

令和7年度 見本市出展報告書

事業所名： 市原製陶 株式会社

1) 見本市の概要

見本市名	ライフスタイル Week 夏
会期	2025 年7月2日(水)～4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 5 回 / 0.5 小間
---------------	-----------------

3) 見本市へ出展する目的

- ・多用なルートのお客様の反応を把握し、今後の商品造りのコンセプトに活かす
- ・新規のユーザーを生み出す

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)

GL21をベースに、リサイクル陶器 RE-食器を中心に展示を行いました。

更に、バージョン2であるトリップウェアカフェを展示して幅広いお客様の声を聴くことができました。

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)

タブレットを使用して、出来上がるまでの流れをビジュアル化した点は良かったと思われます。販売員を増やして複数のお客様対応が可能となりました。また、翻訳機を使用して海外からのお客様対応も出来ました。

5) 総括

来場者の傾向・見本市全般の感想等

周辺は海外ブースがほとんどであり、従来のお客様とは違う方がこちらのブースに来ていただきました。新商品には、多くのお客様より期待と希望が多く寄せられ、来年1月の発表が待たれる状況を強く感じました。

数多くの展示ブースの中で来場者に足を止めていただき、商談へ進めることは難しいことですが、ディスプレイを工夫したり、写真を掲示して製造過程を見ていただいたりすることで、商品の物語を理解いただくことが最大のポイントだと感じました。

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。

貿易の比率が高く、更なる海外販路への拡充が感じられました。

商社を通さないお客様のご要望も多く、条件は厳しくなりますが、出来るだけご要望にお応えしていくことが重要と感じました。

たくさんの産地の多くの商品の中で、リサイクルの必要性を多くの来場者に訴えることができ、身近なライフスタイルの中で ethical な器を使うことで環境問題の理解と意識向上に役立つことがアピールできました。

今後の課題と活動方針

ある程度、展示会の役割は果たされたと思います。ブランディングを確実にを行い、次のステップに移り、更なるお客様層の掘り下げを行いたいと痛感しました。

商社機能を併用しないとダイレクトなお客様の要望には応える事が難しいと理解しました。リサイクル食器の背景の物語は多くの方に共感を得ましたが、最終的には商品力と単価の兼ね合いがあり、市場の中でいかに取り上げられるかだと思います。

6) 当日のブースの様子、新商品や主力商品



展示ブース



ディスプレイ動画使用



新商品



展示会ブースの様子