◎ 日本最大級のライフスタイル総合展示会
― 第 20 回ライフスタイル Week TOKYO【夏】開催

事務局

期 間:	2025 年 7 月 2 日(水)～4 日(金)	
時 間:	10:00～17:00	
会 場:	東京ビックサイト	
来場者:	7 月 2 日	10,337 名
	7 月 3 日	11,579 名
	7 月 4 日	12,298 名
	3 日間合計	34,214 名
主 催:	RX Japan㈱	

2025 年 7 月 2 日(水)から 3 日間にわたり、東京ビッグサイトにて「第20回ライフスタイル Week TOKYO 夏」が盛大に開催されました。本イベントは、RX Japan 株式会社が主催する、雑貨、ファッション、美容、食品ギフトなど、暮らしを彩るあらゆるライフスタイル製品が一堂に会する、日本最大級の総合展示会です。

会場では、目的別の専門展示会に細かく分けられており、例えば、日用品雑貨、近年注目を集める「推し活グッズ」、最新のファッショングッズ、美容製品、ベビー＆キッズ用品、デザイン性に富んだ文具・紙製品、食卓を豊かにするテーブル＆キッチンウェア、そして心のこもった食品ギフトなど、多岐にわたるジャンルの製品が集結していました。このように専門性を高めた展示会を同時開催することで、来場者は効率的に、そして幅広く、最新のトレンドや製品を見つけることができるのが特長です。

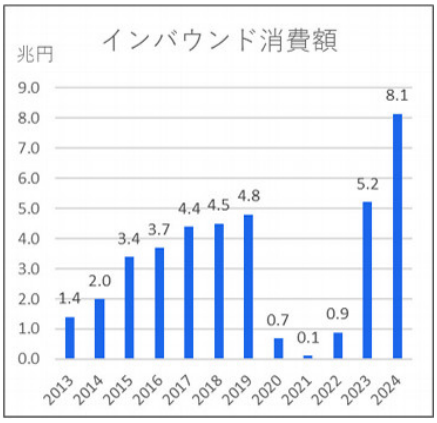
ライフスタイル Week は通常、春、夏、そして秋(関西)と、年間 3 回開催されており、開催時期によって東京ビッグサイトやインテックス大阪といった大規模な会場が使用されます。今回の夏の開催は、過去最多となる 11 の専門展示会で構成され、中でも特に注目を集めていたのが「推し活 EXPO」「デザインパッケージ EXPO」「インバウンド向けグッズ EXPO(今回初開催)」、そして「快眠グッズフェア」でした。

これまで当協会の会員企業は、「テーブル＆キッチン EXPO」を中心に参加していましたが、今回は多くの企業が**「インバウンド向けグッズ EXPO」** へ出展していました。これは、新たなビジネスチャンスを求める企業の強い意欲の表れです。

会員企業にお話を伺うと、出展の目的は明確でした。「そもそもインバウンド(訪日外国人観光客)の需要が大きく伸びていることを背景に、今回初めて開催されるこのＥＸＰＯで、これまで取引のない新たな顧客と出会いたい」。これまでのテーブル＆キッチンＥＸＰＯでは、「いつものお客様としか商談ができないため、なかなか商売が広がらない」という課題があったようです。

主催者によると、このインバウンド向けグッズＥＸＰＯの来場者は、全国の雑貨店やセレクトショップ、卸業者、メーカー、そしてホテルなど、幅広い業種の方々が、インバウンド市場向けの商品の仕入れや、自社ブランドで販売するための OEM(相手先ブランドによる生産)に関する商談を目的に訪れているそうです。 そのため、新規の販路開拓を目指す企業にとって、非常に有効な機会となっています。

観光庁および首相官邸HPの資料によると、訪日外国人の消費額は目覚ましい成長を遂げています。2023 年には、それまでの過去最高を記録する5.2 兆円に達しましたが、2024 年にはなんと8.1 兆円と、驚異的な150%の成長を見せました。この消費額の大きな伸びを受けて、全国の小売店、お土産物店、観光業などから、インバウンドに特化した専門展示会の開催要望が多数寄せられたことが、今回の「インバウンド向けグッズ EXPO」の開催につながったようです。



出典:観光庁・首相官邸 HP

また、インバウンド需要には、量だけでなく質的な変化も見られます。2019 年頃は、中国人観光客を中心とした特定商品の「爆買い」や、ハイブランド製品の購入が顕著でした。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響を経て中国からの訪日者数が落ち着き、代わりに多様な国と地域からの訪日者が増加したことで、消費行動も変化しています。現在の訪日外国人観光客は、単に高価なものを買うだけでなく、より日本の文化を感じられる製品や、日本ならではの体験への消費にシフトしている傾向が見られます。 このような変化があるにも関わらず消費額が増加しているということは、まさにこの分野に大きなビジネスチャンスが広がっていることを示しています。

今回の「インバウンド向けグッズ EXPO」では、当協会から市原製陶株式会社、株式会社金正陶器、 三郷陶器株式会社が、新規取引先の開拓を精力的に取り組んでいらっしゃいました。会員企業以外にも、丸モ高木陶器、セラミック藍、カネセといった企業が出展し、活発な商談が行われていたようです。

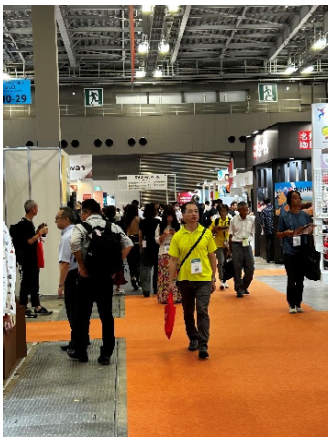
市原製陶株式会社

三郷陶器株式会社

株式会社金正陶器

会場の様子

入場受付の様子



会場の様子

今回の展示会は、まさにインバウンド市場の盛り上がりと、それに対応する企業の新たな挑戦を象徴する場となりました。今後のインバウンド市場のさらなる成長と、それに伴う新たなビジネスの創出に期待が高まります。