

Keyword : N-NOSE (エヌノーズ)

本誌は、この6月号で創刊からまる 10 年の節目を迎えます。コロナの所為で3回だけ休刊しましたが、10 年間毎月発行して参りました。10 年前と現在では取り巻く環境も異なり、SDGs が叫ばれる中、今後の「adtain」の在り方について社内で検討していますので、次号で発表したいと思います。

さて、今月は「N-NOSE」について紹介します。今、男女を問わず日本の死亡原因の第1位が癌で、約3人に1人が癌によって亡くなっています。皆さんが、健康診断等で癌の検査を行う場合は、血液を採取して、その血液を用いて様々な腫瘍マーカーの検査を行います。よく使用されるのが、「CA19-9」という腫瘍マーカーの検査で、消化器系の腫瘍（膵癌、胆管癌、胆嚢癌、胃癌、大腸癌など）の場合、この CA19-9 が大量に産生され値が高くなり、この数値を測定することで癌の可能性が見えてくるわけです。前立腺癌であれば PSA という前立腺の上皮細胞から分泌されるタンパク質を調べます。この PSA の値が高いと、前立腺癌、前立腺肥大症、前立腺炎などの可能性が疑われます。このように、癌マーカーというのは、癌の種類によって様々で全ての癌を検査するには数種類のマーカーを検査する必要があります。しかし、腫瘍マーカーの感度は低く、早期癌の発見には効力をあまり発揮できません。もちろん、癌マーカー以外にも PET や CT 検査などの画像診断によっても調べることが出来ますが放射線の被ばくなど身体的に負担があります。何れにしても、これらの方法は、血を抜く際の痛みだとか、高額な検査費用がかかり、被験者にとっては負担が大きくなります。このようなマイナス面を一気に払拭し、今後の癌のスクリーニング検査方法を塗り替えてしまう画期的な方法が、この「N-NOSE」なのです。最近、TVCM でも流れるようになってきましたので、1度くらいは目にしたことがあるかもしれません。N-NOSE というのは、線虫を用いた癌の1次スクリーニング検査のことです。少し前に犬の嗅覚で癌のスクリーニングを行うなんていう方法も開発され実用化されています。特殊な訓練を受けた「癌検知犬」によって、人の呼気に含まれる癌特有の匂いを検知するのです。癌検知犬は、人間の100万～1億倍以上の嗅覚を持つといわれている犬の中でも特に嗅覚と集中力に優れた犬です。判定できる癌の種類も多く、肺癌、食道癌、胃癌、大腸癌、肝癌、胆管癌、膵臓癌、腎癌、膀胱癌、前立腺癌、乳癌、子宮癌、卵巣癌、悪性リンパ腫、白血病などの癌が探知できます（日本外科学会雑誌 2018）。犬には匂いの受容体遺伝子が約 800 種類存在します。人は 350～400 くらいです。しかし、線虫の受容体遺伝子は、1,200 以上あり、犬よりも 1.5 倍もの微量な成分を検知できることがわかりました。検体は、血液ではなく、わずかな量の尿なので痛みもなく採取でき、検査料も安価で高感度。しかも早期ガン（ステージ0～1）でも高精度に反応し、様々な種類のガンのリスクを早期発見することが出来る画期的な方法なのです。発見可能なガンの種類は、胃、大腸、肺、乳、膵臓、肝臓、前立腺、子宮、食道、胆嚢、胆管、腎、膀胱、卵巣、口腔・咽頭の 15 種類。優れた検査ですが、これはあくまでスクリーニング検査で、確定診断ではありません。ですので、このスクリーニング検査で陽性になったら精密検査を行う必要がありますが、何れにしても早期にその可能性が発見できれば、根治にも繋がるわけですから素晴らしい検査方法だと思います。線虫と言っても、昆虫以上に種類が多く、一説には 1 億種以上で、この地球上で最も種類の多い動物だといわれています。「N-NOSE」で使う線虫は、体調 1 ミリ程度の線虫（シノラブディティス・エレガンス: *Caenorhabditis elegans*）で、「シー・エレガンス」と略され、なんと線虫のイメージとはかけ離れたお洒落な学名なのも面白いですね。どうやって、その線虫を使って検査するかというと、採取した尿検体を 10 倍程度希釈して、線虫（成虫）が 500 匹程度ばらまかれたシャーレに 1 μ l（1 マイクロリットル=1ml の 1000 分の 1）添加しておく、癌の人の尿に線虫が集まって来るので、それを確認すれば判定が出来るという大変わかりやすい方法です。この方法を開発したのが、線虫の嗅覚に関する研究で世界的に知られる存在である広津崇亮氏で、現在、HIROTSU バイオサイエンスの代表取締役を務めています。恐らく、ここ数年で、この方法は世界的に広がる画期的なスクリーニング検査方法になると思います。癌検知犬も素晴らしい能力があり、感度も同等ですが、犬でこの数回訓練も大変ですし、餌代などのランニングコストもかかります。その点、線虫は訓練は必要ないですし、大腸菌をまいたシャーレ上（NGM 培地）で、4 日くらいで 100 倍くらいに増やせますので圧倒的に優位性があります。因みに、「N-NOSE」検査キットは、web から注文でき、1 検査 12,500 円（税込）となっています。

法人・団体向けには特別なプログラムもあり、会社全体での健康診断のオプション検査として組み込むことも可能で、社員全員に受診させる企業が増えて来ています。

あみ TV・Ami channel adtain 版
 バイクタレント木村亜美（愛称：あみーご）の日常

KUSHITANI ライディングミーティング、筑波サーキット コース 1000 で開催される【トレーニングセッション】にて、今年から MC を担当させていただくことになりました。一日をかけて走行～座学までしっかりとサポートしてくれるサーキット走行会。プロの講師の指導のもとライディングを重ねていくと次第に自分自身のスキルアップに繋がります。さらには、普段のツーリングや一般道での走行に役立つ経験値ともなります。次回開催は 7 月 12 日（火）。アットホームでとても和やかな雰囲気サーキット走行会、ご興味ある方はぜひ！

■詳細 / お申込みは⇒https://www.kushitani.co.jp/news/krm/1000/tsukuba1000_detail.html

※クシタニライディングミーティングトレーニングセッションとは、これからサーキット走行を始めたい方や、スポーツライディングを基本から学びたい方のためのスクール形式の走行会です。メイン講師は MFJ 公認インストラクターの佐川健太郎 先生。参加者はレーシングギア一式をお持ちでなくても OK。これからサーキット走行を検討している方から、サーキット走行ビギナーまでを対象としています。

ご意見・ご感想は adtain@adproject.co.jp まで メールでお寄せください。
 発行：株式会社エー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

↑上のスペースを外部的にも開放致します。是非、寄稿をお願い致します。詳しくは、こちらまで⇒<http://adtain.tokyo/contribution/>

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>

2022 vol.118 6 Legend

エンターテインメントの 実行 その15



人生の総時間量は増大するベクトルに

テクノロジーやエンジニアリングの進化は、私たちの生活を素晴らしく便利にしてくれました。24時間あれば世界中どこへでも行けるし、地球の裏側とも瞬時にアクセスできる。面倒な計算は全部機械がやってくれるし、3分待てば、ラーメンだって食べられる。全ての物事は、かつてとは比べ物にならないくらい短時間で処理できるようになりました。生活のあらゆる場面で時短が進んでいるのです。

そして面白いことに、時短の一方で、人生の時間は、50年から80年、そして100年と確実に伸びています。つまり、私たちに与えられた時間の質量はどんどん拡大しているのです。〈時短になった部分〉×〈人生の時間〉という掛け算をすれば、おそらく、近代文明が生まれた大政奉還から明治初年頃と比べると100倍近くになっているでしょう。

言い方を変えれば当然それだけの質量のものが、一生の間に一人の人間の体を通過していくわけです。しかし、明治時代の人と比べて、私たちが100倍の能力を持っているとは思えません。つまり、環境そのものが素敵な変貌を遂げているわけですが、実はこれは宇宙の進化と深く相関しているのです。

ビッグバン以降、宇宙は膨張を続けています。NASAが打ち上げたハッブル宇宙望遠鏡の観測によると、確認されている最も遠い天体であるクエーサーは、はるかに100億光年の宇宙の彼方にあり、さらに光速の数分の1という想像を超えたスピードで私たちから遠ざかっているといわれています。地球を含む銀河系全体も宇宙の膨張に伴い、ある時間軸からすればどんどん膨張係数の高いところへ移動しているのです。

全ては宇宙原理に沿っています。1時間=60分=3,600秒という時間軸は人間が勝手に決めた便宜的な取り決めにすぎません。かつては、時間はどこでも一緒に進むものと考えられていましたが、絶対時間は特殊相対性理論によって超克され、さらに最新の宇宙物理学では、時間と空間に対する様々な新説が発表されて



モデル：Lorena Maraschi / Height:178cm B:78 W:56 H:85
事務所：ARTTRICK 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

います。いずれにしても、私たちが持ちうる総時間量は今後も増大するベクトルに向かっていることは間違いなでしょう。

圧縮される情報とストレス

人類は誕生以来、この拡大する時間の速度に対応して進化してきました。意志を持ち、火を持ち、道具を持ち、物々交換からやがて貨幣を持つようになり、国家という概念を形成しました。このように、進化の中には必ずエポックメイキングがあります。そして、前世紀末から21世紀にかけてのエポックは「情報革命」でした。情報を加工することによって、様々な新しい価値を見出すことができるようになりました。その情報加工の柱となる技術の一つに「圧縮機能」があるのです。膨大な情報を圧縮することによって一定の容量の中に集積し管理することですが、この発想そのものは、かなり以前からあったものです。テレビコマースでは15秒という枠の中で膨大な商品情報は低くして表現しているし、また「愛している」という言葉の中には、様々な想いが圧縮されています。そういう意味で私たちは圧縮された情報に対応できる身体を持っていると言っていいでしょう。

しかし、ある容量を越えれば、やはりストレスになります。さらに言えば、圧縮された情報を受け取っても、それが解凍されていくとき、当然ストレスも一緒に膨張していくことになるのです。圧縮されていない状態の情報とは最初からストレスを伴いますが圧縮され

た形であれば、受け入れる際の抵抗が少ないというだけの話です。いずれにしろ、処理能力を超えた量の情報はストレスになります。

また、情報量の多さは社会不安を増大させる要因となり、かえって閉塞状況に陥ってしまうでしょう。これに対応する方法としては情報を遮断するか、対処しないという選択肢があります。しかし、これは単純作業の労働しかないという割り切り方になり、この場合は機械（AI）に使われるというような立場になるでしょう。生活は非常に苦しいものになることを覚悟する必要があります。それが嫌ならば、やはりストレスと向き合って生きていかなければならないのです。

以前、私は「新・快樂主義」で快樂の解放を訴えました。人間というのは本質的に快樂を求める生き物です。楽しいことよりも苦しい方が好きという人はあまりいないでしょう。ただし、自分だけ楽しければいいという考えは享樂主義としてこれと区別します。要は「ホスピタリティ溢れる世の中を創っていきましょう」という提起ですが、そこで、まず問題となるのがこのストレスです。毎日ストレスに押しつぶされそうになっているは、元より楽しく快適な人生を過ごすことはできません。ストレスは「ホスピタリティ」の対局になるものです。しかし、ストレスを敵と規定すると、それと闘わなければならない、さらにストレスとなります。発想を逆転して、ストレスと仲良くすることを提案します。

(次号へ続く)



ASSOCIATE PRODUCER：黒川和紀

■Title：実は間違っている人が多い、サウナの正しい入り方

昨今、「サ活」いわゆるサウナを健康のためなどに定期的に利用することがブームとなっている。そんなサウナについて、今回はより「健康」を追求した場合、どのような入り方がおすすめか、お風呂・温泉と健康の関係を医学的に研究している医師の早坂信哉先生の記事があったので紹介します。健康という観点から考えた場合、サウナのメリットはどこにあるだろうか？ 早坂先生は次のように答える。

「サウナには『温熱効果』があり、体が温まることが最大のメリットです。体が温まり、全身の血管が広がることで、血液の流れがとても良くなります。血液の流れが良くなると、疲労回復につながります。なぜなら、血液は人間の体にたくさんある細胞へ、酸素や栄養を送ったり、細胞が活動した後の二酸化炭素や老廃物を回収したりする役割を持つためです。サウナはお風呂と比べ、水圧がかからず、温熱効果だけをえられるのが利点です。お風呂に入るとお湯の水圧がかかるため、年輩の方や心臓に持病がある方は、その水圧でちょっと息苦しさを感ずることがあります」

1. シャワーやお風呂で軽く汚れを落としつつ体を温める。2. しっかり体を拭いて、サウナのひな壇の下段からスタート。3. 慣れてきたら徐々に上段へ上がる。4. 額に汗をかいたら一度サウナから出る
「80℃で10分以内が目安ですが、湿度によっても変わりますので、額に汗をかいたら、汗が流れるほどになる前に一度サウナから出ます。ポイントは我慢しないことです」「水風呂は冷たい、と感じる程度で十分なので、30℃程度のぬるま湯で十分です。シャワーでも代用できます。もっと冷たい水風呂が好きな方は、手足からかけ水をして少しずつ水を慣らしてから入ってください。水風呂が苦手な人は外気浴だけをおすすめします」この1～5の手順を2～3回繰り返す。ただ、体調に合わせて無理せず1回で終了してもいいそうだ。サウナは、入り方によっては、血圧などに悪影響を及ぼすこともあるという。「お風呂で2～3分、体を温めてからサウナに入ったほうが、血圧の急上昇を防ぎ、安全にサウナに入ることができます。お風呂は40℃までのぬるま湯にします。またサウナから上がった後、38～40℃のぬるめのお風呂に2～3分浸かるのは、水圧によって下半身の血流を改善することもあり、おすすめです。少し休んでから再びサウナに入るのはかまいませんが、やりすぎると疲れてしまうので、1回の入浴につき、サウナに入るのは2～3回くらいまでにしておきましょう」またサウナ直後の水風呂については、早坂先生は特に注意が必要だと話す。「サウナを出た直後に水風呂に入ると、血管が収縮し、血流が良くなる効果もありますが、とても冷たい水風呂に、熱いサウナからいきなり飛びこむと、心臓に負担がかかり、血圧も上がってしまい、非常に危険です。場合によっては不整脈や狭心症につながる可能性もあります。身体を冷ましたい場合には、先にご説明した30℃くらいのぬるま湯、または外気浴などがおすすめです。あとは水分補給をしっかりとし、間違っても、我慢して入り続けることはやめましょう。



EXECUTIVE VICE PRESIDENT：横田 郁夫

■Title：キャンプへGo!

■Place：朝霧高原「ふもとつばらキャンプ場」

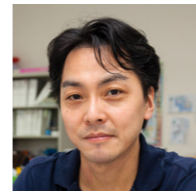
先日、今年の夏に予定されているキャンプイベントの下見で朝霧高原にある「ふもとつばらキャンプ場」に行ってきました。2019年にも使用した会場ですが、このコロナ禍でキャンプブームがヒートアップした影響もあり、キャンプサイトもリニューアルされ、施設もびっくりするほど使い勝手が良くなっていました。どこのキャンプ場の施設でもトイレはウォッシュレットが当たり前。きれいなレストランにおしゃれなメニュー。キャンプグッズのレンタルを利用すれば持って行くものは要りません。テントでのアウトドアライフも楽しめます。テントがどうしても嫌だという方にはおしゃれなコテージやバンガローがあります。しかしここまではどこのキャンプ場でもありますが、ここ「ふもとつばらキャンプ場」の売りは、なんとといっても富士山。目の前に富士山がドッカーンとそびえ立っています。是非、時間があたら自然を満喫しに出掛けてみてください。河口湖から40分程ですし、東名富士インターからでも同じぐらいです。



Project 1.



「entertain」とは？



EXECUTIVE PRODUCER：松延 智明

当社の創業者である故・榎垣俊幸と生前に、ほぼ毎日、仕事が終わってから（実は終わっていないのに）お酒を共にしていただき、酔っぱらって話していたこと。私が生意気にかけただけのマーケティングを語りたがると、師からP.コトラー氏の『「ラテラル」「パーティカル」のマーケティングを骨子として体系的に物事を整理すべし』との飲酒講義を賜り、でも、結局、次の日は前後不覚で記憶不明。乱暴な例を挙げれば「時短をすれば儲かる」（電話…会いに行かなくても気持ち伝わるなど）や「東ねれば儲かる」（Yahoo!、楽天など）、「率先垂範」もそうですし、「ナレッジマネジメント（簡単に言えば（パクリ）」など、愚鈍なわたしにわかりやすく指南をしてくださいました。しかし、いちばん感銘を受けたのは「"おもてなし"の心を持ってお客様と向き合う=entertain」です。「お客様の利益に寄与するというのは副次的なものであって、本来は、エンドユーザーさんを含めた顧客に対してどれだけの"おもてなし"を提供できるかを考える」というもの。意図せずとも、東京オリンピックのインパクトは「お・も・て・な・し」。当誌 adtain、「誌名を命名せよ」と榎垣から指令を受け、愚考の結果わたしは「entertain」と提案をしました。すると、師曰く「それでは普通すぎる。adprojectとentertainを合わせて、adtainにしよう」と。わたしは出張中の新幹線の中でメールを受け取り「かなわない…」と思いました。最後に、媒体には紙、電波、ネット、いろいろありますが、それぞれに良さがあると思います。

動画マーケティングと今後

PRESIDENT：榎垣 俊吾

引き続き新型コロナウイルスの猛威に見舞われた2021年でしたが、動画市場は好調の一途。2022年もその勢いはまだまだ続く予測がなされる。特に日本では、世界に遅れて導入された5Gの環境整備が着々と進み、カバーエリアが増えたり、モニターが増設され電車内広告スペースが全面的に動画広告用となった車両が走り始めるなど、広告の動画化とも言うべき方向に全体が向きつつあるような、そんな気配に満ちている。しかし一方では、動画広告やYouTubeはもう長くないという声もあるが、自分はそうは思わない。YouTubeやTikTokやInstagramなど、一般の方が動画をアップする文化が根付き、ここ数年で動画制作のスキル自体が10年前と比べると遥かに身近な、多くの人が持つスキルになってきている。そして動画や映像のテクノロジー面での発展も、市場の膨大な需要に応えるかのように物凄い速度で進んでいる。今年各所で取り入れ始められているのがインタラクティブ動画広告。動画の行く先が視聴者の判断によって変化したり、動画上から別のサービスに移行することができるなど、これまでの視聴するだけの動画とは一線を画す動画技術である。動画広告に当てはめると、より視聴者の好みに合わせた動画内容に展開していったり、視聴者が動画広告を視聴中に欲しいと思った商品をすぐに購入できるようにしたりなど、訴求力という観点から見ると大幅なプラス効果が期待できる。動画、映像市場はYouTubeやTikTokなどの優秀なプラットフォーム、制作ソフトの進化などの環境要因に支えられながら、今後も広告業界ともに進化するであろう。

Project 2.

PRODUCER：宮崎 詩子

■Event：舞台「処女のまま死ぬやつなんじゃない、みんな世の中にやられちゃうからな」

■Date：2022年7月1日（金）～7月10日（日）

■Place：博品館劇場



左下の涼乃と同じ題材にするくらい、おススメの作品です。この小気味良く展開していくこの舞台を皆さんに観ていただきたいです！ 同世代だけではなく、老若男女問わず笑って泣ける内容になっています。是非。

《あらすじ》

ねーねーね。高校三年生の朝は、意外な声に遮られた。狸寝入りを決め込む僕に話しかけてきた同級生、白波瀬巴緒。そして、隣の席の、綺麗な声が耳に残る少女、御堂楓。留年し、居場所がないと思った学校のはずなのに、気づけば僕の周りに輪ができていく。胸はまだ、痛む。あの笑顔を思い出す。でも、彼女の歌声が響く。

ほんのり温かいユーモアと切なさが心を打つ、最旬青春小説。



佐藤 昌俊 役 松本 岳



御堂 楓 役 伊達 花彩



白波瀬 巴緒 役 関根 優那



和久井 順平 役 輝山 立



砂羽 役 佐倉 花怜



藤田 有純 役 中川 紅葉



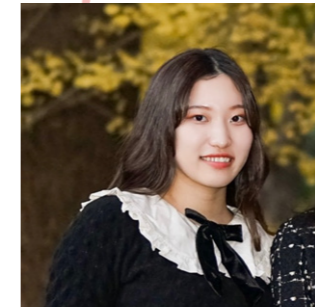
柿ヶ原 武彦 役 吉田 知央



Project 4.

中井 萌永

■Title：アメリカ乳製品輸出協会（USDEC）



Ciao！岩下信而です。本欄は新入社員に任せて、この2か月はエンタメ三昧。読書は福田ますみ「ポリコレの正体」、キャンディス・オーウェンズ「ブラック・アウト」。骨太の話題作にカタルシス効果絶大で大満足。映画は「Marry Me」のオトコのシャツを羽織り、リンゴを齧るジェニファー・ロペスト、「Top Gun: Maverick」の送られたオトコを、玄関のドアを開けたままで誘うジェニファー・コネリーの昭和感満載の仕草に惚殺されていました。（されるんかーい！）デジタルやリモートに辟易したご同輩には読書や劇場鑑賞が一番の疲労回復ですよ。では、中井萌永さん、今月も宜しくお願いします。



中井萌永です、例年より早く梅雨入りしましたね、皆さん、いかがお過ごしですか。今月は、アメリカ乳製品輸出協会（USDEC）について書かせていただきます。アメリカ乳製品輸出協会とは、米国産のチーズをはじめとする乳製品・乳原料の販売促進を目的とした様々なサービスを提供する活動を行っている団体です。現在私は、その活動の一つである、調理師を目指す専門学校で「米国チーズスペシャリスト認定プログラム」という教育活動の運営アシスタントを担当しています。内容は、チーズのスペシャリストを育てる講義を3つのレベルに分け、1年間を通して授業を行います。授業内容は、座学でチーズの種類、製造方法、歴史を学び、実習でチーズ作り、チーズを使ってピザを作る授業を行います。チーズは、ミルクの品種・硬さ・原産国・外皮・低温殺菌・熟成年数・熟成方法などによって、識別分類されています。授業では、大きく分けて10種類を学びました。その10種類のチーズのテイastingも授業内で行い、私も数種類チーズを試食させていただきました。個人的に1番好きだったのはカマンベールチーズです。小学生の頃に食べた際に、苦手意識を持ってから、口にしなかったのですが、社会人になって食べてみると、とても美味しくて印象が変わり、すっかりチーズが好きになりました。皆さんもぜひアメリカ産のチーズを召し上がってみてくださいね。



舞台「処女のまま死ぬやつなんじゃない、みんな世の中にやられちゃうからな」ご紹介



第2プロジェクト 安永 涼乃

- 今回は、弊社が(株)サンライズプロモーション東京さんと共同で製作する舞台公演について紹介したいと思います。高校生の青春と切なさを描いた物語です。とても素敵な仕上がりとなっておりますので、たくさんの方に見ていただきたいです。
- 公演では、生のバンド演奏を予定しております。生バンドの迫力をぜひ劇場にて体験してください。
- 出演キャスト：松本岳、伊達花彩、関根優那、輝山立、佐倉花怜、中川紅葉、吉田知央 他
- 公演日程：2022年7月1日（金）～7月10日（日）全14公演
- 会場：博品館劇場
- 公式HP：<https://www.mamanai.com>

