

突撃取材 in 第44回東京モーターショー2015

取材日：2015年11月5日(木)
(東京ビッグサイト)



国内最大のモーターイベント「第44回東京モーターショー2015」が、10月29日(木)～11月8日(日)までの11日間、東京ビッグサイトで盛大に開催されました。世界一のテクノロジー・モーターショーを目指しているだけあって、各社とも最新のテクノロジーを搭載した次世代・近未来のクルマを数多く公開し、ワクワクするような体験がたくさん出来る展示会となっていました。弊社でも2つのクライアントのブースを担当させていただき、11日間と長い会期中、担当者が対応に追われる毎日でした。



西展示棟3ホールの入口正面に陣取ったJAFブースでは、女性JAF隊員「久留間まもり」のダンスパフォーマンスがひと際目を引いていました。中には「SPA!」の東京モーターショー2015美女100人に選ばれた隊員も数名いたようです。

東展示棟3ホールの入口正面には、災害現場などでの活躍が期待されるアメリカのポラリス社のオフロードビークルが所狭しと並べられ、その中でも目立った存在の「スリングショット」(写真右下)は、まるでパトマンの映画に出て来る「バットモバイル」のようなインパクトがありました。

「知っていると役に立つPCスキル」02



第2回目の今日は、年賀状の住所録作成にも役立つ関数と、郵便番号ウィザードについて解説します。

サンプル_02 文字列を抽出するための関数。(ダウンロード→http://adtain.tokyo/sample_02.xlsx)

F	G	H	I	J	K	
2	郵便番号	郵便番号から生成した住所 (郵便番号変換ウィザード使用)	都道府県	住所 (ウィザードで表示された住所以降を入力)	住所1	住所2
3	151-0053	東京都渋谷区代々木	東京都	東京都渋谷区代々木2-27-4 OOビル4F	東京都渋谷区代々木2-27-4	OOビル4F

①郵便番号から住所を自動生成(ウィザード使用) ②住所から都道府県だけを抽出 ③住所の建物名より前だけを抽出

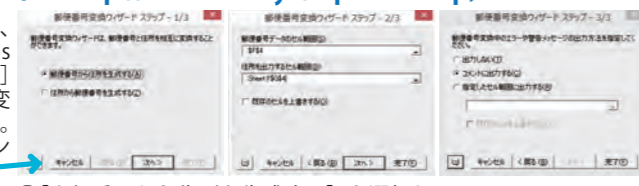
【使用する関数】①FIND 関数⇒指定した検索文字列を他の文字列の中で検索し、その検索文字列が最初に現れる位置を左端から数えた位置を返します。

②JIS 関数⇒半角(1バイト)の文字を全角(2バイト)の文字に変換します。

③LEFT 関数⇒文字列の先頭(左端)から指定された数の文字を返します。

①郵便番号ウィザード(ダウンロード→<http://adtain.tokyo/zipcode7.zip>)

郵便番号変換ウィザードをダウンロードしたら、C:\Users\USER\AppData\Roaming\Microsoft\AddInsに「zipcode7.xls」ファイルを入れる。次に、「ファイル」→「オプション」→「アドイン」→「設定」→「郵便番号変換ウィザード」にチェックをして「OK」で設定完了。エクセルの「アドイン」タブの「ウィザード」ボタンから「郵便番号変換」をクリックします。



①「郵便番号から住所を生成する」を選択し、
②郵便番号が入力されているセル範囲と、住所を出力するセル範囲を指定して、
③「コメントに出力する」にチェックを入れて完了。

②住所から都道府県だけを抽出

書式	結果
LEFT(文字列, 文字数)	東京都
関数式 =IF(MID(G3,4,1)=""="県", LEFT(G3,4),LEFT(G3,3))	
解説	先頭から4文字目が「県」ならば、先頭から4文字を都道府県として抽出し、そうでなければ、先頭から3文字を抽出。

③住所の建物名より前だけを抽出

書式	結果
FIND(検索文字列, 対象, 開始位置)	東京都渋谷区代々木2-27-4
JIS(文字列)	
関数式 =LEFT(JIS(I3),FIND(" ",JIS(I3))-1)	
解説	スペースのある文字位置を特定し、その位置(文字数)から1文字少ない文字数、文字列の左端から抽出。

※JIS(I3)は、I3の文字列の半角文字を全角に変換。

TOMOKO'S Recommendation music !!



今の時期にピッタリなアルバム「NO NO NO」を発売した Beirut (バイルート)をご紹介します。Beirut はサンタフェ出身のザカリー・フランシス・コンドンによるプロジェクトから、バンドの形体をとるようになり現在は 6 人組で活動しています。2012 年の初来日公演はソールドアウトし追加公演を行う程の人気ぶり。外国の田舎の情景を彷彿させる牧歌的なサウンドとポップで軽やかなサウンドがユニークで楽しい。インディー・ロックの分類ですが、アコーディオンやトランペットやバンジョーなど様々な楽器を使用しワールドミュージックの要素とフォークの哀愁と暖かみを感じるアットホームさがまた居心地良い。東欧をイメージしたコンセプトアルバム「Gulag Orkestar」は異国情緒溢れる情景が目につかび、旅をしている気分になる華やかさと充実感が味わえる大好きなアルバム。自宅録音ベースとは信じられない程のクオリティを誇るデビューアルバム。Beirut を知らない方には是非とも聞いて欲しい1枚です。



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

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>

2015 vol.042 11

Legend

第23回美意識(23)
～美国主義～



ゼネラルプロデューサー 榎垣 俊幸

美的使命

自分が生きている証を何に求めるのかと問い掛けると、速やかに返って来るのは、意外と自分以外のものである場合が多くあります。ある人は「子供」であったり、「愛する人」であったりしますが、自分を「楽しく生きる」「明るく生きる」などの「ポジティブ」な生き方を「生きてる証」と直結させる人は少数です。自分が楽しく明るく生きるには、磨かれた美的感性が重要です。それはポジティブな能力が自分を取り巻く他者にも前向きな夢を与える力に変える「変換感性」を必要とするからです。「クリエイティブ」には「変換感性」が要求されます。それは伝達情報を、どの様に交換して単純明確で想起性の強い記号にするかという事です。情報価値の訴求を明確にして、何人も自分が語り掛けられていると誤解を起こす錯覚効果や評価軸を誤認させる「ハロー効果」を訴求する時の必須条件でもあります。それは、我々が行うファンを育成する時に用いる共有幻想トリックで使われる手法です。ここだけの話とか、これは内緒だけとか、君だけに言うけどなど、誰も知らない情報を共有させる事で連帯意識や帰属意識を高め特権階級意識を持たせファン組織を形成していきます。クリエイティブ活動でも同様の仕掛けを導入させます。これは真面目で知的能力の高い人々こそ、リプレー効果を創造し易いからです。コマーシャルやPR活動などのマーケティング活動の戦略として、「三度見れば欲しくなる」や「美術品は手に入れるだけで満足」などの仕掛けがあります。これは情報が指示や使命に変わり、本質とは異なった満足度を創造し、目的を達成させる手法です。しかし、これらを屈指するには美意識が無ければ不可能です。この美意識をエンターテインメント加工し、分かり易く楽しく明るくする事で情報の付加価値性を上げ、接触頻度や拡張性を強化していく事が大切です。これらのロジックと論理的検証でポジティブな社会を形成をする事は、わが社の誇りです。

美しく生きる時代

21世紀が開けて、15年の歳月が経ちます。人類は20世紀までは物質的訴求を一義的な進化としてきました。精神的な分野は宗教や時の権力者が支配してきました。今でも、その様相は「IS」など一部の発展途上国では見



EDGE Positive mind

adtain
adproject-entertain newspaper

モデル：Savannah / Height:168cm B:81 W:61 H:89
事務所：ARTTRICK ENTERTAINMENT (アートリック) <http://arttrick.com>

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

られますが、民主国家では見られません。それは、「美意識の進化」とも言うべき現象です。それは、「美意識の概念規定」する事で明らかになります。美意識とは 美、醜の評価が成り立つ対象に対する精神の活動ないし態度であると規定されています。それゆえ美的なもの創造、観照、批判を含む情緒的、直観的判断力を主体とし、ときに美的経験と同義に用いられるとも規定されています。経験的心理学には美意識的事実を内容とする意識を指し、美、醜の評価が成り立つ対象一般に対する精神の活動ないし態度と規定しています。先験心理学的立場では、美の生産を行う特殊な統一意識とも言います。何れにしても、時代は唯物的な生産活動から唯心的な生産活動に移行する21世紀では美意識活性化社会に移り、新しいステージへと進化していきます。そして、失われた40年を取り戻す為の「物心調整のアイドリング社会」となり均衡を取り戻すでしょう。皆さんも「美しく生きる心」を振り返ってみましょう。

要素となってきます。美的ポジティブ精神は人間関係において楽しく明るい関係を想像していきます。「あの人が会うと元気が出る。」など、周りが楽しい時空間になるなどのリズム感を感じられるポジティブ因子は、前向きな仲間を作り出します。この美的ポジティブ因子は環境そのものや、まだ未経験で理屈で解決出来ない難問の回答を瞬時に導き出します。さらに、様々な組織のBOSSと呼ばれる人々が持っている因子でもあります。これからの21世紀グローバル社会では、この拡張因子の美的ポジティブ感性は、言語を超える知的感性なのです。世界同時同軸で情報交換が出来る世界にあって、最も信用できるコミュニケーションは「情報交換」から「リレーションシップ」が変化する「感性交換」になり、リズム交換や色彩交換、デザイン交換など感性交換などのコラボレーションになり共存共感を感じ取り仲間として一体化します。その美しく暮らす美的感性の美意識こそが、人類が残すもう一つの「知の感性」です。その研磨は体感と経験と妄想と夢想によってのみなされる技です。

美的生涯

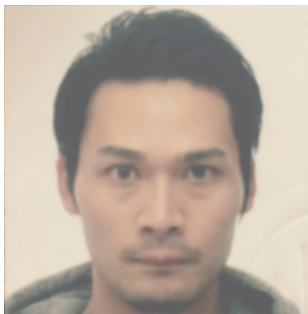
暮らしがイベント化する中であって、美的感性がコミュニケーションや友人関係に重要な



阪本 崇裕

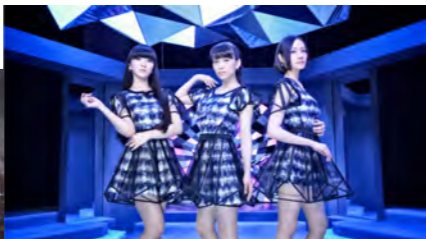
- Event : 第44回東京モーターショー 2015
- Date : 10月28日(水) ~ 11月8日(日)
- Place : 東京ビックサイト POLARIS ブース

2年に1度開催される東京モーターショー。今回はポラリスブースを担当させていただきました。ポラリスを知らない方のために、簡単ですがご紹介させていただきます。ポラリスは、ATVやオフロードビークルなど「パワースポーツ」業界で全米トップシェアを誇る、リーディングカンパニーです。今回は、ジャパンプレミアとなる革新的3ホイール・ロードスター「スリングショット」、道なき道で圧倒的な機動力を発揮する「オフロードビークル」、そして伝統のモーターサイクル「インディアン」と、究極のモダン・アメリカン「ヴィクトリー」の4ブランドより、パワー感の溢れる車両を合計8台展示しました。こちらのブースの主演は、やはり後輪が1輪となっているスリングショット!! 評判は高く、見た目はもちろん普通自動車免許で運転ができることで関心を上げています。価格の発表は来春予定ですが、すでに注文をしている人がいるくらい人気があります。また、ポラリスがモーターショーに初出展ということもあり、今までポラリスを知らなかった方々はパワフルな車両を見て驚き、興味を持っていただけたと思います。最後に、会期中落し物を何度も拾い事務局まで届けました。家のカードキーからクレジットカードなど…。落し物をしたことが無い私にはあまり理解できませんが、皆さんも忘れ物には十分気をつけてくださいな。



ASSOCIATE PRODUCER : 黒川 和紀

- Title : WE ARE Perfume



2014年にリリースされたアルバム『LEVEL3』は世界251の国と地域で配信され、香港・台湾・シンガポール・タイのiTunes エレクトロニック・アルバム部門で1位を獲得。アメリカ、カナダなど19の国でトップ10入りを果たすなど、テクノポップを主体とした新感覚の楽曲と洗練されたダンス、最新テクノロジーを駆使したLIVEパフォーマンスで人気を博すPerfume。今年で結成15周年、メジャーデビュー10周年を迎え、14年に開催され、アメリカ、ヨーロッパ、アジア各地を回ったワールドツアーの裏側に完全密着したPerfume初の映画となるドキュメンタリー『WE ARE Perfume -WORLD TOUR 3rd DOCUMENT』が10月31日(土)より公開されることが決定した。本作は「Perfume WORLD TOUR 3rd」、並びに「SXSW 2015」での活動に密着。世界を駆け巡りながら、彼女たちの音楽、最新テクノロジーを掛け合わせたライブパフォーマンス、そして、これまであまり見せることのなかった舞台裏にも迫り、パフォーマンスの影にあるひたむきな姿、喜びや苦悩、葛藤までも描いている。以前からPerfumeのライブにはドキュメンタリースタッフが同行して収録を行っていたが、今回、本作の監督を務める佐渡岳利らドキュメンタリー制作チームが、ドキュメンタリーの初の映画化を熱望。Perfumeのメンバーも、現在、そして未来のPerfumeも想像できるような作品になればと、映画化を快諾。「Perfume WORLD TOUR 3rd」を含む、海外での濃密な丸2か月間の活動を中心完全密着し、総撮影時間500時間という、彼女達のドキュメンタリー映像の集大成ともいえる映画が完成した。必見なのは、本作でしかみることができない映像の数々。メンバー自身が今回の公演をよりよくするために、公演ごとに何時間も行っている通称「ダメ出し」会の様子や、タイトなスケジュールで組まれた、ワールドツアー中のわずかな余暇を楽しむメンバーの姿など、等身大の彼女たちの姿も映しだされる。また、メンバーそれぞれがワールドツアーや結成、メジャーデビューから現在に至るまでの軌跡を振り返るなど、映画で見ることができない独占インタビューも収録している。今回の映画公開決定に際し、あ〜ちゃん(西脇綾香)は「信頼しているスタッフさんと一緒にまわったので、本当に自然な私達が収められています。三人しか笑ってないくだらない話も、寒くて防寒し過ぎてるリハーサル着姿も、本番前のすっぴんも、笑 これは普段だとカットするところですが、これもこのアメリカツアーのワンシーンだということで、ご愛嬌!! 入力させていただきますりたりしています。笑 でもなにより、海外に行くだけでも苦手な私が、三年越しにやっと叶えられた夢の舞台を立ち終わったとき、もう次の夢を口にしている自分にびっくりしました。そのくらいPerfumeのことになると強くなれる。アメリカの舞台上で戦ってきた私達チームPerfumeの姿を是非、たくさんの方にご覧いただきたいです」とコメント。



Project 3.

Project 1.

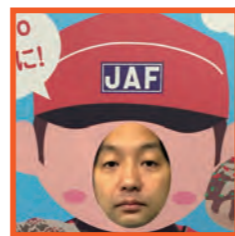


ADプロジェクトは家族

EXECUTIVE PRODUCER : 岩下 日出雄



長い間、本当にお世話になりました。2015年11月をもってハッピーリタイアさせて頂くことになりました。これまでの20有余年の会社に在籍出来た事を誇りに思います。私は27歳まで『昭和ブルース』という映画「若者たち」のテーマソングを歌うザ・ブルーベルシンガーズというバンドでピアノを弾いたり、銀座のクラブで弾き語りをしたりしていました。その後、家業のショーパブの店長をしている時に博報堂のある方の紹介で東宝アドセンターに行く事になりました。その時が私と榎垣GPとの運命的な出会いでした。何にも解らない私に、広告、マーケティングのいろはから教えて下さいました。「これからはSPの時代だ、イベントの勉強をしろ!」と激せとばされました。時代は折しも高度経済成長期に突入し、GPの読みどろりにSPのニーズが高まりUCC上島珈琲様を筆頭に、電通、博報堂など大手の仕事を手を毎日深夜までさせていただきプロデューサーの何たるかを教えて頂きました。東宝を辞めてADプロジェクトを立ち上げてからの事は皆さんも良くご存知のように、己の身を粉にしてもまず社員の事、そしてスタッフの事を考えるのがGPです。そしてクライアントの喜ぶ顔を見た時、この仕事をして良かった!!この次にはもっと大勢の人に笑顔届けたい!!私もこの様な考えを常に抱いて仕事してきたつもりです。弊社も世代交代の時が来ました。これからは2代目榎垣俊吾社長を筆頭に新しいビジネススキルを開発し、大いに発展される事と期待しております。家族愛を基盤とした暖かい社風は盤石であると考えています。ADをこれからも宜しくお願い致します!!



今回の東京モーターショー

PRESIDENT : 榎垣 俊吾

先日、長かった東京モーターショーも無事に閉幕した。今年の期間入場者数は812,500人と前回の90%となったが、ブースにいた感覚では、あまり減少は感じなかった。弊社では2つのブース担当とともに、開催期間中にメガウェブで開催された「東京モーターフェス 2015 with みんな」においても試乗会運営や86エクストリームなどを担当し、多くのスタッフがお台場方面へ連日の通いとなった。その中で、今回はJAFブースをご紹介します。今年のモーターショー JAF ブースでは「マモリーズ」というダンスユニットを結成。突然踊り出すという、サプライズダンスを一日に十数回披露した。その他にも、ニュース番組風ステージを行い、あたかもロードサービス現場と生中継が行われているかのように実施、来場者の足を留めた。このダンスのメイキングやマモリーズは何者かなど、下記のQRコードより特設サイトへアクセスしてみてください!



JAFモーターショー 検索



チョイス

前山 稜 (第4プロジェクト)

また寒さの勢力が攻め込んできております。そろそろ冬物の上着を用意しようかどうかと悩んでいる最中の前山です。この出すタイミングを間違えてしまうときっと風邪をひきます。きつと辛いです。皆さまも十分にご注意ください(笑)

そんなしょうもない判断をいつするかどうかで盛り上がっている訳ですが、先日見かけた「1日で人が選択する平均回数」という記事が妙に頭の中に残りました。対象はアメリカ人でしたが、2,000人に調査した結果では1日に平均70回の選択をしているという結果が出た様です。

朝ごはんはおにぎりがサンドイッチか、このような軽い選択から人生を左右するような重大な選択。さらに掘り下げてみると、例えその判断が2通りだけであったとしても、1日70回選択すると2の70乗1,180,591,620,717,411,303,424通りだそう。意味が分かりませんね(笑)。この数字の中には幸せな事、平凡な事、不幸な事が無数にあるのかと考えると、今ここにいる自分でさえ奇跡に思えます。更に未来を見てみると、たった1日に無数の可能性が秘められている訳ですね。この数の中に「幸せな結末」が必ず含まれているはず、と考えて明日からの「選択」がちょっと楽しみになりますね!!

さて、上着の用意しようかな...



PRODUCER : 宮崎 詩子

- Event : ミュージカル「忍たま乱太郎」200回公演記念コンサート『忍術学園 学園祭』
- Date : 2015年10月16日(金)、17日(土)
- Place : 品川プリンスホテル ステラボール

前回ここに、この『忍術学園 学園祭』についての予告記事を書いたレポです。前回の記事の時点では、本当にこれは幕が上がるのか!?と内心信じられない気持ちで実務に邁進しておりましたが、無情にも恐ろしい早さで時間は経ち、本番は駆け抜けていきました。忍ミュ初となるコンサートは、退館時に聞こえる感動の声や涙からも、また SNS 上のお客様の感想からも、沢山の高い評価を受けたことを感じる事ができました。今回、昭和の私が衝撃を受けたのは、ペンライトの持参率について。多分90%以上のお客様が言い合わせたかのように同じペンライトを、1本、多いと4.5本持って来ているのです。えっ普通?普通なの!?と聞いて回りましたが、今どきは拍手なし、光と歌声での応援が主流なのだそうφ(..)歌うキャストの衣裳カラーに合わせて緑や赤に変化する会場のさま、ステージ照明と相まって本当に綺麗で感動的なものでした。最後に、今回のライブを成功へ導いてくれた振付の酒井麻也子さんにSpecial Thanksを贈りたいと思います。



©ミュージカル「忍たま乱太郎」製作委員会



PRODUCER : 岩下 信而

- Event : 憧れ、敬ってから、真似をしよう
- Date : 2015年11月
- Place : おもに渋谷

Project 4.

今年のハロウィンは、繁華街が仮装した連中が大騒ぎだったようで、その場に居合わせたどんちゃん騒ぎを卒業した同世代達からの、かなりの酷評を耳にした。中でも知人の子供が、仮装した兄ちゃんにお菓子をねだったら、「それって、何ですのん?」てアホ面で返されたそうで、どうやら単なるコスチュームプレイと化している感も否めない。でもそれは消費喚起のため、日常の中にイベントを仕掛け続けるのを生業にしている、ぼくたちにも責任の一端はあるのかも知れない。こんな書き方をすると、アナクロ扱いされちゃうかもしれないが(アバクロじゃないよ)日本人は舶来モノに憧れと敬意を抱き、それが故に上手に模倣し、カスタマイズして、自己文化を創造することに長けていたのではないかと世界中の上質で楽しいエンターテインメントを紹介する際は、上辺だけの模倣ではなく、そのイベントの本質を学び、愛情や尊敬を抱いて創作しなければならない。たとえば、日本のポピュラー音楽。ここではあえて、歌謡ロック(ソウル)と呼ぶが、筒美京平、はっぴいえんど、米米、サザンなど枚挙にいとまがないクリエイターたちが、本場のジャズ、ロックンロールやソウルミュージックなどに憧れ、それを愛し、模倣(コピー)と創作を重ねながら、定着させてきた。そこでいきものがかりだ。新曲の「ラブとピース!」は佳作。だけど実は今回の典型的なケースなのである。歌はうまいけど優等生で、悪い意味でNHK御用達になりそうだった彼女たちが、必殺のキラーメロディを携え、往年の歌謡ロックのスパイスを吸収して、2015年に生み出した堂々とした作品です。オマージュは筒美京平&平山みきか。作者に聞いてみたい、お見事(パチパチ)。一方残念なのがそのミュージックビデオ。結婚式場にいきものがかりがサプライズで登場して演奏~新郎新婦参列者が大興奮~これって昨年大ヒットしたマルーン5のご陽気ソングの名曲「シュガー」のミュージックビデオそのままじゃない!これではただのパクリ。リスペクトもパロディ性もない映像製作者たちの愚行!「あらゆる芸術は模倣から生まれる」と言われている。これからも世界中で刺激的で楽しい文化が生まれて、それが日本に紹介されていくでしょう。才覚の乏しいぼくたちは、それらを憧れ敬い模倣しながら何かを生み出していくことから始めればいいと思う。取りあえずぼくは、一昨年ポール・マッカートニーを歌いすぎ喉を傷めて懲りたので、今年は大人しくブライアン・ウィルソンを楽しみます。あつ、仕事もしますけどねつ、では次号、Ciao!



こんな結婚式演出してみたい!