

展示会 「〇〇 EXPO 2026」 出展計画

目的：新規リード獲得 / 商談創出 / 認知拡大

本資料は展示会出展における戦略、予算、スケジュールの承認を求めるものです。

開催概要

2026年〇月〇日（〇）～〇月〇日（〇） / 会場：

〇〇ビッグサイト（仮）

提案部署

〇〇事業本部 マーケティング部

提案責任者：氏名 / 内線：〇〇〇〇

会社ロゴ

EXPOロゴ / イベントロゴ

出展目的と背景

展示会活用戦略における位置づけ

◎ 出展目的（優先順）

1. 新規リード獲得 最重要

名刺・スキャン起点の高品質リードを**400件以上**獲得します。特に関与度の高い層をリスト化し、次期案件につなげます。

2. 商談創出

展示会会期中および会期後1カ月以内に**新規商談100件**を設定します。スピード感のあるフォロー体制で競合をリードします。

3. 認知拡大

新製品β版と主要機能の市場認知を向上させます。来場者への純粋想起率を改善し、ブランド価値を高めます。

📖 背景・現状課題

- **市況**：DX投資は前年比増の見込みで、2026年は完全な需要回復局面です。
- **競合**：A社・B社が同展示会で大型ブースを計画しており、差別化が必要です。
- **課題**：ウェビナー等の既存チャンネルが成熟化し、商談化率が低下傾向です。
- **課題**：オフライン接点の不足により、決裁者層との関係構築が遅れています。

👤 展示会活用方針

ストーリー訴求

「課題→解決→効果」を一貫したデモで見せ、納得感を高めます。

面談密度最大化

事前アポとセミナー動員で、確度の高い面談を実現します。

📊 成功KPI（一次目標）

新規リード

400件

名刺・スキャン

商談化

100件

会期後4週内

受注目標

15件

平均単価ベース

ターゲットと訴求メッセージ／想定QA



CORE MESSAGE

「短期間で成果を可視化し、全社展開へスムーズに拡張できる“実装可能なDX”」



意思決定層

事業部長・役員

課題・ニーズ

投資判断と短期成果の両立、他部門横断の導入負荷軽減を求めています。

主要訴求ポイント

- ・ 6～12カ月で回収可能です
- ・ 事例の再現性が高いです
- ・ 全社展開もスムーズです



技術・管理層

情シス・ITマネージャー

課題・ニーズ

セキュリティ要件への適合、運用負荷の低減、ベンダーロック回避を重視しています。

主要訴求ポイント

- ・ 標準機能で連携可能です
- ・ 段階導入でリスク分散できます
- ・ 運用を省力化できます



現場リーダー層

業務部門責任者

課題・ニーズ

現場の手戻り削減、教育コストの抑制、ブラックボックス化の解消が課題です。

主要訴求ポイント

- ・ 直感的なUIで導入が簡単です
- ・ 担当者のメリットが明確です
- ・ 即座に可視化できます

想定Q&A（主な質問）

Q. 価格帯は？ 複数プランがあります。概算見積りは当日提示可能です。

Q. 導入期間は？ 最短○週間、平均○カ月で導入可能です。

Q. 既存連携は？ 主要ERPと標準連携できます。APIも利用可能です。

Q. 競合との違いは？ 導入のしやすさと、運用の省力化が強みです。

ブース設計（6小間・角）

配置方針

開放的なレイアウトで集客しやすくします。背面には大型グラフィックを設置し、遠くからの視認性を確保します。

ゾーニング計画

①ヒーローエリア

②デモ台×3

③商談席×6

④受付

デモ体験から商談へスムーズに誘導する動線を設計しています。

運用・オペレーション

名刺スキャン時に簡易スコア（A/B/C）を付与し、有望リードを即座に共有します。

配布物・ノベルティ

配布アイテム

- 製品カタログ（総合版）
- 導入事例集（業界別3種）
- 資料用QRカード

デモ内容（ストーリー重視）

1. 業務可視化ダッシュボード（5分）

現状データの取り込みから指標化、アラート検知、改善アクションまでの一連の流れを実演します。

2. ワークフロー自動化（7分）

申請業務の課題を提示し、テンプレート適用による自動化設定と、ROIの即時試算をお見せします。

3. システム連携（8分）

SaaS/ERP連携の実演に加え、監査ログ確認画面をお見せすることで情シスの懸念を払拭します。

費用内訳（概算）

投資対効果試算の前提

費用項目	内容・仕様詳細	概算金額
出展料・小間料	6小間（9m×6m）、角小間指定料含む	概算 A
ブース施工・装飾	木工造作、床面工事、照明、サイン看板	概算 B
電源・回線工事	電気使用料、専用インターネット回線（二重化）	概算 C
機材レンタル	55インチモニター×2、タブレット、音響設備	概算 D
クリエイティブ制作	キービジュアル、パネル、デモ動画編集	概算 E
配布物・印刷費	製品カタログ、導入事例冊子、QRカード	概算 F
運営人件費・旅費	コンパニオン、スタッフ交通費・宿泊費	概算 G
その他（予備費含む）	展示会保険、リード管理ツール、緊急対応費	概算 H
合計（税抜）		概算合計 Z

試算の前提条件

- ベンダー選定：**
指定業者を含む3社での相見積もりを実施予定です。
- 変動要因：**
資材高騰により、施工費は前回比+10%のバッファを含めてい
ます。
- 割引適用：**
早期申込割引（T-12週までの申
込）適用後の金額です。

備考

目標CPA（顧客獲得単価）からの逆算に
より、本予算内での獲得目標は400件
（@単価 概算Y円）となります。

準備スケジュール

プロジェクトマイルストーンとタスク一覧

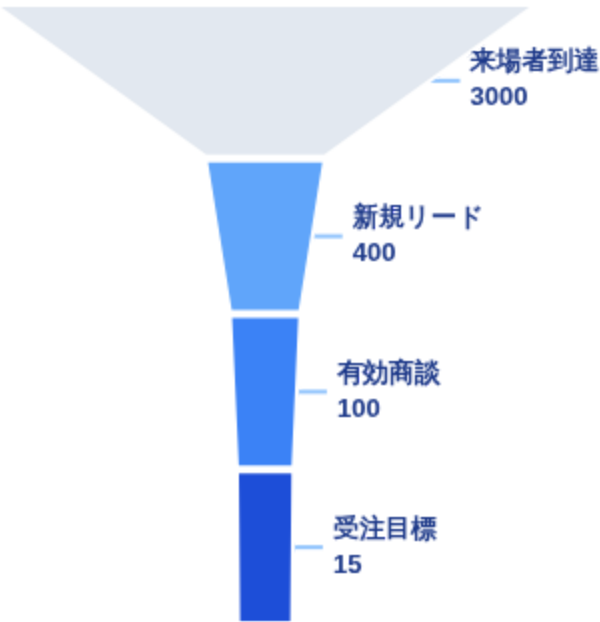


❗ クリティカルパス

- ・ KV確定 (T-8週) : 遅延すると全制作物に影響するため厳守。
- ・ 各種申請 (T-4週) : 電気・回線等の主催者申請は遅延不可。
- ・ デモ環境 (T-2週) : 本番同等の負荷テストを実施し、バックアップを用意。

目標ファネル

期間: 会期中～会期後4週



ブース到達

3,000名

新規リード

400件

有効商談

100件

受注目標

15件

前提条件・試算根拠

- 来場者数： 主催者発表〇万人に対し、ブース位置・動線予測から到達率〇%を設定。
- スキャン率： 15%（デモ体験者へのノベルティ配布施策により前年比+3pt向上）。
- 商談化率： 25%（会期中のアポイント即時確定により高転換率を維持）。
- 受注率： 15%（過去展示会リードの実績値および現在のパイプライン状況から算出）。

ROIイメージ（概算）

回収目安：6ヶ月

期待売上

受注数(15件) × 平均案件単価



概算 X

期待粗利

期待売上 × 粗利率



概算 Y

投資回収

期待粗利 - 総費用(概算Z)



黒字化

承認依頼事項と次アクション

稟議・プロジェクト推進に向けた合意形成

承認いただきたい事項

本計画の推進にあたり、以下の4点についてご承認をお願いします。

- ✓ **1. 展示会への出展可否**
「〇〇 EXPO 2026」への参加承認（申込締切：T-10週）
- ✓ **2. 予算上限の承認**
総額 概算合計Z 以内での執行権限の付与
- ✓ **3. ブース規模・位置の方針**
6小間・角ブースの最優先確保への同意
- ✓ **4. 当日運用ポリシーの策定**
リード取得条件および個人情報保護方針の確認

 承認後、直ちに小間申込の手続きを開始します。

関係部署への依頼事項

営業部

重要顧客への事前アポ獲得と当日シフト調整

情報システム部

デモ環境の検証と会場回線のセキュリティ確認

広報部

プレスリリース発信と公式SNSでの告知展開

購買・経理部

ベンダー選定・相見積実施と支払条件の確認

今後のアクションプラン

1 今週

稟議決裁・ブース仮押さえ

2 来週

KV案レビュー・デモ要件確定

3 T-6週

制作開始・アポ活動開始