

Keyword：コンセントプラグ

先月は監視カメラの話をしましたので、関連した内容を続けます。筆者の20年来の知り合いで、最近では頻りにTVにも出演している酒井賢一氏《(株)盗聴リサーチソリューション代表》。一度くらいはTVで見掛けた方もいらっしゃると思います。知り合った当時は、酒井氏が会社を立ち上げて3年ほどで、まだ世間一般には盗聴被害が目立ってはいませんでしたので、それほど忙しくはなかったと思いますが、その頃から日本はビックング・バブルの時代に突入。侵入盗を目的としたビックング被害が始め、程なくして盗聴器による盗聴被害も目立ち始めました。会社に侵入してデスクやコンセント、家電製品に盗聴器を仕掛け、機密情報を盗んだり、個人宅に侵入して盗聴器を仕掛け、個人情報や会話などを盗み取るもので、仕掛けられた側は気付かない場合が殆どです。賃貸物件など借家に入居する場合も、以前の入居者が何らかの理由で盗聴されていて、そのまま盗聴器だけ残して転居する場合があります。特にコンセントの内部(壁の内側)に仕掛けられた盗聴器は、そのままになるケースが殆どで、ずっと電波を発信した状態になっています。筆者が酒井氏と知り合ったのも、当時、事務所を借りる際に、盗聴器の有無を確認するために依頼したのが、たまたま酒井氏で、それ以来の付き合いとなっています。

昨年の10月号で紹介させていただいた梅本正行先生が、付きより指摘し、法律制定の必要性を強く訴えているように、日本には「防犯法」のような防犯に関する法律がありません。せいぜい、通称「ビックング防止法」と呼ばれる「特殊開錠用具の所持の禁止等に関する法律」があるだけです。同様に、盗聴に関しても、「盗聴盗撮防止法」のような法律はなく、盗聴器が野放し状態になっています。日本は盗聴天国とも言われています。その結果、秋葉原に行かずとも、ネットなどで高性能な盗聴器が簡単に手に入ります。年間40万個以上も販売されていますが、その殆どが犯罪目的だと考えられます。1日に換算すると、1,000個以上も販売されているって異常ですよね。つまり、日本中の至る所に仕掛けられている可能性があるのです。以前に酒井氏が出演した番組で、茨城県水戸市の議会臨時庁舎の議員控室に仕掛けられていた**コンセントプラグ**型の盗聴器を発見しました。複数の人間が出入り出来る部屋だったため、誰が何の目的で仕掛けたのかはわかりませんが、そんなケースは沢山あります。ある時、練馬区役所で入札などを行う部署に仕掛けられていた盗聴器からの電波(会話)を検知し、その部署の担当者に指摘するも、木で鼻を括る対応をされ、その数日後、いつの間にか電波が途絶えたケースもありました。恐らく、気付かれたとわかった犯人が自ら撤去したのでしよう。職員なのか清掃業者なのかわかりませんが、入札情報を入力するために仕掛けたものの、発見される前に回収したのだと考えられます。

企業においても、ライバル会社から狙われ情報を盗み取られることもあります。ただ、一番怖いのは、個人宅に仕掛けられた盗聴器です。遺産相続を巡って会話を盗聴したり、住人の行動パターンを把握したり、部屋での会話(電話など)を盗聴したりと、その目的は様々です。一つだけ言えることは、仕掛けた犯人は、その部屋に1度入っているということです。普通に家族や親戚、友人、恋人として入る場合はまだしも、入れた覚えのない人間が入っていたら問題ですよ。よくあるのが、女性宅に仕掛けられた盗聴器です。付き合っている彼氏が、その女性の行動や会話を聞く目的で仕掛けるのです。そうやって仕掛けられた盗聴器が、女性が転居後にも残っている場合があります。盗聴器が仕掛けられていなくても、古いタイプの電話機(アナログ方式)の子機で会話する内容は、外部(100m程度)まで筒抜けなことはご存知ですよね?受信機があれば、子機で会話している内容を聞けてしまいます(最近のデジタル方式のコードレス電話であれば、まず心配ありません)。

簡単に仕掛けられ、最も多く出回っている**コンセントプラグ**型の盗聴器(写真:右)は、室内であれば半径4mくらいの音が拾えます。またその電波は100mくらい離れた場所でも受信できるので、仕掛けた部屋の近くへ行って、受信機で会話聞くことは簡単です。酒井氏から聞いた話で、こんな事例もありました。ある薬局で働いていた女性が、その薬局の店長から好意を抱かれていて、結婚を機に辞めたそうです。そして、その彼女が1週間の新婚旅行に行っている間に、その店長は新居のベランダの窓ガラスを割って侵入し、盗聴器を数か所仕掛け、住人を装い堂々とガラス業者を呼び、割った窓ガラスを修理させ、ついでに合鍵も作って出て行ったそうです。その後、新婚旅行から帰って来た夫婦は、長い間盗聴され続けていたということです。たまたま酒井氏が番組の取材で通りかかり、盗聴電波を検知したところから、その事件が発覚したという運の良い例でしたが、発見されるまでの間、ずっと室内の音を聞かれていたなんてゾッとしますよね。この話は、TV放映の後日談で、放送では盗聴器を発見するところまでしか映像を流していません。発見される盗聴器は氷山の一角で、まだまだ発見されていない盗聴器が沢山あるのです。

女性の方は、恋人や友人を自宅に招待した時は気をつけて下さい(異性だけとは限りません)。また引越しの際に誰かに手伝ってもらう場合も用心して下さい。タップ型の盗聴器は数秒で設置出来ます。また男性からのプレゼントでぬいぐるみとか置物があったら、それも疑ってみましょう。また、屋外のトイレを使用する場合は、小型の盗撮カメラにも気をつけて下さい。最近には特に多くなっています。日帰り温泉などの更衣室や風呂場で、同性の女性が小遣い稼ぎで盗撮しているケースもありますし、公園など誰でも出入り出来るトイレは、必ず疑って周囲を確認してから使ってください。ピンホールの穴があれば十分撮影が可能です。もし、ご自宅や事務所などで盗聴・盗撮が心配な方がいらっしゃいましたら編集部までご連絡下さい。簡易的な盗聴発見器も市販されていますが、やはりプロに依頼した方が安心です。



コンセント型偽装カメラ
人感センサー内蔵、ベタッと貼り付け簡単設置
(¥37,714)
この部分がカメラ



USB充電タップ型カメラ
Wi-Fi機能で遠隔監視、microSDカードに動画保存可能(¥34,499)
この部分がカメラ



ネジ・ボタン型カメラ
SONY製のSuperHADCCDを採用(¥39,800)
この部分がカメラ



タップ型盗聴器の見分け方
この面にA、B、Cのような小さなシールが貼っていたら、確実に盗聴器です。UHF帯盗聴波:「Ach」398.605MHz、「Bch」399.455MHz、「Cch」399.030MHz
受信可能距離:30m~100m程度
※買った覚えのないタップは疑ってみましょう。



TRS代表酒井賢一氏
「ミヤネ屋」「スーパー」チャンネルなど多数出演
<http://www.tr-s.co.jp/>



トリプルタップ型盗聴器
コンセントに差し込むだけで、半永久的に盗聴が可能。外観、性能ともに既製品のタップと同じなので、見た目だけでは盗聴器と判別が難しい。



2019 vol.087

Legend

檜垣俊幸がモノ申す!⑤

忘れてはいけないこと



ゼネラルプロデューサー
檜垣 俊幸

忘れちゃいけないのは“笑顔”

人間いろいろあるけど、年を取ったり、病気になったりして、いろいろ思う中で、やっぱり「忘れちゃいけないことってあるよな」という話です。

「こういうことは忘れちゃいけないな」ということがあって、それはとても大事なことだろうと思うのです。

私が一番「忘れちゃいけないな」と思うことは、人の「笑顔」です。

例えば、誰かと話をしている時に、その人の素敵な笑顔を思い出せるかどうか。その素敵な笑顔を思い出しながら喋ることができるか。あるいは、素敵な笑顔にできるかどうか。それが大事なんだろうと思うのです。私は病気で目が悪くなってしまい、あまり良く見えませんが、話している相手の素敵な笑顔を思い浮かべながら喋っています。

会社も楽しい会社を作りたいかったので、みんなが笑っている会社を想像しています。また、そういう会社であってほしいと思っています。そして、楽しく笑顔が開発した商品やアイデアが、今度はお客さんを笑顔にして「ありがとう!」とお礼を言ってもらえることが大事なのだと思います。

そういう会社になれるかどうか、そういう商品を生み出すことができるかどうかということで、そのためには、「売れるかどうか」「儲かるかどうか」ではなく、「この商品で笑顔が生まれるかどうか」を考えることが大事なのです。

「この商品を手にしたお客さんにニッコリと笑顔が生まれるかどうか」ということを考えてモノを作ってほしいと思います。服飾だろうが、自動車だろうが、飛行機だろうが、鉛筆だろうが、何でも商品を開発することは



adproject
entertain
newspaper

モデル: HIEKE / Height:177cm B:73 W:61 H:89
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

「笑顔を開発すること」だということを中心にしています。

例えば商品に、笑顔になれる度合いを示す“ニコニコ点数”を付けても良いかもしれません。そういうことをエディープロジェクトはやっていける会社だと思っています。エディープロジェクトは「笑顔創造会社」であってほしいのです。

これからは「分かち合いの時代」

最近、政治の世界でも隣国ともめたりしていますが、社会全体に「分かち合い精神」が無くなっているような気がします。

例えばイチジクが3個あって、人が3人いたら、1人1個ずつ分ければ良いに決まっています。人が6人いたら半個ずつにすれば良い。問題なく解決するためには、そうやって分かち合うしか方法はないはずなのです。それなのになぜ、そういう風にならないのか? 多くの人は他人より得をしたいと思って、独り占めしたり、分ける人がイチジクを半個より大きく見せかけるようなことをしたり、いろいろなことをやって、やってるうちにパレテ喧嘩になったりするので。そんなことを国家レベルでやっていて、喧嘩(戦争)して困るのは庶民です。国と国とのつながりは、損得ばかりではないような気がするの

で、もうちょっと仲良くできるはずだと思いますけどね。今の世の中は何かが違うような気がします。

道徳的にどうのこうのと言っていると「自己責任」とか「自国ファースト」などと損得になっていくのです。だから「ニッコリ笑顔で笑いながらイチジクを食べよう」と単純にみんなが思えば、独り占めなどという気は起きないと思うのです。現代社会は分かち合いでしか成り立たない社会なのに、何でそんな簡単なことが理解できないのか? ミサイルや戦闘機は分かち合っているのに。そんなつまらないものを分かち合わないで、本来、分かち合うべきものを分かち合うべきなのです。

「みんなで生きているんだ」という実感が無さ過ぎるようになります。子供の時から、分かち合う嬉しさや楽しさの教育をすべきだと思います。これから未来に向けては、分かち合う精神こそが大事なことで、エディープロジェクトこそが、企業体として、その精神を率先して訴求していきたいと思っています。ちゃんとやれば、こういう精神でも飯は食えることを世の中に知らしめましょう。

その時代ごとのムードとして、これからは「分かち合いの時代」ではないかという気がしてならないのです。

(次号へ続く)

取材・文/河野 崇 撮影/編集部

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

毎日夏バテで、フラフラしているのに食欲だけは旺盛なので、夏バテじゃないのではと思いながら過ごしています。夏バテに効く音楽を考えてみたら、音を聞かないことが、ヒーリングミュージックを聞くことが効果的な気もしますが、レディオヘッドが青春ミュージックだった私は、どうしても早く聞きたくて夏バテで朦朧としながらも聞いた、レディオヘッドのフロントマンであるトム・ヨークの通算3作目のソロ・アルバム『ANIMA』がツボだったのでご紹介いたします。ロックアルバムではなく、全曲エレクトロニック・サウンドになっています。トムが「ディストピアがテーマにならないざるをえない」と事前に語っていたように、不穏な音と得体の知れない不安定な雰囲気全体を覆っています。しかし、ファンはご存知のデフォルト設定。むしろ更に掘り下げられていて、いま世界で直面している問題への恐怖がまざまざと感じ取れます。重いだけではなくダンスブルで現代的な構成にもなっています。歌詞も忘れるほどのM-4."ドーン・コーラス"の浮遊感が気持ちよく音のようなトムの声で癒されたので、多少は夏バテにも効くのではないのでしょうか。是非、お試し下さい!(元気な時にちゃんと聞き直しました。)☺



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



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

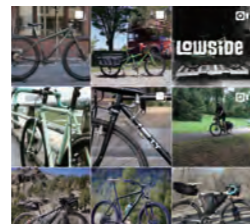


取材・文/河野 崇 撮影/編集部



秋葉 悠介

- Event : ここ最近の MY イベント
- Date : 7月~8月
- Place : 東京都渋谷区某所



はじめに、今このエディティンに何を書こうかデスクの PC に向かっていますが、先月に引き続いての担当なのと、この時期はイベント提案や制作期間ということもあり、イベント現場が無いので、何を書くかで迷っています。入稿のタイミングも迫っているしどうしよう…。迷った挙句もあまり良い案が出てきません。ということで今回はプライベートのここ最近の MY イベントを書こうと思います。最近の僕の中でのビッグイベントは通勤で使っている自転車を思い切って買い替えた事です！前に使っていた自転車が FUJI の Feather というピストバイク。雨の日でもほぼ毎日、自転車通勤しているのでもっと買い換えたいと思っていましたが、自転車ってフレームだけで 10 ~ 20 万くらいするのでなかなか手が出せませんでした。行きつけの自転車ショップで次乗るなら何だろうなとずっと考えていて、初めはトラック競技などで使用される『CINELLI』(チネリ)とかフレームだけ買って街乗り用にカスタムしようかなと思っていましたが、残念ながら予算オーバー。アメリカ最大のピストバイクとして有名な『LEADER BIKE』(リーダーバイク)のようにここ最近かけるシーンも多くなり、ミーハー感が漂っていたので(本当はただの予算オーバー(笑))諦めました。そんなとき『SURLY』と出会いました！同じくアメリカ生まれで『Surly』(サーリー)とは、「無愛想な」とか「むつりした」という意味です。たいては意味のないのにビジネスのために新製品を垂れ流すメーカーや、ろくに乗りもしないのに新製品や高級品に群がるファンを、「流行に弱い無駄使い集団」と切り捨てる皮肉が彼らの真骨頂ながら、その背後には自転車を心から愛する強い気持ちが潜んでいます。超風変わりですが、半面、超真っ当なブランドなのです。名前の由来はさておきの自転車、アウトドアシーンでも街乗りシーンでも活躍しカスタムするパーツも豊富でつづしが効くのが購入の決め手でした！まだカスタム途中なので実車の写真がありませんが、暇さえあれば眺めている写真の数々をお見せします。完成したらクルマに乗せて自然の豊かなところに行って、自転車に乗り換えてサイクリングしたいです。



EXECUTIVE VICE PRESIDENT : 横田 郁夫

- Event : 夏はやっぱり花火大会だ！
- Date : 2019年8月15日
- Place : 大田区西六郷四丁目地先(多摩川河川敷)

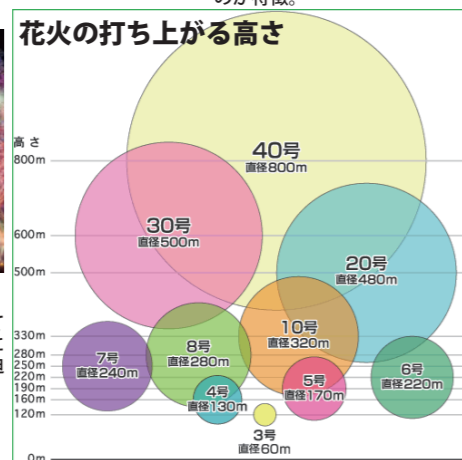
毎年 8 月 15 日に大田区で「平和都市宣言記念 花火の祭典」をお手伝いさせて頂いております。今回は「花火」に付いて種類や大きさなどを調べてみました。ちょっと知っておくといつそう楽しく観覧できますよ。



「菊」 日本を代表的な花火のひとつ。円形状に開く花火で尾を引きながら広がるのが特徴。
 「牡丹」 色や点で形を描く。菊とは違い尾を引かない。
 「千輪」 ひとつの花火の中にいくつも小さな花火が咲くタイプ。
 「蜂」 花火が開いた時に蜂のように星が不規則な動きをするのが特徴。
 「柳」 尾を引きながら垂れ柳のように垂れるのが特徴。



「型物」 光の点や線でハートやスマイルなど様々な形を描く花火。
 「スターマイン」 いくつもの花火を組み合わせると短時間に数発の玉を連続的に打ち上げるスピード感があり迫力満点の花火。



日本最大の花火は「このすず花火大会(埼玉県)」「片貝まつり(新潟県)」4尺玉(40号)



皆さんも機会がありましたらご来場下さい。

Project 1.

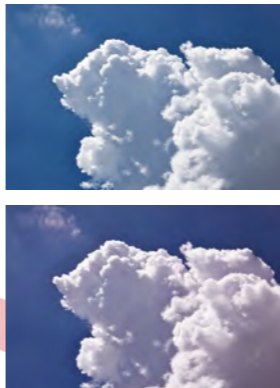


ブルーライトカットの眼鏡に変えて、気づかなくなっていたこと。



EXECUTIVE PRODUCER : 松延 智明

先日、仕事で千葉県木更津市に高速バスで向かったときのこと。窓から見える青空を見て「そういえば、最近、スカッと晴れた空をみないなあ…」なんて思っていました。今年は、夏に入って天気の良い日が続いていたからかと思えていましたが、違っていたんです。木更津の仕事現場に着くと、もの凄い暑さでした。汗を拭こうと眼鏡を外して「おや？」と思いました。何と空はきれいに晴れ渡って真っ青。汗を拭いて眼鏡をかけると、また「おや？」と思いました。空の色がまったく違うんです。右の写真のように、上が裸眼、下が眼鏡を通したイメージです。少し赤っぽく見えるんですね。少し前に、眼鏡を新調して、眼鏡屋さんのオススメでブルーライトカットのレンズにしてみました。日常生活で違和感はなかったつもりでしたが、意外なところに影響があったんですね。青空を見て「キレイだなあ」と感じる心は、わたしたちの仕事では大変大事なことです。目の健康を気遣うことも大切ですが、それによって青空の美しさに気づかないまま感受性が鈍くなってしまいうのも何だかさみしいなあと思いつつ、ときどき眼鏡を外して空を見上げるようになりました。



Payの行方



PRESIDENT : 檜垣 俊吾

昨年からキャッシュレス化が加速し、最近ごろごろと増えてきた各社の Pay の付くサービス(スマホ決済サービス)ですが、決済方法での使用率はまだ 2 割程度。みなさんはもうお使いですか?そして現在どこかのサービスが一番利用されているかご存知ですか? 全世代総合では 1 位が LINE Pay で 41%、2 位が PayPay で 38% であり、LINE Pay に関して 10 代では 7 割を超える普及度となっている。私も古い部類の人間なのでキャッシュレス化に少し抵抗があるが、世界から見ると、日本の普及率はだいぶ遅れている。日本でキャッシュレス決済が進まない理由は、店舗とユーザー(生活者)の双方に現金を好む特性があるからである。日本は治安が良く偽札の流通もほぼ無い。またどこでも ATM があり、POS レジの技術も優れているため、人件費削減など、店舗側にメリットが多く、ユーザー側のメリットは少ない。しかし、経済産業省は、日本のキャッシュレス決済推進にあたって、中長期的キャッシュレス方策を策定しており、日本国際博覧会(大阪・関西万博)が開催される 2025 年までにキャッシュレス決済比率を 40% にまで引き上げるという目標を設定している。その中で 10 月 1 日の消費税引上げに伴いキャッシュレス対応による生産性向上や消費者の利便性向上の観点も含め、消費税率引上げ後の 9 カ月間に限り、中小・小規模の事業者において、キャッシュレス決済手段を利用する消費者へポイント還元することで、中小企業を支援する「キャッシュレス・ポイント消費者還元事業」も行い、商店などの導入により加速化をさせる。現金を好むと言われる日本でも、現金コスト削減ニーズの高まりなどからキャッシュレス推進の必要性が高まっており、スマホを持つのと同じようにここ 2~3 年で当たり前の決済方法になるのは明らか。われわれ広告業界において膨大な生活者の決済データが蓄積された先に、どんな新しいマーケティングが展開されるのか、今からいろいろと準備をしておかないといけないと思う。

Project 3.

夏の小ネタ

第3プロジェクト 伏見 早紀



うだるような暑さが続く中、少し冷えているお店に入り、ジュワジュワという音とともにキラキラと光る泡を注いでもらう瞬間、良い夏だなあ〜と感じます。今回皆さんにご紹介するのは日本では煌びやかな印象のある高級シャンパン、「ドンペリ」です。実は高級と名高いこの「ドン・ペリニオン」、とてもコスパの高い 1 本なのです。そもそもシャンパン(正式名称シャンパーニュ)とはフランス北部シャンパーニュ地方で法律(A.O.C.)に則り造られたもののみが名乗ることが出来ます。葡萄は全て手摘みで収穫し、通常 2、3 年分の 30 ~ 50 種類のワインを混ぜて 15 カ月 ~ 3 年以上熟成させます。ドンペリの場合、葡萄の出来が良かった年度のみ特級畑の葡萄を 100% 使用し、8 年以上もの熟成を行います。その年の葡萄の品質が基準に達しなかった場合、大切に育てた葡萄への決断は大変な思いとプレッシャーだと責任者は語っていました。成功のカギはこの「水面下」。今年の夏、この小ネタをつまみにいかがでしょうか。因みに、写真のものは、通称「白」と言われる一般的な「ドンペリ」。他に、ロゼ(通称「ピンク」「ピンドン」)、エノテーク(通称「ブラック」「ブラチナ」)、レゼルヴ・ドゥ・ラベイ(通称「ゴールド」)、P2、P3 など、さらに高級な種類も沢山あります。

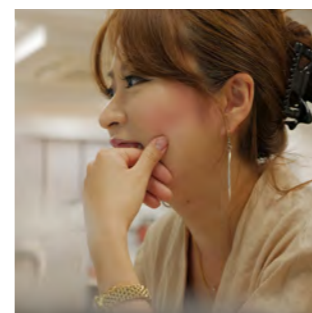


直径約 120cm (約 4 尺) 重量約 420kg

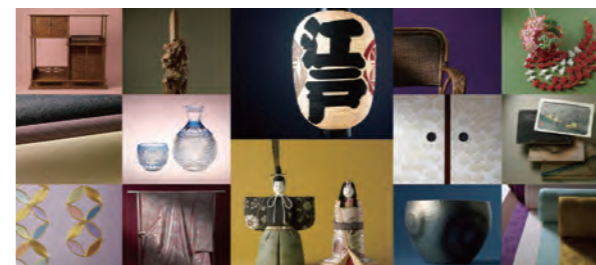
Project 2.

佐伯 るい

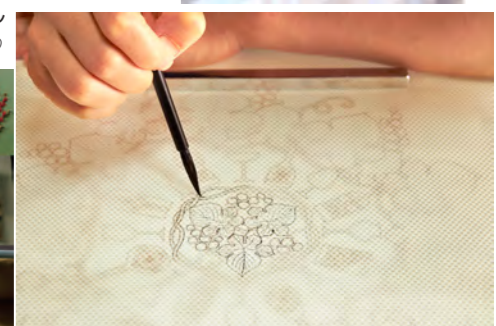
- Event : はじめての東京都伝統工芸品~東京都伝統工芸品 41 品目~
- Date : 2019年7月31日(水)~8月6日(火)
- Place : 羽田空港国際線ターミナル



7 月 31 日(水)~8 月 6 日(火)の 1 週間限定、羽田空港国際線ターミナル内 4 階広小路と 5 階 E▶DO HALL にて東京都伝統工芸品 41 品目中 15 品目のショールームを開設致しました。個人的には懐かしい羽田空港国際線ターミナル、私は設営日からバイリンガル運営 AD として参戦してきました。皆さんは、東京都伝統工芸品 41 品目中、いくつ御存知でしょうか?もしくは、お持ちでしょうか?目にする機会があっても、購入したり、ましては職人さんの手仕事を間近で見ると、なかなかいいですね。このショールームは通常では見ることのできない、触ることのできない魅力を感じ、コミュニケーションを通して工芸品の価値を再認識、新発見することのできる、またとないチャンスです!空の玄関口と文化の窓口である羽田空港は旅行者、ビジネスマン、夏休みの家族が大変賑わい、このイベントのために連日羽田空港に足を運んでくださる方も多く、海外メディア関係者で日本の伝統技術を紹介するコンテンツを探しに来たという方もいらっしゃいました。鎖国をしていた江戸時代、また奢侈禁止令の為に工芸品にもその時代の風潮が色濃く反映されています。とは言え、落ち着いた色の中にもこだわり抜いた配色、繊細な職人技による微妙な色の変化や、デザイン、遊び心を盛り込む粋な演出が散りばめられ、各工芸品の魅力にどっぷりハマる 1 週間となりました。今回は、展示・職人さんによる実演・販売・製作体験のコンテンツを用意し、はじめて触れる工芸品の魅力を最大限に感じる事ができ、大盛況のうちに終えることが出来ました。世界に誇る日本の技術はもちろん、工芸品を引き立たせる為の見せ方、ディスプレイ、ライティング etc. ...これらをこだわり抜いてショールームを設営したディレクターや施工スタッフも立派な職人ですよ。皆さんも、来年は職人さんの手仕事と粋な演出に触れる夏にしませんか? RUI♡



*奢侈禁止令(しゃしきんしれい) ...贅沢(奢侈)を禁止して儉約を推奨・強制するための法令および命令の一群。



PRODUCER : 岩下 信而

- Theme : 仕事のハナシ
- Date : 2019年8月
- Place : さいたま新都心、会場、幕張そして

猛暑が続く毎日ですが、沢山の皆様から声をかけていただき、お盆の週に休むお客様のために、通常のスケジュールより早く納品するギョーカイという「お盆進行」というオフ・ブラック (By 宮迫) なシキタリに従い、並行して数本の企画を推進しています。気分だけは花登作家。(念のため注釈: 複数の大ヒットドラマの脚本を並行して執筆、その執筆量は月に 2、3 千枚といわれた昭和の大家。グリーン車を一列買い占め、座席ごとに別々のドラマの脚本を、同時に執筆しながら移動したという逸話がある) この拙稿は、8 月 10 日、11 日に開催された「コクーンシティ夏祭り 2019」の控室で書いています。ドビーカン(映画用語で「晴天」、ドはその強調)でファミリー中心に大盛況、熱中症などのトラブルもなく無事終了!そして、この夏もカットアウトを制作してしまいました。「SNS 映え」ブームの現れか、お客様のニーズが多く、昨年からの最高峰エスプレッソマシン「ラ・マルゾッコ」のメインキャラクター、ライオンのカットアウトや、この欄でも何回か紹介している平成おじさんこと小淵恵三さんのカットアウトなどなど 10 体以上、平均月に 2 本、企業イベントを手がけたとして年 24 本。そのうち半分はカットアウトを作っているんじゃないかな。今回のカットアウトは、東京ゲームショウのブース企画制作や、授業の一環として実際に企業の販促企画などを立案することで、実践力を身につける「企業プロジェクト」の運営等でお世話になっている、東京コミュニケーション専門学校が、7 月 30 日ビーチの日に向けて制作した蛸と海月のキャラクター。開催は、お台場自由の女神像の前のデッキ。蛸と海月キャラクターによるフォトスポット、リンボーダンスという演出も学生のアイデア。そしてそれを具現化するのがぼくのシゴト。いつも学生たちにはインスパイアされて、モチベーションが上がります。当日はドビーカン(覚えてますね)。写真をご覧ください。アロハ姿ではしゃいでいるのが筆者です。さて 9 月からの業務報告。9 月 11 日~13 日、東京ビッグサイトにおいて恒例コーヒー業界最大のショーケース、SCA が開催されます。今年も全国から参加する 40 人近くのトップバリスタたちと一緒に、「ラ・マルゾッコ」を PR します。東京ゲームショウも同時期に幕張メッセで開催。コクーンシティでは、9 月 21 日よりグルメとエンタメのマリアージュ「コクーンシティ・グルメ・カーニバル」が開催されます。さらに 10 月初旬にはあの人気作家による、あのかたかな名の超人気俳優(ムロツヨシじゃないよ)、あのクールビューティ女優が共演する新作映画の発表会を制作します。詳細はもうちょっと待ってね。他にも楽しい仕事のオファーを続々といただいておりますので、折に触れてご案内させていただきます。では次号、C i a o!

