



特別企画

対談:

[会場] Aichi Sky Expo ×

[主催] FIELDSTYLE

EVENT MARKETING 82

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

街にも晴れ姿を



東京駅前の行幸通りで、一心に花歌舞伎の制作に集中するようすは、観ている側も自然と目を奪われる。「TOKYO FLOWER CARPET 2022」(8p 参照)での光景は、東京の中心に再びハレの時間が戻ってきたようで、オープニングセレモニーでは、主催者代表挨拶の藤川靖彦さんの言葉にも、テーマソング「花は咲いている」を披露したシンガー

ソングライターの白井貴子さんの歌声にも、祝祭の想いが詰まっていた。

式典後、「TOKYO FLOWER CARPET 2022」の名誉総裁である寛仁親王妃信子殿下が、小雨の降りはじめたなかにもかかわらず、完成した花歌舞伎を一枚一枚しっかりとご覧になっていた姿が印象的だった。

また、舞台裏でも、行幸通りに並んだ5枚

の花歌舞伎を引きの絵でカメラに収めようとして、位置取りに苦戦していた報道関係者を気遣い、式典で使用されていたテントを急いで搬出して、撮影エリアを確保していたスタッフの思いやりにも触れた。

花歌舞伎は、花絵の国際大会でも日本伝統芸術への理解とともに、本場欧州の花絵師にも支持される。

「花を愛でる心には国境はない」

藤川さんも主催者代表挨拶でメッセージしたように、「TOKYO FLOWER CARPET 2022」は、世界の平和や交流ある日常が戻ってくることへの願いが込められている。

久しぶりのハレ舞台。うれしそうな表情がふえて、街も晴れ着をまとったように、華やかだ空気で参加者を迎えていた。

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



SDGs 実行白書 2022年 イベント編



サステナブル

どう実行する？

3月に沖縄県では「沖縄 MICE 開催におけるサステナビリティガイドライン」を発行した。策定委員会の委員も務める岩村俊平さんは、(一財)沖縄県環境科学センターで、SDGs 事業実行班長と肩書きに「実行」と入れる。取材時に受け取った同センターの資料入りのバッグはあえてプラスチック製だった。「プラスチック自体に罪はなく、不用意に捨てる人間の行動に配慮が不足しているんです。デザインや機能が気に入れば、バッグはずっと使われ続けますよね」と岩村さん。ハツとする。仕組みや仕掛けづくりはイベント業界の真骨頂。どんな実行事例で行動変容したのだろうか。



【展示会】

カーボンニュートラル 初めての取り組み

「展示会を含む MICE 業界全体では、これまで経済波及効果を業界の価値や推進力にしてきました。私自身も産業界や地域経済に貢献していると考え従事していますが、一方で環境負荷の側面にも目を向けなければ説得力がないと思うようになったんです」

今回「大阪・関西万博 開催支援 EXPO / 空気のみらい EXPO」で、カーボンニュートラルの取り組み実施を決めた理由を展示会事務局の森嶋勝利さんは説明する。

展示会は、経済活性化・経済再生の起爆剤とも言われ、実際に経済波及効果は約1,619億円(観光庁「令和2年度 MICE 総消費額等調査事業 報告書」令和3年3月より)と算出されている。消費額で大きな割合を占めるのは、移動に伴う消費だが、一方で移動はCO₂排出量を増やす。同展では全体で93トンのCO₂排出量を試算しており「移動に伴う排出」は、6つある大項目のなかで第一項目とした。

展示会でのカーボンニュートラルの初の取り組みをした「大阪・関西万博 開催支援 EXPO / 空気のみらい EXPO」(2022/3/15・16インテックス大阪)



「コロナ禍で“移動”への考え方も変わり、それを前提とする展示会の主催者としても変化の必要性を感じます」(森嶋さん)

意識合わせと会場の協力で 初実施をクリア

年間10件の展示会を実施、外食産業を皮切りに、住宅産業など分野を広げ、最近ではデジタル化・DX推進展という産業横断型の展示会を主催運営するイノベント。その中で、カーボンニュートラルの取り組みの第一弾として「大阪・関西万博 開催支援 EXPO / 空気のみらい EXPO」(初開催)を選んだ。

具体的には、事前に試算した93トンのCO₂排出量のオフセットを実施する。クレジット購入にかかるコストは、主催者も拠出するが、出展者にも「環境負荷軽減分担金」として1小間当たり5000円の協力を依頼、128社の全出展者から同意を得ている。

仕組みとして継続するには、主催者の方針だけでなく出展者の理解が不可欠だ。森嶋さんは「用途を明確にすること、そして、展示会の出展社とも意識共有ができていたこと」をポイントとして挙げる。今回、展示会では大阪・関西万博の開催を支援するサービスや製品が展示されており、出展社は万博が目標

NISHIO

RA(イベント)部門の新しいWEBサイトがOPENしました!!

<https://www.nishio-rent.co.jp/rental/>

TOTAL POWER by NISHIO

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>



CO2排出量の主な算出項目

- 1 移動に伴う排出
- 2 宿泊に伴う排出
- 3 会場のエネルギー利用に伴う排出
- 4 紙の使用に伴う排出
- 5 水の使用に伴う排出
- 6 廃棄物処理に伴う排出

す“いのち輝く未来社会のデザイン”をテーマに、SDGs 達成も命題に掲げているからだ。

同様の試みを検討している展示会主催者へのアドバイスを聞くと、苦労したCO2排出量の算出の実務面に関して2点あるという。1つは、会場の協力。今回はインテックス大阪の施設管理課から、同時期・規模での電気・ガス等の使用量の参考値算出の協力があつた。もう一つは廃棄物処理への意識づけだ。

いずれも、コストとして金額の把握はできていても、使用量・物量として今回明確になり、数字に直面してから「次の再生利用や削減の施策へと頭が回るようになった」と話す。

展示会を含むMICE業界は開催自体もSDGs達成にどう寄与するか、過渡期。

「この取組みは第一歩だけれど、差別化の一つではなく、業界全体の動きの一例となれば」（森嶋さん）。

最終レポートは5月中旬に発表される。

【アートイベント】

花びらはめぐる 再資源プロジェクト

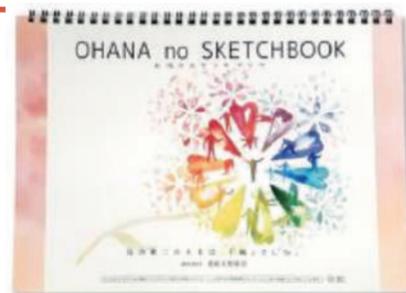
「TOKYO FLOWER CARPET 2022」(8p参照)は、街をキャンパスに巨大な花絵を手作りで創作するアートイベント。花絵制作には5万本のカーネーションが使用されている。

使用した花はどうなるのだろうか。

「TOKYO FLOWER CARPET 2022」の総合監修で、2001年から日本でフラワーアー

ト「インフィオラータ」として創作活動をしている花絵師の藤川靖彦さんは、数えきれないほどの花と触れ合ってきた経験から、アートイベントで使用した花の再資源化プロジェクトを2018年から実施している。

花の再資源化プロジェクトは、「花の再資源化」により人と花とが共に未来に生きる、持続可能な“花のリンケージシステム”を社会



花の再資源化プロジェクトでつくられたお花のスケッチブック

花のリンケージシステム



に広め根付かせる取組み。(図)

「東京インフィオラータ2018」では使用した花の一部を再資源化し、精製された再生紙は2,600冊の「お花のスケッチブック」として生まれ変わった。「お花のスケッチブック」は東京都教育委員会を通じて、都立特別支援学校(小学校・中学校・高校)に寄贈され、アートエデュケーション活動を支える。子供たちが描いたデザインは「インフィオラータ」の原画となり、再び花絵へとなる仕組みだ。

「お花のスケッチブック」は約3万本の花で約3000冊を作ることができる。花材を回収し、乾燥させ、再資源化を行い、スケッチブックにするまでには、200万円の費用がかかるというが、2021年にはクラウドファンディングも実施し、取組みの輪を広げている。

これまで、「東京インフィオラータ」では2018年、2019年、2021年と9000冊のお花のスケッチブックを制作。7400冊を寄贈している。

Japan Rent-All イベント備品レンタル・設営 <http://japan-rent-all.com/>

オフィス家具レンタル開始

オフィス・コールセンター・仮設事務所など

オフィス家具が続々入荷！予約受付開始！
お気軽にお問合せ下さい。
5月中旬より商品数約9,800点！続々入荷！

オフィスデスク・チェア・書庫・ロッカー・ホワイトボード・etc...

ご利用いただきやすい価格で、オフィス家具レンタル開始！！
レンタルで初期投資を抑え、新しいオフィスを無理なく
スタートできます！

価格破壊で社会貢献 ジャパンレントオール株式会社
関東支社 / 東京支店 / 名古屋支店 / 京都支店 / 関西支社 / 神戸支店 / 福岡支店

お電話での
ご相談はこちら **0120-880-688**
受付時間 9:00-18:00 定休日 日曜・祝日

イベント備品 レンタル・設営
屋内外イベント・展示会・ワクチン接種会場
業界屈指の在庫数！

テーブル・イス・アルミトラス・システムパネル・テント・ステージ・フェンス・バリケード
パーティション・カラーコーン・スポットクーラー・ユニットカウンター・飛沫防止パネル・他多数！

今なら **5万円引き** キャンペーン 実施中

プロにお任せ、リモート接客。

SAPI-MO
サピモ

どんな場所からでもアプローチ。
商談のチャンスを逃さない！

株式会社サピエント
TEL:03-5962-4150 FAX:03-5962-4576
<https://sapi-mo.com/>

お問い合わせ **sapi-mo@sapient-inc.co.jp**

【昭栄美術】

ディスプレイ業の商慣習を変え 環境負荷低減と満足度向上を

最先端技術や新製品が並び、多くの人が集まる展示会。会場の華やかさの演出に多くの装飾物がつくられ2～3日の会期が過ぎれば捨てられる。環境配慮が企業や社会の命題となっているいま、展示会ディスプレイ企業は過去のままではいけない。いち早くSDGsに取組み、その知見を業界内外に共有している昭栄美術の専務取締役羽山寛幸さんにうかがった。

現場で捨てるな！ スクラップビルド脱却

展示会ブース造作の“エコ”対応としてディスプレイ業界では、繰り返し利用できる金属製のフレームとパネルの“システム部材”が使われてきた。しかし、高級感と品質が求められる案件では、廃棄物が出るがデザインの自由度が高い木工装飾が用いられた。

環境配慮とデザイン性の両立のため、昭栄美術では多様なオリジナルシステム部材の開発とファブリック印刷を使った内照式の採用で、表現力を高めていった。別のアプローチとして、木工装飾もシステム同様にユニット化し再利用する“ユニプラン”の取組みを進めている。

「現場で捨てるな」をキーワードに展示会終了後も造作物を壊さず分解して保管、再利用する。規格化されたユニプラン部材は、品番、サイズや仕様だけでなく、施工時のポイントや使用例も基幹システムにデータベース化され、営業・制作・デザインなど各セクションで共有。クライアントへの提案やメンテナンスなどに活かされている (Reuse)。

廃棄物を最低限にするため、デザイン図面から最適な板取りを自動計算するソリューションの導入や、端材を補強材として使用するためのサイズ別に保管する (Reduce)。

またCO₂を排出するサーマルリサイクルでなく、資材を再利用するマテリアルリサイクル



株式会社昭栄美術
専務取締役
羽山寛幸さん

として、釘一本まで分別し、再生資材を自社で購入している (Recycle)。

ワンストップ制作体制が SDGs を実現

昭栄美術ではSDGsのうち7～13の課題解決を目指し、環境負荷を低減する3つのRに加えて、1P (Productivity Improvement =生産性の向上) に取り組む。そのカギとなっているのが、2019年に3つの工場を統合したSHOEI ベイスタジオだ。

これまで展示会の施工は、資材搬入、カーペット敷き、ブース組立、表具貼り、装飾、電気工事、映像機器、什器設置と、多くの業者が入れ替わりで工事。限られた時間で多くの工程を行うため夜間作業も多かった。

その改善のため装飾・施工以外の事業も内製化し、制作をほぼ自社工場で完結させ、会場では各ユニットの接合だけ、と現場作業を極限まで減らした。最新の加工機械や広い作業スペースなど作業環境が整った工場で作業効率を高め、品質と作業の安全性も向上させた。

1つ問題になったのは、トラックの荷室の高さだった。展示会ブースの規格は2700mmで、高さ2400mmの通常トラックでは組立済のユニットが積載できない。そこでメーカーに、積み込みできる高さで道交法に準拠する昇降式のウイングボティの開発を依頼、運送も内製化した。自社ドライバーは、会場での設営も兼任し、そこでも作業効率を向上させた。

機械化とマニュアルで品質向上と 働き方改革

展示会の制作工程を細かく分類、マニユア



2019年、千葉県市川市に開業した2万7000㎡のSHOEI ベイスタジオは、国際最大級のディスプレイ制作拠点。小学生のイベントとSDGs体験学習の場にも。

ル化した。スタッフは定期的に部署を異動し、多岐にわたる展示会業務をカバー。「SHOEIのユニフォームを着たスタッフは、現場ですべてに対応できる」(羽山さん)。

マニュアル化は人材採用にも大きく寄与している。工場スタッフは地元採用の主婦や高齢者、外国人も多く、業界の人材不足を解消。「経師張りなど職人さんがしていた仕事も、やりがいをもって働いてくれている」(羽山さん)。という。こうした取組みには2002年にいち早くISO9001を取得し、サービス品質向上、KPI管理と継続的な改善を続けてきた下地があった。工場内には作業工程や保管場所の表記、加工機械の使い方が見学者にもわかりやすく“見える化”されている。

2020年4月には、イベントサステナビリティの国際規格ISO20120を取得。部署ごとに数値目標を具体的に立て、実現するための施策を各プロセスで考え、その実現度を計測し、その状況を工場内に掲示し、他部署の取組みを参考にさらなる改善を続けている。

コスト削減、従業員の幸福度、 顧客満足度向上がSDGsに

2025年にはベイスタジオをすべてグリーン電力で稼働する太陽光発電装置を設置する。

ISOの取得やSDGsに取り組んだ経緯について羽山さんは「話題だから始めたのでは続かなかったと思う。クライアントのニーズに応え、自社の利益を向上するコスト削減や、社員に楽しく仕事してもらうために、以前から実施していたもの。ISOはそれを継続的に改善するためPDCAを回すこと。ただSDGsという言葉によって“部材を使いまわすこと”から

“顧客のCSRに貢献すること”となり、取組みを加速した」と話す。昨年4月にベイスタジオの内覧会を実施し、同業他社にもその取組みを共有。ディスプレイの業界発展を呼び掛けた。また近隣の小学校の校外学習として、イベントのことやSDGsの体験の場も提供している。未来のイベント業界を担う人材がそこから生まれるかもしれない。



ユニプランの部材は展示会後も保管され、再利用される



積込作業時は高さ2930mmまで昇降する特装トラック

項目	目標値	実績値	達成率
ISO20120取得	2020年4月	2020年4月	100%
ISO9001取得	2002年	2002年	100%
環境負荷低減	2020年	2020年	95%
コスト削減	2020年	2020年	80%
顧客満足度向上	2020年	2020年	75%
従業員幸福度向上	2020年	2020年	60%

イベントサステナビリティの目標と実績を見える化

日本最大* 210社出展 イベント開催に必要な製品・サービスが一堂に！

Japan Event Week 2022 内

ぜひ ご来場ください！！

第9回 イベント総合EXPO

会期：2022年 6/29(水) - 7/1(金) 会場：東京ビッグサイト
10:00-18:00

主催：RX Japan株式会社 旧社名：リード エグジビション ジャパン

同時開催 第9回 ライブ・エンターテインメント EXPO 第1回 eスポーツビジネス EXPO 併催展 第5回 自治体・公共 Week



*同種の展示会との出展社数および製品展示面積の比較。 **出展社数(同時開催展・共同出展社を含む)は最終見込み。

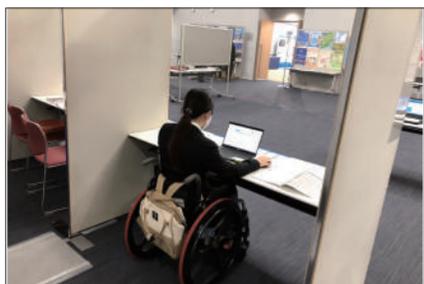
問合せ先 主催者：RX Japan 株式会社 (旧社名：リード エグジビション ジャパン) Japan Event Week 事務局
メール：event-week.jp@rxglobal.com TEL: 0570-026-140

招待券請求(無料)・セミナー申込はこちら ▶▶▶ イベント総合EXPO 検索

招待券をお持ちでない場合、入場料¥5,000/人。

【日本コンベンションサービス】

おもてなしではなく一緒に働く 障害者の参画を万博で発信

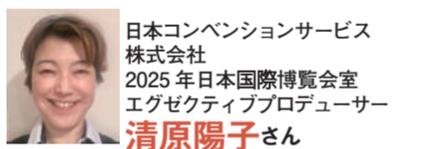


障害を価値に変える「バリアバリュー」を打ち出しユニバーサルデザイン化を提案するミライロと、ISO20121取得などイベントのサステナビリティに取り組む日本コンベンションサービス（JCS）が「誰一人取り残さないMICEプロジェクト」を上げた。大阪・関西万博が実施する「TEAMEXPO 2025」プログラムの共創チャレンジにも登録されている。

プロジェクトでは、障害がある人に観客として最高のおもてなしをするという方向性ではなく、スタッフとして一緒に働く環境を整えることで、一歩進んだ多様性社会の実現を目指す。

すでに「第48回日本股関節学会学術集会」「第61回日本定位・機能神経外科学会」「第45回日本てんかん外科学会」「第24回日本脳神経減圧術学会」で実証実験的にスタッフとして派遣している。ミライロのユニバーサルマナー検定に準拠したガイドラインや、1970年に開催された大阪万博から万博に携わっているJCSのイベント運営のノウハウを交えて準備したが、実施してはじめてわかったことも多かった。

「物理的なバリアより心理的な壁の方が大きい」とプロジェクトを推進する JCS の清原陽子さんは言う。障害者雇用促進法による長期雇用の機会はあるものの、受入体制を整備しづらい短期雇用の機会は少なく、アルバイト経験がないため不安を抱える人が多かった。



日本コンベンションサービス株式会社
2025年日本国際博覧会室
エグゼクティブプロデューサー
清原陽子さん

自主イベントでは司会をするなど積極的に参加する人でも、スタッフ応募には躊躇するという。今回は、細かく内容を掲示したことで、応募者の不安を取り払ったようだ。

どのように接して、どんなサポートをすればいいのか、そのために必要な情報や、できないことに対する代替案の用意など、一緒に働くにはお互いのことを深く知り、より円滑なコミュニケーションが求められる。

今後も障害の種類によってどんな役割が適しているか、必要な環境整備、スタッフへのヒアリングなどを繰り返して知見を蓄積していく。

清原さんが重視しているのは、スタッフとして時給が発生すること、会社の事業として利益が発生すること。ビジネスとして成立することが世の中に認められ、持続可能になる条件だという。

2025年万博はゴールではなく、新しい多様性社会の在り方を発信する場、と語る清原さん。目が見えない人の中には特別に聴覚が優れている方がいる等、障害と捉えるよりも、得意なところを個性として活かして、適材適所にスタッフとして派遣・雇用できるスキームの確立を目指す。

それが JCS の強みとなるのか、業界の新しいスタンダードとして当たり前のものになるか。

清原さんの挑戦は続く。

【博展】

サステナブル・ブランド会議の SDGs な取り組みが広がる



大学生・高校生も多数来場した。

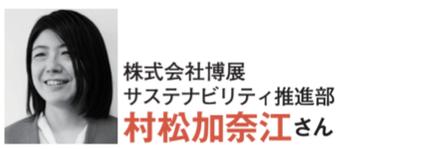
2月24日・25日の2日間、「サステナブル・ブランド国際会議 2022 横浜」がパシフィコ横浜ノースとオンラインのハイブリッド形式で開催された。米国のサステナブル・ライフ・メディア社とエクスペリエンス・マーケティング企業の博展が主催している。

全国SDGs未来都市ブランド会議と未来まちづくりフォーラム、サステナブル・ブランドアジア太平洋会議が同時開催。高校生、大学生向けの次世代育成プログラムも実施。学生のSDGsへの関心の高さがうかがえた。

プラチナスポンサーのエプソンとSOMPOホールディングスなど大手を含め215ブランドが参画。901社・団体からのべ4513人が参加し、88セッションが実施された。

「サステナブル・イベント・プロフェッショナル・フォーラム」と題したセッションでは、セレスポ、ユタカ、博展とイベント会社3社の取り組みを紹介。同イベント自体のサステナビリティへの成果を報告した。

東京観光財団のTOKYO MICEサステナビリティガイドラインを指標に、この3年間の取組を振り返り、2020年には50項目中42項目をクリア、翌年は46項目、今年は48項目と年々取組みを拡大している。あらたに主催の博展社内に、サステナビリティ推進室（現：サステナビリティ推進部）の設置と



株式会社博展
サステナビリティ推進部
村松加奈江さん



9.5tのアクリル使用量のうち約4tを再生

Z世代の若手を中心とした社内アンバサダーの任命により、経営と現場の連動のスピード向上、活動計画、目標設定、社内制度の運用による全社巻き込みがなされた。またパートナーシップを拡張し、調達ポリシーの明文化、アクリルのクローズドリサイクルの開始、廃棄物量の可視化と削減を推進している。

プラスチック総合商社の緑川化成工業との連携により年間9.5t*のアクリル使用量のうち約4tを再生アクリルに切り替えCO₂排出量に換算して6,100kg削減の見込んでいる。

2030年までにダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン、働き方改革を推進して、すべての人が笑顔になり、環境配慮を進めてゼロエミッション型イベントの実現を目指す。

具体的な目標設定、企業の枠を超えたパートナーシップの確立と、サーキュラーエコノミー型への移行の第一歩として近接分野の事業者とコンソーシアムを構築する。

社会的課題であるSDGsに積極的に取り組むことによって、博展はこれまでパートナーシップを組むことがなかった他業種や同業他社との連携を強めている。運営を担当する博展の村松加奈江さんは、「学生や若い世代の熱量がすごい。就職先を決めたり新たな活動を立ち上げたり、彼らの人生のターニングポイントにいるんだと、リアルイベントの良さをあらためて感じた」という。SDGsをきっかけにイノベーションが生まれる場としてのイベントの価値が再評価されそうだ。

※2019年度の緑川化成工業に委託分のみ

YouTubeチャンネル

はじめました

イベントマーケティング

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

東京・名古屋・大阪・神戸・京都版 **全国版**

2020年9月の展示会・イベント・国際会議スケジュール (全編)

① 無料、登録不要で、いつでもアクセスできる。 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

② 一覧表と詳細表示が切り替えできる ⑤ イベント情報の掲載も無料

③ 月ごと、地域ごと、毎週のスケジュールが確認できる

運営会社：株式会社 MICE 研究所

主催者と会場の持続的可能な関係 対談

合計6万㎡の展示ホール、3万㎡超の屋外多目的利用地を備えたAichi Sky Expo。2019年8月に開業以来、主催者と手を取り合いイベントをつくりあげている。運営する愛知国際会議展示場(株)のモルガン・シドゥレールさんと、FIELDSTYLE主催(株)エムズカンパニー代表取締役社長の小池知宏さんにうかがった。

【会場】愛知国際展示場(Aichi Sky Expo) 愛知国際会議展示場(株)
代表取締役社長 モルガン・シドゥレールさん

【主催】FIELDSTYLE主催 (株)エムズカンパニー 代表取締役社長 小池知宏さん



FIELDSTYLEとは

小池 アウトドアとかキャンプのイベントと思われがちで、確かにその要素も多いのですが、きっかけは東日本大震災、熊本地震の後に、防災のことを僕なりのアプローチでできないかと考えて回数を重ねて色々あって今の形になっています。

モルガン イベントに参加して初めてそれを実感しましたね。

小池 防災システム、備蓄倉庫、防災グッズなど防災に正面から取り組む展示会は多かったのですが、もっと身近でできることがないかと。僕は毎週のようにクルマで移動して車中泊をして働くといったアウトドア生活をしていて、アウトドアギアやポータブル電源を使っています。こういう生活が災害時や避難時に役立つ。公助だけでなく、自助が特に必要で、アウトドアの遊びノウハウは相乗があると考えています。

モルガン 遊びや生活を通じて備えられる素晴らしいアイデアです。

イベント参加のため 愛知に来てもらう

モルガン FIELDSTYLEでは、参加者自身がイベントを作っているとい

う意識が高いですね。

小池 僕は参加無料のイベントで敷居を下げることで、どこよりも楽しいイベント、入場料払ってでも来てくれる人、思い入れがある人がきてくれることをあえて意識しています。東京でなく地元愛知開催なのも「見たかったら愛知に遊びに来てよ」という気持ちで開催をしています。

モルガン 展示会やイベントの最も大切な役割は、“感動や思い出をつくる”こと。それが出資元GL events*のポリシーです。来てよかった、また来たいと思って欲しいです。

小池 イベントがけん引力になって街に人が集まり、産業振興につながるのが理想です。

モルガン 日本の展示会は東京に集中していますが、その地域に合うかということも大切だと思います。Aichi Sky Expoは周辺が海と自然に囲まれているアウトドアな雰囲気がFIELDSTYLEにマッチしています。屋内の展示ホールと屋外の多目的スペースを両方使えるのも好評いただいています。

小池 出展者の人たちに駐車場や会場で宿泊してもらい、会期中もアウト

ドアライフを楽しんでもらう企画があります。他の会場では、ルールに抵触し不可能でした。

モルガン 愛知県とのコンセッション契約で会場保全のルールは遵守しています。また、GL eventsの内部統制もあります。しかしルールをうまく運用して一緒に、楽しい場を用意するのが私たちの仕事です。

小池 ダメを減らすためのルール。

モルガン はい、ただ誰でもOKではなく信頼関係が必要で、直接の契約者である主催者だけでなく、出展者や来場者と一緒に、みんながハッピーになる方法を考えます。

小池 Aichi Sky Expoの方はみんな前向きに考えてくれます。人材面だけでなく、物理的条件も重要です。駐車場が直結で搬入も来場もしやすいこと、飛行機や船のアクセスは、楽しみ方を広げ世界市場ともつながる、といったところもポイントですね。

Aichi Sky Expoが Destinationの魅力を上

小池 展示会が終わるとみんなさっさと帰ってしまうのはちょっと寂しいですね。北米のショーでは出展者が

街のお店を借切りパーティをするのが恒例です。地元の常滑にはおいしいお店もいろいろあるのですが…。

モルガン 観光協会や商工会議所と「Aichi Sky Expo 活性化推進機構」という官民連携組織が、Welcomeパッケージを作っています。

小池 出展者の多くは会期中近隣に宿泊しますし、より多くの来場者を展示会後に地元をつなぐような、コラボをしたいですね。

モルガン 現在も主催者向け助成金などのスキームはあるのですが、いろいろ考えましょう。GL eventsのネットワークを活かして海外MICEやイベント誘致を進めているのですが、そのためにも会場だけでなくディスティネーション全体の魅力を引き上げたいですね。

小池 僕はイベント主催者を育成して欲しいですね。とくに初開催時は、成功するかどうかわからないリスクなものですが、その不安を解消するしくみが必要だと。

モルガン そうですね、ノウハウの提供だけでなく、資金面を含めたスキームがあるといいですね。また弊社では自主開催イベントの実施を準備してい



*Aichi Sky Expoを運営する愛知国際会議展示場(株)はGL eventsと前田建設工業の共同出資により経営されている

ます。直近では5月にパリで開催されている「Global Industrie」の日本版の企画を進めています。その他にも、愛知県が注力している産業クラスターやスタートアップなどMICEによって地域産業振興への連携をしています。そのなかで空港直結、保税国際展示場、海外ネットワークなどの弊社の強みを活用していきます。

小池 モルガンさんのおかげでフランス人のお友達がだいぶ増えました。ありがとうございます。

モルガン Aichi Sky Expoの特性を活かしたFIELDSTYLEとはWin-Winの関係ですよ。

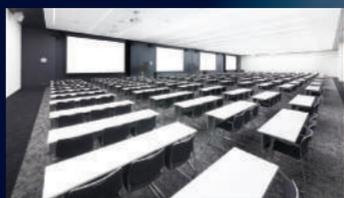
FLY TO THE NEW STAGE 60,000㎡の世界クラスの展示場

Aichi Sky Expoはセントレアに直結し、国内外のあらゆる場所からスムーズにアクセスできる国際展示場です。
音響やWIFI環境など最新鋭の設備で展示会やコンサートに対応しています。



展示ホールA

柱のない10,000㎡の大空間で、大規模コンサートやeスポーツイベントなどを開催



会議室

30㎡から最大800㎡の18室の会議場は様々なシーンに対応



展示ホールB~F

各10,000㎡の展示ホールB~Fは、一体利用で国内最大規模50,000㎡の広さになり、国際的な展示会などにも対応

●名古屋
日本の中心 地域に位置し、
中部国際空港(セントレア)に直結

名古屋駅から名鉄利用で最速28分

名古屋市内から有料道路利用で約30分

中部国際空港
Aichi Sky Expo

AICHI
SKY EXPO



Operated by

愛知国際会議展示場株式会社

〒479-0881 愛知県常滑市セントレア5丁目10番1号 TEL 0569-38-2361 FAX 0569-38-2371 <https://www.aichiskyexpo.com>

人材会社が提供するリモート接客サービス SAPI-MO

— サピエント

展示会やイベント、ショールームなどの運営・人材派遣を手がける(株)サピエントがこのほど、リモート接客サービス「SAPI-MO」の提供を開始した。

同サービスは、With コロナ時代でオンライン化・ハイブリッド化が進む展示会やイベント向けの接客サービス。

接客のプロフェッショナルの(株)サピエントがプロデュースし、商談効果の高いリアルイベントの長所と、オンラインの利便性と感染症対策を両立させる。これまでオンライン商談の課題となっていた、商談機会の創出について、接客のプロが適切なタイミングで声掛けをすることで、スムーズに会話が始められる。

デバイスとシステム、人材がセットのおまかせプランで手軽に導入できるのが特長で、展示会やポップアップストアなど短期利用から、企業の受付やショールームなど長期利用まであらゆるシーンで利用できる。説明に必要な画面共有やベン機能も搭載。

複数個所のリアルタイム接続が可能で、人数を削減しつつ機会ロスを防ぐ。

CONCEPT

POINT
最新のプロトコル、リモート接客システムをセットでご提供
人材も、システムもまるっと一式セットです。

展示会・イベント・ショールームなどで接客の経験を持ってきた人材と、リモート接客システムを統合した機材をセットでご提供。

さらに顔認識で利用もでき、通信機材も付いているため、導入が簡単です。モニター越しに音声にお声がけができる仕組みで感染症対策も、リモート接客に欠かせない機能を多数搭載しています。

「SAPI-MO」なら、どんな状況下でもお客様にアプローチができるため、ビジネスチャンスを逃しません。

Confidential ©2022 SAPIENT inc.

モニタリングでリアルタイムチェック

スタジオから複数箇所の状況を常時モニタリングすることができ、各会場にお客様が来られているか、お客様が近くにいらっしゃるか確認することができます。

積極的なお声がけでリモート接客

お客様からの呼び出しを待つ必要がないので、接客回数をSAPI-MO側で増やすことができます。

※本誌掲載の画像は、写真加工による加工が施されています。本誌掲載のイラストは、AI生成による生成物です。©2022 株式会社サピエント

展示会・イベントで培った人材の力とシステムを融合した「SAPI-MO」

SAPI-MO を活用して展示会にリモート出展することで、プロフェッショナルな人材の接客ノウハウを自社のプロモーションに活用する機会となりそうだ。



業界別 イベント動向

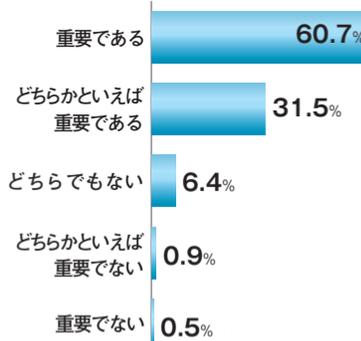
金融業界②

92.2% が「交流は重要」と回答



株式会社セミナーインフォ 執行役員事業部統括 丸山 陽平氏

金融機関同士の交流はどのくらい重要であるか選択ください



金融機関意識調査概要
 調査期間:2022年17日問 (2022年2月17日~2月28日)
 調査方法:メールによるアンケート
 回答数:425名
 回答者属性(部署):法務・コンプライアンス 26.4%、営業・サービス20.5%、経営・企画11.1%、人事・管理10.4%、IT・システム9.4%、リスク管理7.5%、商品開発・マーケティング6.1%、投資・運用4.0%、会計・財務1.9%、与信・融資1.2%、その他1.5%
 回答者属性(役職):役員10.1%、部長30.6%、課長51.3%、一般8.0%

前号に続き、金融業界向けに年間300本以上のイベントを開催している当社の視点から、金融機関のテーマトレンドや2022年のイベント開催に向けたポイントを紹介する。

デルの変革を図ることで、どのように収益力強化や競争力向上につなげられるかが課題となっている。

【金融業界においてもDXが重要テーマに挙げられる】

近年多くの日本企業がDXを経営戦略に掲げている中、金融機関においても全社的・抜本的なビジネスモデル改革と顧客志向の徹底、社会課題の解決を共通項として、各社でDXの取り組みを推し進めている。2022年2月に当社が実施した金融機関向けアンケート結果では、「担当業務において重要度が増したテーマや取り上げて欲しいテーマ(自由記述式)」について、DXを挙げる金融機関が最も多い結果となった。DXの具体的な中身としては、主に文書電子化や非対面取引の高度化、CX/UI/UXの向上、データ分析、アジャイル開発、基幹システム刷新等を挙げる金融機関が多かった。デジタル技術を戦略的に活用してビジネスモ

【金融機関同士の交流を強く望む声】

コロナ禍における金融機関同士の交流・つながりについて、「コロナ禍以前よりも金融機関同士の交流・つながりが減った」と回答した金融機関は64.9%に上り、「同 増えた」と回答した金融機関(3.3%)を大幅に上回った。また、金融機関同士の交流の重要性について、「重要である(どちらかと言えば重要である含む)」と回答した金融機関は92.2%に上った。

金融業界は、厳しい業法の制約や高度な水準をクリアする必要がある“規制業種”であり、それ故に金融機関同士の横の情報連携が活発に行われていたが、コロナ禍で金融機関同士の交流が難しくなった。今後の金融機関向けイベントでは参加者同士のコミュニケーション創出も企画のポイントになっていくものと考えられる。

著者略歴

1984年3月12日生まれ。東京都調布市出身。2005年セミナーインフォ入社。金融業界に各種プロダクト/サービスを展開されている企業に対する金融機関向けプロモーションサポート事業を行っている「プロモーション事業部」に配属。2013年に退職し、東京国際コンサルティング兼コンプライアンス推進機構入社。コンプライアンス体制支援や教育、専門資格の認定業務に従事。2016年セミナーインフォに復帰、現在に至る。

Pick up the Words!

SWSW“未来に私たちはまだセックスしているのか”



宮川麻衣子さん 曾我浩太郎さん 未来予報株式会社

2016年にイノベーションリサーチに基づく戦略デザイン会社「未来予報(株)」を立ち上げ、事業構想段階から製品デビューまでのプロジェクトデザインを行う。2019年6月に米国最大級のクリエイティブイベントSXSWS-サウス・バイ・サウスウエスターの日本オフィスを立ち上げる。



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。4月のゲストは、1日日本コンベンションサービス伊藤ボンさん、8日FUNDINNO 小関洋人さん。

EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

イベントの食を考える / 個人情報保護法施行

次の2022年5月31日号で特集します

私の情報... あげない♡



- 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
- 9月30日発行 エリア特集<大阪> / IRとイベント
- 10月31日発行 映像特集・InterBEE/ 環境配慮とイベント

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)



集い、交わる場(中規模スペース・ベニュー/イベント主催者)を企画・運営するひとたちが集まって、べちゃくちゃおしゃべりしながら、よりよいベニューづくりを考えるコミュニティ

参加型アートイベントがつくる 街×人×文化

「TOKYO FLOWER CARPET 2022」総合監修
花絵師 / 株式会社インフィオラータ・アソシエイツ
代表取締役社長

藤川 靖彦 さん

3月19日から3日間、東京駅丸の内の「行幸通り」を、5万本のカーネーションの花びらで描かれた歌舞伎絵が彩った。「歌舞伎役者の顔のあの部分は私とお母さんでつくったんだよ」、完成後、父親と手を繋いだ女の子が、誇らしげに話す姿が印象的だったアートイベント。「TOKYO FLOWER CARPET 2022」総合監修の藤川靖彦さんに、舞台裏を聞いた。



大地をキャンパスに花びらで描く花絵「インフィオラータ」の日本の第一人者で、現在まで20年間に国内外約400ヶ所で作品を創作・プロデュース。年間200万人以上集客するアートイベントへと育て上げた

「TOKYO FLOWER CARPET 2022」



「TOKYO FLOWER CARPET 2022」の歌舞伎絵制作風景。花絵師・リーダーの指導のもと、花びらと色砂で繊細に描写する



花絵の画材となる生花の花びらを色別に分ける作業（ベタリング）も一般参加で体験できる



花びら一枚一枚で彩色し、チームワークで作品を作り上げる

「TOKYO FLOWER CARPET 2022」開催概要

会期：2022年3月19日～21日 ※花絵制作は3月19日
会場：行幸通り（東京都千代田区丸の内1）
名誉総裁：寛仁親王妃信子殿下
総合監修：藤川靖彦
主催：一般社団法人花絵文化協会
共催：株式会社インフィオラータ・アソシエイツ
助成：公益財団法人東京都歴史文化財団 アーツカウンシル東京【大規模文化事業助成】

—「TOKYO FLOWER CARPET 2022」はアートイベントとして、市民参加型という点でも稀有な仕組みで運営されていますね。

藤川 今回は行幸通りの路面に、6m×8mの花の歌舞伎絵を5枚描くという規模の大きさでしたので、花絵の制作に200名の一般参加の募集をしています。実は、コロナ禍の2年間は感染症対策の観点からボランティア参加を募っていませんでした。2年ぶりの募集に加え、まん延防止等重点措置の期間内でしたから、内心、制作参加の人数が集まるだろうか、という心配もありました。募集をはじめてみると、現場での花絵制作だけでなく、前日のベタリングという花絵用に生花の花びらを色別に分ける作業も含め、300名以上の応募をいただいたんです。

不要不急の外出を控えてと言われ、イベント・エンタメ業界には厳しい2年でしたが、皆さんの制作中の笑顔から、イベントはやはり求められていると実感して、マインド変化の兆しを感じました。

「TOKYO FLOWER CARPET」は、これからのよい街のにぎわいが戻ってくる、東京から始動しようという機運を「トウキョウリスタート」の合言葉に込めています。東京の中心から世界に向け、あたらしい時代に向けた日本の新たな観光文化のキックオフとしたアートイベントにしたい、という想いが繋がっていくのを感じました。

がっていくのを感じました。

—3日間の開催期間中には、10万人が訪れたそうですね

藤川 行幸通りで初のアートイベント開催ということもあり、制作の様子や開会式はNHKをはじめ地上波の民放全局に取り上げられて、中継やニュース映像、またネットニュースでも配信されました。影響は大きかったようで、花絵を知らない層からも参加がありました（来場者アンケートより）。また、東京メトロ全線での窓上広告を会期前の2週間、実施しています。

加えて、制作参加の300名の皆さんも「花絵づくりました」と、それぞれにSNSで発信してくれました。制作の最中は、その眼差しをみてわかるんですけど、自分が担当して描いている箇所を一点集中します。そのため、完成後、頭を上げて全貌を見渡した時には達成感とともに感動してくださるんです。その感情を写真や現場に家族・友人と訪れて共有して、一緒に巻き込んでくれました。

参観者のなかにも、「私も制作に参加したかった」「どこで応募していたんですか」と尋ねられることも少なくありません。「TOKYO FLOWER CARPET」は継続して毎年定期的に、そして規模も拡大していく予定です。次回は制作者として広めてほしいですね。

—参加型アートイベントを日本で定着させるのには、当初はご苦労されたんですか

藤川 元々、フラワーカーペットはイタリア発祥のフェスティバルで400年の歴史があります。欧州では、イタリアやスペインでは市民参加、ベルギーはアーティストのみと制作手法は異なります。

僕が日本で展開したのは2001年。発祥の地・イタリアのようなイベントにしていきたいと思い市民参加型で展開しました。当初は、開催地の商店街や町内会の協力、協賛企業の法人参加と広がって、メディアに取り上げられるようになり、商業施設や自治体からお声がけいただくようになりました。いまでは個人参加が中心になりました。

—市民参加や企業協賛、街ぐるみでの賛同を得るのに、大切にされていることは

藤川 コピーワークの重要性を感じて、今年からプロのコピーライターとともに、企画書からキャッチコピーを変えました。

「街に、活!」「花と、話そう。」「キャンパスは街。絵具は花びら。」「花友になりませんか?」説明に納得するのではなく「一緒にやりたい」と心が動くかどうか。自分たちの街は、うちの企業は、私は、と自ずと言いたくなるような活動でなければ、継続するイベント、文化には育たないですから。

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、インバナー、
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

