

JAPAN  
INTERNATIONAL  
BOAT  
SHOW  

---

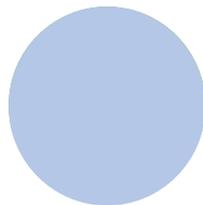
---

  
2023

ジャパンインターナショナル  
ボートショー2023

出展募集説明会

# JAPAN INTERNATIONAL BOATSHOW 2023



2022.10.28

# AGENDA

- ✓ 開催概要
- ✓ 企画基本骨子
- ✓ 開催コンセプト&テーマ
- ✓ 目標値 （定量/定性）
- ✓ 基本要件
- ✓ 主なコンテンツ
- ✓ オンライン展開
- ✓ 広報告知展開

# 開催概要

■ **会場**      パシフィコ横浜展示ホール / 横浜ベイサイドマリーナ  
                  みなとみらいぷかりさん橋 / 八景島マリーナ      特設オンライン会場

■ **会期**      2023年 3月23日（木）－3月26日（日）

日程/会場	パシフィコ横浜	横浜ベイサイドマリーナ	オンライン
3月23日(木)	11:00 プレスカンファレンス 11:30 一般開場 11:45 開会式 17:00 閉場	11:30-17:00	3/1～ プレオープン
3月24日(金)	10:00-17:00		3/23-3/26 本番
3月25日(土)			～5/28 アーカイブ視聴可
3月26日(日)			

# 企画基本骨子

【既存の大切なお客様】

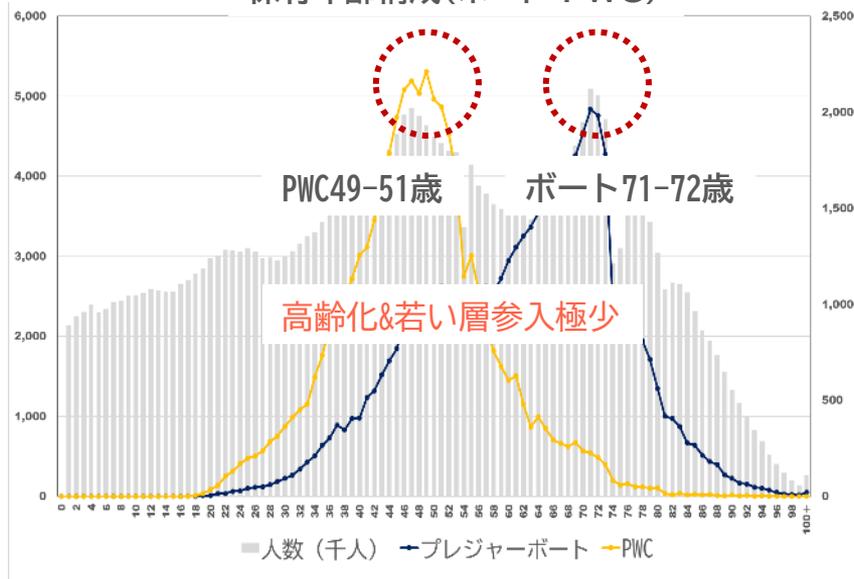
出展社 → 新製品・サービス・新技術 / ご来場案内

【これからのお客様】

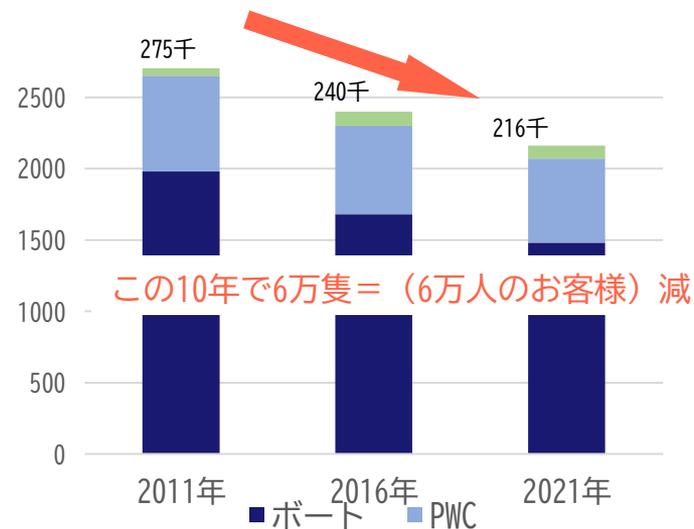
主催者 → リーチと仕掛け (新しい顧客層)

対象：コロナ禍 活発に動く**3-40代**アウトドア志向ファミリー層

### 保有年齢構成(ボート・PWC)



### 在籍船推移(ボート・ヨット・PWC)



# コロナ下アウトドア商機



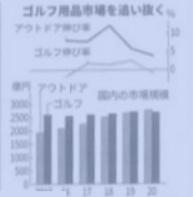
## ゴールドウイン キャンプ用品参入 メガスポーツ 専門の新業態展開

ゴールドウインは3月からキャンプ用品に本格参入した（東京駅前本店）

「メガスポーツ」は、アウトドア用品の専門店として、2011年に創業。当初は登山用品を中心に展開していたが、近年はキャンプ用品の需要が急増している。3月から、これまで主力だった登山用品に加え、キャンプ用品にも本格参入した。店舗では、登山用品とキャンプ用品の両方を取り揃え、顧客のニーズに応える方針だ。

「アウトドア用品の専門店」として、2011年に創業。当初は登山用品を中心に展開していたが、近年はキャンプ用品の需要が急増している。3月から、これまで主力だった登山用品に加え、キャンプ用品にも本格参入した。店舗では、登山用品とキャンプ用品の両方を取り揃え、顧客のニーズに応える方針だ。

商品名	売れ行き
テント	アルペンアウトドアーズでは前年比で5割増
コンロ	アルペンアウトドアーズでは前年比で2倍
山道用テント	好日山荘では前年比で5割増



市場拡大、屋外で家族と安心

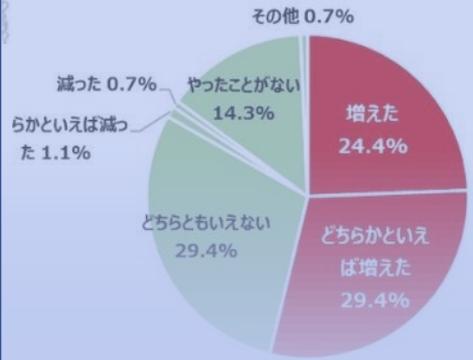
# アウトドア熱上昇中



アウトドアシーズンの到来を迎え、インターではバーベキューやたき火台の行きが好調だ（DCMホームマック）

コロナで注目「アウトドア」  
キャンプ場利用前年比

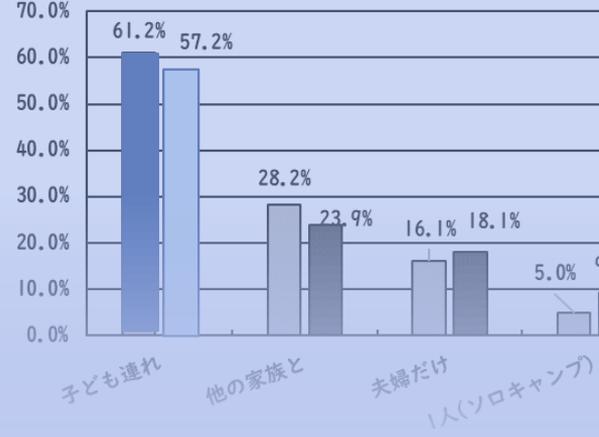
Q.コロナ禍以前と比べて、コロナ禍での「おうちキャンプ」の回数について当てはまるものを教えてください



クリエイション旅行におけるキャンプ場利用率とキャンプ場平均稼働率の



11 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 (年)  
\*11 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 (年)  
に占めるキャンプ場を利用した旅行者数の割合として算出。



# 企画基本骨子

“規模”

“魅力”

“新規”

お客様の期待を裏切らない『出展規模』確保

テーマ性を持たせたゾーニングと展開

ニューカマー関心層を意識した仕掛け

## 【規模】

寂しくなった  
見るモノ無い

### ■ 出展社数規模

出展促進

(復活・新規・小間増依頼)

### ■ 出展製品規模

テーマゾーン新設

出展メリット

## 【魅力】

何処が見どころ？  
何を見ていいかわからない

### ■ コンセプトゾーン企画

- ・フィッシング
- ・アウトドア
- ・ジェット
- ・セーリング
- ・マリンライフスタイル
- ・ . . . . .

## 【新規】

新規とは言うけど  
狙う層は誰？

### ■ ニューファミリー層

- ・アウトドア
  - ・家族での楽しみ
  - ・親の興味・関心
  - ・子育て価値観
- ⇒体験・学び・知育

# コンセプト&テーマ

『未来』と『希望』を想起させる

”次世代“ “子供達”



狙うニューカマーからの

# 共感



A young child with dark hair, wearing a light-colored straw hat and a red life vest with a white logo, is smiling and looking towards the camera. The child is standing on the deck of a white boat, with the boat's railing and mast visible in the background. The entire scene is set against a deep blue background that has a subtle gradient and a soft glow around the child.

**BOATSHOW THEME**  
**2023**

あふれる笑顔・この海ですっと・・

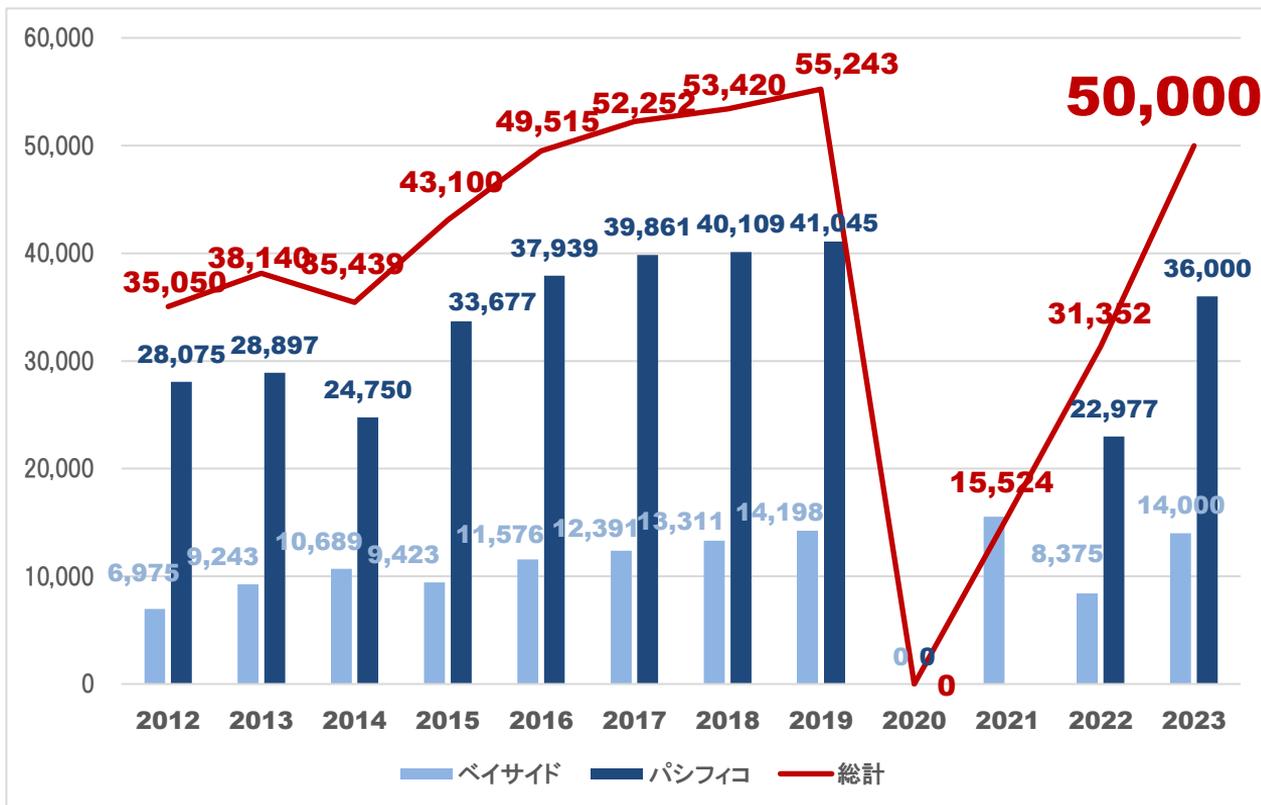
この素晴らしい海・楽しみ・魅力を次世代につなごう

# 目標/来場者数

**5万名動員** を目標

バイサイド → コロナ前 同レベルまで回復(オーナー層活発・大型艇は好調維持..)

パシフィコ → 屋内会場 感染懸念未だ影響・コロナ前10%強は減少



# 目標/定性

## 今・ここに居るお客様（既存・リピーター）

- ・来てよかった・満足度が高く・また来年も
- ・「一緒に」誘える（奥様・パートナー・娘さん・友人）ショーに

## 今・ここに居ないお客様（新規・初めて）

- ・初めて・新しいお客様の来場が増える
- ・初めての方にボーテイングレジャーの楽しさ・魅力を伝える

## 出展者

- ・ビジネスの成果を確実に感じる事が出来る
- ・将来のビジネスにつながる（BtoB BtoC）
- ・新規顧客との出会い・LTV（生涯顧客価値）の高いお客様の獲得

# 主な企画内容（パシフィコ会場）

来場者目線-分かり易い・目的-動線  
ゾーニング&インフォメーション

大小間出展社

マリンライフ  
スタイルアベニュー

ジェット  
ビレッジ

セーリング  
ビレッジ

フィッシング  
ゾーン

マリーナカフェ

アウトドアゾーン

海ゼミゾーン

KIDS  
ビレッジ

中古艇フェア

ミニボート・マリーナ・機器・用品・グッズ

# 主な企画コンテンツ（パシフィコ会場）

## フィッシングゾーン

フィッシングボート・ミニボート・PWC(舩装艇)展示と提案  
ボートフィッシングギア・ルアー・関連商品展示  
→各社協力依頼/協カメリットの検討中(告知サポート・展示ローコストetc)

## ジェットビレッジ

『安心・安全』テーマとした訴求  
ロケーションアラームシステム導入インフォメーション  
『心躍るジェットライフ』  
楽しさ・魅力の訴求方法/PWCワーキングチーム検討課題

## アウトドアゾーン

キャンピングカー・用品出展                    ※昨年出展社 小間倍増  
キャンプ&フィッシング 提案

## 海ゼミゾーン

ビギナーからベテランまで楽しく学べる講座を用意  
講座数（18-20セッション）

## マリーナカフェ

来場者/滞在時間増  
軽食提供基本・ボートショー特別限定商品の提供あり

# 主な企画コンテンツ

## 子供達への“体験””学び“コンテンツの充実

### パシフィコ横浜

- \*KIDSワークショップの拡大  
(スペース・プログラム数・内容充実)

従来プログラム  
+MC神戸人気プログラム  
+新企画  
(KEY-親子で)



### ベイサイドマリーナ

- \*KIDS体験プログラムの拡大  
(体験乗船艇増・体験参加者増へ)

キャプテンKIDSエリア  
\*カヌー  
\*ミニボート  
\*小型ヨット



### ぷかりさん橋

- \*帆船「みらいへ」  
KIDS体験航海・セール指導

KIDS対象  
学びの体験航海  
\*操船  
\*セーリング



### 八景島マリーナ

- \*セーリングカッターボート体験  
\*クラフトワークなど(プログラム検討中)

横浜港振興協会協力  
独自コンテンツ  
ボートショー期間展開



# オンライン展開

## 2年間/検証

### 出展社)

- \* 出展効果測定難
- \* 出展社数減 60→48(2022年)
- \* ブース制作手間・難

### お客様)

- \* 出展社数・内容/魅力に欠ける
- \* 従来のコア層と変わらず
- \* 地方視聴者極少
- \* オンラインポートショー  
ネーミングとのGAP

## 2023基本展開

### 出展社数を『増やす』

- 出展コスト減
- 制作工数減・労力減
- リーズナブルな出展料設定

### 魅力あるサイト内容

- 公式サイトと融合化  
より見易い・分かり易い内容へ
- 地域情報  
ポートショーなどの訴求増

公式サイト=オンライン会場として新たに組み替え

# オンライン展開

## 前年（2022）比較

	2022年	2023年（案）
名称	オンラインBS	オンライン会場
期間	3/18～8/31(5.5ヶ月)	3/1～5/28（3カ月）
(リアル)	(3/31～4/3)	(3/23～26)
入場者登録	不要	不要
出展料	個社 11～110万円 共同 3.3万円	廉価設定
出展者 ブース	特設ブース (チャット、Zoomなし)	特設ブース無し サムネイル表示
課金	全て無料	全て無料
Live	生配信	録画&簡易撮影
他		地域BS同時纏め

### 公式サイト



### オンラインショー



ユーザー数

56,000

26,000

サイト一本化

## 国際ボートショー『オンライン会場』

- ・サイト一本化→ユーザー囲い込み
- ・1つのサイトで必要情報入手が簡便に→ユーザビリティが向上
- ・来場者→1つのサイトに纏め・回遊率向上へ

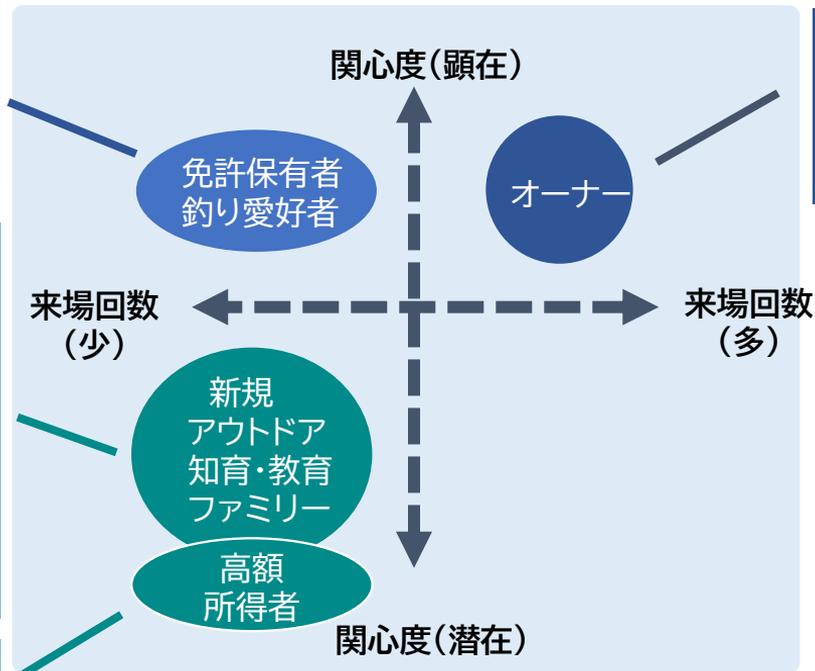
# 広報告知展開

コア層(出展社の皆様へ→お客様への招待状お渡しを)  
新規(顕在層である“免許取得者”・アウトドアファミリー層へのリーチ)

- ・免許(新規・更新)会場案内
- ・釣り関係媒体露出
- ・釣りフェスティバル会場告知 ※1

- ・八景島シーパラダイス関係露出
- ・キャンプカーショー会場告知 ※2
- ・横浜市教育委員会協力(市内学校園 告知)
- ・SNSインフルエンサー活用
- ・KIDSプログラム協力者/告知
- ・=====
- ・=====

- ・Dinersクラブカード会員誌告知
- ・プレミアム出展者→動員



- ・専門誌関係告知
- ・各社招待状 ※3
- ・TPSP受講者(PWC)

※1 釣りフェスティバル2023  
(1/20-22@パシフィコ横浜)

※2 ジャパンキャンプカーショー2023  
(2/3-6@幕張)

※3 来場率 34% (2018年)  
世の中/8-10%GOOD

ご不明点・ご質問は下記のマリン事業協会  
ボートショー運営デスクまでお問い合わせ下さい

# JAPAN BOATSHOW 2023

INTERNATIONAL

ジャパンインターナショナルボートショー2023

## お問い合わせ先

■ ボートショー運営デスク ■

〒104-0028 東京都中央区八重洲2-10-12国際興業第2ビル 4階  
(一社)日本マリン事業協会内

Tel 03-5542-1205 Fax 03-5542-1206

Eメール [boatshow@marine-jbia.or.jp](mailto:boatshow@marine-jbia.or.jp)