

# 令和7年度彩の国ビジネスアリーナ出展支援事業 実施報告書(アンケート結果)

## 1. 調査概要

- 対象事業：令和7年度 彩の国ビジネスアリーナ出展支援
- 出展企業：会員企業 4 社
- 調査結果：回答数 4 社（回収率 100%）

## 2. 実施結果の総括（ポイント）

- 具体的成果の発生：  
即時成約こそなかったものの、新たに「取引見込 1 件」の獲得が報告された。これは本支援事業における大きな進展であり、着実な成果創出といえる。
- 支援制度の必要性：  
次回出展意向が 100%である一方、全員が「支援制度があることが条件」としており、本事業が会員企業の販路開拓における極めて重要な動機付けとなっている。
- 初期接触の確保：  
名刺交換総数は 87 枚（1 社平均 22 枚）。一部企業では 60 枚を超える接触があり、新規ネットワーク形成の場として有効に機能した。

## 3. 詳細集計データ

項目	集計結果	備考
主な出展目的	自社 PR（100%）、 ネットワーク形成（50%）	認知度向上を主眼としている
名刺交換枚数	87 枚（平均 22 枚）	最大 60 枚～最少 6 枚と差がある
商談件数	3 件（2 社発生、2 社は 0 件）	商談化へのハードルは高い
取引見込数	1 件	本支援事業における成果
支援への評価	出展のきっかけになった（100%）	制度の動機付け効果が顕著
次回出展意向	支援があれば出展したい（100%）	制度継続が参加の必須条件

## 4. 事務局考察・今後の対応案

- 【支援継続の妥当性】  
アンケートに回答した全社より「商工会の支援が出展のきっかけになった」「経費削減に寄与した」との回答を得ており、中小企業の展示会ハードルを下げる施策として有効。
- 【動画活用等の販促支援】  
今回実施した「動画作成サービス」は高い評価を得た。視覚的な訴求は有効であるため、次年度もブース装飾や PR ツールの支援を継続し、懸念された「集客力」のカバーを図る。
- 【ブース誘引力の向上】  
「来場客が少ない」との意見に対し、好評だった動画作成サービスの継続に加え、ブース装飾や立ち寄りやすい展示レイアウトの事前指導を強化し、集客面の課題解決を図る。
- 【伴走型フォローアップの導入】  
展示会は「終了後」の動きが成果を左右する。今後は事務局として、獲得した名刺に対する追跡状況のヒアリングや、フォローアップの助言を行い成約率の向上を目指す。