成果を最大化する

展示会トータルサポートサービスのご紹介

有限会社星野ディザインテック

建設業／内装仕上工事業　東京都認可　許可（般　一　6) 第159057号

HOSHINO DESIGN TECH Inc.

目次

01.会社概要

・会社情報
・経営方針
・スタッフ紹介

02.展示会出展に必勝法はあるのか？

・そもそも展示会とは
・展示会出展のプロセスイメージ
・50年以上リピート率100%を誇る星野ディザインテック
・自社に合った展示会を選ぶために

03.必勝のカギは「成功するブース創り」

・商材ごとに適した見せ方とは？
・営業の場を生む導線とは？
・ブース出展事例

04.星野ディザインテックが選ばれる理由

・代表　星野慎一による完全一元管理
・サービス導入の流れ
・その課題、星野ディザインテックにお任せください！

05.よくあるご質問

・よくあるご質問
・お問い合わせ

CONTENTS

HOSHINO DESIGN TECH Inc.

01 会社概要

■ 会社情報

HOSHINO DESIGN TECH Inc.

会社名	有限会社　星野ディザインテック
所在地	〒121-0831　東京都足立区舎人2-1-7
電話番号	03-3856-5137
FAX番号	03-3856-5138
設立	1997年11月（創立：1971年4月前身会社：星野工芸）
許可・登録	建設業／内装仕上工事業 東京都認可 許可(般 ー 6) 第159057号

経営方針

Mission

中小企業のブランド力を高め、製品やサービスを効果的に訴求する展示会ブースを創造します。

Vision

・ブランドアイデンティティの明確な表現
・インタラクティブな体験の提供
・新規顧客獲得と売上増加、ブランド認知度向上

Value

・競争力強化によるブランド力向上
・来場者体験の改善
・環境に配慮したサステナブルな取り組み

■ スタッフ紹介

星野　慎一
SHINICHI HOSHINO

代表取締役

空間ディスプレイデザイナー1級
インテリアアドバイザー認定資格
福祉住環境コーディネーター
空間デザイン心理士®
美術検定資格

■経歴

1984年　東京デザイン専門学校インテリア学科卒業

同年　　株式会社TDC入社

1985年　株式会社丹青社常駐勤務
（イベント計画部にて博覧会、展示会企画設計業務）

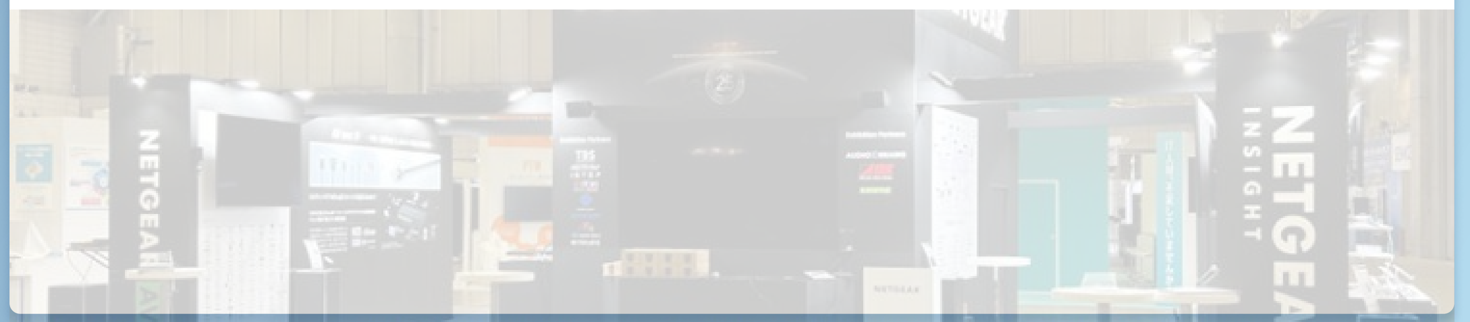
1991年　ディスプレイ年間大賞受賞
「汐留・大人のための都市型アミューズメントパーク・東京ルーフ」

1997年　有限会社星野ディザインテック設立

星野　好孝
YOSHITAKA HOSHINO

取締役

制作
現場設営管理



02

展示会出展に必勝法はあるのか？

そもそも展示会とは

出展する企業が自社の商品やサービスを来場者に紹介するイベント

出展企業

展示会毎にコンセプトが決まっており**興味を持っている人**が集まり、**直接コミュニケーション**が取れる。

自社への認知がなくても、**関連した商品を持つ企業を目当てに訪れた来場者と出会える**可能性がある。

既存顧客を展示会に招待することで感謝の意を示し**関係を深める**と同時に、新製品やサービスを紹介する機会として活用できる。

来場者

最新トレンドや市場動向など**情報収集がまとめてできる。**

自社に**役立ちそうな商品やサービス**が見つけられるかもしれない。

自社と**相性の良い提携先**が見つかるかもしれない。

展示会出展のプロセスイメージ

展示会出展の一般的なプロセスイメージ

設計
- ターゲット設計
- 目標設定
- 視察
- 出展検討〜申込
- 訴求内容設計
- ブース
  デザイン設計
- 配布物準備

出展準備
- 人員設計
- ナーチャリング体制
- 事前広報
- 搬入準備

会期中
- キャッチ
- 商談
- 名刺取り込み
- 振り返り／改善

展示会後
- 後日商談
- 後追い
- ナーチャリング
- 名刺取り込み
- 振り返り／改善

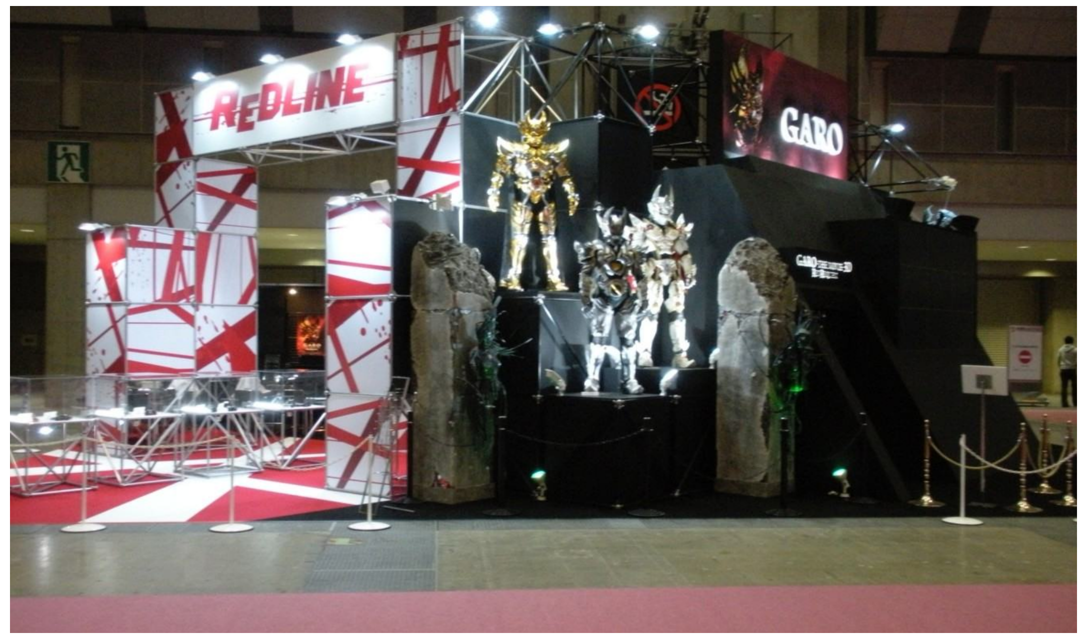
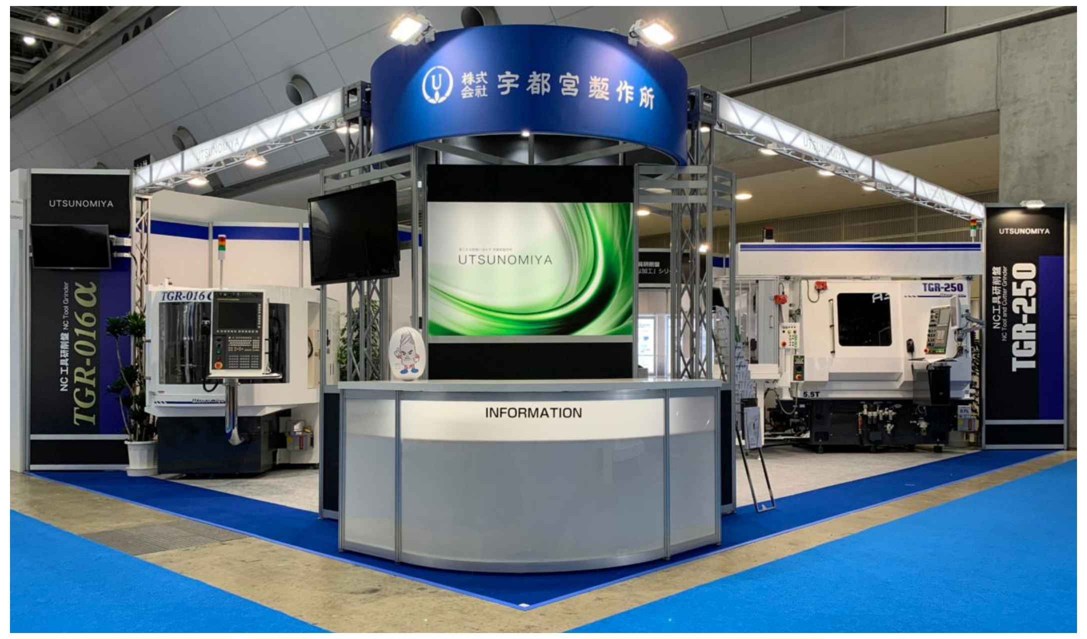
50年以上リピート率100%を誇る星野ディザインテック

業種業態を問わず多彩なサポート実績と、50年以上に渡りリピート率100%を誇る星野ディザインテックの**「成功ノウハウ」の一部を公開！**

Beauty
Health
Active
森永乳業

THK
THK免震

récolte
Lumière
VIVA

Mog Wan

REDLINE
GARO

宇都宮製作所
INFORMATION
TGR-250

奉行クラウド

稲穂や

TOKYO 東京
SPECIALIZED WAY
THE FUTURE IS HERE
2018
SEP. 15-16. 2017

自社に合った展示会を選ぶために

展示会選びのポイント

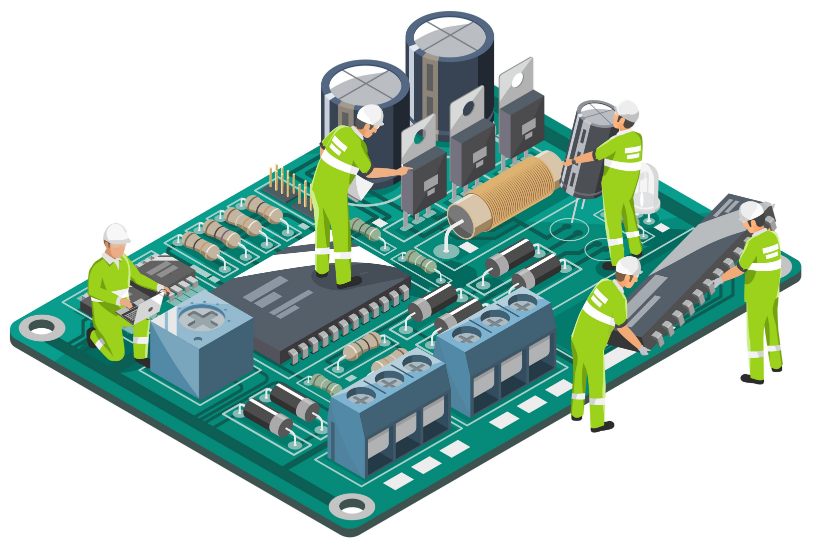
1. 自社のターゲットが来場しそうなテーマか
2. 競合他社の多くが出展している展示会か
3. 集客しやすい出展小間の「場所」を選ぶ

1 自社のターゲットが来場しそうなテーマか

HOSHINO DESIGN TECH Inc.

自社の参加目的・ターゲットを明確にし、どんな方が来場するテーマの展示会か？

例）半導体製造A社の場合



1 展示会に参加する目的を明確化

目的の明確化

新規顧客獲得、既存顧客との関係強化、技術情報の共有など、具体的な目標を設定します。

2 自社の製品やサービスを求めるターゲットの明確化

ターゲット

半導体エンジニア、技術者、購買担当者などです。

①セミコン ジャパン (SEMICOM Japan)　②国際電子回路産業展 (JPCA Show)　③半導体・センサ パッケージング技術展

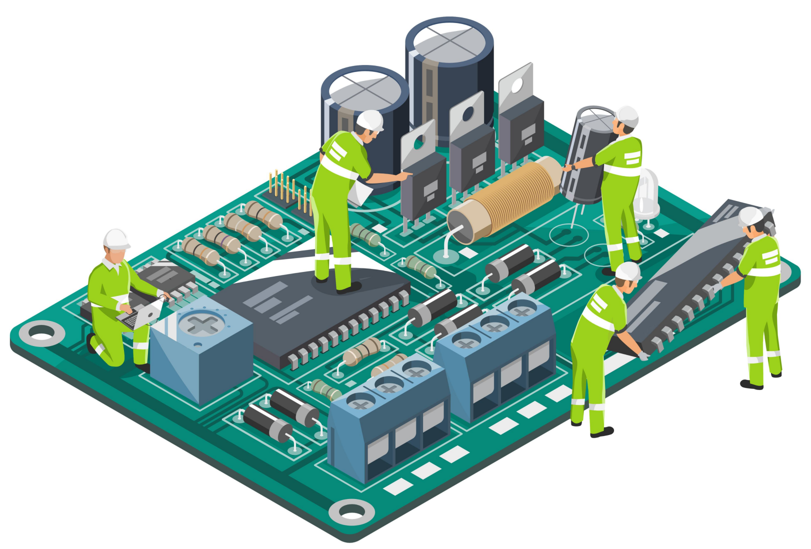
② 競合他社の多くが来場しそうなテーマか

競合他社が出展する展示会はターゲットの含有可能性が高いか？

競合他社というと「敵」のようなイメージを持ってしまいがちだが、

展示会ではむしろ**競合が出ている**＝ターゲットと会える**良い展示会のバロメーター**にもなる。

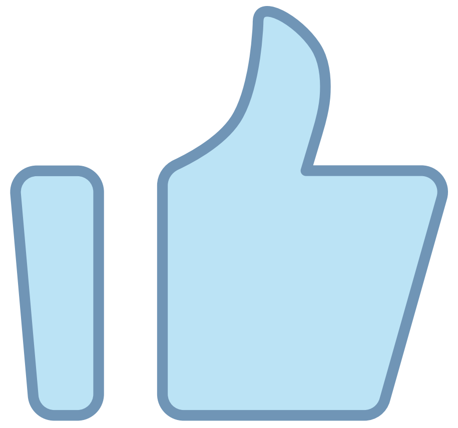
例）半導体製造A社の場合



提供可能な商材カテゴリ

- ①半導体デバイス
- ②プロセス技術サービス
- ③パッケージング技術

関連の企業出展の
可能性あり！



ターゲット含有
可能性大◎

3 集客しやすい出展小間の「場所」を選ぶ

HOSHINO DESIGN TECH Inc.

多くの場合、場所は出展者側で自由に選択できるので、なるべく**人の流れが多い所**がおすすめ

大通り付近
集客度：★★

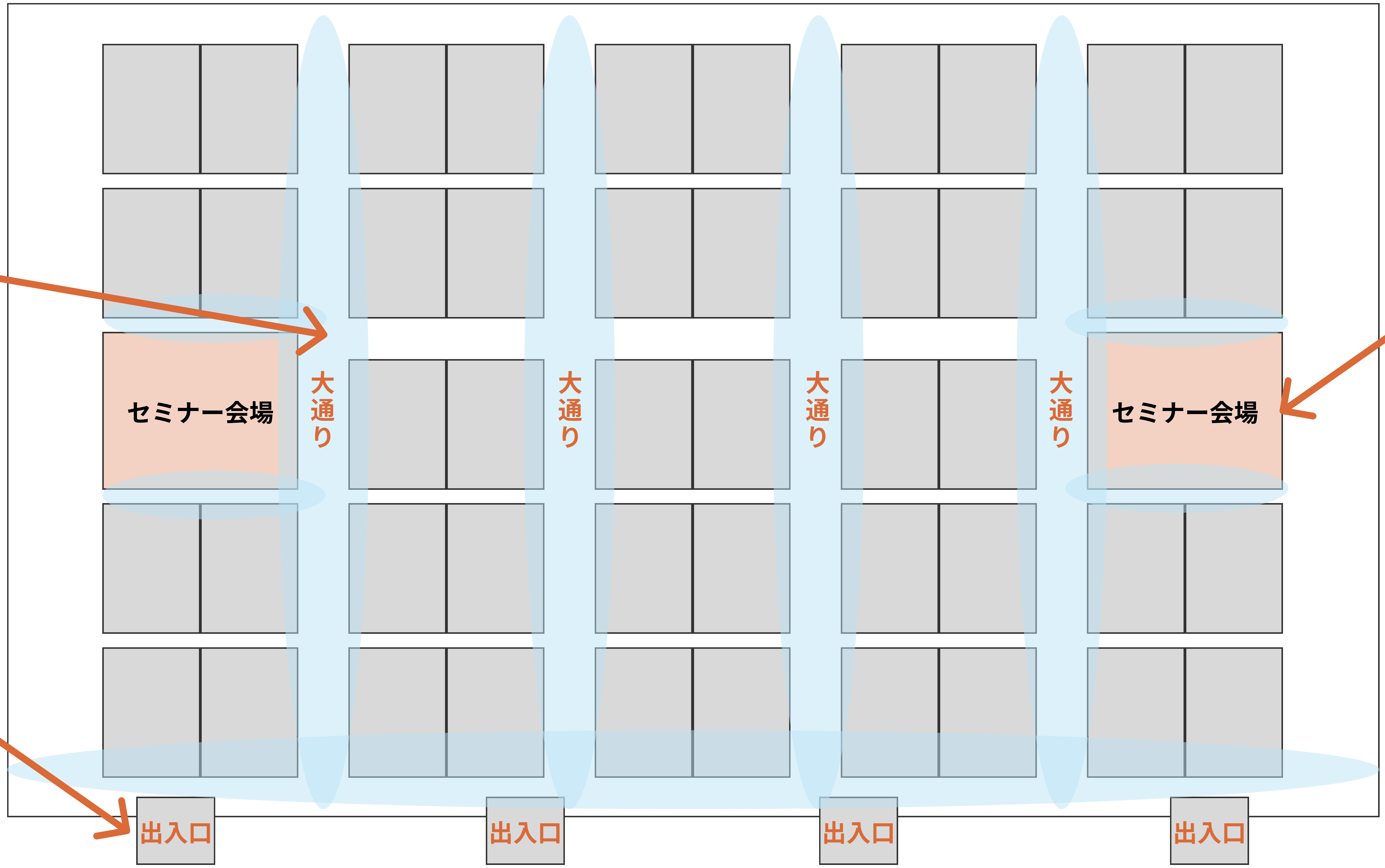
比較的人通りが多くなりやすいスペース。

多く並ぶブースの中でどのようにターゲットの目に止まるかがポイント。

出入口付近
集客度：★★★

会場へ入る時に必ず通るため、多くの人が通りがかりやすい。

ただし入場してすぐのため「他の場所をまず見てから…」というケースも。



セミナー会場付近
集客度：★

多くの展示会ではプログラムに基調講演やセミナーを開催するケースも。

プログラムの前後は人が集まりやすいためその時間を狙う。

03

必勝のカギは「成功するブース創り」

商材ごとに適した見せ方とは？

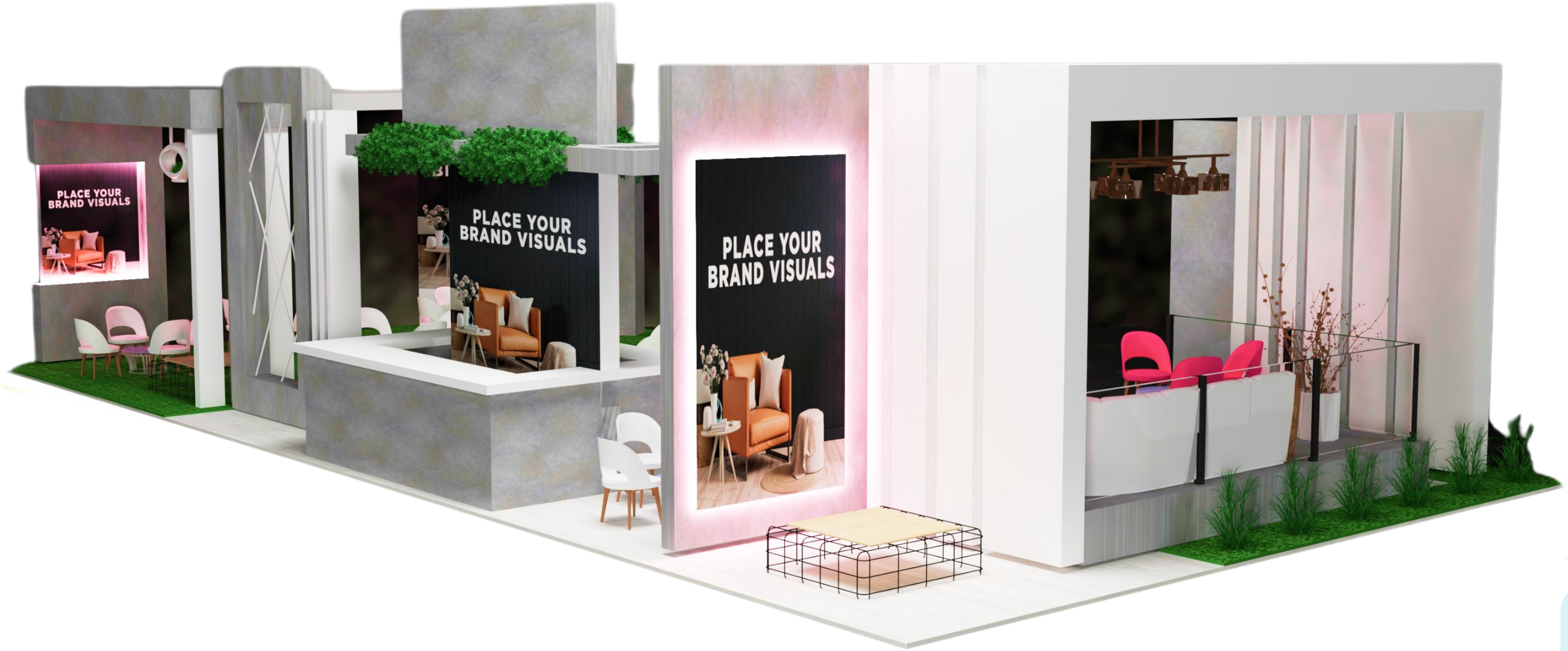
HOSHINO DESIGN TECH Inc.

	有形商材	無形商材
リテラシー高 (既に浸透している製品など)	**モノ（製品）の展示** **重視ポイント** スペック、使いやすさ、機能性、自社の強み	**デモ／画像／動画／パンフで説明** **重視ポイント** スペック、使いやすさ、機能性、自社の強み
リテラシー低 (新規製品など)	**モノ（製品）の展示** **重視ポイント** その製品で何ができるのか、提供する価値、使いこなせるか、他社事例	**デモ／画像／動画／パンフで説明** **重視ポイント** その製品で何ができるのか、提供する価値、使いこなせるか、他社事例

営業の場を生む導線とは？

POP・商品の配置は、
人の流れや目線の高さ
を意識

来場者が見やすく、通りやすい設計にすることで、
自然と人が集まり、営業の場が生まれます。

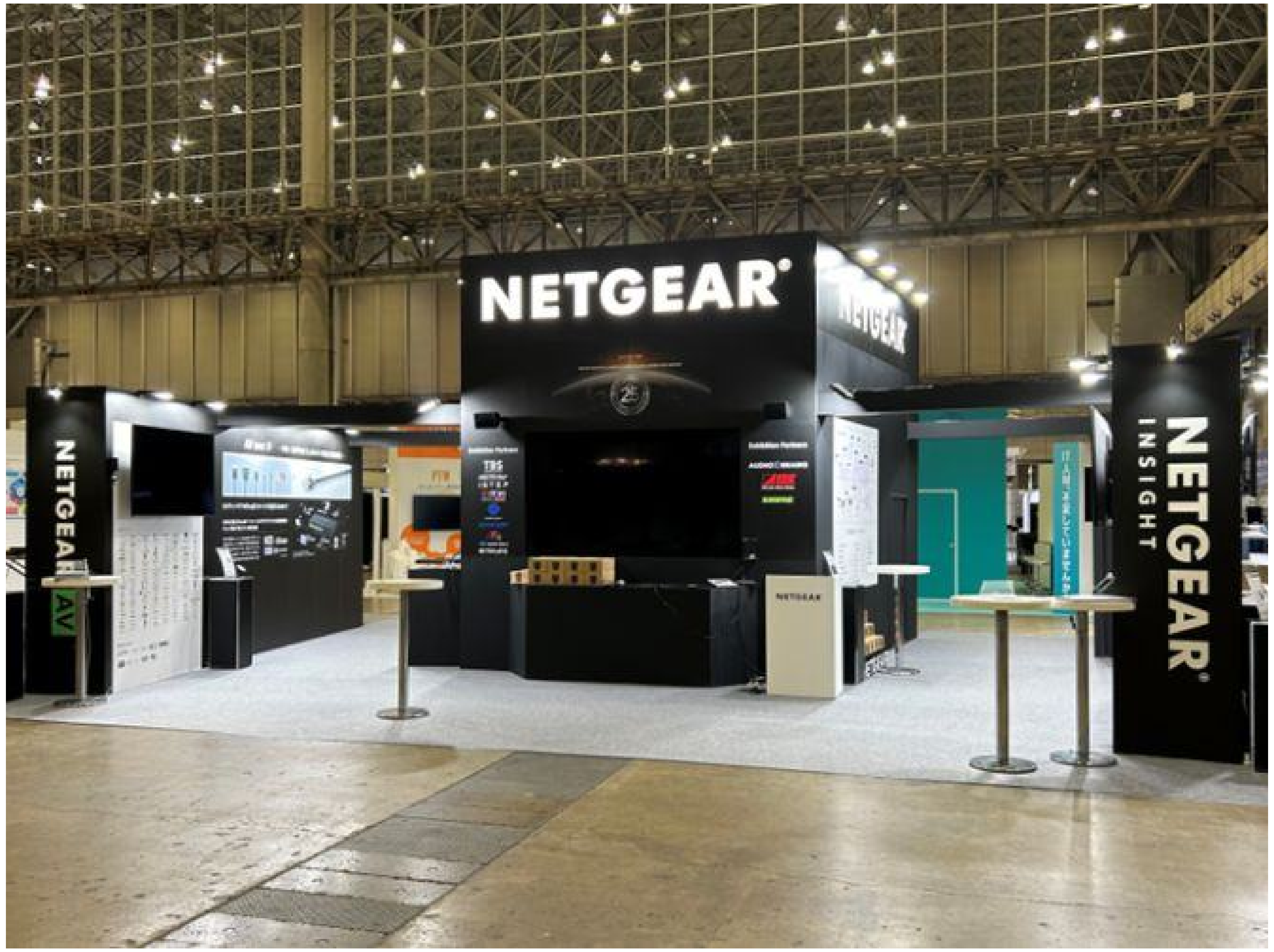


出入口、大通りから
の人の流れを予測

運営スタッフの配置な
ど、ブース内の導線を
機能的に！

ブース出展事例　01

Interop Tokyo（インターロップ東京）



point

①効率的な製品紹介

セミナーコーナーを中心に、製品と事業内容を効率的に紹介しました。左右に分かれた各コーナーセクションでは、幅広いネットワークソリューションを一望できるレイアウトを採用しました。

②来場者へのサービス

プレゼンテーション終了後、後方のカウンタースペースにてアンケート回答と冷たいドリンクを提供しました。また、マグカッププレゼントの抽選も行いました。

③アクセスの良さ

四方からアクセス可能なブース設計と迅速な退出ができるような配慮をし、お客様がゆったりとした気持ちでご覧いただけるよう設計しました。

④視認性の高いサイン

会場全体にわたって存在感を発揮する視認性の高いコーポレートサインを設置しました。

ブース出展事例　02

HOSHINO DESIGN TECH Inc.

JAPAN DIY HOMECENTER SHOW

point

①視覚的なわかりやすさ

メニューボード形式で製品を分かりやすく整理し、来場者が一目で理解できるようにしました。

②映像による詳細説明

モニターテレビを使用し、商品やPR映像を詳しく解説する環境を整えました。

③スムーズな商品紹介

通路側にはすぐに商品のラインナップを手に取れるような配列を心掛け、来場者のスムーズな対応を実現しました。

④多様な動物のビジュアル

ブースの壁面には、大型動物から小動物まで多様な動物のビジュアルを配置し、どんなブースかが一目で分かるグラフィック環境を整えました。

ブース出展事例　03

HOSHINO DESIGN TECH Inc.

ものづくりワールド「計測・検査・センサ展」

point

①見やすく入りやすい導線

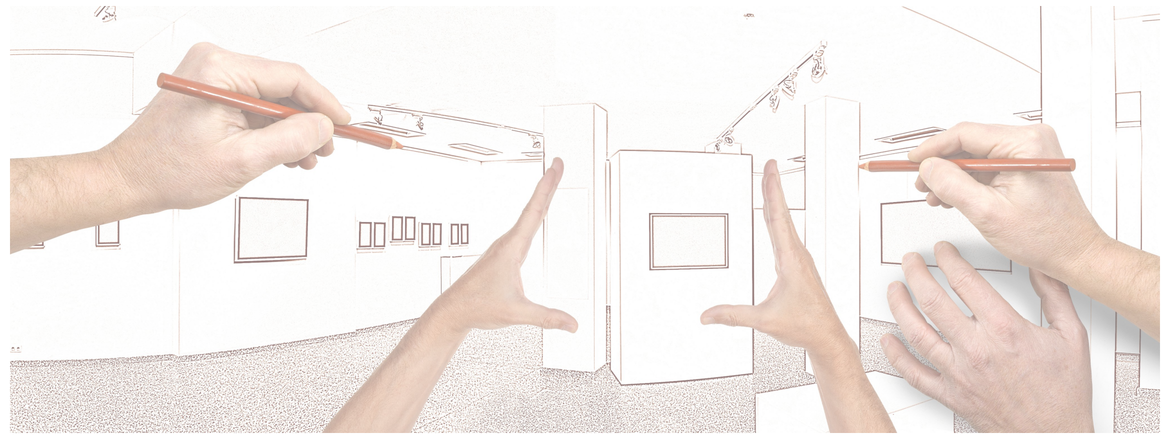
壁面のレイアウトに角度をつけ、直線的なデザインに動きを加えることで、来場者が自然にブースに引き寄せられるよう工夫しました。

②効率的なスペース活用

各コーナーでは製品の特性を説明しやすい空間を確保し、後方壁面には詳しい製品説明ができるエリアを設けました。これにより、来場者からの相談や質問にも余裕を持って対応できます。

③スタッフの動きやすさ

人の流れをスムーズにすることで、スタッフが効率よく動けるように設計されています。



04

星野ディザインテックが選ばれる理由

代表 星野慎一による完全一元管理

HOSHINO DESIGN TECH Inc.

部門ごとに担当者が変わる体勢は不安…

POINT

完全一元管理

「ヒアリング」から「デザイン」→「実施図面の作成」→「発注施工制作管理」まで、一貫して代表 星野による**ホンモノのワンストップ「完全一元管理」**

リピート100%の信頼感

作業の**レスポンスの良さ**、お待たせしない**タイムロスの軽減**など、星野自身が全て行っている満足度を、顧客様が一様に声を揃えてくださいます。リピート率100%の信頼感は、まさにそこにあります。

サービス導入の流れ

HOSHINO DESIGN TECH Inc.

Step01 丁寧なお打ち合わせ

出展社様情報のヒアリング

- 会社概要や出展する商品について
- ご出展目標や競合する他社の商品について
- 過去に出展したブースについて
- ブースに関するご要望やイメージ等

出展企画

- 補助金・助成金のご相談
- 展示会テーマ等の企画
- 運営スタッフの手配

基本デザイン

- 「たたき台」となるデザイン案をご提案

＊ 「この案で行きます」という一方的なものではなく、「今回の方向性」を示すデザイン案です。

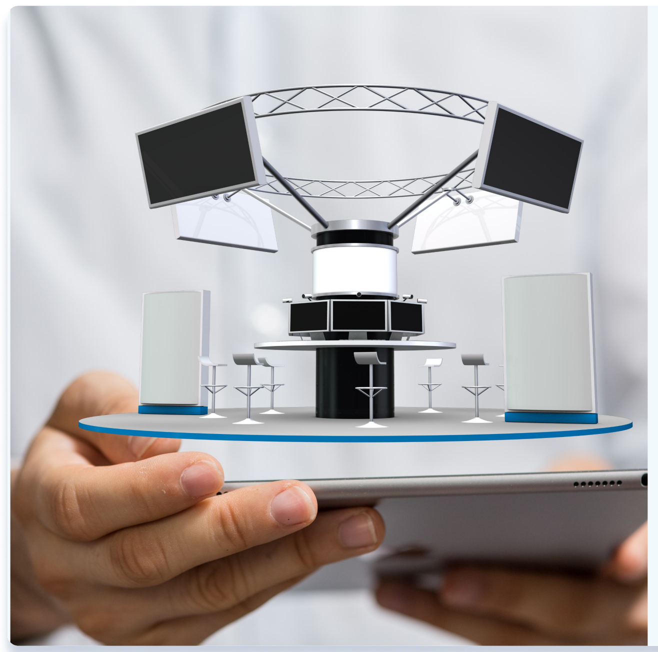
プレゼンテーション

- デザイン案をベースに、出展者様よりフィードバック
- フィードバックをもとに、再度お打ち合せ

＊ 気になる点・ご要望などは、ご遠慮なくお話下さい。

サービス導入の流れ

Step02 事前準備

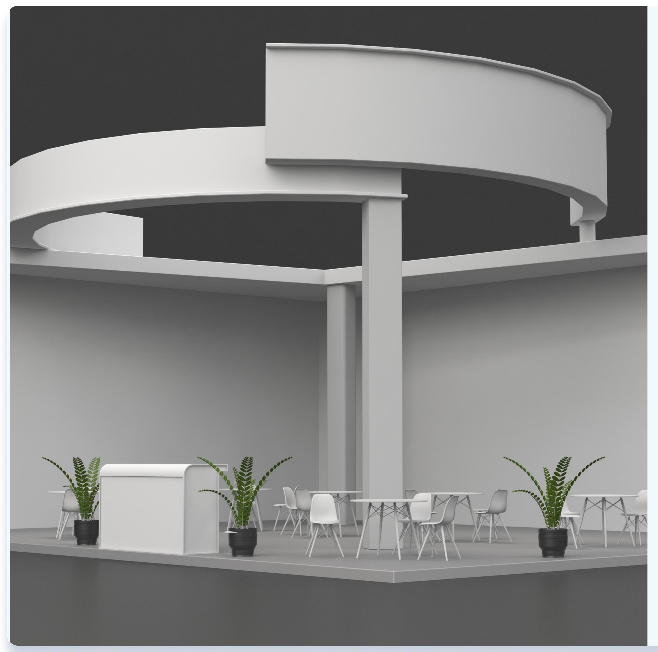


実施設計

- 設営日の1か月から3週間前までを目安にデザイン決定（ブースの大きさに拠ります）
- ブース形状を決定 ▸ 事前製作開始 ▸ ブースの色やサイン、グラフィックを決定

工場制作

- 最終案決定前にお見積書を提出→最終調整へ
- 決定案を元に工場での制作過程へ



現場施工

Day01

大まかなブース外観の施工

»

Day02

午前中　全体の調整

午後　商品などの展示、照明の調整、清掃など

＊ 設営日が2日に渡っている場合、ご出展者様は2日目のお昼以降にお越しいただいております。

サービス導入の流れ

Step03 展示会会期

考察・分析

- 会期中の様子を観察し、次回に向けての改善点などの考察・分析

初めてのご出展社様

初日に当社スタッフが会場にお伺いし、立ち方や待ち方等のアドバイスを行います。

＊ 会期中は当社スタッフや設営会社の者は会場にはおりません。
何かあった際にはご連絡いただけます。

Step04 会期終了後

PDCA

- ご要望に応じて、次回に向けての考察・工夫のためのお打ち合わせ
- 今期での改善点等を。次回以降のブースへと反映

＊ 的確な考察・分析で、ご出展ごとに御社の魅力をアップデートします。

その課題、
星野デザインテックにお任せください！

展示会ブースのプロフェッショナルが、御社の価値と課題を整理。
完全一元管理で、展示会成果最大化を目指します！

HOSHINO DESIGN TECH Inc.

05

よくあるご質問

よくあるご質問

HOSHINO DESIGN TECH Inc.

Q1 トータルサポート費用はどのくらいかかりますか？

A お客さまのご要望に沿ったご提案をしますので、**最適なプランに合わせて柔軟にお見積り**いたします。
まずはお気軽にお問い合わせください。

Q2 展示会の参加費用について教えてください。

A 展示会の参加費用は各展示会によって、また、会場やブースのサイズ、付加価値サービスなどによっても異なります。**ご予算に合わせたご出展計画の立案からサポート**することも可能です。

よくあるご質問

Q3

担当者1人だけでも展示会出展は可能でしょうか？

A

はい。成果に繋がる展示会ご出展をトータルサポートいたします。ご担当者様の通常業務に支障をきたすことなく、「企画」「制作」「戦略・運営支援」まで、まるごとサポートいたします。

Q4

初めての出展で何から手をつけたらいいか分かりません。

A

展示会で何をするべきかから、出展内容や集客計画、オペレーション支援まで、まるごとサポートいたします。お客様の「求める成果」によって、ご提案内容は異なります。お気軽にご相談ください。

お問い合わせ

HOSHINO DESIGN TECH Inc.

ご不明点はお気軽にご相談くださいませ。
オンライン相談のご予約も可能です。

bros@hdt.co.jp

03-3856-5137

（平日9:00-18:00 （土日祝除く）

https://www.hdt.co.jp