

諏訪圏工業メッセ2010

『ビジネス評価、速報』



2010年12月2日(木) 第4回 実行委員会

諏訪圏工業メッセ2010実行委員会事務局
推進本部(NPO諏訪圏ものづくり推進機構)



諏訪圏工業メッセ2010実行委員会事務局
推進本部(NPO諏訪圏ものづくり推進機構)

■ ビジネス商談 総括

ものづくり推進機構主管による実行委員会、事務局、各部会活動が工業メッセ活動運営を成功に導き、中でも推進本部の役割は大きく、特に、ビジネス商談に係わる各種活動の切り口でその活動評価と成果を総括する。

■ 各種活動内容、分析・評価

1. ミニ商談会

国内大手企業7社による商談会

2. 海外バイヤ - 商談会

JETRO海外バイヤ-招聘7社による商談会

3. 招聘企業メッセ展示評価、工場視察

国内大手企業招聘による活用評価、企業調査

4. 展示活用セミナー-参加企業展示・評価

セミナー-活用研修、ブース展示Before-After

5. 出展企業(抜粋)

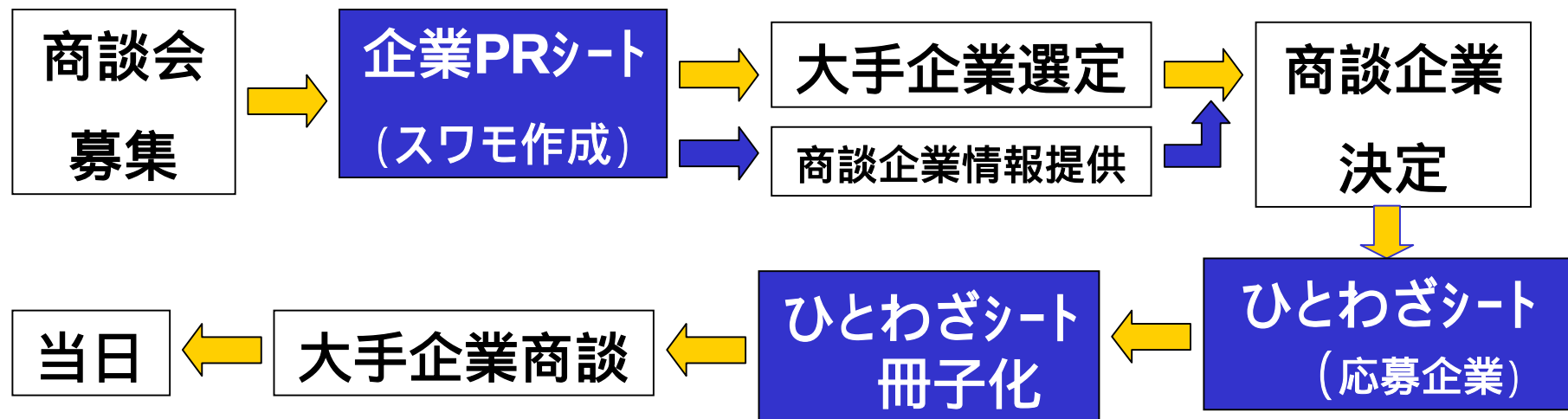
企業のアンケートより評価

6. 総括、今後の課題と取り組み

1. ミニ商談会、事前準備

商談企業公募し、大手企業の選出(経営支援NPOクラブ)・調整、応募企業の“企業PRシート”を作成し、事前情報を大手企業に提供、事前マッチング化を図る。大手企業からのミニ商談要請と応募企業要望マッチングと大手企業の逆指名により、前年に対し大幅なミスマッチングを解消、ミニ商談会を開設。

更にミニ商談会に先立ち確定企業の“ひとわざ(一技)シート冊子”を大手企業へ情報提供。



企業PRシート

製品・技術PRレポート

1. 企業概要

会 社 名	(株) 平出精密	代表者名	平出 正彦				
事業内容	精密板金加工試作及び量産、金型、治工具	窓口担当	増沢 恒明(営業・技術課)				
主要製品	メカト機器、洗浄機の製造販売、凝集剤の販売						
住 所	〒394-0001 長野県岡谷市今井 1680-1						
電話 / FAX 番号	0266-22-8866 / 0266-23-8555		E-mail	masuzawa@hiraide.co.jp			
資本金(百万円)	2,400	設立年月日	昭和 39 年 1 月	売上(百万円)	1,500	従業員数	86

2. PR事項

『 精密板金メーカのリーディングカンパニー 』

当社は、戦前の航空機板金を基本技術に持ち、人と技術との調和が生み出す高精度・高速化を追求してきた精密板金メーカーです。従来の職人技術を CNC化・IT化へと発展させ、当社の造った「精密板金」という言葉と、今や 10μ のピッチ精度を当たり前にするハイパー（超）精密板金技術をもって精密板金加工をご提供しています。3次元 CAD による板金設計から部品加工、組み立てまで、スピーディーに、リーズナブルに対応し、1個から数百個までの試作・量産をお客さまの要望に応じて製作しています。また、テクニカルパートナーとして大手クライアントやベンチャー企業、大学の研究機関の開発など数多くサポートしています。

《主な技術、製品》

1. 超精密鈹金、精密機構板金、積層板金

超精密板金工法によるプレス専用金型不要

2. DTF 研究会からの
スパイラル洗浄機
全卓上メッキ装置
コンパクトバリング
M/C 製品群の紹介



精密板全部品

DTE 3A® 洗淨機

DTE M/C 裝置

《特長》

1. 超精密板金工法だからプレス専用金型不要
2. 部品加工；手のひらサイズから肩幅サイズを最も得意とし、1個から数百個を得意数量としています。
 - 高精度加工
 - 絞り加工
 - 薄板加工
 - 各種溶接加工
 - 筐体加工など
3. ケース完成品、オゾン加工技術（各種特許出願中）

3. 特記事項

ISO9001.2000 認証取得
各種特許出願中（DTF M/C、加工技術など）

ひとわざ(一技)シート

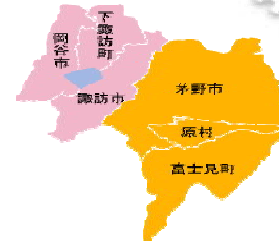
冊子



我社の一技

諏訪圏工業メッセ2010

国内大手企業ニ商談会



諏訪圏工業メッセビジネス部会
NPO諏訪圏ものづくり推進機構

諏訪圏工業メッセ2010

わが社のひとわざ(一技)シート 事例

わが社の「一技(ひとわざ)」PRシート 【工業メッセ ビジネスサポート部会用】
登録No.メッセ-001
登録分野: カシメ接合

一技(ひとわざ)名: 省エネ・省資源・省廃棄物・低コストのカシメ接合技術

概要(200字目安)

カシメ接合; 金属の可圧変形を利用し、異種材料部品を接合可能とする技術。
材料費、加工時間だけでなく、ご仕様により熱処理や研磨のコスト・精度面でもコストパフォーマンスに優れております。また圧入より寸法管理容易。

省エネ・省資源・省廃棄物・低コストの金属加工を提案します。

写真・図(要点説明)

複数部品とし加工後
カシメにて接合

→

切削加工

150台の自動装置、最新の切削・研削・検査設備と確かな品質管理力で、ご要求に応じます！

部位に即した材料と最少加工で、
省エネ・省資源・省廃棄物・低コスト化！

企業概況

会社名	株式会社 共進	代表者名	五味 和人
事業内容	金属加工部品の製造と販売	窓口担当	営業 GL / 橋場 郁男
主要製品	油圧制御用・排気ガス制御用ソレノイドプランジャ及びバルブ 等々	URL	http://www.kyoshin-h.com/
住所	〒392-0015 長野県諏訪市中洲4650		
電話/FAX	0266-52-5030 / 0266-52-3314	E-mail	kyoshin@cello.ocn.ne.jp
資本金(百万円)	30	設立年月日	1962年5月1日
		売上(百万円)	200+a/年
		従業員数	150

特記事項(特許取得・各種認証等取得状況 提供できる価値及び応用分野 取引実績 他)

特許第2824408号: 金属の加圧変形を利用した、異種金属材料の接合を可能とする、カシメ接合技術
お客様のご要求に対し、切削やカシメ等の選択肢から、最適な加工提案を提供致します。
自動車部品、油圧部品、建設機械、農業機械、アミューズメント 等々の用途にお取引させていただいております。

わが社の「一技(ひとわざ)」PRシート 【工業メッセ ビジネスサポート部会用】
登録No.
登録分野:

一技(ひとわざ)名: 最微細スプリング

概要(200字目安)

マイクロ発條が振っているバネの中でも「最微細スプリング」と言われるバネは外径φ100μ以下のとても微細なコイルバネになります。主に半導体検査部品に使用されているプローブピンの中に入っています。国内でも生産できる企業は限られており、その中でも弊社は線径φ15μ、外径φ80μの量産化に成功しています。現在は外径φ70μの量産化に挑戦中です。また、コイルバネだけでなく、トーションバネの「微細スプリング」加工にも成功しています。トーションバネに求められる、小スペースで使用可能な異形バネも自社開発NCマシンを使用する事によりお客様のニーズにお応えしております。
ハントリンクが困難な微細バネの整列梱包も可能となっておりますので、是非ともご相談下さい。

写真・図(要点説明)

撮影
バネ外径φ20μm

外径φ95μm
線径φ15μm

2008年
外径φ95μm
線径φ15μm

2010年
外径φ80μm
線径φ15μm

バネ外径: φ0.080mm
電線: φ8μm
3.00mm
φ0.080mm

外径70μ=量産化。金メッキ線加工量産化にも挑戦中です。

企業概況

会社名	株式会社 ミクロ発條	代表者名	小島 信男
事業内容	自社製マシンによる精密バネ加工	窓口担当	営業部 小沢 浩明
主要製品	微細バネ、精密バネ	URL	http://www.micro-spring.co.jp
住所	〒392-0023 長野県諏訪市小和田南22-6		
電話/FAX	0266-52-3550 / 0566-58-2317	E-mail	sigv04@micro-spring.co.jp
資本金(百万円)	50	設立年月日	1954年6月1日
		売上(百万円)	1400
		従業員数	79

特記事項(特許取得・各種認証等取得状況 提供できる価値及び応用分野 取引実績 他)

①ISO9001:2000、ISO14001:2004認証取得

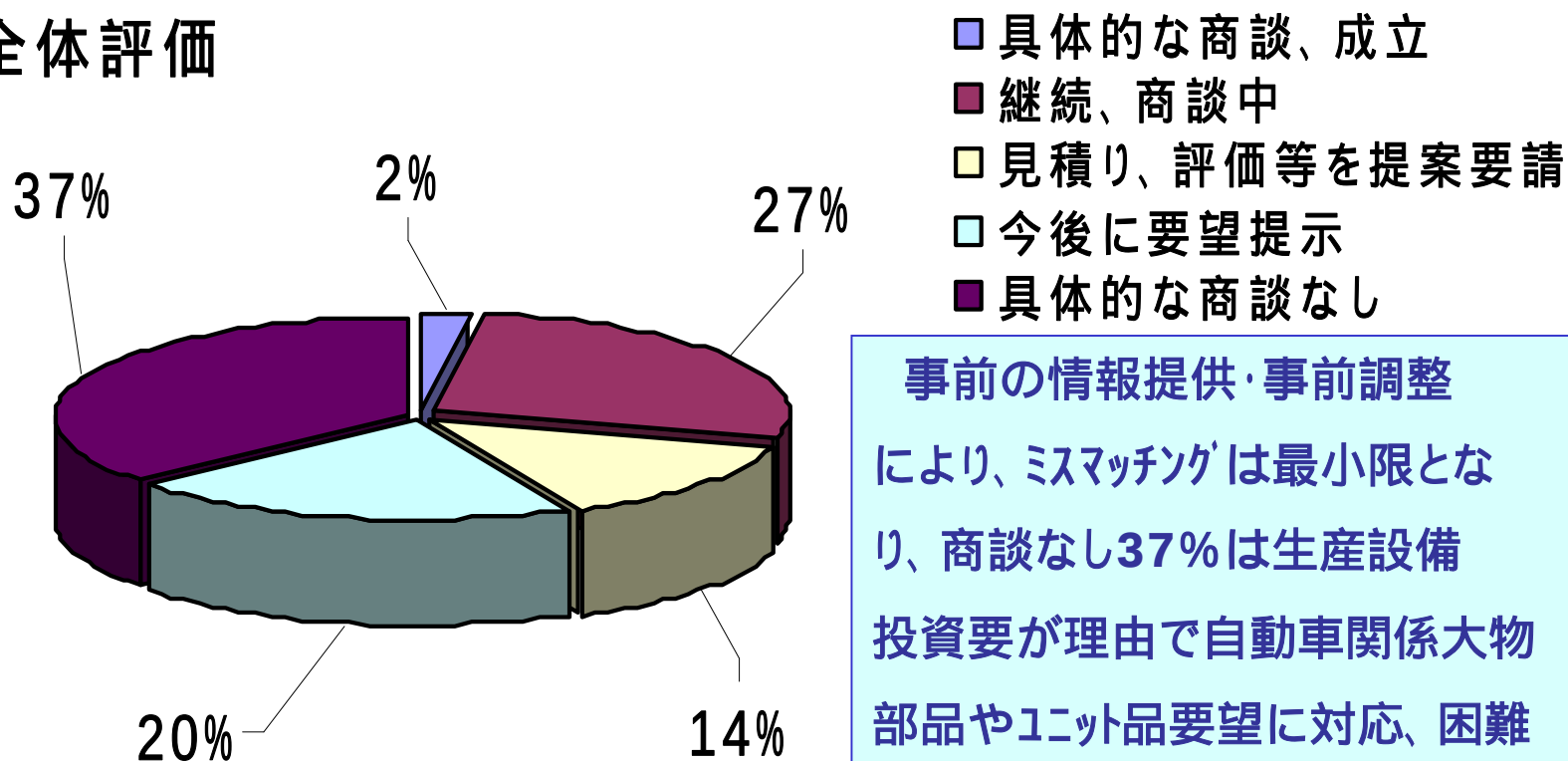
諏訪圏工業メッセ2010

1-2. ミニ商談会分析・評価、総括

国内大手企業7社(医療関連5社、自動車関連2社)による、出展企業28社とのミニ商談と19社へのブース視察による大手企業の商談で、夫々の企業との主要内容、シーズについて44件の集計・評価取りまとめとする。

商談契機は成立・継続・見積もり評価の43%、今後の要望を含め63%。

全体評価



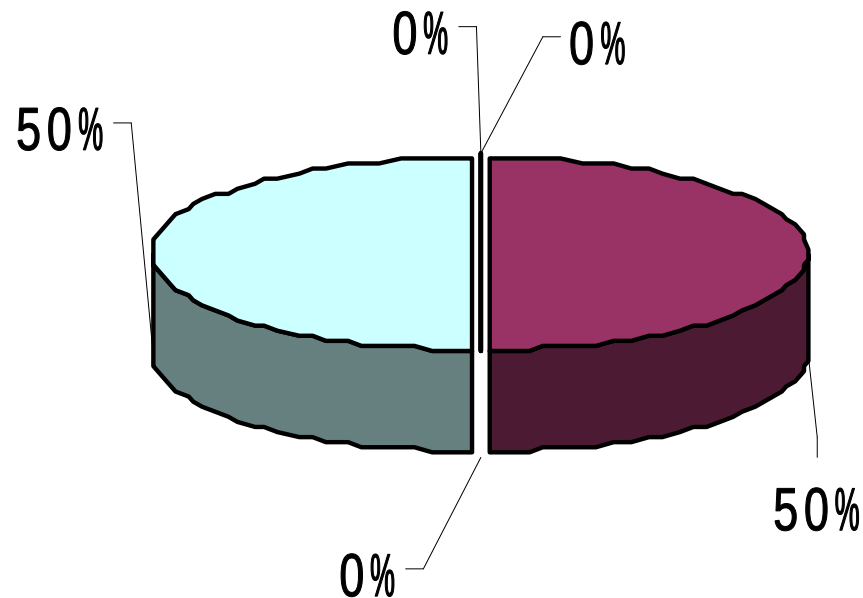
事前の情報提供・事前調整

により、ミスマッチは最小限となり、商談なし37%は生産設備投資要が理由で自動車関係大物部品やユニット品要望に対応、困難との理由でもあり課題である

1-2.1 富士フイルムテクノロダクツ(株)

医療関係を対象に4社、ブース視察2社による商談状況は、継続内容でサンプル評価、技術への応用提案が50%で、今後の要望や調査をする内容が同様に50%となり、特に加工技術面における評価で継続することが注目される。

富士FTP商談・評価



- 具体的な商談、成立
- 継続、商談中
- 見積り、評価等を提案要請
- 今後に要望提示
- 具体的な商談なし

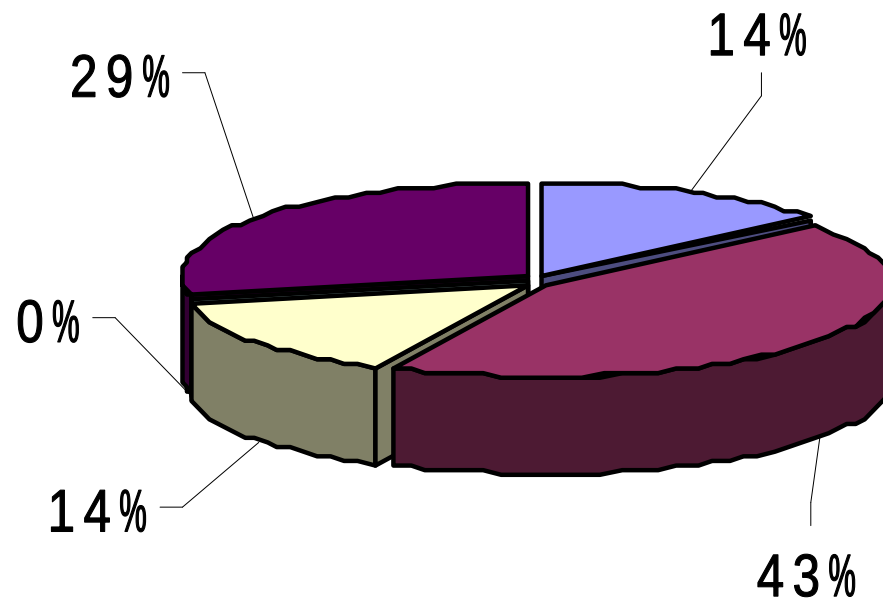
主な商談内容から

- ・MK社の微細加工、中国生産拠点
- ・MG社のミャトロンR、再商談要請有
- ・K社のカシメ接合、多種少量活用
- ・KK社の海外調達機能(海外間)
- ・MY社のニース'調査等、活用検討

1-2.2 秋田ハートライト(株)

医療関係を対象に4社、ブース視察3社による商談状況は、商談成立・継続商談で57%、見積もり・サンプル評価14%となり、商談契機は71%で非常に高い状況。特に実績商品やサンプル評価、他医療分野活用の提案が注目される。

秋田ハートライト商談・評価



- 具体的な商談、成立
- 継続、商談中
- 見積り、評価等を提案要請
- 今後に要望提示
- 具体的な商談なし

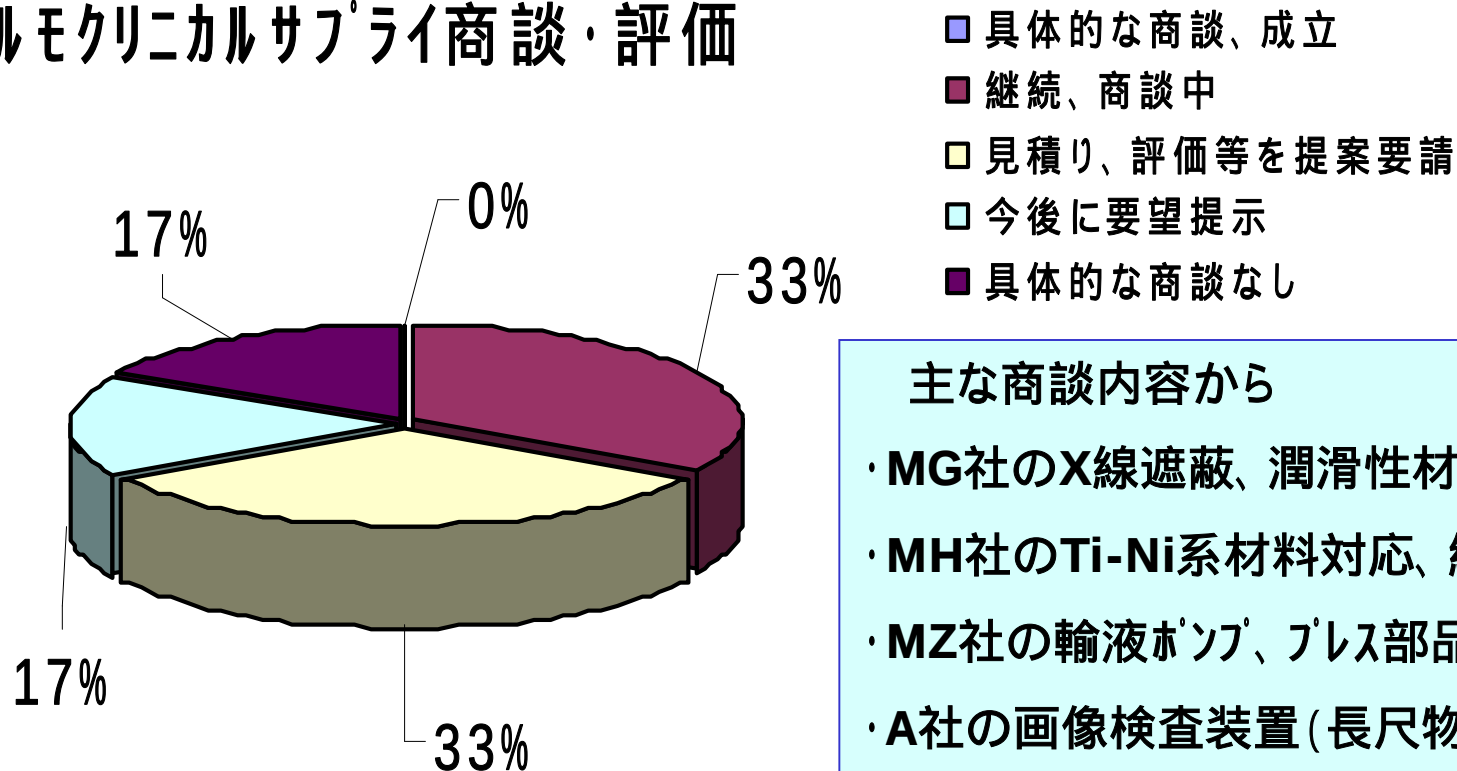
主な商談内容から

- ・MG社のシリコン方弁、委託検討
- ・NU社の輸液ポンプ、製品評価
- ・SM社の動注ポンプ、製品評価
- ・M社の既製品の他医療に提案
- ・MT社の既商品の社内紹介

1-2.3 テルモクリカルサプライ(株)

医療関係を対象に4社、ブース視察2社による商談状況は、商談成立・継続で33%、見積もり・サンプル評価商談が17%、商談契機は66%で高い状況。今後においても17%となり、極めて良好で今後のモニターがポイントとなる。

テルモクリカルサプライ商談・評価



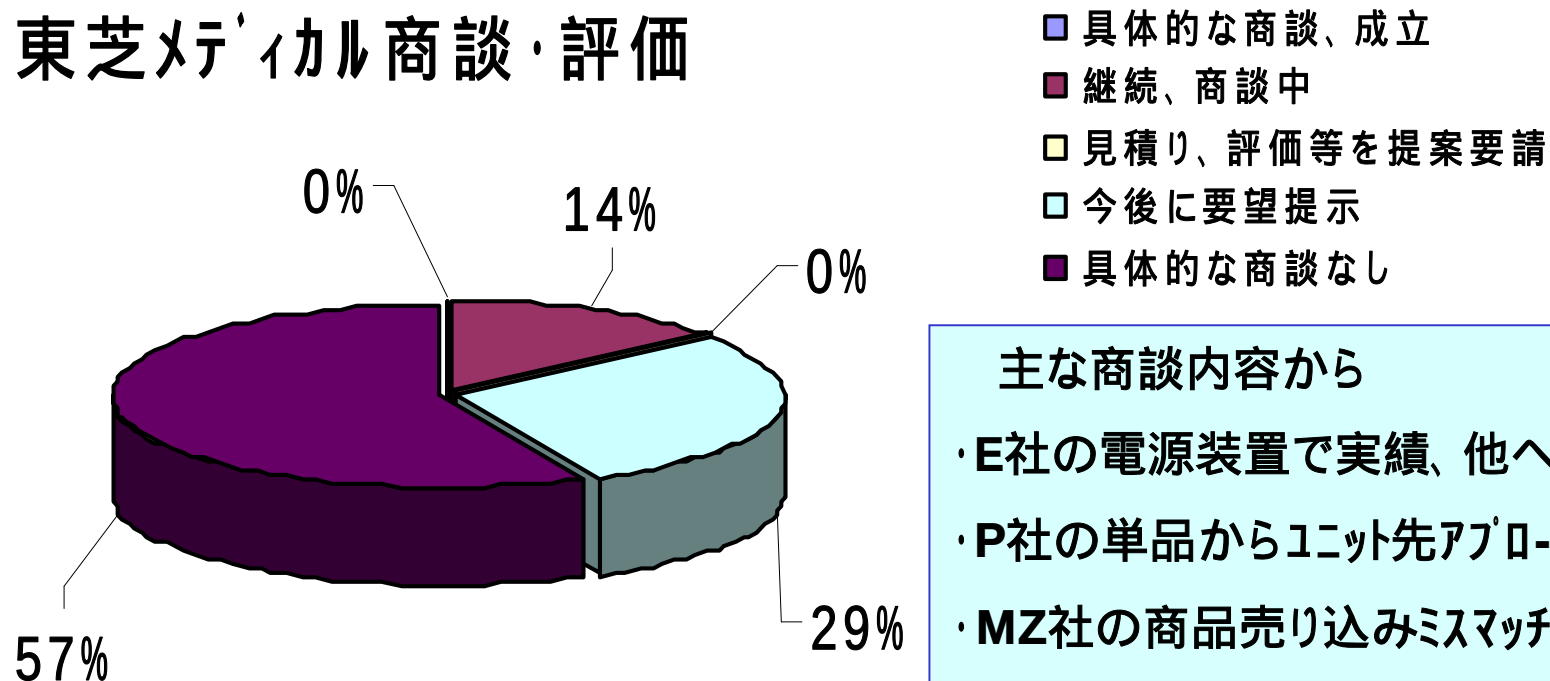
主な商談内容から

- ・MG社のX線遮蔽、潤滑性材料継続
- ・MH社のTi-Ni系材料対応、継続
- ・MZ社の輸液ポンプ、プレス部品継続
- ・A社の画像検査装置(長尺物用)で継続

1-2.4 東芝メ'ィカル(株)

医療関係を対象に4社、ブース視察3社による商談状況は、商談成立・継続見
積もり・サンプル評価商談で14%、商談契機は14%の状況。今後の要望・提
示依頼29%となる。しかしながら商談なしが57%でミスマッチがあり、客先は
大物検査画像システム関連に注目している。

東芝メ'ィカル商談・評価



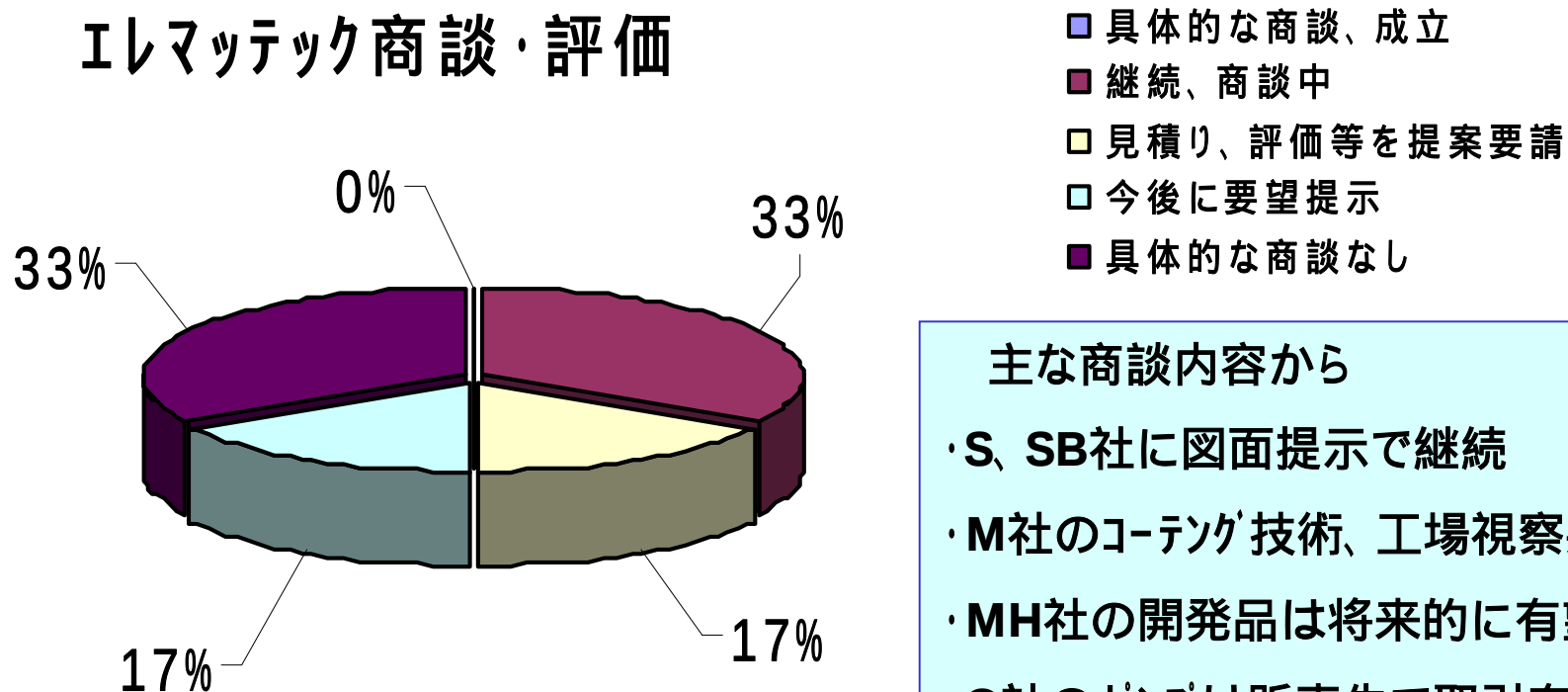
主な商談内容から

- ・E社の電源装置で実績、他へ拡販
- ・P社の単品からユニット先アプローチへ
- ・MZ社の商品売り込みミスマッチ
- ・T社のDTF製品に対し、ミスマッチ
- ・MZ,MY社の加工品を理解

1-1.5 エレマッテック(株)

電気製品関係を対象に4社、ブース視察2社による商談状況は、商談成立・継続商談が33%で、見積もり・サンプル評価17%となり、商談契機は50%の状況。今後の要望・提示依頼17%、商談なしが33%となるが既に販売先にて実績があり、新規開発商品の対応未予定が含むためそのウエイトは高い。

エレマッテック商談・評価



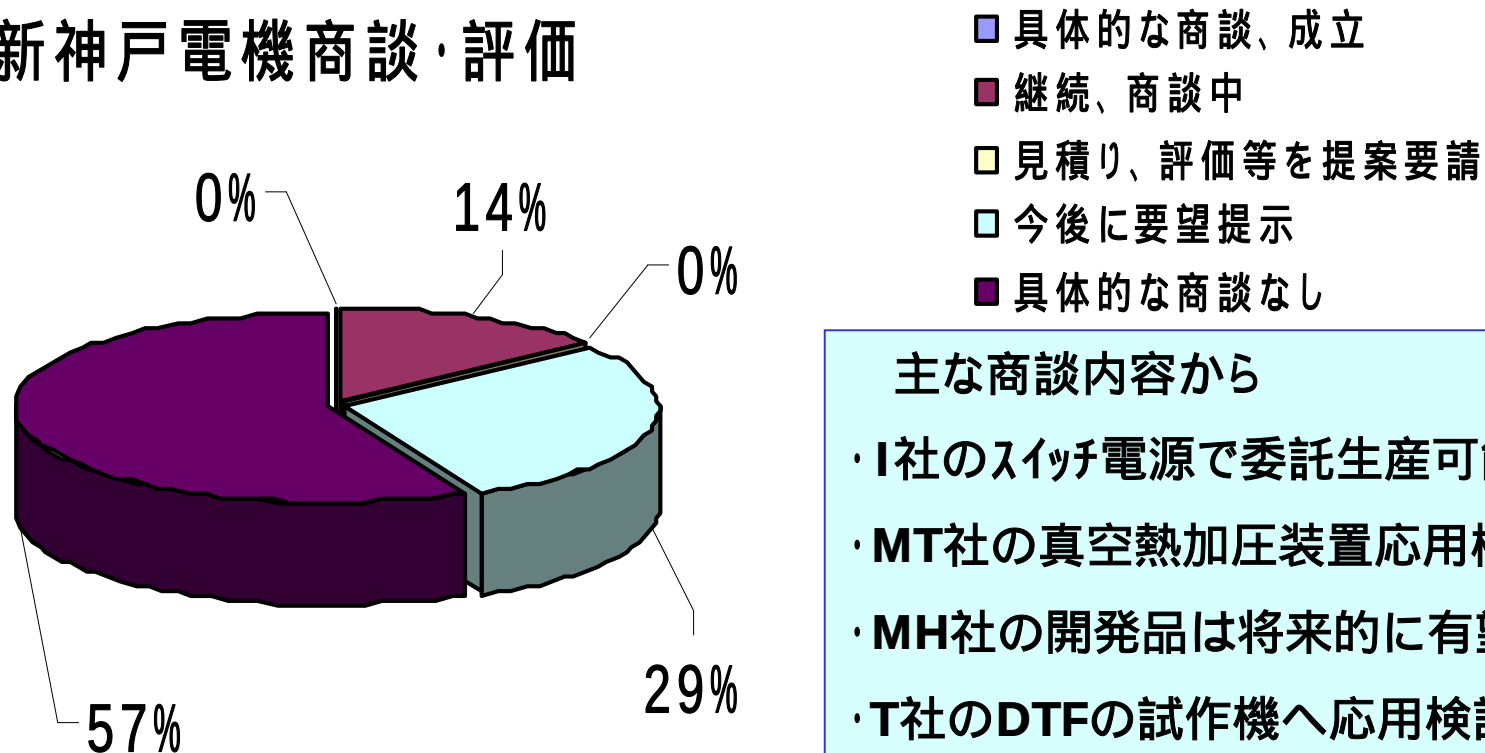
主な商談内容から

- ・S、SB社に図面提示で継続
- ・M社のコーティング技術、工場視察要望
- ・MH社の開発品は将来的に有望
- ・O社のポンプは販売先で取引有、開発製品(EV用水冷ポンプ)未対応

1-2.6 新神戸電機(株)

自動車関係を対象に4社、ブース視察3社による商談状況は、商談成立・継続見積もり・サンプル評価商談が14%で、商談契機は低い状況。今後の要望・提示依頼29%、商談なしが57%と高く、設備投資が必要と業種の不マッチングがある。更に、ユニット商品対応が求められ、部品単品の商機は難しい。

新神戸電機商談・評価



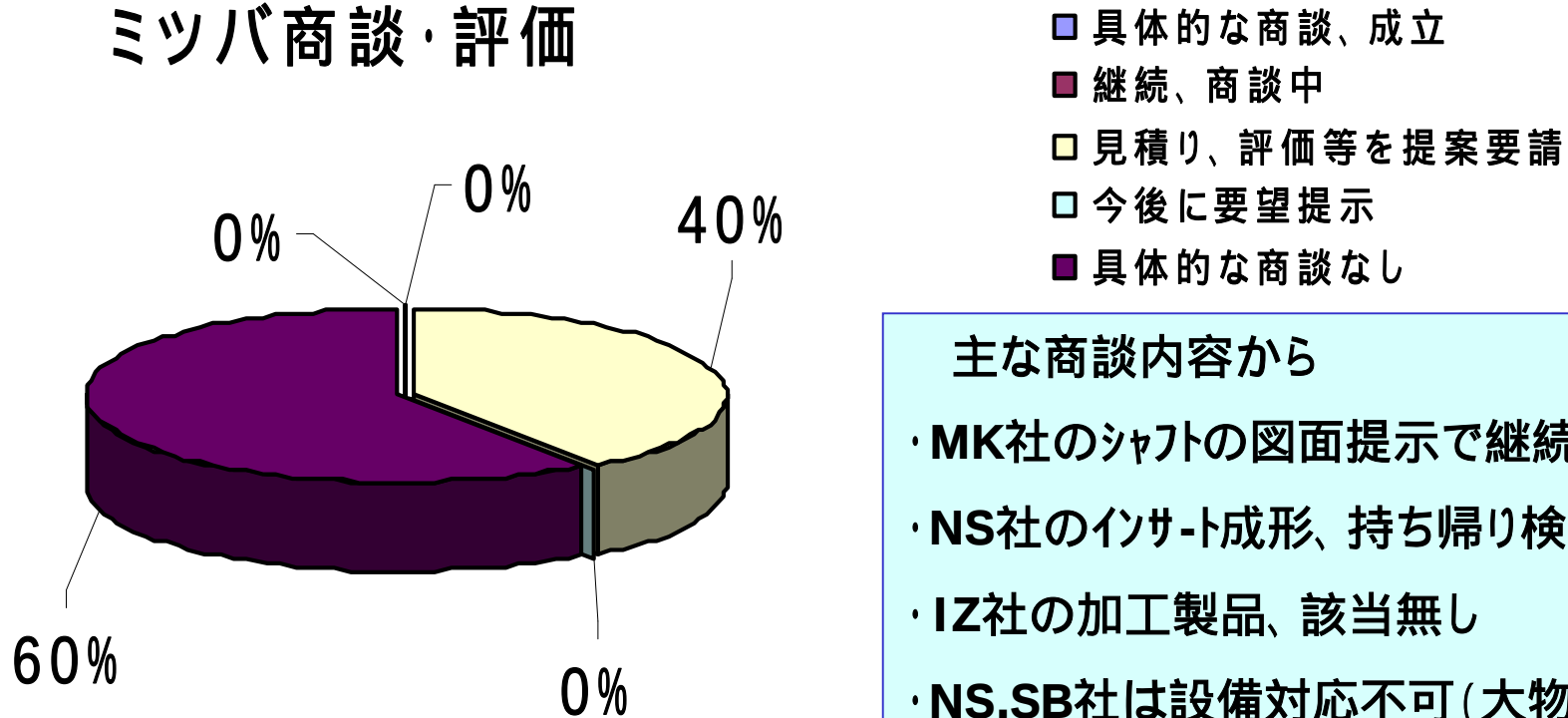
主な商談内容から

- ・I社のスイッチ電源で委託生産可能性
- ・MT社の真空熱加圧装置応用検討
- ・MH社の開発品は将来的に有望
- ・T社のDTFの試作機へ応用検討
- ・NS社の設備対応不可(大物)

1-2.7 (株)ミツバ

自動車関係を対象に4社、ブース視察1社による商談状況は、商談成立・継続、見積もり・サンプル評価商談が40%で、商談契機はやや低い状況。今回は具体的な商談ない60%と高く、設備投資が必要や業種ミスマッチがある。更に、ユニット商品対応が求められ、部品単品の商機は難しい。

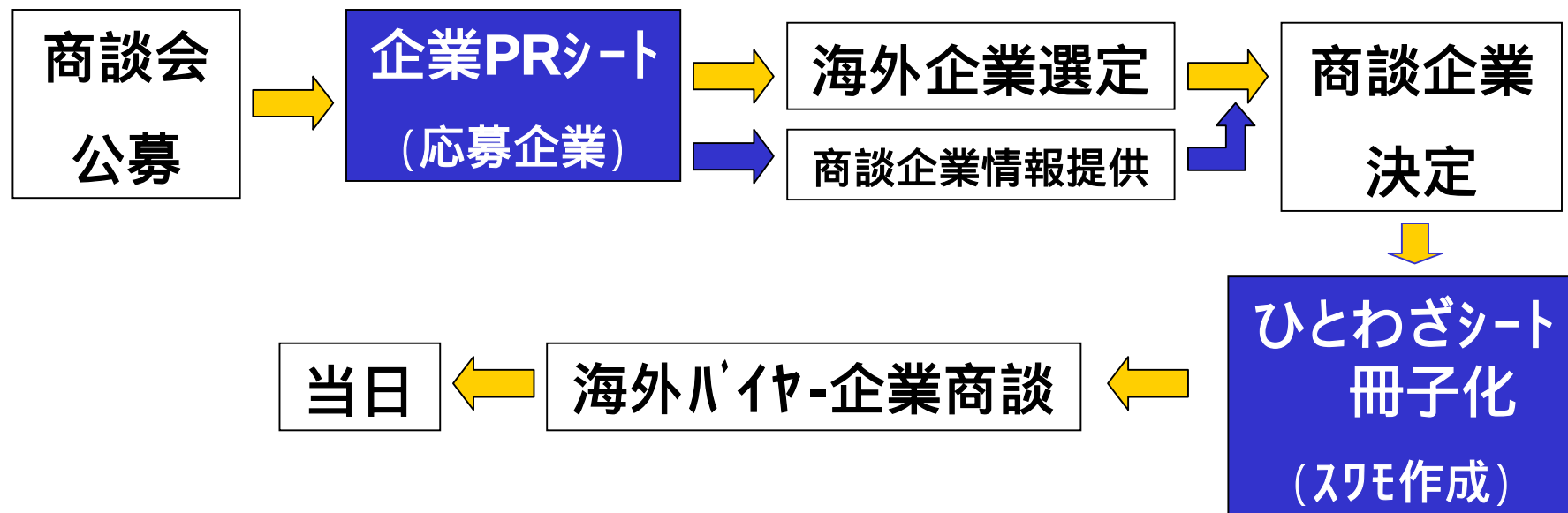
ミツバ商談・評価



2-1 海外バイヤ - 商談会、事前準備

JETROによる商談企業を公募し、海外バイヤ - 招聘企業調査、応募企業の“企業PRシート”により、事前情報を海外バイヤ - に提供、事前マッチング化を図る。海外バイヤ - からの商談要請と応募企業要望、海外バイヤ - 逆指名によるミスマッチング化を図り、商談会を開設する。尚、本企業PRは国内大手企業のミニ商談会“ひとわざ(一技)シート”に順ずる。

(一般公募のため、メッセ展示企業以外の応募となる)



諏訪圏工業メッセ2010

企業PRシート

海外バイヤー商談会PRシート

[2010工業メッセ]
登録No.J-035

PRシート(テクロック)

売り込みたい製品・サービス・技術: 標準品を応用したユニット製品及び硬さ測定の特加価値を提供

製品・サービス・技術の特徴

お客様のニーズにマッチした測定ユニットを提案します。硬さ計ではゴムの硬さのみではなく、異業種からの要望にも応え、定量化・コスト低減の提案をしています。

写真・図(要点説明)



標準ダイヤルゲージ



ダイヤルゲージを使用した特注品例



ゴム硬度計



ゴム、プラスチック硬度計を使用した特注品例

企業概況			
会社名	(株)テクロック	代表者名	荒井 秀昭
		窓口担当	西野 滋
事業内容	精密測定機器製造販売	URL	http://www.teclock.co.jp
主要製品	ダイヤルゲージ / ゴムプラスチック硬度計 / 特注品		
住所	〒394-0042 長野県岡谷市成田町2-10-3		
電話/FAX	0266-22-4911/4914	E-mail	teclock@teclock.co.jp
資本金(百万円)	55	設立年月日	昭和25年7月21日
		売上(百万円)	450
		従業員数	
特記事項			

ひとわざ(一技)シート

冊子

NPO 諏訪圏ものづくり推進機構

我社の一技

諏訪圏工業メッセ2010

海外バイヤー - 商談会



下諏訪町
岡谷市
諏訪市
茅野市
原村
富士見町

日本貿易振興機構(JETRO)
長野貿易情報センタ - 諏訪支所
諏訪圏工業メッセビジネス部会
NPO諏訪圏ものづくり推進機構

2-2 海外バイヤ-招聘商談会 総括

海外バイヤ-6カ国7社により、商談企業件数79件(商談+ブース視察)を通し、参加者コメントとして“海外マーケット情報が有益、新規ビジネスに展開できる”など、好評であった。しかし、言葉などでの障害でのフォローが必要となり、大変良いバイヤ-を招聘しており、JETROとして地域の技術アドバイザーなどを配置し、商談を継続的にサポート出来る体制が重要である。

具体的な商談事例については下記参照の事。

1. A社の小型装置について、バイヤ-a社が購入を検討、両者で仕様検討
2. B社の小型工作機械(DTF)にバイヤ-b社が強い関心を示し、見積り提示依頼があり、具体的な取引に向けた動き有り
3. C社の工作機械輸入・販売に関心を示し、バイヤ-c社は代理店契約に向けた交渉に入る
4. D社の板金加工技術に注目したバイヤ-d社は、国内製造・販売検討にあたりD社に部品加工を委託する商談を継続意向



諏訪圏工業メッセ2010

2-3 海外バイヤ-招聘商談会 Suwamo AD感想

海外バイヤ-3か国3社の、商談企業件数30件(商談+ブ-ス視察)を通して、商談状況をカナダHansen 社、インドCapital Engineering社についてコメントする。

■カナダ Hansen 社

1. K社のカシメ接合技術に見積り要請とパ-トナ-シップの提案
2. T社のDTF(3軸加工機)の総合パッケージ(保守部品、リスト、図面等)を要請
TSK社のDTF見積り要請あり
3. SK社の画像処理技術商品で代理店としてのビジネスモデルシュミレ-ションを進める
4. SN社の小型超音波洗浄機のライセンス生産のオファ-をするが企業側は消極的

■インド Capital Engineering 社

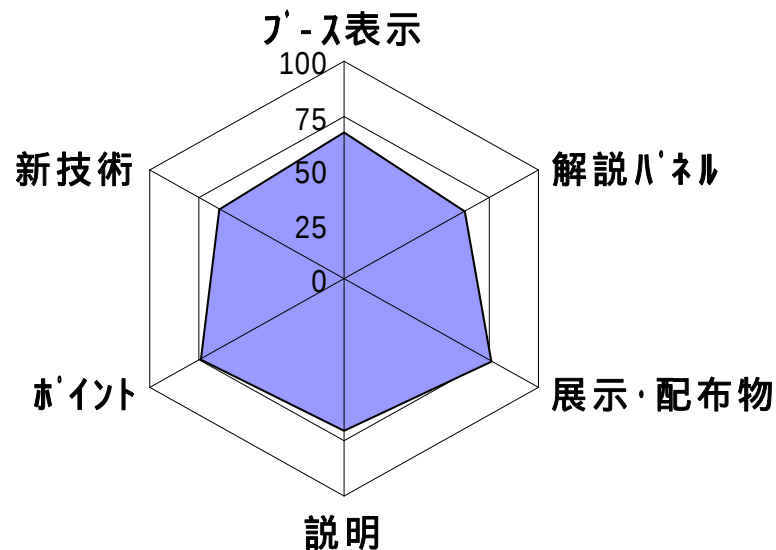
1. 弊社はスピンドルを販売してるが高速ブラシススピンドルについて大変関心有
2. TK社のDGについて、製品見積り要請、部品見積り依頼をし。今後インドでの生産委託も視野に入れるがコストでの競争力がキ-となる
3. TM社の取扱製品の技術の高さに大変関心を示し、面談企業インド'進出パ-トナ-としても検討していく

3-1. 招聘企業によるメッセ展示ブース評価

3社による展示ブースの評価は、全体数の約30%を、「ブース表示、解説パネル、展示・配布物、説明、ポイント、新技術」の6項目で評価する。

総合平均・評価は69%、提示・配布物、ポイント明確化が75%となり、解説パネル・新技術等の話題性で更なる工夫が必要。

総合参加企業 展示ブース評価・平均値



評価ブース N=131/425

総合平均評価 **69 %**

(Max 97、Min 27)

ブース表示 **67 % (Max100 ~ Min20)**

解説パネル **62 % (Max100 ~ Min20)**

展示・配布 **75 % (Max100 ~ Min40)**

説明 **70 % (Max80 ~ Min40)**

ポイント **74 % (Max100 ~ Min20)**

新技術 **64 % (Max100 ~ Min20)**

評価企業は日産自動車・豊田通商・太陽誘電にて実施

3-2. 招聘企業による視察コメント

6社による展示ブース評価時コメント並びに工場視察感想より、展示では以前より工夫が見られる、プレゼンも上達しており、ビジネス用途を考えた展示や単品からユニット化への取り組みがあれば良い。

工場視察では、諏訪の地の利を生かす事やユニット化への対応要望、試作関係の対応など商機は十分あり、一部には具体的な活動を展開中。

■ N社

自社の強み、特長を前面に出す事、アピールする努力が不足気味、しかし説明は良く出来ている。工場視察は電気・電子関係に試作に対応できる企業を発掘。

■ S社

樹脂性塗料、金型や医療分野に活用できる精密加工技術、クリーン化について関心有り、ADに工場に伺い、諏訪の加工技術とシーズを検討。工場視察は樹脂成形部門拡充目的

■ T社

技術レベルは高いが、自社の特徴技術・応用展開を展示すると良い、企業連携(企業組合)やNPOなどの中立な機構のサポート活用、工場視察は諏訪の地乗りを活用し、エレクトロニクス関係の企業を調査

■ TS社

精密工業地帯の集積地であり感心、ユニット化への可能性が高く、地域企業間連携のシステムが出来ればビジネスチャンスは大きい、更に未来志向の展示があれば良い。

■ C社

規模に大きさと展示物レベルに感心し、5軸加工部品を視察(中国で出来ない部品)

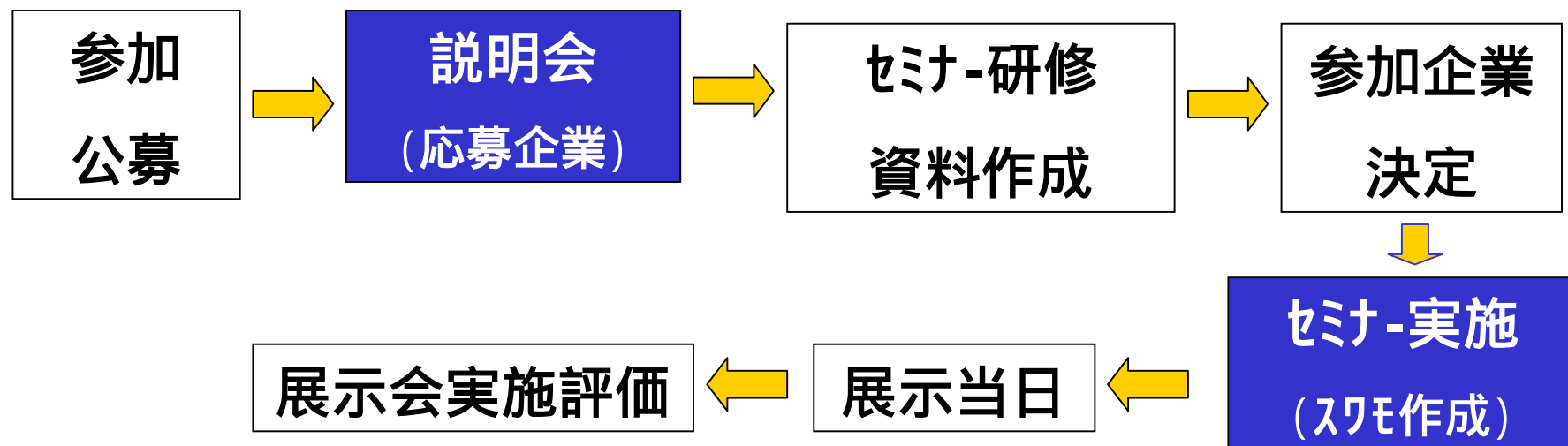
■ A社

小型ギヤ - の金属部品の企業紹介要請

4-1. 展示活用セミナー - 事前準備

展示活用セミナー-参加企業募集し、27社について展示活用セミナーを開催。
応募企業に対し、手作りによる顧客目線の“展示会のワンポイントアドバイス”
を諏訪圏ものづくり推進機構ADの講師で実施。

その後の評価を「ブース展示Before-After」で比較し、更に招聘企業による
展示評価で今後の取り組みに展開する。



展示活用セミナー - 事例集

展示会における各社 の共通課題

展示会のワンポイント・アドバイス

一寸の工夫で、展示ブースが蘇る

【展示上の課題並びにコンセプト】

1. 顧客目線の配慮
2. メインの製品(主役)不在
3. 将来の目指す姿(挑戦していること)
脇役不在
4. 話題性に欠ける(平凡的・ホラ吹き of 勧め)
5. メッセージの発信・伝達

【展示方法の課題並びにコンセプト】

6. PR / 説明パネルの内容(シンプル、強調)
7. 展示の高さが低い(展示テーブル 70cm)
8. ブースの正面壁の活用不足
(ゴールデンゾーン)
9. モニター活用の工夫(PC・顕微鏡)

諏訪圏工業メッセ実行委員会

第9回 諏訪圏工業メッセ

展示会のワンポイント・アドバイス



一寸の工夫で、展示ブースが蘇る

事例; T社



A. 話題性と興味で集客の良い事例

B. モニター使用の良い事例

1. 実演メインの展示の場合のポジション
ブースのセンターに実演ゾーン設置
(顧客導線、集客)

勝負するメイン製品の優先化

2. ゾーンを有効活用すること
説明パネルとカタログ活用

3. メインとしているものと実演が同じか？

B



事例; NS社 (株)

A. ひな壇展示の良い事例

B. ユニフォームの良い例(色・目立つ)

1. メイン製品(勝負するもの)が解らない
2. 展示の高さ低い



諏訪圏工業メッセ2010

4-2. 展示活用セミナー - 「ブース展示Before-After」 事例

展示活用セミナー-参加企業25社 をもとに “展示会のワンポイントアドバイス” を実施、**「Before-Afterの比較」**を見る。
初参加企業においても、その効果を見る。

事例;T社 (株) 対前年比



第9回 諏訪圏工業メッセ

10月14日実施前後、比較集
展示会のワンポイント・アドバイス



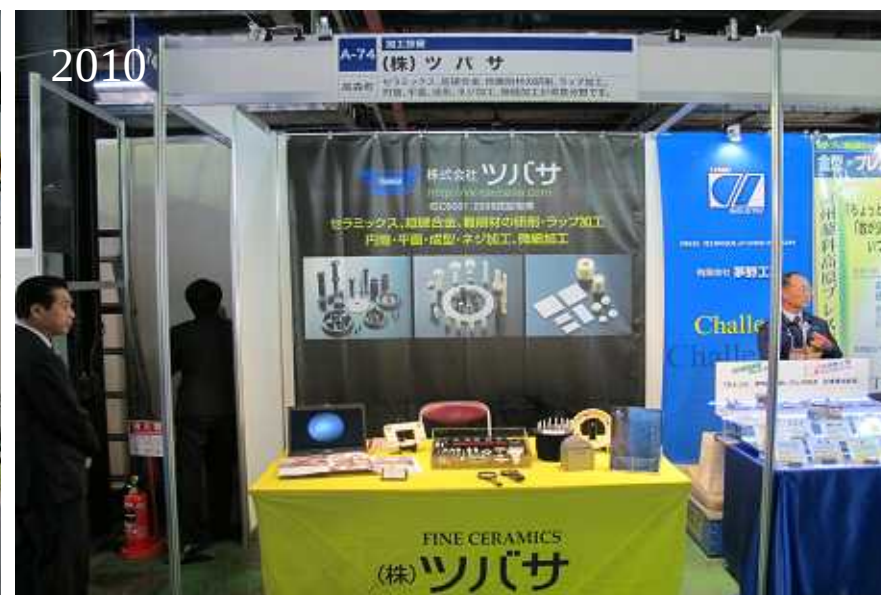
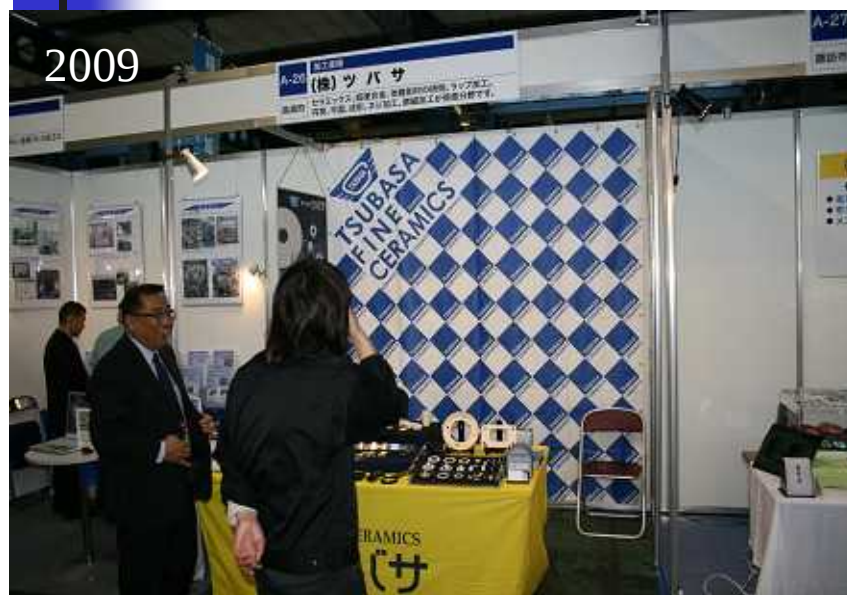
お客様の目線で展示をしよう！

小さな“スペース”
少ない“コスト”



大きな“成果”

諏訪圏工業メッセ2010 対前年比



諏訪圏工業メッセ2010 初展示

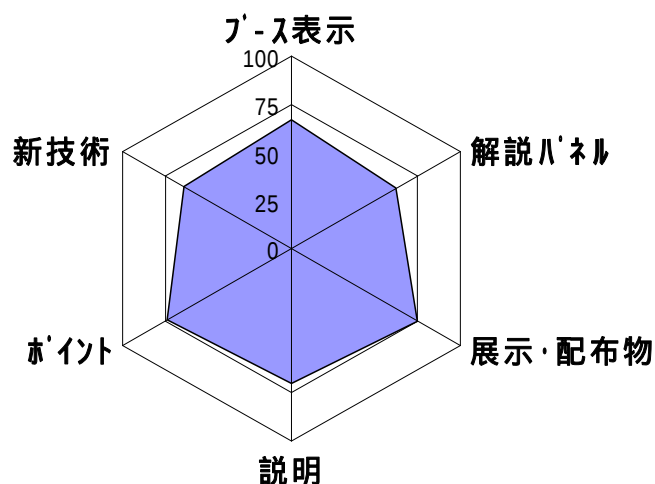


諏訪圏工業メッセ2010

4-3. 展示活用セミナー - 参加企業ブース評価

展示会活用セミナー-参加企業25社の内、17社(68%)の評価を実施。

総合参加企業 展示ブース評価・平均値



N=131/425 総合平均評価 69 % (Max 97 ~ Min 27)

ブース表示 67 % (Max100 ~ Min20)

解説パネル 62 % (Max100 ~ Min20)

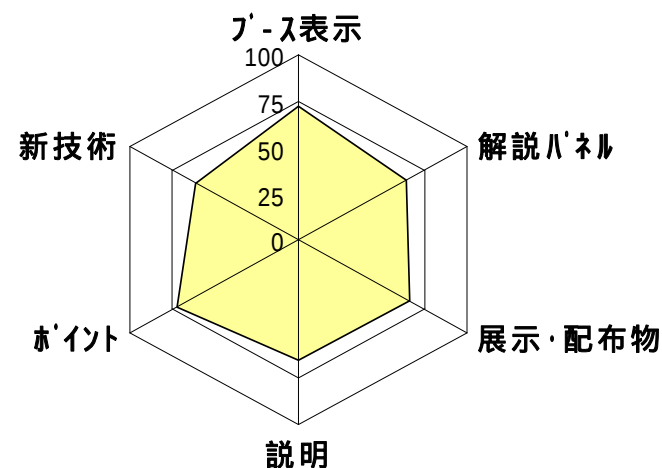
展示・配布 75 % (Max100 ~ Min40)

説明 70 % (Max80 ~ Min40)

ポイント 74 % (Max100 ~ Min20)

新技術 64 % (Max100 ~ Min20)

セミナー参加企業 展示ブース評価・平均値



N=17/25 平均評価 67 % (Max 90 ~ Min 47)

ブース表示 73 % (Max100 ~ Min40) セミナー効果

解説パネル 64 % (Max80 ~ Min40)

展示・配布 66 % (Max100 ~ Min40)

説明 65 % (Max80 ~ Min40)

ポイント 72 % (Max100 ~ Min40)

新技術 61 % (Max80/Min80)

5. 出展企業開催アンケート(効果評価)

短期的ではあるが、効果有・効果に欠けた等の評価をコメント形式で記載

■効果有、今後のビジネス拡大に大いに役立つなど

独自のブース出しにより、陳列から展示に変わった、企業イメージアップ、集客効果大(I社)

初めての出展であり、大目的の新規開拓の為の情報収集が出来た(TD社)

出展による新規顧客獲得が出来、継続取引となっている(KS社)

コマ来場数200名を獲得し、顧客との直接的な情報収集は効果的(NO社)

今回は具体的な加工図面持参5社、即案件のコンタクトが数社で大変満足(E社)

新規受注の案件のための実験依頼有(A社)

製品紹介・新聞記事に掲載出来、企業PRが有効的(O社)

新規取引先での商談成立、既存客先とも、親交が深まった(Y社)

海外バイヤーとの商談などにより、海外への売り込みが出来た(K社)

県外からの顧客には具体的な案件持参での視察が多かった(M社)

当社ブースには今までの展示会にない集客があり、新規取引獲得に大いに影響有(IY社)

当社の展示内容について、見直しすべき内容があったが展示会サポートは満足(M社)

県外企業からの顧客が増えており、今後に期待する(IS社)

新技術開発発表の場として活用し、反応は非常に良かった(O社)

今後の地域ネットワーク作りに大いに役立つ(YD社)

これまでの研究成果発表の場とし、海外を含め多くの来場者と関心を持たれた(T社)

5. 出展企業開催アンケート(効果評価)

短期的ではあるが、効果有・効果に欠けた等の評価をコメント形式で記載

■効果に欠けたが、今後の課題などを見つけたなど

既存・新規ユーザの名刺などあるが、フォロー不足による新規客先が確保できず、課題となる(SD社)

出展の費用が高く、効果は今ひとつ(N社)

当社の展示内容について、見直しすべき内容があったが展示会サポートは満足(M社)

地域外の来場者が年々減少している感じで、新規受注のビジネスチャンス減、展示会の活気の冷え込み感、有(N社)

ブース展示方法についてインパクトを与えるような工夫が必要(SC社)

来場者数が思っていたより少なかった(NS社)

自社の技術の必要性を感じた(H社)

集客数にも表れているように多少マンシエリ化になってきている(K社)

自社の取り組みについて、より戦略的なPR展開が必要(NU社)

県外のエンドユーザをターゲットとしているために投資額に見合った成果無(K社)

6. 総括と今後の課題、取り組み

■ ミニ商談会

良かった点

- (1) ミニ商談会における事前準備に措けるマッチング活動は有効的である。
- (2) 企業PR・ひとわざ(一技)シートは、商談企業は基より支援NPOにおいても有益情報となる。
- (3) 医療関係を一つのターゲット、商談機会は総じて高いものとなる。

今後の課題、取り組み

- (1) 自動車関連における商談に大物・設備投資が多く、消極的なものとなるが、地域工業の状況を理解する。
- (2) ユニット化へのビジネスモデル要求が高く、その構築とコーディネート機能の拡充が今後のビジネスチャンスを拡大する。

6. 総括と今後の課題、取り組み

■ 海外バイヤ - 商談会 (JETRO主催)

良かった点

- (1) ミニ商談会事前準備と同様に企業PRシートによる商談企業を選択した事でミスマッチングは大幅減となる。
- (2) 展示参加企業以外の企業も応募し、活発な商談となる。
- (3) 海外客先との新規ビジネス、拡販活動に発展して来た。

今後の課題、取り組み

- (1) 中小企業の中には、コミュニケーションの障害から海外取引に消極的なところが多く見られ、これらの支援体制が求められる。
- (2) 支援機関と地域ADとの連携強化が、継続的サポートを可能とし、より効果的なビジネスに発展出来る。

6. 総括と今後の課題、取り組み

■ 招聘企業メッセ展示評価、工場視察

良かった点

- (1) 第三者の展示ブース評価は“出展社の強み・改善点”を明確にすることが出来、今後の取り組みで多いに役立つ。
- (2) 大手企業からの事前調査、企業・工場視察において、試作部門の開拓や業容拡大対応や諏訪圏地の利の活用で来訪・調査。
- (3) 招聘企業の自社製品・ユニット・部品を公開し、諏訪圏企業の技術・加工でのシ-ズ & ニ-ズについて調査要望有り。

今後の課題、取り組み

- (1) 地域企業間の連携による“ユニット受注”へのニ-ズが極めて高く、ビジネス拡大に繋がる。
- (2) 海外(中国など)で出来ない加工技術や特長を生かし、自社の強みをアピ-ルする努力が必要。

6. 総括と今後の課題、取り組み

■ 展示活用セミナー -

良かった点

- (1) ものづくり推進機構のADによる“手作りセミナー - ”を企画し、顧客目線での展示を目指した「ワンポイントアドバイス」は、参加企業の展示意識に変化をもたらす。
- (2) 前年に出展した自社の展示ブース写真やコメントが改善に役立ち参加企業のブース評価は、全体評価との優位差を見るのに良い。
- (3) 何をを目指すのか、何を売りにするのか、話題は何か・・・等で工夫するような取り組みとなる。

今後の課題、取り組み

- (1) 自社理由による取り組み不足が反省としているところが多い。
- (2) 展示費用等の関係から、前年と同様な展示となっている。
- (3) 本活動を数年継続しながら、全体のレベルアップを目指す。

6. 総括と今後の課題、取り組み

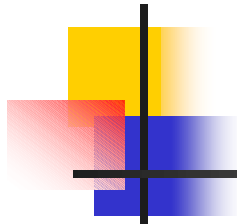
■ 出展企業開催アンケート評価(詳細は長野経済研究所 資料参照)

良かった点

- (1)メッセ開催のビジネス効果は、新規顧客の開拓、案件・サンプル評価など多くのコンタクトと継続があり、出展企業の多くに手ごたえ有り。
- (2)県外企業による図面持参での来訪など、目的が明確である。
- (3)企業PRや新技術開発発表の場として、極めて有益である。

今後の課題、取り組み

- (1)自社のフォロー - 不足による新規顧客獲得に至っていない。
- (2)県外エンドユ - ザ - 獲得を目指していたので対費用効果が薄い。
- (3)展示ブ - スにインパクトが与えられなかった。(他社を参考にして)



諏訪圏工業メッセ2010

『ビジネス評価、速報』



**次回、第10回に向けた取り組みへ
スタートとなります**

本報告はビジネス視点での纏めとし、メッセ全体の経済効果、来場者アンケート調査からの開催効果の取り纏めは長野経済研究所による。

2010年12月2日(木) 第4回 実行委員会

諏訪圏工業メッセ2010実行委員会事務局
推進本部(NPO諏訪圏ものづくり推進機構)