# December 31 特集 イベント未来予想 **December 31, 2019** MARKETING

TAKE FREE



株式会社エスパルス 代表取締役社長 左伴 繁雄さん



# 2020はどこへ行こう。どう東京を届けよう

虎ノ門、赤坂、有明、五反田、蒲田、青山、 渋谷、品川、日の出、東銀座、六本木、丸の 内、御茶ノ水、柴又、両国、幕張、横浜と首 都圏だけではなく、群馬、神戸、大阪、名古 屋、札幌、福岡、別府、熊本のイベントや会 場へと、今年編集部は飛び回った。

東京都内でも、たとえば五反田と品川のふ た駅でガラリと街の風景が変わるように、弊

社事務所の最寄駅を新橋というのと汐留とい うのでは「イベントをすると客層が変わりそ うですね」と言われることがあるように、場 所のもつ土地柄だけでなく、界隈性がイベン トのキャラづけに与える影響は少なくない。

たとえ同じ場所でも、朝なのか夜なのか、 屋内か屋外かでも、趣は異なり、参加するマ インドだって変わりそうだ。そう思ったのは、

都市型フェスティバルと言われる街をつかっ たイベントでの取材で、時間も空間もすべて を活用して、コミュニケーションの距離間を 上手に縮めていると感じたから。

都市というものは、景色をみることはで きても、なかなか実感をもつことはできない のだけれど、ひととの交流がその土地との関 わりをつないで、興味の目が開き、情報にぬ

くもりを感じることができる。イベントでの 出会いは街への親しみの発露となっていた。

2020年は東京オリンピック・パラリンピッ クやドバイ万博と大型イベントが控える。五 輪やドバイ万博日本館のロゴマークには連帯 やひとの輪といったつながりがモチーフに なっているように、リアルな都市体験や関係 を築きたい。



#### ラグビーW杯/東京2020/ワールドマスターズゲームズのレガシー

# イベント学会第 22 回研究大会

12月17日、日本青年館ホテルでイベント学会第22回研究大会が開催された。「ゴールデンスポーツイヤーズと次世代育成」をテーマにシンポジウム、ワークショップ、研究発表などで構成。シンポジウムではメガスポーツ3大会のキーパーソンがレガシーについて語り合った。



師岡 文男さん イベント学会 理事 上智大学 名誉教授 スポーツ庁 参与



**清宮 克幸**さん 日本ラグビーフットボール協会 副会長



間野 義之さん 早稲田大学スポーツ科学 学術院教授 東京 2020 組織委員会 参与



**木下 博夫**さん ワールドマスターズゲームズ 2021 関西 組織委員会 事務総長

#### スポーツが未来を創る

イベント学会理事で上智大学名誉教授・スポーツ庁参与の師岡文男さんはファシリテーターとして、ラグビーワールドカップ2019日本大会(以下、ラグビーW杯)、東京オリンピック・パラリンピック競技大会(以下、東京2020)、ワールドマスターズゲームズ2021関西(以下WMG)の3大会により国は「人生が変わる!社会を変える!世界とつながる!未来を創る!」ことを目標として第2期スポーツ基本

計画に記していることを紹介し、3大会にはスポーツ振興にとどまらず社会や個人に対する貢献が求められていることを議論の軸として設定した。

#### W 杯の余熱冷めないうちに

日本ラグビーフットボール協会副会 長の清宮克幸さんは、2021 年を目標 に、南半球を巻き込む世界最高峰レ ベルの新リーグ構想を語った。収益 力強化へ、データベースやファンマー ケティングなどの新機軸も打ち出す。 また、ラグビーのもつ、品位、情熱、 結束、規律、尊重を地域活性化、社 会課題の解決に活かすしくみや、競 技者データの産業への提供などイノ ベーションへの貢献も語った。

#### 地域活性など4つのレガシー

早稲田大学教授でゴールデンスポーツイヤーズの名付け親とも言われる、東京 2020 組織委員会参与の間野義之さんは、スポーツによる社会進化への期待として、地域活性化、教育、

ダイバーシティ、生涯スポーツの4分 野をあげた。

2002 年 FIFA W 杯でカメルーン のキャンプ地となった中津江村がトラ ブルから有名になり、その後サッカー の聖地となった例や、1998 年長野オ リンピックからはじまった一校一国運 動など、事例も紹介した。

#### "する"スポーツを推進

WMG2021 関西組織委員会事務総長の木下博夫さんは、30歳以上なら誰でも参加でき、障害者と健常者、トップアスリートが同じ大会に出場することから、生涯スポーツ振興やインクルーシブな社会の契機になる、と述べた。また「食ベログ」のスポーツ版ポータルサイトを立ち上げ、大会後も継続運用する。

#### 3イベントのレガシー (パネルディスカッション)

3大会の組織委員会は、ボランティアの募集で連携。人数の確保が容易になるだけでなく、経験値が高く自ら動くという意識の高い人材が集まるというメリットも大きい。

間野さんは、レガシーの享受はホスト国だけではなく、参加各国へのメリットをも考えるべきだと提案した。

清宮さんは、ラグビー W 杯でアイルランドのキャンプ地となった袋井市が、数年前から関連イベントを開催し、市をあげて応援、ラグビー以外の大会でもアイルランドを応援する国際交

流のエピソードを紹介した。

木下さんは、WMGが関西広域に わたり競技を行うことに加えて、金銀 銅メダルのデザインは各県で独自で 公募したり、各地の名産品を副賞とす ることで、より広い地域や人を巻き込 む取組みを説明した。

☆ ☆ ☆

3大会をゴールデンスポーツイヤー ズという1つのムーブメントと捉えなおしたことで生まれた、顕在知の共有 の議論は、日本のブランディングにも 管する内容となっていた。

#### 学生による次世代アイデアコンペティション

2020年に向けて学生が活動する意義について

上智大学 山本華菜子さん + Go Beyond メンバー

自分のためのスポーツボランティアへ 東海大学 A 藤木悠さん ほか 4 名 College All Star Game による オリンピック会場の活用 東海大学 B 三浦弥夢さん ほか 7 名 アゲイン ~スポーツイベントは 感 Do 三業

広島経済大学 町田尚輝さん ほか2名





ハイグレードなホール&カンファレンス施設をぜひご利用ください。



# JP TOWER | NAGOYA Hall & Conference

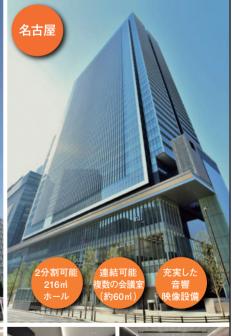




東京都千代田区丸の内二丁目7番2号 KITTE 4,5F 予約·お問合せ **03-5222-1800** 専用電話番号 9:00~18:00(土日祝日を除く)

https://www.jptower-hall.jp

運営 <equation-block> コングレ 非衆主 🔑 日本郵便





愛知県名古屋市中村区名駅―丁目1番1号 KITTE名古屋3F 予約・お問合せ **052-586-1800** 専用電話番号 9:00~18:00(仕日祝日を除く)

https://www.jptower-nagoya-hall.jp

SK LLS SK LLS 名工建設株式会社

「第89回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2020」

「第7回 LIFE × DESIGN |

# ジャパンブランドの商談舞台に

2020 年2月5日から7日までの3日間、東京ビッグサイト全館で開催される 「第89回東京インターナショ ナル・ギフト・ショー春 2020」「第7回 LIFE × DESIGN」。 ギフト・ショーの特徴である商談見本市と しての出展社サポートと常に"Something New"を提案するマーケット開拓の新企画をビックアップした。

「地味でも、1 ダース、10 ダースと 継続的に注文を頂けるお客様を大事 にしてください。小さい注文もたくさ んあれば、大きくなります。そのよう な心構えをもって、注文をもらいま しょうし

出展社説明会では、主催する(株) ビジネスガイド社の代表取締役社長 芳賀信享さんが参加者に語りかける ように「見本市は、商談で、注文を 取るためのもの」と説き、45年間積 み上げてきたギフト・ショーの文化 を伝える。

「第 89 回東京インターナショナル・



「Gift Show Select」。海外バイヤー向けに商品 写真や希望取引先、ブースでの対応言語などが一 覧になっている。会期2週間前から web で公開

ギフト・ショー春 2020」「第7回 LIFE × DESIGN」は、2020年2月 5日から7日までの3日間、東京ビッ グサイト全館の青海・西・南展示棟 で開催。今回のテーマは、「心地よい 暮らしの提案 PART Ⅱ」。出展社数 は、約3,000社、3,300小間で来場者 数は30万人を見込む。

#### 海外販路開拓を支援する 4つのプログラム

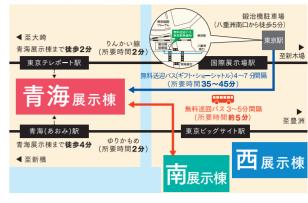
商談する見本市を掲げるギフト・ ショーではほとんどの出展社が上代 表や、下代表、注文書を用意する。

様に、納品・決済方法に至るまで準 備し対応する出展社はまだまだ少な い。こうした現状を受け、10年ほど 前から海外販路開拓支援プログラム を設け、出展社限定でサポートをし ている。内容は、①海外有力バイヤー の特別招待とブースへのアテンド、 ②海外販路開拓成功セミナー、過去 21 回で 6655 件の商談実績のある③ 海外販路開拓ビジネスマッチング、 商談候補先のピックアップバイブル として海外バイヤーに活用されるカ

一方で、海外バイヤーに対しても同

セミナー「下町・町工場の挑 戦!」は、新企画の「第1回町 工場NOW! に連動して実施さ れる。ベンチャー企業を支援す る「Garage Sumida」、深海 探査艇「江戸っ子1号」など 数多くのプロジェクトを手掛け、 4 社だった取引先を 5000 社ま で拡大した浜野製作所代表取 締役 CEO の浜野慶一さんが 講演する

#### ●ギフト・ショーの交通アクセス



タログ④ Gift Show Select だ。

#### 町工場から流通業界へ提案 メーカーとの新商品開発も

潜在的マーケットを開拓する「第 7回 LIFE × DESIGN」では、新企 画として「第1回町工場 NOW!」を 展開。当企画では町工場がもつ高い 技術力を、流通業界のトレンドに敏 いバイヤーやメーカーの企画・開発 部門等に、POP やサンプル・プロ ダクトを通してわかりやすく伝える。

職人が細部までこだわり抜いた商品 の受注や、技術を活用した新商品開 発といった商談ができる企画だ。

世界に誇る日本のモノづくりの技 術力に触れることができる。

> \* \*

今回の東京ギフト・ショーのトレ ンドは、SDGs、エシカル、ダイバー シティ、サスティナブルなど。時代 によって変わる心地よい暮らしにつ いて、半歩先の世界を体験できるの も魅力となっている。

#### 「第61回インターナショナル プレミアム・インセンティブショー春2020」は 4月に池袋で!

昨年ギフト・ショー春 2019 では、同時 開催だった「インターナショナル プレ ミアム・インセンティブショーしは、今回、 別会期・別会場に。

<会期・会場> 2020年4月7日(火)~9日(木) 池袋サンシャインシティ・コンベンショ ンセンター文化会館

# 日本最大級のトレードショ

第89回東京インターナショナル

テーマ:心地よい暮らしの提案 PARTII

# E×DESIGN

テーマ: ACTIVE DESIGN, ACTIVE LIFE PARTII

The 27th GOURMET & DININGSTYLE SHOW Spring

テーマ: 『ようこそニッポンへ、地域の魅力と地域のブランドの競演』

2020 2/5 49 - 7 49 10:00~18:00(最終日17:00まで)

東京ビッグサイト 〈青海・西・南 展示棟〉

流通関係者のみ対象です。

招待状 お申込み受付中! https://www.giftshow.co.jp

主催:(株)ビジネスガイド社 インターナショナル・ギフト・ショー事務局 TEL:03-3843-9851(直) FAX:03-3843-9850

#### 博覧会・展示会の企画に参画させて下さい。

□イベント事業本部 〒136-0082東京都江東区新木場1-8-21

□千 葉 事 業 所

□大 阪 事 業 所

□本 社 事 業 本 部

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

□池袋サンシャイン事業所

飯田電機工業株式会社 □インテックス太阪事業所

□東 北 事 業 所

TEL 03-3521-3522 FAX 03-3521-3524 〒 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

〒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 〒 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 〒 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

〒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 〒 980-0811 宮城県仙台市書堂区一番町2-10-17仙台-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



#### EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

次の2020年1月31日号で特集します



空間ディスプレイ特集 2月28日号 3月31日号 イベント会場最新事情

4月30日号 集客を増幅させるテクノロジー 5月31日号 企業イベントの現在と未来 6月 30 日号 体験価値を可視化するテクノロジー

広告出稿の問合せはこちらと株式会社 MICE 研究所

info@event-marketing.co.jp (担当:田中力)

# イベント未来予想

2019年、令和元年となって、イベントマーケティング界隈では、これまでよりも活発でカジュアルな知見交換のコミュ ニケーションや勉強会がオンラインでもオフラインでも生まれ、属人化していたノウハウがオープンになって体系化が進 んだり、データによって効果が検証されるようになって、共感や議論の段階へと一つ進んだように感じる。今回は、そん な変化のなかから、特に印象的だったセッションを紹介。そこで語られた内容からイベントの未来を予想する。

## イベント未来予想図 2020

コミュニティ文化とイノベーションを加速するイベントの仕掛け方

のコミュニティが主催するシリーズイベント "データからひも解くイベントの未来ラボ"が 開催された。第1回目には、イベントプラット フォームを提供するイベントレジストの 小笹文さんと Peatix 藤田祐司さんが登場。「コ ミュニティマーケティング」(日本実業出版社) 著者で、CMC\_Meetupを主宰する、パラレ ルマーケターの小島英揮さんとともに、イベン トの未来予想図を語った。

11月27日、イベントの未来をつくる105人

#### プラットフォーム創設のストーリー

小島 きょうのテーマは、『イベント未来予想 図』。イベントに関わっている方が多く参加さ れて、これからイベントってどうなるんだろう という関心の高い層かと思います。ある意味、 日本で誰よりもイベントの裏側を見てきたイベ ントレジストと Peatix というイベントプラッ トフォームを提供する2社からお二人を招いて お話を聞いていきたいと思います。

小笹 イベントレジスト(以下、イベレジ) は2011年の3月に創業しました。私自身は 新卒でリクルートに入社後、Google に移り、 Google 時代の同僚の一人だったヒラヤマとイ ベントレジストを立ち上げ、執行役員 COO を しています。創業時は、いわゆるソーシャルチ ケッティングと呼ばれる会社が台頭してきた 年で、私たちは2011年11月にサービスをリ リースしました。今は、皆さんに比較的 BtoB いただいているかと思いますが、実は最初は Peatix さんのように、toC の個人向けに展開 していたんです。周囲に BtoB のマーケティ ング担当者が多かったこともあり、リリース後 3カ月でBtoBへと方向転換しました。今年7 月に日本経済新聞社に株式譲渡して、今はグ ループ会社という位置付けになっています。

サービスとして最近のトピックスでは、 『KAOPASS』と呼ばれる顔認証で受付がで きるようになりました。それ以外にも、例えば、 MA やビーコンなどを組み合わせて、エンター プライズのお客さまからニーズのある機能を 提供しています。

藤田 僕のキャリアからお話すると、インテリ ジェンス (現パーソル) という人材紹介の営 業から、2003年頭に黎明期のAmazonに移り、 Amazon にいたメンバーで、Peatix の前進に なる Orinoco という会社を 2007 年に創業し ました。

Peatix のサービス自体は、2011年の5月に 開始しています。ちょうど、震災の直後、世 の中が自粛ムードで、例えばエンターテインメ ントのイベントが全然できない時期でした。震 災復興のために NPO がかなり立ち上がって いた時期だったので、われわれとしては、い わゆる草の根の活動をしている人たちを支援 しようというところからはじめて、当初からコ ミュニティーをサポートするという形で展開し ています。自分たちでもたとえばイベント主催 者のための「イベントサロン」というコミュニ ティや「コミュコレ!」という地域軸で面白い 活動をしているひとを集めたコミュニティの運 営もしています。今、ユーザー数は400万人 を超え、世界でも27カ国で使われて、拠点も かなりふえてきました。

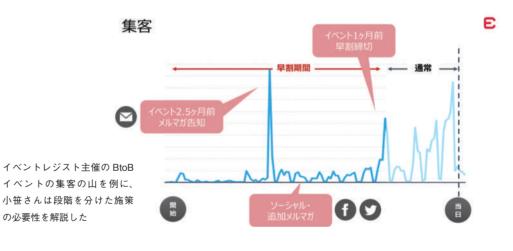
#### プラットフォーム後の変化 イベントの集客

小島 まだイベレジや Peatix のようなプラッ トフォームがなかった頃、それこそ僕が AWS 時代にイベントを担当していた当初は、参加 登録一つとっても "毎回 "CGI 作成の発注をし たり、主催者であるにもかかわらず参加者デー タをすぐに確認できず取り寄せが必要だった り、さらに有料でと、買い切り型でイベント開 催のハードルが高かった。

プラットフォームができて、こうしたことが 解消されただけでなく、データが扱いやすく なって、イベンター側のスキルが、プラット フォームによって PDCA を回せるようになっ た。これはイベントを進化させているのではな いかと思います。

**小笹** 申込みを受付中にもイベントページの PV 数、申込数をグラフとしてみられますし、 リストなどをみられるので、目標としている数 だけでなく、層に届いているのか、来てもら





## 2月開催 前回と比べ 100社増! 過去最多 340社が出展

#### ブ Week **音** Japan 7-

(旧称: 販促・マーケティング総合展)

(構成展) 販促 EXPO / Web 販促 EXPO / 広告宣伝 EXPO / 営業支援 EXPO / 新設 店舗運営 EXPO / 看板・ディスプレイ EXPO

会期 2020年2月5日[水]~7日[金] 10:00~18:00 会場 幕張メッセ 1~3ホール **(主催)** リード エグジビション ジャパン(株) (後援)(公社)日本マーケティング協会

招待券(無料)・セミナーのお申込みは Japan マーケティング Week 検索、



#### 業界トップによる マーケティングセミナーを併催













(株)Jリーグデジタル 代表取締役社長/ (株) Jリーグメディアプロモーション 代表取締役社長



--部抜粋。敬称略。上記は2019年10月2日時点の情報であり、講師、プログラムが変更になる場合がございます

無料·事前申込制 その他 多数開催! 詳細はWebへ ※最終見込み数字であり、開催時には増減の可能性があります

※招待券をお持ちでない場合、入場料 ¥5,000/人がかかります

主催者 リード エグジビション ジャパン(株) Japan マーケティング Week 事務局 TEL: 03-5324-1260 Web: www.sp-world-spring.jp



えているのかがわかると、次の集客の施策を

回すことができます。主催者さんもよくみてい

藤田 BtoC イベントだと、チケット業界では

データを渡しませんというところもあります。 Peatix ではフォームでデータは取れるように

なっていますが、主催者がいつでも自由に情

報を引き出せるというのは実は大きい変化だと

OMO 時代のイベント活用術

小島 リアルとデジタルは割と分断された世

界だったのに比べて、もともとオフラインだっ

らっしゃいます。

思います。

アフターデジタル

藤田 祐司さん

た行動がモバイルやセンサーによってオンライ ンデータになり ID に紐づく融合した世界観の

> ことを「アフターデジタル」と 言われます。イベントもとても変 わってきていると思うんですが、 いかがですか。

小笹 少し前まではデジタル はそのイベントを補完するも のとか、イベントをどうやって

デジタルで後に残そうとか、そう考えられて いたかと思いますが、その視点がガラリと変 わったのが、一昨年行った Salesforce 主催 の「Dreamforce」というイベントでした。サ ンフランシスコを1週間ほぼジャックするよう な大規模な年次カンファレンスで、17万人が 参加します。それは、イベントの中だけで完 結するのかなと思っていたんですけれど、ふ たを開けてみたら、17万人の参加者の後ろで 1300 万人の人がライブストリーミングを視聴 しているんですよ。キーノートのセッションス ピーカーもカメラに向かって語りかけていて、 建て付けとしては公開収録なんだと感じまし た。その体験から、イベントのつくり方って、 そのイベントをどれだけパーフェクトに、すて きな感じに仕上げるかっていうことじゃないん

だなって、ものすごいマインドセットが変わり ました。

藤田 「アフターデジタル」の考え方で言うと、 Peatix はサービサーという立ち位置になるか と思うんです。行動属性みたいなものをデー タとして取れるようになって、それをどう活用 するかという意味で。Peatix の場合には、そ れぞれのイベントがどういう属性を持っている かをすべて持っています。例えば、小島さん が過去に参加したイベントから、きっとこうい うイベント好きだよねというレコメンドとして メールなどでお知らせをしています。われわれ が行動属性をデジタルとして料理をして、皆 さんに届けることによって、リアルな場とつな いでいくみたいな感じになっている。

また、ここはいろんな議論があると思うんで すけど、いわゆる信用経済的な流れでいえば、 イベントにも、参加者にも信用スコアみたいな ものがあるかなと。主催者にとってはスコアが 悪い参加者に来ないでと言うために必要なの ではなくて、参加率が悪いかもしれないとあら かじめわかっておけば、オーバーブッキングに しておこう、といった判断の最適化につながっ ていくと思います。

#### イベントの多様性が生み出す イノベーション

小島 イベントプラットフォームがあるから簡 単に集客したり、申し込みを受けたりできる。 それによって、いろんな、今までだったら考 えられないイベントもたくさん出るようになっ て、その多様性がイノベーションにつながって いく、そんな流れを感じますがどうでしょうか。 藤田 1970年代にアメリカのスタンフォード 大学の社会学者の方が提唱していた、弱い紐 帯っていう、弱いつながりを表す概念がありま す。一方で、じゃあ、逆に強いつながりって 何かっていうと、家族であるとか、すごい親 友であるとか、ものすごく近しい人が逆に強 いつながりで。つまり、弱い紐帯っていうのは、

こういうイベントで たまに会ったり、2 週間に1回顔を見る みたいな感じのつな がりなんですが、実 はそれこそがすごく

強いんだっていう考え方です。まさにコミュニ ティとかイベントっていうのは、そういう場に なっていくと思うんです。

**小笹** 心理的な安心感のある、一回心がちょっ と緩くなって、いろいろな情報発信ができたり、 他の普段の社会、自分の社会とは違う人とコ ミュニケーションが取れるようになったりす る。そうすると、まさにリアルが溶解していく というか、自分はもっと広がってっていいんだ、 というようなところのブーストになるのがイベ ントや、コミュニティだったりするのかなって いう気はしますね。

そうすると、来る人たちのマインドセットが ちょっとずつ変わってきている、ということで もあって、主催者さん側もイベントをどうつ くっていくか、は大事かなと思います。

小島 主催者の言いたいことだけ言うイベン ト、1対Nのイベントはおしまいなんじゃな いかなと思います。

日本人にはいま閉塞感が出てきているので、 それを突破する場っていうのはいろんな意味 で求められる。個人からも求められるし、社 会からも求められると思います。じゃあ、その 場にどう皆さんがつくるイベントをどう差し込 んでいくか、そういう発想で考えていくと、イ ベントって今まで以上にすごく大事なポジショ ンを得るんじゃないかなと思います。

#### 参加率の傾向



曜日別 時間別 #80,980- 87,2% 90,2% 864 71,7% 90,7%

Peatix

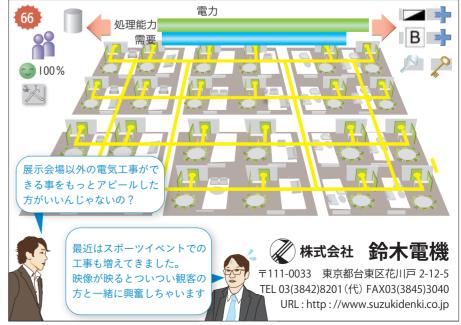
有料、無料、曜日別、時間帯別の参加率と傾向を分析した藤田さん。無料で金曜夜8時以降の イベントの参加率が最も悪いとデータは語る



本セッションのスライドは (グラフ等)QR コードから ご確認頂けます。







#### シグマ映像を子会社化

映像・音響関連の製品・サービスを 提供するヒビノ(株)は、12月18日の取 締役会で(株)シグマ映像の全株式を取 得し、完全子会社することを決議。株 式譲渡契約を締結した。

IR 施設建設などによる MICE 市 場拡大に備え、優秀な技術者の獲得、 大型映像サービスを拡充することが狙 い。両社とヒビノメディアテクニカル(株)の 3社が連携しシェア拡大、プレゼンス 向上を図る。

#### 20 年夏開業

―コングレスクエア羽田

2020年夏、京浜急行・東京モノ レール天空橋駅直結のHANEDA INNOVATION CITY 内に「コング レスクエア羽田」が開業する。国際会 議運営や MICE 施設管理・運営を行 う(株) コングレの直営の会議研修施 設となる。

最大 670 名規模の多機能ホールを はじめ、少人数から280名まで収容可 能な多様なカンファレンスルームを設け る。各室に映像、音響、照明設備を備 え、展示会、会議など幅広い用途に対 応する。

羽田空港に近く、日本全国、海外か ら集客するイベントの会場として注目さ れる。

#### ▲【 開催 直前!展示会 Information ② 第1回【横浜】統合型リゾート産業展

# パシフィコ横浜に国内外の IR 関係者集結

「第1回「横浜」統合型リゾート産業展 | が1月29日と30日の両日、パシフィコ横浜で開催される。 主催は [横浜] 統合型リゾート産業展実行委員会、共催は統合型リゾート (IR) 横浜推進協議会、運営 事務局は㈱イノベント、同社代表執行役社長の堀正人氏が事務局長を務める。同展は今年5月に大阪 で開催、首都圏では今回の開催が初となる。

#### 注目集まるIR その事業規模は

統合型リゾート (IR=Integrated Resort) はカジノを含めた複合型観 光施設。2018年7月20日に「特定 複合観光施設区域整備法」いわゆる IR (統合型リゾート) 整備法が成立、 同月27日に公布された。

現在、政府策定の基本方針案が公 表されており、国際会議場、展示場、 ホテル、観光案内施設、日本文化の 魅力を伝える施設などが必要と定め られ、カジノの面積を全体の3%未 満とされている。国際会議と展示施 設を合わせた MICE 施設の規模も決 められており、2000~6000人の一 般的規模の国際会議場を設営する場 合には床面積合計 12 万㎡以上の展

示場を、6000~1万2000人収容の 大規模国際会議を設置する場合には 6万㎡、1万2000人以上の極めて大 規模な国際会議場施設の場合は2万 m以上の展示場の設置を定められて いる。

2020年7月には基本方針が最終 決定する予定。その後 IR 設置する 自治体最大3か所を政府が指定。指 定された自治体は IR 事業者を選定 する。明確な時期は未定だが、2022 年ごろに設置都市決定、開業は2025 年ごろと言われている。

#### 林市長の表明から 横浜が誘致本格化

2019年5月にインテックス大阪で 開催された第1回 [関西] 統合型リ ゾート産業展には、1万1095人が来

場。シーザーズ、ギャラクシー・エ ンターテインメント・ジャパン、ゲン ティン・シンガポール、メルコリゾー ツ&エンターテインメント・ジャパン、 MGM リゾーツ、ラスベガス・サン ズ、ウィンリゾーツと大手IRオペレー ターが大規模なブースを構えた。※本 紙 47 号4~5面 を参照。

横浜は8月に林文子市長が山下ふ 頭へのIR誘致を表明。ウィン・リゾー ツのクリス・ゴードン日本代表は「横 浜にフォーカスしている | と横浜市 内に拠点を移したほか、11月7日の 同展開催発表・説明会では、ウィン・ リゾーツに加え、ラスベガス・サンズ、 メルコリゾーツ&エンターテインメン トも代表者が出席し、横浜参入への 意欲をみせている。

今回の横浜開催では、大阪に集中 し準備を進める MGM リゾーツ、日 本撤退を表明したシーザーズは不参 加の予定だが、新たにセガサミーホー ルディングスが IR オペレーターとし て参加。日本発の IR オペレーターの 動向に注目が集まる。※本紙43号3面「最 新 IR 情報 を参照。

同展の予定来場者数は1万人。海 外・国内の IR 業界キーマンが 2020 年2月、パシフィコ横浜に集結する。



今年 5 月に開催された第1回 [関西] 統合型リゾート産業展には、IR 関係者が集まった





#### 国内外 MICE バイヤーが大阪に注目

#### – 大阪 MICE デスティネーション・ショーケース 2019

今年 G20 大阪サミットを経験した 大阪では、2021年に「ワールドマス ターズゲームズ 2021」、2024 年に関 西梅田再開発による街開き、2025年 大阪・関西万博開催、また、IR 開業 に向けた取組みなど、MICEの話題 に事欠かない。

そんななか、12月2日・3日に開 催された「大阪 MICE デスティネー ション・ショーケース 2019」には海 外からの30名のMICE バイヤーを 含め、国内からも多くの参加者を集 めた。海外からの注目度も高く、問 合せは200名以上、欧州・米国から の割合が高かったという。

主催の大阪観光局では、西日本の ハブ MICE 拠点としての位置づけか ら、大阪のみの MICE 事業者が出展 するのではなく、関西、西日本圏の ビューローの参加をオープンにし、浜 松、名古屋、徳島、奈良、神戸、姫 路、長崎等の各ビューローや自治体 が12月2日の商談会に参加した。ま

開幕まで1年をきったドバイ万博

(2020年10月20日~2021年4月

10日)。会期中には、各参加国の参

加を称えるナショナルデーが催される。

「ジャパンデー」 予定の1年前にあたる

2019年12月12日、経済産業省で、7組・

14 名の日本館 PR アンバサダー任命式

就任したのは、嘉門タツオ(シンガー

ソングライター)、関ジャニ∞(歌手、タ

レント)の横山裕、村上信五、丸山隆平、

安田章大、大倉忠義5名、山崎直子(宇

宙飛行士)、若月佑美(女優)、東海大

学付属高輪台高等学校 U.A.E. 留学 生のアブドゥーラ・アル・ホーサニー、

アブドゥーラ・アル・マンスーリ、アブドゥ

ラ・アル・シェケーリ、ラシェッド・アル・

アブリ4名、ガンダム(アニメ「機動戦

士ガンダム」キャラクター)、ポケットモ

が行われた。

○大阪城迎賓館



○ガーデンオリエンタル大阪 G20大阪サミット配偶者プログラムで利用



た、夜には大阪 MICE ナイトとして 大阪テーマパーティの体験も。

12月3日には、大阪府内の MICE 施設、ユニークベニュー5施設 (写真) のツアーを実施した。

#### ○太閤園

G20大阪サミット公の外務大臣主催の夕食会



○クールジャパンパーク大阪 2019年2月に開業した新会場。大・中・小の 会場3つで構成



○山本能楽堂

G20大阪サミットで当時の英国首相メイ氏の単 独インタビューを実施



#### **#02** あらゆる 価値観を

定義する場所

## 「音と人の繊細なつながり」

 $^{igtriangle}$  Powered by point 0



参画企業が事業化へ向けた実証 実験を行うコワーキングスペース 「point 0 marunouchi」では、毎月イ ベントを開催している。11月に開催さ れたのは、TOA (株) 主催の sound .0 (サウンドポイントゼロ) イベント。

#### 自分の世界の中に流れる 音に人間は影響を受ける

第1部では、作曲家/音楽家 宮内 優里氏の LIVE パフォーマンスがあ り、ヒーリング曲に近いテイストの楽 曲が演奏された。普段は鳥の鳴き声 がBGM として流れているが、宮内 氏のパフォーマンス中は空間にいる 利用者がリラックスモードとなり、併 設されているカフェの売上額が、通 常の倍となった。その場にいた利用 者は"穏やかな気持ちになりリラック スした"、"本を読みたくなる音だっ た"と感想を話していた。(宮内氏のラ イブは Facebook ページより再生が可能)

#### 音に合わせて人間が行動 し、感情が動き出す

第2部のトークセッションでは、



様々な BGM を例にして、音に合わ せて人が話し方を変えてしまったり、 感情が変わったりすることを TOA(株) 空山氏から話があった。

だからこそ、人間が持つ音へのイ メージは非常に重要であり、それが TPO に合うかがパフォーマンスにも 影響していることを話した。

#### 人が求めていることは "もっとシンプルなこと"。

現代は"耳の奪い合い"と言われ るほど、イヤホンなどのアクセサリー だけではなく、音楽・ラジオ・会話 など耳から認識できるコンテンツが 多種多様な時代となった。空間づく りに関わる事業者は人間が集中する ためにどのようなコンテンツを提供 するかどうかよりも、一人一人が集 中できるコンテンツは異なることを 理解し、その場にいるみんなが楽し めるコンテンツ、1人で集中するため のコンテンツを自由に選択すること ができる空間づくりと、選択するこ との自由さを享受させることが重要 ではないだろうか。(文・写真=岡本侑子)

#### point 0 ignite 2020 winter 開催



2020年2月3日(月)・4日(火) point 0 marunouchi にて開催。 詳細は Facebook ページよりお知らせいた します!

### 関ジャニ∞、ポケモンら7組・14名を任命

ンスター。

- ドバイ万博日本館 込みを語った。

関ジャニ∞の村上信五氏はメンバー で唯一ドバイを訪れたことがあり、その 先進性ある国での万博開催の期待と 2025年に予定されている大阪・関西万 博へ向け「つなげていきたい」と意気

また、ドバイ万博日本館では12月 19日にアテンダント募集も開始。80名 程度の募集で、来館者の受付・案内・ 誘導、館内の簡易清掃、VIP 接遇、 PR 業務などを行う。



# EVEN. MARKETING

特集

イベントマーケティングのトレンド<mark>を</mark> テクノロジーの最新情報、 国内外の事例や動向から分析し、 マーケター・イベンターの 皆さんと共有します。

国内・海外ニュース

ツールや 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、イノベーター、 イベントマーケター、 主催者の声を収録。



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。

#### 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

### 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

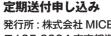
#### IT 企業向け マーケティングサポーター

▶ 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

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.ip

毎月30日発行



# 喜怒哀楽、感情の塊をどこまで増幅できるか

株式会社エスパルス 代表取締役社長

# 左伴 繁雄 さん

デジタル戦略をビジネスプランの上位に置き、「清水エスパルス」の経営者としてサッカ ークラブのなかでもいち早くデジタル化を推し進める左伴繁雄代表。横浜マリノス、湘 南ベルマーレと歴任し、現在清水エスパルスで5年目となる。どのような考えでデジタル 施策を導入し、ファンマーケティングのエンゲージを高めているのか。お話を伺った。

#### ――もともと車メーカーご出身の左伴さんに とって、サッカーとの出会いは 2001 年の横 浜マリノス代表就任からでしょうか

左伴 日産時代、1980年代に英国日産自動車 製造という会社設立のために渡英し、サンダー ランドに赴任しました。その地の光景が僕の サッカー原風景です。小さなスタジアムがある 街で、10人中9人のこどもがサッカーをして、 四六時中サッカーが生活に染み込んでいる風 景を目の当たりにしました。

その後、2001年横浜マリノスから声がかか り、Jリーグの道に入るんですが、英国と日本 のギャップを感じましたね。サッカーについて 200年の伝統ある国の景色を見てきた僕から すると、当時プロリーグ設立から10年も経っ ていない日本は、まだまだ土日の局地的なサッ カーイベントという印象が強かったですかね。 チームを強くするだけではなく、地域がサッ カーを通じて豊かになるという価値観、文化 を醸成するには、サッカー文化醸成に要する 時間を早く巻き取っていかなくてはと思いまし た。そのときいくつかの施策権想のなかに"デ ジタル"がありました。

#### LIVE!アンケートの様子

もっとお客さんが参加できる、プレイや選手、試合全体に関与 できるツールをと探していたときに出会ったのが「LIVE!アンケー ト」だった。webシステムのため単独でも使用できるがアプリ経 由の動線をつくった結果、他の試合に比べダウンロード数は 12倍となった

一一清水エスパルスではアプリや参加型アン ケートなどデジタル施策に着手されています **左伴** 清水エスパルスへきて感じたのは、こ れまでのクラブではデジタルを活用して、ど れだけ広く認知してもらうかを考えていました が、清水の場合認知から一歩踏み込んで、い かに深く「関与」してもらうかを意識して、そ のためのトリガーをつくる、ということでした。 清水に来る前は、認知度を広める入り口のツー ルだと考えていたのですが、清水、静岡市と いうサッカーどころで、サッカーが好きで自分 も関与したい、と渇望する層が多い地域とい うこともありそう考えました。得点する選手だ けでなく、そのきっかけをつくった選手を労い 語らうことのできる観る文化があった。これま では単に「みる」「思う」認知領域が対象でし たが、「自己表現する」「全員で共有する」関 与型を追求していく方が、クラブへのロイヤ リティ向上やブランド力強化に直結する、とい





(株)エスパルス代表取締役社長の左伴繁雄さん。横浜F·マリノス、湘南ベルマーレと合わせ 17年の経験を総動員し、清水エスパルスに関わる人達の輪を「厚く」『大きく』「太く』している

う考え方で投資を行っています。また、デジ タルは、スタジアムでのファンエンゲージメン トだけではなく、経営のマネジメントツールと しての位置付けでも重要です。経営をシーム レスにスピード感をもってやるためには、物流 の迅速化、フロント業務の標準化、見える化・ 簡素化、営業部門の企画提案書のペーパーレ ス、社内外営業をモダナイズしていくことで働 く人たちの満足度・ES 向上にも寄与し、デジ タル領域は多岐に渡る重要ツールです。

#### 一左伴さんの思うプロスポーツの本質とデ ジタル活用でどう変わるのか教えて下さい

**左伴** デジタル活用によって、プロスポーツ の本質的な価値を、不特定多数のひとと同じ ように共有してもらうことが可能になります。 ただ、テクノロジーがプロスポーツの価値を変 えるわけではありません。関与度を高めること で、価値を深いところで理解し感動してもらっ て、それが1万人ではなく、たとえば400万 人の方が同じくらいのレベルで共有できる。こ うしたスケール感を出せること、それから、もっ とはっきりとプロスポーツの価値をみえる化で きること。経営的に言えば、この2つの方向 を常に頭に入れて方策化をしていけば、自ず とマネタイズポイントが増えていきます。

それとプロスポーツの価値というのは、人 間って生きていると死ぬということをあまり意 識しないじゃないですか。僕はいま 64 歳です が、僕たちくらいの年になると、だんだん愛情 を注いでいたひとが亡くなることに遭遇する。 そのときにね、失われていくものは笑顔などの 表情です。心臓の鼓動だけではなくて、喜怒 哀楽なのですよね。でね、プロスポーツって その対極にあって、うれしいとか、喜んでいる とか、逆に、頭にきた、涙がボロボロこぼれる ほど悔しいとか、そういった感情の塊をどこま で増幅できるか。これが、プロスポーツの真 髄だと思います。つまり、生きていることの意 味を強く感じさせてくれるものなのです。

# イベントの企画、機材、会場、グッズ…など全てが出展

## 日本最大\* 560社\*が出展

第7回

# ベント総合EXPO

2020年 2/5 水・6 ホ・7 金 10:00~18:00 (最終日のみ17:00まで)

主催: リード エグジビション ジャパン(株) 会場:幕張メッセ

| 第7回 | 第3回 | 第3回 | 第3回 | 第3回 | 第43回 | 第43回 | 第44 |

## ぜひ ご来場ください!!



[お問合せ] 主催者 リードエグジビジョン ジャパン(株) イベント 総合 EXPO 事務局 メール: eventexpo@reedexpo.co.jp TEL: 03-3349-8510

セミナー申込・招待券請求(無料) はこちらトトト イベント総合 EXPO 検索 招待券をお持ちでない場合、入場料¥5,000/人。

