

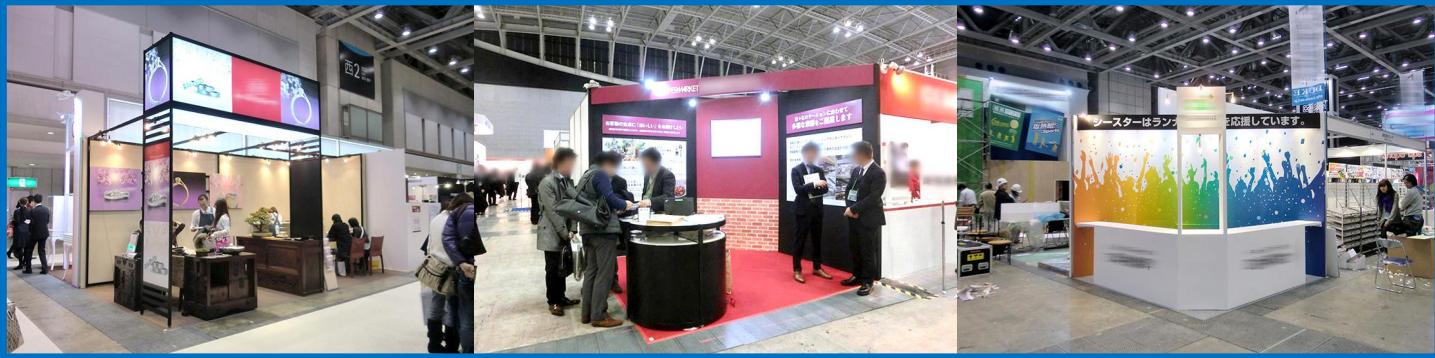
予算に限りがあるって戦える！
がんばる中小企業のための

展示会！ ミニブースで集客する成功作戦!!!



こんな方におすすめ！

- ①カッコいいブースを作ったのになぜかお客様が来ない！
- ②大きな会社でないので予算が限られている！
- ③展示会は初めてなのでどう手をつけていいかわからない！



人気の秘密

①人が集まるブース装飾のご提案をいたします。

スペシャルイベントはお客様が抱える問題やご要望などを具体的に把握するために、まずは徹底したヒアリングをおこないます。

②デザインから施工撤去までを一貫請け負い！

限られた労働時間を無駄にしたいため、展示会装飾に関わるすべてをお引き受けできる体制を整えております。。

③迅速なご対応

お客様の大切なお時間を無駄にしないために、迅速な対応を心がけております。

株式会社 SPECIAL EVENT 担当者：渡辺・伊藤

03-3800-9099

〒116-0012 東京都荒川区東尾久5丁目29番4号

<http://specialevent.jp/>

スペシャルイベント

検索



予算に限りがあるって戦える！
がんばる中小企業のための

ミニブースで集客する成功作戦!!!

《大前提》

中小企業はカッコいいだけブースを作っても、
お客さんはやってこない!!!

(よくあるイメージ)

大企業はカッコいいブースだからお客さんがやってくる。

⇒NO！大企業はカッコよくしなくとも実はお客さんが集まります。

TVCM、ネット、雑誌などによる認知度、大量のDMによる集客、何百人といいる営業部隊による直接のご案内の成果です。

(例) 大企業の出展目的

- ①主催との付き合い出展しているだけ
- ②予算消化
- ③広告戦略の一部としてメッセに出展しているだけ。

つまり

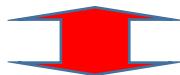


展示会出展という点において、大企業のブースは私たち中小企業の参考にならない。のです。

現実的な事実

『集客面』

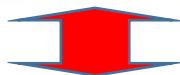
(ダイキギョー) 社名(知名度)があるので、カッコいいブースだけで大勢のお客が集まってくる。



(中小キギョー) お客様としては、無名だから何を取り扱っているのかわからない。そのため警戒して近づかない。

『ブース製作予算』

(ダイキギョー) 大きいブースを作ると 300~1000万



(中小キギョー) およそ20万~80万くらいが中心

【結論】大企業と同じように、お金をたっぷりかけたカッコいいブースだけを作っても、お客さんはやってきません。

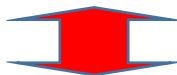
予算に限りがあるって戦える！
がんばる中小企業のための

ミニブースで集客する成功作戦!!!

中小企業でも戦える！ミニブース成功作戦

①お客様にとっての利益（ベネフィット）になる
キャッチコピーを『看板』に掲げよう！

≪前提≫ お客様の視点
(ダイキギョー) 社名やロゴだけでベネフィットになる。お客様が集まる!!



(中小キギョー) 社名やロゴだけでは、ご来場者様に無視される。。。。。

あなたの
チャレンジポイント1
『このブースは何を取り扱っているのか？』をはっきり表現する

チャレンジポイント2
『その商品・サービスから得られる良い効果、利益（ベネフィット）』をキャッチコピーや短い文章にする。

チャレンジポイント3
上記を踏まえて、看板パネルの位置や内容を設計する。

①来場者に無視された看板

- パーティー用品 ひとすじ30年 ●

ワタナベ玩具コーポレーション（株）

②来場者的心にとまりやすい看板

- 宴会幹事さんに朗報です！ ●

bingo・カラオケよりも絶対盛り上がる！

全員参加型最新イベントマシン

首都圏500社の懇親会でご好評いただきました！

ワタナベ玩具コーポレーション（株）

予算に限りがあるって戦える！
がんばる中小企業のための

ミニブースで集客する成功作戦!!!

中小企業でも戦える！ミニブース成功作戦

②展示商品は1つ（テーマ・ジャンル）で勝負!!!!

全ての自社商品を展示会場に持ち込むのは得策ではありません。

「このブースは一体何を扱っているのだろうか。。。」とご来場者様を迷わせるだけです。例えば夏祭りのオマツリ屋台を思い出してください。

ズラーと立ち並ぶ縁日屋台はすべて「たこやき」「やきそば」「わたあめ」などの1品（逸品）勝負です！だからこそ、数10メートル以上離れた遠くからでも、お客様は「あ!!射的だ!!やろう!!!」とオマツリ屋台に近づいてくれるのです。

「なんでも屋台」では勝負にならないです。



③通路側に商品の展示をしよう!!

ブース前を歩く来場者さんは

「売り込まれたらめんどう。。。」

「ブース内に入ると勧誘で長引きそうで嫌だなあ。。。」

という気持ちが強いです。

《前提》来場者はブース内に入ってこない事を前提にレイアウトしよう！

ダイキギョーでない無名店は、
店頭での商品アピールこそが
商売繁盛の大きなカギになるのです。



予算に限りがあるって戦える！
がんばる中小企業のための

ミニブースで集客する成功作戦!!!

展示会出展に必要な予算とは

- ①ブース装飾費（ブース製作費 + 2次側電気工事費を含む）
- ②電気工事代（1次側の電気供給幹線工事費と電気使用料）
- ③展示会主催者へ支払う出展料
- ④その他（交通費・宿泊費・コンパニオン手配費・展示品等の運搬費など）

ブース装飾費の目安

中小企業に多い1小間～2小間のブース装飾費を目安にご案内致します。

※展示会によっては1小間を0.5小間、2小間を1小間と表記しているケースもあります。

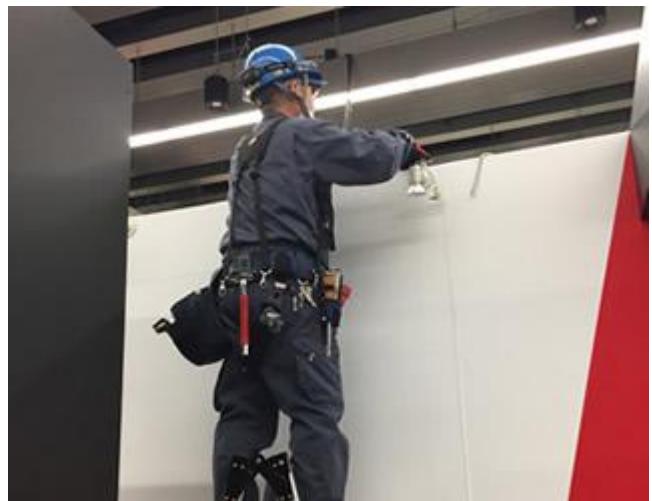
1小間（3m×3m）もしくは（3m×2.7m）のブース装飾平均予算は
20万～30万前後です。安いもので15万程度。上は50万あたりになります。

2小間のブース装飾平均予算は30万～50万前後です。安いもので25万程度。
上は70万あたりになります。

※1次側電気工事とは：展示会場の床下を走る電線を各ブースへ配置しブレーカー設置までの電気工事のこと。この工事は展示会主催者が手配する電気工事会社が行います。

※2次側電気工事とは：ブースのブレーカーから先の電気工事、例えば照明器具やコンセント、分電盤の設置など。

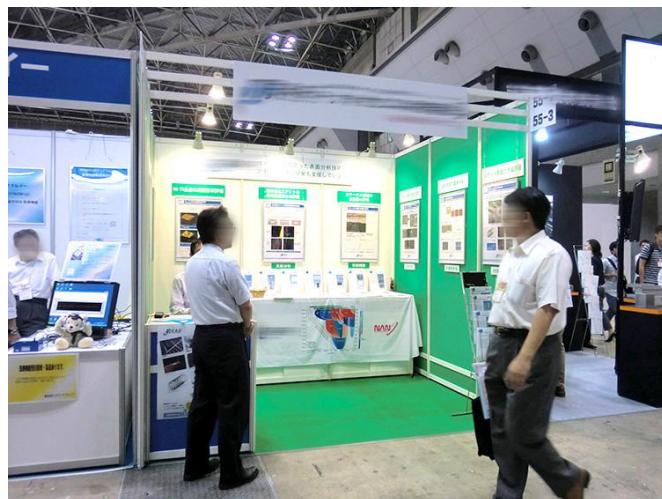
2次側電気工事はブース装飾業者が手配する電気工事会社が行うことが多いです。



予算に限りがあるって戦える！
がんばる中小企業のための

ミニブースで集客する成功作戦!!!

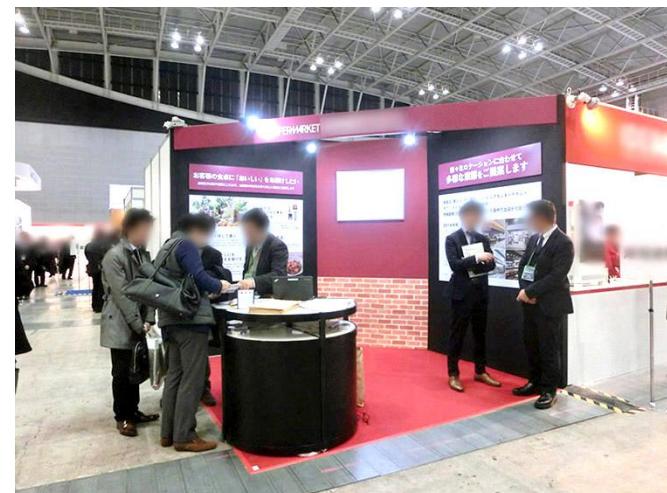
▼1小間20万円台～のブースイメージ



予算に限りがあるって戦える！
がんばる中小企業のための

ミニブースで集客する成功作戦!!!

▼1小間30万円台～のブースイメージ



予算に限りがあるって戦える！
がんばる中小企業のための

ミニブースで集客する成功作戦!!!

▼2小間40万円台～のブースイメージ



▼2小間50万円台～のブースイメージ



予算に限りがあるって戦える！
がんばる中小企業のための

ミニブースで集客する成功作戦!!!

これら平均予算は下記の基本的な項目はすべて含まれます。

- ①壁面
- ②床面
- ③看板（サイン含む）
- ④2次側電気工事費用（照明器具含む）
- ⑤展示台

上記以外のオプション例

- ①特別仕様の展示台製作（例：展示台を木工でカッコいいものにしたい）
- ②特別なサインの製作（例：LEDチャンネルの文字電飾看板）

そのほかに問い合わせの多いコンテンツ

- ①ノートパソコンやiPad
- ②英語を話すことのできるコンパニオン
- ③会期中に来場者へ配布するノベルティ（粗品）手配
- ④観葉植物

展示会出展料の目安

幕張メッセ、ビッグサイト、パシフィコ横浜では様々な展示会が開催されます。さて、それらの展示会にブースを出すためにはどのくらいの出展料が発生するのでしょうか？出展料は主催会社によってさまざまです。

安いもので1小間5万円。高いものでは1小間45万前後というものもあります。

その違いはズバリ『展示会の集客力の違い』なのです。

予算に限りがあるって戦える！
がんばる中小企業のための

ミニブースで集客する成功作戦!!!

木工ブースとシステムブースのあれこれ

ブース製作の選択の場合、大きく分けて「木工ブース」と「システムブース」の2パターンに分かれます。それぞれ、長所と短所は表裏一体。
一方の長所はもう一方の短所となりますので、
目的にあわせてお選び下さい。

システムブースの長所と短所

長所①既存のブースパーツを使うので安価。短時間で作ることができます。
長所②既存の部材を組み合わせて製作するため、廃材が出にくいため環境にやさしい。

短所①オリジナルの形状や寸法指定などの製作は無理。

短所②こだわりの装飾演出要素は全然無い。



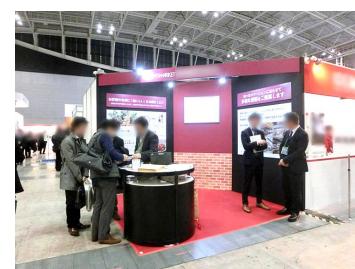
木工ブースの長所と短所

長所①木材を加工して製作するので、自由度が高い。個性高級感などもしっかり演出できる。

長所②壁紙による演出も可能。

短所①システムブースの1.5~2倍のお金がかかります。

短所②新規に木材を加工して製作するので、展示会終了後は廃棄してゴミになるため環境に悪い。



結論としては、
できるだけ小予算でブースを作りたい場合は、
『システムブース』をお勧めします。

予算に限りがあるって戦える！
がんばる中小企業のための

ミニブースで集客する成功作戦!!!

よくある失敗する展示ブース装飾の発注業者さんの選び方

例①地元で有名な広告代理店

例②見積りが安い業者

例③センスがよさそうな会社

例④親切そうに見える業者

【断言！】

中小企業の展示会出展目的とは！ 《集客》が90%です!!!!

※他10%として、

(例) お得意様からの付き合い。試作品のアンケート。自社商品のアピールなど。

『集客できるブースを提案製作してくれる展示装飾会社』を選ばない場合、あなたは失敗する可能性が高くなります。

最後に、展示会準備のスタートは遅くとも3ヶ月前には始めてください。
そして下記の3つのポイントをじっくりと展示会イベント製作会社とすり合わせをして、取り組んでください！

①『ベネフィットがしっかり伝わるキャッチコピー』を考えましょう！

②時間をかけて来場者様の心に引っかかる
看板やパネルを作りましょう！

③『自然と足がブースへ進む』『自然と商品を手にする』などのレイアウトと動線を設計しましょう！

この3つのポイントを押さえれば、
小予算のミニブースでも、集客できるブースを作ることができます。

さあ、これまでの『カッコいいだけのブースづくり』にとらわれるのではなくやめて、みなさんができるることを最大限生かして、一緒に貴社の展示会を成功させましょう！