

「人の感動に、貪欲。」をコンセプトに、さまざまな企業のイベントプロデュースを行う Backbone 社のプロジェクトの裏側をお伝えする「BAKCBONEDetails」。第2回目となる今回から、Hグループの社会イノベーション事業を支える一員として、サステナビリティ経営を推進する HS 社の10周年イベントの裏側を、全3本のインタビューシリーズでお伝えしていきます。

L 大野 亜紀 人事総務本部 総務部 庶務グループ 主任  
R 田宮 義之 人事総務本部 総務部 管財グループ 主任



## 一斉集合型のリアルイベントから オンラインを活用した同時中継の イベントへの挑戦！

2021年11月に開催された HS 社の10周年イベントは、世界中に散らばる同社の拠点をオンラインでつなぐ、全世界同時中継イベントとして実施されました。本記事では、同社の大野さんと田宮さんをお迎えし、コロナ禍の影響によってリアルイベントの実施が難しくなったプロジェクト開始当時から振り返りながら、開催にいたるまでの経緯についてお話しいただきました。

HS 社様が開催している周年イベントは5周年の頃からお手伝いさせていただいています。あらためて、御社にとっての周年イベントを実施することの意義についてお聞かせいただけますか？

**大野** 周年イベントは、弊社を支えてくださっている従業員とご家族の方々への感謝の気持ちを伝えることはもちろん、弊社で働いていてよかったと実感していただける良い機会だと考えています。社長や幹部からのメッセージを従業員に届ける場でもあるため、普段社長と接点の多くない従業員に対して、いかにこちらの想いを伝えられるかを意識して企画運営しています。

今回の10周年イベントの企画段階においても、そういった御社の思いを汲

み取った提案をさせていただいていましたが、ちょうど新型コロナウイルスの感染が拡大しはじめたタイミングでもあり、世の中のリアルイベントが軒並み中止になってしまっていた状況でした。

**大野** 2018年に7周年のイベントを終えたタイミングから、10周年に向けた企画の方向性についての議論は進めていたのですが、おっしゃる通り、2020年に緊急事態宣言が発令される事態となり、会社としても企画を再考しなくてはならない状況でした。集まること自体がよくなないとされていた時期だったので、開催していいのかどうかの判断も難しく、Backbone 社さんと

はさまざまな可能性について議論させていただいたのを感じています。

**田宮** 10周年では、従来と同じ周年イベントとしての意義はもちろん、次の10年という未来に向けたメッセージを届けたいと考えていました。しかしながら、当時は新型コロナウイルスが収束する見通しすら立たなかったですし、本当にこれからどうなるのかわからない状況で、相当悩んだ記憶があります。

弊社としても、リアルでの開催は厳しいのではないかと感じていたため、ひとつの方向性として、『24時間テレビ』のようなオンライン中継イベントを提案させていただきました。世界中に拠点を持つ御社の周年イベントだからこそ、オンラインの強みを生かした全世界同時中継イベントとして開催することで、大きなインパクトを生むことができるのではないかと考えたからです。当時、オンラインでの開催を決断されたのがとても早かった印象がありますが、御社内ではどのような話し合いが行われていたのでしょうか？

**田宮** 最初にご提案いただいた時には、「実際にどうやってオンラインでやるんだろう？」と感じたのが正直なところだと思います。打ち合わせを重ねる中で、Backbone 社さんから各コンテンツの制作プロセスや、会場から世界中の拠点を中継でつなぐ具体的なイメージをご提示いただいたことで、徐々に当日の様子を思い描くことができ、これな





らできるんじゃないかと感じることができました。

コロナ禍以前においては、リアルでの開催がイベントの基本ではありませんでしたが、テレビ業界では中継を活用したイベントを当たり前のように入力しています。弊社のパートナーであるテレビ関連の協力会社にも、そういったコンテンツ制作のノウハウがあったため、問題なく実施できるだろうと今回提案させていただきました。手段としてはリアルイベントとは異なりますが、コミュニケーションの醸成というイベントがめざす方向性においては、オンラインでも変わらないと考えています。

### コロナ禍を反映した「つながり」というコンセプト

10周年イベントのコンセプトを決めるにあたり、一緒に考えさせていただいた結果、「つながり」をコンセプトおよびプロジェクト名にすることが決定しました。御社ではどのような議論がされたのでしょうか？

**田宮** Backbone さんと一緒に4つのテーマ案を考えました。そのうちのひとつに「未来創出」というテーマがあり、サブコピーとして書かれていた「つながり」が「つながる」という言葉が印象的だったんです。その後、社内での打ち合わせで「つながり」こそコン

セプトに相応しいのではないかと、事務局一同が腹落ちしたのを覚えています。コロナ禍で出社ができなくなり、同僚や他の従業員とつながることが難しくなってしまった上、新入社員からは、オンライン研修が基本になったこととで直接会う機会がないという声も聞いていました。

コンセプトが決まったことで、各コンテンツにおいても「つながり」が感じられる演出を提案させていただきました。これまでの周年イベントとは違う、10周年だからこそ力を入れたいことは何でしたか？

**大野** 運動会を実施していたこれまでの周年イベントでは、参加者が楽しめることに軸を置いていましたが、10



周年イベントは、会社のことをもっと知ってもらう機会にしたいと考えていました。弊社が歩んできた10年を振り返り、こんなにもいい会社になったんだということを、ご覧になったみなさんが感じていただけるイベントにしたいなど。

今回制作いただいた10周年記念動画「となりのいいね！さん」や、「2万人が「つながり」HSグループの旅」では、弊社で働くさまざまな従業員の姿を、コンテンツを通して伝えることができました。のではないかと考えています。

今回は、同社の10周年を記念して制作したふたつの映像作品「となりのいいね！さん」と「2万人が「つながり」HSグループの旅」の舞台裏をお伝えします。

