

EVENT MARKETING 80

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 4F-A
TEL.03-6721-5303 sof@event-marketing.co.jp

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp



展示会開催宣言！
大阪・関西万博 開催支援 EXPO
空気のみらいEXPO 事務局 事務局長
(株)イノベント執行役員
森嶋 勝利 さん

質と時間に向き合う



「KEEP IT REAL」会場 (撮影:根津佐和子)

共創型展示会「KEEP IT REAL」には、25社が逸品を出展。虎ノ門ヒルズフォーラムホールBの空間の質感に合わせ、白を基調にした展示台やフラッグでデザインを統一して、空間の質が展示品のもつ魅力を増幅させた。品質の高さをより引き出す体感効果がある。

この500㎡のプレミアム感ある空間の舞台裏、制作現場に時間を巻き戻すと、当然ながら、

そこはまっさらなスペースだ。実際制作は8時間で完成させるという。

スピード感ある施工の早技は、段取り力と技術力のなせる技だ。施工材料を搬入し、造作物を組み立て、その壁に白紙や巨大な印刷物を貼る。経師の仕事は熟練の技。白い紙に糊付けをし、下地に貼る。薄く糊をつけ、下地の表面処理をして、巨大な紙に1mmのシ

ワも寄せずに美しく仕上げるのは、集中力と指先の感覚だ。

造作が仕上がると、次は電気配線工事に入り、壁の上などにスポット照明を取り付ける作業に移行。工事シーンでは壁の下から上に配線を引上げるため磁石付きのチェーンを使い、効率を極めた作業が進められる。それぞれの持ち場の専門職人のスピードに加え、会

社が違ってもスムーズに連携して、空間が一気に立ち上がる様は、展示会・イベントならではの圧巻な技術とチーム力だ。

新しい商品・サービスやアイデアの原石が世の中に出るチャンスは、サイクルよく、より多くあるほど磨かれる。空間のデザイン力や職人技術が下支えしていることを、心の片隅にも…。

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



リアル戦略の空間デザインとアプローチ

「顧客創造」するマーケティングの場は、DXの浸透で届く範囲も、手法も選択肢が増え、細分化・多様化している。オンラインでもできるようになったイベントを「やっぱりリアルで」「どうしてもオフライン」でと選んだ出展者やプロモーション担当者の求める“成果”は、よりシビアになっているというプランナーも少なくない。リアルのマーケティング現場では、どんな戦略や手法で新しい顧客創造が進んでいるのか。変化するリアル戦略や空間デザイン・運営のアプローチを事例から紐解く。

展示会フォーマット

KEEP IT REAL



竹村 尚久さん
SUPER PENGUIN
株式会社
代表取締役



「KEEP IT REAL」は、会場空間から時間帯（午後～夜に設定）、手法までコミュニケーション重視の設計で都心型展示のメリットを提示。虎ノ門ヒルズのカンファレンス会場としても本格的展示会としては初めての試みとなった（写真右）。手紙形式でコメント用紙を置き手書きで商品・展示への要望・感想をフィードバックする仕組み（写真左上）。BGMは完成した音源ではなく、DJが空間に合わせる。人の動きや対話が活性化したという（写真左下）[写真（左上・右）撮影：根津佐和子]

共創型展示会×大型展示会＝成果＋＋

未来のイベントの在り方を様々な視点から模索し、トライしていく有志の集まり「EXX-LAB（エックスラボ）」では、1月18日から20日まで虎ノ門ヒルズフォーラムで共創型展示会「KEEP IT REAL」を開催した。

日本の各産地の展示会出展をサポートする空間デザイン会社のSUPER PENGUIN 株式会社代表取締役竹村尚久さんは「ビジネス空間でのデザインのゴールとは、成果を出すこと。そして、そのゴールは段階的でもいいのではないか」と考えEXX-LABに参画した。また「新たな展示会の取組みは、例えば大型展示会と共存・連携できるもの、補完するものとして捉えれば、新しい選択肢となる」とも期待する。

大型展示会の来場心理を読む

「次の出展計画を立てるため、会場に実際に人の流れを見にきました」

「次回、気合を入れているので、また展示ブースのデザインの作戦お願いしますね」

2月、東京ビッグサイトで開催された大型展示会「東京インターナショナル・ギフト・ショー（以下東京ギフト・ショー）」の会場に視察にきた次回出展検討中の来場者と、会場ゾーニングと人流観察の肌感を情報共有しながら談笑する竹村さん。展示会場を歩いていると次々に出展者や来場者から声が掛かる。東京のキャラクターグッズ会社、佐賀の石鹸・洗剤メーカー…と、いずれも展示会に成果を求め、迷っていたときに竹村さんと出会って出展成功の転機になったという企業だ。以来、仕事の受発注に関係なく「展示台をあと10cm通路側に寄せた方がいいですよ」「展示品の数をいくつか間引くといいですね」と現場に合わせて、より集客できるブースへと最適化のアドバイスもする。

「主催者は会場まで来場者を誘引するけれど、その来場者が出展ブースに気付いて足を留める、製品・サービスを吟味する、説明を求めて話しかけるまでの流れをつくるのが、出展

ブースなど“ビジネス空間”をデザインする私の役割です」（竹村さん）

大型展示会でどのブースを訪れるかを決める判断時間は平均3秒ともいわれる来場者の心の動きを、竹村さんは建築学の基礎である心理学思考から設計する。商品を起点にブースの形態から取り掛かるデザイナーもあるが、竹村さんがまず考えるのは購買心理ならぬ来場者の探究心。まずは会場全体マップのブース位置を確認し、探索する来場者の気持ちになると言う。何百と並ぶブースの中から効率的に探しているときには、探している相手がここにいるという符号を空間に落とし込み、瞬間でわかること。また、「バイヤー（来場者）は、不必要にはつかまりたくない」という心理があるので、ブースアテンドの対応もプル型であることなど、空間も行動もデザインする。

オンライン時代の出展者心理を読む

竹村さんが、もっと俯瞰的な視点を展示会に向けたのは、出展者の成果への本気度が相対的に高まっていることが一つの理由だ。そんな出展者心理に寄り添い、商品・サービスのブラッシュアップ、展示・出展手法のブラッ

シュアップの場を「KEEP IT REAL」では目指し、会場設計した。

「キーワードは『コミュニケーション』です。会場のメインにある1200mm角の展示台を今回デザインしたのですが、展示された商品を全方位から囲って見ることのできる形式で、自然と前のめりになることもわかりました。出展者だけでなく様々な来場者が一緒になって語り合う、意見の交換をしよう場所として機能しました」（竹村さん）

また、来場者が感想や改善点などのフィードバックを手紙のように残し、客観的に商品体験を共有するスタイルも採用した。

1月の「KEEP IT REAL」出展者のなかには、その後2月の「東京ギフト・ショー」に初めて出展する企業も。フィードバックからヒントを得たという出展者の一人は「置いただけでは意図の伝わらなかったものに『手作業』というキャプション一つ付けただけで、『だからこの値段設定なのね』と値付けへの説得力が増したんです」と話し、フィードバックの効果を感じ経験値をつんでいた。

展示会の成果を高めるトライの場を複数、段階的に持つことも、リアル戦略には有効だ。

PENGUIN METHOD

SUPER PENGUIN



YOUTUBE/PENGUIN METHOD?

PENGUIN METHODとは、出展社満足度120%を目標に、来場者心理を軸にした「ビジネス空間デザイン」によるブースデザイン手法。机上の理論ではなく、展示会デザイナー竹村尚久が試行し、成功事例を体系化した現実的なブース集客の考え方。それは、ブース設計手法だけでなく、会期中の待機方法、キャッチの言葉、商品の陳列から事前PRの方法まで。出展社様の出展成功のために、スーパーペンギンは設営会社等のパートナー企業と共に、展示会に「全力」で向き合っています。

空間に時間の概念をプラス

地域プロモーション

神戸ウォーターフロント アートプロジェクト



長崎 英樹さん

シンユニティグループ
株式会社タケナカ 専務取締役

来年春まで改装工事が行われる神戸ポートタワーで、18時30分から22時までの毎時0分、30分の計8回*、プロジェクションマッピングが実施されている。タワーの改装中に、神戸の観光都市としての魅力を下げないためのプロジェクトだったが、1年半しか見られない「レアもの」という価値も生まれている。「周辺のホテルや遊覧船の利用者から音楽も聴こえるようにできないか」という要望もあり、音声を同期する技術も模索している」と演出を手がけるシンユニティの長崎英樹さんは語る。

変化するコンテンツ

第一弾のコンテンツは、気鋭の作家BAKIBAKIが創り出す、伝統とストリートカルチャーの融合を体現した「One and only」。神戸の多様性をアートで表現することをコンセプト ※3月17日以降は19時から計7回

に、神戸ならではのシーンや、縦長の投影面を活かした高さ70mの巨大なマネキンなど、次々と映像が映し出される。

期間中4回コンテンツが替わる。季節が変わるたび、美味しい食べ物が変わるたびに、リピーターとして来てもらう。そのために「同じ作品の第2話ではダメ。アニメからドキュメンタリーぐらいに振り幅を大きく。世界観を変えるために毎回異なる作家を採用して、まったく別物を体験してもらう」（長崎さん）

今後、スマホをかざすとタワー以外の空間にもプロジェクションマッピングの演出が飛び出すARや、見ている人の神戸タワーへの想いを映し出すインタラクティブな機能も追加する。

ビューポイントが変わる

昨年7月に放映され話題となった、クロス新



神戸ポートタワーのプロジェクションマッピングは、残念な改装期間をレアな演出を体験できるチャンスに変えた

宿ビジョンの「3D巨大猫」は、錯視を利用して立体感を出すもの。その効果を強く出すには、ビューポイントを狭く限定しなければいけない。

神戸ポートタワーのプロジェクションマッピングのビューポイントはメリケンパーク内と広く設定して、多くの人に見られるようにしている。しかしビューポイントを狭くして、たとえば10秒ごとに移動することで、錯視の効果が強い映像を体感できるようになる。いま長崎さんが考えているのが、神戸NHKのニュースの冒頭に望遠カメラの映像が映る時間に合わせて、カメラ方向の視点でのコンテンツを流す試みだ。

映像のある空間デザインは、つくった時点で完成でなく、時間とともに変化していく。チャレンジをして反応をみながらアジャイルでインタラクティブな空間づくりとなる。

ストーリーを考えるきっかけに

よみうりランド内のフラワーパーク「HANA・BIYORI」のプロジェクトで多くの絵画と向き合った長崎さんは、「ほくも含めて絵画に造詣が深くない人は、映像により絵画に命が吹き込まれることで、作品の中にあるストーリーを想像したり感性を働かせるきっかけになる」と語る。動画が情報の入口となっているいま、空間の力に気づくきっかけにもなりそうだ。



ProLight & ProVisual 展の自社ブースではビューポイントを限定して錯視の効果を最大限にした演出を行った

総合レンタル業のハイオピオ
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 愛知県あま市下葦津替地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	

「常識に捉われない人材」大募集!!

開発営業

出展者の「わからない」を「わかった」に変える

事務局運営

知識とアイデアで顧客ビジネスを加速させる

採用ページはこちら▼

<https://hrmos.co/pages/sakurain/>

イベントビジネスに新しい風を

展示会ブース

今回の事業主体は ...
ソフトバンク株式会社



プロジェクト名

SEMICON JAPAN 2021

1 解決したい課題

先端技術のコアである半導体産業における製造技術、装置、材料をはじめ、車やIoT機器などのSMARTアプリケーションが集まるSEMICON JAPAN
そのなかで、DX時代を支える5G/6Gをテーマにソフトバンクやパートナー企業がテクノロジーを複合的に掛け合わせる「X-Tech」によるソリューションを展示すること。
そのために、多くの参加者に5Gを活用した低遅延での遠隔操縦デモや自立走行ロボット、ドローンによるロボティクスソリューションをはじめとした紹介・デモ体験してもらうこと。

2 戦略的アプローチのポイント

集客のために遠方やセミナーへの動線からも視認できるようにソフトバンクのロゴを配置しました。それと同時にX-Techのロゴも大きく高い位置に設置し、認知向上を図りました。
X-Techのロゴはブランドカラーのうち「情報革命」を表すシルバーで全体を構成しています。
展示エリアは白を基調としたシンプルなデザインのなかに、応用分野の名前とパートナーのサービス名を掲示し、体験デモは、ブース内の他のエリアやブース外からも見えるように設計しました。展示体験やデモの様子をみて、参加いただける方も多かったです。
もっとも工夫したのが、展示ショーケースをコンセプトに見た目の美しさを追求し、エリアの通信使用量や電気容量を考慮し、ブース内の機材や配線隠しなど細部までの設計です。

プランナー



駒井 明日香さん
サクラインターナショナル株式会社

「多くの人に
体験してもらう」

展示会ブース

今回の事業主体は ...
東京企画装飾（自社ブース）



プロジェクト名

SC BUSINESS FAIR 2022

1 解決したい課題

2019年にシンシティ・グループ企業となり映像演出のノウハウや機材を取り入れた。また大判のファブリック印刷機の導入やアルミフレームの独自開発による、内照式ファブリックウォールによるシームレスな演出を可能に。それにより、これまでのイベント制作や木工を中心とした空間デザインから、多様な演出手法を組み合わせた提案ができる企業へのリブランディングを多くの人に訴求すること。

2 戦略的アプローチのポイント

1回の展示会出展で直接商談に結び付けるのではなく、事後のコンタクトやWebサイトをみていただくこと、次回出展も含めて、ストーリーで考えるようにし、今回の出展では、「この会社となら面白いことができそうだ」と思ってもらうことにフォーカスしました。そのため個別の商材の説明や会社紹介をほとんどなくし、会社名も掲示していません。
ブース全体のテイストを和モダンとし、これまで培ってきた木工の技術と新しい映像の融合を表しています。壁面や展示台を内照式のファブリックで造作し、LEDスクリーンもシームレスに融合し、すべての技術をワンストップで行える当社の強みを出しました。ファブリックのほかに、天然素材ながらメンテナンスフリーで消臭機能もあるスキャンディアモスト、内照も可能なストーンベニアという自社開発でない素材も並べて展示。人工的なものと天然素材を合わせた新しい時代のニーズに応える当社の持ち味です。参加者とは、なんの会社？どんなことできるの？といった質問からコミュニケーションが生まれ、次につながる展示となりました。

プランナー



池田 和宏さん
東京企画装飾株式会社
デジタルプロモーショングループ

「コミュニケーションが
生まれる空間」

学会展示スペース

今回の事業主体は ...
国際会議場



プロジェクト名

医学学術学会 仮設展示ホール
（大型テント）

1 解決したい課題

大型の国際学会開催時に、既設の3,000㎡の展示室に収まらない展示会・講演会場のスペースを確保するため、仮設展示棟を建てる。
基礎工事を含めると2か月かかるユニットハウスやプレハブの設営工期を短縮、費用削減する。必要な規模への対応や、自由度の高いレイアウトを可能にする。台風など荒天時のリスクにも対応できる仮設材が必要。

2 戦略的アプローチのポイント

ベルギーVELDEMAN社製のTFSテントを使用して、屋外展示場におよそ3,000㎡の展示ホールを設営。
TFSテントは10m、15m、20m、30m、40mまで5サイズの間口をもち、奥行き5mピッチで拡張可能なモジュールとなっているため、展示会などの規模に合わせて建物内無柱の大空間を自由にレイアウトできる。10日から2週間程度で設置が可能。
採用2年目の2018年開催時には、半透明の天幕から遮光性のものを採用し、講演会場のスライド投影を見やすくした。天井も高く映像や照明の演出も可能になった。
これまでのテントは風速20～25m/秒程度の耐風性能で、日本の建築基準で仮設建築物の許可申請時には、条件緩和が必要になっていたが、今後は奥行きピッチを3mに縮め、フレーム強度を増すことで、恒久建物の建築基準と同等の耐風速36m/秒に向上した新製品を開発・導入予定で、台風など荒天時の内装・設備・天幕撤去によるイベントの中止リスクを低減させる。また軽量化によって耐震性能も向上し、安心安全なイベント運営を支援する。

プランナー



藤岡 俊さん
西尾レントオール株式会社
RA 東日本営業本部 東日本施設営業課
課長

「変幻自在の
展示ホール」



コミュニケーション空間

今回の事業主体は ...
NTTドコモ x 乃村工芸社
NOMLAB



プロジェクト名

つながるピストロ (仮称)

1 解決したい課題

既存のオンラインツールは、情報伝達はできているが、その先の人となりや感情まで伝えることが不完全だという課題があると考えた。今回、通信と空間事業のリーディングカンパニーが協業することで、遠隔でも、まるで会っているような体験ができる次世代コミュニケーションツールの開発が実現した。

2 戦略的アプローチのポイント

「つながるピストロ (仮称) ※特許出願中」は、情報伝達を主とする既存のオンラインミーティングツールとは用途を別で考えています。初めて会うビジネスマッチングや面接・面談等、人となりを知り、信頼関係を深めたいシーンでの活用を検討しています。“声の反響と遅延を極小にしてクロストークが可能”、“等身大で目線が合い、相手の動きや手元、机の上が見える”、“同じ景色を共有する”、“立体スクリーンで実際にそこにいるように見える”といった工夫によって、普通に会って話すように感情が伝わるようになりました。視線、相槌、間接視野などノンバーバルの重要性を知るとともに、細部にこだわるデザインが、人の意識にどう働くか理解が深まりました。」

プランナー



「人を幸せにする感情の伝達」

吉武 聡一さん
株式会社乃村工芸社
NOMLAB

展示会ブース

今回の事業主体は ...
アイドマホールディングス



プロジェクト名

営業支援 EXPO

1 解決したい課題

初年度はデザイン性、2年目の出展は品質の高いリード獲得、3年目は自社ブランディングも求められた。急速なDX化の波とともにアイドマは昨年上場するなど急成長。企業の成長と営業方針やマーケティング戦略にあわせ、出展の狙いは変化している。

2 戦略的アプローチのポイント

フレッシュタウンではダウンロード資料「展示会リード獲得の基本」を制作しており、その施策をブースに取り込みました。①課題解決テーマ、②製品分類 (提供内容) ③差別化のポイント、と3つのメッセージを明示。映像とパネルを組み合わせて動線に配置し、歩を緩める来場者に歩きながら説明。商談席へ誘導しやすい配置など、空間デザインの工夫で、有効リード数が大幅に向上しました。

リード獲得を主眼とし、ブース装飾にシステムを利用してコストダウンをした結果、Cost Per Leadは大幅に向上しました。3年目の出展では、ブランディングやアテンションする社員のモチベーションも重視。企業ロゴやコーポレートカラーを取り入れるなど、デザイン性を再度高めました。

展示会出展の戦略立案は1回の出展効果より、改善を続けるためと考えています。

プランナー



「企業の成長と変わる戦略」

新田 慶太さん
株式会社フレッシュタウン
特販事業部イベント課マネージャー

内覧会

今回の事業主体は ...
昭栄美術 (自社内覧会)



プロジェクト名

SHOEI START EXPO 2021

1 解決したい課題

多くの企業でSDGsの取組みが進んでいるなか、展示会やイベントの装飾は撤去後に多くの廃棄物があり、出展企業から施工会社への環境配慮の要望が強くなっている。昭栄美術では、2020年4月にイベントサステナビリティのISO20121認証を取得。環境設計、循環設計、省エネ、健康、安全設計、ユニバーサルデザイン3R、5Sなどの取組みを自社の内覧会で訴求した。

2 戦略的アプローチのポイント

総合製作拠点「ベイスタジオ」で「SHOEI START EXPO 2021 昭栄美術内覧会」を開催しました。製販一体の取り組みやオンラインイベントの取組みと並んで、SDGsを推進する「UniPlan」を紹介。システム部材と同様に木工などの造作をメンテナンスしリユースします。統一されたデザインフォーマットを自由に組み合わせることで、多彩な空間構成と施工時間短縮を両立できます。また木工の廃材も細かいチップにしてボードとして再利用するプロセスなど製販一体のメリットを内覧会でお見せしました。

SDGs志向パートナーとしてクライアントのビジネスをサポートできる体制づくりのため、常に業務改善に取り組んでいます。

プランナー



「環境配慮とデザイン性を両立」

石井 敦さん
株式会社昭栄美術
クリエイティブ部 課長

アミューズメント

今回の事業主体は ...
丹青社 カンブリアンプロジェクト



プロジェクト名

AIR エアホッケー

1 解決したい課題

本社オフィスのスペース「クリエイティブミーツ」にある長大なテーブルを使い何かできないか? という声から、空間体験の価値を最大化・最適化する丹青社の専門チームCMIセンターが中心となって取り組んだ社内イベントが「AIR エアホッケー」だ。空間をデジタル変容させる「実験・実証」「アライアンスの加速的推進」「社内人材育成・強化」を活動目的に、その成果を新しいコンテンツづくりで具現化していった。

2 戦略的アプローチのポイント

まずプロジェクトを若手メンバーと立ち上げました。名前は独特な生物が誕生したカンブリア紀にちなみ、個性のある社内外の人材で、空間にデジタルで新たな可能性を拓ける自主実践プロジェクトとして活動しています。AIR エアホッケーはセンサーやプロジェクトマッピングなどを活用した非接触型の体験ゲームで、ソフト開発や演出機材を社外のサポートで、ゲーム開発ツールUnityを活用して空間演出の制御システムや映像制作は若手メンバーで進めています。コロナの状況次第ですが、イベント開催など社内外の人に体験してもらおうとみづくりも計画中です。挑戦を通して空間づくりの可能性を拓けていきたいですね。

プランナー



「空間をデジタルで楽しく体験を創造する」

石田 裕美さん
株式会社丹青社
CMIセンター
空間メディアプロデュース統括部
1部2課 課長

展示ブース

今回の事業主体は ...
海外パビリオン出展



プロジェクト名

World Future Energy Summit 2022

1 クライアントの課題

新型コロナ対策を施したうえの対面式展示会・セミナー会場の施工、出展事務局業務。パビリオン各出展企業をワンチームとして総合力を訴求するために統一感を出し、かつ不平等にならないようにする。

2 戦略的アプローチのポイント

新型コロナの感染拡大で、現地法人がない企業では社員が渡航できず、現地でアテンドスタッフを用意し、サービス説明できるように教育。また渡航条件やワクチン接種証明、陰性証明などの情報を提供しました。

会場はコロナ対策のほか、統一感を出すために、各企業のコーポレートカラーを邪魔しない白と青系でシンプルにデザイン。壁面装飾はロゴの位置やキャッチフレーズなどすべて統一のテンプレートを使用しています。展示パネルも各社のコンテンツを収集し、私どもがすべて制作しました。提供サービスをカテゴライズして色分けしたサインで、わかりやすさ

と、統一感を出しました。海外では、2階建てやブース全面を覆うことも多いので、視認性を向上するため、大中小のロゴを異なる場所に設置しました。その効果もあり、出展企業さまは、関心の高い来場者とじっくりとお話できたようです。

プランナー



竹下 隆造さん
株式会社 George P. Johnson
シニア アート ディレクター

「テンプレートでデザインに統一感」

展示会 開催宣言！

第1回 大阪・関西万博 開催支援 EXPO

万博開催地のメリットを最大限引き上げたい



森嶋 勝利 さん

大阪・関西万博開催支援 EXPO / 空気のみらい EXPO 事務局 事務局長
(株)イノベント執行役員

——初開催の背景を教えてください

森嶋 2019年に大阪で「[関西] 統合型リゾート産業展」を開催したことがきっかけです。IRも新しい産業として、区域決定などのタイミングをみて引き続き開催していく意向です。そのような中、大阪のIR候補地・夢洲では、もう一つ大きなトピックスとして大阪・関西万博が2025年にあります。夢洲開発という視点ではIRと万博は両輪で動いていますので、もう一つの成長エンジンである万博も「大阪・関西万博 開催支援 EXPO」として、われわれが得意としているBtoB向けの展示会をすることで、万博開催を盛り上げようと初開催に至りました。

2025年開催の「大阪・関西万博」まで残り3年。いわゆる万博ビジネスには、各国パビリオン、企業パビリオン、またイベントなど民間参加の余地があるが、参加方法や参加企業のパートナー探しには迷う声もある。そんな情報をまとめて取得できる「大阪・関西万博 開催支援 EXPO」が3月にインテックス大阪で初開催される。「個社のビジネスチャンスももちろん、MICE業界全体がバージョンアップするチャンス」とも話す事務局長／(株)イノベント執行役員の森嶋勝利さんに初開催への想いを聞いた。

——東京・関東圏と大阪・関西圏では2025年大阪・関西万博への関心度の差がありますか

森嶋 大阪経済界の皆さまは「万博を盛り上げていきたい!」と口を揃えておっしゃいます。特に、60-70代の方にとっては1970年の「大阪万博」が幼い頃の思い出に残っている方がとても多くて、ポジティブな印象をお持ちです。小さい頃、憧れた、行って楽しかった記憶としてあって、現在経営者になられている方は、もう一度万博が大阪に来るのならば、自社が「万博の役に立ちたい」、また「ビジネスとして関わりたいけれど、どうしたらいいのか」という声を頂いています。その後押しをしたいですね。

——出展者さんの傾向と特徴は

森嶋 全体で約150社になりますが、エリア

は地元大阪・関西エリアの企業様、そして事業規模としては中小企業層が多く、業種ではディスプレイ・内装関連を中心に、パビリオンで使用される物品・サービス、ステージ演出、警備、清掃、人材関連などさまざまな出展が予定されています。今回は、万博開催の3年前ですので、パビリオンの建設、内装関連企業さんが多くなりました。これから2~3回と重ねていく予定ですが万博会期が近づくにつれて販促グッズや印刷・サービスなど具体的な提案に変わっていく、フェーズに合わせた内容に変化する展示会になりそうです。

——今回の展示会には、どのように参加して欲しいと考えていますか

森嶋 まず、開催地となる地元・大阪にはこれだけの技術やサービスがあることを知っていただき、発注に繋げていただきたいですね。

「第1回 大阪・関西万博 開催支援 EXPO」
開催概要

会期：2022年3月15日(火)・16日(水)
*オンライン展示会：2022年4月4日(月)~8日(金)
会場：インテックス大阪
主催：大阪・関西万博 開催支援 EXPO
実行委員会
共催：(一社)日本ディスプレイ業団体連合会



「大阪・関西万博」開催地の夢洲。右上の島が夢洲(手前が咲洲)

最新技術としてAR技術などもあれば、伝統技術としての花火なども出展されます。また、大阪は繊維の街ですから、ユニフォーム制作会社さんも。関連サービスとしてクリーニングもあげられますし、地元企業で一通貫してオーダーができれば大阪開催での意味が出てくると考えます。開催地のメリットを最大限に引き上げることをミッションに、観光という側面もある万博に、観光以外の波及効果のメリットを少しでも多く見出せるよう、展示会という形で機会提供し、後支えできればと思います。

来場無料

第1回 大阪・関西万博 開催支援 EXPO

リアル展示会

2022 3/15(火)・16(水) インテックス大阪

同時開催 第1回 空気のみらいEXPO

第2回 夢洲 次世代まちづくりEXPO

オンライン展示会 | 2022 4/4(月)~8(金)

「万博をビジネスに繋げる」という視点で、官民の万博関連のキーパーソンが連日登壇する「大阪・関西万博 開催支援セミナー」実施!



開催中の
ドバイ万博 日本館から
中継セミナーも!

《無料》の来場事前登録・セミナーの詳細と聴講お申込みは公式ホームページへ

お問合せ：大阪・関西万博 開催支援 EXPO 実行委員会(株式会社イノベント) 東京都港区南青山3-1-31-2F TEL:03-6812-9422

大阪・関西万博開催支援 EXPO
<https://osakakansai-expo.jp/>

博覧会・展示会の企画に参画させて下さい。

飯田電機工業株式会社

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

- イベント事業本部 〒136-0082 東京都江東区新木場1-8-21
TEL 03-3521-3522 FAX 03-3521-3524
- 千葉事業所 〒261-0025 千葉県千葉市美浜区浜田2-38 扇張ビル
TEL 043-273-2441 FAX 043-273-2531
- 池袋サンシャイン事業所 〒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
- 大阪事業所 〒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
- インテックス大阪事業所 〒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
- 本社事業本部 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-8-7 表参道MOMAビル
TEL 03-3409-3333 FAX 03-3409-0104
- 東北事業所 〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町2-10-17 仙台一番町ビル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



EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

イベント会場特集

次の2022年3月31日号で特集します

ベニュー研 再開するわよ!❤️

- 4月30日発行 イベントのSDGsを考えよう / 映像
- 5月31日発行 食こそイベント! /
- 6月30日発行 オンラインイベントプラットフォーム
- 7月31日発行 人材・イベント業界の働き方
- 8月24日発行 BACKSTAGE / イベント会場

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)

60本のオンライン展示会を開催

—DMM.com

合同会社 DMM.com は、オンラインイベント事業部が展開する「DMM オンライン展示会」を 2022 年度に約 60 回開催すると発表した。

DMM オンライン展示会は、2020 年 10 月に同社の新規事業として上げられた。多岐にわたるテーマの展示会を実施し、直近 1 年間で 52 展開催、出展者数 1 万社以上、来場者数 4 万人以上を集めた。(2022 年 1 月末時点)

場共に無料となっている。バーチャル空間の視覚的な機能をつけず、出展申込から最短 1 時間で展示ブースの準備が可能になるのも特長だ。

今年 4 月以降に、各展示会の名称を「〇〇ドットオンライン展示会」に変更する。

今後の開催予定は 3 月に金融×最新テクノロジー、太陽光、スポーツグッズ。4 月は教育総合、建設 & 不動産、安全衛生 & 防災・BCP。5 月、小売強化。6 月、プロダクトマネジ



メント、地方創生。7 月、バックオフィス、営業・販促・マーケティング。8 月、アニメ・ゲーム、医療介護・ヘルスケア。9 月、SDGs 推進、食品、ツーリズム。10 月、ものづくり。11 月、IT。12 月、スマート農業、フェムテック、コスメ & ビューティなど。

「MICE の今、そしてミライ」テーマに講演

—沖縄 MICE ネットワーク

沖縄 MICE を推進する沖縄 MICE ネットワークは、1 月 26 日に「第 3 回 MICE 勉強会」をオンラインで開催した。

今回の MICE 勉強会では「MICE の今、そしてミライ」と題して、本紙編集部樋口陽子が登壇し、コロナ禍におけるニューノーマルな MICE 開催について現状を報告。2019 年と 20 年の比較では展示会の開催件数は 38% 減にとどまった

が、出展者数は 63% 減、来場者数は 78% 減と厳しい状況であり、この参加マインドの変化とオンライン化への移行などから今後用意すべき体制づくりやオンライン最新事例、沖縄での招待制カンファレンスや商談会の参考事例など新たな MICE の取り組みを共有した。

参加者は 52 名、施設やホテル、物流、商工会、PCO など多様な立場の MICE ビジネスに従事する関係者



が沖縄県を中心に内外から集まった。参加者からは、「コロナ禍での人を集める MICE 施設の必要性」や、「コロナ対策以外の対応策」についての質問などがあつた。

(沖縄 MICE レポート記事を次号掲載予定)

イベントレポート

差別化とリッチな体験を

プラットフォームが見る“イベントの未来”～続編



前回のセッションで話しきれなかったテーマで盛り上がる

1 月 31 日、ライブ配信「プラットフォームが見る“イベントの未来”～続編」が実施された。bravesoft (株)が昨年開催した「イベ博」の同名セッションの続編となる。登壇者は、(株)EventHub CEO 山本 理恵氏、ON24 合同会社カンントリーマネージャー 上田 善行氏、bravesoft (株) CEO & CTO 菅澤英司氏。モデレーターは(株)JTB コミュニケーションデザイン総合企画部 DX 推進プロジェクトの吉井和人氏が務めた。

ント公式アプリや Web のカスタマイズの高い自由度をあげた。ユーザーが自身でイベントをデザインすることで、各回のイベントに新規性をもたせることが可能だという。

求められるリッチな体験

上田さんは、いかに参加者とユーザーが繋がるかが重要。サービス製品の理解が促進、業界知識が得られるなど、参加者に有益な時間を過ごしてもらうこと、とした。

山本さんは、イベント開催目的によって“リッチさ”の軸が変わる。ブランドの世界観が目的なら、エンタメ性や音楽とビジュアル、参加者の理解促進であれば、参加者同士や登壇者との交流が求められるという。菅澤さんは イベントの効率の高さがリッチな体験。大きな会場にたくさんの出展社や人が集まることので、その業界や世界を一瞬にして感じられること、と語った。

モデレーターの吉井さんは、IPA「DX 白書 2021」のデータとして、米国は企業の 34.7%が競合他社とのパートナーシップを締結していることをあげ、日本でも今後同業他社の協力体制が必要とし、eventech 協議会(仮)の立上げを呼び掛けた。

プラットフォームの特色

ON24 の上田さんは、自社サービスの差別化のポイントとして UX の違いをあげた。視聴者だけでなく管理者(イベント主催者)の体験も重要。また、視聴者の Web 上の行動履歴(エンゲージメントスコア)などのデータ連携でも強みがあるとした。

EventHub の山本さんは、BtoB にビジネスイベントにフォーカスしており、動画を配信するだけでなくインタラクティブな体験を提供すること、エンゲージの低いコミュニケーションの提供とポイントを語った。

bravesoft の菅澤さんは、17 年技術開発を行ってきた同社の技術力に裏打ちされた、ノーコードでのイベ



イベント資格ハンターの転身 業界人のキャリアパスを考える

イベント会社、見本市主催出版社、会場運営会社、広告代理店、報奨旅行実施企業に勤務し、それぞれの立場で種類の違う MICE ビジネスを経験してきた徳田裕子さん。

そのなかで CMP, CMM, CED, CIS など日本では保有者が少ない海外イベント関連資格を取得した。資格を取ることで、裾野の広いイベント分野での広範な知識が身に付き視界が広がる、自信が引き出しが増える。プランナーとしてすべての業者と専門用語で語ることのメリットは大きいという。現在広報業務へ転身したそのキャリアパスの考え方を聞いた。(2 月 18 日の配信より)



月刊イベントマーケティングの公式 YouTube チャンネルでは、イベント関連のキーパーソンをゲストに招いて「コースケ・よーこのミュートを解除!」を毎週金曜日の 12 時から 30 分間お届けしています。2 月のゲストは、2 月 4 日 eiicon company 村瀬さん、2 月 25 日: トライフル久野華子さんでした。



徳田 裕子さん
マーレジャパン株式会社 広報

オレゴン大学 ジャーナリズム & コミュニケーション学部卒。北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院卒。修士論文はイベントについて。

2016 年アメリカ大型バイクメーカー入社。イベントや、ファンコミュニティの運営に従事。広報も兼務し、一般向けだけでなくメディア向けの体験を生み出す。2021 年 12 月にマーレジャパン株式会社の Head of Corporate Communications, Asia Pacific に着任。イヌもネコも好き

イベントの価値を証明する時が来た

案件殺到中! 全国のイベント業者、集結せよ

eventos エバンジェリスト
岡慶彦

最強のイベントプラットフォーム
eventos



bravesoft 採用



で検索

挑戦したいイベント人材を募集中!
パートナー・代理店様も募集中

イベント・マーケター向け 3月のセミナー・イベント

- 1～4日
日経メッセ 街づくり・店づくり
総合展 2021
@ 東京ビッグサイト
- 2～4日
第39回フランチャイズ・ショー
2022
@ 東京ビッグサイト
- 3～4日
微細・精密加工技術展 / 試作市場
@ 大田区産業プラザPIO
- 7～11日
第3回 設計製造・AI・IoT・DX パー
チャルオンライン展示会
@ オンライン
- 8～10日
第5回 関西農業 Week
@ インテックス大阪
- 8～11日
FOODEX JAPAN 2022 (第47回
国際食品・飲料展) @ 幕張メッセ
- 9～10日
第3回京都国際ナショナル・
ギフト・ショー 2022
@ みやこめッセ (京都市勧業館)
- 9～10日
MarkeZine Day (マーケティング・デイ)
@ オンライン
- 9～11日
CareTEX 東京 '22 (ケアテックス)
@ 東京ビッグサイト
- 9～11日
第19回国際オートアフターマー
ケット EXPO2022
@ 東京ビッグサイト
- 9～11日
インターフェックス Week 大阪
@ インテックス大阪
- 9～12日
2022 国際ロボット展
@ 東京ビッグサイト
- 11～20日
SXSW 2022 @ 米国・オースティン
- 11～13日
アートフェア東京 2022
@ 東京国際フォーラム
- 11～13日
第56回ジャパンゴルフフェア
2022 @ パシフィコ横浜
- 12～13日
大阪キャンピングカーショー
2022 @ インテックス大阪
- 16～18日
第33回 日本ものづくりワールド
@ 東京ビッグサイト
- 16～18日
第18回 スマートエネルギー Week
[春] @ 東京ビッグサイト
- 25～27日
第49回東京モーターサイクル
ショー
@ 東京ビッグサイト
- 25～27日
日本観光ショーケース in 大阪・関
西 @ インテックス大阪
- 26～29日
AnimeJapan 2022 @ 東京ビッグサイト
- 31～4月3日
Interpets (インターペット) ~人と
ペットの豊かな暮らしフェア~
@ 東京ビッグサイト
- 31～4月3日
ジャパン国際ナショナルポート
ショー 2021
@ 横浜ベイサイドマリーナ・パシフィコ横浜

次号予告
＜特集＞ イベント会場

CP+ がリアル開催中止 CEATEC は3年ぶり幕張メッセで

CP+ はオンラインのみ

(一社) カメラ映像機器工業会 (CIPA) は、2月24日より開催予定の「CP+ (シーピープラス) 2022」のパシフィコ横浜会場中止を発表。オンライン単独開催となる。

CP+ 2022 は、パシフィコ横浜会場とオンラインのハイブリッド開催に向けた準備を進めてきた。しかし、年明け以来急拡大しているオミクロン株の猛威によって、現在、感染者や濃厚接触者の急増、抗原検査キットの供給逼迫など、安全なイベント運営に支障をきたす事態になっていること。現在の感染状況から、2

月末までに感染者数が大幅に減少し、安全・安心にイベントを開催できる状態まで回復する可能性は低いと、来場者、出展関係者の方々の心理的不安も考慮して、リアル開催の中止を決定した。実施すれば3年ぶりのパシフィコ横浜での開催となるはずだった。

CEATEC は幕張メッセで

一方、国内最大級の家電の展示会・見本市「CEATEC 2022」は10月19日から21日までの4日間に幕張メッセで、10月上旬から下旬までオンラインとハイブリッドで開催される。主催は(一社)電子情報技術産

業協会。同展は2020年、2021年と2年連続で完全オンラインにて開催されており、3年ぶりの幕張メッセでの開催となる。

CEATEC は、2000年に「エレクトロニクスショー」と「COM JAPAN」を統合して初開催されて以来、テクノロジーの革新がもたらす未来社会を発信するデジタル家電見本市として歴史を積み重ねてきた。2016年に脱・家電見本市を宣言し、「Society 5.0の総合展」として、開催されている。

今年は新企画「パートナーズパーク」を新設、テーマに「デジタル田園都市」を掲げ、未来社会を体現す



上: CP+ 下: CEATEC

る「共創」エリアとして展開する。幕張メッセ会場ではパートナーズパークに加え、トータルソリューションエリア、スマート×インダストリーエリア、キーテクノロジーエリア、スタートアップユニバーシティエリアの計5つのエリアで展示エリアを構成する。

CEATEC 2022の各種企画やコンファレンスなどの詳細は、今後順次発表される。

PRODUCE 力が未来を生む

——(株)グローバルプロデュース



ハイブリッドイベントなどを手がけるグローバルプロデュースが、3月30日に「PRODUCERS 2022-これからの時代に必要『PRODUCE力』とは? -」をハイブリッドで開催する。登壇者は(株)グローバルプロデュース代表取締役光畑真樹氏、PIVOT(株)CEO 佐々木紀彦氏、The Human

Miracle 小橋賢児氏、裏千家松村宗亮氏、(株)Voicy 代表取締役CEO 緒方憲太郎氏、(株)トランジットジェネラルオフィス代表取締役中村真裕氏、カラースクリエーション(株)代表取締役CEO 石多未知行氏、ZVC JAPAN(株)(Zoom)社長佐賀文宣氏、TNX 代表取締役つくみ氏など。

カヤックに メタバース部隊

株式会社カヤックが、新規事業を創出するOC事業部に、新たにメタバース専門部隊を設立した。コンテンツ企画製作に携わってきた天野清之氏がリーダーに就任。日本ならではのVRコンテンツ体験・システム開発を行う。

DIGIDAY PUBLISHING SUMMIT

インフォパングループの(株)メディアジーンは2022年3月17日、ザ・リッツカールトン・東京で、「DIGIDAY PUBLISHING SUMMIT」を開催。「Sustainable」を議論する。タイムテーブルなど詳細は順次公開される。

万博を学び盛り上げるキャンプ

——demoexpo / (株)人間



大阪・関西万博の認知拡大と啓発、そして大阪を盛り上げることを目的とした有志団体「demoexpo」が、夢洲、舞洲の2会場で1泊2日のキャンプ型イベント「EXPO TEAM CAMP 2022」を3月26日(土)～27日(日)に完全招待制で開催する。第一部は、「万博について学ぶ」を

テーマに夢洲会場の「木造モジュール模擬パビリオン」でトークセッションを実施する。第二部は、新しい仲間や価値観と出会うきっかけを提供するため、焚き火を囲みながら語り合う非日常体験を提供する。第三部は参加して得た「気づき」を振り返りながら朝食を共にする。

熊本で農業の総合展

日本最大級の農業・畜産の総合展農業WEEKが九州に初上陸。2023年5月24日(水)より3日間、グランメッセ熊本で「第1回九州農業Week」が新規開催される。主催はRX Japan 株式会社。

日展協が事務局移転

2月7日、日本展示会協会の事務局オフィスを移転した。新住所は、〒101-0054 東京都千代田区神田錦町1-4-11 滝本ビル5階 TEL: 03-3518-2640 (従来通り) FAX: 03-5577-2244 (新番号)

EVENT MARKETING

FREE PAPER

読者Profile

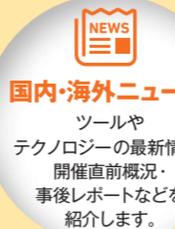
大手メーカー・マーケター

▶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



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、
マーケター・イベントターの
皆さんと共有します。



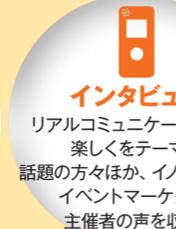
国内・海外ニュース

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、
イベントマーケター、
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。

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

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
TEL: 03-6721-5303
sofu@event-marketing.co.jp

