

エンジニアのための、 キャッチコピーの作り方。

日本 Java ユーザグループ クロスコミュニティーカンファレンス 2008 Fall

岡崎 隆之 (watermint.org)

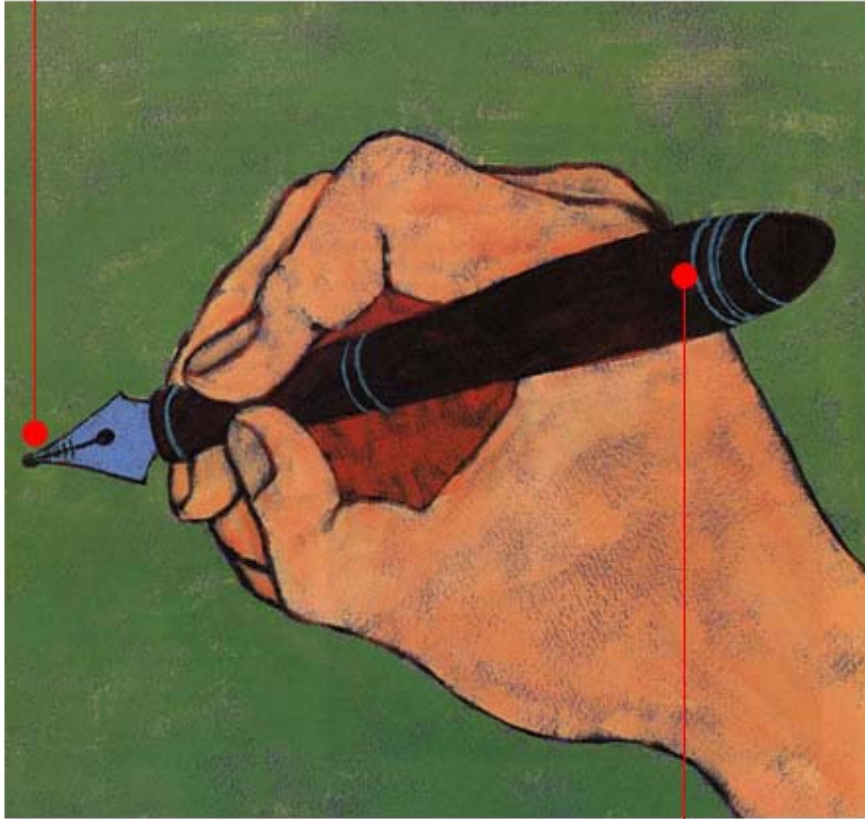
自己紹介：

おかざき たかゆき
watermint.org

※ マーケティングとか、
コピーライターの実務経験は
一切ありません。

東京コピーライター養成講座、 というのに通ってみました。

トキヨー・コピーパワー



【第30期】総合コース・10月30日開講

【第23期】研究コース・11月20日開講

<http://www.tokyo-copy.com>

キャッチコピーといえは。

No Music, No Life. (タワーレコード)

Just Do It. (ナイキ)

24時間戦えますか。(リゲイン)

日本を休もう。(JR東海)

キャッチコピーの目的は？

注意を引きつける。

商品やサービス、企業に

良いイメージをつける。

(さらに、どういうモノか分かってもらい、

買ってもらうことが最終ゴール)

キャッチコピーの目的は？

注意を引きつける。

広告は至る所に溢れていて、
そのほとんどは無視される。

商品やサービス、企業に

良いイメージをつける。

(さらに、どういうモノか分かってもらい、
買ってもらうことが最終ゴール)

キャッチコピーのつくりかた。

表現を作り込むのではなくて、
発見することを大事にする。

なぜ「発見する」なのか？

作り込んでいくと・・・

押しつけがましくなる。
テンプレート化されたありきたりの
内容に陥りがち。

例) 最新 web 2.0 時代のクラウド
コンピューティングによる SOA 基盤の
デザインパターン。

どういう風に発見するか？

1. ターゲットを設定する。
2. 「何を伝えたいのか」を整理する。
3. とにかくいっぱい考える。
(100個以上を目標に)

いっぱい考えたら、どれにするか選ぶ。

共感できるのはどれか？

インパクトのある表現はどれか？

伝えたい内容とあっているか？

失敗例（意図しない解釈が生まれる）

エンジニアが、キャッチコピーを作るためのセミナー？

エンジニアのための、
キャッチコピーの作り方。

エンジニアをターゲットとした
キャッチコピーの作り方？
（作り手はエンジニアとは限らない）

じゃあ練習してみよう！

お題：JJUGのキャッチコピー

ターゲットは自由に設定できます。
思いつかない場合は、
自分の家族・親しい友人を
ターゲットに設定してみてください。

考えた例

- どこから始めていいか、わからないから JJUG できいてみよう。
- 技術的な情報って、インターネットだけで探せると思ってた。
- 直接自慢できる場がほしい!
- 楽しそうに話してる人を見て、自分もやってみたくなった。
- Java SE 6、詳しい人どこにいるかおしえて JJUG!
- 仕事仲間としか話さないから、最近技術トピックが偏ってる気がする。

ちょっと冗長な感じがしますが、
それは後で調整できます。
まずは共感が得られるか、インパクトがあるか
といったポイントを大事にするといいでしょう。

まとめとポイント

発見を大事にする。

いっぱい考える。

ターゲットの設定はとても大事。

表現はあとで調整できる。