

第1号 見本市・展示会出展で西日本・海外販路開拓支援（合同会社 Luoda）

【このニュースレターは、過去に弊社にご連絡いただいた皆様、過去に弊社と名刺交換をさせていただいた皆様、そして公開情報からのご連絡先を取得した皆様にお送りしています。当ニュースレターの配信停止をご希望の場合は、hiwatashi@luoda.jp までメールにてご連絡ください。】

いつも大変お世話になっております。合同会社 Luoda（ルオダ）です。

本日はご開封いただきありがとうございます。

これから皆様に、弊社のビジネスに関わるお役に立つ情報をメルマガでご提供いたします。どうかお付き合いのほど、宜しくお願い致します。

本日のメルマガの内容です。

-
1. 弊社のご紹介
 2. 【西日本の販路開拓】東北から大阪・福岡へ。出張費削減で「最強の右腕」を手に入れる方法
 3. 展示会ニュース

（第2回以降）4. 西日本で開催する主要展示会のご案内

1. 弊社のご紹介

弊社は、国内および海外（ドイツ）の展示会・見本市業界に約24年携わってきた代表が、昨年令和7年夏に創業しました。諸事情により大阪で起業しましたが、主に東北地方の潜在的なお客様の近い場所に拠点を移すべく、令和8年中に山形市へ本社を移転する計画です。

事業内容ですが、東北地方の中小企業や関連諸機関の皆様向けに西日本と海外（一部）市場の参入に特化した**販路開拓支援および見本市展示会関連の総合サービス会社**です。国内外の見本市展示会を主なツールとして活用いただき、新市場参入の一助としてご利用いただけます。

弊社の代表は、過去東京で14年近く国内外の見本市・展示会業界に身を置いておりました。2015年に大阪に移り、展示会の企画開発運営や海外イベントの誘致営業、MICEビジネスの企画開発、国際業務等々経験してまいりました。

そのような経験を通じた流れを汲みながらトータル約24年ちかくにわたり数千～数万の商談を目の当たりにしてきました。今後は知り尽くした展示会業界（内側）を効率的に活用し、顧客向けビジネス（外側）を時代に即した柔軟な手法を交えてサポートしてまいります。

2. 【西日本の販路開拓】東北から名古屋・大阪・福岡へ。「最強の右腕」を手に入れる

今日、皆様にお伝えしたいことがあります。それは、「関東の主要な展示会を活用したビジネスは激戦だが、西日本はブルーオーシャンである（これから市場開拓の余地が大いにある）」ということです。

しかし、同時にこう思われませんでしたか？
「名古屋や大阪や福岡の展示会は遠すぎる」

「出張費や宿泊費を考えると、採算が合うか不安だ」
「何より、現地でバイヤーと対等に渡り合えるスタッフがいない」
「そもそもマンパワーがない」等々。

もし、貴社が「そうはいつでも、企業を発展させるべく西日本の市場開拓に興味がある」なら、その悩みは今日で終わりにできます。

なぜなら、23年に及ぶ展示会见本市業界のプロである私が、貴社の「現地の営業スタッフ」として支援が可能となるからです。しかしながら、各社の事情はそれぞれ違いますので、

① 展示会の出展準備及び事前あるいは事後の準備は自前で、会期中の営業スタッフとしてブースに立つ簡易な請負サービス

あるいは、

② 営業販売計画の開発段階から展示会前、会期本番、展示会終了後にかけてすべてにトータルで関与するサービス

等、数種類のご提案をご用意しております。

貴社の「出展」を「投資」に変える3つの約束

先行きの不透明なビジネス環境が立ち足る今だからこそ、物理的な距離を克服する「攻めの販路開拓」が必要です。

弊社が提供する「見本市展示会支援サービス～現地アテンド&実務代行」のによる効果の一例です。

- 1. 出張コストの劇的削減：**
東北地方からスタッフを派遣する旅費・宿泊費をカット。展示会见本市ビジネスに長けたプロに任せることで、実質コストを抑えながら「成約率/市場浸透率」を引き上げます。
- 2. 「西日本の商習慣」という壁を突破：**
例えば大阪のバイヤーは「コスパ」と「納得感」にシビアです。その点は弊社のネットワークや知見を使い、現地の言葉で貴社の魅力を翻訳（！）するなど柔軟な顧客対応が可能です。
- 3. 展示会を「点」で終わらせない：**
会期中の接客はもちろん、開催前のアポ取りから、終了後の再訪問まで。東北の貴社に代わり、私が西日本を駆け回ります（注：その他スタッフ派遣請負など簡素な支援サービスもあります）。
- 4. 見本市・展示会出展をテストマーケティングの場として活用：**
市場に近い場所で開催される見本市こそ、マーケティングプラットフォーム（市場参入）に相応しく最適な場所になります。市場に近い見本市ほど、その市場のトレンドが反映されており、自社の製品が市場に受け入れられるのか否かを判断できるテストマーケティングの場となります。また、評判の良い見本市（注：これが必須条件の一つとなります）の出展により、企業規模の大小や資本力の優位性に関係なく、貴社は商品力・技術力のみで勝負できます。ただし

効率的な営業や PR 活動を行うには、展示会本番中のみならず展示会前後の準備が大事になってきます。

5. 英語による海外関係者との折衝や資料の作成（チェック）も問題なく対応可能です。

また、主要サービス（展示会活用による販路開拓支援）にとどまらず、通常業務における海外対応の外注業務等も対応可能です。

3. 展示会ニュース

★ 2026 年の見本市展示会開催状況

展示会専門メディアの株式会社ピーオーピーが発行した「2026 見本市展示会総合ハンドブック」によると、今年 1 年間に開催が予定されている国内の展示会は約 995 件（原則として企業のプライベートショーおよび即売会は除く）。

アンケート回答のあった約 936 件の開催概要データをよれば、10 月（120 件）、5 月（101 件）の開催が例年通り多く、次いで 6 月（96 件）、4 月（90 件）と続く。

都道府県別では東京都での開催が 461 件と国内開催件数の約 50%に及ぶ。一方で西日本（大阪・愛知・福岡）だけで 288 件(約 31%)と 2015 年以降、年々西日本での開催が増加中。コロナ禍におけるヒトの移動制限からの反動もあり、展示会を通したフェイストゥフェイスによる産業界の市場拡大が顕著に見受けられる。

業種別でみると①「ICT および AI」および DX やクラウドの影響を受けた②「総務・経理・人事」等のバックオフィス業界が ICT 技術の進展に引き込まれる形で開催件数が増加中である。そのほか同じく DX の技術伸長の影響を受けている③「製造・設計・制御オートメーション」の展示会が変わらず多く開催。

<https://www.eventbiz.net/?p=163119>

本日はお読みいただきありがとうございました。
今週も皆さんにとって沢山良きことがありますように！

合同会社 Luoda 代表社員 樋渡 知博

このメルマガの内容の転載は、大歓迎です。ご感想・ご意見も大歓迎です。

このメールにご返信いただきましたら、私に届きます。

メルマガの購読をやめたいときは、hiwatashi@luoda.jp までご連絡をお願い致します。

～合同会社 Luoda(ルオーダ)を、販路開拓のビジネスパートナーに～

発行責任者：樋渡 知博（代表社員）

住所：大阪府大阪市北区豊崎 3 丁目 15-5 TK ビル 2 階

連絡先：hiwatashi@luoda.jp Copyrights © Luoda LLC. All rights reserved.