

## 第四期 第十六回 np.広告学校講義録

### 小霜クラス【かつや】③

(注・受講生の表現案に使用されている画像は基本的にネット上のフリーのものや自分たちで撮影したものです。もし肖像権などで問題あるものがございましたら [contact@nopproblem.co.jp](mailto:contact@nopproblem.co.jp) までご連絡ください。)

#### ◆日時

2011年10月17日

#### ◆出席者

鶏肉、魔法少女、ベトナム、キャサリン、ミミミ

生郎、猫屋敷、たこやき、えいじ、ちゃい、りんご園 生徒11人(女性5名男性6名)

+小霜、だっち

小霜：一応もらった表現案をざっと見させてもらって思ったことを言う。

世の中の人は広告など見たくないという前提に立つ事が大切。

広告の表現で大事なものは、まず掴むこと。その後、理解してもらう。

広告表現とはストラテジーを形にするものだと考えているなら、それは少し間違っている。

広告というものが商品やブランドの説明/解説だと考えているなら、それもやはり少し間違っている。それは何故かという、世の中の人は広告など見たくないのだという前提に立たなければいけないから。

自分が街に出るとき、「看板を見たいな、中吊りを見たいな」とは思わないはずだし、CMを見るためにテレビをつけたりはしないはずだ。

広告など誰も見てくれないのだという前提に立たなければならない。マス広告とは見たくない人に無理やり見せているものであるということを理解しなければならない。となると、マス広告の表現で重要になるのは、通りがかる人の目を掴むことになる。

キャッチコピーやキャッチビジュアルという言葉の中の「キャッチ」とは「掴む」という意味である。広告なんだから当然、理解してほしいことや、記憶してほしいことがあるが、それをそのまま出したって素通りされてしまう。素通りされないために、まず一回「掴む」ということが重要である。見た人を一度広告表現に引き入れた後、理解してもらうというのが一般的な表現の流れ。

たとえばテレビCMだと何か話があって最後に商品が出る。タレントが何かを言ったりだとか、ド

ラマがあったりだとかして、最後に商品が出る。これは広告表現の中に掴んで引き入れるということをやっている。これはCMであってもグラフィック表現であっても同じこと。

見る人の興味を掴むためにどのような異質なモノを持ってくるかが広告表現の知恵の使いどころ。  
言い換えると、ストラテジーからいかにジャンプできるか。

じゃあ引き入れるために何をもって来るか。僕はこれを「入口」と呼んでいるんだけど、引き入れるためのコピー、ビジュアルやタレントといったものをもってこなきゃいけない。

ストラテジーにべったり張り付いている表現が良くないのは自己満足になってしまうから。

言いたいことをそのまま言ったからといって誰も見てくれない。だから何か一つ見る人の興味を掴む「異質なもの」をもってこなきゃいけない。その「異質なもの」が何なのかを考えることが、広告表現の知恵の使いどころになる。

それはある程度商品から離れていたっていい。最終的には商品に落ちるところからの逆算で、どれだけ離れられるか、これを僕はジャンプと呼ぶんだけど、どれだけストラテジーからジャンプできるか、が大事。

君たちの表現を見ていると、なかなかジャンプしていない。

たとえば、猫屋敷くんのこの表現だけど、こういった広告が街にあった場合、どう思うだろうか。

#### 【猫屋敷の表現案 A】



鶏肉：まわりと溶け込んで気にならない。

魔法少女：見てそのままカツ丼だなと思う。

だっち：カツやの店内に貼ってそうですね。

ベトナム：意外性がない。スルっと受け流してしまう。

キャサリン：自分ごとにならない。

生郎：食欲はそそるが、近くに店が無ければ足は運ばない。

魔法少女：記憶に残らない。

小霜：みんながこのポスターを見てくれているという前提として表現を作っている。

広告は誰も見てくれないという前提で作らなければならない。

やらなきゃいけないのは、想像すること。

例えばこのポスターが駅に張ってあって、自分がその前を通りかかったときに見て何を思うか。僕だったら「ああ、カツ丼か」と思ってそれで終わりだと思う。ましてたくさんポスターが貼られてある中では、振り向きすらないと思う。

猫屋敷くんのこの表現はあくまで一例で、みんなそうなんだけど、これを作るときにみんなこれを見てるという前提に立ってしまっている。だから、これで伝わると思っているんだけど、それが間違い。

広告は誰も見てくれないという前提に立ち、その中でどうすれば見てもらえるかを考えなければいけない。

【猫屋敷の表現案 B】



こっちでいうと、「安い、早い、ガッツリうまい」と書いてあるけど、これは結論なんだ。  
これを入口にすると、誰も振り向かない。何か興味を引く入口を用意して、結論としてこれを言わなければならない。  
猫屋敷君以外の人々の表現にも同じことが言える。

小霜：これはどうだろうか？

【りんご園の表現案】

今、日本に必要なエネルギーは、カツ<sup>りょく</sup>だ。

日本人の能力。その源は、毎日一生懸命に働き続ける人々でだと考えます。世界から見れば、働き過ぎとも言われるその勤労さと情熱こそが、今、この国の力になる。そう信じる私たちが、忙しいビジネスマンのスタミナ補給を全力でサポートしたい。カツ丼には、豚肉ならではの良質なタンパク質とビタミンB群が豊富に含まれています。そして、肉厚ところが与えてくれる食べごたえ。食事タイムが短いみなさんに最適な、スタミナファストフードです。今日も、会社のため、家庭のため、日本のために働くみなさんに、はやく、おいしく、そしてしっかり活力を。これからの日本のファストフードといえば、かつやのカツ丼です。

スタミナ補給なら、ファストカツ丼。

たこやき：辛そうですね。

鶏肉：このキャッチコピーを読んでも、ボディコピーまでは読まないと思う。

小霜：何か好意的な意見はないの？

だっち：今、世の中が元気を必要としているときに、カツ丼が何か崇高な目的意識を持って日本をどうにかしようとしているというのは、なんとなく伝わるけど。

ベトナム：元気が出そうな気はしたけど、受け手ではなく、送り手側に立ったメッセージな気がする。

小霜：コピーで何かひねりを加えるのは少し進んでいる。ただし、ストラテジーから乖離している。

作り手の気持ちはわかる。コピーで何かひねりを加えることで興味を持ってもらおうとしている。そういう意味で言えば、その意図が伝わる分だけ、今まで紹介してきたものからすると進んでいると思う。

ただ、ストラテジーと乖離してしまっている。ストラテジーはカツ丼の広告をすることではなく、牛丼チェーンに対抗してファスト・カツ丼というものを今の世の中の筆頭商品にしようというものだった。でもこれは、カツ丼の話しかしていないから、ストラテジーにのっとっていない。



小霜：この意図を聞きたい。

えいじ：ビジュアルの考えかたは、トンカツを食いたいと思わせること。コピーは、早さとガツツリさを伝えたかった。説明的にならないよう、直感的に伝わるようにした。

鶏肉：美味しそうとは思った。「サクッ」という言葉は食感の話かと思った。

えいじ：サクッと食べられるという意図で使ったが、食感の部分も補完できると思った。

小霜：「サクッ」という言葉に二つの意味を含めるのは無理。

ファストフードのカツ丼だということを表現しようとしている姿勢はいいと思う。

ただ、サクッって言葉に早くて意味と食感の二つの意味を含めようとするのは無理があるから、言葉として失敗していると思う。基本、言葉というのはそのままでは一つの意味しか込められない。だから「サクッとすぐに」って意味にしたければ「サクッと」の「と」が必要になる。「サクッと

ガツツと」にすると「すぐにガッツリしたものが食べられる」というのが伝わると思う。

見る人の視点に立つと、カツやを知らない人には説明が足りない。

また、カツやを知らない人は世の中にたくさんいるはず。カツやはファストフードのトンカツ屋であるということをどこかで説明しなければならない。

「サクッとガツッとカツ屋」ではまだわからない。「サクッとガツッとカツ屋のファスト・カツ丼」まで言えば、伝わる。

さっき言ったように、見る人の視点に立って想像するのが大事であって、まったくカツ屋を知らない人がどう思うかしっかり考えれば、何が足りないかが見えてくるはず。そういったことを是非やってほしい。

### 【鶏肉の表現案】

足りてないのは？

- ①時間
- ②お金
- ③スタミナ

スタミナは、  
カツ丼で稼げる。



早い。安い。旨い。  
とんかつ専門チェーン「かつや」



小霜：これはどうだろう

ベトナム：すごく目を引く

魔法少女：なんだろう？って考えさせられるけど、その後もやっとする。

ミミミ：掴みはしっかりしていると思う

だっち：クイズがよくわからない。

小霜：これには一つ大きな問題点がある。なんだと思う？

魔法少女：吉野家と被っているのでは。

りんご園：確かに目は引くけど、早く食べられることや安いことまで伝わらない。

だっち：足りないことに対して困っているように見えない。

小霜：一番の問題点は、結論がわからないということ。結論は何なの？

鶏肉：「スタミナを付けたいときはカツ丼を食べよう」

小霜：現状だと、言っている事がバラバラ。

じゃあこの「早い、安い、うまい」は何？現状だと言っていることがバラバラ。

結論というのは広告を見た人に対して「こうしてください」というもの。これだと何をしたらいいのかわからない。表現に引き込むためのビジュアルやキャッチは必要だけど、その先にある結論はもっと重要。

キャッチで掴んだらすぐ結論に行く方がよい。

あと、もっとシンプルなほうがいい。今のままではスピードが遅すぎる。掴んだらすぐに結論に行く。興味があればボディコピーも読んでねという程度でいい。

折り返し地点：企画とストラテジーが合っていないのではないか。

小霜：これを見ていておもったんだけど、やっぱりスタミナが大事なんだと思う。「早い、安い」だけだと吉野家と一緒にになってしまうから、スタミナを立たせる工夫が必要になる。

小霜：これはどうだろう。





かつ丼で

スタミナチャージ

今までのファストフードじゃ物足りない！

かつ屋なら手頃な値段でがつつり食べられる。

かつ丼こそおれたちが求めていたファストフードだ。

だっち：ビジュアルはシュールですごく目を引きそう。

ちゃい：元気がある人と元気が無い人を区別したかった。

キャサリン：単純な話だけど、ガソリンスタンドと組み合わせると食欲が減退する。画像でも、食事との組み合わせであまり見たくないものがあるけど、これはその一つのような気がする。

ミミミ：頭の中でガソリンの匂いとカツ丼の匂いが混ざってしまう。

生郎：もう少し、ファストフードらしい雰囲気が無いといけないのではないか。

スタミナをチャージするというだけなら他にも焼肉などなんでもあるので、もう少し工夫が必要だ  
と思う。

キャサリン：さっき、決め付けると反発するという話があったけれど、この表現も「求めていたのはカツ  
丼だ！」という強いコピーはあるけど、納得できるロジックが無いから、うまく伝わって  
いない気がする。

小霜：間違いの1つは、コピーは「がつつり」という食べごたえの話とチャージするというビジュアルが

合っていない。

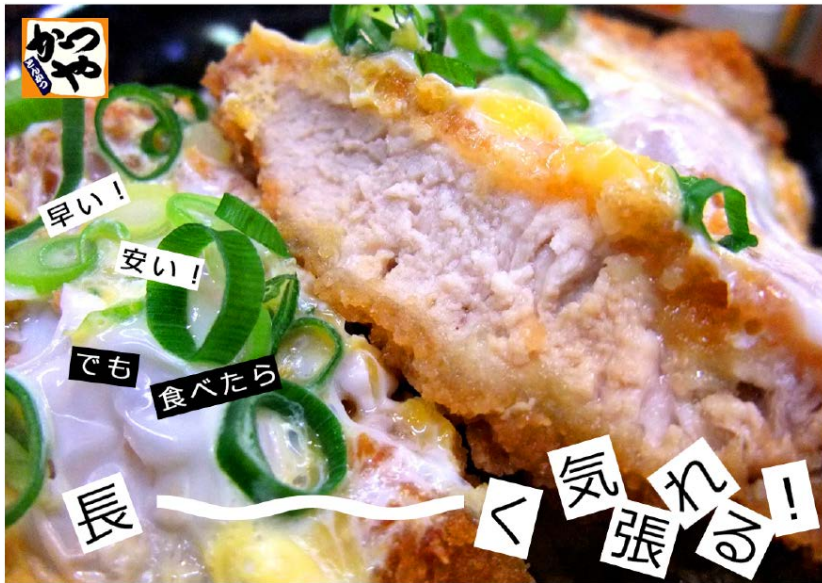
スタミナをスピーディに取り入れることを、何か近いもので表現できないかと考えたのだと思うんだけど、その姿勢は良いと思うし、気持ちもわかる。ただ、この表現は2つ間違っている。1つは、理屈のところ「求めていたのはカツ丼だ」「いままでのファストフードじゃ物足りない」って書いている物足りない中身として、「カツやならガッツリ食べれるぞ」って食感と食べ応えの話があるけど、一方のビジュアルでは「早くチャージできるぞ」って話になっている。

もう一つは、美味しそうだと思わない。表現を作った時の違和感を大事にすること。

もう一つは、やっぱりガソリン臭い。美味しそうに感じない。表現っていうのは戦略と違って直感的な世界だから、パッと見たときの「なんか違うな」っていう印象や違和感を大事にしてほしい。そういった場合はだいたい何かエラーがあるから、そのエラーの所在を探さなければならない。

小霜：これはどうだろう。

【生郎の表現案】



ミミミ：直感での感想を言うと、この怪文書のような表現は誰からのメッセージからかわからないから少し気持ち悪いかも。

ベトナム：「でも」より「しかも」とかの方が、メリット感が伝わっていいのでは。

だっち：僕は「でも」のほうが逆にいいんじゃないかと思った。早い安いだと普通に考えると腹持ちは悪

い印象がある。「でも」かつやのカツ丼は早くて安くて、腹持ちがいいってというのが伝わるのかなと思った。

**りんご園**：僕も、「でも」の方がいいなと思う。競合が誰か明確だし、「長く頑張れる」という話はしっかり優位性を示せていると思う。

**たこやき**：そもそもカツ丼の方が、スタミナが付くとかって話はここまで明確に言い切っているのか？

**折り返し地点**：カロリーで言うとカツ丼が一番高い。ただ、表現になっていないので、これはちょっと言い過ぎかもしれない。

**キャサリン**：ファストフード店なのに、速さの話が無い。ちょっと女子向けな気もする。  
かつ丼のガッツリ感とかも伝わらないかも。

**生郎**：食べた直後よりも、二時間後くらいに残っていて、そのポジティブな感情みたいなのを表現したかった。最初は「満足感」という言葉を思いついたけど、理性的な感じがしたので、もうすこし「感覚」に近い表現を選んだ。

**小霜**：「早い、安い」 = 腹持ちが悪い。という認識は一般化していない。

よって、「しかも」の方が正しい。

やっぱり、「でも」っていうのは間違いだと思う。「でも」が成立するためには、その逆が成立しなきゃいけない。つまり、「早い、安い」と来たら「腹持ちが悪い」という認識が一般化していなければならない。だから、細かい話だけどこれは「でも」じゃなくて「しかも」の方が正しい。コピーは、見る人がどういう風に世の中のことを認識しているかによって違ってくる。そういったことを考えながらコピーを書いてほしい。

一番の問題は、この表現には結論がないこと。

でもこの表現で一番気になったのは、結論が無いということ。「だからファストフードといえばカツやのカツ丼なのです」といったような結論が無ければ成立しない。もしかすると、「それがカツやのカツ丼です」と入っているだけで、「記憶しておいてほしい」という結論が伝わるかもしれない。

これは？



りんご園：ファスト・スタミナは新鮮な気はするが、パッと見で意味はわかり辛いかなと。

あと、これから国民的ファストフードになりたいのに、ここで言い切っちゃうのはどうかと思った。

ミミミ：国民的という言葉がやっぱり気になってしまう。自分で言っちゃうのはどうかと思ってしまう。

小霜：コピーがひねりすぎていて意味がわからないのと、カツやの気持ちがどこにあるのか分からない。

ファスト・カツ丼っていうのをキャッチしてきた人は今回誰一人いなくて、僕は不思議だった。  
なぜならそれが一番早いから。

この表現に関して言うと、コピーでは表現をひねりすぎていて意味がわからない。

すごく単純に言うと「ファスト・カツ丼って知ってます？」ってコピーの方が早い。

もう一つは、さっき指摘があったけど、「国民的ファスト・スタミナ」になっているのか、なりた  
いのか、カツやの気持ちがわからない。

これは？



## むしようにカツ丼を 食べたくなるときがある。

それはきっとあなたが元気を欲しがっているときかもしれません。

そんなとき、かつ丼はお手軽な値段で本格的なカツ丼を、  
スピーディにご提供いたします。

カツ丼モノではなかなか得られないガツツリ感、満足感。  
アツアツの内にガツガツハフハフいっちゃってください。  
かつ丼のカツ丼を食べて、今日も一日頑張りましょう。



だっち：トリッキーな感じはしないけど、カツ丼は食いたくなる。

ベトナム：目を引くかどうかはわからないけど、すごく共感はする。

だっち：「むしようにカツ丼が食いたくなる」ことがある人と無い人がいる。

折り返し地点：表現がストラテジーから少し遠いのではないか。

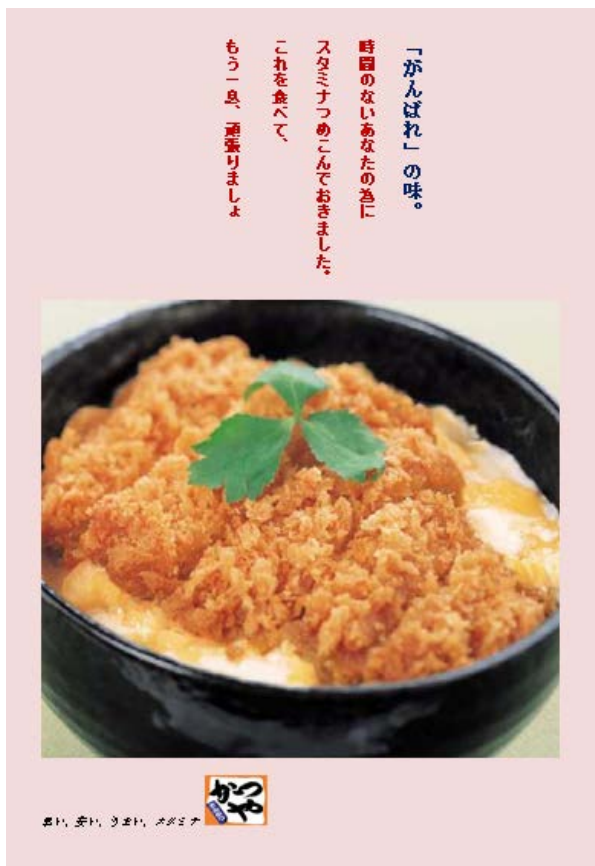
キャサリン：結論がどこにあるのかわからなかった。

小霜：結論がないのと、スピード感に欠けている。

確かに結論がない。あと一つ気になるのは、スピード感。「むしようにカツ丼が食いたくなるときがある」人はかつやには行かないと思う。たたずまいもファストフード感が弱いし、スピードに欠ける。広告は、出会い頭の印象がとても大事になる。そういったところをしっかりと注意したほうがいい。

小霜：次はこれ。

【キャサリンの表現案】



「がんばれ」の味。  
時限のないあなたの為に  
スタミナつめこんでおきました。  
これを食べて  
もう一息、頑張りましょ



あ、あ、う、あ、あ、あ

**キャサリン**：スタミナが欲しいってことは、頑張りたいってことなんじゃないかって思う。頑張りたいってことは、それも何か理由があって、何かのために頑張りたいんだと思った。それをカツやは応援しますってことを表現したかった。誰に応援されたら嬉しいかなって考えたときに、お母さんに応援されたら嬉しいなと思った。

**ベトナム**：スピード感には欠けるかもしれないけど、今回の競合である吉野家の牛丼や、他のファストフードには無い、手作り感とかおもてなし感があって、いいなと思った。

**だっち**：かつやってもっと男っぽい企業だなと僕は思っていた。でも「頑張れの味」っていうコピーは好きです。

**りんご園**：このコピーを見た人はどう思うんだろうって思った。すでに頑張っている人に対して、「頑張れ」って言うのはもしかしたら違うのかもしれない。

**小霜**：カツやは頑張る人を支えるというスタンスを表明していて良い。

だがコピーが平易で伝わらない。

これは結構いい線を行っている。カツやとお客さんの関係を決めようとしている。「頑張る人を支えるのがカツやのスタンスです」というのを表明している。これはとても重要なこと。ただ、表現上の問題があって「頑張れの味」じゃあ言葉が平易すぎて、フックも無いから、伝わらない。たとえば、「頑張れのファストフード」とか。何かしらのレトリックが必要になる。



みんなで食べても  
ぜんぜん安い。



働く人を、満腹にしたい。

**かつや**



小霜：漫画って言うのも表現としては新しくないし、チープなイメージが付いてしまう危険もあるけど、やっぱり目を引く効果っていうのはある。これが良いといっているわけではないけど、目を引こうという意味は感じる。



丼の中のドン  
ついにガッツりと、参戦。

安い、はやい、ウマイ、ガッツリ。

お待たせしてすみません。  
カン丼を、500円でガッツリ食べられる時代がようやくやってきました。

500  
平成十八年  
500

かっぱ

小霜：要素は足し算ではなく引き算で考える事。

これは言っていることがちょっとバラバラで、よくわからない。要素っていうのは足し算じゃなく  
て引き算で考えること。どんどん引いて、最小限で成立するところを探さなければならない。  
この中で一つだけ気になる要素があった。「丼の中のドン」ってとこ。「中の」はいらないかもしれ  
ない。「丼のドン」って馬鹿らしくて語呂が良くて、何かいいなと思う。

【魔法少女の表現案】

どんぶり戦争  
宣戦布告。

へビー級どんぶり



もたれたら  
負けだ。

かつやの

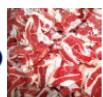


は、



の厚さ (1cm)。

(1.2mm) の



の

歯ごたえ8.3倍。



へビー級どんぶり  
どんぶり戦争勃発。



肉食系オトコメン  
かつやのかつどん



小霜：これはどう？

だっち：ファストフード丼をひとくくりにした中で「選んでくれ」と言っているのがわかる。

たこやき：応援したくなる。

キャサリン：業界に対して仕掛けているんだというのが伝わって、わくわくする。

りんご園：「もたれたら負けだ」というのは？

魔法少女：カツ丼を食べたら胃がもたれることもあると思うけど、それでも食べたいという人の微妙な気持ちを表現したかった。

だっち：肉食系男子として恥ずかしいぞってことだね。

折り返し地点：メジャーな方にもっていこうとしているのは伝わるし、いいと思う。

小霜：僕は今回これが一番好きだし、ストラテジーに一番沿っていると思う。このぐらい威勢がいい方がいい。カツ丼の馬鹿元気なシズルがあるし、人は止まっている物よりもベクトル感があるものに対して興味を抱く。そういったところをみんなにも意識して欲しい。

「戦争」という言葉はある種痛い言葉だから、本気で受け止める人がいる可能性がある。だから少し気をつけたほうがいいかもしれない。

魔法少女：「もたれたら負けだ」はキャッチとしてはどうでしょうか。

小霜：もたれるという言葉からは挑発にはならない。

意味がわからなかった。もたれるという言葉を使う時点で、もたれたときの想像をしてしまうから、挑発にはなっていないし。挑発されたところで、という気はする。

楽しんで表現を考えること。

みんな表現が生真面目な感じがするけど、もっとくだらなくていい。見た人が脱力したり呆れたりする表現があってもいいと思う。もっと楽しんで自由に表現を考えよう。

じゃあ、続きは再来週。