

■「ミラクルフルーツ」のすすめ ②

ミラクルフルーツに含まれる味覚修飾タンパク質「ミラクリン」は、アメリカ食品医薬品局（FDA）や欧州連合では食品添加物として認可されませんが、日本では一旦、1996年に厚生省の認可を受けました。しかし、該当製品がないという理由から、8年後の2004年に認可が取り消されています。これは安全性に問題があったからではなく、この間、残念ながら積極的に商品開発をした企業がなかったということでしょう。10年ほど前に台湾に行った際、写真①のようなタブレットの商品を見つけました。“「味覚魔術師」神秘果錠…味覚の魔法師〜ミラクルフルーツ レモンの味がオレンジの味になる、ビールの味がコーラの味になる”という何とも怪しげなコピーの商品でした。確かに、台湾であればミラクルフルーツの栽培には適した気候なので、大量に栽培されていても不思議ではありません。現在、Amazonで入手できるタブレット商品②も、実は台湾製でした。タブレット1粒に、果実3個分の成分が含まれていると書かれていました。タブレットになると、何か薬のように抵抗感があります。ミラクルフルーツは、やはり果実をそのまま口に含んでから酸っぱいものを味わう方が、その後の感覚が衝撃的です。そういう意味では、知人の中村氏が代表を務める会社が、フィリピンで大量栽培してフリーズドライにした果実を商品化しているものの方が安心です③。ミラクリンの作用は、1粒の果実に含まれるミラクリン（約0.3mg）で十分驚きの効果が発揮出来ます。1粒の果実を口に含んでから、種子の周りの果肉を噛んで、果汁を舌にコーティングするようなイメージで1分ほどして種を出し、その直後にレモンや酸っぱいモノを口にすると、個人差はありますが、約30分〜2時間程度は、その効果が続きます。熱に弱いタンパク質なので、温かいモノを飲めば、その効果は早く失われて行きます。最初に試すのであれば、レモンが最適です。イチゴは食べてみないと酸っぱいイチゴなのか、かなり甘めのイチゴなのかかわからないので、ミラクルフルーツの効果がどの程度寄与しているのか比較が難しいですが、さすがに酸っぱいレモンはありませんので、ただ酸っぱいだけのレモンが、どれだけ甘くなるか、レモンの方が驚きが大きいです。お勧めは、やはり酸味の強いフルーツです。キウイフルーツなんかも非常に甘いフルーツに感じられます。フレーバーはそのまま残るので違和感はありません。100%果汁ジュースもグッドです。また、プレーンヨーグルトも砂糖なしに美味しくいただけます。ただし、個人的にはアルコール飲料はNGです。酸味のあるヴーヴ・クリコ（シャンパン）は甘すぎて不味くなりますし、ビールやウイスキーハイボールも飲めたものではありません。酸味の強いワインも、やはり期待通りの味にはなりません。何と表現したら良いか・炭酸や酸味の部分が、えい甘い甘味に変わって、美味しく感じられない気がします（あくまでも個人的感覚です）。

さて、このような味覚修飾物質は、ミラクルフルーツ以外にも知られています。ただ、私的には、他のものはミラクルフルーツほどのインパクトはありませんでした。例えば、皆さんがよくご存じのダイエツト食品やお茶としても流通している「ギムネマ」は、インドや西アフリカ原産のガガイモ科の植物（*Gymnema sylvestre*）の葉に含まれる「ギムネマ酸」の作用を利用しています。いわゆる糖の吸収を抑える効果が期待できるものです。この原植物の葉（苦いです）を口含んで、数十秒ほど噛んでから砂糖をなめると、まるで砂をなめている感覚になります。つまり、まったく甘さを感じないわけです。

また、マレーシア原産のユリ科の植物（*Curculigo latifolia*）の実には、クルクリンというタンパク質が含まれており、このクルクリン自身も甘味を呈する物質ですが、その甘味はすぐに消失します。しかし、その後で水を飲んだり、酸味を持つ食物を食べると甘味を感じるようになります。ただし、その効果は短時間で消失し、水の場合は5分ほど、酸味の食物の場合は10分ほどしか持続しません。ミラクリンが約1時間以上効果あるのに比べると、短時間で失われてしまいます。このクルクリンも、1990年に故栗原良枝教授が発見、単離した物質です。

同様に水を甘く感じさせる物質が含まれるキツネノマゴ科の植物（*Staurogyne merguensis*）の葉には、ストロジンという配糖体が含まれており、この葉を噛んだ後は、冷たい水が甘くなります。

この他にも、まだ何種類か味覚修飾物質は存在しますが、現在知られている味覚修飾物質は、主に水を甘く感じさせるか（甘味誘導）、甘味を無味にする（甘味抑制）といった作用のものが多く、そういう意味でも、酸味が甘味に変わる効果の方が、人にはインパクトが強いと思います。



Gymnema sylvestre



Curculigo latifolia



Staurogyne merguensis

《今月は、ピアッジオグループジャパン株式会社の中根様に、ご寄稿いただきました》

タイトル：主体性とロジカルシンキング



ピアッジオグループジャパン株式会社
マーケティングマネージャー

中根知彦

1年半前に現職場に転職して以来、毎月届くadtainを誰よりも楽しみに熟読しているという自信がある。クオリティや情熱は書き手やトピックによってバラつきはあるものの、文章の向こうに各担当のキャラや体調が垣間見え、大変興味深いのだ。そして（ゼネプロ以外の）原稿当番になった方の多くは「忙しいのに面倒くさいな」と内心少なからず感じていると察する。ただ、私はこのルーティンタスクを折角だから前向きに楽しんだらどうかと生意気ながら提案したい。というのも、文章を書くプロセスが企画書やプレゼン資料を作成する上でのロジカルシンキングのトレーニングになると強く信じているからだ。自分の理解が曖昧だと明解な分りやすい文章を構築できない。なので、ロジカルに考え抜かれていない点の検証にもなるはずだ。私は米国の大学院で元USTR*の高官だった教授から、ロジカルで簡潔なレポートの書き方を徹底的に鍛えられた。明確な正解がない世界で、問題を整理し、課題を設定して、そして、それに対する自分なりの解答を用意しなければならない。それがビジネスの世界であり、その一連の過程では、自分の頭で主体的に考えて、自分なりの論理展開を作ることになる。ではそのような主体性は、どうやって身に付ければいいのか？この問いに対する私なりの考えは、また、いつかの機会に書くことにしたい。

*アメリカ合衆国通商代表部

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/>



adproject 公式 facebook を check

adproject がお届けするエンターテインメント情報を随時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>



2017 8
vol.063

Legend



電光石火
(でんこうせっか)

ゼネラルプロデューサー
檜垣 俊幸

「電光石火」のごとくとか、処理される速さの事に使われる表現であった。まさに目にもとまらぬ速さに使われました。デジタル時代の処理時間の速さは意識されていたと思われず。判断は、情報の条件の順列組合せによって処理される結果なのです。まさに今世紀は、これらの処理が速い世紀と言われる日々なのです。それは、それだけメインの拡張が要求される時代だからです。宇宙時代に向い条件の整理と時間の世界を合わせる「ゼロ合わせ」が行われる時代がやってきます。また人口数の整理も、グローバルな視点からの整理が行われ過密情報管理する地球星が登場してくるでしょう。支える「電光石火」な概念が必須です。エンターテインメントの拡張とポジティブ・マインドの拡張は、楽しい地球を上げる誇りに繋がり、自己実現になり、創造のブランドとなります / adproject

■時代のパラダイム

時代を構成する要因としては、様々な要素があります。ある種のトレンドとして情報の持つ付加価値で作られる流行が大きく左右をしています。情報操作による消費の満足感が生まれ、まさに、「遊びの消費」が「更なる消費」に満足感を再創造し、更なる付加価値を創造するのです。本来の商品以上の情報価値を添加することで満足いく消費価値を味わえる喜びを覚えます。その代表的なものが「ブランド」です。同じ赤なら、あのブランド物を消費したいと思うのです。それは、ブランドを持つ意思が自分の持つ意思だからです。そのブランドのもつセンスであり、哲学であり創造する全ての活動なのです。発信する記号化された全ての物には、無限の選択と迷走があります。それを姿のない意識が選択と意思決定を行います。まるで決められた無限の法則を探り進むがごとく、また凛々しく勝利の道を進むがごとく選択されるのが「ブランド意志」なのです。そこには限り無い誘惑と、限りない迷いがあり、輝く道が現れてきます。それは美しく喝采に満ちた未来の輝く決断です。自分の意思の選択と決断が創造するブランドと言う個体認識記号を形成します。遊びも尊敬も哲学願念も形成され表現をします。この様な暗黙の迷路を迷走して生まれたブランドであるがゆえに、より多くの人々の生存記号として、信頼と選択のブランドとして、自分の置き換えとして選ばれます。今世紀はブランドが理解され見直される知的成熟社会になります。

■商品から環境に移行の宇宙マケ未来

政治や経済も哲学や文学も美学や言語も、一つの地球化に向かい、今世紀は、まさに宇宙時代への環境に備え進化して来ました。しかし人間の進化は、民族や宗教や哲学など、益々、孤立化し権力化し暴力化して行くものになりました。様々なドメインの拡張と、それについて行けず孤立化しては高度情報ネットワークで伝わらない感情記号があるというこ

EDGE
Positive mind



adtain

adproject-entertain newspaper

モデル：Jian Joyner / Height:171cm (USA)
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

とです。情報では伝わらない、記号化では伝わらない事もあると言う事です。更には、感情という精神的な感情の起伏を伝える為には、音楽や詩吟など言語に起伏のある表現を引用する事が大切になります。また、商品として平和や安全安心が販売される様にもなり、信頼のブランドとして取引がなされます。それは、個人が兵力を買い、安全が商品化されて販売されると言う事です。まさに、政治や権力すらも商品化され販売される日々が来ると言うことです。もう一つの知的変化には、AIの進化により考える作業を、作業と捉え情報量の拡大、巨大化により、効率化が図られ自由で創造的な時間からの開放が行われていくでしょう。更に、新・民主主義の概念が生まれ、選択の優位性が示されます。従来の民主主義概念の「多勢に無勢」の考えから、宇宙時代の「効率的」な視点の選択基準に変わります。視点を変え、発想に柔軟性を持たせ更なる選択の基準を変えるのが21世紀選択の未来像なのです。エンターテインメントの拡張とポジティブな思考回路の引用で、楽しく明るい地球星を生み出す選択基準こそが、笑う星つくりのブランド・adprojectなのです。

■増大する妄想のニーズ

貨幣制度の究極的販売品として様々な欲求と便利を売り物として販売してきた価値交換のベクトルはどう動くのであろうか？ 確実に人類が決めてきた独断生物、人類は、次なるも

のを何に求めるのだろうか？モノからコトに、あらゆる自分を取り巻く環境に求めて来た人類の求めるモノは「平和を貨幣価値で求める時代」がやってくるであろう。それは、何を意味するのであろうか？地球が一つの幸せの星として、まともならなければならない時代になる事を感じるには、私だけであろうか。マーケティング思考の中で、様々なデータベースを基に語って来た自分が語る言い知れない危機感でもあり、思いを巡らす不安感でもある。これらの未知の妄想をデータ化するのも、次の時代の妄想マーケティングなのかもしれない。まさに「地球を守る宇宙マーケティング」とでも言うおうか、宇宙時代と言うか、意識の中にとめて置くべき妄想であろう。妄想の専門企業adprojectでは、妄想から新しい時代や未来や企業の夢妄想未来を語ります。宇宙時代の仮説から様々な製品開発の「夢」をお知らせします。本音と仮説と妄想です。夢のある未来の創造です。右脳主義妄想の会社です。未来を語る感性型の右脳主義の集団です。学歴主義でない妄想主義の企業集団であり、宇宙時代の地球創造と宇宙時代に備える企業創造のグローバル・ドメインのスピリット集団である事が、弊社の向かうべきドメインです。平和が売り物に代わる時代に備え、未来を託した子供達の為にも、更なる皆様の期待を頂く活躍を欲します。



5歳くらいの時の僕

秋葉 悠介

- Event： JAF ロードサービスカンドゥー基地が誕生
- Date： 7月
- Place： イオンモール幕張新都心ファミリーモール3階

5歳でテニスを始め、2001年5月、全国選抜ジュニア選手権で優勝。同年7月全国小学生大会、8月全日本ジュニア12歳以下で優勝し、史上5人目となる全国制覇3冠を達成したテニス界のトッププレイヤー“錦織圭選手”に似ていると言われるのですが、僕は2歳からテニスを始め、小学1年生の時には引退しているの僕ではございません。

突然ですが皆さん、“カンドゥー”ってご存知ですか？100円ショップじゃないですよ？※それはキャンドゥーそう、子どもから大人まで親子3世代でお楽しみいただける仕事体験テーマパークです。パイロットをはじめ、建築士、新聞記者、エンジニア、カフェ店員など、あこがれの職業にチャレンジできます。本格的なセットのもと、本物さながらのコスチュームを着て体験できるのも人気の秘密。

この度、JAFが仕事体験テーマパーク・カンドゥーに「JAFロードサービスカンドゥー基地」を出展することになり、制作に携わらせていただきました。

ブーステーマは「基地」。JAF＝スーパーヒーローな感じを出せれば良いなと思い、基地感満載のブースを制作しました。JAFロードサービスカンドゥー基地では、隊員の証であるJAF隊員証を発行、車のタイヤ交換体験など、“ロードサービス隊員”になれるアクティビティです。ロードサービス隊員体験に参加いただいた子どもたちにとって、皆さんの夢にあふれた安全で安心な車社会でありますように。子どもから大人までご参加いただけるので是非、体験してみてください。



JAFロードサービスカンドゥー基地



子ども隊員制服に着替えて出勤！



クルマのタイヤ交換にチャレンジ！



EXECUTIVE VICE PRESIDENT：横田 郁夫

- Event： ☆準備は抜きりなく☆

どの仕事も同じですが、何かを始める前には準備が必要です。弊社の様な制作運営を主としている職種は、本番直前には特に大変な作業として存在します。マニュアルや台本など多岐に渡る資料をどうにか作り終え、80%の達成感に浸りながら最後の難関、備品リスト・ToDoListに添った現場で必要となる備品を揃えます。これが結構大変な作業となります。買い物に走り、ネットで探し回り、そして梱包となります。時には資材を購入し手作りなんて場合も出てきます。基となる備品リストには、常に必要数をのせています。しかしここからが我々の仕事となります。長年の経験を活かして、モノによっては必要数に対し、常にプラスアルファを考えます。多い例として挙げると野外イベントがあります。雨が降ったらこの備品は濡れて使えなくなる。その場合濡れても大丈夫な様に工夫しよう。さらに個数もプラスしよう。現場で計画通りモノの取り付けが出来なかった場合には、次の手として違う方法を考える。その場合はこの資材が必要になるから追加で持っていこう。などなど常に「何かあったら」を頭に入れて準備をします。近くで買えれば簡単ですが、買いに行く時間も無ければ、お店がない場合もあります。準備ができ荷物を知恵の輪の様な状態で車に積み込んで一安心。後は本番を迎えるのみと思うのですが、心配性な方はこの仕事には多分向きません。その後もこれで良いのかこれで足りるのか自問自答が始まります。実は私もそのひとりだと思っています。やってもやっても終わりが来ないという未完成型(?)人間です。そして本番終了。色々あったな〜と常に反省しながら戻って荷物を片付ける。この繰り返しですね。でも良いモノを作ろう、そして成功させようと思う気持ちがあるから頑張れる。一種の魔法にかかった様な職業だと思います。でもこの仕事が“楽しい”が第一番です。因みに、右の写真はADKアーツ様の案件で、スターキャンプというイベントの準備風景です。写っている物品は一部で、実はこの3倍ほどの物量を整理しています。そして今回も抜きりなく準備できました。皆様も常に準備は万全に！



Project 3.

コラ
Producer's column

キャンペーンの力、恐るべし

EXECUTIVE PRODUCER：松延 智明

adtainをお読みいただいている方の中には、プロモーションに詳しい方がたくさんいらっしゃると思います。さて、ここ数年、マクドナルドを利用したことがなかった私、理由は…いまさら掘り返すこともありませんね。しかし、現在行われているキャンペーンが気になってしまい、ついにマクドナルドに行きました！(実際は、混んでいて並ぶのが嫌なので、商品を購入せずに帰りましたが)。気になった理由は、さかのぼることおよそ10年。当時、大阪で大きなイベントを手伝ってくれたディレクターH氏と、打ち合わせと称して、しめやかに飲んでいた夜、ふとした話題からマクドナルドの話になりました。「大阪人を全員敵に回しますよ！」とH氏が静かな怒りを見せた事の発端は、「なぜ、大阪の人は『マクド』という呼び方にこだわるのか」という私の疑問からでした。「そんなにこだわるなら、お店で注文をするときは当然『ビッグマクドとマクドフライポテトにマクドシェイクをつけてください』って言うんですよ？」と挑発したからです。プロモーションでは、既存顧客を深掘りしたり、新規顧客を取り込んだり、休眠顧客を呼び戻したりと様々な施策があり、各企業さんは試行錯誤されており、今回は私もしてやられたわけです。さすがですね！

**ホームページ
リニューアルしました！**

PRESIDENT： 檜垣 俊吾

この度、当社のホームページをリニューアルしました。と言いましても、まだこれを書いている今日は、まだ公開されておらず…このadtainが印刷された頃に公開予定です。創業から24年、ホームページを大きくリニューアルするのは今回が2度目となり、前回のリニューアルは11年前でした。当時はアドビシステムの「Flash」黄金時代であり、ちょっと変わったことをした新しいサイトは皆Flashを使用していました。弊社もその風に乗ってフルFlashでホームページを作成し、当時は周囲の方々から評価をいただきました。しかし2010年iPhoneを発表したスティーブ・ジョブズは、この革新的なスマートフォンから「Flash」を切り捨てました。ジョブズ曰く、あまりにセキュリティが脆弱な上、メモリーを大量に消費し、指先での操作には向いておらず、しかもアドビによる閉鎖的な技術だったからです。実際のところ、ジョブズの不満は正しかったのかどうかは分かりませんが、先月アドビは「Flash Player」の配布とアップデートを2020年に終えることを発表しました。それがリニューアル理由ではありませんが、本来、クライアントの多くのサイト制作する仕事を請け負っている我々が、もっと率先して新しいサイトを作らないといけなく反省です。

【新サイト】

注目の動画です！
ぜひご覧ください。

もちろんレスポンス
(スマホやタブレットでも見やすく！)

流行りのグリッドデザイン

リキッドレイアウトです
(ブラウザの表示領域に合わせて
コンテンツの幅や位置を可変で表示)

**“コカ・コーラ” 鈴鹿8耐第40回記念大会
～JAFブース～**

第1プロジェクト 阪本 崇裕

毎年夏に鈴鹿サーキットで開催される日本最大のオートバイレース、通称『鈴鹿8耐』にJAFブースを出展しました。朝6:30にメインゲートがオープンし、多くのバイクファンで賑わう鈴鹿8耐は、例年猛暑日となり、スタッフも来場者も汗まみれになってイベントを楽しんでいます。JAFブースでは、暑さにも負けないバイクオタクの為に「バイクオタク診断！」特設サイトを用意して、来場者には超難問バイククイズにチャレンジしていただき、とても楽しんでいただきました。設間は全6間、全て3択となっていて、最終画面では正解数によって右図のようなキャラクターが自分のマニアク度を教えてくれます。大型二輪免許を持ってもサッパリ分からない問題だらけ…バイクの知識に自信のある方は、是非お試しください。これから猛暑日が続きますので皆様もしっかり水分補給して、お体には十分お気を付けてください。



Project 2.

- PRODUCER：宮崎 詩子
- Event： ミュージカ「忍たま乱太郎」第8弾『忍術学園 学園祭』2017
 - Date： 2017年9月22日～24日 & 29日～10月1日
 - Place： 舞浜アンフィシアター & 森ノ宮ビロティホール

昨年に引き続き、今年で3回目となる忍ミュライブ『忍術学園 学園祭』の開催が決定しました。今年は大阪でもやります！舞台では、ノリの良い曲も静かに観劇しているファンの皆さまの為に、第8弾のミュージカルナンバーをキャストと共に盛り上げられるよう企画したコンサートです。舞台を観た方、観たことがない方も、忍ミュ熟を感じに是非一度♪

NINMYO CONCERT

忍術学園 2017

チケット料金：6,500円(全席指定/東京、大阪共)

一般販売：9月2日(土)～イープラス、チケットぴあ、ローソンチケットにて

お問い合わせ：東京公演 サンライズプロモーション東京 TEL:0570-00-3337 (全日10:00～18:00) 大阪公演 キョードーインフォメーション TEL:0570-200-888

© 尼子隼兵衛/NHK・NEP © ミュージカル「忍たま乱太郎」製作委員会



Project 4.

- PRODUCER：岩下 信而
- Event： ほとんどうなぎ、うな次郎の日(「脚注の多い拙文」)
 - Date： 2017年7月26日
 - Place： 日本橋三越前 うな次郎の日記念イベント

前回までの拙文は…^[1]。「石田♥ゆり子が好きな筆者が^[2]、NGT48の荻野由佳^[3]」のイベントを担当することになった」どうしよう、AKB系で好きなのは、塩対応^[4]の、ぼるる^[5]くらいだし。話しかける時はやっぱり、「由佳ちゃんさん、司会者さんからの質問のほう、答えてもらっていいですか」なんて言葉づかいしなくちゃいけないのかな。またTO^[6]の機嫌を損ねたら、豊田真由子よろしく、「イベントを仕切っていた、あの★ー」と、ぼくのヴェリーショートな頭皮特徴^[7]の話題が炎上するのかな。そんなぼくの心配はどこ吹く風、荻野由佳ちゃんは、とてもキュート。礼儀正しく^[8]、セリフ覚えも早く、機転も効くとても利発なお嬢さんでした。総選挙第5位^[9]は伊達じゃない。ファンのマナーもよくイベントは大盛況！TBSをはじめ、マスコミも多数取材が集まったため、翌日のマスコミ露出が期待されたが、同日SPEED 議員が「一線を超えたか、超えないか」で、うな次郎露出は片隅に押しやられてしまった。SPEEDとNGT48の序列か！偶然とはいえ、恐るべし芸能界。^[10]「ほとんどうなぎ、うな次郎」。店頭で見かけたらご賞味ください！では次号、Ciao！

【脚注】

1. 米国のクリフハンガードラマ冒頭の常套フレーズ
2. 最近では、渋谷に掲出されていた大型ポスターが圧巻。因みにこの広告の前から、多くの性格はとてもゆるい
3. 新潟県を拠点としたAKB48の5組目の姉妹グループの副キャプテン。しかし彼女は埼玉県越谷市出身
4. 握手会などでの素っ気ない対応。反対語は「神対応」。バブル期の女の子はみんな「塩対応」だったけど、ぼくたちは目的達成のため「神対応」で耐え忍んだのであった
5. 島崎遥香。宝くじのCMで役所広司をおちよくっている娘。クドカンや福田雄一に起用される シンデレラでもある
6. トップオタク。ぶっちぎりのオタク。実際はおとなしくていい奴らであった
7. ほめれば伸びるタイプですから、苛めないでね
8. 昭和のおじさん、おばさんは、これに弱いよ
9. 「AKB48 49thシングル選抜総選挙」で速報時では1位、最終結果も堂々5位の快挙
10. 蓮舫、稲田朋美が醜態をさらしたのも同時期。パブリシティの怖さを実感しました