

2013年8月5日

中国における展示会出展診断のコンサルティングプログラム 「博世展覧™（はくせいてんらん）」提供開始

株式会社博報堂（代表取締役社長：戸田 裕一／以下、博報堂）は、北京世研伝媒廣告有限責任公司*1（本社：北京、代表：劉志明）と共同で、中国でビジネスを展開する日系企業に向け、膨大な数の展示会の中から、より適切な展示会の選定及び出展をコンサルティングするプログラム「博世展覧（はくせいてんらん）」の提供を開始します。

中国では、広告・PRとしての企業・商品情報の発信と共に、様々な業界のステークホルダーとの商談機会の機能を持つ、展示会の重要性が増しています。一方で、中国の展示会は多数存在する上に、公開されている関連情報に限りがあり、日本企業にとっては、どの展示会に出展するかの選定が非常に困難です。

本プログラムは、日系企業が中国で展示会出展を計画する際に、関連分野の複数の展示会を比較検討、出展目的や予算に照らして、どの展示会に出展すべきか診断・コンサルティングを行うものです。展示会の過去実績、費用対効果、PR効果、有識者との関係構築への寄与度などを指標化することで、容易に比較検討を行うことができ、この指標を元に、出展計画のコンサルティングを行います。

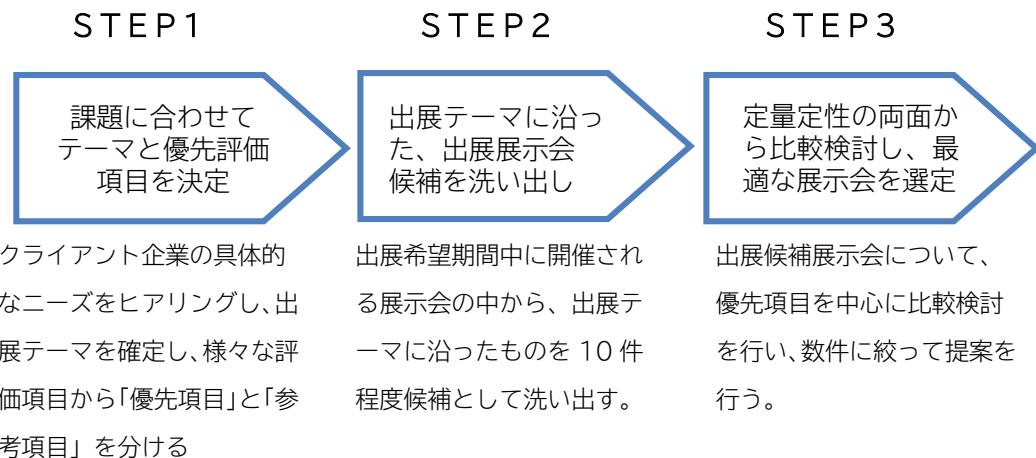
このプログラムサービスにあたり、中国での数多くある展示会情報を整理し、診断の基礎となるデータベースを整備。「自動車」「化粧品」といった業界ごとだけでなく、「環境」「教育」「先進技術」など、テーマごとに情報を集め、既存展示会のデータを蓄積しています。PR効果については、博報堂オリジナルの記事データベース*2を活用、どの展覧会がより多くの報道や口コミに登場するかを調査・分析します。

また、個々の展示会が業界の関係者にどの程度注目されるかという権威度や、中国のビジネス界や行政担当者等との関係構築の寄与度、有効性については、中国の社会事情や展示会の動向に詳しい、北京世研伝媒廣告有限責任公司の監修のもと、オリジナル評価指標で測定します。

更に、出展対象候補とする展示会は、過去に参加した企業等へのアンケートを行うといった定性的な評価も行います。それぞれのDBのデータ、定性の両面の評価から展示会の活用効果を測定し、最適な出展計画の立案をサポートいたします。

博報堂は、今後も中国をはじめとするアジアを中心に、グローバルに展開する企業を支援するサポートプログラムを開発してまいります。

■ 「博世展覧」ワークフロー



*¹ 中国の社会学・メディア研究の最高機関である中国社会科学院のメディア研究所調査センターで、センター長を務める劉志明氏を代表とするメディア系リサーチ会社。中国政府のシンクタンクを母体としたリサーチ業務を始め、数々の日中ソリューション事業を手掛ける。

*² 2004 年から博報堂が独自に蓄積する新聞 445 紙、雑誌 256 誌、インターネットニュース 2672 サイトの報道記事データベース及び、BBS600 サイト、BLOG14 ポータル、Q&A サイト 10 ポータル及びマイクロブログサービスである新浪微博の口コミデータベース。紙媒体は直近 3 年、ネ
ットやブログは直近 2 年分を常に蓄積。微博は 2011 年 9 月から蓄積を開始し、常に直近 3 ヶ月分
のデータを蓄積している。

本件に関するお問合せ：博報堂 広報室 尾高・西尾 (TEL: 03-6441-6161)

<http://www.hakuhodo.co.jp/>