

「face to faceを科学する」月刊イベントマーケティング

EVENT 28 MARKETING

October 25, 2017

特集
集客 拡散の
しかけ



今月のインタビュー
日本自動車工業会
モーターショー室
菅野 幸司さん

発行所：株式会社 MICE 研究所
〒105-0004 東京都港区新橋 5-12-9 ABCビル 5F
TEL03-6721-5303 sofu@event-marketing.co.jp

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp



シンプルに生きる

「スパイスを売りたいのではなく、体験を売りたい」って、カレースパイスキットを提供しているカレー番長こと水野仁輔さんが、未来のキッチン語る、あるイベントで言っていた。それを聞いて、たしかに「スパイスってさ云々」って、いくら耳もとで風味や効能を囁かれても、何万字の説明を目で追っても、ひと口のカレーを食してわかるスパイスへの

理解ってないよね、と納得。なぜ体験が大事なのかという問いに答えをくれた。

口がカレー味になったところで、スパイスの話ではなく、体験の魅力の話しよう。今回の表紙写真に映るジョナ・レイダーさんも、「僕は料理をつくりたいんじゃない。最高のダイニング体験を提供したいんだ」と語っていた (3p 「MEET HEAPS」イベント取材

より)。彼は、ボストン大学の学生寮ではじめたサパークラブ (食事を提供する小さなナイトクラブ) で、予約が4,000人待ちになったフリーランスのシェフ。彼は自身をシェフとは言わずダイニング体験をつくっていると説明する。そして、「それは、やろうと思えばあなたにだってできることだよ」とも。

人生を深く味わうための空間と時間を、体

験提供することをつくっているジョナさんに、何をいちばん大事にしているかを聞くと「ソーシャルグッドであること」と真っ先に答えた。彼と同じ23歳のころ、わたしは自分と少し先の未来で精一杯だったけれど、いまという時間と周囲のひととその瞬間生まれるつながりを楽しむ彼の生き方はとてもシンプルだと思った。いまをおざなりにしないようにしたい。

さて、この28号目には、いったいいくつ「体験」という言葉がでていのでしょうか (自分で数えてみても、驚きました)。

10万人を超える展示会から数十名のセミナーまで 担当者1人で楽々！ イベント運営管理サービス

申込サイト
作成

申込受付
決済

参加者
管理

受付・
来場者対応

集客広告
プロモ

来場者
行動分析

スマホ・
アプリ対応

来場者
アンケート



まずはお気軽に資料をご請求ください！(24時間対応)
http://info.eventregist.com/dl_premium



イベントレジスト株式会社

<http://eventregist.com>
[お問い合わせ] contact@eventregist.com | 03-6869-5592

EventRegist
イベントレジスト

集客 拡散のしかけ

イベント主催者にとって、集客は大きな悩みのタネだ。ソーシャルメディアというツールを使って、以前に比べたら集客しやすくなったとは言っても、どんなしかけが必要なんだろうか。集客し、拡散して、さらに次の集客へとつなげるための方法を学びたい。

pick up BACKSTAGE2017

「人」×「テクノロジー」で未来の参加者をつなぐ

BACKSTAGE 実行委員会のメンバー3社が登壇したセミナー「ソーシャル時代のイベント集客とは～BACKSTAGEの裏側～」(主催:ホットスケープ)が、9月27日に行われた。同セミナーは、紙媒体や招待状などの集客方法から大きく変化してきた、ソーシャル時代のイベント集客について、8月30日に行われたばかりの体験型マーケティングのイベント「BACKSTAGE2017」を例に、どんなイベントでも明日から使えるようなTIPSを共有したものの。もちろん、参加者にとって行きたいと思わせる内容であることを前提にして、チケットの設定やソーシャル発信の仕方から、事前・会期・事後でしておきたいことまでをまとめた。

〈チケット戦略〉

○時間軸で考える

イベント開催日から逆算し、早割と超早割を設定。BACKSTAGE 実行委員長のヒラヤマコウスケさんは、前売りが安い理由を「購入する側がリスクをとっているから」と説明する。参加者はリスク料を支払い、主催者は集客を担保できるフェアなしくみ。(Tips 1)

○質の軸で考える

コンサートでいうS席のような、前方の席を確保するVIP席を用意した。どんな風に参加したいのかを特別なチケット(「VIP」)を設定することで、質の提案をした。

○量の軸で考える

コミュニティ枠での参加ができるように、団体向けのチケットを用意。また、コミュニティに所属はしていないけれど、3人ならば集まるかもしれない、という参加者向けにグループ割の「3 or more」のチケットも展開した。

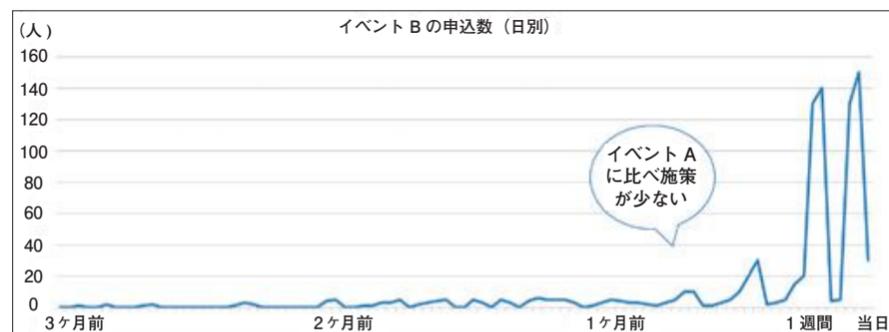
〈ヒトから人へ〉

「アドバイザーボード」、「スピーカー」、「メディア」、「スポンサー」、「前回来場者」、(ソーシャル上での)「フォロワー

Tips1

時間軸で集客を分散

下の2つのグラフは、時間軸でみた集客の2例(*グラフはイメージ)。上のイベントAは、チケットの販売開始から開催まで、チケット戦略や広報/SNS発信などの施策でいくつもの山がある、集客を分散させたよい例。下のイベントBは、施策が少なく、直前に山が集中した例。分散させていくための施策が重要だ



(Facebook&Twitter)」、「パートナー」、「コミュニティコラボ」といった方々に、プロモーションコードという仕組みで、紹介割を展開。人が人を連れてきやすくする仕組みをつくった。主催者と参加者の1対多の関係でなく、間にイベントの良さを伝えてくれるひとがいることで、そのさきに未来の参加者がいるという構造をつくり参加率を上げる。(システム上ではプロモーションコードを設定し展開)

〈事前〉

○OGP (Open Graph Protocol) 設定

イベントのWebページをソーシャル上にシェアする際に表示される情報。この設定をしないと意図せずトリミングでスピーカーが見切れてしまうことも。小さな差が、SNSでのいいねやシェアに影響する。(Tips 2)

○ひとからのシェアと動画

アドバイザーボードなどの投稿や動画にいいねが集まった。無機質なシェアよりも、知っているひとからの投稿や動画はシェアされやすい。(Tips 3)

〈当日〉

○ハッシュタグ

ハッシュタグの掲出方法も重要だ。ステージ上に常に大きな「#Backstage17」を掲出し、ソーシャル発信OKなイベントであることをわかりやすく提案。Twitterのトレンド入りも果たした。(Tips 4)

〈事後〉

イベント後は「ああ、終わった!」と忘れがちだが、発信してもらう、発信する、発信しつづけることが大事。関係者のネタをみつけたら広げることを繰り返し、常に思い出してもらえるようにする。継続が重要だ。

BACKSTAGE



Facebookページの投稿でオーガニックリーチがいはん多かったネットワーキング後の集合写真

「BACKSTAGE2017」は、体験型マーケティングのカンファレンスとして今年2回目を開催。「イベントに参加しているひとに、その思いって伝え切れているのかな」という思いから、イベント主催者、企画者たちの思いを感じられる場、披露できる場として2016年に初開催した。

これからイベントをやろうとしているマーケティングやプランナーにとって、すでにイベントを主催しているひとたちにとって、学びと課題解決のヒントになる場、そして、出会いの場を創出を目指している。

「BACKSTAGE 2017」

会期: 2017年8月30日(水)
会場: 虎ノ門ヒルズフォーラム
主催: BACKSTAGE 実行委員会

第2回 HOT SCAPE Biz セミナー「ソーシャル時代のイベント集客とは～BACKSTAGEの裏側～」



BACKSTAGE 実行委員会メンバー
株式会社ホットスケープ代表取締役前野伸幸氏(左)
イベントレジスト株式会社代表取締役ヒラヤマコウスケ氏(中央)
株式会社MICE 研究所代表取締役田中カ

Tips2 OGP 設定



BACKSTAGEではセッション紹介のページに限らず、すべてのページに用意した

Tips3 シェアされる投稿



人からの発信はソーシャルらしいしかけの一つ(左)。動画はスマホ撮影でも十分だ(右)。

Tips4 ハッシュタグ



参加者からの発信をつくる。主催者はハッシュタグを追って公式アカウントで紹介すれば双方向なコミュニケーションもつくれる

pick up MEET HEAPS

コミュニティ ブランドマーケティングの集客アプローチ

イベントシリーズ「MEET HEAPS」をスタート

ミレニアル世代向けに、NYを拠点に世界のカウンターカルチャーを紹介するHEAPSが、9月に共創イベント「MEET HEAPS」を初開催した。HEAPSに興味・関心・共感を持つ人が、実際にHEAPSに「参加し、共につくり、発信する機会」の提供の場として、イベントシリーズとしてスタート、その第一弾となる。

「ミレニアル世代は、メディアなどの情報をあまり信用しない、という特徴があります。そのため、イベントという形で自分が体験した情報をそのまま発信できるHEAPS Experienceと公開取材のPublic Interview Studio (PIS) という2つのスタイルで展開しました」(OrangeOne株式会社 代表取締役社長 春日原森さん)

共感と共創でつくる体験イベントの拡散

HEAPSのFacebookページに8月18日にあがった告知記事(「予約4,000人待ち」フリーランスシェフ緊急来日決定!「日本初・その日限りのダイニングイベント」やりませ

んか?)は、5万人にリーチ、3,471人が閲覧し、Facebook イベントページ上で686人が参加予定・興味ありとして、情報を段階的に解禁すると、日に日に拡散されていき、イベント参加者の投稿などを含め最終的には34万8,500人にリサーチされることになった。

今回イベント自体のテーマは、「ソーシャルダイニングとミレニアル世代の新しい働き方」で、フリーランスシェフのジョナ・レイダーさんを含めて6名のスピーカーがトークセッションに登場。メディアイベントの集客構造とコンテンツとしては、読者を核とした手法だが、拡散していったポイントは、「共感のあるインフルエンサー」と「共創のしかけ」だ。

○共感のあるインフルエンサー

今回のイベントは2つのスタイルを提案。一つは、再現型・体験イベントとしてジョナ・レイダーさんがNYで実際に行っているPITHを再現したHEAPS Experience(9/6@ TRUNK (HOTEL)、9/7@Aoyama Kitchen)。「ジョナに関する記事を疑問に思っ

て「ほんとうに?」と感じたら、参加してください」と展開した。体験し発信してもらうことで、記事で感じたPITHやジョナのイメージ像がクリアになるというコンセプトだ。12名ずつ、2店舗で展開。いわゆる一般的に行う有名人=インフルエンサーを招待することせず、はあちゅうさんなど過去HEAPSの記事に積極的にリアクション(共感)していたインフルエンサーや応募者のなかから参加者を選定し、リアルな発信で証人となってもらう形だ。もう一つの公開取材のPIS(9/9@100BANCH)でも等身大なやり取りを促進した。

○共創のしかけ

「MEET HEAPS」は、コントリビューターを募集し、一緒につくる仲間を応募して作り上げている。アーティスト、スチール/ビデオカメラマン、エディトリアルデザイナー、サーバー・ウェ이터、ミュージシャン、フラワーアーティストを応募。1週間で80名を超える申し込みがあった。一般的に、イベントでは主催者が直接、または企画会社や運営会社を通じて発注する部分を、イベント自体を共創型として展開することで成立させている。

今回の共創型イベント手法には、プロモーションでアクションを起こすというマーケティング手法よりも、自分が体験していることで生まれる深い共感と、人に紹介するからにはたしかなものというミレニアル世代が拡散したくなるリアルな仕掛けがしっかりと盛り込まれていた。

MEET HEAPS



Public Interview Studioで質問に答えるジョナ・レイダーさん(中央)

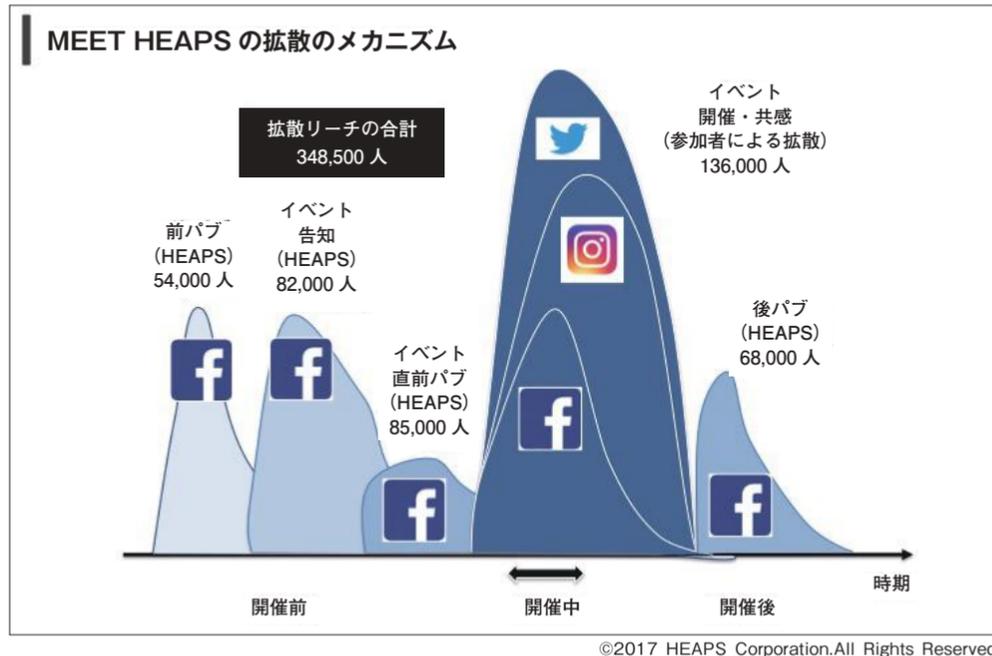
「ボーンデジタルな世代の起業家たちと一緒に、新しい事業を立ち上げたい」とスタートし、小さなチャレンジを点描することで時代を描く雑誌として誕生したのが「HEAPS」[Be iNSPIRED!]の2つのメディアだ。ミレニアル世代向けに、NYを拠点に世界のカウンターカルチャーを紹介している。昨年、キュレーションサイト問題の騒動後に、独自取材記事のスタイルで注目され、ミレニアル世代とナノインフルエンサーを抱えるメディアとして信頼を得ている。

OrangeOne株式会社のグループ会社として展開しているが、OrangeOne代表取締役社長の春日原森さんは、戦略系コンサルタント会社を経て、95年にインターネットのセキュリティ事業で起業し10年で売却、時代の潮目を読みながら新事業をつくりだしている。OrangeOne株式会社は大手企業のリモートサポートのITサービスを手がけながら、グループ会社HEAPS株式会社でデジタルメディアを展開している。



OrangeOne株式会社 / HEAPS株式会社 代表取締役社長 春日原 森氏

「MEET HEAPS」
-HEAPS Experience
(9/6@ TRUNK(HOTEL)、
9/7@Aoyama Kitchen)
-Public Interview Studio
(9/9@100BANCH)
主催：HEAPS株式会社



©2017 HEAPS Corporation. All Rights Reserved

東京ゲームショウ2017も
公式アプリ採用!

イベントに特化したアプリで課題を一気に解決!

Eventos イベントス

https://eventos.tokyo/
イベントス 検索

株式会社エイスリー お問い合わせ 03-6809-6064 (平日10:00~19:00) 株式会社ブレイブソフト event_contact@bravesoft.co.jp

キャストイング会社、どこでもいやと思っていないませんか?

累計キャストイング実績 **5,000件** 日本一便利なキャストイング会社です!

株式会社エイスリーは、タレント・芸人・俳優・モデル・歌手・アスリート・文化人・専門家・ノンタレ・インフルエンサー・キャラクター等、幅広いジャンルのキャストを幅広い案件に最適マッチングします。必ずお役に立ちます!

1 **スピード対応** ご相談を頂いてから最短即日でご提案!

2 **専門知識** キャスティング会社ならではの情報力!

3 **顧客視点** 課題解決の為アイデア出しからサポート!

4 **適正価格** 安く仕入れ、安く提供! 低予算の案件もOK!

6つのチームが幅広い案件に対応します!

インフルエンサーチーム / 広告チーム / 映像チーム
イベント&余興チーム / PR&エンタメチーム / プロフェッショナルチーム

株式会社エイスリー お問い合わせはこちら 〒107-0062 東京都港区南青山2-11-11 ユニマツトハイダウェイビル3F ☎ 03-3475-6042 ✉ info@mogmog.tv 🌐 http://herocasting.jp

pick up 人が最高の集客ツール

エイスリーのキャスティングとインフルエンサーマーケティング

イベント効果最大化する親和性のキャスティング

「人気よりも親和性の高さが大切なんです」キャスティング会社エイスリーの山鹿修太さんは、有名人・著名人起用による集客についてそう答えた。

イベントに求めるものは企業によってさまざま、山鹿さんは、要望にあったタレントや専門家、あらゆる芸能人・著名人を最適マッチングすることでクライアントが求めるマーケティングの課題を解決していく。

その手法は大きく4つに分けられる。①旬な芸能人・著名人の起用（時代との親和性）、②イベントテーマとの親和性、③開催地域との親和性、④ターゲットとの親和性（来場者層に合わせること）。

出演タレントがその分野に詳しくれば、集

客に繋がるだけでなく、イベント内容の充実、当日の盛り上がり、イベント外への発信力が向上する。主催者・来場者に加えてタレントの満足度が上がることは、出演交渉も有利になるケースがある。

タレントの出身地や趣味は名鑑に載っているが、いまハマっているものや出身地以外のゆかりの場所、といった詳細の情報は調べるのは難しい。そのためタレントのSNSチェックや事務所との密な関係を構築し、常に新しい情報を得ているのだという。

イベント告知のチラシ・ポスター、ホームページ等へタレントの宣材写真を使用できるため、イベント告知だけでなく、企業のブランディング施策としても有効活用したい。イベントの名称やプログラム以上に、参加タレントの顔ぶれがイベントの内容を訴求する素材になる。

イベント起用時に、SNSの投稿を依頼に追加することにより、イベント告知をより強力にし、タレントの影響力をフルに活用する企業も増えているのだそう。また、近年はSNS配信を主眼

においたインフルエンサーマーケティングもよく用いられている。

ターゲット毎にSNSのツールを分けるとすれば、Twitterが10代から20代前半などの若年層と商品ジャンルへの訴求に向いていて、インスタグラムは20代～30代前半、Facebookはそれより上の世代で拡散よりも企業のブランディングを高めること、コミュニティ内のファンづくり向き。ブログは長文記事による詳細な内容の訴求など、企業の要望に応えられるような体制を心がけている。場合によってはオンラインのみだけでなく、座談会の開催といったリアルの場をつくりコンテンツづくりも行う。

インフルエンサーはBtoBでも効果あり

芸能人から専門家まで幅広い層のキャスティング能力と、顧客のマーケティング戦略に基づいた企画提案力。双方のリソースを融合させ、エイスリーではインフルエンサーマーケティングを2008年と早い時期から手がけてきた。クライアントのデジタル施策を支援する彦坂沙希さんは、「企業の課題をヒアリングし、マッチングした施策を提案すること、時代に合ったソーシャルメディアをどう活かすか、ということから考える」と話す。

ターゲット毎にSNSのツールを分けるとすれば、Twitterが10代から20代前半などの若年層と商品ジャンルへの訴求に向いていて、インスタグラムは20代～30代前半、Facebookはそれより上の世代で拡散よりも企業のブランディングを高めること、コミュニティ内のファンづくり向き。ブログは長文記事による詳細な内容の訴求など、企業の要望に応えられるような体制を心がけている。場合によってはオンラインのみだけでなく、座談会の開催といったリアルの場をつくりコンテンツづくりも行う。



株式会社エイスリー
キャスティング2部
山鹿 修太さん



株式会社エイスリー
インフルエンサーマーケティング事業部
彦坂 沙希さん

「集客に活用するのも一つの手ですが、年間を通したコミュニケーションにインフルエンサーマーケティングの強みが活かれます。たとえば出展メーカーさんに試供品を提供していただいて、その使用感をアップしてもらい、その発信を企業内の営業ツールとしても活用するという手法で、BtoBでも効果は高い」と彦坂さんはいふ。

また、インフルエンサーマーケティングにはフォロワー数＝リーチ数も重要だが、それ以上に、イベントへのタレントキャスティング同様、商品や企業との親和性が大切だ。もともとブランドが好きなのか、興味があるのか、好きになりそうなのかということを探り出した上で、提案を行うという。契約したから書くというのでは、内容に深みもでないし、読者はステルスマーケティングに敏感だ。インフルエンサー選定には情報を十分に入手し、親和性の高い人を選んでいく。

デジタルで展開するインフルエンサーマーケティングは、実は人と人がつながってこそそのコミュニケーション手法。やり方を絞らず、企業の課題解決になるような最適な手法を一つずつ考えていくという。



タレント出演で集客と場の盛り上がりができる

2020年大型イベントに向け、ビジュアル映像事業拡充中!

お客様の“想いどき”を、映像技術を軸に会場空間演出いたします。

屋内・屋外向け、各種イベントはお任せください。

業務内容

① イベント企画・プランニング ② 映像・音響のテクニカルサービス
③ イベント中継(中継車保有) ④ 会場の設営施工 ⑤ パブリックビューイング

イベント領域

展示会、見本市、式典、総会、パーティ、コンサート、スポーツイベント、モータースポーツ、各種フェス(肉フェス・音楽フェス)等々





屋内型スポーツイベント



移動式大型テント内イベント



企業イベント



テクニカルブース

レントオールグループのビジョン 



1 新しい分野に挑戦するエネルギー
2 人材の育成
3 ソフトの開発
ITを取り入れた新しい市場開発
4 データ化、システム化による情報の共有化・見える化の推進
5 イベント業界を牽引する
トップランナーとして役割を担う

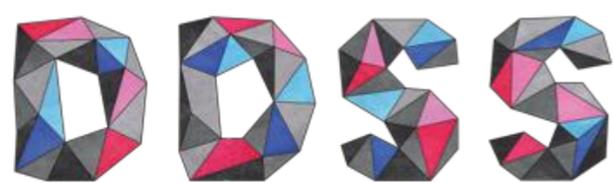
私たちレントオールは、グループの強みである総合力と人材力として挑戦する企業文化をもって、お客様のパートナー企業として最善の成果をお届け致します。

今後も時代の変化をすばやくキャッチし、新しいレンタル商材の開発を進めながら、ハード面とソフト面のノウハウを高め、両輪で提案できるイベントレンタル部門を目指してまいります。

レントオールグループは、業界のリーディングカンパニーとして常に前進し、道を切り拓きます。

電話：03-3769-9240(東京)、052-485-5532(名古屋)、06-4258-2402(大阪)

http://www.tushin.nishio-rent.co.jp 西尾レントオール ビジュアル



DIVE DIVERSITY SUMMIT SHIBUYA

あなたも、ダイバーシティのひとり。

その個性は、無限の可能性を秘めている。
その個性こそが、次の未来を切り開くからだ。
「ちがいをちからに変える街。渋谷区」から、
新しい社会のスタンダードと向き合う都市型サミットが始まります。

2017.11.7 (TUE) - 15 (WED)

メインカンファレンス
2017.11.13 (MON) - 15 (WED)

明治神宮会館

TICKET →

<http://eventregist.com/e/ddss>



体験型のイベントで未来の出展者を取り込む

日本自動車工業会
モーターショー室

菅野 幸司 さん



10月27日から11月5日までの10日間にわたり、東京ビッグサイトで第45回東京モーターショー 2017が開催される。2年に1度の自動車の祭典を手がける日本自動車工業会モーターショー室の菅野幸司さんに話をうかがった。

—東京モーターショー 2017 のテーマについて教えてください

菅野 「世界を、ここから動かそう。BEYOND THE MOTOR」を掲げました。弊会メンバー各社と一緒に考案したものです。自動運転車やEV車の登場で、昨今クルマは従来とは異なるものへと変化してきました。各社が最新の技術を披露する今回の東京モーターショー(以下、TMS)では、既存のクルマを超えるような出展車両を期待しています。優れた技術を持つ日本企業の実力をお見せしたいですね。

—テーマを決めるとき、どのようなイメージを描いたのですか

菅野 2020年の東京五輪まで、東京は世界が

ら注目され続けることとなります。その間にTMSの開催は2017年と2019年の2回。この重要な時期には未来につながるショーテーマを定めたいと考えました。

実際のショープランも2017年のショー遂行に向けて動くと同時に、中長期的な未来を見据えてすでに動きは始めています。

—新しく参加するメーカーはありますか

菅野 自動車メーカー以外の出展があります。もともとTMSは自動車メーカーのためのショーですが、自動運転などの新技術はクルマの垣根を変えていっており、テクノロジー系の企業は将来的には大きく関与する可能性があると考えています。それら企業の展示が今回の目玉のひとつ「TOKYO

CONNECTED LAB 2017」なのです。

主催者展示では、クルマを軸にしながら将来の社会を考えられる体験型のイベントスペースで、300人が一度に入れる360度の巨大ドームでのインタラクティブ展示や、コネクテッドカーに乗れるVR体験などを用意しています。VR体験では30台の装置を一度につなぐのですが、これはおそらく初めての試み。人気が出るのではないのでしょうか。「こんな未来がきたらいいな」と感じていただけるようなワクワクするイベントになると思います。

—今回特に体験型イベントが多いですね

菅野 体験型イベント実施の理由は二つあります。一つは一般のお客様にもっと楽しんでいただくため。もう一つはテクノロジーに興味を持つ将来の出展者を取り込んでいくためです。老舗ばかりでなく、スタートアップ企業も参加できる枠を用意することで参加者の

幅を広げたいと考えています。

また、臨海副都心エリア3会場では、さまざまなモビリティや乗用車・商用車・二輪車の試乗体験プログラムをご用意しています。会場間の移動は、無料で次世代タクシーに乗ることもできるんですよ。

—各社WEBサイトジャックも話題になりました

菅野 弊会会員メーカー14社のWEBサイトを、各社ロゴを活用した統一したビジュアルで24時間ジャックしました。WEBサイトは各社がそれぞれの戦略のもと、デザインやシステムを構築しているため、デザイン上はもちろん、技術的なハードルも高かったのですが、会員メーカーが一丸となってご協力いただき実施することができました。

—東京モーターショー 2017への想いを聞かせてください

菅野 私はTMSにかかわりはじめて今年で28年目。学生時代にアルバイトスタッフとして参加し、ショーを間近で見るときからその魅力にとりつかれ続けています。展示会の面白いところは、頑張ったぶんだけお客様の反応があるところ。苦勞してもそれがうまくいけば喜びに変わります。

今回のTMSでは拡張された東ホール7と8を使用します。面積を8万㎡から7,000㎡拡張しましたので、これまで十分にお渡し出来なかった部品メーカー等の面積要望にもお応えすることができました。安全には配慮しつつ、出展者の意向を最大限に反映したイベントの実施を目指します。

好評受付中！ インターネット展示会 TV <http://www.tenji.tv/>

展示会動画マーケティング

専門紙webに載るよ編

出展を3日で終わらせない

社長!! 新製品ができました!

さっそく東京の展示会でPRします!

よし! 頼んだぞ

展示会場に来る人だけじゃなく、もっと広く知って欲しいなあ...

こ...これは? あの専門紙のサイトで動画でPRできる? しかも月々2万円で...

展示会 動画 マーケティング

これはやらないと損でしょ! 1回の接待費よりも効果大ですよ!

はい...

博覧会・展示会の企画に参画させて下さい。

IIDA

飯田電機工業株式会社

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

- イベント事業本部 〒136-0082 東京都江東区新木場1-8-21 TEL 03-3521-3522 FAX 03-3521-3524
- 千葉事業所 〒261-0025 千葉県千葉市美浜区浜田2-38 藤張ビル TEL 043-273-2441 FAX 043-273-2531
- 池袋サンシャイン事業所 〒170-0013 東京都豊島区東池袋3-1-4 文化会館3F TEL 03-3982-9551 FAX 03-3982-9564
- 大阪事業所 〒550-0011 大阪府大阪市西区阿波座1-9-9 阿波座パークビル TEL 06-6543-2880 FAX 06-6543-2884
- インテックス大阪事業所 〒559-0034 大阪府大阪市住之江区南港北1-5-102 インテックス大阪内 TEL 06-4703-5401 FAX 06-4703-5402
- 本社事業本部 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-8-7 表参道IDAビル TEL 03-3409-3333 FAX 03-3409-0104
- 東北事業所 〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町2-10-17 仙台一番町ビル6F TEL 022-716-2077 FAX 022-716-2078

□ 本社 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-8-7 TEL 03-3409-3331 FAX 03-3409-3827

EVENT MARKETING

FREE PAPER

読者Profile

- 大手メーカー・メーカー**
 - ▶ 年間イベント件数: 約20件
 - デジタルマーケティングとオフラインを組み合わせて販促とファンづくりに
- 製薬会社 ミーティングプランナー**
 - ▶ 年間イベント件数: 100件超
 - 業界のファーストムーバーとして異業種のトレンドを知り講演会に活かしたい
- IT企業向け マーケティングサポーター**
 - ▶ 年間イベント件数: 約150件
 - イベントマーケティングに関わるテクノロジーやツールについて情報収集したい

毎月30日発行

定期送付申し込み

発行所: 株式会社 MICE 研究所
〒105-0004 東京都港区新橋 5-12-9
ABCビル 5F
TEL 03-6721-5303
sofu@event-marketing.co.jp

ビッグサイト利用制限 都知事発言とデモ

東京五輪ともなう東京ビッグサイト利用制限について東京都は9月28日、一部短縮を発表。西・南展示ホールは2020年5月1日～5日の連休中が利用可能に、また仮設展示場は同7月1日～14日と9月10日～30日が使用可能になった。翌日の記者会見で小池東京都知事は、「コミケ関連で使える」、また仮設展示場について「(前述の7月・9月の)35日間貸出可能、展示会等にも提供」とした。

一方、「展示会産業で働く人々の生活と雇用を守る会」など関連団体は「抜本的解決ではない」とし、10月5日に都庁前などでデモを実施した。

商談会形式で開催

— IME2018

国際ミーティング・エキスポが、国際 MICE エキスポと名称を変更して、来年2月28日(水)13:30から京王プラザホテルで開催される。展示会形式から商談会形式となり、出展者には15分間の商談枠を10枠提供される。

映像とパフォーマンスの enra が JCMA で登壇

日本コンベンション協会は10月5日に「第1回勉強会～講演:秋の舞～」を実施。映像演出とライブパフォーマンスでカンヌ映画祭のオープニングアクトも務めた「enra(えんら)」の花房伸氏を招き講演を実施した。

展示会産業シンポジウム 11月、名古屋で

名古屋市は11月15日、SMBCパーク栄で「展示会産業シンポジウム」を開催。野村総合研究所の岡村篤氏が経済効果について基調講演で語る。「展示会の有効な活用方法」と題したパネルディスカッションでは展示会の主催者、施設管理者、出展者のそれぞれの立場から論を展開する。入場無料。メールによる事前登録制。

主催者にきく!

Inter BEEの楽しみ方 ②

11月15日から17日までの3日間、幕張メッセで、最新の映像機器、音響機器、放送・通信システム、コンテンツ技術などを一堂に会した「Inter BEE 2017」が開催される。年に1度の大イベントに向け準備を進めてきた日本エレクトロニクスショー協会の石崎芳典さんにイベント・マーケターにとって今年のポイントを聞いてみた。

過去最大規模幕張メッセ 1～8ホール全館開催

もともとは、放送局や番組コンテンツを納入するプロダクションが使うスタジオカメラや編集機器、マスター送用のアンテナを含めた放送機器の展示会だったInter BEE。インターネットやスマホ全盛の時代になって、裾野が広がってきたのがここ数年の傾向だ。そのため、出展者数・来場者数も右肩上がり、今年からは会場規模が昨年より1ホール追加され、幕張メッセ1～8ホールの全館使用となった。これは「前回から目指してきたこと」と石崎さん。東京オリンピックの開催年まで残り3回となったInterBEEでは、今年から3カ年計画で日本から世界への新しい提案を発信。今年はファーストステップの年となる。

「送り手側だけでなく、誰がどんな場面でコンテンツをみるのか、体験するのか、楽しむのか、受け手側を

考えたコンテンツづくり、配信方法、ビジネスモデル提案をしていきます」

一般企業や自治体の広報・マーケティング担当者にとっても、映像の説得力、伝播力の強さを活用した販促・プロモーションを検討中ならば、4K8Kなど、実際の表現手法の広がりやTVCMより低予算で出稿できるようになった動画広告の制作コスト感覚、新たな広告枠の動向を肌感覚でつかむことができそうだ。イベントでの需要もふえているVR・AR、大型ディスプレイでみるパブリックビューイングやサイネージなど映像体験の提案にも注目だ。

BACKSTAGE プロデュース 来場者×来場者が出会う場

石崎さんがイベント運営のなかで課題の一つと挙げるのは、来場者同士の交流だ。「ユーザーがもつ悩みはユーザー同士の情報交換が課題解決の一番の近道。せつかく集まる場なので情報共有してほしい」と話す。



一般社団法人
日本エレクトロニクスショー協会
プロジェクトマネージャー

石崎 芳典さん

これまでになかった異質な空間をつくり、Inter BEE MEET UP エリアとして大きく展開。体験型マーケティングのイベント「BACKSTAGE」がこのエリアを

プロデュースし、マッチングシステムの導入やクラフトビール体験などのコンテンツ企画で来場者×来場者の集う場を展開する。



広大な芝生が広がるエリアでは、スピーカーとの対話も楽しめるファイヤーサイドチャットコーナー、機材体験のハンズオンも展開される

革新的なイベントを発掘

— 第4回 JACE イベントアワード募集開始

一般社団法人イベント産業振興協会(JACE)が第4回JACEイベントアワードの募集を開始。今年1月から12月31日までに実施の国内外のイベントのうち、創造的で革新的なイベントを表彰する。

選考は、日本商工会議所顧問で全国中小企業取引振興協会会長の中村利雄氏を委員長に、各界の専門家からなる選考委員とイベント業務管理

士の投票によって、最優秀賞経済大臣賞(日本イベント対象)1作品(賞金30万円)、イベントプロフェッショナル賞1作品(賞金30万円)、優秀賞5～7作品(賞金各10万円)が選ばれる。選考基準は「コンセプト構築力」「イノベーション活用力」「オペレーション&マネジメント力」「インパクト創出力」「経済波及効果及び集客効果」という独自の5つの視点で

もって行われる。

申し込みは来年3月6日、優秀賞の発表は5月下旬、日本イベント大

賞とイベントプロフェッショナル賞の発表と表彰式は6月12日に都内で行われる。

○日本イベント大賞(第3回)



「日本橋 桜フェスティバル」
企画を手がけた博報堂尾崎徳行さんの
インタビューは本紙14号でも掲載

○イベントプロフェッショナル賞(第3回)



「女子高生によるマグロ解体ショー
「フィッシュガール」」

63
100%

電力
処理能力
需要

うちが何の仕事をしているかこれで伝わるかな?

施設やイベント会場のポテンシャルと、企画者の演出ニーズに合わせた電力設計をする、と補足しておきます。

株式会社 鈴木電機
〒111-0033 東京都台東区花川戸 2-12-5
TEL 03(3842)8201 (代) FAX03(3845)3040
URL: <http://www.suzukidenki.co.jp>

第4回 JACE イベントアワード

日本中から、世界中から、クリエイティブなイベント大募集中!

応募対象 2017年1月1日～2017年12月31日の期間内に終了した国内外のイベント

応募締切 2018年3月6日(火) ※郵送の場合は必着

表彰部門

最優秀賞 経済産業大臣賞	賞金 30万円
イベントプロフェッショナル賞	賞金 30万円
優秀賞 5～7作品	賞金 各10万円
推薦者	賞金 各3万円

イベントの規模に関わらず、お気軽にご応募ください。

詳細はWEBで
<http://jaceeventaward.pre-cam.jp> スマホはこちら

主催: (一社) 日本イベント産業振興協会
後援: 経済産業省

Report 生産者と丁寧につないでいく ——オリーブオイル関西

Via！（スタート！）の掛け声とともに、植樹セレモニーが行われ、「オリーブオイル関西国際商談専門見本市」（オリーブオイル関西）が10月11日開幕。インデックス大阪を会場に3日間多くの商談が行われた。

コンシェルジュ機能 ショーケースを入りに

入口にはウェルカムショーケースがあり、コンパクトに出品物をみられるだけでなく、コンシェルジュが案内してくれる。来場者に好みのテイストや

産地を聞き、一人ひとりに合ったブースへ案内する。同展の企画者の樋渡知博さんは「海外の展示会ではよくあります」と話す。

ビジターガイド テイスティングツアー

毎日3本・計9本のツアーを用意し、各テーマに沿ったブースを巡る。プロフェッショナルガイドが同行し、各社の収穫時期、テイストといった特徴やメーカーの歴史を解説、より深く風味と味覚を感じられるようテイ

「ソルドー・ロ南半球国際オリーブオイルコンテスト2017」DELICATE部門で金賞をとったMORGENSTER ESTATE「MORGENSTER」(南アフリカ)のブース

ティングの仕方も指導も行った。

プレイベントからの 盛り上げも

数多くあるオリーブ生産者と新規の出会いをつくるため、広く深いマッチングのしかけがされていた。会期3日間のみに限らず、プレイベントの盛り上げもその一つ。先月の「ソルドー



ロ南半球国際オリーブオイルコンテスト」は、受賞したオリーブオイルが展示会にも出展、市場への進出の後押しにしている。

「展示会は1年に1回が通常ですが、いまコミュニケーションは単発の時代ではありません。チャネルとしてよりよききっかけづくりを心がけています」（樋渡さん）

イベーター・マーケター向け 11月のセミナー・イベント

- 7~15日 DIVE DIVERSITY SUMMIT SHIBUYA @明治神宮会館ほか
- 8・9日 SHARE SUMMIT SHIBUYA @ラフォーレミュージアム原宿 Cybozu Days 2016 @幕張メッセ
- 9日 ビジネスマッチ東北 2017 @夢メッセみやぎ
- 9・10日 コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 2017 in 東京 @サンシャインシティ C&C ユーザーフォーラム &iEXPO2017 @東京国際フォーラム
- TOSHIBA OPEN INNOVATION FAIR 2017 @ブランドニコ東京台場
- ビジネス EXPO「第31回 北海道技術・ビジネス交流会」 @アクセスサッポロ 第21回いたばし産業見本市 @板橋区立東板橋体育館
- 11日 ライブ・ミュージック・アイデアソン @ビルボードライブ東京
- 15~17日 Inter BEE 2017 @幕張メッセ
- 16日 Grow with HubSpot 東京開催 @虎ノ門ヒルズフォーラム
- 20~22日 IFFT/インテリア ライフスタイルリビング @東京ビッグサイト

小池都知事も登壇、ちがいを力に変える

—— DIVE DIVERSITY SUMMIT SHIBUYA 開催

11月7日から15日まで渋谷各所で、「DIVE DIVERSITY SUMMIT SHIBUYA 2017」が開催。メインカンファレンスは13日から15日まで明治神宮会館で実施される。

ダイバーシティ、イノベーション、サステナビリティをキーワードに、東京都知事小池百合子氏、A.T.カーニー会長梅澤高明氏、BUSINESS INSIDER JAPANの浜田敬子氏など、各界を代表する有識者が登壇。多様性社会の現状と可能性を提示する。 実行委員長の渋谷区観光協会理事長の金山淳吾氏は、「単一民族の日本ではみんな一緒が安心だったけれど、あえて面倒くさい議論をはじめ

る」と本紙の取材に応えた。月刊イベントマーケティングではDDSS特別号を発行し、会場等で配布する。

サテライトプログラムとして、「SHARE SUMMIT SHIBUYA」が8・9日ラフォーレミュージアム原宿、「デジタルアートバトル」が10・12日に東京カルチャーカルチャーで行われるほか、各所で展開される。

メインカンファレンスの入場料は3日間通し券が1万円、1日券は4,500円。



日本 MICE も視野に

——ノルウェージャンクルーズ ノルウェージャンクルーズラインが10月12日、ラグジュアリー旅行と MICE 市場に向けプレゼンテーションを実施。Regent、OCEANIA CRUISES、NORWEGIAN という3ブランドを紹介した。



Venue Event Community

集い、交わる場（中規模スペース・ベニュー/イベント主催者）を企画・運営するひとたちが集まって、へちゃくちゃおしゃべりしながら、よりよいベニューづくりを考えるコミュニティ

face to face を科学するイベントメディア

オンラインも強い EVENT MARKETING

最新ニュースやアーカイブ、バックナンバーも読めるウェブサイト

特集記事の裏話やイベマケ編集部の日常がわかるメルマガ

<http://www.event-marketing.co.jp>
Facebook と Twitter もやってます

空間デザイナー・プランナー 業務拡大のため、大募集!!

世界と
セカイを
つなげる

当社は、国内企業の海外出展、海外企業の日本出展はもちろん海外企業の日本以外の国への出展もお手伝いしています。

The Global Mice Producer...

サクラインターナショナル株式会社

その他の職種
経理・人事等の管理部門
主催者事務局サポートも
東京・大阪共に募集中です。

お問合せは... **TEL:03-5646-1160**
Mail recruit_t@sakurain.co.jp

ラスベガスオフィスも好評稼働中!!

感動の映像体験つくる レーザー光源プロジェクター 8 機種投入

——エプソン販売

ラインナップ充実

昨年エプソンはレーザー光源プロジェクターを発売し、イベント市場へ本格的に参入した。9月26日に行われた今年の内覧会では、5000～15,000lmの“明るい常設モデル”EB-L1000シリーズの5機種、超短焦点壁掛けモデル3機種と、8機種を新たにラインナップに加えた。

EB-L1750 U (ホワイト)とEB-L1755Uは15,000lmの高光束ながら、間口586mm×奥行492mm×高さ185mmと体積約30%減の省スペース化を実現。EB-L1500UH (ホワイト)とEB-L1505UH (ブラック)は12,000lm、EB-L1000Uは5000lmとなっている。

エプソンのコア技術結集

コアデバイス開発から販売まで垂直型統合ビジネスによる高い技術の結集が、圧倒的な大画面・高精細による世界観の表現と耐久性を両立。

●レーザー光源

旧来のランプ式と比べ高輝度、色再現性、コントラストに優れているほか、長期間メンテナンス不要に。



左上：新機種8モデルの展示と体験を行った
右上：販売促進本部 VPMD部 蟹澤啓明さん
下：プランナー向け内覧会のようす



●3LCD

光の3原色を高速で切替える1チップDLP方式に対し、3LCDは常時フルカラーで投写するため、カラーが3倍明るく、色再現性が高い鮮やかな映像を映しだす。

●4Kエンハンスメント

1画素を斜めに半分ずらし、時間差で駆動させ、ハイビジョンを実質2倍の解像度の4K相当にする。

使い勝手の良さを体感

今年は本体だけでなく、超短焦点オフセットレンズの15,000lm対応・最大投影サイズとレンズシフト幅の増

加、補正機能が向上し設定時間を短縮できる新アプリ「Epson Projector Professional Tool」を発表した。省スペース化の実現、設定の簡易化、3年または20,000時間の長期保証、防塵性能向上といった、スペック追求だけでなく、イベントのプロの要望に応えるサービスを揃えた。例年の発表会に加え、イベント企画・制作会社を集めて、商品説明や体験と、映像会社の講演や導入事例を直接説明した。80人以上のプランナーが出席。「小型軽量化は、屋内展示で活用の幅を広げよう」、「使い勝手が良さそう」などの感想があった。

オフィス空間も 360度映像で演出

内覧会に合わせ、エプソン販売の本社エントランスは360度映像による空間演出が施された。

「空間を超える」、「圧倒的大画面」という2つの要望に応えるため、29台のプロジェクターを使用し映像制作とオペレーションを行ったタケナカの専務取締役長崎英樹氏は特別講演で、その制作の裏側と演出を経て気づいた製品の特長を語った。

「レーザー光源の安定性が“常設”という新しい表現を生みそう」としたほか、超短焦点レンズの短い投影距離が店舗など小規模な

マッピングで威力を発揮すること、また幾何学補正機能が向上しプロジェクター側で映像を加工することで、解像度を落とさずに立体物への投影を可能にすることなど、エプソンのプロジェクターが拡大する映像演出の可能性を示した。

多数のレイヤーを重ねることで、奥行きある映像とレンダリング時間の短縮や分割作業の実施など納期短縮にも効果を発揮した手法など、コンテンツ制作の裏側はイベントマーケティングのウェブサイトで紹介する。



左：29台のプロジェクター稼働は、多くの課題を解決しながら実現
右：タケナカ長崎英樹さん

エプソンプロジェクター新商品展示会

日時：11月15 (水)・16 (木) 10:00～18:00

会場：ホテルフランス (<http://www.francs.co.jp/access/>)

幕張メッセ・Inter BEE 会場から徒歩1分 / JR 京葉線 海浜幕張駅より徒歩3分

展示内容：レーザー光源15000lmモデル、超短焦点ゼロオフセットレンズ、超短焦点壁掛け対応モデルほか

入場料：無料

EXCEED YOUR VISION

演出の可能性を広げ、集客に貢献する。
**エプソンの
ビジュアル・パフォーマンス。**

LASER LIGHT SOURCE

3LCD

4K
エンハンスメント

EB-L1000 シリーズ
6モデル 5,000lm～15,000lm

その明るさ、設置性、信頼性。ビジネスを支えるレーザー光源プロジェクター。

明るく鮮明な大画面。

レーザー光源と4K相当の高画質

使い勝手が良く、コスト効率が高い。

ランプ交換不要・長寿命 (20,000時間メンテナンスフリー*)

3年保証

3年保証 (20,000時間)

1m³の投写距離で134インチの大画面を投写。

超短焦点で投写が可能

*1：製品の使用開始時と比較して明るさが50%低減するまでのおおよその時間。大気中に含まれる粒子状物質が0.04～0.20mg/m³の環境下での使用を想定。使用条件や環境によって時間は変動します。*2：3年または20,000時間の早い方となります。保証期間中であっても、難島・山間地などは別途交通費が必要となります。また天吊の場合は、別途費用がかかります (足場やローリングタワー等の特別な仕様が不要な場合は除く)。*3：レンズ面から投写面までの距離。

日本で、世界で、最も選ばれているビジネスプロジェクターは、エプソン！

※1：'01～'06年実績 プロジェクター販売台数 FutureSource Consulting Ltd.調べ。
※2：'95～'16年実績 プロジェクター国内販売台数 富士キメラ総研調べ。

16年連続世界シェア No.1
22年連続国内シェア No.1

●プロジェクター-インフォメーションセンター-製品に関するご質問・ご相談に電話でお答えします。
KDDI **050-3155-7010** 受付時間：月～土曜日 (祝日・弊社指定休日を除く)
*上記電話番号は KDDI 株式会社の電話サービスを利用しています。上記電話番号がご利用いただけない場合は、携帯電話または NTT 東日本、NTT 西日本の固定電話 (一般回線) からおかけいただくか、042-503-1969 までおかけください。 [2017年9月現在]

epson.jp/lcp/
エプソンのホームページ
<http://www.epson.jp/>
エプソン販売 株式会社

ゼロから
デザイン・プロデュースします。

エプソンのオフィスエントランス空間演出

映像・音響とイベントとICTのトータルサービス

「タケナカ」で検索！

SYMUNITY (株)タケナカはシンジュニティグループの一員です