能
- トrendや市場の変化、今後の展望について、記事で引用できる経営陣の见解を入手可能。
- すぐに記事化・配信できるコンテンツ素材（インタビュー、ビジュアル、展示会場の様子など）
- テクノロジーと日常生活（家庭、デザイン、エンターテインメント）が出会う、人間的・文化的な視点

業界関係者

- 各ブランドが新製品を発表し、業界のトレンドを牽引する、イノベーション発信のための実績あるプラットフォーム
- 意思決定の場面で高い存在感を発揮
- 一般消費者からの注目や関心（B2C）を、企業間の取引や販路拡大（B2B）に直結させます
- 小売事業者との接点創出と商談機会の提供
- 世界的な影響力：ヨーロッパを拠点としつつ、グローバル市場に向けて発信

プレス発表会資料



IFAは2026年9月4日～8日開催です。
皆様のご来場をお待ちしております。

レイフ・リンドナー (Leif Lindner)
CEO
l.lindner@ifa-management.com

ソニア・メイ (Sonja May)
Director PR & Corporate Communications
s.may@ifa-management.com

ジョイア・ゾーリ (Gioia Zoli)
Head of International PR
g.zoli@ifa-management.com





IFA Innovation
For All

IFAで体感する、
今ここにある未来。