



WFSGIは、主要なスポーツイベントから受け継がれる青少年の参加促進という遺産を推進するため、ニューヨークでスポーツ界および産業界のリーダーたちを集めた。

「The One Goal. Move the World.」 という集まりでは、大規模なスポーツイベントのステークホルダーがどのように協力し、若者や地域社会に、より大きく、かつ持続的な心身の健康上の恩恵をもたらすことができるかを模索します。

2026年6月25日、ニューヨーク発- 世界スポーツ用品産業連盟（WFSGI）は昨日、ニューヨーク市のアディダス本社にて、スポーツ、公衆衛生、市民社会、そして世界のスポーツ用品業界のリーダーたちを集めたイベントを開催しました。2026年FIFAワールドカップの開催期間中に開催されたこのイベントでは、主要なスポーツイベントのステークホルダーが、特に地元の子供や若者たちの身体活動に持続的な影響を与えるために、いかにして協力を深めていくかという共通の目標について検討が行われた。

スペイン代表、マンチェスター・ユナイテッド、チェルシーでプレーしたサッカー界のレジェンドであり、「Common Goal」のサポーターでもあるファン・マタがイベントの幕開けを飾り、若者がスポーツに積極的に関わり続けられるよう、会場に集まったすべての関係者にチームワークを呼びかけました。「私がサッカーで最初に学んだ教訓の一つは、夢を叶えるにはチームワークが必要だということです。私たちはピッチ上でこの信条を貫いていますが、社会的な場ではそれが十分に実践されていないのが現状です。サッカーやその他のスポーツへの参加を促進し、生涯にわたる愛着を育むことは、一つの組織、一つの権利保有者、一つの政府、あるいは一つのコミュニティだけの責任ではありません。世界中の子供たちが、私がサッカー選手として味わってきたのと同じ輝きと喜びを体験できるよう、すべてのスポーツ関係者が力を合わせて支援していくことが求められています。」

アドボカシーイベント「The One Goal. Move the World.」は、アディダス、アメール・スポーツ、アリーナ、アシックス、ブルックス、デカトロン、ニューバランス、ナイキ、オークリー、スペシャライズド、アンダーアーマーなど、WFSGIを代表する主要ブランド各社の支援を受けて開催されました。このイベントには、権利保有者、開催都市、NGO、財団、国連機関、業界のリーダーらが一堂に会し、メガイベントの企画・運営に「参加のレガシー」を定着させるための成功的な連携に向けた、実証に基づいた知見や戦略を共有しました。



本イベントは、2024年の世界保健機関（WHO）決議「スポーツイベントを通じた健康とウェルビーイングの強化（WHA77.12）」および、世界中の地域レベルで活動する組織による実地での実施経験に触発されて企画されました。

スポーツと若者にとっての共通の機会

世界中の10代の81%がWHOの基本的な身体活動ガイドラインを満たしておらず、スポーツ用品業界にはスポーツの瞬間を持続的な習慣へと変える手助けができる独自の立場があることから、WFSGIは、何が効果的か、そして業界がそれを実現するためにいかにしてより積極的な役割を果たせるかに焦点を当てるため、この会合を招集しました。

ニューバランスの最高執行責任者（COO）であり、WFSGIの共同議長を務めるデイブ・ウィーラー氏は、若者にインスピレーションを与えるだけでなく、現実の世界に具体的な影響をもたらすという業界の取り組みを明らかにし、イベントの幕を開けました。ウィーラー氏によると、「FIFAワールドカップは、人々を結びつけ、鼓舞し、世界を変えるスポーツの並外れた力を私たちに思い出させてくれます。スポーツ用品業界として、私たちは、アスリートが頼りにする製品、パフォーマンスを向上させるイノベーション、そしてプログラムやコーチ、クラブ、地域社会を支えるパートナーシップを通じて、スポーツの実現に貢献しています。しかし、私たちの最大の影響力は、単に製品を作ることにだけあるわけではありません。スポーツがもたらす自信、つながり、そして機会を、より多くの若者が体験できるよう支援することにあるのです。このようなイベントこそが、インスピレーションを行動へと変え、試合終了のホイッスルが鳴るずっと前から始まるレガシーを築く場なのです。」

WFSGI CEOのエマ・ズウィーブラー氏は、次のように続けました。「『世界を動かす』産業として、スポーツ用品業界は、そのグローバルな展開、文化的影響力、そして人々の身体活動を支援する情熱のおかげで、独自の役割を果たしています。しかし、これはどの単一のブランド、組織、あるいは業界よりも大きなものです。本日は、主要なスポーツイベントのレガシー実現に不可欠な幅広い関係者を一堂に集め、何が有効で何がそうでないかを共有し、今回のワールドカップの勢いと教訓を将来のイベント主催者に確実に引き継ぐことが目的です。協力し合うことで、最も支援を必要としている若者や地域社会のために成果を上げることができるのです。」

「瞬間からムーブメントへ」

最初のパネルディスカッション「**瞬間からムーブメントへ：参加のレガシーはイベント設計の段階から始めるべき理由**」では、大規模なスポーツイベントの企画段階から、なぜ、そしてどのように若者の参加を組み込むべきかについて考察が行われました。ディスカッションは、ブリアナ・キーズ氏（FIFAホストシティNYC/NJ ソーシャル・インパクト担当ディレクター）、ブライアン・フリン氏（NFL グローバル・フラッグフットボール担当上級副社長）、ジェニファー・グレイ氏（ワールドラグビー 地域パートナーシップ・マネージャー）、レナータ・シムリル氏（LA84財団 CEO）、マヤ・スティーブン氏（サッカー・フォワード パートナーシップ・マネージャー）、ケイティ・ハンナ氏（スポーツ・アンド・ヒューマンライツ・センター 北米担当責任者）らが主導しました。

パネリストたちは、開催都市協定、アクセスと公平性の確保に向けた計画、そして単なるスポンサーにとどまらず積極的な推進役としての業界の役割が、どのように組み合わせることで地域社会に有意義な成果をもたらすことができるかについて検討した。

インスピレーションから習慣へ

第2セッション「**インスピレーションから習慣へ**」では、特に支援が行き届いていない若者に焦点を当て、イベントのエネルギーを持続的な行動変容につなげるために、コミュニティレベルでどのような取り組みが有効であるかを検討しました。パネリストには、ブリアナ・キーズ氏（FIFA開催都市ニューヨーク・ニュージャージー、ソーシャル・インパクト担当ディレクター）、ジェニファー・サリバン氏（ニューヨーク・シティ・フットボール・クラブ、最高執行責任者）、トム・ファレイ氏（アспен研究所、スポーツ&ソサエティ・プログラム担当エグゼクティブ・ディレクター）、ローリー・ウィッツェル氏（フィジカル・アクティビティ・アライアンス顧問兼米国心臓協会副会長）、ヤスミン・ウシェリフ氏（ジェネレーション2026：ユース・メディア・フォワード・アンバサダー）、メアリー・コナー（コモン・ゴールCEO）、ヘクター・モイェトン（アソカ・チェンジメーカーズ）、アンディ・ジェンキンス（サウス・ブロンクス・ユナイテッド 青少年育成ディレクター）が名を連ねた。

パネルディスカッションおよび関連する分科会を通じて、主要なスポーツイベントから若者の参加という遺産を推進し、最も恩恵を受ける可能性のある若者たちにリーチするための5つの主要な原則が策定された。



WFSGIは、参加者やその他の関心を持つステークホルダーと協力し、来年にジュネーブで開催される世界保健総会において、これら5つの原則を各国政府に提言する予定です。

##以上##

WFSGIについて

世界スポーツ用品産業連盟（WFSGI）は、スポーツ用品業界を代表する世界的な業界団体であり、150社の会員企業が世界のスポーツ用品売上高の約70%を占めています。WFSGIは、スポーツ、ビジネス、公共政策の接点において活動し、すべての人にとってより健康的で活動的な世界の実現を目指しています。当連盟は、オリンピック運動におけるスポーツ用品分野の「認定組織」であり、世界保健機関（WHO）と「公式関係」を築き、世界的な身体活動目標の達成を支援しています。 www.wfsgi.org

[WFSGI 身体活動インパクトレポート 2025：世界をアクティブな未来へ | WFSGI - 世界スポーツ用品産業連盟](#)

メディアお問い合わせ先

リンダ・マーフィー（WFSGI コミュニケーション責任者） — lmurphy@wfsgi.org