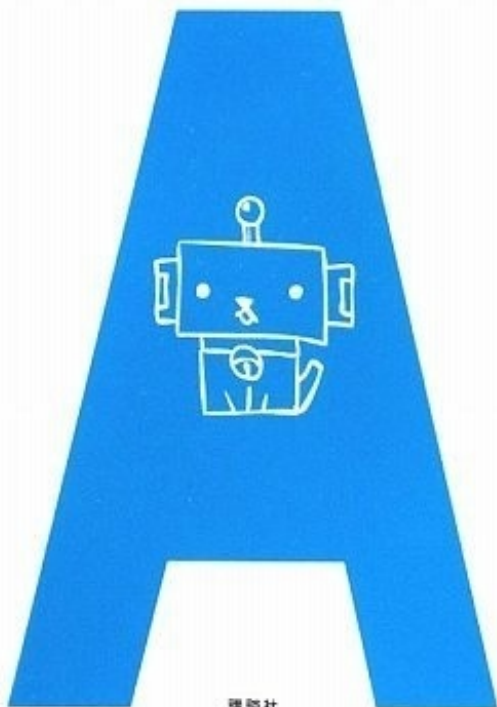


# 僕秩プレミアム!

ヨシナガ

Yoshinaga



講談社  
アフタヌーン新書  
004

## 僕秩プレミアム！ LITE版

作者：ヨシナガ

概要：「これが”デジタル世代”のリアルな頭の中! 「僕の見た秩序。」や「ゆかいな誤変換。」のヨシナガが、会員限定サイト(<http://bokpre.jp/>)だけで特別公開していた珠玉のエッセイを厳選して書籍化! 日常の中にある小さな不思議を見つけ出し、ネットが社会を変えていくことを面白がる。もう「僕たち」をロストジェネレーションだなんて呼ばせない。デジタルクリエイティブな社会を楽しく生きる「よかった」が盛りだくさん!!

## ■ 造形としての人

伝説的に有名な彫像をいろいろ見ていて気づいたのだが、これらって腕が無いことが多くないだろうか。

ミロのヴィーナスやサモトラケのニケ。

どちらも手が無いものだが、世界でTOP10に入る有名彫刻と言っていい。

これって偶然なのだろうか？



そもそも円柱や直方体など、数学的に整った図形は、突起がないことが多い。余分なでっぱりが無いからこそきれいに見えるのだ。

一方、直立した人間の形を物体としてとらえた時、頭や足は胴体と直線状に並んでいるが腕のみが「本体」から飛び出しており、立体としては邪魔な気がする。

生物として生き抜くのに、物をつかむための手は絶対に必要だが、その機能優先の追加形状が美しさを乱していたのではないか？

生きていない、鑑賞するだけの物体なら、手がない方が美しい。

そう考えると、有名になった彫刻に手が無いのは必然とも言えるだろう。



とうことで、

長い時の中で作品が破損し、手が取れたからこそ残る。

このあべこべな感じはすごく面白いな、と思います。

## ■ 値段を10倍にして売る

全く同じものなのに、サイズが小さくなっただけで値段が10倍くらいに跳ね上がったものを見つけた。

コンビニのデジタル写真印刷である。



最近、セブンイレブンを中心に、デジカメのメモリーカードを持っていくとその場で高品質な写真を印刷することが出来るコピー機が普及した。

値段は今まで僕たちが使っていた写真プリントとほとんど変わらず、一枚30円～35円程度。

なかなかリーズナブルと言えるが、写真オプションで「証明写真」というものを見て驚いた。

一枚200円もしたのである。

詳しく調べてみると、全く同じプリンタで、全く同じ用紙に印刷するのに、4cm\*3cmの証明写真サイズに変更するだけで200円。

普通のLサイズプリントは面積が圧倒的に大きいことも踏まえると、いきなり価格が10倍くらいになっている。

ただ、街中の自動証明写真機が500円～700円することを考えると200円は理解できる価格。

これは、「取れるところでは取っておこう」というコンビニ&写真業界の巧みな値段設定と言えるだろう。



このように、全く同じ賞品でも包み紙や売り出し方を少し変えるだけで、値段が10倍も変わるものは世の中にたくさんある。

そして、もっと調べると、絵や置き石など鑑賞を楽しむ芸術の世界では、何も変更せずとも「売れ残ったものの値段を10倍にした途端売れた」という話も聞く。

そう考えると、普段自分が扱っている商品も、値段を大幅に変更してみるだけで「すごく成功するチャンス」が眠っている人も多いのかもしれない。

物を作っているみなさんは、「値段を10倍にする作戦」一度検討してみてはいかがでしょうか？ (^\_^)

## ■ これからのミュージックビデオ

昔、「レンタル屋さんでCDシングルをレンタルする」という文化があったことを思い出した。

音楽業界は空前の不況だが、そもそも僕らも若者もCDを買わないどころか、Youtubeで見れてしまうのでレンタルすらなくなっている。

さらに最新の調査では「高い」という理由で着うた離れが起き始めているというから、その不況さたるや、想像のできないレベルなのだと思う。



そんな中、Lady GagaさんのTelephone ft. BeyonceというビデオをYoutubeで見たが、これが非常に参考になったので、いくつかポイントを紹介したい。

まず第一で決定的なのが  
「音楽以外のドラマ要素を多分に入れる」  
ということ。

これはCDユーザーにビデオを見せる動機付けにもなるし、Youtubeに公式PVが違法アップされても、ミュージックプレーヤーにダウンロードしても音楽として聞くことが出来ないという最大の強みがある。

最近ではYoutubeで探してきた音楽をリスト化してノンストップで作業BGMにしたり、自分のパソコンに保存してiPodに入れたりする法律的にはかなりグレーな技術がいくつもあるが、ドラマ化しておくだけでセリフなどがたくさん入ってしまうため、ダウンロードされた場合も音楽として利用されることが激減するだろう。

そして第二のポイントは  
「ビデオの中で稼ぐ」  
という広告モデル。

僕秩では先月ポラロイドのカメラを借りたネタをやったが、あの時にポラロイド社の人から  
「Lady Gagaさんとタイアップでキャンペーンをやっている」

という話を聞いた。

そして、このミュージックビデオの中にはものすごいさりげなさでポラロイドが出てくるのだ。

広告だと言われなければ絶対に気づかないレベルだが、ロゴもしっかり表示されるし、このビデオは900万回近く閲覧されているから、確実に効果はあるだろう。



ということで、  
既に純粋な音楽ではなく、新しいドラマ媒体になりつつあるミュージックビデオ。

日本でもAKB48のビデオが既にそうなりつつあるように、これから全てのミュージックビデオはそちらに向かうんだらうな、と思います。

※あ、あと一点。

Youtubeにアップロードされた動画の小さいサムネイル画像は「動画のちょうど真ん中の時間にあるコマ」になるので、このコマで「まばたき」をしたり、「激しい動きでなんだかわからない画面」になっていないのは必須の条件だと思います。

サムネイル画像の良し悪しで、クリック数って何倍も変わるんですよね（^^）