

「face to faceを科学する」月刊イベントマーケティング

EVENT MARKETING 48

June 30, 2019

特集
態度変容のある
映像体験



今月の連載
ココロ動く! 企画の舞台裏
#12 antenna*
北見 裕介さん

発行所: 株式会社 MICE 研究所
〒105-0004 東京都港区新橋 5-12-9 ABCビル 5F
TEL:03-6721-5303 sofu@event-marketing.co.jp

TAKE FREE

www.event-marketing.co.jp



新たな価値を背負っている

スマートフォンの Google アプリには、Google Lens 機能がついていて、目の前に咲いている変わった草花が「オオベニゴウカン」と教えてくれる。ちなみに、タヌキ似の飼猫でも試してみたところ、間違えずに長毛種の猫のいずれかじゃないかと提案された。選択肢に正解があったので信じてよさそう。狸猫の話はともかく、目の前の「きれいなお

花」が「きれいなオオベニゴウカン」と言えるようになることって大きい。知識の解像度が上がって、記憶にも鮮明に残る。実行してはいないけれど、摘んで花瓶に活けたり、花冠をつくったりと体験が付加されれば、単純に「お花」と呼んでいたころに比べて、確実に好きになっていると思う。いまだって、もう一度オオベニゴウカンをみつけたら、そばにいる友人

に花名を教えるくらいにはすでに好きになっている。

今回は、イベントでの映像を特集した。イベントの映像は、視覚的に対象を拡大して参加者が視聴しやすい受け身なものばかりではなく、体験的に知覚して態度変容をするような能動的なファクターとしてアップデートされ、リアルを増幅させていた。

そうそう、映像のつくり手ばかりが進化している訳ではない。被写体だって自らグリーンバックを背負ってアップデートしている時代。肖像権と著作権を放棄して無料で写真を公開するプロジェクト“フリー素材アイドル”の Mika + Rika は、現在“グリーンバックアイドル”として第2弾プロジェクトを始動中。その活動は、カンヌライオンズ 2019 で評価され Bronze 賞を受賞した。

おめでとう、Mika + Rika ちゃん!
(表紙モデル: グリーンバックアイドル Mika+Rika * 8p参照)

すべてのイベントの悩み は、イベントレジストにお任せください!
ビジネスイベントの豊富な経験と実績、イベント主催者様の立場になってサポートします

- 申込受付管理**
ウェブ事前受付
オンライン決済
チケット発券
- 各種事務局**
来場者事務局
スポンサー事務局
登壇者事務局
- 企画制作・運営**
カンファレンス
各種イベントの
企画制作・運営
- 集客広告**
各種ウェブ広告
各種 SNS 広告の
提案・運用

イベントレジスト株式会社
http://eventregist.com 【資料請求・お問い合わせ】 MAIL:contact@eventregist.com TEL:03-6869-5592

EventRegist

態度変容のある映像体験

メディアは、誰に、どうなってほしいか、という対象の態度変容を生み出す装置だ。イベントでいえば、イベント自体がメディアではあるが、そこで触れる映像は大きなファクターとなり、マインドにもフィジカルにも変化をもたらす。新しい技術、クリエイティブ、映像機器、サービスを生み出すひとと、そのひとの届ける情熱がいま、リアルをアップデートしている。

TREND KDDI「5G×XRテクノロジー」

現地の臨場感+αで新しいリアル体験へ

イベント・ライブの参加体験は劇的に変化している。「キリンチャレンジカップ2019」において、3月に「ARサッカー観戦」、6月に「VR体験イベント」など、次世代技術「5G×XRテクノロジー」を活用した新たな観戦体験を提供し拡大に向けて取り組んでいるKDDIの繁田光平さんに、その可能性と展望を聞いた。

Q. VR、AR、MRなどが注目されていますが、「XRテクノロジー」はイベント・ライブの体験をどう変えるのでしょうか？

XRには2つの大きな方向性があります。VRは遠隔地やある時点から、空間と時間を超

え、より臨場感があって、あたかもその場にいるかのようなアプローチ。一方で、ARは現地(リアル)の場をデジタルで情報補完・拡充するようなアプローチです。これまで通信会社がリアルの中で通信を介し解決するものには、どちらかといえば渋滞緩和などスマート化の方向性がほとんどでした。現在、取り組んでいるのは、5G時代のイベント・ライブの場。XRテクノロジーを使ってどうお客さまが楽しめるかに軸足を置いて実証実験を繰り返しています。



KDDI 株式会社
ライフデザイン事業本部 ライフデザイン事業企画本部
ビジネス統括部 部長
繁田 光平さん



Web 記事



Q. 「キリンチャレンジカップ2019」では実際にどのようなフィードバックがあり、可能性がみえてきましたか

「キリンチャレンジカップ2019」ARサッカー観戦ではタブレット付の観戦席を100席用意し「視点ジャンプ」<スタツゲーム>ARゲーム>といったコンテンツを提供しました。視点ジャンプはどの位置からのカメラをどのタイミングで見たのか、といったログをとることができ、数値的根拠に基づいて次の施策を考えるデータベースにしています。

これらはtoC向けの施策提案となりますが、チームやスタジアムなど、BtoB視点でも収入増といった課題解決にAR技術は貢献できると考えています。例えば一緒に取り組ませていただいている麒麟様の商品がAR空間上に浮いているという新たなタッチポイントをつくり、広告化する、といったイメージです。ス

タジアム内でのスポンサー看板は物理的な制約がありますが、AR技術ではいろんな場所に露出することができます。

ARでできるもう一つ重要なことは、スタジアムのような場所で難しいと言われてきた、お客さま一人ひとりをコンテンツ利用をきっかけとしたIDにより個としてとらえることが可能になることです。そうすると、グーグルアナリティクスのように、リアルでの導線や何にアクセスして来場したのかなど分析ができるようになるのです。

実用段階の一つのポイントとなるのは5Gスタートのタイミングですね。本格開始に向け、スポーツはじめ、興行ライブ、またさまざまなリアルコンテンツに可能性を感じています。リアルのキャパシティ問題を取り除くのがインターネットであり、新規ファンの掘り起こしは5Gを使ったXRテクノロジーによるハイオブリティコンテンツになると思います。

Real & Virtual Experience Provider

絶え間ない革新とクリエイティビティを常に追求しつづけていくことで、リアルとバーチャルの垣根を越えた、あらゆる空間に、あらたな感動と価値観を創造し、優れたユーザー・エクスペリエンスを提供していきます。

LED / 大型映像 / インタラクティブ映像空間演出など、お客様のニーズにお応えして総合的にプロデュースします。

TAKEPARK | SYMDIRECT | TOKYO OSAKA NAGOYA KYOTO SHANGHAI

SYMUNITY GROUP

機材 × 人材 × 実績

優れた映像機材。
それを選び、操る人材。
積み重ねてきた実績。
信頼はそこから生まれる。

HIBINO
hibino group

ヒビノメディアテクニカル株式会社
本社
〒135-0062 東京都江東区東雲2-9-23 6F
TEL: 03-6457-2070 (代表) / FAX: 03-6457-2075
URL: http://www.media-t.co.jp/

メディアアクセス大阪事業部
〒530-0033 大阪府大阪市北区東淀町2-37 2F
TEL: 06-6311-1951 / FAX: 06-6311-1953

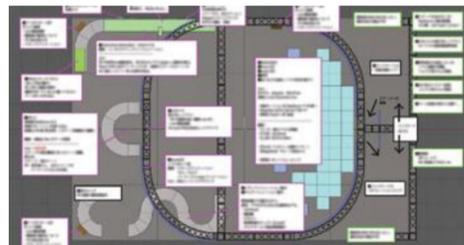
ヒビノベスコ株式会社
〒135-0062 東京都江東区東雲2-9-23 6F / TEL: 03-6457-2371 / FAX: 03-6457-2373
URL: http://www.besco.co.jp

クリエイターの企画書①

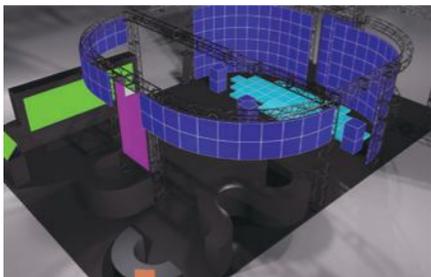
タケナカ・シムディレクト 「第5回 先端デジタルテクノロジー展 自社出展ブース」



Web記事に
動画も



デジタルステージと映像空間



株式会社タケナカ 制作部
VISUALOGIC
クリエイティブディレクター
福本 和隆さん



企画概要

“映像会社タケナカ”の印象が強いシムディレクトグループが、映像を中心とした空間づくりの取組みを訴求するために、先端テクノロジーに出展。“リアルとバーチャルを繋ぐ”をテーマに、映像制作、LED、VR、インタラクティブなど多様な要素を組み合わせ、一つの空間をつくりだした。

使用機材：LED（曲面、ボックス、フロア、バー）／ムービングライト／透過型有機ELディスプレイ／ホログラム／顔認証システム／センシング／VR／Join Visual（参加型演出パッケージ）

の横の関係性が重要なコンテンツですので、ブース内の各要素を秒刻みにした進行台本を共有しました。一覧で確認しながら各担当者は自分のセクションを仕上げていきます。同時に、全体のイメージは私の方で管理、制作しているのそれぞれに素材を展開します。

Q. 映像制作のコンセプトは？

映像は画面という枠にはおさまらなくなっている。照明の光も含め、空間すべてを創造することが、弊社だからこそ出来る空間演出表現だと考え、それをカタチにしました。

を配置、その視点でブースを見て廻れるよう、頭の中にあるイメージと紐づけながら制作しました。

Q. すべて福本さんの意図通りに進む？

3Dのブースイメージは、各要素が個別に動くのではなく、全体で一つの空間にするためにつくったものです。「私がしたいのはコレ」と一方的に考えを押し付けるのではなく、各セクションの担当者が、修正点や、技術的なアドバイス、意見を出し合い、プランをアップデートしました。そのタイミングで私はプランナーからアートディレクターにシフトします。

Q. 今後つくりたい映像空間は

今回、デジタルステージと日本舞踊を融合させ、さらにVRに展開するという試みを行いました。これからVRに求められるインタラクティブ要素は、まだ多く世にでていないのが現状。次世代通信環境の未来と共に、動向の気になる分野ですね。映像を中心とした空間演出はもとより、その中で“リアルとバーチャルを繋ぐ”面白い表現を生み出せる様、日々考えています。ソフトとハード両方を持ち合わせる弊社のチームワークのみせどころです。

Q. 制作の進め方は

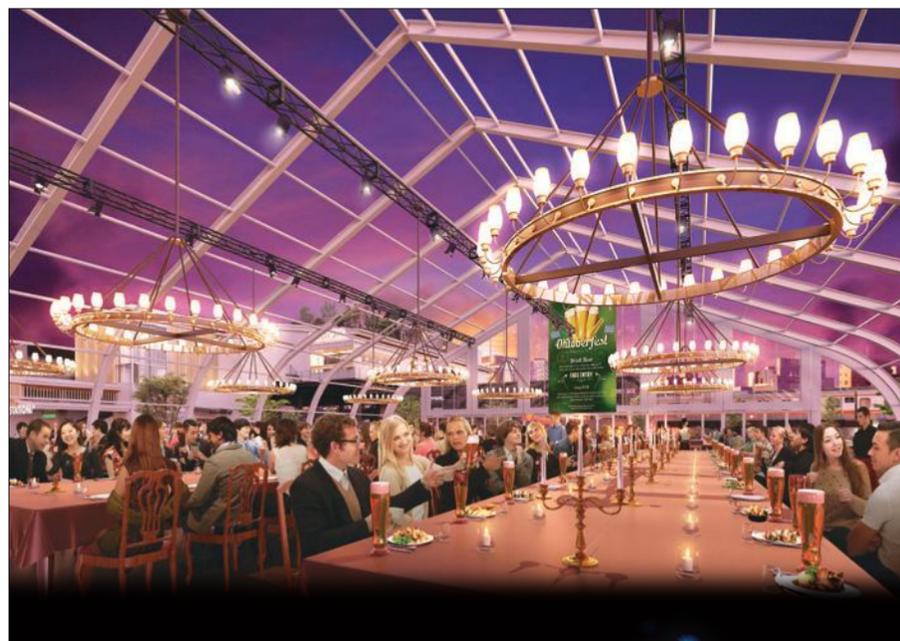
初めに簡単な出展のレクチャーをうけ、翌日には3Dのブースイメージ（写真1、2）を展開。スピード感が大事で、詳細はともかく、動線を考慮し、訴求したいものを配置。映像の場所にはイメージを貼り、人物

Q. 普通は平面図を書きますよね

ビジュアル化することで明確にゴールを共有でき、各担当者が迷わずに業務を進められ、制作の初速があがります。「こんな感じじゃなくて…」ということが最終段階でおきることもありません。高性能メディアサーバー「disguise（ディスガイズ）」を使えば、リアルタイムエフェクトを使用した演出内容もビジュアライズされた状態で確認できます。

Q. ブース内で連携するんですね

1つの時間の流れに加えて、フレーム単位



65 電力
処理能力 需要
100%
B

展示会場以外の電気工事ができる事をもっとアピールした方がいいんじゃないの？

最近ではスポーツイベントでの工事も増えてきました。映像が映るとついつい観客の方と一緒に興奮しちゃいます

株式会社 鈴木電機
〒111-0033 東京都台東区花川戸 2-12-5
TEL 03(3842)8201 (代) FAX03(3845)3040
URL: http://www.suzukidenki.co.jp



感動体験

記憶に残る

“心地の良い上質環境”と“景観も含めた一体感のある空間”をプロデュースユニークベニューや各地の歴史・文化・景観もイベント要素に取り組みながら、大型テント内に、上質でかつ心地よい各種のイベント空間をプロデュースします。

総合レンタル業のバイオニア
西尾レントオール株式会社 TOTAL POWER by NISHIO

お問い合わせ

〒108-0022 東京都港区海岸3-20-20 ヨコソーレインボータワー1F
TEL: 03-5765-9240 FAX: 03-5765-3240
e-mail: mitsuyasu.ookubo@nishio-rent.co.jp (窓口: 大久保)

face to face を科学するイベントメディア

オンラインも強い EVENT MARKETING

最新ニュースやアーカイブ、
バックナンバーも読めるウェブサイト



特集記事の裏話や
イベマケ編集部の
日常がわかるメルマガ



http://www.event-marketing.co.jp
Facebook と Twitter もやっています

クリエイターの企画書② ヒビノメディアテクニカル「EVO Japan 2018/2019」



Web 記事

eSports 流の映像演出



企画概要

ラスベガスで開催されている世界最大級の格闘系 e-Sports イベント「Evolution Championship Series (EVO)」が昨年 EVO Japan (エヴォ・ジャパン) として日本上陸。世界配信や、イベント会場内の演出、取材メディア映えと3つの異なる絵づくりを意識した映像設計が行われた。

使用機材：スーパーワイド 700 インチ・スクリーン / 3 万ルーメンのプロジェクタ 2 台 / LED パネル / フロア LED

Q. 制作のコンセプトとデザイン意図は

EVO Japan 2018 の決勝大会は、米国開催同様の盛り上がりで選手と観客との一体感をだすために、入場を客席の花道を通るようにするなど、レイアウトに工夫が必要でした。

映像づくりの工夫としては、700 インチのスーパーワイドスクリーンを採用しました。

ゲームの画面や、映像配信の画面は 16:9 なのですが、それよりだいぶ横長になっていて、両サイドに選手の表情や対戦成績などのデータを、シチュエーションごとに切り替えて表示しました。

Q. 横長だと没入感があるからですか

それもありますが、ゲーム大会でなく、

eSports として認識してもらうには、選手が主役でないといけない、という我々の想いを表現する狙いの方が大きかったですね。会場の熱気と一体感が必要なのも同じ理由だと思います。

Q. eSports は特殊な現場ですか

競技なので選手のプレイに影響を及ぼさないよう映像が遅延しないように気をつかいますね。特に格闘ゲームは瞬間の反応が勝負なので、1 フレームの違いも大きな影響を及ぼします。また、主人公目線でプレイする射撃系のゲームでは、潜んでいる敵を早く発見することが重要ですので、陰影など細かい描写をしっかりと再現しなければなりません。

Q. 必要な映像スキルも違うのですか

ゲーム機の映像信号はメーカーによって異

なりますし、インターネット配信、会場演出と、さまざまな映像信号が混在するので、変換・分配が必要で通常の映像制作とは違う eSports ならではの知識と経験が必要になります。

2019 年は、カメラやゲーム映像などすべての映像を一度配信側に集約してから、会場用の映像を戻してもらう方式をとりました。これは配信ソフトの進化で合成やスイッチングの作業幅が広がったため可能になったのですが、その分信号の制約も多くなり、慎重な取り扱いが必要でした。

最近は配信ソフトも進化していて、オペレーター一人で多くの事ができる反面、我々のような映像オペレートチームが、多数・多様な映像信号が混在する入力・出力管理をすることで、このような新しい形のイベントが成立するのだと強く感じました。



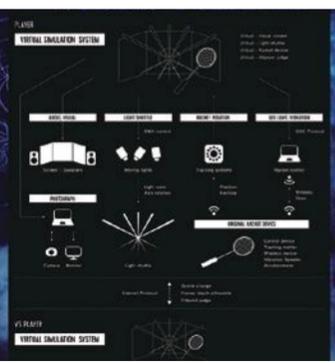
ヒビノメディアテクニカル株式会社
野沢 圭さん

クリエイターの企画書③ IMG SRC「SPACE LIGHT SHUTTLE」



Web 記事に動画も

時空間を超えインタラクティブに



企画概要

SPACE LIGHT SHUTTLE は、新しいバドミントン体験として、都市間でラリーするという構想のインスタレーション。体験者はラケットを持ってコートに入り、光のシャトルを見極めスマッシュを打つ。対戦相手は離れた場所にいる誰か。東京 VS ニューヨークなど、通信環境さえあればどんなに離れた場所でも、対戦可能。プレイ後に判定結果や最高速度が表示される。QR コードからスマッシュの瞬間の写真も入手できる。なお、対戦相手をリアルタイムで映像信号化し、表示することができるので、離れた場所の相手も身近に感じることができる。

使用機材：スクリーン / スピーカー / ムービングライト / トラッキングシステム (モーションキャプチャー) / 音、光 (LED)、振動を搭載したオリジナルデバイス (ラケット) / カメラ / モニター

Q. 開発の背景とコンセプトは

SPACE LIGHT SHUTTLE は東京 2020 の機運が高まる中、スポーツの観戦だけでなく、「新しいスポーツ体験」に着目し開発したインスタレーションです。「既存の体験をアイデアとテクノロジーで今までにない体験へと発展させる」をコンセプトに、他の競技に無

い特徴を持つバドミントンを選びました。

Q. デザインの意図とは

ビジュアルは、バドミントンという親しみやすい題材と、SF 的な近未来感のバランスを重視しました。また、「どんな場所でも体験できる」ことを理解してもらうため、体験会では投影した街は渋谷の街をソースにして

いるものの、あえて写実的にはせずに解像度を落としています。もちろん、すべてを弊社で構築しているため自由にカスタマイズできます。

Q. 表現の技術について

素振りしたり、光のシャトルを打つと音、光、

振動が連動するオリジナルデバイス (ラケット) を開発。自在に動く 7 台のムービングライトが交差する位置とタイミングを見極め、ラケットを振り抜きます。すると、柱の 4 隅に取り付けられたモーションキャプチャーがラケットの角度、位置情報を読み取り、いかに光のシャトルを芯でとらえたか、さらにはインパクト時のスピード、方向などを瞬時にセンシングします。そこからリアルタイムで軌道を描画し、対戦相手に向けて光のシャトルが都市を駆け抜けていきます。

すべての機器を連動させ、さらには対戦させるという複雑なプログラミングはもちろん、ムービングライトが交差する位置を打つとシャトルが飛んでいくという動きを実現するため、実際に 3D バーチャルシステムを組んでシャトルを配置するという点の実現のために、ムービングライトとラケットの関係性を構築し計算することがポイントとなります。



株式会社イメージソース
プロデューサー
加藤 雄也さん

EVENT MARKETING

FREE PAPER

読者Profile

大手メーカー・メーカー

▶年間イベント件数: 約 20 件
デジタルマーケティングと
オフラインを組み合わせて
販促とファンづくりに



特集

イベントマーケティングのトレンドを
国内外の事例や動向から分析し、
メーカー・イベントの
皆さんと共有します。



国内・海外ニュース

ツールや
テクノロジーの最新情報、
開催直前概況・
事後レポートなどを
紹介します。



コラム

幅広い視野と独自の視点、
経験をもつ
著名人が執筆します。



インタビュー

リアルコミュニケーションを
楽しくをテーマに
話題の方々ほか、インベーター、
イベントメーカー、
主催者の声を収録。



調査・レポート

効果測定や開催状況の集計、
効果最大化の手法など、
face to face を科学する
レポートをお届けします。

製薬会社
ミーティングプランナー

▶年間イベント件数: 100 件超
業界のファーストムーバーとして
異業種のトレンドを知り
講演会に活かしたい

IT 企業向け
マーケティングサポーター

▶年間イベント件数: 約 150 件
イベントマーケティングに関わる
テクノロジーやツールについて
情報収集したい

毎月30日発行

定期送付申し込み

発行所: 株式会社 MICE 研究所
〒105-0004 東京都港区新橋 5-12-9
ABC ビル 5F
TEL03-6721-5303
sofu@event-marketing.co.jp



映像機器・サービス
ノウハウ・事例

リッチな 体験を 提供する



インスタ映える3LCD

5月に東京スカイツリーで開催された「RAINBOW SWEETS LANDはバルーンアートと映像コンテンツが融合したフォトジェニックなイベント。プロジェクター「EB-L1000シリーズ」、「EB-L600シリーズ」(エプソン)は、3LCD方式の採用でレインボーノイズが出ず、SNS映する鮮やかな写真が撮れる。

EB-L1000

音を光や振動で伝える

音を振動と光に変換し特徴をユーザーに伝えるデバイス「Ontenna」(富士通)が7月1日からイベント用サービスとして提供開始する。本体のレンタル、システム環境構築、イベントでの運用サービスが提供され30台で月額20万円(税別)から。



Web会議の距離を縮める

Web会議にもう少し臨場感があれば…」とWebより対面を選んでもいいけど、そんな感覚を視覚的に解消してくれるのが、「インタラクティブ」(スノーピークビジネスソリューションズ)だ。サイズが大きく空間同士をつなぐようで、距離感もぐっと近く。



高精細が3Dで活きる

2視点立体映像の同時表示により、仮想空間に2人入り込み、それぞれの角度から同じものを見て、デザインについて話あったり、多様なコミュニケーションができる。これを可能にしているのが「UDX-4K」(パルコ)だ。240khzというハイフレームレートを2つにわけ120Khzで別々の映像を映し出す。高輝度、高解像度で明るい場所で大画面で映せるのも用途が広がろう。

UDX-4K



ドバイ万博の夜を彩る

2020年ドバイ万博の3エリアの中心部となるアルワスル・プラザのイルミネーションなどに、クリスティ・デジタル・システムズが、4万ルーメンの「D4K40-RGB」など250台を超えるレーザープロジェクターを提供する。特長的なデザインのドームに130メートルに渡り映像を投影。いままら空撮の映像が楽しみだ。

D4K40-RGB



8Kで水の質感を

NHKの8Kチャンネルで話題の「水とめぐる四季」は、台湾のデルタ電子グループとNHKエンタープライズが制作したドキュメンタリー作品「Water with Life in Taiwan」の編集版。4月には富士ソフトアキバプラザで上映会が実施され、8K解像度、25000ルーメンのプロジェクター「INSIGHT LASER 8K」(デルタ電子)で320インチスクリーンに映し出される高精細映像に参加者は息を飲んだ。

INSIGHT LASER 8K

REPORT ① シーマ 「Infocomm」 「ISE」

映像機器のいまとこれから

海外で実施される映像関連の展示会には2月欧州でISE、6月米国でInfocommが開催されており、日本映像機器レンタル協会の皆さんと一緒に、毎年参加しています。ISEは新商品の技術を見せる展示会、Infocommはブラッシュアップ・製品化され商談、という印象です。

LEDパネルの世界市場のほとんどは現在、中国製品が占めています。そのなかで高品質・高サービスを提供する企業から低価格で勝負するメーカーと多層化が進んでいます

LEDパネルでもっとも高精細だったのは、レイヤード社の0.6mmピッチの製品で、54インチのパネルでハイビジョン1枚分の画素数をだしていました。小型パネルのデジタルサイネージモニターがLEDに変わる時代が来るのかもしれない。

日本企業ではパナソニックがマルチディスプレイ、モニター、プロジェクター、カメラなどeSportsに必要な機器を取りまとめたeSportsのパッケージを提案出品していました。予選会場などではこういうソリューションがあると、便利ですね。

毎年映像の展示会を見ていると、表示機の高精細化が進んでいることがよくわかります。8K・16Kを超え、人間の目で認識できない領域技術の意味を問うむきもありますが、映像の使い方を考えると、さらなる進化には需要があると思います。

たとえば様々なイベントにおいてLED映像演出が大画面、高解像度になり、同一ピッチでは粒子が荒くなります。最近、より話題のROI(関心領域)の機能は、引きの映像を切り貼りして、ワイプのように演者の表情をステージ映像に組込む、複数カメラの撮影と同じことができます。リモートカメラや人工知能、画像認識などと融合して、無人の撮影現場の実現など、映像の仕事が大きく変わりそうです。

イベントで映像によるリッチな体験提供には、ハイフレーム化と遅延減少の進化に期待しています。

そして、極度に高度化したこれからの技術進化を活かすには、演出面の工夫も必要ですので、イベント主催の方との技術情報の共有が欠かせないと考えています。



シーマ 常務取締役 石丸 隆さん



パナソニックブース：eSportsを構築するシステムソリューション！今後国内でもシステムパッケージが必要な時が来ることを予感させる提案だった



LGブース 透過型ディスプレイの雄。設備やレンタルでも考えていける商材で今後の解像度向上にも期待したい商品



今や中国製LEDがワールドワイドスタンダードとなり高精細化と大画面化など様々な用途に広げられる、今後も伸びしろのあるソリューション

REPORT ② イベント編集部 「NHK 技研公開 2019」

テレビのワクからはみ出す



ドーム型ディスプレイやヘッドマウントディスプレイなど新しい視聴方法とデバイスも提案

NHK放送技術研究所が、5月30日から4日間「技研公開2019」を開催した。8Kコンテンツの視聴体験のほか、今回のテーマ「ワクからはみ出せ、未来のメディア」とおり、テレビ放送を超えた、さまざまな未来の映像メディアの姿が展示されていた。「2030～40年ごろのメディア技術」、「ARを活用したテレビ視聴スタイル」、「ネットxデータxIoTが連携するメディア技術」、「スポーツ映像の状況理解技術」の4つの展示項目で展開した。

「ARを活用したテレビ視聴スタイル」の展示は、「チコちゃんに叱られる」のチコちゃんや「みんなで筋肉体操」の武田真治さんが、画面から飛び出して、自分の直ぐそばにいるような映像体験ができた。テレビの映像とは別にインターネットで出演



ボルダリング選手のモーションをキャプチャーし、リアルタイムにデジタル映像化する

者の3D映像とタイムスタンプを受信するしくみだ。

「IP番組制作設備のクラウド化」も展示されていた。映像スイッチャーのソフトをクラウド上に設置、リモート撮影、機器共有、フレーム変換、CG合成を行う。複数の中継現場や調整室で素材の共有も可能になる。

「視点に追従するインテグラル3D映像」は、特殊なメガネを使わずに3D体験できるシステム。見る側の視点を瞳位置検出カメラでセンシングして、その角度にあわせて立体映像をうつす。3D映像の広視域化(81.4度-従来比3.3倍)と高品質化(従来比約2倍)を実現した。平日は映像のプロ向けに、講演やデモが行われ、休日は家族連れで賑わっていて、さまざまな層に次世代のメディアのあり方を提示した。



#12 (最終回) antenna*

体験企画をはじめて企画するときに乗り越える壁

マーケティング施策を再考している方にお届けするコーナー。キュレーションアプリ antenna* に掲載されたイベント企画仕掛け人の先輩に「なぜイベント?」「効果は?」の素朴な疑問を連載してきましたが、今回は最終回!

* * *

1年連載を続けたなかで、どのように企画を提案・実施してきたかを、スマホアプリ antenna* の広報・北見裕介さんが思考のポイントを大公開します。

Q. 体験型の企画のはじめ方は

近年、スマートフォンを代表とするデジタル広

告への予算シフトはありますが、宣伝・広報部門のデジタル広告担当者さんからはどうしても認知フェイズにおいてインパクトを出せない、何か消費者に商品・サービスを実際に試してもらええるタッチポイントをつくりたい、という話をよく聞きます。

ただ、様々な壁を感じてなかなか実施に踏み出せないというのが現状です。その時の課題は「費用対効果」「実施体制」「実施タイミング」にあることが多く、そこを解決することが大事です。

Q. 費用対効果の考え方について

広告予算から捻出する場合に、1リーチ単価



北見 裕介
株式会社グライダーアソシエイツ
コーポレートブランドマネジメント室長

と、体験価値のバランスをどこで折り合わせるか、です。多くの人に体験して欲しいと考え数百から数千人に届けようとする、それに合わせてスペース・費用が増えます。

そして問題なのは、ちゃんと商品理解しているスタッフの確保です。消費者に商品を体験してもらい、ということは、その場で商品を説明する知識と度胸も必要です。来場人数が増えるとそれに合わせてスタッフ数も増えてしまい、実施ハードルが上がってしまいます。

私は、まずは十数人の小規模から、気をはりすぎないところからをお勧めしています。そこからリーチを拡大するのであれば、イベントをレポートとしてまとめて広告配信することで、施策の代用・疑似体験の配信ができると考えています。

Q. 実施タイミングをどうするか

広告予算を投下するプロモーション実施時期は、商品の新発売時に行うというのがセオリーです。ただ、そこはプロモーション要素が充実していることが多いです。

ですので、あえて商品発売とタイミングをずらして実施してはどうでしょうか。例えば、新発売週間後や、定番商品の訴求という場面です。テレビCMなどの動画等の訴求ですでに認知されている商品を、実際にさわる・体験することで購入への態度変容につながります。

また、このタイミングのイベントを写真・動画などの広告素材として使うことで、テレビCMのクリエイティブ摩耗による効果低減からの脱却にも繋がります。特に Web 広告では広告接触回数を見ると素材の入れ替えができることで、効果をより上げられる可能性が出てきます。

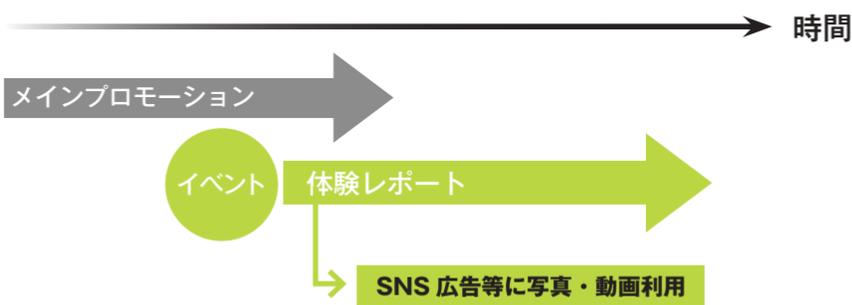
* * *

1年連載とともに、さまざまな方と一緒にイベントを行ってきたことで、私自身もたくさん学びがありました。連載は終わりますが、これからもさまざまな商品・サービスを広めるイベントができればと思っています!



「DECENCIA < > antenna* 冬のお肌のお手入れ体験講座」のケースでは、メインプロモーションと同時並行で体験企画を実施。体験企画の前後で記事配信をした (#08 株式会社 DECENCIA で紹介)

図● antenna* 北見さんが提案する体験企画の実施タイミング



経験者・フォークリフト免許取得者・中型免許取得者、優遇!!

スタッフ大募集!

<事業内容>

- ・展示会基礎 / フース設置
- ・各種イベント会場設置
- ・スポーツイベント会場設置
- ・進学開票所 / 試験会場
- ・学園祭 / 市民区民祭り
- ・音楽イベント / フェス会場設置

イベントの事なら

ジャパンレントオール

JAPAN Rent-All

<会社概要>

社名 ジャパンレントオール株式会社
 設立 1976年4月10日
 資本金 2億6400万円
 売上 グループ売上33億(平成30年度)
 代表者 代表取締役 加護 洋一
 従業員 85名(グループ 125名)
 事務所 本社 兵庫県神戸市西区玉津町高津橋467-1
 他 関東支社・関西支社・東京営業本部・名古屋支店・京都支店・神戸支店・福岡支店
<http://www.japan-rent-all.com/>

— まずはお気軽にご連絡ください! —
 ☎ 0120-880-688
 ✉ info@japan-rent-all.com

イベントを、もっとラクに、もっと楽しくできるはず

主催者の方々には、イベント参加者を満足させることに集中して欲しい。そんな想いから生まれた、イベント主催者向け情報サイトが「イベントバズール」です。イベント会場、集客ツール、運営サービス、ケータリング、などなどイベント開催に欠かせない情報を、ワンストップでチェックできるサイトを目指しています。

いま、イベントバズールは、皆さまのお役に立つため、さらに見やすく、さらに情報を増やして、生まれ変わろうとしています。

ただいま、リニューアル中
もう少々お待ちください

今なら無料

掲載社・サービス・イベント告知 募集中

- イベントスペース event space
- 集客・運営ツール management tools
- イベント告知 event
- ケータリング catering
- ノベルティグッズ novelty goods

<http://eventbuzzle.com>

「MRミュージアム in 京都」が日本イベント大賞に

日本イベント産業振興協会(JACE)は6月12日、第5回JACE イベントアワード表彰式を行った。

日本イベント大賞は、臨済宗建仁寺派 大本山建仁寺と hakuodo-VRAR ががけた「MRミュージアム in 京都」が選ばれた。国宝「風雷神神図屏風」を題材に HoloLens 通して、3Dで技術をもちてその場にいるかのような体験と絵画に

日本イベント産業振興協会

つわるストーリーをエンターテインメント性高いコンテンツにしあげた。伝統とテクノロジーの融合がいま求められている Cool Japan とマッチする点も高く評価された。

イベント業務管理士の投票によって選ばれるイベントプロフェッショナル賞は、講談社、電通などががけた「MOVE 生きものになれる展」が受賞。



日本イベント大賞は、臨済宗建仁寺派 大本山建仁寺と hakuodo-VRAR ががけた「MRミュージアム in 京都」に

「カンパイ☆ファンディング」発表

—— サッポロビール

サッポロビールは、6月6日、創業の地・北海道を舞台に「挑戦者」と「応援者」をつなぐコミュニティをつくり、新しい価値を生み出す共創活動とする取組み「ほっとけないどう」を始動した。6月7日から、挑戦者が掲げるプロジェクトにファンディングできるシステム「カンパイ☆ファンディング」をスタート。

「カンパイ☆ファンディング」では、ほっとけないどう公認のお店「ほっとけないBAR」や対象のイベントで、みんなが飲んだドリンク代の半分

が挑戦者のPROJECTの支援金になる、という仕組み。1杯のドリンクからも応援することができる。

ほっとけないどうでは、毎月ピッチイベントを実施、応援プロジェクトを発表し、ファンディング、WebやSNSによる広報や交流スペース、コミュニティ「DO!民(ドゥーミン)」を通じて新しい挑戦をするなら北海道!を目指し、新たな挑戦を応援する。



6月6日の発表会。記者発表の場では「カンパイ☆ファンディング」体験会が実施された



福岡ギフト・ショー地域の魅力発信 10月販促専門展は出展締切せまる

福岡ギフト・ショーに29,300人來場

九州の地域資源活用にもスポット

日本最大級の専門見本市・展示会「ギフト・ショー」の主催者であるビジネスガイド社では、今年3月に京都でのギフト・ショー初開催など、地域展開も早くから手がけてきた。今年6月から10月までも、福岡・東京・大阪の3地域で「ギフト・ショー」を展開する。

6月6日から8日にマリンメッセ福岡で行われたばかりの「第15回福岡国際ギフト・ショー2019(FIGS)」には、同時開催の「第8回福岡国際ビューティー・ショー2019(FIBS)」を含め、29,300人が来場した。福岡では土曜日にも開催し、一般の来場も展開している。

今回は、九州の地域資源の活用や取り組みの事業にスポットを当て、九州の魅力を再発見、活性化につなげる企画をギフトショー、ビューティー・ショーにて展開。ギフト・ショーでは「九州モノコトフェア」で、九州の食・技・旅・インバウンド向けのお土産品と4カテゴリーを切り



「九州モノコトフェア」



「九州ビューティーアワード」

口に、九州の魅力を発信した。ビューティー・ショーでは「九州ビューティー」と題して、ジャパンコスメティックセンターと協力し、「九州発」のコスメやヘルスケア商品を展示。同時に「九州ビューティーアワード」

60回記念ショーは会場変更

サンシャインシティ・コンベンションセンター文化会館(東京・池袋)へ

また、今年は「国際プレミアム・インセンティブショー」が10月で60回となる記念ショーとなる。

「第60回国際プレミアム・インセンティブショー秋2019」は、10月16日から18日の3日間、会場は前回と場所を移し、サンシャインシティ・コンベンションセンター文化会館で開催する。販売促進、オリジナル開発商品、企業ギフト、マーケティングの専門展で、来場者はノベルティや販促ツールを使用、採用する法人ユーザー、広告会社・エージェントを中心に百貨店法人外商部、大型店舗マネージャー等、セー



「国際プレミアム・インセンティブショー」の前のようす

—— ビジネスガイド社

を開催して大賞を選出している。

今後、9月上旬には東京で「第88回東京国際ギフト・ショー秋2019」「東京国際ギフト・ショー秋2019 第6回LIFE×DESIGN」が、9月下旬には大阪で「第61回大阪国際ギフト・ショー2019」が開催される。

ルスプロモーション活動に携わる層が多いのが特徴だ。

今回は、第60回SPツール&インセンティブ展、第47回店舗演出展、販促支援展、広告商材展、第11回イベント販促展、印刷販促展、オリジナル食品&飲食コーナーに加え、特別展示としてフェアトレードコーヒー、ボタニカル商材といったSDGsの取組み商材を対象に「サステナブル・ノベルティコーナー」を展開。

出展料金は1小間(間口3.0m×奥行2.0×高さ2.7m)36万円(税抜)で、木工システムパネル3面、パラペット、社名板、カーペット、折りたたみ椅子2脚が込み。出展申込締切は8月2日までとなっている。

なお、60回を記念し、出展者ら関係者が集う「懇親パーティ」をサンシャイン水族館で行う。

サンシャイン水族館での「懇親パーティ」イメージ



EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

イベントの
ゲーティング

次の7月31日号で特集します

私は食べても太らない

8月24日 BACKSTAGE 直前
9月30日 スポーツ マーケティング
10月31日 体験価値を可視化する
11月30日 DMO IR 地域を活性化するイベント
12月28日 2019年イベント振り返り

広告出稿の問合せはこちら▷株式会社 MICE 研究所
info@event-marketing.co.jp (担当: 田中力)

博覧会・展示会の企画に参画させて下さい。

iiDA
飯田電機工業株式会社

http://www.iidae.co.jp/

- イベント事業本部 〒136-0082 東京都江東区新木場1-8-21 TEL 03-3521-3522 FAX 03-3521-3524
- 千葉事業所 〒261-0025 千葉県千葉市美浜区浜田2-38 藤張ビル TEL 043-273-2441 FAX 043-273-2531
- 池袋サンシャイン事業所 〒170-0013 東京都豊島区東池袋3-1-4 文化会館3F TEL 03-3982-9551 FAX 03-3982-9564
- 大阪事業所 〒550-0011 大阪府大阪市西区阿波座1-9-9 阿波座パークビル TEL 06-6543-2880 FAX 06-6543-2884
- インテックス大阪事業所 〒559-0034 大阪府大阪市住之江区南港北1-5-102 インテックス大阪内 TEL 06-4703-5401 FAX 06-4703-5402
- 本社事業本部 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-8-7 表参道iiDAビル TEL 03-3409-3333 FAX 03-3409-0104
- 東北事業所 〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町2-10-17 仙台一番町ビル6F TEL 022-716-2077 FAX 022-716-2078
- 本社 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-8-7 TEL 03-3409-3331 FAX 03-3409-3827

今年も開催

[表紙のひと]



双子のフリー素材アイドル改め
『グリーンバックアイドル』

Mika+Rika さん

双子のフリー素材アイドル Mika+Rika として、2014年にフリー素材プロジェクトを開始。1,000点以上の画像を無料でダウンロード・加工利用できるサイトを立ち上げ、月間30万ダウンロードを記録、1,000社もの企業の広告素材として活躍している。今年2月にはフリー素材プロジェクトの第二弾として、いつでもどこでもフリー素材を生成する『グリーンバックアイドル』に生まれ変わった。

プロジェクト第二弾では、「イメージしている画角やポーズのフリー素材を探し出すのが大変!」という制作者の悩みを解消するため、Mika+Rikaが「グリーンバック」を背負ってアイドル活動に取り組んでいる。

「グリーンバックアイドル Mika+Rika」(英語表記: Green Screen Actresses) は、カンヌの広告祭『カンヌライオンズ 2019』で Bronze 賞 (Social & Influencer 部門) を受賞。

イベンター・マーケター向け

7月のセミナー・イベント

2日
SORACOM Discovery 2019
@ グランドプリンスホテル新高輪
国際館パミール

17日
ECzine Day 2019 Summer
@ 浅草橋ヒューリックホール

18・19日
SoftBank World 2019
@ ザ・プリンス パークタワー東京

20日～10月14日
構造展 - 構造家のデザインと思考 -
@ 建築倉庫ミュージアム

次号予告 49号は7月31日発行
<特集>
イベントのケータリング

体験型マーケティングに学び、出会う1日

「BACKSTAGE2019」スピーカー第一弾



天野 春果さん
東京オリンピック・パラリンピック
競技大会組織委員会
イノベーション推進室
エンゲージメント企画担当部長



友岡 賢二さん
フジテック
CIO/CDO



林 直孝さん
バルコ 執行役
グループデジタル推進室担当
バルコデジタルマーケティング
取締役



藤本 つかささん
アイスリボン
女子プロレスラー



雪妃 真矢さん
アイスリボン
女子プロレスラー



梶 望さん
ソニー・ミュージックレーベルズ
部長



伊藤 博之さん
クリプトン・フューチャー・メディア
代表取締役
No Maps 実行委員会 委員長



中村 伊知哉さん
CIP 協議会 理事長
慶應義塾大学 教授



藤井 信忠さん
神戸大学 准教授
神戸大学大学院システム情報学
研究科 准教授



松口 健司さん
明星和楽実行委員会
実行委員長

8月29日、虎ノ門ヒルズフォーラムで開催する「BACKSTAGE2019」はスピーカー第一弾を発表した。

マスからデジタルまで、オンラインとオフラインを横断する総合的なコミュニケーションデザインが求められるようになったマーケティング。BACKSTAGEはライブ・イベントに特化した「体験型マーケティングに学び、出会う1日」をテーマにしたビジネスカンファレンスだ。日頃は表に顔を出す機会の少ない舞台裏の仕掛け人にスポットを当て、最新のBtoC/BtoBのイベントの本質や裏側のストーリーを語る場となっている。

第一弾のスピーカー発表では、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会イノベーション推進室のエンゲージメント企画担当部長を務める天野春果さんが登壇。インフォバーン取締役 COO の田中準也さ

んと2020年の壮大なプランを語る。

コミュニティ活用の文脈では、フジテック CIO/CDO の友岡賢二さん、バルコ 執行役グループデジタル推進室担当でバルコデジタルマーケティング 取締役の林直孝さんが、「ビジネスも人生もグロースさせる コミュニティマーケティング」の著者でパラレルマーケターの小島英揮さんと登壇する。

そして、イベントと街の新しい取組みを紐解くとして、複合型フェスティバルを展開する国内4フェスティバルの実行委員長を迎える。札幌「NoMaps」から伊藤博之さん、東京「YouGoEx」から中村伊知哉さん、神戸「078」から藤井信忠さん、福岡「明星和楽」から松口健司さん。

また、すでにセッション内容も明らかになってきており、ソニー・ミュージックレーベルズの梶望さんは「新技

術がもたらす新たな音楽体験と音楽業界の未来」をテーマに登壇。サブスク化が進む音楽業界のマーケティング手法、新技術による音楽体験を宇多田ヒカルのツアー VR コンテンツなどの事例から音楽体験ビジネスの可能性を探る内容となる。

恒例のプロレスセッションには、今年、女子プロレスラーが参戦。アイス

開催概要

名称: BACKSTAGE 2019
日時: 2019年8月29日(木)
会場: 虎ノ門ヒルズフォーラム 5F (東京都港区虎ノ門1-23-3)
主催: BACKSTAGE 実行委員会
入場: 有料、事前登録制 (8/10~28まで販売の「STANDARD」チケットは1万円* 7/1~8/9までのEARLY BIRD 期間中は8000円)

月刊イベントマーケティング読者限定で、20名様にチケット30% OFF キャンペーンを実施します。emnews@event-marketing.co.jp へ「チケット応募」と件名に明記の上、本文に「氏名」「企業・団体名」「所属部署」「役職」「関心あるテーマ・登壇者」を記入し送信ください。追ってご連絡いたします。また、複数名で参加を検討の方は、企業団体割引を受け付けています。先のメールアドレスまでご連絡ください。

リボンから、藤本つかさ選手、雪妃真矢選手を迎え、ネットからリアルへ集客支援を手がけるリアルクロスの山口義徳さんと「今、女子プロレスが熱い! 異色コラボ施策で新たな集客マーケティング(仮)」のセッションを展開。場外乱闘も!?

今後も続々とスピーカー、セッション内容が発表される予定だ。

BACKSTAGE

体験型マーケティングに学び、出会う1日

2019 .8.29
TORANOMON HILLS FORUM

http://backstage.tours

スポンサー募集開始

スポンサー・出展に関する資料をお送りします。資料送付ご希望の方および問合せは、メール(右下のQRコードに応募フォームあり)にてご連絡ください。

emnews@event-marketing.co.jp

件名: BACKSTAGE 資料請求
本文: 「氏名」「企業・団体名」「所属部署」「役職」「訴求したい内容」などを明記の上、ご送付ください。

応募フォーム

