

第3回 講師：元電通マン 勝俊明氏

テーマ：「企業におけるアクセルとブレーキ」

取締役副社長
文責：横田 郁夫

9月18日、第3回AD塾の講師に日本広告審査機構 専務理事 勝俊明氏をお招きして開催されました。大阪で生まれ育ち、その後電通へ入社、神戸支局で電通マンの第一歩が始まったお話から始まりました。SP広告部ではまず徹底的に電通マンの基礎を叩き込まれ、日本初の地方博覧会「神戸ポートピア81 UCCパビリオン」を担当されたそうです。後に、UCCが東京に本社を移すと共に電通東京本社へ移り、「日々戦争、周りは戦場」という言葉で表現されていましたが、365日24時間過酷な営業の日々を経験されたそうです。そして弊社榎垣会長と出会い、常に楽しくポジティブに多くの博覧会などを一緒に手掛けてこられたお話をされ、お二人で懐かしむ場面もありました。その後、約20年間に在籍された営業部とは正反対のリスク管理・コンプライアンス・社会貢献、そしてコスト削減などを行う管理部門へ。この両方を経験したからこそ云える今回のテーマ「企業におけるアクセルとブレーキ」のお話を展開され、アクセルは「細かな気配りをし、関係構築を整備した上で営業活動を猛進すること」それは売上に直結することで、ブレーキは「リスク管理・業務継続計画そしてコンプライアンスを常に考えること」それは企業の暴走を未然に防ぐことだと説かれました。この両輪が企業には不可欠であることを我々は改めて理解させて頂きました。そして、広告業界では有名な行動規範「仕事は自ら創るべきで、与えられるべきではない」で始まる「電通鬼十則」を披露され、弊社の若いスタッフは身を引締められた者もいたようでした。後半には、現在在籍されている「日本広告審査機構」(JARO)のお話に進み、広告の指導・審査・基準の作成などを行う公正な広告表示を審査する機関であり、様々な事例を上げてご説明頂きました。普段なかなか我々にはなじみの薄いものですが、広告表示の難しさを考えさせられ、今回我々の生きる広告業界で経験豊かな勝氏のお話を直に伺ったことで、これからの仕事に対する取り組み方をご指導頂き、大変有意義な時間を過ごさせて頂きました。ありがとうございました。



新井文雄氏プロフィール

昭和54年 学習院大学 法学部法学科 卒業
昭和54年 鐘紡株式会社入社
昭和62年 ビー・エム・ダブリュ株式会社
ディストリクトマネージャー
平成5年 アルファロメオジャパン株式会社 営業本部長
(現フィアットグループオートモービルズジャパン株式会社)
平成9年 日本GM株式会社 マーケティング部長
(現ゼネラルモーターズ・ジャパン株式会社)
平成9年 日本GM株式会社 営業本部長
平成16年 トライアンフジャパン株式会社 代表取締役社長
平成23年 ピアッジオグループジャパン株式会社 代表取締役社長



受講者募集中!

>>>弊社社員までお問合せください。10/12(金)まで受付。
2012年は、毎月第3火曜日(8月・12月を除く)に開講予定です。

次回のAD塾は...

第4回 AD塾 日時：10月16日(火)18:00~20:00

講師にピアッジオグループジャパン社長 新井文雄氏をお招きします。

テーマ：「ブランド再建」

33年間の社会人生活を振り返り、外資4輪及び2輪業界で数々のブランド再建を果たした手法(営業・マーケティング・ネットワーク・業務・経理各部門)及び教訓をひも解く。



アートアクアリウム展 2012 & ナイトアクアリウム

今までに100万人以上に感動を与えたアートアクアリウムプロデューサー木村英智氏の魅惑の世界(標題)が今年も日本橋にて開催され大変な人気となりました。木村氏とは10年近くに渡り一緒に仕事をさせて頂いており、今回も運営全般を担わせて頂きました。世間には音楽や映画等様々な専門プロデューサーが存在しますが、生体に関する絶対なる知識を持ったアートアクアリウムプロデューサーは、多分世界で彼一人ではないでしょうか?日本橋の夜に人の流れを作ることをひとつの目的として開催したナイトアクアリウムは、目標以上の集客で日本橋にかなりの経済波及をもたらしたことでしょ!過去に例のないイベントと一緒にプロデュースすることはプロデューサー冥利につきますね!



第5回

たまには休まれたらいかがでしょう。

ハイキング駒ヶ根高原

COO代表取締役社長
岩澤 二三夫

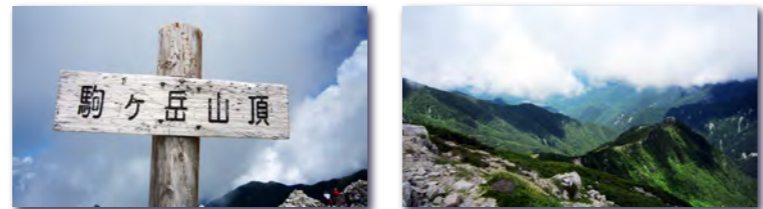
ハイキング仲間と泊まりがけで駒ヶ根高原へ。宿泊は、駒ヶ根高原リゾートリンクス。ホテルに着いた時、UCCフーズの車が停まっていた。食材は、UCCフーズらしい。夕食も朝食もバイキング。早朝、バスで35分、しらび平駅へ向かった。駒ヶ岳ロープウェイで日本最高所駅、千畳敷駅へ。(全長2334m、標高差950m、所要時間7分30秒)



千畳敷駅から千畳敷カール <氷河期時代に氷河が岩肌を削り取ってできた巨大なカール(おわん型の地形)> 経由で八丁坂を登り、中岳(標高2925m)~駒ヶ岳(標高2956m)と向かう。



千畳敷駅から駒ヶ岳頂上まで、往復約4時間のハイキングコースです。中央アルプスの大自然の魅力と感動を味わえます。



<今月のツイート>
飲み屋でチャーハン食べてきた。「政治家は腐ってる。誰も信用できないよな」と言ってるおっちゃんに店主が「日本のお役所の中で本気で明日のことを考えているのは気象庁だけだからね」とか言っていて、それを聞いたおっちゃんがナマ中吹いた。

~プロデューサーへの道~

夜明けの Entertainment 第11回



CEO代表取締役会長
榎垣 幸幸

今月は感動について語ろう!人は喜びや悲しみの時に涙を零す。これは唯物的に言うとしみや喜びによる情報刺激によってストレスができる。脳内にそれを和らげるリラックス物質(ロイシン・エンケファリン)ができ、鼻涙管を通じて涙で流し吸収させ興奮を抑える仕掛けなのである。勿論、これを司るのは意識では制御できない自律神経なのである。思えば子供の頃に泣いた後はスッキリしたのを覚えている。人の悲しい話を聞いても涙する事がある。それも、悲しいと共感する情報によって脳が刺激されストレスによってリラックス物質ができるからである。

では、この感動はどの様にして生まれるのであろうか?その一つに「共感」というワードがある。共に感じると書いて共感と呼ぶ。それは、生きる為の共同幻想を抱く事によって生命への共感防御本能が生まれているからである。人間とは知的共同幻想を抱く生物であり、この知的領域を把握する事が共同幻想を抱く為に重要な事である。即ち、この知的領域を知る事が、感動を呼ぶ作品作りには大切な事なのである。今日のマーケティング・セグメンテーションではこの知的共同幻想を抱くストーリーボードを組み立てられるだけの質的因子が不足している。それは、経験知ではないデジタル化の形式知で記号化された無機質な情報源だからである。私達は感動を呼ぶストーリーボードを設計するプロデューサーである。故に「感動を呼ぶ」とは経験知から発したストーリーボードだからこそ「わかる!」や「同感!」など感じるストーリーが生まれて来るのである。経験知とは、経験した事から「何を学び取るか?」であり、その為にどんな視点から観て、学んでいるのが大切である。また、視点作りには、どんな経験をし、どんな終り無き好奇心を持てるのか?と言う事でもある。感動のインパクトとは、音楽やストーリーやキャスティングなどの設定がある。またトレンドやファッションなど生活情報設定もある。さらに、時間という生活サイクルへの順応性などによって作られるストーリー



世界のモデル モデル: Camilla / 日本テレビ連続ドラマ「日本人の知らない日本語」コラー役 他
所属: (株)フリー・ウェイブ http://www.f-w.co.jp

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

一があり、感動という物語が生まれるのである。今日のマーケティング活動には、感動が足りない。むしろ感動を打ち消しているとさえ思われる。これまでのマーケティング偏重主義から新しい感動偏重主義に変わる事が、大切なものを失わない社会にする事に思える。情報が人々を支配している時代である。経験知からの情報発信が出来るプロデューサーとなるべく、皆さんの足で、目で、鼻で、指で感じ、感動の視点をしっかりと持って下さい。そして、素

晴らしい発信者となり世界に衝撃を与える感動のプロデューサーを目指して下さい。adprojectは10月21日、皆様の支えがあって20周年を迎えます。今後もグローバルな視点でコミュニケーションし、感動の喜びを共感できる活動を続けてまいります。世界の人が、違いの素晴らしさに気づき、感動を感じられる共感社会作り貢献して行きます。

■次回は、~プロデューサーへの道~
「夜明けのエンターテイメント 第12回」
をお送りします。

世界の彫刻物

~イギリス~
パーミンガム

イギリスの鬼才レイモンドの作品です。この群衆の作品は灯りが動き、後方に行くほど群衆の表情が、明るく楽しい希望に満ちた表情から、一遍して暗く疑心暗鬼な表情に変わっていき暴力や不安など、人間の弱い部分を描き出す仕掛けになっています。作者のメッセージ性を感じる作品です。作者は鬼才と呼ばれるだけあって、人間のドグマや業をドラマティックに表現する事が得意な作家と言えます。

思いは変わる?



Raymond Mason 作品
レイモンド・メイソン
2 March 1922 ~ 13 FEBRUARY 2010

作品名：SurLuster洗車塾 もてぎスーパーアメリカンサンデー

日時：2012年9月9日(日)
会場：ツインリンクもてぎ
種類：制作・運営

Assistant Director
浦山 善明



磨くほどに、愛車をもっと好きになる。

9月9日(日)吉日。オールアメリカン音楽が響き渡り、見渡す限りのクラシカルなアメ車、自由にはしゃぎ回る子供達。まるで、ここが日本であることを忘れてしまいそうになる。そんな「もてぎスーパーアメリカンサンデー」にて、アメリカ生まれのワックスメーカー「SurLuster」の洗車塾を実施いたしました。

洗車塾とは、「SurLuster」が行っている手洗い洗車の実演・説明会です。以前は、カー用品専門店の駐車場などで開催しており、車に対して造詣が深い方々に多くご参加頂きました。しかし、より手洗い洗車の楽しさを広く知って頂くためには、「洗車のやり方が分からない」、「手洗いは難しいからやらない」といったような方々にこそ、洗車の楽しさや愛車を磨く喜びを伝えることが重要なのではないかと。そこで洗車塾を次のステップへと進めるべく、我々 AD プロジェクトが立ち上がったわけです。

では、この洗車塾を沢山の人の目に見て頂くには…？洗車という物を扱う以上、車が一堂に会するイベントであることは必要条件。というわけで、カーイベントのリサーチを行いました。

カーイベントといっても、その趣旨に関しては様々。「速さを追求する」レースイベント、「コレクションを見せ合う」クラシックカーイベント、「技術を磨く」スクールイベントなど、そこに異なる意味合いがあるだけ、異なるイベントが存在し、訪れる人の意識もまた異なるベクトルを向いています。沢山のふるいにかけ選んだものが、この「もてぎスーパーアメリカンサンデー」。

レースもあれば、展示もあり、ファミリーイベントまで盛り沢山の、いろいろな角度から洗車塾を見て頂くには打って付けのイベント。あとは、興味を持って来てくれる人がいるか…。そして、迎えたイベント当日。不安と緊張とワクワクが入り交じったような、そんな浮足立ったような感覚を払拭するべく、ひたすら走り、声を出し…気付けばあつという間の一日でした。蓋を開ければ約 200 名の方々にご参加して頂き、洗車塾を見る側、実践する側、両方のお客様に喜んで頂ける結果となりました。

今後、「SurLuster 洗車塾」は、下記の予定で実施いたします。
10月13日(土) 14日(日) ジムニーカーニバル
10月27日(土) 28日(日) フレンチブルーミーティング
是非、手洗い洗車に触れてみてください。お待ちしております。



使い続けて20余年、未だ解読しきれない惱ましきワード「エンターテイメント」。巷の作品を紹介しながら一緒に解読していきましょう。

第5回 エンターテイメントとは「歓び」である。

標題の「エンターテイメントとは歓び」を定義したのは、ご本人はすっかりお忘れだと思ふが、プロモーション業界に悩ましき「エンターテインメント」というワードを導入した弊社の創業者であり会長、そして本誌の社主でもある榎垣俊幸である。

辣腕プロデューサー、演出家として数々のプロジェクトをまとめ上げてきた榎垣会長であるが、彼をご存知ない若い読者へ補足すると、彼をナベツネとするならば、さしずめこの拙文コラムは4コマ漫画の「コボちゃん」、そのくらしいヒエラルキーなのである。

「閑話休題」。かなり昔ぼくが行政のプロジェクトを担当した際、提出した報告書のテキストのカタカナをすべて日本語に訳せよという、役人特有の後出しじゃんけんのようなオーダーに悪戦苦闘した経験がある。

その際、榎垣会長の寄稿における「エンターテイメント」をどうしてもうまく訳すことができず、思わずご本人に「エンターテイメントを、日本語で言い換えて何でしょうか!」と伺った際、師が曰わったのが今回の標題である。

「歓び」いい表現でしょ。「歓ぶ」だけではなく、「歓ばせる」だけでもない、1990年代にアメリカを起点として一世を風靡したポジティブビジネス思想「Win Win」に近いニュアンスかな。

最近の日本のエンターテイメントは、お客様不在で自分たちだけが楽しむ幼稚化傾向が、わやなんでないかい? (註・訛つちまいましたけど、東京出身ですつ)

と、ここまで書いて頭に浮かんだ歌がある。稀代のエンターテイメントソングライター服部良一作 笠木シツ子歌の「ヘイヘイブギー」。

常務取締役
岩下 信而



♪あなたが微笑むときは、私も楽しい。
あなたが笑えば、私も笑う。ヘイヘイ!
昔から笑う門にはラッキーカムカム
あなたも私も笑って暮らそうよ♪

1948年にこんなポジティブナンバーを作ったエンターテイメントの先達方に脱帽。

因みに雪村いつみか細野晴臣たちをバックにカバーしています、確か室井滋も劇中で歌っていたかな。

ご愛読の皆様と、そしてちょっぴりぼくにもラッキーカムカムを願って。それでは次号で。Ciao

これでホントにお酒が盛り上がる?
試すのはアナタ!



こんな映画見つけました
2011年アメリカのコメディ。
この手の日本の劇場公開は期待薄、DVDを待ちましょ



作品名：川越氷川神社環境デザインプロジェクト

日時：2012年8月～2013年8月完成目標
会場：川越氷川神社
種類：環境デザイン

Producer
須田 潤一



イベントと環境デザイン

現在、推進中の中期プロジェクト。川越の氷川神社にて照明を中心とした環境デザインプロジェクトを推進中です。普段実施している多くのイベントとは異なり、将来を見据えた設計に苦勞しつつも非常に充実した企画推進をさせて頂いております。氷川神社の宮司様より、「移り変わりの早いこの時代にいつまでも氷川神社が人のよりどころとなり、集える場所となるような設計を考えて下さい。」と命題を頂きました。

また氷川神社様との打合せで、8/26に境内でイベントを実施するので照明で演出してほしいとの依頼がありました。宮司様から頂いた命題を具現化すべく、そのイベントに合わせ、環境デザイン照明のテストを兼ねることに致しました。テスト照明とイベントを実施して感じた事は、イベントを実施する照明と、日常の環境を考えた演出照明とは意味合いが違うということです。当たり前ですが・・・。光の活かし方が違うということでしょう。考えの中には、環境を演出した照明をベースにイベントを実施、が理想でした。

しかしイベントでは、演出照明以外に人の行動や飲食など目的に合わせて「明かり」「地明かり」が必要だったりします。環境デザイン演出照明だけでは、イベント空間としての明かりが足りません。しかし、明かりを足すと当初考えていた環境デザイン用の演出照明ではなくなってしまいます。イベントには、大なり小なり華やかさが必要です。環境照明には、やすらぎや安心といった空間に溶け込んだ美しさが必要です。この二つをうまく共存させ、氷川神社を彩る明かりを再構築していくことが、このプロジェクトの成功の鍵となるような気がしております。今後も氷川神社プロジェクト完成まで推進状況を報告します。

<BEFORE>



<AFTER>



To be continued ...

作品名：JAF MATE あったカー対談 あんな話、こんな話、くるまの話

日時：2012年7月25日(水)
会場：GRANADA SUITE 代官山
種類：プロデュース

Producer
宮崎 詩子



車の話を通して人となりを読めるページ

JAFMATEの対談ページも、スタートして6年が過ぎました。タレントによるこのページは、ともしれば専門誌と思われがちなJAFの機関誌を、手に取りやすく身近に感じてもらえるように…との想いの元開設されました。インタビューアは、初代中井美穂さんから始まり、高木美保さん、眞鍋かをりさん、そして、現在のクボジュンこと、久保純子さん。久保さんに依頼をしては3年が経ちますが、彼女はアナウンサーとしての器量や才能だけでなく、とても勤勉。事前にこちらからお送りする資料を読み込み、ご自身のノートにまとめ直して本番に挑んで下さるという姿勢は変わらず、毎回感動を覚えます。今回のゲストはイッセー尾形さん。少し遅れて現場入りされたイッセーさんはとても気さくで、頭をボリボリと掻きながらそれをネタに話を始め、あつという間に「イッセーワールド」に周りを引き込んでいきます。女性で母親というバックグラウンドを通して発せられる久保さんの自然体の質問から、イッセーさんの独特なお話が生まれ、訥々とした話し方から垣間見られるイッセーさんの静かな情熱がとても心地よく感じられた対談でした。「車の運転はその人の本質が」とよく云われますが、JAFMATEの「あったカー対談」では、そんな車に纏わるお話を通して、知り得なかったゲスト本人の一面や魅力を感じて貰えるページでありたいと思っています。JAFMATEは、日本一の発行部数(11,505,500部)を誇る雑誌であることを、皆さまご存知でしたか?これは日本人の7名に1人は読んでいる計算になります。紙は、電子メディアに比べると、能動的に発信できるツールと私は考えます。紙から電子へと移行する傾向のある現代社会において、JAFMATEは逆行するのではなく、両方の利点を活かし融合しつつあります(右記「動フォト」アプリご参照)。これからもJAFMATEを読んでいる知り合いに感想を聞きながら、今後のJAFMATEをより楽しく読んで頂けるよう、私自身も精進して行きたいと思ひます。



誌面の2人が動き出す?
対談風景がスマホで見れます。

作品名：入社から関わった全てのプロモーション

日時：2012年7月～
会場：都内各所
種類：プロモーション全般

Assistant Director
大島 有貴



業務を遂行する上で先輩方から学んだ、私自身が思う「成長の為の教訓」です。
三ヶ月を振り返って思うプロデューサー業の6カ条

- 1 『流行に敏感でいること』
今人気なモノ、話題性のあるコト。把握してるかどうかで発想の面において大きく差がでることを実感した。
2 『盗めるモノは盗むしたかさを持つこと』
成長するための1番の近道、それは先輩方の言動を自分のモノとして吸収することであると思う。
3 『モテる男になること』
仕事のできる男は女性にモテる! 仕事でクライアントを惚れさせる! 仕事を通してモテる男になるべし!
4 『常に笑顔でいられるようになること』
お客様の笑顔は私たちの笑顔 常に笑顔でいられるコト、即ちそれは仕事があまくいっている証である!
5 『話術を常に磨いていること』
プレゼンや商談の際は話術がとても重要だと思う。説得ではなく、納得させることのできる話術を身につけよう!
6 『スピード感を持って業務を進めること』
多くの仕事をこなしつつ、各クライアントの要望にも対応する為には、「丁寧に早く」をモットーに仕事をするべし!

<<コクーン夏祭り>>



<<芝浦工業大学オープンキャンパス>>



第2回 ～FACEBOOKでお見合い?!～

皆様は、facebook という SNS (ソーシャルネットワークサービス) はお使いでしょうか? 友人や知り合いと、インターネット上でつながり、コミュニケーションをとるサービスで、今や会員登録数 9 億人の世界最大の SNS です。その SNS で今話題になっているのが「omia!」というアプリ! 友達に知られる事なく「facebook」で「お見合い」が出来るアプリなんです! 会員数は、サービス開始から1カ月半で1万人との事。国境を越えて、それほどの人達と「お見合い」が出来る機会など、絶対ないですよ! でもやっぱり、インターネットって不安な方は多いと思います。そこで・・・

秘書・業務推進室
杉本 多佳音

実際どんなものなのか? 本当に出会いがあるのか? 私杉本が実践してみました!!



期待はしてはおりませんが、もしも実際にステキな人がいたら・・・という妄想も膨らませながら、さっそくチャレンジ! まずは、自分の大まかなプロフィールを登録して、相手に求める条件「身長」「年齢」など、最大 24 項目ある条件で細かくタイプの人を絞り込みます。ちなみに、登録しても、facebook で友達に知られる事はありません。顔写真は、自分の facebook で使っているプロフィール写真がメインの写真になっ

ており、本名は表示されず、全てイニシャルやニックネームになっています。この人いいかも、と思ったら「いいね!」ボタンを押して、相手からも「いいね!」ボタンを押してもらえると、初めてアプリ上でメールのやり取りが出来るようになります! 私もとりあえず、1人の男性に「いいね!」と押ししてみました! 2つ下の人で、色が黒くスポーツ好きっぽく、アクティブに動きそうな人。

意外にかっこよさそうです・・・そうすると、向こうからも「いいね!」と来たので、ここからメールの開始・・・なんですが、実はここからは有料になっているんですね。男性は月額 2980 円、女性は無料です。無料なのですが、年齢チェックのために、免許証がクレジットカードが必要になります。女性でラッキー! と思いながらメールを送信すると、向こうからも返事がきました・・・この続きは・・・またの機会に!