

「face to faceを科学する」月刊イベントマーケティング

EVENT 17 MARKETING

November 30, 2016

特集
MICE・地域共創を
加速するオープンソース



今月の裏表紙
企業単独イベントのアプリ
活用術

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



エッジを立てよう

今号は地域共創というテーマ。イベントが、MICE が、どう貢献できるのか。編集部で頭を悩ませ、各地の事例を調べては、旅するような状態になっていた。正直行って、広すぎて途方にくれ、この表紙のハリネズミのように丸まってしまうようになった（丸まったハリネズミは手のひらにまとも針が刺さってとても痛いです）。

でも、そういうときこそ、わからないと表に出してみると、あれはどうか、これはどうかと詳しい人や先人、同僚はいるもので、ひとりで抱えて止まっていたのが嘘のように、一気に解決したりする。

結果、今回の特集は情報が集積する場所のつくりかたとして、デジタルの web サイトとアナログのイベントを取り上げた。つくら

れた場自体はどちらも目新しくはないかもしれないが、web サイトに海外からのアクセスをふやしたければ海外の目で情報を選択する、人がクロスする交差点のようなイベントにしたければコンテンツをクロスするように、つくり方のアプローチは進化をしていた。どちらもオープンなことがつながりや解決策を見出すコツだ。

ところで、特集とは別のページでも MICE (マイス) のイベントを取り上げるから、ハリネズミを起用したことは、内緒です。だって、ハリネズミはネズミの仲間ではなく、モグラの仲間なんですから。まあ、MICE が、ネズミの複数形 mice と間違われていた時代もあったけれど、それはもう昔の話ですから。忘れてくださいね。エッジを立ててみました。さあ、オープンな気持ちで、MICE のイベント「国際ミーティング EXPO」も楽しみましょう。

(撮影協力：ハリネズミ専門店 HARRY)

イベントの企画・運営、申込受付、集客方法までトータルでサポート

全てのイベントの悩みはイベントレジストにお任せください

企業のプライベートイベントやセミナー、その他各種イベントの

- 企画立案から実施
- イベント告知、申込受付
- イベントへの集客 ... など、イベント主催者の方の悩みをまとめて解決できる EventRegist に、まずは相談してみませんか？

お問い合わせはお気軽にこちらまで

▶ <http://info.eventregist.com/service-event-operation>

EventRegist

<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



特集

オープンソースで

[MICE・地域共創を加速する]

少子高齢化や人口減少など日本の課題を解決する地方創生に向け、各都市の個性を活かした地域戦略が求められている。MICE や DMO の取組みもその一環ともいえる。行政が動くだけでなく、民間企業のカナやノウハウを活かしたオープンソースな事例に学ぶことで、さまざまなビジネスの隠れたヒントを探そう。



[Visit Hiroshima]

旅行者の視点、感性、体験でコンテンツをつくり続けるしくみ

観光スポットで旅行者が投稿する SNS 上の生の声を参考に行き先を決めることが多くなり、ホームページは一方的な情報発信とみなされがちだ。そんななか広島県はインバウンド向けサイト Visit Hiroshima を今年 10 月にリニューアルし、外国人目線でのコンテンツづくりやポータルサイトと連携し、多くの人の知識や感性が盛り込まれ、常に新しい情報を発信し続けるしくみをもった。最新ツールの導入だけでなく、ウェブサイトなど既存メディアの再設計も検討してみたいか？

外国人カメラマン採用と情報のメリハリで興味喚起

爆買という社会現象を生んだ中国人旅行者が訪日外国人数の首位となった昨年も、広島県への外国人旅行者は、米国が 13.9%、欧州 28.6% という構成となっている。団体より個人旅行が多い欧米からの来訪者をターゲット



広島県商工労働局観光課主事
白井 保美 さん

に、広島ではインターネットを利用したプロモーションの重要性に着目。平成 24 年 8 月にインバウンド専用のウェブサイト Visit Hiroshima を立ち上げている。

Visit Hiroshima の構築にあたり、企画・制作を手がけた広告会社オリコムは日本語サイトの翻訳からの脱却と、情報の取捨選択を提案した。多くの写真を小さく網羅的に掲載するのではなく、厳選した写真を大きく印象的に掲載した。外国人ユーザーの興味喚起のためカメラマンも外国人を採用した。

Visit Hiroshima のサイトを担当する広島県商工労働局観光課主事の白井保美さんがとくにこだわったのは、「情報を調べるサイトである前に、広島の魅力をアピールした誘客のためのサイトでありたい」ということ。たとえば DINING（食事）ページでは、Okonomiyaki, Oyster, Japanese Sake といったように、広島ならではの、かつ外国人に人気の高いものをピックアップしてカテゴリ化して、その魅力を写真で紹介。それ以外はプルダウンメニューに格納し、メリハリをつけている。

ポータルと連携し掲載情報を充実

今年 10 月のリニューアルの最大のポイントはぐるなび外国語版、宿泊予約の Booking.com というポータルサイトとの連携。白井さんは「行政や関連団体が観光振興を手がけるのは、消費額増による地元産業の振興のため」と、観光客数が順調に伸びているものの消費額が伸び悩んでいる現状を課題とした。そのため、情報掲載だけでなく、予約までできる導線を構築



し、飲食と宿泊予約の利便性を図り、消費額と旅行者の満足度を向上させるのが狙いだ。

掲載数と予約ダイヤルのぐるなび

ぐるなびを採用したのは、外国語版のサイトが充実し、店舗数も突出して多いといったことだけでなく、外国人向けの予約専用ダイヤルを備えていた点だ。また、ウェブサイトの連携スキームが整備されていたことで、前述の Okonomiyaki, Oyster といった独自のカテゴリにも柔軟に対応できた。

掲載店舗数はリニューアル前の 29 店舗から 1,453 店舗へと大幅に増加した（10 月 31 日現在）。ぐるなびのデータが自動的に反映されるため、滞りのない情報更新といったメリットもある。

外国人客の宿泊先をカバー Booking.com

県内ホテルでのヒアリングでもっとも多く外国人客に利用されており、県内ホテルの掲載数が多いことや、サイトとの連携スキームが整っている Booking.com を選定。外国人が宿泊するほとんどのホテルをカバーし、地域のプロモーションと宿泊予約まで一気通貫でカバーする。

PDCA の武器としてウェブサイトを活用

ポータルサイトとの連携は情報発信の拡充だけでなく、宿泊客数の把握や、人気の飲食カテゴリーといった情報をビッグデータとしてマーケティングに活用できそうだ。またウェブサイ

トの構築にも「これまで Visit Hiroshima は不足している機能を追加してきたが、これからは PDCA サイクルを回して最適化する段階になった。そのためのフィードバックデータを得る手段として活用していきたい」と白井さんは語る。

まちづくりビジネス共創プロジェクト

まちの発展とビジネス創造へ大手企業と地元の有志が共創



セッションに参加した東芝の大久保隆司さんが 2 社の活動を説明する

東芝とリコーは、静岡県浜松市の地域活性化のビジネス共創を推進する「まちづくりビジネス共創プロジェクト」を開始。その一環として、今年 6 月から 3 回開催された「フューチャーセッション in 浜松 [2022 年 新しいビジネスの姿×「井伊直虎」のその先の未来]」に協賛参加した。フューチャーセッションでは、未来志向 + 多視点で地域、企業、市民などが対話する「場」をつくった。地元が舞台となる大河ドラマの放映から 5 年後、2022 年の浜松のありたい姿を描き、その具体化に向けた提案を行ない、ビジネス創造の実現へ向けた一歩を踏み出す。

人を想う IoT を提供する東芝と、オフィス領域で培った課題解決力をもとに、まちづくり支援に取り組むリコー。2 社の強みと地元の人たちの想いを融合することで、人にやさしい社会の実現をめざす。

1 年以内に展示会に出る企業の
経営者様、出展責任者様が絶対に参加すべき

展示会
営業™

「出展コストの 33 倍売る！
特典 展示会営業™セミナー」

成果が変わる！30 のチェックリスト プレゼント

講師：中小企業診断士 清永健一（amazon で 2 冊分野別 1 位の著者）
日時：複数日程あり。13:30 ~ 16:30 場所：Biz 新宿（西新宿駅 5 分）
主催：株式会社ビュア・コンサルティング 03-4400-8883

展示会営業 急所 検索 からお申し込み下さい

※紹介者欄に「イベントマーケティング特典」と記入すると参加料が 3,000 円になります。

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

【No Maps】 新形態イベントで 産業を鼓舞する



写真(左):街中でNo Mapsのロゴを見つける(右):「人工知能をビジネスに結びつけるには」のパネルディスカッション

開墾精神を覚醒させる

地域イベントのなかでも特に、定期的に行われる見本市や展示会は、自治体が地場産業振興を目的に開催する。そのため、規模や開催そのものが産業の景況に左右されやすい。

10月10日から16日に札幌市内で開催された「No Maps」は、産業ありきのイベントという常識とは逆の発想で、3分野-映画・音楽・インタラクティブ(IT先端技術など)を同時に開催し、イベントがないと集まらないであろうひとを北海道・札幌市内に集め、産業自体を開拓するイベントとなった。「映像や音楽、ITやAIなどのインタラクティブな世界が連携し合い、真っ白な地図に可能性を投影する」というのがコンセプトだ。

他産業への波及を展望する 「テクノロジー」という共通テーマ

No Maps 最終日に行われた道内外の大学、企業ら6名が集まったパネルディスカッションでは「2045年:人工知能の旅」をテーマに、人工知能の現状や方向性、生活へのかかわり、

ビジネスに結び付けるための方策などが発表された。そのなかで北海道の地場産業と人工知能をいかに結びつけるかについての解説で、公立はこだて未来大学松原教授は「農業、酪農、水産、観光、北海道の基幹産業はまだアナログな部分が多く、人工知能が活用できる余地が多い。例えば搾乳するためには出産をさせる必要があるが、数多くの牛の中から人工授精のタイミングを見分けるのは難しい。もし人工知能によって飼育している牛のデータを管理でき、それがモバイルで場所を選ばずに確認できたのなら、効率的に搾乳できるだけでなく、病気にも早く対応できる」と解説。産業ごとの個々の課題に終始するのではなく、産業のアナログな部分に焦点を当てることでテクノロジーの進化による新しい可能性を示唆し、多様な産業への波及を展望していた。

ベンチャーエコシステムで攪拌する

札幌市内各所で開催されたNo Mapsだが、13日には札幌テレビ塔で「ベンチャーカンファレンス MEET UP!! in Sapporo Sponsored

by 大日本印刷」も開催。東京の各分野で活躍するベンチャー企業やVC、アクセラレータ企業を招待した。「北海道にベンチャーエコシステムをつくらう」を合言葉にした、新しいビジネスを考えるカンファレンスで、大企業とベンチャー企業の業務提携メリットが共有された。

活躍する余地がありながら、活用されていない北海道ベンチャーのことを指して「眠れるライオン」と称されることもある。こうした道外にも開かれた参加者と、新たなビジネスパーソンの交流をつくることで、カンファレンスにはベンチャー企業だけでなく、行政やアクセラレータ企業も多数参加した。

No Maps 実行委員長の伊藤 博之氏が、「話を聞くだけでなく、音楽や映画祭などに積極的に参加して、アイデアをぶつけ、実践できる人を北海道から増やしていきたい」と語るように、「新しい領域」「未知の領域」へと踏み込むきっかけをイベントという「場」として立ち上げることで実現しようとする、新しい形の産業開拓イベントだ。

(取材・写真: マーヴェリック/文: 樋口陽子)

地方創生を学ぶイベント

——まちてん

地方創生まちづくりフォーラム「まちてん」が12月9日・10日の2日間、渋谷ヒカリエ(東京都渋谷区)で今年も開催する。2回目となる今回のテーマは、「日本のまちに、光をあてろ。」全国から100以上の地方創生事例が集結し、自治体・企業・大学・社会起業家などが一堂に集まって協業を創出する。

今回は特に「企業とのコラボレーション」の事例が多く、伊藤園、イオン、ポニーキャニオン、ジェイティービー、関内イノベーションイニシアティブ、日本郵便、NTTドコモ、ヤマハミュージック、日本ユニシスなどもセッションに登場する。

オープンイノベーションによって地方創生の実現を目指すまちづくりの共創プラットフォーム「まちてん」で、みて(展示)、聞いて(カンファレンス・セッション)、話す(レセプション・パーティ)ことで、地域創生のヒントや仲間をみつけられそうだ。



昨年、郵便局リソースを活用した共創&協業を呼びかけた日本郵便では、まちてんを起点に新たな取組みが動き出しているという

仮設ステージのレンタルは **西尾レントオール**へ

屋外大型
イベント

フェス

パブリック
ビューイング

スポーツ
イベント

複数拠点システムで **日本全国 対応可能**

レントオールグループのビジョン

TOTAL POWER by NISHIO

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

私たちレントオールは、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。

今後も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。

西尾レントオール株式会社

RA東日本営業部 RA東京第2営業所

TEL : 03-5765-2400 FAX : 03-5765-2402

HP : <http://event.nishio-rent.co.jp/>

東京ゲームショウ 公式アプリも 採用!

イベントに特化したアプリで課題を一気に解決!

Eventos

「アップバイザーイベント」は「イベントス」にサービス名が変更になりました!

<https://eventos.tokyo/>

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

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 x 699mm)
外形寸法: W1,000 x D600 x 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

042-649-7651

QR

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/

どのようなことでもお気軽にお問い合わせ下さい

商談成果重視し Cost Per Lead追求へ

第26回国際ミーティングエキスポ

Brexit や米国新大統領誕生など、波乱含みな世界情勢のなか、医学、工学などの学術や政治、経済、環境など国際間の課題を解決する手段として重要度が増す国際会議。その誘致団体や開催地、運営者が集まる国際ミーティングエキスポ (IME) が 26 回目を迎えた今年、会場をパシフィコ横浜に移して 12 月 6 日・7 日に開催される。

商談成果を重視し 企業イベントにも注力

「Cost Per Lead」(見込顧客獲得単価)と MICE 業界ではあまり聞かれないマーケティング用語が、出展者説明会で主催の日本政府観光局 (JNTO) 理事の小堀守氏の口から発せられた。今年の IME の特徴は商談・成果重視な数々の施策だ。

今年ではじめてホストドバイヤープログラムを導入し、会議案件をもつ主催者を会場までの交通費を事務局が負担。招待された主催者には数件の商談を必須項目とする。また具体的な開催地候補との商談希望者には、事前に会議情報や要望を伝え、その主催者に合った施設や助

成金などの提案を用意し、会場で具体的な商談ができるように商談機会のサポートも行う。

また例年華やかに会場を演出するゆるキャラや各地のミスの活動についても、MICE 主催者支援サービスとして提供可能な場合に限り、注目を集めるだけの演出にならないよう呼びかけるなど、商談重視の姿勢だ。

シンポジウムも充実した内容となる。MPI グローバルの CEO、会長をはじめ多数の役員が来日し、基調講演、2つのパネルディスカッションが組まれている。

国際会議や学術会議のほか、企業イベントにも重点を置く IME では、MPI ジャパン副会長とベニュー / イベントコンテンツ研究会 (ベニュー研) 主任研究員を務め、企業イベント実績が豊富なホットスケープの前野伸幸代表取締役が、「成功するイベントのつくり方」をテーマに具体的な手法を公開する。

会期中は開催意義の理解促進のため国際会議誘致 / 開催貢献賞授賞式が行われ、今年は新たにインセンティブアワード授賞式を実施。台湾の雄獅旅行社が大賞に輝いた。このように企業の報奨旅行も支援していく。

JNTO コンベンション誘致部長の川崎悦子氏は、「2017 年は国際会議協会 (ICCA) が新

たに企画した学協会本部とサプライヤーの商談会が福岡で開催されるなど、日本が注目を集める。今回は、国際化や商談成果を重視した内容へとコンテンツを見直して、日本の MICE に新しい風を吹かせたい」と意欲をみせる。

世界の注目を日本に集めるのは、オリンピックやワールドカップのようなメガスポーツイベントばかりではなさそうだ。

新規講演 (公財) 助成財団センター渡辺元氏

学術研究団体を対象としたレクチャー「民間助成財団と助成についてー助成金の獲得に向けた留意点」を実施。

MICE のための ICT コーナーを新設

国際会議の来場者登録や論文管理をはじめ、MICE 分野でも ICT の活用がふえてきたことを背景に IT 企業の出展を新設。

①プレイブソフト

ゲームショウなどで採用されている、イベントアプリを最短5日で作れるサービス「イベントタス」を出展。先日発表したイベントレジスト・ログミーで提供するサービスも注目だ。



MPI 会長兼 CEO
Paul Van Deventer 氏

MPI
国際会議協会 2016 年
会長
Fiona Pelham 氏

MPI
ジャパンチャプター
副会長
前野 伸幸氏

② NEC ソリューションイノベータ

参加カテゴリの管理、参加費用の WEB 決済、運営者への通達機能をもった、「MICE 主催者向けイベント・観光支援基盤」を提供。

各都市の出展も充実

③広島観光コンベンションビューロー

25 年ぶり優勝を果たした広島カープ、オバマ大統領の訪問など話題が目白押し。注目は、原爆ドームに隣接したおりづるタワーがユニークベニューとして期待がもてそうだ。

④沖縄ブース

観光コンベンションビューローを中心に、会議施設・大学・ユニークベニュー・企画運営会社などが出展。

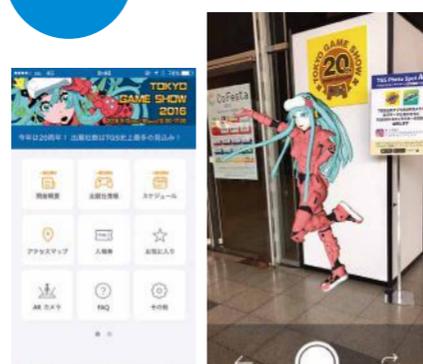


日本政府観光局 (JNTO) 理事
小堀 守 氏



日本政府観光局 (JNTO) コンベンション誘致部長
川崎 悦子 氏

PICK UP



①プレイブソフトの「イベントタス」



② NEC ソリューションイノベータは Presdo Match システムも出品



③広島のおりづるタワー



④昨年の沖縄ブースのようす

学会、国際会議、研修会の企画担当者必見のイベント

IME 2016

The 26th International Meetings Expo

2016年12月6日[火]・7日[水]

10:00・19:00 10:00・17:00

会場 パシフィコ横浜
(神奈川県横浜市)

企画運営 日経BP社

主催 日本政府観光局 (JNTO) / 一般社団法人日本コンgres・コンベンション・ビューロー (JCCB)



Japan Meetings & Events
New ideas start here

基調講演 12月6日[火] 10:30・11:30 事前登録制

インバウンド2千万人時代の
観光立国のあり方

デービッド・アトキンソン氏
(「新・観光立国論」著者・株式会社小西美術工芸社社長)



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/>



「B787-9 ドリームライナー・ツアー in 東京」

ニュージーランド航空のオリジナルトラックが登場



ニュージーランド航空のオリジナルトラックを用いたイベント「B787-9 ドリームライナー・ツアー in 東京」が二子玉側ライズで開催された。トラックの中では、実際に使用されているシート「スカイカウチ」を2種類を体験できる。シートを体験した写真をSNSに投稿するとオリジナルグッズが当たる企画やお子様向けの工作コーナーを設置され、お子様を含むファミリーでの来場者が目立った。



「B787-9 ドリームライナー・ツアー in 東京」

2016年12月1日より東京 成田発～オークランド線が増便および機材変更により座席供給数が大幅に増加することを受け、ニュージーランド航空のプロダクトとサービスを多くの人々に体験してもらうためのプロモーションイベント

イベント告知

参加者自身が自分で定めるサステナビリティ
サステナブルイベント導入セミナー



Positive Impact 日本事務局は、12月13日、東京ミッドタウンで「サステナブルイベント導入セミナー」を開催する。

イベント分野におけるサステナビリティの重要性をテーマに、14時から17時までの3時間にわたって、セミナーとワークショップで展開。

イベント関係者がサステナビリティに取り組みはじめる際の情報整理に役立てられるよう、イベントを起点とするサステナビリティの概要や事例を紹介する。

ワークショップでは、国際的に活用が進められているISO20121を基にイベントにおいて考えられる課題とその重要性について、参加者自身で決めていく内容となる。

今回、講師には英国から Positive Impact 代表のフィオナ・ペラム氏が来日。フィオナ氏は、2005年にイベ

ント分野におけるサステナビリティの教育団体として Positive Impact を設立。2012年に発行されたイベントのサステナビリティに関する国際標準規格 ISO20121 の策定会議で議長を務めた。現在、会員数2万人以上からなる国際的なミーティングの専門家組織 MPI (Meeting Professionals International) の国際議長を務めている。

セミナーを主催する Positive Impact 日本事務局では、「2019年ラグビーワールドカップ、2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、イベント分野における重要な課題に、サステナビリティに取り組み、レガシーを創出していくことがあげられる」と話す。

参加は無料。定員は50名まで。参加対象は、イベント主催者、制作者、施設関係者など、サステナ



フィオナ・ペラムさん



越川延明さん

本紙連載「Share the Sustainability」で、10号～16号の全6回にわたりフィオナさんと越川さんが交代で執筆している

ビリティに関心の高い層となっている。申込みはセミナーサイト <http://eventregist.com/e/pij161213> まで。



顔認証とうまい棒の AI が話題

— C&C ユーザーフォーラム & iEXPO2016

NEC C&C システムユーザー会 (NUE) と NEC は 11 月 1・2 日の2日間、東京フォーラムで「C&C ユーザーフォーラム & iEXPO2016」を開催した。

カンファレンスでは新野隆社長の安全・安心・効率・公平な社会の実現をテーマにした基調講演のほか、将棋棋士羽生善治氏などを迎えた「人工知能は人間を超えるか?」といったセミナーが人気を博していた。

マーケターの注目を集めていた展示は、5つの質問だけで、参加者が好むうまい棒の味を予測する「AI 活用味覚予測サービス」のプレゼンテーションだった。ペルソナの発見と、学習を繰り返し AI の精度を向上するペルソナの活用を実演したものの。



参考出展ながらイベント関係者の興味をひいたものは、NEC が誇る顔認証技術 NeoFace Watch V3.0 を活用した「待ち時間・滞在時間計測」だ。会場内に設置した複数のカメラで同一人物を割り出し、各地点を通過した時間差で滞在時間、待ち時間を計測。イベントでの混雑回避や潤滑な誘導のほか、不正滞在者検知などセキュリティ用途も期待される。



共創・デジタル化・体験テーマに

— TOSHIBA OPEN INNOVATION FAIR 2016

東芝はフェアを開催 (11月1・2日)。基調講演に登壇した東芝インダストリアル ICT ソリューション社長錦織弘信氏は IoT の新ブランド「SPINEX」を発表したほか、共創イノベーションによるデジタル化について語った。そのほか、園田学園女子大学教授の荒木香織氏や、ダウンゴ人工知能研究所所長山川宏氏などが登壇した。

今回は「共創」「デジタル化」「体験」の3つをテーマに展示を展開。デジタル化のなかでは、IoT、ものづくりとともに、音声・映像活用クラウド AI システム「RECAIUS (リカィアス)」が展示の中心を占めていた。

RECAIUS は東芝が長年培ってきたメディアインテリジェンス技術を融合し、問合せ対応、コミュニケーション支援、コンテンツ制作、作業支援、

モニタリングなどを行うもの。クラウド化したことで、ユーザーは必要に応じた分だけ支払う料金体制を実現し、導入障壁を下けている。

画像系サービスの「RECAIUS 人物ファインダ」はカメラ映像から年齢、性別といった属性や注視時間、笑顔度、顔の向き、動きなど行動データを取得できる。客層分析や混雑度分析、状況分析などの消費者行動データを個人情報なしで取得するのが利点だ。フェア会場でも、スマイルカウンターが各所におかれ、何人が笑顔になったかなどを計測していた。



体験・思い出を携帯する モバイル・バッテリー・カード



モバカ for MICE

イベント向けオリジナル印刷ノベルティ
名刺サイズ薄さ6mm

【商品仕様】 本体サイズ：96x62x6mm 本体重量：66g 電池容量：2500mAh 電池種類：リチウムポリマー
出力電圧：5V/0.8~1.0A 入力充電：5V/0.6~0.8A 繰返充電：500回以上

Session 4 マンガ×DJ×テレビ



365分の1以外のコミュニティ 多様性とグラデーションの世界

マンガ編集者、DJ、テレビプロデューサーというBACKSTAGEのセッション登壇者のなかで、一見すると異色ともいえる3人の共通点は、コンテンツの「編集者」であること。

佐渡島庸平さんは、「宇宙兄弟」「バカボン」など数々のヒット作を手がけ、講談社から独立して現在はクリエイターエージェント会社コルクの代表を務める。大谷ノブ彦さんは今回、芸人ダイノジではなく、全国各地でジャイアンナイトというDJパーティを主催するほか、多くのフェス出場の実績もあるDJダイノジとして登壇。モデレーターをTBSテレビプロデューサー（当時）の角田陽一郎さんが務め、「編集」を切り口に、冒頭にいきなり炎上という話題からスタートした。

大谷さんは、佐渡島さんが以前、編集について『読者が単行本を手

取るのは365日分の1日とすると364日をどう振り向かせるのか、作家の方がどんな発信をすればよいのかを含めて編集していくこと」という話を引用し、「意図的な炎上は364日を埋めている演出で、ひとつの隙間をうめている」という持論を展開。佐渡島さんは、「炎上って、ある種コミュニティができる。話題を共有するのに、いまTwitterやFacebookのハッシュタグが便利だけれど、週刊誌というところの中吊りタイトルに近い」とし、「人が人と交わるのを楽しむ共通の話題は、天気やテレビという狭い範囲から幅広く多様化し、そのなかでも細かいグラデーションをつくれる世界に変わってきた」と話す。

編集者は流れを考え トータルでプランニングするひと

マンガや小説、音楽のライブやCDという作品は、多様化した世界で、どう生き残っていったらよいかと角

田さんは問いかける。

大谷さんも佐渡島さんも共通したのは、ユーザーを巻き込む、インタラクティブなコンテンツづくりだ。昔もいまも、音楽は奏でる人と聴く人、本は書く人と読む人で、両者の行為があってはじめてコンテンツとして成立する。その構造に変わりはないが、昔はユーザー側がつくり手に化学反応を起こすことはできなかった。それがいま、ネットでのコミュニケーションによって、ライブ感ある作品が生まれ、そこでしか体感できない、あるいは体験共有といった付加価値が生まれているという。

忘れてはいけないのは、テレビで一気に100万人のファンが生まれる時代と違い、いまのネット時代の100万人は、一人ひとりの積み重ねだということだ。連続性がある、継続したコミュニケーションだからこそ、創作過程の瞬発力が理解でき、距離感の近いコミュニティをつくる。そこ



角田陽一郎さん

大谷ノブ彦さん

佐渡島庸平さん

では友達のような「It's all light」という感覚の関係性が育ち、その土壌でインタラクティブなことが起きてくると言う。

大谷さんがDJイベントの地方興行でお客さんの入りの多い場所には、使命感をもったボランティアスタッフが必ずいると話のように、ユーザー側を巻き込むと、一人ひとりにとってコンテンツは完成品を楽しむものではなく、自分もその一部になる、とも話した。

そのうえで、流れを考え、コミュニケーションのストーリーをつくる、トータルでプランニングをする編集者の存在は大切だ。佐渡島さんは、「日本は一つの強いコンテンツがあると

一発逆転できるような、魔法みたいなことに期待しちゃうけれど、コンテンツに限らずビジネスの基本は流れをいかにつくるかだと思っている」と言う。

さいごに大谷さんは「DJ」と言いながら選曲というよりも、現場のチューニングを合わせているだけ」と表現し、セッションを通じて編集者は絶対に必要な存在と確信したと話した。これに対して佐渡島さんは「編集の定義は広いけれど、チューニングの価値はデータ処理や解析が進んでも機械化ができない、リプレイスできない」とし、角田さんがそこに人間の価値があると、編集者の存在する意義をまとめた。

BACKSTAGE Report#03 イノベーターたちと考える「体験価値」の可能性 メディア、編集の役割って？

8月30日に開催されたイベントのための夏フェスBACKSTAGEで語られた、Session 4と6の2つの共通点は、コンテンツの作り手であるメディア、編集の役割。進化する時代にどう向き合い、イベントをどう捉え、活用するのか。



中村伊知哉さん

石井大貴さん

原浩生さん

橋本英明さん

「体験価値」を高める 民放3局の取組みとは

Session 6は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の中村伊知哉教授がモデレーターとなり、日本テレビ原浩生さん、TBSテレビ石井大貴さん、フジテレビ橋本英明さんがパネリストとして登壇した。

中村さんは、日本で体験価値を高めるのに、TV局が果たす役割はとても大きいとし、それぞれの取組みから紐解いた。

日本テレビの原さんはインターネット事業局に在籍し、配信事業、ネット化の支援事業、SENSORSというネット番組企画の新規事業を担当する。「SENSORS」では、テクノロジーの進化によって変わっていくエンターテインメントやメディアのあり方やビジネスを追う。番組というよりも、テクノロジーエンターテインメントというメディアプロジェクトだ。去年から「SENSORS

IGNITION」という大型イベントを立ち上げ、専門イベントや、コミュニティイベントも開催。SENSORSは、メディアとして紹介するだけでなく、当事者になって新しいエンターテインメントメディア時代のイノベーションハブになれるようにとイベントを仕掛けている。

日本テレビの石井さんは、次世代ビジネス企画室投資戦略部に。慶應義塾大学大学院の博士課程で中村教授のもと、視聴率以外の魅力的な指標づくりを研究中だ。もともと営業職が長かったことで、新しいモノの売り方や広告の売り方を研究しており、視聴率は最大指標ではあるがスポンサーによってニーズは個別に変わるとい。いままでになくクリエイティブでエクストリームなスポーツ領域を探し、実際に日本でドローンの本格的なレースイベントを実施しBS、CSとGYAOと組んで配信。そのほか、BMXやストリートダンス、スケートボードという

Session 6 テレビ局が新たに仕掛ける 「体験価値コンテンツ」



ニッチな分野の世界大会を開催し、地上波での番組制作もした。「まだ道半ばだが世界に通用するコン

テンツを日本でつくり海外にもっていくことを夢みて努力している」と話す。

フジテレビの橋本さんは、コンテンツ事業局と兼務でフジスタートアップベンチャーズにてVC部門を担当。原さん、石井さんと同じくイベント事業局の出身ではない。インターネットを活用してどうフジテレビのIPや強みを生かし、エンターテインメントの経験をどう広げることが主なミッションだ。フジテレビ全体のイベント事業では、シルクドソレイユのダイハットーテムやブロードウェイミュージカル、日本科学未来館で開催した企画展また、「ULTRA Japan」やアイドルが一堂に会す「TOKYO IDOL FESTIVAL」、そして全社をあげてのイベント「お台場みんなの夢大陸」がある。CMで話題になったDMM。プラネットも、実はお台場みんなの夢大陸のコンテンツのひとつだった、と解説した。「ソーシャルメディアを中心と

したコミュニケーションの時代になって、FacebookライブやLINEライブに代表されるリアルタイムを追求するコミュニケーションが出てきて同期性や同時性が強くなっている、この辺のキーワードを加味しながら新しいテレビの楽しみ方をトライしているところ」と話す。

みせる技術を持ち、ブームを起こす ストーリーテラーとしてのテレビ

中村さんは、戦略はかなり多様だがテクノロジーが軸になっていると感想を伝えるとともに、テレビ局がイベントを仕掛けていくことの意味、強みについて聞いた。

石井さんは「純粹にアトラクションやイベントの面白さや見映えのような、みせる技術がまだまだ蓄積されている。あとは何と言っても映像化することの技術」とした。原さんは「テレビの力があるうちはブームをつくれる。メディアアートと言われていた少しマニアックなものが子供でも楽しめるものとしてブームになり同様のイベントがふえている」ことに触れた。

中村さんは世界的に見ると日本はテ

レビの影響力がまだまだ強く、しかもソーシャル、ドローン、IoTなどをつかって先に進めようとしていようとしている。期待できるジャンル、とした。一方で、イベントとテレビ局の本業である番組や広告事業との関わりはどうみているかという質問に、橋本さんはこう話す。「やはり、テレビはストーリーテラーとしての存在だと思っている。テレビは単なる媒体や方法の一つではない。最近分散型メディアの話が話題になっているが、テレビ局はメディアコングロマリットで、出版からイベント、映画とありとあらゆるものをつかって、一つのストーリーを伝える。その一つの重要な要素がイベントだと思っている」。

中村さんは「テレビ局がイベントというキーワードのもので変化していることが短い時間でも共有できた。テレビ局のプラットフォーム力、吸引力は使い勝手がよく、皆さんと一緒にビジネスを広げていくことができると感じる。2020年に向けてアグレッシブなテレビ局の動きは目をそらすことができない」と、コラボの可能性などを示唆し、期待を寄せた。

B to B マーケター庭山一郎から見た 展示会エトセトラ

【第7回】



同時開催は誰のため？

私の会社は、クライアント企業のデータマネジメントと分析を生業としています。

お預かりしたクライアントの顧客データを精緻に分析すると、出展する展示会によって収集するリードの質が異なることに気がつきます。しかも、規模が大きな展示会でクライアントもそれなりに大きなブースで出展した時の方が良くないのです。さらに調べてみるとどうも原因は同時開催でした。

主催者は同時開催の総来場者数をアナウンスしますから、出展する側は自社のターゲットがそんなに集まるのなら、と予算を組んで大きなブースで出展します。しかし、この数字は「同じ主催者によって同時に開催される

複数の展示会の合計」ですから、全来場者に占める自社ターゲットの含有率は、同時開催の展示会の数が増える程どんどん低下していきます。

たとえ売り物が違っても「ターゲットは一致する」というケースはもちろんあります。機能性樹脂と半導体デバイス、電子デバイスとそのハウジングという関係になりますから、ターゲットは電子部品メーカーの設計者で一致します。高解像度の顕微鏡と試薬は、薬品開発やバイオテクノロジーの研究で使われますから、ターゲットは大学などの研究機関か、メーカーのラボに勤務する研究者で一致します。

このようにターゲットが一致するならまだ良いのですが、まったく一致

しない同時開催で参加者を集めても、出展社も来場者も誰もうれしくない展示会になってしまいます。

これは私の予想なのですが、イベントを主催するサイドの人たちは、出展社が展示会で収集したデータを分析するスキルが急激に向上していることを知らないのではないかと考えています。

だから、同時開催イベントを増やし、総来場者を増やし、最終日には通路が人でごった返す様子を見て大成功、と言っているのだと思います。もうそういう定性的な評価の時代は終わりました。成功の定義は、「そこで集めたリードデータを精査した出展社が来年も出展しようと思決定する」以外には無いはず。現実はその逆

定性的な評価の時代
は終わったんじゃ



に、データを精査した結果、もうその展示会への出展はやめる、という結論に至るケースが少なくありません。

私は、リードデータの収集という目的では、日本の展示会はとても有効だと考えて、クライアント企業に対して展示会に積極的に出展するようにアドバイスしてきましたが、それでも近年の同時開催には大いに疑問を感じています。

庭山 一郎

シンフォニーマーケティング株式会社 代表取締役

国内外の企業にマーケティングサービスを提供するかわら、メディアに多数執筆し、実践に基づいた手法やノウハウを発信している。



集客からフォローまで3社連携でカバー

—— イベントレジスト・ブレイブソフト・ログミー

オンラインイベントプラットフォーム「EventRegist」を提供するイベントレジスト(株)、イベントアプリを5日で簡単に構築する「Eventos」の(株)ブレイブソフト、メディア事業を展開するログミー(株)の3社は、主催者の課題を包括的に解決するために、提携・協体制を構築した。

これにより、イベントへの集客・来場受付管理や決済・イベント当日のイベントアプリによる来場者フォロー・イベント終了後のフォローアップコンテンツの提供を一元的に提供することができ、それぞれ異なるソリューションを持つ3社が協力を構築することで、イベント主催者がこれまで各サービスへ問い合わせ、相談し、決定してきたプロセスを一元化できるようになる。



Eventos (イベントス)



EventRegist (イベントレジスト)



logmi (ログミー)

富士フィルムと『東京デザイン実験室』を出展

—— NOMLAB

乃村工芸社が、「デジタルイノベーション × 場づくり」のラボラトリーとして新しい集客創造を目指し、9月1日に発足したNomura Open Innovation LAB「NOMLAB(ノムラボ)」は、東京デザインウィーク2016に富士フィルムデザインセンターとコラボレーションして出展。

ブースでは、富士フィルムが開発している高機能材料を体感する『東京デザイン実験室』として出展。ブース壁面(写真)にも高機能材料を使用して、人の動きで色が変わる、というデザインを提案した。

ノムラボでは、ICT/IoT時代の

クリエイター、デジタルアーキテクトが集うオープンラボシステムとして、11月に福岡で開催されたテクノロジーとクリエイティブのイベント「明星和楽2016」にも出展。今後さまざまな活動を通して、新世代のデジタルイノベーション人材の育成にも取り組んでいく。



離れた時、近寄りすぎると色が変わる

メディアデーを2日間に CES 米国・ラスベガス

毎年1月にラスベガスコンベンションセンターで開催される、世界最大級の家電見本市CES。今回は来年1月5日から8日の4日間開催される。主催のコンシューマー技術協会(CTA)は、2017年CESの一般公開に先駆けて実施される公式メディアデーのスケジュールを発表。出展企業の記者会見に対する需要に応じて、プレショー・メディアイベントを2日間に拡大、1月3日と4日にかけて行われる。

メディアデー1日目には、CTAのアナリストによる講演で2017年の注目すべき技術動向や世界の消費



者向け技術業界の全体像を探るほか、CESの公式メディアイベントのCESアンバールドを実施する。CESアンバールド・ラスベガスでは、地元と世界の技術企業100社以上や2017年CES最優秀イノベーション賞受賞企業による机上展示を行う。

期間を2日間に伸ばしたことで、ニーズの高いCESのプレショーで発表できる出展企業が23パーセント増えることになる。

映画をモチーフにマカオの脱カジノ狙う

—— スタジオ・シティ

高さ130mにそびえ立つ8の字の大型観覧車や、映画をモチーフにしたリゾートとして注目を集めるなか昨年10月、マカオに開業したスタジオ・シティ。そのプロモーションを担当。するCVT ジャパンが、10月25日にワークショップを開催した。

総工費32億米ドル(約3450億円)と言われる豪華な建築物と、ゴッサム・シティを体感する4Dアドベンチャー、人気イラストのザ・ハウス・オブ・マジックなど、アジア最高峰のエンターテインメントが、周辺のカジノ中心のリゾートと一線を画し、ファミリー層の支持を得ている。

なかでも3ヶ月以上予約が埋まっ

ているザ・ハウス・オブ・ダンシングウォーターは、このショーのためだけに、劇場を建造。競泳プール5個分にあたる1400万リットルの水を使ったステージパフォーマンスはマカオ最高峰のショーとの呼び声が高く、すでに観客動員300万人を超える。

シニアアカウントディレクターのケビン・ラム氏は、今後も各国で積極的にプロモーションを展開していくという。



ワークショップでは抽選会も行われた

社会にイノベーションの姿を提示

コンテンツ技術をテーマとした国際イベント「デジタルコンテンツEXPO 2016」が10月27日から30日まで日本科学未来館で開催された。販売促進が目的の展示会とは異なり、製品化以前の研究開発段階にあるシーズ技術やプロトタイプシステムが主役の展示会。社会にイノベーションの姿を提示することを目的としている。8K・VRシアター(写真)といった次世代のメディア技術8Kスーパーハイビジョンを活用したVR体験システムなども上映された。



東京デザインウィークで火災 展示物が燃え、1人が死亡

11月6日午後、明治神宮外苑で開催されていたTOKYO DESIGNWEEK2016の学校作品展で、展示物が燃える火災があり、1人が死亡、2人がけがをした。現在、警察及び消防が事故原因を調査している。イベント業界に、法令遵守や安全・防災への意識強化が求められるそうだ。

インター・マーケター向け 12月のセミナー・イベント

- 1-2日 ad.tech kansai @ グランフロント大阪
- 6-7日 国際ミーティング・エキスポ @ パシフィコ横浜
ダイレクト・マーケティング・フェア @東京ビッグサイト
- 6-8日 国際劇場産業展 @東京ビッグサイト
- 8-10日 エコプロ2016 ~環境とエネルギーの未来展 @東京ビッグサイト
- 11日 ロボットパイオニアフォーラム 009 『2016 Winter ~ローンチする日本のロボットビジネス』 @TKP ガーデンシティプレミア秋葉原
- 9-11日 Startup Weekend Tokyo Fintech #2 @デジタルハリウッド大学大学院
- 11-13日 第7回 オキナワベンチャーマーケット @沖縄セルラーパーク那覇
- 13-14日 Salesforce World Tour Tokyo 2016 @ ザ・プリンスパークタワー東京/虎ノ門ヒルズフォーラム
- 14-16日 SEMICON Japan 2016 @東京ビッグサイト
- 17日 ベンチャー PARK @渋谷ヒカリエホール
- 23-25日 お城 EXPO2016 @パシフィコ横浜

[今月の表紙]



ハリネズミ専門店

HARRY

海外からの旅行者の人気スポットになっているという「ハリネズミ専門店 HARRY」。予約で満席だったこの日も、店内には3組ほど海外からの利用者があった。そのうちの1組、写真のふたりは、英国から個人旅行で来日。HARRY カフェのことは、インスタグラムで知り、今回の旅行に組み込んだ。「英国には、ねこカフェのようなスポットはあるけれど、ハリネズミに触れる場所はない」と、お互いにハリネズミを抱っこする写真を撮ったりして満足したようだった。日本では京都、東京、沖縄と約3週間の滞在。新たなスポットは新たな情報発信経路から生まれている。

第19回研究大会を開催
イベント学会

イベント学会は11月12・13日、上智大学で第19回研究大会を開催。初日のシンポジウムでは、ラグビーW杯、オリ・パラ、Wマスターズのキーマンがメガイベントによる共生社会構築について語った。

2日目の特別フォーラムは、「Sport x Eventology」をテーマに、チームラボの猪子寿之代表、パワープレイの武井克明氏、ワコールアートセンターの松田朋春氏が登壇。コミュニケーション・デザイン研究所の福井昌平代表取締役がモデレーターを務めた。2020年前後にイベントのあり方はどう変化するか、トップランナーの見解が述べられた。

次号予告 18号は12月28日発行

<特集>

展示会・イベントを支える注目企業
～コミュニケーションの未来をつくる人・会社～

リアルとデジタルを科学する

企業単独イベントのアプリ活用術

—「Adobe Digital Marketing Symposium 2016」

アドビシステムズは、10月4日・5日に、「Adobe Digital Marketing Symposium 2016」を開催した。2日間で2,700人を集めたカスタマー向けイベントで、1企業単独の同規模のイベントとして、先進的にイベント専用アプリを活用。昨年からイベントアプリを導入しているというが、その目的とは何か、またどんな機能をアップデートしたのだろうか。同イベントを企画した前田さんに聞いた

—イベントアプリを活用した理由
について教えてください

前田 イベントの当日に向かって、われわれは参加者とさまざまなコミュニケーションをします。たとえば、広告などのマスマーケティングや自社データベースへのメール送付といったメールマーケティングなど、継続的にお客様とつながって気持ちを最大限に盛り上げてイベント当日に参加いただくためです。

アプリがあることで、たとえば「プッシュ通知」機能を今年追加しましたが、参加者への一斉配信だったコミュニケーションが、One to One コミュニケーションになりました。よりお客様に最適化したコミュニケーションを長い期間継続できる点、これがアプリを導入した一番の理由です。

—「Adobe Digital Marketing Symposium 2016」では、参加数のうちアプリダウンロード率はいかがでしたか？

前田 2,700人の参加をいただき、500件のアプリダウンロードがありました。導入したからには全員にアプリを利用いただきたいというのが理想ではありますが、参加数の2割弱の方々にアプリを利用いただいたこ

とは、ビジネスイベントとしては良い割合だったと感じています。

—アプリ導入後、運営面での変化はありましたか？

前田 イベント開催のうえでは、お客様の顧客体験をより良質なものにしていくことを第一に考えています。これまで手が届かなかった部分のケアをアプリによって深いコミュニケーションができるようになったと感じています。

過去に、webのみで展開していたときには問合せが多かったり、当日受付に参加者が殺到してしまったりといったこともありました。当日は紙のパンフレットも配って、全体を網羅的に把握していただくことに加え、アプリの「セッション情報」「出展情報」などからチェックし自分の興味関心に応じた「プッシュ通知」を届けられる、内容に変更があれば「新着情報」でフォロー情報を補足することができ、より個人に最適化した、リアルタイムな情報提供ができたと思います。こうした点で、運営面でも誘導などもスムーズになり、コストの最適化にも貢献したと思っています。

—体験価値を重視されていますね

前田 「盛り上がったね」と言って

いただき、規模も毎年拡大していますので盛況感も肌感覚でも伝わったかと思っています。こうした数の指標も大事ですが、イベントでいちばん大事にしているのは、参加者にいい体験を提供できたかどうかです。不満をもって帰ったとすると、製品に対するイメージにも影響しますので、参加したことに満足いただいるかどうか重要です。TwitterやFacebookなどでの投稿をみていると「今年はプッシュ通知もきている。いいね」というコメントもあがっていて、アプリ導入の反応も実感することができました。

—アプリでもっとこうしたいという課題点がありますか

前田 来年は、マップ上で自分の位置がわかるという機能を追加すると、もっとアプリを活用してもらえるかもしれないと考えています。

イベントマップで位置情報を提供できるということは、イベントの主権者側からすると動線を確認することができる分析データにもなるということです。そのデータを参考に、次回さらに最適な会場設計に取り組むことができます。

また、アンケートもいまは紙ベースのため回答するまでタイムラグが出てしまいますが、アプリならばセッションのリアルな感想をその場で書いていただけるのではないかと思います。俊敏性やリアルタイム性をもたせるのにアプリは期待ができますね。さらに言えば、集計後の取りまとめも苦勞する点ではあるので、レポート形式でダウンロードで



2016年版来場者向け公式アプリの画面

きるとうれしいです。

—イベントでのアプリ活用が体験価値をどう変化させると期待されますか

前田 弊社のマーケティングソリューションとイベントアプリの連携も図っていきたくと思っています。

今回、イベント前のコミュニケーションは、自社のマーケティングツールを活用し、イベントのwebサイトや事前のメールコミュニケーションの分析データに基づき、コンテンツコミュニケーションの出し分けをして、イベントへの誘導をしました。

アプリは開催中の個別のコミュニケーション手段としての活用です。イベントで提供できるテクノロジーとしては、アプリがOne to Oneマーケティングができる点で有効です。機能を追加すれば、これからまだまだ伸びしろのあるツールという実感をもちました。

今後は連携することで、事前から当日、その後まで一貫した最適なコミュニケーションが提供できるとよいですね。



前田 龍氏

アドビ システムズ株式会社
マーケティング本部 デジタル マーケティング
プロダクト マーケティング マネージャー

「Adobe Digital Marketing Symposium 2016」の基調講演に登壇するアドビ システムズの佐分利 ユージン代表



虎ノ門ヒルズフォーラムにて開催した「BACKSTAGE」を主催するとともに総合演出・進行・制作を担当しました。



イベント・MICEの企画・運営

社内行事・シンポジウム・各種セミナー・表彰式などの企画立案・演出・デザイン・制作・進行・運営

イベント・MICEの費用対効果向上

コストマネジメント・ROI向上のための施策提案

施設運営・施設コンサルタント

イベントホール・カンファレンス施設・宴会場・会議室などのマーケティング・導入計画・運営・管理・各種サポート

弊社の運営・管理施設

虎ノ門ヒルズフォーラム・六本木アカデミーヒルズ

株式会社ホットスケープ

www.hotscap.co.jp

<お問い合わせ>
info@hotscap.co.jp
TEL.03-6205-7197



正社員募集中 jinji@hotscap.co.jp

コミュニケーション・ホスピタリティを磨きたい人をお待ちしております。お気軽にお問い合わせください。