

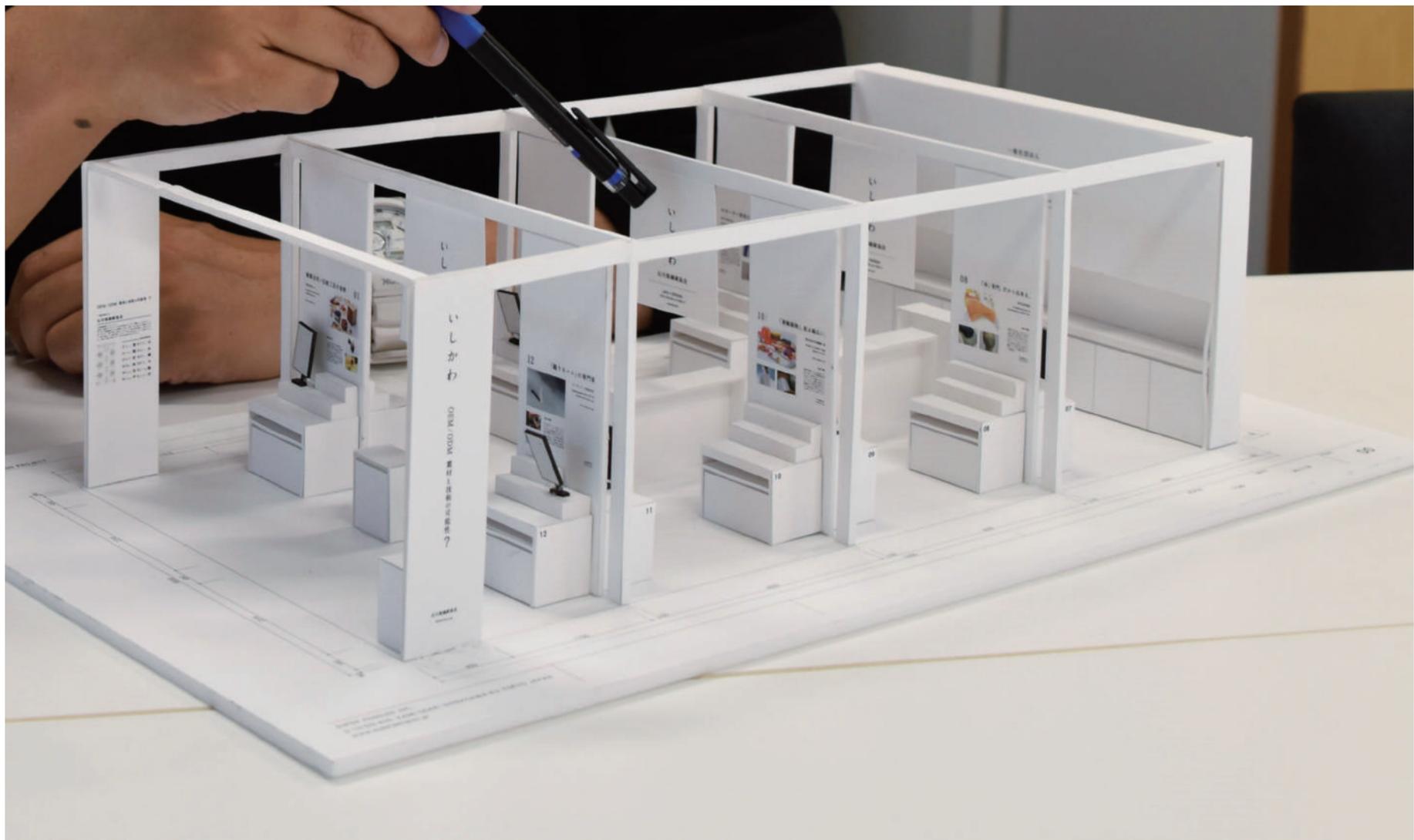
# EVENT MARKETING 71

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 sof@event-marketing.co.jp

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp

## 答え合わせと種明かしの時間



イベントがオンラインに移行しはじめて1年が経った。デジタルの便利さに気づいた反面、人と人が会うことでしか得られないものの大切さもわかってきた。

今号の特集は、「リアル空間の価値-世界観とセレンディピティ-」がテーマ。空間デザインのプロに、それぞれの想い、考え方、ノウハウを聞いた。

普段僕たちが、街を歩いている時には気づかない、交流を促すしかけ、集客・販売につながる視覚的効果、世界観の醸成、安全・安心な場づくり。展示ブースや商業施設、公共空間の洗練されたデザインのなかに、作り手の想いと戦略がさりげなく隠されている。

それは、訪れる人たちがどう考えて、どう感じて、どう動くか。徹底した人間観察と考

察のすえにたどりついたもの。デザインは美しい造形のためのアイデアではなく、仮説と検証と結論が形になったものだった。

表紙の写真は、4面に掲載した SUPER PENGUIN の竹村さんが、展示ブースに盛り込んださまざまなしかけについて、モックアップを使って説明しているところだ。

特集の取材は、クリエイターたちが考え、

悩み、失敗を繰り返してようやくたどりついた答えに、一足飛びにたどりつく疑似体験だ。マジックの種明かしを見せてもらえるのは、空間の力と価値を伝える、クリエイターが知見を共有する文化をつくる、という2つの使命を果たすため。

読者の皆さまには、掲載された記事のエッセンスを取り込んでいただきたい。

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



# リアル空間の価値 | 世界観とセレンディピティ

オンラインのコミュニケーションにも慣れたいま、リアルな感覚や人から人に伝わる熱量、一体感といったココロの動きに、わたしたちはより敏感になった。それは詰まるところ、オンラインの利便性以上に求めるものがリアルにはあり、リアルが果たすべき役割を因数分解して再設計し直す機会ということなのだと思う。

## その空間で過ごす時間のココロ価値を上げる

VMD+五感空間ディレクターとして、ロフトやガリバー（現IDOM）など幅広いジャンルのVMD導入を手掛け、国内だけでなく、中国でもリアル店舗を持つアパレル、インテリア業界やディベロッパーの経営者向け講演や実績をつくっている大高啓二さん。6月末には「新小売 リアル店舗戦略」の書籍を出版し、ノウハウを学ぶことができる。今回は売上につなげる仕組みとして、いま求められているVMDの動向や五感空間、リアル空間の価値とは何かを伺った。

—BtoCのリアル店舗でも、BtoBのイベントでも、企業・ブランドが展開するリアル空間の価値が問われています。VMD+五感空間ディレクターとして、企業の課題解決をされてきた大高さんに、現在の空間づくりでの変化について教えていただけますか

大高 世界的なパンデミックで、ECサイトでの購入は急速に広がりを見せ、SNSのクチコミはメディアとしての影響力が高まり、そしてターゲットの世代の判断基準の変化にも合わせて、企業はオンラインとリアルを加速的につ

なげ、売上をつくる体制づくりに投資しています。オンラインだけ、リアルだけ、という片方の施策をするだけでは効果は弱い。そういう意味で、リアルを強くして、体験提供やメディア化でファンをつくる要素を盛り込んだ空間づくり、仕組みとしての新しいVMDが求められています。

—新しいVMDとは

大高 VMDは、もともと米国で Visual Merchandising の略でVMとして生まれまし

た。オーバーストア現象のなか百貨店が差別化を図るため、人間の五感で83～87%を占める視覚効果を使って、売りたい商品を最大限に伝える手法として発展したものです。日本には1970年代に入ってきて、VMDとして表記する造語でアパレル、家具業界やスーパーマーケットなどで導入されています。

僕がいま、提案しているのは、新時代のVMDです。「Value Media Marketing Design」の売場デザイン。リアル店舗はいま価値をつくるのが大事で、お客様がシェアしたいと感



「JAPAN SHOP 2019」エプソンブース企画  
設計デザインにもVMDの仕組みを導入

じるような体験を盛り込んだメディアとして、またリアルな行動をマーケティングデータ化できる場として、総合的にデザインすることが僕のVMDです。

—大高さんの新しいVMDは視覚効果だけでなく、リアル空間での広い意味でのデザインなのですね

大高 VMDは、これまでの定義では視覚効果で魅力的に見せる手法ですが、意義としてはずっと変わらず売上を上げることです。ただ、まだまだディスプレイや陳列手法＝VMDという図式の認識も残念ながらあって、それは部分的で、テクニックなんですよ。本来は、売上を上げる仕組みですから、僕が代表をするフォーハーツではVMD+五感で、「見せ方・売り方」だけでなく、「商品企画編集」から、什器や五感デザインを含んだ「空間デザイン」、そしてSNS発信やイベント空間デザインなどの「プロモーション展開」まで



VMD+五感空間ディレクター  
フォーハーツ株式会社  
代表取締役 / CEO

大高 啓二さん

### ディスプレイや陳列の手法だけではないVMD

#### Marchandising

##### 商品

- ・重点商品
- ・育てる商品
- ・ランキング
- ・おすすめ

MD  
商品企画  
編集

SP  
プロモーション  
展開

#### SalesPromotion

##### 販売促進

- ・演出プラン計画
- ・プロモーションデザイン
- ・イベント空間デザイン
- ・SNS発信
- ・POP計画

#### StoreDesign

##### 環境

- ・空間デザイン
- ・外観
- ・内装
- ・什器（売り場）
- ・五感デザイン

SD  
空間  
デザイン

MP  
見せ方  
売り方

#### Merchandising Presentation

##### 見せ方・売り方

- ・体験・体感手法
- ・陳列ディスプレイ手法
- ・レイアウト/ゾーニング
- 計画
- ・VP・PP・IP
- ・ガイドライン作成
- ・人材育成

#### VMD+五感

共感消費の場所ココロ価値



「OSHMANS HARAJUKU」  
店舗デザイン&  
VMD空間演出  
プロデュース

イベントの**集客**に

展示会関連 **販促**に  
サービスの



Event Buzzle

イベントをもっと楽しく、簡単に

主催者の方には、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>

全体を網羅して実施しています（前頁下図）。

例えば、昨年6月に原宿にオープンしたスポーツショップの「OSHMANS」(前頁右下の写真)では、1年前からVMDアップデートプロジェクトとして参画しました。空間デザインでは什器のレイアウトは、楽しみながら迷える動線計画にも関係しますし、商品を手に取りやすい高さも細かく計算されています。店舗運営スタッフへのVMD実地研修も行い、滞在時間を長くする、商品との接触率が上がる、などのポイントを、なるべく維持管理できるよう基準化し、簡単に再現できるようガイドライン制作をしました。VMDは個人の感性や主観によるものとして基準がないという課題もあるんです。また、五感デザインとして、フィッティングルームの香りや店内BGMを時間帯ごとに変化する3部構成のオリジナル音楽制作も実施しています。香りや音は記憶と感情への影響度が高いんです。リピート率や居心地の良さは滞在時間に関係します。

近年の傾向で、ブランドの路面店が成功している一方でセレクトショップがオンラインに押されて厳しい状況にあるんです。入店率を上げる、回遊性をよくして滞留時間を長くする、商品を手取る接触率（アパレルならば試着率）を上げる、という組み合わせは購入率へとつながりますし、商品編集によって購入単価を上げるといったことがVMDの役割。

リアル空間では、その空間で過ごす時間のココロ価値を上げる仕組みが必要で、やれることはまだまだあるのです。

## 「空間づくり」×「化学」が生む新しいリアル体験の価値

5月10日、三井化学の最先端テクノロジーと丹青社の空間づくりのノウハウを組み合わせ、感性に着目した共同開発の第一弾として、新しいウインドフィルムが発表された。

2年ほど前の2019年4月から2社が正式に体制を整え協業はスタートした。だが、それ以外に丹青社が取り組んだオフィス空間でのこころの動きを数値化する取組み「KOKOROスケール for Workstyle」の共同開発を通して、三井化学を紹介されたことがきっかけとなり、会ってみると初日から意気投合。話がとまらず、空間や気分、イノベーションという文脈で定期的に情報交換をするようになり「空間における感性価値の定量化や開発は難しいけれど面白い」という両社の思いが、新商品の新しいウインドフィルム「ポジカ™フィルム」に繋がった。

開発メンバーの一人で、三井化学の合成化

三井化学  
株式会社  
合成化学品研究所  
西本 泰三さん



株式会社  
丹青社  
企画開発センター  
企画部部長  
菅波 紀宏さん



株式会社  
丹青社  
企画部企画開発センター  
島谷 理絵さん



学品研究所の西本さんは「社内体制もこれまで特定分野向けの素材開発をしてきた縦割りから横断的な転換を図っていたタイミングでした。協業は新しい取組みで空間設計のプロフェッショナルから聴くユーザー視点の意見は研究員としても新鮮でした」と振り返る。

丹青社では、他社との協業やマーケティングを担う菅波さん、島谷さんは今回、ビジネススキーム構築や実証実験の実施・分析などを中心に商品開発に取組んだ。両社からの参画メンバーも複数部署にわたり、打合せでは、化学式での解説などに苦戦するなど、共通言

語を見つけながら展開。「両社の成功だけでなく、ユーザー視点でwin-win-winの三方良しの視点で取り組めたことがポイント」とする。

「ポジカ™フィルム」はメガネレンズ材料分野で生まれた「くつきり™色素」を使うことで光のイエローライトをカットする機能があり、ガラス面に貼るとフィルム越しの物体の色は彩度が向上し、これまでよりも景色や展示物が色濃く、鮮やかに感じられる。白色の黄ばみがとれて、より白さを感じるという。

今後については「今回は視覚効果のソリューションでしたが、現在web会議などで音漏れが課題としてあがっている聴覚のソリューションはじめ、五感に取り組みたい」(西本さん)。「素材を作る総合化学メーカーと空間創造のプロである当社は今まで直接接点なかった。今回の協業で、お互いにバリューチェーンをつなぐことに取り組んできた。今後間に入る製造メーカー次第で全く新しい商品が生まれる可能性もあり楽しみだ」(菅波さん)と、空間の新しい価値づくりは、感性へアプローチし、組合せも新たに取り組んでいく。



フィルム 無し

フィルム あり

実証実験では沖縄を訪れ、ホテルやレストラン、チャペルの窓に設置。「海が鮮やかに、雲の白と青い空の境目がはっきりすることで青空の面積が広がったように感じた」という

画像はイメージです

# ライブエンターテインメントは、XR 新時代へ

時と場所を超えた、XR空間での体験・体感価値を提供。オンラインも、ハイブリッドイベントの企画、プロデュースします。

**Virtual Experience**  
a SYMUNITY company

Virtual Experience Provider  
バーチャルで新しい価値を生み出します

**SYMUNITY GROUP**

SYMDIRECT | TEP | TAKENAKA | ARK Ventures | Tasc Service

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ヨコソーレインポーター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ヨコソーレインポーター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 マスダビル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

## 空間デザイン思考とオブジェ思考



「第88回東京国際ギフト・ショー秋2019」  
中小機構「NIPPON QUALITY」ブース



SUPER PENGUIN 株式会社  
代表取締役 / CEO

竹村 尚久さん

### 展示会は人が主役 ブースづくりは心理学

「空間」。なにもないところ。形も色も手を加えられないものをどう設計するのか。

「空間デザインは心理学。その場所に来た人に、どう感じて欲しいか。つくっているのは造作物や装飾ではなく、その場の空気」とSUPER PENGUINの竹村さんは言う。大学と大学院の6年間学んだ建築の分野では、空間の概念がきちんと整理されていた。

展示会ブースの多くは、何を置く、何を置くという、造作から発想するオブジェ思考で設計されているように、竹村さんには見える。「どちらが優れている、ということではなくバランスの問題。しかし集客をするには空間デザインを考えないと限界がくる」という。

### シンプルさの中に潜ませる 無数の集客セオリー

竹村さんが手がけるブースは、派手な色使いや大きなアイキャッチがあるわけではないが、いつも賑わっている。

それは、興味を引き付ける、ブースに入る心理的障壁をさげる、話を聞く姿勢になってもらう、そのためのしくみがデザインされているからだ。「壁がなければ来場者が来るのではなく、気になるから入ってくる」という。

「第88回東京国際ギフト・ショー秋2019」で中小機構が企画した「NIPPON QUALITY」の32社合同ブースにも、その工夫が盛り込まれている。

入口はすべてオープンになっているが、細い柱が不規則に並び、すべてが見られるわけではなく、何があるのか中を探したくなる。

好奇心を刺激するチャリズムも有効だ。壁で覆われたブースにスリットが空いていて、少しだけ見える中の様子が気になって来場者は素通りできない。誰もが手を伸ばすパンフレットを撒き餌にし、製品を見たり触ったりと次のアクションにつなげる。

ブースに入る心理的障壁を下げることも大切だ。出展スタッフが待ち構えるのではなく、入口付近は展示物だけを設置。自由に、気軽に見て触れる環境にし、多くの人に長く滞留してもらう。人がいる安心感で、人が人を呼ぶ。奥に控える説明員も横を向き、来場者とコンタクトしない。カーペットの色と素材を通路と同じにして、ブースであることを意識させないなど、細かな配慮が活きる。

商品を見て、すぐに商談席に座ってもらうのもハードルが高いので、中間の場所を用意する。パーティションで出展者から丸見えでない安心な場所をつくり、一休みしたり製品を体験してもらう。話を聞く姿勢が整った時にカジュアルに話かける。そのために来場者がカバンを置く「箱椅子」を用意することも竹村さんのデザインの特長だ。

「リアルな場だから話ができる、というのは出展者の事情。来場者も話をしたくないわけではないが、いつでも、誰とでもということではない」と竹村さんは語る。

来場者がどう動き、どう感じるか。人が主軸のデザインに、無意識のまま引き込まれる。

## こころの動きをデザインする共感のしかけ



よみうりランド 新感覚フラワーパーク「HANA-BIYORI」



株式会社タケナカ  
(シンユニティグループ)  
専務取締役

長崎 英樹さん

### 同じ想いと認識もつ人の 共感と感動を増幅

なぜ、人はイベント会場に足を運ぶのだろうか。

作品や商品に触れて、その良さを自分の五感で確かめたい人がいる。Face to Faceのコミュニケーションや意図せぬモノや人との、偶然の出会いを求める人も多いだろう。

会場で意気投合して友達になったり、商談成立して新たなビジネスが生まれたり、という劇的な出会いもあるが「他の参加者の反応をみる、驚きや感動の瞬間を共有するなど、繊細な共感の伝播こそが、リアルな場に求められているもの」とシンユニティグループの長崎英樹さんは話す。

企業イベントの主催者が本当に聞きたい声は、アンケートやオンライン商談のなかではなく、参加者のカジュアルな会話や、ささいな反応のなかにある。参加者がどう感じたか、何に興味をもったかは、担当者の肌感覚で見つけるものだろう。

エンターテインメントイベントは、コンテンツが参加者だけでなく、他の参加者の存在も欠かせない。人だかりがあれば、そこに何かがあるか期待するし、歓声をあげれば一緒に盛り上がる。感動を増幅するのは、想いを同じにした他者との共感、時間・場所の共有だ。

### 造作やコンテンツだけでなく 人の想いをデザインする

共感とは良質なコンテンツだけでなく、空間

全体でつくられる。長崎さんはイベントのあちこちに参加者がリアクションしやすいしかけを用意しておく。

たとえば、プロジェクションマッピングの3D映像のなかに、2Dのグラフィックデザイナーが制作したクオリティの高い「決め画」を潜ませる。そのポイントでは多くの人がスマホを掲げて写真を撮る。

また、映像が流れる前のカウント時に立体音響の凄さをわかりやすく伝えることで、観客に「音がでる場所」を強く意識させ、作品本編での音響演出効果を高める。

映像を綺麗に投影できる白いスクリーンではなく、グレーや黒を選択することもあるのは、映像が映ってないときに「あそこに映像が出るんだろうな」と思わせないため。全体の世界観をつくるのが優先だ。

会場のしつらえだけでなく、スタッフの対応や誘導など運営面も含めて、参加者がどう感じるか、どういう体験を提供できるかを長崎さんは常に考える。

「どのタイミングでインパクトを与え、どの場所で心地よさを感じてもらえるか。入口から出口まで通る人の、こころの動きをデザインすること。そのストーリーが感動や共感を生む」(長崎さん)。

XRなど最新鋭の映像技術で、コロナ禍のオンラインイベントの第一線を走る(株)タケナカが、空間づくりのシンユニティグループとして、コロナ後のハイブリッドイベント市場でも、新たな風を吹かせそうだ。



EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

いまだからできる  
イベント活用型海外展開

次の2021年6月30日号で特集します

The World Is Not Enough!



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  
9月30日号 オリンピック・パラリンピックのレガシー  
10月31日発行 急募！イベントDX人材～ハイブリッドを仕掛ける～  
11月30日発行 魁！EVENT TECH 塾～テクノロジー最前線～

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)

展示会 イベント スケジュールは Web で 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>

9月～12月の  
展示会 イベント  
スケジュール

2020年9月の展示会・イベント・国際会議  
スケジュール (全掲載)

9月1日-2日 【オンラインに限定】MarkaZine Day 2020 Autumn  
9月1日-1日 第9回日本化粧品技術者会学術大会東京国際会場  
9月2日-4日 第12回 Japan Marketing Week (東京) 東京ビッグサイト

9月2日-4日 第13回 ライフスタイル Week (東京) 東京ビッグサイト  
9月2日-4日 【オンラインに限定】CEDEC BOBO (シブuya) 2020  
9月3日-4日 アドバイ・ディスプレイ 10th Special Days ヘルムスホール 高松市  
9月3日-4日 第17回 Priping 国際貿易展 伊豆山荘 伊豆山荘

10月の展示会・イベント

10月2日-4日 Maker Faire Tokyo 2020 東京ビッグサイト  
10月2日-4日 第13回 日本化粧品技術者会学術大会 東京国際会場  
10月2日-4日 第13回 ライフスタイル Week (東京) 東京ビッグサイト

10月2日-4日 第13回 ライフスタイル Week (東京) 東京ビッグサイト  
10月2日-4日 第13回 ライフスタイル Week (東京) 東京ビッグサイト

10月2日-4日 第13回 ライフスタイル Week (東京) 東京ビッグサイト  
10月2日-4日 第13回 ライフスタイル Week (東京) 東京ビッグサイト



Mika + Rika

イベントスケジュール5つの特長  
① 無料、登録不要で、いつでもアクセスできる。  
② 一覧表と詳細表示が切り替えできる  
③ 月ごと、地域ごと、毎週のスケジュールが確認できる

④ 展示会以外のイベント情報も掲載  
⑤ イベント情報の掲載も無料

運営会社：  
株 MICE 研究所



## 展示会ブース

## 自信をもって立てる舞台

タニコー HCJ2021

クライアントから提示された課題は、

- ① 出展コンセプトの「つなぐ」を具現化
- ② 参加できない方向けのデジタル展示会。

ブース内に明確な通路を設けて大胆に交差。密を避け、安心してブース内に入れること、視覚的にも人と人が集う場であることを意識させた。オンライン上でも展示空間を共有。リアル、オンラインの両面で出展者と来場者を「つなぐ」、人と人が複層的に繋がる空間をつくった。

関係者全員が安心・安全を感じ、胸を張っ

ディレクション・デザイン・施工  
(株)アディスマユーズ

小澤 克幸さん



て会期を迎えられことも重要な課題。ブースは主役である出展者が存分に活躍するための舞台。自信をもって舞台に立てるよう心がけた。



## 展示会ブース

## 設定を読み上手に嘘を

スタンドマイヒーローズ Anime Japan2019 企画・デザイン・施工

ジャパンレントオール(株)

新妻 新伍さん

スマホゲーム「スタンドマイヒーローズ」のブースには物販カウンターのほかに、ガレージとバーカウンターが設えられた。ストーリーには出てこない、設定上にだけある場所が、イベントで具現化され、限定のグッズや衣装、イラストなど、ファンは特別な体験を満喫する。

設定図もないバーカウンターをつくりあげるため、ストーリーや設定を頭に叩き込む。アイデアやひらめきより、作品とファン心理の理解こそが説得力を生む。推しメンがファンにとって最も大切なもの。その視点が集まる関連グッ



ズや周辺の小物は質感の高い本物でまとめ、それ以外はグラフィックにする。メリハリをつけ、予算内で最大限の特別感を演出した。

## 展示会ブース

## 商品とアートが融合

STANCE SHOP

『靴下・Tシャツ・マスク』などを扱う自由で多様な個性を持ったブランドに合わせて、アメリカ西海岸をイメージ。ブランドカラーのブルーが映えるようなカラー展開と、照明や植栽、演出ディスプレイで、暖かいビーチのリラックスした雰囲気を演出。コンセプトは商品とアートが融合したギャラリー。

店舗接客に加え、LIVE 配信や販売スタッフが直接タブレットなどを用いてオンライン接客を行う際にも商品が映えるような細部にもこだわった店舗設計を行った。ブランドの世界観

企画・デザイン・  
ディスプレイ・施工サクラ  
インターナショナル(株)

山崎 貴予さん



と魅力的な商品にさらに付加価値をつけ、お客様と商品の素敵な出会いの場をリアルだけでなくオンラインも意識した空間演出を施した。



## イルミネーション

## 来場者視点を分析

日産ギャラリー

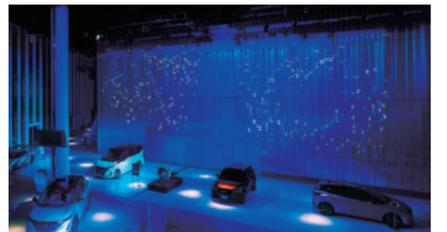
KOSEI KOMATSU氏プロデュースによるアート作品は、回転することで昼は外光を、夜は照明光を反射し一日中鑑賞を楽しめる。訪れた人のみが体験できる特別感の演出として、特定のスポットから作品をみると、クリスマス象徴する形状が見える仕掛け。クライアントが研究開発する技術から、「I2V SPOT」と名付けた。足を止めてもらうため立ち位置のマークを設置し体験を促した。

物理的な行動と気持ちの変化の双方の体験デザインを重視。来訪者の視点を想像しながら、CGでシミュレーション。楽しい気持ちになれた、驚きや発見があったなど、気持ちの変化が生まれる空間づくりを目指した。

企画  
ディレクション・デザイン・  
施工管理・集客施策

(株) George P. Johnson

八幡 佑希さん



ら、CGでシミュレーション。楽しい気持ちになれた、驚きや発見があったなど、気持ちの変化が生まれる空間づくりを目指した。

## SUPER PENGUIN EXHIBITION SEMINAR

## SUPER PENGUIN

## 「空間デザイン思考」と「オブジェ思考」

出展成果を出すためのブース構築思考法

シンプルなおブースデザイン。しかし、周囲のブースに比較して飛躍的に高い集客結果。おそらく当社のブースは商談を目的とした展示会ブースの中で最も高い集客力を誇ります。周囲のブースは静かなのに、当社のブースだけは「来場者」で賑わっている姿を目撃した方も多いのではないでしょうか。それはなぜでしょう。その理由は、「徹底的な来場者目線」による「空間デザイン思考」、だからです。展示会業界の多くの人が、「空間デザイン=3次元の立体物の制作」と認識し、展示ブースを「オブジェ」のように構築しています。もちろん、その考え方そのものは間違いではなく、必要な考え方です。しかし、「集客」を実現させる、という目的で考えた場合、その「オブジェ思考」だけでは限界があります。来場者の心理を考え、その心理を想定して空間化する「本来の空間デザイン」の思考法の方が、集客は実現させやすくなります。では、その「空間デザイン思考」とは何なのか。それを当社のセミナーでは、とことん、お伝えいたします。「本気」で何かを変えたい、そんな、みなさんへ。

## 今は「進化」の時。

「本気」で、何かを、変えたい。  
そんな方のセミナー参加お待ちしております。

対策をとって

リアルにて、開催!

## PENGUIN REPORT /

[今後の展示会を考えるセミナー]

2021年9月16日(木) 15:00~18:00 @AP品川

ブースデザインをする立場だからこそ、気が付く様々なことがあります。出展者に出展成功していただくために試行錯誤した様々な工夫。そこから見つけ出したいくつかのポイント。ブースのデザインの考え方から商談席の本当の考え方まで。今、出展者はこれまで以上に「出展の結果」を求めています。そのために必要なものは何なのか。当社の視点からのアイデア、お伝えします。

## SHINKA /

[デザイナーのためのデザイン手法養成講座]

7/31・8/5・8/21・9/2 いずれも10:30~18:00 @PENGUIN-LAB

自分がデザインしたブースの集客力を上げたい。出展者であるお客様に喜んでほしい。そう「本気」で考えるブースデザイナーの方へ。当社の集客ノウハウを吸収して、一緒に展示会業界を変えませんか? 展示会の最終日にお客さんの「飛び切りの笑顔」を見るためには、どう動けばいいのでしょうか? 当社竹村が、丸一日ノウハウをお伝えします。弁当持参でお願いします。

SUPER PENGUIN 株式会社

東京都品川区上大崎 3-10-50 SEED 花房山 S+405

https://www.superpenguin.jp

セミナーの詳細はこちら&gt;

https://www.superpenguin.jp/seminar/index.html



# リアルとバーチャルを交差させる クロス・マーケティング・クリエイション

コロナが収束しても以前のように多くの大規模イベントが開催されるようには戻らない、という見通しでデジタル化での事業変革を掲げたサクラインターナショナル。

このほどリアルとバーチャルを融合させたソリューション「クロス・マーケティング・クリエイション(XMC)」のブランドを発表した。6月上旬から各サービスの案内を開始する。

国内外の展示会・イベントをブース制作からイベント企画、事務局業務代行などを通して、同社は感動と喜びを創出する体験をプロデュースしてきた。リアルイベントでつくる人と人の繋がりを、IT/Web/オンラインを組合わせたデジタルプロモーションの力でさらに拡大し、企業のマーケティングを支援する。

今回ブランドとして立ち上げるのは、

サクラインター  
ナショナル(株)  
取締役



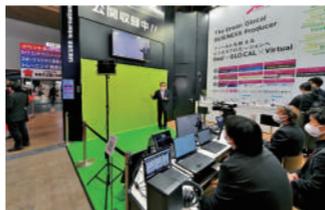
五十嵐 直人さん

すでに Web サイトに掲載されている、「smart e-Messe」、「VIRTUAL × REAL」、「Webinaru」、「Virtual PORTAL」、「Starter Page」、「GOOD CONTACT」。さらに、展示会などの事務局業務を効率化する「ソリューション」も加えて7つのサービスの名称とロゴ、サービス内容が公開される。

上記のサービスの多くがすでに採用され、年間約100件の実績があるが、クライアントの要望に個別に対応していたため、これまでサービス名称がなかった。今後は、プライベートブランドとして各サービスを確立。クライアントに提供する。

同社企画営業担当の取締役、五十嵐直人さんは、「IT系企業のツールと比較して、当社が長年にわたり蓄

## サクラインターナショナル



イベント総合EXPOでは、ブース内で配信も行うハイブリッド形式で、自社のハイブリッドのソリューションを提案した。

積したリアルイベントのノウハウをプラットフォームに落とし込んでいること、イベントの実務と連動することが強み。リアルとバーチャル双方の組合せで、当社らしいサービスを提供したい」と語る。

アフターコロナで、ハイブリッドイベントが定着するかどうか。「クロス・マーケティング・クリエイション」に期待が高まる。



## オンライン展示会プラットフォーム



独自デザインでの構築が可能なオンライン展示会プラットフォーム。ベーシックな機能を備えつつ、カスタマイズやサポート等、柔軟に対応できる。

## VIRTUAL × REAL

## バーチャルブース制作サービス



CG や実写映像から、Google ストリートビューのように没入体験が得られる360°ビューの展示ブースサイトを作成。既存テンプレートを利用して安価な提案も。

## ウェビナーサポート



プラットフォーム構築設定、スタジオや機材手配などの配信サポート、映像や台本などの制作、司会者や通訳などの手配、講演者対応や事務局業務など。



## Virtual PORTAL

## 3D web サイト



世界観を表現する3D空間をwebサイト上に構築。空間内を遷移するユーザーに情報を伝えていく。従来のwebとは一線を画す拡張性高いプラットフォーム。

## オンラインプロモーション用LP



デザインをパッケージ化した低コストWEBサイト。リアル展示会出展との連携や、MAツールを連携させ、結果の見えるWEBツールとしても機能する。



## GOOD CONTACT

## オンライン顧客情報育成サポート

顧客情報を活用したメールマーケティング、製品情報の提供、動画公開など一定期間、定期的に行うことで優良顧客を育成し、商談への活路を開く。

サクラインターナショナルは、新しいマーケティングソリューション

「XMC」サービスを提供します。

クロス・マーケティング・クリエイション

X MARKETING  
CREATION

Real × Glocal × Virtual

皆さまのマーケティング活動は  
サクラインターナショナルに  
お任せください。

Real  
Impactful impressions  
人と人が繋がる

Virtual  
Limitless connections  
繋がりへの拡張へ

〈XMCソリューションが提供するサービス・ツール〉

Smart e-Messe  
オンライン展示会プラットフォーム

VIRTUAL × REAL  
バーチャルブース制作サービス

Webinaru  
ウェビナーサポート

Virtual PORTAL  
3Dwebサイト

Starter Page  
オンラインプロモーション用LP

GOOD CONTACT  
オンライン顧客情報育成サポート

〈リリースに関するお問い合わせ先〉

<https://xmc.sakurain.co.jp>

TEL: 03-5646-1160 FAX: 03-5646-1161

担当: 齋藤 E-mail: saito@sakurain.co.jp

Sakura  
International

# 第7回 JACE イベントアワード 優秀賞・特別賞 9 作品を発表

(一社)日本イベント産業振興協会(JACE)は、「第7回 JACE イベントアワード」の優秀賞(部門賞)、特別賞を発表した。

自薦・他薦による応募 136 のイベントから優秀賞作 7 作品・特別賞 2 作品が選ばれた。今回は、リアルなイベント、オンラインイベント、ハイブリッドなイベントなど、コロナ禍の2020年実施イベントでも工夫のあるものが散見され、新しいカタチを示唆するイベントが多かったという。

優秀賞作 7 作品のなかから、全国約 2400 人のイベント業務管理士による事前の Web 投票獲得票に加え、選考委員により選ばれたイベントが「最優秀賞 経済産業大臣賞(日本イベント大賞)」となる。日本イベント大賞の発表は6月17日に行われる。

日本イベント大賞は、JACE が創立 15 周年事業として、2004 年に経済産業省の後援を得てスタートさせた顕彰制度。以降 1 年をおいて第 2 回(2006 年)から第 6 回(2010 年)まで事業を継続したが、2011 年 3 月 11 日の東日本大震災の罹災を機に事業の休止となった。2014 年に再開している。



《どこでも誰でも走れるで賞》  
大阪マラソン 2020 VIRTUAL



《広島の想い 世界に伝わるで賞》  
ONLINE とうろう流し×広島 愛の川 2020



《新たな一歩の SDGs で賞》  
GREEN WORK HAKUBA



《休校でも勉強したくなるで賞》  
進研ゼミ「きょうの時間割」



《未来へのゲートウェイで賞》  
Takanawa Gateway Fest



《一石三鳥で賞》  
Drive in THEATER with HANABI



《仮装で仮想で賞》  
バーチャル渋谷 au 5G ハロウィンフェス



【特別賞】  
新型コロナウイルス感染症への対応中の医療従事者等に対する敬意、感謝を示すためのブルーインパルスによる飛行

## 第7回JACEイベントアワード優秀賞及び特別賞 (五十音順)

イベント名称	受賞名	主催者
大阪マラソン 2020 VIRTUAL	どこでも誰でも走れるで賞	大阪府・大阪市・公益財団法人大阪陸上競技協会(大阪マラソン組織委員会)
ONLINEとうろう流し×広島 愛の川2020	広島の想い 世界に伝わるで賞	ひろしまおりづるタワー広島 愛の川実行委員会
GREEN WORK HAKUBA	新たな一歩のSDGsで賞	白馬村観光局
進研ゼミ「きょうの時間割」	休校でも勉強したくなるで賞	株式会社ベネッセコーポレーション
Takanawa Gateway Fest	未来へのゲートウェイで賞	東日本旅客鉄道株式会社
Drive in THEATER with HANABI	一石三鳥で賞	Drive in THEATER with HANABI実行委員会(幹事:OUTDOOR THEATER JAPAN)
バーチャル渋谷 au 5G ハロウィンフェス	仮装で仮想で賞	バーチャルハロウィン実行委員会、KDDI株式会社、一般社団法人渋谷未来デザイン、一般財団法人渋谷区観光協会
新型コロナウイルス感染症への対応中の医療従事者等に対する敬意、感謝を示すためのブルーインパルスによる飛行	【特別賞】	防衛省 航空自衛隊
第44回全国高等学校総合文化祭(2020こうち総文)	【特別賞】	第44回全国高等学校総合文化祭高知県実行委員会事務局ほか



【特別賞】  
第44回全国高等学校総合文化祭(2020こうち総文)

SHISEIDO / Makeup 4 Texture Rooms

竹あかり / クリスマスマーケット熊本

東京地下鉄 / 第6回鉄道技術展

# BOOTH DESIGN SPACE & ILLUMINATION

日本で唯一のブースデザイン書籍が発刊。今回はイルミネーション&海外ブースも掲載!

グランフロント大阪 TMO / Grand Wish Christmas2020

ドイツ WÜSTHOF / ザ・アート・オブ・カッティング

カバーデザイン ハウステンボス

選りすぐりの  
**80ブースが競演**

日本のブース / 62  
ブースデザイン・・・28  
イルミネーション、  
インスタレーション&  
ライティング・・・20  
エキシビション、  
ショールーム&  
ショップ他・・・14

世界のブース / 18

発行・発売 / 株式会社アルファ企画 東京都新宿区四谷 3-11 第2光明堂ビル 4F TEL.03-5360-6531 FAX.03-5360-6544 http://www.e-webpro.jp/ mail@e-webpro.jp  
 ◎発売 / 2021年5月下旬 ◎頁数 / 384頁 ◎サイズ / 225×297 フルカラー ソフトカバー ◎定価 / 16,500円(本体15,000円+税10%) ◎ISBN 978-4-909674-57-9 C0070 ¥15000E

# 緊急事態宣言でビッグサイト一時使用禁止 延長後は緩和も、損失補償署名や相次ぐ延期・中止

## 長引くコロナ、業界に影響

4月23日、政府は新型コロナウイルス感染拡大をうけて、東京都、京都府、大阪府、兵庫県を対象に、3回目の緊急事態宣言を発出した。4月25日から5月11日までの間、イベント開催について無観客での実施を要請。

5月7日には5月31日まで緊急事態宣言の期間を延長することを決定。対象地域に愛知県、福岡県を追加した。一方でイベントの制限は無観客開催から、人数上限5000人かつ収容率50%などの規模要件に沿った開催で21時までとするなど、要請内容は一部緩和した。5月16日(14日発売)に、北海道、岡山、広島、23日(21日発売)には沖縄県が追加され、緊急事態宣言の対象地域は10都道府県となった。現在(5月24日)も6月以降の延長について議論されている。

## 混乱した発出直後の現場

緊急事態宣言を発出した4月23日が金曜日で、時間が夜だったこともあり、展示会場の東京ビッグサイトでは混乱が起きていた。

緊急事態宣言の対象期間は、日曜日の4月25日からだが、通常東京ビッグサイトなどで開催される大規模イベントは開幕前の数日間に会場の施

工や出展ブースの設営などが行われる。

緊急事態宣言の発出にあたり事前に見込みとして報道されたものの、これまで人数制限下での開催が通例化していたこともあり、関係者は開催の方向で準備を進めていた。

その時点で、25日に開催を予定していた同人誌イベント「SUPER COMIC CITY GYU!!2021」、27日からのIT関連の専門展示会「第30回 Japan IT Week 春」と、「日本ホビーショー」を控え、主催者、展示会施工会社、出展者は、造作物の制作や施工日の人員・機材の手配をしていた。

しかし、23日夜に、翌日から東京ビッグサイトが使用禁止になることが主催者に通達されたが、金曜日の夜だったこともあり、関係者全員に連絡が行き届く時間的な余裕もなく、翌日朝、現場には、搬入物が到着していたり、多くの施工関係者が立ち往生する姿も見られた。SNSでは廃棄処分になった大量の弁当の写真がアップされ、反響を呼んだ。

「SUPER COMIC CITY GYU!!2021」と「日本ホビーショー」は中止となり、多くの人員や機材のキャンセル料金が発生し、制作物も利用されることはなかった。「第30回 Japan IT Week 春」は約1か月

後に延期して開催となったものの、資材の運搬費、各種キャンセル料など損害が発生している。

## 補償を求める声も

オンライン署名のchange.orgには、小池百合子都知事宛てに「東京ビッグサイトの突然の使用禁止により発生した損失の補償を求めます」が立ち上がり、2万6961人が賛同している(5月24日現在)。

署名活動をはじめた㈱トライフルの久野華子さんは、弊社のオンライン配信番組「Event Marketing News」に出演。「イベントの開催の可否について問題にしているのではなく、準備期間が不十分なままに、使用禁止措置が取られたこと。何日かの猶予期間があれば、損害は大幅に抑えられたはず」と語った。

政府はイベント主催者が使用中止によって被った損害を1回につき、最大2500万円まで主催者に補助するが、大規模産業展示会ではキャンセル費用が10億円規模、という声もある。十分な補償とは言えない。

## 議員・団体、多方面で動き

以前から東京2020開催時の東京ビッグサイト利用制限について、小池百合子都知事に提言を行うなど、展示会問題に詳しい栗下善行都議会



議員は、「SUPER COMIC CITY GYU!!2021」主催の赤ブーブー通信社代表赤桐氏を支援するなど積極的に活動。東京ビッグサイト使用禁止の際の都の対応や、混乱を避けるための例外処置がなせられなかったなど、問題提起をしている。

(一社)日本展示会協会は、4月30日の自由民主党「展示会産業議員連盟」第14回総会に出席。展示会の重要性やコロナ禍での開催方法、政府の支援などについて意見交換した。また5月5日、緊急事態宣言下の展示会(イベント)開催基準についての「要望書」を経済再生担当大臣宛てに提出。展示会でクラスターが発生していないことや、企業の商談機会の損失、事業・雇用の存続の観点から、5月12日以降の無観客要請解除を要望した。

日本音楽事業者協会やコンサートプロモーターズ協会など4団体も同日、音楽イベントの無観客開催要請を取りやめるよう政府に求める声明文を発表している。

大田区議会議員のおぎの稔氏ら超党派のオタク議員集団は、同人誌イベント主催者、東京都産業労働局、東京ビッグサイトなど関係者とともに、コロナ禍の中でもイベントの火を消さないよう、意見交換会を実施。東京都小池百合子都知事に「コロナ禍における同人誌即売会及び都内同人会場利用に対する要望書」を関連企業と連盟で提出した。

\* \* \*

新型コロナウイルスの感染状況やワクチン接種の進捗、東京2020大会の状況など、イベントを取り巻く状況は今後も目まぐるしく変遷しそうだ。



弊社の配信番組に出演した久野華子さんは、中小のイベント会社やフリーランスの救済を訴えた

## 延期・中止になった展示会・イベント(一部抜粋)

日程	イベント名	会場	主催者
4月25日	【中止】SUPER COMIC CITY GYU!!2021	東京ビッグサイト	赤ブーブー通信社
4月26日~28日	【延期】第30回 Japan IT Week【春】 - 5月26日~28日に延期	東京ビッグサイト	リード エグジジション ジャパン(株)
4月27日~29日	【中止】第45回2021日本ホビーショー	東京ビッグサイト	(一社)日本ホビー協会
4月28日~5月9日	【中止】食博覧会・大阪 2021	インテックス大阪	食博覧会実行委員会
5月2日	【中止】ヴィーガンワールド展	東京都立産業貿易センター台東館	株veg works
5月19日・20日	【延期】イベントツールウエストジャパン - 9月29日・30日に延期	ATCホール	テレビ大阪 アジア太平洋トレードセンター
5月19日~21日	【中止】インテリア ライフスタイル	東京ビッグサイト	メッセフランクフルト ジャパン(株)
5月20日~22日	【中止】MEX金沢2021	石川県産業展示館(3・4号館)	(一社)石川県鉄工機電協会
5月22日・23日	【中止】FIELDSTYLE SEASIDEMARKET	AICHI SKYEXPO	FIELDSTYLE実行委員会
5月25日~27日	【延期】フードスタイル関西2021 - 6月15日~17日に延期	インテックス大阪	FOOD STYLE実行委員会
5月25日~27日	【中止】オリーブオイル関西2021	インテックス大阪	(一財)大阪国際経済振興センター
5月26日~28日	【中止】JECA FAIR 2021 ~第69回電設工業展~	インテックス大阪	(一社)日本電設工業協会
6月10日・11日	【延期】関西ロボットワールド2021(3展総称) - 8月26日・27日に延期	インテックス大阪	関西ロボットワールド実行委員会
6月10日・11日	【延期】フランチャイズ・ショー大阪2021 - 10月28日・29日に延期	インテックス大阪	日本経済新聞社、テレビ大阪
11月	【中止】第47回東京モーターショー	東京ビッグサイトほか	日本自動車工業会

# 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

**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、インバーター、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