

【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。【見本市・展示会出展で西日本・海外販路開拓を支援する】合同会社 Luoda(ルオーダ)です。

本日のメルマガの内容です。

1. 【イベント出展結果報告】CROSS TOKYO – Food & Market 2026
2. 【募集中】西日本・アジアへの扉を開く「食品・飲料の展示会」
3. 最新ニュース:
4. 連載コラム: 第 1 回【地域産業・地域経済を持続的に発展させる本当の見本市・展示会の活用術】

1. 【イベント出展結果報告】CROSS TOKYO – Food & Market 2026

2026年2月10日に開催された「Cross Tokyo Food & Market 2026」(旧名:ワインコンプレックス東京(主催:株式会社シーズバンク)、会場:東京都立産業貿易センター浜松町館 3階北展示室)における、弊社(ブース A10)の出展状況を時系列でまとめました。

特に飲食関係の企業様は、弊社の会期中本番におけるサービスについてご理解いただけますと幸いです。なお、今回の活動は「海外企業向けの見本市・展示会出展による販路開拓支援サービス」です。

今回は、南フランス地中海沿岸のラングドック地方の新進気鋭なワイナリーより①インポーター(輸入者)を見つけること、②ワインの試飲を通じたプロモーションと認知度向上等の依頼を受け、代行出展しました。出展者合計 57 社。来場者数 1000 名。

- 12:00 - 13:00【スタート】当ブース来場者 6 名。IGP ロゼワインが「素晴らしいキャラクター」と高い評価を受け、良いスタート。
- 13:00 - 14:00【専門家からの称賛】当ブース来場者 14 名。ジャーナリストから IGP 白ワインの新しいアプローチが「素晴らしい」と評されました。また、未輸入のワイナリーにとって小規模な展示会への参加は戦略的にスマートであるとお褒めのお言葉もありました。

- 14:00 - 15:00【ブース来場者数ピークと白ワインへのシフト】ブース来場者数が 23 名とピークに達しました。人気がロゼワインから IGP 白ワインへと移り、その爆発的な花の香りが特に女性来場者を魅了し、何度も当社ブースを訪れる来場者も見られました。
- 15:00 - 17:00【完売と閉会】15:45 に IGP 白ワインのボトルが空に達し、16:40 には IGP ロゼワインも完売しました。プロのソムリエからは、ワイン愛好家向けの AOP 上級クラスの白ワインや赤ワインも高く評価されました。

【最終結果】当ブースには、合計 58 名が来場し、用意したワインの大部分が消費される盛況となりました。特に華やかでアロマ豊かなワインが、日本市場、とりわけ女性層に強く響くことが確認された一日でした。また、4 社の輸入者候補先とのコンタクトに成功し、依頼先であるワイナリーにご満足いただけました。イベント終了後、顧客リストの作成と戦略アドバイスを含む結果報告書を作成して、ワイナリーに提出して作業終了。

2. 【出展者募集】西日本・アジアへの扉を開く「飲料・食品専門見本市・展示商談会」

「西日本市場へ足がかりを作りたい」「アジア圏のバイヤーと繋がりたい」そんな想いを形にするための絶好の舞台をご紹介します。

- 【福岡・アジア】九州・福岡から世界の市場へ羽ばたいてみませんか？

「フードスタイルジャパン九州 食品・飲料展示会(FOOD STYLE JAPAN 九州 2026 年 11 月 18 日～19 日)」<https://foodstyle.jp/kyushu/>

今年で 10 回目の開催を迎える。九州地区で開催される飲料・食品の見本市では最も勢いのある展示会。主催者は㈱イノベント。開催規模も年々拡大。費用対効果の高い食品飲料見本市の一つで、アジアの玄関口・福岡で毎年秋に開催されます。

現在、こちらの展示会の共同出展社を現在募集中です(1 小間につき 2～3 社。1 社のみの場合、当企画を中止します。なお、メインの出展社は弊社となります)。

出展形態は「リモート出展サービス」で、貴社パンフレット展示および Zoom によるリモートで貴社による来場者対応・商談対応となります。現地会場での設営撤去および会期中のオペレーションは弊社が行います。

展示会終了後に顧客リストの作成と開催結果報告書を作成します。

なお、当サービスは弊社が別途提供する「展示会出展に関する総合サポート」「展示会スタッフ派遣」とは別のサービスとなります。詳細につきましては弊社までお問い合わせください。

3. 【見本市・展示会最新ニュース】

- ・日本の広告費、イベントや展示などリアル領域の広告は3年連続のプラス成長
<https://www.eventbiz.net/?p=163984> (2026年3月6日「展示会とMICE」より)
- ・【ミラノ・サローネ 2026】世界最大級の家具とインテリアの見本市
4/21～4/26にイタリア・ミラノで開催。その歴史と2026年の展望・見どころ、
注目の出展情報 <https://micetimes.jp/salone-milano-2026/>
(2026年4月4日「MICE TIMES ONLINE(マイスタイムスオンライン)より」)

4. ↓以下は少しお堅い内容ですので、ご興味のある方だけお読みください。↓

不定期連載コラム：

第1回：【地域産業・地域経済を持続的に発展させる本当の見本市・展示会の活用術】

ビジネスの最前線でご活躍の皆様、こんにちは。今回から地域産業を進化させ続ける「見本市・展示会の現代戦略理論」についてコラムをシリーズでお届けします。

■ 展示会・見本市は「製品サービスを見せる場所」ではなく「売り上げを創るステージ」である

最初にお伝えしたい結論はシンプルです。地域によって歴史的背景や実情があるにせよ、各地域で行われる展示会・見本市を、単に「イベントのために場所を有償で貸りて出展する」という考えや手法で終えてはいけません。理想を言えば、展示会・見本市とは自社および地域の産業や経済を次なるステージへ引き上げるための「強力な戦略ツール」であるべきなのです。

■ なぜ今、見本市・展示会の「再定義」が必要なのか？

かつては、人気見本市や著名な国際見本市に出展していれば、自然と自社のブースに来場者が集まり、容易に商談が成立した時代もありました。しかし今、時代の急激な変化とともに見本市・展示会業界も疑いなく大きな転換点に立っています。

1. 「リアル」(対面)の価値が問われている

現代はインターネットで何でも調べられ、商談もオンラインで済む今、わざわざ足を運ぶ「意味」がゼロではありませんが、その意義が厳しく問われています。単にモノを陳列するだけの場は、もはや役割を終えつつあります。これは実働世代が次世代へとバトンタッチ(若い世代が経営上責任あるポジションに付く)するにつれ、ますます顕著になるでしょう。

2. 「仕組み」へのシフト

近年成功している見本市・展示会には、共通点があります。それは、モノを売る場を超えて、新しい知見や出会いが生まれる「仕掛け(プラットフォーム)」として機能していることです。

3. 地域が自立するために

東京一極集中や産業の空洞化、労働力の減衰が進む中で、地元の企業が外の世界とつながるためには、受動的あるいは局所限定的な見本市・展示会参加を脱し、能動的にチャンスを作り出す場を常に求め続けることが必要です。

■ これからの展示会・見本市が担うべき「3つの役割」を上手く活用する

これからの時代、見本市・展示会は以下の3つの役割を果たす「産業のインフラ」へと進化しなければなりません。

- 出会いの精度や確度を上げる: 地元(自社)の技術やサービスと、それを切望する世界中の買い手(バイヤー)を限りなくピンポイントで結びつけること。これは近い将来、AIの活用で達成できる可能性が高いです。
- 情報の磁石になる: 「あそこに行けば業界の未来が見える」と思われるような、情報の最先端が集まる拠点に自ら赴くこと。これは自立走行型ロボットが登場し、人間による静動態行動全てを代替しない限り、AIの活用では達成できません。
- 政策を形にする舞台: これは、主催する会場がある自治体側からの観点ですが、行政が掲げる「産業振興」という言葉を、出展者が具体的な商談や費用対効果という「目に見える出展成果」に変える場の担い手となること。自らの存在価値を高めること。これは、AIではなく企業家精神が求められる領域です。

■ 今回のまとめ

見本市・展示会は、単なる一過性のイベントではありません。その見本市・展示会が

開催される地域の経済を循環させ、未来の産業を育てるための「心臓部」としての機能が見本市・展示会であり、加えてそこに市場(マーケット)が存在し、その市場にダイレクトにアクセスできることが重要です。もし、貴社にとってまた未開拓の市場や地域が存在する場合、そこには膨大な機会損失が眠っているかもしれません。

=the end=

【お問い合わせ・お申し込み】

「自社の製品で海外や西日本の市場開拓が出来るのか不安」「まずは話を聞いてみたい」という方は、お電話または hiwatashi@luoda.jp までお気軽にご連絡ください。本日もお読みいただきありがとうございます。皆様にとって、実り多き週となりますように！

*展示会関連サービス *イベントマネジメント

*営業支援・販路開拓 *ワインビジネス

合同会社 Luoda.

代表社員 樋渡知博

〒531-0072 大阪府大阪市北区豊崎3丁目15-5 TKビル2F

M:090-4714-3682 hiwatashi@luoda.jp

<https://luoda.jp>
