

XOLT WORKS コラム連載 Vol.2

【1小間・2小間】 小スペースでも大盛況！ 広く・目立たせる空間演出術

「狭いから目立たない」は大きな誤解。メッセージの絞り込みと壁面活用で、限られた空間を「強み」に変えるプロのテクニック。

1小間と2小間で異なる「戦略」の基本



1小間（3m×3m）の戦略

目的：「接点の最大化」

限られた空間に要素を詰め込まず、伝えたいメッセージを1つに集約。通路側での即座な認知と立ち止まりに特化します。



2小間（3m×6m）の戦略

目的：「集客 + ミニ商談」

通路側でのアイキャッチに加え、少し奥に立ち話・簡易商談スペースを配置。深く話を聞きたいターゲットを確実にキャッチします。

空間を「広く・目立たせる」3つの極意

高さ2.7mの壁面「上部」を使い倒す：

人の頭越しに見える最上部に、10～15文字の「誰の悩みを解決するか」のコピーを大きく配置。遠目からの視認性を劇的に向上させます。

ブースの配色は「3色以内」に抑える：

ベース色（70%）、サブ色（25%）、アクセント色（5%）に限定。色数を絞ることでノイズを減らし、洗練された広い印象を与えます。

手前側の「境界線」を取り払う：

ブース手前に大きなテーブルや壁を置かない。通路と地続きのような開放感を作り、心理的な踏み込みやすさを生みます。

事例：情報過多を防ぎ主役を際立たせる

詰め込みすぎは「素通り」の元！

小スペースでよくある失敗が「せっかくだから全商品を並べたい」という情報の詰め込みです。

主役となるメッセージや製品を1点に絞り、照明でハイライトすることで、遠くからでも一瞬で「何の会社か」が分かる引き締まった空間に仕上がります。



次回の出展で差がつく！即効アクション

A

文字は大きく・短く

キャッチコピーは長文を避け、歩きながら読める10～15文字に凝縮。

田

ひな壇で立体感

展示台は奥を高くする「ひな壇型」にし、埋もれない工夫を。

人→

スタッフは「奥」に

入口をスタッフで塞がず、奥で待機して自然な入出を促す。

小スペース施工もXOLT WORKSへ

「自社なら1小間・2小間でどんなデザインができるか？」
事前調査と情報整理のプロが、最適な空間設計をご提案します。

XOLT WORKS (ゾルトワークス)

<https://xoltworks.superwinwin.net/>

Image Sources



<https://static.vecteezy.com/system/resources/thumbnails/071/052/132/small/modern-and-sleek-exhibition-booth-showcasing-technology-with-illuminated-displays-and-clean-lines-photo.jpg>

Source: www.vecteezy.com