

2つの栄誉：メッセ・デュッセルドルフ、「ドイツ・ブランド・アワード 2026」を受賞

新たなブランドアイデンティティと、一貫した企業ブランドの進化が結実

「ドイツ・ブランド・アワード 2026」でのダブル受賞：メッセ・デュッセルドルフの新しいブランドアイデンティティと、企業ブランドの戦略的進化が評価されました。「優秀ブランド — 見本市&イベントロケーション」部門でゴールドを獲得、さらに「優秀ブランド — コーポレートブランド・オブ・ザ・イヤー」部門でウィナーとなりました。

2026年6月26日、デュッセルドルフ | 世界有数の見本市主催会社として知られるメッセ・デュッセルドルフは、このたび「ドイツ・ブランド・アワード 2026」において2つの賞を受賞しました。この受賞は、弊社が2024年末から展開している企業ブランドの戦略的展開と、新しいブランドアイデンティティを称えるものです。

ドイツ・ブランド・アワードは、ドイツ語圏における包括的なブランドマネジメントを対象とした最も重要な賞のひとつであり、近年では多くの著名なDAX（ドイツ株価指数）上場企業や、産業界のリーディングブランドが受賞しています。評決の中で審査員は今回のリニューアルについて、メッセ・デュッセルドルフの強みを、これまでに確立させたブランドのキャラクターを損なうことなく現代的なブランドアイデンティティへと昇華させている点を特に強調しました。さらに明確な包括ブランドとしての存在感、デジタルチャネルやイベントフォーマットへの一貫した導入、ひいては社内の日常業務における定着度にも評価が及びました。

地道なブランド育成への評価

メッセ・デュッセルドルフ社長兼 CEO、ヴォルフラム・ディーナーは、「今回のダブル受賞は私たちにとって貴重な証となります。新しいブランドアイデンティティによって、メッセ・デュッセルドルフが何を目指しているのか—例えば国際的なマーケットプレイスの提供、関連業界のプラットフォーム、そして私たちのお客様の長期的なビジネスの成功を支えるというコミットメント—が、より明確になりました。第三者機関の専門家の審査員の皆様がこの進化を認めてくださったことを大変喜ばしく思います」とコメントしています。

ドイツデザイン評議会（German Design Council）が主宰するこのアワードは、明確なポジショニング、差別化、そして一貫した実施の観点から際立っているブランドを表彰するものです。2026 年には、世界 18 か国から計 1,676 件のプロジェクトがエントリーされ、経済、学術、エージェント、コンサルティング業界の専門家が審査を行いました。

新しいブランドアイデンティティにより、企業ブランドを戦略的に前進させ、ビジュアルと内容の両面が再構築されました。その中核にあるのが「For those who create tomorrow's business（未来のビジネスを創り出す人々のために）」であり、人々、市場、そしてイノベーションを繋ぐ架け橋になるという弊社の真摯な想いを表現しています。

長年親しまれてきた「m」のシンボルマークは、今後も弊社の中心的なアイデンティティとして引き継ぎながら、現代のデジタル環境に寄り添う形で発展していきます。特徴的なコーポレートカラーであるオレンジに、今回新たにマゼンタと目を引くカラーグラデーションを追加しました。これにより認知度を保ちながらも新しい柔軟性を兼ね備えたダイナミックなブランドアイデンティティが誕生しました。

内外のコミュニケーションを形作る新しいアイデンティティ

今回の受賞により、メッセ・デュッセルドルフは自ら選択した道が正しかったことを確信しています。今回のブランド戦略の策定および新しいブランドアイデンティティの構築には、ブランド&コミュニケーションエージェンシーである rheinfaktor 社との緊密な連携のもと行われました。同社の戦略的かつクリエイティブな伴走と、これまでの力強いサポートに対し、心より感謝と敬意を表します。

新しいブランドアイデンティティは、導入以来「インサイドアウト」の原則で導入されました。早い段階から従業員を巻き込み、キックオフイベント、トレーニング、ツールキットなどを通じ活用をサポートしました。社外へは、統合されたイメージキャンペーンを通じて新しいアイデンティティに命を吹き込み、6 か月で 1 億 7,000 万回以上のリーチを記録しました。さらにデジタルチャネル、ソーシャルメディアの活用をはじめ、採用ブランディング、見本市会場内の多数のコーポレート・タッチポイントに至るまで、多角的なアプローチで本アイデンティティの浸透に努めています。

今後もこの新しいブランドアイデンティティはすべてのチャネルや国際的な活動において一貫して進化し続け、世界をリードする見本市主催会社としてのポジショニングをさらに強化していきます。なお、「ドイツ・ブランド・アワード 2026」の授賞式は、2026 年 6 月 25 日、ベルリンにて開催されました。

アワードに関する詳細情報と画像は、ドイツ・ブランド・アワードのオンラインギャラリーでご覧いた

だけです：

- [Gold – Excellent Brands – Trade Fairs and Event Locations](#)
- [Winner – Excellent Brands – Corporate Brand of the Year](#)

メッセ・デュッセルドルフグループについて

メッセ・デュッセルドルフは、世界をリードする見本市主催会社のひとつに数えられます。61 万 3,000 m²の広さを誇る展示会場では、毎年 20 の主な国際見本市を含む、約 40 の見本市が開催されています。全 18 のホールには各業界の国際的なマーケットリーダーや主な意思決定者たちが一堂に会し、イノベーションの発表や発掘、意見交換、そしてネットワーキングを行います。メッセ・デュッセルドルフの専門分野には、金属・鋳造技術を含む「機械・プラント・設備」（例：drupa, K, inter-pack, glasstec, wire, Tube など）、「流通・小売・サービス」（例：EuroShop, EuroCIS, ProWein）、「医療・健康技術」（例：MEDICA, COMPAMED, REHACARE, A+A）、「ライフスタイル・美容」（例：BEAUTY, TOP HAIR, The Art of Beauty & Health）、「レジャー」（例：boot, CARAVAN SALON）、「モビリティ」（例：XPONENTIAL Europe, Flotte!）が含まれます。

また、このほかに子会社のデュッセルドルフ・コンGRESSが多数のコンベンション、企業イベント、カンファレンス、会議などを手掛けています。また海外では 142 か国をカバーする 78 の代表部および 9 つの子会社を設置し、80 以上のイベントを主催しています。

【本件に関するお問い合わせ】

メッセ・デュッセルドルフ

Dr. Andrea Gräндdörffer

コーポレート・コミュニケーション部長

Tel.: +49 (0) 211/4560-555 E-mail: GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de

株式会社メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン

富田 那渚 (Ms. Nao Tomita)

E-Mail: mdj@messe-dus.co.jp