



実施報告書

大阪南港ATCホール

2025年5月14日(水)・15日(木)

10:00～17:00

開催実績

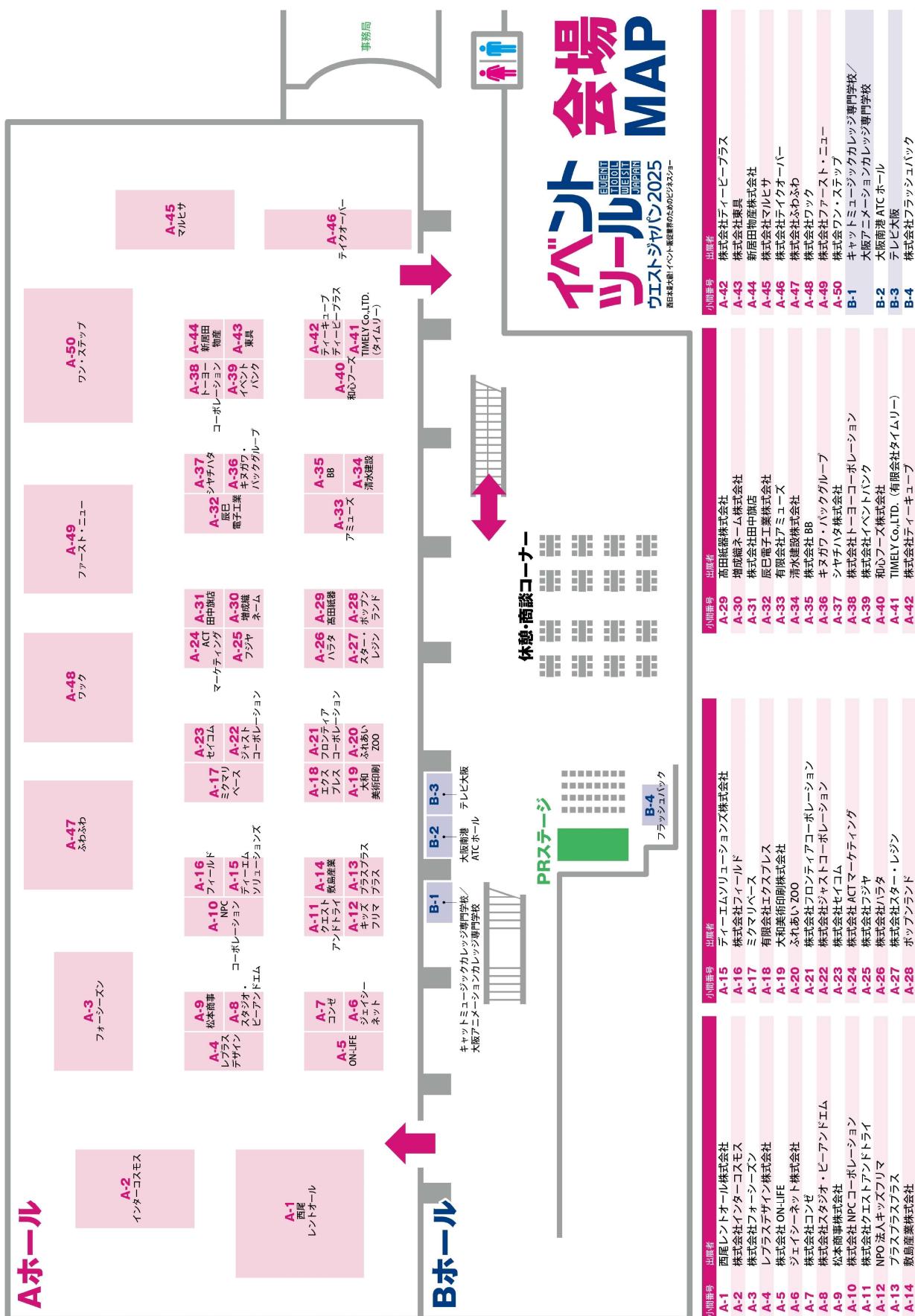
●概要

名 称	イベントツールウェストジャパン2025
会 期	2025年5月14日（水）・15日（木）10:00～17:00 ※最終入場16:30
会 場	大阪南港ATCホール（Aホール・Bホール） 〒559-0034 大阪市住之江区南港北2-1-10 https://atchall.com
主 催	テレビ大阪・アジア太平洋トレードセンター
後 援	経済産業省 近畿経済産業局、大阪府、大阪市、大阪商工会議所、 公益財団法人大阪観光局、公益財団法人関西・大阪21世紀協会（順不同）
入場料	無料（事前登録制）
公式サイト	https://www.tv-osaka.co.jp/event/eventtool/
出展者	55社／82小間
事務局	イベントツールウェストジャパン運営事務局 テレビ大阪株式会社 事業局 寺杣（てらそま）・畠山 TEL：06-6947-1912 E-mail：eventtool@tv-osaka.jp

●来場者数

	天 候	来場者数
5月14日（土）	晴れ	1,501 名
5月15日（日）	晴れ	1,708 名
合 計		3,209 名

会場レイアウト



PRステージスケジュール

ステージの内容・時間は予告なく変更になる場合があります。

5月14日(水)

“大阪IR”が動き出す瞬間、未来の大坂ベイエリアを読み解く

10:40~ アジア太平洋トレードセンター株式会社
UAE発・中東初の統合型リゾート(IR) 視察から見えた“2030年の大阪”——
地域に広がる大阪IRのインパクトを可視化し、大阪IRとあなたのビジネスの交差地点を現場視点で解説します!

開封率や反響率を重視したDM発送

11:20~ ディーエムソリューションズ株式会社
DMは電子メールよりも開封率が高い傾向にあり、中身を見てももらえる可能性が高いという特徴があります。の中でも、他社と差別化を図ることができ、より反響率を上げるDM施策をご紹介いたします。

喜ぶ人をデザインする イベント&ツール企画

12:00~ 株式会社フィールド
株式会社フィールドは京都に本社のあるデザイン会社です。
自社ブランドプロジェクトとして、乙女の祇園祭、京のおすそわけ、休息デザインプロジェクトなど、イベントツールの企画につながる事業をご紹介します。

新スタンプラリーが続々登場!スタンプラリーはシャチハタへ!

12:40~ シャチハタ株式会社
お馴染みの「重ね捺しスタンプラリー」、音を検知しスクラッチくじ等を楽しめる「音響スタンプラリー」、重ね捺しがカードサイズになった「オスクード」など、これまでのスタンプラリーを超える企画をご提案致します。

イベントコンパニオンって何?

13:20~ 株式会社フロンティアコーポレーション
イベントコンパニオンがイベント業界の中でどういった存在なのか、まだよく認識されていない方もおられる中で、そのご紹介と共に、関西のイベント業界で40年間走ってきたフロンティアの武器・強みをご紹介します!

陸から海へ!水上空間利活用のための技術紹介

14:00~ 清水建設株式会社
清水建設株式会社は、2008年に海洋未来都市構想GREEN FLOATを発表して以降、水上空間利用に関する技術開発を進めています。GREEN FLOATや浮体建築実証実験など、当社の浮体技術をご紹介します。

基調講演 イベントからはじまる、まちづくりの可能性



株式会社Jyulite/
株式会社イベントバンク 代表取締役
下花 剛一氏

15:40~ 座談会
イベントを成功に導くために必要なもの
～成功体験から学ぶイベントの在り方～



株式会社Jyulite/
株式会社イベントバンク
代表取締役
下花 剛一氏



株式会社エスピージャパン
非常勤取締役/
元株式会社毎日放送
事業局 プロデューサー
渡辺 亮氏



株式会社テレビ大阪エクスプロ
巽 謙氏



アジア太平洋トレードセンター株式会社
ホール事業部長
内田 敬氏

5月15日(木)

“大阪IR”が動き出す瞬間、未来の大坂ベイエリアを読み解く

10:40~ アジア太平洋トレードセンター株式会社
UAE発・中東初の統合型リゾート(IR) 視察から見えた“2030年の大阪”——
地域に広がる大阪IRのインパクトを可視化し、大阪IRとあなたのビジネスの交差地点を現場視点で解説します!

新スタンプラリーが続々登場!スタンプラリーはシャチハタへ!

11:20~ シャチハタ株式会社
お馴染みの「重ね捺しスタンプラリー」、音を検知しスクラッチくじ等を楽しめる「音響スタンプラリー」、重ね捺しがカードサイズになった「オスクード」など、これまでのスタンプラリーを超える企画をご提案致します。

開封率や反響率を重視したDM発送

12:00~ ディーエムソリューションズ株式会社
DMは電子メールよりも開封率が高い傾向にあり、中身を見てももらえる可能性が高いという特徴があります。の中でも、他社と差別化を図ることができ、より反響率を上げるDM施策をご紹介いたします。

イベントコンパニオンって何?

12:40~ 株式会社フロンティアコーポレーション
イベントコンパニオンがイベント業界の中でどういった存在なのか、まだよく認識されていない方もおられる中で、そのご紹介と共に、関西のイベント業界で40年間走ってきたフロンティアの武器・強みをご紹介します!

喜ぶ人をデザインする イベント&ツール企画

13:20~ 株式会社フィールド
株式会社フィールドは京都に本社のあるデザイン会社です。
自社ブランドプロジェクトとして、乙女の祇園祭、京のおすそわけ、休息デザインプロジェクトなど、イベントツールの企画につながる事業をご紹介します。

陸から海へ!水上空間利活用のための技術紹介

14:00~ 清水建設株式会社
清水建設株式会社は、2008年に海洋未来都市構想GREEN FLOATを発表して以降、水上空間利用に関する技術開発を進めています。GREEN FLOATや浮体建築実証実験など、当社の浮体技術をご紹介します。

基調講演 メディアミックスでイベント広報を バズらせるテクニックについて



株式会社エスピージャパン 非常勤取締役/
元株式会社毎日放送 事業局 プロデューサー
渡辺 亮氏

15:40~ 座談会
イベントを成功に導くために必要なもの
～成功体験から学ぶイベントの在り方～



株式会社エスピージャパン
非常勤取締役/
元株式会社毎日放送
事業局 プロデューサー
渡辺 亮氏



阪急本店
ラグジュアリー販売統括部
OMO販売企画部
ディビジョンマネージャー
島本 雅也氏



株式会社ウドー音楽事務所
拝志 治氏



株式会社中部経済新聞社
企画開発局次長兼事業部長
奥村 一仁氏

会場の様子①



制作物

● 招待ハガキ



○ B3ポスター



○会場マップ ※抜粋



告知

◎ テレビ大阪 告知スポットCM

オンエア期間：3月13日（木）～5月14日（水）



◎ テレビ大阪 公式サイト

◎ 公式SNS (X) 出展者紹介

ポスト：4月8日～5月13日

◎ 大阪南港ATC 公式サイト

◎ 大阪メトロ 中吊り広告 (1,440枚×4回)

掲出期間：①4月21日～23日 ②4月22日～25日 ④4月26日～5月5日 ③5月7日～9日



◎ 大阪南港ATC 館内ポスター掲出

◎ ダイレクトメール

招待ハガキ：約4,700件

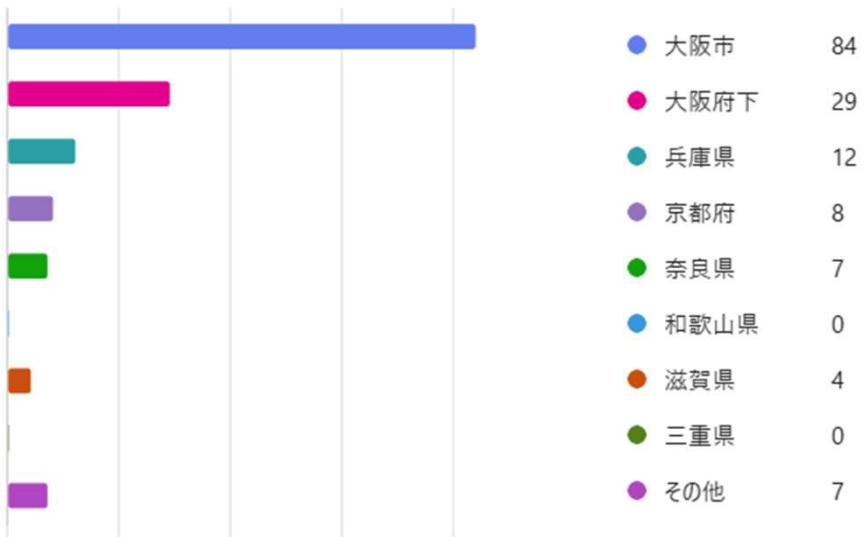
メール配信：約1,500件（計3回／4月25日・5月8日・5月13日）

◎ プレスリリース

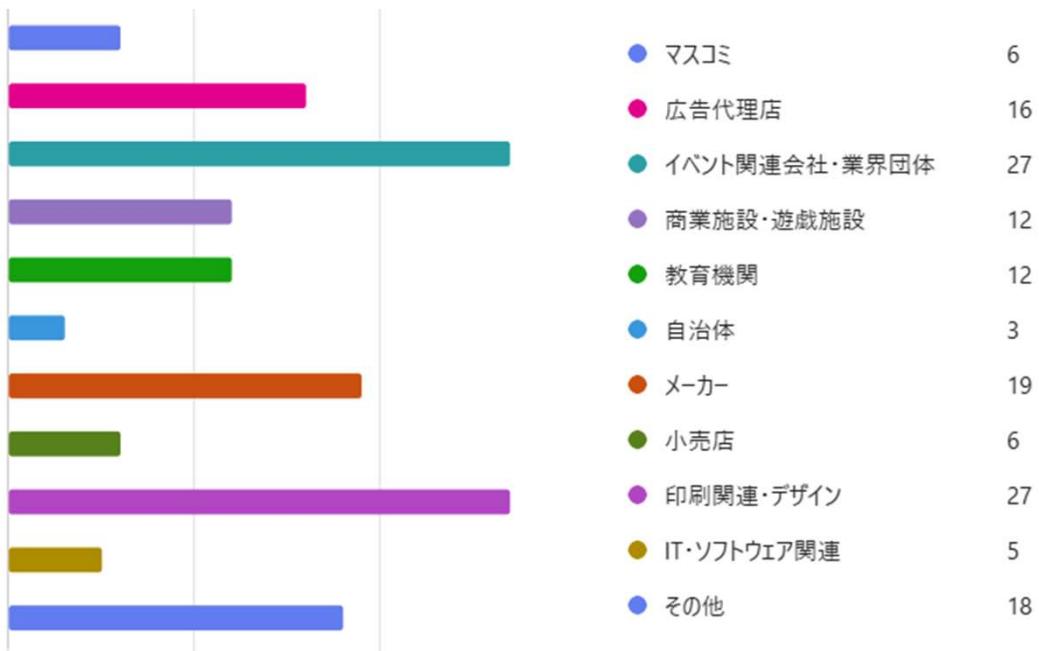
配信日：4月22日（火）／5月8日（木）



◎所属先の所在地



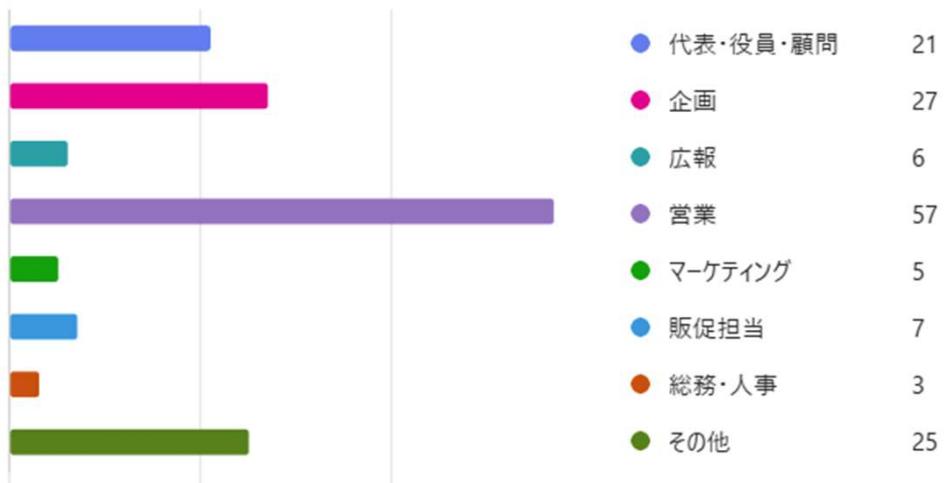
◎所属先の業種・分野



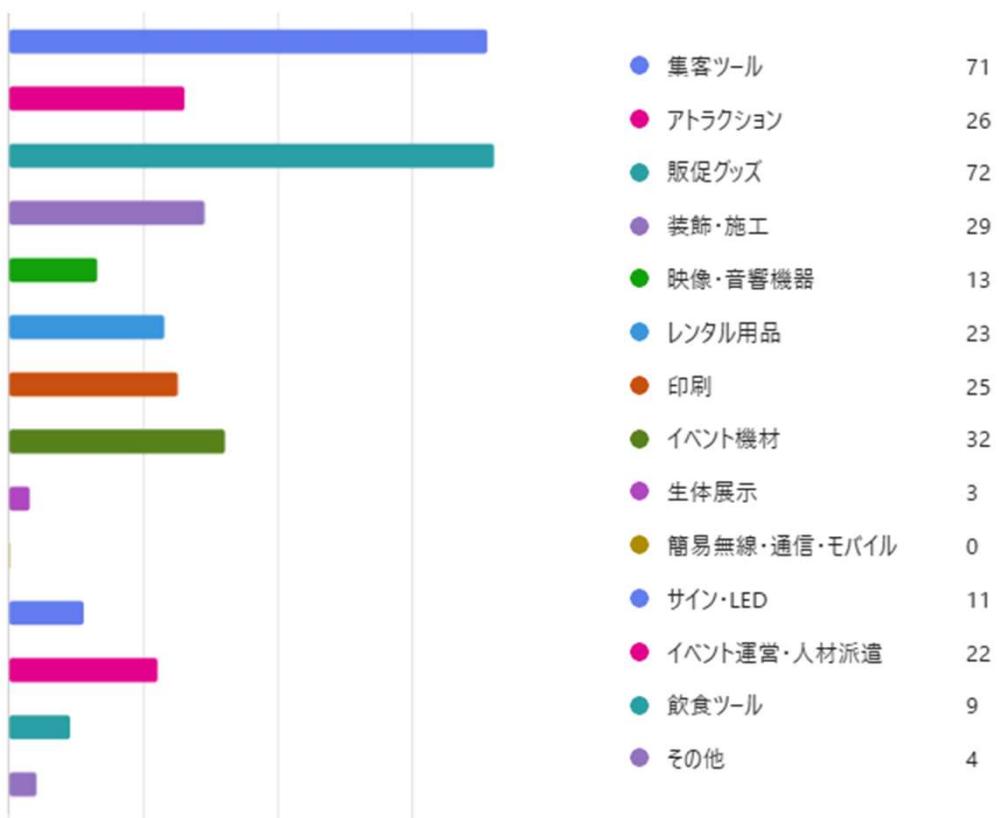


来場者アンケート②

◎職種



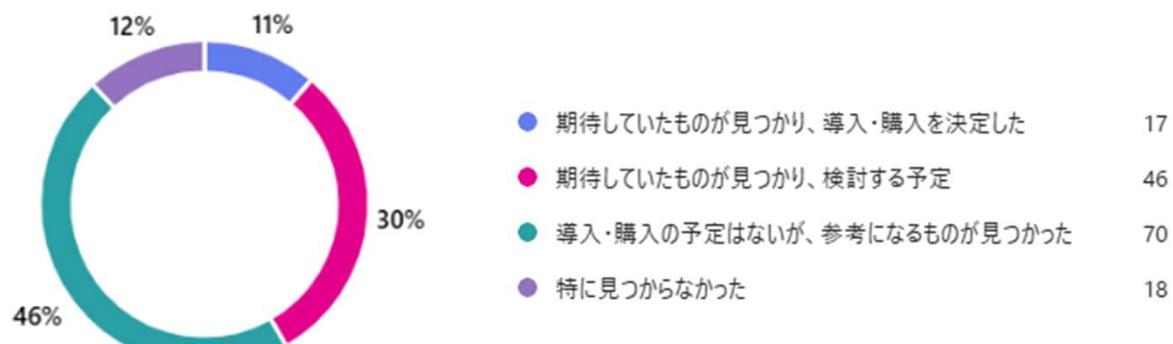
◎導入・購入を検討しているサービス・製品（複数回答）



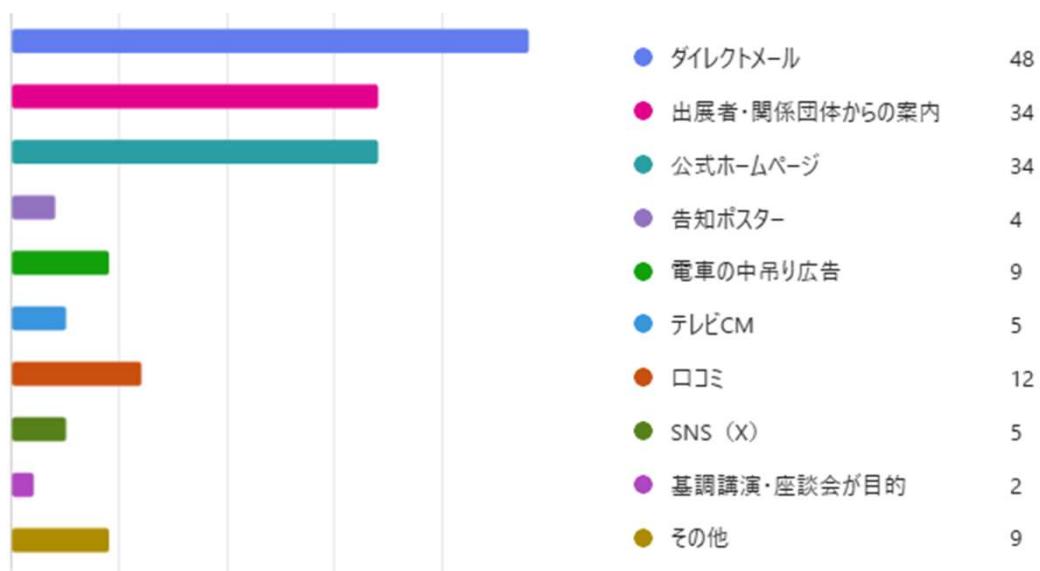


来場者アンケート③

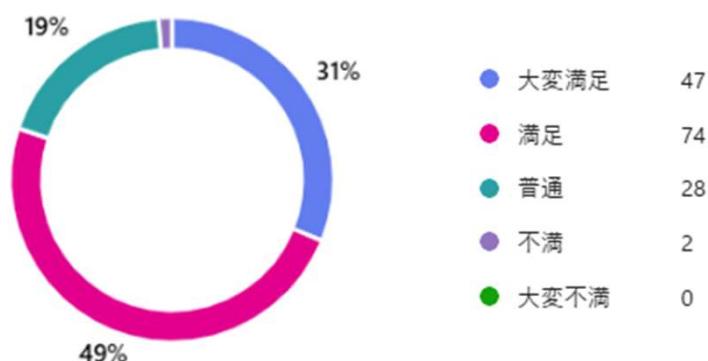
◎求める製品・サービスは見つかりましたか？



◎イベントツールウエストジャパン2025を知ったきっかけ（複数回答）



◎イベントツールウエストジャパン2025の満足度

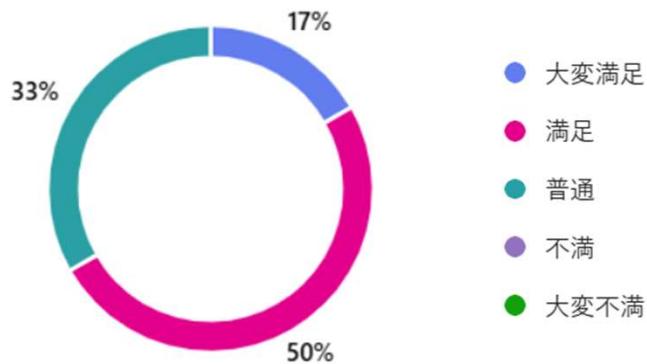




出展者アンケート①

貴重なご意見をお寄せいただきありがとうございました。

◎来場者層の満足度



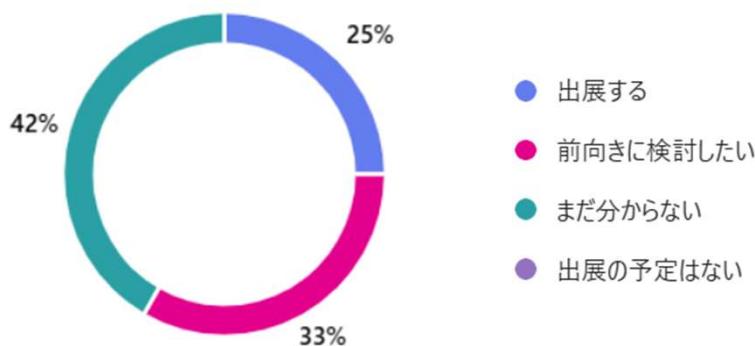
◎名刺交換に至った件数

枚 数	割 合
1~50枚	31%
50~100枚	38%
100枚以上	31%

◎商談に至った件数

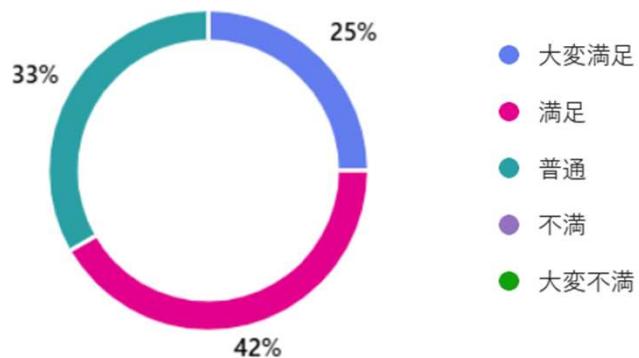
件 数	割 合
今後に期待	42%
1~5件	17%
5~10件	17%
10件以上	25%

◎次回出展への意向





◎出展されての満足度



◎出展満足度の理由 ※一部ピックアップ

● 大変満足	企業ブースとしては初の出展でしたが、通常ではなかなか出会えない企業様や出展者同士の繋がりが生まれたことで今後の展開に期待したいと思っております。
● 満足	弊社のPRしている商品（サービス）に関心がある来場者が多いこと。
● 満足	昨年に引き続き取引ができそうな会社様と名刺交換ができました。
● 満足	自社サービスに興味がある方と出会えたから。
● 普通	来場者、獲得名刺は横ばいだったので今後の営業で繋げていければと思います。
● 普通	問い合わせが多く、当社で行われる内覧会へ多数の企業を誘導できた。
● 普通	名刺交換の数は少なかったのですが、その後にお問い合わせいただく率が良かつたです。