

第六期 第二十四回 np.広告学校 講義録

【小霜クラス 気配り御膳】④

(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 までご連絡ください。)

◆日時

2013年12月9日

◆出席者

で？、未満、コゲ太、食い丸、おにぎり、ピロリ、花火、滑舌

小学生、ネチ・ネチ郎、世界の野糞、安倍さん、垢ブリ、センター、シカシカ、ホへ～

生徒11名(女性6名男性5名)

+小霜・付き人(np.)・インターン

小霜：えっと。まずはちょっと二ヶ月申し訳なかった。米村クラスばっかになっちゃって…きっと、飽きちゃったと思うけど。

一同：笑い

小霜：(課題案を見ながら) しかも…二ヶ月…なのにあんまり進歩を感じない…(苦笑)

それでね、えっと、皆が持ってきたのを見て、早速ということになっちゃうんだけども。

これ、二ヶ月ぶりてうろ覚えだと思っただけ…まあ、ストラテジーがね？ストラテジー自体が新しい場合、表現はあんまりヒネる必要がないよ、という話をしたと思っただよね。で、皆がこう…作って来た中でまずね。これ、ちょっとそこに置いてくれる？

※今回の表現案のストラテジー

- ・気配り御膳でダイエットのリバウンドを防ぎましょう。
- ・産後のダイエットに気配り御膳

【で?の表現案】

ニチレイフーズダイレクト

産後は“気配り御膳”で、無理せずダイエット



お家に届く、高バランスで低カロリーご飯

気くばり御膳ロゴ



で?案

リバウンドを防ぎたいなら、“気配り御膳”。



気くばり御膳ロゴ



痩せたら食べ始める、宅配低カロリーご飯

で?案

小霜：まず、素直に基本を作ってみる。

あの、これで良いのよ。写真がこれで良いかってのは、ちょっとあるんだけど。でもね、まずね、これで良いと思う。いや、「リバウンド防ぎたいなら、気くばり御膳」という、なんでもないキャッチなんだけど。(笑)それでまあ、良いんだ。で、B案は…「産後は気くばり御膳で無理せずダイエット」。まあ、なんでもないけど。素直に言ってるじゃない。わかるよ。基本、これで良いと思う。まずはさ、こういうものを作ってみる。てことをすべきだと思う。こういう事を作ってみて、さらに、工夫をできるならする。

その後工夫するのは、ターゲットが「ぱっと見て解る。と、気になる。」ように工夫していく。

で工夫って言ってる意味は…これも前言ったと思うんだけど。良い広告というのは、「早い」。それから「気になる」という事だよ。パッと見て理解できる、というのが今の広告には必要で。あの、なんか名作キャッチコピー集とか、そういうのあるじゃない。それ見ると、昔のコピーとかいっぱい載ってるんだけど。時代が違う。情報量が今の1000分の1の時代だよ？新聞を開けば、1ページ1ページを丹念に読んでくれた時代。広告に投資する時間が全く違う。そういう時代だから、「これはどういう意味かな？」という風に、読み手がね、ちゃんと考えて意図を察してくれた時代なの。今は、そんなのね、パッパッパ見て、一瞬で素通りする。一瞬で見て、ん？となるかどうか。これがもう、ものすごく勝負。すぐにわかんないと、もう飛ばされちゃうの。

僕が教えようとしているのは、今の、この時代に広告仕事としてクライアントに提案できて、ちゃんと効果が出てお金がもらえる、と。そんな事を教えようとしているのね。そうすると、まず、パッと見て「気になる。」ターゲットが気になって、しかも、すぐに理解できる。これがやっぱり良い広告だと。っていう風に考えたい。

これが一つの基準だと考えたら。良い方向に工夫してる人と、ダメな方向に工夫してる人がやっぱりいる訳よね。それを見せて行きたいのね。まあ、この辺が基準かな、という物を並べると…

【安倍さんの表現案】

ダイエットって大変。
維持するのはもっと大変。

あなたの栄養管理士

気くぱり御膳ロゴ

これ全部355kcal以下



本当の体型に戻ろう

栄養とカロリーオフ

気くぱり御膳ロゴ



小霜：それでねえ、産後のやつ。（安倍さんB案）…ちょっとわかんない。「本当の体型に戻ろう」って言って。いや、産んだら戻るよなあ、って気持ちあると思うのね。理解できない。多分、作った人は理解できてんのよ。頭の中でね。でも、自分の理解値と、初めて接する人の理解値って前提が全然違うから。やっぱり客観視する、っていうのは大事で。そういう意味ではちょっとわかんない。ただ、上の奴。（安倍さんA案）ま、リバウンド防止。これは素直にできてると思う。「ダイエットは大変。」わかるよね。

コピーとしてはレトリックとか…そんなにすごいものじゃないけど、伝わるは伝わる。あと、もう一つね。これが基準として、ちゃんとしてるなって思うところが一個あるんだけど。何だと思う？

センター：「これ全部355kcal以下」って所ですか？

小霜：違う。いや、それも大事だけど。

シカシカ：商品の写真。

小霜：商品をちゃんと見せる事は端折ってはいけない大切なこと。

そう。商品出してるよね。あのね、ほとんどの人が、商品の写真を出してない訳。「気くばり御膳」で名前だけで終わらせてる訳よ。皆、表現が好きなんだな、きっと。表現の事に意識がたって、この商品をちゃんと見せてあげよう、とか。どんな商品かわかるようにしてあげよう、って意識がもう飛んじゃうんだよね。それではやっぱ、ダメで。

「気くばり御膳」とは何ぞや、と。いやこういう商品なんです、ってちゃんと見せてあげる事はすごく大事なんで。それがないと広告としては成立しないよ。まあ学校だからね。本当は精密に言うて行くと、いろんなスペックとか書いたりしなきゃいけないんだけど。どっか端折んなきゃいけないとしても、でも、やっぱり商品をちゃんと見せる、というのは端折っちゃいけない気がする。

【垢プリの表現案】



出産後の、
たるんだおなかに
効くごはん。



おいしい!

栄養満点!

低カロリー!

健康も 体型も 美しくキープ
気くばり御膳ロゴ

気くばり御膳 株式会社

小霜：えっと…商品で埋め尽くしてるよね。それは、悪くない。あと、「ダイエットに成功したら、アンチリバウンド」ってのもわかりやすいよね。アンチリバウンドご飯、って言い方してる所はちょっと工夫があるよね。で？案はベタというか、ま、ベタなんだけど。これはちょっと工夫して、軽快に楽しげに、フックみたいな物を出してる。姿勢として悪くないな、という気がする。ただ、2つ目の（垢ブリB案）キャッチが気になる訳よ。どこが気になるかわかる？

花火：たるんだ？

小霜：違う。

安倍さん：効く。

小霜：そう。効く、って言葉が使い方違うんじゃないかな、と思う。効く、ってどういうもの？どういう商品？

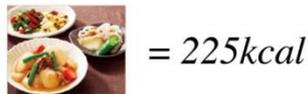
安倍さん：薬。

小霜：そう。これご飯じゃん。薬じゃないんだよね。効く、ってのはさ、機能性商品に使うべき単語だと思うんだ。お腹…たるんだお腹をさ、スマートにする、って事じゃない？言いたいのは。効く、っていうとさ、なんか「元気が出る」とか「エネルギーが出る」とかを連想すると思う。で、効くって言葉から「痩せる」は連想しないとおもう。だから、本当は、適切な単語あったんじゃないかと思う。おいしい。

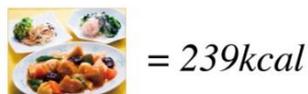
【小学生の表現案】

ニチレイフーズダイレクト

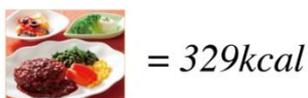
リバウンドしない、
ただひとつの方法。



過酷なダイエットの反動で…
筋肉が落ちて代謝が悪くなって…
でも、リバウンドの本当の原因はひとつ。
消費するカロリー以上の食事をとってしまうから。つまり、リバウンド防止には、



消費するカロリー以上の食事をとらない。



そこでご提案するのが「気くばり御膳」。
一食 355kcal 以下のお惣菜だから、難しいカロリー計算は必要ありません。和洋中、多彩なメニューを選べるから、ダイエット中のような我慢ともさようなら。

考えないで選ぶだけ、
低カロリー弁当。

気くばり御膳ロゴ



こっちの悩みは、
子育て以上かも。

ニチレイフーズダイレクト



New!!

産後のダイエットフード



- ◎一食 355kcal 以下の低カロリーなお惣菜。
- ◎バランスの摂れた栄養で、無理なく痩せられる。
- ◎和洋中、豊富なメニューで、飽きずにつづく。

小霜：なんかこれちょっと、自分（小学生）ブランド、な感じ。（笑）

一同：大笑い

で？：ランドセルですか。

小霜：ランドセル。顔、みたいのが…まあ、悪くないな、と思うけど。えっと…この工夫も、悪くないなあ、と思う。つまり、「ただ一つの方法。」てなると、それ何？て事になるじゃない。で、商品に意識が向かうよね。で、商品が置いてある。良いと思う。ただね、このキャッチのレトリックで気になってるの。何だと思う？

安倍さん：レトリック自体にですか？

小霜：そうそう。

世界の野糞：ただ一つ、とは言い切れないかな。と。

小霜：それもあるんだけど。

小学生：ダイソンとかですか。

小霜：そうそう！ダイソンのコピー丸々パクってるんだよね。「吸引力が下がらない」ってのをね。（笑）

小学生：なんか、最終的にそうですね。一緒になっちゃいました。

小霜：「ダイソンは吸引力が下がらない」っていうさ、否定してるでしょ？だから、「リバウンドしない」っていう言い方を、止めるとか。工夫しなきゃダメ。もう一つの産後の方は、言葉を変えるんじゃないくて、もっとこうしたら良かったのってのが一つあるの。それは何だと思う？

センター：ビジュアルが、お腹を気にしてるビジュアルにするとかですか？「こっちの悩みは」といっている、こっちをビジュアルで対応するのかな、と思っただけでなかったり。あ、体重計乗ってるのかこれ。

安倍さん：こっちが何かを言ってない、ってことですか。

小霜：うん。ま、そういう事もあるかもしれないけどもっと気になる事。レイアウトの問題かな。

小学生：ぎゃ、逆にした方が良い？なんか。

小霜：逆にする？それはない。「こっちの悩みは子育て以上かも。気配り御膳」って、意味がわからない。でも、あの、考え方はちょっと近いよ。

センター：真ん中に来てるものが子育てになってるから。場所を変えるって事ですか？体重の事が端っこになってる。子育てという事が真ん中に来てるから、体重を気にしてるのであれば…体重を真ん中にした方が…

小霜：いや、もっと大事な事だよ。

ピロリ：「こっちの悩み」っていうのが、子育て以上と言ってるのに、これが悩みに見えるんですが。

で？：悩みが子育てになっちゃってるという事？

ピロリ：そう。悩みっていうのは、モヤモヤの中にあるから。

小霜：そういう事もある。まだ完成してないんだけど。それよりも、大事な事がある。

おにぎり：商品の強みがいっぱい書いてあるけど、パッと見わかんない。

小霜：ま、それもあるけど、もっと大事な事。

食い丸：ロゴが小さい。「気くばり御膳」の。

小霜：うーん。それもそうだけど、もっと大事。

センター：あと残ってるの…このランドセルマークしかないです。

一同：笑い

おにぎり：商品の写真が小さい。

小霜：ターゲットが反応する言葉を目立たせる。

あのね。「産後のダイエットフード」が小さいと思う。キャッチとね、受けと2つある訳じゃない。

そのね、大きさがさ、今同じなんだよね。ほとんど。これはね、メリハリ付けた方が良い。

いや、ターゲットはね産後太っちゃって何とかしたい、って思ってる訳だよ。だから、「産後」とか「ダイエット」とかに反応するはずなんだよ。産後とかダイエットとかをキャッチに持って来るってのが一番早い。そうだよ。でもキャッチに持って来ないで、抑えに回すんだったらデカくしなきゃダメ。もっとドカーンと。

今ね、どの悩み？って時に、「産後のダイエットフード」ってのが埋もれちゃってるのね。パッと目に入って来ない。「こっちの悩みは子育て以上かも」は小ちゃくても良いわけ。その代わりに、「産後のダイエットフード」ってのが隅にあるんだったら、思いっきり目に飛び込んで来るように大きくしなきゃいけない。それがすごく大事な事で。そういう事を作った上で、じゃあ絵をどうするんだ、っていう風に辻褄を合わせて行くっていう。という風に考えた方が良くと思う。

【小学生の表現案】

リバウンド案_滑舌



リバウンドが怖くて、
ご飯の楽しみ方を忘れたあなたに。





小霜：ま。これは。まあ、一番最初の基準って物を、ヒネろうとしている訳だよね。で、ヒネろうとして、上の方はギリギリ成立してるかなって気がするわけ。いや、リバウンド怖いよ、って思ってるから。ターゲットはね。「リバウンド怖くて」って言われると、そうそうそうと。自分もそうなんだ、っていう風に、パッと気になる。それがあから、ご飯を楽しみませんか、ってのが納得がいくんだよね。ただ、「色彩豊か」ってのが何の事かわかんない。関係ないよね。

あと産後の話でいうと。「シワが増えた」ってのは全く関係ないよね。そんな事は気にしてないはずなの、ターゲットは。今太ってるのを何とかしたい、と思ってるので。なんか痩せたら…出産後ムリに痩せたらシワが増えてどーしようとか、そんな人いない。ほぼ。これはね、ダメな例だね。ダメな方に工夫しちゃって意味不明になっちゃったという。リバウンドの方のキャッチはギリギリセーフかな。下は破綻してる、っていう感じ。

【インターンの表現案】

リバウンドはこれを食べても防げる



好きなものを低カロリーで。

私の専属栄養士

気くばり御膳ロゴ



産後は綺麗で
健康なママ
でいたいなら

気配り御膳

検索

ニチレイフーズダイレクト

小霜：えーとね。これは、上も下も、キャッチが惜しいな、って気がするのね。何が惜しいだろうか？ま
ず上の方。

おにぎり：「食べても」ってのがちょっと引っかけります。

小霜：どういう風に？

おにぎり：「リバウンドはこれを食べても防げる」というと、他に方法がある感じがします。

小霜：そうだね。つまり、弱いわけだ。さっき、あの、ダイソンのパクリで「ただ一つの方法」ってのは、たった一つと本当に言えるかどうかわかんない、ってのがあるんだけど。ま、強いよね。これに決まり、これしかない、ってのは強い。なんか、「これを食べても良いよ」って言われると、なんかなあ。（笑）じゃ、他にもっと良いのがあるのか、みたいな感じがする。「これを食べれば」だったらまだわかるかなあ。意味としてはね。で、下の方も、ちょっとね、キャッチが惜しいなって感じがするんだけど、それは何だろう？

で？：産後は、って所ですか？

小霜：ん？どういう事？

で？：産後「も」綺麗で健康な…健康的なママでいたいなら。

小霜：うん。ちょっと違う。

花火：綺麗の部分ですか？

小霜：うん。そこがなんで？

花火：えっと。この商品って別に美容製品でなくて、痩せるとか体重の商品だから。綺麗になるとは限らない。

小霜：そうなんだよ。その通り。ターゲットは痩せたいって思ってるわけだよ。ダイエットしたい。でね。ダイエットした結果として、綺麗になる、ってのはあるかもしれないけれど。で。ある種の三段論法になってる訳だ。痩せました、その結果として綺麗で健康になりました。でもね？中を端折って綺麗で健康的でいたい、って言われてもわからない。痩せたい！って人がこれ見ても、あ、痩せれるんだー、とはとても想像つかない。書いてる人は、結果として同じ事じゃないか、って考えているかもしれないけれども。初めて見る人には、そこまでわからない。

【未満の表現案】

リバウンド防止フード案／未満

食べたいものをガマンしていたから
リバウンドするんだと思う。

好きなものをセーブする。
その反動でカロリーオーバーしてしまったら
せっかく成功したダイエットも台無しです。
でも、食べるのって、楽しいですよね。
だから、好きなものを、どうぞ食べてください。
気くばり御膳は、和・洋・中と種類が豊富。
しかも、どれも355カロリー以下に抑えました。
栄養バランスもバッチリだから、
残さずしっかり食べても大丈夫です。
もう食べれないストレスとはさよなら！
ダイエット成功を喜びましょう。



ダイエット成功の祝いメシ

気くばり御膳ロゴ



産後ダイエット案／未満



産後ダイエットを
経験しているママは少ない。

いまの時代、出生率は1.41人。
女性が出産を経験するのは
人生で1度か2度しかありません。
産後ダイエットに成功した女性は、
きっともっと少ないでしょう。
だから、選んでほしいのが、気くばり御膳。
塩分、カロリー、そして栄養管理まで
プロが徹底してこだわった食事で
健康的に、確実に、元の体型に戻れます。

出産前のわたしに戻る。

気くばり御膳ロゴ

小霜：これはね、あの、正直、僕は見て意味がわからなかった。なんか、キャッチコピーとして表現にしたいと思ったのかな。あと、気くばり御膳でのが、我慢しなくてちゃんと食べれますよ、っていう低カロリー商品だから、商品性をもって「食べたいものを我慢しない」という事を盛り込もうとしたんだろうけど。結果的にはちょっと破綻しちゃってるかな。

それよりかは、キャッチとしては、困ってる人に、「リバウンドを防ぐために」って言った方がはるかに速く伝わるよ。たぶん、その下の奴も、だから何？て感じがするのね。あ。そうなんだ。で？みたいなの。ちょっと、言いたい事、掴みたいものから離れて行ってるかなあ。本当は一番最初のこれが基準だ、って言った奴（で？案）で言えば、一応掴めるのよ。なんか、これ（未満案）は離しちゃってる感じがするんだよね。簡単に掴めるのよ。ストラテジーがね、新しければ。素直に言えば掴めるんだよ。それを、もっと、何とかしようって思った時に工夫が変な方に行くと、こうなっちゃうというか。

【ピロリの表現案】

<リバウンド防止>案 ピロリノ

ニチレイフーズダイレクト

ダイエットは、ダイエットフードで。
リバウンド防止は、気くばり御膳で。

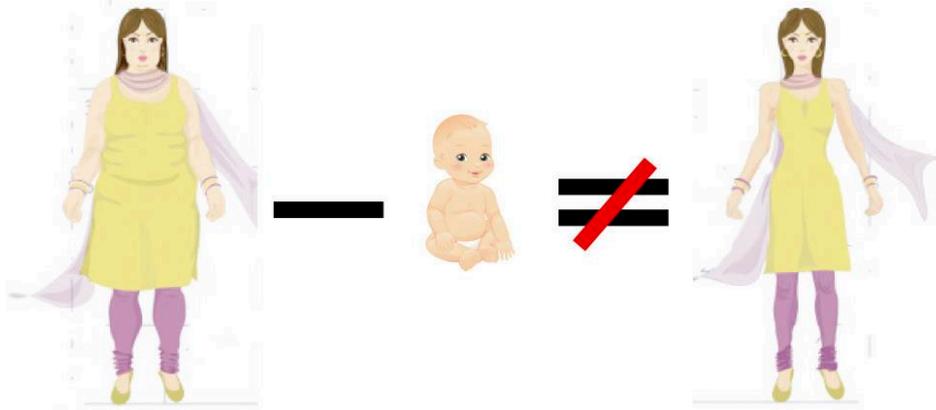


※盛りつけ例

しっかり食べて、355KCAL以下！

気くばり御膳ロゴ

ニチレイフーズダイレクト



手ごわい
産後のダイエットに。



おいしく食べて
355kcal以下!

無理なく続くバランスごはん。

気くぱり御膳ロゴ

小霜：えっと。これ、上の方は、めちゃくちゃ素直だよ。まあ、一番最初に見せた（で？案）これ基準だよ。って奴とすごく近い。これは多分商品だ、ってことだと思うんだけど。ま。これも一つの基準かな。まず、これで良いのよ、って話ね。

ただね、下の産後の奴が、ちょっと、意味がわかんなかった。よく考えなきゃわかんないね、これ。直感的に考えてもわかんないでしょ。これ言ってるのは、あの、妊婦さんから、ね。妊婦さんが赤ちゃん産んだら元の体重かという、違うんだけど。

花火：ふーん。

小霜：ほら、あなたが今ごろふーんって言ってるように、時間掛かってるわけよ。それは、今の広告では通用しないのよ。パッと見て理解できなかつたら、素通りされちゃうわけ。今は。だからなんかこういう、謎解きみたいなのは止めた方が良さ。

謎解きそのものが企画になってれば良いけど。あの、例えば、電車の日能研の広告みたいに、さあ問題です。ってお題出すとかさ。これは、例えばキャッチとしてはさ。「問題。この解をどうのこうの」みたいに書いてあったりね。これは時間かかるものですよ、と。この広告はと。パッと見

てわかるものじゃないんです、という前提でやればまだ良いかもしれない。言ってる意味わかる？
パッと見て直感的にわからせようとする場合、これはちょっとムリがあるかな。

【センターの表現案】



ダイエット後のリバウンド防止に。



おいしく食べるカロリーコントロール

気くばり御膳ロゴ



ムリをしたくないママのカロリーコントロール食

気くばり御膳ロゴ

小霜：えっとね。これは、ま。リバウンドって言葉使ってるんだけども。なんかでも、簡単だったらこの商品買う必要ないじゃん？って感じがする。いや、この商品を使ったから簡単だ、ってことを言いたいんだよね。きっと。でも、そういう風に、パッと見た時になってないと思うんだよね。あ！違う違う。ごめん、リバウンド防止、じゃないんだよね。簡単にリバウンドしちゃう、って事を言いたいんだこれ。なんかでも、リバウンドってダメな事なのに「簡単かも」って言われると、なんか良い事のように聞こえてきちゃう、っていうか。僕が最初間違えたように。「リバウンド防止って簡単かも」って言われると意味が通るわけ。なんかその辺の、受け取る印象と、言いたい事がちょっとズレてるというか。うまく行ってない感じがするな。あと二つめは、ちょっと意味がわからない。置き土産、それは脂肪です。って事を言いたいんだろうけれども。多分そこまで、今のターゲットは付き合ってくれない。えー？それ何だろう？って考える前に、なに言ってるの。で通り過ぎちゃう。そんなに今はね、甘い時代ではないので。謎掛けをするんだったら、さっき言ったみたいに、さあ謎を掛けますよ。っていう風に宣言するとか。その位しないと、付き合ってはくれない。スピードが遅いかなって。置き土産があって、脂肪です。その脂肪を取るには、これですよ。って、結論までが長いわけよね。さてそれで。

【世界の野糞の表現案】

ニチレイフーズダイレクト 気くばり御膳 リバウンド 表現案①

世界の野糞

ダイエットが終わったんだから、
気にせず食べたい。

食事を楽しみながら、リバウンドを防ぐ。

気くばり御膳ロゴ



ダイエットしたんだから、
好きなもの食べさせてよ！



食事を楽しみながら、リバウンドを防ぐ。

気くばり御膳ロゴ



子育てとダイエットは、
一緒にできるの？

しっかり食べて、健やかダイエット。

気くばり御膳ロゴ



どっちも私だから、
健やかにやせたい。

子供と自分を思う、ダイエット食。

気くばり御膳ロゴ



小霜：表現案は1案ずつにしようか。たくさん出しても良いんだけど、キリがなくて時間が制約されちゃうから。

ターゲットの言葉をキャッチにするならば、共感をとらなければいけない。商品性を入れてはいけない。

それでね。これも前に言った事あるかもしれないんだけど、ここでキャッチとして使ってる言葉は、ターゲットの言葉だよ。ターゲットの言葉をキャッチにするってことはさ、共感を取ることなの。言い方を変えると、ターゲットがまさに今思っている事。を、言ってあげるって事なんだよね。ま、思っている事、あるいは意識下に潜んでいる事。まだ言葉になっていないんだけど、無意識にこうあって、言われると、あ、そうそうそう！って自分で思う事ね。そういう視点で見た時に、このキャッチはそういう風になっているだろうか。ダイエット…僕もダイエットしたんだけどさ、一昨年くらい。10キロくらい落としたんだけどね、カロリー制限して。で、落ちたと。落ちたからさあ食うぞ、とはとても思わなかったね。落とした時に思うのは、これどうやって維持しよう？の方だと思うんだ。でね。なんでこのキャッチにしたかという、きっと商品性を言いたい、て事があったと思うのよ。気にせず食べれますよー、と。低カロリーだからと。でも、その商品性を、妙にターゲットの言葉にしちゃうと、そんな事思わねえよ、ってなっちゃう事があるわけで。いや、素直に言えばね。「ダイエット終わった。さあ、どう維持しよう？」って書いてあれば、あ、そうそうそう、そうなんだよ。維持どうするか気にしてるんだよね。って思ってシンクロするわけだよ。気持ち。共感取るんだったらそれで良くて。そこに妙に商品性入れて来ると、共感がなくなっちゃう。

世界の野糞：はい。

小霜：ただ、上のキャッチでも、もう一行足せば成立する、ってのがあるわけ。どういふのを足せば良いだろうか？

花火：上の奴ですか？

小霜：うん。

花火：質問で終わらせるとか。

小霜：例えば？

花火：気にせず食べたら？とか。提案するじゃないですけど。

小霜：いや、上の二行はいじらないで、三行にするってことね。

センター：ダイエットが終わったんだから気にせず食べたい。でも、食べられない。

小霜：えっとね。それは間違ってるんだな。気にせず食べたい、ってのは皆そうでしょ？って事になってるじゃん。でも、そんな奴いるかよ？って、やっぱりなっちゃって。そこは解決されてないじゃない。

ネチ・ネチ郎：もちろん体重維持しながらね、みたいな。

小霜：うん、ちょっとヒネり過ぎ。

ピロリ：と、思っている人へ。みたいな。

小霜：うん。あのね？例えばさ。「そんなあなたに」とかさ。「そんな人もいますよね」とかね。つまり、いや、皆そうだとは思ってないよと。でも、そんな人もいますよね、と。そういう人のための商品ですよ。と言うと、変じゃなくなる。言ってる事わかる？いまこの状態だと、皆そうでしょ？って聞こえちゃうわけよ。そうすると、いやそんな訳ないでしょ、となっちゃうんだけど。昔、ずいぶん昔だけど。セブンイレブンのCMでさ。夜中になると、稲荷寿司の事で頭がいっぱいになるんです、って女の人が出て。稲荷寿司、稲荷寿司…って紙に書いているわけよ。いっぱい。で、「そん

なケイコさんのセブンイレブン」。わかる？これがあるから、成立しているわけよ。いや、それがなかったらどうなるか。稲荷寿司、稲荷寿司…夜中になると、稲荷寿司で頭がいっぱいになる。セブンイレブン。だとさ、そんな訳あるか、と。（笑）

一同：笑い

小霜：だから、「そんなケイコさんの」ってのが、ものすごくウマイわけよ。いや、そんな人も世の中いるかもしれないよね。一億人に一人かもしれないけど。そんな人がもしいたら、セブンイレブン使ってください、って言われるとさ、否定できないよね。いるかもしれないよね。って。世の中変な人いっぱいいるからさ。これも、商品性を入れるって事で、そんな人いないよね、って普遍的になっちゃったの。良いのは、キャッチそのもので、ズバーっと。そうそうそう、と共感を取るのが良いんだけど。ま、そういう人もいるよね、そんなあなたの為の、って。他の人は知らないけど、あなたの為ですよ、って書いてあげると成立するかもね。ま、これは一例なんだけどね。そういう風にちょっと足してあげることで、共感取れなかったものがスーツとなる事は、あるから。そういう工夫はね、もっと考えるのが良いと思う。あと、下の方はね、ちょっと意味がわからなかった。「どっちも私だから」。ちょっとわかんないなあ。ちょっとヒネり過ぎてる感じがするかなあ。じゃあ次。

【ネチ・ネチ郎の表現案】

表現案(リバウンド防止)

ネチ・ネチ郎

「また太った。。」と後悔したくない人の食事

「やせたい」と思って、やっどここまで来ました。
食事も、運動も頑張ってる。

でもそこで、新しい問題にぶつかったんです。
「で、このカラダ、どう維持するの？」

この悩みに応えてくれるご飯、見つけました。



低カロリーなのに、
味しっかりで、
リバウンド防止

気くぱり御膳ロゴ

産後ママのキレイフード

「母」である前から、「女」でもある、あたし。

強くいるために、今までのような無理はできない。
ただ、キレイをあきらめるのも、違う。

しっかり栄養はとりつつ、
自分のキレイさは、子どもを産む前以上を目指す。

こんな想いに応える食事、見つけました。



栄養バランスの優れた
低カロリーご飯で、
健やかに、スリムに

気くぱり御膳ロゴ

小霜：これは、えっと、キャッチが、どっちも今ひとつだなあ。って思ってるわけね。その理由は、今まで言ってきた事だから、ま、わかると思うんだけど。上の方がそうね。僕が今ひとつだなあ、って思っている理由。

安倍さん：リバウンド防止をしたいと思っている人に響いていない、というか。

小霜：そうそうそう。遅いって事だよ。ダイエットの後で、リバウンドしたくないな、今の体重を維持したいなって人に、速く伝わるかなあ？って所に疑問がある。下の方は？

花火：綺麗。

小霜：そうそうそう。綺麗ってのは、結果なんだよね。ダイエットした結果として綺麗になってる、という事であって。ダイエットって事を抜いちゃうと、意味が変わって来る。美容とかさ、そっちの方に行っちゃって。コスメとかそっちの意味が付いてきちゃうんだよね。印象として。で、結果としてダイエットしたいなあ、って思っている人の意識を、取れなくなっちゃう。だから、三段論法ってのは、やめた方が良くわけよ。ダイエットってのがしっかり入った上でね、綺麗ってのがあんならまだわかるんだけど。なんか中抜けしちゃうと、わかんなくなる。はい。

【ホへ～の表現案】

痩せた後こそ、問題だ。



低カロリーでリバウンドを防ぐ、満足3食。

気くぱり御膳ロゴ

ホへ～



産後ダイエットのバランスごはん。

気くぱり御膳ロゴ

ホへ～

小霜：上の方は、どう思う？なんか、意見は。

花火：写真…

小霜：写真？

花火：写真が「気くばり御膳」じゃない。

小霜：うん。ま、そうね。キャッチは良いと思うのよ。そうだよな。「痩せた後が問題だ」と。リバウンドしないよう、体重を維持するのが大変だと端的に言ってるからね。それは、悪くないと思うんだよ。でもね、この…ステーキとか唐揚げとかってのが、わからんと思う。たぶん、これ誘惑って事を言いたいんでしょ。

ホへ～：そう。

小霜：そうだよな。こういう物が食いたい、っていう誘惑。それに負けそうで大変だ、って事を言いたいんだろうけど。そこまでは、伝える必要がない。

ホへ～：確かに。

小霜：クリエイティブは引き算。

それを伝えたからってどうなる、っていう。余分なんだよね。その、これは前に言ったと思うんだけど。クリエイティブって引き算だから。引いてくのがよ、どんどん。シンプルな方が絶対良いんで。なんかこういう物を足すともっと理解深まるかなー、ってのは全くの逆で。足すと理解できなくなっちゃうから。じゃあこの、食べ物ビジュアル取っちゃたらどうなる？細くなった体とキャッチ、これでわかるじゃない。充分。充分わかるのに、足して行く、ってのは理解をわかんなくしちゃう。それは陥りやすい間違いなので。あとこの場合は、「気くばり御膳」が何の商品かわかんなくなっちゃうよね。

ホへ～：はい。

小霜：あと、下に関して言うと、幸せ太り、って産後の事を言うんだっけ。

で？：結婚してから、旦那さんが太ったりする事。

小霜：そっだよ。違うよね。だからこれは、言葉を間違えてるんじゃないかな、と思う。いやあの、俺結婚して10キロくらい太ったのね。つうのはさ…残せないのよ。

一同：笑い

小霜：こーんな食える訳ねえだろ、って思っても残す訳には行かないんだよねえ。ムリして食っちゃ。子供とか平気で残すんだよね。もういらない、って。で、子供がもういらないうって余った物を、俺一人で食ってるのね。鍋とかさあ。子供はある程度食ったらもういらない、って帰っちゃうわけ。自分の部屋に。で、それを俺が全部食ってるっていうさ。状況があるわけよ。なんかそうやって太るのを、世間一般的には幸せ太り、っていうんじゃないかと。この言葉の使い方は間違えてる気がする。

【食い丸の表現案】



気くぱり御膳ロゴ

ダイエットはダイエットフードで、
リバウンド防止は気くぱり御膳で。

ごまかせなくなる前に・・・。



小霜：いやこれ、パッと見てわかるかって話。えっと…これね？キャッチを変えれば成立すると思うんだよね。どう変えたら良いだろうか？上の方ね。

安倍さん：食べたい。を食べよう。にする。

小霜：違う。

シカシカ：維持したい、とか。

小霜：違う。

花火：我慢終了。

小霜：違う。

垢ブリ：食べたい気持ちに答えます、みたいなの。

小霜：違う。

世界の野糞：食べたいけど、食べられない。

小霜：うーん。そうねえ。ちょっと長過ぎるかな。（笑）

コゲ太：これからは、食べてダイエット開始、とか。

小霜：違う。

安倍さん：これ、このままのビジュアルで、って事ですか。

小霜：そう、ビジュアルはこのままで。

世界の野糞：これ後ろは「気くばり御膳」じゃないですよ。

食い丸：あ、「気くばり御膳」です。

花火：え、そうなの？！

小霜：あ、これ「気くばり御膳」なの？

一同：笑い

食い丸：…の、写真を使いました。

小霜：「気くばり御膳」食うな、って言ってるの？

食い丸：いや、えーと。ちょっと本当に伝わりづらくて申し訳ないんですけど。その、食べ物を食べないで我慢してダイエットした、っていうマークを、えーと。

シカシカ：それをもう一回やるってことか。

で？：二重に、って事？

安倍さん：マイナス掛けるマイナス。

食い丸：そう、そうです。

小霜：マイナス掛けるマイナス？

で？：てことは、食べて良いよ、ってこと？

食い丸：そうです。

ピロリ：あ！そう…

一同：笑い

小霜：いや、それ聞いても理解できないな。あの、これはまさに僕が言ってたパズルって事で。自分がわかってるのよ。でも、見る人は、一切理解できない。これやっちゃダメ。

食い丸：はい。

小霜：それでね、あの。こういうのはさ、作り手のエゴしか感じないんだよね。自分のために広告作ってる感じがするわけよ。自分が楽しみたいから表現考えてるって感じがして。商品の、ちゃんと価値を素直に正確に伝えてあげよう、って態度が見えて来ない。

画が否定で、言葉が肯定だから混乱する。

僕は、皆もそうだと思うんだけど。てっきりカロリーの高いもの禁止、っていう風にしてるのかなあ、って思ってたんだけど。その設定で言うとね、あの、やっぱりパッと見て混乱するのは、これ、禁止って事じゃない？画はさ。その、でね？言葉は、禁止じゃないんだよ。「食べたい」っていう肯定系でしょ？で、パッと見た時に、「食べたいんだけどダメですよ」ってのが伝わらないんだよね。やっぱり言葉と…ま、レイアウトの問題もあるんだけど。言葉と画は、同じ意味を言ってるんだなって、思われるのね。だからね、混乱する。こういう画にするんだったら、キャッチは否定系にしなきゃいけない。「ダイエット終了。食べちゃダメ。」だったらわかる。すんなり来るよね？「ダイエット終了。でも、禁止。」とか。「ダイエット終了。でも、食べてはいけません。」だしたら混乱なく入って来るはず。そういう事を言いたかったんだけど。まさか、これ商品だとは。

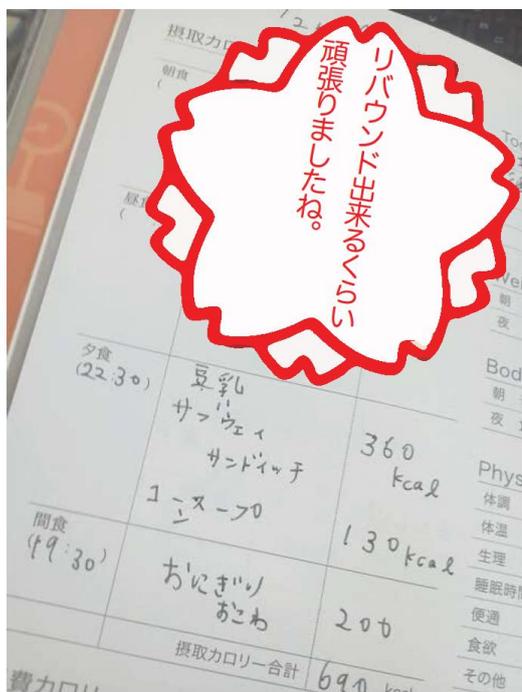
一同：笑い

小霜：あと、下の方も意味がわからないんだけど。これは何を言いたかったんだろうか？

食い丸：えっと、赤ちゃんを抱えた出産後の若いお母さんなんですけど。その、服でごまかしてる部分があつて。そこを、紙をビリって破いたような表現で。で、隠してるけど、それがごまかせなくなつて来る前に、ダイエットしませんか、っていう。

小霜：うん。で、これもやっぱりパズルだよな。あの、この中でわかった人いないと思うよ、一人も。やっぱり自分だけでわかって。なんか広告表現っていうのを誤解してる所があるのよね。「これはどういう意味でしょうか？」って出すのが、良い表現ではない。問いかける前にわかるっていうか。まあ、起承転結というか、そういう段取り省いて、答えバーンと最初から見せちゃうのが良い表現なので。なんか問いかける、謎かける、これ何でしょうか？っていうスタンスは、あんまり褒められないね。

【シカシカの表現案】



せっかくここまで頑張ったのに、ちょっと食べはじめると止まらなくて。気付いたら前よりも太ってた。そんな弱い自分を嫌になる。でも、リバウンド出来るところまでは頑張った自分を褒めてあげませんか。

史上初のリバウンド防止食



妊娠して太りました。



出産を言い訳にしないために。



産後太りが無い、動物界に嫉妬する。



小霜：これもね。あの、上の方。なんでヒネるんだろう。やっぱり、何を伝えたいのかってのがわからな
いって。ヒネるって言い方が僕はあんまり好きではなくて。工夫する、って事が大事なのね。素直
にこうだね、でも、もっと速く伝えよう、もっと強く伝えよう、って工夫するのは良いと思うん
だけど。ヒネるって事やると、訳わかんなくなっちゃうっていうか。ヒネるって、パズルになっ
て行っちゃうっていうかね…。素直がなくなって行っちゃうっていう事で、わかんなくなって行く。
で、下も、「妊娠して太りました。」っていうのがちょっと意味がわからない。一応説明してくれ
る？意図を。これマツコデラックスでしょ？

シカシカ：はい、そうです。出産して、産後太ったっていう、結構それを言い訳にしてる人が多いんじ
やないかな、って思ったのと。なんか、今回すごく思ってしまったのが表現 B 案をどうしよう、
って思ってしまった。常に。なんか、そうすればその…一番始めに小霜さんが仰ったように、
ストラテジー自体が新しいから、素直にやれば良かったんですけど。それがちゃんとできてな
かったんだな、と。

小霜：マツコって妊娠しないじゃない？

シカシカ：そうです。

小霜：彼女は、彼女というか彼というかわかんないんだけども。マツコが妊娠しました、って言う時にマツコは何を思ってそういう風に言うのかな。

シカシカ：思って欲しかったのは…マツコデラックスが妊娠する訳ないじゃん、って思って欲しかった。

小霜：それを思ったら、何の良い事があるの？

シカシカ：言い訳…太ったのを言い訳にしてるな、って思って欲しかった。

小霜：いや、「マツコが妊娠してる訳ないじゃん。」ってツッコんで欲しいわけだよ。そのツッコミがあったら商品に何の良い事があるの？どう繋がるの？いや、つまりね、自分だけ楽しんでるのよ。この広告があったとして、「マツコが妊娠する訳ねーだろ」つって、その人は立ち去る。そこで完結して終わっちゃうのよね。そこから先、「ところで商品は？」つって行かない。わかる？言ってる事。

シカシカ：はい。

小霜：商品を気にさせる事ができているのが、良い広告表現。

あの、良い広告表現というのは、その表現が掴んで、ズドンとね、商品に意識を落とす。商品が気になる、商品を気にさせるためにどうするか、って事なのよ。マツコデラックスの事なんかどうでも良い。そこの姿勢が間違ってるんだと思う。ま、トラの方はね、マツコよりかはまだわかるけど。ま、人間はね、産後太りがあつて大変だな、って事を言いたい訳だよ。ただね、トラ…は…

一同：笑い

小霜：シズらない…（笑）シズル、ってあるのよね。ま、CM見ればわかると思うけど。不動産屋のCMって、不動産屋だ！ってわかるよね。化粧品のCMって化粧品だ！ってわかるよね。で、ダイエットとかの広告ってのは、あ、ダイエットものだ、って何らかのシズルってあると思うんだよ。世界観というか。トーンというか。トラがドーンと出てきてさあ、自分のダイエットの事に関係あるな、にはならないよね。

シカシカ：そうですね。

小霜：なんかその…君は広告表現をただ壊してるだけだと思うんだよ。いや、もっと素直にやって、100点じゃないけども、及第点の50点のものを作って欲しい。最初からこう、なんかやってやろう、つていうと0点だよ。

シカシカ：はい。

小霜：ほいで、こっからは、割と工夫が良い方に行ってるなあ、編。

【コゲ太の表現案】



管理栄養士監修で安心のバランス食事ライフを

気くばり御膳ロゴ



小霜：上の方は、僕は悪くないと思ったのね。その理由わかる？

世界の野糞：気くばり御膳だったらリバウンドしない、っていうのがすぐわかる。

小霜：うん。

安倍さん：行動自体に共感を得るんじゃないかな、って。

小霜：行動自体にね。検索行動って事ね。そうだよ。Google っるのが広告に使えるかって問題はある。実際にやるとしたらね。ただ、大体、いま検索行動をするじゃない。なんかしよう、って思うとね。ググるよね。で、リバウンドしないダイエット、ってものが気になったら検索する訳で。いっぱい出て来るんだけどさ。でも…その答えがここにありますよ、っるのが僕は、シズるなあ。と、思ったわけね。なんかターゲットの生活まわりに近いというか。さっきのトラ（シカシカ案）と比べる

と、ずいぶん違う。わかる？その違い。そういう工夫がされているのは、悪くないなって。まさに、リバウンドしない、体重を維持したい、ってのが気にされてる訳だから。それが検索窓に来てる、ってのは、ま、あるんじゃないかな。

2つ目どう思う？

安倍さん：表現の意図としては、こう、管理された食事を通して痩せて欲しい、って狙ってると思うんですけど。印象としては、なんか過激なダイエットはやめてね、って感じます。

小霜：うん。広告表現として、どうかなって。

で？：赤ちゃんなのに痩せる、って事ですか？

小霜：ん？

で？：赤ちゃんと、痩せる、っていうのが一緒にこう、あるのが、ちょっとなんか…不自然かなと。

小霜：赤ちゃんと、痩せるが不自然。

で？：なんか子供なのに…子供は健康でスクスクの方が良いのに、痩せるっていうワードが引っ掛かるというか。

小霜：いや僕は、これ、悪くないなって気がするのね。ていうのは、あの。まあ、ターゲットは赤ちゃんじゃなくて、「赤ちゃん産んで、さあダイエットするぞ。」って思ってる人だよな。「どうやって痩せようか」って思っている人だから、まあ、赤ちゃんがいてさ、痩せるってワードが来ると、「ああ、自分の事か」って思うから、そこで一掴みできるわけだよ。

それでね？そこで終わらせても良いんだけど。これ商品特性としてはさ、過激なダイエットではないわけだよな。あの、シェイクとかさ。カロリーゼロで一週間、二週間で痩せましょう、ってものじゃないんだよな。でね。商品の中身も、栄養バランスを考えた、ケミカルじゃない自然なものを使ってる、ってのがウリなわけだよな。

商品特性や企業からのメッセージを言うわけのない赤ちゃんに言わせる事で嫌な感じがしない。

今まで見てきた中で、「なんとか商品特性をキャッチに入れ込もう」として、共感取れなくて破綻してたものが幾つかあったと思うんだけど。これはね、破綻を感じない。きっと、赤ちゃんが言うわけじゃないじゃん、そもそも。赤ちゃんが言うわけないから、赤ちゃんの口を借りて、ニチレイが言ってるんだよな。「お母さん、産後のダイエット、痩せるならニチレイで痩せましょうよ」って言ってるわけだよな。ニチレイが言ってるんだよ、これ。ニチレイが言うんじゃないって、ちょっと赤ちゃんの口を借りて言ってもらいました、みたいなスタンスを取ってるんだよ。だからね、見てそ

んなに嫌じゃない。で…まあ、ただ、痩せましょうって言うだけじゃなくて、商品特性も入ってる。もしかしたら、もっと良い表現あったかもしれないけれど。この工夫は良い工夫だな、って気がする。変にこうなっちゃって、意味がわからない、ってのじゃない。ギリギリわかる範囲で説明してるな、って。

【花火の表現案】

お教えします。
私のダイエット成功後の
維持方法。

その秘訣は、気くぱり御膳にあります。
今までダイエットで我慢してた分、
どーんと食べたくって。

カロリーは355カロリーと控えめなのに、
見てください。このボリューム。
お肉もきちんとしてるんです。

今まで食欲を抑えていたぶんの、
私のご褒美、かな？

ボリューム満点・低カロリー食事

気くぱり御膳ロゴ



赤ちゃんを産んでも このぷよぷよお腹は 予想以上…。



多くのママさんたちが
産後の体型戻しにひと苦労しています。

子育て、家事、お仕事。
出産した後も休む暇なく、日々忙しい。

そんなママさんたちを
、気くぱり御膳はサポートします。

健康・味が良くて
全部食べきっても355カロリー以下。
無理なく産後ダイエットができちゃいます。

美味しく、がっつり食べて体重管理

気くぱり御膳ロゴ

小霜：ま、これはね。ちょっと工夫の方向性が違うんだけど。よく通販とか、ダイレクト系に多いんだけどさ。「私はこんな風にしましたよ」みたいな。「私の成功体験教えます」みたいな。なんかこう、ちょっと、「あ、こんな人いたな！」っていう昔の芸能人とかね。（笑）ま、そういう人がやってるっていう。表現とかね、キャッチどうしよう、って考えるっていう事じゃなくって。「私の成功体験」とか、「私の方法」って誰か出てきて語る、って事をやったって良いわけだね。

「ダイエット後の維持方法を私はこういう風にしてますよ」っていう、そういうアプローチも、あるわけなので。うまい事キャッチを強くしよう、って方法もあるわけだけでも違うアプローチもあると。工夫としては、悪くはないかな。

まあ下も、わかるよね。一応ね。掴みとしては。商品特性までは言えてはないんだけど。結構、ウチの女房もそうなんだけど、赤ちゃん産んでからビックリするんだよね。なんかその、「産んだら元に戻るかな」ってのがあがるらしく。ちょっと期待するみたいなんだけど。「うわ、やっぱり増えてた！」みたいな。大体、皆そうなので、そこをズバツと言っていると。そういう意味では、結構、共感が取れやすいキャッチではないかなと。

花火：とりあえず身近なお母さんに聞いて言われた事が、その、お腹のタルミっていうか、肉が戻らないっていう事だったんですよ。体重とかじゃなくて。

小霜：ああ、はいはい。

花火：それでお腹に注目したんですけど。

小霜：うん。そうそうそう。そういうリサーチ大事だね。なんか、自分のね、頭の中で考えても真実に行けない事が多いから。これも、講義の最初の方に言った事だけど。やっぱり、実際にそういう人に聞いてみるとか。あるいは、ネットでそういう声を拾ってみるとか。なんかそういう中で発見があって、その発見をそのままコピーにするって大事な事なんだよね。「そうそう。プヨプヨお腹なのよ〜。」みたいなね。タルミがね、と。そういう事なんかはさ、男は全くわかんないよね。自分の脳から出て来ないので。

【おにぎりの表現案】

◆12/9 課題
おにぎり 2案

ダイエットって、どうやって終わらせれば良いんだろう。

ダイエットの仕上げは、リバウンドしないカラダ作り。
ダイエットフードでの食事制限に成功したあとは、専門家の考えた献立を。
アフターダイエットには体にやさしい「気配り御膳」を。



プロと一緒に栄養管理
気くぱり御膳ロゴ

◆12/9 課題
おにぎり 1案



出産後って、
痩せやすい期間なんですって...？

出産後は、赤ちゃんに栄養をあげたり、体力をたくさん使う痩せやすい時期。
お母さんの体は、栄養が足りない状態になってしまうことが多いそうです。
それでも体が戻らないのはきっと、必要な栄養を摂るための
必要ではない丁度たくさん一緒に摂ってしまったから。
副乳や脂肪を増やして、しっかり必要な栄養を摂るための「気配り御膳」。
体によって一歩大膽な献立の食事は、通販で頼める専門家に。

ボリューム満点ダイエット
気くぱり御膳ロゴ

おにぎり：すいません、なんかちょっとレイアウトが崩れちゃったみたいで…本当は、収まるように書いてます。

小霜：これどう思う？まず、上の方。

世界の野糞：あ。維持をしないとイケない、って意味ではダイエットって確かに終わりがいいから、こう言われるとダイエット後どうすれば良いんだろうって思うから、良いキャッチだな。って思いました。

小霜：あの、キャッチコピーの工夫として悪くない気がするんだよね。ま、ダイエットって成功後の維持が難しいよね、って事なんだけど。もっと気になるような言い方工夫しよう、って時に「ダイエットって終わりが見えないよね」とか「どこまでやれば良いんだろうか」って言い方をすると、ちょっと考えさせられるとかさ。「ああ、確かにそうなんだよね」とか。言葉としてちょっと危うい所があるんだけど。本当は、広告の調査をすると、こういうのは負けやすい。もっと素直に「ダイエットって成功後の維持が大変だよね」って言ってる方が、効果あると思うんだよね。でも、姿勢としてね。違うアプローチないかな、って探っていくというね。姿勢としては悪くない。下の方はどうだろう？

安倍さん：なんか言われると、あ、そうなんだ、と発見があるというか。

小霜：そうだよね。だから掴みとしては良いよね。これ本当にそうなの？

おにぎり：なんか出産後は、体が戻ろうとするからちゃんとしっかりした栄養を、あの、バランスを整えてれば、本来は戻るはずなんです。でも体力使うので食べちゃう人が多くて、で、太るそうなんですよ。そういう事を調べて。

小霜：なるほどね。まあ、僕は2つの意味で良いかなあ、って。1つは、さっきも言ったように、発見があるというか。あ、そうなんだ、へえ、って思う事で掴めるというね。ターゲットを。もう1つ僕がこのキャッチ良いなって思ったのは、元気づけられるところ。「子供を産んでお腹がプルプルになって困ったなあ」って人が元気づけられる所があるなって。「本来は痩せやすいんですよ。だから、そんな難しくないんですよ。ちょっとした事で元に戻るんですよ。」って言い方が、なんか前向きというか。ハッピーだなって感じがする。あの…一番最初に言ったこの辺基準だよ、っていったのはさ、とにかく「子供をうんで太って、どうやって痩せようかな」って人の気持ちを掴むために、「産後」とか「ダイエット」とか、そんな言葉を使ってた方が掴めるよ、って話をして。産後のダイエットで困ってる人に、っていうのが

基準だったけども。でもそこにさ、あんまりハッピーはないわけよね。いや、「困ってるでしょ？困ったら良い方法ありますよ」っていうさ。なんか、足下を見てる訳ではないけど、ちょっとそういうニュアンスがあるよね。「助けてあげましょうか？」みたいなさ。笑うせえるすまん。みたいな。

小霜：笑うせえるすまんじゃないか。何だっけ？黒いせえるすまん？

ホへ～：笑うせえるすまん。

一同：笑い

小霜：黒い…は名前だっけ。

ホへ～：喪黒。

小霜：あ、喪黒ケイゾウだっけ？

ホへ～：喪黒トメゾウ？あれ？

小霜：まあ、いいや。でも、これはパッとね、気持ちが明るくなるというか、前向きになる効果があるじゃない。だから大丈夫だよ、って背中を押してあげるというかね。それは、今日の他の回答にはなかったの。そういう事、広告を通じてなんか元気にしてあげよう、っていうね。良いなあ、って。

なんのためのダイエットだったんだろう？



リバウンド防止に

つき人

気くぱり御膳ロゴ

出産後に、しんどいダイエットはしたくない。
でも、あの頃に戻りたい。

羨ましそうに見るママ



道



スタイルの良い二人

つきびと

無理せず産後ダイエットを

気くぱり御膳ロゴ

小霜：これどう思う？

世界の野糞：なんのためのダイエットだったんだろう」ってリバウンドしちゃった人が思うから、すごく共感できるんじゃないかな、って。あとビフォー、アフター、ナウ、って考え方がすごくシンプルでわかりやすいなあ、って。

小霜：そうなんだよね。結構、パツと見て、わかるよね。で、笑えるよね。

一同：クスクス

小霜：今日出てきた中で、笑えるのがなかったのよね。まあ、笑えるのが良いて訳じゃないんだけど。まあ、効果測定やると落ちちゃうかもしれないけどね。でも…他とは違う視点があるなあ、と。それでいて、結構わかるなあ、と。あの、僕らよく、「ヌケヌケしてる」って言い方するのね。「この表現はヌケヌケしてるねえ」みたいな。その、理屈で考えてくとき、こうなるよね、ってなるんだけど。あれ？って。あ、こういうやり方も、なんか、あるねえ。って。意外な盲点というか。なんかそういう意味でヌケヌケしてるよね、今日出て来た中で。ヌケヌケしてて、なんかわかるよね。そういう意味では、悪くないんじゃないかな。

滑舌：質問です。これってリバウンドした後の気持ちだと思うんですけど。「何のためのダイエットだったんだろうって思わないために」って付け足さなくて良いんですか？

小霜：ヌケヌケしないねえ。そうなるよね。あのね、余分だと思う。足すとね、理屈っぽくなるのよ。「と思わないために」っていうと、とたんに賢くなるじゃん。せっかくこれバカなのに、もっと説明加えようってなると、教科書的になっちゃうっていうかさ。なんかポカーンとしてる良さがさ、減って行っちゃう。繰り返すけども、クリエイティブは引き算だから、引いて引いて、あの、ギリギリわかる、っていう所が良いんだよね。足せば良い、って訳ではない。足すとむしろ、わかんなくなっちゃうし、モタモタしてスピードが遅くなって行っちゃう。下の方はどうかね？

で？：キャッチがすごい共感を呼びそう。たぶん、産んだ人は誰でも共感するんだろうなって。

シカシカ：これが良いんだと思う。スタイルの良い人を、出産後の人が見てる、みたいな奴ですよ。キャッチよりもこっちの…。

花火：なんか、すごく思うんですけど、出産後の太り方って、そんな見える太り方じゃない気がしたんですよ。なんか、これがビーチとかでお腹が見えてるんだったらわかるけど。どうなんだろう。

センター：出産後のベビーカー押してる人は、「しんどいダイエットはしたくない。」って思ってるけど、なんかお腹出て来たり、昔より太ったのは感じて。で、そういう思いがありながら街中歩いて、なんかスタイルの良い人が来たら、「ああ、なんかああいう時に戻りたいなあ」って思うんじゃないかな、って。

小霜：僕はね？残念だなあ、と。ヌケヌケしてないなあ。モタモタしてるよね。なんか上はわりかしヒラメキで作ったんだろうけど、下は理屈で作っちゃったっていうね。付き人の限界を感じたな、って。

一同：笑い

小霜：せっかく上がね、ヒラメキでポーンと抜けた感じで作ったなら、下もそこまで行って欲しかったな。そんな気がする。下はね、途中で諦めちゃったのよ。出ない、と思って。絵解きになってるじゃん？なんかその、太った人が見てて羨ましい、みたい。ものすごく説明的だよ。まあ…意味はわかるけど、ダサい。広告としてはかっこ良くないかな。上と下で落差があるから、もうちょっと頑張ってみよう、っていう。

付き人：はい。

小霜：なんかそんな所で、質問とかある？

安倍さん：えっと。写真の話があったじゃないですか。写真を載せるべきだ、っていう。それは、その、商品写真を見る事で何か魅力をかき立てる以外のものは、特に載せる必要はないですか？

小霜：ごめん、ちょっとわかんない。ちゃんと言って。

安倍さん：例えば…ティッシュ…ティッシュの箱だけ見ても何か魅力を感じないじゃないですか。「気づき御膳」は写真を見ても、「美味しそう」とか思うけど。ティッシュは写真を見ても、なんか、本能的欲求をかき立てられる訳ではないから。その場合は、必ずしも載せる訳ではない、って事ですか？

小霜：うーん。基本的には載せる、だね。あの。「Kleenex」って商品名だけがあるのと、箱と共に載せるっていうのは、違うと思うんだよ。伝わり方が。やっぱり「Kleenex」って名前を見た時に、あの、なんて言うのかな。たぶん、ビジュアル化するでしょ？ティッシュの事を。人間って、そのビジュアルを頭の中で作りながら物事を考えるから。で、その時にね、ビジュアルがある方がスピー

ドが速いはずなのよ。だから、どの広告もやっぱり物が形としてあるものは見せる。サービスとか無形のもののはさ、見せなくて良い訳だけでも。でも、その代わりに、いわゆるアイコン、目印になるものを作ってそれを覚えてもらう。やっぱりビジュアルと共に理解してもらう、ってのが基本だと思うんだよね。

安倍さん：ありがとうございます。

小霜：あとね、「Kleenex」の人はパッケージをデザインしてるわけだよね。段ボールそのものじゃないじゃない。何かデザインがあるわけでしょ。あれに、命を掛けてたりするわけだよね。なんかその、たぶん「そんなにティッシュが部屋で目立っても良くないだろう」とかさ、「ちょっと気持ちが和むデザインが良いんじゃないか」とか。「このぐらいのバランスが良いんじゃないかな」とかやって作ってるわけだから。そこはそこで魅力的なパッケージを作ってる、と思ってるはずなんだよ。だからそれは、ちゃんと見せてあげましょう、ってスタンスでないと。「こんなティッシュの箱を見せたって魅力的じゃないから、見せなくて良いですよ」ってクライアントに言ったら、「お前もう帰れ」って言われちゃうよ。

安倍さん：それは…政治的なテクニックの話ですか？

小霜：違う違う違う。政治的なテクニックじゃなくって。メーカーの人は、本当に真剣にデザインしているわけよ。一生懸命やってるわけ。これを認めてあげないと。そこを否定したら、一緒に仕事なんてできないぞ。意味わかる？

安倍さん：クライアントと一緒に作る、って事ですよ。

小霜：うん。僕が、何かこう作るとするじゃん。「何か広告してください」って時にさ、「何かこれ、見た感じ良くないから載せなくて良いですよ」って言われたら、「君、もう帰っていいよ」って俺は言うよ。「このデザインを決めるのに、俺たちがどんだけ考え抜いてやったか、お前わかってんのか」と言いますよ。当たり前だよね。

安倍さん：はい。

小霜：自分の担当した商品に本気で惚れること。

そんな事じゃなくて、「あ。このデザインはこういう考え方があって作られているんだ」と。ティッシュ1箱のデザインだって、ものすごい知恵が詰まってるはずなんだよね。それを理解しないで「これ魅力的じゃないから、見せるのやめましょう」って言ったら、そんな奴と一緒に仕事するか？政治とか関係ない。あの、仕事の基本中の基本のスタンス。えっと。僕は「クリナップ」って会社

の仕事はずっとやっていて。「クリナップ」の商品は、良いのよ、すごく。一番最初にやったのはさ、「アクリアバス」って商品なんだけどさ。良く考えられてるんだよね。色んな事が。だから、ウチの風呂は「クリナップ」。キッチンも「クリナップ」。それは、やっぱり「クリナップ」をやるとさ、「あ、なるほどココをこんな風に考えてるんだ。やっぱり良いなあ」って思うわけよ。「良いなあ」って思うから、それが表現に出るわけでしょ。「こんなのさあ、何が良いんだよ」って思いながらは、表現できないぜ？それが仕事の基本だと俺は思う。やっぱり自分の担当した商品に惚れないと。

花火：なんか、そういった意味で言うと、「TOYOTA」の…今年、受賞した何だっけ…なんかかさんの、あの、社員目線の…思いがバーツと書いてあって…。

小霜：「Honda」？

花火：あ、「Honda」ですね。間違えた。あれとかっていうのは、そういうのに、人々が聞いたら心が動く、って思ってたのかな、って。

小霜：それは、多分、あれ電通の人がやってると思うんだけど。「Honda」行って、向こうの人の話とか聞いてさ、惚れたんだと思うんだよ。『うわ、「Honda」良いわあ』と。すげえ、と。で、「この気持ちちゃんとコピーにしたら結構伝わるんじゃないかな」と。「Honda」の人の言ってる事を聞いてさ、心の中では「ケツ」とか思ってて、でも「はいはい、コピーにしますよ」って態度ではできないから。そこはね、あの、思い違いしちゃいけないと思うな。そんなね、計算高くできるもんじゃないよ。表現って。「気くぱり御膳」はね、良い商品だと思う。すーごい考えられてるし。

あとね、僕、今年の秋から、「SUNTORY」の「天然水サーバー」ってのやってるんだよね。ま、ウォーターサーバーが売れてるじゃない？だから、「SUNTORY」も本格的にやるって事で。ほんで、駒ヶ岳の白州っていうさ、水源地に行ったんだけど。めっちゃめっちゃ真面目にやってるのよ。あれビックリしたね。本当にね、神経質なんじゃないか、っていうぐらいの管理をしててね。森を守る部署、ってのがあるのね。そこと戦いになるわけ。「ここで撮影したい」って言うと、「いや、そんな所に人が入ったら荒らされるんじゃないか」みたいな。ほんと。いちいち、その、「このカットはココで撮りたい」みたいなね、許可もらわないといけないし。それで、どうやって天然水って採るのかなと思ったら。でっかい井戸みたいなものにガーッと集めるのかと思ったら全然違って。こんなほっそい管を30カ所くらいあちこちに刺してて、チョロチョロチョロ…って出て来るのを集めて、タンクにしてやってるんだけど。いや本当にね、スゴイのよ。これはね、「水にね、100円払うのかよ」っていう人もいるかもだけど、これはね、「100円払います」って感じになる。本当。ものすごい信じてやってる。だから、ビックリしたよね。あ、そうなんだと思って。

で、そこの『誠実さとかを崩さないで、でも「SUNTORY」っぽくやるにはどうしたら良いかな』って考えてCM作ったよね。このCMやったらね、売り上げが10倍になったって言って、目標

の2倍売れてるって言うんだよね。

僕もともと「KIRIN」やってたからさ。「KIRIN」はずごく真面目にやっていて、「SUNTORY」はちょっとチャライよね、って感じがあったわけ。でも全然違ってビックリした。これは良い商品だわ、ってのが最初にあって。それをどう伝えようか、って思わないとできないと思う。

伝える側が思っている事は、受け手側にも伝わるのでは。

広告表現てのはね。あの、心理学でねこういうのがあるわけ。「ブラシーボ効果」って知ってる？薬渡すだけでも意味がないわけ。「薬ですよ」って信じて飲むと、効き目が出るっていうね。実際なんでもなくても、信じちゃえば効果が出るっていうね。そういうの「ブラシーボ効果」って言うんだけども。面白い事に、医者が薬出すでしょ？その時に、医者がね「これはブラシーボ効果だ」って思って、患者に、「これは薬ですよ」って出す場合と、その医者自身がこれは本当の薬だと信じてる場合。同じ「ブラシーボ」なのに、その効き目が違うの。つまり、伝える方が信じてるかどうかっていうのが受ける方に伝わっちゃうの。無意識に。同じように「薬です」ってもらっても、なんか与える方が信じてるか信じてないかで効果が違うっていうね。広告も「この商品は良いぞ」って作り手が思ってるかどうかで、違って来ると思う。なんか僕はそう思う。他になんか質問ある？

おにぎり：全く今の話と違うんですけど。タグラインの事まだあやふやになっちゃってて。こういうふう
に、「こう使ってください」っていうのか、商品の USP を書くべきなのか。ちょっとまた、あ
やふやになっているんですけど…。

小霜：基本は商品の USP。

おにぎり：場合によって…？

小霜：例えば今出てる案（付き人案）はショルダーが言い足りていない。自然な食べ物でムリのないダイ
エットができますよー、みたいなね。で、食べごたえがあるのに低カロリーですよ。と言えていな
きゃいけない。そういった意味では、キャッチ、掴みは良いんだけど落としがダメ。広告成立して
ない。表現だけになってる。

おにぎり：もし、商品の USP をボディコピーとかで書いてしまっても、もう一度タグラインで書いた
方が良いですか？

小霜：うん、これも何度も言うけど、ボディコピーはね、読まれないから。パッと目に飛び込んで来るの
は、大きな文字なのよ。だから、キャッチとタグラインと、この2つでわからせる、っていう風に
しなきゃダメ。

おにぎり：はい。わかりました。

小霜：ただね？その、商品のショルダーコピーの中に、どんだけ入れるかってのはあるよ。全部入れていたらね、スペックが多くて面倒くさい。だから今回はどれを入れるかって選んで、それを伝える。

おにぎり：わかりました。ありがとうございます。

センター：今日初めて出た「ヌケヌケしてる」って表現がずっと引っ掛かってるんですけど。理屈じゃなくて、見てなんかこう…ニヤけるというか、そういう感じなんですか？「ヌケヌケしてる」が僕ちょっと掴めてなくて。

小霜：ああ、「ヌケヌケしてる」の意味がね。うーん。そうだなあ。ま、ちょっと思いがけないシンプルさ。って所かね。皆きつと、こういうのは思いもしなかったはずで。表現はね。「あ、こういうやり方あったよな」という事かもしれない。ただ、その表現で良いのはそこだけよ。本当に大事なものは商品への理解とか愛とかだから。それは全くないよね。だから広告としてはダメ。全体で言うとね。掴みとしては良いけど、トータルで良いって事ではない。

センター：ありがとうございます。

小霜：今ってキャッチコピー主義じゃない。商品が置き去りになっちゃうんだよね。本当は商品の魅力とか良さとかってものをちゃんと理解する、って事がまずあって。で、それをどう伝えるか。まあ、それをそのまま伝えるっていうのもね、あるんだけど。それじゃつまないっていうか、弱くなっちゃうからちょっとジャンプするっていうか…思いがけない表現があって、でも商品に着地してるっていうのがバランスとしては良い表現な訳だけど。

皆、キャッチキャッチキャッチ、つってキャッチ考えるんだよ。商品見ないんだよね。そういうのはね、逆。きっちり商品を押さえる、って事をやんなきゃいけない。それやないとね、仕事になんないから。得意先行って「この掴み良いですよ」って出したって、「一緒に仕事しましょう」って事にはならない。プレゼンだって、「この商品はこうですよ」って確認から入るから。「この商品の長所は、僕が思うにこういう事だと思います」と。「あ、そうそうそうなんだよ。小霜さんやっぱりわかってくれてるね」って言われて、「ところで、表現はこういうのにしようと思っています」ってしないと。最初の商品見ないで端折って、「これおもしろいでしょ？」ってやったって、「いや、あんたさウチの商品わかってる？」つって退場になっちゃうんで。他にある？

ネチ・ネチ郎：あの、足し算引き算っていうのが良く出て来るかなあ、とっていて。僕は仕事の上でも今みたいにストラテジーを考えていて。その上でクリエイティブの人たちと表現を考える、みたいなステップなんですけど。どうしてもストラテジーを考えた時に引き算し尽くしてる感があって。そこからどうヒネる癖があるなあ、と今日感じていて。あんまりその、ヒ

ネるっていう事と、新しい何かを足す、ジャンプする事の差がイマイチ見えないというか…良いと言われてたものを直感的に良いってわかるんですけど。それをすげー真面目に頭で考えて行くと、新しい視点を足している気がして。新しいインサイトだったり…何かしらを足している？

小霜：えーとね、それは足すって事の意味が違うかな？あの、ストラテジーがあって、そのまんまやったらこうなりますよ、っていうね。新しい視点を足すっていうのは、足しているんじゃなくて変えてるんだと思うんだよね。増やしてるんじゃなくて、1つにしてる。で、僕が言った足しちゃいけない、っていうのは表現作った時に意味がわかんなくなるもの。意味がわかんないから、「1行足してみよう」とか「ビジュアルを増やしてみよう」とか、付随的な事を言ってるわけね。

ネチ・ネチ郎：ほうほう。

小霜：でね、「これじゃわかんないから足そう」とか、「ビジュアルでもうちょっと説明的なものを足して行こう」ってやっちゃうと、それはむしろ情報が増えてわかんなくなっていくちゃう。で、そういう事するんじゃなくて。足すっていうんじゃなくて、最初から考え直す、っていう風になさきゃいけない。そういう事を言ってるわけ。

ネチ・ネチ郎：なるほど。じゃあんまりその、ブリーフに微調整して行く、という事ではなく、表現を考え直すって事が通常多いというか…。

小霜：そそそ。

ネチ・ネチ郎：なるほど。

小霜：なんか継ぎ接ぎになっちゃう。

ネチ・ネチ郎：ふんふん。

で？：そろそろ…時間ですかね。9時過ぎてるので…。一度締めましょう。

小霜：そうね。

全員：ありがとうございました。

(完)