

ジャパンバルーンタイムズ

協力:日本バルーン協会
制作:岸ゴム株式会社

ジャパンバルーンタイムズは、年々回の発行で、日本バルーン協会のホームページ上にPDFデータで公開しています。 <http://jbat.jp/>

秘技「風船太郎」



TV出演でみせた、日本中に秘技「風船太郎」で一躍有名になった、有限会社風船太郎さんをご紹介します。

秘技「風船太郎」とは、大きな風船に入って繰り広げられる、様々なパフォーマンス。見た人の反応は、驚き、笑い、手に汗握り、そして笑顔と、文章では表現しきれない大変楽しいパフォーマンスです。
また、秘技というだけあり、そのノウハウとテクニックは、そう簡単には真似のできないものであり、すばらしいエンターテイメントとなっています。

代表の香田さんは

「初めての場所で、初めての皆様とお会いし、同じ時間、同じ空間を共有する不思議、すごい！ 楽しい！ ばかばかしい... さむい... そんないろいろな雰囲気を感じながら精一杯のパフォーマンスをさせていただきます。そして、皆様のとびっきりの笑顔に出会えた時、それは、私達にとって最高の喜びとなります。」と語ります。
香田さんのアイデアやテクニックは、人を楽しませたい気持ちから生まれた傑作であり、テクニックだけでは真似のできない、楽しさを伝えてくれます。

詳しい情報やお問い合わせは、ホームページ <http://2000tarou.com/> まで

他業種情報

パソコンソフト業界

パソコンソフト業界の中でも、汎用的なパッケージソフトではなく、企業ごとにオリジナルで作成するソフト市場は、ハード業界とは違い高い成長が続いているといわれています。しかし、現在は、ピラミッド構造の末端が、納期や厳しい要望に苦しんでいる現状で、最近では下請け先を海外に広げている傾向にあります。

それでも、この業界でもっとも苦勞する点は、意外にも開発中ではなく人間関係「クライアントへの対応」と言われています。システムは、地道に組み上げていくものですが、最初の段階で、どのようなシステムにするのかの打合せが最も難しく、ここで中途半端な対応をしていると、途中でクライアントの要望がコロコロと変わり、大変なことになります。
ソフト業界は、パソコンに向かう実作業が一番の仕事と思われていますが、現実には、コミュニケーションがもっとも重要で、その人材が、パソコンソフト業界の競争力となっていると言われています。業界の違うバルーン業界も、同じようなことが言えます。

バルーンショップ紹介

第3回「バルーン業界を常に先導し続ける株式会社エアロテックが経営する」
「バルーンショップウインディ」



取材時期はクリスマス

今回はバルーン業界を常に先導し続ける株式会社エアロテックが経営する「バルーンショップ ウインディ」さんをご紹介します。
1997年に東京都足立区竹ノ塚にバルーン専門店としてオープン。バルーンブーケやアレンジメントなどのギフト向け商品を中心に幅広くバルーンを販売しています。

地域に密着しバルーンを広めており、お客様の大半は周辺在住の主婦やお子様ではないですが、噂を聞きつけかなり遠方から足を運ばれるお客様も少なくないそうです。取材に行く際、駅でタクシーの運転手にウインディ様までと伝えると、すぐに「あのバルーン屋さんですね」と走り出してくれた。やはり知名度はエアロテック同様ショップの方も高いようです。

ゴム風船から巨大なインフレーターダブルバルーンまであらゆる風船を巧みに操り、日本でもトップレベルの技術でバルーンアトラクションデコレーションなどを独創的なアイデアで演出し続けるエアロテックのショップとして、「単に風船を販売するだけに留まらず、各種イベント、パーティなどの装飾や演出プランの提案なども出来るショップを目指し、オリジナリティを出していきたい。」と語る大曽根社長。

バルーンの無限の可能性と魅力を最大限に表現できる確かな技術と独創的なアイデアでエアロテックとウインディは更に進化し続けている。次は何をしてくれるのか今後とも目が離せない。

取材記者 岸ゴム(株)加藤ヒロシ

バルーンメーカー紹介

—株式会社エアロテック—



株式会社エアロテックは「膨らむ物は全て風船」と考えトータル的なバルーン会社として活躍しています。

ラテックスバルーンや様々なバルーンを使いデコレーションとバルーンアトラクションの分野では常に新しい技術を導入し見る人全てに驚きと感動を与え続けています。

立体造型のエアースティックバルーンは2010年で日本におけるコンサートシーンでは定番アイテムとなり、最近では世界各国からの注文も受け始め世界のエンターテイメントシーンになくはならない物となりつつあります。

某有名テーマパークのキャプチャーをバルーンで製作する事は社長の大曽根の20年越しの夢でもありましたが、一昨年、日本では初めてのキャプチャー製作会社として本家アメリカから認定されました。

最近では、特殊効果的な小道具の製作にも力を入れ、『一瞬で筋肉マンになるバルーン内蔵コスチューム』や『一瞬で3倍の長さになる棒』などテレビ局やテーマパークの小道具製作分野にも参入し始めました。

エアロテックは平成7年に有限会社として設立し12年に株式会社へ組織変更、現在では社員30名と大所帯になってきました。

夢と感動を与え続ける会社として今後もあり続けたいと考えています。

代表取締役 大曽根康弘

高さ25mの自由の女神が両サイド、円形オブジェもバルーンです。





読者からの質問箱

今回の質問は

「ゴム風船はどつやつて作られているのですか？」

ゴム風船の原料となる「ラテックス」は、ゴムの木から採取される樹液が原料となっています。ゴム農園は東南アジアに多く、特にタイは世界一の規模です。

「ゴム風船ができるまでの概略」

ゴムの木から樹液を採取し、アンモニアを加えて安定化する（固まらないようにする）。

固めないで液体のまま製品化したものが「ラテックス」。

わざと固めて製品化したものは「シートゴム」や「ゴムブロック」で、これらはタイヤなどの原料になる。

各集積場から集められた樹液を集積タンクへ移す。

ここで再び安定化し、一時貯蔵タンクへ。

遠心分離機で余分な水分・ゴミを飛ばす。

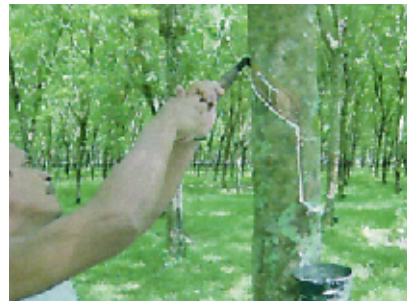
分離後貯蔵タンクへ移し、1週間程度熟成させる。

少し加硫（固まりやすく）したラテックスに顔料を混ぜ、

凝固剤を付着させておいた型へディッピングする。

（液状のラテックスに型をどぶ漬け）

口巻きを作成して固めた後、型からはがし完成。



〈樹液の採集〉

バルーン関連イベント情報

JBANコンベンション125th

■ 日程 2008年6月16日(月)～19日(木) コンテスト一般公開 6月20日(金)～22日(日)

■ 場所 大さん橋ホールC10プラザ(産業貿易センター ワークピア横浜 (神奈川県横浜市))

■ テーマ “宝島 (Treasure Island)”

■ 日本で唯一定期的に開催されている今年で22回目を迎えるバルーンコンベンション。

バルーンビジネスに携わっている方でしたら誰でも参加できるイベントです。バルーンに関連する様々なジャンルのセミナーや白熱のコンテスト、バルーン関連資料を集めたプロダクトショーケース、そして毎年大盛り上がりパーティなど、あなたのビジネススキルを高めること間違いなし。日本のバルーン業界が一同に集まるこのビッグイベントをお見逃しなく！

■ お問い合わせ先 エミリーズバルーン株式会社

編集後記

最近のフィルム風船は「付加価値」として、音楽再生機能や録音再生が可能なもの、装飾品が最初から取り付いているもの、LEDが付いている光るもの風船の可能性を広げる商品が続々と出てきています。

その反面、価格は高く消費者の目も厳しくなります。

そこで問われるのは、もちろん商品の良さ。次に売り方も非常に重要になります。

例えば、録音再生できる商品を、ギフトでプレゼント発送したい場合、店頭で販売してその場で録音するのが理想ですが、それでは売れる数にも限りがあります。

できればネット上で、簡単に録音できる方法を見つければ、一気に広がる可能性があります。その方法は、決められた留守電に吹き込んでもらうとか、電話経由で直接録音するとか、携帯動画で音声を録音してメールしてもらおうとか売り方のアイデアで、まだまだ売れる方法は広がります。

また、真似をされても、市場が広がることを喜び、次から次へと、新たな売り方を追求することが、バルーン業界全体の成長につながると思います。

バルーンは安いから売れるのではなく、他の分野とは違う価値が初めからあるから競争力があります。それに新たな付加価値と売り方のアイデアが加われば、高くても売れる商品となります。

バルーン業界が閉鎖的な業界ではなくオープンな市場であることを願います。

ジャパンバルーンタイムズ

編集者 岸ゴム(株)バルーン事業部

加藤ミチヒロ