

## 令和7年度 見本市出展報告書

事業所名: 株式会社マルサン近藤

### 1) 見本市の概要

見本市名	東京インターナショナル・ギフト・ショー春 2026
会期	2026年2月4日(水)~6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3回 / 1小間
---------------	------------

### 3) 見本市へ出展する目的

新規取引先獲得のため。

開発中商品(参考出品)についての意見をもらうため。

既存の客先に新商品の紹介をするため。

### 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)

参考出品→古染鯉、ランカ、ハッピーアニマルライフ、Glaze、益見窯(新ラインナップ)

新商品→KYOROKYORO、いーと JAPAN~おむすび~、紅白ビアカップ、

Kawaiipets.(犬皿、鳥湯呑)

既存商品→はなこまち、ナチュル、nightsky、TOSS、インスタ丼、Kawaiipets.、魚器

#### 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)

いつもとは異なるフェアに出展し、新規顧客獲得を目的に販売力強化を図りました。参考

出品を多めに陳列して既存客にも立ち寄ってもらえる構成にしました。昨年9月のギフト

ショーで好評だった猫・犬の食器を前面に出して新商品も追加し、犬の皿の商品化絵柄

投票企画で商談機会を創出して他商品含め受注につなげられるようにしました。

## 5) 総括

### 来場者の傾向・見本市全般の感想等

出展フェアが東館だったこともありブース前の人通りは多かったです。貿易や海外の来場者も2~3割ほどおり、例年の2月ギフトショーと比べると多かった印象です。

昨年9月もいつもとは異なるフェアで出展しましたが、その際はいつも出店していたフェアと同じフロアということもあり、テーブルウェア目的の方とテーブルウェア含む新商材を探して立ち寄ってくださった方が多かったのですが、今回の場所ではテーブルウェアを求めていた方があまり多くはなくブースへの来場につなげることが難しかったです。

### 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

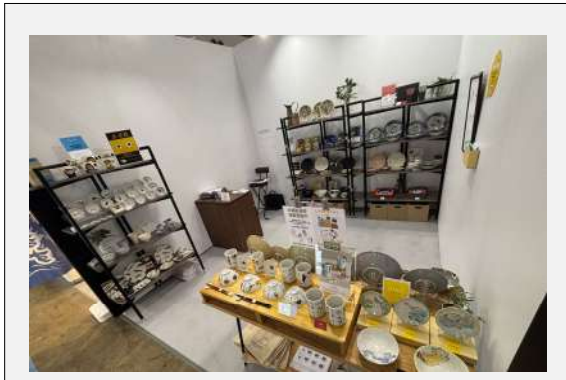
生活雑貨フェアに出展し、新規客層との接点を拡大できました。猫・犬の食器シリーズやKYOROKYORO マグが集客のきっかけとなり、参考出品や投票企画を通じて具体的な商談につながる案件もありました。目的としていた水族館や博物館関係の方との名刺交換やKYOROKYORO マグを利用したOEM希望の来場者もあり、新たな販路開拓の可能性を確認できた展示会となりました。

販路開拓委員会から出展することで費用負担が減り、多くの展示会に出展できるので今後も利用させていただきたいです。

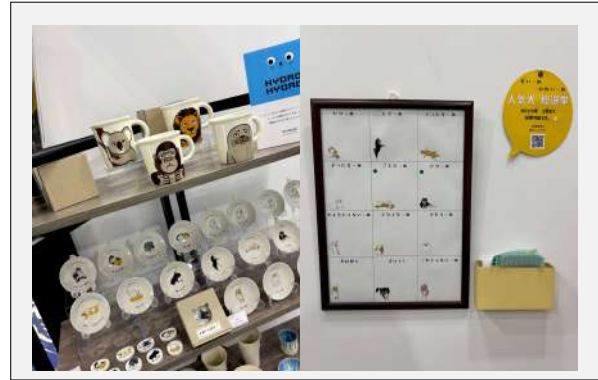
### 今後の課題と活動方針

今回の展示会では出展場所があまり良くなかったこともあり、同じ1小間だった昨年9月のような結果は出せませんでした。東館でいつもと違うフェアで1小間の場合、角小間を取ることが難しく、周辺が2小間以上ばかりということもありブースが埋もれてしまいました。事前に声をかけていた既存客から見つけられなかったという声もありました。テーブルウェアの出展企業は西館が多いこともあり、東館はテーブルウェア目的の来場者がなく、商機を逃してしまった印象です。今後は人の多さだけでなく来場者の目的を考慮して出展フェアをしっかりと考えていく必要があると思いました。

## 6)当日のブースの様子、新商品や主力商品



ブース全体



【KYOROKYORO】マグ、犬皿投票



メインの【Kawaiipets.】



新商品【いと JAPAN〜おむすび〜】