

第八期 第3回 np.広告学校 講義録

【小霜クラス オキュラスリフト】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ものです、もし著作権・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

2015年6月8日

◆出席者

総長、燃えるゴミ、おしめりおねえさん、袋とじ、カパコ、命の母、バクテリア

脇毛舐め、結婚相談所、講義録、裏口、我慢汁、疲労骨折、ケツアゴ、カワハギ、ほげ生徒16名

(女性7名・男性9名) +小霜

小霜：では、始めようか。ちょっとややこしいんだけど、次回から小霜クラスの場所を変えようと思ってる。理由としては、ここだと下で仕事してるでしょ。で、やっぱりうるさいと思うんだよ。で、まあこの社長はね、いいですよと言ってきてるんだけど、俺個人的には、気になっちゃうんで。米村は、ここでやり続けるみたいだけど。で、場所の詳細は別途坂根から連絡が行くと思うんで、それを見てほしい。スペース的にはかなり広くなると思うので、環境としてはいいのかなという感じです。

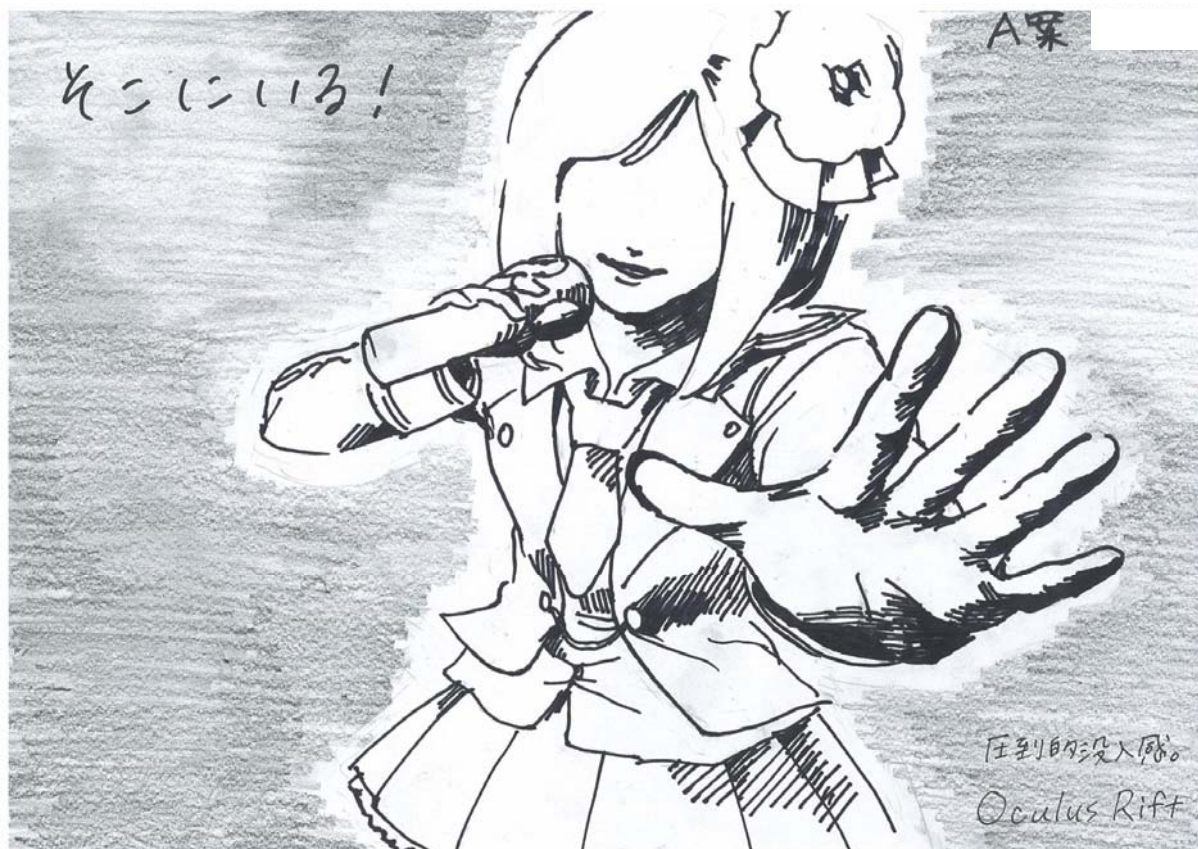
はい、じゃあ今日の最初の表現案だけど、全体的には悪くないなあ。そんなにレベル低くないなあとは思ってたけど。でも、ほとんど全員ができていないのが「二案発想」。A案・B案違う頭で考えようと言ったんだけど、ほぼ全員が「A案・A'案」か「B案・B'案」になってしまっている。自分ではね、違う発想で2案考えたと思っているだろうけど、ほとんど変わらない。A案・B案の違いは何かって言うと、繰り返しになるけどA案っていうのは、「普通考えたらこうだね」っていうね、基本形を考えよう。ただ基本形であるためには、ちゃんと完成しているってことが必要であって。「隙はないよね」「できてるよね」というものをまず考えようよ、ということね。

で、B案っていうのは、チャレンジ案ってことで、完成してないかもしれないし、できてないかもしれないけど、「これはチャレンジする価値あるかもよ」と。「やってみたら、なんだか面白いかもよ」っていう。そういう、二つの頭で考え分けようということだったんだけど、中々そうなっていない。やっぱりなんか同じような方向なんだよね。そこはもう違う人格になるくらいの気分で、全く違うものを考えようっていう風にやってほしい。

それで、まずA案から見ていこうと思うんだけど、あのね、この課題、結構難しい課題だと思うんだ。なぜなら、このHMDを使って見えない限り、分かんないのよね、どんなものが見えるかは。で、それを使わないで

「こんなにすごいよ」ってことを、平面だったり、たとえこれがテレビとかの動画だったりしても、全く同じ体験ってさせられないわけよね。そこに難しさがあるわけだよね。いやこれゲームなんかもそうで、ゲームやってる楽しさっていうのを15秒のテレビCMでどういう風に伝えるかって中々大変で、難しいわけよね。じゃあどうするかっていう話なんだけど、あのね、やっちゃいけないのが、まずコレ。

【燃えるゴミの表現案】



小霜：えー、これ多分、アイドルが目の前にいるっていうことを表現したんだよね、これ作った人。これはやっちゃダメだよね。何でだと思っ？何で？

我慢汁：Oculus Rift の存在が全くわからない。

小霜：まあそれもある。

総長：具体的なアイドルを出すこと。

小霜：うーん、まあそれはちょっと関係ないかな。

バクテリア：Oculus Rift の価値が、このアイドルの価値に変わってしまう。

小霜：うーん、そんなね、難しい話じゃないよ。もっとね、根本的な話。

バクテリア：あ、Oculus Rift が何か分からない。

小霜：何か分からないっていうか、これを見てさ、何が伝わる？

カバコ：なんか、Oculus Rift じゃなくて、あるアイドルと会えるキャンペーンなのかなって思う。

小霜：いや、これが伝えているのってね、「目の前にアイドルが立ってますよ」ってことだけよね。要するに、これだけの写真だよ、アイドルの。そうだよ？「アイドルを、近くで撮りました」っていう写真だよ。でそこにいるって言ってさ、何が伝わる？「はあ？」ってことしかないじゃない。（テーブル上のペットボトルを手にして）ペットボトルを撮ってね、「ペットボトルがそこにある」ってことを描いてね、「はあ？」ってならない？君たち。いや、ならない？なるよね？分かる？同じでしょ？「アイドルがそこにいる」「ペットボトルがそこにある」…一体何を言ってるんだろうと。

要するにね、何が言いたかったかというと、これってね、クリエイティブをやるときの大きな落とし穴なんだけれどもさ、自分は知ってるわけじゃない？この製品が何かってことをさ。で、自分の理解度はココだとすると、そこから作っちゃうわけよ。で一般の人はさ、何が何だか分からないわけよね、理解度すごい低いわけだから。でそこから作んなきゃいけないのに、自分が分かっちゃってるものだからさ、自分が分かるところから作っちゃうわけよね。これ（杉本 A 案）はさ、Oculus が何かってことは分かっていると。HMD で、臨場感あるよ、っていうね。分かった上で、正にこれを着けると目の前にこういう人がいる感じになるよ、ってことが分かるわけよ。言ってること分かる？Oculus が何かかって分かっている前提に立たないと、一切意味を成さない表現なんだよね。

いや、同じようなデバイスってさ、色々あるじゃない。（壁がけのテレビを指して）これはさ、3D 対応なんだよね。元々ね、ここはうち（ノープロブレム）が使ってたのを、居抜きで MOSH ってとこが使ってらんだけどさあ、np. で買ったものがそのまま置いてあるわけよ。でもさ、俺 3D 使ったことがなくて。こんなメガネがあるんだけど、使ったことが一回もないという悲しい 3D テレビなんだけどさ、まあそれは余談として。

じゃあ、飛び出してくると。こう平面の映像の中にあるんじゃないかって、ものが飛び出してくるといことが実現できるんだよということがみんな分かっていると。分かっている時に、「ペットボトルが目の前にくる」って言ったらさ、それはまあ、そういうことなんだって分かるかもしれないよね、「ここまで飛び出してくるんだ」とさ。でもそういうこと全く知らない状態の人にさ、「ペットボトルがここまでくる」って言ったってさ、頭おかしいんじゃないかとか思わないよね。だから、自分が理解してるんだということは、結構難しい作業なんだけど、一旦…なんて言うんだろ、一回そこから離れて、それを全く知らないんだという、そういう人になりきってね、客観視するってことをやらなきゃいけないわけよ。それは中々難しい作業。ターゲットの理解度にもよるからね。分かっている人に言う広告・全く分かっていない人に言う広告・ちょっと分かっている人に言う広告で違うからさ。そこに、自分を合わせて客観視して考えるっていうのは中々大変、難しい。僕なん

かも結構よく間違えるんだよね。「これは分かるだろう」って思ってCM コンテ書くでしょ。で女房に見せるわけよ、「これ分かる？」って。そしたら「分かる」ってときもあるけど、「分かんない」って言われたりするんだよね。「分かんないか」と。「どこが分かんない？」って聞くと「ここが分かんない」とかね。「あ、そういうことかー」とかね、「やっぱり普通の人はそこが分かんないのかー」とか思うこといっぱいあるよ。そこは非常にクリエイティブが陥りやすい落とし穴なんでね、ぜひ注意してほしい。

でね、もう一つ、やっちゃいけない多かった例。着けてる様を描くってやつね。

【ケツアゴの表現案】

6/8

①



小霜：このパターンも多かったんだけど、これ何がいけないか。何がいけないと思う？

バクテリア：臨場感を伝えたいのに、臨場感がここ（ライブの絵）だけしかビジュアルにない。

小霜：うんまあね、要するにさ、喜びが伝わんないのよ。まあ伝わり切らないっていうかね。この中にも何人かいると思うけど、これと同じような表現作った人。Oculus 着けてます、で、自分の部屋がライブ会場になるよーって、Oculus 着けて「やったー」みたいな表現。でもね、全然楽しそうじゃないんだわ、その絵自体が。何やってるんだあの人？みたいな。よくその一、道端でブツブツ言いながら歩いてる人見るとぞっとするじゃない、何この人？みたいな。でよく見たらさ、スマホとかヘッドセットで喋ってたみたいなことってあるでしょ。それに近い気持ち悪さがあるよね、一人でこれ（Oculus）で楽しんでます、みたいな。いや何が楽しいのかこっちは全然わかんないんだけど、みたいなさ。これもさっきと似たところがあって、これ着けたらこんなんが見えるよっていうのは、作り手は分かってるわけよ。でも、そここのところを伝える努力をしてないんだよね。

これ着けたら楽しくなるよってこと言えばいいんじゃないかと思っちゃてる。でもそれでは全然伝わらない、何も伝わらないってことなんだよね。

で、じゃあ何が基本かって言ったら、まあまあやっぱりこういったところが最初に考える基本かなって思うわけ。

【カワハギの表現案】

Oculus Rift 課題 A 案



小霜：ライブ会場ね。ライブ会場の熱気を見せてあげましょうと。で、ここに、あたかもいるかのようになるよって伝えるってことが基本だと思うんだよね。でもこれだとさ、まだ足らないものがあるのよ。それは何？

バクテリア：バーチャルリアリティっていう、言葉っていうかイメージっていうか。これってもうモロ現場だから、この間に、機材が介在してますよ、的な。

小霜：機材が介在している…。バーチャルリアリティっていう言葉を使えばいいの？

バクテリア：なんか、ここに、Oculus Rift っって置いてみるとか。

小霜：置いてあるよ。

バクテリア：え、あります？

小霜：うん、置いてある。

講義録：テレビ、との違い。競合との違いが分からない。

小霜：競合との違い？競合って何だっけ？

講義録：前回の講義ではテレビでした。

小霜：じゃあどうやったら分かる？それ。

講義録：自分は表現の中にテレビっていうのを入れたんですけど。

小霜：あれそんなんあったっけな。

講義録：B案の方に。

小霜：それはね、ちょっと記憶ないんだけど、多分失敗してると思う。あの一、そもそもさ、こういう平面とかね、実際に見ているものじゃないのでテレビと違うって言うてもできないと思う。元々実体験できないものをどう表現するかが難しいわけだよ。「テレビはこう見えます」「Oculusはこう見えます」っていうのは表現できないと思う。じゃなくてもっとシンプルな話。

我慢汁：自分の存在がない。

小霜：自分の存在がない…はい。あの一、「どうやったら」っていうのが分からない。要するに、どうやったらこうなるの？っていうのが分からない、それが足りないわけ。簡単に言うと、着けりゃいいわけよね。ということで、はい着けました、と。なんかでも、なんかこれって違うよなって思うんだけど、何が違うかな？

【総長の表現案】



バクテリア：不自然。

小霜：不自然？

バクテリア：周りの人が…実際のライブ会場にはこういうの着けてる人がいないから。

小霜：じゃあいいんじゃないの？逆に。

バクテリア：そっか…。

小霜：不自然なことは必ずしも悪いことじゃないよ、気になるってことだからね。他に。

カパコ：こっちを見てる。

小霜：いやいや、僕が言っているのはもっと根本的な話。

おしめりおねえさん：なんか静かな印象を受けてしまって…

小霜：いやいや、もっと根本的な話。

バクテリア：ほんとは、メガネから見た絵を写した方が…

小霜：違う違う、もっと根本的な話。

講義録：ライブ会場で Oculus は着けない。

小霜：うん、あのね、さっきも言ったけどさ、あのー、これ新発売だからね、全く何か分からないって人のレベルまで落とさなきゃならないわけよ。これ（の表現案）が表現してるのは、ライブ会場に行って着けるものですよってことなんだよ。分かる？なんかライブ会場に行こうするもの？これを着けると、ステージに近い席が当たるの？って思っちゃうよ。みんな、言われてみればそうだよ、って表情だよ。僕一番最初からね、この商品の知識が全くないってレベルにまで、自分の知識レベルを落として客観的に見なきゃいけないよーって言うてるにも関わらず、やっぱりそういう風に見られてないわけよ。分かる？言うてること。なんの知識もない人は、ライブ会場で使うものなんだな、とまず思うはず。それではいけないということなんだよね。



今までにない、没入感



小霜：まあこれも、同じ。「ライブそのもの」って入ってるけど、パッと見てイメージするのは「あー、ライブ会場で着けるものなんだ」ということ。恐らくこの人はね、違う次元のものにしようがんばったんだけど、これがね、全く違う意味になってしまっていると思うんで、失敗しているかなと。

でね、えっとー、こういう場合どうするかって言うとね、「丸ワイプ」。まあこれ丸じゃないんだけどさ、別次元にするっていうやり方があるわけよ。つまりね、丸ワイプっていうのは、例えばテレビとかでドキュメンタリーの映像を流してるときに、番組に出てるゲストがそれを見ている映像をボンと丸囲みで出すとかね。芸能人水着大会とかでおっぱいが出るか出ないかとかやってるときに、新人が歌ってるとかさ、別次元のものを見せる時にやる手法なわけだよね。で、それをやると、これをやることでこうなるんだな、ということが分かるわけ。この人（Oculus を着けた人）をこん中（ライブ会場）にそのまま入れちゃったら、ライブ会場で着けるんだってなってしまう。

そういう意味でいうと、この表現は結構よくできた表現。命の母さん、よくできてますよこれ。

【命の母の表現案】



小霜：なんか、キャッチもね、ちゃんと考えられてるしね、完成度高いですよ。

命の母：嬉しい…！

小霜：でね、僕が気になるのはね、ここ（タグライン）なの。映像を「体験」に変える。これね、ちょっと変えればもっとよくなると思うの。どう変えたらよくなるかな？

バクテリア：映像が「体験」に変わる。

小霜：いやそこまでちょっとじゃない。てにをはのこと言ってるんじゃない。

袋綴じ：映像を「体感」に変える。

小霜：あー、「体験」じゃなくて「体感」の方がいいってこと？はいはい。他には？

ほげ：映像を体験する。

小霜：映像を体験する？あー、はいはい。…うーん、違う。えっとね、それは、その発想はよくない。えっとね、今君は、これを表現してやろうとちょっと思ったよね、きっと。でね、あの一、ここはタグラインとって、Oculusがどんな価値を与えてくれるのかということ伝えるわけだけでも、これを表現的にやるっていうのはダメな方向性。もっとはっきりコイツの価値を伝える言い方があるんじゃないかなってことを、僕はまあ問うてるわけだ。

バクテリア：自宅で映像を「体験」に変える。

小霜：あー、なるほどね。うーん、自宅でね。…うーん、映像を体験に変える、自宅で。そうね、まああるかもしれない。もしかしたら。ちょっと僕が思っていたのとは違うんだけど、他にもっとあるかな？こういう風にすれぱっていう。

結婚相談所：言葉を逆にするっていうのは。体験を「映像」に変える。

小霜：あー、そういうこと？んーちょっと高度かな。それって普通に自分の体験をハンディカムのものに撮るのとあまり変わらない気がするんだよね。他に。

バクテリア：主語に、“Oculus Riftが”映像を「体験」に変える。

小霜：それダメ。長くなるだけ。僕は、映像を「体験映像」に変える。ってしたらいいと思ったの。あるいは、映像を「映像体験」に変える。あのね、Oculusで見る映像のことをなんて言うのかっていう。体験そのものではないじゃない。あたかも体験したような映像ですよっていう。今までそういう映像はなかったわけじゃなか。映像は映像と。自分とは離れたところにあるものっていう。離れたところにある映像が、自分のところに来る、そういう映像になるよってことをね、ここで言えると、それはすごく強いなと思ったわけ。だから映像を〇〇に変えるって言うんだったら、映像を〇〇映像に変える、映像を映像〇〇に変える、って言った方が、進化した感じがするじゃない、すごく。そうすると、かなり、完成するなと思ったということ。

で、まああとこれはね…

【おしめりおねえさんの表現案】



np.school 8期 6/8小霜クラス「Oculus Rift」表現

小霜：まあさっき言ったようにこん中（ライブ会場）に入れちゃダメなんですよ、この人を。ただね、このキャッチはね、わりかしいいなと思った。「ライブビューイングからライブジョイニングへ」っていうのはね。ライブジョイニングみたいな言葉を切り取って、ワッペン化するっていうかさ。そういうコトとしてはいいなと思ったわけ。ただ、これ（タグライン）はよくない。「圧倒的 VR 体験」というのは。なぜなら、VR って分かんないから。バーチャルリアリティって言ったって、具体的にわかんないから、普通の人にはね。それよりかはさっきの、映像を「映像体験」に変える。って方が、映像として進化した感じがする。映像としてあたかも自分が体験してるようなものが見えるんだな、ってことが遥かに伝わる。いや、バーチャルリアリティがね、普及してると。みんなバーチャルリアリティ体験して知ってるよっていうときに、いやでもこのバーチャルリアリティは他とは全然違うぞ圧倒的だぞということ言うなら、これでもいいと思うわけよ。でもまだ全く普及していないときに言っても、なんのこっちゃってなっちゃう。そこに逃げちゃいけないっていうかね。全く分かんない人にも伝わるように頑張んなきゃいけないっていうことね。

あと、またちょっと違うやり方で、うまいなと思ったのはこれなのね。

小霜クラス第二回課題 A案

2015.06.08



いやあの、さっき丸ワイブって言ったけどさ、丸ワイブとか使うとさ、どんどん説明的になっていくんだよね、表現が。ライブの熱気とかさ、そういうものが削がれていっちゃうところがあるわけよ。だからクリエイティブ…広告表現っていうのはさ、要素が増えれば増えるほど喜び感とか楽しみ感が減っていくんだよね、勢いが削がれるっていうかさ。これは、丸ワイブ使わなくてもキャッチで分かるよね。そういう意味でいうと、これを今回A方向ってすると、これが一番表現的にはレベルが高い。一枚絵と言葉一発で、言っちゃってると、分からしちゃってると、スパッと抜けたパワーがあると、思う。ただ「ほぼ現実」っていうのはちょっと乱暴だろうという感じが。やっぱりビジュアルとキャッチでスパッと言った分、物が何かっていうのはもうちょっときちんと言った方がいいと思う。「ここ家だよね?」っていうのがあって、さっきの「映像を「映像体験」に変える。」っていうのが商品とある方が、いいバランスという気がしました。

あとね、ライブの熱気をバンと持ってくるっていう方向性が一つあるよね、と。でもこれはさっき、着けた絵を見せて、Oculus 着けてますよっていても伝わらないよねって言ったけど、着けて、「ライブなう。」って言っても何が楽しいのか分かんないじゃない、全然。むしろ腹立つかもしないよね。見てて楽しい楽しいって言われても分かんねーよって感じになっちゃうよね。でもね、一個手としてあるのはさ、「あなたの自宅がライブ会場に」ってあるじゃない。カパコか、この絵ってさ、ライブ会場の絵だよね?

【カパコの表現案】



カバコ：はい。

小霜：あのね、ライブ会場の絵を撮って、あなたの自宅がこうなるよって言うんじゃなくて、家をライブ会場にするっていう手はあるわけ。でね、一個だけね、それを目指した案があったんだけど、絵が下手すぎて…これだったかなあ？…ああ、これだ。

【我慢汁の表現案】



小霜：これ、めちゃめちゃ色々なものをペタペタ貼ってるんでよく分かんなかったんだけど、要するに、自分家にいっぱい人がいるってことを表現したかったんだよね。

我慢汁：はい。

小霜：はいはい。あのね、手としてはさ、ワンルームで良いわけよ。ワンルームの中に、人をぎゅう詰めにしちゃうの。分かる？いや6畳とかね、そういうとこに、真ん中に椅子に座って着けてる奴がいると。で周りにね、何十人もぎっしりの奴がこんなことやってると。で前でライブやってると。要するに、異常な絵を作るわけ。こんなことありえないじゃない。でも、自分の部屋がライブ会場になるんだなってことは伝わる。まあそのやり方は一つあると。結構これはね、テレビゲームでわりかしやった手法でね。何だっけかな、例えばあの、バスケのゲームとかがあって。自宅の中でバスケやってるみたいなCM作ったんだけど。そういう馬鹿馬鹿しさ。いやクレームきたんだけどね、「うちの子が真似してちゃぶ台を飛ばんです」って。

一同：笑


小霜：つまり、ライブ会場の熱気っていうものをボンと出して、それが家で楽しめますよっていう方向もあるけれど、逆に「ここ家だよな？」っていうのをビジュアルに持ってくると。家の中にライブ会場押し込んだら。そういうやり方もあると。ここでね、我慢汁のことを褒めておくと、A案・B案っていうのを彼はやってるんだよね。

【我慢汁の表現案】



Fall in LIVE!




ライブ会場にいるかのような没入体験を。  Oculus


小霜：まあこれは僕がやっちゃいかんと言った表現なんだけど、一応「Fall in LOVE」にかけたんだよね？


我慢汁：はい。

小霜：まあその努力は認めよう。で、まあこういう発想があつて。



**ライブ映像は、
「観る」から「入る」へ。**



ライブ会場にいるかのような没入体験を。  **Oculus**

小霜：B案で書いてあるけどA案のキャッチコピー違いでA'だよね。ライブは「見る」から「入る」へ、だと。それで、まあ彼はこういうのも考えたと。



「DIVE to LIVE で、ダイブだと。飛び込んでくって話だよね。こうなるとさ、これって異常じゃない？こうなるとさ、「ライブ会場に着けるんだな」という誤解は生まれえない。これは僕は、A 案・B 案で言うところの B 案だと思うんだよね。ちょっとこれは発想が違うところに行ってるじゃない。まあこれ（D 案）も発想が違って、ほんとに自分の家がライブ会場になったらどうなるんだろうっていう。3 つとも発想が違うんだよね。こういうことをしてほしかったわけ、みんなに。

あとこれも結構似てる、似てるっていうか、ライブに飛び込んでいくってことで。ほげってどこだろ。

【ほげの表現案】



ほげ：はい。

小霜：まあ、こん中にね、着けた人がいるっていうよりは、なんて言うんだろ、没入感てことは分かるかなと。でもこれやるんだったら、さっきのこれ（我慢汁案）みたいに着けなきゃダメだね。着けてるからこうなってるんだって話じゃないと、意味わかんない。なんか、いるいるこういう迷惑な奴みたいなことでさ、終わる可能性が高いよね。

ア・ス

小霜：あとさ、最近なんかあの、転がったりするでしょ、上で。コロコロコロコロさ。あんなことやってるみたいに思われちゃうよね。あと、理解できなかったのが…

【裏口の表現案】



小霜：これがあまりにも…これは、裏口はどこにいるかな？

裏口：はい。

小霜：これは何を表現したかったの？

裏口：自宅のソファがライブの特等席になるっていうことを言いたくて。

小霜：なるほどね。えーっとだなあ。この表現だと、別にその、何て言うの？大画面テレビでも良いわけよ。そこに居るっていう表現になってないと思うんだよね。ちなみに僕ん家のリビングは、プロジェクターで140インチなので、こんな感じになりますよ、Oculusじゃないけど。で、やっぱりね、説明的なんだよね。よくクリエイティブの会話で、「これって説明的だよ」って言葉が出てくるでしょ。で、じゃあ説明的なのと説明的じゃないのと何が違うかっていうと、説明的っていうのは…何て言うか、さっき言ったように丸ワイプを着けようとか、これを着けようと足していく発想で、そうすると商品が持っている喜びが削がれていっちゃうわけよ、結局。理屈っぽくなっていくんだよね。直感的に、なんか「いいもんだ」「楽しいもんだ」「嬉しいもんだ」というのが分からなくなっていくんだよね。そういう状況を、説明的っていう風に言うわけ。でこれは、君一生懸命説明しようとしているが故に、何か喜びが分からない。まあこっち（DIVE案）の方が、単純にすごいものって感じがする。これが体験できたら嬉しいなってなるって話なんだよね。あとね、裏口も一つ褒めたい。褒めたいのは、一応ね、（案が）3つあって、どれもイマイチなんだけど、でも3つとも発想は違った。そこは褒めたいなと。これがAと言えるかはちょっと微妙だけど、一応A・B・Cっていう発想はしてるんで、そこはすごく良いんじゃないかと。ちなみにこれ（B案）どういう意味？



ライブの聖地に、
100万人を動員
することもできる。

ライブをもっと、みんなのものに。 

裏口：日本武道館 1 万 5 千人しか入らないんですけど、Oculus Rift があれば、みんなが参加できるので、例えば 100 万人の人が同じ体験ができるよ、と。

小霜：あ～そういう意味か～。それはちょっと遠いね。それは狙いがかなり違うんでダメだね。まあこれ（C 案）は意味分かるんだけど…



小霜：会場に行かなくても、この Oculus があれば最前列に座れるよってこと言ってるんだよね？

裏口：はい。

小霜：うん、でも、この表現はダメです。なぜ？

バクテリア：貧富の差を感じる。

小霜：あ？貧富の差を感じる？どうということ？（笑）

バクテリア：この人（ビジュアルの人）衰れだなあって。

小霜：いやこれね、ダフ屋でしょ。売ってんのよ。コンサートとか行ったらさ、「チケットあるよーチケットあるよー」って売ってるおっさんがいるよね。そのおっさんが、チケットじゃなくて Oculus を販売してるってそういうことを言ってるわけで、別にこれ貧乏だっただけを描いてるんじゃない。

カワハギ：なんか Oculus が、ダフ屋に直結してしまうようなイメージを持たせてしまう。

小霜：そういうイメージは持たないんじゃないかな、別に。表現だっという風に思うと思う。ダフ屋が Oculus 売ってるっていう風には、たぶん思わないんじゃないかな。

バクテリア：ダフ屋？

小霜：ダフ屋って聞いたことない？

バクテリア：売ってる人は分かりますけど、ダフ屋って言い方は知りませんでした。

小霜：うん、ダフ屋って言うの。

バクテリア：あ、ダフ屋ですら実は最前列を売ってない、みたいな。

小霜：ん？

バクテリア：ダフ屋の人は、最前列のチケットを現実に持ってないかも…

小霜：いや売ってるかもしれないよ、そういうことではない。

ケツアゴ：チケット買えない人が、Oculus を買うわけじゃない。

小霜：いやいやいや、そういう話じゃない。

講義録：Oculus はコンサート会場でチケットを買う人に売るわけじゃない。

小霜：えっとー、そんな固く考えなくてもよくなって、これはこれで広告としてはね、できてると思ってるわけ。できてると思ってるんだけど、広告としてはダメなわけよ。それは何故か。ってかね、学生が出してきてもいいんだけど、広告会社の人が出しちゃいけないこれ。

バクテリア：ダフ屋が、そもそも合法的じゃないから。

小霜：そういうことそういうこと。これ違法なんだよ、ダフ屋行為っていうのは、取り締まりの対象なのよ。でね、犯罪を広告表現に持ち込むっていうのは、NG なんだよね。何年前に作った Reebok の CM でね、夜中にほら、スプレーでさ、落書きしたりする奴いるじゃない。それを伊藤英明が見つけて「お前らー」って追いかけるんだけど、なんか走ったら楽しくなって、そのまま追いかけて行ったみたいな企画を考えたいわけね。ところが、それがテレ

ビ局の考査で、撮影の前日に NG になったわけよ。その理由は、やっぱり犯罪行為だから。もちろん犯罪行為を美化しているわけではないわけよ、怒ってるわけだからさ。でもその犯罪行為そのものを CM の中に持ち込むのはダメってことになったわけ。で、前日でしょ？ 次の日撮影じゃない？ ところがね、天気予報で次の日雨だったわけよ。で天気予備日取ってたから 1 日余裕ができたわけね。で、NG って聞いたのが夕方、そこから企画を考え直して出して次の日考査通れば撮影に持ち込めるってことが分かって。で、最初に考えたのが、例えば犯罪じゃなくって、伊藤英明がどっかの店員でね、お客さんお釣りをね、置き忘れていったと。で「お客さんお釣りお釣りー！」って追いかけて行ってそのまま渡すの忘れて走って行ったらいいかなと思ったの。そしたら犯罪行為じゃないしさ。で即事務所に電話して「こういうのどう？」って言ったらば、「いや無理です」と。「うちの伊藤はこの企画のためにイメージトレーニングをずっと一週間やってるんです」と。

一同：笑

小霜：「今さらそのシチュエーションを変えるっていうのはありえません」とか言われて、どうすっかなつって。で、悪ガキがね、空き缶蹴ったらたまたまゴミ出しに来た伊藤英明に当たりそうになって怒って追いかけるっていうのにしたのね。それだったら犯罪じゃないからさ。でまあ局の考査も通って撮影したってエピソードがあるんだけど。これはほんと余談ね。

まあ、という本筋とは関係ない話だけど、犯罪的なものを利用して表現作ってことは、僕らの世界ではペケということになっている。でさらに余談を言うとね、それがダメかっていうのは何らかの法律かっていったらそうではないわけよ。テレビ CM をオンエアするときに、テレビ局それぞれの考査っていうのがあるわけ。これをオンエアしていいものかっていう基準があって、これはね、局によってマチマチ。地上波なのに意外と緩くて通ったということもあれば、全く同じ表現が、聞いたこともないどっかの BS とかでダメって言われたってこともあって、ほんとマチマチなんだけども。そういうメディアのプライベートなルールってものがあったり。例えば飲料で言うとね、ジュースの広告で「自然」とか「天然」とかっていう言葉を使っちゃいけないっていうルールがあるわけ。これはね、飲料会社みんなで取り決めた自主規制。例えば「天然果実」みたいな言い方するとね、いや果実は天然だと。人口果実なんてねーだろ、みたいな理屈があってね。そういう、わかりし業界が作ったプライベートなルールっていうのがあるんだよね。まあ当然法律なんかもあって、嘘ついちゃダメよとかもあったりするんだけど。法律の規制、メディアのプライベートな規制、各業界の独自の取り決めみたいのがあったりと、色んな規制の中でやっていると。その中で、犯罪っていうものを表現に持ち込むっていうのはテレビでもダメだし、中吊りとかね、交通広告でもダメ。ちなみに一番厳しいのが JR。JR は「え?! なんでこれがダメなの?!」っていうものも「ダメ!!」とかって言ってきます。テレビに限らず色んなメディアが独自の規制を持っているってことを予備知識として。

あとねえ、意味わかんないっていうのがこれで…これは何を言いたかったのか説明してくれる？

【袋綴じの表現案】

「あの子ばかり…」



「ショック」

「ムカつく」

「ざまあみろ」

だいたいのイヤなことは、「たのしい」で忘れる。

はじめての「たのしさ」を



袋綴じ：はい。人間の基本感情が、楽しい・悲しい・怒り・驚きで…

小霜：はいはい、ヒューマンユニバーサルってやつね。

袋綴じ：で、それに勝てるのが楽しいって感情だけっていうのを知って。

小霜：うん、そのことを伝えるというストラテジーが全くなかったと思うんで。これは意味不明すぎ。

袋綴じ：はい。

小霜：これどういうこと？

オキュラス、やべー。

声、久しぶりに聞いたわ。



はじめての「たのしさ」を



袋綴じ：引きこもりの息子が Oculus を着けて、着けた後に興奮したっていう。

小霜：うんー、そういうことを伝えようっていう戦略でもなかったと思うんだよね。

袋綴じ：すみません。

小霜：でやっぱりね、戦略に逸れたことをやったら 0 点。で、あの一、これはね、当然 A 案でもなく、でも B 案でもなく、やっぱり"はずし"なんだよね。はずしてるだけ。

袋綴じ：戦略から？

小霜：戦略からというか、理解できないし。これ見て「なるほど！」って理解できる人はこの中に一人もいないと思うよ、本人以外は。

袋綴じ：はい。

小霜：なんて言うんだろ、そのね、はずしたものをオリジナリティーだって思うのは完全に誤解で。

袋綴じ：はい。なんか、自分なりにストラテジーを真面目に考えてここに辿り着いたんですけど。考え方がそもそも間違ってるってことですかね。

小霜：そうだね。

袋綴じ：どこで間違ってるんですかね。スタートがもう違う…？

小霜：あの一、どこで間違えたかは俺にも分からないけど、全然違うところに来ちゃったなって感じ。

袋綴じ：全然こういうの（A方向）思いつかなかったです。

小霜：あの一、まずさ、まずこういうの考えようよ。

袋綴じ：うーん…

小霜：その「うーん」ていうのが良くないよね。あの一、「うーん」ていうんじゃなくて、まず基本形だからねこれ。基本形を考えて、それやった上で違うオリジナリティーを考えるってやっていかないと、一生このまんま。

袋綴じ：いやです。

小霜：そうでしょ。だからまず基本を考えよう。君は基本を考えてここに来たんだと思うんだけど、なんかこう通り過ぎてそのままどっか行っちゃったんだな。どこ行ってるんだろう？月まで行くとるんかい！みたいなね、漫才師的な感じになっちゃってるんだと思うんで。行き過ぎないで、基本で一回止めると。ここで一回完成形を作るという意識でいてほしいなと。

広告表現って、見た目の印象勝負なんだよね。パッと見たときの印象が、自分にとって嬉しいものかどうかってところが重要で。キャッチフレーズ、キャッチビジュアルの役割ってそこなのよね。やっぱね、これ着けて、座ってるっていう状況を見せても、この人が色んなものを見ているっていうところを見せてもさ、何か面白そう、何かやってみたいっていう風にはならないよね。カタログならいいんだよ。カタログっていうのは、もう興味があるわけじゃない。惹き込まれちゃってるわけで。もっと詳しく知りたいなっていう状況で見るわけで、説明的でも構わないわけ。でも広告っていうのは、全く興味がないって人に、一瞬で一目惚れさせるわけだから。いやまあ恋愛で言うとね、パッと見て「惚れた！」っていう風にさせるものなわけよね。でそのあと、もうちょっとこの娘のこと詳しく知りたいなって思ったらデートが始まって。あー、意外と料理ヘタなんだとか。でも外で食べばいっかとかさ。意外と短気っぽいんだ。まあでも耐えられるレベルかなとか。そんなことを思いながらね、付き合いが始まってくわけだけでも。一番最初の「惚れた！」って状況を作るのが広告なわけで。初対面からさ、「私豆腐とワカメの味噌汁作るの上手なんです」って言う人はいないわけよね。それで「惚れた！」とは思わないからさ。やっぱ付き合い出してからの話じゃない？まあカタログだったり、今だったらオウンドメディア。商品の公式サイトで情報取るっていうのはさ、「私は豆腐とワカメの味噌汁作るの上

手ですよ」ってなもんだから、ああそうなんだ、俺豆腐好きだし、最近髪の毛薄いからワカメ食えるといいか
なって思ったり。そういう風になったりするわけ。まあそういう違いを分かってほしいというか、瞬時にパッ
とね、いいなって思わせるのが広告表現ということです。

それでき、さっき、言ったのどれ？テレビと比較して作ったっていうの。

講義録：それです。

【講義録の表現案】

テレビでライブ？Oculusがあるのに？



今までにない、没入感。



小霜：あー、コピーの話してたのね。いや、どう思う？

バクテリア：いいおじいちゃんだなって。（笑）

講義録：一応それ Oculus の CTO の人。ジョン・カーマックっていう有名な人らしいです。

小霜：いや、どう思う？この人が Oculus の人じゃなくても、ちょっとみんなの意見聞いてみよう。

おしめりおねえさん：Oculus では何ができるのかっていうのが、イマイチ分からないかなと。

小霜：うーん、それはコピーの問題？絵の問題？

おしめりおねえさん：Oculusをまだここ（おでこ）に着けてるので、映像が見えるっていうのも伝わらないと思います。

小霜：はい、他には？

命の母：ちょっと何か、今までテレビでライブを楽しんでいた人に対して上から感というか、「僕は」っていう得意げな感じがあるかなと。

小霜：まあ上から感はいいと思うんだけどね。こっちの方が商品的に上だぞと、むしろ馬鹿にしている感じは悪くはないと思う。これね、コピーとしては成立してると思うんだよね。「テレビでライブ見てるんですか？もうそんな時代じゃないですよ」と。「Oculusで見る時代ですよ」と。その根拠としては今までにない没入感という話だから、これコピーとしてはちゃんと成立してんのよ、一応ね。ただやっぱり、Oculus着けた人の顔があるだけだと、何かやっぱり伝わらないというかさあ。まだその、没入感といっても、どういうこと？っていうのが。何て言うかな、想像がつかないというかね。広告表現って、すべては伝えきれないんだけど、「こういうものなのかな？」って想像するヒントを与えるものでもあるから。その想像するヒントがまだちょっと足んないかな。

講義録：自分としてこのグラフィックとコピーにしたのは、今ジョブズとかザッカーバーグとか、中の作る人のストーリーに惹きこまれて惚れ込んでいくっていう流れがあると思って。

小霜：ごめんごめん、ちょっと分かんない、もう一回言って。

講義録：facebook だったらザッカーバーグだったり、Apple だったらジョブズだったり、プロダクトっていうのももちろん魅力なんですけど、中の人っていうのにフォーカスして…

小霜：あーはいはい、人っていうのはプレイヤーって意味ではなくて、この物を作ってる人っていう意味ね。

講義録：はい、Oculusで今までの固定概念を破っていこうとするこの人たちの想いを発信することで、Oculusの価値を上げようかなと考えると、このグラフィックとコピーにしたんですけど。考えがそもそもズレているのかなと。

小霜：なるほど、なるほど。あの一、じゃあね、今まで、じゃあスティーブ・ジョブズあるいはザッカーバーグがテレビCMに出たことってある？

講義録：ないです。

小霜：ないよね。それは何で？

カパコ : facebook とかの価値って彼らじゃなくて、作ってるものにある。

小霜 : まあそうだよね。うん。その、順番が逆なんだよ。facebook がすごいから、始めたザッカーバーグすげえってなってるわけで。ね、その一、スマホというものを作ったり、まあその手前の iPod、っていうか iTunes っていう仕組みを作ったジョブズすげえってなったわけだよ。Oculus がすごいかどうかまだ分からない人たちに対して、私こんな作りまして出てきても、すげえって思いもしないよねきっと。このおっさん誰？で申し訳だよ、ね、きっと。あの一、すごい昔だけど、あの人。Microsoft の創業者の、世界一の金持ち。名前ど忘れしちゃった…

一同 : ビル・ゲイツ。

小霜 : ビル・ゲイツが、ペプシの CM 出たことあるんだよね。どんな CM か知ってる人いる？ビル・ゲイツが、ペプシの自動販売機に買いに来るわけよ。したら小銭がなくて、「誰かお金ない？お金ない？」って言うって言うそういう CM。

一同 : 笑

小霜 : 中々洒落てるよね、もう随分昔だけど。そんなのが確かありました。

はい、それでね、えっと一、まあ今日の冒頭で、中々みんな A 案・B 案発想ができてないよって話をしたんだけど、これは何だかぶっ飛んでるぞと思ったのが一つあって。

【脇毛舐めの表現案】



小霜：脇毛舐め。

脇毛舐め：はい、脇毛舐めです。

小霜：いやこれはちょっと狂ってるなって思った。

一同：笑

小霜：いやライブにダイブってことでね、ライブ会場に飛び込めって表現はいくつか見たじゃない？でも「飛び込み方は、人それぞれ。」っていうのはかなり頭おかしいなと思ったわけよ。で僕ね、正直これ良いか悪いか分からないの。いやなんかすごさは感じるじゃない？とんでもないことが始まったっていうのは感じるじゃん？てかまあ、キャッチーだよな、何か変なん着けて色んな人が飛び込んでるという。で一体何を言ってんの？という、わけわかんないけど、とんでもないことが始まったという空恐ろしさは感じるじゃん？まあ、「新しい音楽の楽しみ方」って言っちゃうとダメだけどね、これは。あのー、そういうもんじゃないと思うんだけど。まあさっきも言ったけど、キャッチビジュアル・キャッチフレーズでスパッと強くしたら、むしろこのタグラインはしっかり商品の価値を伝えると。ってから…これと言ったら何だろなあ…。飛び込むって何のこと？って思うかもしれないから、例えばね、「ライブ会場にそのまま飛び込む映像体験」って言ったらまあ分かるじゃない。「ああそういうことか」というね。このくらいになってたら、例えば実際のプレゼンでね、まあ普通にやるとしたらこうだよなと、でもこの強さも捨てがたいよねとなって、この企画やっちゃう？みたいな話になることもあると。だからといって、こういうのばかり考えていると、ヨレていくっていうかさ。やっぱり基本のA案しっかり考えるから、これは強いのできたけど、ここじゃこれじゃいかんってというのが分かってくるっていうかさ。

脇毛舐め：ちなみに、その一、飛び込みの。水着でそのまんまですけど。ライブ会場に行くような服をちゃんと着ている人が、こういったダイブしているようなイメージでもいいかなと思ったんですけど。

小霜：いや、分かんない。もしかしたら服着せるよりかは、裸のスイマーの方がもっと頭がおかしく見えるかもしれないね。やっぱり、それは理屈じゃない？実際にライブ会場に行く人の格好をさせた方が、意味は正しいよね。でもそうしたときにさ、絵として弱くなる可能性もあるじゃんか。やっぱり、裸のスイミングパンツだけの男がこれ（Oculus）着けてるって方が、何だかわけわかんなくて強いよねってこともあるわけ。どっちがいいとも言えないけど、やるなら強い方をやるってやり方もあると思うんだ。そういう意味でいうと、これが服着てるってことだと、たぶんどんどんA案の方に寄ってっちゃうと思うんだよ。AとBの間みたいな感じ。だったらAが基本としてあるんだから、こっちはもうどんどん強い方強い方に持って行って方が、仕事としては楽しいはず。そういう意味でも、基本形を一回作ってとっていう。基本があるから、強いことができるっていう。そういう馬鹿げたことができるっていう。まあ僕が馬鹿げたこと好きなので、わりかしアホなことばかり提案する方なんだけど、でも、アホなこと提案するためには、きちんとした基本的なこと押さえておくっていう。そんな関係かな。

それでね、今回これに関しては、もうA案っていうのはできてると思うんだ。こんな感じだったり、この辺だったり（既出：結婚相談所A案、命の母A案、おしめりおねえさんA案）。

まあ、きちんとね、ワイプっていうか、これをやったらこうなるよって話が基本だし。まあこれ（結婚相談所A案）は洗練されてるけどね。「ライブビューイングからライブジョイニングへ」みたいな言葉も結構いいと思うし。いいんじゃない？これは。で、今回はもうA方向はいいんで、B方向考えると。まあこういうものが、例えば実際にプレゼンするとなったときに、A方向はこの辺でいこうよと決めたと。ちょっとB方向もっといこうぜってときに、どんなものを考えるか。はずしはダメよ、意味わかんないとかそういうのダメよ。

カワハギ：質問なんですけど、B案だけでも2つ以上ですか？

小霜：そうね、BとB'。

カバコ：それって、BとCじゃなくてB'なんですか？

小霜：いやいや、基本ではないものってこと。で、基本形っていうのはだいたい一つなんだよ。こん中で基本形っていったらさ、だいたいこういうこと（A方向）になるじゃない。だいたい基本は一方なんだけど、基本でないものっていうのには可能性がいっぱいあるわけ。いや、ここに16人いたら、ほんとは16方向ほしいんだよ。これは、他の奴は考えないだろうっていう。これ（脇毛舐めB案）考えた人いないでしょ他に。いないよね？それがB案なんだよね。これは考えないぞというのがB案。で、それはいっぱいあるから。たぶん、考えてるうちに、こんなのも考えたけど、こんなのも考えちゃったってなると思うんだよ。本来なら、B案をたくさん持ってきてくれてもいいんだけど、まあ時間の都合もあるし、2案もしくは3案にしとこうってこと。まあちょっと、ぶっ飛んだ案を考えるということを次回はやっていきましょう。なんか、今日のところで質問があれば。

カバコ : B案の考え方として、人によるかもしれないんですけど、基本案を頭に入れた上でそこから発展させた方がいいのか、基本を忘れてしまって…？

小霜 : 忘れちゃダメよ。基本 A 案はあるわけよ。それがあると思った上で、どんだけそこから違う新しいことができるかということだから。それを忘れちゃうとね、それはもうはずしてことになっちゃうから。つまり、自分はすでに一つこういうものを考えたんだと、そういう想定に立って。

袋綴じ : あの、みなさんに聞きたいんですけど、どうやってここに辿り着いたんですか？

小霜 : A 案？

袋綴じ : A 案。

命の母 : それは、袋綴じの、どうやってこっち（袋綴じ案）に辿り着いたのかを説明してもらおうと、どこら辺がどうなのかが分かるかも。

小霜 : それはそうだと思うよ。

袋綴じ : ライブの楽しさを、楽しいっていうのだけ抽出したらこうなったんですけど。

命の母 : ライブっていうのは置いて、楽しいってところを濃くしたらこうなっちゃった？

袋綴じ : スポーツ観戦でもいいっていう話だったじゃないですか？

講義録 : 一応今回、ターゲットがライブに行く人で、インサイトがライブ映像を新しい没入感で試したい、競合がテレビ、USP があたかもそこにいるような没入感だったんですけど…

袋綴じ : スポーツ観戦のライブ感でもいいでしょ？ライブはミュージックのライブだけってこと？

講義録 : 僕は今回、前回の講義の流れでいったらライブっていうと音楽のライブをイメージしました。AKB のライブだと（360 度回転すると Oculus の有線で）首が締まって危ないみたいな話も出たんで。

袋綴じ : あー…

バクテリア : まず、Google の画像検索で「ライブ」って調べれば、あ、これがライブかみたいな。

小霜 : ライブってものの意味は分かってるよね？

袋綴じ : はい。まず、臨場感を伝えればいいのかと思いました。

小霜 : これ（袋綴じ案）臨場感なの？

袋綴じ：楽しいの…楽しいの気持ち。

小霜：ん？

袋綴じ：臨場感を感じて楽しくて、楽しい気持ちで何ができるかみたいなの…。

小霜：でも君のその理屈でいくとさ、Oculusじゃなくても、飲料だってスニーカーだって楽しいってことになるよね。

袋綴じ：スニーカー？

小霜：スニーカーだって履いてたら楽しいじゃん。楽しいって言いさえすればさ、何でも伝わる万能の言葉になっちゃうよね。

カパコ：ちょっと外れちゃうかもしれないんですけど、臨場感からどういう感情を得るかって、別にその人によって違うんで、Oculusが提供するものが楽しいっていうんじゃないで、臨場感でその前のフェーズで、臨場感があるからこそ卒業ライブとかで悲しい気持ちを得るかもしれないし、びっくりすることがあるかもしれないけど…

袋綴じ：誘発することはできるけど、感情には結びつかない？

カパコ：その前段階のものを提供するのにすぎないのかなって。

袋綴じ：ありがとうございます。…ライブからは離れずに…、分かりましたありがとうございます。

小霜：っていうか、人間が持っているね、不思議な能力っていうのがたくさんあるじゃない。その中に、カテゴライズっていうのがあるわけ。わかる？

袋綴じ：分かります。

小霜：ワンワンワンワン鳴いてるやつがね、10匹くらいいるじゃない。これを、別々の動物だって認識してたらさあ、そこら辺にいる一つひとつに名前つけなきゃならないじゃない。だから、ワンワンワンワン鳴くやつを、とりあえず「犬」っていう風にしようぜってカテゴライズしたわけよね。で、ニャーニャーニャーニャー鳴くやつは「猫」ってしようってしたわけよ。で、「犬」っていても色々いるわな、と。これダックスフンドだよね、とか、これケアンだよね、とかさあ。とりあえずこの性質を持っているものは、「犬」っていうカテゴリーの中でも「ケアン」っていうカテゴリーにしようぜってなったわけじゃん？でも、「犬」も「猫」も「哺乳類」っていう大きなカテゴリーだよなって。で、その中には「鯨」っていうのも含まれたりするよねって話だよな。

でね、君の発想はね、犬のアクセサリーを販売するペットショップをネーミングするのに、「生き物ショップ」って言ってるのと同じなんだよ。

袋綴じ：あー、広すぎる？

小霜：うん。「生き物ショップ」って言ったらさ、もしかしたらさ、イルカのアクセサリー売ってるかもしれないよね。いや例えばさ、うちの高校生の娘が、最近トカゲ飼いたいとか言い出して。えーって感じなんだけどね。いやトカゲを飼う水槽みたいなものを、どこで買えばいいんだよって話になったときにさ、「生き物ショップ」に行くかねって話なんだよ。それはさ「爬虫類ショップ」とかいう名前にしてくれないとさ、困るじゃない。言ってること分かる？

袋綴じ：はい。

小霜：「楽しい」って言ったら、これは Oculus のことだって思うかって話。君が言ってるのは、「生き物」っていったら鯨だって分かってもらえるって、そういう話。今求めているのは、例えばその鯨ならね、「この鯨すごいぞ！ってことを描こうぜ」って言ってるわけだから、そりゃ鯨で描くしかないだろうという話。「ライブの没入感描こうぜ」って言ってるんだから、ライブで描かないと、楽しいっていったって分からないよって話。

袋綴じ：例えが分かりやすいです。

小霜：いやでも、当たり前の話だよ。他に質問とかありますか？

疲労骨折：はい。えとー、Oculus を知らない人に広告を打つってことで、Oculus がどんなものかってこととか、パソコンに繋いで使うっていうのが今の現状のスペックっていうかルールだと思うんですけど、それをどこまで踏まえて B 案を考えればいいのか分からなくて。

小霜：踏まえるっていうと？

疲労骨折：説明しない方向で盛り込んでいかなきゃいけないっていう…

小霜：そのスタンスは、A も B も変わらないよ。

疲労骨折：えっと、まず装着しないとイケないっていうのは説明しなきゃいけないじゃないですか。あとは、パソコンに繋がなきゃいけないっていうのは、説明しないでも…？その範囲というか。

小霜：えっと実際のね、例えばこれが実際の広告になったら、説明は必要だよ。「Oculus Rift は Windows マシンがどうのこうので…」っていうのはいるよ。でもまあそこはとりあえず端折っていいかなと思っている。そこまで現実の広告を作らなくていいかなとは思っている。けども、戦略としてのスタンスは A も B も変わらない。B だから、最初のオリエンテーションの条件が変わる、変えていいってことには絶対にならない。

ケツアゴ：えっと、有線って言ってたじゃないですか。これって、そのほんとの Oculus の使い方だったら、着けて飛び込んだりできないじゃないですか。

小霜：できないね。

ケツアゴ：そういう非現実的なことを広告として描いても問題ないんですか？

小霜：問題ない。非現実だから問題ない。

ケツアゴ：あ、嘘だって分かるから…

小霜：そういうこと。あのね、嘘だって分かんないとヤバいかもしれない。実際ね、裸になって、着けて飛び込む人いないから。ま、それでもね、昨今はうるさい時代だから、「※イメージです。」って付けなくちゃいけなかったりするんだけどね。あの一、嘘であるほど許されるの。特にビジュアルは。

カバコ：あとすいません、漫画みたいに、2コマ使ってもいいんですか？例えば1コマ目は家にいて、2コマ目がライブ会場に変わるとか。

小霜：別にあるよ。before/ after でしょ。

カバコ：（カットが）分かれてるみたいなの。

小霜：いやだから、これもさっきから言っているように、それがいいも悪いも分かんないんだけど、説明的になったらつまんないかもね。楽しいものに感じられないかもね。いやあの RIZAP の CM あるでしょ？あれ before/ after じゃん。でも説明的ではないんだよね。あそこまで変わったらね。よくあるじゃない、ダイエット系の広告で、before/ after でき。でもちょっと変わってるとき、まあまあああって感じだけど、あそこまで変わると「ほんとかー?!」みたいな感想含めて説明的っていうのを超えちゃってるから、強いよ。だから、before/ after 表現が、説明っぽくてダメとは思わない。結果論だから。結果的に強ければそれでいいと思うし。ちなみにこの間ライブ見に行ってきたんだけど…って話はしたっけ？してない？マキシマム ザ ホルモンってバンドがあって。そののね、マキシマムザ亮君って人が、俺の本を読んで感銘受けたってことで、プロモーションをやってくれませんかかってレコード会社の人が来たわけよ。それで色々持って来てさ、CD とか聴いたんだけど、なんか面白いなと思って。坂根に電話がきたときは、「小霜オフィス様ですか？」「そうです」って。「マキシマム ザホルモンと申しますが」って言われて、ああ、小霜さんホルモン屋に何か忘れたな、って。笑

一同：笑

小霜：「うちのプロモーションをですね…」「え、ホルモン屋のプロモーション？」みたいな。笑 話が全く合わなかったっていうんだけど。とにかく一回ライブ見に来てくれっていうから、この間行ってきたんだけど、僕は DJブースに椅子用意してもらって見てたんだけど。いやあ、なんか、首振ってたね。

おしめりおねえさん：ホルモンのファンは特に熱いです。

小霜：ね。いや、でもね、分かるなと思った。

この間本人と会って悩み聞いてきたけど、なんか、うーん、中々悩ましいっっちゃうか。難しいね、アーティストのプロモーションっていうのは。レコード会社とか事務所はさ、少しでも「売りたい！」って思うじゃない？でもアーティストはさ、その、「売ればいってもんじゃない」と思ってるからさ。自分が大事にしてるもんがあるね、綱引きになってるわけよね。どう考えるかな、みたいな。ただの商品だったらさ、数出しやいってことだからシンプルなんだけど、アーティストは数を出せばいってもんじゃないから、この人の生き様を大事にしながら、一番良い売り方は何だろうって結構難しいなあって思ったね。余談だけど、マキシマム ザ ホルモンやってくれないかってレコ社の人に来た次の日に、今度全然違うところから、「徳永英明の30周年プロモーションってできませんか」って。小霜さん徳永英明の大ファンだってお聞きしたんでって。いやいや、俺ファンでも何でもないので言ったら、その後連絡なくなったけど、そっちの方は。笑

一同：笑

小霜：それは余談だけど。まあそのライブを、こういうことをOculusでやったらどうなるんだろうと思いついてたけど。他に何か質問とかあれば。

裏口：はい。あの自分が作ったアウトプットが、説明的になってるかなってないかっていうのの判断っていうのは、自分の感覚に頼るしかないのか、それとも周りの人に見てもらって分かるかどうかで判断していくのか…

小霜：そこはねー、もう分かる分らんというよりも、何ていうかなあ…。かっこいいかかっこ悪いかみたいな感じかもしれないね。その、何つうんだろう、あれやこれやこう饒舌にね、言い訳するのってかっこ良くないじゃない。人間に例えてもさ、「俺はこうでさー、ああでさー、こうでさー」って言うのってかっこ良くないよね。一言で「俺はこうだから。以上。」みたいな方が惹かれるよね。それに近いものがあるんじゃないかな。いや話がまた全然違っちゃうかもしれないんだけど、何かねえ、CMだったかな。矢沢永吉にね、これやってくれないかって誰かが見せたと。その時に、「うーん、俺はいいんだけど、矢沢が何て言うかな」って矢沢永吉が言ったっていうのよ。笑

一同：笑

小霜：いや、何かかっこいいじゃない。単純に面白い人だなんていうのもあるんだけど、かっこいいじゃない。なんか、つべこべつべこべさあ、「まあ基本的にはいいと思うんだけど、ここがやっぱりさー、矢沢永吉としてのイメージを考えるとさあ…」とかって言うよりかはさ、人としてかっこいいなって。何かそれに近いような感覚っていうかさ。つべこべつべこべ言うのって。一言でポンと言う、ポンと見せる、一言で全部分かるっていう方が、スマートだし惹かれるよね。そういうものを目指すべきだと思うんだ、広告表現って。

カバコ：すいません、家じゃないとダメですか？例えば、それこそライブビューイングの人が、全員これをかけているとか…。

小霜：設定のこと？ごめん質問の意図が根本から分かんないけど…もう一回言って。

カパコ：はい、今の、戦略的には家でライブを体験できるってことですけど。

小霜：はい、そうだね。

カパコ：それを、ライブを体験できるっていう根本は同じなんですけど、家でじゃなくて、そこを別の場所にする…

小霜：例えばどこ？

カパコ：例えば、カラオケ屋とか。

小霜：あのね、絶対にない。カラオケ屋に Windows のデスクトップを持って行く人はいません。

カパコ：例えば、それをもう、そういう風なキャンペーンじゃないですけど、カラオケ屋がサービスとして始めるみたいなことを考えるのは…

小霜：ダメ。さっき言ったけど、戦略を変えるのはダメ。あの、今言ったのは広告じゃなくって、違うもの。SPのキャンペーンだから。

カパコ：はい。

小霜：いや、もし、お題がね、ノートパソコンに繋いでっていうんだったら、ノートパソコンで持ち運べるものだからね、そもそも「家で」って設定する必要がないわけよ。「会社で」かもしれないし、「友達と公園で」かもしれないし、「彼女とラブホで」…ラブホではダメか、まあ「彼女の家で」でも構わないわけね。でも、Windows のデスクトップという前提がある以上、場所はもう「家」に限定せざるを得ない。「いやいや、カラオケ屋でキャンペーンやったら…」っていうのはもう逃げなんだよね。設定から逃げているだけだから。そういう発想はしてはいけない。はい。他に…大丈夫？

あの一、大事なことね。B案考えるときは、楽しむこと。「これ面白え」「これ見せたら、結構みんな笑うぞ」とか、「これ見せたら結構みんな驚くんじゃね？」とか、「小霜さん密かにアイツ才能あると思ってくれるんじゃね？」とかね。そういうことを想像しながら、ニヤつきながら考えるってことが結構大事なんで。B案考えるときに、「辛いな」とか「つまんねえな」って思いながらやってもいいものにはならないんで。「つまんねえな」って思いながらやると、やっぱりつまんないものしかできないから。うん、ぜひね、面白がりながらやるってことを大事にしてほしいと思います。じゃあ、今日は終了。次回は場所が変わります。

一同：ありがとうございました！