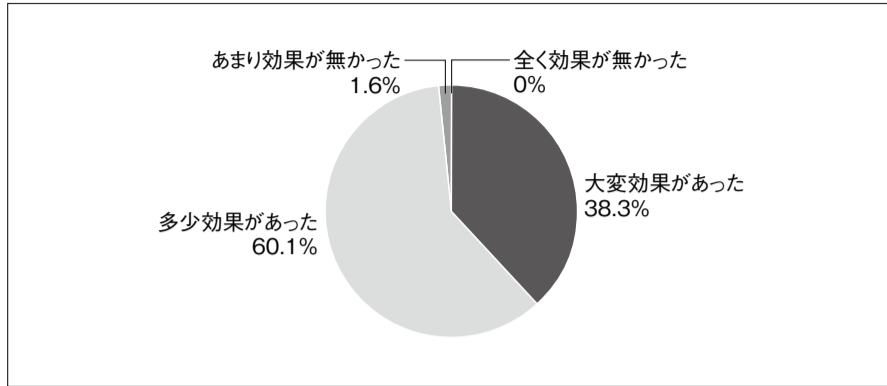


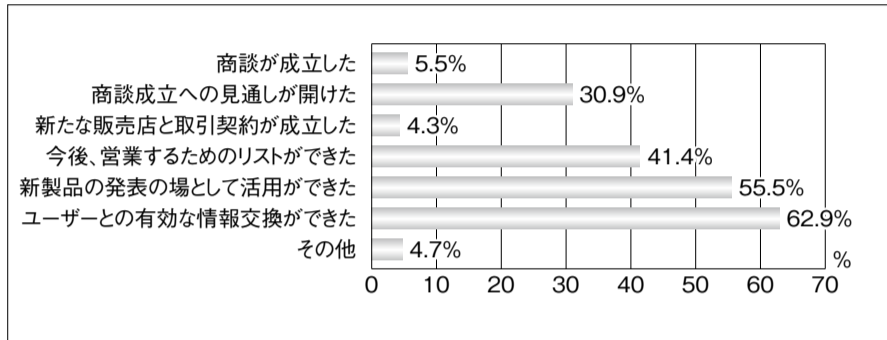
## ■ 国内出展社アンケート 256件回収

### Japanese Exhibitors Questionnaire Results

#### 1. 出展による効果があったとお考えですか？



#### 2. 具体的にどのような効果があったとお考えですか？〔複数回答〕



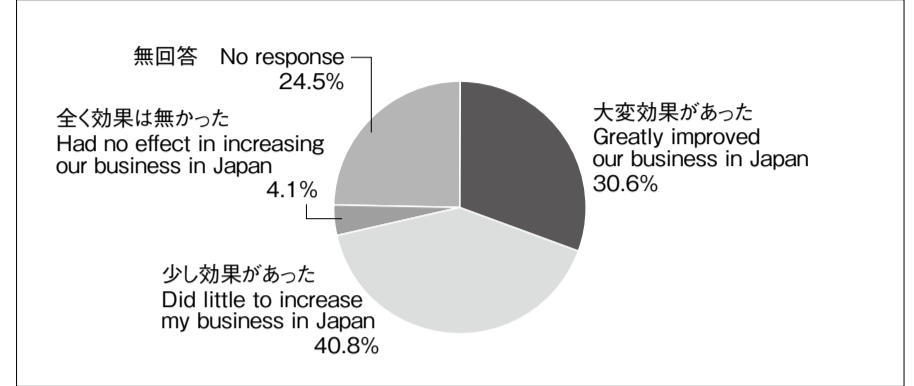
#### 3. ご意見、ご要望

- 子どもに様々な障害がある親は、福祉機器展で何か「うちの子のためになるものは無いか？」という気持ちで会場に来られていると思う。そんな方々のために福祉機器展に行けばいつも普段知ることのできない最新の情報や機器類を手にとって見れるといった場所になることを望む。
- 開催日について、土日の併設を希望する。現在、平日開催であるため、法人が約7割。当社として、個人ユーザーへのアプローチも強化しているため、土日を含めての開催検討をお願いしたい。
- 展示会の更なるPRをお願いしたい。
- 「来場者の声」を知りたい。(何が良くて、何が悪かったか、何が不足していたかなど)
- ホームエレベータの試乗を行い、多くの方に試乗していただくことが出来た。
- 3日間の流れが一目でわかるようなパンフレットが事前にあればよい。
- 一日はビジネスデイとし、商談に集中できる日を設定して欲しい。
- 一般の来場者が増え、福祉に対する関心が高まっている。一方、業者との新たな出会いが減少し(主な業者とは取引があるので)ている。
- 介護・住宅など大型商品(高額)などの出展が年々増加している。一方、障害者向けコミュニケーション関連の出展が数少なくなっている。この関連業者は、小規模な会社が多いので、出展しやすいような企画を考えて欲しい。
- 研究開発主体の団体にも門戸を開けて欲しい。(製品になる前の試作品でも可など)
- 高齢者向けが多いが、障害者向けの出展社が増えるといい。
- 今年は社名板が大きくなり改善されて良かった。
- 今回、隣のブースが車いすの試乗スペースになっており、仕切りのボードに何度かぶつかっていた。その都度振動も大きく驚かされるが多かった。
- 新製品のPRやお客様とのコミュニケーションの場として毎年とても役立っている。
- 当日配布の「会場のご案内」を事前に多く欲しい。顧客の中で何人かに、「事前に出展社チェックしておいたほうがスムーズに見学できる」といわれた。
- 年々、一般や販売業の方が多くなっている気がする。介護従事者の方がもっと来場されるような展示会になることを期待する。
- モニター音量、商品アナウンスの音量制限をもう少し下げて欲しい。マイクを使わないブースでは、説明している声を張り上げないと相手に聞こえなかった。また、自社小間から通路へ拡張しての売込みが目立った。
- 来場者の区分が判別しにくい。職種で分けることを検討して欲しい。(例えば、介護福祉士、理学療法士など)

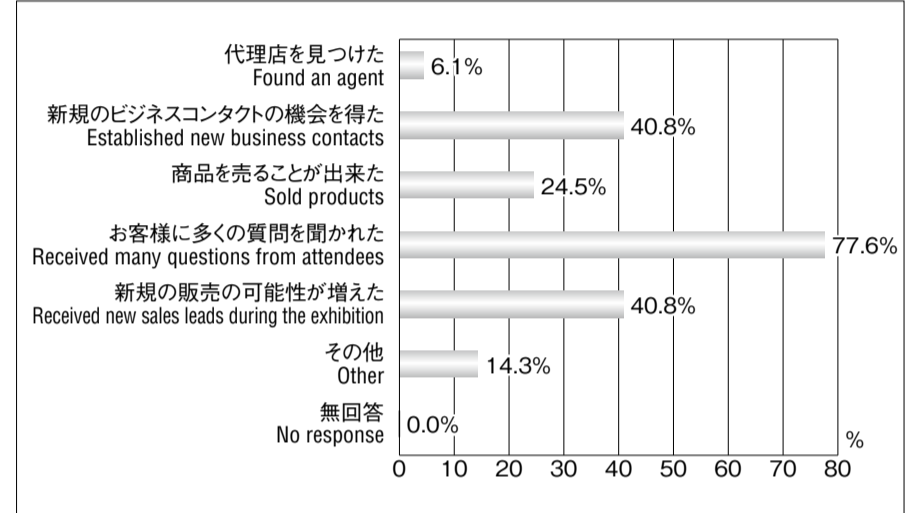
## ■ 海外出展社アンケート 49件回収

### Overseas Exhibitors Questionnaire Results

#### 1. 出展による効果があったとお考えですか？



#### 2. 具体的にどのような効果があったとお考えですか？〔複数回答〕



#### 3. ご意見、ご要望

- 販売業者及び販売業者の顧客との関係を強固なものにできた。
- 出版業者、テレビやインターネットによる無料の広告効果。
- 競争相手を知ることができた。
- 良かった。活気のある雰囲気だった。歩きやすかった。
- とても良い。広くてシンプルな配置で、希望する製品の場所を見つけやすい。
- 交通の便が良い。施設が良い。
- ワイヤレスインターネット接続がない。
- メッドトレード(アメリカの展示会)やリハケア(ドイツの展示会)との日程調整が重要。
- 製品カタログの英語版があれば素晴らしい。
- もっと沢山の販売業者や輸入業者が展示会に来場すればよいと思う。
- 沢山の新規顧客の来訪があった。
- 新しい販売業者を見つけた。
- 私たちのビジネスと製品は、日本で認知されるまでにある程度の時間が必要。
- まだ展示会の最中なので、ビジネスへの実際の効果については言及できないが、来場者の様子からは好ましい感触を得ている。近い将来、日本でのビジネスに効果が現れることを期待したい。
- ここでの出展は日本での売上の伸びに貢献している。

