

EVENT121 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 空間を体験に変えるしかけ



特別企画

「AP 赤坂グリーンクロス」内覧会

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp

猫と波動関数、デザインと実証実験



夏休みがはじまり、親も子どもも宿題に追われる。小学校4年生になると、理科と社会が教科に加わり「なんでこんな勉強しなきゃいけないの」と嘆く長男。「社会は人間がつくったものを、理科は人間以外の自然のことを学ぶため」と、わりと明確に説明できたと自分でも思った。

といつつ、ザ・文系な僕からしたら、理

系の方は頭のできが違うというか、何を勉強しているか凄すぎて理解できない。しかし理論物理学を専攻した従兄は「物理を学ぶには哲学、文系の勉強は必須」とよくわからないことを言い、その説明にシュレディンガーの猫の思考実験の話をするものだからますます混乱する。

イベントの空間デザインは、感性・センスの

領域と思っていた。図工の成績が2だった僕にとって、「こんなイメージですか？」とサラサラとデッサンを描いてしまうデザイナーもまた、別世界の人だ。

しかし、今回の空間デザイン特集で取材させていただいた皆さんは、現状をヒアリングし課題を抽出し、これまでの知見で蓄積したセオリーや自分なりの方法論で解決策を見出し

ていた。絵がうまいだけじゃないんだ。センスとロジックが融合している。真逆の方向に延びる2つの道が、地球を1周ぐりと回って1つの円になっていた。

“なんとなく良い”の裏にきちんと計算がある。空間デザインの答えは球体の上にある理論と感性の交差点に立っている。

(編集部：田中力)

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>



記憶と感情を揺さぶるデザイン術・演出手法 空間を体験に変えるしかけ

イベント会場で、なぜか足を止めてしまう空間がある。気がつくと時間を忘れて見入っている展示がある。そこには偶然ではない、緻密に計算された"しかけ"が潜んでいる。

空間デザインは今、単なる装飾から“体験”を創造する戦略的ツールへと進化している。“見せられる”受動的な体験を“見る”能動的な体験へと転換し、来場者を主体的に変える設計。一方で、心理学や脳科学の知見を駆使し、五感に訴えかけて来場者の心理状態を積極的にコントロールする科学的アプローチ。さらには、木や紙といった素材の温かさで感情記憶を呼び起こす手触り感の演出や、来場者が自然と笑顔になる遊びごろの仕掛けまで。

「これは何だろう?」という疑問が行動を促し、行動が体験を生み、体験が記憶として定着。人々の感情と記憶に働きかけ、その人たちにとって意味のある時間を創出する。

本特集では、最新事例とメソッドを紐解き、イベントの価値と開催意義を高める"空間デザイン"の本質に迫る。

[case 01] 株式会社シムディレクト

心理学でつくる五感統合デザイン “なんとなく良い”から科学的根拠へ

イマーシブテクノロジー EXPO 2025 の会場に設けられた、足元から壁面までLEDディスプレイで囲まれた円形の空間「Chaotic Calm」は、お茶を飲みたくなる空間づくりをゴールとして、心理学を活用して五感に訴えるシムディレクトの新しい取り組みの初のステージであり実験場でもあった。

DMN・AWE・色彩心理 視覚に訴え心動かす

映像を使ったしかけの1つが、“デフォルト・モード・ネットワーク”（DMN）という概念だ。外部への注意が向いていない時に活性化する脳の働きで、自分自身について考えたり、過去の記憶を振り返ったりする際に働く。この状態をスローモーションの映像で意図的に誘発することで、「自分に足りないものは何だろう」という心理状態を作る。

一方で、大手化粧品メーカーも研究する、

身体の炎症を抑え、心や身体、さらには社会へもポジティブな効果があるといわれる“AWE（オウ）体験と呼ばれる効果も取り入れている。自然の荘厳さなど“畏敬の念”を抱く映像を見て自分が矮小に感じる、それにより外側に意識が向くという。内向きと外向きの意識を交互に刺激する。心理的な欲求を刺激してから、豊かさを訴求するような映像や湧き水やお茶の葉のシーンを入れて解決策を提示するという、行動経済学的なアプローチと記憶定着の向上するしかけも含まれている。

照明設計では色彩心理学の知見を活用した段階的なアプローチを採用している。序盤の緑色照明は心理的な癒し効果、心拍数を上げる効果のある赤色照明で感情を盛り上げて、クライマックスにつながる起承転結を想起させる。体験後のアンケート回答時には一番頭が働きやすい白色照明をあてる。実証データに基づいた演出効果を活用して来場者の集中

力を制御する。

ソルフェジオ周波数と 時間軸で変化する香り

「Chaotic Calm」は、15.1chの立体音響を備える。コンテンツの序盤で音が動き回るように演出し、来場者の空間認識を曖昧にして没入させる。続くシーンで流れる幻想的な音楽には“ソルフェジオ周波数”と呼ばれる、人間の心理状態にいくつかの音程を組合せて設計されている。オープニングでは、来場者がリラックスできるように、癒しで不安から解放されるという528Hzの音を使用するなど、単なるBGMではなく心理的な導線を設計するための要素として活用している。

科学的アプローチは嗅覚にも働きかける。今回の香りのテーマはBreath of Tea。第一線の調香師と相談しながら、お茶が飲みたくなる香りの構成を、安全性を担保するためお



「Chaotic Calm」(『イマーシブテクノロジー EXPO2025』シムディレクトブース)



**警備のプロJSSが
イベントを守り
サーバーも守る**

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

事前に“2つの盾”で攻撃対策！



KATABAMI VDP

ネットワーク内からVPNの脆弱性を**定期検診**。発見した脆弱性に対する改善策を提示！

KATABAMI CRA

有事のダメージを最小化、迅速にバックアップデータで**復旧可能！**



<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！

イーコス

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

茶成分を使わずに制作。序盤は清涼感、中盤の植物のイメージ、終盤は静寂と余韻といったように、時間経過とともに香り構成のバランスが変わることで、ストーリーの展開と香りがシンクロする。

心理学教授の助言を得て 科学的検証による改善を

この心理学的手法は心理学の論文や先行研究を参考に、舩井奈緒さんたちが映像演出・空間デザインの手法で具現化した。この取り組みにおいて今回の出展は「なぜ、心が動いたのか?」を紐解く、実験の第一段階にある。

各シーンでどういう感情を抱いたか、没入したポイント、興味の度合いによって体感時間に変化があったか、お茶を飲みたくなったか、など来場者にアンケートをした。質問内容や分析方法について中央大学の心理学分野の教授の助言を得て進め、演出手法と感情・行動変容の相対関係の測定を試みている。

シムディレクトではこのフィードバックを活かし、改善と効果検証を今後も続けていく。心理学的アプローチの導入により、空間演出は感覚的な評価から科学的な検証可能な領域へと進化を遂げつつある



株式会社シムディレクト
(シムユニティグループ)
プロデューサー
舩井 奈緒さん

「case 02」 株式会社昭栄美術

自ら行動してもらう仕掛けと 「これ何?」が体験をつくる

"見せられる"から"する"に変える 感情を引き起こす装置

株式会社昭栄美術クリエイティブ部の須藤眞美さんが手がけた医学会付属展示会での放射線医療 PR コーナーは、空間デザインの可能性を大きく広げた。放射線医療は一般の人々にとって馴染みが薄く、東日本大震災以降は「怖いもの」というイメージも根強い。放射線を発見した医学史上の偉人レントゲンが没後100年の年に本展示会を迎えることもあり、顧客からの要望で博士の肖像画を使用することになった。しかし、残されているのは画質の悪い白黒写真1枚のみ。そこで考案されたのが、イラストとアニメーションによるアプローチだった。

従来の大型モニターでのループ再生ではなく、個人のスマートフォン上での AR を採用。来場者はレントゲン博士の肖像画の前に立ち、QR コードをスマートフォンで読み取ると、画面の中でイラストが動き出し、博士自身が展示の内容を紹介する仕組みだ。

「最近は色々なところで AR・VR 体験ができる。放射線医療もそんな風に身近になればいいな」と須藤さんは話す。

株式会社昭栄美術
クリエイティブ部

須藤 眞美さん



肖像画横の QR コードが体験の入り口に



株式会社昭栄美術
クリエイティブ部

米崎 綾夏さん

肖像画の前に立ち、スマートフォンを取り出し、QR コードを撮る。その一連の動作は、一方通行的に "見せられる" 受動的なコミュニケーションから、能動的に体験 "する" へと転換し、来場者を体験の主体者に変える。

"何にでもなる"が デザインのカ

米崎綾夏さんが提唱する「何にでもなる」デザイン哲学は、展示・装飾における固定概念を覆すアプローチだ。シンプルな四角いボックス状の造形物が状況に応じて椅子にもカウンターにもテーブルにも看板にもなる。

米崎さんが手がけた飲食系の展示会では、

ゴミ箱も体験の一部として設計された。格子状のデザインを施したゴミ箱をブース内側に配置することで、来場者は試食後のゴミを捨てるために必然的にブース内部へと誘導される。一見ムダなこの行為が、ブース体験の自然な導線として機能する。

来場者の満足度を下げる待ち時間を、米崎さんはデザインの力で価値創出の機会として再定義する。「今どきの女の子は盛れるものがあれば何でも撮りたくなる」という行動様式を理解し、待機列の近くに鏡を配置し、退屈な時間を自撮りする楽しい時間に変える。

須藤さんと米崎さんの仕事に共通するのは、制約を創造性の源泉として活用することだ。限られた空間、古い写真素材、複雑なターゲット層などさまざまな課題の解決策を考えるプロセスから、「これなに?」と来場者の記憶に残る小さな仕掛けを生む。

人々の行動、感情、記憶に働きかけ、その人々にとって意味のある時間を創出している。



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

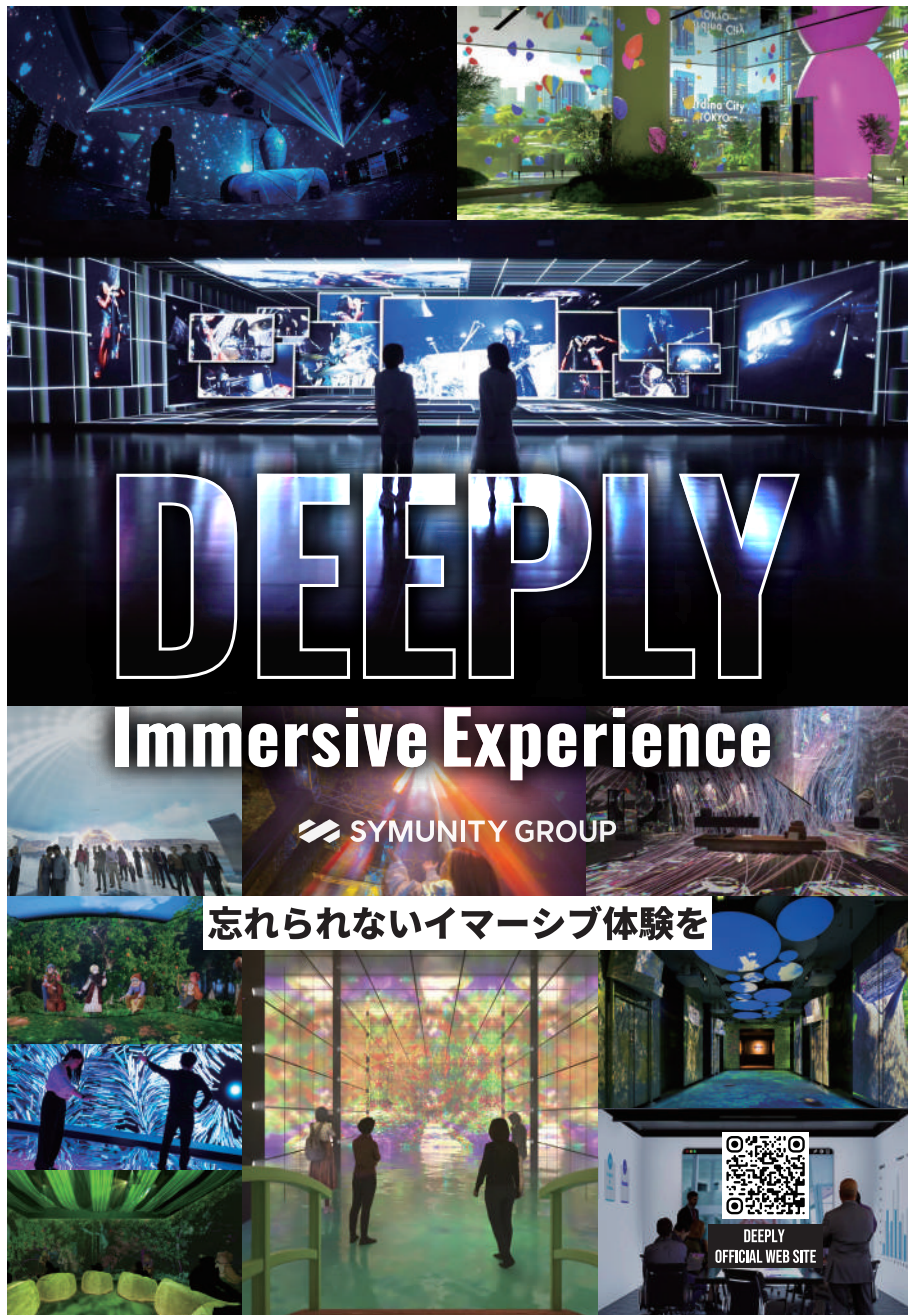
大阪府大阪市住之江区
南港中1-3-92
TEL : 06-6613-6622

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
錢江大厦3楼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



[method] SUPER PENGUIN 株式会社

来場者の心理をつなぐ設計図とは - 位置・表記・余韻 -

展示会の空間デザインにおいて、「来場者の『心理を起点』に考える」という基本スタンスを持つ SUPER PENGUIN 株式会社の竹村尚久さん。展示会デザイナーで一級建築士である竹村さんは、出展物を中心に考えるアプローチやブースのカタチをデザインするのではない。来場者の心理を徹底して想像し、動きを考え、デザイン性と集客力の2つの軸でブースをデザインする。心理をつなぐ設計図があるという。メソッドを聞いた。

デザインメソッド1 小間位置図からみる

展示会のブースをデザインする際、竹村さんが最初に取り掛かるのは、小間位置図をみる。どんな展示物を扱うのか、より前に、来場者がどのようにブースに向かって進むか、導線を想像する。より多く来場者の視線を受け止めるのは、どの壁面なのかを考える。

デザインメソッド2 表現力より表記方法

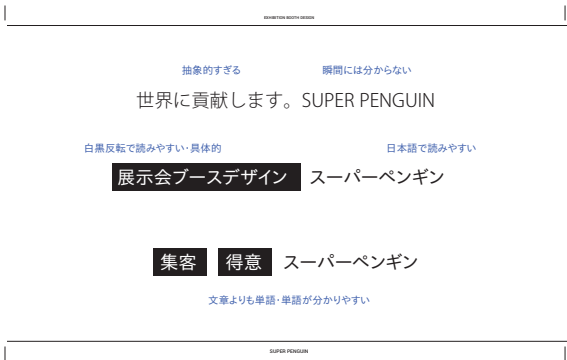
忙しなく会場を歩いて回る来場者がブースに気づき、引き寄せられるよう足を留める。そんな興味を引く旗を立てておくのが、ブースの



SUPER PENGUIN 株式会社
代表取締役
竹村 尚久さん

キャッチコピー。10m 手前から見つけてもらえるよう、高い位置に掲げておく旗印だ。大切なことは、第一に「何を扱っているか」が分かること。第二に「極力短い言葉」であること。第三に「瞬間」に読める表記方法だという。(下・実例参照)

「ほとんどの出展者は社名を掲げるのですが、それだけでは伝わりません」(竹村さん)
また、理念のような抽象的表現は伝わらな



心理をつなぐ設計図は壁面の一面にも
キャッチコピーに視線を向け、立ち止まる来場者。「？」の表記が考える意識へと自然に作用する。壁面の隙間スペースは内部のチラ見えが興味を引くほか、詳細さを必要とする来場者にはすぐ下の資料設置で流れをつくる

いので、単刀直入な内容で何を扱って、どんな特徴なのかが分かるようにしておく。さらに、「ブースにおけるキャッチコピーは「図」と捉え、表記方法の工夫が必要です」と話す。つまり、文章より単語、英語より日本語、漢字より「ひらがな」など、来場者が瞬間に読めることで興味関心を引き寄せる。

デザインメソッド3 余韻をつくる

「空間は導入、メイン、余韻の三段階で構成

されるべき」とも話す竹村さん。10m 先からキャッチコピーで目を引き、1.5m の距離で展示台に誘導し、出展者の適切な立ち方・待ち方の配置によってブース内部へと引き込むなど、細かな演出で心理的な動線を作り出している。

ここでいう余韻というのは、出展者がブース内部で商談し終えた後のブースを出る時を意識するという意味だ。入ってきた導線を再び戻るのは新たに入ってくる来場者と逆流に進むことになる。そのため、ブース脇に出口を設け、メインの目的を達成した後、最後はゆっくりとその場を出ていけるようにも配慮しているという。

「導入、メイン、余韻の連続性を大事にして、心理の動きに注目して設計しているんです」

竹村さんのメソッドは、出展の規模に関わらず応用することができるという。また、場のデザイン性や集客力だけでなく、展示会後の来場者とのコミュニケーションにもつなげる一連の設計図のようだ。



展示会ブースにおけるキャッチコピーのポイントと表記実例
([「集客できる展示会ブースの基本より」])

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/>



SUPER PENGUIN
スーパーペンギン

著書

「集客できる展示会ブースづくり」
PENGUIN METHOD と店舗への活用

- PART 1 出展成果を出す「思考法」
- PART 2 ブースデザインの「手法」
- PART 3 PENGUIN METHOD の応用
- PART 4 これからの展示会業界を考える
- PART 5 展示会の「商空間」への応用



発売中です。

SUPER PENGUIN
スーパーペンギン

Amazon「電子書籍版」

「試し読み」はこちら ▼



予告。

8月／セミナー配信サイト、オープン。

9月／著書「第2弾」。発売予定。



展示会 開催宣言！

ネプコン ジャパン -
エレクトロニクス 開発・実装展競合他社トップが激論！
セミナー＋ワークショップ＋交流の CONNECTsRX Japan 株式会社
事務局次長
嶋田 健吾 さん

40年以上の歴史を持つ「ネプコン ジャパン」は、スマートフォンやPCなど身近なエレクトロニクス機器の開発・製造技術が一堂に会するアジア最大級の展示会だ。実装技術を起源とし、現在では電子機器の開発・製造の全工程をカバー。競合他社のトップが議論する画期的なサミット企画や、生成 AI の活用提案など、時代のニーズに応じた進化を続けている。

開催概要

東京 9 月
名称：第 4 回 ネプコン ジャパン [秋]
- エレクトロニクス開発・
実装展 -

会期：2025 年 9 月 17 日 (水) ～ 19 日 (金)

会場：幕張メッセ (ホール 1 ～ 3)

【出展社数】：350 社

【来場者数】：26,000 名

※社数と来場者数は同時開催展含む予定数

東京 1 月

名称：第 40 回 ネプコン ジャパン
- エレクトロニクス 開発・
実装展 -

日付：2026 年 1 月 21 日 (水) ～ 23 日 (金)

会場：東京ビッグサイト

電子機器製造の
全工程を網羅する

「ネプコン ジャパン」はエレクトロニクス分野を代表する主要な展示会。NEPCON の 語 源 は National Electronic Packaging & Production Conference。スマートフォンやパソコンといった電子デバイスの開発・製造の技術が集結している。もともとは基板の上に電子部品や半導体を載せていく“実装”工程が中心だった。その後、時代のニーズに応じて関連する技術分野が次々と追加され、電子機器の開発・製造の全工程をカバーする総合展示会へと進化した。現在は「インターネットネプコンジャパン」、「電子部品・材料 EXPO」、「パワーデバイス&モジュール EXPO」などで構成されている。

RX Japan 株式会社の嶋田健吾事務局次長は「特にパワーデバイス分野は、カーボンニュートラル社会の実現に向けて世界的な注目を集めている。エアコンや EV などの電力制御を担う半導体として、電力の無駄遣いを防ぐ重要な技術」と話す。

競合他社のトップが
一堂に会する画期的企画

今年 1 月展では、業界でも前例のない「パワーデバイスサミット」が実現。三菱電機、富士電機、インフィニオンテクノロジーズジャパンとい

う世界的なパワーデバイスメーカーの技術系トップが同じ壇上に立ち、熱い議論を交わした。

普段は競合関係にある企業のトップが一堂に会することは稀なため、約 1000 名の業界関係者が参加する大盛況となった。嶋田さんは「技術者同士だからこそ通じ合える部分を討論していただくことで、非常に建設的な話をしていただくことができた」と振り返る。

この成功を受けて、来年 1 月の東京開催でも同様のサミットの開催が決定している。実現の背景には、名古屋大学の山本真義教授という業界の権威の協力があった。展示会主催者がエレクトロニクス業界の企業ではないからこそ、しがらみに縛られずに有力企業を一堂に会する機会を設けることができるという強みを活かした企画といえる。

日本の技術的優位性を世界に発信半導体分野において、日本は製品そのもののシェアでは苦戦しているが、製造技術では依然として世界トップクラスの実力を誇る。特に半導体を作るための材料や製造装置の分野では高いシェアを維持している。

半導体製造は前工程と後工程に分かれるが、日本が特に強いのは後工程のパッケージング技術だ。ネプコン ジャパンでは「半導体・センサ パッケージング展」が毎回盛況を博しており、この分野での日本の強みを如

実に示している。

1 月の東京開催はアジア最大級の規模を誇り、世界中からの出展・来場によってグローバルな商談の場になっている。

ネプコン ジャパンは東京だけでなく、大阪、名古屋、福岡でも開催されている。これは地方に拠点を持つエレクトロニクス業界の技術者との商談機会を提供する。出張費用や時間的制約で東京まで足を運べない技術者にも、最新の技術情報を届けたいという思いがある。

展示会の価値向上に向けて、単なるセミナーを超えた学習体験の提供にも力を入れている。「CONNECTs」と名付けられた企画では、セミナー、ワークショップ、交流会を組み合わせ、参加者の理解を深めながら新し

いネットワーク構築を支援している。

今年 9 月の開催では「生成 AI World」という新企画がスタートする。製造業でも AI への関心は高いが、具体的な活用方法が分からないという声が多い。この課題に応えるため、生成 AI の具体的なソリューションを持つベンチャー企業約 20 社を集め、展示ブースとセミナーを一体化した特別企画を用意した。

また、オートモーティブワールドやファクトリーイノベーション Week との同時開催により、異分野の技術者が一つの会場に集まることで、思わぬ出会いとイノベーションの創出を促している。

ネプコンジャパンだけでなく、全社的に、RX Japan への社名変更とリブランド以降、お客様目線重視の

施策がさらに進む。展示会の規模拡大が至上命題ではなく、出展者・来場者の満足度向上と業界発展への貢献を第一に考える姿勢が顕著だ。

嶋田さんは将来の展示会像について、規模の拡大により、来場者が求める製品や技術に出会いにくくなっているという課題を挙げ、事前のアプリや Web 活用による情報提供の改善、会場での効率的な企業発見システムの構築などを検討している。

最終的な目標として、「エレクトロニクスの技術者の方々のスケジュールに必ず入っているような展示会にしたい。自分たちの持っているテクノロジーを進化させるためには、この展示会が欠かせないと思ってもらえるような展示会にしていきたい」と力強く語る。



40 年以上の歴史をもつ「ネプコンジャパン」は、電子部品や半導体の実装工程中心の構成からエレクトロニクス機器の開発・製造全般へと拡大している

博覧会・展示会の企画に参画させて下さい。

IIIDA

飯田電機工業株式会社

<https://iidae.jp>

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 〒261-7715 千葉市美浜区中瀬2-6-1WBGマリアーイスト15F
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5-8-7 表参道M&A 13F
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

エレクトロニクスの
未来を動かす
人と技術の最前線

ネプコン ジャパン
エレクトロニクス開発・実装展

特別企画

「AP赤坂グリーンクロス」内覧会 “心動かす場づくり”と“これからの学びのあり方”

2025年6月に開催された「AP赤坂グリーンクロス内覧会」。サステナブルに配慮した東急グループの新しいミーティングスペースである本施設で“心動かす場づくり”と“これからの学びのあり方”をテーマにした多彩なプログラムが展開された。

対談 空間×サステナブルの
心動かすコラボとは



サステナブル
イベント協議会
Sustainable Event Council

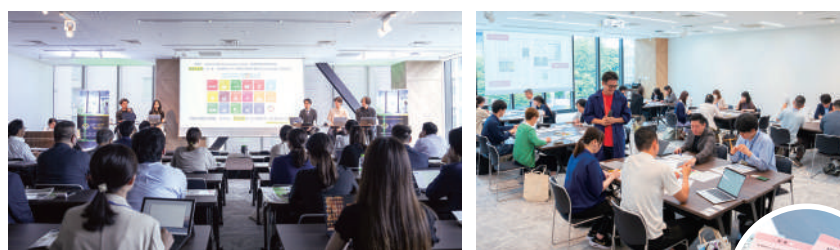


最上 直生さん

株式会社 TC フォーラム
コミュニケーションデザイン部
ブランディングディレクター

大高 良和さん

株式会社 電通ライブ
電通ライブ
第1ビジネスクリエイションユニット ユニット長補

大高 良和さん
電通ライブ塙 彩香さん
博報堂プロダクツ菅谷 遼さん
乃村工芸社片倉 基也さん
丹青社寺田 忠勝さん
ムラヤマ

「ミーティングスペース AP 赤坂グリーンクロス」オープニング内覧会初日最初にサステナブルイベント協議会による「ひとのこころを動かし実現するサステナブルイベントの未来」をテーマにしたトークセッションを実施（写真上と下左）。カードを使ったワークショップ「みんなで考えるサステナブルなイベント」も展開した（写真下右）

AP 赤坂グリーンクロスを運営するTC フォーラムの最上直生さんと、サステナブルイベント協議会を代表して電通ライブの大高良和さんに、イベントにおけるサステナブル実装のあり方について語っていただいた。

——サステナブルに配慮した施設でサステナブルイベント協議会によるセッション・ワークショップが展開されたのは印象的でした

最上 AP 赤坂グリーンクロスは、「サステナブルで心地よい空間」というコンセプトを、来場者が自然と感じ取り、

会話のきっかけになるような内装デザインにしています。例えば、余剰となったトナカイの餌を再活用した「ノルディックモス」をエントランスに採用するなど、ストーリー性のある素材選びをしています。施設担当者が説明しやすく、サステナビリティ（以下サステナ）を軸に対話が生まれるように工夫しています。

サステナブルイベント協議会さん（以下協議会）によるトークセッションやワークショップもコンセプトを体感いただく好機となりました。

大高 第一に感じたのは、ビジネス

エリアからの行きやすさ、駅直結のアクセスの良さでした。サステナイベントを実施する際、要となるのが会場選択です。というのも、人の移動は環境負荷の大きな要因となっていて、電車でのアクセスが良い点は提案のしやすいポイントです。また、オランダやスウェーデンのような洗練されたデザイン性と、控えめながら意図を感じさせる演出との両立も、日本のサステナ実装において重要だと感じました。

——協業の重要性も語られていました

大高 協議会は2023年に発足しま

したが、当初は各社が競合関係にあり、様子見の空気もありました。

しかし「まずは業界全体でサステナの裾野を広げ、その後に競争を」と共通認識を持てたことで、一気に連帯感が高まりました。現在はカーボンカリキュレーターの標準化に向け、12社で連携する動きもあります。

最上 会場も、“あり方”を明確にしなければ選ばれない時代です。会場ならではの視点で提案を行い、イベント企画に対してもソリューションを提供していくことが求められていると感じています。

——会場と協議会の連携が今後さらに重要になりそうですね

大高 電通ライブではベニューリンクという会場検索サイトを運用しておりまして、今後イベント関係会社さん同士のコミュニケーションの場、まさに今回のテーマであるコラボの強みを活かすコンテンツも計画中なのでサステナに配慮した会場づくりを行っている AP 赤坂グリーンクロスさんとも一緒に考えていきたいです。

最上 主催者との距離を縮め、歩み寄り姿勢や対話の場づくりが、これからの会場運営には求められますね。



大きなガラス面の向こうに望む首相官邸の鮮やかな緑や、降りそそぐ自然光が開放感を演出する



自然の温もりと上質なデザインが調和するサステナブルな内装空間



アップサイクルされたインテリア雑貨



トナカイの餌でもある
ノルディックモスを壁面に

廃棄されるロスフラワーから作られた
鉢カバー

地下鉄4路線に直結「AP赤坂グリーンクロス」 “サステナブルに配慮したインテリアと心地良さ”



内覧会の平面図

溜池山王駅・国会議事堂前駅、地下鉄4路線に直結するアクセス良好な「AP 赤坂グリーンクロス」は、『サステナブルで心地よい空間』をコンセプトに、全9室の大小様々な会議室・イベント空間で構成される。鮮やかな緑や自然光を取り入れる大きな窓と上質なデザインが調和するサステナブルな内装空間が特徴的だ。

《ミーティングスペースAP赤坂グリーンクロス》「溜池山王駅」「国会議事堂前駅」直結“都内有数の利便性”

会場に関するお問い合わせ TEL:03-5572-8109

全9室の大小様々な会議室&イベント空間

詳しい情報はこちら



ラグビー元日本代表 大野均さん 『弱小チームからW杯で勝つまで』



ラグビー元日本代表の大野均さん（写真上）。ナビゲーターのSHOWGIRLSの野中美智子さん（写真左下）。『弱小チームからW杯で勝つまで』をテーマに行われた講演



ラグビー元日本代表の大野均さんが「弱小チームからW杯で勝つまで」をテーマに、講演を行った。

ラグビーといえば、2015年のラグビーワールドカップ・イングランド大会で、世界屈指の強豪国・南アフリカを相手に歴史的な逆転勝利を収めたシーンが印象深い。大野均選手は、この試合に出場した日本代表のベテラン選手の一人。試合後、大野選手がチームを代表して、「ワンチーム」という言葉で選手、コーチ、スタッフ、そしてファンが丸となって戦った結果と語り、その後、日本代表のスローガンとして「ワンチーム」が定

着した。

講演では、大野さんら当時の日本代表がどのように歴史的な大勝を挙げたのかを紐解きながら語られた。

大野さんが日本代表入りしたのは2004年、2度W杯を経験するも、チームは勝利から遠ざかる。転機は2012年エディン・ジョーンズのヘッドコーチ就任だった。チームの一体感醸成のため、海外出身選手も含めた全員での「君が代」の理解と練習での斉唱。トレーニングは以前の1日2回から4回へと激増し、GPSで全選手の運動データの管理、科学的かつハードになり、この積み重ねが、2015年W杯優勝候補の南アフリカ戦の歴史的勝利、同大会での3勝という快挙につながったという。

大野さんは、日本代表の成功は単

なる偶然や精神論だけでない。科学的で緻密な戦略が立てられたこと。例えば、ミーティングを多用し、スクラム担当、パス・キック担当、そしてチーム全体と、さまざまな単位での意思統一と戦略確認を徹底。これにより、個々の選手は自分の役割に集中しつつも、チーム全体の目標である「勝利」に向かって結束した。4年間の厳しい練習は強豪相手にも「簡単に負けはしない」という自信の源泉となったと振り返る。「スポーツ史上最大の番狂せ」と言われ、世界中に衝撃と感動を与えた舞台裏の話に、参加者も聴き入っていた。

また、大野さんは「自分のなかにまだ燃やせられる部分、“未燃物”を見つけ、情熱を感じられる人生を」とメッセージを送った。

キッズデザイン協議会 『キッズデザインに触れてみませんか』



子どもや子どもの生み育てに配慮した、製品・サービス・空間・活動・研究を対象とする顕彰制度「キッズデザイン賞」を運営するキッズデザイン協議会の副会長河崎由美子さんと事務局の吉岡麻衣さんが登壇。協議会の社会的役割や、受賞作品の開発コンセプトや子どもへの配慮したポイントなどを紹介した。

キッズデザイン協議会は、大型施設の回転自動ドアでの子どもの重大事故をきっかけに、子どもの不慮の事故防止が社会課題化したことをうけ、経済産業省の呼びかけに応じて子どもの安全・安心の向上と健やか

な成長発達につながる社会環境創出に賛同する企業が集まり設立された団体。

現在は企業53社、27自治体、アドバイザー8団体などで構成されている。キッズデザイン賞運営のほか、調査研究、安全性を高めるプロセスを第三者が認証するCSD認証などを手がける。キッズデザイン賞は、子どもの安全・安心に貢献するデザインに留まらず、創造性と未来を拓くデザイン、子どもたちを生み育てやすいデザインと3つのミッションを掲げて、プロダクト、アプリケーション、建築・空間、コミュニケーション、調査研究の5つのカテゴリの作品を顕彰する。受賞作品にはキッズデザインマークが使用できるほか、内閣総理大臣賞をはじめ多くの賞が

授与される。これまでに6975点の応募があり4148件が受賞している。

また調査研究事業のなかで開発された「プレイフル・デザインカード」(写真)は、子どもの行動特性をデザイン言語化した「こどもOS」を、発想ツール化したもの。子どもがやりがちな行動を表面(白地)には楽しいこと、裏面(黒地)には危険なことをデザイン化。子どもの行動を理解するほか、開発中の製品やサービスによって子どもがどのような行動をするか(アフォーダンス)を考えるヒントとなり、安全性を事前に検討できる。

作品のなかには、その用途を想像できないものもあり、参加者どうしで予想したり、説明をうけてその細部への配慮を体感することで、子どもを守るデザインの力を再確認した。



プレイフル・デザインカード

上) キッズデザイン協議会によるトークセッションでは、テーブル・椅子を鳥型レイアウトにして、キッズデザイン賞の受賞作品などに触れながら、会員同士の交流・共創事例を紹介した
左) 事務局 吉岡麻衣さん 右) 副会長 河崎由美子さん

お笑い×学び「よしもと式研修」 『世代間のギャップをなくす、コミュニケーション術』



講師の大原鶴美さん（写真左）と、手本の再現シーンをみせるスカチャン（写真右）



＊「よしもと式研修」について、ミーティングスペースAPまでご相談下さい。

内覧会の2日目には、吉本興業とミーティングスペースAPが、研修とエンターテインメントをコラボさせた「よしもと式研修」を紹介。参加者を巻き込んだ実演で、会場を盛り上げた。

テーマは「【よしもと式研修】世代間のギャップをなくす、コミュニケーション術」。講師・大原鶴美さんによる解説と、芸人スカチャンによる再現で、実践的な研修を提供した。

講義は職場やビジネス環境で効果的に情報を伝え、良好な人間関係を

築くためのスキルであるPCS（プロフェッショナル・コミュニケーションスキル）の概念をもとに構築。講師の大原さんがこの理論をベースに、わかりやすく解説。実際のシチュエーションを吉本興業所属の芸人さんがシーンを再現するもので、今回はスカチャンがデモをした（よしもと式研修では、芸人さんのデモ部分を、毎回カスタマイズしている）。

たとえば、短時間で自分のパーソナルな情報や背景を効果的に伝えるための方法を紹介。スカチャンが再

現してみせたあと、ロールプレイトレーニングとして隣に座っている参加者同士で20秒から30秒で実践演習が実施された。そのほか、行動心理学に基づくタイプ分けとして、人の行動パターンが定量的・定性的、迅速・緩慢の2軸の4象限で分けられ、相手に応じた対応や会話術を学んだ。スカチャンによるコントのような再現シーンと実践で、笑いが絶えず起こるなか、すぐの実践で、コミュニケーション術を身に付ける研修内容となっていた。

PARTYを彩るケータリングサービス



首相官邸の緑を望む開放的な空間で、多彩なケータリングメニューを紹介

内覧会ではパーティ利用を想定したケータリングラインナップやドリンクカウンターなどを披露。サステナブルをテーマにした規格

外野菜を提携農家から買い取り、シェフによるレシピで美味しく加工された缶詰「ロス旅缶」(JTB)の試食なども提供された。

APのユニークな 取り組みの紹介



APイノゲート大阪での貸し会議室×アートの取組みや、土日や夏休み期間などの親子体験ワークショップなどユニークな取組みを紹介した。

APオンライン サービスの紹介



AP Online サービスとして提供するコンパクト配信プラン、収録+編集プラン、フルセット配信プランのメニューや演出機材をデモで紹介。

第11回
JACE イベントアワード

イベント主催者・制作関係者の気づき力 想像力 工夫を再認識
シビックプライド醸成、ストーリー構成を評価



《最優秀賞 経済産業大臣賞（日本イベント大賞）》
《政府・自治体・公的団体部門ゴールド賞》
ゴジラ対（つい）サガ



《イベントプロフェッショナル賞》《企業・業界団体部門ゴールド賞》
道頓堀「金龍のしっぽ」Project



《企業・業界団体部門 シルバー賞》
Red Bull Basement World Final 2024



《企業・業界団体部門 ブロンズ賞》
TAMAARI SUPER QUEST Vol.4
PROJECT NOAH 地球脱出計画



《政府・自治体・公的団体部門
シルバー賞》
鳥取県立美術館開館半年前カウントダウン
イベント「からっぽの美術館を遊びつくそう」



《政府・自治体・公的団体部門
ブロンズ賞》
清流文化地域推し活動（ちーオシ）

6月16日、（一社）日本イベント産業振興協会（JACE）は「第11回 JACE イベントアワード」表彰式を行った。

イベント開催目的と開催主体の多様化に対応しイベント主催者ごとに3部門から選出。結果として155件のエントリーがあり、うち自薦93件・推薦62件となった。

選考により各部門で「ゴールド」「シルバー」「ブロンズ」賞、さらに「最優秀賞経済産業大臣賞（日本イベント大賞）」、イベント制作に関わる関係者の投票で選ばれる「イベントプロフェッショナル賞」を選定した。

最優秀賞 経済産業大臣賞（日本イベント大賞）には作品世界と県の魅力を巧みに重ねたこと、SNSでの爆発的な話題化、県民のシビックプライド醸成にまで結びつけた実行力が評価され「ゴジラ対（つい）サガ」が受賞。イベントプロフェッショナル賞には大阪風の人情味のあるストーリーを作り、イベントとして仕立てた点、マイナスな印象を「おもしろい」話題に変えた点などが評価され「道頓堀『金龍のしっぽ』Project」に決定した。

創設以来、選考委員長を務める中村利雄さんは「毎回新しいイベント

選考委員長
中村 利雄さん



に目が輝く。イベントは時代をつくる力があり、社会や人々に勇気や豊かさをもたらすもの」と強調。「時代の要請に応える形で、新しい気づきや技術の進歩があり、イベントの可能性や役割がますます広がっている。イベントによって社会が変わり、人々が勇気づけられ豊かになっていく世界を目指したい」と述べた。



《学生・NPO・各種団体・個人部門
ゴールド賞》
パラeスポーツ・フェスタ
～インクルーシブ・テックで遊ぼう！～



《学生・NPO・各種団体・個人部門
シルバー賞》
世界難民の日アイデアソン 2024 本気で考える『ビジネスと人権』
～ 難民と出会い、新たな未来を創発する～



《学生・NPO・各種団体・個人部門
ブロンズ賞》
RiverDo! ひろしま川祭り 2024

●第11回 JACE イベントアワード受賞一覧

受賞タイトル	イベント名称	主催者
最優秀賞 経済産業大臣賞（日本イベント大賞）	ゴジラ対（つい）サガ	佐賀県
イベントプロフェッショナル賞 企業・業界団体部門 ゴールド賞	道頓堀「金龍のしっぽ」Project	金龍製麺株式会社
企業・業界団体部門 シルバー賞	Red Bull Basement World Final 2024	レッドブル・ジャパン株式会社
企業・業界団体部門 ブロンズ賞	TAMAARI SUPER QUEST Vol.4 PROJECT NOAH地球脱出計画	TAMAARI SUPER QUEST実行委員会
政府・自治体・公的団体部門 シルバー賞	鳥取県立美術館開館半年前カウントダウンイベント 「からっぽの美術館を遊びつくそう」	鳥取県立美術館活用推進協議会 鳥取県立美術館パートナーズ
政府・自治体・公的団体部門 ブロンズ賞	清流文化地域推し活動（ちーオシ）	「清流の国ぎふ」文化祭2024実行委員会
学生・NPO・各種団体・個人部門 ゴールド賞	パラeスポーツ・フェスタ ～インクルーシブ・テックで遊ぼう！～	特定非営利活動法人フローレンス
学生・NPO・各種団体・個人部門 シルバー賞	世界難民の日アイデアソン2024 本気で考える 『ビジネスと人権』 ～ 難民と出会い、新たな未来を創発する ～	特定非営利活動法人WELgee
学生・NPO・各種団体・個人部門 ブロンズ賞	RiverDo!ひろしま川祭り2024	一般社団法人 RiverDo!川辺コンソーシアム

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

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



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、イノベーター、
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。