



変化することで高める価値



SC ビジネスフェア 2023 でのシンユニティグループのブース

古ぼけた近所の金物屋さんで、洗濯板を売っていた。子どもに、何に使う道具かクイズを出したが、見当もつかなかった。洗濯機は1950年ごろには普及したので、僕も洗濯板は見たことがない。桃太郎のおばあさんが川で使っていたかと絵本をみたら、もみ洗いだった。昔ばなしにも登場せず、使ったこともなく、ほぼ絶滅してしまった洗濯板。

在宅勤務により普及したチャットツール、オンラインイベント、バーチャルリアリティ。いろんな未来予想図のなかで、人と人が会わなくても生きていける技術が、コロナ禍で急速に進化した。リアルとバーチャルと両方のいいところ取りするイベントと、言うのは簡単だがどうやってつくればいいんだろう。

「古きもののすべてが悪しきものではないで

しょう」といいつつも、イベントを“古きもの”にしてはいけない。

今回、イベントの映像を特集しているなかで、写真が普及したときに絵画が進化したという話になった。旅行先で美術館に絵画を観に行くことはあっても、映画館には行かない。

技術の進化が過去のものを無価値にするわけではなく、かえって価値を高めることもある。

ただ、黙っていればそうなるわけではなく、価値を生むために変化が必要なのだろう。

リアル会場にイベントが戻り、プロの技術を駆使した大型映像演出で人を魅了している。現場に行く意義は高まっている。イベントもそして紙媒体も進化のときがきている。AI じゃなくて僕ら自身が知恵を絞っていこう。

(編集部・田中 力)

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



体験価値をあげるイマーシブな演出と ビジネスイベントの映像活用

コンサートやライブ、ビジネスイベントなどが多く開催され、イベント会場に人が戻ってきた。イベント演出の主役を担う映像・照明・音響も、大きな会場に戻ることで、大規模で迫力ある表現ができ、リッチな体験を提供できるようになった。今回の特集は映像演出のプロに、没入感がある映像の作り方、最新映像演出事例、リッチな体験がビジネスイベントに与える影響などについてうかがった。

人の敏感なセンサーを刺激 五感で世界観に引き込む

ラスベガスで10月に開業した球体型アリーナ「スフィア（Sphere）」。内側外側の両面を120万個のLEDスクリーンで覆い、16万個以上のスピーカーを設置し、「完全に没入できる映像環境を提供」（公式サイト）している。

「あの規模のものを街中に実際につくるといって、アメリカのお金の掛け方とエネルギーはすごい。ただし、観る人を映像で包み込んで臨場感を出すという発想自体は昔からあるし、それを活用しているシーンは日本でもある」と、映像センターの本多志朗さんは言う。

以前本多さんが天井・床・壁面をすべてLEDパネルで囲んだ映像空間をつくった。臨場感を出せたが直線的なビジョンでは来場者に“ブロック”を感じさせてしまい、コンテンツを工夫しても、見た人の脳は「偽物」だと

認識してしまった。

そこで、LEDパネルを1枚ずつ角度をつけて多角形にして設置するなどの工夫をしていたが、デバイス自体が折り曲げられる曲面LEDモジュールが登場し、美しいカーブを出せるようになったことで変化が起きている。人の眼はその細かな部分の精度によって遠近感や立体感を感じとり、包まれた感覚になる。

没入感を高めるもう一つのポイントは“音”だ。スフィアではLEDパネルの裏側の各所にスピーカーが配置され、音の出る位置を映像に合わせて変える「HOLOPLOT（ホロプロット）」を採用している。音の立体感を出すとともに、スピーカーの存在を隠すことで、その世界にオーディエンスを引き込む。

“ここからイマーシブ“でなく ずっとワクワク感を提供する

ビジネスカンファレンスでも登壇者ごとに、

音声の出す位置を変えて臨場感を出すことは技術的には可能だが、そこに市場があるのか。

外資系企業のイベントを数多く手がけ、海外の企業カンファレンスにも多数参加する本多さんは「欧米のカンファレンスは申し込んだ時点からワクワク感がはじまり、開催地につくと街ぐるみでイベントを盛り上げている」と指摘する。

作品の世界観に没入させるには、音や映像、振動など技術的なアプローチで臨場感を高めるだけでなく、参加する人に「いよいよ、はじまる！」とイベントモードに切り替えてもらうことも効果的だ。

欧米のカンファレンスは参加料が数万円もするといった違いもあるが、参加者のマインドセットを変えることに、どれくらいの価値を見出せるか。

本多さんは現在の状況と、写真が普及した19世紀後半に絵画の世界で印象派が勃興



映像業界で話題の「Sphere」

したことを重ねる。あらたな技術が創作物の価値を変える。イベントも映像もその過渡期にあるようだ。「イベントに従事する日本人に一人でも多くSphereを体験してほしい」と語った。



本多 志郎 さん（写真中央）
映像センター
イベント映像事業部 執行役員／事業部長

資源は、まわる。
昭栄は、まわす。



昭栄美術は2024年
一步新しい未来を創るための
取り組みを進めてまいります

2024年3月 JAPAN SHOP 出展決定



THINK YOUR VISION

東京本社

〒104-0044
東京都中央区明石町8-1 聖路加タワー25F
TEL/03-5148-6651





エア・ハレス



N コンテナ

**すべて
仮設のチカラ
で実現できます！！**



テラスカフェ
テーブル・チェア



テーブルハウス



簡単テント



パレット噴水



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

〒108-0022
東京都港区海岸 3-20-20 ヨコソーレインボーレインボータワー 1F
TEL：03-5765-2400
担当：七井

HP・お問い合わせはこちら



映像・音響・風・香り 技術とこだわりで森へ誘う

高い技術とコンテンツ力 ちょうど良さが人を引き込む

プロジェクションマッピング、インタラクティブなど常に最新の映像・音響演出を用いた空間づくりを手がけるシンユニティグループのシムディレクト、SWAG、タケナカ。テクノロジーだけでなく、アナログな手法も組合せ、記憶に残る体験を創り出し、企業や人の課題を解決するエクスペリエンスプロバイダーとしての役割を果たしている。

イマーシブな空間づくりも他社に先駆けて着手し、イベント会場やアミューズメントパークなどで、来場者をその世界観に引き込むコンテンツと場づくりを行ってきた。現在は企業のオフィスや会議室などビジネス空間をイマーシブな空間に変えることで、企業のブランディングやプロモーション活動に新しい風を吹かそうとしている。

シンユニティグループのイマーシブ空間の特長は、細部へのこだわり。これまで蓄積した経験値を活かし、リアルとデジタルのバランス、演出のディテール、機材や仕掛けを感じさせないコンテンツの工夫、それぞれのちょうどいいところを探しだすことと、インタラクティブコンテンツや19.2chのイマーシブサウンドなど高い技術を結び付けることで、“いつのまにか来場者を別世界に誘う”深い没入感

右上)「Harmony in the Forest - Deeply Immersive」と題したブースはイベントJapanでも注目を集めた

左下) 触ると花が開き、香りがたどよう



を生み出す。同社では「SOLID WATER」というブランドを立上げ、東南アジアでもイマーシブ体験を展開している。

Deeply Immersive Experience

11月28日から30日に東京ビッグサイトで開催されたイベントJAPAN2023では、「Harmony in the Forest - Deeply Immersive」と題して、展示会場内に森を再現。音楽隊と動物たちと一緒に自然を感じ楽しく過ごす空間ができていた。

音楽隊の奏でるメロディに耳を傾けると、ピッコロの音は、ちゃんと吹いている女性の場所から聞こえている。女性が森の中を歩くと音の出る場所も追従して移動するため、音楽隊と同じ空間にいる感覚に自然となる。翼の生えたペガサスの背中をさするといななき動きだしたり、蝶が舞ったりと、観ているのではな

く、森の中に居ることを感じさせられるインタラクティブな仕掛けがいたるところに隠されている。

また今回は風と香りも加わり、五感で森の雰囲気味わえる。ある植物に触れると、花が開くのと同時にフワッと香りが広がる。実はイベントで香りを扱うのはむずかしい。一度発生すると長く滞留するので他の香りと混じってしまう。今回は水分を使わずに香りの粒子だけ噴射する特殊なディフューザーによって、すぐに香りを消すことで、その瞬間だけ森の香りを感じるように制御されている。

ブース中央のキャンプファイヤーは、天井に映像を投影するプロジェクターを隠す目的もあるが、それ以上に森に人が集まる象徴としての役割が強い。また床面の植物は造花ではなく本物を用いるなど、自然を感じさせるための工夫が至るところにこめられている。

映像、イマーシブオーディオ、香り、風、

装飾など、複数の要素を同時に設計、コントロールすることで、様々な要素が調和(Harmony)し、コンセプトの世界観に対してより深い没入感を体験できるイマーシブ空間をデザインしている。

イベントやエンターテインメント空間以外にも、多くのシーンにイマーシブ空間を創出し、様々な課題解決とゴールを達成する、シンユニティの新しい挑戦がはじまっている。



盛重 友梨香 さん
シンユニティグループ
シムディレクト



















JSS は
施設警備
航空保安警備
イベント警備
身辺警備
車両誘導
保安警備の
プロフェッショナルです。

そこには笑顔がある

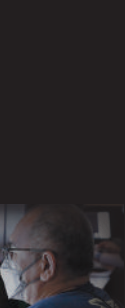
株式会社 JSS
 ☎ 0120-277-179

03-5806-4071
 東京 神奈川 千葉 大阪 宮城 info@j-ss.jp

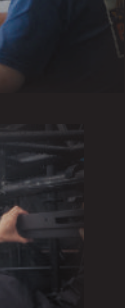
まじめに、
まっすぐに。

Ray

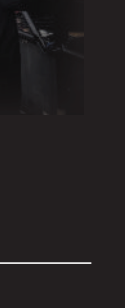












株式会社レイ ショーテクニカルユニット

東京事業所	〒143-0006 東京都大田区平和島3-6-1 東京団地倉庫A-2棟 2F TEL:03-5767-5910
関西事業所	〒537-0002 大阪府大阪市東成区深江南3-1-3 TEL:06-6972-3066



詳しくはWebをご覧ください

<http://ev.ray.co.jp/>



舞台「西遊記」の世界をつくる 演出家と映像チームの阿吽の呼吸

映像を表示する画面から 舞台セットに進化する LED

映像制作・オペレーションを行う株式会社レイ。「ライブ・コンサートをはじめ、展示会や企業イベントなど、さまざまな大規模な映像演出、プロの技術が必要な場がコロナ前の水準に戻りつつある」と同社の紺井隆宏さんは話す。Japan Mobility Show 以降さらに需要は高まっている。

レイでは5万ルーメンの高輝度プロジェクターの稼働が高い。複数台のブレンディングが不要なため設置時間を短縮できる。プロジェクターはLEDと比較して設置場所を選ばないこと、電力消費が少なく会場を選ばないこと、優しい光源でガラガラせず背景と馴染む演出がメリットとなっている。

LED 機器では、湾曲モジュールの需要が高い。展示会では視認距離が近くなり、自然で美しい曲線を構築できることが強み。コンサートでは造作物と異なり、セットチェンジなしで背景やシーンを変えられる。四角四面の“画面”ではなく自由自在に組むことで“舞台セット”になっている。

堤演出を具現化する リアルと映像の融合

片岡愛之助さんが孫悟空、小池徹平さんの三蔵法師、松平健さんが牛魔王、その妻・鉄扇公主は中山美穂さんと豪華メンバーが演じ

る、日本テレビ開局 70 年記念舞台『西遊記』。演出は堤幸彦さんが手がけ、映像制作とオペレーションにレイのスタッフ 30 人が参画する。

前作の巖流島から映像装置の規模は拡大、使用した LED パネルは2倍以上になった。背景一面をLEDにしたほか、可動式のワゴン型 LED ビジョンも前面に配置し、デジタルとリアルを融合させた舞台で、西遊記のダイナミックで壮大な物語を紡ぐ。バトルシーンでワゴン型のLEDから役者が飛び出してきたり、筋斗雲で空を飛ぶシーンはLEDを結合して雲の映像を流すことでスピード感を創出する。

映像制作の面でも前回の墨絵調のモノクロな映像から、カラー精細な描写の絵画調に変わり、高い技術力が必要となった。

堤演出の特長でもある、アクロバティックな殺陣では、100 人近い役者やエキストラの演技をグリーンバックで撮影し、その映像と舞台上のリアルタイムの役者の演技を融合させる。分身の術のシーンでも、事前撮影と複数の役者さんの演技をシンクロさせた。

今回はさらに、リアルタイムのグリーンバック撮影にも挑戦。舞台袖の松平健さんと牛魔王になる前の牛の姿を融合させ、片岡愛之助さんとの掛け合いで、時事ネタや当日の天候などについて触れる。物語の世界から現実に戻り笑いを取る。劇場公演ならではの観客とのコミュニケーションは、高い技術で違和感のない映像演出だからこそできるものだ。



左上) 背景の大型 LED ビジョンでは、西遊記の世界観を絵画で表現した
右下) 堤演出の特長であるバトルシーンでは、LED のワゴンがさまざまなしかりに使われている。



ほかにも物語の途中で舞台装置の種明かしを混ぜ込むなど、ストーリーへの没入感と現実への引き戻しのバランスが堤ワールド演出の魅力の一つになっている。堤さんは映画やテレビの撮影当日もカット割りを変更することも多い。今回の演出でも舞台稽古に入ってから映像の変更されることもあり、映像スタッフも最高のものを創り出すために試行錯誤を繰



紺井 隆宏 さん
株式会社レイ



岡留 直也 さん
ショーテクニカルユニット

建設・商業施設での活用法を イベントに展開し新しい演出を

イベント運営の効率化 SDG sを支える長期レンタル

建設機械とイベント商材の総合レンタルの西尾レントオール株式会社。同社のビジュアル営業所では、モニター、プロジェクター、LED ビジョンなど、様々な機材を保有し、多くのイベントの運営をサポートしている。必要な時に必要なだけ使用するレンタル事業自体が、イベントの環境負荷を低減していることに加え、木工による造作の削減、ペーパーレス化も進む。同社では 98 インチモニターを多数導入、さまざまな仕様の LED ビジョンをライ

ンナップするなど、映像機器の大型化が市場で進んでおり、映像演出の品質向上だけでなく、設置の利便性、イベント関係者の労働生産性を高めている。

イベント会場向けのサービスでは映像機器についても長期レンタルが進んでおり、イベントを開催するたびにプロが映像機器を設営しなくても済む仕様の開発を進め、映像演出をより容易に利用できる環境を整備している。

映像機器の周辺が大切 タテ型映像を表示する傾向も

西尾レントオールの本多将人さんは、「映像コンテンツが主役ではありますが、意外と皆さんは映像機器の周りを見ている」と考え、設置器具や設置場所のシステム部材によって、映像周りのデザイン性に配慮した提案を行いクライアントのブランディング向上をサポートしている。

イベント Japan に出展した天吊り構造として使用できるオクタリグの利用も有効手段だという。

最近、需要が増えたのがタテ型映像だ。映像といえば横長のものと考えがちだが、スマートフォンの普及とともにタテ型コンテンツに見慣れた世代が多く、プロモーション用に SNS



さまざまな LED ビジョンの特性を活かして映像活用の幅を広げる

をターゲットにしたタテ型コンテンツの制作も一般的になっている。屋外広告では、もともとグラフィックボードやサインボードなど縦型のものが多く、それらが映像に移り変わっている過渡期とも考えられる。LED ビジョンの低価格化によって、16:9 の比率だけでなく、よりタテ長のパナーができるのもその変化を加速させている。

また、商業施設や建設現場で普及しているクラウド型のデジタルサイネージをイベントに活用すれば、同時に多数の映像を制御できるし、イベント会期中に一斉にコンテンツを変更したりリアルタイム情報を流し続けることも可能になる。



本多 将人 さん
西尾レントオール株式会社
ビジュアル営業所

建設現場や商業施設などさまざまな現場で総合レンタルを展開する西尾レントオールが、そこで活用されている機材や運用手法などをイベントに持ち込み、映像演出の効果をさらに高めていきそうだ。



映像機器だけでなく吊り金具やシステム部材とのデザイン性も重要

展示会 開催宣言！

“ ProLight & ProVisual 2024 ”

“ 映像・照明のプロ中のプロに向けて ”

舞台照明・映像メーカー、代理店が一堂に集う、舞台演出のプロフェッショナルのための専門展示会「ProLight & ProVisual 2024」が、2024年2月14日(水)～16日(金)東京ビッグサイト東7ホールで開催される。その見どころについて同展を手がける日本能率協会の経営・人材革新センター富浦渉さんと佐藤李城さんに聞いた



一般社団法人日本能率協会
経営・人材革新センター

富浦 渉さん(左)

佐藤 李城さん(右)



2022年2月16日から18日まで開催された前回の「ProLight & ProVisual 2022」のようす。

左) 株式会社 東京舞台照明のブース

上) ell-tech 株式会社のブース

当者とじっくりと腰を据えて話すことができる、内容が濃い展示会にしようと皆さんとの共通認識ができています。

人材育成・研修のノウハウ を展示会に活かす

業界全体で人材の確保や育成が課題となっています。今回から出展者セミナーに加えて、業界のプロを講師として招聘したセミナーを実施します。演出家の金谷かほりさんの講演のほか、よみうりランドやホテル椿山荘などの演出事例の紹介や、全国舞台テレビ照明事業協同組合と実行委員による無線機器活用と国内規制を取り上げた講演など、業界のトレンドや課題、最新演出技法などが学べます。3日間セミナーに出席される方がいても良いのではないのでしょうか。

将来的には、私どもの人材育成ノウハウを今後も活かして、展示会の会期中だけでなく、研修プログラムを提供するなど、業界発展に貢献できればと考えています。

プロ向けにこだわった 企画・運営

2015年に舞台照明とその制御機器の展示会「ProLight & Console」として初開催後、2020年から映像のエリアを新設し「ProLight & ProVisual」として実施しています。その名称のとおり、プロ向けに特化した展示会として、開催しています。コンサートやライブ、演劇等の舞台演出、テレビ局、テーマパークなど、大型の照明・映像演出を手がける方に向けた最先端の機材や技術が一堂に集まります。

近年はホテルや商業ビルなどにも大型ビジョンが設置されることも多く、同時開催のHCJの来場者の関心も高まっています。

会場となる東京ビッグサイトの東7ホールは、館内の照明を落とし、スモークの使用も許可しています。他の出展ブースの邪魔にならないければ壁面や会場内の空間を使用可能とするなど、出展者が演出しやすい展示会なの

が特徴です。

同じように専門性の高い展示会は国内にはあまりなく、世界最新の製品や技術を日本にいながら見ることができる貴重な機会になっています。今年12月に米国・ラスベガスで開催された世界的なライブ・エンターテインメントの展示会「LDI Show 2023」で展示された最先端の照明機材のほとんどが、正規輸入代理店を通じて展示されるのも今回の注目ポイントです。

出展企業が集まり構成された 実行委員会中心の展示会

今回は出展者数が27社、出展規模も274小間と前回より約30%規模を拡大しての開催となります。規模が拡大するのは有難いことですが、本展示会は展示規模の拡大や、収益性の向上をそこまで意識しておりません。規模を追求するのではなく、舞台演出家のプロ

フェッショナルのための専門展示会という軸からぶれないことを大事にしています。

そのためにも、出展企業で構成されたProLight & ProVisual 実行委員会との共同主催であることは本展示会の強みです。実行委員会は、ウシオライティング株式会社、株式会社映像センター、ell-tech株式会社、株式会社タケナカ、株式会社東京舞台照明、マーチンプロフェッショナル ジャパン株式会社という照明、映像を牽引する企業で構成されています。

本実行委員会では、出展者と主催者という関係を越えて、「業界のために何をすべきか、なにができるか」と一致団結して、企画内容からコンセプト、レギュレーションなどを一緒につくり上げています

ニッチな分野の展示会ではありますが、プロのための展示会である点にこだわり、機材の実機と演出を広い会場で見いただき、担

開催概要

名称：ProLight&ProVisual2024

会期：2024年2月14日(水)～16日(金)

会場：東京ビッグサイト 東7ホール

主催：ProLight&ProVisual 実行委員会

・ウシオライティング株式会社

・株式会社映像センター

・株式会社タケナカ

・ell-tech 株式会社

・株式会社 東京舞台照明

・マーチンプロフェッショナル ジャパン株式会社

一般社団法人日本能率協会

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

<https://iidae.jp>

お問い合わせは、下記事業所へ

■ 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 千葉県美浜区浜田2-38 幕張ビル101号
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3-14 文化会館3F
TEL 03(3982)-9551 FAX 03(3982)9564

■ 大阪事業所 〒550-0011 大阪府西区阿波座1-9-9 阿波座パークビル
TEL 06(6543)2880 FAX 06(6543)2884

■ 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3F
TEL 03(3409)3333 FAX 03(3409)0104

■ 本社 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-8-7
TEL 03(3409)3331 FAX 03(3409)3827



オランダ・スウェーデン サステナビリティ 戦略的視察レポート

実践的課題解決 アプローチのための 7つのテーマ

サステナビリティ配慮に取り組むことがプラス、ではなく取り組むのが当たり前の時代を迎えているなか、イベント・スペース専門会社の電通ライブでは、9月、先進国であるオランダとスウェーデンにサステナビリティの戦略的視察を実施。2カ国 20ヶ所以上におよぶ、現地のイベント関連企業/会場・サステナビリティ団体とのネットワーキングを通じて得た知見を、「実践的課題解決アプローチのための7つのテーマ」として紹介する。

(話し手・写真提供：株式会社電通ライブ 大高良和さん・松野 良史さん / 聞き手・編集：本誌編集部 樋口陽子)



SDGsのロゴをデザインした
クリエイティブディレクター
Jakob Trollbäck
(ヤコブ・トロールベック)さん

01

サステナブル / イベントについての考え方

「良かったことは、少人数での視察のため、20ヶ所以上巡るツアーでも、取組みを実践する当事者に率直に質問できて、しっかりコミュニケーションをとれたことです」

オランダ・スウェーデン9日間の視察は、電通ライブから代表取締役社長執行役員の高

木正彦さん、視察からの気づきをヒントとして共有してくれた大高良和さん、松野良史さんの3名で実施した。

● The New Division

サステナビリティ（以下サステナ）に特化

した戦略・コミュニケーション会社「The New Division」では、国連 SDGs のロゴデザインをしたクリエイティブディレクターの Jakob Trollbäck 氏を訪問。彼はイベントのもつ価値を「サステナ機運を高める絶好の機会、多くの影響を与える」とし「CO2の排出があったとしても、参加者の意識が高められればその方が良い。サステナは終わりのない取組みで、重要なのはシンプルにすること」と語った。

株式会社電通ライブ

大高 良和さん(写真左)
ソリューションユニット スペースソリューション部
部長/シニアプロデューサー
「サステナビリティに配慮した
イベントガイドライン(環境編)」チームリーダー

松野 良史さん

第3プロデュースユニットプロデュース4部
プロデューサー
電通Team SDGs SDGsコンサルタント

今回の訪問で、電通ライブが各社と連携し取り組む、サステナブルイベント協議会とのアドバイザリー契約締結へ向け、前向きな意見交換を行った。

● Furnify (D/DOCK GROUP)

サーキュラーエコノミーを実践する空間デザイン会社「Furnify」の事務所は、もともと車庫だった場所を循環型調達によりリノベーションを実践し、素材からその調達方法まで全てがショーケースとなっていた。ワー

クスペースとしてだけでなく、週末はリラックスやディナーなどのイベント用途としても利活用し、地域とのつながりをもたらししている。

ここで循環型空間デザインの基礎として共有されたフレームワーク「R-ladder」(図)が興味深い。オランダでは循環性の向上に向け、R 0からR 9まで細かく分類。3 R (Reduce, Reuse, Recycle) が日本では主流だが、循環性の向上にそぐわない製品は持ち込まないというスタンスからスタートしていることに、考え方が根付いていることを感じさせる。

02

ゴミをゴミと呼ばない！

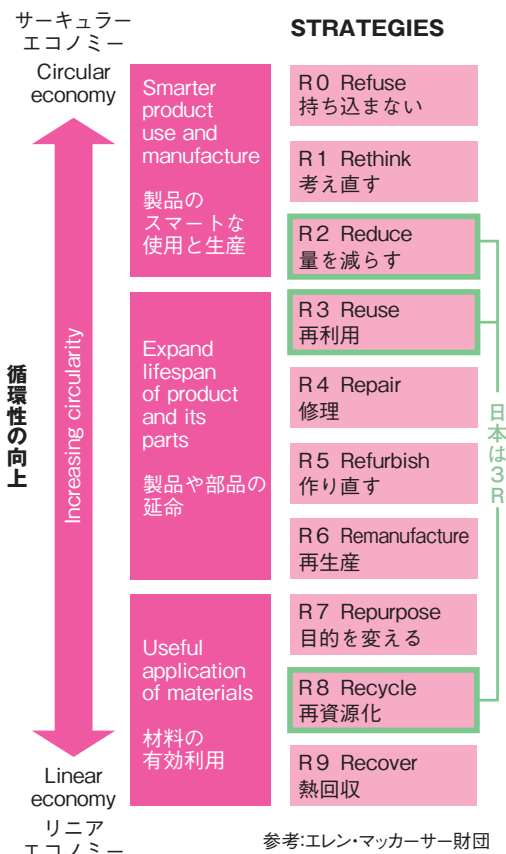
● Madaster

材料にアイデンティティを与えるプラットフォーム「Madaster」では、再利用を容易に、そし

て廃棄物を削減し、環境への影響を最小限に抑える循環型建設業界の構築を目指している。例えば、使用する木材1本1本にIDを付与し設計するというシステム。



図●フレームワークR-ladder



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・国際会議スケジュール (全国版)

- 9月1日～2日 【オンラインに限定】 Markezine Day 2020 Autumn
- 9月2日～3日 第9回日本化粧品工業展覧会 第9回日本化粧品工業展覧会
- 9月2日～4日 第12回 Japan Marketing Week (国) 東京ビッグサイト
- 9月2日～4日 第15回 ライフスタイル Week (国) 東京ビッグサイト
- 9月2日～4日 【オンラインに限定】 CEDEC BOBO (パシフィコ横浜)
- 9月3日～4日 アドタイ・デイズ 10th Special Days パシフィコ横浜
- 9月3日～4日 第17回 Spring-8 国際宇宙大会 神戸国際会館
- 9月11日～12日 第17回 Spring-8 国際宇宙大会 神戸国際会館

10月2日～4日 Makar Fair Tokyo 2020 東京ビッグサイト

会場：東京ビッグサイト 5thホール

主催：東京ビッグサイト・Makar Fair Tokyo

出展費：東京ビッグサイト 1,000円 / 18歳以下 700円

入場料：無料 (当日券 1,000円 / 18歳以下 700円)

※当日券は当日のみ販売 (10月2日・3日のみ) ※当日券は当日のみ販売 (10月2日・3日のみ)

※当日券は当日のみ販売 (10月2日・3日のみ) ※当日券は当日のみ販売 (10月2日・3日のみ)

Mika + Rika

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



イベント・アーカイブス

イベントの成果を最大化する

取材 記事作成 写真撮影 動画撮影 ニュース配信

イベント専門出版社の取材力と発信力、撮影・編集のプロフェッショナルとのネットワークを活かし、自社セミナー、新商品発表会、展示会出展などの、プロモーションの様子を再編集し、アーカイブ・編集することで、イベントの出展効果を最大化できます。

イベント・アーカイブスについてのお問合せは

株式会社 MICE 研究所
〒105-0004 東京都港区新橋 5-12-9 ABC ビル 4F-A
TEL 03-6721-5303 / info@event-marketing.co.jp
https://www.event-marketing.co.jp

01: サステナブル/イベントについての考え方

02: ゴミをゴミと呼ばない!

03: サステナブルは高い!?大変??

04: スモールスタートの大切さ

05: イベントは何をやる?どこでやる??を提案することが重要!

06: フードロス課題への取り組み

07: クライアントに刺さる表現手法もとても大切!

2025 年大阪万博のオランダ館で実装を予定しているが、建物=マテリアルバンクと捉えることで、解体建築から施工建築への素材転用

や循環が可能になる。

アイデンティティが特定できない素材はゴミでしかないが、分かると価値になる。

03 サステナブルは高い!?大変??

● RAU Architects

Thomas Rau 氏は、大阪・関西万博オランダ館の建築設計事務所である RAU Architects と、コンサル会社 Turntoo の創設者であり、アムステルダム・スキポール空港のコンサルタントも務めている。持続可能な循環型建築で著名な建築家 Thomas Rau 氏による、常識を変える仕組みの提案が盲点だったと話してくれたのが、照明システムのサービス化だ。

いわゆる照明システムのサブスクリプションだが、電気代を支払うのは空港ではなく、メーカーの Philips 社。「空港が欲しいのは“光”であり照明器具ではない”。光を提供するの



アムステルダム・スキポール空港

に電気が必要ならば、電気代は Philips が負担すべき」との発想で Philips が光熱費を負担、結果として電気代は 30% 節約につながり、高効率化にも成功したという。クライアントが本当に欲しいものは何かを考えることでビジネスチャンスが生まれた好例。

04 スモールスタートの大切さ

● Amsterdam Noord / Buiksloterham

かつて工業地帯だったバイクスローテルハムは、アムステルダム北部にある循環型都市地区として、コンサル会社 Matabolic 社が市と共同で再開発を行っている。サステナブルな水上集落「Schoonschip」やクリーンテクノロジーのプレイグラウンド「DeCeuve」の2つのリビングラボもある場所。

街の運河では、川底に設置されたチューブから出るバブルバリアによって水中のプラスチックを堰き止め自然の水の流れで岸壁の収集システムにプラゴミが溜まっていく仕掛けを実装している。網を張らず回収するシステムはボートや魚に優しい。スタートアップ企業がアムステルダム市と水管理委員会の委託を受け設置している。

05 イベントは何をやる?どこでやる??を提案することが重要!

● Nachtlab Agency

ショーテックやエクスペリエンスデザイン、サステナイベントマネジメントなどイベントサービスをワンストップで提供する制作会社「Nachtlab Agency」は、ゴミが一切でない音楽フェス DGTL の実績があり、環境負荷計

測会社「Event Flux」とともに、イベントにおける循環率の導入を行っている（廃棄物量・CO2 排出量だけでない定量評価の指標）。最も重要な気づきとして挙げたのは「無理していない」ことだ。

例えば、ゴミを一切出さないからと言って、ドリンクやフードの提供を禁止、メニュー削減ではなく、遜色なく実施。ドリン



ゴミが一切でない音楽フェス「DGTL」
(引用元: <https://www.nachtlabagency.com/projects/dgtl>)



ゴミが一切でない音楽フェス「DGTL」で採用されているガイドライン。ドイツのプロデューサー Stefan Lohmann 氏が開発した「SUSTAINABILITY RIDER」を採用し、企画・デザインに落とし込んでいる。(引用元: <https://sustainable-event-solutions.de/category/leitfaden/>)



クはカップをリユースし、返却するとトークンがもらえて音楽をダウンロードできるというイベント体験に落とし込んでいる。参加者もサステナにお行儀よく取り組む訳でなく、あくまで自然体だ。「やっぱり楽しく取り組むためには楽しそうにみえない」と真似したくなるコミュニケーション設計までも含めて、「DGTL」はロールモデルとなるイベントだ。

● Stockholmsmässan

ストックホルムで施設初の ISO20121 に認

「Stockholmsmässan」の管理する資源ステーション(上)。リサイクル素材で作られたブース「The Nude Edition」@ Stockholmsmässan (下)
(引用元: https://www.stockholmsmassan.se/om-oss/vart-hallbarhetsarbete/the-nude-edition?sc_lang=en)

定された見本市会場「Stockholmsmässan」。

イベント後に施設側が収集するゴミは資源ステーションで管理し、木材など再利用できるものの処理などを行っている。また、会場が床壁造作のリサイクルボードを貸し出し、ブース造作の廃棄物削減、搬入出時に排出される CO2 削減に貢献する。そのほか、自動墨出しロボットも開発し、サステナ対応で選ばれる会場としての対策がなされていた。

06 フードロス課題への取り組み

● The waste transformers

「The waste transformers」は食品廃棄物からバイオガスまたは電気や熱に変換できる小型プラントを運用。

サッカーの名門、アヤックスのホームスタジアム「ヨハン・クライフ・アレナ」に設置されており、会場だけでなく周辺地域の食品廃棄物を回収、輸送で排出される CO2 量を抑えながら、地域内で廃棄物からの価値を生み出す取り組みだ。

地域内循環型のフードロスに特化した仕組みは、地域チームをもつスポーツスタジアム



ヨハン・クライフ・アレナに設置されている食品廃棄物に特化した小型プラント

や公共のイベント会場など、日本での展開も考えられるのはと話す。

07 クライアントに刺さる表現手法もとても大切!

● BVD

スウェーデンを代表する企業 H&M 含むグローバル企業を顧客にもつデザインエージェンシー「BVD」。ここでの大きなインプットは2つ。

①「Simplify to Clarify (シンプルに、明確に)」消費者が求めるのはシンプルで明確なものであり、すべてを表現し伝えようとす

ることが、逆に伝わらないリスクになる。

②「正直な発信は悪いことではない」例え目標に達成していない不完全な状態でも、取り組みを日々情報発信することで、ゴールへのジャーニーが見え、透明性や信頼性を高めることに繋がる。日本企業はあらゆる側面において慎重で、完璧な状態を求めるが、縮こまっていたのは出遅れてしまう。

大高 良和さん

サステナへの取り組みは、頑張らないレベルに達するのが思い描く未来図です。どこか精神的プレッシャーやコスト面で無理をするのではなく自然に組み込まれるように。教育の機会も大事にしていきたいです。

松野 良史さん

今回、サステナ最先端のあらゆる場面で、意識の違いを感じました。本当に自然体です。僕らも個社単体だけでなく協議会を通じて、さらには業界全体で考えながら、小さくてもできることをクイックに取り組んでいきたいと思っています。

著者に聞く

プロデューサーの思考×技術を紐解き、
「できない？」を「できる！」に変える！

目白大学メディア学部特任教授 岡星 竜美 さん



「できない？」を「できる！」に変えるプロデュース術 ～日本初のイベント学教授が贈るプロデューサーになる方法～

約 3000 のイベントにプロデュースで関り、現在は大学でイベント学教授として教壇に立ちながら、Eテレ「プロのプロセス」などメディアにも多数出演する岡星竜美さん。プロデューサーになる方法を解説したビジネス小説が 2024 年 1 月に発行される。本書の特徴をうかがった。



著者：岡星竜美さん
出版社：河出書房新社
発売日：2024 年 1 月 19 日
単行本：208 ページ
本体価格：3,850 円

——これまでも本を出されていますが、『「できない？」を「できる！」に変えるプロデュース術』を新たに執筆された理由を教えてください

岡星 前作はプランナー指南書ですが、今回は、企画から実行までをプロデュースできる方法を書いています。10 年以上の構想の結果、このタイミングとなったのは、イベントを 3 密にならない方法で実施し、現状を打破しようと獅子奮迅する諸先輩方や後輩の姿を目の当たりにして、コロナ禍を経て、いまこそプロデューサーの持つ“状況を変えるチカラ”が必要と感じたからです。

——プロデュース・テクノロジーの図解が印象的です

岡星 図解（下図）の上のアクティブ・プロデュース部分は、いわゆるノウハウやドゥハウですが、本書の特徴の一つは土台であるセルフ・プロデュースから成っている点です。健やかなる身体のもとに良いプロデュース精神が宿る大前提からはじまっていることがポイントとなっています。

セルフ・プロデュース部分では、会社や制度による働き方改革以前に、個人が自分自身の意識改革を必要とするもので、いわばパソコンの OS

を変えることから始めようというメッセージと共に、自分自身と向き合い考えることを促していて、このパートに前半を使っています。意識改革に頁を割いたのは、日本人には管理推進に長けたマネージャータイプは多いですが、プロデューサーが少ないと感じていることも理由の一つです。

——さいごに本書に込めた想いを改めてお願いします

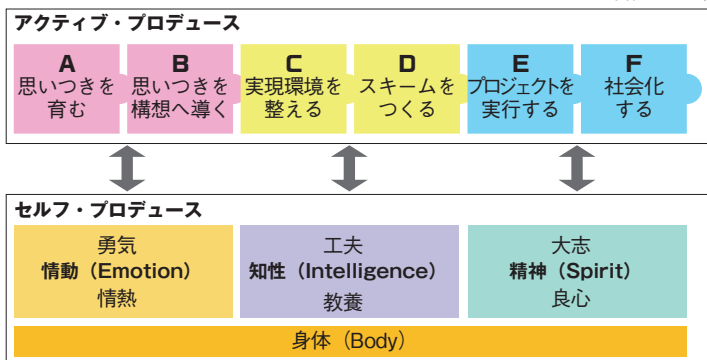
岡星 プロデューサーというのは、雲の中から宝をつかみ出すような人です。そんな“「できない」を「できる」に変える”思考×技術は、現状を乗り越えることや新しいイノベーションに通じるもの。

これからプロデューサーを目指す学生だけでなく、社会人向けでもあります。どんな要素が付合するか、または足りないのか、チェックリストにもなるのではないのでしょうか。

これからの時代のプロデューサーを目指す方に、ぜひ読んでいただきたいですね。

図●プロデュース・テクノロジー

（出典：特定非営利活動法人
プロデュース・テクノロジー 開発センター）



特定非営利活動法人プロデュース・テクノロジー開発センター（同志社大学の取組みから生まれた NPO 法人）が行った一流プロデューサー約 50 名へのインタビューをリバースエンジニアリングし、人に応用したもの

読者プレゼント

5名様

紹介した書籍を 5 名様にプレゼント。下の QR コードから応募方法をチェックください。（応募締切：2024/1/15 ＊発送は 1/ 末以降予定）



「盆踊り」を 1 年中体験

—— 盆踊り居酒屋

日本の伝統的な文化「盆踊り」を、1 年中体験できる「盆踊り居酒屋」の内覧会を「食の HANAMACHI 内藤新宿」で開催。会場は「ハナミチ 東京 歌舞伎町」に位置し、ビル全体が和をテーマにした江戸の衣食劇を 1 か所で楽しめる。参加した海外メディアや旅行代理店インバウンド担当者も「盆踊り」「居酒屋（食事処）」「浴衣（和装）」の日本独自の文化を同時に楽



11 月に開催された「盆踊り居酒屋」内覧会。

しめ、全国の盆踊りを 1 年中体験でき、現地への送客につながると期待する。2 月以降から順次受付ける。

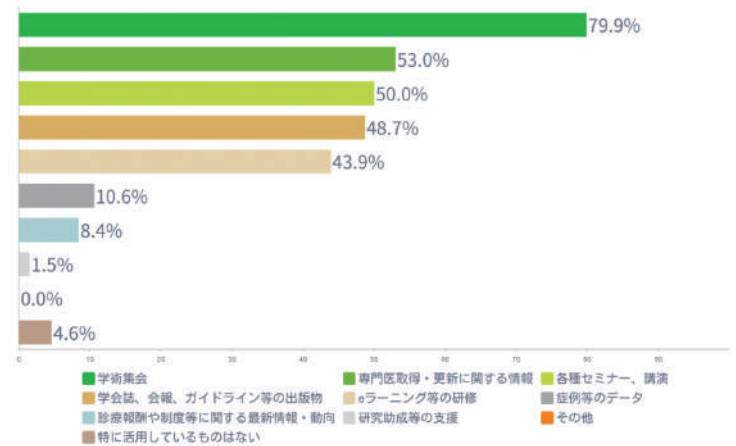
学会活用「学術集会」が 79.9%

—— J ストリーム

株式会社 J ストリームは、医学部卒業後 3 ～ 10 年目の若手医師 538 名の学会の所属状況と学会の情報発信に求めるメリットについて調査を実施し、レポートとしてまとめた。

学会の活用状況については、「学術集会 79.9%」「専門医に関する情報 53.0%」「各種セミナー、講演 50.0%」「各種セミナー、講演 50.0%」の順で活用されている割合が高いことがわかった。

普段活用している学会の提供機会・情報
（複数回答可）



【計報】

日展協の越野会長が逝去

2023 年 12 月 2 日、日本展示会協会会長の越野滋夫氏が逝去した。享年 75 歳。「TOKYO PACK（東京国際包装展）」を開催する公益社団法人日本包装技術協会で専務理事、顧問を務めた。日本展示会協会では 2012 年から副会長、総務委員長を歴任し、2023 年 6 月に会長に選出。新委員会を立ち上げるなど精力的に活動していた。



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

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

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。