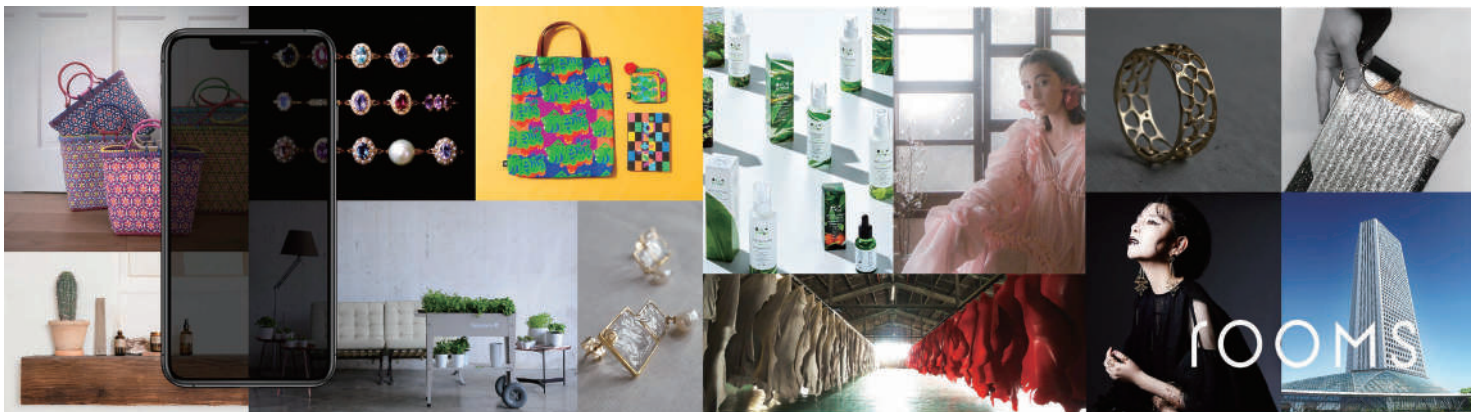


バイヤー約8割が「満足」、リアルとオンライン融合型展示会の必要性を裏付ける 「クリエイティブの祭典 rooms (ルームス)」の結果公開

- 次回 2021年3月にリアル・オンライン展示会開催決定！1月22日(金)までWEBにて出展者募集中 -

アッシュ・ペー・フランス株式会社(代表取締役 村松孝尚)は、初開催となるオンライン展示会「rooms ONLINE TRADESHOW」(開催期間:2020年9月10日~12月10日)に参加したバイヤー/MDを対象に、「rooms ONLINE TRADESHOWの利用実態及び今後の課題」に関する調査をいたしましたのでお知らせいたします。尚、次回 rooms は、2021年3月11日(木)、12日(金)、13日(土)の3日間新宿住友ビル三角広場にて、オンライン展示会は2021年2月24日(水)-5月31日(月)の期間開催いたします。現在公式サイトにて出展者を募集しており、次世代育成プロジェクトなど様々なクリエイターが参加できるプランも多数ご用意しております。

(詳細は <https://www.roomstradeshow.com/42-to-exhibit>)



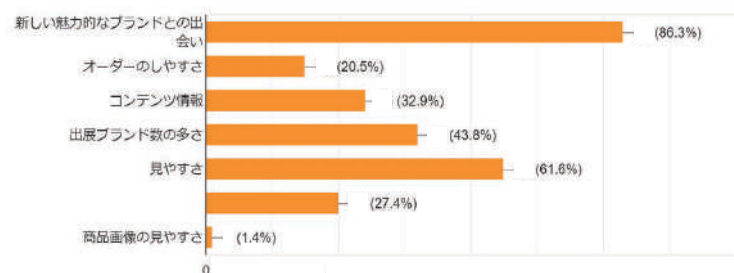
■ オンライン展示会バイヤー8割が「満足」、9割がリアルとオンライン融合型展示会の必要性を示唆

EXIVと協業し開催したオンライン展示会「rooms ONLINE TRADESHOW」。初の試みに関わらず、2020年9月10日~12月10日の3ヶ月間、120ブランドが出展し、約3000人の業界関係者がユーザー登録しました。全ユーザーの中から抽出したバイヤー/MDを対象に、「rooms ONLINE TRADESHOWの利用実態及び今後の課題」に関するアンケートを実施し、約100名の方に回答いただきました。本リリースでは、出展者からも別途回収したアンケート結果も含めた rooms の考察と次回までに開発すべき具体的なサービスについて要約したものを報告いたします。(詳細なアンケート結果は、取材・掲載していただいた方に開示いたします。)

① 場所・時間にとらわれない新たな出会いの場を求める

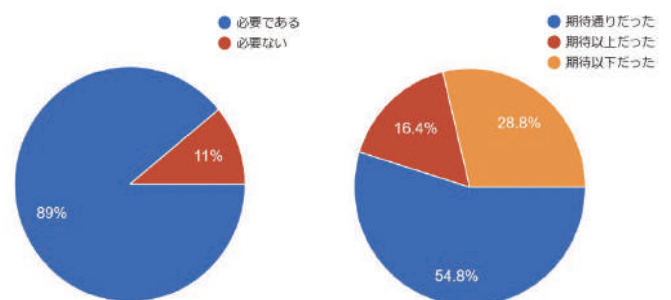
オンライン展示会に「新しいブランドとの出会い」を求めた人が約9割と、バイヤーはオンライン展示会に「新たな出会い」を一番に求めていることが判明。また、全体の5割以上が東京都以外に在住し、新型コロナウイルス感染症の状況により活動が制限されている地方在住のバイヤーにとって非常に便利だったという意見も多く見られました。これらより、当初の rooms の目的であった「場所・時間にとらわれず、来場できない方とのマッチング」として大いに機能していることがわかります。

Q. オンライン展示会に何を望みますか? (複数回答可)



② リアル展示会の必要性を再認識

オンライン展示会が「必要」と答えた人は全体の約9割、且つ「バイヤーにとって効率的になる」と答えた人は全体の6割以上。オンライン展示会単体ではなかなか発注までいかず、リアル展示会と並行して利用することでの効率化及びリアルの必要性について再認識する意見がとて目立ちました。実際に商品を手にとって確認したいとのコメントが多く、今後もリアルとオンライン融合型が必要不可欠だということが立証されました。



Q. オンライン展示会は必要ですか?

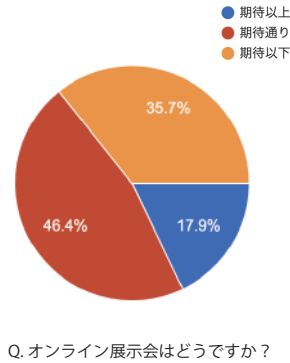
Q. オンライン展示会は実際どうでしたか?

③ オンライン受発注システムの今後

オンライン展示会に「オーダーのしやすさ」を求めた人が2割、実際にオーダー機能を活用した人は全体の1割となりました。現状バイヤーは、各社の発注システムを利用することが多く、オーダーシステムの充実よりも、まずは新しいブランドとの出会いを期待していることがわかります。海外では、オンライン受発注システムを利用することは当たり前となっていますが、日本は数年かけて浸透していくと rooms は捉えています。

④バイヤーと出展者での利用目的のギャップ

出展者の意見としては、前例がない分オンライン展示会への期待値がバイヤーよりも高く、結果を経て「期待以上/期待通り」と回答した人は全体の6割と、バイヤーよりも低い結果となりました。「期待以下だった」の意見としては、リアル展示会のように多くのアポイントやオーダーが自動的に入ってくると想像していた方が多く、期待とのギャップが見受けられました。



バイヤーはオンライン展示会へ「新しい出会い」を最も求めている傾向がありましたが、出展者は当然ながら「受注」も求めており、ユーザー同士の目的にギャップが生じていることがわかりました。

⑤リアルと変わらず自主的な動きがオンラインでも必要

バイヤーとのつながり数第1位を獲得した「HIBIYA KADAN」(表2参照)にインタビューを行ったところ、自社顧客への出展情報の周知・ブランドページ内の作り込み・見栄えのする写真の掲載など、リアル展示会と変わらない自主的な動きを徹底していました。この動きがしっかり結果として現れていることから、オンライン展示会はリアルと変わらない自主的な姿勢・動きが大切であり、また主催者として、リアルと変わらず出展者と一緒で作っていくことの重要性に気づかされました。



⑥数字としては、「生活雑貨」上位。エシカル・サステナブルを求める声多数



オンライン展示会の醍醐味である、数値化。まず、ブランド別 UU 数(ユニークユーザー)第1位は、サステナブル D2C ブランド「BRING」でした。注目したい点としては、プロダクトやインテリアといった生活雑貨が半数を占めていることで、アイキャッチとなる見栄えする写真やページの作り込みを工夫しているブランドがオンラインでの見せ方に比較的相性が良い印象を受けました。

表1. ブランド別 UU 数 TOP10

順位	出展名	カテゴリー
1	BRING	エシカル
2	株式会社大西	ライフスタイル
3	GRAVIMORPH	カルチャー
4	WEXTHUSET JAPAN	ライフスタイル
5	HIBIYA KADAN	ライフスタイル
6	9.kyuu	ビューティー
7	LOOM&SPOOL	ライフスタイル
8	JACK GOMME	ファッション
9	SHIRTSHIRT	ライフスタイル
10	大寺幸八郎商店	カルチャー

表2. ブランド別繋がり数 TOP10

順位	出展名	カテゴリー
1	HIBIYA KADAN	ライフスタイル
2	BRING	エシカル
3	SAGA MADO	カルチャー
4	9.kyuu	ビューティー
5	WEXTHUSET JAPAN	ライフスタイル
6	LOOM&SPOOL	ライフスタイル
7	GRAVIMORPH	カルチャー
8	annon	ビューティー
9	みんなであいらい	エシカル
10	大寺幸八郎商店	カルチャー

UU 数は、興味をもちブランドページを訪問した方の数になりますが、そこから更にブランドとコンタクトを取りたいとアクションをした方の数字が「繋がり数」です。繋がり数第1位は、フラワーショップの「HIBIYA KADAN」でした。ここでも同じく、「生活雑貨」のブランドがほぼ総数を占める結果となりました。コロナ禍により、自宅過ごす時間が増えている状況から、生活雑貨を探しているバイヤーが多いことが数字から考察できますが、バイヤーのアンケートでは「エシカル・サステナブルのブランド・アイテム」を求める声が目立ち、エシカル・サステナブルへの注目度が伺えます。今後、出展者に対しては、アイキャッチ向上のためのページ作成のサポートを行うことで、UU 数をあげていきます。そして、バイヤーが求めるブランドやコンテンツも充実させていきます。

リアル・オンライン展示会の総括

rooms が OMO 化宣言をした当初の願い通り、「場所・時間にとらわれない新たな出会いの場」を求めたバイヤー・出展者に rooms ONLINE TRADESHOW をご利用いただくことができ、立ち上げとしては成功しました。また同時に、実際に商品を手にとり判断したいという声も圧倒的に多く、オンライン展示会に振り切らず、リアル・オンライン融合型がこれからの rooms の在り方だと再認識し、続行させる方向で次の開催に向けて動いています。今後の課題としては、オンライン展示会を最大限に活用していただくために、出展者とバイヤーの目的を合致させ、高い確率で出会う場としての整備を優先します。この課題をクリアすることではじめて、オンラインの醍醐味である数値化からの考察が有効化され、一早いトレンド予測などに活用できます。そのために、それぞれのユーザーに合わせたサポート体制を強化する予定です。

サポート体制に関して、出展者についてはまず目的の再設定。現状「オーダーをとる・する」ことを優先するよりも、「繋がる = 出会い」の重要性と出会った後の継続的な活動が併せて必要であり、それがゆくゆくオーダーに繋がるといふ、リアル展示会同様の認識を持っていただく必要があります。そのため、次回に向けて、勉強会のような出展者向けセミナーや、ブランドページ・宣材物の作り方などをサポートする体制を整える予定です。また、バイヤーについては、少しでも繋がる使いやすい機能の追加や、サンプルチェックができる等のサポート体制も充実させる予定です。

これからも rooms はリアル・オンライン融合型展示会として、ブランドやバイヤーにとってより使いやすい場とサービスを提供することに努めて参ります。

【次回 rooms42 にて追加予定の具体的なサービス】

- ①出展者向けセミナー及びサポート体制強化
- ②バイヤーの利便性を高めるためのサポート体制強化
- ③最終発注前に、サンプルチェックができる機能
- ④バイヤーがより、ブランドにコンタクトしやすい機能：サンプル、商談要望のボタン設置
- ⑤動画配信サービス：各出展者の紹介動画を公式 Youtube にて定期的に配信。
- ⑥展示会場を 360 度撮影（実際のブースの世界観やサンプル展示の様子を提供）

■次世代育成プロジェクト、大好評につき rooms42 も開催決定！

好評につき、次世代育成プロジェクトを rooms42 でもご用意しております。rooms がサポートする「EMERGING(エマージング)」と、世界的ファッションデザイナーとして有名な TOMO KOIZUMI のサポートによる「SPOT LIGHTS by TOMO KOIZUMI」の 2 プランがございます。それぞれの募集要項はもちろん、前回 rooms41 合格者や TOMO KOIZUMI によるロングインタビューを公式サイトにて掲載中です。ぜひ参考にしてください。皆様のご参加・ご応募をお待ちしております。

■ rooms42 及び rooms ONLINE TRADESHOW 出展者募集

ROOMS 42

CREATION FESTIVAL in TOKYO

2021年3月11日(木)、12日(金)、13日(土)

出展申込み一次締切: 2020年12月21日(月)

二次締切: 2021年1月22日(金)

※飲食を扱うブースは一次で締め切ります。

ROOMS ONLINE TRADESHOW

オンでもオフでもみんなツナガル

2021年2月24日(水)-5月31日(月)

出展申込み一次締切: 2021年1月26日(火)

二次締切: 2021年2月12日(金)

申込み及び素材提出期日 1/26 申込→2/2 素材入稿期日→2/24 公開
2/12 申込→2/24 素材入稿期日→3/10 公開

* オーディション申込みは、出展申込みと異なります。新規でお申込みいただく方は、オーディション申込みからフローをご確認いただき、ご応募ください。
また、オーディションにお申込みの方には、出展申し込みの締め切りに間に合うよう合否をご連絡いたします。

出展詳細はこちら <https://www.roomstradeshow.com/42-to-exhibit>

■ rooms 42 及び rooms ONLINE TRADESHOW 開催概要

名称①: クリエイティブの祭典 rooms 42

主催: アッシュ・ペー・フランス株式会社 / rooms 事業部

会期: 2021.03.11(木) 10:00-18:00 BUSINESS DAY

2021.03.12(金) 10:00-17:00 BUSINESS DAY

17:00-21:00 MARKET DAY

2021.03.13(土) 10:00-18:00 MARKET DAY

*roomsでは全日、商談と物販を行っていただけます。なお、3月12日(金) 17-21時&13日(土) 10-18時は一般の方にも開放しております。

会場: 新宿住友ビル三角広場(都営大江戸線 都庁前駅直結, JR 新宿駅 徒歩8分)

内容: 商談会、物販、ワークショップ、アート展等

出展ブランド数: 200以上(予定)

出展品: ファッション / 服飾雑貨 / ジュエリー / プロダクト / アート / インテリア /
工芸・民芸 / 地場産品 / フード / その他

来場方法: 業界関係者来場登録受付中 <https://www.roomstradeshow.com/42-to-visit>

名称②: オンライン展示会 rooms ONLINE TRADESHOW

会期: 2021年2月24日(水)-5月31日(月)

メンバー登録: 公式サイトにて、2021年2月24日(水)から開始

出展ブランド数: 100以上(予定)

公式サイト: <https://www.roomstradeshow.com>

公式インスタグラム: @rooms_tokyo (推奨ハッシュタグ #rooms_tokyo)



ROOMS ONLINE TRADESHOW

オンでも
オフでも
みんな
ツナガル



■ rooms(ルームス)とは

ROOMS

各クリエイターの世界観を room(部屋)として捉え、その共同体を“rooms(ルームス)”と名付けました。年に2回、10月と3月にリアル・オンライン展示会を実施し、各会期300~500の出展者が参加。出展審査制を導入しているため、他の展示会では出会えない良質な作り手が多く集まる場所であるという認知が高まり、優良なバイヤーやオーナー等、多数の来場者に良き取引先との出会いを創出。来場者は通算50万人を動員し、今年で20周年を迎えました。

PRESS に関するお問い合わせ

(株)ワンオー / PR01. (tel: 03-5774-1420)

担当: 坂本 (sakamoto@one-o.com) / 小谷 (kotani@one-o.com)

(リリース画像はこちら) https://www.dropbox.com/s/bq7611cd79183j8/42release_1.zip?dl=0

■ H.P.FRANCE(アッシュ・ペー・フランス)とは

H. P. FRANCE

アッシュ・ペー・フランスとは、1984年に原宿で設立以来、ファッションを中心に、インテリア、アートなど生活と文化に関わるさまざまな事業を展開しています。全国に70店舗のコンセプトショップ、合同展示会のrooms、自社のECサイトなどを展開中。日本はもちろん、パリ、NY、プエノスアイレス、サンパウロ、ベルリンなど世界中のクリエイティブな才能や個性との出会いを大切に、それをエネルギーにビジネスを成長させています。

事業・出展・来場登録に関するお問い合わせ

アッシュ・ペー・フランス(株) / rooms (tel: 03-3499-0822)

担当: 石塚 (rooms@hpgrp.com)