

令和7年度 見本市出展報告書

事業所名:株式会社ミヤマプランニング

1) 見本市の概要

見本市名	インテリアライフスタイル TOKYO
会期	2025 年 6 月18日(水)~20日(金)
場所	東京ビッグサイト

2) 出展の詳細

出展回数 / 今回の小間数	通算 15 回 / 1 小間
---------------	----------------

3) 見本市へ出展する目的

この展示会については、既に 15 回目となるため、既存の顧客への定期的な提案がメインとなります。ただ、新規顧客開拓の意味もありますが、弊社がメーカーであることの強みを訴求していくといった目的で出展しています。

4) 会期中について

展示した商品内容(出展商品名、新商品・従来品の割合等)

新製品と従来品の割合としては、1:9です。ただ、従来品のリニューアルや技法を追加したものを展示しました。

また白磁と相性の良い呉須(青)の製品との展示を行い、テーマを「white & blue」として来場者への訴求を狙いました。

販売力強化戦略(商談成立のための工夫、ブース内の展示の工夫等)

昨年は白磁のみの展開をしたため、ものの良さをアピールする点では少し訴求力が弱ったように感じましたが、今回は白磁との相性の良い blue を白磁の中に取り込んだため来場者の目につき易かったと思われます。

また来場者への棚割りの目安となり、売場での展開の仕方が参考となるような部分もあったので、その部分が特に好評でした。

5) 総括

来場者の傾向・見本市全般の感想等

昨年に続き特別展示 ZONE のアトリウムに出展をしましたが、今回は西館ではなく東館 4・5ホールとなったため、特別感は薄れていたように感じます。ただ、弊社としては、昨年よりは既存の顧客との継続関係と良い顧客の新規創造といった観点では、できたように感じます。

来場者としては、昨年から減少をした状況で、この展示会の重要度が低下している感じは否めません。地方の顧客や海外来場者が少ない点もうかがえました。

出展の成果 ※販路開拓委員会から出展することで得られた成果も記載

連携といった点では特に行っているわけではないので、成果自体はありませんが、補助金を頂いたことで、瑞浪の出展社は 4 社できたので、その点はありがたいことです。

瑞浪という地域に根差した産業の発信について、今後もお客さまへアナウンスができるよう努めて行ければと存じます。

今後の課題と活動方針

昨年同様海外からの来場者の減少は、現在の円安による追い風が見込めないところが課題となると思われます。開催期間にインテリアライフスタイル展の他の展示会が開催されていない点もあり、地方の来場者自体も少なくなっている傾向も否めません。

弊社として展示会を通して、製品をお客さまへアピールする機会が以前と比べ難しくなっていることを考えると、別の方法の模索も当然並行して考察していく必要があるため、市場を含めて考えて行かなければならない時代へと突入したように思います。

6)当日のブースの様子、新商品や主力商品



ブース外観①



ブース外観②

※ 商品については、別添製品カタログ(PDF)を参照