



展示会開催宣言

AnimeJapan 2021 総合プロデューサー

寺田 浩史 さん (右)

中嶋俊介さん (左)

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp

オンライン時代の醍醐味



©2021 IMAGICA GROUP Inc. All Rights Reserved. © 2021 DRUMTAO All RIGHTS RESERVED.

「劇場が好きよ」

演劇の世界では、この台詞を第一幕でストーリーテラー役の俳優に言わせ、フィクションの世界に、上手に“いま”ステージの幕が上がったことへのよろこびの心境がシンクロしていて、観客、演者、舞台裏の心を震わせた、という話を聴いて胸が熱くなった。(このステージはオンライン配信もされていて、画

面上で観てもきっとこの言葉は響いたのだろう)

表紙のステージは、1日限りの上映をした「DRUM TAO」×「VISIONS」高臨場感ライブビューイング『DRUM TAO“祭響”RELIVE (リライブ)』。エンタメの世界でも、最先端の技術によって、体感した和太鼓の振動やパフォーマンスは肉眼で見る以上にリア

ルに迫り、胸熱な気持ちを味わった。高精細映像×リアル演出の妙は、これまでのリアル体験にはない、別の体験の新しい発明で、“いま”だからこそ味わえている醍醐味なのかもしれない。(詳細は8p)

ビジネスイベントの世界も、この“いま”が幅を利かせていて、出展やチャレンジのチャンスのときだという声を聴く。

醍醐味という言葉は、仏教では牛やヤギのミルクを精製する過程の5段階の五味のうちの最後。乳、酪、生蘇、熟蘇、そして、醍醐となる。最高の味わいを指すそうだと。

オンライン時代も段階を経て、醍醐味の域に差し掛かってきた。過程の一つかもしれないけれど、それぞれの段階で、“いま”を深く味わいましょう。

オンライン でも オフライン でも、

**ビジネスイベントのお悩みは
イベントレジストにお任せください!**



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



イベントレジスト株式会社
<https://eventregist.com>

資料請求・お問い合わせ
contact@eventregist.com



オンラインイベントのUX

【UX】User Experienceの略語で、直訳すると「ユーザー体験」。

明確に定義することが難しいが、一般的にWEBサイトのみならず、製品やサービスを通じて得られる体験のこと。

ユーザーである参加者、スポンサー企業や出展企業、そして主催者まで、
オンラインイベントならではの場として何を持ち帰るのか。

UXを考える前に、オンラインイベントのUIについても考えてみる。UI (User Interface) のタイプも、経験値もふえている。

3Dウォークスルー

参加者はアバターを作成して、3D空間を自由に動き回り、ブースや画面、ステージを体験する。展示会や学会、展覧会などで採用されている。写真は「docomo Open House 2021」。渋谷区公認配信プラットフォーム「バーチャル渋谷」内で開催されたバーチャルイベント「バーチャル渋谷 au 5G ハロウィーンフェス」には昨年6日間で40万人が訪れた。

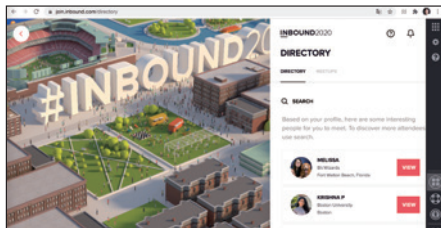
3Dイラスト

オンラインイベントの全体構造がわかるように視覚デザインされていることが多く、たとえばカテゴリ別にエリア分かれていたり、ステージ、展示、コミュニティスペースと目的別の会場構造をみせたりして直感的な移動ができる。写真は、HubSpot 社主催の年次イベン

選択するUIタイプ・経験値もふえた



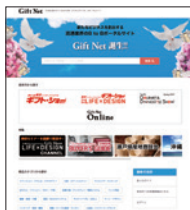
3Dウォークスルー



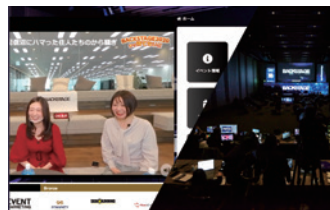
3Dイラスト



2D



WEB型



ハイブリッド

ト「INBOUND2020」。

2D

カンファレンスやセミナー等のUIとしてよ

く採用されている。視聴の「メイン画面」、チャットなどの機能を選択できる「メニュー」が上部に配置され、スポンサーの「ロゴ」、または「参加者アイコン」といった画面構成がよくみら

れる。写真は、「SC BUSINESS FAIR 2021 ONLINE」での丹青社ブース。展示会ではブースのUIとしても採用されている。

WEB型

通常のWEBサイト型。展示会での出展検索、詳細な出品物ページなどで構成される。写真は「gift.net」。4pに詳細。

ハイブリッド

新型コロナウイルス感染症対策をとった形式でリアル開催を実施し、オンラインも同時開催、または前後に展開するスタイル。写真はリアル開催と会期3週間前～会期後の翌月末までオンライン展開した「BACKSTAGE2020」。

上記のほか、VRやAR、MRなどXR技術を活用したイベントも。目的に最適なUIを選ぶのも、どんなUXを持ち帰ってもらいたいに影響する。多様な参加を受け入れるオンラインこそそのUIやUXを考えたい。

総合レンタル業のバイオニア
西尾レントール株式会社
http://www.nishio-rent.co.jp/

総合レンタル会社だからできること

感染症対策品も各種保有あります！！
東日本～西日本まで各拠点で、ネットワークを生かした対応可！！

RA 札幌営業所
〒063-0834 北海道札幌市西区発寒14条11丁目1-10
TEL 011(590)1420 FAX 011(590)1477

RA 東京営業所
〒108-0022 東京都港区海岸3-20-20ヨコソレインボータワー1F
TEL 03(3453)7240 FAX 03(3453)7000

RA 東京第2営業所
〒108-0022 東京都港区海岸3-20-20ヨコソレインボータワー1F
TEL 03(5765)2400 FAX 03(5765)2402

RA 名古屋営業所
〒490-1114 愛知県あま市下萱津替地1050番地
TEL 052(445)2450 FAX 052(445)2453

RA 大阪営業所
〒536-0014 大阪府大阪市城東区鳴野西二丁目6番8号
TEL 06(4258)2401 FAX 06(4258)2404

RA 神戸営業所
〒651-0093 兵庫県神戸市中央区二宮町1-2-3 マスビル6階
TEL 078(231)5820 FAX 078(231)5824

RA 福岡営業所
〒812-0051 福岡県福岡市東区箱崎ふ頭5-8-32
TEL 092(643)8240 FAX 092(643)8877

セゾン
スマート
振込サービス

CREDIT
SAISON

毎月当然のように支払っている振込手数料、削減しませんか？
インターネットを使用した振込代行サービス「セゾンスmart振込サービス」なら、コストダウンに加え、業務の効率化が図れます。

振込手数料が
1件あたり
一律

高額振込も他行振込も
バラつきのある
振込手数料を一律に。

コスト削減 初期費用・月額費用0円 業務効率向上 Webでらくらく簡単操作

モデル例 インターネットバンキングで月間100件(同行宛25件、他行宛75件)の振り込みをするA社
※3万円以上の振込として計算(同行宛330円/件、他行宛770円/件)。

従来の振込手数料 66,000円/月間

セゾンスmart
振込サービス手数料 28,600円/月間

月間
約37,400円削減
年間 約448,800円削減

導入企業の声

翌営業日には着金するスピードが嬉しい
です。また、振込エラーが発生しても当日
13時30分までにデータを修正すれば
再振込手数料が無料なので安心です。

インターネットバンキングと併用して
おり、286円以上の振込だけ利用し
ています。サポートデスクがあるので、
初めての利用でも安心です。

【注意事項】※振込手数料税抜き価格260円 ※当サービスをご利用するにはインターネット環境が必要となります。※「お客様専用の指定口座」へのご入金の際は、振込金額総額と振込手数料[286円(税込)×振込件数]の合計でご入金ください。※「お客様専用の指定口座」へのご入金の際は、別途、各金融機関が定める振込手数料が必要となります。※過剰にご入金いただいている場合などには、ご返金手続きに伴う所定の返金手数料が発生いたします。※振込データに対して、ご入金金額が不足している場合、ご依頼いただいた取引先口座へのお振込全てが振込中止となります。※振込データの内容に誤りがあり、取引先口座へ正常に振り込みができなかった場合、振込当日の13時30分までに振込データを正しい情報に修正いただければ、無料で再振り込みいたします。再振り込みのご依頼がなく、組み戻しとなった場合は所定の組戻手数料および返金手数料が発生いたします。

サービスの
詳細資料請求は
こちら

セゾンスmart振込サービス 検索

www.saisoncard.co.jp/furikomi

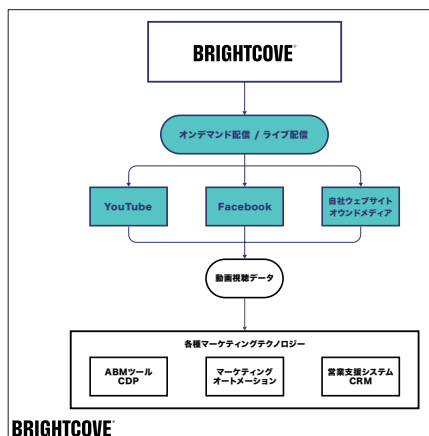
セゾンスmart振込サービスデスク
TEL0570-015-039 (10:00～18:00 土・日・祝日・年末年始休み)
お申し込みの際、上記申込店コードを入力ください。

6245

オンライン × カンファレンス

リアルイベントの翻訳ではなく
オンラインでの最適解を探す

ビジネスイベントのライブ配信といえば収録した動画のオンデマンドが主流だった。コロナにより状況が一変し、オンラインイベントのUI/UXはどうなっていくのか。世界中で動画配信プラットフォームを提供している、ブライトコープの大野耕平さんにうかがった。



ライブ配信の利点は、エンタメのコンテンツでみるとわかりやすい。スポーツの試合の結果がわからずに応援するもの、アーティストの引退公演のようにファンと同時性を楽しむことに意義が高いものは、ライブ配信向けのコンテンツといえる。一方「オンデマンドの視聴者は、知りたいことを求めて検索した結果その動画にたどりつくことが多く、途中でスキップしたり離脱が容易なため、時間が短く情報の密度が高いものが適している」と大野さんは話す。ライブ配信をしたものをアーカイブして配信することが多いが、ライブ配信は、次にくるコンテンツに期待して視聴を継続することが多いのに対し、このように視聴の仕方やニーズが異なるので、編集や字幕を入れるなどして、収録するのが望ましいという。

資料をダウンロードした、アンケートに答えたという、Yes/No だけでなく、このコンテンツのどの部分に興味があった、どの説明のときに離脱した、というデータはリードのスコアリングに有用なデータとなる。

視聴時間を含めマーケティングに必要なデータが取得できることが、ブライトコープのVideo Cloud が Marketo や Oracle Eloqua などの大手 MA や、CDP との連携をしている一因になっている。

ブランディングと安定性と
実現するための工夫

映像の品質や画づくり、音質にこだわるのは、継続視聴をあげるという狙いとともに、イベント開催の目的である、企業のブランドの表現をイベントに乗せることだ。ディスプレイモニターという平面でどれだけリッチなコンテンツをつくるかが、現在の課題となっている。一方、参加者の多くがイベントでの交流や出会いを期待している。マッチングができるオンラインプラットフォームが開発・採用されている。「リアルなイベントでやっていたことを再現しようとするだけでなく、オンラインでの最適解を目指すのも1つの選択肢」と提案する。

ブライトコープといえばマーケティングに強いというイメージがあるが、国内外問わず多くの放送局の配信を手がける安定性の高さが評



ブライトコープ株式会社
Marketing Manager

大野 耕平さん

価されている。「オンラインイベントも同様に安定性が重要。ライブという特性がある以上、配信の失敗は許されない。イベント当日にむけて準備したものが無に帰してしまう。

SXSWはブライトコープの
OTT でオンラインの最適化

「Netflix は、人によってレコメンドされる動画が大きく違いますよね」（大野さん）ユーザの行動を解析し、最適な動画をレコメンドしている。端末を超えた視聴体験を実現するオンライン動画配信、OTT（Over The Top）サー

ビスの特徴だ。オンライン開催となるSXSW 2021 は、ブライトコープのOTT サービス「Brightcove Beacon®」を利用する。同サービスの安定性、各種視聴データの取得、デバイスを超えた視聴体験に期待しているという。これまでのイベントにない先進性と、人との出会いが魅力のSXSW も、動画配信の最適解を目指すようにみえる。

オフラインからオンラインへそのまま翻訳するのではなく、いちど本来の目的・目標に立ち返って再設計することで、思わぬ効果やソリューションが得られるかもしれない。

今までのスタイルにとらわれない
チャレンジができるのがオンラインの強み

オードリー・タン氏の登壇などオンラインイベントのトレンドをつくってきた「PLAZMA」の企画・制作を行っているトレジャーデータの小林さんに、イベントの主催者の視点で、オンラインとオフラインのUI/UX、スポンサーについてうかがった。

毎四半期ごとに開催され、今回 15 回目となる PLAZMA は、これまでの開催方法にとられず、毎度様々なチャレンジに取り組んでいる。「オンラインイベントに定石は無く、色んなチャレンジができるのが良いところ」と小林さんは語る。

今回はオンライン開催でもライブ配信はなく、オンデマンド配信を中心に開催している。オンライン開催でのスポンサー獲得について「イベントのスタイルが変わり、スポンサーへの対価が変わるなか、オンラインイベントならではの設計も考えてきた」と小林さんはいう。オフラインの展示ブース提供であれば、軽食やスタンプラリーなどの物理的な導線をつくる。セッションであれば、基調講演など集客力の高いセッションの間にライトニングセッション（時間が短めのスポンサーセッ

ション / プレゼンテーション）を挟んでいたという。

オンライン、とくにオンデマンドになると、人気セッションの前後にスポンサーセッションをセットすることはできない。そこで、小林さんはスポンサーにも、企業や商品のプレゼンではなく、顧客も交えた最新事例や取り組みの共有など、視聴者に役立つ内容をスポンサー企業に依頼している。そのために「一緒に企画から考える」（小林さん）という。

オンデマンド化することが成功かは分からない。しかし、これまでも海外配信や、3 週間連続ライブ配信など様々なチャレンジに取り組んできた。トレジャーデータは、PLAZMA のテーマである『DX』に、オンラインイベントを通じて取り組み、最適なスタイルを模索している。



トレジャーデータ株式会社
マーケティングマネージャー

小林 広紀さん



EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

没入する映像 集中する映像
～参加と視聴～

次の2021 年3月31 日号で特集します

没入させて♡



4 月 30 日号 MICE・イベント会場と都市づくりをつなぐ人
5 月 31 日号 リアル空間の価値 世界観とセレンディピティ
6 月 30 日号 今だからできる、イベント活用型海外展開
7 月 31 日号 イベントマーケティング 3.0 ハイブリッドの設計図
8 月 31 日号 東京モーターショー 2021 にみる、イベントの復興

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）

eventos

bravesoft 採用 検索

event × tech の eventech を推進する bravesoft で、
新しいイベントのカタチを
一緒に作りませんか？

全職種募集中！



マーケティング



インサイド
セールス



フィールド
セールス



カスタマー
サクセス



エンジニア

イベント業界経験者 歓迎！

今なら入社祝い金 15万円

オンライン × 展示会

ハイブリッドでの商談設計 WEB 型を選択したワケ

オンライン展示会でUXの評価がわかるのが、ブースのデジタル表現だ。本来の目的や、ハイブリッド型展示会ならではのUXとして、最適化の参考の一つが流通業界のBtoBポータルサイト「gift.net」だ。2月開催の「第91回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2021（以下東京ギフト・ショー春2021）」に合わせオープンした。

「『gift.net』は、オンラインのみの開催ではなく、『東京ギフト・ショー春2021』のリアル開催を補完する目的でリニューアルしました」と、主催者で「gift.net」を担当したビジネスガイド社・中島裕輔さんはハイブリッド開催でのオンラインの位置付けを明確に示す。出展者検索ページから再構築し、バイヤー向けに商談特化の変更をしているという。

バイヤー「ストーリーを詳しく」の声

オンライン来場者となるバイヤーへの事前ヒアリングでは、商品のサイズ・ロット数など仕入れ情報はもちろんだが、「ストーリーが詳しくわかるページにしてほしい」という声があった。

「リアルの展示会でも、バイヤーの皆さんは多数あるブースのなかから、空間デザインによる売り場提案などのビジュアル的要素から、直感的に差別化した情報や魅力を探っています」

その要望に寄り添い、画像の量や質をアップしたサイトに生まれ変わった。

タグ検索ワードで商流トレンドを読む

日本製、#OEM／ODM、#小ロット対応、#伝統工芸、#産地ブランド…『gift.net』で検索された人気のハッシュタグだ。「カテゴリー」「五十音順」の検索メニュー以外に、「ハッシュタグ」「都道府県」でも検索できる。流行りのサイクルが早い小売の世界で、ギフト・ショーはその年のトレンドを体感できる展示会。出展者は3つ自由にハッシュタグを作成する。



株式会社ビジネスガイド社
事業部次長

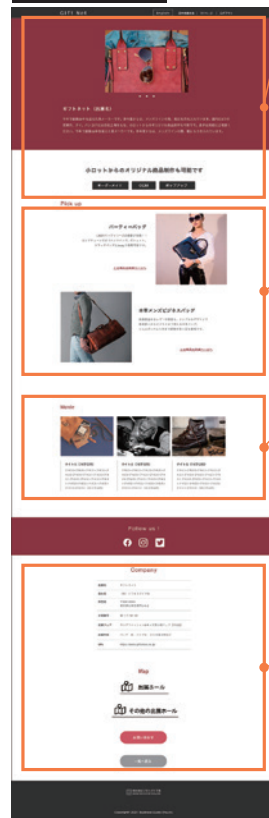
中島 裕輔さん



出展社ページを開覧する

※ 出展社ページの閲覧には、事前登録が必要

出展社ページ（イメージ）



出展者ページの表現力を10倍に

1社最大10アイテムの写真を1ページ目に表示、1アイテムにつき写真9点までバリエーション表現できる。出展者はInstagramやFacebookへの投稿感覚で管理できるよう運用をしている。写真以外にYouTube動画も3本までアップでき、商品の背景や世界観も伝える。商談、展示、プレゼン、セミナー、直接的・間接的体験、市場調査と多義的な目的と表現がある展示会という場。だからこそ、オンラインでどう表現するかは、どの目的に最短距離で近づくのか、特化した再設計が必要となる。



博多国際展示場 & カンファレンスセンター

Hakata International Exhibition Hall & Conference Center

2021年4月1日開業予定

予約
受付中

抜群の交通アクセス 分割可能な3,000㎡のホール2室と16の大小会議室を完備

JR博多駅 地下鉄博多駅	徒歩約13分
博多バスターミナル1F	約4分
地下鉄東比恵駅	徒歩約11分
福岡空港※	約8分

※地下鉄福岡空港駅から地下鉄博多駅まで2駅（約5分）、地下鉄東比恵駅まで1駅（約3分）



お問い合わせ

博多国際展示場&カンファレンスセンター運営室
(株)コンベンションリンケージ

TEL 092-441-9781 (受付時間: 平日9:00~18:00)

博多国際展示場 & カンファレンスセンター 検索

まちに、夢を描こう。Nishitetsu Group

eventech カオスマップ BtoB オンライン イベントプラットフォーム編

ベント企画・運営企業、通信企業と多岐にわたり、今回のカオスマップ作成で業界構造の多様化してきていることもわかってきた。

＜掲載サービス運営者の皆さまへ＞

カオスマップ掲載のロゴやサービスサイト名称につきましては、掲載させていただいた運営会社様には掲載の許諾を得ていないものもあります。こちらのカオスマップをご覧頂き、掲載削除や変更、追加等のある企業様は大変お手数をおかけしますが「yoko-higuchi@event-marketing.co.jp」までご連絡ください。速やかに対応いたします。

※「eventech(イベンテック)」は bravesoft株式会社の登録商標です。

展示会 イベント スケジュール

は

無料

の

イベントマーケティングウェブサイトへ

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

Web

で

無料

の

9月～12月の
展示会 イベント
スケジュール



東京・名古屋・
大阪・神戸・京都版

10月の展示会・イベント



全国版

9月～12月の展示会・イベント・展覧会
スケジュール (金曜祝)

- 9月12～13日 【オンラインに限定】 Makezine Day 2020 Autumn
毎月開催の日本最大規模の個人雑誌展示会が、初めてオンラインで
9月17～18日 【第14回】 Japan Marketing Week 1000社以上参加のイベント
- 9月22～24日 【第15回】 ライフスタイル Week 1000社以上参加のイベント
- 9月23～24日 【オンラインに限定】 CEDEC 2020/シンポジウム・
9月23～24日 【オンラインに限定】 10th Special Days 1000社以上参加のイベント
- 9月23～24日 【第17回】 Japan Marketing Week 1000社以上参加のイベント
- 9月23～24日 【第17回】 Japan Marketing Week 1000社以上参加のイベント

10月の展示会・イベント



全国版

10月31日～4日 Makezine Tokyo 2020東京ビッグサイト
主催：東京ビッグサイト・西武ホール
共催：株式会社アライ・ジャパン
公式サイト： <https://www.makezine.com/japan/2020/>
入場料：観覧料大人1,500円/小学生500円
観覧料：株式会社アライ・ジャパン
観覧料：毎月開催していた東京ビッグサイト・西武ホールから、西武ホールと
へ変更。また会場内を「観覧」・「展示」・「販売」の3つのゾーンに分け、オン
サイトでの観覧料を定める（7月21日発表）予定あり

10月31日～4日 Makezine Tokyo 2020東京ビッグサイト
主催：東京ビッグサイト・西武ホール
共催：株式会社アライ・ジャパン
公式サイト： <https://www.makezine.com/japan/2020/>
入場料：観覧料大人1,500円/小学生500円
観覧料：株式会社アライ・ジャパン
観覧料：毎月開催していた東京ビッグサイト・西武ホールから、西武ホールと
へ変更。また会場内を「観覧」・「展示」・「販売」の3つのゾーンに分け、オン
サイトでの観覧料を定める（7月21日発表）予定あり

Mika + Rika

10月31日～4日 Makezine Tokyo 2020東京ビッグサイト
主催：東京ビッグサイト・西武ホール
共催：株式会社アライ・ジャパン
公式サイト： <https://www.makezine.com/japan/2020/>
入場料：観覧料大人1,500円/小学生500円
観覧料：株式会社アライ・ジャパン
観覧料：毎月開催していた東京ビッグサイト・西武ホールから、西武ホールと
へ変更。また会場内を「観覧」・「展示」・「販売」の3つのゾーンに分け、オン
サイトでの観覧料を定める（7月21日発表）予定あり

Mika + Rika

展示会 開催宣言！

“ AnimeJapan 2021 ”

去年の想いもあわせて、ファンと作品を繋ぐ



AnimeJapan 2021 総合プロデューサー

寺田 浩史 さん (右)

エイベックス・ピクチャーズ㈱
プロモーショングループ 第1 宣伝ユニット
マネージャー兼チーフプロデューサー

中嶋俊介 さん (左)

㈱タツノコプロ
コンテンツビジネス部 副部長 伝ユニット
マネージャー兼チーフプロデューサー

開催1か月前に中止が決定した昨年のAnimeJapan 2020。今年は完全中止、という昨年の流れを繰り返さないよう、リアルとオンラインでのハイブリッド開催を前提に開催を企画。2度目の緊急事態宣言により、オンライン開催へ切り替えとなった。

「会場で臨場感・特別感を味わっていただきたかったが、ファンの方・出演者などの健康上の安全を考え、リアル開催を断念するのは致し方ない選択」(中嶋さん)。「オンラインにすることで、ファンの方がより多くのコンテンツに触れられる機会と前向きに考えたい」(寺田さん)と総合プロデューサーの2人は話す。

オンライン化に適応したコンテンツに再構成

AnimeJapan 2021の当日視聴可能な有料チャンネルは、3つのステージで2日間各プロダクションが33プログラムを配信するAJステージと、主催者企画も含めた21プログラムを行うAJスタジオが企画されている。

AJスタジオのコンテンツで、これまで来場者参加のパレードを行ってきたコスプレイヤーワールドを、オンラインで、「How to コスプレ」として実施。「ソードアート・オンライン」「名探偵コナン」の2作品をテーマに、コスプレ専門誌「COSPLAY MODE」の企画協

AnimeJapan 2021はハイブリッドイベントとして準備を続けてきたが、緊急事態宣言の延長をうけて、オンライン配信のみに絞ることになった。コロナ禍で今年は大きな変化を余儀なくされるが、我慢の年になるか、進化の第一歩となるか。さまざまな新機軸と既存企画のオンライン向け対応にファンの期待と注目が集まる。

力と「ACOS」社の衣装提供を得て、コスプレイヤーへの情報提供と新たにコスプレファンを開拓する企画へ生まれ変わる。

アニメの制作工程を紹介するProduction Works Gallery もパネル展示やセミナーからChannelとして映像での紹介と、オンライン開催にあわせてパワーアップする。プリプロダクションの脚本は「サイダーのように言葉が沸き上がる」、プロダクションの演出・制作は「機動戦士ガンダム 閃光のハサウェイ」、ポストプロダクションの音響・アテレコは「半紙の夜叉姫」と人気注目作品の制作工程が紹介される。ファンの作品への愛が高まりそうだ。

「オンラインではすべてが、画面上でのできごとにはすぎないが、それでもライブの臨場感を味わってもらおう工夫をしている」(中嶋さん)



幕間に舞台裏を紹介するなど、細かな演出・しかけを数多く用意している。

これまで同様、それ以上に豊富なコンテンツで構成されるAnimeJapan2021。「これまでは抽選制で、1チケットで1ステージしか見られなかったが、オンライン配信でキャパシティの制限もなくなって、同時に開催している

イベントも両方見ることができる。多くのコンテンツに触れてほしい」(中嶋さん)。「アーカイブもあり、複数のデバイスで24時間視聴もできますが、くれぐれも体調に気を付けて」(寺田さん)というように、参加者が体験できるコンテンツの量は大幅に増えそうだ。

実行委員会が行う配信以外にも出展企業なども会期中に多数配信を予定しており、「それらも含めてすべてがAnimeJapan」(中嶋さん)とのこと。イベントという枠組みを考え直さなければいけない時代のような。

海外市場と日本をつなぐ新しい役割も担う

時間と空間を超越するオンラインイベントの特性は、海外市場に強いアニメコンテンツビ

はじめてアンバサダーに、アニメ番組への音楽提供や声優としても活動する西川貴教さんを任命。2月18日に配信された「AJプレゼンテーション」でも、アニメ業界の裏話を披露するなど、豊富なアニメ知識と話術でイベントを盛り上げている。

キービジュアルは人気キャラクターがAnimeJapanのTシャツを着て大集合



AnimeJapan 2021

会期：3月27・28日 — パブリックデイ
3月29・30日 — ビジネスデイ
視聴可能時間：パブリックデイ：各日、
日本時間 9:00 ~ 23:59 まで
ビジネスデイ 9:00-18:00
※3月31日～4月6日 23:59 までアーカイブ
※セミナー配信/商談システム (使用制限あり)
出展社数：46 社

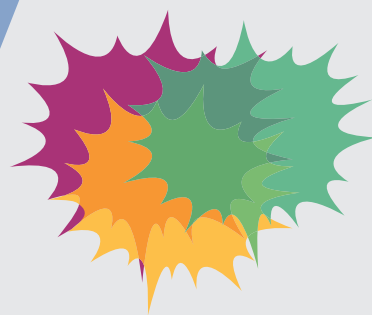
ジネスにも適していそう。海外のアニメ系媒体、アニメイトの海外拠点と連携し広告宣伝を行い、現地のファンへのリーチを増やしている。今回は日本を含む海外の7つの国と地域に配信。すべてのコンテンツを翻訳するのは難しそうだが、シンガポールから、日本語もできるMCがAJステージコンテンツを観ながら英語で実況・解説するサテライト展開をするチャンネルも用意。アーカイブ配信を行うので時差のある国でも参加でき、コメント欄もさまざまな言語が飛び交いそう。

新しい作品との出会いそれは変わらない

「今年はチャレンジの年。オンラインだからとファンの期待を裏切ることのないよう、いろいろなギミックを用意する」(中嶋さん)

「AnimeJapanは自分が好きな作品や作者以外に新しい作品やクリエイターに出会う場、というあり方は変わらない。会場を歩いて面白そうな作品やプロダクションと出会うのと同じような、出会いをオンラインでも演出するように、仕組づくりをしています」(寺田さん)。今年のテーマは“繋ぐ(∞)”。主催者・出展社、ファンが一体となってAnimeJapanがさらに絆を強くしていくそう。

イベントの集客に

展示会関連 販促に
サービスの

イベントバズール

EventBuzzle

イベントをもっと楽しく、簡単に

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。


<https://eventbuzzle.com>

安心・安全な「新しい MICE 開催モデル」を大阪から発信

—大阪 MICE 安全対策推進 EXPO 2021

大阪 MICE 安全対策推進 EXPO 2021 実行委員会は、3月24日・25日、インテックス大阪で、「大阪 MICE 安全対策推進 EXPO 2021」を開催する。

コロナ禍において、昨年7月に関係ガイドラインに則して日本で最初に大規模見本市を再開したインテックス大阪で、安全対策や感染症対策を施した展示会・イベントの運営手

法（「新しい MICE 開催モデル」）や各種ツールについて提案・共有する見本市となる。

現在、徐々に MICE は再開しているが、一方で展示会の開催に踏み切ることの出来ない主催者や、参加に慎重になっている出展社・来場者もある。見本市の開催を通じ、不安なイメージを払拭し、大阪の MICE 業界にコロナ禍前の活気を取り戻し、

ウィズコロナ・アフターコロナにおける大阪・関西経済の更なる振興・発展を図る、としている。

【概要】
「大阪 MICE 安全対策推進 EXPO 2021」
開催日: 2021年3月24日(水)・25日(木)
会場: インテックス大阪
主催: 大阪 MICE 安全対策推進 EXPO 2021 実行委員会
(大阪市/インテックス大阪運営共同事業体/一般社団法人日本展示会協会/一般社団法人日本ディスプレイ業団体連合会)

30 周年記念オンラインセミナーを開催

—ホットスケープ

3月29日に創業30周年を迎える、株式会社ホットスケープは、記念オンラインセミナーを開催する。

「コロナに立ち向かったイベント業界の勇者たち～もったいないをなくせ～」をテーマに、ケータリング業界からは株式会社 CITABRIA の村田晃洋氏、花き業界からは株式会社 hanane の石動力氏を迎え、株式会社ホットスケープ代表取締役の前野

伸幸氏をモデレータに、トークセッションが行われる。

COVID-19により大打撃を受けているイベント業界で、その場づくりの一端を担う飲食業や会場を鮮やかに飾る花き業界は、さらに大きな影響を受けている。そんな状況下でも決して足を止めることなく、様々な工夫やアイデアで立ち向かっている人たちがいることにフォーカスし、

立ち向かうだけではなく、そのままでは廃棄されてしまう、食材や花を救う活動に着目。ロスを減らす「もったいない」の精神と工夫がある、として企画されたもの。

SDGs やサステイナブルの取り組みのヒントにもなりそうだ。

参加は無料、登録制。

申込みは、https://eventregist.com/e/hotscape30th_Biz9 まで。

講座レポート

「企業×五感を使った体験提供イベント」の課題に溢れるアイデア

— 目白大学メディア学部「出版インターン」講座



目白大学メディア学部では、「出版インターン」の講座を全4回で実施、シティリビング、扶桑社、朝日新聞社、そして本紙月刊イベントマーケティングの4つの出版社から現役の編集者が登壇した。本紙からは、編集長の樋口陽子がゲスト講師に。

学部長の三上義一教授は「学部ではイベントは新しいメディアの一つと捉え、Face to Face でのコミュニケーション手法として、学生からも人気が高い」とイベント学への関心の高さについて話題があった。

インターン講座には、出版・編集・メディア業界に興味の学生が参加。本紙・樋口は、イベントと紙メディアの共通点として、自分の関心や興味の外にあり、フィルターのかかっていない情報との偶然の出会い・セレンディビティがある点や1次情報に触れるイベント取材の魅力を解説した。

また、参加学生への課題として「企業×五感を使った体験提供イベントを企画してみたい」、「自分自身が取材してみたいと思うようなもの」として出題した。

課題「企業×五感を使った体験提供イベント」への回答

・株式会社シャトレゼの低糖質スイーツと他会社のスイーツの食べ比べ

・旅行会社とコラボし、バーチャルプチ旅行

・人手不足の職業×職業体験、キレイキレイ×感染防止

・イトーヨーカドー顔が見える食品。×顔が見える食品。の野菜を使った「移動キッチン」での食育

・映画館が開催する映画館以外での上映会 (SF・宇宙映画であればラネタリウムなど)

・旅行会社×アンテナショップ×VR体験で、コロナ後の旅行計画!

・小学館×五感体験「ワクワクこども研究所 - どうぶつ博士 -」

・複数の食料品メーカーのと ABC クッキングスタジオなどの料理教室とのタイアップ

・企業の経営規模別の業務体感イベント

・ニチレイお弁当バイキング

・イオン×試食会 (他企業との食べ比べ)

・ユニクロ ヒートテックウルトラウォーム (超極暖)・ウルトラライトダウンジャケット ×富士登山

・森永製菓×スタンプラリー

・ルパンシュ×自然派化粧品試食会

・食品メーカー×キャンプ場を扱った体験イベント

・100円ショップでキャンプ

今月の一冊

『セールスコピー大全』

見て、読んで、買ってもらえるコトバの作り方

欲しい人へ欲しいものを売る方法がわかる一冊。著者の大橋さんは、「お客さんは商品から得る『嬉しい未来』を求めてお金を払う」、それがメリットと説明します。そして、キャッチコピーはセンスや知識量ではなく技術。視点と表現法を学びます。

販促・マーケティング活動の一つである展示会では、コピーがブース誘引の鍵だとも言われます。足をとめて振り向かせる第一声で、嬉しい未来をつくりたいですね。

(編集部・樋口陽子)

大橋一慶 (著・文)
発行: ぱる出版

世界の展示会産業 売上 68%減少

パリに本拠を置く国際見本市連盟は、新型コロナウイルス COVID-19 による感染症拡大が、2020年の展示会産業に及ぼした影響を発表した。

UFI の調査「The 26th UFI Global Barometer survey」によると、世界の展示会産業の2020年の売上は、宿泊などの関連産業を含め前年比の68%、2000億ユーロ(25.4兆円)減少の見込みという。また、展示会での商談機会の減少による経済的損失は、3300億ユーロ(41.9兆円)になると発表した。

お申し込みはこちら!

hanane owner 兼 CEO 石動力氏

CITABRIA CATERING 事業部 General Manager 村田晃洋氏

ホットスケープ 代表取締役 前野伸幸

創業 30 周年記念ホットスケープ Biz セミナーオンライン

「コロナに立ち向かったイベント業界の勇者たち」

～もったいないをなくせ～

2021.3.19 FRI 17:00-18:30

ホットスケープは、来る3月29日をもちまして創業30周年を迎えます。

ニューノーマル時代に柔軟に対応し、業界の希望となれるよう、新たなイベントマーケティングにトライしてまいります。

変わらぬご支援の程よろしくお願いいたします。

HOT SCAPE
EVENT PROFESSIONALS | VENUE CONSULTANT



©2021 IMAGICA GROUP Inc. All Rights Reserved. © 2021 DRUMTAO ALLRIGHTS RESERVED.

ドーンと太鼓の振動が胸を打ち、音に合わせて水面から水しぶきが上がる。音に身体が呼応していくうちに、目の前の巨大スクリーンを観ている感覚が薄らいで、空間に溶け込んでいく。まるで大分県 iichiko グランシアタのステージへ空間も時間も超えてワープしたかのような体験をした。「DRUM TAO」×「VISIONS」高臨場感ライブビューイング『DRUM TAO“祭響”RELIVE (リライブ)』での経験だ。

実際には、昨年12月29日に大分で収録されたステージの演奏が、1月26日の六本木ライブ会場に特設された巨大スクリーンと水面のステージに投影されているのだけれど、映像鑑賞とも異なる感覚だった。8Kの高精細な映像や音楽ライブ用に設計されている音響設備、パフォーマンスとシンクロした水面の演出が、生身の肉体からほとばしる汗まで鮮

明にみせ、音を全身に浴びて、いまそこで叩いているかのような臨場感で、生ライブを観ている身体感覚を呼び起こす。

この取組みは、「NEXT VISION JAPAN」というコンセプトのもと、ライブエンターテインメント等の舞台芸術を日本最高レベルの映像技術や通信技術を駆使することで、劇場収入モデルから、ニューノーマル時代に合ったデジタル技術の活用による体験価値収入モデルに転換する、業界の変容と収益力向上を目指しているもの。文化庁の文化芸術収益力強化事業の一部として、株式会社IMAGICA GROUPが受託して、意欲的に取り組んでいる。

世界に誇る和のエンターテインメントも、大容量の高精細な映像を瞬時に、ライブで世界中に届けることができれば、世界規模の体験イベントができる日もそれほど遠くない。



▶カーブスクリーンの画面解像度は横 7296 ピクセル×縦 2052 ピクセル
パフォーマーの筋肉の動きや汗までがみえるほどの解像度で迫る臨場感

◀巨大ワイドスクリーンに 8K 高精細映像
幅 12.4m × 高さ 3.5m の巨大ワイドスクリーンに 8K 高精細映像を投影したほか、スクリーン前に和太鼓ならではの振動をビジュアル化するブルが設置された



▲スモークとライティングで幻想的に演出
和太鼓の振動をコンセプトに、媒体に水の共鳴が使われた。スモークは世界観を広げ、空間をシンクロさせる



「DRUM TAO」×「VISIONS」高臨場感ライブビューイング『DRUM TAO“祭響”RELIVE(リライブ)』

「DRUM TAO」は世界 26 カ国 500 都市 観客動員数 800 万人超！世界が認めた和太鼓を使ったエンターテインメントショー。今回、最先端のテクノロジーとクリエイティブ、そしてコンテンツの融合による新しい映像体験機会の創出を目指す、未来志向型のライブエンターテインメントを切り拓くプロジェクト「VISIONS」とコラボした。

EVENT MARKETING

FREE PAPER

読者Profile

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



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。

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

