

「face to faceを科学する」月刊イベントマーケティング

EVENT 39 MARKETING

September 30, 2018

特集
スポーツ・エンタメの
最前線 



今月のインタビュー
天台宗僧侶 / DJ
友光 雅臣さん

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



最先端の非日常とは

表紙は、4pで紹介した米国ネバダ州で開催されている「バーニングマン」の光景だ。世界最大の奇祭と言われるあのイベント。

バーニングマンの世界観を教えてほしいとお願いしたところ、「人々が望む最先端の非日常がどう作られているのかみていただき、素晴らしい非日常をどんどんつくっていただきたい」と、日本から参加した友光雅臣さん

が快く承諾してくれた。帰国から10日後の9月14日、「バーニングマン報告会」として、イベントの未来をつくる105人というコミュニティの協力のもと公開インタビューを実施した。

報告会にはイベントづくりを生業とするプランナーもいたとはいえ、バーニングマンの参加者である友光さんが自らのパフォーマンス

よりも、イベントの世界観を構成するメカニズムに時間を割いてくれたのに驚いた。

この公開インタビューだけで、バーニングマンのことを語るのはおこがましいけれど、資本主義の生活から少しずつ社会貢献やエシカル消費、シェアリングエコノミーなど、物の価値や時間の過ごし方の変化が起きているいま、その先の世界、あるいは人類のシンプ

ルな願い「存在価値を感じる」体験をできるのがバーニングマンなのではないだろうか。

そして、このバーニングマンの世界からは、たとえばロゴ掲出がマストなイベントスポンサーのスタイル、用意された非日常を楽しむ従来の参加スタイルとは別の新しい場づくり、コミュニティのあり方、企業・個人との距離感について考えるきっかけをもらった。

バーニングマンでは、思想を同じくしたイベントが世界中で開催されており、日本でも「バーニングジャパン 2018」が10月6日から8日の3日間、群馬県嬬恋村で開催される。



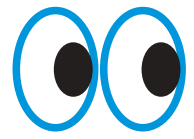
EventRegist 
eventregist.com

＼そのお悩み、解決できるかもしれません／
イベント・セミナー主催者様向け
個別相談会実施中！

詳細・参加申込はこちら
<https://eventregist.com/p/Eventregist-events>

イベントレジスト株式会社
<http://eventregist.com> | contact@eventregist.com

スポーツ・エンタメの最前線



FOCUS

eSports の活用法を知る

「eSports が流行で終わらないためにやるべきこと ~コミュニティ育成が eSports 活性化のカギ、でもいま、eSports って、手出して大丈夫!?」より

2018年2月に、一般社団法人日本eスポーツ連合が設立され、プロライセンス発行など、日本でも本格的な普及が期待されているeSports。2020年には世界のオーディエンスは5億人を超えると予想されている。

スポーツ界だけでなく、イベント・エンタメ業界でも新しい市場として注目をされており、8月29日に開催した体験型マーケティングのカンファレンス「BACKSTAGE2018」ではeSportsの最前線について語るセッションが行われた。その内容から、これから活用しようとする担当者やイベント企画者が知っておくべきポイントを紹介する。

イベント開催その前に

eSports の定義、必要性を確認しておこう

「eSports が流行で終わらないためにやるべきこと ~コミュニティ育成が eSports 活性化のカギ、でもいま、eSports って、手出して大丈夫!?」というタイトルで行われたセッションには、eSports を盛り上げようと活躍する電通のプロデューサー菊地英雄氏、

ビットキャッシュ株式会社 / eスポーツネットワーク株式会社 / 株式会社 JCG と3つの会社で代表取締役社長を務める伊草雅幸氏、ウェルブレイド株式会社代表取締役 / CEO 谷田優也氏が登壇。

菊地さんは、「もし、eSports でなにか企画を立てる担当に突然なっちゃったという方から問合せがきたら」と仮定し、eSports の定義がされていないケースレベルも現状あると指摘しつつ、対応方法を聞いた。

谷田さんは、最初のコミュニケーションの段階で、真摯にeSportsの必要性について対話すると回答。理由として、イベントを開催したときに「わかってない感」が出れば出るほど炎上する可能性が高いことを示唆した。そのため、「そのコンテンツを愛せるか」という覚悟は必要と説明した。

伊草さんは、企業にとっての経営課題を確認し、問題点の解決にeSportsがマッチするかどうか話し合うと回答した。カンフル剤としての効果を期待されることもあるが、それは難しいと言う。また、企業が注目しているのはeSports 経由での10代、20代のネッ

ト世代とのつながりと話す。

覚悟もある、問題点の解決策はクリアしたとして、菊地さんは次に「何をしたらよいか」という人に向け、具体的に東京ゲームショー後から年末にかけてのアクションを聞いた。

谷田さんは、プロプレイヤーのなかにはチャンスももらえないという状況もあり、選手にとってチャンスを与え続ける企業はコミュニティに愛される可能性があるというアドバイスを。

流行りで終わらせない

マーケットとして確立するのに必要なこと

菊地さんは、eSports という言葉が先行し、中身がともなわずに流行りすぎていることに

危機感を表す。eSports 活用のリスクについて考えを聞いた。

伊草さんは短絡的なブームでなく継続性が重要として、たとえば選手のキャリアパスを描いてあげることとして、実際にパートナー企業に紹介して就職させてもらったり、ライターになったりコーチやマネージャーになった選手もいると事例を紹介した。

谷田さんは、ゲームは今年と来年と再来年で違うものになっている可能性があるとし、そのひずみを受けるのは選手なので、似たベースの違うタイトルが流行ったときに、キャリアをチェンジしやすい空気をどう作り上げるのか。引退してもコーチングができる形にするなど、受け皿になれる会社ももっと増えてくれたらと、環境の整備を呼びかけた。



左から、菊地英雄さん、伊草雅幸さん、谷田優也さん

【コンバージョン】

2.5次元で CV

様々なジャンルのキャストを手がけるエイスリー。そのなかで昨年比3倍と飛躍しているのはVTuberやコスプレイヤーだ。

現在VTuberは4475人。一番人気のミライアカリさんは、チャンネル登録者数は国内25位の218万人。ウェブだけでなく、展示会場の映像に出演することもある。

コスプレイヤーは、もともとコミケやニコニコ超会議など展示会・イベントと相性がいい。集客力だけでなく、インフルエンサーとしての発信力も期待できる。

そして注目は漫画などを題材とした「2.5次元舞台」で活躍する俳優だ。平日の昼間、冬の屋外イベントでも200~300人を集める。ファンは一般的な美意識の人が多いため、コスメや食品など広い分野の販促に活用できる。

「認知向上なら有名タレントに叶いませんが、ターゲットを絞りコンバージョンにつなげるには彼らが適しています。なんといっても費用対



コスプレも集客力が高い

効果が高い」と担当の安食裕恵さんは言う。一方、熱量が高い分だけ、取扱いにも注意が必要。企業側の要望を一方向的に押し付けキャストのイメージやブランディングを損なった場合炎上する可能性もある。

自身もオタクで趣味は俳優の目利きだという安食さんは「自分が見出した俳優さんが、なかなか呼べないくらい売れたら嬉しいですね」と笑顔をみせた。



エイスリー
安食裕恵さん

イベント成功の方程式 知っています。

おや? お困りですか?
イベント担当に任命されたあなた。これはチャンスです。あなたの会社のこと、根拠り裏取りお聞かせください。



TEL:03-5809-2709 www.event-suguy.com/

株式会社 stand up A guy's 〒111-0053 東京都台東区浅草橋 2-4-6 竹節ビル 2F



65 電力

処理能力 需要

100%

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

TOPICS

渋谷区にスタジアム構想

「都市とスポーツとエンタテインメントの未来」より



左から
林千晶さん
中西健夫さん
川淵三郎さん
福西崇史さん
坪田信貴さん
金山淳吾さん

SOCIAL INNOVATION WEEK (9/13 渋谷* 8p 参照) の中の特別プログラムでオーディエンス参加型のトークセッション「都市とスポーツとエンタテインメントの未来」が行われ、その冒頭に、大きな発表があった。「代々木公園 B 地区エリアに、スポーツ・エンタテインメントの聖地として、そして都市防災の拠点としてのスタジアムパークをつくる」(渋谷未来デザイン プロジェクトデザイナー金山淳吾

さん) というもの。

セッションでは、この SCRAMBLE STADIUM SHIBUYA 構想が、いかに未来の東京・渋谷のシンボルプレイスにできるのか、シビックプライドが育つ場所になるには、という観点から多様な登壇者と議論が進められた。

川淵三郎さん(日本トップリーグ連携機構 代表理事 会長)は「ホテルやレストラン、病院、保育園なども併設された街なかスタジアムら

しき期待したい」と世界のスタジアム事情に照らして提案した。

中西健夫さん(コンサートプロモーターズ協会 会長)は「近年、ライブ市場はスタジアムもアリーナもニーズに対して足りず横ばい状態。これほど早い段階からさまざまな方と話せるのは理想的」と使う側に立って対話に参加したいと話す。

サッカー元日本代表福西崇史さんは「サッカーで満席になったスタジアムでのプレイは選手時代忘れられない光景。地域コミュニティと一緒にサッカー界を盛り上げる場になれば」とエールを贈った。

坪田信貴さん(「学年ビリのギャルが1年で偏差値を40上げて慶應大学に現役合格した話」著者)は「大人が夢を持つ姿を子どもたちにみてもらいたい。憧れが生まれる街渋谷にしてください」と子どもたちの未来にとって素晴らしい取組みと語った。

林千晶さん(ロフトワーク 代表取締役、一般社団法人渋谷未来デザイン フューチャーデ

ザイナー)は「スタジアムという機能で区切って考えるのは前世紀的。これからは関係し合える場所づくりが必要」と開かれた場づくりを進めたいとした。

区民や集うひとを中心に置いた議論になっていたのが印象的だった。

SCRAMBLE STADIUM SHIBUYA 構想

建設予定地は、渋谷区の代々木公園内 B 地区。入場可能人員は Jリーグ規定の1万5000人以上とする A 等級基準の2倍、3~4万人を収容する規模だ。スポーツ・エンタテインメントの聖地としてだけでなく、都市防災の拠点としてのスタジアムパーク構想。サッカーを中心とするプロスポーツ、音楽・ファッション・アートなどイベント興業のほか、ストリートカルチャーの振興、地域コミュニティの活性化、災害時の避難場所、災害物流拠点を想定する。完成目標は2027年。



*画像はイメージ
©Atelier Tsuyoshi Tane Architects

PickUp

10人いれば運動会ができる

——会社対抗運動会

社内行事としてのスポーツイベント、運動会を復活させる企業が増えている。

9月9日、東京の板橋区立新河岸陸上競技場で「会社対抗運動会 2018 秋」が開催された。参加したのは7社8チーム。

おそろいのウェアを身にまといチームカラーの鉢巻をしめた参加者たちはマジメに楽しく競技に取り組む。応援も練習をしたのかというほど息があっていた。ゴール前で足がもつれて転倒、という日頃の運動不足を露呈しても、応援団は大爆笑。真剣さと気楽さがいいバランスでまじりあう大人の運動会は見ているだけでも楽しかった。

フレディ・マーキュリーのものまね芸人スベ

リー杉田さんの司会や、2m 40cm の巨大トロフィー、豪華お食事券など、運営側の盛り上げ要素も充実していた。

参加したアンダーワークスの担当者は「リラックスしたいと思って参加したが、予想以上にみんな真剣になっていた。チームを組んで他と競うことがいいチームワーク醸成につながった」と話した。

優勝した(株)スポーツフィールドの三崎さんは「スポーツ関連事業を行っているのですが、“元”体育会系ばかりでみんな体重は現役時代の10kg 増などと言っている。健康増進が経営課題になりそうなので、その意味もあって参加した」という。メンバーがちょうど10人

だったのでフル回転で参加し、健康増進という本来の目的も達成したようだ。

運営を手がけた(株)イベント・レンジャーズの松宮洋昌さんは「弊社では数千人規模の企業運動会の運営をお手伝いしてきました。参加者の笑顔を見て、なにごとにも変えられない体験をしていただけたと満足していたのですが、それを中小企業の方にもご提供したい

なと思ったのです。ただ、運動会を成立させるには人数が必要で、中小企業が単独開催するのは難しい。そこで企業対抗という形にすればいい」と考えて昨年、元気な会社をつくるプロジェクト、(株)ブーストとともに3社で企業対抗運動会を実施している。「将来は100社を集めて東京ドームで開催したい」と松宮さんは笑顔を見せた。



三崎さん

松宮さん



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



資本主義の次の世界を 体験できるイベント!?

バーニングマンというイベント名称は、象徴となっている写真中央の人型の造形物「The Man」に、写真左のように火を放ち焼却する（Burning）ことに由来する。写真下は人々が祈りを捧げる場「テンプル」（今年は現地時間8/26～9/3に開催@米国ネバダ州）



バーニングマンのメカニズムとは

バーニングマンは世界最大の奇祭、世界一クレイジーな人々が集まるアートフェスと称され、Googleでは社員の参加を推奨している。9日間の都市と表現されるほど、会期中には滑走路もつくる広大さ、世界中から7万人が集まる大規模なイベント

は、どう求心力を維持しているのだろう。バーニングマンに数年前から猛烈に行きたいと模索、日本から今年4回目の参加を果たしたという、天台宗僧侶で、テクノDJ、寺社フェス主催者でもある友光雅臣さんに、機会をいただきインタビューした。

ちなみに、運営が用意するのは仮設トイレのみ。電気や水、ガスなどのライフラインも自分たちで調達します。

5. 本来のあなたを表現する
本当にやりたいことをしたり、なりたいたい自分になってください。バーニングマンは、どんな表現でも尊重し認めるコミュニティです。同時に、あなたにも他人の表現を尊重することを求めます。

本来のあなたを表現するということで印象深いことがあります。クラブを展開している場所があって、DJなので中に入って踊っていたんですが、人種や性別や容姿を超えてキスしているカップルが最前列にいる光景はとても美しいと思いました。

また、表現はさまざまなためカオスのようにみえますが、運営側は安全に楽しんでもらうためのレギュレーションには気を使っています。そのため事前に、どれくらいの音量や光を出すのか、火は使うのか、高さは、と細かい申請が必要です。それは電源や照明器具を貸し出すためではなく（電力も自前）、表現に集中できる環境をつくるため、他のエリアと干渉しないための配慮のためです。

6. 隣人と協力する
共同作業からちょっとしたコミュニケーションまで、「協力」はバーニングマンの中心にあります。一人ではできないことをする。これはバーニングマンの魅力のひとつです。

積極的に関わることを推奨しています。

7. 法に従い、市民としての責任を果

付けをし、もとより綺麗な場所にしてから帰ります。

掃除しないと次回使えなくなってしまう。全員が、また次回も参加したい、この場を継続したいという気持ちで掃除しますし、運営も終わったあとに時間をかけて場所を戻します。

9. 積極的に参加する
素晴らしい体験は、積極的な参加によって得られます。自分が何かを表現したり、誰かのキャンプに参加したり、手伝ったりすれば、あなたはバーニングマンの一員です。

みているだけでよい、という行為はとてもダサい行為で、表現をすることもそうだし、他のひとの表現に参加することが大事です。

10. 「いま」を全力で生きる
同じ体験は二度と訪れません。あれこれと考えることはいったん止めて、参加して、表現して、体験して…、今この瞬間に全力で集中しましょう。同じ瞬間はないので、できるだけ瞬間瞬間に集中しましょう。

バーニングマンの世界観をつくる10の原則

主催者が自分たちのつくるイベントの世界観を熱く語る姿なら、これまでのインタビューで経験はある。でも、こんなに熱心に世界観のメカニズムを話す姿は予想外だった。

紙面では、バーニングマンを説明するというよりも、その世界観を知るのに、最も重要だろうと思う10の原則について、友光さんの解説とともに紹介する。

「10の原則って？」

1. どんな者をも受け入れる共同体である

バーニングマンは誰でも参加できます。新しい人を常に歓迎しリスペクトします。私達のコミュニティに参加するのに入会条件などありません。もし、「観光に来たよ」というひとがいても、「ふざけるな」と追い返すのではなく、「ふざけるな」と言いながら、バーニングマンがどんなところかを説教してくれます。

2. 与えることを喜びとする

冷たいビール、小さなアクセサリ、テントを張るのを手伝ったり、楽器を貸してあげたり。誰かに何かを与えるのは楽しいもの。物々交換ではなく、与えることを楽しみましょう。アーティストやクリエイターじゃ

ないからバーニングマンに行けない、ということではなく、缶バッチやアクセサリをもっていってあげる、笑顔をあげる、という与えることに感謝して楽しむこともバーニングマンの楽しみ方です。

3. お金もうけのことは忘れる

バーニングマンで買えるものは何もありません。ここは「商業」から離れたコミュニティ。スポンサーも広告もありません。お金より大切なモノに気付くためです。

バーニングマンのなかではお金を使うことができません。商業主義的なことから離れようという場です。だから、ロゴ付きのバックのロゴ部分にシールを貼って隠したり、ペットボトルのラベルを剥がして飲んだりする小さなお作法があります。

4. 他人の力をあてにしない

食べ物や水は元より、移動手段やゴミの始末まで、あなたはバーニングマンの「快適ではない環境」で自分自身の面倒をみななければいけません。現地に行く前に食べ物や飲み物は調達します。バーニングマンのなかでは手に入らないからです。要は、自立のためのルールです。自立したうえで人と助け合うのはよいけれど、最初からあてにしていけません。

自己表現し本心にぶち当たる

友光さんが初めてバーニングマンに参加したのは、2015年。それまで、DJ仲間の間でもバーニングマンの認知度はそれほど高くなかったが、バーニングマンの光景に魅了された友光さんは、チケットを申し込むも入手できない年が続き、「行きたい」と言い続け、そんなに行きたいのならばとチケットを譲り受けたという。「Fire Ceremony（護摩行）をしてくれる？」

と言われたときに、「『初回なので、最初はみるだけで』と言っていたら参加できなかったらどう？」と話す。

いまは「心を開いて自己表現することで本心にぶち当たることを。立場や上下やギブアンドテイク、利害関係なくすべてをさらけ出せる仲間が沢山いること。現実世界に極楽浄土は作れるという確信を確認しに参加している」という。

俗名 友光雅臣（ともみつまさおみ）
法名 友光雅臣（ともみつがしん）
1983年生まれ 東京生まれ東京育ち。
天台宗僧侶 10年目、テクノDJ 17年目、
寺社フェス「向源」主催者 8年目

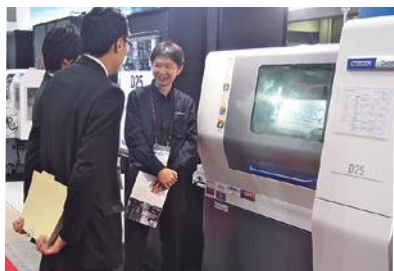


開催間近！主催者インタビュー

日本産業界の発展を支え続け

11月1日から6日間、東京ビッグサイトで「第29回日本国際工作機械見本市（JIMTOF2018）」が開催される。隔年開催の同見本市は、56年という長い歴史と、東京ビッグサイトの全館使用という国内有数の規模をもつ展示会だ。（一社）日本工作機械工業会（以下、日工会）とともに長年にわたり同見本市を手がけてきた、東京ビッグサイトの成田康夫さんに、話をうかがった。

（株）東京ビッグサイト 事業推進部長 / JIMTOF 事務局長 成田 康夫 さん



場への出荷については、日本はドイツと並び引き続き大きな存在感をもっています。そのおかげで、いまやグローバル企業となっている日本の会社でも「新製品のプレミアはJIMTOFで」という出展者が多いです。そうした背景もあって、海外からの出展、来場が多い国際展示会です。2割ぐらゐは海外からの出展になりますでしょうか。

また、日工会が諸外国の工業会と連携を密にしていることもあり、わたしたちも一緒に国際交流をしております。おかげさまで海外メーカーさまにもJIMTOFの認知度は非常に高いものとなっています。

今年は規模拡大と多数の企画も

前回開催から東7・8ホールも使用しており、これまでスペースの都合でご出展が叶わなかった企業の方もご出展いただけるようになっていきます。

その東7ホールでは、製造業でトレンドになっているIoTの実験として、出展各社の機械をインターネットでつなぐ実演も企画しております。海外の工作機械展でも実施していますが、今回のJIMTOFはそれを上回る規模になりそうです。

そのほか西3ホールでは本田技研工業（株）の協力のもと、Hondaのレーシングマシンとエンジンの特別展示を実施。会議棟では、ものづくりの技術や経営など業界関係者向け

の講演会・セミナー、出展者ワークショップ、IMEC2018という国際技術者会議、関連団体のイベント、海外販路開拓支援コーナーなど、さまざまな企画が行われます。ぜひ会場すべてを見て回っていただきたいですね。東西展示棟を結ぶバスも用意しないといけないですね。

早めのチームづくり

JIMTOFは会期が6日間と他のBtoB展示会より長いのですが、施工時間も1週間と長くなっています。展示する工作機械は大型のものも多く、作業に時間がかかります。

あまりにも機械が大きいので、出展物の搬入をした後に、会場装飾・施工を行うという、通常の施工とは少し異なる搬入・設営の工程になっています。

そういうこともあり協力会社の皆様の理解と協力がより一層必要になります。とはいえ、各社とも毎回入札で決定しており、変わる可能性がありますので、出展事務局としては早めにチームづくりを進めて、出展者説明会の前にはだいたい詳細がつかめるように、情報共有とコミュニケーションを心がけています。

アルバイトの手配から

わたしは1991年に当時の（社）東京国際見本市協会に入社しまして、展示会の主催事業を主に担当していました。いまでこそ展示会開催は多くの協力会社の力をお借りできますが、当時は主催者があれもこれもや

らなければいけない時代。入社早々のわたしはアルバイトの採用やディレクションなどを行っていました。小間顔面もひいていました。当時はCADでなくドラフター（製図台）でカリカリ書いてました。

晴海会場から東京ビッグサイトに変わって数年後、私が所属していた東京国際見本市協会と（株）東京国際貿易センターの2法人が合併しまして、現在の（株）東京ビッグサイトになりました。当時は総務や広報に携わっていました。

2006年から展示会主催事業の担当に戻りまして、JIMTOFのほか東京ビッグサイトの展示会主催事業をみえています。

こうして今年のJIMTOFの案内状を見てみると、企業展示以外にもセミナーや、マッチングなど色々やっているなあと思います。これは主催者として仕事が増えて大変ということもありますが、展示会の枠のなかで自分のやりたいことが実施できるチャンスでもあります。展示会の懐の深さを感じますね。



日本展示会の黎明期から

日本国際工作機械見本市（以下JIMTOF）は1962年にスタートしました。日本国際見本市という総合展から、日本の高度経済成長の基盤となる工作機械産業の専門展示会としてスピニングアウトしたかたちです。専門展として独立したのは、出展社の数や出展規模の増大に、総合展のなかの一部という扱いでは、スペースが足りなくなったからです。

2年ごとに大阪港会場、東京国際見本市会場（晴海会場）で相互に開催していました。その後1986年からインテックス大阪、1996年から東京ビッグサイトと新しい施設に会場を移してきました。1998年の大阪開催を最後に東京開催に一本化して、現在に至っています。東京ビッグサイトは会場提供だけでなく、日工会とともにJIMTOFの主催者として企画・運営を行い、出展事務局も務めています。

工業会とともに国際交流


工作機械分野では、生産量でこそ内需として広大な市場をもつ中国が近年は首位ですが、技術力や国際市



EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

マーケティング・テクノロジー

(仮題) 次の10月31日号で特集します



体験価値を可視化します♡

- 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
- 1月31日 イベントのマンパワー
- 2月28日 空間ディスプレイ
- 3月31日 イベント会場最新情報

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

博覧会・展示会の企画に参画させて下さい。



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2-383 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瀬1-9-9 阿波瀬パークビル 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

いま気になる！
企画の舞台裏

#05 ユーシーシーフードサービスシステムズ株式会社



新しい味の体験を提供



「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新コーナー。キュレーションメディア 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?」「効果はどう?」と素朴な疑問を投げかけていきます。

* * *

ユーザーシーフードサービスシステムズでは、上島珈琲店神楽坂店にて「上島珈琲店特別試飲会 コーヒーで笑顔になる日『supported by antenna*』」を開催。メニュー試飲の企画意図とは。

Q. イベントを企画した理由は

これまで、淹れ方を教えるコーヒー教室などコーヒーに関するイベントをしてこなかったわけではありませんが、実際に店頭で提供している商品を味わってもらいイベントは開催したことがありませんでした。

antenna*さんから、上島珈琲店のメニューの多様性を活かし、普段は飲まないような幅広いメニューを試飲する機会を設けてはどうかと企画を提案していただき、新たな試みとして開催を決定しました。

図●「上島珈琲店特別試飲会 コーヒーで笑顔になる日『supported by antenna*』」



ハードルを低く!



小辻 優子さん
ユーザーシーフードサービスシステムズ株式会社
営業本部 営業企画部 営業推進担当 次長



さまざまな質問が飛び出した

Q. イベントタイトルの意図は

「Good Coffee Smile」が弊社の企業理念であることになぞらえて、参加者の皆様にコーヒーで笑顔になってほしいという思いを込め、「コーヒーで笑顔になる日」とタイトルをつけました。

Q. イベントのゴール設定は

参加者の中には上島珈琲店を利用したことのない方もいらっしゃるの、今回のイベントを通して上島珈琲店の良さを知ってほしいというのが一つ。もう一つは、同じコーヒーをアレンジして、バリエーション豊かなメニューを展開しているの、普段から通っていても注文するメニューが決まっているというお客様に対して、今まで挑戦してこなかった新しい味を知っていただくという意図があります。上島珈琲店を理解し、好きになってもらうきっかけになればと思っています。

また、ほとんどイベント開催の経験がないので、今回の手応えを見て次回以降に繋げていきたいとも考えています。

Q. どのように集客されたのでしょうか

antenna*の配信と、上島珈琲店の公式

SNSで集客を行い、100名ほどの方にご応募いただきました。日頃から上島珈琲店を利用されている方が多かったのですが、中には1度も利用したことがないという方もいて、手応えを感じました。

上島珈琲店の利用者層は30～40代が多いです。一方、antenna*さんのユーザー層は25～35歳の男女なので、antenna*さんの告知によって、上島珈琲店のオウンドメディアだけではカバーできない層まで周知できた点が良かったです。

Q. イベントを行う価値をどのように感じていますか?

すでにSNSの活用はしていますが、より外に向けての発信を強化しなければいけないという課題を抱えていました。上島珈琲店の魅力は、実際に飲んで味わってもらわないと感じられないものなので、文字だけでは伝わらない味や香りを多くの方に知っていただくために、対面で行うイベントは価値があると思いました。

また、近い距離で率直な意見を聞くことができる機会はありませんので、いただいたご意見をもとに、商品や次回以降のイベントに活かしていきたいと思っています。

新オフィスで CX 新機能をプレゼン

—— クアルトリクス

リサーチや顧客体験のソリューションを提供しているクアルトリクスが、WeWork 丸の内北口の新オフィスで、新機能のデモや事例を紹介した。

カントリーマネージャーの熊代悟氏は、日本においても顧客満足度に対してエクスペリエンスが重要視さ

れていることをデータで説明。顧客、従業員、ブランド、製品の4分野で改善アクションを行うための意見収集・分析を行う同社のソリューションを紹介。データサイエンティストのようにより的確にアクションを起こすIQシリーズの分析機能も解説した。また

先般公開したBMWジャパンの事例として、顧客アフターフォローの実施率やアンケート回収率が向上し、3か月で顧客満足度を表すNPSスコアの23ポイント向上につながったことも明らかにした。



熊代悟さん

ビッグデータから体験へ

—— CX DIVE 2018

CXプラットフォーム「KARTE」を提供するブレイドが9月4日、虎ノ門ヒルズフォーラムで、CX DIVE 2018を開催。森ビル杉山央氏とチームラボ猪子寿之氏の基調講演のほか、新しい顧客体験を展開する「企業、ブランド、人」のセッションが行われ

た。モチクリエイターとして登場したゆうこすさんは、HKT48 脱退後のファン3人マリアカー事件からフォロワー150万人に到達するまでの、SNS戦略とテクニックを詳細にわかりやすく説明した。



ゆうこすさん

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!

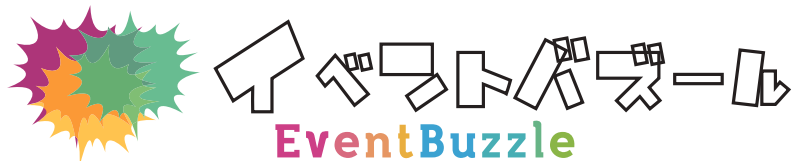
オプションも充実!

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



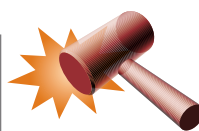
実施事例も多数! お気軽にお問い合わせください

お問合せ先 antenna_sp@glider-associates.com



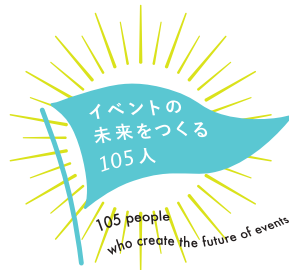
イベントを、もっとラクに、
もっと楽しくできるはず

いま、イベントバズールは、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



「イベントの未来をつくる105人」のボードメンバー。キックオフミーティングのセッションには写真左から日比谷さん、曾我さん、宮川さん、高嶋さんが登壇。写真右端は脇雅昭さん(行政コミュニティ「よんなな会」発起人)。ロゴも発表した(上)。



イベントの未来をつくる105人
Facebook ページ
はこちら

BACKSTAGE の舞台裏構想から完成まで 第6回 Hot SCAPE Biz セミナー

10月29日、虎ノ門ヒルズフォーラムでホットスケープが第6回 Hot SCAPE Biz セミナーを開催する。今回はイベントの未来をつくる105人と本紙が共催で実施。テーマは「企業イベントのステージのつくりかた」～BACKSTAGE2018から学ぶ～で、BACKSTAGEの演出を手がけた同社代表取締役の前野伸幸氏と映像を手がけたタケナカ廣瀬安司氏が壇予定。進行役は本紙樋口が務める。セッションでは、BACKSTAGEのカンファレンスステージ(メインホール)を例に、空間的デザインや演出を考えるに当たり、自らに課した課題や「こだわり」、「意識」したこと、配置の工夫やパフォーマンスの意図さらに機材や素材などが語られる予定。まさにBACKSTAGEのBACKSTAGE(舞台裏)を探る展開になりそうだ。



「イベントの未来をつくる105人」を発足

8月29日、新しいコミュニティ「イベントの未来をつくる105人」が発足し、「これからのイベントは誰が作るのか『イベントの未来をつくる105人』キックオフミーティング」と題して、セッションが行われた。

セッションには、4名のボードメンバーが登壇。体験型マーケティングのカンファレンスBACKSTAGE内で展開され、企業のマーケティング担当者やイベントのプランナー・プロフェッショナル、クリエイターなど多様な参加者が集まった。

イベントの今と未来

セッションには、ボードメンバーを

代表して次の4名が登壇した。

INTO THE FABRIC 代表理事で、ゲスト100人で解散する仕組みで会社、組織、地域に身近な人同士のゆるいつながりをつくるコミュニティ「100人カイギ」発起人の高嶋大介さん、未来予報の代表取締役でSXS公式コンサルタントを務める曾我浩太郎さんと宮川麻衣子さん、働きやすい社会づくりを進めるat Will Work 理事、「渋谷をつなげる30人」エバンジェリストでコネクタの日比谷尚武さん。

それぞれ違った観点でイベントやコミュニティを持つ4名は、自身の関わっている「100人カイギ」「SXS」

「渋谷をつなげる30人」などの事例から、誰が、なんの目的で、どうコミュニティやイベントを育てているのか、なぜ盛り上がっているのかについて共有した。

また、後半では、1.継続の呪縛、2.ローカル、企業との距離感、3.個人との距離感の3つをテーマに、公開プレストを行った。

ボードメンバーには4名のほかに、行政コミュニティ「よんなな会」発起人の脇雅昭さん、僧侶兼DJで寺社フェス「向源」主催者の友光雅臣さん(本紙4p参照)。また、サポートメンバーにはBACKSTAGE主催3社のホットスケープ、イベントレジ

スト、月刊イベントマーケティングと森ビルからそれぞれ参加している(8月29日現在)。

「イベントの未来をつくる105人」では、イベントやコミュニティーなどリアルに人々が交流する「場」の未来を考え、業界を超えた新たなコラボレーションから、新技術も含む検証・体験を通じ「場」のイノベーションを推進させることを目的として、今後さまざまな取り組みを行っていくという。

月刊イベントマーケティングでは、メンバーインタビューや活動レポートを通じて、「イベントの未来をつくる105人」を紹介していく予定だ。

感動体験
記憶に残る

“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
ユニークベニューや各地の歴史・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)

HOT SCAPE
EVENT PROFESSIONALS | VENUE CONSULTANT

Make it Communication
コミュニケーションを形にする

企業・団体からの直接受注にこだわるイベント企画・制作・運営会社です。
クライアントニーズに沿ったベストの選択をし、ワンストップで提案・制作を行います。
それらの経験を活かし、関連施設のコンサルタント・運営も行っております。

- イベント 企画・制作・運営
- 施設 管理・運営
- プロジェクト コンサルティング

主催セミナーのご案内

HOT SCAPE Biz Seminar
第6回 HOT SCAPE Biz セミナー
10月29日(月) 開催
@ 虎ノ門ヒルズフォーラム

詳しくは Facebook ページをチェック!

株式会社ホットスケープ
〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-16-4 アーバン虎ノ門ビル8F
TEL : 03-6205-7197 / FAX : 03-6205-7198
http://www.hot-scape.co.jp/

SIW

9月7日～17日
@ 渋谷区周辺



日本財団と渋谷区が「多様な未来を考える1週間」として渋谷周辺で開催した『SOCIAL INNOVATION WEEK SHIBUYA (SIW)』。Award (アワード)、Forum (フォーラム)、Meet-Up (ミートアップ)、Session (セッション)、Trade-Show (トレードショー)、Experience (エクスペリエンス)と6つの多様なプログラムが展開された。ピックアップして紹介する。

本質を探る

— DIVE DIVERSITY SESSION

29本のプレミアムトークセッションが行われた「DIVE DIVERSITY SESSION」。15日に渋谷区観光協会 金山淳吾代表理事とエッジ・オープンマスイ co CEO の「好奇心の本質」(写真下) からスタートし、多様性や都市、思いやり、など、本質を探るをテーマに未来の可能性を考えた。



渋谷の人波に乗れるサーフィン

— 「BIT WAVE SURFIN'」 @ マークシティ渋谷

EXPERIENCE PROGRAMとして渋谷マークシティに登場した「BIT WAVE SURFIN'」は、渋谷スクランブル交差点の人波に乗れるというサーフィン体験を提供した。デジタルマーケティング事業等を展開するD2Cグループのイメージソースとカケザンが、日本電信電話 (NTT) と共創したプロジェクト。

IMG SRC とカケザンが企画・開発した「BIT WAVE SURFIN'」は、渋谷スクランブル交差点の歩行者の量などを、瞬時にNTTの深層学習ランタイム高速化技術を用いて解析。定点カメラの映像をリアルタイムに

「BIT WAVE SURFIN'」に乗るプロジェクトメンバー



解析してデジタルな波を作り、それに連動してサーフボードが動くという仕組み。信号が青になって人が動き出すと波が起り、赤になると波が穏やかになる。

プロジェクトを企画・プロデュースしたカケザンの長尾啓樹さん (代表取締役社長 / Producer) は「街のデータビジュアルライズにスポーツ

を取り入れて、エンターテインメントの表現にしたらどうなるだろう」という発想から企画に落とし込んでいったという。

サーフボードを模ったオリジナルデバイスは、ボディバランスをコントロールすることで、子供から大人まで、誰もが街中でサーフ体験を楽しめるコンテンツとなった。

聴いて体感するシェアリングエコノミー

— SHARE SUMMIT 2018 / SHARING DAY SHIBUYA 2018

国内初シェアワーカーの支援、声を社会に届ける個人会員制度『SHARING NEIGHBORS』新設を発表するなど、毎回最新の情報発信、知見共有の凝縮した場となっている、「SHARE SUMMIT」。SIWの同時開催プログラムとして今年度はNagatacho GRiDで9月7日に開催。

翌日の8日は渋谷キャストを会場に最先端のシェア文化を体験し、そして思いっきり楽しむイベント「SHARING DAY SHIBUYA 2018」として実施した。

* * *

「SHARE SUMMIT2018」では、「SHARE × WORK ~シェアリングエコノミーの将来: 21世紀の働き方と規制とは~」、「SHARE × HOME・STAY ~民泊・ゲストハウス・旅館経営から考える~」、「SHARE × LOCAL ~2020年以降の国と地域を考える~」(写真下左)、「SHARE × MONEY ~21世紀に求められるお金の役割~」、「SHARE × FUTURE ~U29シェアエコ経営者が考える未来~」と5つのセッションを展開、その後のアフターパーティーはシェアリングビジ

ネス企業とのネットワーキングの場にもなっていた。

「SHARING DAY SHIBUYA 2018」では、5つのトーク、10のワークショップ、音楽コンテンツ、フードコンテンツ、シェアサービス事業者によるユーザーとホストの交流カフェ、ファッションイベントなど、多彩にプログラムを用意し、主にシェアリングビジネスのユーザー向けに展開していた。

2つともに、シェアリングエコノミーの熱量が体感できるイベントとなった。



「SHARE SUMMIT 2018」(左) / SHARING DAY SHIBUYA 2018 (右)



アドビがマーケット買収

米国IT大手のアドビシステムズがマーケティングオートメーションを提供するマーケットを47.5億ドルで買収することを発表。Adobe Experience Cloudと組み合わせることでB2Bマーケティング領域のさらなる強化を進める。

意欲に火をつける

研修やミーティングのコミュニケーション促進ソリューションを提供するマジェンシー。このほど従業員の意欲に火をつける「Sparkup」をローンチした。投票形式の意見調査、理解度測定、アンケートなど15の機能を搭載したSaaSソフトウェア。ローンチに合わせて先着100人に無料トライアルを提供する。

イベンター・マーケター向け 10月のセミナー・イベント

- 4~5日 ad:tech Tokyo @ 東京国際フォーラム
- 10~12日 危機管理産業展 (RISCON TOKYO) 2018 @ 東京ビッグサイト
- 10~14日 No Maps @ 札幌市内
- 11日 MAXIMIZE TOKYO 2018 @ 赤坂インターシティコンファレンス
- 12日 design surf seminar @ 虎ノ門ヒルズフォーラム
- 14日 マーケティングカンファレンス 2018 @ 早稲田大学
- 16日 NRI 未来創発フォーラム @ 東京国際フォーラム
- 16~19日 CEATEC JAPAN 2018 @ 幕張メッセ
- 16~19日 日経 x TECH EXPO @ 東京ビッグサイト
- 18~20日 INNOVATIVE CITY FORUM 2018 @ 六本木アカデミーヒルズ
- 24日 ZOHOLICS JAPAN 2018 @ 横浜ランドマークホテル
- 24~26日 Japan IT Week 秋 @ 幕張メッセ

次号予告 40号は10月31日発行 <特集> 体験価値を可視化するマーケティング・テクノロジー (予定)

Conference
Exhibition
Event
Meet-up
Experiment

Sapporo Creative Convention
No Maps 2018

まさに、未来を、インストール。

地図のない冒険、No Maps。
クリエイティビティで北海道をおもしろく。
音楽、映画、テクノロジーなど、
産官学の枠をこえた交流とイベントを開催。

札幌市内のライブハウスで行われるライブサーキット型音楽イベントが今年も開催!

ROCK DIVERSITY No Maps MUSIC WEEKEND
IDOL DIVERSITY 10/13 sat
Sapporo Neutral

majiko ROCK DIVERSITY SPICYSOL ROCK DIVERSITY GANG PARADE IDOL DIVERSITY ゆるめるモ! IDOL DIVERSITY

国内最大級の短編映画祭! 10/11 thu - 14 sun
第13回 札幌国際短編映画祭

音楽、映画、先端テクノロジーの体験、展示、そして未来への社会実装。この他にも多彩なイベント・カンファレンス・展示会・ミートアップ・社会実験が札幌に集結!

2018年10月10日(水)~14日(日)

会場 ち・か・ホ (札幌駅前通地下広場)や、市内のホール・会議室・コンサート会場など

チケット絶賛発売中! 詳しくは「No Maps」で検索
<http://no-maps.jp>