

対談企画

DMM.com×ソフィアリンクス

オンライン展示会を主催 業界活性化の起爆剤に



左から三原誠史氏、古波鮫大己氏、中井照道氏

長引くコロナ禍で在宅・リモートワークの定着化が進む中、新しいビジネスチャンスや顧客接点の創出・拡大にオンライン展示会市場が注目を集めている。2020年10月にはDMM.comが新規事業としてオンラインイベント事業部を立ち上げ、21年9月より「DMMオンライン展示会」をスタートし市場参入した。「DMMオンライン展示会」は、出展費用も来場費用も無料(※出展は一部有料プランあり)なのが特徴で、今年2月までの約半年で既に57の展示会を開催し、延べ1万社が出展しているという。21年11月17〜19日に開催した「コスメ&ビューティーEXPO ONLINE」には206社(化粧品86社、美容関連66社、ヘルスケア54社)が出展して新たなビジネスチャンスを広げた。今回、化粧品業界でマーケティング・コンサルティング事業を展開しているソフィアリンクス代表の三原誠史氏にオンライン展示会の魅力と成長可能性について伺うとともに、DMM.comオンラインイベント事業部の古波鮫大己(こはざめ・たいき)事業部長と中井照道氏に話を聞いた。

新たなビジネスチャンスの創出に 約半年で累計1万社が出展

三原 コロナ禍を契機として取り組んでいる。オンライン展示会が注目を集めています。DM感を持って取り組まれてMオンライン展示会の業種・テーマはどのように設定されているのですか。

古波鮫 初年度なのでオンライン展示会に様々な可能性を見出すことも狙いとして持っている。21年秋から約半年間で57個の展示会を開催した。

リアル展示会の反響分析をしながら、オンライン月も同程度の開催を計画している。

三原 プラットフォームの認知や出展社および

来場者の集客に向けてどのようなプロモーションを展開していますか。

中井 ターゲットの幅を広く取りながらリスティング広告やディスプレイ広告、TwitterやFacebookなどのSNS広告など当社が得意とするデジタル領域での広告を行っている。

三原 各展示会の出展名から3000名を超えて多いものでは1000社、平均すると200社前後になる。これまでに延べ1万社に出展いただいている。

オンライン特有のメリット創出へ リード情報の提供等で付加価値化

三原 昨年11月に実施された「コスメ&ビューティーEXPO ONLINE」は振り返っていかがですか。

中井 出展社からは、新しい顧客とつながることができたといった評価から取引につながったといった声も届いている。また、これまでリアルの展示会に出展された経験のない企業にも多く出展いただけた。

三原 コスメの場合、使用感やテクスチャー、香り、容器の質感など実際に手に取って試しながら商談したいというニーズも高いようです。

るものもある。昨年度の全体平均としては700〜800名規模の展示会となっている。

三原 効率的な面という点、オンライン展示会には、距離的・時間的な制約が

中井 オフラインの展示会に比べ、出展までの準備や作業の負担が少なく、人やモノの移動を含まない時間的・距離的なハードルが低いこともあって、多くの出展者の獲得につながっている。

古波鮫 コロナ禍が長期化する中、多くの企業

三原 おっしゃるよう

中井 出展された企業は、名刺交換された方や資料をダウンロードされた方、事前予約で商談を申し込まれた方などのリード情報をシステム上で確認できるようにしている。

三原 おっしゃるよう

三原 それらを収集・分析したビッグデータを、貴社がどのように活用されていくのかにも注目したい

三原 それらを収集・分析したビッグデータを、貴社がどのように活用されていくのかにも注目したい



第1回は200社以上が出展