

「face to faceを科学する」月刊イベントマーケティング

EVENT MARKETING 44

February 28, 2019

特集
クライアントと創る
空間デザイン



今月のインタビュー
（株）JTBコミュニケーション
デザイン・トレードショー
事業部のみなさん

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



情報交換?いや、見識を高める場に行こう

「私より、ちょっと賢い。」

と聖子ちゃんが宣伝してから35年。将棋や囲碁のプロ棋士も人工知能に勝てなくなるほど、コンピュータは「僕らより、ずっと賢い」ものになった。いまやAI女子アナ・チャットボットが実用化されてきていて、このまま進歩を続けていくと、話をしている相手がバーチャルなのか人間なのか区別がつかなくなっ

てくるのだろう。

それは、ちょっと嬉しくない未来かもしれない。SNSで恋人ができたと思ったらAIだったなんて、ショックで立ち直れない。でもそれはなぜなんだろうか。AIの言葉って誰かに教えられたり、データから計算されたもの。「僕のが好き」っていうのはただの“情報”だ。情報は世の中のデジタル化が進むつれ、コピ

べ、上書・修正が簡単になり、希少価値はない。「そこに〇〇がある」と知っていることは情報。実際に学習した得たものは知識、自分で体験して確かめたものは知見、そしてそれを正しく理解して活用できることが見識という。いま、価値があるのは、自分自身の体験に裏打ちされた知見や見識、予想を上回るような行動ではないか。

今回の空間ディスプレイ特集では、価値ある体験を提供する場づくりのために、プランナーやデザイナーの皆さんが、クライアントとどうコミュニケーションをしているかを聞いた。空間に翻訳された、彼らの想いをみてみよう。

(写真提供：丹青社 / TORAYA AOYAMA 店内にて撮影)



一人て全部やりきれない...
アナログなやり方もうやめたい!
イベントやったことない自分が担当!?
今のフォームじゃ受付が大変...
有料セミナーだと集金が手間...
データ分析も面倒だし...

＼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

EventRegist
eventregist.com

クライアントと創る空間デザイン

空間をデザインするうえで手がかりとなるコミュニケーションシーンでは、どんな言葉や手法を使っているのか。現地に赴き聴いた2つの事例インタビューと、プランナーにヒアリングしたケースを紹介する

店舗・店装

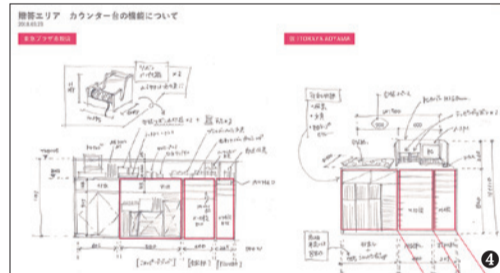
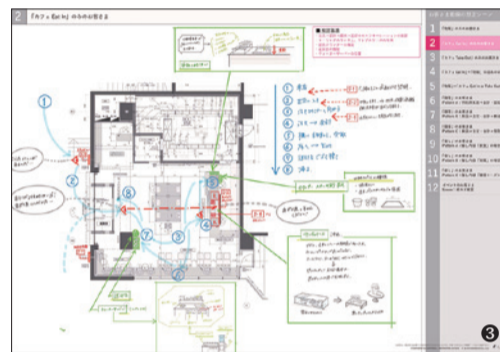
今回のクライアントは ... 株式会社虎屋

TORAYA AOYAMA



写真左)
TORAYA AOYAMA店長
菅野 千恵子さん

写真右)
株式会社丹青社
デザインセンター
可知 友貴子さん



スポーツ切り口 新「とらや」の空間力

—2018年7月に東京青山にオープンした新店舗「TORAYA AOYAMA」。老舗和菓子屋とらやのなかでも、軽やかな印象のお店です。コンセプトを教えてください。

菅野 この店では、「スポーツのおともに羊羹を」というフレーズを掲げています。「なぜスポーツに羊羹？」とよく訊かれますが、実は羊羹には低脂質・高糖質という特徴があり、手軽なエネルギー補給に向いています。植物性の原材料でつくられているのも強みです。

また、青山は2020年夏のオリンピック・パラリンピックのメイン会場に近く、日頃からスポーツを楽しまれる方が多い地です。そうした土地では、スポーツウェアのままでも気軽にご来店いただきかけたかったので、設計をお願いする際は、とらやのスタジオというキーワードをお伝えし、ヨガ教室やイベントを開催しやすいよう、可動式の商品台をつくっていただきました。

—老舗店の新しいチャレンジを空間デザインに落とし込むには、どのように取り組まれていったのでしょうか

可知 「スポーツのおともに羊羹を」というフレーズが今回の店舗で表現するべきゴールであることをとらやさんと共有することからスタートしました。

“とらやのスタジオ”という新しいコンセプトの表現へチャレンジするなかでも、老舗の直営店であることを念頭に置き、デザインをご提案させていただきました。スポーツを切り口にした店舗のため、ランニングの途中に立ち寄れるステーションにもなるような、気軽に軽快な空間を意識しました。

店内のデザインは、店頭の“暖簾”と店内正面の“鍛虎”（かんとら）を際立たせるため、「木・モルタル・無彩色」というミニマルな素材で構成しています。それらは羊羹の原材料が

①ヨガ教室。「教室のあとのお見送りはお客様との距離も近くなり階段を上がっていかれる姿は晴れやかです」(菅野店長)。②ヨガスペースをつくるため、中央の商品台にはキャスターを取り付けた③「お客さま、スタッフ動線の想定シーン」は12通り複数パターン作成され、空間の使い方を具体化④贈答エリアカウンター什器のスケッチ。接客に関わるすべての什器カウンターの内側の設計には取手の形状から棚のサイズまでデザインだけではなく、内側の棚の割り付けや可動域から、取手の形状までの細部の検討に最も時間を割いたという。立体的な手書きのスケッチにすることで平面図面よりも想像しやすく共有していった

「砂糖・小豆・寒天」を基本とする厳選された素材に限られていることになぞらえたものです。また、店舗がもつ物販、喫茶、ヨガスタジオの3つの機能を1つの空間に落とし込むため、レイアウト、什器計画を十分に検討し実現しています。

—空間の第一印象はいかがでしたか

菅野 とらやの店舗が重厚感ならば、TORAYA AOYAMAは良い意味で軽やかな印象でした。空間に立ってみて、この店の目標

にしようと思ったのは自然体であることです。販売員が自然体でお客様と接し、お客様も気軽に和菓子を楽しんでいただけるような空間にしたいと思いました。

可知さんにも一緒に考えていただきましたが、コンセプトの先にあることを考えなければいけない。「とらやはこうしたい」という思いも大切ですが、それを受けてお客様がどう思われるのか、そのお客様に私たちはどう向き合い、行動していくのかということ、より大切にしていきたいと思っています。

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

これまでのレンタルサービスに不満のある方、ぜひお問い合わせください

デコルゼ? マネキン・ファッション什器のWEBレンタルサービス“DECORUZE”

ADDIS MUSE 株式会社アディスマユーズ
〒103-0007 東京都中央区日本橋浜町1-6-4
TEL: 03-3865-9322 (代)
FAX: 03-3865-9172

デコルゼ 検索

<https://decoruze.darling.co.jp/>

カンファレンス

SLUSH TOKYO



写真左)
SLUSH TOKYO
田村一真さん

写真右)
SUN EFFECTS OY
Matti Jyväskyläさん

空間デザインは Illusionaire だ

—SLUSH TOKYO のデザインはどのようにつくられているのですか

マッティ 私はイベント全体のデザインを担当しています。フロアプランからステージの造作、2D・3Dデザイン、照明、映像まで携わっています。しかし、全体のデザインというのは、イベントのアイデンティティをつくることだと考えています。

—イベントのアイデンティティをつくるというのはどういうことなのか

マッティ イベントには開催する目的やコンセ

プトがありますよね。それを言葉で説明するのではなく、そこに来れば自然に感覚的に理解できるように具現化することです。

田村 ステージの周りを囲むように360度参加者の席を配置したデザインも、SLUSHという場をこういう風にしたという僕らの想いを実現してくれました。打合わせの途中からすぐスケッチを書きはじめて…

マッティ アイデア出しの段階は手書きがいいですね。デバイスを使うより早いし、書いては見せ、話し合ったアイデアをどんどん盛り込ん



写真左) MAIN STAGE では、スピーカー登場の前に映像・照明・レーザーで盛り上げる。写真下) PITCH STAGE では、ピッチコンテストやショウテックタイムなどさまざまなコンテンツが実施される。

でいきます。

—デザインにかかる時間は?

マッティ 今回は7か月くらいですね。その間に細かい修正は毎日のように、一から作り直しも4回ありました。私は気が変わりやすいんですよ。でもイベントのデザインは変更を重ねてよくなるのです。プロジェクトを進める間にイベントの内容が見えてきたり、新しいアイデアが出るたびに変わっていきます。

—周りの人は大変ですね

田村 僕らも協力会社の人も、イベントを良くするための変更だと理解しているので「OK、やろう」ってなりますよ。

マッティ 私はイベントの仕事をして30年、完璧なイベントを作れたことはないし、見たこともない。だから常に新しいことに挑戦します。SLUSHはその点がとくに重要です。新しい社会をつくるスタートアップのイベントが、「安全だから、昨年と同じようにやろう」では絶対ダメですよ。

—SLUSHの会場はイノベティブでかっこいいのですが、そのポイントは?



マッティ 会場の照明を落として暗闇をつくることですね。そのなかでコンテンツを配置していき、照明や映像、レーザーなどで演出することで、全体をいっしょに見せるのではなく、どこにフォーカスしてもらうか、という設計ができるようになります。イリュージョンのようにならないところから、突然にか現れるような感じですね。私たちはフェイクではなく現実のものを、参加者の目の前にドラマティックに登場させるのです。

—雰囲気やコンセプトといった目に見えないことの具現化は大変だと思うのですが。

マッティ たしかにむずかしいですよ。でも、それが私の仕事なんです。

**弊社が、台湾ITSの
コペンハーゲン出展をフルサポート**

2018.09.17 TAIWAN Booth@ITS Copenhagen

国内 / 国外 / 海外から海外のイベントの企画・デザイン・運営も多言語対応。イベント・展示会についての専門知識を持ったスタッフがご提案します。

Web(JPN) <http://www.sakurain.co.jp> E-Mail : bdd@sakurain.co.jp

東京本部が移転しました。TEL/FAXは同じです。

サクラインターナショナル株式会社

新東京本部 東京都江東区木場2-17-13 第二亀井ビル5階 03-5646-1160
大阪本社 大阪市中央区備後町1-7-3 ENDO堺筋ビル3・4階 06-6264-3900

**未来を魅せる
未知に触れる**

LED / 大型映像 / インタラクティブ映像空間演出など、お客様のニーズに応じて総合的にプロデュースします。

TAKENAKA SYM-DIRECT TOKYO OSAKA NAGOYA KYOTO SHANGHAI

<http://www.takenaka-co.jp/> <http://www.symdirect.co.jp/> SYMUNITY GROUP

展示会ブース

今回のクライアントは ...
株式会社サイバーエージェント



プロジェクト名

東京ゲームショウ 2018

1 クライアントのニーズ

グループ連結子会社サムザップ、アプリボット、グレンジが『リンクスリングス』、『ブレイドエクスロード』、『キックフライト』の新作スマホ向けタイトルを発表。初披露にふさわしい空間、体験を作り出すこと。

2 ニーズ具現化のポイント

『リンクスリングス』では最大同時16人がプレイできる試遊スペースを設置したほか、『キックフライト』では高さ6mのバンジートランポリンによるゲーム独特の浮遊感を表現、そして『ブレイドエクスロード』では幅10m×高さ5mの超巨大グラフィックボードを設けるなど、それぞれ新作タイトルの世界観を空間いっぱい表現しました。

3 プランナープロフィール



杉山 耕平さん
株式会社ジールアソシエイツ
営業本部 第1営業部 部長
(全体コスト設計、企画D、設計D、プロジェクト全体統括)

世界観を
空間いっぱい

展示会ブース

今回のクライアントは ...
タイ国政府観光庁



プロジェクト名

ツーリズム EXPO ジャパン 2018

1 クライアントのニーズ

テーマ「タイ東北地方 カラシン県」をアピールするブース
・体験型のスペースを2箇所設置
・デモンストレーション用のステージを設ける
・ツアーカウンター8社配置する

2 ニーズ具現化のポイント

タイ東北部は自然が多く、遺跡や国立公園が多くあります。そのため、タイの有名なきらびやかな寺院や建物のイメージではなく、素朴な昔からあるような建物、かつタイらしい造形であるようにブースデザインしました。クライアントの要望であるカラシン県のアピールポイントを弊社バンコク支社の現地スタッフに相談したことで、しっかりアピールでき、全体的にまとまりがあるタイらしいインパクトのあるブースになったと考えます。

3 プランナープロフィール



柿本 真有さん
株式会社アディスミューズ
デザイン室
チーフデザイナー

現地スタッフから
生の声収集

展示会ブース

今回のクライアントは ...
マルミ光機株式会社



プロジェクト名

CP+ (シーピープラス)

1 クライアントのニーズ

ブース全体で出展製品を来場者に手に取ってもらい、レンズフィルターの良さを実感できる体験の場として活用したい。新製品のPRにワンポイントのデザインを盛り込みたい。とにかく明るくしたい! など

2 ニーズ具現化のポイント

カメラのレンズフィルターの魅力を伝えるため、各コーナーで実際に商品を手に取ってもらって効果を体感してもらおうコンテンツ制作も手がけました。フィルター体験では被写体をコーナー毎に設け、デコレーションに近い制作もクライアントの要望を確認しながら提案することで細部に至るまでブース全体のイメージをクライアントと共有しています。手がける負担は増えますが、そのおかげで満足度の高い、より来場者を引き込む空間を構築できました。また、スローシャッターを目的にした製品がメインのため、フェイス部分に動きを取り入れるためのアクアウォールを採用しています。

3 プランナープロフィール



葛西 竜彦さん
株式会社ボックス・ワン
課長代理
(ディレクター)

満足度高く
引き込む空間

ブランディング

今回のクライアントは ...
新潟県柏崎市



プロジェクト名

新潟県西山町 地域再生ブランディング

1 クライアントのニーズ

「地域再生」をテーマに持ち、少子高齢化や過疎化による人口減少で忘れ去られていく西山町の歴史や文化である「西山アイデンティティ」を残してほしい。

2 ニーズ具現化のポイント

西山町を象徴化し、「西山ブランド」として新たな時代をつくることを目的としました。また新たな時代に見合った「物・事・人」を発掘し発信する、地域ポータルポイント(ふるさと館)を起点にサイン計画を含むデジタルサイネージやSNSで西山の事を発信しました。そうした企画を実施したことで、西山で作られた食材・商材をREブランディング化し、求められる西山を作り上げ、西山の人々のプライドを呼び起こすことができました。

3 プランナープロフィール



塙 崇之さん
株式会社フジヤ
(グラフィックデザイナー)

物・事・人を発掘し
地域ポータルから発信

30 years ANNIVERSARY 1989-2019

ボックス・ワンは“展示会”を彩り30周年

EXHIBITION-FITTER

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

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!

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...

出展を3日で終わらせない

専門紙webに載るよ編

展示会ブース

今回のクライアントは ...
太陽誘電株式会社



プロジェクト名

CEATEC 2018

1 クライアントのニーズ

年間通した展示会出展のブースデザインのコンペティション案件。CEATECを皮切りに、1年間にわたり発信していくメッセージの具体化と、太陽誘電が有するコア技術の見せ方のアイデア。

2 ニーズ具現化のポイント

CEATECが掲げている「Society 5.0」という世界における、太陽誘電がもつIoT技術のイメージのビジュアル化をしていきました。同社の得意とするセンシングや情報の集積技術のイメージ化をヒアリングとアウトプットの繰り返しでつくり上げ、そのキービジュアルは年間を通して掲出しています。また、ブース意匠もそれにそって「集めて束ねる」を具現化しました。その大きなイメージとIoTを切り口に各展示はSMART社会のシーンをグラフィックと共に展示していきました。

3 プランナープロフィール



名嘉 朝樹さん
サクラインターナショナル株式会社
課長 (デザイナー)

技術のイメージを具現化

オフィス空間演出

今回のクライアントは ...
エプソン販売株式会社



プロジェクト名

オフィスエントランス空間演出

1 クライアントのニーズ

空間演出でのプロジェクターの利用方法を、オフィスを訪れるお客さまに実際に見て、理解していただきたい。打合せだけでなく、その後にショールームにも寄っていただくためのきっかけを作りたい。

2 ニーズ具現化のポイント

パート1、2、3と3つのコンテンツを制作し、時間ごとにパートを切り替えることで、プロジェクターの映像により、その空間を一瞬にして別世界へ変えることができた。ショールームへの誘引をスムーズに行うために、エレベーターホール→ショールームへと、コンテンツがつながるように設計した。パート1、2、3、それぞれに違ったインタラクティブを加え、エプソン販売の営業の方がお客さまとプロジェクターや空間演出についてのお話をするきっかけ作りを行った。

3 プランナープロフィール



長田 理香さん
シムディレクト株式会社
(アシスタントプロデューサー)

映像で別世界をつくる

展示会ブース

今回のクライアントは ...
株式会社コスモビューティー



プロジェクト名

化粧品開発展 2019

1 クライアントのニーズ

会場全体導線から、来場者が思わず足を止めるような魅了する空間ブースデザインの差別化。それにより価値ある企業との出会いを演出すること。

2 ニーズ具現化のポイント

今回のブースデザインではアイデアとインパクトある空間表現を提案。化粧品研究開発における、商品の安全・安心品質、といったブランディングの世界観を大変明確に、互いに深く共有できました。白をベースに清潔感を訴えるブースが立ち並ぶなかで、黒をベースに月と星で「コスモ」を再現したブースは、来場者の方々が、異空間に思わず吸い込まれて行くような神秘的な雰囲気になりました。空間、時間、人間といった“間”にこだわり、「たくさんの方々に圧倒的にアピールできた」と高いご評価をいただきました。

3 プランナープロフィール



遠藤孝貴さん
株式会社ピー・エイチ・ワークス
代表取締役
(デザイナー)

ブランドの世界観を共有

スポーツイベント

今回のクライアントは ...
レッドブル・エアレース・ジャパン実行委員会



プロジェクト名

レッドブル・エアレース 千葉 2018

1 クライアントのニーズ

クラブラウンジ・VIPラウンジ・メディアセンターを含む会場の設計・施工。世界中からのVIPを接遇するための高級感と柔らかさのある空間づくり。

2 ニーズ具現化のポイント

駐車場の車止め撤去といった建機分野から会場設営やイベント関連のレンタル品など弊社グループのリソースを結集してサービスを提供しました。高級感を演出するために、テントらしさが出てしまう骨組み部分を布で覆ったり、仮設トイレもVIP用に内装を変更したりと細部にわたってこだわりました。前年度の図面をもとに設計するのではなく、主催者の方のコンセプトやイメージをヒアリングし、それを図面に落とし、また意見をうかがうということを繰り返してつくりあげていきました。その苦勞が実って「過去最高のしあがり」とお褒めいただきました。

3 プロフィール



高田 淳さん
西尾レントオール株式会社
RA 東京営業所 所長

高級感出す 細部への配慮



イベント演出
X
中古パレット

頑丈な中古パレット再利用で
インダストリアル感の演出と
CSR活動(自然保護)を訴求



☎ 03-6823-4726

活用事例 ▶ <https://palletdepo.net/>

エスコット株式会社 〒170-0013 東京都豊島区東池袋5-7-3 長島ビル 10F

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



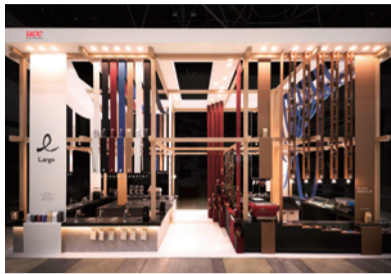
特集記事の裏話や
イベマケ編集部
の日常がわかるメルマガ



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

展示会ブース

今回のクライアントは ...
UCC 上島珈琲株式会社



プロジェクト名

**SCAJ ワールドスペシャルティコーヒー
カンファレンス アンド エキシビジョン**

1 クライアントのニーズ

業務用コーヒーブランド「LARGO」の10周年を記念し、LARGOを中心にUCC独自の技術力と品質を提案する事で、コーヒーの新たな楽しみ方ならびにカルチャーを全方向に発信をする場としたい。

2 ニーズ具現化のポイント

ブランドリニューアルの発表の場となるため、ブランド方針に合わせた世界観の再現を展示会でどう行うか、担当者の方と細部まで詰めながらデザイン設計を行いました。リブランディングコンセプトが「Brewed in Japan」というもので、とくに日本らしさを表現する布は、数十種類のサンプルを取り寄せ、質感にこだわり制作をしました。また、コーヒーだけではない「& LARGO」という方針のもと、ライフスタイルに寄り添ったMUSICやFLOWERなどとともに展開を行い、圧倒的な存在感を表現できたと思います。

3 プランナープロフィール



質感にこだわり
日本らしさ表現

高橋 匠さん
株式会社博展
コミュニケーションデザイン本部
デザイン課チーフ
(空間デザイナー)

展示会ブース

今回のクライアントは ...
鴻池運輸株式会社



プロジェクト名

国際物流総合展 2018

1 クライアントのニーズ

ブランドとサービスの認知向上、および、新規顧客開拓のために出展されました。多岐にわたる事業内容をいかに効果的に紹介し、リアルな商談につなげるかを最大のポイントとしていました。

2 ニーズ具現化のポイント

より実りのある商談に繋げるため、来場者の導線やコミュニケーションの流れのシミュレーションを重ね、デザインへと落としこんでいきました。物流の枠を超えたさまざまな事業領域を印象付けられるよう、ブース上部に大型ビジュアルを掲出しメッセージを発信。さらに、ブースへの誘引から事業紹介まで、ターゲットニーズに応じたコミュニケーションの在り方を考慮し、様々な施策を実施。4日間の会期を通じて、アンケートや個別対応により来場者との出会いに繋がりました。

3 プランナープロフィール



コミュニケーション
の流れをデザインに

金子 奈枝さん
株式会社昭栄美術
デザイナー

展示会ブース

今回のクライアントは ...
コクヨ株式会社



プロジェクト名

Orgatec 2018

1 クライアントのニーズ

オフィスチェア「Ing」(イング)のローンチとして単品で出展。最大の特徴である「グライディング・メカ」を象徴的に見せることが課題でした。

2 ニーズ具現化のポイント

6mの高さから130個を超えるすべての部品を吊ることにしました。そのために国内で倉庫を2か月間借り、本番でスムーズに設置できるよう仮組みを繰り返しました。また、高さ5m、長さ20mのエア・カーテンで透明の壁をつくりました。ヨーロッパの多数の業者からサンプルを取り寄せました。最終的には5mの高さの亚克力チューブ430本を一つ一つ丁寧に立たせて設置することになりました。2つのしかけによって、クライアントのニーズを達成できただけでなく、ベストデザイン賞も獲得し、クライアントと喜びを共有できました。

3 プランナープロフィール



空中に吊り3Dの
動きを象徴的に

金 東佑さん
ピコ・インターナショナル株式会社
Account Manager
(プロジェクト・マネージメント)

ツール1

パレット・デポ



鉄道輸送・海運用の欧州製大型物流パレットを展示会・イベントの展示・装飾道具・商空間のディスプレイ什器として活用。外観面では本物のインダストリアル感や無垢の素材感が人気。性能面では躯体の頑丈さと加工自由度の高さが魅力となっている。パレット・デポでは、ディスプレイ用のユニットもラインナップし、レンタルや小口販売も行っている。アイデア次第でさまざまなレイアウトが実現できるゲームショウにて発表。初めてのお披露目の場にふさわしい空間、体験を作り出すこと。

エスコット株式会社

ツール2

TINY STAND



風景をつくる木製モバイル屋台。木材の風合いがイベント会場をカジュアルで落ち着いた雰囲気に変える。一人で工具なしで短時間のうちに組み立てられること、折りたたみ可能で持ち運びが可能といった、運用のしやすさも特長となっている。マルシェや朝市だけでなく、展示会でも使用されはじめた。

合同会社 REIVER (レイバー)

BACKSTAGE

体験型マーケティングに学び、出会う1日

2019 .8月
TORANOMON HILLS FORUM

<http://backstage.tours>

スポンサー募集開始

スポンサー・出展に関する資料をお送りします。資料送付ご希望の方および問合せは、メール(右下の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

件名: BACKSTAGE 資料請求
本文: 「氏名」「企業・団体名」「所属部署」「役職」「訴求したい内容」などを明記の上、ご送付ください。

応募フォーム



REPORT

トライ&エラーで新技術活用促す

— JCMA MICE スキルアップセミナー

MICE 産業の中核企業が参画する日本コンベンション協会 (JCMA) は2月15日、コングレスクエア日本橋で「JCMA2018年度第2回 MICE スキルアップセミナー」を開催。イベントレジスト取締役 COO の小笹文さんが「次世代へ進化する、イベントテクノロジー」と題して講演を行った。



小笹さんは、SLUSH や Salesforce などの海外の大型カンファレンスを紹介し、その演出やコンテンツなどのフォーマットが日本でトレースされる傾向にあると語った。そのなかでコミュニケーションを向上させるウェアラブルデバイス「Klik」や海外イベントで使用されている様々なプロモーション・マーケティングツールの有効活用する手法も説明した。

ト関係者にトライ & エラーを前提としたツールの積極活用を訴えた。ツールの導入のためには、その有用性を共有し、前向きな姿勢で進め、リスクよりもメリットを知ってもらう導きが重要とした。

オンラインでの来場管理については、セキュリティ面や入退場管理、ペーパーレス、会場のヒートマップなどのマーケティング活用など、多くのメリットがあり、米国ではすでに主流となっているという。また、データ連携と手軽さを兼ね備えたイベントレジストの顔認証受付システム「KAOPASS」の活用例も紹介した。

講演は IT テクノロジーの進化にともなう国内外のイベント業界の急速な変化を可視化できる豊富な事例・サービスの紹介を軸に、今後見据えるべきテクノロジーへの対応について、具体的な提案が盛り込まれたイベント従事者への How to 的な構成となっていた。国際会議などの実務経験豊富な聴講者がしきりに頷きながら話を聞く姿が見られ、講演の後に開催された懇親会でも、活発な意見交換が行われた。

小笹さんは「海外ではイベントテクノロジーの活用が進んでいる」とし、参加したイベン

元エクスペディアのリー氏が社長就任

— hi Japan

ホテル向けスマートフォンレンタルサービス「handy」を展開する handy Japan (株) は、hi Japan (株) (以下 hi Japan) に社名変更した。代表取締役社長には、エクスペディアを日本国内で普及させたピーター・リー氏が就任。動画サービス DAZN のマーケティング&パートナーシップ本部長、レゴランドの親会社であるマーリン・エンターテインメント・ジャパンの代表取締役を歴任したリー氏は「あらゆる旅行者へ価値ある旅行体験を提供し、観光業界に新たな風を吹き込む」と意欲を見せている。



今回の社名変更により、スマホレンタル事業の枠を超えて、『旅マエ〜旅ナカ〜旅アト』の全てのフェーズにおいて、旅の総合プラットフォームとしての躍進を目指すという。



非日常へ誘う新カタログ発行

— モニック (株)

チェアやテーブルなど高級感のある家具をイベントに提供するモニックがこのほど、新しいカタログを発行した。



Vol.5 となる今回は巻頭で、「感動と出会う」「唯一無二の空間」といったテーマのもと、スポーツやガーデンパーティなどさまざまなシーンで同社の豊富なラインナップを活用するコンセプト提案を行っている。

イベントを、もっとラクに、 もっと楽しくできるはず

主催者の方々には、イベント参加者を満足させることに集中して欲しい。そんな想いから生まれた、イベント主催者向け情報サイトが「イベントバズール」です。イベント会場、集客ツール、運営サービス、ケータリング、などなどイベント開催に欠かせない情報を、ワンストップでチェックできるサイトを目指しています。

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。

ただいま、リニューアル中
もう少々お待ちください

今なら無料
掲載社・サービス・イベント告知 募集中

- イベントスペース event space
- 集客・運営ツール management tools
- イベント告知 event
- ケータリング catering
- ノベルティグッズ novelty goods

<http://eventbuzzle.com>

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)

主催者インタビュー

トレードショーは「弱いつながりの強さ」がイノベーションを生む創発の場へ

JTBグループのJTBコミュニケーションデザインで、展示会の主催・共催事業を展開しているトレードショー事業部。コミュニケーションデザイン事業を推進する同社が考える現在のトレードショーの意義、展示会づくりのプロセスについて、トレードショー事業部事業推進局局長の渡邊明督さん、同局の野中隆児さん、門野淑香さんにお聞きした。



パラダイムチェンジするトレードショーにどう向き合うか



局長
渡邊 明督さん

渡邊 トレードショーのパラダイムチェンジは確実に来ているということを前提に、展示会の主催・共催事業に向き合っています。

もともとトレードショーは「Selling and Buying products」の場で、いまもその機能はありますが、大きく変わりつつあります。

過去において、従来型のトレードショーが機能していた理由は、日本経済が右肩上がりに成長し、国内需要だけで企業の生存が成立していたことが一因です。一方で現在の成熟期の日本においては、取引は日々の営業活動で完結しています。欧米の物理的に広大かつ多様なマーケットと比べ、顧客との接触頻度と密度が非常に高い状況にあるのです。

さらにグローバル化する社会において、展示会はパラダイムチェンジを求められています。これまでは、サプライチェーンにおいてエンドユーザーと最終製品をつなげることに比重がおかれていましたが、これからは、川上、川中、川下どのシーン、どの組合せであっても、新しい取引やビジネスを成立させる多様性が重要です。こうした新しいトレードショーを目指し設計しています。これは共創による創発の場づくりです。

成長経済においては既存のリレーション強

化が大きな意味をもちましたが、これからはこれまでにない多様な出会いの「Strength of weak ties(弱いつながりの強さ)」を多くもつことがビジネスとイノベーションを生み出します。そのような考えのもと、たとえば「nano tech」では単独展示会として開催するのではなく、専門性の高い12の展示会を組み合わせることで「弱いつながりの強さ」を実現していくことを考えています。

nano tech 担当して3年 展示会づくりの醍醐味とは



野中 隆児さん

野中 「nano tech (国際ナノテクノロジー総合展・技術展)」を担当して3年になります。学生時代文系だった私にとって、「ナノテク」は未知の分野でした。展示会づくりのアプローチには2通りあって、イベント運営のオペレーションの側面と、専門展として企画するプロデュースの側面です。前者のオペレーションは細かい気配りから収支の管理など、弊社で蓄積され体系化されたスキル・ノウハウを先輩方から学んでいます。一方、後者のプロデュースに必要な専門知識の習得は相当な時間が必要で、理解しきるのは難しいと感

じていますが、インターネットや書籍を通じた情報収集と、実際に出展や来場をされる方へ直接、徹底的に聴くことが大事だと思っています。よく渡邊からも、ウェブや書籍から得られるドライな情報と、お客様から得られるウェットな情報を掛け合わせるのが重要だと言われています。

「nano tech」では毎年、主催者企画として特別シンポジウムを実施しており、今年は「全固体電池」と「マテリアルズインフォマティクス」に関するセッションの提案から講師折衝までを担当しました。ナノテクノロジーが世の中の何にどう役立っているのか、いまでも難しくわからないことも多く、10年、20年のスパンで開発が進む世界で、すぐに変化を目にするわけではありませんが、「未来の変化へのスタートライン」を作っているという実感がやりがいです。

ASTEC/SURTECH 担当して4年 いかにもビジネス機会をつくるか



門野 淑香さん

門野 私は「nano tech」と同時開催の「ASTEC (先端表面技術展・会議)」と「SURTECH (表面技術要素展)」を担当するチームに4年在籍しています。2展とも、広く

いけば表面処理・界面科学分野の展示会です。私も文系出身者で、最初はわからないことも多くありました。表面処理と一口に言っても、メッキ業界、塗装業界、表面分析装置メーカーなど、関連業界から多岐にわたって出展されます。さまざまな業界から集まっていた分、専門性に期待をした来場者さんが集まる密度の濃い場になっています。

現在は、出展営業、広報、セミナープログラム策定のための事前準備から実施までなど幅広く行っています。また、今年のセミナーでは、「表面技術会議のセミナー」、「トライボロジーに関するパネルディスカッション」を担当しました。パネルディスカッションは、これまでクロズドで研究開発していたものをオープンイノベーションに近づけようという考えのもと、メーカーや商社10社が一同に介したものの。最近の大企業の展示会活用方法にも言えますが、いかに共創できるか、そのようなビジネス機会をつくるよう企画しています。

醍醐味は、日常では決して知る由のない、業界のイノベーション情報や技術を知ること。また、出展者さんと近い距離で日々接して、信頼関係を育んでいけることも魅力です。

* * *
野中さん、門野さんが担当したセミナーには通路までひたが溢れていた、とうれしそうに話す渡邊さん。企画とオペレーションを分業化しない方針は、お客様の意思を汲んで企画した担当者が会期中の運営にも携わることで、お客様の思いの実現までお手伝いすることができる。日々の作業は効率化しても、お客様とのコミュニケーションとその実現のプロセスは効率化しない。なぜならば展示会はお客様とともに作るものだから。「僕らも展示会で共創と創発に取り組んでいます」と話す。

EVENT MARKETING

FREE PAPER

読者Profile

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、マーケター・イベントター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、イノベーター、イベントマーケター、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。

大手メーカーマーケター

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



「編集長に叱られる」とは

「あのイベントって誰がつくっているの？」
「このムーブメントはどう起こしたの？」
本紙月刊イベントマーケティングの編集長・樋口が、毎回イベント主催者、プロデューサー、クリエイターなど、旬なゲストの皆さんをお招きし、「なぜ」「どうして」とギモンを投げかける公開インタビューイベントです。イベントの未来をつくる105人（右下参照）との共催で、2019年1月から虎ノ門ヒルズフォーラムで月1回開催中。“叱られたい”という参加者もいるようですが、叱れない疑惑も浮上しているとか。真相は、次回3月に会場でお確かめください。

誰でも挑戦していい場所をつくる

Slush Tokyo CEO 古川遥夏さん



「編集長に叱られる #01」(1/31)では、Slush Tokyoの新CEO古川遥夏さんをゲストに、Slush Tokyoについてお話をいただきました。すでに2/22・23に終了したイベントのため、古川さんがCEOに就任したなりそめや、Slush Tokyoのつくり方を中心にお伝えします。

古川さんがCEOになって初のSlush Tokyoは今回の2019年ですが、彼女がSlushを知ったのは3年前の2016年、ボランティアとして参加したのがきっかけ。当時スタートアップという言葉も知らず友達「古川は絶対来た方がいい」という言葉と、英語が話せる場所があるならばと軽い気持ちで飛び込みました。

CEOへの打診に3時間で決断

Slush TokyoのFounderで前CEOのアンティ・ソニンさんに、

古川さんの魅力を聞くと3つ挙げてくれました。「エネルギーであふれている。Slushにはエネルギーが大事」、「国籍や年齢、バックグラウンドを問わず知らない人にも遠慮なく声をかける性格。コミュニティづくりにとって大事な強み」、「アグレッシブな目標を立てて、結果を出しながら、周りのメンバーにも自信を持たせることができる」。Slush Tokyo2018が終わった週に、アンティさんから「Slush TokyoのCEO興味ない？」と誘われます。直後は自信がなさすぎて絶対にできないと思っていたけれど、3時間後には「OK！」と返事をしたそう。

目的はイノベーターを生み出す

Slush Tokyoの収入はスポンサー、出展者、コラボレーションパートナー企業と参加チケット代。黒字で運営しているという。非営利団体のため、利益優先ではなく、最終目標は、「コ

ミュニティから次世代の革命家、イノベーターの人たちを生み出すこと」だ。また、スピーカーには世界的なビックネームもいるが、こうした趣旨に賛同し、次世代の人たちのためにというペイフォワードの精神で、登壇料の支払いは行っていない。

今回、「編集長に叱られる」の参加者から「どうすればイノベーターな雰囲気がつくれるのか」という質問も。古川さんは「新しい何かに挑戦するときの気持ちを考えてみてほしい」、とし「きっと心配だ、孤独だとネガティブな感情に一瞬なると思う。不安だけどやってみようという気持ちには後押しや勢いが必要。だからイベント空間の演出では、ドキドキ感やワクワク感をつけている」と回答。たとえば、メインステージのレーザー照明や鼓動を打つようなドツツ感のある音楽もそう。また、人の意見を否定しない、Yes.andを心がけている。会場では上下関係を意識して硬くならないよ



Slush Tokyo CEO 古川遥夏さん



運営は400名のボランティアで



次世代のイノベーターを生む場に



第1回目は叱れませんでした

う、敬語禁止、ネクタイ禁止として、誰でも発言している、挑戦していい場所をつくっている。



第2回ゲストの山名清隆さん

最初はみんな孤独。でも、一歩踏み出すと仲間が見つかる

ソーシャルコンテンツプロデューサー山名清隆さん

「編集長に叱られる #02」(2/15)では、ソーシャルコンテンツプロデューサーで広報企画会社スコップ代表の山名清隆さんをゲストに、SOCIMO(ソーシャルモチベーション)のことで、公共的プロジェクト継続の仕組みづくりなどをお聞きしました。さいきんのイベント参加者の傾向として、企業の組織人としてだけでなく、個人としてイベントに関わることがふえてきたように思います。変化する参加マインドに合わせたイベントづくりにもSOCIMOのエッセンスはヒントになるのではないのでしょうか。

やりたいことをしよう

山名さんのプロジェクトは、「キャベツ畑の中心で妻に愛を叫ぶ」や「東京カンパイ自動車」など、ついひとに教えたいものばかり。

プロジェクトはすべて社会実験のようなものと話す山名さん。「キャベツ畑の中心で妻に愛を叫ぶ」の場合

は、文字通り、蕎麦村のキャベツ畑の真ん中で妻に向かって愛を叫ぶシンプルイベント。愛妻家という未確認生物がいるかどうかの社会的実験だったと話します。当初、予算ゼロでしたが、リリースを出すことでテレビ局や新聞社が取材に来て、広まり、盛り上がりを受けて、地元役場では雄叫び台を設置。愛妻の丘として観光名所にしたり、「愛妻家に注意」という洒落た標識にしたりと、実験は地元にはっきりと根づいていきました。「東京カンパイ自動車」も道路の開通式をパーティ化したものですが、主催者側から「もう開通式という時代じゃないんじゃないか」という声に「じゃあ、やりたいことをしましよ」と提案したものだそうです。

個人のハートの形を変える

これまでは社会システムがあって、行政が動いて、ビジネスが動いて、社会が変わるという流れだったのを、「個人の中にあるハートの形が変わっ

て世の中変わるんだ」ということを、体験した山名さん。ソーシャルイノベーションやソーシャルデザインといった言葉がいまのように溢れていない時代から「社会と個人がダイレクトにつながるとき、人はこれまでにない大きな力を発揮する」と気づき、意図して取り組んできました。

大事なことは、多少恥をかいても、自分でまず言ってみたり、やってみたりすること。そうすることで、それをみたひとは「自分以外にも居んだ！」と安心するそう。最初はみんな孤独。でも、一歩踏み出すと仲間が見つかる動き出すのが山名さんのいうソシモマネジメントです。「編集長に叱られる」では、「ソシモマネジメントのための6つの能力」「ソーシャルスペーススパイラル理論」「ムーブメントステップ(渦巻き作り)」などが図解入りで披露されました。スライド資料はイベントの未来をつくる105人のFacebookページでもシェアします。

イベントの未来をつくる105人とは

時代とともに進化していくイベント。

そのイベントの未来の形を考えながら、これから活躍する人々や技術を開発し、イベントのつくり方などをサポートしていく、5年後10年後の未来を探るコミュニティです。

2018年8月29日にキックオフをして、2019年からボードメンバーが企画するイベントが本格的にスタート。月刊イベントマーケティングとコラボした「編集長に叱られる」といったコミュニティの入り口のイベントや地域創生をテーマにした専門性のあるイベントなど、続々とシリーズイベント企画を実施。年間を通じて、イベントの未来を考え、つくっていきます。



「愛妻家に注意」の看板!?

- ①サブカル化する
引いて見る、別の角度で見る
- ②ポップ化する
ネタ化する、ダジャレ化する
- ③リズム化する
軽くする、明るく、ノリやすくする

SOCIMOの流通に大事な3つのポイント



第2回目も叱れませんでした





#10 Largo

リブランドコンセプトショップの コミュニケーション戦略

マーケティング施策を再考している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。

* * *

ユーシーシーフードサービスシステムズ(株)では、Largo Café & Bar Lounge presented by UCC 横浜公園店にて「Largo <>

antenna* チャンピオンバリスタとエスプレッソの楽しみ方講座」を開催。エスプレッソ専門店 Largo の店舗を会場とした企画意図とは。

Q. なぜ講座を企画したのですか

「エスプレッソ」って、みなさん普段からカフェラテ等で口にする機会は多い割に「真のコーヒー好きのための飲み物」みたいな印象があって、

図●「Largo <> antenna* チャンピオンバリスタとエスプレッソの楽しみ方講座」‘普段提供している場をみせる’でイベント化する

エスプレッソの知識を深めながら、実際にチャンピオンバリスタ梶谷さんのエスプレッソ抽出と味わいを体験!

▶チャンピオンバリスタから学ぶエスプレッソ



◀コーヒーについてトークセッション

バリスタ梶谷理早さん × antenna* 編集長 小川智宏さん
antenna* 編集長が橋渡し役になって深掘りすることで、antenna* 記事を読んでいるようにトレンド情報としてエスプレッソ文化に触れるような設計に



寺澤 希さん
Largo Café & Bar Lounge
presented by UCC
横浜公園店 店長

ければと思っています。

Q. イベント(体験型マーケティング)からの価値をどう感じていますか?

当店のようなセルフスタイルの店舗ですと、なかなかお客様とじっくりとコミュニケーションをとることができません。ですので今回のように直接説明を行いながら試飲していただき、その場で生のお声や感想が聞けるのは貴重な機会でした。いただいた新鮮な反応や、商品に対しての嬉しい感想を社内でも共有することで、今後の運営に活かしていきたいと思っています。

Q. 今後、継続の可能性は

店舗がOPENした当初から、セミナーやイベントをやりたい思いがありましたが、どのようなイベントがエスプレッソの美味しさや楽しさを実感いただけるか試行錯誤の状況でした。今後は、今回の試みを一つの実践例として、頻度高く、満足度高の mindset で引き続きイベントを行っていきたくですね。コンセプトショップとして、イベントの実施を含めた情報発信は常にしていきたいと思っています。

心理的なハードルが高く、受け入れられづらい部分がある、という感覚があったんです。そこでイベントで体験の場を設け、一般のお客様を対象に、淹れ方の行程なども説明しつつ「心理的なハードルを低くしながら、エスプレッソの文化やお店について知っていただく」ことを試みました。飲んでいただければ、美味しさを感じていただける自信はあったので。

Q. エスプレッソ体験だけでなくトークセッションなどを入れた狙いは?

antenna* 編集長に司会進行・対談相手を務めていただくことで、「一般のお客様」と「普段エスプレッソを扱っているプロ」の間の橋渡しをしていただきました。編集長にエスプレッソ文化を「一般的に解釈しやすいもの」へと通訳していただくことで、「エスプレッソ=馴染みやすく、トレンドなもの」という見せ方を試みました。また、お店で普段から提供している「エスプレッソ」「カフェラテ」を体験項目の要としてイベント化することで、エスプレッソすべてを楽しめる場所として認識いただき、また足を運んでいただ



2月9日に行われた「Largo <> antenna* チャンピオンバリスタとエスプレッソの楽しみ方講座」

コンセプト提案と品揃えで総合カアピール

—— アディスマユーズ

マネキンや仕器のレンタルおよび商空間の内装や展示会の装飾を手がけるアディスマユーズは、1月23日から25日、東京都日本橋で展示会「ADDIS WAY」を開催した。

今回は、店舗や商業施設のテストに合わせた5つのカテゴリをひもづけて、コンセプト提案も行われた。

たとえば、中高生ファッション向けカテゴリの「TEEN」は、大人

と子供の狭間で供給の少ない10代のマネキン「Chocolat」とカワイイ仕器の「Corner」で構成している。

会場内では展示ブースやイベント空間、商業施設などさまざまな業態・施設の豊富な事例も展示。そのほか、切り文字、簡易ステージ、マネキンや仕器を Web で注文できる「デコルゼ」などグループ会社・協力会社のサービスが一堂に集約。同社の総合



ディスプレイ業としての存在感を示す催しとなった。

クリエイティブ促進する新社屋

—— サクラインターナショナル

サクラインターナショナルは、東京本部を江東区木場に移転した。

新オフィスは、会議室やリフレッシュルームの拡充や、今後の事業拡大を見越してこれまでの約2倍の床面積。執務スペースは公園をイメージし、緑と木目で構成。クリエイティブを促進させそうだ。一方、展示会事務局支援のセクションでは、個人情報保護の観点から、セキュリティ

ティを強化するなど多様な働き方に対応するオフィスとなった。

【新住所】
東京都江東区木場2-17-13
第二亀井ビル5F。電話 FAX は変更なし。



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!

オフショも充実! 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

antenna* TOKYO LIFE

EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

新しい会場 / 会場の新しい役割

次の3月31日号で特集します
新しい私も見てね♡

- 4月30日 集客を増幅させるテクノロジー
- 5月31日 企業イベントの現在と未来
- 6月30日 映像・照明・音響、イベント演出の最先端
- 7月31日 イベントのケータリング
- 8月24日 BACKSTAGE 直前

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)

ユニークベニューモデルイベント体験レポート <後編>

群馬県 MICE 地域連携で MICE 誘致するには

1月16日・17日の2日間にわたり、群馬県内を巡るユニークベニュー*利用促進に向けた地域連携モデル構築事業モデルツアーが行われた。2回に分けて、レポートする。後編では、2日目に訪れた世界遺産で国宝にもなっている「富岡製糸場」を中心に、魅力的な候補地も合わせて紹介する。

*「ユニークベニュー (Unique Venue: 特別な場所)」とは、「博物館・美術館」「歴史的建造物」「神社仏閣」「城郭」「屋外空間 (庭園・公園、商店街、公道等)」などで、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場。

1月17日、モデルツアー2日目の朝。宿泊した伊香保温泉街の旅館・福一で、渋川市の高木勉市長は「日本のまんなか 水と緑といで湯の街 渋川市 ユニークベニューのご案内」と題し、自らプレゼンテーションを行った。福一をはじめ伊香保温泉では JTB の温泉 MICE の取組みに賛同、近隣 45 の旅館・ホテルを合わせて総収容人員は約 7000 人とした一覧表を作成、分宿での MICE 受入体制も整える。また市のユニークベニューを8箇所紹介した。

伊香保温泉からバスで出発し 10 分ほど、高木市長からも紹介のあった、「ハラ ミュージアム アーク」を訪問した。青野和子館長の案内で、みせる開架式収蔵庫や特別展示室、ギャラリーを見学。イベント貸出スペースと庭を活用して結婚式や車の展示会などの実績があり、今後企業利用などの事例をふやしていきたいと館長は話す。

再びバスで約1時間15分ほど、少し南下して甘楽町「楽山園」へ。風景が一変して、江戸時代初期に織田氏によって造られた藩邸建物跡と藩邸に付属する庭園に降りる。藩邸建物は平面表示という方法で間取りを再現。庭園は池の周りに築山や茶屋を配した池泉回遊式の大名庭園で群馬県内に唯一残る貴重な歴史遺産となっている。ここでも甘楽町の茂原荘一町長がツアー参加者を出迎え、庭園をともに歩きながら丁寧なガイドをされた。

富岡製糸場

いよいよ、ツアーの最終目的地である「富岡製糸場」へ。明治5年に操業、昭和62年まで稼働した日本の近代製糸発展を支えた工場は、現在は富岡市が保存・管理する。5万5000㎡の敷地には細かく100棟もの建物が並び、一つの街のようだ。2014年に世界遺産に登録されてから海外からの一般観光客や団体での訪問も多いという。国宝「西置簾所」保存修理工事、140mの線系所を見学した。

・富岡製糸場 模擬セミナー

模擬セミナーは、長さ100mを超える木骨レンガ造りの東置簾所で行われた。荻澤滋群馬県副知事、榎本義法富岡市長が挨拶をした。その後、富岡市世界遺産部で富岡製糸場の保全保存活用の担当者がプレゼンテーションで2020年秋には保存修理工事の「西置簾所」にハウ



模擬セミナー

▶模擬レセプション



スインハウスのガラスの多目的ホールとギャラリーがオープンすることを発表。会議・セミナー・講演会・展示会・コンサートなどで利用可能となる。200人を収容する。

・富岡製糸場 模擬レセプション

模擬レセプションは、首長館(プリユナ館)で実施。指導者として雇われたフランス人ポール・プリユナが家族と暮らしていた住居で、後に工女の寄宿舎や教育・娯楽の場として利用された場所を活用。エントランスには絹を使った



行灯でやわらかく足元を照らし、当時から使用されていたピアノ演奏は富岡製糸場ならではの感じるもてなしが細部にほどこされた。地元食材でイタリアンを提供するシェフは食事だけでなく、空間コーディネイトも実施。市の貸館事業として対応した担当の岡野さんは「ユニークベニューとして初の貸館事業。歴史のつまった場所を活用いただくことで記憶を引き継いでほしい」と語った。

ココに注目

ユニークベニュー候補地

ハラミュージアムアーク

ロケーションとしては、視線の先に広告的な掲示物や高い建物のない場所を選んだという美術館で、山の中腹の拓けた土地らしく、庭先には広大な芝生と空の景観が広がり、遠くに青い線を見望。館内にはそんな眺望を大人数を楽しめる幅3.6m、長さ60mある長い廊下があつて、着席型のパーティができるドリンク・フードサービス特設会場をセッティングすることができる。反対側にも同じく広大な芝生に屋外アート作品の展示された庭とカフェがあり、カフェの屋内では小規模なイベントができる。

楽山園

庭園は周辺の景観に電線などが写り込まないことで、テレビドラマや映画の撮影場所としてもよく利用されている。時代を超えた風景の再現性だけでなく、世界観のあるイベントが作りやすいところに企業やブランド活用のメリットが生まれそうだ。また、楽山園とつながっており、一体施設として管理されている。また、楽山園には茶室があり、研修施設としての利用も。温かい食事の提供が可能。



「ユニークベニュー利用促進に向けた地域連携モデル構築事業」とは

観光庁がユニークベニュー開発に積極的に取り組む地域をサポートする事業で、1件あたり800万円を上限に、モデルイベント開催やユニークベニュー普及啓発・情報発信を支援対象にしたもの。平成30年度は、群馬県産業経済部(群馬県)のほか、泉佐野市生活産業部(大阪府)、広島市経済観光局(広島県)の3地域が採択された。

Graphic with the large Japanese character '研' (Ken) and the text 'Venue Event Community'. Below it, a paragraph reads: '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'.

Diagram showing a floor plan with yellow lines representing electrical wiring. Text includes: '65', '100%', '処理能力 需要', '電力', '展示会場以外の電気工事ができる事ももっとアピールしたほうが良いんじゃないの?', '最近虎ノ門ヒルズフォーラムを始めとした様々なカンファレンス施設での工事が増えてきました。ホテルマンに近い対応を心がけています。', and '株式会社 鈴木電機' with contact information: 〒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

イベント・マーケター向け
3月のセミナー・イベント

- 5日
IoT World Conference 2019 ~春~
@ JP タワーホール&カンファレンス (KITTE 4F)
- 5~8日
日経メッセ 街づくり・店づくり総合展 2019
@東京ビッグサイト
FOODEX JAPAN 2019
@幕張メッセ
- 第55回 2019 マーケティング総合大会
@東京コンファレンスセンター・品川
- 6・7日
サステナブル・ブランド国際会議 2019 東京
@ヒルトン東京お台場
- 7・8日
MarkeZine Day 2019 Spring
@御茶ノ水ソラシティカンファレンスセンター
- 8~17日
SXSW 2019
@オースティン・米国
- 12~15日
2019 NEW 環境展
@東京ビッグサイト
- 13~15日
Japan Drone 2019
@幕張メッセ
- ブランドサミット One to One in 沖縄
@ANA インターコンチネンタル 万座ビーチリゾート (沖縄)
- 14・15日
UFI Asia-Pacific Conference
@東京ビッグサイト
- 18~20日
CP h | Japan 2019
@東京ビッグサイト
- 23・24日
AnimeJapan 2019
@東京ビッグサイト
- 23~29日
MIT Technology & Innovation Bootcamp in Japan
@グローバルビジネスハブ東京

次号予告 45号は3月31日発行
<特集>
新しい会場/会場の新しい役割
(仮題) ほか

原宿・代々木が緑に染まる — アイラブアイルランド・フェスティバル 2019

今年6回目を迎える「アイラブアイルランド・フェスティバル 2019」が、3月16日・17日の2日間、代々木公園イベント広場で行われる。アイルランドで思い浮かべるものは聞こえて、緑豊かな風景やあるいはギネスビールと答えるひともいるかもしれない。多くはパッとイメージが浮かばないのではないだろうか。映画「タイタニック」で、民族ダンスのシーンがあるが、あの躍動的な音楽とダンスがアイルランドのものだ。

フェスティバルでは、アイルランド料理やアイリッシュ・パブ、雑貨店が並び、ステージでは音楽やダンス、ラグビーコンテンツなどアイルランドを体感することができる。セントパトリックスデーパレード東京は3月17日、13時から表参道で行われる。原宿・代々木が緑に染まる。



セントパトリックスデーにはアイルランドのシンボルカラー緑色を身に着けるのがお約束だ

<概要>
「アイラブアイルランド・フェスティバル 2019」
3月16日 (土) 10:00 ~ 18:00
3月17日 (日) 10:00 ~ 17:00
代々木 イベント広場

若手クリエイターが万博勉強会 — expo study meeting vol.1

2025年の大阪万博開催に向けて、大阪の若手クリエイターたちが動き出した。1月25日に大阪市中央区の心斎橋ビッグステップで「expo study meeting vol.01」が開催された。主催は、自社資金で万博誘致活動としてフリーペーパー「はじめて万博」を共同発行した、デザイン事務所株式会社バイスリーと株式会社人間の2社。今回は、「クリエイターはどうする? 2025 大阪・関西万博」をテーマに万博識者2名が登壇した。

「万博男」として世界に知られる二神敦さんは、万博の成功について持論を展開。また、映像デザイナーとしてミラノ万博日本館に携わった井口皓太さんは、ライゾマティクスとともに作りあげた「日本館 FUTURE RESTAURANT」の立上げ裏話を語った。万博開催の2025年まで、今回の勉強会イベント「expo study meeting」は定期開催される予定。



主催者の挨拶。左から吉田さん(株式会社バイスリー)、山根さん(株式会社人間)、花岡さん(株式会社人間)、栗原さん(株式会社バイスリー)

新設“大阪万博@イベマケonline”で徹底マーク

今回の expo study meeting vol.1

の詳細レポートのほか、万博に関する最新動向をお届けします。サイトは右のQRコードから。



業界経験者大歓迎!!

案件増加につき、全拠点にて 新たな仲間を大募集!!

<募集職種>

- ・ イベントプランナー
- ・ グラフィックデザイナー
- ・ 現場施工管理者
- ・ 倉庫管轄者

ジャパンレントオール

イベントレンタル事業
イベントプロデュース事業
フランチャイズ事業

お問い合わせはコチラ↓↓
<Tel>
0120-880-688
<Mail>
info@japan-rent-all.com



一緒に素敵なイベントをつくりませんか?



ジャパンレントオールグループの 各ホームページリニューアルオープンに伴う web 管理者募集!

- 業務内容：制作会社と連携を取り web ページの制作、維持・管理・デザイン業務等
- 必須スキル/経験：
 - ・ web 制作の実務経験 2年以上
 - ・ Illustrator/Photoshop での制作経験がある方
 - ・ HTML(5)、CSS(3) の知識がある方・PC サイト、スマートフォンサイト、レスポンシブサイト等の構築経験がある方
- 勤務地：本社 (兵庫県神戸市西区)
または東京支店 (東京都中央区八丁堀)

☆まずはお問い合わせ下さい

JEP ジャパンイベントプロダクション株式会社

Tel 078-917-8805 担当：藤井