



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 3 月 17 日発行

展示会・見本市レポート第68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

HOTERES JAPAN 2010[]

ホスピタリティ産業の新たな価値創造に挑戦する

会 期	2010年2月23日(火)～26日(金)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	日本能率協会、日本ホテル協会、国際観光旅館連盟、日本観光旅館連盟、 国際観光日本レストラン協会、国際観光施設協会
後 援	観光庁、農林水産省、東京都、国際観光振興機構、日本貿易振興機構
事 務 局	http://www.jma.or.jp/hcj
出展者数	806社
同時開催	第31回フード・ケータリングショー、第10回厨房設備機器展
次回開催予定	2011年2月22日(火)～25日(金)



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

ブース細見

お風呂場で使える新商品の畳をPR

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「湯ったりたたみ」(80cm×80cm) = 12,000円(税別)

兵庫県たつの市の極東産機 (<http://www.kyokuto-sanki.co.jp>) は、お風呂場で使う新商品の畳をPRするため出展。温泉旅館や介護施設向けに販路を開拓。

1948年に設立した壁紙糊付機と製畳機のメーカー。生活様式の洋風化にともない畳の需要が落ち込んできたことに対応し、厚さ17mmという洋間用畳を商品化するなど、新商品開発に力を入れてきた。

お風呂場で使う畳は、畳表を緻密に織り込んだことで濡れても滑りにくく、クッション製があるのが特徴という。また、水で濡れても簡単に拭き取ることができるため、衛生的という。

表面は合成樹脂、芯材に低密度ポリエチレンフォームを使っている。畳店、インテリアショップで店頭販売する。



ホテルにスリッパなど客室用品販売

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「フリクションタオル」 = 50円(税別)

東京・墨田区の三和 (<http://shop.sanwa-inc.jp>) は、スリッパ、タオルなどホテルの室内用品の販路を開拓。

同社は、ビジネスホテルなどホテル客室内の使い捨て用品の成長性に着目し、1996年に輸入繊維商社から独立して設立した。アイテム数はスリッパ、不織布バッグ、巾着、タオル、マスクなど、約1,000点に上るといふ。

同社の強みは、在庫を確保し注文に即座に答えていることという。販売先は全国のホテルを対象に、約600社の卸問屋を通して販売する。

瀬戸焼のテーブルウェアを提案し販路開拓

出 展 目 的 :販路開拓

代表商品の価格:「引き出し重」(大・耐熱・黒) = 7,500円(税別)

愛知県瀬戸市のサンコー (<http://www.gallery-taiyoh.com>) は、ホテル、レストラン、個人の顧客に斬新な食器とテーブルウェアをコーディネートした新しいテーブルウェアを提案し、食器の新たな販路を開拓。

瀬戸は1300年の歴史を持つ日本一古い陶磁器の産地。同社は瀬戸焼の食器の製造・販売として約20年前に設立。販売は同社と会員約400社の愛知県陶磁器工業協同組合 (<http://www.aitohko.com>) と共同で行っている。同組合は、20年前から会員のうち約150社の食器会社の販売を担っている。

しかし、陶磁器の需要減対策として取り組んでいる新規顧客の開拓が伸び悩んできたため、提案型の営業で新たな販路を開拓することにした。具体的には、組合と二人三脚で瀬戸焼を使って料理を引き立たせるテーブルウェアを提案し、斬新なデザインの瀬戸焼をPRする。組合のブースに出展した。



スイーツ陶磁器の新商品お披露目

出 展 目 的 :新商品のお披露目

代表商品の価格:「セパレート型チョコホندهューカップ」(上下セット) = 2,840円(税別)

岐阜県瑞浪市の桐井陶器産業 (<http://moderno-concept.jp>) は、業務用スイーツ陶磁器の新商品をお披露目するため出展。

1971年創業の同社は、瑞浪陶磁器の製造・販売会社。成熟産業の陶磁器は年々競争が激化し、商品の差別化による市場開拓を迫られていた。

同社では、2000年から需要の伸びている業務用のスイーツ関連陶磁器分野に参入。問屋と直販の2つの販売ルートで、ホテル、レストラン、飲食店市場を開拓する。

展示会では顧客から直接情報を収集し、新たな商品開発にも役立てる。

顧客に商品を直接見せて販路を開拓

出 展 目 的 : 販路開拓と情報収集

代表商品の価格:「赤濃間取」= 3,200円(税別)

岐阜県土岐市の山三三宅 (<http://www.yamasanmiyake.co.jp>) は、どんぶりの販路開拓と情報収集のため出展。

同社は1948年に創業、1988年に法人化したどんぶりの専門メーカー。2代目経営者の三宅信也社長によると、「昔は作れば売れたが、今は顧客のニーズを聞いて商品化する時代」と解説。同社がこれまでに15回出展してきたのも、顧客のニーズを吸収するのが目的だった。

展示会では、「商品を直接見せて顧客の意識を高める」ことに主眼を置きながら、どんぶりを扱う外食産業、飲食店などで新規店の開業を検討している会社を対象に売り込む。



消費地に直接出向いて販路を開拓

出 展 目 的 : 販路開拓

代表商品の価格:「究極のおもてなしプレート」(直径30cm)= 5,000円(税別)

岐阜県土岐市の山大大野商店 (電話0572-55-1357) は、業務用とギフト用食器の販路を開拓。

同社では、産地で作ることに専念するだけでなく、消費地に直接打って出て販路を開拓することに力を入れる。陶磁器産業が中国の追い上げと家庭の食器の需要が減ってきたことで、今では業界の全盛期だった18年前に比べ生産額が3分の1に激減したという。

この対策として大手の外食チェーン店と飲食店の中間クラスにターゲットを絞って市場を掘り起こす。また、国内市場だけでなく海外市場の開拓のため、上海の見本市などにも出展していくという。

今回の展示会では、新規店の開業を検討中の業界関係者に売り込みを図る。