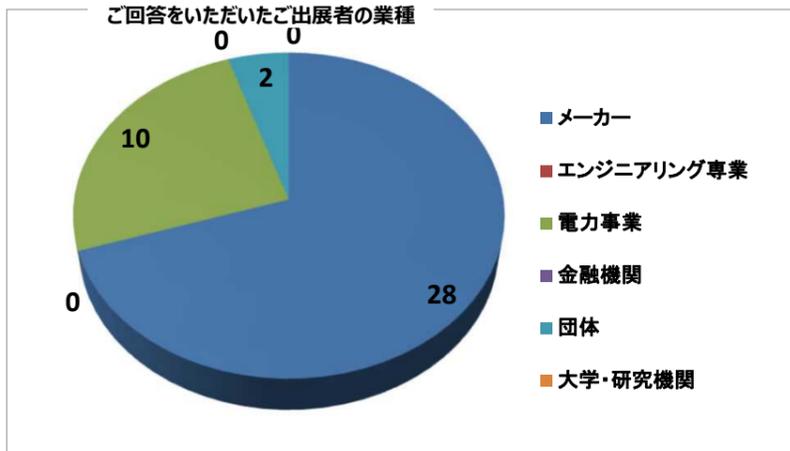


第18回エレクトロヒートシンポジウム ご出展者様アンケートご回答まとめ(最終報告)1/6

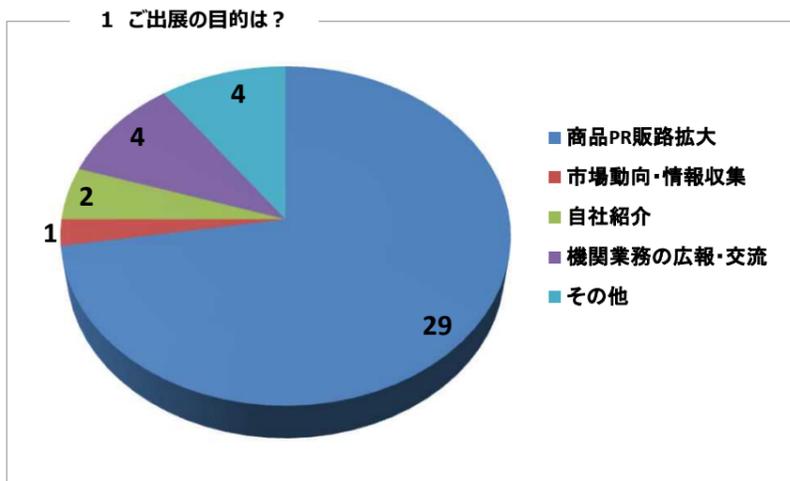
ご出展の皆様にはアンケートにご協力いただき誠にありがとうございます。

勝手ながら2024年1月25日を持ちまして締め切らせていただき、今回の最終報告とさせていただきます。

2024年1月29日 エレクトロヒートシンポジウム事務局



<ご出展の目的など全般に関して>



アンケート設問

<ご出展の目的など全般に関して>

- 1-1 ご出展の目的は？
- 1-2 ご出展の目的は達成されましたか

<出展方法、運営などに関して>

- 2 第16回から動画出展をPDF出展に切り替えましたがいかがでしょうか
- 2-1 技術展示サイトの構成や出来栄はいかがでしたでしょうか
- 2-2 ライブセミナーのランディングページのピックアップ効果はいかがお感じですか
- 2-3 「業界大図鑑」のリクルートページコーナーの企画はいかがでしたでしょうか
- 2-4 募集から終了までの運営はいかがでしたでしょうか
- 2-5 募集のご案内や「出展要項」は判りやすかったですでしょうか
- 2-6 メルマガやリーフレットはPRにご活用いただけましたか
- 2-7 出展料は妥当でしょうか

<閲覧者情報の扱いについて>

- 3 ご提供した「出展ページ閲覧者の入場登録情報」はお役に立ちましたか
- 3-1 閲覧者情報はどのようにご活用されましたか (される予定でしょうか)

- 1. 閲覧された方にお礼状を送るなどコンタクトを取った(あるいは、取る予定)
- 2. 閲覧された方にコンタクトを取って個別のご相談を受けて対応中
- 3. 閲覧された方の分析(業種・業態等)を行った(あるいは、行う予定)
- 4. その他の活用法
- 5. 特に利用していない(あるいは、利用する予定は無い)

- 3-2 開催期間中にご出展ページからのお問い合わせ等はございましたか

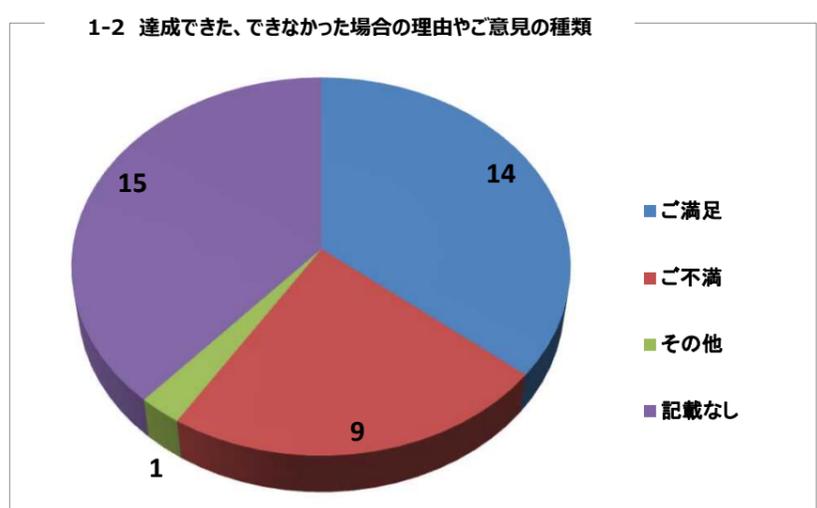
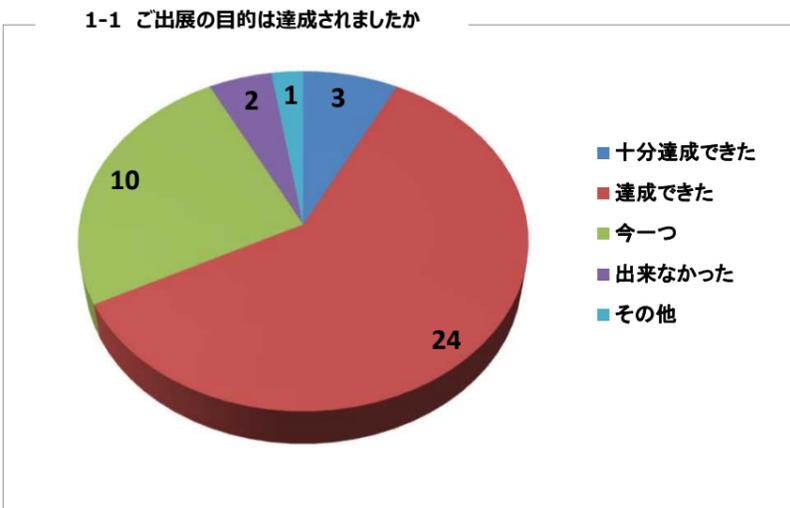
- 3-3 今回ご出展ページ枠共通に新設した「お問い合わせフォーム」からのお問い合わせ等はございましたか

<次回に向けて>

- 4-1 次回の開催方法について
- 4-2 次回もご出展いただけますでしょうか
- 5 その他全般的なご意見他

備考;ご意見で

- 「●」付きはご指摘など
- 「△」付きはご提案その他など



<主な目的達成のご意見>

- 先ずは、掲載し、PRすることが目的のため。 ○昨年同等の来場者を得て当社製品をPRできた。
- 毎日通知いただける入場者情報から、たくさんのお客様にご覧いただけたのが確認できたため。 ○のべ737名の訪問を受けた。
- 業界関係者からのアクセスがあった。 ○閲覧者に対して一定のPRはできたが、具体的な問い合わせにはいたらなかった。
- 当社WEB広告への来場者数が479名となり、多くの来場者に対し当社エネルギー関連サービスの紹介をすることができた。 ○当社ページ来場者数から判断。
- 多くの方にご来場いただいたことが分かったため。 パーチャル展示場への来場リストをいただけて助かりました。
- お客様にお立ちより頂いたこと。 これを現実につなげていきたい。 ○弊社の技術を広くPRできたため。 ○事業活動の周知につながったと思われる。
- 実案件の問合せはなかったが、前回よりも閲覧者は増えたので取組みのPRには繋がったと思う。 ○具体的な引き合いにつながったから。

<主な今一つ、達成できなかったのご意見>

- 直接の販売対象が来場者にはいないと思われるため。 ●電力会社様の閲覧が思ったより少なかった。
- 昨年度と来場者数が同じだった。 ●ユーザーのニーズが少ないため ●自社から発信の広報活動が足りなかった。
- お客様より設備メーカー等の訪問がほとんどであったため。 ●いまのところ、反応がほぼ無い。
- 来場者は一定数いたが、問い合わせには結びつかなかったため。

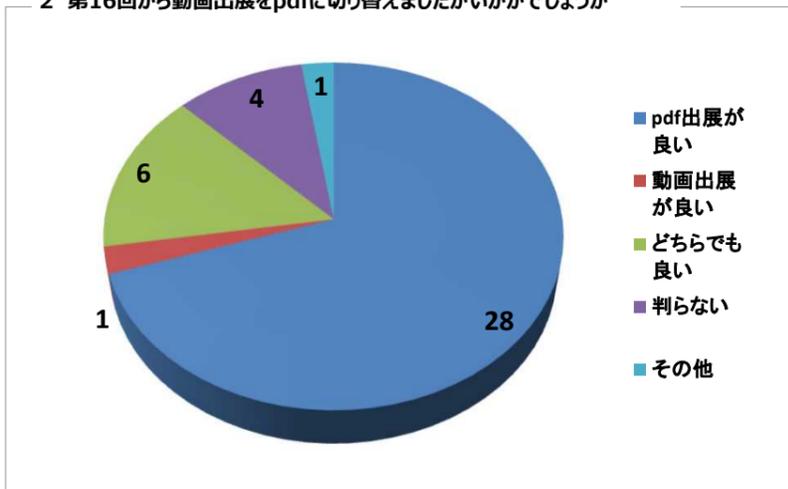
<その他のご意見>

- △これから分かると思います。 △継続出展。

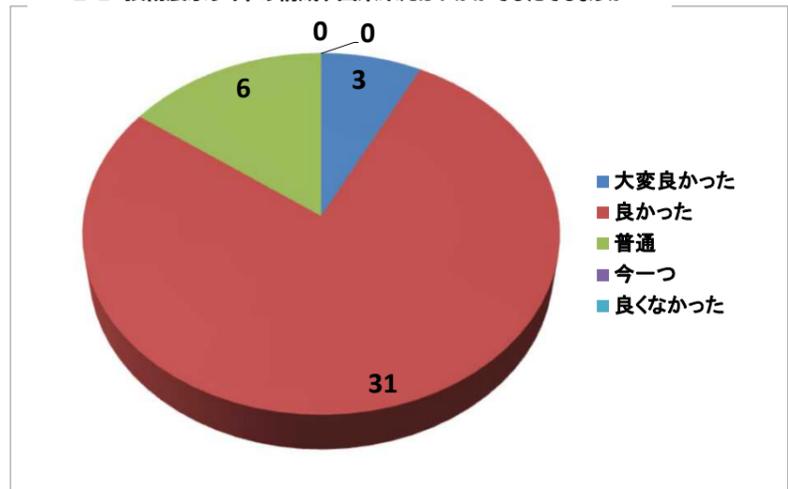
第18回エレクトロヒートシンポジウム ご出展者様アンケートご回答まとめ(最終報告)2/6

<出展方法、運営などに関して>

2 第16回から動画出展をpdfに切り替えましたがいかがでしょうか



2-1 技術展示サイトの構成や出来栄はいかがでしたでしょうか



<第16回からppt出展に切り替えたことへのご意見>

○動画撮影は社内の時間に取れない場合があるため(pdf出展が良い)。 ○ぱっと見で理解できる。動画紹介はPDFからの誘導が可能。
 ○リアル開催で主対応を実施した経験がないため(pdf出展が良い)。

<その他のご意見>

△担当も変わりやり方もよくわからない中、柔軟に対応いただけて助かりました。 △初出展であるため(判らない)

<サイトの構成や出来栄、運営などに関するご意見>

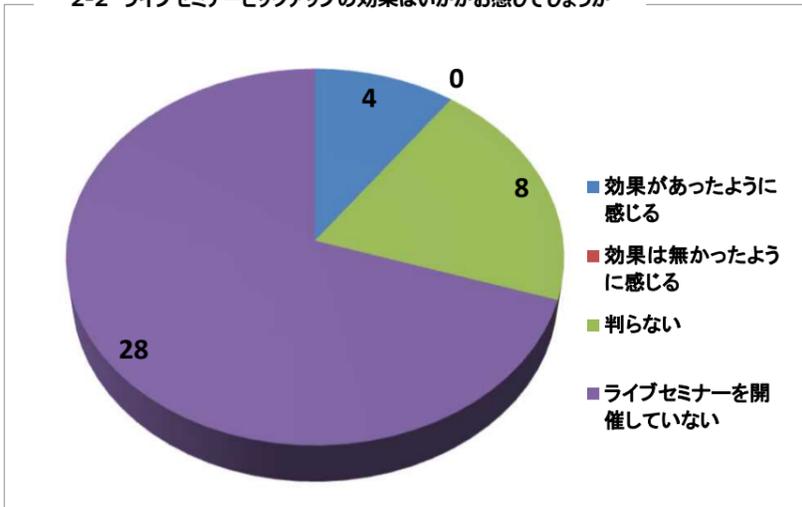
<構成、出来栄>

○シンプルで良かった。 ○レイアウト等の構成が見やすかったので良かったと思う。 ○閲覧しやすい構成であったと存じます。
 ○見やすい。 ○見慣れているせいか違和感なく各バーチャル展示に移動できた。 ○コンテンツが多くて良かった。 ○見やすかった。
 ○検索しやすい画面だった。 ○知りたい情報へアクセスがわかりやすかった。 ○幅広く専門メーカーの技術紹介が知れ、今後の参考となった。
 ○展示会場の構成をあらかじめ教えていただけたので、分かりやすかったです。初見で訪問された場合は分かるかな?と少し心配ですが。
 ○訪問するのにわかりやすいと思います。 ○きれいなページだと思いました。

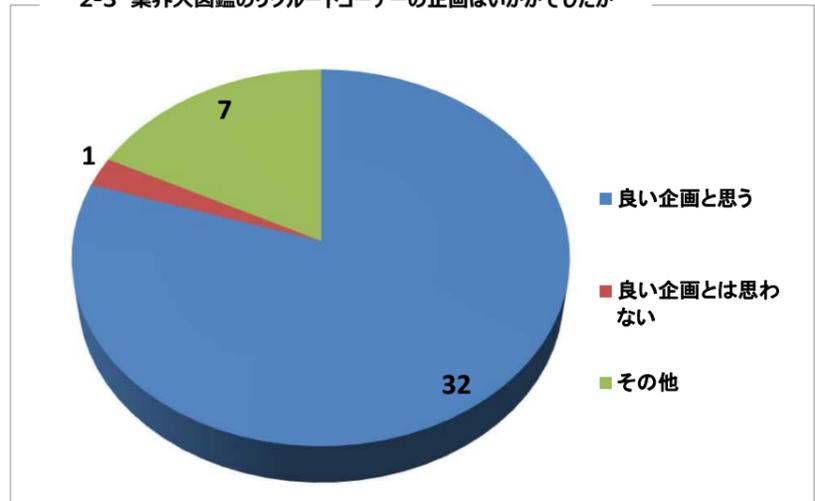
●新規入場者は目的のページにたどり着くのが難しいかと思いました。

△50音順以外の一覧があると良い。PDFがダウンロードできると良い。

2-2 ライブセミナーピックアップの効果はいかがお感じでしょうか



2-3 業界大図鑑のリクルートコーナーの企画はいかがでしたか



<ライブセミナーのランディングページでのピックアップについて>

○自社PR窓単体のみよりは、周知が頂けたと感じる。

<業界大図鑑にリクルートページコーナーを設ける企画について>

○色々な方を巻き込んだ形となり、内輪を超えている感があり良かった。 ○続けることで認知度アップできると思う。 ○今後も続けて欲しい。
 ○エレクトロヒートシンポジウムで人材を募集していることが周知されるまでは集客が少ないと思われる。継続が重要である。なお、リクルートは
 ページ先頭から直接ジャンプできると良い。 ○今までにはない取り組みで良かったと思います。
 ○分かりやすい内容で良かったと思います。学生さんや新入社員の感想もお聞きしたいところです。 ○学生の反応によってブラッシュアップをお願いします。

●学生に向けた、そもそものJEHCの役割・立ち位置・脱炭素実現に向けて電化すべきこと、などもう少しイントロを充実させてはどうか。

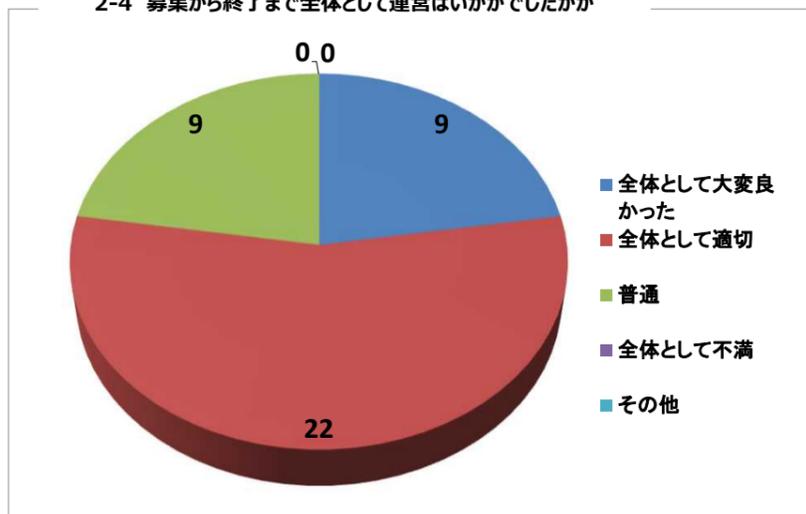
●学生の来場者自体があまり多くなかったため、リクルートページへのアクセス自体少なかったのではないかとと思われるため。

△どちらともいえない。 △わかりません。 △閲覧数や今後の効果について共有いただけますと幸いです。 △今回リクルートページを活用していない。

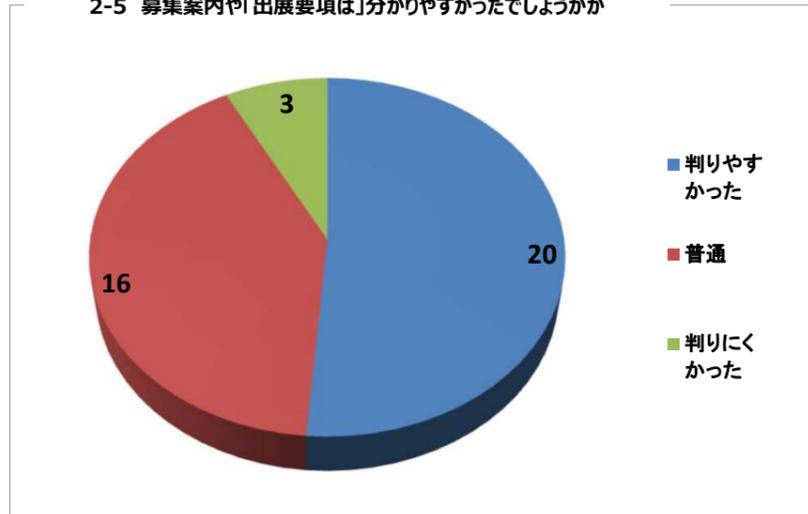
△見ていない。 △わかってなかった。

<出展方法、運営などに関して>

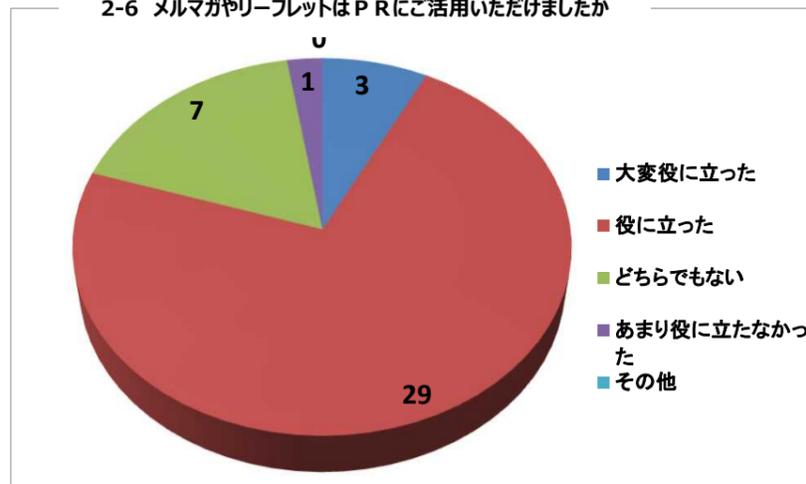
2-4 募集から終了まで全体として運営はいかがでしたか



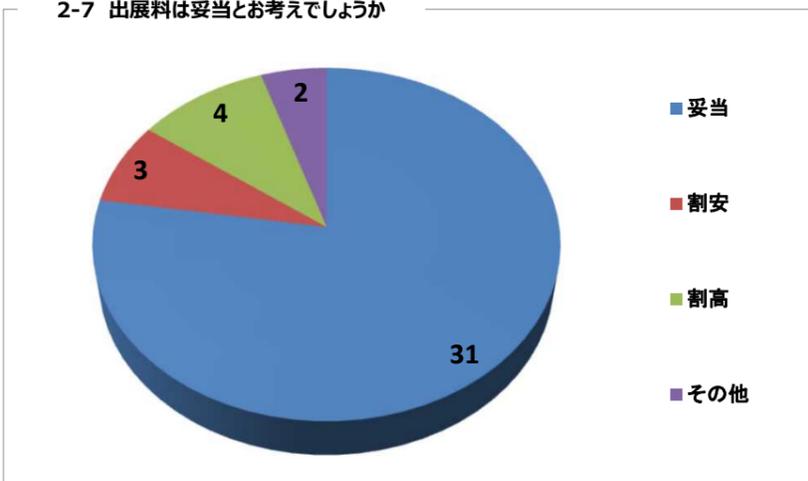
2-5 募集案内や「出展要項は」分かりやすかったですでしょうか



2-6 メルマガやリーフレットはPRにご活用いただけましたか



2-7 出展料は妥当とお考えでしょうか



<運営など>

○定期的にご連絡いただけてよかったです。 ○回答がスムーズ。提出が遅れ迷惑をかけた点もあった。 ○出展のサポートが良かったと思います。
 ○出展資料の修正・変更に対して早急に対応して頂いた。 ○PDFでのWEB出展は、準備が少なく、参加・出展しやすいです。
 ○良かった点は、企画や形(Webレイアウト)の大幅な変更が無かった点。Web内で迷子になることもなく適切に行きたいところにアクセス出来たのは、結局お客様にとって訪問しやすさ、わかりやすさにつながる。 ○前年動員数を超えることができた。継続することで更に広がることができる。 ○良かったと思います。
 ○サブカテゴリーではありながら報告を頂きまして感謝しています。 ○前回バナーが最初から設定されていたが、今回は確認してからいただいた。

- エレクトロヒートからのメールが他のチェーンメールと捉え違いをし、初期の方は、大事なメールが見落としがちだった。
- 日々のメルマガの頻度は少し業務で埋もれてあまり確認していませんでした。
- (出展要項に関して)泰光様 様の対応が悪かった。こちらからメールにて質問しているにも関わらず、回答が無かった。開催直前になってから弊社担当者へ督促があったようです。もう少し、配慮があるのでは？
- いつまでに何を提出すべきかが、wordからの文章羅列の読み取りで少し苦労しました。

△(出展要項について)例年との違いが分かると有難い。

<リーフレット他について>

○弊所の設備見学ご来場者へ、チラシをばらまきました。

- ポスターが小さめで目立たなかった。 ●電力会社毎のチラシについては、QRコード読み取りもできず、メールにリンク貼り付けで対応していました。入場者カウントのために、チラシよりもメールでご案内するようしていました。(後から、上記リンクは入場者カウントに活用されていないことを知りましたが、何のためかよくわかりませんでした)
- メルマガ→迷惑メール的な感じに受け取られている。リーフレットはお会いしたお客様へはお渡ししているが、効果は薄い。

第18回エレクトロヒートシンポジウム ご出展者様アンケートご回答まとめ(最終報告)4/6

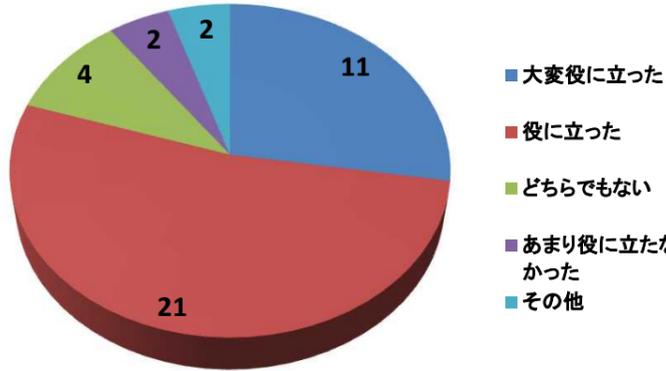
<出展料について>

○割安とは思いますが、維持していただけると助かります。 ○リーズナブルと思います。

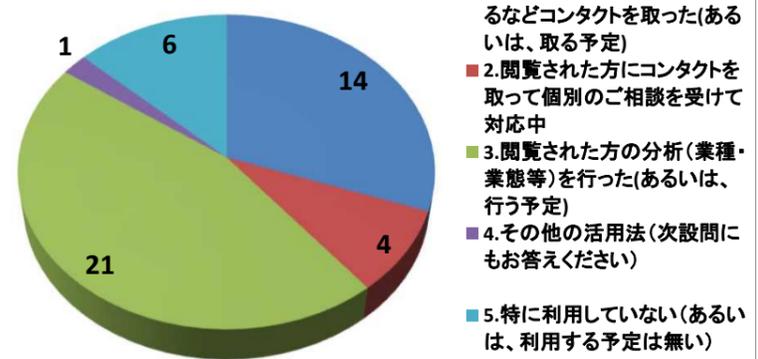
△ものすごく割高とは思わないが、出展料をペイできる売上はあがらないので、判断が難しい。
△もう少し安価だと助かります。

<閲覧者情報の扱いについて>

3 「出展ページ閲覧者の情報」お役に立ちましたでしょうか



3-1 「出展ページ閲覧者の情報」はどのように活用されますか(される予定)

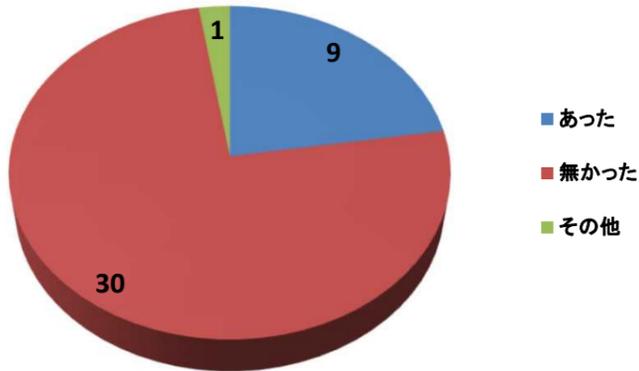


<閲覧者の入場登録情報のご提供に関するご意見>

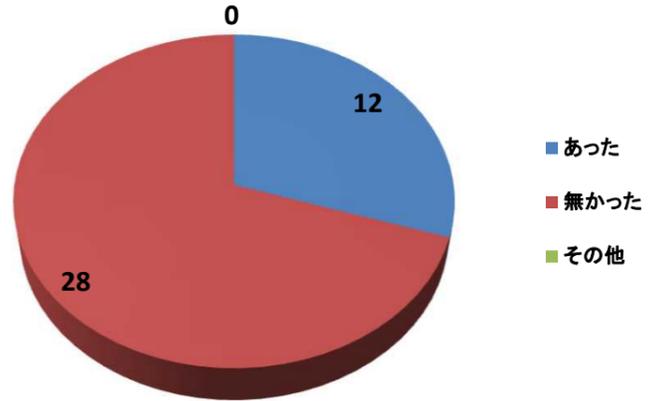
○この後活用させて頂く予定。 ○本資料は大変助かりました。今後の提供もどうぞよろしくお願いいたします。 ○次年度に対象とすべきお客様を見極める。

●パスワードを入れても開封しないため、事務局へパスワード無しでの送付依頼をして了解頂いたが、全く送られてこない。そのため、後半の訪問顧客フォローも中途半端になっている。前半はエクセルを開くことはできた。今一度、すべての日程の訪問顧客のデータを再送いただきたい(ご送付済み;事務局追記)。

3-2 開催期間中にご出展ページからお問い合わせやコンタクトはありましたか



3-3 新設のお問い合わせフォームからお問い合わせやコンタクトはありましたか



<ご出展ページお問合せポータルから>

<コンタクトの内容>

○情報に関する問い合わせ。 ○重油ボイラーから電気加熱に転換。

●情報収集とのことでした。特に要望コメントなし。

<その他のご意見>

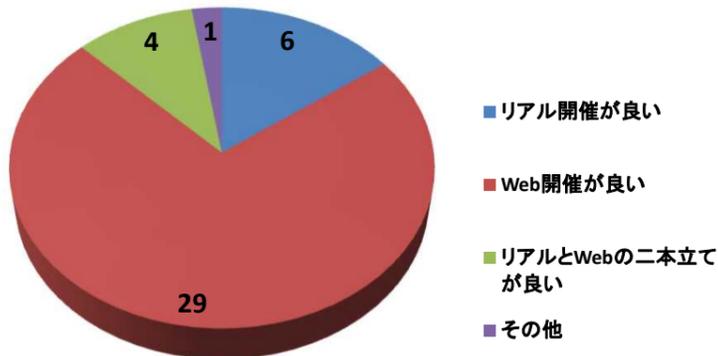
<ページ共通に設けたお問い合わせフォームに関するコメント>

○冷凍冷蔵倉庫へのCO2冷凍機適用の検討。

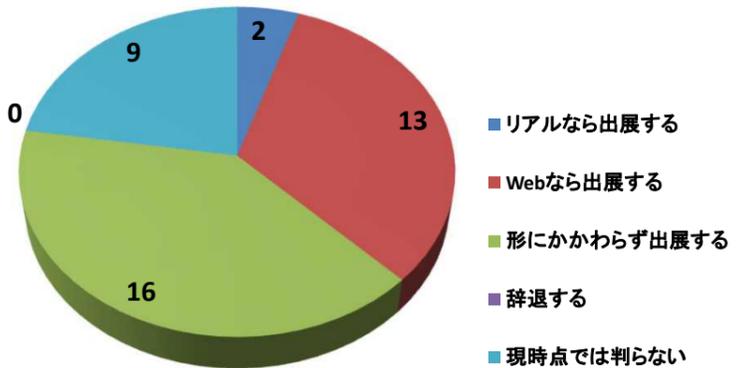
△コメントが無く足跡を残す目的の反応が多かった。 △ライブセミナーは録画するか?等の事務的な内容
△質問内容がない場合が多かった。

<次回に向けて>

4 次回の開催方法について



4-1 次回もご出展いただけますでしょうか



<開催様式に関するご意見>

<リアル派>

○他の展示会へのWEB出展を何度かしたが、ほとんど効果を感じることが少ない。機械を見ながら実際の課題などをどのように解決するかなどの会話をリアルであることができない。一方向のPRのみ。

<Web派>

○WEBだとリアクションが見えないが、リアルだと出展は難しいです。
 ○WEB開催を軸とし、一日だけ対面開催をなぞるようにライブ中継（ご講演はビデオを流す、質疑のみ登壇者によるライブ）する。
 パーチャル展示もその日程で時間を決めて参集する。

<シンポジウム全般に関するコメント>

○形に関わらず、出展をする予定ですが、リアル開催の場合は、企画から入る必要がある。
 ○来場者数は初日が最も多く、次は期間限定公演開始日であった。それ以外は徐々に減少した。これを打破するために、来年度に出展できればライブ配信（見学会）や質疑応答などを考えたい。
 ○次回も出展を検討します。 ○（次回の出展を）前向きに検討します。 ○意見を今以上に収集いただくと、とても助かります。
 ○続けていく事で産業界に根付くので、来年からも認知度アップのためお願いします。
 ○学生向けのサイトを新規に企画するなど、見ごたえのあるサイトになっていたと思います。

○今後もよろしくお願いいたします。
 ○大変お世話になりました。個人的には初めて出展させて頂き大変刺激になりました。
 ○目標クリアの5112名おめでとうございます。また大変お疲れ様でした。ありがとうございました。
 ○当社セキュリティレベルが上がったことにより、来場者のZIPファイルが受信できなかったが、事務局にてエクセル送付対応いただきました。大変助かりました。本当にありがとうございました。頂いたリストは活用予定です。
 ○シンポジウムでは大変お世話になりました。今後ともよろしくお願い申し上げます。

△録音は存外難しい。 △終了後もアーカイブで閲覧できると、参考になる。
 △シンポジウムへの入場が登録制になっていることで、来場のハードルが高くなっている気がする。講演等のコアなコンテンツは登録制でよいと思うが、その他の展示は、自由に閲覧できるようにすることで、より多くの人に見てもらえるのではないかと。
 △登録者増加のため、登録方法の簡素化（昨年度流用または電力社員による代替登録）などの検討をお願いしたい
 △WEB開催が続き、閲覧者も増加傾向にあります。今後、リアルorハイブリットでの開催を検討頂ければ幸いです。
 △webなのでいつでも見れる分、集中して見ていただけたのか不明。当社はYouTubeを社給PCで視聴不可のため、せっかく入場登録しても視聴した人は少なかった様子。対策に苦慮します。

第18回エレクトロヒートシンポジウム ご出展者様アンケートご回答まとめ(最終報告)6/6

ご出展の目的一覧(ご参考)

<商品PR販路拡大>

- 企業PR
- 営業活動
- 販促及び弊社のPR
- 「改訂 学校給食施設計画の手引き」の販売拡大のため
- 産業用電化普及を通じた、弊社サービスメニューの普及拡大
- 脱炭素ソリューションサービスのPR
- 製品PRのため
- 当社製品のPR
- 業界への周知
- 電力会社様への自社認知度アップ及び製造業向けPR
- 技術、装置の紹介
- 当社エネルギー関連サービスの普及広報
- 技術PR
- 当社のソリューション活動を広く知っていただき、全国の法人のお客さまからご相談をいただくため。
- 商談発掘
- 新規お客様の開拓
- 事業活動の周知など
- 脱炭素ソリューションサービスのPR
- 商品紹介
- 社内新技術のPR
- 自社新製品のPR
- 企業PR
- 新規顧客開拓
- 産業用への弊社ヒートポンプ給湯のPR
- ヒートポンプの網羅的なPRおよび商機の獲得
- 自社ソリューション営業PR
- 企業及び製品PR、新規ユーザーの獲得

自社紹介

- 当社取組みのPR
- 技術紹介

機関業務の広報・交流

- 研究成果の周知、取り組みの紹介
- 業界交流
- ヒートポンプ・蓄熱システムの広報活動
- 省エネ活動の事例等の紹介、省エネ大賞の紹介

市場動向・情報収集

- 業界動向把握のため

その他

- 産業の電化への貢献