

第 13 期 第 34 回 np.広告学校 講義録

小霜クラス 16 回目

「今年 1 年を通して小霜さんに質問したいこと」

(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。)

※明朝体部分は黄背景部分に関し生徒達が講義後、講義録を完成するまでに議論したやりとりです。

◆日時

2020 年 3 月 29 日 (月) 19 時～21 時

◆出席者

宇宙人、ヒゲのび太、テンパリ君、ボンボン、定規、語尾ハート、エセビ、反抗期、スカシスト、工サ待ち bot
生徒 10 (女性 5 名、男性 5 名) +小霜・坂根

スカシスト : 本日もよろしくお願ひ致します。えっと、ボンボンさんが 20 時ごろから参加ということなので、それ以外の 9 名は揃っております。画面の共有は、本日は私が行いますので、質問にお答えいただければなと思います。よろしくお願ひいたします。それでは画面の共有に移ります。見えていますでしょうか？

小霜 : はい。

スカシスト : それでは名簿順に並べましたので、その順番で発表してまいりたいと思います。宇宙人さん、お願ひします。

宇宙人

クリエイターは不幸な方が面白いものが作れるって本当ですか？

～質問意図～

以前、会社の上司から「クリエイターは不幸な方が面白いものを作る」と言われたことがあります。確かにあんまり私生活が安定してないけど面白いものを作る作家は多いです、私自身、幸せな時より不幸な時の方がヤケクソで面白くなっているような気がします。

一方で不幸な時は自己管理ができなかつたり社会生活に困ることも多く、安定した振る舞いのできないのはクリエイター以前に社会人失格だな…とも思います。

実際、不幸な人って面白いと小霜さんは思いますか？

宇宙人：質問なんですけれども、クリエイターは不幸な方が面白いものが作れるって本当でしょうか？というの
も、以前会社の上司から「クリエイターは不幸な方が面白いものを作る」と言われたことがあって、
まあ確かに、私生活が安定していないけれども面白いものを作る作家さんとか、漫画家さんとかかなり
多いです、クリエイター自身もかなり変な人が多くて、私自身も幸せな時よりも不幸な時の方が何ク
ソになってできることもあり。でも一方で、不幸な時はよく人に迷惑をかけがちなので、それはクリエイ
ター以前に社会人としてちょっとな、と思うこともあり。実際に小霜さんがいろんな方にお会いして
きた中で、不幸な人って面白かったり、クリエイターは不幸な方が面白いものを作れるということはあ
りましたでしょうか？

小霜：幸・不幸は関係ないと思うよ。

宇宙人：関係ない…。

小霜：うん。そうじゃなくって、経験の幅じゃない？

宇宙人：経験の幅…。

小霜：例えば、まあ酒、アルコール依存の人間はさ、酒というものを知っているわけじゃない？酒飲めないよっ
て人と比べればさ。嗜むぐらいにビール1杯しか飲まないよって人よりかはさ、依存くらいまでいくくら
いの奴の方が経験はしているよね。男女関係で言えば、ドロドロの不倫とかをやる奴の方が、知っている
よね。そういう奴の方がやっぱり他の人よりも深いところまで考えていたり、人の気持ちがわかったり、
探ったりできると思うので。ただ、そういうエクストリームな体験している人は不幸に見えるがちとい
うことなんだろうと思うけれどもね。

宇宙人 なるほど！と思いました。エクストリームな体験をしている人たちも多分本人は不幸だと思ってないですね。
外から見ると不幸には見えませんが…

宇宙人：なるほど、ありがとうございます。確かにやっぱりいろんな経験しているかが面白いものを作るか、
本人の体感で。不幸というか、不幸に見える人は多くなるかもしれませんね。ちなみに現代だと、昔は
不倫は芸の肥やしみたいな、これは役者さんですけども、だんだんそうも言っていられないというか、

怒られるようになってきたなあと最近の風潮から感じてきていて、それに関しては、言うなよ！って感じでしょうか？

小霜：言うなよ、というのは？

宇宙人：外にバラすなよ、やってもいいけど外にバラすなよということなんですかね？

小霜：やってもいいとは言わないけれども、倫理の話だよな。

宇宙人：まあそうですよね、怒られちゃいますもんね。普通に社会から。

小霜：その話でいうと、今の若い人はかわいそうだなって思う。あれもやっちゃダメ、これもやっちゃダメっていうね。

宇宙人：バレないようにやればいいんですかね？

小霜：いやいや、そうは思わないけれども。だから今俺が言ったのは、やっつけていい、やっつけてはいけないじゃなくて、単にクリエイターの幅としてね、やっぱり経験は広い方がいいよね。俺は麻薬はやったことはないけれども、麻薬をやったことがある奴の方が幅はあるなとは思う。刑務所に入ったことないけれども、刑務所に入ったことある人の方が幅はあると思うし。でもそれは犯罪をしろって言っている訳ではないということだ。

宇宙人 色々と、思いもつかないような経験を広げていかないとなと思いました。麻薬はやらなくても。

宇宙人：例えば、私は刑務所に入ることはないだろうし、麻薬もやることはないと思うのですが、その場合はそういう人が書いた本を読むとか、知識経験はなくてもそういうことで広げていくことになるのでしょうか？

小霜：あ、なんかね、俺そういう質問嫌いなのよ。安易だよな。そんな話じゃないよね、これは。いや、それでいいんだったらさ、毎日映画見ている奴って超できるクリエイターだよな。そんなんじゃないと。

ボンボン 甘くない、そんな簡単にいかないという事は年間の講義を通して痛感しました。

宇宙人：すみません、ひよった質問をしてしまいました。この質問に関しては以上です、ありがとうございました。

スカシスト：はい、ありがとうございます。えっと、この質問に関して他に何か言いたいことがある方がいなければ次に移りますが、よろしいでしょうか？はい、それでは次に行きます。ヒゲのび太さん、お願いします。

ひげのび太

ストーリーを面白くするために、「不幸」は必要だと思いますか？

～質問意図～

多くの人が「幸せになりたい」と思っている一方で、実際にヒットしている映画やドラマでは、主人公が「不幸」になっていることが多いと思います。

ですが、実際にヒットしているドラマや映画では、むしろ逆で、家族が亡くなっていたり、仕事がなかったり、貧乏だったり、恋人が死んでいたたり、なにかが欠けたキャラクターが多く、そのほうが愛着が湧く印象があります。

そのため、CMなどでもストーリーを面白くするためには、キャラクターを少し「不幸」にすることが重要なのではないかと思うのですが、小霜さんはどう思われますでしょうか？

ヒゲのび太 : はい、ちょっと違う不幸な話なんですけど、ストーリーを面白くするために、「不幸」は必要だと思いますか？という質問をさせていただきます。意図としては、多くの人が「幸せになりたい」と思っていると思いますが、実際にヒットしているドラマとかを見ていると、主人公は不幸になっていることが多いと思っていて、家族が亡くなっていたり、仕事がなかったり、貧乏だったり、恋人が死んでいたたり、何かが欠けているキャラクターの方が愛着が湧く気がしています。CM とかでもストーリーを面白くするためには、キャラクターを少し「不幸」にすることが重要なのではないかと思うのですが、小霜さんはどう思われるのでしょうか？

小霜 : ドラマのストーリーとCMのストーリーは違うものなので。違うものです、以上。

宇宙人 不幸を魅力的に描くには時間をかけて見せる必要があるもので、短尺のCMだと難しいかもなあと思いました

ヒゲのび太 : はい、わかりました。

スカシスト : はい、他に付け足しされる方いらっしゃいますか？どれでは次に参ります。テンパリくんお願いします。

テンパリくん

広告で、モノを売るメカニズムについて、今一度教えてください。私が意識調査を入れると、購買意向のスコアが全くリフトしていないのに、購買経験のスコアが上がっていることが珍しくありません。これは広告が無意識の「欲しい」に作用してモノを売ったのでは？と想像するのですが、そういうメカニズムは考えられるのでしょうか？

～質問意図～

講義では、生活者課題に気づかせ、価値を提示することを習いました。このメカニズムでモノを買う場合、生活者は広告をよく覚えて、かなり論理的な行動をとっていると思います。一方で、無意識（感情？）でも人が動く気がしていて、その際に広告がどういう風に働きかけているのか、よく理解できていないため、お教えいただきたいです。

テンパリくん：はい、お願いします。広告で物が売れることのメカニズムについて、講義を踏まえて今一度教えていただきたいと思っているのですが、講義の中で習ったのは、広告は生活者に課題を気づかせて、そこに対してこう価値があるんだよと提示することによって、人に欲しいという気持ちを生み出すんだというようなことを習ったと思っています。でも、実務の中で調査を取って見たときに、広告として伝えなかった価値をちゃんとお客様に伝わっていきそうだと、物も動いたぞ。だけれども、購買意向、すなわち欲しい気持ちみたいなスコアうまく上がっていないことが珍しくなくて、実は習ったメカニズムというのは、意識的なところよりかは無意識なところで働いているのかなと思ったりもするのですが、今一度しっかりと習いたいなと思って質問させていただきます。

小霜：物が売れるときに、広告は必ずしも関与しないからね？だって、通勤の途中でコンビニ寄りましたと。そこで缶コーヒー買うときに、たまたまそこにあった缶コーヒー買いましたと。欲しくもなにも思っていない、俺はBOSSじゃないとダメなんだ！とかいう訳ではないのに、たまたま流通的に買いやすいところに商品があったから、売れたということもあるよね。

テンパリくん：はい、それもあると思います。

小霜：その場合購買意向のスコアって上がらなくても売れるわけじゃなか。

テンパリくん：そうですね、はい。

小霜：だから購買意向と購買経験というのは、必ずしも相関しない。

テンパリくん：そうですね、特に流通がしてくれるケースは多い気がします。

小霜：だからそういうことですよ。購買意向が上がっていないのに、購買経験が上がっているのは、営業が頑張っているんだよ。営業が頑張ってる棚に並べていて、宣伝部は頑張っていないということ。

テンパリくん：ああ、そういうことになるんですね、なるほど。結局意味のない広告を打ってしまっているということにもなるんですね。

小霜：購買意向を上げない広告を打ってしまっているということ。

テンパリくん：そうすると、メカニズムとかの話ではなくって、そもそも購買意向とか購買に働くパワーというのは必ずしも広告に働かないものでもあるということですね。

小霜：メカニズムの話でいうとね、さっきの言う通りなんだけど、そのメカニズムができていないんだよ。できていないんだけど、営業が頑張ってる棚取ってくるから売れているってことなんだよ。

テンパリくん：ありがとうございます。スカシストさん、私は大丈夫です。

スカシスト：はい、ありがとうございます。その他にいらっしゃらなければ、次に参ります。ボンボンさんは、今いらっしゃらないので、次の定規さんお願いします。

定規

視覚や聴覚に障害があり、それゆえに広告の情報を作り手の意図通りに受け取れない方々がいると思います。
そういった方々も商品・サービスのユーザーになり得る場合、同様の情報が何かしらの形で提供されるべきではないかと考えているのですが、小霜さんはどう思われますか？

～質問意図～

効率的なコミュニケーションを行っていく上でそこから漏れてしまう人が出てくるのは、マーケティング上、避けられないことだとは思いますが、「平等な情報提供」を広告が目指していくことで、より良い社会の実現に貢献していけるのではないかと思っております。

定規：広告って視覚的な表現、聴覚的な表現を使ってコミュニケーションをしていくものだと理解しているんですけども、視覚や聴覚に障害があって、それゆえに広告の情報を作り手の意図通りに受け取れない方々がいると思っています。そういった方々も商品・サービスのユーザーになり得る場合、同様の情報が何かしらの形で提供されるべきだと思ったんですけども、その点どう思われますか？

小霜：これは結構前からそういう動きがあってね、花王なんかテレビCMに字幕を入れるとかさ。なんだけども、結局はできていないよね。

定規：そうですね、テレビ CM でつけることで、他のマジョリティーの視覚とか聴覚に障害がない方へのメッセージというか情報の解像度というかが鈍くなってしまうということなんですかね？

小霜：でね、ここに書いてあるそういった方々も商品・サービスのユーザーになり得る場合ってあるんだけど、ここはもうね切り捨てるしかないって思っているんじゃない？

定規：やはりマーケティング上、それが賢明な判断ということですよ。

ボンボン 倫理的に正しいかどうかと、商売のために割り切らないといけないところについては考えねばと思いました。

小霜：そう。

定規：そこをただ広告が売り上げをあげるということだけじゃなくって、より情報の平等性みたいなところを、広告がその一躍を担っていきこうという動きとかもない？

小霜：だから、さっきも言った通り、そういう動きはあった。けれども、消えたということ。

定規：なるほど、ありがとうございます。

小霜：平等な情報提供ということかというと、例えば自治体とか政府の記者会見とかはよく手話とかやっているじゃないか。でも、私企業のテレビ CM には、まだそこまでは求められていないということ。

スカシスト：なんか今の関連でちょっと思ったんですけども、今小霜さんは、まだ求められていないとおっしゃられたと思うんですけども、動きとしてまた来る可能性はあるんですか？

小霜：あると思うよ。これね、損得を考えてそうなるということはないと思うんだよ。でも、社会的な圧力として障害者もちゃんと CM 理解できるように字幕を入れるべきだとかさ、そういう風潮が強まってきたら、そうなるんじゃない。

宇宙人 広告は良くも悪くも社会的圧力に弱いなあと思うんですが、広告自体が社会性の塊みたいなものなので当たり前なのかもですね

スカシスト：企業側の炎上とかのリスクマネジメント的なことなんでしょうか？

小霜：まあまあ、そう。それをやらないとダメだ、とかさ。例えばトヨタあたりがね、最初にやり始めて、他が追随するなんてことはあると思う。

スカシスト：なるほど、わかりました。その他誰か追加質問される方がいましたら。じゃあ次に参ります。語尾ハート♡さんお願いします。

語尾ハート♡

世の中に既視感のある企画や広告コンテンツが多いと感じていますが、既視感が強いものは「悪」なのでしょうか？
小霜さんはどのようにお考えですか？

～質問意図～

既視感があると、印象が薄れると思いますが、一方でどこか慣れ親しんだ印象もあり、受け入れやすいとわたしは考えます。
使い方次第だと思いますが、小霜さんはどのようにお考えでしょうか？

語尾ハート♡：質問させていただきます。世の中に既視感のある企画や広告やコンテンツが多いと感じていて、既視感が強いものって「悪」なんでしょうか？小霜さんはどう考えているか聞きたくって、私的には既視感があると確かに新鮮味が薄れて、印象も薄れてしまいますが、既視感があるものはなんか親しみもあるいい点もあるのかなあという風に思っております。

小霜：あの、なんかね君たちってさ、白か黒かみたいな話ばかりだよ。なんかさ、頭が単純すぎないか？なんでこんなものに答えないといけないの？って感じなんだけど。いや、既視感が一切ないCMなんか無いよ。だってビールのCMはさ、みんな飲んでるじゃん、ガーって。

ボンボン クリティカルシンキング。思考の深堀と、前提を疑う事。肝に銘じます。

語尾ハート♡：既視感ですね。

小霜：そうだろう。既視感のないCMなんかあるなら教えて欲しいよ。そもそも15秒というところから既視感じゃないか。

語尾ハート♡：そうですね、長さ一緒ですもんね。

小霜：既視感がある中で、どう新しさを生み出すかってことじゃないの？ただ俺がね、講義の中で既視感があるって言っているのは、既視感がある企画を出すのは悪なんだよ。こいつはつまらない奴だってことにしかならないからね。既視感のある企画の方が慣れ親しんでいていいんじゃないですか？ってね、それを言ったって、それを言った奴は何も得をしないよ。アイデアがないのを弁護しているだけにしかならないから。

宇宙人 納得するための既視感と、その既視感を見せるための新しさが必要なのかなと思いました

語尾ハート♡：ありがとうございます。

スカシスト：それでは次に参ります。エセビさん、お願いします。

エセビ

知識を持ったことによる強みと、
無知であることの強みは両立できるのか。

～質問意図～

講義で、小霜さんは定型化したやり方でアイデアをカタチにしてしまうことへの危機感を持っていらっしゃるのだと感じました。

クリエイティブをつくる上で、ストラテジーに目線が寄るほどに想定内のアイデアになり発想の自由さが損なわれてしまう現象が起こり得ると思うのですが、方法を確立させつつ新しい着眼点で発想を生み出すということは両立できるのでしょうか。

エセビ：えっと、クリエイティブの作り方を知識として持っている強みと、全然知らないでアイデアを出す時の強みがあると感じていて、講義で小霜さんは定型化した型にはめたやり方でアイデアを考えることへの危機感を持っていらっしゃると感じていました。それで、クリエイティブをつくる上で、ストラテジーをつくるってことに目線が寄ると想定内のアイデアになったり、発想の自由さが損なわれてしまうということが今回も色々な面で起こっていたと思うのですが、方法や理論を確立させつつも新しい着眼点で発想を生み出すということは両立できるのでしょうか？また、どうやったらもっと上手くできるようになるのでしょうか？

小霜：あのね、プロフェッショナル観た？庵野監督の。NHKの『プロフェッショナル 仕事の流儀』。あれ、観て。僕が言っていることと、全く一緒のことを言っているから。

エセビ プロフェッショナル拝見しました。そのあと、エヴァンゲリオン新劇場版を三部までと、安野モヨコさんの監督不行届を読みました。庵野監督と作品について今まで知ろうとしなかったことを勿体無く思っています…。

エセビ：ありがとうございます。

小霜：坂根観た？

坂根：観てないです。

小霜：あれ、観た方がいいよ。

坂根：了解です、観ます。

エセビ：ありがとうございます。

小霜：あの、シン・エヴァンゲリオンをつくる中で、絵コンテをやめたって言っているのね。絵コンテを書いてしまうと、可能性が狭まっちゃうから。なんか形にして安心しちゃうから。最後は絵コンテをやめて、脚本だけでやるとかね。そういうことにトライしたり。いや、俺ず〜〜って言うているけれども、形にするなど。CMとかつくる時も、なんか形にして安心する。

ボンボン 仏作って魂入れずが最悪。やってないより、やった気になる事の方が悪になるという事に気づかされました。

ストラテジーで穴埋めするなって言うてんじゃん。穴埋めしてできた気になっている。それが一番怖いって言うてんじゃん。全く同じことを庵野監督も言うていて、それを映画で実践しているんだよね。あれ見ると、俺が言うていたことがよくわかると思う。

スカシスト 庵野監督が言うていた言葉になります。「自分のイメージ通りを作ったって面白いこと何もないですよ。自分が考えたことなんてそんなに面白いものじゃない。それを覆す方がいいんで。」「頭で作ると、その人の脳の中にある世界で終わっちゃうんですよ。その人の外がないんだよね。自分の外にあるもので表現したい。肥大化したエゴに対するアンチテーゼかもしれない。」

テンバリくん ありがとうございます。

ボンボン ありがとうございます。拝見します。

エセビ：勉強不足でした。ありがとうございます。

スカシスト：ありがとうございます。続いて反抗期さんお願いします。

反抗期

小霜さんは何を成し遂げて死にたいですか？
どのような死に際を迎えたいですか？

～質問意図～

小霜さんはnp.広告学校などアグレッシブに行動され、
広告業界で多大なる功績を残されている中で、未だやり残したことがあるのか。
また未来、これからの業界に対してどんな思いを持っておられるのか。
クリエイティブディレクターとしてもものすごく先を歩いているお方が
どんな景色をみているのか、とても興味があります。

反抗期：はい、私が小霜さんにお伺いしたいのは、何を成し遂げて死にたいですか？どのような死に際を迎えたいですか？ということです。意図としては、私自身就活を終えて、社会に出ていくにあたってやりたいことだったり、挑戦してみたいこととか想像してみたんですけど、働いた後私は結局何を成し遂げたいのかなというところまで考えが及んでなくて考えています。小霜さんは色々アグレッシブに行動されていて色々功績を残されている中で、なお未だやり残したことがあるのかとか、これからの業界に対し

てどのような思いを持っておられるのかというのを、こういう質問の聞き方であればお聞きすることができるのかなと思いました。お願いします。

小霜：やり残したことは無いよ。今は惰性で生きているだけ。

ボンボン こう言える人生を歩みたいです。

反抗期：やりたいことはやりきったということですか？

小霜：思いつかない、特に。

反抗期：じゃあいつ死を迎えても後悔しないということですか？

小霜：うん。

反抗期：わかりました、ありがとうございます。

小霜：あの、俺が考えているのは、この先日本社会は暗いだろうなと。爺さん婆さんが増えてさ、若い人たちの負担がどんどん増えていく。だから俺が今目指しているのは、自分の子どもにどれだけ金を残せるか。どっかでね、起業させたいんだよね。その時の軍資金を残したい。だから、ハンデを与えてやりたいというかさ。まあそんなことを思っている。そういう事と言ったら、じゃあいくら？って話なんだけど、多ければ多いほどいいってね。そんな感じ。

反抗期：じゃあ、自分がやりたいと思ったことを挑戦し続けてきた結果、今の小霜さんがあるって感じですか？

小霜：まあ俺は行き当たりばつりの人生で、自分が何かを目指してこうなってきた訳では無い。ただ、目の前

にあるものやことを、ものにしようということには執着したよね。

スカシスト 意識してできることかは分かりませんが、そのような執着心が信頼を勝ち取っていくのだと知れました。

本を出すにしても、コピーライターが書いた本なんていっぱいあるじゃん？ その中の one of them になるのは絶対嫌で。他のコピーライターとは違うね、これはっていうものじゃないと意味がないって思ったし。実際そうだったからさ。今までコピーライターが書いてきた本を読んできたけれども、なんの役にも立たなかったと。でも、小霜さんの本が初めて役に立ったということはよく言われた。俺自身もコピーライターの本とかを読んでさ、役に立たねえ！！ってずっと思っていたからさ、これは役に立つと思われる本を書こうと思っていてね、だから書いた。で読んだ人からは絶賛されるというね。そこまでやったわけよ、俺はね。今までそういうことをやったやつはいなかった。仕事もね、マスから web もね、誰よりも早く形にしてやろうと、ものにしてやろうと、そういうことの積み重ねで今ここにいるっていう。その意地や執着心みたいなものよ。

ボンボン 勝つことのマインドだけでも持つようにします

もし僕が君たちみたいな立場だったら、その他大勢の一人だねって言われることに我慢ならない。他の9人の名前を忘れても、小霜の名前だけは忘れさせないっていう、そういう風にさせてやるって思う。何としても、絶対記憶に残す、そんな企画を出し続ける。そうじゃないと、通う意味ないと思うしね。

宇宙人 これを続けていくとオンリーワンになれるんだろうなと思いました。どんなに忙しい時でもせめて気持ちはこれでありたいです！

スカシスト：ありがとうございます、追加質問がなければ次に参ります。

定規：質問いいですか？ちょっとお話戻るんですけど、先ほどお子様に起業させたいとおっしゃっていて、もし差し支えなければその理由をお聞きたいです。

小霜：子どもを貧乏にするのが嫌だから。

定規：特にどう言った領域というよりは、起業することの方が就職することよりも。

小霜：いやいや、もう領域は決まっているんで。だからその領域も、起業しやすい領域を選んでいるはず。

定規：ありがとうございます。

スカシスト：その他いらっしゃりますか？はい、では次に参ります。

スカシスト

個人や企業には、「センス」と「美意識」が必要だと思いますか？
また、それらを発揮できない根本的な理由は何故だと考えますか？

～質問意図～

小霜さんからは、「戦略に固執することがクリエイティブの思考の枠を狭めてしまう」というお話を何度もしていただきました。
戦略は、社内やクライアントを説得するための道具にすぎないにもかかわらず、日本企業は「市場調査ありき」とする文化が多いと聞きます。
自分の頭で考えることを放棄したり、責任の所在を曖昧にしたがる日本人・日本企業が、競争に太刀打ちしていくためには、クリエイティブな思考を狭めないような「センス」や「美意識」がより必要になってくるのでしょうか？
また、小霜さんは、個人や企業が「センス」や「美意識」を発揮できない理由は、何故だとお考えでしょうか？

スカシスト：次は僕の質問なんですけれども、小霜さんからは、戦略に固執することがクリエイティブの思考の枠を狭めてしまうというお話を何度もしていただいて、戦略は社内やクライアントを説得するための材料に過ぎないと言われていることもあるにもかかわらず、日本企業は市場調査ありきの考え方が多いと聞いています。自分の頭で考えていることを放棄したり、責任の所在を曖昧にしたがる日本人や日本企業が、競争に太刀打ちしていくためには、この講座で教わったクリエイティブな思考を狭めないような「センス」や「美意識」がより必要になってくるのでしょうか？また、小霜さんは、個人や企業が「センス」や「美意識」を発揮しきれていない点はどこにあると考えているのでしょうか？

小霜：なんか俺これちょっとよくわからない。センスと美意識が必要か？って言われたら、そりゃ必要だよ。それとストラテジーとなんの関係があるの？

スカシスト：企業側がストラテジーだったり、市場調査自体を重視しがちということを知ったことがあって、そういうものが、クリエイティブの幅を狭めてしまっていることもあるのかなと思ったので。

小霜：いや、ストラテジーは重要だし、市場調査も重要なんだよ。それをやったからといって、センスや美意識が失われるってことはないんで。いや、だからさ、さっきも言ったけどなんで君たちは白か黒かなんだよ。センスも美意識もストラテジーも市場調査も必要です！

スカシスト：はい、すみません。

小霜：いや、ストラテジーていうかね、穴埋めをやめろって俺は言っているわけ。ストラテジーで USP はこうです、インサイトはこうです、それで出来ました、調査やりました。そこで安心して、はい出来ましたっていうね。そういうのはダメだって言っているんだけど、そのこととセンス・美意識は関係ない話だから。そういう風になると、センス・美意識が失われるかって言ったら、それは何も関係ない話だよな。

スカシスト：全く違う話ですよ、混同しておりました。

小霜：自分で整理できないことを背伸びして聞くな。それ答えたって、わからないよ。何言っているのか。

スカシスト：はい、ありがとうございます。それでは次に参りたいと思います。

エサ待ち bot

小霜さんは過去に作詞や脚本など広告に限らず、アーティストのような活動をされてきたと認識しております。
アーティスト活動を行う上では、広告のようにクライアントが存在するわけでもないので、全く違ったことが求められるのではないかと思います。広告クリエイターと、アーティストが求められることの違いは何なのでしょう。どちらも世の中の人々を振り向かせる、発信する職種だと思いますが、この2つの共通点があるのであれば、こちらも教えていただきたいです。

～質問意図～

小霜さんはコピー関連の仕事以外にも脚本を書いたり、作詞をされていたりアーティストのような活動もされていると認識しています。広告はクライアントビジネス、つまりクライアントが求めていることに答えることが正義であると授業でも再三教えていただいたと思います。ですが、自分の書きたいことを書いて満足するクリエイターも多いと聞きました。正直自分も広告学校に入るまでは、自分の書きたい言葉を評価される仕事だと思っていた節があります。就職活動をしていく上でも、その考えは大きく変わり、むしろそれはアーティストがやるべきことなのだと考えるようになりました。なぜなら、アーティスト活動をしていく上では、クライアントは存在しないからです。どちらも世の中に発信していくという点では同じことだと思いますが、求められることは全くちがうと感じます。実際にそのような活動をされている小霜さんだからこそ言える、違いについてお聞きしたいです。

エサ待ち bot：はい、よろしくお願ひします。小霜さんは過去に作詞や脚本など広告に限らず、アーティストのような活動をされてきたと認識しております。そのことと広告を考えることって全く違うものだなと私は考えているのですけれども、どちらも世の中の人々を振り向かせる、発信する職種だと思っています。それで、広告学校とどういう関わりがあるのかというと、広告はクライアントビジネス、つま

りクライアントが求めていることに答えることが正義であるとお話いただいていたと思います。一方で自分の書きたいことを書くクリエイターも多いと聞き、私も講義を聞く前は混同していたこともあったんですね。書きたいことを書いて評価されるようなことに。そうやっている人が結構多いのではないかと考えていて、その実際にアーティスト活動をされていた時、作詞や脚本を書かれている時と、実際に広告やコピーを考えている時に、これは違うんだということを教えていただきたいです。混同してしまうことが私は心配なので、その違いだとか共通点みたいなことを教えていただけたらと思います。

小霜 : だれが金出すの？って話よ。広告の場合は、スポンサーでしょ。クライアントが金出すわけだから。クライアントが喜ばないと金もらえないよね。アーティストの場合は、音楽だったら音楽を聞く人が金出すわけだから。例えば音楽作って、YouTube にアップロードしたと。で、再生されたらチャリンチャリンお金が入ってくると。これ金出しているのは、聞く人じゃなか。聞く人が聞きたくなるものを作ろうってなるよね。だから、どっち向いてるのって話じゃないの。

エサ待ち bot : 誰に向けて発信しているかが違うってということですかね。

小霜 : そう、誰の顔見て仕事するの？ってこと。

エサ待ち bot これは仕事におけずとも、「今このタスクはなんのために、そして誰のためにやっていることなのか」、ベクトルの方向を意識してやっていかなければならないということだと自分の中で解釈しました。

エサ待ち bot : なるほど、もう一点お聞きしたいんですけども、どの方向を見て仕事するの？ってお話だと思うんですけど、どっちも発信していく、魅力を伝えるような仕事だと思っているんですね。そういう観点では、必要なスキルが同じこともあるのではないかと個人的に考えているのですが、そんなことはありませんか？

小霜 : そんなの当たり前やんか。

エサ待ち bot : そんなものは無いということですか？

小霜 : いやいや、そんなの当たり前やんか。そういう質問をする意図がわからない。2つの共通点って言ったって、ドラマも CM も映像という観点なら共通点だろうよ。

エサ待ち bot : はい、すみません。ありがとうございます。

小霜 : いや YouTube の再生で稼ぐとして、なんかミュージックビデオ作りましたと。再生回数で稼ぐとしたらさ、100 万回再生とかされないと、話にならないと。でも、スポンサーが喜べば 1 万再生しかされなかったって、100 万円もらえるわけじゃなか。その違いだよ。たとえ 100 万回再生されたとしても、スポンサーが喜ばなければ、次からはクビになる。

エサ待ち bot : そうですね、やはりクライアントが喜ぶかどうかにかかっているということですかね。

小霜 : そうということ。

エサ待ち bot : わかりました。ありがとうございます。

スカシスト : はい、エサ待ち bot さんの質問で一応 1 周目が終わりました。小霜さん、2 周目に入ってもよろしいでしょうか？

小霜 : まあ、いいよ。すごく疲れてきているけれども。

スカシスト : 申し訳ございません。よろしくお願いいたします。

スカシスト : ひげのび太さん、お願いします。

ひげのび太

提出するアイデアが「想定外」であるためには、
ぼくたちは「他人と違うこと」をめざすべきでしょうか。
それとも「周りと似ていないこと」をめざすべきでしょうか。

～質問意図～

2つとも差別化を実現しますが、
「人と違うこと」は、より独特であることが求められているニュアンスで、
「周りと似ていないこと」は、普通だったとしても周囲と似てなければ相対的に目立つ
というニュアンスがあると思いました。
小霜さんのご意見をお聞かせください。

ひげのび太 : 提出するアイデアが想定外か、というお話はいただいたと思うのですが、それは他人と違うアイデアを目指すべきということか、周りと似ていないことを重視したほうがいいのかをお聞きしたいです。2つとも差別化だと思うのですが、1 個目の他人と違うことというのは、より独特なのかと思っていて、周りと似ていないアイデアというのは、結構シンプルであっても相対的に目立つのかなと思うのですが、この辺りの意見とかがあればお聞かせ願いたいです。

小霜 : あのね、2 つの違いがよくわからない。

ひげのび太 : 他人と違うアイデアを考えようとすると、突飛だったり奇抜な方向に走っていきがちだと思うんですけど。

小霜 : 両方やれよ！なんで、こっちかこっちかって言うの？じゃあね、俺がね、そりゃさ他人と違うことだよ、
と言ったとしてさ、それ実践できるの？こんなの言葉遊びじゃんか。周りと似ていないことを目指すんじゃないかって、他人と違うことを目指せばいいんだ、って言って明日から素晴らしい企画出せるのかよ。

ひげのび太：多分今、想定内のことを言ってしまうということを自分では気にして、自分は周りと同じようなことを気にするまで目がいていなかったとあって、どうやったら印象を残せるかなと思って考えた時に、2つあるなと思った時に、疑問が出てしまって質問してしまったということです。

小霜：なんかね、2つあるなと思ったと。どっちをすべきかと考えることが、俺は本当に不思議なのよ。

ひげのび太：すみません、白か黒かで答えるような質問をしてしまって申し訳ございません。

小霜：しかも、答えを得られたとしても何にもならないよね、多分。やる奴は、こんなこと考えずにやっているもの。これは自分がやらない言い訳だよ。まあ逃げだよ。仕事に取り掛かる前に、ちょっとだけTwitter見ようかなとかさ。そんなもんじゃないの。

ひげのび太：すみません。こちら辺の考え方がちょっと結果から考えたらどうでもいいことだったのかなと思いました。

小霜：うん、これはね俺はサボり癖だと思う。君のサボり癖がこんな質問を生んでいるのだと思うよ。

語尾ハート 私もひげさんと同じような質問をしたいと思っていた。サボり癖と明確に言っていただけることを感謝したい

ひげのび太：少しでも楽をしたいという。

小霜：ん〜、少しでも楽をしたいというか、この質問自体が楽じゃん。やる奴はこんなことを考える前にやるもん。想定外のアイデアを出そうと思うよね。想定外のアイデアを出すためにはどうすればいいの。他人と違うことなのか、周りと同じようなことなのか、なんて思うわけがない。

ひげのび太：そうですね、やっぱり甘さがこういう質問を出してしまったのかもしれない。

小霜：あの、俺は本当に君たちに言いたい。グダグダ言わずに考えろ！グダグダ言い過ぎだよ。はい。

語尾ハート グダグダ言うのをやめられるようになりたいと思います

ひげのび太：ありがとうございます。

スカシスト：では続いて、あっ、宇宙人さん戻られましたか？

宇宙人

ディレクターの先輩から「君はディレクターとして未熟だけど周りは君を天才だと信じてスタッフを手配して作品を作る、だから自分は天才だと言い張るのが仕事だ」と言われ、そうなのかな…？と思いつつ仕事をしています。
小霜さんはディレクターの役目ってどんなものだと思いますか？

～質問意図～

プロのカメラマン、プロのスタッフ、プロの役者が揃っていると、私がいなくてもこれは成立するのでは…？と思う現場がたまにあります。そして私は天才でもありません。ディレクターは自分のアイデアを信じるのが仕事だとは思いますが、たくさんの方に助けて頂いて仕事できていますが、稀に「いろんなしわ寄せを投げるための人柱では…」と思うこともあります。
小霜さんにとって、ディレクターってどんな仕事なのでしょう。

宇宙人：すみません、2周目の質問で。先日、ディレクターの先輩から「君はディレクターとして未熟だけど周りは君を天才だと信じてスタッフを手配して作品など映像を作っていくわけだから、自分を天才だと言い張るのが仕事だ」と言われて、私はそれがなるほどなと思って、たとえそれが虚勢でも頑張って仕事をしていこうと思いつつ、最近は仕事をしているのですが、小霜さんは、ディレクターの役目ってどんなものだと思いますか？

小霜：これはもう、俺の企画をさらに高めてくれる人。演出発注で、演出コンテがね、俺の考えたことと同じじゃないかってなったら、もうその監督とは仕事しない。企画コンテが、「あ、こんな良くなったよ。」ってなった時に、この監督いいなってなる。

宇宙人：「あ、こんな良くなったよ。」というのは、伝わりやすくなったとか、こう表現するんだということですか？

小霜：面白くなった、さらに強くなった。

宇宙人：あまり演出を使いすぎると、元の意図から外れすぎてしまうことが怖いんですけど。

小霜：あのさ、この間完パケた Abitus のムービー見たよね？

宇宙人：あの私まだ見せていただけいでなくて。

小霜：見てないの？ そうなの。

宇宙人：先輩に見せてもらいます。

小霜：今ここで見せてやろうか？

宇宙人：お願いします。

小霜：あれ、坂根。

坂根：はい、ちょっと待ってくださいね。

スカシスト：そしたら僕は共有を停止したほうがいいですか？

坂根：そうですね。

小霜：いや、あの、宇宙人のプロダクション XPD に Abitus という国際資格の webCM を発注したわけ。でまあ、僕が ECD ということで企画したんだけど、彼女は企画のところまでしかいなかったけど、制作のところまでには入っていなかったけどね。

宇宙人：そうですね、企画のところまでということだったので。

小霜：まあ最終的にどうなったのかというのを、今見せてやろう。



(URL : <https://noproblem.co.jp/2039/>)

坂根：3本あります。

小霜：まあ、コピーも構成も含めてほぼほぼ僕が企画した通りなんだけどさ、さっき言った通り、例えば頭に「思い込む男」っていうのも俺が考えたんだけどさ、でもあのヘンテコなビジュアルは監督が考えてきたわけさ。全体を昭和の火曜サスペンス劇場のようなさ、トンマナでやろうという話を持ってきて。で、例えば、男のリアクションとしてね、どういうリアクションだったら笑えるかなというのを考えて、日本洗濯検定というのも考えたのは俺だけど、日本洗濯検定を2回繰り返したほうがいいんじゃないか？と

たのは監督な訳だ。で、そういうところで笑えなかったらやっぱり全体の構成が良くできていても、しょうとしても力は落ちるよね。だから演出家がね突っ走って、違うものになるというのは論外。でも、狙いがあった上で、そこをさらに強めることをやってくれる監督を俺は信頼するし仕事を出すということ。

宇宙人 企画と内容は変わらないのに絵面で異様にインパクトが出ていました。こういうことかと思いました。プランナーの意図を汲んで更にもっと良い提案をできるように頑張りたいと思いました。プランナーの方がベテランだといふ気後れしてしまうのですが、お気に召されなかったとしても、何もジャンプしない演出を持ってくるようなディレクターは多分ダメですね…（オンリーワンになれない）

宇宙人：ありがとうございます。それでは質問の共有を戻していただいてもよろしいでしょうか？

スカシスト：それでは次にテンパリくんさん、お願いします。

テンパリくん

広告と生活者の関係性は、
今後、どう変化していくとお考えですか？

～質問意図～

昔は、広告がある種の作品として受け止められているというお話がありました。また、メディアも、大雑把に言って、TVのキー局のたった5局を見るしかなかったため、優れたCM作品は生活者に歓迎されたのだと想像します。一方、今ではCMは「自分事」として捉えられているかも知れないな、というお話がありました。自らに関係ないCMは、明確にお客さんが視聴を拒否できる時代になったのだと思います。故に、CMに対して、顧客に寄り添う姿勢や「共感性」が社会から要請されているのではないかと、思います。このような文脈で、今後、広告と生活者の関係性は、どうなっていくとお考えでしょうか？見解をお伺いしたいです。

テンパリくん：よろしくお願いします。えっと、みんなで今年気になったCMを発表した時に、過去はTVCMとお客さんとの向き合い方が、ある種作品を見るような向き合い方をしている時代があって、現代は自分ごと化しているような時代になったのではないかなというお話をいただいています。その時ご質問したかったんですけど、今後ものすごく自分ごと化が進んで、お客さんが自分の興味のあることでは、話を聞いてくれなくなったという現代があって、その先の未来みたいなところは、広告と生活者との関係性ってどう変化していく感じになるのかわからなくて、その見解をお伺いできればと思います。

小霜：まあ、ここに書いてある通りだと思うけど。

テンパリくん：なんか例えば共感性とか強く要求されてくことに、

小霜：なると思う。

テンパリくん：その時に、効率のいいコミュニケーションみたいな話は無くなっていくような側面もあると思うんですけど。

小霜：どうして？

テンパリくん：それは共感性を取るために、たくさんのクリエイティブを作らないといけないのかと思っていたんですけど。

小霜：そんなことはないよ。全然違うでしょ。共感性を大事にすることが、最も効率のいいコミュニケーションだということじゃないの？

テンパリくん 共感性を一番に考えることが、今もこれからも重要であり、効率のよいコミュニケーションであることがよくわかりました。

テンパリくん：あ、それは本当にトンチンカンなことを（笑）

小霜：うん、かなりね。

テンパリくん：すみません、ありがとうございます。

スカシスト：他に何かある方いますか？それでは次に定規さんお願いします。

定規

最近、テレビCMを観たことがきっかけで
実際にその商品・サービスを購入したことはありましたか？
もしありましたら、その理由をお聞きしたいです。

～質問意図～

良い広告表現だなとは思っても、僕自身はそれがきっかけで購入することはほとんどありません。そのジャンルに興味を持つことはあっても、そのことについて調べた結果、その競合ブランドを選ぶことの方が多かったです。伝える情報量が特に限られているテレビCMで、小霜さんを動かしたものがあれば、お聞きしたいです。

定規：はい、最近、テレビCMを観たことがきっかけで、実際にその商品・サービスを購入したことはありましたか？もしありましたら、その理由をお聞きしたいです。意図としては、僕自身テレビのCMを観ていて広告ってすごい表現だなとか、SNSでこの広告すごいよかって拡散されているものを見ても、それを実際買っている人って本当にいるのかな？と思って、そのジャンルに興味を持ったとしても、調べた結果、その競合を選んでしまうこともあって、そう言った経緯から小霜さんが買ったものとかあればお聞きしたいです。

小霜：最近ね、あった。でもね、何買ったかパツと思い出せないんだけどさ、確かね、あったよ。なんだったっけかな。貝印のカニ鍋セットとか？

定規：それはシズル感的に単純に美味しそうだな、とかでしょうか？

小霜：うん、ちょうどなんかカニ食いたいなあと思ってたから。

宇宙人 インサイトが「カニ食いたい」で、広告を見て購買意欲が上がったということでしょうか。今は簡単に比べられちゃうので、その商品だからこそ買いたいと思わせるのはブランド戦略としても製品としても大事だなと思います

定規：じゃあそれは他の似た商品を比較した上でベストなものを選ぼうというのは？

小霜：やった。でも、これがなんか良さそうだなって思って注文した。

定規：なるほど、ありがとうございます。

スカシスト：はい、では続いて語尾ハート♡さんお願いします。

語尾ハート♡

無料広告学校を続けていたり、世の中の気分や流行を知り続けていたりすると思いますが、そのアグレッシブなモチベーションはどこから来るものですか？

～質問意図～

社会人の先輩では、若手はモチベーション高く行動されている方が多いですが、60代に近い方からは小霜さんから感じるようなアグレッシブさを感じません。きっと60代に近い方も昔はアグレッシブだったと思うのですが、、、モチベーションを維持していないのだと思いました。彼らと小霜さんの違いに関して興味関心が湧きました。

語尾ハート♡：はい、先ほどの反抗期さんの質問とちょっと似ているんですけども、なんかこういう学校を続けていたり、世の中で今流行っていることとか、こういう風に思っていることを知りたいとか思っていると思うんですけど、そのモチベーションはどこからくるものなののでしょうか？

小霜：不安

スカシスト 確かに世の中が今どんなことをトレンドとして捉えているのかは知っておきたいので、例えば急上昇チャートをチェックしたり、新ドラマを見ってみることは必要だなと思いました。

ボンボン 不安というのは、以外でした。CR 考える際の、本当にこれでいいのか、本当にこれ売れるのかを何度も何度も考える事が大切だと感じました。

語尾ハート♡：不安！？

小霜：若い人たちとの回路がなくなることの不安。

語尾ハート♡：なんか、会社にいる先輩とか身近にいる 60 代に近い先輩とかは、そのような回路を求めているような気がして。

小霜：そこに不安がないんじゃない？俺結構ドラマとかは見たりするんだけど、ドラマを知らずにいるということの不安の裏返しだと思う。

スカシスト：じゃあ、自分から好き好んで見るというタイプではないということですか？

小霜：好き好んで見るものもあるよ、好きなものは好きだから。でも不安から動くものも多いということ。

宇宙人 私も実は不安から動くことが多いタイプです。流行りについていけないと世の中から置いていかれるクリエイターとして使えなくなるのではないかと。不安は辛いですが小霜さんのように考えられたら成長できるのかもと思いました

語尾ハート♡：鬼滅とかですかね？流行っているからみたいなの？

小霜：鬼滅はね、全然。まあ見たけど、感じなかった。

語尾ハート♡：そうなんですね！

小霜：うん、不安を感じていたら、真っ先に見たと思うんだよね。うちの家族にやいやい言われて、結局見たんだけどさ。単行本も読んだんだけどね。それには不安はなかった。

反抗期：お聞きしてもいいですか？その不安の源泉は、なんなのでしょうか？ドラマは不安に思うけど、鬼滅は思わないみたいなの。興味関心によるんですかね？

小霜：ドラマは仕事に繋がるじゃん。今、どのタレントがきている！とかさ。あと、世相を反映してたりするじゃんか。今の世の中の気分とかさ。アニメはね、別に世相を反映しているわけでもないし、知らなくても別にダメージはない。ただ、好きで見るというアニメもあるよ。僕がファンタジーもので一番好きなアニメは、『慎重勇者』（URL：<https://youtu.be/JkEH0nyKK7U>）。Amazonプライムビデオで見られる。女神が勇者を呼んで、異世界に転生するんだけど、とにかく慎重すぎるっていう。で、最後に泣かせる。

語尾ハート♡ ドラマが仕事につながる視点をもっていなかったのが、非常に勉強になった。

反抗期：泣くんですね、これ（笑）面白そうなので、見てみます。

スカシスト：大丈夫そうですかね、他の方は？

語尾ハート♡：ありがとうございます。

スカシスト：では続いて僕なんですけれども。

スカシスト

ものをつくる人間として、
生活者に新しさを提供することの難しさを感じたことはありますか？

～質問意図～

新しいものを疑う気持ち、どんな感じかを事前に確かめてから行動したい気持ちは、原始時代に人類が常に危険と隣り合わせであった頃の生存本能からきていると思います。よく広告表現は、過去の事例と被らないような目新しいアイデアを必要とすることが当たり前とされていますが、新しさが生活者を遠ざけてしまうこともあるのでしょうか？また、新しいものを提供し続ける上で、気をつけていることとかはありますか？

スカシスト：えっと、ものづくりをする人の使命として、生活者やクライアントに新しさを提供するということが求められていると思います。でも一般的な生活者は、新しいものを疑う気持ちであったり、どんな感じか確かめてから行動したり購入したいという気持ちはやっぱりどこかに潜んでいるのではないかなと思っております。その、よく広告表現は過去の事例と被らないようなアイデアを企画しようというのが当たり前とされていますが、その新しさが故に生活者を遠ざけてしまうということもあるのでしょうか？また、新しいものを提供し続ける使命を持つ上で気をつけている点があれば、教えていただきたいです。

小霜：いや、だからさっきからずっと言っているように、なんで君たちは新しいか古いか二項対立みたいな考え方ができないの？全くみたことないものだったら、そもそもテレビ局に通らないよね。世の中の人々が引くようなものは広告では作れないよ。広告にはルールがあって、例えばその、不動産広告なのに、化粧品っぽいCMではダメなんだよ。真ん中これで、不動産広告か、というのが必要なわけで、そういう流儀はいるわけだ。

スカシスト：それは決まっているものなんですか？

小霜：決まってはいない。

スカシスト：受け入れやすさみたいなことですか？

小霜：気づかない。気づいてもらえない。最初から不動産っぽい何かを出していないと。

スカシスト：なるほど、これ化粧品だと思ったのに不動産だったのかよ、みたいなことですよね？

小霜：いやいや、そこまでも行かないで、ああ変な化粧品のCMだなんて終わる。だからね、ある決まった作法とか流儀とか構成ってのがあるわけ。その制約の中で、どうやって新しいものを立てていくのかって話。僕がずっと言っているのは、クリエイティブは行ったり来たりだと。黒と白をどう混ぜ込むか。って言って

いるのにも関わらず、君たちは「黒ですか！？白ですか！？」っていうから。白いキャンバスに、白い絵の具でどんな絵を描くんだよ。

スカシスト：何も描けないです。

小霜：白と黒のバランスで、絵の具を作って絵を描くんだよ。白ですか、黒ですかじゃないんだよ。絵描きにさ、白か黒かどっちかしか使えないって言ったら殴られるよね。どんな絵を描けって言うてるんだよっていうね。ドット絵かよ、筆でドット絵描けって言っているのかよって、筆投げつけられるわ。そんなバカな質問するなど。

スカシスト：わかりました。ありがとうございます。それでは次が提出された中だと最後の質問になります。

エサ待ちbot

この1年間を通じ、広告表現は「普通(の人)は(これを見て)どう思うか」といった客観的な視点を理解していなければ成立しない仕事だと理解しました。この普通の感性はもしかすると直感的に身につけるものでしかないのかもしれないのですが、私はこの普通の正体をどうしても論理的に考えてしまいがちです。広告において普通を考えることは、「ターゲットという集団における最大公約数の気持ちや考え」を考えることなのかと自分の中では認識しているのですが、こちらどう思われますか。

～質問意図～

広告表現を考える際には、「普通の人々がそれをみたらどう思うのか」客観的視点を身につけることが大切であると感じました。その視点を身につけるためには、「世の中の普通」という状態を理解していることが大切なのではないかと思っています。これはもしかすると直感的に身につけることなのかもしれないのですが、その普通の正体がわからないことはなんだかとてもモヤモヤします。直感を言語化することはもしかすると無意味なのかもしれないのですが、小霜さんはどのように表現を考えているのか「方法論というより、その姿勢」をお聞きしたくこの質問にさせていただきました。

エサ待ち bot：はい、私です。この1年間を通じて、普通の人々がこれを見てどう思うのか？という視点が大事なんだなって思えたんですね。なんか、普通ってという観点を身につける時って直感的なものなのかもしれないですけど、私はこの普通の正体をモヤモヤ考えてしまいます。直感的で、正体のないものなのかもしれませんが、とてつもなくモヤモヤしてしまっ。広告における「普通」を考えることってなんなのだろうって考えることが多いんですね。どうしたことなんだろうって考えた時に、ターゲットという集団の最大公約数の気持ちや考えなのかなって思っていて、でもそもそもこの直感を言語化することに意味があるのかもわからないので、もしかしたら見当違いな質問をしてしまっているのかもしれないんですが、なんかこういう私の考えることって合っているのでしょうか？そもそも意味のあることなのか、直感的なことは直感だから、直感で身につけるってことかもしれませんが。

小霜：まあ合ってるんじゃないの。あのね、俺ね高校の時にね、現代国語の点数がすごい低かったんだよ。他はね、ほぼほぼ100点だったり、それに近いものを取っていたんだけど、現国だけがドスーンって足を引

っ張っていたのね。でね、その理由が『ドラゴン桜』を読んで初めて分かったんだ。そういうことなのかって。つまりね、現代国語っていうのは、普通の人はどう思うのかを答えなければならぬのだと。

ボンボン なるほど。。

俺は自分の意見とか、自分の感覚・印象を出していたわけよ。だからペケになる。俺はこう感じたでは、ペケになるわけ。そうじゃないと、俺がどう感じたかとかではないぞと。一般の人はどう感じるだろうか、というものを書かなきゃいけないんだって漫画は言っていて、「そういうことか！」って後で思った。だからね、広告も「私はこう感じる」じゃなくって、「世の中一般の人はこう感じるだろう」というものを作らないといけないということなんだよ。

スカシスト 受け手視点に立つことほど、忘れやすく、大切なものはないのかもしれないね。

宇宙人 クリエイターになりたがる人って変人が多いので、これを考えるのがめちゃくちゃ難しいな…と美大にいた頃から思っていました。でも後天的にでも学習しないとクリエイターにはなれないですね、どんな変人アーティストだってファンの心を掴まなきゃいけないように…

だからコピー書くやつとかはさ、私はこれが好き！とか言うけど、うんこ食ってろって話なんだよね。お前がどう感じるかなんてどうでもいいわってね。

宇宙人 気をつけます……

エサ待ち bot : ちなみに、現代国語のエピソードについてお聞きしたいんですけど、ドラゴン桜を読んで見て「あ、自分は自分の思ったこととかを答えにしていたんだ」という事に気づかれたと思うんですが、その後に現代国語の点数を上げるために努力されたりはしたんですか？

小霜 : 違う違う。それはとっくに社会人になった後の話ね。

エサ待ち bot : あ、割と最近の話だったってことですね！（笑）よく分かりました。ありがとうございました。

スカシスト : はい、ありがとうございます。えっと、小霜さんに対する用意された質問は以上になります。もし、追加で質問される方がいらっしゃったら、もしお時間があれば。

ひげのび太 : えっと、追加の質問よろしいでしょうか？

小霜 : いいよ。

ひげのび太 : ありがとうございます。えっと、テレビ CM を作る際に、裏テーマを作ると著書で読ませていただいたんですけど、2020 年から 2021 年にかけて色々社会が変化したと思うのですが、CM の裏テーマになり得る社会のキーワードとか気になることとかって何かありましたでしょうか？

小霜 : あの、裏テーマというのはね、なんで裏かというのは、個人のエゴというか自己満足なんだよ。それもケースバイケースでなるわけで、今はこのような世の中だから裏テーマを持ちましようってことではない。

ひげのび太 : その商品とかターゲットごとにこういう世界を見せてあげた方がいいということですかね？

小霜：そう。

ひげのび太：ちなみに先ほど見せていただいたCM (Abitus) には裏テーマはあったのでしょうか？

小霜：特に意識はしていなかったけれども、これはうちのに見せたら、すごいウケてて。で、長女が「いるいる！」と。こういう男いるよねって。みたいなね、そういうところは裏テーマかもしれないね。まあこれターゲットは20代なんだけど、確かにこういう奴っているよなあって考えた時にさ、なんか一気に距離が近づくんじゃない？だから、作り話ではあるのだけれども、意外とこういう奴はいるよねみたいなものがあるとね、まあ1ポイント上がるというかさ、そういうのはあったかもしれないね、裏テーマとして。企画書には書かないけれどね。無くても成立するので。

ひげのび太：ありがとうございました。

スカシスト：はい、その他に質問がある方いらっしゃいますか？

語尾ハート♡：すみません、質問あるのですがいいですか？先ほどの、目の前にあることに執着し続けた結果、今の自分があると伺いましたが、何かで小霜さんが広告代理店に入ったのは緩そうだったからと読んだ気がして、なんかそういう感じのモチベーションで広告代理店に入ったのに、目の前のことに執着して頑張ろうと変わったのは、何か理由があるのでしょうか？

小霜：いや、変わっていないよ。

語尾ハート♡：あ、ずっと頑張ろうっていう感じだったのでしょうか？

小霜：いや、だからその緩いっていうのはね、堅いことを言われないという意味で、なんかその早い時間に帰らなさいとかさ、つまり羽目を外したら怒られるような環境は絶対ダメだなって思ったた。

語尾ハート♡：あ〜、ルールの中で生きてくださいというのが嫌だったってことですかね？

小霜：うん、だから行政とかさ、公務員とか、金融とか、その辺はもう絶対ダメだなって。だってさ、接待とかあるけどさ、あれ役人誘って割り勘で、なんて言えないよね。「いやいいですよ、ここは持っておきますよ。」とかさ。そういう世界の方が俺はいい。私公務員なんで、払うわけにはいきませんという毎日は真っ平御免だね。「いやここはもう経費余っちゃってるんで！」とかさ、そういう世界が俺は好きなんだよ。

語尾ハート♡：分かりました。ありがとうございます。

小霜：まあ、だからと言って、いい加減にその他大勢に埋もれて消えていくのも真っ平だね。

語尾ハート♡：それはもう社会人になる前から、one of them になりたくない、他の人とは同じでいたくないって思ってたんですか？

小霜：だって、俺東大法学部だよ！？その他大勢でいって思ってたなら、そんなとこ行かないでしょ。

語尾ハート♡ : その他大勢でよかったら、そんな生き方しませんよね。ありがとうございます。

スカシスト : ありがとうございます。その他、質問ある方いらっしゃいますか？

エサ待ち bot : いいですか？目の前のことをものにする精神みたいなものは、大学時代の頃のお話とか、現代国語の話だったりとかで理解できるかなって思うんですが、そういう風に考えられる癖や思考のルーツがすごい気になるんですけれども、もしこのような経験がきっかけとか、自分のコアになっている価値観とかがあればお聞きしたいです。

小霜 : 多分、貧乏だったからじゃない？一人っ子で、家が貧乏で、なんかああいう貧乏生活に戻るのだけは嫌だなみたいなのところはあったんじゃないかなあ。

ボンボン : ハングリー精神ですね。

エサ待ち bot : だから目の前にあることだけは、絶対にモノにしてやるという気持ちが常にあるということですかね？

小霜 : かつこいい言葉で言ったら、責任感が強い。今日も昼飯抜きで、晩飯も抜きなんだよ。なんでかって言うと、明日の9時からプレゼンがあるんだけどさ、もう何回打ち合わせしてもエージェンシーのクリエイティブが理解できないわけ。ずれた企画を持ってくるんだよ。でまあ今日の午後にさすがにキレて、その場で「俺の言う通りに企画しろ」と。で、「こういうセリフにしろ」「こういうシチュエーションにしろ」って言って、その場で3本企画をつかって、今日の夜9時までにかたちにしろって言って、またこの後9時から打ち合わせがあるんだけど。10分くらいで3本企画したんだよね。

ボンボン : この10分には、小霜さん人生の積み重ねが詰まっているのかなと感じました。

でもこれは、あそこで俺がやらなかったら明日プレゼンできないか、おたんちんな企画になってしまう。普通はしょうがないからって言って、おたんちんな企画でもいいんだけど、俺はそれを許さない。普通はスタッフに気を遣ってね、じゃあこれでプレゼンしようかって置むけれども、俺は絶対許さない。でもそれをやるから、クライアントから「小霜さんは頼りになる」って思ってくれるし。そこがある種、すごみだと思うんだよね。そのすごみが、その他大勢とは違う存在にしてくれているのだと思う。

宇宙人 : パワハラが問題になる中でこういうことをしてくれる人というのはますます貴重になっていくのかなあと予感しています

エサ待ち bot : この1年間を通じて広告に対する考え方が甘いなって毎日のように思っていました。そこを改善できていない点はダメなことだと痛感しています。今も研究室でいつかまでにカタチにしないといけないのですが、「これでいいや」って思ってしまう瞬間もあるのですが、プロ意識の高さみたいな言葉で簡単に表してはいけないと思うんですけど、本当に勉強になります。ありがとうございます。

小霜 : そうだよな、ふと出てきた言葉かもしれないけれど、君たちへの不満は「すごみ」がないことだよ。「こいつは何出してくるかわからんぞ！」とかさ、そういうのが無いよね。どこかやはりクリエイティブをや

っていきいたいなら、「すごみ」を見つけて欲しいよね。「あいつは侮れない」とか「あいつは何してくるかわからない」とか「あいつは甘くみれない」とか。ただね、そのことで自爆することあるんだよね。例えばさ、俺が責任感を持って、「こういうことをしろ」と言ってやるじゃんか、クライアントのためにね。ところがそのクライアントが、「いや、小霜さんちょっと怖い」とかね。「ありがたい！」じゃなくって、「小霜さん、怖い。」ってこともあるわけ。

エサ待ち bot 「凄み」というお言葉、このセリフを聞いてから、事あるたびに意識しています。こんなもんだらうと途中で満足してしまいそうになったときは、one of them でいいんだらうか？と気持ちを奮い立たせて頑張っていきます。

(一同笑う)

エサ待ち bot : そうなんですか？ (笑)

小霜 : うん、まあ結果的に言ったら、そういう「すごみ」でやるよりかは、「まあまあこの企画でいきますか」ってなって、クライアントも「まあこんなものかなあ」って無難でいい関係ができるかもしれないけれども、ここはもう損得ではなくて、俺の性分かな。そういうのが許せないのよ。

エサ待ち bot : その自爆の話は、実際にそのように思われてしまったことがあるということでしょうか？

小霜 : たくさんあるよ。「小霜さんは、ちょっと、もう.....。」って言われながらやってきた。

エサ待ち bot : もちろん「すごみ」があることに越したことはないと思うのですが、そういうこともあるのだなと知れました。

小霜 : まあだからその辺は計算を超えた性分みたいなところになってくるのかもしれないよね。

エサ待ち bot : はい、ありがとうございます。

スカシスト : その他追加質問ある方いらっしゃいますか？無さそうですかね。そうしましたら、ボンボンさんが20 時ごろから来る予定だったのですが、まだお仕事らしくて。ボンボンさんの質問があと1 問残っているのですが、そちらをお聞きしてもよろしいでしょうか？

小霜 : いいよ。

スカシスト : ありがとうございます。

ボンボン

以前、早死にする職業ランキングで広告代理店が挙げられておりました。一方でクリエイティブで刺激のある仕事は、ブラックであるとも考えております。

その際、「命を削ってでも、使命を果たすべき」なのか、それとも「死ぬくらいなら、この仕事は厳しい」どちらが正しいとお考えでしょうか。

あるいは、非効率で行ったり来たりがクリエイティブだと伺いましたが、突き詰めた先に仕事の使命の達成と、命や健康というのは両立出来るものなのでしょうか。

～質問意図～

小霜さんのお仕事に対する哲学を伺いたいです。また働き方改革が進む中、逆に沢山働く人間は勝ちやすくなると思いますが、その突き詰めた先にある信念や哲学を伺って、今後の指針にしたいです。

スカシスト：一応こちらがボンボンさんの質問になります。代わりに読み上げます。早死にする職業ランキングで広告代理店が挙げられていました。一方で、クリエイティブで刺激のある仕事は、ブラックであるとも考えています。その際、「命を削ってでも、使命を果たすべき」なのか、それとも「死ぬくらいなら、この仕事は厳しい」と考えるべきなのか。どちらが正しいと考えていますか？とのこと。

小霜：いや、命を削るほどのものではないよね。

スカシスト：今、何も小霜さんは食事を摂られていないということで、かなり命を削られていると思うのですが。

小霜：あのね、これ広告だけの話？

<ボンボン途中参加>

ボンボン：お疲れ様です。今入りました。

スカシスト：今、ボンボンさんの質問を聞いている最中です。

小霜：これ広告関係ある？この話。

ボンボン：えっと、広告で働く上でという意味で書かせていただいたんですけども。

小霜：なんかその、やるべき時は健康とかそういうのは忘れちゃってね、やるんだというのは、広告に限った話ではないと思うけれどね。

ボンボン：クリエイティブ職だけに限らず、全職員がってことですかね。

小霜：だって、医者だってそうでしょ。コロナ患者がガンガン来てね、人が足りないという時にさ、「俺命削るのは嫌だから、ちょっとお先に失礼しま〜す。」ってならないだろ。何か使命感があったらさ、病院に泊まり込んででもやるんじゃないの？それと同じで、僕ら世代は自分の作ったものがCMになったりOOHになったりして出ていたから、恥ずかしいものは作れないぞというものがあつたんだよ。健康度外視で。1徹、2徹くらいはやってたよ。その時に「将来寿命縮むかなあ」なんてことは考えない。あとね、やはりその自分が何者かであることの満足感って強いと思うんだ。

スカシスト 今の若者は、「何者かになりたい欲」がさらに強まっている気がします。おそらくSNS等で一般人が有名人になっていく過程を身近に感じられるようになったからでしょう。しかし、何かになりたいだけで、その何かが明確でないから、パワーの方向性が定まらず、何者かになるための手法だけを得ようとしているのだと思います。とにかくやってみることでしか解決できないのに.....。

ボンボン 何者かになる為のマインドは叩き込まれたと感じています。積み上げて。5年後・10年後に花開く様に努力をします。

俺は今カラダが悪い。右脚がいうこときかないし、カラダ全体が不調なんだよ。でも、全然不幸な感じがしないんだよ。多分僕が泣かず飛ばずにあまりみんなにもあてにされないポジションだったら、なんか自分の人生に対して不満を感じていたかもしれない。でも今は人生に不満はない。自分の働き方がね、自分の寿命を縮ませていたとしても、そこに後悔したりはしないよね。働き方改革というのは、やりがい搾取対策だよ。名誉も得られない、その他大勢の中で一方的にやりがいを搾取されることは防ごうって俺は言っている。

エサ待ち bot 幸せとはなにか考えさせられるお言葉でした。

やはり、何かを成し遂げるとか、何者かになるためになると忘れてしまうよね。つつい徹夜してしまいましたとか。そうなっちゃうんだよ、どうしても。達成感と健康は両立できるか、って書いているけれども、それはわからない。多分できるんじゃないの？でも、そんなの狙ってできる訳でもないよね。「今日はここで帰れば健康だ」とかさ「あと1時間はギリ健康で働ける」とかならないじゃん。だからこの問いには、意味は全くなくて、結局やってしまうのよ。やる奴はね。

宇宙人 私はこの現象を「アドレナリンが出る」と言っているんですが、確かに健康な気は全然しません。でもこれがないともっと不健康になってしまう気もします。早く帰れる日は早く帰って運動するとか、メリハリなのかなと感じました

ボンボン：その気づいた使命感とかやる気みたいなことがいい意味でハマっていくということですかね。

小霜：うん。まあ、そうじゃないやつもいっぱいいるよ。適当にやっている人もいっぱいいるので。

ボンボン：小霜さんがおっしゃられているのは、事務職に近い仕事をされている方のことを言っているのでしょうか？

小霜：いやいや、事務職のような人たちをバカにしているのではなくて、事務職的にクリエイティブをやっている人とかはさ、そこまではやらないかもしれないよね。

ボンボン：はい、ありがとうございます。

スカシスト：はい、えっと以上でみなさんから質問が上がったと思います。追加質問する方がいらっしゃらなければ、本日は終了にさせていただきます。

<まとめ>

スカシスト：それでは締めさせていただきます。本日は、白か黒かみたいな質問ばかりであったり、お疲れの中お時間いただきありがとうございました。最後にもしよろしければ、最終講なので総括みたいなコメントをいただければ嬉しいです。

小霜：そうだなあ。なんかね、価値観の違いみたいなものを感じるのだけれど、とにかく俺世代の課題はね、【いかにその他大勢から抜け出すか】だったんだけど、君たちは【その他大勢が気持ちいいです】と口を揃えて言っているように思えるんだ。この学校以外でも言っているんだけどね、俺がいろんなエージェンシーと契約してさ、そこで若い人たちに教えたりもしているんだけどさ、やっぱり同じようなことを言うんだよね。なんかね、抜け出て来てほしいと思うんだけどね。「抜け出てやるぞ！」っていう【強い気持ち】とか【すごみ】とかそういうものを感じたいなあ。

ひげのび太 最後まで「退屈な日曜日」と思わせてしまったのはとても残念でした。「抜け出てやる」という気持ち、自分を追い込むのがまだまだ全然足りなくて、自分に甘いと、それまでの自分を超えられないんだと思います。

反抗期 1年間を通し1つでも、小霜さんに覚えてもらえるような企画を出したかと自分に問うた時、出せていない、が答えになることが情けないです。今後仕事をしていく中で、あの時の卒業生か、と感じてもらえるものを作ります。

定規 オーラがあると感じる人やなんかこの人は違うなって思う人を言語化してもらった気がします。

まあ1年間通して君たちが分かったことは、「甘くないなあ」ということだと思うよ。もしかすると、君たちがいる環境が甘いのかもかもしれないね。「僕が私がいるところは、甘い場所だったんだな」って。なんか、ぜひ甘くない場所に出て来て、頭一つでも抜け出るようになってくれればなと思うけれどね。

宇宙人 この仕事、思ってた以上に甘くなかったです。同時に、緩く仕事していくなら、その他大勢のクリエイターの一人として生きていくならどこまでも甘くなれるなと思いました。今後仕事をしていくとき、小霜さんの言葉を思い出してせめて自分だけは自分に厳しくやっていきたいと思いました。すごみがないときっと一生やっていけない。

ボンボン 本当にありがとうございました！！

定規 卒業しても、この表現を小霜さん、米村さんに見せたらなんて言われるだろう？ということ意識していきたいと思います

スカシスト 気持ち良さを感じたら、成長できていないくらいの気持ちで、自分自身を高めていきたいと思います。

テンパリくん 僕も自分がすごく甘い場所にいるんだなと思います。小霜さん、米村さんがTOPクリエイターの姿勢を見せてくださったので、その姿勢と自分を照らし合わせて、少しでも甘さは排除していきたいです。

ひげのび太 クリエイターとして成功するためには環境も自分に厳しいものにしていく覚悟があるのだと思いました。

1年間お疲れ様でした。

一同：ありがとうございました。

小霜：まあ、緊急事態宣言も終わったので、今期に関しては卒業式みたいなのはやってもいいのではないかなと思ひ、またその時に会いましょう。生で会うのは初めてなんだけどね。

スカシスト：そうなんですよ（笑）またお会いできるのを楽しみにしております！

小霜：はい。じゃあ、僕は先に出ます。

一同：ありがとうございました！！