

グループ
キョー商談
デンキHD

商機につながる製品提案 プロの販売士招き実演

デンキキョーグループホールディングスは13、14日、来夏の春夏に向けた商談会「デンキキョーグループ2025ニューライフ商談会」を東京都立産業貿易センター浜松町館で開催した。家電から日用雑貨まで、パートナー108社が出展し、最新製品の展示実演を行った。2日間で流通各社関係者や首脳ら約200社700人が来場し各社の製品を確認しながら商談を進めた。



新しいことに積極的に取り組みたいという高瀬社長、新たな広報キャラクターの「でんきマン」と

今回の商談会は「快」取り組みではプロの販売士を招き、新製品などをテーマに、来夏の販路拡大を目的とした。既存大型家電などは買い替えが中心になる中で、流通各社から新たな販売機会につながる製品を求め声が高まっていることを受け、会場では、来夏の商機につながる新たな製品展示にも力を入れた。



2025ニューライフ商談会では、来夏の商機につながる製品が多数展示



コト軸での売り場づくりの提案も行われた

面している」と話す。同社が得意とする隙間を縫った機能特化型の調理家電や理美容家電なども多く展示し、新たな需要の掘り起こしに向けた提案を進めた。

法人向けにも力
出展企業各社も調理家電から季節家電、小物家電をはじめ、日用雑貨など幅広く持ち込んで新たな需要の掘り起こしに向けて提案した。今年は一覧消費者向けだけでなく、法人向けの展示にも力を入れた。今回は業務用の清掃ロボットなども提案した。

ピーコック魔法瓶工業は、新たな製品として魔法瓶構造を生かして持ち運べる水のうを提案したほか、自宅で

居酒屋気分が味わえる「おうち居酒屋」シリーズを提案。電気炉調理器具やお酒を楽しむタンブラーなどを展示した。

大和無線電器は、若手を中心とした世間の流行に合わせた売り場づくりを提案。「モノ（商品を買う）」ではなく「コト（使用場面）」を軸にした体験や経路の価値で売り場の展示構成を考えていくことを訴求した。

会場では電機協会の新製品やコト軸の製品が提案できれば採用してもらえ、万全の体制で臨み今後も新たな気づきのある製品の提案に力を入れていきたい」と話している。