

EVENT127 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 サステナブルは、デザインできるか。
～展示会・イベント現場の実装知～

海外ニュース

CES2026
新エリア「CES Foundry」始動
AI・量子技術の社会実装へ



TAKE FREE www.event-marketing.co.jp

その判断は、持続可能か



サステナブルという言葉は、いつの間にか「正解」を探すための言葉になってはいないだろうか。

理念、目標、数値——どれも大切だが、イベントの現場では、もっと即物的で、もっと人間的な判断の積み重ねが、結果を左右する。

ブースは環境に配慮しているから美しいのではない。根底にある想いが宿り、伝わる展

示をつくろうとした先に、無理のない選択としてサステナブルが組み込まれている。その順序が、会場に立ったときの空気感として表れている。だから、目・耳・心でその心意気を感じ取り、構造としての美しさに魅力を感じるのだろう。

本特集では、CEATEC2025の現場を起点に、「サステナブルは、デザインできるか。」と

いう問いを、出展者、制作会社、主催者それぞれの実装レベルの知見から掘り下げた。さらに欧州のサステナブルの最前線を体験した業界トップの声からは、理念を語る前に、まず“変えられるところ”を見極める姿勢と協力体制による前進の姿勢が浮かび上がる。

サステナブルは特別な取り組みではなく、現場で更新され続ける判断の集合体だ。その

リアルを、ページをめくりながら確かめてほしい。

変化は声高に語られないまま、現場の当たり前として浸透していく。大きな転換ではなく、静かな更新。その裏側には、前例や正解に頼らず決め切る覚悟があった。サステナブルはスローガンではなく、判断の連続として実装され始めている。
(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



イベントレジスト株式会社
<https://eventregist.com>



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

—展示会・イベント現場の実装知—

サステナブルは、
デザインできるか。
**「CEATEC 2025 エコ＆デザインチャレンジ」
優秀賞受賞から学ぶサステナ実践
—シャープが大切にしたこと**

シャープ株式会社は「CEATEC 2025」で新設された「エコ＆デザインチャレンジ」で優秀賞を受賞。新コーポレートスローガン「ひとの願いの、半歩先。」を体現する展示ブースを、サステナビリティとデザイン性の両立により実現した。継続的な環境配慮の取り組みは、初めてのパートナー博展との協働により創出した事例だ。多くの企業が抱える「環境配慮＝コスト増」を覆す実践知が詰まっていた。なぜ実現できたのか。ブランド戦略本部ブランド戦略推進部主任の吉元有美さん、同本部総合デザインセンターグローバルコミュニケーションデザイングループ係長の三谷直樹さんに話を聞いた

サステナビリティを「特別扱い」しない

「サステナブルだから予算を増やす、という考え方はしていません」とブランド戦略部門の吉元有美さんは語る。同社が重視するのはトータルコストでの最適化だ。

具体的な削減効果：

- ・撤去時間：深夜24時→20時前（約4時間短縮）
- ・施工人員の削減
- ・撤去費用：数十万円単位で複数項目から削減
- ・木工廃棄物の削減

「作業時間が減り、輸送が少なくなれば、結果的にコストも下がる。これを4年間継続しています」

本特集では、展示会・イベントの最前線で試行錯誤を重ねる出展企業、制作会社、主催者の事例を通じて、サステナブルを「実装する知」をひも解く。あわせて、イベント業界を牽引するトップ企業の視点から、サステナブルの現在地と、これからの可能性を探る



シャープ株式会社
ブランド戦略本部総合デザインセンター
グローバルコミュニケーションデザイングループ 係長 三谷 直樹さん(写真左)
同本部ブランド戦略推進部 主任 吉元 有美さん(写真右)

2022年からダンボール什器、2023年システム什器、2024年リユース展開と、毎年何かしらの新しい挑戦を続けてきた結果、環境配慮が「当たり前の業務プロセス」として定着した。

素材選びは

「シャープらしさ」との共鳴で

今回採用した新素材「molo（モロ）」は、初めて組んだ制作パートナー・博展からの提案だった。選定理由は単なるサステナ性能ではない。

デザイン部門の三谷さんは「無機質ではない、有機的な白。軽やかで優しい雰囲気が、

私たちの『誠意と創意』という経営信条と共鳴した。素材の何を選んだかより、なぜ選んだかに、パートナーの理解の深さを感じました」と語る。

ただし課題もあった。国内前例の少ない紙素材特有のよれや、ディテールの仕上がりの甘さが現場で発覚。「木工を前提としない素材は、最後まで現場での調整前提での協働スタイルが必要」という学びを得たとも話す。

「読後感」から逆算する設計思想

25品目もの展示物をどう見せるか。最も重視したのは「来場者がどんな気持ちでブースを後にするか」という読後感の設計だ。

**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**
Security System

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

まじめに、まっすぐに。
Ray

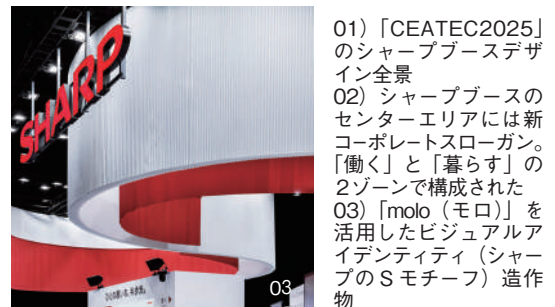
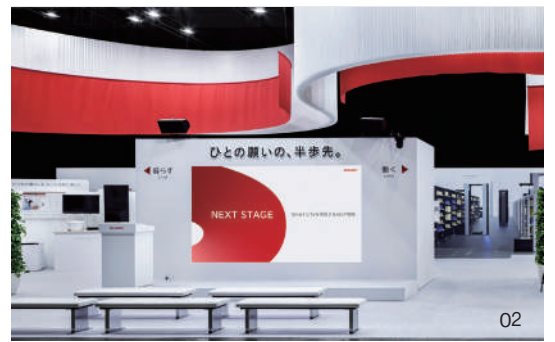
2025年11月、新拠点へ移転！

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6-1-1 TRC A棟6F (AE6-5) 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/>

Ray **SHOWTECH.**



01)「CEATEC2025」のシャープブースデザイン全景
02) シャープブースのセンターエリアには新コーポレートスローガン。「働く」と「暮らす」の2ゾーンで構成された
03)「molo（モロ）」を活用したビジュアルアイデンティティ（シャープのSモチーフ）造作物

前年の反省は「なぜこの展示物がこのエリアにあるのか文脈がわからない」という声。今回は新コーポレートスローガン「ひとの願いの、半歩先。」を軸に、各エリアを「問い」、展示物を「答え」として設計した。

結果、来場者アンケートでは「人々のニーズに寄り添った開発をしている」「生活や社会に貢献している企業だと分かった」と、狙い通りのメッセージが届いた。

初パートナーとの協働で鍵となったこと

博展との初取引で成功した要因は、事前の徹底的な可視化だった。

「言葉や『こんな感じ』という曖昧な表現を

排除し、図示してイメージを共有しました。タイトなスケジュールの中、ブレない共有方法が必要でした」（吉元さん）

さらに、開発したビジュアルアイデンティティ（シャープのSモチーフ）を、コンペ段階から具体的に提示。自由な発想を損なう恐れもあったが、「一緒に作る姿勢があれば、むしろ共通言語になる」（三谷さん）

明確にしたもう一つの条件が予算の上限。「コンペのオリエン時点で超過提案はマイナス評価」と伝え、同じ土俵での提案を求めた。

実践できる3つのポイント

①継続的な小さな挑戦 一足飛びの変革では

なく、毎年何かを試す。失敗してもトータルで最適化する視点を持つ

②輸送・撤去の効率化 関西拠点の同社は、首都圏イベントでの輸送距離がハンディ。事前の物量把握と配車ルート最適化で効率化する

③パートナーとの「曖昧さゼロ」コミュニケーション 可視化、事前共有、早期のリスク共有。長期取引なら阿吽の呼吸も、初回は明示的に

制約ではなく、新しい表現の入口

「木工を使えば表現の幅は広がる。でも使わないからこそ、世の中の新しい素材や表現を追いかけられる」（三谷さん）

環境配慮は「やらされる制約」ではなく、「新しいシャープらしさを見せる機会」——この思想の転換が、デザインとエコの真の両立を実現した。

「環境に配慮している企業」というイメージは前年9%台から10%台へ微増した。

「まだ十分ではない。でも継続することで、業界を牽引するアイデアを生み出したい」（吉元さん）

継続してきた積み重ねが結実した「エコ＆デザインチャレンジ」での優秀賞の受賞。その背景にあったのは、特別なことではなく、当たり前を積み上げる文化だった。

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/スタジオ

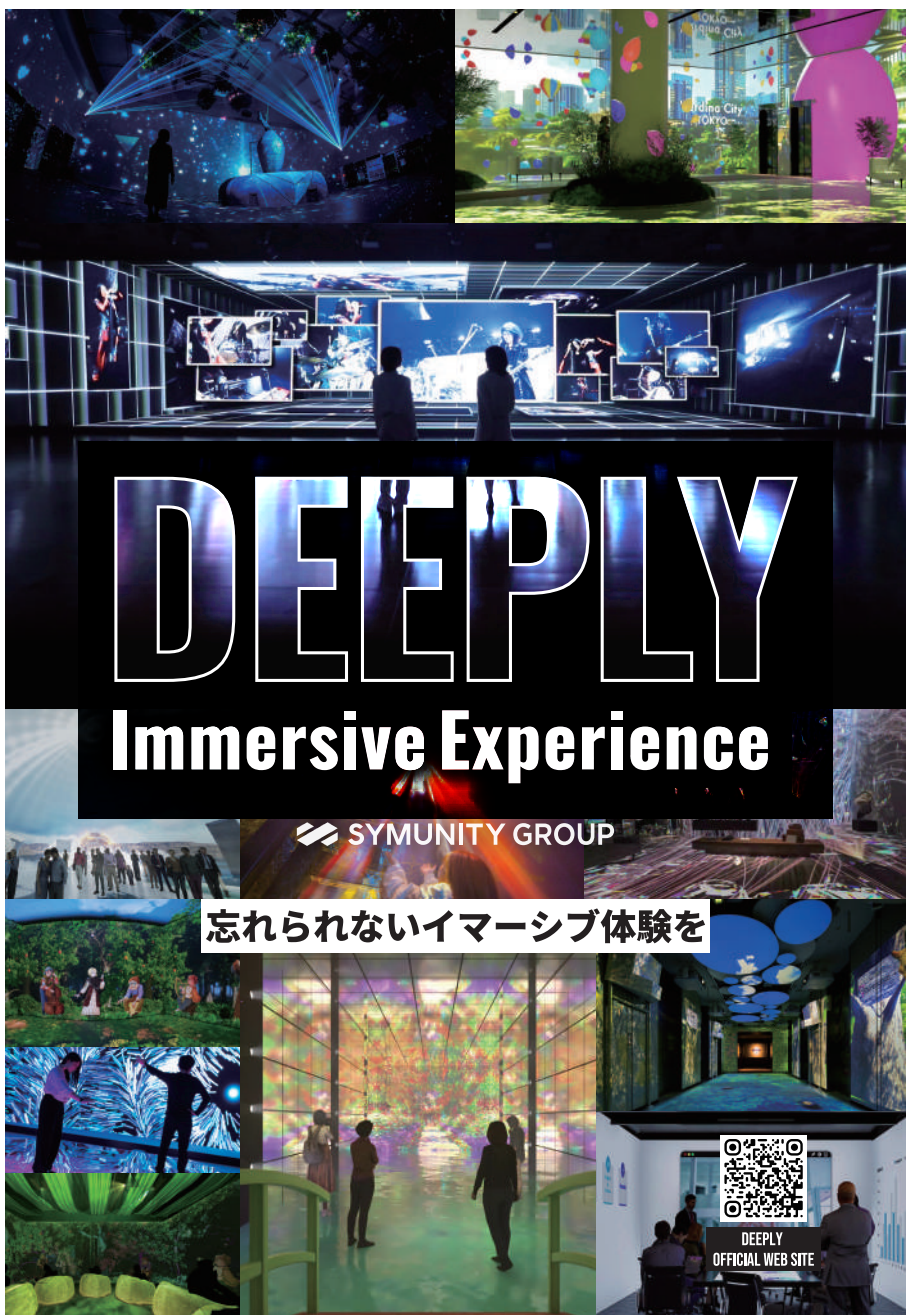
大阪府大阪市住之江区
南港中1-3-92
TEL：06-6613-6622

SHOEIベイススタジオ

千葉県市川市加藤新田212-4

佐倉スタジオ

千葉県佐倉市太田2153-1





「本気度」に応える エビデンス提示

— 博展の表現力

シャープの新しいビジュアルアイデンティティ（VI）とコーポレートスローガンの刷新という重要な節目を象徴するブースづくりを担当した博展の丸山顕章さん。「シャープの格」を表現するため、デザイン性と環境配慮の高度な両立を追求した。

最大の特徴は、カナダから取り寄せた蛇腹構造の資材「molo（モロ）」の採用。国内初の天吊り施工に挑戦し、軽量化による運搬性（トラック1台分の削減）と施工性の向上、シャープのVIらしい柔らかな曲線の美しさを実現した。丸山さんは「素材選択が要というほど、勝負の一手だった」と振り返る。

また、天板にラワン材を素地のまま用い、



蛇腹構造のプロダクト「molo」。シャープのSモチーフのVIを表現した。博展西日本事業所で何度も実証実験を重ねたという



株式会社博展
中部/西日本ユニット
コミュニケーションデザイン課 兼 サークュラーデザインルーム
アートディレクター/デザイナー
丸山 顕章さん

掲示物に紙素材の「クロマボード」を選定するなど、細部までリユースとリサイクルを徹底した。

成功の鍵は、シャープ側の「本気度」に応える徹底したエビデンス提示。評価軸の共有のため廃棄後の資源循環率（アウトフロー）だけでなく、使用部材の由来（インフロー）も評価するサーキュラリティ評価を用いたこと、実物検証を繰り返すことで、ブランド責任者からも「シャープとして相応しい」との信頼を勝ち得た。丸山さんは「サステナ対応に対して意識の目線合わせは重要です。クライアントとともに新しい資材活用にも果敢に挑めたことが、真のサステナブルにつながった」と確信する。



ワクワク感の回復と サステナの両立

— 「CEATEC」の新評価軸



「CEATEC」は2025年に「エコ&デザインチャレンジ」のアワードを新設。サステナビリティと創造性に富んだ展示ブースづくり促進のため、「出展ブース評価制度」を設けた。

「CEATEC」は、一般社団法人電子情報技術産業協会（JEITA）が主催し、一般社団法人日本エレクトロニクスショー協会（JESA）が運営するデジタルイノベーション総合展として、総務省、外務省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、デジタル庁が後援するなど省庁連携の強みと業界・地域も横断する裾野の広さが特徴的な展示会だ。出展企業・団体は、ブランディングの場として認知向上を目的とするケースが多い。

「エコ&デザインチャレンジ」を企画した、酒井尚志さんは「ワクワク感の回復とサステナ



一般社団法人日本エレクトロニクスショー協会
マーケティング統括マネージャー 酒井 尚志さん

ビリティの両立を目指した」と意図を説明する。

評価方法については「サステナ評価は一般社団法人日本イベント産業振興協会（JACE）協力のもと、『イベント・MICE関係者のための使いやすいサステナビリティガイドブック』と付随する『チェックリスト』・『カーボンカリキュレーター』を定量・定性評価に活用。また、デザイン評価はJEITAデザイン部会およびJACEデザイン有識者の両者により現場審査で定性評価を実施しました」（酒井さん）。会期初日、審査員は3人1組で丹念に視察した後、白熱した議論を展開していたという。

「今回、サステナは環境面に特化しました。今後、調達・施工面も加味した評価基準の公開、環境面以外のサステナ範囲拡大など、課題と改善策など広義のサステナも含めた全体整合を図る必要性にも話が及びました」（酒井さん）

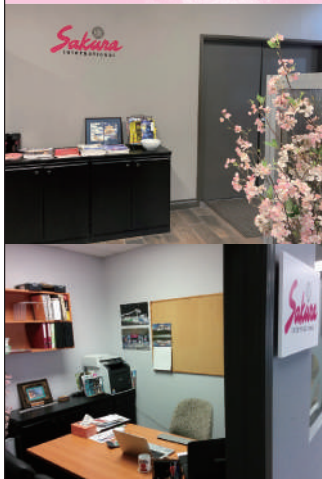


サステナ評価に活用された「イベント・MICE関係者のための使いやすいサステナビリティガイドブック」

SAKURA INTERNATIONAL

LAS VEGAS OFFICE

アメリカ大陸 各都市の イベント対応致します。



SAKURA International USA, Inc.

555 E.Pamalyne Ave. Suite B Las Vegas, NV 89119, USA
Tel:+1-702-816-2800 Fax:+1-702-816-2801

EN <https://ja.sakurain-lasvegas.com/>



サクラインターナショナル株式会社

東京本部 〒135-0042 東京都江東区木場 2-17-13 第二亀井ビル5F
大阪本社 〒541-0051 大阪市中央区備後町1-7-3 ENDO堺筋ビル3F・4F
JP <https://www.sakurain.co.jp>

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

イベント専門出版社の取材力と発信力、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>



サステナブルイベント協議会 トップセッション 「イベント業界の未来に向けて」抄録

イベント業界全体のサステナビリティ向上とリテラシー向上を目指し2023年10月に発足した「サステナブルイベント協議会」は、2025年12月17日に初のウェビナーを開催した。3つのセッションが行われたなか、サステナブルイベント協議会 トップセッションとして実施された「イベント業界の未来に向けて」の内容をレポートする。業界リーダーの視点に立って現在地を整理したい。

(写真左から)

株式会社乃村工藝社 執行役員 佐藤 秀樹氏
株式会社ムラヤマ 代表取締役社長 齋木 透匡氏
株式会社電通ライブ 代表取締役社長 高木 正彦氏*
株式会社丹青社 代表取締役社長 小林 統氏
株式会社博報堂プロダクツ 取締役執行役員 長田 芳曉氏

*役職は2025年12月17日時点

——「サステナブルイベント協議会」(以下、協議会)では、私たち(進行:電通ライブ・大高良和さん/ジャパングレーライン・川上彩夏さん)を含め、皆さまとオランダ・デンマークでビジネスツアーを実施。サステナブルの最前線を学びました。ツアーで、サステナブルへのマインドが切り替わったというような、スイッチポイントのお話を聞かせてください

小林 ホップ・ステップ・ジャンプの三段階の気づきがありました。1つめのホップは、Aectual社の3Dプリンターです。素材を粉碎して3Dプリンターの素材にし、大規模な造形物を作る。サステナビリティのマネタイズが難しいなか、投資額が明確で、すぐ事業になり得る可能性を感じました。

2つめのステップは、DB55。1950年代の自動車整備工場の建物を利用した複合施設で、内装はほぼリユース材料。ここではリデュース・リユース・リサイクルの3Rではなく、10Rを定義しています。特にR0のリヒューズは「ゴミになるものは徹底して使わない」という考え方のスタートとなる言葉で、非常に印象的でした。

3つめのジャンプは、大阪・関西万博でもオランダ館を建築されたトーマス・ラウさん率いるラウ・アーキテクツという建築会社。資源循環型社会の構築をさらに実践する会社で、既存施設の80%はリユース素材を使っていると聞きました。視察したトリオドズ銀行は主要建築部材の92%は木材。糊を一切使わずにネジのみで止めているため、バラしも簡単で、パーツが記号化され、新たな建物に流用されるという循環の仕組みは、ディスプレイ業界でも参考になる話でした。

齋木 私のスイッチポイントは「EDONomy」です。Aectual社の活動や仕組みが非常に感動的でした。海洋廃棄物や社会課題となる廃棄プラスチック材を原料に3Dプリンターで店舗の内外装・造形物を設計・施工する会社。納品する制作物は使用後に全て回収して再生利用する仕組みを構築されています。デザイン力が素晴らしく、エルメスやNIKEなどハイブランドからの制作依頼も多い。事業の根底にある資源や物を大切にすることはEDONomy。日本の江戸時代のモノを大切に

する考え・感謝する気持ちは海外で再評価されていました。われわれも再認識して行動することが大切だと感じました。

翻って、国内のサステナブルの取組みで、例えば2025年の「Japan Mobility Show」で採用された3000m超のシステムパネルは、旧来の木工リースパネルに比べ厚みが6分の1。つまり、輸送時の車両台数は65%削減している。こうした取組みは当たり前になっている一方で、社内調査では「ムラヤマは積極的にエコ活動をしていない」と感じている社員が多くそのギャップに気付かされました。私の発信力不足で、すぐに改善をと思っています。すでにある既存の知恵、最新の取組みの両方に目を向けた情報共有・再認識が必要です。

佐藤 ツアーで強く感じたのは、「壊さずにつくる」「捨てずに再利用する」ということ。最も印象に残っているのは、コペンハーゲンにあるThoravej 29という施設です。約60年前の毛皮工場を2025年にリノベーションし、スタートアップ企業やクリエイターの入居する近代的なインキュベーション施設は、その地域のコミュニティハブにもなっています。価値を加えながら、リニューアルしていることが印象的でした。施設を案内いただいた女性は情熱的にプロジェクトを説明し、誇りを持っていることにも好感を持ちました。

「捨てずに再利用する」事例では、エントランスに入ると大きな吹き抜けがありますが、2Fの床部材を抜いて、その材料で大階段をつくっていたり、外装材・内装材につかっていた60年前のタイルを床に貼ったり、鉄骨材を再利用したり、徹底していたのは塗装すらしないことなどに興味を持ちました。

果たして日本でできるだろうかと考え、時間、法規制、費用など、想像のつかない部分があります。そうしたところにチャレンジをしていくべきだとも感じました。こうしたことも、協力しながら価値を生む業界にしていきたいと思っています。

長田 今回のツアーには参加できませんでしたが、海外での経験でお話すると、2022年



にJACE主催の欧州ツアーに参加しました。オランダでは元々造船所だったテークバールを視察。汚染された土壌を植物で再生し、その植物を使った食材を提供するカフェがあり、同じエリアにクリーンエネルギーのスタートアップ企業が入っている。循環型社会を実現している場所を目の前に衝撃を受けました。

その後パリでBIE(国際博覧会協会)の事務局長と会い「サーキュラーエコノミーをイベントに取り込むことは、日本のような大きな市場のリーダーたちが未来に向けて持つべき視点」との言葉をいただいた。オランダでの体験とパリでの言葉で、サステナビリティイベントを理想論ではなく実践に動かしていかなければならないと強く感じています。

高木 海外ツアーには2回参加しました。イベントスペースの世界は、手間とコストがわかり、生産性に課題があると感じています。DEIに関しては、公平と平等の違いが語られていますが、どこかで「外資系企業の話かな」と思ってしまうこともあり、まだ十分に考えられていなかったかもしれません。われわれはコロナ禍を経て、とにかくリアルイベントに戻すことに邁進してきました。けれども、サステナビリティについて本格的に協力し合いながら動いていきたい。個人的な考えだけでは、やはり限界がありますよね。競合ではあるけども、このサステナブル領域に関しては協力して業界全体の提供する価値の効率を上げていくこと。一枚岩となって「日本のイベント業界は進んでいる」「大きな変化にきちんとついていっている」ということを示していきたいと感じています。

——サステナブルイベントの未来をテーマに3社の代表にメッセージをお願いします

小林 サーキュラーエコノミーやカーボンニュートラルの最前線を視察して思うことは、先進国の事例が進んでいる理由の違いは、国が旗を振っているということ。その差を感じました。日本は、どうしても民間に頼りがちなと

ころがあります。その分、コストをかけて踏み込んでいけば、世の中を動かす力になる可能性にも思えます。また、日本の場合、周到な準備をしないとはじめられないという部分もあるので、アジャイル的な考え方で取り組んでみることも一つの姿勢ではないでしょうか。これは、動きの激しいディスプレイ業界が先行すべきとも感じています。皆さんと共有して、一緒に進んでいけると、協議会としても意義深いのではないかと思います。

齋木 この先の持続可能なイベントを考える上で、輸送から現場の人員まで、人材不足が大きな課題になっています。ステージやイベント会場の設備、照明機材などを次のイベントに使い回す仕組みやプラットフォームを業界内で当たり前のように募集できたら画期的ですね。人手不足によるイベントや展示会、コンサートの開催ができないといった機会損失の解消につながると考えています。このような課題解決とイベント業界のプレゼンス向上に向けて、一社でできないこと、業界一緒にやることが重要だと考えています。

高木 日々考えていることは、イベント業界の未来をどう発展すべきなのか、持続可能な産業へどう進化できるのかということです。イベントやスペースをつくるだけでは可能性は広がらないですね。クライアントの事業成長に寄り添い、サービスはワンストップで提供すべきで、どう企業の成長に寄与できるのか考えています。イベント業界の皆さんと協力しながら、事業成長に貢献できるパワーを増していきたいと考えています。

少し大胆に言うと、イベントは社会変化できうるポテンシャルがあると思います。業界全体がサステナビリティをスモールスタートでも取り組んでいくことで、結果的には、イベント業界が一番サステナに配慮していると言われるような地位を、皆さんとともに力を合わせて獲得していければと思っています。

展示会 開催宣言！

『 マーケティング・テクノロジーフェア東京 / イーコマースフェア東京 』

マーケティング課題に半歩先の解決策を

インフォーマ マーケッツ ジャパン株式会社

事業推進部 プロジェクトチームマネージャー 田嶋 典明 さん

「マーケティング・テクノロジーフェア 東京 2026 第 14 回」と「イーコマースフェア 東京 2026 第 19 回」が 2 月 26 日・27 日に東京ビッグサイトで開催される。同展を主催するインフォーマ マーケッツ ジャパンの田嶋典明さんに、今回の見どころや企画・運営の裏側についてうかがった。

英国の遺伝子と 日本市場の特性活かし成長

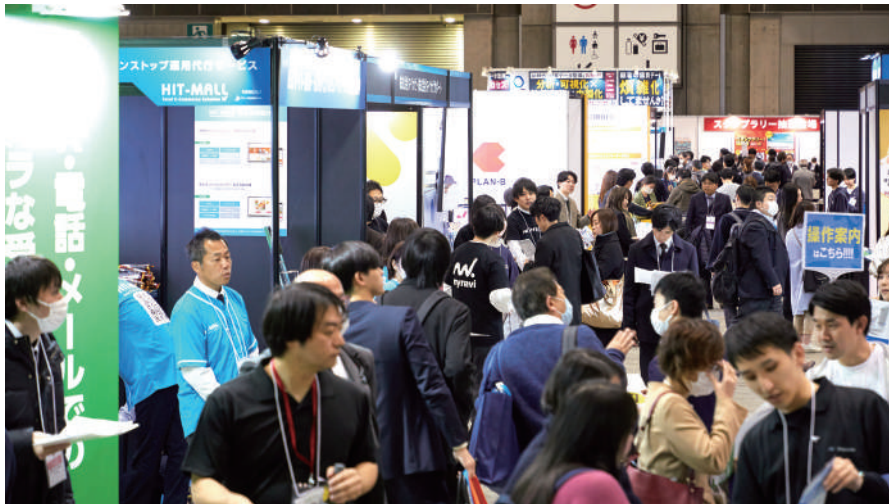
今回で 19 回目となる「イーコマースフェア東京」は 2008 年に国内初の EC・通販イベント「ネット&モバイル通販ソリューションフェア」としてスマートフォン普及以前にスタート。業界向けの最新システムの展示から運営ノウハウやトレンドのセミナーなどが実施される。

「マーケティングテクノロジーフェア」は英国で開催されていた「Technology for Marketing and Advertising」を原型に、2013 年に日本で初開催。企業のデジタルマーケティングに特化した展示会。

当初は池袋サンシャインで開催し、2014 年から東京ビッグサイトに会場を移した。

今回のテーマは「データマーケティング」「コミュニティマーケティング」「ブランディング」「AI 活用／生成 AI」の 4 つだ。

出展者は IT ベンダーやコンサル系企業が中心で、単品ツールの販売から包括的なサービス提供へとシフトしてきている。来場者はツールを導入する事業会社のほか、SIer、大学教授などアカデミック層、シンクタンク、金融機関の投資関連の調査部門など多岐にわたる。マーケティングや EC の課題解決が主な目的だが、投資調査や資金調達、協業先探しの場として活用されるケースもあるという。



前回の会場のようす。多様なツールを探しにマーケティング・EC関係者が集まる

買い物を便利に コミュニティに注目

かつてオンプレミス型システムが主流だった時代は、初期投資やランニングコストの負担から大手企業からの来場が中心だった。しかし SaaS やクラウドサービスの普及により、中小・中堅企業も気軽に IT ツールを導入できるようになった。大手企業でも全社導入ではなく部署単位や事業所単位での導入も見られ、導入ハードルは大幅に下がっている。「初期費用の無いマーケティングツール、無料で EC サイトを開設できるサービスなど、来場者の方からすると、いろんな IT ツールが仕入れやすい環境になった」と田嶋さんは説明する。

イーコマースフェアの開催理念について、同展を主催するインフォー

マ マーケッツ ジャパンの田嶋典明さんは「世の中の買い物をもっと便利にしたい。BtoB の展示会だが、最終的にコンシューマーの買い物体験向上につなげる」と話す。

今回の注目は TikTok Shop や越境 EC。中国だけでなく東南アジア展開も視野に入れたコンテンツが集結する。中国の消費低迷に対し、東南アジアの購買意欲が上昇しているという市場動向を反映した構成だ。

マーケティング・テクノロジーフェアでは「コミュニティマーケティング」「ファンマーケティング」がキーワードだ。信頼する人からの紹介で購買を決定する傾向が強まる中、BtoB・BtoC の両観点からコンテンツを用意し、業界団体と企画する懇親会も実施する。

また、ツール導入以前の組織課題にも解決策を提示できる場を目指し、

来場者ニーズとのバランスを取りながら "半歩先" の提案を行う。

「ツールを入れても解決しない課題がある。組織の問題やマーケティング担当者の不在、部署間連携の課題など、そうした部分にも向き合いたい」と田嶋さんは語る。

インフォーマは 2016 年に北米の「Content Marketing World」の主催企業を、2024 年にはカンヌライオンズを運営するアセンシャル社を買収した。マーケ・広告分野で世界をリードするイベントをベンチマークに、海外の先進的な知見を日本市場へ届ける。「日本のスピーカーを海外に送り出したい」と田嶋さんは意欲を見せる。

出展者が求める決裁者との接点をつくりマッチングのハブとするため、来場者に「来てよかった」と思える体験を次々と企画している。展示会



ビジネスとしては、規模の拡大よりも付加価値の向上を重視する方針だ。「出展だけでない何かを作り出すのは課題でもある。付帯サービスを増やすなど、まだまだ模索中」と田嶋さんは語る。

また、サステナビリティの取組みとして、出展者からスポンサーを募り、各社の環境配慮活動をイベントホームページで紹介することでブランディングに寄与。2030 年ネットゼロを目標に掲げている。

開催概要

名称：マーケティング・テクノロジーフェア東京 2026 (第 14 回) / イーコマースフェア東京 2026 (第 19 回)
会期：2 月 26 日 (木)・27 日 (金)
会場：東京ビッグサイト 東 7 ホール

デジタル戦略とネットショップビジネスの課題を解決する 2 日間

e COMMERCE FAIR TOKYO



MARKETING TECHNOLOGY FAIR TOKYO

イーコマースフェア 東京 2026
マーケティング・テクノロジーフェア 東京 2026

2026 年 2 月 26 日 (木)・27 日 (金) 10:00-17:00

東京ビッグサイト 東 7 ホール

主催: informa markets

WEB 来場事前登録はこちらから▼



来場事前登録受付中



舞台を彩る光と映像の専門展 —— ProLight & ProVisual 2026

舞台演出に関わるプロの照明・映像の専門展示会「ProLight & ProVisual 2026」が、2月18日から20日の3日間、東京ビッグサイト東7ホールで開催される。主催はProLight & ProVisual実行委員会と日本能率協会。

同展は2015年に舞台照明メーカー・代理店が集まる展示会としてスタートし、2020年から映像エリアを新設。2年に1度開催されている。会場には照明設備、映像機器、ムービングライト、LEDディスプレイなど最新ソリューションが集結。31社・



前回開催のようす

団体が316ブースを出展予定で、来場者1万名を見込む。入場無料、事前登録制。

会期中は専門家によるセミナーも開催され、最新機材の活用法などが紹介される予定だ。

イベント文脈で水都・東京の価値探し —— 水辺ウエルビーイング研究会

イベント学会東日本本部は「世界都市・東京の水辺ウエルビーイング研究会」の発起人会を1月22日に新橋で開催した。個人会員11名が発起人として参加し、座長に町田誠理事、副座長に澤内隆氏、事務局長に内田なお子氏が選任された。

同研究会では、海の森公園のオープンや玉川上水の世界遺産登録運動、首都高地下化による日本橋のオープンスカイ化、荒川・多摩川のサイクルロード整備など都内各地の水辺

の動きに注目。今後2年間で参加体験プログラムの構築提言や情報発信に取り組み、メンバーの拡大も積極的に進めていく。



発起人会に各分野の専門家が集結

新春に MICE のプロが一堂に —— MPI Japan Chapter

MPI Japan Chapterは1月13日に2026年度通常総会を、翌14日には新春賀詞交歓会を開催した。総会では2025年度の活動報告・決算報告を承認し、新役員体制と活動計画を発表。会長には坂本和也氏(森ビル)が就任し、次期会長に大谷仁美氏が就任した。2026年度は新たに朝活形式の「モーニングセッション」を開始するほか、日本学生観光連盟との協働も継続する。翌日の賀詞交歓会



海外会員も参加し盛り上がった会場

では新規会員が紹介された。坂本会長は「忙しい時こそ立ち止まり周囲を見渡すことが大切」と交流とコラボを呼びかけた。

ユニークベニュー活用レポート「自由学園明日館」

使ってこそ残る名建築に 人生の記憶を託す

Event Job Summit 2025 Winter



重要文化財で合同会社説明会を実施。2階の食堂は企業ブースに

昨年12月15日、東京・池袋の重要文化財「自由学園明日館」で、イベントマーケティング編集部主催の「Event Job Summit 2025 Winter～イベント業界合同会社説明会」を実施。就職活動にとどまらず、イベント業界の人材の課題を共有し、解決策を考える場となった。

今回、東京観光財団のユニークベニューワンストップ窓口の協力と、福田竜館長の柔軟な対応もあり、イベント施設ではない、自由学園明日館を会場とすることができた。帝国ホテルを設計したフランク・ロイド・ライトが設計した建築で、1997年に重要文化財に指定されている。

「イベント業界合同会社説明会」には、映像センター、テクニコ、シアターワークショップ、ホットスケープ、TCフォーラム、STYLY、ジュノー、昭栄美術の8社が出展。2階の食堂で企業ブースを展開し、1階ホールでは企業プレゼンや若手スタッフに

よるカジュアル座談会を実施した。

講演会は、東京音楽大学のカルテット「インセンディア」による演奏でオープニングを飾り、自由学園明日館の福田館長が「ユニークベニューでのイベントづくりとは」をテーマに講演。続いて「選ばれる企業・人材になるために」と題したパネルディスカッションを行った。交流会は、かつて生徒たちが昼食を囲んだ食堂で開催し、世代・職種を超えた交流の場となった。

実際に使用してみて、通常の貸会場とは異なる点がいくつかあった。重要文化財・名建築であることの訴

求力は大きかった。「会場そのものが目的地になる」という価値があり、参加者に対して「イベントに来ませんか」だけではなく「会場に来ませんか」という訴求ができる。会場選定の段階で集客に貢献できる。

さらに、重要文化財として長年地域に根差してきた歴史が、意外な形で活きた。東京音楽大学の演奏が実現したほか、近隣の銭湯施設「妙法湯」の協力も得られ、立教大学放送研究会には当日のアナウンスを担当してもらえた。周辺の専門学校への集客誘致でも好反応を得られた。こうした地域コミュニティの中にある施設だからこそ連携ができた。

福田館長の「使ってこそ、保存される」という言葉が印象に残った。建物をそのままの状態でも保存するだけでなく、施設を活用することでその価値を保ちながら次代に伝えるという「動態保存」の考え方だ。

参加してくれたウェディングプランナーは「イベントはずっとある場所です。思い出の場所に再訪できるように」と語った。結婚式と同様に、人生の舞台を決める出会いとなりうる合同会社説明会。歴史的建造物で開催することで、参加者の記憶にも残る場と成れただろうか。

都内のユニークベニューをご検討の際はお問い合わせください

**東京ユニークベニュー ワンストップ支援
総合窓口(東京観光財団内)**

TEL : 03-5579-8870
E-mail : tokyouniquevenues@tcvb.or.jp
URL : <https://uniquevenues-jp.metro.tokyo.lg.jp/>



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、インペーター、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。

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



海外ニュース

CES2026

新エリア「CES Foundry」始動 AI・量子技術の社会実装へ

世界最大級のテクノロジー見本市「CES 2026」(1月6日-9日)において、人工知能(AI)と量子コンピューティングに特化した新エリア「CES Foundry (ファウンドリー)」が開設された。1月7日から8日の2日間、ラスベガス・コンベンションセンター(LVCC)に隣接するホテル「フォンテンブロー・ラスベガス」を会場に、理論段階から実用・ビジネス段階へと移行する最先端技術のショーケースとして、業界リーダーや投資家、政策立案者が一堂に会した。

「C-Space」以来の新拠点

主催する全米民生技術協会(CTA)は、CES Foundryを「AIと量子イノベーションのための新たなハブ」と位置づける。CESでは2015年にマーケティング・メディア業界向けの「C-Space」を新設し成功を収めた経緯があり、FoundryはそのAI・量子版といえる。

会場ではパネルディスカッションやファイヤーサイドチャットが展開された。単なる技術展示にとどまらず、スタートアップと投資家、企業と政策決定者を繋ぎ、商機を創出する場としての機能が強化されている。

AIはインフラへ
ロボット工学との融合も

主要なセッションでは、AIが単なるツールから社会インフラへと進化する現状が浮き彫りになった。米大統領科学技術政策局(OSTP)のマイケル・クラツィオス氏とCES主



写真左) : CES Foundryは、CESにとって、11年ぶりの新エリア
写真右下) : 「CES Foundry Celebration Event」も開催された



写真右上) : メディアデーに講演したAI半導体大手エヌビディア(NVIDIA)のジェンソン・ファンCEO

催者であるCTAのキンゼイ・ファブリツィオ会長による対談では、米国のAIの未来と官民連携の重要性が議論された。また、半導体大手AMDは「インフラとしてのAI」をテーマに講演を行い、国家競争力におけるAIの重要性を強調した。

AI半導体の大手企業、エヌビディアは「物理AIと汎用ロボット工学のビッグバン」と題したセッションを開催。デジタル空間のAIが現実世界のロボティクスと融合する「フィジカルAI」の潮流を示し、製造業や物流現場での変革を予感させた。

同会場では、本会期前のメディアデーに、AI半導体大手のエヌビディ

ア(NVIDIA)のジェンソン・ファンCEOも講演した。

AIの展示コーナーはエヌビディアが全面展開だった。自社技術のほか、連携する大企業やスタートアップとの協業事例を紹介した。

量子技術の実用化を
デモで提示

CES Foundryのもう一つの柱である量子技術では、実用化に向けた動きが加速している。IBMなどの大手のほか、関連分野の新興企業やスタートアップが参加し、デモも実施した。これまで研究開発の段階にあった量子技術が、具体的なビジネスソ

リューションとして発表された。

ネットワーキングと
「包括性」の議論

会期中はネットワーキング機能も重視された。1月8日夕方にはIBMやJobsOhioなどがスポンサーとなり「CES Foundry Celebration Event」が開催された。このイベントには、著名アーティストでありAI発明家でもあるウィル・アイ・アム(william)氏も登壇し、AIの包括性(インクルージョン)について議論を交わすなど、技術者以外の層へのアプローチも見られた。

今年のCESは全体で4100社以上

が出展し、来場者は14万8,000人以上となった。うち5万5,000人以上が米国外からの参加者だった。メディア・アナリストは約6,900人。総じて、コロナ後では最大規模の開催となった。

「CES 2026」

会期:2026年1月6日～9日
会場: Las Vegas Convention Center / Fontainebleau Las Vegas
ほか(米国ネバダ州ラスベガス)
主催:CTA (Consumer Technology Association)

～安全・安心とサステナブルなイベント開催にむけて～

第2回 イベント安全対策シンポジウム

2026年3月5日(木) 13:00～17:00 ポートメッセなごや コンベンションホールA



ポートメッセなごや
Port Messe Nagoya

参加
無料
(登録制)

講演

イベント開催における安全対策(仮)
一般社団法人日本展示会協会 安全対策委員会



イベント施工作業時における熱中症対策

田尻 博文 株式会社ラインナップ 常務執行役員ファニシング事業本部本部長



イベント安全DXの現在地と課題ー9カテゴリで捉える安全・安心の再設計ー

近田 菜優 bravesoft株式会社 eventos本部プラットフォーム事業部



サステナブルなイベント_環境負荷の見える化と対策

森 マーヴィン 株式会社Zevero Japan CEO



サステナブルな大型イベントにおける安全対策

黒川 広治 公益社団法人2025年日本国際博覧会協会 持続可能性局人権・調達チームリーダー

■第20回アジア競技大会と第5回アジアパラ競技大会について

本年9月、10月に開催されます国際スポーツ大会の概要を大会組織委員会よりお話しいただきます。

※敬称略 ※講演テーマや講師、講演順については、変更の場合があります。



前回の様子

協賛

出展協賛ブース 25,300円(税込) / 1ブース
安全・安心とサステナブルなイベント開催に役立つ製品や情報等の展示紹介コーナー

名義協賛 11,000円(税込) / 1口

シンポジウムのテーマ(安全対策やサステナブルな取り組み)に賛同する企業様の名義協賛

本イベントでは
温室効果ガス(GHG)排出量を算定します

本イベントでは、イベント全体のライフサイクルアセスメント(LCA)に基づき、イベント開催に関わる温室効果ガス(GHG)排出量を総合的に算定します。企画・準備・開催に至るまでの環境負荷を「見える化」し、サステナブルなイベント開催の実現をめざします。



前回の様子

参加者募集中!!
詳細・お申込みはこちら



<https://portmesse.com/symposium202603>

主催 ポートメッセなごやMICEコンソーシアム
(株式会社コングレ、公益財団法人名古屋観光コンベンションビューロー)
特別協賛(予定) 一般社団法人日本イベント産業振興協会
一般社団法人日本コンベンション協会
一般社団法人日本展示会協会
協賛 各業界団体、企業を予定
お問合せ ポートメッセなごや
TEL: 052-398-1771
MAIL: event-mice@portmesse.jp