

北米最大規模の見本市「NY NOW 2016夏展」の視察報告

1.視察の目的

ギフトショーは、「東京インターナショナルギフトショー」(出展社数2,700社以上)やフランス最大のギフト・インテリア展「メゾン・エ・オブジェ展」(出展社数3,000社以上)やイタリアで最も洗練されたと言われているギフトインテリア見本市の「ミラノ ホーム(マチェフ展)」(出展社数1,500社以上)など世界で数多くのギフトショーが開催されているが、今回小売業を主体とした展示会で小単位で取引ができ、アメリカの最新な情報を数多く輸入できる魅力もあり世界中からバイヤーが訪れるギフトショーとして定評のある「NY NOW 2016夏展」の展示品に関する知識の習得及び冠婚葬祭などで提供されるギフトに関する支援ノウハウを得るために視察参加した。

2.NY NOWの概要

「NY NOW」は毎年2月と8月にニューヨークのJacob Keviss Convention Centerで開催されているギフト製品、家庭用品、衣料品、子供用品、ハンドメイド製品などを中心とした北米最大規模のギフト関連の展示会である。「NY NOW」の歴史は古く、1927年に「ニューヨーク国際ギフトフェア(NYGF)」の名称で始まり、2013年夏展から現在の名称に改められた。

今回は「NY NOW 2016夏展」として、8月20日から24日まで開催された。出展者は毎回2,500社を超え来場者も北米各地や80数カ国からバイヤーを中心に25,000人以上に及んでいる。小売業者を主要対象とした展示即売会であり、小単位での取引ができる為、ビジネスに直結する見本市として定評が有り、これまでも多数の日本企業が出品し成約を上げている。



[展示会場の受付]



[展示場内]

3.展示の状況

展示スペースは46,500㎡で、「HOME」「HANDMADE」「LIFESTYLE」「ARTISAN RESOURCE」の4つのジャンルに区分けされている。

(1) NY NOW HOME(ニューヨーク ナウ ホーム):出展社数 850社以上。 テーブルトップ&グルメ・ハウスウェア、家具・インテリア&テキスタイルなどAccent on Designと呼ばれるデザインを意識したアイテム。このフロアに日系企業のブースが2つ並んでいた。

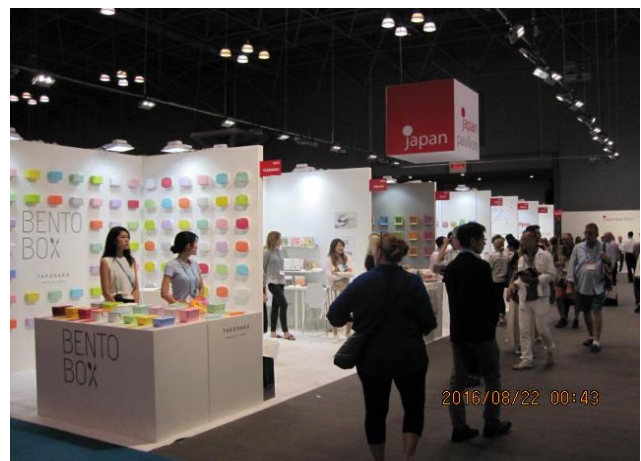
* Japan Pavilion(ジャパン パビリオン):出展社数 28社

ジェトロは「NY NOW」にジャパンパビリオンを設け、日本のデザイン性に優れたライフスタイル製品の北米進出を目指す中小企業の出展を支援し、今回は28社(14都道府県)、内13社が初出展のうち2社が初めての海外輸出に取組んだ。印象的な製品として、プリザーブドフラワー(株)バーディー・プラン)、特殊なフィルムを使用した額縁「3Dフレーム」(キリハラワークス&デザイン)があげられる。

ジェトロ大島 健太郎ディレクターのコメント:今回のエントリー企業は43社の内28社が出展。「NY NOW」は夏・冬の2回の開催だが、ジェトロは2013年以降は夏だけの開催支援。日本の大手バイヤーは数社の百貨店。



[Japan Pavilionコーナー]



[Japan Pavilionのブース]

* NIPPONSAN(ニッポンサン):出展社数 8社

メード・イン・ジャパン・プロジェクト(8社の日系企業が協力して自社商品を出展)による「NIPPONSAN」も初登場。伝統的な会津塗の製品を扱う「BITOWA FROM AIZU」も海外販路を開くために出展。各社は日本製にこだわりながらも、米国市場に合わせて様々な工夫を凝らした製品を用意し、展示会ではヒアリングやリサーチをしていた。

(2) NY NOW LIFESTYLE (ニューヨーク ナウ ライフスタイル):出展社数 1,000社以上。ギフト商品、ベビー&子供用品、パーソナルケア&健康関連、アクセサリ用品などから構成。会場スペースは「HOME」と同様に広く、特にギフトのスペースが一番広く取られており、メインとの印象が強かった。

* 日本から単独で直接出展しているAquvii(株)のKYOZO KAWABE氏は東京の代官山で店を構えている。今回「NY NOW」に海外進出を図る目的で自費出展。アクセサリを中心にファッション性の品物を販売。販売ロット制限はなく、小売りを前提としNYに出店する足掛かりにするとの説明。写真撮影は応諾。

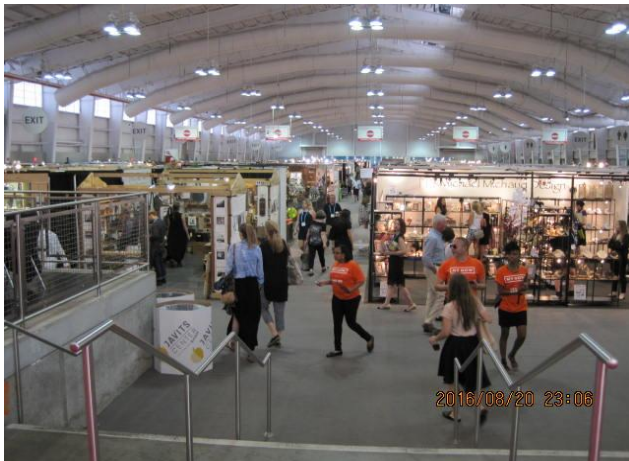


[ギフトコーナーの入り口]



[AquviiのブースとKAWABE氏]

(3) NY NOW HANDMADE(ニューヨーク ナウ ハンドメイド): 出展社数 650社以上。事前審査にパスした職人技によるアイテムの結集がこのセクションの特色。テーブルトップ、セラミック製品、テキスタイル室内装飾品、宝石、アパレル製品など。世界中の企業が米国を始め世界進出する為の第一歩として「NY NOW」のような展示会に参加。



[HANDMADEの会場]



[ドイツのコーナー]

* 日本人のYuko Matsumuraさんが「Ariko Jewelry」と言う会社で出展。6~7年前からNYにて貴金属店を開業し、手作りの貴金属製品を販売。「NY NOW」には、5~6年前から出展している。販売ロットはUS\$1,200としているとの説明。ブースの写真撮影を依頼するも、理由は分からないが謝絶された。

(4) NY NOW ARTISAN Resource(ニューヨーク ナウ アルティザン リソース): 出展社数 100社以上
ギフト、インテリア、テキスタイルやアパレル製品など30ヶ国以上の原産国から、自社の製品や生産能力を紹介する海外の職人企業の生産・調達の機会として出展。

4.所感

今回初めて視察した「NY NOW」の会場は、ニューヨークの中心街(ホテル街)から1km以内に位置しており歩いても行ける範囲にあるが、マリオットホテルやシェラトン等の主だったホテルを拠点としたシャトルバスが

巡回しており、展示場までのアクセスは大変整備されていた。

「NY NOW」の初日(8月20日)は、「HAND MADE」のジャンルのみの展示であったことから来場者も少なく、入場手続きも会場の移動もスムーズにできた。モノづくりにこだわる作り手達が、ブースに立ち来場者に対し熱心に自社商品を説明する姿が印象的であった。

2日目(8月21日)から「HOME」、「LIFESTYLE」が 開催。「HANDMADE」とは比較にならないほど海外からの出展国数も多く、又全体規模も大きくバイヤーも多かった。人が多く集まっていたブースは「LIFESTYLE」のコーナーにある宝石類、ハンドバッグ、貴金属、手製のアクセサリ、旅行バッグなどを扱う6社(Kubla Crafts, Christine Jewelry, Caracol Jewelry, Teades by Haim Shahar, Toss Designs, Pink House Imports)のブースに多くのバイヤーが集まっていた。また、「HANDMADE」ではオリジナルデザインされたカードや文房具などを扱うdaisyd and friends社にも大勢のバイヤーが集まっていた。



[宝石類とハンドバッグ販売のCaracol Jewelry社のブース] [手製のアクセサリや宝石類販売のPink House社のブース]

多くのバイヤーが集まっているブースの展示品を含めた写真撮影の了解を得られたのは少なく、大半はビジネス以外の撮影はノーと言われ拒否された。ジェトロの大島ディレクターによると、展示会における写真撮影は禁止されているとの事であった。

世界のファッションなどの流行の最先端の地であるニューヨークでの展示会に於いて、売れ行きの高い商品はいずれ世界の流行商品になる可能性が高く、又出展に際しては製品のクオリティーなど厳しい審査をパスしたものであり、品質のいい商品が展示されていることが、他の展示会との比較で大きな魅力となっていると思われる。

多岐にわたる出展物の中には、ギフト製品だけでなく室内装飾品を始め冠婚葬祭事業に係わる施設の什器・備品アイテムも数多く含まれており、国際的に評価されるアイテムは既存の概念から新たなニーズへの対応として捉えることが必要と思われる。魅力のある商品、洗練されたデザイン、豊富な出品で世界中が注目している「NY NOW」は一見の価値があると感じた。