

デンキヨー
ーグル
HDが夏秋向け商談会

「デンキョーグループの会期で211社、73ホールディングスは、2人が来場し、各社の今年の夏秋に向けた商製品を実際に確認して、今年度2025商談体感しながら商談を進めた。」を東京流通センタ

社は今年、全社共通の「義」として掲げた。指針となる「ブランドマップ」を新たに策定し、「毎日をもっと、もっと、こころよく」を実際の製品とともに

会でもブランドマップを示す特設コーナーを設け、高瀬社長が自ら来場各社に新ビジョンを説明した。

夏秋向けの商材を吟味する姿が随所でみられた

高瀬社長自らが来場者にパーパス経営について説明した

店頭で役立つプロの
販売士による実演は多
くの来場者が真剣に聞
き入った

ら日用雑貨まで、生活に開催しているものに役立つ製品を一堂に展示する大型商談会で、今年の夏から秋にかけての市場トレンドで、パートナー12に合わせた新製品の展示やテーマを横断した社が出展し最新製品の発表を行った。2日間製品展示を行った。同

ブランドマップ感じる展示に

パートナー112社が出展

も行い、パートナー各社や、流通各社にパース経営を起点としたブランド戦略を理解してもらおう場にもした。

広く持ち込み、この先
 商売の種になる商材を
 はじめ、今後発表予定
 の参考出品まで展示実
 演した。調理家電や家

ンターナショナルは誰
でもおいしい本格的な
たこ焼きが焼ける「た
こ焼きマイスター」を
実演したほか、男性用

会場では新パーパスを具現化していく考え方として「SWGs（持続可能なウェルビーイング目標）」につ

具体的な実演などを真剣に聞く姿がみられた。

高瀬一郎社長は「創業者の思いを重ね合わせて示したブランドビジョンは、デンキョー

事家電では大手電機メー
ーカーにはないかゆい
所に手が届く製品群が
多くそろえられた。

理美容家電の新製品を
展示した。

センサーライトや園
芸用具などを手掛ける

いて展示。ウェルビーイングに着目し、身体的／心理的／社会的ウェルビーイングについて

新規出展社が12社増えた。来場者数も増えており、次の商売につながる製品を発掘する場

新たなブランドビジョンを感じてほしいと高瀬社長

調理家電などかゆい所に手が届く商品が多数出展

って価値を高めていく
考えを強調する。商談

コーヒーマーカー「ク
ールバリスタ」は15分

照らすライトとして提案。来場者から注目を

前回から好評だった
実演販売士によるライ

てもらえたらと思つて
いる」と話している。

