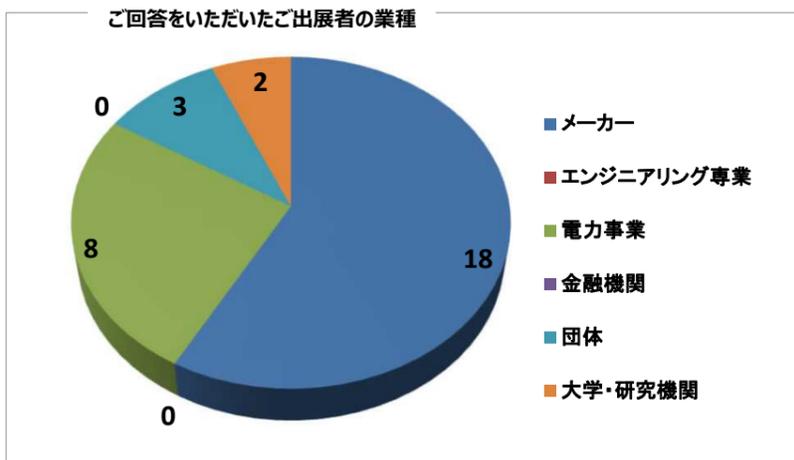


第20回エレクトロヒートシンポジウム ご出展者様アンケートご回答まとめ 1/6

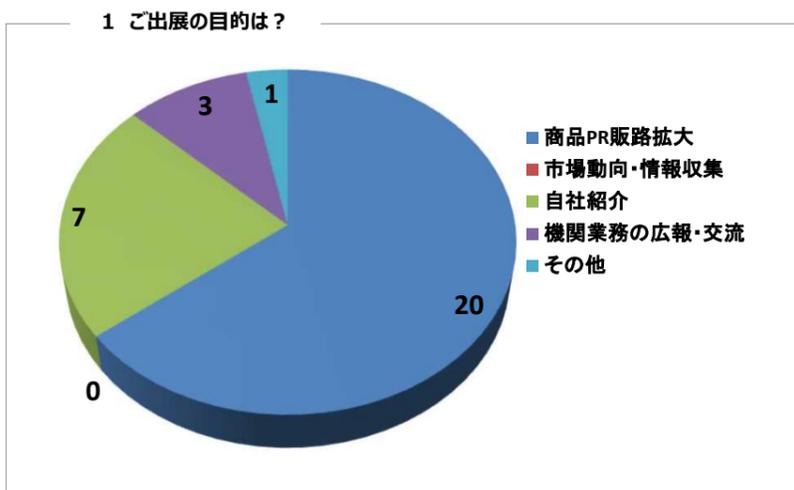
ご出展の皆様にはアンケートにご協力いただき誠にありがとうございます。

ご回答をまとめましたので、是非ご覧ください今後のご出展のご参考にしていただけますようお願いいたします。

2026年1月30日 エレクトロヒートシンポジウム事務局



<ご出展の目的など全般に関して>



アンケート設問

<ご出展の目的など全般に関して>

1-1 ご出展の目的は？

1-2 ご出展の目的は達成されましたか

<出展方法、運営などに関して>

2 第20回では出展方法を刷新、Webページ出展としましたがいかがでしょうか

2-1 募集のご案内や全体の運営は判り易かったですでしょうか

2-2 出展要領類は判り易かったですでしょうか

2-3 出展者ライブ配信企画はいかがでしたでしょうか

2-4 今回サイト全体をフリーワード検索できるようにしましたがいかがでしたか

2-5 集客のためにリーフレットやメルマガをお送りしましたがご活用いただけましたか。

2-6 "ご紹介コード"を記載しましたが、ご活用いただけましたでしょうか。

2-7 出展料は妥当でしょうか

<閲覧者情報の扱いについて>

3 ご提供した「出展ページ閲覧者の入場登録情報」はお役に立ちましたか

3-1 閲覧者情報はどのようにご活用されましたか

(される予定でしょうか)

1. 閲覧された方にお礼状を送るなどコンタクトを取った(あるいは、取る予定)

2. 閲覧された方にコンタクトを取って個別のご相談を受けて対応中

3. 閲覧された方の分析(業種・業態等)を行った(あるいは、行う予定)

4. その他の活用法

5. 特に利用していない(あるいは、利用する予定は無い)

3-2 開催期間中にご出展ページからのお問い合わせ等はございましたか

3-3 今回ご出展ページ枠共通に設置した「お問い合わせフォーム」からのお問い合わせ等はございましたか

<次回に向けて>

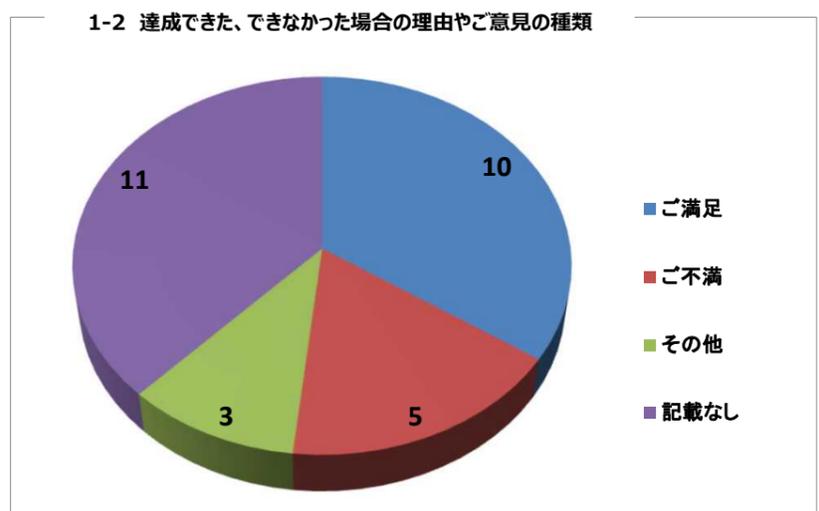
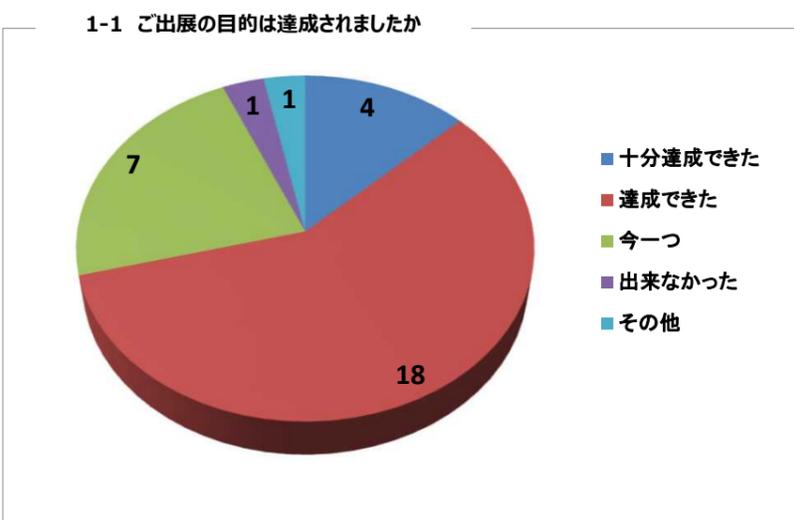
4-1 次回の開催方法について

4-2 次回もご出展いただけますでしょうか

5 刷新したシンポジウムサイトについて、あるいはシンポジウム全般に関するご意見、ご要望をお願いします

備考;ご意見で

「●」付きはご指摘など



<主な目的達成のご意見>

- 本展示会を見たお客様からお問い合わせをいただいたため。 ○技術発表を行った。
- 何件か目的(新規獲得)につながりそうなネタを入手できたため。 ○実案件につながった話もあるから。 ○Web開催によって多くの方からの閲覧があったから。
- 事務局の多大なるご協力をいただき、リモート見学会に50名弱の参加者を得たこと。参加者の業種が多岐にわたっていたこと。 パーチャル展示に300名程度の訪問者があったこと。
- Web展示を改めて実施する機会が無いため。 ○関係会社以外からの閲覧があったため。 ○多くの方にページを閲覧いただいた。
- 幅広い業種のお客様に対して、有益な情報を発信する機会を得られた。 ○一定数の企業に閲覧いただけた。

<主な今一つ、達成できなかったのご意見>

- Webページの完成度低。 ●社外への誘導が上手くいかなかった。 ●関連会社や弊社声掛けお客さまなどの来場が多かった。
- 出展に関する周知を社内の営業通報を複数回行うなど積極的にアピールしたものの、社内的にあまり広まらず、社内回覧も少なかった。 総じて顧客へのアピールも少なく思ったほどの集客に繋がらなかった。
- 今回弊社は誘導炉をメインに出展しましたが、対象顧客となる鑄造業の方の来場がほぼ無かったこと。
- 来場客層からの関心がいまひとつ。また、自社出版物を費用を出して購入するまでは至らない。

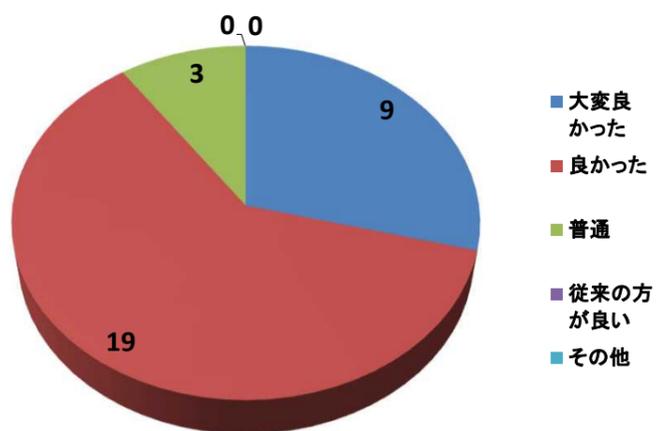
<その他のご意見>

- △シンポジウムを通して、お客さまからの問合せが無かったため、実際にどれくらいの効果があったのか不明なため。

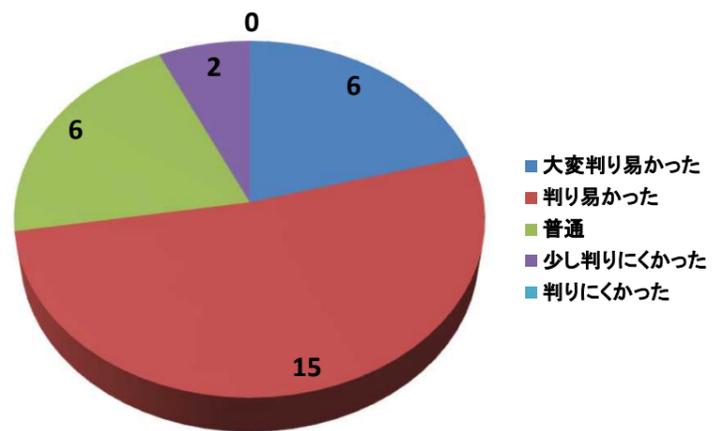
第20回エレクトロヒートシンポジウム ご出展者様アンケートご回答まとめ 2/6

<出展方法、運営などに関して>

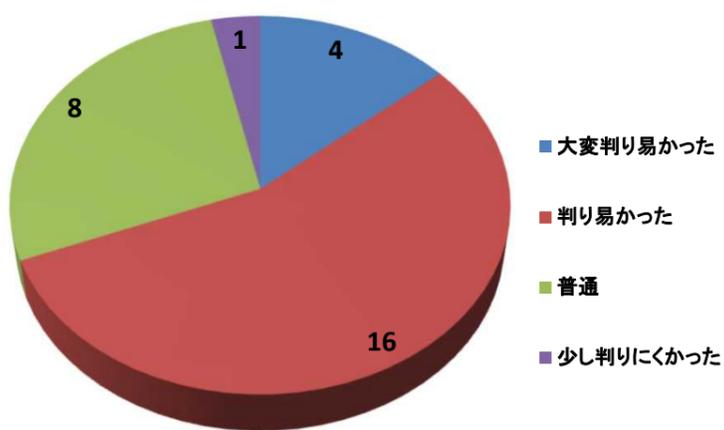
2 第20回ではWebページ出展に刷新しましたがいかがでしょうか



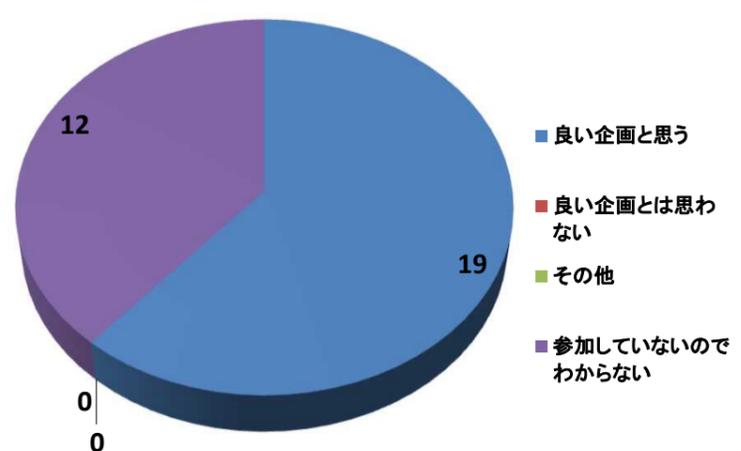
2-1 募集のご案内や全体の運営は判り易かったですでしょうか



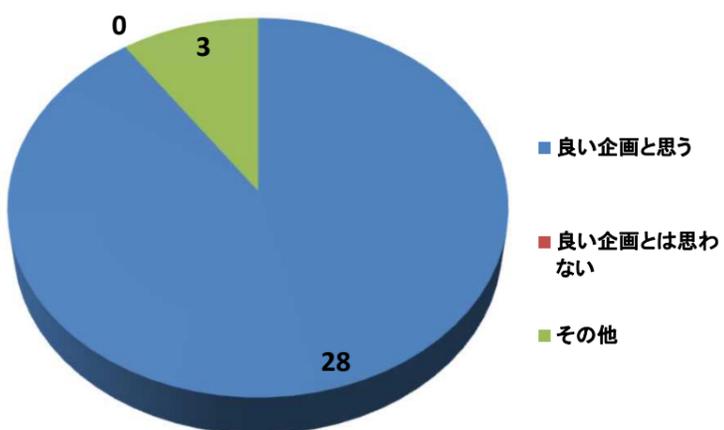
2-2 出展要領類は判り易かったですでしょうか



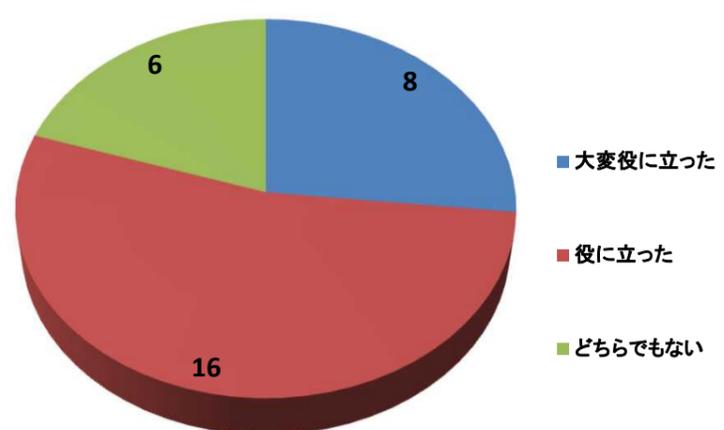
2-3 出展者ライブ配信企画はいかがでしたか



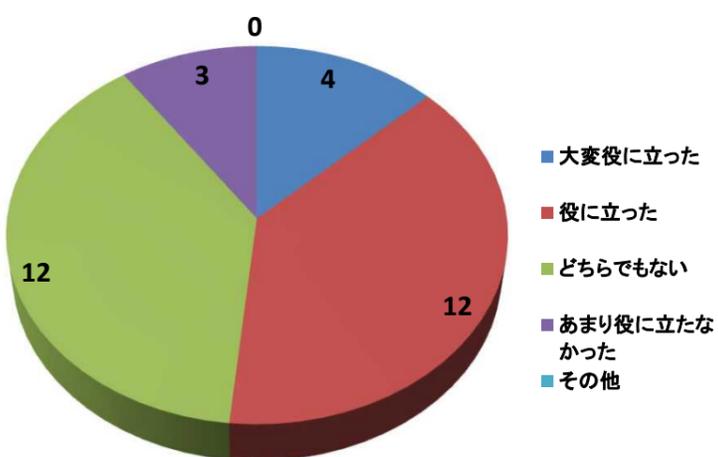
2-4 サイト全体をフリーワードで検索できる企画はいかがでしたでしょうか



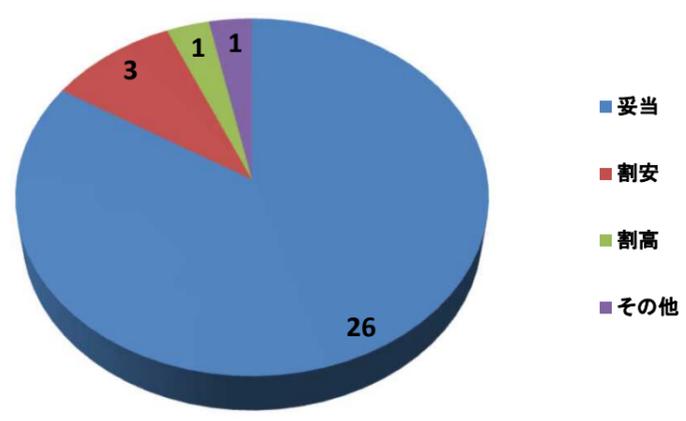
2-5 リフレットやメルマガはご活用いただけましたか



2-6 リフレットの“ご紹介コード”はご活用いただけましたか



2-7 出展料は妥当でしょうか



第20回エレクトロヒートシンポジウム ご出展者様アンケートご回答まとめ 3/6

<第20回からWebページ出展に刷新したことへのご意見>

- フォーマットが決まったことにより担当者の負担が減ったと感じた。
- 昨年よりも情報量が多くなりつつ、見えやすくなった。
- 掲載できる分量が増えた。途中修正が可能で柔軟に対応できた。
- 初めての出展でしたが容易に準備できたことは良かったと思います。
- 出展後も適時、出展ページの変更などが直接行えるのが良かった。
- WEB上で動画による説明やリンクの貼り付け等、多種多様にPRでき良かった。

<募集案内、運営、出展要項などに関するご意見>

- たいへんわかりやすい運営でした。一方で、昨年とはページの作り方が異なったことには戸惑いました。作成しているうちになれました。
- △取りかかり時の解決策としては、(1)見本ページを作る、(2)そのページの編集画面を体験する、(3)自らのページを作成してみる。であろうかと存じます。
- また、次年度展示するとしたら、今年のページからの編集が可能であると大変ありがたい。

- 検索結果表示の作成にはイメージと表示の相違が当初あった。 ●変更点が多かった影響もあり、委託担当者からの情報修正が多く対応に苦慮した。
- 刷新されたため、内容を理解するまで戸惑ってしまっ。Web説明会も予定が合わず参加できなかった。
- ページの編集においては、用語が特殊であったため、わかりにくい点があった。また、公開直前まで実装されない機能があったことも戸惑いの一つとなった。出展者側で間違えた設定をしたのではないかと、試行錯誤した。
- 毎回出展されている方を念頭においた案内とお見受けしました。初出展のケースにも配慮頂ければと思いましたが。また、複数回類似したメールを頂いたので目的とするものを見返したい場合、どのメールを見ればよいか確認に時間を要したように思います。
- 一見して前回と同じと思ひ込み、変化に気付かなかった。

<出展者ライブ配信画に関するご意見>

- 次回は参加しようと思う。 ○講演者のライブ配信は良かった。複数回あると良い。また、もう少し前に事前アナウンスがあると良い。

<フリーワード検索の企画について>

- 活用しなかったため効果が分からなかった。

- △検索画面にたどり着くことが難しかった。フリーワード検索があることを承知していたため（理事会や運営委員会で）活用できたが、知らないで活用できなかったかもしれない。また、講演やバーチャル展示の入口として、横スクロールバナーを採用していらっしやっただが、違和感があった。私見として、横スクロールバナーは「広告」や「トピック紹介」に適するが、常設展示の入口には適さない。講演やバーチャル展示の入口は位置を固定すべきである。

<リーフレット、メルマガ、紹介者コードなどについて>

- バーチャル見学会では大変助かりました。バーチャル見学会のみを取り扱って頂けたが、△他の注目する展示を紹介する発信があっても良かった。

- △私からシンポジウムを案内する場合、所内者であってもコード入力を促した。理事会でもあったが、コードが無いと登録出来ない仕組みにすると良い。ご紹介がない場合、999入力でも良い。

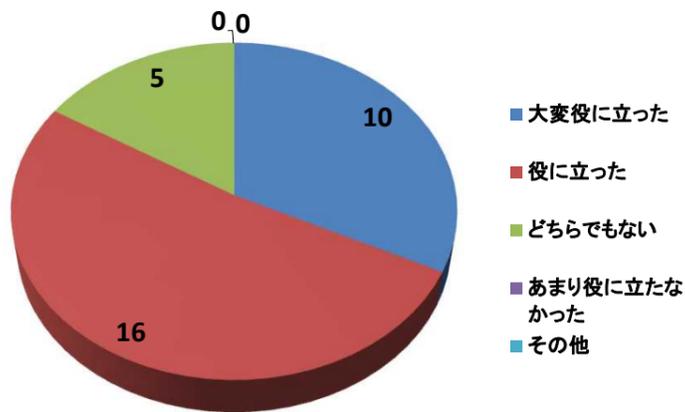
<出展料について>

-
- △リアル展示会に比べて割安とは思いますが、これ以上高くなると広告費が無い弊所には参加が苦しくなる。
- △出展料がもう少し低いとありがたいです。

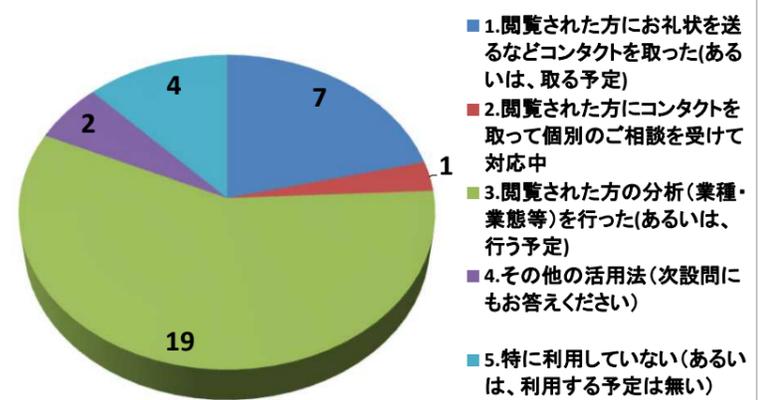
第20回エレクトロヒートシンポジウム ご出展者様アンケートご回答まとめ 4/6

<コンタクトと閲覧者情報の扱いについて>

3 「出展ページ閲覧者の情報」お役に立ちましたでしょうか



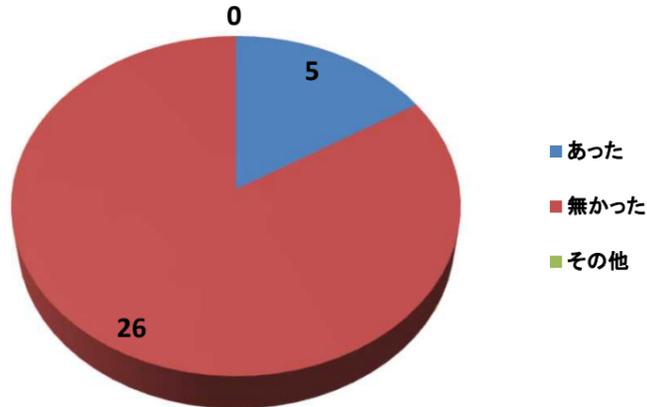
3-1 「出展ページ閲覧者の情報」どのように活用されますか (される予定)



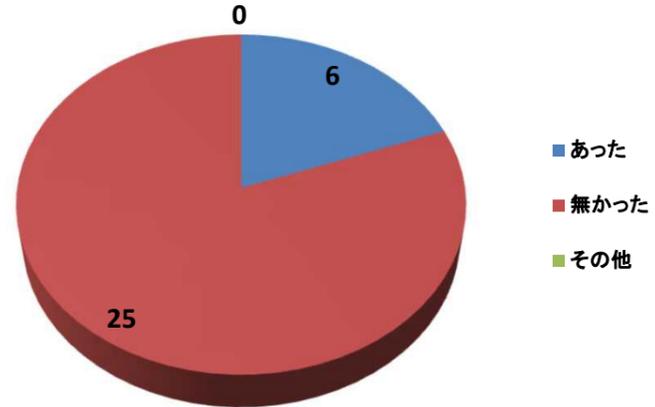
<閲覧者の入場登録情報のご提供に関するご意見>

- ENEXへの案内を送付予定。
- リスト化し関係者で共有しました。次回を見据えた反省材料になりました。
- 会社名なども分かるため大変参考になった。△一方、入力のプレがあり、統一に苦心した(株ありなし、英語表記など)
- これがないと効果評価ができない。
- 実施事業の周知・広告の意味合いで活用させていただいた。
- バーチャル見学会の案内の送付を予定していたが、十分な集客があったため未実施。
- 閲覧者への接触に役立つと思ったが、接触対象者がいなかった。
- △役に立ちますが、登録でつまづく人もいるように思います。もっと簡素化できるといいと思います。

3-2 開催期間中にご出展ページからお問い合わせやコンタクトはありましたか



3-3 共通のお問い合わせフォームからお問い合わせやコンタクトはありましたか



<ご出展ページお問合せポータルから>

- JEHCからの紹介で2件ありました

<共通お問い合わせフォームから>

- お取引様よりご挨拶を頂きました。
- 詳しい内容の説明希望
- お問い合わせには、お問い合わせ元にメールを送ったが、間違えてボタンを押されたものか反応はなかった。
- △訪問を知らせる意味で、問い合わせボタンを押されたケースもあるように感じた。

<コンタクトの内容>

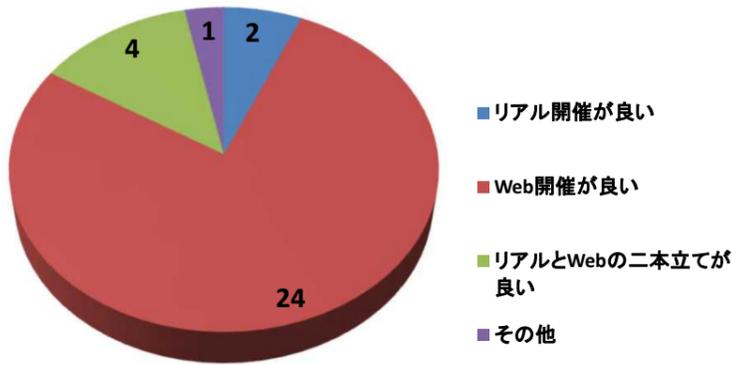
<その他のご意見>

<ページ共通に設けたお問い合わせフォームに関するコメント>

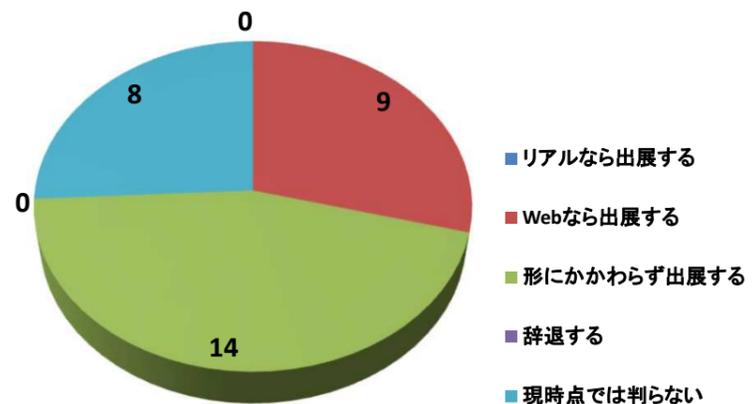
- 協業先からのご挨拶。
- 何件かお問合せいただいた。
- 見積依頼(があった)。

<次回に向けて>

4 次回の開催方法について



4-1 次回もご出展いただけますでしょうか



<開催様式に関するご意見>

<リアル派>

- リアル開催希望

<Web派>

- 事務局はたいへんになると思いますが長い間展示できるWeb開催を希望します。一方、お客さまと直接ふれあえる場があると良いと思います。次回もあれば、出展者ライブ配信等に積極的に参加して、お客さまと直接コンタクトする機会を設けることも考えます。
- 準備とその後の流れの観点からWEBが良い。

<二本立て>

- 手間はかかるが、リアルでやった方が出展者としてはお客さまと直接会話ができて、ニーズが拾えるため良い。リアルの場合は開催期間が数日となるため、他のエネルギー関連の展示会等と被らなければ良い。リアル開催時(前日など)に動画を撮って、その様子を後日オンラインで公開してはどうか。
- 想像はできないが、ハイブリッド開催も見たいです。

<その他>

- リアル開催がどのような内容であったか知らないためどちらが良いか判断できない。

<刷新したサイト、あるいはシンポジウム全般に関するコメント>

- 以前はPDF形式のWeb展示でしたが、今回はWebサイトをCMSで構築できるように刷新されており、幅広い表現でお客様にPRすることができました。
- ページの作成に最初は戸惑ったが、慣れれば作成しやすかった。
- 大変作りやすく見やすいサイトになったと感じております。この度は誠にありがとうございました。
- 自所のホームページ作成は当初分かりづらく戸惑いましたが、触っているうちに慣れてきて次回もこの方式が良いと思うようになりました。また不明点は運営の方が迅速に的確に答えてくれたので、その点も良かったと思います。
- WEBサイト全般が見やすく、操作しやすい環境になっており、ユーザーとして使いやすく大変良かった。
- 長期間の開催ありがとうございました。前回と比べて様々な点で改善されており、好ましい印象を持ちました。引き続きどうぞよろしくお願い致します。
- 簡素化や統一化する目的で、刷新したシンポジウムサイトは良かったと思います。
- PDF(PowerPoint作成)形式ではなくWebページにいただいたことが大変良かったと思います。
- 閲覧者としても見易く、作成側も修正事項があった際にその場で修正 & 反映されるので活用しやすかったと思います。
- バーチャル展示のページ作成が簡単になって、作成時間の短縮につながった。
- 出展前に昨年度実績を分析するなど、検討の後に展覧準備に入るべきであったと反省しております。機会がございましたら活かしていきたいと存じます。
- また来年もよろしければ参加させていただきます。

- 初めて参加させていただきました。閲覧者が多かったか少なかったか判断が付きませんが、継続的に参加して、認知度を高めていきたいと思っております。
- 事務局業務大変お疲れ様でした。引き続きご協力の程よろしく申し上げます。
- 目標達成に貢献できず、大変申し訳ございません。センターから紹介いただいた2社のお客様への対応は、誠意を持って対応させていただきます。
- 各社のサービス・製品や脱炭素等に関する取り組みなど幅広く情報を得ることができ参考となった。
- とくにございません。

△昨年以前に登録した人は登録不要になるといいです。

△WEB開催、かつ開催期間も長いと、逆にあまり見なくなる人が多いのではないかと常に思っていますので、リアル形式への移行も検討しつつ、WEBを併用してはいかがでしょうか。

ご出展の目的一覧(ご参考)

<商品PR販路拡大>

- 製品、技術のPR
- 製品紹介
- 電化促進のPR
- 新規案件獲得
- 会社認知度向上
- 拡販
- 当社取組のPR、管内の電化推進
- 電気加熱技術の普及・拡大、当社サービス、製品の広報活動
- 弊社のエネルギーソリューション活動を幅広くPRするため。
- 会社取組の社外へのPR
- 企業及び製品PR新規ユーザーの獲得
- 弊社サービスの紹介
- 商品PR
- 技術、製品のPR
- 会社の認知度アップ、製品紹介
- 会社の認知度アップ、製品紹介
- 当社製品の周知
- 弊社のPRとCN、電化など広報、営業のため
- 当社製品および技術のPR、情報収集
- 当社ソリューションサービス等の情報発信

<自社紹介>

- 例年出展しているため
- ヒートポンプ・蓄熱システムの普及促進
- 会員及び一般参加者への認知度アップ
- 弊社を広く知っていただくため
- 企業紹介
- 会社の認知度向上
- 自社出版物の販売
- ゼロエミッションへの取り組みの発信を目的とし、脱炭素ソリューションや総合エネルギーサービスを紹介する。
- 当社が産業熱の電化やエネルギー合理化に取り組んでいることを表現したく参加させて頂きました。

<機関連務の広報・交流>

- 電中研がエレクトロヒート(産業電化、電化厨房、DRなど)について研究していることの認知度向上。研究設備のリモート公開
- ヒートポンプ・蓄熱システム普及促進
- 実施事業の周知・広告のため

<市場動向・情報収集>

<その他>