



消費&生活を変える
テクノロジー、トレンド、ヒットが
体感・体験出来る2日間
Create the Future!

2018年11月28～29日開催！

日経クロストrend EXPO 2018 協賛のご案内

開催概要（日経クロストrend EXPO 2018）

- ◆会期：2018年11月28日（水）～29日（木）
- ◆会場：東京国際フォーラム 地下ホール（東京・有楽町）
- ◆主催：日経BP社
- ◆協力媒体：日経クロストrend、日経トレンディ、日経エンタテインメント！、日経デザイン
- ◆協力：日本経済新聞社、テレビ東京（予定）
- ◆構成：展示100～200小間&講演 基調講演&テーマ講演など計20～30セッション
- ◆来場者数：10,000人（予定）
- ◆入場：無料（一部セッション有料）

開催テーマ

異業種、異分野が出会い、既存の事業や商品、サービスの“境界線”を飛び越え融合することで、新しいトレンドを生み出す“場”が2018年誕生する。

##テーマは・・・

Create the future! (未来消費を創出するアイデアと技術)

家電とAIの融合、センサーを生かした無人コンビニ、自家用車の存在意義を問うMaaS、銀行の在り方を変えるFintech……

テクノロジーの進化により、何十年何百年と続いてきた市場を根底から覆すうねりが起きつつある。

目の前に迫った2020年、僅か30年後の2050年、そこにある変化とビジネスチャンスとは――

来場対象者

想定来場者



- ・新規事業、新サービスの企画担当者
- ・商品&サービスの企画・開発担当者
- ・バイヤー、購買担当者
- ・情報感度の高いインフルエンサー

出展対象者



消費や生活に関わる全ての
技術・商品・サービス提供企業



異業種間の交流（クロス）から生まれる
新規事業や新商品&サービスの創出

特長と出展目的

国内最大のビジネス・プラットフォーム「日経ID」

メディアネットワーク
を活用した
コンテンツ



「リアル体感&体験」
&メディア発信



- ・ 新規事業や新商品の認知拡大
- ・ 既存事業/商品の新規顧客開拓
- ・ 販路開拓



対象分野&企画ゾーン

Digital Retail

Smart & Innovation Home

Digital Entertainment

Digital Marketing

次世代モビリティ

食のトレンド2019

関心に応じた効率的な来訪を促進するため、各テーマごとにゾーニングを行います。

主催者企画（一部抜粋）

特別展示「未来のくらしがわかる家」（予定）

IoTの普及によって様々な家電、住設機器がネットワークで繋がり、スマートフォンを始めとするデバイスでコントロールされた空間が現実のものとなりつつあります。

加えて、従来の商品も新しい技術などで革新的な新商品が登場し新しいユーザー価値を生み出しつつあります。そういった従来に無い生活体験を生み出す商品やサービスを体感出来るコーナー「未来がくらしがわかる家」を実施。

日経トレンドィ「ヒット商品2018ベスト30&ヒット予測2019」展示

毎年恒例かつ日経トレンドィの目玉企画である「ヒット商品ランキング」「ヒット予測ランキング」をリアルに再現。いま注目のヒットやトレンドを実際に目で見て体感する事で、これからのトレンドが判ります。

日経エンタテインメント！「ヒットメーカー・オブ・ザ・イヤー」贈賞式

第1回「君の名は」の新海誠監督、第2回「銀魂」福田雄一監督など、エンタテインメントの分野からヒットを生み出した注目のヒットメーカーが登場。ヒットに至るそのプロセスを熱く語ります。

テレビ東京系列「WBSトレンドたまご」特設展示（予定）

テレビ東京系列放映の人気ニュース番組「ワールドビジネスサテライト」の人気コーナー「トレンドたまご」。気になるあの商品・技術が実際に見て触れる事が出来る、昨年に続いての人気企画です。

会場レイアウト

* テーマ講演会場 (セミナー会場3)

基調講演などで使用する最大規模講演会場。大型モニター (2面) を使った約250名規模の講演会場。会期中約10セッションを予定。

* 主催者企画

ヒット予測&ヒットランキング受賞商品をいち早く展示。

* テーマ講演会場 (セミナー会場2)

より具体的なテーマによる講演などで使用する、約100名規模の講演会場。会期中約10~12セッションを予定。

* 主催者企画

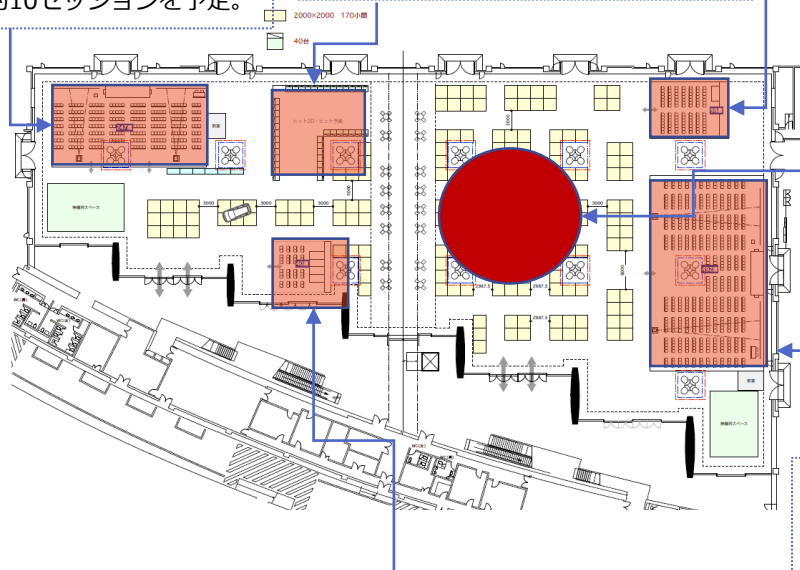
「未来のくらしがわかる家」をテーマに、今後注目の技術や商品&サービスを体感出来るゾーン。テーマ別の各種企画ゾーンも予定しています。

* メイン講演会場 (セミナー会場1)

基調講演などで使用する最大規模講演会場。大型モニター (2面) を使った約500名規模の講演が可能。会期中約10セッションを予定。

* オープンシアター

B2F展示会場内に設けられた約30~40名規模 (着席部分のみ) のプレゼンテーションステージ。大型モニターを使っでの講演なども可能です。展示会場内の来場者からも閲覧可能なので、商品発表の場としても活用いただけます。事前登録制にて告知も可能です。1枠20分×最大9枠 (1日)



講演プログラムイメージ(案)

■日経クロストレンド EXPO TOKYO 2018 セミナープログラム					
	[S] 主催者講演枠	全体テーマ：体感、体験 テクノロジーとマーケティングがヒットを創造			
	[C] 協賛枠				
	50×8セッション	1,000×6セッション	200×5セッション	500×6セッション	
	400人	6,000人	1,000人	3,000人	
2018年11月28日(水)・29日(木)					
展示	展示会場内	Room A	ROOM B	ROOM C	
	オープンシアター シアター 30席	【セミナー会場1】 シアター 500席	【セミナー会場3】 シアター 100席	【セミナー会場4】 シアター 250席	
10		基調講演A-1			10
11		特別講演A-1	テーマ講演B-1	テーマ講演C-1	11
12		特別講演A-2 (ランチセッション)		テーマ協賛講演C-1	12
13	プレゼン講演1	基調講演A-2	テーマ協賛講演B-1	テーマ講演C-2	13
	プレゼン講演2				
14	プレゼン講演3		テーマ講演B-2	テーマ協賛講演C-2	14
	プレゼン講演4				
15	プレゼン講演5	特別講演A-3	テーマ協賛講演B-2	テーマ協賛講演C-3	15
	プレゼン講演6				
16	プレゼン講演7	基調講演A-3	テーマ講演B-3	テーマ講演C-3	16
	プレゼン講演8				

メディア展開：テレビ

テレビ東京系列放映番組「ヒット商品研究所」

日経トレンディとテレビ東京の番組が強力なタッグを結びコラボレーション。テレビ東京系列の全国6局ネットワークで特別番組を放映。「ヒット商品」という統一テーマの元、「最新ヒット商品」「ロングセラーヒット」など、様々な視点から、いま注目の商品を番組コンテンツとして取り上げます。クロストレンドEXPO会場模様も取材（予定）。

〈放映イメージ〉



雑誌とテレビの Point クロスメディア効果

← テレビの持つリーチ力に加え、「日経トレンディ」が監修する事で、取り上げられる商品の先取り感、流行り感を演出し視聴者の興味・購買意欲をかき立てます。



○番組概要（予定）

- 日時 :2018年12月上旬
- 時間 :土曜日 16:00~17:15 75分枠
- 放映 :テレビ東京系列全国6局ネット
- 制作 :テレビせとうち
- 出演 水道橋博士、倉田真由美、やくみつる
渡辺和博（日経BP総研 マーケティング戦略研究所）
※2017年放送時の出演者になります。
- 内容 ①2018年ヒット商品ランキング&2019年ヒット予測
②ロングセラー商品/この冬の注目商品
③これから注目の新商品&テクノロジー
- 実績視聴率：東京地区2.2%、占拠率5.9%

協賛メニュー一覧

		講演					ブース		講演レビュー	料金
		500名会場	250名会場	100名会場	講演内プレゼン	オープンシアター	カスタム	ターンキー	メディア掲載	
サファイヤ協賛	A	40分/1枠				オプション		2小間	6ページ分	1,200万円
	B	40分/1枠				オプション	6小間		2ページ分	
	C	40分/1枠		40分/1枠		オプション			4ページ分	
プラチナ協賛			40分/1枠			オプション		2小間	4ページ分	800万円
			40分/1枠			オプション		2小間	2ページ分	500万円
ゴールド協賛				40分/1枠		オプション		1小間	1ページ分	250万円
ブース協賛						オプション		2小間		100万円
						オプション		1小間		50万円
企画ゾーン協賛	A	40分/1枠				オプション	4小間		2ページ分※	800万円
	B		40分/1枠			オプション		2小間	2ページ分※	500万円
	C			40分/1枠		オプション		1小間	1ページ分※	250万円
食のトレンド協賛	A		40分/1枠		10分/1枠	オプション	4小間		2ページ分※	800万円
	B				10分/1枠	オプション		2小間	2ページ分※	500万円
	C				10分/1枠	オプション		1小間	1ページ分※	250万円

※掲載メディアは「日経トレンディ」「日経トレンディネット」「日経クロストrend」からお選びいただけます。

「デジタル活用」による リテールの変化

- ・ビッグデータやAI活用による販売予測・動態分析
- ・画像解析などのテクノロジーによる新しい商品流通
- ・スマートフォン決済の普及・進展

市場（社会）ニーズへの対応

- ・解決の糸口が見えない
「人手不足」
- ・高齢化に伴う消費動向の変化

“データ化”を起点に、「検討」「購入」「使用」の あらゆる消費サイクルでリテール市場が大きく変革

【講演（企画）中】 ※下記はあくまで企画中のイメージであり、今後調整により変わります。

○主催者講演案

「リテールビジネス、進化への挑戦」

トライアルカンパニー 代表取締役会長 永田久男氏

○主催者講演案

「リテールにおけるビッグデータ活用の可能性」

流通系コンサルティング会社

【展示】

○企画展示

「導入始まる、無人店舗体験ゾーン」「スマートフォン決済」

デジタル化を基軸にした 住宅イノベーションの進展

- ・スマートスピーカーや、IoT家電などの普及によるライフスタイル変化の兆し
- ・スマートホームを前提としたサービスの出現・多様化

市場（社会）ニーズへの対応

- ・高齢世帯／共働き子育て世帯などライフスタイルに応じた住宅の必要性
- ・環境負荷の低減と高品質な住生活の両立をデジタル化で模索
- ・働き方改革による自宅時間の変質

「住まい」のデジタル化がもたらす消費行動の変化、社会へのインパクトがますます増大するトレンドへ。

【展示】

「未来のくらしがわかる家」

- ・手のひらからボイスへ～ボイス経済圏の実態を体験～
- ・エコ×安全×リラックス～「近未来」のリビングはどうなっている？～話題の“ワイヤレス充電器”体験 など
- ・5G×4K デジタル技術が実現する最新のホーム・エンタテインメントを体験

【講演例（企画）中】

※下記はあくまで企画中のものであり、今後調整により変わります。

○パネルディスカッション「AIスピーカーがもたらすボイス経済圏の未来」

パネリスト：元AWS（アマゾン ウェブ サービス）日本マーケティング統括・小島英揮氏、協賛企業代表

○公開インタビュー（協賛講演）「女優・奈津子のスマホでチャレンジ、DIY！～スマートホーム編～」

インタビュアー：奈津子（日経トレンドィネットにて「女優・奈津子の 教えて！家電ティーチャー」連載中）

未来のくらしがわかる家（イメージ）



近未来の生活環境がわかるショールームをテーマに、関連製品を紹介パネルとともに配置し、デジタルホームの進展で「実際の生活がどう変わるのか」を来場者に体験、体感してもらいます。このショールーム内に協賛各社製品の中から1製品選定させていただき展示させていただきます。日経クロストrendがプロデュースする各製品と共に展示する事でトレンド感を演出します。

※1社につき1製品のみ展示となります。

※1カテゴリにつき1製品のみ展示となります。

※展示商品についてはご希望はお伺いいたしますが、最終的には主催者側へご一任いただく形になります。

デジタル化を基軸にした エンタメテクノロジーの進化

- ・ VR、AR、ロボットなどデバイスの進化による新たな価値提供の幅が広がる
- ・ 4K/8K、5Gなど映像、通信などインフラ面技術革新

市場（社会）ニーズへの対応

- ・ 2019年、2020年に迎えるスポーツ大型イベントの新たな楽しみ方の提供
- ・ 趣味嗜好が多様化する中、可処分時間の奪い合いに対する対策が求められる

デジタル化によって新たなエンタテインメントの可能性 次なる潮流を解き明かす！

【展示】

○企画展示

- ・ 5Gで広がるエンタテインメントの新しい世界」
- ・ 4K/8K、VR、AR最新活用事例」

【講演例（企画）】 ※下記はあくまで企画中のものであり、今後調整により変わります。

○基調講演

「“現代の魔法使い”が見る テクノロジーとエンタテインメントが融合したさきにあるものとは」
メディアアーティスト 落合陽一氏

○公開シンポジウム

「Digital Entertainment Summit」

通信部門（5G）、映像部門（4K、8K）、技術部門（VR/AR）、コンテンツ部門の主要キーパーソンにご登壇いただき今後のエンタテインメント業界とテクノロジーの展望、課題などを解き明かします。



企業の営業活動における デジタルマーケティングの重要性の増大

- ・消費者の属性や行動がデータ化され、
詳細な分析が可能に
- ・最新テクノロジーが実現する
新しい顧客コミュニケーション戦略

市場（社会）ニーズへの対応

- ・デジタル環境（通信、デバイス、ツール、コンテンツ、
サービス）の浸透による経済活動、消費動向の変化
- ・消費者の購買行動の複雑化により、これまでの手法が
通用しない時代に

**次々と新しいテクノロジーが登場し、我々の消費と企業活動の
カタチを変えていくデジタルマーケティングの最前線を発信！**

【講演（企画中）】 ※下記はあくまで企画中のイメージであり、今後調整により変わります。

- 主催者講演案
「個客」マーケティングの時代のデータ分析
データマーケター 内野明彦氏
- 主催者講演案
「最強のデータ分析 なぜ大阪ガスは成功したのか」
滋賀大学データサイエンス学部教授 河本薫氏

モビリティ革命の衝撃

- ・クルマは「所有」から「使用」へ
- ・カーシェアや鉄道、バス、タクシーといった、あらゆる交通サービスを統合し、移動の効率化を目指すMaaS (Mobility as a Service) 時代の到来

自動運転車/コネクテッドカー

- ・自動運転社会の到来は、数年前に描いていた時期から大幅に前倒しになる予測
- ・自動車とITの融合による「つながるクルマ」の本格化
- ・トヨタ自動車がクルマを製造する会社からモビリティサービスを提供する会社への転身を宣言

「次世代モビリティ」を核とした交通ソリューションが社会と環境を変革していく。これから5年が大きな転換期に。

【展示】

「次世代モビリティ」

- ・進化するEV
- ・コネクテッドカーとビッグデータが産み出す新ビジネス
- ・シェアリング最前線：クルマ/自転車/駐車場

【講演例（企画中）】 ※下記はあくまで企画中のものであり、今後調整により変わります。

○基調講演

「コネクテッドカーが今できること、これからできること」

○パネルディスカッション

「MaaS (Mobility as a Service) の衝撃」

モデレータ：日経クロストrend副編集長 伊藤健

パネリスト：JR東日本/NAVITIME/コンサルティングファーム



東京国際フォーラム 12コマ相当 (仮)
「未来の家・暮らし」を来場者が体感・体験

「食」に求められる役割・機能の変化

- ・糖質制限やローカーボなど食品素材そのものの機能に注目が集まる
- ・コオロギ、植物肉、卵、完全栄養食など「イノベーション」という既成概念を覆す素材の登場

市場（社会）ニーズへの対応

- ・2020年の大型スポーツイベント開催による訪日客に向けた世界の食トレンドの把握
- ・近年の食品市場は「美味しさ」と「健康」が切っても切れない関係に
- ・「スーパーフード」、「オーガニック」「グルテンフリー」など毎年変遷するキーワード

**“食のトレンド”をおりなす根本は素材にあり！
海外のトレンドや国内素材の再発見など、食ビジネスの
次の一手を提示する**

【講演（企画）】 ※下記はあくまで企画中のものであり、今後調整により変更の可能性がございます。 ※想定タイムテーブル

★テーマセミナー

（250名程度規模 約70～90分程度のセミナー）

「2019年「食」ビジネス次の一手（仮）」

基調講演候補：

勝山 亜唯美氏（日本スーパーフード協会代表理事）

大手流通業界（イオン、ローソン等）の食品部門責任者

時間	講演内容
0:00-0:30	基調講演①：日本スーパーフード協会勝山氏：約30分 2018年のスーパーフード市場の概況と今後の展望について（仮）
0:30-0:40	ご協賛社様 プレゼンテーション枠①（約10分）
0:40-0:50	ご協賛社様 プレゼンテーション枠②（約10分）
0:50-1:00	ご協賛社様 プレゼンテーション枠③（約10分）
0:00-1:30	基調講演②：大手流通業界（イオン、ローソン、等打診中）約30分 オーガニックへの取り組みについて（仮）

★展示会場内企画ゾーン



東京国際フォーラム 10コマ相当（仮）
「注目の食品・食材」を来場者が試食、試飲可能



★メディア展開

日経トレンディ2018年12月号(11/2発売) 内にて
※「2018ヒット商品30」、「2019年ヒット予測」掲載号
「2019年の食のトレンド」企画を実施。企画記事と合わせて
商品紹介タイアップを掲載していきます。

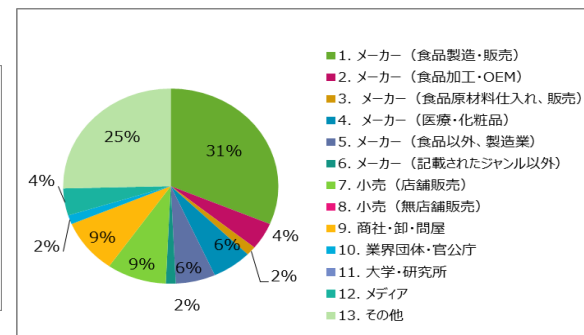
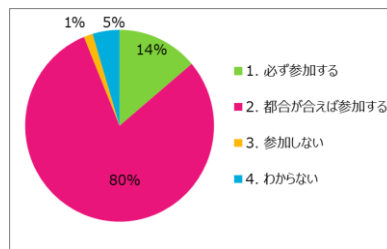


★前回開催実績

日時：2017年11月2日（木）14:50～16:20（90分間）
場所：ベルサール東京日本橋 4F ルーム J
来場者数：236名
登壇企業：日清オイリオグループ様（MCTオイル）
インタートレード様（ITハナピラタケ）
司会：勝山 亜唯美氏（日本スーパーフード協会代表理事）



◆受講者の次回参加意向 ◆受講者の企業属性



◆受講者コメント（一部抜粋）

- ・2018年の大きなトレンドが良く分かりました。
- ・新しい素材が紹介されていて良かった。
- ・今後の商品開発のヒントにさせていただきます。
- ・食品としての開発、今後の認知度向上の可能性が良く分かりました。
- ・知らないスーパーフードがまだまだあるなと改めて知った
- ・寝ている間にいかに栄養を取り入れるか、という新しい着眼点について今後の商品開発コンセプトの参考にしたい。

時間	講演内容
14:50-15:20	スーパーフード市場の状況について
15:20-15:30	日清オイリオグループ様 MCTオイルのご紹介
15:30-15:40	インタートレード様 ITハナピラタケのご紹介
15:40-16:20	2018年の食市場の注目ポイント・各社の取り組み 登壇者によるパネルディスカッション

スケジュール&問合せ

8月10日（金）	協賛申込締切
9月上旬	イベント告知開始
11月28日（水）～29日（木）	イベント開催
12月上旬	受講登録リストご提供
1月上旬	レポート記事体広告(雑誌・Web)掲載開始

日経BP社 生活メディア広告部

TEL: 03-6811-8218 sjg-ad@nikkeibp.co.jp

前回 (TREND EXPO 2017) の開催結果サマリー (一部抜粋)

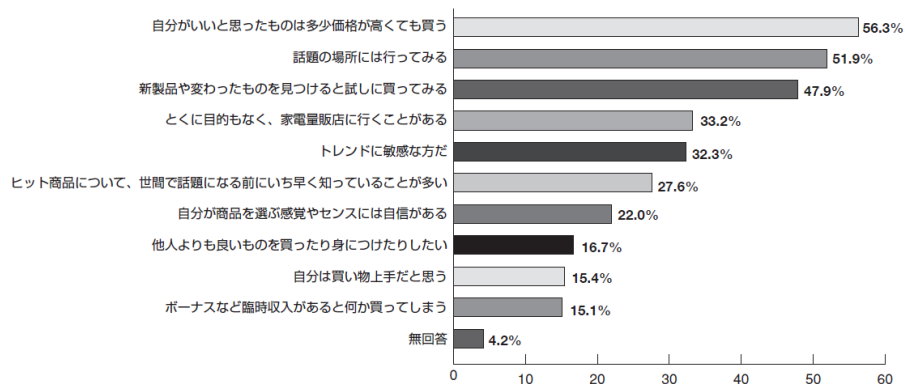
●開催概要

名称：TREND EXPO TOKYO 2017
 会期：2017年11月2日(木)～3日(金・祝)
 会場：ベルサール東京日本橋 (B2F 展示ホール、4・5F セミナー会場)
 主催：日経BP社
 協力：日本経済新聞社、テレビ東京
 協賛社：45社
 来場者数：11,386名

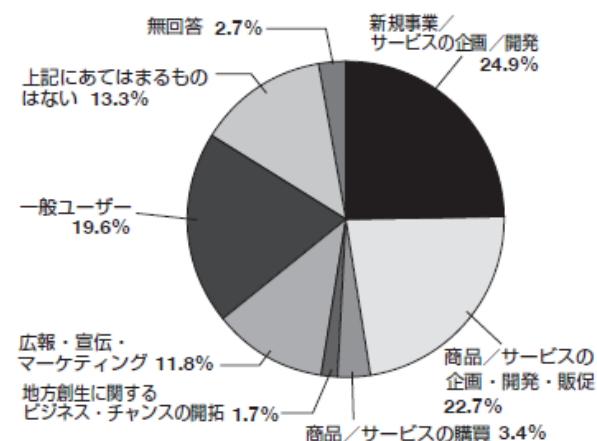
●日別来場者数

	11月2日(木)	11月3日(金・祝)	合計
来場者数	4,993	6,393	11,386
セミナー受講者数	3,026	3,839	6,865

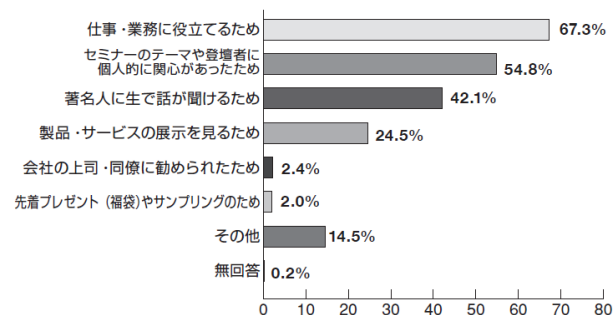
●自身の消費行動などの性向 (MA : %)



●業務上の立場 (SA : %)



●イベント来場理由 (MA : %)



前回 (TREND EXPO 2017) のご協賛企業 (順不同)

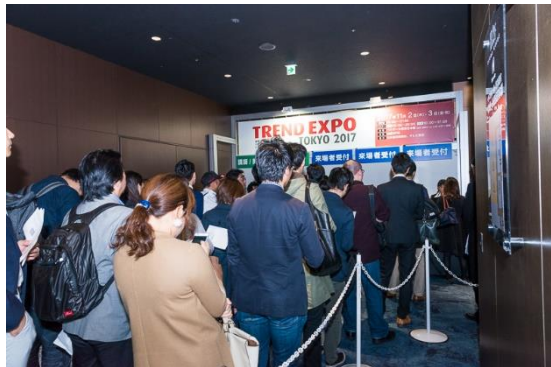
前回 (TREND EXPO 2017) の出展効果(一部抜粋)

- ・日本の**大手企業のマーケティング担当者**と**名刺交換**が出来た (外資系デジタルマーケティング)
- ・製造業向けイベントには居ない**新しい顧客開拓**が出来、目標のリスト数も十分クリア (開発支援)
- ・パンフレットは約1,000部配布出来た。会場に来た**TV局から後日取材申込**があった (学習支援)
- ・大手のオフィス家具メーカーとの販売に関する**商談に繋がった** (オフィス家具)
- ・某大手企業から**BtoBでの協業の引き合い**があり商談へ (精密機械)

- ・インフルエンサーへの認知訴求を目的に出展。**講演後のブース立ち寄りが多かった** (デジタルマーケティング)
セミナー後にブースに立ち寄る人が多く、製品理解が期待した通りに出来た (家電)
- ・インフルエンサーユーザーとの接点として出展。目標数もクリア出来た。(住設)
アンケート回収は1,200以上でサンプリングも予定以上で有意義 (食品)
- ・用意したサンプリングが足りなくなり、急遽追加。**カタログをしっかりと読んでくれる来場者多かった** (食品)

- ・ブースへの集客が他のイベントに比べ非常に良かった (金融)
- ・リフォームを兼ねた相続対策として**検討したいという問合せ** (高級家電)
- ・「体験」を目的に出展したが、**目標通りの集客数が達成**出来た (健康家電)
大手カー用品店の商品部長と名刺交換が出来て大満足 (カー用品)

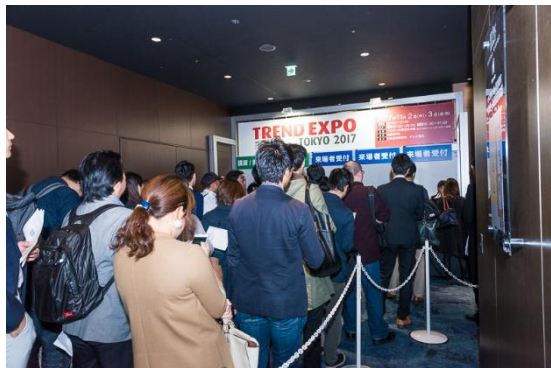
前回 (TREND EXPO 2017) の会場風景



前回 (TREND EXPO 2017) の会場風景



前回 (TREND EXPO 2017) の会場風景



前回 (TREND EXPO 2017) の講演風景



日経エンタテインメント！
ヒットメーカー・オブ・ザ・イヤー
表彰式



AI/IoTの未来鼎談



流通バイヤーによる
カリスマバイヤー座談会



ヒットの仕掛け人対談



著名マーケッターによる
マーケティングの鉄人Live！



ライザップ
ビジネスゼミナール