

「face to faceを科学する」月刊イベントマーケティング

EVENT 21 MARKETING

March 31, 2017

特集
スゴい会場

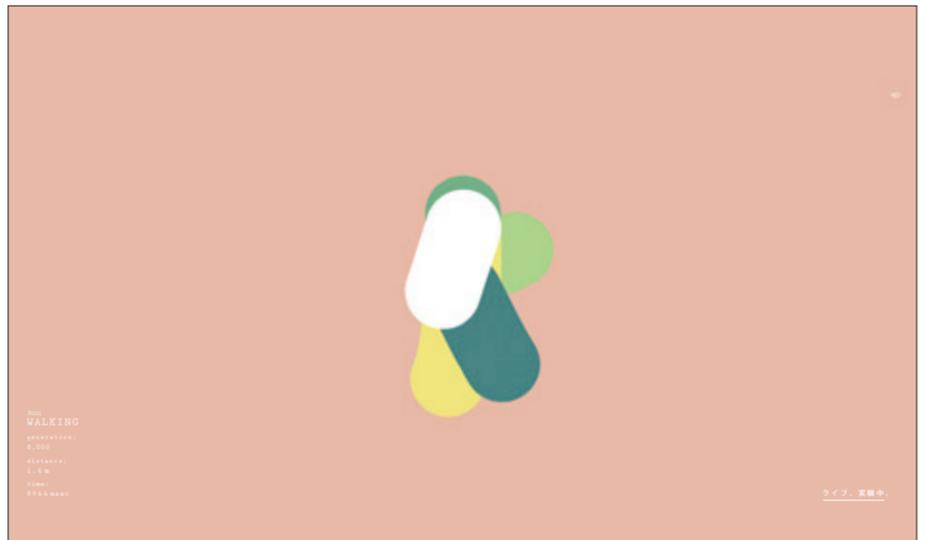
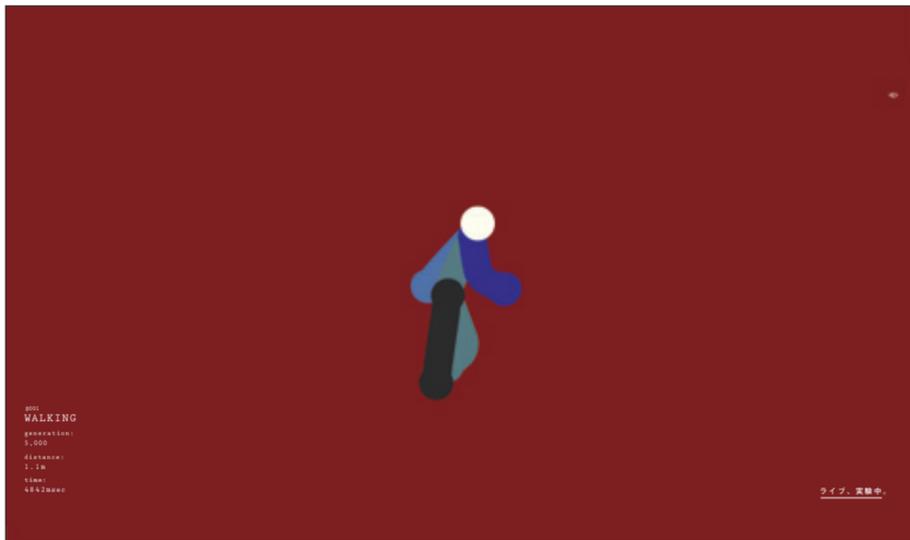
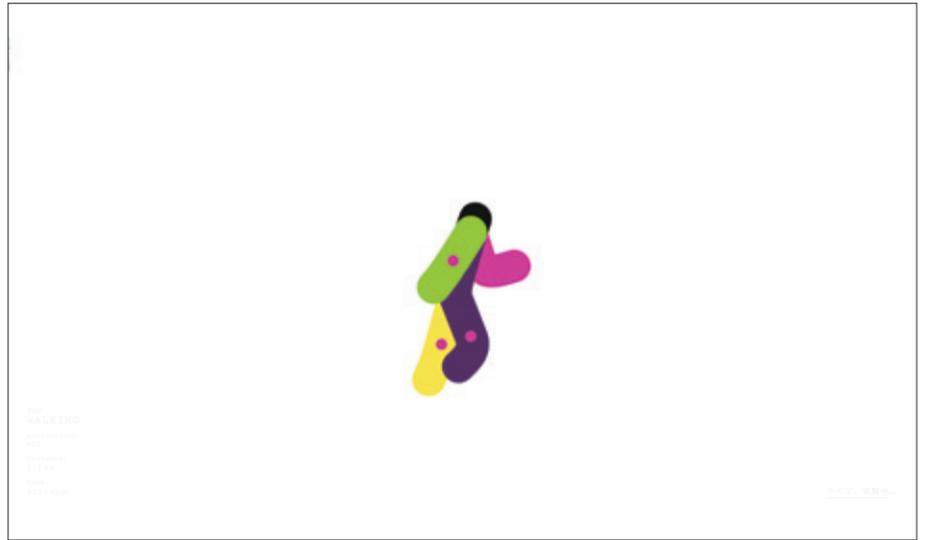
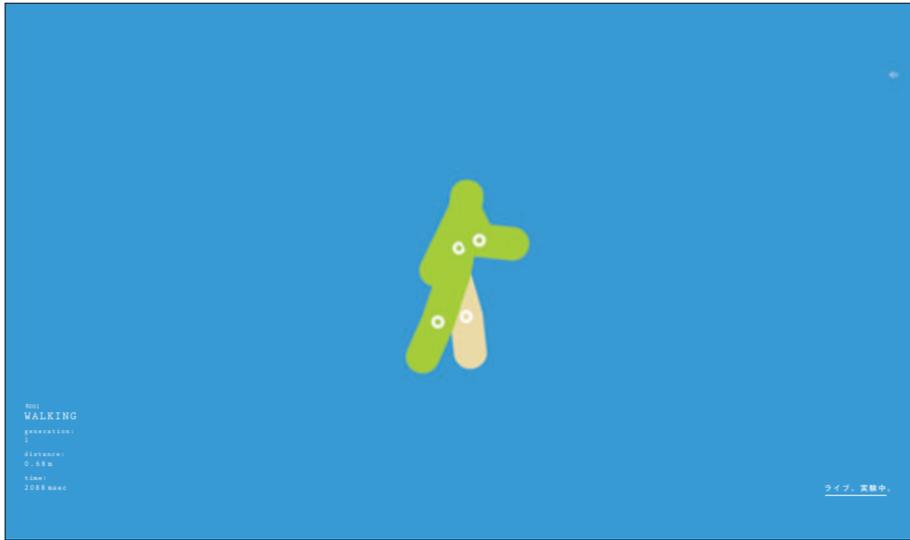


今月のインタビュー
株式会社電通ライブ
代表取締役社長執行役員
CEO
前田 圭一さん

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

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp



てくてく、てくてく。

今回の表紙には、8pでインタビューをした電通ライブの協力で、同社がwebサイトで展開してる「ライブ、実験中。」のビジュアルをお借りした。

このビジュアルは、実際に、遺伝的アルゴリズムを用いた実験をみせてくれている。徐々に学びながら「前に歩く」ということを目指しているとのこと。generation：世代

を経るごとに少しずつ進化が生まれ、常に新しいことに挑戦し続ける姿勢と、歩みを止めず、進んでいくというメッセージが込められている。インタビューでも、前田さんは広告の世界や販促の現場でどんどん変化が起きていると言い、今後はイベントという言葉に限定されない領域をプロジェクトマネジメントの能力・技術を使って対応し、新しくつくっ

ていくことでライブマーケティングを体現する、とも話す。

この言葉の束縛と新しい概念の提供という部分に、聞いた私が特に深く頷いていたのは、イベントマーケティング紙でもいつも突き当るテーマだからだ。イベントをつくっているひと、マーケティングを担当しているひと、双方に自分事として読んでもらいたい、との

思いでつけたタイトルだけど、狭義の“イベント”ではなく、広義の“イベント”と理解が変われば、月刊イベントマーケティングの役割も変わるかもしれない。そうなることを願ってBtoBもBtoCも垣根なく、イベントマーケティングのいまや進化を語れるような多くの最新事例や共通テーマを共有していこうと思う。

古くも新しくもイベントというのは、磨かれたことが実はないんだから。進化はしているけどね。

(表紙協力：電通ライブ)

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



イベントレジスト株式会社

<http://eventregist.com>
[お問い合わせ] contact@eventregist.com | 03-6869-5592

EventRegist
イベントレジスト

すごい会場

会場こそ、インフルエンサー

“face to face を科学する”（本紙のテーマです）のに、“どんな場所で”は実は欠かせない要素。イベントやセミナー、会議の記憶を引き出すとき、「あの会場で会った、誰々さん」と場所とリンクしたり、壁の色や景観の断片がその空気感を運んできたり、場のもつ雰囲気が後押しして仲を深めた経験はないだろうか？

最新テクノロジーの話や伝統ある寺院の境内で聞くのはより印象深いし、学びの場面では集中と解放がセットな環境があるとより効果が高まるなど、コンテンツに求められる成果に会場も影響を与える。

そう、会場は人の記憶や気持ちを喚起させるインフルエンサーでもある。

昨年8月に新しくスタートした中規模会場のコミュニティ「ベニュー研」では、会場側と利用者である主催者側、そして参加者側の3者の視点でよりよい会場とイベントコンテンツを考える、という提案がされた。

会場選びも、いろんな視点から考えると、新しい発見が生まれ、これまで候補に上がってこなかった会場がリストアップされるかもしれない。

完成前から検索数がすごい！



赤坂インターシティ コンファレンス

オープンより1年前の2016年10月から会議室.comに掲載しています。オープン前の会場の情報ページとしては、赤坂インターシティコンファレンスは、これまでにいくつものアクセスがあり、注目度の高さがわかります。



会議室.comさん

政治の中枢・霞が関、美術館をはじめカルチャーの集積地・六本木、国際的なビジネスエリア・赤坂～虎ノ門の3エリアの中心に位置する「赤坂インターシティコンファレンス」。“学び”にフォーカスした会議・研修施設として、ONとOFFを意識した欧米スタイルの機能が充実する。たとえば、リフレッシュメントスペース「KIOSK ラウンジ」はOFFの空間として居心地を重視したものの。

一方、デスクはノートPCとA4資料を置いてもゆとりのある奥行50cmのオリジナルサイズ。会議施設としての基本機能をより充実させることで、ONの空間で会議やセミナーに集中できる環境を整えている。

また大使館や外資系企業の多いエリアであることからインバウンド対応も充実している。同エリアで多いホテルのパンケット利用者を意識した、ハラルフードなどの飲食サービスにも対応する。

最近ではイベントを即時配信したり、別々の場所で同時開催したりするケースも多いため、映像・音声などの情報配信システムも配備。12室すべてサテライト対応が可能だ。

場 東京都港区赤坂 1-8-1 赤坂インターシティ AIR 3F・4F (溜池山王駅直結)
 ¥ 12室 (50㎡ / 7万1000円～545㎡ / 65万円) * 料金は4h・税別 (8時～22時)
 運 株式会社インフィールド

FUKURACIA

フクラシア 5店舗目

東京駅 八重洲口目の前

2017年6月OPEN

フクラシア八重洲 (東京)

ホテルクラスのグレード感で、エグゼクティブな空間

ご予約受付中

大小合わせて17会場2000㎡のイベントスペースをワンストップでご提案

国内外・広域からの集まるメンバーや、多忙なエグゼクティブとの密度の濃いコミュニケーションをクリエイティブにサポートします。大切な顧客やビジネスパートナーとの会合に相応しいサービスと、コミュニケーションに集中出来る、スムーズ&スピーディなオールインワンスペースを用意します。

貸し会議室 FUKURACIA tel.03-6430-9355

Q フクラシア <http://www.fukuracia.jp>

都内全9会場

多くのイベントを支える会場がここにあります。

マグネットスタジオ

日本橋三井ホール / 品川インターシティホール&貸会議室 / 品川ザ・グランドホール
 品川フロントビル会議室 / 大崎ブライトコアホール / 浅草橋ヒューリックホール&カンファレンス
 代官山カサート71 / 原宿アストロホール / 日本橋 橋楽亭&囲席

QRコード

研

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

エリア交流コンテンツがすごい！



※利用スペースはA～Dエリアのみ
（その他エリアは利用不可）

品川駅東側に位置する港南エリアのオフィスビル「品川シーズンテラス」に併設された「イベント広場」は、東京タワーを望む景色や豊かな緑地が気持ちのいいスペース。好ロケーションのため、ドラマの撮影なども多い。

エリアマネジメント活動の一環として、品川エリアの3つの地域資源「グリーン・テクノロジー・オープンネス」をキーワードに、「太極拳 on Green」や「品テク meetup」、開放的な野外空間で映像体験ができる「品川オープンシアター」など、地域住民も楽しめるイベントが行われている。近隣住民がピクニックをすることも。

場 東京都港区港南 1-2-70
（JR 品川駅 港南口徒歩 6 分）
¥ B エリア（500㎡）10 万円（9～17 時）
運 デイ・ナイト株式会社

一昨年、品川シーズンテラスのオフィスフロアに本社が移転し、品川ワーカーになりました。せっかくなので新しい場所を楽しみたいと、イベント広場で開催している「品川ナイトランニング」や品川シーズンテラスホールでお酒を飲みながらテクノロジートークを楽しむ「品テク meetup」でエリア企業の方と交流するようになりました。

丹青社
工藤 鉄也さん



品川シーズンテラス イベント広場

和の美術工芸がすごい！



ウエディングだけでなく、ビジネス会議や、宴会などでも利用できる「ホテル雅叙園東京」。とくに旧・目黒雅叙園から受け継いだ日本画、本漆塗り、螺鈿細工など、貴重な美術工芸品を移築。細部にいたるまで贅をこらして造られた、典雅な和室宴会場は、組子障子や色彩木彫板などに彩られる。インバウンド向けイベントでも人気が高いという。

場 東京都目黒区下目黒 1-8-1（目黒駅徒歩 3 分）
¥ 畳の和室宴会場は、3 室（牛若 74㎡ / 竹林 124㎡ / 飛鳥 248㎡）
運 ホテル雅叙園東京 営業部

ホテル雅叙園東京（和室宴会場）

2017 年 4 月 1 日、
目黒雅叙園より施設名称変更

間近で花火鑑賞がすごい！



インセンティブ、コンベンション、展示、試乗会、チームビルディング、イベント、学会などのリゾート MICE を提案する「シーガイアコンベンションセンター」。100 名以下の会議室から最大 5,000 名のホールまで、規模や用途に合わせたスペースを用意。夏や年末には隣接するホテルの客室から目の前の花火を楽しむことができる。

場 宮崎県宮崎市山崎町浜山（宮崎空港から車で 25 分）
¥ 分割利用含め 22 部屋を用意（59㎡～2,603㎡）*料金は要問合せ
運 フェニックス・シーガイア・リゾート

シーガイア コンベンションセンター

厳しい競争社会を勝ち抜くための会議術が満載！
ビジネスリーダー向けお役立ちメディア

会議 HACK!

powered by 会議室.COM

会議HACK

ダメな会議 ファシリテーション

プレゼン 会議の進め方 社内会議

<https://www.kaigishitu.com/meeting-hacks/>

「空間の有効活用により 成果の上がるイベント空間を提案します!!!」

2階立てブース用システム SYMA (シーマ)

特徴

- 強度のある部材と専用の階段を使用する事により、2階立てのダブルデッキを実現する事が可能です。
- 壁面のパネルは、デザインガラス、木材系の種類を用意している為、様々な外観のデザインを演出できます。
- 2階立てにより、限られたコマでの有効なスペース活用と高級感のあるデザインを演出します。

※掲載画像はイメージです。
設計、構造については別途ご相談下さい。

空間演出システム GRID (グリッド)

特徴

- 本体は40cm角のキューブ状のフレームを使用し、本体同士をネジで固定すれば様々な形に組み合わせる事ができます。（色は白と黒の2カラー）
- パネルをはめる事でGRIDを使った演出が可能です。（パネルの種類は木製、ガラス製、アクリル製など）
- その他オプションにより、上部に座席シートを取り付け椅子として使用する事や、専用の液晶モニターを使用する事により、映像を使った演出も可能です。

レントオールグループのビジョン

TOTAL POWER by NISHIO

私たちがレントオールは、グループの強みである総合力と人材力そして挑戦する企業文化をもって、お客様のパートナー企業として最善の成果をお届け致します。

今後は時代の変化をすばやくキャッチし、新しいレンタル商材の開発を進めながら、ハード面とソフト面のノウハウを高め、両輪で提案できるイベントレンタル部門を目指してまいります。

レントオールグループは、業界のリーディングカンパニーとして常に前進し、道を切り拓きます。

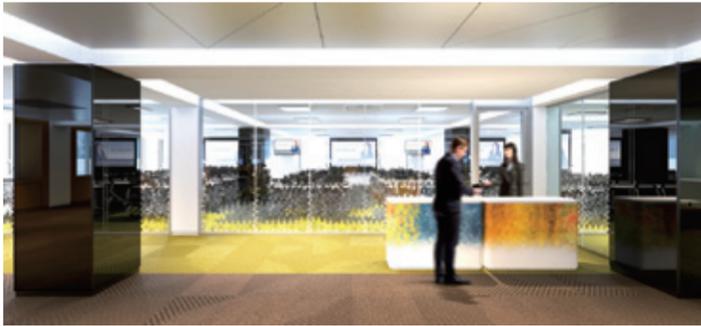
1 新しい分野に挑戦するエネルギー
2 人材の育成
3 ソフトの開発 ITを取り入れた新しい市場開発
4 データ化、システム化による情報の共有化・見える化の推進
5 イベント業界を牽引するトップランナーとして役割を担う

企業力の
スパイラル的な
向上

西尾レントオール株式会社 RA東日本営業部 RA東京営業所

TEL : 03-3529-6247 FAX : 03-3529-6253
HP : <http://www.exhibition-sys.com/jp/>

実験的取組みがすごい！



東京駅八重洲口の目の前に、17部屋計 2000㎡の「フクラシア八重洲(東京)」が今年6月にオープンする。

設計は数々の受賞経験をもつ気鋭の建築デザイナーが手がけたもの。事前に中小規模の会議室が多いロンドンの施設を視察し、そのエッセンスを取り込んだ。

横長の会議室が多いのは、登壇者と聴講者の距離を縮め、インタラクティブな会議にも対応するための。

ラウンジやリラックススペース、ホワイエを大きくとった空間構成は、参加者間のコミュニケーションを重視する近頃のイベントに適している。

マイナスポイントになりがちな柱のある部屋には、天井からの吊り下げスクリーンやサブモニターを配置。

柱の後ろに小型カメラを設置し、後方部の様子を柱手前のモニターに映し出すことで、講師が会場後方の様子を見ることができる、そんな実験的な取組みも行う予定だ。多数のモニターは、サインや演出にも利用できそう。主催者が新しい使い方を考え、進化していく会場になりそうだ。

場 東京都中央区八重洲 2-4-1 ユニゾ八重洲ビル 3F (東京駅八重洲口目の前)

¥ 17室 計約 2000㎡ (45㎡/5万1000円～200㎡/23万1600円) *料金は5h(平日)

運 株式会社マックスパートナー

ベニュー研スタッフの声

小会議室のドアを開けると、直接部屋に繋がるのではなく、飾り棚がある小さなプライベートスペースへ。このような高級感を演出する工夫があちこちに隠されている。それを探すのも楽しみの一つかも

会議に役立つ Web メディアが誕生！



編集長 楠 徹平さん (アスノシステム株式会社 Web ビジネス事業部)

2月13日にビジネスリーダー向けの会議術 Web メディア「会議 HACK！」がオープンした。運営するのは、会議室検索サイトの会議室.COMを展開するアスノシステムだ。

「ハコ情報だけでなく、会議をする人や、効率的な会議方法など・コト情報も発信していきたい、会議に役立つ『会議の総合ポータル』として育てていきたい」と会議 HACK！編集長を務める楠さんは話す。

これまで同社では会議室.COMを運営して15年以上になるが、掲載する施設数は空室の有効活用増を背景に、2,000超の施設で8,000室の会場と右肩上がりに掲載件数を伸ばし、サイト利用者も直近の月平均セッション数は10万以上と3年前に比べて約二倍に増加。会議室需要・会議人口も成長していると分析し、質の向上に向けてメディアを立ち上げた。

コンテンツには、会議コンシェルジュや会議のプロにインタビューし役立つ会議術を紹介する「スマート会議術」、ユニークな会議の進め方を行う企業やプロジェクトが学べる「POP IN MEETING」、生産性ある時間にするための会議術をまとめた「会議再生ラボ」で展開する。

会議を起点に、今後は「セミナー」や「イベント」にも切り込む。



フクラシア八重洲

集中できる環境がすごい！



かずさアカデミアホール

木更津と聞いて距離を感じるが、実際は東京湾アクアライン経由で東京駅から車で60分。都心の喧騒を離れ、自然に囲まれた環境が研修や学会などで集中した学びを生む。隣接のオークラアカデミアパークホテルのスタッフによる会議・研修運営サポートが強み。CM・カタログの撮影も多く年間130件の実績も。

場 千葉県木更津市かずさ鎌 2-3-9 (JR 木更津駅から車で約15分) メインホール (シアター 700名)

¥ 4万3200円/3h ほか

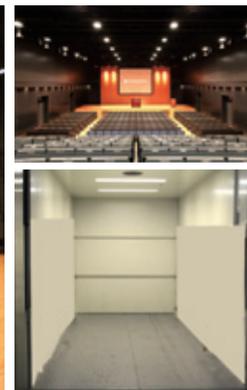
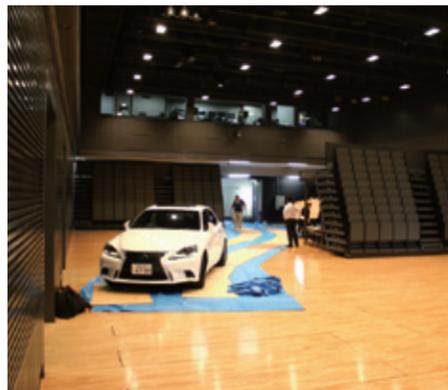
運 株式会社かずさアカデミアパーク

研修や会議で会場をお探しの方にご案内すると、都心やリゾートにない集中のできる環境という感想が多く満足度が高いですね。利用料がリーズナブルなところもポイントです。

(公財) ちば国際コンベンションビューロー
西田 直美さん



搬入がすごい！



THE GRAND HALL

“お客様の想いを空間でお応えする”をコンセプトに自由な表現ができるイベントスペース。品川駅港南口から屋根付きスカイウェイで徒歩5分という好アクセス、最大462名収容可能なメモ付式の可動式椅子、パーティー会場としても利用できる広いホワイエなど、使い勝手の良さがウリになっている。

なかでもイベントのプロに嬉しいのが、W2425 × D5570 × H2700、最大積載3.5tのカーリフトエレベーター。

分解できない医療機器や自動車など、大型な展示物が多いイベントの搬入もスムーズにできる。

利用料金が2割引きになる月曜割や、日曜・祝日限定で音響照明機材と立会人件費込みで50万円になるエンタメプランも用意されている。

場 東京都港区港南 2丁目 16-4 品川グランドセントラルタワー 3 (東京駅品川港南口から徒歩5分)

¥ 432㎡/80万円～*料金は11h

運 株式会社マグネットスタジオ

鍾乳洞、古代人…ユニークさがすごい！



ガンガラーの谷 ケイブ カフェ

場 沖縄県南城市玉城前川 2 0 2 ¥ 220㎡ / 料金は要問合せ 運 株式会社南都

天然の鍾乳洞で200人規模のパーティーができる。2万年前から古代人が使用した洞窟で、古代人の骨や世界最古の釣り針が見つかった。もともとが海底なので、天井も壁もサンゴ礁でできている、という他の会場にないものだらけ。

鍾乳洞なのに、電気、水道、Wi-Fi、常設のステージが完備されているうえ、機材車の搬入も可能なイベント仕様になっている。鍾乳石の水滴対策で、要パラソルなのはご愛嬌？

みんなで作るカオス感がすごい！



BETTARA STAND 日本橋

場 東京都中央区日本橋本町 3-10-1 (小伝馬町駅徒歩2分)

¥ イベントスペース (着席50名) 15,000円/1h

運 YADOKARI 株式会社

もとは、宝田恵比寿神社横の駐車場。7台分のスペースにイベント・キッチンスペース「BETTARA STAND 日本橋」は建っている。移動可能な動産・タイニーハウスやDIYで作る屋台などを利用。「神社境内のような安らぎ、賑わい」の新たなパブリックコミュニティスペース。

建設には日替わりで約100名が関わっていて、私は大工をしているので技術指導で携わりました。なかには釘を1本打ちに来たという女性も

丹工舎
丹羽 芳徳さん





工場見学オリジナル SNS フォトプリントキャンペーン 体験を持ち帰り、クーポンにも



キリンビール工場での新たな試みとして、名古屋工場と福岡工場で3ヶ月間「#SnSnap」を活用したSNS施策が実施されている。工場ですべての工場見学向けのキャンペーンで、SNSに投稿した工場見学時の写真を、工場のレストランクーポン付きカードにしてプレゼントするというものだ。



「工場見学オリジナル SNS フォトプリントキャンペーン」
開催日時：2月10日(金)～5月7日(日) ※なくなり次第終了
※名古屋工場は2月16日(木)～5月7日(日)
対象者：「一番搾り うまさの秘密体感ツアー」参加

イベントレポート

理想的な働き方は、一つではない 働き方を考えるカンファレンス 2017

2月15日、虎ノ門ヒルズフォーラムで『働き方を考えるカンファレンス 2017「働く、生きる、そして」』が開催された。世界中で起こっている働き方のパラダイムシフトにおける最新情報を届けるという内容で、「働きやすい社会づくり」を支援し、様々な企業の「働き方事例」を共有、研究・体系化する一般社団法人 at Will Work が主催。行政・企業・研究者・個人など、約600人が参加した。

経済産業省大臣の世耕弘成氏、慶應義塾大学名誉教授の竹中平蔵氏、ヤフー安宅和人氏、メルカリ小泉文明氏、二枚目の名刺代表の廣優樹氏など、多方面から集まった登壇者は、ブー



展示コーナーに研修プログラムで出展した「MY WAY」は、イベント翌日に引合いのメールが届いたという



(写真左) ホワイエに展示されたグラフィックレコーディング

スエリアも含めると54名。「採用・評価」、「マネジメント」といった企業側の視点だけでなく、「働く環境・ワークスタイル」、「理想の組織・働き方」といった雇用者側の視点を織り交ぜたテーマが設定され、さまざまな切り口から働き方の多様性について共有された。

CLOSING SESSIONに登壇した世耕弘成経済産業大臣は「働き方改革は、文化など不透明なものを変えていくベースになるもの。日本型の雇用変革は急務で、働き方を変えることと生産性をあげていくことを同時に進めていくべき」とし、自身も国会答弁の準備時間を管理しIoT、AI化を取り入れるなどしていると、IT化によるイノベーションの必要性にも言及し

た。また、「あるべき理想的な働き方が、一つではないことが重要」と選択肢のある働き方改革を提唱した。

同カンファレンスでは「グラフィックレコーディング」が導入され、セッションが終わるごとに参加者が会場に展示されたグラフィックレコーディングを撮影し、SNSに投稿するなど、情報収集に終わらず、アクションにつながる仕掛けがつけられ、リアルな場だけでなくフィード上でも働き方を考えるさまざまな議論が展開された。

at Will Work 代表理事の藤本あゆみさんは、「前向きに働きたい人が、好きなように働き方を選択できるように、いまある不自由な状況を発信し、理想的な働く環境ができるように声をあげてほしい」と、今後も活動を続けていく。

ここを測る

空間が変わるイベントも変わる!?



商業・文化施設などの空間づくりを行う株式会社丹青社と理化学研究所発のベンチャーである株式会社 Kokorotics は、ワークプレイスでの従業員の気分・心地の微妙な変化を測定できるスマートフォンアプリ「KOKORO スケール for Workstyle」を共同開発した。

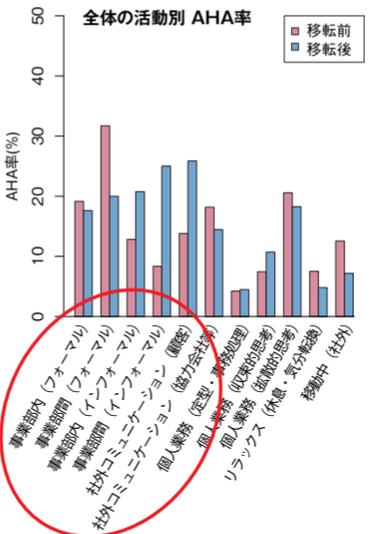
きっかけは、2015年9月に実施した、丹青社の本社オフィス移転。「ここを動かす空間づくり」を掲げる丹青社として、空間と「ここ」の関係性にも着目し、そのパイロット調査に取り組んだ。本社移転を機に取り組んだワークスタイル変革の狙いは、クリエイティビティと業務効率の向上。その効果測定に「KOKORO スケール」にアレンジを加えて、「KOKORO スケール for Workstyle」を共同開発し、自らのオフィス空間で従業員の「ここ」の動きがどのように変化したのか80名を対象に調査を行った。

KOKORO スケール for Workstyle の共同開発を担当した丹青社の菅波紀宏さんと工藤鉄也さんは、「アプリを導入し、1日数回データを入力してもらうことで、いつ、どこで何をして、どんな気分〔やる気・快適さ〕だったか、気づきやひらめきがあったかリアルな実態を捉えることができました。経験値や感性などのアプローチに、さらに定量的なデータを加えて、より良い空間づくりにつなげていきたい」と話し、ここという主観的な気分・心地を定量化し、ここと空間の関係性の数値化にチャレンジしたと解説する。

理化学研究所・片岡洋祐博士が脳科学の知見に基づいて開発した気分・心地の測定ツール「KOKORO スケール」をベースにしており、脳内物質「ドーパミン」「セロトニン」の働きに基づく気分尺度（安心感と不安感、

やる気と無気力など）を横軸および縦軸にした4象限マトリクスで人の心の動きを捉える。片岡博士は「たとえば、不安や緊張感が強いときは無理にリラックスしようとしてもなかなか思い通りに気分をコントロールすることは難しいですが、興味のある話題などで一度ワクワク感を上昇させると、その後、不安が軽減されやすい、ということがKOKORO スケールでわかってきました。空間やイベントにも脳科学を入れることで、いろんな道筋がみえてくる」と話す。たとえば、天井をあえて低くし、その先に吹き抜けをつくることで生まれる心理変化を利用した空間構成や、イベントのプログラム順に活かせるかもしれない。

「今回のアプリはオフィス空間向けでしたが、イベントや公共空間など、次の改善につなげることができるのではと期待しています」（丹青社 菅波さん・工藤さん）。



分析結果：クリエイティビティの向上「アハ体験（気づき・ひらめき）」は、コミュニケーション系の活動が多いという結果から、部門を超えたコミュニケーション機会を増やす施策を実施すれば、より創造性が高まる可能性があることが導き出された。

cmo japan ご聴講者・ベンダー企業募集中!!
マーケティングの第一人者が一堂に会す!
CMO Japan Summit 2017
6月14 - 15日 (水・木)
ホテル椿山荘東京
マーカスエバンズ・ジャパンリミテッド
chikas@marcusevanski.com / 03-5210-7330 (代)
※お問い合わせの際は広告を見たお伝えください

紹介動画
JOBドラフト
高卒採用支援メディア
株式会社ジンジブ
お問い合わせ先はコチラ
関東 03-5777-2679 / 兼原 関西 06-6261-1188 / 富士

オーダー! ブランドの魅力伝えるお弁当

Powered by
ごち丸

昨年11月9日・10日に幕張メッセで開催されたCybozu Days 2016では、オリジナルのケータリングとお弁当が提供され、ブランド訴求と集客に役立った。食事を提供したのは、弁当宅配・ケータリングの「ごち丸」とデリバリー型社員食堂「シャシヨク」をてがけるスターフェスティバルだ。

イベント主催者であるサイボウズからの要望は、企業とサービスのブランドイメージを“食”のシーンでも訴求すること。そのオーダーに集客力のある“食の魅力の活用”もスターフェスティバルは提案した。

お弁当に“Cybozu Days 2016”のロゴが入った鬚斗(のし)をつけるだけでなく、カレーにロゴマークを形どったチーズを浮かべたり、サービスカラーに合わせた黄色い米を使用するなど、ブランドイメージの再現性を追求した(写真右)。また、「おしゃれなバルのようなイメージ」というテーマに沿って、恵比寿のガレット

トスタンドを会場に呼び寄せたり、料理の見せ方にもこだわった。

食の魅力の効果もあり、来場者数は目標の3000人を達成。「お客様に喜んでいただいた」「集客のフックの1つになった」とサイボウズの担当者の満足度は高かった。

担当したスターフェスティバルのリレーションセールス本部部長の山中敬司さんは「来場者の方々がお料理の写真を撮影しているのを見たときはうれしかった」と語る。撮影した写真はSNSにも多く投稿された。サイボウズのブランドイメージ拡散にもフォトジェニックな料理は効果があったようだ。

スターフェスティバルでは、弁当や食事の魅力を活用して、大規模イベントやプロモーションなどの開催効果を最大化するため、企画の段階からイベント主催者を支援している。



Kintone Kintoneのロゴの形のチーズをカレーに



スターフェスティバル
山中 敬司さん

イベントの運営改革へ 屋内測位システム開発

リクルートテクノロジーは、イスラエル発のスタートアップ企業 Infuse Location Ltd. と技術協力し屋内測位技術を活用した共同検証プロジェクトを開始した。

同システムはWi-Fiや地磁気、ジャイロセンサー、GPSのデータを総合的に活用することで、屋内の位置情報を高精度に測定する。ピーコンやIMESなどと異なり機器の設置が不要。イベント会場内でのナビゲーションや、O2Oマーケティングなどでの活用が期待される。

Jリーグ初、フィールドに プロジェクションマッピング

3月11日、大阪府の市立吹田スタジアムで行われたガンバ大阪対FC東京の試合終了後に、Jリーグ史上初のフィールドへのプロジェクションマッピングが実施された。チームとサポーターが試合以外でも繋がるこれまでにない感動体験を提供した。コンテンツプロバイダーはタケナカが務めた。



iPad1000台用意し 講演会で150人の質問受ける

昨年、ある製薬企業が都内で学術講演会を開催した。他の会議と何かが違うのは、1000人にのぼる来場者が全員iPadを手にしていたことだ。

運営を担当したシータイムの酒井祐輔さんは「とにかく1000台集めるために、複数の会社にあたった」と振り返る。

そこまでして参加者全員にiPadを用意したのは、講演を聴いてもらうだけでなく、参加者の質問を広く集めたいという主催者の想いに応えるためだ。

その効果は大きく、通常の挙手による質疑応答では2〜3問で終わってしまうところを、150人からの質問を受け付けた。主催企業としては今後の営業活動の指

標となる貴重なデータを得ることができた。

1000台を1つのイベントのために集めたというインパクトは大きく、参加者は主催企業のスケール感やイベントにかける想いに強い印象を受けていた。

シータイムでは今後、iPadの活用範囲を、営業活動に活かせるビッグデータの集積にも広げ、イベントの開催効果を高めていくという。



1000台のiPadがならぶ壮観

デジタルマーケティングの 広告賞応募受付中

株式会社D2Cは、総合的なデジタルマーケティングの広告賞「コードアワード2017」を開催、3月22日から応募が開始された。デジタルを活用したマーケティングコミュニケーションの事例を国内外から募集し、その秀逸な施策を企画・実施したチームを称え世の中に発信することを目的にしたもの。

4年目となる今回は、数々の広告賞の審査を歴任するPARTYのクリエイティブディレクター伊藤直樹氏が審査員長に就任。

作品エントリーは5月8日まで。今年からオフィシャルサイトを英語対応させ、アジアを中心とした海外からの作品募集も積極的に受け付ける。グランプリ発表は7月中旬予定。



Editor's Eye

感動社会をデザインする ムラヤマ/感動創造研究所

空間ディスプレイ企業の研究機関の先駆けといえるのが2008年に株式会社ムラヤマが設立した感動創造研究所だ。感動のメカニズム等についての調査・研究も進めており、「私たちが提供しているのはつきつめれば“感動”であって、ディスプレイはその表現手段の一つ。そう考え、感動の価値やメカニズムを解明し、こころの豊かな感動体験あふれる社会を目指しています」と立上げ時の所長で現シニアフェローの守法美宣さんは説明。現所長の高山実さんは「感動のもつ力なくして人類の発展はなかったも



守法美宣さん



高山実さん

のと思う」と語る。

実際に「感動発信・インタビュー」、「感動創造フォーラムの開催」、「地域コミュニケーション」、「震災復興支援」、など、ディスプレイという枠をはずし、さまざまな活動を行っている。

感動のメカニズム等についての調査・研究も進めており、その成果の一つとして、感動のハナシ、感動のチカラ、感動のカタチという三冊の小冊子をまとめた。

金沢工業大学心理情報学科の神宮英夫教授が所長を務める感動デザイン工学研究所とのパートナーシップをはじめとした、関係機関と研究も継続中である。

感動価値についてまとめた「感動のチカラ」のなかでは「なぜ、他人の“感動”に“共感”したがるのか? 共感コミュニケーションの広がりとその限界は?」や、「大脳新皮質の割合と共感コミュニケーションの広がりとの相関性」、「拡張

現実の時代とリアルコミュニケーションについて」などイベントに活かせるセオリーも紹介されている。

また、農業・工業・サービスに続く第四の経済価値として感動を提唱。感動を呼ぶモノ・サービス、感動体験の場やコンテンツ、感動による顧客・従業員満足度向上など“感動市場”の発展に寄与すべく活動している。

モノづくりからことづくり、さらに人のこころを動かす感動づくりへと価値観の重心がシフトしているなか、感動をよぶ体験提供が、新しい空間づくりのテーマになりそうだ。



研究の成果をまとめた小冊子3冊セットを5名様にプレゼント。ご応募は編集部まで。into@event-marketing.co.jp

大塚商会 実践フェア2017も 採用!

イベントに特化したアプリで課題を一気に解決!

イベント

<https://eventos.tokyo/>

イベント 検索

bravesoft

資料請求 お問い合わせ 03-6809-6064

(平日 10:00 ~ 19:00)
株式会社 ブレイブソフト

event_contact@bravesoft.co.jp

www.ray.co.jp

Ray

株式会社レイ イベント事業本部の
映像機器レンタル&AVシステムプロデュース

ショーテクニカル ステージビジュアル エキシビジョン コンベンション

株式会社レイ イベント事業本部
東京事業所 TEL.03-5767-5910 大阪事業所 TEL.072-967-0622 京都事業所 TEL.075-705-1278

TECH 番長が行く

その2



海外で
買い付ける



株式会社 フロンティアインターナショナル
第4営業本部 シニアプロデューサー
WOM マーケティング協議会 国際委員会委員長
山中 良悦さん

EVENTTECH (2016/11/14 ~ 16 @ラスベガス) に参加したのは、最新テクノロジーの情報や市場動向などのセッションを聞くという目的もありましたが、主眼に置いたのは、自分たちが使用するテクノロジーを仕入れに行くという、より弊社のビジネスに直結した目的でした。

すでに弊社で取り扱う方向で動いているものがいくつかあります。

1つは19号でも紹介されたリス

トバンド「KLIK (クリック)」です。受付でのチェックイン機能のほかに、バンドを名刺代わりにタッチしてクラウドサービスでその後やりとりしたり、発光するのを利用して光の演出で一体感を出せるもので、イベントに高揚感と「新しい感」が生まれます。EVENTTECHのアワード会場で偶然 KLIK の担当者の隣になり、コレ良いよねって話していました。日本国内での本格的なサービスインに関しては、現在最終調整中ですが、近いうちに皆さんにも弊社サービスの一つとしてご紹介できることになろうかと思っています。

少し似たものかもしれませんが、決済機能付きリストバンド「グローネット」も導入予定です。物販をとまなうイベントで課題となっている、現金收受の手間や実売データの取得を容易にするだけでなく、決済の簡易化により購買障壁がさがり売上向上にもつながると期待しています。過去の既存の製品・サービスなどよりも導入コストが圧倒的に低く、音楽フェスなどのイベントに導

入できると思います。

来場者の行動データをどのように取得するか、ということで赤外線や顔認証などさまざまな技術がありますが、米国では Wi-Fi を使って位置測定をすることも多いです。米国ではモバイル端末を会場などの Wi-Fi 端末に接続することに日本ほどの抵抗がないので、数年前から商業施設などでも実用化されています。日本では Wi-Fi に繋いでもらうためのキャンペーン的なしかけがどうしても必要かと思いますが、大規模な機器を使わずに屋内測位ができる手法なので、ビーコンなどと同様に一考の価値はあると考えています。

技術的なことをいうと、たとえば「KLIK」は RFID と LED を組合せたものですし、分かりきっていることですが、一つひとつの技術がとんでもなく新しいということではなく、複数の既存技術や、アイデアを組合せてイベントに活用するアイデアを実用的な価格に落としこんでいるところなどが、欧米でのイベントテクノロジーの先進性だと感じま

す。ユニークネスという意味では、日本のそれも世界的に見ると非常に特殊で、価値が高いのですが、雑な言い方ですが、そこは僕らでなくても、必ず近いタイミングで誰かが紹介するし、導入されます。

だとしたら、僕らはもうちょっと違う場所と視点で、情報を集めていこうと思っています。

いま注目しているのは、インタラクティブで五感に働きかけるテクノロジーです。人間の意思決定は最終的に五感に頼るもの。腹落ちという感覚がありますが、それをデジタル文脈と自然な形でマッチさせ、イベントなどのリアルフィールドで表現・再現できる手法を探しています。私たちが手がけるプロモーション領域では、「体験価値」に予算がつくようになってきました。収益性の高い「体験価値」を利便性の高いテクノロジーでどう再現するか、現場に來れない人々をどうやってその空気感など含めて、巻き込めるかという事も、これから必要になってくると思います。

丹青社新社長に高橋貴志氏

空間づくりの課題解決を行う丹青社は、3月10日の取締役会で代表取締役および役員の変動を決議。代表取締役社長に現取締役副社長の高橋貴志(たかはし・たかし)氏が4月25日の株主総会で就任する予定。



高橋貴志氏

東大生がアワード受賞 後藤映則氏はアトで選出 SXSW

3月10日から19日まで、米国オースチンで、音楽・映画・インタラクティブの祭典 SXSW (サウス・バイ・サウスウエスト) が開催された。

過去に Twitter や Airbnb が受賞したインタラクティブ・イノベーション・アワードの学生部門では、ロボティクス技術を採用した義足を開発した東京大学の学生チーム「BionicM」が受賞(写真)。新設のアト部門では、本紙20号特集に登場した後藤映則氏の、「toki-series#02」が6作品の中に選ばれた。



撮影：飯田展生

告知板

本誌で連載をさせていただいて、ます、フレイ・スリーの前田です。4月20日に宣伝会議の展示会出展実践講座で、「展示会場での戦略とコンテンツ」についてお話しします。ぜひお越しください。

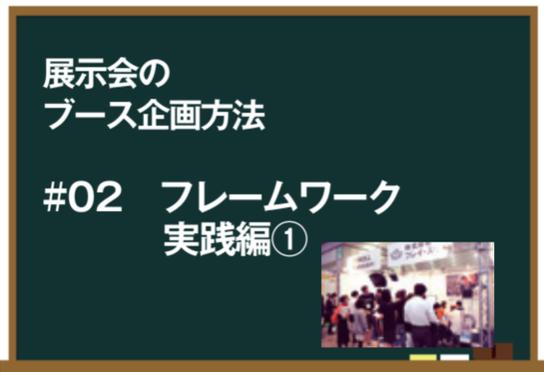
- 日時：4月20日 10:00 ~ 17:20
- 会場：宣伝会議東京本社
- 価格：4万9000円 ■定員30人

【書籍紹介】 わかる！ イベントプロデュース

企画・構想から実施・運営までのイベントプロデュースの完全マニュアル。人口減少社会、デジタル化社会における新しいイベントの活用について考察されており、ビジネスや地方創生にイベントを賢く活かす知識やノウハウを紹介している。



著者：宮地克昌 / 出版社：戎光祥出版
定価：2600円(税別) / 頁数：320P



Powered by 1ROLL

今回は展示会に出展するブースを企画するためのフレームワークを提示しましたが、今回はそのフレームワークを使ったブースの企画方法をお伝えします。ブースの企画には大きく、伝えたい情報を選ぶ「メッセージ」。その情報を際立たせるための「メソッド」。際立たせた情報を届けるための「メディア」を考える3つのステップを踏みます。

まず、<1.展示する商品、サービス>を決めましょう。展示会には多くの自社製品を出したくなる所ですが、ブース来場者に「体験を訴求する」ためにも、できれば展示製品は絞った方が良いでしょう。スペースが狭い場合はなおさらです。

展示品が決まったら、ブース内において展示品のどんな情報を際立たせるかを選ぶために、展示品の情報を、「要素」「機能」「属性」の3つの種類にバラします。「要素」はその商品全体を構成する部品、パーツ、素材、世界観など。「機能」は性能、効力、ベネフィットなど。「属性」はターゲット、商品名や商品コピー、想定ユーザー、製品が属する商品や業界ジャンルなどです。限られたスペース、限られたブース来場者との接触時間を考慮すれば、伝えるべき情

報は絞りに絞り、それを際立たせなければいけない、というワケです。

これを弊社の動画制作アプリ、「1Roll (ワンロール)」に当てはめたのが上のワークシートです。

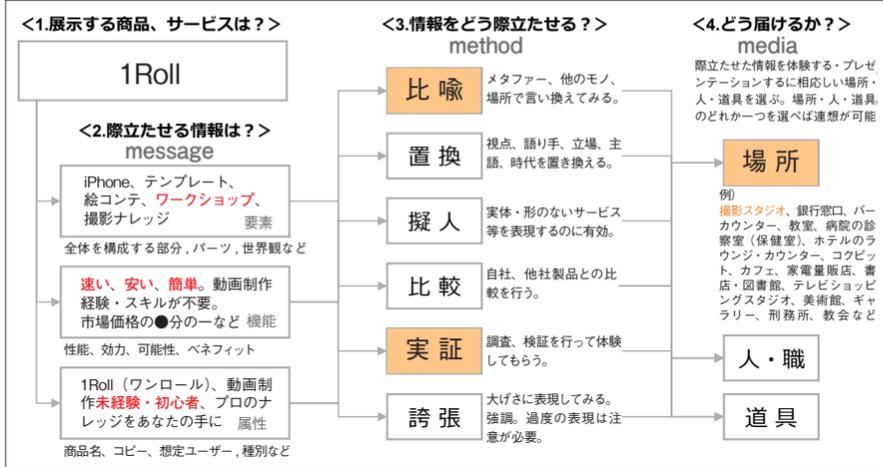
要素には、1Roll を構成する「絵コンテ」「テンプレート」「iPhone アプリ」を使用することや、サービスの特徴でもある「動画制作ワークショップ」などの情報を書き込みました。機能には、映像制作経験がない人でもビジネスに使える動画が作成できること。アプリだけで撮影できるので、「早く」「簡単」なこと。価格情報なども書き込みます。属性には製品名やターゲット層(映像制作未経験者、初心者)などを書き込みました。

このように、展示品の特徴や情報をできるだけ細かく、分類していきます。この作業を踏まえ、我々が展示会で最も強調したいのは、「動画制作ワークショップ」「早い」「簡単」「未経験者、初心者」にしよう決めました。

では際立たせる情報を選んだら、次にどのような方法でその情報を際立た

せればよいのでしょうか？ここではCM制作などにも使われる代表的なメソッドをご紹介します。「**比喩**」は情報を何か例えること。「**置換**」は語り手の視点や時代、立場を置き換えること。「**擬人**」はキャラなどを使った擬人化。「**比較**」は自社の従来製品や他社製品との比較。「**実証**」は実際にブース来場者に触ったり動かしたりしてもらうこと。「**誇張**」は製品の機能を大げさに伝えることです。

このメソッドを選択する時にポイントとなるのが、情報を際立たせるのと同時に、「**どう届けるか?**」というメディアを意識しながら考えることです。展示会のブースは大きく分類すれば、ブースという「**場所**」と、そこに立つ「**人**」、そこで使用する「**道具、ツール**」という3つのメディアで構成されます。際立たせたい情報を体験してもらい、プレゼンテーションするのに相応しい場所・人・道具を選ぶにあたり、最も簡単でかつ有効なのが、現実にその製品を使用する場所をブース内に再現することですが、それが難しい場合は、展



フレームワーク実践編①: アプリ

「ライブマーケティング」の中核企業へ



株式会社電通ライブ
代表取締役社長執行役員 CEO

前田 圭一 さん

今年1月4日付で事業再編され、設立された株式会社電通ライブ。新組織の内容や今後の事業展開について、代表取締役社長執行役員CEOの前田圭一さんに聞いた

— 1月4日に設立された電通ライブはどのような位置付けになるのでしょうか

前田 電通ライブは、電通本社のイベント&スペース・デザイン局と電通テックのイベント&スペース部門を統合し、電通テックを「株式会社電通ライブ」に改組改称した組織になります。ある意味、合併企業ですが、創業しゼロからつくりあげる気持ちでおります。

電通グループにおける「ライブマーケティング」の中核企業、を合言葉に、将来は世界のリーディングカンパニーを目指していきます。

— ライブマーケティングとは

前田 デジタルイノベーションが不可避に社会と生活を変えています。ついこの間までマーケティングの世界では、マスマーケティングからデジタルマーケティングへという論調があり、対立概念的なムードがありました。ところが、

いまクライアント企業と話をしていると、マスもデジタルも目的に向かって最適化していかなければならない、という共通課題にたどり着いています。そのためには、統合的なマーケティングが必要で、マス、デジタルの両者をつないで成果をもたらすようになる鍵はなにか、という議論になっています。

その鍵の一つは、言うまでもなくデータであり、データドリブンなマーケティングです。同時に、消費者・生活者を動かすリアルでライブな「できごと」である、というところでの「ライブマーケティング」こそ、もう一つの鍵として期待が高まっていることを強く感じます。

— 社名にも「ライブ」という言葉が使われていますね

前田 “ライブ”が示す内容には、リアル、経験価値、イベントも含めてさまざまな意味合い

があります。そのすべてをまとめて、人をわくわくさせる、というメッセージを込めるのに、“ライブ”という言葉を使いました。端的で躍動感や喚起力があり、気に入っています。

まだ確立されていない言葉かもしれませんが、むしろ電通ライブが手がけていくことを指してライブマーケティングが再定義されていくように、リードしていきたいですね。

— イベントということに限定せず、事業展開されていくということでしょうか

前田 ライブマーケティングのベースには、もともと実施してきたイベントやスペース（空間づくり）の事業が含まれますが、それらを実現する技術、ノウハウは、展開が可能なものです。たとえば、ある限定された時間と空間のなかで、一気になおかつ安全に立ち上げる、というノウハウもイベント技術の一つです。

また、イベントそのものの成功も前提ではありますが、ブランドや企業あるいは事業と、顧客である生活者・消費者との接点やその接点をつなぐストーリーを全体として設計できるかどうかポイントだと思っています。俯瞰した視点がないとイベント単独で「成功してよかった」、「たくさん人が入ったね」で終わってしまいます。そうではなく、そこに至る道筋をどう設計すれば、そこから満足を得た人たちを、顧客としてさらなる満足につなげられるのかがライブマーケティングには求められています。

デジタルもマスもすべて動員し、最適なタイミングで最適なコンタクトポイントに対してコンテンツやメッセージを送る、という仕組みの提案で終わるのではなく、一連のプロセスが動きだすための起爆剤となるリアルな体験、ライブの瞬間に、驚きや発見などの感動のピークをつくるのが成功の鍵なのではないでしょうか。

— 新しく電通ライブが組織されたことによって、どのような変化があるのでしょうか

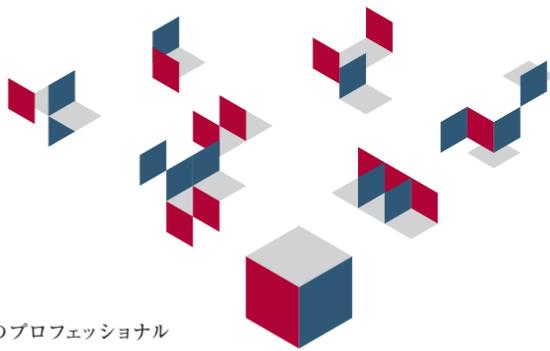
前田 一瞬の、一度限りのかけがえのない経験を共にするというライブマーケティングの本質を実現できるようになると、メディアやコミュニケーションに対して、「次は何が起こるんだろう」とか、「この間行ったらこんなことがあってびっくりした」という期待感をもう一度持ってくれるのではないかと期待しています。

また、その実現のためには、才能のある、やる気のある人たちが、イベント業界をどんどん志してもらえるようになることが、望ましいですね。従来のイベントの枠に取まらないようなことを企んでいるので、アートや、デジタルテクノロジーなど、ありとあらゆる才能が自分を発揮するのに最高の場として参加してもらいたい、一緒に面白い仕事をしていきたいと思っています。

そして、これまでこの世になかった新しいことをするためにも、外からの刺激も取り入れ、付加価値をつくっていききたいと思います。

<電通ライブ 新卒採用情報>
マイナビにてエントリー受付中(締切 4月21日)。
4月8日(土)・9日(日) 会社説明会開催
※事前にマイナビからのエントリーが必要です。

Tanseisha



ここを動かす空間をつくりあげるために。

空間創造のプロフェッショナル

株式会社 丹青社

〒108-8220 東京都港区港南1-2-70 品川シーズンテラス19F
TEL | 03-6455-8100 (代表) URL | www.tanseisha.co.jp

札幌・仙台・新潟・名古屋・大阪・福岡・那覇・北京・上海

感動創造研究所
KANDO SOZO KENKUUJYO

www.kandosoken.com

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。

Murayama 株式会社 ムラヤマ
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



2017 .8.30
TORANOMON HILLS
FORUM

開催決定!



http://backstage.tours