

第八期 第9回 np.広告学校 講義録

【小霜クラス 世の中の疑問】

◆日時

2015年7月6日

◆出席者

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、総長

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

(女性7名・男性9名) + 小霜 + DDスタッフの皆さま + 坂根

小霜：今日は日頃感じている疑問をそれぞれ持ち寄って仮説を出し合う回なんだけど、なんでこういう事をするかという、「なんでこれはこうなんだ」というある物事に対して、「こうだからじゃないか？」という仮説を持つことを習慣づけておくことは非常に大事だと思うのね。例えば「朝起きて、なんで顔を洗うの」という疑問にも、様々な仮説があるはず。「汚れを落としたい」という事だけではなく、「仕事モードに切り替えるスイッチ」かもしれないし、「ただの儀式」かもしれないし、色々考えられる。人間の行動って不思議で、「なんでそんなことするの？」という事はいっぱいある。

商品売るっていうのは、「なんでそんなことするの？」という事に乗っかったりすること。

あるデータで「PCでWEBを見る人の数」が去年、年配層が若年層を抜いたのよ。反対に、スマホでWEBを見ている高齢者はほとんどいない。これって、なんでだと思う？

バクテリア：スマホだと文字が小さくて、年配層には読みにくい。

小霜：そうなんだよね。老眼だから文字が小さくて読みづらいんだよね。新しいものに対して年配層が鈍感だからとか、そういう風に思いがちで、そういう面もあるかもしれないけど、実は肉体上の問題で、俺もちょっと老眼入って来てるんだけどさスマホでWEBを見るのがキツイんだよね。

だからもし年配層にスマホを売ろう、というならそういう仮説に基づいて、老眼の人も見られるスマホというのを開発したら、一気に売れるかもしれない。

これがもし違う仮説、アーリーアダプターは若いやつで、年配層はレガシーなんだ、後からついてくるものだから時間を待つしかないという仮説に立てばいつまで経っても年配層に売れるスマホは作れないかもしれない。

だけど、他にも仮説はあるはずで、しかもどれが正しいとははっきり言えないし、どれもが少しづつ交っている複雑な構造ではある。でもどれが一番今取るべき仮説なのかというものがなくてプレゼンテーションはできない。それで、今日はいつものワークショップから離れて、直接商品の広告を考えるというのではなく、世の中のこの事象ってなんでっていう仮説を考える会を開いてみよう

かと考えた次第。

疑問1 テレビを見ない=カッコいいという風潮はなぜ生まれたのか

小霜：ケツアゴに質問なんだけど、テレビを見ない=カッコいいという風潮はなぜ生まれたのかって書いてるんだけどさ、そういう風潮ってあんの？

ケツアゴ：缶コーヒーのBOSSが何かで、そのような表現があったと思って。

小霜：それはCMの話じゃない？それと、視聴率が落ちてるって話とカッコいい悪って別の話じゃない？BOSSがやってたのは、みんなテレビを見なくなってるよねと。確かに視聴率が落ちている。実はもう下げ止まってるんだけどね、テレビは。それでみんなもっとテレビを見ようよ的なことを言ってきたんだけど、僕が聞きたいのは、テレビを見ないんじゃないくて、見ない事がカッコいいって風潮があるの？っていう質問。

ケツアゴ：ネットでテレビを見る事はカッコ悪いとかでしらべると、結構掲示板とかが出て来たりしました。

小霜：なるほど。じゃあそれは何故カッコ悪いんだろう。

ケツアゴ：タイムテーブルに従って見なければいけないという、視聴スタイルの問題なのかなと思っていました。

小霜：録画すればいいじゃん。

ケツアゴ：そうなんですけど・・・。

小霜：という事は、月曜の9時にドラマを見なきゃいけないから、家に帰らなきゃいけないっていうのがカッコ悪いと思うの？

ケツアゴ：はい。あとはコンテンツ自体が、テレビを見なくてもYouTubeとかがあるというのもあります。

小霜：テレビでやっているコンテンツが、イケてないよねと。なるほどね。若い人の中ではそうなってるって事？

ケツアゴ：僕はそう思ってました。テレビで好きな番組があるっていう会話とかをしたことがなくて。

小霜：いま若い人の中にはテレビの受像機自体買わないって人がいるよね。で、そういう人はテレビというコンテンツに興味がないということなのか、別に見逃し配信でスマホとかで見られるから必要ないのか、どっちなんだろう。

おしめりおねえさん：私の周りでテレビを見ない人は、前者です。

講義録：僕は家にテレビが無いんですが、後者です。

小霜：どうやって見てるの？

講義録：インターネット上にアップしてくれている人がいるので・・・。

小霜：違法にって事ね。

一同：（笑）

小霜：ちなみにいま自分の家にテレビがないって言う人どれくらいいる？

（4-5名程挙手）

小霜：意外といるんだね。テレビを持たない理由を聞かせてくれない？

DD男：コンテンツが面白くないというはあるんですが、最近はやっと欲しいと思ってます。

職業柄、マスメディアと呼ばれる情報を取得しなければと思って。ただ、あえて見ない事で得られる情報もあるのかなって思っています。

小霜：実家にいたころはテレビを見てた訳だよな？

DD男：はい。結構テレビ見てました。

小霜：そのテレビっ子が、どこでテレビいらないうってなるの？

DD男：自分の欲しい情報がタイムリーに取得できるインターネットが登場してからです。

小霜：でもインターネットとテレビって全然違うものじゃん。

DD男：そうですね。

小霜：じゃあそれまではテレビのコンテンツに惹かれていた訳でしょ？

DD男：そうなんです。なので最近欲しいと思っています。

小霜：僕が聞きたいのは、ネットではテレビドラマが見られない時ってあるじゃない？テレビがないとそういうの全部捨てちゃうことになるよね？でも、それは良いと思ったんだ。

DD 男：最近はネットでも見逃し視聴が出来るので、それでいいと思っていました。

小霜：なるほどね。そっちの彼女はどんな理由でテレビ持たないの？

DD 女：バラエティー、ドラマに興味がない。音楽も、自分の好きなジャンルは地上波ではやらない。
なので、ニュースだけインターネットで見られれば OK というスタイルです。

小霜：なるほど。じゃあテレビでやっているコンテンツ自体に興味が無いって事ね。
そういう人って、増えてるのかな？

DD 女：どうなんでしょう。周りに同じタイプがいないので、わかりません。

小霜：いま彼らが言っていた、もうテレビのコンテンツってつまらない。動画なら、YouTuber がつくる
ようなものの方が面白い、ドラマもネット配信で見る、っていうのに共感できる人、どれくらいいるか
な？

(2 名挙手)

小霜：あんまり共感できないか。じゃあ私にとってテレビは必要だという人は？

バクテリア：私はすごくミーハーなので、流行っているドラマは必ず見ますし、流行の音楽も聞きたいと
思っています。そして、ネットで能動的に検索するのが面倒なので、受動的なスタイルの方
がなじみがあります。

小霜：テレビって、つけっぱなしにするものだったりするじゃない？それがネットではできないよね。
そういう、つけっぱなしにして何か自分の気づかないことに気付かせてくれるっていうのがいい
よねっていう、そういうこと？

バクテリア：はい。

小霜：それに共感できる人ってどれくらいいる？

多数挙手

小霜：dTV って、ザッピングシステムって言って予告編がずっと流れ続けるようになっているんだけど、
1 時間に 1 回中身が更新されるから、同じものの繰り返しにならないっていう事をウリにしている。

それはネットの能動性とテレビの受動性の掛け合わせというか…。dTV は「テレビになりたい」
ということで、ネット配信なんだけどつけっぱなしにしてくれと。そしたら「あ、この番組おもしろ
いかな」というのが勝手にくる。それをやりたいから「dビデオ」ではなく「dTV」っていう名

前に変えたんだと思う。

マス広告って基本は気づいていない人に気付かせる、飛び込んでいくものだから、そういう流しっぱなしとか勝手に目に入ってくるとかそういう環境がないと手も足も出ない。だから割と流しっぱなしメディアを求めているっていうのがあるかなと。

小霜：ちょっと違う質問なんだけど、20代だけテレビ面白いと思ってる人どれくらいいる？

(多数挙手)

結構いるんだ。そこが不思議なんだけど・・・じゃあ今からが僕の疑問ね。

疑問1' TV局はよくテレビを見る年配層を意識した番組を作っているはずなのに、20代もまだテレビを面白いと思う人が多いのはなぜか？

テレビって、視聴率取りたいわけだよね。で、視聴率を取りたいければ20代なんて相手にしない方がいいわけよ。だって一番テレビ見そうなのって、年配層だもんね。だから団塊層に受けるようなものを流していると視聴率が取れる訳。例えば韓流を流しまくるとか。あと鉄板は医療ものね。

50歳過ぎるとものすごく健康が気になるから。そうやって編成の人たちも年配層を意識しているはずなんだけど、20代の人たちがそれでもテレビを面白いっていうのは理に合わない気がするのよ。これはなんでだろうなと。

我慢汁：テレビを見ている時間帯が違うからだと思います。僕たちがテレビを面白いと言っているのは主に深夜番組を指しているのかなとおもいました。

小霜：なるほど。若い人向けのコンテンツも用意しているよと。この意見に賛同出来るよって人は？

(多数挙手)

わりかしそういう事ね。ほかの仮説ってある？

バクテリア：私は歌番組を中心に見るんですけど、AKBやEXILEが出てたりするとテレビにへばりついてしまいます。それを考えると、必ずしも年配寄りとは言えない気がします。

小霜：年配に比重は寄っているけど、若い人を無視した編成ではないよということね。それに共感できる人。

(数名挙手)

さっきより少し減ったね。他に仮説あるだろうか。

バクテリア：若いイケメンが好きって言うのは女性なら世代を問わないと思います。

なのでジャニーズが出ている番組は、高齢者向けかもしれないですが、若者も見る。嗜好が一致する部分もあると思う。

小霜：嗜好の一致があるから、局が年配向けに作っていても若者も見ると。局もそれを分っていてこのコンテンツだったら両方取れるなという考えも持っている。

バクテリア：マツコデラックスとかの毒舌キャラもそれに含まれると思います。

小霜：その意見に共感できる人。

(半数挙手)

まあ、半分くらいって感じかな。まあでも、テレビに限らずだけどね、その傾向はあって。去年 Kis-My-Ft2 が虫よけの CM をやってたんだけど、これが60代の主婦層にバカウケして、それをものすごい買ったって話があって。

自分の息子を思い出して、みたいな事を言ってて。キスマイとかジャニーズ Jr を起用したらどの世代が反応するかって言ったら同世代の女の子って訳でもない。意外と上の世代が反応することもある。

あと、アナと雪の女王はディズニーの長期戦略の結実なんだけど、子どもだけが楽しむ、親は付き合い合う、というのではなくて親も一緒に楽しめる。親子で楽しめるという事でマーケットを広めようという戦略が当たった例だから、上と下が楽しむコンテンツが最近のヒットのポイントなのかなって言う気がする。

じゃあ次の疑問ね。

疑問2 なぜ交通機関は24時間動かないのか

まあタクシーなんかは走ってるけど、地下鉄とか、バスはなぜ24時間動かないのか。

命の母：夜間は人件費が掛かるので、割に合わない。

小霜：採算が合わないと。でも NY の地下鉄は24時間動いてるよね。それは公共の乗り物だから採算を度外視しても運行すべきだという理念だと思うんだけど。それでも日本の公共交通機関は夜中動かない。それは一体なぜだろうか。

カバコ：一社が動いても、他が動かないと意味がないから、結局みんな動かない。

小霜：JR だけ頑張って動かしたって、他に連携が取れなければ意味が無い。みんな一斉にやらなければ意味が無いという事か。

カパコ：NYは地下鉄だけで動き回れるけど、東京はそうもいかないなと。

小霜：でもさ、都営バスだけ動けばかなりあちこち行けるんじゃない？あるいは地下鉄だけでもあちこちいけると思うんだけど。

カパコ：都内近郊に住んでいる人にとってはそれでも厳しいかなと思いました。

小霜：かなり無理があると。他に仮説ある？

ケツアゴ：24時間交通機関が動いていると「深夜に帰っていい」という風潮になって、街の治安が悪くなると思います。夜中に出歩いて良いんだっていう。

小霜：発想としては戒厳令に近いね。

一同：笑

小霜：この時間から先、市民は表に出ないように、みたいな。
そういう「ユル戒厳令」みたいな認識があると。

ケツアゴ：NYも24時間やっていると言っても、夜中は1時間に1本とかなのでとても怖くて、日本人はそんなに出歩かないかなと。

バクテリア：車掌さんが深夜に運転するのは安全上問題がある。

小霜：車掌さんが眠くなって、危ないと。

バクテリア：判断能力が鈍ったりするかなと。

小霜：その意見に共感できる人。

(拳手ゼロ)

一人もいません(笑)。

今のは仮説としては間違ってると思うんだよね。なんで間違ってるのかわかる人。

ほげ：シフト制にすれば解決するから。

小霜：まあそうだよね。他には？

ケツアゴ：タクシーは24時間すでにやっているから。

小霜：うん。その「深夜は危険」という理屈が通るんだったら、例えば深夜バスなんかも危ないよね。夜中運転手に運転させるのが危ないんだったらタクシーも深夜バスも、全部辞めさせなければならぬ。なのでその仮説は採用できない。他には？

命の母：深夜営業の居酒屋、ネットカフェ、タクシーなど、終電があるからこそ儲かっている業界の商機を奪ってしまう。

小霜：深夜営業しているビジネスが色々あると。そこが潤わなくなると。その意見に共感できる人は？

(3名ほど挙手)

なんで？

おしめりおねえさん：終電逃すと、どこか行こうとか、タクシー使おうとかかなりまずし、タクシーなんかは昼より夜の方が利用率高いんじゃないかと思います。

裏口：実際都バスが深夜運行しようとした際、タクシー団体から反発があったと聞いたので。

小霜：タクシー団体からの圧力？

裏口：そうです。失業者が何万人出る、とかですね。

小霜：タクシー団体の圧力ってそんなに強いのか？

裏口：仮説ですね・・・。

小霜：そこまでロビー活動できるとは思えないけどな(笑)。
ちなみに、いまの仮説は違うんじゃないかなって人いる？

カパコ：そういう産業は交通機関が24時間動かないから生まれた訳で、その因果関係はあると思います。

小霜：マンガ喫茶とかって、公共交通機関が24時間動いたら売上落ちるかな？

おしめりおねえさん：落ちると思います。帰れないから仕方なくマンガ喫茶を利用していた人たちが利用しなくなるので。好きで行っている人は変わらないと思うんですけど。

小霜：じゃあむしろマンガ喫茶の売り上げは上がるはずだという人いる？

結婚相談所：可能性としてはあると思います。

小霜：それはなんで？

結婚相談所：マンガ喫茶が好きな人が深夜に交通機関を使ってお店に行けるから。

小霜：そうだよね。いま良い事言ったんだけど、一見理屈で考えたら落ちるはずだよと。でも実際ふたを開けてみたら上がるって事があったりする訳よ。もちろんその逆もあって、理屈で言ったら売上がるよね。ふた空けてみたら下がったよっていう。だからもしかしたら深夜動き回れることによってマンガ喫茶がむしろ活性化するかもしれない。深夜何時に来たら割引きます、みたいなことを始めたら昼間マンガ喫茶を利用しようと思った人が、来るかもしれない。別にマンガ喫茶って、泊まるだけじゃないじゃない。マンガ読もうとか、インターネット見ようとか。オンラインゲームをしようとかで来る人もいるよね。そういう人たちが活性化されるっていう可能性もあるわけよ。つまり、ちょっと考えたらこうだよ、っていうところを信じ込むって言うのが、危ない。本当にそうかな？と疑ってみる。それが、僕らの商売においては重要だと思う。まあ、どちらが正しいかはわからないよ？全然検証できないんだけどもさ、思考法としてそういうのを持っていてほしい。

じゃあ、次の疑問ね。

疑問3なぜ人は、お土産を買うのか

って書いてあるんだけど……。カワハギ、補足してくれる？

お土産って、自分用と他人用ってあると思うんだけど、どっちだろう？

カワハギ：誰かにお土産を買う事、を想定していました。

小霜：誰かにお土産を買うのは、なぜなのかと。なぜその習慣があるのかってことね。

カワハギ：はい。

小霜：これなんだろう。

我儘汁：江戸時代、もしくはもっと前かもしれないですが、旅は農民にはできなくて、限られた人が一生に一度、出雲大社にいくとか、そういうものだったと思うので、その一生に一回の思い出を噛みしめる為に何かを買って帰って。そして周りには一生に一回も行けない人だっていたからその人たちにもなにか買って帰るといのがはじまりだったと思います。

小霜：その江戸時代の風習が今も続いているって事？

我儘汁：はい。

小霜：これに共感できる人。

(複数名挙手)

それは、自分の中に江戸の風習が残ってるって事？

一同：笑

袋綴じ：私、観光学部なんですけど、お土産が話題に上ることもあって・・・

小霜：観光学部ってなに？

一同：笑

袋綴じ：観光っていう、学問です。

小霜：そんなのがあるんだ、知らなかった。

袋綴じ：そこで先生たちが言うには、現代のお土産には、江戸の名残かどうかはわかりませんが、旅の思い出を共有したいという思いが無意識にあると、そういう結論になっています。

バクテリア：反論になるんですが、私この間、いやいやバイト先の人にお土産を買ったんですよ。バイト休ませてもらって、旅行に行って。あくまでもバイトを休ませてもらったお礼として買ったんです。ただ、家族にもお土産を買ってきていて、そっちは行けなかった家族に対して思い出を共有したいっていう気持ちで買ったんですけど・・・。

小霜：つまりお土産を買う動機は、2つあると。1つは自分に近い人に対して、自分の思い出をシェアしたいという気持ちがあるから。もう1つは別にどうでもいい人に対して、休ませてもらった事へのお礼というか、義理というか。そういうものっていう側面があるよと。

カバコ：それを、お土産産業が生み出したと思います。

小霜：お土産産業が江戸の文化に乗かって、そういう風にしていったと。

講義録：思い出の共有っていう観点からいうと、写真の方が共有できるんじゃないかと思います。お土産はあくまでモノだけど、写真ならその時の思いとかも伝えやすいなと。

バクテリア：なにを共有したいかでそこは変わると思います。風景を共有したいと思えば写真だし、味を共有したいなら食べ物だと思うので、それは人それぞれだと思います。

講義録：僕がお土産をあげる理由って、バイト先へ休んだことに対する罪悪感を払しょくすることと、お

土産をあげる事でその人の喜ぶ顔が見たいからっていう理由で上げる事が多いです。プレゼント感覚に近いです。

小霜：お土産買うときってさ、お土産やさんで買ったりするじゃない。例えば山梨に行きましたと。それでお土産屋さんで信玄餅を買いましたと。でもそれまで信玄餅なんて食べたこともないと。それ買って帰って、共有になるの？

袋綴じ：それは、ここに行ってきた、こんなことしてっていう話すきっかけになるから、共有になると思います。

小霜：共有ってことを今彼らが言ったのは、写真だったらこういうのを見てきたよっていう共有だし、食べ物だったらこんなもの食べてきたよっていう共有になるよねっていう、その人がそこで経験してきたことを疑似体験してもらおうっていうような事を共有と言っていたと思うんだけど。とすると、キミが言っている共有とは、少し違うよね。

袋綴じ：そうですね。

小霜：ここに行ってきたよっていう証というかさ、それを渡すことが共有だと言ってる訳だよねわかりかし。それってさ、渡された方はうれしいのかな。

袋綴じ：人とモノによると思います。バイト先で、30個入りのものをポンと渡されてもそんなにありがたいと思わないですし。でも私の為に、好きそうなものを選んで買ってきてくれたっていうならうれしいです。

小霜：それはさっき誰かが言ったプレゼント感覚みたいなもの？

袋綴じ：はい。

小霜：でもプレゼント感覚っていうのと、共有感覚って違うものじゃない。さっき袋綴じさんは共有感覚って言ってたけど、今はプレゼント感覚だと言ってるよね。

袋綴じ：個に対するものとか、集団に対するものとか、お土産にも幅があると思っていて、共有したいという根本はどれも変わらずですが、その質が高いとプレゼントにもなるという考えです。

小霜：じゃあ彼女が言っている、だれかが「ここに行ったよ」という証を共有するためにお土産を買っているんだということに共感できる人って、どれぐらいいる？

(1-2名挙手)

なんか観光学部大丈夫か？・・・という結果だね(笑)
じゃあ逆に、それは違うんじゃないかって思ってる人は？

講義録：僕が共有をする場合は、自分がそれを見せる事によって人と自分が一緒になって楽しみたいと思います。なので僕がお土産をあげる場合はどちらかというと僕はもう楽しんだので、行ってない人に対してちょっとでも楽しんで欲しいな、喜んで欲しいなっていう気持ちであげています。

小霜：だから単に行ってきたっていう証を買ってる訳じゃないんだって事ね。

講義録：そうです。

小霜：思うんだけどさ、袋綴じの仮説に俺は疑問を持ってるのね。なんでかというのと、昔ね、ペナントとかさ、買って帰ったりしてたじゃない。

袋綴じ：ペナントってなんですか？

小霜：ペナント知らない？山の名前とかが書いてあるフラッグみたいなやつなんだけど、今どきそういうの買って帰る人って、いないよね。でね、証で言うならさ、ここに来ました、みたいな証をもらってもしょうがねえよ、みたいな。

袋綴じ：それは山を登ったっていう達成感を共有してるんじゃないんですか？

小霜：でね、そういうお土産が、どんどん減って来てるなって思う訳。お土産の内容が、ここ何十年で変わって来てるんじゃないかって思う。ペナントとかの証的なお土産を買う人は減ってると思うのよ、北海道言ったからって木彫りの熊買って来たりさ。昔はそんなだったのよ。俺は大阪生まれなんだけどさ、東京行って来たよって言ったら、東京タワーで買ったような置物とかさ。そんなものをもらったこともあるんだけどさ、まあ正直迷惑(笑)。でもそういう証的なものを買ってくる人はいないよね。

袋綴じ：先生は現代のお土産は何になっていると思いますか？

小霜：そのことを今議論してる訳。

袋綴じ：そうなんです、すみません。

小霜：だからお土産の中身ってもしかしたら、もうあなたがペナントを知らないってぐらいだからあれだけど、30、40年前ってというのはね、自分たちここ行って来たよっていう証を共有するものだったのかもしれない。今はでも違うと思う訳。だってそんなの買う人いないもん、もう。

疑問3' なぜお土産の内容は変わってきたんだろう。

という事についてどう思うか聞いてみたい。

カバコ：証的なものには、レア感に価値があったと思います。

小霜：レア感ね。50年前は東京タワーの置物もレアだったと。(笑)

カバコ：でも今は大阪-東京間も2時間ほどなので東京へ行くレア感は薄いかなど。今でも例えばエベレストの頂上の砂をもらったらうれしいと思います。なのでレア感が関係していると思います。

小霜：ネパールに行かないと買えないよっていうものだったら、ああちょっとうれしいなみたいな感じね。それ一番最初に言った江戸時代の話と繋がるよね。だから旅もいろいろあるわけだ。レアなところに行くんだったら行った証を、一方レアじゃないところへの旅だったら食べ物とかもらってうれしいものにしようという。そういう仮説だね。

カバコ：証的なモノには渡す方の自己承認欲求(自慢)もあると思うんですが、レアじゃないものにはすなわち自慢もできないと思うので。

小霜：じゃあなんでレアなものをもらったらうれしいんだろう。友達がエベレストに行きましたと。これはカトマンズでしか買えない人形だよって持ってきて、もらったと。それはなんでうれしいんだろうか。

バクテリア：人間は特別なモノとか、限定品に弱いと思います。

小霜：まあそれは、ダイヤモンドとか金に価値があるのと同じで、単に「少ない」というだけで価値を持つというものってことだよな。でもだとしたら、またもとに戻るけど、「レアなものをもらううれしさ」と「旅を共有されるうれしさ」は違うよね？そこは観光学部としてどう思うんだろうか？

袋綴じ：私が思っていた共有は、旅で得た楽しさとか、苦しさです。お土産を通じてその思いを共有するっていう。

小霜：そういうことね。ということはその体験がレアであればあるほど、価値があると。じゃあ、レアなモノは、レアな体験の象徴になるってこと？カトマンズに行っていない人からカトマンズでしか買えない人形をもらうのと、カトマンズに行った人からもらうのとでは、違うってことかな？

袋綴じ：思い出の有無があるので違うと思います。

おしめりおねえさん：思いを馳せる事ができるんじゃないですか？自分には行ってないけど、行った人が買ってきてくれたんだと思うと、例えば昔だと、「〇〇さん家北海道に行ってきたん

ですってお父さん！いいわね、我が家もいつか行きたいわぁ」みたいに。

小霜：その人がそこに行ったんだっていう、イメージが膨らむってことだね。ただもらうだけでは、そんなにイメージできないよっていう違いがあると。ただ行った人からもらうなら、レアな方がうれし
いわけでしょ？この中に高尾山に行ったペナントをもらってもうれしい人いないと思うんだよ。そ
こは同意だよな？

袋綴じ：はい。

小霜：でも、その人は高尾山で楽しい思いをしてきたかもしれないじゃない。そこに価値は感じない訳で、
やっぱりレアなものをもらった方が、レアな体験をしてきたんだなって連想しやすい。だからお土
産はレアな方が価値があると。そういう事でいいのかな。違う？

袋綴じ：私はお土産を共有するものだと思っているので・・・

小霜：じゃあ高尾山のペナントでいいじゃん。

一同：笑

袋綴じ：モノはなんでも良いと思うんですよ。思い出を共有したいという動機があるなら。

カバコ：モノ以外に、その思い出自体にもレア度ってありますよね。

小霜：じゃあその場合、なんで写真じゃダメなの？

命の母：思い出を共有っていう事で言うと、思い出の中に入れるっていうのがあると思うんですよ。例
えばカトマンズでも高尾山でも、くれる人が好きな人だったら「この人頂上で私の事思い出してく
れたんだ」ってうれしくなるようなことです。

小霜：じゃあなんでペナントじゃダメなのさ。

一同：笑

命の母：そういうもらい方をしたペナントだったら部屋に貼ろうと思います。

小霜：ホントカー？(笑)

命の母：そういうのを選んできたセンスで嫌いになる可能性はありますが(笑)

小霜：なんかほかに仮説ある人いる？

我慢汁：義務。

小霜：それはさっき言った罪悪感みたいなものとは違うの？

我慢汁：そうですね。例えば会社で出張に行ったときに、別に休んだわけではないのに、買って帰らないと何か言われそうだから買うというがあるので、どこかに行ったら買わないといけないという義務感があると思いました。ハワイに行くとみんなマカダミアナッツのチョコを買ってきますが、あれはみんなを喜ばせようというより義務感で買ってると思います。

小霜：義務は果たしたぞっていう風習に沿ってるって事ね。

講義録：我慢汁の意見に近いんですけど、どこどこへ旅行に行くんだっていうと、とりあえずお土産よろしくって言われるじゃないですか。そこに義務を感じていました。なので僕は周囲に黙って旅行に行きます。

命の母：お中元とかお歳暮とか、大人のたしなみ的な意識はあるかもしれない。

小霜：おそらくは、いろんなものが入り混じったり、変質してきてるんだよね。お土産の意味が。確かに江戸時代は京都に行ってきただけでスゲーな！って。「亀馬がゆく」じゃないけど、土佐から江戸に行くっていったらもうとんでもない話だよ。もう何年も帰ってこないよ、みたいな話だから証を買ってくる。今でもとんでもないところに行ったら、証を持って帰ると。でもそれがだんだん変質していく訳だ。昔はペナントとか置物で良かったけど、今はすぐに行けちゃうからもう証っていうのは価値が無くなってきちゃった。でも、旅行に行ったらなにか買ってこなくちゃっていう風習や義務感が残っている。あるいは罪悪感。自分がいない穴を埋めてくれたことへのお礼の気持ちみたいなことで、義理チョコみたいな気分だね。マカダミアナッツのチョコを買うとか。あるいはその中には「喜ばしてあげよう」みたいな気持ちが入っていると美味そうなものを買うとか。そんな風に意味が変わっていったりしてるんだよね、きっと。

俺こないださ、神戸に行ってきた、新幹線乗るまで時間あったから駅ナカのショップに入ったら「面白い恋人」があったから買ったもんね。子どもよろこぶかなとか思ってさ。それはお土産ってほどのものじゃないかも知れないけど、関西に行かないと買えないモノだったりするからレア感も少し混じっているのかも知れないね。

はい、じゃあ次の疑問。

疑問4 食品、柔軟剤など、様々なカテゴリーでの香りブームはなぜか？

これ書いた人？これって、なんで今さら香りブームなのかってこと？

我慢汁：はい。僕は、女性の社会進出が進んで、よりストレスが増えて癒しを求めるようになった、と考

えてみました。

小霜：ほかには？

命の母：SNS が発達して「あいつマジ臭い」みたいに本音を広く発言しやすい時代になったので、女子会とかでも香りが話題に上りやすくなったんだと思います。

小霜：それはわりかしデオドラントの話だよな。

我慢汁：柔軟剤ってももとはタオルとかを柔らかくするのが役割だと思うけど、そこに香りを楽しむことが付加されていたり、ビールとかでも「アロマ」とつく商品が増えた気がして。そういう風潮は何故かっていう疑問ですね。

小霜：仮説ある人？

ほげ：香り以外の部分であまり差が無くなってきて、各メーカーが香りで差別化を始めたから。

小霜：つまり柔軟剤で言うと、もうコモディティ化しちゃって、どの柔軟剤も機能は変わらんと。でも香りがあれば明らかに違う。で、そこが USP として浮上していると。

ほげ：そうです。

小霜：それに共感できるっていう人。

(多数挙手)

なるほど。違うっていう人は？

いないかな。でもその話だと、もう香りぐらいでしか差別化できないってことかな。

結構みんな、香りがどうだこうだって楽しんでるよね。それでも、差別化ポイントが香りしかないからで説明つくかな。

カパコ：人間の五感で、視覚、聴覚、味覚を満たすものは溢れていると思うんですけど、嗅覚を満たすものってこれまでなかったのかなと思います。

小霜：ちょっと質問を変えるけどさ、さっきビールの話したでしょ？でも香りの良いビールって昔から一杯あるわけよ。同じように、香りで差別化を図ろうとする商品も昔からあるわけよ。別に香りというものがいま始まった訳ではない。

なのに今頃になって、香りを気にしているのはなんでかなって思うんだよね。僕も昔やりましたよ。一番搾りのね、エクステンドってあるわけよ。で、なんかね、穂の香りがする一番搾りみたいなのがあってさ、穂花一番搾りって出したのね。



そうしたら「お前のところはマリファナ売ってんのか」って電話がきたの(笑)。これも香りを売りにした商品だよね。美味かったけど、さほど売れなかった。

命の母：昔は香りって、刺激とかを加えるイメージだったけど、あるところから「癒し」のイメージが出てきたと思います。それで各社が取り入れるようになったのかなと思います。

小霜：アロマ効果、リラックス効果ね。じゃあレノアとかもそれを狙ってるのかな？

命の母：CMとかを見ていると、そんな印象を受けますね。

小霜：僕が時々行く美容院はさ、アロマのお茶を出してくれるんだよね。で、何とかミントはどんな時にこんな効果がありますとか、ローズマリーはリラックス効果がありますとか書いてあって。そういう、自分の気持ちを香りでコントロールしようとする風潮が出てきてる、香りに対する意識が変わって来てる、そういう事かな？

命の母：単なるニオイ消しとか言うよりも、心理面に対する研究とかも進んでいると思います。

おしめりおねえさん：アロマセラピーとか流行りましたもんね。

小霜：アロマの効果とか、アロマセラピーとか、香りっていうのがそもそもキテル時に、香りが良い柔軟剤をだしたら上手くいった。そういう事かな。他に意見ある人いる？

バクテリア：2つ仮説があるんですけど、1つはいきがってる人が増えたなって思います。コーヒーとかで「違いが分る人の～」みたいな訴求が多くあって、それに憧れているいきがっている人が増えている。というのが1つで、もう1つは、女子は柔軟剤だったら、香水付けなくてラクというか、香水とかで身だしなみを気を付けなくても大丈夫っていうものです。

小霜：なるほど。そういう実用面ね。それに賛同できるっていう人いる？女子で。

(1-2名挙手)

あんまりいない。自分の香りは柔軟剤には求めないってことかな。

総長：タンストか、自分のエリアだけ香れば良くて、その匂いを外には持って行きたくないなと思います。

小霜：自分の部屋の中で良い匂いっていうのは嬉しいけど、外にまでそれを持って行こうとは期待しないって事かな。

講義録：今二つの意見を聞いて思ったのは、どちらの意見も正反対にあるなと思いました。一つ目の意見は違いが分かる人、もう一つがラクチン。ラクチンを選んでいる時点で、違いがわかっていないのでは。と思いました。

小霜：違いが分かる香りマニアみたいだね。そこは対極とは違う気がするけどね。

講義録：違いが分かる人だったら、柔軟剤は無香料を選んで、香水で違いを出すと思います。

おしめりおねえさん：違いが分かる人というより、違いが分かるぶってる人、なのかもしれない。「自分、香りにもこだわっちゃいます」みたいな人が増えた。ってことだよな（バクテリアに質問）？

バクテリア：そうです。最初のコーヒーは、香りにまでこだわりをもっているいきがっている男性多いと思うんで・・・。

小霜：でも例えばさ、お酒でね、シングルモルトの香りの違いが分かるって言ったらちょっとカッコいいけど、柔軟剤の香りの違いが・・・ってカッコいいかね？（笑）

バクテリア：たしかに。（笑）最初の仮説が通用するのは、食べ物に限った話なのかも知れません。

小霜：あー。ビールのアロマを買うとかね。

バクテリア：そうです。

小霜：でもそれでいうとさ、別にこだわりを持って人って最近出て来た訳ではなくてさ、じゃあなんで以前はアロマのビールが売れなかったのかって言う疑問が出てくるよね。

おしめりおねえさん：こだわる人の母数が増えたんじゃないでしょうか。マズローの欲求5段階説じゃないですけど、自己実現の欲求に達する人が増えた。

小霜：どっちかっていうと日本は貧乏になって行ってるから、そういう余裕がある人は減っているんじゃないだろうか？

おしめりおねえさん：私の感覚なんですけど、その自己実現の欲求って、これまでは金銭だったり低次元の余裕が満たされたら上のステップに移行するものでしたが、今はお金が無くとも

段階を飛び越えて欲求を満たそうとする人が増えているんじゃないかと。

小霜：なるほどね。

バクテリア：インスタグラムとか流行ってるので、スペシャルになりやすいのかなって。

小霜：インスタグラムとなんの関係があんの？

バクテリア：自分おしゃれですよアピールがしやすい。

小霜：あーなるほどね。昔からマズローの欲求5段階説というのがあって、下から順に満たして行くものと言われていたけど、今はもう飛び越えてしまうと。食欲を満たしたらすぐに自己実現に行っちゃう。そんな人が増えたと。それは面白い意見だね。でもそのことと、香りブームって、直結している気があまりしないな。それと、香りブームって言っても、コーヒーの香りがいいねって言うのと、柔軟剤の香りがいいねって言うのは異質だと思うんだけど。確かにブルーボトルコーヒーとかはすごい人気で、なんであんなに流行っているのかって言うと、僕の仮説としては実際にコーヒーの香りの違いが分かる人が増えたんじゃないかなって思うんだよね。コーヒーなんて、どれも同じだよって言う時代があって。昔ポッカを担当してたんだけど、ポッカの顔缶ってというのがあってね、あれが誰に受けたかって、トラックの運ちゃんなんだよね。

トラックの運ちゃんって、缶コーヒーをよく飲むのよ。眠気覚ましと糖分補給っていうので、で、わりかしブルーカラーの人が飲むものだった訳、コーヒーっていうのは。でも今ではセブンプレミアムコーヒーが美味しいとか、スターバックスが普及したりっていう世の中で、意外と一般の人もなんか分かるようになってきたんじゃないかな。

だからブルーボトルなんかはバリスタ気取りの人も行くだろうけど実際にこれ美味いなってことで行ってる人もいるんじゃないかと。つまりみんなコーヒーの訓練をされて来たっていうかさ。そんな気がするんだよね。じゃあ、レノアは何？なんで柔軟剤の話をしたくなるの？

カパコ：昔の柔軟剤って香り求めてなかったんですか？

坂根：昔の人として言うと（笑）、昔柔軟剤にあまり匂いはなくて、一方海外の柔軟剤はいい匂いがした。それにあこがれを持っている主婦って言うのは多くいて、そこから柔軟剤に香りが求められて来たっていう背景はあるかな。

命の母：ダウニーをまだ日本で買えなかった頃は、ハワイに行った人が買ってくるとか、高級店なら買えるとか、雑誌の特集とかもありましたよね。

小霜：じゃあなんでいま流行ってるんだろう。香り付きの柔軟剤が受けてるんだったらとっくの昔に日本のメーカーもやっておかしくないじゃない？なんでやんなかったのかな？

坂根：その海外の奴が流行り始めたのがそんなに昔じゃないですよ。10年前くらい。

小霜：結構昔じゃん

一同：笑

坂根：そのころから日本でもぼこぼこは出始めていたと思う。

バクテリア：P&G なんかは、差別化戦略として香りを用いているとは言ってました。なのでその差別化というのが一番有力な仮説なんじゃないかなと思います。

小霜：それは分かるんだけど、みんなその戦略にまんまと乗ってるじゃん？その理由がわからない。柔軟剤の香りって、嗅いだら終わらない？俺この間、デオドラント買ったのよ。AXE。それを風呂上がりにやったら女房が入って来て「ああ、いい匂い」っていうんだよね。それで AXE の匂いで女房が惚れるってこういう事かって思ったんだよね。

一同：笑

小霜：これなんの香り？っていうからこれだよって言ったんだけどさ。でもそんなこと SNS とかで書くと思わないし。女房も書かないと思うんだよね。柔軟剤の香りが良いからって、なんでそれを人に伝えようと思うの？

講義録：モテたいっていうのがあるのかなと。海外の柔軟剤の例じゃないですけど、やはり女性は良い匂いが好きだっていう固定概念があって、それが男性の耳にも入り、いい匂いを身につける。で、そんな男性が女性の前を通り過ぎると「あ、あの人カッコいい」みたくなると話題にすると。

小霜：それ AXE の CM の話じゃん！（笑）

命の母：柔軟剤って男の子は匂いで選びます？

ほげ：僕、匂いで選んでます。よく汗をかかんで洗濯しても臭いんですよ。それをどうにかしたくて。それでいま僕にとって柔軟剤は柔らかくなるものというより匂いを付けるものとして認識していて、お店でもテスターで匂いを試してから買っています。

DD女：そこで香水に行かないのはなんでですか？

ほげ：香水にいくとそれこそカッコつけてるみたいで。香水の匂いが好きじゃないのがあります。

DD男：でも女性の香水の香りは好きですよ。

ほげ：そうですね。笑

小霜：男として一線を踏み越える感じがするのかな。香水まで行っちゃうと。

ほげ：そうです。

我慢汁：香水と柔軟剤は役割が違うと思っていて、香水は異性の気を引く為に、柔軟剤は自分の為に。というターゲットも、役割も異なると思います。それで、これは仮説ですが、部屋干しする人が増えてるんじゃないかなって。都心暮らしで、洗濯物も干しにくい。あと、日本人の食の欧米化。肉を良く食べるようになって洋服が魚を食べた時より臭くなってるからその対策として柔軟剤の香りが必要になった。

バクテリア：部屋干しに関して言うと、部屋干しトップとか、特化したものがあるからそれを使うと思うんですけど。

小霜：なるほど。じゃあ部屋干しする人はそれ用の洗剤を使うと言う事ね。ちょっと我慢汁の仮説は否定されちゃったね。

バクテリア：石原さとみさんが出ているCMを見ると、自分もそうなりたいと思って買いたくなります。

小霜：じゃあ結構単純な話で、石原さとみやセレブからのレコメンドで私も買ってみようかなみたいな事で火がついて。まあもともと素地があったけどその辺がきっかけになって広まって行ったんじゃないかと。

バクテリア：そうです。薬局とかでも石原さとみさんのPOPとかがあるので、つい手に取ってしまいます。

小霜：それは単純にタレント広告にやられてるって事だけだね。（笑）

カバコ：あとはSNSの普及に伴って「これいい匂い」って発言する事で「匂いを気にしている私」をアピール出来る点もあるのかなと。

バクテリア：それSNSにあげる？「柔軟剤なう」みたいな？

カバコ：「いい匂いになった」みたいにはあげるかも。

命の母：さっき「女性の香水は好き」って言ってましたが、私の周りの男性はむしろ、苦手という男性が多いです。なんで「香水未満」みたいなので、日本の風土には合ったのかなって思います。海外ではガンガンつけてますけど。

小霜：もともと香水って、デオドラントだからね。

小霜：じゃあ時間も来たようなので、なんか最後に言いたい人いたらどうぞ。大丈夫かな？

じゃあまあ、特に結論は出ませんが。僕らの仕事って、正解の分からない仕事なんで、こうじゃないか、ああじゃないか、それで「その視点はなかったかも」みたいなね。見つけることがわりかし仕事だし、そういうものを見つけられる人に価値があるとされているんだよね。例えば柔軟剤の香りが今なぜもてはやされてるのかってやったけどさ、こう、一人ブレストってやったほうが良いと思うんだよね。何で土産物買わないと行けないのかな、と思ったら一人ブレストをやると。ちょっと考えたらこうだけど、本当にそうかな？と。なにか違う仮説はないだろうかと考える。そういう事がクリエイティブの基礎体力になっていくと思うから、是非そういうクセ付けみたいなものをしてくれたらいいなと思います。と、言う事で今日はこれでお開き。お疲れさまでした。

一同：ありがとうございました！