

NICT初のMWCバルセロナ 自主出展レポート

国立研究開発法人情報通信研究機構 グローバル推進部門 国際研究連携展開室

はんむら きよたか
半村 清孝



1. NICT初のMWCバルセロナ自主出展は大成功

NICTによる2025年（以下、今年）3月のMWCバルセロナ出展は、昨年に引き続き2度目となる。昨年は総務省が出展支援する日本パビリオンの一角に出展したが、今年は自主出展した。今年の出展目的は、出展によりNICTの国内外プレゼンスを昨年以上に向上させることである。出展成功の指標はメディア露出数とブース来場者数のどちらも昨年比で増進することとした。結果として、今年メディア露出数は11社（昨年は2社）、来場者数は1,800名超（昨年は1,000名程度）であり、どちらの成功指標も達成した。

本出展レポートは、初の自主出展となったMWCバルセロナ2025出展に向けたほぼすべての記録と反省である。

2. 出展までの準備記録

a. 昨年の成功を受けての今年の出展

今年の出展は昨年からの流れを受けたものである。そこでまず昨年の振り返る。出展の端緒は2023年7月の総務省発表「『MWCバルセロナ2024』における出展支援のご案内」にある出展企業募集へNICTが応募し、日本パビリオンに出展できる1社としてNICTが採択されたことである。1社当たり6～9m²の出展スペースが無償で与えられ、出展企業として出展物の準備・出荷・会場での説明を行った。出展までの準備進捗管理は総務省委託の運営業者にすべてお任せできた。実は、NICTはMWCバルセロナへの出展がICT業界でのプレゼンス向上にもたらす影響力に以前から着目しており、年度当初から出展可能性を模索していた。しかし、初出展での自主出展はROI・運営両面での懸念が大きかった。日本パビリオン内での出展はどちらの懸念も軽減した。結果、NICTブースに1,000名超の来場者があったことで、出展によるプレゼンス向上効果はあったと内部的に認められた。

昨年の成功を受け、今年も出展することとした。ただし、昨年以上の効果を得るには出展スペースの拡大と出展内容の拡充は必須と考えた。他方、仮に日本パビリオンでの再出展がかなってもそこでの出展スペース拡大は望むべくもない。よって今年は自主出展とした。

b. 準備項目のリストアップ

自主出展に向け、準備項目として以下をリストアップした。

出展予算の確保、出展スペース確保、会議スペース確保、施工・運営支援業者仕様書作成、支援業者との契約、出展構想決定、出展内容決定、出展組織への出展要請、出展ブース外観決定、ブース内レイアウト決定、ブース内詳細仕様決定（電源・ネットワーク・特別仕様等）、出展物の準備、会場での電波使用許可取得、展示品輸出に係る輸出許可取得、カルネ申請、展示品等の輸送ロジ（輸出・輸入・スペイン国内配送）、出展物の梱包・開梱、輸送中の保険加入、出展期間中の出展物への保険加入、説明員用ユニホーム準備、来場者へ配るノベルティ準備、会場への入場パス手配、出張関係者のスケジュール管理、日本パビリオンとの連携、メディア露出数をアップさせるための施策、出展ブース来場者を増やすための施策、出張幹部のスケジュール管理、開催期間中のメディア対応、開催期間中のVIP来訪対応、宿泊手配、フライト手配、出展研究室ヘトラベル費用の振替及びNICT出展関係者とMMC社との準備会合の運営。

c. 展示スペースと会議スペースの確保

展示スペースとして40m²、会議スペースとして9.75m²を契約した。契約費用はそれぞれ£44,160、£6,330である。

d. 運営支援作業の役務調達

一般競争入札を経て、運営支援業務を有限会社エムアンドエムカラー（以下、MMC社）に委託した。MMC社は昨年の日本パビリオンの運営業者であり、MWCバルセロナ出展のノウハウを熟知している。初の自主出展となるNICTにとっては心強いパートナーの獲得である。

e. 出展内容の決定及び研究組織への出展要請

出展構想は昨年に続きNICTのBeyond 5G関連技術のアピールとし、出展内容は技術展示3点と概念展示2点とした（詳細は「4. 出展内容」）。各出展物の出展元（＝研究組織等）には、出展物の準備と、NICT現地対応員として3名程度



の出張を要請した。NICT現地対応員にはNICTブース設営補助、来場者への出展物説明、メディア対応・VIP対応・集客活動等NICTブース内イベントへの協力及び撤収作業補助を依頼した。

f. ブースデザイン

ブース外観は、全体は黒系でまとめ、青2色によるNICTロゴを適宜配置し、展示物説明は白文字とした。また、ブース上部にNICTのロゴ入りの幕を吊る仕様とした。完成した実際の外観は図1を参照。

ブース内レイアウト及びブース内詳細仕様は現地施工会

社（PRO EXPO社（スペイン））の意見も参考にし、最終的に図2（平面図）とした。

g. 有線ネットワーク敷設

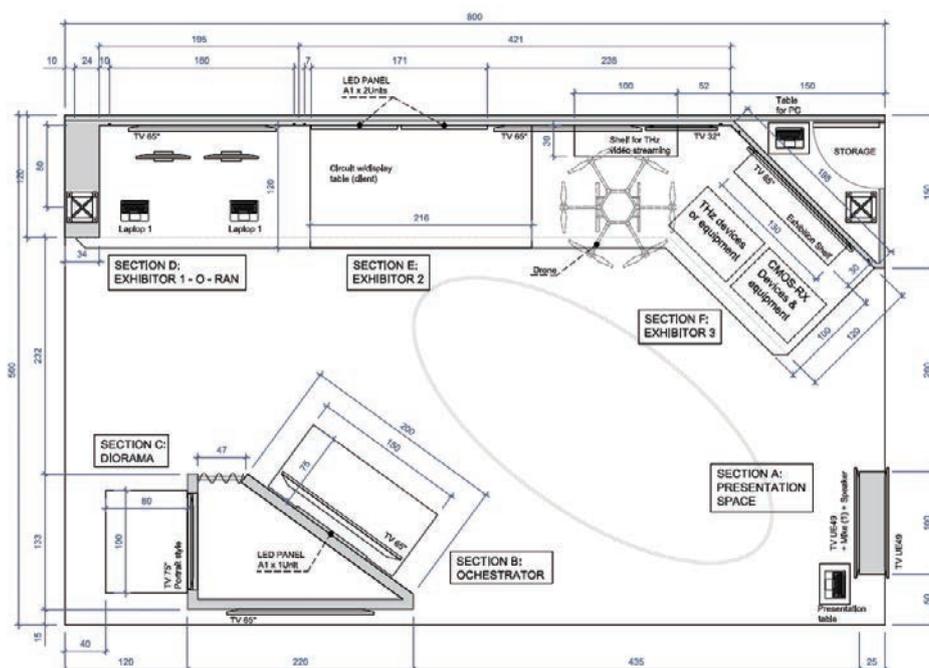
技術展示の1つが、会場とシンガポール間の安定的ネットワーク回線を必要とした。そのため、25Mbpsの有線回線を別途敷設した。敷設費用は£21,600である。

h. 展示物の輸送（輸出許可取得及びカルネ申請を含む）

搬出する物品は、日本の法令の下でスペインへの輸出が許可されている必要がある。このため、NICT内の安全保



■ 図1. NICTブースの外観



■ 図2. NICTブースのブース内レイアウト（平面図）

障輸出管理審査会に、輸出に関する安全保障上の規制対象か・否かの判定（いわゆる該非判定）及び該当品に対しては包括的許可取扱要領の基で輸出可能かの判定を依頼した。判定の結果、すべての搬出希望品の輸出が許可された。

次いで、物品を一時的に輸出入する際に利用できる通関手続き、いわゆるカルネ利用申請を行った。この利用により、輸出先国から求められる輸入税や日本帰国時の消費税も免除になる。経費節減のため必須の手続きである。手続きはMMC社に代行依頼した。

研究組織等により準備された搬出品は、日本国内輸送を担当した株式会社アドバンスサポート・ジャパン社によって空輸前に11個の輸送物塊（うちの7塊は特製の嚴重な木箱）に集約された。スペインへの空輸後は、通関を経たのち、MWCバルセロナ会場へ輸送されるまで近郊で保管された。

開催二日前の午後、現地輸送会社によって搬出品11塊が展示スペースフロアに配達された。NICT現地対応員がこれらを開梱し、中身の展示物を取り出した。段ボール、木箱7箱は日本への輸出時にも必要なため、丁寧に分解し、閉会まで会議スペースで保管した。

閉会後に11個の塊に再梱包された展示品は、現地輸送会社によって会場から集荷されたのち、カルネ通関手続きを経て日本へ空輸され、3月24日（月）にNICTに到着した。

i. 入場パス手配

展示スペースと会議スペースの契約完了に伴い、Leaders Conference Pass（以下、Leadersパス）とDiscovery Exhibition Pass（以下、Exhibitionパス）が支給された。枚数内訳は、Leadersパスが1枚、Exhibitionパスが65枚である。これらのパスを出展関係者に配布した。すなわち、Leadersパスは徳田理事長へ、ExhibitionパスはNICT幹部、NICT現地対応員、MMC社員、日西通訳、スペイン施工業者及びゲストへ配布した。なお、Exhibitionパスと異なり、Leadersパスは原則として全エリアにアクセスできる。そのため、Exhibitionパス保有者のうち数名がLeadersパスへアップグレードした。

3. 会場での活動記録

a. ブース設営及び閉会後の解体

ブース設営はPRO EXPO社、NICT現地対応員、MMC社の協働で実施した。

まず、PRO EXPO社が出展エリアに壁、床及び特製トラスの施工並びに電源・ネットワーク等の敷設並びに大型モニタ・ブース全体照明器具の設置などを開催二日前の午前中までに完了した。

開催二日前からはNICT現地対応員が会場入りし、日本から持ち込んだ出展物の開梱、特製トラスへのドローンの据付けをはじめとする出展物の設置、展示リハ等を行い、翌朝9時からの開催に備えた。なお、ドローン据付けと電源・ネットワークの最終調整作業はNICT関係者とPRO EXPO社が協力して実施した。PRO EXPO社とは英語でのコミュニケーションは難しかったため、日西通訳にはこの準備期間も稼働をお願いした。

Day4（最終日）は16時にMWCバルセロナのイベント全体が閉会した。NICT現地対応員は閉会直後からPRO EXPO社の協力の下で展示品の解体を開始した。ブースに到着した時と同じ荷姿になるように、保管していた段ボールと木箱を用いて再梱包し、現地輸送会社による同日19時の空輸予定物のピックアップに備えた。

b. 展示物の説明

5点の出展物前には展示説明員がそれぞれ常時待機し、来場者へ展示物の説明を行った。また、出展物ごとの要点シートを展示説明員全員で共有し、担当外の出展物についても最低限の説明ができるようにした。要点シートには、その展示で最終的に分かってほしいこと、実際に見せるもの、特に注目してほしいポイント、を含むものとした。

展示説明に直接関わらない者は、ブース近辺の通路でMWCイベント来場者に声掛けし、NICTブースへの集客を促した。日西通訳者には、英語に加えスペイン語での声掛けも依頼した。これはスペイン現地からの英語が得意でない来場者への集客効果を増すための試みである。集客のための他の活動は「5. 広報活動の詳細-b」を参照。

c. VIP対応

NICTブース来場者はVIPの視察も受け、徳田理事長が対応した。主な来場VIPは以下のとおり。今川拓郎総務審議官、ラディカ・アリヤル ネパール通信・情報技術省（MoCIT）事務次官、大島周（株）海外通信・放送・郵便事業支援機構（JICT）社長、イタリア大統領府（Ministry of Enterprises and Made in Italy）ジョルジオ・マリア・トシ・ベレツフィ氏及びチェン・フエイ・オン シンガポール情報通信メディア開発庁（IMDA: Infocomm Media Devel-



opment Authority) Assistant Chief Executive。

d. MOU調印式実施

Day2には、NICT出展ブースにてノースイースタン大学無線インターネットオブシングズ研究所とNICT Beyond 5G研究開発推進ユニットとの情報通信技術分野における覚書(MOU)の締結式が行われた。徳田理事長の立会いの下、ノースイースタン大学のトマソ=メロディア教授と、NICT Beyond 5G研究開発推進ユニットの竇迫ユニット長が調印した。

e. 休憩・待機場所

会議スペースとして確保したエリアは、その高さ方向も含め、ほぼ全容積が日本からの展示品輸送の梱包材(木箱を分解したもの、または段ボールなど)の保管場所として専有してしまうことになった。梱包材の隙間にかろうじて置けた椅子3脚で現地対応員は食事や休憩をとった。

当初、梱包材は別場所に保管し、会議スペースは会議・休憩エリアとして利用すべしとの考えもあったが断念した。この場合、MWC閉会直後に預けた梱包材がブースに戻らず、撤収作業に支障をきたす恐れがあったためである。

4. 出展内容

出展内容は以下のとおりである。

- 陸・海・空(宇宙)をシームレスにつなぐ通信環境を実現するためのNICTの次世代ネットワーク技術について、コンセプトを紹介するジオラマ。
- 3つのユースケースを通してBeyond 5Gアーキテクチャの概念を体験するための展示。業界横断的な「オーケストラ」が、現実世界と仮想世界のデジタルツイン技術と統合して問題解決の様子をスクリーン上で体験する。3つのユースケースとは、フードロス問題の解決、CO₂削減、被災リスクの回避、である。
- TN (Terrestrial Networks、地上系ネットワーク) と NTN (Non-Terrestrial Networks、非地上系ネットワーク) の融合による、通信の省エネルギー化と通信の品質最適化のデモ(シンガポールに設置したドローンのバルセロナからの遠隔操作実演を含む)。NTNはエミュレーション。
- 60GHz帯電波を用いた時空間同期技術の動態展示(ロボットカーとドローンのすれ違い大容量データ送信)。実証実験で利用した実際のドローンも展示。

- 300GHz帯電波を用いた4Kビデオ映像の非圧縮データ送信と瞬間映像ファイル伝送の動態展示(テラヘルツ無線伝送技術の海外での初実演)。

5. 広報活動

a. メディアに取り上げてもらうための事前活動

メディアへの事前広報は、NICT広報部とNICTグローバル推進部門が手分けして行った。

広報部は国内メディア対策として、NICTの外部ウェブサイト上に、出展の報道発表と出展のイベント周知を行った。広報部はまた、従前からの国内大企業とのネットワークを生かし、海外展示会におけるメディア戦略に関する基礎情報を収集した。

グローバル推進部門は、600名を超える国内外来場予定メディア担当者へ向け、本出展を事前に一斉メールした。メディア担当者のメールアドレスは出展者専用ウェブサイトからダウンロードした。メールに添付した英語版とスペイン語版の報道発表資料は、日本語版資料を自動翻訳したものである(「みらい翻訳Plus」の無料トライアル版を利用)。

b. NICTブースへの集客のための活動

i. スタンプラリー

互いに近所に位置する日本パビリオンとNICTブース(ここでは以下、どちらも「ブース」と呼ぶ)をスタンプラリーイベントで結ぶことで、どちらのブースの来場者も増やすことを試みた。仕掛けは以下。それぞれの展示ブース内にスタンプ押下台を設置。各ブースへの来場者にはブース見学後にその場で台紙にスタンプを押下させる(あるいは、スタッフが押下したものを渡す)。その際、近所にあるもう一方のブースにも同様のスタンプ押下台があること、加えてここでもスタンプを押すと台紙上のスタンプデザインが完成すると伝え、「もう一方のブース」への来場を促す。台紙は両ブースで共通であるが押下するスタンプは異なる。スタンプ押下の様子は図3参照。

スタンプのデザインは有名な浮世絵であり極めて日本的である。一方のスタンプだけでも十分に美しいが、完成形が欲しくなると期待した。加えて、自ら手を動かして何か作成することも興味を引くと想定した。これら2点から、このスタンプラリーは双方のブース来場者数の増加に貢献すると思った。

果たして、このスタンプラリーの集客効果は想像をはるかに超えるものだった。老若男女や国籍を問わず、スタン



■ 図3. みずから台紙にスタンプ押下する来場者

ブ押下台の周りには人が途切れなかった。

ii. ピッチプレゼンテーションの実施

1日2回、NICTブース内でピッチプレゼンテーションタイムを設けた。展示説明員が、展示物の見どころや展示の背景にある技術等について、マイクを使ってプレゼンした。このプレゼンはNICTブースへの呼び込みとして大いに機能した。同時に、ブース内の来場者にとっては、展示説明を補完するものとして有意義だったと考える。

c. メディア露出数とブース来場者数

出展前又は出展後のメディア掲載実績は、Yahoo! News Taiwan、TVBS新聞網、電波タイムズ、科学新聞、Le Lezard、Romania Weekly、Communications Today及びEBBC NEWSなどである。また、開催期間中のメディア取材については、MWC公式カメラマンによるブース取材、徳田理事長に対する米国メディア（Esper）の取材及び荘司室長によるスペイン現地メディア（GUSTO Audiovisual SL）取材があった。また、徳田理事長にはMWC主催者GSMAによるOnsite Video Interviewに対応いただいた（インタビュー動画は開催期間後にmobileworldlive.comに掲載）。

ブースへの来場者数は、当ブース来場者に配布したパンフレット数から、1,800名超と概算した。

昨年のメディア掲載実績の2件に比して今年は上記12件、また、ブース来場者数は昨年の約1,000名に比して1,800名超であったため、出展によるNICTのプレゼンス向上の効果は昨年よりも大きかったと考えられる。

6. 反省点

プレゼンス向上効果を測る2つの指数とした、メディア露出数とブース来場者数のうち、メディア露出数の数え方には再考の余地がある。昨年も今年も、NICT出展を取り上げたメディア数を単純に数えた。しかし、プレゼンス向上への効果度という観点からすると、単に数だけでなく、各メディアが持つインパクトファクターという重みをつけてメディア露出数を算出すべきだろう。そしてこの増進を図るには、一斉メール送信に加え、インパクトファクターが大きいメディアへは更に個別に働きかける等の活動が必要だっただろう。

7. まとめ

昨年以上のプレゼンス向上効果を上げるため、ブース拡大、出展物拡充、事前メディア対策及びブースでの集客活動という4つの取組みを行い、結果、メディア露出数とブース来場者数はすこぶる増進し、出展前に定めた出展成功指標は十分に達成した。他方、プレゼンス向上効果の判定要素となるメディア露出数の算出法には再考の余地がある。

なお、NICTは来年も出展する。出展エリアは確保済みである。場所は日本パビリオンの隣である。隣り合うことで日本パビリオンとは一層の連携が可能になる。加えて、ひとかたまりとしての「日本エリア」が大きくなることで、日本の存在感も向上するであろう。他方、隣り合うことでNICTが埋もれるリスクもある。大いに連携しつつも独自性・差別化を忘れず、今年以上のプレゼンス向上効果を目指し準備を進めたい。