

石川の突撃取材 in 横浜!!

さあ〜!!今回は、弊社が制作しているイベント現場に石川が密着取材し皆様にadprojectがどんなことをしているのかをご紹介します!

第一弾は、第3プロジェクトの「高知野菜の夜明けぜよ」の現場である横浜に設営日から行ってまいりました!!

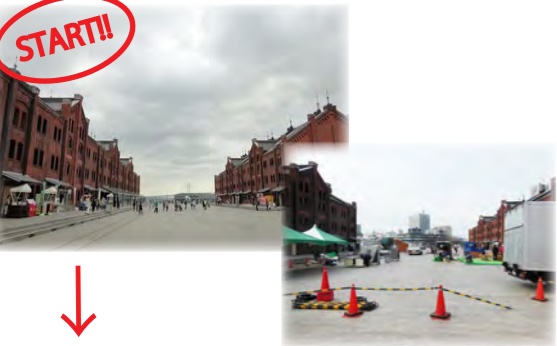
今回の見所は巨大坂本龍馬像の出現です!!

「高知野菜の夜明けぜよ」 in 横浜赤レンガ倉庫

〜高知野菜のPRイベント〜

巨大龍馬像に注目!!ピニールハウス内には高知の
おいしい野菜たちがずらり!!
高知の環境保全型農業を体験。
※2月14日〜16日に神戸でも開催

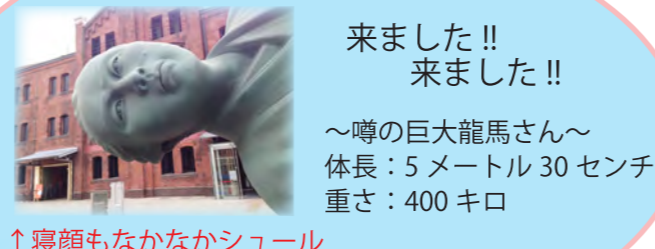
9:00



START!!

横浜赤レンガ倉庫にて
取材開始!!

海沿いということもあり風も強く
なかなかの寒さ!!
そんな中、皆さんはすでに現場の
設営にかかっています。



来ました!!
来ました!!

〜噂の巨大龍馬さん〜
体長:5メートル30センチ
重さ:400キロ

↑寝顔もなかなかシュール

10:00 坂本龍馬が出勤!!

普段は高知駅前にいる龍馬さんも出張
です。”坂本龍馬”がトラックに寝そ
べっている光景はなかなかレアです!!

普段見ることのできない頭上からの撮
影に成功しました。

しばらくトラックで寝たまま放置で...



その頃、龍馬のいない高知駅前は何?



「坂本龍馬 只今、脱藩中」の立て札が!

坂本龍馬 STAND UP 動画→
撮影・編集 石川



みんなで
よいしょ よいしょ...

クレーンと皆さんの
協力により...

“龍馬さん STAND UP”

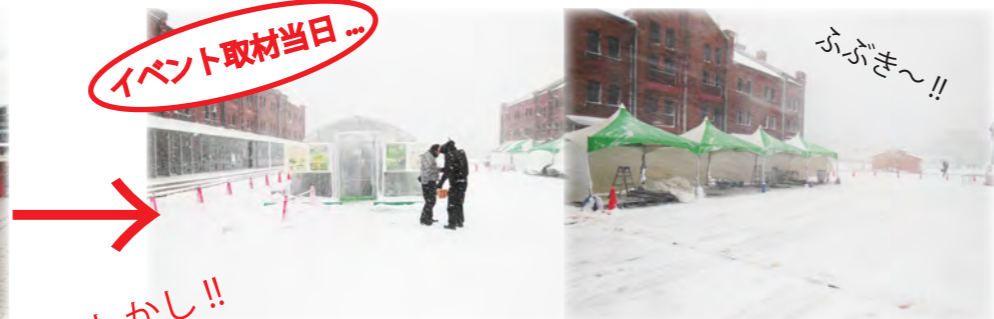
その後...



夜はライトアップ龍馬さん!!

着々と周りのテントや、ピニール
ハウスができていき、設営日
の取材は終了。
8日(土)にイベントの取材...

イベント取材当日...



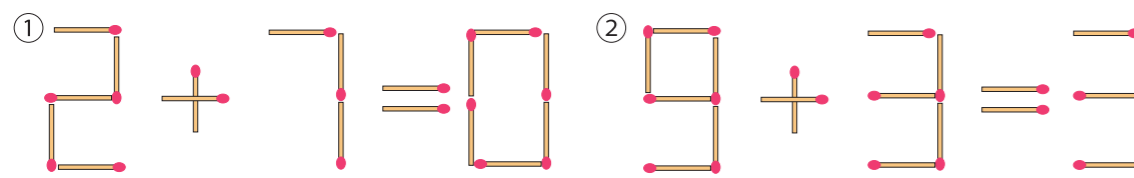
が、しかし!!
皆さんもご存知の通り
大雪のため「取材には来なくていい!!」
とのことで断念。
現場では、テントとピニールハウスを
たたみ雪かき...雪かき...雪かき...
石川の取材第一弾は不発に終わりました。

次回も、現場突撃取材へ!!
その時々で色々ある現場は
とてもいい勉強になります。
こうして勉強させて頂ける
環境に感謝です! 石川

新・脳トレコーナー

できるかな?

マッチ棒を1本だけ動かして、正しく直して下さい。



答えは次号で!



このコーナーでは、脳トレ
やオモシロアプリをご紹介します!!
もっと試してみたい方は、
←こちらから

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 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 3-29 共同ビル

www.adproject.co.jp

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

2014 3
vol.022

Legend

第3回 美意識③

〜時代創造〜



ゼネラルプロデューサー
榎垣 俊幸

■楽しい消費マインド

人は人生を楽しみに生まれてきた。
楽しい物、事、時、はよく消費されます。新しい
時代には、「もっと楽しい」が消費記号と成り
ます。その楽しい記号を「脱原発」から「ゲーム・
アプリ」までがひしめきあって模索しています。
一方、時代は世界規模で格差社会が進み、イデ
オロギーに関係なく貧富の差が付き始めていま
す。そして、増々、拝金主義が生存価値の主義
主張を支配しています。勿論、これ以外の史観
もあるとは思いますが、新しい時代のベクトル
が消費主義に向っている事は市場の消費価値の
パラダイムになっていると思われる。縦軸に
拝金主義、横軸に快楽主義の市場形成を持ち、
時への挑戦を三次元軸を持つ事で延命医学など
の発達を抱えています。これが、今日のマーケ
ットの進化ベクトルです。これらの特性を持った
進化ベクトルの市場に、消費刺激記号を模索
し送り出すことが情報加工産業であるクリエイ
ティブ・ファクトリーであるadprojectの使命で
す。

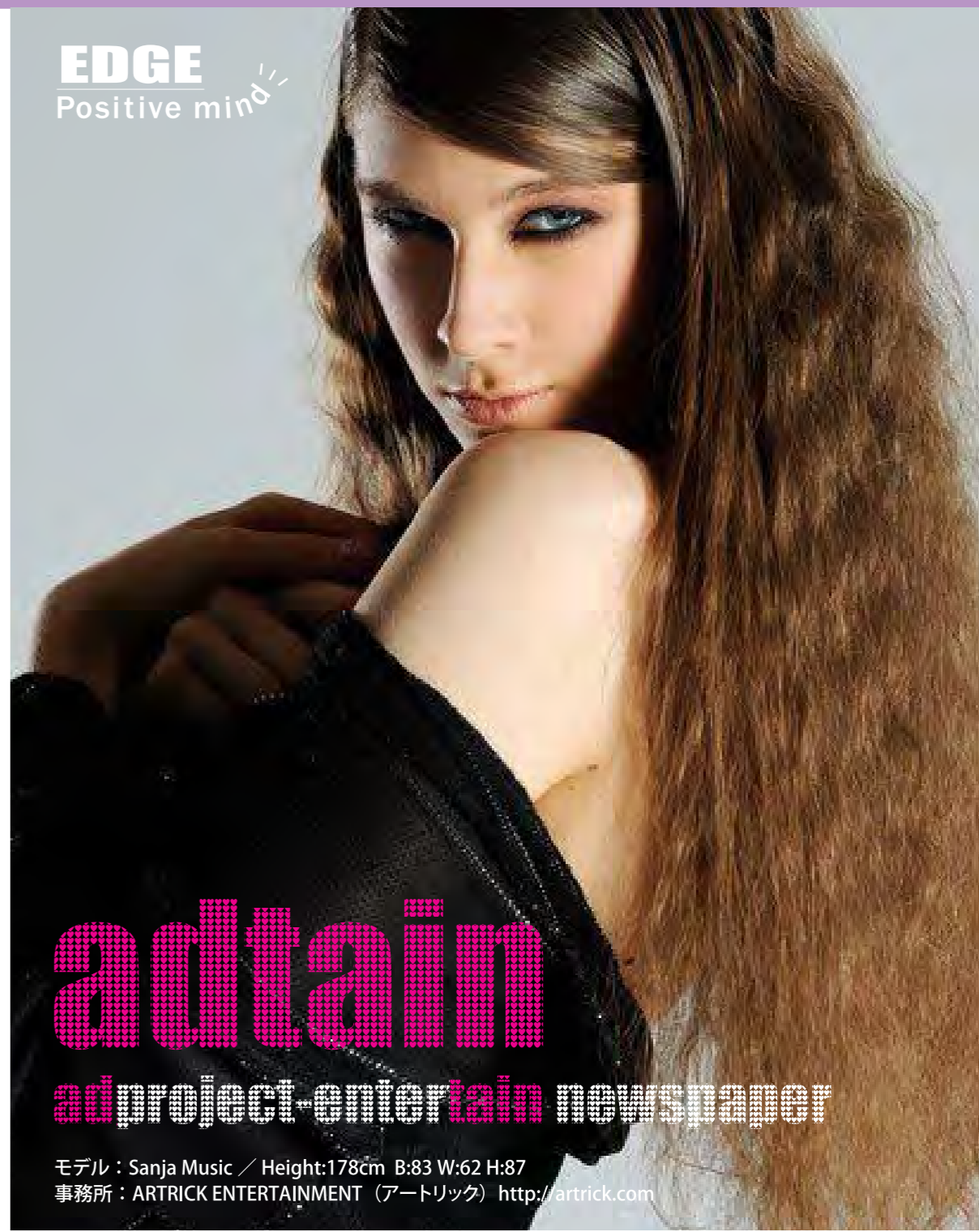
一方、多くに消費者は多元的に情報を収集する
事が出来る、情報の多元化とLIVE化と検索化の
できる情報ネットワークをワールド・ワイド・
ウェブ(WWW)に持ち、まるで神の様に万事万物
を知る存在に成りました。それも、消費決定者
は暇人や遊び人程、多元的に情報を立体的に
あらゆる角度から、その価値を見つけ出すこと
のできる、神的存在となりました。もっと怖い
ことは、この神的存在の消費者は「情報に騙され
る喜び」を知っていると言う事です。まるで演劇
や音楽を聴くようにうその中で、夢を楽しむ
芸術鑑賞活動を行っている事です。むしろ、この
フィクションストーリーがないと、情報活動が
届かない、アクションが起こらない無感動の販
促・広告活動となってしまいます。時代は変わ
るのではなく、これらのパラダイムを熟知し、
時代を変えるクリエイティブを創造する事が大切
です。

adprojectは2014年、時代を変えるクリエイ
ティブの発信と、時代を熟知したプロデュー
サー集団として、これまでお世話になったパ
ートナーと共に世界に羽ばたく美意識を確立
します。

■美しい時代

美しい時代とは、錯綜する情報化環境の中
でリスペクトされる意思決定を持つ事です。
その、リスペクトされる意思決定とは、美
意識を持った知性を研磨する事です。それ
は「語りを持つ事」です。空間、物、時間、
の「静と動」を見積り吐息を表現できる技
を持つ事が、クリエイティブ・スケルトン
として重要です。この、クリエイ

EDGE
Positive mind



adtain
adproject-entertain newspaper

モデル: Sanja Music / Height:178cm B:83 W:62 H:87
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

イティブ・スケルトンに楽しいポジティブ因子を
装備してディレクション(演出)を謀る事で美しい
時代の作品と成ります。美しい事と楽しい事が同
義語となる仕掛けです。もう一つの美しい時代に
向かうクリエイティブが有ります。それは、アス
リート(挑戦者)であることです。情報社会で浮遊
する消費者は、「私達が昔、映画を見て主役気分
に成った」様に、商品、社員、企業のアスリート
資質を求めています。即ち、夢を見たいのです。
自分の支えるすべてはアスリートでありたいと思
うのです。それが、人類の持っている遺伝子が求
める性です。これらのParadox(自己矛盾)を考慮し、
美しい時代、楽しい時代を創造する事が、新しい
時代には求められています。
楽しいだけではダメ!美しくなくちゃ!
美しいだけではダメ!楽しくなくちゃ!
これらの表現が出来ない企業は、自然淘汰されま
す。さあ!時代の救世主になりましょう。
■マスコミと呼べない情報ネットワーク
情報ネットワークが広域化、高速化、巧妙化(3K)
する事で、魔女狩り化していくマスコミ界の欺瞞
を情報加工産業を預かる私達は見抜かなくてはな
りません。誰かの語りを鵜呑みにして語る程、軽薄
な事は有りません。何が真実か、などの事実確認

などより、高速の拝金主義の時代では即応
できない社会である。まさに、「時は金なり」
の教えはマスコミや企業拝金主義者の
側面でもあった昭和の年月。
しかし、新しい時代の人々はマスコミの情
報にフィルターをかける力を装備している。
それは、年寄りには聞こえない周波数帯の
コミュニケーション世代である従来のマス
コミに頼らない情報社会が出来上がって
いるのである。
「見えないネットワーク社会」に「聞こえない
ネットワーク社会」で情報交換する価値の有
るものとは「楽しめし」なのである。これら
の情報は、世帯を持った情報拡張因子を持
っているのである。
情報と言う波に上手に乗る波乗り世代は、
戦争を知らない子供達から、細川元総理を
知らない子供達に移行しています。オリ
ンピックは平成10年生まれ世代のものに成
り、世代は私達の知らない「時代を創造す
る」能力を持っています。それが、進化と
言うDNAの糧だからです。



秋葉 悠介

■Title : 日常のアイデアを形にしてみませんか？



入社して 5 カ月が過ぎようとしています…。2014 年新たな抱負と共に私のスタートする場も、第 3 プロジェクトから第 1 プロジェクトへ移り、12 月号でご紹介させていただいた虚弱体質な僕の体にできた口唇炎ヘルペスも、第 1 プロジェクトリーダーのカデット部長のもとへお引越しました。引越後の初めての仕事は、スマートフォン向けゲームアプリや PC またはスマートフォン向け特設サイトのご提案をするというものでした。企画する上で人を「アッ」と言わせるような斬新なアイデアというのは、普段から考えていないとなかなか閃かないもので…また、一人でずっと考えてもなかなか答えは見つかりませんでした。そんな時に、より多くのアイデアを出すために用いられるのがブレインストーミングというものです。みなさんはプレスト 4 原則とはご存知ですか？

≪ ① 判断・結論は出さない ≫

≪ ② 粗野な考え方を歓迎する (自由奔放) ≫

≪ ③ 量を重視する ≫

≪ ④ アイディアを結合し発展させる ≫



※左図は高压洗浄機を利用して街の外壁をキレイにしつつ名前を浮かび上げらせる広告アイデア

以上の 4 つが挙げられます。とにかく自由奔放に、できるできない関係なしにアイデアを出すことは、一見簡単に思えますが、それが果たして斬新なアイデアで万人受けするもので…と考えていくと、とても容易ではありません。それでも不思議なのが、アイデアって他愛もない話し合いの中から生まれてきたりするので、今回の経験を通して、日常で何気なく感じたことや思いついたことの中に、アイデアは眠っていると感じました。そこで日常で思いついた事は、とにかくノートにメモする習慣をつけています。まさかこんなアイデアが…というのが形になったら面白くありませんか？！自分がワクワクする事が、顧客にとってもワクワクするものであればいいなと思うんです。その為に顧客も自分も笑顔になるような面白いアイデアのご提案ができるように日々精進してまいります。0 から始まるアイデアを形にしていこう adproject 秋葉悠介に要注目です!!



PRODUCER : 黒川 和紀

■Event : 高知野菜の夜明けぜよ

■Date : ① 2月7日~9日 ② 2月14日~16日

■Place : ① 横浜赤レンガ倉庫 ② 神戸ハーバーランド



2月8日~9日にかけて関東甲信地方が大雪に見舞われ、1夜で25cm以上の積雪が記録されました。45年ぶりの大寒波の襲来により都内の交通網はもちろんストップ。ニュースでは無理な外出は避けるよう勧告がでたり、電車が続々と運転中止になったりと、不安を募らせる情報が錯綜。adtain をご覧の皆様も奇立ちが募る1日を過ごされたかと思えます。そんな皆様も外出を控えた2月8日当日。私はというと・・・あれ!! 今日イベント本番ぜよ。寒すぎぜよ。吹雪で前みえないぜよ。とりえず雪かきぜよ?手が死ぬぜよ。毎年この2月に開催している「高知野菜の夜明けぜよ」 in 横浜赤レンガ倉庫の本番2日目でした。もちろんイベント自体、中止となりましたが、中止になってもやらなければいけないことが現場にはある!現場到着するや早速、前日横浜市内を駆け回りようやく購入していたシャベル & トンボで雪かき開始!かいてもかいても積もる雪・・・(気持ち萎えました)。続いて6張のテントたため・・・(ケガ人でなくてよかったです)。感じたのは、前日に雪かきセットなどの必要備品を購入していなかったら・・・。我々は天気は読めませんが、明日起こることはある程度想定することはできます。Imagine all the people(想像してごらん)♪経験に勝るものはなし。よい経験させていただきました。

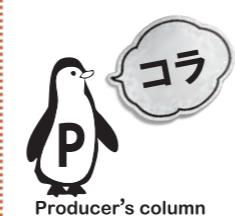
横浜赤レンガ倉庫

神戸ハーバーランド



↑雪と坂本龍馬像!アジョ!! ↑横殴りの猛吹雪でした・・・ ↑神戸は(ハ)日和♪ ↑ご当地ゆるキャラ「リョウ君」 ↑第3プロジェクト大島。表情が... ↑スタッフも雪かき頑張りました! ↑坂本龍馬像は記念写真撮ったに ↑高知の方々も張り切って接客

Project 3.



テレビ君、どこへ行く...

EXECUTIVE PRODUCER : 岩下 日出雄



最近のテレビ番組を見るにつけ、思う事がある。それは「ツマラナイ!」の一言。だったら見なければよいのだが、家族との夕餉のひと時などテレビは、元気いっぱい活躍中で、いやでも目にはいるわけです。昔ならば午後のワイドショーでしか放送しなかった様なスクランダルなモノや、タブーとされてきたタレントの私生活暴露話など俗悪番組と感ずるのであれば、スルーすれば良いのでしょう。「テレビのスイッチは切るためにある」と言ったのは、山本夏彦が伊丹十三か、いずれにせよ蓋し名言であります。この提言は30年以上前のもので記憶しており、その頃からテレビに良質のエンターテイメントを期待しない人が沢山いた事の証でもあると言えます。私などは「映画」と「ニュース」しか見ないので、テレビよりTSUTAYAのお世話になっていますが、次世代の人はもっとシビアで、テレビそのものからスマホなどの端末にシフトチェンジし、自分で選んだコンテンツにしか興味を持たなくなっているようです。タブレットもどんどん進化して、お茶の間にテレビのある生活は過去のものになってしまうのでしょうか.....?



成功は移動距離に比例する

PRESIDENT : 檜垣 俊吾

グーグルで検索すれば、世界のあらゆることが一瞬でわかった気になるが、本当に大事なことはインターネットに書いていない。現場に行かないとわからないことは沢山ある。すべてが現場にあるわけではないが、毎日同じ場所の移動、同じ話を聞き、同じ思考をし、同じ行動をしても、今まで以上の結果は得られないと思う。今までと違う結果を得たければ、今までと違うことをしなければならない。人間はパターンの生き物ですから、今までと同じことを続ける方が楽なのですが、それでは違う結果を作り出すことはない。私の場合、良いアイデアは移動することで、新しいものや異なるものを見ることで産まれる。アイデア(の質、量)は移動距離に比例すると思う。そんな私の移動距離は、1か月約2500km~3500km、1年で約4万キロ。年間で地球一周程度しています。



Project 2.

PRODUCER : Erika Hirokawa

■Topic : Eigo de Yomu! "A NY Trend: Mini Size Me"

■Date : Now!

■Place : New York, U.S.A



*今回は、私の母国語?である英語で投稿させていただきます!テーマは、今ニューヨークで流行っているミニサイズフード。Let's try reading in English!

In 2004, an American documentary film called "Super Size Me" was the talk of the town, which really made people become aware of the dietary influences of fast food and its effect on your physical and mental health. As we all know from the large amount of calories provided by Mickie D's menu, living on hamburgers, chicken nuggets and chocolate shakes for three meals a day for one month is definitely NOT a healthy choice. Regardless, we do love deep-fried food and sugary sweets, don't we??



アメリカンスイーツ代表のピーカンパイやカップケーキもこの小ささ!



ハンバーガーもコンパクト。通常のサイズと比べると...うーん、ミニ。



From a few years ago, health-conscious New Yorkers have developed a solution of their own for this dilemma. Why not still enjoy the savory, delicious-tasting high calorie foods, but not having have to worry so much about its effects on the body? The answer was simple, and yet an eye-opener for many - just go mini. Small-sized foods are not a new concept in Japan. So it may not be much of an idea that attracts interest here, but has created a buzz in America. Although you still have to be careful on the the quantity of your intake, if you could satisfy your craving by adjusting your portions, it would be a lot better than suppressing your desire to eat and feel irritated. They say, "you can't have your cake and eat it too," but by choosing mini-sizes, you actually can!

- talk of the town: 話題になっている、街で評判になっている
Mickie D's: マクドナルド(米国での愛称)
deep-fried food: 揚げ物
health-conscious: 健康志向の
savory: いい風味の、いい味の
eye-opener: はたと目を開かせるもの(体験)
create a buzz: 噂になる、話題になる
You can't have your cake and eat it too: 「二つのことを同時に得ることはできない」という意味のことわざ

Project 4.

EXECUTIVE PRODUCER : 岩下 信而

■Title : I'm crazy about Jennifer



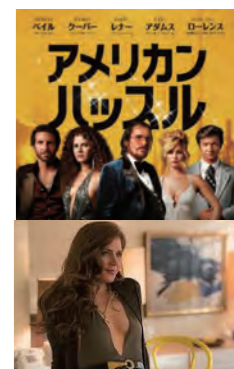
むちゅ〜

音楽の話題は佐村河内役に任せ(笑) 今月は映画のハナシ。「実話かハンディキャッパーを扱うと受賞しやすい」などと揶揄されながらも、アカデミー賞授賞式はエンターテイメントとしては超一流の祭典である。

昨年傑作だったのは、司会に抜擢された「Ted」の作者で、自ら声を演じたセス・マクファレンが披露した♪We Saw Your Boobs♪(君のおっぱい見たよ)。未見の方はYouTubeで。華やかな女優たちの席に向けて彼は歌う。♪君のおっぱい見たよ〜「モンスター」でシャーリーズ・セロン、「マルホランド・ドライブ」でナオミ・ワッツ...♪名指しされ、むっとする女優たち。でも極めつけは♪君のおっぱいはまだ見てないよ〜♪の問いかけに、Yeah! とキュートにリアクションしたジェニファー・ローレンス!!彼女は昨年「世界でひとつのプレイブック」で主演女優賞を受賞。昨年の授賞式をご覧になった方は、ステージ上に向かう際、自分のドレスの裾を踏んでコケながらも、立派にスピーチを務め、スタンディングオベーションを得たあの子です。彼女は成功した女優たち同様、コメディとシリアスを演じ分けています。次回作は、3児のシングルマザーが発明家として起業し成功をおさめるという、実話のアメリカンドリームをもとにしたコメディとのこと。コメディをこよなく愛するばかりは、彼女にはキャリアを重ねてもコメディを続けてほしいものです。さて今年の授賞式の演出は?そして受賞は?ぼくのイチオシは10部門にノミネートの「アメリカン・ハッスル」。天才詐欺師を軸に政治家、マフィア、FBI が騙し騙され、仕掛け満載のコメディ。設定の70年代の音楽もテンコ盛です。ぼくはエイミー・アダムス(主演ノミネート)のハミ乳衣装に感嘆されながらも、ジェニファー・ローレンスの「アメリカならではの、歴史を変えたバカ女」役を大いに堪能。ポール・マッカートニーの♪死ぬのは奴らだ♪に乗せて家事をするシーンでは館内大爆笑!彼女が連続受賞したら快挙です。

さて前号の石井竜也さんに沢山の反響をいただきました。ありがとうございます(といってもヒトケタだけだね)。これからも皆様と上質なエンターテイメントを分かち合いたいと思います。女性には妥協するけれどエンターテイメントには妥協しません!(キッパリ)では次号 Ciao

ジェニファーはおバカだから「もう大人なんだから人の指図は受けないわ」とアルミホイルを入れて電子レンジを爆発させてしまうのさ。↑



↑エイミーはこんな衣装ばかり。男子映画館に集合!!



ああ、素晴らしきニッポン!

~岡山編~

山崎 涼香

2014年4月入社山崎涼香です。入社して11ヶ月、なんと12キロの増量!!ものぐさな私にもできるダイエット方法があれば教えていただけると幸いです。昨年は、国内を回る機会に恵まれました。茨城と千葉の県境、通称「ちばらき」で生活していた田舎娘の私にとって、新発見がたくさんありました。こんなにも知らない景色があるなんて!そんな中から1つ。今回は、岡山県倉敷市にある「伝統的建造物群保存地区(美観地区)」をご紹介します。どこにでもあるような駅付近の風景から少し歩いたところに突然登場する、日本の歴史をそのまま残したような町並み。私が訪れたのは丁度夕暮れ時で、歩いていると明るかった空がだんだん暗くなっていく様は、これまた幻想的。まるでおとぎ話の中に入ったような感覚になりました。和と洋が混在するレトロモダンな町並みは、あなたの心に響くこと間違いなしです!

