



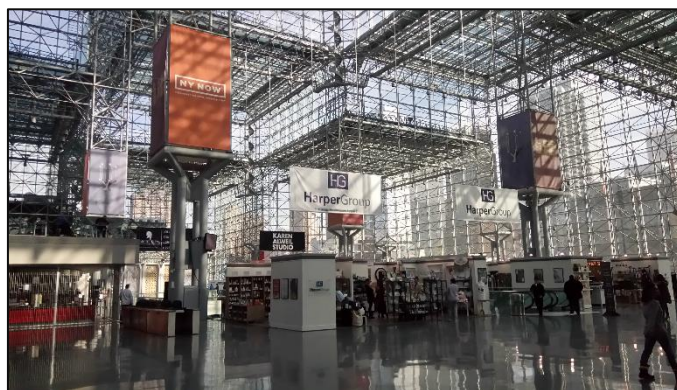
## 横浜銀行 ニューヨーク駐在員事務所

週間トピックス Vol. 457 (2017. 2. 15)

<今週のトピックス>

### NY NOW 2017 冬展

2月初旬、「NY NOW (ニューヨーク ナウ)」が開催されました。このNY NOWは、米国ニューヨークで年に2回開催される北米最大規模のインテリア・デザイン雑貨・ギフト商品の総合見本市で、2,400を超えるサプライヤーが出展し、毎回北米50州および世界80か国以上から約25,000人の入場者、および多くのメディアが最新の流行をリードするアイテムを求めて来場します。入場したバイヤーはその場で出展者と商談し買付を行うことから、NY NOWはビジネスに直結する見本市として評価されています。



今回開催された冬展にも、出展者側で日本の中小企業が多く参加していました。各社とも自社の品質とデザイン性の良さを本場北米でPRする機会だと考え、入念な準備を重ねてきているようでした。ある企業の話では、日本で販売している既存製品とは別の色にしたり、大きさや包装方法を変えたり。また英語のパンフレットを作成することや海外市場での卸値は勿論のこと、在庫状況、日本からの製品の発送期間やカスタマーセンターの対応まで事細かに準備し、各国のバイヤーとの商談に望んでいるとのことでした。

名古屋の包装紙製造業の担当者のお話では、厚手の紙を自社自慢の技術で繊細にカットし整形し見た目に鮮やかな包装紙を貼り7cm四方の小箱に仕上げ展示していたところ、米国バイヤーの目に止まりその場で500個買付となったそうです。東京の石鹼会社の展示品は鮮やかな赤色の鯛を型取った石鹼でしたが、海外バイヤーに対し日本にとっての鯛は縁起の良い存在であることを丁寧に説明することで理解を深めてもらい次につなげているという話を聞きました。また、京都の寝具店



の話では、海外展示会で成果を挙げるためには継続して出展し現地で企業名や製品の認知度を高めていくことも重要で、継続的に出展した結果、来場していた米国の某有名出版社が当社製品を記事に掲載してくれ、問い合わせが増加し売上に結びついたこともあったとのこと。

今回お話を伺った企業は、いずれも海外マーケットに対し「売る準備」を行ってきており、ただ単に見本市に参加しているという考えではないようでした。見本市へ参加すればすぐに売上に結びつく訳ではないと思いますが、現地バイヤーとのコミュニケーションの中で製品の良い点・悪い点を聞き出すことができれば、それは売れる商品に変えることのできるチャンスであり、再度チャレンジすることができると思います。そうした意味からも海外販路の開拓のためには、こうした見本市を活用してみるのも良いことだと感じました。ちなみに次回の NY NOW は 2017 年 8 月に開催される予定です。

以上

### <主要マーケット指標>

	2月6日(月)	2月7日(火)	2月8日(水)	2月9日(木)	2月10日(金)
USD/円	111.74	112.39	111.93	113.25	113.37
ユーロ/USD	1.075	1.068	1.070	1.065	1.063
ダウ	20,052.42	20,090.29	20,054.34	20,172.40	20,273.21
S&P500	2,292.56	2,293.08	2,294.67	2,307.87	2,317.00
Nasdaq	5,663.55	5,674.22	5,682.45	5,715.18	5,735.26
Treasury 10Y	2.411	2.398	2.333	2.403	2.412
Treasury 30Y	3.051	3.018	2.953	3.010	3.014

- ・本レポートは情報提供のみを目的として作成したものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。
- ・ご利用に関しては、すべてお客さまご自身でご判断くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。
- ・本レポートは信頼できると思われる情報に基づいて作成していますが、当行はその正確性を保証するものではありません。
- ・本レポートのご利用によりお客さまがいかなる損失、損害を受けられても当行は一切の責任を負いません。
- ・本レポートはお客さま限りでご利用くださいますようお願いいたします。