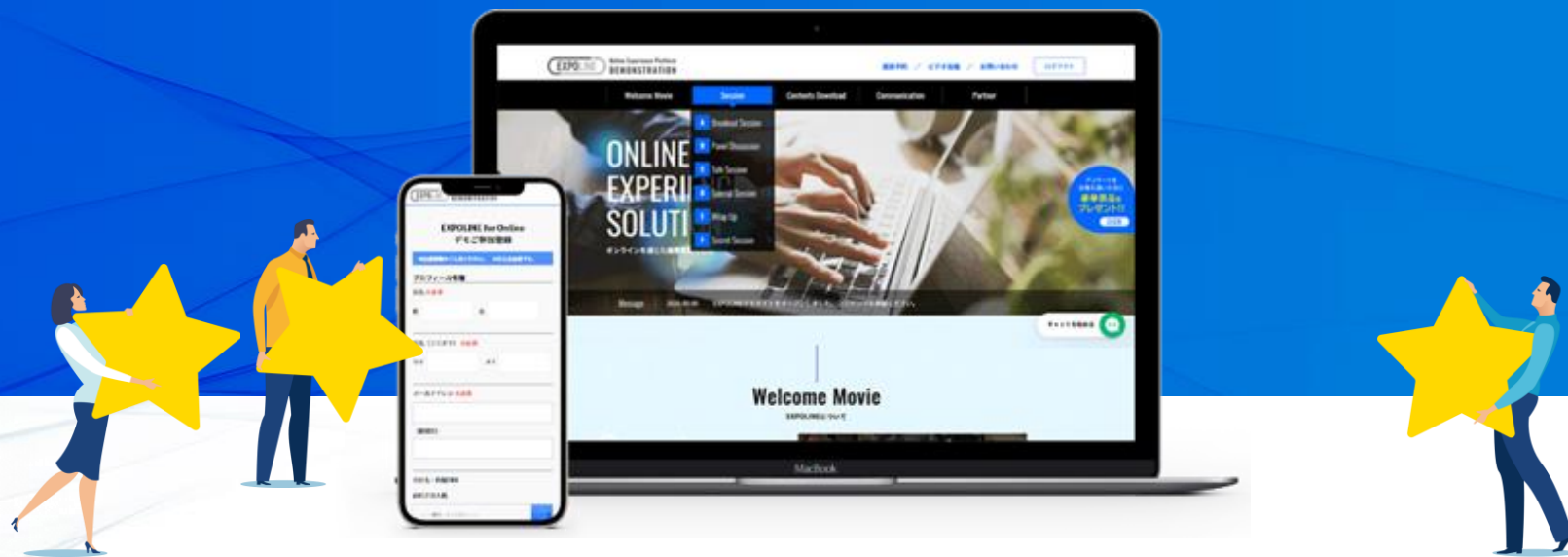


3つのポイントで差がつく!

イベント成功への近道

イベントDX



1

はじめに

新型コロナウイルス感染症の制約が緩和し、オフライン（リアル）のイベントが増加しています。しかし、実際の集客は街の賑わいほど簡単ではありません。人々の関心を引くためには、今までのようなイベントを再開するだけでは不十分です。これからのイベントの成功にはイベントDX（デジタルトランスフォーメーション）が不可欠となっています。

本ホワイトペーパーではイベント主催者が成功を収めるために把握すべきイベントDXの重要性和基本要点に焦点を当てます。

INDEX

●はじめに	P01
●イベントの多様な目的とその重要性	P02
●成果の出るイベントをつくるための「イベントDX」	P03
●体験価値を高めるためには？	P04
●イベントDXに重要な3つのポイント	P05
POINT1／参加者満足度の向上	P06～P14
POINT2／イベント成果の継続的な進化	P15～P20
POINT3／イベント開催の効率化・自動化	P21～P25
●EXPOLINEとは	P26
●おわりに	P27



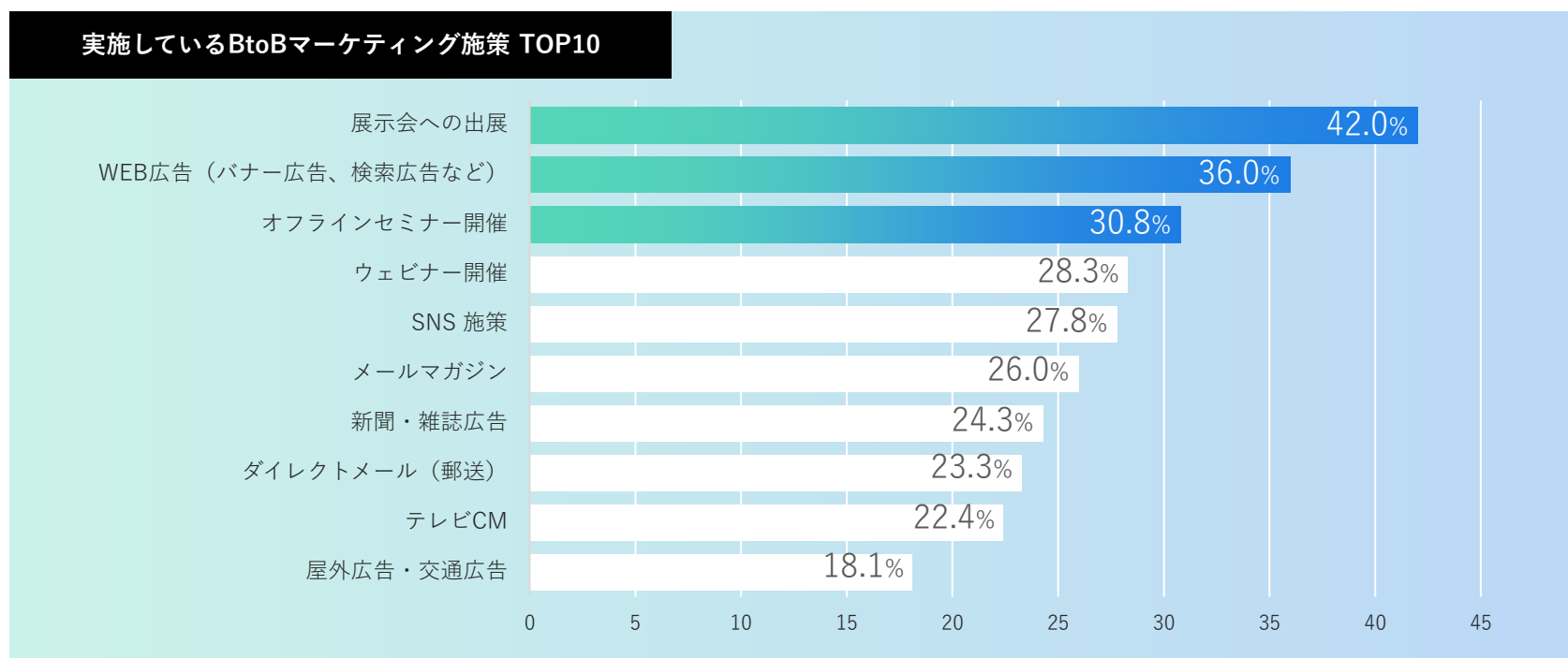
2

イベントの多様な目的とその重要性

イベントは販促、プロモーションなど様々な目的に活用されています。その価値は単に消費者向けだけでなく、法人向けのマーケティングにおいても明らかです。

Sansanの調査によれば、BtoBマーケティングの上位10項目では「展示会への出展」がトップで、42.0%の支持を得ています。また、展示会出展・セミナー・ウェビナーを大きな意味でイベントと捉えると実に半数以上の企業が取り組みをしています。

Webプロモーションが台頭し、重要な施策として認知されているが、イベントは今でも重要な施策の一つとして認知されていることが分かります。



〈参照〉 <https://jp.corp-sansan.com/news/2023/0601.html>

3

成果の出るイベントをつくるための「イベントDX」

成果の出るイベントのカギとなるのは、参加者の期待に応え、期待値を超えること。

弊社のアンケートでは、イベントの参加者はほぼ100%が「業務に役立つ情報収集」を目的にイベントに参加していると回答しています。

イベントの目的は多種多様ですが、多くのイベントで重要なKPIとなっているのが「集客」です。

より多くの集客をするために、著名な講師や芸能人をゲストとして招く、広告をたくさん打つなど手法はいくつもありますが、本質的には「参加者、出展社にとってイベント参加が有意義なものであること、また参加したいと思えるイベントであること」が集客を底上げしていく上で大事なことです。

そのためにはイベントにおける参加者の体験価値をより高めていく必要があります。



4 体験価値を高めるためには？

参加者の体験価値を高めるためには、以下の3点がポイントとなります。



イベントデータは複数のイベントを横断的に見ていくことが重要であり、積み上げていくことで次回の開催時に資産となり、イベントの品質向上に繋がります。

そのためにはテクノロジーを駆使して情報提供を最適化する必要があります。

また、イベントの担当者が変わる度にノウハウの一部が失われ、属人性が高まってしまうこともよくあるのではないのでしょうか。

そういった社内のイベントデータやノウハウをデジタル化を通じて蓄積していくことで「資産」とし、次の開催時に活用していくことができます。

5

イベントDXに重要な3つのポイント

POINT 1 参加者満足度の向上

体験価値の向上

思っていたイベントと違った

どの企業が自分の課題解決と
マッチするのかわからなかった



会わせたい&会うべき人たちをマッチング！
新しいビジネス創出に貢献

パーソナライズされた体験で
探しているものが見つかれば情報収集が効率的に

非日常の体験が得られ、感動し、心が動く

満足度の向上

POINT 2 イベント成果の継続的な進化

成果最大化

毎回そのイベント限りで
終わってしまう

データの分析に手が回らない



全てのイベントデータが統合され
横断的な分析を可能に

成果の事前シミュレーションで投資判断を

単体イベントにとどまるのではなく
通年での顧客接点を獲得し資産を最大化

データに基づいた意思決定・高度化

POINT 3 イベント開催の効率化・自動化

効率化・自動化

準備に手間がかかる

各所との調整が面倒

毎年担当者が変わるため、
1からつくらなければならず大変



脱属人化へ
担当が変わっても同様の成果が果たせる

複数のシステムの導入による煩雑化を無くし
手間・工数を削減

量産はシステムが担保
コンテンツの複製やマルチユースへ

準備の軽減

POINT 1 参加者満足度の向上

イベントの体験価値をデジタルで高める

来場管理

QRスキャンのみでの受付

特殊なコードを利用した入場フロー

受付待機列を作ることなく
スムーズな受付フローを実現

パーソナライズ

レコメンド機能

ポイントラリー／スタンプラリー

商談マッチング

イベントサイトや展示会当日の回遊率の向上や
見たい情報のスムーズな発見を実現

来場管理

来場管理機能

QRスキャンのみでの受付が可能のため、受付待機列を作ることなく、スムーズな受付フローを可能にします。

入場証持参者



QRコードの読み取りで入場記録



来場者は入場証の印刷
or
スマートフォンを提示

来場登録済み 入場証忘れ



- ① 来場者自身が携帯のQRコードスキャンで入場証を出力
- ② 窓口スタッフによる登録情報の確認・入場証の発行



登録をしていない人



登録フォームより登録いただき、
入場証忘れのラインに合流



参加者の来場データを簡単に取得できるだけでなく、参加者自身の受付手続きも簡略化して、スムーズな入場体験を実現。

来場管理

画像認識でのチェックイン機能

より受付の来場をスムーズにするために、以下特殊なコードを利用した入場フローを組むことも可能です。

通常の受付運用



1対1の対応であるとその分の待機列スペース必要

時間を要するため、講演待ち・入場待ちの参加者にストレスを与える

画像認識チェックイン



1台の端末で複数のコードを読み取ることができる

カウンタースペースや待機列スペースを取ることがないので
受付だけでなく会場出入口等各所に設置することができる

顔認証でなく自動で発行されるコードを使用することで
事前設定のハードルをさげることができる

参加者がどの道を通ったのかなど、会場での行動ログを簡単に取得。
参加者の属性によるデータの蓄積によって、より細やかなアプローチが可能に。

パーソナライズ

必要な情報を効率よく見つけるリコメンド機能

事前の興味関心事項から参加者の課題を解決する出展者を表示。

参加者自身で検索しなくともパーソナライズ化された情報が表示され情報を効率よく探すことができる。



お気に入りマーク☆もつけて
そのままマイページに登録することも可能

興味関心にマッチした内容を提示することで商談化を促進。

パーソナライズ

必要な情報を効率よく見つけるリコmend機能

リコmend機能を展示会場入り口にも設置。

QRコードの読み込みで関心に合わせて出展者情報を提供し、イベント当日も効率よく会場をまわっていただく。



参加者体験

QRコードリーダーに
参加者のQRコードをかざす



参加者を自動判別し、
事前の興味関心からおすすめの
出展社情報を表示



また参加者にとってのお得情報を表示し、
興味関心を促す



パーソナライズ

イベントサイトや展示会当日の回遊率を高める施策

参加者がサイト内コンテンツを体験するやブースを訪問することでポイントやスタンプなどが付与されます。
より多くのコンテンツを見た参加者にはプレゼントが当たる企画を実施しサイトの回遊率を高めることが可能です。

1

ポイントラリー

動画視聴や資料ダウンロード、コンテンツ参加毎にポイントを加算



2

スタンプラリー

各種サイト閲覧、講演視聴など、目標をクリアしてスタンプを集める



『giftee』との連携

デジタルギフトサービスgifteeとのAPI連携が可能。

ポイントやスタンプラリー抽選へのインセンティブとしてコンビニ商品やコーヒー等のギフトを簡単に送ることができます。



参加者がポイントやスタンプを集めていくことで、参加者との接点を増やし、潜在的なニーズの発掘にも活用できます。

パーソナライズ

より多くの商談機会を創出するマッチング機能

SaaS製品にはないアルゴリズムで会わせたい、会すべき人たちをマッチングできるシステムです。

来場者から出展社のみならず、出展社同士、来場者同士、さまざまな実装が可能です。

例

来場者から出展社へのマッチングフロー

STEP 01

出展社による入力

以下項目の登録

商談可能日

商談可能枠数

出展者ページ用出展アピール情報



STEP 02

参加者による商談申込

以下項目の登録

商談希望日

商談希望内容



STEP 03

出展者による許諾

以下項目の確認・許諾

商談希望日

商談希望内容

決定後出展者・参加者ともにメールにて通知



商談予約の管理は出展者は出展管理システム、参加者はマイページで常に情報を確認することができる

展示会場では…

展示会場のスペースによっては、主催者により専用のスペースを設けることも効果的

「実は課題と問題解決が合致している」など、
自身では探しきれない（見つけきれない）ケースをシステムのアルゴリズムを利用してマッチすることが可能。
新しい機会の創出や潜在的ニーズを発掘に寄与します。

今後の取り組み

Chat GPTとイベントプラットフォームの連携

生成AI

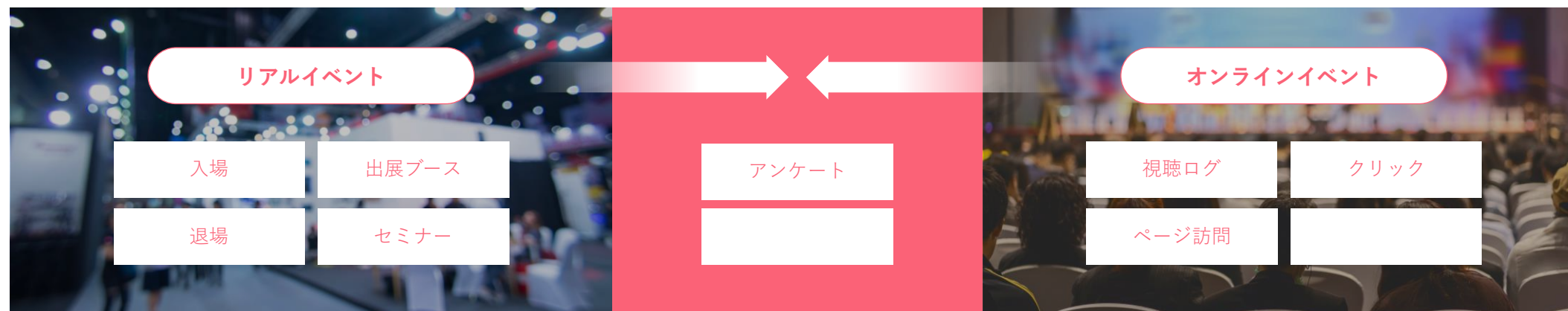
EXPOLINE



POINT 2 イベント成果の継続的な進化

データに基づいた意思決定で最適化する

過去のデータを分析し、将来のイベントを最適化することでイベント成果は継続的な進化
参加者の行動データ興味関心などの情報を収集することで、
どの要素が成功し、どの要素が改善の余地があるかを特定できます。



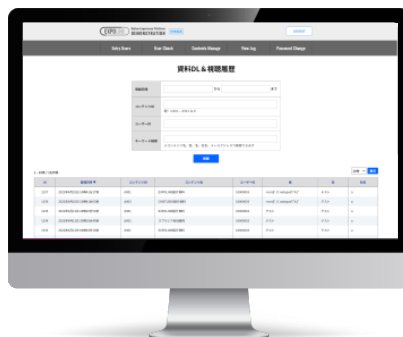
システムで一元管理しデータを蓄積していくことで、独自のイベントデータベースの構築が可能になり、
イベントを開催することによりターゲットにフィットした情報提供が可能になる。

出展ブースログの取得

①リアルタイムデータ提供、②商談メモの設定が可能、③来場者への資料提供ができ、イベント 終了後**即営業フォローに使えるデータ**を獲得します。

事前準備

ブースごとの管理画面を構築
管理者にID・PWを付与



アカウントが発行された担当者は
自身の端末でアプリをダウンロードし、
ID・PWでログイン

ログの取得が可能となる

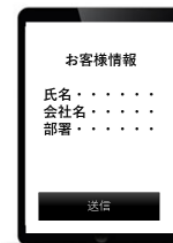
※端末の貸し出しも可能

イベント 当日

来場者の
QRコードを
スキャン



参加者情報の
確認・送信



管理画面で
ログの確認



オプション

- 商談メモを追加することが可能。ログと商談メモが紐づいているため、即フォロー対象の抽出に効果的。
- ログを取得した来場者にブースで配布している資料データを自動送付することが可能。

退場時の来場者フロー

退場時のログを取得することで、会場の混雑状況や会場の滞在時間を獲得することができ、データを取得することで次回に活かします。

ログの取得

退場ログを取得することで、

①会場内の混雑状況

②来場者ごとの滞在時間

を算出することが可能。



QRコードの読み込みをフックに、メールにてアンケートを送付。

会場でのアンケート

退場時にアンケートに回答いただくことが回収率向上につながる。



当社保有のipadアンケートシステム設問項目を自由に設定することができ、個人情報もQRコードの読み込みで紐づけが可能。

抽選機能

アンケートの回答者にデジタル抽選などアトラクションを設け、プレゼントをお渡し。アンケートの回収率を高める。



ルーレットやカードゲームなど、UIはいくつかのデザインから指定が可能

ログの取得と可視化

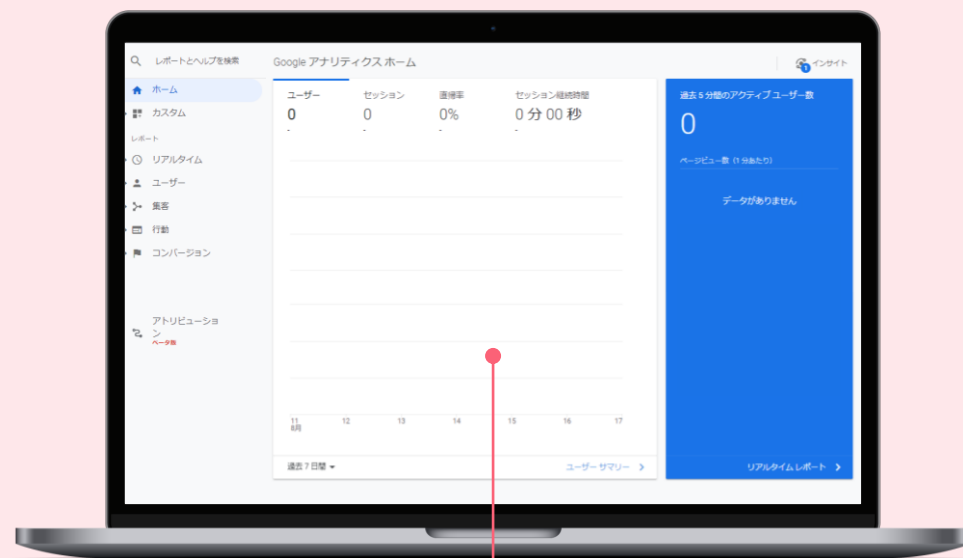
集客の実績やエントリーの推移など、イベントのデータをダッシュボードとして可視化します。

イベントの状況や成果、アンケートの結果を一目で確認することができ、簡易なレポートとして活用できます。



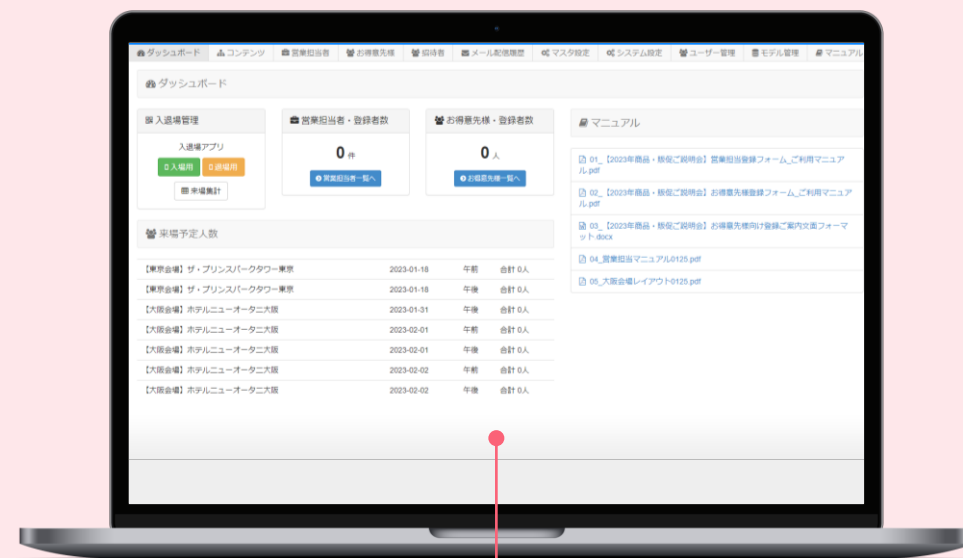
管理画面での一括集計機能

各種集計機能について、以下2点の管理画面を使用し閲覧・修正等いただきます。



アクセスログの閲覧

- ①ログイン前の各種ページへのアクセス数
※Googleアナリティクスを使用



各種ログ・入退場管理用管理画面

イベント前使用機能例

- ①複数名の一括来場登録・入場証発行
(URLの添付でメール配信)
- ②登録データの検索と閲覧・修正

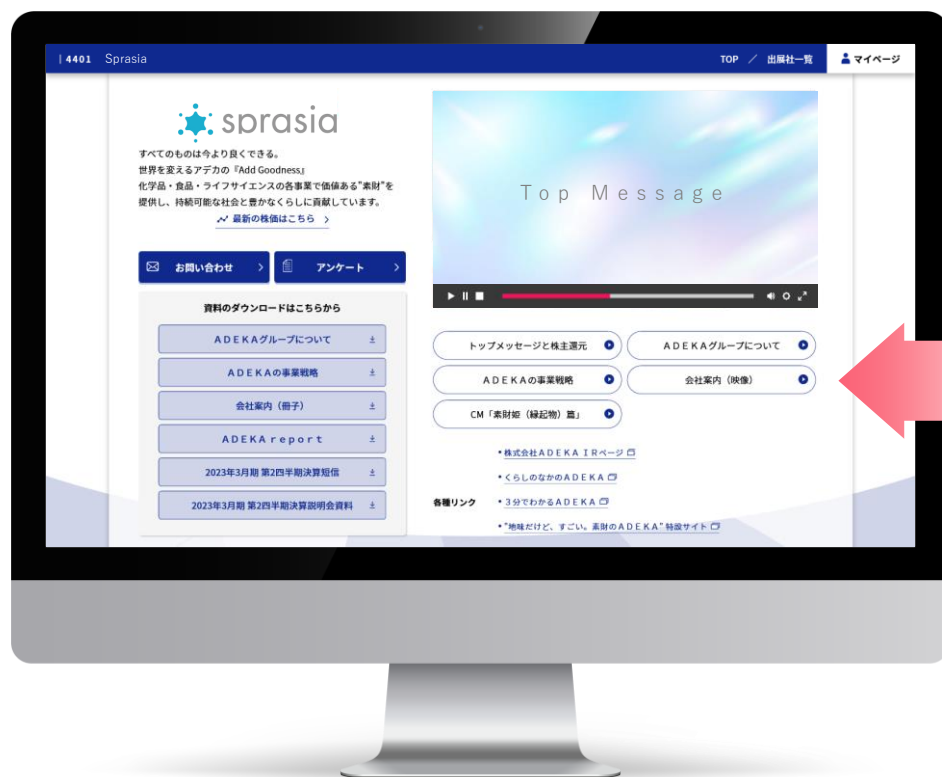
イベント開催中集計機能例

- ①開催期間中に来場者数の集計
- ②オンライン展示会ページの各種ログ・アクセス
- ③商談・マッチング管理

効果的なCVを獲得する出展者ページ

デザインとコンテンツ掲載量を両立した、スクロールなしでページを一望できる出展者ページデザイン例です。

商談の機会を創出するための情報掲載と、展示会当日の商談予約のアクションを入れ、展示会を有意義に活用いただきます。



展示会までのコンテンツイメージ



会社概要



小間番号



製品情報



展示会当日の
商談予約

展示会終了後のコンテンツイメージ



会社概要



製品情報



展示会で
使用した動画



アンケート



商談予約

※出展社様にて各コンテンツを更新できるシステムを構築可能

POINT 3

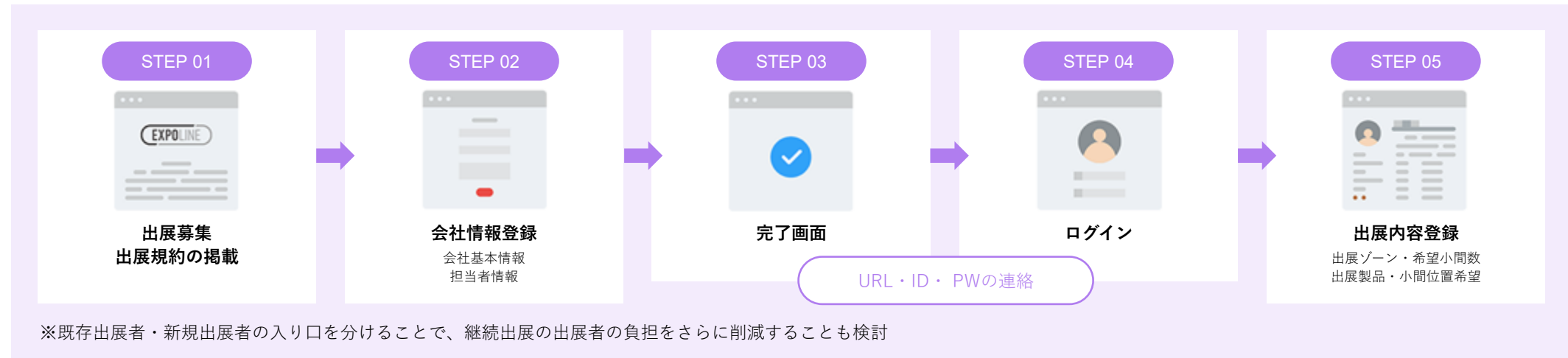
イベント開催の効率化・自動化

イベント主催には非常に多くのタスクやコミュニケーションが発生します。
特に主催者は出展社・講演者・参加者・イベントを共に作り上げるパートナーなど多くの関係者とのやり取りが必要であり、情報の集約一つをとっても非常に工数がかかります。



出展者管理の効率化

出展申し込みのシステムから構築し、小間数の調整による出戻り等、煩雑な仕組みの効率化を図ることで、出展社と主催者双方の満足度を向上いたします。



出展者管理システム

出展者各社様にアカウントをお渡しし、イベントの準備から、会期中の運用まで各社様にて行っていただくことが可能。
事務局の負担を軽減し、主催社様は本来注力すべき事項に専念いただけます。

1

出展者ページのコンテンツ登録

出展者ページのコンテンツを各社にてアップロード・登録いただくことが可能

社名ロゴ

ダウンロード資料

等、資料のアップロード

会社情報

製品紹介

等、テキスト情報の編集

※セミナー情報は運営会社にて実施いただきます

2

会期中の運営

会期中のチャットへの応答やリードを各社にて確認いただけます

チャットへの応答

ON/OFFの切り替え

※オプション

ほぼリアルタイムでの

来場者リードの確認

リードのダウンロード

※チャットの管理画面とリード情報の管理画面は別々のものとなります。

イベントサイトとの連携

出展申込や出展者管理だから来場者の管理まで、イベントに関するデータをシステムとシームレスに連携することにより、制作や管理工数を削減することができます。また、1つのシステムで管理することによってデータを効果的に把握することができるため、出展者・参加者の成果の最大化に貢献が可能です。



スプラシアのイベントシステムでDXを推進！

イベントノウハウ×システム開発体制



イベント制作会社が知らない「IT」を熟知

イベント会社が苦手なITに対する知識・経験を保有。要望を高いレベルで理解し、開発者との連携によりDXに貢献いたします。



プランナーによるイベント全体のブランディングに貢献

開発会社では受け身になってしまい、ご要望いただいたことを実現するのみにとどまりますが、当社は50年もイベント業界で培ったノウハウで、提案型の進行・ディレクションを実施いたします。



SaaS企業が対応できないノウハウと守備範囲を保有

セミオーダー型なので、貴社オリジナルのオンラインイベントサイトをスピーディに構築することができます。競合との差別化を実現し、貴社固有の課題を解決します。



イベント経験者がお客様窓口に対応

当社のディレクターは全員、リアルイベントの主導経験またはサポート経験があります。そのため、クライアント企業様からの直接オーダーでも、問題なく共通言語で進行することが可能です。

6 EXPOLINEとは

イベントの事前作業から
当日の体験、視聴、事後フォローまで、
イベント全体をワンストップで管理します。

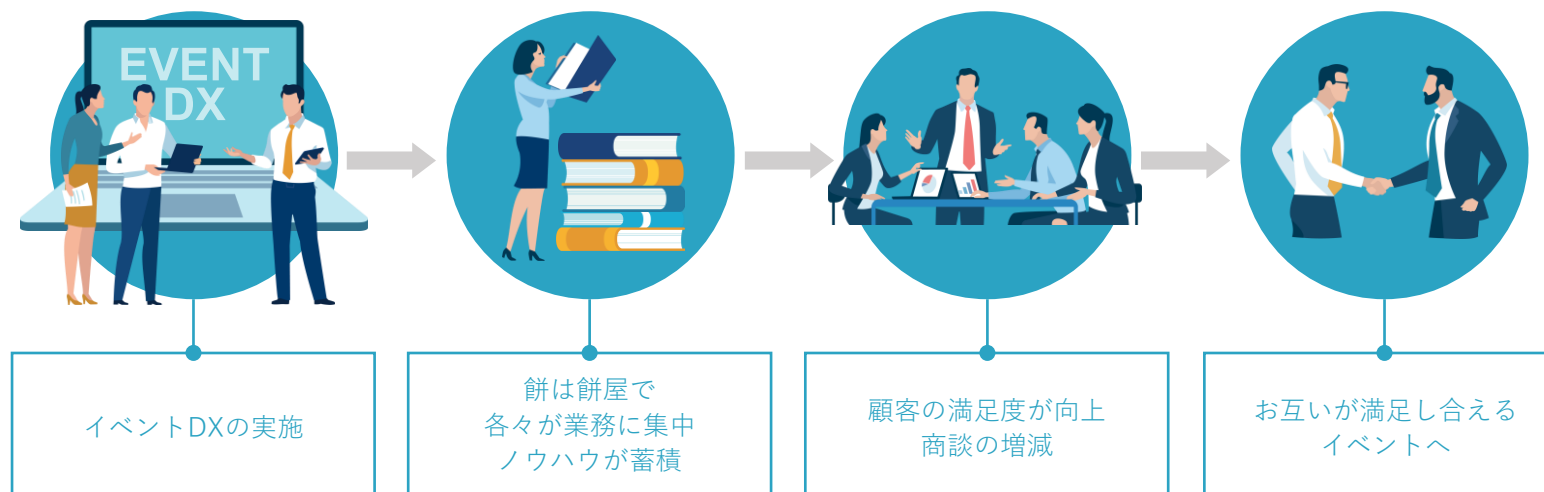
これ1つで、オンラインはもちろん、
ハイブリッドイベントにも対応が可能です。



	SaaS利用 パッケージ	自社開発 スクラッチ	EXPOLINE セミオーダー
価格	○	×	○
納期	◎	×	○
カスタマイズ	×	◎	◎
ツール連携	△	◎	◎

イベントDXをおこなうことで、
社内リソースの削減・効率化がはかれるだけでなく、
より参加者が満足できるイベント開催を実現します！

まずは今回紹介した3つのポイントを意識してイベントの計画を進めていくことで、
自社の中でどのポイントが不足しているのか、
自社ではこういった施策が必要なのか、
といったイベント計画をより深めていくことができるのではないのでしょうか。





● 社 名／

株式会社スプラシア Sprasia, Inc.

● 代表者／

代表取締役社長 中 島 優 太

● 本社所在地／

〒104-0031 東京都中央区京橋3-1-1 東京スクエアガーデン20F

● 設 立／

2007年8月8日

● 資本金／

9,975万円

2024年3月末日時点



● お問い合わせ

Tel: 03-6820-8620 Mail: sales@sprasia.com

グループ会社

H A K U T E N

株式会社博展／フィジカルイベントの博展

