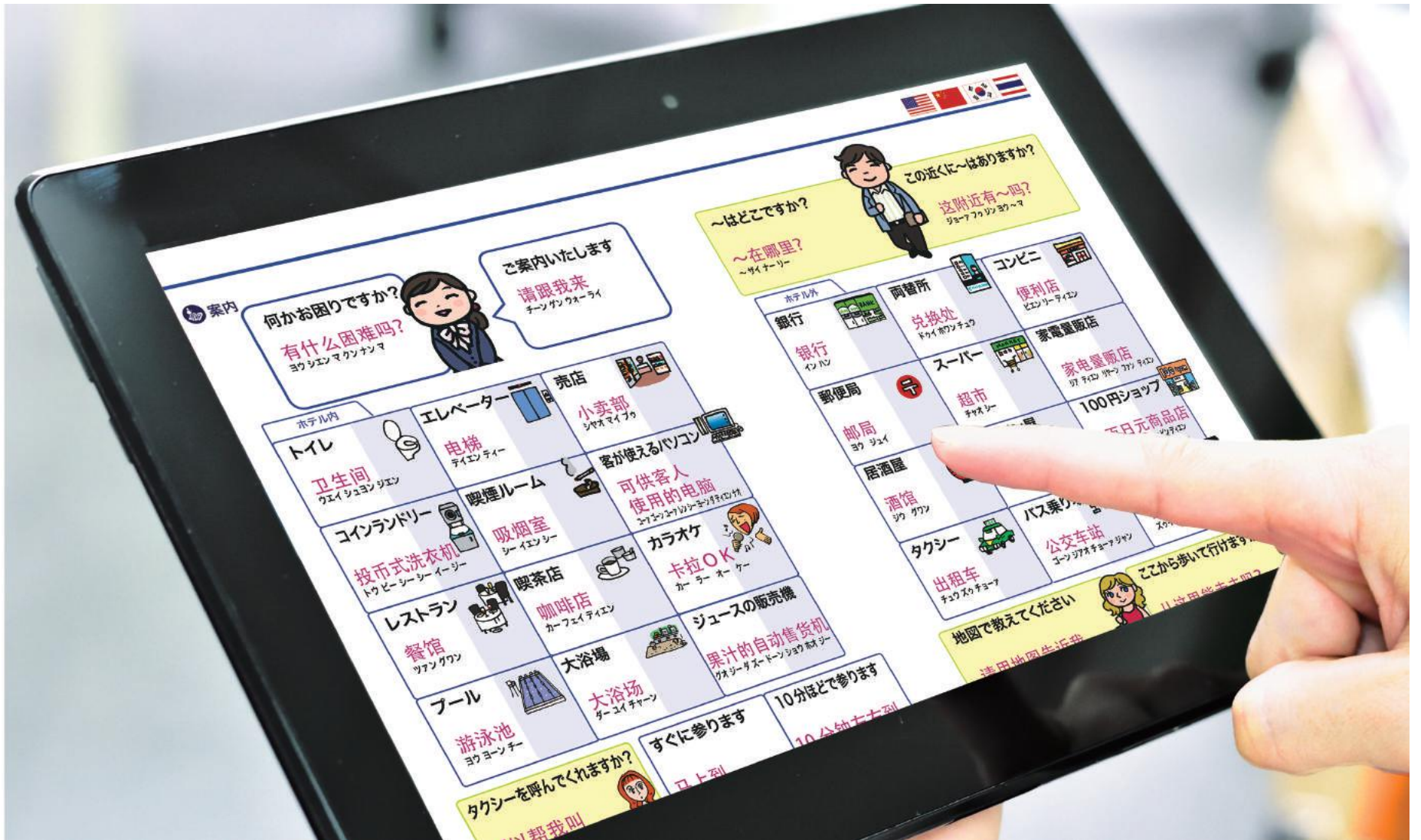




アクセシビリティを高める

Barではなくて、居酒屋に行きたい! そんな要望を、中国語で聞かれたら、きちんと応えられますか? 私にはとてもムリです。大切だと思うのは、いかに最適な情報を伝えるかということより、コミュニケーションのファーストステップで壁をつくらない、ということ。

日本に来た外国人が一番がっかりすること

は、日本人から避けられることと聞いて、そう思いました。たとえ、いい居酒屋を知らなかったとしても、中国語も英語も話せなくても、なんらかのリアクションはしたいですね。交流の気持ちを示すだけでも、異文化体験をしたいと思って日本に来た外国人の想いには応えられます。

ディステーションマーケティング、ト

ラベル関連の内容を多く取り上げた今号。旅行の目的地として日本が対応すべきことは、5年後の東京オリンピック・パラリンピックで何ができるだろうかと考え、言語が異なる人と人との心理的距離も近づけ、アクセシビリティを高めるツールの一つとして、5ページのInnovatorで紹介した「Yubisashi」アプリを表紙でも取り上げました。東京マラソ

ン2015でもボランティアスタッフの海外ランナー対応用に指さし会話帳が使用されています。

8ページで紹介したWITレポートでは、モバイルの普及によって、トラベル市場にさまざまなイノベティブなサービスが登場していましたが、東京オリパラのほか、ラグビーワールドカップ2019、関西ワールドマスターズゲームズ2021と国際イベントを控える日本のイベント市場にも、続々と新しいアイデアが生まれるといいですね。

(撮影協力：株式会社情報センター出版局)

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



沖縄 MICE コンテンツショー 2015 リポート



ウェルカムんちゅが多彩なコンテンツ提案

伝統芸能、チームビルディング、テーマパーティ…



ビーチ、太陽、豊かな自然、独自の伝統文化に恵まれ、好調な沖縄観光。それを支える MICE についても、2020 年に東海岸に大型施設が完成すれば、これまで南部西部を中心に展開してきた MICE 開催が県全域に広がっていきそうだ。そんな発展がつづく MICE 都市沖縄では、「沖縄 MICE コンテンツトレードショー 2015」が 10 月 21 日開催され、最新コンテンツを携えた出展者と、国内外からの多数のバイヤーの間で熱心と商談を繰り広げられた。そのようすをレポートする

沖縄の魅力が集まる コンテンツショー

今回で 8 回目の開催となる「沖縄 MICE コンテンツトレードショー 2015」には 61 社・団体が出展。国内外から MICE 主催者やメディア 126 人を招聘し、多数の参加者が積極的に商談を行い、会場の沖縄コンベンションセンターは熱気に包まれていた。(写真①) ベニューでは、玉泉洞で知られる老舗観光

会社の南都が、天然の鍾乳洞「ケイブカフェ」でのパーティプラン (写真トップ) のほか、ガジュマルの森で生命の神秘をたどるガンガラーの谷ツアーを提案。作業着を着用したガイドが積極的にアピールした。(写真②)

また、毎回ユニークな体験コンテンツを出展する東南植物楽園は、植物をあしらったブースデザインと箱の中身を参加者に当てさせるゲームで注目を集めた。(写真③)

美ら海水族館、前田産業ホテルズ、ホテル

オリオンモトブリゾート&スパなど北部地域 (やんばる) の事業者も積極的にアピール。やんばる MICE として、北部の宿泊増で沖縄全体の観光市場を拡大する鍵となりそうだ。

新しいテクノロジーも随所に見られた。なかでもアイセックジャパンは国連防災会議でも採用されたリアルタイム文字通訳サービス「e-ミミ」を実演した。(写真④)

コンテンツトレードショーの名の通り、MICE プログラムでも注目の出展が多かった。沖縄文化に根差したユニークで効果の高いチームビルディングプログラムで 2 年連続受賞している DMC 沖縄は、CSR と融合した「琉球フィルハーモニックとつくる出張コンサート」や「HIP HOP Challenge」を提案。なお、今年のコンテストは、いちまりんの、「作るから、残す・育てるへ 未来の懸け橋プロジェクト」が日本政府観光局 (JNTO) 特別

沖縄 MICE を体験

写真①～④ 沖縄コンテンツトレードショー出展各社のようす

賞を受賞している。

MICE コンテンツショーの前後には、視察ツアーも実施された。参加者にはウェルカムカードやお菓子などが部屋に用意されるなど、全行程を通して「ウェルカムんちゅ」※のおもてなしを受けた。詳細は弊社ウェブサイト、メルマガでレポートする。

※ウェルカムんちゅとは、観光客をおもてなしの心で温かく迎え入れる沖縄県民のこと



126 人のバイヤーが視察・体験で沖縄全土を回った。ウェルカムカードでのおもてなしも



私たちは、「究極のオフサイト沖縄」を最大に活用した MICE プログラム構築のプロフェッショナルです。MICE プログラムのノウハウと、開催地沖縄の底知れぬ資源を活用し、多彩な MICE コンテンツをご用意しています。遠隔地にいる主催者と目的を共有し、最も効果のある MICE をプロデュースいたします。

〒903-0812 沖縄県那覇市首里当蔵町 1-6-4
E-mail plan@dmc-okinawa.co.jp
TEL 098-943-6642 FAX 098-943-6641

Team Building
Theme Party
CSR Program
Fun Activity
Entertainment

株式会社
DMC 沖縄

沖縄が世界に誇るユニークベニュー ガンガラーの谷ケイブカフェ



※2015年10月20日開催 沖縄MICEナイトパーティ会場

IME 2015に出展します。
詳しくは会場ブースへ！

お問合せ
沖縄県南城市玉城字前川202
TEL (098) 948-4192
那覇空港から車で約 30 分
平成 27 年度 沖縄県観光振興事業等支援事業

国内最古2万年前の貝器が出土した。
現在も発掘調査中の天然の鍾乳洞で
スペシャルパーティイベント等開催可能。

VALLEY OF GANGALA
ガンガラーの谷
www.gangala.com 南都グループ

「IME2015」開催直前インタビュー

訪日2000万人時代を支える 新MICE コンセプトの発信の場に

25年の伝統と新たなチャレンジを



国際ミーティング・エキスポ（以下、IME）は、学会、コンベンション、企業ミーティング、インセンティブツアー、研修旅行など BtoB の会議旅行イベントに関する総合展示会。

観光庁、日本コンgress・コンベンション・ビューロー（JCCB）、日本政府観光局が主催し、国内外の関係者に向けて会議開催施設や観光資源の情報発信、商談機会の機会を提供。2012 年から企画・運営に日経 BP 社が加わり、一般企業のイベント担当者に対しても積極的なプロモーションを展開し、認知度も高まっている。今回は 120 社・団体が出展。各地域の観光資源、MICE プログラム、などを提案する。



——主催の日本コンgress・コンベンションビューロー（JCCB）事務局
丸山高弘さん

IME は日本で唯一の MICE 総合見本市で、1991 年以来 25 回の長い歴史があります。多くの自治体・地域ビューローが集まり、日本および地方の MICE 振興と、MICE 最新情報の発信の場となっています。

JNTO 主催の MICE シンポジウムでは外国

人ミーティングプランナーやパネリストをお招きし、特に企業のミーティングやインセンティブ担当の方に役立つ情報を提供します。また、ユークベニュー活用法等の MICE 関連の各種セミナーも見どころです。

今回は、JNTO 主催の国際会議キーパーソン招請商談会（通称：Meet Japan）を同時開催し、欧米を中心とした国際会議関係者が会場を視察し、商談や情報交換できる機会も予定しています。

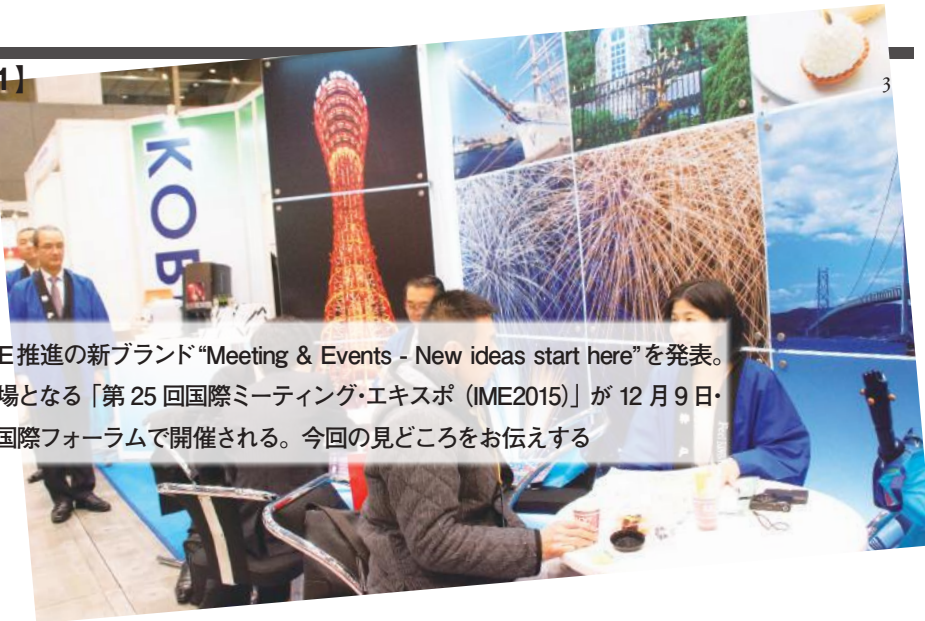
日本の新しい MICE ブランド “Meetings & Events” の情報発信の場であり、まさしく “New ideas start here” なのです。今年も多くの皆さまのご来場をお待ちしています。



——企画・運営を手がける
日経 BP 社
森井一徳さん

日経 BP が IME の企画・運営として参加して 4 年目となる今回は、これまでの伝統である国際会議や学会主催者・運営者などとの商談機能を強化しながら、企業イベント担当者に向けても情報発信し、MICE 全体の発展のため

観光庁が今年 MICE 推進の新ブランド “Meeting & Events - New ideas start here” を発表。その最大の発信の場となる「第 25 回国際ミーティング・エキスポ（IME2015）」が 12 月 9 日・10 日の両日、東京国際フォーラムで開催される。今回の見どころをお伝えする



のアピール、機会づくりをお手伝いしたいと思います。基調講演をお願いした前中国駐在特命全権大使の丹羽宇一郎氏の講演はじめ、国際 MICE 団体 MPI が企画した対談など、さまざまなセッションを通じて多くのアイデアが出会い混ざり合う場になれば、MICE という成長分野の展示会である IME の価値を向上できると考えています。

具体的には、食と MICE、地方の魅力創生がキーワードになるかもしれません。また広くアジアで人気のゲームの武将キャラによる町おこしなど、弊社が共催として参画している東京ゲームショウで得たアイデアなども盛り込ん

で、会議開催に関する斬新な話題を提供してまいります。



——「ユニークベニュー活用事例 ～心に残るイベントを創りだすために」をテーマに登壇する Plus One.
代表取締役 小田克文さん

従来通りのパーティの設えや演出ではゲストを満足させることはできません。ユニークなベニューと演出、サプライズや感動、プラスアルファの付加価値を提供し続けるが成功する MICE においても必要です、その成功事例を運営のノウハウと合わせてご紹介します。



各地から観光関連機関が出展する IME は、全国のミスたちが一堂に会する貴重な機会でもある

株式会社 タケナカ

2nd Live Entertainment & Event Expo

TAKE

タケナカでは、LED で大型映像やインタラクティブ映像などを総合的にプロデュース致します。

TAKENAKA
since 1926

TOKYO
OSAKA
NAGOYA
KYOTO
SHANGHAI

「タケナカ」で検索！ タケナカ 検索

<http://www.takenaka-co.co.jp>

Sym-Unity (株)タケナカはシンユニティグループの一員です

Tokyo branch office & Lab
Osaka branch office (Head office & Management bureau)
Nagoya branch office

Kyoto business office
Osaka Uehonmachi production office
Osaka Higashi Av. equipment center & Lab

学会、国際会議、研修会の企画担当者必見のイベント

IME 2015

The 25th International Meetings Expo

2015年 12月9日[水]・10日[木]
10:30・19:00 10:00・17:00



会場 東京国際フォーラム (東京・有楽町) 主催 観光庁／一般社団法人日本コンgress・コンベンション・ビューロー（JCCB）／日本政府観光局（JNTO） 企画・運営 日経BP社

無料入場には事前登録が必要です 事前登録/展示会・セミナーの最新情報は公式サイトへ <http://expo.nikkeibp.co.jp/ime/>



基調講演 12月9日(水) 11:00・12:00 事前登録制

日本立国の三大柱

自由(貿易)と平和を国是とする日本
将来の姿を支える三大柱
技術・観光・農業の通底を語る

前中華人民共和国駐在特命全権大使
前伊藤忠商事株式会社取締役会長
早稲田大学特命教授 日中友好協会会長
丹羽 宇一郎氏



開催予定の講演・イベント

- ・日本政府観光局（JNTO）主催 国際会議誘致・開催貢献賞授賞式
- ・MPI Japan主催のパネルディスカッション
- ・ユニークベニュー など多数のセミナーを開催

ビジネスマッチングシステム

専用のシステムをご利用いただくことで、関心のある開催候補地の担当者に効率的にアポイントがとれます！
※ビジネスマッチングシステムの登録URLは来場事前登録完了後にお送りするメールにてご案内いたします。

セミナー、展示会、体験型インターンシップで 展示会業界を学ぶ1日



— JAPAN EXHIBITION FORUM 2015

一般社団法人日本展示会協会（日展協）は、12月9日、東京ビッグサイト会議棟で「JAPAN EXHIBITION FORUM 2015」を開催する。

セミナー（3つの基調講演、5つの平行セッション、展示会専門講座）、展示会、体験型インターンシップ、懇親会で構成され、展示会に携わる業界人、出展担当者、業界に興味のある学生が、丸一日で展示会の最新情報とサービス内容を学ぶ。また、現在約320社が入会する日展協会員や出展企業担当者とのネットワークづくりの場とする。

セミナーの申込み、展示会来場登録は www.jexforum.jp から。

基調講演（605 会議室）

基調講演会場は10時に開場し、自由民主党展示会産業議員連盟会長で衆議院議員の木村太郎氏による来賓挨拶ではじまり、基調講演1では、日本展示会協会会長の石積忠夫氏が「展示会の意義は巨大！～オリンピックの時も展示会の継続を～」と題し、展示会開催の意義について講演する。

基調講演2では、International Association of Exhibitions and Events (IAEE) のプレジデント／CEO の David DuBois 氏が「展示会大王国のトレンド」をテーマに米国の展示会事情について紹介する。

基調講演3は、The Asian Federation of Exhibition and Convention Associations (AFECA) プレジデントの Walter M. S. Yeh 氏が登壇し「急速に成長するアジアの展示会産業のトレンド」を展開する。

平行セッション （101 会議室 / 102 会議室）

午後は平行セッションが2会場で開催。
＜101 会議室＞

101 会議室では、13時からグーグル（株）

でYouTubeを中心にしたGoogleのソリューションを活用し日本大手広告主のオンラインブランディングを総合的にサポートする定元邦浩氏が「“イベントにとってのYouTube”とは？」をテーマに展示会での活用法を紹介。

14時15分からは、BtoB Communications において独自の広告・マーケティング理論をもつカットス・クリエイティブ ラボ代表でディレクターの河内英司氏が「『展示会』がメディア最強の力を持つ理由」と題して受注促進に寄与できる展示会の運営手法を語る。

15時30分からは、日本貿易振興機構（ジェトロ）でベルリン事務所勤務の経験をもつ望月智治氏が「海外見本市ビジネストレンド」として展示会先進国ドイツの事情を紹介する。

16時30分からは、著作権に特化した行政書士として法務コンサルタントを行うボングー著作権法務行政書士事務所所長の堀越総明氏が「知らなかったでは済まされない著作権の話」として、東京オリンピックのエンブレム問題も他人事ではないと警鐘を鳴らす。
＜102 会議室＞

102 会議室では、14時15分から「女性が自分らしく働き続ける」を実現する為に、女性が活躍できる環境や働き方について考える」と題して、日展協女性活躍推進委員会メンバーによるパネルディスカッションが行われる。

16時からは、出展者の立場として、出展準備、会期中運営、商談獲得、刈り取りのまとめ役をトータルで担当する東海エレクトロニクス（株）の高橋俊氏が「受注へ結びつける効果的な展示会への出展運営手法」を公開する。

展示会専門講座（609 会議室）

International Association of Exhibitions and Events (IAEE) が世界で行っている展示会業界向け教育研修プログラム Certificate of Exhibition Management (CEM) のデモン版を、日本で初めて実施。世界中のショーオー

ガナイザーらにビジネス戦略やマーケティング等のコンサルティングを行ってきた Bravo Management Group 代表で、20年間 IAEE の会長を務めた Steven Hacker 氏が講師として登壇する。

就活生向け体験型インターンシップ

展示会を丸ごと体験できる体験型1DAYインターンシップを開催する。展示会の成り

立ちから実務などの解説、会場内見学、出展者ブース見学、関係者による講義と幅広い体験・経験をするコースで、展示会企画を考えたり展示会開催の仕組みについての理解が深まるグループワークも予定している。

展示会（1F レセプションホール A・B）

約60社70小間の展示会も開催。展示会主催者、会場、施工、電気工事、警備、人材派遣、音響・映像機材、レンタル、通関・輸送、印刷・制作、ケータリング、登録システムなどの各企業が最新のサービスを展示する。

石積会長は「産業の活性化と同時に、その重要性を国内外に発信するため、『展示会業界のための展示会、JAPAN EXHIBITION FORUM』をスタートする」と初開催の意気込みを語る。

■ 開催概要

名称：JAPAN EXHIBITION FORUM 2015
開催日時：2015年12月9日（水）10：00～17：00
会場：東京ビッグサイト（東京国際展示場）
主催：一般社団法人 日本展示会協会
参加費：セミナー&懇親会チケット費 10,000円（税込）＊事前登録制

■ プログラム

＝基調講演＝

10：10 基調講演1
「展示会の意義は巨大！～オリンピックの時も展示会の継続を～」
石積忠夫
（一社）日本展示会協会 会長



15：30～16：15
海外見本市ビジネストレンド
望月智治
日本貿易振興機構（ジェトロ）
企画部 企画課



10：30 基調講演2（同時通訳）
The Trends of World's Largest Exhibition Country - USA
David DuBois
International Association of Exhibitions and Events
President and CEO



16：30～17：15
知らなかったでは済まされない著作権の話
堀越総明
ボングー著作権法務行政書士事務所 所長 行政書士



16：00～16：45
受注へ結びつける効果的な展示会への出展運営手法
高橋俊
東海エレクトロニクス（株）
マーケティング本部
Sセグメント推進部 部長



＝展示会専門講座＝

13：00～17：00
イベントマーケティング
Steven Hacker
Bravo Management Group Principal



＝1DAY インターンシップ＝

オリエンテーション～展示会見学～グループワーク～発表～フィードバック・セミナー（予定）

＝展示会＝

10：00～17：00
約60社70小間の展示会を開催
出展製品・サービス：展示会主催者、会場、施工、電気工事、警備、人材派遣、音響・映像機材、レンタル、通関・輸送、印刷・制作、ケータリング、登録システム、出展サポート、テレアポ、その他の各企業がブースを設け、最新のサービスを展示

＝懇親会＝

17：30～20：00

人の心に働きかけ、人の心に響き、人の心が動く。

イベント・ソリューション・パートナー

セレスポ

株式会社セレスポ

〒170-0004 東京都豊島区北大塚 1-21-5
tel:03-5974-1111 fax:03-5394-7651

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 京都営業所 TEL.075-705-1278



【スペースマ/PayPal/Tech in Asia】 賀詞交換会 & 祈願会×増上寺

境内で交流会もできるから 祈願したそばから商売繁昌の予感



新年のご祈願と賀詞交換会を同時に開催できれば…、それができちゃうのが増上寺。スペースマーケット、Paypal、Tech in Asia は、今年ベンチャー賀詞交換会と祈願会「KIGAN」を開催。参加者全員で新年の抱負を誓った後は、すぐ隣のホールへ。交流会では正月らしい演舞や新しい出会いも楽しんだ。



増上寺
「KIGAN」は 300 人規模で開催した。
(来年は、1 月 8 日築地本願寺で開催を予定)



イベントレポート

日本が持続可能なイベント開催地であることを 世界中に知ってもらうには？

———— Positive Impact 日本事務局

10 月 19 日、虎ノ門ヒルズフォーラムで「Positive Impact 日本事務局 設立 1 周年記念セミナー」が行われた。

Positive Impact は、イベント分野のサステナビリティ教育を行うイギリスの団体で 2005 年に設立。日本事務局は 2014 年にイベントの制作を行う株式会社セレスボ内に開設し、教育資料の提供、ワークショップ等教育プログラムの実施を通じ、日本イベント産業のサステナビリティの理解促進を図ってきた。

セミナーには、Positive Impact 本部のある英国から、設立者であり代表のフィオナ・ペラムさん（写真）が講師として来日。「イベントにおけるステークホルダーエンゲージメント」を考えると、サステナビリティという捉えにくいテーマがみえてくるとし、経済・社会・環境の課題に取り組んだ海外での事例を紹介した。また、ワークショップ形式にし、異なる立場の参加者がお互いに意見を共有しながらサステナブルなイベントへ取り組むきっかけを提供した。

ワークショップでは、「2020 年の東京オリンピック・パラリンピック

クに向けて、世界中のひとたちに日本が持続可能なイベントの開催地であると知ってもらう機会にするために、何をすればよいか」を命題にして、第一に「日本がイベントの開催地として重要なことは何か」、第二に「誰がステークホルダーであるのか、どうエンゲージメントをすべきなのか」がテーマとして提示された。

フィオナさんは、サステナブルな取り組みにはさまざまな課題が想定

されると思うが、もっとも重要なことは、「主催者だけでなく、スポンサー、パートナー、参加者、地域と協力して一緒になって目的を決めること」とし、それがステークホルダーエンゲージメントの第一歩と伝えた。

参加者からは「どう捉え、取り組むべきかむずかしかったが、概念の理解が進んだ」といった反応もあり、日本事務局では、今後定期的なワークショップ開催を予定している。

図●ワークショップでの回答例

誰が？ (Who)	どの様にエンゲージメントするか？ (How?)	どの様な助けが必要か？ (What?)
- 政府 - 主催者 - スポンサー - NGO - サプライヤー - 専門家 - 無関心者 - 反対者 - 客 - ボランティア - スタッフ	- 役割の明確化 - アニュアルMTG - 教育 - 目標設定 - 測定 - イベント - 啓発活動 - 機会 - ファシリテーション - 記録 - 発信 - 測定 - 教育 - 決定 - 実行	- メリット - デメリット - 実行 - 共有
その他キーワード - 政治の安定 - 自然エネルギー - 環境 - アクセシビリティ - スポンサー（資金） - 多様性（ダイバーシティ） - 集客力 - 情報発信力 - 安全	- 食品安全 - 世代交代 - 継承 - 歴史（検証） - 楽しむ欲 - マインドセット - 失敗（学習？） - マインドセット - 教育育成	- 変化 - 地域、ローカルな自治会 - 宗教、各々の尊重 - 避難所（安全） - 多量のゴミ（環境） - トイレ問題、汚物処理（環境） - 電力移動（エネルギー） - 観光産業（文化） - 電力照明（エネルギー）



～ Web を強くするイベントを考える～

第 1 回

中小企業こそ強化すべき



皆さんこんにちは。船井総合研究所の柴崎智弘と申します。

まずは、自己紹介から。前職は金融機関にて営業一筋で行ってまいりました。特に、インサイドセールスという、電話と Web を活用し、顧客に会わずしてコンタクトをとり、案件化させることを得意としていました。そして、5 年前に船井総合研究所に入社し、最初は IT 企業の業

績アップを、展示会を活用してサポートするということを徹底的に行いました。実際に講演やセミナー、実際のコンサルティング支援を含めると、300 社以上になります。

現在とはいうと、中小企業の Web マーケティングに力を入れて業績アップをサポートしています。今年だけでも、30 社以上の Web サイト構築に関わっております。

そこで思うのは、展示会を中心としたイベントにはメリットとデメリットがあり、Web マーケティングだけに偏ったマーケティングにも同じことが言える、ということです。

しかし、今にして思うのは、やはり多角的な意味でリソースの少ない中小企業は、Web マーケティングを強化するべき！これは断言できます。特にダイレクトマーケティング

Innovator #03



(株) 情報センター出版局

田村 隆宗さん 営業部 部長（写真右）
佐藤 路子さん メディア編成部制作課デザインオペレーション・ディレクター（写真中央）

富樫 明子さん 営業部（写真左）

— Yubisashi で安定したおもてなしを—

日本人が海外に行くときの必需品旅行ガイドブック。その発展版として、会話集でも辞書でもない“コミュニケーションブック”という新ジャンルが 17 年前に誕生した。情報センター出版局が発行する「Yubisashi® (旅の指さし会話帳)」シリーズだ。

「Yubisashi」は、指 1 本で会話できるのが特徴で、食事や買い物などシーン別にイラストと単語・フレーズ（現地語と日本語併記）で構成され、知らない言葉でも指で指し示してお互いに意思疎通ができる。これまでに書籍で 82 の国と地域を網羅、累計 510 万部を発行、現在では 52 か国の言語に対応し、異言語間でのコミュニケーションと出会いや発見をサポートしてきた。

そして Yubisashi は現在、活況続く日本インバウンド市場の接客の現場でも広がりを見せ、書籍からアプリへとそのスタイルも進化している。「Yubisashi の接客版についてのお問合せは、2011 年ごろから。鉄道会社さんから多言語対応に困っているというご相談を受けたのが法人向け Yubisashi のはじまりでした」

その後、ドン・キホーテやセブンイレブンなどチェーン展開する流通小売店舗でオリジナル版を作成。ドンキではアプリ版も販売員向けに導入されたほか、沖縄、京都を皮切りに地方自治体でも地域一体となった多言語対応に、観光案内所や旅館、商店街などで活用されている。

多言語への対応は、2020 年の東京オリンピック・パラリンピックを控え今後さらに加速しようとしている。

Yubisashi の次なる活躍の場

は、多言語対応が急務となっているホテル。現在『ホテル・旅館向け Yubisashi アプリ』を開発中だ。書籍に収録された単語やフレーズ、イラストはオリジナルの言語データベースに格納されており、データベースを活用して英語、簡体、繁体、タイ（写真下）、ベトナム、インドネシアの 6 言語対応での実用化を目指す。

「アプリになれば IT の競合もできて言語インフラの競争だと思われるがちですが、Yubisashi の真骨頂は異文化体験を提供できる場所」と、コミュニケーションに重点を置いたコンテンツだと話す。たとえば、アプリでは音声機能が付いているが、京都の観光地を巡るガイドシーンでは「ありがとう」を「おおきに」と現地の方言と生粋の京都人による読み上げ音声で提供。文化的背景、生活習慣を盛り込み、国ごとにローカライズしたコミュニケーションブックのポリシーをしっかりと引き継ぐ。

『「ホテル・旅館向け Yubisashi アプリ」は、ホテルの皆さんの接客業務を効率化するだけでなく、旅のコンシェルジュ的な役割をもつホテルならではのシーンでもフォローができます。現場で働く老若男女が均等で安定したおもてなしをするために、Yubisashi がツールとして一助になればうれしいです」



を行っている企業や組織で、Web マーケティングがないというのは致命傷でしょう。ところがまだまだそういう企業や土業事務所があるのが現実です。まずは Web サイトをつくる！ここから考えていただければと思いますが、もっと厄介なのは、「Web サイトをつくったけど成果が上がらないよ！」と勘違いを公然とぶちめる経営者やマーケティング

柴崎 智弘

株式会社船井総合研究所



責任者がいることです。こういう言葉を聞くたびにがっかりさせられます。

何故がっかりするのか？…次回以降、Web サイトに対する考え方からお伝えしていきます。

若手・中堅が“つながり”づくり



—— JCMA 第 1 回つながり勉強会

日本コンベンション協会（JCMA）は 10 月 20 日、ICS コンベンションデザインで「JCMA 第 1 回つながり勉強会」を開催した。35 人の参加者が、ネットワーク構築について議論し、「人に触れ、新たな興味を持つ」、「共通の時間を過ごす」、「自分のスタンスを決める」、「飲みに行

く」など多様な意見が出た。今年度 2 回、来年度は年に 4 ～ 5 回開催し、会員ネットワークを強めていく。



グーグル陣内氏が観光立国語る



—— JCCB 産業部会 MICE セミナー

日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー（JCCB）は、10 月 27 日に産業部会 MICE セミナーを開催。グーグルの観光立国推進部長 陳内裕樹氏（写真）が登場し、急激に進む旅行者のデジタルシフトにより、ICT の最大活用が観光戦略の柱となり、同社がパートナーとして貢献す

ることを説明した。とくに旅への興味喚起・情報収集段階と、グーグルマップなどを活用した情報整備・蓄積の点で同社プラットフォームの有効性を提示した。



次号予告 06 号は 12 月 28 日発行

<特集>
2016 年イベントマーケティングトレンド

<海外リポート>
EventTech 2015（Las Vegas）



< Pick Up >
イベント Japan 2016

イベントの **正体** を探る

【第 3 回】
「イベントの制作」

イベント制作を進めるロケット？



日本初！イベントの学科でイベント学を教えている岡星です。医学が人体のつくりを知るように、イベント学を教えるということは、研究対象である“イベントの正体”を知らなくてははいけません。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。今回もテンプレート「岡星式：イベント DO 具（どうぐ）」を HP からダウンロードできます。シリーズが終わると、イベントの正体の 6 つのフェーズが揃い

ますのでお楽しみに！
さて、第 3 回目はフェーズ③[イベントの制作]についてです。イベントの企画を行う段階から、企画に GO が出て計画を立てる段階へ、準備を進める段階、そしていよいよ本番を実行する段階、終わって報告書を提出する段階までの、一連の制作の流れをまとめてみましょう。
参考になる考え方に、世界的に知られているプロジェクトマネジメントがあります。1960 年代、

NASA(アメリカ航空宇宙局)が月に人類を送るアポロ計画の時に編み出したとされる業務の制作管理手法です。プロジェクトとは＝「相互に関連するタスクから構成され、多くの組織が参画して実施される 3 年以下程度の期間の活動」と定義されていますので、イベントも一つのプロジェクトとして捉えられます。

現在、プロジェクトマネジメント協会が策定した知識体系“Project Management Body of Knowledge”（PMBOK＝ピンボック）が事実上の標準として世界中で広く受け入れられています。PMBOK ではプロジェクトの推進には、立ち上げから終結まで 5 つのプロセスがあるとしています。ただし、イベント制作の実際にそのまま適用するには少し違和感があるため、PMBOK の思考法に対応し、イベントならではの特徴を加味したイベント制作 5 つのステップを設定してみました。（左表）
もちろん、すべてがぴったりと対応する訳ではありませんが、世界

●イベント制作のマネジメント（5 つのステップ）
イベント制作のマネジメント



標準のプロジェクトの進め方と日本発想のイベントの進め方とをクロスさせ、型を作成してみました。それが、イベント制作の 5 つのステップです。（上図）
時間経過でみたイベントづくりは、初めに「企画」→最後に「終了」まで、仕事内容に 5 つの段階があります。それぞれの段階で、特有の解決していかなければならない課題がありますが、本番という究極の

デッドラインがあるため、ステップを次へ次へと進めていくしかありません。
[イベントの制作]を推進する強力な 5 段ロケットとして、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



販促活動に使える補助金・助成金

【第 5 回】

格安で使える
展示会の選び方



あなたの会社で販売促進の一環として、展示会に出展して見込み客を獲得することが決定されました。では、どの展示会に出展すればよいでしょうか？
展示会と言っても規模も対象もさまざまです。かかる費用も比較的高額なものから安価

に参加できるものもあります。特に中小企業の方であれば、なるべく低コストで優良な顧客との出会いを多くしたいと考えていることと思います。
今回はなるべく格安で使える展示会をご紹介しますしながら展示会活用のコツをご紹介します。

表●タイプ別展示会の比較

	専門テーマ別展示会 (大規模型)	中小企業全般向け展示会 (金融機関・公的機関主催)
メリット	業界・ニーズのセグメントされた顧客と数多く出会う可能性が高い	金融機関などと取引があれば低価格で参加できる。金融機関の職員や公的機関のコーディネーターが他社とのマッチングを仲介してくれることもある
デメリット	参加に費用がかかり、ライバルも多い。戦略的に取り組みたい	参加者が幅広く存在し、自社のニーズに適合しない場合がある（事前にビジネスマッチングを設定する金庫もある）
出展料	金額には幅がある (1 小間 30 万円から 100 万円程度)	低額 (無料から 6 万円程度)
出展者数	100 社から 300 社程度が多い 類似業種の展示会を併設する場合もあり、500 社を超えることもある	100 社から 300 社程度が多い 公的機関主催の大規模なものは 400 社程度のものもある
来場者	内容・規模によるが 10,000 人から 50,000 人規模のものがある (併設展示会を含む)	1,000 人から 5,000 人程度が多い 公的機関主催の大規模なものは 40,000 人規模のものもある

■専門テーマ別展示会への出展費用は？

いわゆる東京ビッグサイトや幕張メッセなどで比較的大規模に実施される展示会の場合、どのようなメリットがあり、概算でどの程度の費用が必要でしょうか。
まずメリットとしては、対象となる業種に特化して出展されますので、来場する方もその業種の専門の方が来場します。つまり効果的に自社のターゲットとする企業の担当者と接触できることが挙げられます。ある展示会（会場：東京ビッグサイト）の場合、来場者数は、数万人を超える数ですが、出展料は 1 コマで 30 万円から 100 万円程度と幅があります。

■地域金融機関（地銀・信金・信組）や公的機関主催の展示会がねらい目

地域金融機関が取引先を中心に展示会を通じてビジネスマッチングするイベントも多く行われています。出展に係る費用は、出展費で数万円（無料から 5、6 万円）のレベルであり、経済的に参加ができます。地域金融機関の展示会は、出展者数で 100 社から 300 社くらいの規模が多く、来場者も多くても 5,000 人程度が多いようです。

公的機関においても展示会やマッチング交流会などを開催しています。たとえば、中小企業基盤整備機構主催の「新価値創造展」（毎

年、東京と大阪で開催）や東京都・東京商工会議所などが主催する「産業交流展」（東京ビッグサイト）などがあります。どちらも数万円の出展料で参加できます。

金融金庫や公的機関の展示会は企業同士のビジネスマッチングにも力を入れています。事前に企業の特徴やニーズを職員がヒアリングし、合致しそうな企業を紹介する等の活動を積極的にしています。高い確度で具体的な商談につながりやすいといえます。

■上手な活用のために

展示会を上手に活用するためには、単にコストだけではなく、目的に合致した成果が得られるか。展示会の時期は適切かなどを見極める必要があります。コストと目的性、時期などを考慮して、上手に展示会を活用して販促活動を推進してください。

坪田 誠治

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
http://jcg-net.com/



前職キヤノンマーケティングジャパン(株)では、法人向け営業、マーケティングに従事。法人営業の問題を可視化し、組織営業に転換して営業力を UP するコンサルティングを中心に実施。補助金審査・支援等も幅広く活動中。

イベンター・マーケター向け
12月のセミナー・イベント

1・2日
adtech tokyo 2015
@東京国際フォーラム

3・4日
Salesforce World Tour Tokyo 2015
@両国国技館(3日)、ザ・プリンスパークタワー東京/虎の門ヒルズフォーラム(4日)

8日 Synergy! LIVE 2015 Tokyo
@品川インターシティホール

9日
JAPAN EXHIBITION FORUM 2015
@東京ビッグサイト

9日/11日
Marketo エンゲージメントマーケティングセミナー 2015
@六本木アカデミーヒルズ スカイスタジオ(9日東京)/ナレッジキャピタルカンファレンスルーム(11日大阪)

9・10日
国際ミーティング・エキスポ
@東京国際フォーラム

iPad アンケート「Anky」販売開始



BtoB イベントの出展サポートを手がける博展は10月28日、ビジネスシーンに必要なさまざまなアンケート機能を実装したiPad アンケートサービス「Anky (アンキー)」の販売を開始した。

同製品の特徴は、iPadで撮影した名刺とアンケートデータの紐づけ、アンケート回答中の資料閲覧、英語対応、1ページ内に複数の設問設置が可能、アンケート分岐設定機能の搭載など。

—— 博展

同社では、ネイティブアプリ化やウェブブラウザサービス化などの展開も視野に入れている。

標準料金プランは1台3万2,000円(税別)から。詳細は製品サイト <http://www.anky.jp/> まで。



中国市場に日本製品を提案



中国の消費財市場に向けた、ギフト関連商品の販路開拓の場となっている「第12回 Gift Show in 上海 2016」が来年8月2日～4日、上海世貿商城(上海マート)での開催が決定。出展募集がはじまった。来場者1万人、出展企業100社の見込み。会場内の特別ステージでは、新商品発表会やファッションショー、体験型セミナーなど、商談につなげるさまざまなイベントが企画されている。また中国大手流通業者50人を招待し、ビジネスマッチングを行い成約率の向上を図る。

—— 第12回 Gift Show in 上海 2016

会期中には「第4回 TOKYO BEAUTY & HEALTH WORLD in 上海」も同時開催され、来場バイヤー誘致の相乗効果が期待される。

問合せは(☎ 03-3843-9851)まで



営業目標を達成する予材管理とイベント



④ 「予材をどのように増やすのか」
予材マーケティング導線設計

4回目では、「予材をどのように増やすのか」予材マーケティング導線設計について、触れていきます。

予材管理マネジメントは、「予材資産をする形成するプロセス」と「予材を新陳代謝させながら受注へ移行させていくプロセス」、2つのプロセスで成立していることは、第2回目のコラムで解説致しました。

現在、多くの企業で予材管理マネジメントを導入して頂いておりますが、実際に現場に入り検証してみると「予材が足りない」というケースに数多く出くわします。

その原因として、営業担当者が、プロセス②ばかり注力していることが考えられます。

海外では、リードを集めて、育成し、予材化させてから営業へパスするのはマーケターで(プロセス①)、予材化したものを契約するのが(プロセス②)、営業と分業が進んでいます。一方、国内では、予材を発生させることから、成約まですべての過程を、営業担当者が担っている

ケースが多いのです。

つまり、営業担当者が、すべての過程を担っている場合、プロセス①とプロセス②に割く営業担当者の労力は、トレードオフの関係になってします。

また、予材を発生させるためのアプローチ手段も、営業は基本個人プレーですので、「訪問(単純接触)」、「メール」を各それぞれ行っている程度が、多くの企業で良く見受けられます。

これまでは、上記のような体制でも、案件が発生していれば、良かったかもしれませんが、今の時代、商品力だけで差別化し、案件を発生させるとはむずかしいのが現状です。

その解決への第1歩として、オススめるのが、予材マーケティング導線設計です。(下表)

予材マーケティング導線設計とは、現状の自社で行っている案件を発生させるためのマーケティング活動をすべて可視化させ、全体的に俯瞰し、「どこに問題があるのか?」を特定する目的で活用します。

当然、リアル営業しかしていない企業であれば、俯瞰図はかなり狭い

倉田 丈寛

株式会社アタックス・
セールス・アソシエイツ
コンサルタント



範囲になり、展示会出展など、キャンペーンマネジメント、オンライン施策などを行っている場合は、ある程度広範囲の俯瞰図になります。

ほとんどの会社が、自社の案件を発生させるためのマーケティング活動を把握していないケースが多いので、マーケティング施策を考え実行するためには、予材マーケティング導線設計図を参考に、自社の状況をまずは把握することが重要です。

展示会に出展した、メルマガを〇〇通配信した、飛び込み訪問した、ビジネスブログをアップした、など、施策(点)で組織内コミュニケーションがされている状況であれば、最終的なゴールである、売上に繋がる活動が、最大化されません。

まずは、予材マーケティング導線設計図を参考に、全体的に俯瞰し、施策毎(点)のコミュニケーションではなく、いかに点と点を線で結んでいくのか、(導線設計)を部門間をまたいで、コミュニケーションしていくことから始めましょう。

表●予材マーケティング
導線設計

カテゴリ	PJ名	データベース	推進部署	HP・FB・メルマガ	対象者	イベント	チラシ	フォロー	LP	予材
リアル営業	既存顧客深耕	既存顧客	営業部		既存顧客					予材
	休眠顧客開拓	休眠リスト	営業部		休眠先					予材
	新規顧客開拓	新規リスト	営業部		新規先					予材
リアル販促	テレマーケティング	新規リスト	テレコール部隊		新規先			営業部		予材
	インスタマーケティング		店舗スタッフ		来店客		チラシ等	電話フォロー		予材
	新聞・雑誌広告 書籍・テレビCM				読者				LP	予材
マナーイベント	ダイレクトメール	DMリスト	企画部		DM送り先			電話フォロー		予材
	展示会・博覧会				来場者	展示会等	チラシ	電話フォロー		予材
	セミナー・勉強会	リスト	営業部		受講者	セミナー等	チラシ	電話フォロー		予材
マーケティング	ネット広告 (バナー、CPC広告)	リスト			訪問者				LP	予材
	コーポレートサイト (SEO対策等)	インターネット		HP	訪問者				LP	予材
	FBページ	インターネット		FBページ	訪問者				LP	予材
	ブログ	インターネット		ブログ	訪問者				LP	予材
	LPO(ランディング ページ最適化)	インターネット							LP	予材
	メルマガ			メルマガ	読者				LP	予材

正しいデータベースの構築・メンテナンスが必要

継続的な「単純接触」が必要

チラシの配布やアンケートの回収が可能かどうかを事前チェックする

運用ルールとスピード感、が重要

インターネットからのアクセスを増やすための施策が必要。

メルマガ読者を増やす取り組みが必要。HPと異なり、中途半端な取り組みは副作用が出る。

LPへの誘導を促すコンテンツ制作は、意識したテストマーケティングの継続が必要。

貴方のキャリア、
サクラインターナショナルで活かします!

サクラインターナショナルでは、国内、海外のイベント・会議等、MICEで運営・進行のトータルマネジメントが出来るプロの人材を募集しています。

その他にも国内、海外において施工、製作管理の経験を持つスタッフを募集。

デザイナー(グラフィック、空間環境デザイナー)、イベント進行・運営・プロデューサー、MICE secretary、経営管理の各スタッフも大募集!!

新たなChallengeをサクラインターナショナルで始めてみませんか!

※The Global MICE Producerとは、世界中のあらゆるMICE分野の常識や専門性に精通した全体統轄プロデューサーです。

コンタクトはこちらから!

T E L : 03-5646-1160
E-Mail : recruit_t@sakurain.co.jp
サクラインターナショナル株式会社
東京本部 採用担当: 山下 陽子 / 長谷川 晃二

T E L : 06-6624-3601
E-Mail : recruit_o@sakurain.co.jp
サクラインターナショナル株式会社
大阪本社 採用担当: 北野 義和 / 勝 美幸



The Global MICE Producer... SAKURA International Inc.

Google、Facebook、Uber、Airbnb、アリババ…次なる開拓者輩出も



WIT SINGAPORE 2015 リポート

オンライン旅行業界のトップリーダーが集まる国際会議「WIT SINGAPORE 2015 (Web in Travel)」が10月19日から21日、シンガポールのマリーナ・ベイ・サンズ(19日は別会場)で開催された。登壇者は、SNSやECサイトの巨人から話題のサービスを提供するベンチャー企業のイノベーターまで、いずれも「トラベル」を進化させる勢いのある布陣。内容もさることながら、ほかではみる機会の少ないめずらしい組合せがみられたりと、エキサイティングなイベントとなった。(取材=ヒラヤマ コウスケ氏/イベントレジストCEO)



インドネシア市場のトレンドについてGoogle(写真上の左から3番目)が独自調査を発表。Traveloka(同左)、Facebook(同左から2番目)は加えてインドの市場について解説した



Airbnbはサービスのさらなる成長にアジアがどのような役割を果たすか(写真左)、Uberは国や都市の規制とどう向き合い認められてきたか(写真右上)について語った

WIT (Web In Travel) は、今年11回目の開催を迎えた、アジア太平洋地域最大規模のオンライントラベル業界における国際カンファレンス。旅行業界向け商談展示会「ITB Asia」と共同で開催されており、WITはマーケティングとネットワーキングに強みをもつラウンドテーブル形式のカンファレンススタイルをとっている。旅行業界のダボス会議と称されることもあるほど、毎回、スピーカー陣には豪華な顔ぶれが揃う。

また、初日に行われるBootcampでは、より現場に近いマーケティングに向けたパネルディスカッションや、トラベル業界におけるスタートアップにフォーカスしたセッションも行っており、毎年Start-up Pitchも実施し次なる開拓者も輩出している。今回は、無料のモバイルアクセスを取得し、旅行中のローカルアプリを発見するRimotoと国際マラソンを簡単に申し込めるだけでなくホテル宿泊も予約できる42 raceが最終選考を突破した。

オンライントラベル 2015年の傾向

トラベルという括りには移動手段も含むため、既存の旅行関連商品だけではなく、近年話題のベンチャーの東南アジア代表たちが一堂に集う豪華なセッションとなった。

宿泊施設、移動手段、チケットング、アクティビティ、パッケージ、ビジネスストリップなど幅広く議論が繰り広げられた。

Google、FacebookなどのITの巨人はもちろん、シェアリングサービスのAirbnbやUber、ベンチャー企業のGrab Taxi(マレーシアに本社を置くタクシー呼び寄せサービス)など、注目のセッションが目白押しとなった。

トレンドとして多く挙がったのが次の3点。

- アジアの旅行市場の拡大
(特に中国人トラベラーの拡大)
- モバイル、アプリ
- シェアリングエコノミー

特にモバイルの普及がもたらす変化は、本イベント名の「Web」In Travelが「Mobile」

in Travelに変更される日も近いのかな?と想像してしまうほどの頻出ワードとなっていた。一例を挙げると、オンライントラベルの世界傾向を発表した調査結果では、航空チケットの予約をパソコンよりもモバイルで行う利用者が急速に増えてきており、国別でみると、特に中国ではモバイルによる予約が53%と、想像以上に高いことが興味深かった。

来年の日本開催にも期待

日本からの登壇者は、少なかったが、旅行観光ガイド「Travel.jp たびねす」など国内外の旅行情報サイト「Travel.jp」を運営するベンチャーリパブリックの代表取締役社長柴田啓さんが、WITのパネルディスカッションとITBのキーノートの両イベントに登壇。また、日本の「旅館」ブランドを代表して、創業57年の旅館紅鮎三代目の山本享平氏はパネルで日本の旅館文化をアピールした。

そのほか、楽天の執行役員トラベル事業長

で楽天トラベルを担当する山本考伸さんが登壇し、アリババグループのAlitrip担当者とプラットフォームをキーワードにプレゼンテーションを行った。双方、グループ全体の強みを活かしたエコシステムの特徴を紹介し、ビッグデータ分析によるスケールメリットの最大化を実現、個々の趣味嗜好やライフサイクルに応じたサポートが顧客満足につながっていく新しい旅行販売のフローを説明した。

* * *

全体を振り返ってみると、ベンチャー業界で話題の企業が一堂に会するイベントという印象で、規制も多い旅行産業だからこそ、裏を返せばディストラクティブイノベーションのチャンスが眠っていると感じた。ベンチャー企業にとって可能性のある分野と言える。

日本では、来年6月2日・3日に東京お台場で「WIT Japan & North Asia 2016」の開催が決定している。日本でどんなイノベーションなサービスが登場するだろうか。

 Square



Squareなら、
今日からスマートフォンやタブレットを
カード決済端末として使えます。



Squareなら

誰でも
カード決済手数料
3.25%*

*カード情報直接入力は3.75%



入金是最短で
翌営業日。



インターネット
接続が不安定でも
決済可能

資料のご請求はこちらから 通話無料(平日10:00-17:00)

0120-190-445

アカウントの
作成は
こちらから



sqr.re/eventmarketing