



lieux Eco Level License = Collection Elieux (Award) + Elieux Station VR  
エリューエコレベルライセンス コレクションエリュー（ワールドアワード） エリューステーション



世界最先端のクリエイティブアワード（芸術オリンピック）と  
エリューステーション（VRによる美術館・複合店舗）を融合するライセンス

Collection Elieux International

Collection Elieux International 00

# インターナショナルな運営・実行体制とビジョン

2018: フランス・パリ開催

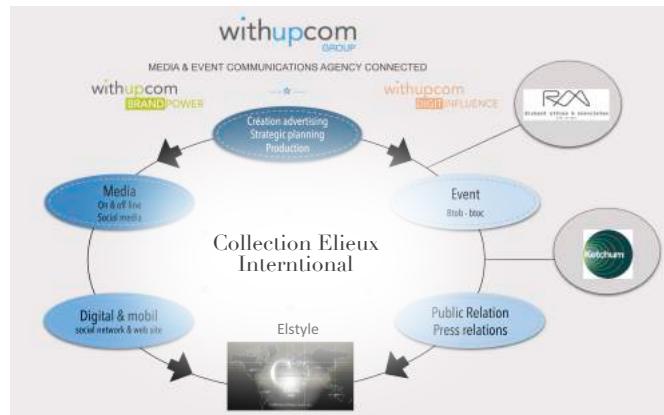
2019: アメリカ・ニューヨーク開催

2020: 日本・東京開催

## イベント運営・実行体制(図右)

仮イベント会社With up Com社を中心に、各社の強みを生かした16社によるインターナショナルな運営・実行チーム(ライセンス参画企業とは異なります)を結成し、2015年より企画プランニングを開始しました。

Collection Elieux International 運営体制  
Eieux(ELstyle) + Withupcom 社+ 16社



## フランス開催がもたらす圧倒的なビジネスメリット

第一回の開催地フランスは、芸術都市としての歴史的な影響力が高いだけでなく、近年めざましく活性化するマーケットの勢いが止まらない魅力的なディスティネーションです。以下のようなビジネスメリットをもたらします。

- 1) **大規模で潜在的なマーケット** 日本の文化や品質、デザインへのリテラシー(理解)や関心が高く、高品質な日本の商品にとって、大規模で潜在的なマーケットであると考えられます。
- 2) **伸び続ける市場** ここ10年、フランスの小売売上高は1.5倍に推移し(図右上)、景気指数の高まり(図右下)とともに、新しいビジネスチャンスも生み出されています。
- 3) **シビアなマーケットでのテスト** フランスは、地理的にも西ヨーロッパの中心に位置し、文化的にもヨーロッパを代表する情報の交差点です。ここでの成功は海外進出への大きな足がかりとなります。
- 4) **ライフスタイルとの適合性を肌で感じる** 現地の市場で勝ち進んでいく為の、ライフスタイルに合わせた販促のためのコミュニケーションが実行できるかどうかを確認する機会となります。
- 5) **現地マーケットへの「適合性」と「適応力」の確認** 現地のニーズをリアルタイムで知り、迅速にマーケットの変化に適応したコミュニケーション手段を選択する事ができます。
- 6) **国内プロモーションへの相乗効果** ヨーロッパにおける作品や商品の手応えは、国内でのプロモーションにおいても顧客への強い説得力と、現地実積に裏付けられた搖るぎない確信をもたらします。

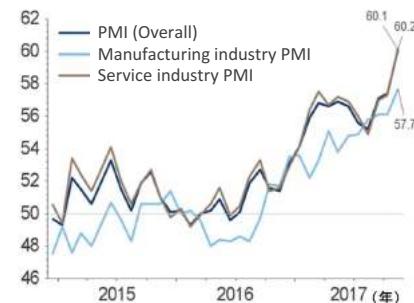


各国の小売売上高の推移



(注)Thomson Reuters Datastreamよりフィデリティ投信作成。  
2005年1月～2017年9月。2010年平均を100として指標化。

フランスの購買担当者景気指数(PMI)の推移



(注)Thomson Reuters Datastreamよりフィデリティ投信作成。  
2014年12月～2017年11月。

## “芸術の栄光に向けたパレス”と言われた グランパレ国立美術館

全ページのビジネスの観点、そして歴史的な文化芸術の深みといったメリットを生かして本イベントをプランディングし、今後のアメリカをはじめとする各国での展開を進めて参ります。ヨーロッパの興隆期を生み出した背景にある文化芸術、創造の哲学に敬意を示して第一回を開催することは、欧州をはじめ中東や世界の人々の共感・理解を得るきっかけとなるでしょう。会場は、1900年パリ万博万国博覧会を機に建設され、文明を華開かせたフランス国立美術館です。このステージに、貴社社長に特別審査員としてお越しいただき、共に数千年の未来へと扉を開き、世界のファンや出場者を募っていただけたらと願います。

1900年の幕開け、歴史的瞬間が再びここに……

フランスのパリ8区にある大規模な展覧会場・美術館。1900年のパリ万博万国博覧会のために建てられた。1900年の万国博覧会に向け、シャルル・ジロー(Charles Girault)の監督のもと、アンリ・ドゥグラン(Henri Deglane)、アルベール・ルヴェ(Albert Louvet)、アルベール・トマ(Albert Thomas)の3人の建築家により、1897年から1900年にかけて建設されたグラン・パレ。

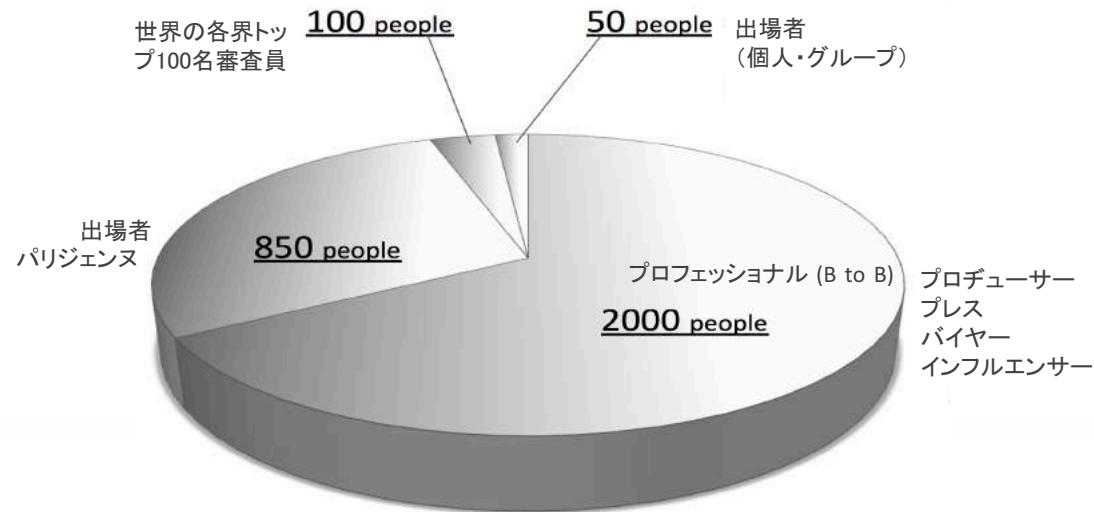


# Collection Elieux 2018 in France 募集概要

日時	2018年11月3日(土) 15:00 – 23:30 (最終審査・発表)
目的	芸術と新技術のワールドアワードから未来を拓くクリエーションを発掘し世界へ発信
会場	Grand Palais 27グランパレ(1900年パリ万博万国博覧会を機に建設され、数々の文明を華開かせたフランス国立美術館)
入場数	招待客 3000名
後援・協力	グランパレ国立美術館、各種企業、その他
主催	Collection Elieux 開催事務局
出場部門	<ul style="list-style-type: none"><li>• Technology: サイエンス・テクノロジーを生かした新技術開発製品</li><li>• Art: 絵画・彫刻・立体造形・映像・その他芸術的開発製品</li><li>• Stage: 各種ジャンルの音楽・ダンス・スペクタクル</li><li>• Beauty: コスメ・エステ・シェイプアップなどの美容関連製品</li><li>• Gourmet: 各種ジャンルの料理・デザート・ドリンクなど</li></ul>
内容	出場者の発表(展示・プレゼンテーション・コンサート・ダンス・スペクタクル) 授賞式・ロイヤルパーティー
対象分野	日本や世界で生まれた、または改良、進化を遂げた独創的で先駆的なプロジェクトで、アート/サイエンス/音楽/美術/演劇/ダンス/映像などのジャンルで新しい表現や手法、参加のあり方を創り出すもの。
応募対象	アーティスト・研究者・企業・ブランド。年齢・性別不問(本年度の開催については、年齢制限やアマチュア限定といった制限を設けません)
審査	各界トップ100名の審査員と、世界のオーディエンスのオンライン投票による審査。
テーマ	「Ai 愛」愛がこの地球に生き続けるように。破壊ではなく創造を拡げるエネルギー溢れる作品・製品を募集。



## 新たなクリエイティブを拡げる招待客、3000名



## 世界のトップ100名審査員(候補者の一部をご紹介)

アワードでは、世界の各界トップ100名と、世界中のオーディエンスのオンライン投票によって、“今、世界で最もクリエイティブなもの”が生まれる審査が行われます。文化や品質、デザインへのリテラシー(理解)が高い(アートからテクノロジーまで各分野の世界のトップ)審査員により、「最も心を打つ表現(クリエーション)」が選ばれます。「心に訴えかける」という心のアワードが浮き彫りにする“真価”が、アーティストやブランド、製品の本質的な価値として評され讃えられます。

**100 people of the jury of the world** 審査会とVIPパーティー

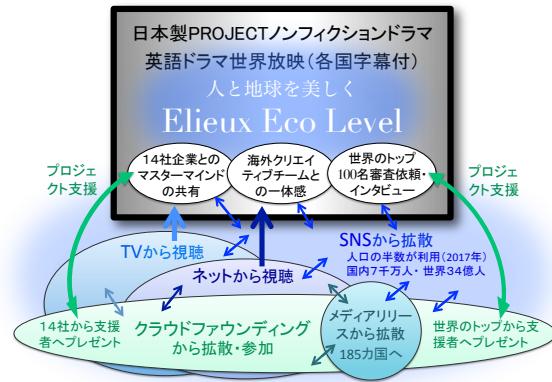
審査員：世界の各界トップ100名による審査会：「最も心に響くもの」を基準に  
will be the judges and people associated with Paris Collection, art lovers, Paris-Gennes will also vote.

								
Alain DELON - (俳優)	Alain Wais (モード紙 ディレクター)	Anne HIDALGO (パリ市長)	Bernard WEBER - (冒険家・ライター)	Brian Joubert - (スケート選手)	Catherine DENEUVE (女優)	Christian (元サッカ ー選手)	Dirk Meylaerts (建築家)	Emmanuelle VALLS (Jalouse 誌 エディター)
								
Diana ROSS (ミュージシャン)	Teddy RINER- (柔道家)	Thierry MARX - (料理シェフ)	Steven Spielberg (映画監督)	James Cheng Tan (エディター)	J PAUL GAULTIER- (デザイナー)	Jean RENO - Actors (俳優)	Judith Girard- (エディター)	kenzo TAKADA (デザイナー)

## クラウドファンディングとTV・インターネットのリンクによるPR

クラウドファンディング … 出場者と応援するサポートーやファン・オーディエンスが繋がる場所

- 第1弾 審査員のメッセージ→出場者の募集(アワードと出場者募集PRを兼ねて拡散)
- 第2弾 参画企業のメッセージ→出場者の募集
- 第3弾 出場者の紹介→出場者のPR
- 第4弾 当日のインターネットオーディエンス審査→出場者の応援



Collection  
World Award  
on  
Elieux  
2020

### 人と地球を美しくする神美のProject Elieux Eco Level

世界の14社（商品・アート）インターナショナルライセンスプロジェクト



**目的:**プロジェクトを創り上げていくInternational(英語)ドキュメンタリードラマ(各国で字幕を付けTV・ネット放映)

**番組・出演者:**国内TV放送局・プロジェクト大使(タレント2名～)・世界の14社・世界のトップ100名審査員

**場所:**日本と開催国を中心に国内外のプロジェクト準備の現場

**Mission:**チームと共に国内外の様々な人、企業に情熱を語り協力者・協力企業を募り立ち上げていく

人と人、国と国、分断されつつある世界の様々な現実を超えて、人と地球を美しくつなぐ真実のSTORY……

- ミッションの共有(共に描く)……チームのマスターマインドの共有
- ビジョナリーの共有(響き合う情熱)……審査員のインタビュー
- エモーショナルの共有……アートと世界の人々が出会う機会を
- 地球の新たな文化や真価値の創造……伝説のストーリー

# 開催地フランスでのPR

開催地のパリ市内を行き交う人々のライフスタイルシーン(仕事 + 周遊 + 買い物)に浸透させるトリプルPR戦略

Strategy combining media in France

**Display + Digital (Display) + Press (PQN, QGP, Pr.Mag)**



## • OOHデジタル広告(パリとパリ郊外)…6590箇所



- > Examples of cultural networks (JC Decaux) ... 1020faces
- > Example reinforcement on Metabus governed networks ... 2450faces
- > Taking speaking station (s) - Railway station (s) selected (s) TBC
- > 730 Faces > 12 faces > 18 faces > 260 face > 350 faces > 2100 faces



インターネット



プレス



## • インターネットメディア上でのPR



LeFigaro.fr, The Equipe.fr, Libération.fr, Lemonde.fr, Time out, Yahoo, Métro.fr, L'Express, Le Nouvel Obs, Le Point, Facebook ads / Twitter ads ...

## • プレス・新聞・雑誌紙面上でのPR



- Le Figaro, L'Express, Le Poin, Le Nouvel Obs, Libération, Le Monde, Les Echos, L'Equipe, Le JDD
- Daily Press Free come in sounding the Out of Home network transport (Metro & train stations) with speaking in, Metro, Direct Matin.

## メディアスケジュール 開催直前に集中特化した連動メディア戦略

MEDIA PLANNING	CLIENT	COUNTRY	October				November		Event November, 3	
			32	33	34	35	36	37	38	
<b>PRESSE NEWSPAPERS</b>										
	France									
<b>PRESSE MAG</b>										
	France									
<b>OUT OF HOME DISPLAY</b>										
	France									
<b>DISPLAY</b>										
	France									
<b>FASHION TV</b>										
	Internationale									

## マガジン(ハイエンド層ラグジュアリー誌)



## TV(TF1)からのPR

TF1スポンサーPRメニュー



MYTF1(マイ・ティーエフワン:月に800万以上の視聴回数を誇る同局webサイト)PRプラン

1) ブランドイメージを守る完全にブランドセーフティの上質な環境で、全画面においてMYTF1のプラットフォームに完全関連付け (内容精査、調整有り)

- ・3日間、ホームページのデザインに組み込み
- ・3日間、モバイル版でのインターミディシャル広告(ページがロードされている間に現れる広告のこと)
- ・ミニプレイヤーのスポンサー単独表示
- ・3日間、ウェブサイト全体において優先的にプリロール広告
- ・2日間、コンテンツのプロモーション用にIP放送によるブランドチャンネル
- ・予算:(現在の見積に加えて):17万ユーロ(手数料除く)

2) 1日リプレイ4画面の独占(MyTF1が見える4端末(IP放送のテレビ、PC、タブレット、スマートホン)に表示される画面)

- ・広告スペース全てに表示、100%のシェア
- ・予算:(現在の見積に加えて):15万ユーロ(手数料除く)

3) 編集オンデマンド: MyTF1Newsウェブサイト内に専用ページが設けられ、その広報内容について、TF1側の編集部がプロデュースします。

- ・ブランド・コンテンツに、記事や動画を含み、ページのタブ(メニューに追加され、クリックできるタブ)やページ全体のデザインもロゴの色などに合わせられます。
- ・広告主が制作したイベントの動画の挿入も可能
- ・予算:(現在の見積に加えて):5万~10万ユーロ
- ・(ライブビデオの技術料は含まれておりません)

## ファッションTVからのPR

Fashion TV



- ◆ Direct contact with an upscale and influential target group
- ◆ Presence on a multi-media platform with exclusive, innovative and trendy content
- ◆ Powerful exposure in an uncluttered and unique advertising environment
- ◆ Increased advertising awareness due to the interested and loyal audience
- ◆ The only TV equivalent to hundreds of fashion and lifestyle print magazines.

Since its inception in 1997, fashiontv has been setting the highest standards for excellence in fashion and lifestyle broadcasting. The only TV equivalent to fashion print media appealing to everyone interested in fashion, style, beauty and trends, fashiontv understands and caters to its audience by providing original, unbiased and informative programming not available on other networks. A strong image and exceptional awareness of fashiontv's brand projects a unique, cosmopolitan and a modern style allowing for influential partnerships with many global brands.

FTVスポンサーPRメニュー

FTVイベント30日前から15秒スポットCMをFTVヨーロッパとアジアで放送。

### ■夕方5 プライムタイム:1日あたり(放送5回)

- ・イベントのAWARDの映像3分。(一般的なイベントのプレゼンテーション)
- ・ELIEUX 2015ファッションショー(ファッションショー)
- ・ELIEUX 2015カクテルパーティー(VIPパーティーと参加者の授与)では、プロダクトブレイスマントの形で発表企業名やアーティスト名・スポンサー名を表示。

### ■COLLECTION ELIEUX 2015イベント(放送16回)

- ELIEUX 2015ファッションショー(放送20回)
  - ELIEUX 2015カクテルパーティー(放送10回)
- 短編3~10分間が他番組とコーディネイトされ繰り返し放送されます。

メディアパートナーとしてFTVのロゴを表記可。パートナーインタビュー・イベント動画をFTV YOUTUBE上に表示。(20万加入者)  
- イベント情報はパーティーやイベントのセクションでFTV.comのウェブサイトに表示。

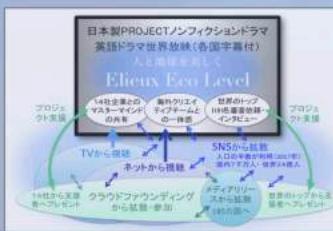
## 数千年の未来へと続くプロジェクトへの歴史的瞬間を刻むキックオフ

両者の同意の元に契約し、貴社をはじめとする参画企業とフランスの運営チーム、角界トップの審査員のメッセージを集め、本ご提案(P11参照)に記載されてますCrowdfundingを開始します。CrowdfundingとSNSにより世界の人々に告知し、イベント出場者の募集をスタートします。このキックオフを貴社の皆様と共に迎え、数千年の未来へと続くプロジェクトへの歴史的瞬間を共有し、創造していく事が出来ましたら、これ以上の喜びに優るものはございません。貴社の先見性や、マネジメント力、機動力といった企業力に敬意を抱き、ライセンスによる協業を熱意を持ってお伝えします。



# プロジェクトを取り巻く外部環境とライセンスの流れ

**世界最先端のクリエイティブアワード(芸術オリンピック)と エリューステーション(VRによる美術館・複合店舗)を融合するライセンス**

現状	問題点	原因
<ul style="list-style-type: none"> <li>●消費者が情報や宣伝に敏感になり、外面価値だけでなく目に見えない「魅力」や「徳」を感じる様になつた。AIの普及により、テクノロジーと人の持つ審美眼・真価との差別化への潜在的な要求が高まる。</li> </ul> <p style="margin-top: 10px;">コンセプトの核となる「神美」が進るアーティスティティはブランドや商品を普遍的な存在へと昇華</p> <p style="margin-top: 10px;">ルネッサンスをはじめとする文明を築いた 芸術文化に描かれてれていた神々の 神美の表現(表現者)を現代に見い出すプロジェクト</p>	<p style="text-align: center;">様々な分野でブランド化が進み、ブランドの確立が難しいレッドオーシャン</p> <p style="text-align: center;">世界に響き合う神話の様なシンデレラ(商品・アート)ストーリーを</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>●AIを生かした広告や流通が進化し顧客に合わせたマーケティング戦略がひしめき合っている。</li> <li>●芸術的・文化的価値は計られにくく、本物・価値あるものが数多く埋もれている。</li> </ul> <p style="margin-top: 10px;">本質的な価値を「誰に・どこで・どのように」伝えるかを考え、顧客の気持ちとブランドのイメージを繋げる</p>
<p><b>クリエイターの“ニュー レイ”NEW RAY (光線) が 世界を突き抜ける「神美」のProject</b></p> <p><b>Elieux Eco Level</b></p> <p>世界の14社(商品・アート)インターナショナルライセンスプロジェクト</p>		
<p>地球の新たな文明の発露を切り開く シンデレラ(商品・アート)ストーリー。 心澄ませその神美が評される心のアワード</p>		
<p><b>物語のはじまり</b></p> <p><b>1 PR : TVドラマ制作・世界放映</b></p> <p>14社と世界のトップ100名の神がかった情熱 進むプロジェクトの英語ノンフィクションドラマ。 米クラウドファンディングと連携</p>  <p><b>ビジョナリーの共有(文化資本)</b> 人々の本性が求める貴社のシンデレラストーリーを予感させ、Projectアーティスティティを共有し世界が繋がる機会を</p>	<p><b>シンデレラの登場</b></p> <p><b>2 PR2:世界のアワード開催</b></p> <p>世界最高峰の美術館における芸術のオリンピックCollection Elieux(心のアワード)のプロジェクトチームとして、ステージ・展示ブースでPR</p> <p><b>■日時</b> 2018年11月3日(金)15:00  <b>■目的</b> 芸術と新技術のワールドアワード  <b>■会場</b> Grand Palaisグランパレ(1900年パリ万博開催時に建設された国立美術館)  <b>■審査</b> 世界的な各分野トップ100名・オーディエンス審査(参加者・世界のアワード視聴者)  <b>■主催</b> Collection Elieux開催事務局  <b>■内容</b> 出場者の発表(展示・ステージプレゼン)・審査・授賞式・パーティー</p>	<p><b>ガラスの靴を探し求めて</b></p> <p><b>3 拡散:トップマーケティング</b></p> <p>世界の各分野トップ100名による審査と会場参加者・全世界のネット投票参加者による審査。各国メディア・審査員や出場者・参加者のエクスペリエンス(実体験・情報)を世界の人々が求めて動き出す</p> <p><b>4 販売:エンドレスビュー</b></p> <p>ネット・各国セレクトshopで対象製品・アートを販売→毎年新受賞作品とコラボレーションし新たなイメージで継続PR→14社の相乗効UP 2020年オープンのVR Elieux StationでPR販売</p>  <p><b>不動のロイヤリティ(象徴資本)</b> 参加者や世界のトップ・ハイエンド層のリアルな実体験からの感動が世界を駆け巡るエクスペリエンスマーケティング</p> <p><b>唯一の存在へ(真価値資本)</b> 世界の求心軸に訴求する普遍的な真価を高め、時代を超えて人の心を打ち生き続ける伝説のシンデレラストーリーへ</p>

本日は、貴重なお時間を  
Elieux Eco Level License に頂戴し、ありがとうございました。

---

## Contact

Collection Elieux International Address : Level 11 Aoyama Palacio Tower Kitaaoyama Minato-ku Tokyo Tel : 81(0)3-5778-5256 E-mail : info@elieux.com  
Web : Event :Collection Elieux <https://www.elieux.com/ev-english/>  
Web : site of license project of 2014 <http://elieux.blogspot.com>