

NIPPON QUALITY | GIFTSHOW
 DATA | 2017.9.6 - 2017.9.8
 SITE | TOKYO BIG SIGHT
 SIZE | 6m × 36m

NIPPON QUALITY | GIFTSHOW

2017年9月に開催されたギフトショーにおいて実施された中小企業基盤整備機構による海外販路開拓支援ブースである。24小間（6m×36m）のサイズに海外への販路開拓を臨む32社が参加した「合同ブース」となる。今回のこのブースは結果として、1社当たり平均前年比3-5倍の実績を出し、出展者満足度も100%を記録した。単にデザインだけでなく、このような合同ブースの「在り方」をこの事例を通して提案したい。



NIPPON QUALITY | GIFTSHOW
 DATA | 2017.9.6 - 2017.9.8
 SITE | TOKYO BIG SIGHT
 SIZE | 6m × 36m

NIPPON QUALITY | ブース内側に向けた中央集中型レイアウト

通常、このような小間形状の合同ブースの場合、出展者を外側に向け、内部は商談スペースとする場合が多い。しかし、そのタイプのレイアウトパターンには欠点がある。自分達の出展場所で、通路に向かって立つ出展者は、無意識のうちに来場者に圧迫感を与え、来場者を遠ざけてしまっていることが多いのである。

また、内部の商談コーナーは実質「休憩所」になっている場合が多くなる。今回のこのブースでは、その欠点を払拭すべく、内向きタイプのレイアウトとした。

このレイアウトパターンで重要な点は、「出展者の待機位置」である。中央のカウンター、これは来場者のためでなく、出展者の「ヤドリギ」を企図したものとなる。出展者にこのブースの「使い方」に慣れていただくため、今回は事前に「出展者への出展対策講座」を実施。出展者全員に待機方法・接客パターンの研修を行った。



①



②



③



④

NIPPON QUALITY | GIFTSHOW
 DATA|2017.9.6 - 2017.9.8
 SITE | TOKYO BIG SIGHT
 SIZE | 6m×36m

NIPPON QUALITY | 各所の「集客デザイン」の根拠と工夫

- ①中央カウンターは出展者のためのヤドリギであり、商談もできる多目的カウンター。上部の梁は、各展示スペースに適切に「照明効果」を出すための「照明設置用梁」となる。
- ②当ブースは会場内の通路に向けて「背を向けている」が、所々を開けることで自由な出入りを可能にし、同時に「チラ見」効果で「入ってみたい」要求を起こさせるように仕組んである。
- ③ブースに自然な形で入っていただくよう、「通路に対して垂直な動線」として展示台を設けた。自然な形で来場者をブース内に引き込むよう企図している。
- ④各展示台は、全体の統一感を損なわないよう、展示可能範囲を限定すると同時に、「展示台装飾計画書」を提出していただき、展示方法の事前チェックも行った。



1/ 出展者アンケートの結果

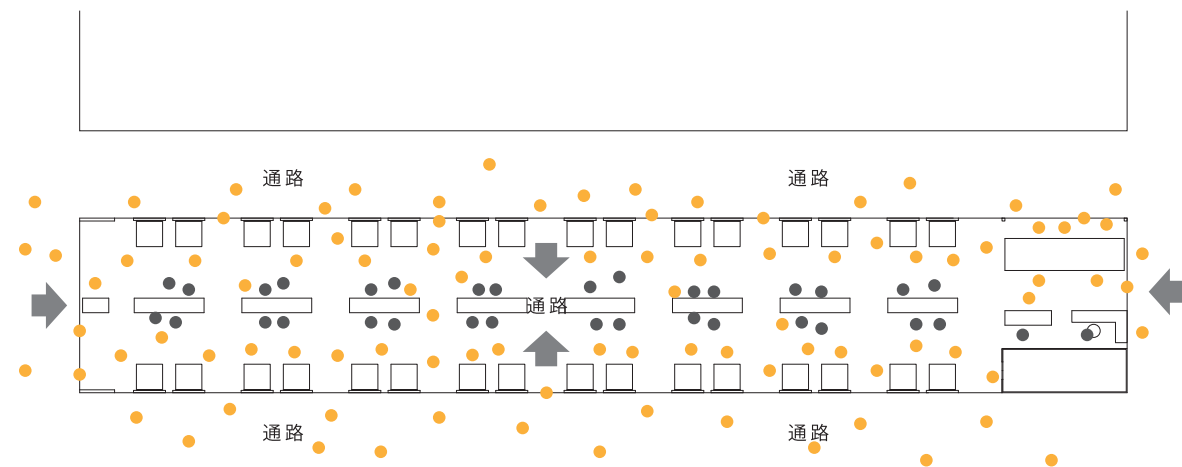
出展満足率 100%

大変満足 87% 満足 13% あまり満足していない 0% 満足できなかった 0%

名刺交換数 87 件 (前年 29 件) 商談件数 57 件 (前年 18 件) 成約見込み件数 19 件 (前年 2.8 件)

2/ レイアウトの方針

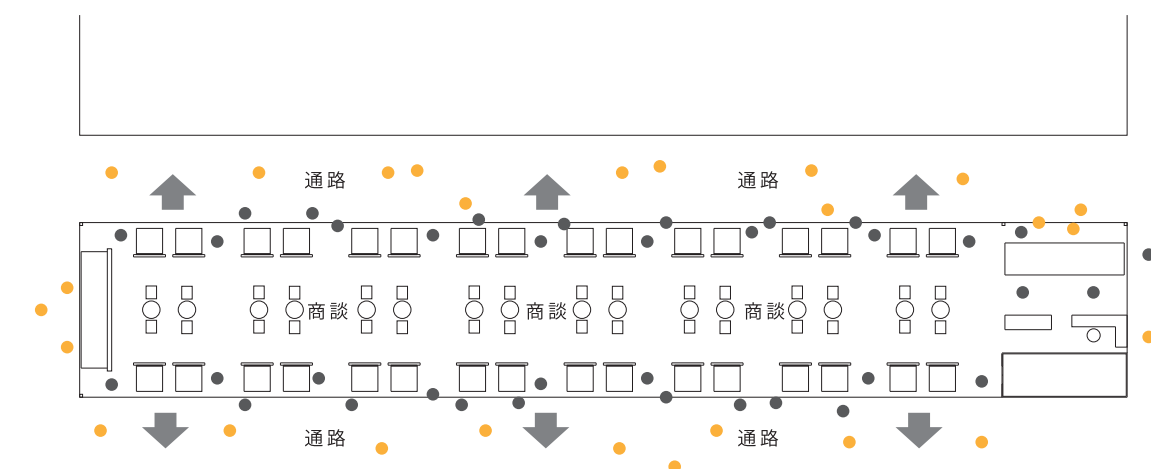
■今回の内向きレイアウトパターン。中央のカウンターで出展者は待機することが重要。



ブース中央のカウンターは出展者の待機場所。
来場者は、出展者を気にせず歩き、ブース外部からも自由に入ることが出来る。

■従来に多い、外向き開放タイプ

● 来場者 ● 出展者



出展者は通路に向かって立っているため、来場者は近づきにくい。
ブース内部の商談コーナーは実質、出展者の休憩場所となる。

NIPPON QUALITY | GIFTSHOW
DATA|2017.9.6 - 2017.9.8
SITE | TOKYO BIG SIGHT
SIZE | 6m×36m

NIPPON QUALITY | ブランド訴求としての「デザイン性」と「集客性」の両立が展示会ブースデザインでは必要

展示会ブースに携わる者は、「デザイン性」と「集客性」を両立させることが重要で、そのために全力を尽くす義務があると常々考えている。

「デザイン性」とはデザイナーの艺术的思考ではなく、独りよがりなオブジェでもなく、出展者のための適切なブランド訴求の結果である。

また、商談を目的とした展示会ブースの場合、評価されるべきはデザインではなく、集客等の「出展の結果」である。デザイナーはそれを心に銘記しておくべきと自身でも常々戒めている。

今回のこの提案では、そんな思考をベースとして、「本気で出展をしている中小企業等出展者」のための合同ブースの在り方を、広く社会に提案したい。