

第六期 第九回 np.広告学校 講義録

【米村クラス サンマルクカフェ】④

◆日時

2013年7月22日

◆出席者

で?、未満、花火、コゲ太、食い丸、おにぎり、ピロリ

小学生、安倍さん、世界の野糞、垢ブリ、センター、シカシカ、ネチ・ネチ郎、生徒14 (女性7名
男性7名)

+米村

米村：今日は司会者は？

コゲ太：はい。私です。食い丸からお願いします。

【食い丸のストラテジー・表現案】

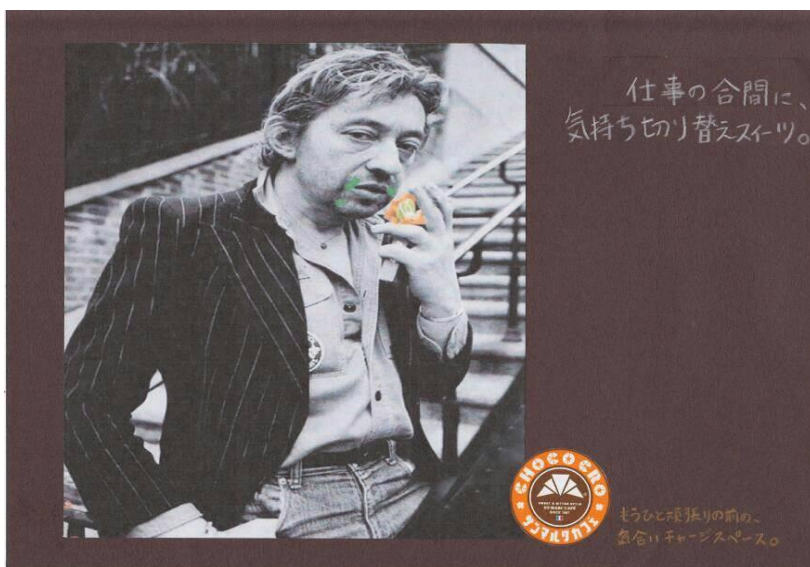
サンマルクカフェ B案

- 競合：スタバ、ドトール、タリーズなどのカフェチェーン
- ターゲット：夕方もうひと頑張りしなきゃいけない働く男性
- インサイト：やー、疲れたなあ。気持ちを切り替えたいなあ。
- USP：スイーツの種類が豊富であること
- プロポジション：甘いものを食べ気持ちを切り替えて、
その後のもうひと頑張りの気合を入れませんか。

食い丸：というものです。

米村：「疲れたな」と「気持ちを切り替えたいな」というのはインサイトじゃないね。これは気分だよな。

食い丸：あー、はい。えっと、表現が、



食い丸：タグラインはおなじで、下の表現は、会社勤めの方々が、気をゆるめたいってときに、ネクタイもゆるめるみたいなことを、スイーツにゆるめたネクタイを巻いて、そういう気分になりませんか、という意図でこういう絵を描きました。

小学生：先々週の小霜さんのお話では、基本はインサイトをキャッチで突く。という事なんで、それから
はちょっと離れてるかな、と思いました。

センター：これ黑板風にした理由とかあるんですか？

食丸：黑板風にしたわけではないんですけど。笑

世界の野糞：僕は気持ちを切り替えるというよりかは、よしやるぞ、っていう、気分を上げるために食べる
のかな、と思ったんですけど。

米村：これインサイトが、インサイトになってない。都合のいいストラテジーと表現にしかなくなって
てことだね。

B 案の表現になっちゃうと、ビジネスマンが直観的にこれ自分に向けた広告だってわかんないよね。
ゲンズ・ブールは一瞬俺の事かな？って。思うけど。

コゲ太：次、小学生お願いします。

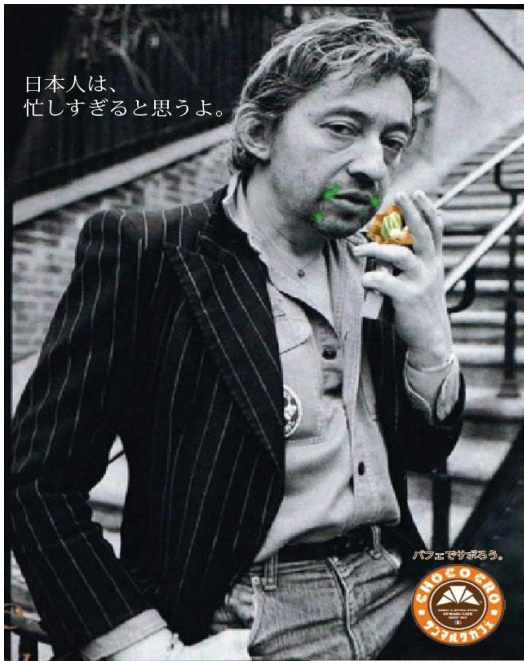
【小学生のストラテジー・表現案】

|

サンマルクカフェ ストラテジー案

競合	ファストフードチェーン、カフェチェーン
USP	食べ応えのあるパフェ
ターゲット	帰社途中の営業マン
インサイト	たまにはがっつりしたスイーツが食べたい。
Proposition	パフェを食べて、帰社前に英気を養いませんか。

小学生：ターゲットは帰社途中の営業マンにしました。いわゆるサラリーマンで、外で自由にカフェに行
ける自由があるのは、営業マンぐらいしかいないんじゃないかなっていうのを聞いて。
で、表現案が、



小学生：自分の案が、



小学生：僕社会人経験とかないんでわかんなんですけど、出先からそのまま家に帰ることを直帰と言うらしいんで、それを使って。タグラインは、パフェで一服にしました。お願いします。

世界の野糞：「直帰したい。まだできない。」で、ああ、まだ仕事を残してるひとなんだなあ、みたいなことはわかるんだけど、そのひとがなぜ帰社前パフェで一服しなければならないのかっていうところが通ってないので、必然性がないなあ、って思いました。

シカシカ：これなんで営業マンにしぼったのか、その理由がちょっとイマイチわからなくて。

小学生：えっと、社会人って、まあその内勤のひとはあまりおおっぴらには外に出れない。

シカシカ：出られないから鬱憤がたまっているのかな、とも。

小学生：あー。出られないから。なんかその、出られる環境にないのかなって思って。

シカシカ：あー、そもそも出られないってこと。

小学生：なんか、上司とかの目が気になっちゃって。社会人経験がないんでちょっとわかんないんですけど。

ピロリ：まあ営業マンが出やすいっていうのは確かですよ。、ずっと外回りをしているので。

センター：パッと見て A 案で思ったのが、このひとが「日本人は」って言ってる時点で。外国人の意見として言ってるって感じになってる。

垢ブリ：なんだろうな、帰社前にこれを見て、「日本人は忙しいと思うよ」って言われて、ムカついちゃうのかなって気が、パッと見て僕は思ったんですが、どうですか？

ネチ・ネチ郎：僕は、B の方は思った。営業してる時に、「直帰したい。」っていうのはもう常々思ってることだけど、「まだできない。」って、いやわかってるわって。

(一同笑)

ピロリ：なんかでも、インサイトとつながりにくいですね。直帰したい。まだできない。と、たまにはがつつりスイーツってところが。

米村：食いたいなら、がつつりスイーツを食えばいい。じゃあなんで食べれないのかっていうところを探っていくとインサイトあるかもしれない。でもやっぱりインサイトとプロポジションが繋がってないよね。で、日本人忙しすぎると思うよっていうのはまったくそれとは無関係。

コゲ太：はい。ではセンターさんお願いします。

センター：はい。

【センターのストラテジー・表現案】

競合： スイーツ特化型チェーン

USP： スイーツが充実しているカフェ

ターゲット： 夕方もうひと頑張りしたいスイーツ好きサラリーマン

インサイト： 疲れたし甘いものを食べて気分転換したいけど、
落ちつける場所で食べたい。

Proposition： もうひと頑張り前の働く男のチャージカフェ。



よし、
もういっちょ
やったるか。

もうひと頑張りしたいとき、
甘さは口の中から癒した後に
身体に気合いを入れてくれる。

よく働いているとよく疲れる。
疲れた身体には、甘いものが沁みる。

気分転換が上手なあなたに。
落ち着いた空間と、豊富なスイーツを取りそろえ、
いつでもお待ちしております。

気合いを入れ直した男は、強い。

働く男のチャージカフェ
CHOCO ZERO
サンマルクカフェ
HYPER CAFE
BOUTIQUE

価値のある気分転換。



どうせ気分転換をするのなら、
中途半端じゃもったいない。
ゆっくりできる空間で、
ちょっとほっといたくなる一品を、
もうひと頑張りがんばるう、
そうしから感えるように。

一息をいぬいびに入れる場所。
CHOCO ZERO
サンマルクカフェ
HYPER CAFE
BOUTIQUE

センター：わりと A 案が男性向けになったので、B 案は男性だけじゃなく、という意識で作りしました。

世界の野糞：女性もターゲットにいれてるんですか？

センター：そうですね、わりとなんか、男ばかりになってしまったんで。

安倍さん：価値のある気分転換って、なんの価値だろうって思うから、その価値がなんなのか入っていると
いいと思う。

世界の野糞：その話でいくと、どうせ気分転換するなら中途半端じゃもったいないって言う方が、価値の
ある気分転換って言われるよりは、たしかにね、ってなる。

米村：働く男のチャージカフェって、ターゲット男に決めてるんでしょ？

センター：はい。でもなんかこっち (A 案) はガツガツだけになってしまったんで。

^ ^

花火：キャッチコピーで、「よし、もういっちょやったるか。」ってあると思うんですけど、その写真は
店内で食べてるわけじゃないですか。

センター：はい。

花火：そのときにそのキャッチコピーだけ見たらもう一杯食べたいのって、なんか勘違いしそう。

で？：これとこれは言葉尻が違うだけで同じこと言ってるのかな、ってのと、あと、気分転換が上手じゃ
ないから、カフェで気分転換したいのになって。

センター：んー。会社の中で気分転換上手な人はできるけど、ってことですか。

で？：気分転換が下手じゃないけど、新たな気分転換を模索しているから、外行こうかな、とかいうのも
あるんじゃないですかね。

ネチ・ネチ郎：僕これは悪くない気がして、気分転換が上手なあなただったらこういうのわかりますよね
って受けとればいいのかって思いました。

で? : あー。

未満 : ちょっとわからないんですけど、なんかいま USP が、スイーツが充実しているカフェになってい
ると思うんですけど、競合もスイーツ特化型チェーンなんで、なんかスイーツ充実してるっていう
のは USP にはどうかと。

センター : USP は落ち着いたカフェってところですかね。

未満 : 男性も入りやすいような?

センター : そうそう。

シカシカ : わかるな、その気持ちが。

米村 : これは、スタート地点には立ってるかもしれない。働く男のチャージカフェっていうところでやっ
ていきたくていうところではひとつはっきりしているから。

これを食べることでまたポジティブになれるという気分のキャッチコピーになっていると、もう
少し分かりやすくというか、言いたいことがはっきりしてくるかな。

B案(下)は、キャッチが興味をひくものになっていない。

でもやっぱりもう一個のやつは、キャッチがキャッチになってない。表現として面白くもなんとも
ない。コンセプトはひとつ決まったけれども、それを伝えるための表現として、クリエイティブの
アイデアに昇華させなくては。そのためにはインサイトがまだ確かなインサイトじゃないんだよね。

センター : そうですね。なんかミスドとかでは食いつらいなっていうところですよ。

コゲ太 : はい。では次。世界の野糞さん。

^^ ^^

【世界の野糞のストラテジー・表現案】

サンマルクカフェ ストラテジー

競合	ドトール、スターバックス、タリーズ、エクセルシオールカフェ
USP	ガッツリ食べられるスイーツを提供している。
ターゲット	夕方、もうひと頑張りしなきゃいけない、働く大人の男たち。
ターゲット インサイト	もうひと頑張りするために、甘いものをガッツリ食べて気分を上げたいが、人前でスイーツをガッツクのは、男として恥ずかしい。
プロポジション	「恥ずかしさを感じることなく、スイーツをガッツリ食べて、 「もうひと頑張りするパワー」をチャージできる場」を提供します。

サンマルクカフェ 表現A案



サンマルクカフェ 表現B案



世界の野糞：B 案はちょっと高級腕時計の広告みたいなイメージなんですけど、スーツを着たひとの手元にスイーツと、あとは時計とかカフスポタンとかワイシャツとかが見えてて、で、「働く男

のためのもうひと頑張り専用スイーツ。」プロポジションは一緒ですね。

ネチ・ネチ郎：キャッチにも下（タグライン）にもあるんで（笑）、すげーもうひと頑張りしたいんだろ
うなっていう感じですね。

（一同笑）

で？：専用って言いきっちゃってるのがいいなって思います。言われたら入りやすいというか。

安倍さん：専用感というのはあの写真のスイーツの大きさを表現するということですか？

世界の野糞：あ、特にビジュアルでの表現ということは考えていなかったです。

安倍さん：なぜ専用スイーツなのかってのがあると、たとえば、大きいとかチョコレートが多いとか。一
時期流行った俺のスイーツとか大きいじゃないですか。

世界の野糞：その恥ずかしさをどうやって払拭させるかということを考えていて、これからする仕事のため
に俺はスイーツを食べるんだっていう理由をつくってあげられればいいかなって思ったん
ですね。

米村：それがいいんじゃないの？キャッチに。

世界の野糞：え。

米村：プロポジションとインサイトが繋がっていない。

プロポジションがプロポジションになっていないんだよ。インサイトとしては、人前でスイーツ
をがつつくのがどうしても恥ずかしい、ここがインサイト。で、プロポジションは、そのがつつ
り食べる場所を提供しますっていうことではない。何度も言っているけど。そこでどういう風にな
ってほしいのか、何のためにその男ががつつり食べる、あるいは働くビジネスマンにどうして
ほしいのか、その価値をどう言うか気持ちがあがるのかっていうのがプロポジションだからね。
で、今、何て言った？

世界の野糞：これからする仕事のためにスイーツをがつつり食べるという理由をつくってあげるという。

米村：そうだよね。そこにね、「これからする仕事のためにスイーツをがつつり食べているんだよ」って
書いてあった方が、そのインサイトに対してささるワケ。

世界の野糞 : なるほど。

米村 : そこがちょっと惜しいんだよ。場所を提供します、だとやっぱりプロポジションじゃなくて、紹介。キャッチの部分でインサイトにある、がつつくのが恥ずかしいひとが言いそうな、「何見てんだよ、俺はこれからもうひと頑張りするために食ってるんだよ、なんか文句あるか。悪いか。」って書いてあると、それは入ってくると思う。で、タグラインで、スイーツでチャージすることで、さらに頑張れるとメッセージする。

プロポジションは自己紹介ではない。

プロポジションって自己紹介じゃない。サンマルクカフェはどういうところって、一回行ったひとはわかってるんだよ。で、そこが何のためにこうなんだ、あの場所を通してどうなってほしいんだっていうことを言うことによって、そのイメージがあがったり、そこに行ってもいいって風にならざるを得ない。それがプロポジション。

^ ^

【花火のストラテジー・表現案】

花火 : すみません私大変なミスをしていて、表現案 A をふたつつくってきて、B案をつくっていないです、すみません。

- 競合: 喫茶店ルノアール、Tully's Coffee、珈琲館、コメダ珈琲館、ドトールコーヒー
- USP: スイーツのバラエティが豊富
- ターゲット: 夜遅くまで仕事が残っている、もう一踏ん張りをしたいサラリーマン男性
- インサイト: レストランでがつつり食べたい訳ではないけど小腹を満たせて、一人で気分をリフレッシュしたい。
- プロポジション: お仕事のもう一踏ん張りの前に、スイーツでエナジー補給しませんか。

花火 : で、今気づいたんですけど、これ USP が、小腹ってところでスイーツに結び付けちゃったんですけど、ちょっと結びつかないのかなって思い直しています。



最近、会社の部下に
「笑顔が増えましたね」って
褒められた。

何故だろう。

今、食べているチョコクロのおかげ？
うーん、まさかまさか。

夕方からのもう一踏ん張りのために、
スイーツでエナジー補給。



*Life is
Always
Bitter But
Sweet.*

大人になってから、
白髪と顔のしわの数だけ悩み事も増えた。

「男は黙って前を行け」
なんて昔は少しでも弱音を吐くと叱られたもんだ。
けどよ、たまには一息つかなくちゃやってけねえよ。

苦くて辛いことがあったら、
甘いものが最高の特効薬。
そうだろう？



花火：で、これ（後者）何が言いたかったかっていうと、もうひと踏ん張りって時に、コーヒーとスイーツってところで、苦いもののおともには甘いものが必要だよっていうメッセージを伝えたかったんです。で、ふたつとも語りかけるようにつくってしまったんで、それがどうなのかなって思います。

ピロリ：上のおっきい文字がキャッチって感じ？

花火：なんかもうひと踏ん張りって言葉に固執しちゃったかなって思ってて、どうしてもカフェとして応援したいって感じで作っちゃったのかなって。

米村：インサイトは気分ではない。

いやでもその応援したいっていうのはいいんだよ。思いだから。そこはいいんだけど、やっぱりインサイトが甘い。インサイトは、その瞬間そういうこと考えてるかもしれないってことじゃなくて、恒常的に深層心理の中にたまってる思い。だから今別になんかメシ食いたいわけじゃないけど小腹満たしたいっていうのはインサイトじゃない。で今回でいうとスイーツで働くサラリーマンを応援したいって思いがあって、その思いをどういうインサイトにぶつければ、ささるかっていう話をずーっとしてきたんだよ。

【で？のストラテジー・表現案】

「もうひと頑張りの前に」

- 競合：スターバックス・31・ミスド
- USP：小腹にちょうど良いサイズのスイーツが揃っている。
- ターゲット：外回りを終えて、帰社する途中のサラリーマン
- インサイト：会社に戻った後も仕事があるから、甘いものを食べてリフレッシュしたい。
(でも、俺が食べてても違和感なく)
- プロポジション：スイーツでリフレッシュしましょう。

午後の疲れたオトコに甘さをチャージ。サンマルクカフェ



いい大人がスイーツ食べてて、
悪いかよ。

この後も頑張るオトコに甘さをチャージ。サンマルクカフェ



外回り行って来たら、
甘いもの位食べたくなるって。

デスクに戻る前に、おやつを食べれたらいいのに。



この後も頑張る人を応援するスイーツ揃っています。サンマルクカフェ
(注:頭の中では、マラソンランナーではなくスーツのイメージ。)

で? : B 案がマラソン場なんですけど、給水してこの後もがんばりましょうっていうことで。イメージは、マラソンランナーじゃなくて、スーツ着てるひとが走ってたらいいなあって。ちょっと美術的に無理なのでこうなったんですけど。

ピロリ : スーツ着てるひとが街の中を走ってるイメージ?

で? : そうです。街の中。で、ここらへんがサンマルク、みたいな。

センター : 上のやつが、キャッチで『いい大人がスイーツ食って悪いかよ。』ってちょっとひきこまれたんですけど、タグラインだけだと質問の答えになっていないようで、じゃあスイーツ食べることがいい大人なんだ、もっと働けるためのエンジンになると信じています、ってのがあった方

がいいかな、と思いました。

米村：インサイトとプロポジションが繋がってないのでキャッチとタグラインが曖昧になっている。


あ、これさっきと一緒にだね。インサイトがインサイトになってない。で、プロポジションがインサイトと食い違ってるからキャッチコピーとタグラインのポジションも曖昧なまま。『この後もがんばる男に甘さをチャージ』っていうのはタグラインとしては言えてるのかもしれないけども、どういうインサイトに対してかっていうのが掴みきれてないから、キャッチコピーがキャッチコピーになってないよね。

ビジュアルを自分で作った方は、少なくともその絵は、働くビジネスマンってことがわかる絵になってるからサンマルクで食べてるっていう話なんだなっていうことは伝わるけど、こっちはロゴを見るまで何の広告かわかんない。だって『デスク戻る前におやつを食べられたらいいのに』って、食べられるんだもん、コンビニとかで。だからインサイトの問題意識がどこにあるかっていう、ここ二、三か月言ってきたことが全然定着されてないまま。

【ネチ・ネチ郎のストラテジー・表現案】

ストラテジー

- 競合：コンビニのスイーツ
- USP：落ち着いた空間で、スイーツが食べられる
- ターゲット：夕方、「これからもうひと踏ん張り」と気持ちを切り替えようとしている男性サラリーマン
- ターゲットインサイト：ついコンビニで買って、自分の席でさっすましているけど、できれば、きっちり休憩をとって心身ともに癒したいなあ。
- プロポジション（結論）：サンマルクカフェはスイーツと空間で、あなたを効果的にリセットしてくれる場です。



夕方らしくないサラリーマンの秘密。


クタクタ感が漂うサラリーマン達。
夕方の名物光景だ。

でも、ここから出てくる人達は、ちょっと違う。

休憩を妥協しない。
デキル大人のリセット法。

力を「搾り出す」から、「あふれでる」へ。

甘さと静かさで、自分を取り戻す。



今日、3度目のスタートダッシュ。



疲れて、頭硬化しつつ、
ひと踏ん張り。

私は、ちょっと違う。

休むときは、休む。
やるときはやる。

第一、昼一だけがスタートのときではない。

落ち着いた空間で、スイーツを食べ、チャージ完了。

夕方、今日ラストのスタートをきります。

疲れ顔のクタリーマン



甘さと静かさで、タワリリセット。



ネチ・ネチ郎：ぼくも絵を作る能力が全然ないんですけど、左側に猫背になったひとが、クタリーマンがいて、そのクタってしてるひとの前にクラウチングスタートしているひとがいて、その前にサンマルクのデザートがあるっていうビジュアルです。

米村：「コンビニなどで買って自分の席ですませている」けども、できればきっちり休憩とって心身ともに癒したいなって思ってるひとがそうできてない理由は何なの？

ネチ・ネチ郎：焦りというか。落ち着くんじゃないですかね、仕事をしながら食べてる方が、仕事をする感があるというか。で、ぼくこの『できるひとは、休む時は休む』っていうのがいいかなって思いつつもそれをコピーにしてないんですけど。

米村：いま言ってたところにインサイトはあるんだよ。なんで席を離れないんだろう？ってだからそれが、

離れたいけど離れられない何かがあるのか。まあそういうひともいるだろうし、単純に男が甘いものを食べる場所がないなって思ってるひとも。だから、どういう思い、どういうインサイトに対して、このサンマルクカフェのスイーツをもって語りかけるか。この理由になってるインサイトがあってそこに語りかけるのがキャッチコピーなんだよ。『夕方らしくないサラリーマンの秘密』って、そのインサイトを全く感じない。どういうことを考えたのかってのはわかるよ、これが疲れていないひとの象徴なことは。でも、それが伝わらない。メッセージがインサイトに向かっていてないから。

^^

ネチ・ネチ郎：インサイトっていうのは、僕のこれ（インサイト）がインサイトじゃないから、ってことですよ？

米村：うん。そうできない気持ちの根拠になっているところにインサイトがある。

花火：そのインサイトのところなんですけど、どうしても性別も違うしサラリーマンでもないし気持ちが全然わからないんですけど、これってサンマルクに限らずいろんなことにあると思うんですけど、そういうときってどうしたらわかるんですかね？

^^

米村：仕事をしているときは、グループインタビューでターゲットにいろんな質問をして思ってること聞いたり。あとはネットを使って2ちゃんねるとかでみんながつぶやいてることを見たりしてなるべく気持ちを拾ったり知ろうとすることを一生懸命する。わからないならわからないなりにもし自分がそういう立場だったらって考えるのがスタート地点。ここでは、ネットで見たり、家のひとに聞いたり、回りにいるターゲットに近い人に聞く。

ただ、今回言ってる話はそのレベルじゃなくて、インサイトにまったくいきとどいてないっていうところ。インサイトとしての是非じゃなくて、インサイトになってないという話をしている。

おにぎり：休憩を妥協しないってポディーコピーが、もし後ろめたくて甘いものを食べながら休憩をとれないっていう原因ならそれを肯定してくれるような気がしました。

米村：もしもそういうインサイトだと仮定したらってこと？

おにぎり：はい。

ネチ・ネチ郎：今の話を聞いていて思ったのが自分なりに考えたことなんで言葉が適切かわからないんですけど、こう現象があって、その気持ちが僕はこれ（インサイト）だと思ったんですけど、その気持ちの理由がインサイトってイメージですか？

米村：うん。心身ともに癒したいなあ、でも癒せてない自分がいるってのは、なんでだろうって考えたら理由があるわけだね。そうしたらこう思われるかもしれない、とか。だからそのへんに、職場の環境に対するインサイトとか、世の中一般に、おじさんがこういうことしないでしょ。っていうインサイトがあったりとか。この表現案はすごく説明的。スイーツを食べているひとはこんなに元気で、食べれないひとはこんなにクタクタになってます、みたいな。サンマルクのカタログのページに載ってる感じ。カタログと広告は違うんだよ。普段自分が思ってること、感じてることに近いと思うから手が止まる。あ、俺の思ってることよくわかっているじゃん、とか。普段顕在化はしてなくても、これ俺が思ってたことじゃん、っていうような。それを気づきと言ったりもするんだけど。ここが大事。

コゲ太：では次お願いします。

【おにぎりのストラテジー・表現案】

おにぎり：私もちょっと勘違いをしていて、このストラテジーは前のピロリのをもとにつくってしまったんですが。



スイーツは女性のためにあるなんて
一体、誰が決めたんだろう。

男性にもスイーツの癒しが必要なのに、街中には
女性が賑わう場所ばかりで食べられない。
そんな人たちのために、
スイーツが似合うカフェが本格スイーツを作りました。

戦うように働いた顔をクールダウンする
冷たいスイーツも、サンマルクカフェでどうぞ。

スイーツを入れる甘味カフェ
サンマルクカフェ

表現案

朝から夜まで、
同じリズムで仕事をするのは難しい。



もう一息頑張るその前に、
手軽な本格スイーツで元気補給。

CHOCOCRO
サンマルクカフェ
働く大人のチャージ空間

表現案A 真崎

課題：サンマルクカフェ

◆7/1 課題
真崎莉緒 B案

<競合>

ミスド、不二家、ファミレス

<ターゲット>

サラリーマン

<ターゲットインサイト>

夕方に、集中力が切れてしまう。

<USP>

男性客が多くスイーツで入りやすい雰囲気

<Proposition>

仕事の合間にスイーツを食べてリフレッシュしませんか。

残業を乗り切る集中力、そろってます。



そろそろ気分がだらけてくる頃、能に栄養補給を。
カフェでも本格スイーツが食べられるサンマルクカフェへどうぞ。

CHOCOCRO
サンマルクカフェ
働く大人のチャージ空間

表現案B ↓

センター：A案はいままでのからいくと、夕方スイーツを食べたいな、でも男性客が少なくて入りづらい

なあっていうのがインサイトですよ。

おにぎり：そうですね、はい。

米村：それよりも、『スイーツは女性のためのものだって一体誰が決めたんだ』ってインサイトだと思っただけ。全然今までのみんなの行動の根拠にあるようなものとは違う場所にあるものだけ。誰が決めたんだって、そういうことがインサイトだよ、わかるかな？（ネチ・ネチ郎に）

ネチ・ネチ郎：ぼくいままでこういう気持ちが入サイトだと思ってたんでこういうふうになつと新しい出方をするとなつる気もするんですけど、じゃあ考えるときはどう考えたらいいんでしょう。

米村：いや、インサイトはね、考えるんじゃなくて発見するしかない。これだつてキャッチとして出てきたんだけどそれをみんなでキャッチじゃなくてインサイトじゃない？つて指摘する。例えばそんな風に。じゃあそのインサイトの人にどうやったら届くのかつて考えるのがキャッチ。もちろん思つてることをそのまま書くつてもありかもしれないけど。このインサイトはあると思うので、ここは突破口にできる。「夕方に集中力が切れてしまう」これはインサイトじゃないんだよ。この感じわかる？全然わかんない？

おにぎり：えつと…

ネチ・ネチ郎：んー…

米村：広告メッセージをつくるためには、インサイトに尽きるつて言つても過言じゃないんだよ。

おにぎり：もつと掘り下げるとつてことですか？なんで集中力がきれるつていうその理由…

米村：集中力がきれるつていうことは心理じゃなくてそういう現象じゃん。

世界の野糞：現象に対してこう思つているんだけど、その理由…。さっきネチ・ネチ郎が話してたと思つんですけど、そこが入サイトつてことですよ？そこでまあスイーツを食べられたらいいんだけど、女性のためにつて言われるよねつていう…

米村：込められた正しいインサイトに対しての広告メッセージは、共感され、波及力になる。

そんなこと誰が決めたんだつていう。それが共感するひとがいると思つたんだよ。その共感が波及力になるつていうこと。サンマルクカフェはこういうところですよつて説明をしても、それ

は波及しないわけ。でも、スイーツは女性のためって誰が決めたんだってという思いはここにいるひと全員、まあ全員じゃないかもしれないけど、俺もそう思ってたって思うひとがいる、それが伝播力になると思うんだよね。力のある広告のエンジンになるんだよ。広告って正しいとか間違いとかないんだけど、商品のスペックを並べていてもそれはカタログ。すでに情報に興味あるひとが読んでくれたら効果があるかもしれないけど、一日 5000 以上の広告とかブランドにひとは触れてる人々に見てもらい、共感してもらえるポイントを探すっていうのがすごく大事なんだ。だから、僕がインサイトじゃないっていう意味は二通りあって、このインサイトは弱いもっと他探そってとき、インサイトという体をなしてないとき。本来はもっと他探そっていうところを議論したいけれど、今はインサイトの体をなしていない間違い方をしてる。まだ。

ネチ・ネチ郎：だからインサイトっていうのは気持ちなんですよ。それあるあるっていう。それが言葉とか違う話になっちゃうんですけど。

米村：その気持ちを抱いているひとが多ければ多いほどそこに伝染していくわけだよね。

ネチ・ネチ郎：そうなるとその気持ちのレベル感というか、ものすごく抽象的なんですけど、それがインサイトかインサイトじゃないかっていう判断をするってことなんですかね？自分のなかで線引きができるかできないかっていうのがインサイトを見極めるポイントというか。

米村：そこはターゲットの気持ちになりきったときにそういう気持ちを持っているひとは多いんじゃないかっていうのを自分のなかで発見するしかないと思う。ここでやる作業としては、それをみんなの前で発表して、それはわかるとかよくないっていうのをディスカッションして精度を高める。これはやっぱり説明なんだよね。伝播はしない。

世界の野糞：今の話で質問なんですけど、このスイーツ食べたいけど食べてないのが事実としてあって、その理由としてスイーツは恥ずかしいからっていうのがあって、でもなにか新しい視点を提示するとスイーツは恥ずかしくなく食べられるというゴールがあって、で、それがこれだと思ったんですね。スイーツを女性のものって言うのは実は嘘っていう視点の投げかけだと思ったんですけど、としたときに、インサイトってここなのかここなのかって、いまちょっと聞きながら混乱してしまっただけなんですけど。

米村：スイーツ食べるのは恥ずかしいと思ってる、なんでそう思ってるんだろう？

世界の野糞：男が食べる食べ物じゃない、から。

米村：だからそれはスイーツなんて女性の食べ物だっけみんなが言ってるから、でしょ？

世界の野糞：うんうん。

米村：じゃあそんなこと誰が決めたんだっていう。そこを掘り下げていくとこういうインサイトに行き着くと思うんだよね。だからスイーツを食べるのが恥ずかしいっていうのはインサイトじゃないと思うんだよ。

世界の野糞：なんで恥ずかしいと思うの？っていう

ネチ・ネチ郎：なんで恥ずかしいと思うの？女の子っぽいもんね、っていうインサイトだとしたら、これはどちらかというインサイトに対する投げかけに見える、っていうことですよ？

米村：いやそこは別にこれは 100%インサイト、これは 0%インサイトっていうことじゃなくて、スイーツ食べるの恥ずかしいっていうのもまあインサイトっちゃインサイトだよ。でも、もっとそこをなんで恥ずかしいんだろうって詰めてったときにさ、女・子どものものって誰が決めたんだ、って思いうの方がより強いんじゃないかなって、そこはもう感覚で判断するしかない。

世界の野糞：うん。

^^

米村：ひとつってやっぱり怒りとか疑問とか不満みたいなことの方が思いが強い。桶谷さんの『インサイト』の中の子育て家電。食器洗い機なんて嫁の道楽よってお年寄りには思われるんじゃないかなっていう。それで嫁が楽しんでなんで悪いのよっていう、そうすることでより有効に使える時間が増えるのに何で悪いのよっていう、その気持ちの発見。そこにやっぱり疑問や不満が入っている。その方がインサイトとしては強い。そういうことを沸々と思っているひとに向けたメッセージをもつ広告が伝播して、同じ思いを持っているひとがより多くいると、その人たち間をかけめぐる。そこを探すってことだよ。どちらが強いインサイトかっていう明快な線引きは難しいけれどそこはより強いものを発見するってことが大事。

シカシカ：さっきの自民党がほんとに大丈夫なのって話があって、そこからさらに掘ると、あんまり選択肢がないんじゃないかって怒りになるっていう。

米村：うん。まあもうちょっとありそうだけどね。

(一同笑)

米村：もう少しその辺は深掘りしないと駄目だと思うけど、まあそういうことだよ。そういう話をして

いるのに、「夕方に集中力がきれてしまう」ってインサイトじゃないでしょ？別に彼女だけじゃなくみんなそこがまだだね。

【未満のストラテジー・表現案】

サンマルクカフェ 7/22 米村さんクラス課題

○競合

ミスタードーナツ、クリスピードーナツ

○ターゲット

働く男性

○ターゲットインサイト

仕事の合間に甘い物を食べたいが、どこも入りづらい。

○USP

スイーツ店ではなく、カフェチェーン店なので、スーツ姿の男性客率が高い。

スーツ姿でフラッと立ち寄って、エネルギーを補充してください。


表現A案 /



本日も
スーツ姿の男性が
多く来店する予定です。

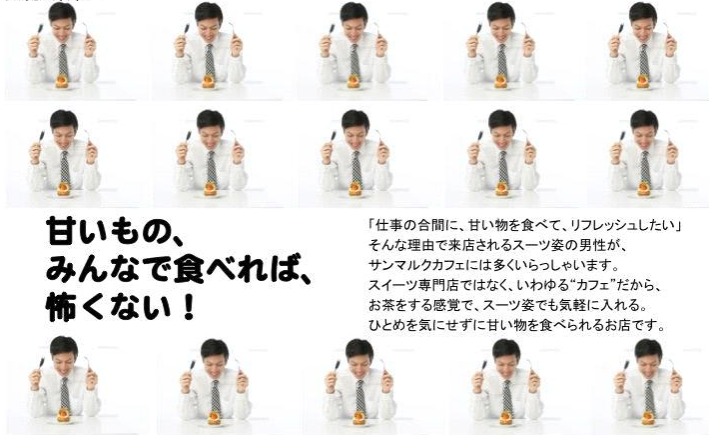
「仕事の合間に、甘い物を食べて、リフレッシュしたい」
そんな理由で来店される男性が、
サンマルクカフェには多くいらっしゃいます。
スイーツ専門店ではなく、いわゆる“カフェ”だから、
お茶をする感覚で、スーツ姿でも気軽に入れる。
ひとめを気にせず甘い物を食べられるお店です。

戦うオトコの、
エネルギーチャージ



サンマルクカフェ

表現B案 / :



**甘いもの、
みんなで食べれば、
怖くない！**

「仕事の合間に、甘い物を食べて、リフレッシュしたい」
そんな理由で来店されるスーツ姿の男性が、
サンマルクカフェには多くいらっしゃいます。
スイーツ専門店ではなく、いわゆる“カフェ”だから、
お茶をする感覚で、スーツ姿でも気軽に入れる。
ひとめを気にせず甘い物を食べられるお店です。

パパも、先生も、社長さんも
みんなで一緒にエネルギーチャージ
CHOCO CRO
サンマルクカフェ
BY-MARK CAFE
SINCE 1977

未満 : 気を付けたところが、こないだ小霜さんの話で、キャッチがインサイト、タグラインがプロポジションを受けてつくるとのことだったので、そこにそれないように作りました。お願いします。

世界の野糞 : どこも入りづらいなあと思っちゃう理由っていうのは、なんでだったの？

未満 : スイーツ系のカフェだと女性客が多いんで、サンマルクだと男性客もいてっていうところですね。インサイトも女性客が居て入りづらいっていう。

世界の野糞 : 女性客が多いから、浮く、みたいな感じ？

未満 : なんか女性に見られるのが恥ずかしいのかなって。実際女性はそんなに見てないと思うんですけど、男性からしたらやっぱりそのあたりが恥ずかしいのかなって。男性があんまり少ないところに行くっていうのは。

ネチ・ネチ郎 : 『甘いもの、みんなで食べれば怖くない』っていうのがなんとなくなんですけどサンマルクっぽくないかなっていう。そしたらミスタードーナツに男のひとがいる方がみんなで食べてる感があるというか。みんなで食べるってことがサンマルクにあんまりしっくりこないかなって。なんとなくですみません。

シカシカ : でもカフェだと一人で利用するひとが多いんじゃないですか？

ネチ・ネチ郎 : カフェだとそうなんですけど、でもすみません、なんとなくなんです。

未満：でもみんなで仲良く食べてる感じだと…

ネチ・ネチ郎：そう言われるとミスドというか…

で？：みんなであって言うとお連れ様っていうことですよね？

ネチ・ネチ郎：そうですね。はい。

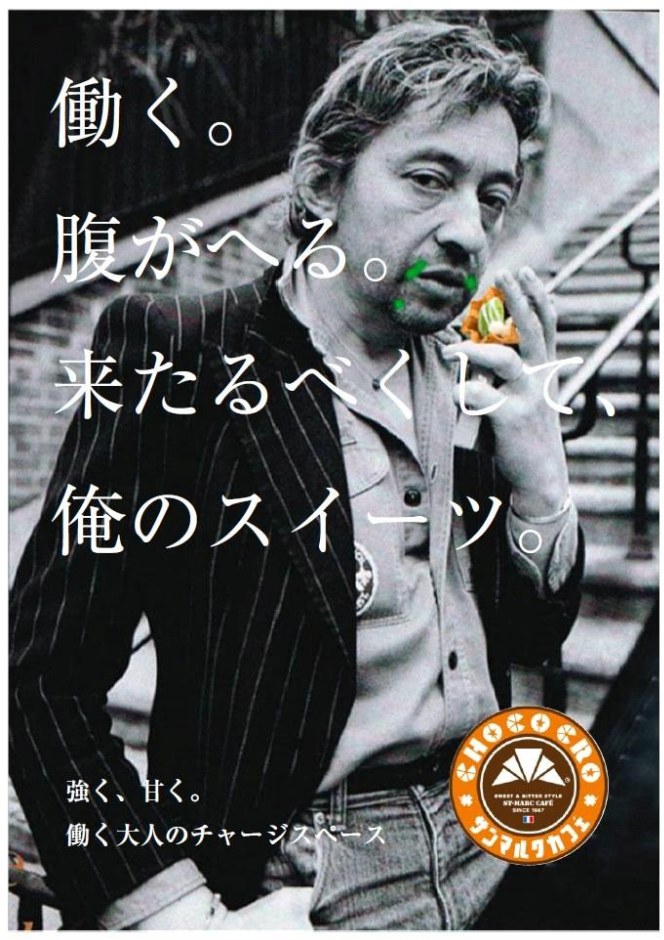
米村：上のやつはタグラインとキャッチコピーで言ってることが近いよね。タグラインだけでも、キャッチで言おうとしてることの半分くらいもう言ってるじゃない。「働く男にエネルギーチャージ」って。だからキャッチとしては弱い。

下の案も、みんなで食べて恥ずかしくないんだったらいこうっていう話と仕事の合間に食べに行こうって感覚はあわないよね。その辺で表現のテイストとして違ってくる。ロジカルな話じゃなくて。彼が言った、ぼくないってのはそういうことだと思う。

(一同笑)

【安倍さんのストラテジー・表現案】

安倍さん：ちょっと間違えてこれ（ゲンズ・プール）しか作ってこなかったんですけど、これ言いたいの
が働く男性にスイーツという選択肢を持ってほしいってところで、それをサンマルクカフェでとってほしい。それで働く男になってみませんかという。



米村：ストラテジーは出してなかったの？

安倍さん：そうですね。忘れてしまいました。

センター：言いたいことがまとまってないような…

安倍さん：そこを掘っていくとさっきのおにぎりみたいなのとか。

米村：キャッチとタグラインが、俺のスイーツとチャージスペースっていうところ以外はほとんど同じこと言ってるんだよね。

ピロリ：来たるべくして、っていうのは？

(一同笑)

(一同笑)

ネチ・ネチ郎：だからそのキャッチをうまくいかせるような。

米村：インサイトは考えた？

ネチ・ネチ郎：インサイトを考えて、それにマッチするボディーコピーとかタグラインがあれば。

米村：だからあのキャッチコピーはなにを言わんとしているのかってこと。

おにぎり：USP がカフェなのにスイーツが豊富ってキャッチコピーには駄目ですかね。

花火： USP ってそのインサイトを可能にしてあげられる自分のところの強みも言わなきゃいけないしなおかつ競合にも勝るっていう、そのふたつを兼ね合わせなきゃいけないってことですよ？

米村：強みを言わなきゃいけないとは限らない。でも強みがあるから自分たちがどういことをできる、どういことに貢献できるっていうことがプロポジションだよ。

花火：たとえばある男性が働いているときにスイーツが食べたいのになんで食べられないかってなったときに、上司の目が怖いとか時間を気にするとかあるとするじゃないですか。そうした場合にぱっと買いに行けるって、だったらコンビニって私の場合なっちゃうんですね。そうするとサンマルクってなかなか行き着くのが難しくて。

米村：上司の目が怖くて外出られない人はターゲットじゃないよね。だってそんなひとにどんなこと言っても届かない。だったらそういうひとに向けてデリバリーサービス始めました、みたいなこと言えばそれがターゲットになって、買ってもらえるかもしれないけど。いまここにある表現とストラテジーをつなげようとしているからそうなるけど、本来サンマルクカフェにどういことができるかってところだからね。

【コゲ太のストラテジー・表現案】

コゲ太：私も間違えてしまって、どっちもビジュアルを同じにしまったんですけど。

サンマルクカフェ ストラテジーB案

- ◆競合 : コンビニのチョコレート
- ◆ターゲット : 夕方もうひと頑張りしなければならぬ働く大人の男
- ◆ターゲットインサイト : 一日の折り返し地点、どこかで一息ついて、また仕事をがんばりたい。
- ◆USP : 甘いものとコーヒーだけでなく、
コンビニにはないくつろぎスペースがある
- ◆Proposition (提案) : 夜の仕事の効率をあげるために、
甘いもの+ゆったりスペースで充電していきませんか
- ◆メディア選定

7

サンマルクカフェ 表現A案



サンマルクカフェ 表現B案



おにぎり : ターゲットがどこかで一息ついてって入っているんで、っていうことは、競合はコンビニじゃなくなるのかなって思いました。

コゲ太 : 他のカフェと違ってことですか？

おにぎり : はい。

センター：これだったら、インサイトがコンビニのチョコを食べてるけど会社じゃ落ち着かないなあ、違う場所行きたいな、ってなるんですかね。

米村：インサイトじゃなくて気分なんだよね。

コゲ太：じゃあこのインサイトを掘り下げて考えた場合は、どこかで一息つきたいけど着けるような場所がなくて、それがなんでないのかっていうところまで掘り下げたのがインサイト？

米村：なんでないのかっていうより、なんでないと思っているのか？ってところだよな。実際にはないわけじゃないと思うんだよな。でもないと思っちゃってるんだよな。それがなんでか。でもここにはそういう話と、仕事を頑張りたいっていう話が混在している。どこが一番？

コゲ太：インサイトで、場所がないって書いたんですけど、一番提案したいのは、前回にも『サラリーマンだっておやつを食べていいと思う』って出したんですけど、サンマルクとして、仕事の合間とか夕方とかに甘いものを食べてほしいというのを提案したくて。それがターゲットにとってどういうメリットがあるのかっていうのが、おやつで仕事の効率があがるっていう結果が実際に出ていなくて、ターゲットも甘いものが好きっていうのをネットで見ても、それでサンマルクで甘いものを食べてほしいなって言いたかったんですけど。

米村：食べてほしいんじゃないでしょ。食べて、もっと思い切って働けるようになってほしいとかさ。食べて元気に仕事ができるひとがもっと増えてほしいとか、そういうことだよな。

センター：食べて元気になってほしいんだとしたら、インサイトとして、仕事をしてて疲れたけど甘いものを食べるのは気が引けるなあ、みたいな罪悪感というか、そういうものはインサイトにならないんですか。仕事の合間にスイーツを食べるのはおおっぴらに言えないし、みたいなひとに対して、いや、甘いものでもっと仕事がんばれるんですよ。みたいに。

米村：甘いものを食べることによって罪悪感…

センター：甘いもの食べたいなあ、だったら食べているだろうし。食べないという理由としてなにかしら罪悪感とかっていうひと？

米村：んー。ひとによってはそのスイーツっていうのが女が食べるって誰が決めたんだろうってインサイトのひともいるだろうし、あとはそういうこともう全然気づいていないひともいるかもしれないね。夕方になると、17時半には仕事終わらないけど、晩飯食いに行ってもまだ残りたくないなあ、そういう時どうしたらいいかなあ、って思っているひとはいると思う。そういうところで日頃からど

ういうストレスを持っているかということを出していくという感じ。だからスイーツ食べたいんだけど食べられないなあって上っ面で思っているって話よりちょっとは距離があってもいいと思うんだよね。なるほど、その手があったか、っていうような距離感っていうか。もしかしたらダイエットみたいなことを気になっていて、いやいや、仕事の合間に食べるスイーツはむしろ効率もアップするとか。いろんなインサイトとこっちからの言い方も組み合わせたらいいと思う。

センター：スイーツ食べれなかったひとへのインサイトとして、そうしたらスイーツないとだれてしまうなあとかってそれもインサイトですよ。

米村：インサイトとキャッチの帳尻合わせをしない。

だれてしまうなあってなんとなくねつ造くさくなってくるよね。でも便宜上こうやってストラテジーとして作業しているけれども、言葉ではうまく整理できないがこういう思いがあるんじゃないかってものを見つけられたらそこに向けたキャッチコピーってできると思うんだよ。

逆にいうとここでインサイトとキャッチっていう形に拘って売り言葉と買い言葉ってなってるのがいいってことじゃなくて、インサイトを発見して、そこにどう投げかけをしていけばいいのか、そこを別の作業と思ってやらないと。なんかみんなここ（キャッチ）とここ（インサイト）を帳尻合わせているような気がする。

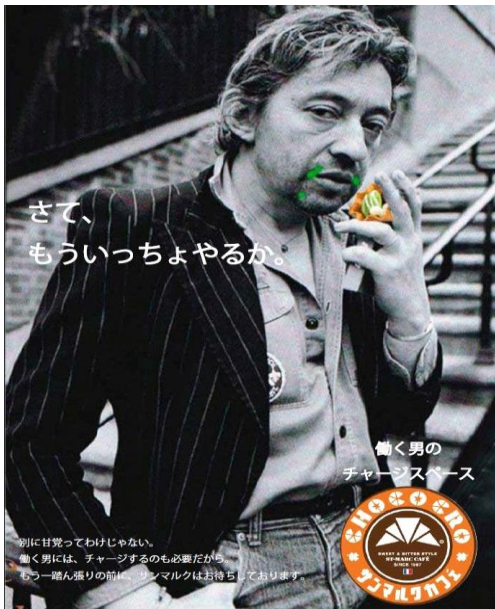
世の中に出るのはストラテジーじゃないんだから。

コゲ太：じゃあシカシカお願いします。

【シカシカのストラテジー・表現案】

『サンマルクカフェ』ストラテジー 初鹿敏也

- ・競合 コンビニ、(スイーツ特価型チェーン)
- ・USP 豊富なスイーツを取り揃えるカフェ
- ・ターゲット 仕事が終わらない男性サラリーマン
- ・インサイト 会社で休んだって、気休めにしかならないよなあ。
- ・プロポジション あなたが、また頑張れるためのカフェになります。



シカシカ : 俺今 OB 訪問をしていて、言われたのが、深夜に面白画像とか動画を見るともう少し頑張れる

っていって、何見てるんですかって聞くと、パンダ見てるって。で、それちょっとさみしくないですか？って聞いたら、まあ…みたいなことを言われて。ほんとはさみしいんじゃないかって。でも、なんでこのひとは動画を見てるんだろう、っていうのをもう少し考えなければいけなかったかなって思っていて、俺が聞いたのは、そのひとはみんなが仕事をしているなかその視線をかいくぐって画像とかを見て仕事をまた頑張るっていうのがなんか快感に思っているような気がして、なんでそんな風になっているのかな、っていうのをもっと考えないといけないのかな、って思ったんです。

米村：ボディコピーがないと何の広告かまったくわかんないよね。

ピロリ：だいぶ特殊な感じが。

で、『なにに検索してんだ』ってのとおなじ表現をしているから。もしその絵を使いたいんだったらちゃんとキャッチでサンマルクってわかるように、キャッチとおさえでサンマルクカフェがわかるっていう掛け算になってないから。

センター：会社で休んでたって気休めにしかならないしかならないよなあ、っていうのはなんとなくわかったんですけど、それをキャッチコピーに反映しなかったのはなんで？

米村：そうなんだよ。インサイトはなんかちょっと可能性は感じたけれど、ここがつながらなかったね。

センター：かぶって0点な気が…

ネチ・ネチ郎：これはインサイトばいですね。これのなんで？を考えるとインサイトじゃなくなる気が。

おにぎり：これ検索してるひとって、よし休憩しよって見てるのか、仕事集中できなくて見てるのか、後者もあるんじゃないかなっていう。なんかよく社会人のひとで Twitter やっちゃって仕事集中できないっていう。

米村：気休めにならないってこれなんでだろうね。

シカシカ：サボってるとか…

安倍さん：気休めにやってるんですかね、それとも休憩しようと思ってやってるんですかね。

ネチ・ネチ郎：僕はこれやるんですよ。パンダは見ないですけど。僕結構怒りっぽいんで、上司とかに怒られたときは、僕蒼井優ちゃんが好きなんですけど、隠しフォルダつくってて、あるには

あるなっていう。サンマルク抜きにしてですけど。気持ちがあんかていうときに画像検索するっていう。

で? : 私もそれよくわかるんですよ。私壇蜜見てるんです。

(一同笑)

で? : 休憩したくて見てます?

ネチ・ネチ郎 : いや、それよりなんか落ち着こうっていうか。その、ワンクッション挟むって意味なんですけどね。

ピロリ : これキャッチを短くしようとしてるんですか? もしもこのモチーフがあれば、ここまで読んだ方が、『画像検索だけで大丈夫ですか?』ってのがついてた方がまだ、あ、そういうことを言いたいねって。

センター : 会社にいると気分転換できないっていうのを今ずっと掘ってるんですけど、会社で気分転換できないってのはやっぱり外に行くしかなくて、インサイトとしてみると。

ネチ・ネチ郎 : 僕が思ったのは、なんで会社でしか休めないんだろうっていうのを考えればいいんじゃないですか。会社で休んだって気休めにしかならないのなら会社外で休めばいいじゃないですか。それができないってなんでだろうって。

センター : 行けない理由?

ネチ・ネチ郎 : それがほんとに出れないひとだったらターゲットにはならないですよ。でもほんとに出れないってないと思うんですよ。人間だから会社辞める気になれば出れるとか、そんな風に考えればいいのか。ほくも割とこれに近いこと考えてたので。内心想ってるとかあるかもしれない。

センター : もともと思ってるのがあるとして、それならサンマルクでもデリバリーとかもできるからっていう風にですよ。

ネチ・ネチ郎 : うん。

世界の野糞 : 僕がこれ見たとき思ったのがネチ・ネチ郎とちょっと違って、今休憩してるみたいだけど、

そんな休憩は休憩じゃないよっていうことをサンマルクカフェが言うのかなって思っていて。

シカシカ：そうそう。

センター：それもインサイトでありってこと？

世界の野糞：で、その方向で持ってた方がいいと思っていて、ひとつはスイーツという強みがあるので、甘いもので気分が満たされる気持ちとか、ああいうものを得て真の休憩なんじゃないっていうのを言うのがいいかなと。

米村：どこで一息つけばいいのか整理できていないけど、中途半端な休憩よりはぱっとサンマルクに来て休憩した方が効率的ですよっていうサンマルクの提案が大きな構図。その思いをキャッチにするなら、そこのところをもっとつめる必要があると思うんだよね。効率と時間のバランスって難しいな、みたいなことだとか。その辺の気分というか、なんかどうしたことだろうって、そしてそこ掘ってクリアなものが出ないなら他を掘る。必ず答えのある問題じゃないから。

おにぎり：今思ったのが、この広告をいつ見るんだろうっていう。内勤で働いているひとがこの広告を見ることってできないなあって思いました。ずっと中で働いていて疲れた人がこの広告をサンマルクで見ることってないなあって。

ピロリ：通勤してるから大丈夫。

で？：ずっと中にいるひとだってお昼には外にでると思うけど。コンビニ行ったり。

米村：言ってる意味がわかんないけど。

おにぎり：会社に引きこもってるから広告を見る機会がないっていう。。。

ネチ・ネチ郎：たしかにドンピシャのタイミングで見るとないかも。でもドンピシャの気分の広告って、それは駄目なのかな。

米村：気分ってどういうこと？

ネチ・ネチ郎：自分が『さて、もういっちょやるか』ってタイミングでってことです。そう思ったらサンマルクってものすごく近く感じる事ができるじゃないですか。

米村：いやいや、もういっちょやるかって思ってる時に『さて、もういっちょやるか』って、あっ、俺とおんなじだって感じじゃなくて、『さて、もういっちょやるか』って感じさせるそういうメッセージがあるかってことだよ。

ネチ・ネチ郎：一瞬そう思って。もし膝を叩いたりそういうタイミングで雑誌が開いてあったら、おっ俺のことに向けて書いてあるっていう。

(一同笑)

世界の野糞：探せばありそう。

シカシカ：今でしょとかそう。

ネチ・ネチ郎：今ってやろうとすればそういうのできそうで。ネットの広告とかどちらかというといいタイミングで自分の思う広告が出てくると思うので、ちょっとありかな、と思って聞いてみたんですけど。

米村：広告って原則的なところをやってるんで。継続的というか。だからそういうので一生懸命考えようとしても難しい。

【ピロリの戦略・表現案】

ピロリ：ごめんなさい、私も戦略がものすごくループしてしまって、これも一回送ったんですけど夕方見直したら全然違って、また送り直したっていう。ひどいことになっているんですが。

サンマルクカフェ5回目 戦略案

競合	セルフ式カフェチェーン（ドトール、エクセルシオール等）
USP	カフェなのにスイーツが充実している
ターゲット	スイーツ好きサラリーマン
インサイト	もうひと頑張りしなきゃいけない時、 コーヒーだけじゃもの足りないなあ。
Proposition	カフェのスイーツで、心を元気にしませんか。

ピロリ : 実はこれより前のときに私もスーツでスイーツのお店には入りづらいなってところで考えてたんですけど、この前もうひと頑張りっていうのを見つけてこようというお題が出たので、それでもうぐちゃぐちゃになってしまって、ここはもう迷宮入りしてしまいました。



6:15 P.M.
この30分で、あと3時間は頑張れる。

忙しい一日のラストパートは、苦いコーヒーだけじゃ乗り切れそうにない。そんなとき、お近くのサンマルクカフェでガッツンとスイーツはいかがでしょう。カサついたところにたっぷりやさしい甘さをチャージしたら、ほら、あともうひと仕事いけそうな気がしませんか。



こころの
スイーツ・チャージャー。



まったくいつもこいつも
残業ふやしやがって。
って、ま、いいか。



いつもこころにスイーツを。



ピロリ : B 案の方は、こないだ小霜さんが言ってたように、タグラインの『いつもこころにスイーツを』
ってところを大きくしました。

これはサンマルクカフェにいるひとでスイーツを食べている。でもその気分は無心になって、子どもにかえてスイーツを食べているっていう。その気分を表現したいな、って思って書きました。

センター : すごくなんかこれピンときたんですけど、インサイトが「コーヒーだけじゃ物足りないな」、
じゃないような気がして。だったらこのインサイトってなんだろうなって今考えてて。これはこれで僕はすごくキタんですけど。

安倍さん : エネルギーをチャージする時間がないな、とかじゃない？

センター : うーん。

世界の野糞 : 逆にその時間を、だったら仕事しちゃうよっていうひとに対してこういう視点を提示するっ
ていうことだよな。焦りじゃないけど。

安倍さん : これってウィダーインゼリーの2時間キープとは違うんですかね？

ピロリ : ウィダーインゼリーのキャッチってなんだっけ？

安倍さん : 10秒チャージ2時間キープっていう。

ピロリ : ああ、そういうことではないかな。

世界の野糞 : あれはあんな一瞬でこんなに頑張れるっていう。これは時間が大切なんだもんね。

センター : 逆にその30分があるから2時間頑張れるっていうことですよな。

ピロリ : このパフェのところで、ですよな。はい。

安倍さん : 30分が食べる時間、で、3時間はカフェにいる時間？

ピロリ：いやいやいや。

(一同笑)

ピロリ：食べた後3時間頑張れるって意味です。(笑)

おにぎり：コーヒーを飲みながらっていうのとコーヒーを飲みながらパフェって時間とかってどうなのかなって思いました。インサイトでコーヒーだけじゃ物足りないなって思っていたり、このキャッチコピーだとちょっとよくわかんない。

ピロリ：たぶんインサイトとキャッチが合っていないんですね。でもね、コーヒーを飲みたいっていうのと、コーヒーみたいな苦いものには甘いものが必要ですよね、みたいなことです。

おにぎり：わかりました。

で？：これは、30分きっちりとることでそのあと3時間頑張れるってことですよね？

ピロリ：はい。

で？：ターゲットとしてはどちらかというときっき初シカシカが言ってたネット見てるひとに言った方が効く、そのひとたちのインサイトにぶついたらもっと心に響くようになるんですかね。

米村：これ、休憩をとることにに対する罪悪感とかそういったインサイトに意図してる感じもあるかな。まあ土台としては男がスーツでスイーツ食ってるからって言ってるけれども、キャッチコピーの切り口としては夕方オフィスで休憩することに対して、それもありなんだっていう。

ピロリ：さっきのインサイトみたいな。

米村：うん。だからね『ココロのスイーツチャージャー』っていうのが甘いのでは。『いつもココロにスイーツを』っていうのは、とはいえスイーツじゃんっていう「ゆるさ」を捨てる感じがして嫌い

じゃないんだけど。この絵はなんかよくわからない。

ピロリ：そうですね。

米村：だからビジュアルがこっち（成人男性半分）だけでもいいのかもしれない。それで『いつもココロにスイーツを』って。なんかそれくらいのゆとりでやった方が仕事ってもっとうまくいくんじゃないかみたいな。そういう解釈をしたくなるような言葉だと思うんだけど。そこまで落ちきってないというか。

世界の野糞：単純に下の方向はやっぱりビジュアルとコピーをみただけじゃサンマルクにつながらないかな、と思いました。

米村：そこはもう少しフォローしなきゃいけないね。でもこれは今日唯一合格点かなって思った。

ピロリ：でも難しいですほんとに。サンマルクのお題自体がものすごく難しい。

米村：俺のせいじゃないよ。

（一同笑）

ピロリ：ただ難しいのに決まっちゃったな、ってのが最初からなんか。

米村：みんながいって言ったからね。

センター：言い出してしまったのは僕です。

（一同笑）

【垢プリのストラテジー・表現案】

サンマルクカフェ ストラテジー

競合

コンビニ(ドリンク&スイーツ)

USP

仕事から切り離された落ち着いた空間で、コーヒーとスイーツが楽しめる

ターゲット

働く男性

ターゲットインサイト

朝から外回り&打合せ続きでヘトヘト。そろそろ一息入れたいなあ。

Proposition

これからのもう一仕事の前に、コーヒーとスイーツでリラックスして、心も体もリフレッシュしませんか？



効くぜ。
プレゼン前のサンマルク。

“プレゼン成功の秘訣”を盗み本が溢れている。
「3分以内に話す」とか、「資料の暗記はしない」とかなんとか。
でも、本当の成功の鍵は、そんな小手先のテクニックなんかじゃない。
話し手の情熱。ほどばしるエネルギーを感じるかどうかだ。
君に、そのエネルギーはあるか。
きっと、充電が必要などきだっているだろう。
落ち着いた空間で機軸を払い、頭を一度からっぽにする。
右手にはスイーツ。糖分が頭の切れを癒します。
左手にはコーヒー。カフェインが君の気を呼び起こす。
さあ、準備は万全だ。
今日は必ず、うまくいく。
効くぜ。プレゼン前のサンマルク。

Coffee & Sweets
for Your Good Business
サンマルクカフェ
SANTALUC CAFE
1983



外回りに疲れたら
サンマルクカフェ
SANTALUC CAFE
1983

コーヒー&スイーツで
リフレッシュするビジネスマン
ゾクゾク増殖中。



垢ブリ：表現とストラテジーとにちょっと乖離があると思うんですが。それで、みんなも多分言っている

ように、スイーツを食べると恥ずかしいというか、入りづらいということだったので、ちょっと流行ってますよ、というか、入りやすいですよっていうのを言いたくて。で、キャッチはこんな感じで、コーヒーといろんな年代のビジネスマンを入れてみました。

もうひとつが絵にひっぱられすぎているんですが、プレゼンにはサンマルクが効きますよっていうのを言ってます。

ピロリ：タグラインはなんて書いてあるんですか？

哲ブリ：Coffee and Sweets for your good business です。ちょっとイケてるよっていうふうに。

(一同笑)

米村：だから戦略が違ってくるでしょ。だってこれが恥ずかしいとかなんとかっていう。

垢ブリ：それはどっちかっていうと表現で、基本的にはコーヒーアンドスイーツで働くビジネスマンにリフレッシュすることができますよっていうのを言いたいんで。でもうひとつ課題で、サンマルクに入りづらいつてのがあったんで、ちょっと戦略と乖離している部分なんです。

米村：だからそこがインサイトだよ。今日ずっと言ってきたのも、インサイトがみんなちゃんと規定できてない、そこを見いだせていないのがほとんど。そろそろ一息入れたいなってのはインサイトじゃなくて気分なんだよ。インサイトができてないから、ここもここも合格してる感じがしないって。で、今の説明で唯一インサイトっぽいのが、カッコ悪くて入りにくいなってこと。だったらそこを立脚点にして、どういう風に言ったらいいのかとか、いやそうじゃなくて、っていうことであれば、じゃあそれはなんなんだとか。一人で行きたいと思っているひとが行けない理由があるのか。そこを突き詰めて。まあさっきスイーツは女・子どもの食べ物なんて誰が決めたんだっていうのを誰かが書いていたけど、そういうのはインサイトになりうるかもしれない。まあ for good business っていうのはタグラインの押さえ方としてあるかもしれないけれど、。さっきのやつ（ピロリのもの）なんかは、押さえの方にもっとそういうのがあるとはっきりしたのかもしれない。

ピロリ：ビジネス感というか。

米村：『効くぜ、プレゼン前のサンマルク』。ちょっと恥ずかしくて意外と面白いかもしれないけど。

垢ブリ：外人の画像に影響されてます。

米村：何人世の中のひとが共感できるかっていう。

(一同笑)

垢ブリ：一般的じゃないかもしれませんね。

米村：まあちょっと言ってる根拠と違ってくる。

受講生一同：ありがとうございました！