



rooms ONLINE SHOWROOM

24 HOURS / 365 DAYS OPEN
2021.3.1(MON)-5.31(MON)

募集要項

Ver. 1.0

一次締切：2月10日（水）

（素材提出期限：2月15日（月））

H.P. FRANCE

Copyright (C) 2021 H.P.FRANCE ALL Rights Reserved.



“この国が輸出すべきものは、感性だと思う。”

rooms (ルームス) はこれまで、様々なクリエイターの世界観を
ひとつの部屋ととらえ展示を行ってきました。

そして回数を重ねるごとに強くなる想いがありました。

ここで出会うよろこびや感動を、世界中の人々の暮らしの中にも届けたいと。

あらゆる国の人がここへ集い、味わったことのない衝撃を受け、

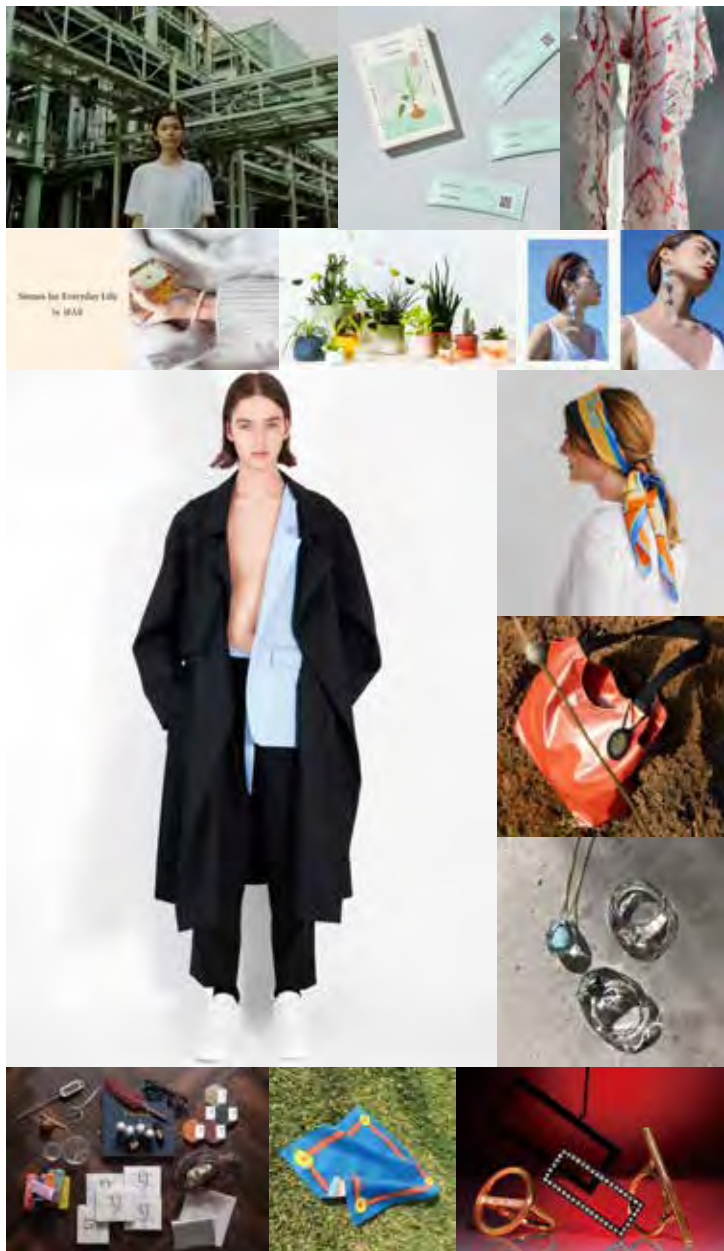
未来のクリエイティブだと発信する。

やがてそれが、生活の中に新たな幸せとして加わっていく。

この国の繊細な創造性は、世界を驚かせるためにあるのですから。

2021 年以降 rooms は、24 時間 365 日、オンライン開催します。
(リアル展は 6 月大阪、10 月東京で開催予定)

INDEX



P1	はじめに
P2	INDEX
P3	About rooms
P4	About rooms オンラインショールーム
P5	出展アイテム
P6	来場者
P7~8	メディア掲載実績
P9	rooms オンラインショールームのおすすめポイント
P10	参加ブランドのプロモーション場所
P11	ブランドページ基本機能
P12	機能 1 ブランド情報登録機能
P13	機能 2 1品番ごとに商品詳細ページを作成
P14	機能 3 取引条件確認機能
P15	機能 4 オーダーシートの作成・発注
P16	機能 5 クイックメッセージ機能
P17	管理画面（ダッシュボード）
P18~20	OUR SERVICES
P21	出展料金 / オプションプラン（有料サービス）
P22	スケジュール / 申込み方法 / お支払い
P23	参考：バイヤーアンケート
P24	参考：参加バイヤーの声
P25	Q&A
P26~27	利用規約

About rooms



「room = 部屋」

各々のクリエイターの世界観を room として捉え
その共同体を “rooms (ルームス)” と名付けました。

rooms は、アッシュ・ペー・フランス株式会社がクリエイティブシーンの活性化を目的に 2000 年にスタートさせた、ファッション・ライフスタイル・アート・パフォーマンス・飲食など、あらゆるジャンルから過去 20 年間でのべ 1 万組以上のクリエイターが参加してきたクリエイティブの祭典です。会場には国内外から 300~400 ブランドが集結いたします。

これまで通算 50 万人を動員し、開催をスタートさせてから今年で 21 年目を迎えました。

2020 年以降オンライン化にも力を入れ、日本初となるオンライン合同展を開設。
2021 年から「オンラインショールーム」に名称変更し、年中無休で開催することで、ブランドのビジネス拡大をサポートします。

- 2000 ● ショールームに 12 ブランドを集め「rooms」スタート
- 2002 ● 東京タワー 1F アミューズメントホールで開催
- 2004 ● 代々木第一体育館に会場変更
- 2005 ● フランス婦人プレタポルテ連盟と協業開始（～2009）
- 2009 ● 織研賞 受賞
- 2011 ● 第 29 回毎日ファッション大賞・鯨岡阿美子賞 受賞
- 2012 ● 地場産業の活性化を目指し「rooms 地場産」立ち上げ
- 2013 ● サステナブルやエシカル消費をテーマにした「rooms エシカル」を立ち上げ
- 2018 ● 一般のお客様の来場誘致を開始（D2C スタート）
- 2019 ● 多様性をテーマにした「I just am」プロジェクトを発表
- 2020 ● rooms20 周年。リアル展示会に加えて、オンライン展示会スタート
- 2021 ● 3 月：オンラインショールームをリニューアル、24 時間 365 日開催へ
6 月：地方展（rooms JOURNEY）初開催
10 月：東京展開催

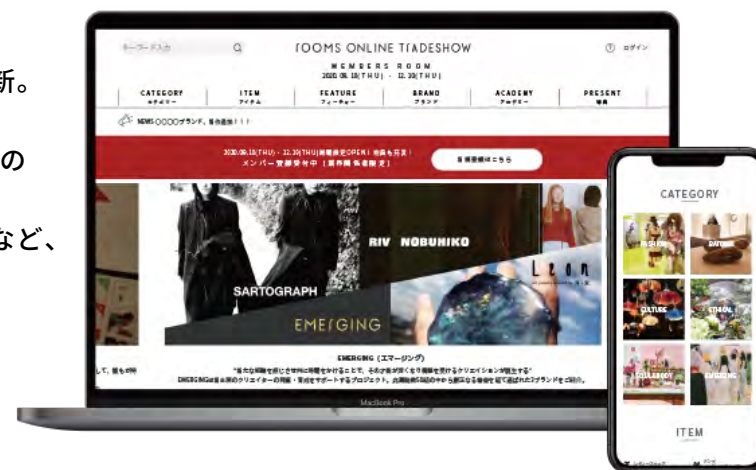
シーズン A: 2021.03.01 MON - 05.31 MON 開催決定

- 24 時間、365 日開催 -

rooms ONLINE SHOWROOM では、1 年を 4 シーズンに分け、3 ヶ月毎にブランドや商品を更新。

以下の年間スケジュールからご希望の出展時期をお選びください。もちろん、半年～年間通してのご参加も可能です。例えば、クリスマス商戦に向けた PR ならシーズン A・B にご出展いただくなど、ブランドによって異なる卸やプロモーションのタイミングに伴走するため、

rooms ONLINE SHOWROOM は、年中無休でリニューアル OPEN します。



※各シーズン 1 週間程のメンテナンス期間を含みます。

ブランドとバイヤーがシーズンを通してつながり、ビジネスを行うための完全な取引機能を備えた、BtoB プラットフォーム。

卸、OEM、POP-UP、コラボレーション等、ブランドの多様な参加目的に対応したサービスで、ブランドのビジネス拡大につなげます。

出展アイテム

- ・ 出展ブランドは簡易的なオーディションにて選考しますが、過去出展者はオーディション不要です。
- ・ 卸を目的としないプレゼンテーションのみでのご出展も可能です。

出展オーディションお申込みはこちら
www.roomstradeshow.com/ オーディション



■ FASHION ファッション

ファッション、ジュエリー、アクセサリー、バッグ、レザーグッズ、靴、帽子 他 ...



■ CRAFT クラフト

民芸、工芸、民族、旅、クラフト ...



■ ETHICAL エシカル

サステナビリティ、SDGs、地球 ...



■ SOUL&BODY 心身

ビューティー、ヘルスコンシャス、香り、漢方、第六感 ...



■ LIFESTYLE ライフスタイル

プロダクト、インテリア、家具、FOOD、花、グリーン ...



■ ART アート

ART、パフォーマンス、音楽、映像 ...



来場者

3ヶ月間で15万PV、1.5万人のオンライン来場者を想定。

ファッション業界のみならず、インテリア、カルチャー、食など多様な業界から多くの来場者が訪れます。

またPRエージェントにプレス業務を委託しているため、多くのメディアも来場します。

roomsでは、以下のバイヤーや業界関係者を中心とした4万人のデータベースを対象に、招待状も送付します。

Buyer

■セレクトショップ

アーバンリサーチ、アクタス、アダストリア、アッシュ・ペー・フランス、アパハウスインターナショナル、イデー、イトキン、上野商会、ウェルカム、エストネーション、オンワード樫山、サザビーリーグ、サンエー・インターナショナル、三陽商会、シブス、ストライプインターナショナル、ジュン、デイトナ・インターナショナル、トゥモローランド、トーキョーベース、ナノ・ユニバース、ノーリーズ、バーニーズジャパン、バル、ビームス、ピショップ、ベイクルーズグループ、マークスタイラー、マッシュホールディングス、メルローズ、ユナイテッドアローズ、ワールド、他

■百貨店

小田急百貨店、京王百貨店、そごう・西武、大丸松坂屋百貨店、高島屋、東急百貨店、東武百貨店、阪急阪神百貨店、藤井大丸、松屋、三越伊勢丹ホールディングス、他

■オンラインショップ・通販

Amazon、ジュピターショップチャンネル、スタイルストア、ZUTTO、ストライプデパートメント、千趣会、ZOZOTOWN、藤巻百貨店、他

掲載媒体

@DIME、@niftyビジネス、30min. サンゼロミニッツ、47NEWS、BEST TIMES、BIGLOBEニュース、CLASSY.ONLINE、CNET JAPAN、CREA WEB、Cubeニュース、devvero-japan、dメニューニュース、eltha、Fashion-J、FashionNetwork.com、Fashionsnap.com、gooニュース、haconiwa、Infoseekニュース、isuta、iza（イザ！）、JBpress（日本ビジネスプレス）、JJnet、J-WAVE、Let's ENJOY TOKYO、LIFULL HOME'S PRESS、LINE NEWS、livedoorニュース、LIVING 東京、Men's Beauty、mixiニュース、NEWS Collect、NewsCafe、Nikkei The Style、Number Web、ORICON NEWS、Peachy、PRESIDENT Online、RBBTODAY、RENOSTA、RIDE MEDIA & DESIGN、SEOTOOLS、SOEN ONLINE、STORY、STRAIGHT PRESS、Techable、Traicy、Trill、U-NOTE、VERY、VOGUE Girl、Walker +、WWD Beauty、WWD JAPAN、Yahoo!ニュース、ZDNet Japan、うまいめし、ウレびあ総研、エキサイトニュース、おたくま経済新聞、こくちーず、ジャパンプレシャス、ジョルダンニュース！、繊維ニュース、織研新聞、装苑、ダイヤモンド・オンライン、とれまがニュース、ニコニコニュース、ハビママ*、福島民報、フレッシュアイ、マビオンニュース、リビング新聞、リビング新聞<東京副都心版>、リビング新聞<山の手版>、現代ビジネス、財経新聞、産経ニュース、時事ドットコム、朝日新聞デジタル&M、東洋経済オンライン、読売新聞オンライン、美ST ONLINE、暮らしニスタ、他

Media

■新聞・TV

朝日新聞、環境新聞、産経新聞、織研新聞、日経新聞、毎日新聞、WWD JAPAN、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京、日本テレビ、NHK、TBS、VIVID DIGITAL、他

■雑誌・オンライン

CREA、Discover Japan、FUDGE、Japan Precious、Numero Tokyo、Sweet、装苑、ソトコト、日経ウーマン、日経トレンド、ミセス、リンネル、ApparelWeb、ELLEOnline、Fashionsnap.com、WWDJAPAN.COM、WGSN、他

業界関係者

CCC カルチュア・コンビニエンス・クラブ、アディダス、伊藤忠商事、ウォルト・ディズニー・ジャパン、スタジオジブリ、サマンサタバサ、ジャニーズ事務所、経済産業省、森ビル、セイコーエプソン、ソニー、ソニー・ミュージック、シチズン、パルコ、阪急電鉄、中小企業基盤整備機構、明治製菓、吉本興業、東急鉄道、東武鉄道、東レ、NTTドコモ、日本貿易振興機構、ラフォーレ、ルミネ、アトレ、カルビー、東日本旅客鉄道、他

WWD 世界ファッションウィークリー

ファッション ビューティ ビジネス サステナビリティ 特集・連載 コレクション キャリア

ファッション

「ルームス」がオンライン展示会とECモールに着手 リアルとオンラインで出会いの場を創出

イベント 3D アプリ/ウェブサイト 企業活動 2020.6.17

本紙専載

アッシュ・ペー・フランスが主催する合同展示会イベント「ルームス (rooms)」は、展示会事業と密着のオンライン化を進める。OMO (オンラインとオフラインの融合) サービスを導入し、リアルとオンラインの融合でオンライン展示会の利便性を向上させていく。

今回の41期となる「ルームス41 (rooms 41)」は9月3〜5日、新会場の新宿住友ビル三階広場での開催を予定する。これまで会場としてきた国立代々木競技場第一体育館や五反田TODの半分以下のスペースとなるが、新型コロナウイルスの感染拡大防止のために出展者数や観客も縮小する見込みだ。

「ルームス」初のオンライン展示会は、8月中旬〜11月中旬の3カ月間で実施する。リアル店舗の商品仕入れをサポートするプラットフォーム「ポルタス (PORTUS)」などを運営する/ターゲティングと連携し、同社のオンライン展示会サービス「エグジブ (EXIV)」を採用。「エグジブ」は画像やテキストだけでなく、動画掲載やライブ配信なども可能なプラットフォームで、バイヤーへの商品紹介や商談をオンラインで行うことができ、よく知られている商品などを確認できる分析機能や、受発注システムも備えている。今回は「ルームス41」の出展者を対象に、同サービスを割引価格で利用できるようにする。

また出展者の商品もオンライン化する。「ルームス」はバイヤーや業界関係者だけでなく一般客も入場でき、出展者による商品販売も行っている。数百年の食品や雑貨から数千万円のアート作品まで幅広い素材を扱い、前回は3日間で300万円を売り上げた。「ルームス41」では一般客も入場できるスタイルを継続し、開催日までに出品者の商品を集めたECモールを立ち上げる。

石原直樹「ルームス」ディレクターは「これまでの3日間という期間の短さを懸念点と捉え、オンライン展示会を視野に入れてきた。「ルームス」事業を20年間行ってきた業界での高い知名度と顧客を持つため、リアルとオンラインの融合によって、出展者とバイヤー、一般の両方から注目を集めたい。可能性を広げられると考えている。将来的にはオンライン展示会を定例化し、「ルームス」の海外輸出にもつなげたい」と話す。

知能とソーシャルを統合「オルタナ S」

alterna S

本紙専載 ▶ ルームス41の開催、より本格的なエンタメの展開へ

■ ルームス41「オンライン」を企画する「ルームス41」は、OMO (オンラインとオフラインの融合) サービスを導入し、リアルとオンラインの融合でオンライン展示会の利便性を向上させていく。

ルームスがDX強化。より本格的なエンタメの展開へ

2020.6.9

国内最大級の「バイヤー・メディア向け展示会rooms (ルームス)」は、このほど、OMO (オンラインとオフラインの融合) サービスを導入し、リアルとオンラインの融合でオンライン展示会の利便性を向上させていく。今回の41期となる「ルームス41 (rooms 41)」は9月3〜5日、新会場の新宿住友ビル三階広場での開催を予定する。これまで会場としてきた国立代々木競技場第一体育館や五反田TODの半分以下のスペースとなるが、新型コロナウイルスの感染拡大防止のために出展者数や観客も縮小する見込みだ。

「ルームス」初のオンライン展示会は、8月中旬〜11月中旬の3カ月間で実施する。リアル店舗の商品仕入れをサポートするプラットフォーム「ポルタス (PORTUS)」などを運営する/ターゲティングと連携し、同社のオンライン展示会サービス「エグジブ (EXIV)」を採用。「エグジブ」は画像やテキストだけでなく、動画掲載やライブ配信なども可能なプラットフォームで、バイヤーへの商品紹介や商談をオンラインで行うことができ、よく知られている商品などを確認できる分析機能や、受発注システムも備えている。今回は「ルームス41」の出展者を対象に、同サービスを割引価格で利用できるようにする。

また出展者の商品もオンライン化する。「ルームス」はバイヤーや業界関係者だけでなく一般客も入場でき、出展者による商品販売も行っている。数百年の食品や雑貨から数千万円のアート作品まで幅広い素材を扱い、前回は3日間で300万円を売り上げた。「ルームス41」では一般客も入場できるスタイルを継続し、開催日までに出品者の商品を集めたECモールを立ち上げる。

石原直樹「ルームス」ディレクターは「これまでの3日間という期間の短さを懸念点と捉え、オンライン展示会を視野に入れてきた。「ルームス」事業を20年間行ってきた業界での高い知名度と顧客を持つため、リアルとオンラインの融合によって、出展者とバイヤー、一般の両方から注目を集めたい。可能性を広げられると考えている。将来的にはオンライン展示会を定例化し、「ルームス」の海外輸出にもつなげたい」と話す。

アッシュ・ペー・フランスが主催する合同展示会イベント「ルームス」OMO化

アッシュ・ペー・フランスは、9月3〜5日に新宿住友ビル三階広場で開催する合同展示会「ルームス41」で、OMO (オンラインとオフラインの融合) サービスを導入し、リアルとオンラインの融合でオンライン展示会の利便性を向上させていく。

今回の41期となる「ルームス41 (rooms 41)」は9月3〜5日、新会場の新宿住友ビル三階広場での開催を予定する。これまで会場としてきた国立代々木競技場第一体育館や五反田TODの半分以下のスペースとなるが、新型コロナウイルスの感染拡大防止のために出展者数や観客も縮小する見込みだ。

「ルームス」初のオンライン展示会は、8月中旬〜11月中旬の3カ月間で実施する。リアル店舗の商品仕入れをサポートするプラットフォーム「ポルタス (PORTUS)」などを運営する/ターゲティングと連携し、同社のオンライン展示会サービス「エグジブ (EXIV)」を採用。「エグジブ」は画像やテキストだけでなく、動画掲載やライブ配信なども可能なプラットフォームで、バイヤーへの商品紹介や商談をオンラインで行うことができ、よく知られている商品などを確認できる分析機能や、受発注システムも備えている。今回は「ルームス41」の出展者を対象に、同サービスを割引価格で利用できるようにする。

また出展者の商品もオンライン化する。「ルームス」はバイヤーや業界関係者だけでなく一般客も入場でき、出展者による商品販売も行っている。数百年の食品や雑貨から数千万円のアート作品まで幅広い素材を扱い、前回は3日間で300万円を売り上げた。「ルームス41」では一般客も入場できるスタイルを継続し、開催日までに出品者の商品を集めたECモールを立ち上げる。

石原直樹「ルームス」ディレクターは「これまでの3日間という期間の短さを懸念点と捉え、オンライン展示会を視野に入れてきた。「ルームス」事業を20年間行ってきた業界での高い知名度と顧客を持つため、リアルとオンラインの融合によって、出展者とバイヤー、一般の両方から注目を集めたい。可能性を広げられると考えている。将来的にはオンライン展示会を定例化し、「ルームス」の海外輸出にもつなげたい」と話す。

織研新聞社 / 2020.6.18 掲載

WWDJAPAN.COM/ 2020.6.17 掲載
https://www.wwdjapan.com/articles/1088512



オルタナ S/ 2020.6.9 掲載
http://alternas.jp/joy/fashion/80979



FOR JAPAN 合同展示会はOMOを促進

今秋、開催されるファッション合同展示会の多くは従来のリアル開催に合わせて、オンラインでも同時開催される。3密を防ぎ、リアル展示会の短い会期を補填するために、会場とネットの両方でサービスを提供するOMO(Online Merges with Offline、オンラインとオフラインの融合)が主流になりそうだ。ファッション雑貨の合同展示会「マガ」は9月1日から6か月間、初のオンライン展示会「マガプラス」を開催する。オンライン展示会サービスの「ダダスト」を提携して、各ブランドの商品展示ページを設ける。同じく、ファッションの合同展示会「PRO」トレードショーも「ダダスト」を活用したオンライン展示会を10月下旬から3か月間行う。ファッション展示会「マジック」コーナーは、9月1日から2か月間、BioBオーダープラットフォームの「ヌーオーダー(NuORDER)」を使ったオンライン展示会を実施する予定。同時にリアル開催の「プロジェクトトーキー」を9月17、18日に行う。

合同展示会名称	リアル会期	リアル会場	オンライン会期
Mag / MAG+	東京 9月8～10日 大阪 9月15、16日 福岡 9月29、30日	東京・有明コロシアム 大阪・インテックス大阪 福岡・レインボウホール	9月1日～21年2月28日(6か月間)
プロジェクトトーキー	9月17、18日	赤坂ヒカリエ	9月1日～11月1日(2か月間)
PRO1、トレードショー	10月14～16日	ベルリッアンターナ東京館	10月上旬～12月8日(3か月間)

ROOMS ルームス

初のオンライン&オフライン開催 若手育成やサステナビリティ企画も満載

アッシュ・ペー・フランスが主催する合同展示会「ルームス」は、初めてのオンライン開催を9月10日～12月10日、41回目のリアル開催を10月15～17日に新宿住友ビル三角広場で予定している。

オンライン開催では、パーク&ポートのオンライン展示会サービス「エグジブ」を提携し、各出展企業・ブランドの展示ページを用意。関係資料を掲載するほか、テレビ電話相談のツールやデジタル受発注システムも備える。

買い付けやビジネスマッチングだけでなく、次世代ブランドの育成や新たな協賛の発掘にも力を入れている「ルームス」では、「トモ コイズミ」のデザイナー小泉賢貴による次世代のデザイナーの発掘・育成のためのインキュベーションプロジェクト「スボットライト パイトモ コイズミ」のブースを設けるほか、サステナブルなブランドや企業が集結する「エシカルエリヤ」も注目。毎シーズン恒例のトークショーやワークショップを開催する「ルームスアカデミー」も実施する。また、出版ブランドの商品が購入できるECモールも計画 중이다。

開催情報 「ルームス 41」 会期 10月15～17日(17日1日一階乗客の入場が無料) / 会場 新宿住友ビル三角広場 / オンライン 会期 9月10日～12月10日(3か月間)

WWDJAPAN.COM/ 2020.6.18 掲載

ファッション、ビューティ、サステナビリティの旬なトレンドを体感 「ルームス」がリアル&オンラインで開催

配信 展示会 オンライン展示会・発表会 11611093

アッシュ・ペー・フランスが主催する合同展示イベント「ルームス (rooms)」は、OMO(オンラインとオフラインの融合) サービスを導入し、初のリアル&オンライン融合型の展示会を開催する。リアルイベントは東京ファッション・ウィーク期間中の10月15～17日に、東京の新宿住友ビル三角広場で開催。



WWDJAPAN.COM/ 2020.10.1 掲載
<https://j.mp/3oN8FG5>

ファッション

オンライン合同展は「必要」が9割 「ルームス」初のデジタル開催をやってみた結果

テクノロジー 展示会 新型コロナウイルス オンライン展示会・発表会 2020/12/25

大杉真心

ファッション&ビューティ業界では毎年、ブランドとバイヤーをつなぎ、業界関係者のビジネスマッチングを創出する展示会が多数開かれているが、今年はコロナ禍で大きな変化が見られた。展示会のデジタル化が進み、オンライン展示会のプラットフォームが登場。リアルで開催する際も予約システムの導入や、消毒検温などの感染対策万全にしていた。

特に多企業が一躍に介し、多くの来場者を集める合同展示会も開催形式の見直しが行われていた。アッシュ・ペー・フランスが主催する20年目の合同展示イベント「ルームス (rooms)」はOMO(オンラインとオフラインの融合)を目指し、リアルでの合同展示会を10月15～17日に新会場の新宿住友ビル三角広場で行い、初のオンライン展示会を9月10日～12月10日の3か月間、開いた。コロナ前よりも規模は縮小したが、3日間のリアル開催では200社が参加し、1万4500人が来場。3か月間のオンライン開催では120社がブースとなるページを立ち上げ、期間中に約3000人の業界関係者の利用登録があった。オンライン展示会に来場した100人が回答したアンケートで、「オンライン展示会は必要か?」という問いに対して、9割が「必要」と回答。「バイヤーにとって効率的になる」と答えた人は全体の6割以上だった。合同展示会のオンライン開催は今後、アフターコロナの時代のスタンダードになる可能性が高い。

「ルームス41」リアル開催の様子



WWDJAPAN.COM/ 2020.12.25 掲載
<https://www.wwdjapan.com/articles/1161093>

rooms オンラインショールームのおすすめポイント

24H・360 日開催

リアル展示会は年2回、3日間ずつ開催されるのに対し、オンラインショールームは年中無休で開催。1年を3ヶ月毎の4シーズンに分けて、シーズンごとにブランドや商品の入れ替えを行います。新作の立上げ時期やギフトシーズンの設定等、商戦時期はブランドによって異なるものです。

rooms ではオンライン展を年中開催することで、ブランドとバイヤーの利便性を高め、より密なマッチングを目指します。

1. 豊富な無料サービス (詳細：P18～参照)

～サービスの一例～

- ・ 都内ショールームでのサンプル展示
(先着 80 社限定サービス)
- ・ 動画配信サービスの利用
- ・ 出展者限定セミナーへの参加
- ・ ページ作りの無料相談



2. ブランドとバイヤーに 寄り添った充実機能 (詳細：P11～参照)

ブランドにとって使いやすい機能はもちろん、バイヤーアンケートで見た「バイヤーが本当に求める機能」も装備。バイヤーの利便性を高めることで、オンラインショールームへのリピーターを増やし、ビジネス成立の確度を高めます。

3. ブランドの “ステージ” を用意

公式動画チャンネルや、ライブ配信などブランド参加型のインタラクティブなコンテンツも用意。専門の配信チームが皆様のサポートを行います。ステージを使って、ブランドの背景を存分に伝えることが可能です。



4. リーズナブルな 価格設定

上記の機能が備わって、1シーズン(3ヶ月)で15万円+税。オンラインショールームは、ブランドの公式サイトとは別に、商品を詳細にプロモーションできるWEBとしても使えます。オンラインショールームの活用方法は、皆様の自由です。

参加ブランドのプロモーション場所

利用者の多い rooms TRADESHOW 公式サイトを入口に、メンバー登録した来場者のみが rooms オンラインショールームへ入場できます。rooms TRADESHOW 公式サイトと rooms オンラインショールームの両方にてブランドのプロモーションを行います。

rooms TRADESHOW 公式サイト TOP ページ



URL: roomstradeshow.com

rooms オンラインショールーム TOP ページ (メンバー限定)



ブランドページ基本機能

24 時間 365 日、ブランドの世界観ををそのままオンラインで表現していただけます。バイヤー来訪のメール通知や、バイヤーとのクイックなメッセージ機能、オーダー～決済が完結するシームレスな業務プロセスにより、オンラインならではの『接客効率化』を実現。そんなオンラインショールームで構築・管理できる機能をまるっとご紹介します。

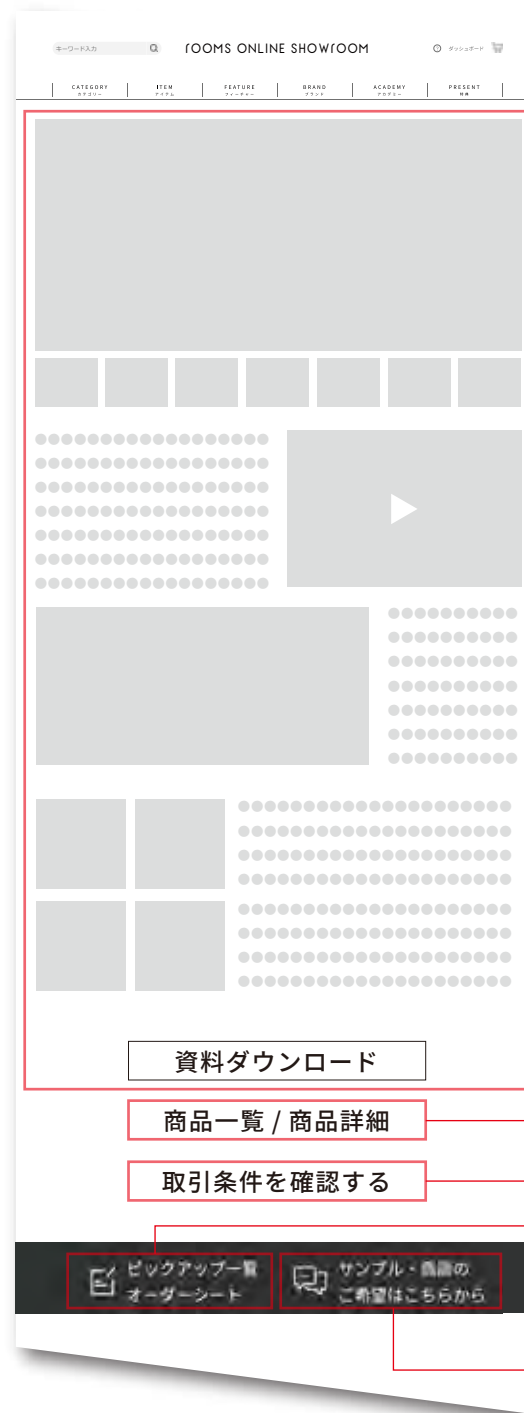
3 か月の間、途中での新商品の追加や動画コンテンツの追加なども可能です。つながったバイヤーへ定期的なアプローチをしてください！

アーカイブページはこちら。

<https://41.roomstradeshow-exiv.com/>

詳細をご覧になりたい方は

rooms@hpgrp.com までご連絡ください。



機能 1

自由度の高いブランド情報登録機能
(詳細は 12 ページ)

機能 2

1 品番ごとに商品詳細ページを作成。
商品の魅力を細かく伝えることが可能。
(詳細は 13 ページ)

機能 3

バイヤーが求める取引条件確認機能
(詳細は 14 ページ)

機能 4

オーダーシートの作成・発注機能
(詳細は 15 ページ)

機能 5

バイヤーからアクションしやすいクイック
メッセージ機能
(詳細は 16 ページ)

機能 1 ブランド情報登録機能

自由度の高いページデザインでブランドの世界観を表現できます。ブランドコンセプト・メッセージをしっかりと理解していただけるようコンテンツ量の多さにこだわりました。もちろん動画も登録可能。(レイアウトは自由)

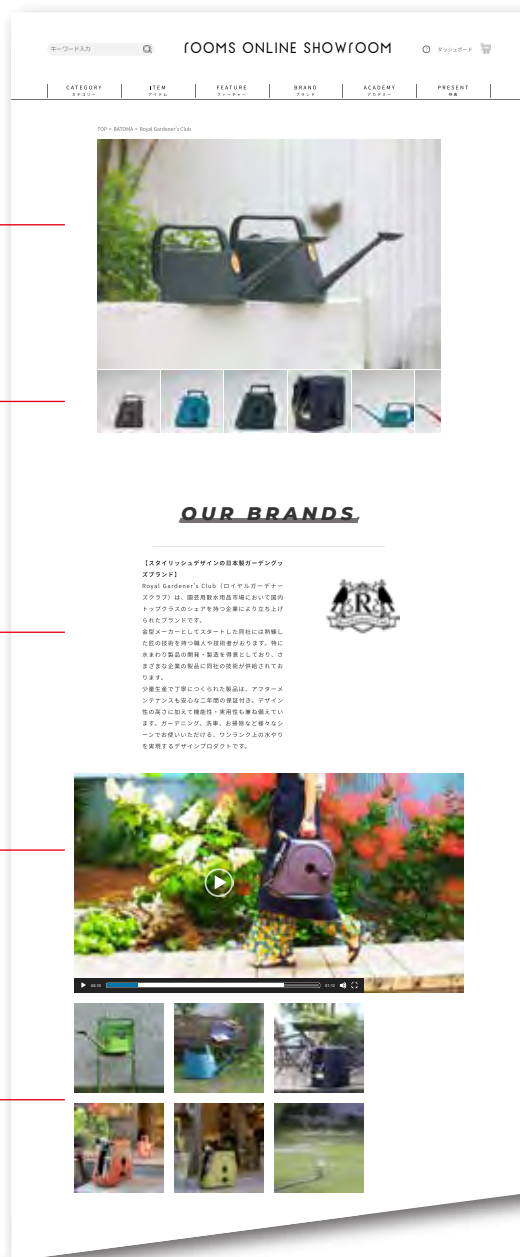
トップバナー

アイテムがスクロールして
流れています。

ブランドプロフィール
ストーリー

動画

ピックアップ写真



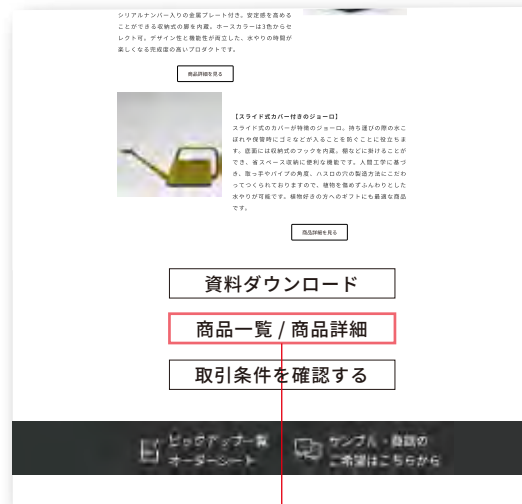
ピックアップ
ブランドのこだわりポイント
産地、製法、技術
などの情報があると良い

シーズンコンセプト資料
やリリースなどを
ダウンロードできるページへ

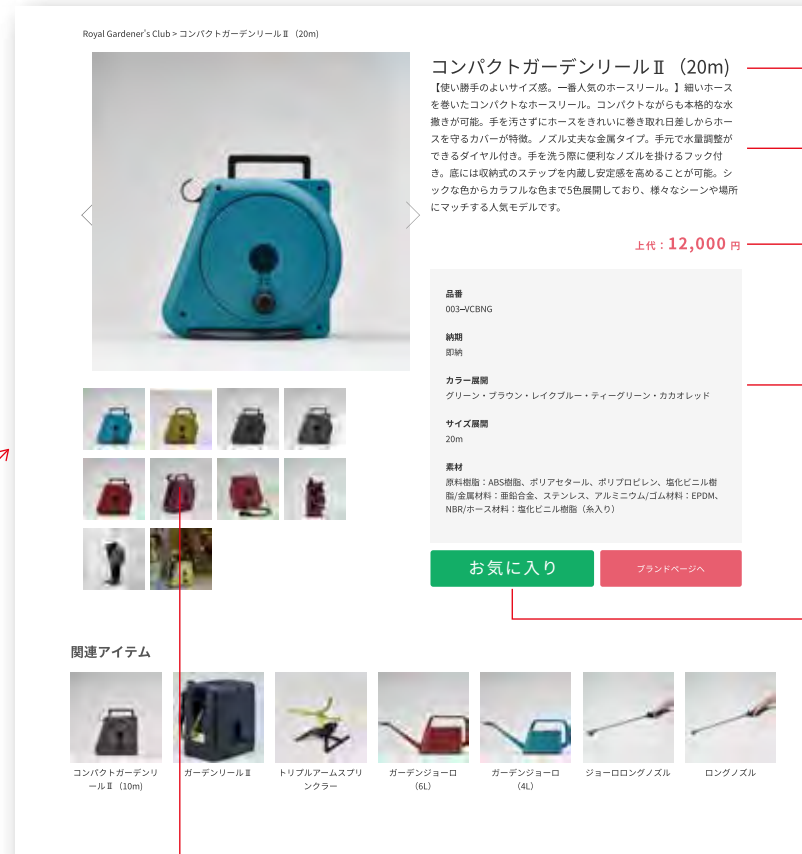
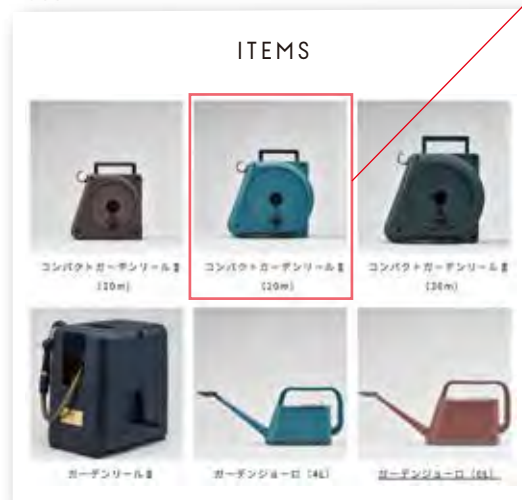
機能 2 1 品番ごとに商品詳細ページを作成

各品番の説明文や画像、カラー／サイズ展開、素材や生産地などの詳細情報を伝えるページです。
ひとつの商品を様々な角度から見ていただくことで商品の魅力を細かく伝えることが可能です。

商品詳細ページ

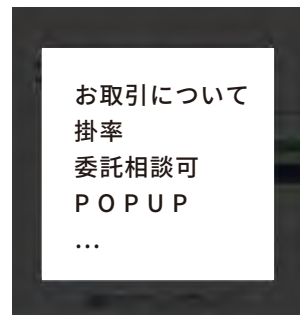


商品一覧ページ



機能 3 取引条件確認機能

ブランドページでは、基本的な取引条件や取り組み手法などの条件情報が確認できる機能があります。バイヤーの温度感を見るためにボタン化して、明確にアクションとして記録します。



委託での取引ができるか？すぐに納品可能か？などバイヤーが求めている条件は様々。rooms ONLINE SHOWROOM TOP ページでは、バイヤーが効率よく、求めているブランドに出会えるよう、条件検索機能を新たに追加。
(出展ブランド様に条件についての情報をご提出いただきます。)

rooms ONLINE SHOWROOM TOP ページ内条件検索

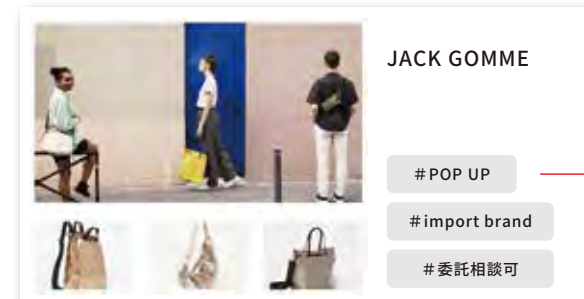
☒ 委託相談可能 ☒ POP-UP 相談可能 ☐ 即納品可能

☐ ミニマムなし ☐ インポートブランド ☒ OEM 対応可能

検 索

さらに、ブランド一覧では、条件のタグを掲載。

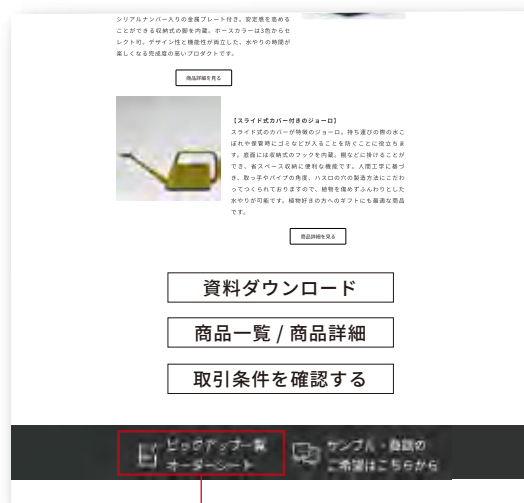
バイヤーが自店の条件に合ったブランドを探しやすくするための機能です。



機能 4 オーダーシートの作成・発注

オンラインで、オーダーシートの作成・発注。

オンライン上で商品を見たあと、そのままオーダー～決済が可能。機会損失を防ぎます。（決済は現物発送分のみ）

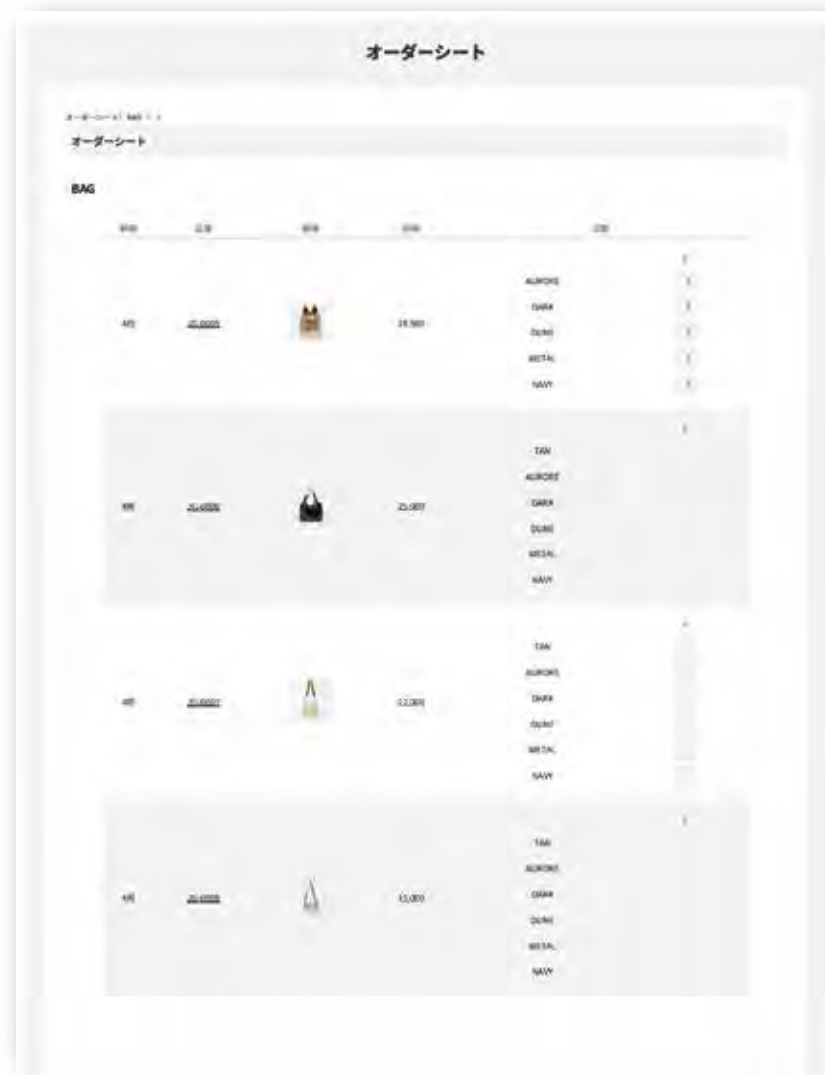


① オーダー情報入力

ご入稿いただいた SKU 単位に対して、発注数量を入力します。

② 発注者情報の入力画面

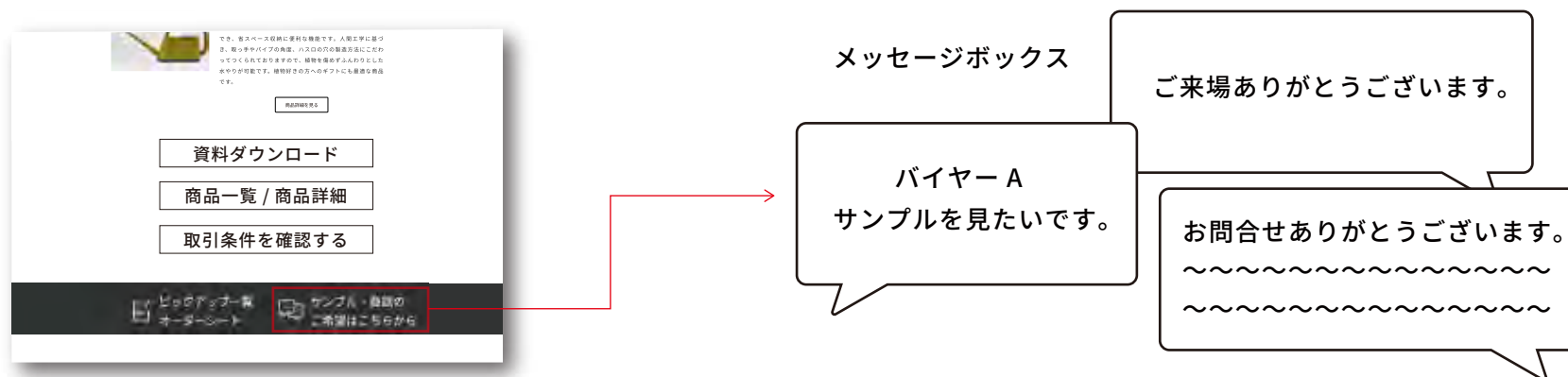
- 企業名・担当者名・（掛率）



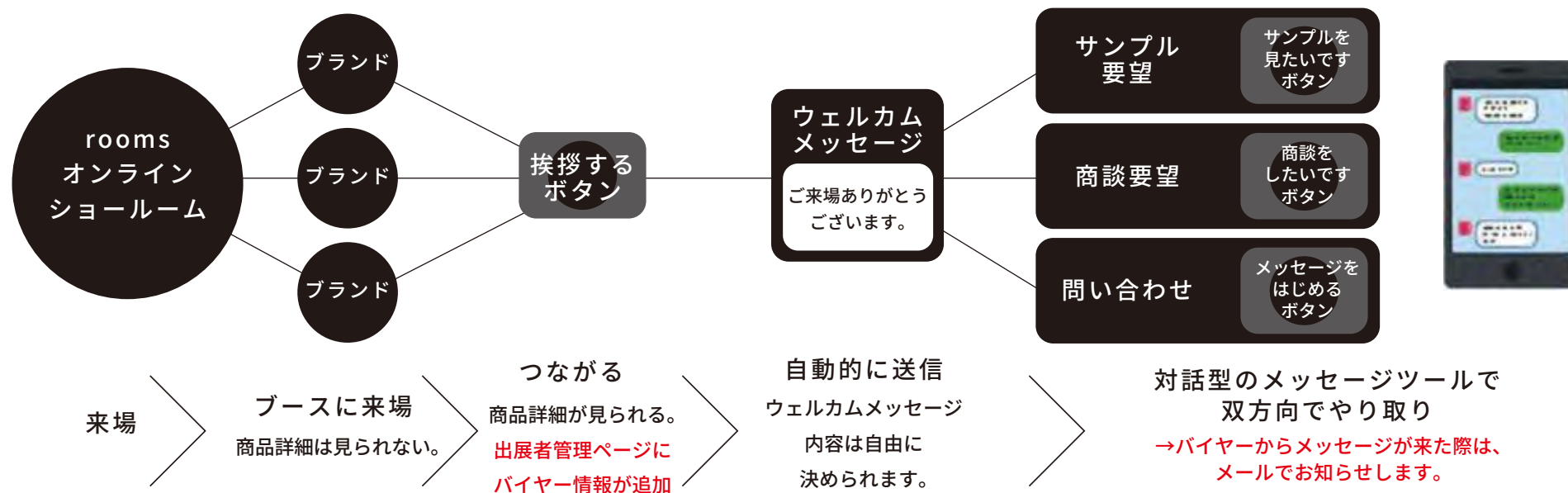
機能 5 クイックメッセージ機能

バイヤーからアクションしやすいクイックメッセージ機能で、コミュニケーションを活性化

メッセージがやりとりできることを明示化するために、つながった後に自動的にウェルカムメッセージを送信。また、バイヤーからアクションしやすいようクイックメッセージボタンを追加。バイヤーはメッセージページから、クイックメッセージ機能で手軽に各種依頼ができるようになります。



バイヤーアクション



管理画面（ダッシュボード）

ブースに来場したバイヤーの情報やアクセス一覧、閲覧分析などのデータをご確認いただけます。

バイヤー毎にメモを残せる機能を追加。その他、管理画面でバイヤーとのメッセージのやり取りも管理できるようになりました。

また、管理画面からダウンロードが可能です。



1. バイヤーリスト（ブースに来場したバイヤー）

	会社名	電話番号	メッセージ
項目	担当者氏名	最終アクセス	
	メールアドレス	アクセス種別	

つながったバイヤー個別にメモを残すことも可能。

2. アイテムページ閲覧数

	アイテム名
項目	閲覧数
	閲覧者一覧

3. オーダー管理

	オーダー ID	発注下代
項目	発注者氏名	ステータス
	コレクション名	最終更新日時

OUR SERVICES

“rooms ならでは” のきめ細やかなサービス

オンラインショールームでも、リアル展示会でも、バイヤーをはじめとする潜在的なクライアントと“繋がること”が最も重要です。

出会った後に継続的なアプローチをすることで、受注や契約のチャンスが格段に増えます。

roomsでは、初動で最も重要となる、「繋がりを増やす」ための様々なサービスをご用意しました。

1. サンプルの展示スペース（無料）

rooms オンラインショールーム出展者に限り、都内の SHOWROOM にて、サンプルを一部展示いただけます。

場所：都内（南青山想定）

期間：3/30（火）～4/15（木）（土日休）11:00-17:00（予定）

参加費：無料

ブランド数：オンライン出展申込みされた方から 80 ブランド先着順

rooms がバイヤー対象に行ったアンケートによると、オンラインショールームを利用するバイヤーの多くは、発注前に実サンプルの確認を求めています。一方でブランドにとっては、バイヤー毎にサンプルをお送りするのは手間も経費もかかり大変です。

そこで、rooms ではバイヤーに実際のサンプルを見ていただく機会として、一部サンプルを SHOWROOM にて展示することにいたしました。

ディスプレイは rooms にて行いますが、ブランド様にて対応できる場合は、是非ご協力をお願いいたします。

スペースに限りがございますため、全サンプルの展示は難しく、さらに先着 80 ブランドのみ対応可能となります。基本的には商品のみ展示となりますが、開催中に SHOWROOM にて商談を行っていただくことも可能です。



*ブランドごとの展示スペースは、小物の場合 30 センチ角程度を想定しています。

*期間、場所、展示スペースの広さは、出展確定者のみに後日お知らせいたします。

2. 出展者 オンライン セミナー（無料）

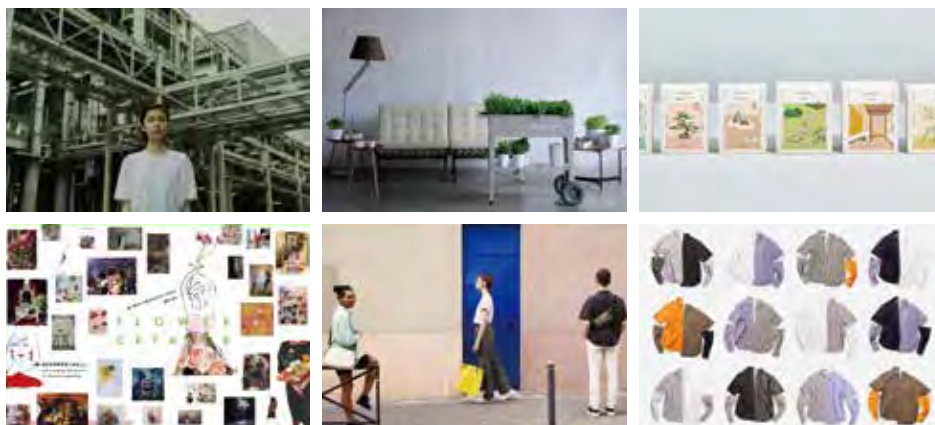
2-1. オンラインショールームをどう活用するのか？（1月予定）

rooms オンラインショールームの新たな機能やサービスの説明、さらに、つながったバイヤーに対する効果的なアプローチ方法などをお伝えします。（1月27日開催予定の出展説明会にてお伝えします。後日アーカイブ配信もいたします。）

2-2. クリエイティブな掲載素材を作るには（2-5月複数開催予定）

オンラインでは掲載素材（画像・動画）が全て。特にブランドのメインビジュアルや商品写真はアイキャッチとなるため作り込みは必須です。どれくらいこだわって写真や動画を撮影・編集をされていますか？即実践できるセミナーからみなさまのこだわりを彷彿とさせるセミナーまで開催予定。

これをきっかけに、素材を一度見直してみてもいい。



2-3. ブランドページ“生きてますか？”（3-4月開催予定）

掲載素材と同じくらい大切なのはページ内の更新頻度。新しい商品を更新して来場リピーターを獲得するのはもちろん、同じ商品でも違う素材を掲載して来場者の反応の違いをみたりマーケティング活用も可能。リアル展示会に出展した時と同じ感覚で、ページ内に手を加え続けることが非常に重要です。

自社の営業スケジュールはもちろん、オンライン展示会自体のPRスケジュールと照らし合わせながら効果的な更新スケジュールを組み立てましょう。また、オンライン展示会開催期間中には出展者同士の意見交換を行いながら、勉強会を開催予定。

2-4. バイヤーセミナー（2-3月開催予定）

バイヤーがどのような仕事をして、今何を求めているのか？

バイヤーの生の声をヒアリングします。

*オンラインセミナーのお申込みについては別途メールにてご案内いたします。

3. 公式チャンネルによる動画配信（無料）

3-1. ブランドプロモーション動画の掲載

オンライン出展ブランドのプロモーション動画を rooms の公式 WEB サイト及びオンラインショールームにて、紹介いたします。

（ご提出いただいた方のみ）

バイヤーにご覧いただくことで、ブランドページ内への集客を図ります。

2月21日（日）動画納品一次締切

▶ 3月1日（月）選抜一部公開 ▶ 3月9日（火）公開

3月19日（金）動画納品二次締切

▶ 3月24日（水）選抜一部公開 ▶ 4月1日（木）公開

4月26日（月）動画納品三次締切

▶ 5月10日（月）公開

3-2. SHOWROOM での Live 配信（アーカイブ配信もあり）

SHOWROOM（東京都内）にて、ブランドの商品紹介動画をサポート・動画配信いたします。（配信できるブランド数には限りがあります）詳細については別途ご案内いたします。



イメージ

ブランドプロモーション動画をお持ちでない方は、この機会に是非、セミナーにご参加いただき動画制作にチャレンジしてみてください！

＊ 動画提出に関しては別途ご案内いたします。

4. ショールーム終了後の来場者データ管理

終了後、来場者ごとのステータスが分かる来場者リストや、ページを見た人数等の分析結果などのダウンロードが可能。人気の高かった商品や閲覧数の多かったデータなどもご提供します。

5. プロモーション

展示会開催前から期間中に渡り、少しでも多くの方に利用していただくため、デジタルをメインとしたプロモーション展開を計画しております。

- ・ 業界関係やメディアに対して、リリース配信
- ・ rooms が持つ約 4 万人の顧客へメールマガジン配信
- ・ rooms オフィシャル SNS アカウント (Facebook/Instagram/Twitter 等) での投稿
- ・ デジタル広告出稿
- ・ オウンドメディア情報掲載

出展料金 / オプションサービス

roomsオンラインショールームは、1年を4シーズンに分けて、24時間、365日開催します。

シーズンA：3-5月 / シーズンB：6-8月 / シーズンC：9-11月 / シーズンD：12-2月

出展料金

1 シーズンあたりの出展料：

150,000 円＋税(ブランドページ開設費用 30,000 円＋制作費・利用料 120,000 円)

＊過去に rooms オンライン展へご出展いただいたことがある方は、開設費用 30,000 円がかかりません。120,000 円でご出展いただけます。

出展料金に含まれるもの

- ページ制作費、システム利用料
- 30 品番までの登録料（追加 10 品番毎に 5,000 円がかかります）
- 都内ショールームでのサンプル展示（先着 80 社限定サービス）
/ 詳細は P18 をご覧ください。
- 出展者限定セミナーへの参加 / 詳細は P19 をご覧ください。
- 動画配信サービスの利用 / 詳細は P20 をご覧ください。
- ページ作りの無料相談

長期ご出展いただく方へ、お得なプランもご用意しています。

1シーズン：150,000円＋税

2シーズン連続：250,000円＋税（5万円ディスカウント）

3シーズン連続：400,000円＋税（5万円ディスカウント）

4シーズン（年間）連続：500,000円＋税（10万円ディスカウント）

オプションサービス

- 写真撮影（商品物撮り）：2,000 円＋税～ /1 型番

内容：正面・背面・寄り＋各色正面（1 型 3 色まで）

＊詳細は EXIV までお問合せください。

- 動画作成： ご相談ください。

- ブランドプロフィール作成 /500 文字程度

（ライター込み）50,000 円＋税

- ブランド取材記事作成 /2000 文字程度

（ライター＋カメラマン込み）200,000 円＋税

スケジュール / 申込み方法 / お支払い

シーズン A スケジュール

- オーディション申込み /
オーディション資料の送付：随時

- 出展申込み
① 一次締切：2月10日（水）
② 二次締切：2月24日（水）

- 確定通知
出展者専用サイトのご案内：随時

- オンライン展示会
情報入力フォームへの登録

- EXIV 担当者とページ制作に関する
打ち合わせ

- 出展料金の支払い：
① 一次締切：2月26日（金）
② 二次締切：3月12日（金）

- ページデザインの提案

- 素材入稿：
EXIV 指定の専用フォーマットへ入稿
① 2月15日（月）
② 2月26日（金）

- 納品ページの確認・修正

- 開催期間：
① 3月 1日～5月31日
② 3月15日～5月31日

シーズン A 申込みスケジュール

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| ■ 2/10（水）までにお申込み
↓ | ■ 2/24（水）までにお申込み
↓ |
| ■ 2/15（月）素材提出
↓ | ■ 2/26（金）素材提出
↓ |
| ■ 3/1（月）～5/31（月）公開 | ■ 3/15（月）～5/31（月）公開 |

上記締切以降も随時募集。公開日に関しては要相談。

シーズン B（6～8月）、シーズン C（9～11月）、シーズン D（12～2月）の申込みスケジュールに関しては、別途お問合せください。

尚、シーズンの切り替えでメンテナンス期間を設ける場合がございますので予めご了承ください。

申込み方法

オーディションがございます。WEB サイトよりお申込みください。

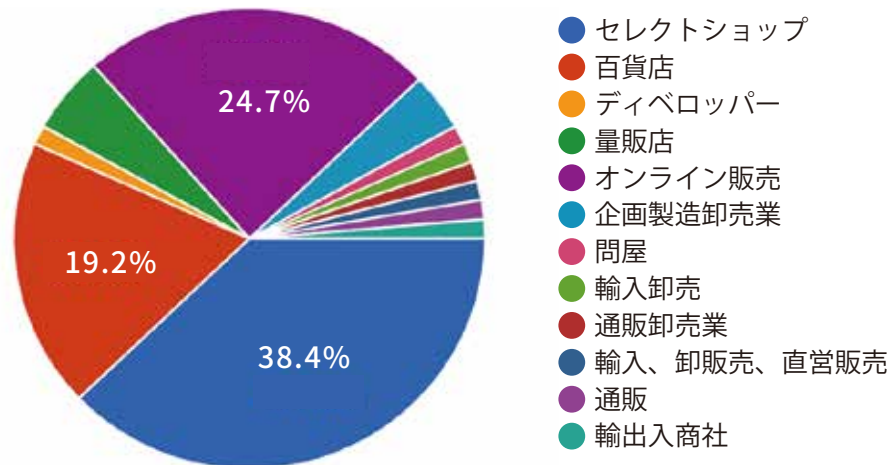
お支払い

下記の期日までにお振込をお願いいたします。（請求書を発行いたします）

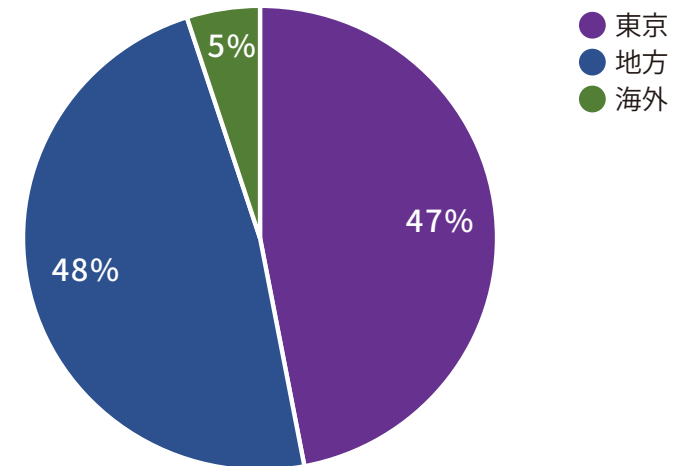
対象	支払期間
2/10 までにお申込み	2/26 まで
2/24 までにお申込み	3/12 まで
2/25 以降にお申込み	請求書記載の期日まで

参考：バイヤーアンケート

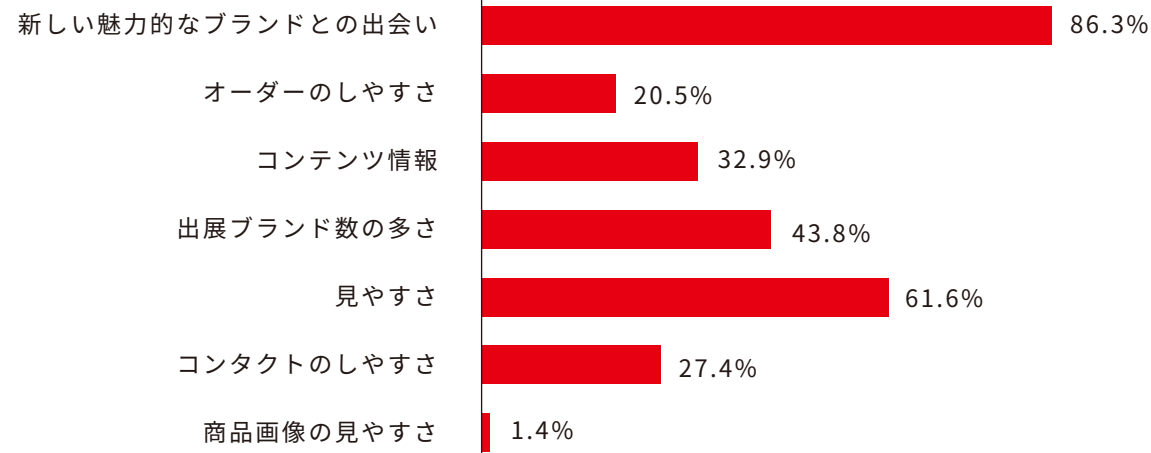
登録バイヤー業種



登録バイヤーの地域



オンライン展示会に何を望みますか？



バイヤーがつながった
ブランド数

平均 23 ブランド

つながる＝名刺交換を表します。オンライン上でつながって初めて詳細の資料のDLや商談を行うことができます。

*バイヤーを対象にしたアンケートから抜粋（アンケート実施：2020年12月）

参考：参加バイヤーの声

- ・リアル展では時間制限の中、人気の出展ブースは後回しにして見られなかったもので、触れないけれどじっくり見る事が出来る。見逃しも無くなる。
- ・リアル展を見るにしても事前の絞り込み・事後の確認がしやすい。
- ・時代の先を見据えたモノを見つけることができた。
- ・手軽にアクセスでき、出展者とのコンタクトが簡単だった、やり取りしやすかった。
- ・予想以上の臨場感を感じた、画像、動画、説明文などが分かりやすかった。
- ・お気に入り登録ブランドからすぐに返信とカタログ送付があり、実際に商談できた。リアル展示会同様に複数のお取引先様と繋がる事ができた。
- ・思い描いていた形で、使い勝手がよかった。
- ・実際に見るのと、画面を通して見るのとでは大きく違い、1つ1つの商品がハッキリと目に飛び込んで来るので商品が良く見えた。
- ・カテゴリ分類等にroomsらしさが表現されていて見やすかった。
- ・遠方の取引先との商談がしやすくなる。
- ・地方なのでなかなか東京に行く機会がない人にとってはありがたい。経費も浮く。
- ・時間に縛られない。移動時間の削減。好きな時につながることができる。
- ・新しいブランド、多くの情報を短時間で知る手段としては有効だと感じた。
- ・オンラインとリアル展示会を併用する事がベストだと感じている。
- ・初めにオンラインである程度知識を入れて商談出来るので時短にもなると思う。
- ・新規のブランドとつながるチャンスが多い。つながってからの初動が早い。
- ・最初の出会いを生み出す点で、リアル展に比べてはるかに効率的。
- ・会社にいながら複数のブランドと最初のタッチポイントを得ることができ、とても便利。

＊バイヤーを対象にしたアンケートから抜粋（アンケート実施：2020年12月）

Q & A

Q1. ページ制作にあたり、ブランド側で準備することはありますか？

A1. 文章や写真を専用のフォーマットでご提出いただき、打ち合わせ内容に基づいたページ構成で EXIV がページ制作いたします。
商品の撮影などは別途オプションで承ることも可能です。ご相談ください。

Q2. 掲載の商品数に上限はありますか？

A2. 1 出展あたり 30 型番までとなります。※30 型番以上のご掲載については 10 型番毎に 5,000 円で追加が可能です。

Q3. 途中でブランドページ内の製品の追加登録や差替えをすることは可能ですか？

A3. 可能です。是非定期的に情報更新し、つながったバイヤーや新規で獲得したいバイヤーへアプローチしてください。
追加登録や差替えに関しては EXIV 担当者にご連絡ください。

Q4. オーディション資料にあった商品のみ掲載可能ですか？それとも何かの条件を満たしていれば、オーディション資料に無くても掲載可能ですか？

A4. オーディションに合格したブランドであれば、資料にない商品の掲載も可能です。ブランドの変更や追加等がある場合は
再度オーディションが必要となります。

Q5. 商談が成立した場合、手数料等はかかりますか？

A5. 出展料金（出展及びオプションにかかる料金）以外に手数料はかかりません。

Q6. 自動翻訳機能はありますか？

A6. 対バイヤーに表示される部分は、自動翻訳機能がございません。ブランド様にご準備いただいた情報がそのままバイヤーに表示されますので、
英語表記をご用意いただくことをお勧めします。尚、オプションにて翻訳サービスをご用意しておりますのでご相談ください。

Q7. 複数名で管理画面を閲覧することは可能ですか？

A7. 1 ブランドにつき、1 つの ID とパスワードを用意いたしますので、複数名での閲覧も可能です。

Q8. バイヤー検索をし、コンタクトができる機能はありますか？

A8. ブランドページに来場したバイヤーは管理画面（ダッシュボード）のバイヤーリストに集積されます。
こちらに集積されたバイヤーには自由にコンタクトすることが可能です。

Q9. ブランドやメーカーではなく、代理店や商社が出展することは可能ですか？

A9. 可能です。1 ページにまとめて掲載する、もしくはブランドページを分けて掲載する（別途有料）ことも可能です。
⇒ブランドダッシュボードやオーダーは 1 つで、ブランドページをそれぞれ作成する場合、追加ブランドページ毎に 1 万円がかかります。

Q10. 1 シーズン（3 か月）の契約満了後、更新はできますか？

A10. その後の延長契約も可能です。

利用規約

1. サービスの利用について

rooms ONLINE SHOWROOM は「rooms ONLINE SHOWROOM 出展申込み」をされた方がご利用いただけるサービスです。

2. 契約の成立

出展者と主催者の契約は、「rooms ONLINE SHOWROOM 出展確定通知」をメール配信した時点をもって成立するものとします。また、本契約の成立をもって、出展者はシステム提供者が別途定める EXIV 利用規約 (<https://exiv.io/terms/>) に同意したものとみなします。

3. サービスの内容について

rooms ONLINE SHOWROOM は Park & Port 株式会社（以下システム提供者という）が提供するオンライン展示会システム『EXIV』（以下単に EXIV という）を利用して主催者が開催する rooms ONLINE SHOWROOM に出展するものとし、展示会ページの仕様・表現その他の詳細については上記利用規約及び別途システム提供者が定めるガイドラインに準拠するものとします。

4. 料金について

「rooms ONLINE SHOWROOM 出展確定通知」メールに記載の通りとします。ただし、システム提供者と出展者の間で別途合意の上でオプション費用、カスタマイズ費用その他追加料金が発生した場合については別途発行される請求書に従うものとします。

5. 料金の支払い

出展者は「請求書」に記載の支払期日までに、料金の支払いを完了するものとします。支払期日までに料金の入金が確認されない場合は、主催者は出展者に対し、何ら報告もなく、契約を解除することができるものとします。

6. 申込みの取消し

申込みの取消しについては、主催者に必ずメールまたは文書にて連絡してください。取消しについては、rooms ONLINE SHOWROOM 出展料金全額を申し受けることを条件として、取消しできるものとします。

7. アカウントを利用した取引

出展者がアカウントを利用して行う、本サービス上での取引（商品またはサービスの購入、購入の申込、およびその他の取引に関する意思表示を含みます。以下同じ。）は、出展者とその取引の相手方との間で直接に行われます。

8. 禁止事項

rooms ONLINE SHOWROOM において、主催者が下記のいずれかに該当すると判断する行為は禁止いたします。

- ・法令、裁判所の判決、決定もしくは命令、または法令上拘束力のある行政措置に違反する行為
- ・公の秩序または善良の良俗を害する行為 ・反社会的勢力に対する利益供与その他の協力的行為
- ・当社、第三者の権利、利益、名誉等を侵害する行為
- ・第三者になりすます行為または意図的に虚偽の情報を送信する行為
- ・第三者の個人情報その他のプライバシーに関する情報を不正に収集、開示、または提供する行為
- ・不正アクセス行為、第三者のアカウントを利用する行為、複数のアカウントを作成または保有する行為、その他これらに類する行為
- ・本サービスの誤作動を誘引する行為
- ・本サービスが通常意図しないバグを利用する動作を生じさせ、または、通常意図しない効果を及ぼす外部ツールの利用、作成、または頒布を行う行為
- ・本サービスまたは当社のサーバーに過度の負担をかける行為
- ・コンピュータウイルス等の有害なプログラムを当社、当社グループまたは第三者に送信し、または流布する行為
- ・本規約に違反し、または、本サービスの趣旨目的に反する行為
- ・その他、当社が不適切と判断する行為

利用規約

9. 契約の解除

[1] 主催者は、「rooms ONLINE SHOWROOM 出展確定通知」をメール配信した後でも、出展者が次の各号のいずれかに該当すると判断した場合には、事前に通知することなく当該出展者による本サービスの利用停止、アカウントの停止、ID およびパスワードの変更、または当該出展者の出展資格の取り消し等の措置を講じることができるものとします。これにより出展者に何らかの不利益または損害が生じたとしても、当社は一切の責任を負わないものとします。

- ・出展者に法令や本規約に違反する行為があった場合
- ・出展者に本サービス利用に関して不正行為があった場合
- ・一定回数以上のパスワードの入力ミスがあるなど出展者のセキュリティを確保するために必要な場合
- ・その他当社が相当と判断した場合

[2] 出展者は、本項 [1] の契約解除の前後を問わず、同項各号に該当する行為がある場合には、主催者の発行する各種制作物について出展者の該当箇所を削除する等の措置をとることができるものとします。

10. 本サービスの変更、中断、終了等

[1] 主催者は、出展者に rooms ONLINE SHOWROOM 公開より契約いただいた期間、本サービスを提供する。

[2] 出展者は、会員に事前に通知することなく、本サービスの内容の全部または一部をその裁量によって変更または追加することができるものとします。

[3] 主催者は、出展者に通知することにより、当社の裁量で本項 [1] の本サービス提供期間を変更することができるものとします。

[4] 出展者は、以下の各号に定める場合、主催者に事前に通知することなく、本サービスの全部または一部を一時的に中断することができるものとします。

- ・システムのメンテナンスまたは修理を定期的にまたは緊急に行う場合
- ・アクセス過多等によって、システムに負荷が集中した場合
- ・出展者、主催者、または第三者のセキュリティを確保する必要が生じた場合
- ・通信回線の停止、天災、火災、停電、その他の不慮の事故または戦争、紛争、動乱、暴動、労働争議等の不可抗力により本サービスの提供が困難な場合
- ・その他主催者が必要と判断した場合

[5] 主催者は、主催者が本条に従ってとった措置に起因して会員に生じた損害について、一切の責任を負わないものとします。

11. 保証の否認および免責

出展者は、主催者が本サービスを通じて提供するインセンティブプログラム、コンテンツその他一切の情報について、エラー、バグ、不具合またはセキュリティ上の欠陥が存在しないこと、第三者の権利を侵害しないこと、出展者が期待する性質を有することならびに主催者に適用ある法令に適合的であることについて、主催者がいかなる保証も行わないこと、ならびに、本サービスが提供時における現状有姿において提供されることを理解し、これを承諾するものとし、自己の責任において本サービスを利用するものとします。主催者は、出展者のアカウントで利用できるサービスに関する内容の真偽、正確性、最新性、有用性、信頼性、適法性、および第三者の権利の不侵害について、本規約においていかなる保証も行わないものとし、当該サービスの利用に関して損害が生じた場合であっても、主催者は、一切の責任を負わないものとします。主催者は、出展者による本サービスの利用に関連して、出展者に対する責任を負う場合には、主催者の故意または重大な過失による場合を除き、主催者に現実に生じた通常かつ直接の範囲の損害に限り、これを賠償するものとし、特別な事情から生じた損害（損害の発生を予見し、または、予見し得た場合を含みます。）については、責任を負わないものとします。

12. 準拠法、合意管轄

本規約は日本法に基づき解釈されるものとし、本規約に関し訴訟の必要が生じた場合には、東京地方裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所といたします。

わたしたちは、クリエイションが人を豊かにすると信じています。

