



  
DELHI

  
BEIJING

  
TOKYO

  
SHANGHAI

  
GUANGZHOU

  
BANGKOK

  
HO CHI MINH

  
SINGAPORE

# What's on today?



# What's on today?

-Monthly News Letter-

- November 2011 No.26-

## 第42回東京モーターショー2011【レポート】



The 42nd

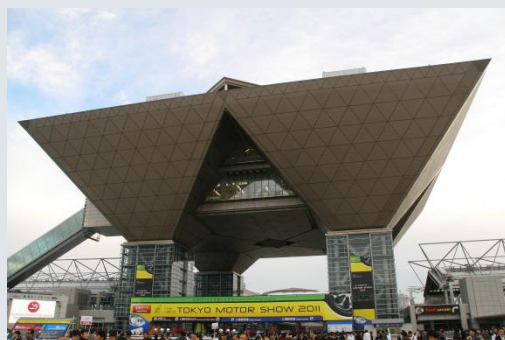
# TOKYO MOTOR SHOW 2011

第42回東京モーターショー2011

自動車メーカー各社が最先端の環境技術を搭載した次世代の自動車などを披露した**東京モーターショー2011**には、国内外の26のメーカーが参加、およそ400台の車が展示された。

11日閉幕し、期間中の入場者数は前回は上回る84万人余りとなり、減少傾向にひとまず歯止めがかかった形となった。

大盛況になり、特にクルマ好きな人にとっては大満足となったであろう！！



会場：東京ビックサイト

### 展示車両ブース

#### ■BMW・MINIブース



△音や光で派手な演出をするブースが多い東京モーターショーで、静かなサロンという雰囲気 of the BMWブース。

#### ■アウディーブース



△見事に立体的な表現でブースを作り上げ、お洒落なデザインと評判で、ジャパンプレミアモデルを多数展示したクルマと同じぐらい注目が集まっていたアウディーブース。

#### ■メルセデス・ベンツブース



△メルセデス・ベンツ、AMG、スマートのジャパンプレミアを含む最新モデル23台を展示したメルセデス・ベンツブース。

#### ■ポルシェブース



△こちらもどこか近未来的なイメージのブースを表現し、このブラックガラスで覆われた部分にはVIP来場者用のラウンジが用意されていたポルシェのブース。

#### ■レクサスブース



△日本が世界に誇るスーパーカー「LFA」のハイパフォーマンスモデルを展示したレクサスブース。

## ■トヨタブース



△人で埋め尽くされ、新型スポーツカー『86』を見物するための行列では、最長で1時間待ちの状況もあったトヨタブース。

## ■日産ブース



△電気自動車(EV)のコンセプトカーをはじめ、多彩な出展車両を通じ、未来のモビリティを提案した日産ブース。

## ■マツダブース



△精悍な黒基調のブースデザイン、メインステージ上にはエモーショナルデザインのDセグメントセダンのコンセプトモデル『雄(TAKERI)』と新型SUV『CX-5』を展示したマツダのブース。

## ■ホンダブース



△出展各社の中で単独ブランドとしては最大面積をほこり、演劇っぽい演出のため、人が立ち止まったまま流れないくらい評判が良かったホンダブース。

## ■ヤマハブース



△二輪車をはじめとするパーソナルモビリティの有用性や利便性、そして楽しさや爽快感、さらに未来へ広がるさまざまな可能性を表現したヤマハのブース。

## ■スズキのブース



△スタイリッシュな未来のコンパクトカーが展示されたスズキのブース。

## ■三菱ブース



△今回の東京モーターショーの先陣を切ってカンファレンスを行った三菱自動車ブースでは、EV(電気自動車)コンセプトカーの2台を世界初披露。

## ★私(ギー)が選んだベストブース



ヤマハブースを選んだ理由は、二輪車しか乗れない私は、二輪車に興味を持つ。ヤマハブースには色々なバイクのタイプが展示し、特に私は好きな可愛いタイプのバイクもあったからだ。バイクを購入したいけれども、まずは運転免許を取らないと！！



## その他の展示コーナー

## ■トミカコーナー



子どもから絶大な人気を誇る株式会社タカトミー協賛による、ミニカーの展示と販売を行った。恒例の東京モーターショー開催記念モデルの「トミカ」(630円)をはじめカーズトミカ(735円)、ネオスカニング バンブルビー(2,730円)を販売した。

また選んだパーツでロンドンバス(500円)を目の前で組み立ててもらえる「トミカ組み立て工場」も行った。



△展示コーナー



△販売したミニカー



△自分だけのロンドンバスを組み立てているコーナー



## ■SMART MOBILITY CITY2011

地球環境及び資源への関心が高まるなか、今後も自動車産業がその役割を果たし続けるために、「次世代自動車とそれを取り巻く社会システム」を提示。

SMART MOBILITY CITY 2011では、技術の体系や関連性を分かりやすくガイドする基礎技術ガイドや次世代自動車の展示に加え、人とクルマと都市の未来を語るテーマ映像から構成される「コア展示」、次世代自動車の同乗試乗や自動走行のデモンストレーション、ITSとスマートコミュニティをテーマにした国際シンポジウムで複合的に構成。



## ■SMART MOBILITY CITY2011コーナー (テストライド)



西展示棟4Fの屋上展示場には、次世代自動車の同乗試乗会と自動運転のデモンストレーション、次世代二輪車の試乗会を行った。また、西4ホール内ではパーソナルビークルや電動車いすの試乗会を行った。



△次世代自動車同乗試乗会



△自動運転デモンストレーション



△次世代二輪車試乗会



△パーソナルビークル試乗会

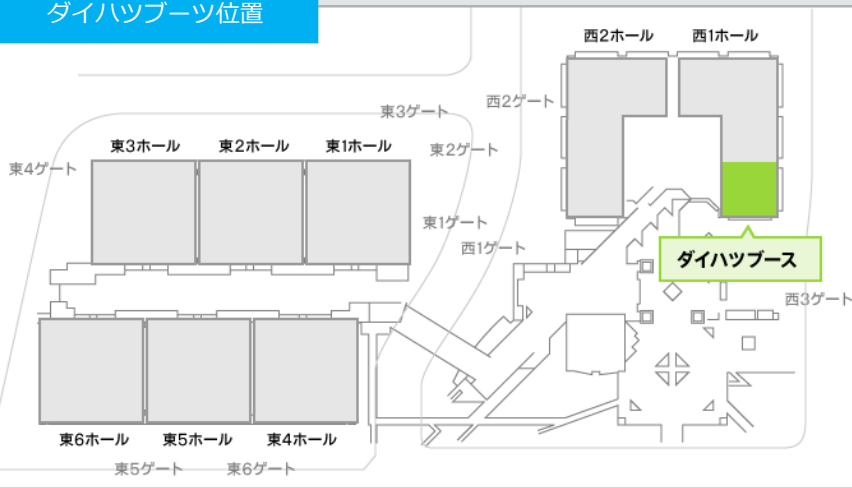


## ダイハツブース

T-LIVEは、第42回東京モーターショー2011 **ダイハツブース**において演出進行を担当。

★簡単にダイハツブースを紹介する。

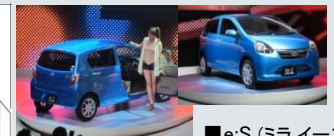
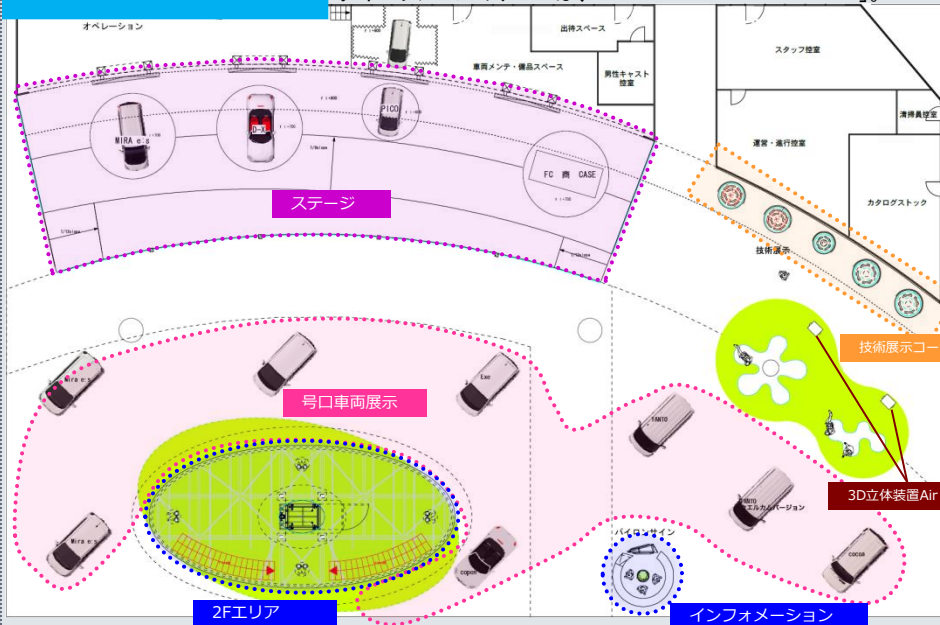
## ダイハツブース位置



▲ 演出モードの際のお客様の様子。

## ダイハツブースレイアウト

ダイハツブースのテーマは、「BIG ANSWER FROM SMALL」。



■ e:S (ミライース)



■ D-X (ディークロス)



■ PICO (ピコ)



■ FC商CASE

## 【ステージ】

:ステージ上に「Mira e:S」「D-X」「PICO」「FC商CASE」の4台のコンセプトカーを展示し  
演出モード・展示モード・オープンステージモードの3つのモードでコンセプトカーを訴求。

## 【号口車両展示】

:フロアに号口車両を8台展示し、コンパニオンによる車両説明を実施。

## 【技術展示コーナー】

:e:Sテクノロジーの技術革新をお子様にもわかりやすいパネルとアニメーション映像で訴求。

## 【3D立体装置Air zero】

:フロアの休憩スペースに設置された3D映像装置により「PICO」「FC商CASE」の2車種を訴求。

## 【2Fエリア】

:ブース全体が見渡せる2Fエリアにコンセプトカー情報を見ることができるタッチパネル式  
情報端末を設置。

## 【インフォメーション】

:ブース内の案内やカタログ・プレスキットの配布などのインフォメーション業務を行う。



## ダイハツブース

## メインステージ

【ドライブ】 【姉】 【天の声】 【妹】



△キャスト(ブルーチーム)

【e:S】 【D-X】 【PICO】 【FC商CASE】



△キャスト(ブルーチーム)

【ドライブ】 【天の声】 【妹】 【姉】



△キャスト(レッドチーム)

【e:S】 【D-X】 【PICO】 【FC商CASE】



△モデル(レッドチーム)

## ◆演出モード

演出モードでは演劇風のステージを実施。演劇ステージを通し、4台のコンセプトカーを紹介した。

一般来場者の姉妹(奈緒と奈々子)が東京モーターショーに遊びに来たという設定。

ダイハツの開発に詳しいと言う設定の『天の声(天野)』というキャラクターが奈緒と奈々子に(展示されたコンセプトカー)e:S、D-X、FC商CASEを紹介。コンセプトカーPICOに関しては、PICOの開発に近い存在の『ドライバー(由輝)』がステージの裏から運転しながら登場。そして由輝が奈緒と奈々子にPICOに関することを教えたというストーリー。

★モーターショー期間中、キャストとモデルは、2チーム(ブルーチーム/レッドチーム)で構成され、日程によってチームを変え実施。

## ◆展示モード

展示モードでは、各コンセプトカーのイメージに合わせたモデル4名がポージング。

その際、オープニングアテンションとして、ファッションショーを思わせる登場・ウォーキングを行い、来場者の誘因を図った。

ポージング中も、来場者にも飽きさせない為に、テールをアピールしたり、サイドのアピールや360度の回転と言ったターンテーブルの活用にて、来場者が様々な角度から写真やビデオに収められる様に演出。

## ◆オープンステージモード

オープンステージモードでは、ステージツアーを実施。

希望するお客様を抽選で選び、当選したお客様はステージに入る事が許され、コンセプトカーの間近でナレーターが一台づつ車両を案内し、ステージ上で記念撮影や写真が撮れる、プレミアム感の有るコンテンツとして評判となる。

## ◆フィナーレステージ

最終日のフィナーレステージでは、Wキャスト演出モードのスペシャル演出を行った。

又、会期中参加した全てのキャスト、モデル、ナレーター、コンパニオンのオールラインナップをステージで展開。

そしていつもステージの裏に声の出演の天の声(2人)までもが、ステージ上に登場し、ダイハツブースのコンセプトを全キャスト・お客様・スタッフと皆でコールし、ダイハツブース全体のエンディングとなった。

最後のステージまで、キャスト・演出・進行・テクニカル・ヘアメイク・ワードローブと各担当の協力のもと、最高のステージが、最高のチームワークで行われた。

# What's on today?

-Monthly News Letter-

- November 2011 No.26-

## タイ バンコク洪水レポート 2011

2011年通常の雨期とは違った雨が降り続いた。

タイでは7-8月と言えば、雨期の中でも若干中休米的に降水も小康状態になる。しかし7月には3つの台風に見舞われタイ国土で大雨が続き記録的な降水量を更新して行く。北部で平均以上降った雨は先ずチェンマイを襲いました。8月チェンマイ市中心部が腰あたりまでの浸水となりました。続いてタイ中北部ナコンサワン県、こちらも山岳地方への入口のようなところですが、北にたまった

浸水が南下。また貯めてあったダム の放流によって街ほぼ全土が浸水1mと危機的状況に。そしてアユタヤ県、ロブリー県を次々と襲って行く。このあたりですでにバンコク周辺には確実に来ると予想されるも政府の対策は後手になり日系企業の多数入居する有数の工業団地を移動不可能にしてい

12月上旬現在、すでに洪水の危険勧告が解かれ、一部の浸水地域を除いて順調に復旧が進んでいます。また冷え込んだ観光産業も政府が主体となってハイシーズン真っただ中安全PRを進めています。

三面記事をにぎわしたワニやニシキヘビの被害も収まりました。心配された衛生面も現在の気候条件に助けられ順調です。

ここで70年に一度といわれたタイ大洪水を簡単にまとめました。今後自然災害に対してタイ社会におけるいろんな課題が残りましたが、ヴァイタリティーある国民、生活、経済のパワーによってますますの発展に繋がると良いですね。

被害総額およそ2,620億バーツ！

死者・行方不明696人

被災者総計およそ280万人

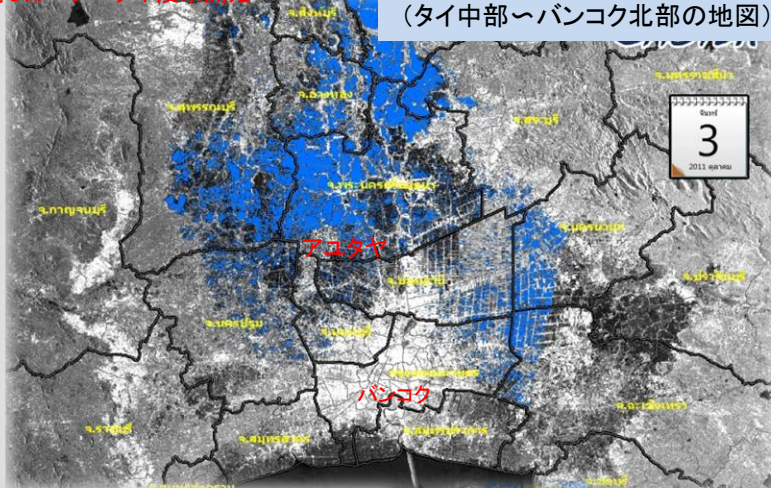
しかし必ず立ち上がり復興していきます。

ボクもSay Hello

とんでもないモノも出したり大変な騒ぎとなりました。！

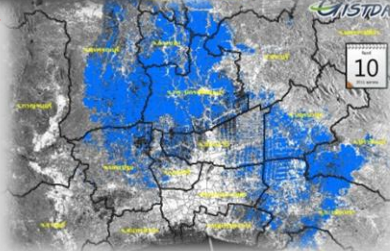


### 10月3日 \* アユタヤ浸水開始



### 10月10日 \* ナワナコン工業団地浸水開始

アユタヤの3工場にタイでもっとも老舗の工業団地が浸水。食品製造関連の会社などが操業停止を余儀なくされる。



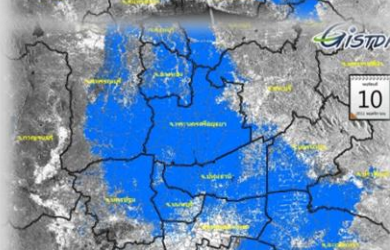
### 10月29日 \* チャトゥチャック地区浸水開始

チャオプラヤー川よりの氾濫とバンコク北部の浸水南下により一番情報がバラバラで都民が一番困惑した時期。一部の住民がせき止めた堤防を壊すという事件も発生。



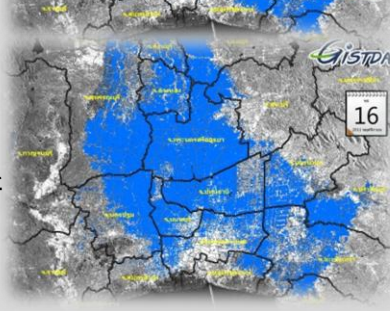
### 11月10日 \* トンブリ地区浸水開始

当初想定していなかった地区が次々と浸水。バンコクほぼ壊滅か？騒がれた頃。



### 11月16日 \* 各浸水地区水が引き出す

浸水していた各工業団地で水が引き出す。バンコクの中心部にも水が流れてこない、浸水から免れた安堵が漂い出した頃。同時に被災地への復旧活動にもっとも拍車のかかり出す。





## バンコク洪水レポート 2011

バンコク北部の町並み



これでも浅い方



チャオプラヤー川よりの氾濫



浸水した日系企業の工場は420社

ホンダ・タイランドは史上かつて無い被害に！しかし「タイからは逃げない、国民のためにがんばる」と宣言！



# バンコク洪水レポート 2011

騒然とするバンコク



明日にでも来そうな予報や風評にて各所に被害が....

水と乾燥食品は開店後30分で売り切れ！



地下鉄ラートプラオ駅入り口



水が来ようと托鉢は行う

旧ドンムアン空港はこのあと機体まで浸かることと....



空港内の避難所





# バンコク洪水レポート 2011

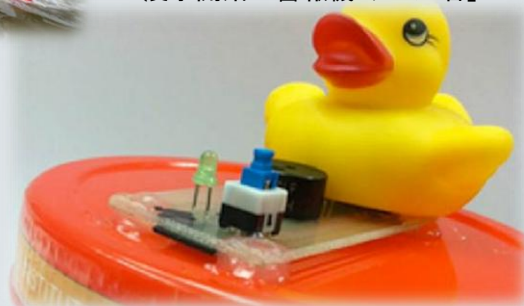
## 救援 助け合う人々



## 日常生活のアイデア品の数々



## 浸水開始～警報機「アヒル君」



## 深水計測棒



こちらは計測&ブザー付き！  
セット以上に深くなったら音をする





## バンコク洪水レポート 2011

簡易トイレ普及運動



こちらもアイデア品簡易トイレ



生活の知恵『救命具へのアイデアと使い方』

市販物はあっという間に売り切れ、残っていても市価の5倍以上  
そこでいろんな素材や身の回りにあるものを使った一時的な安全対策をPRしています。

ペット用簡易救命具！

洪水対策としては水が来ないように防ぐ方法は、もちろんのこと水に浸かったあとの安全と衛生面には政府や民間援助団体などは広報活動に力を入れ住民に安全対策のアイデアや実際の作り方、使い方までを徹底しました。もちろんネット内やスマートフォンなどを駆使した情報ネットワークサービスも役に立ちました。電話会社などは、CFに洪水の現状を踏まえて優位性と利便性を競合したりとなかなかくじけない部分も見せてくれました。





## NEW PLACE! Terminal 21

本格的タウン・コンセプト型 **SC** 「ターミナル21」デビュー  
ファッション、フーズ、ビューティー、フィルムのミックス＆マッチ！  
新しいアーバネーションを生むコミュニティー・ターミナル。



ロンドンの町並みをイメージ

<http://www.terminal21.co.th/>

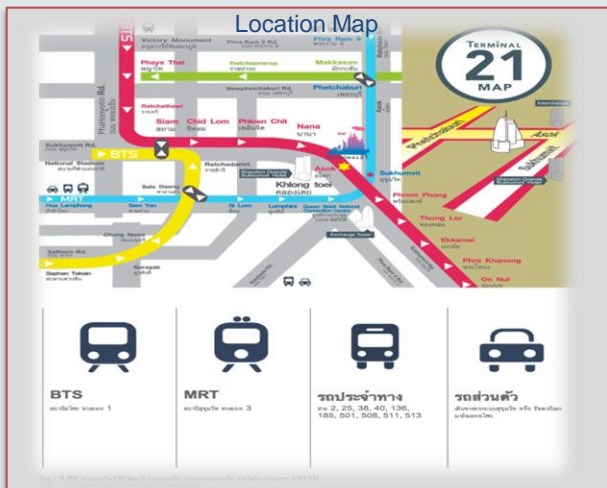
9フロアーそれぞれ世界の  
タウン・コンセプトに沿って演出  
され、食品、グルメ、ファッション、  
美容、ムービー・エンターテインメント  
のカテゴリーで構成されている。  
ターゲットは、タイ人のバンコク  
生活者でビジネスマン！  
比較的ヤング・マインドを持った  
中間所得層または一時滞在の  
外国人。



### 次の世代にとってのバンコクを中心となるエリア！

BTSとMRTの乗り  
換えステーションで  
もっとも集客が期待  
されるエリア。

開店から1ヶ月、1日  
の平均入所者数は、  
約60,000万人。  
延べ床面積15万平米、  
そのうちショップエリア  
は、40,000平米とか  
なりゆったりとした空  
間につくられています。



館内でサンフランシスコの再現





## NEW PLACE! Terminal 21

# TERMINAL 21

贅沢に使われた吹き抜けの空間3FのBTS(高架鉄道)の駅から直接乗り入れてこの40mのロングエスカレータ。



最上階は、シネコン・エリア  
ハリウッド・ラスベガス  
をイメージした館内の雰囲気  
作りは立派。



### ミニ・コラム

このコンセプト... 日本フロアーの  
ディスプレイ〜街づくりを何とちょっと  
違う？

まさにタイ人から見た日本という事なん  
だろうなあ〜と新鮮な気持ちにもなる。  
新大久保のどこを？五反田のどこを？  
見てファッションをイメージしたんだろう  
か？この雰囲気ではファッションを売る？  
いや違うモノを売るような雰囲気だ。  
このターミナル21の最も見所かも  
もしれない。





## NEW PLACE! Terminal 21

# TERMINAL 21

美容関連のショップは、タイ人のオフィス中心街であることから比較的価格帯が押さえられたマーケティングかつクオリティーの確保を重視！





## NEW PLACE! Terminal 21

レストラン街は、日本食が中心。ファーストフードやチェーンストアのロゴも小さく内装コンセプトに合わせて演出。



# What's on today?

-Monthly News Letter-

- November 2011 No.26-

## 地球の“食べ”歩き方 インド編

女性に対して浮気ちな私ですが、食に対してはまったく探究心や挑戦心がありません。そんな私にとって、食べ歩きとか食べ比べとかというのは酷なのですが「メインバザールに滞在して2ヶ月半、同じ店しか知らないのも恥ずかしいな…」とふと思ったので、前回ご好評につき第二弾、今月もグルメレポートを書かせていただきます。場所は私がホテルパヤルに滞在しているので、その周辺のお店になります。

凡例: **味**=おいしさ(2~3品で評価)、**清**=店内の清潔さ

**安**=安さ(同商品を他店と比較して評価)、**早**=注文から配膳までの早さ

(いずれも5段階評価)

### 【SHIV SHANKER Restaurant】味★★★★ 清★★★★ 安★★★★ 早★★★★



ホテルパヤルを出て、正面の小道を入ったところにある食堂。ホテルシェルトンの建物の東側0階にある。正直、ここがメインバザールで最も費用対効果の高いカレーを出す店だと思う。左図はミックスベジカレー・フル(Rs.45)で、写真右上はローティー(1枚Rs.3)だ。



下は別の日に撮影した同じカレー。このミックスベジカレーは主にパニール(インドの豆腐のようなチーズ)、玉ねぎ、ポテト、インゲン、トマトで構成されるが、その日によって微妙に材料のバランスが変わる。日本で食べるインド料理屋のカレーに味が似ているのでとても美味しい。ここばかり行っているせいで、私はなかなかレポートの素材が集まる最近タンドール(釜)が設置され、焼き物が強化された。

### 【SONU Chathouse Restaurant】味★★★ 清★★ 安★★★★ 早★★★★



こちらも同じくミックスベジカレー(Rs.75)だ。同じくホテルシェルトンの北側0階にあるのだが、値段も味も全く異なる。これはキャベツが大量に入っていてヘルシー。夜遅くまでやっているの、ターリーを食べにやってくる労働者で賑わっている。ターリーはちゃんと注文しないと激辛で出てくるので注意。

### 【CLUB INDIA】味★★★★ 清★★★★ 安★★ 早★★★★



ベジタリアンな食生活は心を平穏にする。そんな嘘っぱち誰が言ってるんだ。肉を喰らう満足感に勝るものはない。メインバザールのちょうど真ん中にある屋上レストランで、日本の有名人もよく訪れるという。写真はタンドリーチキン・ハーフ(Rs.140)をS.P.ドリンク(Rs.99)で乾杯だ。正体はビール。つまりここはモグリで酒を出しているのだ。



## 【NAVRANG 地上階の食堂】味★★★★ 清★★ 安★★★★ 早★



パヤル裏にある有名なオクラ丼の店。評価は賛否両論で、頻繁に通う人もいれば二度と行かない人も。お腹を壊した日本人のために日本人旅行者が発案したらしい。とはいえ生卵は大丈夫なんだろうか？ 1杯Rs.75だ。

見た目はグロイが味はウマイ。米も比較のモチモチしたものが使われている。ただし量が多くて途中で飽きる。

画像出典：<http://moonwatcher.blog80.fc2.com>

## 【NAVRANG 屋上の韓国料理屋】味★★★★★ 清★★★★★ 安★ 早★★★★



こちらは韓国人とブルジョア層のための高級レストラン。左はサムギョプサル(Rs.220)が3人前で、右は野菜の辛みそ炒めのライスセット(Rs.200)だ。ジンロ小瓶が(Rs.350)と高額。小皿のキムチやナムルは韓国の習慣にのっとり食べ放題。肉と米に飢えた男5人で喧嘩しながら肉を取り合った。やはり肉食は人の心を乱すようだ。



## 【Metropolis】

味★★★★★ 清★★★★★ 安★ 早★★★★



ラッシー屋やバーが店を連ねる丁字路にある屋上レストラン。白シャツ+蝶タイの給仕さんが親切で丁寧。

写真はチキンティッカ(Rs.320)で、写真を撮る前に友人が我慢できず一つ食べてしまった。鶏肉がジューシーで味も良い。会社で怒られた日、私はここで散財する。

ちなみにインド産白ワイン1本はRs.1500+税だった。

## 【Chinese &amp; south Indian foods】味★★★★ 清★★★★ 安★★★★★ 早★★★★



ちょうどメトロポリスの正面にある道を入ったところにある店。写真のベジモモ・ハーフ(Rs.15)は安くて旨い。チキンモモ(Rs.20)もオススメ。5個食べれば十分腹が満たされる。ここでスーブヌードル(Rs35)も食べたのだが、伸びた素麺のような米麺で、味もあまりおいしくなかったので割愛する。

## 【今回の総括】

本来なら安くて旨い店を紹介すべきなのですが、少なくともメインバザールは安かろう悪かろうが多いですね。ただ一つ言えることは、キッチンが客に見えるようになっている食堂は味が良く、注文から配膳まで長々と待たされることもないということです。

これからもメインバザールを中心に、おいしいお店を見つけていこうと思います(終)

## TOKYO



T-LIVE Co.,Ltd  
Phone +81-3-3537-0234 Fax +81-3-3537-0236



SP-RING Co.,Ltd  
Phone +81-3-5543-2215 Fax +81-3-5543-2216

## DELHI

DELHI Saptam Film Productions India  
(Saptam International)  
Phone +91-11-32532503 FAX: +91-11-28741116

## BEIJING



SP-LIVE International BEIJING Co.,Ltd  
Phone +86-10-6409-7531 Fax +86-10-6409-7503

## SHANGHAI

SP-LIVE International SHANGHAI Co.,Ltd  
Phone +86-21-6472-5140 Fax +86-21-6472-5170

## GUANGZHOU

SP-LIVE International GUANGZHOU Co.,Ltd

## BANGKOK



T-LIVE BANGKOK Co.,Ltd  
Phone +66-(0)2-716-8501 Fax +66-(0)2-716-8502

## HO CHI MINH



AAB INC.  
Phone +84 838 181 391 FAX +84 838 181 392

## SINGAPORE



CONCEPT 360° PET LTD  
Phone +65-6887-5595 Fax +65-6887-5991