

「face to faceを科学する」月刊イベントマーケティング

# EVENT 36 MARKETING

June 30, 2018

特集  
感情を揺り動かす  
映像体験

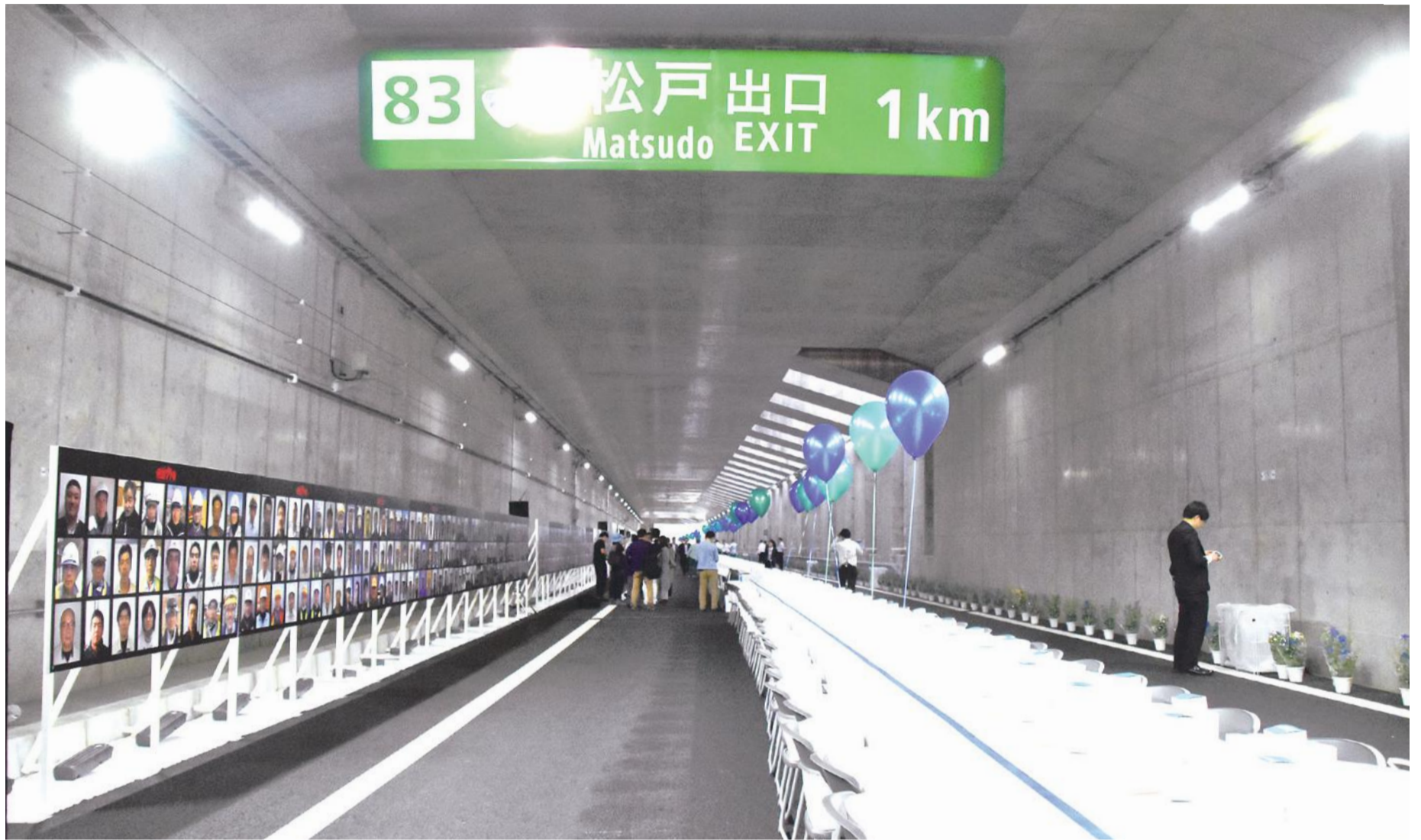


今月のインタビュー  
よんなな会発起人  
脇 雅昭さん

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



## 見たことない景色から新しい世界をつくる

知っていたはずの場所を、誰も見たことのない風景にした「東京カンパイ自動車道」。東京外環自動車道開通記念トンネル体験前夜祭として6月1日の夜、開通のまさに直前に行われた。場所は北千葉JCT付近の半地下トンネル。できたばかりの高速道路に200mのロングテーブルを設置、約400名が着席し、新しい道の完成にカンパイをした。

400名は、2000名の応募から抽選で当選した近隣住民のほかに、工事に携わった設計者、現場監督、専門技術者、作業員、ガードマンなど。つくり手とつかい手が道路の完成を一緒に祝って、最後にテーブルの端から隣席にカンパイでつないでいくカンパイリレーで締めくくった。たった2時間という短い時間でも、この参加者がつくった風景だ。

新しい道路のような大きなインフラをつくるのではなくても、日常にある風景に椅子を一つ置くだけ、映像を投影するだけ、元気づけるために誰かに一声掛けるだけでも、そこに人が集まってくると別の景色になることもある。

見たことのない景色なら、SNSで世界中から届くよというかもしれない。たしかに

知っている場所はふえた。でも、新しい世界をつくるには、情報だけでは十分ではなくて、やっぱり体験をプラスする必要があると思う。フィジカルな体験から心を通して感じると、新しい考えが生まれ、伝えるために言葉からは、新しい価値観が生まれる。その価値観は自分や他人の行動を変えて、新しい世界をつくるんじゃないだろうか。

### 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](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](mailto:contact@eventregist.com) | 03-6869-5592



# 感情を揺り動かす映像体験とは

## ブランディング 60 : 販促 40

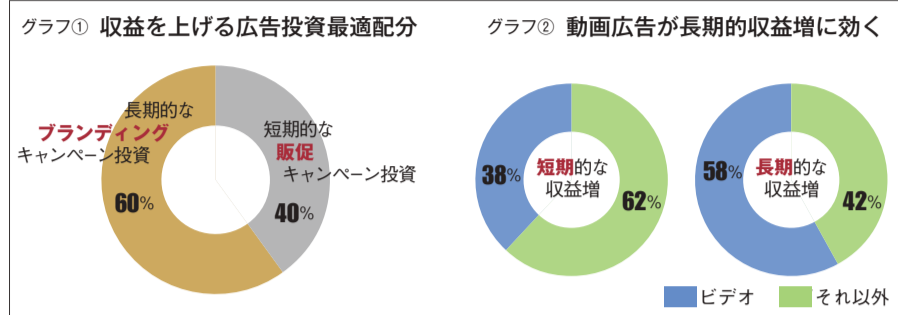
カッコいい入場シーン、コンサートでの演出、商品説明、イベント告知のティザーなど、ジャンルを問わずイベントの現場やその前後に、映像を活用することが増えている。なぜ映像を使うのか、映像のもつ機能についても一度考えてみよう。映像でなにができるのか、どうすれば効果を最大化できるのだろうか。

映像コンテンツや広告のマーケティング効果を分析調査する Unruly Japan の香川晴代さんは「ブランディング 60%、販促 40%の割合で動画コンテンツを配信するのがもっとも効果的というデータがあります (グラフ①②)」という。これは英国の研究機関 IPA が実施している広告効果のアワードに寄せられた、欧米大手広告主の 1400 件のベストプラクティス



Unruly Japan カントリーマネージャー 香川晴代さん

ブランディング効果により収益増に大きく貢献



●収益に最大の効果をもたらす広告投資配分はブランディングに 60%、販促に 40%  
 ●長期的な収益増を上げている企業は、ビデオに 60%、それ以外に 40% 予算投下している  
 出典：Binet and Field Marketing Effectiveness Week Nov 2016 - IPA 英国の業界団体 IPA が実施している広告投資対効果を競うアワードの応募企業の戦略、広告手法、メディア投資先など詳細なデータを分析したもの。

の統計だという。合理的な内容で短期的な販促につなげる戦略よりも、感情を揺れ動かすコンテンツで認知・好感度を上昇させるブランディング戦略で長期的利益を狙った方が高い効果を得られることから、大手企業はエモーショナルな広告を多用する。代表的な例は五輪前に P&G が実施する「Thank you Mom」キャンペーンがある。

どうすれば話題の動画をつくれるのだろうか。「幸福感、共感、ワクワク、驚き、誇り、面白い、懐かしい、温かい、悲しいなど、さまざまな感情があり、基本的にはどの感情でもいいので大きく揺り動かすことが大切」(香川さん) とはいうものの、やはり業界によっ

て偏りがあり、自動車なら驚きとインスピレーション、日用品は温かみと幸福感というケースが多い。それを覆して注目を集めたのが、親子それぞれの視点でドラマを描いたトヨタの「Loving Eyes」や、驚きの展開がある資生堂の「High School Girl?」だ。

### バズったから何になる？

ここで難しいのが、感動的な映像をいかに企業や製品のブランディングに繋げるか。「企業のロゴマークや製品を動画の冒頭から出すのはタブー。視聴者がすぐ離脱してしまいます」テレビ CM のように映像の最後に社名を出す場合、視聴者の視聴環境によっては(例

動画広告は B2B のビジネスにも効果的



Unruly は、大手企業の経営層への調査を実施。B2B の意思決定においても動画が効果的であること、シニア層に共感・シェアされるためのヒントなどをまとめている。  
 出典：6 takeaways from the Science of Business Sharing

えばスマホで見ている場合) ほとんど途中で離脱してしまう。そのため、映像の途中でブランドを想起させるように盛り込むなど、視聴環境を想定したコンテンツづくりは必須となる。「あの動画面白よね、なんのCM だっけ？」ではブランディング効果は限定的だ。Unruly では、デバイスカメラを利用した顔認証による感情分析を利用し、どの部分で視聴者がどんな感情をもったかを分析、クリエイティブ制作に感情分析を盛り込み最適化につなげている。イベントの映像づくりでも、マーケティング・広告でのシェアされる動画づくりのキーワードが活かせることが多そうだ。次のページからイベントでの映像活用事例をみてみよう。

**新型**  
**ヒビノメディアテクニカル、登場。**

NEW

東雲に拠点を移し、1.9mm ピッチ LED ディスプレイなどの最新機器も続々と導入。  
 ヒビノメディアテクニカルは、新しい時代に向けてモデルチェンジしていきます。

<p>hibino group</p>	<p><b>ヒビノメディアテクニカル株式会社</b></p> <p>本社 〒135-0062 東京都江東区東雲 2-9-23 6F                  TEL: 03-6457-2070 (代表) / FAX: 03-6457-2073                  URL: http://www.media-t.co.jp/</p> <p>メディアニクス大阪事業部 〒539-0033 大阪府大阪市北区東成町 2-37 2F                  TEL: 06-6311-1951 / FAX: 06-6311-1955</p> <p><b>ヒビノベスコ株式会社</b></p> <p>〒135-0062 東京都江東区東雲 2-9-23 6F TEL: 03-6457-2371 FAX: 03-6457-2373                  URL: http://www.besco.co.jp</p>
---------------------	--

HACO-BUNE

世界をつつむ LED

LED の高精細・自由度により多人数でも共感できる  
 タケナカ・オリジナルソリューションの  
 ヴァーチャルリアリティー・ワールド

TAKENAKA

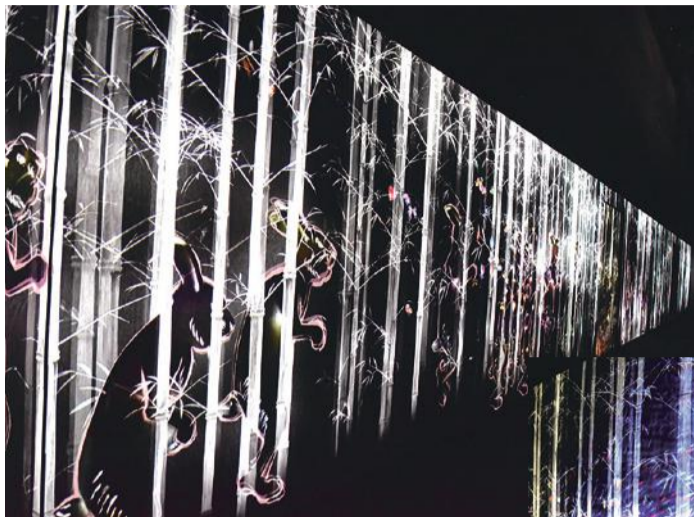
TOKYO OSAKA NAGOYA KYOTO SHANGHAI

「タケナカ」で検索!   <http://www.takenaka-co.co.jp>

SYMUNITY (株)タケナカはシンユニティグループの一員です

pick up MORI Building DIGITAL ART MUSEUM: EPSON teamLab Borderless

ひとつの世界を彷徨い、没入し、自らの身体をつかって探索して発見する



作品が部屋から出て通路を移動し、ほかの部屋の作品とコミュニケーションしたり、融合することも。時間によって異なるため、同じ作品に会うのもむずかしい

こうしたひとつの大きな世界観をつくるには自由な映像演出をする機材が必要のため、プロジェクター470台と500台以上のコンピューターが使われた。プロジェクションパートナーのエプソン販売によると、世界最大規模の導入だという



チームラボ  
Communication Director  
工藤岳さん

時間とともに移ろい、ひとの存在と関係し合い、作品が作品に会いにいく「MORI Building DIGITAL ART MUSEUM: EPSON teamLab Borderless」。「ぼくらはできればひとびとの固定概念を外し、世界と自分との境界、そして他者との距離感、価値観を変えられることをほんの少しでもいいからできればと思っています。いまは意味がわからない場所かもしれないけれど、未来のなにかにつながる場所にしたい」。チームラボ代表の猪子寿之さんは作品の解釈や説明ではなく、思いを託すように話す。

50作品、1万㎡のスケールには、時間や空間に固定されることなく、流動していく作品が広がる。滝に手をかざせば新しい水流ができたり、唐突にカラスが横切っ、別の作品の空間に遊びにきていたりもする。そんな作品と対峙して、切れ目のない立体的な空間で作品と互いに呼応する双方向性の感覚が自然と得られると、作品の一部になったようにも感じる。博物館や美術館が展示物や作品の解説文や順路で補いながら理解を深める左脳的コミュニケーション設計とするならば、このデジ

タルアートミュージアムは50作品もありながら解説はもちろん作品名すら表示されていない、右脳的コミュニケーション設計。身体を動かし、五感を使いながら、楽しむ新しい体験だ。それは、このミュージアムの制作段階のプロセスでも同様で、言葉ありきの出発からではなく、3次元のプロトタイプがスタート。進行していく段階で、コンセプトの“Borderless”という言葉に落とし込んでいった。「言葉という1次元情報から3次元をつくと、逆からのプロセスよりも表現の幅を狭めてしまう」とチームラボのCommunication

Director 工藤岳さんは言う。高次元の新しいコミュニケーションによる、世界で最初の規模の体験は、価値観を変える新しい体験になる。実際にチームラボでは同じような考えで商業空間や海外の博物館、レストラン、パブリックスペースを展開しているという。アートの空間だけでなく、さまざまな空間の新しい有り様を、もっと拡大解釈すれば都市そのものやひとのコミュニケーションにとっても、新しい有り様の世界をつくるヒントになる、そんな空間だ。(関連記事6面エプソン新製品発表会)

**キャスティング会社、どこでもいいやと思っ**ていませんか?

累計キャスティング実績**5,000**件 **日本一便利**なキャスティング会社です!

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!

<b>1</b> <b>スピード対応</b> ご相談を頂いてから最短即日でご提案!	<b>2</b> <b>専門知識</b> キャスティング会社ならではの情報力!	<b>3</b> <b>顧客視点</b> 課題解決の為アイデア出しからサポート!	<b>4</b> <b>適正価格</b> 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

**分析好き** **イベント好き** **デジタル好き**

**集まれ!**

デジタルの力でイベントをもっと楽しくしませんか?!

eventos

https://www.bravesoft.co.jp/recruit/ https://eventos.tokyo/

イベントス 検索

人事グループお問合せ 03-6809-6030 (平日 10:00 ~ 19:00) 株式会社 プレイソフト recruit@bravesoft.co.jp

## pick up HACOBUNE

## “気持ちよさ”が鍵の仮想世界

異世界に入り込んだような没入感のヴァーチャリアリティ（VR）。その体験・体感をイベント会場にいるみんなで、共有できないだろうか…。

そんなイベントプランナーの悩みを解決するのが「HACOBUNE」。プロジェクションマッピングで世の中の注目を集めたタケナカの新しいソリューションだ。

4月に開催された先端デジタルテクノロジー展のタケナカブースは、360度LEDでかこまれた空間に、銀河や流れ星で宇宙空間を

再現。杖で星を動かしたり、歩くと星が波状に瞬いたり、みんなで宇宙に遠足に来たよう。孤独ではない、人と共有する仮想空間だ。

「HACOBUNEのCOはCommunicationからとったもので、『新しいコミュニケーションを生み出す空間』というコンセプトの基、空間やインタラクションをデザインしています」とタケナカの山田翔一さんは説明してくれた。3人が1か所に集まると輝く波紋エフェクトも広がる。

四角い“ブース”ではなく、奥行きを感じる“空間”をつくり出したのは、床面高精細LEDやカーブLEDなど空間演出に対応する新しい映像技術だ。また、宇宙空間をインタラクティブな世界に作り変えたのは、赤外線やレーザーなど7種のセンシング技術。そしてそれに没入感を与えたのが、インタラクティブ技術だ。

「体験する人にリアルに感じてもらうための秘訣は、“気持ちよさ”。身体を動かしてから



杖を動かすと光のエフェクトが発生。自然なタイミングがリアルさを増す

エフェクトが出るタイミングや位置、効果音など。自分の手によって発生したとはっきり感じられながらも、空間に溶け込む演出が鍵」（山田さん）。たしかに、大勢で立体的な世界観に没入する体験をした。

6月7日から幕張メッセで開催されたライブエンターテインメントジャパンでは、

HACOBUNEの別バージョンとして、人の動きに合わせて映像と音に変化するビデオ・ジョッキー（VJ）のような空間演出や、プレイヤーの身体の動きに合わせて自機が動く体感ゲームを展示。新しい技術とそれを活かす発想が、映像を付加価値のある体験提供の場へと進化させている。



タケナカ  
山田翔一さん

## pick up EVO Japan / 闘劇

## eSportsは映像信号の caos

アジアオリンピックのメダル種目になるなど、いま注目のeSports。その言葉が生まれるだいぶ前、2003年にはじまった対戦型格闘ゲーム大会「闘劇」から、ヒビノメディアテクニカルの野沢圭さんは映像づくりとイベント運営に携わっている。2012年に闘劇が終了した後も多くのeSportを手がけ、今年1月に開催され国内外から7119選手がエントリーし、1万3957人が来場した「EVO Japan」をはじめ現在も多くのeSports大会に携わる。

「配信がスタンダードなだけに、配信映像まで含めてイベント運営が求められる」（野沢さん）EVO Japanは約1085万人が視聴するほどで、映像配信会社にとっても大きなビジネスとなっている。そのために、イベント演出用の視点と、配信映像のためのイベント設計と

両方の視点で常に考えているという。

家でもできるゲームのために会場に来てもらうのに、野沢さんが活用しているのが映像による演出の力だ。たとえば選手の入場シーンをカッコいいものにするためにプレイヤーに協力してもらう。競技中の熱いバトルや勝利の瞬間抱き合う選手の感動的なシーンなどの映像は会場のライブ感を湧き出し、即時配信



ヒビノメディア  
テクニカル  
野沢圭さん



闘劇 2011 のようす



EVO Japan 2018 のステージ

で共有させるほか、翌年の宣伝映像に使う。

観覧席に映る来場者は大会の一員という満足感を生み、スクリーンに大写しにされる選手の姿が、自分も大会に出たいというモチベーションにつながっているようだ。

そのために、ゲーム映像と会場の映像機器、ネット配信機器の出力と入力を幾重にも繋ぐのだが、それぞれの映像信号や端子がまったく異なる。変換したものを更に変換と繰り返すと、コンバーターもうまく作用しないことも

ある。「仕様がOKでも映らないものは映らない」（野沢さん）。そんな時に個人が開発した機器が役に立ったりする。「経験と勘と、いろいろなモノを持ち歩いていることがものを言う」そうだ。

格闘ゲーム観戦で、音と映像がズレていたら緊張感も台無しになってしまう。その舞台裏は、いろんな部品をもって走り回っている映像のエキスパートに支えられている。

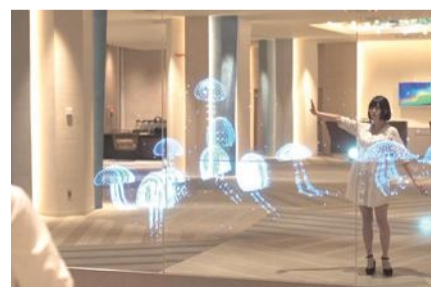
## pick up 東急ベイ東急ホテル

## 海を感じる空間を演出

“空と海を感じるホテル”をコンセプトに5月1日オープンした東京ベイ東急ホテル。1階は床面のプロジェクションマッピングなど海底をイメージした演出。上層階へ行くにつれて、海、風、空（茜）とストーリーをもったフロアになっている。

多くの人が訪れる2階ロビーは、たくさんの魚たちが出会う華やかな世界を創出。壁面に光と影でエイやカメ、クラゲなどの姿を映し出す。

見ている人の動きにゆるやかに反応し、動いたり形を変える幻想的なインタラクティブ・メディア・アートが、同ホテルのアーバンリゾートの雰囲気演出に一役買っている。



魚の姿が浮かび上がり海の中にいるよう

55インチディスプレイ6枚の大型の映像演出だが、ハーフミラー越しに設置することで、映像機器の存在感を打ち消し、観る人を“海”の世界感に引きこむ。（企画・演出：ホットスケープ/アクイラ）

## pick up Infocomm

## アナログと組合せ、体感を増幅

映像音響機器の展示会 Infocomm は、欧州の ISE と並び映像関係者が多数参加する展示会。毎年、業界団体 JVRA の視察ツアーに参加するシーマ石丸隆さんは「COBやCrystal LEDといった新方式はそれほど目立たなかったが、4K・8Kなど高精細、高輝度、大型化などの進化は着実に進んでいると感じました。しかし高精細のニーズはいずれ頭打ちになる。その分、扇風機型LEDを複数組合せて映像が浮いているように見せるなど、アナログと組合せた映像演出に可能性を感じました」と語る。表現の技術進化に加えて、見る側の視点を考慮することで、映像が提供する体験価値がさらに高まりそうだ。



シーマ  
石丸隆さん



pick up 立体音響 VR さわれる音

右脳錯覚のポイントは VR 上の「手」



「さわれる音」体験：オブジェクトのカタチから「こんなかな」とイメージする音が鳴る。気持ちがよくて新しいオブジェクトの音を確かめたい。その連続で次々と手がでる。別々の音が重なっても心地いいのは、音が面ではなく立体で届くから。たとえるなら教会のなかで聞いているようだ

「シャンシャン」「ポミュッポミュッ」「シュルル〜ン♪」手の平に乗せたり、両手ではさんだり、指で弾いたりする動作で、こんな風にはしゃげない音が鳴って、『さわれる音』に夢中になる。VRのヘッドマウントディスプレイを外して、改めて、仮想空間にいかに入っていたのかとハッとすると、現実の会議室空間の静寂が、音に包まれたVR空間の世界をくっきりと際立たせる。

立体音響 VR コンテンツ『さわれる音』を企画したのは、CMの企画・制作を中心とした映像制作会社の太陽企画。事業開発などビジネスデザインを行うTAIYOKIKAKU R&DとCG/デジタルデザインを行う+Ring、

システムの共同開発でダブルがタッグを組み、実現した。

音楽と映画とテクノロジーのイベント「SXSW2018」(米国・テキサス州)やクリエイターが集まる「先端デジタルテクノロジー展」(東京)で、『さわれる音』は、プロアマ、国籍、老若男女を問わず、幅広い層にプレイされた。「海外ではセンサーが直感的でよいという評価を受け、VR慣れしていない高齢者の方にもフルタイムで楽しんでいただきた好評価でした」と企画した太陽企画の江口航治さんは話す。

誰もが楽しめるコンテンツづくりは、太陽企画の十八番だ。VR空間のなかでの振る舞いにも、経験に基づく体験設計がある。

クリエイティブ・ディレクションをした+Ringの尾崎岳志さんは、「50年以上CMづくりでお茶の間を楽しませることに対峙してきた。そのDNAがあります」と自負する。触れてみたくなる形状、耳触りのいい音、反響音に包まれる心地よい空間、ちょうどいいレスポンス。音づくりには弦楽器やひとの声などさまざまなサンプルを元につくり、集計をとって快適な周波数のものを導き出した。デジタルネイティブでなくても、VR空間で直感的に反応できるのは、こうした積み上げで構成されているからだ。また、手の存在も大きい。コントローラーや特別なデバイスを握らず体験者自身が素手のままで音をさわれる仕様は、VR空間をみている客観性が薄れ、VR空間にいる主観的な感覚を増幅させる。

技術面をリードした+Ringの飯塚衛さんは「現在は数十社と打合せしながら、カスタマイズとアップデートの2つの方向を見据え開発を続けます」と今後の展開を語った。



(左から順に)+Ring 尾崎岳志さん(CG Supervisor) / 飯塚衛さん(Unit Leader Chief Visual Effects Producer) / 太陽企画株式会社 江口航治さん(取締役執行役員 ビジネスデザインセンター プレジデント R&D ユニットリーダー)

光と影の表現にこだわる 大学生クリエイター！

デジタルハリウッド大学 松本豊さん



「東京国際プロジェクトマッピングアワード」。学生が対象のこの大会で3連覇を狙うのが、デジタルハリウッド大学の松本豊さん。

入学後すぐに松本さんは、クラブのVJなども手がける先輩たちのチームに入る。グループ感のある映像制作を身につけ、ダンサーとのコラボなども手がける。一方松本さん個人の作品の特長としては「緊張感のあるもの、観客の意識が集中して収束する瞬間をつくること」。そのため光と影の使い方、「間」の使い方にこだわる。プロ以上のクオリティと評された昨年の受賞作「BLACK」では、立体感、実在感を出しやすい白黒の表現が、長い時間続く。

今年は11月17日に最終審査上映が行われる。松本さんがどんな作品をつくるのか、今から楽しみだ。



昨年の最優秀賞作品「BLACK」

いよいよ7月4日[水]から開催！ぜひご来場ください

2018 販促・マーケティング総合展 夏 内

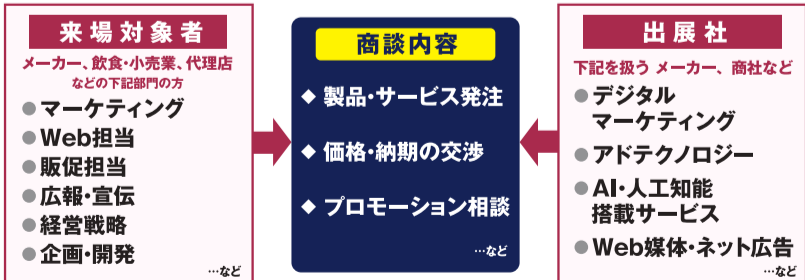
第1回 Web 販促 EXPO 夏

会期：2018年7月4日[水]～6日[金] 10:00～18:00 (最終日のみ17:00終了) 会場：東京ビッグサイト

同時開催： 3 広告宣伝 EXPO 夏 / 10 販促 EXPO 夏 / 6 営業支援 EXPO 夏 / 6 店舗販促 EXPO 夏

IT・Web領域を網羅した販促専門展 誕生！企画・マーケティング担当者 必見の専門展

特長 1 マーケティング商材を一堂に比較・検討できます



特長 2 業界トップ35名が登場！マーケティングセミナー

<講師一部紹介> ※事前申込制

全日本空輸(株) 代表取締役副社長 志岐 隆史	資生堂ジャパン(株) 取締役 執行役員常務 赤尾 一成	オルビス(株) 執行役員 マーケティング機能担当 大川 真樹	LINE(株) 執行役員 広告事業戦略担当 葉村 真樹	森永乳業(株) 部長 寺田 文明	メルセデス・ベンツ日本(株) マーケティングコミュニケーション部 マーケティングコミュニケーション部 部長 齋宜田 謙一

※敬称略。紙面の都合上、講師の役職を省略している場合がございます。

※1 招待券をお持ちでない場合、入場料 ¥5,000/人。

セミナー・招待券(無料)のお申込みは Web販促EXPO 夏 検索



pick up エプソン販売 レーザー光源プロジェクター-新商品発表会

軽量・コンパクトを実現6機種7モデル新登場



6月13日に行われた新商品発表会

エプソンは、レーザー光源のビジネスプロジェクター高輝度モデルの新商品として、6,000lmの『EB-L610U』など、6機種7モデルを2018年8月から順次発売することを発表。6月13日には空間演出やイベント市場を照準にしているモデル20,000lmの『EB-L2000U』、12,000lmのエプソン初ネイティブ4Kモデル『EB-L12000Q』など含む新商品を体感できる展示内覧会をイベント企画会社、映像クリエイティブ会社、イベント会場・会議室運営者に向け、先駆けて行った。

4Kモデルで映像なめらかに

内覧に参加した体験デザインのクリエイティブ会社開発担当者は1万ルーメン以上の高輝度帯プロジェクターだけでなく、6,000lmの『EB-L610U』の小型化と重さに注目。「数年前から案件としてふえている店舗・文化施設など狭い場所での空間づくりに試してみたい。また、耐荷重を考えると機種を選択が限られてくるケースもある。8.5kgはいまのところ最軽量なので視野に入ってくる」と現場事情に適応したラインナップを実用的と評価し

イベントで力になってくれる会社リスト

分野	社名	得意分野
メディア・アート	チームラボ	サイエンス、テクノロジー、アートなど多様な分野のスペシャリストが集まる。海外にも作品が多くシンガポールのアートサイエンス・ミュージアムには常設展示も。
メディア・アート	タケナカ	太陽の塔、姫路城、砂の美術館など、プロジェクションマッピングやインタラクティブの実績を多数もつ。都市の歴史や文化など物語を織り込んだコンテンツづくりを行う。
映像制作	ピクス	MTVから分社化した映像制作会社。企業用・放送局用のほか、OOH・ステージ映像・プロジェクションマッピングなど屋外用映像も手がける。クリエイターのマネジメントも行う。
映像制作	太陽企画	1968年設立の老舗。テレビCMを中心とした映像制作会社だが、ウェブ、VR、インタラクティブなどデジタル系も強化。
機器レンタル・オペレーション	ヒビノメディアテクニカル	展示会・国際会議などMICEのあらゆる領域を支えるトータルプランナー。「企画」「運営」「演出」「映像制作」などイベントに関する総合プロデュースも行う。
機器レンタル・オペレーション	映像センター	紅白歌合戦で導入した「Kinesys」など海外の機材を導入し、映像演出に活用することも多い。映像・音響をメインにイベントの企画・演出のほか、システム販売・製品輸入も行う。今年6月で創立50周年をむかえた。
機器メーカー	エプソン	オフィス用プロジェクター23年連続シェア1位の実績を引っさげ、イベント用・施設用の高輝度製品の供給を開始。レーザー光源、3LCD方式などの採用でプロのニーズに応える。
機器メーカー	CreateLED	中国メーカー「深セン CreateLED エレクトロニクス社」の日本地区総代理店。大型LEDパネルの販売、保守などを行う。今年6月からタケナカなどが属するシンユニティグループへ参加。

ていた。

また、他のエンタメ関連企業のイベント会場技術担当者は「4Kモデルには驚いた。映像のなめらかさは圧倒的。また、今回はホールの映像機材としてだけでなく、施設全体での演出向けの機材検討してみたなかでは、新商品機種ではないけれどスポットライトとプロジェクターの使い分けができるライティングモデルのLightScene『EV100、105』がよかった。デザイン性が高いので設置場所を選ばず、要所所で使えばサイネージ代わりに」と投影と演出の両シーンで想定していた。

20,000lmのモデル、12,000lmの4Kモデルについても、展示会やライブシーンで想定される短い施工時間での設置しやすさなど細かい配慮がある。またレンズラインナップも豊富。超短焦点ゼロオフセットレンズのデモ(写真)には、「ゼロオフセットで投影できることに加え、短い投写距離で大画面を実現できるのは会場レイアウトが変わる」というよこびの声も。エプソンの特徴でもある設計から製造まで垂直統合型ビジネスのメリットであるユーザーの声が反映された商品群に、空間演出市場のつくり手たちの心も動かされたようだ。

# EPSON

EXCEED YOUR VISION

エプソンなら、明るい常設モデルからライティングモデルまで、さまざまな空間演出のニーズに幅広くお応えします。

NEW

ライティングモデル

LightScene

EV-100 / EV-105

2,000lm / WUXGA

EB-L25000U

25,000lm / WUXGA

NEW

EB-L600

シリーズ

4,500lm ~ 6,000lm / WUXGA / WUXGA

EB-700U

4,000lm / WUXGA

## プレミアムな空間演出を可能にする。エプソンのレーザー光源プロジェクター

明るさ、信頼性、設置性。その性能の高さが空間演出を支えます。

明るく高画質

比べればその差は歴然。エプソン独自の3LCD方式の明るさと精緻な色彩表現力で空間を鮮やかに彩ります。

4K

Enhancement

信頼性

20,000時間メンテナンスフリー\*1&3年保証\*2無機素材レーザー光源が、高い信頼性を提供します。

3年  
eコマ20,000時間  
充実保証\*2

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! 16年\*3連続世界シェア No.1 23年\*4連続国内シェア

※3: '01~'16年実績 プロジェクター販売台数 Futuresource Consulting Ltd.調べ。 ※4: '95~'17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。

●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までおかけ直してください。 [2018年4月現在]

[epson.jp/lcp/](http://epson.jp/lcp/)

エプソンのホームページ [epson.jp/](http://epson.jp/) エプソン販売 株式会社



Inauguration Speech

# 「感動」が展示会を成長させる

研修、マーケティング大会、展示会などを開催し、産業界の健全な発展を先導する日本能率協会の産業振興センターのディレクターに就任した小宮太郎氏に、現在の心境とこれからの方向性をうかがった。

一般社団法人日本能率協会産業振興センター ディレクター  
小宮 太郎 さん

—— これまでのキャリアと就任されたいまのお気持ちをお聞かせください

小宮 新卒で入社したゼネコン会社から転職してきて17年ほどになります。最初の1年に展示会に関わったのち、大型客船で研修を受けながら各国の現地視察などもおこなう船上研修を約9年間でかけました。その後ものづくり社内教育の部署へ移動して、ものづくり支援に携わり7年になります。

今年から展示会を総括するポジションに就いたので、期待を超える「感動する展示会」にしていきたいですね。

—— 「感動する展示会」とはどういうものでしょうか

小宮 出展者と来場者の双方が、イメージを超えた価値を体験できる展示会です。

「こんなことがあるんだ」「行ってよかった!」と来場者にメリットと驚きを提供すれば、たとえ雨や嵐でも大勢が集まります。必然的に来場者の質が上がり、マッチングもしやすくなり、出展者にとってもプラスになります。また、展示会での出会いから、想像もできない提案や新しい方向性が見つかったり、眠っていた技術が活かされたりすることも考えられます。そのため、枠にとらわれずにさまざまなものを組み合わせ、イノベーションの源泉にしていきたいです。

—— 実現するためのどのような施策をお考えですか

小宮 展示会はあくまでも手段であり、小会が蓄積したマネジメントなどのノウハウを絡めて、産業界に役立つ事業にどう繋げるかが重要だと

思います。

たとえば小会が実施している教育事業と展示会を掛け合わせれば大きな効果があると思います。だから、展示会と教育事業をクロスさせることが私の使命だと感じています。

—— 展示会の主催・開催にあたり何を大切にしていますか

小宮 展示会は私ひとりの力では成り立たないので、感謝の気持ちを持ち、それをきちんと言葉や姿勢で示すようにしています。協力会社とも長期的な信頼関係を築いていきたいと考えてます。

—— 社内で大切にしていることはどのようなことですか

小宮 よくない知らせはできる限り早く伝えるように、「BNF (Bad News First)」という意識を徹底し

ています。困ったことが起きても、早急に共有してくればみんなでカバーできますからね。

—— よくないことも伝えやすい環境は大切だと思います

小宮 大学の野球部で、監督と選手をつなぐ“学生コーチ”を任されていたので、そこでの経験が活かしているのかもしれない。

逆に、私の方から厳しいことを言うときは、「ダメ出し」ならぬ「良い出し」をしてから伝えるようにしています。チョコレートとコーヒーを出して、血糖値を上げさせてから話すこともあります (笑)。

自分も含め、みんな良いところと悪いところ半分半分あるので、すべてを否定しないことです。大切なのは叱ることではなく、相手にきちんと伝わることですから。

イベント・マーケター向け  
7月のセミナー・イベント

3日 ECZine Day 2018 Summer @ 浅草橋ヒューリックホール

4日 SORACOM Conference “Discovery” 2018 @ ANA インターコンチネンタル

4～6日 販促・マーケティング総合展【夏】 @ 東京ビッグサイト アドテック神戸・大阪・京都 @ 4日神戸 KIITO、5日大阪市中央公会堂、6日京都みやこめっせ

11日 IIFES セミナー (旧: SCF / 計測展 TOKYO) @ イノホール TGC 地方創生 SUMMIT2018 in TOKYO @ The Place of Tokyo

12日 インターネット・マーケティングフォーラム大阪 @ ハービス HALL

18～20日 海外&インバウンドマーケティング @ 東京ビッグサイト メンテナンス・レジリエンス TOKYO 2018 / スマートエンジニアリング TOKYO 2018 @ 東京ビッグサイト

23～26日 Brand Summit @ 鹿児島・城山観光ホテル

25日 Salesforce Summer 2018 @ 東京プリンスホテル

26日 テクノロジーと企業経営の未来を考えるカンファレンス【SPIC 2018】 @ 虎ノ門ヒルズフォーラム

26～28日 夏休み 2018 宿題・自由研究大作戦! @ 東京ビッグサイト

次号予告 37号は7月31日発行 <特集> イベントのケータリング

up to date designing FUJIYA <http://www.fujiya-net.co.jp>

ココロ トコロ  
印象に残る いい空間を創ります  
展示会・イベント・商空間の  
企画、設計及び施工  
のことならフジヤへ

おかげさまで、信頼されて90年。  
thanks! 90年のありがとう

展示会・イベント | サイン・ディスプレイ | 商業施設 | コミュニケーションスペース | 文化・学術施設

株式会社 フジヤ  
東京本社 〒135-0061 東京都江東区豊洲 5-6-36 ヒューリック豊洲プライムスクエア 3F  
TEL: (03)5548-2811 / FAX: (03)5548-2821 E-mail: tokyo@fujiya-net.co.jp  
札幌・仙台・横浜・浜松・名古屋・京都・大阪・神戸・岡山・広島・北九州・福岡・シンガポール

創業70周年  
感謝をチカラに。 70th

積み上げてきた、空間づくりの確かな実績  
KOGEISHA

株式会社 工芸社

本社 〒113-0033 東京都文京区本郷6丁目1117-5  
大阪営業所 〒530-0041 大阪府北区天神橋2丁目北1-21 八千代ビル東館4階  
TEL: 03-5684-7333 FAX: 03-5684-7335  
営業部 TEL: 03-5684-7343 FAX: 03-5684-7337  
事業部 TEL: 03-5684-7345 FAX: 03-5684-7336  
クリエイティブデザイン部 TEL: 03-5684-7356 FAX: 03-5684-7338

TEL: 06-6333-5686 FAX: 06-6333-5628  
工芸社 検索

心ふるえる  
体験をしたことが  
ありますか?

ムラヤマは潤いあふれる感動コミュニケーションを創造しています。株式会社ムラヤマ  
株式会社ムラヤマ 〒135-0061 東京都江東区豊洲 3-2-24 豊洲フォレスト TEL: 03-6221-0857 [www.murayama.co.jp](http://www.murayama.co.jp)

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 幕張ビル 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iiDA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

## ロケーション・ビジネス

## 場のもつストーリーをイベントの力に

どんな場所でも極上のイベント空間に変えるロケーション・ビジネスとは、どういうものなのか？ 西尾レントオールが2018年10月からスタートする新事業について聞いた。

## どこでもイベント会場に

創業者の想いや社会貢献の意義など、参加者に伝えたいメッセージをイベントで再現するために、プランナーはさまざま企画を練る。もし会場が、創業の地や守るべき自然の目の前だったら、その場にいるだけでメッセージが伝わるだろう。

西尾レントオールが今年10月からスタートするロケーション・ビジネスは、大型テント、発電機、高級な内装を利用して、どんな場所

でもイベント会場に変えるサービスだ。

シェアリングエコノミーの動きもあるように、遊休地の有効活用だけでなく、地域の文化伝統の発信ができる。お城や桜、風光明媚な場所で景色を借景に、伝統芸能や郷土料理を盛り込んだレセプションを実施すれば、これまでにない感動体験を提供できそうだ。

ユニークバニユーの開発・活用を模索している MICE 関係者や DMO へのヒアリングでは、ロケーション・ビジネスの正式発表前から、「耐荷重は」、「屋根の素材は」、と具体的な質



問が飛び交い、反応は上々だ。

インバウンド系 MICE だけでなく国内企業のイベントシーンでの活用も期待される。参加者の思い入れの強い場所、テーマに関連深いところでの開催は、イベントに大きな価値を与えてくれるだろう。また、土地のもつ潜在力をイベントによって引き出すこともできそうだ。

## ハードからソフトへの挑戦

西尾レントオールは、もともと建機やイベントのレンタル事業を行う一部上場企業。「ロケーション・ビジネスは、移動大型テントや内装・備品を貸し出すレンタル事業から、主催者のゴールに向けて、土地の景観を交えて空間をデザイン・コーディネートし、イベントの意義を最大化する弊社にとっては新しいサービスです」と西尾レントオールの大久保光泰さんは説明する。

20m × 30m のテント設置など、それだけでも差別化できるが、めざすのは差別化ではなく新市場の開拓だという。

モノのレンタルからコトの提供が、ここ数年社内でもキーワードになっており、新たな事業モデルを模索しているなかで、ロケーション・ビジネスはスタートした。



西尾レントオール株式会社  
RA東日本営業部 次長  
大久保 光泰 さん

製品知識を身につけ、顧客の要望に応えるハードのビジネスから、コンセプトメイキング、コーディネート力で勝負していく新しい方向性のきっかけと社内でも期待されている。「本物の良さというのは、なかなか目には見えないものかもしれません。『なぜこの椅子をこのように並べるのですか?』という問いに明確に答えられる理由をもつことが、コンセプト提案なのだと考えています」(大久保さん)

今後、600㎡の大型移動テントを設置しショールームを1年間オープン。年に3~4回テーマごとに改装する予定だ。11月ごろには実際に体験もできる。

**感動体験**  
記憶に残る  
UNIQUE VENUE

“心地の良い上質環境”と“景観も含めた一体感のある空間”をプロデュース  
ユニークバニユーや各地の歴史・文化・景観もイベント要素に取り組みながら、  
大型テント内に、上質でかつ心地よい各種のイベント空間をプロデュースします。

総合レンタル業のバイオニア  
西尾レントオール株式会社 TOTAL POWER by NISHIO

お問い合わせ

〒108-0022 東京都港区海岸3-20-20 ヨコソーレインボータワー1F  
TEL: 03-5765-9240 FAX: 03-5765-3240  
e-mail: mitsuyasu.ookubo@nishio-rent.co.jp (窓口: 大久保)

1年以内に展示会に出る企業の  
経営者様、出展責任者様が絶対に参加すべき



「出展コストの33倍売る！」  
特典 展示会営業®セミナー



成果が変わる! 30のチェックリストプレゼント

講師: 中小企業診断士 清永健一 (amazonで2冊分野別1位の著者)  
日時: 複数日程あり。13:30 ~ 16:30 場所: 新宿駅徒歩7分  
主催: (株)ビュア・コンサルティング 03-4400-8883



展示会営業セミナー 検索 からお申し込み下さい

※紹介者欄に「イベントマーケティング特典」と記入すると参加料が無料になります。



EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

イベントのケータリング

(仮題) 次の7月31日号で特集します

イベントで一番大切なのは、ご飯!



8月25日 BACKSTAGEの歩き方  
9月30日 スポーツ・興業イベント  
10月31日 体験を可視化するマーケティングテクノロジー  
11月30日 DMO/IR 地域を活性化するイベント  
12月27日 先取り! 2019年のイベントトレンド

広告出稿の問合せはこちら ▶ 株式会社 MICE 研究所  
info@event-marketing.co.jp (担当: 田中力)



# 体験型マーケティングに学び、出会う1日 「BACKSTAGE2018」 第一弾を発表

## デジタルアート、テクノロジーと音楽、インフルエンサーから学ぶ

BACKSTAGE実行委員会(イベントレジスト株式会社/株式会社ホットスケープ/月刊イベントマーケティング)は、8月29日、虎ノ門ヒルズフォーラムで「BACKSTAGE2018」を開催する。

『体験型マーケティングに学び、出会う1日』をテーマに、カンファレンス、体験型展示を展開。BtoC、BtoBのイベント主催者やプロモーション企画者、コミュニティ運営者など、企業、団体、自治体の体験型マーケティングの実務者から検討者までが集まり、参加者同士のネットワーキングができるイベントとして3回目の開催となる。

BACKSTAGE2018のスピーカー第一弾が発表された。今年も話題の体験コンテンツやイベントの仕掛け人が登場、またイベントやメーカーの課題を共有するテーマでカンファレンスセッションが用意されている。

体験型デジタルアートミュージアムとして話題の「MORI Building DIGITAL ART MUSEUM: EPSON teamLab Borderless」から、構想・企画を進め、共同運営する杉山央氏(森ビル)と工藤岳氏(チームラボ)が登場。テクノロジーと音楽の祭典、通称イノフェス「INNOVATION WORLD FESTA」からは、総責任者で同イベントの起点になっているラジオ番組「INNOVATION WORLD」のプロデューサー小向国靖氏(J-WAVEi)、イノフェスナビゲーターのAR三兄弟長男 川田十夢氏(トルク)、イノフェスに初登場する「INNOVATION WORLD」AIアシスタントTommyにテクノロジー提供しWatsonの認知タイプ・ビジネスを推進する岡田明氏(日本アイ・ビー・エム)が登場する。

また、昨年のBACKSTAGEでファンマーケティングをテーマに最終セッションを盛り上げたプロレスラー登壇が今年も実現。経営と



森ビル株式会社  
MORI Building DIGITAL ART  
MUSEUM 企画運営室室長  
杉山 央さん



チームラボ (teamLab)  
Communications Director  
工藤 岳さん



株式会社 DDT プロレスリング  
代表取締役社長  
高木三三四郎さん



日本アイ・ビー・エム株式会社  
コグニティブエクスペリエンス プロデューサー  
岡田 明さん



株式会社 J-WAVEi  
代表取締役  
小向 国靖さん



株式会社トルク  
AR三兄弟長男・通りすがりの天才  
川田 十夢さん

プレイヤーの両面からDDTを支えている社長レスラー高木三三四郎氏(DDTプロレスリング)が、プロレスを新しいビジネスの場に転換している山口義徳氏(リアルクロス)とともに熱い議論を展開する。

ほかに最近企業のマーケティング施策で導入が進むインフルエンサーマーケティングをテーマに、YouTuber、インスタグラマーとして活躍するインフルエンサー10名とインフルエンサーの価値を見える化するサービスの運営やYouTuberと企業を繋ぐサービスの運営を行うTHECOO CEOの平良真人氏とが本音を語る。地方創生、スポーツ、コミュニティなどをキーワードに調整中のセッションを含めBACKSTAGE最多の登壇者数でのセッションを予定している。

通常は表舞台に姿を出す機会の少ない仕掛け人をステージに上げて聞く内容は、事例紹

介だけでなく、コンセプトメイキングやブランディングストーリー。イベントやメーカーの考える体験型マーケティングの効果や価値のインサイトなど、普段聞けない舞台裏を知ることができるのが見所だ。セッション後に登壇者と気軽に会話を楽しめ、交流できるのが好評のfireside chatも用意している。

また、体験型展示ゾーンでは、参加型アート展「VINYL MUSEUM」の一部展示、空間デザイン用の映像機器、展示会ブースの企画・施工、イベントプロジェクト業務を支える管理ツールなど、体験型マーケティングのサービス・ソリューションが集まる。

現在、早期割引料金でチケット申込みを受付中だ。セッションや出展者情報は公式ページ(<http://backstage.tours>)で順次、更新している。その他、協賛・取材については[hello@backstage.tours](mailto:hello@backstage.tours)まで。

### 学び、出会う!



セッション(写真上)にはQ&Aがない代わりに、セッション後にFireside Chat(写真下)が用意されている。登壇者にセッションから学び、Fireside Chatで直接会える仕組み。Fireside Chatは芝生エリアで、登壇者と間近な距離でフランクに質問や意見交換ができる

#### 開催概要

名称: BACKSTAGE 2018  
日時: 2018年8月29日(水)  
会場: 虎ノ門ヒルズフォーラム 5F  
(東京都港区虎ノ門1-23-3)  
主催: BACKSTAGE 実行委員会  
入場: 有料、事前登録制  
(STANDARD1万円※EARLY BIRD  
期間中の7月31日まで8000円)

月刊イベントマーケティング読者限定で、20名様にチケット30%OFFキャンペーンを実施します。[emnews@event-marketing.co.jp](mailto:emnews@event-marketing.co.jp)へ「チケット応募」と件名に明記の上、本文に「氏名」「企業・団体名」「所属部署」「役職」「関心あるテーマ・登壇者」を記入し送信ください。追ってご連絡いたします。また、複数名で参加を検討の方は、企業団体割引を受けています。先のメールアドレスまでご連絡ください。

# BACKSTAGE

体験型マーケティングに学び、出会う1日

2018 .8.30  
TORANOMON HILLS FORUM

<http://backstage.tours>

## 読者限定キャンペーン

### 20名様にチケット30%OFFキャンペーン実施

読者限定でBACKSTAGE2018チケット30%OFFでご提供いたします。ご希望者は、メール(右下QRコードに応募フォームあり)にてご連絡ください。  
[emnews@event-marketing.co.jp](mailto:emnews@event-marketing.co.jp)  
件名: チケット応募  
本文: 「氏名」「企業・団体名」「所属部署」「役職」「関心あるテーマ・登壇者」を明記の上、ご応募ください。  
\*企業・団体の団体割引ご希望の方、上記メールアドレス宛にご連絡ください。

応募フォーム



いま気になる！  
企画の舞台裏

#02 株式会社テイクアンドグヴ・ニーズ



## 映画館とは一味違うフィルム体験



「マーケティングや広報の一環にイベントを活用したい!...でも、手間暇かかるし、一歩が踏み出せない」という方にお届けするコーナー。キュレーションアプリ antenna\* に掲載されたイベント企画仕掛け人の先輩に「なぜイベント?」「効果は?」と素朴な疑問を聞いていきます。

\* \* \*

テイクアンドグヴ・ニーズでは、平日の夜にショートフィルムの鑑賞イベント「T&G

Films」を全国30会場で定期的に行っている。その狙いや効果とは。

### Q ショートフィルムの上映会「T&G Films」を企画されたのはなぜですか

テイクアンドグヴ・ニーズでは、婚礼の会場を全国で60店舗運営しています。婚礼という性質上、お客様との接点は、結婚式の日に境に終わってしまうということがありました。企画の背景には、結婚式後に会場に足を運んでいただく機会を設けられていなかったという弊社側の思いもあるんですが、お客様からいただいた「思い出の場所にまた行きたい」という声もきっかけの一つです。また、会場利用者様だけでなく、近隣の方々にも会場を知っていただいて、周りの皆さまに愛していただける場所と思いたしまして、企画いたしました。

図●「T&G Films」による新しいタッチポイントづくり



思い出の場所への再訪、近隣住民の方とのつながり、結婚を意識していない層へ映画鑑賞の「上質体験」として提案することで、婚礼会場への会場内覧とは別のタッチポイントを生んだイベント



宮崎 いづみさん  
株式会社テイクアンドグヴ・ニーズ  
新規事業開発部



5月30日にアーカンジェル代官山で行われた「T&G Films」

### Q イベントコンセプトを教えてください

全国の一軒家貸切のウェディング会場という非日常的な空間で、グラスを傾けながら、たった数分間で人々の心を揺さぶる「ショートフィルム」をゆったりと楽しんでいただくという新たなエンターテインメントイベントです。既存の映画館とは一味違うフィルム体験として、コーラではなくスパークリングワインを用意したり、固定席でなくコーディネートされたテーブル席やソファの寛ぎ席をつくらせたりと、贅沢な雰囲気、上質な空間のなかで鑑賞いただいています。

### Q 告知・集客はどうされているのですか

各店舗でご利用いただいたことのあるお客様へのご案内のほか、今年3月からはキュレーションアプリの antenna\* さんとパートナー

シップを結んで、ユーザー招待イベントとして共同開催をしています。

antenna\* のユーザーさんには知的好奇心の高い方が非常に多く、「上質な映画体験」の提案はととても相性がよいですね。応募数も好調と聞いています。「名前を聞いたことはあるけれど、実際に行ったことはない」という方に届いていると感じます。

### Q KPI 設定や今後の展開は

婚礼会場は結婚を意識してはじめて知る場所です。初年度は認知のハードルを超えることを目標に来館者数とレポート数を意識しています。今後の展開では、思い切って男性限定なども面白いかなと思います。実際に限定企画ではお子様連れのママさん限定で「T&G Films for MAMA」を一部で実施し好評いただきました。ほかにも展開していきたいですね。

## Web 販促 EXPO を新設

—— 第10回販促・マーケティング総合展夏

7月4日から6日の3日間、東京ビッグサイトで「第10回販促・マーケティング総合展 夏」が開催される。同展は「販促 EXPO」「店舗販促 EXPO」「広告宣伝 EXPO」「営業支援 EXPO」「Web 販促 EXPO」の5展で構成され、ノベルティや販促ソリューション、店舗システム、営業支援 IT、広告枠などの商材を扱う約600社が出展する。

また、大手企業のマーケティング役員や経営陣が登場。今回は日本人

で初めて米国マーケティングサミットに登壇した富士フィルムの板橋祐一氏 (e戦略推進室長)、大手ネット広告会社のサイバーエージェントの高橋篤氏 (インターネット広告事業本部 O2O 戦略局局長) などが登場する。



## 「花いけバトル」日本イベント大賞 W 受賞

日本イベント大賞  
イベントプロフェッショナル賞

—— 第4回 JACE イベントアワード

6月12日、第4回 JACE イベントアワードの授賞式が開催された。

優秀賞8作品のなかから「最優秀賞 経済産業大臣賞 (日本イベント大賞)」に選出されたのは一般社団法人花いけジャパンプロジェクトが主催する『花いけバトル』。花いけバトルは、イベント業務管理士によるネット投票で最多得票を得た作品として「イベントプロフェッショナル賞」も獲得し、W受賞となった。スピーチに立った日向雄一郎さんは、「日本の花文化

の素晴らしさを伝えたいと、全国各地を回っています。人の心を動かす、人の心が震えることをするにはいつも考えてイベントをしています。受賞したいま、自分が震えています」とよこびを伝えた。

今回のアワードには135件の応募があり、優秀賞として選出された作品には、地域や伝統文化の振興、復興支援、多様性や環境意識啓発のほか、企業の商品・サービスのプロモーション分野のイベントが並んだ。

授賞式のあとの懇親会では、実際に「花いけバトル」のデモンストレーションがあり、優秀賞受賞者のチームや審査員、JACE 関係者らは親交を深めていた。



W受賞のよこびをスピーチする日向雄一郎さん(「花いけバトル」主催団体代表理事)

行きたい! 食べたい! 欲しい! が見つかるキュレーションアプリ

antenna\* が  
あなたのイベントを  
応援します!

イベント告知から集客、  
イベントレポートまでフルセットでご提供!

オプションも充実!

インフルエンサーキャスティング・  
動画撮影・メディア誘致・データ納品など



実施事例も多数! お気軽にお問い合わせください

お問合せ先 antenna\_sp@glider-associates.com



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、べ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

## 熱量に応じた特典で ファン本位の音楽業界へ

### —SKIYAKI「bitfan」

岡崎体育が今年2月に、物販の金額などに応じた特典をファンに提供する新しいしくみを導入し、ファンをランク付けするの、と炎上した。そのプラットフォームがSKIYAKIの提供する「bitfan」だ。

「様々な意見をいただきましたが、結果として、多くの方にサービスの名前を知ってもらえましたよ」と代表取締役の宮瀬卓也さんは話しはじめた。ファンクラブ、ECサイト、物販用の決済システム、最近ではコンサート運営の会社もM&Aし、音源収入が伸び悩む音楽業界で、アーティストの収入に繋がるサービスをITと結びつける。ウェブページやECサイトを無料で制作し、その売上をシェアするという販促費を捻出できない若手アーティストにも嬉しいシステムだ。



(株) SKIYAKI 代表取締役  
宮瀬 卓也さん

しかし宮瀬さんは「アーティスト軸で考えたシステムではなく、ファンのためのサービス」と説明する。

コアなファンは、自分がどれだけアーティストを支えているかを知ってもらいたい、という承認欲求が強い。そのアーティストへの熱量を可視化するのが「bitfan」だ。「たくさんお金を使うように煽っている意見いただきますが、それは違います。使ったお金だけでなくSNSの発信なども合算して、独自のアルゴリズムでポイント化しています」(宮瀬さん)。そのポイントを楽屋挨拶やプレミアムグッズなどの特典に変えることができる。アーティストへの想いがカタチになる。

年内を目処に「bitfan」はオープンモデルで展開する予定だ。音楽業界だけでなく、飲食チェーンなどのファン囲い込みにも活用が期待される。

お金を対価にモノやサービスを受けるだけでなく、熱量を価値とする「bitfan」がさまざまな業界の未来を拓きそうだ。

## 主催者・開催地・スポンサー・支援企業 それぞれのマーケティング

### —レッドブル・エアレース

5月26・27日、千葉県幕張ビーチでレッドブル・エアレースが行われ約7万人が来場した。千葉での3連覇がかかっていた室屋義秀選手は1回戦で敗退したものの、大会はおおいに盛り上がった。

レッドブルは売上の1/3をマーケティング費用に、そのうちの1/3をスポーツに使う。それら必ずメインスポンサーになり、マイナー競技であろうと「スポーツと一体となる」手法で育てていく。その独自の戦略はイベントマーケティングのお手本事例だ。

エアレースをマーケティングに活用しているのは主催のレッドブルだけではない。会場となっている千葉市にとって、レッドブル・エアレースは、「Chiba」という地名を世界中のメディアで放映する最高のシティプロモーションの場となっている。



©Joerg Mitter / Red Bull Content Pool



プレミアムスカイラウンジはVIP接客のため最高級の家具で設営(写真左は2017年のもの)

### 効果上げるラウンジの高級感

大会には、国内外の多くの企業がスポンサーとなっている。

そのうちの1社であるJTBは、プレミアムスカイラウンジにブースを構えて、顧客向けのホスピタリイベントを実施した。同社の金井大三さんは、「メガスポーツイベントでのコーポレートホスピタリティの一環。グローバル企業の商談決定手段で重要視されている」という。金井さんによると、「メガイベントでは、①開始前に仮設の宴会場で食事をしながら、試合の予想や解説、②専用導線利用～VIPルームでの観戦、③ハーフタイムでの軽食、④試合終了後のエンターテインメントが基本構成だ。

ラグジュアリー層をターゲットにしたイベントでは、質の良い内装やインテリアなどにより、上質な雰囲気

気づくり、空間づくりが欠かせない。今回、イベント運営の(有)セットアップとともに、プレミアムスカイラウンジに高級家具を提供したのがモニックだ。インテリアメーカーのシンコールを親会社にもち、品質の高い家具の提供と行き届いたメンテナンスでイベント業界でも評価される。プレミアムスカイラウンジに要望されるのは高級な家具や応接セット。日本のイベントではこのグレードを使う機会は少ないため、ハイエンドな品揃えをするモニックでも、はじめて携わった第2回大会の時は十分な質と量の在庫が揃わなかった。そこですべて新しい家具を調達したという。

雨が多かったこと、海岸沿いでの開催だったこと、汚れやキズが目立つ白の家具が中心だったことにより、毎日、競技終了後に雨対策やメンテ

ナンスを必要とした。

神経を使う現場だが、家具の選定やメンテナンスを担当した営業部長の小野見生さんは、「VIPの方々が集まりそこで、大きなビジネスが生まれるので、より良いホスピタリティに貢献しよう、と力が入ります」と笑顔を見せる。

レッドブル・エアレースには今後メガスポーツイベントが続くゴールドデンススポーツイヤーズに向け、コーポレートスポーツホスピタリティ分野を見据え、実績で一歩先行し、開拓する企業の姿もあった。



モニック (株)  
小野見生さん

## NOTORA 設立

### —乃村工芸社×ライゾマティクス

乃村工芸社とライゾマティクス・アーキテクチャーは、5月17日、特設チーム「NOTORA (ノトラ)」設立を発表した。NOTORAは、六本木ヒルズ・森美術館15周年記念展「建築の日本展：その遺産のもたらすもの」(4月27日～9月17日)の展示作品のなかで、体験型インスタレーション「Power of Scale」についてコラボレーション。レーザーファイバーと映像を駆使して、古建築から近現代建築まで、日本建築の内部空間を3Dで原寸再現したもので、コンテキストメイキングをライゾマティ



両社代表による発表。ライゾマティクス齋藤精一氏(左)と乃村工芸社榎本修次氏

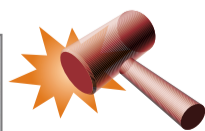
クス・アーキテクチャーが、施工を乃村工芸社が担当した。

NOTORAでは、今後も様々なクリエイションでコラボレーションを予定している。



イベントを、もっとラクに、  
もっと楽しくできるはず

いま、イベントバスールは、皆さまのお役に立つため、さらに見やすく、さらに情報を増やして、生まれ変わろうとしています。



<http://eventbuzzle.com>

ただいま、リニューアル中  
もう少々お待ちください

# MONIC RENTAL

モニック株式会社 | 〒342-0015 埼玉県吉川市大字中井20番地1  
TEL 048-984-0230 / FAX 048-984-0231

# 公務員の能力が1%上がれば世の中よくなる



## よんなな会発起人／神奈川県職員 脇 雅昭さん

「第11回よんなな会」(5/27、虎ノ門ヒルズフォーラム)。この日、初参加者は8割ほど。毎回人づてに縁がつながっていく。「勉強会でなくモチベーションを上げる場なので、お洒落スポットで開催しています。今回は中部国際空港セントレアが会場です」(脇さん)。9月にはフェスも予定している。

47都道府県の地方公務員と中央省庁で働く官僚が休日に集合してつながりをつくっている「よんなな会」。当初、20人ほどの交流会が、現在では800人を集める大きなコミュニティとなっている。普段会えない著名な登壇者の話を聴く講演と交流の二部構成スタイルで、年2～3回開催。その中心で楽しそうに運営している発起人の脇雅昭さんに、公務員のコミュニティ「よんなな会」について、その発端や継続する方法を聞いた

—官公庁、地方自治体の公務員が数百人以上も集まる「よんなな会」をはじめたきっかけは

脇 僕自身の経験から、もっとひとと出会う場をつくれたら、とはじめたのがきっかけです。2008年に総務省に入省して、最初は熊本県庁に出向になったんですが、とてもよくしていただいて、地元の祭にも参加しながら、役所の外の世界でいろんなひとたちとつながりができた。財産になりました。現場の声を聞いているから、中央に戻って法律をつくるときにも意識が変わりましたね。

逆に、中央にいる地方自治体からの出向者は、東京にはもっとつながる環境があるのに、できていないと感じたんです。単純に仕事が忙しくて時間がなかったんですけどね。でも、いま必要な力って、なにが課題で、それをどういうひとたちとやっていくのか、起きていることに気づく力や巻き込み力がとても大切です。20～30代の大事な時期に仕事だけして終わったらもったいないと思ったんです。

原点になったのは、中央に戻ったとき目の前に座っていた同年代の出向者へのひと声です。

4月は元気だったのに6月には元気がなくなってしまって、友人と一緒に遊びに連れ出しました。そこで仲間ができて元気になりました。僕も「いいことしてるなあ」って思えだし、他にも同じ気持ちの同年代がいるんじゃないかと誘っていきました。そんな風に、1人への声かけが2人になり、3人が800人になったのがよんなな会です(笑)。

—「よんなな会」は熱量が高いですね。よい場を維持するルールはあると思いますか

脇 コミュニティつくるときって、ひとづついでやっていくのが大事だという感覚はあります。80人のときも800人集まったときも、基本的に同じ。800という数は大きくても考え方としては40人×20人なんです。そう思えるのは、一度失敗したから。いきなりグループフォームを送って拡散して、個でなくマスで伝えちゃったんですよ。もう全然集まらないし、当日のドタキャンも多かった。

あとは、ゆるさも大事なんじゃないかな。「よんなな会」にはゆるっとした組織体と表現しています。芯はしっかりしているけれど、ゆるいというか。司会をするときには何回笑ってもらえるかというのを常に考えていますね。

—ユニークだなあと思ったのは、参加費として県産品の手土産の持参がありますよね

脇 県産品は、懇親会のときに誰の手土産かわかるよう箱に名刺を貼って並べてみんな

食べるので、盛り上がるんですよ。懇親会のケータリング代として現金を徴収してもいいんですけど、そこに思い出もなにも残らない。たとえば2000円払ったら、その価値があるかという目でみてしまうと、その瞬間お客様マインドになっちゃうんです。手土産を一品用意するということは、参加する前からよんなな会に思いを寄せてくれるし、もし自分の手土産が売れ残ったりしていたら一生懸命宣伝します。そうやって、どんどん運営側のマインドになっていくと参加感も上がるんですよ。参加者のみんながどうしたらモチベーションが上がるのか、毎回実験をしています。

—脇さんのモチベーションはなんですか

脇 公務員の無限の可能性を信じていて「公務員の能力が1%上がれば世の中よくなる」という考えをよんなな会で伝えていきます。99を100に上げるより、0を1に変えたほうが価値がある。これだけ幸せが多様化した世の中で、1人のすごい人よりも1万人のすごい人がいたほうがいいですよね。そのひとが周りを幸せにしたほうが良い社会だと思っているんです。けど、それって実は、いろんなひとと話すなかで、言葉ももらって出来上がった、肉付けされた動機なんです。

だから核にあるのは、こうしたら面白いんじゃないか、だれかが笑うんじゃないか、ワクワクするんじゃないかという直感。実はそこに正直に無邪気にやっています(笑)。



## 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



### 特集

イベントマーケティングのトレンドを  
国内外の事例や動向から分析し、  
メーカー・イベントの  
皆さんと共有します。



### 国内・海外ニュース

ツールや  
テクノロジーの最新情報、  
開催直前概況・  
事後レポートなどを  
紹介します。



### コラム

幅広い視野と独自の視点、  
経験をもつ  
著名人が執筆します。



### インタビュー

リアルコミュニケーションを  
楽しくをテーマに  
話題の方々ほか、インベーター、  
イベントメーカー、  
主催者の声を収録。



### 調査・レポート

効果測定や開催状況の集計、  
効果最大化の手法など、  
face to faceを科学する  
レポートをお届けします。

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  
TEL03-6721-5303  
sofu@event-marketing.co.jp

