

令和7年度 見本市出展報告書

事業所名： 株式会社生活の木

1) 見本市の概要

見本市名	JUMBLE TOKYO & WELLNESS MARKET
会期	2025 年7月 23 日(水)～25日(金)
場所	ベルサール渋谷ファースト HALL B1

2) 出展の詳細

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

3) 見本市へ出展する目的

フレグランスアイテムの多様な業種(服飾、アクセサリ等)への販促 PR 活動、及び拡販

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)

オードパルファン、ボディフレグランスオイル、ルームフレグランスミスト、フレグランスディフューザー ×各種 12 種の香りを展開。

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)

通路に面した什器に全 12 種の香りを感じられるよう、ガラスシャーレを設置。シャーレ内にはそれぞれのムエットを入れ、香りの視認性を高めることを意識した。

カウンター什器越しに商品を挟み接客できるような配置にすることで、来場者とのスムーズなコミュニケーションを創出できた。

また、背面の什器には展示しきれなかった商品を並べ、話題に上がれば提案できるような建付けにした。

5) 総括

来場者の傾向・見本市全般の感想等

展示会の性質上、セレクトショップや雑貨店などアパレル関連の会社が多く、来場者のほとんどが服飾担当バイヤーだった。また、来場者の年齢層が高い印象から、裁量が多く予算決定者が直接来場しているのではと推測。

弊社が出展した企画展「WELLNESS MARKET」は、前回よりも化粧品メーカーの割合が少なく感じた。出展者同士の横のつながりが顕著で、互いにバイヤーや顧客を紹介しあっていた。そのため、継続出展することに意義があるように感じる。

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。

前述したように来場者は服飾担当バイヤーが多く、化粧品カテゴリの「香水」には見向きもしない方も多かった。しかし、関心を持ちお話しできた方とは中身の濃い商談、面談はできた。普段関わることのない業界での POPUP や新規採用検討など。

また横の繋がりを大切にしようとする主催者側の思いがあり、同じフレグランスブランドとの交流や情報交換も非常に有意義だった。

今後の課題と活動方針

今回は初出展に際し、なるべくシンプルで香りに集中できるような展示にこだわったが、来場者の特性がファッションに傾倒しているため、今後はいかにインパクトに残るような展示及び展開方法が大切になってくると感じた。

引き続きこういった合同展示会へ参加することで、アパレル業界へのアピールもしつつ、現状取引頂いている業界(インテリア、ライフスタイル、コスメ)への深耕活動もつづけていきたい。

6) 当日のブースの様子・写真

