

レポート
丸の内エアイベントスペース
合同内覧会

EVENT MARKETING 92

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
TEL.03-6721-5303 sof@event-marketing.co.jp

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp

これなに？からはじまるデザイン



撮影：下司 裕太

30秒で9億円の広告料、と話題となった今年のスーパーボール。アメリカンフットボールの頂点を争った両チームはともに機動力のあるエースQBが牽引。ランとパスを複雑に組み合わせた攻めに、「このプレイはデザイン（作戦通り）かスクランブルか」と実況が解説者に訪ねていた。

デザインという言葉が、絵や製品の美し

さ以外に、広義に使われはじめたのはいつだろうか。印象的なのは2007年のグッドデザイン大賞に充電式プロダクト群「eneloop universe products」が選ばれたことだ。「使い捨てない」というコンセプトが評価された。その後もテレビ番組が大賞を獲得するなど、デザインがカバーする領域は広がっている。

空間という普遍的に感じる言葉も、時空と

いう概念や仮想空間メタバースなど、時代とともに変わってきている。

表紙の写真は日本空間デザイン賞の最高賞の「KUKAN OF THE YEAR 2022」3作品の1つ「おそいおそいおそい詩」（関連記事6面）。5人の詩人が一日に一文字ずつ考える連歌形式で、空間と時間を連結。全文を見せず、意味を伝わりづらくすることで、観ている知ら

ない人たちが「これなに？」と会話をしていた。設計図通りの作品とは違う、大まかな設定と流れだけが決まっている即興劇のように。

今号の特集ではリアルイベントの意義、その中で空間デザインとはどうあるべきか、最新事情と第一人者の知見からまとめた。リアルが当たり前だった時には気にしなかった課題。それを解決することもデザインなのだ。

オンラインでも オフラインでも、

**ビジネスイベントのお悩みは
イベントレジストにお任せください!**



申込受付を統合管理

- ・ウェブ事前受付、オンライン決済
- ・イベントへのスマートチェックイン
- ・動画、ライブ配信の申込者のみの視聴制御



ワンストップで対応可能

- ・企画 ・会場手配 ・デザイン / 施工
- ・運営進行 ・撮影 / 映像 / ライブ配信
- ・申込サイト制作



ビジネスイベントの実績多数

- ・カンファレンス ・セミナー ・展示会
- ・ウェビナー ・オンラインイベントなど



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

資料請求・お問い合わせ
contact@eventregist.com



今年はどうなる!? 空間デザイン・ディスプレイ 2023

空間デザインに求められるものはなにか？リアルイベントの開催が増え、久々に会う人たちが旧交を温める様子をあちこちで見かける。しかし、懐かしさがひと段落した後はどうなるだろう。みんながオンラインの利便性を体験したいま、会場に足を運ぶことのハードルは上がった。それを乗り越えリアルイベントに参加する意義について、空間の在り方から再考したい。空間デザインの第一人者に最新事情と今後の動向について聞いた。

リアルとバーチャルが逆転 コンテンツと空間の関係性

シンユニティグループ

プロジェクションマッピングやイベントの映像演出を手がけるタケナカ、空間演出・イベント企画のシムディレクトなどで構成されるシンユニティグループ。オンラインイベントやXR技術など最新テクノロジーを駆使した体験を提供する長崎英樹さんが考える、映像と空間演出の未来図とは。

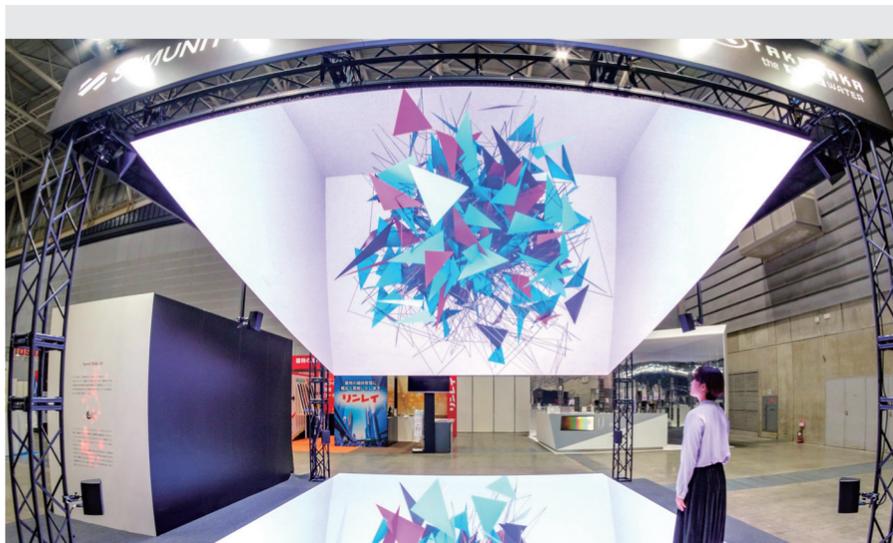
リアルを仮想空間で再現し バーチャルのものを現実空間に

展示会、学会、株主総会、ライブ・コンサート、プロジェクションマッピングなど、リアルイベントでの映像演出を行ってきたシンユニティグループ。

コロナ禍によって多くのイベントがオンラインに切り替わった時期に、配信チームを大幅に増強し需要増に対応した。オンラインイベン

トが供給過多になり、離脱率を下げ継続視聴を促すことが求められると、同グループがもつ映像演出やインタラクティブなしかけなどで、付加価値の高いオンラインイベントを支援してきた。

また、オンライン表彰式やメタバース、ビジュアルアナライザー「Join Visual」や、リアルタイムに感情・空間を共有する「Emoris」などVR技術などを用いて、リッチな体験提供をオンラインで実現してきた。



SC ビジネスフェアではリアルの中でバーチャルを表現。空間全体をひとつの作品として演出

セミナーなど1対多で一方通行なコミュニケーションと比べ、オンラインには不向きとされる懇親会やワークショップなどの双方向の対話も、バーチャルで対応できるようになった

のは、多くの人がリモート会議慣れしたことで、映像演出の進化によるところが大きい。

オンラインの可能性が広がった一方で、対面でのコミュニケーションでの温かみや五感

オンラインイベント・映像制作も 社内一貫体制!!

リアルを超えたイベントのトータルプロデュース!

Real Events
展示会・イベント

Information Technology
情報技術

- ・オンライン展示会
- ・オンラインセミナー
- ・Webサイト
- ・Webシステム
- ・展示用デジタルコンテンツ
- ・製品・サービスPR動画コンテンツ
- ・CGアニメーション
- ・ライブ動画配信

Video Production
映像制作

Human Resources
人材紹介

O-Support System
主催者や企業の
個展のトータル
サポートシステム

The Green Glocal BUSINESS Producer
Sakura International Inc.
サクラ インターナショナル株式会社

<https://www.sakurain.co.jp> E-mail: info@sakurain.co.jp

東京本部: 〒135-0042 東京都江東区木場2-17-13 第二亀井ビル5F Tel:03-5646-1160
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 Tel:06-6264-3900
京都・愛知・埼玉・奈良・ラスベガス・上海・ドバイ・ニューデリー (近々にボストン・USA工場・ロンドンをオープン予定)

イベントの成果を 最大化する



取材 記事作成 写真撮影 動画撮影 ニュース配信

イベント専門出版社の取材力と発信力、撮影・編集のプロフェッショナルとのネットワークを活かし、自社セミナー、新商品発表会、展示会出展などの、プロモーションの様子を再編集し、アーカイブ・編集することで、イベントの出展効果を最大化できます。

イベント・アーカイブスについてのお問合せは

株式会社 MICE 研究所

〒105-0004 東京都港区新橋 5-12-9 ABC ビル5F
TEL 03-6721-5303 / info@event-marketing.co.jp
<https://www.event-marketing.co.jp>

イベント・アーカイブス



音楽を視覚的に表現し、新しい体験を提供。

を使った情報量の多さ、偶然の出会いなどの価値が見直された。

感染症のリスクが下がったこともあり、会場に人が集まれるようになるとリアル開催やハイブリッドイベントが増えてきた。

長崎英樹さんが手がけるプロジェクトでも、「Art + +高知城 ひかりの花図鑑-牧野富太郎と植物を愛した画家たち-」のように、リアルとバーチャルを融合して新しい体験を提供するさまざまな技術が多く活用されるように



長崎 英樹さん
シミュニティグループ
株シムディレクト
代表取締役

なってきた。

「コロナの時期はリアルにあったものをバーチャル空間に再現して代替えしましたが、現在では逆にバーチャルでつくった空間を実際の会場に再現できる環境が出来上がってきています」と長崎英樹さん（株シムディレクト代表取締役）は語る。3DCG 映像技術が進化し、360度パノラマ VR など、比較的容易に独自の空間が作れるようになってきている。ヘッドマウントディスプレイとヘッドフォンでの没入感の高い体験をリアルな空間で再現するには、高輝度な映像機器と音響システムが必要になる。ここ数年、LED 機器を中心に低価格化と高品質化が同時並行しており、映像と音に包まれるイマーシブな環境が整えやすくなって



「Art + +高知城 ひかりの花図鑑」

いることがそれを実現する。

今年1月25日から27日にパシフィコ横浜で開催された「SC ビジネスフェア 2023」では自社のクリエイティブグループ HAKU によるデジタルメディアアート作品を展示。デジタルを用いて、空間全体をひとつの作品として演出した。

コンセプトは、「五線譜だけでは表現しきれない、新しい体感を伴った音楽の視覚的な表現と飽和的な音響空間の構成」。図形楽譜のように、「音」に対する感性を視覚的に表しながら、時間の経過や音の色によって一定の空間に留まらない、不確定性の空間を創出。

また、映像だけでなくイマーシブオーディオを用いて、高い没入感をつくりだした。縦・横・高さを含めた360度全方向から来場者を包み込むようにスピーカーを配置した立体音響。ブースの外からは角度をつけ奥行きのある立体映像による錯視、中ではイマーシブサウンドと、それぞれ異なる体験を提供した。

**集中して体感するコンテンツと
そこでなにかするための空間**

遊園地のアトラクションやプロジェクションマッピングのように、映像演出を見せるための空間づくりと、企業のエントランスやレストラン、ショールームなどの施設系のアプローチはまったく異なる。

「IMAX シアターで映画を観ると、迫力は凄くて楽しいですが、発信される情報量と人が受け取れる情報量とのバランスが取れていないと疲れてしまいます」（長崎さん）。

刺激が強かったり、情報量が多いコンテンツは、楽しませたり、驚かせたり、感動させる、映像が主役の空間づくり。映像演出が広く日常的な空間まで広まってくると、集中して映像を観る空間だけではなく、落ち着く、癒される、心地よい空間づくりにも映像コンテンツが入ってくる。目で見て脳で処理できる情報量を越えるコンテンツには、ストレスを感じてしまう。そこでは環境映像を体に浴びるような感覚を体感してもらうことが重要だ。

長崎さんが映像演出を手がけたエプソンスクエア丸の内では、エプソンが取り組む社会課題の事例や共創のもとになる技術を360度映像とインタラクティブな演出で体感できる。4月1日にはコンテンツをリニューアルし、世界各地の絶滅危惧種の動物を紹介する。

コンテンツを体験するための空間か、空間の役割を果たすための映像演出かで、その光景は大きく変わるようだ。

アーカイブチケット 販売中

BACKSTAGE 2023 アーカイブ配信

視聴期間：2023年2月21日（火）～3月31日（金）

※「虎ノ門ヒルズ来場用チケット」お持ちの方は、アーカイブ視聴可

体験型マーケティングに学び、出会う1日

再会 できる

3月31日まで

おかげさまで創刊7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-4

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

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

【寄稿】

国際医用画像総合展と住商モンブランの取り組み

文：サクラインターナショナル 猪之奥 康仁さん

コロナ禍のリアル・ハイブリッド展

新型コロナウイルスの世界的蔓延においてディスプレイ業界は大きな打撃を受けました。当社も国内外のイベントの中止により事業の見直しを迫られるかたちとなりました。

それがオンライン事業への強化です。15年以上前から実績を積んでいる映像制作に加え、配信も可能とするスタジオをオープンさせることで、当社が提案できるプロモーションの幅を広げることができました。現在はIT事業も事業の柱とするべく強化を図っています。オンライン展示会プラットフォームの「Smart e-Messe®」、出展者サポートシステムの「MICE WORLD®」、そして、大規模展示会場向け安全管理システムの「MICE PASS®」など、サービスの展開も進んでいます。

このようにコロナ禍において、リアルだけではなくオンラインにも通じることでハイブリッドな依頼も増えてまいりました。

「今年はこうなる空間デザイン・ディスプレイ 2023 年!」を予想する前に、当社がサポートしたオンラインを活用したアイデア事例のご紹介と、コロナ禍だったからこそ重要性を見直されたリアルイベントをご紹介した後に、私なりの「こうなる」を予想したいと思います。

「遠くへ、多くの人へ」

オンラインを活用した総合的なデザイン・企画・運営事務局へ

事例紹介：国際医用画像総合展 (ITEM)

昨年、最新の医療画像機器及び周辺機器を一堂に公開する総合展示会「2022 国際医用画像総合展 (ITEM2022)」において、当社は、一般社団法人 日本画像医療システム工業会様より、展示事務局・内装/外装の会場装飾・ステージプレゼンテーションの運営や出展者ブースレポートによるリアル×オンライン・感染防止対策などの業務を、企画提案コンペで受託し主催者様の業務をサポートさせていただきました。

当社は新しい企画として、オンライン展示会でライブ感を味わっていただくために、会期前日に希望する出展者ブースをレポート形式で撮影して、その日のうちに編集加工して動画コンテンツを作成。開催初日の午後には、ハイブリッド開催のオンライン展示会「ITEM2022 統合 WEB サイト」で公開するコンテンツを納品いたしました。

ご参加いただいた意欲的な出展者様からは、「自社の製品・技術の価値や強み、こだわりと情熱を、動画で詳しく紹介することができ、会場でのサテライト配信やオンラインでの参加者にもアピールできた」と大変喜んでいただきました。

オンライン展示会の多くは、開催したものの、実態がうまくつかめず成功したかどうか分からないという声も聞きます。オンラインをどのように有効活用し、いかにリアルとオンラインが補完しあい、各々の特徴を活かして伝えた

いメッセージを配信するかが重要です。

ご紹介した企画はオンライン展示会に来場された人へ、会場とつながっているというリアルなライブ感という体験価値を、会期に合わせて出展者の高揚感のあるメッセージを配信するという、オンラインを効果的に活用したコンテンツとなりました。

今年のリアル展示会は 4 月 14 日から、WEB は 3 月 10 日から開催され非常に楽しみです。

引続きリアルとオンラインでのハイブリッド開催となっており、「より遠くの人に、多くの情報を人へ」届けられるよう、今後はさらに海外の参加者も意識して総合的なデザイン・企画・運営事務局をサポートしたく思っております。

このようにオンラインはリアルイベントと大きく関わることで互いを補完することができます。一方で、ものづくり系などは実際に体験することが重要になってきますので、自然とリアルの重要度も増してきます。コロナ禍において実際に「見て・触って・感じる」ことが限定されてきたからこそ、その反動としてリアルの重要性をお客様からお聞きします。そこで次にご紹介するのは、体感することをコンセプトにしたリアルイベントの実例です。

「体感する」リアル展示会

実績紹介：住商モンブラン株式会社様主催プライベート展示会

2023 年 2 月 2 日 (木曜日)~4 日 (土曜日) の 3 日間、東京の大手町三井ホールにて、住商モンブラン様のプライベート展示会「2023MONTBLANC EXHIBITION - 白衣の数だけ物語がある -」が開催されました。白衣、ユニフォームなどの製品展示、企業コラボやファッションショーが催される企業展示会で、様々なメディアを通してオンラインプロモーションも実施されていました。当社は空間企画から、デザイン、施工までをサポートさせていただきました。

空間へのご要望は「ボタニカル」と「アトラクション会場に来たような雰囲気」でした。「アトラクション会場に来たような雰囲気」というワードや、製品がシーンを物語ることからバーチャルでは表現できないリアルならではの考え方が求められました。

そこで、当社は「体感型カタログ」というコンセプトを作りました。住商モンブラン様のカタログから、丹念に作り込まれた世界観があることを感じ、「見る」のではなく、カタログを「体



2022 国際医用画像総合展 (ITEM2022)

1 出展者ブースのレポート映像

2 ステージ風景



住商モンブラン

- 1 エントランス風景。奥への視界が遮られワクワク感を演出。
- 2 エントランスを抜けると天井高7mのホワイエ。天井には外の空を引き込んでいるかのようなパナが吊られている。
- 3 大きな本をくぐることで違う世界へ導かれるような感覚を演出。
- 4 製品展示エリア。高さ7mのホールに大きな本が立ち並び、来場者を驚かせる。
- 5 本の中にもリアルなユニフォームが展示されている。

感する」という切り口にし、2次元から3次元へとより身体的に近いものにするを意図しました。具体的にデザインでは、「カタログすなわち本の世界に来場者が入り込む」というテーマで巨大な本が林立し、ボタニカルな要素と融合することで、不思議な世界観を体験できる空間にすることを目指しました。

ここで少し、イベント概要と空間をご紹介します。エントランスは天井高が低く、巨大な本や本棚のグラフィックが貼られた壁が重なるように立っているために奥への視界が遮られています。まるでトンネルのような空間を抜けると高さ7mの大空間のホワイエが待ち受けます。大きな窓には空が広がっていますが、その空をホワイエにも引き込むように天井パナが吊られています。

そこでは企業コラボゾーンが広がり、様々な企画が盛りだくさんでした。

ホワイエにある大きな本をくぐり、狭く薄暗い通路を抜けると、そこには天井高7mの大空間に大きな本型の展示造作が立ち並んでいます。まるで背が縮み、本の世界に足を踏み入れたような体験ができます。この施設には大きな空間同士をつなぐ狭い空間があるため、うまく利用することで、見えない次の空間への期待感と、ひらけた大空間への感動を演出できます。身体的、心理的な強弱をつけることができるため、来場者への印象は強く残ると思われます。

ホールでは製品展示だけではなく、ファッションショーも催されるためレイアウトも気を

使いました。本型の展示造作の並びが退屈にならないようにしつつも、展示会機能、ファッションショーの動線を考慮することが求められました。このように、来場者へリアルイベントだからこそ、可能とする体験価値をご提供できるように心がけました。

五感で感じ、SDGsな空間デザイン・ディスプレイ

2つの事例を通して感じたことは、2023年以降は、「五感で感じる」がポイントになると考えます。コロナ禍において、五感の大切さは誰もが感じたと思います。コロナ禍を経験したからこそ、リアルの大切さを学びました。そして、それを補うのがオンラインです。コミュニケーションのとり方が多様になり、リアルとオンラインの境界が曖昧になりつつあると感じます。デザインにおいても「誰に、何を、どんなプロモーションが必要なのか？」その問いの答えが重要であり、それはリアルもオンラインも関係なくフラットな思考を持ち、多様な答えが求められます。オンラインをどのように活かすかがプロモーションに差が生まれます。

加えて重要なのがSDGsです。住商モンブラン様の展示会では、「環境に負荷をかけないモノづくり」のために、SDGsの取り組みに力を入れていらっしゃるということもあり、当社が保有している再利用可能なシステム部材を中心とした空間づくりを行いました。

このSDGs的視点は、リアルの重要性が見直されたからこそ、今後、更に求められてきます。幸運にも、SDGsの取り組みは創業以来43年以上にわたり実施しており、システム部材の活用以外にも、資材のリユースシステムである「SRDS2®」、奈良工場に太陽光発電パネルの設置、旧本社においては屋上緑化を実施するなど、身近にSDGsを感じており、各社員にはその感覚は根付いていると思います。2023年は、コロナ以前とはまた違うカタチで、リアルが盛り上がってくれればと思います。



受賞者が空間デザインの考え方を語る

日本空間デザイン賞2022展 GOOD DESIGN Marunouchi



中村拓志さん(左)と高橋匡太さん(右)が写真を挟んでデザインについて語り合った。

2月17日から25日まで東京・丸の内にて「日本空間デザイン賞2022展 GOOD DESIGN Marunouchi」が開催された。同賞は日本空間デザイン協会(DSA)と日本商環境デザイン協会(JCD)のデザインアワードを2019年に合併し、空間デザインの価値を未来へ繋ぐために実施している。物理的なスペースだけではなく、そこで起こる事象や時の流れも含む広義の「空間」をデザインする分野と捉え様々な見解と価値を発掘している。

GOOD DESIGN Marunouchiの館内には、「01.エキシビジョン、プロモーション空間」、「02.ショーウィンドウ&ビジュアルデザイン空間」、「03.エンターテインメント&クリエイティブ・アート空間」、「04.ショップ空間」、「05.食空間」、「06.大規模商業空間(又は、複合施設空間)」、「07.サービス・ホスピタリティ空間」、「08.博物館・文化空間」、「09.公共生活・コミュニケーション空間」、「10.オフィス空間」、「11.住空間」の11部門の、金・銀・銅賞の作品の写真や図面、デザインのポイントなどが展示された。

2月20日には受賞者を交えた懇親会を実施。最高賞の「KUKAN OF THE YEAR 2022」に選ばれた3作品の受賞者のなかから、「おそいおそいおそい詩」の高橋匡太さん、「上勝ゼロ・ウェイストセンター」の中村拓志さんが、作品のコンセプトなどを説明した。

海老名駅周辺まちづくりプロジェクトの一環として、駅周辺の空き地にカラーコーンと照明で

毎日文字ずつ展示し、一編の詩を刻む「おそいおそいおそい詩」(今号の表紙)。5人の詩人が毎日文字ずつ考えた14文字の詩は、「詩をつくった時間と同じおそさで届けた」「一人の意図に沿ってデザインされたものでなく、別な人がそれぞれ違う考えや個性でつくられる。」「全体を一望できず、断片(1文字)しか見えない。」など、の“街”のできかた、在り方を表現。意味のわからなさやどう残していくかが作品のカギだったという。カラーコーンを並べている最中や、会社からの帰り道に通る人々がこれを見て、知らない人どうしが「これはなんなのですかね?」と話している姿が見られた。

廃棄物をゼロにする理念を掲げた徳島県上勝町に建てられた環境配慮型複合施設「上勝ゼロ・ウェイストセンター」。ごみ分別処理場に教育・研究・発信・宿泊機能を複合し、建物全体に町内の廃材をアップサイクルし、利用した計画とすることで、ゼロ・ウェイストを体現する建築とした。分別・保管・再生・販売といったリサイクル・リユースのプロセスが一望できるなど、住民の日常活動と、SDGs観点での見学とを両立した空間となっている。中村さんは、このプロジェクトは施設単体での取り組みではなく、45項目のゴミ分別や再資源化率80%を実現している同町の行政や住民の長年にわたる活動がベースになったと説明。質疑応答の時間では、別な自治体でも再現可能なのかも議論された。

人脈づくりイベント初開催

—Eight Networking EXPO 2023

4月27日から29日の3日間、東京ビッグサイト南展示棟1-4ホールとオンラインのハイブリッド形式で、「Eight Networking EXPO 2023」が初開催される。ビジネスパーソン一人ひとりが出会うべき人や企業と出会い、新たなビジネスやイノベーションを生み出せるよう、人脈づくりに注力したイベント。主催は「出会いからイノベーションを生み出す」をミッションに掲げるSansan(株)。

同イベントの構成は、業務を変革するITサービスの総合展示会「BIS(ビジネスIT & SaaS EXPO) 2023 - 未来をつくるIT総合展 - (以下BIS 2023)」や、各界のトップランナーの特別講義を提供するビジネスカンファレンス「Climbers LIVE 2023」などが含まれる。



Sansanが人や企業の出会いをテーマに開催

会議形式の参加型カンファレンス、ディスカッションができる交流イベントなど、参加者と出展者、参加者同士が交流できるプログラムが組まれている。

日本維新の会共同代表の吉村洋文氏、デザイナー・アーティストの篠原ともえ氏、お笑い芸人のなかやまきんに君氏など、登壇者の豪華さでも注目を集めている。

観光庁にMICE再起動の提言

—日本コンベンション協会

国内のMICE事業者が集まる日本コンベンション協会(JCMA)が1月26日、観光庁国際観光部長の星野光明氏に「-ポストコロナに向けて- 一丸となって取り組むMICE再起動のための提言」を提出した。

提言には、「社会や地域へのMICEの意義の発信のために」として、①現地開催効果の訴求、②観光との連携、③経済波及効果測定ツールの改訂、④業界横軸連携の推進、⑤サステナブルMICEの推進とソリューションの共同開発、⑥MICEを起点とした、シビックプライドの醸成とシティプロモーションを記載。「国を挙げたMICE推進」には、①関係府省



左)観光庁星野光明氏 右)JCMA武内紀子代表理事

によるMICE開催の促進、②MICE開催への環境整備、③大学・研究機関等アカデミアの開催意欲の喚起、④大阪・関西万博の活用、⑤国際観光旅客税の充当が盛り込まれた。

木造とまちづくりのデザイン

—JDCA × UDM

日本デザインコンサルタント協会(JDCA)とNPO法人アーバンデザイン研究体(UDM)が2月24日、東京デザインセンターで、第1回フォーラム「木造都市の可能性とまちづくりデザインの未来」を実施した。行政関係、設計事務所、建設会社、プロダクトデザイナーなど、多様な登壇者が、木造建築の魅力や苦労点、環境負荷低減の工夫などを説明した。



会場のような



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

「TGC 2023 S/S」皮切りに万博 PR

—W TOKYO

『東京ガールズコレクション』(TGC)を運営するW TOKYOは2月21日、2025年日本国際博覧会協会と広報・プロモーション協賛契約を締結したと発表した。

『大阪・関西万博』の「大阪・関西万博 PR ブロンズパートナー」となり、TGCの強みであるZ世代などに向けて万博をPRする。

3月4日の『第36回 マイナビ東京ガールズコレクション 2023 SPRING/SUMMER』(TGC 2023 S/S)を皮切りに、『大阪・関西万博』が閉幕する10月13日までの期間、万博機運を盛り上げていく。



『TGC 2023 S/S』では、大阪・関西万博×TGCのキックオフにふさわしい出演者を起用予定。注目のステージとしてブランディングし、メディア露出とZ世代への認知拡大を図る。また、バーチャルTGC内で万博の魅力を開示するなど、リアルとオンラインを活用し、話題性の最大化を創出する。

博覧会協会の堺井啓公・機運醸成局長は「万博の魅力届け、テーマや意義に興味を持っていただき、ともに盛り上げていければと思います。そして、キックオフとなる3月4日の取り組みが、より多くの皆様に本万博への興味・関心を持っていただくための大きな弾みとなることを期待しております」と期待を込めた。

「アジア助成金」申請受付スタート

— BE シドニー

シドニーを中心にニュー・サウス・ウェールズ州へのインセンティブなど団体旅行の誘致に取り組むビジネス・イベント・シドニー (BE シドニー) は、「BESydney アジア助成金」の申請受付を2月8日に開始した。「BESydney アジア助成金」は、2023年度にシドニーでビジネスイベントを開催する団体を対象として財政支援を行う制度。100～400名が参

加するビジネスイベントに対し、1名あたり50豪ドルのサポートが受けられる。対象は、2023年4月から2024年3月までの期間中にシドニーで3泊4日以上企業ミーティング、インセンティブ旅行、コンファレンスを予定する100名～400名の団体で401名以上のグループも個別相談が可能。申請期間は2023年4月6日まで(給付枠の上限に達した時点で締め切り)。



Sydney Harbour

Pick up the Words!

BACKSTAGE2013の舞台裏を語る!

2年2ヶ月ぶりに復活開催した「BACKSTAGE2023」を、実行委員長ヒラヤマコウスケさん、実行委員樋口が振り返った。前回よりリアル+当日ライブ配信も行ったが、今回2月9日は完全リアル開催。理由として、ヒラヤマさんは「配信の利便性という選択肢を用意しない決断に検討の余地はあったにせよ、そのハードルを超えても実際に会うことにフォーカスしたかった。開催後のコミュニケーションに前回以上の顕著な違いを感じた」と個人的体験も語った。また、ビジネスイベントながら、プロレス的な演出について触れ、今回はコロナから復帰したプロレスリングアナの田中ケロちゃんの口上と完全リアル復活を掛けたと舞台裏の想いが伝えられた。BACKSTAGE2023は現在、アーカイブ配信を実施中。



体験型マーケティングに学び、出会うカンファレンスとして、6回目の開催ではオフライン開催における“出会い”に重点を置いた。イベントのジャンル問わず、イベント主催・企画・運営などの実践者・検討者を対象にリアルの実感、体験型マーケティングの価値の進化・深化を学び、新たな出会いの場を創出するカンファレンスとして2年2ヶ月ぶりに復活。



本誌公式 YouTube チャンネルでは、イベントレジストヒラヤマコウスケさん、イベントマーケティング樋口陽子がイベント関連のキーパーソンをゲストに招いて「コース・よーこのミュートを解除!」を毎週金曜日12時から30分間お届け。2月は、3日・17日はBACKSTAGE 実行委員メンバー (3日ホストケブ前野伸幸さん、17日はホスト2名)、24日はザシードキャピタル廣澤太紀さん。

イベントレポート

江戸時代から続く「浜離宮」と最先端の「竹芝エリア」共存する文化の魅力を発信



浜離宮恩賜庭園へは水上バスで移動し水辺のある風景も訴求した

2月22日、東京ポートシティ竹芝および浜離宮恩賜庭園で「令和4年度ユニークベニューショーケースイベント『浜離宮恩賜庭園』『浜松町・竹芝・芝浦エリア』」が開催された。主催は公益財団法人東京観光財団。

国際会議の開催などによる経済波及効果や都市のプレゼンス向上等を目的として、積極的にMICEの誘致を進めている東京都・東京都観光財団では、地域性や特別感を演出できるユニークベニューの魅力発信に取り組んでおり、これまでも刀剣博物館(東京都墨田区)などでショーケースイベントを実施してきた。

今回開催地となった浜松町・竹芝・芝浦エリアは、2020年9月に東京都から「東京ビジネスイベント先進エリア」に指定されている場所でもある。ショーケースイベントでは、同エリアの最先端施設として東京ポートシティ 竹芝ポートホールからスタート。そこから徒歩圏の竹芝地区棧橋へ移動し、水上バスにて浜離宮恩賜庭園へとエリアを回遊する複数施設との連携を体験するプログラム構成で展開された。

開場は17時。MICE関係者ら参加者約60名は、東京ポートシティ 竹芝ポートホールでのトークステージで竹芝エリアのビジネスイベントコ

ンテンツ体験について施設情報や今後の開発計画などをインプット。その後、2グループに分かれ、竹芝地区棧橋より浜離宮恩賜庭園へと水上バスを使い、エリアの夜景を眺めながら移動した。浜離宮恩賜庭園では、庭園内の鑑賞後、御茶屋にていけばなパフォーマンスを堪能、芝百年会提供の芝エリア特産品と東京産食材の試飲・試食が行われた。

このようなオンライン参加者向けに中継され、複数施設だけでなくオンラインも含めた多空間利用で実施した。

JNTOによる推計では、2023年1月の訪日外客数は1,497,300人と150万人に迫り、2019年同月比55.7%と徐々に回復が見込まれる。今後のMICE需要喚起に向けても、屋内外の多拠点を利用したエリア連携型のニーズに、ユニークベニューの利活用は大きな魅力となりそうだ。

今回のショーケースでは、江戸時代から続く「浜離宮」と最先端の文化が共存する「竹芝エリア」という地域ならではの特色を近距離移動で短時間に表現していた。

浜離宮恩賜庭園の様子やトークステージは、イベントマーケティングwebサイトにて詳報



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

