

展示会で“成果を出す企業”が最初にやっている

# 小間ブース設計



# 情報設計

## 実践ガイド

初出展  
小規模出展  
でも

商談につなげるための具体策

商談・新規開拓を目的とした展示会出展担当者様向け



# ▶ はじめに | この資料でお伝えしたいこと



-展示会で成果が出ない本当の理由

## よくある誤解

デザインを良くすれば、  
きっと成果が出る！



デザインさえ良ければ選ばれる！は、

大きな**誤解**です！



-デザイン以前に“設計”がある



# ▶ 目次

## 01 コスパの良いレイアウト例

- 01 限られた小間でも  
“商談が生まれる”配置とは
- 02 レイアウト例①
- 03 レイアウト例②
- 04 レイアウト例③

## 02 3秒で伝わる情報設計テンプレート

- 01 “何の会社か分からぬ”を防ぐ設計法
- 02 全体設計
- 03 基本情報
- 04 このテンプレートの効果

## Point 情報量が多い場合の整理ルール

## 03 初出展で避けるべき5つの落とし穴

- 01 落とし穴①
- 02 落とし穴②
- 03 落とし穴③
- 04 落とし穴④
- 05 落とし穴⑤

## 04 まとめ | 成果を出す展示会に 必要なのは「正しい設計」

## 05 最後に | 次の一歩

## なぜ“レイアウト”で成果が大きく変わるのであるのか

### 成果が出ない展示会ブース の共通点

#### NG よくある失敗 レイアウト

- × 通路側から中が見えない
- × 情報がブース奥に集中
- × 装飾は多いが意味が伝わらない



- ✖ 誰向けのブースか分からぬ
- ✖ 何をしている会社か伝わらぬ
- ✖ 立ち止まる理由がない
- ✖ 商談導線がない

## なぜ“レイアウト”で成果が大きく変わるのはか

展示会ブースの成果は、広さや装飾の豪華さではなく“設計”で決まります。

### OK 商談が生まれる レイアウト

✓ 通路側から一目で内容が分かる

✓ 立ち止まる“きっかけ”がある

✓ 無駄な装飾なし



1小間

来場者の視線

通路からの  
見え方

立ち止まる  
“理由”

を どう作るか  
が重要です。

## 01 レイアウト例① | 王道・商談特化型レイアウト

### 特徴

- ✓ 通路側を開放し、入りやすさを重視
- ✓ 壁面に「一番伝えたい価値」を集約
- ✓ 奥に簡易商談スペースを配置

### 向いている業種

- ✓ BtoBメーカー
- ✓ 製造業
- ✓ IT・システム系

### ポイント

- ! 装飾を増やさず、情報を絞ることでコストを抑制
- ! 商談率を優先した設計



## 01 レイアウト例② | 視認性重視・新規開拓型

### 特徴

- ✓ 高さのあるサインで遠くから認識
- ✓ 商品や強みを「一覧化」
- ✓ 短時間で理解できる構成

### 向いている業種

- ✓ 食品
- ✓ 消費財
- ✓ 複数商材を扱う企業

### ポイント

① “全部説明しない”勇気がコスパを高める

# インターべット東京

4小間



## 01 レイアウト例③ | 最小予算・初出展向け

### 特徴

- ✓ 壁面 + 簡易展示のみ
- ✓ 情報設計に全振り
- ✓ 施工費を最小限に

### ポイント

- ! デザインより「考え方」で成果を出す
- ! 初出展でも失敗しにくい





## “何の会社か分からぬ”を防ぐ設計法

“3秒”

来場者がブースを見る時間は

多くの出展社が陥る失敗が、  
“伝えたいことを詰め込みすぎる”ことです。

重要なのは、3秒で“自分に関係ある”と判断してもらうこと。



# 成果を出す企業の考え方



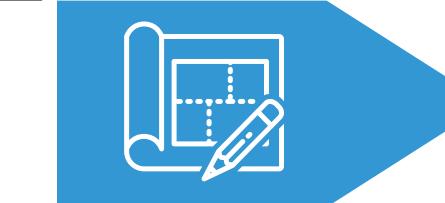
出展**目的**の明確化



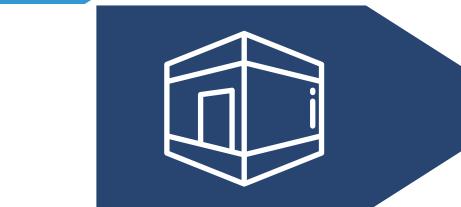
ターゲット設定



**情報**設計



レイアウト設計



デザイン・装飾

### ① 誰向けか ターゲット明示



例

- ✓ 製造業の品質管理担当者様へ
- ✓ 食品工場の省人化を検討中の方へ

### ② 何ができるのか 提供できる価値



例

- ✓ 検査工程を30%短縮
- ✓ 属人化を防ぐ仕組みを提供

### ③ どう違うのか 選ばれる理由



例

- ✓ 導入実績〇〇社
- ✓ 現場ヒアリングから設計



## このテンプレートの効果



説明前に  
“選別”ができる



商談につながらない  
来場者対応が減る



スタッフの説明が  
楽になる

## ▶ Point!



### 情報量が多い場合の 整理ルール

! 情報を削る 基準

! “伝えない勇気”の考え方

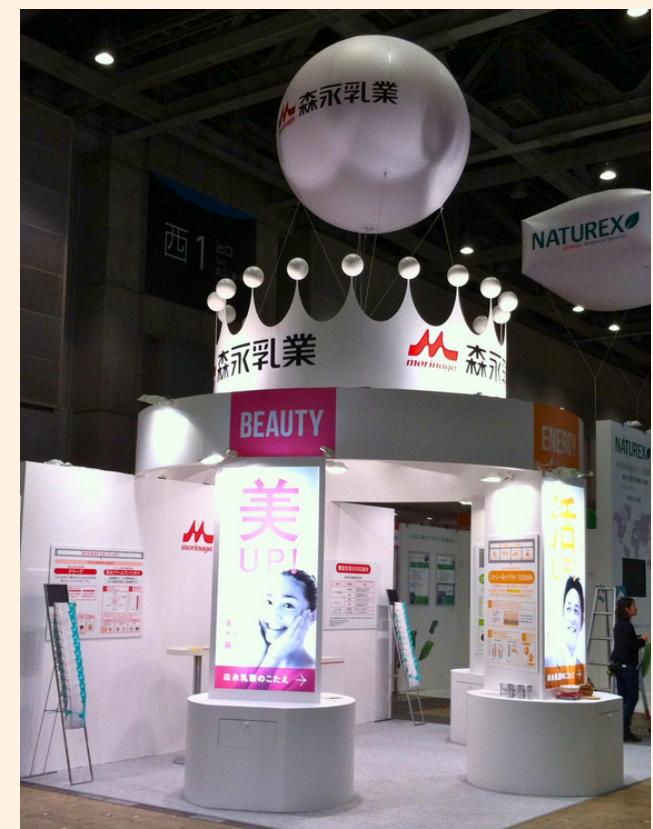
#### NG 情報過多ブース

- ✖️ 壁一面に細かい説明文
- ✖️ 情報が奥にも左右にも散乱
- ✖️ 視線が定まらない



#### OK 整理されたブース

- ✓ 情報が少ない
- ✓ 大きな見出しが1つだけ明確
- ✓ 視線が自然に中央へ集まる



落とし穴①

## “とりあえず飾る”ブース設計

見た目は整っても、  
目的が不明確

来場者が行動しない

伝える情報を減らす

目的が明確なら、  
商談につながりやすい来場者が増える

来場者が行動したくなる仕掛けがある

落とし穴②

## 誰に向けた展示か決まっていない

全員に向けた展示は、  
誰にも刺さらない

3秒で『自分ごと』に  
変わら一言



ターゲットが明確なら、  
“自分に関係ある”と判断してもらえる

落とし穴③

## 説明しないと分からぬ構成

忙しい来場者は、  
立ち止まらない

説明しなくても伝わる  
“一言と配置”に



説明前に、人が止まるブースになる

落とし穴④

## スタッフ動線を考えていない

声掛けができない

声をかけやすい  
“立ち位置と通路”を  
先に設計する

商談チャンスを逃す



無理な声掛けをしなくとも、  
会話が生まれる

商談のきっかけが自然に増える

## 03 初出展で避けるべき5つの落とし穴

落とし穴⑤

### “次のアクション”を用意していない

名刺交換で終わる

名刺交換の“次”を、  
その場で提示する

展示会後につながらない

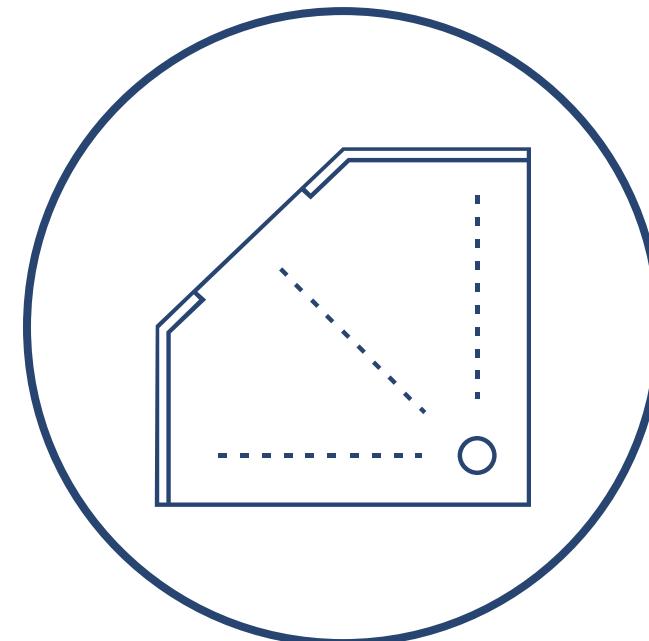


名刺交換が“起点”になる

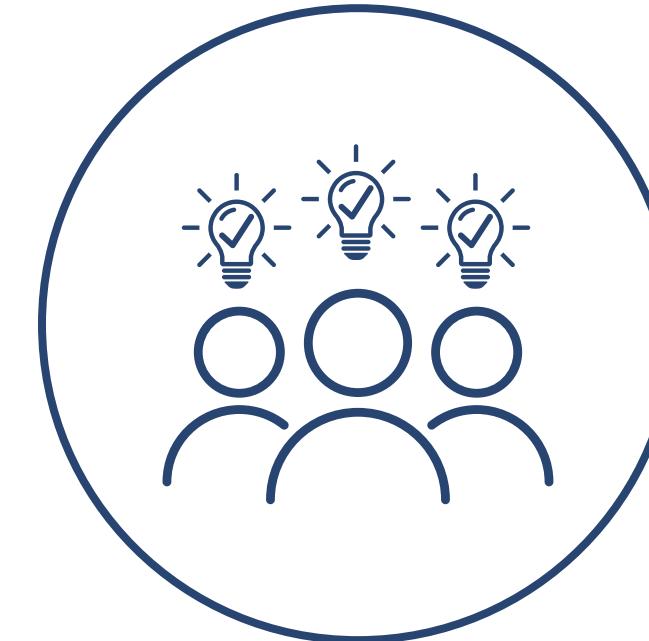
展示会後も、商談が動き続ける



**展示会で成果を出すために必要なのは、  
大きなブースでも、派手な装飾でもありません**



**目的に合った  
レイアウト**



**3秒で伝わる  
情報設計**



**失敗を避けるための  
事前設計**

# 展示会で後悔しないために まずは“相談”から始めてください

- ☑ 初めての展示会で不安がある
- ☑ 今の業者で良いのか迷っている
- ☑ 自社対応か外注か判断できない
- ☑ 予算内で最大限の成果を出したい



bros@hdt.co.jp  
03-3856-5137

(平日9:00-18:00 (土日祝除く)



無料相談・お見積もり依頼はこちら

<https://hdt.co.jp>