

「face to faceを科学する」月刊イベントマーケティング

EVENT MARKETING 46

April 30, 2019

特集
集客力の正体



今月のインタビュー
(株)イノベント 執行役員
第2事業部長
森嶋 勝利さん

発行所：株式会社 MICE 研究所
〒105-0004 東京都港区新橋 5-12-9 ABCビル 5F
TEL03-6721-5303 sofu@event-marketing.co.jp

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp



欲しいものは、なんですか？

子供のころはじめて買ってもらったおもちゃは、サングラスをかけると数字が透視できる「魔法のトランプ」。これで明日から負け知らずと思ったものの、色メガネをかけた怪しい小学生とは、誰も勝負してくれなかった…。その次は、手品用の銀色のリング。手品のタネをうまく隠せず、思いついたのは背中に隠して「ハイ。くっつきました」という技。お楽しみ会でみん

なの前で「輪っかに切れ目がある」とバラされ、泣いて帰った。

本番までは尊敬される自分を想像してはくそ笑み、もし成功していたら胴上げくらいされてたかもしれない。そう、子供のころに買ってもらったのは、変な色のサングラスや、切れ目のある銀の輪っかではなく、前日までのワクワクと、成功した後にヒーローになること（の可

能性）なのだ。多分カスタマー・エクスペリエンスってそういうことだと思う。

展示会やイベントも体験価値を提供する場。参加者にとって、良い商品・サービス・パートナーが見つかるという実益以外に新しい何かと出会える期待感や、いいモノを見つけた満足感が溢れる場でもあってほしい。

会場に行くまでのワクワク感は、コンサート

やフェスに行く前だけでなく、BtoBのイベントにだってきっとある。今回の特集では集客に強いイベントのプランナーに、どのようにして期待を醸成しているのか聞いてみた。

また最終面でも取り上げた、国際見本市連盟(UFI)のカンファレンスでもカスタマー・エクスペリエンスの向上が、展示会の品質を向上するとの意見が多かった。直接の顧客である出展者だけでなく、客の客である来場者の期待に応える工夫をしよう。

今号のイベントマーケティングは、期待に応え、それを超える内容になってますか？



EventRegist
eventregist.com

＼そのお悩み、解決できるかもしれません／
イベント・セミナー主催者様向け
個別相談会実施中！

詳細・参加申込はこちら
<https://eventregist.com/p/Eventregist-events>

イベントレジスト株式会社
<http://eventregist.com> | contact@eventregist.com

集客力の正体

集客力って一体、なんだろう。要素が複合的に重なっていきそうだけれど、因数分解してみたらきっとその正体がみえてくるはず。

CASE01 5,000 名超えのビジネスカンファレンス

Sansan Innovation Project 2019

企業・ブランド名を冠にしたブランディング目的のイベントはBtoC企業だけでなく、さいきはBtoB企業でも多く開催されている。規模も大きくなっていきたり、スタイルも多様化したりと変化している。

ユーザー会やコミュニティといったイベント、業界展示会とは、規模や主体が異なる企業のビジネスカンファレンスは、どのような集客を行っているのだろうか。タッチポイントを数多くもちたいけれど、ある程度セグメントされた質も担保する、こうした集客の実現にはどんなポイントがあるのだろうか。

クラウド名刺管理サービスを提供するSansanでは今年3月、主催したビジネスカンファレンス「Sansan Innovation Project 2019」で5,150名を集めた。この規模ではめずらしく「集客についてはすべて内製化している」と話すSansanマーケティング部の松尾佳亮さんは、同イベントを全体統括し、集客のブランディングから実務までを担当したという。

開催から1ヶ月が経過し、現在はパートナー企業、参加者からフィードバックを受けているところという松尾さんに、今回の「Sansan



Sansan 株式会社
マーケティング部
松尾 佳亮さん

Innovation Project 2019」を振り返っていたとき、集客力の正体を直撃した。なお、項目は編集部が8つを抽出。松尾さんには、それぞれの項目ごとに集客への貢献度という観点から5点満点評価で自己採点してもらった。

タイトル：3点

「Sansan Innovation Project 2019」と今回シンプルなタイトル。2016年に第1回目をスタートしてから2018年まで付けていた副題を思い切って取っている。「原点回帰ですね。働き方改革のサブテーマは時代と合わせて『ちょっと未来の働き方(2016)』『働き方進化論(17)』『働き方2020(18)』と続けてきましたが、同テーマのイベントがでてきたこと、また、4回目でもリピート参加の方も増えてきたことから、「Innovation」という本来の大テーマのみにしました。ただ、集客貢献度としてはそこまで高くはないと感じています」

企画：5点

「企画＝キャスティングというくらい、ほぼ同義と捉えると、どちらも5点。もっとも貢献していると考えます。テーマ設定、意外性ある組合せなど、「Innovation」というキーワードを表現する企画に注力しました」

企画実現にはアドバイザーボードの導入、集客アップのための社内コンテストなど、企画力を活用して社内外を巻き込んだ。

タイミング：3点

「3月開催は実は歩留まりが悪いんです。タイミングとしては3点ですね。それほど低評価



5,150名を集めた「Sansan Innovation Project 2019」(3/14・15@ザ・プリンスパークタワー東京)

にしなかったのは、事前に予測はあったので、集客スタート時期を考慮したことです。VIP向け、一般向けと2つに分けて、早めに取り組みました」

VIP向けの集客は、営業部との協力で昨年10月末からスタート。「普段は連絡が取りにくいような方にイベントをきっかけにアポイントを取る」という形で実施。実来場500名、登録700名を目標に置きスケジュール管理した。一般向けは年明け1月7日にスタート。松尾さんは開催まで1日平均100～120名の登録を目標にデイリーレポートで管理していたという。

キャスティング：5点

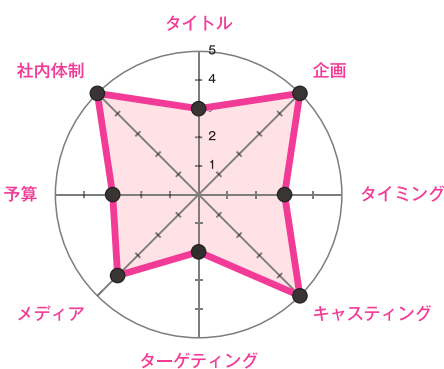
セッションはスポンサー枠を含め全体で120名のスピーカーが登壇している。「基調講演のキャスティングはVIP向け集客スタートの昨年10月末に合わせて8月から動きはじめていました。一般向け集客開始の1月には約6割のキャスティングが決まっている状態でした」

キャスティングの選定は、アドバイザーボード制を初めて導入。良質なセッションアイデアの提案、イベント登壇以外にも営業や研究開発分野でコラボ推進、スピーカー招聘などをする役割で、11名のメンバーとともに、全体の3割のスピーカーを決定した。

ターゲティング：2点

「ターゲティングをそれほど絞らずに実施しました。Sansanのサービスがあまり業種・業

グラフ●「Sansan Innovation Project 2019」の集客への貢献度を施策ごとに担当者が自己採点



態を選ばないため、そういう意味では貢献度は低いかなと思います。結果的な満足度の話になってしまうのですが、強いて言えば、情報感度、ITリテラシーの高い方の参加が多く、出展された企業から『最初から踏み込んだ話ができたとよこされました。集客力のあるキャスティングではありましたが、テーマに沿わないスピーカーを入れなかったことも影響していると思います」

メディア：4点

「もう少し異なった新しい媒体も探したかったという反省を込めて4点です」

集客媒体は大分類で10個の項目で展開したという。①日経関連の媒体、②マーケティング部に蓄積された見込み顧客データおよび、法人向け名刺管理サービス「Sansan」を利用した社内人脈、③既存顧客、④法人向け名

face to face を科学するイベントメディア

オンラインも強い EVENT MARKETING

最新ニュースやアーカイブ、
バックナンバーも読めるウェブサイト



特集記事の裏話や
イベマケ編集部の
日常がわかるメルマガ



<http://www.event-marketing.co.jp>
Facebook と Twitter もやってます

65

100%

電力

処理能力

需要

+

B

+

集客に効く電気工事サービスを提供しよう！

えーと、イベントに関するご相談は色々いただいておりますが、集客と工事は…頑張ります！

株式会社 鈴木電機

〒111-0033 東京都台東区花川戸 2-12-5

TEL 03(3842)8201 (代) FAX03(3845)3040

URL: <http://www.suzukidenki.co.jp>



基調講演では Sansan 代表取締役社長の寺田親弘さんがみずほ銀行取締役頭取の藤原弘治さんと対談した

刺管理サービス「Sansan」ログイン画面での広告実装、⑤ Web メディアでの記事広告⑥ Facebook 広告、⑦チラシ配布、⑧ Google 広告、⑨集客コンテストの実施（社内）、⑩その他（各種メディア記事、SNS 発信）。

予算：3点

「集客の予算は昨年比2割減でしたが、1.8 倍の参加がありました」予算があるに越したことはないが、ありきではないようだ。

その他（社内体制）：5点

「集客にはひとと起点が重要です。社内協力はとても大事なポイントです」

上記の7項目以外に、大切なポイントとして挙がったのが「社内体制」。現在 400 名の社員がいるが、特に営業やカスタマーサクセスの担当者には、売上に直結する場としてイベントの活用イメージを過去3回の実績から共有するなどして、集客のモチベーションアップにつなげたという。また、集客コンテストを企画し集客自体をイベント化したりと巻き込んだことが大きかったと話す。

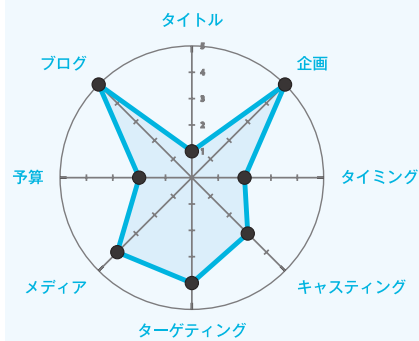
Sansan Innovation Project は、2016 年にブランディングを目的にスタートした年1回の大きなイベント。

参加者数が約 3,000 名と、前年比2倍近くに伸びた 2018 年からは売上戦略としての位置付けにシフト。社内協力の仕掛けづくりも明確になって、大きな集客チャネルとして貢献しているようだ。

5,000 名以上のビジネスカンファレンスで集客を担当する機会はそれほど多くはないかもしれないが、一つひとつの項目をみていくと集客に直結するスケジュール管理の大切さ、巻き込む仕掛けなど、小規模のイベントにもヒントとなるようなポイントが読みとれる。

グラフ●中規模イベントでも自己評価を聞いてみた

エンジニア向けイベント
「Sansan Builders Box」の場合
2018 年 11 月 10 日（土）開催



* タイトル：1点

初めてのイベントで、タイトル以外に注力すべきことがたくさんあったため、集客のフックになるようなサブタイトルなどをつけることができなかった。

* 企画：5点

イベントとしての知名度は 0 の中、Sansan エンジニアが「Sharing Knowledge」というテーマでセッションを企画し、様々な分野の技術について現場目線で語るといったコンテンツに期待いただき来場いただけたと感じている。

* タイミング：2点

ものづくりに関わる人達は概ね学習欲が高く、情報収集のためには休日であっても勉強会等に参加している層が多いという仮定のもと、また、会社（所属組織）からの参加許可を得るといったハードルをなくすためにあえて休日に開催してみたが、特段それが集客にプラスに働いたわけではなかった。（平日に行うイベントとほぼ変わらない歩留まりだった。）

* キャスティング：3点

理由：「企画」と繋がるが Sansan に所属するエンジニアだけで構成した点がよかった。しかしながらセッション内容と紐付いて初めて成立するのでキャスティングのみという観点では集客貢献度はさほど高くない。

* ターゲティング：4点

エンジニア（ものづくりに関わる人たち）に特化しているためターゲットは明確で集客も行いやすかった。

* メディア：4点

理由：ターゲティングと紐づくが、エンジニアがよく利用するメディアに絞ったことでノイズ無く集客に貢献。

* 予算：2点

装飾や懇親会、手土産などそれなりに予算をかけたが、特に事前にそれらを訴求していたわけではないので集客への貢献はそこまでない。次回以降のリピーター増加のための投資と見ています。

* その他（ブログ）

弊社技術ブログもこのイベントと同名の「Sansan Builders Box」で公開しており、その初回リリースをイベント開催時期に合わせたことで両方の認知を上げることができた。ブログの閲覧数も伸びており、次回のイベントはその読者も巻き込みさらに集客を加速できる見込み。

CASE02 プロレス興行の新規ファン獲得策から学ぶ 予算がないけど集客するヒント



集客に貢献した「スーパー・ササダンゴ・マシン vs アンドレザ・ジャイアントパンダ」の一戦。キャスティングは大事。（写真提供：プロレス TODAY）

ネットからリアルへの集客支援をテーマに、ソリューションを提供するリアルクロスの代表取締役社長山口義徳さん。プロレスの興行やサッカーJリーグ、バスケットボールBリーグなどスポーツイベントでの来場者数アップ施策を手がけてきた。チーム・団体からの依頼で多いのは「予算がないけど集客したい」という本音だ。

山口さんはこの声を受け、団体の予算と初心者の来場マインドのハードルをどちらも下げる、チケットアフェリエイトという新しい集客サービスをつくった。ファンの外へと訴求する強力な販売ルートを成果報酬型で提案する。「初心者には応援ルールや服装など楽しみ方を伝えたり、女性用にかわいいグッズがあったりと一般層に向けて訴求しないと収益も集客も伸びません。玄人目線のこうあるべきより、チャレンジ精神のある集客が必要です」

集客支援の立場から山口義徳さんのみる
プロレス興行での集客貢献度（5点満点評価）

タイトル：2点

ネーミングセンスは大事。

企画：5点

プロレスの企画力は、マッチメーカーの生み出すカードと因縁対決などストーリーづくり。

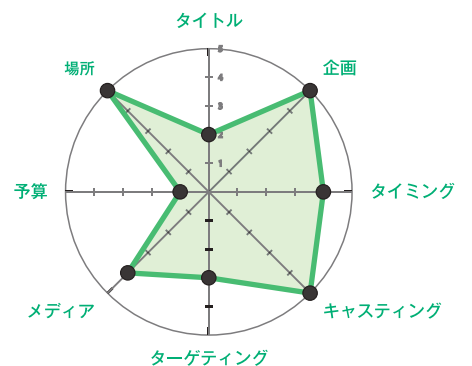
タイミング：4点

どの興行でもそうですが、大会・試合は土日が大入り。月曜日はひとが入りません。

キャスティング：5点

企画と似ていますが、マッチメイクのキャスティングは大事。新規層への集客には若手のスターなどを育成しているかか問われます。

グラフ●プロレス興行の集客



ターゲティング：3点

もし自分たちの団体に合う客層ばかりをターゲットにしていたら当然ですがシュリンクしていきます。理想的な割合はマニア1：固定客6：新規客3ですね。マニアは「あのひとが言っているんだから行かなくちゃ」といった価値観の選定になる存在。

メディア：4点

プロレスメディアなどは、選手の人間性をみたり、ストーリーを感じるうえできっかけになる存在です。ちなみに一般メディアなどでは単発的だったり、web 専門メディアは有料だったりのなかで、弊社の「プロレス TODAY」は無料で楽しめる NEWS サイトですよ。

予算：1点

実際に単独黒字を出している団体はほぼありません。予算も少ないのが現状です。

その他（場所）：5点

現在プロレス団体は国内で 300 ほどあって、主要 20 団体は東京が多いんです。地方分散が必要だと思っています。



株式会社リアルクロス
代表取締役社長 山口 義徳さん

BACKSTAGE

体験型マーケティングに学び、出会う1日

2019 .8.29
TORANOMON HILLS FORUM

<http://backstage.tours>

スポンサー募集開始

スポンサー・出展に関する資料をお送りします。
資料送付ご希望の方および問合せは、メール（右下のQRコードに応募フォームあり）にてご連絡ください。

emnews@event-marketing.co.jp

件名：BACKSTAGE 資料請求
本文：「氏名」「企業・団体名」「所属部署」「役職」「訴求したい内容」などを明記の上、ご送付ください。

応募フォーム



集客ツール① イベントレジスト

来場者の特性でターゲティング

Facebook など SNS 広告で集客しているイベント主催者は多い。しかし Facebook の強みである興味・関心によるターゲティングは、自分のイベントにあったキーワードを設定できないことも多い。そんな悩みを解決するのが、イベント管理プラットフォームのイベントレジストが、提供する新たな集客サービス「Facebook イベントレジストデータ拡張配信」だ。

イベントレジストが採用されている多くのイベントのなかから、カテゴリごとに分類された来場者の、性別・年代・興味関心・行動履歴の共通項を抽出し、類似ユーザーをターゲットにした Facebook 広告を配信する。イベントのカテゴリは、マーケティング、環境・エネルギー、飲食店経営など、ビジネス系 12、テクノロジー系 14、マナー 5、ライフ 11 の詳細に分類されており、ユーザーを絞り込んで効率的な配信ができる。

予算内で配信希望回数・人数に到達するように、カテゴリごとに類似性を調整して運用していく。出稿料は表示回数による CPM 課金で、予算感と配信数とカテゴリによって異なる。例えば、ビジネス系イベントでの想定配信設計は、4 万人に各 5 回配信で 20 万円



程度、テクノロジー系で東京都の地域指定では 15 万配信で 20 万円程度、マナー系で女性 20～30 代、東京に市域指定で 5 万配信で 10 万円といった、想定配信シミュレーションが可能なので、相談してみよう。

自分のイベントにあった集客のスタイルをみつけよう。

イベントレジスト株式会社
岸田 真由子さん



集客ツール② スプラシア

手軽な動画制作で魅力伝える

株式会社スプラシア
代表取締役社長
中島 優太さん



ちかごろはティザー動画やイベントのイメージ、主催者のメッセージなどの動画を、イベントの告知・集客で活用することが多くなっている。とくにモバイル端末用の、手軽に低コストで何本もつくれる動画制作サービスの需要は伸びているようだ。

展示会やイベントを手がける博覧のグループ企業スプラシアは、初期費用・月額費用なしで、1 本 5 万円からの動画制作サービス「CM STUDIO」を提供開始した。

不動産・医療・イベントといった“業界”、会社紹介や採用といった“用途”、“秒数”、“画角”を選びそれにあったテンプレートに、自社で所有している写真・動画素材やテキストを追加するほか、提携しているアマナイメージズ、オーディオストックの写真・映像・音源も使用して制作が可能だ。無料のナレーション機能もある。テンプレートは得意分野が異なる複数の映像制作会社と提携しており、人材採用、会社紹介、イベントや展示会のアタッ



ク動画など実用性の高いものが揃っている。今後も月に 50 種類のベースで追加していく。

また、アシスタントモードでは、動画のテーマ、長さ、画角など、会話形式で質問に答えてロゴや写真素材をアップロードするだけで、品質の高い動画広告を制作、およそ 5 分後にはサンプルが見れるようになる。相応しい画像がなければ、アシスタントが素材のなかから適宜選んでくれる。動画の制作は何本でも無料で、気に入ったものを購入する際に費用が発生するため好みに合うものができるまで、何度も試すこともできる。

多くの映像を作成する企業にむけて月額プランも用意されている。多くの動画広告を駆使して、ターゲット別に個別のアプローチをするなど、多様な施策がうてそう。

ジャパンレントオール株式会社

経験者大募集!!

イベントの事なら

ジャパンレントオール

Japan Rent-All

にお任せください!!

http://www.japan-rent-all.com/

Tel. 0120-880-688

Mail. info@japan-rent-all.com

＜会社概要＞

設立 1976 年 4 月 10 日

資本金 2 億 6400 万円

売上 グループ売上 33 億 (平成 30 年度)

代表者 代表取締役 加護 洋一

従業員 85 名 (グループ 125 名)

事務所 本社 兵庫県神戸市西区玉津町高津橋 467-1

関東支社 千葉県野田市目吹 1218

関西支社 兵庫県尼崎市南清水 39-9

東京営業本部 東京都中央区八丁堀 2-30-15 田畑ビル 4 階

名古屋支店 愛知県あま市下鴨津五反田 19

京都支店 京都市伏見区横大路三栖山城屋敷町 113

神戸支店 神戸市西区玉津町高津橋 467-1

福岡支店 福岡県朝倉市甘木 2429-2

＜事業内容＞

- ・展示会基礎 / ブース設営
- ・各種イベント会場設営
- ・スポーツイベント会場設営
- ・選挙開票所 / 試験会場
- ・学園祭 / 市民区民祭り
- ・音楽イベント / フェス会場設営

イベント全国対応!!

感動
体験

体

記憶に残る

“心地の良い上質環境”と“景観も含めた一体感のある空間”をプロデュース
ユニークベニューや各地の歴史・文化・景観もイベント要素に取り組みながら、
大型テント内に、上質でかつ心地よい各種のイベント空間をプロデュースします。

総合レンタル業のバイオニア
西尾レントオール株式会社

TOTAL POWER by NISHIO

お問い合わせ

〒108-0022 東京都港区海岸3-20-20 ヨコソーレインボータワー 1F

TEL : 03-5765-9240 FAX : 03-5765-3240

e-mail : mitsuyasu.ookubo@nishio-rent.co.jp (窓口 : 大久保)



開催 直前！主催者インタビュー 第1回【関西】統合型リゾート産業展

IR 産業に特化した専門展が大阪で初開催

7兆円弱といわれる IR 市場。IR 施設の開業は早くて 2024 年ごろと言われる。IR オペレーターとの提携など、企業参入が活発化しそうな 2019 年に IR 産業に特化した専門展が大阪で初開催される。イノベントで同展責任者の森嶋勝利さんに初開催の経緯、見所について伺った。

株式会社イノベント 執行役員 第2事業部長 森嶋 勝利 さん

——IR（統合型リゾート）産業に特化した専門展が5月15・16日に初開催されます。これまでの経緯、大阪開催の理由を教えてください

森嶋 「第1回【関西】統合型リゾート産業展」はBtoBの専門産業展としては初開催ですが、じつはBtoCの一般を含むMICEイベントを昨年4月に「第1回関西IRショーケース」としてグランフロント大阪で、12月には「第1回北海道IR（統合型リゾート）ショーケース」としてアクセスサッポロで開催してきました。

ショーケースでは、報道などでカジノに注目されることの多いIRの正しい姿を知っていただくことを目的に、一般の方向けにも展開していましたが、今回は産業展というタイトル通り、2日間ともにビジネス向けの商談展示会となります。

昨年7月20日に、特定複合観光施設

整備法（IR整備法）が国会で可決・成立し、日本でも滞在型観光を実現するためのカジノを含めた複合型観光施設の整備が進んでいくことになります。当初3箇所に限定される整備区域がどこになるのかはまだわかりませんが、立候補都市の中でも関西・大阪は、人工島であり、2025年関西・大阪万博の開催予定地でもある「夢洲（ゆめしま）」を候補地とし、早くからIR（統合型リゾート）の誘致に取り組んできていることから、今回、初開催の場所としました。

——「第1回【関西】統合型リゾート産業展」の見所を教えてください

森嶋 一言でいえば7兆円弱の市場と試算されるIR産業・マーケット参入のきっかけがつかめることです。具体的にはオペレータ7社などのIRの商流の川上企業が出展するほか、

設計・建築、宿泊・飲食、施設運営、旅行、内装・インテリア、人材、エンターテインメント・アミューズメント、物流やイベント企画・興行など多様な出展者が集まります。

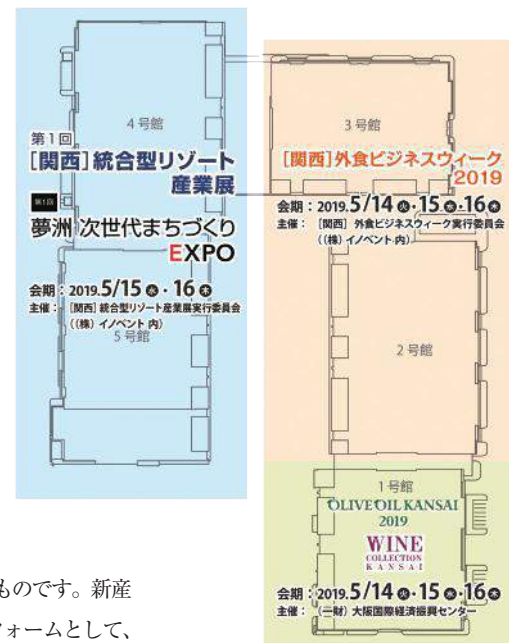
さらに、IR産業はMICEに光を灯すものと考えています。「IR整備法」では、中核施設の要件として10㎡超のMICE施設の設置を定め、大阪府・市の発表している大阪IR構想でも日本最大級のMICE施設を有すべきとしており、大舞台ができる。人材も集まる。MICE産業にとっても大きなビジネスチャンスです。なおかつ、これまでのように公設民営型の箱モノではなく、民設民営型であることは大きなポイントです。これは同時に、海外MICE産業からの参入で、デファクトスタンダードができるであろう激変の時でもあると言えます。

「第1回【関西】統合型リゾート産業展」(5/15・16@インテックス大阪)ほか同時開催展の会場配置

——IRは国内にこれまでにない産業ですが、MICE以外にもどういった切り口での参入が考えられるのでしょうか

森嶋 IR産業はIRをエンジンとした新しい街をつくるようなものです。新産業を支えるプラットフォームとして、日本の街づくりの最先端技術などが集まる場でもあります。そういった意味で、今回「第1回夢洲次世代まちづくりEXPO」を同時開催します。

また、日本の食は、IRのなかでも大きな集客コンテンツです。今回は



「【関西】外食ビジネスウィーク 2019」が同じインテックス大阪で14日から16日まで開催していますので、よいマッチングが生まれたらと思っています。

日本初 第1回【関西】統合型リゾート産業展

統合型リゾート(IR)により
MICE新時代が到来します。

「特定複合観光施設区域整備法」(平成30年7月27日法律第80号)では、中核施設の要件として、国際会議場施設及び展示等施設(MICE施設)の設置を定義しています。IRの実現により、10万㎡を超える展示場をはじめ、国際競争力を発揮できる大規模MICE施設が出現することになります。

協力・出展

見どころ

1 グローバルにIRを展開するオペレーターが出展

2 有識者・オペレーター トップが登壇する講演とパネルディスカッション

大阪府大港手付推進推進委員長
(公財)大阪観光局 理事長
清澤 宏氏

大阪府経済振興局 局長
柏木 隆昭氏

シーザーズ・エンターテインメント
国際開発 社長
スティーブン・タイト氏

ギャラクシー・エンターテインメント
最高執行責任者
テッド・チャン氏

ゲンティン・シンガポール
代表取締役社長
タン・ヒーテック氏

メルコ・グローバル・エンターテインメント
アジア・パシフィック・ディベロップメント
代表取締役社長(CEO)
ジェフリー・デビズ氏

ラスベガス・エンターテインメント
代表取締役 CEO
ジョージ・タナウィッチ氏

日本 MGM リゾーツ
代表執行役員 兼 CEO
エド・パワーズ氏

ウィット・リゾーツ・ディベロップメント
ジャパン 代表
クリス・ゴードン氏

詳しくはWEBへ。

多彩な出展社情報や講演タイムテーブルなど、
情報続々更新中。

入場料が無料になる、
来場事前登録受付中！

問合せ先：【関西】統合型リゾート産業展実行委員会 事務局（株）イノベント TEL: 03-6812-9422

後援

(公社)関西経済連合会、(一社)関西経済同友会、大阪商工会議所、(一社)大阪青年会議所、(公財)大阪観光局、(一財)関西観光本部、(公社)京都府観光連盟、(公社)ひょうご観光協会、(公社)ひろこ観光協会、(一社)徳島県観光協会、(公社)国際観光施設協会、(一社)日本インバウンド連合会、(一社)日本コンベンション協会、IR*ゲーミング学会、夢洲新産業創造研究会、(一社)IR産業推進機構、(一財)大阪国際経済振興センター 他

博覧会・展示会の企画に参画させて下さい。

飯田電機工業株式会社

http://www.iidae.co.jp/

□イベント事業本部

〒136-0082 東京都江東区新木場1-8-21
TEL 03-3521-3522 FAX 03-3521-3524

□千葉事業所

〒261-0025 千葉県千葉市美浜区浜田2-38第3ビル
TEL 043-273-2441 FAX 043-273-2531

□池袋サンシャイン事業所

〒170-0013 東京都豊島区東池袋3-1-4文化会館3F
TEL 03-3982-9551 FAX 03-3982-9564

□大阪事業所

〒550-0011 大阪府大阪市西区阿波座1-9-9阿波座パークビル
TEL 06-6543-2880 FAX 06-6543-2884

□インテックス大阪事業所

〒559-0034 大阪府大阪市住之江区南港北1-5-102インテックス大阪内
TEL 06-4703-5401 FAX 06-4703-5402

□本社事業本部

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-8-7表参道IDAビル
TEL 03-3409-3333 FAX 03-3409-0104

□東北事業所

〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町2-10-17仙台一番町ビル6F
TEL 022-716-2077 FAX 022-716-2078

□本社

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-8-7
TEL 03-3409-3331 FAX 03-3409-3827

イベントバズル
Event Buzzle

イベントを、もっとラクに、
もっと楽しくできるはず

いま、イベントバズルは、皆さまのお役に立つため、さらに見やすく、さらに情報を増やして、生まれ変わろうとしています。

ただいま、リニューアル中
もう少々お待ちください

http://eventbuzzle.com

ココロ動く！
企画の舞台裏

antenna*
TOKYO* LIFE

#11 株式会社スペースマーケット

インドア花見×企業イベントの可能性

マーケティング施策を再考している方にお届けするコーナー。キュレーションアプリ antenna* に掲載されたイベント企画仕掛け人の先輩に「なぜイベント?」「効果は?」と素朴な疑問を聞いていきます。

* * *

UCC ドリップポッド、スペースマーケット、

antenna* は一緒に、原宿のレンタルスペースで「インドア花見でコーヒーマリアージュ体験! supported by UCC ドリップポッド」を開催した。コラボ開催・イベント企画の意図とは。

Q. コラボレーションした意図は

パーティー利用や撮影スタジオ等での用途以

倉橋 愛里さん
株式会社スペース
マーケット
ビジネス開発部



外にも、「企業様がイベント会場として使う」というレンタルスペース利用の可能性を広げたいと考えていました。今回、シーズンに合わせた「インドア花見」というテーマと相性の良い「コーヒー」「コーヒーマシン」というプロダクトを持つ UCC ドリップポッドさんにも協力してもらい、共同開催を行うに至りました。

Q. 今回のイベントの体験設計ポイントを教えてください

季節の特集テーマとして掲げた「インドア花見」。そのポイントは、従来のお花見とくらべて「お酒の有無を問わずホームパーティーのように楽しめる」点や、お母様方から需要の多い「お子様が走り回っても目が届く」という点、そして「天候・気温・花粉に左右されない」点です。同じく「外だと香りがわかりにくい」等という理由から、屋内で楽しむのが最適なコーヒーとは、利点が一致しました。また今回の会場では、花見らしい空間設計をデザイナーが行っています。写真撮影も楽しめる装飾・演出が施された空間を提供

することで、より高い効果を発揮できる、良い例になったのではないかと思います。

Q. 参加者の皆さんの反応はいかがでしたか

今回の参加者のみなさんは、積極的で、「しっかりこの空間を楽しもう」という姿勢を強く持つ方が多い印象でした。先生に質問したり、初対面同士の方で交流していたり。また、イベント中の写真を撮っている方が非常に多かったので、空間演出の面でも成功した実感を持ってました。

Q. 体験型イベントの価値とは

企業の方がファンの方と濃くしっかりとコミュニケーションを取る場として、屋内スペースは最適だと思います。世界観の構築がしやすい、閉じられた場所で直接的な関わりのできる場、という点が強みになるためです。ただ、レンタルスペースだと参加人数規模が小さいという課題があるので、メディアとしてのリーチ力をもつ antenna* さんと共同で「トレンド感」のある発信を組み合わせることで、今後も展開できればと考えています。



10 日に行われた「インドア花見でコーヒーマリアージュ体験! supported by UCC ドリップポッド」

図●「インドア花見でコーヒーマリアージュ体験! supported by UCC ドリップポッド」で企業とのコラボ事例展開も

トレンド情報として配信 (antenna* で発信)



インドア花見

(スペースマーケットが場を提供)



コーヒーマリアージュ体験

(UCC ドリップポッドで体験を提供)



家具づくりの自由化で広がる!? 木工加工

— EMARF (エマーフ)

VUILD(株) (神奈川県川崎市／秋吉浩気代表取締役) は、4月11日から、家具づくりをすべての人に解放するサービス「EMARF (エマーフ)」の正式運用を開始した。

EMARF は、ユーザーがオンライン上で好きな家具のテンプレートを選び、自分の部屋や身体にあったサイズに調整することで、オリジナル家具を出力することができるサービス。完成した製品を受け取るだけで

はなく、工房へ出向き、設計した家具を工房オーナーのサポートのもと完成させることもできる。

家具のデザインをゼロからする必要がなく、CAD のスキルも必要ない。サービス開始時は、棚、スツール、机、椅子の4種類のデザインテンプレートを用意している。

たとえば、スタートアップのフェスティバル「Slush Tokyo2017」では VUILD がメインステージの背景とな



EMARF の活用を視野に入れ、パナソニック、カインズ、カヤック、リビタ、LIFULL、富山県南砺市との連携も発表された

る構造物を設計・製作した実績もあり、今後、イベントでの木工加工にも可能性がありそうだ。

8K 作品をシアター上映

— デルタ電子

デルタ電子は4月16日、富士ソフトアキバプラザで8Kドキュメンタリー作品「Water with Life in Taiwan」の上映会を開催した。

同作品はデルタ電子ファウンデーションとNHKエンタープライズが制作した45分におよぶ8K高解像度映像の環境ドキュメンタリー作品。

同作品の編集版「水とめぐる四季」はNHK BS 8Kチャンネルで放送されているが、今回はアキバシアターの320インチスクリーンにデルタ電



制作の裏側についても語られた

子の2万ルーメン8Kプロジェクター「INSIGHT Laser 8K」で投影し、精細で迫力のある映像を楽しめた。

行きたい! 食べたい! 欲しい! が見つかるキュレーションアプリ

antenna* が
あなたのイベントを
応援します!

イベント告知から集客、
イベントレポートまでフルセットでご提供!

オフショも充実!

インフルエンサーキャスティング・
動画撮影・メディア誘致・データ納品など



実施事例も多数! お気軽にお問い合わせください

お問合せ先 antenna_sp@glider-associates.com

antenna*
TOKYO* LIFE



EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

社内イベントも
インタラクティブ

次の5月31日号で特集します

インタラクティブな私



6月30日 映像・照明・音響、イベント演出の最先端
7月31日 イベントのケータリング
8月24日 BACKSTAGE 直前
9月30日 スポーツ マーケティング
10月31日 体験価値を可視化する

広告出稿の問合せはこちら▷株式会社 MICE 研究所
info@event-marketing.co.jp (担当: 田中力)

期待の新人 15 人が入社

—— サクラインターナショナル

展示会や MICE イベントの運営サポートや出展企業の支援を行うサクラインターナショナルは4月2日、今年1月に東京都江東区木場に移転した同社の東京本部オフィスで入社式を開催した。

妙代金幸社長や牧さき子社長室長のほか各取締役の訓示、同社の海外事務所やパートナー企業など世界中からの祝辞と激励のメッセージも寄せられた。



妙代社長の訓示に聞き入る15人

今年の新入社員は東京と大阪採用合わせて15人。国籍と個性豊かな新戦力が参入し、さらなる同社の飛躍にむけて体制が整った。

世界 MICE 産業に発信 —MPI Japan GMID

4月4日のGlobal Meeting Industry Day(GMID)にMPI Japan チャプターが参加した。各国のMICE関係者とオンラインで交流したほか、会場を提供したDMO 東京丸の内の藤井宏章氏がプレゼン、菅優子氏はEMEC19報告を行った。

POOL 代表中村友哉氏は、参加者にフェイスペイントを施した。



海外プランナーと繋がる1日

ICT で MICE 強化 —観光庁

観光庁がMICE×ICT事業の調査成果報告会を実施。AI、ICT、XR、ロボット、IoT、センシング、次世代ネットワークなどのテクノロジートレンドと日本MICEの競争力強化や差別化の手法について、スタートアップ企業5社とMICE有識者を交え議論した。弊社からは代表の田中が参加。取材を通じて得た知見を語った。



MICE 活用に向け議論

人材育成

世界最高の IR 実現に人材の力を

日本カジノスクール校長 大岩根 成悦さん

統合リゾートという新産業の開始と同時に、ディーラーという新しい職種も誕生する。育成を手がける日本カジノスクール校長の大岩根成悦さんに話をうかがった。

卒業生 4 人から 6000 人の人材目指す

1999年に石原慎太郎都知事のカジノ構想、2002年の都庁で開催された模擬カジノなどをみて、2004年に開校しました。法案があがっては消えを繰り返した15年の間には卒業生が4人しかいなかった年もありましたが、法案が成立したいま、在校生は100人ほどになっています。

しかし、IR施設3か所がシンガポールと同じ規模だと仮定すると、ゲームフロアだけで6,000人ほどが必要になります。これまでの卒業生を累積しても800人ほどなので、雇用促進のために原則日本人で運営するには、開業見込みの2025年までに急ピッチで育成が必要になります。

ディーラーは ホスピタリティ業

よく、ルーレットで狙った目に落と



大岩根成悦さん（日本カジノスクール東京校にて）

す方法を教えていると勘違いされるのですが、誰かにわざと勝たせるような不正を防ぐためディーラーの所作は細かく決められています。

実際に求められる能力は、正確に早くミスなくゲームを進行すること、ホスピタリティです。カジノは控除率が低い多売薄利なゲームが多いので、プレイの回転を早くし、かつお客様に快適に長い時間楽しく遊んでいただかないといけません。

そのほか、ゲームのルール、カジノの歴史、カジノ英会話、接客、ギャンブル依存症についてなど、座学で

も多くのことを学んでもらいます。大きな金額が飛び交うカジノで働くためには、厳しい信用調査をクリアしなければなりません。技術や知識以外のことも身につけてもらいます。

後発である日本のIRを世界最高品質にするために重要な、お客様への対応もするディーラーのホスピタリティを育成するのが私たちの役目だと思っています。

そのなかに日本的な文化をおりこんで、IRをきっかけに日本の素晴らしさが世界に伝播するようになるといいですね。

垂直な人間関係をいかに取り払い、 水平な関係になるか

お笑い芸人オシエルズ / 日本即興コメディ協会代表
矢島ノブ雄さん

「編集長に叱られる #03」(3/29)では、お笑い芸人オシエルズで日本即興コメディ協会 代表の矢島ノブ雄さんをゲストに、イベントの場づくりのための心理的安全性のメソッドやイベントという生の場を思い切り楽しむために大事なことをお聞きしました。

1人で飛び入り参加しても居心地がいい、初めてでも主役のような気分になる、といったようなイベントをつくるために主催者や参加者が心がけることについて聞くことで、イベントの場づくりを学びました。

消しゴム教祖とゲーム

矢島さんは開始早々、即興コメディというものがどんな手法なのか、ペーパーズというインプロを実演してくれました。まずは参加者に「10年前の自分に向けたメッセージ」を書くようにと小さい紙とペンを渡します。その紙は2つ折りにし伏せて

集めておきます。次に、設定となるお題を2つその場で募りました。参加者が気の向くままバラバラに答えて、矢島さんは「消しゴム教の教祖」という役に決定。すると、スイッチが入ったように矢島さんは怪しい教祖となり消しゴムを10万円で売るといふ説法がはじまりました。さきほど集めておいた紙を無作為に開き、話しに織り込んでいきます。すると10年後の自分へのメッセージだったはずの言葉は、お告げのように聞こえるほど。大きな笑い声とともにインプロという体験に感嘆した参加者からは拍手が起きました。

また、矢島さんは企業研修や学校でも実施しているというアイスブレイクのゲームを紹介。2人1組ペアになって、じゃんけんをしてあいこになったら同じことを考えてた！ということでイエーイとハイタッチをするというもの。次に3人1組でもトライして、さらに盛り上がって

ました。

心理的安全性のメソッド

これはイベントの自由性をどのように設計するか？を伝えるためのもの。矢島さんは「イベントの目的はそのイベントへの参加を通して自分が変わることが一番の価値」と話します。イエーイと身体的接触も伴ってひとと関わることで、相手のアイデアを受け入れやすくする仕掛けが含まれているのだそうです。

こうしたイベント場づくりのための心理的安全性のメソッドを多く披露してくれた矢島さん、そのなかでも印象に残ったのは、「垂直な人間関係をいかに取り払い、水平な関係になるか」ということ。

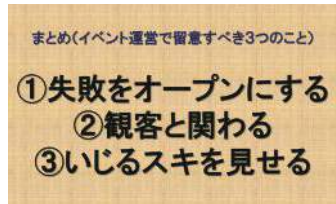
そのためには、イベント運営での留意点として「失敗をオープンにできることがすべて」、「観客と関わる」、「いじるスキを見せる」という3つのポイントを伝えてくれました。



矢島ノブ雄さん



シンプルなアイスブレイクにも仕掛けが



イベント運営で留意すべき3つ



3回目は叱らせてもらえました

「編集長に叱られる」とは

「編集長に叱られる」というイベントは、本紙イベントマーケティング編集長の樋口が、気になるゲストをお招きする公開インタビューイベント。

「イベントの未来をつくる105人」のコミュニティと共催で、月に1回のペースで開催しています。「イベントの未来をつくる105人」では、このイベントのほかに、地域創生をテーマにした専門性あるイベント「LOCAL Meetup」や、経営者から話を聞く「CxO105人カイギ」など、シリーズで数多くのイベントが実施中です。詳細は、Facebookページをご覧ください。

SXSW での体験から新たな視点を共有

— seek ∞ SXSW2019 報告会

4月3日、フジテレビ本社オフィスタワー 22 階フォーラムで「seek ∞ SXSW2019 報告会」が開催された。

「seek ∞ (シーク)」は、昨年 4 月にスタートしたニュースメディア「FNN.jp プライムオンライン (FNN.jp)」の 1 周年を記念して行われたトークイベント。SXSW2019 (3/8~17@ 米国テキサス州オースティン) では、FNN.jp が経産省主催の日本館「The New Japan Islands」のメディアパートナーになっていることから、統括プロデューサーの経産省宇留賀敬一さん、統括ディレクターを担当したメディアアーティストの落合陽一さんが制作ストーリーや現地での反響を語った (写真)。また、第 1 部では SXSW に携わっ

た企業のキーパーソンや文化人が登壇し、それぞれの SXSW での経験と体験から得た新たな視点などを共有した。

第 1 部で印象的だったのは、初の単独出展で話題になったシチズン時計オープンイノベーション推進室の取組みを語った大石正樹さん、山崎翔太さんの「企業でイノベーションを起こすには」。SXSW への出展は、半年前の開発段階での決断で、プロジェクト社内認知度もバラバラだったが、出展後外部評価が高まり、内部の抵抗分子も協力的になった。外の風が中にも影響を与える、ということを活用すべき、と大企業でのイノベーション推進のヒントとなるような体験談を話した。

seek ∞ では参加者同士のコミュ

ニケーションを通じて未来を探索する場を提供する、としてネットワーキングを用意。第 2 部からはライトニングトーク形式で「AI はクリエイティブ職の仕事を奪わない」(岡本侑子さん) など 6 名が独自のテーマでショートプレゼンを行った。

「seek ∞」では今後も最新のテクノロジー情報など、さまざまなテーマでトークイベントを展開していく。



「seek ∞ SXSW2019 報告会」

イベンター・マーケター向け 5 月のセミナー・イベント

15・16 日

第 1 回【関西】統合型リゾート産業展
@インテックス大阪

22・23 日名古屋 30・31 日大阪
デジタルイノベーション 2019
@吹上ホール (名古屋)、グランフロント
大阪 (大阪)

22~25 日

Marketing Agenda 2019
@ロイヤルホテル 沖縄残波岬

28・29 日

Commerce Summit One to One
@ホテル&リゾーツ南房総

29・30 日

イーコマースフェア 2019 大阪
@マイドームおおさか

29~31 日

ワイヤレスジャパン
@東京ビッグサイト

<訂正とお詫び>

3月31日発行の本紙 45 号 8 面に掲載した図面に誤りがありました。紙面では「Aichi Sky Expo」となっておりましたが、正しくは「Aichi Sky Expo」です。ここに深くお詫びし、訂正させていただきます。弊社ウェブサイトで修正した PDF を配信しておりますので、ご参照、ダウンロードしてください。



次号予告

47 号は 5 月 31 日発行

<特集>

社内イベントもインタラクティブ

箭内道彦氏、小橋賢児氏らが参画

— 東京 2020NIPPON フェスティバル

4月4日、東京 2020 組織委員会は、東京 2020 大会の公式文化プログラム「東京 2020NIPPON フェスティバル」のキャッチフレーズ「Blooming of Culture 文化は、出会いから花開く。」を発表した。

合わせて主催プログラム 4 事業の企画とコンセプト映像も公開した。

キックオフイベントは、歌舞伎俳優の市川海老蔵さんとオペラ歌手のプラシド・ドミンゴさんが共演。

開幕直前イベントは、踊りや歌を通して交流する場を創出する。

パラリンピック開幕直前イベントは、障がいのある人や LGBT など多様な人々がアートやパフォーマンス活動を展開。企画・制作はクリエイティブディレクターの小橋賢児さん。

東北復興イベントは、東北・東京を舞台とした文化プログラムをキャラバン展開。クリエイティブディレクションは箭内道彦さんが務める。



キャッチフレーズを手に
東京 2020NIPPON フェ
スティバル組織委員会の
面々

副編タナカリポート



デジタルが左右する 展示会産業のゆくえ

講演タイトル デジタル・ディベート
モデレーター Matthias Tesi Baur 氏、
スピーカー Stephan Forseilles 氏、Gunnar Heinrich 氏

UFI のデジタルイノベーション委員会の 3 人が登壇。展示会のテクノロジーに関する設問について、スピーカー 2 人が反対の立場で意見をたたかわせた。設問発表時の参加者の意見が、議論の後にどう変わるかをリアルタイムで見ながら進行了た。

— AI が展示会産業を短期間で劇的に変えるか

Stephan 他の業界ではすでに刷新はおきている。一日の行動予定を AI が提案し、人間は承認するだけ。提案のなかに展示会が入るように努力しないと。

Gunnar AI 導入の問題点は過剰な期待。AI に展示会の準備と実施を完璧にやってもらい、人間は遊んでいい、とはならないでしょう。

— 展示会企業は優秀な IT 人材を確保できるか

Stephan GAFA や金融と比較し、技術者が活躍する場は少なく予算も低い、それ以上に深刻なのは文化。カスタマーエクスペリエンスを最重要視している産業と比べて、イノベーションが起きづらい。そういう環境に優秀な人材は集まりづらい。

Gunnar 自分たちを過小評価している。テクノロジーを駆使して会場内や会場に行くまでに心地よい体験を提供している展示会は多く MPS (仕

事満足度) が高い見本市企業もある。そのベストプラクティスを標準化していけばいい。ゲートに長い行列ができていても、予算がないからやらなくていい、という習慣を変えていくことからはじめればいい。

— GDPR (EU で昨年 5 月に発効したの個人情報保護法) の影響は?

Stephan 個人情報を守ることが重要だが、ユーザーは個別化されたパーソナルな体験を求めており、そこでのイノベーションやクリエイティビティが阻害される。アイデアを生むには自由が必要なので、他地域に遅れをとるのでは。

Gunnar 事業者のビジネスに制限がかかるというが、アドブロックをするユーザーが増えているなか、一斉に同じメッセージを送るのではなく、ユーザーのニーズを正確に把握して期待通りのコンテンツをおくることでコミュニケーションが活性化される。GDPR の規制下でビジネスする経験は資産となるだろう。

※全文は弊社ウェブサイトに掲載



「デジタルデータの活用は十分でない」という設問に、反対意見が出せなかった両氏はハグ

EVENT MARKETING

FREE PAPER

読者Profile

大手メーカー・マーケター

▶年間イベント件数: 約 20 件
デジタルマーケティングと
オフラインを組み合わせて
販促とファンづくりに

製薬会社 ミーティングプランナー

▶年間イベント件数: 100 件超
業界のファーストムーバーとして
異業種のトレンドを知り
講演会に活かしたい

IT 企業向け マーケティングサポーター

▶年間イベント件数: 約 150 件
イベントマーケティングに関わる
テクノロジーやツールについて
情報収集したい

毎月 30 日発行

定期送付申し込み

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

