



# EVENT MARKETING

# 69

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 sof@event-marketing.co.jp

TAKE FREE

[www.event-marketing.co.jp](http://www.event-marketing.co.jp)

## 映像の力で、次の山も飛び越えろ



(写真：アクションスポーツアートフェス 2021 in 笠間 スケートボード&BMX ナイトライブショー / 映像演出：(株)シムディレクト・(株)タケナカ)

1都3県で緊急事態宣言が解除された。  
イベントの開催にはまだ人数上限や収容率の制限、東京2020はどうか、など心配はあるが、ともあれ解除されたということで、一区切りがついた気がする。  
1年あまりの間、私たち含めイベントに関わる人々はこの厳しい時期を乗り越えようと、いろいろな挑戦や工夫してきた。

そのなかで、オンラインイベントに活路を見出し、映像配信に取り組んだ方も多と思う。イベントの映像演出を事業にしていた企業やイベント施設でも配信スタジオをつくったり、配信サービスをはじめたところもある。  
イベマケチームもYouTubeチャンネルをつくって毎週配信をしている。  
慣れない挑戦で、失敗やムダ骨ばかりだが、

少しずつカタチになってきた。試行錯誤を繰り返すうちに、オンラインの不便さやリアルへの価値を再発見した。一方オンラインによって色々な可能性が広がった。  
リアルイベントが開催できるようになっても、一度味わった映像と配信の便利さは捨てられない。  
イベントはハイブリッドになっていくだろう。

う。世の中の映像・配信インフラやスキルが向上したことでオフラインイベント/ハイブリッドイベントの映像も新しいカタチをみせてくれる。そう。  
今号はコロナの時代を乗り越えた、映像の伝える力を使って、イベントをどう進化させられるか、考えてみた。

オンラインでも オフラインでも、  
**ビジネスイベントのお悩みは  
イベントレジストにお任せください!**

- 申込受付を統合管理**
  - ・ウェブ事前受付、オンライン決済
  - ・イベントへのスマートチェックイン
  - ・動画、ライブ配信の申込者のみの視聴制御
- ワンストップで対応可能**
  - ・企画 ・会場手配 ・デザイン / 施工
  - ・運営進行 ・撮影 / 映像 / ライブ配信
  - ・申込サイト制作
- ビジネスイベントの実績多数**
  - ・カンファレンス ・セミナー ・展示会
  - ・ウェビナー ・オンラインイベントなど

イベントレジスト株式会社  
<https://eventregist.com>

資料請求・お問い合わせ  
[contact@eventregist.com](mailto:contact@eventregist.com)





# 新イベント時代の 没入する映像、集中する動画

新しいイベントは、さまざまな形で表現されている。映像も表現手段の一つだ。イベントが映像化・動画化で枠を超えているいま、その表現技術や空間手法、構成のお作法もさまざまなジャンルから学び、イベントのイノベーションに取り入れたい。エンタメや学習、そして体験の場を映像でつくり出しているプロフェッショナルが語る没入や集中をつくり、心を動かす映像づくりのメソッドを聞く。

## ライブ × 体験型映像

### 没入感コンテンツのみでなく 空間の佇まいによって全く異なる

昨年12月から今年3月にかけて、ライブ、イベントの映像表現を実証実験的にトライした「NEXT VISION JAPAN 2021」。通常ならば半年～1年に1回ペースのプロジェクトを、1ヶ月に1回のハイスピードで4つ実施した。企画・全体統括を務めた株式会社 IMAGICA EEX の代表取締役 CEO 兼 CCO 諸石治之さんに、挑戦的取り組みと今回得た発見について話をうかがった。

「NEXT VISION JAPAN 2021」は、ライブイベント、演劇がコロナ禍で実施できず困窮するライブエンタテインメント界に対して、新しい形の可能性を検証し、文化芸術収益力の強化・向上を模索する取組み。文化庁の委託事業「文化芸術収益力強化事業」として、4つのプロジェクトが展開された。

諸石さんが「没入感コンテンツのみでなく、空間の佇まいによって全く異なる」と話すように、4つのプロジェクトに共通するのは映像の先端技術に加え、空間とコンテンツのマッチングによる演出だ。



株式会社 IMAGICA EEX  
代表取締役 CEO 兼 CCO  
諸石 治之さん

体験型の映像づくりでいちばん大事にしているのは、物語をつくること。映像には、はじまりがあって、おわりがある。1日限りでなく、1週間後、1ヶ月後にも長く余韻を長く考えています。

### 高臨場感の特別空間 照明演出と空間演出

第1弾では、人気ロックバンド「MY FIRST STORY」のライブ映像による、高臨場感ライブビューイングが行われた。場所は、寺田倉庫。ライブは劇場という固定観念から脱する仕掛けで、シークレットな感覚を入場から醸し出す。「こだわりは、サプライズ感の表現です」と諸石さんは話す。

ワンフロアの会場内には、高精細映像を巨大円弧型スクリーンと、左右2枚のサイドスクリーンに映し出し、横幅20m超の巨大な映像に囲まれた没入感のあるライブビューイン

グを演出。柱に巻いた鏡面が無数の広がりをつくらせた。サブ会場にはアーティストの楽器を展示し、

ヒストリーライブの映像を展開。メインのライブビューイングとサブのエキシビジョンの組み合わせは分散型の体験価値を提供し、パッケージとして世界展開もできる可能性をもつ。

第2弾の高臨場感ライブビューイングでは、和太鼓エンターテインメント集団「DRUM TAO」の作品「THE BEST LIVE 祭響-Saikyo-」を、IMAGICA GROUPの持つ高臨場感ライブビューイング「VISIONS」の映像テクノロジーを活用した。「単純に映しているだけではライブには勝てない」と、太鼓の振動を可視化する仕掛けとしてスクリーン前にプールの設置、水面は鏡面スクリーンの役割や振動を伝えるアトラクション装置とした。

第3弾はドーム型映像コンテンツ「LOST ISLAND DINO-A-LIVE (ディノアライブ)」の会場は、コニカミノルタ プラネタリウム TOKYO で、映像は実際に自然の中や地下神殿など屋外ロケで恐竜ショーを撮影、プラネタリウムで上映したものだ。「太古の生物である恐竜コンテンツと宇宙をみせるプラネタリウム

のスケールで組合せて、超臨場感を生み出した」とする。4月以降は地方プラネタリウムでも観られる予定だ。

第4弾では、XR映像テクノロジーと融合させた新しいオンラインライブ体験・ファッションショー「NEXT VISION JAPAN 2021 XR LIVE」を実施。日本科学未来館のシンボル展示、世界初の有機ELパネルを使った地球ディスプレイ「ジオ・コスモス」の前にメインステージを特設し、XR映像テクノロジーと融合させることで、未来型エンタテインメントの空間演出をみせた。XR表現は、動きに対して広がる空間を表現したり、グリーンバックなしの状況で動く人の映像から瞬時に人型に切り抜く編集技術が使われたり映像編集しながら、リアルタイムにライブで配信される。また、球体のジオ・コスモス上にテレビ会議システムを利用した画面を映し出し、双方向コミュニケーションによる演出をするなど、高臨場感の映像体験を提供している。

諸石さんは、「NEXT VISION JAPAN



「NEXT VISION JAPAN 2021 XR LIVE」でのファッションショー。XR技術で日本科学未来館を海の中のランウェイに（写真上はXR技術での動画配信映像、右上は実際の会場）。©2021 IMAGICA EEX Inc. All Rights Reserved.

展示会 イベント スケジュールは Web で 無料の イベントマーケティングウェブサイトへ <https://www.event-marketing.co.jp>

9月～12月の展示会・イベント スケジュール

東京・名古屋・大阪・神戸・京都版

10月の展示会・イベント

全国版

2020年9月の展示会・イベント・開催会場 スケジュール (全国版)

- 9月10～12日 [オンラインに限定] MarkZine Day 2020 Autumn
- 9月13～15日 第4回日本経済産業研究所主催「2020年10月1日」
- 9月16～18日 第12回 Japan Marketing Week (国) 東京ビッグサイト
- 9月19～21日 第10回 ライフスタイル Week (国) 国立競技場
- 9月22～24日 [オンラインに限定] CEDEC 2020 (国) 東京都
- 9月25～27日 アスタ・ライブ 10th Special Days (国) 東京都
- 9月28～30日 第17回 MICE 国際会議産業展 (国) 東京都
- 9月31日 第18回 MICE 国際会議産業展 (国) 東京都

イベマケスケジュール5つの特長

- ① 無料、登録不要で、いつでもアクセスできる。
- ② 一覧表と詳細表示が切り替えできる
- ③ 月ごと、地域ごと、毎週のスケジュールが確認できる
- ④ 展示会以外のイベント情報も掲載
- ⑤ イベント情報の掲載も無料

運営会社： 株式会社 MICE 研究所

MIKA + RIKI

CHRISTIE®  
レーザープロジェクターはクリスティ

3DLレーザーフォスファールプロジェクター  
Christie Crimson HD31

31,500 ISOルーメン・Roadster HD20K-Jの後継機・Jシリーズ、Mシリーズのレンズ使用可  
レーザーフォスファール光源(Christie BoldColorテクノロジー搭載)

ウシオライティング株式会社  
本社 〒104-0032 東京都中央区八丁堀2-9-1 Tel:03-6316-2261(直) [www.christie.jp](http://www.christie.jp)



2021 XR LIVE』はXR技術だけれど、大きく分けると光の一つ。映像装置の一つとして、空間の拡張だけでなく、アーティストの動きに合わせてパフォーマンスの拡張にも対応する」と可能性を感じていた。

今回、諸石さんは、「いずれも実験的な取組みでクリエイター陣も誰もみたことのない世界だったが、アーティストや視聴者、空間を提供協力してくれた会場と、新しい体験として共につくっていく過程を共有して、アイデアがまた溢れてきた。やり続けることで新しい映像体験の未来もつくっていく」と新しいアウトプットの形を模索し続けると語った。

## 「NEXT VISION JAPAN 2021」



高臨場感ライブビューイング



高臨場感ライブビューイング



プラネタリウム型ドームシアター

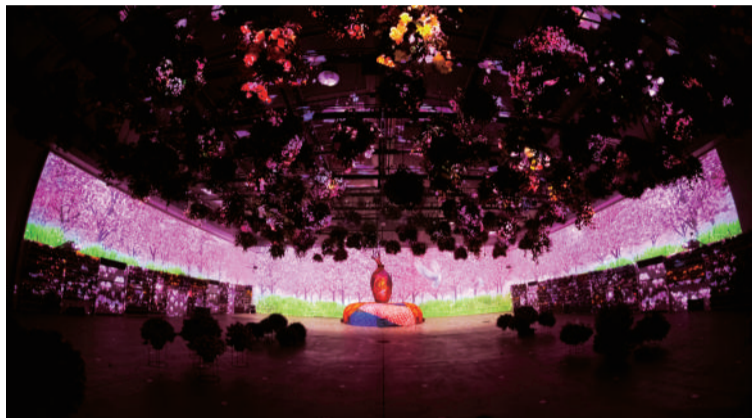


XR LIVE 動画配信

## テーマパーク × イマーシブ音響

# 映像だけじゃない! 視聴を参加に変える音響とストーリー

新型コロナの影響でコンサートやライブが中止・延期・配信に代わり、イベントの映像演出を手がける各企業は、会場の大型ビジョンへの投影・演出から、配信へとシフトしてきた。緊急事態宣言が解除されたいま、配信で培ってきたノウハウは戻ってきたイベントをどう進化させるのか。



よみうりランドの、花とデジタルのアートショー「HANA・BIYORI」は映像と音響で作られた、驚きと新感覚のエンターテインメント

「KPI、Key Performance Indicator という言葉を私たち映像関係者も使うようになりました」とシンユニティの長崎英樹さんは、コロナ禍での近況を語りはじめた。

同時視聴者数、離脱率 アーカイブの再生回数、告知からの参加率、再生時間、継続視聴率、視聴時間といった指標について言及することが増えた。

「費用対効果など成果を数値化・可視化する流れに加えて、コンテンツの力が数値に直結するようになって、映像を担当する私たちにも、求められるものが増えた。これは私たちの負担が増えたというより、主催者、企画、制作、

テクニカルがチームでつくっていくための共通の目標ができた」と前向きに捉えている。

## 映像と音で没入感を高め その世界に引き込む

よみうりランドのHANA・BIYORIは、温室が暗転して「花とデジタルのアートショー」プロジェクションマッピングが投影される。囲まれた壁3面の総長60mに、11Kの高解像度映像を高輝度プロジェクター20台でうつしだす。シンボルツリーや吊り花など植物にも投影し、リアルなものとの映像の美しさを引きだす。合うプロジェクションマッピングならではの演出が人気を集めている。没入感を高めるのに重要なのが、視野のうちに映像が占める割合

だ。それを向上することで、参加者は映像の世界に引き込まれる。

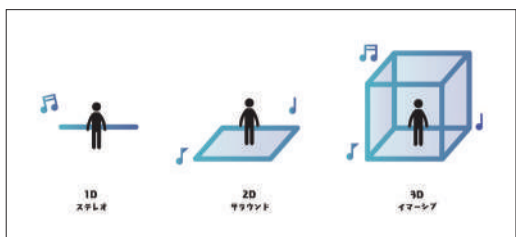
SNSにアップするため多くの人がスマホのシャッターを切る。長崎さんは意識して「撮影されるシーン”



株式会社シンユニティ (シンユニティグループ) 取締役

長崎 英樹さん

映像だけでなく、音響やストーリーを活かすことが大切。良質なコンテンツと高機能な機器だけでなく、それを活かす演出で没入感がググッと上がります。



イマーシブサウンド (立体音響) のしくみ

をつくっている。映像クリエイターとは別にグラフィックデザイナーも参加して、「決め」の瞬間の絵をデザインする。「動画のなかでも静止画の力を活かす」(長崎さん)という。

映像と同じ、またはそれ以上に没入感の創出に重要なのが音響だ。HANA・BIYORIの空間には合計18台のスピーカーで、14.2チャンネルによるイマーシブオーディオ(立体音響)の音場をつくっており、映像とリンクした音の動きで空間を感じる。盛り上がるシーンでの迫力ある音楽を流すことも有効だが、「物が落ちる音、動物の鳴き声、羽音などシンプルな効果音を動きの少ないシーンで使う」ことで、参加者の感覚が研ぎ澄まされ、臨場感をあげるしくみになる。

## ストーリーの力で 視聴者から参加者に

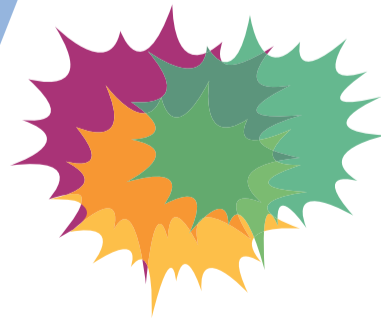
HANA・BIYORIの映像はマルチエンディングになっていて、参加者の表情を読み取り、それによって異なるストーリーを映し出す。参加感がわき、より作品に入り込める。

表情という緩やかな参加感と比べ、より積極的な巻き込みを行っているのが「葛飾柴又AR謎解きラリー ～千年時間旅行～」だ。7つのポイントでスマホをかざすとARで、その場所にまつわる柴又の歴史紹介と謎が与えられる。この企画のゴールは、謎解きのゲーム性もさることながら、柴又の魅力を参加者に知ってもらうこと。ただ単に動画や資料をみせるのではなく、謎解きを使って参加性を高められている。

コロナ禍によって映像会社の役割が、リッチなコンテンツをつくるだけでなく、ユーザーエクスペリエンスを高めることまで広がってきている。緊急事態宣言が解除され多くのイベント再開したときに、この進化が映像演出の力をさらに高めることになりそうだ。

イベントの集客に

展示会関連 販促に サービスの



EventBuzzle

イベントをもっと楽しく、簡単に

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。



<https://eventbuzzle.com>



組織内学習 × 動画

# 学び続ける組織づくりの “集中できる”動画とは

新人ビジネスマン研修やロジカルシンキング講座といった基礎講習から、営業プレゼンや販売サービスなどの職種別スキル習得、全社向けの社内制度の理解促進まで、組織における学びの機会幅広い。コロナ禍で集合研修も行いづらい環境下で、動画を活用した学習環境づくりを組織内動画プラットフォームの「RUUUN」と「学習に特化した動画制作サービス」を提供するTATEITO代表平野考宏さんに、組織内の動画活用の現状と動画学習の特性を聞いた。

SNSやデジタル広告など、企業の対外的な動画活用は、ビデオ（動画）広告が前年比121.3%と堅調に推移している（「2020年日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」より）。プロモーションだけでなく、組織内の学習環境でも動画活用が進んでいるという。

## 動画化でつくる、余白時間

組織内動画プラットフォーム「RUUUN」を2013年にリリースしたTATEITO株式会社代表の平野考宏さんは、この8年で企業内での動画活用状況は大きく変化していると話す。

「特に、コロナ禍の2020年は、RUUUNの中の動画公開数が増えており、2019年と比べて2倍以上動画が増えている企業も少なくありません」（平野さん）

傾向として、内容や対象の広がりが動画公開数増加の理由だ。以前は社内セミナーや研修講座の動画化は、例えば地方から参加が難しい社員用などに、特定用途や限定

誰が、どういった目的で、どんな状況で動画を見るのかを意識することが大切です。



TATEITO 株式会社 代表取締役 CEO  
**平野考宏さん**

対象向けに制作・配信することが主な目的だったが、いまは全社員向けにいつでもどこでも学習環境の提供をすることが動画化する目的になってきた。

平野さんは「RUUUNの目的は働き方の選択肢を広げ、企業の生産性を高めることがベースにあります。学習すべきことを動画化することで、好きな場所、時間で必要な知識、情報を手に入れることができます。また、伝える側も何度も企業内で同じ話をする必要もなくなります」と語る。

## 学習動画の制作メソッド

動画化のメリットは、ニュアンスが伝わること、理解が早いことだ。テキストは正確性に優れる特性があるが、動画は感情を伝え、ニュアンスが情報に加わることで、理解し易く、行動に移すスピードも上がる。

また、企業にとっては、動画視聴完了度によって、学習進捗がデータで見える化することも大きい。

プラットフォームの提供だけでなく、学習に特化した動画制作もするTATEITOに、そのポイントを聞いた。

「誰が見るか、目的は何かによって、動画の形式も変わる。例えば学習意欲の高い新人であれば、多少長く、見づらい動画でも十分活用できる。ただ、営業など普段の業務で忙しい社員が対象であればポイントを絞り、できる限り尺も短く、動画の内容も飽きないような工夫が必要です」

誰が、どういった目的で、どんな状況で動画を見るのかを意識するという基本的なことと共に、「動画化するものが増え、さらに教えること、伝えることも増える中で大量に、安価に動画をつくれる環境づくりも重要です」という。

## 組織内動画プラットフォーム「RUUUN（ラーン）」

動画の学習材料を増やすための動画編集サービス、制作サービスと共に、組織内の必要な人に動画を届け、その学習を促進するための機能を搭載。数万人のグループ企業でのナレッジ共有のプラットフォームとしての導入実績など、動画を活用した学習環境づくりをTATEITOはサポート。



総合レンタル業のバイオニア  
**西尾レントール株式会社**  
http://www.nishio-rent.co.jp/

総合レンタル会社だからできること

感染症対策品も各種保有あり！！  
東日本～西日本まで各拠点で、ネットワークを生かした対応可！！

RA 札幌営業所  
〒063-0834 北海道札幌市西区発寒14条11丁目1-10  
TEL 011(590)1420 FAX 011(590)1477

RA 東京営業所  
〒108-0022 東京都港区海岸3-20-20ヨコソレインボータワー1F  
TEL 03(3453)7240 FAX 03(3453)7000

RA 東京第2営業所  
〒108-0022 東京都港区海岸3-20-20ヨコソレインボータワー1F  
TEL 03(5765)2400 FAX 03(5765)2402

RA 名古屋営業所  
〒490-1114 愛知県あま市下荳津替地1050番地  
TEL 052(445)2450 FAX 052(445)2453

RA 大阪営業所  
〒536-0014 大阪府大阪市城東区鴨野西二丁目6番8号  
TEL 06(4258)2401 FAX 06(4258)2404

RA 神戸営業所  
〒651-0093 兵庫県神戸市中央区二宮町1-2-3 マスタビル6階  
TEL 078(231)5820 FAX 078(231)5824

RA 福岡営業所  
〒812-0051 福岡県福岡市東区箱崎ふ頭5-8-32  
TEL 092(643)8240 FAX 092(643)8877

ライブエンターテインメントは、  
**xR 新時代へ**

時と場所を超えた、xR空間での体験・体感価値を提供。  
オンラインも、ハイブリッドイベントの企画、プロデュースします。

Virtual Experience  
a SYMUNITY company

Virtual Experience Provider  
バーチャルで新しい価値を生み出します

SYMUNITY GROUP

SYMIRECT TEP S TAKENAKA ARK Ventures Tasc Service



## テーマパーク × 高精細映像

リアルな映像が  
ライドをより本物に

米国ミズーリ州 ブランソンのテーマパーク、Beyond The Lens! Branson の人気アトラクション FlyRide® は、全米22か所の名所を飛び回っているかのような没入感ある演出が話題となっている。

ドバイ万博やイマーシブシアターなどに高品質な映像プロジェクターを提供しているクリスティが技術協力。3DLP® プロジェクター「Christie Crimson」25,000ルーメン4台の映像を、多機能映像補正ソフト「Christie Twist」でブレンディングして曲面スクリーンに映し出している。

クリスティの日本市場のマーケティングを担当するウシオライティングの根岸健次郎さんは、ライド系のアトラクションをはじめ、没入感を出す高品質な映像演出に必要な要素を5つあげている。

- ① 高品質な映像の投影（高輝度・高解像度・広い色域、高コントラスト比、黒の表現）
- ② 全面映像とマルチビューポイント
- ③ 映像補正機能
- ④ 高いフレームレート
- ⑤ 優れた静音性

光と影のコントラストと  
色の再現性にこだわる

高解像度・高輝度に加えて、色の再現性も没入感のカギを握っている。4K 8K 映像用の色域 Rec.2020 ではフル HD と比べて大きく表現の幅が広がり、色の繊細なグラデーション、さらに光と影の陰影が、立体感や映像の景色の美しさを演出。ライドに採用された風景・外観はよりリアルな色の表現が必要になる。クリスティ製品でいえば、Rec2020 の98%をカバーしている RGB レーザープロジェクターシリーズがこれにあたる。

映像の光と影、白と黒の表現は、高いコントラスト比率が決め手となる。1ピクセル光の3原色ごとに光を閉閉する3DLPや、さらに光を閉閉する窓が追加された6DLPといった機能が最上位機種 Eclipse には搭載されている。DLP とは別の技術だが、ドルビーシネマはコントラスト比100万：1の光漏れがない本物の黒を実現している。丸の内ピカデリーのドルビーシネマで体験できる。

ライドの座席につくと、前も横も上も下も、見える場所すべてに映像が投影され

る。3DLP® プロジェクター「Christie Crimson 25,000ルーメン4台の映像を、多機能映像補正ソフト「Christie Twist」でブレンディングして曲面スクリーンに映し出している。最新のもののなかには、映像の中に人間の目で視認できない一瞬に調整用の画面を映し出し、専用のカメラで設定時のものとの誤差を確認修正する。微妙なズレ、小さな違いがリアリティを大きく損なうこともある。



## 高フレームレートでリアルに

ライドのリアリティは、筐体の動きに連動した映像表現、風景をゆったりと映し出す時間から、急なライドの動きと乗客の視点ともに映

像は早く動く。通常時のフレームレート以上に人間の目の視認性以上にあわせてフレームレートが高くないと、映像がぶれて、酔うことがある。それをさけるために、最新のライドの映像は120フレームと通常の映像作品の30フレーム映画は24フレームより高いレートが使われている。

映像機器の進化は現実と区別がつかないほど臨場感をつくりだせるようになってきた。現場の環境や提供する体感コンテンツに合わせたソリューションを多くの選択肢から選べるようになってきたようだ。



利用する環境、望まれる  
アウトプットに合わせた  
機材選びが重要です

ウシオライティング株式会社 クリスティ営業部

根岸 健次郎さん

## 配信スタジオ × レンタル

## 社内会議やセミナーもスタジオから映像配信を

建機やイベントのレンタルをてがける西尾レントオールが、東京都芝浦の東京ビジュアル営業所内に簡易配信スタジオを昨年11月に開業、今年2月には照明などをリニューアルし、多くの利用者を集めている。同社のビジュアル営業はコンサートのLEDビジョン等映像機材のレンタルやスポーツ、ライブ中継機材、中継車のレンタル運用などを行っていたが、コロナ禍による映像配信需要をうけ、映像配信・収録の事業を拡大していた。

「初めての方でも安心してご利用できる、オンライン向けスタジオとWEB配信がセットになった、配信スタジオを活用して欲しい」とビジュアル営業所所長の石田裕さんはいう。レンタル備品の保管場所の一角にあることから、防音環境には課題がある。しかしそれ以上に1

日10万円という価格帯で、映像・音響・照明機材が付属していることが魅力となっている。スイッチャーのトライキャスター8000はeスポーツの配信などにも使われ、販売価格で数百万円、現在もレンタルで数万円する本格的なものだ。また、幅7.5m高さ3mのLEDビジョンも10万円で使用できる。映像オペレーターは1日4万円で依頼可能だ。

配信のオペレーションを担当する中島新悟さんは、「もともとイベントの映像をてがけていたので、一発勝負のライブ配信もしっかりサポートする」のが強み。最近は配信用のカメラワークやスイッチングにも磨きがかかり、ハイブリッド対応のスキルも向上している。

機材の保管スペース内にスタジオがあるため、追加の機材への対応も柔軟で、机やいす



幅7.5m高さ3mのLED  
ビジョンでの配信もできる



西尾レントオール ビジュアル営業所 所長

石田 裕さん

などの映像機材以外の備品もレントオール部門と連携して手配できるので、ニューススタジオのようなセットなども実現可能、バーチャル



港区にある好立地な  
スタジオです。  
画変わり効果的ですが、  
生配信はミス防止が優先

ビジュアル営業所

中島 新呉さん

ではなく本当の家具・什器をつかうことで、映像の品質が向上できるのは、他のスタジオにはない特長となるだろう。

## 放送作家 × イベント

## 文脈を人に纏わせる

3月19日に、バラエティ番組の放送作家、松本建一氏が本紙のYouTubeコンテンツ「コースケ・よーこのミュートを解除」に出演。

テレビ番組のほかにトークショーの企画も行っている松本さんは、会場参加チケットは売れても、オンライン券の販売が伸び悩むという。「他局と競争していたテレビ番組が、ス

マホの普及により、配信メディアやSNSと可処分時間の争奪戦になり苦戦している。それと同じように、イベントがオンライン化したことで、ネットフリックスやYouTubeとの勝負に巻き込まれる。「会場に来れば有名人に会える」、「観客同士で盛り上がる」といった、イベントがもつ様々な武器をすて、コンテンツ

放送作家

松本 建一さん



文脈は人につくもの。  
よいストーリーを  
探してください

の力だけで、そこに特化してきたテレビや映画・配信と対峙しなければならない。

オンラインで勝つための武器は「文脈」だと松本さんは語る。料理に例えて「調理法や素材を見直し味にこだわっても、食べてもらうまでのハードルが高い。」有名シェフが遺した秘

蔵のレシピを…」といった、「人」がもつストーリーを使って、文脈を纏わせること」。テレビ番組で特番が数字をとれないのも、文脈が視聴者に届いてないからだという。

BtoB イベントをオンラインに移行するには、文脈を紡ぐ作家が必要そうだ。



展示会 開催宣言！

Interop Tokyo 2021

”

## インターネットの進化とともに歩む



(株) ナノオプト・  
メディア  
取締役 COO

大嶋 康彰 さん

Interop が 4 月 14 日から幕張メッセとオンラインでハイブリッド開催される。90 年代の黎明期から現在まで、社会を大きく変革させてきたインターネットの世界での、同展の歩みや業界で果たしてきた役割、今回のハイブリッド開催についてうかがった

IT 黎明期から現在まで  
基幹技術や実用化支える

Interop は 1994 年から日本で開催されているインターネット技術の展示会です。もともとは 1986 年にアメリカで「TCP/IP Vendors Workshop」という名称で学術会議を中心に実施されていて、インターネットプロトコルの標準規格について話し合われたり、実装して製品化するためにテストをしたりする場でした。Interop の名称はネットワーク製品間の相互運用性という意味のインターオペラビリティからの造語です。

私は米国ラスベガスの大学のホテル経営学部でコンベンションを学んだあと、「コムデックス」の魅力に惹かれてこの業界に入りました。その当時、孫正義さんのソフトバンクが「コムデックス」と「Interop」両方のオーナーになったこともあって、日本で働くことになり、1996 年の日本開催第 3 回目から、現在まで Interop に関わりつづけています。初開催から 2004 年までは「NetWorld+Interop Tokyo」という名称でした。

初開催の 1994 年はインターネット黎明期で、一般企業で PC やメール、ウェブサイトもあまり導入されていなかったくらいでした。それが、3 年目には日本最大級の IT の展示会となり、幕張メッセの 1～8 ホールを使用する規模に拡大しました。当時はまだ展示会が細分化されておらず、ソフトウェアからハードまでインターネットに関わるものがすべて集まっていたこともありますが、インターネットや PC の分野がとても活気がありました。2000 年代はネットバブルとも言われました。

その後、バブルの時代がすぎ、9・11 など社会の流れとともに Interop も変わっていきました。名称やオーナーシップをかえ、CMP (現 Informa) の傘下に入っていたこともありました。2009 年 8 月にナノオプト・メディアが主催者となり、現在にいたります。

今年は 5G や DX などがキーワードとして注目されています。基幹技術だけでなく、どのように製品に実装するか、ソリューションとして応用するかがテーマになりそうです。

CES 参加で見た  
オンライン展示会の課題

毎年 1 月にラスベガスで開催されるシーエス (CES) や 3 月バルセロナで開催されていたモバイルワールドコンGRESS (MWC) といった、関連する分野の展示会は、Interop の会期前に実施されることもあって、業界関係者の方も多数訪問されていますし、私も毎年、参加しています。

今年はコロナウイルスの影響で、CES がオンライン開催、MWC は 6 月に延期となりました。今年の CES に参加してみて、カンファレンスやセミナーはもともと予定を組んで聴講することもあり、オンラインとは相性がいいと感じました。一方、展示会はやはりリアル開催でないと、という想いを強くしました。

お目当ての企業があって、そのブースにピンポイントで訪問するということができれば、リアルの展示会の魅力の一つは「なにか面白そうなものが見つかるかもしれない」ということ。歩いていて、遠くになにか楽しそうなものが見えたとか、人だかりがあるから見に行こうといったことが、オンラインではできま

せん。各社の内容はページをひらかないとまったくわからないので、出展企業が 1000 社あったら、1000 回はクリックしないと、と考えたら途中で脱落。業界の動向と全体の流れを肌感覚でつかめませんでした。また長時間滞在できない理由として、日常業務や会議も画面を通して行われる、オンライン疲れもあったかもしれません。

イベントを企画する側としては、リアルだと「セミナーが終わった後に、ここを通過してこう見てもらおう」といった導線を設計するのですが、オンラインではその手法は通じませんが、オンラインではその手法は通じませんが、アワードを実施して、そこから受賞企業のサイト等へとといったことは考えていますが、どれだけ機能するかは未知数です。

リアル重視で 3 フェーズの  
ハイブリッド開催

そのようなこともあって、コロナの情勢次第ではありましたが、リアルの展示会を中心にする方向性を昨年の秋の時点で決めていました。もちろんコロナで出展・参加できない企業もあり、またインターネットの展示会である以上、オンライン対応は必須ということで、今年は 3 つの方式で開催をします。

フェーズ 01 は 4 月 14 日から 16 日に幕張メッセでのリアル開催とライブ配信です。これがコロナ前の開催とほぼ同じかたちです。4 月 19 日から 23 日はフェーズ 02 としてセミナーや展示の様子をアーカイブ配信します。フェーズ 03 は 6 月 9 日から 23 日まで、Interop Tokyo カンファレンスとして実施、こちらは有料のセッションが中心になります。

アーカイブはセミナーなどの動画と、展示

## Interop Tokyo

会期：2021 年 4 月 14 日から 16 日  
幕張メッセ & ライブ配信  
2021 年 4 月 19 日から 23 日  
オンライン開催  
2021 年 6 月 9 日から 23 日  
Interop Tokyo カンファレンス オンライン

オンライン参加 無料 (一部事前登録制・無料)  
※ Interop Tokyo カンファレンスのみ有料  
展示会基調講演 / 展示会場内セミナー 5,000 円  
(税込) 事前登録により無料



ネットワークインフラ、5G など基幹技術から DX やクラウドなどソリューションも集まる展示会場



基調講演や展示会場内セミナー、ShowNet などさまざまなセッションが展開。今年は楽天の三木谷浩史代表取締役会長兼社長も登壇。

会の様子をまとめたものなどで構成する予定で、見逃し配信のようなイメージ。メインは展示会と考えています。オンラインのための独自コンテンツも少し準備しますが、やはり出展者さんの満足度、幸福度をあげるために、現時点では幕張の開催模様を来なかった方のために提供して出展企業のサイト等に訪問いただくようなコンテンツの充実に注力して開催準備を進めています。

これからも展示会の本質はそれほど大きくは変わらないと考えています。もちろん、非接触技術など感染症対策に必要なものや、オンラインで発信力を高めたり、いまある展示会をよりよくするための技術は積極的に導入していきます。しかし、偶然の出会いなど、展示会に求められているものはリアルの場でこそ実現できるものだと思います。私も含めてコロナ禍でリアルの場の良さを再認識した人が多いのではないのでしょうか

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 幕張ビル  
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IDA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116F  
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

最新 ICT を体感する  
インターネットテクノロジーのイベント

**Interop<sup>®</sup> 21**  
Tokyo APRIL 14-16  
MAKUHARI MESSE, JAPAN

2021.4/14 (水) ▶ 4/16 (金)  
幕張メッセ (国際展示場 / 国際会議場)

【オンライン同時配信】参加無料



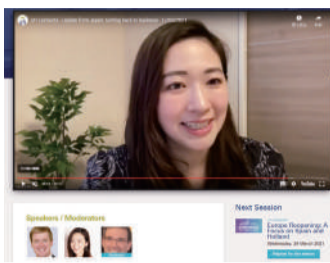
レポート

# UFI セミナーで日本展示会の現況を共有

## ——国際見本市連盟

国際見本市連盟 (UFI) が展示会関係者向けに発信している無料ウェビナー「UFI Connect」で3月17日、「Update from Japan: Getting back to business」をテーマに実施。インフォーマ マーケッツ ジャパン代表取締役クリストファー・イブ氏と、コムエキスポジアム・ジャパン代表取締役社長の古市優子氏 (写真) が登壇。アジアで中国に次ぐ2番目の市場である日本の展示会の再開や今

後の展望について語った。両氏が自社の展示会でのコロナ対策を施しながら開催の様子など写真を交えて紹介したほか、緊急事態宣言の内容やイベント制限について、説明した。展示会での感染が防げた理由については、イブ氏が、日本展示会協会などがガイドラインを策定したことや、出展者と参加者がマスク着用などガイドラインを遵守したことをあげた。UFIではこの後も欧



州の展示会事情やワクチン接種会場としての展示会施設利用事例などのセッションを無料で公開する。

# ウィズコロナのイベントツール実証実験

## ——MICE イノベーション研究会

コングレと新産業文化創出研究所が事務局を務める「第9回 MICE イノベーション研究会」が3月18日、羽田イノベーションシティ (HICity) 内のコングレスクエア羽田で開催された。

今回はウィズコロナでのイベントや展示会、会議などの効果的な演出、安全安心を実現する技術や製品、ツールの実証実験がテーマ。コ

ルドンプルーのコロナ禍でのケータリング「INDIVIDUAL MENU I ~ IV」、bravesoftは、公式アプリでコロナ禍の密集を回避する「eventos」、avatarinが遠隔操作ロボット「newme」を使用した「avatar MICE」、WelltoolのWeb多言語化「WellTranslation API」、Axess Japanの展示会・イベント向け非接触、非対面ソリューション「AX500



Smart Gate NG」など、5社がそれぞれソリューションを紹介した。発表後には個別にサービスに対する質問や体験会が行われた。

# BtoB 企業の課題紐解く

Play Now! ~オンラインイベントは、もっとおもしろくなる!~



オンラインの配信プラットフォームは「KODOU」を利用

3月10日、BtoB企業のマーケティング戦略をサポートする株式会社ビッグビート主催がオンラインイベント「Play Now! ~オンラインイベントは、もっとおもしろくなる!~」が開催。セッションテーマでは、「心を動かすストーリー設計とは?」、「顧客体験とデータ活用への挑戦」、「オンライン・オフライン展示会の価値とは?」、「脱、予定調和! 届くコンテンツの光らせ方」といった、BtoB企業でイベント企画統括を行う担当者の現状の課題をピックアップして展開された。

「徹底討論! イベントの未来はどうなる?」には、マクニカコーポレートマーケティング室室長の堀野史郎さん、kipples代表日比谷尚武さんとともに、本紙編集部樋口も登壇。堀野さんは昨年開催したバーチャルだけれどリアルさを追求した3Dウォークスルータイプのオンラインイベントを実施。自社の新領域事業×新しいプラットフォームのチャレンジでは、トライしてみると個社向けの営業参加型・コミュニティ巻き込み型のツアーの相性が良く、アバターによる空間を超えたコミュニケーションの場になった、と振り返った。

### NEWS

## 日本人 VR ダンサー優勝

### ——SXSW2021

世界最大級のクリエイティブの祭典「SXSW2021」が3月16日から20日まで、完全オンラインで開催された。34年の歴史上初の試みで、カンファレンスやミュージック、フィルムなどのコンテンツは、Webブラウザ上や公式アプリから参加。参加者同士の交流はテキストチャット、動画ミーティングといったコミュニケーション機能が実装され、一つのプラットフォーム内で行われた。

また、今回話題となったのが、VR空間だ。開催地テキサス州オースティ

ンの街並みがVR空間で再現された「SXSW Online XR」内では、特別イベントやVR作品を取り上げるバーチャルシネマ体験、ミートアップやオープニング&クロージングパーティが用意された。

最終日、「SXSW Online XR」内で行われた「XR Avatar Costume Contest + Dance Contest」では、日本のモーションアクター&ダンサーのyoikamiさんが優勝。扇の手さばきや片手倒立などのアクロバティックな動きで場を沸かせた。



VR空間で展開した「SXSW Online XR」



yoikamiさんのパフォーマンス。撮影したのはVirtual PhotographerのTokikazeさん

今月の一冊

### 『世界が仏教であふれだす』

#### 諸行無常というコルクを抜く

本紙イベマケも憧れるカオスなフリーペーパー「フリースタイルな僧侶たち」の編集長でもある稲田ズイキさんの書。コミュニケーション不全や実力不足に思い悩み、腐りかけていた日々に、「無理ゲーの人生を前提に、少しでも心安らかにプレイできる攻略法が仏教だよ」と語りかける。とはいえ、入門書でも、仏教のススメでもない。そっか、受け入れて、進むだけだね。日常も非日常たるイベントも変化をメタ認知して、新しい景色を前へ行くだけだ。(編集部・樋口陽子)

出版元：稲田ズイキ著 / 集英社発行 (2020年12月)

# YouTubeチャンネル

## はじめました

イベントマーケティング

### EVENT MARKETING からの大事なお知らせ

## MICE・イベント会場と都市づくりをつなぐ人

次の2021年4月30日号で特集します

つなぐのはワタシ

- 5月31日号 リアル空間の価値 世界観とセレンディピティ
- 6月30日号 今だからできる、イベント活用型海外展開
- 7月31日号 イベントマーケティング3.0 ハイブリッドの設計図
- 8月31日号 東京モーターショー2021にみる、イベントの復興
- 9月30日号 オリンピック・パラリンピックのレガシー

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



2月24日・25日、沖縄県内で初開催となる「沖縄商談会 CRAFT UNCOVER」が那覇市内のホテルのスイートルームを会場に行われた。緊急事態宣言の期間中のため、完全招待制に加え、県外バイヤーはオンライン参加となったが、2日間合計で県内外から35社・団体49名が参加。独特な風土・歴史・文化に培われたオリジナリティの高い逸品や技術をもつ10工房・企業と、じっくりと対話しながら、産地での商談会は丁寧に進められた。

\* \* \*

ホテルの浴室を展示台に見立て、明るい外光が琉球ガラス(写真1)やシーサーのやちむん(写真9)を艶やかにみせ、ベッドには琉球和紙(写真11)が大胆に世界観を展開する。「沖縄商談会 CRAFT UNCOVER」の光景は、ホテルでの暮らしの中で、ナチュラルに伝統工芸の逸品性や丁寧なモノづくりを感じさせる。

現地の出展者が、現地で商談をする。いわゆるホームグラウンドで展開する価値を、「沖縄商談会」を企画担当した来間洋人さん(ビジネスガイド社事業部課長代理)は、「逸品のできる工程や背景、つくり手の想いといったフルの魅力をプロのバイ



商談会に沖縄県内10工房が出展し、ホテルのスイートルーム5室を使用して展開された。1.2.Glass Studio 尋(琉球ガラス・スタンドグラス)、3. Shoe be(沖縄に映えるリゾートサンダル)、4.5.プロッサム・クロス知花(沖縄の織 知花花織)、6.丸正織物工房(沖縄の織 琉球かすり/南風原花織)、7.伊差川洋子染色工房(沖縄の染色 紅型)、8.工房 島変木(県産材(アカギ)で作る家具・木工品)



第一回沖縄商談会 CRAFT UNCOVER  
ホテルで、暮らしの中を再現。  
現地で風土とともに届ける

ヤーに体験していただけること」と説明する。ともに企画を推進した鈴木美朝さん(事業部)も、工房への取材を通じて、「伝統工芸の技一つとっても、理解のスピードが早かつ



9.陶藝玉城(登り窯でつくる、純沖縄産のやちむん(焼き物))、10.鈴木芭蕉布工房(糸から機織りまで手作業の芭蕉布)、11.手漉琉球紙工房 蕉紙庵(芭蕉紙 糸芭蕉(バナナ)のできた琉球和紙)、12.知名御多出横(知名オーディオ、360°全指向型オーディオシステム)



た」と話す。例えば、「手漉琉球紙工房 蕉紙庵(写真11)」では、首里の麓に工房があり、周囲に石灰岩から濾過された湧水を使っており、紙を干す場所も自然豊かで、この風土から生まれたという背景を体感で伝えることができる。

「沖縄商談会」主催のビジネスガイド社は、東京、大阪、福岡で、「インターナショナル・ギフト・ショー」を通算100回以上継続してきた国際見本市の主催者だ。大規模な展示会場内での商談機会の創出だけでなく、産地で日本のモノづくりを盛り上げる体制の強化策として京都、瀬戸、高知と産地商談会を進めてきた。今回、沖縄の企画推進には、来間さん自身が沖縄出身であるという地元への想いもある。

「見本市運営で培ったノウハウを地元の伝統工芸や技術のモノづくりに還元したかった」(来間さん)

今回は、急遽、県外バイヤーはオンラインでの参加となり、工房見

学ツアーの実施などが叶わなかったが、「オンラインでも1社1社しっかりと時間をとった商談に満足度は高く、出展者からもホテルという空間によって通常とは異なる空気感のなか商品を見せることで、現地商談会ならではのつながりをつくることができた」と主催者として手応えを感じていた。地元であっても伝統工芸との未知の出会いもあり、その発見は、今回の出展者同士も同様で新たなつながりにもなったという。

「次回以降は、今回の工芸に加え、衣食住のスタイル提案にジャンルを広げ、新しいマーケットをつくっていきたいですね」(来間さん)

沖縄県ではMICE推進にも力を入れており、主催者のニーズに合わせたサポート体制づくりに取り組んでいる。「沖縄商談会 CRAFT UNCOVER」は大型MICE誘致だけでなく、新しいMICE創出のヒントにもなりそうだ。(企画協力:公益財団法人沖縄県産業振興公社)

# 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

**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

**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、インバーター、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。

**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