

## NEXTGENERATION通信Vol.2 最高の盛り上がりを作るコツ

こんばんは。新田です。

NEXTGENERATIONスタートしましたね！

長いんで「ネクジェネ」って略したらいいと思います。  
ラブジェネみたいなノリですね（笑）

このメルマガもネクジェネ通信という感じで呼びます。

なんか色々な業界で話題になってるそうで、  
あちこちで紹介してもらって、ありがとうございます。

ちょっと集まりすぎて、  
昨日だけでメールが数百通来ててびっくりしたんですが（笑）、  
全部読みましたよ！！めっちゃ時間かかった！！

いや～でもやっぱりメール大量に来てると、  
エネルギーが集まって来てる感じがします。

元気玉みたいな感じですね。

皆のエネルギーを集めて書いていきます。

なるべく色々な人のメール取り上げていこうとは思ってますが、  
さすがに数百通取り上げるわけにはいかず、  
実際は一部のメールを取り上げることになるんですが、  
全部読んで、全員のメールを何らかの形で反映させていきます。

なんか「これから毎回返信します！」と宣言してくれてる方もいて  
頑張ってもらいたいですね（笑）

皆で大きな元気玉を作る感じで、  
やっていけたらと思います!!

さて、お題のCM、もう見ましたでしょうか？

メンバーサイトに置いてるので、  
まだの方は見ておいて下さいね！！

<http://www.nextgt.jp/m/main.php>

ID : kitanorikarika@gmail.com

以下ネタバレになるんで  
先にCM見てから進めて下さい!!

このCM、本当良くできてるなぁと昔から思ってた、  
多分これだけで1冊本書けるくらい語れます。

それくらい色々な角度から解説できるので、  
今日1日では無理なんで、  
何回かに分けて、順番に解説していきます。

なので、何度も見てほしいですね。

ネクジェネでは、テクニク的なことも沢山解説して、  
参加者全員が自分1人で稼げるようになればいいなと思っているんですが、  
最終的には、情報発信力を付けてもらいたいと考えています。

このメルマガが1万人になったとして、  
例えばもしこの1万人が、それぞれ1000人のコミュニティを作ったら  
それだけで日本の1割を占めることになります。

まあ実際は被ったりするのでそうはならないかもしれませんが、  
それくらいの規模感を意識して伝えていきます。

情報発信力が身につけば、  
今後、どんなビジネスをやっても成功します。

一生モノのスキルです。

じゃあ、それを磨いていくためにはどうすれば良いか？

ってことなんですけど、  
「ユニークなフィルター」  
を作っていく必要があるんですね。

どれだけ世界を面白く見れるか、ってことです。

赤い下敷きを通して世界を見たら、  
赤い世界が見えます。

それは何故か？

下敷きが、赤以外の光を全部吸収してるからです。

そしたら、まるで別世界が見えるわけです。

フィルターってそういうものです。

今回のCMも、どの切り口で見るか？によって、  
全く見方が変わってきます。

じゃあちょっと、さっそくメールを1つ紹介しましょう。

=====ここから=====

初めまして。

初めてメールを返信いたします。

さくらと言います。

よろしく願いいたします。

CMの動画を拝見しました。

セールスレターの流れを捉えているということですが  
私が気になったのはストーリーよりも音楽です。

喜怒哀楽を曲調で表していることはすぐにわかりますが  
それとは別に音の使い方、音の数、スピードまで計算されているような気がしました。

55秒あたりまではピアノとストリングスのみでスピードも安定していません。

発音タイミングもバラバラでリズムがとれない状況です。

幼少期と関係性の不安感を音楽で煽っているような感じですね。

音に対するちょっとした違和感も感じます。

主人公の成長過程という感じでしょうか。

1分25秒あたりまではスピードと音使いが先程よりかは安定します。  
しかし不要な音や不安定感が残っています。

1分50秒あたりまではわかりやすい悲しげな曲ですね。  
2分20秒までは完全に不協和音で余計な音が入っています。  
敵を印象づけたいような感じにとれます。

そして2分44秒までは覚悟と成長を感じます。  
くるぞくるぞ！と期待が膨らみます。

2分45秒からは音の数が一番多いと思います。  
ストリングスも力強く、ピアノの転がり方も波打っています。  
音の安定感も今までで一番良いです。  
でも、ちょっと過剰に音を出して印象づけているという感じですね。

3分20秒からの静寂がラストの盛り上がり印象づけます。

そしてラストの3分24秒からの音使いは違和感がありません。  
適度な音の数、適度なスピード、適度な発音タイミング  
全部が安定しています。

このように音だけに集中しても感情の高ぶりを意図的に操作しているように  
思えました。

これをテキストで表現できれば人の心を動かすレターができあがりそうですね。  
適切なタイミングで、適切な言葉を使って感情を揺り動かしてあげるといことでしょうか。

今度はストーリーを言語に直して説明できるように頑張ってみます。

ありがとうございました(^^)  
=====ここまで=====

栄えあるメール第一号、おめでとうございます!!笑

なかなか面白い視点だと思います。

実際このCMは一切誰も喋っておらず、音楽だけで作られているので、音楽が、何らかの形でストーリーが反映されている、ということ自体は全員分かったと思いますが、

さくらさんが言語化することで、「ここまでは気づかなかった！」という部分もあったのではないのでしょうか。

例えば、冒頭のシーンは、非常に美しい音楽が流れます。

これは、テレビの女性が優雅に踊っている姿が写像されてるのです。

しかし、26秒（バレエ教室のシーン）からの音楽は、少し不安定感が出ます。

これはさくらさんの、

「幼少期と関係性の不安感を音楽で煽っているような感じですね音に対するちょっとした違和感も感じます。主人公の成長過程という感じでしょうか。」

というのが非常に上手に表していますね。

ここからは、主人公の女の子・・・えーと、名前がちょっと分かんないですけど。

ロシア人なのでロミータハシニコフと勝手に名前付けちゃいますがロミータの精神状態が音楽に反映されています。

特にクライマックスの前に、ロミータのライバル（敵？）が出て来てからは、微妙に音にノイズが入っています。

これは、漠然とした不安や、これから起こる良くない出来事を表していて、そのノイズがだんだん大きくなって来た時に、視聴者も気づきます。

「良くない出来事」というのは、  
必ず前兆みたいなものあって、  
人はそれになかなか気付けません。

それは音楽にも反映されていて、  
最初のノイズはほとんど分かんないくらい小さいので  
聞いててあまり意識にのぼって来ないようにになっています。

それがだんだん大きくなっていくことで、  
「あれ？何かおかしい！」  
という不安を煽るわけです。

そういった様子を音楽に取り込んでいって、  
気づいた時には、問題は悪化しているのです。

こんな風に、さくらさんは  
「音」という下敷き（フィルター）で見ることで、  
それ以外の情報を削ぎ落とした結果、  
ユニークな視点で見ているわけですね。

最初はこういった練習からやってみるのをお勧めします。

なんでもかんでも盛り込もうとしても、  
なかなか面白い発信になりません。

1つの切り口（フィルター）を通して、  
徹底的に書いてみる、ってことですね。

ちなみに、  
「神話の法則」  
というフィルターで見ている人も結構いました。

多分100人以上いました（笑）

色々当てはめたりして書いてくれてる人もいて、  
だいたい全員合ってると思います。

神話の法則は、僕もこれまで色んなコミュニティで解説してきたんで  
もう共通言語になってると思いますが、

今回は完全初心者もたくさんいることを想定してるんで簡単に解説しておきます。

神話の法則ってというのは、

「日常の世界 (Ordinary World) 」  
にいる主人公ロミータが、  
「新世界 (Special World) 」を知り、冒険の旅に出て、  
様々な困難を乗り越えながら、  
最終的に最大の問題をクリアし、  
報酬を持って帰る、  
というのが神話の法則です。

超ざっくりですw

日常の世界→〈困難、敵、壁〉→新世界

こういう構図で、新世界に行って冒険をして、  
宝を持って帰るという流れです。

まあ神話の法則に関してはここ1年でだいぶ作り変えたので  
またそのうちきちんと説明します。

確かにこのCMも、神話の法則に見事に当てはまってるワケなんですけど、  
ちょっと今回はもう一歩踏み込んでみましょう。

神話の法則では、  
主人公は大きく分けて2回、  
大きな困難を乗り越えなければいけません。

ロミータで言えば、  
1つ目が幼少期に、バレエ教室に通ったけど  
体も硬くて皆に陰で笑われている状態から、成人になるまでですね。

基本的に、1つ目の壁は、  
きちんと努力したり、仲間が現れたり、メンターの手助けによって、  
割と簡単に乗り越えることができます。

ロミータも、努力することで1つ目の困難はクリアできました。

しかし、問題は2つ目です。

2つ目の壁は非常に大きく、努力でなんとかなるようなものではありません。  
もう、パラダイムがガラッと変わったり、  
ちょっと次元が変わるようなことをしたり、  
あるいは特別なアイテムや必殺技とかがないと  
乗り越えられないような壁です。

ロミータで言えば、2つ目の最大の壁（これをオーディールと言います）は、  
おばあちゃんにもらった服を破られ、  
絶望的な状況になっている時がそうです。

ちょっとこのシーンはコピーライティングで非常に重要な学びがあるんですが  
それ話すと長くなるので、また次回ということで、  
今日は別の視点で。

ロミータは、絶望的な状況に追い込まれるも、  
あえてそのままの服で、演技をしました。

すると、あらふしぎ。

素晴らしい演技で、会場全員がスタンディングオベーション。

なぜ・・・？！

ここが最大のポイントです。

普通、ストーリーだと、  
窮地に追い込まれた主人公を助けてくれる何かが  
出て来るんですよ。

たとえば仲間が殺されて、  
怒りによって覚醒してパワーアップ！  
みたいな少年ジャンプ的なアレもあれば、



秘密のアイテムや必殺技を手に入れる、とか、  
まあ色んなパターンがありますけど。

音楽も明らかに「もうムリぽ」的な空気を醸し出してたのに、  
どうしてそこから逆転できたのか？

視聴者の中で、そのモヤモヤ感がずっと残るわけです。

これを「認知不協和の状態」と言います。

あ、ネクジェネではあんまり難しい用語とか使わないようにしたいので、  
認知不協和とか分かんなければ  
「もやもやした感じ」  
でいいです。

うまく行って良かったけど、  
あれ？何でうまくいったんだろう？みたいなの。

そう思いながら見ていたら、  
最後に答えが分かるのです。

「そうか！パンテーン（シャンプー）のお陰だったんだ！！」

と（笑）

人は、もやもやしてる時に、  
もやもやを解消する薬を欲しようとするんです。

そして、その薬を渡された時に、  
無条件で受け入れてしまう性質があります。

今回も、認知不協和に陥ることで、  
「パンテーンのお陰だ」  
という謎なロジックを、受け入れてしまうんですね（笑）

しかも、最初は「髪が綺麗だったから！」という薬をまず渡して、この時点ではまだ認知不協和が解消し切れていない状態になります。

確かに髪はめちゃ綺麗だけど、  
そうなる伏線あったっけ？

髪を綺麗にする描写とか無かったけど、  
どういこと・・・？

みたいになるのです。

その直後、パンテーンのロゴを出すことで、  
「ああ、パンテーン（のCM）だったんだ！」  
とようやく解消されます。

この段階で、ストーリーの世界から、現実世界に戻るわけです。

そもそもこのCM、「何のCMか分からない！」という状態が最初からずっと続きます。  
「保険のCMかと思いました」ってメールが100通くらい来てたほど（笑）

なので、そういう意味での「もやもや」も、  
最後のシーンで解消されるのです。

色んな伏線が最後のシーンで一気に解消される、  
そういう多重構造になってるワケですね。

そういえば、ピークエンドの法則というものがあって、  
これは、人がストーリーを見る時、  
ピークとエンドしか印象に残らない、という法則です。

このCMでいったら、最後のシーンでエンドとピークが両方同時に来てるわけですが、  
そのピークとなる部分に、全ての伏線を回収する、  
最大の盛り上がりポイントを持って来ているのです。

だから盛り上がり感半端ないですよ。

しかも、このCMはある特徴があります。

こちらのメールを紹介しましょう。

=====ここから=====

はじめまして。  
永田と申します。

今回のCMはPANTENE、  
いわゆるシャンプーのCMなのですが、  
私が

『これってシャンプーのCMかな』

って気がついたのが、  
2：45の、ライバルに意地悪されて、  
結んでいた髪を下ろすところです。

その時に、

『うわ、めっちゃ綺麗な髪やんけ』

と思い、

『あ、そういえばこれなんかのCMだった』

と気づき、シャンプーかなと思いました。

今回のCMのようなストーリーをもちいたCMは、  
今の時代、星の数ほどあると思うのですが、  
このCMの素晴らしいところは、

”圧倒的な引き立て役”

に徹しているところだなと。

シャンプーやブランド名を売り出すのはもちろん、  
髪的美しさや、髪の効果や効き目（ベネフィット）すら一切出てきません。

出てくるのは、一人の少女の成長と挫折と栄光のストーリー。  
そんな人生にちょっとだけ華を添えているという感じ。

このナチュラルに馴染んでいて、  
それでいて魅力を引き立てている”立ち位置”が素晴らしいなど。

このCMにあえてナレーションを入れるのであれば、

・今までよりも最高に輝く一瞬のために

という感じでしょうかw

繰り返し見てみると、  
CMの中では何度も何度も髪にフォーカスされていて、  
それが最後の数秒で最高に輝いてみえる、  
そういうエンターテインメント的な魅せ方もあるなと感じました。

とりとめもない内容になりましたが、  
初めてのメール送らせていただきました。

今後も楽しみにしています！

=====ここまで=====

これすごく大事なポイントで、  
このCMにおいて、一切シャンプーの機能性を説明してないし、  
そもそもシャンプー自体が出て来てないんですね。

シャンプー使ってるシーンとかあったら嫌らしいし、  
「髪が綺麗だったから優勝できた」  
とも一言も言ってません。

だから、このCMを見て、  
「うお～～パンテーンのシャンプー買いに行こう！！」  
みたいにはならないでしょう。

しかし、優勝した後の髪を上げるシーンが強烈な印象を残します。

すると、例えば店頭で「どのシャンプー買おうか？」ってなった時に、  
パンテーンのシャンプーを自然と選んでしまうようになってたりするのです。

makyさんから、

> シャンプーひとつで壮大な世界観を感じさせられたり、そこまで考えることもないけど！と思ったり！

>

> 結局ドラッグストアに行ったら

> パンテーンしか目に入りません。笑

というメールを頂きました。

まあそういう状態になるわけです。

先ほども言いましたが、

このCMでは、最後の盛り上がる瞬間に、全てのエネルギーを凝縮してるのです。

いわば、全てのストーリーは最後のシーンのためにあると言っても過言ではありません。

その最後のシーンで、あのロミータの髪。

あの髪は、これまで一切自己主張することなく、

だけど動画の切り替わりで必ず出てきた、いわば「陰の主人公」。

パンテーンのシャンプーは、それをさらに陰で支えた、

陰の陰。

ん？陰の陰だったら陽になる？とか考えないでください。

陰の陰なので、さらに陰なのです。笑

そんな「陰の存在」が、最後の瞬間、はじめて顔を出します。

まるで、金メダルを取って、表彰台に上がって、

「ほら、私（パンテーンのシャンプー）が1位ですよ（ふぁさーっ）」

といわんばかりに。

なんか全てを持っていかれた感あります（笑）

ハスキーさんが、

> 決してそうではないんですが、

> さも髪の美しい人グランプリの表彰式のような

> 錯覚さえ起こしてしまいました。

というメールをくれてましたが、  
まさにその通り。

この「盛り上がり」を作る演出を、  
ぜひ今日は覚えておいてもらいたいですね。

「ストーリーの濃淡」  
とも言えます。

濃さが一定なストーリーって面白くないんですよね。  
ピークでどれだけ濃密にできるか、  
しかもそれ以外の部分が全てその一瞬のために集約できているか？  
ってのが大事なんですね。

・・・と、あんまり盛り込みすぎるのもアレなんで、  
今日はこの辺にしておきましょう。

実は、本当に大事なものは、こっからなんですけど（笑）、  
まあピークは次回に取っておきます。

今日は本当「さわり」だけ解説しましたが、  
次回は、いよいよ「コピーライティングの極意」の部分を  
解説したいなと思います!!

このCMの本当の凄さは、これからです。  
それを伝えたいと思います。

・・・とハードルだけあげておきます（笑）

引き続きメールはどんどん送ってください。

動画を見て新たに気づいたことだったり、  
今日のメールに対しての感想でもいいですし。

取り上げることができるのは一部なんですけど、  
全員のメルマガを反映させて書いていこうと思っています!!

発信力鍛えたりもそうだし、  
もっと具体的なテクニックの話、  
集客とか、自動化とか、プロモーションとか、  
色々話せたらいいなと思ってます。

要望とかも頂けたら、反映していきます。

全員のビジネススキルを一気に上げますので  
当面はフルコミットして頂けたらと思います!!

ではでは～！