

EVENT 118 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 “記憶に残る映像”
イベントの体験向上のためのしかけ

イベントレポート
Fukuoka Flower Show Pre-Event



TAKE FREE www.event-marketing.co.jp

問いに出会う場



欧州・アジア5カ国を巡り、そのほか諸国も横目に散歩しながら、自然や動物、食、AIの世界にも侵入し、その世界を丸ごと上空から眺める。なおかつ、ファンタジーのエッセンスもあって、余韻のある旅を7時間で完了した。

SF小説やメタバース上の世界ではなく、大阪・関西万博でのことだ。妄想はSF小説のはじまりになるけれど、そこに体験をとまな

たり、対話が加わったりすれば、その旅はもう未来の入り口だ。

万博は「見に行くイベント」ではなく「問いに出会う場」であり、「未来と向き合う入り口」ではないだろうか。

今後成果として発表されるだろう、さまざまな数字や指標について、できればイベント予算の収支という観点からだけではなく、未

来への投資という観点や各国パビリオンへの入館者数を関係人口の推移のような視点でもみつめてほしい。これだけのスケールで展開される国際イベントの意味を考えると、評価指標も長期的、俯瞰的な視点が必要と思う。

さて、未来と向き合う入り口には、たくさんの扉があったのだけれど、地球時間の7時間で見切れることは、とてもできなかった。一つ言

えるのは、編集者としても一個人としても、自分なりの問いを持っていることが万博をより面白く参加する条件、ということだ。

そうだと、次に万博に行く時には、渡航制限のある国をめぐり、パビリオンを横切る時には前回交わらなかった挨拶をしながら歩こう。交流の扉をノックすることで変化する未来を覗きに行こうと思う。

(編集部・樋口陽子)

リアルもオンラインも ビジネスイベントを もっと簡単に

イベント主催者の悩みをすぐに解決できる
イベントマーケティングプラットフォーム

お問い合わせはこちら



充実した機能

オンライン決済 / 領収書データ発行 (インボイス制度対応)
QRコードチェックイン / 来場者・視聴者トラッキング
ビジネスマッチング / タイムテーブル / 抽選 (事前審査)
プロモーションコード / 来場通知メール and more...



BtoB イベント実績多数

ビジネスカンファレンス / セミナー・ウェビナー / 展示会
プライベートショー / 自治体主催イベント
ユーザーコミュニティ / マーケティングイベント / ミートアップ
リアル・オンライン・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>



memorable
images

“記憶に残る映像” イベントの体験向上のためのしかけ

高解像度 LED パネルやプロジェクションマッピング、AR・VRなどの技術進化により、かつては物理的な制約があったイベント空間が、映像によって無限の可能性を持つようになった。

そもそも映像は、感情を揺さぶり、記憶を定着させ、体験価値を飛躍的に高める力を持つ。映画研究の第一人者、James E. Cutting 教授は著書『Movies on Our Minds: The Evolution of Cinematic Engagement』で、映画の編集や構成が人間の注意・記憶の特性に適応して進化してきたことを明らかにした。ショットの長さやカットのタイミングが観客の集中や理解、記憶の仕方に影響を及ぼすことが実証されている。イベント映像においても、視線を誘導し、没入を促し、心に残す工夫が求められる時代となった。本特集では、「記憶に残る映像」の原理を探り、印象深いイベント体験をつくるヒントを提示する。

株式会社グローバルプロデュース

心に響く気持ちいい疲れ 映像演出にもとめられるもの

映像がイベントを変革する時代

「映像がイベントの主役になってはいけない」。(株)グローバルプロデュースの代表取締役社長・光畑真樹さんは、イベントにおける映像の位置づけを語る。25年にわたるイベントプロデュースのキャリアを持つ光畑さんは、「一番の主役は『人』、二番は『空間全体』、三番目が『映像表現』」と明確に序列を示す。

映像演出について「バンドでいえば、映像はボーカルではなくギターやピアノのポジション」と例える光畑さん。主役ではないものの、全体の雰囲気や感情を作り出す重要な役割を担っているという。光畑さんが手がけたイベントでは、単に大型スクリーンを設置するだけでなく、空間全体と人の動きに合わせて映像がどう機能するかを常に考えてきた。「映像が主役なら DVD を配れば良い」。

光畑さんが目指すのは、美術造作の美しさ
と映像・音・照明がハーモナイズするバランスの取れた演出だ。

オンラインの強みを活かす

コロナ禍を機に光畑さんは「ライブコンベンション」と呼ばれるハイブリッドイベント形式を確立した。「本音を言うと、目の前の業績が欲しかったから、『簡単に中止にさせてなるものか』という気持ちもあった」と率直に語る。リアルイベントをカメラ3台で収録していたなら7台に増やすなど映像品質にこだわり、同じ時間を共有するリアルタイム性を重視した。

「3,000万円のイベントの代わりに100万円や200万円のウェビナーをやっても、心は動かない。それなら一斉メールでいい」という信念のもと、テレビ局のスタジオを借りたりカメラクレーンを導入したり、ハリウッド映画に

も負けない品質を提供。この姿勢が功を奏し、大手企業から次々と支持を集めた。

オンラインならではのメリットも活かし、社長のプレゼンテーションをカメラ目線で撮ることで1人ひとりに訴えかける感じを出し、大会場では難しい意見交換もオンラインでは容易に実現。コスト面でも、交通費を含め6,000万円かかっていたイベントが3,000万円程度で実現できる優位性もある。

参加者を中心に据えた体験設計

光畑さんがハイブリッドイベントづくりでこだわるのは「リアルタイム性」と「テンポ感」だ。「有名なイベントにオンライン参加した時、収録映像だったんです。それならYouTubeと変わらない。失敗してもいい、裏が見えてもいい。そのリアルさや本気度、エモーショナルさが大切」と考える。

参加者全員にカメラをオンにしてもらい、ステージの背景に視聴者の顔を映すなど「みんなで作っている感じ」も重視。「現代人は長時間人の話を聞くのが苦手」という認識から、30分のプレゼンを15分に、5時間のイベントを3時間に短縮するなど、テンポの良さにも



**JSSは
あらゆるシーンを
まもります**

JSSは警備のプロフェッショナルです

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

<https://www.j-ss.jp/>
東京 神奈川 千葉 大阪 宮城



Expo&Convention Organizer System

出展者との書類のやり取りが大変？

ECOS で簡単に解決！

来場者・出展者・セミナーをシステムでまとめて管理！
「展示会」「就職セミナー」「お祭り」など
多数イベントにご導入いただいております。

公式サイトをチェック

株式会社イベントラボ 神奈川県横浜市中区桜木町1-1-8 日石横浜ビル15F 045-263-9177



テレビ局も顔負けのカメラ台数やカメラクレーン、舞台セットでリッチな体験提供を



ステージの後ろに参加者の顔を背景として映し、みんなで作っている感じを出す手法も有効

株式会社グローバル
プロデュース
代表取締役社長
イベントプロデューサー
光畑 真樹さん



配慮している。

良いハイブリッドイベントの条件を「気持ちいい疲れ」と定義する光畑さん。「2～3時間頑張って参加して『すごく良かった』と思ってもらえることが大切」と語る。プログラム設計も柔軟に考え、必ずしも役職上位者が最初に話す必要はなく、演出面から最適な順序を提案するという。

技術よりも「心に響く」演出が鍵

映像制作においてこだわるのは「心に響く」こと。「単に人が話しているところをそのまま伝えるのではなく、アングルを変えたり、撮り方や編集の仕方を常に工夫し心に響くものをつくっています」と語る光畑さん。髪型やスー

ツを整えるなど、出演者のブランディングまで映像の仕事だと考える。

「映像編集ソフトが普及し、編集者が増えたのですが、プロとしての自信やクレイジーさ、美意識とこだわりを持った編集者が増えている」と業界の現状に危機感も抱く。舞台設計と映像演出の融合も重視し、「パース（図面）を描く時には美術担当も映像機材の担当者も初回から一緒に考えます」と、プロセスの変化を語る。

25年のキャリアを持つ光畑さんとの対話から見えてきたのは、技術や手法の向こう側にある「心に響く体験」の重要性だ。情報は本やネットでも得られるが、感性や温度感、熱意は人と人が時間と空間を共有するイベントだからこ

そ伝わる。その体験をより豊かにする手段として映像があり、それをどう活用するかが現代のイベントプロデューサーに問われている。

技術の進化にともない、映像表現の可能性はさらに広がるが、その本質は常に「人の心

を動かす」という変わらぬ目標だ。イベントの形は多様化したけど、人と人をつなぎ、心に残る体験を創出するという本質は変わらない。テクノロジーと先駆者たちの挑戦がイベントの未来を切り拓いていく。



私たちが目指すもの

昭栄美術は循環型ディスプレイで展示・イベント業界の
持続可能性に取り組んでいます。

大型3D
プリンター活用

廃棄物を資源とする
循環システム構築

FSC認証
木材使用

環境に配慮した
素材の管理及び使用

ISO認証
取得

第三者認証による
継続的な品質保証

業界に先駆けてISO20121の認証を取得し、
環境や社会の持続可能性に配慮した展示会・イベントを実現する
総合ディスプレイ企業です。

株式会社 昭栄美術

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

大阪オフィス
大阪府大阪市住之江区
南港中1-3-92
TEL：06-6613-6622

上海オフィス
昭栄(上海)展覧服務有限公司
上海市浦东新区東方路971号
錢江大廈3樓310B号室

北京オフィス
昭栄(上海)展覧服務有限公司
北京分公司
北京市朝陽区十里堡甲3号
万科時代中心 4F-B-06

Deeply Immersive Experience

最近、よく耳にするようになった「イマーシブ空間」は、イベントやエンターテインメント空間はもちろん、店舗やオフィス、教室など、多くのシーンで、高い体験価値を提供することができます。私たちはそのイマーシブ空間を様々な課題解決に活用できると考え、イマーシブ空間の創造をゴールとするのではなく、お客様のゴールを達成するためのツールのひとつとしてご提案いたします。

株式会社レイ

紗幕と漆黒の世界が実現した 五感ゆさぶる「ANIMA!」

『EXPO2025 大阪・関西万博テーマ事業シグネチャーパビリオン河森正治プロデュース「いのちめぐる冒険」』は、マクロスシリーズなどのアニメーション監督の河森氏がてがけた。「いのちは合体・変形だ!」というコンセプトのもと、メカニカルなロボットアクションではなく、生命の本質に迫る新しい体験型展示として注目を集めている。

同パビリオン内の「ANIMA!」は、半透明な紗幕に映し出される映像、立体音響、床振動が融合した五感に訴えかける没入体験を提供。株式会社レイの上田智さんと妹尾道治さんが映像機材を担当している。

技術的な最大の課題は、プロジェクターの配置と光の干渉調整だった。「全方向を照らすとどうしても影ができる。10台のプロジェクターを壁面、凹凸のあるもの、紗幕など多様なものに投影するため、レンズの角度や設置位置など綿密な計算が必要」と上田さん。

一方、映像コンテンツは多少、重なりや映像が混じっても破綻しない画作りをクリエイティブチームが工夫。「私たちオペレーション担当はビシッと合わせたくるのですが、いろいろな生物がいるように、ゴチャッと混ぜこぜ感を出すことも大切と感じました」（上田さん）

「いのちめぐる冒険」の定例会議には会期の2年以上前から上田さんが参加。コンセプトの共有だけでなく、徹底的な技術検証やテストを実施。企画段階から参加することで、演出意図の理解や現場の施工事情、3D演出の細かい表現についての意見を映像制作側に反映させることができた。「しかし、私たちの経験で得たセオリーだけを押し通すと、ありがたいものになりかねないので、クリエイティブチームからの難しい課題にもチャレンジすることを意識していました」と上田さんは語る。

映像のプロとして注力したポイントは“真の漆黒”。「空中に物が浮かんで見えるリアリティには暗闇が欠かせません。プロジェクターのシャッターを1台1台、いつ、何秒開閉するかプログラムで綿密に制御しています」と上田さん。客入れや導線の明かりも上演中はすべて消し、天井付近のダクトも光の反射が異なるため表面を加工するなど細部にまでこだわりを見せた。

運用面では184日間の長期運用に備え、機器故障などのトラブル対策も徹底。バックアップ機器との切り替えシステム「どこまでの不具合なら上演を続けるか」といったガイドラインも整備。定期メンテナンス以外は無人監視



『EXPO2025大阪・関西万博テーマ事業シグネチャーパビリオン河森正治プロデュース「いのちめぐる冒険」』は綿密な計算と漆黒が生んだ体験を提供している

株式会社レイ
ショーテクニカルユニット
テクニカルプロデュース
1部 部長
上田 智さん



株式会社レイ
ショーテクニカルユニット
テクニカルプロデュース
3部 / x D チーム
妹尾 道治さん



システムで対応するプログラムを妹尾さんたちレイのデジタルチームが開発した。

大阪・関西万博のパビリオンを施工する建設会社との協働を経て「常設の建築現場では、同日に複数の会社が同じ場所で作業することは基本的に許されない。施工日に多くの会社が一齐に作業するイベントとは全く異なる文化」（上田さん）といった貴重な経験もこれからのレイの強みとなりそうだ。

その結果、SNSでは「映像に釘付け」「か

なり壮大な世界観」「言葉で言い表せないのもどかしい」など、来場者からの感想が多数投稿されている。

レイのイベント映像の専門性が「ANIMA!」の技術的課題を解決し、「いのち」という抽象的なテーマを体感できる空間を創出した。今後のイベント業界にも大きな示唆を与える貴重な事例となっている。

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

詳しくはWebをご覧ください
<http://ev.ray.co.jp/>

イベント業界
合同会社説明会

**今年も
開催します**

イベントを仕事にする イベントの主催や運営・企画、MICE・コンベンション関連、イベントホールやカンファレンス施設運営、映像・音響・照明・会場設営・空間デザイン、イベントプラットフォーム・IT、などイベント関連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

シンユニティグループ

世の中をイマーシブにしてい
没入感で魅せる新時代の映像体験

「イマーシブ×都市開発」では、都市計画の模型に映像を投影し、街ができる前から「その街での暮らし」を体感できる

“見る映像”に加え、“体験する映像”が広がりを見せている。「プロジェクションマッピング」は建物や物体に映像を投影する。イマーシブ（没入型）体験は、空間そのものを使って観客を映像や音で包み込む新しいアプローチ」と舩井奈緒さんは説明する。

シンユニティグループでは「イマーシブ×○○○」という形で、さまざまな活用方法を模索している。「イマーシブ×ブランディング」では、アパレルの世界観体験や高級シャンパンの中に入り込むような体験を提供。「ブランドの本質的価値を全身で感じることで、より深い共感を生み出せる」と舩井さん。

「イマーシブ×ウェルネス」は、企業の休憩スペースに癒やしの空間を提供。映像と音の調和で心拍数や呼吸を整え、リラクゼーションを促進する。「イマーシブ×都市開発」では、都市計画の模型に映像を投影し、未来の街の姿を体験として提示。実際の街ができる前から「その街での暮らし」を体感できる。「イマーシブ×エンターテインメント」では、ARと連携し、コンサート会場でのパフォーマンスと連動した映像演出や、観客参加型のイベントを創出。「音楽ライブでは、会場全体が一つの作品となる空間づくりを目指しています」と舩

株式会社シムディレクト
舩井 奈緒さん

井さん。

技術的には3D映像や大型高精細ビジョンなどの映像技術や、多チャンネル音響システムやインタラクティブ技術を組み合わせ、映像制作とプログラミングの専門家チームで制作を進める、これまで蓄積した演出手法の集大成といえる。

しかし、イマーシブの本質的な目的である人々に感動や驚き、癒しなどの体験を届け記憶に残すためには、技術だけではなく、感情の喚起、五感への訴えかけ、参加感の醸成といった感性を刺激することが重要だという。

将来的には、イマーシブ技術はさらに日常化していくだろう。「世の中をイマーシブにしてい」く」と舩井さんは意気込む。モノの所有から体験重視へと価値観がシフトする時代において、技術はあくまで手段であり、本質は人々に感動や価値ある体験を提供することだ。人間の感性と先端技術が融合した新たな映像体験の可能性は、まだ始まったばかりだ。

ヒビノ株式会社

没入と共有を両立する
3D イマーシブ LED での展示

3D撮影用レンズとImmersive LED Systemの組み合わせが3D体験を別次元に引き上げる

CP+ キヤノンブースでは、ヒビノ株式会社の3D対応LEDディスプレイシステム「Immersive LED System」による展示が注目を集めた。キヤノンの3D撮影用レンズで撮影された実写映像を、大型LED画面に立体映像として表示した。

RF-5.2mm F2.8 L DUALFISHEYE は1台のカメラで左右の視差を持つ3D180°VR映像を撮影できる世界初のレンズ交換式カメラシステム。190度の広い画角と左右2つの光学系を持ち、1台のカメラで立体映像収録が可能となり、従来の2台カメラ撮影と比べ作業効率が大幅に向上。このレンズとImmersive LED Systemの組み合わせは、3D体験を別次元に引き上げる理想的な組合せだった。

ヒビノ株式会社ヒビノビジュアル Div. 事業戦略担当部長の東田高典さんによれば、従来のヘッドマウントディスプレイ型VRと比べた最大のメリットは“共有体験”にある。「3D映像を見ながら周囲の人と体験共有できる点が革新的。"あれ見て"と言いながら一緒に楽しめるのが大きな魅力」と語る。

また、プロジェクター型3D映像と比較した明るさも特長だ。10.8メートル×4.8メートルの大型LEDディスプレイは明るい展示会場で

株式会社ヒビノ
ヒビノビジュアル Div.
事業戦略担当部長
東田 高典さん

も鮮明な映像を投影できる。「プロジェクターでは影がスクリーンに映り込む問題がありますが、LEDディスプレイならその心配もなく、実演者や展示物と共に3D映像を融合させられます」と東田さんは説明する。

この特性を活かし、演者が舞台上で実機を見せながら3D空間内のCGキャラクターと共演するといった「ミックスド・リアリティ」的演出も可能になった。

展示は株式会社IMAGICA EEXが制作した約6分間のコンテンツで、キヤノンレンズの紹介パートと家族の日常を描いたストーリーパートで構成。来場者は3Dグラスを通して、シャボン玉が飛び出してくるような立体効果や、奥行き感のある映像空間を体験した。

「没入感だけを追求するのではなく、人々が共に体験を共有できる技術として発展させたい」と東田さん。Immersive LED Systemは、従来のVRの課題を解決し、イベント業界に新たな可能性をもたらしている。



2025年、インテックス大阪は40周年を迎えます。

40年の歴史を支えてくださった皆様に心より感謝申し上げます。
変わらぬご厚情を賜りますよう、お願い申し上げます。インテックス大阪
https://www.intex-osaka.comJapan
MICE
EXPO 202511.27 - 28 インテックス大阪
3号館

特別イベント多数開催！詳細は公式ウェブサイトをご覧ください

Japan MICE EXPO 2025 事務局
Tel. 06-6612-8203

Japan MICE EXPO

ビジネスイベントがつなぐ、
地域・観光・交流の新たな舞台

展示会 Investigation 「LIFE × DESIGN」 リニューアルの舞台裏

私的な自分と公的な私 多様な心に刺さるには

「LIFE × DESIGN」は、9月開催の次回からデザインがリニューアルされる。100回を迎える歴史ある展示会「東京インターナショナル・ギフト・ショー（以下ギフト・ショー）」と同時開催している同展のリニューアルにはどのような背景や狙い、ビジョンがあるのか。そして展示会のコミュニケーションデザインにおけるアプローチ手法や、連動した施策は、なぜ必要なのかを、リニューアルを担当したチームに聞いた。

——「LIFE × DESIGN」リニューアルの背景を教えてください

来間 「LIFE × DESIGN」は2017年2月、暮らし方から住まいをデザインする、リノベーションとものづくりの見本市としてスタートしました。初回はギフト・ショーとは会期が異なり、展示会としても来場者へのアプローチにも違いを出すという、ある意味チャレンジの場でした。

その後、同時開催となってからは個性をどう出すが課題で、模索しながらの運営が続いていました。

正田 4展で約3000社が出展する展示会では、数万点におよぶ新商品が並び、未知との出会いが生まれます。東京ビッグサイトというスケールだからこそ、「LIFE × DESIGN」は来場動機の出発点としての役割を担っているのです。そのため、主催者として来場者にどんな価値を届けられるかを常に意識し、丁寧に編集して発信していくことを心がけています。

本展では、出展社のブース位置を

キービジュアル（B1ポスター）



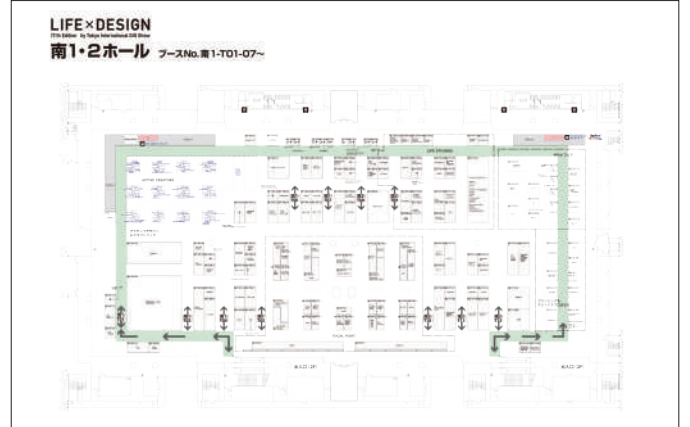
キービジュアル（B1ポスター）

2025年9月開催の「LIFE × DESIGN」キービジュアル。左上のロゴは前回の2月開催から変更。新テーマやイラストから多様な参加対象への親近感あるメッセージや出展アイテムのモチーフの幅広さが表現されている。キービジュアルは招待状や会場内サインにも展開される

会場動線（体験設計）

デザインプロダクトから技術、マテリアルまで、多様な出展社が集まる「LIFE × DESIGN」を会場ではキーカラーのカーペットを敷き、会場動線を引いている。今年はオレンジのキーカラーに（図面は前回2月の平面図より）

会場動線（体験設計）



ロゴ

LIFE × DESIGN

17th Edition by Tokyo International Gift Show

ロゴは、これまで東京インターナショナルギフトショー内のという打ち出しで上部表記していたものを変更し「LIFE × DESIGN」を全面に打ち出した

事務局が裁量をもって決定しており、こうした構成もまた、主催者の編集力が発揮される仕組みの一つです。

海野 私はこれまで商品開発から販路づくりのプロモーションまで、コミュニケーション設計のデザインに関わってきました。

どんな仕事でも、“本気かどうか”が大切だと思っています。

お仕事の話を二人から聞いて、その熱量に魅力を感じました。実際に現場を視察した際、ジャンルや規模が異なる出展社が続いても面白さが途切れず、編集が効いていると感じました。

——具体的なリニューアルの内容とこだわりのポイントとは

来間 キービジュアル、テーマ、ロゴだけではなく、展開する来場誘致ツールの招待状や会場サインなどコミュニケーションデザイン全般を話し合いながら決めています。

正田 新テーマは、「自分の好きと、



「LIFE × DESIGN」アートディレクター海野 貴大さん（写真中央）と主催者の株式会社ビジネスガイド社事業部の正田 琢磨さん（写真左）・来間 洋人さん（写真右）

私の良いなと あなたにぴったりは違うけど みんなとってもいい感じ」です。

生活者としての“自分”、パイヤーとしての“私”、私的な自分と公的な

私——一人の中にある多様性を見つめ、価値観を共有したいという想いを込めました。

海野 3人それぞれが出した案をもとにテーマを決定し、ボディコピーは正田さんが作成、私は話しかけるような語り口の温度感を提案しました。

私自身も来場者の一人として、いろんな視点で楽しめる展示会だと感じています。

——よくみると、キービジュアルにも多様性が表れていますね

海野 加藤豊さんという、多様性表現が得意なイラストレーターに依頼しました。老若男女だけでなく、生活者、職人、海外パイヤー、サウナ好き、ファミリーなど、個々人に自分

ごととして参加いただけたらと描いていただいています。

正田 暮らしを構成するモチーフも、家具や住宅設備、伝統工芸、サウナ、体験など多様です。一社一社が集まって「LIFE × DESIGN」というブランドができており、みんなでつくる展示会でありたいと考えています。

実はキービジュアルにないイラストも制作していて、受付パネルなどで見つけてもらえたらうれしいです。
来間 キービジュアルに合わせてキーカラーも設定し、印刷物だけでなく、会場サインや主要動線のカーペットにも展開。空間全体で一貫した体験とコミュニケーションを目指しました。

展示会はメディアの一つとすると、実際に起きていることや聞いたこと100%を伝えることはできません。私たちができることは、行きたくなる場づくりをすること。展示会ではリアルの場をみてもらうこと、会ってもらうことが一番大事だと思っています。



博覧会・展示会の企画に参画させて下さい。

お問い合わせは、下記事業所へ

■ 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 千葉県美浜区浜田2-38 専横ビル101号
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

■ 本社事業本部 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-6-7 表参道M&Aビル3F
TEL 03(3409)3333 FAX 03(3409)0104

■ 本社 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-8-7
TEL 03(3409)3331 FAX 03(3409)3827

飯田電機工業株式会社

<https://iidae.jp>

コミュニケーションと体験価値を テーマに内覧会

—— AP 赤坂グリーンクロス

6月12日・13日の2日間、「ミーティングスペース AP 赤坂グリーンクロス内覧会」が行われる。

「AP 赤坂グリーンクロス」は2025年2月に新規オープンした会議施設で、東京メトロ溜池山王駅・国会議事堂前駅から直結のアクセスの良さとインテリア、カーペット、壁面など会場の内装材の一部にサステナブルな材質を採用したサステナブル配慮の空間が特徴。190㎡・1室、151㎡・4室、15㎡〜36㎡・3室のほか、143㎡のグリーンラウンジがワンフロアに展開する。

内覧会では、コミュニケーションと体験価値をテーマに、トークセッ



AP 赤坂グリーンクロス・LOBBY。受付用テーブルにも環境配慮の再生材を採用（写真左）
AP 赤坂グリーンクロス・グリーンラウンジ（143㎡）。160インチのLEDビジョンを備える（写真右）

ション、ワークショップ、よしもと興業のお笑い芸人による楽しみながら学べる研修等のビジネスカンファレンスを開催。

トークセッションには、サステナブルイベント協議会から5社、キッズデザイン協議会、元ラグビー日本代表の大野均氏の登壇が決まっている。



また、サステナブルイベント協議会によるワークショップ「みんなで考えるサステナブルなイベント」も研修プランとして先行体験できる。

参加は事前申込制となっている。

申込みページ



6つの「欲望クラスター」を開発

電通

電通は、電通マクロミルインサイトとの共同プロジェクトチーム「DENTSU DESIRE DESIGN (DDD)」にて、人間の消費行動に強く影響を及ぼす感情を分析した「11の欲望（2024年版）」をもとに、消費者を「11の欲望」の強弱によって

6つに分類した「欲望クラスター」を開発した。DDDでは「欲望クラスター」を活用し、消費者の動向把握やコミュニケーション戦略の策定など、企業のマーケティング活動を支援していく。

「11の欲望」をもとに分類した6つの「欲望クラスター」



- A：感情のままに刺激が欲しいクラスター
- B：縛られたくないシンプル志向クラスター
- C：上を目指したいステータス志向クラスター
- D：愛の承認願望クラスター
- E：身体も心もモノまでもリスクヘッジクラスター
- F：自分は二の次でも今が幸せクラスター



メディアアーティストの落合陽一氏が手掛けるシグネチャーパビリオン「null2（ヌルヌル）」

イベントレポート

万博でできること 万博ができること

——「大阪・関西万博」

「大阪・関西万博」が4月13日に開幕。10月13日までの184日間開催される。“未来社会の実験場”をコンセプトとしている大阪・関西万博は、“見る万博”から共に“つくる万博”への変化を感じるものだった。

本レポートでは、“万博をどう活用するか”という視点から、私たちができること、万博が果たせることを探りたい。

個人の未来アクセス装置として

今回、万博参加には158の国と地域、7つの国際機関が参加する。参加国や企業、自治体などが出展するパビリオン161以上。

特徴として、国別パビリオンだけでなく、「未来社会ショーケース」として課題ベースでのパビリオン配置がなされており、「テーマ型パビリオン」は国単位での参加だけに依らな

い新しい試みだ。

「null2（ヌルヌル）」を手がけた落合陽一さんは「万博の建築の面白さは、展示するために建物から建てる」とし、素材づくりから2年半の歳月を掛け、建築と合わせ5年費やしたと話す。展示に特化した構造で、演出のロボットが鉄骨からくっついているなど、ここでしか体感できない空間体験を提供した。



世界観を感じさせた「フランス館」



循環型コンセプトの「オランダ館」

社会に働きかけるメディアとして

社会実験として、先端技術やサービスのテストでは、「空飛ぶクルマ」(EXPO Vertiport (会場内ポート)の整備・運営：オリックス)やカーボンニュートラルのさらにその先を見据えた「電力館」(電気事業連合会)なども注目される。人を動かす、共感や関心を生み、新しい行動を促す試みとしては、SDGsやWell-beingを「自分事」にする、テーマウィー

クを実施。人類共通の課題を万博のサブテーマによって8つの領域に編集。「問い」を立て、会場内外でプログラムが実施される。

未来に向けた社会課題への挑戦が集う万博。展開されるパビリオンやイベントでは、ノンバーバルな表現での展示で思想や世界観を共有し、対話によって提案が尽くされる。体験し出会う問いを自分事に変え、行動するきっかけをここからつかみたい。(編集部・樋口陽子)



本質を学び、場をととのえる

イベントオーガナイザー

養成講座

<https://eventorganizer.jp/>





コンセプト設計のコンサルタント
宮川麻衣子さん



チームビルディングのプロ
高橋大介さん



イベントの専門家
前野伸幸さん



広報・マーケティングの実践者
日比谷尚武さん

Fukuoka
Flower Show
Pre-Event

ガーデンコンテスト3作品のうちの一つ「はなみはなみち HANAMI HANAMICHI」(写真右)。シンボルガーデン(写真上・上)は植物園の新たなシンボルとなり、季節ごとに变化する植栽デザインやステージとしても活用可能で、365日楽しめる。日本初公開となった「アガパンサス・ブラックジャック」(写真上・下)はキービジュアルのモチーフにもなっている



福岡発 “花とみどり” の新しい MICE への挑戦

福岡市が目指す「花とみどりあふれるまちづくり」の一環として、2026年春の「Fukuoka Flower Show」を見据えた「Fukuoka Flower Show Pre-Event」が、2025年3月23日から27日まで福岡市植物園にて開催された。市民や関係者に向けて、花やみどりの魅力を身近に感じてもらうことを目的とした本イベントは、業界の活性化に加え、新たな担い手の発掘や市民活動の広がりにもつながる重要な機会となった。新たな MICE の一つとしても注目される同イベントをレポートする。

「街のなかでお花見をしている時のような高揚した気分や、安らぐ気持ちをもっと味わえる風景が街中に増えていったら…そんな想いを込めてつくりました」

ガーデンコンテストで選ばれた3作品のうち、「はなみはなみち HANAMI HANAMICHI」の作庭者 feb-garden 代表藤井宏海さんのイメージするつくりたい街の情景を表現した言葉が印象的だ。藤井さん

は、英国で100年以上の歴史と伝統のある「Chelsea Flower Show」を視察した経験があり、その際にみたイギリス人の緑地に座り、芝生に寝転がる自然と共生する街の景色と日本のお花見の景色に、日常的に自然を楽しむ姿の共通点を見出して着想した作品と話す。

「Fukuoka Flower Show Pre-Event」は、こうした花やガーデン文化の定着による市民生活の質向上の

ほかにも「観光・MICE 推進、社交・ビジネスの場づくりなど多岐にわたる」と主催者である福岡市の三浦哲昭さん(福岡市住宅都市みどり局一人一花推進部課長(フラワーショー担当))は、多角的な目的をもつイベントだと説明する。

参考にしているという世界最高峰の国際的フラワーショーである英国の「Chelsea Flower Show」には、世界各国から集まったトップデザイ

ナーによる世界最高レベルのガーデンが並び、受賞者には世界中から仕事ができるビジネスの場にもなっている。

それは、園芸業界だけでなく、エクステリアや関連する産業への波及効果にもつながるものであり、「Fukuoka Flower Show」の開催に向けて期待をかける。

国際的なフラワーショーへと育てていくことを目指しており、来年度以降は海外観光客の誘致も視野に入れ、英語表記の充実、人気のお花見シーズンを意識した3月の開催など、インバウンド対応も意識しているという。

産業振興・人材育成の BtoB

と、地域の魅力発信と市民参加型の BtoC の役割を担う“花をテーマとした MICE”にチャレンジした「Fukuoka Flower Show」は、福岡市が2018年に始動し、市民・企業・行政が一体となって進める一人一花(ひとりひととはな)運動をさらに推進する取組みとなる。

「Fukuoka Flower Show 2026」の日程も2026年3月22日から26日に決定。「日常の豊かさ」や“つながり”を育む場として、会場だけでなく街全体へと広がる“花とみどりのムーブメント”、“新たな国際 MICE”としての今後の展開にも注目したい。



主催者の福岡市・三浦 哲昭さん



「はなみはなみち HANAMI HANAMICHI」作庭者：feb-garden 代表藤井 宏海さん



キービジュアルのイラストレーションを担当した三反 栄治さん

「Fukuoka Flower Show Pre-Event」

会 場：福岡市植物園内
日 程：2025年3月23日(日)～27日(木)
10:00～21:00(最終日は17:00まで)

概 要：

- 一般エリア(動植物園入園料で入場可能なエリア)：飲食・物販、各種イベント、ライトアップ等
- 特別エリア(動植物園入園料のほかに、入場チケットが必要なエリア)：シンボルガーデン、ガーデンコンテスト、ベランダガーデン、レストラン・カフェ、物販、ライトアップ等

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、インバーター、
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

