オンラインとリアル事業の効果検証とベストミックスの追求

（ジェトロの見本市・ビジネスイベントを通じた企業支援の紹介）

独立行政法人 日本貿易振興機構（ジェトロ）市場開拓展示事業部
部長　兒玉　高太朗

コロナ禍が一向に収まらない中、多くの分野において、オンラインを利用した事業が実施されている。しかしその一方で、オンラインの役割や評価、リアル事業との役割分担などが課題として挙がっている。

そこで、一般社団法人 日本電機工業会（JEMA）展博委員会が参加している展示会関連団体連絡会*は、展示会やイベント産業における上記課題を解決する上でのヒントを探るため、4月15日（金）に特別報告会をリモートで開催した。

本稿は、事務局にて書き起こした内容を基に、スピーカーである独立行政法人 日本貿易振興機構（ジェトロ）・兒玉様が加筆し、ご寄稿いただいたものである。

＊経済産業省、独立行政法人 日本貿易振興機構、一般社団法人 日本展示会協会、一般社団法人 日本イベント産業振興協会、JEMA展博委員会の5機関にて構成

1. はじめに

本日は、独立行政法人 日本貿易振興機構（ジェトロ）市場開拓展示事業部（以下、当部）が所管している事業を対象に、オンラインとリアル事業の効果検証と、ベストミックスの追求と題してお話しする。本日は四つのパートに分けて話をさせていただく。

2. ジェトロの企業支援の柱

日本政府の成長戦略に基づいて、ジェトロは第5期中期計画（2019年度からスタート、2022年度で終了）の中で、四つの重点事業領域を設定している（**図1**）。このうち当部は、三つ目の柱である「中堅中小企業の海外展開」を支援している。

①対日直接投資やスタートアップの海外展開等を通じたイノベーション創出支援

②農林水産物・食品の輸出促進

③中堅・中小企業など我が国企業の海外展開支援

④我が国企業活動や通商政策等への貢献

©1995-2022 Japan External Trade Organization(JETRO). All rights reserved.

図1　ジェトロの海外ビジネス支援の概要と体制（四つの重点業務）

この事業領域は、六つの取組みにより構成されている。ジェトロでは複数の部門がそれぞれを担当しているが、当部は、下の①に示した海外見本市への出展や商談会の開催を通じた海外のバイヤー・パートナーとの商談、また、⑥の国内外における主要見本市情報（J-Messeというデータベース）を掲載し、運営している。

①海外見本市への出展、商談会の開催

②世界各地の越境EC市場に出展、独自のデジタルカタログサイト（Japan Street）を通じたビジネスマッチング

③海外展開のポテンシャルが高い企業を専門家がハンズオン支援

④高度外国人材の採用支援、海外ビジネス人材の育成支援

⑤国内外専門家による海外投資、新規市場開拓への助言

⑥主要見本市情報データベース（J-Messe）の運営、国内外企業のビジネスマッチングサイト（E Venue）の運営

©1995-2022 Japan External Trade Organization(JETRO). All rights reserved.

図2　ジェトロの海外ビジネス支援の概要
（中堅中小企業の海外展開を支援する六つの取組み）

3. 当部の企業支援体制

当部では、ヘルスケア、ライフスタイル、機械、フロンティア市場という四つの領域で支援チームを組成している。

各チームは世界におけるトレンド発信の場となり、各国から主要なバイヤーが集まる著名な国際見本市を中心に、日本パビリオンを出展して商談機会を提供している。またジェトロの55カ国76拠点に上る海外ネットワークを活用して海外の有力バイヤーやビジネスパートナーを発掘・確保し、日本または海外で商談会を実施している。

さらに単なる商談機会の提供にとどまらず、ターゲット市場の特性、あるいはビジネス実務の学びや、事業に参加する企業に対し営業戦略策定を支援する機会も提供している。

これらのスキルアップ支援を通じて、事業参加企業が自律的に海外ビジネスを行えることを事業のゴールとしている。

2019年度の当部の事業実績は、見本市のリアル出展が35件で支援企業数が893社、リアル商談会の開催が33件で支援企業数が1012社に上っている。

4. コロナ禍の負の影響と商談会維持の試み

4. 1 リアルイベントの激減

ご案内のように、2020年の年初から新型コロナウイルスが全世界で急速に感染拡大した。これを受けて日本を含む世界各国では、海外からの入国制限あるいは国内での厳しい行動制限を実施して、企業の国際ビジネス活動や関連するイベントは大きく制約されることとなった(**図3**)。

この結果ジェトロでも、2020年度に参加を予定していた世界各国のリアル見本市の8割以上が中止または延期となった。同様に、海外バイヤーを招致した日本国内外のリアル商談会の開催も不可能となってしまった。

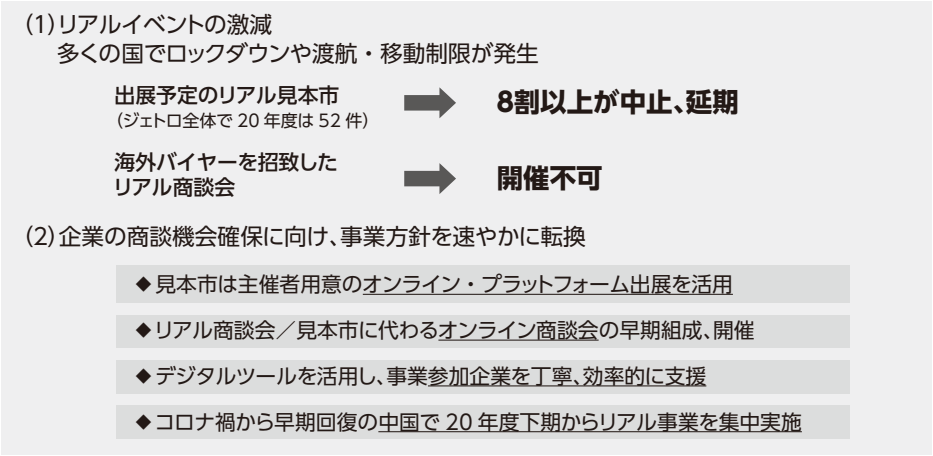
4. 2 企業の商談機会確保に向け、事業方針を速やかに転換

こうした事態を受けながらも、ジェトロは公的な貿易振興機関として、厳しい経営環境に追い込まれた日本企業の国際ビジネスを、下支えし続けるということが使命である。従って、商談機会を可能な限り多く確保するために、当部では次の事業方針を速やかに展開した。

まず、参加予定の見本市で、オンラインプラットフォームが用意されているものには、もれなく出展した。またリアル事業を代替する形でオンライン商談会を多くの業種を対象に2020年夏前から企画し開催した。3点目として、デジタルツールを介した商談に戸惑う企業向けに、オンライン商談のコツや、デジタルツールを活用した自社や製品のPR方法について、組織を挙げてウェビナー等で丁寧に解説する取り組みも続けた。さらにコロナ禍から経済活動がいち早く回復した中国においては秋以降、新たな商談機会を求めて、リアル見本市への出展やリアル商談会の再開に踏み切った。

4. 3 コロナ前後の企業支援事業の形態別内訳

コロナ前の2019年度については、リアルでの見本市出展とリアルの商談会開催がほぼ一対一の比率であった。しかしコロナ以降の2020年度は、中止となった見



©1995-2022 Japan External Trade Organization(JETRO). All rights reserved.

図3 コロナ禍の負の影響と商談機会維持の試み

本市を代替するために、オンライン商談会の開催件数を増やした。また事業全体の 4 分の 3 以上をオンラインで実施して、リアル事業は中国のみにとどめた。

この結果、当部の企業支援事業の件数は 2019 年度と同じ水準を維持し、68 件の事業を実施した。オンライン事業の特性を生かすことで、支援企業の裾野を広げることができた。さらに世界各国から参加するバイヤーは、代替となるリアルの商談機会が少ないことから真剣度が高まり、結果として商談成約率が向上し、成約見込み金額も高い伸びを示している（**図 4**）。

5. 2020 年度以降に取り組んだ、オンライン事業の評価によるベストミックスを追求した取組み

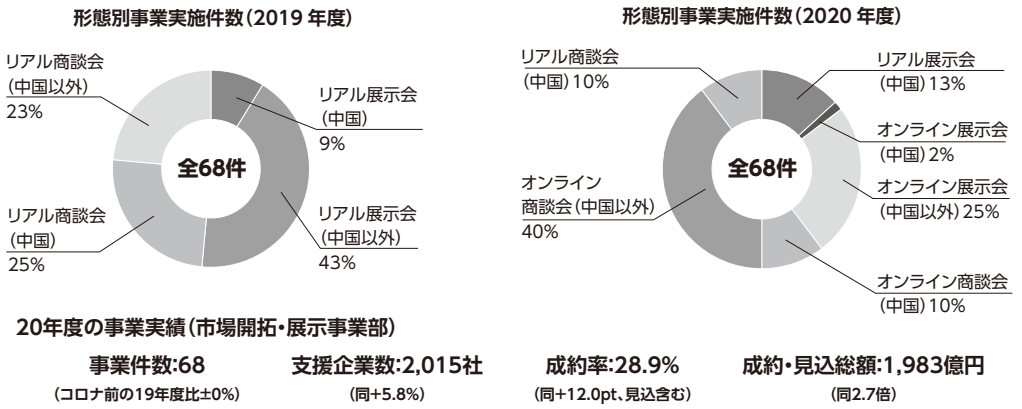
5. 1　2019 年度と 2020 年度の事業成果（リアルとオンラインで分析）

事業形態別に実績を見ると、見本市出展に関しては、一出展企業当たりの商談成約件数がオンライン出展の場合はリアルの 3 分の 1 にとどまっている。ただしその一方で、商談成約率は高まっており、4 割を超える水準になっている。

商談会についても、展示会とほぼ同様の傾向が見られるが、オンライン事業の成果はオンラインあるいはデジタル見本市と比較して、契約件数、成約率共に、数字の状況は改善している。バイヤーに選択権を与えるマーケットイン形で多くの商談を組成したことが、この要因になっていると考えている（**図 5**）。

5. 2　見本市の対象となっている業種ごとに、オンラインとリアルの成果を比較

一支援企業当たりの成約件数については、業種横断的にリアル出展が明確に有利と出ている。他方で商談成約率を見ると、成約件数と比較して拮抗（きっこう）する傾向にある。ただし、その中で製品の機能やデザイン、利用法が比較的イメージしやすい最終消費財の分野で



©1995-2022 Japan External Trade Organization(JETRO). All rights reserved.

図 4　デジタルツールも活用し、企業の海外販路計画を最大限下支え

・オンライン見本市の成約件数（1 支援企業当たり）はリアルの 3 分の 1 だが、商談成約率は 4 割超。
・オンライン商談会の成約件数はリアルの 2 分の 1 だが、商談成約率は 6 割近くに上昇。

イベント形態	事業件数（件）	成約件数／支援社数（件）	成約率（%）
リアル見本市（2019 年度）	35	10.9	15.4%
リアル商談会（2019 年度）	33	2.5	26.4%
リアル見本市（2020 年度、ハイブリッド含む）	9	10.9	17.4%
リアル商談会等（2020 年度）	7	3.2	26.1%
オンライン見本市（2020 年度）	18	3.3	42.6%
オンライン商談会（2020 年度）	34	1.4	57.6%
合計（2019 年度）	**68**	**6.5**	**16.9%**
合計（2020 年度）	**68**	**3.0**	**28.9%**

©1995-2022 Japan External Trade Organization(JETRO). All rights reserved.

図 5　イベント形態別の成果比較

は、リアルをしのぐ高い成約率となっている点が注目される（**図 6**）。

次に、商談会についてオンラインとリアルの 2 形態で、事業対象となった業種別に成果を比較してみた。一支援企業当たりの成約件数については、業種によってオンラインとリアルの優劣が異なっている（**図 7**）。

例えば機械分野を見ると、商談会では見本市と異なり、リアル開催の場合でも実機の持ち込みが難しい場合がある。そのためマーケットイン型を主体としたオンライン商談会で、比較的良好な実績を上げられていると考えている。商談成約率では、いずれの業種でもオンラインがリアルを上回っている。こちらも同様に、機械分野で特に高い成果が出ていることが伺える。

5. 3　新型コロナ感染拡大前後での地域別の事業効果

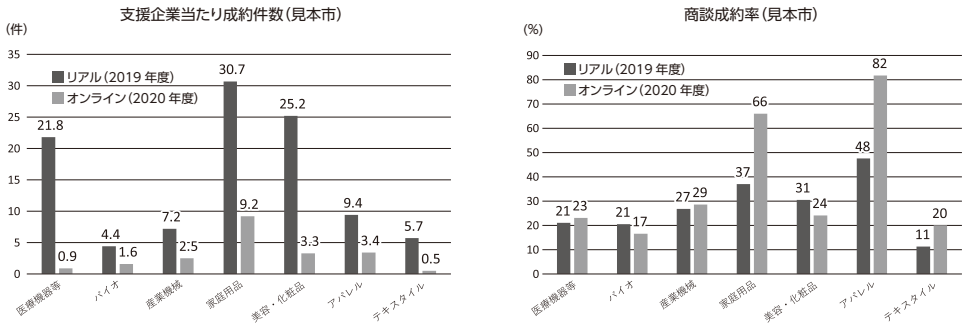
日本企業の関心が高いと思われる中国については、2020 年 1 月以降、コロナ感染が武漢を中心に急拡大したが、その後当局の厳しい都市封鎖で封じ込めに成功して同年の春以降は経済活動が世界で最も早く正常化したと言われている。

これを受けてジェトロは、2020 年度にリアルへの出展支援を中国に集約して、他の地域はオンライン展示会への出展またはオンライン商談会の独自開催に切り替えている。結果として、コロナ前には中国とともに多数の商談成約件数を上げていた欧州、ASEAN、アフリカでの成約比重が低下した一方で、中国市場への依存度が高まることになった。

また、いち早く見本市や商談のデジタル化に対応した米国など、北米でも商談成果の落ち込みが限定的となっている。

2021 年度も支援事業の約半数が中国向けとなった一方で、2022 年 3 月以降は上海などでオミクロン株とみられる感染拡大が顕在化し、これに対応した厳しい移動制限措置や実質的な都市封鎖が施行されているのはご案内のとおりである。これを受けて、ジェトロが出展予定であったものも含めてこれまでに 10 を超える見本市が

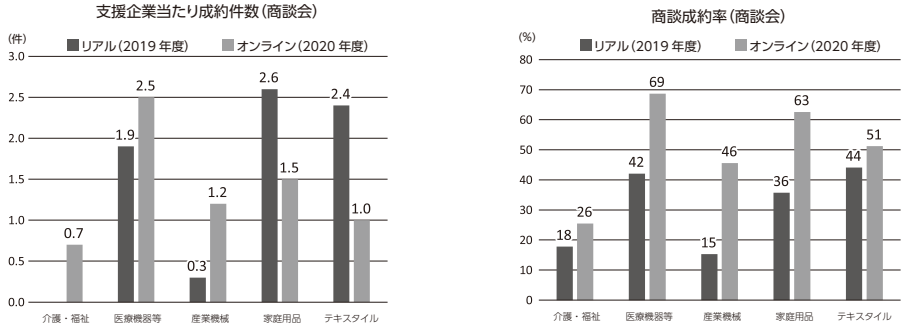
・支援企業当たりの成約件数はリアル出展が業種横断的に多い。
・機能やデザイン、利用法がイメージしやすい消費財で、オンライン出展時の成約率が高くなる傾向。



©1995-2022 Japan External Trade Organization(JETRO). All rights reserved.

図 6　見本市出展形態から見た特性比較

・成約件数の多寡は業種により異なる。見本市と違い実機持ち込みが難しい商談会では機械系もオンラインで一定成果。
・商談成約率は全対象業種でオンラインが上回る。



©1995-2022 Japan External Trade Organization(JETRO). All rights reserved.

図 7　商談会開催形態から見た特性比較

中国国内で延期あるいは一部中止となるなど、中国のゼロコロナ政策の影響が顕在化している。

2022年度以降は、ウイズコロナ政策で経済活動が正常化してきた中国以外の地域でも、特にライフスタイルやヘルスケアといった分野でリアル見本市への出展支援を再開し、事業対象市場の地域バランスをコロナ前の状況に段階的に戻していきたいと考えている。

5. 4　2022年度に予定されている香港を含む中国国内の主要見本市情報

ジェトロのホームページ（トップページの下部左側）の「見本市・展示会情報」の欄に、国内外の主要見本市・展示会を紹介しているデータベース、J-Messeをご案内している。その中から、現時点で2022年度に予定されている香港を含む中国国内の主要見本市情報を紹介する。

2022年度については、生活関連や輸送、物流、梱包（こんぽう）あるいはサービス分野などで174件の見本市が開催予定となっている。当部では、中国入国後の隔離・健康観察期間が依然として3週間以上となっていることから、現地法人や代理店を通じた出展としていただく形で、消費財分野やヘルスケア分野にて複数のリアル見本市への出展支援を計画している。

他方で、企業の関心が同様に高い台湾については、当部としての出展予定はないが、J-Messeに8件の国際見本市が登録されており、うち2件はオンラインでも併催の予定となっている。

6. 本日のまとめ

最後にまとめとして、上述の成果分析と20年度以降の事業実施経験を基に、オンライン化された企業支援事業のメリットと課題について考察したい。

図8を参照願いたい。まずメリットとしては、インターネットに接続できれば立地や距離の制約を超えて、企業は世界のバイヤーと商談をすることができる。また、運営者であるジェトロとしても、海外バイヤーを広域で招致して、複数の市場にアクセスする機会を企業に提供することができる。この際、希望商談先をバイヤーに選択させるマーケットイン型の手法を採用すると、高い商談成約率が見込まれることが確認できている。さらに、多言語で準備されたデジタルカタログと自動化されたマッチングシステムを組み合わせることで、日本企業と海外バイヤーとの常時マッチングも可能となる。見本市プラットフォームや商談会に参加したバイヤーの属性や行動履歴を収集分析してマッチング精度の向上に活用でき、またコストの低減化が図れる点も重要なメリットと考えている。

他方で、課題もはっきりしている。地理的制約はオンラインで解消できるが、やはり時差対応の問題が企業とジェトロ双方に残る。また、オンライン事業の成約率が高い一方で、事業参加企業が得られる成約件数については、見本市・商談会共に、オンラインの場合は総じて落ち込む傾向にある。リアル見本市に見られる来場者の回遊性がオンラインでは乏しい、あるいは偶発的な商談が

メリット	課　題
▶商談機会を国内各地のより多くの企業に提供可能 ▶事業対象地域を広域化できる ▶機動的な事業組成が可能 ▶マーケットイン型の成約確度の高い商談実現（見本市：43%、商談会：58%） ▶デジタルカタログを介して常時マッチングが可能 ▶事業コストや工数の削減 ▶参加企業の渡航コストの削減 ▶渡航・国内移動制限からの解放 ▶顧客データの広範な収集・活用が可能	▶時差への対応（企業、JETRO） ▶1社当たりの成約件数の減少（見本市：70%減、商談会：44%減） （要因） ・バイヤー主導の商談先選択 ・リアル見本市特有の来場者との偶発的商談の消失 ・視覚、触覚、使用感を通じて特性が理解できる製品に不利 ▶企業のデジタル化対応格差 ▶新たな潜在顧客の獲得

©1995-2022 Japan External Trade Organization(JETRO). All rights reserved.

図8　オンライン事業のメリットと課題

結果として望み薄である点が背景にあると思われる。

また、例えば、構造や機能が複雑な機械類、テキスタイル系の商品など五感を通じて製品特性が理解できる商材については、オンライン事業では相対的に不利となる結果となっている。このほか、ビジネス活動の急速なオンライン化への対応力についても企業においてまちまちであり、貿易振興機関としては留意すべき課題と考えている。オンラインの課題を全ての当部の企業支援事業で解消することは現時点で難しい状況である。

こうした中で当部は 2021 年度から、時差の影響がほとんどない隣国の中国を対象にして、オンラインのメリットを最大化し、課題を最小化する実証プロジェクトを本格的に実施している。参加企業と製品のプロフィールを中国語で電子カタログ化して公開し、視覚的にリアル感を増す動画も掲載することでバイヤーの関心を引き、QR コードを介して出展企業に商談オファーができる常時マッチング・システムを稼働させている。

同時に参加企業からは商品のサンプルを提供いただき上海の拠点に送付している。サンプルを現地のショールームに常設展示するほか、中国各地のリアル展示会にも巡回出展することで、現地バイヤーがじかに商材を手に取りながらオンラインで商談をできる機会を作っている。また、さらに多くのバイヤーを電子カタログやサンプル出展イベントに呼び込むために、SNS やウェブ広告、インフルエンサーを活用した重層的な情報発信にも努めている。

本プロジェクトは、「中国ハイブリッド型キャラバン事業」と命名され、当部と中国国内拠点が共同で実施している。2021 年度は、ライフスタイル分野を中心に、日本の中小企業 186 社に参加いただいた。プロジェクトの内容はジェトロのホームページ（https://www.jetro.go.jp/events/far/5f9c04aaca262385.html）で紹介しており、2022 年度も継続しているが、2022 年度分の募集は恐縮ながら締め切らせていただいた。プロジェクトの実行を通じて新たに判明した課題を丁寧に解決し、事業成果をコンスタントに上げることができれば、同じく時差の影響が少ない他のアジア諸国にも展開できるのではないかと考えている。

展博委員会に参加しませんか？

●編集担当より、読者の皆さまへメッセージ

展博委員会に参加を希望する会員会社様は、JEMA 企画部にご連絡願います。

この委員会は、展示会に出展する会員会社の共通利益促進を通じて、電機業界のさらなる発展を目指しています。

今回ご紹介したような、特別報告をはじめとする展示会などに関するさまざまな活動については、JEMA 展博委員会に加盟することで、より詳しい情報を入手することができます。

展博委員会はさらなる活性化を目指し、活動を展開しております。

各社様の積極的なアプローチを心から期待しております。

●問い合わせ先

JEMA 企画部
電話　03-3556-5882
在宅勤務継続中につき、できるだけお問い合わせフォームをご利用願います

JEMA ウエブサイト（お問い合せフォーム「その他のお問い合せ・サイトへのご意見等」）
https://www.jema-net.or.jp/cgi-bin/contact/input.cgi