



諏訪圏工業メッセ「2011」の 開催効果に関する調査

～アンケート調査結果速報～

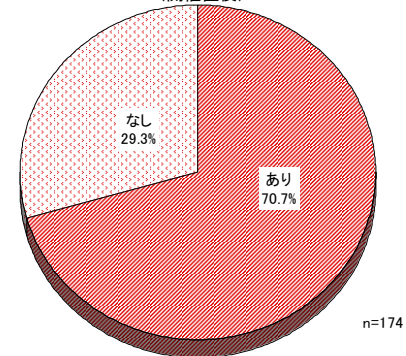
平成23年12月
財団法人 長野経済研究所

～諏訪圏工業メッセの成果と今後に向けて～

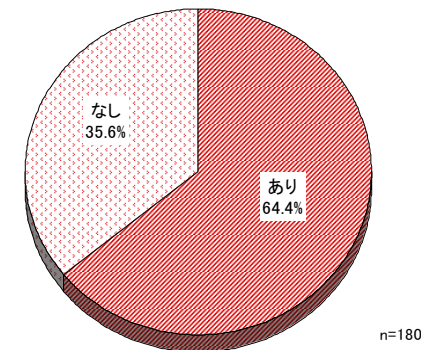
メッセをきっかけとした受注拡大への大きな可能性①

- ◇「自社で今後強化したいもの(自社の課題)」をみると、「営業・マーケティング力」が52.9%と最も高くなり、半数以上の企業が自社の課題として挙げている。
- ◇メッセ2009～2011(開催直後)における商談の有無をみると、「商談あり」の企業割合はいずれも6割以上となっている。
- ◇この結果から、メッセは課題とされる「営業・マーケティング力」の強化に向けた有効なツールであり、多くの出展企業に商談の機会を提供する場となっている。
- ◇また、メッセを契機として、取引先の裾野拡大や商談の継続によって新規受注へとつながることが期待される。

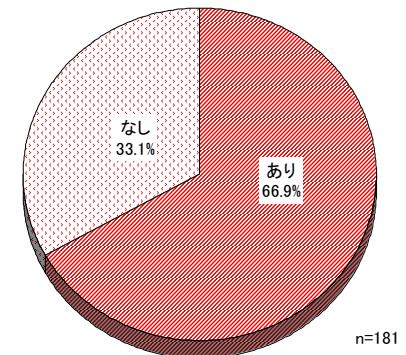
「諏訪圏工業メッセ2009」出展を契機とした商談の有無(開催直後)



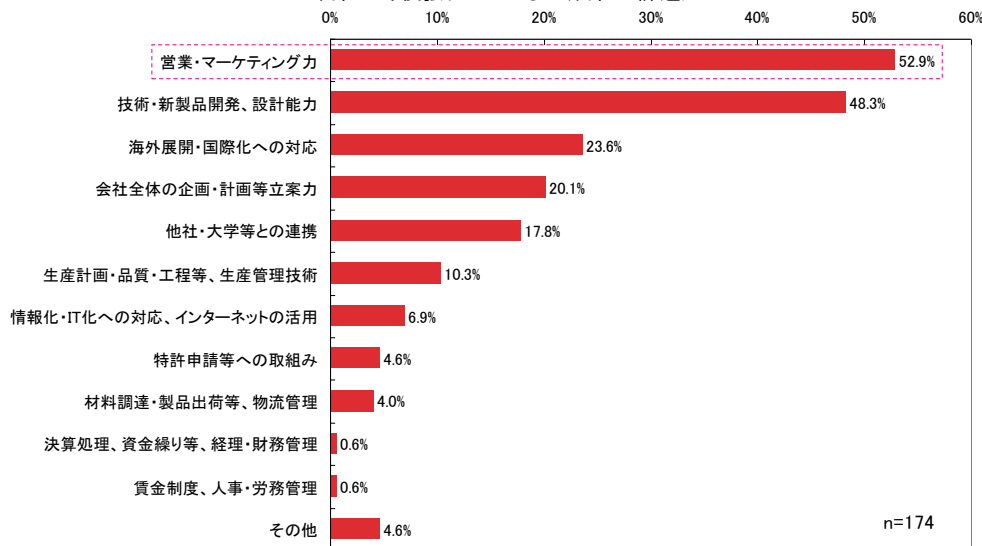
「諏訪圏工業メッセ2010」出展を契機とした商談の有無(開催直後)



「諏訪圏工業メッセ2011」出展を契機とした商談の有無(開催直後)



自社で今後強化したいもの(自社の課題)



※)複数回答のため、合計は100%とならない。

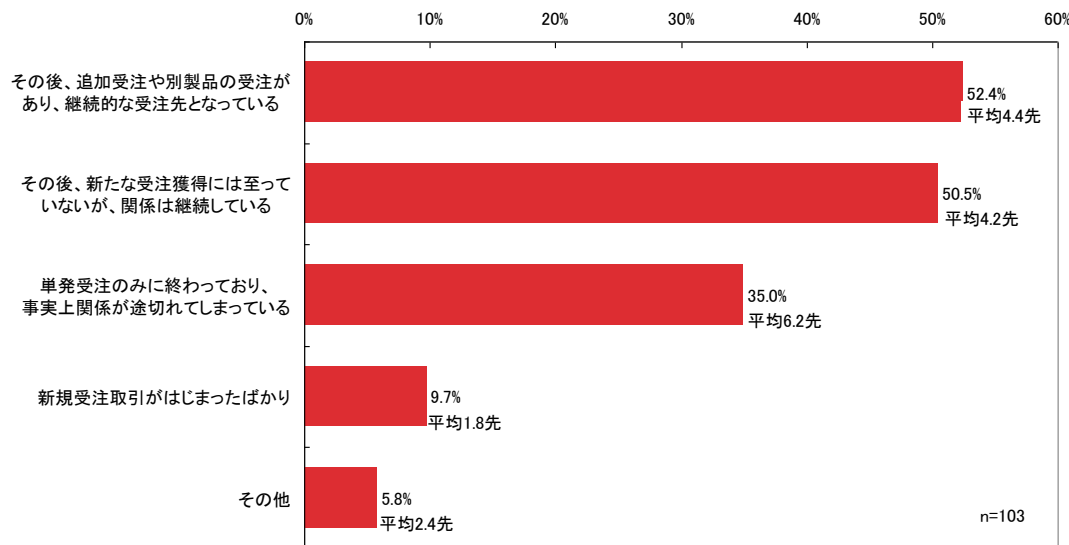
◇これまで10回のメッセージを通して獲得した純新規先との取引関係の現状をみると、「その後、追加受注や別製品の受注があり、継続的な受注先となっている」が52.4%と最も高くなっている。次いで、「その後、新たな受注獲得には至っていないが、関係は継続している」が50.5%となっている。

◇このことは、メッセージをきっかけとして開拓した純新規先と継続した受注取引に発展する可能性が高いことを示している。

◇獲得した純新規先の製品分野をみると、「自動車関連」の割合が31.9%と最も高くなっており、次いで「半導体・液晶関連」が24.5%、「医療・福祉・健康・バイオ関連」が19.1%となっている。

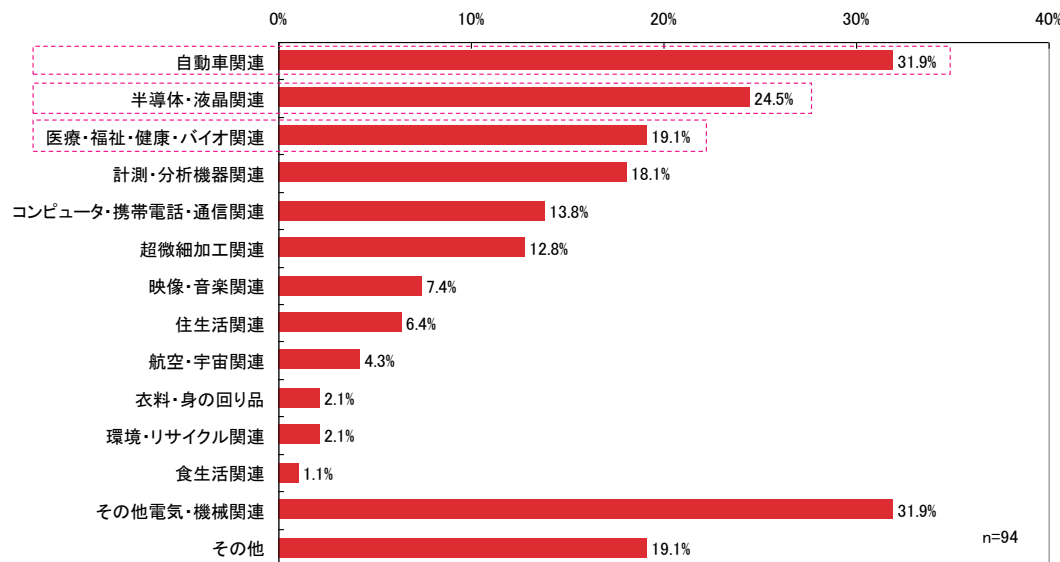
◇以上のように、メッセージは、中小企業にとって多くのビジネスチャンスを生み出す場となっている。

全10回のメッセージを通して獲得した純新規先との取引関係の現状



※)複数回答のため、合計は100%とならない。

全10回のメッセージを通して獲得した純新規先の製品分野



※)複数回答のため、合計は100%とならない。

～アンケート調査結果速報～

調査の概要

来場者アンケート調査の概要

- 調査日 : 2011年10月13日～15日
- 調査対象 : 「諏訪圏工業メッセ2011」来場者
- 調査場所 : メッセ会場出口
- 調査方法 : アンケート用紙への記入および iPad端末により入力
- 回答者数 : 1,200人
- 調査項目 :
 - ・ 来場者の職業、事業分野、職種、役職
 - ・ 見学経験
 - ・ 住所(会社所在地)
 - ・ 来場の目的、成果、見学(滞在)時間
 - ・ 日程、主な交通手段、宿泊地
 - ・ 宿泊費、食事・土産代等の予算
 - ・ 本メッセ以外への立寄り
 - ・ 諏訪地域の技術レベル

など

出展者アンケート調査の概要

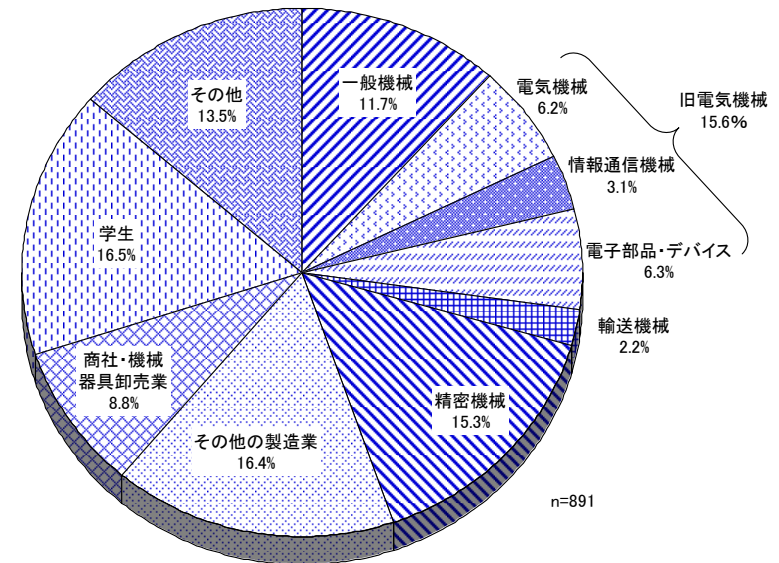
- 調査時期 : 2011年10月21日～11月4日
- 調査対象 : 「諏訪圏工業メッセ2011」
出展企業・大学等261先
- 調査方法 : 郵送方式
- 有効回答 : 195事業所 (有効回答率74.7%)
- 調査項目 :
 - ・ 出展者の業種、得意技術
 - ・ 出展の回数、目的、事前活動、目標
 - ・ 出展のための費用
 - ・ 出展によるビジネス面の効果
 - ・ これまでに獲得した純新規先との取引関係
 - ・ 出展によるビジネス面以外の効果
 - ・ 今後強化したいもの
 - ・ 出展しての全体評価およびその理由
 - ・ 来年度出展希望

など

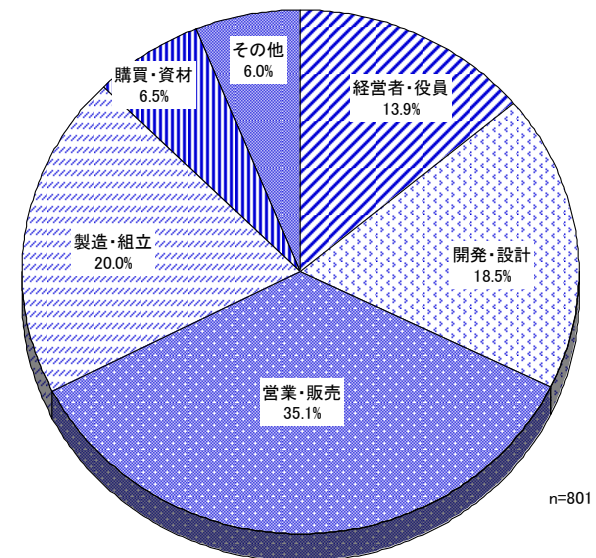
1. 来場者アンケート結果 来場者の職業(業種)、職種

- ◇ 「メッセ2011」来場者の職業(業種)は、機械系業種が半数近くを占めたほか、商社・機械器具卸など周辺業種の割合も高かった。
- ◇ また、「学生」の割合も16.5%と高く、大学、高専、技術専門学校生等を中心に多くの来場がみられ、関心の高さがうかがえる。
- ◇ 来場者の職種では、「営業・販売」が35.1%と最も高い割合となった。次いで、「製造・組立」が20.0%、「開発・設計」が18.5%、「経営者・役員」が13.9%となった。

来場者の職業(業種)



来場者の職種



来場者の住所、来場回数

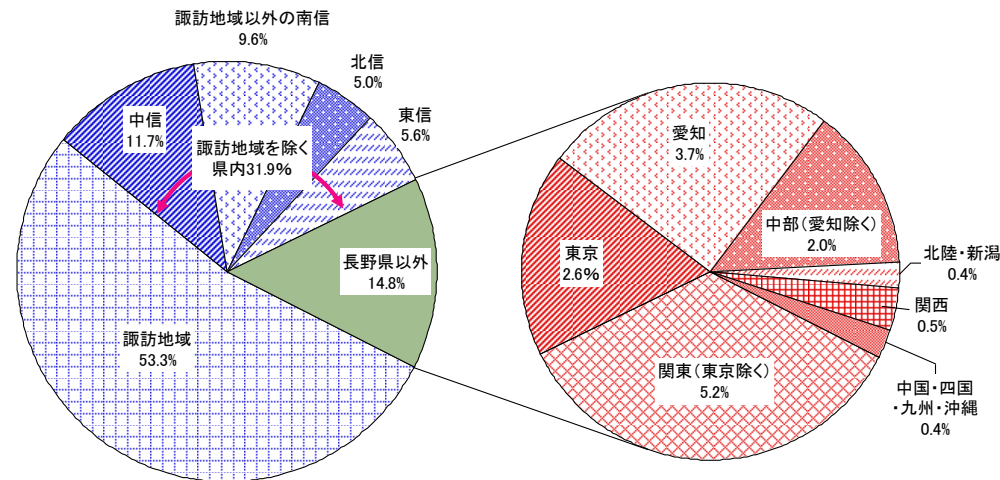
◇ 諏訪地域内からの来場者が53.3%と最も高く、諏訪地域を除く県内からの来場者は31.9%となった。また、長野県外からの来場者は14.8%となった。

◇ 県外からの来場者は、東京都や愛知県など、関東・中部地域が大半を占めている。

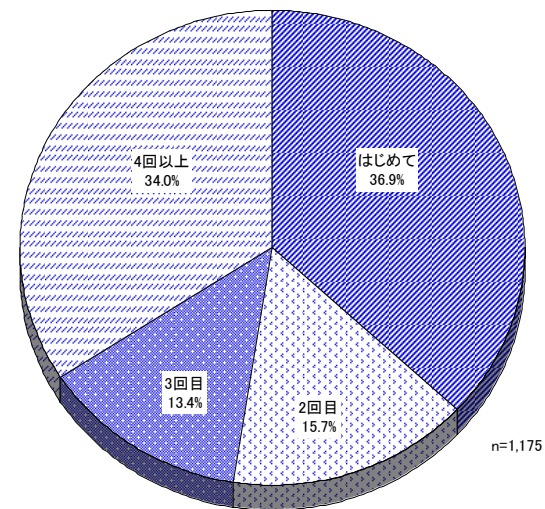
◇ 来場回数は「はじめて」が36.9%と最も高い割合を占めた。継続開催により認知度が向上し、10回目となった今回も、新たな来場者が高い割合を占めている。

◇ 一方、「4回以上」も34.0%と高く、多くの来場者が本メッセに複数回参加していることがうかがえる。

来場者の住所



これまでの来場回数

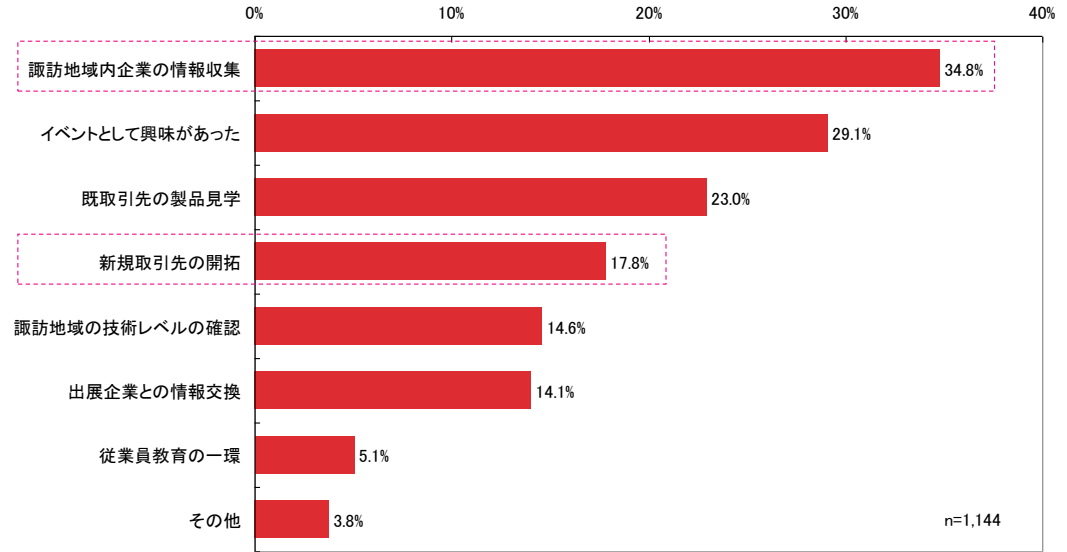


◇来場の目的、成果ともに「諏訪地域内企業(出展企業)の情報収集」が最も高い割合を占めた。

◇「出展企業の製品内容、技術レベルの確認」や「出展企業との情報交換」についても一定の成果が得られており、来場者の期待に応えている。

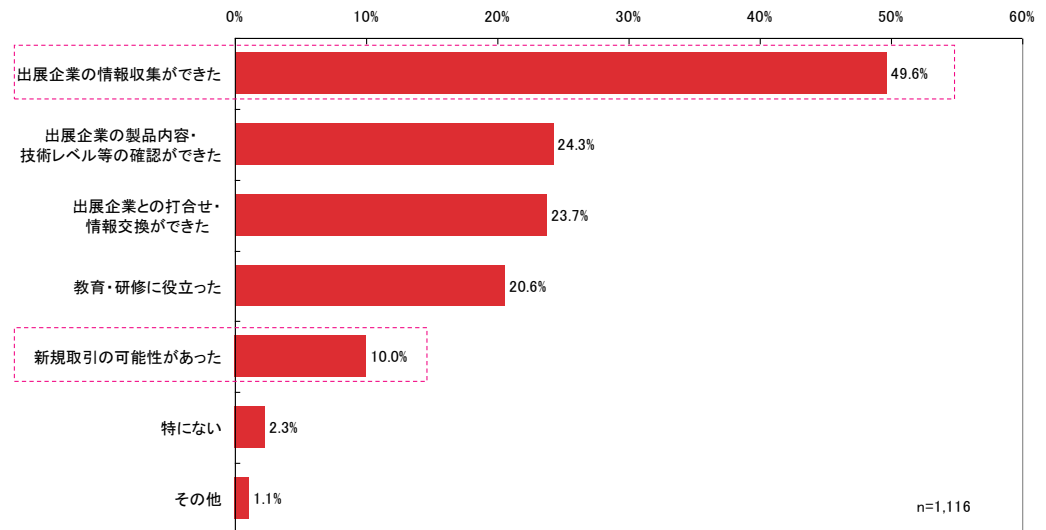
◇また、「新規取引の可能性があった」が10.0%となっており、今後、出展企業とのビジネスにつながるものと期待できる。継続開催による本メッセの受発注への効果がうかがえる。

来場の目的



※) 複数回答のため、合計は100%とにならない。

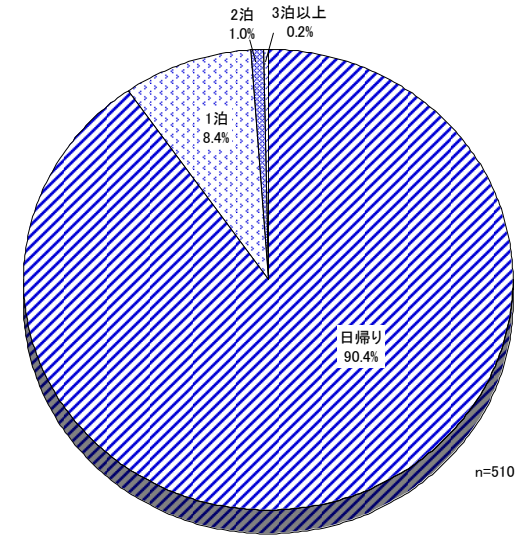
来場の成果



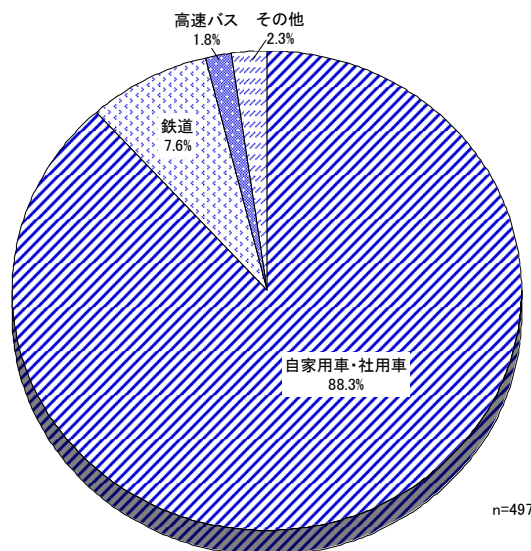
※) 複数回答のため、合計は100%とにならない。

- ◇ 諏訪地域以外からの来場者の日程については、これまでと同様に「日帰り」が圧倒的に高い割合を占めた。
- ◇ 交通手段は、約9割が「自家用車・社用車」となっている。
- ◇ 宿泊を伴った来場者は、約8割が諏訪圏内の宿泊施設を利用している。

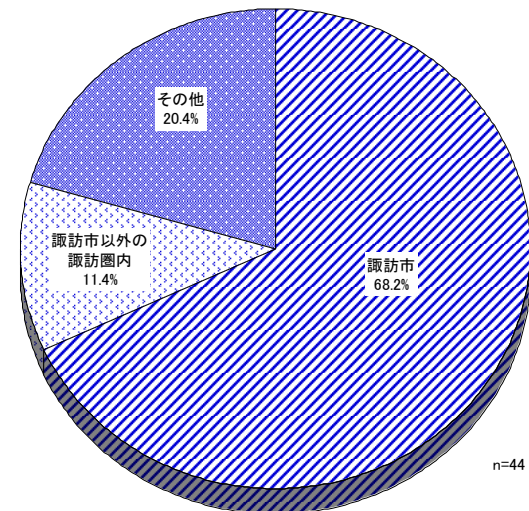
諏訪地域以外からの来場者の日程



諏訪地域以外からの来場者の交通手段



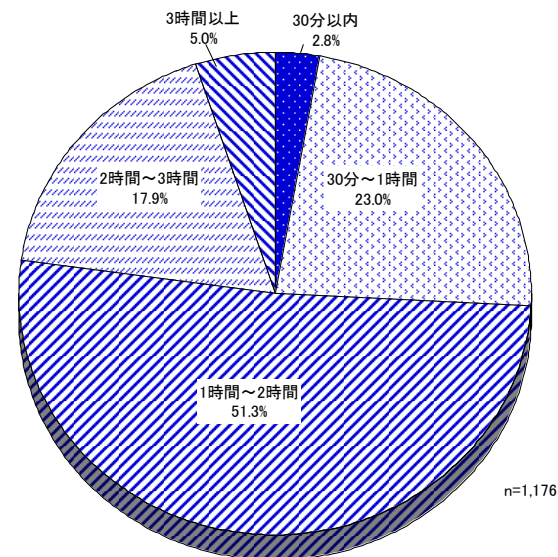
宿泊を伴った来場者の宿泊地



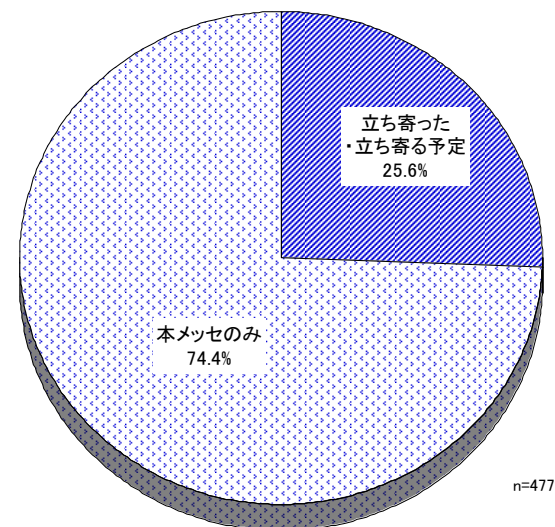
◇来場者の見学(滞在)時間は「1時間～2時間」が51.3%と最も高い割合を占めた。次いで、「30分～1時間」が23.0%、「2時間～3時間」が17.9%となった。

◇本メッセ以外への立ち寄りの有無では、「本メッセのみ」が74.4%となった。本メッセ以外へ「立ち寄った・立ち寄る予定」は25.6%となり、その立ち寄り先としては、諏訪地域内および県内の取引先への訪問が多かった。また、一部では、諏訪周辺の観光といった回答もみられた。

来場者の見学(滞在)時間



本メッセ以外の立ち寄りの有無



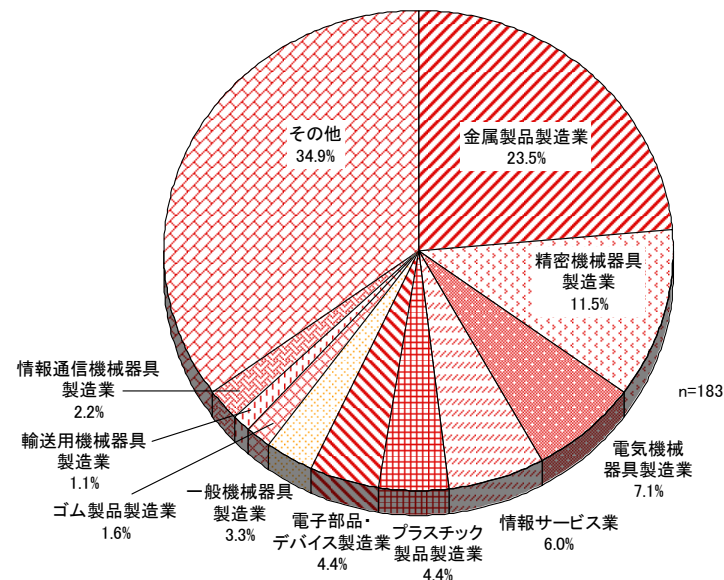
2. 出展者アンケート結果 出展者の業種、出展回数

◇出展企業の業種は「金属製品製造業」、
「精密機械器具製造業」を中心に製造業
が高い割合となった。また、情報サービ
ス業など関連業種や、「その他」の中
では、大学や研究機関などの出展割合も
高かった。

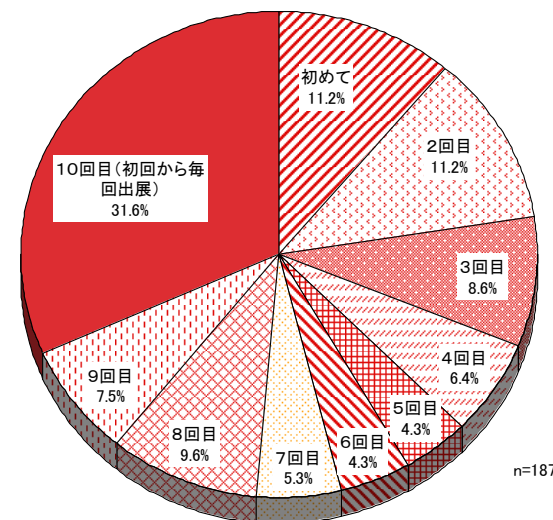
◇これまでの出展回数については、「10回
目（初回から毎回出展）」が31.6%と最も
高い割合となり、出展者の定着化がうか
がえる。

◇一方、「初めて」から「9回目」までの回答
も一定割合となっている。幅広い企業か
ら出展されていることがうかがえる。

出展企業の業種



諏訪圏工業メッセへの出展回数



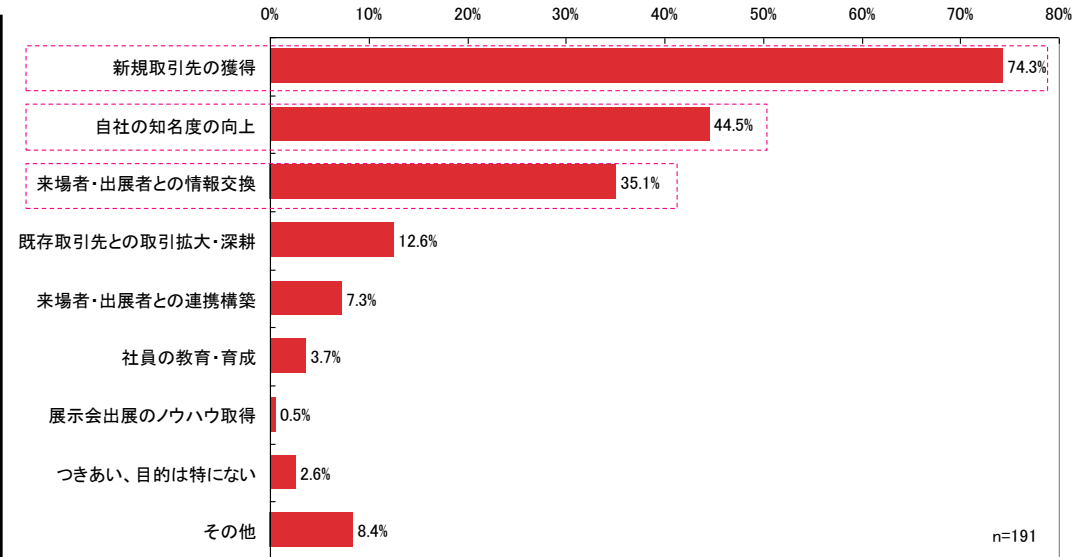
出展の目的、出展に向けて行った活動

◇出展の目的では、「新規取引先の獲得」が74.3%と最も高い割合となった。次いで、「自社の知名度の向上」が44.5%、「来場者・出展者との情報交換」が35.1%となっている。

◇出展に向けて行った活動では、「既取引先、取引見込み先への宣伝、招待」が51.8%と最も高い割合となった。次いで、「展示品の開発、製作」が37.2%、「チラシ等販促ツールの作成」が33.0%となっている。

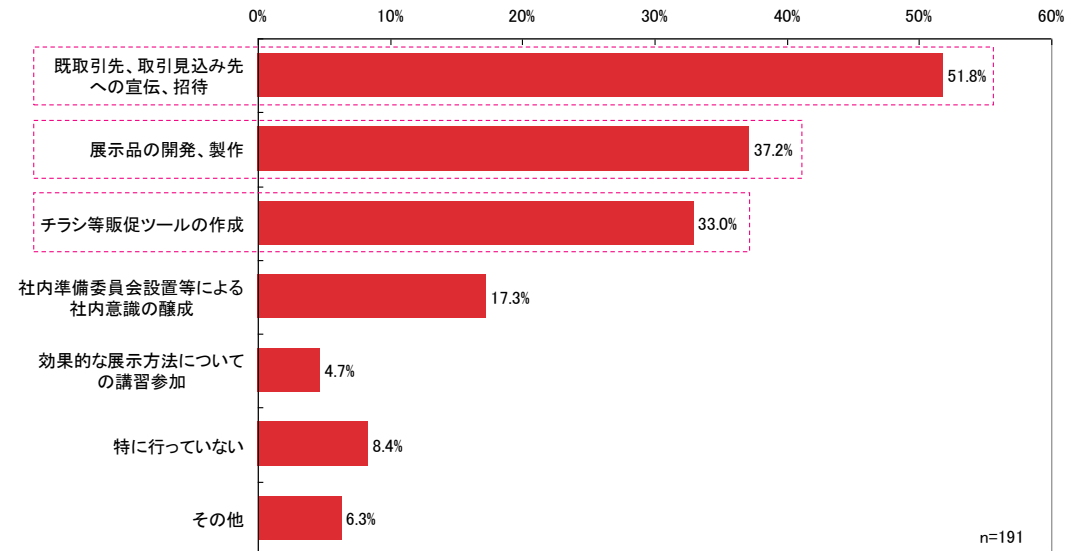
◇本メッセへの出展は各企業の営業活動強化や、新製品開発の契機となっていることがうかがえる。

「諏訪圏工業メッセ2011」出展の目的



※)複数回答のため、合計は100%とまらない。

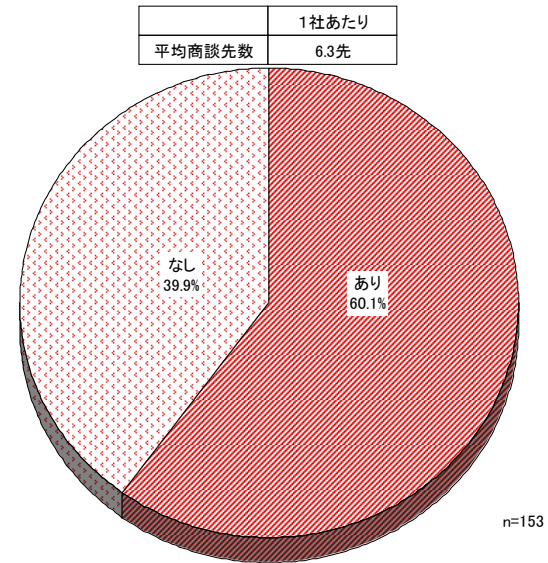
「諏訪圏工業メッセ2011」出展に向けて行った活動



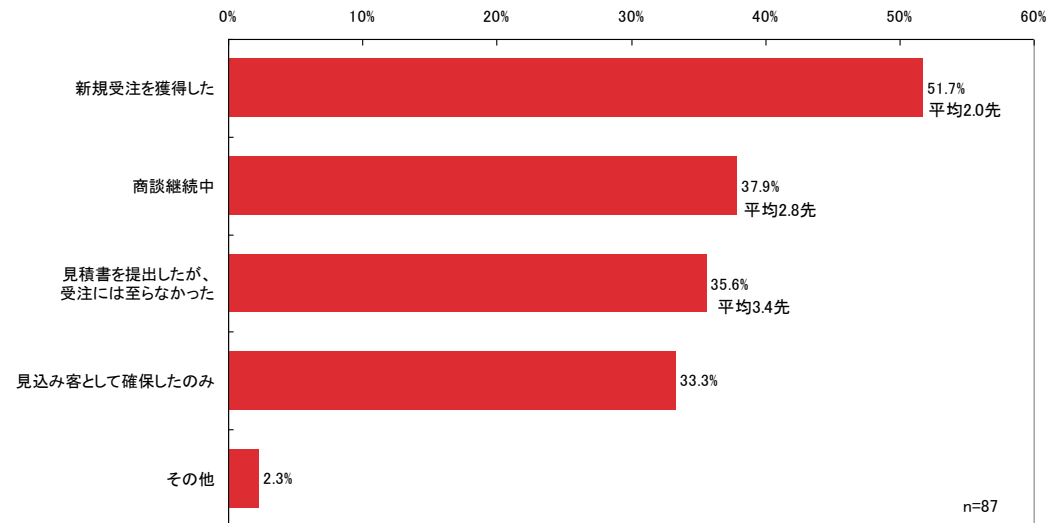
※)複数回答のため、合計は100%とまらない。

- ◇前回に引き続き出展している企業について調査したところ、「メッセ2010」(前回メッセ)への出展を契機に商談があった企業は、この1年間で60.1%となった。
- ◇商談があった企業1社あたりの平均商談先数は、1年を通し6.3先となっている。
- ◇また商談があった企業のうち、51.7%で新規受注を獲得している。さらに37.9%の企業では、メッセ出展を契機とした商談が続いている。

「諏訪圏工業メッセ2010」出展を契機とした商談の有無



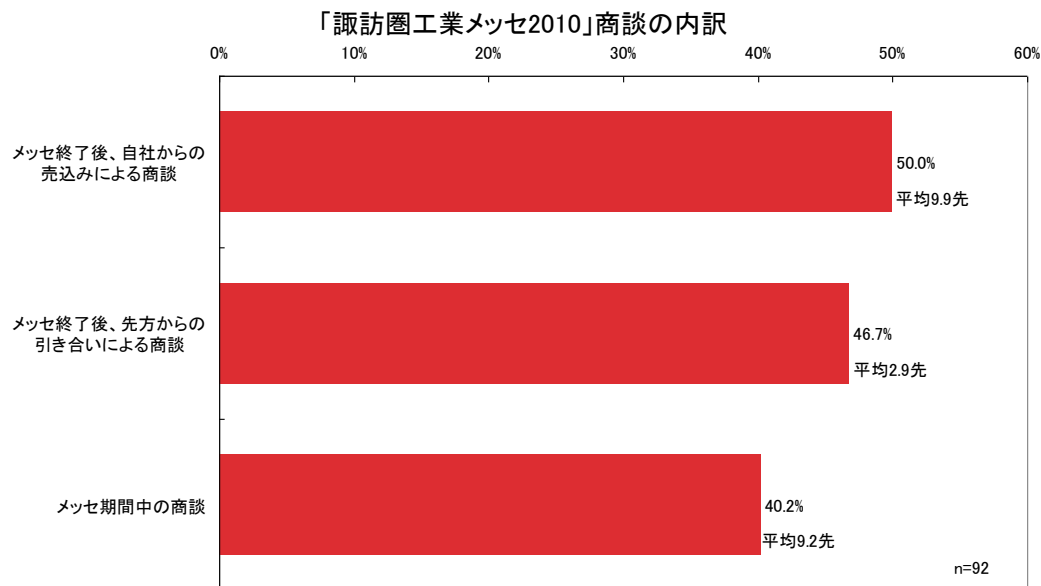
「諏訪圏工業メッセ2010」商談の結果



※)複数回答のため、合計は100%とならない。

◇「メッセ2010」(前回メッセ)への出展を契機とした商談の内訳は、「メッセ終了後、自社からの売り込みによる商談」が50.0%と最も高くなった。1社あたりの平均商談先数は9.9先となった。

◇「メッセ終了後、先方からの引き合いによる商談」は46.7%(平均商談先数2.9先)、「メッセ期間中の商談」は40.2%(平均商談先数9.2先)となった。



※)複数回答のため、合計は100%とならない。

「メッセ2011」ビジネス面の効果（開催直後）

「諏訪圏工業メッセ2011」出展を契機とした商談の有無

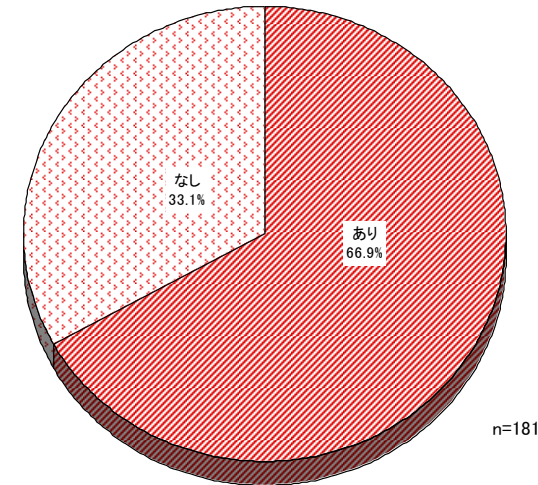
◇「メッセ2011」（今回メッセ）への出展を契機に商談があった企業は66.9%となった。

◇商談があった企業1社あたりの平均商談先数は5.2先となっている。

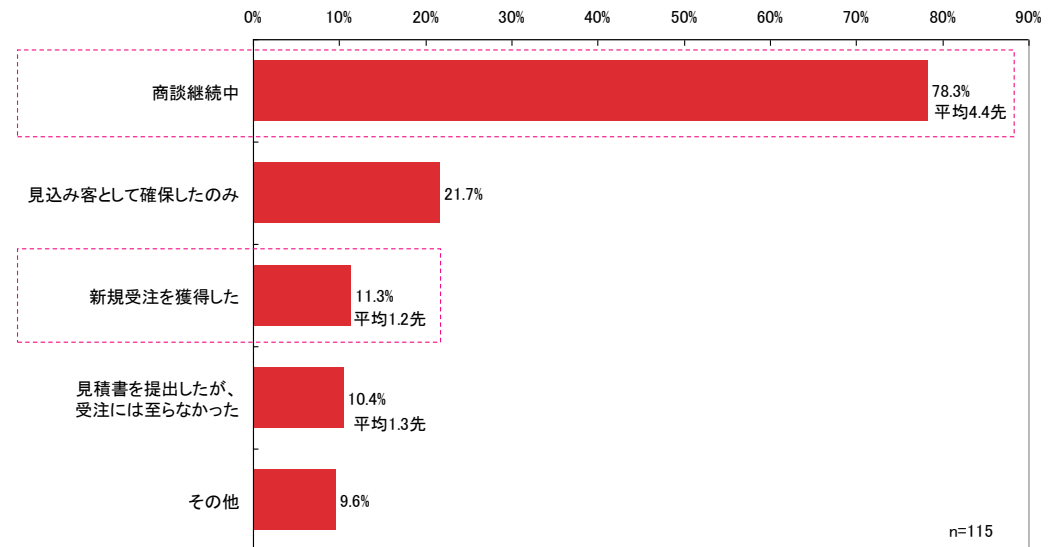
◇商談の結果、11.3%の企業で既に新規受注を獲得している。また、商談を継続している企業が78.3%あり、今後の新規受注につながることを期待される。

◇本メッセが商談や新規受注の獲得ツールとして有効であることがうかがえる。

	1社あたり
平均商談先数	5.2先



「諏訪圏工業メッセ2011」商談の結果



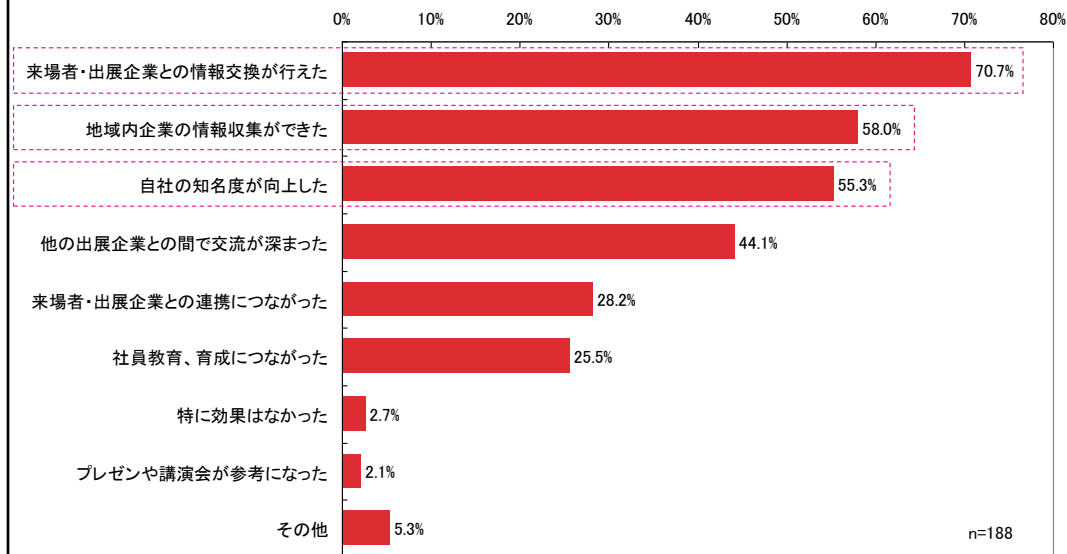
※) 複数回答のため、合計は100%とならない。

◇ビジネス面以外の効果としては、「来場者・出展企業との情報交換が行えた」(70.7%)、「地域内企業の情報収集ができた」(58.0%)、「自社の知名度が向上した」(55.3%)、などが高い割合となった。

◇先に掲載した「出展の目的」においても、「来場者・出展企業との情報交換」や「自社の知名度向上」は上位に挙げられている。

◇この結果から本メッセは、新規受注獲得など直接的な事業機会だけでなく、情報収集等を通じ、幅広い間接的な効果を産んでいる。

「諏訪圏工業メッセ2011」出展によるビジネス面以外の効果



※) 複数回答のため、合計は100%とらない。

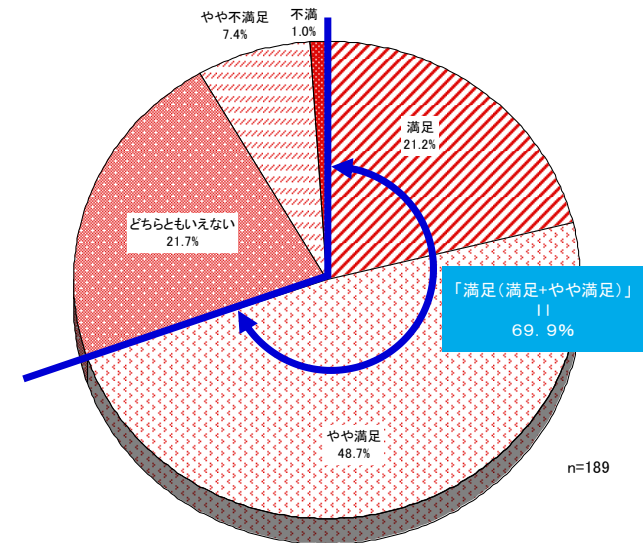
◇メッセ出展の全体評価は「満足」と「やや満足」が合わせて69.9%となった。「やや不満」、「不満」は合わせて8.4%となった。

◇「満足」、「やや満足」の理由としては、見込客や新規受注を獲得できたことに加え、来場者および他の出展者と情報交換ができたという回答が目立った。

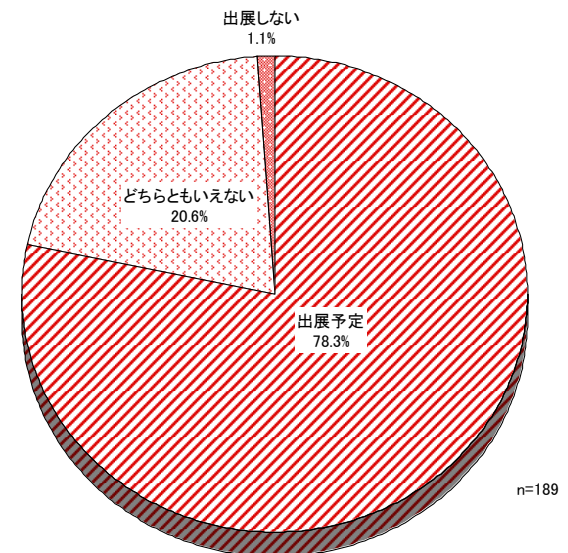
◇「不満」、「やや不満」の理由としては、トイレ、駐車場など設備面への改善要望や、「来場者の流れをよくするようブースの配置を改善してほしい」といった声が聞かれた。

◇来年度の「メッセ2012」への出展希望では、78.3%の企業が「出展予定」としている。一方、「どちらともいえない」と回答する企業も20.6%となり、出展者のニーズへの対応を強化していくとともに、継続的なアプローチも必要と考えられる。

「諏訪圏工業メッセ2011」出展の全体評価



来年度「諏訪圏工業メッセ2012」への出展希望



3. 「メッセ2011」開催による直接的経済効果 来場者の直接消費額

◇「メッセ2011」来場者の直接消費額（アンケートからの推計）は、48,450千円となった。

◇内訳は宿泊費10,909千円、食事・土産代6,825千円、その他5,290千円、交通費25,426千円（県内で消費した交通費のみ）となった。

来場者直接消費額推計の主な前提

- ・アンケート回答結果から地域ごとに平均消費額を算定
- ・来場者の地域比率はアンケート回答者の回答比率を使用
- ・上記により算出した地域別来場者数に平均消費額を乗じて算定
- ・交通費は県外からの来場者分も県内に入ってからのみ算定

「諏訪圏工業メッセ2011」来場者消費額の推計

1人あたり消費額

	宿泊費 (円)	食事・ 土産代 (円)	その他 (円)
諏訪地域内			
県内(諏訪地域除く)	80.9	209.6	198.5
県外	2,065.9	1,054.9	763.7

総消費額

	来場者数 (人)	宿泊費 (千円)	食事・ 土産代 (千円)	その他 (千円)	総消費額 (千円)
諏訪地域内	13,485				
県内(諏訪地域除く)	7,455	603	1,563	1,480	3,646
県外	4,988	10,306	5,262	3,810	19,378
合計	25,928	10,909	6,825	5,290	23,024

交通費の推計

交通手段	地域	利用者数 (人)	道路料金 (円)	ガソリン代 (円)	バス代 (円)	電車代 (円)	交通費 単価(円)	総額 (千円)
マイカー	諏訪地域	13,485		150			150	2,023
	北信	603	2,550	1,188			3,738	2,254
	東信	1,339	600	625			1,225	1,640
	中信	2,874	1,100	500			1,600	4,598
	南信	2,049	1,000	625			1,625	3,330
	東日本	2,375	450	250			700	1,663
	西日本	1,214	2,200	1,000			3,200	3,884
電車	北信	0			300	4,240	4,540	0
	東信	0			300	5,020	5,320	0
	中信	131			300	1,140	1,440	188
	南信	66			300	1,300	1,600	106
	東日本	853			300	2,100	2,400	2,046
	西日本	425			300	5,540	5,840	2,481
	高速バス	北信	0			2,050		2,050
	東信	70			4,060		4,060	286
	中信	65			1,080		1,080	71
	南信	132			1,280		1,280	169
	東日本	61			3,050		3,050	186
	西日本	61			2,800		2,800	170
その他	県内・県外	125					2,642	331

来場者数 25,928
(うち諏訪地域内 13,485)

25,426

直接
消費額
48,450
千円

出展者の出展関連消費額

- ◇「メッセ2011」出展者の出展関連消費額は、総額(推計)で187,712千円となった。
- ◇内訳は、出展製品等に関する費用167,528千円、出展製品以外に関する費用20,184千円となった。

「諏訪圏工業メッセ2011」県内企業の出展関連消費額(推計)

		1社あたり (円)			全体 (千円)		
		2009年	2010年	2011年	2009年	2010年	2011年
出展製品等に関する費用	製品開発 (製品改良等を含む)	354,505	536,454	462,592	83,309	121,239	106,396
	部材等購入費	203,595	158,234	100,221	47,845	35,761	23,051
	設備投資費	61,325	61,284	74,663	14,411	13,850	17,172
	その他	109,211	112,673	90,908	25,664	25,464	20,909
	小計	728,636	868,645	728,384	171,230	196,314	167,528
	(「設備投資費」除く小計)	667,311	807,361	653,721	156,818	182,464	150,356
出展製品以外に関する費用	交通費	24,758	23,380	22,409	5,818	5,284	5,154
	飲食費	15,325	19,739	15,043	3,601	4,461	3,460
	宿泊費	15,992	21,921	16,036	3,758	4,954	3,688
	その他	75,818	33,678	25,205	17,817	7,611	5,797
	招待費	10,411	55,765	9,066	2,447	12,603	2,085
	小計	142,304	154,483	87,759	33,441	34,913	20,184
(「その他」除く小計)	66,486	120,805	62,554	15,624	27,302	14,387	
合計		870,940	1,023,128	816,143	204,671	231,227	187,712
(「設備投資費」 「(出展製品以外)その他」除く合計)		733,797	928,166	716,275	172,442	209,765	164,743

※1社あたり単価は今回アンケートで回答があった企業の平均
 ※全体の消費額は1社あたり単価に県内からの出展企業数を乗じて推計

◇「メッセ2011」開催による直接的経済効果は、来場者支出48,450千円、出展者支出187,712千円、主催者支出73,000千円を合わせ、309,162千円となった。

◇経済効果は前年水準を下回ったものの、本メッセは、県外来場者支出や出展者製品支出を中心に一定の経済効果が認められ、地域に恩恵をもたらしている。

「諏訪圏工業メッセ2011」開催による直接的経済効果(推計)

(千円)

	2009年	2010年	2011年
来場者消費額 (交通費を除く)	22,800	15,929	23,024
来場者交通費	30,611	25,340	25,426
来場者小計	53,411	41,270	48,450
出展者製品費用	171,230	196,314	167,528
出展者製品外 費用	33,441	34,913	20,184
出展者小計	204,671	231,227	187,712
主催者経費	71,000	70,000	73,000
合計	329,082	342,496	309,162

- ・来場者交通費は県内分だけで試算
- ・出展者費用は県内出展者に限り試算