

演習 1 Let's make movie CM

❖ 目 標 テレビ CM の企画から製作までの流れと手順を学ぶ。

❖ 演習形態 個人

❖ 演習の流れ

(1) 広告計画の立案

①商品カテゴリと商品の決定	どのカテゴリのどの商品について広告計画を立案するか決定する。
②商品の背景分析	その商品の特徴を考える。顧客がそのカテゴリに何を期待して商品を購入するか考える。競合商品を考える。
③商品の長所・短所	その商品の長所と短所を整理する。
④ターゲットの設定	広告のターゲットとなる顧客について整理する。 →年齢、性別、どのような活動をしているか、どのような世帯構成か、どのようなテレビ番組が好きか、など。
⑤ポジショニングの把握	その商品と競合商品がどのような位置にあるのか、ポジショニングマップを作成する。キーワードは、反対の意味をもつことばがよい。選んだ商品と競合商品がどこに位置づけられるか確認する。
⑥課題、目標の設定	この商品で解決すべき課題や目標を考える。 「これを解決すれば、この商品が売れる」
⑦広告コンセプトの決定	その課題を解決し、目標を達成するための広告コンセプトを考える。課題を解決するために顧客に伝えるべきことを、できるだけ短いことばで表す。

(2) CMキャッチコピーの決定

広告コンセプトを元に、大まかなCMの流れとキャッチコピーを決定する。「なにをどう伝えたいのか」が重要ポイント。

(3) CMストーリーの立案

CMのストーリーを組み立てる。広告コンセプトをどう表現するのか、このストーリーづくりはCMのできを左右する、重要な工程。

(4) シーン割りの作成

CMを構成するカットやシーン割りを組み立てる。ストーリーをどういったカットやシーンで表現するのかを決定する。シーンの順番や撮影の角度、秒数など、細かいところまで決定する。

(5) コンテンツの製作と撮影

CMに使用するコンテンツを作成し、実際に撮影を行う。編集することを考えて撮影をしておく、編集のとき楽！

(6) 編集とCMの完成

作成および製作したコンテンツを編集し、決められた秒数にまとめ、CMを完成する。

(7) プレゼン準備とプレゼン

完成したCMをプレゼンする。CMの完成度だけでなく、採用されるためには、このプレゼンがとても重要ですぞ！

(8) 振り返り

演習1の振り返りを、自己分析で行う。次の実習2にステップアップするためにとっても大切なことなので真剣に！

演習 2 Let's make movie CM by the team

❖ 目 標 テレビ CM の企画から製作まで、チームで作り上げる。

❖ 演習形態 グループ

❖ 演習の流れ

(1) 広告計画の立案

①商品カテゴリと商品の決定	どのカテゴリのどの商品について広告計画を立案するか決定する。
②商品の背景分析	その商品の特徴を考える。顧客がそのカテゴリに何を期待して商品を購入するか考える。競合商品を考える。
③商品の長所・短所	その商品の長所と短所を整理する。
④ターゲットの設定	広告のターゲットとなる顧客について整理する。 →年齢、性別、どのような活動をしているか、どのような世帯構成か、どのようなテレビ番組が好きか、など。
⑤ポジショニングの把握	その商品と競合商品がどのような位置にあるのか、ポジショニングマップを作成する。キーワードは、反対の意味をもつことばがよい。選んだ商品と競合商品がどこに位置づけられるか確認する。
⑥課題、目標の設定	この商品で解決すべき課題や目標を考える。 「これを解決すれば、この商品が売れる」
⑦広告コンセプトの決定	その課題を解決し、目標を達成するための広告コンセプトを考える。課題を解決するために顧客に伝えるべきことを、できるだけ短いことばで表す。

(2) CMキャッチコピーの決定【企画会議-ブレインストーミングと付箋紙によるまとめ】

広告コンセプトを元に、大まかなCMの流れとキャッチコピーを決定する。「なにをどう伝えたいのか」が重要ポイント。

(3) CMストーリーの立案【企画会議-ブレインストーミングと付箋紙によるまとめ】

CMのストーリーを組み立てる。広告コンセプトをどう表現するのか、このストーリーづくりはCMの成否を左右する、重要な工程。

(4) シーン割りの作成【企画会議-ブレインストーミングと付箋紙によるまとめ】

CMを構成するカットやシーン割りを組み立てる。ストーリーをどういったカットやシーンで表現するのかを決定する。シーンの順番や撮影の角度、秒数など、細かいところまで決定する。

(5) コンテンツの製作と撮影【役割分担と自分の役割に全力を尽くす】

CMに使用するコンテンツを作成し、実際に撮影を行う。編集することを考えて撮影をしておく、編集のとき楽！

(6) 編集とCMの完成【楽しむ】

作成および製作したコンテンツを編集し、決められた秒数にまとめ、CMを完成する。

(7) プレゼン準備とプレゼン【聞く人の心に響くプレゼン】

完成したCMをプレゼンする。CMの完成度だけでなく、採用されるためには、このプレゼンがとても重要です！

(8) 振り返り【さあ、次のステップへ】

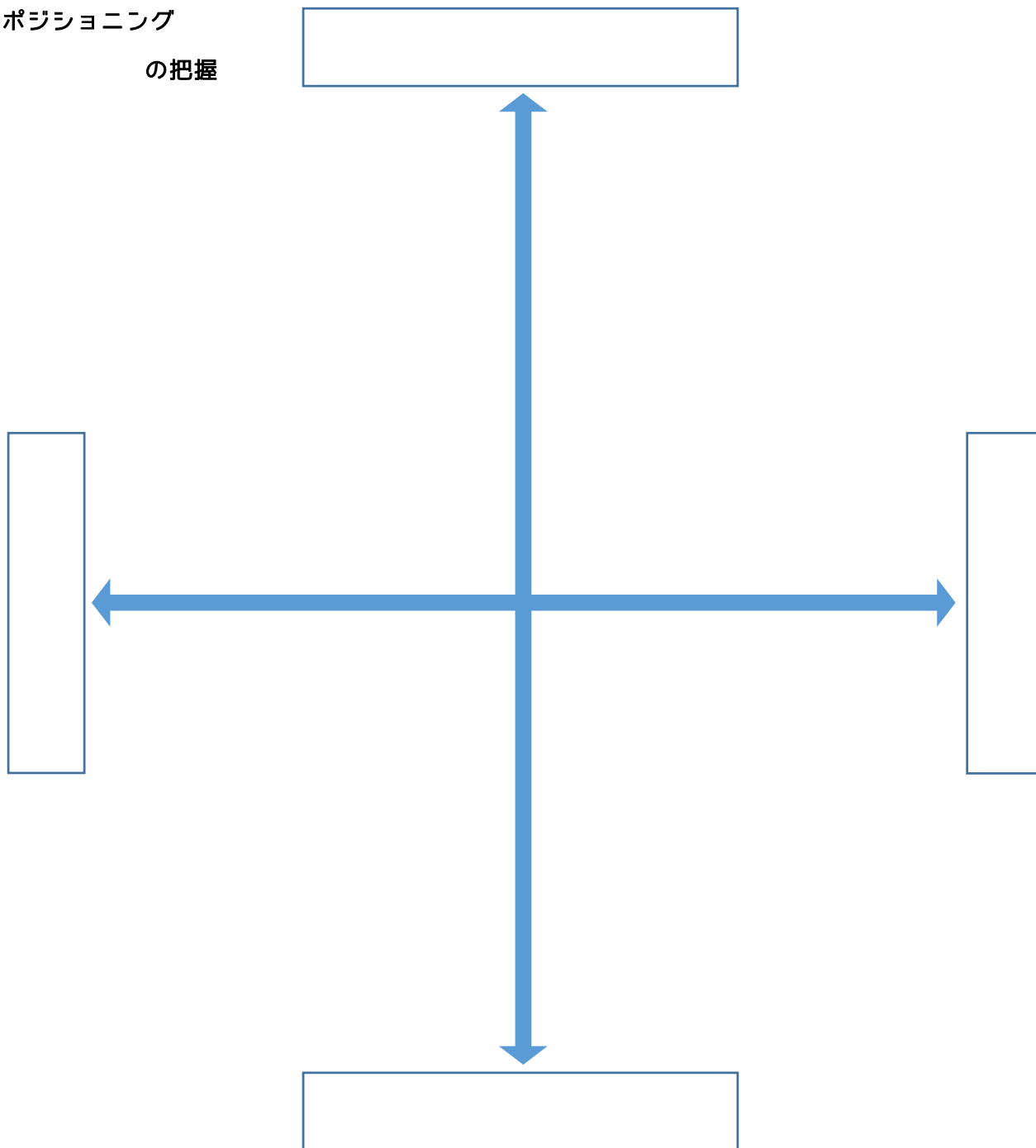
実習2の振り返りを、グループごとに行う。次の実習3にステップアップするためにとっても大切なことなので真剣に！

広告 PLANNING Outline

--	--

手順	項目	記入欄
商品カテゴリー と商品の決定	商品カテゴリー	
	商品	
商品の背景分析	商品の特徴	
	期待されるもの	
	競合商品	
商品の長所と短所	商品の長所	
	商品の短所	
ターゲット設定	年齢	歳 ~ 歳
	性別	男性 ・ 女性 ・ 関係なし
	職業など	会社員 ・ 学生 ・ 主婦 ・ 無職
	世帯構成	単身 ・ 夫婦 ・ 子どもと同居 ・ 独立前
	テレビ番組	
	雑誌	
	その他	

ポジショニング
の把握



課題と目標の設定

課題

目標

広告コンセプト
の決定

CM Copy PLANNING SHEETS

--	--

① CM するものとそのターゲット

② CM のコンセプトとイメージ

③ CM の内容

④ いちばん、なにをどう伝えたいのか

⑤ CM キャッチコピー

CM Story PLANNING SHEETS

--	--

① CMのテーマとキャッチコピー

② CMのタイトル

シーン	説明（箇条書き）	追加情報

⑤ 補足事項

--	--

シーン4

時間

秒

シーン5

時間

秒

シーン6

時間

秒

--	--

シーン 10

時間

秒

シーン 11

時間

秒

シーン 12

時間

秒

実習1 発表原稿シート

--	--

CM制作を依頼した、クライアントが、「採用したい」と思わせることが必要です。ただ、作ったCMを見せるだけでよいのでしょうか？いえいえ、クライアントが「なるほど」と思ってこそ、そのCM制作は成功なのです。そのためには、次の内容をしっかりとクライアントにプレゼンすることが大切です。

- 1 CMのタイトル
- 2 どんなストーリーか
- 3 ターゲットはどこか
- 4 CMを見て、どんな気持ちにさせて、購買意欲を起こさせるのか
- 5 アピールポイント

また、プレゼンテーションにおいて、相手に好印象を与えなければ、また相手に自分の思いが伝わらなければ、せっかくいいCMを作っても、よい評価はされません。ヒトは感情で動くのです。聞くヒトに気持ちのいい感情を持ってもらうことがなにより大切です。そのためにプレゼンテーションでの次の点は、とても重要です。

- 1 服装（清潔感）
- 2 挨拶（さわやかさ）
- 3 態度（堂々と、優雅に）
- 4 話し方（声の大きさ、張り、抑揚、トーン、はやさ）
- 5 話す内容（長すぎない、どこがポイントなのかわかる、結論がわかる）

【3分以内でのCMプレゼンをつくろう】

--

「For self-check」

自己分析用 CM制作 振り返りシート		自己分析レベル(5段階)
伝えたいことが明確に表現できたか ポイントをしぼって説明できたか		5・4・3・2・1
話し方・伝え方 についての反省		
コンセプトの設定とプランニングは適切だったか		5・4・3・2・1
CM企画 についての反省		
CMは意図通りに作成できたか		5・4・3・2・1
CM制作 についての反省		
計画や制作するときに工夫できたか		5・4・3・2・1
工夫したところ を教えてください		
あなたのCMは成功したか		5・4・3・2・1
プレゼンを 終わって 感じたこと		
自己総合評価(準備も含めて)		5・4・3・2・1
企画～制作～ 発表まで全体 を通しての感想		

「For self-check」

グループ分析用 CM制作 振り返りシート		グループ分析レベル(5段階)
伝えたいことが明確に表現できたか ポイントをしぼって説明できたか		5・4・3・2・1
話し方・伝え方 についての反省		
コンセプトの設定とプランニングは適切だったか		5・4・3・2・1
CM企画 についての反省		
CMは意図通りに作成できたか		5・4・3・2・1
CM制作 についての反省		
計画や制作するときに工夫できたか		5・4・3・2・1
工夫したところ を教えてください		
チームのCMは成功したか		5・4・3・2・1
プレゼンを 終わって 感じたこと		
グループ総合評価(準備も含めて)		5・4・3・2・1
企画～制作～ 発表まで全体 を通しての感想		

