

# ビデオ 通信

2016年  
2月18日(木)  
No.3957

60TH ANNIV.

SINCE 1956

月・木曜日発行  
1ヶ月¥11,000(税別)  
発行：飯澤剛 編集：齋藤浩一

**ユニ通信社**

〒106-0047  
東京都港区南麻布 5-2-37  
DEPECHE MODE 1F  
TEL：03-5422-7515  
FAX：03-5422-7516  
E-mail：vt@uni-press.net

イメージサイエンス

## 東京ビッグサイト 20周年記念プロジェクトマッピングを制作

大胆な実写映像の使用でマッピングの“既成概念”を覆す  
カラフルなCGコンテンツとの2部構成に



『東京ビッグサイトストーリー』

主催：東京ビッグサイト／企画制作：イメージサイエンス  
監督：藤寛文／CG監督：堀愛実(ランハンシャ)／CG：和田浩稔(同)／音楽：岩田裕大、高木隆歌(invisible designs lab.)／プロデューサー：大須賀喜彦／制作：浅井美樹／DOP：松尾真哉／VE：西村友秀(東京サウンド・プロダクション)／カラリスト：小枝繁之(同)／制作協力：エス・シー・アライアンス

(株)イメージサイエンスはこのほど、東京ビッグサイト プロジェクトマッピングの第3弾『東京ビッグサイトストーリー』を制作した。これは、(株)東京ビッグサイトが運営するコンベンションセンター「東京国際展示場」(通称：東京ビッグサイト)が2016年4月に開業20周年を迎えることを記念して制作したもので、今月3～4日、第81回インターナショナル・ギフト・ショーの開催に併せて初公開された。東京ビッグサイト内部に、過去のイベントの「記憶」が貯蔵されているというユニークなオリジナルストーリー『東京ビッグサイトストーリー』と、CGによる万華鏡のようなカラフルで幻想的な幕間映像『フェスティバル・オブ・カラーズ』の2部構成(約10分)となっているのが大きな特徴。イメージサイエンスでは、東京ビッグサイトの待ち合わせコーナーにあり、人と人との出会いを見守ってきた大きなカラーボールが、映像の中で効果的に使われている。また、普段見られない東京ビッグサイトの姿を撮影する初めての試みとして、本編の一部をドローンで撮影した。音楽も、東京ビッグサイトの逆三角形のフォルムから着想を得た壮大なワルツ(三拍子)をクライマックスに持ってくるなど、細部にわたったこだわりを感じて欲しい」としている。

なお、同コンテンツは今後、マラソン EXPO が開催される2月25～28日(18:00～)と、NIKKEI MESSE が開催される3月9～10日(18:15～)でも上映される予定だ。



東京ビッグサイトの20周年を記念したコンテンツとして制作されたプロジェクトマッピング

## 角・拡・格の3つのカクを表現する東京ビッグサイトの物語

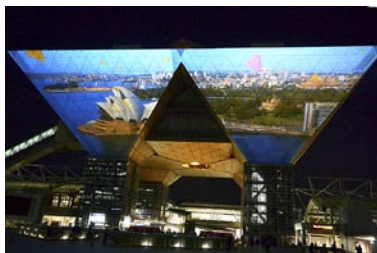
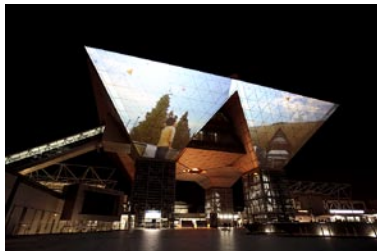
東京ビッグサイトでは、これまで『MUSICAL CLOCK』『SPORTING SPIRIT』という2作品のプロジェクトマッピングを制作してきた。

第3弾となる「東京ビッグサイト プロジェクトマッピング」では、年間来場者約1400万人という国内最大級のコンベンションホールとして数多くの展示会や会議が開催されてきた東京ビッグサイトが、これまでの来場者や利用者に感謝するとともに、これからの20年に向けて発信していくべきイメージ・メッセージを伝えるコンテンツとして企画された。

プロデューサーを務めたイメージサイエンスの大須賀喜彦氏は〈「品格」（東京ビッグサイトではこれまで質の高い展示会を数多く提供してきた）、「拡大」（ビッグサイトでは今後も大きな話題となる展示会やイベントが開催され、それが世界に広がっていく）、そして「三角」（そしてどこから見てもビッグサイトとわかるユニークな形状）という3つの“カク”を表現することが求められました〉とする。

演出・脚本の藤寛文氏は〈東京ビッグサイトが主役であり、東京ビッグサイトだからこそ成立する物語を前提に考えました。ここでは、様々な思いを持って展示会やイベントを開催する人、出展する人、来場してくる人達が出会い、その人達が世界中に拡散していく。そして、新しいものを作って再びここに持ち寄ってくる「人と人が出会って何か生まれる場所」です。東京ビッグサイトの中には、そうした記憶の全てがワインセラーのように貯蔵されている。そんなイメージを会議棟の壁面の三角形をモチーフにして表現しました〉と語る。

## 実写中心の「本編」とCGを駆使した「幕間映像」の2部構成



『東京ビッグサイトストーリー』

また、今回のプロジェクトマッピングは、コンテンツが2部構成となっているのが大きな特徴だ。

本編映像『東京ビッグサイトストーリー』は、プロジェクトマッピングとしては異例なほど大胆に実写を用いた実写中心の映像コンテンツ。大須賀氏は〈イメージサイエンスならではの映像を目指しました。当社が46年間築いてきたのは「ストーリー」を重視した映像制作。それはプロジェクトマッピングでも同じこと。プロジェクトマッピングという“手法”にとらわれない、今までになかったようなコンテンツを目指しました。東京ビッグサイトは情報発信の拠点であるとともに、沢山の人が集う場でもあることが太い軸として、“人”を感じさせるためにも実写をベースにした世界観の表現が必要だと考えました〉とする。

藤氏は〈僕は映画の助監督などを経て、ストーリーがある映像を実写で作ってきました。プロジェクトマッピングに関心を持った当初は、精巧なCGによって建物がまるで“魂”があるかのように動き出し、そのカタチがどんどん変化していく「非日常感」が面白さだと思ってきました。それは否定しませんが、今回はそうした“既成概念”を取っ払い、僕た

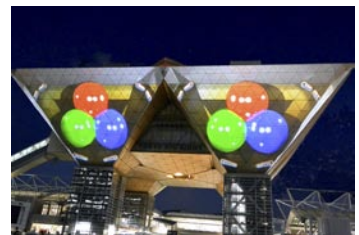
ちの持ち味である「ストーリーのある実写映像」をあの大きなスクリーンに思い切り投影し、僕たちの持ち味である温かさや親近感がある実写映像で勝負してみようと考えてました」という。

実写の撮影は ARRI AMIRA で 4K 収録した。東京ビッグサイト会議棟左右の壁面にはそれぞれフル HD (1920 × 1080) で投影しているが、4K 素材から切り出しているのではなく、4K の“1 枚画”として撮影／編集している。現場のモニターにマスクを置き、人物の配置などを考慮しながらの撮影だったという。〈三角形の壁面 × 2 でしか表現できない難しさがありました。見せたいものを真ん中には配置できませんから、左右どちらかに寄った画を使わざるを得ない。でも、それを活かしながら最終的な面白さに変えていく。形状を活かしながら、その形状に縛られない演出が必要なんですね〉(大須賀氏)

また、東京ビッグサイト内でのドローン撮影にも挑戦している。〈これは僕たちがやってみたかったことの 1 つでもありました。普通の人にはなかなか見る機会がない「何もないビッグサイト」を見せたいと思いました。西館アトリウムを俯瞰したり、突き進んでみたり。まさに「ビッグサイトの仕事」でなければできない貴重な体験です〉と藤氏。

一方、幕間映像『フェスティバル・オブ・カラース』は「これぞプロジェクションマッピング」といえる色彩鮮やかな CG を駆使したコンテンツとなっている。

藤氏は〈東京ビッグサイトにある 3 つのカラーボールをモチーフにすることは、企画の最初から決めていました。プロジェクションマッピングの草創期にあったようなすごくシンプルな CG により、カラーだけで東京ビッグサイトを表現する。三原色を組み合わせることで全ての色が作れる。色と色が出会うことで新しい色が生まれることを、人と人が出会って新しいものが生み出される東京ビッグサイトに当てはめ、カラーボールから新しい色が生まれ、デジタル的だったり、液体や絵の具など、刻々とそのカタチを変化させながら東京ビッグサイトを彩っていく。東京ビッグサイト自身が動き、衣裳を変え、おめかしをしていく。これも東京ビッグサイトだからこそでできる「カラーの祭典」だと考えています〉としている。



『フェスティバル・オブ・カラース』

2 部構成にしたことについて大須賀氏は〈1 本のコンテンツを上映して終わりでは、人々がなかなか足を止めて見てくれません。そこで、何度か本編を上映する合間に流す幕間映像が必要だと考えました。多くのお客さんがこの幕間映像をバックに写真を撮り、お土産代わりにして SNS にアップしていきます。この効果が非常に大きい。東京ビッグサイトの関係者にも「こんなに写真を撮ってくれたマッピングはなかった」と高く評価してくれました〉と語っている。

### きっかけは、東京モーターショーのプロジェクションマッピング

イメージサイエンスが今回の東京ビッグサイト プロジェクションマッピングを手がけたきっかけは、昨年 11 月に開催された東京モーターショーのプロジェクションマッピングを担当したこと。制作したコンテンツは、今回の『東京ビッグサイトストーリー』同様、大胆に実写を用いたもので、東京ビッグサイトの形状にこだわり過ぎず、2 つの三角形の外側にある空間まで感じさせる映像となった。

(次ページに続く)



東京モーターショーのコンテンツを手がけた(左から)大須賀喜彦氏、藤寛文氏、堀愛実氏、和田浩稔氏、岩田裕大氏。今回の東京ビッグサイトプロジェクトプロジェクトもこのメンバーを中心に制作されている

大須賀氏は〈当社では東京モーターショー関連の映像制作を20年以上にわたって担当していますが、初めてプロジェクションマッピングを手がけるにあたり、最も注力したのは訪れた人々が足を止めてじっくりと見てくれて、広げていってくれるものを作ることでした〉とする。

藤氏は〈東京ビッグサイト会議棟は、逆三角形の特異な形状ですが、複雑な凹凸もない“壁面”です。巨大なスクリーンに僕たちの持ち味である「ストーリーのある実写映像」を映し出すことで、観客をどこまで引きつけられるかに挑戦してみたかった。東

京モーターショーのテーマ「きっと、あなたのココロが走り出す。」に合わせ、主催者、出展者、来場者やビッグサイトの関係者のココロが走り出すようなコンテンツとして、みんなをドライブに連れて行くというストーリーを考えました。サングラスやゴーグルをかけたような独特な形状を活かすため、撮影では何度も試行錯誤を重ねた結果、微妙な角度に調整した2台のカメラで撮影することにより、本当にドライブしているような感覚、独特な没入感とちょっとした違和感を感じられる映像にすることができました〉とする。

また、本編と幕間コンテンツの2部構成は、この東京モーターショーの案件で高い評価を得たことから、今回の東京ビッグサイトの案件でも採用したものだという。

藤氏は〈本来、文字情報は入れたくないのですが、本当に大きな文字で「東京ビッグサイトで東京モーターショーをやっていること」を流し、帰途につく東京モーターショーの来場者、ゆりかもめの乗客やもっと遠くにいる人達に向けてアナウンスすることで、東京ビッグサイトだけでなく湾岸エリア全体をモーターショー一色に染めたいと考えました〉としている。

## 人の“想い”を伝えられる映像づくりを

〈既に、普通のプロジェクションマッピングを見ても誰も驚かないので、考え方自体を変える必要がありました。今回はとにかくこれまでとは違ったものにしたかったので、多くのアイデアを出し、プレストを重ねました〉という大須賀氏。プロジェクションマッピングについては、〈企画の段階で消えていったアイデアが沢山ありましたから、それらが実現すれば、これまでと違う視点で映像表現ができる場として、まだまだ多くの可能性があると考えています〉と話す。



藤寛文氏(左)と大須賀喜彦氏

一方、藤氏は〈今回のプロジェクションマッピングもそうですが、自分は人の「愛」を感じるような映像表現や演出が好きなんです。これからは、誰かに愛や希望など、人の“想い”を伝えられるような映像づくりをしていきたい〉と抱負を語っている。

▽東京ビッグサイト <http://www.bigsight.jp/>

▽イメージサイエンス <https://www.image-science.co.jp/>