

EVENT04 MARKETING

October 28, 2015



今月のインタビュー
人形師
山本 由也さん

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 4F-A
TEL.03-6721-5303 sofu@event-marketing.co.jp

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp



Keep Tryin'

命の気配が感じられる鳥天狗の呵（写真左）と酌（右）。

インタビューに応じていただいた山本由也さんのかわせみ座人形劇「まほろばのこだま」には、なかなか人間に気づいてもらえぬ切ない存在の座敷童や、自然の驚異を伝えるこわ〜い雪女も出てくるけれど、滑稽ものとしてこの鳥天狗が登場する。ひそひそと悪だくみ

をしているワンシーンだけみると、新橋のSL広場あたりで「このあとちょっと一杯、どうスカっ」なんて先輩の財布を目当てに誘う、ずる賢い後輩にもみえてくる（イメージが貧困でスミマセン）。

こんな風に、つついアテレコしたくなってしまうような、いきいきとした表情や自然なしぐさは、山本さんの豊かなアイデアと技術から

生まれる。そこには、人形を操作するためのいくつかの方法から1通りに縛られず、糸操りに棒使いの技法を取り込んだり、独自の操作方法を編み出したり、機構に製造業で使われるベアリングを駆使したりと、固定観念にとられない自由な発想と工夫がある。

今回、特集2では、イベントテクノロジーを取り上げ、開発者たちから声を聞いた。「本来

の目的は」という原点回帰の自問から導き出されたサービスやツールたちにも、いろんなバックグラウンドがある。

というわけで、いわば開拓者ばかりの号となった今回、いつも5ページで展開していたインタビュー企画 Innovator はお休みしました。「face to faceを科学する」と意気込んで創刊した開拓魂を忘れない意味でも、これからもInnovatorの行く先、技術革新は追いつけていきます。

去年より、面倒くさがりにならないように。Keep Tryin'!

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人でできる、イベント運営のためのウェブサービス

申込サイト
作成

申込受付
決済

参加者
管理

受付・
来場者の
行動把握

無料セミナー開催中 | どうぞお気軽にご参加ください。
▶ <http://eventregist.com/p/EventRegist-events>



EventRegist
イベントレジスト
<http://eventregist.com>

イベントレジスト株式会社
[資料請求・お問い合わせ]
contact@eventregist.com
03-6869-5592



Destination
Marketing

MICE施設は“未来の出島”

駅直結と都市の魅力で中規模会議誘致へ



江戸時代に世界との唯一の窓口となっていた出島。

長崎市ではその出島を中心に国際貿易の拠点として活況を極めたように、

再び経済発展の拠点として未来につなげようと、経済界を中心に MICE 施設の建設に期待が集まっている。

*MICE：会議（Meeting）、報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際会議・学会（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字をとった造語

観光が好調なうちに 交流産業の充実を目指す

旧グラバー住宅からオランダ坂を下ると、ビルと見違えるような巨大客船が停泊しているのが見える。低い汽笛が響くと、出港時間ぎりぎりまで買い物をした若いカップルが両手に大きな袋を抱えて船着き場まで急ぐ。クワンタム・オブ・ザ・シーズ号は、上海を母港とし、全長約350m、総トン数約17万トン、旅客定員4,180人、乗組員1,500人のクルーズ客船だ。

長崎の国際観光ふ頭には、このような大型クルーズ船がおよそ3日に一度、年間130回以上も停泊し、多数の観光客を長崎に連れてくる。これが長崎の最近の姿だ。

今、長崎の観光産業には心地よい風が吹いている。平成24年10月の「世界新三大夜景」の認定に始まり、27年7月には「明治日本の産業革命遺産」が世界遺産に登録された。その構成資産23施設のうち、長崎には端島（軍

艦島）をはじめ8つの資産がある。また、来年には、国宝の大浦天主堂を含む「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」の世界遺産登録が期待されており、まさに追い風だ。行政においても、長崎さるく（長崎弁でぶらぶら歩くという意味）に始まる観光資源磨きから、国際観光受入のための環境整備、まちぶらプロジェクト（まちなかの賑わい再生）など、官民一体となった取り組みが着々と進んでいる。

好調な一般観光と対照的なのが長崎の MICE、いわゆるビジネス観光だ。平成26年の実績では、過去最高の約631万人の年間観光客のうち、スポーツを除くコンベンションの参加者は約16万人と伸び悩んでいる。その原因と考えられるのが誘致体制と施設の不足だ。

会議やイベントが開催できる大きな屋内施設は、長崎ブリックホールや長崎県立体育館くらいしかない。ブリックホールには2,000席の劇場型ホールはあるが、展示場がなく、会議室も5室のみ。県立体育館も90%を超える高い稼

働率で、さらなるイベント利用は難しい。この状況では、参加者の多い学会・大会などは複数会場に分散開催とならざるを得ず、主催者の負担増加や参加者の不便を強いている。また、地元企業開催の大きなイベントも屋外での開催がほとんどなのが現状だ。

事実、長崎市の調査でも、学会などの開催地検討の際に、長崎市は主会場や分科会会場、宿泊施設、駐車場などの施設面の不備から、最初から検討対象外となっている場合が多いということがわかっている。

このような状況を背景として、平成23年8月、長崎市内の産学官金で組織する「長崎サミット」において、MICE施設の建設が提言され、事務局となった長崎市は、27年3月、長崎駅西側の敷地約2万3000㎡を取得した。

（ただし、土地の購入にあたり、市議会から MICE 施設の建設費用や採算の見直し、市民への説明不足などに対する懸念が指摘され、交流人口をより拡大させる施設のあり方の再検討

が要請されている）

中規模会議の誘致を狙う 計画段階から PCO が参画

これまで検討されてきた MICE 施設の計画はどのようなものだろうか。

建設予定地は平成34年に新幹線が開通予定の新しい長崎駅の西側約2万㎡と、隣接地の保留地約3,300㎡。29年には県庁舎、県警本部庁舎も隣接地に移転する再開発エリアだ。

メインホール（3,000㎡）、展示ホール（3,000㎡）、多目的ホール（1,500㎡）、会議室（計3,000㎡）、駐車場（300台）から構成され、それぞれ分割可能な利用形態を提供することで、様々な規模の MICE に対応し、稼働率を向上させることが想定されている。これにより、5,000人以上の大型会議を除く国内のほとんどの学会を開催できる規模となり、身の丈に合った MICE のボリュームゾーンを狙う戦略だ。西日本では神戸、福岡に続く機能と規模を備えた MICE

コンベンションの最先端、次の時代を見えています。

CONVENTIONS
AND
BEYOND

MICE誘致・企画・運営、施設開発・運営（PPP/PFI）
調査・コンサルティングで、ひとつ先をゆく。

株式会社 コングレ

東京/大阪/名古屋/福岡/長崎/札幌/仙台/京都/沖縄/北京/上海

本社 | 〒102-8481 東京都千代田区麹町5-1 弘済会館ビル TEL 03-5216-5551 FAX 03-5216-5552

MICEと共に48年



コミュニケーションを通じ、人を育成し、
企業の発展に寄与し、街を活性化させ、
国の繁栄を支え、世界の人々の幸せをつくる。
それが私たちの願いです。

2つの大規模国際会議場を管理運営する日本で唯一の会社です

神戸国際会議場・国際展示場



国際会議場：メインホール（6ヶ国対応の同時通訳完備、692名収容）/国際会議室（360名）のほかレセプションホール、会議室3室（200名）を含む全21室
国際展示場：1～3号館の展示面積は合計13,600㎡。2号館は、可動席（1,532席）/階段状のコンベンションホール（4,000名収容）にも変更可能

仙台国際センター（会議棟・展示棟）



会議棟：大ホール（1,000名収容）、展示・レセプションホール（755㎡）、大・中・小、12の会議室を完備
展示棟：広さ3,000㎡、天井高約9m、可動間仕切りで分割可能200㎡の4つの会議室を完備/交流広場を含めると最大8,000㎡クラスの大型テントの設置が可能/会議棟・展示棟と合わせて10,000名規模の収容が可能



国内：8都市拠点 海外：31ヶ国61オフィス（MCIグループ）

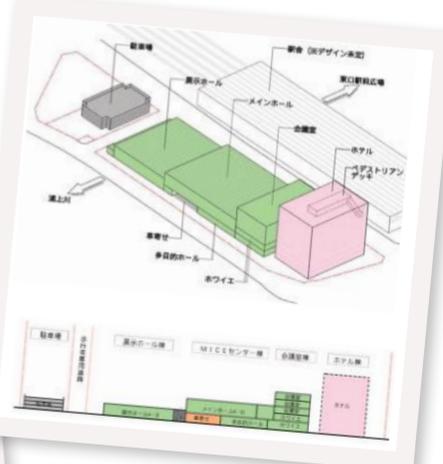
日本コンベンションサービス株式会社

TEL. 03-3508-1211 Email: jcs-pr@convention.co.jp
http://www.convention.co.jp

コンベンション 通訳・翻訳・ドキュメント制作
MICE施設管理運営 人材派遣・公共サービス
MICE都市研究所（調査）



面積計:約24,000㎡
 交流拠点施設用地
 新しい長崎駅
 予定地
 長崎市の市道
 県庁舎・県警本部
 庁舎建設
 建設予定地は新幹線が開通する新しい長崎駅の西側に直結した2万㎡と隣接地。



メインホール3,000㎡、展示ホール3,000㎡、多目的ホール1,500㎡、会議室3,000㎡で計画された。現在、交流人口拡大にむけ再検討されている。

施設となる。

また、ホテル（200～300室、ハイクラス）を併設することで、駅横という立地（在来線、新幹線駅に隣接しホテルを併設する施設は九州初）を生かしながら、学会、会議、展示会、イベントなど869件の開催、利用者数延べ59万人を見込み、年間の総消費額77億円、経済波及効果123億円と試算している。

運営形式は、展示棟、MICEセンター棟、会議室、駐車場等を公設民営とし、指定管理者の下で利用料金制度による独立採算とすることが狙いだ。（ホテルは民設民営）

このMICE施設については、計画当初から施設運営と会議誘致を担う会議等の運営専門事業者（PCO）の大手3社、日本コンベンション

サービス、コングレ、コンベンションリンケージのアドバイスを受けながら、運営者の意見を反映した利用者目線での検討が進められてきた。

市民・議会の理解がカギに

長崎市では、MICE施設建設への市民の理解を得るために、MICEの必要性や経済波及効果、市の財政状況、施設の採算性などについて、平成26年度に市内37か所でフォーラムや説明会を実施している。

民間においても、平成26年8月に経済界を中心に約60団体が「長崎MICE誘致推進協議会」を立ち上げ、27年5月、NPO法人コンベンション札幌ネットワークの藤田理事長を迎

え、「MICE誘致は事業拡大のチャンス」と題し講演会を開催したほか、9月にはMICE施設建設促進の啓発ステッカーを作成し、市内のタクシーに掲示。長崎商工会議所においても、9月に日本コンベンションサービスMICE都市研究所の廣江所長を迎え、「長崎のビジネスに与えるMICEの効果とは何か?」と題して「MICE推進セミナー」を実施するなど、経済界を中心に民間の動きも活発化してきている。

長崎の魅力活かし ぶたたび出島の時代へ

長崎市の人口はこの30年間で50万人から43万人に減少、30年後にはさらに10万人減ることが予測されている。なかでも生産年齢人口、年少人口の減少が顕著で、街の活性化が喫緊の課題となっている。これは長崎市だけでなく、多くの地方都市が抱える問題でもある。その対策として、インバウンド観光による交流人口の増加に期待を寄せる都市も少なくない。

一方で、インバウンド観光は、為替レートや国際関係などの不確定要素に左右されるという側面もある。その点、MICEは比較的安全性が高く、ターゲットが明確のためマーケティング戦略による誘致策が打ち出しやすいというメリットがある。また、MICEの開催地としては、会場と宿泊、飲食と開催前後の近隣観光（アフターコンベンション）をオールインワンで行なうことができるコンパクトシティが海外ではトレンドとなっている。

世界遺産や自然など豊かな観光資源がコンパクトに集約した長崎市のポテンシャルは世界的にも高い。現在、長崎市は市議会からの要請を受けて、交流人口をより拡大させる施設のあり方について再検討を行っており、地方創生という時代の中で地方の生き残りをかけた検討が続けられているが、持てるポテンシャルを最大限に発揮し、確実な発展へとつなげるためには、MICEの積極的な誘致は必要。その環境整備において、交流の拠点となる「未来の出島」としてMICE施設の建設は不可欠だ。

京都がCOP3の開催を契機に、環境と言えば京都とされ「Do you KYOTO?（環境にいいことをしていますか）」という使い方海外での認知が進むなど都市ブランドを確立した。

20世紀には戦争により世界の行方を決めていたが、21世紀は国際会議で平和的に国際問題を解決する時代。現在、地方都市でMICE施設の建設が進むが、各地の歴史や産業を背景に、特色を活かしたMICE開催も期待される。平和都市として国際的にも知名度が高い長崎市は、国際会議の場としてふさわしいロケーションになるのではないだろうか。

▶市域、県域への経済波及効果は約123億円



軍艦島だけじゃない!? 炭鉱でオーガーを操る

池島炭鉱さるく



問合せ 長崎国際観光コンベンション協会
 ☎ 095-823-7423

進撃の巨人のロケ地でもあり、世界遺産にも登録された端島（軍艦島）は、長崎でははずせない観光名所。しかし、2回目以降の訪問者やMICE参加者には「池島炭鉱」をおすすめしたい。端島が廃坑になった後も平成13年まで続いた日本最後の島の炭鉱。当時のトロッキは今も現役で、乗車して坑内探検できる。復元された石炭採掘現場では、採炭機ドラムカッターの展示や穿孔機“オーガー”の操作も体験できる。炭鉱マンになりきって産業革命気分を味わおう。MICEのユニークベニューとして開発中だ

CONVENTION LINKAGE, INC.

株式会社 コンベンション リンケージ

コンベンションリンケージは、国連および政府間会議、大型医学会、舞台芸術（音楽・演劇・演芸）、大型イベント、大型スポーツイベント、展示会等で豊富な実績、経験を持つ人・物・情報が交流するコミュニケーションメディア分野、国際コミュニケーション分野の『プロフェッショナル集団』です。
 また、日本に於けるコンベンション施設民間経営のパイオニア企業でもあります。



イベントテクノロジーの進む先は



全文読める！

イベントテクノロジーの推進力は、時代の要請やニーズの高まりなど、いろいろあるけれど、やっぱり「コレ、もったいない」に気づく人がいてこそ。そんな開発者たちに、いまできること、これからできることを聞いた。イベントは参加するだけと思っているあなたこそ、じつは未来のイノベーターかもしれない。



リムさん

はじめはアナログで徹夜 テクノロジーが出会いを演出

— Jublia Pte Ltd. / イベントレジスト —

ジュブリア



ビジネスマッチングシステム「Jublia (ジュブリア)」は、出展者や来場登録者の中から会いたい人を探す「MATCH」、自社の課題を解決できる相手を簡易人工知能で紹介する「MATCH Concierge」、商談数や満足度を計測する「RATE」、イベント全体のマッチング・商談の統計をとる「SENSE」と、ビジネスイベントのROIを大きく向上するオールインワンのプラットフォームだ。

「はじめはびっくりするくらいアナログ」とジュブリア COOのエロール・リムさんは開発時を振り返る。留学先のスウェーデンで多くのビジネスイベントに参加していた。しかし登録料を支払い名刺交換するだけで成果は上がらなかった。もっと効率的な出会いの場がないかと考え、自分たちでイベントを開催。1日目は参加者の要望を聞き、それを組み合わせ、一人ひとりの商談時間割を徹夜で作成。翌日、多くの投資話が決まった。

イベントの成功で自信をつけた二人はシステムを構築。ロンドン、そして出身地であるシンガポールでも開催するようになった。そのころ、

毎回多くのマンパワーが必要なイベント開催から、マッチングシステムをイベント主催者に提供するというビジネスモデルに大きく方向転換し、ジュブリアは商品化された。

サービス開始2年で150の主催者が200～300件のイベントにジュブリアを利用するようになった。60%が国外での利用となっており、国外企業との代理店契約による海外展開が飛躍的な成長を実現している。

イベントレジスト

日本のビジネス・パートナーとしてジュブリアを選んだのがイベントレジストだ。ジュブリアの効果を最大化するためには、多くの来場者が事前に情報を登録することが条件で、来場者データを企業のマーケティングに活用するイベントレジストとジュブリアは相性がいい。

展示会主催者にとってはイベント規模の拡大、出展者の販促効果拡大と両者のWin-Winを実現するため、展示会関係者と一緒にイベントの課題解決を進めたい、とイベントレジスト CEO のヒヤママさんは語る。



展示会アプリは マーケティングツールへ

— ブレイブソフト —

Appvisor Event

契約数1,000万人を超えるNTTドコモのオフィシャルアプリや、「ARエヴァンゲリオンアプリ」など、話題のスマートフォン向けアプリの開発を数多く手がけるブレイブソフトが、イベントや展示会に特化したO2Oアプリ作成・ASPサービス「Appvisor Event (アップバイザーイベント)」を独自開発した。

イベントアプリを最短5日で制作でき、[お知らせ] や [イベント概要]、[アクセスマップ]、[場内マップ]、[タイムテーブル]、[事前登録] といった機能がパッケージングされており、B級グルメやフリーマーケットなどBtoCイベントだけでなく、BtoBの医療学会やビジネス展示会でも多く採用されている。

「現在は、IT系やアパレルなどの業種から問合せが多いですね。2014年ごろからご相談件数は徐々にふえています」と、ブレイブソフト執行役員/統括部長の貝沼翔さんはイベントアプリの動向をこう話す。

アプリを採用する主催者側のメリットとしては、プッシュ配信で誘客につながることで、来場者にとっては気になる出展企業情報やセミナー開始時間の直前アラームで見逃しが減ることのほか、オプションの分析機能をつけると、会場に設置したビーコンで滞留時間や回遊導線を知ることができるなど、スマートフォンならではの

のコミュニケーションがとれる。

また、アプリ開発会社ならではのメリットとしては、アプリの企画力が挙げられる。「会期中の短期だけでなく、長期的な視点でのダウンロード施策を提案できます」と話すのは、導入のサポート役を務める同社マネージャーの熊谷敏宏さんだ。せっかく高いコストをかけてアプリをつくるのに、ダウンロードしてくれるかどうか不安という相談も多い。「そんなとき、

初年度はデータ収集用と考え、ミニマムプランでスタートし、次年度の戦略の基礎におススメしています」(熊谷さん)。パッケージングサービスのため、1からつくるより10分の1のコストではじめられるのも魅力だ。もともとAppvisorは自社用ツールで開発したアプリを分析、解析しながら改善するシリーズ。イベント向けの「Appvisor Event」制作の背景にも、じつは同社の改善姿勢がある。展示



貝沼さん



熊谷さん

測るだけじゃない、時代は考える空間へ

— 乃村工藝社 / 日立製作所 —

空間データ・マネジメント・プラットフォーム

空間内での行動を見える化した「空間データ・マネジメント・プラットフォーム」を2013年に発表した商業内装大手の乃村工藝社と日立製作所。たとえば、展示会のようなイベント開催時には来場者の滞留時間や行動などを「人流密度マップ」や「リアルタイム人流分析」(図)といった可視化に成功した。

これまで盛り上がりのピークを知るには来場者数、興味関心度は地道なアンケート調査や感覚値を頼りに、人力で集計して来た分野だ。センサー技術とビッグデータ分析を活用した「空間データ・マネジメント・プラッ

トフォーム」の登場で、行動や関心をリアルタイムに計測・集積・分析し活用ができるようになった。

共同開発者である乃村工藝社・CC第二事業本部アカウント第二事業部企画開発1部部長の中村久さんは「開発から3年目になったいま、『測る・見える化』から『ソリューション・予測』へと進化しています」と話す。

実証実験の段階は終わり、すでに実用化され、さまざまな場所での活用が進んでいた。

2014年3月、国立科学博物館では、首から下げた名札型センサーと館内に設置した赤外線ビーコンで、行動を測り、どう動き、どの展示の前で立ち止まったのか、また親子の会話が、どこで活性化したのかと

1人でも簡単運営できる秘訣！



自動でお知らせ
Push 配信



位置情報連動型
場内マップ



らくらく更新！
管理画面



集客の秘密を見える化！
来場者 行動分析



イベント紹介
ブース情報



豊富なオプション
(AR・スタンプラリー・広告
受付・サインage連携 など)

展示会・イベント用 スマホアプリ を最短5日で開発！

アップバイザー イベント

Appvisor Event



appvisor-event.bravesoft.co.jp

無料セミナー開催中！

appvisor-event.bravesoft.co.jp/seminars/

資料請求
お問合せ

appvisor_event@bravesoft.co.jp

03-6809-6064 (平日 10:00 ~ 19:00)

株式会社 ブレイブソフト



bravesoft



白倉さん

会場内行動と収穫を ひもづけて分析

— Plugnavts —

大規模展示会向け 高精度分析レポート

「機能する展示会にしたい」という主催者・出展者の切実なニーズに、電子デバイスの専門家と計量経済学の専門家のタッグで実現したサービスがPlugnavtsの提供する「大規模展示会向け高精度分析レポート」だ。導入実績として、中小機構が主催する「新価値創造展 2014」(東京開催)と「新価値創造展 2015 in Kansai」(大阪開催)があり、継続的なレポートニングがされている。Plugnavts 代表取締役でエグゼクティブアナリストの白倉重樹さんは「来場者の会場内行動と、その展示会での収穫をひもづけて分析することで、業種や職種ごとに動きのバタ

ンが導き出され、どんな動きで評価が高まったのか、あるいは高まらなかったのかわかります」と説明するがこれはサービスの一部。「ここまでは会場で実際に起こっていることの見える化ですが、データの収集と分析で終わりではなく、本来の目的『活性化』のためのソリューション提案までを含め、ワンストップのサービスであることが特徴」と話す。もう一つの特徴は、行動データの取得にビーコンなどの通信インフラを必要とせず、独自の電波マッピングで位置情報の記録ができること。コストが比較的安く、どのような施設にも準備なく使用可能で、また無線Wi-Fiなどさまざまな通信が飛び交う環境下においても影響を受けない。会場を回遊する前に来場者に電波

会出展を経験した会社にとって、課題は出展効果の可視化だったという。「アプリは集客ツールでもあるんですが、マーケティングツールだとも考えています。展示会って、1年のうちたった3日間。期間が過ぎれば終りと考えがちですが、それはもったいないと思うんです。たとえばアプリで出展者情報のほか、イベントを起点として業界情報などの周辺を内包した情報発信をするニュースメディア化も一つの在り方ですし、実際にアプリ内の広告枠ニーズも高い。通年で業界を活性化させるツールになればと思っています」(貝沼さん)

モバイルバッテリー無料貸し出し+高精度アンケートサービス

- 1 モバイルバッテリー無料貸し出し
- 2 自分のスマホへ給電しつつ会場周遊
- 3 独自デバイスが位置情報を記録
- 4 バッテリー返却 & アンケートへ回答



を発信するデバイスを持ってもらうというハードルを、モバイルバッテリー(デバイス付)の無料貸し出しというサービス提供で解消した手法もユニークだ。「ほとんどの来場者に喜ばれますし、返報性の法則ではありませんが、バッテリー返却時に展示会評価アンケートを行うため、回答率が99.2%と高いんです」と白倉さん。興味深い結果もある。「実は展示技術のアピールは会期2日目狙い目」というものだ。大手商社の若手営業担当者は情報収集のため多くが2日目の午前中に集中して来場しており、事前情報をもとに交渉窓口となる上長が最終日に出席ブースを訪れる。一方で、展示側の代表やトップマネジメントのブース滞在率は初日と3日

目が高く、2日目に大きなチャンスを逃している可能性があることがわかった。サービスを開発したのは、自身も10年間製造業の出展者として「展示会の具体的成果を上へ報告しづらい」ジレンマに悩んだからだという。「主催者側で展示会の評価を提示できれば、Webに比べ非効率なコミュニケーションとも言われる展示会が、再び創発の場として評価されるのではと期待しています」(白倉さん)

双方向コミュニケーションで イベントの価値を向上

— スプライン・ネットワーク —

SmartClick (スマートクリック)



先端技術や都市開発のオピニオンリーダーが集う「Innovative City Forum」では講演やセッションで「リアルタイムアンケート集計ツール」を使うのが定番になっている。来場者が「SmartClick (スマートクリック)」のリモコンのボタンを押して回答するだけで、集計結果が即座にグラフになるので、今までの一方通行なイベントやセミナーが一転、双方向性のある場になるのだ。来場者の参加意識と集中力が上がり、熱気のあるイベントができると好評だ。

SmartClick は PowerPoint のアドイン(補助プログラム)になるため、既存のスライドに簡単に組み込める。事前準備も専用レシーバーをパソコンにつなぐだけ。「誰でもすぐに使える手軽さがウケて、利用者が増えていく」と SmartClick を扱うスプライン・ネットワーク代表取締役社長の雪野洋一さんは話す。双方向コミュニケーションを促進することで、イベントのROIを向上する強力なツールになりそうだ。

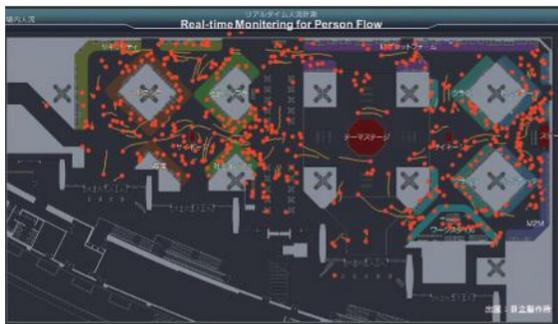


中村さん



真鍋さん

いったコミュニケーション度を測ることで、今後の展示更新へと役立っていくことができた。「空間データ・マネジメント・プラットフォーム」がはじめてお披露目されたイベント「Hitachi Innovation Forum 2013」でも測定されたデータを反映し、レイアウトを一新。会場内の奥に配置していたメインステージを



中央に移動し、四方に集客力を発揮する心臓ポンプのような役割にした結果、周辺ブースでは数多くの体験を提供することに成功したという。「空間はこれまで一方的に情報発信す

る場所でした。いまは、来場者・来館者から行動情報を取得し、ニーズにあった情報発信ができる『考える空間』になり、空間価値を最大化できるようになったんです」(中村さん)



イベントと販促をつなぐ マーケティングオートメーション

2 マルケト編

株式会社マルケト
代表取締役社長

福田康隆 氏

日本オラクル、セールスフォースドットコムを経て、2014年にマルケトの代表取締役社長に就任。



マーケティングオートメーション(MA)はビジネスやイベントにおいてどのように役立つのか。MAの専門会社として世界39か国に約4,100社のクライアント企業を持つ米国マルケト社の日本法人、マルケトの福田氏に、MAの活用メリットや同社が提供するサービスの特徴などについてお話をうかがった。(聞き手=田中力/文=蓮田修一)

— 昨年からよく聞くようになった MA とはどのようなものか教えてください

福田 MA とは何かという説明の中で一番多いのは、恐らく「マーケティングの自動化」だと思います。ただ、個人的にはこの説明にはしっくりきていません。マーケティングで大切なのは、顧客一人ひとりに最適なメッセージを届けることです。MA とは、この「顧客一人ひとり

に最適なメッセージを届ける」ことの自動化だと捉えています。我々は、個々の顧客に最適なメッセージを最適なタイミングで届け、長期的にわたって顧客との関係を構築していく「エンゲージメント」の考え方を MA においても重視しています。

— いま、マーケティングの抱える課題とはどういふところにあると感じていますか

福田 広告を出したり展示会への出展などで獲得した見込み顧客は、それぞれ異なる属性を持っていますが、手間や技術的な面などから画一的な内容のメッセージを送ってしまいがちだという声をよく聞きます。また、マーケティング施策の投資効果が見えにくいということもよく聞く悩みのひとつです。MA の導入で、こうした課題の解決が可能です。

— マルケトが提供する MA サービスの特徴は

福田 利用者からの声で一番多いのは「使いやすい」ということです。例えば従来はイベントなどを開催するたびに、案内メール、ランディングページ、申し込みフォームなどをそれぞれ作成する必要がありました。しかし、こうしたやり方ですと手間がかかります。

— マルケトが提供する MA サービスの特徴は

福田 当社の製品は、日付や場所などをあらかじめ変数(トークン)として設定し過去のセミナーのキャンペーン全体を丸ごと複製、一瞬で日付や場所などを差し替えることが可能です。こうすることで、作業効率化が図れます。

2点目の特色として、当社のマーケティングで実際に活用し、使い勝手を検証してから製品に反映させていることです。マーケティングが作ったマーケティングツールであることは当社製品の強みだと思います。

— MA をイベントにどう活用したら、より効果が上がりますか

福田 展示会への出展やセミナーの実施で見込み顧客を集め、その後、ウェブサイトのコンテンツを見てもらったり、ウェブセミナーに参加してもらったりしながら、購買意欲の高い見込み顧客を見極め営業活動を行っている企業は多いと思います。MA を導入することで、展示会出展やサイトコンテンツなどの各施策がどれだけ効果を上げているかが可視化され効果検証が可能になります。こうすることで、各施策への予算の効果的な割り振りもできます。

— MA によって、マーケティングは今後どう変わっていくのでしょうか

福田 マーケターの役割がさらに大きくなるでしょう。見込み客の獲得から営業活動、サポート、ファンづくりまで、マーケターが MA を活用しながら一貫通貫で把握し、担当部署をバックアップするようになると思います。

どこでも
イベント
できるん
です。

Powered by
SPACEMARKET

3 [Kaizen Platform] 社内合宿×シェアサロン 古民家 asagoro

木々に囲まれ鳥のさえずりに癒される 都心の大人コミンカで社内合宿!



結果を振り返り、次の目標を共有し合う1日合宿。アイデアを深掘りしたいときは、開放と集中の両立が必要だ。asagoroは、築90年を超す風情あふれる平屋建て古民家。家でくつろぐような雰囲気の中、コミュニケーション密度の濃い時間が流れる。「日常の業務の影がない場所で集中できた」と満足そう。



シェアサロン古民家 asagoro
3,600円~/時間
約30㎡ (和室10畳+8畳)
*最低利用時間3時間

11月11・12日、椿山荘で

— CIO/CFO Japan Summit 2015

英国に本拠を置くビジネスカンファレンスの運営会社マーカスエバンスは、11月11日と12日の両日、ホテル椿山荘東京で「CIO Japan Summit 2015」と「CFO Japan Summit 2015」を同時開催する。



務・経理の課題や最新ソリューションについての講演が行われる。

CIO Japanは、企業の最高情報責任者などITに係るシニアマネジメント層が参加し、多様なテーマのセッションを通して、最新情報を共有する。

2つのイベントには、「One-to-One Meetings」が企画されており、ITや財務に関するサービスを提供する企業が、大手企業の予算決定権をもつ部門責任者と直接コミュニケーションをとる貴重な機会ともなっている。

財務経理部門の最高責任者が集まるCFO Japanは、企業が抱える財

イベントの正体を探る

【第2回】
【イベントの本体】

イベントをつくるピラミッド?



日本初! イベントの学科でイベント学を教える岡星です。医学が人体のつくりを知るように、イベント学を教えるには、研究対象である「イベントの正体」を知らなくてはなりません。そこで私は、イベントの正体を6つのフェーズにまとめてみました。

まずは企画から。企画の素はプロデューサーのアイデアや、営業担当者の提案からだったりします。メインスタッフの会議の中から、イベントプランナーが企画書にまとめていきます。

②演出: 企画をプレゼンし実施OKとなったら、実現に向けて演出家が具体的なプランを練り始めます。全体演出案を決め、台本を練り、出演者を決めたり舞台の美術デザインなどを決めていったりします。

③制作: 演出プランの方向性が出たところで、舞台技術(音響・照明・映像)スタッフの招集、美術施工(舞台・衣装)の発注、大道具・小道具などの制作指示を開始します。大きなイベントでは運営事務局が設けられ、スタッフが運営マニュアルの制作、各種関係各所との調整や申請、スケジュールや予算管

理などを行います。

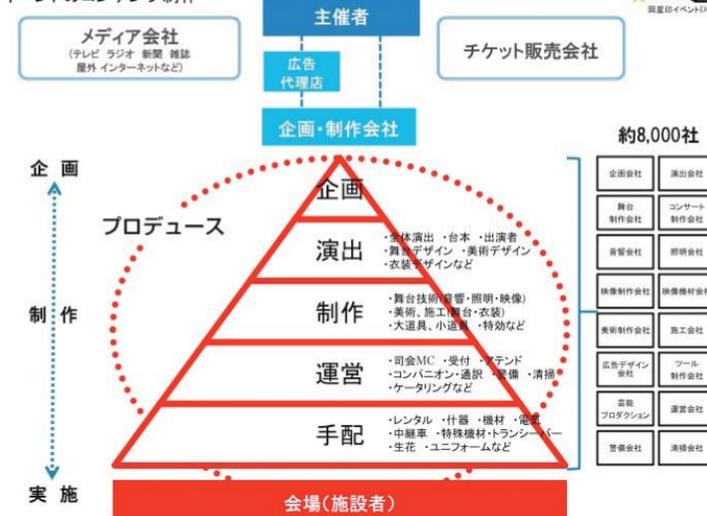
④運営: いよいよ本番となると、出演者である司会やタレント、お客さまのアテンドとしてコンパニオンなどを集めます。運営スタッフはもちろん、会場の警備・清掃スタッフ、パーティではケータリングなどを用意します。

⑤手配: 運営上必要となる各種の仕器や備品をレンタルします。屋外イベントだと発電機(ジェネレータ)や仮設トイレ、映像配信があれば中継車、多くのスタッフが関わるようだと大量のトランシーバーなどの手配が必要です。

イベントづくりは、上から「企画

●イベントの本体【5層のピラミッド】

イベントのコンテンツ制作



①企画: どんなイベントづくりもま

→「手配」まで、5つの仕事内容の層があると言えます。上下の関係は発注の時間の流れです。「企画」が決まらなると「演出」に取り掛かれず、「演出」が決まらなると「制作」発注できませんね。また、ピラミッド型(上が小さく下が大きい)になっているのは、関わる人数のイメージです。「企画」スタッフは数人〜本番実施の「運営・手配」に向け、だんだんと人数が多くなっていく傾向があるからです。スポーツイベントでは、ボランティアも含め何千人もの運営スタッフが関わることもあります。

「イベントの本体」をつくる5層のピラミッドとして、理解していただければと思います。

岡星 竜美

東京富士大学
経営学部
イベントプロデュース
学科教授
JEPC イベント総合研
究所所長



知って得る 販促活動に使える補助金・助成金

【第4回】

海外進出の第一歩! 海外の展示会に使える補助金・助成金



皆さん、こんにちは。今回は海外進出の最初の一步としての海外展示会について、1.その魅力、2.補助金の概要、3.海外出展ならではの注意点、の3点についてお話をします。

1. 海外展示会の魅力について

海外進出を考える企業の方にとって海外展示会出展の魅力はたくさんあります。

(1) 市場の声を直接聞ける

自社商品の進出先でのポジションを確認する。

(2) ライバル企業を知る

競合他社の情報を収集する。

(3) 顧客を獲得する

自社の顧客を獲得する。あるいは有望顧客の

情報を獲得する。

(4) 人脈を広げる

顧客だけでなく販売代理店候補や自社の幹部候補と知り合う。

(5) 将来の展望を見出す

違う立場や考え方に触れることで将来像を修正できる。

国内展示会でも(1)~(5)は同じなのですが、初めて行く海外の地では明らかに国内以上の時間・労力が必要です。海外で成功しておられる企業さんの多くは、それらをうまく克服して第一歩を進められました。だから海外支援をする公的機関も民間コンサルタントも展示会

出展支援に力を入れています。周到的な事前調査と現地でのアピール作戦をたてて最大の効果を得られるように進めていきましょう。

2. 海外展示会向けの補助金の概要

補助金の考え方や獲得の方法は国内のものと変わることはありません。公的機関や民間企業などがその施策や目的に合致したテーマに対して補助を行います。

(1) 国や政府機関の支援

経済産業省、外務省やJETRO、JICAなどその政策支援機関。

(2) 都道府県レベルの支援

たとえば、東京都とその支援機関(東京都中小企業振興公社)。

(3) 区や市町村レベルの支援

たとえば、大田区や横浜市など市町村レベルの提供する補助。

(4) 金融機関系の支援

融資に関係するものが多いが、直接の資金支援も増加中。

(5) 民間企業系の支援

商工会議所、財団、民間企業などに助成をする事業あり。

海外展示会対象に対しても、中小企業には上記のように補助金が多彩で充実しています。ただ海外となると支援内容も増えるし、補助金額が大きくなるので国や都道府県の支援を期待したいところです。

3. 海外展示会ならではの補助金獲得のポイント

海外展示会出展は国内と同様に出席決定から1年に及ぶプロジェクトです。だから補助金獲得も1年計画になります。海外展示会向けの補助金は一般的な進出よりも業種・業界、進出先の地域など狙いを絞り込んでいるケースの方が獲得しやすくなっています。企業戦略を明確にしてわかりやすい進出シナリオ作成を心がけてください。

神谷 俊彦

中小企業診断士
一般社団法人
城西コンサルタントグループ
(JCG) 事業部副部長
http://jcg-net.com/



前職の富士フイルム(株)にて、生産技術や海外マーケティングの業務。米国・欧州に10年の海外駐在。独立後海外進出支援アドバイザーとして、企業のコンサルタントや研修の講師として活動中。

▶海外での展示会に利用できる国や東京都の補助金の事例 (平成27年)

名称	助成限度額	管轄	応募期限
海外見本市個別出展支援事業	100万円	ジェトロ	4月15日
成長産業分野の海外展開支援事業	300万円	東京都	10月6日

*上記は、情報を簡略化したうえ一部を掲載。

70億人市場目指す 海外展示会の展示会初開催

2015 国際展示会展

海外販路開拓には展示会出展が有効と言われているが、どの展示会に出るべきか、どのように出展計画を立てるべきか。海外展の状況を独自に調査するのは、コストや労力の面で難しく、展示会の知名度や評判などで判断せざるを得ないのが現状だ。

そのような状況のなか、海外の展示会主催者や日本代理店、また海外出展を支援する企業が一堂に会する「2015 国際展示会展」が11月25日、御茶ノ水ソラシティ カンファレンス

スホール East で開催される。

会場では、国際展示会のプレゼンテーションに加え、海外展開に欠かせない貿易実務や物流、販路開拓、ブース設営などさまざまな分野の専門家の講演が多数組まれる。展示ブースでは、海外からのバーチャルリアリティによる参加など、さまざまな展示手法も魅力の一つとなっている。

来場は無料。ただしビジネスマッチングを促進するために、事務局では事前登録を推奨している。



開催概要
 名称：2015 国際展示会展
 International Exhibition Expo 2015
 日時：2015年11月25日 10:00-17:00
 場所：御茶ノ水ソラシティ カンファレンスホールEast
 参加費用：無料（事前登録）
 主催：有限会社ビディア
 メディアパートナー：月刊イベントマーケティング
 公式サイト：http://exhibitionexpo.net/



タイムトリップを楽しむ —— 凸版印刷

ストリートミュージアム®

凸版印刷は、観光客が現地ですmartフォンなどの端末をかざすと、史跡や産業遺産など、その場所ならではの情景を鑑賞できるGPS連動型コンテンツ配信プラットフォーム「ストリートミュージアム®」を開発し、2015年10月から本格的な販売を開始した。

既存の城跡や産業遺産などが華やいでいた時代の情景を、ユーザーの位置情報と視野に合わせてリアルタイムにコンピュータグラフィックで再現する。

アメリカから上陸 —— カナモト イベント事業部

マイ・ブロックブース

子どものころに誰もが遊んだブロック玩具。で展示会のブースを作ったら、設置や撤去も簡単に自分ででき、形や色も好きなようにデザインして、気が変わったらいつでも組み換えられるのでは。マイ・ブロックは4種類のサイズ、14色から選んで自由に組み合わせられる。ポリプロピレン製だが耐荷重は1個当たり2トンと十分な強度をもつ。



自分好みのブースをデザインしよう

イベンター・マーケター向け 11月のセミナー・イベント

- 2~4日 EventTech 2015 @ラスベガス (Event Marketer)
- 3~4日 Conversion Conference Berlin @ベルリン (Rising Media)
- 5日 BtoB 企業が「今」もつべきマーケティングの仕組み〜引合い依存症からの脱却〜 @富士ソフト アキバプラザ (シンフォニーマーケティング)
- 5~6日 BigData Conference 2015 OSAKA /Digital Marketing Conference 2015 OSAKA @ナレッジキャピタル カンファレンス ルーム (日経ビッグデータ/日経デジタルマーケティング)
- 10日 MarkeZine Day 2015 OSAKA ECzine Day 2015 OSAKA @ナレッジキャピタル カンファレンス ルーム (翔泳社)
- 11日 EVENT TECH LIVE @ロンドン (A.M.P Events)
- 11~12日 CIO Japan Summit 2015 CFO Japan Summit 2015 @ホテル椿山荘東京 (マーカスエバンス)
- 12日 関西発! デジタルマーケティング最前線 -顧客創出のヒントと顧客生涯価値 (LTV) 向上のポイント- @シナジーマーケティング大阪本社
- 17日 リコーが実践してきた営業プロセス改革セミナー〜営業プロセス改革のチャレンジ〜 @リコージャパン (フジサンケイビジネスアイ)
- 19日 宣伝会議サミット 2015 @ANA インターコンチネンタルホテル 東京 (宣伝会議)
- 20~21日 TRENDY EXPO TOKYO 2015 @ベルサール秋葉原 (日経BP社)
- 25日 2015 国際展示会展 @御茶ノ水ソラシティカンファレンスホールEast

海外編 世界最大級の企業イベント Dreamforce に行ってきた

CRMを中心としたIT製品をクラウドで提供しているセールスフォース・ドットコムが年次イベントである「Dreamforce2015」をサンフランシスコで、9月15日~18日に渡って開催した。提供する製品の拡充とそのユーザー増加に呼応するように規模が年々拡大しているが、本年は、来場の事前登録が17万人、実施されたセミナー・セッションが1,500、協賛出展企業が400社と、単独企業が主催するイベントとしては名実ともに世界最大級のイベントとなっている。

巨大なコンベンションセンターを中心に、周囲のホテルの宴会場、ショッピングモール内のスペースやカフェまで貸し切り、道路を封鎖してステージを設営。路面には会場の案内図をプリントし、交差点には会場案内図を持った係員が立っている(施設内ではなく街の交差点ですよ!)など、街中をジャックしてのイベントは否か応でも参加者の気分を盛り上げる。

キーノート・スピーチのオープニングではスティービーワンダーが華を添



え、中日の夜はライブで盛り上がる...と、まあとてもないイベントである。ブランディングにマーケティングに、そして、セリングやユーザーサポートの場としてイベントを機能させていることは、参考にしたいところだ。

マーケティングシステムも提供し



「Dreamforce2015」の会場



ている同社だが、そこでは例年と比較すると「地に足のついた」展示やセッションだと感じた。これまでの数歩先行くコンセプト押しから、実際にマーケターが実践できる内容を強く押していた。実際のユーザー企業とのQAセッションなどでもレベルの高い質問も数多くでて、データドリブンなマーケティングの本格的な幕開けを予感させた。

営業目標を達成する予材管理とイベント

3 行くべき先の見極めポテンシャル分析

前回の予材管理の運用に続き、今回は、「行くべき先の見極め」ポテンシャル分析についてお話しします。

行くべき先の見極めで重要なポイントは、目標予算から逆算し予材不足分を算出し、その不足分を基準に決定することです。

私どもが提唱する「予材管理」では、目標予算の2倍の予材を積むことを推奨しており、「予材適正規模(目標の2倍) - 今期見込み = 予材不足分」と計算します。不足分を予材単価で割れば必要な予材個数となります。

倍)には1億2,000万円が不足しています。予材単価が300万円であれば、予材個数は40になります。つまり「今期中に300万円の受注が出来る余地がある予材を40件見つけてこなければいけない」という基準になります。

重要なのは、今期の残月やリスクヘッジ度を考慮し、予材単価と予材個数のバランスを考えることです。単価が高いと、行くべき先少なくなり、低いと、必要な予材個数が膨大になり、現実的でなくなってしまう。

最適な「予材単価」と「予材個数」を逆算し、ターゲットが決まったら、いよいよポテンシャル分析「行くべき先」を決定していきます。

ポテンシャル分析は、「全体ポテンシャル」と「予材ポテンシャル」の2つのファクターで構成されています。

全体ポテンシャルとは、自社が扱う商材が、どれぐらいの市場規模な



のか、その総額を指します。他社の取扱い額も含めます。グラフの帯全体の長さが全体ポテンシャルを表します。

予材ポテンシャルは、将来的に自社が取引できる可能性のある額を指します。

グラフの中で紺色と白色で示した部分であり、紺色は「見込み」で、ほぼ間違いなく受注できる材料です。白いところは「白地」と呼ぶ予材で、これから開拓していく新しい材料を指します。新規顧客もあれば、既存顧客における新規の取引もあります。

先ほど設定したターゲットは「今期中に300万円の受注が出来る余地がある先」ですから、予材ポテンシャルが



300万円以下と判断した先は、アプローチの対象外になります。よって行くべき先は、300万円以上予材ポテンシャルある先で、行くべき先の優先順位は予材ポテンシャルが大きい順ということになります。

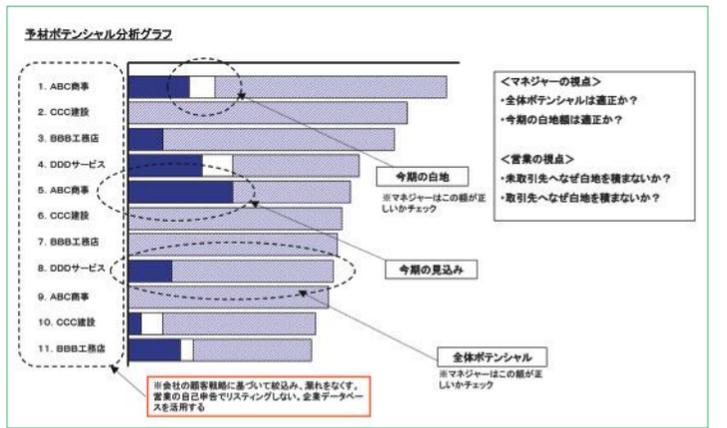
このように組織全体で予材ポテンシャルを把握できる状態にし、行くべき先を客観的に決定していくことが重要となります。

次号予告 05号は11月28日発行

<特集>
 MICE・観光のいま 海外レポート: WIT Singapore 2015 (Web In Travel) レポート: 沖縄 MICE コンテンツショー 国際ミーティング EXPO 完全予測

お詫びと訂正
 月刊イベントマーケティング03号(2015年9月30日発行)の2面「そのイベント、ゴールに向かってますか?」に掲載した、うるま市観光物産協会の電話番号に誤りがありました。正しくは098-978-0077です。読者の皆さまならびに関係各位にご迷惑をお掛けしましたことをお詫びするとともに、ここに訂正させていただきます。

目標予算	1億円
×	2倍
= 予材適正規模	2億円
- 現状見込	8,000万円
= 予材不足	1億2,000万円
÷ 予材単価	300万円
= 予材個数	40個



予材ポテンシャルを把握し、行くべき先を決定する

失われた気配を、五感を研ぎ澄まして感じる

人形師

山本 由也さん



人形師として、生身の人間では表現できない世界をつくり出す山本由也さん。人形をはじめ、ストーリーや舞台美術に至るまですべてがオリジナルでゼロから生み出している。人形の後ろで山本さんが操作をする出遣いという手法であっても、みていると自然と山本さんの存在は消え、人形がまるで役者として生きているよう。どうしてこのような表現が可能なのだろうか。

——人形師として活躍されていますが、人形劇に興味を持たれたきっかけ、原体験は

山本 高校時代に、NHKの人形劇で辻村ジュサブローさんの「南総里見八犬伝」を観て、人形劇に、子供向けではなく大人に通用する世界も有るんだと思い、興味をもったのがきっかけです。自分もつくってみたいし、演ってみたくて高校を卒業してそのまま劇団を紹介してもらって、大学には入らずに入団しました。

——どのようにキャリアを積み、独立されたんでしょうか

山本 高校卒業後にすぐ入った劇団では下から操るスタイルの棒遣いの経験を積み、その後、日本の伝統的な糸操り人形の劇団、東京都無形文化財の竹田人形座に入りました。竹田人形座では、操演と人形製作を学びました。

しかし、自分の中で手法が棒遣いや糸操りだけでは、どうしても表現の限界が出てきました。もっと人形で自分なりの自由な表現をしたいという欲求が募り、演目から人形作りまでオリジナルなもので表現するために、劇団かわせみ座を1982年に創立。33年になります。

——ストーリー自体も創作される事が多いですね

山本 ほとんどが原作のない作品です。やはり小説や本になっていると、原作を読んだ個々の読者のイメージが強いですよね、私は、読者のイメージのほうが優れていると思っていますので、原作のないオリジナル作品をおみせしています。

また、人形は美術・デザイン・構造・操作方法もオリジナル。すべてゼロから作り上げ、一

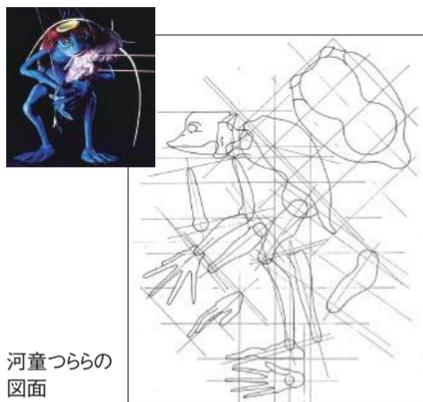
体一体その人形にふさわしい材料を探し、動きに合わせた機構を考えて、100以上のパーツで組み立て、調整をしながら半年前後かけて創作します。毎回、完成した人形だけのオリジナルな人形操作の練習を積んで初めて、役者としての人形が生まれるのです。

——本日、稽古をされていた「まほろばのこだま」もそうですが、実在するものではない題材が多いのはなぜでしょうか

山本 実在しないものや、架空のものをというよりはアニミズム的なものの見方をしたいので、森羅万象… 基本的に、生物・無機物を問わないすべてのものの中に精霊が宿っているという考え方が好きだし、作品に活かしたいと思っています。

また、人間が演じる役をわざわざ人形でやる必要もないと思っています。人形だからこそ、人形でないと表現できない舞台作品を心掛けています。

——稽古のワンシーンでは、人形だけでなく俳優さんも一緒に共演され、人形の向きが少



河童つらの図面



山本由也さん。人形劇団かわせみ座代表。人形作家(美術・構造考案・製作)・人形操演家。すべてゼロからオリジナルの舞台を作り上げる(稽古場で撮影)

し変わっただけで、「すごく視線を感じて怖い」と話されているのが印象深かったです

山本 稽古していた「まほろばのこだま」は、ジブリの高畑勲さんが演出してくださった作品で、「日本の精霊たちをモチーフに、それを一つの作品としてつなげていくためには、人間の存在なり、同じ場所に住んでいる生き物を登場させていくべきだ」と仰っています。ですから、人形と俳優が舞台に共存する形をとっています。人間の代表として童を登場させ、座敷童子は「一緒にあやとりやお手玉をしたい」、「友達になりたい」と思っていて関わろうとするけど、人間の童からは見えない。結局、存在に気づいてもらえず、闇にすーっと消えていく… ちょっと切ない感じを、人が入ることでより一層伝えることができるようになりました。こうした雰囲気を一貫してもっているような作品なんです。

——どんなメッセージをこめていらっしゃるんでしょうか

山本 気配を感じることの必要性ですね。そろそろ雨が降りそうだとか、季節が変わったとか、

視覚的なものだけではなく、いろんなものの気配を五感を研ぎ澄まして感じる事は、すごく大切だと思うし、そうすることで自然を大切にしなければいけない、ものを敬っていかねばいけない…という思いにつながっていくと思います。

——それをあえて言葉で伝えず、気配だったり、動きだったり伝えていってほしい

山本 やっぱり言葉というのは、人間の芝居で使うもの。人形が表現する場合は、言葉を使わず人形たちの表現だけで伝えたいと思うんです。それが私自身が描く人形劇の本質だと考えています。

人形師 山本由也 「劇人形作品展」

山本由也さんが制作した人形約30点を展示。多彩なゲストと人形とのコラボレーションライブも16ステージ開催する。

■会期：11月17日(火)～12月6日(日)

■会場：Space Cafe ポレポレ座(東京中野区)

詳細：http://za.polepoletimes.jp/news/

International Exhibition Expo 2015 2015 国際展示会

～70億人へのビジネスの入り口、「海外展示会」の展示会～

海外で商売するための「海外展示会」の使い方が学べる

- ① 様々な海外展示会の情報が集まる
- ② 海外進出を検討するなら必聴のセミナーが充実
- ③ 海外進出のプロフェッショナルとつながれる

参加無料

名称：2015 国際展示会
 英文名称：International Exhibition Expo 2015
 日時：2015年11月25日 10:00 から 17:00 まで(予定)
 場所：お茶の水 Sola city カンファレンスホール East(予定)
 参加費用：無料(事前登録をおすすめします)
 主催：有限会社ビディア
 メディアパートナー：月刊イベントマーケティング
 WEB サイト：http://exhibitionexpo.net/



2015年11月25日
御茶ノ水ソラシティ

お問い合わせ：有限会社ビディア 〒105-0004 東京都港区新橋 5-12-9 ABCビル 4F-A
 電話：03-6721-5210 FAX：03-6721-5211 メール：iex@vidya.jp 担当：酒井、長谷山

ビジネス発展への強力サポート CIO/CFD Japan Summit 2015

会期：11月11日(水)・12日(木)

会場：ホテル椿山荘東京

http://www.ciojapansummit.com/

主催：マーカスエバンス

marcusevans

CIO JAPAN
summit

http://unbouncepages.com/
ciojapan/mice

CFD Japan

http://unbouncepages.com/
cfojapan/mice/

問合せ先：YuM@marcusevanskl.com