
展示会における「ディレクター」職能の考察

Consideration of the "director" function in a show

JEPC イベント総合研究所研究員・アトリエかたくりこ 北原 隆
Jepc Event general laboratory Senior researcher Takashi Kitahara

I. はじめに

この論文は、展示会というイベントのジャンルの中での「ディレクター」という職能についての考察である。

II. 研究の背景

これまでの仕事の流れの中で、現場に立ち合っているいわゆる監理者というものが、ただ現場にいるだけの文字通り「立ち合い」になっていて「ディレクター」としてうまく機能していないケースが数多く見られた。

私の周囲の人間も含め、現場のほとんどの関係者が監理者とはそういうものだと思っていたのであるが、本来そうあるべきでないのはあきらかである。

III. 研究の目的

展示会という特殊な現場環境において、「ディレクター」は何を見、何を行なうべきなのかを明らかにする。

IV. 研究の方法

1. 序説

私が展示会の現場で日々行なっている「ディレクター」という業務の内容を検証することによってその職務を分析していく。

2. 「ディレクター」とは

マーケティングの立場から出展を考える、仕事を作り出す＝プロデュースするのがプロデューサー、制作的な立場からブースを考え、現場を仕切

る＝ディレクションするのがディレクターということになる。バブル時期よく見かけたのが、代理店等のディレクターが現場立ち合いって事で現場に入っているけど、言葉通り立ち会っているだけで何もしないって人。この人は何のためにここにいるんだろうってずっと思いながら私は仕事をしていた。

クライアントから言われた指示を、施工元請会社の営業担当者呼んで、そのまんま伝える。その営業担当者は施工チームの担当者呼んでまたそのまんま伝えるという、ただの伝言ゲームのような状態が続いていました。そして伝言ゲームでも起きる言葉のすれ違いが起こっていた。

ゲームならそこが笑いのポイントになるのだが、現場では笑えない事態になる。

みんながそういう物だって思っていたからそうになっていたって事もあったのだろうが、現場の事、施工の事を何も知らないから、指示を出そうにも出せないし、専門用語や手法をその内容を理解していない人が間に入ってそのまま伝言して行くので変な事になってしまい、結局出した指示がトンチンカンで誰も相手にしなくなるって事もあったんだろうと今では思う。

3. プロデューサーとディレクター

以前展示会の現場で、プロデューサーとディレクターの職能の違いを感じるこんな経験をした。

現場二日目の夜、翌日のオープンに向けて最終展示作業をしているとクライアントが怒鳴り込んできた。展示物のタイトルロゴが違うというのである。よく聞くと、使われているのは古い方のタイトルロゴだと言うのである。本来ロゴが違

うなんて事は許されない。早速私の周りに施工チームのメンバーが集まった。「夜遅くでも動いてくれる出力屋さんを押さえられる」「会場の他のブースに知り合いの経師屋さんがある」「他のブースの高所作業車を借りられる」等々、みんな嬉々として動いているのが不思議な感じであった。

データをどこに送ってもらって、誰がレイアウトデータを修正して、どこで出力し、誰が引き取り、どうやってそれを現場で差し替える作業をするか…とにかく翌朝までに間に合わせるための手順が、みるみる組み上がった。後はGOサインという段になって現場に来ていたプロデューサーから一度ストップがかかった。実は彼は私らが施工の立場で段取りを組んでいる間、全く別の視点で全く別の動きをしていたのである。

会社に届いていた全てのデータを確認させ、制作の途中でいろいろ変更されたタイトルロゴのデータの中で、今施工されている物が会社として受け取っている最新の物で、クライアントが言っている最新のデータは届いていなかったという事を確認していたのである。

クライアント側のデザイナーにも確認が取れ、現場に来ている営業の人に連絡も入れてもらった。「明日の朝までに修正する事は可能ですが、イレギュラーな作業なのでだいぶ追加料金がかかりますがいかがでしょう？」

普段は仕事上、敵対する事が多い『ディレクター&現場制作』チームと『プロデューサー&営業』チームだが、さすがにこの時はお互いの職能を認め合った。

4. 展示会現場の特殊性

展示会の現場はちょっと特殊である。1日2日で作って翌日すぐ開場、数日間ですべて終わり、最終日の夕方から夜までにバラす。

同じ会場にたくさんの会社団体が出展する。という事は、同じ現場にたくさんの施工チームが入っているという事である。そして、クライアントや施工チームが別でも、現場作業や職人やオペレーターは同じという事もある。

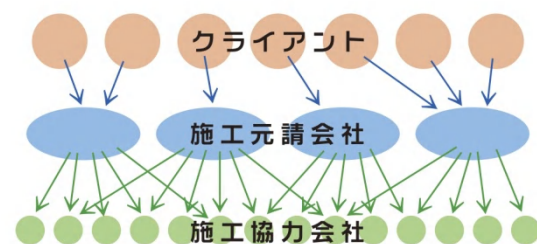
同じタイミングで搬入、施工、展示作業をする。そして当然引き渡しも同時。こんな環境の現場は他にはない。店舗の現場の場合だと、引き渡し後の商品搬入や展示、店員教育の期間に残工事で入るとか、ペナルティーはあるもののオープン後に差し替えないという事も可能だが、展示会の場合そんな事言っていたら、イベント自体が終了してしまう。そのためなんとしてもオープンさせる。そのためには、現場にいるメンバーでなんとかしなくてはならない。

施工チーム内で自分は電気屋だからとか自分はサイン屋だからといって他の作業を手伝わずに済ませる事は出来ない。たくさんの人手が必要な作業は皆でやる。手が空いている人は他の作業のサポートにまわる。そんな現場になる。

さらには、ブースの垣根を越えて助け合う。そんな関係が展示会の現場にはある。

自分のブースの進行に問題がなければ、快く自分の施工チームのメンバーを送り出してやる。これもディレクターの仕事である。そしていつかは自分も助けてもらうときが来るかもしれない。

こんな関係が成り立つ現場。これが私が展示会の現場から離れられない大きな理由になっているのは確かである。



5. 展示会現場での「ディレクター」

(1) 施工初日の朝

私は現場の初日に開場前に搬入口シャッター前にスタンバイしていて、開場と同時に一番乗りするのが好きである。

開場すぐのまだ何もない展示会場を見渡していると、これから始まる現場を思っただにわくわくする。ここにトラックやクレーンが入って、た

くさんの施工チームが作業して、いろんな形のブースが立ち上がり、開場してお客さんが入り、イベントが終了し、あっという間にバラシが終わり、またサラの展示会場に戻る。

そしてその何も無くなった会場を背に出て行く。初めて展示会の現場に入った時、そんな現場に感動したものである。そんな現場に行き始めた頃の感動をずっと味わいたくて、やはり現場に一番乗りしてしまうのだと思う。

(2) まず確認すべきこと

搬入口が開いて、さっそく仕開始である。まずは施工を始める前にブースの位置とサイズを確認する。

ブースの場所が間違っていることはまずないが、サイズに関しては（出展社側の勘違いも含めて）図面と違っていることがたまにある。

後は分電盤の位置。これは提出書類の上下の勘違い等で位置が違っている場合がある。

そしてピットとブースの位置関係。慣れた会場なら事前にピット図等で確認しておいて施工図を書くのであるが、確認がとれていない場合はこのタイミングで確認する必要がある。

ピットの位置によっては、予定通りアンカーが打てなかったり、分電盤まで太いケーブルがブース床面を這うことになる。また、いい場所にピットがあればそのピットを上手く活用して配線を仕込むことも出来る。これらを確認して、施工図を直したり、施工チームに指示を出したりする。

これらの作業はここでやっってしまうないと（つまり施工が始まってしまうと）どうにもならなくなる場合がある。

(3) 現場にいる理由

さて、よくある質問に「それでデザイナーがやらなきゃいけないの？」とか「デザイナーの仕事なの？」っていうのががあるが、図面の変更が必要なのでこれはデザイナーがディレクターとして行なうべきである。

よく出来上がってから現場に来て「図面と違う」

とか「ここを直せ」とか文句を言うデザイナーがいるが、私はそういう人をプロとは認めていない。

私がなぜ現場にいるのか、それは直せるタイミングで指示を出すため、現場が迷っている時に決めるためである。

現場を効率よくスムーズにかつ楽しく進める。そのために文句も言うし、決断もする。前回は述べたがそれがディレクターの仕事である。

(4) 会場を回る

さてスタート前の確認作業が無事終わり、指示だしも終わったタイミングで私がするのは、会場を一周する事である。

今回の会場の事務局の場所や、会場施工&電気工事部隊が机を広げている場所（相談所）やリース屋さんやレンタルグリーン屋さんが出店を広げている場所を確認することも大切だが、それと同じくらい大切なのが、他のブースに入っている施工チームの確認である。

どこのブースに顔見知りの施工屋さん、電気屋さん、大工さん、経師屋さん、照明屋さん、音響屋さん、映像屋さん、美術屋さん等々がいるのか確認して、挨拶して自分が入っているブースを伝えておく。実は、これが後でとても役に立つことになるのである。

同じ理由で、搬入口や駐車場をまわって、停まっているワゴンやトラックに書かれた会社名や、そこに置かれた搬入車両証から現場に入っている施工チームを確認したりもする。

(5) 現場は場数

私は「現場は場数」だと思っている。

トラブルに強いディレクターはいろいろな現場でさまざまなトラブルを体験してきているの。現場で若手の人を見ていて思った事がある。彼らはそのトラブルを『どうやって』乗り越えようか考えている。でも場数を踏んだディレクター達は違っている。そのトラブルを『どの方法で』乗り越えようか考えているのである。

過去に体験した様々な事例をパターン化してど

のやり方が最も当てはまるかを瞬時に判断しているのである。

だからだと思うが、普段自分の現場ではないときでも、目にしたよそのブースのトラブルが気になる。

原因を分析して自分の現場の役に立てるために考える癖がついてしまっている。そうやって自分の引き出しを増やしていく。

変な話だが、現場に出ていると感心するのは、未だに初めて出くわすパターンのトラブルがあるということである。

本当に現場は奥が深いものである。だから楽しいとも言えるのだと私は思う。

(6) 『手待ち』を少なくする

実は現場においてデザイナーはまったく偉くはない。先生なんて言われてうれしくなっている様じゃまだまだである。現場で偉いのは当然物を作る人たちである。だから大きな問題や変更がない限り、また物の搬入時のチェックや仕上がりの確認がない限り、現場がいかに効率よくまわるかを考えるのが、デザイナーのディレクターとしての仕事になる。

一般に現場において、前のチームの仕事が片付かなかつたり、道具や作業条件が整わないことで次のチームが作業に取りかかれずにただ待っている状態のことを『手待ち（てまち）』と言う。

オープンまでの限られた時間で施工を行なう展示会現場において、この『手待ち』という状態は最も避けたい事態である。

ですからこの手待ちがなるべく少なくなるように作業手順を考え、工程を組むことが重要である。

ただ、現場は常に流動的に変化して行くので、その場その場で適宜判断して指示を出して行くことが必要となるのである。

そんな監督的な事をやりながら、次の作業を先回りして考え、人の動きを読んで、搬入物の置き場所を決めたり、物を動かしておいたりゴミをかたづけたりする。そんな裏方雑用係を率先してやる事が出来なくてはならない。

だから順調な現場で僕がやっている仕事の大半は、掃除と荷物の整理整頓かもしれない。

でも結局はこれが一番大切である。作業の度に荷物を動かしたり、物を探したり、ゴミをかき分けたり。そんなことを物を作る人たちにやらせるのは時間のむだである。そんなことは物を作れない人（＝デザイナー&ディレクター）が監理の合間にやればいいのである。その方が絶対効率がいいとは思いませんか？

(7) 現場での指示系統

本来現場において指示系統は絶対で、クライアントやプロデューサーといえども、現場の職人さんに直接指示を出す事は出来ない。

通常はディレクターから施工屋さんの現場監督もしくは棟梁などに依頼して、職人さんに指示を出してもらう事になる。ましてや職人さんの仕事に手を出すなんて事は許されない。

これは何かトラブルが発生した場合に責任を取るの施工屋さんの現場監督もしくは棟梁になるからである。

怒られるのは職人さんである。簡単な作業だからといって作業に手を出して、あげくの果てに失敗し結局職人さんがそれをやり直すなんてことがあってはならないことである。こういったことは余計な費用を発生させるだけでなく現場の作業効率を悪くさせてしまうのである。

(8) 現場マニアが現場を救う

現場に入っていて仕事を見ていると自分でもやってみたくなる。私は現場マニアである。で、どこかで必要になるかも知れないからという理由を言い訳にして、棟梁や職人さんに聞いて教えてもらうってことが増えていった。

現場の片隅で残材や廃材を使って実際にやってみたりしているうちにどんどん楽しくなって、どんどんのめり込んでいく。しかも道具マニアでもあるので、現場で見て、まねしてプロ用の道具を買ってみたり。買うと使いたくなるので、自分の家の日曜大工で試してみたり。それで上手くいっ

たり、同じにやってもどうにも上手く行かなかったり。そのことを現場で話してまた教えてもらったりするようになった。

そうこうしているうちに、コツがつかめたり、何が難しいのか解って来たりしていった。

一応やったことがあるとか、道具の使い方を知っているとか、自分では出来なくても手法を知っているということは、打ち合わせの席や、現場での指示にとっても役立つ。職人さんはデザイナーをたててくれるが、「こいつ何も知らないな」と思うと心の底で馬鹿にする。これは職人さんに限ったことでもない。ものを知らない人の指示ほど怖いものはない。

そんなことを繰り返していた結果、自分の現場でのトラブルで他に頼める人がいなくて、急ぎよ自分でやらなきゃならないことになった時に、なんとか出来るようになっていた。

もちろんプロには敵わないが下手な見習いよりは良い仕事をすると知っている。

(9) 現場での関係

どんな現場であれ大工さんや職人さんとつきあっていて楽しいのは、仲良くなればなるほど技を見せてくれるということである。

何か問題があった時、私の「こうしたらなんとかなりませんか？」という意見に、「そうだね、でもこういうやり方もできるんだよ」とさらに上級テクニックを披露してくれたり、クライアントの要望に僕が渋々OKを出したときとかに「それでもいいけど北原君はそれじゃいやでしょ」と面倒な仕上げや作業をしてくれたり、無理な事を頼んだ時に「北原君の頼みだからなあ」と引き受けてくれたりする。そんな関係が生まれる。

そんな関係を続けているうちに、この人の現場はこういう物なんだってみんなが解って来て、他の人の担当の仕事でも手伝ったり、私がやる作業を認めてくれるようになっていたり、職人さんと直接やり取りが出来るようになっていったりしていった。

(10) 毎日現場に行くということ

そんな事もあって、ますます現場が好きになり、気がつくと、デザイナー&設計者&現場ディレクターとして、毎日現場に行くというのがあたりまえになっていた。

展示会の現場は長くてもせいぜい3日程度だが、店舗や住宅の改装などの現場はもっと長くてうれしくなってしまう。クライアントさんから「で、北原さんはいつ現場に来てくれますか？」って聞かれて、「逆に僕は毎日いますからいつでもどうぞ」って答えたら驚かれた。どうも世間の設計者の人はそんなに現場に行かないようである。

余談だが、先日住宅の現場で施工前の打ち合わせで棟梁に「現場期間中に来られない日ってありますか？」って聞いたら「この日とこの日と…」みたいなことを言うので、「なにそんなに来ないの？」って言ったら、「でもどうせ北原君は毎日現場に来てるでしょ、それならこの日は私は工場を仕切っていた方が効率も仕上がりもいいし、どうせうちの職人はみんな知ってるでしょ、直接指示出してすすめてよ。」と言われた。この時は初めて心の中で『勝った!!』って叫んだ。

(11) 初日に立ち会う

無事に現場が終わり、引き渡しを終了しても仕事は終わりではない。展示会において初日に立ち会うということは、営業活動の一環という事以上に意味がある。

ある程度出展慣れしている出展社でも展示会初日に展示物が追加されるとか差し替えになるということがけっこうよくある。まだ商品化されていない研究試作段階の物を発表しようとする場合、展示物はギリギリまで進化しているのである。

直前まで各所の調整が済んでおらずデータが差し替えになったり、追加になったり、直前になって展示を取りやめになるケースもある。その場合、開場前のわずかな時間内での調整が必要になる。

出展社の担当者と相談し対応を検討し、開場までに間に合わせられるのがどの部分で初日中に対応できるのがどの部分か判断出来るのは展示会の

現場に慣れたディレクターということになる。

打ち合わせの結果によってレンタル備品の追加やシステム変更や出力などの手配を行ない、場合によっては電気工事や展示などの作業をその場で行なう。たとえ職人さんがいなくてもある程度対応出来る資格と経験がここでも生かされるわけである。そのため、初日立ち合いをする場合開場にあわせて現場に入るのではなく、関係者入場開始時間に入る。出展社の人がある前にブースに行って展示物を確認して待つ。当然、ある程度の作業ができるだけの道具は持って入る。

以前、エンターテインメント系の展示会で、一緒に組んだ施工屋さんの担当者に「会期中は来るの」って尋ねたら「チケットもらえたら子供と来ますよ」なんて答えが返ってきてがっかりしたことがあるが、これは論外である。もちろん私はそんなことをきいたのではない。

朝一で開場入りするメリットは他にもある。それはブースの写真をきれいに撮れるということである。施工最終日には残業しているブースもあり、通路にはゴミがあったり道具があったりしてきれいに撮れない。展示会が始まると今度は通路やブースの床が汚れたり展示物が動いたりしてしまう。初日の朝は会場内の全体清掃も終わり、メイン通路のパンチカーペットも敷きたてで美しく、しかも会場の照明は作業時と違い本番セッティングになっている。

その上、会場内に人も少ないので、カメラを構えてタイミングをうかがってれば、人の姿を入れずにブースの写真だけを美しく撮ることができる。ブースの写真をしっかり撮っておくということは、終われば壊してしまう展示会の仕事においては重要な記録となる。

以前、駆け出しの新人に展示会に行ってブースの写真を撮って来てと頼んだら、コンパニオンと並んで記念写真を撮ってきた強者がいたが、これも論外である。

無事に開場した後は、知り合いのチームのブースを中心に展示を見てまわり、情報収集をする。

(12) 会期中

会期中は運営に絡んでいない場合基本的には待機である。

会期中に展示物が増えたり変更になったりする場合もあるので、その時に動けるようにしておく。運営に絡んでいる場合で、バックヤードがしっかりとってある場合は、運営スタッフやオペレーターさんに差し入れを持って挨拶に行き現場の状況を確認したりする。

(13) 撤去をとり仕切る

さて、展示会の現場で必ずあるのが撤去作業である。施工の時と違って全てのブースが同時にスタートするので、当然場内&搬入口周りともに大混雑する。

搬出車両の進入は順番待ちになる。撤去時間に合わせて現場入りし、車を入れてから道具をおろして作業なんて段取りを組んでいるといつまでたっても現場がはじまらない。

そこで撤去日当日はなるべく早めに車両待機所に車を入れてしまい整理券を入手、そして待機、撤去時間に合わせて手運びで道具を現場にいれ、まず現場をスタート。

トラックが進入してくるまでに撤去&解体を進めていおき、入ってきた車に積んでさっさと退館というのを目指す。

小さなブースの場合、そもそも現場に車で行かないということも考える。実は脚立や台車は有料だが会場で借りることも出来る。展示会に必ず出店を構えているリース会社に事前に申し込んでおき、撤去時に借りる手配をしておく。また会場には必ず宅配便屋さんも出店を構えているし、そこで梱包資材も入手出来る。

車両を場内に進入させる場合、注意したいのはその順番である。早い者勝ちだから早く入れろということではない。

展示会には大きなブース小さなブースがあり、奥にあるブース、搬入口近くにあるブースがある。また車両には大型から軽までさまざまなサイズがあり、積み込みに時間がかかる車かからない車が

ある。そして難しいのはそのそれぞれに因果関係が無いということである。

つまり大型だから時間がかかるだろうとか、大きなブースの車だろうとか、軽だから積み込みに時間がかからないだろうとかいうことは関係なく、見た目ではまったくわからないということである。

このことを考え、どのタイミングで車を入れればブースどうしスムーズに搬出作業ができるのか、調整するのもディレクターの役目である。

実際、搬入口にいる警備員や事務局スタッフもこのあたりはあまり把握していない。直接現場のディレクターどうし、もしくはトラックの運転手さんと話しをして車を入れるタイミングを計る。

慣れないブースはこの誘導ができないので、まごまごしている間にどんどん先を越されてしまうのである。

(14) 電気回路を落とす

撤去開始時に注意しておきたいのは、ブースをバラし始める前に展示物を確実に撤去するということが、それ以上に大切なのは電気回路を落とすタイミングである。

パソコンでデータ作業中に電源を落としては問題になるし、レンタル備品のDVDデッキなどからDVDを抜いておかないと電源が落ちると取出せなくなる。また一部の照明器具やプロジェクターなどは消灯後にファンを回して灯体等を冷却している場合もある。

だからといってずっと電気を使えるかというところでもなく、撤去時間に入ってしばらくすると会場側で電気の供給を切ってしまう。もちろん電源を落とさないでブースをバラすのは危険だし、バラす側からすれば早く電源を落してしまいたい訳である。LED等をのぞいて展示で使用している照明器具は一日つけっ放しでそうとう熱くなっている。展示物を撤去している間に消灯して冷やしておきたいということもある。そのためこの電気回路を落とすタイミングを把握しておくことが重要となる。

それでも落とす時は「電源落としまーす！」と

声をかけることを忘れてはいけない。

施工の時もそうだが、会場側がブースに電気を供給していない時は、会場の壁面の回路から作業用電気を引いてくることができる。

(15) 撤去、そしてまた

展示会の撤去はあっという間である。撤去はほとんどの展示会で最終日の夕方から夜ということになっていて、慣れない出展社は心配したりするが、大丈夫、夕方まで開催されていた展示会会場がその日の夜には更地に戻る。

そしてまた、次の現場がはじまるのである。

V. 研究の結果

1. チームプレイの重要さ

展示会の現場は限りある時間の中で、限られたメンバーで仕事をするようになる。だから自分の仕事だけやっていけばいいという訳にはいかない。

私の現場では、みんなでやった方がいい仕事はそこにいる全員でやるというのが基本である。

それは、なにか大きな物を動かすとか、設置するとか、何かをおさえるとかいう場合が多いのだが、そんな時は大工さんでも電気屋さんでも協力してもらおう。結果その方がお互いの手待ちが少なくて済むのである。

現場によっては、プロデューサーやたまたま立ち会ったクライアントさんに手伝ってもらおうこともある。

このことのポイントは、時間を節約するというよりも、お互いに会話が生まれ知り合いになれるというところにある。

自分が現場マニアだからなのかもしれないが、せつかく現場で一緒になったメンバー同士で知り合いになって欲しいし、お互いの仕事にふれて、お互いの仕事を知って欲しいのである。

そうする事で、自分の担当の仕事だけじゃなくて、全体の流れを知り、何が難しいとか、次のチームが何をするために何の仕事が終わるのを待っているのかとかを知ることが出来き、それによってさらに現場が楽しくなると思うのである。

住宅や店舗の仕事と違って展示会の現場はその日一日かせいぜい二日である。なにも自分の仕事だけしてさっさと帰らなくても思うのである。

もちろん中には自分の仕事以外やりませんという人もいるが、そういう人は私の現場では次から誘いませんし、自然と来なくなる。

2. 良いディレクターとは

クライアントからの指示を吟味して反論する物は反論し、提案する物は提案し、施工チームに指示する物は指示する。

施工チームからの相談も吟味して反論する物は反論し、提案する物は提案し、クライアントに要望する物は要望する。

これが出来ないならディレクターが存在する意味がないと私は思っている。私が目指すのは、そういうディレクターである。

そしてこのためにディレクターは設計を知り、現場を知り、施工を知らなくてはならないのである。

現場に良いディレクターがいて、それがシステムとして正しく機能すれば現場は効率よくまわり、その結果として同じコストで良いブースができるのだと思う。

VI. 考 察

展示会現場において良いディレクターが生まれない背景には、この短期間で回転して行く現場の状況があり、詳細な記録が残りにくく、経験が伝承されにくい環境もその一因だと考える。

展示会の現場はますますその規模とコストとサイクルが重視されて行く傾向にあり、この環境は変わらないと考えられる。そんな中で良い「ディレクター」はますますその重要さを増していくでしょう。

そうであるからこそ、これからは会社や所属や立場を越えた現場関係者間の情報交換の場の構築が必要であると考えます。

もちろん個々の場数と現場の勘は重要だが、それを共有する仕組みがあれば更にそれが生きると

考える。

VII. 今後の課題

1. ディレクターを育てる

今、専門学校で展示会やイベント専攻の講義をしている。これから展示会業界にもたくさん人を送り込んで行きたいと思っている。

私が考えているこれまで書いたようなディレクターを育てることに興味を持っている。それと同時に、展示会の現場の特殊性とその楽しさを幅広く伝えて行ければと思っている。

2. 出展者をサポート

展示会を支えているのはある意味、1コマ2コマとかで出展する会社や団体だと私は考えている。

慣れない出展者や小さなブースであれば、展示会出展の専門の部署がある訳ではなかったり、大手の代理店や制作会社に発注出来たりする訳ではなかったりすると思う。社長が自らであったり、慣れない社員が総出で出展作業を担当することになる。そんな出展者に向けて展示会のしくみやきを解りやすく伝えて行く事が重要だと思う。出展するだけで力尽きてしまったのでは展示会に出た意味がない。

これまでマーケティング側から展示会出展について語った本はたくさんある。コンサルの出来るプロデューサーもたくさんいる。

しかし、制作側から展示会出展について語った本はあまり見かけない。制作側からアドバイス出来るディレクターもあまりいないように思う。

そんな仕事もして行ければと今考えている。

3. 施工現場のネットワーク

展示会の現場は特殊である。そして展示会業界もけっして大きくない。業界の中で転職も多い。世間はもっと狭い。

ということで、現場の中で知り合いが多ければ、また業界の中で知り合いが多ければどれだけ心強いことであろう。

さらに言えばみんな知り合いならどれだけ心強

いだろう。そのためマーケティング（プロデューサー）側からでなく制作（ディレクター）側のネットワーク作りが必要だと思う。

デザイナーやディレクター、施工監理、制作、制作派遣、運営、電気、大工さん、経師、サイン、出力、照明、音響、映像、美術、リース、グリーン、システム、運搬、等々。展示会に関わる多くの職能がその仕事の垣根を越えて交流し、意見交換し、仲良くつきあえる、そんな場を作ればいいなと考えて、計画している。

現場でトラブルがあった時に心強いという事もそうだが、何より楽しそうである。

全ての現場がオフ会みたいな事になる。想像しただけでわくわくする。

そんな井戸端会議のようなものを例えば搬入口会議といった感じでできたらいいなと思う。

この計画の実現のために幅広く、協力者&協力会社を求めている。

【参考文献】

- ・湯澤明 (1992) 「イベント戦略入門」産業能率大学出版部
- ・伊藤弘成 (1994) 「THE STAFF」晩成書房
- ・現場主義取材班 (1996) 「SHOBI 現場主義シリーズ-2 エンタテインメントの現場」リットーミュージック
- ・シミズ舞台工芸 (1998) 「ステージ用語事典」リットーミュージック
- ・加藤正信 (1999) 「舞台監督の仕事」レクラム社
- ・加藤憲治 (2003) 「ロックコンサートのためのステージライティング入門」レクラム社
- ・財団法人地域創造 (2004) 「公立文化施設職員のための制作基礎知識」財団法人地域創造
- ・滝善光 (2005) 「舞台美術の基礎知識」レクラム社
- ・藤井直 (2006) 「ステージ舞台照明入門」リットーミュージック
- ・財団法人地域創造 (2006) 「演劇制作マニュアル The Theater Production Manual」財団法人地域創造
- ・「ステージ・PA・照明用語事典」リットーミュージック 2006 年
- ・鈴木聡 (2006) 「「迷える消費時代」の展示会成功読本」日経 BP 企画
- ・目黒真二 (2007) 「現場で役立つ PA が基礎からわかる本」スタイルノート
- ・藤沢宏光 (2007) 「図解音楽業界ハンドブック」東洋経済新報社
- ・北谷賢司 (2007) 「ライブエンターテインメント新世紀」ぴあ総研
- ・平野暁臣 (2007) 「イベント実務が良くわかる本」イースト・プレス
- ・「ステージ&ライティングの現場」リットーミュージックムック 2007 年
- ・「ステージ&ライティングの現場 02」リットーミュージックムック 2008 年
- ・「ステージ&ライティングの現場 03」リットーミュージックムック 2009 年
- ・「ステージ&ライティングの現場 04」リットーミュージックムック 2009 年
- ・「ステージ&ライティングの現場 05」リットーミュージックムック 2010 年
- ・伊藤弘成 (2011) 「THE STAFF II」晩成書房