

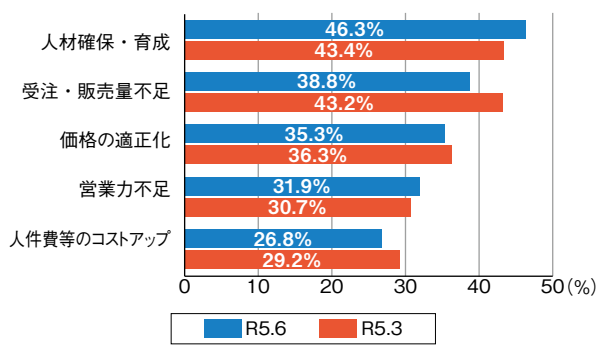
特集

展示会・商談会活用のススメ

企業の継続・発展には新たな顧客・取引先の開拓による売り上げの確保、拡大が不可欠である。一方で営業活動には、知識や経験豊富なマンパワーが必要であり、相手方が求めるニーズと自社が提供できるシーズが合致し、マッチングが成立するまで多くの労力と時間を要することも少なくない。そこで今回は、多くの企業と出会える展示・商談会を活用して、新たな販路・顧客の開拓に繋げた事例と展示・商談会の活用法を紹介する。

販路開拓で新たな顧客を掴め

グラフ1 経営上の課題(上位5項目)



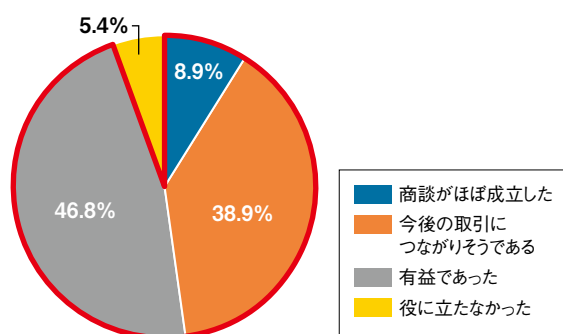
出典：福井商工会議所「景気見通し調査」

当所が四半期ごとに行っている「景気見通し調査」によると、企業が抱える経営課題として「受注・販売量不足」を挙げる企業が令和元年12月から、令和4年9月の調査まで12期連続で最多を占めた。

令和5年6月の調査では「人材確保・育成」にトップを譲ったものの、38.8%の企業が売上アップを課題に上げ、「営業力不足」を課題とする企業も31.9%にのぼっている。(グラフ1)。

当所では、会員事業所の新規取引先の開拓や売上拡大を支援するため、各種の展示・商談会を開催している。

グラフ2 ふくいビジネス商談会(2022)商談結果



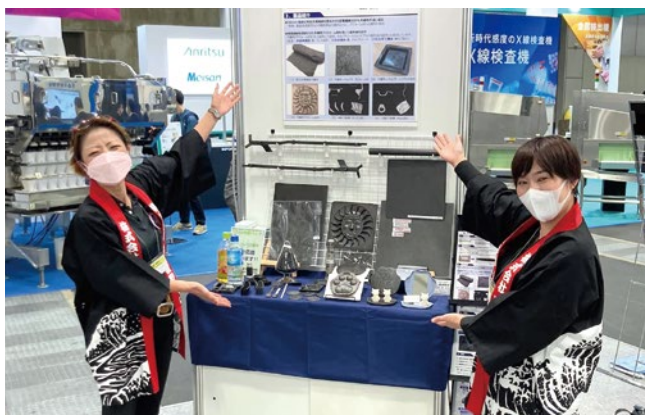
昨年秋の「ふくいビジネス商談会」では県内外の商工会議所・商工会の会員事業所316社がエントリーし、202件の商談を行った。終了後に商談参加事業所にアンケート調査を行ったところ、8.9%が「ほぼ商談が成立した」、38.9%が「今後の取引につながりそう」、46.8%が「有益だった」と回答した。(グラフ2)

自社の商品や技術と、他社が抱える課題やニーズをマッチングする展示・商談会は新たな顧客づくりに有用な手段といえる。出展・参加で成果を挙げている企業の事例を見ていこう。

展示会への出展で新たな着眼点や 技術開発のヒントを入手



(株)岩崎機型
研究開発部リーダー
郷 留美子氏(写真左)



坂井市丸岡町一本田の(株)岩崎機型は木型の製作会社として1964年に創業。1966年から金型の製作を開始し、現在の社名に変更。以来、一貫して金型の製造を手掛け、現在は車両のエンジン部品向けの鋳造用金型や、ガスタービンのブレード用の金型などを製作している。近年はカーボン成形用の金型にも力を入れており、全国の研究機関や教育機関から学術研究向けの依頼も受けている。

業界ニーズだけでなく
社会的ニーズにも対応

同社が展示会への出展機会が増えたのは、カーボン成形用の金型を取扱い始めた10年前頃から。展示会には同業者や研究機関などと共同で出展するケースや、納入先の依頼に応じて出展することも多い。このため、出展企業同士の情報交換や新たな着眼点、技術開発のヒントを提供してもらえるため、大きな刺激を受けているという。

ただ、展示品には依頼主から注文を受けた完成品を使うこと

ができないため、金属加工の「お面」型の金型や、カーボン材をプレス成形したサンプル品を展示し、自社の技術力を紹介する工夫を行っている。近年はリサイクルカーボンを製作している(株)ミライ化成(長野県)と協力して製作した試作品を展示するなど、SDGsといった社会的なキーワードにも対応を心がけており、幅広いニーズの収集に役立てている。



展示会で着用している法被(左)と
見本として展示している金型

寄せられたニーズには、
まず挑戦する社内風土

当所が開催している「ふくいビジネス商談会」にも毎回出展し、令和4年秋には県内の玩具

店から3Dプリンターを使った雛人形の製作を受注。過去に取り扱った経験が無い分野の製品だったため、福井高専や福井県工業技術センターに加え、SNSで繋がる異業種の製造業からもアドバイスを受け、女性ならではの細やかな加工を施し、華やかな雛人形が完成した。

当社では「百の出来ない理由より、一つの出来る方法を探す」をモットーにしており、研究開発部リーダーの郷氏は「社員にも『まずはやってみよう』というスピリットが浸透している」と笑顔で話す。

出展会場では社名を売り込むため、背中に「型」の文字を入れた法被を着用。これをキャラクター化し、「法被猫」(Happy Cat)をデザインしたステッカーやトートバッグなどの販促品も製作。商談の場で話が弾むことが増えたという。郷氏は「寄せられた声を技術の向上に繋げ、より良い製品づくりと、顧客から必要とされる会社作りに取り組んでいきたい」と力強く抱負を語ってくれた。

お客様の思い出(記憶)に残り、 自慢してもらえる駅弁を提供するために



(株)番匠本店

営業部営業1課課長

三井 堅太郎氏



(株)番匠本店は1902年に駅弁事業を創業し、昨年120周年を迎えた。福井の豊かな大地の恵みや海の幸など吟味した材料を、県版HACCPを取得し、衛生管理が行き届いた工場で丹精込めて調理し、思い出(記憶)に残る駅弁を提供することをモットーとしている。

看板商品が全国の 駅弁フェアで大人気

現在は約40種類の駅弁を提供。全国の百貨店等で開催される「駅弁フェア」にも定期的に出演。中でも当社の看板商品「越前かにめし」は各地の催事で大人気を博しており、会場で実演(盛り付け)・販売を行っている。

コロナ禍で旅行への自粛ムードが広がる中で、同社の駅弁は「福井を訪れた気分が味わえる」と人気が高まり、催事会場ではリピート購入するお客様と会話が弾むことも増えたという。

また、15年前に開発した「冷凍越前かにめし」が、コロナ

禍の巣ごもり需要を受け、「賞味期限が長く、全国で手に入る」、「家庭で本格的な味が手軽に楽しめる」と再び注目を浴びている。

商談会への出展で

「駅で売る」概念から脱却

当社では平成30年から当所の「サービスエリア(SA)バイヤー商談会」に毎年参加。当初、社内では「駅弁は駅で売るもの」という固定概念があったが、商談会に参加することで、「ドライバーが顧客になる」という販路開拓のヒントが得られた。



全国の駅弁フェアで大人気の「越前かにめし」

現在では「ドライバー」という切り口から、北陸自動車道の

SAの他、県内の「道の駅」も新たな販売チャネルとして開拓し、駅弁を納入している。

商談会・展示即売会ではバイヤーや消費者から、「商品を小型化して、買いやすくしてほしい」という声や、「駅弁や空弁(空港で買える弁当)に続き、SAや道の駅で買える独自の弁当を開発して欲しい」など、新商品開発に繋がる意見や提案を受けることも多いという。

「かにめしといえば番匠本店」と呼ばれる看板商品に育つた中、創業120年を迎え、社内ではかにめしの製法を見直し、より美味しさを引き立てるリニューアルにもチャレンジしている。また、北陸新幹線の福井開業を見据えて、福井県内だけで買いたい求めていることができる「プレミアム商品」も開発中。

営業1課の三井課長は「県外からのお客様が、『あの有名な番匠本店の駅弁だよ』と自慢してもらえような商品開発に取り組んでいきたい」と今後の意気込みを語ってくれた。

今までと違う「価値」を展示・提案すること、 新たなビジネスチャンスに繋げる

企業が展示・商談会に参加するメリットや心構えなどについて、企業の販売促進や販路開拓をサポートしている中小企業診断士の津田均氏に話を聞いた。



中小企業診断士 津田均氏

新規の顧客開拓には、既存客を守るのに比べて5倍の労力や費用がかかると言われている。その点で、展示・商談会は自社商品・サービスの価値を効果的かつ効率的に伝えられる場所である。ただし、参加前に伝えたいターゲットの絞り込みや、伝えるべきポイントを

明確にして、本番では価値の本質をいかに的確に伝えられるかが顧客獲得のカギとなる。

お客様が求めるものは「価値」

商談会はお客様が求めるニーズに自社の価値を当てはめて提案する場所。多くのお客様が訪れる展示会は、ターゲットに合わせた提案や呼びかけも必要になる。近年はSDGsやサステナブル(持続可能)、エシカル(人や地球に配慮して作られた製品)など、多角的な視点で商品・サービスを求める傾向が高まっており、こうしたニーズを聞き出す話術や提案できるシーズも大切である。

設営する展示ブースの工夫

消費者の購買行動プロセスであるAIDMA(注目・関心・欲求・記憶・行動)のプロセスに則った

ブースの装飾はもちろん、自分たちが訴えたい価値を一言で伝え、お客様の足を止められる呼び掛けが勝負となる。

出展の成果を事業に繋げる

お客様からいかに多くの「声」(ニーズ・要望)を収集できたかが出展の成果であり、聞き取った内容を深掘りし、商品・サービスの改良や、新商品開発に結び付けたり、後の商品・サービスの提案(アフターフォロー)に結びつけることが重要である。

展示・商談会に会場をお客様は「新たな発見」を求めている。そこに「今までと違う」価値を展示・提案することで、新たな顧客を掴むチャンスが生まれる。新たな出会いをビジネスに繋げるため、積極的に展示・商談に臨んで欲しい。

福井商工会議所が主催する今秋の主な展示・商談会の開催予定

展示・商談会の名称	開催日	申込締切	会場
福井の逸品・観光土産品発掘会	10月4日	8月10日	福井商工会議所ビル
北陸技術交流テクノフェア	10月19・20日	申込終了	福井県産業会館 他
ふくいビジネス商談会	10月19・20日	8月31日	福井県中小企業産業大学校
サービスエリアバイヤー商談会	11月14日	9月20日	福井商工会議所ビル

※「ふくいビジネス商談会」は上記以外の日程でオンラインでの商談も可能です。
※各展示・商談会の内容・申込方法等については、HPをご覧ください。

今回取り上げた企業では、展示・商談会に参加することで、新たな視点や提案を受け、技術・商品開発や販路開拓のビジネスチャンスに繋がっている。
当所では、今秋に左記の展示・商談会の開催を予定している。出展や来場を通じて、事業の発展に向けたヒントを掴んでいただきたい。