

中小製造業向け展示会出展戦略セミナー

講座	内容
第1講座	<p>展示会の最新トレンドと中小製造業の展示会出展の勝ち筋</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 中小製造業の展示会最新トレンド ▶ 展示会の出展方法別、成功パターン ▶ 「ブース設計・デザインが大切」というよくある展示会の誤解 ▶ 年1回の大型展にリソースを集中させる「一点突破戦略」 <p>株式会社船井総合研究所 製造業支援部 製造業グループ 阿部 迅馬</p>
第2講座	<p>展示会出展の成功の8割を決める「事前準備」「事後追客」</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 自社が勝てる「ブルーオーシャン展示会」の選び方 ▶ 中小製造業が取るべき後追いの仕組み ▶ 事例企業の展示会出展の取り組み <p>株式会社船井総合研究所 製造業支援部 製造業グループ 阿部 迅馬</p>
第3講座	<p>本日のまとめ：展示会出展戦略を自社に落とし込むために</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 展示会出展で成功している企業の共通点 ▶ 展示会出展で新規開拓を行うために、今経営者が取り組むべきこと <p>株式会社船井総合研究所 製造業支援部 製造業グループ マネージャー 奥内 拓海</p>

開催日時

2026年 **6月3日水** 2026年 **6月12日金**
13:00～15:00 (ログイン開始: 開始時刻30分前～)

開催方法

オンライン開催

お申込み期日

銀行振込み : 開催日6日前まで
クレジットカード : 開催日4日前まで
※祝日や連休により変動する場合がございます。

受講料

一般価格 税抜10,000円 (税込11,000円) / 一名様 会員価格 税抜8,000円 (税込8,800円) / 一名様

※会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法



【QRコードからのお申込み】

右記QRコードからお申込みください。



【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/140309>
船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)の右上検索マークから「140309」をご入力検索ください。



【お問い合わせ先】船井総研セミナー事務局 E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000 (平日9:30～17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。 ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

1～2小間で出展している**中小製造業界**向け

参加者特典

現場の負担を最小限に抑え、
抜け漏れを完全防止!
出展準備マニュアル
をプレゼント



オンライン配信

2026年 **6月3日水**
2026年 **6月12日金**

完全攻略

展示会

- 装飾費をかけないと**
他社に埋もれてしまい成果が出ない…
 - 大手企業との成約は運次第で、展示会はあくまで
認知度アップになればよい…
 - 名刺を100枚集めた。
これだけあれば受注も生まれるだろう…
- それすべて誤解です!**

今の**倍以上の商談**を生む**中小製造業**の展示会の戦い方とは…

展示会成功事例は中面でご紹介!

中小製造業向け展示会出展戦略セミナー

主催

サステナグロースカンパニーをもっと。
Funai Soken

株式会社船井総合研究所 〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階

お問い合わせNo.S140309



当社ホームページからお申込みいただけます。船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索マークから「お問い合わせNo.」を入力ください。

140309

成功する展示会と失敗する展示会を徹底解説!



センスや根性論を廃し、「仕組み」で成果をコントロールする方法とは?

1 本セミナーで学べること



- ✓ 自社の技術・製品が競合に埋もれず、大型展でも最も必要としてくれる顧客に出会える一点突破の戦略
- ✓ 成功の8割を決める「事前準備」「事後追客」
- ✓ 「3C分析」フレームワークを用いた、自社が勝てる「ブルーオーシャン展示会」の選び方
- ✓ 営業リソース不足を解決する、中小企業でも大手企業並みのフォローを実現する「後追い自動化」体制
- ✓ 商談・受注を後追いすることで投資対効果を見える化する仕組み

2 投資対効果を最大化する成功パターン

大手企業が集まる大型展示会へ出展し「**一点突破戦略**」
大手1社の口座開設で投資を回収する

※一点突破戦略とは…小さい展示会への分散投資をやめ、年1回の大型展にリソースを集中させる戦略

ここがポイント!

「ニッチ」な展示会への出典

「例年通りだから」「有名だから」といった理由だけの出展で成果を出すのは困難です。市場ニーズと自社の強みを合致させ、ターゲットが確実に集まる「ニッチ」な展示会を戦略的に選定。受注から逆算した戦略的な選定で、全国のあらゆる選択肢から「勝てる展示会」を導き出し、投資対効果を劇的に高めます。



自社の強み・出るべき展示会を見極めて、成功した事例!

「とりあえず出る」という状態から、自社の強みと成長市場に合致した大型展示会への「一点集中」へシフト。
結果、わずか1回の出展で過去数年分を凌駕するリード獲得を実現! A社(表面処理加工業)

大型展示会から、ターゲットが鋭角な「ニッチな展示会」へと予算を集中投下。単なる出展に留めず、
事後の徹底したリードフォローを仕組み化したことで、商談発生数を最大化! B社(大型製鉄業)

3 展示会成功のためのステップ

00 自社の強み・価値の明確化

まず最初に行うことは、自社の強み・価値の再定義です。展示会は各展示会ごとに来場者、つまりはターゲットが変わります。自社が提供できる価値とターゲットが求めていることこのマッチングが重要です。また、同じ出展社との差別化を行うことも重要ですので、予め自社の強み・価値を再定義する必要があります。



01 勝てる展示会選定

3C分析に基づくニッチな展示会選定を行います。自社が勝てる「ブルーオーシャン市場(展示会)」を選定する必要があります。



02 事前出展告知の徹底

来場者のほとんどが事前に、目的の出展企業を決めて訪問します。自社出展ページの充実、会社サイトなどでの事前告知、チラシを活用した営業での告知、メールを活用した告知が重要です。



03 後追いシステム構築

展示会名刺のデジタル化・管理を行うための名刺管理ソフトの導入。名刺情報に対して、一斉メールを送るメールソフトの導入。メールの開封結果や事後アプローチ履歴を顧客情報と紐づけるCRMシステムを導入し、自社にどのくらい興味があるのかを見える化を行います。



04 訪問アポの取り付け

待っているだけでは案件は中々生まれず、受注もできません。大切なのは、見込み度合いの高い企業から、こちらからアプローチ=架電を行うことです。訪問アポの取り付けを目標に、アプローチを行います。リソースが限られる場合は、外注(インサイドセールス)の実施も候補になります。



参加者特典

現場の負担を最小限に抑え、**出展準備マニュアル**をプレゼント
抜け漏れを完全防止!

