

Keyword : 00000JAPAN

NHK が総力をあげて制作し、今月1日～8日にかけて連日放映した"体感 首都直下地震ウイーク"のドラマの中で、「00000JAPAN」も取り上げられるかと思いましたが、全くのスルーでしたので、改めて皆さんに知っていただきたいと思います。

「00000JAPAN」は、『ファイブゼロジャパン』と云って、大地震や台風、豪雨などの大規模災害時に無料で使える公衆無線 LAN サービスのことです。つまり、この先、災害に遭った時に命を繋ぐ大事なネットワークになるSSID（ネットワーク識別符号）を指します。このサービスは、2019年12月現在、138の企業・団体から成る「無線 LAN ビジネス推進連絡会（Wi-Biz）」が運営をしています。通常、公衆無線 LAN サービスでは、利用者がスマートフォンなどでアクセスポイント（Wi-Fi スポット）に接続する際、その利用者が契約している事業者のSSIDを選択し、ID やパスワードを入力することで通信が可能になります。00000JAPAN は、大規模災害が発生した際に、その被災地のアクセスポイントでSSIDを事業者個別のものに災害用統一SSID「00000JAPAN」を追加し、さらにID やパスワードの入力無しに、通信事業者の公衆無線 LAN サービスを契約者以外の者でも利用できるようにするものです。これによって、携帯電話網が使えない場合でも、メールやSNSでの安否確認やWebサイトによる災害情報の収集が可能となります。

この00000JAPANが生まれる契機となったのは、あの2011年3月11日に発生した東日本大震災です。地震と津波によって携帯電話網も甚大な被害を受け、その結果、広範囲にわたり通信が出来なくなってしまい、その完全復旧に1ヶ月以上を要しました。そのような環境下での通信手段として重要な役割を果たしたのが無線 LAN でした。スマートフォンやタブレットなどのモバイルデバイスに標準搭載されている無線 LAN が、携帯電話網の代わりに被災地の復旧支援活動や避難所で活用され、社会的にも注目を集めました。当時、各通信会社の無線 LAN が、未契約の人にも無料開放されましたが、その事実、各通信会社のHPでしか周知されず、無線 LAN に対する認知も低く、スポット数も少なかったことから、携帯通信の代わりに誰でも利用できる状態ではありませんでした。この教訓から、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクをはじめとする通信事業者から成る「無線 LAN 推進連絡会」が、翌年の4月に「大規模災害発生時における公衆無線 LAN の無料開放に関するガイドライン」を取りまとめ、災害用統一SSID「00000JAPAN」を世界で初めて提供するに至りました。この災害用統一SSID「00000JAPAN」が初めて発動したのは、2016年4月に発生した熊本地震です。地震発生から2時間半～5時間半の間に携帯電話各社の「00000JAPAN」が熊本県内で提供されました。その後も、地震や大規模火災、豪雨などの際に発動されており、最近ではまだ記憶に新しい、9月9日に関東に上陸して首都圏に猛威を振るった台風15号で、特に被害の大きかった千葉県全域で「00000JAPAN」が提供されました。その約1ヶ月後に発生した台風19号の際も、関東に接近する直前の10月12日午後5時時点で、東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県・静岡県、茨城県の全域で「00000JAPAN」が提供されました。全域といっても、どの地域、地点でも使えるわけではなく、各キャリア（携帯電話通信会社）が設置している公衆無線 LAN スポットと地域（主だった駅や公の施設、人が集まる商業施設等で設置）に限られます。その付近では、スマホの無線 LAN を使おうとすると、無線 LAN スポットの名称「00000JAPAN」が表示されました。是非、この「00000JAPAN」の存在は知っておいて下さい！

しかし、良い事ばかりではありません。こういう善意の裏には、悪意を持った輩が必ずついてまわります。大震災などの時もそうですが、最初に被災地を訪れるのは救助隊やボランティアではなく窃盗を目的とした輩です。また、SNS でデマを拡散する輩もいます。こうした災害で気が動転している隙をついて、悪さを働くわけです。「00000JAPAN」も、偽装されたSSIDが現れます。そして、盗聴、すなわち、その災害によって生じたイベントの中止や災害によるサービスの遅延や保障を利用して、フィッシング詐欺（住所、氏名、クレジットカード番号やそのパスワードを入力させる画面に誘導するようなこと）が行われます。ですので、無料 Wi-Fi では絶対にネットバンクやネット通販等の取引は避けなければなりません。「00000JAPAN」のSSIDは、通信キャリアしか使えないわけではではありません。悪意を持った人がスマホ等のデザリングやモバイル Wi-Fi ルータを用いて、全く同じ「00000JAPAN」というSSIDを偽装して

無線 LAN アクセスポイントを設営、運用することも可能なのです。特に被災地以外の地域では、正当な00000JAPANと混信することなく、立ち上げることが可能です。一般の人にとっては見分けることは困難でしょう。最近では金融庁などの政府サイトや警察のサイトを偽って詐欺を行う事例が報告されています。「00000JAPAN」ではなく、「oooooJAPAN」（0ではなく丸）や「00000JAPAN」（0が1個多い）といった紛らわしいSSIDの場合もあります。これらは、フィッシングサイトを利用しての詐欺ですが、個人情報を収集されるだけでなく、架空請求や不正送金の被害に遭うことも考えられますので十分な注意が必要です。災害時には、安否確認などの目的を中心として利用し、個人情報を扱うようなネットバンク、ネット通販などの利用は避けるようにして下さい。

図2 「00000JAPAN」の利用イメージ

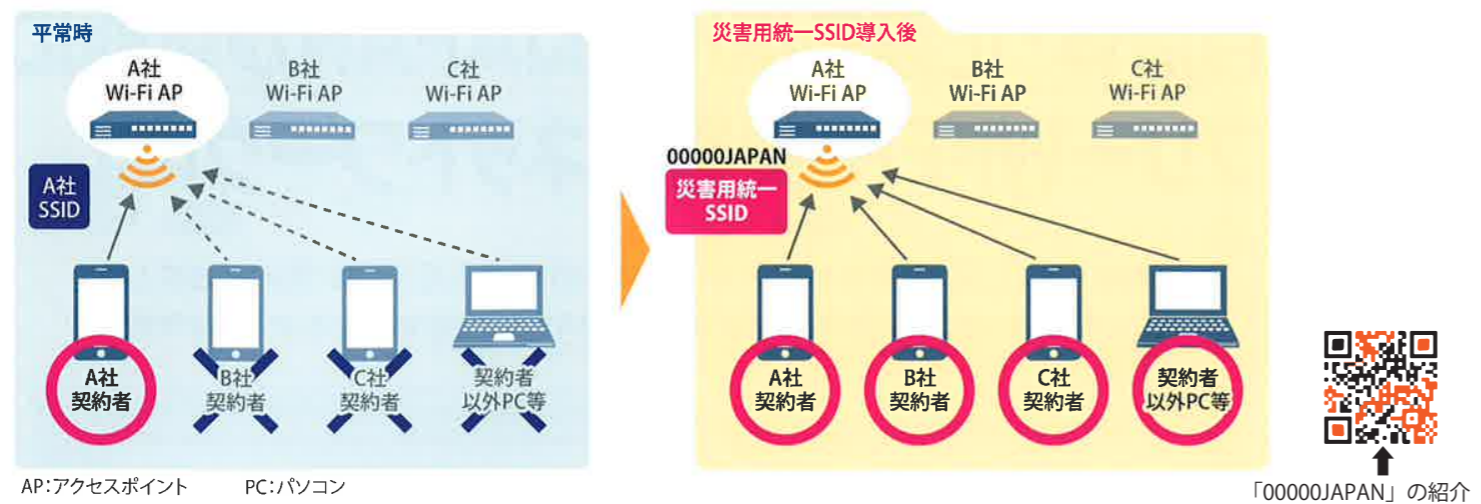


図1

00000JAPANはSSID選択画面の上位に表示される



モデル：Paulina H / Height:173cm B:80 W:60 H:88
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

森を語ることなどでもいいでしょう。もう一つは、精神的に自然と接すること。例えば「寝る」こと。眠い時にぐっすり寝て、体のリズムに逆らわないこと。睡眠は人類に与えられた最も長い時間と言えます。喰って寝ることが調和の取れた自然な生活の基本なのです。ゆっくり寝て精神を落ち着かせ、ナチュラルに生きてください。そして考えなくても分かる人間になってください。感じることであれば、考えなくても自然環境が「不調」であることや、世の中がおかしいということが分かるようになりますから。

また、「この仕事は上手くいかない気がする」など、不調を感じつつも仕事だからやらなくてはならない、または上からの命令などの場合もあります。そういう時は「やりませんが、それをやったらあなたが困ることになりますよ」と毅然と断ることが大事です。「あなたを守るために言っている」と説得する行動と努力が必要なのです。

これを国家間に置き換えて考えると分かりやすいでしょう。お互いに「俺が正しい」とか「国民のために」とか言い合っている。じゃあ、国民のためだけか、そんなドメスティックな話に止めず「人類はどうするんだ」という話に発展させないから、世界中いつまで経っても改善されないことばかりなのです。「困るのは自分でしょ」ということです。

昨今のこういった風潮は、やはり自然の不調が起因しているように感じられます。温暖

2019 vol.091 12 Legend

2019年は「不調」の年



ゼネラルプロデューサー 檜垣 俊幸

「不調力」を信じるのが大事

これまで「思いやり」と「分かち合い」の「想像力」が欠けているから戦争、貧困、差別といった様々な不幸な出来事が起きてきましたが、総じて2019年は「不調」を感じ取れなかった年であると感じます。デザインが狂っていたり、音楽でも不協和音が入っているや落ち着かないのが分かるものですが、そういった「不調」が分からない時代になり過ぎていっているように思います。人と人との関係でも「不調」だから上手くいかないという事や、国家間でも「不調」であることが分からないことによって如何に不幸になるか。社会全体が調和すべきだとつくづく感じます。特に、自然の「不調」に疑問を感じなくなっているのではないのでしょうか。

「不調」であると感じ取る力を「不調力」と呼びたいと思いますが、人類は基本的に「不調力」を持って生まれてきているのです。だから、それを信じるのが大切です。それなのに、変な学問や教育とか宗教とかで感じないように感覚を変えさせられて、本来備わっている力に不必要なものが入り込んで、ほとんどの人の感覚が鈍っているのです。それゆえに地球全体に「不調」を来す温暖化などの自然破壊を続けているのではないのでしょうか。人類は本来、自然のあるがままであるべき存在です。どうせ仲良くするなら自然と仲良くしたい、自然の中で生きていく人類でありたいと願っています。

「自然派」が調和を取り戻す

自然に生きるためには自然と接し、自然のことを常に考えて生活する「自然派」になること。自然に興味を持ち、自然について勉強をする。物理的には野山へキャンプに行くとかも方法の一つでしょう。花を見る、木を見

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

先日は7月号にも書いた13年ぶりとなるU2の来日公演「ヨシュア・トゥリー・ツアー」へ行ってきました。U2が1987年にリリースしたアルバム『The Joshua Tree』とそれに伴うツアーの30周年記念ツアーとして2017年にスタートし、北米、ヨーロッパ、南米で270万人以上を動員、同年で最も成功を収めたツアーです。そして待った日本。私も含め、家族連れが多く、アットホームで幅広い年齢層が集まった会場は熱気に包まれていて、ファンのため込まれていた期待が、イントロが鳴った瞬間に大爆発。悲鳴のような大歓声は本当に鳥肌が立ちました。Sunday Bloody Sunday のドラムを聞くと、とうとう目の前で始まるのかとゾクッと震えるほど。“Bad”演奏後ボノの呼びかけで観客が一齐にスマートフォンのライトをともし、中村哲医師の死を悼みました。8Kの巨大なLEDスクリーンに写る、壮大で美しい風景の映像をバックに、Where The Streets Have No Name”（邦題：“約束の地”）が始まり、“I Still Haven't Found What I'm Looking For”（邦題：“終りなき旅”）、と胸に突き刺さるような曲が続きます。“Elevation”、“Vertigo”と盛り上がる人気曲のなか、注目だったのが“Ultra Violet (Light My Way)”で、人権問題やサフラジェット（女性参政権獲得を主張する女性団体のメンバー）等々で戦う女性たちの顔が次々とスクリーンに映されていきます。市川房枝から、紫式部や伊藤詩織、#KuToo 運動の石川優美なども登場し、非常にU2らしい演出でした。ラストは“One”。「人は全員が平等になるまで、誰も平等ではない」この言葉は深く胸に刻まれました。今年最後のライブはU2で締められて最高!! ということで終えたいと思います。では良いお年を◎



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>



ASSOCIATE PRODUCER：黒川和紀

■Title：日本と韓国と日本人と韓国人

日本が韓国向け半導体材料の輸出規制を強化したことに対し、韓国で日本製品の不買を呼びかける動きが広がっている。ネット上には「日本旅行をキャンセルした」と誇示する書き込みが相次いだ。不買呼びかけが始まって初の週末、ソウル市陽川区の住宅街にあるスーパーでは「日本製品を販売しません」と記された掲示が貼られ、人気だった4缶1万ウォン(約920円)のサッポロビールが姿を消していた。店長はこう話す。「売り上げが減っても、日本が『貿易報復』を撤回するまで続ける」。買い物をしてきた主婦(70)も支持する。「隣国同士仲良くしないといけないが、けんかを仕掛けたのは日本。当然の対応」同店も加盟する韓国マート協会などは5日、ソウルの日本大使館近くで会見を開き、日本製品の販売中断を宣言。日本企業のロゴが描かれた箱を踏みつぶすパフォーマンスは、テレビで繰り返し取り上げられている。だが、同じ週末、ソウル市江南区の複合施設で開かれた「ソウル酒フェスティバル2019」の会場は、日本酒の試飲を楽しむ韓国人の若者らで大賑わいだった。入場者は過去最高の約7千人で、2日間で販売予定だった日本酒や焼酎が1日で完売。主催者は「影響は全くありません」と断言した。ソウルの二つの風景。どちらが本質なのか？日韓関係に詳しい韓国の専門家はこう口をそろえる。「多くの韓国人にとって、歴史問題などの日本政府への不満と、日本製品や個々の日本人に対する好印象が矛盾しなくなって久しい。不買呼びかけは一過性で、盛り上がりません」。韓国では、05年、島根県が「竹島(韓国名・独島)の日」を制定したときなど、過去にも大規模な日本製品不買が繰り返され呼びかけられてきたが、いずれも戻すばかりで終わった。一方で、韓国メディアは、規制強化発表後、一部スーパーやコンビニの日本製ビールの売り上げが10～20%減少したと伝える。世論調査会社リアルメーターが11日に発表した世論調査によると、国民の67%が今後不買に参加しないと回答した。「この状況が長期化する可能性を排除できない」(文在寅大統領)なか、今後の展開は見通せない。また、ネットでも不買活動と呼び掛ける動きとして、日本製品のブランドと代替え製品の情報を提供する日本の不買運動サイト「No No JAPAN(ノノジャパン)」たるものが存在する。これらの運動で日本の輸出赤字への影響はもちろん大きいのだが、一方でJAPAN Qualityに勝る韓国国内メーカーが実は少ないため、国内メーカーの奮起が期待されている。様々な波紋が広がっているこの問題が落ち着いたとき、各国からどんな反応が起きるのか。子どものケンカでは済まされなことは間違いないと思う。

※記事一部引用：https://news.nicovideo.jp/watch/nw5744396



PRODUCER：松延智明

■Event：そういえば、わたしの仕事、イベントではないんです！

■Date：2019年12月



この写真、10月の台風のも多摩川です。スマホで撮りました。わたしは、仕事柄、カメラマンと一緒にいることが多く、当然、仕事ではカメラマンは一眼レフを使っています。しかし！プロのカメラマンも自分のSNSにアップするような写真は、スマホで撮っているという始末。そう、スマホのカメラはかなり優秀なんです。わたしも仕事で一眼レフを構えることがありますが、この写真はスマホ…なかなか画質が良くて、困ってしまいます。そして、再度、「しかし！」。どれだけスマホのカメラが良くなっても、一眼レフには敵わないことがあります。この写真は、朝の6時くらいで、光がちょうど良い具合にまわっています。そう、プロのカメラマンの真骨頂は、光なんです。この写真では、スマホでもうまくとれますが、屋内などで光が足りない(暗い)場所では、プロのカメラマンがセッティングする明かりが非常に重要になるんです！カメラマン曰く「いずれ仕事もなくなるかなあ…」とお酒を飲むと愚痴っていますが、ライティングが必要な撮影は、絶対になくならないはず…と思っていたら、ソニーが暗くても美しく写る高感度の素晴らしいカメラを出していました。…で、何が言いたいかと言うと、そうは言ってもライティングが必要な撮影は、プロのカメラマンにしかできないと断言します。スマホもきれいに撮れますが、仕事用の写真となると、バックの影や被写体の陰影など、気を遣う点がかなりあります。撮影を依頼されて、現場でシャッターを切っていると「そこまでなくても…」と言われることもあるのですが、仕上がりを見てみんな納得です。その一瞬を切り取るのが写真。だから、人物なら「もっと良い表情を」、風景なら「この雰囲気だけを表現できるか」と考えてシャッターを押すわけです。というわけで、カメラマンが必要でしたら、ご相談ください！

Project 1.



What News

HOSPEX2019

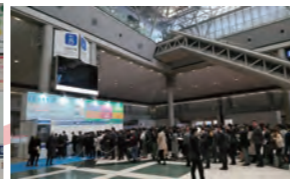
EXECUTIVE PRODUCER：平田元春



入場手続き風景



西管1階ホール1、ホール2で展開



多くの入場待ち



病院用出汁マシン



多くの関連展示会

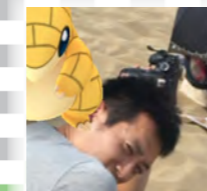
1月20日～22日に東京ビックサイトで医療や介護関係の展示会で展開して参りました。いつものSマシン(株)の展示会です。今までは、食関連の展示会に出店して来ましたが、食以外の展示会は初めてでした。このような展示会に行くのも初めてでしたが、介護や病院には多くの物が関わり、必要なことと感じました。

2019年終盤



PRESIDENT：檜垣俊吾

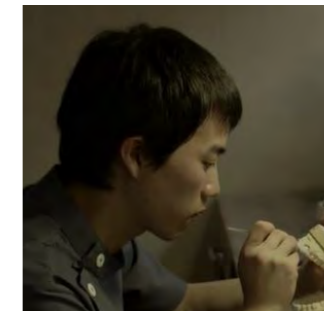
2019年も12月、師走。「いや～、一年経つのは早いねえ！」と、この時期のクライアントとの定番会話。10歳の1年は10分の1で、44歳の1年は44分の1なので、その割合通りのスピード感で時は進み、年々加速するイメージだが、それ以上に社会の変化も加速しているように感じる。半世紀くらい前のSF小説や映画では、2020年頃には、車は普通に空を飛んでいるし、人間と区別のつかないロボットが活躍しているし、もちろん火星に移住だってしていた。しかし現実はまだそこまでには至ってはいないが、情報とコミュニケーションの技術の変化はおそらくSF的想像を大きく超えている。海外からのテレビ生中継は、ケネディ大統領暗殺の時代が始まったのが半世紀前。今や、世界に向けてLIVE配信することはスマホのボタンを何回か操作することで誰にでも可能。しかもその利用料はほとんどの場合、無料。地球上のあらゆる情報を得ることも同様にほぼ0円。なぜここまですごい技術がタダで使えるのか？について、私の子供の世代はあまり考えない、というか、最初から自然にそういうものだ！という感覚になっている。子供の頃、ニュース中継やドラマを観ていて、母に「なんでこんな宣伝ばかり！」と言った覚えがある。今やその逆の広告に突き合わせる仕事をしているわけですが、このようなTVメディアと広告と社会の関係は激変し、終息を迎えようとしている。検索やSNSも実はタダではなくて、気づかないうちに自分の何かとエクステンジしている。今の主たるそれはデータ。何を検索したか、どこにいるか、誰とつながっているか、何をつぶやいたか、などなど私ってこんな感じというデータを差し出して、その見返りに最新テクノロジーをタダで使える。スマホは嫁より、家族より、下手したら自分よりも自分のことをよく知っている。先日、検索データを企業などに提供するサービスが発表になり、自社がライバル会社と比べてどのようなワードを中心に検索されているかなどを分析できれば、極めて重要な経営の指標になることは間違い。しかし、クルマ社会が事故や排気ガスなど環境問題と向き合い続けてきたように、社会がより良くなる技術の発展途中、時に大きな問題が起こる気がする。どんな時代になるだろうが、よりHappyな未来、社会になるために役立つことが広告会社の使命であり続けたいと思う。私たちの役割も激変中ですが、それを楽しんでいきたい。



最近のコンビニってすごい！！

第1プロジェクト 阪本崇裕

私事です、第一子が誕生しまして家に帰ると寂しい一人飯に明け暮れております。この歳になっても料理がまともにできない私は、毎日サトウのご飯と「おかずは何にしよう」と格闘していた矢先、出会ったのがコンビニの「ビーフシチュー」。まず、驚いたのが袋をそのまま開けることなく電子レンジでチンするだけ。爆発するのではないかと不安でしたが、加熱していくと蒸気が抜ける穴がでるようで、上手くできておりますw。コンビニ各社のビーフシチューを食べましたが、どれも美味い！ソースはどこも変わらないくらいのハイクオリティで、肉とジャガイモの量がそれぞれ違うといった印象です。強いて言えば、やっぱりセブンが一番かな？皆さんも是非食べ比べてみてはいかがでしょうか。



土井晃範

■Event：伝統文化を継承する会

■Place：京都

12月初旬、京都市内のある場所で一人の女性をお祝いする会が開かれ、私も制作という立場で携わらせて頂きました。その日の主役の女性は、日本の伝統文化の一つである『着物』業界の先頭に立って国内外に着物文化を広める活動をしている三宅てる乃という方です。彼女は、30年以上前から雑誌で山口百恵や郷ひろみといった今では伝説的大物タレントの着物をコーディネートしたり、テレビで女優の着物のファッションチェックなどを手掛けてきたパイオニアで、1980年代半ばからは外務省からの要請により毎年海外で日本の民族衣装である着物の伝統や文化の交流を図る取り組みをされていました。今回の会はそんな彼女が、着物と歩んだ時間が50年という節目を迎えたお祝いの場であり、ただそれだけに留まらず貴重な着物の伝統文化をここからさらに加速して後世に繋いでいこうと強く発信する場となりました。

お祝いの会には現職の国会議員を始め、海外公演で彼女のエネルギーに感銘を受けた方、着物以外の伝統文化で第一線を張っていらっしゃる方々など、そうそうたる顔ぶれが、彼女のお祝いと彼女の熱い想いを継承する為に集まりました。会の中ではたくさんの著名人からのお祝いメッセージが紹介されたり、彼女のこれまでの軌跡を振り返ったりと盛りだくさん。現代音楽に乗せて着物を着るという斬新なコーナーもあり、固いイメージを持つ伝統文化を少しでも一般大衆に浸透するようにとエンタメ要素も忘れない気配りを感じさせる会でした。



オリンピック・パラリンピックを来年に控える中、『和食』がユネスコ無形文化遺産に登録されるなど日本の伝統文化が幅広いところで世界で認められるようになる一方、今年の夏くらいから「世界に誇る京都祇園エリアにおける外国人観光客による迷惑行為」問題など伝統文化に対するニュースを多くのメディアで目にするようになったと思います。身近に触れる機会が増えてきている古き良き日本伝統文化を、来年は特に多くの場所で多くの方に魅力的な形で伝えられるような日本人の一人にならないければなど気が引締まる機会となりました。



PRODUCER：岩下信而

■Theme：年末年始の担当イベントのご案内

■Date：2019年12月～2020年1月

■Place：さいたま市～群馬県～さいたま市

早いもので本誌も年内これが最終号。年末年始の業務報告で締めくくりです。
★コクーンシティクリスマスL O T O / 2019年12月14日～12月25日(水)
 まずは片倉工業様のコクーンシティ。12月は恒例の抽選会の運営を秋元、太田が担当しています。特賞は同じく恒例ハワイ3泊5日！一攫千金のハワイ旅行といえば、「新 男はつらいよ」(1970)を思い出す。競馬で大儲けした寅さんが、おいちゃん、おばちゃんをハワイ旅行にご招待、ところが旅行会社にて金を持ち逃げされ、近所に体裁の悪い寅は、ハワイに出かけたフリをして、おいちゃんたちと「とらや」に静かに潜む…マドンナは栗原小巻、未見の方は是非！
★コクーンシティクリスマススマルシェ / 2019年12月21日(土)、22日(日) / コクーン2コクーンひろば
 そしてクリスマスの前週末には、フード、ドリンク、セレクトグッズの屋台がコクーンひろばに大集合、皆で乾杯しましょう！
★コクーン新春「餅つき大会」 / 2020年1月1日(水) / コクーン1コクーンプラザ / 11:30～ / 13:30～ / 限定各200食
 謹賀新年！コクーンは元日からフル稼働、これも恒例になった岩澤会長と秋元が率いる鯉背なスタッフによる「餅つき」と「ふるまい餅」。餅つきをしたい方も、食べる専門の方も、元日自宅に居たくない方、居られない事情のある方も是非ご来館ください。ほくは群馬から太田と応援しています。
★ニューイヤー駅伝 / 2020年1月1日 / 8:30～ / TBS系列で生中継
 ほくと太田は、年末から群馬入りして、ニューイヤー駅伝の運営を担当します。早いものでもう28日目。今年もいいイベントになるよう準備中ですのでTBSの生中継をぜひご覧ください。よく皆さんからテレビで観かけたよと言われますが、それはガセ。まぼろし～です、ほくたちは、本番当日は終日スポンサールームでひたすらホスピタリティに徹しております。
★コクーンシティ初笑いりんごちゃんオンステージ / 2020年1月5日 / コクーン2コクーンひろば / 13:00～
 そして1月5日は、再びコクーンシティ、「コクーン初笑いオンステージ」。今年のゲストは、今が旬の「りんごちゃん」。爆笑のものまねだけでなく、プレゼント大会など盛りだくさん。当日は観覧整理券を発行する予定ですので、詳しくは12月中旬以降コクーンシティのHPをチェックしてください。
 いやぁ忙しいけど、同時にしっかり遊ぶので、夜の街で見かけたら乾杯しましょう。皆さんも体調にお気をつけて、笑顔で年末年始をお過ごしください。では次号、C i a o!



Project 2.

Project 3.

Project 4.