

韓国のVIPバイヤー40名にアンケートを実施

商談の成果や今後の見本市への期待が浮き彫りに

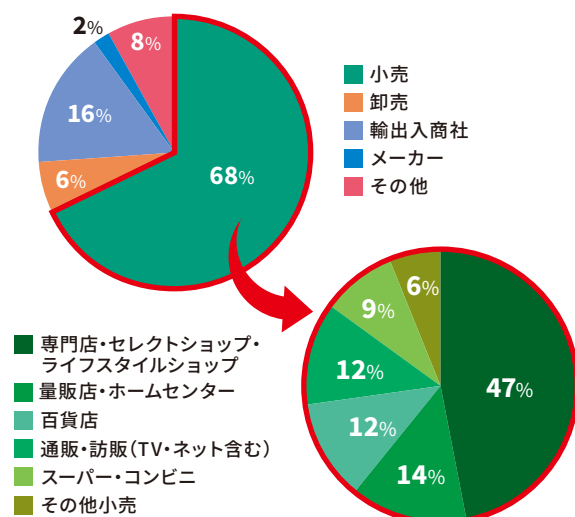
「第2回東京国際・ギフト・ショーinソウル」に会場した韓国のVIPバイヤー40名を対象にアンケートを実施し、全員から回答を得た。アンケートの結果から、商談した日本企業・日本製品への反応、本見本市への期待や要望が浮かび上がってきた。



▲ビジネスマッチングエリア

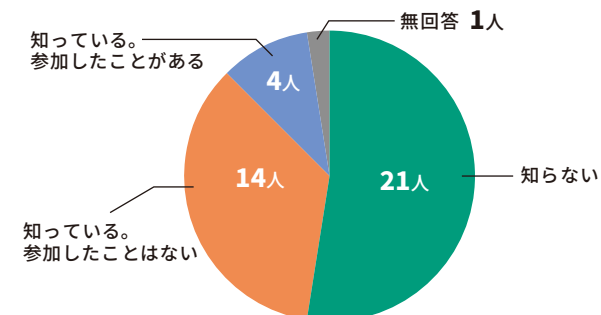
バイヤーの属性と来場の目的

Q1 あなたの主たる業態は？



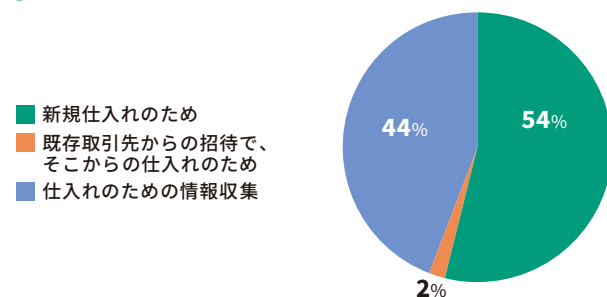
小売が68%とトップ。その内訳を見ると「専門店・セレクトショップ・ライフスタイルショップ」が最も多く、次に「量販店・ホームセンター」「百貨店」「通販・訪販」と続く。韓国は日本以上にECやオンラインショッピングが盛んで、オンライン店舗のみという小売も多い中、「東京国際・ギフト・ショーinソウル」には、実店舗を有する小売バイヤーがしっかり訪れていることが分かる。

Q2 日本で開催されている「ギフト・ショー」を知っていましたか？

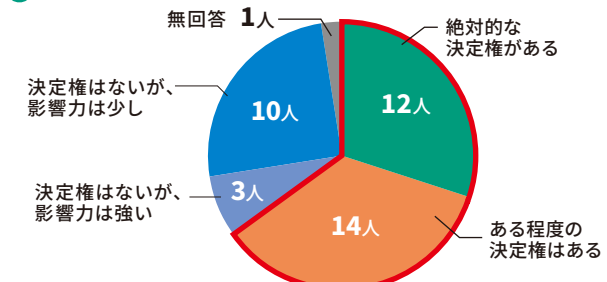


「東京国際・ギフト・ショー」を「知らない」が40名中21名、「知っている。参加したことはない」が14名。裏を返せば、東京開催のギフト・ショーに参加していない新たなバイヤーとの商談ができるのがこの「東京国際・ギフト・ショーinソウル」のメリットともいえるだろう。

Q3 来場の主な目的は？（複数回答可）

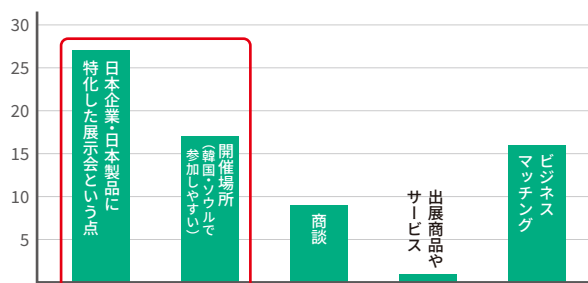


Q4 あなたの仕入れに関する決定権は？



来場の目的は「新規仕入れのため」がトップ。また「絶対的な決定権がある」「ある程度の決定権がある」を合わせれば26名で、仕入れの決定権を持つバイヤーが多く来場していることが分かる。

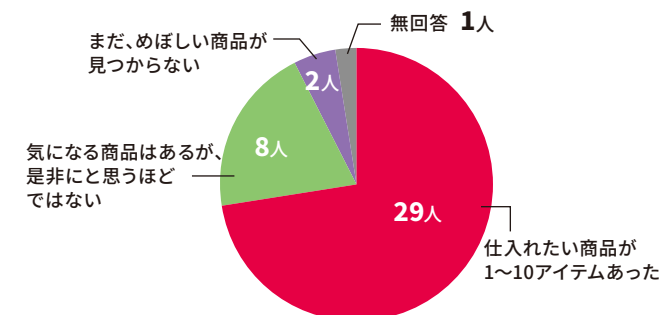
Q5 来場前、「東京国際・ギフト・ショーinソウル」のどこに魅力を感じ、来場を決めましたか？（複数回答可）



来場を決めたポイントとしては、「日本企業・日本製品に特化した展示会という点」「開催場所(韓国・ソウルで参加しやすい)」を挙げたバイヤーが多かった。フリーコメントでも「日本に行かずとも、様々な日本のブランド・製品を見られて良かった」との声が上がった。

商談の成果

Q6 ビジネスマッチングでの商談の感想は？



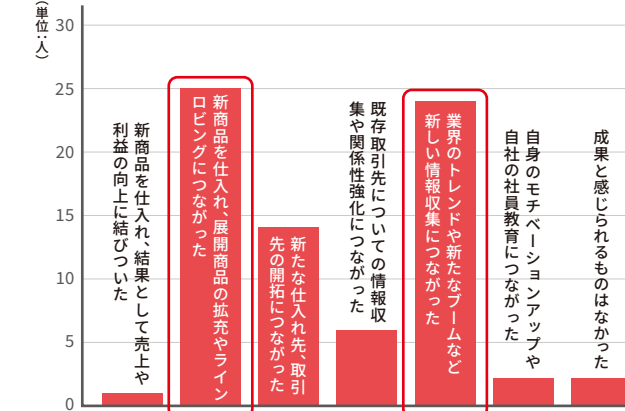
Q7 ビジネスマッチングでの商談件数・商談金額は？

区 分	11月26日(水) 商談件数・金額	11月27日(木) 商談件数・金額
実際に取引が決まった	(非公開) 商談件数: 1件	商談件数: 0件
社内に持ち帰って検討	17億8000万ウォン (1億9580万円) 商談件数: 12件	29億1100万ウォン (3億2021万円) 商談件数: 9件
一部条件をすり合わせられれば検討可能	39億5150万ウォン (4億3466万円) 商談件数: 36件	38億2000万ウォン (4億2020万円) 商談件数: 31件
進行不可	商談件数: 28件	商談件数: 33件

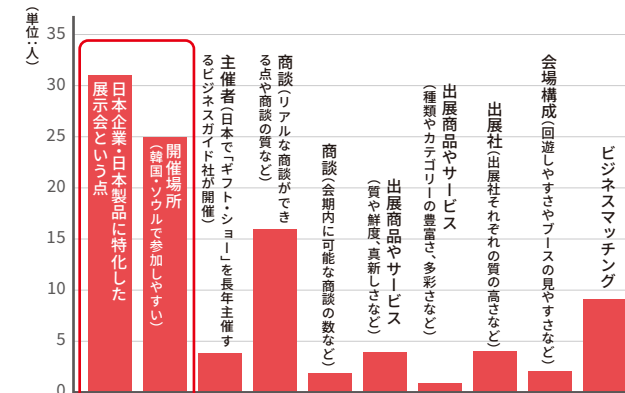
※1KRW(韓国ウォン)=0.11円で計算

「仕入れたい商品が1~10アイテムあった」と回答したのが29名で最も多かった。ビジネスマッチングエリアでの二日間の商談件数は合計149件。商談金額はここから精査されるものではあるが、バイヤーが出展社の製品を高く評価し、しっかりとした仕入れ額で検討していることが分かる。

Q8 今回の来場で得た成果について教えてください（複数回答可）



Q9 来場後に感じた、「東京国際・ギフト・ショーinソウル」の魅力について教えてください（複数回答可）



成果については「新商品を仕入れ、展開商品の拡充やラインロビングにつながった」「業界のトレンドや新たなブームなど新しい情報収集につながった」が票を集めた。来場後に感じた魅力については、Q5で聞いた来場前の結果とトップ2は変化がなかったが、来場後はより多くのバイヤーからこの2つの選択肢に票が集まった。

バイヤーの声

百貨店・量販店・専門店: 現代百貨店、現代ホームショッピング、ロッテマート、ロッテホームショッピング、eマート、ホームプラス、GSリテール、教保文庫、アートボックス、パラダイスシティなど

THE HYUNDAI 현대 홈쇼핑 LOTTE MART LOTTE HomeShopping emart Homeplus GS리테일 KYOBO ARTBOX PARADISE CITY

EC・オンライン: ロッテON、11番街、クーポン、カカオスタイル(ジグザグ)、オヌレチブなど

LOTTE ON 11 coupon kakao style zigzag 오늘의집

良かった

- 日本企業とソウルで直接会えて商談できたことがとても良かった。
- 出展されている製品の質やデザイン性が高かった。
- 新規パートナーの発掘の場として良い機会だった。日本のトレンドに関しても勉強になった。

今後に期待

- 日本に特化した商品がもっとあればなお良かった。
- 次回はさらに多様な企業に参加することを期待している。