

ビデオ 通信

2025 年
4 月 14 日 (月)
No.4853

月・木曜日発行
月額：¥11,000 (税込：¥11,880)
発行：飯澤 剛
編集：齋藤 浩一

ユニ通信社

〒114-0024
東京都北区西ヶ原 3-57-17-202
TEL：03-5422-7515
FAX：03-5422-7516
E-mail：vt@uni-press.net

PEX とパナソニック映像

にぎわい創出イベント「東京ドーム ROLLER DISCO!」を開催

パナソニックの空間演出による施設のナイトタイム活用／二次利用／イベント連携を訴求

パナソニック オペレーショナル・エクセレンス(株) (PEX) とパナソニック映像(株)はこのほど、東京・文京区後楽の東京ドームシティ「東京ドームローラースケートアリーナ」において、パナソニックの商材や空間演出技術を活用したにぎわい創出イベント「東京ドーム ROLLER DISCO!」を開催した。パナソニックでは、三井不動産グループとの協業の一環として、同グループ



企業である(株)東京ドームと「スポーツ」や「街づくり」を支える DX ソリューションを共創している。「東京ドーム ROLLER DISCO!」は、ローラースケートアリーナの「施設の二次利用 (多用途展開)」「ナイトタイム活用」「イベント連携」を目的とする実証実験として行ったもので、リンク中央のタワーにパナソニックのプロジェクターや次世代照明「LANTERNA」のほか、各種照明装置や既設の音響設備を用いて、音と光と映像を駆使した華やかな空間を演出し、東京ドームシティ内で開催される大型イベントの前夜祭やアフターパーティとして活用する可能性を検証した。

課題は「ナイトタイムエコノミー」の充実

今回の実証実験は、パナソニックの各事業会社・各カンパニー間に横串を刺し、様々な商材やサービスをコーディネートしながら新たなビジネスソリューションを生み出していく PEX ビジネスソリューション本部と、「TENNOZ CANAL FES」におけるプロジェクションマッピングや、「うめきた外庭 SQUARE」の空間演出などを手掛けてきたパナソニック映像のコラボレーションによって実現したもの。

PEX ビジネスソリューション本部 グループ協業推進部 主務の明石正高氏は「東京ドームは、2021 年に三井不動産グループに入って以降、様々な新しいことにチャレンジしている中で、いわゆる「ナイトタイムエコノミー (夜の活性化)」の充実を課題としていました。東京ドームでスポーツやライブを観たお客様がものすごい熱量を抱えたまま、JR 水道橋駅に吸い込まれていってしま

うのは非常にもったいない。一方、「黄色いビル」4Fにあるローラースケートアリーナは、オープンから約15年が経過し、ローラースケート以外での活用を模索していました。施設の賑わっていない「夜」と施設の「二次利用」という課題に対して、当社では「アフターパーティ」をキーワードとした提案を行いました。パナソニック コネクト社のプロジェクターやパナソニック エレクトリックワークス社の次世代照明「LANTERNA」(4面サイネージ)などを活用し、音と光と映像を使った演出で、ちょっとクラブっぽい感じの前夜祭や二次会を開くのはどうか。まずは実証実験をしてみようという話になり、「映像」や「空間演出」の知見や実績が豊富なパナソニック映像に相談しました」と語る。



一方、パナソニック映像 プロダクショングループ プロデューサーの神田忠輔氏は「以前、「LANTERNA」のコンテンツ制作を担当した際、「東京ドームとパナソニックの商品で面白いことができるはず」と考えていたので、今回、都内最大級の屋内ローラースケートリンクである東京ドーム ローラースケートアリーナで空間演出ができる機会を得てすごく嬉しかった。「空間映像」には良いサイズ感ですし、ミラーボールやDJブースもある。音響・映像・照明などパナソニックおよび当社の強みを生かしやすい場所だと思いました」と振り返る。

ローラースケートリンクが全く別の楽しみ方ができるスペースに



今回の実証実験は、2日間の日程で行われた。「ナイトタイム」をテーマとした初日の第1部「Fan Party Night!」は、DJと音楽によって80年代～90年代のディスコをイメージしたもの。2日目の第2部「SAKURA Party!」は、日頃からローラースケートを楽しんでいる人々に、一風変わったローラースケート空間を提供。第3部「Fan Party Evening」では、東京ドームシティで開催されたコスプレイベントと連携し、アニソンなどを流すことで来場者の誘導を図るものとした。

明石氏は「ナイトタイム」については、今、インバウンドが大いに盛り上がっている中で、東京ドームホテルの宿泊客が外に遊びに出してしまうのではなく、東京ドームシティ内で楽しんでもらえるナイトエンターテイメントとして。「イベント連携」については、東京ドームシティで行われる様々なイベントの熱とつながる前夜祭や二次会のイメージで、通常ではローラースケートしかできない施設が、パナソニックの技術と空間演出によって全く別の楽しみ方ができる魅力的なスペースに変えることができると考えました」とする。

リンク中央のセンタータワーにプロジェクターやLANTERNA、照明機器群を配置

会場は、1周100mのメインリンク中央にあるセンタータワーの周りでローラースケートを滑れるような空間設計とした。工事現場の足場のように組んだタワーにパナソニック コネクトのプロジェクター(1万2000ルーメン)×4台、パナソニック エレクトリックワークス社の次世代



リンク中央に立てたセンタータワー（写真下）に設置されたプロジェクター（左）、LANTERNA（中）、照明機器群



照明「LANTERNA」（4面サイネージ）× 14台のほか、首振りのムービングライト× 24台、ゴボライト× 6台、スポットライト× 3台を配置。プロジェクターで斜め下のローラースケートリンク床面に映像を投影し、等間隔にある「LANTERNA」同士が連携して同じタイミングで切り替わる映像に合わせて、スポットライトがミラーボールに光を照射する。音響は既設のスピーカーシステムを採用した。〈会場の様々な制約もありつつ、音響と照明の組み合わせによって人が集まりやすいような空間にするため、一番目に付くセンターに力強いものを置くのがポイントだと考えました〉と神田氏。

一方、演出的なポイントは、パナソニックの技術・商品を組み合わせつつ、いかに来場者が楽しめるか、印象に残れるか、きれいな写真が撮れるか、思い出に残るかを考えて全体を組み合わせること。プロジェクターでローラースケートリンク床面をカバーするプロジェクションマッピングは、フロアに立って遊ぶ来場者が映像を見やすくするとともに、パナソニック映像のロゴも入ったイベントロゴを表示し、「このイベントで遊んでいること」を意識してもらうことを考慮した。〈床面で映像が動くプロジェクションマッピングは、映像を変え、空間の印象を変えることでターゲットに合わせて様々な演出ができると考えています。様々な技術を使いながら変化をつけることで、様々なターゲットを取り込めるものになると思います〉と神田氏。

また、ローラースケートリンクを使った空間演出について、神田氏は〈昔、海外にあった「ローラースケートのディスコ」をモデルにしました。その映像を見ると、みんなが一定方向を向いて踊



「東京ドーム ROLLER DISCO!」は、DJの音楽をベースに組み立て、プロジェクターの映像や照明はDJブース横にいるVJと照明担当者がリアルタイムにスイッチングしていった。

パナソニック映像プロダクショングループセールスプランニングチームの角出拓生氏（←写真）は、東京と大阪で約10年のVJキャリアを有する経験を活かし、ローラースケートリンク床面のプロジェクションマッピングを演出した。〈今回のイベントでは「桜」をモチーフにしたプロジェクションマッピング用の映像を、2日間合わせて130パターンを用意しました。

これらを楽曲のイメージに合わせて順次切り替えながらレイヤを重ねていきます。床面での映像表現や、ローラースケートリンクでの演出は初めてでしたが、スケーターが回る方向を映像で誘導するなど、この会場ならではの演出をしようと考えました。本番前に大きな流れをDJと摺り合せますが、基本的には現場のフィーリングとともに、DJのパソコン画面をキャプチャーし、曲のテンポと音の波形によって「DJが次にどんな曲をかけるか」を見ながらVJしていきます〉と角出氏。

っている。その「一体感」をイメージしました。明石氏は〈“ローラースケート”というアクティビティがあることで、踊れない人にも「ローラースケート」という目的が生まれる。様々な目的が融合した表現ができれば、面白い取り組みになると気づきました〉としている。

日々進化している映像機器等で新しい空間演出を



両社では、今回の実証実験でかなりの手応えを掴んだという。神田氏は〈第2部では、ローラースケートをする人たちに対して面白い空間にすることができ、約100人のお客様に楽しんでもらえましたし、コスプレイヤーとローラースケートの連携も、今後の1つのヒントになっ

たのではないかと考えています。イベントの前後に活用するだけでなく、大規模イベントのチケット抽選に漏れてしまった人に向けた小規模なイベントなど、様々な連携ができるのではないかと期待しています。空間を様々な形で活用するニーズはこれからますます高まっています。日々進化している映像機器等の情報をキャッチアップし、新しいものをどんどん使って空間演出をしていきたい。“驚き”は映像の内容だけでなく、どのように見せるかも非常に大切。プロジェクターの使い方で“驚き”を与えることは可能です。今回の試みは、パナソニック映像としてイベントを開催する骨組みの部分から経験できたことが大きな収穫。企画段階から参画できるチカラを付け、パナソニック映像の総合力を発揮していきたい〉と語る。

最大の成果は“共創”できたこと

一方、明石氏は〈実際に東京ドームの関係者にも来ていただき、「空間演出」としての満足度は高いと評価されました。今回は告知期間が短く、集客の面で課題が残ったので、第2弾ではイベントプロモーターなどとコラボレーションし、集客の仕組みを工夫しながら進めていきたいと考えています。また、今回の最大の成果は、パナソニック側が機材を持ち込み、東京ドーム側が運営を担当して“共創”を実現したこと。一緒に試行錯誤することで様々な課題やニーズをリアルタイムに掴むことができ、その課題に対してソリューションとして貢献したいという私たちの意思が伝わったのではないかと思います。さらに、パナソニックの技術・商品や空間演出によって既存施設（今回はローラースケートリンク）を別の用途に活用する“使える空間”にできる可能性も訴求できました。スポーツ施設などに多い「作ったはいいが、不採算で使われない」といったケースに対して、その施設に行った人が周囲を潤すような仕組みの提案に活かせるのではないかと考えています〉と話している。



明石正高氏（左）と神田忠輔氏

◇パナソニック オペレーショナル・エクセレンス社 <https://www.panasonic.com/jp/pex.html>

◇パナソニック映像 <https://group.connect.panasonic.com/pvi/>