

コロナ禍で加熱するマーケティングのDX化、 展示会出展も完全オンラインで発注する時代に。

コロナ禍を経て顧客接点がオンラインに切り替わり、顧客情報のデジタル化が進むことでマーケティング活動そのものが変化する今も、オフラインで開催される展示会の需要は変わらず高い。株式会社博展では、特に展示会市場の多くを占める小さいブースサイズの企業を狙い打ちした展示会DXサービスを提供。今年10月、サービス開始から最多の受注件数を記録した。その裏側にはオフライン展示会業界では類を見ないDXの推進があった。

コロナ禍でマーケティングのDXは進んだ、 イベントのDXも進んだ

TVCM枠や印刷のオンライン化など、マーケティングツールのオンライン化が進んで久しいが、このコロナ禍では展示会、セミナーなども進んだ。一方でリアル開催される展示会においては手法ではなく、出展社側の注文方法においてオンライン化が進められている。



24時間365日オンラインで展示会 ブースを発注「パケテン」

シミュレーションを見ながら、担当者が自分で
ブースに必要な備品を配置していく。
必要な情報を入力して申し込みをして、
会場に行けば注文したブースができあがっている。

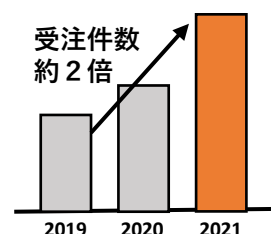
コストと工数をかけないため、本来重要な コミュニケーション施策に注力できる

これまでの展示会は見た目のインパクトなどが求められた。博展を始め施工会社はコミュニケーションを軸に提案することで効果を高めていたが、それが今や当たり前になっている。企業担当者がコミュニケーションをデザインすることも増え、サイズの小さいブースは最低限の機能が求められるように。

展示会の開催は復調、トレンドはたくさん数を回すこと

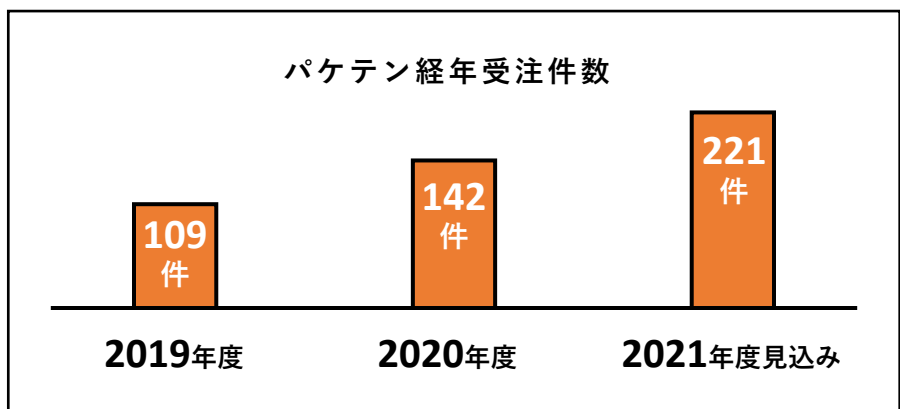
コロナの影響でリスク回避の意味合いも含めて、1展示会に出すブースサイズを小さくし、より多くの展示会に出展する企業も少なくない。

結果として規模が縮小された展示会市場
においても過去最高の売上額を記録



参考データ

『パケテン』の売上推移について



ほかの展示会サービスとの比較

	パケテン	主催社パッケージブース	オリジナルブース
価格 / プラン	◎ 10万円から (備品の選択肢が多い)	○ 10万円台 (備品の選択肢が少ない)	△ 時価
事務局申請代行	◎ あり	△ なし	○ 施工会社によりけり
ブース発注方法 / サポート	◎ オンライン+熟練スタッフが 電話・メールでサポート	△ FAX / メール	○ 電話 / 打ち合わせ
ブースのカスタマイズ性	◎ パッケージプランから選択	△ なし	◎ ゼロからオーダーメイド
リピーター向けサービス	◎ 見積もり、発注履歴を データで保持	△ なし	○ 属人

顧客アンケートから得られているお客様の声

展示会名：healthTECH JAPAN、業種：精密機械、Z社様

出展前の情報等、アドバイスをお聞かせいただきありがとうございました。弊社の展示会準備がいつも少人数対応であるため、出展を決めてから迷うことなく準備に取り掛かることが出来感謝しております。担当者の方が迅速な対応をしてくださったので負担なく出展できました。

展示会名：関西機械要素技術展、業種：製造、A社様

今回グラフィックプランを利用しバナーを製作して頂きました。弊社の強みを打ち出したことでブースに来ていただいた方がスムーズにお話が出来ました。今までは『何やってる会社なの?』から始まるが多かったので一定の効果がありませんでした。次回出展時お願いしたいです。

株式会社博展について

代表者：代表取締役社長 田口 徳久

所在地：〒104-0045 東京都中央区築地1-13-14 NBF東銀座スクエア9階

設立：1970年3月

事業内容：体験価値の創造を通じて、企業・団体のコミュニケーションをデザインしています。

▼公式サイト

コーポレートサイト：<https://www.hakuten.co.jp>

クリエイティブサイト：<https://www.hakuten.co.jp/content/creative>

これからの“顧客体験”を考えるオンラインメディア：<https://www.think-experience.com>

サステナブル・ブランド ジャパン：<https://www.sustainablebrands.jp>

▼お問い合わせ先について

株式会社 博展 事業統括局 中田（なかた）・林（はやし）

E-Mail：info-marketing@hakuten.co.jp