

SAKURA TIMES

英語力を
活かしたい人の
求人情報
NO.2

やりがいと達成感で仕事を選ぶ 「世界の見本市会場」で頑張りたい人のサクラリクルート情報

ニューヨーク インターナショナル ギフトショー視察 特集



ニューヨークのジェイコブ・ジャビッツ・コンベンションセンターで開催される New York International Gift Fairは、出展社数2600社、世界から4万5千人を超えるバイヤーを集めるプレミアムギフトとデコラティブアクセサリーのトレードショー。毎年2回開催されています。グラフィックデザイナーの西川かがりさんと3Dデザイナーの安部佐知乃さんが、世界のギフトマーケット動向の情報がいっぱい詰まった、世界で最も注目度の高いギフトフェアの視察にニューヨークのマンハッタンを訪ねました。

「百聞は一見にしかず」 海外見本市を直接肌で感じる 体感情報はとても刺激的で貴重

私たちの会社は海外の見本市の展示施工業務だけで年商額の20%(国内から海外5% 海外から国内15%)を占める会社です。ですから常に社員の誰かが海外の見本市に出張して、新しい海外の見本市情報を画像と共にレポートしています。豊富な海外情報がプールされる職場環境の中にあっても、やはり今回の海外視察は「海外の見本



●ジェイコブ・ジャビッツ・コンベンションセンター

市を直接見て肌で感じる情報は自分の視野の裾野を広げてくれる貴重な情報源」になったと、語るグラフィックデザイナーの西川かがりさん。西川さんは見本市の外装プラン、誘導サイン計画、見本市の開催告知の広告計画など、3Dデザイナーの安部さんと組んで多種多様なイベントの仕事に携わってきました。

「刺激を忘れたらデザイナーは廃業」という持論の西川さん、自分たちの仕事を海外から見直すことになった今回の視察では、環境保護を重視する



●ピクトグラフでの誘導サイン

外装プランの考え方、過剰なビジュアルを極力抑えた機能重視のシンプルなデザイン、多国籍の来場者に表示サインが理解できなくてもピクトサイン(絵言葉)と色別で目的会場に誘導するサイン計画、国内見本市でも海外出展者、海外バイヤーの来場が増しグローバル化が推進しているだけにおおいに参考になったようだ。NYのディナー&ライブツアー、MoMA美術館も堪能したようだ。

NYで見つけたサクラの モノづくりとの共通点

見本市は欧州が発祥とされ、長い間見本市の中心は欧州でした。やがて、世界の経済活動が欧州からアメリカにシフトするとともに見本市の中心もアメリカにシフトしてきました。世界の見本市をリードするアメリカだけに、展示会場の外装デザインやブース・ディスプレイデザインに大いに期待を膨らました3Dデザイナーの安部佐知乃さん。実際にはムダを省いたごくシンプルな外装デザインにビックリ。B to Bの見本市という点もあるが、根底に無駄なものは極力避け再使用できるものは徹底して再使用するなど、常に新しいモノに変えるという発想ではなく必要なものだけを変える発想が会場設計の基本になっているようだ。一度使用したディスプレイ資材を廃棄せずメンテナンスを施し、いつでも何度でも再使用する、当社独自のディスプレイシステム「SRDS²」のモ



●会場ゲートがトンネルに

ノづくり発想」との共通点をNYで再確認したと語る安部さん。

地球環境保護を常に視野に入れた当社の「モノづくりの考え」が世界で通じる自信を得たことは大きな収穫となった。

同時に、無駄を省く反面、会場からのバスの行き先、離発着時間、バス経路などの詳細な表示、くつろぎながら専門誌を無料閲覧できるコーナー、会場のいたるところに設置された出展社紹介のデ



●個性的なディスプレイ

ィスプレイ、商談や休憩に利用するゆったりしたフードコート、グルメファンにはうれしいバリエーション豊富なテイクアウトの売店、疲れた来場者へのマッサージコーナー、靴磨きショップ、クロークなど「お客のあると便利」が充実している。今後サクでも、サービスの充実を図りながら極力無駄を省く会場プランの発想は大いに議論のテーマになりそうだ。

商品が主役のディスプレイ 豊かで洗練された発想

日本のギフト商品と比べNYの商品は、大人の魅力を感じる洗練された商品というのが第一印象。展示商品の品揃えからも、「国内と海外のギフト文化の質の差をはっきり感じる」と言い切る西川さんと安部さん。商品に魅力が無ければ商談は成立しないという考えが徹底されているのだろう。バイヤーはいい商品を見つけない、出展者は優秀



●カラフル商品を並べるだけで
おしゃれなディスプレイ



●ゆったりとした休憩スペース

なバイヤーと契約を結びたい、目利きと売り込みの勝負の場だけにオリジナル性の高い商品が多く出品されている。

出展企業のブースは、商品そのもののデザイン性が高く存在感があるためか、大掛かりなディスプレイでなくても洗練されたブースに仕上がし、それぞれ個性豊かなブースになっている。

世界から約2600社の出展者それぞれに、それぞれのディスプレイのアイデアがあって、今回の視察で大いにアイデアの引き出しも潤ったようだ。

「見る」「聞く」「話す」が 情報収集の原則

「今回の視察で色々触発されることが多く、これからの仕事にどんなカタチでこの刺激が活かされるかが楽しみ」と口をそろえて答える西川さんと安部さん。その反面、「見る」「聞く」「話す」が揃うことで触発も倍増され視野や発想ももっと広がるはず、英語の語学不足から出展者や主催者に突っ込んだ質問ができなかった事への反省もちょ



●商品によるコーディネート提案も



●有名なLOVEのモニュメント

ッピリ。NY滞在不わすか3日間の海外視察の経験だったが、大きな経験知になったようだ。観光ツアーのように外から眺めていたのではダメ、その国から刺激をもらおうと思ったらドンドンの中に入っていかなければ。観光で一度NYを訪れた経験がある安部さんは、語学も含めたコミュニケーション力の重要性を感じとったようだ。

国際感覚に優れた 若いスタッフが もっと多く出てきて欲しい



「もうグローバル化は避けては通れないわけですから、チャンスがあれば若い人たちは早い時期から海外経験を踏ませ国際感覚を磨かせたいですね。日本の小さな土俵だけで考えるより国際土俵で考える方が面白いじゃないですか」と語る妙代社長。若いときから国際メディアの広告代理店を営み、日本企業の海外見本市の出展のお世話から装飾業界に参入した妙代社長、真の国際人を育てたい思いは人一倍。サクラのディスプレイの仕事は国内8割海外2割の構成比だが、国内8割のなかにインド、ドバイ、タイ、韓国、中国など海外の政府機関や海外企業の日本国内の展示会のフルサポートも主要業務として含まれている。スタッフの中には英語はもちろん、中国語、韓国語、ヒンズー語、ドイツ語など、ネイティブな語学力で世界のお客様のあらゆるイベントをサポートするチームもあって、オフィスは多言語が行き交うちょっとした国際都市だ。これからの営業企画やデザイナースタッフは、海外のデザイナーともコラボレーションで仕事を進められる能力が必要というサクラの考え。サクラでは「国際人」がスタンダードになる日も近い。



展示会、イベントの総合企画・デザイン・製作・施工・保管

□主催者業務も企画・デザイン・製作・施工・保管のフルターンキーベース。
□海外展も企画・デザイン製作、現場管理をフルターンキーベースで行っています

日本展示会協会会員
大阪中小企業投資育成出資企業

サクラインターナショナル株式会社

HP: <http://www.sakurain.co.jp> E-mail: info@sakurain.co.jp

東京本部 〒135-0046 東京都江東区社丹1-15-5 POINT STビル 9階

本社 〒545-0022 大阪市阿倍野区播磨町1-22-11

東京第一スタジオ 〒136-0074 東京都江東区東砂2-1-14

東京第二スタジオ 〒136-0082 東京都江東区新木場1-8-6

奈良工場 〒633-2422 奈良県吉野郡東吉野村鷲家大西1054

Tel: 03-5646-1160 Fax: 03-5646-1161

Tel: 06-6624-3601 Fax: 06-6624-3602

Tel: 03-5690-3976 Fax: 03-5690-3977

Tel: 03-3522-7018 Fax: 03-3522-7019

Tel: 0746-42-1097 Fax: 0746-42-1096



特集 マンゴーフェスティバル 「日印交流年」事業

2007年は「日印文化協定締結50周年」の年にあたり「日印交流年」として両国で文化交流のイベントを開催しています。「日印交流年」事業の一つとして、2007年5月23日、日本でのマンゴーフェスティバルのスタートを飾るカンファレンスが東京會館で開催されました。カンファレンス会場を担当したシンジャニさんにカンファレンスの様子をお聞きしました。



「日印交流年」事業
マンゴーフェスティバル
カンファレンス
会場ディレクター
**ドガラ
シンジャニ**
東京本部営業企画
社歴1年

インドマンゴーのプレゼンテーションを東京會館で開催されたわけですが、マンゴーフェスティバルの成否を占うとっても重要な仕事に会場づくりで参加、責任をどどーんと感じ緊張の連続、その分達成感も大きかったです。

重要度はVIPの顔ぶれで・・・

インド政府からはカマル・ナート商業大臣、日本政府からは、松岡利勝 農林水産大臣、甘利明 経済産業大臣、谷垣禎一 元財務大臣、小池百合子 防衛大臣、等が出席。VIPの顔ぶれからもこのカンファレンスの重要性をヒシヒシ感じる、その現場にわずか入社1年あまりでの経験は大きいですね。この経験を元に次のステップでは会場づくりだけでなく、カンファレンスの運営・演出・進行・プレス対応、懇親パーティまでトータルに仕切りたいですね。と、語るシンジャニさんの目は輝いていました。

緊張の連続 終わってホッ！

インドは世界のマンゴの50%近くを生産し世界80カ国に輸出していますが、日本では昨年輸入が解禁されたばかり。今回、百貨店や量販店でのマンゴーフェスティバルの開催、TVメディア、新聞・雑誌等の印刷メディアを巻き込んだ日本市場へのインドマンゴーの売り込みプロモーションがだいたいの展開されます。そのプロモーションの魁として日本政府代表、プレス関係者、流通関係者を招いて



カマル・ナート商業大臣 谷垣禎一元財務大臣 甘利明経済産業大臣



小池百合子 防衛大臣とインド商業大臣、谷垣氏と日印友好を誓う握手



五十嵐 直人君 大型物件 連続受注の快挙

2007年2月の「おおた工業フェア」に続き今年11月に開催される「おおた環境・福祉展2007」も受注しました。同展示会の会



■2月に開催された「おおた工業フェア」

場計画・デザインプランはもちろん広報・宣伝計画、ビジネスセミナー、印刷ツールのビジュアルまで展示会のトータル受注です。早々と11月開催に向けて(財)大田区産業振興協会と打ち合わせがスタートしました。



道祖 健吾君 ミラノ、ケルン、 バルセロナを股にかけ 欧州で大活躍

4月24日～27日、スペイン、バルセロナBICC 展示会場で第15回国際LNG会議が開催され世界各国から228社が出席。当社は



■第15回国際LNG会議 三井造船展示ブース

道祖君、が世界一の技術を誇る三井造船LNG大型タンカーのプロモーション展示ブースの施工を現地で担当、ミラノ・ケルンに続いての仕事となりました。LNG(液化天然ガス)は安定供給が可能なクリーンエネルギーとして世界から最も注目されているだけに、道祖君にとっても新しい分野への挑戦になったようです。



深石 眞吾君 1ヶ月間で海外3物件 愛娘1歳誕生日に 見せたパパの底力

4月9～15日、開催地北京「CIMT 2007」(China International Machine Tool Show) (株)ツガミ、ミロク機械(株)の展示ブース施工を



■北京「CIMT 2007」

スタートに5月8～10日、開催地シンガポール「SEMICON Singapore」に続いて5月16～19日、韓国チャンウォンでの「KOFAS 2007」(International Factory Automation System Show)工場における生産工程の自動化を図るシステム展示で(株)東京精密の展示ブース設営。1ヶ月に海外物件3件を精力的にこなしました。

約1ヶ月間、東京、北京、東京シンガポールとトンボ帰りのハードな生活だったけど、ここが踏ん張りどころ、「どうだ！これがパパのパワーだ」を見せてくれました。



■シンガポール「SEMICON Singapore」



■韓国・チャンウォン「KOFAS 2007」



江(ジャン) 荃華さん 初めての仕事で 先輩の知識を しっかり吸収 (台湾 台南 出身)

日本で初めて営業、仕事の内容、文化の違い、右も左も分からないことばかり。さらに、言葉が限られて、意見と考えをうまく相手に伝えられない。交流、相手にもう一步ツッコムことができなくて残念な思いが続きました。しかし、諦めないで、毎日確実に進んで行くことで少しだけ進歩、ある日、いい結果を出せると信じてきました。

大阪の「バリアフリー展」で始めて台湾の企業の仕事を取れたときは嬉しかったです。でもブース引渡しまでわずか5週間、ブースデザインをデザイナーの福田さんに、見積、発注に関しては宮崎さんの力を借り、現場の立て込みでは製作管理の志村さんや加藤さんがしっかりと対応してくれました。図面の変更、修正、相手との交渉、すべて大変だったけど、皆の協力で初めての仕事を無事に終了し、そしてこの経験で、先輩達の知識を吸収できたことが何よりも私へのベストプレゼントとなりました。Win-Winということで、自分も勝つ、相手も勝つ、両方ともメリットのある状態が一番いいです。



諺に“Learning by doing”があります。試してやっているうちに力は強くなる、目標も段々はつきりわかってくる。ほしいものを手に入れる、つかむ、やりたいことがやれる。今までの仕事や海外での経験、専門知識・語学力を一層活かし、国際舞台に立って活躍するように頑張っていきたいです。



樋口 良子さん 吉田健太郎君 日立グループの展示ブースで、 初めて展示運営のトータル業務 を受注。 挑戦力がお客様からのうれしい 評価として返ってきました。

樋口さんと吉田君は、それぞれ、日立グループと(株)日立製作所のブースを受注額1,350万円、450万円の中型物件を受注しました。受注内容もブース装飾施工はもちろんですが、DM作成にはじまり、アンケート用紙作成、ノベルティ作成、コンパニオンステージディレクター、スタッフユニフォーム、コンパニオンユニフォームの手配、ブース運営マニュアル作成、実施報告書作成にいたるまで展示プロモーションのトータル受注。出展料の払い込みからセミナーの申込、運営まで事務手続きも含めたトータルサポートとなりました。



■日立グループブース

交渉相手も多岐になり調整作業も大変だったようですが、樋口さんも吉田君も声を揃えて「今後展示ブース設営だけでなく展示イベント全体を受ける仕事が多くなるね。先取りのいい経験でした」と苦勞が仕事を成し遂げ満足感に変わっていい笑顔でした。アンケート回収目標も達成、何よりもクライアント様から評価をいただいたことが一番の喜びになったようだ。

**次回 東京宮崎君と
大阪本社先輩特集！**