

WATER ENTERTAINMENT

- ウォーター・エンタテインメント -



NOV. 2018

WATER ENTERTAINMENT

エンタメコンテンツへの需要が高まる社会潮流を背景に
国内に新たな総合エンタテインメントを創造する。

噴水やウォータースクリーンとレーザー・音楽・映像がシンクロする、息を呑むエンタテインメント。

従来型の“噴水ショー”とは一線を画す、五感を刺激する新たなエンタメは
ラスベガスやドバイの例を出すまでもなく、世界の人々に支持され続けるコンテンツです。

私たちは、未だ国内では根づいていない、総合エンタテインメントとしての“噴水”をプロデュースします。

海外の先進都市で“文化”として定着するウォーター・エンタテインメント。

“噴水”が持つ、感覚を刺激する要素に最新テクノロジーを融合させた“WATER ENTERTAINMENT”は、高級ホテルやリゾートの象徴として、様々なイベントなどの演出アイテムとして全世界の人々の心を捉える、体感するエンタテインメントとして安定的な支持を得ています。



世界最大のドバイ・ファウンテン (UAE)



マリーナベイ・サンズ 噴水ショー (シンガポール)



世界一有名な噴水 ベラージオホテル (米国)



ディズニー“World of Color” (米国)

求められる、国際競争力を持つエンタメコンテンツ。

政府の全面的な後押しを受け、2020年の訪日外国人4000万人達成に向けた様々な動きが加速する中国内においては、外国人観光客が気軽に楽しめるエンタメコンテンツが不足しており国際競争力を持つエンタメコンテンツが求められています。

“WATER ENTERTAINMENT”は 時代要請に応えるグローバルエンタテインメント

時代感を捉えた、日本固有の コンテンツとして展開

伝統文化から、クールジャパンコンテンツまで、様々な日本的要素を組み込んだ固有のエンタメとして展開。

日本ならではの技術力を活かした コンテンツとして展開

映像や照明・レーザー及び噴水の最先端技術とのメディアMIXにより、日本ならではの高い技術力をアピールできる展開。

海外のノウハウとネットワークを 活かした展開

“噴水”が文化として根づく、ドイツやフランスなど海外の先進企業とのグローバルネットワークを活かし、世界水準のエンタメを創造。



**国が後押しする取組みにリンクする事業であり、
全世界で継続的な人気と支持を得る“WATER ENTERTAINMENT”は
大きな潜在的な需要と市場を有する無限の可能性を秘めています。**

グローバルに総合的にプロデュースすることで 海外と比肩する世界品質のウォーター・エンタテインメントをご提供。

国内で“噴水”を総合エンタテインメントとしてプロデュースできるプロダクションは希少です。

私たちは、“WATER ENTERTAINMENT”を世界品質のエンタテインメントとして展開するためのスキームとネットワークを構築し、様々な分野のプロフェッショナルを活用した、効率的でクオリティの高い総合プロデュースをご提供します。

グローバルネットワークの活用

特に“噴水”の技術においては、ハード面で国内調達が不可能なものもあり、海外事業者の協力とノウハウが欠かせません。私たちは、ドイツやフランスなど先進ノウハウを持つ海外企業とのネットワークを有するため、世界基準のエンタメを提供可能です。

■ Produce Team

“WATER ENTERTAINMENT”を企画・総合プロデュースする、事業展開のコアとなるセクション。世界を視野に入れた戦略を策定。



■ Technical Team

噴水・映像・音響・照明・電飾イルミネーションなど、関連設備の設置・施工管理等を行う、国内外の技術エキスパートが集結。



■ Direction Team

アートディレクション・演出などを策定。様々なアーティスト・クリエイター・コンテンツなどとの積極的な連携、コラボを図る。



■ Sales Team

企業・自治体をはじめ、テーマパーク・リゾートホテル・美術館展レジャー施設など様々なカテゴリーでのセールス活動を展開。



WATER ENTERTAINMENT

“ウォーター・エンタテインメント”
展開・活用の考え方

【サービス提供形態】

イベント委託

各種イベントなどにおけるウォーター・エンタテインメントの企画・制作・運営まで、弊社ノウハウでトータルにプロデュース。

必要機材の貸出し

仮設・常設を問わず、噴水及びショーの制作に必要な機材と、設置・施工に係るスタッフを貸し出し。

必要機材の販売

特に常設の噴水を設置する場合の必要機材の販売と、設置・施工・運用に関するアドバイスをご提供。

様々な展開と効果が期待できるWATER ENTERTAINMENT

① 観光活性/地域活性を図る
オリジナルイベントとして開催

地域独自のエンタメを創造することにより、地域の観光や経済の活性化を実現。
“神戸ルミナリエ”のように、被災地復興のシンボリックコンテンツとしても効果的。

② 既存イベント等と組合わせた演出
による話題性・集客力の向上

コンサートや各種ショーなど、既存のコンテンツとWATER ENTERTAINMENTを組み合わせることで、よりインパクトの強いイベントとして打ち出し、話題性と集客力を劇的に向上。

③ シンボルとしての“噴水”の設置
や水の演出

商業施設や地域の公共施設などに噴水モニュメントを設置することで、多くの人々に癒やしを与えながら、施設のシンボルとして、さらなる集客とプレゼンスの向上を図る。



① 観光活性/地域活性を図るオリジナルイベントとして開催

自治体の観光コンテンツとして展開

自治体主催のイベントや観光コンテンツとして展開。地域に新たな「名物」を創造し、観光誘客や地域社会の魅力創造に貢献する。

企業イベント・地域の祭りとして展開

企業主催のイベントから地域のお祭りまで、様々なターゲットに発信可能。企業ブランディングや地域の活性化に貢献する。

復興のシンボルイベントとして展開

北海道胆振東部地震や西日本豪雨などの被災地での復興のシンボリックコンテンツとして展開。自治体や企業の主催により、復興支援に寄与。

【実施想定例】

大阪なんば・道頓堀での常設公演

■万博開催との相乗効果を図りながら大きな話題を創出！

万博開催の話題を追い風に、さらなる活性とインバウンド客の増加が予測される大阪の中心部、道頓堀でのWATER ENTERTAINMENTを定期的開催。

■“水都大阪”のシンボルとしての定着を図る

水運で栄えた「水の都」としての大阪を打ち出しながら、イベントの開催など様々な取り組みを行う大阪市の指針に合致するWATER ENTERTAINMENTは、大阪の新たなシンボルとなる可能性を持つ。



OSAKA-KANSAI/JAPAN
EXPO 2025



万博・オリンピックなどのメガイイベントで注目を集める“噴水”

近年の万博では必ず毎回噴水のモニュメントとショーが展開されている。



EXPO2015(ミラノ) EXPO2017(アスタナ) EXPO2010(上海)

企業PRイベントとしての開催

■企業ブランディングやプロモーションとして活用。

高い話題性を提供することでSNSでの拡散も期待でき、ブランディングやプロモーションに抜群の効果を発揮する。



震災復興コンテンツとしての展開

■復興支援で日本を元気に！

北海道胆振東部地震や西日本豪雨などの被災地における復興コンテンツとして開催。



震災復興イベントとして始まった「神戸ルミナリエ」は、20年以上の歴史を持つ。

地域イベントとしての開催

■企業ブランディングやプロモーションとして活用。

地域振興のための大型自治体イベントから、地域の商店会のお祭りまで、幅広い層にアプローチする展開が可能。



2018年、お台場でのウォータースクリーンショー「水辺を彩る江戸祭」

② 既存イベント等と組合わせた演出による話題性・集客力の向上

ライブエンタメでの演出活用

大型コンサートやフェス、ファッションショー等、様々なエンタテインメントショーでの演出に活用し、大きな話題とインパクトを創出する。

既存イベントでのコンテンツ活用

大型イベントのオープニングアクトとして、また、大小様々なイベントにおけるプログラムの一部としてフレキシブルに活用可能。

話題性あるPRコンテンツとして活用

映画や舞台芸術のプレミアム上映での活用など、大きな話題とパブリシティを創出するPRコンテンツとして展開。

【実施想定例】

コンサートやフェスでの演出活用

■テクノロジーを駆使した、サプライズあふれる演出

ライブコンサートや野外フェスなどライブエンタメのステージでの演出アイテムとして活用。



映画・舞台芸術などのPR活用

■大きなパブリシティを誘発する演出アイテム

映画や舞台芸術のプレミアムやPRイベントにおいて大きな話題とパブリシティを創出する。



ファッションショーなどでの演出活用

■各種ショーに新鮮な驚きを与える先鋭的な演出アイテム

ファッションショーなど、先進・先鋭のイメージを持つショーでの意外性ある演出に活用。



テーマパークなどでのコンテンツ展開

■エンタメコンテンツとしてテーマパークなどとのコラボを展開

テーマパークが持つコンテンツとコラボしながら、噴水ショーの他、ウォーターイルミネーションなどを展開。



③ シンボルとしての“噴水”の設置や水の演出

地域や公共施設のシンボルとして

地域の商店街や公園、美術館、博物館、などの公共施設におけるシンボルとして、噴水のモニュメントを展開。

企業ブランディングとして

企業のエントランスやショールームへの設置、また、出資による公共施設への設置などにより、企業価値を高めるブランディングツールとして活用。

ホテルや店舗のシンボルとして

施設のシンボルとして、大きな影響力を持ち、海外では一般的な、噴水オブジェやショーを取り入れる国内のホテルも増加傾向。

【実施想定例】

地域や公共施設のシンボルとして展開

■ 地域に活力とコミュニケーションの場を提供する噴水モニュメント

商店街の話題性と集客の向上や、地域住民同士のコミュニケーションの場として機能するモニュメントを設置する。



2018年4月完成。
「中町モール」の
噴水(山形県)

■ 美術館や博物館など文化施設での展開

施設の格調とブランド力を高める噴水のモニュメントを設置し、噴水ショーを定期的開催。施設のシンボルとして打ち出す。



埼玉県立近代美術館
「音楽噴水」



国立科学博物館
(東京)

企業ブランディングとしての展開

■ エントランスやショールームでの水の演出

企業の先進的でスタイリッシュなイメージを印象づける、噴水など水の演出を取り入れ、企業価値を高める。



噴水をくぐるエントランスが話題の「アップルストア・ミラノ」(2018年)

ホテルや店舗のシンボルとしての展開

■ シンボルモニュメントとして設置

施設の風格と話題性を高める噴水のモニュメントをシンボルとして展開。



水着で楽しむエンタテインメント・別府温泉「杉乃井ホテル」

■ 施設独自のエンタメショーの開催

利用客が楽しめる水を使ったエンタメショーを定期的開催。



「ザ・グランスイート」
噴水ショー

すでに多数の事業・プロジェクトに対するオファーをいただいています。

水辺の利活用による地域活性を実現するため官民連携による取組みが実施されている国交省の「かわまちづくり計画」(※1)など水のまちや川のまちの取組みを注視した事業を展開します。

※スタートから9年が経過し、支援対象として国土交通省に登録された地域は全国で191ヶ所にも上る(2018年3月時点)

実施実績

“Lake Town Fantasia2018”

～越谷市政60周年 イオンレイクタウン10周年企画～

2018年の市政60周年記念行事をきっかけとし、今後秋の越谷市を代表するイベントとして、今後10年間開催を予定。



設置計画 ※構想確認中

全国のテーマパーク、レジャー施設でのプロジェクトを進行中。

- ・東京サマーランド
- ・よみうりランド
- ・さがみ湖イルミオン
- ・さがみ湖リゾートプレジャーフォレスト
- ・よこはまコスモワールド
- ・東京ドームシティ
- ・八景島シーパラダイス
- ・ハウステンボス
- ・那須りんどう湖レイクビュー
- ・西武ゆうえんち
- ・ラグーナテンボス



プールを所有する関東の施設での計画

新規リゾートホテルや既存プール施設の有効利用を提案。

- ・大洗ホテル
- ・那須温泉 ホテルサンパレー那須
- ・草津温泉 ホテルヴィレッジ
- ・シェラトン・グランデ・トーキョーベイホテル
- ・大磯プリンスホテル
- ・きぬ川ホテル 三日月
- ・水上高原ホテル200
- ・ロイヤルホテル那須
- ・紀州鉄道軽井沢ホテル
- ・ホテルレイクサイドつくば
- ・北軽井沢ハイランドリゾートホテル など多数



設置計画 ※契約及び事業進行中

		2018	2019	2020	2021	2022
契約	越谷レイクタウン	11月仮設	〃	〃	〃	〃
依頼 (打合せ中)	埼玉 宮沢湖		常設			
依頼 (打合せ中)	50周年大阪万博記念公園			常設		
依頼 (打合せ中)	50周年大阪万博記念公園			仮設	〃	〃
依頼 (内容確認中) 夏に設置予定	CXお台場海浜公園		仮設			
依頼 (内容確認中) 秋に設置予定	21世紀森と広場		仮設			
依頼 (内容確認中) 5月に設置予定	逗子海岸花火大会		仮設	〃	〃	〃