

Vehicles for people. Vehicles as partner.

The 38th Tokyo Motor Show 2004

Commercial & Barrier-free Vehicles

**第38回東京モーターショー
参加スポンサーおよび広告主募集開始!**



第38回 東京モーターショー —働くくるまと福祉車両— (2004年)

主催 社団法人 日本自動車工業会

共催 社団法人 日本自動車部品工業会 社団法人 日本自動車車体工業会 社団法人 日本自動車機械器具工業会

会場 千葉市・幕張 幕張メッセ<日本コンベンションセンター>

会期 2004年11月2日(火)~11月7日(日)6日間
プレスデー/11月2日(火) 9:00~18:00 特別招待日/11月2日(火) 13:00~18:00 一般公開日/11月3日(水)~11月7日(日) 10:00~18:00

2004年の東京モーターショーは 「働くくるまのコミュニケーション・パーク」。

今年も「お客様参加・体験型」ショーでいきます。

東京モーターショーは、今年で開催50年という大きな節目を迎えます。

1999年に、それまでの総合モーターショーから乗用車・二輪車ショーと商用車ショーに分離し、隔年交互に開催されています。

今年の第38回ショーは、大型トラックやバス、RV、福祉車両など幅広く“働くくるま”の総合モーターショーとして、2000年、2002年に続き3回目の開催となります。名称も新たに「商用車」から「働くくるまと福祉車両」としました。

2002年の第36回ショーでは、目標の総来場者数18万人に対し21万人を超えるなど、回を重ねる毎に盛り上がりを見せております。今年は、目標来場者数23.5万人を見込んでおります。

第38回 東京モーターショーのテーマは、

Vehicles for people. Vehicles as partner.

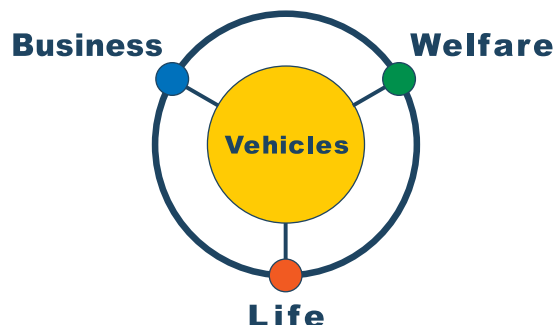
くるまは、人々の暮らしを、産業を、社会を支え、明日に運ぶ。
それは誰にも限らない豊かさ、そして夢と自由を与えてくれる。いまくるまは、自然や環境、
そして誰にも優しく、私たちの信頼できるパートナーとして、未来を創る。

このテーマと共に、昨年の乗用車・二輪車ショーでの「お客様参加・体験型」ショーのコンセプトを継承し、ビジネスユーザーのみならず、お子様からご高齢の方々まで幅広い年齢層に向け、「働くくるまのコミュニケーション・パーク」としてショー全体をアピールしていきます。

今年も引き続き、昨年ご好評いただきました“スポンサーシッププログラム”にご賛同いただける企業を募集いたします。スポンサーシッププログラムは、小さなお子様連れのご家族からビジネスユーザーまで、楽しんで学べる様々な特別企画を開催するために、昨年の乗用車・二輪車ショーから導入した新しい試みです。スポンサーに対しては、専用ブースや広告看板掲出、また特別企画との連動など、新たな企業PR方法として注目を集め、多くの企業さまにご協賛をいただき、東京モーターショーの新しいスタイルをお客様に提供することができ、大成功を収めました。

今年も、多くの企業の皆様にご協賛いただくことで、より魅力あふれる東京モーターショーにしていきたいと思っております。皆様のご理解とご協力をお願いいたします。

社団法人 日本自動車工業会



第38回東京モーターショー参加ス

昨年よりスタートし、最高の注目度で企業アピールできると好評

スポンサーシッププログラム

事前告知(新聞・雑誌)、会場、ショーのパフレット、入場券、東京モーターショーWebサイトなどに広告スペースを提供するほか、会場でのスポンサー企業専用のブース設置、多目的ステージの利用(自社CM放映も可)、広告看板など会場内でのスポンサー企業名の露出、販促用として招待券の提供など、幅広い特典をご用意しています。

スポンサー 場内外に広告看板を掲出のほか、専用エリアのスペース使用权、サンプリングやブースでの物販もできます。 ¥3,000,000~

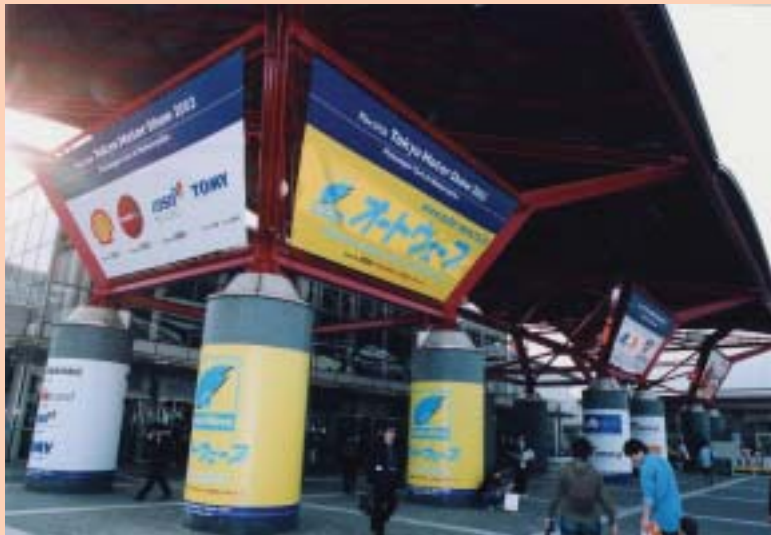
告知広報での露出、会場での社名表記



多目的ステージ利用権 (CF放映可)



場内広告看板掲出



エントランスキャノピーサイン ⑦



中央モールアイルサイン ⑩



ホール上部ガラスサイン ⑫



中央モール柱巻きサイン ⑬

ブース出品権 (控え室付) スポンサーの方々には協賛ブースの出品も可能です。※別途、お申し込みが必要です。なお設置場所は主催側より指定させていただきます。



チケット購入権

特別価格にてご購入できます。※別途、お申し込みが必要です。

タイアッププログラム

昨年、お子さまに大好評だった「トラフィック戦隊アンゼンジャー」ショーをはじめ、会場内スタンプラリー、会場内チャトルなどの「お客様体験・参加型」企画のスペースに、広告掲示などができます。※別途、お申し込みが必要です。

オフィシャルドリンクスポンサー (1社限定)

主催者側で提供される飲料を独占販売できるオフィシャルドリンク権、場内特設カフェ設置・営業権を提供します。

オフィシャルWeb スポンサー (1社限定)

公認サイトの開設と、それに伴う編集作業室を提供します。

ポンサーおよび広告主募集開始!

を博したスポンサーシッププログラムに、是非ご参加ください。

メディア販売プログラム

会場内での広告掲載に特化。コンコースや会場入り口付近などにスペースを確保することで、会場に向かう来場者へ効果的にアピールできます。

アドボード

広告看板の掲出場所を数種類組み合わせたパッケージの中からお選びできます。(一例)
※価格・内容・この他セットの詳細はお問い合わせください。

アドボードセット-A



中央モールガラス面サイン ⑪



会議棟レストラン上部壁面サイン ⑨

¥2,000,000

アドボードセット-B



弓形バナー8枚セット ⑥

¥1,000,000

アドボードセット-C

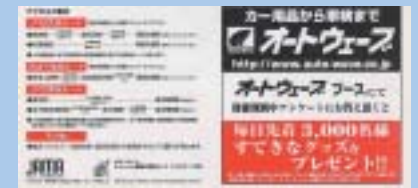


スカイウェイバナー3枚セット ③

¥1,000,000

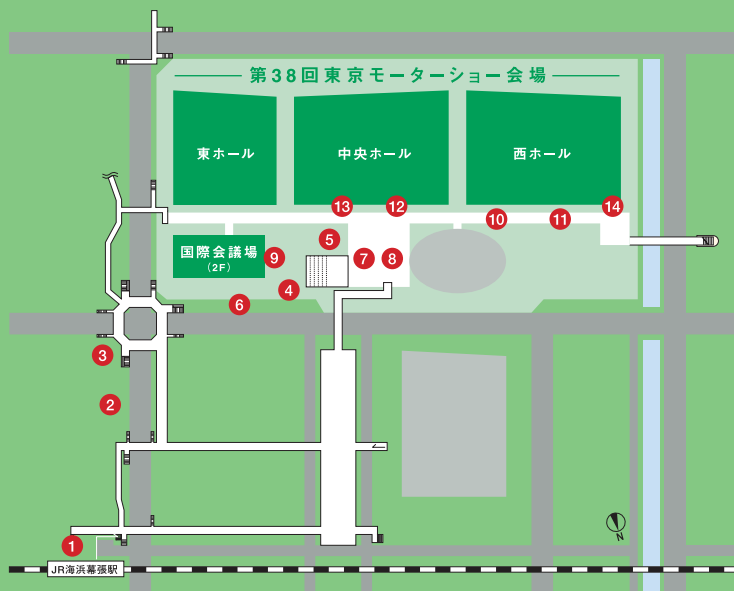
チケット広告

チケット裏面1/2スペースを提供します。
※今回は、モノクロでの掲載となります。



¥2,000,000

スポンサーシッププログラム/メディア販売プログラム サイン位置全体図



広告スペース名称	
①	コリドーアーチサイン (駅前)
②	コリドーアーチサイン (公園沿い)
③	スカイウェイバナー
④	プラザビルボードサイン
⑤	螺旋階段バナー
⑥	弓形バナー
⑦	エントランスキャノピーサイン
⑧	エントランスキャノピーサイン (柱巻)
⑨	会議棟レストラン上部壁面サイン
⑩	中央モールアイルサイン
⑪	中央モールガラス面サイン
⑫	ホール上部ガラスサイン
⑬	中央モール柱巻サイン
⑭	ガイドブック販売所サイン



特別企画のご紹介(予定)

一般来場者向け企画

小さなお子さまから高齢者の方々まで、実際に見て、触れて、体験することで、「働くくるまと福祉車両」を身近に感じてもらえるような「お客様参加・体験型」企画を予定しております。

多目的ステージ



子どもから大人まで楽しめるエンターテインメント性の高いプログラムをご用意します。

アンゼンジャー キッズ・スタンプラリー



会場全体で子どもたちに「働くくるま福祉車両」を楽しく紹介。スタンプカードやスタンプポイント、ノベルティに人気のアンゼンジャーを起用します。

働くくるま同乗試乗会 バリアフリーヴィークル同乗試乗会



働くくるま、福祉車両それぞれに専用試乗コースをご用意。出品者協力のもと、同乗試乗会を実施します。

働くくるまのトラックマルシェ



おいしい食事や産地直送品、おみやげなどのお店が並ぶ楽しいショッピングゾーン。最新の物流システムもパネル展示で紹介します。

福祉車両ウェルフェアパーク



福祉車両と周辺機器を総合的に展示・体験するコーナー。選び方、役立つ情報など、来場者とのコミュニケーションもはかれます。

ビジネス向け企画

ユーザーと直接ふれあうことでの情報収集・発信の場として活用できるスペースを提供。企業PR、商談など積極的なビジネスニーズにお応えできる環境をご用意します。

シンポジウム



国際会議場にて、働くくるま、福祉車両それぞれの関係者たちからメッセージを発信します。

多目的ステージの活用



幅広く情報発信、情報交換できる場を提供。新たな企業PRの場として活用できます。

特設商談サロン&カフェ

商談用セミクローズの個室をご用意。通信回線など商談をサポートする機能も揃っています。来場者向けのカフェも設置します。

これからも、さらなる進化、さらなる期待に向けて。

東京モーターショーは、「商用車」から「働くくるまと福祉車両」へ

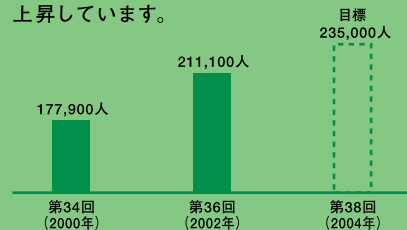
Tokyo Motor Show Review for 2002 and Prospect for 2004



Review for 2002

来場者数

第36回(2002年)は、会期6日間で目標の18万人に対し、総来場者数は21万人を突破。第34回(2000年)の177,900人をはるかに上回る大盛況ぶりとなりました。長期化する日本経済の低迷と自動車市場が厳しいなかでありながら、来場者数は着実に上昇しています。



来場実態

第36回(2002年)の開催認知経路は、新聞雑誌広告・インターネット・知人から、が第34回(2000年)よりそれぞれ5ポイント以上アップ。平均見学時間も2時間48分から3時間04分と16分も長くなりました。

来場の主な目的

第36回(2002年)の来場主目的は、「最新の技術について知りたい」(46.6%→58.9%)が「見てみたい車がある」(61.9%→42.2%)を逆転してトップに。「ショーを楽しむ」、「商品情報の収集や交換」については、第34回(2000年)をほぼ20ポイント上回る結果となりました。

来場者の目標達成度

第36回(2002年)の来場目的達成度は8割超と上昇し(72.5%→82.0%)、乗用車・二輪車ショーの達成率(86%台)に大きく近づきました。また、反対に非達成率は大幅に減少し(11.7%→5.4%)、乗用車・二輪車ショーと同レベル(5%台)となりました。

第38回(2004年)への来場意向

第38回(2004年)の東京モーターショーに対する来場意向は87%と高く、安定した継続的来場者が見込まれます。

※ 出典：第36回(2002年)来場者アンケート結果より

Prospect for 2004

今年の目標総来場者数は、23.5万人

昨年、導入して大好評でした「お客様参加・体験型」というコンセプトを継続することで、ファミリー層や若い女性など、新たな客層も見込んでおります。



今年も積極的な広告・宣伝活動を展開
新聞・雑誌・交通広告のほかに、バナー広告を中心にインターネットでも幅広く展開します。

※ 第37回の実施例
今年はいつもと違うエンターテイメント系 新型モーターショー誕生。
会期 10.25-11.5 会場 幕張メッセ



来場者の関心にお応えできる展示内容へ。
バス・トラックなどの展示に加え、日頃見る機会の少ない働くくるまから福祉車両まで、幅広いラインアップを展示します。



主催者企画の充実で、すべての来場者に満足してもらえるショーへ。

今回は、「アンゼンジャーショー」や「トラックマルシェ」など、小さなお子さまのいるファミリー層から、若い女性、高齢者の方々など、全ての来場者に楽しんでいただける「お客様参加・体験型」のイベントを開催します。



第38回 東京モーターショーに、どうぞご期待ください。
日本自動車工業会では、これまでの経験・実績を活かしながら、さらに魅力あふれるショーを目指します。

東京モーターショー スポンサーシップ事務局

お問い合わせ先

〒108-8088 東京都港区芝浦3-4-1 グランパークタワー (株) 博報堂内
TEL 03-5446-8950 FAX 03-5446-8797
E-mail tmsmail.box@hakuodo.co.jp