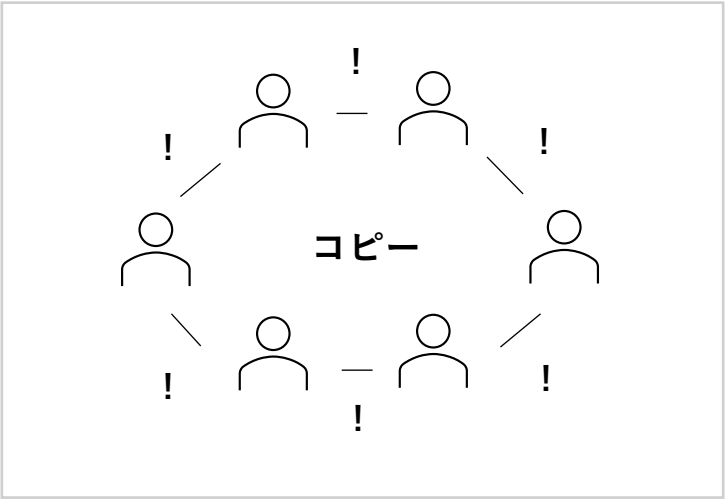
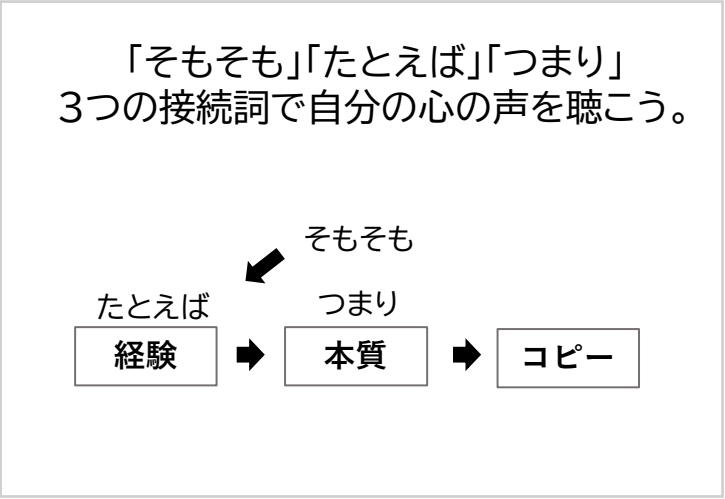


コピーって何だろう？



- ・コピーとは「言葉の企画」。
- ・人と人は、言葉によってつながっている。その「言葉」に「企(くわだ)て」を込めたのがコピー。
- ・コピーの力で、「なるほど!」「そうそう!」と、共感が広がっていく。

コピーのフレーム



無意識に働きかける
↓
とにかく思い出すこと。
思い出したもん勝ち!

実際の経験でも
テレビ・小説・映画で観たことでもOK
『経験という名の辞書』をしつこく引く

その中にひらめきがあります

- ・「そもそも」考えなければいけないこと(=テーマ)は何なのか？
「たとえば」こんな経験があった。
じゃあそれって「つまり」、こういうこと？
このように考えていくことで、コピーが生まれる。
 - ・3つの接続詞をつかって思いを巡らせて、無意識を意識化する。
 - ・人の無意識に働きかけるために…
とにかく思い出して、言語化していきましょう。
- ➡ワークシートを活用して
思いをめぐらせていきましょう。

準備運動

I love you.
あなたなら何て訳しますか？

そもそも愛とは何か？

愛とは…
“共有”→「半分こにしようか」
“関係の変化”「卒業したから生徒じゃないです」
“発見”→「あ、消しゴム落ちたよ」
“無意識”である→「昨日も、夢に出てきたよ」
“未来”→「いつか月にいかない？」

・夏目漱石は、「I love you.」を「月がきれいですね」と訳した…という逸話があります。

・あなたにとって、そもそも「愛」とは何か。

永遠の愛？真実の愛？
「いわゆる」の「枕詞」を疑う。
本当にそうだろうか？

たとえば、つまり、で思いをめぐらせてみましょう。

・心が弾んだ瞬間を思い出してみましょう。

表現のポイント

1 そのライバルと比べてみよう
2 書かずに伝える方法はないか？
3 テーマから生まれる心のさけび
4 ふふふ、となるダジャレでも。
5 あの人だったら何ていうか？

➡過去受賞作品から、どのような表現があるかを見てみましょう。
※詳しくは「表現のポイント」をご覧ください

・実際に書いてみたら…
・「これって本当？」と自問自答する。
・情景が思い浮かぶような、具体的なキーワードを入れてみる。
・どんな人がいて、どんなやり取りがあるのかな？と関係性が思い浮かぶような言葉を探してみる。

・助詞の違い、漢字のつかいかたで、伝わり方は変わります。

最後に

「発想」とは？
思いを、発する
↓
考えを、出すこと
↓
思ったこと、書いていい、出していい

あなただからこそ書ける言葉がある

・思い出したことを、心にとどめておくだけでなく、まずは書くことから始まります。

・「発想」を難しく考えず、思ったことを、書いてみる。

・自分の心をつかんで、丁寧に受けとめてあげることが大切です。

表現のポイント

1 そのライバルと比べてみよう

俺らにスタバはまだ早い （第2回ゴールド）
アサヒ飲料
キミが友だちにSNSを使って三ツ矢サイダーを飲みたいさせるアイデア

「三ツ矢サイダー」のライバルとして、「スターバックス」を置いたコピー。
お題になるもののライバルを考えてみる。

2 書かずに伝える方法はないか？

たまに眼鏡が1番可愛い （第4回グランプリ）
ジョンソン・エンド・ジョンソン ビジョンケア カンパニー
初めてのコンタクトならアキュビュー！と思わせるキャッチフレーズ

「コンタクト」と書かずに、コンタクトのことを描いています。
テーマを、違う方向で伝えられないか？と考えてみましょう。

3 テーマから生まれる心のさけび

ウチらのかわいい、もっとだし （第5回ゴールド）
道々楽者
思い出探し、自分探しができる卒アル作り「オリアル」を有名にするアイデア

学校から卒アルを渡されたとき、どう思うだろう…
素直な心のさけびが表現された、力強いコピーです。

4 ふふふ、となるダジャレでも。

きみにとど毛 （第4回準グランプリ）
イミュ
中高生が「塗るつけまつげ」を使ってみたくなるキャッチフレーズ

全部ひらがなで、「毛」 だけ漢字にしているという表現方法が、インパクトを生んでいます。

5 あの人だったら何ていうか？

「それなら入る」と、胃は言った。 （第3回ブロンズ）
永谷園
思わずお茶づけを食べたくなるキャッチフレーズ

家族、友達、先生、自分以外の立場に立って考えてみるだけでなく、モノや動物でも大丈夫。

過去受賞作品と審査員講評

思いっきり泣いた。明日は任せた。（第7回グランプリ）
粧美堂
TWOOL(トゥール)でふたえメイクをしたくなるアイデア

悔しいとか、悲しいとか、楽しいとか、10代は感情が高ぶって泣いてしまうことが多い。**情景や物語、この商品を使う人の心情が想像できました。句点の使い方も素敵。**たくさん泣いた後に、切り替えて明日は任せた、という、**心情の変化があらわれているのが良かったです。**

ひとえにもふたえにもなれるわたし。（第7回準グランプリ）
粧美堂
TWOOL(トゥール)でふたえメイクをしたくなるアイデア

多様性を内包していて、一重も二重も**両方肯定しているのが新しい切り口**。また、商品の機能を言っているようで、多様なことを語れている作品。**自分のことだけではない、世界につながるような普遍性**に、コピーとしての強さを感じました。

ヤマツハ （第6回グランプリ）
ヤマハ発動機
「電チャリ」に乗って学生生活を送りたくなるアイデア

たった4文字で電チャリのスピード感や、初めての電チャリに乗ったときの爽快感を伝えられるのは素晴らしいですし、 中高生“らしさ”も言葉に全部出ているコピーだと思います。

俺、スカートはきたい。（第6回グランプリ）
特別課題
中高生がSDGsに積極的に参加したくなるコピー

この作品に出会うことで、自分自身の考えを見つめ直すきっかけにもなりました。**人の心を動かすことができる素晴らしいコピー**だと思います。

無知が一番の無駄使い （第6回ゴールド）
四国銀行
そろそろお金を理解しなきゃ！と思わせるアイデア

一度パッと見ただけでも無知である自分に焦りを覚えて、**思わず「調べよう」という行動に移してしまいそうになりました。**新たな気づきの提供だけでなく、**行動や態度の変容まで促せるのは実務でも大切。**よいコピーだと思います。

みんないまどこ？ （第5回グランプリ）
河合塾
オンライン授業が浸透する中、河合塾に通う価値を感じるキャッチフレーズ

オンライン授業では友達が勉強する場所はもちろん、勉強の進捗状況もわからない。「みんないまどこ？」と聞きたくなる気持ちがいいろいろな角度から感じられる作品でした。**今しか言えないこと、この商品でしか言えないこと**が上手く入っている作品です。

「自分の心の声を聴こう」ワークシート

※複数の課題に取り組む場合は、
ワークシートをコピーして使用してください。

課題：



そもそも…

たとえば…



つまり…

つくったキャッチフレーズを、作品応募用紙に記入しよう

・課題番号を忘れずに記入しましょう。

・絵文字やイラストはデータで入力・印刷できない可能性があります。 ことばで表現してみてください。

・企画意図は、
「どんな時にそう感じたのか」「この言葉をだれに届けたいのか」「この商品のここが“いいな”と思った」など、「どうしてこの言葉にしたのか？」を簡単に書いてください。