

中堅・中小企業の販路開拓と製品・サービス開発にオンラインEXPOを開催しませんか!!

地方産業振興団体オンラインEXPO協議会

についてのご案内

＜協議会の主旨＞

オンライン動画投稿者(売り手側)

オンラインEXPOは全国の中堅・中小企業が居ながらにして、国内市場及び海外市場への販路開拓がほぼコストゼロで実現できます!!

オンライン動画視聴者(買い手側)

オンラインEXPOはテクノ動画をいつでも、どこでも新製品・技術の発見に繋がります!!



協議会設立のバックグラウンド環境

日本の都道府県には、それぞれの地方庁の中小企業政策と関連し、中小企業の輸出や国内販売を支援するための第三セクターの組織が存在します。その名称は「振興財団」、「振興公社」、「振興センター」、「振興協議会」等様々です。

次ページは、2015年に開催された3つの主要展示会の出展団体名です。これらの組織では、その目的達成のために大きな予算を使用していると考えられます。

例えば2コマ参加、2～3名の職員の東京出張と想定すると、スペース代、装飾費、広報宣伝費、出張費等で150万円～200万円程度の経費が必要となります。

一般的にこれら第三セクターの予算は安定的で、T P P 締結と関連し、今後とも増加するものと予想されます。第三セクターにとっては、出展することによって、いかに具体的成果を上げるかが、今後とも問われることになるでしょう。

地方産業振興団体 — ご案内先（一部抜粋） —

＜リアル展示会に出展している地方経済産業振興団体及び公社、自治体と地方銀行＞

■北海道・東北地区

いわき四倉中核工業団地企業誘致協議会、ふくしま医療機器産業推進機構、山形県村山市機械工業振興会、いわて産業振興センター、北海道中小企業総合支援センター、未来産業創造おおさき、上山市商工会、産業サポート白河ほか

■関東地区

高度情報科学技術研究機構、最先端表現技術利用推進会、相模原市産業振興財団、日本医療器産業連合会、都市再生機構、千葉県産業振興センター、高崎市中小企業振興協議会、群馬県産業支援機構、日立地区産業支援センター、長野県千曲市産業支援センター、やまなし産業支援機構、茅野・産業振興プラザ、首都圏産業活性化協会、長岡産業活性化協会、埼玉県産業振興公社、栃木県産業振興センター、にいがた産業創造機構、板橋区産業振興公社、東京都中小企業振興公社、茨城県中小企業振興公社、柏崎技術開発振興協会、日本チタン協会、上越ものづくり協議会、製造科学技術センター、日本不織布協会、材料科学技術振興財団、日本マグネシウム協会、中越鋳物工業協同組合、長岡ものづくりネットワーク、栃木県企業立地促進協議会、坂白町出品者協会、飯田ビジネスネットワーク支援センター、大田区産業振興協会ほか

■中部地区

岐阜・美山ものづくり職人、岐阜県企業誘致推進協議会、静岡県産業振興財団、燕三条地場産業振興センター、静岡県産業振興財団

■近畿地区

京都産業21、わかやま産業振興財団、大阪府ものづくり B2B ネットワーク 堺市産業振興センター、中小企業基盤整備機構近畿支部、滋賀県産業支援プラザ、京都府市町村企業誘致促進連絡会議、門真市カドマイスターほか

■北陸・四国地区

えひめ東予産業創造センター、しまね産業振興財団、やまぐち産業振興財団、鳥取県産業振興機構、岡山県産業振興財団、ひろしま産業振興機構、とくしま産業振興機構、かがわ次世代ものづくり研究会、鳥取県西部地域振興協議会、協同組合徳島県機械金属工業会、かがわ次世代ものづくり研究会、高知県産業振興センター、岡山県中小企業団体中央会、福井県機械工業協同組合

■九州・沖縄

佐賀県地域産業支援センター、かごしま産業支援センター、宮崎県産業振興機構、長崎県産業振興財団、福岡県中小企業振興センター、大分県産業創造機構、くまもと産業支援財団、熊本菊池地域企業誘致推進プロジェクト協議会、福井県機械工業協同組合

【地方銀行】(一部抜粋)

北海道銀行、北都銀行、東北銀行、青森銀行、荘内銀行、七十七銀行、みちのく銀行、山形銀行、東邦銀行、秋田銀行、岩手銀行、群馬銀行、武蔵野銀行、横浜銀行、足利銀行、千葉銀行、山梨中央銀行、常陽銀行、千葉興業銀行、筑波銀行、きらぼし銀行、第四銀行、北陸銀行、福井銀行、北越銀行、富山銀行、八十二銀行、北國銀行、静岡銀行、大垣共立銀行、百五銀行、スルガ銀行、十六銀行、清水銀行、三重銀行、滋賀銀行、池田泉州銀行、但馬銀行、京都銀行、南都銀行、近畿大阪銀行、紀陽銀行、鳥取銀行、中国銀行、山口銀行、山陰合同銀行、広島銀行、阿波銀行、伊予銀行、百十四銀行、四国銀行、福岡銀行、佐賀銀行、大分銀行、沖縄銀行、筑邦銀行、十八銀行、宮崎銀行、西日本シティ銀行、親和銀行、鹿児島銀行、北九州銀行、肥後銀行、琉球銀行ほか

3.日本の展示会の国際化が進まない理由!

- 1) 日本の展示会の歴史が比較的浅い
- 2) 日本の国内市場の巨大さ（世界第三位の経済大国）
- 3) 言語の壁
- 4) 外国人の活用がうまくない
- 5) 外国からの出展者や来場者の誘致に消極的
- 6) 外国に進出する企業力がない
- 7) 政府の支援がない

4.何故、日本の展示会を国際化する必要があるのか!

1) 日本の国内市場の縮小

少子高齢化 → 人口減少 → 需要の減少
このままでは、徐々に展示会産業は縮小する

2) よい展示会の選択

出展者が選択するようになる → 展示会の自然淘汰
勝負のカギは良質の来場者と出展者の獲得

3) 唯一の解決方法として

- 海外の出展者を誘致する
- 海外の来場者を誘致する
- 既存の類似する展示会を吸収する

製品・技術を動画化し、ウェブサイト上で
ビジネスマッチングを行うことを目的とした
オンラインEXPOの活用による

問題解決提案

21世紀第5世代移動通信システム時代における オンラインEXPOによる地方産業の活性化について!!

コストは「ほぼゼロ」で動画出展（投稿）できるオンライン動画EXPOを活用することで何が変わるのか!

- 1) オンライン動画EXPOとは、ウェブサイト上で開設されるEXPOで、開催期間や展示会場などの制限はなく、出展費用は全て無料を実現した展示会である。
- 2) オンライン動画EXPOとは、国境を越えて、売り手（動画投稿者）と買い手（動画視聴者）が動画を媒介として行うビジネスマッチングを目的とした「EXPO」である。
- 3) 地域の中堅・中小企業が自社製品・技術・サービスを動画化し、ウェブサイト上に投稿することで、国内市場及び海外市場への販路開拓は、ほぼコストゼロで実現できる。

オンラインEXPO全体像

製品・技術・サービスの売り手（動画投稿者）と買い手（動画視聴者）はWKXウェブサイト上でリアルタイムで相互リンクでき、資料請求によりビジネスマッチング活動が可能です。

(売り手側)

(買い手側)

中堅・中小企業の製品・技術・サービスの
動画投稿サイト



動画投稿

資料発送

- 検索方法
- 動画価値
- 在宅動画

オンラインEXPO
動画プラットフォームWKX
<http://www.wkx21c.org>



A 振興財団



B 振興協議会



C 振興センター



D 団体



E 研究機関



F 振興公社



サムネイル



動画
視聴

URL
誘導

動画視聴
資料請求
URL誘導

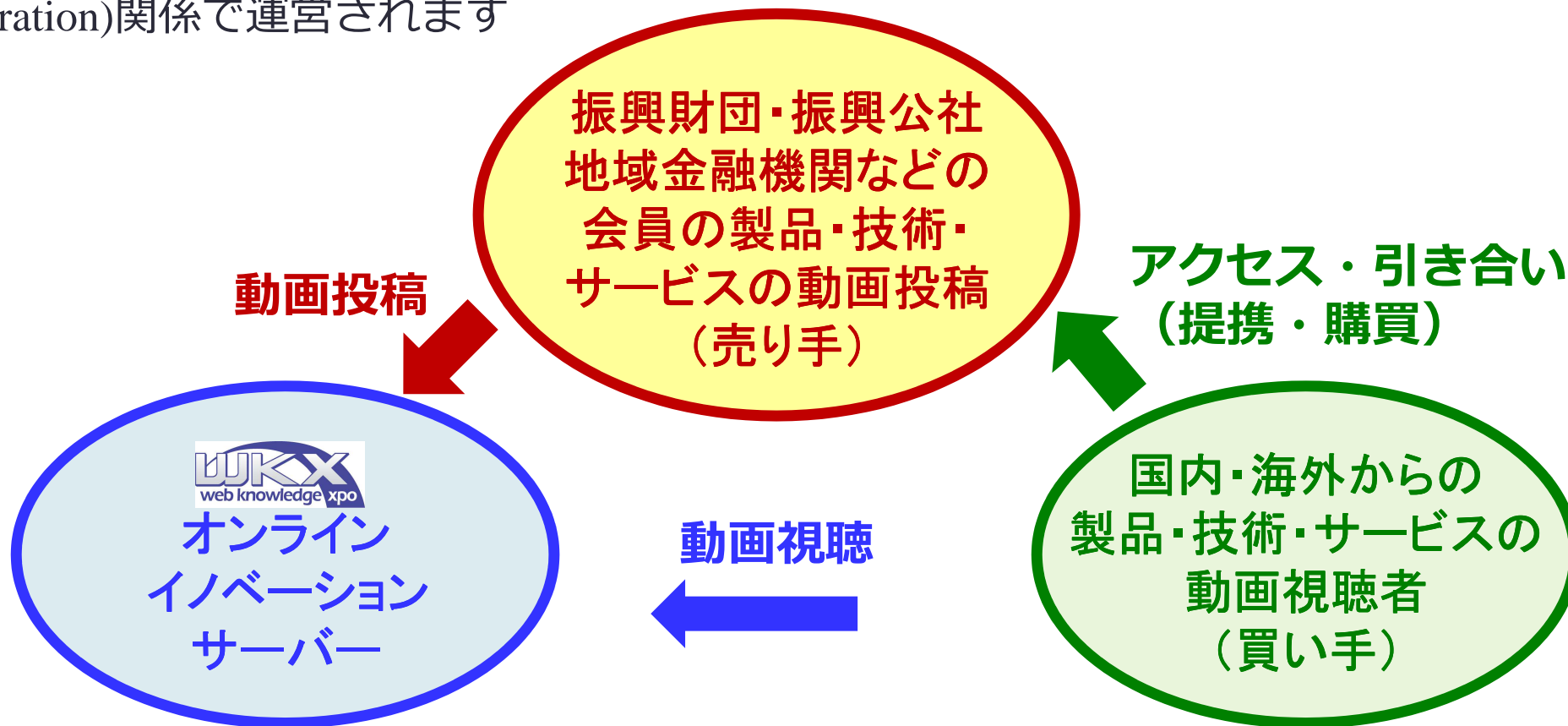
国内市場・海外市場
視聴者



コンシェルジュ支援サービス(専門家派遣など)

7.オンラインEXPO運用

オンラインEXPOは国内市場・海外市場における効果的なBTC(Business Triangle Collaboration)関係で運営されます



※オンラインEXPOを活用した国内市場・海外市場への販路開拓は、通常のインターネット上のバナー広告等のように製品の案内が表示（インプレッション）されるだけでなく、動画に興味を持った視聴者が、動画の説明文中のURLをクリックすることにより、売り手側のHP等のサイトを閲覧することになるので、より確実性の高い見込み客を集めることが出来、一層効果的にビジネスマッチングを推進することができます。

リアル展示会(20世紀型)とオンライン動画EXPO(21世紀型) 比較表

比較項目	従来のリアル展示会	オンラインEXPO(WKXサイト上)
EXPO会場の確保	開催時期や場所、業者の確保を含めて、費用と手間が掛かる	WKXウェブサイト上のスペースで、いつでも、どこでも、だれでも、開催可能
開催期間	2日～3日程度の短期での開催が多く、集客を維持し、会場内での商談が難しい	開催期間は自由に決められ、複数のオンラインEXPOも同時に開催可能
開催準備・PR・出展費用	会場作りや告知DMの発送や広告掲載など、手間、時間、コストがかかる	EXPOを設置するためのロゴや展示会タイトルなどの素材の作成/提供のみで、あとは動画を投稿するだけ(動画投稿は無料)
開催中の管理/運営	滞りなく運営するために、巡回するスタッフや来場者受付の用意、クレームの受付など特に手間がかかる	出展(動画投稿)のサポートや、出展物の再生数のチェック程度
開催後の処理	会場の原状回復や、来場者数やアンケートの集計など事務作業に費用と手間が掛かる	会場の原状回復は不要、動画の再生数と動画のアクセスログにより、具体的なデータが入手できる
セミナーや講演など	講演者の手配や聴衆数が会場規模により制限されてしまう	講演を事前収録した動画を出展することで、誰でもいつでも観る事ができる
来場者数	1回の開催で5千人(中小規模)～10万人(大規模)	月間200万～300万P.V./国内市場・海外市場をカバー(数百万規模)
出展物の準備	製品・技術のモノ(実機など)を用意し、パンフレットなど配布物を用意する必要がある	製品・技術・知財を動画化して、ウェブサイト上に出展(投稿)するだけ。あとは資料請求があった場合に発送できる資料を準備、または投稿者のホームページへ誘導することも可能。
EXPO成果の獲得	開催期間中、来場者からの名刺の取得数が最も大きな成果	①EXPO開催期間中の動画へのアクセスログデータの収集が可能 ②動画視聴者からの資料請求(動画の掲載期間中、継続して受け取り可能)(ロングテール現象) ③EXPOの終了後、投稿者は自社専用EXPOサイト(プライベートEXPO)をWKX上に構築することができる

地方産業振興団体オンラインEXPO協議会 (案)

■委員会構成

委員長:



1967年～2008年 日本貿易振興機構(ジェトロ)に41年間勤務。
 展示事業部長、監事を歴任。展示会・博覧会事業に10年間従事。
 その間1992年セビリヤ万国博覧会日本館の責任者、内外での展示会・見本市の組織。
 スペイン、イタリア、メキシコ、チリ、ブラジルに16年間勤務
 2008年～2015年 関西外国語大学外国語学部教授
 2015年7月～2016年9月 日本展示会協会事務局長

一般社団法人日本展示会協会 前事務局長 桜井 悌司

展示会関連業務:
 2001年 JAPAN EXPO 審査員 2002年 日展協アワード審査員
 2003年 日展協アワード「人材育成部門」受賞
 2009年～11年、12年 ラオスとドミニカ共和国へJICA短期専門家として
 「展示会の組織」につき指導
 2011年～2013年 インテックス大阪のあり方及び施設賃貸による
 事業運営事業者選定予定者等選定委員。
 2015年 東京都主催「産業交流展」講師

副委員長(予定):

多摩大学名誉教授 星野 克美

副委員(順不同・予定):

慶應義塾大学名誉教授 工学博士 齊藤 信男
 高千穂大学名誉教授 経営学博士 梶原 豊
 一般財団法人エネルギー総合工学研究所 松井 一秋
 特定非営利活動法人兵庫県技術士会 会長 技術士... 森 和義
 一般社団法人日本技術者連盟 顧問 内藤 香
 一般社団法人ものづくり日本語検定協会 理事 齋藤 衛
 一般社団法人知財人財ネットワーク機構 理事 井戸田 勲

オブザーバー:

(順不同・ご依頼予定)

公益社団法人日本マーケティング協会
 一般社団法人日本プロモーション・マーケティング協会
 一般社団法人日本イベント産業協会
 JETRO「新輸出大国コンソーシアム」事務局

事務局:

一般社団法人日本技術者連盟

■普及協議会参加対象

- 1) 地域活性化団体及び地方創生を支援する地方産業振興団体及び自治体
- 2) 地域銀行及び中堅・中小企業団体
- 3) 大学・研究機関
- 4) その他中堅・中小企業育成支援団体及び関連企業

■協議会参加費:無料

■協議会の主たる事業

- 1) 地方創生、地域産業活性化のための地方発オンライン動画EXPOの主催及び普及支援
- 2) 地域中堅・中小企業の居ながらにして国内及び海外市場への販路開拓プログラム支援
- 3) オンライン動画EXPO普及のための人材開発事業
- 4) その他の支援事業

11.オンライン動画EXPOのFAQ

Q01 ■ 「オンライン動画 EXPO」とは、どういったEXPOでしょうか

A ■ 技術・製品の動画を収集・投稿(出展)し、ネットワーク化することで、いつでも、どこでも、ウェブサイト上で売り買いが可能なEXPOです。

Q02 ■ 「オンライン動画EXPO」の目的は？

A ■ 売りたい技術・製品・サービス(Sell)と買いたい技術・製品・サービス(Buy)を「オンライン動画EXPO」サイト上でマッチメイキングを成立させるのが目的です。

Q03 ■ 「オンライン動画EXPO」の動画投稿(出展)の流れとは？

A ■ 技術・製品・知財を売りたい動画投稿者は、技術動画、タイトル、簡単な解説文をお手持ちのPCから投稿(出展)することによりBuy側とのマッチメイキングが成立する確率が高まります。

Q04 ■ 想定している「オンライン動画EXPO」サイトの月間View(年間View)はどの位ですか？

A ■ 月間View300万(3ヶ月間でのView約1000万)以上です。

Q05 ■ 想定している「オンライン動画EXPO」サイトの海外市場からの投稿(出展)社数と投稿(出展)動画数はどの位ですか？

A ■ 投稿社数は30万社で、動画投稿数は100万動画を目指しています。

Q06 ■ 「オンライン動画EXPO」の視聴及び動画投稿における言語はどのようになっていますか？

A ■ 現在の「オンライン動画EXPO」サイトは日本語と英語に対応しています。国内市場を対象とする場合は、動画タイトル、解説文、キーワードは日本語で、海外市場を対象とする場合は原則的に英語となりますが、動画の音声などを日本語としても、海外の視聴者へのPRは可能です。

Q07 ■ 「オンライン動画EXPO」サイトは動画の視聴も投稿(出展)も無料でしょうか？又、投稿(出展)する動画制作は何分位が良いですか？

A ■ 全て無料。動画は再生時間2分以内の制作を推奨します。

Q08 ■ 海外からのアクセスの状況は？

A ■ 全世界の技術者・研究者及びビジネスエグゼクティブからのアクセスがあります。

Q09 ■ 動画投稿(出展)すると何かメリットがあるのでしょうか？

A ■ 「オンライン動画EXPO」サイトには大手メーカーを始め、見込みのある技術・製品・サービスを求める企業が多数アクセスしています。それら企業が「資料請求」することで投稿(出展)に見込み客からの問い合わせが入り、マッチメイキングに繋がります。投稿者側も欲しい製品・技術があればアクセスすることが出来ます。

Q10 ■ 「オンライン動画EXPO」サイトでは投稿動画の保管・公開に期限がありますか？

A ■ 原則的に投稿から3ヶ月間ですが、延長も可能です。「オンライン動画EXPO」期間中であれば投稿者自身で動画更新及び削除することが出来ます。

Q11 ■ 動画の作成方法や投稿の方法についてのガイダンスは有りますか？

A ■ 「オンライン動画EXPO」サイトには動画の作成方法の説明の為のヘルプページや、制作方法を説明した動画があります。まずは「オンライン動画EXPO」サイト(URLはhttp://wkx21c.org/industry_expo/)にアクセスしてください。

Q12 ■ プライベートEXPOとは何ですか？

A ■ 動画投稿者の希望があれば企業専用のEXPOサイトを設け、継続して自社製品・技術をPRすることができるものです。(ロングテール現象)

まずはアクセス → <http://www.wkx21c.org>

お問合せ／資料のご要望など

■ 窓口

一般社団法人日本技術者連盟

地方産業振興団体オンラインEXPO協議会 委員長 桜井 悌司

メールアドレス : info@jef-site.or.jp

電話番号 : 03-6229-1946

FAX番号 : 03-6229-1940

URL : <http://www.jef-site.or.jp>



〒107-0052

東京都港区赤坂2-2-19 アドレスビル5F
