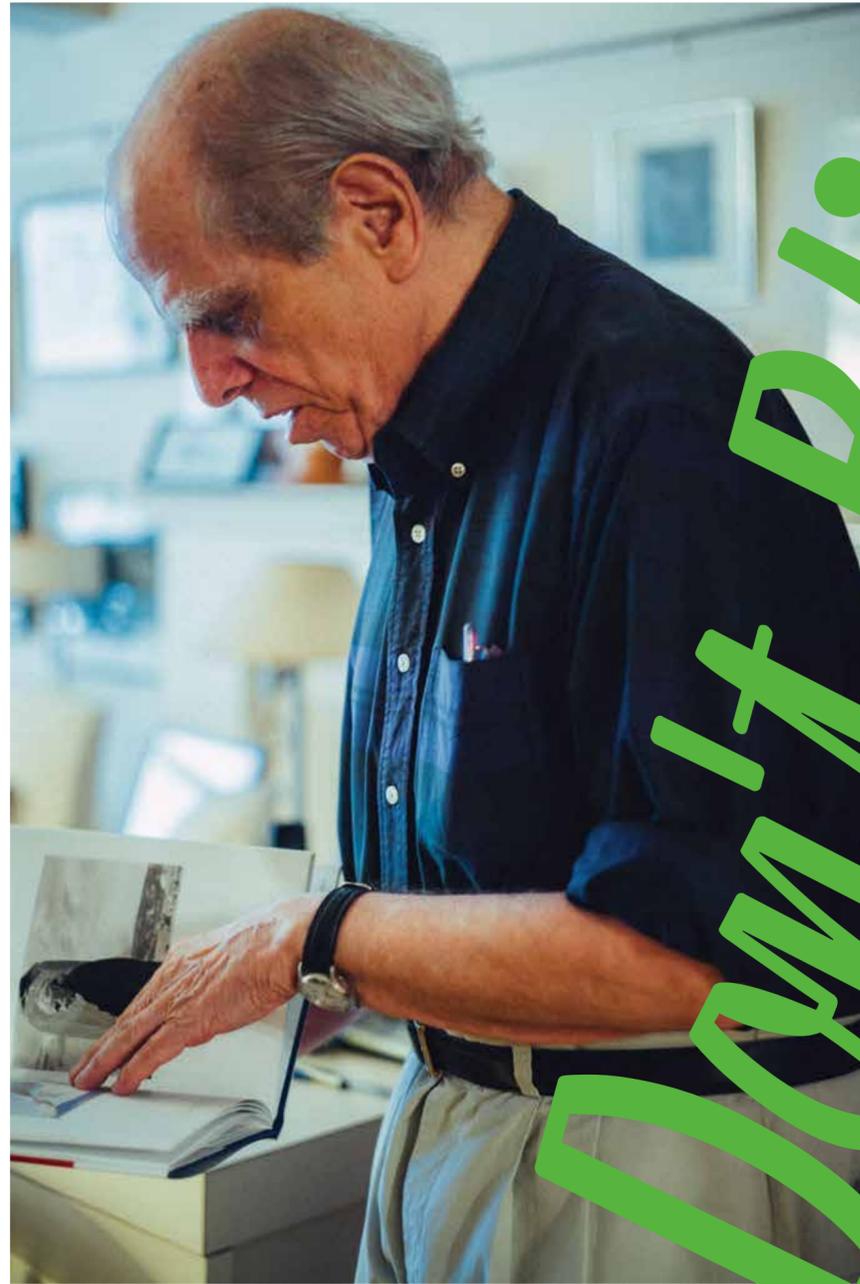


**HEAPS**  
**MEDIA**  
**&**  
**WORKS**  
**2021**



# ABOUT HEAPS



# H

はじめまして、HEAPS(ヒープス)です。

HEAPSは、メディア『HEAPS MAGAZINE』の  
製作・運営をコアな活動に、  
派生するさまざまなプロジェクトをおこないます。

世界各地のインディペンデントな個人たちと会話し、議論しながら、

メインストリームにはまだない  
——見えていない、表通りにはない、見落とされているもの——  
など、辺縁にあるさまざまな片鱗に光をあてて

時代と社会をよりつぶさに観察し、探究しています。

ヒープスマガジンについて

# SPIRITS | OF HEAPS MAGAZINE

“時代と社会を知る”ことは、自分自身そのものと、自分の生き方にもっと興味を持つこと。

HEAPSは、世界各地の辺縁を観察し、メインストリームにはまだない変化のきざしや前進のヒントを探り、それら社会的文脈と日本の一人ひとりの個人視点とを繋ぎます。

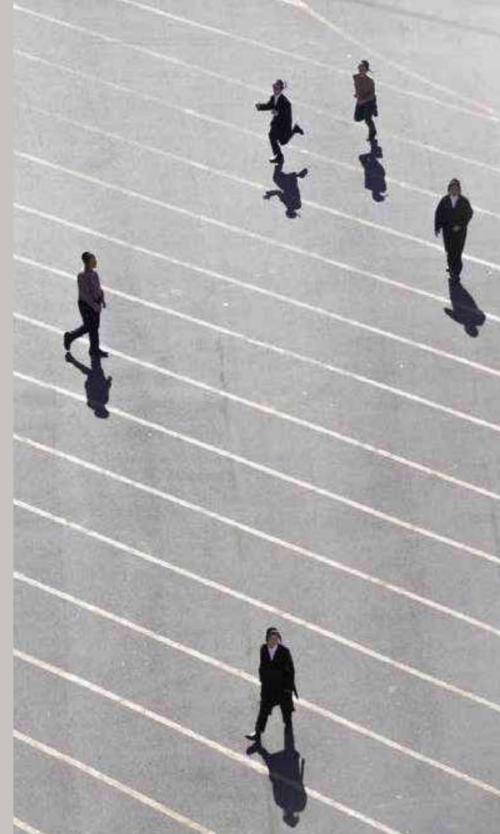
「Don't Blink (ドント・ブリンク) ——見逃さない・見落とさない・見ないふりをし

ない」をストーリーテリングの姿勢に、世界各地の大切なシーンを独自取材で届けるメディア。平均25歳のメンバーで、2016年夏に創刊しました。

欧米、アジア諸国をはじめ、中東、アフリカ大陸まで、さまざまなインディペンデントでユニークな個人や事象を独自取材。

社会課題などセンシティブなトピックも国内メディアではいち早く取り上げはじめ、日本のマスメディアやメインストリームにはない「観察」「発見」「考察」「探究」で、スローストイックに社会の文脈をつぶさに伝えています。

ジャーナリズムの取材アプローチと、カルチャー視点でのアウトプットで、一人ひとり個人の視点と社会的文脈を繋ぐ「カルチャージャーナリズム」を実践してきました。



ヒープスマガジンを読んでいる人たち

# READERS / OF HEAPS MAGAZINE

Z世代・ミレニアル世代のより“意識的な個人たち”を主な読者としつつ、年代・男女問わず幅広く支持されているHEAPS MAGAZINE。

日本の著名ジャーナリストの書籍で“いま最も建設的なジャーナリズムを行なうメディア”として紹介されるなど、各業界からの信頼も厚い。

## ユーザー

Monthly UU : 120K-165K

Yearly UU : 1,200K

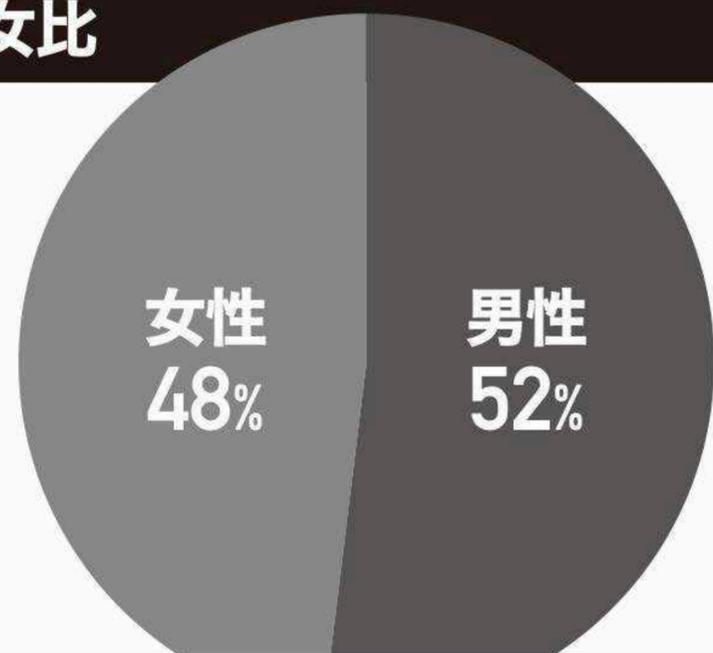
Twitter : 11K

IG : 6.7K

FB : 42K

\*直近12ヶ月調べ

## 男女比



## 地域

東京 25%

神奈川 16%

大阪 14%

愛知 6%

埼玉 5%

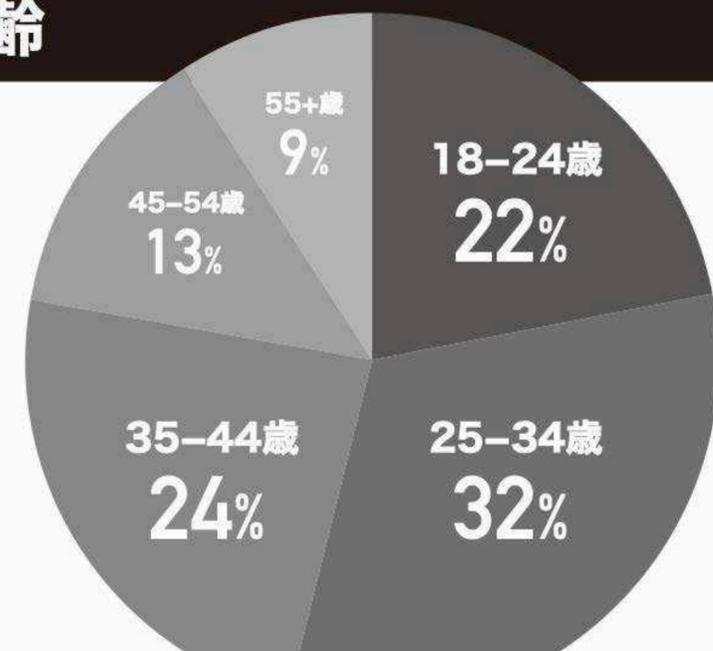
千葉 4%

福岡 3%

北海道 3%

京都 2%

## 年齢



# Topics and Contents

ヒーブスマガジンのコンテンツ

- #環境
- #生活
- #文化
- #LGBTQ
- #ジェンダー
- #セクシュアリティ
- #政治とアクション

HEAPS MAGAZINEが創刊から継続的に取り上げてきたトピックス、コンテンツ。

国や地域など住んでいる場所に関係なく、考えや思想、取り組みが重なれば、ともに考え行動する「私たち」。

いま、グローバルの視点とは  
「世界の文脈を自分の視点に落とすこと」  
「自分がいま生きる場所で、それを活用すること」

**それらを自然に備える日本の世代と、世界の社会的文脈とをブリッジ。**

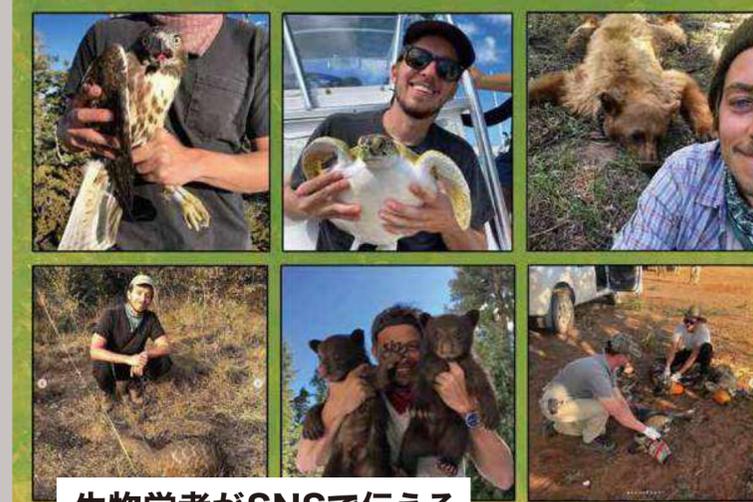
**「もっと知りたい」「自分で考えたい」個人に向けて、一人ひとりが自由に社会を探究して考える機会を提供します。**



仕事・家事・育児、性別ではなく“性格”で。ジェンダーロールを持たない父と父の結婚生活



誰をも歓迎したNY・70年代のディスコシーン。ダンスフロアにあった真実とデモクラシー



生物学者がSNSで伝える「人がつくる社会問題と動物のいま」



遊び・服・スナック菓子。アフリカのハイパーローカル絵文字が教えてくれる、地元の多様性



香港・台湾・タイ、アジアの民主化運動。違いの抵抗と活動を確認め合う連帯 #MilkTeaAlliance



私たちのクールなフィリピン。遠く離れた国で発信する、ルーツと文化。『一系』でいることの迷いと尊厳



アダプティブファッションと逆の視点でつくる「車椅子の人を第一に考えて、みんなも使える」



「僕ら世代のナゲット」Z世代チームのベジ肉ブランドのやりかた

誰も報じてくれない大気汚染。26歳が無料公開データではじめる市民革命



「LGBTQフレンドリー？」“なんとなくインクルーシブ”なダンスフロアの実情

WORKS & ACTIVITIES

# WHAT/HOW HEAPS DO?



HEAPSは、自社のメディア制作を通して培ったアセット〈**リサーチ、会話、ネットワーク、企画、製作、実装**〉を活用し、**コンテンツプロダクション、プロジェクトの共創、メディアパートナーとしての併走**が可能です。



## コンテンツプロダクション



- ・ブランドライティング
- ・タイアップ記事
- ・ニュースレターやSNSのオリジナルコンテンツ企画制作
- ・オウンドメディア制作
- ・印刷物の企画・編集

## メディアパートナー



- ・リサーチやレポート提供
- ・考察や予測の定期提供
- ・ヒアリング、インタビュー代行

## プロジェクトプランニング



- ・キャンペーン／商品開発の企画
- ・プロジェクト企画・実施
- ・イベント／ワークショップ企画・実施

※各段階でのコンサルテーションも可能です。  
価格表、また各ワークスの事例は次項からご覧いただけます。

# HEAPS Contents & Project Plan

継続的な社会的文脈の視点と対話、考察を持つからこそそのデプスリサーチ、レポート、考察提供、コンサルテーション  
世界各地を探究して蓄積してきた人種・性別・年齢・場所を問わないユニークなネットワーク、唯一無二の企画立案  
急速に動く現代社会にキャッチアップした言語でのテキスト開発、発信・メッセージング

を、HEAPSはおもな強みとしています。

## コンテンツプロダクション

テキスト開発(ブランドライティング)	150万円～
タイアップ記事(単発)	50万円～
ニュースレターやSNSオリジナルコンテンツ	30万円～
オウンドメディア企画・制作	500万円～
印刷物の企画・編集	ASK

## メディアパートナー

リサーチ、レポート提供	80万円～
ヒアリング・インタビュー代行	ASK
考察や予測の定期提供	100万円～

## プロジェクトプランニング

キャンペーン商品開発の企画	ASK
プロジェクト企画・実施	ASK
イベント・ワークショップ企画・実施	500万円～

※各段階でのコンサルテーションも可能です。  
また上記にないプランでのサポートも可能ですのでぜひ一度、ご相談ください。

NEW!!

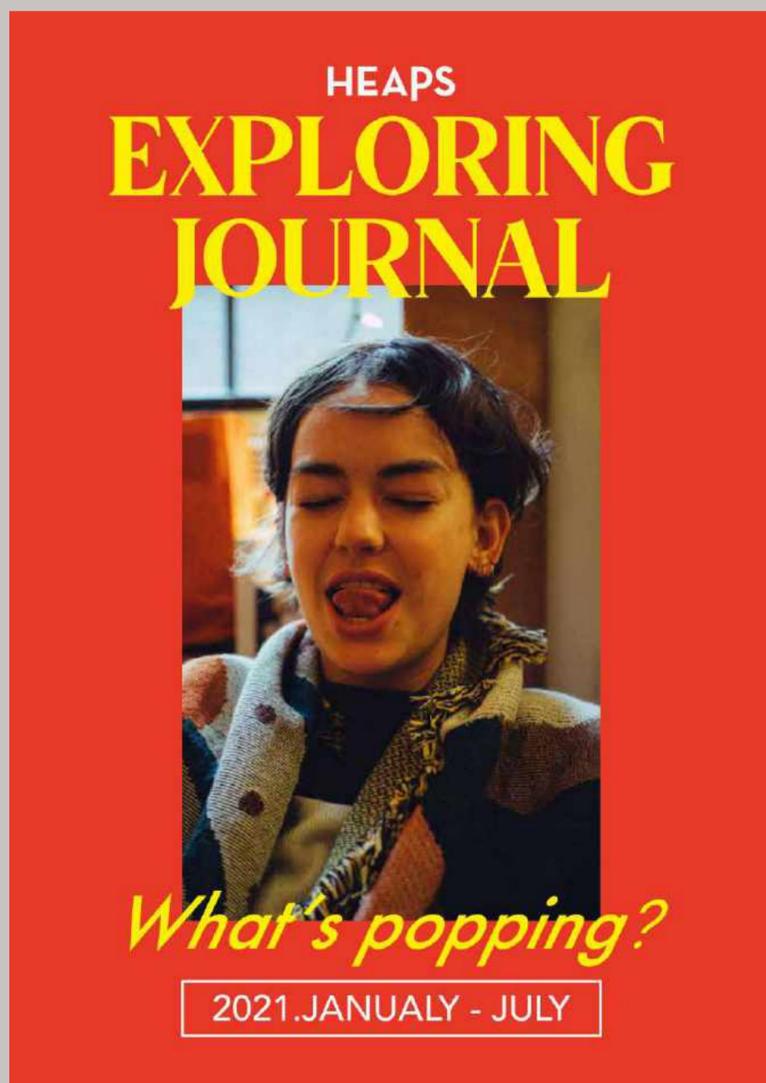
# 新しいサービス

## 社会探究ジャーナルレポートのご紹介

環境問題、人種人権... 急速に変化し続ける“いま”を、観察し記録。

社会的文脈をスロー&ストイックに探究するための定期レポート

「HEAPS Exploring Journal (ヒープス・エクスプローリングジャーナル)」をはじめました。



環境、人種人権、ジェンダー、セクシュアリティ、教育、ウェルネスなどを主なトピックに、ケーススタディ、定量・定性データ、そしてそこに渦巻く感情的、論理的なオピニオンまでを網羅し、ソーシャルアーカイブとしてレポート。

ジャーナリストとユニークな現場の視点を持つゲストオブザーバーが協働し、ジャーナリスト型リサーチでアプローチ。キーワードを抽出しながら考察し、社会的文脈を探究します。

サンプル(PDF)のダウンロードや詳細については、[contact@heapsmag.com](mailto:contact@heapsmag.com) までお問い合わせください。

# コンテンツプロダクション 事例

## テキスト開発(ストーリーライティング)

### 島根県美郷町、ShiftBrain

同町のリブランディングプロジェクトにHEAPSが「コンテンツ制作」のパートナーとして参画。企画から取材、写真撮影、執筆、編集までを担当。町の人からのヒアリングを通して企画立て、取材を積み重ねてストーリーへ。  
**長く読み継がれ、その土地のアセットとなるテキスト開発を実施しました。**



## ブランドライティング(コピーライティング、コンセプトライティング)

### コカ・コーラ、Naked Communications Tokyo

米コカコーラ「HONEST TEA」日本上陸の際にHEAPSがブランドライティングのテキスト開発パートナーとして、コピーライティングからコンセプトライティングを実施。「**オーガニック**」をいち早く提唱した同プロダクトの魅力を適切に伝えるため、**社会背景や消費背景などの傾向から理解し、それらをキャッチーにテキスト化。**



# コンテンツプロダクション 事例

## ニュースレターやSNSでのオリジナルコンテンツ制作

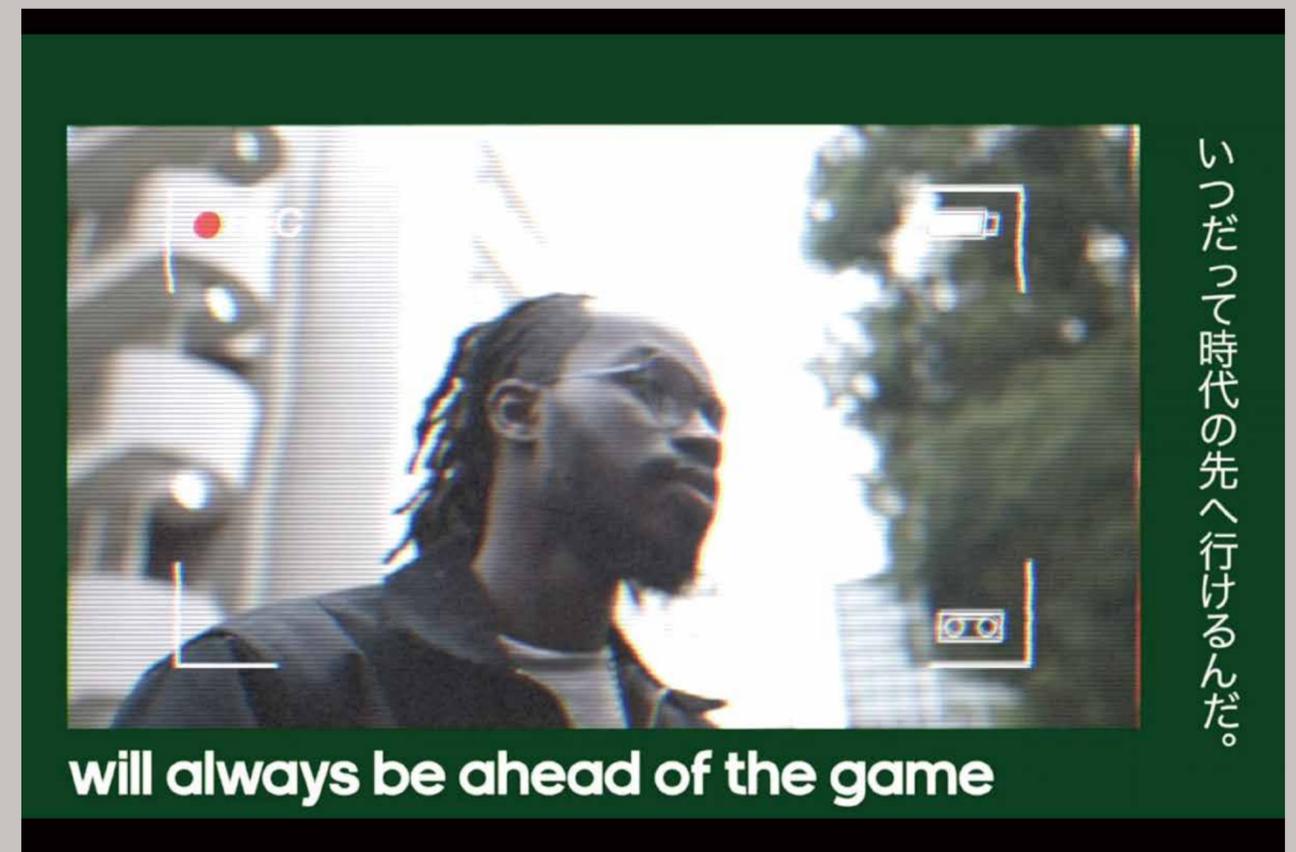
### ソファ専門店「NOYES」ニュースレター

ソファとソファ愛好家の物語をオリジナルニュースレターに。実際に顧客の方々に話を聞き、その一人ひとりが使うソファに織りなす話をもとに、HEAPSが短編物語へと書きおろして毎月配信。



### Clarks Japan IGストーリーズ+アンケート

米国のカルチュラル・エンジニアのアイドリス・サンドゥと、Z世代の消費志向をオーガニックにリサーチしファーストコミュニケーションを図るためのコンテンツを作成。ソーシャルメディアに最適化したデザインと文章表現で、インタラクティブ性を重視して発信。



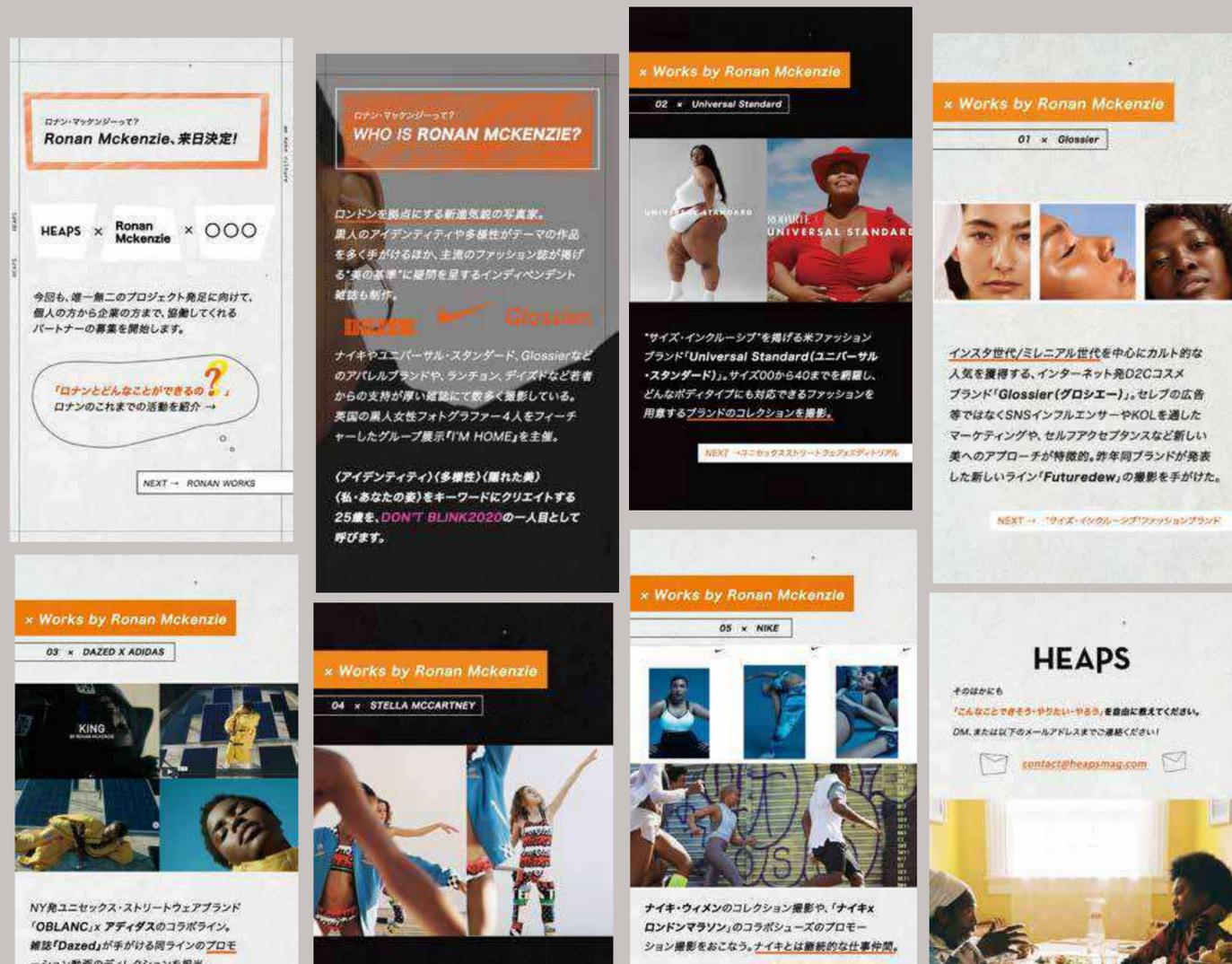
# コンテンツプロダクション 事例

## ニュースレターやSNSでのオリジナルコンテンツ制作

### 自社イベント IGストーリーズ+アンケート

HEAPSのシリーズイベント実施において、告知と、パートナー、協働者、参加者を募るためのIGストーリーズを配信。

**10ページ以上のストーリーズは継続視聴が98%をマークし、多くのエンゲージメントを得ています。**



## オウンドメディア企画・制作

### Audio Technica オウンドメディア制作代行

音響機器・映像機器メーカーAudio Technicaのメディア「Always Listening」のコンテンツディレクション、企画から制作までをおこなっています。



# コンテンツプロダクション 事例

## 印刷物の企画・編集・監修

### 東京都、Loftwork

東京都による令和3年度に向けた「イノベーションの裾野を広げる事業の設計およびプロトタイプづくり」に参加し、Z世代向けの新しいビジネスマガジンを刊行。HEAPSの編集長が企画、編集、監修までをおこないました。

※令和3年度の事業はcovid-19の情勢を鑑みて中止。制作プロセスの中で得られた視点を、都市の営みに役立てるためにフリーペーパーという形で公開中。



## タイアップ記事

### FABRICK TOKYO

「スーツから性別をなくす」をコンセプトに、メンズパターンで女性のスーツづくりを試みる同ブランドの精神や取り組みを取材記事にして発信。また初となる期間限定の「女性のためのメンズオーダースーツイベント」の参加者募集をHEAPSのSNS発信で実施し、オーガニックで多くのエンゲージメントを得ました。



# メディアパートナー 事例

## デプスリサーチと考察、ビジョン形成

### NTT DOCOMO 未来洞察&ストーリーテリングプロジェクト

コロナ禍での社会的な文脈のシフトをリサーチ、デプスリサーチ、インタビュー、データ分析を用い独自視点のリサーチを提案。

NTTDocomoの未来の姿、そしてビジネスのあり方についてそれら分析と考察を読みやすいストーリーに書きおろして冊子にまとめました。

## 社会的文脈の定期レポート、社内発信サポート

### 電通デジタル、三菱電機

急激にシフトする社会的な文脈を、ケーススタディと定量・定性データからの考察と次の四半期の予測を含めて、定期的にレポート。

また、それらをソーシャルメディアライクな150-200文字程度の簡潔かつフレンドリーな内容のキャッチアップニュースに落とし込み、社内向けの定例発信をサポート。



# プロジェクトプランニング 事例

## 既存サービスの新ビジョン創造プロジェクト

### 大手通信会社

テック界の異端児アイドリス・サンドゥとのコラボレーションを行い、大手通信会社向けに既存アプリサービスが5年後に目指すべき新規ビジョンを開発。本ビジョンを体現するデモアプリを制作し、既存ユーザー向けにビジョンをテストする状態を整えました。



## コンセプト&センスメイキング ワークショップ

### Medicha (三菱地所)

商品開発や事業戦略へのインスピレーションとなる文化・社会的文脈の理解を促進し独自の理解に落とし込むための、HEAPSによるワークショップのデザインとファシリテーションを実施。



# イベント企画・運営 事例

## 政府公認サイボーグとの未来に繋がる不思議な一夜

### Lexus

初の政府公認のサイボーグでありアーティストのニール・ハービソン (Neil Harbisson) を招致。自らがテクノロジーになることで人間の感覚を拡張しているニールと「テクノロジーと人間の感性、感覚」を探っていくイベントとしてレクサスと共創。

同イベントは、オーガニックで60以上の多岐にわたるメディアカバー（新聞、ウェブメディア、動画メディア、ファッション雑誌 など）を獲得。



## 「新しい『シティ・フード』と明日の都市の育てかた」

### Lexus

ベルリン発、ヨーロッパをはじめ世界に新しい「都市型ファーム」を築く農業スタートアップのinfarm（インファーム）を日本に招致して、**明日の都市のそだかを探るイベントを実施。**

また、これからの都市でZ世代・ミレニアル世代が「自分らしく生きる」ことを、**社会課題へのアクションとあわせて考えるイベントも実施。**告知から2日で定員の5倍以上の応募があった。



# Who creates? Team and People

ヒープスのまわりの人々。チーム、コラボレーターから取材対象者まで

20–30代前半のバイリンガルでそれぞれが多方面に強みを持つ編集部員をコアメンバーに、コメディアン、学者、作家、精神科医、アーティスト、アートコレクティブマネジャー、アンダーグラウンドのルポライターなど、ユニークな現場の視点と社会的文脈への知見を持つ個人たちと協働しながら、企画・製作をしています。

また、メディア製作を通してこれまで会話を重ねてきた個人たちは、世界各地からおおよそ1,000人。その中でも継続的に会話を続けている個人たちとは、日本のブランドや企業とチームアップし、唯一無二のプロジェクトやイベント共創、サービスの共同開発もおこなっています。



## アイドリス・サンドウ

Idris Sandu

テクノロジー業界のバイアスをなくす。  
カルチュラルアーキテクチャ

24歳のプログラマー/ソフトウェアエンジニア。カルチャーとテクノロジーのブリッジとなるプロジェクトを得意とし、カニエ・ウェストやヴァージル・アブロー、ジェイデン・スミスといったクリエイターやアーティストとの制作を進める。「消費する、発信する、その次の“作る”をなるべく多くの人に可能にしていくことが、僕らの世代の役目」

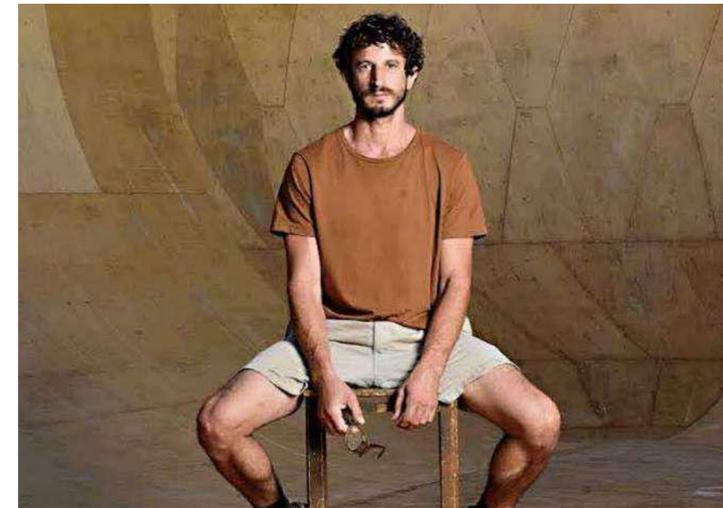


## デビー・ストーラー&ローリー・ヘンゼル /BUST MAGAZINE

Dabbie Sotller&Laurie Henzel

いち早く女性のあり方広げてきた編集者

自分らしさ、多様性、消費社会からの自立、女性のセルフプレジャー、セルフケア…それら今日のホットピックを25年前から配信。フェミニズムを「ポップカルチャー」として届けてきたBUST MAGAZINE (バスト・マガジン) の創刊者 (現在も現役)。



## ザコス・ヴァーフィス/LATRAAC

Zachos Varfis

荒廃の都市を若者とつくり直す建築家  
/コミュニティグロウナー

アテネの建築家、経済危機で荒廃する歴史都市の”DIY復興”シーンの中心人物。アテネの中心部にスケートボウルを協力者を集めてDIYで建設開始、スケートボードボウル兼カフェ「LATRAAC」を正式にオープンし、若者とDIYシーンのたまり場をいち早くつくった。



## ジョージャン・ヨバノフスキ

Gorjan Jovanovski

気候変動を市民に見える化するアクティビスト  
/エンジニア

ソフトウェア・エンジニア。自国・北マケドニア共和国の大気汚染指数を、政府が発表する難解なデータを簡易化し、市民が無料で簡単にチェックできるアプリ「AirCare (エアケア)」を開発。

# Who creates? Team and People

ヒープスのまわりの人々。チーム、コラボレーターから取材対象者まで



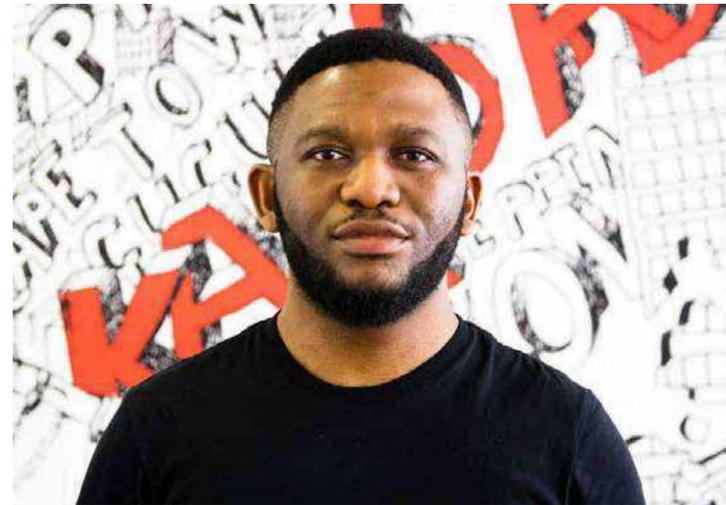
## ロナン・マッケンジー

Ronan Mckenzie

アイデンティティを映す写真家

黒人のアイデンティティや多様性をテーマにした作品や、メインストリームファッション誌が掲げる“美の基準”にいち早く対応しはじめたロンドン在住の写真家。

Z世代、ミレニアル世代に支持されるブランドの多くの広告作品も手がけるなかで「いまの広告表現」に、自身の経験や考えを落とし込む。



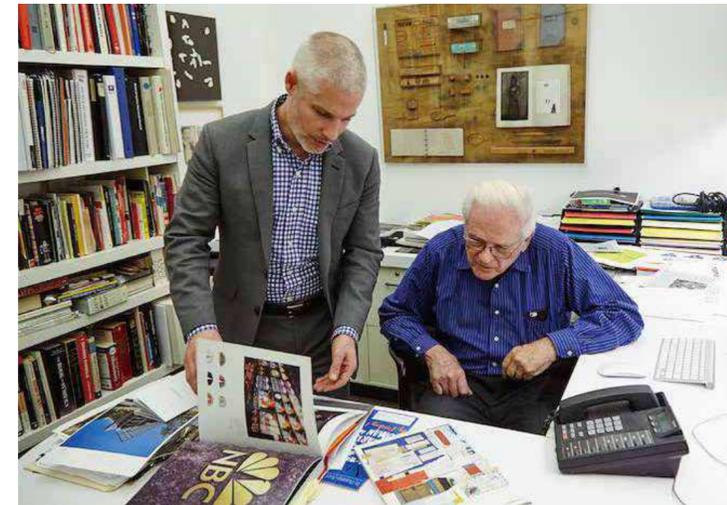
## ツェポ・モクホロ

Tshepo Mokholo

アフリカのローファブ建造を進める建築家

2030年までに人口増加とそれに伴う建築、都市化が求められている南アフリカで、ルワンダを拠点として活動する若き建築デザイナー。

「いまそれぞれのアフリカ、自分たちのまわりに利用できる素材はなにがあるのか、そこから何をすることができるのか。その可能性を見極める」と、地域に根付いた建造“ローカル・ファブリケーション”をすすめる。



## トム・ガイズマー&サギ・ハビブ

Tom Geismar&Sagi Haviv

社会を視覚的に変えてきたロゴデザイナー

企業ロゴをシンプルにし、ロゴ界に歴史を刻んだ米国のデザイン事務所「チェーマイエフ&ガイズマー&ハビブ」のグラフィックデザイナー。手掛けたロゴは、石油会社「モービル」大手デパート「バーニーズ・ニューヨーク」世界的銀行「チェース」老舗雑誌「ナショナル・ジオグラフィック」米三大テレビ局の一つ「NBC」日本の生命保険会社「ニッセイ」など。



## フリン・マクギャリー

Flynn McGarry

12歳からキャリアを自分でひらき続ける料理人

12歳で週5日レストランで働きはじめ、13歳で予約困難なポップアップレストラン、19歳でニューヨークのファインダイニング「Gem (ジェム)」をオープンさせ、現在もシェフを務める。(“料理界のプリンス” “料理界のジャスティン・ビーバー” と呼ばれる。←本人は嫌らしい)

# Who creates? Team and People

ヒープスのまわりの人々。チーム、コラボレーターから取材対象者まで



**Lauren Singer & Daniel Silverstein**

アクティビスト・ショップオーナー

「ゴミを出させない店」として、すべて量り売り、パッケージフリーの店をオープン、運営。



**Discake**

クエア・コレクティブ

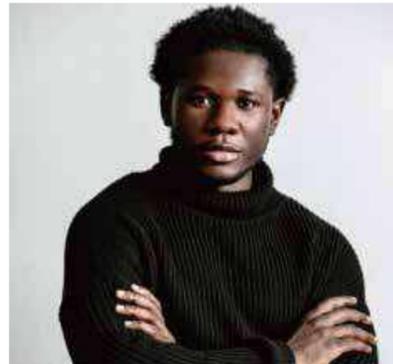
Z世代、おもに有色人種、トランスジェンダーに真にフレンドリーなクラブ空間をつくと活動する。



**Pasha Cas**

アーティスト/アクティビスト

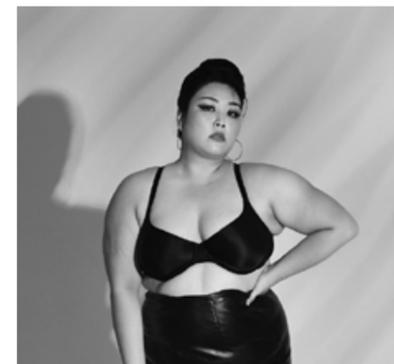
グラフィティとインターネット動画を通して世界に向けて自国カザフスタンの核利用や社会問題を伝える。



**Richard Akuson**

アーティスト

同性愛厳禁の国でセクシャルマイノリティをテーマにしたウェブマガジン『A Nasty Boy』を創始した。



**Taylor Tak**

プラスサイズモデル

欧米でデビューし、現在はルッキズムが強い韓国で活動中。



**Roisin Tapponi**

映画作品キュレーター

中東・北アフリカの映画作品をアーカイブし上映。知られない・あるいは間違っ映され続けた中東を映画で伝え直す。



**ペンナッキー**

映像作家

きのこ帝国、YeYe、V6など国内のアーティストのMVを作りながら、シンガポールや韓国など海を越えてミュージシャンの映像を手掛ける。



**Hidhir Badaruddin**

写真家

ひとくりにされがちな「アジア人男性」の多様な姿を、褐色の肌の被写体を撮り表現する。



**SideTalk**

NYCストリート映像コンビ

NYCのストリートで街頭インタビューを行い、シリーズ動画を配信中。一人の人間のあらゆる多様性を引き出す。



**Lucy Jones**

ファッションデザイナー

「車椅子の人が使いやすく、みんなにとっても使いやすいプロダクト」という新たな視点でのアダプティブファッションをすすめる。



**Jourdie Godley**

ファッションコンサルタント

ファッション業界での経験と障害者としての生活の経験を活かし、ファッションブランドへのコンサルタントを行う。



**Raven B. Varona**

写真家

ビヨンセやJayZなどもツアーを撮る写真家。自身も有色人種で、同じ文化を持つ距離感を大切にする。



**Yazan Halwani**

グラフィティ・アーティスト

内戦で崩壊した中東バイルートを、グラフィティでイメージ刷新・再建を試みる。



**Cheb Moha**

写真家

中東のストリートを撮る。中東出身のクリエイターで広告をつくるなど、中東のクリエイティブシーンを少しずつ育てている。

# Who creates? Team and People

ヒープスのまわりの人々。チーム、コラボレーターから取材対象者まで



## Hombres Tejedores

編み物コレクティブ

南米で「編み物好きの男性」のコミュニティを運営。編み物×男性が、フェミニズムと社会にあたえる影響を考え活動中。



## Cara Marie Piazza

染物アーティスト

花屋の売れ残りなどの天然染料を使って手染め（ナチュラル・ダイ）をする染物アーティスト。



## Jonah Reider

フリーランスシェフ

“予約4,000人待ち”の知らない人と出会うソーシャル・ダイニングを手がけたフリーランスシェフ。



## Infarm

都市型農業スタートアップ

都市型農業システムを構築し拡散するベルリン発のアーバン・ファームスタートアップ。



## Saturday Factory

日本の建設・製造業者がコラボする製作所

製造・建設の異業種が連帯してものづくりを行う。「大量生産のロジックで生まれる、日本のあらゆるギャップリソースを繋いでつくる」を目指す。



## Erika Lust

ポルノ映画監督/映像作家

「女性をスクリーン上だけでなくスクリーンの裏に」をモットーに、製作に女性の視点を増やし透明性の高いポルノを作る映像作家、監督。



## Amanda Munz

ファッション起業家

業界の“余り物”、倉庫に眠るサンプルを、チャリティに繋げる TheFashion Foundation 創立者。



## Samra Habib

作家/フォトグラファー/アクティビスト

クィアのイスラム教徒のライフストーリーを伝えるフォトプロジェクトを手掛ける。



## 秘密決行

中国四成都拠点の  
エレクトロ・ロックバンド

中国のシノシーンの先駆。中国四川省の成都（せいと）拠点のエレクトロ・ロックバンド。



## Bob Gruen

ロック写真家

ロックスターたちのアイコンックな一枚を撮ってきたニューヨークの写真家。



## Kathleen Tso & Vicki Ho

Banana Magazine編集部

アジア系アメリカ人のカルチャーを伝えるインディペンデント雑誌/コミュニティ。



## Marielle Sales & Gabriella Mozo

SariSari  
クリエイティブチーム

アジア系クリエイティブのシーンからは見落とされがちなフィリピン文化を広めるグループ。



## Sarah Ullman

動画クリエイター

銃規制や政治を変えるために、進歩派候補者のためにキャンペーン動画を制作する動画クリエイター。



## Al Diaz

アーティスト

バスキアの初のパートナーであり、高校時代にSAMO®としてともに活動した。

and more...

# MEETHEAPS/Don't Blink

ミートヒープス/ドント・ブリンク

## 自社シリーズイベント

2017年に開始した「MEETHEAPS (ミートヒープス)」  
HEAPS MAGAZINEで取り上げた人物と、編集部、読者、企業がフラットに交差して  
共創するコミュニティイベント。イベントのテーマは毎回あらゆる分野を横断し、コラ  
ボレーター (エンジニア、フォトグラファー、ビデオグラファー、通訳者など) はすべ  
て毎回読者から公募。

マガジンが届けるストーリーからだけでは見えてこないこと、交差することではじめて生ま  
れることを共有するトライアルの場としてスタートしました。

全員参加の公開取材型トークイベント「パブリックインタビュースタジオ」  
ゲストの活動を日本で実験的に再現する「エクスペリエンス」の2部で構成。

### これまでのMEET HEAPS

VOL.01 (2017 Oct)

NYの23歳のフリーランスシェフ、Jonah Reider (ジョナ・レイダー)と  
「ソーシャル・ダイニング」を実施。また「働きかた」を考えるトークイベントも実施。

VOL.02 (2017 Dec)

政府公認のサイボーグと考える、人間の感性とテクノロジー (Sponsored by Lexus)

VOL.03 (2018 Feb)

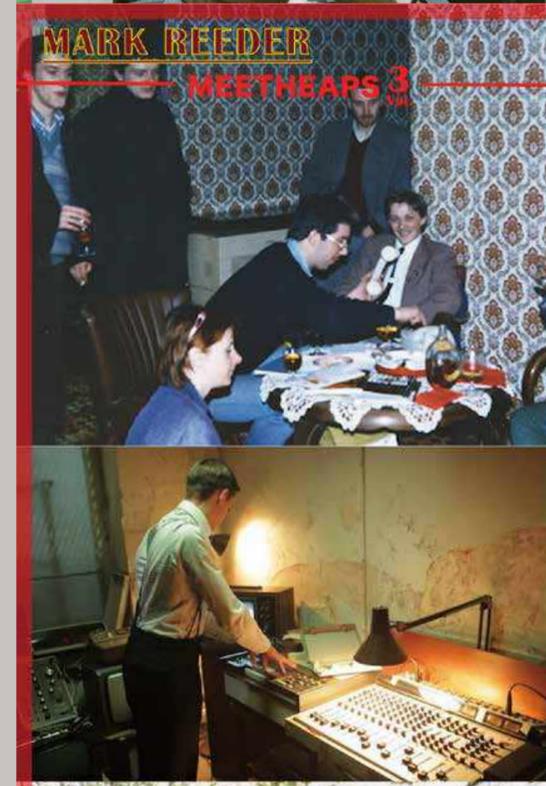
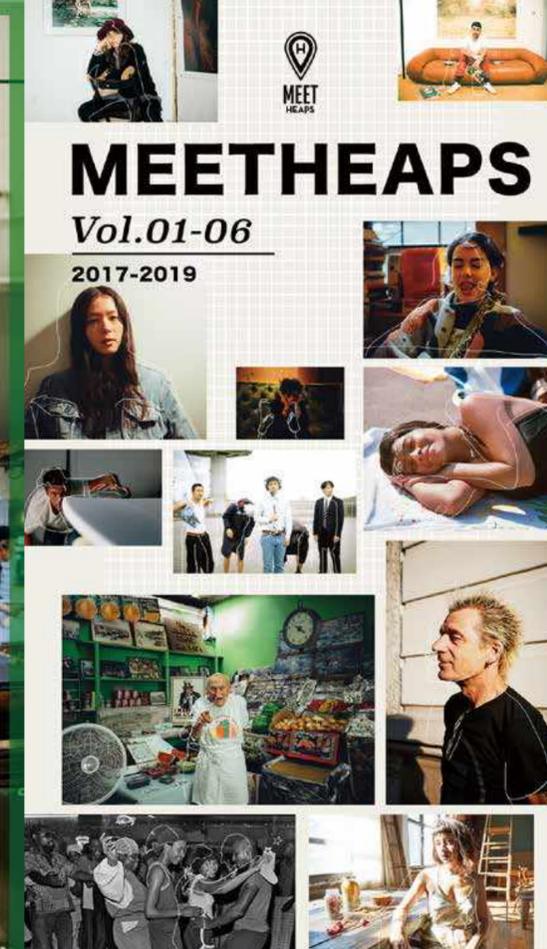
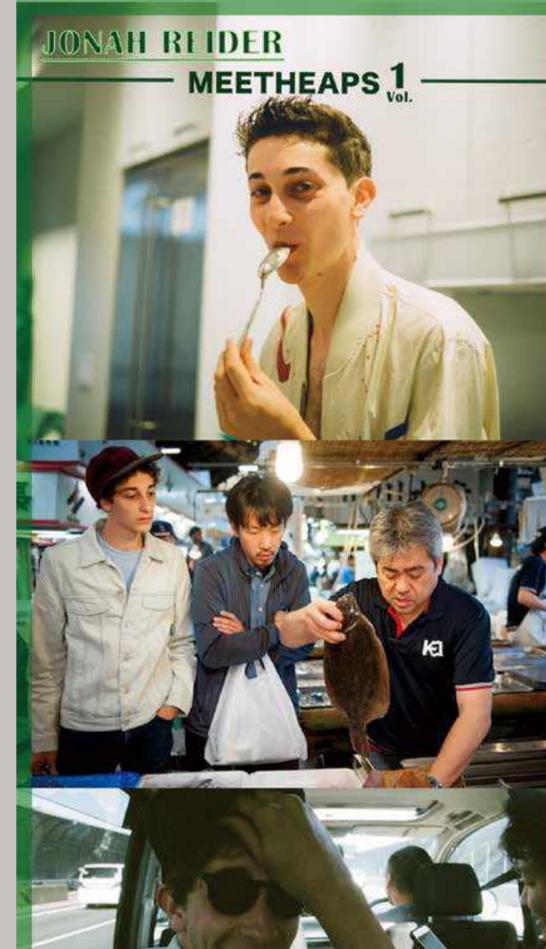
若者たちの音楽と文化、生き方を見つめた冷戦時代の”音楽密輸入”と、当時の貴重映像とDJナイト

VOL.04 (2018 Mar)

廃棄される花で染め物をする米国のアーティスト Cara Marie (カラ・マリ)と日本の若手  
起業家、フリーランスが話す「自分らしく社会課題に関わること」 (Sponsored by Lexus)

VOL.05 (2018 Dec)

新たなポルノをつくる映像監督、Erika Lust (エリカ・ラスト)が初来日。体とジェンダーと  
セックス、ポルノが変わると私たちの社会はどう変わっていくのかを考える



# MEETHEAPS/Don't Blink

ミートヒープス/ドント・ブリンク

## 自社シリーズイベント

VOL.00

### いまの世代の感性と感覚で、いまをもう一度つくる

MEETHEAPSから、より「実験的に」「実践的に」「継続的に」取り組むために「Don't Blink (見逃さない・見落とさない・見ないふりをしない)」として、その進化版の新シリーズとしてスタート。

媒体制作を通して関係を築いてきた世界各地の個性的な500人の個人たちを隔月で日本に招致し、日本のアーティストやクリエイターと協働してイベントやワークショップを開催する傍ら、イベントだけでなく、企業と有機的にパートナーシップを形成し、唯一無二のプロジェクトを仕掛けていくプロジェクトへ。

※2020年の5月から2021年の3月まで、人種、アイデンティティ、環境、食、動画ジャーナリズム、フェミニズム、気候変動のテーマで活動する6名の個人の招致がスケジュールとともに確定。HEASPとZ世代、ミレニアル世代とともに社会の課題や問いに対してユニークに協働を仕掛けていくシリーズとして企画段階にあったが、Covid-19により、2020年、2021年度は休止中。

VOL.00として、カルチュラルアーキテクト(文化の建築家)であるエンジニア、22歳のアイドリス・サンドゥを招いて実施。13歳でGoogleインターンを経験し、10代はTwitterやinstagram、Snapchatでのアルゴリズム開発やコンサルを歴任し、その後「テクノロジーと社会、文化」のブリッジをおこなってきた人物。

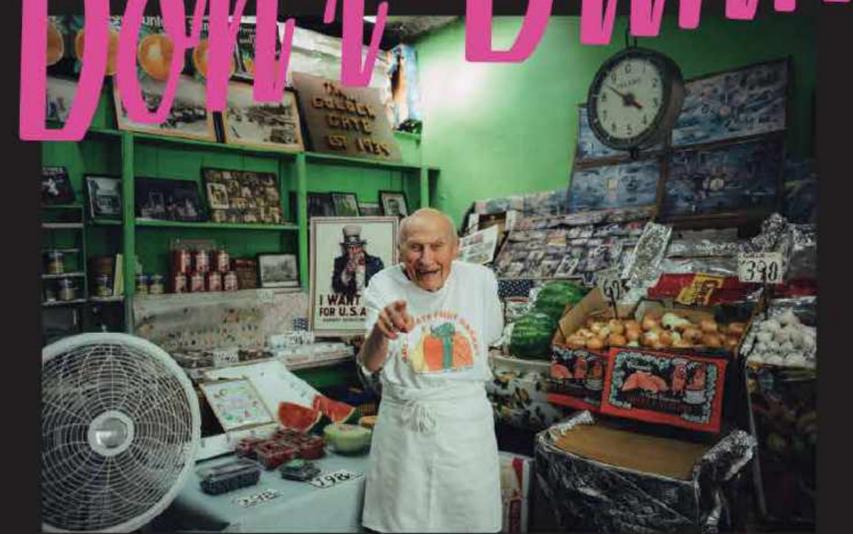
アイドリス・サンドゥの初来日では「感性と世代の感覚で、いまをもう一度つくる」ことをテーマに、さまざまな分野よりゲストを招きトークイベントを行った。

また、企業2社とアイドリス、HEAPSでパートナーシップを形成し、キャンペーンの実施とサービス開発のビジョン形成を実施。

Don't Blink



Don't Blink



Don't Blink





## CONTACT

HEAPS 株式会社

HEAPS 編集部

ad@heapsmag.com

contact@heapsmag.com

## 東京オフィス

〒102-0071

東京都千代田区富士見1-2-27 秀和九段富士見町ビル4F

## NYオフィス

38 West 32nd Street, #900A

New York, NY10001

## Website

heaps.co.jp

heapsmag.com

Twitter @HEAPSMAG