

EVENT MARKETING 72

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 sofuf@event-marketing.co.jp

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp

今月のインタビュー
ちょっと先のおもしろい未来
実行委員会 実行委員長
石戸奈々子さん



ポンチョに夜明けの風はらませて



ジョニ黒といえばサラリーマンのあこがれ。あのころ“舶来”は高級品という意味だった。プロレスでは“まだ見ぬ強豪”という触れ込みで、リングを握りつぶしたり、歯をヤスリで削ったりする選手が次々と来日。テレビでは探検隊がジャングルで未知の生物と遭遇していた。昭和の時代、外国は憧れで、怖くて、謎で、夢があふれていた。

いまジョニーウォーカー黒ラベルは2000円で手軽に買えるウイスキーになった。外国人レスラーの情報はウィキペディアで調べられる。ジャングルで日本語ガイドが、少し前に日本で流行ったギャグを披露してくれる。

逆に日本製品が高級品となり、大谷翔平選手ら日本人選手が海外で大活躍している。

さらに、新型コロナウイルスの影響で、会

議やイベントはオンラインで行われるようになった。国内も海外もあまり違いを感じない。これまで行けなかったCESやSXSWもオンラインで参加でき、本場の空気を味わえる。日本と海外のギャップをなくすチャンスだ。

ただ、海外に対する憧れ、好奇心、未知な部分がなくなったのは、ちょっと寂しい。

背筋を伸ばして視界を広げると、自分の周

りにあるのは、PCとモニター。近くなったのは映像に映った海外で、本当はどうなのか。

今号では、オンライン・オフラインを取り混ぜた、海外市場開拓のノウハウを紹介する。

もしかしたら、海外イベントで、素敵な舶来品、まだ見ぬ強豪、未確認生物と会えるかもしれない。

さあ、出発だ、いま陽が昇る。

DEEP DIVE

成功したオンラインイベントの裏話

▼ LIVE配信（質疑応答あり）

6月30日（水）15:00 - 16:00

▼ アンコール配信

7月15日（木）17:00 - 18:00

#1 TOAワールド・ショーケース2021に学ぶ インタラクティブなオンラインイベントの 極意とは？

▼ 登録/詳細はコチラ



亀山 愛氏
株式会社インフォバーン
Unchained部門長



モデレーター
大友 香織
イベントレジスト株式会社
カスタマーサクセス



いまがチャンス！海外展開

国内のビジネスイベントでは、人数制限やガイドラインに則って、展示会やカンファレンスがリアルに開催されるようになり、オンラインとのハイブリッド化、完全オンラインのみの展示会のトライなど、移行期間中になってさまざまなチャレンジがある。

一方、海外では、国ごとに事情が異なっているものの、出展には渡航制限があり、まだまだリアル出展は難しいのが現状だ。各国の開催状況と、海外展開に必要な新たなサポート体制やマーケットプレイス新設、バックアッププランの情報をまとめた。むしろチャンスは広がっているのではないだろうか。

各国の開催事情

米国

大型国際ビジネスイベントを振り返ってみると、「CES」がオールデジタルで開催してスタートした2021年。長年開催地としてビジネス観光客を集めてきた米国ラスベガスでは、6月1日からネバダ州のイベント開催制限が解除され、100%収容率でのリアルイベントを再開した。6月8日には、ラスベガス・コンベンションセンターのウェストホールが開業し、13万㎡拡張して全体の総面積が130万㎡となり、世界2位の規模となった。また、広大な敷地を移動する手段として、Loopという地下トンネルを電動車で移動する新輸送システムも披露している。この新たなホールを使用して、2022年の「CES」はリアルとデジタルのハイブリッドでの開催がCES主催団体CTAから発表された。

米国では、州ごとに状況が異なっており、シカゴでは6月11日に再開。なお、世界4大工作機械見本市と言われる「IMTS」は2年に1度のため2022年9月に開催するが、ハイブリッドと発表された。また「シカゴモーターショー」は例年2月開催を今年は7月15日から19日に延期している。

ニューヨーク（NY）では、制限を徐々に解除しており、「NY NOW」が8月8日から11日にJavitsセンターで、また「ニューヨーク国際オートショー」が8月20日から29日まで同会場で開催することを発表。また、BtoC向けイベントだがNYの夏の風物詩となっている「ニューヨークステートフェア」は、ワクチン接種が進みライブ音楽・エンタメ・フードの提供も再開し8月20日から約2週間実施する（6月14日時点）。7月4日の独立記念日をワクチン接種率が中間目標である70%を達成したことからエンパイアステートプラザでイベ

ントと花火で祝うことも発表した（6月21日時点）。

欧州

ドイツ・ベルリンでは世界最大級のコンシューマーエレクトロニクス展の「IFA2021」が9月にリアル開催すると伝えられたが、5月に入ってCOVID-19の変異種株の急速な出現とワクチン接種状況の進捗が期待通りでなかったことから状況が変わり、一転して中止が発表された。ドイツ見本市産業連盟（AUMA）によると、2021年にドイツで開催される見本市は約380だが、すでにそのうち60%の中止が決定。ドイツでは、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う行動制限措置として、2020年3月以降、同年9月と10月を除いて見本市の開催は許可されていない状況が続いている。現在は過去7日間の人口10万人当たりの新規感染者数が3日連続で100人を超える自治体に

おいて「非常ブレーキ」を適用する連邦の感染症予防法により、大型イベントの開催が規制されているという。なお、感染者数が減少しつつある一部の州では再開の見通しがある。

イタリアでは、世界的な家具の見本市「ミラノサローネ」が複数回にわたって延期となっていたが、リアルの形式での展示会を9月5日から10日に開催することを正式に発表した。

フランスでは、6月9日に最大5000人・最大収容人数50%減にすることで開催可能に、またワクチン接種や検査の陰性を証明する衛生パスを導入、イベント会場など1000人以上が集まる場所への入場が必要となる。

各国、また国内の州によっても事情が異なり、100%のリアル再開へはまだ時間がかりそう。一方で、オンライン展示会・カンファレンスも進化しており、来年以降、出展者はハイブリッド化への対応で海外展開に差をつける機会になるかもしれない。

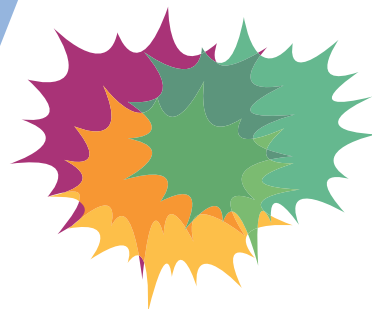
●編集部注目のイベント・マーケターの刺激になりそうな海外イベント

※2021年6月18日現在。変更の可能性あり

都市・これまでの開催地含む	会期	名称	開催形式
米国・ブラックロック	8/22～9/7	Burning Man 2021	オンライン
米国・ボストン	9/14～15	MarTech Conference East 2021	オンライン
米国・シカゴ	10/6～7	Experiential Marketing Summit 2021	リアル
米国・ラスベガス	10/9～13	NAB Show 2021 Las Vegas	リアル
シンガポール	10/11～14	Sibos 2021	オンライン
シンガポール	10/12～13	Tech in Asia Conference 2021	オンライン
米国・ボストン	10/12～14	INBOUND 2021	オンライン
コロンビア・カルタヘナ	10/24～27	ICCA Congress 2021	リアル
米国・ロサンゼルス	10/26～28	Adobe MAX 2021	オンライン
英国・ロンドン	11/3～4	Event Tech Live 2021	ハイブリッド
スペイン・バルセロナ	11/30～12/2	IBTM World 2021	リアル
フィンランド・ヘルシンキ	12/1-2	Slush helsinki 2021	リアル
米国・ラスベガス	2022/1/5～8	CES 2022	ハイブリッド
米国・オースティン	2022/3/11～3/20	SXSW 2022	リアル
クアラルンプール	2022/3	RISE 2022	リアル
ドイツ・デュッセルドルフ	2023/2/26～3/2	EuroShop 2023	リアル

イベントの**集客**に

展示会関連サービスの**販促**に



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>

越境ECプロジェクト大幅拡充

—ジェットロのオンライン展示会プロジェクト「Japan Linkage」—

2018年からデジタルエコノミーへの対応を進めており、昨年のコロナ禍でのデジタルシフトでさらに海外展開支援を加速している日本貿易振興機構（以下ジェトロ）では、昨年度新たに通年型オンライン展示会への出展プロジェクトを開始した。デジタル・スキームを強化し、中堅・中小の海外ビジネスを後押しするデジタルマーケティング部プラットフォームビジネス課長下笠哲太郎さん、課長代理の栗原環さんに、現状を伺った。

977 社の出展を支援

「通年型オンライン展示会への出展プロジェクト『Japan Linkage』は、昨年度新たに取り組み、各地域・分野トップ8サイトに、977社の出展を支援しています」（デジタルマーケティング部プラットフォームビジネス課長下笠哲太郎さん）

977社という数字は、これまでのリアル展示会への出展支援と比べても、ほぼ同数で推移しているという。

今年度は、世界最大級の B2B トレーディングプラットフォーム Alibaba.com はじめ、香港貿易発展局が運営する Hktdc.com Sourcing、グローバルメディア InformaMarkets の運営する Saladplate、フランス発の専門 6 分野に特化した BtoB

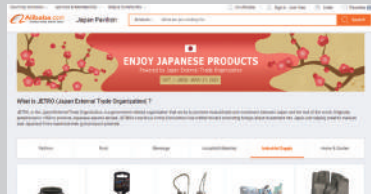
マーケットプレイス VirtualExpo、韓国の EC プラットフォーム Ecplaza、EC21、米国アパレル専門 BtoB プラットフォーム JOOR、インド発 BtoB オンライン展示会 Tradeindia の 8 つのサイト（一部を除き募集締切済）で出展は継続中だ。

デジタルスクール実施も

「当初は『オンライン会議システムに不慣れ』という企業も多く、オンラインビジネススキルの不足が課題でした」と栗原環さん(同課長代理)は話す。そのためジェトロでは「デジタルスクール」を実施し、デジタル技術の活用法やツールの紹介を通じてスキル向上も支援する。

具体的に「Japan Linkage」プロジェクトでのマッチング成功事例をみると、Alibaba.comに出展した株式会社アトラス（福島県）では、果物・野菜皮むき機の動画を掲載し動きを訴求した事例や、Virtual EXPOに出展したサクラテック株式会社（神奈川県）では、医療分野のバイタルセンサーを出品し動画や企業ページコンテンツの工夫でスイス医療機関との成約に至った事例など、分野にもよるが動画などを駆使したといった報告もあり、栗原さんは「分野や特性によって成功要因は異なる。機能の使いこなしや検索キー

Alibaba.comでジェトロが主催した Japan Pavillion

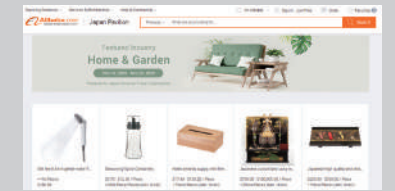


190以上の国と地域のバイヤーがアクセスし、1日30万件以上の問合せがあるAlibaba.com。対象品目は、機械・工業用品、自動車・バイク（部品含む）、日用品・文具、調理器具・食器、建材、ヘルスケア関連、ベビー・マタニティ関連、コスメ・美容関連、ホビー（アウトドア・スポーツ・ゲーム・玩具等）、食品・飲料（お茶等、輸出実績のある日本食食材）。

Japanフェアも開催



分野ごとに特集ページの設置も



ワード設定が重要など、成功体験を共有する機会なども設けていく」とする。

今後の取組みについて、下笠さんは「現状では通年型オンライン展示会への出展が主流となる一方で、いずれリアル展示会とのハイブリッド化が進むでしょう。その時にいかに効果的にオンラインを使っていくか。リアルで短期に商談し、オンラインで長期に繋がっていく、組み合わせさせていただくことが成果につながるには重要になってくると思います」と語る。

リアルでの展示会に出展した後、サンプルを送付したきりでビジネス継続が難しいケースも多々あるという。オンラインが加わり、いかに最新の情報を出し、繋がり続けることができるか、これからの海外出展のカタチもハイブリッド型での対応が求められる。

日本貿易振興機構
(ジェトロ)



デジタルマーケティング部
プラットフォームビジネス課
課長

下笠 哲太郎さん



デジタルマーケティング部
プラットフォームビジネス課
課長代理

栗原 環さん

イベントの成果を 最大化する




取材


記事作成


写真撮影


動画撮影


ニュース配信

イベント専門出版社の取材力と発信力、撮影・編集のプロフェッショナルとのネットワークを活かし、自社セミナー、新商品発表会、展示会出展などの、プロモーションの様子を再編集し、アーカイブ・編集することで、イベントの出展効果を最大化できます。

イベント・アーカイブス

イベント・アーカイブスについてのお問合せは

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



総合レンタル業のパイオニア
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





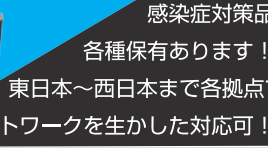




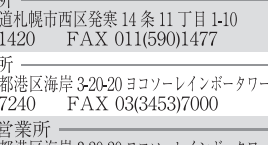








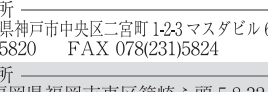












**感染症対策品も
各種保有あります！！**

**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 ヨコソーレインボータワー 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嶋野西二丁目 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

変化の大きいところへ行こう

—ビッグビートの「JRIT ICHI(市)」—

株式会社ビッグビートでは、2021年6月に、オンライン上でのマーケットプレイス「JRIT ICHI（市）」をオープンした。タイを皮切りにASEAN市場で、日本のITソリューションのBtoBユーザー獲得を目指す場だ。代表取締役の濱口豊さんに、日本のBtoB企業の課題感や展望についてお話をうかがった。

日本企業3つの弱点に寄り添う

代表取締役の濱口豊さん自ら『「JRIT ICHI (市)」はチャレンジングな取組み』と明かす理由は、タイ国内で日本企業は製造業で認知はあっても、IT ソリューションの認知度は極めて低い現状があり、長い道のりになる覚悟があるからだ。厳しくとも挑むのはなぜなのか。

ビッグビートは、BtoB企業のマーケティング
コミュニケーション支援を行う広告会社で、
1995年に設立して26年になる。「一番変化の
大きいところへ行け」という広告営業の原則
が、ビジネスの信条にあると語る濱口さんは、

多くの外資系企業との付き合いから見てきた日本企業の弱点を「マーケティング、デジタル、グローバル」の3つだとして、創業の1995年当時、特に変化の大きかったBtoB向けIT企業のマーケティングに取り組んできた。

デジタル化ではイベント運営にも導入し、来場者管理・出展者管理システムを自社開発で早くから提供しており、昨年のコロナ禍でリアルの方が失われると、法人向けオンラインイベントプラットフォーム「KODOU」のリリースもスピーディに展開した。

グローバル化は、最後に取り組んだ課題だ。欧米、アジアで海外展示会の出展サポートの実績もあるが、エリアを ASEAN 市場に定め、オンライン・マーケット・プレイスという市場の主権側に立つ。2018 年に、タイに現地法人を設立して本格的に展開している。

タイ・ASEAN の理由

現在、日本企業でタイに進出している IT 企

「JRIT ICHI(市)」のオープンセミナーには、タイ王国デジタル経済社会省、タイ企業のDXキーパーソンがウェビナーに出演。日本企業側にはNTT DATAやHITACHI、日鉄ソリューションズが講演し、約200名の参加があった。

株式会社ビッグビート
代表取締役

濱口 豊さん



業がどれだけいるかという、約 200 社だという。そのほとんどが、日本の現地法人向けだ。一方、マーケットプレイス「JRIT ICHI(市)」で目指すのは、IT 化・DX 化を推進する ASEAN 現地企業を対象とする。

タイでは2017年に国家プロジェクト「タイランド4.0」でデジタル経済化を推し進めようと予算を投下し、ドイツ・ハノーバーのBtoBのIT展示会を誘致し「CEBIT ASEAN Thailand」を2018年から開催、このコロナ禍で多くの企業でデジタルシフトが進む。市場の拡大を見据えて、特に欧米のグローバルIT企業、ASEAN発のスタートアップ企業、なかでもSaaS系ベンダーの参入は顕著だ。日本企業の存在はBigbeat Bangkok Co.,Ltdの代表によれば「日本文化に対する関心は高いが、ことITソリューションに対しては驚くほど無関心で、知られていない」のが現状だが、逆に言えば伸び代があるとも言える。

「タイを中心に、2025 年までに世界の 5 大デジタルテクノロジー市場のひとつになると見られる ASEAN への進出を見据えています」と濱口さんは、変化の潮流は日本 IT 企業にとって、好機と捉えている。

BtoB のマーケティングには、3つの段階があり、「JRIT ICHI（市）」では、それぞれの段階でアプローチができる機能を備えるのがポイントとなる。リサーチして顧客を決める機能、決めた顧客に対して認知される機能、そしてリードを獲得する機能だ（下図「JRIT ICHI（市）全体スキーム」）。

「90年代からこれまで、我々の世代は変化に富んだ良いビジネス環境下で仕事をさせてもらった。一方で、これからの若い世代は内需ばかりでは変化は少ないのではないか。そんな危機感から、BtoBのIT企業にとって変化の大きい場に新しいステージをつくっていくことが、次世代への社会貢献の一つと考えています」(濱口さん)

イベント活用型海外

バイリンガル人材派遣

トライフル 言語だけでなくリモート出展に



CES、モバイルワールド कांग्रेस、METALEX、
ASIA POWER WEEK、INNOTRANS、
ITS World Congress、Hiper Japanをはじめ、
数多くの海外イベントや展示会に、出張同行
通訳やバイリンガル人材を派遣しています。

38 各国で、弊社が直接契約している日本語を話せる現地スタッフを派遣可能です。現在は海外渡航ができないため、リモート出展のご相談や、現地でのアンケート調査、海外現地調査などのサービスが主体となっています。

出展支援

EXPO International 開催地に応じた対応とデザイン

ASEAN Sustainable Energy Week、
Cafe Show Seoul、CES、CPhI Worldwide、
EMO Hannover、EISENWARENMESSE
などの海外イベントに参加する企業をトータル
にサポートしています。

展示会開催地に応じた対応と、その地域に適した情報の訴求方法の選択が重要だと考えます。ルール・施工の進め方が異なり、それぞれのケースに準じての計画が必要なため、現地パートナーとのコミュニケーションはとくに綿密にとるようにしています。

出展コンセプト立案からブースデザイン、
設計図面作成・構造計算・施工承認取得、ブ
ース装飾、施工・撤去まで、ブース内のグラフィッ
クデザインと製作、大型機械を含む展示品の
輸出入・搬入・設置、集客イベントの提案か
ら実施・運営管理、ノベルティの提案・製作、



JRIT ICHI(市) 全体スキーム



オンラインイベントやビジネスマッチングのサービスはすでにあるが、海外進出の前にテストマーケティングもできるのが「JRIT ICHI(市)」のポイント。プレオープンの6月時点で9社の日本企業が outlet しており、随時申込みが可能。9月にグランドオープンする。出店費用は月ベースで8万～9万円(初期費用設定別途)と参入しやすい設計に



EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

イ	ベ	ン	ト	マ	ー	ケ	テ	ィ	ン	グ	3	.	0
ハ	イ	ブ	リ	ッ	ド	の	設	計	図				

次の2021 年7月31 日号で特集します



私の設計図はどこ？！

8 月 31 日発行	来たるべきイベントバブルに備えて
9 月 30 日発行	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 ～ハイブリットを仕掛ける～
11 月 30 日発行	魅！ EVENT TECH 塾 ～テクノロジー最前線～
12 月 24 日発行	BACKSTAGE2021 の歩き方

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)

Webで無料の

展示会イベントスケジュールは

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**

東京・名古屋・
大阪・神戸・京都版

**2020年9月の展示会・イベント・開業計画
スケジュール（全国版）**

- ▶ 9月1日～2日 オンラインに限定! MarkaZine Day 2020 Autumn
- ▶ 9月1日～3日 第9回日本若手建築関係者学生交流セミナー前夜交流会
- ▶ 9月2日～4日 第12回 Japan マーケティング Week [関] 東京ビッグサイト
- ▶ 9月2日～4日 第16期 ライフスタイル Week [関] 東京ビッグサイト
- ▶ 9月2日～4日 オンラインに限定! CEDEC 2020 / シンポジウム
- ▶ 9月3日～4日 アドタイ・デイズ 10th Special Daysベルエポックホール
- ▶ 9月3日～4日 第17期品Prolog-商品開発情報会議 NITE市民会館
- ▶ 9月11日～15日 福岡ワンアジア国際事業展・九州の食生活に関する博覧会

10月の展示会・イベント

全国版!

★ 10月1日～4日 Makier Faire Tokyo 2020 東京ビッグサイトで開催、東京ビッグサイトMakierホール
主催者：株式会社マキアライオン・ジャパン
公式サイト： <http://makierfaire.com/event/makier-faire/>
入場料も初日から全L200円(税込)以下で500円
様々な形式で最新トレンドを「ミカ+リカの」で紹介。
観客が参加しやすい企画でライブパフォーマンス、DJ、音楽家、ファッション、美容、健康など多岐にわたる。1週間限定、7日間で開催します!!。お申し込みでは詳細情報を提供いたします。（先行予約販売） 通常価格

日本最大のテクノロジー＆O2Oのイベント「Maker Faire Tokyo」2020年秋は10月1～15日（休）開催です。サードパーティによる各種ベンチャー・スタートアップの紹介と展示。また目録2020の中にも掲載。大会プログラムや会場内での体験活動などもご紹介します。

イベケススケジュール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られる

③ 月ごとと、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

Mika + Rika

進出 支援サービス

対応する人材を

(株)トライフル

久野 華子さん



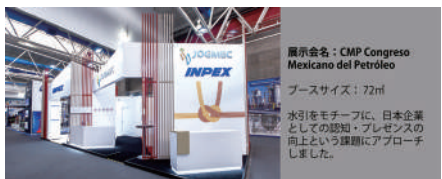
ハイブリッド展示会やリモート出展の際には、タブレットを設置しただけでは来場者が集まらないので、現地で誘引や商品説明を行うスタッフの派遣、また現地での商品やビデオ会議システムのセッティングも行なっています。

最近では、オンライン会議での通訳、バイリンガル司会者といった新しい需要も増えています。

注意しなければならない点は、日本と商習慣が違い、宗教などお互いの文化的差異を尊重しながらイベントがスムーズに行われるように調整をしています。特にイスラム圏でのヒジャブや礼拝などは注意が必要です。

(株)エキスポ
インターナショナル

岩本 圭祐さん



展示会名：CMP Congreso Mexicano del Petróleo
ブースサイズ：72㎡
水引をモチーフに、日本企業としての認知・プレゼンスの向上という課題にアプローチしました。

配布資料のデザイン・製作、会期中の運営計画・人材確保・運営管理、出展スタッフ用送迎車両手配など、出展企業が安心できるサポートを常に心がけています。

また、コロナ禍以降、リモートでのサポート依頼も増えています。出展製品・サービスの説明や商談を担当者が現地になくても可能にする方法、そのための設備の手配も含めて、施工に止まらず運営全般に関するものも多くなっており、その対応にも力を入れています。

中国企業と提携

博展

調査と情報設計で最適な戦略を

当社は、中国市場に特化した広告会社 beauty works と中国におけるイベント／展示会事業と広告施策全般の協業を基軸とした業務提携を 2021 年 6 月 1 日に締結しました。

中国市場の展示会・オフラインイベントに、渡航制限中でも企画から現場対応まで可能な体制となり、中国市場における広告・Web・SNS の企画・制作・運用なども可能になります。

中国人インサイトをとらえた数多くのプロモーション実績とパートナー企業を持つ中国市場に特化した同社とのパートナーシップで、日本企業の中国でのブランドコミュニケーションをサポートいたします。

すでに日本の大手化粧品メーカーの中国で



(株)博展

中島 健希さん

の大規模プロモーションのプランニングを任されています。中国におけるブランドイメージ調査や購買意欲醸成のための緻密な戦略・情報設計からプランを策定。中国女性が求める科学的根拠に基づく効果効能の訴求を打ち出すこと、影響力をもつ KOL (Key Opinion

(株)博展

阿南 健太さん

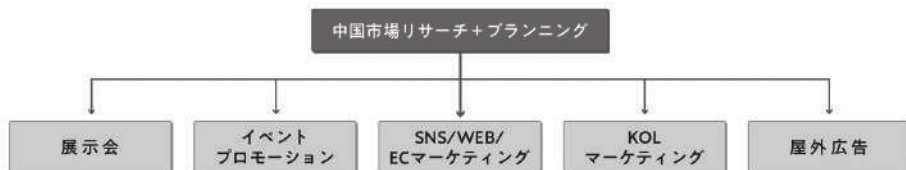


Leader：専門性を持ったインフルエンサー）やメディアを集めたクローズドパーティ、一般参加イベントなどオンラインとオフラインを融合したプロモーションを展開しています。

HAKUTEN x beautyworks

中国に特化した体験型マーケティングをフルサポート

業務提携による中国市場における提供価値



米国出展支援

クリエイティブ・ヴィジョン

日本唯一の CES 公認代理店

米国開催の展示会（CES を中心に、SXSW, AACC, NAB Show, Anime Expo, Licensing Expo, SEMA Show, IBS, SpaceSymposium など）で日本企業の海外出展の様々な問題を解決するサービスを行っています。

CES 史上初めて CES 主催団体から公認を受けた日本唯一の代理店として、場所取りから出展申請、施工、運営と、あらゆる面のサポートを提供。また CES で「JAPAN

TECH」という「日本パビリオン第一号」の企画運営をさせていただいています。

アメリカの施工に対応するため、現地提携工務店との協業体制構築。先払いのアメリカの商習慣と、日本の商習慣の中継ぎ役。日本の展示会と同じ感覚で出展する失敗例の共有。「日本人が考える完璧な英訳」から英語圏来場者に伝わる添削指導も行っています。

また渡航規制対策として、在米スタッフによる米国展示会への代理出展・来場者対応。オンライン通信システム・ガジェットを利用した遠隔操作ロボットの導入・国境を超えた商談システム。会場内 WiFi の代理申請を弊

(株)クリエイティブ・ヴィジョン

吉野 昌秀さん



社独自のルートを通すことによる、安定した回線環境の確保も対応しています。



出展支援

George P.Johnson

対応力と現場力で目的達成

World Future Energy Summit Japan パビリオンなどのサポート実績が多数あります。主催者とのコミュニケーション、現地調査、ブース位置選定、申込・契約の代行、ブースデザイン・施工、現地スタッフの調達、各種輸送手配、各種渡航手配、現地でのプレスカンファレンス、レセプション手配・運営、プロジェクト予算・進行管理を行っています。

海外での商慣習や文化の違いへの理解、そ



(株) George P. Johnson

平澤 彰紀さん

して現地でソリューションを提供出来る「対応力」と「現場力」をもって、クライアント様が国内出展と同じように負荷を感じず、目的を達成することが出来る出展をサポートします。弊社の「対応力」と「現場力」とは緻



密な出展準備と、現地での予期せぬ事態に対する柔軟性です。何かと海外では予期せぬ事態が起こり得るので、それらを想定した準備と現地での対応を重視しています。



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 もやってます

展示会 開催宣言！

施設園芸・植物工場展（GPEC）

高度な環境制御で世界に誇る産業へ

2年に1度開催されている施設園芸・植物工場展（GPEC）が、東京ビッグサイトから愛知県のAichi Sky Expoに会場を移し、7月14日から3日間開催される。同展が日本の農業の変革に渡ってきた役割、昨年の中止とリアル開催にかける想い、今年の見どころについてうかがった。



（一社）日本施設園芸協会
会長 鈴木秀典さん（中央）
企画部長 平島誠也さん（左）
事務局長 藤村博志さん（右）

次世代農業を牽引する
日本施設園芸協会とGPEC

温室内での栽培や環境条件をコントロールし農業の生産性を高める施設園芸や植物工場は、栽培効率を向上させてきた。10アール当たり10t程度の生産量のトマトが、施設園芸で20～30t、最新技術の導入で約50tまで伸ばせるという。収穫量だけでなく「就労人口の減少や高齢化への対策、大規模化など今後の日本農業の発展につながる」と（一社）日本施設園芸協会会長の鈴木秀典さんは語る。

施設園芸を含む園芸作物の生産額は、日本農業の約4割を占めているが、施設園芸の多くは小型のビニールトンネルや雨よけ施設、パイプハウスを設置したのみで、炭酸ガス、日射量など高度な複合環境制御や作業の自動化など、最新技術の本格的導入はこれからだ。「IoTやロボットといったテクノロジーが普及し価格が下がってきたことで、日本の農家にも導入しやすくなっており、期待が大きい」（事務局長 藤村博志さん）。

日本施設園芸協会は、施設園芸経営の発展と優良な施設園芸資材の普及を推進するため、調査研究・指導・情報活動、流通合理化対策、環境対策などの事業を行う。それに加

えて2010年から隔年で施設園芸・植物工場展（GPEC）を開催し、最新機器・技術の展示やセミナーによる情報共有で、業界を支援する。初開催から、展示会運営のアテックスとタッグを組んでGPECを実施。出展営業、来場誘致、展示会のスムーズな運営はアテックスが担当。感染症対策についても、運営実績が豊富なアテックスが万全な体制を整える。

愛知開催ならではの
新企画「ハウス視察」も

東京2020大会の影響で、これまで開催してきた東京ビッグサイトからAichi Sky Expoに会場を移すことになった。「これまで首都圏からの来場者が中心だったが、新たに東海エリアや近畿圏からの集客を開拓する良い機会（鈴木さん）。東海・愛知が施設園芸の盛んなこともあり、域内の出展も増加している。

また、愛知開催だからこそ実施できた新企画もある。最新の制御装置や

システムを活用した次世代のトマト栽培ファームなど2か所の最新ハウスの見学ツアーを実施。最新施設園芸の栽培環境を見学する。

消費地開催から生産地開催型の展示会になることで、見学ツアー以外にも、さまざまな併催行事を組んだり、来場者が独自に近隣企業訪問するなど、複合型イベントとなりそうだ。「Aichi Sky Expoは広いトラックヤードや搬入経路など、出展者が使いやすい」と共催のアテックスの竹茂昭さんも評価する。

生産者が見て触れて
話を聞ける場にこだわる

GPECの開催時期が7月になっているのは施設園芸の農閑期に開催し、「生産者に来て欲しい」という想いからだ。実際に来場者の約半数が生産者や農協関係者だ。出展メーカーの販売先や商社や農材店、農協などだが、「生産者が最新機器や最新のソリューションに触れる場を提供することで、日本の施設園芸を底上げすることになる。出展社にとってもエンドユーザーに直接訴求し、その感想や生産者の課題をヒアリングすることは大きなメリットになる」（平島さん）。

生産者重視の姿勢が展示会のリアル開催へのこだわりにもつながっている。「ハウスのフィルムは、多くのメーカーがさまざまな種類、透



主催者展示は、今回50小間の規模の予定。業界の動向を俯瞰的に伝える展示、行政の支援や相談コーナーに来場者が集まる



開催概要

名称：施設園芸・植物工場展（GPEC）
会期：2021年7月14日（水）～16日（金）
時間：10：00～17：00
会場：Aichi Sky Expo 展示ホール B
主催：一般社団法人 日本施設園芸協会
共催：アテックス株式会社

明度、厚さのものをラインナップしており、それを生産者が一度に比較する機会はGPECのほかにはあまりない。「強度や構造、復元力など災害に耐えられそうかは、スペック情報だけでなく、実物をみて実感してもらうことが大切。機械は実際に動いているところを見ないと品質はわからない。」（平島さん）。

商品カテゴリーごとのゾーニングで競合他社とブースが隣接することについて、当初は難色を示す出展企業もあったが、製品を比較できる生産者目線の施策による成果に、いまでは企業側も満足しているようだ。

展示会併設セミナーでは、技術情報やソリューションも生産者が手に届くような規模や費用感に留意するだけでなく、労働管理、経営管理といった、農業の就労人口の減少や高齢化、と法人化による大規模化など、これからの農業経営の課題に沿ったものが多い。

今回はコロナの影響で海外からの講演は予定されていないが、施設園芸先進国のオランダのワーゲニンゲン大学教員のセミナーや大規模化が進む中国の施設園芸の講演は、生産者の刺激になっている。

☆ ☆ ☆

農業という、人の営みの根幹産業が、リアルの大切さ、展示会の現場を重視していることは、イベント関係者にとって心強い。

おかげさまで創刊6周年

愛されるイベマケから

業界のみなさんを愛するイベマケに

株式会社 MICE 研究所
月刊イベントマーケティング編集部
〒105-0004 東京都港区新橋 5-12-9 ABC ビル 4F-A
Tel: 03-6721-5303 / Fax: 03-6721-5704
https://www.event-marketing.co.jp



成功したオンラインイベントから学ぶ

—— イベントレジスト

イベントレジスト株式会社は、オンラインイベントの視聴体験を飛躍的に向上するためのヒントを学ぶセミナーをスタートする。「Deep Dive-成功したオンラインイベントの裏話」として、シリーズ展開していく。

第一弾は「TOA ワールド・ショー
ケース 2021 に学ぶ インタラクティ
ブなオンラインイベントの極意と
は?」と題し、今年2月にオンライン
開催したカンファレンスの事例をも
とに、主催の株式会社インフォバー

ン Unchained 部門長亀山愛さんを
ゲストに6月30日に開催する。

「イノベーターのネットワークを作ること」、「参加者であるイノベーターたちがただセッションを聞くだけではなく、聞いたことを自分ごととして捉え、インスピレーションを受けて課題を解決したり、新しいアイデアを共有したりアウトプットしたりすること」をコンセプトにし、過去3回リアルで開催したきた熱量を、どうオンラインでも実現したのか、イベント

DEEP DIVE

成功したオンラインイベントの裏話



申し込みページ

レジスト株式会社でカスタマーサクセスを担当する大友香織さんがモデレートする。

セミナーでは、同セミナーの配信裏側も紹介し、オンラインイベントプラットフォーム「enavle（エネイブル）」の機能や活用方法を学ぶことができる。

「MIRAIKEN studio」オープン
—— バンダイナムコエンターテインメント

株式会社バンダイナムコエンターテインメントは、次世代のエンターテインメントを想像・発信する拠点「MIRAIKEN studio（未来研スタジオ）」をバンダイナムコ未来研究所（本社）に自社スタジオとして5月26日、オープンした。

xR 技術、リアルタイムモーションキャプチャを完備し、高画質な LED ディスプレイ 4 面ステージを常設する。

オープンを記念し開催されたセレモニーでは、x R 技術を使用し、実際の国際宇宙ステーション日本実験棟「きぼう」からの宇宙映像とガンダムとを融合した映像を背景にSUGIZO 氏の演奏などが披露され

た。

同社の宮河恭夫代表取締役社長は「IP（知的財産）を新しい形で表現できるスタジオを本社に置くことで、よりスピーディにエンタメ体験を届

けることができると考える」と話す。

2020年は約150本以上のオンライン配信も行っており、事業の一つの柱にという期待もある。一般貸出は現在のところ予定していない。



「MIRAIKEN studio」のオープニングセレモニー

価値あるリアルの開催へ

— InterBEE2021

一般社団法人電子情報技術産業協会（JEITA）は、音と映像と通信のビジネス展「Inter BEE 2021（インタービー 2021）」のリアル開催を発表した。2021年11月17日～19日の会期で、幕張メッセを会場に、オンラインと連動した形で実施する。

前回はオンラインでの開催となり、
 21,056 名が来場。ニューノーマル社

会におけるメディアとエンターテインメント関連産業の取り組みや試みを総合的に発信する「オンラインイベント」として活況を呈した一方、対面で機器やサービスを体験し、ユーザーとの対話を望む声が非常に大きかったことから、オンラインとの連動した上でのリアルな会場での開催を決定した。

日本イベント大賞決定
—— JACE

日本イベント産業振興協会（JACE）
は6月17日、「第7回JACE イベントア
ワード」の結果を発表。

最優秀賞 経済産業大臣賞（日本イベント大賞）には、「バーチャル渋谷 au 5G ハロウィーンフェス」が、イベントプロフェッショナル賞には「Drive in THEATER with HANABI」が受賞した。

イベントレポート

深化する店舗体験をアプリで —五感フル体験の POPUP STOR—

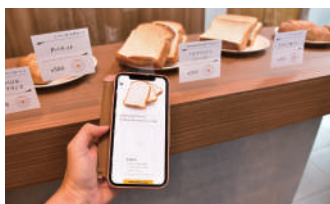


新しい香水の選び方を提案した「LIBERTA Perfume」

ショッピング系アプリはポイント付与やお得情報のプッシュ通知というメリット提供だけではない。リアル店舗ならではの体験深度が増したり、EC サイト特有の課題を補完したり、付加価値の提供につながる方向性へと深化している。

この新しい体験を提供したのは、アプリプラットフォーム「Yappli」を提供する株式会社ヤプリだ。6月16日から6月20日まで、代官山 T-SITE で展開した POPUP STORE を企画した。「UPDATE2021 ～繋いだ瞬間、はじまる（以下 UPDATE）」を開催し、社会をアップデートする企業や個人をフィーチャーするイベントとして、ライブ配信とリアル体験の融合イベントの同時開催スタイルで展開した。

POPUP STORE は、ガラス張りの開放感ある空間に5つの店舗を未来型店舗のショーケース的に展開



アプリをかざしパンのレビューも味わう

した。店舗の共通点は五感に関連する商品・サービスを扱っていること、興味関心や購入行動後のタッチポイントにアプリを活用したテクノロジー体験があることだ。

例えば、ECサイトでオーダーメイド香水を販売している「LIBERTA Perfume」では、その日の服と気分にあう香水を提案する体験が提供された。その場で全身の写真をアプリのカメラで撮影し、色調やフォルムなどが画像解析され、さらにアプリ内のページにランダム表示された空や風景のイメージ写真からいまの気分を5枚ピックアップする。すると、服と気分にあった香りの情報がアプリに届き、試香できる。香水は好みで選ぶことが少なくないが、香りもトータルコーディネートの一つとして取り入れることで、好きの一步先の新しい選択肢が生まれる。

ヤプリのPR&オフラインマーケティング部部长で、UPDATEを企画した原田千亜紀さんは「POPUP STOREというオフラインのマーケティング施策は初の試みでした。アプリが介在することで、店舗体験は変えられるということを中心に置いています」と話す。



「ちょろもー」ってどんな未来？



石戸 奈々子 さん

（慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授 CANVAS代表）
ちよっと先のおもしろい未来実行委員会 実行委員長



City&Tech 委員会では委員長を務め、以前から竹芝の街づくり構想にも関わってきました。ロボット、AI、IoT、5G、8Kといった先端技術を集積させた都市をつくり、無人コンビニや遠隔旅行、ドローンをつかった交通網、超大型パブリックビューイングの導入で新しいスポーツ、エンタメの楽しみ方の創出などを実装するプロジェクトです。

いま議論しているのは、アフターコロナの街がどうなっていくのかです。ただ、よくよく考えると、デジタルのテクノロジーは分散を可能する技術ですから、コロナ前から議論してきた構想は、人間が密にならずに集積する、まさにいま求められている街でした。

他方で、データ活用で安全で安心な街、テクノロジーで効率的に便利というだけで街に魅力を感じるのかというと、そうではありません。AIやロボットが代替してくれるからこそ生まれた時間で、いかに一人ひとりがクリエイティビティを発揮し、やりたいことを実現することが重要であり、この街で一人ひとりが生き生きと活動することをサポートする街であることが竹芝に求められます。

だからこそ竹芝という街をハブにした「ちょろもー」では、e-sportsやお笑い、音楽、新しい学び方など、テクノロジー体験の先に、どんな文化・社会をつくっていききたいか、どんなコンテンツを生み出したいか、という中身を大事にしています。

ているんでしょうか

石戸 特徴として、もともと実績あるイベントが集まって、その分野の未来を描くという点があります。例えば、「ワークショップコレクション」は私たちが15年前から開催している2日間で10万人を集める、こどものためのワークショップ博覧会です（写真上）。今回は人数制限しつつ、ビルや街で働くロボットを操縦する体験をしたり、SDGsといった社会課題に目を向けたりして自分なりの未来を描くという内容で展開します。

また、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の「KMD フォーラム」や「超人スポーツ体験」、「デジタルサイネージアワード表彰式」、そして世界オタク研究所のイベントなど、こうした取り組みを知っていただく機会になればと考えています。

——「ちょろもー」の楽しみ方とは

石戸 当日に参加して、楽しんで頂くことも大事なのですが、今後、どういう関わり方がこの街やイベントとできるのかという視点でみてもらいたい。主体的に自分事として関わって参加いただけるとうれしいです。さらには、次はこんなことをやってはどうか、コラボしたい、など思いついたらアイデアをどんどん送ってほしいですね。

自分の理想とする生活や働き方、学び方、生き方を、自立分散型、かつ共創型でつくりたいというイベントのコンセプトが多くの方に伝わるといいなと思っています。

——具体的にはどんなコンテンツが用意され



「ちよっと先のおもしろい未来
- Change Tomorrow -」



会場：2021年7月3日（土）・4日（日）
場所：東京ポートシティ竹芝、ウォーターズ
竹芝、竹芝地区船着場・干潟
入場料：無料 ＊一部参加費が必要
主催：ちよっと先のおもしろい未来実行委員会

「ちよっと先のおもしろい未来 - Change Tomorrow -」が7月3日・4日の2日間、東京港区の竹芝エリアを会場に開催される。官民学が連携し、デジタル×コンテンツをテーマに、e-sportsやお笑い、ミュージックライブ、学び、展示など、複合的に展開する。同イベント実行委員長の石戸奈々子さんに、どんなイベントになるのか、イベントがどう街づくりに関わっていくのかをうかがった。

——「ちよっと先のおもしろい未来 - Change Tomorrow -」というタイトルにはインパクトがありました。略して「ちょろもー」の語感も一度聞くと耳に残りますね

石戸 「ちょろもー」は、さまざまな業界・分野のちよっと先の未来を描いてみよう、ということで産官民学のメンバーが集まって実行委員会という形で取り組んでいます。

誰かが考えた遠い先の未来ではなく、自分たちが心地よいと思えるような“ちよっと先”の未来で、最先端テクノロジーありきというよりも“おもしろい”を思い思いに描くイベン

トです。結果として、コロナとともにあるこの時期に開催するからこそ、いまのニューノーマルな暮らしって、社会ってなんだろうという、誰も答えのわからない問いを考えるきっかけになることを願い企画しています。

——竹芝という新しい街ならではの開催のメリットとは

石戸 竹芝の一番の魅力は、いまこの瞬間、これからつくる街であることと思っています。私はCiP協議会（「コンテンツ×テクノロジー」産業の拠点形成する活動母体）の

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

