



社長のための 経営雑学

新しい時代を切り拓く実践経営情報紙

第 332 号

平成 30 年 8 月 22 日（水）

発行 税理士法人 KJ グループ
〒536-0006 大阪府野江 4 丁目 1 番 6 号
TEL : (06) 6930-6388
FAX : (06) 6930-6389

スウォッチグループなど有数ブランドが離脱 見本市への出展は現在のビジネスに合わない？

オメガやブレゲなどを擁する世界最大手の腕時計ブランド、スウォッチグループの CEO がスイス紙のインタビューに応じ、2019 年から「バーゼルワールド」への出展を取りやめると話した。「バーゼルワールド」は、世界最大級の時計・宝飾品見本市。各国の時計メーカーが新作を発表する場として認知されている。出展中止の理由について、同グループ CEO は「現在の形態の時計見本市には、あまり意味を見いだせなくなった」と説明している。

バーゼルワールドは、数ある見本市の中でも出展費用が高額。小さなブースでも 100 万円程度、メイン会場で大きめのスペースを確保すれば億単位の費用がかかる。スウォッチグループは 50 億円以上を負担しているとされ、費用対効果が低いと判断したのだろう。離脱企業は年々増えており、出展企業数も 1 年で半減と急激な落ち込みを見せていた。

また、他の見本市がパワーを付けてきている状況も見逃せない。ドバイウォッチウィークや SIHH などはバーゼルワールドに比べて出展費用もリーズナブル。そちらへの出展にシフトしている企業も増えている。つまり、見本市自体ではなく、殿様商売を続けてきたバーゼルワールドだけが見切りをつけられた、というのが実相のようだ。

デジタル時代全盛を迎えても、1 つの場所で多くのブランドの担当者と直に交渉できる見本市の良さは未だ重宝されているとあっていいのではないか。