

「face to faceを科学する」月刊イベントマーケティング

EVENT 12 MARKETING

June 30, 2016

特集
展示会出展、
商談席の
あるブース、
ないブース



今月の裏表紙

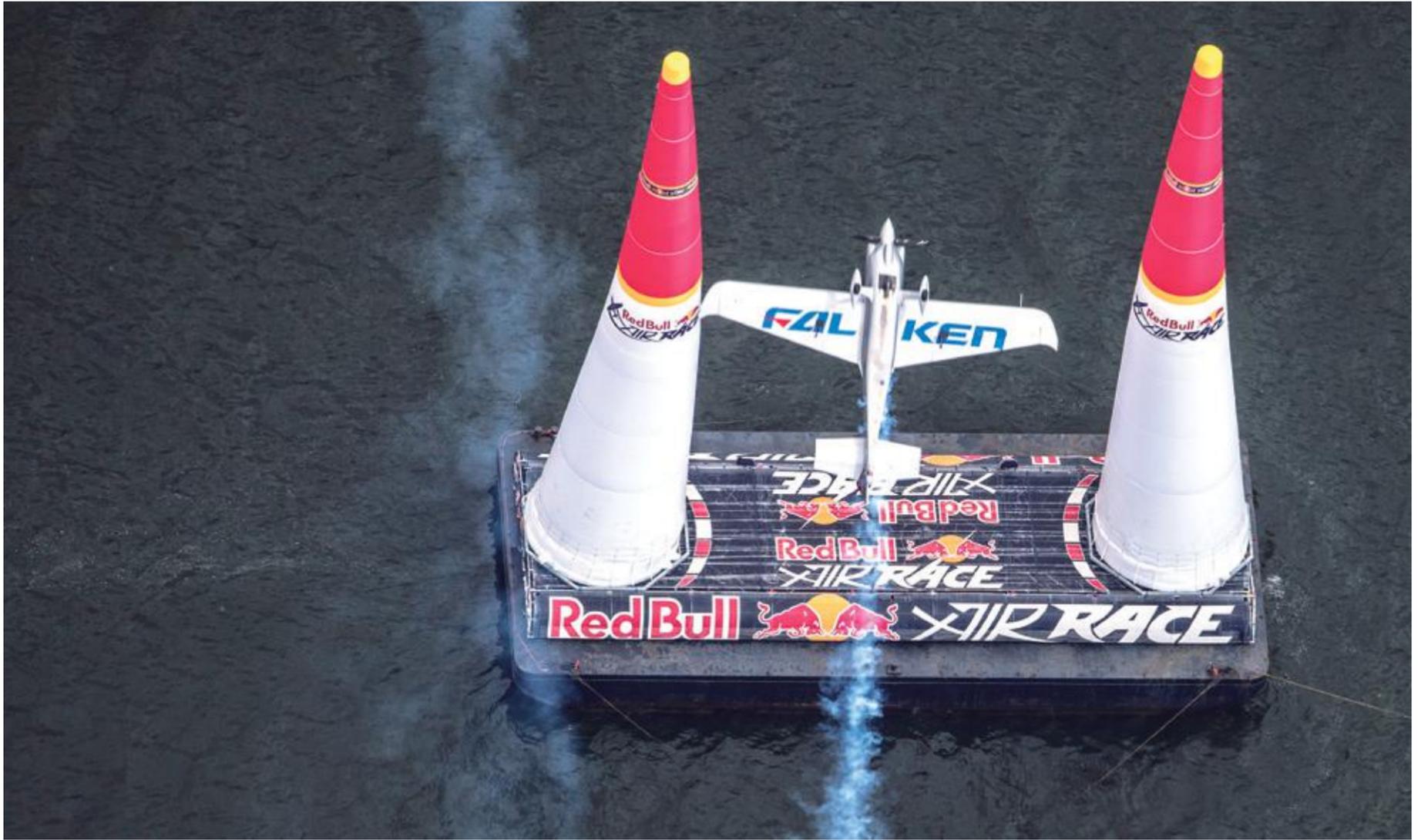
海外レポート

Marketo Nation
Summit 2016

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 sofufu@event-marketing.co.jp

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp



©Predrag Vuckovic/Red Bull Content Pool

追い風を活かせるのは誰？

究極の三次元モータースポーツといわれる「Red Bull Air Race World Championship」の2016年シーズン第3戦決勝戦が6月5日、千葉の幕張海浜公園で開催され、日本から唯一参加している室屋義秀パイロットが初優勝した。

「自分個人としては操縦技術世界一というものを目指してずっとやってきました。25年か

けてやっと取れました。本当に…、そうですね…、ちょっと一息つくかなというところですよ」と、目標の一つを達成できたことについて言葉をかみしめながらコメントした室屋さん。悲願の初優勝を、日本で、という瞬間、5万人を集めた会場は大いに盛り上がった。

室屋さんは、千葉開催が昨年開催され、2回目を迎えたことについて、プレミアムレー

スが日本でされることは、日本のスカイスポーツに大きく寄与するとも話したが、影響はスポーツ振興だけにとどまらない。

世界の都市を回る世界的レースは、アブダビやラスベガス、ブダペストと並んで千葉という都市名も海岸風景とともに世界中に発信される、シティ・プロモーションとなる。エアレースでは世界へ発信されるテレビ中継のシ

ステムもレースと一緒に丸ごと移動しているのだ（メディアセンターではVRで千葉以外の都市のレースが体験できるヘッドセットをオキュラスが提供していたしね）。

世界最高峰のヨットレース アメリカズカップの予選大会が今年、福岡で行われるなど大型スポーツの開催が続く日本。どんなすてきな風景がどんな新しい手法で世界に発信されるのだろうか。

イベント発信のグローバルマーケティングも気になるところだ。



イベントや展示会での集客にお困りではありませんか？

ご利用社様 拡大中！

イベント・展示会向け集客ソリューション

いますぐ はじめられる！

イベントの申込受付や決済、来場者管理、当日の受付を効率化するイベントレジストが、イベントの潜在参加者にリーチすることができる広告を開始いたしました。イベント集客や展示会での自社ブースへの集客などにお悩みの主催者様・ブース出展企業様は是非ご相談ください！

ライブ & イベント産業展
出展します！
<集客プロモーション
支援ゾーン>

資料請求・お問合せはお気軽にこちらまで
▶ <http://info.eventregist.com/service-display-ad>



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



展示会出展の
新ルール



商談席あり派、なし派？

まずは腰を落ち着けて
仕事の話しましょう

商談席
あり派

3m×3m、あるいは3m×6m がいわゆる展示会の出展という1ブースだが、このスペースに展示台や展示パネルで製品やサービスをならべ、説明員は1日中立って対応するというスタイルから、腰を据えて商談するスタイルへと展示会の場に変化が起きているようだ。

お祭りからビジネスの場に

年間 142 本の展示会を主催する日本最大の国際見本市主催会社のリード エグジビションジャパン株式会社（以下リード）では、各ブースに商談席を用意するように出展企業に推奨している。同社主催の販促ワールド 2016 の事務局長をつとめる松本 晃さんは、「新製品をたくさん集めて PR して盛り上げるところから、一歩進んで展示会の価値を高めるには、出展社が売上を伸ばし、来場者が良い製品を導入できるという、Win-Win の関係になる商談の場であることが重要。展示会をお祭りからビジネスの場に変えてきたのは商談席」とその重要性を語る。

リードが来場者に行っている来場者アンケートでも出展社に対する商談席設置の要望は常に上位にあり、「出展社幹部のための特別セミナー」でも具体的な成果をあげて推奨した結果、2008 年の販促ワールドでは 40% に過ぎなかった商談席を構えた出展社が、昨年には約 75% に増加。展示会の規模拡大とともにその比率も向上している。

1 つ先のステージからはじめよう

会期中に商談を行うことは、会場の熱気、実機がある、上長がいて懸案事項を即時解決できる、など成約への条件が整っているほかに、事後のフォローも有利な状態が始まるというメリットがある。

会期中に会う数百人全員を覚えるのは無理な話で、そういう状態ではアポイントを取るのも一苦労。しかし、「5分でも座って話せば、忘れる人はまずいない」（松本さん）。座っ

て正対すれば相手の顔も見ると、世間話の1つもするだろう。展示会では製品も見るが、それをつくっている人も見られていることも忘れてはいけない。

商談席を複数置くことが重要

商談席がポツンと置かれたブースは、まだ検討段階のバイヤーにとっては敷居が高い。松本さんは出展社に既存顧客用と新規顧客用に分けて複数の商談席を用意することを勧めている。事前に既存顧客や見込み顧客にアポイントを取り、会場に呼び込む。それにより盛況感が生まれ、おのずと新規顧客がブースに訪れやすくなる。既存だけでなく新規顧客と商談ができるチャンスが生まれ、その結果、売上に繋がるのだ。



リードエグジビションジャパン
販促ワールド 事務局長
松本 晃さん

デジタルとリアル商談の融合

近年は動画やスライドショーなど、デジタルコンテンツが商談に多く使われるようになってきた。大画面高精細フル HD ディスプレイを商談机に埋め込んだタッチテーブルのイベント向けレンタルサービスがはじまり話題を集めている。

迫力・質感・臨場感を再現

「迫力、質感、臨場感は大画面でないと伝わら



ない。それに複数画面を同時にみられる」と 32 インチと 42 インチのタッチテーブルを提供するタッチパネル研究所の山田勝さんは言う。

不動産会社向けアプリと連動したプレゼンでは、街の俯瞰写真から入居可能な物件をタップするとその部屋にズームし中が 360 度見渡せる VR につながる。画面の脇では部屋の広さなどデータや、家具をカスタマイズするシミュレーションもできる。バイヤーのスマホに資料を転送でき、上長への説明・稟議にもそのまま使ってもらえば成約は目の前だ。

海外ではすでに定番！

デジタルコンテンツを駆使しながらも、膝を付き合わせて1つの画面をお互いに動かしたり、商談・人間関係の構築もできるタッチテーブル。同じ人数でも、セミナー形式で多

くの人に説明するのと、テーブルを囲んで大画面を見ながら商談するのでは、理解力もちがうし、なにより自分のために説明をしてくれるのだという気持ちを生む。One to One 対応は顧客満足向上へのキーワードだ。

モバイル・デバイスの普及が個人のライフスタイルやビジネスを変えたように、タッチテーブルが展示会での企業の営業活動を変える日も近そうだ。



タッチパネル研究所
モニター事業部
開発グループ長
山田 勝さん

展示会で商談？ リード獲得の場でしょう

商談席
なし派

商談となる一歩前の相手を見つけることが目的の出展の場合は、用意すべきは、商談席でなく、何なのだろう？

実際に展示会をリード獲得の場として活用した先輩出展者の事例や、名刺の有効活用を提唱し実践した例をもとに、[商談なし派]の現場オペレーションを検証する。

来訪御礼メール開封率 53% の現場オペレーション

デジタル広告のプロダクト開発をする株式

会社フレイ・スリーは、スマートフォンで誰でも簡単にプロフェッショナルな動画が作成できる「1Roll for Business」を、昨年「コンテンツマーケティング EXPO」に出展。現場オペ

展示会の商談室に レンタル タッチテーブル

A rented touch table for your business meeting

画面サイズ：32 型 (390 × 699mm)
外形寸法：W1,000 × D600 × H610 / 729mm
映像入力：HDMI
対応 OS：Windows 7 以降
タッチ方式：投影型静電容量方式 PCAP
タッチインターフェース：USB
同時入力点数：最大 10 点
フルフラットガラス天板
テーブル表面全面強化ガラス（完全防水）

オプション

TOUCH ROTATE アプリケーション（画面上下反転ソフト）



株式会社
タッチパネル研究所

どのようなことでもお気軽にお問い合わせ下さい

042-649-7651



タッチテーブル特設サイト

株式会社タッチパネル研究所モニター事業部〒192-0051 東京都八王子市元本郷町1-10-14 www.touchtable.jp/



展示会・イベント用 スマホアプリ を最短 5日で開発！

- 自動でお知らせ Push 配信
- 位置情報連動型 場内マップ
- 集客の秘密を見える化！ 来場者行動分析
- らくらく更新！ 管理画面
- 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・サインボード など)

アップバイザー イベント
Appvisor Event

アップバイザーイベント 検索

無料セミナー開催中！

https://official.appvisor-event.com/seminars



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

appvisor_event@bravesoft.co.jp

レーションを企画・設計した前田考歩さんは、動画撮影体験を軸にリード（見込み客）獲得目標を500人とするブース内行動フローを描きスタッフオペレーションをすることで実践した。

前田さんは「分業と役割の明確化」を徹底したと話す。ブース内のスタッフは総勢9人、ブース前の呼び込み前衛には代理店・販売協力会社などの協力を仰ぎコミュニケーション力に長けた4人、撮影体験は2セット用意しエンジニアやデザイナーなど4人、撮影後の詳細説明には前田さん本人が担当し、3日間で最終的に589人の名刺とヒアリングアンケートを獲得した。（右図）

3万511人が来場したビジネス展示会で、興味・関心の高いセグメント層からさらに、自社サービスへのニーズをもつ優良リードに絞るため、ストーリーチャート図を引き、チラシの手渡しから動画撮影体験まで段階的に絞り込んだ。第一段階「ブースへの誘引」では、呼び込みの声掛けを来場者の4カテゴリごとにパターンを用意し、首から下げる来場証をみてカテゴリにマッチしたキーワードのキャッチコピーで誘導する。動画に興味をもつ

来場者には第二段階「体験への誘導」で、動画撮影体験のあるリードとないリードに分け、第三段階「ヒアリング」では体験者へヒアリングして、動画撮影のビジネス利用のイメージが明確にあるリードとないリードに分ける。

500人の名刺獲得という目標にも、体験あり150人、体験なし350人と項目別目標を設定していた。実際に589人の全体リードのうち、体験ありは223人と目標を上回り、出展後の御礼メール（動画付き）の開封率が53%と、体験なしの開封率36%と比較しても高い反応をみせた。

「展示会は7月、会期の翌週には御礼メールを出して、アポイントなどの営業フォロー、9月の自社セミナーへの集客までを考えた出展でした」と前田さん。営業プロセスが固まっていれば、展示会での現場オペレーションも明確になるという好例だ。

名刺の価値を聞く

展示会出展の目的に「名刺の獲得」を上げる企業も多い。出展後の名刺管理をどうすればよいのか、名刺管理サービスメーカーシェアナンバー1（シード・プランニング調査）のSansan株式会社でSansan名刺総研所長も務める日比谷尚武さんに聞いてみると、「名刺の価値」について、こう語った。

「名刺に記載されている会社名、役職、氏名、メールアドレスといった顧客情報のほかに、誰がその名刺を交換したのかという接点情報が

名刺のもつ価値です」（日比谷さん）

営業アポイントやメール配信など、次のアクションを取るための連絡先と考えると十分に思われる名刺情報も、いつ、どこで、誰が交換した名刺なのかという付加情報で活用の幅がぐっと広がり、価値ある名刺になるのだという。

法人向け名刺管理サービス Sansan は4,000社以上に導入されているが、大きく2つの活用方法があることがわかってきた。一つは、ファーストコンタクトでは商談にならないケースでも、タイミングを変えると商談になる復活する名刺だ。これはどんな文脈で出会っているのか、自社の誰と会ったことがあるのか、繋がりを可視化しておくことで未来の見込み客、リードを生む。

もう一つが、社内共有することで他部署から引き合いを生むなど、組織横断的に有効活用できる名刺。

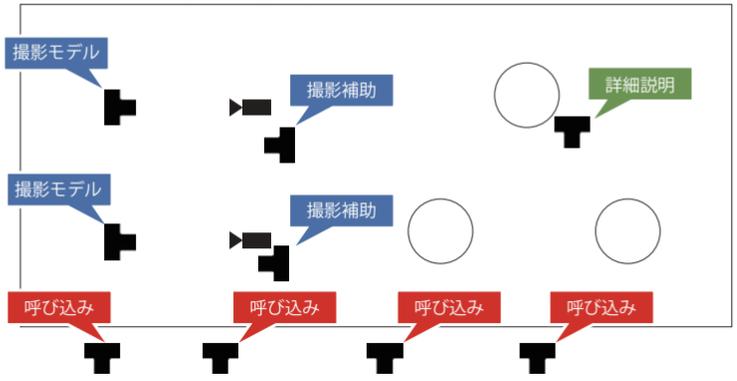
名刺情報は、個人ベースではデジタル化が普及しつつあるが、組織でとなるとまだまだ紙での管理が主流だ。共有するという習慣を

根付かせるのもなかなかむずかしい。

「展示会は名刺情報の活用方法を考えるきっかけとなることが多いです」（日比谷さん） 展示会は多数の名刺交換をする機会です。属人的な管理だとフォローが追いつかない。Sansanを導入したコネクタジャパン株式会社では、展示会のバックヤードに名刺スキャナを持ち込み、その場で交換した名刺をスキャン、スピーディーに組織的なフォローアップを行い、億単位の商談につなげたというケースもある。

会期後の商談を目指し、商談数の最大化を見込むには展示会で用意すべきはスキャナー……いや、名刺情報を最適にフォローアップする体制なのかもしれない。

図：フレイ・スリーが行った展示会でのオペレーション



フレイ・スリー
Producer
前田 考歩 さん



Sansan
コネクタ
Sansan 名刺総研所長
日比谷 尚武 さん

いよいよ7月6日[水]~8日[金]で開催！ぜひご来場を

日本最大* 販促・マーケティングの総合展

販促ワールド 2016

第8回 販促 EXPO

第3回 営業支援 EXPO

第4回 店舗販促 EXPO

第1回 広告宣伝 EXPO

会 期: 2016年7月6日[水]~8日[金] 10:00~18:00 [最終日は17:00まで]

会 場: 東京ビッグサイト 主 催: リードエグジビション ジャパン 株式会社

6大マーケティングセミナーを開催！

事前申込制 会場: 西ホール2階 特設会場

SP-1

福岡ソフトバンクホークスにみる新規顧客獲得・集客のためのマーケティング

福岡ソフトバンクホークス(株)
代表取締役専務 兼
執行役員 事業統括本部長
太田 宏昭



SP-2

感性をマーケティングする、コーセーのブランドコミュニケーション

(株)コーセー
執行役員 宣伝部長
北川 一也



SP-3

月間アクティブユーザー3,500万のTwitterを販促活動に活かす

Twitter Japan(株)
上級執行役員
オンラインセールス事業本部長
王子田 克樹



SP-4

ブランドステージによるコミュニケーション戦略の考え方

森永乳業(株)
マーケティングコミュニケーション部
部長
寺田 文明



SP-5

資生堂のブランディング改革

資生堂ジャパン(株)
取締役執行役員常務・
コスメティクスブランド
事業本部長
杉山 繁和



お申込み・詳細はこちら

www.spex.jp/seminar/

*敬称略。都合により講師、プログラムの内容が変更になる場合がございます。あらかじめご了承ください。
※同種の展示会との出展社数、製品展示面積の比較

展示会招待券(無料)差し上げます

販促ワールド

検索

販促ワールド 事務局
リードエグジビション ジャパン株式会社
TEL: 03-4334-8936 Web: www.sp-world.co.jp

7月6～8日は東京ビッグサイトと幕張メッセの両方行こう！

第3回ライブ&イベント産業展

の見どころ

会場：幕張メッセ

Event Regist

イベントレジスト

■イベントレジスト

集客プロモーション支援ゾーン(ブース10-13)

各種イベントや展示会の事前来場登録をはじめとしたオンラインイベントプラットフォームを提供するEventRegistが、新たに集客ソリューションの提供を開始しました。イベント主催者・運営者の方々にとって大きな課題の一つ、イベントへの集客。イベントに興味・関心が高いと想定される方々へアプローチし、確度の高い集客を期待できるオンライン広告をご紹介します。

また、Event Registをご利用いただくと、各種イベントや展示会の事前来場登録・決済を簡単・スムーズにおこなうことができ、イベント当日もQRコードつきチケットをアプリで読取るだけで、簡単に受付が可能です。10万人を超える規模の展示会から少人数のセミナーまで、様々なビジネスイベントや展示会でご利用いただいています。



■西尾レントオール

イベント用品・機材 ゾーン
(ブース14-28)

あらゆるイベントの企画～会場設営まで一貫したサポートいたします。イベント部材の保有量は業界随一です。今後益々市場拡大が予想されるスポーツイベントや屋外コンサート等に対応した企画と商材をご案内いたします。シンプル・スマート・セーフティをコンセプトにお客様の課題解決のお手伝いをいたします。屋外用LEDモニター、コンサート用バリケード、スマートシート(簡易観覧席)、2連椅子などを出展。

人気のベッパー君軍団からの参加も!



■シネ・フォーカス

機材・演出 ゾーン(ブース1-47)

高精細2.6mmLEDディスプレイの大幅面自立設置、ボックス型3Dホログラム映像装置、最新のレーザー光源プロジェクターなど「これからの映像演出」に欠かせない商品を多数展示します。また、水族館「アクアパーク品川」で話題の実物の魚とインタラクティブな映像を組合せたタッチパネル水槽を特別に展示します。ブースでは商談席を設け、プロジェクションマッピングや展示会、新製品発表、各種セミナーなどあらゆるイベントの映像に関する相談を随時受け付け、映像技術専門業者ならではの多角的、複合的な提案をさせていただきます。ご来場を心よりお待ちしております。



■スターティアラボ

集客プロモーション支援(ブース10-10)

だれでも簡単に3Dや動画を使ったAR(拡張現実)プロモーションが作り放題のサービス、AR作成ソフト「COCOAR(ココアル)」を出展。紙媒体などをスマホでかざすと3Dや動画などのコンテンツが見れ、さらにPush通知やログ解析を活用することで販促効果の最大化と測定を実現するツールです。様々なイベントでの活用方法を具体的な事例を交えてご紹介いたします。イベントポスターやチラシなどの紙媒体に付加価値をつけ、ユーザーへのPush通知によるイベント後の告知、ログ解析による効果測定もできるワンパッケージサービス。1,120社以上の導入実績をもとに具体的にご紹介します。オリジナルアプリ作成ソフト「AppGoose(アップグース)」も出品

■プレイブソフト

集客プロモーション支援 ゾーン
(ブース9-1)

Appvisor event 最短5日! 展示会/イベントの主催・出展社・来場者に便利な機能を備えたアプリ作成。

イベント向けの高機能なアプリを短期間でお手頃な価格で構築するサービスです。展示会や企業カンファレンス、ライブや大会、発表会など、多彩なイベントに対応可能。イベント業界の発展のために進化し続ける次世代型ソリューションです。最新情報を素早くお届け、プッシュ通知でリアルタイム配信、シェア機能でクチコミ促進など、最先端のスマホUXでコミュニケーションに革新を起こします。



販促ワールド 2016

の見どころ 会場：東京ビッグサイト



■サクラインターナショナル

広告宣伝EXPO(ブースW13-23)

サクラインターナショナルでは、The Global M.I.C.E. Producerとして、国内はもとより、海外で開催の展示会や国際会議、イベント、プライベートショー、個展等々、M.I.C.E. 全体のプロデュースをお手伝いしています。

この度の第1回広告宣伝EXPOに於いては、特に弊社が持つ豊富な海外でのM.I.C.E.に関する実績・事例を中心にタブレット等で紹介し、皆様が今後お考えのイベントについて、ハード/ソフトの両面からご提案させていただきます。



■インターコスモス

販促EXPO(ブースW6-1)

販促用LEDレインボーパネルスタンド、LEDファイヤーフレームなど、目立つ、光る、回る、など集客アップにはかかせ事のできない訴求力のある販促ツールを各種展示。貴社のイメージに合った店舗演出を実現する各種ディスプレイスタンド制作・加工サービスも承っております。



■博展

販促EXPO(ブースW8-38)

イベント現場を約50年サポートしてきた博展によるBtoB向けiPadアンケートサービス「Anky(アンキー)」を出展。イベント・展示会・ショールームや各種セミナーでの来場者アンケートの設計から回答結果の集計とその活用までをご紹介します。iPad端末で撮影した名刺をデータ化し、アンケート1回答につき最大3枚を紐付けることが可能。アンケート回答中の資料閲覧、アプリ内のテキストの英語表示に対応、カスタマイズ自由なデザインが特長。営業支援サービス「EXPOLINE」と組み合わせることで、会期前後の集客・事後フォローにも活用できる。

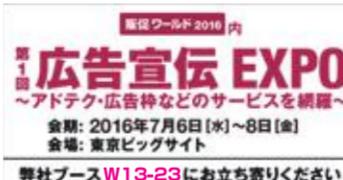
■MICE 研究所

イベント運営本部支援ゾーン(ブース9-49) 広告宣伝EXPO(ブースW14-18)

私どもイベント編集部も参加いたします。マーケティング視点でイベントを活用するノウハウやトレンドを掲載する月刊イベントマーケティングの紹介。マーケティング・イベント関係者向けフリーペーパー広告枠と購読者募集を行います。パートナー企業の出品もあります。紙面の企画持込みも大歓迎でございます。

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!製作管理・デザイナー・
イベント進行・運営・
プロデューサー...

経験者大募集!!



コンタクトはこちらから!

TEL : 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 : 折原 秀行 / 永野 麻衣
TEL : 06-6264-3900 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 / 今井 雄彦



The Global MICE Producer... SAKURA International Inc.

どこでも
イベント
できるん
です。

11

【オークリージャパン】プレス向けイベント×明治神宮外苑
スポーツ施設 駐車場

スポーツ専用サングラスを着け 外苑をサイクリング!?



Powered by
SPACEMARKET

テニスやゴルフ、ランニング、サイクリング…スポーツによって最適なサングラスがあるなんて、知ってた? 特殊な専用カー検眼車「ROL」で検眼をして、自分に合ったサングラスを選定、そのまま試着して自転車でGO! 普段はプロ選手向けに合宿地まで赴き販売するための専用カーを今回はスポーツの聖地でプレス向けイベントの体験会に活用した。



明治神宮外苑 スポーツ施設 駐車場
利用料：非公開
*要問合せ (スペースマーケット)

Innovator #11

株式会社オクズミ商事

デザイナー
奥角 翼さん



—国内最大級の商店街を
さらに活性化させるために—

感度の高い人々が集まる街・自由が丘。この街には12の商店街があり、それぞれが団結して「自由が丘商店街振興組合」を組織。会員約1,300軒と、国内最大級の商店街組織となっている。

ここで今、若手事業家が「自由が丘をさらに活性化しよう」と様々なイベントを企画している。なかでも(株)オクズミ商事 デザイナー奥角翼さんは自由が丘サンセットエリアで開催するイベント「THE J」に加え、二子玉川ライズのマーケットスペースでも開催した花と植物、ベーカリーのイベント「BLOOM&BAKE」、鈴鹿とコラボしたデザインかまぼこ展「かまぼ考」などクリエイティブなイベントの実行役員として牽引している。

もともとは、(株)コクヨでプロダクトデザイナーとして活躍していた奥角さん。「仕事を通して、プロダクトを産み出すだけではなく、プロモーションなどで伝えることの大切さを実感しました。」

実家は先代から自由が丘でランドマークとなるビルを経営し、イベントの企画演出会社として事業を営んでいた。そこで自社の事業を手伝い、かつ持ち前のデザイン力を活かすべく、イベントのブランディングからプロデュース、フライヤー制作まで手掛けている。

2016年5月28日・29日には、自由が丘駅前中央会で「THE J SUNSET AREA 2016」を開催。通りにはパン・コーヒー・植物の人気

ショップが最大25店舗出店する屋外マーケットが並び、ハッシュタグやインスタボードなどを用意しSNSで発信してもらいやすい仕掛けづくりやFMブースを設置するなど、トレンド感あるイベントを仕掛け、会場は大いに盛り上がった。

「街は生き物。自由が丘は人気の街としての価値はありますが、商店街が集まって構成されている小さな商圈エリアともいえます。ともすれば、衰退してシャッター商店街になりかねません。買い物や散歩にきたいと思えるおしゃれな空気感はもちろん、子ども連れの家庭から年配の方までが利用しやすく安心できる街にしたい。そのためにも、動きを持たなければホコリをかぶってしまう。プランニングやデザインから当日の運営まで手掛けられることを武器に、外部に発信していきたい」と意欲的だ。

自由が丘では10月9日(日)・10日(祝)に自由が丘最大のイベント「女神祭り」を開催。40年以上続くお祭り、2日で50万人以上を動員する。すべて街の商店街で作りに上げる歴史があり、奥角さん自身も運営・実行に携わる。

(ライター=伊藤純子)



ベニュー開発足!

「ベニュー研フォーラム #01」を開催

8月22日@紀尾井カンファレンス



「会議室.com」(アスノシステム株式会社)、「インターネット展示会.tv」(有限会社ビディア)、「月刊イベントマーケティング」(株式会社MICE研究所)のイベント関連コンテンツ運営3社は、ベニュー/イベントコンテンツ研究会(ベニュー研)を発足した。

大規模展示場や公的イベント・コンベンション施設運営者、ホテル宴会場担当者による団体があるなか、「都心型の中規模イベント関係者が集まる機会が少ない」、「情報共有の場がほしい」という声を受け、中規模イベント関係者のコミュニティ形成を目的とした任意団体ベニュー/イベントコンテンツ研究会を設立。ベニュー研は、イベントスペースの提供側だけでなく、利用者であるイベント主催者とともに、フラットな立場で課題の共有をし、コミュニケーションの場をつくることで、イベントビジネスの環境最適化と参加者のイベント体験価値の向上を目指す。

また、ベニュー研で共有された情報

や、研究員(施設研究員、法人研究員、個人研究員)情報は、webサイト、メールマガジン等のオンラインでの共有も予定している。

<活動内容>

・施設の内覧/フォーラム/ネットワーキングの開催

・最新情報(トレンド研究)、課題のオンライン共有

また、発足にともない、8月22日に紀尾井カンファレンスで「ベニュー研フォーラム #01」を開催する。

参加希望者は、ベニュー研運営事務局 (info@event-marketing.co.jp) まで。

「ベニュー研フォーラム #01」
日程：2016年8月22日(月)
会場：紀尾井カンファレンス
参加費：無料(登録制)
タイムスケジュール(予定)：
13:00～紀尾井カンファレンス施設内覧会
14:00～「ベニュー研フォーラム #01」
14:30～session 1「施設のポテンシャルを最大限発揮させる」(仮題) 前野伸幸氏(株)ホットスケープ代表取締役/MPI Japan Chapter 副会長)
15:15～出展者プレゼンテーション
16:05～session 2「パネルディスカッション：ベニュー研で実施したいこと」
17:15～ネットワーキング



動画でメールマーケティング



展示会で製品説明を動画化する。メールで送る。分析する。出展した新製品を、もっともっと知ってもらうための仕組みです。
インターネット展示会.tv <http://www.tenji.tv/>



www.ray.co.jp

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

Interview with Event Organizers

#3

「DojoCon Japan 2016」



ひとを動かすのは、動いているひとの言葉

アイルランドで2011年からはじまり、現在では63カ国・1000箇所まで広がっている子供向けのプログラミング (Code) を学ぶ道場 (Dojo) 「CoderDojo」。日本にも38のDojoがあり、細谷崇さんは梅田と西宮の2つのDojoを運営している。

8月に日本では初となるイベント「DojoCon Japan 2016」を企画し、全国からDojo運営者、メンターと呼ばれる子供たちの学習をサポートす

る指導者ボランティアを中心に集め、「CoderDojo」の認知向上と企業からの賛同・協賛を募ろうと奔走している。

「Dojoは徐々に増えつつありますが、参加を希望する子供に対してメンターやDojoが常に不足している状態です。僕が西宮、梅田で開催しているDojoでも倍率が2倍以上になっています」(細谷さん)

イベントの開催は、Dojoの新規主

宰者、Dojoを開設できる会場、子供たちを指導するメンター、そして運営を継続するためのスポンサーの確保といった現状の課題を解決するためだ。

子供プログラミング教育は急成長しており、経済誌でも特集が組まれ、習わせたい習い事の8位にプログラミングがランキングする(ケイコとナマブ.net2015年*小学校高学年)など人気があるという。一方で、子供たちがプログラミングを学習できる環境は、月謝を払って習う塾という選択肢もあるが、その数はまだまだ少ない。CoderDojoでは、7歳から17歳を対象に無料で学べる機会をつくっている。

「海外のDojoでは、大学施設を開放している例もあり、レーザーカッターや3Dプリンタなども揃っていたりしてモノづくり系のプログラミングなど、さまざまな言語を学べる環境があります」

細谷さんは、日本でも毎週土日どこかでDojoが定期開催され、子供たちがゲームでもwebサイトでも、モノづくりでも、自分たちがつくりたいと思った対象の言語をいつでも選べるように、さまざまな分野のDojo

開設者がふえることが当面の目標だと話す。

そのために大事なことは、Dojoがオープンソースコミュニティであること。プログラミングの世界では、オープンソースという考え方があり、持っている技術をコミュニティ内でオープンにすることで早くバグを修正できるメリットがあるという。細谷さん自身もフリープログラマーとして、WordPressやRuby、PHPなどのコミュニティのフラットな関係性や、いかにプログラミングにコミットしているかを共有し敬意を払い合うという文化に触れ、技術を磨いてきた。

今回のイベント「DojoCon Japan 2016」でもオープンソースコミュニティらしく、イベントセッション登壇



者には、現在Dojoを主宰する当事者に出演してもらう計画で、プログラミングや教育の世界での著名人を呼ぶよりも、Dojoのことを本人の言葉で伝えてもらうことに細谷さんは

CoderDojo 西宮 / 梅田 主宰
細谷 崇さん

こだわる。「ひとを動かすのは、動いているひとの言葉」という考えからだ。

今回、全国で活動しているDojo主宰者が一堂に会し課題を話し共有することで周囲のプログラマーや企業を巻き込み、Dojoが新しく開設され、メンター不足の解消に導いて、子供たちに多くの選択肢を提供できる近道になるのかもしれない。

——Event Summary——

DojoCon Japan 2016
2016年8月27日(土)
内田洋行 大阪 ユビキタス協創広場
CANVAS
主催: DojoCon Japan

【表紙のひと】



©Predrag Vuckovic/Red Bull Content Pool

エアロパティック・パイロット
室屋 義秀さん

2008年、アジア人初のレッドブル・エアレース・パイロットに抜擢され、翌年2009年には6位入賞。2013年には、世界曲技飛行選手権フリースタイルで6位入賞。2014年には、レッドブル・エアレース・ワールドチャンピオンシップで初の表彰台を獲得(3位)。

2016年シーズン第3戦目決勝戦で日本から唯一参加し、母国での初優勝を飾った。

○2016年のフライトスケジュール
「Red Bull Air Race World Championship」
7/16-17ハンガリー・ブダペスト
8/13-14イギリス・アスコット
9/3-4 オーストリア・シュピールベルク
10/1-2 アメリカ・インディアナポリス
10/15-16 アメリカ・ラスベガス

五輪時の代替需要狙い 9月予約開始



愛知・空港島・国際展示場

愛知県の大林秀章知事は、6月10日、名古屋市と東京都の2カ所で、中部国際空港島(常滑市)で2019年9月の開業を目指す国際展示場について展示会関係者向け説明会を行い、事前予約を今年9月から受け付けることを明らかにした。

事前予約の対象期間は、20年の東京オリンピック・パラリンピックで東京ビッグサイトなど首都圏の大型展示場が使用しにくくなる期間を含む、20年11月まで。代替需要の取り込みを狙い、運営者の募集と並行し、事前予約は県の専門部署が先行して受け付ける。

展示場は、空港に隣接する県企業

庁所有地に建設。展示面積は1ホール1万㎡の6ホール計6万㎡。30㎡から800㎡までの会議室も併設する。

県は整備費349億4000万円の補正予算案を県議会6月定例会に提出し、8月にも建設・工事の入札を開始、同時に運営者についても募集を開始する。



空港島・国際展示場の完成イメージ

「SHIROZEME (城攻め)」が最優秀賞に



第2回 JACE イベントアワード

6月15日、日本イベント産業振興協会(JACE)は総応募数126作品のなかから選ばれた「第2回 JACE イベントアワード」部門賞の表彰をするともに、最優秀賞である経済産業大臣賞(日本イベント大賞)とイベントプロフェッショナル賞を発表した。最優秀賞は松江市と株式会社ディー・エル・イーの「鷹の爪団のSHIROZEME in 松江城」、イベントプロフェッショナル賞は弘前市の「弘前の動く城〜HIROSAKI MOVING PROJECT」が受賞した。



経産大臣賞は「鷹の爪団のSHIROZEME in 松江城」に

ウェブ展示会新設し販路支援多様化



新価値創造展 2016

中小基盤整備機構(中小機構)は6月15日、新価値創造展の開催説明と、新価値創造 NAVI の新設について紹介した。

説明会では「この両方の取り組みは、最終的には中小企業の事業価値を高めることを目標としている」と説明、販路支援の多様化の方向性を示した。

新設するウェブ展示会「新価値創造 NAVI」について、「製品・サービスを通じてマッチングさせるというコンセプトにした。動的にキーワードやタグを表示したり、製品を紹介するマガジンなども掲載する。新価値創造展に出展する企業は無料で新

価値創造 NAVI にも掲載できる」と解説。掲載した内容については事務局が無料で英文に翻訳し、海外にも発信するという力の入れようだ。「リアルな展示会だけでは終わらせない、場所を選ばず通年開催し、そして海外へも発信しマッチングを促していく」という、新価値創造展の新しい方向性を示すものとなる。



新価値創造展の説明会

山本牧子氏が WEC で Chair's Award を受賞



MPI Japan Chapter

世界のミーティング・イベントのプロ専門家組織である MPI が2016年6月11~14日に米国・アトランティック・シティで開催した「World Education Congress (ワールド・エドゥケーション・コンGRESS)」において、MPI Japan Chapter の会長を務める山本牧子氏が、17,000人の会員の中から最も名誉ある Chair's Award をアジアで初めて受賞した。

今回の受賞は、欧米を中心とした現在のミーティ

ング産業に一石を投じ、日本のプレゼンスを向上する機会となりそう。これにより、国際会議や企業ミーティングの日本への開催誘致の大きなはずみになることが期待される。



山本牧子氏(左)フィオナ会長(右)

London ⇄ Tokyo Share the Sustainability Vol. 3

バランス、取れていますか？

from フィオナ・ペラム



Hello Nobuaki,
「サステナビリティ」という言葉の浸透に関するとても興味深い質問をありがとうございます。

サステナビリティという言葉は少し複雑の様に見えますが、最もシンプルな考え方は社会・経済・環境に対する影響をバランス良く考えるということです。

バランスを取って考えるというのはとても難しく、継続的に人々の注意を引く努力も必要となります。(まるでピンと張ったロープの上にいる様な気持ちでしょうか?)

ロンドンが2012年のオリンピック・パラリンピックの招致に成功

した時、彼らは社会・経済・環境に対する影響をバランス良く考えていることを実証したいという思いがありました。ただ一人ひとりが考えるバランスは違うので、正解はどこにもないのです。例えば、堆肥可能な器を使うために地球の裏側から器を取り寄せるよりも、現地で生産したりサイクル可能な素材を使う方がよっぽどイベントの環境への影響を抑えられます。

こういった課題を解決するためにISO20121*は策定されました。このプロセスは自身で日常的に「社会・経済・環境への影響のバランスを取るためにはどういった選択が必要か」「どの様にその決定をモ

ニタリングし変化を起こすか」を考えていくことです。

サステナビリティを実践することは何が正しく、何が間違っているかを判断すると同時に、自身で3つのバランスについて継続的に注意を向けることです。

2016年のリオデジャネイロオリンピック・パラリンピックもISO20121を取得し、そのフレームワークをどのように大会に生かしているのかを見ることを私自身も楽しみにしています。彼らが抱えている課題の1つは、どのようにそのサステナビリティストーリーを周囲に伝えていくかです。取り組みが少しずつ行われているにも

関わらず、メディアの焦点はまだブラジルのインフラの状態について向かっています。人々は時にサステナビリティに取り組む際に、メディアからの批評を意識し思ったように進められない時がありますが、これが良い例だと感じております。私たちは、Rio2016からたくさんのストーリーを学んでいきます。越川さんの洞察力があれば多くの気づきが生まれるでしょう。ぜひともその気づきを共有していきましょう！

*イベントの持続可能性に関するマネジメントシステムの国際規格

イベーター・マーケター向け
7月のセミナー・イベント

- 6日 THE MARKETING NATION SUMMIT 2016 @ グランド ハイアット東京
- 6-7日 Tech in Asia Bangalore 2016 @ インド バンガロール・テクノロジー
- 6-8日 Podcast Movement @ 米国シカゴ・ポッドキャスト
- 6-8日 販促ワールド 2016 @ 東京ビッグサイト
- 6-8日 第3回ライブ&イベント産業展 @ 幕張メッセ
- 7日 水辺で乾杯 (ミズベリング) @ 二子玉川
- 8日 Marketing Day 宣伝会議 @ 宣伝会議セミナールーム
- 9日 アート&テクノロジー @ NTTインターコミュニケーション・センター
- 11日 台湾 MICE 産業説明会及び交流会 @ 帝国ホテル東京
- 15日 NEC ソリューションフェア 2016 in 千葉 @ 幕張メッセ
- 16日 Slide the City FES 2016 @ お台場・夢の大橋
- 20-21日 Salesforce Summer 2016 @ 虎ノ門ヒルズフォーラム
- 20日~22日 INBOUND JAPAN 2016 @ 東京ビッグサイト
- 21-22日 SoftBank World 2016 @ ザ・プリンス パークタワー東京
- 25-29日 D3 WEEK 2016 @ 六本木アカデミーヒルズ
- 29日 【学生対象】次世代マーケティングワークショップ @ 渋谷セミナールーム



Experience Marketing のイベント、8月30日に開催

— BACKSTAGE

Experience Marketing のイベント「BACKSTAGE」が2016年8月30日(火)、虎ノ門ヒルズフォーラムで初開催される。

「BACKSTAGE」は、イベントを主催、協賛し、リアルな場を通じて Experience Marketing を生み出して、実践しているイノベーターたちを、裏舞台からステージに上げ、セッション形式で展開する1日限定のイベント。海外から上陸してムーブメントを起こしたり、テクノロジーと融合して新たなコミュニケーション方法を獲得したり、顧客に語りかける場として有効活用される Experience Marketing の最新事情についてイノベーター自らが語る場がこれまでなかった、とし実行委員会が企画したものだ。

セッションでは、立ち上げの機動力や巻き込み力、マネタイズといった

時代のコンテキストを読み、具現化する方法や Experience Marketing における効果測定やゴール設定などの裏話を聞き、セッション後は交流の場なども予定している。また、Experience Marketing の最新テクノロジー・サービスを体感できる展示、Experience Marketing に新たなアイデアを付加するピッチ、ネットワーキングのできるカフェなど、インタラクティブなコミュニケーションの場を体験できる。

参加費は、1万円(税込、事前登録制*早期申込み割引を実施、公式サイトから申込みを受け付け予定)。対象は、企業のマーケティング担当者、イベント主催者、イベントスポンサー企業、マーケティングツールベンダーなど。約1,000名の来場を見込む。

また、スポンサープログラムとして、

プラチナ、ゴールド、シルバー、ブロンズなどのブース出展+各種掲載メニュー、(25万~300万円)など各種メニューを用意、参加企業を募集している。

詳細に関する問合せは、公式サイト <http://backstage.tours> まで。登壇

者についても、同サイトで続々発表していく。

*「BACKSTAGE」への招待チケットをプレゼント。公式サイト上の応募フォームからメールアドレスを登録すると、応募者から抽選で1組2名様に招待チケットが当たるキャンペーンを実施中! キャンペーン締め切りは7/1(金)



2016 AUGUST
<http://backstage.tours>

招待チケットが当たる
キャンペーンを実施中!



次号予告 13号は7月29日発行
<特集>
イベントによる海外展開

明日のマーケターは どうあるべきか？



— Marketo Nation Summit 2016 参加レポート

What is tomorrow's marketer ?

2016年5月9日から12日までの4日間、USラスベガスでマーケターのためのマーケターによる注目のイベント Marketo Nation Summit 2016 が催された。

tomorrow's marketer をテーマに展開された多くのマーケターにとって刺激あるイベントだ。主催者であるマルケト社について簡単に紹介すると、マーケティングオートメーション(MA)の提供ベンダーで、2006年に米国で創業。唯一のマーケティング専門ベンダーとして世界39か国、5000社を超える企業から選ばれている。2014年3月には日本法人も設立され、国内でも導入企業数を大きく伸ばしている。

マルケトは今年で設立10年だが、設立以来、最新のマーケティングトレンドやベストプラクティスを発表し共有する機会を設けてきた。今年のMarketo Nation Summitには5,000人を超えるマーケターがラスベガスのMGM グランドホテルに集結した。参加者はユーザー企業のCEO、CMOなどの要職をはじめとして、セールス部門やマーケティング部門の担当者、マルケトユーザーのコミュニティ内でその活躍を支持された「CHAMPION」と称されるスーパーユーザーなど。

初日には、Keynoteセッションが行われ、会場を埋め尽くす盛況ぶりと活気の中で始まった。Keynoteでは、マルケトCEOであるPhil Fernandezが、この10年を「昨日」と称し、「明日」からのマーケターにとって何が必要であるかを次のように発信した。

1. マーケティングの役割は企業経営そのものであると心得る

マーケティング部門の機能や役割は今まではセールス組織のサポーターとしての役割を主としていた。これからのマーケターは、直接お客様と接する存在であり、戦略家であり、自社に留まらず産業界全体やイノベーションマネジメントを考えるような存在になっていくし、なっていないといけない。より会社経営と直結する存在となることで、当然に責任も期待される成果も大きなものになっていくが、誰よりも「お客様に寄り添い離れない存在」「顧客の経験やライフサイクルを深く考える存在」「誰よりも顧客のことを知っている存在」になる必要がある。

Philは、IKMC - I know my customer. の精神で進んでいくべきであると表現した。

2. 感覚的なマーケティングから脱却すること。データ主導を心得る

「昨日まで」はマーケティングの責任や役割が限定的であったがゆえに、マーケティング活動が感覚的な施策の実行や振り返りになっていた側面もあるだろう。実際にその成果は？と具体的な数値を聞かれると耳が痛くなるマーケターも多かったはずだ。

企業経営と直結した明日のマーケターにとっては、もはやデータから逃げることはできない。あらゆる企業や企業担当者に関する情報を集約し、売上状況・商談状況・自社にとっての関係性を数値化する。

こうしたデータに基づき、リソースの投資を決めるというコストセンタの発想が、より



開場直後の様子。瞬時に席が埋まっていき、最後は立ち見が出るほどに(そのほかのシーンもweb版で掲載)

重要になってくる。

3. 顧客一人一人にあわせた顧客体験を提供し、1日に数十億のお客様と会話をする気概を持つ

86%のCMOが2020年までに顧客一人ひとりにあわせた顧客体験を提供すると言われている(マルケト調べ)。顧客が触れている全てのコミュニケーション手段を対象に、購買検討から利活用に至るまで顧客体験全体を視野に入れて、何度も何度も顧客の状態に合わせた関連性のあるコンテンツを実行することが重要だ。

1日に数十億のお客様と1対1で会話をしていくぐらいの発想の転換が必要である。

こうした考え方に基づき、マルケトは1対1で顧客と会話するための「オーディエンスハブ」や営業との協業を強化するコラボレーションツール、よりリアルタイム・大量に配信できるプラットフォームの整備など今後のテクノロジーの強化に触れた。こうした機能強化は「PROJECT ORION」として進行中で、一部デモ動画などが公開された。これらは、テクノロジーの進化によるマーケティングシーンの変化を予感させるものだった。

本イベントはマルケトのサービスパートナー、ソリューションパートナーなど100を超えるスポンサーが支えている。ブースに

立ち寄ると、「やあ、あなたのビジネスを教えてください？今どんなマーケティングをしているんだい？」そんな会話が始まる。

そこにはいわゆる展示会場ではなく、自然とマーケターたちが「つながる」場所がうまれていた。

<編集後記>

2016年5月末に、マルケト社の買収が発表された。マルケトはこの10年マーケターによるマーケターのためのソリューションを提供し続けてきたが今回のイベントも、まさにマーケターによるマーケターのための時間が流れていたと言える。こうした企業風土やDNAが決して失われることなく、明日のマーケターと共にあって欲しいと思う。また、2016年7月6日に今回紹介した「THE MARKETING NATION SUMMIT 2016」の日本版開催が、グランドハイアット東京で予定されている。ぜひ日本でも体感してみてください。

御手洗 友昭

2BC株式会社取締役 COO



同志社大学法学部卒。2004年日本ビューレット・バックカード株式会社に入社。株式会社リクルート、株式会社セールスフォース・ドットコムを経て、2014年2BCの設立と同時にクライアントサクセスマネージャー(マーケティングコンサルタント)として参画。コンサルタントとして戦略策定からシステム運用まで幅広いサービスを提供。

販促イベント・展示会出展に必要なすべてが出展!

日本最大のイベント総合展

第3回

ライブ&イベント 産業展

会期: 2016年7月6日[水]~8日[金] 10:00~18:00 [最終日は17:00まで]

会場: 幕張メッセ 主催: リードエグジビションジャパン株式会社

ぜひご来場ください! 招待券請求は [ライブ&イベント産業展](#) [検索](#)



ライブ&イベント産業展 事務局
リードエグジビションジャパン株式会社
TEL: 03-3349-8507 Web: www.live-event.jp