

瀬ト内工芸ズ。キャッチコピーコンテスト 2015

学生
限定

第一回

平賀源内

HIRAGA
GENNAI
KOSHIEI



CATCHCOPY CONTEST

伊子園

キャッチコピー募集!

👑
グランプリは
図書券
5万円



十段目
十段目
十段目

日本初のコピーライター
平賀源内 先生

マッチコピー

って、何？

モヤッチコピーとは、
一瞬で人の心を

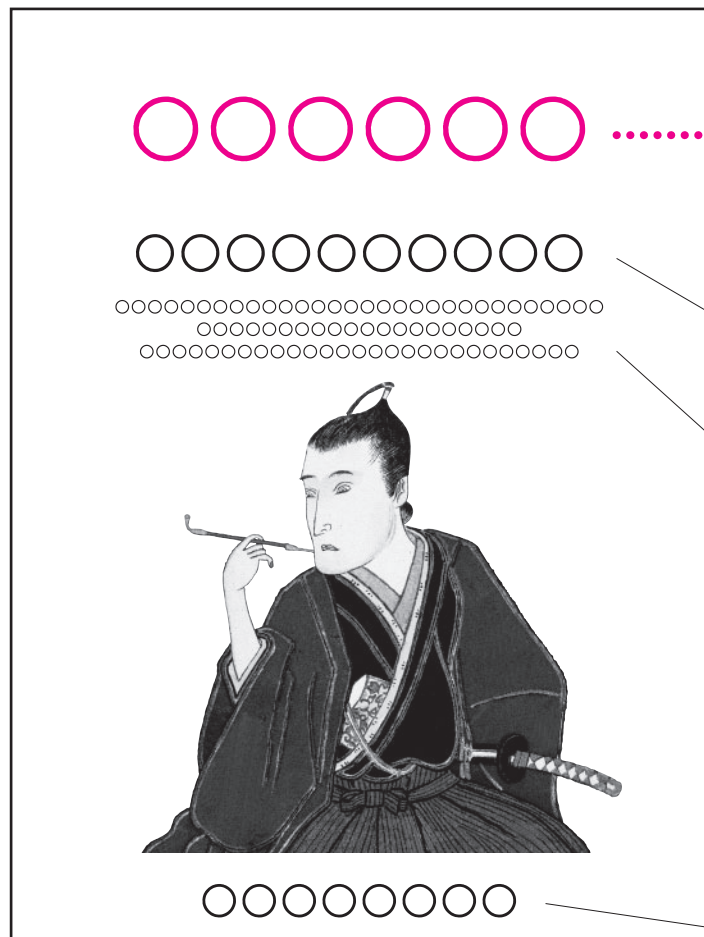
“モヤッチ”

するための言葉です。



コピーライターと呼ばれる職業の人たちは、
どんな言葉を投げかけたら一瞬で人の心をモヤッチできるだろう…
と日々考え続けています。

ちなみに、キャッチコピー以外にも
いろいろなコピーとその役割があります。



キャッチコピー

一瞬で人の心をキャッチするための言葉。
「面白そう!」「なるほど!」「共感できる!」「ハッとした」…
などと感じてもらえたら大成功。

リードコピー

キャッチコピーを補足する言葉。無い場合もあります。

ボディコピー

キャッチコピーだけでは伝えきれないことを紹介する文章。
無い場合もあります。

商品名・サービス名・企業名など

今回は、

「モヤッチコピーのみ」

のお題です。

あなたの書いたキャッチコピーを読んで、
課題の商品名（サービス名・企業名）を読んで、

「面白そう！」

「なるほど！」

「共感できる！」

「ハッとした！」…

などと感じさせる言葉を待っています。

いいもヤッチコピー

を書くには。

①

よく調べる。

いきなり書き始める前に、

まずは課題の商品（サービス・企業）のことをよく調べましょう。

インターネットで調べるもよし、実際にお店で見てみたり、

買って試してみるもよし

※今回の課題ではちょっと難しいものが多いかもしれませんね

②

情報を書き出してみよう。

調べたら、情報を書き出してみることがおすすめです。

課題の商品（サービス・企業）の機能的な特長を書き出してみたり、

最初に感じた素直な感想を書き出してみたり、

利用したらどんな気持ちになれるかを想像して書き出してみたり…

書き出した言葉の中にきっと、キャッチコピーの芽があります。

③

たくさん書いてみる。

書き出した情報をもとに、

マッチコピーをとにかくたくさん書いてみましょう。

コピーライターの多くは修業時代に、

1つの課題につき100本以上

マッチコピーを書く訓練をしたりします。

※ たくさん書くコツ

たくさん、と言っても

「てにをは」とか言い回しを変えて大量生産するのでは意味がありません。

たくさんの「切り口」を見つけることが大切です。

同じ商品でも、学生に売ると、社会人に売るとでは、

キャッチコピーは違ってきます。

親に売るなら？シニア世代に売るなら？外国人に売るなら？…などなど

売りたい相手をいろいろ想像してみることも、たくさん書くのに有効です。

他にも、こんな場所でも利用できそう、とか、こんなタイミングでも利用できそう、

などと利用シーンをいろいろ想像してみるのも有効です。

※ 書いていて行き詰ったら…

キャッチコピーを書く上で、いいヒントや刺激になるのは、他の広告のキャッチコピーです。

TCC(東京コピーライターズクラブ)が毎年発行している『コピー年鑑』には、たくさんのいいコピーが載っています。

いいコピーをたくさん見て、ユニークな発想や斬新な切り口を学ぶことは、いいキャッチコピーを書くのにきっと役に立つと思います。

※『コピー年鑑』は高価なので、図書館等で閲覧するのがおすすめです。

④

書いたコピーをセレクトする。

たくさん書いたマッチコピーの中から自信作を選びます。

似たような切り口のコピーを複数選ぶよりは、

切り口の異なるコピーを選んだ方が受賞の確率は高まると思います。

自分自身で絞り込むのもいいですが、身近な人に見せてみて

意見を聞いてみることも有効だと思います。

力作と出会えることを、
楽しみにしています！

瀬ト内



工芸ズ

GOOD DESIGN GOODS FOR SETOUCHI



SETÖUCHI CŌGEIZ