

# 「防災の心得（2）」

このたびの熊本地震により亡くなられた方々のご冥福をお祈り申し上げるとともに、被災された皆さまには、心からお見舞い申し上げます。皆様の安全と一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

さて、皆さんは普段から災害への備えをされておられるでしょうか？ こういう機会にこそ、是非とも対策を見直して下さい。昨年の「adtain 9月号」でもご紹介しました東京都が昨年9月に制作・配布した『東京防災』は、11月16日から一般販売を開始したところ、県外からの購入希望者が殺到して販売を一時休止するほどでした。やっと今年3月1日から、再び大手書店（三省堂書店、東急ハンズ、八重洲ブックセンターなど全100店舗）で、1冊140円（税込）で販売が開始されました。非常に優れた防災ブックですので、是非ご一読下さい。また、3月30日から電子書籍版も取扱いが始まりましたので、スマホやタブレットにダウンロードしておけば、災害時にネットが繋がらない環境でも読むことができます。

ネットで閲覧する場合→<http://www.bousai.metro.tokyo.jp/book/main/>

スマホなどの端末にダウンロードする場合は、予め「Kindle」や「楽天Kobo」などのアプリをダウンロードするか、iPhoneならば「iBooks」で、『東京防災』を検索してダウンロードして下さい。無料で読めます。★おススメ  
ところで、ご存知でしたか？ 皆さんが普段お使いになっている「LINE」ですが、実は災害時の状況を想定して作られたものなのです。LINEが誕生したのは、あの「311」の3ヶ月後です。電話回線に繋がらなくてもインターネット回線が繋がる環境であれば「ホットライン」としても使えるようにと考えられています。例えば、あの「既読」マークは、相手が緊急事態で返信すらできなくても、メッセージを読んだことが伝わるようにと付加された機能なんです。位置情報を簡単に知らせられる機能も、こんな発想から加えられた機能なのでしょう。

今回の熊本地震では、LINEから固定電話・携帯電話にかけられる「LINE Out」、いわゆる「LINE電話」機能を日本国内の番号への発信を1通話最大10分まで無料化して、安否確認に活用するようにとサービスを開放しました。

ところが、熊本県内の携帯電話回線へのLINE Outを使った発信は、輻輳(ふくそう)をさらに助長してしまい、電話が繋がりにくくなり問題となりました。LINEの無料音声通信サービスは、インターネットを用いたデータ通信を利用していますが、それを音声通信網と相互接続しているため、回線交換容量を消費するため、アクセスが集中することによって電話が繋がりにくくなってしまったわけですね。やはり、NTTコミュニケーションズが提供する災害伝言ダイヤル「171」や、スマホや携帯の「災害伝言板」が無難なのでしょう。

それでもLINEを活用したい方は、緊急時に連絡を取り合う連絡網として、普段からLINEトークでグループを作っておくとか、さらに災害時には、LINEで友達になっている全員に安否を知らせる方法として、「プロフィール」の「ステータスメッセージ」に、『私は大丈夫です、〇〇小学校の体育館にいます』などと入力すると良いでしょう。

## いざという時の連絡方法

- 災害用伝言ダイヤル：「171」に電話。指示に従い操作すると30秒のメッセージが録音可。再生も同じ番号。伝言の保存期間は48時間。
- Docomo：iMenu または dメニュー → 災害安否確認 → 災害用伝言板
- SoftBank：「災害用伝言板」アプリをダウンロード、または「My SoftBank」→ 災害用伝言板
- au：メニュー画面 → au 災害対策 → 災害用伝言板



ご自身のために、一度はアクセスして下さい！

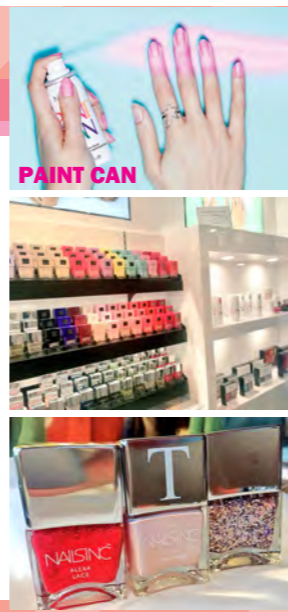


覚えておくと役に立つかも！



## T O M O K O O ' S R E C O M M E N D

UK 発のネイルブランド「NAILS INC」が4月29日、日本初となる旗艦店を表参道にオープンしたので行ってきました。私もネイルは好きで、単色・深爪ぎりぎりショートネイルが大好きなので専らセルフ派。そんなセルフ派におススメのネイルズインクは最速5分という速乾性やランウェイからインスパイアされたカラー、レーザー・デニムといったエフェクトカラー、ファビアン・パロンが手掛けたボトルデザインなどが特徴です。表参道店はイギリス本国同様に、販売とネイルサービスのスペースを備えたネイルパースタイルになっています。今回の目玉はオープン記念として先行販売された世界初のスプレーマニキュア「PAINT CAN」。指先にスプレーするだけでネイルポリッシュを塗ることができ、簡単に綺麗なネイルが楽しめます。ベースコート→スプレーをシューッと吹きかける→すぐに乾くのでトップコート→乾いたらみ出たポリッシュを洗い流して完成★早い！簡単！！忙しくて時間がない方や塗るのが苦手な方になりおススメ。また16SSコレクションのスーパーフード成分を配合したネイルポリッシュ、スーパーフードマニキュアも注目です。私はアレクサ・チャンコロボを集め中◎



ご意見・ご感想は [adtain@adproject.co.jp](mailto:adtain@adproject.co.jp) まで メールでお寄せください。  
発行：株式会社エディープロジェクト 〒151-0053 東京都渋谷区代々木 2-27-4

[www.adproject.co.jp](http://www.adproject.co.jp)

adproject 公式 facebook を check  
adproject がお届けするエンターテイメント情報を随時UP!!

皆様の いいね！ をお待ちしております。

facebook adproject

検索

もしくは、<https://www.facebook.com/adproject.japan>



2016 vol.048

5

# Legend

## 創造への道⑤

～仲良創造元年～



ゼネラルプロデューサー 榎垣 俊幸

### ■喜ぶ話

人は喜びを味わうと、寛大になり優しい心が生れ、美しいと感じたり、美味しいと感じたり、更なる喜びの感情を創造します。それは脳内麻薬とさえ言われている脳内発生が多幸感を感じるエンドルフィン (Endorphin) が成せる業です。これらは喜びのホルモン (独：Hormon) と呼ばれる生理活性物質が発生するからだとされています。体内機能を正常化させるホルモンはモルフィネと同様の効果があるとされています。もっともホルモンの神秘は、未だによく解明されていないのが現状のようです。人の神秘の所以も、この辺にあるのでしょうか。喜びは、脳の中で創られ脳の中で完結します。その活動は、入力情報によって反応した脳内神経活性物質によって発生した喜びのエンドルフィンが、一義的にどのカテゴリーの情報が反応するのかが検索して生じます。我々の情報検索分析によると、一次欲求である、「食欲」「性欲」「睡眠欲」を妄想力が満たす事で多幸感を感じる話に情報変換する事ができ、想起性を上げる話題になると言えます。また、知的欲求である後天的欲求は複雑です。相手方の知的理解度によって反応は異なるからです。それは相手の知的度数と関心度数の検索から始まります。その為には自分から相手を好きになる事から始めます。そして、コミュニケーションを重ね相手の資質を検索し、リレーションシップを構築して 第一想起率の高い存在になる「喜ぶ話」の達人になりましょう。その為に対手に心的反応をよくわかる冷静なもう一人の「エア自分」を同席させ常に客観的な視点を失わない様にします。客観的な視点を失わない事こそ「喜ぶ話」ができる秘訣です。それは、同じ話でも喜ぶ視点、切り口から展開できる事に繋がります。更にエンドルフィンを出させる為に話を展開している事を意識し、査定するもう一人に問い掛ける冷静な意識が大切です。更に一番の想起性を持たせる欲求の小話を展開しつつ、素敵な笑顔と目線で悩殺する事が「喜ぶ話」づくりの基本です。人が、笑えば思い出す、素敵な貴方づくりに励みましょう。

### ■喜ばれる話

昨今話に「儲かる話」が「喜ばれる話」として挙げられます。「名」より「実」を取ると言うのでしょうか。昔は「金銭」と「性欲」の話は「卑しい話」として禁じられていました。しかし、今日の若者達の会話では「卑しい話」



EDGE Positive mind

adproject-entertain newspaper

モデル：Sophia Nguyen / Height:180cm B:85 W:62 H:91  
事務所：ARTRICK ENTERTAINMENT (アートリック) <http://artrick.com>

## adtainとは、adproject と entertain が融合した「おもてなし」のトピックス誌

では無く、「喜ばれる話」のジャンルに属しています。また、一方では人の「為になる話」など公益性や公共性などを大切に話なども「喜ばれる話」としてボランティア精神の普及なのか成熟社会の様相を見せています。今日の若者の群像として喜びのある社会を望んでいるようです。それも「個人の利得」と「社会の公益性」など、より良い社会への変革を目指しています。戦後の復興に尽力を尽くした「団塊の世代」から「ゆとり世代」と呼ばれる世代に時代は移行しています。大切な事は次世代や、その次の世代が優秀な事です。戦争を知らない事や貧乏を知らない事にも素晴らしい世代を築く妄想力や創造力があります。それはスタイルなども美しくなり音楽や美学にリズムや彩度加わり楽しい社会を創ろうとする創造が備わっている事です。私達が進む未来を期待し次世代を褒め称えましょう。更に未来の輝く可能性を信じ、夜明けの日々を迎える事に希望を燃やしながら、明日を築く若者達に賞賛の拍手を贈る事、それが「喜ばれる話」であり「希望のリレーション」です。

### ■生甲斐

私達以外の生物で、生甲斐を示唆するものは

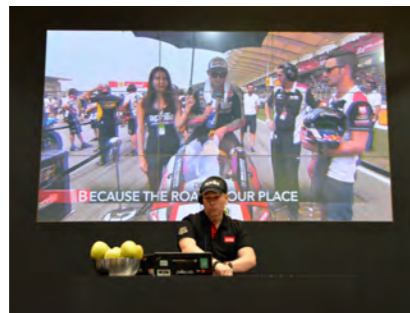
あるのでしょうか？ 次世代に繋ぐ能力は植物であれ、昆虫であれ生物と称するモノは全てに備わっています。それは生甲斐が無くても世代は続く事を表しています。しかし、人類は生甲斐を求めます。また遊びのできる高等動物は生甲斐を求めます。それは遊びと言う思考力が生甲斐を求めて夢を持ち、より楽しい暮らしを工夫し、希望を持って生きて行こうとします。明日に希望を持つ事が「夢と遊びのある暮らし」から生まれる事は確かです。遊びは、慣例や習性を「否定する事」や「拡大解釈」や「とり間違い」する無駄から始まります。暮らしを楽しく生甲斐を持つ事は、ミスのある事のように。「知らぬが仏」と言う言葉がありますが、まさに次世代の強みなのです。知らないがゆえに楽しい夢を見る事ができ、保育園児の様な笑顔でいられるのです。園児の笑顔は、夢があり元気が湧きます。まさに身体全体には生きる希望が溢れています。「知らない生甲斐」です。むしろ知ると不安が募り、知らない不安なども無いと言う事です。生甲斐の真髄は、知らない明日にあります。私達は、明日を司る次世代と未来にポジティブな希望を持ち肯定的な未来を信じて、積極的に生きる事を、生甲斐とする道を選びます。



弓狩 章裕

- Event : 第43回東京モーターサイクルショー
- Date : 2016年3月25日~27日
- Place : 東京ビッグサイト

年に1度、東京ビッグサイトで開催される『東京モーターサイクルショー2016』に行ってきました。今年で43回目を迎えるこのイベントは入場者数も年々増加傾向にあり、国内外のバイクメーカーが新型バイクや代表的なバイクをブース内に展示し、バイクに触れたり跨ったりと身近に感じられるので、幅広い世代が楽しめるようになっています。その他にもパーツやヘルメット、アパレルなどのメーカーも数多く出展し、見どころ満載の総合展示会です。今回は前年に引き続き、ピアッジオグループジャパンブースに運営スタッフとして参加させて頂きました。ブース内ではアプリリア、モト・グッツィ・ベスパの3つの個性豊かなイタリアンブランドから計7台のモデルが展示され、アプリリアからは、フラッグシップモデルR SV4 RFを先行特別展示。モト・グッツィでは、2015年のミラノEICMAショーで公開された、今年の秋頃に発売予定の最新モデルV9 Bobber がアジアで初公開されました。ベスパからも日本とイタリアの国交樹立150周年を記念して、PX150に特別なナンバリングエンブレムを配した特別ペイントモデルが展示され、イタリアの雰囲気を感じながら、個性の異なる3ブランドの世界観を楽しんで頂けるブースになりました。また、ステージイベントとして各ブランドのイメージに合った楽曲で、DJによるスペシャルステージが開催され、ブース内もDJキャッシュもテンション↑↑で大盛況の中3日間を終えることができました。屋内会場に限らず屋外会場では、トライアルデモンストレーションや新型バイクの試乗会が開催されています。色んなメーカーの車種をまとめて試乗できるチャンスですので、機会があれば是非参加してみたいと思います。他にもフードコートが屋外会場にはあるので、1日を通してバイクファンのみならず家族でも楽しめるイベントになっています。



伊藤 美幸

- Event : "RYAN MCGINLEY : BODY LOUD!"
- Place : 東京オペラシティアートギャラリー

東京オペラシティアートギャラリーで7月10日まで開催されている、ライオン・マッギンレー "RYAN MCGINLEY : BODY LOUD!" 展へ行ってきました。


マッギンレーは1977年ニュージャージー生まれの写真家で、22歳の時に自費出版した写真集が話題となり、ホイットニー美術館で史上最年少の25歳で個展を開催。瞬間に注目を集め、写真界のスターダムを駆け上がり、「アメリカで最も重要な写真家」として高く評価されており、日本でのこれだけ大規模な個展は今回が初でした。

マッギンレーといえばヌード！ですが、やはり今回も壁一面、何もギミックもなく「ドストレート！」と思ったら、大事な部分は、うまいこと隠れていました。モデルとなっている人たちは、プロのモデルではない普通の人たちですが、なんともいえない魅力に満ちています。彼らはマッギンレーの初期の作品から登場する「少し変わった人たち」、ミュージシャンやスケーターやフリークスなど。近いうちに何らかの理由（ドラッグや自殺やその他のあまり日常的ではない理由で）死んでしまいそうな生き急いでいる刹那的な人たち。彼らは見渡す限りの雪原や草原で寝そべり、走り回り写真の中で自由に過ごしています。写真の一番好きなところは、(死体を写さない限りは) 生きてる時に写真家と向き合い、それがそのまま定着し残るところです。このモデルたちが何らかの理由で近いうちに亡くなってしまっても、ライオンに撮られた時は確実に生きていた…勝手に近いうちに死ぬことになってしまっただけで大変申し訳ないのですが、そんな事を考えてながら観ていました。



## Project 3.


## Project 1.





コラ  
Producer's column

### 震災による復興の大変さは想像以上です。

EXECUTIVE PRODUCER : 松延 智明



先日、仕事で福島県相馬市を訪れる機会がありました。事前には、東日本大震災から5年が経過し、被災地は復旧から復興へ移行していると聞いていました。が、しかし…わたしの訪れた相馬は、道半ばにも届かない印象でした。左の写真(上)は、沿岸部の住宅地だった場所です。津波の被害で一面が更地になっており、かさ上げや防潮堤の工事が延々と続いています。本当に気の遠くなるような広さです。写真(下)は、国道6号線に入る道の標識で、矢印の直進方向には行き先が書かれておらず、クルマを進めると先ほどの沿岸部に到達します。この現状を見ると、微力ながら何かせねば！という気になりますね。先日の熊本地震で我が故郷も被災をしました。人的な被害がなかったことは不幸中の幸いですが、これから考えると呆然とするばかりです。復興の手伝いをしながら、予想される首都圏直下型地震など自分の備えも早急に整える必要がありそうです。



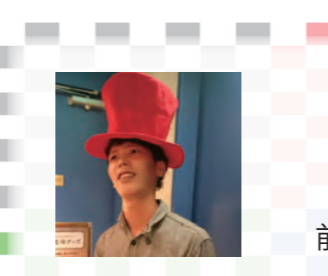
PRESIDENT : 榎垣 俊吾

### くまモンの地へ



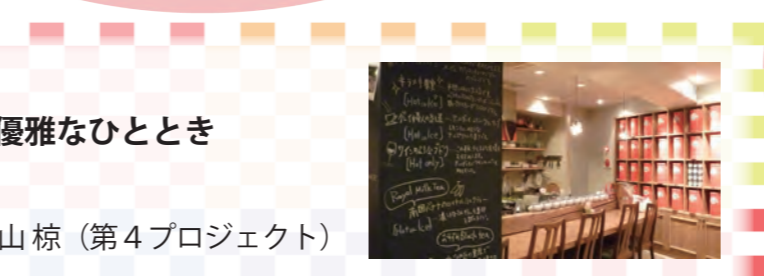
2016年4月14日21時26分、その28時間後の16日1時25分に、それ以上地震7を観測する地震がくまモンの地で発生した。活断層型の地震でマグニチュード6.5以上の地震の後に、さらに大きな地震が発生するのは観測史上初めてのケースだという。今回5月9日~11日の3日間、震災取材の仕事で現地入りをした。GWにかけて2万5千人の自衛隊や延べ2万人のボランティアによる災害復旧活動により、幹線道路の補修や被災ゴミの搬出などが急ピッチに進められたこともあり、今回の震源であり被害の大きかった益城町でも、動きのとれるほどに復旧が進んでいた。報道では、家屋全壊や不安により避難所で生活する人々が中心の話ばかりだが、実はそれに加え多くの方が、一部損壊でもまだ住み続けることの出来る住宅の前にブルーシートでテントを作り寝泊りしている。これは今も続く余震による不安やトラウマから、奥さんやご家族が建物の中で寝ることが出来なくなり、家族揃って屋外で寝ているという。避難所や自宅前のブルーシートから仕事場へ出勤する生活を続けている状況であった。現地の方々と話をしていると家屋損壊も大変な事だが、それ以上に多くの方が今回の余震を含む地震を抱えている事は、ご家族のトラウマや心の問題が大きいようだ。取材協力頂いたJAF隊員のお子さんも、GW明けから小学校に通ったものの、いまだ続く余震から夜中に吐いてしまうことがあるという。1日も早く元通りの生活に戻れることを、心から祈るばかりである。





優雅なひととき


前山 椋 (第4プロジェクト)



ここの紅茶は革命的に美味しい！！と先日知人に連れられ行って参りました、「Kunitachi tee house」国立駅から5分程歩き、店内に入りますと…フワッと上品な紅茶香り、カンツリー風であたたかみのあるなんとまあオシャレなお店。席に座るとまたオシャレな恰好をした店員のお姉様とお兄様、紅茶にうとい私は勧められるがままにミルクティーとパンケーキを注文しました。いい香りに包まれながらポーッと回りを眺めていると、紅茶片手に会話を楽しんでいるママ達。これが「優雅」かぁ…と。すると何やらカウンターの方から「シャカシャカ」と音が聞こえてきます。?! 紅茶入れているんですね? 入れ方が、ユニークなんです。話によると研究に研究を重ねてとか…これは実際にご覧いただかないとわかりません!! (笑)

そしてとうとう運ばれて来たミルクティーを一口。頭の中はお花畑。「これは何という飲み物ですか?」「これがフレイバーティーですか…」今まで飲んでいた紅茶は何だったんだらう…パンケーキもフワフワで紅茶との愛称は抜群。「こんな素敵な時間もたまには必要なな」何か面白い企画が思いつきそうです!

是非お時間あれば行って見てください。この店は…モテる!! (笑)





## Project 2.

柳澤 紗矢

- Event : ジャパン・クラシック・オートモビル2016
- Date : 2016年4月3日
- Place : 日本橋



小雨降る日本橋にて、「ジャパン・クラシック・オートモビル2016」が開催されました。名橋「日本橋」が誕生して105周年。春の日本橋名橋まつりの一環として開催される「ジャパン・クラシック・オートモビル」は今年で6回目の開催です。私は運営事務局として今年初めての参加でしたが、メンテナンスがとても大変だといわれているクラシックカーを個人で所有されている方々が多くいらっしゃることに驚きました。今年も株式会社H.I.D. インターアクティカ様主催、日本クラシックカークラブ様監修のもと集まったクラシックカーは31台。恥ずかしながら車にはまったく詳しくなかった私ですが、展示会場である日本銀行本館前庭に続々と現れたクラシックカーの威厳ある姿を見た時には鳥肌が立ちました。しかも、31台中自走するクラシックカーは24台。古いもので90年以上前に造られた車両が未だにエンジンをかけて走ることができるというだけでも驚くのに、ツツツに磨かれたそのボディーを見ると、その車がいかに愛されてきたかがわかります。(うちの家の車でさえこんなにツツツしてない…)。当日午前中はあいにくのお天気が雨がしとしと降っていましたが、日本銀行庭前の江戸桜通りは名前の通り満開の桜。ご来場頂いた皆さんにはクラシックカーと桜並木の風情ある共演をお楽しみいただけたかと思います。12時以降は23台が日本銀行前から江戸桜通りを颯爽と走り抜けて、日本橋の橋上に展示場所を移動。オーナー様の運転によって走るクラシックカーを目にした多くの来場者がその姿をカメラに収めるなど、なかなか見ることのできない光景に興味津々でした。最近では電気自動車など環境を考えたエコカーなども多く、クラシックカーを目指すことはほとんどありません。しかし、昔ながらのものにしかない良さや風格があります。新しいものだけに囚われず、昔ながらの伝統や品格を守っていく大切さを改めて感じる事ができたイベントでした。



## Project 4.

PRODUCER : 岩下 信而

- Event : アメリカン・クラフト・スピリッツ & ハード・サイダー・トレード・ショーケース
- Date : 2016年5月9日
- Place : ANA インターコンチネンタルホテル東京

先日拙文でもご紹介したアメリカで流行の、クラフト・スピリッツとハード・サイダーの試飲商談会を、盛況のうち運営、制作してまいりました。ぼくと付き合いの長い方はご存知でしょうが、20代から(本当は10代から)ずっと村上春樹の登場人物のように、何かといえばビールばかり飲んでた。だから、社交場に連れていってくれた先輩たちから付けられたあだ名が「ホステス」(註:彼女たちは、なぜか客のボトルを飲まずビールの小瓶で相手をし、交代時にはコースターをテーブルに乗せる) そんなぼくがここ数年は、微炭酸のワインやホッピーなどを飲むようになった。要するにパワーが落ち、飲み方がずるくなったのでしょうか、ビールは体力だもんね。でも炭酸のお酒はずっと大好き。周りの女性に目を向けると、宴席に着くなり「シュワ、シュワ」コール。ターミネーターか、耳の不自由な人とのコミュニケーションかと、不謹慎な突っ込みをしたくなる程のスパークリングブーム。男性はといえば、ゆとりからオヤジまで右に做えとハイボール一辺倒。まさに炭酸のお酒が定着しています。そんな中でハード・サイダーがアメリカから再上陸。アルコール入りのリンゴサイダーは、日本では「シードル」として古くから馴染みがあるが、今回ご紹介するハード・サイダーは、昨今のクラフト・ビール(いわゆる地ビール)の流行により、原料、製法にこだわる生産者と消費者がルネッサンスした逸品。アルコール度数もビール並みに調整(2~8%)、ビールとは違いグルテンフリー等の特徴で、ぼくのようなビール卒業層から、質にこだわる女性達にまで幅広く支持され、アメリカにおけるビール・モルト系では圧倒的な成長率なようです。試飲会当日は、ぼくも仕事に精を出しながら試飲に試飲を重ねました(懺悔)。当然ながらフルーティでだけドライ、ぼくの印象は、ビール種というより果実酒種。食事にも合いそうだし、何と云ってもラベルが、地ビールや泡盛のように個性的でおしゃれ、飲んでいて楽しい食のエンターテイメントといえる。これから日本の市場に出回るであろうから、ぜひお試しください。そしてクラフト・スピリッツ。同様に原料、製法、ボトルのフォルムやラベルにこだわり、ギフト市場にまで参入しています…おっと紙面が尽きた、ではまた次号、Ciao



「酒を語れば熱い」アメリカ大使館アレックス大塚さんのマーケティング・セミナーも大成功!



ハード・サイダーのほんの一部。並べているだけで楽しくなります。