# ENT63 AR ET NG Strict 株式会社 MICE 研究所 F105-0004 東京都徳区新橋 5-129 ABC ビル 5F TEL03-6721-5303 soft/@event-marketing.co.ip

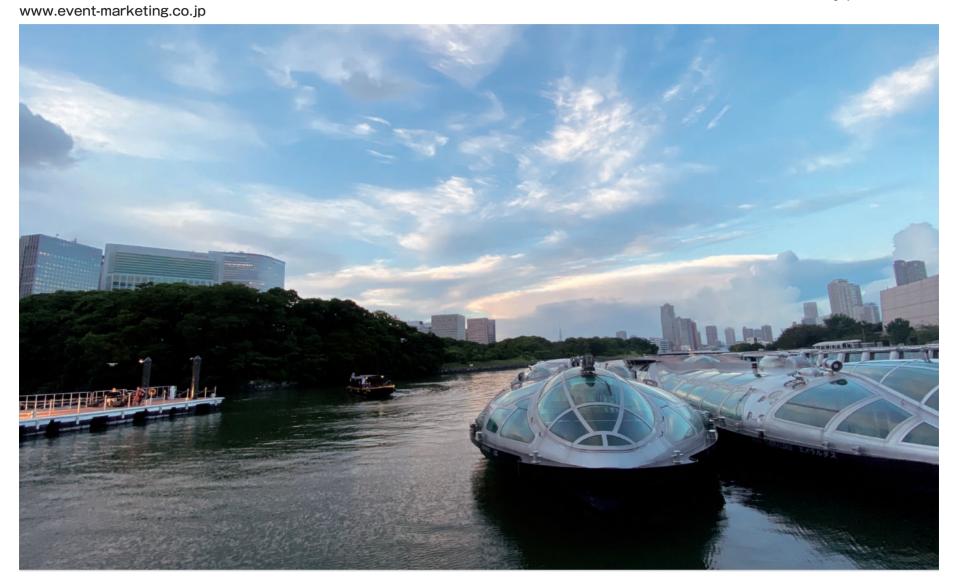
TAKE FREE

September 30, 2020

新しいイベント様式のリアル



ジャパン(株)代表取締役



# 

ゆっくりと淡い朱色を帯びて、やがて藍色へ と変わる。90分間と数字で言うと、くっきり と取り出せるような、カウントダウンをされ ているような気がするけれど、この空には時 間の境界などなく、目の前の風景の変化から、 ただただ時の流れのなかに溶けている感覚に

夏から秋に移る黄昏時、清々しい空色は、 すぐそばの桟橋では、チェロとピアノの生

9月9日午後6時6分、「乾杯!」の声が竹

前号で紹介した「水辺で乾杯 2020」。まだ

十分に活用されていない日本の水辺を新しい

可能性として切り開くための官民一体の協働

プロジェクト「ミズベリング」の一環として

芝の水辺に心地よく響いた。

開催されたものだ。

演奏の調べが美しく、その音色も、頬に感じ る風も、水面の揺らめきも、すべてがとどま らずに気持ち良く流れているのに抵抗する術 はない。

都会の風景のなかでも、水辺がそこにある だけで、日常を忘れて楽しめた。

乾杯をしたウォーターズ竹芝プラザのある 竹芝エリアは、東京都・東京観光財団から

「東京ビジネスイベンツ先進エリア」に選定 されたことが9月2日、発表された。東京の MICE 開催の新たな拠点となる地域で、「渋 谷エリア」と、この「浜松町・竹芝・芝浦エ リア」が指定されている。

いつしか水上でのライブや水上ピッチ、 トークなども楽しみたい。朝、昼、夕方、夜 と自然光をライトに ON STAGE!





# 申込受付を統合管理

- ・ウェブ事前受付、オンライン決済
- ・イベントへのスマートチェックイン
- ・動画、ライブ配信の申込者のみの視聴制御



#### ワンストップで対応可能

- ・企画 ・会場手配 ・デザイン / 施工
- ・運営進行 ・撮影 / 映像 / ライブ配信
- ・申込サイト制作



# ビジネスイベントの実績多数

**・カンファレンス** ・セミナー ・展示会 ・ウェビナー ・オンラインイベントなど

# 新しいイベント様式のリアル

9月19日から、上限5000人とされていた屋内イベントの開催制限の上限が撤廃。 観客が大声で歓声、声援などを行なう事を前提としないイベント(講演、展示会など)に限り、収容率100%まで可能となった。

# 新型コロナ・テック 都内イベントで活用へ

店舗型東京版新型コロナ見守りサービス

本格的なイベント実施で懸念されるのが参加者の心理的ハードルだ。 イベントに対しても施設や主催者の民間事業者が参加者向けのケアの 一環として活用できる都のテックパートナー企業のサービスがある。

9月から都内でも大型展示会が再開し、新しい様式でのイベント運営がスタートしている。

今月、大型展示会が再開した東京ビッグサイトでは、施設に入るとまず、接触確認アプリや通知サービスへの登録を促す QR コード付きのサインが目に留まる。よくみると数種類掲示されていた。

参加者側はどれか一つをインストールするか、登録するか、迷う姿もある。東京都でサービスの一部を所管する菊地智春さん(戦略政策情報推進本部 ICT 推進部 次世代通信推進課長)は「都では複数のサービスの併用を推奨しています」と話す。

国や都が接触を確認するサービスは次の3 タイプに分かれており、イベントを実施する民 間事業者の会場や主催者の場合は「店舗型東



東京都戦略政策情報推進本部 ICT 推進部 次世代通信推進課長 菊地 智春さん

京版新型コロナ見守りサービス」が該当する。

#### <個人トレース型>

・接触確認アプリ「COCOA」

#### <場所トレース型>

- ・「東京版新型コロナ見守りサービス」 (都立施設向け)
- ・「店舗型東京版新型コロナ見守りサービス」 (民間事業者向け)

都のテックパートナー企業には、店舗型の決済 サービスを含め、イベントチケットサービスなど 6社が選定されている。

菊地さんは「厚生労働省が公式提供する COCOAは1m以内に15分以上の接触を記録する"人と人との接触"に着目したアプリで、『店舗型東京版新型コロナ見守りサービス』は"訪れた場所"に着目したサービス」と説明。 COCOAでは接触日は記録されるが、場所の記録はないため、併用することで感染拡大予防に、効果の発揮が期待される。

#### カンファレンス・展示会での利用

「店舗型東京版新型コロナ見守りサービス」は、都が選定したテックパートナー企業のサービスを店舗やイベント主催者が活用し、訪問履歴を基にクラスター発生に関する感染情報通知を受け取るサービス。公募で6社が新型コロナ・テックパートナー企業として選出された。キャッシュレスサービスの「au PAY(KDDI)」「PayPay(PayPay)」「d払い(NTTドコモ)」、事前予約システムサブスクリプション機能の「favy(favy)」、そして、事前登録チケットシステムの「EventRegist(イベント

レジスト)」「PassMarket(ヤフー・一休)」だ。 6月27日以降、民間店舗やイベント等に導入 開始されている。

「EventRegist」を提供するイベントレジスト株式会社の高嶋未来子さんに、実際の主催者の利用状況を聞くと「サービス開始の6月末直後はイベントのオンライン開催が多かったため提案の機会も少なかったが、秋以降のリアルイベント再開で3社・団体、4イベントで導入が決まった」と話す。導入されたのは、新規オープンする会議室の内覧会、ビジネスカンファレンス、展示会でBtoBイベントだ。BtoCの民間施設からの問合せもあるという。

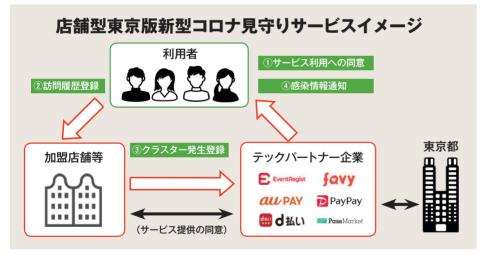
飲食店舗での導入は進んでいるが、イベント主催者や参加者への認知に課題がある。8 月1日から東京都新型コロナウイルス感染症対策条例に、標章の掲示、通知サービス等の活用に対して、都民と民間事業者へ努力義務が追記されたが、実用はこれからだ。

都内では、ハイブリッドイベントも徐々に再開。感染防止徹底宣言ステッカーとタイアップして標章を掲示することで、施設やイベント訪問者への安全安心の提供に取り組む姿勢を利用者に知らせる差別化ポイントにもなりそうだ。

「新型コロナ・テックは、気づきを速くし、 行動変容を促進する仕組み。イベントの主催 者・参加者にも活用してもらいたい | (菊地さん)

# イベント主催者・参加者も活用を

国内最大級?!旅行に関するイベントからアイテム販売ま すべてがここに!今年も多くの企業さまとのコラボレーシ



サービス導入イベントでクラスターが発生した場合の主催者 / 参加者のアクションフロー: 参加者が感染→医療機関から保健所へ→保健所が感染者の行動履歴をチェックし、クラスターを確認→店舗 / 施設に連絡→施設から主催者へ→主催者からコロナテック企業に連絡、コロナテック企業(イベントレジスト)のサポートで、イベント申込者に対して感染情報の通知を行う



イベントプラットフォームの

State Live

INNER HTD 2004 (ASIN)

TRAVEL Show

Option

A 7512 TOK!

A 7512 TOK!

A 7512 TOK!

「eventos」は、コロナ禍におけるオンライン・ ハイブリットイベントにも対応します!

**⊗** eventos



# リアル再開 沈滞ムードに一石投じる

「SHOWCASE 2.0 コロナ対策ハイブリッドカンファレンス」

ビジネスカンファレンスのリアル再開に企業はまだ慎重だが、ハイブリッド開催に向けて検討の声も聞かれる。9月17日、虎ノ門、六本木のリアル会場とオンラインの3会場で展開されたカンファレンスには合わせて700名以上が参加した。

「SHOWCASE 2.0 コロナ対策ハイブリッド カンファレンス」は、リアルが再開するも沈滞 ムードがあるイベント業界にとって一石を投じ るカンファレンスとなった。

「オンラインイベントは技術も進み、参加も慣れてきたし便利ではあるけれど、Face to Face で会って話がしたいという要望も出てきた。一方で民間企業がリアルイベントを再開するにはまだ慎重な向きもある」として、そんなムードを自ら打破しようと企画したのが会場を運営する森ビルアカデミーヒルズ事業部の倉橋慶次さん、イベント企画・運営のホットスケープ代表前野伸幸さんを中心とするメンバーだ。実行委員会制で広くイベントに携わる事業者とコロナ収束までのイベントのあり方、イベントの未来を考えることに向き合った。

コロナ対策では、事前申込時に時間制選 択や店舗型東京版新型コロナウイルス見守り サービスを導入(2p参照)、フィジカルディ スタンスを意識した会場レイアウト・サイン表 示(写真 D)を実施した。「リアルイベントで は参加した皆様の安全安心の見える化が課題。 事前登録チケットシステム上での1回の参加 登録で『店舗型東京版新型コロナ見守りサービス』にも同意いただける仕組みは、見える 化だけでなく、受付オペレーションの簡素化 につながった」と倉橋さんは話す。

「施設のコロナ対策とイベント施設の未来」のセミナーでは、倉橋さんとともに、都内ビルイン施設の会場という共通点をもつ他施設運営事業者2社(インフィールド赤坂拓也さん、初瀬広壮さん、マグネットスタジオ萩原通友さん)も登壇。「コロナ禍での会場運営・現場対応など、手探りのなか、会場特性の相互理解や利用事例の知見共有が変化する状況への対応や利用者目線の会場提案などユーザーメリットにつながる」という点で意見が一致していた(写真 A)。

13 時から 17 時まで、5本の 20~30 分のセミナー(うち2本は CG 活用のバーチャルセミナー\*写真 C、1本は六本木会場から)、15 分のテクニカルセミナーがリアルに展開され、合間には10 分の実行委員会参加企業のインタビューが動画で流れる構成。オンライン会場では、プラットフォーム上(写真 B)で継ぎ目なく4時間にわたって配信がされ、ハイブリッド開催の体験を参加者に提供した。

コロナ対策をした運営グッズやレイアウト展示、パーティ料理の試食・展示、3DCG配信システムなど、 半日カンファレンスのショーケースとして虎ノ門ヒルズフォーラムと六本木アカデミーヒルズ2つの会場で同時開催。オンラインプラットフォームでの視聴も行われた。



Second to Copy and Art 2015 SEA 77 SEA 77

タジオから中継でつないだ



写真 D

写真 C

与

ハイブリッド開催の取組み

Q.コロナ禍を経験し、改めてリアルイベントへのお客様自身の想いをお聞かせください

「ノウハウや知識はオンラインでも配信できるが、人間関係までは構築できず、やはりリアルでできないのは辛い」(社団法人)

「当面は開催が難しい」(社団法人)

「リアルがより重要な顧客接点に なると思えた」(イベント関連) 「人が集まる所への警戒心が強く、社内でも10名以上の会議はコロナ対策をするので結構大変です」(商社)

「リアルで開催する意義をより考えて計画する必要がある。リアルは無くならない」(イベント関連)

「毎日基準が変わるので、試行錯

▶リアル来場者数 ・虎ノ門: 236 名・六本木: 138 名(両会場申込): 39 名 ▶オンライン視聴者数 ユニーク視聴者数: 315 名

誤の連続」(旅行・ホテル)

「感染対策グッズも実際見てみないと大きさ・使いやすさが実感しにくいと感じ、とても良かった」 (旅行・ホテル)

「オンラインのニーズは強まれど、 リアルの高い満足感は変わらな いので、ハイブリッドを視野に開 催を目指したい」(金融)



1個から製作OK!

内容物に合わせた オリジナル設計

緩衝材も合わせて 大切な商品を しっかり守ります。



西尾レントオール株式会社 RA 東京営業<u>所 RA 東京スタジオ</u>

東京都足立区西保木間2-5-10

■ ratokyo-sign@rent-all.co.jp

Tel 03-5851-9240 Fax 03-5851-9267



#### 【特集】

# それぞれの立場で対策を

#### 感染症対策総合展

イベントの制限緩和やGoToイベントの実施検討など、少しずつイベント 再開への道筋が見えてきた。感染症対策を行いながら経済をまわすこ とが、社会全体の課題となっている。その最前線にたつ展示会の状況 を、名古屋で開催された感染症対策総合展から考えてみる。

# 名古屋市が推進 イベント業界もバックアップ

感染症対策は、いまもっとも注目が集まる分野であり、開催前から主催者側の担当者が 事前に企業側にコンタクトをとっていたことも あり、出展募集開始後すぐに、100 社超、200 小間相当の展示スペースは埋まった。

出展料が無料(小間装飾費は別途)という ことも、コロナ禍で経費引き締めをしている企 業の背中を後押しすることになった。

同展は感染症対策を行った展示会のモデル として、7月6日に名古屋市議会で審議された 補正予算に組み込まれている。

同展を担当した名古屋市観光文化交流局の 柳原貴人さんは本紙のライブ配信番組で、「コロナ終息後には経済復興をけん引する展示会 が必要。その時に展示会をつくる人や企業がいないと開催したくてもできない。苦境にたたされた企業を救うためには、補助金よりも展示会という仕事が必要と思い、行政ができることはなにかと考え続けた結果」と開催にいたった経緯と想いを語っている。同展の主催には名古屋市のほかに、柳原さんの想いをうけて日本展示会協会と日本ディスプレイ業界団体連合会も加わっている。

# 厳しい感染症対策と 心理的安全性

感染症対策展は、ウィズコロナ時代の展示会開催の新しいモデルとして、「名古屋市国際展示場における新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」をもとに実施され、感染者をださないようにと万全の体制で行われた。

時間制の事前登録、滞留人数を上限1,500 人と設定し、入口と出口で人数を調査。感染 者接触確認アプリの利用促進。換気、ソーシャ ルディスタンス、消毒、隔離室の設置、看護 師の常駐など、この展示会で感染者を出して はいけない、と万全の体制で実施された。展 示会場では濃厚接触をさけるため、多くの商 談席が設けられており、定期的に消毒も行わ れていた。

一方、厳しく対策を実施するだけでなく、 来場者の心理的安全性のための工夫も随所に みられた。

入場ゲートのサーモカメラは足を止めることなく検温でき(写真1)、ソーシャルディスタンスの目印もものものしくならないように演出また、会場各所の感染症対策には出展品が利用されており、そこに商品説明やブースへ誘導するなど、出展効果を高めつつ、過剰に意識させない工夫が見られた。



見せ方ひとつで変わる 来場者の心理

多くの機器が立ち並ぶ展示会場内で 異彩をはなっていたのが、博展の出展。 「BEAUTIFUL DISTANCE」のブランドで、 感染症対策機器を意識させずに、場のデザイ



写真 2

ンに溶け込む感染症対策を提案した。同社の本間一翔さんは「中部地区では弊社は展示会施工というよりもブランドデザインの会社」というように、仕事や生活の場の快適さを損

写直1

9月9日から11日までポートメッセなごやで「名古屋から 提案感染症対策総合展」が実施された。緊急事態宣言 は解除されたものの、イベント開催について制限されて いるなか、展示された感染症拡大防止のソリューション とともに、そのイベント運営についても注目が集まった。

なわないアイデアを提案していた。(写真2)

また逆に見せるということを意識したのは (株) ANOTHER SKY のウイルスディフェン ダーだ。センサーに反応して専用の除菌液を 人が通るタイミングに合わせて噴霧するもの。 同社の小笠原修人さんは「目に見えるようにミ ストの粒子の大きさを調整したり、ゲートにも 装飾を施すことで、きちんと除菌対応してい ることを、周囲に知らせることも大切」という。 来場者に安心感・信頼感をもらう空間づくり のニーズに応える。(写真3)



感染機会を減らす リモート環境を提供

VR グラスを手にするサン電子の尾関麻由 里さん。グラスを装着した作業者視点の映像 を本部に送り、本部の熟練者からの指示を音 声だけでなく、グラス内に AR のような画像 を送ることもできるという。(写真 4)



このように直接的に感染予防につながる商 品だけでなく、濃厚接触を減らすアイテムもあ る。

MICE イベントの映像を手がける新響社の ブースは無人。テーブルに置かれたボタンを 押すと、担当者が画面に現れるリモート出展を実施。担当者は会議室に組まれた放送システムの前で待機し1時間ごとに交代する。半バーチャルの出展手法も普及しそうだが、アテンド要員の体制が課題になりそうだ。(**写真 5**)



写真 5

# 熱意の高い来場者と 多くの商談が行われた

西尾レントオール(株)は、サーマルカメラ、消毒設備、空気清浄機、ソーシャルディスタンスマットなど、イベント関連のさまざまなアイテムを揃えた。同社RA名古屋営業所の安立智子さんは、「商談をしたい、話を聞きたいという方が多く、イベント業界だけでなく多くの業種の方がブースに来てくれた」(写真6)と企業の感染症対策への関心の高さを実

感したという。来場者の数はすぐにはもどらないかもしれないが、目的意識の高いバイヤー を呼ぶフィルターになっているようだ。



与具

\$ \$

コロナと共存しながら経済を回すというステージにある日本の展示会。感染症対策と効果の高いコミュニケーションを両立する手法は、まだ模索中だが、この危機で悩んで工夫したものが、イベントのコミュニケーション設計を一から再構築するチャンスととらえ、進化していく場と考えたい



主催者の方々には、イベント参加者を満足させることに集中して欲しい。そんな想いから生まれた、イベント主催者向け情報サイトが「イベントバズール」です。イベント会場、集客ツール、運営サービス、ケータリング、などなどイベント開催に欠かせない情報を、ワンストップでチェックできるサイトを目指しています。

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

# オンラインイベント スポンサー投資効果の見える化に特化 VIRTUAL EVENT SPONSORSHIP WEBINAR CHANGE TOTO 9 J. ACC-71 COURT Plant Million Plant Millio

\*「enavle(エネイブル)」の視聴サンプル画面。日本では「SHOWCASE2.0」(3p 参照)で初導入された

イベントのオンライン化が進むなか、9月17日に、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が、バーチャルイベントスポンサーシッププラットフォーム「enavle(エネイブル)」との連携を発表した。開発者の種倉さんに、開発の背景からサービスの特長をうかがった。

#### ---「enavle」開発の経緯は

種倉 シンガポールでは、コロナ禍で2 月から在宅勤務の推奨とイベントの人 数制限、4月にはロックダウン(都市封 鎖)になり、6月頭に解除されました。9 月になった現在もビジネスイベントはリ アル開催の目処がたっていません。そ のため、4月以降イベントはウェビナー へとシフトしました。弊社にもクライア ントのシンガポールデザイン工科大学 から「カンファレンスをオンラインに切 り替えたい」と相談が6月にありました。 それがきっかけとなり開発に入って、7 月開催のカンファレンスではじめて導 入されたんです。10社ほどスポンサー がついているカンファレンスで、例年リ アルでは小さなテーブルに出展するス タイルでの運営ですが、今回のオンライ ンではロゴ掲出と関連サイトへのリン ク、情報掲載で展開し、好評でした。

----「enavle」の特長に合うイベントは

種倉 スポンサーファーストの画面設

シンガポール法人 Actioport 代表 **種倉 章仁**さん



Actioportは2014年にイベントレジストの海外子会社としてシンガポールで設立。 2020年1月にMBOにより分離独立した。enavle開発のほか、イベントレジスト 商品のアジアにおける正規代理店となっている

計が特長です。オンラインイベントでのセミナー視聴画面が上部に大きく表示され、そのすぐ下にスポンサーロゴが常にスクロール表示されます。ロゴはクリックすると指定のページへ遷移。スポンサーと参加者のコミュニケーション用アクションメニューとして、見積もり依頼、商談希望などを用意、カスタマイズ可能です。プラットフォームでの参加者の行動履歴はスポンサー専用の管理画面でリアルタイムにチェックできます。

また、参加者のユーザビリティも配慮し、イベントガイドアイコンをクリックすると、視聴画面の右に講演内容、スピーカー、スポンサー(出展者情報)などの情報が表示される設計で、視聴しながら必要に応じて情報をチェックすることができます。テレビCMのようにスポンサー動画を配信することも。スポンサーのブランディング、リード獲

得の機能をウェビナーに追加したいと いうイベントによろこばれています。

# ----ストリーミング配信できるのは

**種倉** ライブストリーミングプロバイ ダーではZoom, V-CUBE, Youtube、 Vimeoとの連携により、スムーズな動 画配信ができます。 J-stream、Ulizaも 追加予定です。

# ──「EventRegist-enavle」でのメ リット、市場性は

種倉 イベントの告知、事前集金の決済、申込者管理という「EventRegist」の機能と、Live動画配信管理、視聴者管理の「enavle」の機能が連携することで、主催者は一連のイベント運営、リード獲得を効率良く管理できます。

シンガポールではオンラインイベントを中心に導入いただいていますが、日本ではリアル開催も徐々に再開され、オンラインイベントとのハイブリッド型での運用が期待されます。

# リアルとオンライン融合 竹芝街びらきイベント

#### TAKESHIBA SMARTCITY FES

9月14日に開業した都市型スマートビル「東京ポートシティ竹芝オフィスタワー」で、リアルとオンラインが融合した街びらきイベント「TAKESHIBA SMARTCITY FES」が9月18日から開催。9月20日までの3日間でイベントを実施した。

リアルとオンラインが融合した ニューノーマルな街びらきイベント として劇団四季、Crystal Kay、SKY-HI、☆Taku Takahashi(m-flo)らが パフォーマンス披露、吉本興業所属の お笑い芸人による特別ライブ配信も 展開された。

ビル内には、イベント会場400インチスクリーン2面分のスクリーンが特徴の520㎡のホール、撮影スタジオ・ハウススタジオとして活用できるスタジオ会場の「東京ポートシティ竹芝ポートホール/ポートスタジオ」や700㎡~1500㎡規模の展示ホールと会議室のある「東京都立産業貿易センター浜松町館」、屋外にイベント広場「グリーンプラザ」がある。



# 出展者 コロナ対策さまざま

#### —— 第 12 回 Japan マーケティング Week 夏

9月2~4日、東京ビッグサイトでも大型展示会が再開。「第12回 Japan マーケティング Week 夏」と して販促・マーケティング・宣伝・営 業部向けの6つの専門展が展開された。来場者は15,249名。

出展者はコロナ対策で、飛沫防止をアクリル板×オリジナルフェイスガードでW対策したり、リモートセミナー、リモートアテンドなどで密を避けるなど、それぞれに工夫しながら感染防止・拡大予防と販促活動を両立。

久しぶりの展示会に「ファーストコン タクトは対面がいいですね」といった 声などが聞かれた。



「ヤプリ」ブースでは、セミナーをブース内 に設置したモニターからライブ配信し密を避 けるオペレーションに



「サイボウズ」 ブースではアクリル板を設置 した上、プレゼンターがオリジナルのフェイ スガードで説明するステージを展開



「プレイド」ブースではオンライン対面でブース来訪者と商談。ブース内のアテンドスタッフは少人数で対応した



# **Back to Business!**

# 東京・大阪で一挙に再開

インフォーマ マーケッツ ジャパン株式会社 代表取締役

# クリストファー・イブさん

B2Bイベント主催のグローバル企業Informa Markets(インフォーマ マーケッツ)は、 中国に続き、日本での展示会を再開した。9月15日に「ダイエット&ビューティーフェア」 含む4展が東京ビッグサイト青海展示棟でスタートし、笑顔をみせたインフォーマ マー ケッツ ジャパン株式会社代表取締役のクリストファー・イブさん。 いま伝えたい展示会 の価値とは。

9月15日「ダイエット&ビューティーフェ ア」含む4展を東京ビッグサイト青海展示棟 で再開、大阪でも同日15日から「コールセ ンター /CRM デモ&コンファレンス 2020 in 大阪」が、17日からファッションの展示会 「PROJECT TOKYO」が東京・渋谷で、と 今週は、各地でインフォーマ マーケッツ ジャ パンの展示会が開催されます。ようやくです。 再開できてよかった。

# 再開に応援の声、続々

今回の再開してみて、ニーズが溜まってい たことを感じました。「ダイエット&ビュー

ティーフェア」含む4展の開催決定は8月の お盆の時期でしたが、ビューティ&ウエルネ ス業界の出展者から「美容業界をもっと元気 にしましょう。そして日本を元気に」「今こそ 日本企業の力を世界へ」というメッセージと ともに開催をよろこんでいただいたのは、うれ しかったです。安全に開催できるのかの判断 の決め手は、東京に先行して開催された7月・ 大阪の「関西ホテル・レストラン・ショー」の 視察でした。その運営をモデルにし、日本展 示会協会のガイドラインに則って実施してい ます。展示会は来場者・関係者は全員登録さ れますし、搬入日から搬出日まで誰が会場に





「和歌山県ブース」では、県産品×美容という機能 性食品の新たな切り口で6事業者が初出展した



継続出展者の1社でもある「ワム」は、施術をメイ ンにデモを行っていた。美容業界のガイドライン に則って実施、予約制での運営などで展開

いたかトレースができます。大声を出すイベン トでもなく、商談ベースの対話ですし、安全 安心な環境体制を整えました。

経済発展に展示会は効果的で、こうした時 だからこそ必要な場と思っています。

# 偶然の出会いサプライズが 展示会の面白さ

展示会ビジネスに1994年から携わってき て、26年が経ちました。だからこそかもし れませんが、ビジネスに最終的には Face to Face が非常に大事だと実感しています。

サービス・商品によって、データとしてはっ きり示すことができるものは検索性も上がりま すしオンラインにも適していると思います。一 方で、美容やファッションなど、センスやアー トは対面や体験の情報がより重要です。ソフ トウェアもデモをみてどんな機能があるか、課 題もそれぞれに異なるので実際に話してみる ことが導入のポイントにもなります。

3日間、一同に集めて展開するというのは、 効率が悪いとも言えるけれど、出展者や来場 者にとっては1回会ったあとのコミュニケー ションは早く進展して、効率的なのです。

人間はソーシャルな動物。1年間、3日間 オンラインで年中つながっているのも便利だけ れど、インパクトは少ない。そして、展示会の 面白さは、偶然にいろんな人やモノに出会え ること。思いもしなかった出会い、サプライズ が会場にはあります。

# 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

□池袋サンシャイン事業所

□大 阪 事 業 所

飯田電機工業株式会社 □インテックス大阪事業所

□本 社 事 業 本 部

□東 北 事 業 所

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

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 宮城県仙台市書葉区―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





TEL 03-6721-5303 / info@event-marketing.co.jp

https://www.event-marketing.co.jp

# オンライン開催でもスポンサー満足度高める工夫

- シェアサミット 2020

日本最大級のシェアリングエコ ノミー カンファレンス「SHARE SUMMIT 2020」が11月16日にオ ンラインで開催される。トークセッ ションのオンライン視聴は無料。

今回は、"分断を乗り越えて、共生による持続可能な社会を創る"をテーマに、西村康稔経済再生担当大臣、サントリーホールディングの新浪剛史社長など、社会的な影響力のある登壇者と知見が共有できる。

充実したセッション内容とともに、同イベントの特長としてあげられるが、参加者どうしの交流だ。シェアリングをキーワードに集まる政府、自治体、企業、個人、あらゆるセクターが集い、新しいトレンドをつくっていくことが初開催から、同イベントの評価を高めてきた。それをどうオンラインで実現していくのか。

# 協会の全国展開と オンライン開催の相性

シェアリングエコノミー協会事務 局でサミットのディレクターを務める 積田有平さんは、スペースマーケットのスタッフでもある。「オンライン もイベント会場の1つと考えられる。 ただ一方的に映像を流しつづける ウェビナーにしたくなかった」

2つのセッションの同時開催、質問 などのインタラクティブ性、展示会の ようなスポンサーと参加者の交流な ど、昨年の虎ノ門ヒルズフォーラムで



西村経済再生相、サントリー新浪社長などが登壇

のオフライン開催と同じことをオンラインで行うために、イベントプラットフォーム「Eventhub」を採用。アプリインストールや ID 登録が不要で参加者の離脱を抑える、視聴や交流履歴など細部にわたるマーケッティングデータ取得なども可能になる。

オンライン開催における課題の1 つである、スポンサーの満足度については「これまで出展ブースでの交流や名刺交換した方のみのマーケティングデータだったのが、Web上の行動履歴などのデータが取れることに対する期待が大きい。また大手企業の課題である地方の中小企業とのコミュニケーションについてはオ



シェリングエコノミー協会事務局 積田有平さん

ンラインに強みがある」(積田さん)

昨年のサミットで大手企業の賛同を得られたシェアリングエコノミー協会の次の施策は全国展開。9月に関西、10月に九州支部を開設し、2023年には全国9~12支部体制となる。コロナによるオンライン移行が、全国展開の足がかりとして活用できそうだ。

EventHub Conference vol.1



出展企業とのコミュニケーションのほかにセッション中に質問のチャットや登壇者へのアポ取りもできる

# 研究大会をクラウドで東・名・阪に 3 元中継

―― イベント学会

イベント研究の推進と、諸科学横断的な討議・交流の場となるイベント学会第23回研究大会が、11月7日(ハイブリッド開催)8日(オンライン開催)で行われる。東京ポートシティ竹芝ポートスタジオ、THETOWER HOTEL NAGOYA バンケットルーム、ホテルソビアル

なんば大国町2Fホールと、東名阪 の3会場をクラウドで生中継する。

基調講演は「人間とコミュニケーション(仮題)」山極壽一京都大学総長、「人間とスポーツ社会(仮題)」原田宗彦早稲田大学教授。イベント学会の中村利雄会長がモデレートする。



左から、中村利雄さん、山極壽一さん、原 田宗彦さん

あらゆる 価値観を 再 定 義 する場所

# #09 「point 0 は 2 年目へ」

 $^{igtharpoonup}$  Powered by point 0



空間データの協創プラットフォーム『CRESNECT(クレスネクト)』が発表されてから約2年が経過し、会員型コワーキングスペースが開設され、1年が経過した。

オープン時には9社だった参画企業 も\*17社にまで増え、参画企業の業界 の幅も広がった。(\*コミッティー会員 メンバーシップシルバー以上の企業) 2020年9月7日・8日で開催された 「point 0 ignite 2020 summer」カン

2020年9月7日・8日で開催された「point 0 ignite 2020 summer」カンファレンスは、with/afterコロナを見据えた完全オンラインで開催された。

#### 全てを自分たちで

今回17社は、企業紹介や実証実験についての動画を各社で制作し YouTubeにアップした。動画制作スキルを有している人材はそう多くはない中、point 0の担当者は何度も撮り直して試行錯誤したと話す人が多かった。それだけ熱量が高いだけではなく、自分たちがやってきたことを、自信を持って発信しよう、という意欲が感じられた。

過去6ヶ月の間に経験した新型 コロナウイルスによっての生活の 変化は、point 0では良い影響を与 えているケースもある、とpoint 0 marunouchi/コミュニティマネー ジャーとして勤務してきた筆者は見 ている。それは、オフィスにおいての 重要視される価値は何か、どのような 貢献ができるのかを、point 0に参画 している企業の1社1社が真剣に考え ている様子が各所で見られ、参画企 業同士の中に絆を感じられたからだ。 point 0という特異なコミュニティに おいて、互いの価値を発揮し合おうと する意識を芽生えさせることはそう 簡単ではない。

だからこそ、確実に世の中からの point 0への関心は日々高まっている と実感している。

# 「powered by point 0」の持つ力

今回のカンファレンスでは、全室個室のオフィス「point 0 satellite」を発表した。各地の事業パートナーと手を組む形でオフィス開設を行うが、その際「〇〇〇〇 powered by point 0」のような名称を想定している。point 0 marunouchiで培ってきたオフィスの知見が、powered by point 0という形によって、世界中のオフィスプロジェクトで活かされることは、一つの日本企業の成功事例になるだろうと筆者は期待している。

価値観を再定義することはそう簡 単ではない。しかし、point 0にはそ れができうるポテンシャルが存在す

(文・岡本侑子)







# オンライン×オフラインの可能性

~2020 年度上半期を振り返って



<上段・右から>

アフロマンスさん(パーティークリエイターほか)

[モデレーター] 舟橋 健雄さん(078KOBE実行委員会 Interactive部門企画統括) [モデレーター]藤田 祐司さん(Peatix Japan(株)共同創業者/取締役・CMO)

<下段・右から> 広屋 佑規さん(劇団ノーミーツ主宰) 則武 里恵さん(100BANCHオーガナイザー) 大塚 誠也さん(Soft. Guest house代表)

「078KOBE 2020」の最初のセッ ションでは、新たなオンラインとオフ ラインを掛け合わせた可能性をテー マに語られた。スピーカーは、この4 月からの緊急事態宣言下、アイデア と工夫で乗り越えたイベントの主催 者たち。半年の活動を時系列に振り 返りながら、イベント、エンタメ、コ ミュニティ活動の未来を予見した。

#### スピード重視 回数重ねる

ドライブインシアター形式を取り 入れた音楽イベント「DRIVE IN FESTIVAL 2020 VOL.1」を8月 23日に千葉で開催したアフロマンス さんは、3月17日には動き出してい たと振り返る。その前日には、トライ していくことはだめなことじゃない。 まずは何かしていく時に世の中の空 気感を変えることが必要だと感じ、 SNSで「#楽しいが必要だ」という メッセージを投稿したと言う。

スタッフや演者がフルリモートで 演劇を生配信し1万人以上を熱狂さ せた劇団ノーミーツ主宰の広屋佑規 さんは、4月5日に仲間に声を掛け、

3日間で1本台本を書き上げ撮影、 次の日には出して4月9日に旗揚げ したとスピード感あるスタートを紹 介。第2回長編公演「むこうのくに」 では、Zoom で展開した前作を超え ることを目指し、ログイン方法、投 票など視聴体験の幅を広げることを 意識したチャレンジだったと語った。

Soft. Guest house 代表の大塚 誠也さんは、オンラインで旅する企 画「REMOTE TRAVEL」を5月 中、1日から31日まで毎日開催した。 コロナ禍で困っているゲストハウス の方になにかしたいということでス タート。1回で500人が参加する回 もでるなど反響があった。キャラバ ン的に次の拠点にも参加するケース もあり、全国から集まって、参加者 が出演する側になることもあった。 孤独な時期でもあったたため、安心 できる場をつくれたことが毎日開催 につながったという。

パナソニックが創業 100 年を迎え ることを機に構想がスタートし、次 の100年にむけた、100のプロジェ クトを生みだす実験区となっている

100BANCH。オーガナイザーの則武 里恵さんは、4月2日には毎月のイ ベントをオンラインベースに方向転 換。寂しさも感じ、やはり自分の半 径 50cm の体験をリッチにすること にこだわりたいと配信×配送のプロ ジェクトにつながったと回想。年に 一度、未来を届ける夏祭りの一大イ ベントとして開催している「ナナナ ナ祭」を、今年は1回きりでなく7月 7日から1ヶ月実施し、多種多様な 約30プログラム、70以上のイベン トを、実験キットとして配送する内 容で、配信しながら開催した。

それぞれ、スタート時期は早く、 とにかくトライのスピードを重視し、 量をこなすことでの気づきを大事に したと語った。また、オンラインとオ フラインをミックスしたイベントでも 参加者側は混在しない。混在するこ とで参加者の体験は揃わないことを 前提にしながらも、オンラインでし かできないこともあり、そのメリット をリアルにどう持ち込むか、どうハ イブリッドで満足感を高いものにし ていくかが課題だと議論は続いた。

# taんとtaく座談会

# ゆるい話も必要!?

9月3日20時30分からイベント マーケティングの YouTube チャン ネルで、「なんとなく座談会"いまこ そ考えようイベントができること"| を実施。イベント関係者4人をパネ リストに招き、コロナ禍のイベント業 界の現状や、With コロナ・アフター コロナに向けてイベント関係者が準 備しておくべきことなどを語った。

展示会の装飾などフリーランスで 活躍するたけうちのぶおさんは、「展 示会の開催がない時期に、問題提起 を note で発信したことから、事業開 発アドバイザーなど他の仕事につな がった」とプランナーの広範囲な知 見を活かした活躍をしている。

カジヤマユカリさんは「五輪に合 わせて日程を組んでいたので、再調 整はむずかしい。グループ内のアプ リ開発など、イベントと関連の低い 業務もしている」と語った。

イベント業界.comの近藤和彦さん は、「現場の仕事はほぼなくなり、イ ベント以外の仕事を始めた人も多い と業界からの人材離れを危惧する。

展示会主催団体に勤務する大岩将 士さんは、「イベントを開催しなくて

もコロナ対策やオンライン化の準備 など、個人の仕事はふえている」と いう。展示会用に制作したアプリを 工業会の事業全体での使用になけて 機能拡充しているそうだ。

そのほかにも、「体は別な場所でも、 目や耳、こころが集まっていればイ ベント」「映画館やテーマパークでも、 他者と相互作用があり体験を共有す ればイベント」「五感を使うリアルイ ベントは記憶定着の点で優位」「DVD とライブ配信が違うように、時間の 共有は重要。インタラクティブ性も 時間の共有が必須」「直近の売上はオ ンライン商談でも可能だが、イベン トの偶発的な出会いは少し先の未来 をつくる」「1年間の準備を3日間に 注ぐ熱量がイベント」など、多様な 意見・議論がなされた。後半は飛び 入りの参加者が現れるなど、自由な 感じで会は進んだ。



# イベントを支援

#### GoToイベント

政府は9月25日、新型コロナウ イルス感染症対策分科会を開き、「Go To キャンペーン」で、イベント入 場料や商店街の催しを補助する事業 を10月中旬に開始することを発表。 スポーツやコンサートなどの入場料 の2割相当を補助する「GoToイ ベント」では、1回の割引額を最大 2000円分までとする方向で調整して いる。「GoToイベント」は、コン サートやスポーツ、文化芸術などの イベントを支援するもので、10月中 旬からのスタートを目指す。チケッ トを2割引で購入できるようにし、

1回の支援の上限額は原則 2000円 の予定。予約時に客の連絡先を登録 するシステムを導入するなど、感染 防止策を徹底する事業者を登録対象 にする。

# デジタル技術活用補助

経産省は、オンライン上での商談 会などデジタル技術を使って新たな 取り組みを行うイベントの主催者に 対して、開催費用の一部を補助する と発表。また、VR などを活用して、 商品を立体的に確認しながらオンラ イン上で商談を行うことができるシ ステムの開発などを支援。来年度予 算案に5億円を概算要求する方針 だ。



特集

イベントマーケティングのトレンドを 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。

NEWS

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。



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

#### 製薬会社 ミーティングプランナー

講演会に活かしたい

▶ 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

#### 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

# 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

毎月30日発行