

EVENT 106 MARKETING

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
TEL03-6721-5303 sofufu@event-marketing.co.jp

特集 体験価値を向上する映像のチカラ
演出意図と実践



展示会開催宣言

「ビジネスイノベーション
Japan 2024 夏 東京」

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp

想いを伝える媒介、それが時間



写真提供：株式会社シムディレクト

たて、よこ、高さで3次元。これはなんだか実感できる。線、面、立体と、目に見える変化だ。それなのに4次元となると、急に時間がでてくる。

これまで方向の話だったのに、時間って目に見えないし、行ったり来たりできないし。

僕らは、エスカレーターに乗っているみたいに、時間軸を同じスピードで一定方向に進

む。身を任せるしかない。もし4次元人がいれば、タイムマシンのように自由に過去、未来へ移動できるのだろうか？

時間ってなんなのだろう。見えないし、触れないけど、過去から未来に進んでいるのは何となく実感できる。

楽しい時間は早く過ぎたり、お説教されているといつまでも時間が進まない。それは錯

覚なのか、それともスピードが変化するのか。

ちょっと調べてみると、時間は存在しない説、なんていうのも理論物理学ではテーマになっているらしい。エントロピー!、量子力学!。その本を書いた人がカレンダーさんという、モロに時間と関係する名前だったりする。

今回特集したイベントの映像演出は、過去

のできごと、人の想い、クリエイターからのメッセージが、時空を飛び越えて僕らの身体や脳みそに入ってくる、体感・体験のしかけだ。

次の世代に残したい、伝えたい想い。それを伝えてくれるのが、時間というものなのかもしれない。

(編集部：田中力)

オンラインでも ハイブリッドでも、

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
- ・イベント登録者のみへの視聴ページアクセス制御



充実した機能

- ・入場管理 ・来場者トラッキング
- ・来場通知 ・入場パス発行 ・アンケート
- ・視聴者トラッキング ・ビジネスマッチング
- ・ブレイクアウトセッション ・スポンサーCM



ビジネスイベント実績多数

- ・カンファレンス ・セミナー ・展示会
- ・ウェビナー ・プライベートショー
- ・オンデマンド配信を含むハイブリッドイベント



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



体験価値を向上する映像のチカラ

演出意図と実践

映像はいま、単なる情報伝達の手段を超え、私たちの感覚に深く作用し、体験価値を格段に向上させる力を持つようになった。イベント主催者の伝えたいことを、どう映像にこめるのか。映像演出のプロフェッショナルが実践している手法をまとめた。

街の人の想いを刻む、プロデュース

ナカノサンプラザプロジェクションマッピング

映像コンテンツを観るものから、体験するものに変えるものはなにか。50年の歴史に幕を閉じる中野サンプラザで実施されたプロジェクションマッピングは、多くの人の心を動かした。その舞台裏について、プロデューサーのシムディレクト舛井奈緒さんにうかがった。



中野サンプラザ前には多くの人が集まった



公募したメッセージや絵を投影

連動したAR演出も行われた

思い出と未来と 映像が想いをつなぐ

「結婚したころの思い出がよみがえった」「商店街をつくってきた先輩方にお見せしたかった」「緑のあるアーティストの曲を聞いた時に

涙がでそうになった」。3月22日から3日間行われた「ナカノサンプラザプロジェクションマッピング -To be continued-」を観た人は、投影された映像にそれぞれの想いを重ね合わせた。驚き、美しさ、迫力、しかけの面白さ

といった一般的なメディアアートの感想と異なるエモーショナルな部分を引き出したのが、主催した中野区シティプロモーション係のスタッフとプロデュースを手掛けたシムディレクトの舛井奈緒さんだ。

1973年に開業し50年にわたり中野区のシンボルとして愛されてきた中野サンプラザの最後のイベントとして、同施設とともに歩んできた思い出深い世代に応える内容を盛り込んだ。中野の観光資源である桜の木は、インパクトと立体感をだすため、グラフィックデザイナーの画を取り入れている。サブカルの街をイメージして建物全体に漫画のコマ割りを再現し、区のキャラクターである「中野大好きナカノさん」も登場。

楽曲については音楽プロデューサーに依頼し、爆風スランプ、山下達郎、モーニング娘の楽曲を生演奏にアレンジ、全体の楽曲と繋げて組曲ようになった。歴史のエッセンスとして、生類憐みの令の犬屋敷にちなんだ犬の映像も隠されている。

一方、イベントのサブタイトルに“-To be continued-”とあるように未来に向けた内容も盛り込む。中野や中野サンプラザへの想いを、○△□の中に自由に描いてもらう参加型イベントとして、参加者たちが書いた絵やメッセージを投影。絵を集めるためにワークショップを実施して、それ自体もアートイベントとして区民との交流を促す場となった。

プロデューサーの舛井さんが悩んだのは、クリエイターがつくる高精細なデジタル映像の中にタッチが異なる一般の方の絵やメッセージを溶け込ますこと。

ある程度の統一感をだすために、エントリーシートには、丸、三角、四角の枠を用意。メッセージは手書きのものをそのまま映し出し、人々の想いを生の言葉のままの温度感をもって伝えられた。

調整と調和、そして 社会的意義を付加する

自身が果たすプロデューサーの役割について舛井さんは「実際に手を動かして作ったり、図面を書いたりするのではなく、プロジェクトに関わる多くの人との調整が主な仕事です」と説明する。主催者である中野区シティプロモーション課とのやり取りはもちろんのこと、公道を挟んでの実施のため、工事を担当する中野駅周辺まちづくり課や道路管理課とも調整が必要だった。コンテンツについても、映像クリエイター、グラフィックデザイナー、音楽プロデューサーなどすべての人に、コンセプトやイベント開催意図など共通認識をもって制作を進めてもらうことも重要だ。

音源の使用許可や外部との調整ステークホルダーとの調整では、演出のコンセプトに加えて、「なぜこれが必要なのか、観る人にどう感じて欲しいか」を伝えることを舛井さんは心がけている。良好な協力体制をつくること、方向性を統一して作品をより良くするだけでなく、主催者の意図はどうか、メディアにはどう捉えられるか。イベントを実施した効果や評価は、作品の良し悪しだけでなく、プロジェクトの背景と社会的意義をどう付加していくか。「こうしたらウケるんじゃないかなと考える。悪く言えば計算高くといいますが、そこがプロデューサーの役どころ」と舛井さんは話す。

SNSでは普段とは違い「感動した」、「泣きそう」といったコメントが多く、人の心を動かすという目標は達成できた。また、最終日の最終上演で「NAKANO サンプラザシティ」のバースを投影した際には歓声があがった。住む人が街の未来へ期待を抱く。それがイベントの最大の成果なのかもしれない。-1



シムディレクトグループ
株式会社シムディレクト
舛井 奈緒さん

Venue
Event
Community

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

YouTubeチャンネル

はじめました

ダンドリ八分、現場対応∞!?

日本オペラ振興会「ファウスト」

株主総会からVTuberのライブまでさまざまな現場の映像演出を手がけるレイ。映像演出の大型化が進み、多くの機材や大量のコンテンツなどの事前準備が成功の絶対条件だが、それが通用しない現場もあるという。レイの紺井隆宏さんと岡留直也さんにうかがった。

演出家と演者の切磋琢磨 リハの2転3転で進化する

片岡愛之助さんがバク転を披露した「西遊記」(本紙103号で紹介)。元々は台本になく、リハーサルで代役の若い役者さんが堤幸彦監督にアピールするためアドリブでバク転したこと触発されて、追加されたシーンだ。

ステージ全体を使った格闘シーンから、新たに主役の見せ場にスポットを当てる構成に変わり、周りの演者さんの動きや位置が変わる。照明や映像、舞台セットもすべてダンドリが変わる。映し出す映像もリハーサル後に修正して作り直す、照明も会場に居残りで調整する。すべてが変わってしまう。

稽古をしている間に、セリフが増えたり、新たなシーンが加えられることも多く、通し稽古で30分以上時間オーバーになることも珍しくない。延びた分はシーンをカットし、準備してきたコンテンツがお蔵入り。長い間に準備したものがゼロになる。

「苦労が台無しに…と思うこともありますが、演出家のセンスと役者さんの表現力でグッと

良い作品になるのが、僕らにもわかるので納得させられちゃうんですね」と紺井隆宏さん。突然の変更は失敗のリスクを増すが、それも含めた対応力が問われる。

モニターでつくった映像を 会場での見え方を最適に

今年1月に東京、2月に愛知で開催された、日本オペラ振興会「ファウスト」は、海外の演出家と美術担当者が手がけた作品。使用機材やだいたい演出プランは事前に決まっていたものの、使用する映像や画像は稽古がはじまる際に会場で渡されることになった。

演出家と日本側の総監督との間には打合せは行われていたようだが、テクニカルスタッフ同士の詳細の確認は大枠が決まってからになるため、素材がどれくらいのボリュームなのか、データの形式もわからなかったため、どんなものでも対応できるように多くの機材を準備、VTR再生機までも手配した。作品の内容をみて、約10シーンほどを想定して準備していたが、400以上の素材を手渡されて途方にくれた。幸いPCで使える映像データだったが、リハー

サルに間に合うように、その日のうちにデータ取り込み、サイズ合わせ、カラー調整を行った。場当たり、テクニカルリハーサル、稽古、ゲネプロと重ねるたびに、あちこちで変更・調整をしながら仕上げていった。海外の演出チームは会場の様子もわからず、日本側は演出意図を探りながら、すり合わせて1つのものをつくりあげていく。

16:9のモニターの中で制作した映像を、会場に映し出すことで、見え方が変わるので調整をする。とくに大切なのは空間を定義する黒の作り方。地明かりを入れた状態の見え方、暗転の状態を確認してから全体の画づくりがはじまる。リハーサル時にシーンの中で演者が引き立つように、オーケストラの音楽と調和し映像が悪目立ちしないようにさらに調整する。舞台装置の可動式ワゴンに裏側からプロジェクターを投影し、振動による多少のズレにも対応する画づくりが必要だったが、LEDパネルのキラつきを抑える効果もあり、舞台の雰囲気とマッチした柔らかい映像演出が可能になった。

美術担当者とは通訳を介してコミュニケーションを取ったが、機材や映像効果の専門用語は万国共通で、プロ同士の意思疎通はしやすかった。一方で、「あの機材をどの方向からこう使って、といった具体的な指示をもらうより、どういう雰囲気にしたいか演出意図を聞いて、それを会場の条件や日本のレギュレーションのなかで最適な手法で実現する方が成功する」(紺井さん)。ケーブルの養生やおペ卓の



オペラ「ファウスト」の舞台セット

配置も日本と海外では異なり、また日本人の瞳の虹彩に合った光の出し方なども配慮した設定を行う。

国内外を問わず、演劇・舞台の仕事は、リハーサルがはじまってから演出の変更に対応する柔軟さが求められ、事前の打合せに沿った準備というより、あらゆるケースに対応するための用意(現場担当者の心構えを含めた)が必要になる。



株式会社レイ
ショーテクニカルユニット
執行役員
紺井 隆宏さん



本部長
岡留 直也さん

JSSは
施設警備
航空保安警備
イベント警備
身辺警備
交通誘導
保安警備の
プロフェッショナルです。

そこには笑顔がある

株式会社 JSS
 ☎ 0120-277-179

03-5806-4071
 東京 神奈川 千葉 大阪 宮城 info@j-ss.jp

イベントの 未来を 科学する

をテーマに、時代にマッチしたイベント
マーケティングを実践。
 今まで以上に新しい体験価値を
クリエイティブの力で解決。

https://www.tohgashi.co.jp

サイネージで展示会のSDGs

SHOEI SIGNAGE (仮称)

3Dプリンターによる循環型ディスプレイや木工部材の再利用など、イベント業界のSDGsをリードする昭栄美術。主催者向け、出展者向けのデジタルサイネージサービスで、環境配慮のさらなる取組みを進める。展示会の出展情報と連携し利便性も向上する。



左) リアルタイムで簡単に情報更新できる
右) STBをモニターに接続

出展企業の訴求力アップや イベント会社の広告事業として

イベントにおける顧客満足とSDGsのためにさまざまなソリューションを展開している昭栄美術が、展示会に特化したデジタルサイネージサービスを開始した。

サービスの特長は、リアルタイム編集、天気予報やニュースRSSフィード、Instagram

といったウェジェットが埋込み可能なほか、URLを入力して自社サイトなどのウェブ表示、動画再生専用機STB(セットトップボックス)を使用して複数のモニターに投影可能な点などがあげられる。

スケジュール機能を用いて、リアルタイムに現在進行中のプログラムに表示を切り替えたり、動画やアニメーションを活用した表現力、注目度が高いサイネージを設置できる。タッ

チパネルにも対応し、案内ツールとしても利用される。

会場回りのしつらえとして、イベント主催者向けに提供するほか、展示会出展者へも提供をする予定だ。企業のプライベートショーでも利用されている。

短期間のイベントに対してもデジタルサイネージを低価格で容易に運用可能にすることで、イベント主催者にとって広告枠という新たな収益モデルを提供すると同時に、出展企業の訴求力向上効果も高い。

イベント運営や展示会施工を手掛ける昭栄美術が同サービスを展開することで、イベント情報・展示情報との連携、ブースデザインと連動したサイン計画、内容変更などへの柔軟な対応など、担当者に役立つ使い勝手のよいサービスとなっている。

同社がストックする大量かつ多様なモニターのラインナップを活かした自由なレイアウトも可能だ。現在、STBの在庫は20台ほどだが、今後、ニーズに合わせて在庫を拡充していく。

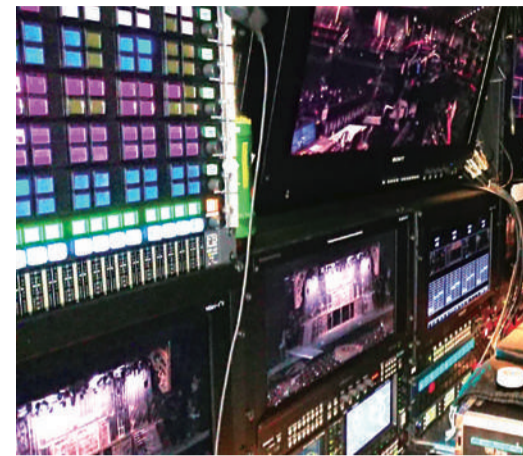
今後、展示会に特化したカスタマイズやAPI連携も進めていく予定だ。



株式会社昭栄美術
クリエイティブ部
プランニング課
富永 希さん

ニーズ満たすアイテ

4Kパッケージと屋外液晶モニター



必要なものを必要な日数だけ提供するレンタル事業は、短期開催のイベントには欠かせないサービス。進化が早い映像演出において、常に新しいニーズに応える西尾レントオールのこれらの取組みを聞いた。

民生機の普及で需要高まる 4K エンド・トゥ・エンド

量販店にならぶハンディカムはほとんどのものが4K仕様になっているが、イベントの現場ではまだハイビジョンの映像が主流だ。

市販品(民生機)と異なり業務用映像機器は、不安定な電圧での安定性や熱暴走、ノイズのリスク軽減、多様なインタフェースやデー

始動

私たちは2024年4月に「JAPAN SHOP2024」にて大型3Dプリンターで製作したブースを初めて展示し、廃材を資源に変える「循環型ディスプレイ」を提案いたしました。展示会・イベント業界の未来のために一石を投じる取組みをこれからも進めてまいります

SHOEI
株式会社 昭栄美術

東京本社
〒104-0044
東京都中央区明石町8-1 聖路加タワー25F
TEL/03-5148-6651

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

人が集まる！簡単に設置可能！
パレット噴水

長期レンタル対応 | 水工事 電気工事 対応 | メンテナンス不要

受注生産品

自然と人が集まる！
春夏のイベントに！

簡単設置 であつという間に **噴水広場** へ！
夏の催事や、こども向けイベントにおすすめ！

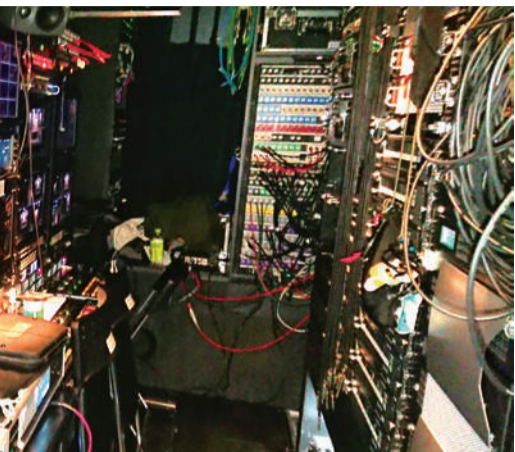
総合レンタル業のバイオニア
西尾レントオール株式会社

お問い合わせ
西尾レントオール(株) RA 東日本営業部
東日本施設営業課
TEL 03-5765-2400

・このチラシは2023年4月現在のものです
・予告なくチラシ内容に変更が出る場合がございます

202404-8206-202

ムをいち早く



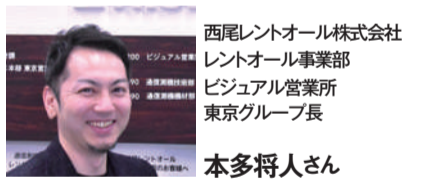
左上、左下) 4K 大型中継車、中継カメラ、大型液晶モニター、LED ビジョンなど保有する4K 機器を拡充して、イベントでの4K 映像パッケージを構築、必要機材の一括レンタルを進める
右上) 工事現場の仮囲みの屋外用モニター 右下) 多様なサイズの屋外用モニターを揃える

タ形式への対応が求められることが多く、4K 機器はまだ高価だ。カメラやディスプレイは4K であっても、スイッチャーやサーバーなど、回路のうちに低スペックの機材があれば、送出する映像の解像度は低い機器の仕様となる。もちろんデータ容量が大きくなるため、編集ソフトへの負担やレンダリング時間も長くなる。セミナー登壇者の発表資料として4K 映像を用意されるケースも増えており「一般の方が日常のなかで4K 映像に触れる機会が増えてきた。イベントの場がそれより低スペックではない」と西尾レントオール社のビジュアル営業所本多将人さんは整備を急ぐ。

あらゆる場所をイベント会場に屋外仕様液晶モニターの拡充

音楽フェス等で用いる屋外用のLED パネルは多くの映像会社が運用するが、屋外用液晶モニターは、それほど多く出回っていない。明るい場所で視聴するための輝度や日光による焼き付きの問題だけでなく、強化用ガラス

や筐体の保護、防塵・防水用のカバーなどによる重量や大型化が課題となっている。本多さんは、西尾レントオールが多く扱っている工事現場仮囲いの屋外用モニターのイベントでの転用を進めている。近年は屋外用ディスプレイも薄型モデルが出はじめており、同社では最大75インチ型のものまで幅広くラインナップしている。テントやコンテナハウスなど、屋外イベント用機材との組み合わせた提案を進めていく予定だ。会場内の案内板の替わりとしてだけでなく、演出や他会場の様子を映すなど、来場者の待ち時間や移動時間を楽しい時間にする。どんな場所でもイベント会場できる同社の豊富な品ぞろえが、主催者をサポートする。



西尾レントオール株式会社
レントオール事業部
ビジュアル営業所
東京グループ長
本多将人さん

TOPICS

Apple Vision Pro 普及は？ 鍵はキラーコンテンツ

株式会社palan
CEO
齋藤 瑛史さん

「palanAR」導入事例。B-R サーティワン アイスクリーム株式会社「ゆめのオリジナルアイスクリーム AR」として小学生までのお子さんを対象に、オリジナルでデザインしたアイスクリームをARで現実世界に飛び出す体験を提供した



Apple Vision Pro を装着し操作する 齋藤さん



米 Apple (アップル) が2月2日 (米国時間) に発売したゴーグル型ヘッドマウントディスプレイ「Apple Vision Pro」。日本でも各所で体験会が行われた。本紙編集部が体験したのは、2月29日、東京竹芝で MICE 関係者が集まる「DMO 芝東京ベイ勉強会」でのこと。ゴーグルの外側がみえるパステルモードで閉塞感なく、指を使った操作性もほどなくして慣れることができた。体験満足度は想像以上に高い。

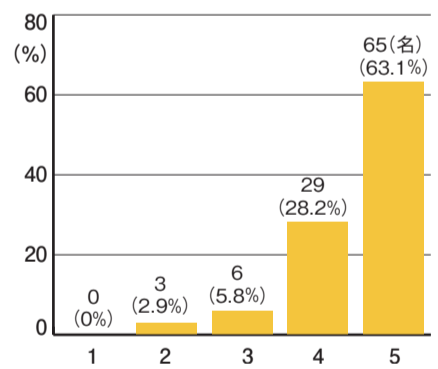
株式会社 palan が行なった、企業での XR 担当者から新規事業担当者、MICE イベント参加者まで103名を対象としたユーザーアンケートでも、94名・91.3%が満足・大満足と回答している。(グラフ)

palan CEO の齋藤瑛史さんは、「AR・MR・空間コンピューティングが広まる時代が来るだろうと言われているいま、普及の鍵となるのはキラーコンテンツ」と話す。そうなった時にコンテンツが世の中へ増える必要があるとし、誰もが簡単に AR 体験を作り出せるノーコード AR 作成サービス「palanAR」を2019年12月にリリースしている。以来、幅広い業種・業態の企業や教育

機関に導入され、利用企業数は2,100社を超え、今年1月には累計ユーザー数は10,000人を突破した。

先の Apple Vision Pro 体験会でも、自社の事業で利用したいという声も少なくない。建設・建築関連企業ではシミュレーションとしての活用や、商品プロモーションを行う企業から3D表示をさせたいといった内容だ。現在は初期段階のため「今後、デバイスやAR技術が浸透する未来に向け、R&D 的にはじめていきましょう」と提案している。

●総合的に Apple Vision Pro の体験満足度はどれくらいですか？



*1~5の段階評価 (1:まったく満足しなかった~5:非常に満足した)

EVENT01 MARKETING EVENT02 MARKETING EVENT03 MARKETING EVENT04 MARKETING EVENT05 MARKETING EVENT06 MARKETING EVENT07 MARKETING EVENT08 MARKETING EVENT09 MARKETING EVENT10 MARKETING EVENT11 MARKETING EVENT12 MARKETING EVENT13 MARKETING EVENT14 MARKETING EVENT15 MARKETING EVENT16 MARKETING

おかげさまで創刊8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

EVENT17 MARKETING EVENT18 MARKETING EVENT19 MARKETING EVENT20 MARKETING EVENT21 MARKETING EVENT22 MARKETING EVENT23 MARKETING EVENT24 MARKETING EVENT25 MARKETING EVENT26 MARKETING EVENT27 MARKETING EVENT28 MARKETING EVENT29 MARKETING EVENT30 MARKETING EVENT31 MARKETING EVENT32 MARKETING

EVENT33 MARKETING EVENT34 MARKETING EVENT35 MARKETING EVENT36 MARKETING EVENT37 MARKETING EVENT38 MARKETING EVENT39 MARKETING EVENT40 MARKETING EVENT41 MARKETING EVENT42 MARKETING EVENT43 MARKETING EVENT44 MARKETING EVENT45 MARKETING EVENT46 MARKETING EVENT47 MARKETING EVENT48 MARKETING

EVENT49 MARKETING EVENT50 MARKETING EVENT51 MARKETING EVENT52 MARKETING EVENT53 MARKETING EVENT54 MARKETING EVENT55 MARKETING EVENT56 MARKETING EVENT57 MARKETING EVENT58 MARKETING EVENT59 MARKETING

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

展示会 開催宣言！

“ ビジネスイノベーション Japan 2024 夏 東京 ”

感覚値を記録し相互理解して参加する



エバーリッジ株式会社
展示会事業部
広報・マーケティング G

細野 悠次郎 さん

6月11日から3日間、「ビジネスイノベーション Japan 2024 夏 東京」が開催される。あと1ヶ月ほど先と思いきや、5月13日からウェビナーが先行スタート予定。参加方法から展示会の価値にイノベーションを起こしているエバーリッジ株式会社の細野悠次郎さんに同展の歩き方を教えていただいた。

「ビジネスイノベーション Japan」は、東京で春・夏・秋、大阪で冬に開催されている展示会だ。企業の経営課題を解決するための多彩なソリューションが一堂に集う。

今夏の東京展は「経営支援 EXPO」「働き方改革 Week」「人材育成・採用支援 EXPO」「ウェルビーイング EXPO」「SDGs・ESG 支援 EXPO」「AI World」「販促支援 Week」と7つの展示会で構成される。

「生成 AI や ChatGPT のビジネス活用が注目される現在、それらの製品を体験できる『AI World』が見所です。さらに併設展にも足を運んでいただくことで、AI 製品による業務効率化や生産性向上だけでなく、来たる AI 時代の経営企画や働き方、人材育成・採用などについて考える機会にもなれば幸いです」と細野悠次郎さん（エバーリッジ株式会社 展示会事業部 広報・マーケティング G）

は説明する。

また、「出展社から言われて嬉しかったことは『展示会というのは認知やリード獲得の場だと思っていた。この展示会ではウェビナーで事前に知っていただいている方が多くホットな状態で商談に入れ、その場で成約に繋がったこともある』と言われたこと」と続ける。

商談型の展示会も多いなか、出展社と来場者のマッチング率を上げることが主催者にとっての課題だ。

同社では展示会の約1ヶ月前に希望する出展社に無料オプションで15分のウェビナー動画による事前アプローチの機会を設けている。ポイントは、1社ずつの視聴スタイルではなく、動画の内容に合わせて、テーマごとのウェビナーとして主催者がまとめ編集をしている点だ（写真右）。こうした工夫で例えば

15分1社の動画を5社での1ウェビナーとして展開する。

もう一つの特徴としては、展示会中、来場者の入退場情報をリアルタイムで出展社に開示している点だ。出展社は、会場にいる来場者の役職や部署などの属性を見て出展ブース



「ビジネスイノベーション Japan 2024 夏 東京」

会期：2024年6月11日（火）～13日（木）

10:00～17:00

会場：東京ビッグサイト 南1～4/西3・4

内の人員配置や用意する資料を変えるなど戦略的にアプローチできる。

また、出展社・来場者双方ともマッチングごとに5段階評価やメモとして記録するなどのデータ活用ができる。

「デジタル」×「リアル」の力で、イベントマーケティングに変革を起こそうとしている同社。「PRの苦手な企業やリソースが足らずPRにまで手が回らない企業に、新規顧客獲得の場として活用してほしい。また、自社の経営に課題を感じている来場者には、経営課題を解決する製品や良いビジネスパートナーとの思わぬ出会いを提供できれば嬉しい」と話す。



前回会場よりデモ展示のようす

前回開催のウェビナーより「AI」での検索結果

イベントを仕事にする

イベント業界 合同会社説明会

イベントホールやカンファレンス施設、ホテル宴会場、配信スタジオなどのイベントスペースの運営（施術・施工）をする企業に特化した合同説明会です。対面式でのコミュニケーション機会を提供。一度に複数の会社の現場担当者・人事担当者と直接会うことで、各社・各会場の特性を知り、具体的な業務内容や求めるスキル・人材を理解して、就職活動のマッチング・業界動向の把握を促進します。業界・職種未経験者も歓迎です。

参加費：無料（事前申込制）

参加対象：転職検討者、[大学・専門学校] 2025年新卒対象者・インターン希望者、業界研究・交流希望者



まじめに、
まっすぐに。
Ray

株式会社レイ ショーテクニカルユニット

東京事業所

〒143-0006 東京都大田区平和島3-6-1 東京団地倉庫A-2棟 2F
TEL:03-5767-5910

関西事業所

〒537-0002 大阪府大阪市東成区深江南3-1-3
TEL:06-6972-3066

Ray
Showtec

詳しくはWebをご覧ください

<http://ev.ray.co.jp/>



知見を共有「イベント大学」7学部開校

—イベント学会

イベント学会東日本地域本部は4月2日、イベント大学をWeb上に開校した。「驚き・楽しさ・夢の創造」の原動力となるイベントの知見を体系的にまとめる。

イベント学会最大のリソースである会員の知識・知恵の共有と活用をし、個人会員/賛助会員とも相互にもっと知り合う場を創出する。常設ウェブサイト設置によるコンスタントな情報発信、および新分野における若手会員の積極的発信による活性化等を目的として、会員が自由な発想で情報発信・交換を図り、イベント学会の成果を社会に還元する。

開設する学部(カテゴリー)は以下

イベント学の知見と技術を深めるコンテンツを掲載



下の7つ。①イベント研究学部、②スポーツイベント学部、③アート・カルチャーイベント学部、④イベントまちづくり学部、⑤博覧会学部、⑥イベントビジネス学部、⑦その他。チャンネルURLは <https://www.youtube.com/@event-university>

世界のMICE産業関係者がつながる

— Global Meeting Industry Day-MPI Japan

MPI Japan Chapter は4月11日、六本木アカデミーヒルズでGMID(Global Meeting Industry Day: 国際ミーティング業界の日) イベント「がんばろうMICE! がんばろう能登!」を開催。MPI会員、MICE関係者、日本学生観光連盟の学生などが集まった。

交流会では、MPI Japan Chapterの活動報告や、MPIヨーロッパのメンバーで日本支部のカウンセラーを務めるフェデリコ・トーヤ氏はじめ、

ネットワーキングの大切さを再確認した



海外支部からのメッセージが披露された。

会場では、石川県のおつまみやお菓子、お酒が振舞われた。参加者たちは、ネットワーキングと自由闊達な

意見交換を行い、今後のMICE産業全体の振興を誓いあった。

参加費の20%、および参加者からの募金が「能登半島地震に係る災害義援金」として寄付された。

10人の新人迎え入社式

— JSS

4月2日には、イベント業界各社で入社式が行われた。展示会などの警備事業を手がける(株)JSSでは、男性6名・女性4名、計10人の新入社員を迎え入れ、配属先の辞令が交付された。同社代表取締役会長の倭文浩樹氏はお祝いのメッセージとともに、中国の儒学者荀子の言葉「義を先に

して利を後にする(先義後利)」を引用し、社会貢献と信頼を得ることの

大切さや社は「速巧」について、訓示を述べた。



希望を胸に新しい一歩を踏み出した10人

イベントレポート

若手交流会で業界・会員を知りむすぶ「JCCB 若手ビジネス交流会」



「会員とJCCBとをむすぶ」ワークショップ

3月7日、JNTO会議室でJCCB産業界と新委員会プロジェクトの共同企画として「若手ビジネス交流会」が実施され、17組織35名が参加した。

若手を対象とした交流会は初の取り組み。これは、昨年9月、JCCB産業界が「JCCBを仕事に活用できることに気づき考える」を目的として開催したビジネス交流会で、若手の集まれる場をというアンケート回答を受け、行われたもの。

近浪弘武産業界会長による開会挨拶後、「業界を知る」として、韓国 KINTEX (Korea International Exhibition Center) ソン・ヒョイン氏からビデオメッセージが送られた。

また、新委員会プロジェクトの村上愛美さん、三崎拓哉さんが「MICE業界で働くことについての意義、やりがい、将来の展望、JCCBの活動

に参加してよかったこと」をテーマに登壇した。

「会員を知る」では、東京国際フォーラム、金沢コンベンションビューロー、コングレ、佐賀県、日本政府観光局の前半5組、国立京都国際会館、ムラヤマ、おかやま観光コンベンション協会、仙台観光国際協会の後半4組の若手会員が「自分の仕事や目指していること」についてショートピッチを実施した。

「会員とJCCBとをむすぶ」では、「MICE分野においてDX、AIをどのように活用しているか」、「今後MICE分野(業界)がどのようになっていったらよいか」、「自身の仕事の中でJCCBをどのように活用できるか」の3つのテーマを設定。6グループに分かれ、ディスカッションと発表が行われた。

発表では、MICE認知度向上に向けSNS広告の活用、流行語大賞を狙うといった一般への浸透を図るアイデアが出たほか、会員交流による生の情報の共有を有効に活用することがJCCBのメリットであることや課題として会員の全国展開といったことが共有された。

懇親会では、ゲーム性のある工夫で会員同士の交流が促進されていた



交流タイムではお題に合わせて借り物競走ならぬ借り人競争が行われコミュニケーションが図られた

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(全国版)

- 9月11日~12日 【オンライン開催】MarketZoo Day 2020 Autumn
- 9月21日~23日 東京国際コンベンションセンターで開催の国際会議
- 9月22日~24日 第12回 Japan Career Fair Week 【東京・大阪・名古屋版】
- 9月23日~24日 第18回 マイスタイル Week 【東京・大阪版】
- 9月23日~24日 【オンライン開催】G2020 G2020 Tokyo Week
- 9月23日~24日 アドバイ・サイズ 10th Special Day in 東京国際会館
- 9月23日~24日 第17回 Japan Career Fair Week 【東京・大阪・名古屋版】

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: 株式会社 MICE 研究所

EVENT MARKETINGからの大事なお知らせ

イベントの安全性

次の5月31日号で特集します

安全第一、すいみん第二

6月30日号 イベントテクノロジー
7月31日号 空間デザイン
8月24日号 BACKSTAGE
9月30日号 BtoB イベント前後の戦略

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)

スタートアップエコシステムの成長を感じる 2回目を開催

—Takeoff Tokyo

4月10日・11日の2日間、東京ビッグサイト（南3ホール）で世界を目指す起業家向けのピッチイベント「Takeoff Tokyo」が開催された。主催はTAKEOFF株式会社（代表：ソニンネン・アンティ・マティアス）。

Takeoff Tokyoは、エコシステムの活性化が進む中、次世代の起業家に①Ambition（志）、②Talent（人材）、③Funding（資金）のネットワークを提供し、世界へテイクオフ（離陸）する起業家を育てるイベント。全編英語で展開され、運営チームは学生を中心に、企画、スポンサー営業、ファイナンス、運営まで、ボランティアで支えられている。昨年6月に東京・

「Takeoff Tokyo」の Pitch Stage



天王洲アイルの寺田倉庫で初開催し、今回は2回目の開催となった。

参加者は前回の800人から2000人に、またピッチコンテストには50

社が参加、デモブースは40社と前日より増加し、主催者のアンティ代表も自由度もふえてさらなる拡大に向けての手応えを感じていた。

日本クラフトビール誕生 30 年記念 イベント開催決定

—ビア EXPO2025

日本クラフトビール業界団体連絡協議会（クラビ連）は来年4月9日から13日、「ビア EXPO2025」を幕張メッセで開催する。

クラフトビール（地ビール）誕生30年を記念し、日本初のビールに関するカンファレンス、展示会、ビアフェスを統合して行うイベント。

クラフトビール業界の関係者だけでなく、ビールファンも含め、全ての関係者を対象とし2万1000人の来場を見込んでいる。内訳は、カンファ

レンス約2,000名、展示会約4,000名、ビアフェスイベント約15,000名、サプライヤー約50社、ビールメーカー出展約200社。

展示会では最新のビール原料や醸造機器を展示し環境の進化を周知、カンファレンスでは、ビールに関わる知見の向上を目指し、ビアフェスではビールの多様性、ブルワーとの交流を促し業界の魅力を発信してビール関連産業の全ての方々に向け一層の活性化を図る、としている。



ビア EXPO 2025

ビア EXPO2025のロゴ。一般公募776作品から選ばれた

「オフライン施策」 予算増上位5位に

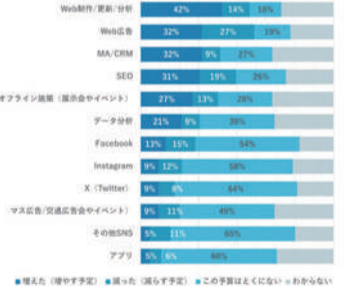
— マーケティングの取り組みに関する実態調査【2024年版】 ● 2024年に注力したい施策

約1,700社のWebマーケティング支援実績のある株式会社Faber Company（ファベルカンパニー）は4月4日、「マーケティングの取り組みに関する実態調査【2024年版】の実施結果を発表した。

マーケティングチームにおける各

施策ごとの予算について2023年比で予算増加で「オフライン施策（展示会やイベント）」は上位5位に。なおトップは「Web制作/更新/分析」で42%となっている。

調査レポートページDL



EVENT MARKETING

FREE PAPER

読者Profile

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、マーケティング・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テーマに話題の方々ほか、インバナー、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。

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

**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
TEL03-6721-5303
sofu@event-marketing.co.jp

TOPICS

コミュニティマーケティング 5年後はあたりまえに

一般社団法人コミュニティマーケティング推進協会



エンタープライズ、DevRel、B2B、カスタマーサクセス、D2Cの各分野のフェローが5年後のコミュニティマーケティングのカタチを語る

4月17日、一般社団法人コミュニティマーケティング推進協会は設立記念イベント「コミュニティマーケティングを新しい『あたりまえ』に」を開催した。

協会設立の目的は、「コミュニティマーケティングに関する交流や学びの機会を通して、コミュニティマーケティングの実践者・成功者を増やし、日本のビジネスシーンで活用される状況を加速する」。その勢いを体感するような、先駆者である登壇者や運営当事者・支援者の立場の参加者が数多く集まった。

協会代表理事の小島英揮さんは冒頭、協会設立の理由として、前身であるコミュニティマーケティングのコミュニティ「CMC_Meetup」の活動で得た、経験に基づいたフレームワーク化、TIPSなどの知見の集積は、日本がマーケティング先進国よりも先行しているのではと考え、より早期かつ広範囲に実現するための体制や教育事業、イベント事業の必要性などを、説明した。

イベントにはコミュニティマーケティングの実践企業としてヤッホーブルーイング代表取締役社長の井手直行さん、ソラコム上級執行役員の片山暁雄さんのゲスト講演（写真左・1枚目）のほか、協会フェローの友岡賢二さん（フジテック）、長橋明子さん（Asana Japan）、佐藤潤さん（ヤッホーブルーイング）、坂内明子さん（Treasure Data）、萩野たいじさん（Datadog Japan）のパネルディスカッション（写真上）が行われた。

また、理事を務める早稲田大学大学院経営管理研究科の澁谷覚教授らはアカデミックな視点でのコミュニティマーケティングを語った（同・2枚目）。



「Community Led Growthの実践例」



アカデミックな視点でも語られた