

2015 年度第 4 回物学研究会レポート

「喜んでもらうコミュニケーションづくり」

中島信也氏

(株式会社東北新社 取締役上席専務執行役員 CM ディレクター)

2015 年 7 月 13 日

1983年、企画演出部に配属。最初は師匠のカバン持ち。まずは「師匠の顔色をうかがい、楽しませて好かれようとする作戦」を実行。

そして、いよいよCMディレクターとしてデビュー。現在も、多くの広告ディレクションを手掛けているがまず、広告業界の全貌とCMディレクターの役割について解説。

広告制作では、まず、メーカーなどの広告主と視聴者の間に電・博に代表される広告代理店がいて、CMプランナーやアートディレクター、コピーライターが基本的なアイデアを企画、広告主に対してオリエンテーションやプレゼンテーションを行う。

基本方針が決まった後、広告代理店から仕事を請け、企画を実現させる具体的な方法を考えるのが、東北新社のようなCM制作会社。プロデューサーは予算、スタッフィング、スケジューリングという3つを考えながら、CM制作の作業に入り、企画を演出し、実際にCMをプロダクションに発注する。

中島さんの仕事はCMディレクターとして、企画の実現のために、イメージやアイデアを設計図、つまり「絵コンテ」に落とし込み、これをもとに撮影現場を監督すること。

ディレクターはプロデューサーや広告主から指名されないと仕事がもらえないので、中島さんは日常的に「プロデューサーの顔色をうかがい、好かれよう。仕事を受注できたら、今度はCMプランナーの顔色をうかがい、これなら絶対によくなりますよと期待させ、中島さんとやると、いいCMができそうだなと思わせる作戦」を実行している。

現在CMディレクターとして●喜んでもらイズムの実践

喜んでもらイズムのポイント。

1. CMの制作現場にはそれぞれ思惑をもった多くの人に関わり、いろいろな利害が渦巻いている。こうした現場をどう調和させ、プロジェクトを成功につなげるかに心をくたくこともディレクターの大事な仕事。この根底に流れるのが中島さんの「喜んでもらイズム」という哲学。

2. 「表現」というものはデリケートなものなので、細心の注意を払って制作しても、人によってはマイナスに作用することもある。実際、CMをみて「商品」を嫌いになることもありえるし、ブランドイメージに傷がついてしまうこともある。だから、その商品を買う買わない以前に、「好きかも…」「いいかも…」という程度でもいいから、「ちょっとプラス」の印象をもってもらおう表現を目指すことが大事。これが中島さんの考える「喜んでもらイズム」。

3. CMディレクターの仕事は、広告主とユーザーを結ぶこと。その前提としてディレクター自身がその企業や製品を、「いいぞ！」とちゃんと伝えなければならない。つまり、自分が自信をもって「いい！」と言えないものを、広告として広く伝えていくのは、たとえ仕事であっても、やっぱり違うのではないかと中島さんは考えている。

要は、自分のやっていることには責任をもって、ポジティブに取り組むことが、クライアント企業にもプラスであり、社会的な意義でもある。これは中島さんの「喜んでもらイズム」の大事なポイント。

4. CM 制作には経験や技術に裏打ちされた、クリエイティブという意味の「創造力」は絶対に必要。しかし、「喜んでもらイズム」の根っこで、いちばん大事なことはイマジネーションのほうの「想像力」。

これは、空想や夢想という意味の「想像」ではなく、「こんな言い方でちゃんと伝わるのか？」「こんなことを言ったら、相手は傷つかないだろうか？」など、自分の行為に対して相手の心がどう感じるのか、あれこれと想像する「心の働き」のこと。

そういう意味から、中島さんは想像する「力」＝想像力でなく、想像する「心」＝「想像心」と呼んでいる。モノづくりにはこの「想像心」が一番必要ではないか。これがまずしいと、人を喜ばせることはできないのではないか。

5. 広告の仕事はコミュニケーションをつくる仕事。これは、デザインも同じ。見ず知らずの人にお声掛けするという、ものすごくデリケートな行為から始まる活動。だから、視聴者の気持ちを考えずにつくったCMは、今でいうところの、「スルーされてしまう」ことにもなりかねない。それは、お金の無駄遣いだと中島さんは考えている。

「顔をうかがう＝消費者リサーチ」であり、相手の気持ちを思う「想像心」を働かせて、「ちょっとプラスに動かす」CM をつくることで、何らかの形で心に残してもらい、好きになってもらう。少なくとも、嫌いにならないようにする。企業と人々を結ぶデザインやコミュニケーションが豊かであればあるほど、その国は豊かであり、公平なパブリックな放送メディアがあるかどうかとも豊かさのバロメーターではないかと、中島さんは考えている。

●まとめ

現在、中島さんは、毎週土曜日午前 11:00～文化放送で「なかじましんや土曜の穴」のパーソナリティを務めている。<http://www.joqr.co.jp/ana/>

女の子にもてたい一心の「顔をうかがって、好かれよう作戦」は、現在は「喜んでもらイズム」へと進化し、中島さんの CM 制作、その他の活動の基本となっている。

以上

2015 年度第 4 回物学研究会レポート
「喜んでもらうコミュニケーションづくり」

中島信也氏

(株式会社東北新社 取締役上席専務執行役員 CM ディレクター)

写真・図版提供

01 ; 物学研究会

編集=物学研究会事務局

文責=関 康子

- [物学研究会レポート] に記載の全てのブランド名および商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
- [物学研究会レポート] に収録されている全てのコンテンツの無断転載を禁じます。

(C)Copyright 1998~2015 BUTSUGAKU Research Institute.