

名古屋ならではの産学連携促進とは Convention × Exhibition

同分野の学会と展示会の同時開催や、展示会での学術関係者の講演・相互交流を実施する

C×Eの特徴

- ▶他都市にはない展示会・学会連動型の名古屋発のMICEスタイル
- ▶単独開催を上回る経済効果／産業振興効果を創出
- ▶開催効果の向上に寄与することで新たな展示会・学会の誘致開催

Convention

- ・学術研究者が、研究発表し検討論議する学会
- ・学術内容に関する講演会、シンポジウム等

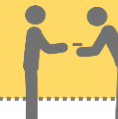


《出展者・来場者》
新しい研究や技術を、自社製品に取り入れる機会

《学者・研究者》
自身の研究内容を、産業の発展につなげる機会

Exhibition

- ・企業による新しい商品、製品、サービスなどの展示やデモンストレーション、商談等



NCVB※がマッチングをコーディネート

※NCVB：名古屋観光コンベンションビューロー

メリット

- ・研究成果を社会へ発信する機会の獲得
- ・企業との交流による新たな視点の獲得
- ・新しい研究分野の発見
- ・共同研究者（スポンサー）の開拓

メリット

- ・より多くの集客が見込める
- ・アカデミア研究の最新情報に触れる機会
- ・共同研究パートナーの開拓
- ・新製品等の開発に繋がるビジネスチャンス

連携に関するステップ

STEP 1／連携先検討

- ・連携を希望する展示会・学会の検討



【NCVB】

- ・展示会・学会担当者とのコネクティング
- ・開催会場提案・調整
- ・開催助成・支援提案

STEP 2／連携に向けて

- ・連携内容検討
- ・連携に向けた広報



【NCVB】

- ・より効果を増大させるための連携内容の提案
- ・各種ネットワークを活用した広報

STEP 2／連携実施

- ・展示会・学会（もしくはシンポジウム等）の同時開催
- ・交流ブースの設置



【NCVB】

- ・当日の関係者・来場者のコーディネート

STEP 4／連携実施後

- ・実施成果の広報



【NCVB】

- ・実施成果の広報
- ・新たな連携先の提案

名古屋ならではの産学連携の促進事業



公益財団法人
名古屋観光コンベンションビューロー

仕様書別添①

（公財）名古屋観光コンベンションビューローの強み

- ▶ 継続的なMICE誘致促進による、MICE主催者である企業や大学との連携
- ▶ 情報交換会の開催など、ステークホルダー、民間企業、業界関係者と連携した誘致強化への取り組みの実施
- ▶ MICE開催情報の収集・整理や分析・トレンド把握することによる効果的な営業活動
- ▶ これまでMICEの誘致促進・開催支援を行ってきた経験を活かした主催者へのMICE開催のアドバイス・支援が可能

➡ 展示会と学会双方とのネットワークがあり、多様なMICE情報を保有している当財団が仲介・調整し、双方を結びつけることで、産学連携によるさまざまな波及効果が期待できる

《R5実施内容》ビューティーワールド ジャパン 名古屋

概要：ビジネス向け総合ビューティ見本市
会期：R5.7.24～26
会場：ポートメッセなごや 第1展示館
来場者数：15,625名
出展者数：222社

- ▶ 会場内にブース出展し、ブース内にて学術関係者と企業によるピッチイベントを開催（学術関係者6名、企業6社による）ピッチは各日午前1回・午後1回（各回学術関係者1名、企業1社）
- ▶ ブース内で学術関係者のパネル展示や、企業による製品展示も実施
- ▶ 学術関係者・企業・来場者・出展社等との交流を行い、共同研究、新事業創出を目指し新たなMICE開催につなげる
- ▶ 成果：ブース来場者 124名 → 交流数 92名（名刺交換件数）

【展示場関係者の反応】

- ・ブースでの商品への高い関心、その場で購入した方もいた



【学術関係者からの反応】

- ・自分の研究について普段とは違った視点から意見をもらえて勉強になった
- ・なかなか繋がらない人と縁ができて良かった



《R6実施内容》名古屋プラスチック工業展

概要：プラスチック産業の専門展示会
会期：R6.11.20～22
会場：ポートメッセなごや 第3展示館、交流センター
来場者数：17,170名
出展者数：191社

- ▶ 会場内（交流センター）会議室において、プラスチック産業に関連する学術関係者によるシンポジウムを開催（学術関係者5名、大学産学連携部門3団体）。シンポジウムは各日午前1回・午後1回（初日は午後1回のみ）。
- ▶ 会場内（第3展示会）にブース出展し、シンポジウムに参加した学術関係者によるパネル・製品展示及び説明を実施
- ▶ 学術関係者・企業・来場者・出展社等との交流を行い、共同研究、新事業創出を目指し新たなMICE開催につなげる
- ▶ 成果：シンポジウム来場者 85名
ブース来場者 1014名 → 交流数 79名（名刺交換件数）

【展示場関係者の反応】

- ・ブース：アニメは面白いという反応多数
- ・シンポジウム：研究内容への興味多数



【学術関係者からの反応】

- ・ブース：アニメは非常に好意的
- ・シンポジウム：大変貴重な機会だった

【生まれる効果】

- ・学術関係者による研究シーズの社会実装化
- ・双方開催による来場者の獲得

- ・展示会関係者による共同研究者の獲得
- ・当日来場者による想定外の発見