

ニューヨーク国際ギフトフェア®2011 冬展について (その 1)

ニューヨーク事務所

2011 年 1 月 30 日から 2 月 3 日にかけて、ニューヨーク市のジャビッツ・コンベンション・センター (Javits Convention Center) でニューヨーク国際ギフトフェアが開催されました。このギフト見本市は、約 80 年の歴史を有する北米最大規模を誇るものであり、ジャビッツ・コンベンション・センターと、同コンベンションセンターの北側・ハドソン川沿いにある Pier92,94 の会場にまたがり、年 2 回開催されています。例年約 2,800 社が出品、世界 85 ヶ国から 3 万人を超える来場者が訪れています。今回の冬展では、ライフスタイル製品・雑貨等を扱う日本企業 14 社 (うち新規参加 7 社) が日本貿易振興機構 (JETRO) 主催のジャパン・パビリオンに自社ブースを出展しました。私の派遣元である堺市も昨年に続きブースを出展し、堺市内の企業 3 社と共同で北米販路開拓を展開しました。本報告では同ブースの様子を中心に冬展の様子を報告します。



会場 (Javits Convention Center)

1 準備

準備は開催日の 2 日前、1 月 28 日より行われました。といっても、この日は設備工事や物販搬入が未完了だったので、現場において設営完成後のブースをイメージするくらいしかできません。開催前日の 1 月 29 日の午後には、設備工事も概ね完成し、本格的にブース設営にかかる事ができました。今回の堺市ブース (2 ブース分の広さ) の中に 3 社を納める形となったため、まず、各社それぞれに用意された棚とテーブルによって、3 社の領域を分けるところから始まりました。棚とテーブルを並べるにあたっては、正確にメジャーで計測し、ブース内の人の流れがスムーズになるよう工夫しました。特に、客引き用の目玉商品を並べる前列テーブルの配置については、何度も試行錯誤を繰り返し、最適な位置を見出す努力をしました。

2 出展者事前説明会

開催前日の1月29日は、ジャパン・パビリオンのコーディネーターである三浦氏（Mira Design社）による個別面談と、ジェットロによる出展者説明会によって、開催前の最終調整が行われました。三浦氏は、米国市場開拓を成功させる鍵として、「現地の人に受け入れられる商品の存在」と「現地エージェントの確保」を挙げました。目安としては、初回出展であれば10社からの注文が取れば、その商品は「受け入れられた」と判断できるとのこと。そして、受け入れられる商品が存在すれば、現地エージェントはおのずと確保できるとも述べました。また、商談における早期成約率が比較的高いオンラインショップ型バイヤーや、会場内に自社ブースを持つ卸売業者へのアピールも非常に効果的であるとのアドバイスを示しました。

堺市のブースには、株式会社梅栄堂、株式会社カネシゲ刃物、山本紙業株式会社の3社が出展し、今回の冬展でも好評を博しました。開催初日以降の様子は次回に報告したいと思います。

（石橋所長補佐 堺市派遣）

The logo for CLAIR features a stylized globe icon composed of several rounded rectangular segments, positioned above the word "CLAIR" in a bold, sans-serif font. The entire logo is rendered in a light blue color.

CLAIR