



平成 21 年度新事業創出・販路開拓ネットワーク整備・活用等事業

2010 年 2 月 22 日発行

## 展示会・見本市レポート第57号

発行：全国商工会連合会

編集：(財)日本立地センター

協力：全国イノベーション推進機関ネットワーク

### 第69回 東京インターナショナル・ギフト・ショー春2010[上]

～日本で出会おう、景気浮揚のスグレモノ～

会期	2010年2月2日(火)～5日(金)
会場	東京ビッグサイト
主催	ビジネスガイド社
後援	イタリア大使館、英国大使館貿易・対英投資部、オーストリー大使館、オランダ大使館、カナダ大使館、米国大使館商務部、在日ドイツ商工会議所、対日貿易投資交流促進協会、日本貿易振興機構、日本百貨店協会、日本チェーンストア協会、全国商工会連合会、日本商工会議所 等
協賛	インテリア産業協会、日本ファッション協会 等
事務局	( <a href="http://www.giftshow.co.jp">http://www.giftshow.co.jp</a> )
出展者数	2,506社
小間料	(3m×3m) 367,500円(税込み)
募集期間	2009年10月初旬～2009年11月初旬
来場者数	201,245名
出展業種	日曜雑貨、文具、デザインプロダクツ、家具、照明器具、テキスタイル、インテリア小物、化粧品、理美容雑貨、室内園芸、生花、観葉植物、エクステリア、ドライフラワー、アロマ、サプリメント、観光物産品、服飾雑貨、装飾品 等
来場者の職業	パーソナル・ギフト・マーケットに携わる国内外の小売・卸売業者 等
次回開催予定	2010年9月7日(火)～10日(金) 東京ビッグサイト

発行：全国商工会連合会 企業支援部 市場開拓支援課 03-3503-1256

編集・問い合わせ：(財)日本立地センター 新事業支援部 03-3518-8964

## 時流商流

### 出展者の2,506社が商品力をPR

春と秋の年2回開催されるギフト・ショーは、今回の展示会で69回を数えた。出展者数が2,506社に達し、東京ビッグサイトで開かれるイベントで、東西の全ホールを埋め尽くすのは数少ない。

同展の特徴は、軽工業品を中心とした消費財産業を一堂に会し、商品力をPRする展示会であること。そして国際色が豊かなことだ。今回もアジア諸国・地域と欧米諸国から23カ国・地域の合計255社が出展している。



まさに「日本で出会おう、景気浮揚のスグレモノ」のテーマに相応しい参加数だった。

### 国内外の売れ筋消費財の潮流を把握

展示会の中身をみると、衣・食・住に係わるあらゆるカテゴリーを網羅しようと、「第7回グルメ&ダイニングスタイルショー春2010」とともに、新たに企画した3つの同時開催展が来場者の注目を集めていた。

ディズニー商品を集めた総合展である「JAPAN DCP EXPO 2010」、ヤングカジュアルなどファッション市場の新しい潮流を展示した「MIX WAVE」、ジュエリー・ジェムストーンの専門店「JGST 2010」の3展だ。



展示会が総花的との見方がある半面、日本および世界の売れ筋消費財の潮流をまとめて把握できるうえ、出展者同士の情報交換も図れる展示会として見過ごすことが出来そうにない。

次頁からは、「生活雑貨」、「全国観光物」、「おしゃれ雑貨&レザーグッズ」の3つのゾーンを中心に、本展示会の中でユニークな取り組みを行っている地域のブースを紹介する。

## ブース細見

### 都城焼カップ類の東京市場を開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「練り込みフリーカップ」= 1,575円(税込み)

宮崎県の都城焼窯元(電話0986-22 2600)は、徳利(とっくり)、焼酎カップなど都城焼の販路を開拓。

都城焼は、上薬の釉薬(ゆうやく)と陶器の表面を糸でカットしてデザインする色と形に特徴がある。宮崎県に江戸時代から伝わる焼物で、都城盆地に埋蔵されている豊富な土石類が素材。1978年に父親が趣味を兼ねて営んでいた都城焼を受け継ぎ本格的に事業化した。

「見て触れて体験ができる」をコンセプトに工房を一般に開放。都城圏域地場産業振興センターのゾーンに5年ぶりに県内の6社で共同出展した。東京の酒店、酒造会社の販路を開拓する。



### 先端部分の取り替え可能な箸を販売へ

出 展 目 的 : 新商品に対する反応調査

代表商品の価格:「フレッシュ箸」(1セット・ホルダーと先端部3本)=200円(税別)

東京・台東区の三永(<http://www.sannei-co.jp>)は、森林保護に貢献する箸の新商品「エコ箸」の反応を見るため出展。

厨房器具・漆器店を営む浅草・合羽橋の三起堂が2009年4月に設立し、箸の先端部分を取り替えることのできる箸を商品化した。本格的な販売に向けてまず展示会に出展、来場者へのPRと商品に対する評価を調査する。

新商品は外食産業向けの業務用と個人の海外旅行用携帯箸の2種類あり、小売店で販売していく予定だ。

## 国内外で木製行灯(あんどん)の販路開拓

出 展 目 的 :販路開拓

代表商品の価格:紀州熊野行灯「美熊野の灯 禅」= 32,000円(税別)

和歌山市の高野木工(<http://andon.ocnk.net>)は、インテリア用の木製行灯(あんどん)の販路を開拓。

明治中期に建具店として創業し、1961年に法人化した。3代目の高野修二社長が生活様式の洋風化に対応して、マンションのインテリア家具を事業化。

「本物の木、無塗装、手作り」をモットーに、熊野の木材を使った商品開発に取り組む。新商品の行灯は、注文段階で顧客の好みに合わせたデザインに応じることできるという。

和歌山地域地場産業振興センターのブースに、地場産業7社で共同出展した。

2010年2月中旬、ドイツのフランクフルトで開催された「国際消費財見本市」にも出展し海外市場の開拓にも取り組む。



## 龍馬ブームに乗ってタオルの販路開拓

出 展 目 的 :販路開拓

代表商品の価格:「龍馬のデザイン入りバスタオル」(綿100%)= 2,500円(税別)

愛媛県今治市の新居田物産(<http://www.niida.jp>)は、坂本龍馬ブームを追い風に展示会で龍馬のデザイン入りタオル・Tシャツの販路を開拓。

同社は30年前に創業し、12年前に法人化した。今治市はタオルの産地として、1960年代には約500社のメーカーを数えたが、今では約130社に減少。国産のタオルメーカーとして、新たな需要喚起策が求められていた。設立当時から販促材料として龍馬に着目、主に龍馬ゆかりの地である高知県と長崎県で卸問屋を通じ土産物用として販売してきた。

同展への出展は今回で5回目となる。

## 出展成果事例

### 電話取材による主な出展会社の展示会成果

第4回ラーメン産業展2009（2009年10月13日～15日）[第15号]（上）

清水屋（<http://www.hidamen.com>）

・ 出展物 : 冷しつけ麺 ・ 成果 : 商談1件

敬和（<http://www.homepage2.nifty.com/keiwa-kamado/>）

・ 出展物 : ゆで麺機 ・ 成果 : 商談10件、成約3件

同 [第16号]（下）

ヨコミゾ（<http://www.e-yokomizo.com/>）

・ 出展物 : 業務用餃子 ・ 成果 : 商談40件、成約2件

食品開発展2009（同10月14日～16日）[第17号]（上）

シードライフテック（<http://seedlife-tech.com>）

・ 出展物 : 発芽大豆 ・ 成果 : 商談4件

渡辺商店（<http://www.watanabeshoten.net>）

・ 出展物 : ドライレーズン ・ 成果 : 商談6件

第6回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2009（同）[19号]（上）

クリエイトファーム（<http://www.createfarm.com>）

・ 出展物 : 黒豚 ・ 成果 : 商談80件、成約10件

チェストナッツ（<http://kuriu.online-store.jp>）

・ 出展物 : 燻製 ・ 成果 : 商談6件

ケンショー（<http://sauce-kobo.com>）

・ 出展物 : トマトケチャップ ・ 成果 : 商談5件

ご当地グルメ研究会（[j-gourmet.jp](http://j-gourmet.jp)）

・ 出展物 : 地域グルメの販売代理業務 ・ 成果 : 商談10件

第40回インターナショナル プレミアム・インセンティブショー秋2009

（同）[第21号]

日宣印刷（<http://www.nissenprint.co.jp>）

・ 出展物 : エコ紙うちわ ・ 成果 : 商談10件

田原屋（<http://www.taharaya.co.jp>）

・ 出展物 : のぼり旗用スタンド ・ 成果 : 商談10件、成約2件

フードサービス・トレードショー2009（同10月20・21日）[第22号]（上）

リナックスカフェ（<http://inax-cafe.net>）

・ 出展物 : トマトジュース ・ 成果 : 商談5件、成約2件