

「face to faceを科学する」月刊イベントマーケティング

EVENT 51 MARKETING

September 30, 2019

特集
メガスポーツイベントの
レバレッジ



マッツ・
ミケルセンさん
(写真提供：ハリウッド・コレクターズ・
コンベンション)

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



盛り上がるためのテクノロジー

雨足が強くなっても、カップを来た観客は帰ろうとせず、天守閣に映し出された鮮やかな映像に釘付けになっている。9月22日に開催された第8回プロジェクションマッピング国際大会「1minute Projection Mapping in 小田原城」の会場のようすだ。

世界43の国と地域から応募された177作品の中の優秀作品20本が上映された。完成度の

高さに驚いたが、多くがプロの映像会社やアーティストが手がけたもの。そのセンスと技量が約1分間に凝縮されている。

城がスクリーンということ意識してか、忍者や侍が活躍する作品もあり、海外の方が日本の歴史や文化やどう表現するかも楽しめるイベントだった。北条早雲のTwitterアカウントも「もはや僕の城ではない…」とつぶやい

ていた。ファイナリストの多くが会場に招待されており、表彰式では他の受賞者や審査員とハグしたり、さまざまな言語で感謝の気持ちと言葉を観客と分かち合ったりと、表彰式自体が国際的でとても盛り上がっていた。

小田原城では前日21日にも、もう一つの世界大会、ラグビーW杯のパブリック・ビューイングが予定されていた(当日荒天のため駅

地下に会場が変更になった)。市内でキャンプを行ったオーストラリアチームの初戦だ。こちらも盛り上がっている。

この数年日本でメガイベントが多数開催される。イベントの惑星直列、こんなに続くのは一生に一度ではすまない確率かも。このイベント確変が、イベント業界になにをもたらすのか、どんな新しい技術が僕らにリッチな体験を提供してくれるのか、純度100%の文系で機械オンチなくせにテクノロジー大好きなイブ

マケ編集部が特集記事でお届けする。
(小田原城大会のレポートは次号で掲載)

すべ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！
ビジネスイベントの豊富な経験と実績、イベント主催者様の立場になってサポートします

- 申込受付管理**
ウェブ事前受付
オンライン決済
チケット発券
- 各種事務局**
来場者事務局
スポンサー事務局
登壇者事務局
- 企画制作・運営**
カンファレンス
各種イベントの
企画制作・運営
- 集客広告**
各種ウェブ広告
各種 SNS 広告の
提案・運用

イベントレジスト株式会社
http://eventregist.com 【資料請求・お問い合わせ】 MAIL:contact@eventregist.com TEL:03-6869-5592

メガスポーツイベントのレバレッジ

メガスポーツイベントは、「1 社会資本を蓄積する機能、2 消費を誘導する機能、3 地域の連携性を向上する機能、4 都市のイメージを向上する機能」の4点を、その機能として指摘されていて*1、観光産業へのインパクト、医療費の削減、施設建設に伴う直接効果などの「経済的効果」、コミュニティの再生、地域文化の創造、人材育成・青少年育成などの「社会的効果」、QOL(Quality of Life、生活の質)の向上、健康増進、自己実現・生きがいの発見などの「個人的効果」の3つに機能を区分している*2ものもある。

少し遠くから眺めると、予算の大きさもあって、ステークホルダーへの説明責任があるから、なんだかウチにどれだけ、ワタシにとってどんな変化があるのかという内向きの機能ばかりのような気がしないでもないけれど、さまざまな国の儀式をみたり、国歌を聴いたり、「やっぱりアイルランド戦はギネスビールと観なくちゃね」って異文化、ソトへの関心が拓く感覚も忘れたくない。9月20日からはじまったラグビーのメガスポーツイベント。アジア初開催の機会に恵まれたイベント業界・マーケティング界隈は、今回、どう活用できるだろうか。

*1: 原田宗彦 [2002] 「スポーツイベントの経済学」平凡社より
*2: SSF 笹川スポーツ財団 [2006] 「スポーツ白書」

メガスポーツイベントって何がメガなの？

■ 経済波及効果は？

世界3大スポーツイベントは五輪、サッカーW杯とラグビーW杯と言われる。開幕前に大会組織委員会が開いた記者会見では「全体の180万枚のうち95%が売れた」と発表。メガスポーツイベントの直接的(施設設備費・大会運営費・参加費・マーケティング費)経済波及効果を比較してみた。

■ 運営費は？

300 億円

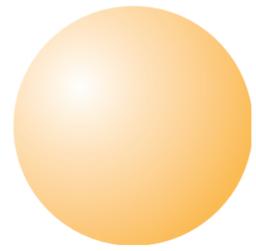
ラグビーW杯の経済波及効果4372億円のうち、大会運営費(仮施設整備費、エネルギーインフラ、輸送、セキュリティ、テクノロジー、オペレーション、管理・広報、その他)は、300億円と試算されている。



ラグビーW杯 (2019)

4372 億円

*参考: 大会組織委員会発表数字



東京五輪 (2020)

1兆 9,790 億円

*参考: 東京都オリンピック・パラリンピック準備局発表数字

■ マインド効果は？

2019年のラグビーW杯は、TOKYO2020、2021年の関西ワールドマスターズゲームと続くゴールデン・スポーツイヤーズの幕開けとも言われる。

ラグビーワールドカップ2019公式アンバサダーを務める、廣瀬俊朗さんは、「ラグビーは自己肯定感の高い人が集まっている。なぜかという10のポジションがあって、いまの自分の体型、アイデアで活躍できるポジションがある。自分を変えずにそのまま活躍することに救われてきた。自分に自信をもてないと、ひととの違いは怖いとなるけれど、認めら



廣瀬俊朗さん ([LIVES TOKYO 2019] トークショーより)

れて自信をもてると、ひととの違いを認められるし、面白いと思える。そこがラグビーのいいところ」と、スポーツを活用した多様性への対応を伝え、オリンピック・パラリンピックへもつなげようとした。

MOVE-S ご利用者募集

in ARIAKE

感動体験

2019年10月～2020年5月末まで

今回西尾レントオール株がショールームとして有明に開設しているMOVE-Sのご利用希望者を募集しております。イベント開催等に是非ご利用ください。

※見学・ご利用希望される方は、下記弊社ウェブサイトお問い合わせフォームにて必要事項、お問い合わせ内容に「MOVE-S 利用希望」とご記入いただき、お申込みお願い致します。

見学・ご利用
お問い合わせ先
TEL : 03-5765-9240
FAX : 03-5765-3240
http://event.nishio-rent.co.jp/

総合レンタル業のパイオニア
西尾レントオール株式会社

テントサイズ (W)20m×(D)30m×(H)9m
東京都江東区有明 1-3-28
ゆりかもめ「有明テニスの森」駅より徒歩5分



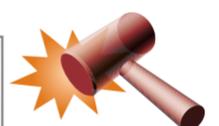
モニック株式会社

〒342-0015 埼玉県吉川市大字中井20番地1
TEL 048-984-0230 FAX 048-984-0231



イベントを、もっとラクに、
もっと楽しくできるはず

いま、イベントバズールは、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。



http://eventbuzzle.com

ただいま、リニューアル中
もう少々お待ちください



電通がスクラムベンチャーズとともに、テクノロジーの力で新しいスポーツ事業を創造するSPORTS TECH TOKYOを立ちあげた。プログラムを推進する電通の中嶋文彦さんに、これまでの取組みや、スポーツイベントの体験提供を変えるテクノロジーについて聞く。

スポーツビジネスの領域を拡張

昨年10月に「SPORTS TECH TOKYO」(以下STT)がスタートアップ企業の募集を開始。今年8月20日にはサンフランシスコジャイアンツの本拠地オラクル・パークでデモデイを実施。ファイナリスト12社のピッチ、ほか



中嶋文彦さん
電通 CDC Future Business Tech Team 部長 事業開発ディレクター

13社も加わった25社による出展、投資家やメンターのセッションが行われた。

同プログラムは、「PLAY」、「WATCH」、「SUPPORT」というスポーツの3つの関わり方に、最新映像技術、XR、AI、Fintechなどテクノロジーを活用することで、医療、小売、観光、金融など、他産業と融合してスポーツ産業に新たな事業を創造していくことが目的だ。総合商社の伊藤忠商事、音楽業界のソニーミュージック、ITの日本マイクロソフト、化学・ヘルスケア領域に強みを持つ商社のCBCなどをパートナーとしていることでも、広範囲の分野からの事業創造への期待がうかがえる。

ターゲットはグローバル市場、北米に強い

表● SPORTS TECH TOKYO ファイナリストのテクノロジー (抜粋)

スタートアップ企業 (サービス名)	機能・特長
Misapplied Sciences, Inc (パラレル・リアリティ)	1つのディスプレイで、見る人によって異なる画像を見せるシステム。
SportsCastr, LLC (スポーツキャスター LIVE)	ユーザー自身が実況中継を行い配信できる動画プラットフォーム。
Reely	動画分析を行い、ハイライトを生成するソリューションを提供。
Pixellot LTD	無人マルチカメラでスポーツ中継を自動で撮影・記録する。
edison.ai	動画内の選手を認識しスタッツなど関連情報を提供。
4DReplay, Inc.	スポーツやイベント中継などで360度ハイライト映像を生成する。

スクラムベンチャーズとの協力もあり、ファイナリストのうち11社は日本以外の企業と、国際色豊かな顔ぶれがそろっている。STTのオーナー、電通の中嶋文彦さんは「TOKYOと名付けたのは、スポーツと他産業が化学反応するシンボリックな都市に東京がなしてほしいという想いです」と語る。

民主化するコンテンツ

サンフランシスコで行われたファイナリストのテクノロジーの中からイベントの参加体験、視聴体験を変えそうなものをまとめた(表)。多くのテクノロジーがSTTを通じて、スポーツチームや競技場などに導入・実証実験が決まっている。

「マルチアングル映像から好みの選手をピックアップしたり、迫力のある映像に切り替えたり、実況中継を入れたり、一つの試合からユーザーが数多くのコンテンツを制作・配信できるようになれば、それをみる視聴者もできます」(中嶋さん)。You tube が多くのクリエイターを生ん

だように誰もがスポーツコンテンツをつくれるようになるのだろうか。「試合映像の権利はリーグやチームに帰属します。それを編集したコンテンツの権利はどうなるのかという問題もでてきますが、逆にライセンスビジネスに展開することもできそう」と中嶋さんはいう。STTのパートナーには法律事務所やコンサルティングもいて、さまざまな制度設計も行っている。

「Pixellot LTDの無人カメラシステムも大きな可能性を感じています。テレビ放送されない多くの試合を潜在的なコンテンツと考えています。これまでのビジネスモデルでは収益があげられなかった競技でも、映像コンテンツにすることで、さまざまなビジネスモデルと連携できます。自分の子供の試合をみる、とかでもいいですよ。」

人を魅了する力をもつスポーツと別分野をつなげることで、多くの競技の収益化やスポーツ市場の拡大、投資側は事業創造と市場開拓ができる。この好循環がスポーツイベントをさらに盛況にする日は近い。

経験者・フォークリフト免許取得者・中型免許取得者、優遇!!

スタッフ大募集!

<事業内容>

- ・展示会基礎 / フース設置
- ・各種イベント会場設置
- ・スポーツイベント会場設置
- ・進学開業所 / 試験会場
- ・学園祭 / 市民区民祭り
- ・音楽イベント / フェス会場設置

イベントの事なら

ジャパンレントオール

JAPAN Rent-All

<会社概要>

社名 ジャパンレントオール株式会社
 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)
 代表取締役 加護 洋一
 従業員 85名(グループ 125名)
 本社 兵庫県神戸市西区玉津町高津橋467-1
 他 関東支社・関西支社・東京営業本部・名古屋支店・京都支店・神戸支店・福岡支店
<http://www.japan-rent-all.com/>

—まずはお気軽にご連絡ください!—
 ☎ 0120-880-688
 ✉ info@japan-rent-all.com

語り継がれる瞬間を残したい。
 sounds & images, for your all IMAGINATION

Background Photo by
 Tリーグ 2018-2019シーズン
 B.LEAGUE FINAL 2018-19 ©B.LEAGUE
 2018 JAPAN CUP CYCLE ROAD RACE

STAND UP ORCHESTRA

hibino corporation
<https://www.hibino.co.jp/visual/>

広がる「みる」楽しみ方

パブリック or プライベート

パブリックビューイングやプライベートビューイングなどさまざまな楽しみ方が広がっているようだ。全国12のW杯開催都市には、チケットがなくても楽しめる「ファンゾーン」が設けられた。観戦用の大型画面が用意され、パブリックビューイングが行われている。一方、プライベートビューイングは、貸切空間で限定されたメンバーと多様なエリアや雰囲気で開催できるのが特徴。レンタルスペースのスペースマーケットが行ったユーザー調査(会員859人へのwebアンケート)によるとスポーツ観戦場所としての人気順は「自宅」64.7%、「スポーツバーや飲食店」42.6%、「友人・知人宅」27.8%(複数回答可)。観戦ツアーを企画するのも楽しそうだ。



9月20日の熊谷市コミュニティひろば



スペースマーケットではプライベートビューイングの特集ページを開設

ファンゾーンで 思い出を「カタチ」に



キャンノブース (イメージ)

W杯オフィシャルスポンサーのキャンノンでは、12開催都市ファンゾーンのうち、東京スポーツスクエア(東京)、調布駅前広場(東京)、臨港パーク(神奈川)、大分いこいの道広場(大分)で、キャンノブースを出展。自分が選手になってタックルをかわしてトライしたり、大会公式マスコットと一緒に撮影できる合成動画体験ブースを設置する。

読んでから「みる」 楽しみも

「ラグビー知的観戦のすすめ」
(廣瀬俊朗著、角川新書)

元日本代表でキャプテンを務め、テレビドラマでも活躍する廣瀬俊朗さんが「ラグビー知的観戦のすすめ」の新書を発行。「お酒を飲むならセカンドロー」など独自の視点でポジションを紹介する。

メガスポーツイベントの舞台裏

運営チームも真剣勝負

幅45.4mの巨大画面がプールサイドに出現した。8月に開催された「FINA 競泳ワールドカップ2019東京」では、この8mmピッチのLEDパネル71枚を横につなげた、アスペクト比454:9の超ウルトラワイドディスプレイのほか、スターティングブロック後方に、5.77mmピッチと防水LEDでは高精細なモデルを使用した、幅27.6mディスプレイも配置された。

スターティングブロックの後方に高精細なLEDを採用したのは、「選手へのインタビューで近距離からの撮影でも、スポンサーのロゴをきれいに映すためです」と映像のオペレーションをてがげるヒビノの森田和彦さんは言う。大会運営に欠かせない企業スポンサーのロゴ掲載に対して森田さんはとくに配慮している。企業ロゴの色指定は印刷用のCMYKになっており、映像用のRGBで再現するため、色見本を見ながら調整を幾度となく繰り返す。また、万一の不具合に備えて、ターボリンにロゴを印刷した横断幕も用意している。

もともとLEDディスプレイの採用は、画面を切り替えて、多くの企業ロゴを掲載することが狙いだったが、森田さんは競技の盛り上げへの活用もはじめています。「テレビでは、登場演出、選手の表情やストーリー、スタッツなどの情報などが加わったコンテンツを楽しめます。会場

ヒビノ(株)
スポーツイベント
チーム 係長
森田和彦さん



での観戦は競技の生の迫力が魅力ですが、エンターテインメントの要素を増やすことが、映像の力でできると考えています(森田さん)

しかし、競技の主役であるアスリートへ負担を一切かけないのが前提条件。防水仕様のLEDパネルにも、選手の心理的な安心感を担保するために、アクリルボードをかける。選手の視覚に配慮し輝度を調整する。LEDを冷却するファンが回るかすかな音さえ競技への影響を考え、改善していく。

また、スポーツイベントはその場限りの一発勝負。タイムや順位などの即時情報を、短時間で映像演出と融合し表示するための、新しいオペレーションシステムも開発を進めている。「ヒビノならではの仕事というのは、いまできないことを実現することだと考えています。当社はメーカーでもあるので、映像の大型化、高精細化、高輝度化という技術的な進歩も必要ですが、会場に来られたお客さまに、より良い体験をしてもらう。そのための技術を日々考えています」と森田さんは語る。

会場外、会期前後もイベントのうち



キャンプ地にテントと床材を提供

柏市で地元の子どもたちが「ハカ」を披露してニュージーランド代表のキャンプ地入りを歓迎した様子は、国内外のメディアに取り上げられた。このように、メガスポーツイベントでは、参加チームが大会期間前から全国のキャンプ地で、最終調整を行う。

しかし、全国すべてのキャンプ地で、練習グラウンドの近隣に選手全員が入れるような、室内のトレーニング施設があるわけではない。イベント・展示会の運営を支援する西尾レントオールでは、そうしたキャンプ地に同社保有の大型テントやスポーツ用床材を提供・施工している。

大型のテントの設営には許可申請が必要だが、全国での統一基準があるわけではなく、各自治体への申請となり、施工会社の安全配慮

西尾レントオール(株)
RA 東日本営業部
次長
大久保光泰さん



の取組み、自治体からの改善要求への対応など、経験とノウハウと長期にわたる事前準備が必要になるという。

事前キャンプ中には地元との交流イベントや歓迎レセプションも催される。キャンプ地での開催には、テントを活用しどんな場所にも高級感のある空間を創出する、同社の「MOVE-S」というMICEやレセプション向けのサービスが威力を発揮しそうだ。

大会期間中にも、パブリックビューイングなどサイドイベントは多数開催される。テント、ステージ、客席などの施工、映像機器・中継車のオペレーションなど、同社では各部門の機材やスタッフを集結して、ワンストップで請けることが強みになっているという。

イベント関係者の活躍の場が増える一方、開催期間よりも長く広範囲なエリアで、会場・機材・人材の不足が予測される。これまで以上に前倒しの計画づくりが必要になりそうだ。

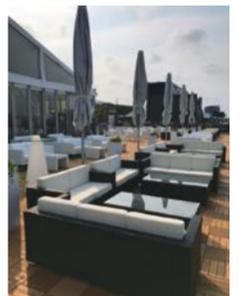
富裕層マーケティングの場に

モニック(株)
代表取締役社長
佐藤欽哉さん

レッドブル・エアレース千葉をはじめ各種イベントにチェアなどの家具を提供しているモニックでは、スポーツイベントへの供給が増えているという。代表取締役社長の佐藤欽哉さんは「今年発行したカタログには、メガイベントの日本開催を見越して、スポーツ系のコンセプト提案ページに力を入れました。おかげさまで反響が大きく、なかでもハイクオリティなソファの引き合いが増え、弊社でも在庫を強化しています」

グローバルなメガスポーツイベントを中心

に、VIPルールの設営が増えているという。スポーツイベントを活用した富裕層マーケティングが、着実に日本にも根付いているようだ。

スポーツイベント
VIPスペースの事例



開催直前！主催者インタビュー 「CEATEC 2019」

先端技術がサイバー空間と実世界をつなぐ

10月15日から18日まで4日間、幕張メッセでCEATEC 2019が開催される。20周年を迎えさらなる進化をとげるCEATECについて、事務局である日本エレクトロニクスショー協会の原理沙さんにうかがった。

一般社団法人日本エレクトロニクスショー協会 CEATEC 運営事務局 プロジェクトコーディネーター 原理沙さん

20年で家電から先端技術展へ

2000年に「エレクトロニクスショー」と「COM JAPAN」が統合し「CEATEC JAPAN」となり、20年目の今回、よりグローバルな展示会として「CEATEC」という名称に変更になりました。

統合当初は家電などのプロダクトの展示が中心でしたが、2016年から「つながる社会、共創する未来」をテーマに、あらゆる企業・業種によるビ

ジネス創出のための展示会に変わってきています。会場レイアウトもこれまでのように同じエリアを縦に配置するのではなく、会場全体を横断するように横長にしました。会場レイアウトにおいても、あらゆる産業・業種がつながり、共創することを形にしたものです。

IT・エレクトロニクス業界のPRだけでなく

先端技術の共創、CPS (Cyber Physical System) とIoTというコ

ンセプトの展示会に変わって、企画エリアの Society 5.0 TOWN に全天空や Japan Taxi、JTB といった、様々な産業からの出展も増えています。

また、スタートアップ企業や学生との交流の場など、企業PRの場としてだけでなく、オープンイノベーションのきっかけとしての役割を果たすようになってきました。

今年からスタートアップ施策でパートナーとしてご協力いただいております Plug and Play Japan さんとともにピッチ大会を開催したり、展示会後にフォローアップイベントを企画しております。

熱量の高い出会いを

こうした新しい展示会の役割にはアプリが大きな効果があると考え、これまでシステム開発会社ゾルテ

のアプリを利用してきましたが、今回は機能拡張してCEATEC公式アプリをリリースしています。

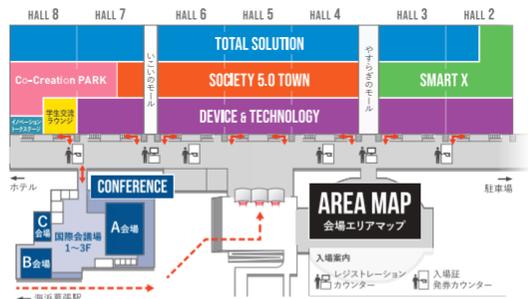
大きな会場図を拡げる代わりに、スマホで小間位置やセミナー時間を確認したり、会場で何が行われているリアルタイムの情報がわかり、効率的な視察ができます。行動履歴も残りますので、報告書作成や会期後のアクションに役立てて欲しいですね。そのほか同時通訳や乗り合いタクシー企画など10個の機能が

あり、来場者満足度を向上させます。今回は導入していませんが、来場者の周辺エリア情報のプッシュ通知などもしていきたいです。ブースを遠巻きに見ている人の中に重要なターゲットとなる来場者がいることも多いので、アプリを通じた軽めのコミュニケーションから、理想の出会いをコーディネートしていき

たいですね。

また、アプリとピンマイクロ社のビーコンの連携は展示会のあり方も変えるのではないかと期待しています。来場者の行動解析から、滞留時間、人気エリア、属性ごとの行動パターンなど、これまで数値化できなかったデータがとれます。これをマーケティングデータとして出展者に提供するだけでなく、私たちが活用して、来場者数といった大枠の指標だけでなく、展示会のもつ熱量、出会いの質と量といった、“展示会が提供する価値”そのものを測定できると考えています。その質の指標を作り、向上することで、よりよい展示会が

つくれるのではないのでしょうか。CEATECの会場に集まる先端技術は私たちの生活環境や社会構造を大きく変えています。展示会運営においても活用していきたいですね。



産業・業種のつながりと共創を形にしたレイアウト。「Combined Exhibition of Advanced Technologies」という名称に内容が連動してきたかなと思う(原さん)

ビーコン・センシング・来場者動態解析・展示会IoT化の
トータルソリューション

Pinmicro 株式会社 <https://www.pinmicro.com>
 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町二丁目20番地13 Y'S Coral Build 5F
 TEL: 03-6265-6556 Email: sales@pinmicro.com

EXHIBITION & EVENT 展示会・イベント
 SIGN & DISPLAY サイン・ディスプレイ
 SHOW MANAGEMENT SERVICE 主催者業務

up to date designing ココロ トコロ
印象に残る いい空間を創ります
 展示会・イベント・商空間・公共空間の企画、設計及び施工

COMMERCIAL FACILITIES 商業施設
 COMMUNICATION SPACE コミュニケーションスペース
 MUSEUM 文化・学術施設

株式会社 フジヤ www.fujiya-net.co.jp
 東京本社 〒135-0061 東京都江東区豊洲 5-6-36 ヒューリック豊洲プライムスクエア 3F
 TEL: (03)5548-2811 FAX: (03)5548-2821 E-mail: tokyo@fujiya-net.co.jp
 札幌・仙台・横浜・浜松・名古屋・京都・大阪・神戸・岡山・広島・北九州・福岡・シンガポール

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 幕張ビル 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IIDA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

REPORT

ファン 6000 名集う「ハリコン」へ

— マッツ・ミケルセンが来日

▼コスプレ姿で参加している来場者も



▶11月公開予定の「残された者 一北の極地」もブースを出展

▶来日したマッツ・ミケルセンさん。この背景をバックにファンとの撮影会が行われた。(提供:ハリウッド・コレクターズ・コンベンション)



9月14・15日、東京プリンスホテルで「ハリウッド・コレクターズ・コンベンション No.21 (ハリコン)」が開催され多くの映画ファンが集った。

東京国際映画祭、ショートショートフィルムフェスティバル & アジア、札幌国際短編映画祭など、秋には映画祭が数多く開催されるが、「ハリコン」は上映会があるというわけでも、配給会社のブースが並ぶビジ

ネス向けの見本市というわけでもない。参加者の目的は、ひとつ、ハリウッドスターに直接会うこと。

21回目を迎えたハリコンには、マッツ・ミケルセンさんが来日し、約6000人ものファンが集まった。

マッツ・ミケルセンさんは、「007 カジノ・ロワイヤル」や最近では「ローグ・ワン/スター・ウォーズ・ストーリー」、「ドクター・ストレンジ」な

ど、ハリウッド映画でも活躍するデンマーク出身の俳優だ。今回、日本公開作品が3作、メインキャラクターのモデルを務める人気ゲーム発売も控え、話題も目白押しだ。会場には、幅広い年齢層のファンが参加し、なかには出演作のコスプレをしたグループなどもいて、思い思いに楽しんでた。

「ハリコン」は2012年に映画ファ

ンの多い「バック・トゥ・ザ・フューチャー」シリーズでドクを演じたクリストファー・ロイド氏招聘からスタートした」と、主催で、スタイルビデオ株式会社代表取締役の胸組光明さんは、振り返る。ハリコン以前は、映画小道具やファッション、グッズなどの物販中心に展開し、店舗で実施していたファンイベントが原型となっている。

ハリコンは、撮影会、サイン会、パーティでゲストとの交流ができるコンテンツが有料チケットとなっており、無料参加エリアとしてディーラーブースも設けられた。今回、ディーラーブースに出展した「アダムズ・アップル」では前売りチケット397枚を販売。「永遠の門 ゴッホの見た未来」では2日目、早い段階に用意していた分を完売していた。

<読者プレゼント>

マッツ・ミケルセンのポストカード付き『アダムズ・アップル』映画鑑賞前売り券3組6名さまにプレゼント締め切り10月10日(木)

ご希望の方は、下記アドレスへ。emnews@event-marketing.co.jp 件名に「『アダムズ・アップル』映画鑑賞券希望」と明記の上、本文にイベントマーケティングの感想、氏名、会社名・部署名と発送先の住所をお送りください。抽選の上、発送させていただきます。なお、当選の発表は発送をもってかえさせていただきます。

10月19日(土)より新宿シネマカリテにて公開

監督・脚本: アナス・トマス・イェンセン
出演: マッツ・ミケルセン、ウルリッヒ・トムセン、パブリカ・ステイン、/05年/デンマーク・ドイツ合作/94分



テクノロジーの社会実装

— No Maps 2019

10月16日から20日、札幌市内の各所で「No Maps2019」が開催される。

2016年からスタートしたイベントで、カンファレンス、展示、イベント(映画・音楽・デザイン)、交流、実験の5軸で100以上のコンテンツをジャンル・分野横断した切り口で展開。ビジネスカンファレンスでは、5日間の期間中、AIと農業、ライドシェア技術、宇宙産業など、北海道を未来社会の開拓地として捉えたセッションを40以上用意。

特徴としては、特定の会場ではなく、札幌駅前通地下歩行空間のチ・カホ、狸小路5丁目なども利用し、技術展示や実証実験が行われる。

また、人やアイデアのハブでありたいとの想いから、毎晩カンファレンス会場でもミートアップパーティを開催。ネットワーキングの機会をつくらせている。



NoMaps 実行委員会 委員長 伊藤博之さん (「BACKSTAGE2019」より)

Technology × Life × Social

— 明星和楽

10月29日・30日の2日間、福岡スカラエスパシオでテクノロジーとクリエイティブの祭典「明星和楽2019」が開催される。

年齢やポジションに関係なく「異種」な人々が「交」わる場として機能し、新しいモノ・コトを「創」り出す仕掛けである「装置」として、2011年からスタート。今回は、『(仮) Technology × Life × Social』をテーマに展開。

ピッチ参加・ブース出展には、福岡市が連携する海外10か国・地域、14のスタートアップ拠点からゲストが参加予定。5Gやブロックチェーンといったテーマを中心に、ビジネス



明星和楽実行委員長 松口 健司さん (「BACKSTAGE2019」より)

マッチングの場となる。

なお、「明星和楽」は「NoMaps」(記事左)、神戸の「078」など、都市型フェスティバルとしてコンテンツ連携するなどコラボしながらムーブメントを起こす取り組みをしている。

マッツ・ミケルセン主演! 知られざる傑作ついに解禁!!

アダムズ・アップル

りんごの季節に
ほかに全国順次公開
10.19(土)ロードショー!

JR新宿駅南口GAP並び NOWAビルB1F
新宿シネマカリテ
03(3352)5645
http://qualite.musashino-k.jp/
全席指定/入替制

EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

映像・放送と
イベント

次の10月31日号で特集します

私をキレイに映してネ♥

11月30日号 DMO IR 地域を活性化イベント
12月28日号 2019年イベント振り返り
1月31日号 オフシーズンのファンマーケティング
2月28日号 空間ディスプレイ特集
3月31日号 イベント会場最新事情

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)

9月17日にオープン

— 日比谷国際ビルコンファレンススクエア

9月17日、東京メトロ霞ヶ関駅・都営三田線内幸町駅に直結の新しい会議室「日比谷国際ビルコンファレンススクエア」がオープンした。運営は、都内で複数の会場運営を手がけるインフィールド。

オープン直前の内覧会には、2日間で600名以上が訪れた。「日比谷国際ビルコンファレンススクエア」を担当する早川洋平さん(インフィールド)は、会場の特長について「社外向けイベントも受け入れられる什

器と空間デザインであることと、実用性を加味した6室のレイアウト構成」と説明する。

6室のうち、最大290㎡・スクール形式200名着席可能なスペースがあるほか、187㎡・スクール形式120名のスペースや135㎡・椅子のみ80名のスペース(写真)があり、虎ノ門・霞ヶ関エリア内では比較的大きい会場となる。全室貸切り利用ではメイン会場と分科会で4本のセミナーを同時に開催することができる。



135㎡・椅子のみ80名のスペース

場所：東京都千代田区内幸町2丁目 2-3 日比谷国際ビル8階
東京メトロ「霞ヶ関」駅・都営三田線「内幸町」駅に直結で、JR新橋駅を含む4駅12路線が利用可能。

ビューローのデータ活用語る

9月6日、ザ スtrings表参道で、インバウンドデータサミットが開催された。旅行者の行動分析、着地後のプロモーション、DMP活用などについて議論した。パネルディスカッションは、Vpon JAPAN 篠原好孝氏、JNTO 中村大介氏、大阪観光局 牧田 拓樹氏、京都市観光協会 堀江卓夫氏、沖縄観光コンベンションビューロー 渡辺翔氏が登壇した。



GDPR 対応なども話題に

総合展へと進化

— JAPAN PACK 2019

本紙49号のインタビュー記事では、業界展示会のデジタル化を進める舞台裏を紹介した(一社)日本包装機械工業会。9月12日、「JAPAN PACK 2019 (日本包装産業展)」の実施概要を発表した。会期は2019年10月29日(火)から11月1日(金)までの4日間、会場は幕張メッセ(今回初)で開催する。

「JAPAN PACK 2019」は、2年に1度開催されている包装関連総合

展示会で、今年で32回目。包装機械・材料をはじめ製造工程に係る製品が一堂に会する BtoB 展示会として、「日本国際包装機械展」の名称で親しまれてきた。JAPAN PACK の英語名称はそのままだが、今回から日本語名称を「日本包装産業展」と新たにし、『きっとみつかる、あなたの包程式』をテーマに展開する。名称変更について、JAPAN PACK 2019 実行委員長の亀田稔さんは「今回か



写真は前回。今回「食品製造ラインの全てを見せよう」をテーマに、どら焼き製造ラインの併催企画も

ら包装機械だけでなく、前工程も後工程も包装資材関連もすべてを網羅し、幅広く企業を集め、新たにスタートする」と説明。総合展へと進化した新生展示会であることを位置づけ

た。規模は、出展者456社、2282小間。前回(JAPAN PACK 2017)の445社を上回る出展者数で、新規出展者は138社となっている(9月12日現在)。

イベマケ [不定期連載] へえ、そうなんだ!?

vol.1
ビジネスイベントにDJ!?

「耳から景色って変わるんだよ」



「スピーカーの方がステージに上がったとき、第一声を気持ちよく出せるように。参加者も高い集中度で聴けるように」と配慮するDJの友光雅臣さん

グローバル・ベンチャーキャピタル/アクセラレーター の Plug and Play Japan が主催するイベント「Plug and Play Japan Summer/Fall Summit 2019」(9/18-19)では、ステージの隣にDJブースが!

えっ、ビジネスイベントでなぜ!? と気になり、2日間・14時間もDJをやり続けた友光雅臣さんに、今回の役割を聞いてみた。

「カンファレンスでのDJは初めてです。音楽のチカラが助けてくれることがあって、今回のイベントでは、若い人や各国からの参加者たちのエネルギーやワクワク感を音楽で

伝えていきます」と話す。また、スピーチの声だけで場が続いているときには、音楽が流れることで気持ちをリフレッシュする効果もあるそうだ。「ドライブで、景色が単調だとつまらないでしょ。でも目の前に海が広がったりするとテンションが上がるように、音楽で気持ちが変わる。耳から入ってくる景色が変わるんです」

友光さんがDJに入るピッチの間やセッションの切替時は、わずか10秒。参加者の集中や疲労状態とスピーカーの声の張りやスピード、音程を考慮しながら、高い集中度で場をチューニングしていた。

イベーター・マーケター向け 10月のセミナー・イベント

- 2~4日 危機管理産業展 (RISCON TOKYO)2019 @ 東京ビッグサイト (青海展示棟)
- 9~11日 日経 xTECH EXPO 2019 @ 東京ビッグサイト
- 16~20日 NoMaps @ 札幌市内
- 18日 design surf seminar @ 虎ノ門ヒルズフォーラム
- 15~18日 CEATEC 2019 @ 幕張メッセ
- 23~25日 第10回 Japan IT Week 秋 @ 幕張メッセ
- 29・30日 明星和楽 2019 @ スカラエスパシオ

<読者プレゼントx2>
①4pで紹介した「ラグビー-知的観戦のすすめ」(廣瀬俊朗著、角川新書)のサイン本
②6pで紹介した「アダムズ・アップル」映画鑑賞前売り券
ご希望の方は、下記アドレスへ、emnews@event-marketing.co.jp 件名に「ラグビー-知的観戦のすすめ」希望」または、「アダムズ・アップル」映画鑑賞前売り券希望」と明記の上、本文にイベントマーケティングの感想、氏名、会社名・部署名と発送先の住所をお送りください。抽選の上、発送させていただきます。なお、当選の発表は発送をもってかえさせていただきます。

次号予告 2019年10月31日発行 <特集> InterBEE から学ぶ映像特集

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 もやっています

Venue Event Community

集い、交わる場(中規模スペース・ベニュー/イベント主催者)を企画・運営するひとたちが集まって、べちゃくちゃおしゃべりしながら、よりよいベニューづくりを考えるコミュニティ

Pick Up Event 「食」

8月に「食」を切り口にしたイベントが開催された。イベントでの食の付加価値にスポットを当てたイベント「CATERING LIVE TOKYO 2019」だ。

意識改革をしたかった CATERING LIVE TOKYO 2019

8月19日にAP新橋のオープン1周年記念としても開催された「CATERING LIVE TOKYO 2019」には、事前登録に470名、当日参加も含めると500名以上の参加があった。参加者は、イベント主催者、代理店・企画・制作、ケータリング・食品関連、不動産・ビルマネジメントなど。主催は、会議室検索サイト「会議室ドットコム」を運営するアスノシステムで、会議室を探すユーザーの動向にも詳しい。また企画・運営側には、AP新橋をはじめAPブランドの会場を運営するTCフォーラム、赤坂インターシティコンファレンスセンターほか都内会場を運営するインフィールドの会場運営者、さまざまなイベントを企画・運営するstand up A guy's、そして本紙イベントマーケティングと異なる立場だが、「これからのイベントを考える」を共通項に、2回目の開催となった。初回から参加者は約1.5倍、女性の参加率も上がった。

トーク&ミートアップ

初開催では、イベントケータリ

ングの「いま」を知ることを目的に開催したが、2回目は「これから」をテーマに企画。基調講演、ミートアップでは食によるデザインを意識的にイベントに取り入れている実践者に聞く内容を用意した。

基調講演1では、Food「Quality」Designとして、「ケータリングはイベントに付加価値を生む!? まい泉代表が明かす空間と食との「おいしい関係」とは」をテーマに、シービーサービスおよび井筒まい泉の代表取締役の岡本猛さん、インフィールド執行役員の中村仁さんが登壇。岡本さんはサントリー時代に新規事業の飲食店運営から培った顧客視点で考える食の付加価値提案の話やケータリングビジネスの将来性、現在のシービーサービスの取組みとして、テーマ型ケータリング、衣装や専門性高いアテンド、まい泉とのコラボなどの付加価値提案を具体例として語った。また、インフィールドの中村さんは、「CATERING LIVE TOKYO をはじめたきっかけは、ケータリング事業への新規参入もふえてきて、自分たちも知らないことが多くなって



8月19日にAP新橋のオープン1周年記念としても開催された「CATERING LIVE TOKYO 2019」の会場にイベントの食シーンやその付加価値を考える関係者が集まった(写真上)。運営スタッフはオリジナルTシャツとエプロンでお迎え(写真右)



きた。話してみると、ケータリング業界の横のつながりが少ないこともわかって、イベントの付加価値を提案する立場同士で情報交換できる場をつくりたかった」と自分たちも含め意識改革をしたかった、と話した。

基調講演2では、Food「Contents」Designとして「～もったいない～とおすそ分け～の文化が導く『食×イベント』のこの先。」をYuinchu(ユインチュ)の代表取締役社長の小野正視さん、Motake 事業部 Brand manager 坂本英文さんが登場。イベントに食を組み込むことでさらにイベントの魅力を高める「Motake PLUS」について紹介したあと、具体的に、フードロス対策やSDGs(持続可能な開発目標)につながる事例についても語られた。その一つが、「けものカフェ」。「問題についてリアルに訴えるより、『こうすると美味しく食べられる』と味わってもらう方が、地域課題を身近に感じてもらえると思った」(小野さん)、「イノシシやシカの肉はケモノ臭いのでは、という抵抗がある人が多いので、普段みんなが食べているハンバーガーや

ホットドッグという身近なものにすることで、とっつきやすくすることを一番に考えたメニュー」(坂本さん)と、獣害というちょっと重たいテーマを、楽しく美味しく知ってもらおうと企画した経緯が伝えられた。

ディスプレイ&試食体験

ケータリングブースは12社・デモンストレーションブース2社が出演。AP新橋では3・4・5階の3フロア全体を一体利用して展開した。

4階のフロアはオープンにし、基調講演会場と7ブースで構成。

- ・「CBS ケータリング」
- ・「CITABRIA CATERING (サイタブリアケータリング)」
- ・「マックスパートケータリング」
- ・「FUORICLASSE(フォリクラッセ)」
- ・「ケータリングサービス おり原」
- ・「ROPPONGI HILLS CLUB (六本木ヒルズクラブ)」
- ・「CS ケータリングサービス」
- ・「3階も、7ブースを展開した。」
- ・「Motake (モツテイク)」
- ・「アポルテケータリングサービス」
- ・「ニラックスケータリングサービス」

- ・「サンケイ会館」
- ・「スターフェスティバル」
- ・「カービングパフォーマンス meica」
- ・「プレイブソフト」

参加者がリアルタイムに参加できるライブアンケートを実施。双方向のコミュニケーションが生まれた。

イベント企画・運営者の参加者は「外向けの企業イベントは空間も食も華やかにできるホテルでの開催が多かったけれど、さいきは貸しスペースやカジュアルな雰囲気の会場を選んだりと変わってきてケータリングもふえた。写真映えのするメニューへの要望も高いが、美味しさを両立を求める声も。試食ができて、演出力も体験できるイベントは貴重」といった声も聞かれた。



写真映えするメニュー提案も多く参加者はスマホ片手に演出力も味わっていた

EVENT MARKETING

FREE PAPER

読者Profile

特集

イベントマーケティングのトレンドを国内外の事例や動向から分析し、メーカー・イベントの皆さんと共有します。

国内・海外ニュース

ツールやテクノロジーの最新情報、開催直前概況・事後レポートなどを紹介します。

コラム

幅広い視野と独自の視点、経験をもつ著名人が執筆します。

インタビュー

リアルコミュニケーションを楽しくをテーマに話題の方々ほか、インベーター、イベントメーカー、主催者の声を収録。

調査・レポート

効果測定や開催状況の集計、効果最大化の手法など、face to faceを科学するレポートをお届けします。

大手メーカー・メーカー

▶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、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
TEL03-6721-5303
sofu@event-marketing.co.jp