

【寄稿】

国際医用画像総合展と 住商モンブランの取組み

文：サクラインターナショナル 猪之奥 康仁さん

コロナ禍のリアル・ ハイブリッド展

新型コロナウイルスの世界的蔓延においてディスプレイ業界は大きな打撃を受けました。当社も国内外のイベントの中止により事業の見直しを迫られるかたちとなりました。

それがオンライン事業への強化です。15年以上前から実績を積んでいる映像制作に加え、配信も可能とするスタジオをオープンさせることで、当社が提案できるプロモーションの幅を広げることができました。現在はIT事業も事業の柱とするべく強化を図っています。オンライン展示会プラットフォームの「Smart e-Messe®」、出展者サポートシステムの「MICE WORLD®」、そして、大規模展示会場向け安全管理システムの「MICE PASS®」など、サービスの展開も進んでいます。

このようにコロナ禍において、リアルだけではなくオンラインにも通じることでハイブリッドな依頼も増えてまいりました。

「今年はこうなる空間デザイン・ディスプレイ 2023 年!」を予想する前に、当社がサポートしたオンラインを活用したアイデア事例のご紹介と、コロナ禍だったからこそ重要性を見直されたリアルイベントをご紹介した後に、私なりの「こうなる」を予想したいと思います。

「遠くへ、多くの人へ」 オンラインを活用した総合的なデ ザイン・企画・運営事務局へ 事例紹介：国際医用画像総合展 (ITEM)

昨年、最新の医療画像機器及び周辺機器を一堂に公開する総合展示会「2022 国際医用画像総合展 (ITEM2022)」において、当社は、一般社団法人 日本画像医療システム工業会様より、展示事務局・内装/外装の会場装飾・ステージプレゼンテーションの運営や出展者ブースレポートによるリアル×オンライン・感染防止対策などの業務を、企画提案コンペで受託し主催者様の業務をサポートさせていただきました。

当社は新しい企画として、オンライン展示会でライブ感を味わっていただくために、会期前日に希望する出展者ブースをレポート形式で撮影して、その日のうちに編集加工して動画コンテンツを作成。開催初日の午後には、ハイブリッド開催のオンライン展示会「ITEM2022 統合 WEB サイト」で公開するコンテンツを納品いたしました。

ご参加いただいた意欲的な出展者様からは、「自社の製品・技術の価値や強み、こだわりと情熱を、動画で詳しく紹介することができ、会場でのサテライト配信やオンラインでの参加者にもアピールできた」と大変喜んでいただきました。

オンライン展示会の多くは、開催したものの、実態がうまくつかめず成功したかどうかかわからないという声も聞きます。オンラインをどのように有効活用し、いかにリアルとオンラインが補完しあい、各々の特徴を活かして伝えた

いメッセージを配信するかが重要です。

ご紹介した企画はオンライン展示会に来場された人へ、会場とつながっているというリアルなライブ感という体験価値を、会期に合わせて出展者の高揚感のあるメッセージを配信するという、オンラインを効果的に活用したコンテンツとなりました。

今年リアル展示会は4月14日から、WEBは3月10日から開催され非常に楽しみです。

引続きリアルとオンラインでのハイブリッド開催となっており、「より遠くの人に、多くの情報を人へ」届けられるよう、今後はさらに海外の参加者も意識して総合的なデザイン・企画・運営事務局をサポートしたく思っております。

このようにオンラインはリアルイベントと大きく関わることで互いを補完することができます。一方で、ものづくり系などは実際に体験することが重要になってきますので、自然とリアルの重要度も増してきます。コロナ禍において実際に「見て・触って・感じる」ことが限定されてきたからこそ、その反動としてリアルの重要性をお客様からお聞きします。そこで次にご紹介するのは、体感することをコンセプトにしたリアルイベントの実例です。

「体感する」リアル展示会

実績紹介：住商モンブラン株式会社様主催
プライベート展示会

2023年2月2日(木曜日)~4日(土曜日)の3日間、東京の大手町三井ホールにて、住商モンブラン様のプライベート展示会「2023 MONTBLANC EXHIBITION - 白衣の数だけ物語がある -」が開催されました。白衣、ユニフォームなどの製品展示、企業コラボやファッションショーが催される企業展示会で、様々なメディアを通してオンラインプロモーションも実施されていました。当社は空間企画から、デザイン、施工までをサポートさせていただきました。

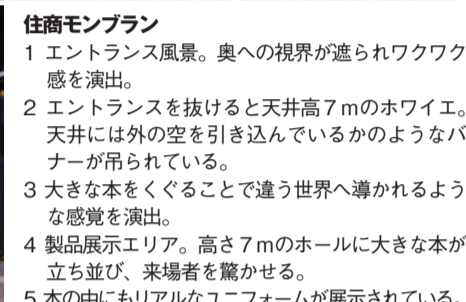
空間へのご要望は「ボタニカル」と「アトラクション会場に来たような雰囲気」でした。「アトラクション会場に来たような雰囲気」というワードや、製品がシーンを物語ることからバーチャルでは表現できないリアルならではの考え方が求められました。

そこで、当社は「体感型カタログ」というコンセプトを作りました。住商モンブラン様のカタログから、丹念に作り込まれた世界観があることを感じ、「見る」のではなく、カタログを「体



2022 国際医用画像総合展 (ITEM2022)

1 出展者ブースのレポート映像



住商モンブラン

- 1 エントランス風景。奥への視界が遮られワクワク感を演出。
- 2 エントランスを抜けると天井高7mのホワイエ。天井には外の空を引き込んでいるかのようなバナーが吊られている。
- 3 大きな本をくぐることで違う世界へ導かれるような感覚を演出。
- 4 製品展示エリア。高さ7mのホールに大きな本が立ち並び、来場者を驚かせる。
- 5 本の中にもリアルなユニフォームが展示されている。

感する」という切り口にし、2次元から3次元へとより身体的に近いものにすることを意図しました。具体的にデザインでは、「カタログすなわち本の世界に来場者が入り込む」というテーマで巨大な本が林立し、ボタニカルな要素と融合することで、不思議な世界観を体験できる空間にすることを目指しました。

ここで少し、イベント概要と空間をご紹介します。エントランスは天井高が低く、巨大な本や本棚のグラフィックが貼られた壁が重なるように立っているために奥への視界が遮られています。まるでトンネルのような空間を抜けると高さ7mの大空間のホワイエが待ち受けます。大きな窓には空が広がっていますが、その空をホワイエにも引き込むように天井バナーが吊られています。

そこでは企業コラボゾーンが広がり、様々な企画が盛りだくさんでした。

ホワイエにある大きな本をくぐり、狭く薄暗い通路を抜けると、そこには天井高7mの大空間に大きな本型の展示造作が立ち並んでいます。まるで背が縮み、本の世界に足を踏み入れたような体験ができます。この施設には大きな空間同士をつなぐ狭い空間があるため、うまく利用することで、見えない次の空間への期待感と、ひらけた大空間への感動を演出できます。身体的、心理的な強弱をつけることができるため、来場者への印象は強く残ると思われる。

ホールでは製品展示だけではなく、ファッションショーも催されるためレイアウトも気を

使いました。本型の展示造作の並びが退屈にならないようにしつつも、展示会機能、ファッションショーの動線を考慮することが求められました。このように、来場者へリアルイベントだからこそ、可能とする体験価値をご提供できるように心がけました。

五感で感じ、SDGsな 空間デザイン・ディスプレイ

2つの事例を通して感じたことは、2023年以降は、「五感で感じる」がポイントになると考えます。コロナ禍において、五感の大切さは誰もが感じたと思います。コロナ禍を経験したからこそ、リアルの大切さを学びました。そして、それを補うのがオンラインです。コミュニケーションのとり方が多様になり、リアルとオンラインの境界が曖昧になりつつあると感じます。デザインにおいても「誰に、何を、どんなプロモーションが必要なのか？」その問いの答えが重要であり、それはリアルもオンラインも関係なくフラットな思考を持ち、多様な答えが求められます。オンラインをどのように活かすかがプロモーションに差が生まれます。

加えて重要なのがSDGsです。住商モンブラン様の展示会では、「環境に負荷をかけないモノづくり」のために、SDGsの取り組みに力を入れていらっしゃるということもあり、当社が保有している再利用可能なシステム部材を中心とした空間づくりを行いました。

このSDGs的視点は、リアルの重要性が見直されたからこそ、今後、更に求められてきます。幸運にも、SDGsの取り組みは創業以来43年以上にわたり実施しており、システム部材の活用以外にも、資材のリユースシステムである「SRDS2®」、奈良工場に太陽光発電パネルの設置、旧本社においては屋上緑化を実施するなど、身近にSDGsを感じており、各社員にはその感覚は根付いていると思います。2023年は、コロナ以前とはまた違うカタチで、リアルが盛り上がってくれればと思います。



2 ステージ風景