

■「ビジネスマッチ東北2009」アンケート結果（出展者）

出展者数 201団体

（県別 青森県 4、岩手県 53、宮城県 77、秋田県 7、山形県 28、福島県 19、東京都 10、その他 3
（ジャンル別 情報・IT 25、電気・機械 20、環境・くらし 47、健康・福祉 9、食と農 58、観光 11、その他28、主催・共催団体 3

◆展示会出展者へのアンケート結果 回収件数:172

(1)ビジネスマッチ東北2009を何で知ったか？

1.開催チラシ	5	2.9%
2.新聞記事	1	0.6%
3.メルマガ	0	0.0%
4.ホームページ	2	1.2%
5.自治体・支援機関	6	3.5%
6.主催・共催関係者	155	90.1%
7.その他	3	1.7%

有効回答数 172

*今回は「出展者募集広告」を見送った。9割が主催共催関係者からの案内により出展

(2)出展のきっかけについて <複数回答>

1.販路開拓	113	65.7%
2.提携先開拓	31	18.0%
3.商品・事業アピール	93	54.1%
4.支援機関のすすめ	10	5.8%
5.主催・共催団体のすすめ	72	41.9%
6.イベント内容に興味	7	4.1%
7.その他	1	0.6%

有効回答数 172

*「販路開拓」回答出展者が65%以上、半数が「商品・事業アピール」目的と回答。主催共催関係者からのすすめという回答をした出展者が4割強

(3)出展料金について

1.高い	36	21.3%
2.適正	106	62.7%
3.安い	11	6.5%
4.わからない	16	9.5%

未回答 3
有効回答数 169

- 理由/ 1日としては高い/小間が狭い/立地が悪い/もう少し安く/費用対効果で考えると高い
- 理由/ 他の展示会と比較して/効果があった/十分な広さ/展示会の規模から考えて
- 理由/ 他の展示会と比較して/この規模なら相応の費用がかかる/効果があった

*「適正」回答が6割強。「高い」と感じる出展者が2割強。他と比較しての感覚が様々である。

(4)会場について

1.良かった	79	46.7%
2.まあまあ良かった	79	46.7%
3.あまり良くなかった	8	4.7%
4.良くなかった	2	1.2%
5.わからない	1	0.6%

未回答 3
有効回答数 169

- 理由/ 会場が広い・明るい/レイアウトがわかりやすい/来場者が多数/アクセスがよい/搬入が楽
- 理由/ 通路が広く動きやすかった/アクセスが難点
- 理由/ アクセスが悪い/会場が暗い/出展者駐車場が使いにくい/流し場が遠い
- 理由/ 会場が遠い/水回りがなく不便

*「良かった」「まあまあ良かった」回答が9割以上。会場へのアクセスについて、車で直接来場の場合は「良い」と感じ、仙台駅から来場の場合は「悪い」と感じていると推測される。

(5)出展ブースの形態について

1.良かった	58	33.9%
2.まあまあ良かった	90	52.6%
3.あまり良くなかった	16	9.4%
4.良くなかった	7	4.1%
5.わからない	0	0.0%

未回答 1
有効回答数 171

- 理由/ ブースの広さが適当/配置がジャンル別でわかりやすい
- 理由/ もう少し広ければよい/広さが適当/業種別でわかりやすい
- 理由/ ブースが狭い/地域別に分けた方がよい/ブース位置に不満
- 理由/ ブースが狭い/Bブースにすればよかった/

*3分の1の出展者が「良かった」と回答。「まあまあ良かった」と併せて8割以上。ブースの広さについて、Bブース出展者から「狭い」という回答が多かった。

(6)来場者と情報交換や商談など効果があったか？

1.効果があった	45	26.2%
2.まあまあ効果があった	89	51.7%
3.あまり効果がなかった	24	14.0%
4.効果がなかった	14	8.1%
5.わからない	0	0.0%

有効回答数 172

- 理由/ 商品開発等へのヒトを得た/商談に繋がる話しかできた/情報交換できた
- 理由/ 商品・事業内容のPRができた/商談できた/情報交換できた
- 理由/ ターゲットの来場者が少ない/ブースを離れられない
- 理由/ 今後次第

*「効果があった」「まあまあ効果があった」と回答した出展者が7割以上。「商談・情報交換できた」「ヒトを得た」などコメントがある一方、「対象来場者がいない」等の理由で効果がないという回答もあった。

(7)他の出展企業や団体と情報交換や商談など交流を行ったか？

1.行った	55	32.2%
2.ある程度行った	93	54.4%
3.あまり行わなかった	21	12.3%
4.行わなかった	1	0.6%
5.わからない	1	0.6%

未回答 1
有効回答数 171

- 理由/ 興味ある出展者と情報交換/出展者をまわり商談した
- 理由/ 営業対象の出展者をまわった/他の出展者をまわりたいが時間がなかった
- 理由/ 対象者が少なかった/ブースが忙しく回れなかった
- 理由/ 忙しく会場を回る暇がない

*9割近くの出展者が交流を行っている。が、自社ブースの人員上の問題や忙しいなどの都合等で交流できない出展者も目立つ。

(8)情報交換や商談での具体的な成果について 記入回答:78

- ・提携の話が進みそう/制作依頼あり/催事依頼あり/製品購入依頼あり/成約見込みあり/見積依頼あり
- ・商談中/継続商談にこぎつけた/新たな営業先ができた
- ・今後商談したい/情報交換できた/自社商品に対する再認識ができた/役立つ情報を得た/商品開発の参考意見を得た
- ・PRできた/参考になった
- ・現段階ではわからない/今後成果を出したい

*「現段階ではわからない」という具体的な成果に慎重なコメントが多数あった。一方で具体的な商談決定や商談先などの記入もあり、有意義な商談や「継続商談」への手ごたえを感じている出展者も多いことがうかがえる。

(9)次回出展について

1.出展する	40	23.5%
2.出展を検討する	90	52.9%
3.出展しない	0	0.0%
4.わからない	40	23.5%

未回答 2
有効回答数 170

- 1.の理由/ 効果があった/新規顧客との出会いの場となる/情報交換の場として有効
- 2.の理由/ 結果を見てから/料金によって検討する/今年のように無料なら参加する(*共同出展)
- 4.の理由/ 結果を見てから/確実性が低いと感じた

*「出展を検討する」という回答が半数、「出展する」回答と併せると4分の3を占める。商談や情報交換の場として一定の評価はあるが、検討理由として「出展料金」をあげる出展者が複数あった。

(10)開催内容や運営方法について 記入回答:61

■開催曜日や開催日数について

- ・2日間開催にしてほしい(5) *1日ではもったいない/遠方から来ているので
- ・1日開催でよかった(2)
- ・土日開催がよいのでは?(3)

■来場者・集客対策について

- ・来場対象が「企業」なのか「バイヤー」なのか「一般客」なのかわからない(2)
- ・一般客への開催告知を増やしてほしい(2)
- ・来場者がどのような業種の人かわかるようにしてほしい
- ・製造業関係者の集客をしてほしい
- ・来場者が多くてよかった

■出展者の構成、出展ジャンルについて

- ・食品関係出展者が多すぎる(6) *物産展のようだとまどう/ビジネスマッチになっていない/工業系を増やすべき
- ・製造業、電気・機械関係の出展者を多くしてほしい(3)
- ・出展ジャンルが多すぎる。食品、非食品にわければよい。
- ・まとまりがない会場構成、ブース配置を地域別にした方がよい
- ・食品関係中心の展示会にしてほしい

■会場構成やブース規格について

- ・出展ブースは一律サイズ設定してほしい
- ・ブースが狭い *設問5で多数の要望アリ
- ・フロアマットを敷いてほしい(2)

■商談について

- ・商談スペース増やしてほしい
- ・商談時間の現場あわせはムリがある
- ・商談時間を午前・午後でうまく配分してほしい
- ・個別商談の5分入れ替えは短すぎる
- ・個別商談がしやすく環境がよかった

■その他

- ・販売可能であることがわからず、会場に来てからわかった。前もって知らせてほしかった。
- ・電気工事の部分で勘違いし発注ミスをした。やりとりの中でわかりやすい説明をしてほしかった
- ・休憩箇所の確保
- ・不景気だが、こういう展示会は大切
- ・東北のビジネス活性化によりイベント、開催回数を増やしてほしい
- ・他の展示会より効果があった
- ・東北以外でもマッチングをお願いしたい
- ・意義あるイベントだった、また参加したい