詳しくはフエルサ ブルータ公式ホームページをご覧ください。http://fbw.jp

● 「AcroSign」及び、AcroSign図形は、パナソニック株式会社の商標です。※ サービス・製品改良などに伴い、仕様、外観などは、予告なく変更される場合があります。

パナソニックは、さまざまな用途やシーンにて映像ソリューションをご提供するため
業務用プロジェクター、業務用ディスプレイを豊富にラインアップしています。

業務用プロジェクター
http://panasonic.biz/cns/projector/

業務用ディスプレイ ［まかせなサイト］
http://panasonic.biz/cns/prodisplays/

パナソニック株式会社
コネクティッドソリューションズ社
〒571-8503　大阪府門真市松葉町2番15号

●製品の色は印刷物ですので実際の色と若干異なる場合があります。
●製品の仕様およびデザインは改善等のため予告なく変更する場合があります。
●実際の製品には、ご使用上の注意を表示しているものがあります。

このカタログの記載内容は2018年1月現在のものです。

CT-18JI01-FB

体験型エンターテインメント『フエルサ ブルータ』公演の会場をパナソニックが空間演出!

世界30カ国・60都市以上で、500万人以上の観客を魅了し、世界中を熱狂の渦に巻き込んだ体験型エンターテインメント『フエルサ ブルータ』が、日本にインスパイアされた最新作を2017年8月に世界に先駆け東京で初公開。

会場内の360度すべてを使ってパフォーマンスが行われ、パフォーマーたちは、重力に逆らって天井から舞い降り、壁を駆け、歌い、叫び、踊る。天から降りてくる透明で巨大なプールで美しい泳ぎを魅せ、観客は手を伸ばす。音、光、風、水、映像や特別な舞台装置を駆使した、超現実の世界が目の前で展開されました。

FUERZA BRUTA Panasonic presents WA!! Wonder Japan Experience

パナソニックは五感で感じるエンターテインメント『フエルサ ブルータ』に特別協賛/技術協力/出資し、デジタルサイネージの新ブランド「AcroSign®(アクロサイン)」を使って、会場のエントランスやロビーの空間演出も担当。様々な映像装置に照明、音響、画像解析技術などを組み合わせ、従来のエンタメ・プロダクションにはない、パナソニックならではの空間演出ソリューションを提供しました。

異なる映像とハードの組み合わせ
- プロジェクターと液晶ディスプレイが連動した演出効果
- メーカーならではのハードの斬新な使い方

映像・音響・照明・建築の融合
- 「画」ではなく立体的な映像投写
- 音響・照明・建築素材との相乗効果

人と関わる技術
- センサー技術や画像解析によるインタラクティブ性
- 購買・誘導・情報拡散を促す

Panasonic

最新技術を組み合わせた
サイネージシステムを活用し、
エントランスやロビーの
空間演出をサポート。
幻想的な世界へといざないます。

① マルチサイネージ

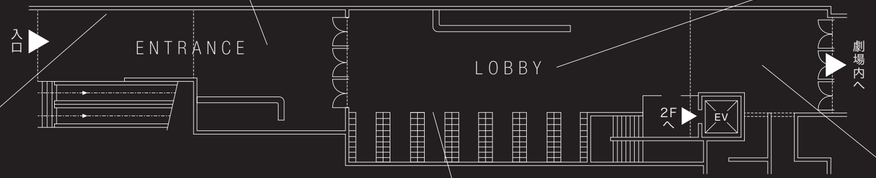
駅や空港の時刻表など複雑な情報送出プログラムにも使われるソフトウェアAcroSign®(アクロサイン)を活用。公演案内など様々な情報を届けます。

●液晶ディスプレイ　55v 型 (TH-55LFV60) x 8 台

② ゲートサイネージ

世界的なデザインの祭典「ミラノ・サローネ」で一般投票部門グランプリを受賞した「KUKANサイネージ」を既築施設向けにアレンジ。来場者が足を踏み入れると演出がはじまるなど、開場前の期待を高めます。

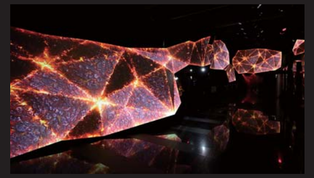
●ゲート：上段　液晶ディスプレイ　55v 型 (TH-55LFV60) x 8 台、
　　左右柱　液晶ディスプレイ　42v 型 (TH-42LF80) x 12 台
●通路　：液晶ディスプレイ　42v 型 (TH-42LF80) x 14 台
●スピーカー：RAMSA (WS-M10) x 6 台

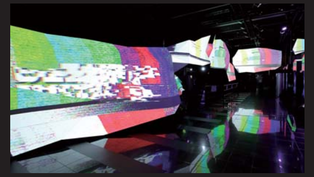


③ インタラクティブサイネージ

ドリンクやオリジナルグッズが買えるロビーに、空間全体が連動する圧倒的な映像＆広告表現を展開。カメラで来場者の位置を検知することで、単に美しいだけではない、人に作用するインタラクティブなサイネージを体験できます。

●岩型サイネージ：
DLP プロジェクター　(PT-RZ12K) x 5 台、
DLP プロジェクター　(PT-RZ970) x 1 台





魚眼カメラが混雑状況を検知することで、カウンター前に人があまりいないときにはッグッズの購入を促すコンテンツに切り替わる。

●スピーカー：RAMSA (WS-M10) x 15 台
●魚眼カメラ探知機

ディスプレイの全面にハーフミラーを設置。ベゼルが目立たず、ショーケースのようなクリアで目を引く映像表示を実現。

●グッズ販売カウンター：
液晶ディスプレイ　55v 型 (TH-55LFE8) x 3 台、
液晶ディスプレイ　55v 型 (TH-55LFV60) x 2 台

④ ロッカーサイネージ

岩にマッピングされたコンテンツと連動した映像や、グッズ販売コーナーで販売している商品のCMを放映。顔認証機能も搭載し、人がモニターに近づくと、イラストなどの映像がオーバーレイで顔に表示され、来場者を楽しませます。

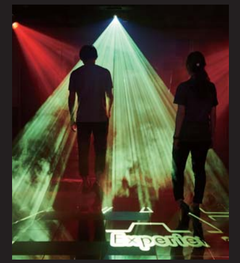
●液晶ディスプレイ　55v 型 (TH-55LFE8) x 6 台

公演後に来場者がロッカーに戻ってくると、公演前に撮影した自分の顔写真がサイネージディスプレイに表示されている。

⑤ スモークサイネージ

劇場に入る手前のスモークを焚いた空間に、プロジェクターで床面にマッピング映像を投写。黒い床に文字や映像が浮かび上がり、幻想的なイメージを演出。
(公演開始前15分間のみ実施)

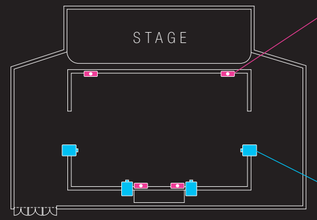
●DLP プロジェクター　(PT-RZ670) x 1 台



劇場内では、ダイナミックな音楽や
アクションに合わせた
プロジェクションでショーを演出！

劇場内設置箇所

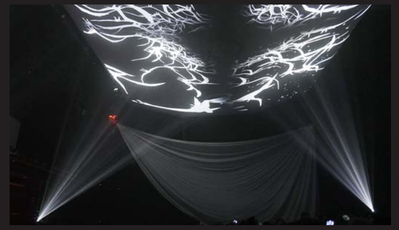
●DLP プロジェクター (PT-RZ970) x 8 台

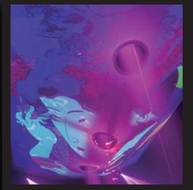


天井部スクリーンへ上方向投写

ステージ左右と後方左右に設置された合計4台のプロジェクターから、天井部のスクリーンへ上向き投写。イマジネーションを喚起する美しい映像を圧倒的な迫力で映し出します。

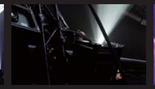
●ステージ左右に1台ずつ
●後方左右 1 台ずつ　　計 4 台



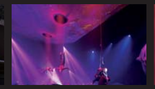


プロジェクターで投写されたスクリーンから人が降りてくる演出。

プロジェクターの演出。



劇場後方からの投写。

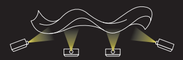


プロジェクターの演出。

ステージ横からの投写。

布状スクリーンへ横方向投写

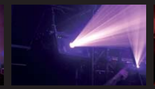
ゆらめく布状のスクリーンに向かって、中央部左右と後方左右に設置された合計4台のプロジェクターから横方向に映像を投写。あっと驚くような演出とともに、臨場感あふれる体験をもたらしました。



●センター左右に1台ずつ
●後方左右 1 台ずつ　　計 4 台

観客の上に降りてきたシートが上がり、プロジェクターで投写。

プロジェクターの演出。



劇場後方からの投写。

プロジェクターの演出。

劇場センターからの投写。

多彩な映像テクノロジーの組み合わせで体験型エンターテインメントの新たな価値を創造

優れた人材と技術力の高さを実感

2017年8月より品川プリンスホテル・ステラボールにて、世界30カ国・60都市以上で500万人以上を熱狂させてきたアルゼンチン・ブエノスアイレス発のパフォーマンス集団「フエルサ ブルータ」による、和をテーマにしたFUERZA BRUTA「Panasonic presents WA! Wonder Japan Experience」の世界初公演が行われました。今回パナソニックは出資企業としても名を連ね、プロジェクトチームの一員として参画。ショーにおける映像表現はもちろん、エントランスゲートから劇場内へとつながる動線の演出プランの具現化でも、全面的なテクニカルサポートを担当しました。フエルサ ブルータを招き、本公演の総合プロデュースを手掛ける株式会社アミューズ・アミューズ総合研究所の主席研究員辰巳清様曰く「エンターテインメントに対する想像力と、イメージをそのままカタチにできる技術力。ここまで共にプロジェクトを進めてきた実感として、パナソニックは非常にクリエイティブな企業だなと、あらためて感じさせられています」。

創造を増幅するプロダクトの力

劇場内には、レーザー光源プロジェクター PT-RZ970JBが8台採用されており、本公演のダイナミックな演出のひとつである、頭上に張り巡らされた“揺れ動く”スクリーンへのプロジェクションに使用されています。「当初、芸術監督のディキ・ジェイムズ氏はランプ光源の20000 lmクラスのDLP®プロジェクターを想定していたようですが、私たちは、十分な明るさを備え、ショーライブにおける素早いスイッチングに長けたレーザー光源の10000 lmクラスのものをおすすめしたんです。演出プランからしても、PT-RZ970JBが360度全方位に投写可能で、設置自由度が高いことも適していると考えていました」。実際にPT-RZ970JBで投写した映像を見たところ「ディキ・ジェイムズ氏にとって、その明るさ・鮮明さは想像以上だったようで、すぐに採用機器に決まりました。その後、彼は準備していた映像素材の多くをPT-RZ970JBでの投写に耐え得るものへと作り直していきました。機器のクオリティをオーバースペックと判断せず、むしろ演出をグレードアップさせるための創造の起点になるものと捉えたようです」。

テクノロジーで感情を動かす

エントランスゲートはショーのテーマである、和のモチーフの鳥居や滝を立体的に配置した20台のディスプレイで構成。床面LEDビジョンとの組み合わせにより演目の世界観を表現しています。「企画サイドのアイデアを、予想を上回るクオリティで表現してもらえ驚きました。お客様にも、通りかかった人にもインパクトを与えられるエントランスになっていると思いますね」。その先の動線となるロビーでは、凹凸のある壁面全体へのプロジェクションとサイネージが連動した迫力ある演出をはじめ、全方位撮影が可能なネットワークカメラにより、人の滞在状況を捉えたうえで表示内容の切り替えを行うなど、いくつもの技術をタイムリーに展開することで、来場者を“促す”仕組みを作り出しています。「単なる待機スペース、グッズ販売スペースではなく、ひとつのエンターテインメント空間として“共存”させながら、ショーへの高揚感を上手く醸成できるのは、パナソニック社が培ってこられたテクノロジーのなせる技ですよね。ここは興行面でも重要なパート。とても効果的なスペースになっていると思います」。

エンターテインメントを拡張する存在として

「SNS上での反響をはじめ、本公演はおかげさまで大好評をいただいております。今後、ショーやライブを始めとするエンターテインメントビジネスにおいて、演目上はもちろん、多くの場面でテクノロジーとの融合は不可欠なものになっていくと思います。パナソニック社には、今回のパートナーシップを機会に、これからもさまざまなプロジェクトで協働させていただければと考えています」。

株式会社アミューズ
アミューズ総合研究所 主席研究員　**辰巳 清** 様