

諏訪圏工業メッセ「2020」 オンライン商談会の効果に関する調査

～最終報告書～

2021年3月

一般財団法人 長野経済研究所

諏訪圏工業メッセ「2020」
オンライン商談会の効果と今後に向けて

メッセ2020(オンライン商談会)の開催について

- ◇ 開催19回目となる「メッセ2020」は、新型コロナウイルスの影響を鑑み、リアルでの展示会を中止し、急遽オンライン商談会を開催した。
- ◇ アクセス数は16,980件だったが、実際の商談意向を示した来場者登録数は156人と低調だった。商談申し込みには、企業情報や商談案件情報などを登録する必要があったため、これがハードルとなったとみられる。

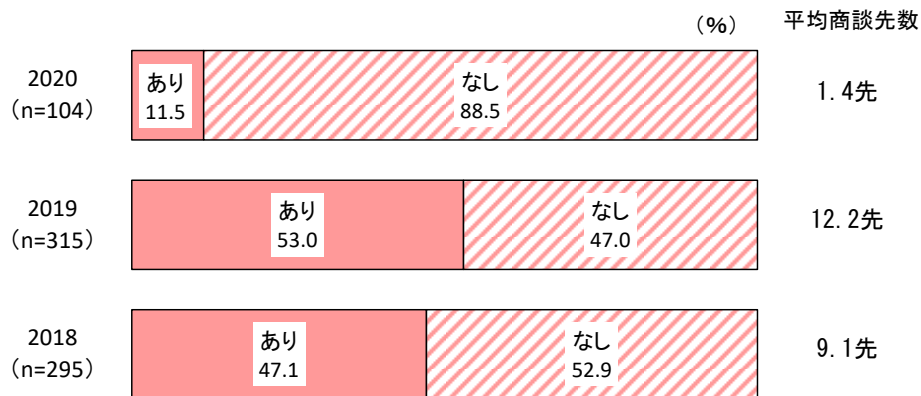
オンライン商談会の概要

- 開催期間：2020年11月16日～2021年1月21日
- 出展社数：242先（うち新規出展34先）
※リアル開催予定時の出展予定社数は374先（うち新規出展54先）
- アクセス数：16,980件
- 来場者登録数：156人
- サイト掲載内容：企業情報
ひとわざシート
PR動画 など

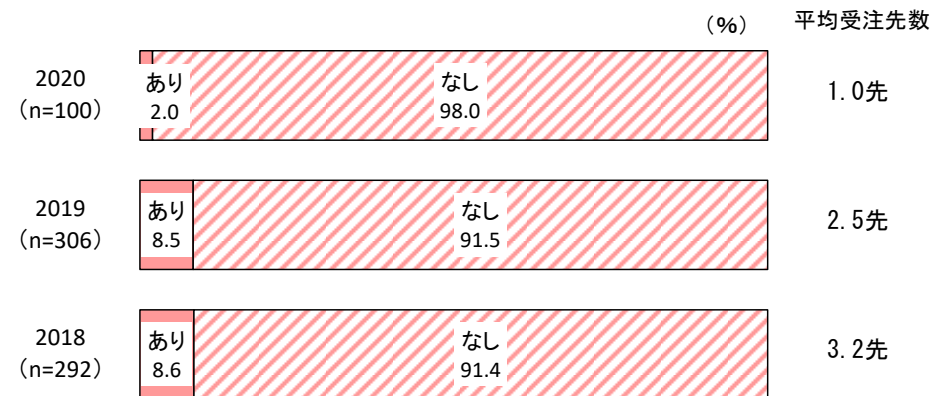
「メッセ2020」での商談と受注

- ◇ 「メッセ2020」(開催直後)における新規取引先との商談の有無をみると、「あり」が11.5%で、1社あたりの平均商談数は1.4先となっている。
- ◇ また、「メッセ2020」(開催直後)における受注獲得状況をみると、「受注あり」は2.0%で、オンライン商談会による受注獲得はわずかであった。
- ◇ 今回は初のオンライン商談会だったが、リアルで開催してきた過去のメッセと比べると商談が少なく、運営方法に課題が残る結果となった。

出展を契機とした商談の有無



出展を契機とした受注の有無

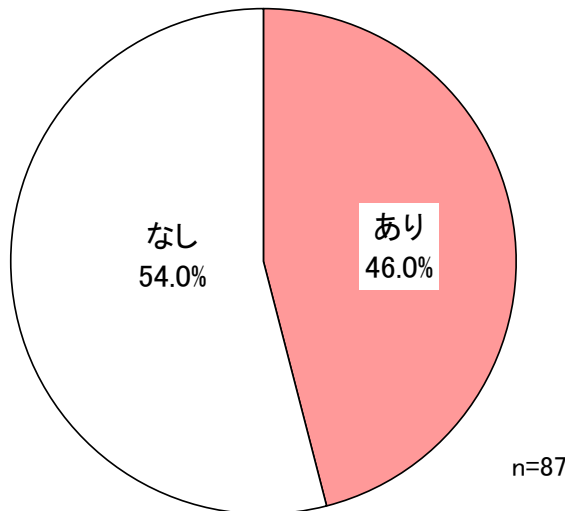


「メッセ2019」出展を契機とした商談と受注

- ◇ 前回に引き続き今回も出展している企業に、「メッセ2019」(前回メッセ)から現在までの商談の有無を尋ねると、「あり」が46.0%で平均商談件数は14.6先と、多くの商談が行われている。
- ◇ 「メッセ2019」(前回メッセ)開催から1年経過後では、22.0%の企業が受注を獲得し、平均受注先数は3.7先である。出展を契機として継続的な商談が続けられ、受注につながっており、メッセの効果がみてとれる。

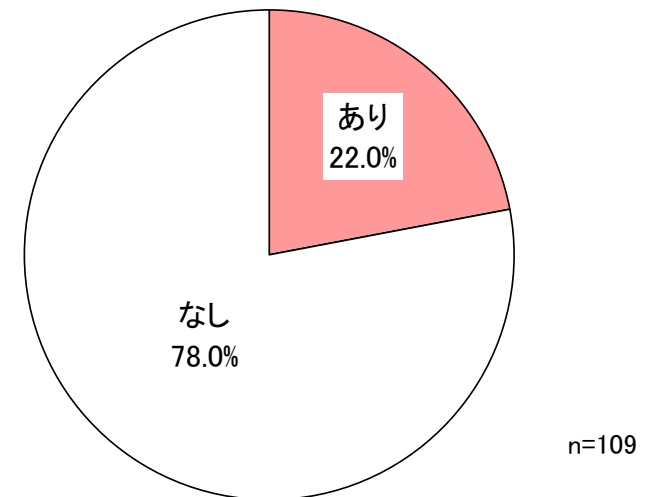
「諏訪圏工業メッセ2019」出展を契機とした
商談の有無

	1社あたり
平均商談先数	14.6先



「諏訪圏工業メッセ2019」出展を契機とした
受注の有無

	1社あたり
平均受注先数	3.7先



調査の概要

来場者アンケート調査の概要

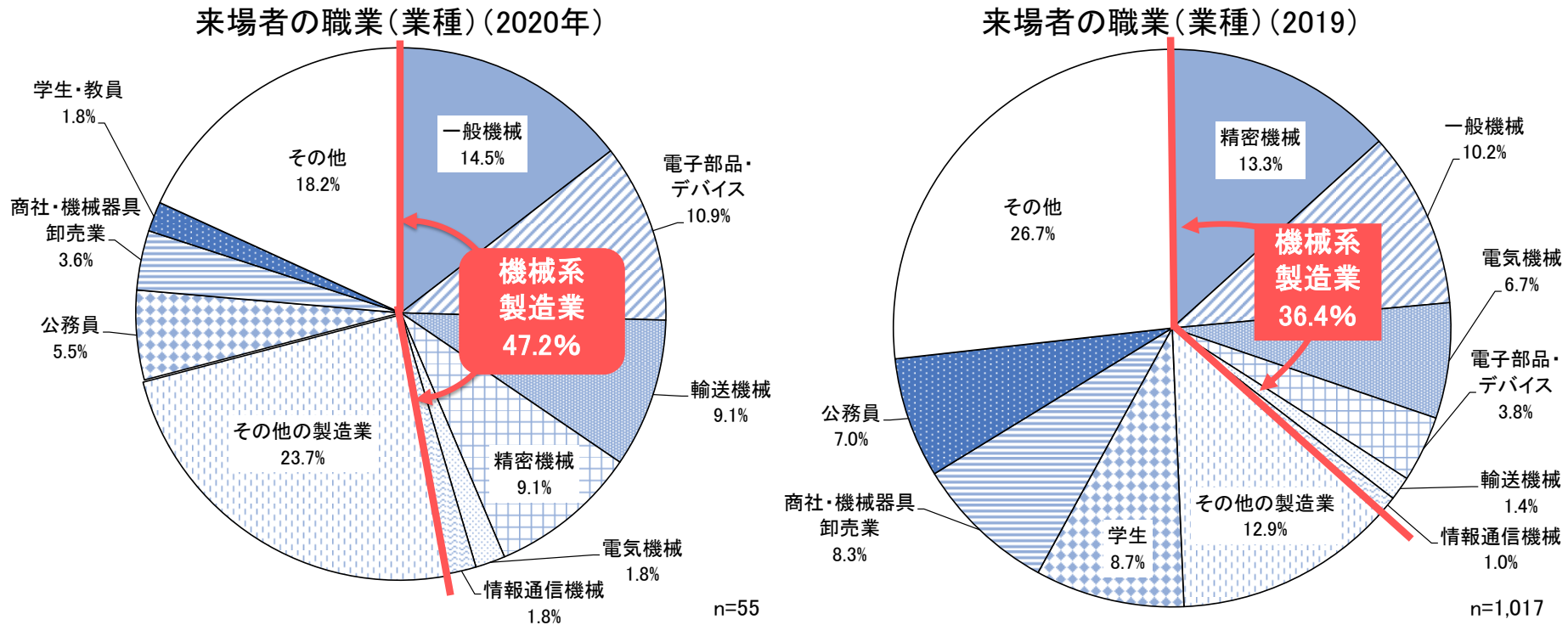
- 調査日 : 2021年2月1日～19日
- 調査対象 : 156人
オンライン商談会のサイトに
来場者登録をした人が対象
- 調査方法 : Eメール、FAX
- 回答者数 : 55人
※各設問ごとに無回答は除き集計
- 調査項目 :
 - ・ 来場者の職業、事業分野、職種、役職
 - ・ 見学経験
 - ・ 住所(会社所在地)
 - ・ 来場の目的、成果
 - ・ オンライン商談会の評価 など

出展社の成果・効果に関する調査の概要

- 調査時期 : 2021年2月1日～19日
- 調査対象 : 「諏訪圏工業メッセ2020」
出展社・大学等242先
「諏訪圏工業メッセ2019」
出展社・大学等425先
※うち連続出展190先
- 調査方法 : PC端末入力、Eメール、FAX
- 有効回答 : 159事業所
※各設問ごとに無回答は除き集計
- 調査項目 :
 - ・ 出展社の業種、得意技術
 - ・ 出展の目的、事前活動、目標
 - ・ 出展のための費用
 - ・ 出展によるビジネス面の効果
 - ・ 出展によるビジネス面以外の効果
 - ・ 今後強化したいもの
 - ・ オンライン商談会の評価およびその理由
 - ・ 本メッセ全体の評価およびその理由
 - ・ 来年度出展希望 など

1. 来場者アンケートの結果—来場者の職業(業種)—

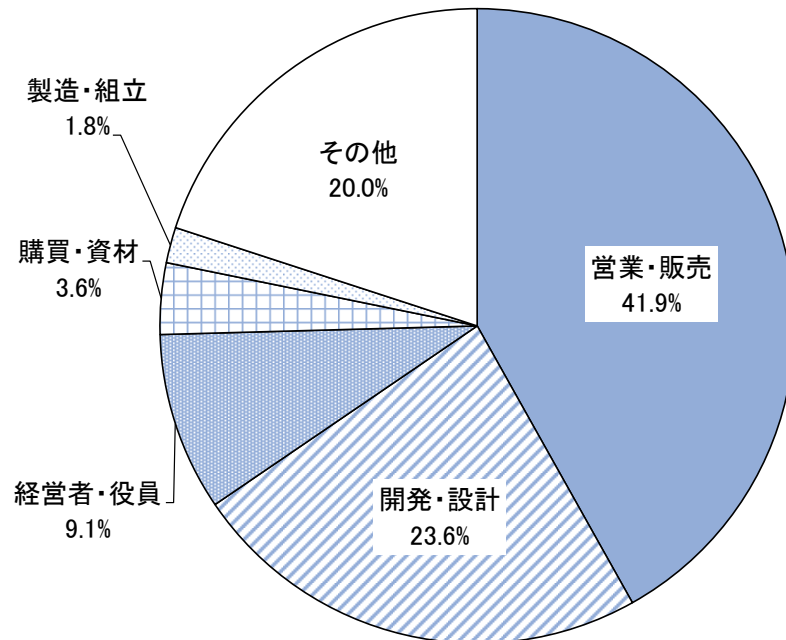
- ◇ 「メッセ2020」来場者の職業(業種)は、「一般機械」(14.5%)や「電子部品・デバイス」(10.9%)などを中心に機械系製造業が47.2%と最も多くなった。
- ◇ 製造業以外では「公務員」(5.5%)、「商社・機械器具卸売業」(3.6%)、「学生・教員」(1.8%)などの来場もみられたが、いずれも前回メッセと比べると割合は減少した。



来場者職種

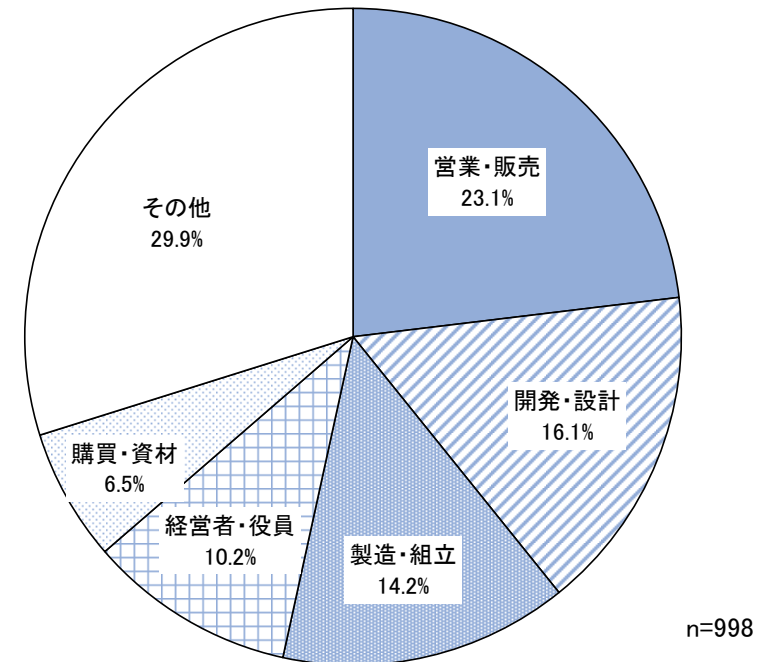
- ◇ 来場者の職種は、「営業・販売」が41.9%と最も高い割合となり、次いで、「開発・設計」(23.6%)、「経営者・役員」(9.1%)の順となった。
- ◇ 前回メッセと比べると、「営業・販売」が18.1ポイント増加している。新規取引先の開拓を目的とした来場者登録が多かったことがうかがえる。

来場者の職種(2020)



n=55

来場者の職種(2019)

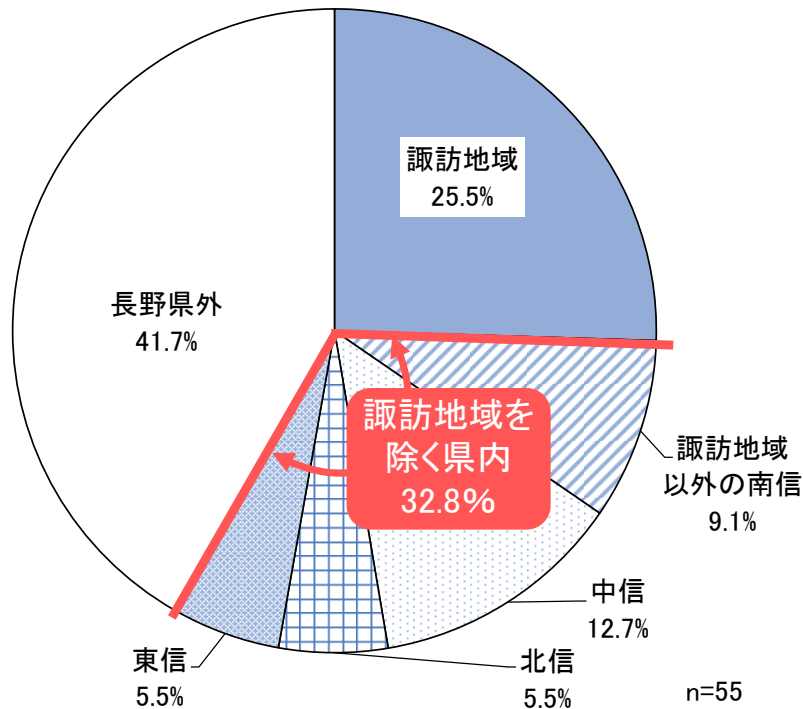


n=998

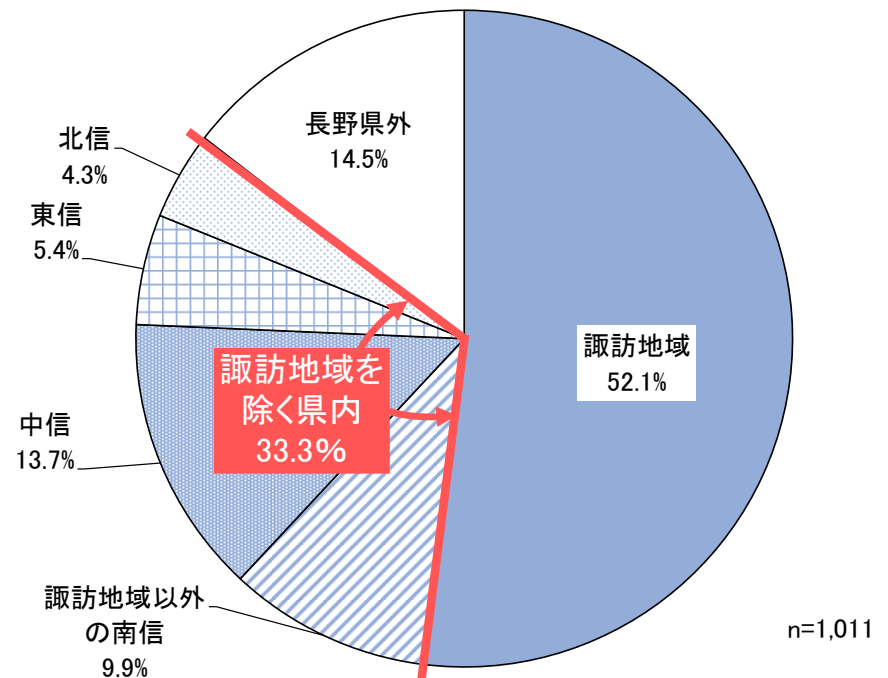
来場者の住所

- ◇来場者の住所は諏訪地域内からが25.5%、諏訪地域を除く県内からが32.8%となった。
- ◇また、長野県外からの来場者は41.7%と、前回メッセ(14.5%)に比べ割合が多くなった。
オンライン商談会のため、移動の制約が無くなった効果とみられる。

来場者の住所(2020年)



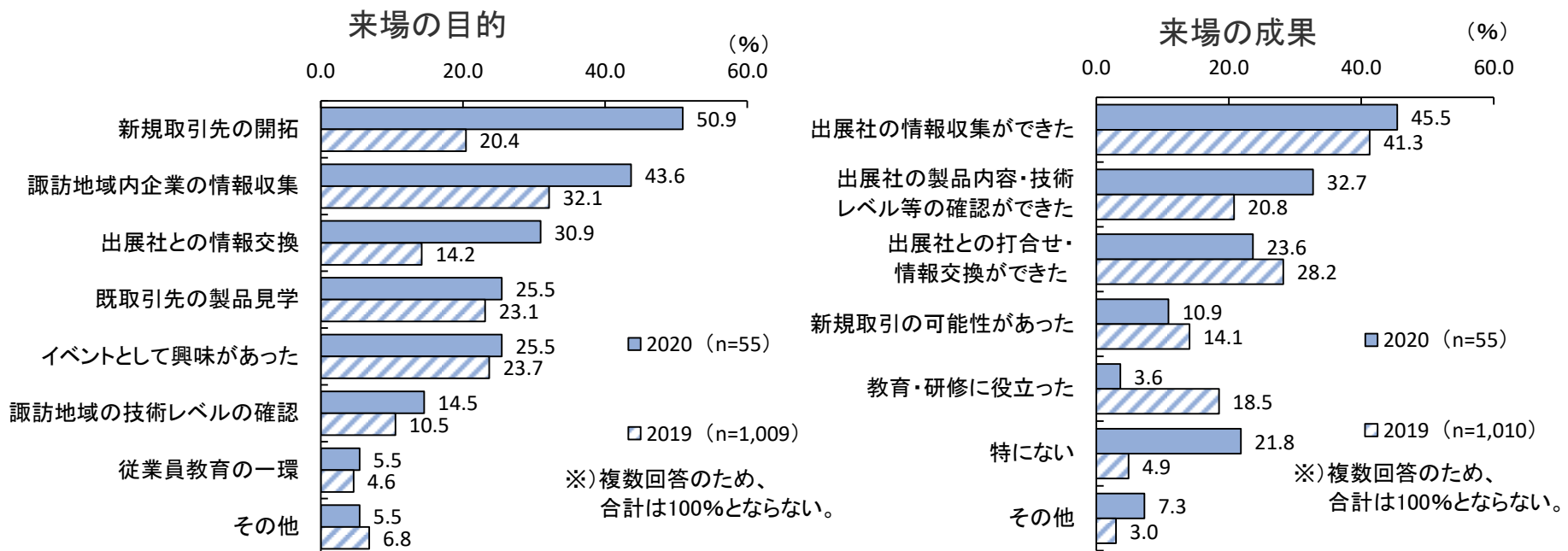
来場者の住所(2019年)



来場の目的と成果

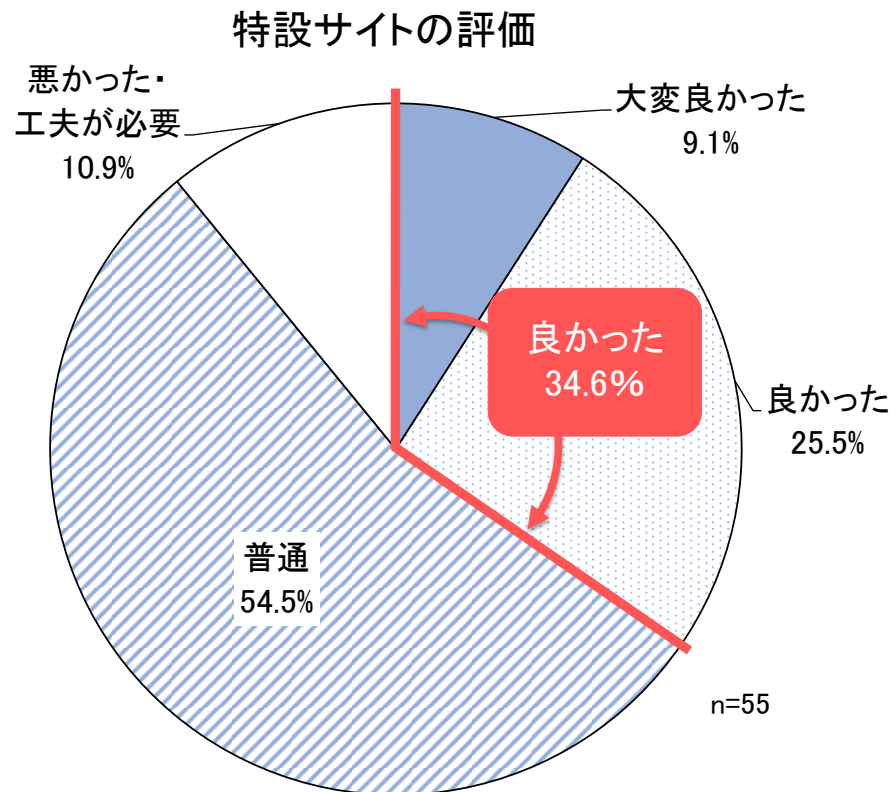
◇来場の目的は、「新規取引先の開拓」が50.9%、「諏訪地域内企業の情報収集」(43.6%)、「出展社との情報交換」(30.9%)などとなった。オンライン商談会であるため、成果に直結する「新規取引先の開拓」の割合が前回メッセよりも大きく増加した。

◇来場の成果は、「出展社の情報収集ができた」(45.5%)と「出展社の製品内容・技術レベル等の確認ができた」(32.7%)が、前回メッセを上回った。オンラインは時間があるときに自由に閲覧できるため、情報収集がしやすかったとみられる。



オンライン商談会の特設サイトの評価

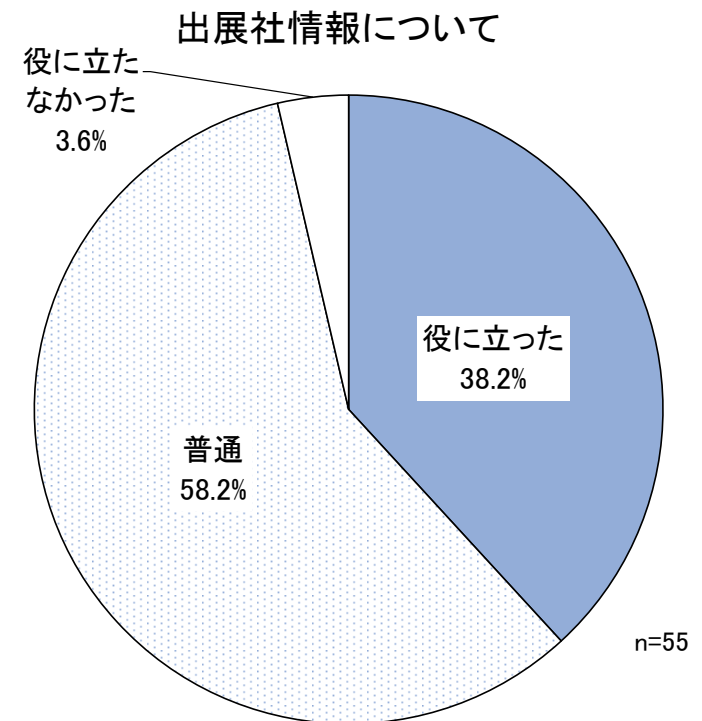
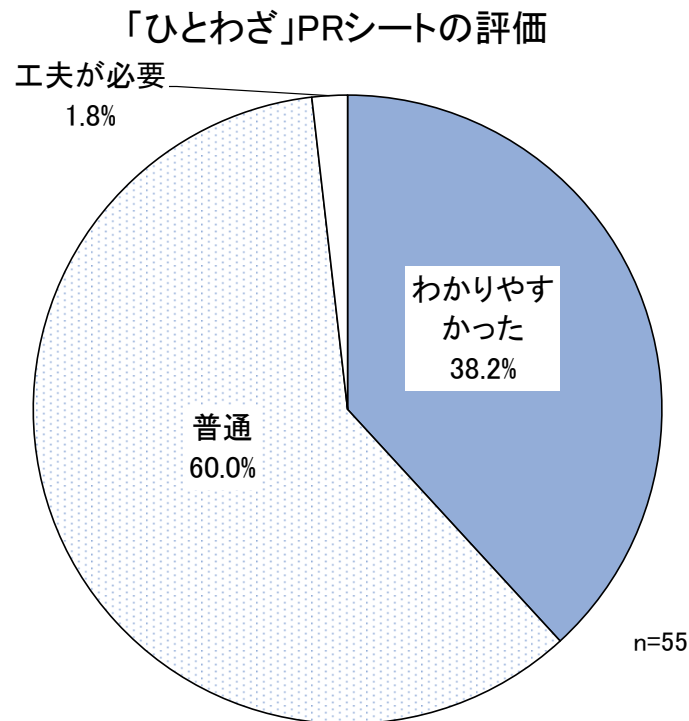
- ◇オンライン商談会の特設サイトの評価は、「大変良かった」が9.1%、「良かった」が25.5%と、34.6%が良いと評価した。一方で、「悪かった・工夫が必要」が10.9%となった。
- ◇「悪かった・工夫が必要」については、「各社の紹介が会社案内のようで目を引く内容がなかった」といったサイトの掲載方法に関する意見や、「直接コンタクトがとれない」といったシステムの不便さに関する意見がみられた。



「ひとわざ」PRシート、出展社情報の評価

◇「ひとわざ」PRシートの評価は、「わかりやすかった」が38.2%、「普通」が60.0%、「工夫が必要」が1.8%となった。

◇出展社情報については、「役に立った」が38.2%、「普通」が58.2%、「役に立たなかった」が3.6%となった。また、自由記述では、「検索しづらい」や「検索できない」といった、検索機能に関する意見があり、改善が必要と思われる。

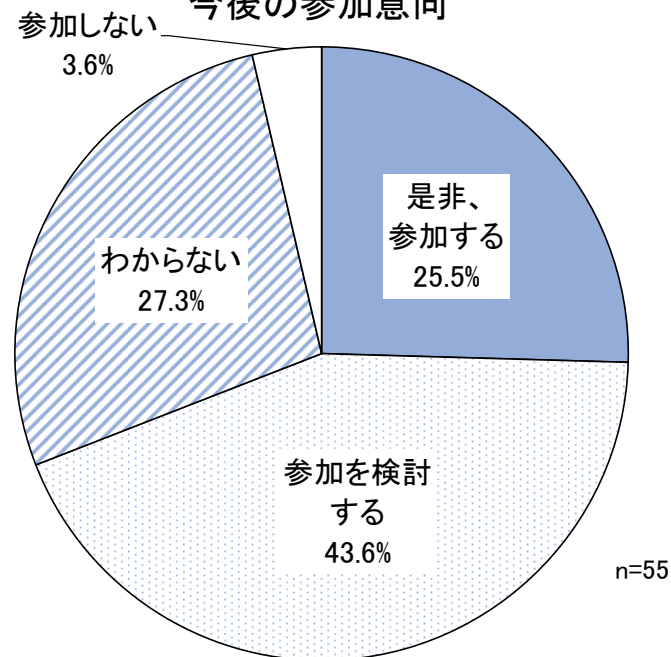


各地で開催される「オンライン商談会」への今後の参加意向

◇各地で開催される「オンライン商談会」への今後の参加意向は、「参加を検討する」が43.6%と最も多く、「是非、参加する」(25.5%)を合わせた約7割がオンライン商談会への参加意向を示した。

◇P8の来場者の会社所在地にて長野県外が半数と多く、これまで会場に来場できなかった企業のオンライン商談会への参加が見込まれる。今後は全国の企業をターゲットにメッセのオンライン商談会をPRし、認知度を高めていくことが必要である。

各地で開催される「オンライン商談会」への
今後の参加意向



オンライン商談会に対する意見・要望

<良かった点>

- 「お気に入り」は使い易く非常に役にたった。
- 移動距離や移動時間が不要というメリットは大きい。
- 商談までの流れが少し複雑で多少分かりにくかったが、NPO諏訪圏ものづくり推進機構に電話したところ、親切に案内して頂き、ありがたかった。

<悪かった点、改善要望など>

- 出展社への問合せは「ひとわざシート」を見ないと出てこず、ひとわざシートが無い企業は担当者もわからない。メッセ画面上で担当者情報(名前、部署名)の記載をお願いしたい。
- 商談に至るまでのハードル(互いの信用性)が高い。
- 出展社・来場者同士で自由にコンタクトが取れるシステムがあるとよい。
- リアルの展示会の様に会場を巡回して興味のあるブースに立ち寄るような仕様ができるとありがたい。
- 本メッセの知名度をより一層向上するためにも、集客の仕掛けづくりに投資してほしい。
- 当社商品の紹介ページの作り方が悪かったのか、商談を得られなかった。
- 急場でオンラインになったため対応ができなかったのかもしれないが、何を売っているのか全く分からない会社が多かった。カタログを乗せるだけなら展示会になっていない。せめて商品の写真・動画くらいは用意させるべき。

メッセ全体への意見・要望

<良かった点>

- 諏訪圏工業メッセは実に良い企画だと思う。実際に仕事で役立つ情報収集や企業同士の交流、あと特に今後の未来に向けて工業という技術を、学生たちが間近でみられて、次の世代へのバトンとしても寄与できる企画だと思う。
- 知らない企業と出会う場として活用できた。
- 感染症による制約の中、縮小ではなく積極的な運営に感謝している。

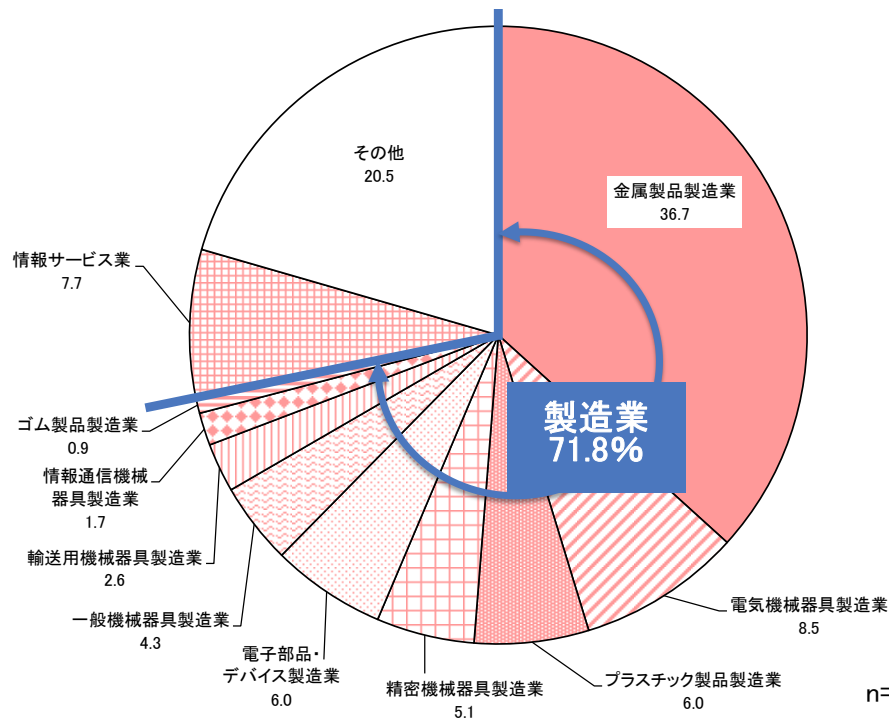
<悪かった点、改善要望など>

- ローカルで、総花的に様々な業種が一堂に会して、大規模な展示会を行うことの意味はないように思う。もう少し、小規模で専門性をもたせ、回数を増やし、観光と繋げ、県外や国外のお客さんを呼び込めるイベントにしていければ、と感じる。
- 過去、30年以上首都圏で数十回、見本市や交流会に出向いているが、あまり変わり映えがない、魅力がないのが正直な感想。

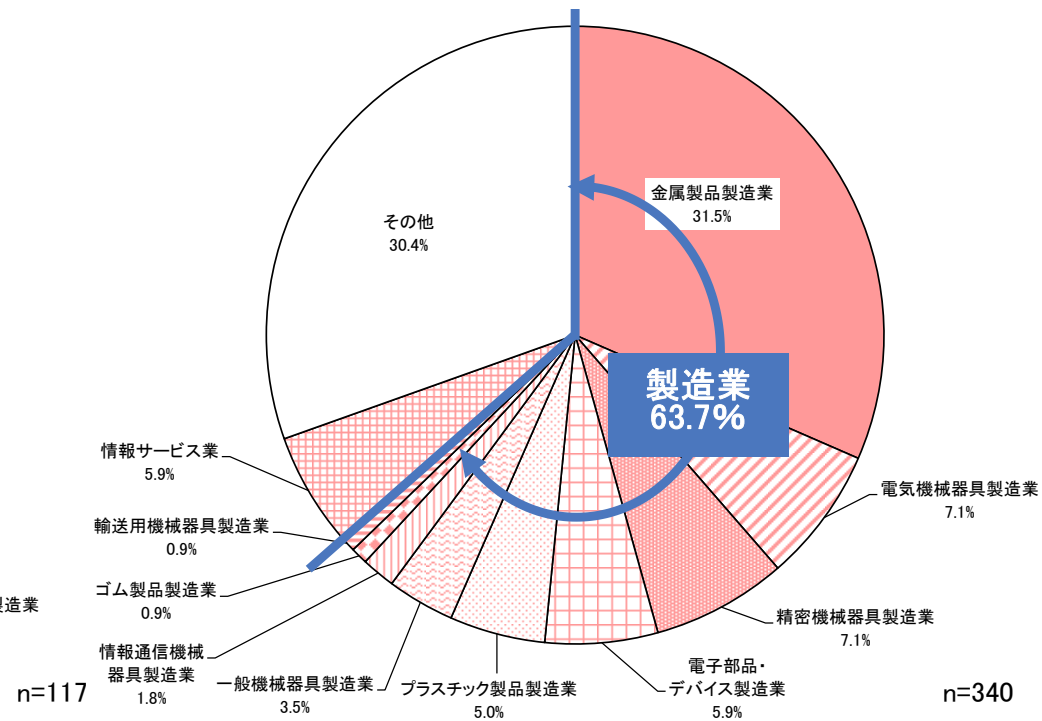
2. 出展社の成果・効果に関する調査結果—出展社の業種

◇出展社の業種は「金属製品製造業」(36.7%)や「電気機械器具製造業」(8.5%)を中心に、製造業が71.8%となった。製造業以外には「情報サービス業」(7.7%)のほか、「その他」(20.5%)では商社や大学・研究機関などの出展があった。

出展社の業種(2020)



出展社の業種(2019)

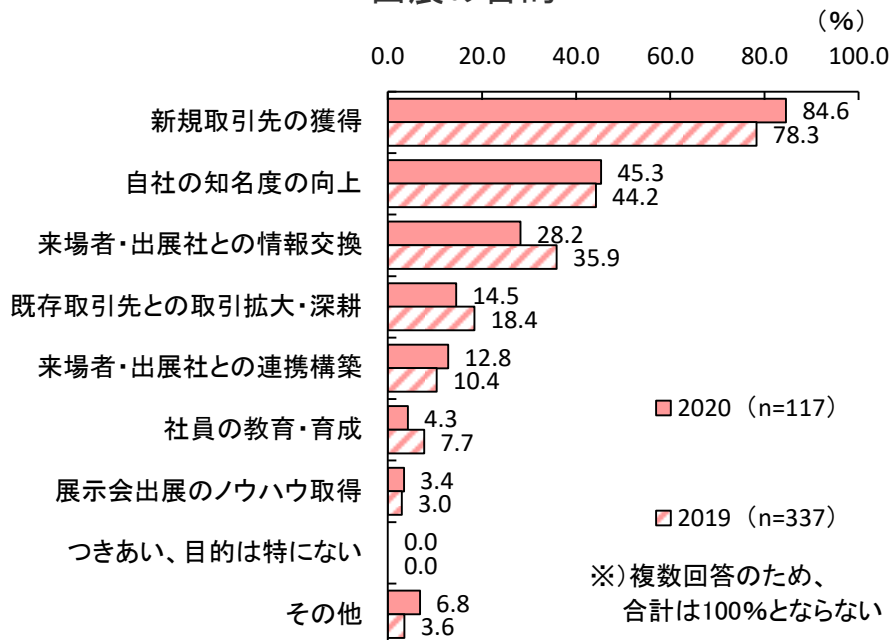


出展の目的、出展に向けて行った活動

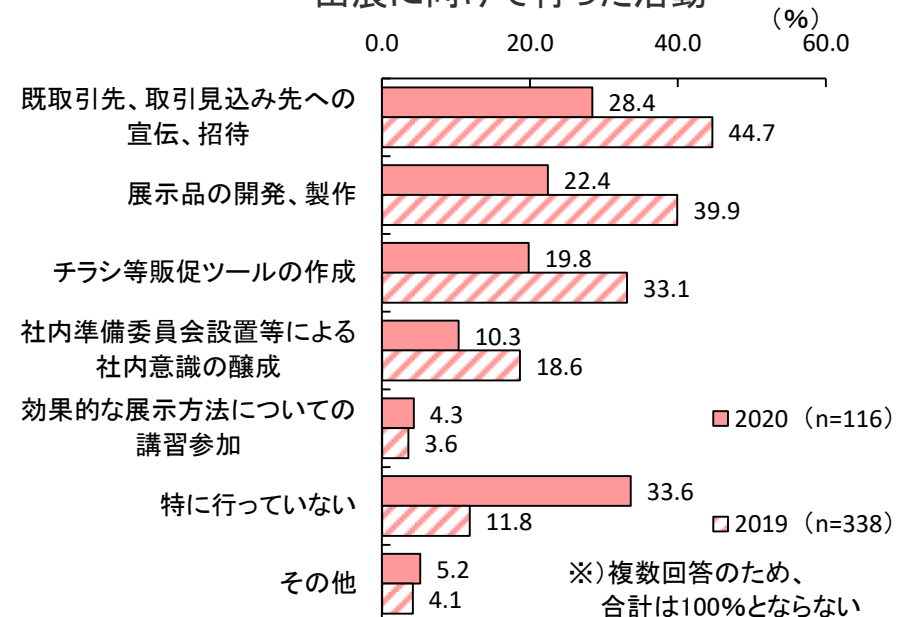
◇出展の目的は、「新規取引先の獲得」が84.6%となった。次いで、「自社の知名度の向上」(45.3%)、「来場者・出展社との情報交換」(28.2%)の順となった。出展社はメッセを販路・取引拡大の場として捉えていることがうかがえる。

◇出展に向けて行った活動では、「既取引先、取引見込み先への宣伝、招待」が28.4%と最も多く、次いで「展示品の開発、製作」(22.4%)、「チラシ等販促ツールの作成」(19.8%)など、前回メッセと同じ傾向がみられた。ただ、「特に行っていない」が33.6%となり、オンラインでの対応の仕方を模索している様子もうかがえる。

出展の目的

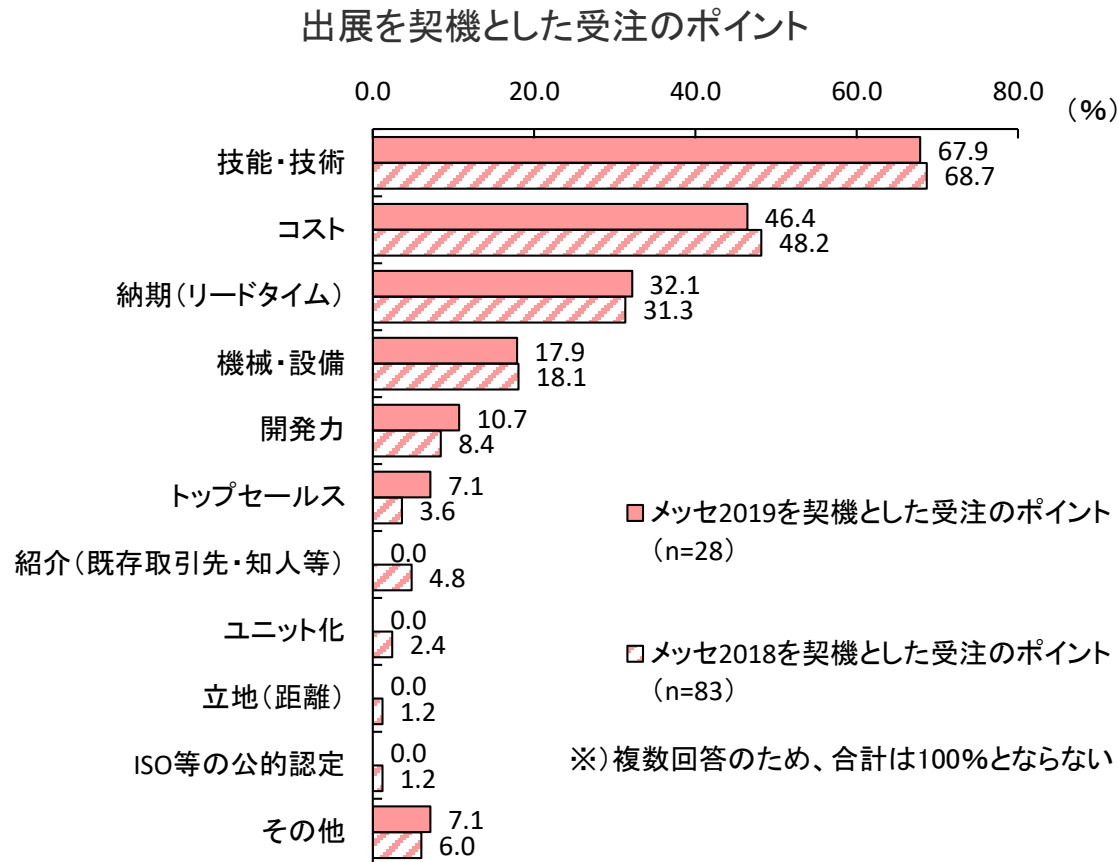


出展に向けて行った活動



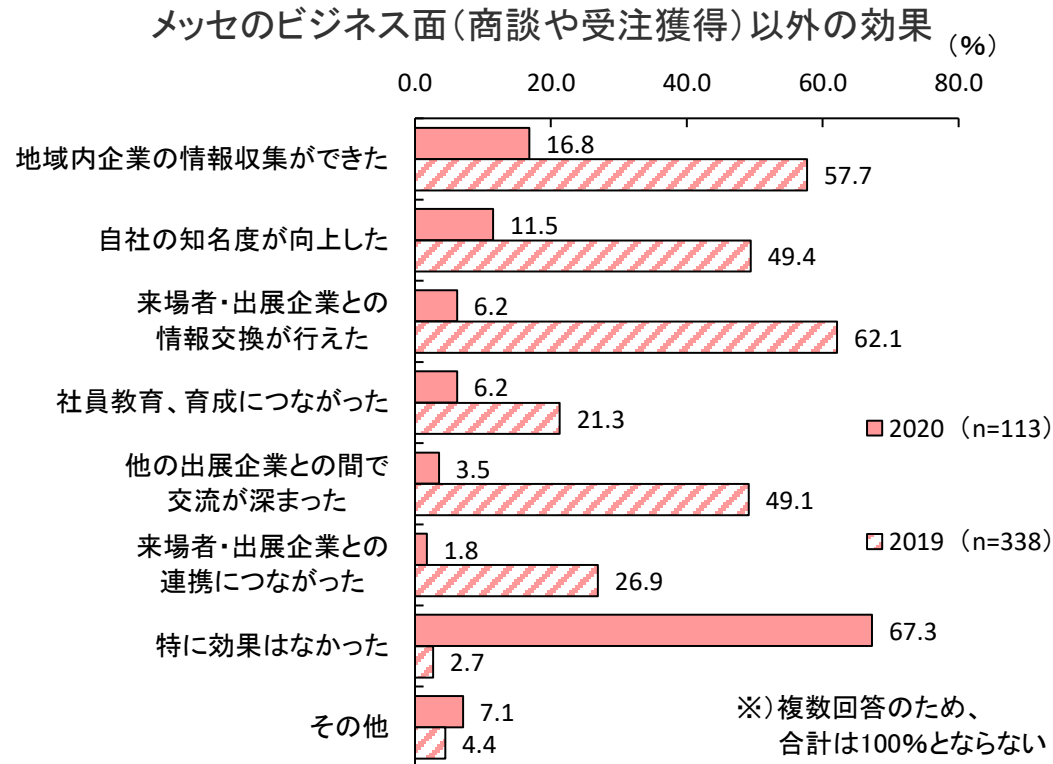
「メッセ2019」への出展を契機とした受注のポイント(前回に引き続き出展している企業について調査)

◇「メッセ2019」(前回メッセ)への出展を契機とした受注のポイントは、「技能・技術」が67.9%となり、次いで「コスト」(46.4%)、「納期(リードタイム)」(32.1%)の順となっている。出展社の技術・技能の高さが受注獲得の主な理由となっている。加えて、コストや納期の面で相手のニーズを満たすことにより受注につながっている。



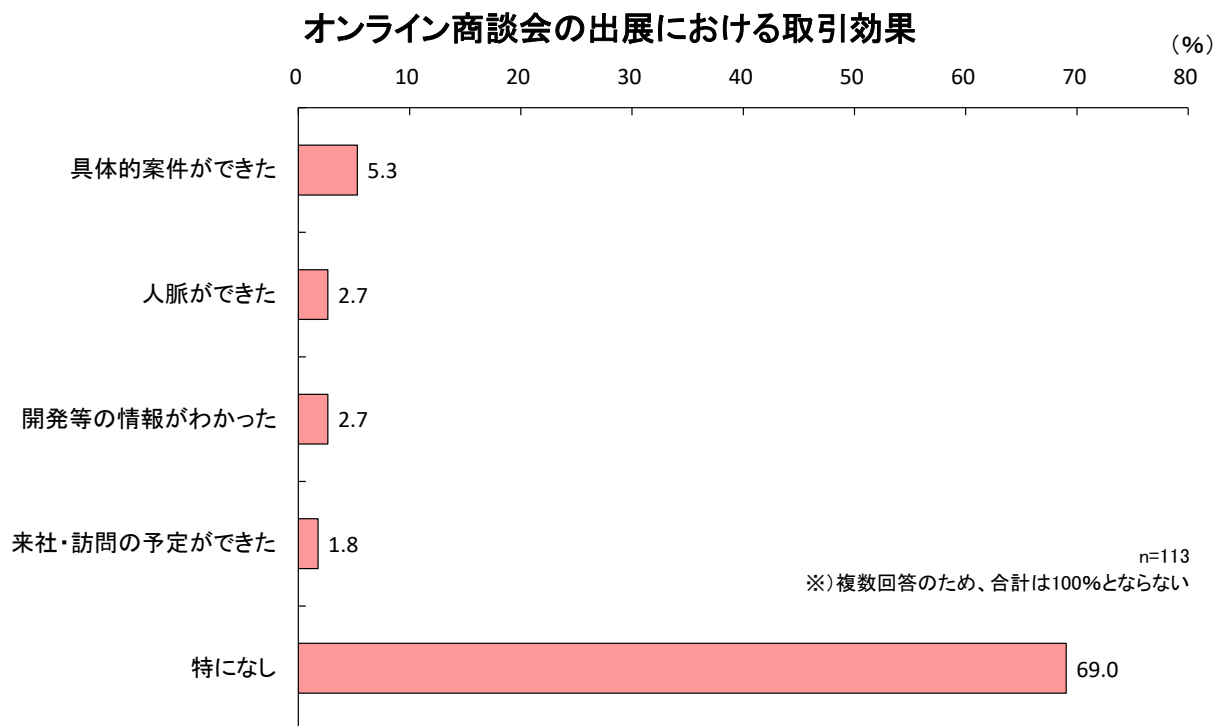
「メッセ2020」ビジネス面（商談や受注獲得）以外の効果

◇ビジネス面以外の効果としては、「特に効果はなかった」が67.3%となり、オンライン商談会によるビジネス面以外の効果には限界があるとみられる。そのため、「地域内企業の情報収集ができた」(16.8%)、「来場者・出展企業との情報交換が行えた」(6.2%)、「他の出展企業との間で交流が深まった」(3.5%)など、情報収集・交換に関する効果が前回メッセから大きく減少している。



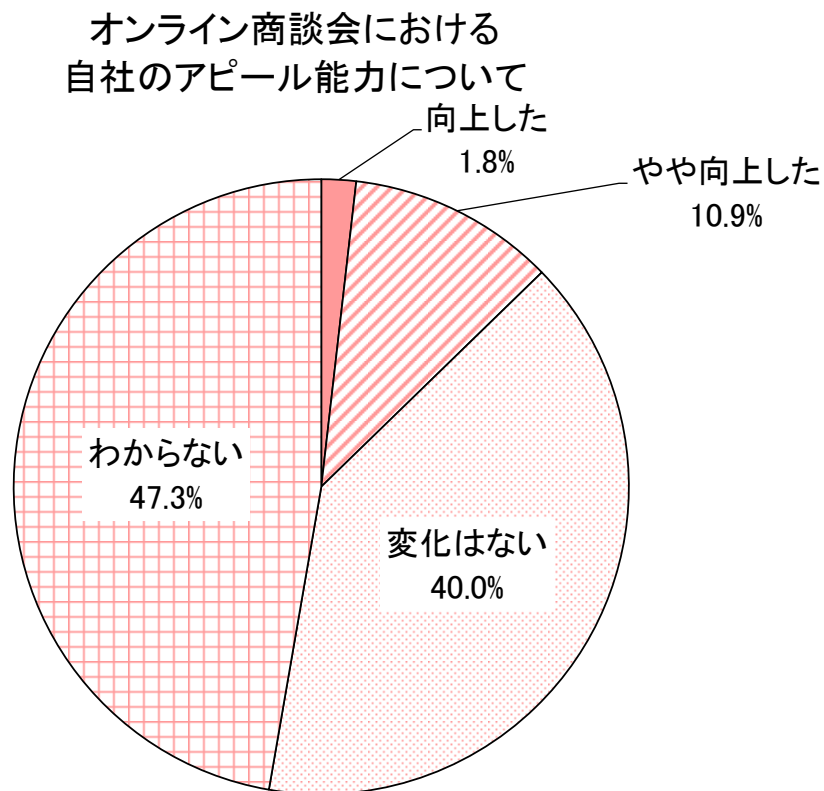
◇オンライン商談会の出展における取引効果は、「特になし」が69.0%となった。初のオンライン商談会ということもあり、模索状態の出展社も多く、なかなか成果に結びつかなかった。

◇ただ、「具体的案件ができた」は5.3%と少ないものの、オンライン商談においても効果を出している企業もあり、さらに効果を高めるための仕組み作りが今後必要である。



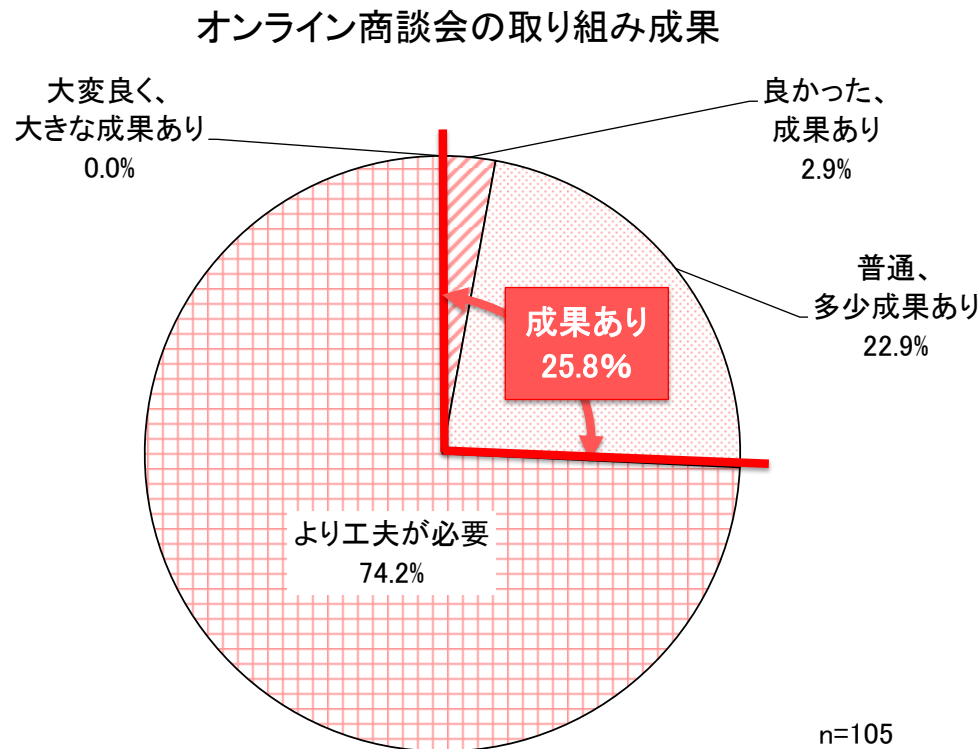
◇オンライン商談会における自社のアピール能力については、「向上した」が1.8%、「やや向上した」が10.9%となった一方、「変化はない」が40.0%となった。

◇また、「わからない」が47.3%とおよそ半数となった。自社のアピール力を上げ、また評価できる仕組み作りも求められる。



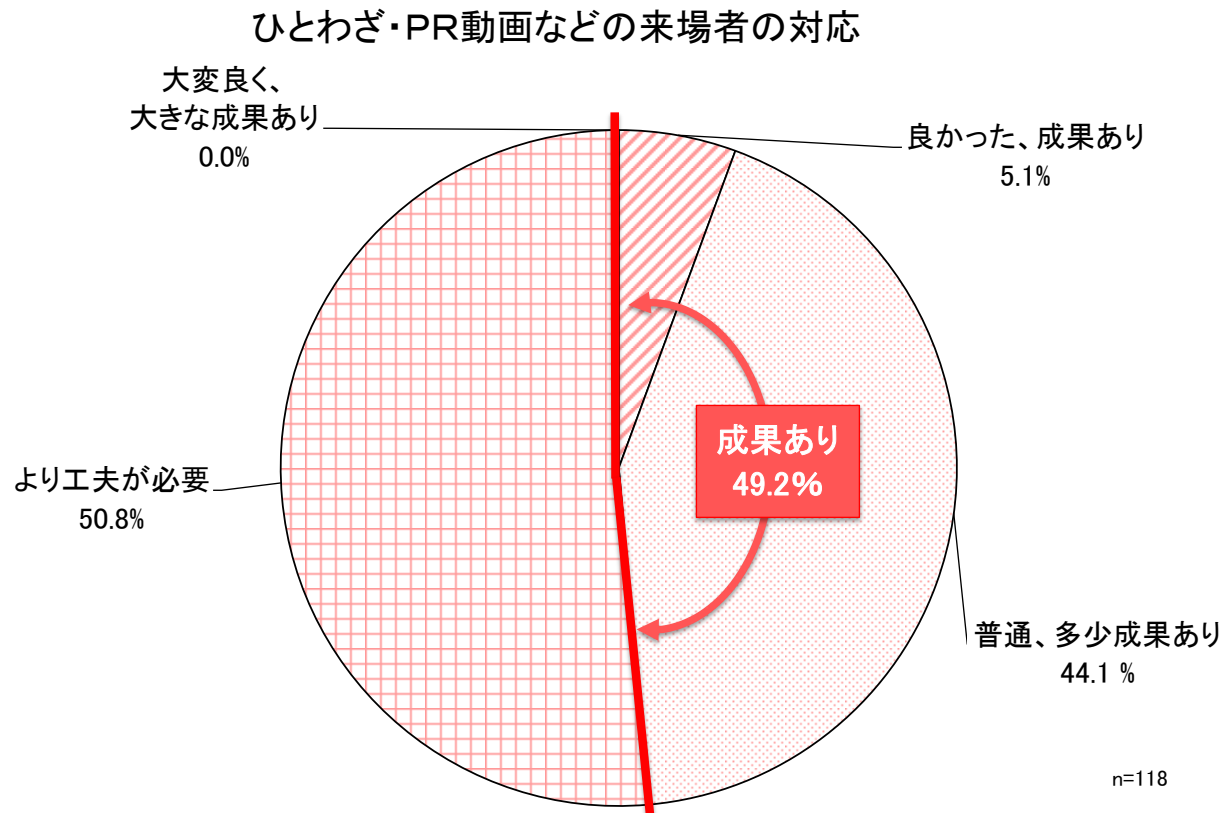
オンライン商談会の取り組み成果

- ◇オンライン商談会の取り組み成果は、「成果あり」が25.8%であった一方、「より工夫が必要」が74.2%となった。
- ◇工夫すべきことについては、オンライン用の資料や動画作成など自社のアピール方法の強化が必要との回答が多かった。こうした改善を必要としている企業に対し、オンライン商談会に関する勉強会やセミナーを開催して、ノウハウなどを提供していくことが必要である。



ひとわざ・PR動画などの来場者の対応

- ◇ひとわざ・PR動画などの来場者の対応は、「成果あり」と「より工夫が必要」がほぼ半々となった。
- ◇今後改善すべきことについては、「動画作成のノウハウ」に関する意見や、「来場者がどのように評価しているのかわからない」との声があった。
- ◇オンラインでのPR方法のノウハウ提供に加え、来場者の評価が分かる仕組み作りが求められる。



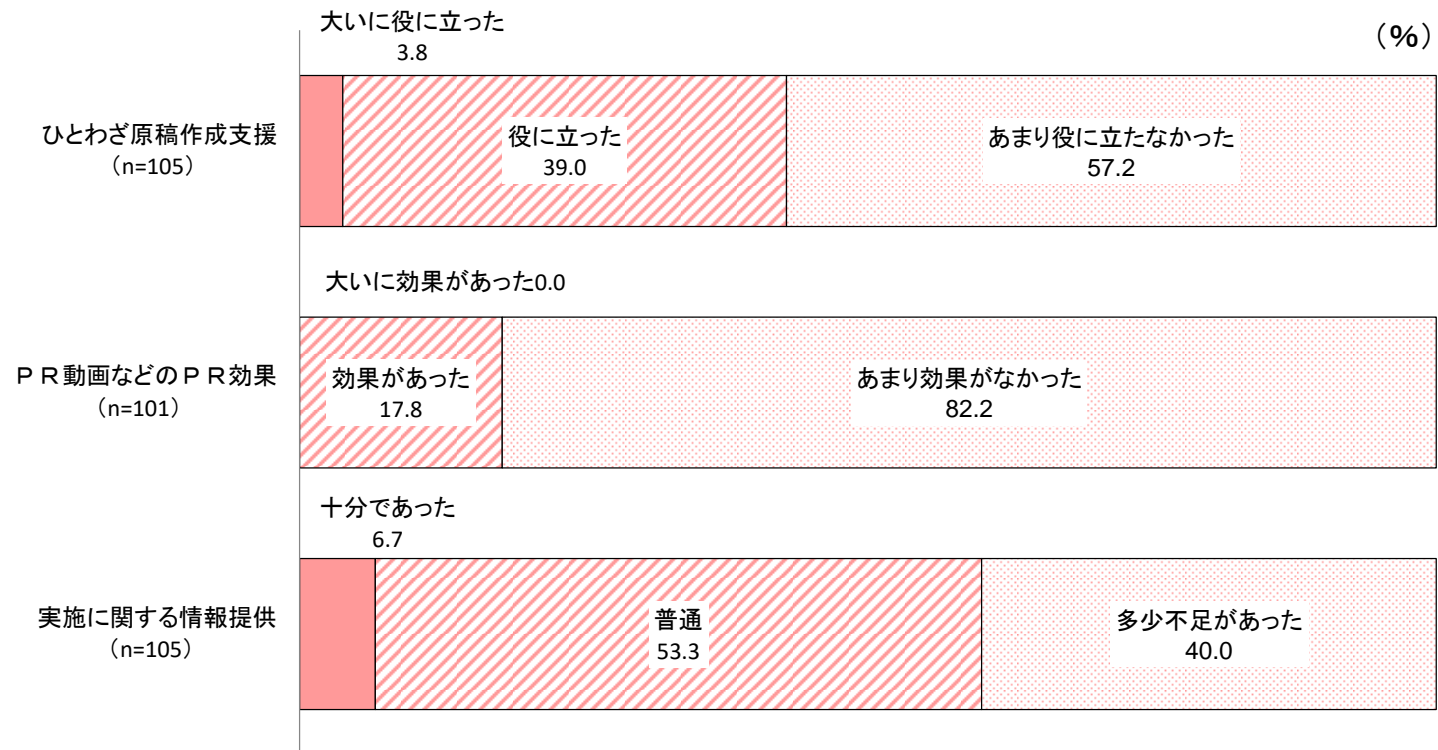
オンライン展示会の準備内容

◇ひとわざ原稿作成支援は、「あまり役に立たなかった」が57.2%と最も多かった。

◇PR動画などのPR効果は、「あまり効果がなかった」が82.2%と最も多かった。P24の改善意見でもあったように、動画作成などのPRノウハウの提供が必要である。

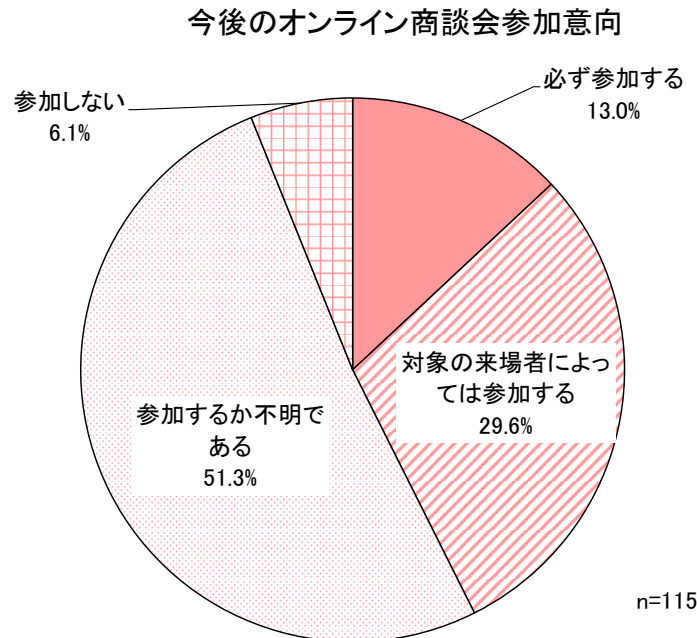
◇実施に関する情報提供は、「普通」が53.3%と最も多かった。

オンライン展示会の準備内容



今後のオンライン商談会の参加意向

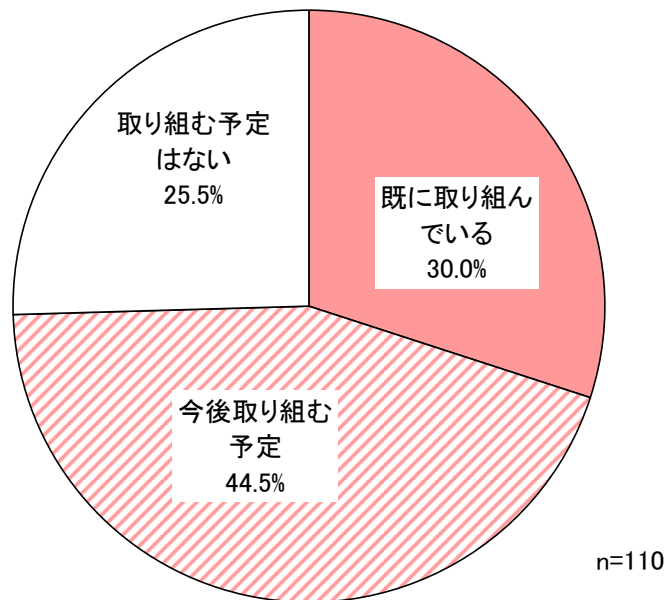
- ◇今後のオンライン商談会の参加意向は、「必ず参加する」が13.0%、「対象の来場者によっては参加する」が29.6%と、4割が参加に前向きな意向を示した。一方、「参加するか不明である」が51.3%と半数を超えて、「参加しない」は6.1%となった。
- ◇オンライン商談会に対する意見や要望には、自社ページの閲覧数が分かる仕組みやマッチング方式を望む声があった。
- ◇今回初めて実施したオンライン商談会に対する感想や意見を踏まえ、企業にオンライン商談会のノウハウを提供していくことで、参加への魅力を高めていくことが必要である。



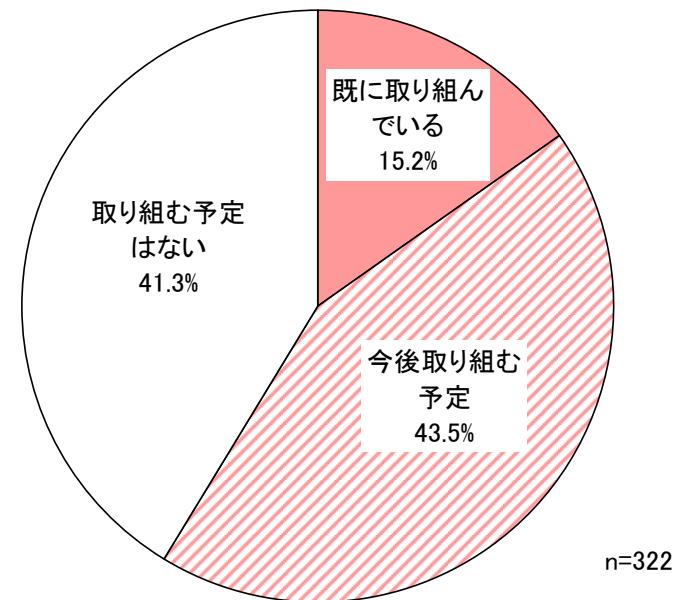
出展社のSDGsの取り組み状況

- ◇出展社のSDGsの取り組み状況は、「既に取り組んでいる」が30.0%と、前回メッセ（15.2%）から増加しており、取り組みに積極的な企業が増えた。
- ◇SDGsへの関心が高まっていることがうかがえ、今後のメッセでもブースの設置等、継続的な取り組みを行うことが重要である。

SDGsの取り組み(2020)



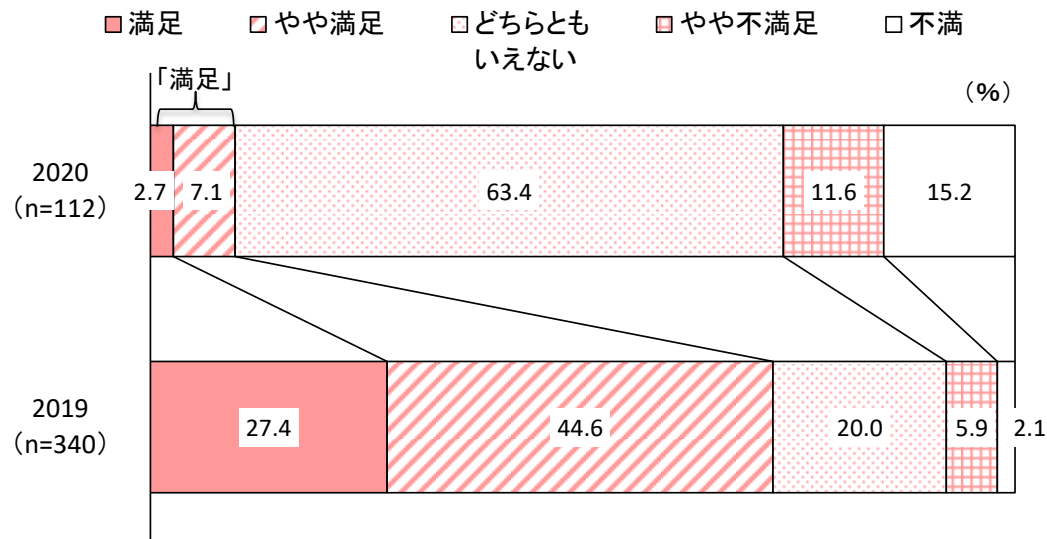
SDGsの取り組み(2019)



「メッセ2020」全体評価

- ◇メッセ出展の全体評価は「満足」と「やや満足」を合わせて9.8%と、前回メッセ(72.0%)から大幅に減少し、初のオンライン商談会は課題が残る評価となった。
- ◇「やや不満」、「不満」の理由として、オンライン商談の勝手が分からず効果がなかったとの回答が目立った。また、出展者から来場者に向けた発信ができないことや、来場者リストがないことなどシステムに関する意見もあった。
- ◇一方で、今後のオンラインの必要性を感じ対応を強化していきたいとの意見もあった。P25にもある意見や要望等を取り入れ、オンライン商談会の魅力や満足度を高めていくことが求められる。

メッセの全体評価

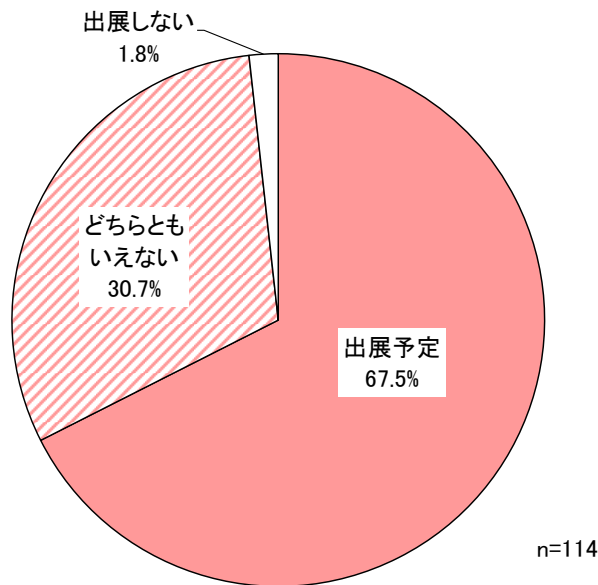


来年度「メッセ2021」出展希望

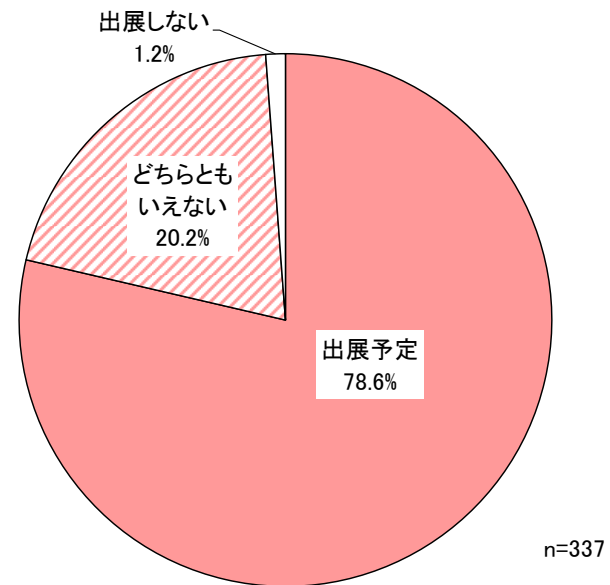
◇来年度の「メッセ2021」への出展希望では、67.5%の企業が「出展予定」としている。ビジネス拡大や情報収集など出展社のニーズを満たし、出展効果を高めていくことが求められる。

◇また、リアルとオンラインのハイブリッド型での開催に向け、オンライン商談会に関する意見や改善点を取り入れていくことが必要である。リアルに先駆けて開催するオンラインにて、メッセの魅力を高めることができれば、現地にも訪れたいくなる来場者が増え、開催効果を高めることにもつながると考えられる。

「諏訪圏工業メッセ2021」への出展希望



「諏訪圏工業メッセ2020」への出展希望



アンケート自由記述で挙げられた主な意見(全体評価)

「メッセ2020」について良かった点

- ◆ 例年に比べて商談数や顧客との接触回数が減ってしまったのは残念だったが、今後のトレンドにも沿う取り組みだと思うので、今後も試行錯誤していきたい。
- ◆ ひとわざシートにてアピール出来たのは大きな結果だと思う。今後もひとわざシートを活用し、営業にも活かしていきたい。

「メッセ2020」について不満だった点・改善要望事項

- ◆ 来場者数(閲覧者)のデータ等がないことから、効果等が体感できていない。
- ◆ PRしたい特定の来訪者への発信する機会がない。(例えばオンラインに参加された特定分野への来訪者に向けたチャットルーム・告知サイト等、こちらから直接来訪者に接触できる場がない)
- ◆ 自社の展示サイトへの来訪者数・業種等の情報や来訪者へ追従して発信・アクセスするための機能がない。
- ◆ 期間が長すぎたと思う。2日程度に圧縮し、集中的に開催したり、セミナーは多数のトラックを並行稼働させるなど、リアル展示会とは違う運営が必要だと思う。
- ◆ 改善点の要望としては、来場や質問などを弊社側からアクセスする必要があった。開催時に常にWebに張り付く必要があるが、実際に張り付くことは出来ず、弊社としても放置となってしまった。このようなPull型ではなく、メール発信等のPush型にしていただけると利用しやすい。

オンライン商談会に対する意見や要望

良かった点

- ◆ これからはオンライン商談が普及していくと思うので導入の良い機会となった。
- ◆ 認知度はあるかと思うが、商談会はもっと認知されるように宣伝が必要があると思う。

不満だった点・改善要望事項

- ◆ 目的の会社のみを見ることになってしまい、新たな発見が生まれにくい気がした。
- ◆ 商談案件の申し込みがない限り何も来訪者側の動向・反応がわからない。
- ◆ ひとわざ原稿がメインであったため、準備は楽だったが、情報量が少ないので成果を得にくいと感じる。動画掲載方法がYouTube限定というのは使い勝手が悪い。
- ◆ 表示のプレビューがはじめから見えるようにしてほしい。
- ◆ マッチング商談方式での商談会は比較的ニーズに合わせ、ピンポイントで商談が可能なので企画してほしい。
- ◆ 出展社側からアクションが出来る仕組みが欲しい。
- ◆ オンライン商談会に向けたセミナーや研修など、事前に予備知識があると、準備や対応がスムーズになると感じた。
- ◆ カテゴリ別に案件が掲載されているページ、チャットルーム等が利用できれば、もう少し交流しやすいと思った。

諏訪圏工業メッセの今後のあり方

- ◆ コロナが終息したあと、世の中が大きく変化していると思うので、その変化に追従した運営をお願いしたい。
- ◆ オンライン展示会は効果を出すのが非常に難しいのは分かっていたので、規模を縮小してもリアルで開催して欲しかった。2021年はどのような状況か分からないが、オンラインはあくまで補助的な位置づけで、リアル開催を強く望む。
- ◆ もっと来場者を増やす仕掛けが必要だと感じた。
- ◆ 他の出展業者との情報交換を行いたいので、リアル展示会は必要だと考える。
- ◆ 新型コロナウイルス感染拡大が終息した際にはぜひリアル開催での展示会をお願いしたい。オンラインでの商談会も今後は定着するかと思うので、オンライン・オフライン問わず継続してほしい。

オンライン商談会の課題や改善点、要望とその対応

初のオンライン商談だったため、課題や改善点が残る結果となった。これらは主に、①開催のPR不足、②システム上の要望に関することが多い。

<①開催のPR不足>

- ◆ 開催期間中のアクセス数は16,980件と、これが多いか少ないかを判断する明確な基準はないが、前回メッセの来場者数27,841人の6割となった。単純に考えると、前回来場者でもアクセスしなかった人が4割いたことになる。リアルの開催中止決定からオンライン商談実施まで急ではあったものの、オンライン商談のPRが不足していたのではないか。
- ◆ リアル開催の知名度はある一方、オンライン商談会はそれほど認知されていなかったとの指摘もあった。オンライン開催のメリットの1つに、移動や時間の制約がないことが挙げられる。オンラインのメリットを生かし、全国の企業をターゲットに、知名度向上と集客の仕掛けづくりが求められる。
- ◆ メッセ2021では、オンラインをリアルに先立ち開催する計画となっている。オンラインで幅広い集客ができれば、現地(リアル)も訪れてみたい人が増えると考えられる。それが結果として、地域の活性化にもつながると考えられるため、PRの重要性を認識しより一層力を入れていくべきである。

オンライン商談会の課題や改善点、要望とその対応

<②システム上の要望>

- ◆ オンライン商談会の開催決定から実施まで時間がない中、対応したシステムだったこともあり、システムに関する意見や改善を求める点がいくつかあった。これらを踏まえ、より良いシステムを構築する必要がある。
- ◆ 出展社のページに関して、「紹介が会社案内のようで目を引く内容がなかった」や「何を売りにしているのか分からない」、「担当者情報がわかりにくい」などがあり、改善を要する。
- ◆ 出展社を「検索しづらい」との意見もあり改善が求められる。また、オンラインでは、来場者が目的とする企業のみ閲覧することが多く、リアルのような偶然の発見が得られにくい。サイト上で出展企業のひとわざPRなどをランダムに表示するような機能を設けるなどの工夫が求められる。
- ◆ P21の「自社のアピール能力について」では、「わからない」との回答がおおよそ半数を占めており、出展社のページや動画などの評価軸の必要性がうかがえる。
- ◆ 出展社から発信ができず、来場者や他の出展社とコンタクトがとれないとの意見もあった。チャット機能などを設け、活発な交流や情報交換を促したい。
- ◆ 商談については、「流れが少し複雑でわかりにくい」や「マッチング方式の採用」を望む意見もあった。取引につながる重要な部分であるため、再考が必要である。
- ◆ オンライン商談会は今後のトレンドとなり得る。まだオンライン商談会に不慣れな出展社も多いとみられるため、勉強会やセミナーなどを通じて、オンラインでの効果的な展示方法やPR動画の作成などのノウハウや情報を継続して提供していくことが必要である。

諏訪圏工業メッセ2020「オンライン商談会」ご来場者アンケート

アンケート調査ご協力のお願

この度は、「諏訪圏工業メッセ2020」にご来場いただき誠にありがとうございました。
開催19回目となる今回は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により「オンライン商談会」の開催となりましたが、1月21日をもってメッセ2020・オンライン商談会を終了いたしました。
諏訪圏工業メッセ実行委員会では、毎回、来場者様へのアンケート調査や出展社様への成果・効果に関する調査を実施し、メッセ開催による経済効果や、今後のメッセのあり方などについて調査を行なっております。

つきましては、ご多忙の中誠に恐縮ですが、本調査の趣旨をご理解いただき、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

特に今回は初のオンライン開催ということで、皆様方から忌憚のないご意見・評価をいただきながら今後のメッセ開催に活用して参りたいと思います。

当実行委員会としては、地域企業の発展と「世界のSUWAブランド」の定着・強化に向け、引き続き、積極的な取り組みをして行く所存でありますので、今後とも、ご指導・ご協力の程よろしくお願い申し上げます。

本調査は、統計処理のための資料として使用するものであり、ご記入いただきました個人情報につきまして、関連の調査目的以外には利用いたしませんので、皆様にご迷惑をおかけすることはありません。

なお、本調査の集計・分析は、当実行委員会から一般財団法人長野経済研究所へ業務委託しておりますので、ご承知おきますようお願い申し上げます。

令和3年2月1日

諏訪圏工業メッセ実行委員会

ご記入にあたって

- パソコンでの入力回答の場合、該当項目を強調または囲むか、非該当項目を削除する等、選択項目がわかるように記してください。数値やコメントはご入力願います。
- ご記入・入力後、FAXまたは電子メール添付ファイルにて、**2月16日(月)**までにご返信ください。
(FAX: 0120-82-6233 電子メール: syutten@suwamesse.jp)
- 本調査に関してご不明な点がございましたら、下記までご照会ください。

一般財団法人長野経済研究所 長野市岡田 178-13
TEL 026-224-0501 (代) 担当: 調査部 中村 亮介、佐藤 翔嵐

アンケート調査表

◆ご来場の目的等についておたずねします。

問1. 自社(お勤め先)の業種は(最もあてはまるもの1つ)

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 一般機械器具製造業 | <input type="checkbox"/> 2. 電気機械器具製造業 | <input type="checkbox"/> 3. 情報通信機械器具製造業 |
| <input type="checkbox"/> 4. 電子部品・デバイス製造業 | <input type="checkbox"/> 5. 輸送用機械器具製造業 | <input type="checkbox"/> 6. 精密機械器具製造業 |
| <input type="checkbox"/> 7. その他製造業() | <input type="checkbox"/> 8. 商社・機械器具卸売業 | <input type="checkbox"/> 9. 学生・教員 |
| <input type="checkbox"/> 10. 公務員 | <input type="checkbox"/> 11. その他() | |

問2. 自社(お勤め先)の主要な事業分野は(※複数回答可)

- | | | |
|--|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 衣料・身の回り品関連 | <input type="checkbox"/> 2. 食生活関連 | <input type="checkbox"/> 3. 住生活関連 |
| <input type="checkbox"/> 4. 医療・福祉・健康・バイオ関連 | <input type="checkbox"/> 5. 環境・リサイクル関連 | <input type="checkbox"/> 6. 映像・音楽関連 |
| <input type="checkbox"/> 7. コンピュータ・携帯電話・通信関連 | <input type="checkbox"/> 8. 半導体・液晶関連 | <input type="checkbox"/> 9. 計測・分析機器関連 |
| <input type="checkbox"/> 10. 超微細加工関連 | <input type="checkbox"/> 11. 自動車関連 | <input type="checkbox"/> 12. 航空・宇宙関連 |
| <input type="checkbox"/> 13. その他電気・機械関連 | <input type="checkbox"/> 14. その他() | |

問3. あなたの職種は(最もあてはまるもの1つ)

- | | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 開発・設計 | <input type="checkbox"/> 2. 営業・販売 | <input type="checkbox"/> 3. 購買・資材 |
| <input type="checkbox"/> 4. 製造・組立 | <input type="checkbox"/> 5. 経営者・役員 | <input type="checkbox"/> 6. その他() |

問4. あなたの役職は

- | | | |
|------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 経営者・役員 | <input type="checkbox"/> 2. 管理職 | <input type="checkbox"/> 3. 一般社員 |
| <input type="checkbox"/> 4. その他() | | |

問5. 本メッセの見学は

- | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. はじめて | <input type="checkbox"/> 2. 2回目 | <input type="checkbox"/> 3. 3回目 |
| <input type="checkbox"/> 4. 4回以上 | | |

問6. どちらからお越しですか(※会社所在地)

- | | | |
|--|---------------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 諏訪地域(※) | <input type="checkbox"/> 2. 諏訪地域以外の南信 | <input type="checkbox"/> 3. 北信 |
| <input type="checkbox"/> 4. 東信 | <input type="checkbox"/> 5. 中信 | |
| <input type="checkbox"/> 6. 長野県外【都道府県・国(地域名)】() | | |

(※)諏訪地域とは、岡谷市・諏訪市・茅野市・下諏訪町・富士見町・原村の6市町村を指します。(以下同)

問7. ご来場の目的(※複数回答可)

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 新規取引の開拓 | <input type="checkbox"/> 2. 既取引先の製品見学 | <input type="checkbox"/> 3. 諏訪地域企業の情報収集 |
| <input type="checkbox"/> 4. 従業員教育の一環 | <input type="checkbox"/> 5. 諏訪地域の技術レベルの確認 | <input type="checkbox"/> 6. 出展企業との情報交換 |
| <input type="checkbox"/> 7. イベントとして興味があった | <input type="checkbox"/> 8. その他() | |

来場者アンケート調査票

問8. ご来場により得られた成果(※複数回答可)

1. 新規取引の可能性があった 2. 出展企業との打合せ・情報交換ができた
 3. 出展企業の製品内容・技術レベル等の確認ができた 4. 出展企業の情報収集ができた
 5. 教育・研修に役立った
 6. その他()
 7. 特になかった

問9. 諏訪地域の技術レベル

1. 全体として高い 2. 企業によりばらつき
 3. 平均的 4. 全体として低い
 5. わからない

◆「オンライン商談会」についておたずねします。

問10. 諏訪圏工業メッセの「オンライン商談会」をどこで知りましたか

1. 招待状 2. 新聞 3. インターネット
 4. その他 : _____

問11. 諏訪圏工業メッセ2020の「オンライン商談会」について

(1) 特設サイト(システム全体)の評価 (使い易さ、情報量や質、デザイン等)

1. 大変良かった 2. 良かった 3. 普通
 4. 悪かった・工夫が必要 (改善すべきこと:)

(2) 各社の強み「ひとわざ」PRシートについて

1. わかりやすかった 2. 普通 3. 工夫が必要(※)
 (※)改善すべきこと: _____

(3) 出展社情報について

1. 役に立った 2. 普通 3. 役に立たなかった(※)
 (※)改善すべきこと: _____

問12. 今後、各地で開催される「オンライン商談会」について、参加の意向をおたずねします

1. 是非、参加する 2. 参加を検討する
 3. わからない 4. 参加しない(※)
 (※)参加しない理由: _____

問13. 「オンライン商談会」に対するご意見またはご要望がありましたらご記入ください

◆「諏訪圏工業メッセ」についてご意見・ご感想をお願いします。

問13. 「諏訪圏工業メッセ」の企画や運営など、ご意見・ご感想がありましたらご記入ください

大変お忙しい中、ご協力ありがとうございました。

※恐れ入りますが、**2021年2月15日(月)**までに、電子メール syutten@suwamesse.jp または、
長野経済研究所 FAX.0120-82-6233 へご返信くださいますよう、お願い申し上げます。

出展社の成果・効果に関する調査 調査票

諏訪圏工業メッセ2020「オンライン商談会」出展社の成果・効果に関する調査書

調査ご協力をお願い

この度は、「諏訪圏工業メッセ2020」にご出展いただきまして誠にありがとうございました。開催19回目となる今回は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により「オンライン商談会」の開催となりましたが、1月21日をもってメッセ2020・オンライン商談会を終了いたしました。

今回は初めてのオンライン開催で主催者としては出展社様にとって少しでも成果・効果のあるものとなるよう試行錯誤をしながら取り組んで参りましたが、出展社の皆様方におかれましてはごコロナ禍の中でのご対応で何かと大変なご苦労があったことと推察いたします。

諏訪圏工業メッセ実行委員会では、毎回、来場者様へのアンケート調査や出展社様への成果・効果に関する調査を実施し、メッセ開催による経済効果や、今後のメッセのあり方などについて調査を行っております。

つきましては、ご多忙の中誠に恐縮ですが、本調査の趣旨をご理解いただき、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

特に今回は初のオンライン開催ということで、皆様方から忌憚のないご意見・評価をいただきながら今後の開催に活用して参りたいと思っております。

当実行委員会としては、地域企業の発展と「世界のSUWAブランド」の定着・強化に向け、引き続き、皆様と一体となって積極的な取り組みをして行く所存でありますので、今後とも、ご指導・ご協力の程よろしくお願い申し上げます。

本調査は、統計処理のための資料として使用するものであり、個々の企業名を公表することはありません。ご記入いただきました個人情報につきましても、関連の調査目的以外には利用いたしませんので、皆様にご迷惑をおかけすることはありません。

なお、本調査の集計・分析は、当実行委員会から一般財団法人長野経済研究所へ業務委託しておりますので、ご承知おきくださいますようお願い申し上げます。

令和3年2月1日

諏訪圏工業メッセ実行委員会

ご記入にあたって

- できるだけ代表者または出展責任者の方がご記入ください。
- パソコンでの入力回答の場合、該当項目を強調または囲むか、非該当項目を削除する等、選択項目がわかるように記してください。数値やコメントはご入力願います。
- ご記入・入力後、FAXまたは電子メール添付ファイルにて、**2月15日(月)**までにご返信ください。
(FAX: 0120-82-6233 電子メール: svutten@suwamesse.jp)
- 御社のご担当者様宛にも、添付メールにて、本調査を送信しております。
- 本調査に関してご不明な点がございましたら、下記までご連絡ください。

一般財団法人長野経済研究所 長野市岡田 178-13
TEL 026-224-0501 (代) 担当: 調査部 中村 亮介、佐藤 翔鳳

貴社名、ご記入者名等を下記にご記入ください。

※代表者(責任者)の方に内容をご確認いただいた上で、ご提出をお願いします。

貴社名			
ご住所			
お電話番号		ご記入者名	
※代表者(責任者)名		お役職名	

調査表 A

◆「諏訪圏工業メッセ」出展の目的、目標等についておたずねします。

問1. 貴社の事業内容についておたずねします。

(1) 貴社の業種について、該当するものにチェックしてください(最もあてはまるもの1つ)。

<input type="checkbox"/> 1.プラスチック製品製造業	<input type="checkbox"/> 2.ゴム製品製造業	<input type="checkbox"/> 3.金属製品製造業
<input type="checkbox"/> 4.一般機械器具製造業	<input type="checkbox"/> 5.電気機械器具製造業	<input type="checkbox"/> 6.情報通信機械器具製造業
<input type="checkbox"/> 7.電子部品・デバイス製造業	<input type="checkbox"/> 8.輸送用機械器具製造業	<input type="checkbox"/> 9.精密機械器具製造業
<input type="checkbox"/> 10.情報サービス業	<input type="checkbox"/> 11.その他()	

(2) 貴社が現在お持ちの得意技術は何ですか(該当するものすべて)。

<input type="checkbox"/> 1.組み込みソフトウェア	<input type="checkbox"/> 2.金型	<input type="checkbox"/> 3.電子部品・デバイスの実装
<input type="checkbox"/> 4.プラスチック成型加工	<input type="checkbox"/> 5.鍛造	<input type="checkbox"/> 6.動力伝達
<input type="checkbox"/> 7.部材の結合	<input type="checkbox"/> 8.鋳造	<input type="checkbox"/> 9.金属プレス加工
<input type="checkbox"/> 10.位置決め	<input type="checkbox"/> 11.切削加工	<input type="checkbox"/> 12.研削・研磨
<input type="checkbox"/> 13.放電・レーザ加工	<input type="checkbox"/> 14.高機能化学合成	<input type="checkbox"/> 15.熱処理
<input type="checkbox"/> 16.めっき	<input type="checkbox"/> 17.織染加工	<input type="checkbox"/> 18.薄膜
<input type="checkbox"/> 19.真空の維持	<input type="checkbox"/> 20.その他()	

問2. 本メッセに出展した主な目的は何ですか(2つ以内)。

<input type="checkbox"/> 1.新規取引先の獲得	<input type="checkbox"/> 2.既存取引先との取引拡大・深耕	<input type="checkbox"/> 3.自社の知名度向上
<input type="checkbox"/> 4.社員の教育・育成	<input type="checkbox"/> 5.来場者・出展者との情報交換	<input type="checkbox"/> 6.来場者・出展者との連携構築
<input type="checkbox"/> 7.展示会出展のノウハウ取得	<input type="checkbox"/> 8.つきあい、目的は特でない	
<input type="checkbox"/> 9.その他(具体的に:)		

問3. 本メッセへの出展に向け、どのような活動をしましたか(2つ以内)。

<input type="checkbox"/> 1.社内準備委員会設置等による社内意識の醸成	<input type="checkbox"/> 2.既取引先、取引見込先への宣伝、招待
<input type="checkbox"/> 3.チラシ等販促ツールの作成	<input type="checkbox"/> 4.展示品の開発、製作
<input type="checkbox"/> 5.効果的な展示方法についての講習参加	
<input type="checkbox"/> 6.特に行っていない	<input type="checkbox"/> 7.その他(具体的に:)

問4. 本メッセへの出展にあたり、どのような目標をお持ちでしたか。該当するものにチェックし、その内容についてご記入ください(該当するものすべて)。

<input type="checkbox"/> 1.「純新規先(注1)」との取引開始 _____ 先	<input type="checkbox"/> 2.商談の実施 _____ 先
<input type="checkbox"/> 3.「新規受注(注2)」の獲得(既存先からのものを含む) _____ 千円	
<input type="checkbox"/> 4.新規見込客の確保 _____ 先	<input type="checkbox"/> 5.特に目標は持っていない
<input type="checkbox"/> 6.その他(具体的に: _____)	

(注1)「純新規先」とは、これまで取引のなかった先を指すこととします(以下、同じ)

(注2)「新規受注」とは、既存先、純新規先を問わず、メッセを機とした受注を指すこととします(以下、同じ)

◆「諏訪圏工業メッセ」出展の費用、効果等についておたずねします。

問5. 本メッセへの出展にあたり、どのくらいの費用がかかりましたか。その金額を費目ごとにご記入ください(出展料は費用に含めないでください)。

<参考>:・メッセ2020は、新型コロナ感染拡大の影響から8月6日にリアル開催の中止を決定。

9月29日にオンライン商談会の開催を決定しています。

・オンライン商談会への出展に係る費用も含めてください。

(1) 出展製品等に関する費用(出展を契機に始めた開発等も含めてご記入ください)

費目		総額
出展に 向けた	製品開発費(製品改良等を含む)	円
	部材等購入費	円
	設備投資費	円
	その他の費用(出展料以外) (具体的に: _____)	円

(2) 出展製品以外に関する費用(貴社で支出した総額にてご記入ください)

※オンライン商談会のために発生した費用もご記入ください。

費目		総額
貴社で 支出した	交通費	円
	飲食費	円
	宿泊費	円
	その他の費用 (具体的に: _____)	円
取引先 等の	招待費(招待先の交通・飲食・宿泊費等)	円

問6. 「諏訪圏工業メッセ」出展によるビジネス面(商談や受注獲得等)以外の効果についておたずねします。

「諏訪圏工業メッセ2020(今回)」への出展により、どのような効果がありましたか。

該当するものにチェックし、その内容についてご記入ください(該当するものすべて)。

<input type="checkbox"/> 1.自社の知名度が向上した	<input type="checkbox"/> 2.地域内企業の情報収集ができた
<input type="checkbox"/> 3.他の出展企業との間で交流が深まった	<input type="checkbox"/> 4.来場者・出展企業との連携につながった
<input type="checkbox"/> 5.来場者・出展企業との情報交換が行えた	<input type="checkbox"/> 6.社員教育、育成につながった
<input type="checkbox"/> 7.特に効果はなかった	
<input type="checkbox"/> 8.その他(具体的に: _____)	

◆「諏訪圏工業メッセ」の全体評価、その他についておたずねします。

問7. 今後の経営上、強化したいものは何ですか。それぞれ該当するものにチェックしてください。

(2つ以内)。

<input type="checkbox"/> 1.会社全体の企画・計画等立案能力	<input type="checkbox"/> 2.海外展開・国際化への対応
<input type="checkbox"/> 3.情報化・IT化への対応、インターネットの活用	<input type="checkbox"/> 4.営業・マーケティング力
<input type="checkbox"/> 5.技術・新製品開発、設計能力	<input type="checkbox"/> 6.生産計画・品質・工程等、生産管理技術
<input type="checkbox"/> 7.材料調達・製品出荷等、物流管理	<input type="checkbox"/> 8.決算処理、資金繰り等、経理・財務管理
<input type="checkbox"/> 9.賃金制度等、人事・労務管理	<input type="checkbox"/> 10.特許申請等への取組み
<input type="checkbox"/> 11.他社・大学等との連携	<input type="checkbox"/> 12.SDGsの取組み
<input type="checkbox"/> 13.オンライン対応	
<input type="checkbox"/> 14.その他(具体的に: _____)	

問8. 「諏訪圏工業メッセ2020(今回)」への出展について、全体としてどのように評価されていますか。

<input type="checkbox"/> 1.満足	<input type="checkbox"/> 2.やや満足	<input type="checkbox"/> 3.どちらともいえない	<input type="checkbox"/> 4.やや不満	<input type="checkbox"/> 5.不満
-------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------	-------------------------------

選択の理由をご記入下さい

出展社の成果・効果に関する調査 調査票

◆「オンライン商談会」についておたずねします。

問9. 「オンライン商談会」出展の効果をどのように判断されておられるか教えてください。(複数回答可)

(1) 取引の可能性について

<input type="checkbox"/> 1. 具体的案件ができた	<input type="checkbox"/> 2. 来社・訪問の予定ができた	<input type="checkbox"/> 3. 人脈ができた
<input type="checkbox"/> 4. 開発等の情報が分かった	<input type="checkbox"/> 5. 特になし	<input type="checkbox"/> 6. わからない
<input type="checkbox"/> 7. その他(具体的に: _____)		

(2) 自社のアピール能力について

<input type="checkbox"/> 1. 向上した	<input type="checkbox"/> 2. やや向上した	<input type="checkbox"/> 3. 変化はない
<input type="checkbox"/> 4. わからない		

(3) その他の効果について

具体的に:

問10. 貴社のオンライン商談会の取り組み成果について教えてください。

<input type="checkbox"/> 1. 大変良く、大きな成果あり	<input type="checkbox"/> 2. 良かった、成果あり	<input type="checkbox"/> 3. 普通、多少成果あり
<input type="checkbox"/> 4. より工夫が必要 [工夫すべきこと: _____]		

問11. 貴社のひとわざ・PR動画などの来場者の対応は如何でしたか。

<input type="checkbox"/> 1. 大変良かった	<input type="checkbox"/> 2. 良かった	<input type="checkbox"/> 3. 普通
<input type="checkbox"/> 4. より工夫が必要 [今後、改善すべきこと: _____]		

問12. オンライン展示会の準備内容について、感想をお聞かせください。

(1) ひとわざ原稿作成支援

<input type="checkbox"/> 1. 大いに役に立った	<input type="checkbox"/> 2. 役に立った	<input type="checkbox"/> 3. あまり役に立たなかった
--------------------------------------	-----------------------------------	---

(2) PR動画などのPR効果

<input type="checkbox"/> 1. 大いに効果があった	<input type="checkbox"/> 2. 効果があった	<input type="checkbox"/> 3. あまり効果がなかった
---------------------------------------	------------------------------------	--

(3) 実施に関する情報提供

<input type="checkbox"/> 1. 十分であった	<input type="checkbox"/> 2. 普通	<input type="checkbox"/> 3. 多少不足があった
------------------------------------	--------------------------------	--------------------------------------

(4) その他の準備内容

具体的に:

問13. 今後のオンライン商談会を企画した場合、貴社は参加されますか？

<input type="checkbox"/> 1. 必ず参加する	<input type="checkbox"/> 2. 対象の来場者によっては参加する
<input type="checkbox"/> 3. 参加するか不明である	<input type="checkbox"/> 4. 参加しない

問14. オンライン商談会に対するご意見または、ご要望がありましたらご記入ください。

◆SDGsの取り組みについておたずねします。

問15. 貴社のSDGsの取り組みについてお聞きします。

<input type="checkbox"/> 1. 既に取り組んでいる
<input type="checkbox"/> 2. 今後取り組む予定
<input type="checkbox"/> 3. 取り組む予定はない

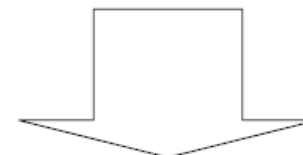
◆「諏訪圏工業メッセ」についておたずねします。

問16. 来年度の「諏訪圏工業メッセ2021」について、出展予定はとうですか。

<input type="checkbox"/> 1. 出展予定	<input type="checkbox"/> 2. どちらともいえない	<input type="checkbox"/> 3. 出展しない
----------------------------------	---------------------------------------	-----------------------------------

問17. 「諏訪圏工業メッセ」の今後の運営について、ご意見・ご提言・ご要望等をお願いします。

「調査表 A」へのご記入ありがとうございました。
続いて、次ページ以降の「調査表 B」へのご記入にご協力ください。



調査表 B へ

出展社の成果・効果に関する調査 調査票

調査表 日

ご記入にあたって

*** 新規取引先とは。**

- 注1: 新規取引先には同一企業であっても新規事業部・新規事業所等も含まれます。
 注2: 過去、営業活動はされておられるものの取引が発生していない取引先も新規取引先としてください。
 注3: 圏内は諏訪地域、圏内は諏訪地域を除く長野県内、圏外は海外を含めた長野県外地域としてください。

◆2019年10月「諏訪圏工業メッセ(前回)」開催から、2020年10月15日(今回開催予定前日)までの新規取引先との取引状況についておたずねします。<今回のメッセまでの一年間調査>

問1. 面談(※)による新規取引先との接触状況についておたずねします。

※オンライン(WEB・電話・メール)による面談を含みます。

接触先数	<input type="checkbox"/> 1.あり (接触先数) _____ 社 内訳: 圏内 _____ 社 県内 _____ 社 圏外 _____ 社 海外 _____ 社 <input type="checkbox"/> 2.なし
接触の内訳	<input type="checkbox"/> 1.前回のメッセ期間中 _____ 社 <input type="checkbox"/> 2.前回のメッセ終了後から、今回のメッセ開始前まで _____ 社

問2. 新規取引先との受注成立状況についておたずねします。

受注の有無	<input type="checkbox"/> 1.あり (取引先数) _____ 社 内訳: 圏内 _____ 社 県内 _____ 社 圏外 _____ 社 海外 _____ 社 (取引案件数) _____ 件 (取引金額) _____ 千円
	<input type="checkbox"/> 2.なし
	<input type="checkbox"/> 1.前回のメッセ期間中 _____ 社 <input type="checkbox"/> 2.前回のメッセ終了後から、今回のメッセ開始前まで _____ 社
	<input type="checkbox"/> 1.コスト <input type="checkbox"/> 2.納期(リードタイム) <input type="checkbox"/> 3.立地(距離) <input type="checkbox"/> 4.機械・設備 <input type="checkbox"/> 5.技能・技術 <input type="checkbox"/> 6.開発力 <input type="checkbox"/> 7.ユニット化*1 <input type="checkbox"/> 8.ISO等の公的認定 <input type="checkbox"/> 9.トップセールス <input type="checkbox"/> 10.紹介(既存取引先・知人等) <input type="checkbox"/> 11.その他(具体的に: _____)

*1 ユニット化: 部品単品を複数統合することにより機能を有するユニット・完成品とすること。

問3. 取引が開始された案件で2020年度(2020年4月~2021年3月)の受注予測額について おたずねします。

受注見通し	<input type="checkbox"/> 1.あり (受注金額) _____ 千円(年額) <input type="checkbox"/> 2.なし
-------	--

◆今回の「諏訪圏工業メッセ(オンライン開催)」(2020年11月16日)から、本調査表記入時点までの新規取引先との取引状況についておたずねします。<今回のメッセの開催直後調査>

問4. 面談(※)による新規取引先との接触状況についておたずねします。

※オンライン(WEB・電話・メール)による面談を含みます。

接触先数	<input type="checkbox"/> 1.あり (接触先数) _____ 社 内訳: 圏内 _____ 社 県内 _____ 社 圏外 _____ 社 海外 _____ 社 <input type="checkbox"/> 2.なし
接触の内訳	<input type="checkbox"/> 1.メッセ期間中(2020/11/16~2021/1/21) _____ 社 <input type="checkbox"/> 2.メッセ終了後から、現時点まで(2021/1/22~現在) _____ 社

問5. 新規取引先との受注成立状況についておたずねします。

受注の有無	<input type="checkbox"/> 1.あり (取引先数) _____ 社 内訳: 圏内 _____ 社 県内 _____ 社 圏外 _____ 社 海外 _____ 社 (取引案件数) _____ 件 (取引金額) _____ 千円
	<input type="checkbox"/> 2.なし
	<input type="checkbox"/> 1.メッセ期間中(2020/11/16~2021/1/21) _____ 社 <input type="checkbox"/> 2.メッセ終了後から、現時点まで(2021/1/22~現在) _____ 社
	<input type="checkbox"/> 1.コスト <input type="checkbox"/> 2.納期(リードタイム) <input type="checkbox"/> 3.立地(距離) <input type="checkbox"/> 4.機械・設備 <input type="checkbox"/> 5.技能・技術 <input type="checkbox"/> 6.開発力 <input type="checkbox"/> 7.ユニット化*1 <input type="checkbox"/> 8.ISO等の公的認定 <input type="checkbox"/> 9.トップセールス <input type="checkbox"/> 10.紹介(既存取引先・知人等) <input type="checkbox"/> 11.その他(具体的に: _____)

*1 ユニット化: 部品単品を複数統合することにより機能を有するユニット・完成品とすること。