

## 技術研究委員会 第 229 回定例会、『人こよみ・語りべ』No.13 『人こよみ・語りべ』Second Season 始動



【日時】2018年8月30日（木）

18:00～18:15 技術委員会定例会

18:15～19:00 『人こよみ・語りべ』No.13 梶光年様

19:10～懇親会/技術研究委員会暑気払い

【会場】株式会社フォトロン 会議室

昨年度で一旦節目を迎えた当会の技術研究委員会のオリジナル企画である「人こよみ・語りべ」の Second Season が始動した。

その第一弾として「新事務局長就任記念企画 富山の天才が、アレントを作るまでの半生を語る」と題して、本年度より当会の事務局長になった梶光年氏の語りが行なわれた。

梶氏は現在株式会社アレントの代表取締役であり、その業務内容は放送機材のメンテナンス・販売・清掃で、特に編集システム周辺の清掃管理や撮影スタジオ内清掃（照明・床）などである。

梶氏は富山県高岡市出身で、高岡工芸高校放送部にて活動。その後千代田学園に進学し、1972年4月に東京テレビセンターに入社、11年間勤務したのち1983年7月よりクロースタジオ

に入社。その後梶氏自ら有限会社アレント設立し、2003年にはクロースタジオの役員にも就任している。

このように映像業界の要となっているスタジオや編集室などは、ケーブル類が至る所に張り巡らされているため、一般的なビルメンテナンスやハウスクリーニングを行なっている会社では作業に困難を極める。

放送機器周辺の清掃管理は、機器を知り尽くしたプロが万全のバックアップを行ない、今まで時間がなく難しかったメンテナンス清掃などの手助けを行なう…といった会社である。

株式会社アレント

東京都中央区日本橋3-2-14 日本橋KNビル4階

電話番号：03-5550-5236



梶光年 事務局長

## 広報出版委員会 InterBEE に向けてミーティング開催

第1回目 開催日：平成30年8月10日(金) 18:00～  
会場：新宿三丁目「ごまや」  
参加者：9名

第2回目 開催日：平成30年9月20日(木) 18:00～  
会場：共信コミュニケーションズ会議室  
参加者：5名

広報出版委員会では、8月10日(金)と9月20日(木)の2度にわたり、各委員会の委員長にも出席して頂いてInterBEE 2018(国際放送機器展)出展における具体的な構想を練る目的のミーティングを行なった。

第1回目のミーティングは盛夏真ただ中ということもあり、暑気払いも兼ねて、新宿三丁目「ごまや」にて9名の出席者にて。また、9月20日のミーティングは共信コミュニケーションズ会議室にて5名の出席者にて行ない、その後、赤坂の「中華 同源楼」にてニュービジネス委員会のメンバーと合流しての懇親会となった。

会議内容は、開催当日のブースでの配置・陳列・配布物の内容などであるが、①PR用ポスター ②ブローシャ ③配布ノベルティーをどのようなものにするか、などの件で具体的には以下の様になる予定。

①PR用ポスター：昨年までは壁面に直接貼っていたポスターをパネル貼りにする。



新宿「ごまや」にて暑気払いも兼ねて行なわれた第1回目のミーティング

②ブローシャ：大竹新理事長の挨拶文を中心に、各委員会の活動内容も一新し、英文の説明をなくして写真を多数入れる。

③ノベルティー：昨年のように安価で見栄えの良いものを探す。  
などである。

また今後は上記以外に開催3日間のブースに配置する人員や搬入・搬出の件などについても話し合う予定となっている。なお、InterBEE開催まで2ヶ月を切り、より一層具体案を煮詰めるため、10月24日と11月7日にもミーティングを行う予定となっている。

## 第14回 通常総会 前号の続き

### 常任幹事長就任あいさつ



森澤 克彦 新幹事長

この度、相原常任幹事長の後任として常任幹事長に選任されました森澤です。

協会は37年の歴史を映像産業の異業種団体として諸先輩方々が築き上げ、発展してまいりました。現在は技術開発のスピード化・概念を変える業態・早期の人材育成・働き方等、多岐にわたる課題に会員の皆様

が直面する時代となって来ております。これらは自ら動き、コミュニケーションを交わす行動から見えて来ます。協会活動の公開セミナー・各委員会活動・催事等を通し会員皆様のお役に立ち、会員相互の絆を深め、持続可能な協会として大竹理事長・高

瀬副理事長・寺林副理事長・梶事務局長・金指広報出版副委員長・橋本ニュービジネス研究委員会副委員長・吉田ソフト制作研究委員長・新井技術研究委員長の常任幹事の皆様と毎月1回の常任幹事会を開催し、協会の円滑な運営を行い協会の発展に向け活動してまいります。

前常任幹事長の多岐に渡る諸問題解決力には至りませんが、会員皆様方のご指導、ご支援を賜りますようお願い致します。

常任幹事長 森澤 克彦

## 技術研究委員会 6月勉強会 & 第227回定例会 「最新の波形モニタの紹介と技術動向について」



開催日：平成 30 年 6 月 27 日(水) 15:30 ~

会場：株式会社テクノハウス

東京都中央区湊2-12-11 IXOS ビル7F

参加者：11 名(懇親会：7名)

講師：テクトロニクス社 ビデオ営業推進 加藤芳明 様

：(株)テクノハウス 情報機器技術部 田辺義直 様

「最新の波形モニタの紹介と技術動向について」と題してテクトロニクス社の加藤氏からは同社の「PRISM」、テクノハウスの田辺氏からはOmnitek社の「Ultraシリーズ」をご紹介頂きました。

テクトロニクス社の加藤氏からは、IPにおいて使用されるタイミング信号のPTP(Precision Time Protocol)についての詳細な説明がなされました。

IPにおいては、これまでのSDIと異なり物理層(信号の電気的特性)の解析よりもパケット伝送における揺らぎが問題となってくるとの事、SMPTE ST 2110では映像や音声のデータパケットがバラバラに送られてくるため、同期が重要である事等、PTPが用いられる背景が説明されました。

PTPは、放送業界以外のITや金融業界では従来から使用されている技術であり、BBのH/V同期の方式とは異なり機器間で時刻情報をやり取りする事、発信源のグランドマスターからネットワークスイッチ、末端の機器までその時刻情報が伝送される方式等が説明されました。

また、現状でのBBとPTPの混在環境での使用方法についても触れられ、PTPグランドマスター及びBBのシンクジェネレーターとしての製品である同社の「SPG-8000A」が紹介されました。

「PRISM」を使用したデモンストレーションでは、パケット毎の到達時間を測定する機能やビデオのストリームとPTPのタイミングを測定する機能等IPパケットを解析する様々なツールが紹介されました。

テクノハウスの田辺氏からは、SDI信号の測定を中心として、Omnitek社の「Ultraシリーズ」の各機能について具体的な説明がなされました。

同シリーズのUltra XRを用いた説明では、12G-SDIにおいてその中身がQuad 3G-SDIの4系統のデータが順に並んでいる様が実際に示されました。データ表示の機能では、ANCデータの項目名を選択するだけで所定のデータ位置に移動して表示される機能が紹介され、データの解析が非常に容易である事が説明されました。WFMの機能では、HDRに特化した表示としてCIEカラーチャート、ヒストグラム、レベルのnits表示等が紹介されました。また、それらをマウスのカーソルを使用して映像の特定領域のみに対応した表示にする機能等が紹介されました。

続いて、4K Tool Boxを用いて、12G-SDIの様々なテスト信号を出力する機能の紹介と12G-SDIの物理層測定で用いられるEyeパターンとJitterメーターに加えて、Jitterの周波数成分を詳細に確認出来るJitterヒストグラム表示やJitterスペクトラム表示等が紹介されました。また、4K Tool Boxの入出力を使用することで12G-SDIとQuad 3G-SDIの相互変換も行える事が併せて紹介されました。

IP、12G-SDI、HDRといった新しい規格やフォーマットに対して行える測定について、それぞれ説明がなされ、我々が今後必要となってくる技術は何であるのかを垣間見ることが出来た有意義なセミナーでした。

## JAVCOM ソフト制作研究委員会 7月勉強会 ライブの感動を持ち帰る「テイクアウトライブ」



講師：株式会社ティーオーエア 石田尚人氏、飯野秀士氏  
日時：2018年7月31日（火）18：00～  
会場：株式会社スタジオ・エコー4F会議室  
参加者：17名

ソフト制作研究委員会では、注目のコンテンツ配信システム「テイクアウトライブ」の勉強会を行った。ライブの撮って出し映像の配信はもちろん、事前に撮影したものや、事後に編集したものも配信可能。魅力的なアーティストグッズに、プロモーションにと幅広く活用され、360°映像の配信も可能。必要となるのは、テイクアウトライブのアプリケーションと専用QRコードのみ。大がかりなシステム構築の必要はなく、公演が終了したら、即日の配信もできるため、その日のライブ映像を販売するといったスピーディな対応が可能である。ビッグアーティストのライブからアイドルイベント、スポーツ、プライダール、企業イベントなど、豊富な事例を映像と共にご紹介頂いた。

〈石田氏〉

このサービスは、コンテンツの多様化、流通の多様化の中の選択肢の一つとして使って頂きたい。あまり表には出していないが、本サービスは歌手の野口五郎氏が、スマートフォンがない10年ほど前に考案した。まず、野口氏の理念的なものがあり、ストリートミュージシャンが、手焼きのCDを一生懸命売っている姿をみて、「もっと簡単に楽曲を売る仕組みはないか」と考えたところから考案された。ライブのお知らせとして、カードや印刷物を渡すという事はすでに行なわれていた。「これを媒介にする形で売るということにすれば、活動資金にもなるし、自分の作品を価値あるものとして お客様に届けることができる！」ここを出発点として、このサービスは誕生した。

〈飯野氏〉

テイクアウトライブは、スマートフォン、タブレット限定の



デジタルコンテンツ配信サービス。特定のQRコードを読み取り、端末にコンテンツを順次、配信。まず、端末にアプリケーション「テイクアウトライブ」をダウンロードして頂き、カードに印刷されたQRコードを読み取って頂く。そうすると、コンテンツがダウンロードされて、一覧が表示される。視聴する時には、コンテンツをダウンロードして頂いた上で見て頂くことになる。競合するサービスで必要とされる会員登録やPINコード入力といった手間がからず、個人情報も取られずにスムーズにコンテンツの視聴ができる。

特長と機能は下記5点。①一枚一枚異なる“ユニークQRコード”を採用。読み取った段階でQRコードと端末が紐づく。商品の使い回しを防ぐ事で、コンテンツの不正な拡散を防止。②アプリで試聴。アプリでファイルも管理するため、無断のファイルコピーや投稿を防止できる（コンテンツの視聴はアプリのみ可能）。保存されたデータは端末の中で不可侵。外部メモリへの保存や動画サイトへの複製、メール添付を防止。音楽や映像の著作権の保護を確立している。③ストリーミング形式ではなく、ダウンロード方式である事。端末に一回ダウンロードして頂くことで、クオリティーの高いコンテンツを「通信環境を気にせず、データも通信料を気にせず、好きな時にいつでも、どこでも視聴が出来る」ということで、DL形式にこだわっている。④複数のコンテンツの時間差配信が可能。得意先は音楽業界が多い。アーティストのグッズとして使われることが多く、ライブ会場で販売。長くコンテンツを配信することによって、ユーザーに長く楽しんで頂く。従来のパッケージ商品（DVDやCD等）は、そこに収まったものがすべてだが、テイクアウトライブでは、時間をかけて、複数コンテンツを配信する事が可能。ライブの当日にカードを購入して頂いた直後から視聴ができる。コンテンツとしては、アルバムのスポット映像やリハーサル映像、バンドメンバーの紹介などが、ライブの当日

に楽しめる。また、購入者が帰宅するタイミングに合わせて、開演前のメッセージや終演後のメッセージを、端末に届けられる。後日配信も可能。告知はもちろんのこと、情報解禁後のコンテンツ配信も。⑤視聴期限を設定できる。プロモーション目的で利用する場合、視聴期限を設けて、期限を超えた時点で、コンテンツを削除することも可能。

ライブ会場では、パッケージ商品（ライブで販売されるCDやDVD）の特典として封入されたり、会場限定の商品（いわゆるライブグッズ）として販売されている。物販での価値ある商品としてテイクアウトライブが採用されている。加えて、ファンクラブの会員特典として配布される。

また、物販会場に来られない方々へのサービスとして、“テイクアウトライブ ウェブ”というポータルサイトがあり、商品を掲載しており、欲しい商品を注文して頂くと、払込伝票が発行され、レジで支払い決済していただくと、バウチャーの形で（ユニークQRコードを）セブンイレブンで受け取ることができる。

パッケージ商品への封入に関しては、テイクアウトライブを利用することで、制作サイドが（コンテンツ制作に要する）時間的猶予を得られ、コストダウンにもつながっているケースもあり、これもテイクアウトライブのメリットのひとつである。DREAMS COME TRUE 様（以下、ドリカム様と表記には、昨年の10月から今年の3月までのツアーの会場限定グッズとして採用して頂いた。全32公演、全32種類のデザインの異なったカードを作成した。

〈石野〉

（ドリカム様のカードは）わりとカードゲームっぽいデザイン。モンスターが違う、そんなイメージ。コンテンツは、会場での限定映像、360度VR映像やメンバーのメッセージ、アルバムのスポット映像など、様々なコンテンツを10種類用意し、その日の公演でしか見られない映像を32公演分、販売。会場に来て購入しないと見られないということで、ファンの方々には大変喜んで頂いた。

ツアー期間が5ヶ月間に及ぶと、最初に見た方からしたら、DVDの販売は5ヶ月後以降となる。このカードを買って頂くと、まさに今見ていたコンサートの興奮をまた味わう事ができる。ドリカム様の場合でいうと、32箇所の会場ごと、円陣を組んでいるシーンなどは全部違い、32枚全部揃えた方がいた。

〈飯野〉

ドリカム様の例で見て頂いた通り、テイクアウトライブは、360度VRにも対応している。ドリカムさんの場合は、RICOH THETAで撮影。VRの再生プレイヤーはアプリに内蔵しているため、別のアプリは必要ない。

〈石野〉

設定によって、VR映像は、指でのスクロールが可能。敢えて固定して、視聴者に動いて見て頂く事もできる。（ドリカムさ

んの事例は）一つのエッセンスとして、うまくVRを御使いになっている。3D VRにも対応している。方式が乱立しているのので、最終的にはエンコードし直して固定する。

〈飯野〉

一つのコンテンツの容量制限は、1ファイル700MBを上限とさせて頂いている。ビットレートは、こちらで調節させて頂く。

〈石野〉

大きな映像を送って頂いてもいいが、DLの際に時間がかかってしまい、若年層へのサービスのあり方としては、コンパクトなコンテンツを重ねて配信する方が好まれており、分割される方が多い。

〈石野〉

基本は見て頂いた通り、「見る」「聴く」という単純なものだが、ストーリーミングで動画を見るというサービスは、あちこちで行われている。

なぜ、我々が（端末の中にコンテンツを落とし込んでしまう）DL方式を採用したかということについてお伝えする。若者がスマホで動画を楽しむという文化は当たり前のこととして見られるが、落とし穴がある。動画をストーリーミングでみるためには、ネットワーク環境が必須。いつでもどこでも楽しんでいるように見えるが、実はネットワーク環境のあるところ限定である。自分の好きな“推し（おし）”の動画があれば、いつでもどこでも見たいはずだが、電車の中ではチケット代がかかってしまうのでやめようとか、今月のチケットを使い切っちゃたからやめようとか、そういう問題がある。

今まで我々は、CDやDVDを買ってしまえば自分のものだという感覚があったが、その感覚をスマホの上で実現することで、ダウンロードという形を採ったという事もある。ダウンロードすると、「この（端末の）中に自分で買ったモノがある」ということが、ユーザーの認識にあるので、それ（コンテンツ）を色々なツールを駆使しても漏洩できない様にしている。元々は、多くの場合、（コンサート会場の）物販で買って来たものであり漏洩させる方が損。そういったユーザーの心理もあり、事故はあまり起こっていない。

VR映像を見て頂いたが、大きい画面で見て頂く様には作っていない。テイクアウトライブの一つの大きなポイントが、「小さい画面である事」の特性を生かした映像を作ること。高精細の画像である必要はない。スマホやタブレットで成立する画作り（えづくり）が基本。我々のお客様の中には、ライブ会場の一番後ろにiPhoneを乗せた三脚を立てて置いておいて、そのまま触らないで配信されるお客様もいらっしゃる。これ、実はユーザーが見ていた景色に近いものが撮れるので、そういった意味では自分がライブを見た、まさにテイクアウトライブにイメージそのもの、ライブをお持ち帰りいただいた時に、さっき自分が見たのと同じ画像だということになる。小さ

い画面ならではという作りを、皆さん、どんどん編み出している。我々もしばしば感心している。

大きい画面である良さというものもあるし、そこでの演出と技術というものもあるが、今回のソリューションにおいては、「小さい画面でどう見せるか」という新たな技術が生まれつつあるという事を日々体験している。

最近、高校生と会話してテレビの話をしたが、「テレビって待たないといけないでしょ」と言われ驚いた。今の若者は見たいコンテンツがあったら、YouTube など、で自分から引っ張りに行って、その場で見たいものを見たい時に見ることが身につけているので、「テレビは待つ動画だ」という言い方をされてしまった。大きな変化を実感している。昔、セカンドスクリーンという言い方が流行った。ファーストスクリーンはテレビ、セカンドスクリーンはこのスマホということでしたが、今の若者にとっては、スマホがファーストスクリーンであり、セカンドスクリーンでもある。2 台目のスマホを持っているかもしれない。スマホでメインのコンテンツを楽しんだ後、そのままSNS にシームレスに移行するなどという事を含めると、スマホはファーストスクリーンだと思わないといけない時代が来てしまったにかもしれない。

ただ、みんながスマホをファーストスクリーンとして作りする時に、やはりプロが作った映像は、スマホで見てもやはり綺麗で質も高く価値も高い。「素人が作ったものはそれなりだ」という事があるので、プロの方々は、今までの技術や考え方を押えながら、新しい方面にも触手を伸ばすという事が、文化的にも良い方向だと思う。私はゲーム業界出身だが、ゲームマシンでできる事が変わっていくと、ゲームが変わっていった。同じように、スクリーンの特性の大きな変化に合わせて、新しい感性の若者が（新しいやり方を）生み出す事も、ベテランが（小さかった画面で）やりたくてもできなかった事を仕事として実現するという事もあると思う。いずれにしろ、新しいデバイスが出たという事は、新しい映像文化も出てくるのではないが。

消費者側の変化というのも、このサービスで感じている。わかりやすいアイドルグループの事例がある。

各メンバーのファン数は、彼女たちのコンサートに通える距離の人で、その時間に来られる人として限定すると、1 人に 100 名（いわゆる濃い方々）ほど。でもメンバーはアーティスト活動を元気にやってらっしゃる。ここでは、売り上げ 100 万枚を前提としたプロモーションは絶対できない。「少量でも満足のできるコンテンツのやりとり」という中で我々のサービスを使って頂いているというところで、ビジネスのやり方も変わってきている。

ドリカム様の場合は、100 万枚のDVD も売れる方々だが、テイクアウトライブを、それとは違う側面で使っている。

（カードを手にとって）これには楽曲が一枚も入っていない。周辺の楽しみ方というべきが、楽曲はコンサート会場で聴いていますから、お土産としては、それ以外の自分がちょっと覗きたかったコンテンツを上手く入れているので楽曲なしでも成立している。このように、本サービスは、ビッグアーティストから、コアなファン 100 名のアーティスト様にも幅広く使っている。

（コアな）100 人の方々が、今までと違うと感じるのは、この 100 名様は大変な行動力があり、コンテンツの楽しみ方が深い。コンテンツを一回買った後、擦り切れるほど見て頂いた上に、更に次の活動に移っていかれる。アプリでコンテンツを持ってもらう最大のメリットは、ユーザーのウィンドウを掴んだままにできる事だ。アーティストは、（テイクアウトライブを）一回買って頂き、ユーザーにコンテンツを楽しんで頂いた後、半年後に「次のライブが決まりました」という告知をする事ができる。アーティスト自ら、「来てください」というメッセージを発信する事で、先ほどの 100 名様は、ほぼ全員（ライブに）来て下さる。一枚のカードによるコンテンツ購入が、次のライブまで惹きつけるツールとなるという点が、このサービスの強みといえるかもしれない。

テイクアウトライブを立ち上げると、読み込まれているコンテンツのリストが出てくる。そのリストを開くとプレイ画面に移行する。実はこの下に、バナーが貼れるというポイント。ここからファンクラブ、通販、チケット購入サイトに誘導する事もでき、（コアな）ユーザーとアーティストのウィンウィンな関係を作ることができる。

また、小さい画面であるところの良いところ、ファン層の変化をうまく利用したケースもあります。グループのアーティストがいますと、ファンは、「推す」メンバーごとのファンに別れる。DVD を買って、自分の「推し」が十分に映らないということもある。ちょっと実験的にやったのが、4K の固定カメラを 3 台置いておきまして、（アイドルグループの）コンサートを全部押さえ、編集の時に、スマホで必要な画格をキープしながら、ひとりの女性を追い続ける切り出しをし、どこでも「推し」がセンターにいる映像を作った。五人組だと五種類できる。全体というのも必ず必要なので、6 枚のカードを出す事ができるが、ほとんどの人が「推し」「全体」の両方を購入する。コンテンツの見方が分割されてきたという事例として非常に興味深い。ユーザーの満足度は高い。「センター以外のメンバーのパフォーマンスをしっかりと自分の目に焼き付ける」という意味でいうと、非常に尊い商品として、ユーザーから喜ばれている。

このように、新しいサービス、新しいデバイス、新しいマーケット、新しいファンのあり方を掛け算して、色々な商品像を開発していると日々実感している。

「キャプテン翼」をミュージカル仕立てにしたという演劇公演があり、テイクアウトライブで配信した7つのコンテンツには、一本も本編が入っていない。制作発表、メイキング等が収められているおり、中でも稽古場でのオフショットが非常に好評だった。「刀剣乱舞」の場合も同様だった。これは、「本編が良くできているからこそ、サブコンテンツが受ける」というのが正しい見方だと思う。“押し”の形で言えば、アーティストからも喜んでいただける。

(コンサート会場の物販で買った)一生着ないTシャツもいるが、テイクアウトライブは毎日見られる。“ロス(喪失)”と

という言葉があるが、ライブ会場を後にすると、それまで高揚していた心に穴が開いてしまう。そのロスをちょうど埋めてくれるコンテンツとして、本サービスが使われている。

以上に加えて、企業イベントやラグビースポーツ振興での使用事例の紹介もあり、御二人には質問が飛び交った。参加社からは、早速、導入の話もでており、時流にかなったサービスであることが明確となった。飯野様の的確な説明と、石野氏の詩的な感性とユーモアあふれる解説で、良いライブの如く高揚感あふれる勉強会となった。

(文責:吉田諭敏)

## 映像関連業界の催事

### \*\*\* 東北映像フェスティバル2018 \*\*\*

2018年5月31日～6月1日の二日間、宮城県・仙台国際センター展示棟 青葉山コンソーシアムにて、一般社団法人 東北映像制作社協会(理事長:株NHK プラネット東北支社 執行役員支社長 佐藤 成悦)主催による「東北映像フェスティバル2018」[映像機器展・映像コンテスト]が開催された。

本展が開催された仙台国際センターは仙台駅の西にある仙台城址や伊達政宗騎馬像などで有名な青葉山麓の北に位置しており、本年は出展社数 67社にて行われた。

開催期間中は東北各県のテレビ局関係者、映像・コンテンツ制作や、映像に関心を持つ一般客で、1,217人の来場者があり。来場からは将来を見据えた多種多様な映像表現のツール等を見ることは大変有意義で、大変参考になったとの感想も多く寄せられている。

また、同時開催した「東北映像フェスティバル2018 映像コンテスト」では、以下の受賞作品が決定した。

#### 【番組部門】

- 大賞・東北総合通信局局長賞:作品「失敗したら帰っておいで」～孤立した若者を救う 居酒屋プロジェクト1600日～/制作(株)プライド・トゥ
- 優秀賞:作品「名人 千葉作龍 竹ねぶたに挑む」/制作 青森ケーブルテレビ(株)

#### 【地域振興コンテンツ部門】

- 大賞・東北経済産業局局長賞:作品「LOOK UP!」/制作 秋田県 大仙市
- 優秀賞:作品「双葉町ありがとうメッセージ」～双葉町からありがとうの気持ちを全国へ伝えます/制作 福島県 双葉町

- 特別賞①:作品「蘋果派(アップルパイ)」/制作 岩手県 奥州市
- 特別賞②: 作品 ここ秋田市で暮らすのもいいもんよ? /制作 秋田県 秋田市
- 特別賞③: 作品 移住促進動画「FOUR SEASONS in MINAMISANRIKU」/制作 宮城県 南三陸町

#### 【CM・キャンペーン部門】

- 大賞: 作品 88(やや)異国プロジェクト/制作 東北芸術工科大学×マエサク
- 優秀賞: 作品『さるなし?さるあり?』/制作 玉川村&玉川大学
- 特別賞: 作品 Organic Week Sendai 2017 /制作 (株)DIGOLD

#### 【学生部門】

- 大賞: 作品 いとまきプロジェクト/制作 東北芸術工科大学映像学科 高橋研人 佐々木茜 後藤千晶
- 優秀賞: 作品 想い それぞれに～新たな賑わいを目指して～/制作 尚綱学院大学総合人間科学部表現文化学科大野ゼミ
- 特別賞: 作品 バタフライエフェクト /制作 岩手大学教育学部 芸術文化課程美術デザインコース 山口千代香

#### 【デジタルコンテンツ部門】

- 大賞: 作品 めんこいテレビ ILCキャンペーン特別番組 未来はどう変わる?～ILCとつくる「みんなの未来」を知ろう～総集編/制作 (株)フロムいわて
- 優秀賞: 作品 SUPER KIDS AREBACK ～きょうだい仲良く～/制作 映像職人JERONI毛

#### ～JAVCOM会員 出展社～

(株)アスク、伊藤忠ケーブルシステム(株)、池上通信機(株)、共信コミュニケーションズ(株)、グラスバレー(株)、ソニービジネスソリューション(株)、(株)ビデオサービス、(株)フォトロン、(株)朋栄、三友(株)、リーダー電子(株)、ローランド(株)

#### 【CM・キャンペーン部門】

- 大賞: 作品 「仙台白百合女子大学 TVCM「なりたい女性に私はなる」篇」/制作 (株)アックスウイン
- 優秀賞: 作品「牛タン焼き専門店「司」ギフト篇夏」/制作 (株)ミヤギテレビサービス

#### 【学生部門】

- 大賞: 作品 里まちなとり ～海、山、街の恵み～/制作 尚綱学院大学総合人間科学部表現文化学科 大野ゼミ
- 優秀賞: 作品 「Rhythm Game」/制作 岩手大学 教育学部芸術文化課程 美術・デザインコース 木村 望

#### 【デジタルコンテンツ部門】

- 大賞: 作品 a la Date Voyage Winter 英語版/制作 (株)アックスウイン
- 優秀賞: 作品 公立置賜総合病院 ～あなたの夢を叶えたい～/制作 (株)プライド・トゥ



仙台国際センター展示棟 青葉山コンソーシアム

\*\*\*九州放送機器展 2018\*\*\*

平成 30 年 7 月 5 日(木)～6 日(金)、「九州放送機器展 2018」(略称 QBEE 2018)が一般社団法人日本プロダクション協会(JPPA)の主催にて、福岡市博多区にある「福岡国際センター」で行われた。この九州放送機器展は 2004 年の第 1 回目の開催から数えて、本年度で 15 回目となる。

会場となった「福岡国際センター」は JR 博多駅や福岡国際空港から地下鉄やタクシーで約 15～20 分、福岡都市高速道路からも至近と交通の便の良い場所である博多湾に面した一大コンベンションセンターエリアの一角にあり、出展社は全国各地より、また来場者も地元福岡のみならず、九州全域と中国・四国地方にもおよび、回を追う毎に開催規模を拡大して、この催しが九州のみならず西日本地区を代表する放送機器展となっている事が伺える。

本年は建物の 1 階と 2 階の両フロアを使い、①オーディオ機器関連ゾーン ②映像・放送機器関連ゾーン ③照明ゾーンの 3 つのゾーンとカメラステージにて構成されており、正面入口からみて突き当たり中央にはカメラステージがあり、例年この展示会の見所の 1 つとなっている。

また、本年も昨年同様に入場からの人の流れを 2 階に誘導するように工夫が凝らされ、大学・専門学校ブースやアウトレット販売コーナー、照明ワークショップなどが設けられた。

開催期間中には、主催者開催のセミナーとして色彩工房オフィス HIRO「カラーリストによるグレーディングクリエイティブセッ

ション」/株式会社 IMAGICA「ポストプロダクションサウンドエンジニアが作成する高解像度立体 VR 映像の Ambisonics sound」/日本放送協会 放送技術局「4K 8K 放送に向けて、いま我々が考えておくべきこと」/株式会社 NHKメディアテクノロジー「8K テクネ クリエーターとの映像制作」/アストロデザイン株式会社「8K コンテンツのあり方についての研究と映像制作ワークフローの解説」などが行われた。

一方、出展者開催のセミナーとしては、MEDIAEDGE 株式会社「ローコストかつハイパフォーマンスを実現 自主放送+文字放送+L 字放送システムのご紹介」/MARTIN AUDIO JAPAN Inc.「セルラー革命」/ソニービジネスソリューション株式会社「新 4K60p ハンディ & FS5 II のご紹介とインスタント HDR ワークフロー」/株式会社 ジョリーグッド「放送外収入の切り札は VR! 必ず売れる! VR ビジネスセミナーと最新ソリューション紹介」/ゼンハイザー ジャパン株式会社「SENNHEISER ワイヤレスマイクのトラブル原因と対策」/ジャパンマテリアル株式会社「BrightSign 4K 対応新製品、XT/XD シリーズ 4 のご紹介」/タックシステム株式会社「ノイズ除去の定番 iZotope RX と MA 業務を効率化する Post Production Suite のご紹介」/株式会社 Spectee「AI によるニュース制作の最新トレンド」/アスク/ディストーム「eSports における TriCaster 使用事例」/東芝メモリ株式会社「撮影素材を情報漏えいから守る SD メモリカードのご紹介」/キャノンマーケティング ジャパン株式会社「Cinema EOS SYSTEM 最新情報」/三友株式会社「NAB Show 2018 最新

～JAVCOM 会員 出展社～

(株)アスク、伊藤忠ケーブルシステム(株)、池上通信機(株)、共信コミュニケーションズ(株)、グラスバレー(株)、ソニービジネスソリューション(株)、(株)テクノハウス、(株)ビデオサービス、(株)フォトルン、(株)朋栄、三友(株)、リーダー電子(株)、ローランド(株)

情報 Pocket Cinema Camera 4K、ATEM Television Studio Pro 4K を中心に「Da Vinci Resolve 15 編集、カラー、MA、合成が一体となった総合映像編集ソリューション」/アビッドテクノロジー(株)「4K、HDR、HD のワークフローをスピードアップ～新しい Media Composer ファミリーのご紹介～」などの各社によるセミナーが行われた。

各地の放送局では 2020 年に向けてスタジオサブを更新していく動きが見られ、それに向けて出展各社では 12G-SDI、4K/8K 対応の製品紹介が多数見受けられた。

なお、同展開催前や開期中に西日本を襲った台風と豪雨の影響で、主流の来場者と思われる西日本の放送局では緊急報道体制を敷いていたとみられ、残念ながら今年の来場者は、2,278 名とのことであった。



福岡国際センターの 2 フロアを使用して行なわれ、思考を凝らして見どころの多い同展

\*\*\*ケーブル技術ショー\*\*\*

2018 年 7 月 19 日(木)・20 日(金)の二日間、東京・有楽町「東京国際フォーラムホール E」において、ケーブルコンベンション 2018 関連イベントとして「ケーブル技術ショー 2018 (Cable Tech Show 2018)」が行われた。

(本編の記載内容は公式 HP より抜粋。文体はそのまま使用)

■本年の開催コンセプト■

2020 年に開催される東京オリンピック・パラリンピック競技大会まで 1000 日を切った今、「4K・8K 推進のためのロードマップ/総務省」に描かれる 2020 年、2025 年の未

来ビジョンを目指し、ケーブル技術の技術進化、放送・通信高度化など、ケーブル事業を取り巻く環境は急速に変化しています。加入世帯数が日本総世帯数の約半数を占め、日本の放送・通信インフラの一翼を担うケーブルテレビの役割は今後、ますます重要となり、地域社会やユーザーニーズに応じたサービス、ソリューション、技術の高度化と多様化にケーブル業界が一体となって取り組む必要があります。

ケーブル技術ショー 2018 では従来の主要来場者層に加え、最先端ケーブル技術・ソリューションの新たな活用が期待される「地

～JAVCOM 会員 出展社～

伊藤忠ケーブルシステム(株)、共信コミュニケーションズ(株)、ソニービジネスソリューション(株)、(株)テクノハウス、(株)朋栄、リーダー電子(株)



会場入口付近に設けられたテーマ展示ゾーン

方自治体・病院・ホテル」等、地域の公的役割を果たす来場者層の誘致を強化します。さらに、未来社会における新しいユーザーニーズの発掘および新しいケーブル技術・ソリューションの発展に欠かせない最先端テクノロジー分野の来場者層の動員にも力を入れてまいります。

■開催セミナー■

主催者技術セミナー ①「新4K8K 衛星放送用 受信設備の施工等について」②「情報通信研究機構におけるIoT や地域情報サービスの実証～LPWA (Low Power Wide Area) テストベッドの取り組み～」③「米国における進化するケーブルアクセスネットワーク～技術、動向、エネルギーへの影響～」  
古河電気工業「ケーブルテレビの未来／Next One Service」  
シンクレイヤ ①「over10G を実現する次世代PON システムのご提案」②「高度BS 放

送 (4K /8K 放送) 対応の技術的課題とシンクレイヤの4K /8K 対応最新機器のご提案」  
ミハル通信 ①「新4K8K 衛星放送対応ヘッドエンド最新ソリューション」②「次世代型ブロードバンドシステム～最新FTTH ソリューション～」  
THK 「災害は忘れた頃にやってくる。」—地震対策に有効なTHK 免震技術—  
住友電気工業「住友電工の考える高度化CATV システム」  
トラフィック・シム「新しい放送(4K) と監視のあり方」  
BBIX ①「インターネットトラフィック 2018 年最新動向」②「今からはじめる インターネットオペレーション」  
パナソニック システムソリューションズ ジャパン「共創で目指す次世代放送・サービスソリューション」  
伊藤忠ケーブルシステム①「超高速時代に向

けての取り組み「10G/集合住宅対策」②「進化するインターネットサポートとAI活用事例」  
Harmonic Japan 「業界初！事例紹介 (クラウドブレイアウト、All-in-one 統計多重装置<愛媛CATV 様>)」  
VIAVI ソリューションズ/東京電機産業「次世代の品質保証 R-Phy / D3.1 を見据えたHFC とFTTH の監視とメンテナンス」  
共栄システム産業「PNM ツールによる障害予兆監視と現場での障害予兆箇所の発見@HFC」  
~~~~~  
【主催】(一社)日本 CATV 技術協会 / (一社)日本ケーブルテレビ連盟 / (一社)衛星放送協会 【後援】総務省 【特別協賛】(一社)日本ケーブルラボ / ケーブルテレビ無線利活用促進協議会 / (一社)日本コミュニティ放送協会 【協賛】情報通信月間推進協議会 【特別協力】NHK / (一社)日本民間放送連盟 / (一社)放送サービス高度化推進協会

\*\*\* 第3回 関西放送機器展 \*\*\*

2018年7月11日(水)・12日(木)の二日間、大阪南港 ATC ホール (大阪市住之江区南港北2-1-10)において、「関西の放送・映像・通信・コンテンツ制作関連に携わる方々を対象としたプロフェッショナル・業務用機器・関連サービスなどの総合展示会」として「第3回 関西放送機器展 Kansai Broadcasting Equipment Exhibition」が行われた。

また、基調講演「放送技術の最新動向」(総務省 情報流通行政局 放送技術課長 坂中靖志氏)、特別講演①「4K・8K 放送の最新技術動向～HDR /12 G-SDI/IP～」(リーダー電子(株) 技術開発部 坂本 圭弘氏)、特別講演②「放送・映像業界へのAI(Artificial Intelligence)の現実的な活用」(日本マイクロソフト(株) プリンシパル ソフトウェア デベロッパー エンジニア 島山 大有氏)が7月11日に行われ、また7月12日には特別講演①「Adobe Creative Cloud 最新情報～Adobe Sensei が変える映像制作～」(アドビ システムズ(株) マーケティング本部 Creative Cloud エンタープライズ部 マーケティングマネージャー 田中 玲子氏)、特別講演②「AI アナウンサー」によるラジオの再発明」(エフエム和歌山 クロスメディア局長 山口誠二氏)が行われたほか、6社によるセミナーが行われた。

なお、本年度第3回目の開催となった同展

は、初日の11日は晴れ、二日目の12日は曇りという天候ではあったものの、西日本地区の7月豪雨の直後における開催とあって、昨年来場者層を少々下回る来場者となってしまった。しかし、来年度以降は従来以上の来場者が望める開催内容であり、期待が持てる催しであった。

~~~~~  
【主催】 関西放送機器展実行委員会 (構成 : アジア太平洋トレードセンター、テレビ大阪、テレビ大阪エクスプロ)  
【後援】 総務省 近畿総合通信局、経済産業省 近畿経済産業局、大阪府、大阪市、IPDC フォーラム、(一社)衛星放送協会、NPO 法人 映像産業振興機構、(一社)映像情報メディア学会、(一社)カメラ映像機器工業会、関西映像プロダクション協会、関西舞台テレビテク&アート協同組合、全国舞台テレビ照明事業協同組合、(一社)全日本テレビ番組製作社連盟、(一財)デジタルコンテンツ協会、(一社)デジ

~JAVCOM 会員 出展社~  
(株)アスク、伊藤忠ケーブルシステム(株)、池上通信機(株)、共信コミュニケーションズ(株)、ソニービジネスソリューション(株)、(株)テクノハウス、(株)ビデオサービス、(株)フォトロン、(株)朋栄、三友(株)、リーダー電子(株)、ローランド(株)

タルメディア協会、(一財)電波技術協会、日本映画テレビ照明協会、協同組合 日本映画・テレビ編集協会、協同組合 日本映画・テレビ録音協会、日本映像機材レンタル協会、(一社)日本映像ソフト協会、(一社)日本オーディオ協会、(一社)日本ケーブルテレビ連盟、(一社)日本CATV 技術協会、(一社)日本動画協会、日本舞台音響事業協同組合、(一社)放送サービス高度化推進協会、マルチスクリーン型放送研究会  
出展社数 : 91 社  
来場者 : 3,022 人 (二日間合計)



大阪南港 ATCホール入口(左)と建物全景(右)

