

令和7年度 見本市出展報告書

事業所名： (株)アワサカ

1) 見本市の概要

見本市名	LIFExDESIGN
会期	2025 年9月 3 日(水)～5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 20 回 / 2 小間
---------------	----------------

3) 見本市へ出展する目的

一番目の目的は新規顧客様との新しい出会いと獲得となります。

二番目は従来のお得意様に新商品を含めた商品紹介です。

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)

祥瑞シリーズの瓔珞紋、波富士全点、錦鯉シリーズ全点、ジャポニカ菊花全点、古銭、江戸っ子恐竜全点、キャッツダウNTOWNストリート、わんわんジャパン、Mogu Mogu Lunch、アンティコフラワー、こものの等の比較的新しく、インバウンド向け及びアウトバウンド向けに人気の商品を中心にディスプレイした。

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)

初めての 2 ブースで常時 4～5 名の弊社スタッフで対応した。

自前の什器を製作して入れ子のコの字の机の組み合わせの島ごとに商品展開をしてシリーズ別、コンセプト別にお客様が見やすい様にディスプレイをしてみました。パンチカーペ

ット、壁面の装飾、200W の LED の赤色のハロゲンヘッドライトを 4 灯借りました。そのおかげでブース内は明るくなり、この点は良かったかと存じます。また、シンプルな壁に弊社の新しいロゴとオリジナルで製作をしたタペストリーをかけて統一感を持たせました。

5) 総括

来場者の傾向・見本市全般の感想等

ギフトショーLife & Design では特に国内の雑貨店様、百貨店問屋様、雑貨問屋様が多く来場いただきました。また海外からのバイヤーも多く弊社のブースに来ていただきました。台湾のバイヤーは従来中国で製造して米国へ輸出していたが、トランプ関税にて今後は中国ではなく、日本で生産して米国へ輸出をしたいと考えているというお客様も見えた。中国、韓国、台湾等よりのバイヤーが特に多く中にはイスラエルからという珍しいバイヤーもみえました。他の展示会と比べて概ね来場者は一番多い展示会と感じました。

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

今年 6 月に出展しましたインテリアライフスタイルではどうしてもジャパンスタイルというジャンルに出展したくて東京のデザイン事務所にブースレイアウトと施工をお願いしました。審査をパスして出展は出来ましたが、通常の出展費用とは別に 130 万円掛かり、1 ブースで 200 万円以上の経費が掛かってしまいました。今回は自社で作成した什器を販路開拓委員会でチャーターして頂きましたトラックにて運搬して頂きましたので、大きな経費削減が出来ました。経費削減によりもう一度来年のギフトショーLife & Design に出展を考えております。

今後の課題と活動方針

今回のブースレイアウトは島にして良かったですが、導線の通路が狭くなってしまい、サンプルの落下等の事故は無かったものの危なかったことは何度もありました。

お客様が見やすくかつインパクトのあるブースレイアウトを常に考えていきたいと存じます。活動方針としてはやはり新規顧客開拓には東京での展示会が有効を考えますので、今後も引き続きインテリアライフスタイル、ギフトショーLife&Design等の展示会への出展を考えていきたいと思います。同時に自社内で行う3月のマーチショーと10月のオクトバーショー、1月の名古屋でのテーブルトップショーと積極的に新商品及び新カタログの提案を継続していきたいと存じます。今後とも何卒、宜しくお願い申し上げます。

6)当日のブースの様子、新商品や主力商品



お客様への商品説明。



にこやかなスマイルで
明るいブースに貢献する社長。



レイアウトを島にして商品ごとに見やすくしました。



お客様が集中すると更にお客様が来られる良い相乗効果です。



洗える汁次の注ぎ口のキレの良さを実演する。