

# 他業種情報

ーガス業界ー

大手ガス会社各社は、「電子機器生産に欠かせない「ヘリウムガス」の世界的需要の増加や、主要産出国である米国のガス田での大規模改修の影響により、日本国内に輸入されるヘリウムガスの量が減少、したため、緊急性の低い風船などの娯楽分野向けの削減幅を大きくする」と、発表。現在では改修作業が進み緩和されつつあるものの、バルーン業界へのガス供給は依然として激減していることは変わらず、ガス業界の動向を注意深く観察する必要があります。

# バルーンアート甲子園



# ジヤパンバルーンタイムズ

協力:日本バルーン協会  
制作:岸ゴム株式会社

10月27(土)28(日)の2日間に渡り、『バルーンアート甲子園』が開催されました。主催実行委員会は徳島のアンズバルーンコレクション。構想2年越しとなった当イベントは大盛況のもとに成功を収めました。

イベントの主旨はタイトル通り、高校生の製作による。

巨大バルーンアートオブジェの作品を競い合うというもの。

出場校は地元徳島をはじめ、東京・北海道より各校の参加となった。

当日は、各作品とも素人の高校生が作成したとは思えないほど高いレベルのバルーンオブジェが並んだ。この他にもバルーンに携わるイベントが盛りだくさん。

『バルーンの不思議?サイエンスショー』

『バルーンアート劇場(バルーンの読み聞かせ)』

『バルーンアート体験コーナー』

『ジャンピングバルーン』など一般来場者で大いにぎわった。

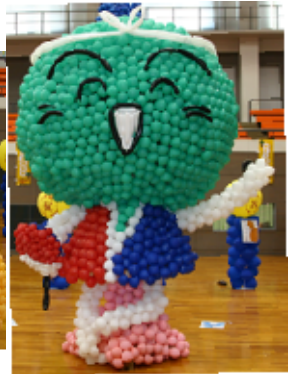
(来場者数約3000名)

バルーンアートの作品の中から、主に一般来場者の投票により、7位から3位までが優秀作品として選ばれた。また、伝統の本場『阿波踊り』も登場してイベントをさらに盛り上げた。

「近年、これほどの規模でバルーンのイベントが開催される事はなかなかありません。

その中で参加させていただき、大変たくさんの方の一般来場者において、楽しんでる皆様の笑顔が印象的で、子供達は本当に風船が好きなんだという原点にも触れる事が出来ました。」

(岸ゴム中島 談)



高校生達により造られた各巨大バルーンアートオブジェ。



大人気だったジャンピングバルーンのアトラクション。



天高く設置された渦巻状の巨大バルーンオブジェ



イベント催事場風景

# バルーンショップ紹介

第2回—日本最大のパーティーグッズ販売ショップ—  
「ナショナル麻布スーパーマーケット」

第2回目は、正確にはバルーンショップではありませんが、アムスキャン・パーティーグッズの日本最大の販売を誇る、東京都港区南麻布の「高級輸入食料品や世界の洋酒」および「日用雑貨品」の販売で有名な「ナショナル麻布スーパーマーケット」をご紹介します。



「ナショナル物産株式会社」として1967年5月に設立。翌年、「ナショナル麻布スーパーマーケット」がオープン。1986年には田園店もオープン。ドイツ、フランス、ノルウェーなどの大使館が点在する立地のため、利用者の6割は外国人となっています。

最近急速に人気を集めてきている「アムスキャンパーティーグッズ」も、こちらのお店ではいち早く取り入れており、日本一のラインナップと豊富な在庫を持つことから、日本のパーティーグッズ販売の先駆的存在です。

パーティーグッズは、本場アメリカでは風船と同じくホームパーティーには欠かせないグッズとして使われています。また日本の文化には馴染みの少ない「ホームパーティー」ですが、風船とパーティーグッズの組み合わせで手軽にホームパーティーの雰囲気盛り上げることができます。

ハウイン、バルンタイン、セントパトリックス、イースターといった、日本ではまだあまり馴染みのないお祭りも、ナショナル麻布スーパーマーケットでなら豊富な種類のパーティーグッズを手に入れることができます。

最近では、パーティーグッズだけでなくバルーンの需要も拡大、これからも外国文化の発信基地として目が離せないお店です。

取材記者 岸ゴム(株)加藤ミチヒロ

## バルーンメーカー紹介

—伸崇ゴム株式会社—

S.A.G.  
BALLOONS



伸崇ゴム株式会社は、1959年(昭和34年)ゴム風船を販売する商事会社として創業し、国産のゴム風船を、国内はもちろん海外へも広く輸出してきました。ダッゴちゃんブームの1960年、空気入りビニール製品の製造にも着手。その経験が、のちにデコバルーンを開花させることになりました。1964年にはスーパーボールの生産を開始。独自に開発したソフトパックの台紙は、当時生産が間に合わないほどの売れ行きでした。

運命の1967年。ニューヨークに遊学していた私は、クリスマスイブのタイムズスクエアで、それまで見たことのない銀色に輝く不思議な風船に遭遇します。

早速購入し、日本へ郵送。それが今のフィルムバルーンの専門メーカーへと大変身するターニングポイントとなりました。

お散歩バルーン、ウォールバルーン、4/B(フォービー)、インズバルーン、そしてご存知、デコレーションの新しい潮流を創ったデコバルーン。ユニークなコンセプト、高い自由度や応用性、最先端の素材製法など、提案力あふれる製品を次々と発表し、海外でも注目を集めるようになりました。

柔軟な製品開発力をバックボーンに、『もっと愛される形状へ、もっと楽しい使い方へ』と、これからもバルーンの可能性を追求してまいります。

伸崇ゴム株式会社

代表取締役 矢部信彦

# バルーン関連イベント情報

2008年2月7日

バルーン協会主催「ニューイヤーズバルーンパーティー2008」が開催されます。今年73回目にして初の福岡開催となります。

昨年同様に日本バルーン協会の協会員相互の親睦を深めると同時に、業界内でコミュニケーションの活性化を図ることを目的としています。

## 読者からの質問箱

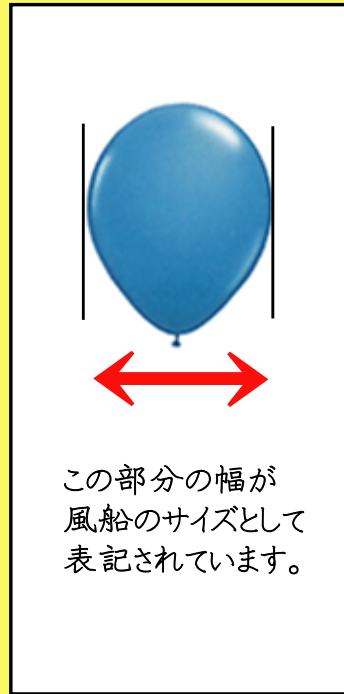
-風船のサイズ表記について-

単位	表記の仕方	cmに直すと
インチ	5"	1"=約2.5cm
フィート	5'	1'=約30cm

今回の質問は「風船のサイズの見方を知りたい」です。

風船のサイズを表す単位でよく使われるのは、「インチ」「フィート」です。

「インチ」「フィート」は、左図の部分の幅をその風船の幅として表記しています。



※各メーカーによってサイズには、若干の違いがありますので、ご注意ください。

「大きいサイズのバルーンに関して」  
例えば3フィートのバルーンですが、規定サイズどおりに膨らまずと90cmです。しかし、こういう大きいバルーンは表記サイズどおりに膨らませようとすると、張りすぎて割れやすくなりがちです。なので、表記サイズよりやや小さめに膨らませると使いやすいでしよう。ぜひお試しください。

## 編集後記

バルーン業界に関わらず、原油の価格上昇の影響による値上は、あらゆる業界に影響を与えています。もちろんバルーン業界も原材料の値上、工場の稼働の燃料費値上、梱包資材の値上、輸入コストの値上、そしてヘリウムボンベの大幅な値上正直「値上」が今年の流行語になるぐらい耳にしました。

しかし、バルーン業界では、インターネットを利用したバルーンギフトの需要拡大やアムスキャンパーティーグッズのヒットが起ころ「販売単価の上昇」、「商品の回転率の上昇」といった、コストアップの波を越える、「バルーンの価値上昇の波」が起りました。

来年の2008年は、バルーンやパーティーグッズを利用した、ホームパーティー市場が更に急速に伸びる年となりそうなので、値上を乗り越える飛躍の年となるよう皆さんと共に、頑張りたいと思います。

## 募集

-読者からの質問箱より-

読者様から風船に関わる様々な質問を募集中です。質問の受付は、受付メール

michihiro@kishi-gum.co.jp まで

担当:岸ゴム(株) バルーン事業部 加藤