

EVENT MARKETING 78

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

特集 ドバイ万博がつかないもの

今月のインタビュー 石多 未知行さん

「1minute Projection Mapping Competition」
大会総合プロデューサー



展示会開催宣言！

「中小企業マーケット TOKYO 2022」

東京商工会議所

渋谷 貴司 さん

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp

「！」にいくつ出会った1年でしたか



「TOKYO LIGHTS」招待作家スペシャル作品BARTKRESA studio
「Panta Rhei:A Vivid Meditation」

1年前、先行きのみえない暗中模索の渦中でも、イベントの価値は見失わずにいきたい、わずかな角度でもいいから上を向いていこう、なんて気持ちで、1月号の本紙表紙は「望遠鏡の先にみえるもの」のメッセージでスタートした。

皆さんは、どんな想いでこの1年を過ごしたのでしょうか。

締め括りの12月号では、「HOPE」で彩られたプロジェクションマッピングの風景と舞台裏のストーリーに触れた。初開催の東京の冬の光の祭典「TOKYO LIGHTS」では、明治神宮外苑聖徳記念絵画館に、世界中のクリエイターからの応募作品が投影され、テーマである「希望/HOPE」の光が照らされた。2年ほど遠のいていた屋外で大勢とみるという

体験と、作品の個性的な表現に圧倒され、正直、このイベントで自由への憧れの気持ちを解放した。制約ある生活の中、自分が思うよりも意外と心は縮こまっていたのかもしれない。

石多未知行さんはインタビュー（本紙8p 参照）で「クリエイティブな祭典は、自由が許される場所なので、ちゃんとつくっていききたい」と、応募者も審査員も国際的に、かつジャン

ルも超えた参加をと、多様性をイベントに組み込んでいる、と話していた。

イベントの機能には、可能性の拡張がある。これもありだね！に気づく機会だ。

クリエイティブな表現の自由さや、アウトプットする価値、そしてその挑戦する場をつくるイベントの存在は貴重だ。

来年もっとたくさんの「！」を探そう。

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



ドバイ万博がつないだもの

2021年10月1日に「2020年ドバイ国際博覧会」が開幕。中東では初の万博となる。

そして2025年は大阪・関西万博だ。万博はオリンピックと並ぶ国際メガイイベント。

開催を機にさまざまな技術革新・関連業界の発展が見込まれる。ドバイ万博をみて、4年後の日本開催を想像しよう。

フランス革命のころパリではじめて開催された博覧会が、欧州各国でも行われるようになり、1851年に第1回国際博覧会がロンドンで開催された。日本では、1970年に大阪万博、1985年のつくば科学博、1990年の花博という二つの特別博(小規模な万博)を挟んで、2005年に愛・地球博が開催された。そして、ドバイの次の登録博(大規模な万博)は2025年の大阪・関西万博となる。

ドバイ万博開催概要

名称: Expo 2020 Dubai
2020年ドバイ国際博覧会
会期: 2021年10月1日～2022年3月31日
開催地: アラブ首長国連保(UAE) ドバイ
テーマ: Connecting Minds,
Creating the Future
(心をつなぎ、未来を創る)
サブテーマ: Mobility、Opportunity、
Sustainability
想定入場者数: 約2,500万人
会場面積: 438ヘクタール

未来社会の在り方の実証実験

オワコンじゃない万博

国際博覧会は、産業、科学技術、芸術文化を展示して、人類の進化を展望、社会課題を解決する提案がされる場。産業振興や観光振興や国際投資のPRの役目も担う。

IT化社会でリアルに集まる意義、国や企業中心の情報発信、経済波及効果などの論点で、万博を過去のものとする意見もあるが、最新技術のプレゼンの場ではなく、実証実験の場に万博も進化している。

ドバイ万博のテーマは「心をつなぎ、未来を創る」。2025年万博のテーマは「いのち輝く未来社会のデザイン」。大量生産大量消費の時代が終わり人類の未来を考える場を、経済波及効果額や来場者数という古い評価基準でできるのか。ドバイでは「バーチャル EXPO」を実施。大阪・関西万博では、「サイバー万博」開催を検討している。万博は多様な人が集まる都市実験の場でもあるが、サイバー空間の国際的な実験場ともなる。

目標2500万人実現の戦略とは

有観客で開催できたワケ

イタリア・ミラノ万博には約2150万人が来場した。ドバイ万博の想定来場者数2500万人はコロナ禍前に発表したものだが現在も変更していない。開幕最初の1か月で235万人以上が会場を訪れている。

約1年の延期、オミクロン株の世界的流行によるジャパンデーのイベント一部開催見送りなど、コロナ禍の影響も多いが、感染症対策と来場者誘致の両立を目指す。

航空会社とも連携し、エティハド航空やエミレーツ航空は搭乗者に無料でドバイ万博のワンデーパスを提供するキャンペーンを実施。1日分の料金で10月中は入場できるチケットなどの大胆な施策もあった。会場へのアクセスとなるドバイ・メトロ延長線「ルート2020」も開通させている。「バーチャル EXPO」のリリースは来場者誘致にも功を奏している。

感染症対策も実施して感染拡大による大幅な来場者減を未然に防いでいる。

大阪・関西万博で未来を創る

若手クリエイターの登竜門

2025年国際博覧会シニアアドバイザーのコシノジュンコ氏は、20代の若さで1970年大阪万博の3つのパビリオンのユニフォームを手がけ注目を集めた。そのきっかけをつくった黒川紀章氏も当時は30代だった。

ミラノ万博では、CEKAI 井口 皓太氏、チームラボ猪子寿之氏やライゾマティクス(現アブストラクトエンジン) 齋藤精一氏が日本館の各シーンを担当。万博はいつの時代の万博も気鋭のクリエイターが新しい時代をデザインしてきた。

大阪・関西万博では齋藤精一氏がPLL(未来社会の実験場)クリエイターに就任。会期前から、「EXPO PLL Talks」という名称で、多様な実践者や有識者が、それぞれの立場からテーマに関する取り組みを国内外へ発信し、サイバー万博など新しい万博を共に創り上げていく場としている。大阪・関西万博は参加型万博。世界中の全員がクリエイターとなる万博はどんな形になるのだろうか。

総合レンタル業のバイオニア
西尾レントオール株式会社
<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マスカビル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

イベントの成果を
最大化する

イベント・アーカイブス

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>

ドバイ万博日本館プロデュースの舞台裏

日本人の自然観、根幹に表現

「他のパビリオンと違う。他ではみられなかったものも多く、特別」と来場者からの関心の高いドバイ万博日本館。総合プロデューサーを務めた内藤純さんに、テーマを表現する難しさや展示演出での狙いなどを聞いた。



内藤 純 さん

株式会社電通ライブ
チーフ・クリエイティブ・プロフェッショナル
(2022年1月1日より)

2020年ドバイ国際博覧会
日本館総合プロデューサー

1985年電通入社。展示会、ショールーム、店舗開発、都市開発など、多くの実績を誇る。愛・地球博・ヨタグループ館総合プロデューサー、ミラノ万博日本館展示プロデューサーをはじめ、国際博覧会において数多くのパビリオンをプロデュース。スペース、映像、グラフィック、プロダクトなど幅広い領域でのクリエイター人脈とプロダクションネットワークを有する。2017年1月にイベントスペース領域の専門会社「電通ライブ」を創設。「リアルな体験価値の創造」を目的に、イベントスペース領域の高度化、次世代化をはかる。

——ドバイ万博のテーマは「心をつなぎ、未来を創る（Connecting Minds, Creating the Future）」と抽象的ですが、日本館ではどのように表現されたのでしょうか

内藤 プロデュースする立場からすると、非常に難解なテーマでした。例えば、ミラノ万博の場合は食がテーマでしたので、日本らしい捉え方や優位性から割とすんなりとイメージが出てきました。今回は普遍的なテーマでしたので、日本のオリジナリティとは何だろうと、歴史や文化を振り返って、原点にかえるところから着想を得ました。

日本は文化的には西洋や中国など大陸文化の影響を受けながらも、独自の文化をつくってきた精神性があります。歴史的に他者を受け入れてきた寛容性は、ある意味、心をつなぐという万博テーマに近いのではないかと思います。

寛容性や多様性、繊細さを育んだのは、日本人の持つ自然観が根幹にあるのだと思います。八百万の神という考え方や四季があって季節感から喜びを見出す世界観もその一つです。日本館では、この日本人の自然観を、

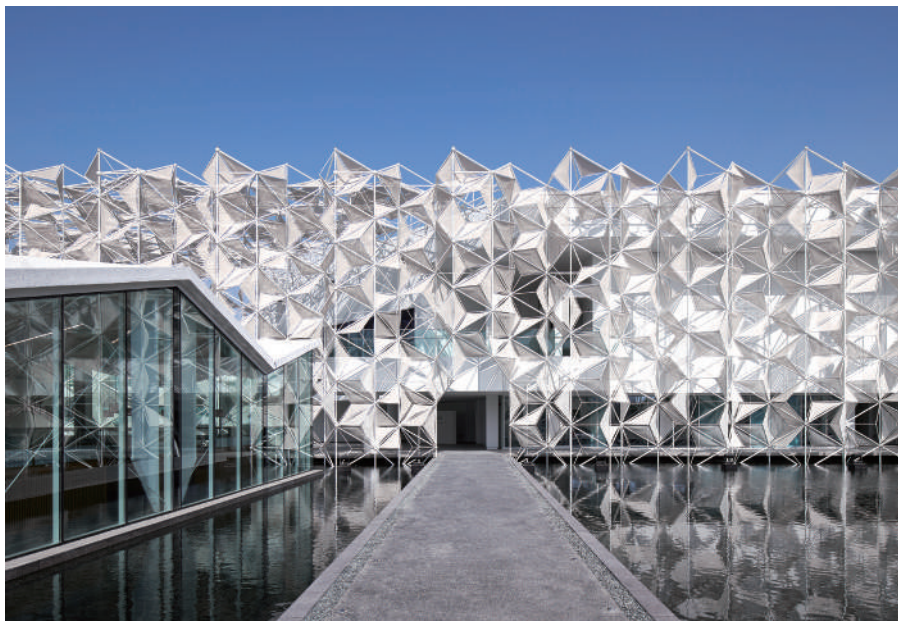
空間で表現して体験してもらうということを実現しました。

——展示演出で重視したことは

内藤 展示空間は基本的に体験設計が重要だと思っています。つまり、参加した人が物理的空間の中で、どういう想いを感じて、時間経過とともにどう変化していくかが大事です。ですから、入った瞬間に来場者を包み込む圧倒的なファーストインプレッションを設計し、その後、どう流れを構成するかと言うところから考え始めました。

日本館のテーマである「Where ideas meet アイディアの出会い」を、日本の様々なコンテンツと最新のテクノロジーで魅せる展示空間で構成しています。

来場者には6つのゾーンを進みながら、「多様な出会いを大切にすることで、新しいアイディアが生まれ、交流し、未来がより良い方向へと変わりゆく」ことを体感してもらい、2025年日本で開催される「大阪・関西万博」へとつなぐアクションを生み出して欲しいと思っています。



「ドバイ万博」日本館の外観（写真上）。マイクロミストで表現した霧のたゆたう幻想的な映像演出空間（写真左下）。「アイディア同士の出会い」の空間は来場者行動データを活用した演出（写真下中央）。来場者のアイディアの種を「大阪・関西万博」へとつなぐ（写真右下）
(写真提供：2020年ドバイ国際博覧会日本館)

——特に展示演出での見どころは

内藤 ドバイは気候的に暑いので、肌感覚で涼を感じてもらえるよう、マイクロミストがひんやり漂う幻想的な世界とプロジェクションによる立体感のある映像美で没入体験を提供し、日本の幽玄の世界観を表現しました。また、アイディア同士が出会う最後のシーンでは、その日、その時に集まった来場者によりクライマックスシーンが変わるという、来場者の行動データを活用した演出をしています。このゾーンは360度に広がる全周型の映像スクリーンの中央に地球があるのですが、来場者が、国や、民族という概念を超えて、中央の地球を囲みます。

ここは、日本の茶道の世界の茶室であり、「一期一会」の精神でのおもてなしの場なのです。

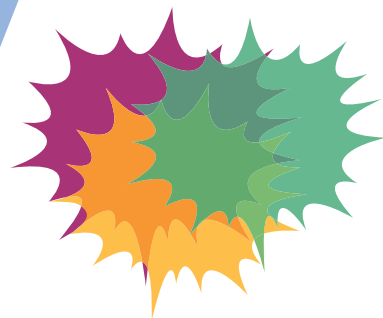
——コロナ禍での万博ということでの苦労点はどんなところにありましたか

内藤 プロジェクトマネジメントとしてもスケジュール調整には苦労しました。そして、もう一つは評価設定の変化です。これまでは、例えば全体で200万人の来場見込みがあれば、10%の200万人の来館をKPIに設定していま

したが今回はCOVID 19対策として20分間に40人の来館という運営方法を取り、リアルな来館者数を軽減するよう変更しました。一方でリアルだけでなくデジタル上からアクセスできるよう特設サイトを開設し、デジタルシフトを進めました。体験として提供するものにも影響があって、進化したのではないかと思います。

——日本館には、2025年の大阪・関西万博へ向けてのコンテンツもありますが、どんな想いをつなげていきたいとお考えでしょうか

内藤 大阪・関西万博では、「いのち輝く未来社会のデザイン（Designing Future Society for Our Lives）」を掲げています。それはドバイ万博のテーマのように様々な捉え方ができるテーマです。ドバイ万博で多様な参加者の方からいただいたアイディアの種は、デジタル上にも蓄積されます。このアイディアの種を、2025年の大阪・関西万博にバトンとして受け取っていただいて、多くの方々の手によって種を育て、花を咲かせる、というような理想的なつながりができればと思っています。

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

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>

2社それぞれの強みを活かし

1人ひとりの体験に厚みを

ドバイ万博日本館の展示施工は丹青社・ムラヤマの2社がコンソーシアムを組んだ。日本が誇るイベント・ディスプレイ業界の大手企業がつくりあげた日本館、抽象的なテーマの具現化、大阪・関西万博への想いを2社の業務責任者にきいた。



山中 裕介 さん(左)

(株)丹青社
コミュニケーションスペース事業部
制作統括部
制作一部 課長

渡辺 直広 さん(右)

(株)ムラヤマ
第3スペースプロモーショングループ
マネージャー

業界の知恵、力を活かしたプロジェクトチームを

2020年3月頃とある倉庫で、ドバイ万博日本館の展示物の実寸サイズの仮組みテストが繰り返し行われていた。イベントや商業施設、美術館等のディスプレイ事業の案件で実績のある丹青社とムラヤマの共同で東京・御徒町にプロジェクトチームのオフィスを構えた。ここでは両社の選りすぐりの技術スタッフがテーマを具現化するべくアイデアを出し合った。

「丹青社もムラヤマも登録博覧会、認定博覧会に参画しているが、パビリオンの制作施工の経験をもつ人材は限られる。国家的プロジェクトである日本館のために、お互いの技術者、知見を出し合って協力するためのコンソーシアム」と業務責任者の丹青社山中裕介さんは話す。「協力体制はうまくいっている。現場ではそれぞれの強みを活かしている」と副責任者のムラヤマ渡辺直広さんは話す。映像演出が会場内でどう見えるか、素材感がイメージと合っているか、空間演出の効果、ミストの広がり方などを、総合プロデュースの電通ライブのスタッフも交えて、細部にわたり調整した。

コロナ禍で1年延期

その仮組み検証を行っている最中、2020年4月7日に7都道府県に緊急事態宣言が発令

され、5月4日にドバイ万博も1年間の延期が決まった。

2020年10月に、山中さん渡辺さんなどチームメンバーはドバイへ渡航。当初予定した工程のうち、床や壁、天井、電源など基本内装をこの時期に行った。ドバイのレギュレーションで、これらの展示施工は建築完了検査と共に検査を受ける必要があるため、建築施工を担当したObayashi Middle East Construction, LLCと合わせて、第一期工事としてこの時期に済ませなければならなかった。ディスプレイや映像音響など、演出に関わる工事は、延長した会期に合わせて2021年第二期として、施工することとした。

また、コロナ禍の影響で日本側の技術者が渡航できないケースもあり、予定していた現地での施工手順の説明、施工品質の確認などをリモートで現地施工会社と確認することになったり、コロナ禍での海外イベントならではの苦労もあったという。

技術とおもてなしで見えないテーマを表現

「いつの万博でも日本館ではテーマについて深く考察してストーリーが仕立てられており、そのなかに文化やアイデアが伝わる工夫がなされている。来場者にさまざまな体験をしていただけるよう、空間づくりに工夫を凝らし



(写真提供：2020年ドバイ国際博覧会日本館)

ている」と山中さんは考える。

今回の万博テーマ「心をつなぎ、未来を創る」、日本館テーマ「アイディアの出会い」に見える形に落とし込むために「JETROや総合プロデュースの電通ライブと意見交換を幾度も重ねて認識の擦り合わせを行なった」。展示の仮組みもそのために、しっかりつくりこんだという。

「入館者数を目標にするだけではなく、今回は、より1人ひとりの体験に厚みを持たせるのが狙い」(渡辺さん)。20分間隔で36人のツアー形式というように入館する人数を制限。来場者に貸し出した端末に対して高精度リアルタイム位置測位システムを用いてその人のいる場所に合ったナレーションを聞いてもらう。最後のシーン“アイディアの出会い”では、そこにたどりつくまでの各自が動いたルート、興味をもったテーマがエLEMENTとして集まる。「『それぞれ興味・志向は違うけれど、その多様性を持つ人達が集まって、共通の課題を解決していこう』ということをどう伝えるか模索してきた」(山中さん)。「そこで大きな役割を果たしてくれたのがアテンダントの方々。造作をつくれば完成ではなく、そこに人がいて、はじめて体験価値を提供できる空間になることを再認識した」。(渡辺さん)

シーン3「現代日本のテクノロジー」では見立て作家田中達也さんの模型作品約130点を展示。他シーンの造作は、基本的にドバイで資材調達、現地スタッフが施工したが、こ

こでは作品の土台とアクリルのドーム型ケースを日本でアセンブリーしたことで、美しい造作を実現。観る人をその世界に引き込んだ。

国際イベントの難しさ 大阪・関西万博に向けて経験値上げる

ドバイでは日中の気温が50度を超すこともあり、夏場の3か月間は昼12時半から3時までの屋外建設作業を禁止されている。完了検査を受けるためにコンサルタント(AOR)の事前承認が必要。法令のほかにも、サービス品質に対する認識や商習慣の違いによる品質管理や工程管理、資材調達の難しさ、ラマダン(断食月)へ配慮したスケジュール作成、礼拝所の設置といった宗教による生活習慣への気配りなど、山中さんと渡辺さんは、国際イベントならではの貴重な経験を今回も得ることができた。

2025年の大阪・関西万博では、逆の立場に。「彼らが日本に来る番なので、大変だった経験を活かし、ルール・習慣がお互い違うという前提で、彼らと協働できるように環境を整え、プロジェクトを成功に導きたい」(山中さん)。「今回、2社コンソーシアムという貴重な体験をさせてもらった。大阪でもこの経験を活かしたい」(渡辺さん)。東京2020大会で警備共同企業体(JV)が設立されたように、大阪・関西万博でも今回のような受注形態が、コロナ禍以降のイベント復興・飛躍への大きな力になるのではと期待される。



空間は 次のステージへ。

空間創造のプロフェッショナル
株式会社 丹青社

〒108-8220 東京都港区港南1-2-70
品川シーズンテラス19F
TEL | 03-6455-8100 (代表)
URL | www.tanseisha.co.jp

札幌・仙台・新潟・横浜・名古屋・京都・大阪・福岡・那覇・上海



YouTubeチャンネル

イベントマーケティング



ドバイ万博も レポートします

0:00 / 0:00

オフィシャル・プロジェクト&ディスプレイパートナー「クリスティ」

ロシア館・動く脳オブジェにも投影

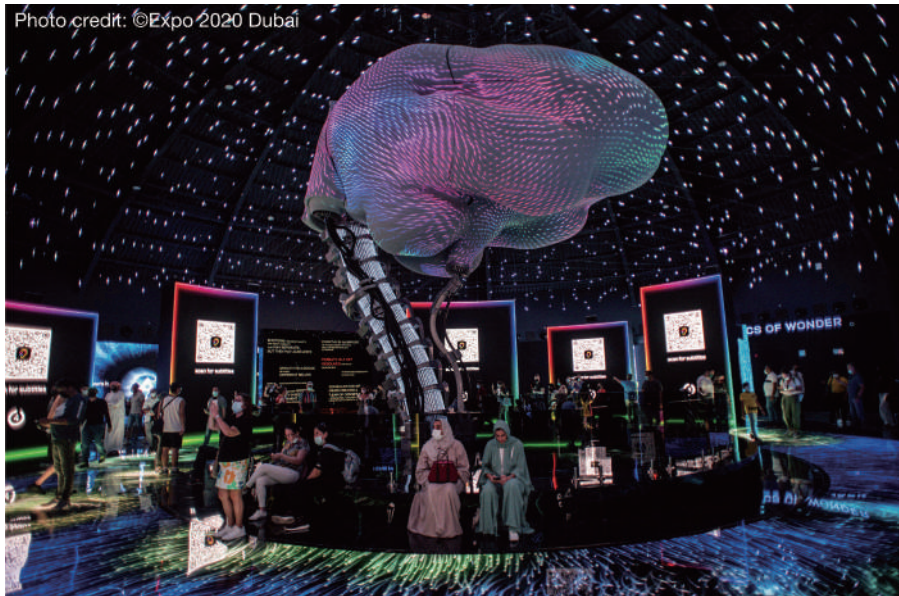


Photo credit: ©Expo 2020 Dubai

ロシアパビリオンの「The Mechanics of Wonder」アトラクションの核をなす、人間の脳を模した巨大な動くオブジェ。パビリオンの建物全体と館内にあるオブジェの組合せはマトリョーシカを想起させる



ドームに使用された「Christie D4K40-RGB」とマルチプロジェクターモニタリング制御ソフトウェア「Christie Conductor」

開会式などが主要なイベントが行われるアルワスル・ドームは、直径約130mという世界最大級の360°スクリーンを備え、壮大なプロジェクションマッピングが投影された。このドームには、万博のオフィシャル・プロジェクト&ディスプレイ・パートナーであるクリスティ・デジタル・システムズのダイナミックな演出を実現する4万ルーメンの高輝度プロジェクター Christie D4K40-RGB が252台使用されている。同製品の特長である小型・軽量を活かし、地上23mのトリレス構造部に設置された42個のプロジェクターボッドに各6台収納されている。

また、ロシア館では、長さ9.2m、幅5.5m、床からの高さ10mと巨大な、人間の脳を模した動くオブジェが話題の、「The Mechanics of Wonder(驚きの力学)」というアトラクションでもプロジェクションマッピングを投影している。

床から立ちあがる脊椎のうえに置かれた、人間の脳を模した巨大な動くオブジェに、約6分間の映像を投影し、人間がもつ脳の構造

を説明。なかでもニューロン機能は、アニメーションや、花、星、オーロラといった抽象的な画像を使ったアニメーションで演出。全体として、インタラクティブ性をもたせ、「脳が神経回路を再構築することで発達するのと同じように、人々もつながりが増えるほどアイデアが広がり、豊かになる、そして世界中の人々が連携することで、人類の未来が拓ける」というメッセージを体験的に伝える。没入感も高く来場者の注目を集めている。この投影には明るさ3万ルーメンの「Christie Boxer 4K30」を6台吊りさげ、もう1台をオブジェの下から超短焦点レンズを使用して、映像を映し出す。両施設ともプロジェクター制御ソフト「Christie Conductor」を採用して複数機器の同期・制御や、稼働状況のオンライン監視を行うなどメンテナンス性も高めている。

日本企業 三笠製作所の挑戦

世界初！移動交番が万博を守る

ワイヤレス充電及び太陽光発電を搭載予定の電動ビークル（AMV）に、警察行政サービス端末（SPS）を搭載した移動遠隔自動運転の可能な無人交番の実証実験が、ドバイ万博で行われている。

実物大ガンダムを動かす「ガンダム GLOBAL CHALLENGE」への技術参加や巨大ロボットプロジェクト「MegaBots（メガボッツ）」の立ち上げなどで注目を集めた、大型ロボット制作会社の三笠製作所とドバイ警察が2017年から共同開発してきたもの。

速度違反や駐車違反の自動検出・通報や、周囲の360度映像を警察本部でVR視聴できる機能などを備え、パトロール業務の負担軽減を狙う。さらに、不審者・不審車両の検出、

火災判定、交通量調査、道路状況の監視、砂塵嵐・砂嵐予測監視システムといった機能拡充も検討されている。

スマートフォンで希望の場所まで呼び出せ、都市間を移動しながら、移動先の住民に各種支払いサービスや住民票の出力、遺失物の紛失・盗難届等、約30の行政サービスを提供することができる。

今年8月16日・17日には代官山 T-SITE で試乗体験付き展示、10月17日～21日には、ドバイワールドトレードセンターで開催した「GITEX Technology Week」にも出展された。



TOPICS 大阪・関西万博

3月に 開催支援EXPO

—— イノベント



2022年3月15日(火)・16日(水)の2日間、インテックス大阪で「第1回 大阪・関西万博 開催支援 EXPO」が開催される。万博の成功に向けて、業界関係者が一堂に集まり、具体的な準備のための情報交換・商談の場となる。また、夢洲全体の総合的・一体的なまちづくりのために万博のレガシーをどう生かすか、といった「万博後のまちづくり」大阪・関西圏の持続可能な発展にも議論される。

シギノから世界へ生配信

—— 西尾レントオール

「TEAM EXPO 2025」プログラムの共創パートナーであるイベント機材のレンタル会社西尾レントオールは、2025年大阪・関西万博を盛り上げる「シギノ産官学万博企画会議」の配信を今年9月に開始した。元Popteenモデルでインフルエンサーの湯上響花さんをMCに迎えて、皆が参加できる博覧会にするための議論を展開。毎回ゲストを迎えて12月11日までに7回配信を行っている。



CHRISTIE®

待望のクリスティMシリーズ後継機
RGBピュアレーザープロジェクター誕生!!

CHRISTIE M 4K25 RGB

- 22,500 ANSIルーメン
- 4K UHD(3840 x 2160)解像度
- 100V、200Vで使用可能 (100V時は輝度50%)
- 軽量 / 質量 : 41.7kg
- 静音 / 騒音 : 46dBA
- 既存のM、J、Crimsonレンズ互換
- MRIキングフレーム併用可

CHRISTIE M 4K25 RGB



展示会 開催宣言！

中小企業マーケット
TOKYO 2022

”

初開催！アフターコロナの商品・サービス提案



東京商工会議所
ビジネス交流部 副部長
ビジネス交流センター所長
会員交流センター所長

渋谷 貴司 さん

大河ドラマ「青天を衝け」の渋沢栄一が初代会頭を務め、中小企業を中心に東京都の企業の成長を支援してきた東京商工会議所（以下、東商）。新型コロナウイルスの感染拡大により、厳しい市況にある小規模企業者、中小企業の販路拡大・売上拡大を目的に「中小企業マーケット TOKYO 2022」を初開催する。

とくに深刻な影響を受けた企業が多い「ものづくり」「フード」「ライフスタイル」「観光・体験サービス」の4分野で、東京都内に事業所をもつ企業、297社が出展。

会場にはアフターコロナからの復興を盛り上げ加速させる製品・サービスが揃う。2日間で1万人の来場者を目標としている。

企業を継続支援する東商 ならではの初出展が多数

東商のビジネス交流部は、これまで、ものづくりや食品の分野を中心に多くの商談会を開催。東商のブランド力やネットワークを活かした大手企業バイヤーとのマッチングは、小規模企業者や中小企業にとって貴重な機会だ。

また、23区内支部の経営指導員による“現場主義”の対話や、販促にとどまらない継続的な経営支援によって培われた8万件におよぶ会員ネットワークを活かし、これまで展示会に出なかった初出展企業が多いのも特長的だ。バイヤーにとって未知の魅力的な仕入先の開拓は大きな武器となる。

新製品やスタートアップ企業だけでなく、大手企業のサプライチェーンに参画し、これまで販路開拓をしてこなかった実力派の企業も、「東商の展示会ならば」と出展し、減少した売上をカバーする新規取引先を探す機会する。

コロナ時代を生きる中小企業のための「中小企業マーケット TOKYO 2022」が初開催。中小企業の販路開拓を支援する商談会を開催してきた東京商工会議所が東京ビッグサイトを会場に、はじめて展示会というフォーマットで実施する。

一方で、展示会の運営についてビジネス交流部副部長の渋谷貴司さんは「300社規模の展示会の実施は初めて。商談会とは規模の違いだけでなく、まったく別物。これまでの経験だけではわからないことも多い」と語る。

そこを支えるのが共催の東京ビッグサイトだ。会場提供だけでなく、共催として事務局業務を行うほか、企画・運営をさまざまな面でサポートする。JIMTOFなど主催事業で培った知見を活かしている。

リアル開催とオンライン いいとこ取りでなく両使い

会員企業へのDM、長年にわたり実施してきた、“ものづくり”、“食品”関連商談会の参加者へのメール、経営支援などの活動での関係性ある企業への声かけ、あらゆるソースを使って来場者誘致を行う。ライフスタイルや観光などの新たな分野では、有料の広報活動や関連団体への働きかけなど、多面的に展開。

オンライン開催は、日程が合わない人や遠隔地からの参加など来場者増も見込める。「中小企業マーケット TOKYO 2022」のオンライン展は、企業紹介や製品PRの動画だけでなく、出展社ブースページ、チャット機能、ビデオ商談機能、資料ダウンロードなど充実した内容で、1月17日から31日まで実施する。

「来場者数も重要な指標だが、多くの方が商談をして、ビジネスにつなげることが本来の目標」と渋谷さんは話す。1人の参加者がオンラインとリアルの双方を活用するハイブリッド参加を提案。会期前に事前情報収集と商談予約、会期中に展示会場で商談、会期後のフォローや見逃した企業とのコンタクトはオンライ

ンで、というかたちだ。

リアル開催重視の想いは、オンラインで商談会に参加したバイヤーの声から得たもの。「製品の情報だけでなく相手の表情を見ながら話すことが商談には欠かせない」、「取引先の人となりを見ることが、製品の情報以上に必要」という要望が多い。BtoBの高額な設備投資はオンライン商談だけでは難しいし、必要最低限な情報交換だけで終わり、話が弾まずに不完全燃焼になることも少なくない。

もちろん展示会場ではしっかりと感染防止対策に取り組む。東京ビッグサイトは自社でガイドラインを策定するだけでなく、主催事業や会場提供として多くの経験をもつ。事前登録による来場者管理、マスク着用、消毒など、検温体調チェックといった対策はこれまで同様にしっかりと行っていく。

東商のネットワークを活用した多彩な出展企業とユニークな製品・サービスを、リアルとハイブリッドの双方でくまなく探すチャンスだ。

開催概要

名称：中小企業マーケット TOKYO 2022
会期：2022年1月26日(水)・27日(木)
リアル

2022年1月17日(月)～31日(月)
オンライン

時間：10:00～17:00

会場：東京ビッグサイト 東1ホール

主催：東京商工会議所

共催：(株)東京ビッグサイト

入場：無料（事前登録制）



■出展者ブースページ



■チャット



■オンライン商談画面



コロナ時代を生きる中小企業のための展示会を東京商工会議所が初開催！

中小企業マーケット TOKYO 2022

～アフターコロナの商品・サービス提案～

会期：2022年1月26日(水)・27日(木) 10:00～17:00 会場：東京ビッグサイト 東1ホール

オンライン展 会期：2022年1月17日(月)～1月31日(月)

各業界のリーダーによる無料セミナーも実施！

牛窪 恵 氏

株式会社アイスタイル
遠藤 宗 氏

株式会社JTBコミュニケーションズ
吉井 和人 氏

株式会社野村総合研究所
桑津 浩太郎 氏

株式会社カスミ
山本 慎一郎 氏

詳細はQRコードまたは
URLにてご確認ください



中小企業マーケット TOKYO
https://chusho-mkt.tokyo/

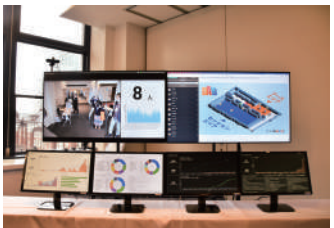
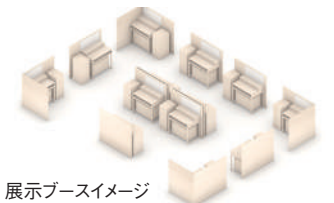
ものづくり

ライフスタイル

フード

観光・
体験サービス

タイトル	社名・団体名	登壇者
先駆者に聞く こしらえリアル の熱量を取り戻せ!	サイボウズ株式会社 Cybozu Days 責任者	鈴木 亜希子さん
	株式会社Coral Capital VP of Startup Success	津田 遼さん
	カンファレンスファクトリー／一般社団法人at Will Work／一般社団法人Public Meets Innovation / kipples コネクタ	日比谷 尚武さん
スポーツからみた リアルイベントの 価値とハイブリット 対応	三菱電機株式会社 バラアーチェリー日本代表	上山 友裕さん
	Dynasty Archery 代表	加藤 健資さん
	東京都議会議員	川松 真一朗さん
	株式会社VANES 代表取締役	佐々木 淳二さん
	NPO法人ジャパンアーチェリーシंジケート 理事長	竹倉 寛敦さん
まちづくりの 未来～イベント MICE の活用～	三菱地所株式会社 エリアマネジメント企画 兼 プロジェクト開発部	谷川 拓さん
	東急株式会社 ビル運用事業部 事業推進グループ 価値創造担当 兼 沿線生活創造事業部 エンターテインメント事業推進グループ 企画担当	吉澤 裕樹さん
いまが進化の時 イベント×DX	森ビル株式会社 タウンマネジメント事業部 パークマネジメント推進部(兼)TMマーケティング・コミュニケーション部	中 裕樹さん
	株式会社クレスト 取締役	サカサキ ハロヒコさん
	Sansan株式会社 Contract One Unit AGM / ビジネス統括本部 マーケティング部 副部長	松尾 佳亮さん
	bravesoft株式会社 Event Experienceグループ / DX Solution戦略 事業部長	岡 慶彦さん



展示会 イベント スケジュール

は無料の

Webで

イベントマーケティングウェブサイトへ
<https://www.event-marketing.co.jp>



東京・名古屋・大阪・神戸・京都版



Mika + Rika

2020年9月の展示会・イベント・商會総覧 スケジュール（全国版）

- 9月1日~2日 【オンラインに限定】 MarioZine Day 2020 Autumn
- 9月1日~2日 第9回日本経済産業省主催「未来社会」国際シンポジウム
- 9月2日~4日 第12回 Japanマーケティング Week（国）東京ビッグサイト
- 9月2日~4日 第15回 ライフスタイル Week（国）東京ビッグサイト
- 9月2日~4日 【オンラインに限定】 CEDEC 2020（シブコ）読者大会
- 9月2日~4日 アクトシティ 10m Special Days（国）浜田南港
- 9月3日~4日 第17回PINKY（国）愛知県利用促進センター市民広場会場
- 9月3日~4日 福岡アジア文化祭（国）FUKUOKA CITY HALL 等会場

10月の展示会・イベント



全国版

- 10月3日~4日 Makar Faire Tokyo 2020東京ビッグサイト
 会場：東京ビッグサイト 西ホール
 主催：株式会社マカリー・ジャパン
 公式サイト：http://www.makarfaire.com/event/2020
 入場料無料（有料エリアあり）1日あたり1時限以下300円
 観客先着順受付（予約なし）
 観客参加型にしては豪華なフードコート、飲み・売れどめがら、商品ブースなどもあり。お土産物屋も数多く、1階は商業施設、2階は飲食店。どこでも遊べる！。ボクサイスでの防衛展覧会を企画。（7月31日発表）要定額購得！



日本最大のファッションイベント「Makar Faire Tokyo」2020年10月3日（土）4日（日）東京ビッグサイトに！再興イベントマーケティングデザイン展（国）と共催。入場料無料。お土産物屋も数多くあり。ボクサイスでの防衛展覧会を企画。（7月31日発表）要定額購得！

イベマケスケジュール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



光のクリエイティブで 都市をアップデート

「1minute Projection Mapping Competition」

大会総合プロデューサー

石多 未知行 さん

12月9日から4日間に渡って、東京の冬を輝く“光”のエンターテインメントで彩った「TOKYO LIGHTS」。2012年から継続してきたアジア最大級のプロジェクションマッピング国際大会「1minute Projection Mapping Competition」を中心とし、東京で新たに立ち上げた光の祭典の舞台裏を、都市型イベントのグローバル戦略として企画した石多未知行さんに聞いた。

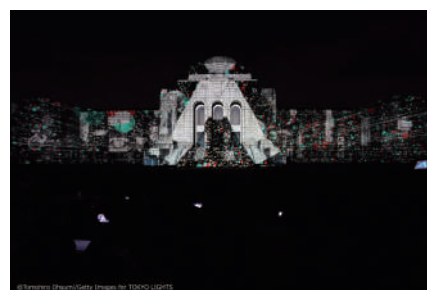


国際的なプロジェクションマッピングの第一人者として、(一財)プロジェクションマッピング協会の設立を初め、2012年から国際大会「1minute Projection Mapping Competition」を開催している

TOKYO LIGHTS



「1minute Projection Mapping Competition」で246組のエントリーからグランプリの東京都知事賞に選ばれたのは THE FOX, THE FOLKS の「THROUGH THE NIGHT」(インドネシア)



「1minute Projection Mapping Competition」オープニングでは3Dアナグリフプロジェクションマッピングで、立体的に表現



100mにも及ぶ国内最長の没入型、光のレーザートンネル＜MIRAI SANDO＞も

——「TOKYO LIGHTS」は東京の冬の風物詩となるイベントとして企画推進してきたと聴きました。きっかけや開催までの経緯を教えてください

石多 そもそも企画自体は2019年頃からスタートしました。コロナウイルス感染症の影響で当初予定の2020年大会前の実施はなくなりましたが、新たな文化事業として東京でプロジェクションマッピングを進めよう、将来的にインバウンド需要も含めたグローバルなイベントに仕つらえようと、プロジェクションマッピングだけでなく、都心の真ん中で新たなエンターテインメントとしての光の祭典を構成し展開しました。

——企画から2年越しのようやくの開催は想像以上のご苦労があったと思いますが、実施まで走り抜けてきた原動力は

石多 一つはプロジェクションマッピングという面白い表現をたくさんの方に観てもらいたいという、自分自身がこれまでの積み重ねてきた想いがあります。また、イベント・エンタメ業界はコロナ禍で振り回され、苦しんでいる方も多いなか、実際に実現することは大きな意味があることだと思いました。そして、希望の光が未来を照らす新しい光のエンターテインメントで国内外から人を集める、東京の真ん中でやることのインパクトも大きいと思っています。

——「1minute Projection Mapping Competition」自体は、2012年からスタートされ、アジア最大級の国際大会へと成長させてこられました。どのように、意識してこられたんですか

石多 5カ国からの参加でスタートしましたが、今回は54カ国・地域から246組のエントリーがありました。数だけでなく、質の高いクリエイターが本気で参加してくれているので、毎回レベルも高くなっています。

アイデアや表現を競い合いながら、日本のクリエイティブ自体も海外を意識してレベルを上げていけたらと思っていますし、いま支持いただいているのは、クリエイターと信頼を築いてきたことが大きいと思っています。

例えば、エントリーいただいた映像作品は、すべて建造物に投影し、その記録をフィードバックしていることもその一つです。ファイナリストの投影のみの大会がほとんどですが、「1minute Projection Mapping Competition」では、大会期間中、深夜から明け方にかけて実施しています。パソコンの中で制作するのと実物への投影は別物ですから。また、クリエイターにとって投影記録データは貴重なポートフォリオになります。

ほかにも制作しやすいテンプレートデータの提供や、グランプリ受賞者には、著名な国際大会への招待枠を用意するなど、クリエイ

ティブの挑戦の機会をつくっています。

——今回の「1minute Projection Mapping Competition」ファイナリスト作品の特徴は

石多 今回のテーマは「希望／HOPE」でしたが、時代を反映してか、一旦ダメージを受けてからポジティブな方向へと希望を表現する作品が多いように思いました。審査員にはプロジェクションマッピングの専門家だけでなく、アート、エンタメ、音楽の業界、海外からも参加いただき、単純に採点の点数だけでなく、審査員のディスカッションをして、時代性や表現力など総合的評価でグランプリを決定しています。

——エンタメの持つ力と都市型アートイベントへの期待について教えてください

石多 「TOKYO LIGHTS」は、クリエイターやアーティストが、光のクリエイティブでアップデートしていく祭典です。日本だけでなく、海外からも、アイデアや視点が入ることで、空間だけでなく、文化や歴史をより魅力的にした、気づかなかった魅力を顕在化したりするのが面白いところ。

東京という雰囲気も特殊ですから、欧州のような古い街並みとはまた違う、新しい技術を使った光の表現や、東京という文脈でつくることで、クリエイティブの価値も伝えていけるような、冬の東京の光は面白いという都市型イベントにしていきたいと思っています。

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、インバスター、
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

