

「東京ギフト・ショー」で発信

外国人観光客も買いたくなる
優れた「おもてなし」商品

日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市「第79回東京ギフト・ショー」が2月4日から6日まで東京ビッグサイト全館で盛大に開催された。主催はビジネスガイド社。テーマは「ギフト・ショー! 日本のおもてなしの魅力の全てを体験」。免税範囲拡大、増加傾向の観光客、そして2020年オリンピック開催に向け、おもてなしの心を日本の優れた商品、世界の逸品を集結させることで来場者が体験、明日のマーケット

を創造する。出展社数は海外19の国と地域から213社を含む2416社。同時開催の「DISNEY EXP・ショー春2015」が2月4日から6日まで東京ビッグサイト全館で盛大に開催された。主催はビジネスガイド社。テーマは「ギフト・ショー! 日本のおもてなしの魅力の全てを体験」。免税範囲拡大、増加傾向の観光客、そして2020年オリンピック開催に向け、おもてなしの心を日本の優れた商品、世界の逸品を集結させることで来場者が体験、明日のマーケット

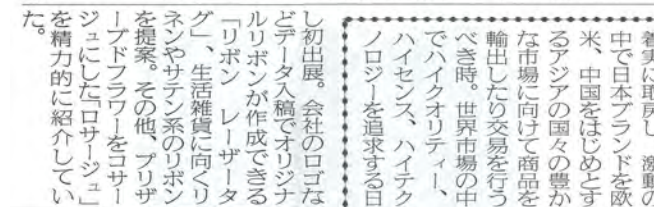
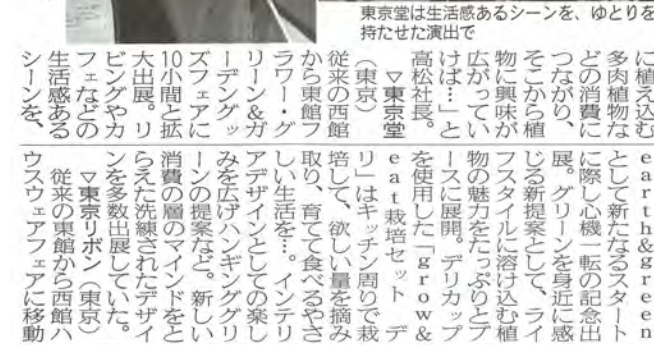
sent's おみやげ本舗」でテーマ展示。135社135点のエントリーがあり、「売り場提案アイデアやヒントがあった。出展社ブースをまわるとの参考になった」などの感想が寄せられた。シニア向け消費財マーケットを創造するアクティブ・シニア×Healthy「ヘルシア」では、健康を切り口に新しいライフスタイルを提案。商品ジャンルに偏りなくバラエティーに富んだ商品に注目が集まった。西アトリウム特設展示会場のマーベルの最新商品では代表キャラクターのハルクなど4体が目を引く展示。新製品など4つのコンセプトも行われ

絶えることない人の波で関心の高さもうかがえ、ディスプレイコンテストでは(株)花ごころD.O.事業部が大賞を受賞。外側の白い壁にオブジェのような植物、内側は緑のトンネルを穿ち抜けるような造りにし、ブランドのアイズ&グリーンにちなみ生きた樹木を植えるのシンボルとしたことが高く評価された。「第12回かっこいい売買 HOT TABLE」では、国内有力バイヤーだけでなく海外販路開拓希望者も全面的にサポートしビジネスマッチングを実施。11回の商談数は2799件と機会提供を推進している。会場で使用できるオリ

ジナルアプリはiPhoneに加えアンドロイドアプリをリリースし、事前の下調べや、会場では出展社名検索で自分の現在地との位置関係も可能ななどの優れた機能が好評だった。

次回第80回東京ギフト・ショー「ギフト・ショー秋2015」は9月2~3日、「世界市場を取り込む再生ニッポンの決定打」をテーマに東京ビッグサイト全館使用での開催が決定している。

「花き関連アイテム多彩」にプラス、花を今まで扱ったことのないターゲットへの波及目的に初出展。マ高松商事(千葉)10代の女の子をターゲットにした「フェアリーガーデン」を携え初出展。「次の消費世代育成。生産者への種苗販売事業の中で、消費者創造が今後の鍵だと痛感している。ヒギナーズキットととも一緒に箱に植え込む多肉植物などの消費にそながり、そこから植物に興味を広げたい」と高松社長。マ東京堂(東京)従来の西館から東館へ取り、欲しい量を掴みやすい生活を。インテリデザインとしての楽しさを広げハンギングクリップの提案など、新しい消費の層のマインドをとらえた洗練されたデザインを多数出展していた。マ東京リボン(東京)従来の東館から西館へ



ディスプレイコンテスト大賞の花ごころD.O.事業部。生きた樹木をシンボルに

花ごころの「Grow & Eat」栽培セット「テリ」

東北電子産業は葉にレーザーでマーキングしたギフトを

プリザーブドをコサージュにした東京リボンの「ロサージュ」

東京リボンの「ロサージュ」

東京リボンの「ロサージュ」

今回のテーマは「世界市場を取り込む再生ニッポンの決定打」。日本人の自信と誇りを着実に取り戻し、激動の中で日本ブランドを欧米、中国をはじめとするアジアの国々の豊かな市場に向けて商品輸出したり取引を行うべき時。世界市場の中でハイテクオリティ、ハイセンス、ハイテクノロジーを追求する日

日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市「第80回東京ギフト・ショー」は、9月2日から4日まで東京ビッグサイト(全館)開催が決まり、出展社申し込みが開始された。主催はビジネスガイド社。既存出展社申込締切5月12日、出展申込締切6月5日。9月2~4日、東京ギフト