

学生フォーミュラ日本大会 2019

企業 PR コーナー実績資料

学生フォーミュラ日本大会 2019
スポンサー企業 PR コーナー事務局

1. 総括

- ✓ 出展企業が 72 社⇒82 社 (+14%) に増えた中で、運営上は事故もなく実施。
- ✓ アンケートからは満足度は前年比 85% (+2%)、再出展の意向は 85% (+5%) と良好
- ✓ 企業 PR コーナー運営上の評価結果は以下の通り

【PROS】

- ① 道路両脇のレイアウトは、学生もアクセスしやすく良好
- ② 学生とのタッチポイントとしての効果が大きく満足度は高い

【CONS】

- ① 企業 PR エリア内へのさらなる学生の誘導…場内放送強化、飲食ブースの充実等
- ② 荷物の運搬の利便性向上（スタジアムが遠い、駐車車両制限、通行規制）

2. 詳細

2.1. 出展目的

企業出展の目的と思われる 4 つの項目のうち、各項目の優先度を回答させた。結果を図 3-1 に示す。そのうち、「**学生との交流**」が**第一優先と回答した企業が全体の 56%**あった。続いて「**自社プレゼンス向上**」が高かった。

図 3-1 出展目的と優先度

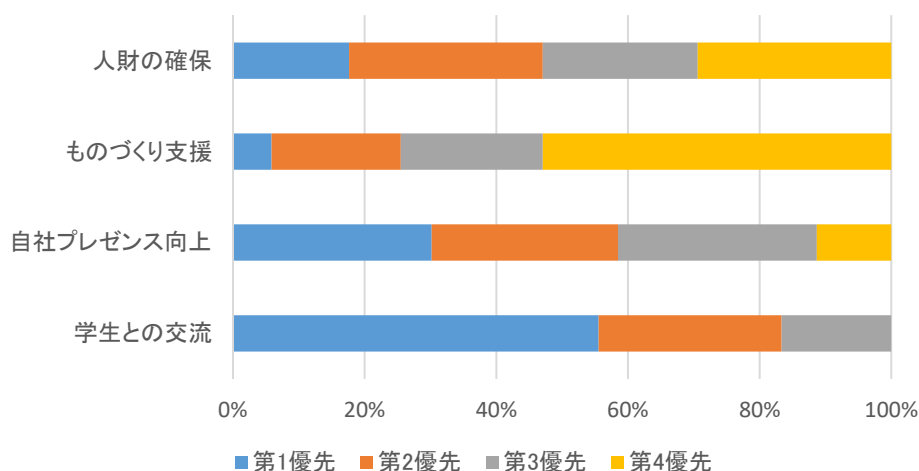
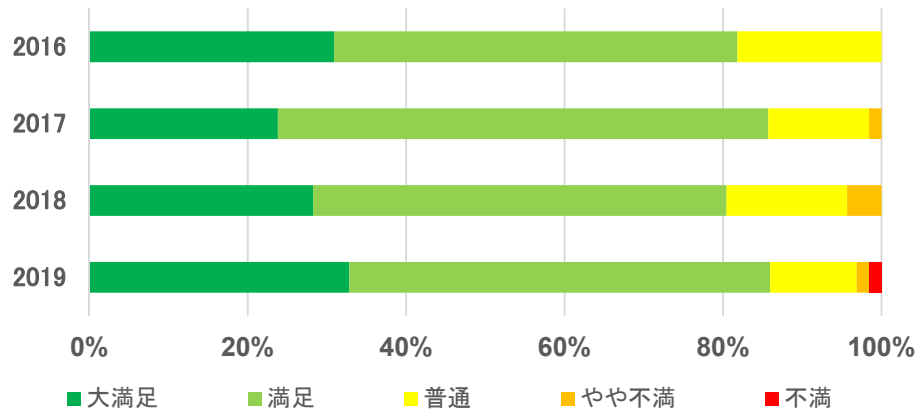


図 3-2 は目的優先度の高い「学生との交流」の満足度を示したもので、**82%の企業が満足**していることが分かった。これらの結果から、**学生との初期のタッチポイントとして企業が活用する姿**が明らかになる。

図 3-2 学生との交流に対する満足度



2.2. 来場者数

企業ごとに各展示日の来場者数を申告してもらった。その結果を図 3-1 に示す。平均は 70-90 人であるが、8 月 31 日の最終日は相対的に来場者数が少なく、企業からも 13:00 位には撤収した方がいいという意見もあった。図 3-2 はテントの街区別に来場者数を分析したグラフである。P10 駐車場側から P12 駐車場側に向かって来場者数的には不利になる予想であったが、平均的にはあまり大きな変化はなく、企業の知名度などの影響も大きいと予想される。

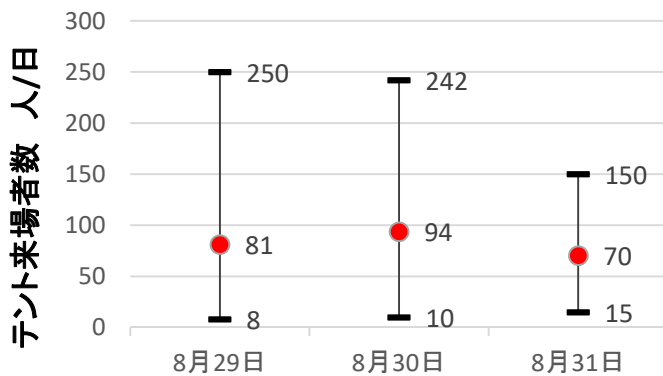


図 3-1 出展日別来場者数

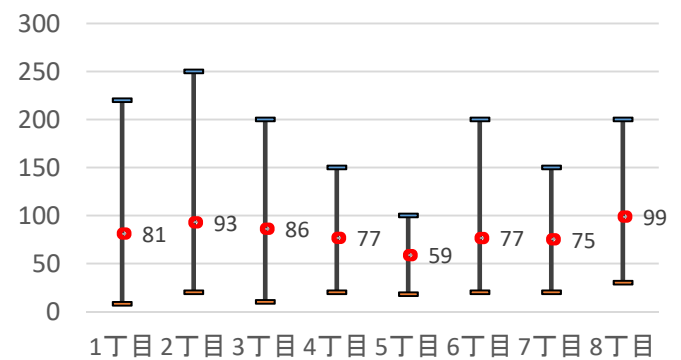


図 3-2 街区別の来場者数

【企業 PR コーナーエリア MAP】

- 各テントサイズ [2k(3.6m)×1.5k(2.7m)]、設置上、スロープや電設取り回し、樹木などを配慮しテントエリアを離している箇所がございます。
- 既存備品：長テーブル 2 本 (1800mm×600mm) イス 2 脚、100V電源 2 口 (300W以下)
- 各テントに「企業名」を表示しておりますので、現地にてご確認の上、搬入・展示準備をお願いします。



各企業の満足度を調査した結果を図 3-3、図 3-4 に示す。企業 PR コーナー全体の評価として 77% の企業が満足、各企業テントへの来場者数も 76% と過去と比較しても高い満足度となった。やや不満と答えた企業のコメントだとテント配置の問題よりも展示期間内で人のばらつきが多かったなどのコメントが寄せられている。

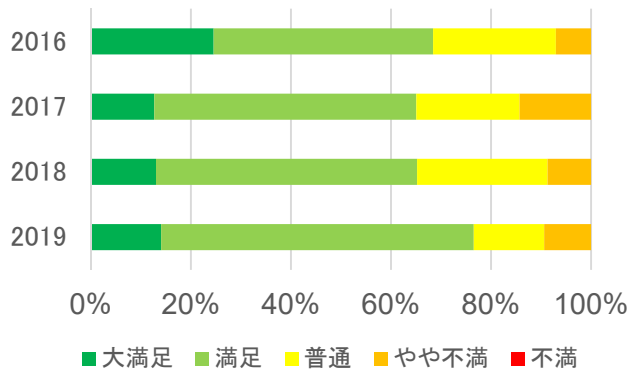


図 3-3 PR コーナー来場者数の評価

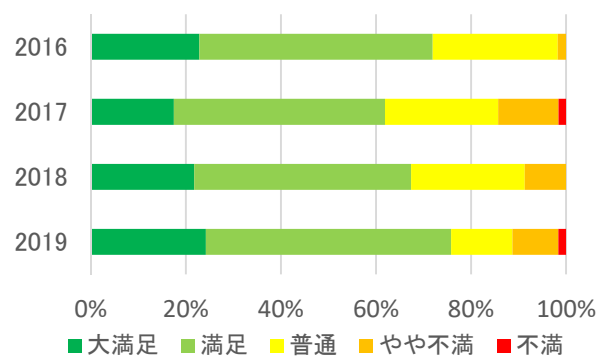
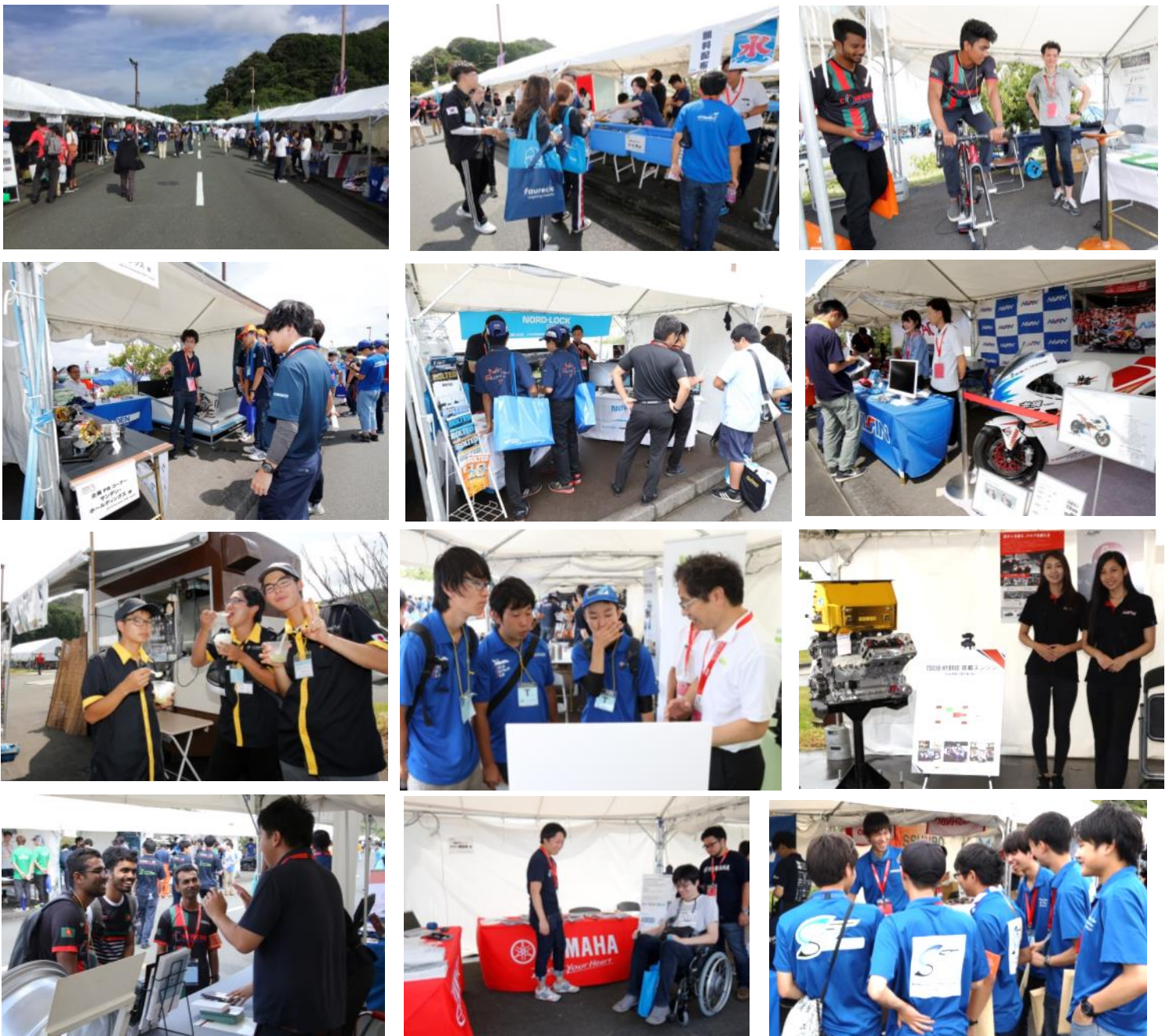


図 3-4 各企業テント来場者数の評価

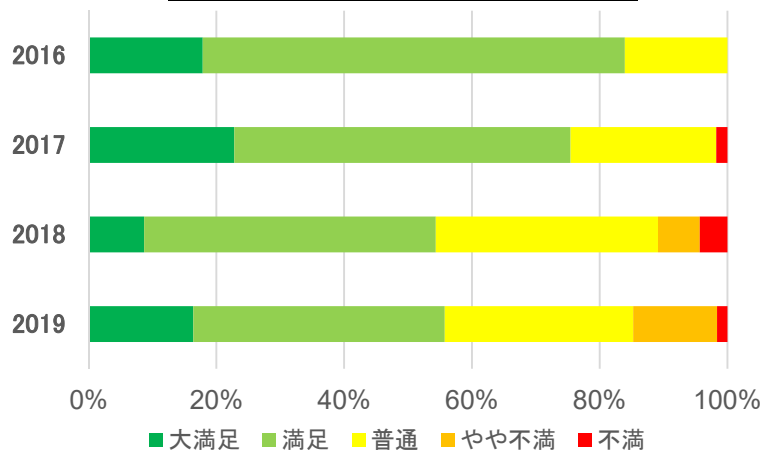
写真 企業 PR テントエリアの状況



2.3. レイアウト

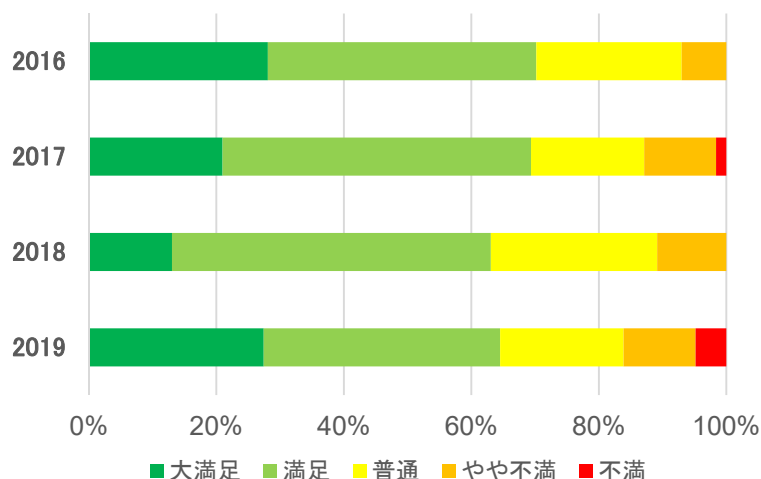
前年度に引き続き P10 と P11 間のメイン道路にテントを配置したが、その評価について図 3-5 に示す。前年比で大満足が増加したが、不満回答は増加傾向にあった。不満と答えた企業は、アプローチ性の悪さの配置的な要因と、テントが小さいといった声も含まれている。

図 3-5 各企業テント来場者数の評価



自社展示スペースの配置についての満足度を図 3-6 に示す。大満足は前年比で倍増した。不満は主にエリア配置に対するもの、グループ企業でならべて欲しかった、発電機の排ガス臭、などが挙げられる。企業数が増えた中でこのレイアウトは仕方ないという好意的な意見もあった。

図 3-6 自社ブースの配置満足度



2.4. 次年度出展の意欲

出展企業に次年度の出展の意向を聞いた結果を図 3-7 に示す。80%以上が出展の意志を持っており、前年とほぼ同等の結果となった。

図 3-7 次年度出展の意向について

