

「展示商談会の活用ポイントと 展示商談会を成功させる虎の巻」

令和 2年 11月13日

公益財団法人 新産業創造研究機構

技術アドバイザー 下田 佳男

自己紹介



- 下田 佳男 (シモダ ヨシオ)
- 現在、
 - 志門経営コンサルティング 代表 (中小企業診断士)
 - 兵庫県立大学大学院 経営研究科 客員教授
 - 志門特許商標事務所 所長 弁理士
 - (公財)新産業創造研究機構 NIRO 技術アドバイザー

Email: shimon_pat@ybb.ne.jp

URL: <http://www.shimonpat.jp/>

本セミナーの概要

- 展示商談会の 役割
- 「神戸 ものづくり 中小企業展示商談会」とは
- 展示商談会の準備をする
- 展示 商談会当日のこと
- 展示 商談会が終わった後の大事なこと
- 質疑応答

展示商談会の役割

展示商談会の役割

- 「展示会」は、自社の製品や技術をブースに展示することにより、ブースを訪れた展示会参加者に自社の名前、製品・技術を知らしめる機会の場である。

それらを一人でも多くの方々の記憶に残るよう工夫しましょう！

- 「商談会」は、新規見込み客のニーズを一度に知ることができる場である。

ニーズを知ることが、明日の儲けの種につながるかも！

経営戦略から見る展示商談会の役割

「アンゾフのマトリクス」と呼ばれる下の表から、
展示商談会の役割を考えてみましょう！
表の列は市場（顧客）、行は貴社製品を示します。

	現有市場	新市場
現有製品	市場浸透戦略	市場開発戦略
新製品	新製品開発戦略	事業多角化戦略

アンゾフのマトリクス

展示商談会の参加意義

- ① **商品力**を高める
ターゲットの確認、自社の強み（技術、品質、単価、納期、対応力）の確認
- ② **販売力**を高める
情報交換
- ③ 結果として、**新規顧客**を獲得する

参加する展示商談会を知る

一般的な展示商談会の形式

- 個別商談方式
事前に主催者によるマッチングあり
着席商談、時間制限、バイヤー席は固定
事業者が会場内を移動する
→端的に商品の特徴を伝える
→食品の場合、試食等の時間を取るよう準備
→バイヤー企業等の事前情報収集が可能
- **展示商談方式**
フリー商談、商品陳列、商談時間無制限
事業者は展示ブースに固定
来場者が展示ブースを移動する
→できるだけ多くの来場者と接触する
→ブースの展示方法を工夫
 名刺、試作品、パネル、パンフレット、のぼり

名称：神戸ものづくり中小企業展示商談会

第12回 神戸ものづくり
中小企業展示商談会



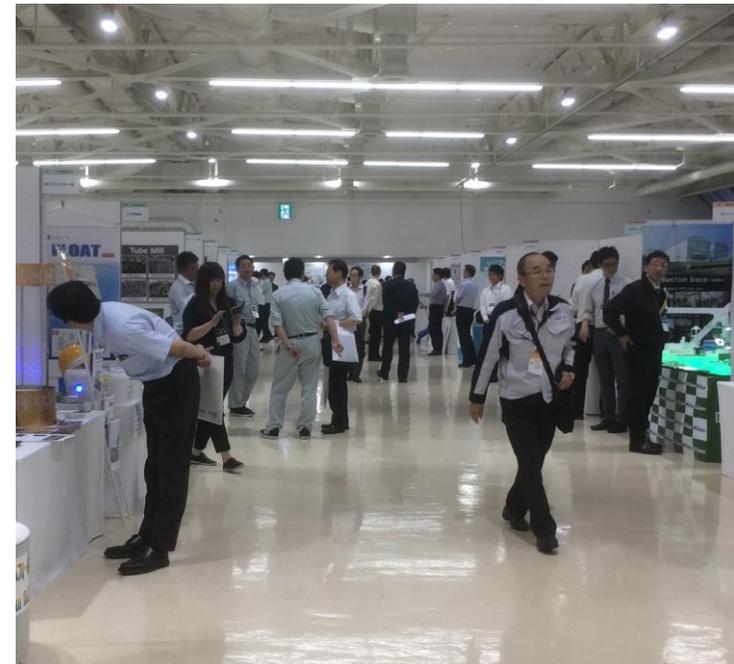
1階にて同時開催/
今すぐ使える!! IoT・AI・ロボット展

日時
2020年
12/11 (金) 10:00 ~ 17:00

場所
神戸サンボーホール 2階大展示場
(神戸市中央区浜辺通5-1-32)

入場
無料

昨年度の様子



神戸ものづくり中小企業展示商談会

◆最大の特長

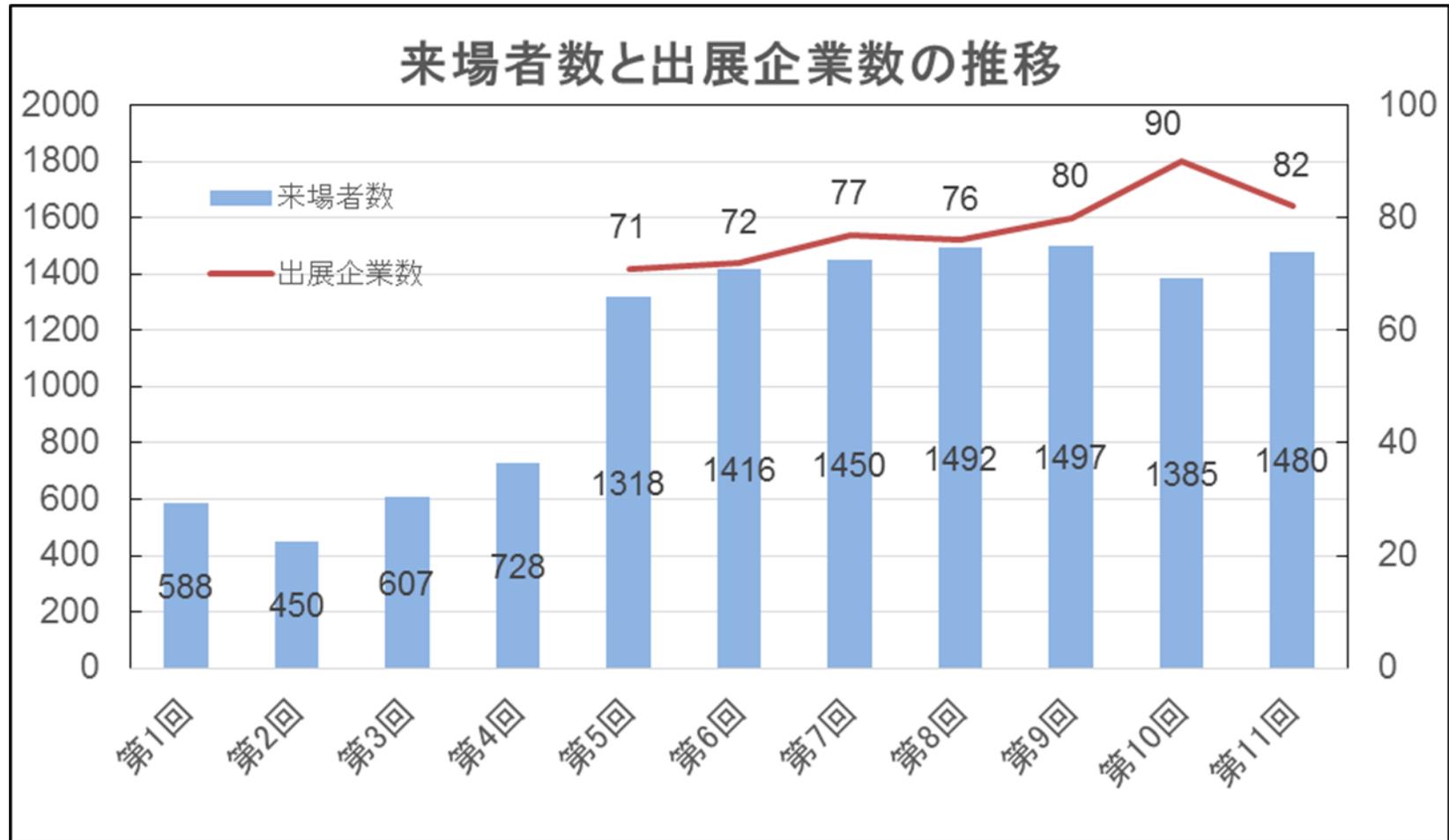
運営スタッフによる来場勧誘活動

欧米型見本市の進化型

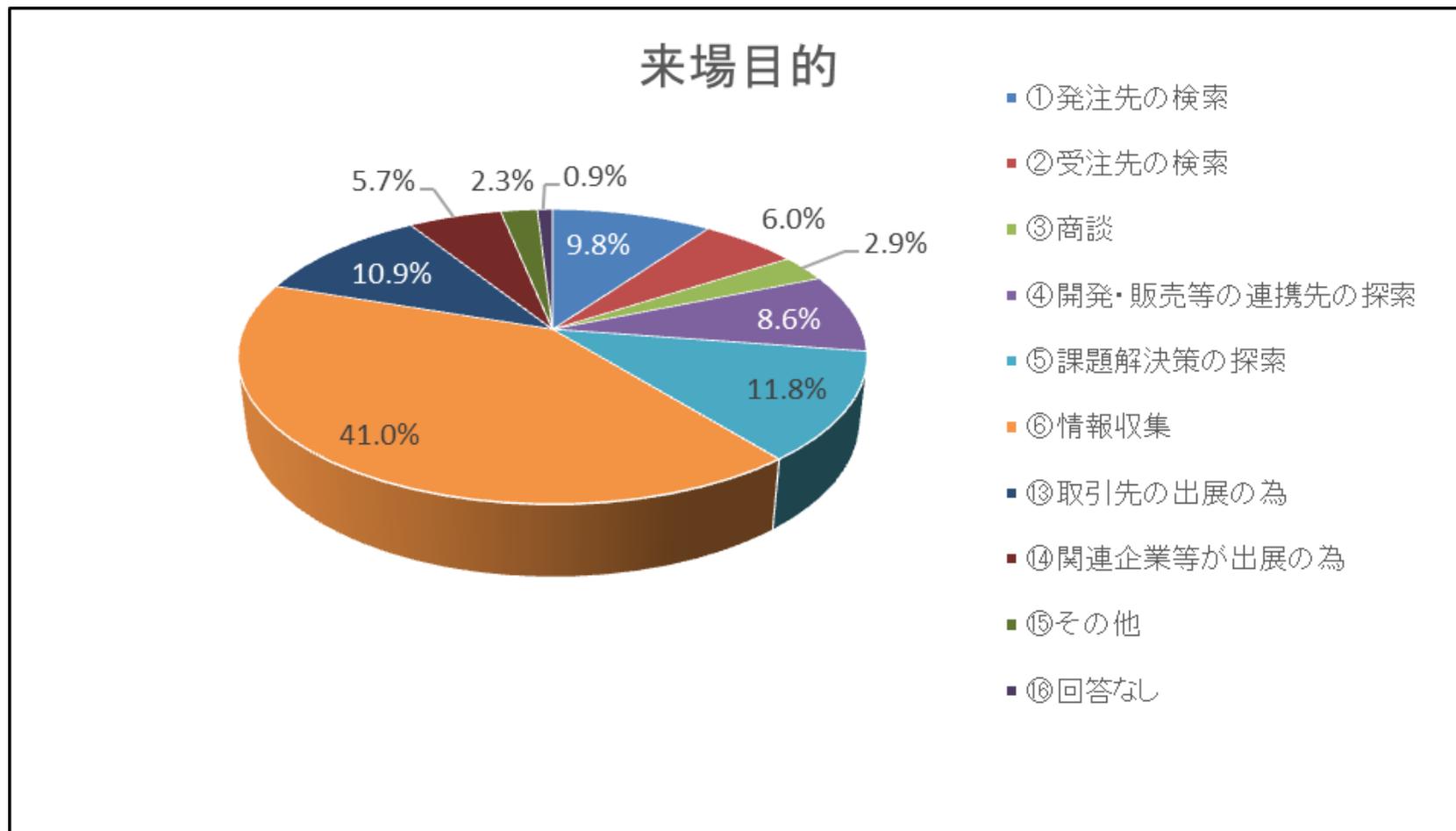
ブース配置が大きな問題にはならない

大手企業との接点を持てる機会が圧倒的に多い

来場者数と出展企業数の推移

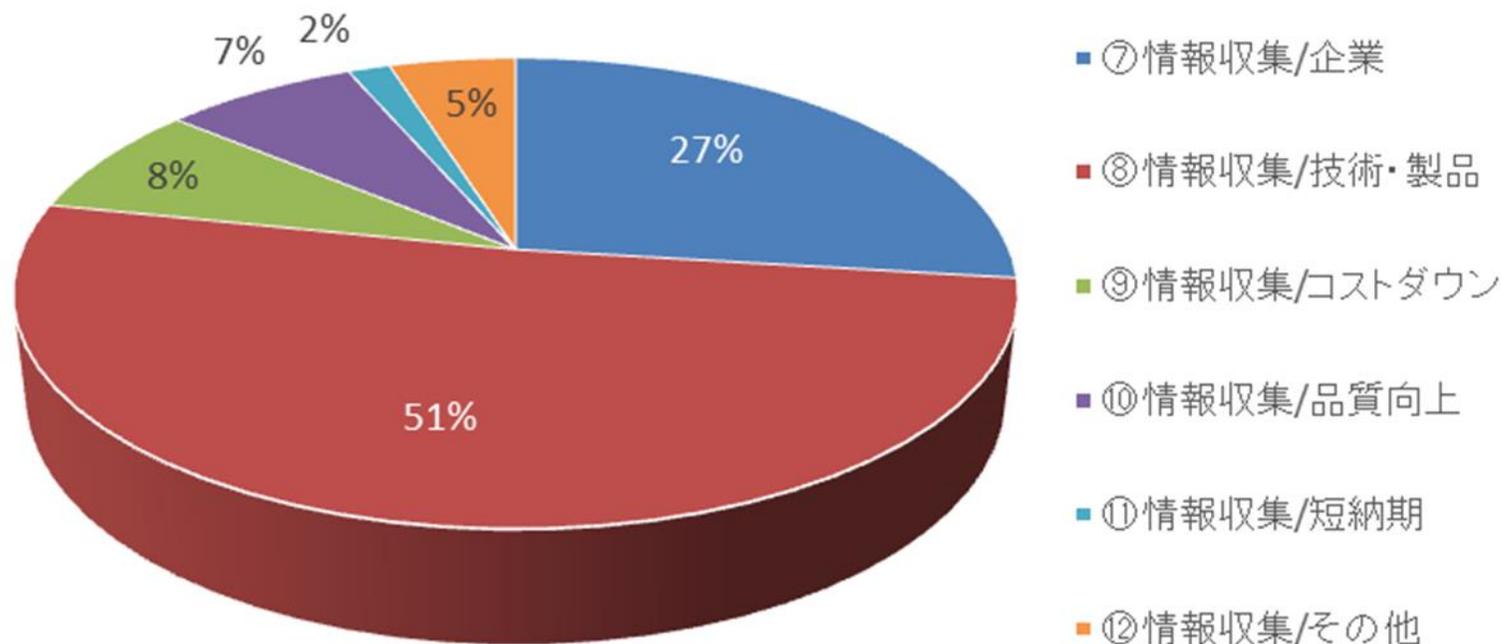


来場目的 (2019年アンケート結果)

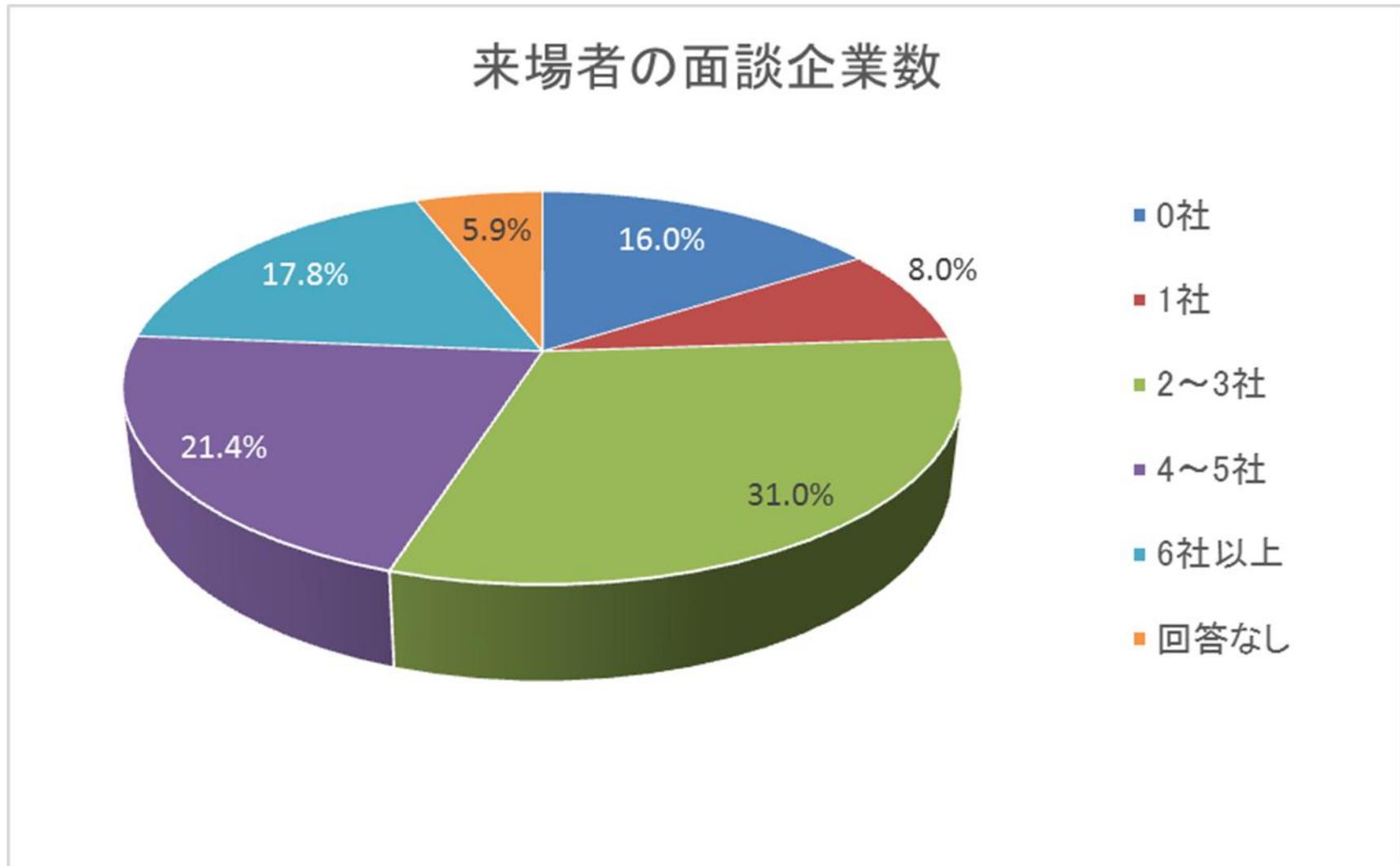


情報収集の内訳 (2019年アンケート結果)

来場目的(情報収集内訳)



来場者の面談企業数 (2019年アンケート結果)



展示商談会の準備をする

展示会の準備事項

- 社内でのオリエンテーションとスケジュール設定
- ブースの構想と搬入物の製作準備
- 展示商談会で用意するもの
- 当日スタッフの人選とプレゼンロールプレイ
- 事前告知
- 当日のスタッフの枠割り分担

コロナ禍の中での展示会 どうなる？

- 来場者は少ないかも？

- ⇒接客が減る可能性あり

- ⇒しかし、来場する人はコロナ禍でも来られるということ

- ⇒そして、来場者はゆっくりブースを回ることができる

- ⇒となれば、接客は、じっくりゆっくり対応可

- ⇒従来の「名刺を多く集める」のではなく、

- 「接した方の満足度を高める」意識が必要

コミュニケーションロス、来場者の満足度低下につながります！

- ⇒「量より質を」の意識転換を！

社内でのオリエンテーション

- 展示商談会の日程確認
- 展示商談会参加意義の共有
- スタッフ選考
- スケジュール設定

ブースの構想と搬入物の製作準備

◆ブースの展示

- どのようなブースにするか検討する。
- パネル等制作を検討。
- デモ動画を用意するか検討する。その場合、PC、TV、プロジェクタの用意も検討する。
- 製品や機械装置を展示したい場合は、事前に主催者に確認する。
- コロナ対応を勘案した展示を意識する。



準備するもの

- 名刺
- パンフレット
- 商談資料
- ちらし
- 販促グッズ（ノベルティ）
- アンケート
- 除菌剤、マスク、フェイスシールド、ゴム手袋等

出展準備

◆商談資料の作成

- ・ 短時間で来場者に課題の解決方法を示す

メッセージがある

課題が示される

特長が示される

効果を示される

1/3の体積に挑戦

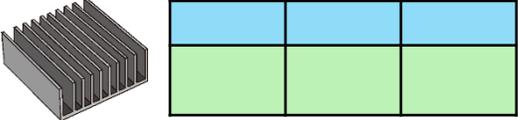
.....

1.こんな方におすすめです

①.....

②.....

2.当社製品の特長・仕様



3.自由な配置

従来品との体積比

〇〇への採用実績



アンケート作成 1 – 目的と目標を明確に

◆アンケートの**目的・目標を明確にする**

①**目的**：市場調査と顧客の課題の抽出

②**当社の適応性**：顧客の課題と当社の解決力

③**最終目標**：**新規顧客の獲得**



●**アポ取りリスト**

アンケート作成 2 – 設計のポイント

◆ アンケート設計のポイント

- ① **営業との打合せ（事前準備）**
 - ・ 自己分析
 - ・ ターゲットの設定 → 顧客 OR/AND 連携
- ② **正確な回答を得られるための設問設計**
 - ・ アンケート記入に時間がかからない
- ③ **情報活用の明確化**
 - ・ 顧客に伝えて安心感を与える

来場者アンケートのひな形

◆アンケート のひな形

来場者アンケート

下記のアンケートにご協力ください。

20××年×月

問 1. 貴社の業種を一つ選択してください。

1. はん用機械器具製造業 2. 生産用機械器具製造業 3. 業務用機械器具製造業
4. 電子部品・デバイス等製造業 5. 電気機械器具製造業
6. 情報通信機械器具製造業 7. 輸送用機械器具製造業
8. プラスチック製品製造業 9. ゴム製品製造業 10. その他（ ）

問 2. あなたの職種を一つ選択してください。

1. 技術 2. 技術（管理者） 3. 営業 4. 営業（管理者）
5. 資材 6. 資材（管理者） 7. その他（ ）

問 3. 現在取り組むべき金属加工の課題はありますか。

1. なし 2. あり
「2. あり」の方は簡単にご記載ください。（ ）

問 4. 金属加工に課題があった場合に外注工場を活用しますか。

1. しない 2. する

問 5. 現在下記に示した金属加工に関する課題に対応できていますか。

問 5-1. 納期について

1. 早い 2. 普通 3. 遅い

問 5-2. 価格について

1. 安い 2. 普通 3. 高い

問 5-3. 加工技術について

1. 最新技術 2. 普通 3. 不十分

問 5-4. 加工設備について

1. 十分 2. 普通 3. 不十分

問 5-5. 品質管理について

1. 十分 2. 普通 3. 不十分

貴社名（ ）：お名前（ ）

アンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。

その他の準備事項

- スタッフの人選と、展示商談会での自社製品等の説明内容と問答の確認をしておく。
可能であれば、ロールプレイ等しておくといい！
- 事前告知をする。ホームページ、ブログ、FB等SNSやメールにて。
- 展示商談会の当日のスタッフの役割分担を決めておく。
- 服装は、会社の作業服にするのか、スーツにするのか、私服でよいのか等決めておく。

プレゼン準備のポイント

◆積極的なプレゼンの活用

- 事前に**ショートプレゼン**を用意する
- 社内で開示する内容、開示しない内容に関して意思統一を図る

何が、他社と違うのか



成果・効果・結果

例えば、

使ってみてよいところ

なぜ、他社と違うのか



ノウハウ、過程、方法

例えば、

製造上注意しているところ

展示商談会当日のこと

展示会当日の流れと確認事項

- 搬入→展示→搬出
- スタッフへの役割確認と基本的事項の徹底
- あったら助かる持参品チェックリスト

当日の注意事項と心がけ

1. 当日の注意事項
名刺交換は積極的に。十分な名刺の準備。
2. 個別の商談は20～30分が勝負。
お客様の意見を聞きましょう！
3. 内職禁止！座り込み禁止、
読書禁止、スマホいじくり禁止
4. 応対は、明るく、ハキハキ、親切ていねいに！
5. 今年は、何より「安全・安心」配慮を！

当日あったら助かる持参品チェックリスト

- 延長コード
- マジック、ボールペン
- テープ、両面テープ
- はさみ、カッター
- 付箋
- ホッチキス
- A4コピー用紙
- 名刺入れ
- クリアファイル
- カタログスタンド
- 封筒
- ゴミ袋
- 予備マスク
- 予備手袋
- 携帯用除菌スプレー
- 除菌ウェットティッシュ

プレゼンについて 1

◆積極的なプレゼンの活用

• 営業トークの強化



無駄な説明は
不要

- ショートプレゼン
- アンケート

が有効

プレゼンについて2

会社名、氏名	「会社名」の「氏名」と申します。
出展製品・技術と提供するメリット	弊社は、「○○技術」によって、□□を提供しています。
強みとソリューション	展示品の○○は他社にはない特徴で、弊社が保有する○○により実現できています。
課題を引き出す	今日はどのような課題の解決のためにご来場くださいましたか？
技術者への引継ぎ	その課題解決には、弊社の○○により可能であると思いますので、技術の～から詳しく説明させていただきます。

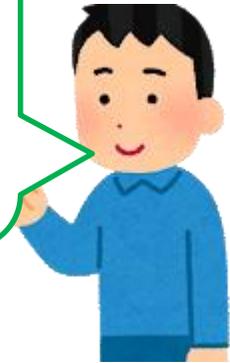
プレゼンについて3

◆積極的な プレゼンの活用

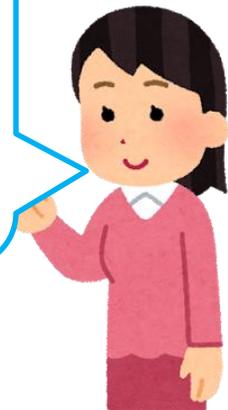


この穴はどのように加工しているのですか？

JIS (ISO) 規格に従って加工しています。バリの発生には独自の工夫を行っています。これが当社の強みです。



通常ではバリがでます。当社では、独自の〇〇加工方法で加工を行っています。具体的には・・・



プレゼンについて4

◆積極的なプレゼンの活用

- 印象付ける仕掛けが必要

- 課題を頂いた状態で終わることが重要

- 必ず、連絡の約束

➤ ボールをもって終わる



展示商談会が終わった後の 大事なこと

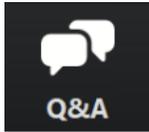
展示商談会事後の大切なこと

1. 名刺リストの作成。
2. 質問事項の回答やお礼は速やかに。
3. アプローチは粘り強く。
見込み客への訪問
自社の工場見学等のお誘い
場合によっては、ウェブ会議の提案も
手を変え、品を変え！
ただし、コロナ対応を万全に！
4. 反省点は、次の展示会につなげる。

終わりに

- 展示商談会へのはっきりした強い目的意識と入念な準備が何よりも大切です。
- 一人でも多くのお客様に、会社の名前や製品の名前を覚えていただきましょう！
- 展示会や商談会は何度もあります。次につながることを意識しながら、また若い社員の教育の現場としても、今回の展示商談会を有効活用してください！

質疑応答

ZOOMのQ&A  からご質問ください