

第 11 期 第 28 回 np.広告学校 講義録

【小霜クラス : Deaps】 ②

(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のですが、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 までご連絡ください。)

◆日時

2019 年 2 月 25 日

◆出席者 (※敬称略)

私がモアイ、いい肉大木、サッチー、タオパイパイ、下からマリコ、赤坂の女王、坂根もどき

パレス岩谷、酒乱もやし、いちご園、37.2℃、ジャニーズ Jr.、妹、ポルコ、

生徒 14 名 (女性 7 名 / 男性 7 名)

+小霜

一同 : よろしくお願ひします。

【いちご園&タオパイパイチーム】

いちご園 : いちご園とタオパイパイのペアです。

小霜 : はい。

いちご園 : A案がこちらで、コピーが「旅のお供の新常識」っていうキャッチコピーで、タグラインが、「日本初、AIガイドアプリ」ってことで、一応、登場コピー、登場広告っていう風にしました。

小霜 : はい。



タオパイパイ: えっとZ案が、コピーが、「Deapsで運命のお出かけと出会いました」というコピーで、タグラインが「AIお出かけマッチングアプリ」という風になりました。コンセプトとしては、お出かけ先と自分のマッチングなんで、なんかよくある恋愛マッチングアプリみたいな、そのパロディーといえますか、そのように見せかけて、自分とお出かけ先のマッチングなんだよってことを伝えたくて、このような案にしています。



小霜：うーん…。ちっと、今のやつ（A案）見せてくれる？

いちご園：あ、はい。

小霜：（案を皆に見せて）これ、どう思う？ 意見（を）。



一同：（考え込む…）

ジャニーズJr.：「新常識」…。

小霜：いや、○、△、×だったら、君たちは、どれを付けるか。

ジャニーズJr.：△…。

小霜：△。なぜ。

ジャニーズJr.：あの、なんだろう、ほんとに新しいサービスのローンチなんですので、ある程度「新登場しました」って簡単に説明すれば、いいのかなって思っていて、だけど、説明になるかって聞かれたら完全に100%にはなっていないんじゃないかって。

小霜：ああ、説明っていうか、何が新しいかが分からないってことね？

ジャニーズJr.：そうですね。

小霜：はいはいはい。他には？

ポルコ：ユーザーにとっての価値は何なのか？っていうのは、コピーからはちょっと…、

小霜：キャッチからは分からないってことね？ はい。

37.2℃：「常識」という言葉と結び付かない、「Deaps」が。

小霜：結び付かない…。

37.2℃：はい。

小霜：それはなんで？

37.2℃：なんだろう。「常識」というより、「一つの手段」として考え…た方がいいのかなと。

小霜：ああ、そういうことね？

37.2℃：はい。

小霜：うん、「旅のお供」は全部これで乗り換えるわけではないよ、と、ということね？はい、はい。

小霜：他に意見ある人、ない？

一同：（考え込む…）

小霜：えっとね。これってさあ、あの、「矛盾」なんだよね。何が「矛盾」かっていうと、（この案は）
斬新さを言いたいわけじゃない？このサービスというか商品がね？

いちご園：はい。

小霜：斬新さを言いたいのにな、表現が全然斬新じゃないんだよね。分かる？ 「旅のお供の新常識」？
「〇〇の新常識」という言い方が、古くさーいよね。

いちご園：あー（&ため息）。

小霜：だから、全然「新常識」に見えないわけよ。 いや、その、すごく新しい物なんだって言う時に、その、使う単語ってあるよね？「革命」とかさ、「宣言」とかさ、なんかね。でもそういう言葉って、あまりにも聞き慣れちゃってるから、そういうものを使う時は、よほど巧く使わないと、古くさーいものにしか見えないんだよね。

いちご園：使い古されてるってことですね？

小霜：そっ。 だから「旅のお供の新常識」って言った途端、全然新しさを感じない。「新常識」とか言う「新常識」には感じないっていう、パラドックスがあるわけ。斬新な物だって伝える為には、この、コピーも含め、表現も含め、斬新じゃないと、ダメなんだよね。

タオパイパイ：（なるほど…。）

小霜：古くさーい、ありがちな表現で、「斬新です」って言っても、全然斬新に感じられない。ま、これ、A案だから、フツーでいいじゃん！って思ったのかもしれないけど、そうではない、ってことね。A案っていうのは、前から言ってるように、誰から見ても「まあ、そうだよ」っていう話なんだけど、これ（この案）は、「誰から見てもそうだよ」ではないわけよ。うん。誰から見ても「マルだよ」ではないじゃん。

いちご園：はい。

小霜：どこか「ん？これでいいの？」みたいなところが、（この案を見て）皆にもあったと思うんだよ。その正体は何かって言うと、「新常識って言ってるけど新常識に感じられない」って話だと思うのね。

いちご園：はい。

小霜：はい。 これ（Z案）に関して言うと…。うーん。A I …、「A I お出かけマッチングアプリ」っていうのは、まあ、その通りなんだけども…。 そもそもさ、これって、こないだのストラテジーに即してないんじゃないの？ こないださ、あの「お出かけ」みたいなのもあったけど、「旅好きな人」になってことだったんじゃない？

いちご園：なんか、お出かけと旅、全部含めてっていう…。

小霜：って話だったっけ？

タオパイパイ：一応、そうでしたね。

小霜：あ、そう。えっと、なんかその、おでかけ…、俺なんか「運命のお出かけ先」って、うーん…、運命の…、ん？ お出かけ先に「運命」求めるかなって気がするの(笑)。

一同：(笑)

小霜：あのー(笑)、旅先だったら、「運命の旅先」って言われたらちょっとまだ分かるかなって気がするんだけど、うーん…、いや…、

いちご園：日常のお出かけ先にですね…、

小霜：日常のお出かけ先に、いちいち「運命」みたいなものって、必要かな？って(笑)。

いちご園：(…)

小霜：「お出かけマッチング」って、なんか、こないだはさ、あのー、言ってたのは、なんかその、ちょっと出かける時に、その、なんかいつも行かない所？にふらっと行くと、新しい刺激がもらえる、みたいなことじゃない？ 旅だったら「マッチング」って言葉が相応しい気がするんだけど、お出かけ先に「マッチング」ってあるかな？って。

タオパイパイ：うん、うん。

小霜：だからそこがちょっと気になる点かなあ。うーん…。どうなんだろう…。「運命のお出かけ先」って言って、何で日本列島なんだろうか？っていうのも、ちょっと分かんないんだよね。

いちご園：一応、パロディでマッチングアプリの広告みたいに最初してて、でもそうすると「旅感」がなかなか無くなってしまっただけ。

小霜：いやいや、だったら「旅先」でしょ。

いちご園：ああ、ああ、そうですね、「（旅じゃなくて）お出かけ感」というか…。

小霜：なんでわざわざ「お出かけ」にするのかがちょっと分かんないって感じなのよ。でこれ、全部、「旅先」にすれば、一応成立はすると思うんだよね？

タオパイパイ：うん、うん。

小霜：なんか「お出かけ」にわざわざすることで、なんかこう、ねじれて行ってるというか、縊れて行ってるっていう感じはする。「旅」にとどめておけばいいのに、うん、なんか余分なことまでやっちゃってわけわかんなくしてないかなあっていう？そんな気がするかなあ。

いちご園：はい。

小霜：うーん。ま、こういうビジュアルもね、全部その、運命の人と会うようになってこと？に絡めてると思うのよ。

タオパイパイ：そうですね。

小霜：、「運命の人」って、あの、「一生添い遂げる人」みたいなことじゃない？

タオパイパイ：そうですね。

小霜：うん。えっと、俺、ずいぶん前、ロケでね、プレステのソフトかなんかなんだけど、海の底にソファとかテレビとかがあって、海の底でゲームしてるっていう、そういうCMを撮ったことがあるのよ。

タオパイパイ：へえー。

小霜：日本で、いちばん透き通っている海っていうのを、調べてもらったんだよね？そしたら、沖縄のね、あれは何島って言ったかな…、ほんとに那覇からフェリーで何時間か行った所のちっちゃい島があつてさ、そこがすごい水が透き通ってるっていうんで、そこにロケで行ったわけよ。そしたらほんと綺麗で、あの、もうね、水面、もうね、海の底までスカーーーンと見えるわけ。

一同：へえー――。

小霜：で、もうこれ穴場だなと思って、あ、渡嘉敷島だ。

一同：あー、渡嘉敷島！

小霜：で、あの、いや、めちゃめちゃ、便利なのよ。だって那覇空港着いてからさあ、そっからすぐ港まで行って、フェリー乗ったらすぐ行けるんだもん。で、あの、これいいなって気に入って、そいで、次の年？家族と一緒にいったりとかね、してたんだけども、ハワイより全然綺麗なんだよね。

一同：へえー。

小霜：ハワイとか行ってる場合じゃないって思って。

一同：ハハハハ。

小霜：うん。いや例えばね、そういう「うわ、ここ気に入った」みたいな時に、なんかその、ちょっと「運命を感じる」っていうかさ、

タオパイパイ：はい。

小霜：うん。お出かけ先に、「一生添い遂げる」みたいな感じって、あるかなあ…。

タオパイパイ：（そっか…）

小霜：うーん。運命のお出かけ先、「私の運命のお出かけ先は氷川公園です」とかさ、それは無いんじゃないかなって(笑)。

タオパイパイ：うっふっふっふ(笑)。そうですね。

小霜：うーん。だからちょっとひねり過ぎなんじゃないの？っていう、はい。

いちご園 : はい。

タオパイパイ : はい。

いちご園&タオパイパイ : ありがとうございます。

【パレス岩谷&下からマリコチーム】

パレス岩谷 : お願いします。

下からマリコ : お願いします。

パレス岩谷 : こちらがA案で、コピーが「教えてくれたのはA I」、タグラインが「あなたに合った旅ガイド・Deaps」ってということで、これは登場広告、さっき言った、それと一緒に、まあ、こういうサービスのアプリが出ましたよっていうのをシンプルに伝えるとこうかな、って僕らは思ったのが、このA案です。

小霜 : はい。



A案

パレス岩谷 : で、Zの方は、どうしても2つ案を持ってきちゃったんですけど…、

小霜 : はい。いいよ。

パレス岩谷 : まず一つが、「より濃く、深く、広がる旅」っていうコピーで、タグ(ライン)が「A I がガイドする旅」です。

小霜：はい。



Z案

パレス岩谷：これはちょっと、冒険心をくすぐるというか、新しいことをしたい、体験したいというインサイトがあったので、ちょっとそういうアプローチで考えてみました。そして、もう一つ、これが…、

下からマリコ：Z案で、このアプリを使えば使うほど、その、えっと、おすすめの場所をAIが増やしてくれるってということだったので、それを表現してみました。



小霜：えっと、さっきの（Z案①）見せて。これ…、（案を皆に見せて）これどう思う？

一同：（よく見る）

いい肉大木：普通の旅の広告に見えます。

小霜：そうだよね。うん。だからこれはペケ。

パレス岩谷：嗚呼…（ため息）。そういうことか。普通の広告…。

小霜：いや、だって、「より濃く、深く、広がる旅。H I S。」みたいなことでしょ。

パレス岩谷：ああ、まあ、そうですね…。

小霜：うん。だからまあ、これは、もう話にならない。

パレス岩谷：はい。なるほど。

小霜：で、それ（Z案②）見せて。（案を皆に見せて）これ、どう思う？

一同：（よく見る）

ポルコ：ちょっとビジュアルがゴチャゴチャして、分かりづらいかもしれない。

小霜：分かりづらい。

ジャニーズJr.：「旅感」が…。

ポルコ：あとあれか、これは「旅」じゃないんだ。「街歩き」になっちゃってるんだ。

私がモアイ：なんか、これはA Iがおすすめてるってことが現れてない気がします。

ジャニーズJr.：なんか最初の、知らない穴場スポット教えてくれるみたいなのところではない気がしますね。

小霜：うーん、これはね、なんだか分かんないよね。

パレス岩谷：ああ、見た時に、ですか。

小霜：うん。で、あの一、やっぱり、Googleマップって印象だよな、これ、パッと見。

一同：あー。

パレス岩谷：あー。はい。

小霜：なんかこう、Googleマップに毛が生えたような、なんか地図アプリ？みたいな。広告表現っていうのは、ほんとに「第一印象」だから。人って第一印象で決めちゃうからね。パッと見て、なんかGoogleアプリっぽいなって思ったら、もうそれで、終わっちゃうんだよね。「なんだかよく分かんない地図アプリの広告かな？」って思ったら、それでももうスルーされちゃうんで。

下からマリコ：はい…。

小霜：（A案を皆に見せて）これはどう？

一同：（よく見る）

ポルコ：うーん…。

37.2℃：今までのと比べてA I っていう言葉が入ってるから、興味が惹きますよね。

小霜：興味を惹く、はい。 他には？

いい肉大木：思ったよりも、ビジュアルが普通…。

小霜：ビジュアルが普通、はい。

いい肉大木：もしA I が教えてくれたんだったら、もうちょっと「うわっ！」って思うところがいいかな…。

ジャニーズJr.：なんか、A I が何を教えてくれたんだって、いまいち分からない…。

一同：（よく見る）

ポルコ：「アプリだ」っていうのが分かれば、もっといいのかもしれないですね。

小霜：うん。

ポルコ：タグラインで。

小霜：えっとね、僕的には、これは、まあまあ悪くない、と。80点ぐらい。で、その、「情報の非対称性」という話はこれまでもしてると思うんだけど、ま、僕らは、何を教えてくれたかっていうのは、もう分かてるわけよね。でも、一般の人がこれ見ると、ここに「あなたにとっての旅ガイド」って書いてはいるけど、「旅」って思わない可能性はある…。

パレス岩谷：あー。はい。はい。

小霜：うん。で、「教えてくれたのはA I」って言うてるのは、ユーザーの言葉だよな？

パレス岩谷：そうです、そうです。

小霜：だったらここに来るビジュアルは、やっぱりユーザー視点のビジュアルだと思うんだよな、恐らく。

パレス岩谷：あー。

小霜：これ、ユーザーが見てる絵じゃないじゃん。

パレス岩谷：ちょっと綺麗過ぎますかね。

小霜：綺麗過ぎるというか、たぶん、ユーザーが立ってるのココ（指して）だよな？ きっと。

数名：あー。

パレス岩谷：あー！！ はい。

小霜：そうだよな？

パレス岩谷：そうですね。

小霜：だったらこの人が見てるこっち（側）の絵を置かなきゃいけないんじゃないの？と。「今、自分が
見ているこの風景、それを教えてくれたのはA I」という風にしないと、実は繋がってるようで、
このビジュアルとこのコピー、繋がってないんじゃないかなって気がする。

下からマリコ：あー。

パレス岩谷：ちょっとその判断甘かったですね。一応…、そうですね、なんつーか、その判断は…、

小霜：じゃないと此处はどんな絵でもいいよって話になっちゃうし、

下からマリコ：うーん。

パレス岩谷：うん、うん、うん。

小霜：で、あの、前も言ったけど、これって、商品自体が、もう新しい物じゃない？だから、その新しさをシンプルに言えばいい、って僕は思うのね？ そういう意味で言うと、これが悪くないなって言ってるのは、このサービスの新しさをシンプルに言ってるってということにおいて、悪くないな、とは思。

パレス岩谷：うん。はい。

小霜：ただね、僕、君たちの、この3つ？

パレス岩谷：はい。

下からマリコ：はい。

小霜：共通して「気に入らない所」が一点あんのよ。ちょっと分かる？

下からマリコ：んん？

いちご園：折れてる。

小霜：そう！

パレス岩谷：ん？

タオパイパイ：あー、（紙が）折れてる。

パレス岩谷：あー！失礼しました。

下からマリコ：すみません…。

小霜：折るな。あのね、これも言ったと思うんだけどね、

パレス岩谷：そうですね、はい。

小霜：いや、あの一、広告代理店って、これ1枚で10億とか20億とかね、そういう扱いを獲ったり失ったりってことあるわけよ。

パレス岩谷：はい。

下からマリコ：うーん。

小霜：例えば、僕個人で言っても、この表現1枚で500万とかさ、1000万とか、儲けになったりな
んなかったりってことがあるわけね？これ1枚に1000万円掛かってるって思ったら、折る
か??

パレス岩谷：折らないですね。

小霜：折らないよね？絶対に。

パレス岩谷：そうですね。気を付けます。

下からマリコ：気を付けます。

パレス岩谷&下からマリコ：ありがとうございます。

【私がモアイ&37.2℃チーム】

私がモアイ：お願いします。

37.2℃：お願いします。

私がモアイ：A案がこちらになります。キャッチは「ガイドブックの情報、しっかりきてる？」っていう
キャッチで、タグラインが「あなたに合った旅先をAIが提案する新しいお出かけマッチン
グアプリ」っていうものになっています。で、この表現にしたのが、その、ユーザーのインサ
イトとして、「まだ自分の知らない新しい場所に行ったり体験をしてみたい」というのが
あって、つまりそういうのは、言い換えれば、もう、そういうガイドブックとかに載ってる

所には行き飽きたってということだと思ったので、ガイドブックを、こう、ゴミ捨て場に捨てるビジュアルと、その情報も「しっくりきてる？」っていう、ちょっとインサイトに刺さるようなコピーを書いて、タグラインでどんなアプリか？っていうものを処理してみました。以上がA案（A-1）になります。

小霜：はい。

微熱モアイA案



私がモアイ：で、もう一つA案があって、こちらが、A-2なんですけれど、こちらはコピーがニュース…、「ニュースポット発掘の裏技誕生」というコピーで、タグラインが、「あなたのカメラロールをAIが分析。まったく新しいお出かけ先提案アプリ」ということで、こちらは、もうDeapsが持つてゐる新しい観光アプリっていうものを、裏技っていう、ちょっと、なんだろう、分かりやすい言葉？に代えて、新登場しましたってことを表現してみました。こちらがA-2案です。

小霜：はい。



あなたのカメラロールを AI が分析。全く新しいおでかけ先提案アプリ



私がモアイ：で、次がZ案なんですけれど、ちょっと強面のおじさんがパフェを食べていて、此処にこのおじさんのスマホが置いてあるっていう設定なんですけど、ま、キャッチが「こいつ、わかってるじゃねーか」ってキャッチにして、タグラインが、えっとこちらと一緒に「あなたのカメラロールをAIが分析。まったく新しいお出かけ先アプリ。」っていうのにしました。で、Z（案）は、まああ、とりあえず、USPを表現しようと思ってこういう、ちょっと目を引くような表現にしてみました。



小霜：はい。 まず、（A案—1を皆に見せながら）これどう思う？

一同：（よく見る）

ポルコ：ま、やっぱゴミ捨て場の写真はもう…。

一同：（笑）

私がモアイ：（笑いながら）これ、なんか、ゴミ…、

ポルコ：楽しい思い出に繋がらない気がしました。

私がモアイ：ですね。ゴミ捨て場じゃなくても良かったんですけど、ガイドブックはもう必要としない表現を使いたくて…、

小霜：意見ある人？

パレス岩谷：ま、さっきの「パッと見て判断する」っていう点で、

小霜：うん。

パレス岩谷：この商品の特徴を表すってことで言うと、ちょっとこのコピーとビジュアルではその、パッと見のその特徴は判断できないので、その点では…、

小霜：まあ、遠回りだってことね？

パレス岩谷：そうです。

小霜：はい。他には？

パルコ：ただ、コピーの「ガイドブックの情報しっくりきてる？」っていう呼び掛けは、ちょっと、あの、惹きつけられるっていうか、関心にはなるなとは思いましたね。

小霜：はい。はい。他には？

一同：（よく見る）

小霜：えっとねえ…。まあ、コンセプトはね、そんなまあ、悪くないと思うんだよね。要はその、ガイドブックの情報が、しっくり…、うーん…、なんだろう…、えっとね、ま、ガイドブックの情報だけだと自分に合わないよねっていうことを言いたいわけだよね？

私がモアイ：そうです。

小霜：うーん。で、まあ、そこはまあ、良しとしようよ。ただ、「しっくりくる」という言い方が、まず、分かるかなっていうのがあるよ。

私がモアイ：言葉の表現っていう事ですか？「しっくり」という…。

小霜：つまりね、うーん、なんかその、なんだろう、ガイドブックの情報で、来てみたものの、なんか楽しめないって話じゃない？

私がモアイ：はい。

小霜：うーん、それがしっくりきてるってということで、言い表されてるかなあって。

ただ、なんだろう、ガイドブックの情報がしっくりこないあなたへ？って言った方がまだ分かるかな？とかさ。

私がモアイ：おお。

小霜：しっくりきてる？って聞かれると、うーん…。 あとね、やっぱねえ…、ゴミ箱にガイドブック捨ててるっていうのってさ、こう、誰かをおとしめてるだけだよな。

私がモアイ：ああ（苦笑）。そうですね。

小霜：うーん、それって、見てて、気分悪いよ？

私がモアイ：うーん。

小霜：ガイドブック…、何も、悪いことしてないじゃん。

一同：（爆笑！）

小霜：何で、何でこんな目に遭わなきゃいけないの？って、俺だったら言うかな。

私がモアイ：そうですね。

小霜：たいていの人、いや、ガイドブック憎んでる人って、そんないないんじゃないの？って。

一同：（笑笑笑）

私がモアイ：いないですね。

小霜：いや、ゴキブリだったらね、

一同：（大笑）

小霜：殺虫剤の広告で、ゴキブリが酷い目に遭ってるっていうなら、みんなね、なんとも思わないっていうかさ、

私がモアイ：あー。

小霜：それならまあ、いいと思うんだけど、ガイドブックゴミ箱に捨てないでよー、っていうか、そこまで酷い目に遭わせなくたっていいじゃないか、みたいな気持ちが、まず勝つと思うんだよね。うん。

私がモアイ：うーん（確かに）。

小霜：いや、ガイドブックも、なんていうの？そんなにその否定してあげないで、上手くこのターゲットに持ってくるっていうね。ガイドブックを使うとしたらよ。その考えが、もの凄く足りないと思うんだよね。

私がモアイ：うーん。

小霜：すごく難しいところで。いやつまり、例えばね、ガイドブックの情報で来て大満足っていう人もたくさんいると思うんだよ。

私がモアイ：はい。

小霜：なーんかでも自分は、あの、合わなかったなあみみたいな、「そういう人に」っていうことだったら、貶めてないじゃない。

私がモアイ：そうですね。

小霜：そうでしょ？ガイドブック全否定じゃないじゃん。

私がモアイ：うん…。確かに。

小霜：うん。それをどう表現するか、みたいな、

私がモアイ：うん、うん、うん、はい。

小霜：そんな風に考えていかなきゃいけない…はずで。

37.2℃：ガイドブックっていう単語を出すのは、まだギリ、セーフですか？

小霜：あの一、それはいいと思うのね。つまり、今まではガイドブックを見て、その特集とかさ、そういうものをあてに行くしかなかった、これからは違う選択肢があるんだってことを言いたいわけだよ
ね？

37.2℃：はい。

小霜：そういう文脈の中にガイドブックという言葉を入れていくのは、無いとは言えない。でも使うんだ
ったら、使い方をもの凄く上手に考えないといけないっていう？ うん。 で、そこを、無下に「も
うガイドブックこれからは要らなーい」って言ってゴミ箱にドーンっと突っ込むみたいなことって
いうのは、かなり浅はかだと思う、うん。

私がモアイ：はい。

小霜：うん。あの、「反発」しか生まれない表現になっちゃってるっていう。

私がモアイ：はい。

37.2℃：ありがとうございます。

私がモアイ：ありがとうございます。

小霜：うん。で、これ（A-2案）なんだけど…、なんかピンとこない…。で、なぜピンとこない？って
思ったんだけど、この、鳥居？

37.2℃：はい。

小霜：これ、「ニュースポット」じゃないと思うんだよね。絶対（笑）。これ、あの、誰も知らない？あの、（そういう）スポットなわけがない。

私がモアイ：あー。

小霜：と、思うんで、このビジュアルに「ニュースポット」って乗っていること自体、で、もうわけ分かんなくなると思うんだよね。うん。で、「ニュースポット」って言うんだったら、まだ誰も見付けてないような、そういう場所？のビジュアルが来ないといけないんじゃないか？ いや、このビジュアル使ったたらね、その一、いや、一般的には知られた場所かもしれないけど、自分にとっては「ニュースポット」だってことを上手く表現しないとイケないと思うんだよね。

私がモアイ：うーん。

37.2℃：うーん。

小霜：いや、例えばね、あの、来てみるまでは全く興味の無い場所でした、みたいなことが書いてあれば、もともと、もう全然こんな鳥居なんかに興味ない、でも、このAIに騙されて、騙されてっていうかね、行ってみよう、と思って行ってみたら、良かった！みたいなことが伝わってくるじゃない。いやなんか、その…、そういう考えが、ちょっとまだ及んでないと思うんだよね。たぶんここで言いたかったのは、その、「私」にとっての「ニュースポット」っていうことでしょ？「みんな」にとってじゃなくて。

37.2℃：そうですね。

小霜：で、「私」にとってのニュースポットを見つけた喜び」みたいなことを表現しようと思ったら、キャッチコピーはほんとにこれでいいのか？とかさ。

37.2℃：はい。

小霜：で、「裏技」って言うんだったら、このビジュアルじゃないと思うんだよね。「裏技」って言うんだったら、アプリが来ないとダメだと思うんだよ。

私がモアイ：うーん。

小霜：このビジュアルが来るんだったら、その…、このA Iのお蔭で、自分が満足できた場所に来られた喜びみたいなことになってるべきだし、「裏技ですよ」って、「裏技」に落とすんだったら、やっぱりアプリが立ってないと、ダメだと思うんだよね。その、やっぱり、コピーとビジュアルの関係も、ちょっとやっぱり捻じれてる。ストーンって繋がってない。その辺も、ちょっとやっぱり考えが及んでないって気がするね。

私がモアイ：はい。

37.2℃：わかりました。

小霜：あとね、これ（Z案）は、みんなの意見を聞くまでもなく、ペケよ。だって、これね、場所とのマッチングじゃなくて、食べ物とのマッチングじゃないの！

一同：（笑）

私がモアイ：そうですね。

小霜：「食べ物マッチングアプリ」だ、これ。これはZでもなんでもなくて、うん、もう完全に外してるっていう、外しちゃったっていうこと。

私がモアイ：はい。

小霜：はい。

37.2℃：ありがとうございます。

私がモアイ：ありがとうございます。

【赤坂の女王&妹チーム】

赤坂の女王：A案が二つあります。最初のこの①案は、これはもうシンプルに商品のことを説明したものです。まあ、「日本初」っていうのと「A I」っていうのが割とそれだけで新しさを感じられるので、それはシンプルに商品のことを言った、というのが①案です。



小霜：はい。

赤坂の女王：で、A案の②のもう一案は…、すみません、ちょっと折れてて。こちらなんですけど、「旅先はどちらへ？」って執事が言って、「おまかせで」というコピーで、タグラインは、えっと、「日本初 AIに丸投げ！お出かけガイドアプリ」ということです。



小霜：はい。

赤坂の女王：Z案は、えっとGoogleの、検索結果で、「日本のおすすめ温泉」って検索して、大量に検索

結果が出て、検索エンジンの「おすすめ」はあなたへの「おすすめ」ではない（という）。
で、タグラインは「あなたへのオススメだけをレコメンド AIお出かけガイドアプリ」っ
ていうことです。



2

小霜：はい。 まず、これ（A案①）どう思う？

ジャニーズJr.：ネットのバナー広告だったら良いって感じますが。

小霜：バナーだったらあり？ なぜ？

ジャニーズJr.：なんかシンプルで分かりやすいんですけど、あの…、「そのまま」って感じがします。

小霜：「そのまま」。「そのまま」じゃ何でいけないの？

ジャニーズJr.：なんか「そのまま」も行けるんですけど、あの、なんだろう、うーん、もし駅のポスターとかも、そういうところ貼るんだったら、うん、なんか、もっと目を引く…、

小霜：ああ、目を引かないってことね？

ジャニーズJr.：「目を引かない」でもないけど、なんか足りない感じが…、

小霜：何か足りない感じがする？

ジャニーズJr. : そう…ですね。

小霜 : 何が足りない？

ジャニーズJr. : うーん…。

ポルコ : そこに書かれてることがビジュアルで分からないというか、肝心のアプリ画面も隠れちゃってるので、A Iがマッチングしてくれてる様子っていうのを見たくなりますけど…。

小霜 : うん…。情報が足りないと？

ポルコ : うーん…。

小霜 : 他には？

いい肉大木 : 情報が多い。

小霜 : 逆に多い。

いい肉大木 : 逆に多い。もしも、もっと簡潔に説明して潔く書いた方がよかったんじゃないか。

小霜 : はい。他には？

サッチー : ワクワクしない。

小霜 : ワクワクしない。なぜ？

サッチー : マッチングしてくれて、どういう良いことが具体的にあるのかがピンとこない。

小霜 : うん…。あのね、その、これペケだわ。なんでペケかっていうと、要はね、広告表現っていうのは、見る人の気持ちを何らか揺さぶらないといけないんだよね。 うん。人って、やっぱり「感情」が先なんだよ。「感情」が先で「理屈」が後、なんだよな。で、カタログっていうのは、そんなに

感情を揺さぶるものではなくって、まあ、わりかし淡々とこうスペックが書いてある。でも成立するじゃない。でも広告っていうのは、やっぱり感覚…、いや、まあ、じゃあ、なんでカタログが成立するかって言ったら、「もうこれ買おう」って決めたとかね、あるいは「これ買おうかな」って迷っている、（そういう）時に、この根拠を確かめるっていうかさ、これで良いのかを確かめるみたいな段階だから、「理性的」で全然構わない。でも広告ってやっぱり「出会い頭」。「出会い頭」って、パッと見て、なんかこう「良さそう！」とか、「楽しそう！」とかね、「スゴそう！」って言うことがくっついてないと、やっぱりね、「自分ごと」化されないんだよね。うん。「なんだか分からないけど、ワクワクする」みたいな、うん…、っていうことが無いと、やっぱり広告表現っていうのはダメなんだよね。で、これ（この案）は、さっき僕、こいつの新しい所をシンプルに言うのが良いって言ったんだけど、「シンプルに言う」ってことと、「そのまま説明する」ってこととって、やっぱり違うんだよね。

一同：うーん（なるほど…）。

小霜：だから何でシンプルに言うのが良いかって言ったら、シンプルに言うことで、ちょっと気持ちがね、気持ちに刺さるとか、気持ちが動くみたいな？ シンプルな方が繋がり易いから、シンプルが良いって言うてるわけで、そのままを言っても、なんかね、その、凄いことであっても全然凄そうに感じないみたいな？（そういう）ことになっちゃうわけよ。だから「シンプル」と「そのまま」っていうのは、全然違うことなんだっていう風に覚えて、思っておいて欲しい。はい。

赤坂の女王：はい。

小霜：あと、これ（A-②案）は、どうだろう？（皆に見せて）意見を。

いちご園：一瞬だと、ナビみたいな。

小霜：ナビ？ナビっていうのは、カーナビのこと？

いちご園：そうですね。

ジャニーズJr.：A Iを擬人化すること自体は、なんかアイデア的なものを感じます。

小霜：はい。

ジャニーズJr. : だけど、徹底的に、ではない感じ、なんか、なんかもっと、ノリ足りない感じがします。

小霜 : 他には？

一同 : (案を見つめる…)

坂根もどき : なんか、パッと見た時に、さっきジェジェが言ったような「擬人化」っていう風には私はあんまり感じられなくて、別々の物に見えてしまった。

小霜 : : はいはいはい。

坂根もどき : なので、意図がきちんと伝わってないのかな、っていうように感じました。

小霜 : なるほど、はい。意図は分かるが、あの、意図通りの表現になっていないんじゃないかな？ってことね？はい。 他には？

ポルコ : このビジュアルに使用しているアプリの画面が「夕日」とか「コーヒー」とか書いてあるんですけど、もうちょっとここに書いたセリフ（コピー）に即したような、旅先を提案しているのが分かる画面の方が良い気はしますけど。

小霜 : はいはい。 他には？

いい肉大木 : 「おまかせ」でどうなったのかがよくわからない。

小霜 : 結果がね、満足できたのか、ね。

いい肉大木 : そうです。

小霜 : いや、俺ね。こん中で一箇所だけ「おもしろいな」と思ったところがあんのよ。それどこだと思う？

ジャニーズJr. : 「A I に丸投げ」。(他にも同じ答えを発する人多数)

小霜：そうだよな。「A Iに丸投げ」っていう表現は、ちょっといいなと思ったんだよな。だったら、俺だったら、あの、旅先…、「旅先はA Iに丸投げ」っていうのをドバン！と置くね。うん。そっちの方が面白いじゃん。「旅先はどちらへ？おまかせで」っていうやり取りって、何一つ面白くないし、何も新鮮ではない。じゃあ、何で新鮮じゃないのか。なぜ新鮮に感じられないのか？ 誰か？

ポルコ：まあ、旅行会社とかは「おまかせ」されることもありますので。

小霜：うん。要はそのやり取り自体は新鮮じゃないからさ。そうだよな？

赤坂の女王：うーん…。

小霜：そうでしょ？さっき言った、あの、「新常識」みたいなものが、新常識感が無いよねっていうのに近いんだけど、このやり取り自体は、その、「A Iに丸投げ」ってことが「分かっていた」時に成立することなんじゃないの？

一同：うん。うん。

小霜：「A Iに丸投げ」が分からない状態でこれ見ても、なんか普通だよな。言ってること分かる？ 君達は、その、「旅先はどちらへ？おまかせで」っていうやり取りが凄く新しいと思っていても、何も分からない、情報を持っていない人達から見たら、うーん、全然なんか、「ああ、そういうコンシェルジュ？サービスが始まったのかな」みたいなことで終わっちゃうわけよね。だから、あの、これ、だったら「旅先はA Iに丸投げ」みたいなことがドカン！ってあって、これ（やり取り）は、もうおまけ、おまけで付いているっていう、そういう順番にする。あとね、もう1個言うと、このね、このキャラクター、これは要らないから。これもね、あの、わけわかんなくしてるのよ。いや、これパッと見た時に、なんか、あの、イケメン系のスマホゲーム？とか、なんか「黒執事」系？とか、そんな風なことをパッと思うよ。要はミスリードしちゃってるわけね。こんなん無しで、このスマホが答えてる、問い掛けてるとかさ、そういう方が全然分かりやすい。

赤坂の女王：なるほど…。

小霜：だから、なんだろう、いや「A Iに丸投げ」っていう言い方は、俺は「いいな」と思うわけ。でも、色んな要素の整理の仕方が、間違ってる。

赤坂の女王：はい。

小霜：ま、あとね、えっと、これ（Z案）は、「やっちゃいかん」こと。いや、Googleから大クレーム来るよね、これね。うん。

赤坂の女王：うーん…。

小霜：いや、え？分かる？言ってること。

赤坂の女王：あ、いや、なんかちょっとボヤかしてたらなんかアレ（=大丈夫）かな、って気も。

小霜：え？

赤坂の女王：その…、

小霜：いや、「Google」って書いてあるじゃない。

一同：（大笑）

小霜：Googleが無かったら、ってことか。これが無かったら成立するか…。

赤坂の女王：検索エンジンっぽいなあ、みたいな（表現だったら…）。

小霜：じゃあ、この「Google」が無かったとして、まあ一般的な検索エンジンだとした時に、どう思う？

一同：（考える）

サッチー：もうちょっと「旅感」が出てる方が…。

小霜：「旅感」が感じられない。

いい肉大木：検索エンジンのおすすめを「おすすめ」と思っている人はもう既にもいないんじゃないかな。

小霜：うん、はいはいはい。まあ、当たり前だよな？みたいなことね？

ポルコ：その、何万件？ん？何十万件？っていうの（＝ヒット件数）が、逆に検索する人にとっては、その、決断する決め手になったりしてる？っていう事実もあるから、

小霜：はい。

ポルコ：そこを否定されても、その、ちょっと受け入れられないっていうか、（検索する人の中には）みんなが良いって言っているものを探してるんだよっていう人達はいっぱい居るんで、はい。

小霜：はいはいはい。うん。あのね、やっぱりこれはこれで、ワクワクしないんだよね。寒々しい感じがする。うん。この寒々しいっていうのは、ただ検索エンジンを否定しているだけじゃない。で、まあ、「そりゃそうかもね」みたいなことで、そのことが、このDeapsの期待感に繋がらない、繋がってないんだよね。うん。なんか、こうキャッチ（コピー）で言ってることが、「そうそうそう。前から問題に思ってたのよ」みたいなことだったら、その、あなたが問題や疑問に思っていることを解決するものが登場しましたよってことで、まだワクワクにつながると思うんだけどね。なんか、そういうことじゃない気がするんだよね、これって。「まあ、そうかもねえ」ぐらいのことしか思わないから、そうすると、なんかすごくこのサービスが「ちんけ」に見えちゃう。うん。だから、「たたずまい」もそうだし「コンセプト」もそうなんだけど、やっぱ「寒い」と思うんだよね。まだキャッチコピーに工夫があれば、うーん…、もうちょっとなんとかなったのかなっていう気もするんだけど、うーん…、なんかこう「ぶった切ってる」感じもね。うん…。あの、なんだろう、いや、これは僕の持論なんだけどね、「炎上」ってあるじゃん、炎上のね、原因って何かっていうと、「自分が馬鹿にされた気がした」っていう時に炎上すると思うんだよね。うん。いやその、広告って、なんだろう、例えばOLがターゲットの時は出演者はOL役をやるわけだよな？それで自分をそこに投影させるってことをやってるわけで、で、その人が馬鹿にされてると、自分が馬鹿にされてるっていう風になっちゃうってところがあるって思うんだよね。なんかその、自分がそうされたかのように勝手に感じてカッと怒って、「炎上」するみたいな構図だと思ってるんだよね。で、これもね、なんかその、いまいち「いいな」って思えないのは、いや、検索エンジンのおすすめに頼って旅に行く人もいると思うんだよ。そういう人をバシッとぶった切って、ちょっとね、「馬鹿にしてる感」があるんだよね。「まだそんなことやってるの？馬鹿じゃないの？」みたいな感じがちょっとするのよ。なんかこう、頭のいい感じ。うん。「いやいや、私は頭がいいからそんなことしないのよ」みたいなさ、すごくね「嫌なヤツ」って感じがすんのか、これ。

赤坂の女王：（苦笑）

小霜：うん。なんかそうじゃなくって、検索エンジンのおすすめに頼っているばかりじゃなくって、あなたにほんとに合った旅先って他に探す方法があるんですよっていうのを、誰かをこう、そういうことをしている人を馬鹿にするんじゃないかって、上手く言う言い方ってないかな？っていうのを考えるのがコピーライティングだと思うんだよね。そういう努力をしてないかな、って感じがする。

赤坂の女王：あー。

小霜：うん。ほんとにこれで、（広告を）見ると気持ちよくなるの？うん、なんかこう、ワクワクするの？…反発じゃなくってね、だから、そこへ思いをね、寄せるっていうことが足りないんじゃないかなって、そんな風に思います。はい。

赤坂の女王：ありがとうございます。

妹：ありがとうございます。

小霜：はい。

【ジャニーズ Jr.&サッチーチーム】

ジャニーズ Jr.：僕らのA案なんですけど、もう皆さんと同じく「新登場」というコンセプトで、あの、とりあえず何らかの、今までにない新しいサービスが登場しましたよみたいな表現したくて、機能的なものを簡単に説明しようと思ってまして、こんな、タグラインを大きく持ってきているってことをやっています。で、ま、ちなみにですけど、最初の一案目は「AIに丸投げ旅行アプリ」っていう一案目だったんですけど、ちょっとなんか意味分かんないかもしれないから、A案だから、それをやめたんですけど、要は新しい物を登場しましたってこと自体で、なんか、ドラえもんが秘密道具を出していますっていう表現を、ビジュアルをしています。なんか、頭の中には、なんかリアルなドラえもんが出したら、出した方がいいかなって思ったんですけどなかなかできなくて、アニメ風になっています。

小霜：はい。



AIでマッチングする旅行アプリ!!

まだ見たことない景色に、会いに行こう。  Deaps

ジャニーズJr. : Z案なんですけど、これも最初、駅のポスターをイメージしていますので、最初、コンセプトとしては「こんな日本知らなかった」というコンセプトにしていたんですが、あの、要はDeapsがガイドブック上に無い物を載せていますよって。で、やはり駅ポスターだから、なんかJRのこういうシリーズ、あの、「そうだ、京都行こう」とか「いくぜ、東北」というシリーズ、なんかいいマッチングしてるかな、合致してるかなって考えていて、簡単に言うと、これって「行きましょう」しか言ってないので、じゃあ「行ったら後どうしよう?」っていうのをDeapsを提案して、これで新幹線乗って、現地に行ったらDeapsのアプリを使って遊びましょうっていうコラボで良いかなと思ってまして、そういうことのZ案です。



小霜：はい。（皆に見せて）これ（A案）、どう思う？

ポルコ：目を引くビジュアルの表現にはなっているな、とは思います。

小霜：はい。他には？

坂根もどき：惜しいなって思います。

小霜：惜しい？

坂根もどき：なんか、ドラえもん口調だったらもっと良かったのにな。

一同：（笑）

小霜：そういうことか。

坂根もどき：はい。そういうことだったらもっとノリきれなのかな。

小霜：はい。他には？

赤坂の女王：新登場感があってシンプルに商品のことを分かるなあっていうのはあります。

小霜：なるほど、はい。他には？

下からマリコ：ワクワクするなって思いました。

小霜：ワクワクするなと思った、はい。他には？

酒乱もやし：その、Deaps 自体の雰囲気とかブランドと合うのかな？っていうのは、ちょっと分からないなと思いました。

小霜：…ん？

酒乱もやし：なんかその、白地で、アプリ自体が、けっこうキレイにまとまっているところで、その広告のイメージと離れないかな？という、乖離しないかな？という疑問が湧きました。

小霜：うん…。ちょっと今のは、俺、分かんなかったんだけど。

酒乱もやし：（焦りの様子）

一同：（大笑）

サッチー：アプリの雰囲気と合わないってことね？

酒乱もやし：合わない可能性があるんじゃないかな？っていう。

小霜：あ、ああ、このドラえもんのこの感じがってことね？

酒乱もやし：そうです。

小霜：あー、はいはいはい。 …髪型変えた??

一同：（大笑）

酒乱もやし：伸びたんです。伸びちゃって。

小霜：あー、伸びただけ?…こうやって見ると、あの、ちょっと「ゲス」に似てるなって（笑）。

一同：（爆笑）

ジャニーズJr.：米津玄師ではなく。

酒乱もやし：あの言われ、言われまくってるんで。

小霜：あーそうだろうね、きっとね。 えっとね、僕は、これはバツだね。

一同：おー。（そうなんだ）

小霜：なぜバツなのか。えっと、まずコピーね。コピーね。よく考えてね。「AIで」って書いてるよね？

じゃあ今までは、AIじゃなくマッチングしてたってこと？

ジャニーズJr. : あー。

小霜 : そもそも、マッチングする、あなたと旅先をマッチングするサービスって今まであったの？

ジャニーズJr. : まあ、旅行代理店は普通に…。

小霜 : それ「マッチング」って言うか？

ジャニーズJr. : 「マッチング」とは言わないです。

小霜 : 旅行代理店は、いろいろね、旅商品を取り揃えて、お客さんが「ここ行きたい」って言うてるよね？基本、で、まあ（お店に）行ってから、その、そこで相談して「ここがいいんじゃないですか？」みたいなこともあるかもしれないけど、そういうのを「マッチング」って言ったっけ？今まで。

ジャニーズJr. : はい。言わないです。

小霜 : 言わないよね？うん。だとすると、ね、これで言ってるのは、「今までは違うやり方でマッチングしてましたよねー、でも、これはA Iでやるんですよ？」ってことを言ってるわけよ。

ジャニーズJr. : はい、はい、はい。

小霜 : ね？でも、そうじゃないじゃん。

ジャニーズJr. : はい。わかりました。

小霜 : うん。マッチングするっていうこと自体が新しくもあるわけじゃない？だから、言葉として、これは、ちょっと間違ってるかなって。うん。

ジャニーズJr. : わかりました。もしあの、最初に僕らの中でダメになった「A Iに丸投げ旅行アプリ」みたいな、だったら成立…、

小霜 : いや、例えばね、あの「で」と「する」を取って、「A I マッチング旅行アプリ」だったら成立し

てると思うよ。

一同：（納得する声）

ジャニーズJr.：あー、分かりました。

小霜：そうでしょ？

ジャニーズJr.：もう少し、読み返してなかったかもしれない。

小霜：うん。「A Iで」の「で」が間違ってるってことなんだよ。

ジャニーズJr.：はい。

一同：あー。（様々な納得感）

小霜：ね？「で」っていうことは、今までは「A Iじゃない手段で」っていうことを言ってるわけじゃない。だから「A Iマッチング旅行アプリ」だったら、正しい。言葉としてね。

ジャニーズJr.：はい。分かりました。

小霜：で、あとね、この、タグライン？下に書いていることが、これも間違っている。だって、「まだ見たことない景色に会いに行こう」って言うんだったら、それマッチングではないよね？

ジャニーズJr.：ふーん。

小霜：要は、その、あなたが気に入る？いや、その、他のみんなの名勝ではなくって、あなたが気に入る場所を教えてくれる？っていうことを言わなきゃいけないわけで、だからそこそこを、やっぱりこれは言い得てないと思うんだよね。「見たこともない景色」を指し示してくれるわけではなくって…、

ジャニーズJr.：興味をそそられる…、

小霜：いや、うん、あの、あなたの趣味嗜好からすると、ここ行くときっと満足するはずだよ？と。自力では見付けられない所をA I だから見付けられるんだよってことを言わなきゃいけないわけで、これはそういうことを言っていないし、そもそもスタンスが間違っていると思う、これ。

ジャニーズJr.：わかりました…。はい。

小霜：はい。で、もう一個言うとね、手だけだったらドラえもんから文句もらわないだろうっていうのは、甘い！

一同：（笑）

小霜：うん。これだけでも、ドラえもんの版元は文句言ってきます！

一同：（笑）（笑）

ジャニーズJr.：わかりました。

小霜：はい。ドラえもんは、まだいいけど、ディズニー系とかでもめたら、大変なことになるんで。はい。安易に「これぐらいだったら」みたいなもんはね、うん、非常に危険なので。

ジャニーズJr.：わかりました。

小霜：はい。プロ的には、厳禁。特にあの、外資系ブランドをちょっと拝借するみたいなことっていうのは、もうほんとに恐ろしいことになりかねないので、うん。例えばさ、「アーアアー！」っていうターザンの叫び声あるじゃない？あれの権利って誰が持ってるか知ってる？

ジャニーズJr.：ディズニー…。

小霜：ん？何でディズニーなの？

タオパイパイ：映画はディズニーじゃなかったでしたっけ。

小霜：んとね、ディズニーではないよね。っていうか元々ターザンって小説じゃない？その小説の中に「ア

「アーアー！」っていうのはないわけよ。

一同：ふーん。

小霜：で、あれを、確かね、20世紀FOXが映画化したんだよね、実写で。その時に「アーアー！」
っていうのを演出で入れたわけ。で、あれは、映画の配給会社、製作会社が、ハリウッドが持って
んのよ。

一同：へえー。

小霜：だからCMで迂闊に「アーアー！」って使うと、とんでもない賠償というか、著作権使用料を請
求されるっていう、そういうことが実際あるんで、迂闊に、あの、何かね、世の中でよく聞くもの？
みたいなものを使ってはならないと。うん。

一同：ふーん。

ジャニーズJr.：はい…。

小霜：テレビはなぜかね、番組とかはいいんだけどね、なぜかね。CMはね、あの、それを利用して商品
を売ってるみたいなことになっちゃうから、気を付けなければならない。

ジャニーズJr.：はい。わかりました…。

小霜：はい。あと、これ（Z案）どう思う？

一同：ん？（見る）

小霜：これまあ、一応、シリーズなんだよな？

ジャニーズJr.：シリーズです、はい。

小霜：「そうだ、京都行こう」っていうのがキャッチで、その下に、「じゃあ、京都のどこに行こう？」
って書いてんだけども。

タオパイパイ : パクリ…にはならない？

小霜 : え??

タオパイパイ : パクリにはならないんですかね? JRの。

小霜 : あー、これはパクリじゃなくて、コラボ。

タオパイパイ : あ、コラボ。ん…?

ジャニーズJr. : 最初、頭の中にイメージしたのは、駅の「そうだ、京都行こう」の隣になんかそういう京都行ったらDeapsを使いましょう、みたいなのを出来たらいいなと思ったんです。

タオパイパイ : ふーん。

ポルコ : ああ! JRとのコラボでやってるっていう前提なんだ。

小霜 : JRじゃなくて、「天下一品(ラーメン)」とのコラボね。

ポルコ : あー、そっちの??

一同 : 「天下一品」とコラボ! (笑) (笑)

いい肉大木 : 「京都」は?

ジャニーズJr. : いや、小霜さん、JRとのコラボです。

小霜 : あ、JRとのコラボなの?!

一同 : (笑)

小霜 : あ、そういうことなんだ。

私がモアイ：でも、一応、Deapsの広告ってなるなら、その「じゃあ、どこ行こう？」はもっと大き
くないといけないんじゃないですかね。

小霜：大きければいい？

私がモアイ：いや、そういうわけでもないんですけど…。

いい肉大木：いや、でも、Deapsに聞くまでもなく京都に行こうって言ってるから、京都に行く…

私がモアイ：確かに。

小霜：いやいや、京都に行ってから使うって話。

いい肉大木：ああ、行ってから。そうか。そうか…。

タオパイパイ：でも京都のどこに行くかが大事…、

私がモアイ：京都に行くってことは目的が既にあるってことなんじゃないのかな？

一同：ああー。

私がモアイ：目的のついでに、的なことなのかなあ。

ポルコ：あと、あの「天下一品」は有名なんで、あんまりDeapsに勧められなくても行くかな（笑）
っていう。

ジャニーズJr.：「総本店」なので。

一同：（笑）

ポルコ：あの、京都の、北白川の「総本店」でしょ？けっこう、京都の観光名所だよな。

坂根もどき：へー。

いい肉大木：へえー。

ジャニーズJr.：そうなんですか。

小霜：えっとね。これはね、明らかにバツだよ。

ジャニーズJr.：はい！

小霜：「天下一品」の広告にしか見えない！まず。

一同：（大笑）

小霜：アプリの広告には絶対に見えない、これ。うん。というのが、（まず）あると。それとね、あの、なんだろう、「天下一品」に行くっていうのは、あの、ラーメン食いに行くわけじゃない。うん。Deaps…うーん、要は、どっちなのかな、その、さっきもね、パフェ食ってるみたいな絵があったけど、これやっぱり食べ物だと思うんだよね。

一同：あー。

小霜：食べ物とのマッチングってことになっちゃう。うん。そういう物ではない。あとね、京都行ってしまうことは、さっきも誰かが言ってたけど、やっぱり何か目的があんのよ。京都行ってからどこ行こうかな、みたいなって、あんまり無いと思うんだよね。うん。

ジャニーズJr.：はい…。

ポルコ：うーん（なるほど）。

小霜：あの一、えっとね、例えば、まあ、これJR東海だよな？ JR東海とコラボして、「そうだ、京都行こう」というのに上手く乗かって、っていう発想は悪くないって俺は思うんだよね。なんかでも、うーん、そこまでは悪くないとしても、その後の「処理」が上手くない…よね。「そうだ、京都行こう。じゃあ、京都のどこに行こう？」って言うんじゃないかと、俺だったら、「そうだ、京都行こう」という言葉自体をいじるんじゃないかなあ？

ジャニーズJr. : はーん…！

小霜 : あの一、J R東海がもしもコラボに乗るとしたら、これやることで京都に行く人がさらに増えるっ
ていう？

ジャニーズJr. : ああ、（J R側の）メリッ的なもの。

小霜 : うん。そういうのが見えた時に（J Rは）乗るわけよね？

ジャニーズJr. : はい。

小霜 : で、もう京都行くの飽きてきた人？京都行くの飽きてきて、他の所に浮気してるというか、そういう人に対して、「いや、あなたの知らない京都が、まだまだいっぱいあるんだよ」っていうことを伝えましょうよ。だから、「そうだ京都、まだまだ行こう」って、「まだまだ」付けましょう、みたいな話でね、で、あの、「あなたが感動する京都が…」いや、例えば、そうだな…、「A Iであなたの感動京都がまだまだ見付かる」みたいなことになってれば、いいと思うんだよね。

ジャニーズJr. : あー。僕も最初、京都が、要は定番スポット、在り溢れてる、行き飽きてる人達になんか、出来ないかなと思ったんです。

小霜 : うん。だったら「天下一品」じゃないよね？って気がするわけね。

ジャニーズJr. : はい。もう少し、シチュエーション探しが、甘かったかもしれない。

小霜 : うん。いやコラボっていう前提に立つんだったら、さらに京都に客を送り込むっていうことになっ
てないと成立しない。だって相手のあることだからね？

ジャニーズJr. : はい。

小霜 : J R東海のメリッも考えないといけない。

ジャニーズJr. : あー。

小霜：うん。これ使う、この広告使うことで、JR東海のメリットにもなるんだってという図式が成立しないと、ダメだと思う。

ジャニーズJr.：わかりました。

小霜：これ（「東北」バージョン）もおんなじで、これはJR東日本とのコラボになるわけだけど、「いくぜ！東北。でも、行ったら何をする？」だとね、その、東北行く人にただ乗っかってるだけじゃない。だったらJR東日本からすると、「何でこんなコラボしないといけないの？」とか、「うちにとってなんのメリットあんの？」ってことになるわけよね。だから、「いくぜ！東北、まだまだ！」とか、「まだまだいくぜ！東北」みたいなことにしておいて、「AIであなたの感動東北が、まだまだ見付かる」みたいな風にやれば、形としては成立してるよね？

ジャニーズJr.：（深く）ハイ。何か、Win-Win的な感じになりそうです。

小霜：そうそう。コラボってWin-Winだから、Win-Winの関係をどう作るかってことが、先ずなきゃいけない。

ジャニーズJr.：はい。はい。はい。

小霜：こっちの勝手ばかりで作ったってダメなので。

ジャニーズJr.：わかりましたああ。ありがとうございます。

小霜：はい。いや、もしかしたらね、そんなたまたま、JR東海とかJR東日本に「いや、今、イチオシのスポットここなんですよ！」みたいなものがあるかもしれないよね？ そしたら、そのスポットのビジュアルをここに持ってきてあげれば、それはコラボになるよね？ はい。

ジャニーズJr.：わかりました。まだ甘かったんですね

小霜：まあ、まあ、まあ、甘かった…ね。うん。

ジャニーズJr.：ありがとうございました。

サッチー：ありがとうございました。

【いい肉大木.&ポルコチーム】

いい肉大木：まず、ちょっといくつかあるんですけど、A案はこの、顔自体がアプリになっていて、その、仲良さげに旅をしているカップル風の二人で「わたしの行きたい所がわたし以上に分かるのね」というコピーを付けました。あの、直接的に使った感覚ってものを書くというアイデアです。

小霜：はい、はい。

2月25日 np 課題「DEAPS」A案

いいポルコ肉



ポルコ：初めは、「わたし」と「わたし」同士が旅を、どこに行っても「わたしの好み」がちゃんと傍に居てくれるっていう意味で、「わたし」と「わたし」で旅してるって感じのビジュアルで最初試したんですけど、

小霜：「私と私で旅してる」??

ポルコ：「わたし」と、同じ格好をしたもう一人の「わたし」みたいな感じにしたんですけど、

小霜：ああ、それはなんか…、

ポルコ：ちょっと、ビジュアルで見ると気持ち悪いっていうか…、

小霜：意味が分かんないねえ。ドッペルゲンガーみたいなことになっちゃって。

いい肉大木：そうなんですよ（笑）。

ポルコ：はい、はい（まさに）。なので、「わたしをいちばん理解してくれている人」が、イコール連れ合いというか、そういう前提でもいいんだらうという、ことでこういう案になりました。

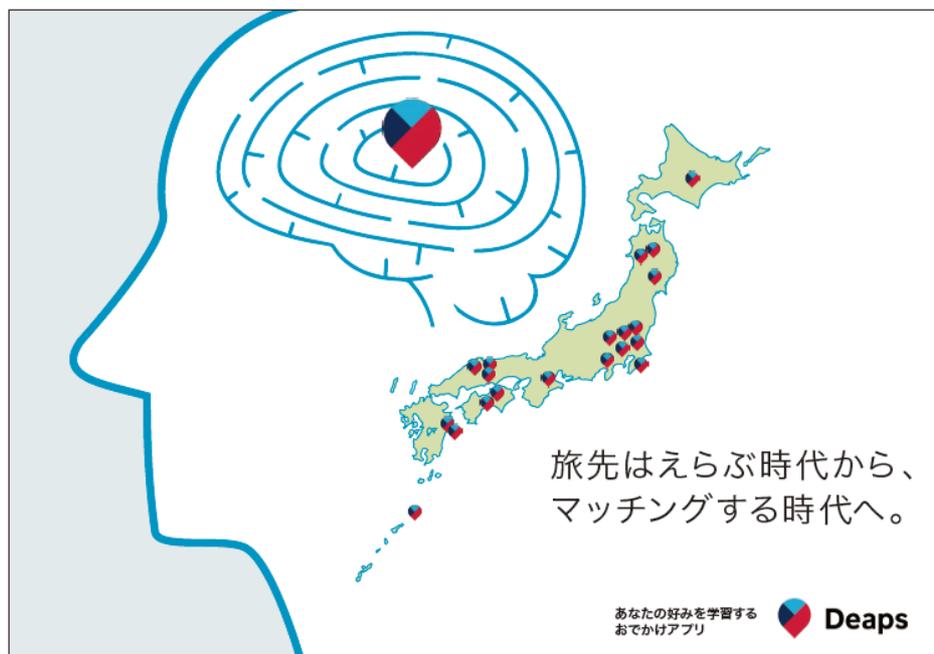
小霜：はい、はい。

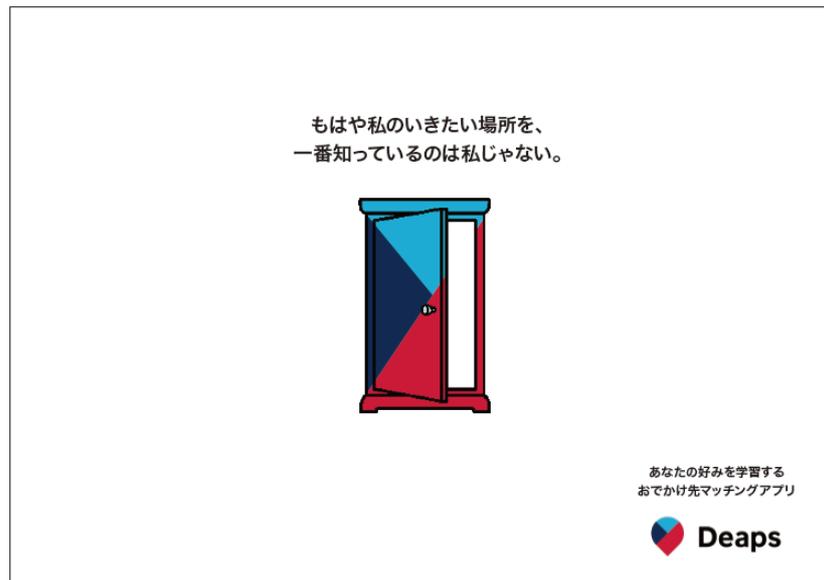
いい肉大木：これが、A案の1つ目です。で、もう一案は、よりAIと、その旅先って部分を直接的なビジュアルにしたもの。で、コピーも「旅先は選ぶ時代からマッチングする時代へ」というコピーにしたものがA案のもう一つです。

小霜：はい、はい。

2月25日 np 課題「DEAPS」A案

いいポルコ肉





いい肉大木 : で、これ（A案その3）は、さっきあの、安易にという話もあったんですけど、このドアのビジュアル自体が、えっとDeapsのカラーになっていて、「もはや私のいきたい場所をいちばん知っているのは私じゃない」って、その、AIの「どこでもドア」みたいなものを描いたもの3案が、これらの3つがA案となります。

小霜 : はい。

いい肉大木 : で、次は、ふたつZ案があって、一つは、こう松尾芭蕉が描いてあって、「奥のほそ道より奥に連れてこられた。芭蕉」という、ちょっとテクノロジーと、昔の人が持っていれば、そういう風に思ったんじゃないかなって所を掛け合わせた感じのものです。



小霜：はい。

いい肉大木：で、もう一つのZ案は『カリオストロの城』の最後のシーンで、「Deapsはとんでもないものを学んでいきました。」「あなたの好みです。」っていう、5つを作成してきました。



小霜：はい。うーん、あのおお（笑）、（できれば）一つずつにして欲しかったなあ（笑）。

一同：（大笑）

いいポルコ肉：すみません。

小霜：えっとー、（A案その1を皆に見せて）これ、どう思う？

一同：（長考…）

小霜：○、△、×で言うと？

一同：（考える…）

坂根もどき：うん。私は直感的に分かりやすいなって思ったので、○かな？って思いました。

小霜：うん。はい。 他には？

一同：（考える…）

いちご園：伝えたいこととビジュアルが、合致しているので、分かりやすく良いかなと思いました。

小霜：なるほど、はい。 他には？

サッチー：「行きたいところ」だと「既に行きたいと思ってる」ってことになるんじゃないかしら？…「喜ぶところ」の方がいいのかも。

小霜：ああ、そういう意味ね。うん、はい。

サッチー：でも「わたし以上に分かるのね」は良いと思います。

小霜：はい。 他には？ …えっとね、僕的には「△」。その理由は何かって言うと、いや、キャッチコピーは、けっこう言い得ていると思うんだよね。うん。このサービスの良さ、このサービスの喜びみたいなものを言い得ている気がするわけ。ただね、あの、広告業界でよく言われる単語として「既視感」っていうのがあるんだよね。

ポルコ：うん…！（たしかに…）

小霜：どっかで見た感じ。で、あの、人のアタマがスマホになってる画っていうのは、けっこう既視感がある。わりと。

ポルコ：うん。嗚呼…。

いい肉大木：うーん。

小霜：わりとよくある表現なんだよね。うん。で、さっきの「新常識」と同じで、既視感のある表現って、古く感じるのよ。だからこれ、キャッチはちゃんと新しいことを言ってるのに、ビジュアルが古くさーい、ありきたりのサービスに感じさせてしまっている…。そこがもったいない。なので僕的には「△」かなと。そこをもうちょっと斬新に見えるように工夫してくれたら「○」だったなっていう。あともう1個気になるのはね、タグラインで「あなたのお出かけを『最適化』する」って書いてあるんだけど、「最適化」っていう言葉が相応しいかどうか。いや、あのね、「最適化」って色んな意味があって、例えば今話題になっている、「M a a S」ってあるでしょ？「Mobillity as a Service」ね。で、あれって、その、バスやら色んな交通機関乗り継いでっていう話でさ、無駄なくみたいな話で言えば、あれも「最適化」じゃない。あるいは、その、お金？旅に掛かる交通費、宿泊費みたいなものを「最適化」して、安くあげられるよ、みたいな意味もあるじゃない？あなたにとって、その、嬉しい場所を見つけてあげるって時に「最適化」っていう言葉はちょっと相応しいとは思えない。もっと良い言葉があったんじゃないかなあって思う。

いい肉大木：うん。

ポルコ：うむ。

小霜：あと、これ（A案その2）どうだろう。（皆に見せて）意見を。

一同：（よく見る…）

坂根もどき：台風？台風なんですか？？

一同：（笑）

小霜：いや、（これは）人の脳、脳。脳みそ。人の脳。

一同：（笑）

いい肉大木：なるほど。台風に見えちゃったんだ（苦笑）。

坂根もどき：台風にしか見えなくなっちゃった（笑）。

ジャニーズJr.：なんかちょっと、パッと見たら矛盾な感じがします。

小霜：矛盾。

ジャニーズJr.：なんか、結局、自分の脳頼るか？アプリ頼るか？ってなんか、アプリが脳の中にあるみたいな、そういう違和感がちょっと。

小霜：あー。

タオパイパイ：うーん。コピーは分かりやすいかな？って思ったんですけど、「マッチング」っていうところが、表現からはちょっと伝わりづらいんじゃないかなって思いました。

小霜：うん。

サッチー：マッチングするってユーザーが使うのは微妙な気がする。選ぶのは、旅先を選ぶのはユーザーだけど、「マッチングする」だと、「AIがマッチングさせる」？（みたいな）感じ？話者が変わってるのか、使っているのか、私は少し迷います。

小霜：ああ、主語が違うんじゃないか？ってことね。旅先を選ぶのはユーザーだけど…、

サッチー：マッチングしてるのはAI。

小霜：なるほど。

サッチー：もちろん使う時にマッチングするっていう言い方もするけど、気持ち悪いから、私は使わない、そこはっていう感じがします。

いい肉大木：うん、うん。

小霜：えっと、キャッチはね、俺良いと思うのよ。分かる。で、さっき、「行きたい（場所）」よりも「喜ぶ（場所）」の方がいいみたいなことを（サッチーが）言ったでしょ？ で、それはね、あの、考え過ぎ。

サッチー：そうですね…。

小霜：それは、言ってることは正しいのよ。で、これも「主語が違う」っていうのは、その通りなんだよね。でも、あの、やっぱりね、「感覚的」に「分かる／分からない」の方が大事なんだよね。

一同：ああー。ふーん。（なるほどお）

小霜：で、さっきのこれ（A案その1）で言うと、「わたしの喜ぶ所が」って言った瞬間に、もう「旅感」が消えちゃうよね？「行きたい」って言葉あるからこそ、（このビジュアルが）「旅に来てるんだ」って分かるわけで。

サッチー：あー、そっか。

小霜：そうでしょ？

サッチー：はい。そうですね。

小霜：で、あのー、これ（A案その2）も、「マッチング『させる』時代へ」って言うと、なんかこう「強制感」みたいなものがあって、嫌な感じが漂ってくるよね？

サッチー：はい。

小霜：うん。だから、厳密に文法として間違ってたとしても、やっぱりね、（広告での言葉は）「感覚」を

優先した方がいいと思う。

一同：うーん。（なるほどお）

小霜：これで分かるから。で、「感覚的」に「分かる／分かんない」っていうのがやっぱり大事なんで、そっちを優先した方が、僕は良いと思う。

サッチー：はい。

小霜：そういう意味において、ま、このキャッチは、これで良いんじゃないかな？って思うのね。でも、画が良く分かんない。これ、マッチングの意味になってないよね？

いい肉大木：うーん。

ポルコ：（考え込む）フーツ。

小霜：いや、やっぱりその、日本列島に、なんかこれ（Deapsのマーク）がいっぱいあるわけだけども、その意味が分かんないよね。

いい肉大木：うーん。

小霜：うん。マッチングって、ね。自分と何かのベストマッチってものを提案してくれるってことでしょ？

いい肉大木：はい。

小霜：それが、なんか、このビジュアルで、逆に分かんなくさせちゃってると思う。

いい肉大木：（苦笑…）はい。

ポルコ：うーん…。

小霜：それと、もう一個ね、あの、気になるのはこのタグラインで、「あなたの好みを学習する」って書いてただけども、（確かに）学習して行くんだけど、でもこれだけだとさ、その、いちばん最初行

った時は、全く学習しない…、

いい肉大木：うん。

小霜：うん。その、ま、学習しないというか、何にも、そのリコメンドが無い…。使ってるうちに、段々その、使えるようになっていく（商品です）よっていう風感じられちゃうと思うんだよね？

いい肉大木：うん…。

小霜：まあ、このアプリ使ってどっか自分の好きな所行ってみてよ、そしたら段々使っているうちに、あなたの好きな所が分かってくるからさあ、みたいなの？そういう風感じられちゃうと思うんだよね。やっぱり（それとは）違うから。で、確かに学習もするんだけど、学習するのって、このサービスの全部ではなくて一部じゃない？だから一部のことを全部であるかのように誤解させちゃうかな？っていう気がする。

いい肉大木：うん、うん。

ポルコ：はい。

小霜：（A案その3を皆に見せて）これどうだろうか？

ジャニーズJr.：どこでもドアではない感じがしますね。

小霜：ああ。はいはいはいはい。モチーフとしてコンセプトが違うってことね。

ジャニーズJr.：交通、その交通、なんだろう、電車みたいな感じのものだと。

小霜：そうだよな。うん。 他には？

一同：（考える）

小霜：いや、もう、ほんとに（苦笑）みんな、ドラえもん好きなのね（笑）。

一同：（笑）

小霜：まあ、でも、今、彼（ジャニーズJr.）が言った通りで、あの、「どこでもドア」って「輸送機関」なんだよな。

一同：あー。

小霜：で、これもね、キャッチコピーは、あの、良いと思うのよ。うん。ちゃんと言えてると思うのね。

いい肉大木：うん。

小霜：ただじゃあ、そこに付けるビジュアルはそれか？って言ったら、それは間違ってると思うんだよね？

ポルコ：うーむ。

いい肉大木：うーん…。

小霜：いや、あの、夢の輸送機関で言うと、「魔法の絨毯」とか、あるわけじゃない。そういう物と、まあ横並びだよ、「どこでもドア」ってね？じゃあ「魔法の絨毯」が（どこでもドアの代わりに）ここに在ればいいのか？って言ったらそれも違うって思うし。

いい肉大木：うん。

小霜：えっとね、このA案3つに関しては、あの、キャッチコピーはどれも良く出来てると思うのね。ちゃんと言い得てると思う。ただ、タグラインが、ちょっと…、言い得てなかったり、違っていたり。あと、ビジュアルが…、ちょっと考え過ぎかな？って気がするね。

いい肉大木：うーん。

ポルコ：なるほど…。

小霜：もっと…、ほんとに、この、アプリの画面をね、バーンと出すだけでもいいかもしれない。なんかあの、妙に頑張ってる、わけ分かんなくするよりは、うーん、っていう気がするけどね、なんか。

いい肉大木：ふふふふ（苦笑）。

小霜：というか、その、ま、どのコピーも、ある種「センセーショナル」じゃない。その、もう今までの旅の選び方が、もはや変わるんだよ、みたいなことを言ってるわけでしょ。うん。で、言葉がセンセーショナルだったなら、ビジュアルがね、俺も俺もって主張する必要性ってあんまない…。

ポルコ：なるほど！

いい肉大木：うん。なるほど。

小霜：なんかその、凄い上手いカラオケ歌ってる横で、妙にハモりたがるヤツみたいに、

一同：（笑）

小霜：いや、ハモるんなら見事にハモってくれよ、みたいな、なんかそんな感じは湧くけどね。

いい肉大木：うん、うん。なるほど。

ポルコ：なるほど…。

小霜：うん。なんか、あの、変に頑張っちゃった、みたいな印象あるかな。

いい肉大木：はい。

ポルコ：はい。

小霜：まあ、あと、このZ案（Z案その1）については…、まあ、一言「よく分かんない」なあ。そうね、「あなたを深く知る、旅アプリ」っていうのは、なんか感じるものがあるっていうかね、うん。「あなたのことを知ってるから、凄く良い提案が出来るんだ」みたいなのは感じるのよ。「Deep s」って言葉にも繋がっていくからね。ただね、「あなたを深く知る」って所を起点にして考えた時に、「芭蕉」かな？？っていう…。「芭蕉」出さなきゃダメなの？って感じがする…ね。

小霜：あとこれ（Z案その2を皆に見せて）、どう思う？「Deapsは、とんでもないものを学んで行きました。あなたの好みです」。

一同：（考える…）

パレス岩谷：さっきと一緒に「学んだ」じゃない方がいいってことなんじゃないですか？

小霜：あー。何だったらいい？

パレス岩谷：「あげました。」

小霜：え????

パレス岩谷：「あげました。」

小霜：「とんでもないものをあげました」??（笑）。

一同：（笑）

パレス岩谷：「プレゼントしました。」

小霜：「プレゼントしました」（笑）。

一同：（笑）（笑）

パレス岩谷：逆だから、むしろ良いかなって。

小霜：ああ、「盗む」の逆だから?なるほど。 他には?

赤坂の女王：パロディーとしては面白いのかなって思うんですけど、その「好み」を学ぶのが「とんでもないもの」なのか?っていうのが、ちょっとピンと来なかった。

小霜：あーはいはいはい。

赤坂の女王：だからその旅先…、A Iの旅ってというのは新しいと思うんですけど、「好みを学ぶ」っていうのは、そんなに新しいことではないのかなっていう。

小霜：うん、まあ、そうだよな。そういう意味で言うと、ね、まあ、Googleもフェイスブックもみんな、好みを学んでいるわけだからね。

ジャニーZ Jr.：でもなんか、Googleやフェイスブックは、敢えてそれを公に言ってない…じゃないですか。あなたの好み学んできたよって、なんか、（それを広告の情報として）前に出すだと、ちょっとこれ僕の個人的考えかもしれないけど、怖さ感じる…。

小霜：はい。はいはいはいはい。まあね。ま、根本の話だよな、割とね。 他には？

小霜：えっとね。僕は…、まあまあ、今、皆が言ってくれたことはその通りなんだけど、俺単純にね、これパッと見て、パロディとして面白くないなと思った。で、これ、「2つ」変えてるのよ。「盗んでいきました」を「学んで」に変えてるでしょ？「あなたの心です」っていうのを「好み」に変えてるでしょ？で、あの、これってさ、まあ、ルパンは泥棒だから盗む稼業なわけじゃない。で、今回はあなたの心も盗んじやったんだよっていうところが名シーンになってるわけだよな。それを「ルパン」は「De a p s」に変え、「盗んで」を「学んで」に変え、「心」を「好み」に変えたら、なんか、メタメタっていうか…、

ポルコ：うーん…。

小霜：いや、パロディーやるんだったら、「一個」変えるっていうね。この「一個」変えたら、ガラッと意味変わるよね、とかさ、そういう風にしないとダメで、これは「もとの良さ」が無くなっちゃってるんだよね、全部。これやっぱねえ…、「盗む」っていうのは、たぶん変えちゃいけないんだと思うんだよな、うーん、きっと。変えたとしたら、まあ、「心」なんだけど、それを「好み」に変えたら面白いかな？っていったら、あんま面白くないよね、と。俺だったら「De a p sはとんでもないものを盗んでいきました。」「あなたの」…、うーん、分かんないけど、「あなたの、旅に出ると必ず小便小僧を探す秘密です」とか、分かんないけどさ（笑）

一同：（笑）（笑）（笑）

小霜：なんか、ね、そこまでやると（笑）、笑えるというかさ。版元が許すとは、ちょっと思えないけど。

ポルコ：うーん（納得感）。

小霜：まあ、ジブリがそれを許してくれるとはとっても思えないんだけどさ。でもやるとしたら、それだけやらないと、うーん、「盗んでいきました」「心です」みたいなところで、みんなキュン！と来るわけじゃない。「とんでもないものを盗んでいきました」までは、ルパンとしてはいつもの「稼業」をしているわけでしょ、で、「心です」っていうところにキュン！と来るわけだからさ、この「キュン！ポイント」を変えてしまう、みたいな話だと思うのね。それを、どう変えるか…。「好み」じゃ、もの足りないな。ここまでやっちゃえ、みたいな話じゃないかなあ、って。で、「そんなことまでこのAIは学習するのか」という「サプライズ」に繋がると、「良し」ということ、成立してるっていう話じゃないかな？って思う。

ポルコ：「パロディ」って、難しいんですねえ…（しみじみ）。

小霜：パロディは、難しいですよ、なかなか。安易に出来ちゃうからね。安易に出来ちゃうんで、あの、うん、上手いこと言ったっていう、見事！ってなんないと、得点にならないんだよね、パロディーって。うん。ちょっとこのセリフとこのセリフを変えたらいいでしょっていうことにはならないと。はい。

ポルコ：前の授業で、その、USPの中にある「潜在」という部分が今回のAIの部分とくっ付いている言葉だっていう印象を持っていたんですけど、

小霜：潜在？

ポルコ：「潜在する」。USPのところに、「潜在するユーザー自身の好みや個性・興味をAIが分析」って。たぶんその、「行った先の旅先が、あー、よかった」とか「勤めてくれてありがとう」みたいなことは、たぶん（広告表現として）思い付くんだけど、その、アプリの持っているUSPとして、もの凄い深い所にある物を勝手に読み取られているっていうことが特徴的なんじゃないか？っていう感覚から、その、「自分の心が盗まれている」みたいなことなんだろうっていうことに思いが行き、それでこのパロディーを、って考えたわけなので、まさに仰るように「盗む」を残していた方が、多分良かったっていう…、

小霜：良くって、良かったし、あと、そこまでその、自分のこの奥に秘めたものまで盗んでいくのかよ、
って言うんだったら「好みですう」では、分かんない。

いいポルコ肉：うーん。

小霜：うん。「あなたの、旅に行く度に、各地の小便小僧を探して回る秘密です」ぐらいまで言えば、「そ
こまで分かるのか！」みたいな話になるけど、

いいポルコ肉：うん、うん。

小霜：あ、それを言う為に、テーマフレーズとしての「とんでもないものを盗んでいきました」っていう
のを使ったんだな、ってことになって初めて成立すると。

ポルコ：（深々と）わかりました。

【坂根もどき&酒乱もやしチーム】

小霜：じゃあ、これが最後（のペア）かな？

酒乱もやし：まずA案です。お話にあったように、A案は、皆と同じように登場広告で行ってます。えー、
周りはアプリの、そのレコメンドのとこを取ってきました。これはまあ、凄いシンプルにや
りました。

小霜：はい。

坂根もどき：えっと、Z案は、その、景色を使わずに「旅感」を表したいなっていう風に思って、キャリ
ーケースを引いているシンデレラ。で、「あなたの好みにシンデレラフィット」っていうコピー
です。「シンデレラ・フィット」っていうのが、あの、なんか「予想外の物がぴったりはまるこ
と」を「シンデレラ・フィット」っていう風に言うらしくて、一応この言葉を知らない人でも、
その「シンデレラ」と「ガラスの靴がぴったり合う」っていうことは認識してもらえるんじやな
いかな？っていうので、このコピーを…、

小霜：「シンデレラ・フィット」っていう言葉は存在するの？

坂根もどき：存在はします。で、一応その、一部？SNSとかで、使われてる言葉で、めちゃめちゃメジャーなわけじゃないので、「シンデレラ・フィット」が何を表すのかっていうところを、そのガラスの靴を目立たせることで、この靴とシンデレラがぴったり合うように、Deapsの勤めるものが（あなたに合う）、っていうような形です。

小霜：はい。（A案を皆に見せて）これ、どう思う？



サッチー：旅アプリなんだな、っていうのは分かりやすいです。

小霜：他には？

一同：（よく見る）

ジャニーズJr.：なんか、AIより、なんかガイドブック感が、ちょっと感じました。

小霜：ガイドブック感ね。

ジャニーズJr.：なんかしっかり、AIって、お出かけアプリって読まない、なんか分からない。

サッチー：その人の好みにぴったり一致するところを挙げてくれるんだよっていうのが、パッと見て感覚で来ないかもしれない。

小霜：うん。あのね、「Deapsと旅に出よう」てのは、まあ、悪くはない…かもしれない。「かもしれない」っていうのは、「その理由が分かったら」っていう話だね。「Deapsと旅に出よう」→それはなぜ？と。それは、あなたの知らない？あなたにぴったりの旅先をAIが提案してくれるからですっていう話じゃない？そこまで分からないと、スッカスカなんだよね。ただ「旅に出よう」って言うてるだけ。「何で？」みたいな。で、終わっちゃう？で、今、残念ながらスッカスカになっていると思う。そこまで（これでは）分からない。

坂根もどき：うん…。

小霜：で、これで頑張るべき所ってそこだったわけよ。「Deapsと旅に出よう」をドーンと投げ出すと。でもそんだけじゃあ、ただのガイドブックになっちゃうよなと。「なぜならば、こうだから」っていうところを、どうしっかり伝えるかっていう努力をしなければならなかったのに、そこを怠ってしまった。

坂根もどき：うーん…。

酒乱もやし：（無言…）

小霜：で、結果的にスッカスカになってしまったっていう話。はい。

酒乱もやし：はい。

小霜：（Z案を皆に見せて）これどう思う？

あなたの好みに

シンデレラフィット！

AIがあなたのスマホを解析して
ぴったりの旅先をご紹介します



一同：（よく見る）

サッチー：これ、何で「あなた」はカタカナにしたんでしょう？

坂根もどき：（笑）…、えっと、これは、そうですね、一応、あなたっていう、「あなたに」っていうのを表す為に、そのひらがなとカタカタと区別するような意味で、「カタカナ」にしています。

サッチー：強調…？

坂根もどき：あ、はい。

ジャニーズJr. あの僕個人だけの疑問かもしれないんですけど、「ガラスの靴」って二つあるんじゃないっけ？

坂根もどき：あ、両足でした。

一同：（笑）（ザワザワ）

坂根もどき：で、片足が脱げて…（笑）、もう一回童話を読み直して頂いて。

ジャニーズJr. そっか（笑）。

私がモアイ：なんか「シンデレラ・フィット」って言葉は確かにキャッチーだなと思ったんですけど、同時に「何それ？」って感じで、理解が出来ないなって私は個人的に思いました。

いい肉大木：なんか「好みに」っていう所に、その、「旅先」的なものが入ってないから、その、ほんとに靴がフィットしているのかもしれないし…っていう所が、ちょっと拭えない。

坂根もどき：なるほど。

タオパイパイ：パッと見て旅行関係の広告なんだっていうことが、ちょっと分かりづらくなっていう。

坂根もどき：うーん。

ジャニーズJr. こんな格好で旅行行かないんじゃないですか？

一同：（笑）

タオパイパイ：靴も旅行には向かないかも。

小霜：あの、これね、目的を見失っちゃってるのよ。いや、「シンデレラ・フィット」っていう言葉を、どう残すかみたいなことになっちゃってるんだよね。「手段」と「目的」が逆になってるっていうかさ。いや、「あなたにピッタリ」っていうことを言う為の手段として、「シンデレラ・フィット」っていう言葉を持ち出したはずが、「シンデレラ」しか残っていない。

坂根もどき：（苦笑）確かにそうですね。うん。

小霜：「シンデレラ・フィットって言葉、新しいでしょ？」みたいな？ なんか、そこを一生懸命に言うっていう風に、どっかでなっちゃったんだよね。

坂根もどき：なるほど…。

酒乱もやし：（無言…）

小霜：だから結果的に、わけが分からない。だから「シンデレラ・フィット」…、うーん…「シンデレラ・フィット」って言葉を使うんだったら、どう上手く使うか、みたいなことの考えが、ちょっと足んかったんじゃないかな？って。ていうか「ちょっと」というより「かなり」足んかったんじゃないかな？って、思うけどね。 こういう「シンデレラ・フィット」みたいな新しい言葉を使う時ってというのは、気を付けなきゃいけないことがあって、肝心の「商品が残らない」ってことなんだよね。

坂根もどき：うーん。

一同：ふーん…（なるほど）。

坂根もどき：その新しい言葉のインパクトが残って、商品が（残らない）ってことですか？

小霜：そうそうそうそう。商品の印象が大きくなっちゃう。新商品なわけだから、「Deaps」ってネーミングを残したいじゃない。でも、そこはもう忘れちゃってる。

坂根もどき：うーん。

酒乱もやし：そっかあ…。

小霜：いや、僕がね、今契約している「やる気スイッチグループ」っていうのがあるんだけどね、

ジャニーズJr. ああ！

小霜：そもそもあそこは、ま、あの、いくつかグループの中に教室あんだけどさ、その中の一つに「スクールIE」っていうのがあってね。で、「スクールIE」の広告に「やる気スイッチ」って使ったら、それが残っちゃったんで、「やる気スイッチホールディングス」みたいな名前になったっていう経緯があるんだけど。あのね、「スクールIE」っていう風に覚えてないわけよね？

坂根もどき：あー、「やる気スイッチ」の会社に…、

小霜：そう。「やる気スイッチの塾」みたいに皆覚えているわけだから、もう、今年のCMとかは、「スクールIE」って覚えなくてもいいって思ったわけよ。「スクールIE」は、もうちっちゃくてい

い、と。「やる気スイッチ」だけ覚えてくれりゃあ、勝手に「やる気スイッチ」で検索してくれるだろう、みたいな？もうそういう風に割り切っちゃったわけ。だからね、「シンデレラ・フィット」みたいな言葉を使うんだったら、そこはもう、覚悟しなければいけない。

坂根もどき：なるほど。

小霜：ああ、なんか「シンデレラ・フィット」の会社ね、サービスね、みたいな風になっていくと。もうそれでもいいと。「D e a p s」っていう風な名前が、出て来なくてもいいっていう覚悟を決めないと、ダメなんだよね。うん。

坂根もどき：うーん、なるほど…。

小霜：で、その覚悟は、（この言葉では）ちょっと出来ないなって感じかな。うん。

坂根もどき：ありがとうございます。

酒乱もやし：（無言）

小霜：はい。

小霜：えーと、今日のところ何か質問ある？

いい肉大木：えっと、「進め方」でけっこう迷って、今回は、前々回に小霜クラスでやった、タグライン1つとコピー10案っていうのを出し合ってからビジュアルに落とし込むっていう作業をしたんですけど、まあ、コピーはちょっとはブラッシュアップというか（質的にも）上がったかなって思うんですけど、ビジュアルまでうまく追い付かなかったりして、その、進め方的に本来どういう風にした方が良かったのかなって。小霜さんだったらこの「D e a p s」をどういう風にスケジュールを組むかっていうか…。

小霜：あー、えっと、その進め方で何ら問題ない。うん。その、コピー先にありきで、ビジュアルどうするかっていう？順番でいいと思う。うん。ただ問題は、このコピーありきで、どんなビジュアルを持ってきた方がいいかっていう所が、なんか歪んじちゃったって思うんだよね。だから「段取り」の問題じゃないと思うのね。

いい肉大木：なるほど…。なるほど。

小霜：他には？

ポルコ：（いい肉と）二人で話してる時に、その、「商品の説明」じゃなくて「ユーザーの価値観」だったよね、ってところを何回も確認して回ったんですけど、その時に、この「Deaps」を使っている時にユーザーがその、価値観を感じるいちばんの「ピーク点」って、その「どの段階」？「どのタイミング」なんだろう？っていうことを考える機会があったと。

小霜：はいはい。うん。

ポルコ：で、それは「プランが出てきた時」か、「出されたプランの場所に行ってみたら、あ！って凄く良かったって風思った時」か、旅全体が終わって凄く充実したんで、まあ、「ありがとう」なのか、「もう一回使ってみよう」なのか、あの、そういう「タイミング（＝ピーク点）」が、まあ、大きく分けると3つくらいあるよね、と。

小霜：はいはい。

ポルコ：で、その「どこ」かっていうのを、決め込んだ方がいいんじゃないか？って風な議論をしたタイミングがあったんですけど、結果的には、あの、それは、多分どこを取り上げるかは、どこでも大丈夫なんじゃないか、っていう形に一応落ち着いて、その色々が（複数の）案に実はなってるんですけど、この辺の考え方については、どういう（ものが）正解なのかっていう。

小霜：はい。えっと、それは凄く良い視点で、

ポルコ：はい。

小霜：ユーザーの喜びのピークはいったいどこにあるんだろうか。っていうことを考えるのは、凄く大事なこと、で、それを探す為に、複数コピーを書いてみる。

ポルコ：あー、やっぱり…。

いい肉大木：なるほど。

小霜：うん。で、コピーを色々書くってということは、その、とにかくこの「Deaps」のキャッチコピーを、書き散らす。色々ね。そん中で、これがいちばん感じるよなっていうのが、そのポイント、どのポイントがいいか？ってこと、だと思うのね？

ポルコ：はい。

いい肉大木：うん、うん。

ポルコ：その「ピーク点」を迎えた時にユーザーが何て言うだろう？その状態を何か言葉に変えたり、ヒントにすると、それがコピーになるんじゃないか？っていう話をしてたんですけど。

小霜：あの、クリエイティブっていうのは、その、行ったり来たりだっという話をしたと思うんだけども。「揺れ」であると。あんまり決め込んで、このポイントで書こうみたいなことじゃなくて、ここのポイントで書いてみる、ここのポイントで書いてみるみたいなね、そういうことをやっていくって作業なんで、ここのポイントか？ここのポイントか？っていう風に色んなポイントで書いてみると、こんだけ出来たよねと。じゃあ、こん中で、いちばん気持ちが揺れるのって、ワクワクするのってどれよ？と。これじゃねーの？って言ったら、それって、このポイントで書いたコピーだよ、って。そしたらやっぱりこのポイントが、いちばんユーザーに刺さる、うん、いちばんその、「喜びポイント」なんじゃないの？っていう話…、だと思うんですね。

ポルコ：なるほど。じゃあ（我々の）アプローチは、まあまあ、

いい肉大木：まあまあ悪くはない、と。あとはビジュアルの考え方が…。

小霜：だから「やり方」は間違っていてなくて、コピーは、少なくともA案で言えば、どれも合っていると、思う。ビジュアルが、ちょっとついてこなかったね。だから、いや、あの、「余計なことをした」って感じだと思う。うん。

いい肉大木：うん…。

ポルコ：あともう一つの「価値観」の考え方っていうところで、こういう新しい物が出てきたって時は特に、

「もしこれが無かったら？どうなってたろう？」みたいなことを考える方法が一つあるんじゃないかと思って、その辺りで、その「もしあの時これがあれば、こんだけ上手くいったのに」とか、あの、そこまで遡らなくても、「こういう時にこれがあれば、確かに救われるでしょ？それが新しい新しく登場したんですよ！」っていう見せ方をする、そういう考え方を（当該商品の）「価値観（の表し方）」と捉えて考えて行くとヒントになるんじゃないか？っていうことを、論じ合った時があったと。

小霜：はい。

ポルコ：で、それが行っちゃい過ぎてというか、その、時を遡り過ぎて、「歴史の中に居た『旅人』って誰だったっけ？」みたいなことから、松尾芭蕉だ、マルコ・ポーロだなんて言いながら色々出てきたんですけど、その、入口のところ？「もしもこれがなかったら」というのを考えるのをヒントにするみたいな、そのアプローチはどうでしょうか？

小霜：それも、ある。

ポルコ：これも、ある。

小霜：それも全然否定できない。うん。だからそれも「揺れ」の中の一つであって、それも書いてみる。

いい肉大木：うん、うん。

ポルコ：なるほど。

小霜：で、書いてみて、そのコピーがピンと来なかったら、「そのポイントが間違っていた」のかもしれないし、「そのポイントを上手く表現する力が無かった」ということかもしれない。でも、少なくとも、上手くいっていないわけだから、このポイントは棄てるっていう話。で、「なんかこれ、良い、感じるコピーになったね」と話になったら、「あり」という、そんだけの話で…、

ポルコ：なるほど。

小霜：だからその、あんまり「このポイントがいいんじゃないか？」って決め込むと、コピーを書く枠を狭めるだけなんで、「書いてみる」という話。

いい肉大木：あー。

ポルコ：うーん。（納得）

小霜：「とにかく書いてみる」。

ポルコ：わかりましたあ（深々）。

小霜：だから、「ストラテジー」の次のステップとしての「表現」は、もう、「書いてみる」「手を動かしてみる」。で、結果オーライの世界、なわけで。やってみて、いいかどうか。やってみて、なんかこれ上手くいったなって思ったら、それが正解だっていう話で、もう、とにかくやってみろよ、と。「色々書いてみるよ」という話でしかなくて。

ポルコ：ありがとうございます。

一同：（納得ムード）

小霜：えっと、僕のクラスって、あと残り2回だったっけ。

ジャニーズJr.：はい。

小霜：じゃあ、これとおんなじことを、もう一回やってみよう。

小霜：じゃあ、今日は、以上で。

一同：ありがとうございました。

以上