

災害防止研究所 #11会議 (2019.5.28 1613~1845) 議事録

○ 参加者

吉田明生 佐藤慶太 佐々木宏 里雅之 柏木白光 中野晴生 江口亮 阿賀嶺哲  
岡田満 (元パナソニックベトナム社長) 土居輝彦 (モノ・マガジン編集ディレクター) 星野渉 (株式会社  
建設技術研究所・東京本社社会防災センター主任) 東谷淳 (おみくじ工房 Planning & Sales Department  
Executive Manager) 田中孝樹 (一般社団法人 農協流通研究所 店舗事業部 部長) 川満隆 (株式会社て  
いだ)  
山口剛

○ 場 所

ウッドオフィス外部会議室 東京都港区新橋5-20-1 ル・グラシエル BLDG5 号館 2F

○ 自己紹介

岡田さん、阿賀嶺さん、川満さん、田中さん

○ 結 論

- 1 出展と広告で収益を計算するのは難しい。
- 2 広報は、広告収入よりも、イベントの周知及び参加企業のモチベーションを高めることを重視する。
- 3 6/5 阪急との会場契約後の経費見積りに基づいて、イベントの焦点を絞り、経費を抑制する。
- 4 経費と労力を削減するため、認証は実施しない。次回以降に、先送りする。
- 5 イベント開催広報との接続、そのための準備期間等を考慮して、一般審査の投票時期を8月中旬まで、1ヶ月後ろ倒しする。
- 6 1~5項を踏まえ、専属のプロデューサーを入れて、企画を再検討する。
- 7 農水省、防衛省等の参加をできるだけ早期に確定させるよう調整する。

○ 議事録 (要旨)

- 1 「防災グッズ大賞」HP について (山口)
  - ・ 部門ごと 20点それぞれに、写真3枚・情報掲載可
  - ・ 投票：研究所のメールへ情報、集計システムを準備
  - ・ スマホのアクセスも可

- (土居) 若者はイベントに参加をする意識は高い。コメントを書く機能が必要では、フェイスブックを活用は。
- (佐々木) 拡散が図れて良いのでは。多くの方に見てもらうには、バナーの広がりが必要。山田さんの関係のインフルエンサーを活用しては。投票の途中の経過はわかるのか。
- (山口) 集計が出るようにする。
- (田中) 途中経過が分かれば自分の投票した商品の順位の推移が分かり興味が続くのでは。
- (東谷) このHPに来るまでが大事なのでは。
- (里) 投票した人全員にではなくとも何かしらの見返りが必要では。  
チラシにQRコードを付けて予め阪急さんに置いておき、このHPに誘導するような方法をとる必要がある。  
HP自体は、字を少なくしビジュアル重視が良いのでは。
- (柏木) 機械音痴はHPを見ないのでは。主対象の主婦はチラシを見てもQRコードでの投票はできるのか。年配の女性でも投票できるような工夫がいるのでは。
- (東谷) デパートから郵送されてくるカード関係等のお知らせの中に入れ込む手もある。
- (中野) 読んでもらってから、投票してもらうには更に工夫が必要では。
- (東谷) 投票した人には野菜ソムリエのレシピを貰えるようにするとか。
- (柏木) 女性は喜ぶだろう。4～5ページの簡単なもので良い。
- (吉田) 投票に景品を付けるのであれば、枠組みを変えて一次・二次を一緒にして最後まで持って行く方法も考えられる。
- (里) その方法は解り易いのでは。最初から候補数を絞り込む方法もある。
- (吉田) 商品の準備もし易いが、何か影響はないか。
- (里) 候補を100→10は研究所で、10→1は投票で、という方法もある。
- (吉田) HPの変更は。
- (山口) 数を減らすことは可能
- (吉田) 作業している立場ではどうか。
- (江口) 商品が少ないほうが資料は作成しやすいが、問題は選んだ企業が受け入れてくれるかどうかだ。
- (吉田) 投票数がこのイベントの評価になると考えている。今回は、投票をしないという選択もあるが。
- (東谷) 候補になった商品の企業は投票に組織を動員するであろうから、イベントの拡散につながる期待があり投票はあったほうが良いだろう。
- (吉田) 商品数が多いほうが多くの投票につながるということになるか。
- (佐藤) mono マガジンには商品は掲載されるのか。
- (土居) 時期的に間に合わず、掲載はされない。
- (佐藤) 認証はいつからになるか。
- (吉田) 大賞の受賞後につけることとなる。
- (柏木) 出品数により、受賞の数を割り振る方法もある。次回からの出品のモチベーションを考えれば受賞の平均化も必要となることがある。投票数を公開していくのも問題があるかもしれない。
- (吉田) 一般の投票と審査員の評価との賞は分けて出す。  
ここまでをまとめると、  
① 投票期間は延長する。

② mono マガジン 8 / 17 に間に合えば認証を出す。

③ 候補商品数は各部門 20 コ

(山口) 最終的な期間・投票者へのプレゼントが決まればその写真等のデータを頂きたい。

## 2 農林水産省との協力関係等について (佐々木)

- ・ 農林水産省との協力関係について

農水省大臣官房政策課食料安全保障室の担当者と会い阪急阪神百貨店イベントについて説明した。イベントに際して冊子二種類各 1000 部を提供してくれることになった。講師の派遣の検討もしてもらっている。

- ・ 食品関係のブースへの出展見込み

イベント当日は休日であり、各社とも人を派遣しない出展・出品となる見込み。

- ・ 野菜ソムリエ協会の 6 万人の会員をインフルエンサーとして協力をしてくれる。

- ・ 1 回/60 分で、参加型調理実演として農水省パンフレット掲載のビニール袋を使用したバッククッキングという簡易調理を考えている。

(吉田) 農水省のパンフレットに掲載されている項目をイベントで実演するのは良いことだろう。

出展と出品の皆さんのイメージはどうだろう。人が派遣されない場合の細部の運営はどうなるのか。

(佐藤) イベントのオペレーション専門会社に適切に行ってもらわなければならない。

(里) 大阪の専門会社に頼んである。出展・出品等での問題点があればアドバイスをする。

(吉田) 農水省が協力してくれることで、防衛省等の他の官庁も協力しやすくなるだろう。

## 3 阪急阪神百貨店イベントについて (里)

- ・ 阪急さんの担当者が決まり 6/5 にお会いする。可能な限りのデータを持参したい。

- ・ 会場に展開するブースの図面を作成する。

(佐々木) 熱源・試食の可否の確認が必要

(里) 関係する多くの者で行った方が良いと思う。

(吉田) ブースは 3.6×3.6 (12 コ) → 1.8×1.8 (48 コ) に変更し、数と運用の柔軟性が増した。研究所のコーナーや説明の展示が可能になるが、ブースを仕切るための資材に費用が掛かる。

(里) ブースの仕切りは防災メーカーから探したい。

(吉田) イベントのストーリーのプロデューサーを佐藤さんをお願いしたい。

(佐藤) 私が直接担当するには、現業のスケジュール的に厳しい。信頼できるプロデューサーがいるので、契約して専属で雇用したい。イベントが成功した時・失敗した時も考えて検討することになる。その費用は私の会社で負担するので、イベント成功時は研究所から経費として出してもらいたい。イベントが赤字になった場合等、最悪の場合のことを考えておいた方が良いのではないか。

(吉田) 佐藤さんの提案にどうであろう。一人専属のプロデューサーを雇用するというので、良いだろう。

(佐々木) イベントの必要経費は、予め明確にしておく必要がある。

(柏木) 必要経費の見積りと最悪の場合の負担については、ここで決めておいた方が良い。

(吉田) 経費について説明する。

## 4 経費見積もりについて 資料に基づき説明 (吉田)

- ・ 支出：841万円、収入：2040万円 収入は広告と出展料
- (佐藤) 出展と広告での収入はかなり厳しいと考えられる。パスポートタイプの小冊子の広告も金額的に難しいのでは。
- (土居) 小冊子の部数の予定は。
- (吉田) 2万部
- (土居) 2万分でこの広告料では厳しいと思う。広告料は、mono マガジンへの掲載が条件であるかのように受けとられないようにお願いしたい。バーターではないことを明示するように。
- (佐藤) 割り切って考えて、mono マガジンへの広告掲載の方が訴求効果はあるのではないか。
- (土居) mono マガジンへの広告掲載ならあと一か月以内での決定が必要となる。
- (阿賀嶺) 現段階では何社くらい来ているのか。
- (佐藤) これからの勧誘である。
- (土居) 一回目からの集金は難しいだろう。二回目以降は収支も整合が取れてくるだろう。一回目は人脈をフルに活用して、展示スペースを埋めることを考えることになるのではないか。研究所のmono マガジンの買い取りについては、売れた分は研究所の利益となる。
- (吉田) 経費の見積もりについてはどうか。赤字にならないような見積もりを出したつもりだが、抜けている経費はないだろうか。
- (里) 阪急の担当者が決まったので、6/5に契約する。細部の経費見積りはそれからになる。
- (佐藤) 細部まで詰めて必要経費を明確にする必要がある。この一か月が勝負になるだろう。
- (阿賀嶺) 賞と認証の期間はどうか。
- (吉田) 賞は2019年の賞として付与する。認証はそれとは別で、認証基準に基づいて審査する。当然、認証した商品が賞を受賞することにはなるが、認証した商品にシールを貼るには料金が発生する。
- (田中) 食品の場合はシールではなく印刷が一般的だ。
- (東谷) グッズはシールを貼る方法だ。
- (佐藤) 1ヶ月に一度だけ集まりイベントを考えるのは限界ではないか。専属で毎日検討する要員が必要ではないか。
- (吉田) 佐藤さんが雇用する要員で6月5日までに一案を作成できそうか。
- (佐藤) 時間的に間に合わないだろう。
- (里) 赤字になった場合にも、収入分を各部門の支出に応じて分配することになるのでは。
- (吉田) 担当しているところそれぞれで収支を完結をしてもらいたい。
- (里) 一種の投資をする形だと思う。イベントの共通事項であるHP・会場費用・認証等は別にしても、各担当で分担していくしかないのでは。
- (吉田) 共通部分は私が持つことにする。今回は、認証も広報の一つと考えれば良いのではないか。
- (里) 認証は、2～3年後に効果が表れるであろう。とりあえずは営業ツールとして mono マガジンに広告掲載か、リーフレットの広告が必要。mono マガジンの広告については、理事の一人一人が広告代理店と同様の行動で営業をしていくのが良いのではないか。
- (佐藤) 代理店の収入は広告料のどのくらいか。
- (土居) 20%
- (里) 研究所が mono マガジンの広告ページを購入し、研究所が企業に売っても良いのか。

- (土居) 構わない。白紙があるのは困るが。
- (里) 広告ツールを検討し、統一した価格等が必要だろう。mono マガジンの広告のページは増やせるのか。
- (土居) 製本の都合で1ページ増やすには、8ページを増やすことになる。
- (里) 時期は9月1日以降の本でも可能か。
- (土居) 別冊ではなく、本誌になってしまうので、広告の料金は異なり高くなる。多分、1pで20万、8pで160万となる。
- (佐藤) 認証マークは、今回は見送りでも良いのではないか。実績ができ、売り手市場になってからの普及では。総合的なリスクを抑えるためにも不確定な出費を減らしたい。
- (吉田) 大賞を選定するための商品のリストアップはうまくできていると思うが、研究所の認知度が低い段階では、認証が広報効果につながらないということか。
- (佐藤) グッズ大賞の認知・普及、その後に認証の普及が良いのでは。
- (里) 研究所の知名度が無い現状で、参加してもらおう企業に、認証にどれだけメリットがあると考えてもらえるかどうかだ。
- (吉田) 認証は先送りにする。  
広報としてのパスポートタイプの小冊子はどうか。
- (佐藤) これは必要であろう。
- (吉田) パスポートタイプの広告料は、利益を何処までにするかで、安くすることは可能だ。  
出展・出品と広告をワンパックとして提示するのはどうか。
- (佐藤) 企業の規模によって異なるだろう。
- (吉田) グッズ系では出展等の場合の配置等はどのようにするか。
- (東谷) 各社で展示用のセットを一そろい持っているだろう。
- (吉田) 出展と出品とはどのように考えて決めるのか。
- (東谷) 自社の利益を計算して考える。  
認証についてだが、認知してもらおうことを第一に考えるのならば、付けてもらいたい商品には無料で配布もあるのでは。
- (吉田) 部門ごとに、大賞だけは真剣に選考し、その他の商品には認証シールを配布することも可能だ。
- (土居) 研究所が、認証料金の〇%はどこかに寄付を行っている等の社会貢献を前面に出すという方法もあるのでは。
- (阿賀嶺) イベントの一回目としては、収支を極力抑えて、何とか赤字を免れて、二回目以降の拡大を目指してはどうか。こちらから声を掛ける企業は、現状では趣旨を理解していないであろうし、小さな企業であれば、いかに支出を抑えて商品が売れるかを考えるはずだ。出展しても、企業から人が派遣して、商品の説明をしないと説得力がなく物は売れないだろう。
- (吉田) 食品の出展の見積もりはどうか。
- (佐々木) 今のところ出展の希望はない。すべて出品。
- (佐藤) グッズ系はギフトショー（東京インターナショナル・ギフトショー：9月3日～6日）があるので、そちらに出展する企業は参加自体が無理であろう。
- (佐々木) 年度の途中で、予算計画に無い事業に金を使うのは厳しい。
- (阿賀嶺) イベントの会場費はいくらか。

(里) 一日 70 万円

(佐々木) 支出を抑えても 600 万円にはなるだろう。

(吉田) 出展社が集まらないのであれば、ブースの数の見直しも必要になるが、ブースは小さい方が良いのか、それとも出展社数に合わせて数を減らし、大きなブースで会場を設計する方が良いのか。それによって経費も変わってくるだろう。

(佐々木) ブースは現在の案のまま小さい方が良い。ニーズに応じて複数のブースを使っていけば良い。

(佐藤) できるだけ多くの企業から協賛が得られるようイベントの趣旨等を再検討する必要があるかもしれない。専属要員に見直しをさせる。

(岡田) 厳しい意見も出ていたが、研究所の活動にどのように貢献できるかを考えていきたい。

○ 次回会合

6月25日(火) 1600～

ウッドオフィス外部会議室 東京都港区新橋5-20-1 ル・グ ラシエル BLDG5 号館 2F

以上