

EVENT 132 MARKETING

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 4F-A
TEL03-6721-5303 sofufu@event-marketing.co.jp

特集 AI × イベント
イベントの仕事はどう変わったか

展示会開催宣言！
RX Japan 合同会社
総務・人事・経理 Week
事務局次長
山口 峻太さん



TAKE FREE www.event-marketing.co.jp

知能と感覚が出会う場所で



THE SANCTUARY: Installation view of Machine Dreams: Rainforest©iO, DATALAND, Los Angeles, CA, June 20, 2026 – January 31, 2027. © 2026 Refik Anadol Studio on behalf of DATALAND. Photo: Refik Anadol Studio

米国ロサンゼルスに、世界初の AI アート美術館「DATALAND」(写真)が誕生した。人間の想像力とマシン(機械知能)の創造可能性が融合する空間は、単に AI の絵を飾る場所ではない。空間そのものが知能を持ち、来場者の全感覚と対話する——次世代の体験型メディアの形がここにある。

テクノロジーパートナーとして日本のエプソ

ンのハイエンドプロジェクターが採用されていることも、世界最先端の AI アートを形にするのが日本のプロジェクション技術だと知り、嬉しくなる。

チケット料金は 59 ドル(約 9,500 円)。自分がどう楽しめるのか、その場に身を置かないと感情がどう動くかはわからない。けれど、未知の“体験の物理的スケール”は、“思考の

拡張”と連動する予感がある。

モノ消費、コト消費、トキ消費、イミ消費——消費行動の変化が語られてきた。AI 時代に価値の中心へと浮かび上がるのは、体験そのものの不可逆性と、そこで生まれる共感ではないだろうか。

3m × 3m の展示会小間のマーケティング空間にも、25,000 平方フィートの AI アート美術

館にも、夢がある。スケールは違っても、人が空間に身を置き、感覚を開いて何かと出会う——その本質は変わらない。

AI が体験の設計に加わる時、何が生まれるのか。この問いは、実は人は何をすべきか、人間らしさってなんだっけ、という問いでもあった。

(編集部・樋口陽子)

リアルもオンラインも ビジネスイベントを もっと簡単に

イベント主催者の悩みをすぐに解決できる
イベントマーケティングプラットフォーム

お問い合わせはこちら



充実した機能

オンライン決済 / 領収書データ発行(インボイス制度対応)
QR コードチェックイン / 来場者・視聴者トラッキング
ビジネスマッチング / タイムテーブル / 抽選(事前審査)
プロモーションコード / 来場通知メール and more...



BtoB イベント実績多数

ビジネスカンファレンス / セミナー・ウェビナー / 展示会
プライベートショー / 自治体主催イベント
ユーザーコミュニティ / マーケティングイベント / ミートアップ
リアル・オンライン・ハイブリッドイベント



イベントレジスト株式会社
<https://eventregist.com>



AI × イベント

イベントの仕事はどう変わったか

イベントマーケティングの現場でAIはどこまで浸透しているのか。編集部ではイベント・マーケティング担当者を対象に実態調査を実施した。回答いただいた54名のうち、9割以上が、組織または個人でAIをすでに活用していると回答。活用領域で最も多かったのは「企画・提案資料の構築」「チーム内連携・情報共有」「集客プロモーション」で、日常業務への浸透が進んでいる実態が浮かび上がった。利用ツールはChatGPTが最多で、ClaudeやGeminiが続いた。一方、今後の意向では「積極的に活用・拡大したい」が約8割を占め、現場の前向きな姿勢が際立った。自由回答には現場ならではの言葉が並ぶ。「起案と意思決定が人間、プロセスを補完するのがAI」「AIを使うほど、逆に人にしか担えない部分が明確になっていく」——作業の効率化が進む一方で、判断・責任・偶発的な出会いといった領域は、依然として人が担うべきものとして語られた。

情報の整理や最適化が進むほど、人と人が出会い、関係を築き、新たな価値を生み出す場としてのイベントの意味はむしろ際立つ。

「Face to Face」の価値が問われる時代に、AIは人の役割を再定義する鏡として現場に浸透しつつある。

事例1 イベントレジスト株式会社

機能は同じでも、サービスは違う

AI時代のシステム設計思想

来場者の受付・イベント管理システム「EventRegist」の提供とともに、イベント運営のサポートも行うイベントレジスト。同社COOの村松烈さんは「先行しているのは開発の現場で、エンジニアがコードをAIで生成し、最後の確認・承認だけ人が担っている。」と話す。

一方、イベント運営の現場では、事務対応のチャットボット、メール案内文の作成、多言語翻訳、議事録やレポートのたたき台づくりといった定型業務で、生成AIを活用した効率化が進んでいる。しかし、チケット팅はEventRegist、メール配信は別のマーケティングツールというようにシステムは分散しており、これらを一つのAIでつなぎ込んでいる主催者はまだ少なく、システム間をつなぐ役割は今のところ人間が担っている。

広がる可能性

メディアカ×データ資産活用

今後AIの活躍の場とし

て村松さんが期待しているのは、パーソナライズとダイナミックプライシングだ。

イベントレジストは日本経済新聞と資本業務提携しており、「メディアカ・信頼

性」と、イベントレジストの運営データを掛け合わせることで、より精度の高いパーソナライズが可能になる」という。すでにマッチングサービスでは、参加者の行動データから「会った方がいい人」をAIがレコメンドする仕組みが出てきている。以前は参加者リストから自分でアポイントを取るのが一般的だった。

チケットの価格設定についても、現在は前年の結果と担当者の感覚で決めているのが実情だ。航空・ホテル業界のように申込状況やアクセス数に応じてリアルタイムに価格が変動する仕組みが、ビジネスイベントにも広がる可能性があるという。「年1回のイベントだと、売れなかった検証は1年後になってしまう。それをもっとリアルタイムに変えられるように



イベントレジストを含む3社による共催で、企画・運営までをトータルに手がけたカンファレンス「BACKSTAGE」

なっていくのでは」と話す。

暗黙の判断軸をAIに学ばせる

AIがコーディングできるのなら、EventRegistのようなSaaSは不要になる日が来るのか——という問いに村松さんは「AIで当社と同じ機能をもつシステムを作ったとしても、同じサービスにはならない」と答える。同業他社も同様で、機能は大きく変わらなくても、設計思想とそれによる細部の仕様で利用者にとって優劣が生まれる。たとえばEventRegistでは、購入者の要請だけでチケットがキャンセルされるわけではなく、主催者の

警備のプロJSSがイベントを守りサーバーも守る

施設警備
航空保安警備
イベント警備
身辺警備
交通誘導
保安警備

事前に“2つの盾”で攻撃対策！

KATABAMI VDP
ネットワーク内からVPNの脆弱性を**定期検診**。発見した脆弱性に対する改善策を提示！

KATABAMI CRA
有事のダメージを最小化、迅速にバックアップデータで**復旧可能！**

KATABAMI Security System

<https://www.j-ss.jp/>
東京 神奈川 千葉 大阪 宮城

ショーテクニカルセンター、始動。

まじめに、まっすぐに。

Ray

株式会社レイ ショーテクニカルユニット

東京事業所	〒143-0006 東京都大田区平和島6-1-1 TRC A棟6F (AE6-5) TEL: 03-5767-5910
関西事業所	〒537-0002 大阪府大阪市東成区深江南3-1-3 TEL: 06-6972-3066

<https://showtech.ray.co.jp/>

詳しくはWebをご覧ください

承認が必要な仕様となっている。手間がかかるように見えるが、トラブル回避や事業者側のリスクヘッジとなる。必要な制限をかける思想が、イベント運営を支えている。

また、今後の AI 活用のポイントについて村松さんは「暗黙の判断軸の学習」と考えている。新人と熟練のスタッフでは、同じ問題でも解決法と結果が異なることがよくある。熟練者の判断はプロセスが明確には見えないが、多くの経験からの最適解を出している。暗黙知を AI に学習させ精度の高い回答を出させるのが、AI 時代のサービス品質を左右するという見立てだ。

個人情報をもく扱うイベント運営の現場では、AI へのデータ提供が新しい論点になっている。参加登録者の個人情報については申込時に許可を得ているが、AI での利用について明記されていないことも多いという。データを AI にどう使わせているかを明確に説明できる"透明性"、AI ポリシーの整備が今後の課題となりそうだ。

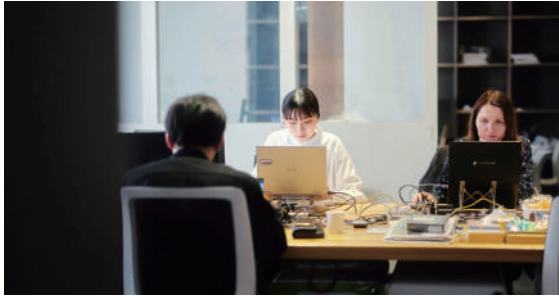
定型業務は AI に委ね、設計思想や暗黙知の活用は人が担う——この役割分担をどう設計していくか、イベント企業のカギとなりそうだ。



イベントレジスト株式会社
COO
村松 烈さん

事例2 シンユニティグループ

水を再現する職人の技術から 美意識と尖鋭化が問われる時代に



映像や音響、照明などを組み合わせた空間演出を手がけるシンユニティグループでは、多くの工程で AI が活用されている。演出空間の完成予想図「パース」は、建物の写真にプロジェクトアクションマッピングを合成し、テキストで指示を出すだけで、夜景に映える完成予想図が数十秒で仕上がる。これまではクリエイターに依頼して 4、5 日かかっていたから、時間短縮効果は大きい。「AI の価値は、単に作業を速くすることだけではありません。構想段階で複数の表現案を短時間で検証し、演出意図に合う方向性を見極める。その判断材料を増やせることが大きい。企画提案用のサンプル制作でも、初期段階の仮説検証や表現の探索に AI を活用する機会が増えています」とシンユニティグループの長崎英樹さんは語る。

AI を使った制作フローの一例では、まず 2D 画像で狙いとなるビジュアルをつくり込み、

イメージ通りになるまで修正を重ねる。そこから、一枚の平面画像を起点に 3D モデルを生成し、立体物としての見え方や、空間の中でどのように動かすかを検討していく。さらに、静止した CG に骨格・関節を組み込む"リギング"や、背景と合わせた映像化まで、AI を活用できる領域は広がっている。

通常 1 か月かかる作業が、1 日でできる。そのクオリティと AI を扱うスキルも向上し、サンプルとしてだけでなく、現場で投影できるレベルまでつくれるようになってきた。

しかし、シンユニティには、大規模なプロジェクトや精細さが求められており、依然として人の手に委ねられるクリエイティブも多い。

シンユニティでは使用する AI ツールを社内ですべて統一しておらず、各メンバーが自由にツールを使い分けている。「ありとあらゆるものを試して」という方針だ。

最大公約数にならない 独創性とバランスの緊張関係

これまで映像制作の現場には、特定の表現



シンユニティグループ
取締役
プロデューサー
長崎 英樹さん

に特化した「専門職人」が存在していた。代表例が、水の流れや質感をリアルに再現する「水クリエイター」だ。映像の冒頭に水面が映されて、その出来栄で映像のクオリティを表していた。しかし「今は綺麗な水を作るならプラグインや AI ができる。指示通りに品質の高い映像をつくるだけでは、差別化が難しくなっていくでしょう」と長崎さんは予測する。

技術力が評価軸だったこれまでと違い、美術への根本的な理解や独創性、高い美意識をもつ人材が求められる時代に移りはじめている。シンユニティでは映像制作ソフトの使い方を学んだ人材よりも、美術・芸術を根本的に学んだ人材を積極的に採用するようになった。彫刻を専門的に学び、入社時点では映像制作の経験がなかったメンバーもいる。

AI は学習するほど平均値に近づき、尖った表現は人の手に残る。バランスが取れすぎたものは「最大公約数」的になり、面白さを失う。アートは平均の外にありつつ、全ての人ではないが一定数に評価されるもの。その緊張関係こそが、AI ではなく人がつくるクリエイティブの本質だと長崎さんは語る。

昭栄美術は循環型ディスプレイで展示・イベント業界の持続可能性に取り組んでいます。

大型3D
プリンター活用

廃棄物を資源とする
循環システム構築

FSC認証
木材使用

環境に配慮した
素材の管理及び使用

ISO認証
取得

第三者認証による
継続的な品質保証

業界に先駆けてISO20121の認証を取得し、
環境や社会の持続可能性に配慮した展示会・イベントを実現する
総合ディスプレイ企業です。

株式会社 昭栄美術

東京本社

東京都中央区明石町8-1
聖路加タワー25F
TEL：03-5148-6651

大阪オフィス/スタジオ

大阪府大阪市住之江区
南港中1-3-92
TEL：06-6613-6622

SHOEIベイスタジオ

千葉県市川市加藤新田212-4

佐倉スタジオ

千葉県佐倉市太田2153-1

UKAB Lab.

激すっばい！ 刺激系エナドリ新発売記念！

エテル

Ehtel

"Release" Party

SWAG Inc.

ただし
ただのドリンク販売
イベントでは
ありません

7/22 tue →
8/28 fri

日～木 11:00-21:00 (最終入場20時)
金・土 11:00-22:00 (最終入場21時)

#刺激エテル

SHIBUYA
STREAM
Hall

渋谷ストリームホール 4F～6F

© 2026 EHTEL. Projects by UKAB Lab. and SWAG Inc.

事例3 株式会社イベントラボ

展示会の価値と戦略
AI が変わる

展示会の事務局支援システム ECOS を提供する株式会社イベントラボでは、開発・営業の両面で AI 活用が進んでいる。

ECOS は、受付・入場管理システムから、出展者・ベンダー対応など機能を拡張しつつ、今までの形になった。現在、ゼロから「新型 ECOS」を作り直している。古い言語環境では AI 開発に対応しづらいことと、積み重ねてきた顧客要望をすべて反映しきれないことから刷新に踏み切った。

見た感じ 8 割できた
実は残りが 8 割

新型 ECOS の開発自体が、AI を前提とした「AI 駆動開発」というスタイルで進んでいる。「メンバーはプログラムを一行も書いてないです」と開発担当の岡本義和さんは話す。日本語で指示を出し、コードは生成 AI が書く。最初の段階は「パイプコーディング」と呼ぶやり取りを繰り返して基本形をつくり、そこに機能を継ぎ足していく。要件定義の資料も、グラフや画像を使った装飾的なものから、「AI に伝えればいい」というシンプルな説明書に変わった。一方で、コーディングそのものの価値は薄れ、新入社員でもベテランでも同じ時間

で同じ結果が出る時代になったという。代わりに重要になったのが、AI が出したコードの意図を理解し、判断する力だ。「算数のテストで答えの〇×じゃなくて、式とか考え方を見ている」と岡本さん。コードの中身が見えにくくなる分、セキュリティ面の課題も出てくる。

営業現場にも AI が変化をもたらしている。「システムの動作を共有するための試作画面（モックアップ）の制作は、これまでエンジニアさんに頼んでいました」と営業の齋藤優美さんは話す。今では、AI に頼めばモックアップを自分で作れる。商談の場でその場で機能イメージを見せられるようになり、同じく営業の中野元太さんは「エンジニアとの意思疎通を、AI が仲介してくれ円滑になった」という。ただし、「試作は試作、それをそのまま実装できるとは思わないでね」（岡本さん）。データ処理やセキュリティなどシステムの裏側にあるデータベース構築は、試作とは別にゼロから



つくりなおす。「見た目では 8 割できたと思う人もいるが、実際はまだ 2 割程度。ここから 8 割作っていかねばいけない」と岡本さんは話す。

100 の要望に応えられるが
多機能がいつも正解ではない

AI による開発環境の変化により、対応でき

株式会社イベントラボ

齋藤 優美さん（左）
岡本 義和さん（中央）
中野 元太さん（右）



る要望の幅も広がった。「新型 ECOS の議論だと 100 個くらいの機能を入れていただいている」と齋藤さん。

以前はコストや労力を考えて断っていた要望にも、AI の力で応えられるようになってきたという。

新型 ECOS では、来場者と出展者のマッチングを AI が担う構想も進む。出展者がリードを獲得した後の追跡メールを、来場者の回遊データをもとに AI が自動生成する機能への要望もあるという。

一方、機能を増やしすぎて、ユーザーが使い勝手を下げないように、シンプルさを保つという意見もある。

AI によってイベント業界全体の競争も活性化していくと中野さんは見ている。事務局支援だけでなく、展示会という場の価値そのものを高めていくことが、これからのシステム会社の役割になるという。

SAKURA INTERNATIONAL

LAS VEGAS OFFICE

アメリカ大陸 各都市の
イベント対応致します。

SAKURA International USA, Inc.

555 E.Pamalyln Ave. Suite B Las Vegas, NV 89119, USA
Tel:+1-702-816-2800 Fax:+1-702-816-2801EN <https://ja.sakurain-lasvegas.com/>

サクラインターナショナル株式会社

東京本部 〒135-0042 東京都江東区木場 2-17-13 第二亀井ビル5F
大阪本社 〒541-0051 大阪市中央区備後町1-7-3 ENDO堺筋ビル3F・4F
JP <https://www.sakurain.co.jp>

Expo&Convention Organizer System



出展者との書類のやり取りが大変？

ECOS で簡単に解決！

来場者・出展者・セミナーをシステムでまとめて管理！
「展示会」「就職セミナー」「お祭り」など
多数イベントにご導入いただいております。

公式サイトをチェック



株式会社イベントラボ 神奈川県横浜市中区桜木町1-1-8 日石横浜ビル15F 045-263-9177

事例4 ナインアウト株式会社

【展示会・マーケティングの現場】に伴走して見えてきた、変化の本質

AIは展示会マーケターの「何」を変えたのか

展示会の会期が終わると、担当者の本当の仕事が始まる。名刺の整理、ヒアリングメモの清書、営業への引き継ぎ——その現場にAIが入り込んだとき、何が変わり、どこが変わらなかったのか。展示会マーケティングに伴走してきたナインアウト株式会社パートナーアライアンス部 GTM マネジャーの加藤彩果さんに聞いた。

展示会の現場では長らく、リード情報の評価の属人化が課題とされてきた。優先度の判断が現場担当者の感覚に委ねられ、基準が統一されない。ナインアウト株式会社パートナーアライアンス部 GTM マネジャーの加藤彩果さんは実態をこう話す。

「来訪者リストのランク付欄について『Sと書いてあるけど、どのような理由かわからない』という声をよくいただきます。属人化したオペレーションは展示会における課題です」

AIの導入で、各社が設定したプロンプトをもとにリード情報を自動スコアリングし、判断の根拠も記録される。属人的だったランク付けが、データで答えられる仕組みへと変わりつつある。

「精度」と「スピード」
AI導入後、喜ばれた変化

Ask One への『AI 搭載』から約一年。ユーザー企業からとりわけ評価が高いのが、音声サマライズ機能によるヒアリングの『精度』と『スピード』の向上だという。例えば、「以前はヒアリング後にメモを書かなければならなかったのが、会話した音声がある場で自動的に要約されCRMに即時連携されることで、接客が終わってすぐ次のお客様への対応に移ることができるようになりました。また、担当者の主観が入らず来場者の声をもとに生成される情報になるので、正確性という点でも評価いただいています」（加藤さん）

ROIベースで出展判断
企業はまだ23.6%

展示会の成果を数字で把握できている企業はまだ少ない。ナインアウトが実施した「展示

会施策に関する実態調査 2026」では、ROIをベースに出展判断している企業は23.6%にとどまり、「定性的な判断」「慣例・前年踏襲」「担当者の所感」が上位を占めた（資料1）。

「まだ多くの企業が感覚や慣例で出展を決めています。一方、23.6%の企業はオペレーションを変え、成果の出る展示会に投資する動きをしている。ROIを可視化している企業とそうでない企業の展示会における成果は、より大きく開いていくと思います」（加藤さん）

リード獲得数や名刺枚数から、受注・商談化という深いフェーズへ。展示会施策に取り組むすべての企業が、展示会をマーケティングの有効な施策として機能させられるようにする、というのがAsk Oneの目指す姿だ。

成功企業に共通すること
「受注から逆算した設計」

加藤さんが成功企業に共通して見出すのは、『設計の起点』の違いだ。

「成功されている企業に共通するのは、受注

展示会の 出展判断をする根拠 TOP 5	トップダウンの定性的な判断	38.1%
	慣例・前年踏襲	34.9%
	担当者の所感・感触	32.9%
	競合他社の出店状況	29.5%
	過去のROI(投資対効果)	23.6%
n=441、複数回答		



柔軟なフォーム設計、社内外データベースへの即時連携、目的に応じたAIモデル選択の3つの特徴を持つ「Ask One」。写真はナインアウト社が展示会出展時のブース

オンラインで事前に情報収集済みの来場者が増える中、オフラインでしか渡せない情報の質の向上と均一性が問われる。ヒアリング設計やスタッフマニュアルの精緻化は、AI時代でも変わらず重要だ。

「AI活用より先に、ROIのゴールから逆算した展示会全体の設計をする。必要であればAIを組み込む——それが正しい順番です」（加藤さん）

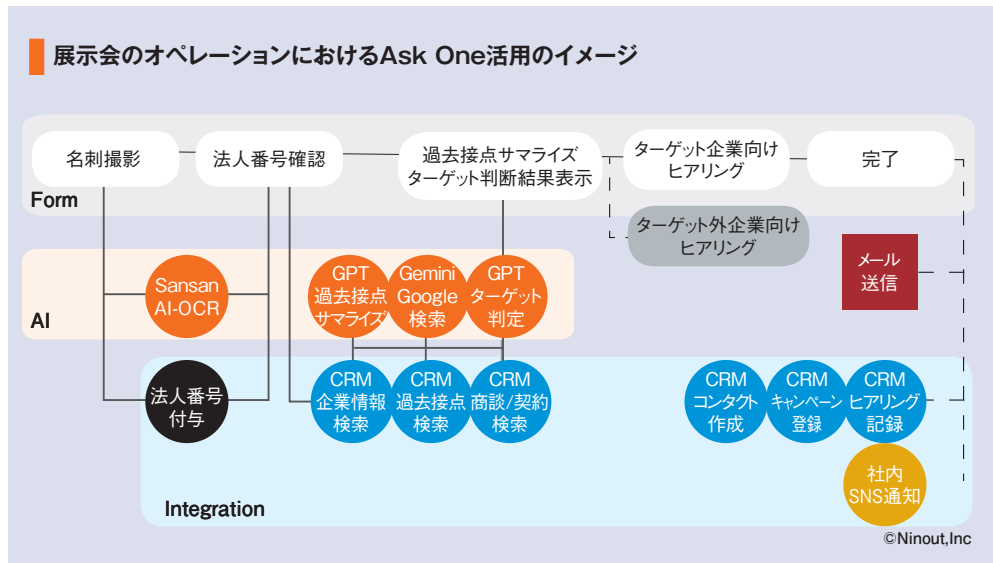
コロナ後の逆風のなか投資し続ける企業がある。「ROIが劇的に上がったというより、下がらなかったというのが正直なところ」。ROIが可視化できているから、展示会の出展を継続できる。その積み重ねが差を広げていく。

AIはどこで使われているか

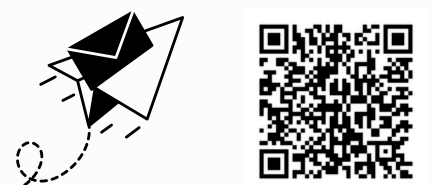
名刺撮影からヒアリング、CRM登録までを一気通貫で行えるAsk One。来場者の属性に応じた接客フローの分岐や、SFA・MA・CRMへの即時連携も標準で備える。AIは裏側で動作し、音声の自動要約、紙シートのOCRデータ化、リードのスコアリングを実現。担当者がAIを意識することなく、現場のオペレーション品質と速度を底上げする。



ナインアウト株式会社
マーケティング部
加藤 彩果さん



EVENT
MARKETING



メールマガジンでも読めます
You can also read it in our email newsletter.

全国のビジネスイベントを、ひと目で。

業種 × 地域 × イベント種別でクロス検索！



一覧から
詳細へ



クロス検索で
目的のイベントが見つかる！

年間 1000 件以上のイベント情報を掲載

EVENT MARKETING イベントスケジュール 公開中！ イベントマーケティング スケジュール

展示会 開催宣言！

第26回 総務・人事・経理 Week
【東京 | 9月】

バックオフィサーが集まる「ビジネスタウン」へ

開催概要

名 称：第26回【東京】総務・人事・経理 Week
会 期：2026年9月16日(水)～18日(金)
会 場：東京ビッグサイト
主催：RX Japan 合同会社



RX Japan 合同会社
総務・人事・経理 Week
事務局次長
山口 峻太 さん

総務・人事・経理・法務など、企業のバックオフィス業務を支える製品・サービスが集結する「総務・人事・経理 Week」。2026年9月16日(水)から18日(金)、東京ビッグサイトで第26回【東京】展が開幕する。大きく変遷する業務の形にあわせ、展示会の存在価値や機能も変わりつつある。主催のRX Japan 合同会社の事務局次長、山口峻太さんに同展の歩みと見どころを聞いた。

総務・人事・経理 Weekの原点は20年前の「オフィスセキュリティ EXPO」。オフィス家具分野の出展が多かったが、来場者に総務担当者が多かったことから、初開催から数年を経てバックオフィス領域という製品分野ではなく、来場者の“職種”をカテゴリとした展示会になった。総務から人事、経理・法務へと対象を広げ、今ではバックオフィスのほとんどの分野を網羅する展示会に成長した。中小企業では総務が兼任していることも多かったが、本社機能の複雑化・業務範囲の広がりをうけて、同展は拡張を続けてきた。

注目は AI エージェントや
人的資本経営と知の共有

9月の最大の注目は、新規開催

の「バックオフィス AI エージェント EXPO」だ。厳格なセキュリティとガバナンスのもと企業が導入・管理できる AI エージェントが一堂に集まる。多忙でマルチタスクをこなす総務・人事・経理担当者の業務を圧縮し、クリエイティブな仕事に時間を使えるようにするためには、製品の導入だけでなく、制度設計や運用手法をテーマにした講演を多数企画する予定だ。

また、HR EXPOでは、人手不足やホワイトカラー代替が進む中での人的資本経営がテーマとなり、タレントマネジメントシステムやリスキングなどが注目される。

バックオフィス市場の現状についてRX Japan 合同会社で同展の事務局次長を務める山口峻太さんは、「古い機材から、高機能な製品に買い替

えるといった、場当たりの購入は頭打ちになっており、現在の調達については、働き方そのものをどう変えるか、社員にどんな教育が必要か、という大きな方針の中から製品選定が逆算される時代になった」と分析している。

商談機会の提供に加え
交流・知見の共有も促進

こうした調達プロセスの変化にともない、山口さんたちが重視しているのは、商談に直結しない交流や知見共有の場づくりだ。「AIで合理的なことは全部解決・簡略化できるが、それを司るブレインとしての“人”の役割が重要になる」(山口さん)。

9月開催は出展企業250社と日本最大級のバックオフィス展示会となったが、昨年9月からキャッチコピーを“バックオフィサーが集まるビジネスタウン”とし、展示会の枠を超えたコミュニティづくりに力を入れている。3日間で90講演と多数のセミナーを実施するだけでなく、特に重視しているのが交流会だ。2022年ごろに30人規模で始めたところ、社内では共有しづらい課題を、他社の同じ職種の人に相談するといった横のつながりのニーズが高く、今では会期中に複数開催し、いずれも多数の人で賑わう人気企画となった。

業種別の展示会のような業界を牽引するスター企業のいない、職種に



交流会も多数開催される

特化した展示会だからこそ業界団体や小さなコミュニティの集積が大きな価値を生んでいる、と山口さんは見る。

また、来場者専用の休憩スペース「バックオフィサーズラウンジ」は憩いの場として機能し、「バックオフィス川柳」には今回538句もの応募が集まった。

来場者満足を起点に
展示会の次の形を模索する

コロナ禍やAIの進化により、資料収集はオンラインで完結できるようになっても、もしかするとデジタル時代だからこそ、最終的にはFace to Faceで相談とか問題解決をしたいという、より目的の鮮明な来場者が集まるようになった(山口さん)。

営業職と違い出張しての来場が難しいバックオフィサーのために、大

阪・名古屋でも開催している。「他都市でも展開するためには、出展者数と来場者数という規模で訴求するのではなく、来場者満足をベースにしたモデルが必要かもしれない」と山口さん。

来場者に喜んでもらえる展示会でないとは続かない。山口さんは顧客本位の発想に立ち戻りながら、企画を磨き続けている。その原動力となっているのが、「総務の仕事に就きたい、将来は人事部で働きたい、といった職業観を来場者と作っていかう」という山口さんたちの強い想いだ。



バックオフィス川柳



会場にはバックオフィサー（総務・人事・経理担当者）が集まる

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

<https://iidae.jp>

お問い合わせは、下記事業所へ

■ 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 〒261-7715 千葉市美浜区中瀬2-6-1WBGマリアスト15F
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

■ 本社事業本部 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-8-7 表参道Dビル3F
TEL 03(3409)3333 FAX 03(3409)0104

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



マーケの全体像を一冊で押さえる

——「この1冊ですべてわかる BtoB マーケティングの基本」——

「この1冊ですべてわかる BtoB マーケティングの基本」が6月12日に日本実業出版社から発売された。

イベントの企画・運営を担いながら、マーケティング全体の文脈でその意味を問われる場面が増えているが、本書は、BtoB マーケティングのコンサルタントとして600社以上を支援してきた庭山一郎氏による入門書で、リード収集からナーチャリング、収益化までの流れを体系的に整

理しており、展示会やメルマガといった実務でなじみのある手法が、マーケティング戦略全体の中でどう位置づけられるかを理解するうえで参考になる。庭山氏による9冊目の著書となる。

ツールや手法が先行しがちな現場環境の中で、基本的な構造を押さえ直す機会として活用したい。

図解を交えた読みやすい構成で、担当になりたての方にも取り組みやすい。



「この1冊ですべてわかる BtoB マーケティングの基本」
日本実業出版社刊、定価 2,200 円 (税込)

さよなら、インカム。テキスト指示へ

—— an エンターテインメント

an エンターテインメント株式会社(愛媛県松山市)は、イベント・スポーツ興行の現場向けスマートバンド型指示 SaaS『syncband (シンクバンド)』のテスト版をローンチし、導入パートナー企業の募集を開始した。

従来のトランシーバーに代わり、管理者のダッシュボードからスタッフの手首デバイスへバイブレーションとテキストで指示を届ける仕組み。音声を使わないため、大音量の音

楽フェスや静粛が求められる展示会場でも伝達ミスが生じにくい。全スタッフの位置と稼働状況をリアルタイムで把握できるため、待機人員の削減による利益率改善も期待できる。送受信履歴はクラウドに自動記録され、「言った・言わない」問題への対応ログとしても機能する。

テスト導入期間中は無償提供で、同社スタッフが現場に帯同して運用を支援する。音楽フェスや展示会・

MICE の企画運営会社、プロスポーツクラブ、警備会社などを対象に募集している。



スマートバンド型指示 SaaS『syncband』

醸造所 MICE 会場に

—— ヤッホーブルーイング

「よなよなエール」で知られるヤッホーブルーイングは2026年7月23日、大阪府泉佐野市に体感型ブルワリー「ヤッホーブルーイング大阪醸造所 よなよなビアライズ」を開業する。

醸造所見学ツアーや醸造所直送ビールをセルフで注ぐ体験など、クラフトビールを多角的に楽しめる施設で、屋内64席・屋外80席、敷地面積8,256㎡・延床面積約2,000㎡を擁する。同施設は一般社団法人・泉佐野シティプロモーション推進協

議会(icmp)のMICE施設として登録されており、関西国際空港へのアクセスの良さを生かした国内外のビジネス客の誘致と、地域イノベーションの場としての活用を目指す。



「ヤッホーブルーイング大阪醸造所 よなよなビアライズ」MICE 利用にも

次回大会は東大寺で

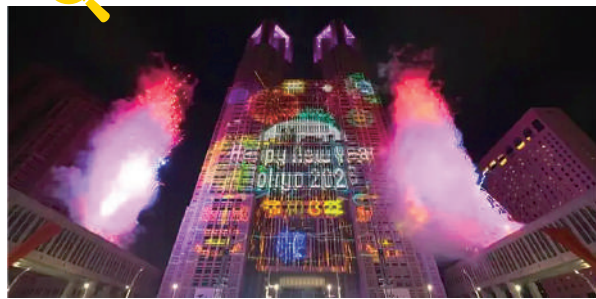
—— イベント学会

イベント学会は6月18日、東京都内とオンラインで通常総会を開催。2025年度事業報告・決算を承認し、中村利雄会長を再任した。理事15名・監事2名も選任した。

次回第29回研究大会は2027年3月6日、奈良・東大寺総合文化センターで開催。テーマは「祈りの継承」。修二会の不退の行法から、継承の力を問う構成とする。西日本地域本部が実行委員会を組成する。

2026年度は収支均衡を重視した事業計画を策定し、交流促進にも努めることも言及された。

Viewpoint



体感する光、共創する演出 西新宿を彩る年末年始

—— 株式会社レイ

2025年11月27日から2026年1月7日、東京都が西新宿エリアのにぎわい創出プロジェクトとして発信したアートイルミネーション「Shinjuku Neon Walk」。大晦日の都庁周辺では、カウントダウン「Happy New Year Tokyo 2026」が5000人以上を集めた。テレビ朝日とともに企画から参画した株レイの伊東実

テレビ朝日の企画力と レイの技術力の共創

プロジェクトで各チームが大切にしたのは“体感型の演出”だ。一方的に見せるのではなく、来街者が光や音の中に入り込み、自ら動くことで体験が完成する。「街と、そこを訪れる人の呼吸に合わせる演出ができた」と株レイの伊東実

は振り返る。街路樹には電球を絡めず、レーザーを当てることで樹木そのものがキラキラと光を放つように見える演出を施した。スモークとレーザーが交わる空間に人が入り込むと、光の粒の中にいるような不思議な感覚が生まれる。光の三原色の照明を壁面に投射したゾーンでは、往来者のシルエットがR・G・Bで浮かび上がる。子どもが最初にその仕掛けに気づき、シルエット遊びを始めると、大人もつられて光の科学に無邪気に触れていく。

都庁舎をスクリーンとしたカウントダウン演出では、巨大な初音ミクが圧倒的なライブパフォーマンスを展開。ステージ上のMPLUSPLUSの掲げる複数のLEDフラッグとプロジェクションマッピングが連携し、初音ミクが自在に行き来する演出で、

客席側から演者が登場する設計と相まって、観客は空間ごと演出に包み込まれる。

各演目は、テレビ朝日のクリエイティブディレクターとレイのプロデュースチームがアイデアを出し合って形になった。「こういう見せ方はどうか」「この技術ならこんな演出もできる」——企画と技術が机を並べた対話が、作品を立ち上げた。

「江戸から伝わる東京の“伝統”と“革新”を光と音と身体で味わえるかたちに落とし込めたのは、多くの方々と同じ方向を向いて作り上げられたから」と伊東さん。演出の実現を目指し、創意工夫したテクニカルチーム。「最高水準の品質を追求した」と山本さん。西新宿から発信された光の夜は、大晦日の東京に確かな余韻を残した。



株式会社レイ
コミュニケーション デザインユニット
伊東 実畝さん
ショーテクニカルユニット
山本 将暉さん

おかげさまで 創刊 11 周年

愛されるイベマケから

業界のみなさんを愛するイベマケに

株式会社 MICE 研究所

月刊イベントマーケティング編集部

〒105-0004 東京都港区新橋 5-12-9 ABC ビル 4F-A

Tel: 03-6721-5303 / Fax: 03-6721-5704

https://www.event-marketing.co.jp



第12回
JACE イベントアワード

体験設計、最前線へ

啓発イベントが大賞を射止める

6月16日、(一社)日本イベント産業振興協会(JACE)は「第12回JACE イベントアワード」表彰式を行った。

イベント開催目的と開催主体の多様化に対応しイベント主催者ごとに3部門から選出。また、スペースデザイン賞が新設された。全体応募数は174件のエントリーがあり、選考では計11作品が選定された。

最優秀賞 経済産業大臣賞(日本イベント大賞)にはNTTドコモの主催した、SNSにおける情報漏洩の危険性を啓発する写真展イベント「ばくモレ展」が受賞。“盛れている”写真と見せかけて、実は情報が“漏れている”写真の展示会だったという斬新な種明かしで、堅くなりがちなりリスク喚起の啓発コミュニケーションで若年層の興味・関心を引くことに成功した点が評価された。イベントプロフェッショナル賞には映画『8番出口』の世界観をリアルに体験できる、東京メトロ全線を舞台にした周遊型謎解きイベント「映画『8番出口』東京メトロ脱出ゲーム」が受賞。「IPを活用し、東京メトロの駅という場を活用した顧客体験創出の好事例」とイベント業務管理士からのコメントもあり、運営面での安全性も合わせて実効性が認められた。

スペースデザイン賞を新設

今回新設のスペースデザイン賞では「Marunouchi Street Park 2025 Summer」が都市空間を通行や消費の場でなく、人々が滞在し、関係を育む“街の縁側”へと再定義した実験的実践の場となっていること、今後の都市開発やエリアマネジメントの可能性を拡張し、新たな指針を示したことが受賞の決め手となったようだ。



《イベントプロフェッショナル賞》
《企業・業界団体部門 ブロンズ賞》
映画『8番出口』東京メトロ脱出ゲーム



《企業・業界団体部門 シルバー賞》
FUNclusion Week



《最優秀賞 経済産業大臣賞(日本イベント大賞)》
《企業・業界団体部門 ゴールド賞》
ばくモレ展



《政府・自治体・公的団体部門
ゴールド賞》
託児銭湯



《政府・自治体・公的団体部門
シルバー賞》
Diriyah Season Souq Al-Mawsim



《政府・自治体・公的団体部門
ブロンズ賞》
ひろしまドリミネーション 2025



《学生・NPO・各種団体・個人部門
ゴールド賞》
農道音楽祭 -nouon- 2025



《学生・NPO・各種団体・個人部門
シルバー賞》
地域が世界平和の当事者になる
「世界とつながる学び」講演会



《学生・NPO・各種団体・個人部門
ブロンズ賞》
令和7年度 第111 回別府八湯温泉まつり



《スペースデザイン賞》
Marunouchi Street Park 2025 Summer



《特別賞》
2025 年日本国際博覧会(大阪・関西万博)

●第12回 JACE イベントアワード受賞一覧

優秀賞	イベント名称(五十音順)	主催者名
最優秀賞 経済産業大臣賞 (日本イベント大賞)	ばくモレ展	株式会社 NTT ドコモ
イベントプロフェッショナル賞 企業・業界団体部門 ブロンズ賞	映画『8番出口』東京メトロ脱出ゲーム	株式会社メトロアドエージェンシー、東宝株式会社、STORY 株式会社、ESCAPE 合同会社
企業・業界団体部門 シルバー賞	FUNclusion Week	株式会社大広
政府・自治体・公的団体部門ゴールド賞	託児銭湯	株式会社ヒャクマンボルト、 【協力】中野区シティプロモーション、松本湯、パパママ銭湯
政府・自治体・公的団体部門シルバー賞	Diriyah Season Souq Al-Mawsim	Diriyah 財団
政府・自治体・公的団体部門 ブロンズ賞	ひろしまドリミネーション 2025	ひろしまライトアップ事業実行委員会
学生・NPO・各種団体・個人部門ゴールド賞	農道音楽祭 -nouon- 2025	農と音楽のまちおこしイベント実行委員会
学生・NPO・各種団体・個人部門 シルバー賞	地域が世界平和の当事者になる「世界とつながる学び」講演会	特定非営利活動法人なかよし学園プロジェクト
学生・NPO・各種団体・個人部門 ブロンズ賞	令和7年度 第111回別府八湯温泉まつり	別府八湯温泉まつり実行委員会
スペースデザイン賞【新設】	Marunouchi Street Park 2025 Summer	特定非営利活動法人 大丸有エリアマネジメント協会
特別賞	2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)	公益社団法人2025年日本国際博覧会協会

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

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、インバーター、
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。