



今回はすごく楽しくて、言いたいことが伝わってくる。そしてやさしい気持ちになれるCM。ACジャパン寛容ラップ『ただくより、たたえ合おう。』です。第60回JAA広告賞消費者が選んだ広告コンクールではテレビ広告部門JAA賞グランプリ、経済産業大臣賞も受賞。おめでとうございます。喋りの量がとても多いのですが、字幕付きでもちゃんと伝わるものは伝わる、という証拠のCMです。東急エージェンシーの森井聖浩さんにお話を伺いました。



株式会社 東急エージェンシー
関西支社 ソリューション部CRユニット
クリエイティブディレクター
森井 聖浩氏

◆アイデアの種、企画・ストーリー・・・

森井CD「不寛容な時代～現代社会における公共マナー。これがACジャパンより提示された今回のテーマでした。誹謗中傷が非常に目立つこの時代に、寛容って大事だということを改めて認識してもらおう企画が良いなと思いました。テレビよりもスマホとの時間が長い人たちも意識し、ストレートで強く印象に残り、すべての人に届くメッセージ『ただくより、たたえ合おう。』を開発しました。」

「このコピーをベースに、チーム全員で企画を考えました。そこで出たアイデアがめっちゃくちゃ褒め合うラップバトル。ただ褒め合うだけではおもしろくない。そこから考えたストーリーが、みんながすごく共感できる入り口でした。」

「それは、誰もが一度は経験したことがある“あるある出来事”。お年寄りがレジで支払いに困っているところに強面のお兄ちゃんが詰め寄って、イライラして怒るのかなと思ったら、お年寄りを思いやるラップを始め、まさかのお年寄りもラップで返していくというギャップの展開でした。60秒CMを考えた時に、ずっとラップを繰り返すだけでは、視ている人は途中離脱すると想定し、後半最後に、冷めた感じのギャル店員が情熱的にやさしく歌いあげるという3段ギャップ仕立てにしました。キャスティングも多様性を考え、お年寄りや強面の若者とギャル店員さん。本格派のラッパーで強面の人を探し、それが呂布カルマさんで、この人しかいない!と思いました。」

◆反響

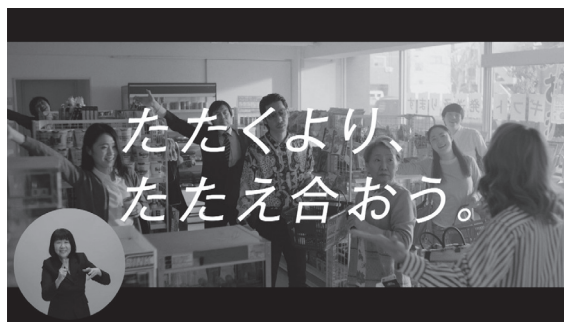
森井CD「昨年の7月からテレビでCMがオンエアされ、すぐにSNS上で、すごい勢いで広がっていきました。その後ネットメディアで、続いて新聞、テレビ番組に取り上げられ、発火点がSNSだったのが、面白いというか、時代というか、とても興味深く感じました。」

◆字幕付きCMへの制作者としての取り組み

森井CD「今回のCMに手話・字幕を入れる事はACからの条件です。しかし字幕付きCMは、現場で必要なのかと議論になりました。手話ワイプもそうですが、ただ入れるのではなく、字幕や手話を逆にこちらから入れた方が良い、というくらい逆提案の気持ちで工夫しました。受け身で制作するとどこかで表現は歪みます。手話ワイプの躍動的な演出によって、逆に手話の方が主役だという声が出るくらい注目されました。『ただくより、たたえ合おう。』というメッセージを、このCMで共感していただけたのは本当にありがたいです。」



(男性客) ♪ Yo! もれがして焦ってんのか おばーまん



※協力 ACジャパン

この寛容ラップで、字幕付きCMをあらためて認識された方も多いと思います。2022年字幕付きCM・オブ・ザ・イヤーといってもよいかもしれません。字幕で商品が理解され、興味が持たれる。字幕付きCMの可能性を感じます。制作の方々も営業の方々も、広告会社のすべての皆さん。ぜひ、前向きに字幕付きCMに取り組んでいただければと思います。

これにて1年間の連載を終わります。ご愛読ありがとうございました。取材に応じくださった皆様、改めて御礼申し上げます。

(ご質問は事務局 info@jaaa.ne.jp まで)