

第66回東京インターナショナル・ギフトショー：秋2008

●主催：ビジネスガイド社 ●日時：2008.9.2(火)～5(金) 東京ビックサイト(全館)

日本最大のパーソナルギフト&生活雑貨の国際見本市



年々拡大するギフトショー改めて規模の確認、出展企業(約2,400社)ビッグサイト全ホール(86,410m²)、商品カテゴリー(約30数分類)食品を除く生活全般のパーソナルギフト&生活雑貨、(1日約5万人)計29万人来場者数(1日約5万人)計約20万人大阪ギフトショー(50回)、福岡(5回)は日本最大のトレードショーである。

第66回のテーマは「ギフトは思いやり、品格、トレンドが伝わる心と心のコミュニケーション」主催者はギフトショーはトレンドを発信するトレードショーとして生まれ変わります!と発信しているが果たして変わったでしょうか。過去10年(年2回)欠かさずギフトショーは視察、商品カテゴリー別にはトレンドを発信、拡大一方ではマンネリ化縮小の商品カテゴリーを感じています。

ギフトショーの視察・取材に当たっては、数多い商品カテゴリーから絞り込んだ視察・取材が必要です。

当然テキスタイルをベースにホームファニッシング、生活雑貨、ファッション雑貨&香り関連商品、フラワー・グリーン関連商品等... 従って東展示棟(4, 5, 6ホール)&西展示棟(3, 4ホール)に絞り込んで取材・レポート致します。

ギフトショーの各種特別イベント発信&併設フェアから一部を紹介

●伝統とModernの日本ブランド(東4ホール)

毎回注目のイベント「伝統とModernの日本ブランド」前回は一同に集めたイベントスペースで展示インパクトがありました。今回(東4ホール・Zエリア)で日本ブランドの紹介ブースがありますが、各々の商品は各企業の展示ブースに分散されているため、日本ブランドの発信・特別イベントとしての魅力・アピールには欠けていた日本ブランド(Modern Japanese Style)を「衣・食・住・芸」のカテゴリーに区分、文化・伝統・技術・素材に注目、現代の生活スタイルにアレンジされた商品群が多く紹介されています。

・日本ブランド紹介ブース

・200年前の西陣柄：高橋練染(株)

・インテリアパネル(株)ワールドオフィス

・ペーパームーン照明(株)浅野商店



●ACTIVE DESIGN & CRAFT FAIR:併設51回開催(西4ホール)

カラートレンドステージ「エコ・カラー」の発信、日本ファッション協会と日本色彩研究所の共同提案。自然の若葉をイメージさせるイエローシュグリーン ・参考(マンセル値:10GY6.5/11) ・PANTONE:16-6341TPX) エコロジカルな姿勢や生活のシンボルとなる様なカラー「エコ・グリーン」の商品を一同に集めてた提案展示。

