

SkySeaS→お客様のライバル社の広告を請負わないという一途でイマドキ純粋なハートを持つ  
広告プロデューサー軍団である。お客様のブランド構築には、独自の考え・ノウハウを持つ。

## 1. ソフトバンク 白戸家のお父さんが 犬 になった理由

古くは「招き猫」からはじまり、最近では Y!mobile の「ふてニャン」まで、  
動物広告は不朽です。広告で人の心をつかむ“3B の法則”の1つにも挙げ  
られるほどです。

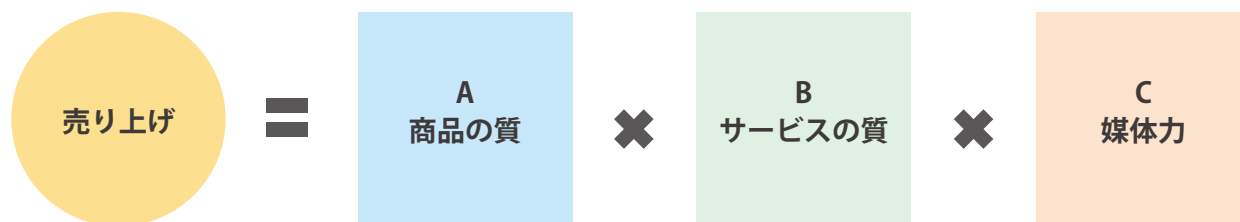
- ① Beauty (美女)
- ② Beast (動物)
- ③ Baby (赤ちゃん)

近年は、動物が話すなど“擬人化”が人気。元祖、擬人化 CM はソフトバ  
ンク白戸家のお父さん。白戸家のお父さんは、なぜ 犬になったのか？“カ  
ワイイ”以外の秘密に迫ります！



### ソフトバンクの課題 (悩み)

ソフトバンクは近年、ロボットのペッパーなど、新分野開拓に熱心です。なぜでしょうか？主力商品（携帯電話）が“超  
コモディティ化”していることが理由の1つと考えます。“超コモディティ”以外の分野を開拓すると同時に“革新的”とい  
うイメージで企業イメージをアップさせている好例です。孫さんの言葉に「10年でかかるブランドを1年で作れ」という言  
葉がある通り、ソフトバンクの武器は『ブランド力』。『ブランド力を高める』…これがソフトバンクの命題です。



- \* 商品／サービスの質が高くても媒体力がなければ、売上はゼロ。
- \* ブランディングとは、A～Cの要素を高め、売上アップを目指す活動。

### ソフトバンクの課題解決

テレビ CM は、ブランド力向上の最速最短の手法です。1回の告知で、何千万の人々に、わかりやすく伝えられる可  
能性のあるメディアはテレビ以外には現在はありません。(TVに比べWEB媒体は、信用性、即効性、同時性等の点で、  
まだまだ劣る部分が多いメディア。)\* 孫さんも「テレビ CM 以外の広告は不要」と言うほど、テレビに対する信頼度は高  
いようです。

白戸家シリーズ人気の理由は大きく2つあると考えます。

1. 好感度（日本人の7割以上は犬が好き、という調査結果があるそうです）
2. 注目度（CMプランナーの澤本さんが「絵的に面白いと思った」とコメントしていますが、上手い違和感がありますね）

犬がお父さん という違和感のある設定を、オンエア回数を徹底的に多くし、消費者に無理やりにも納得させる事ができたからこそ、違和感という壁を越えて、受け入れられたのではないかと考えます。そんな、今ではCM好感度1位2位を競う人気の白戸家のCMにも、**CMを放映する度に、一部消費者から「その分値下げしなさい」との声が上がるらしいです。CMは消費者の敵なのではないでしょうか？**



## よくある企業の悩み CMより料金値下げ？

企業が提供するモノが「安いモノ」であるなら、CM投資よりも値下げすべきでしょう。企業が提供するモノが「価値」であるなら、どうでしょうか？**原価10円のコーラをホテルのラウンジで1000円払って飲む人がいるのはなぜでしょう？**欧米では、商品CMより企業CMの方が多く、BtoB企業でもブランディングに使われています。テレビは、費用対効果も高く見込める分、媒体費も高い・・・そうとは限りません。CMを投下する“時期”や“地域”によって全く違って来るので、上手く利用したいものですね。

■出典：お父さん犬誕生秘話を明かすソフトバンク・孫正義社長（C）ORICON DD inc.

<http://www.oricon.co.jp/news/78017/full/>

■出典：音楽と広告 澤本氏インタビュー

<http://www.onkou.com/pg149.html>

■出典：アドタイ マーケティング部門は、ビジネスイノベーションを起こせるか？ —サントリー食品 × J&J × セントラルスポーツ × ソフトバンク

<http://www.advertimes.com/20151023/article206288/>

## 2. リアルご当地キャラクター戦国時代！

ご当地キャラも3Bの法則に基づいていますが、近年は、『本物の動物』が広告塔となり成功しています。和歌山電鉄貴志駅の「たま駅長」（2代目）。フラワー長井線 宮内駅の「もっちゃん駅長」。埼玉高速鉄道 浦和美園駅の「ラビたま駅長」等々…日本全国で9名（？）の動物駅長が活躍中。動物の場合、Twitter、Instagramなど写真のみでも海外にもアピールできるので、ネットを活用したPRでレバレッジを効かせたいですね。



## 3. ちょっと質問

広告の神髄が最も伝わる事例で広告の意味について考えたいと思います。

【問題】自宅の塀をトイレの様に使う人がいることに困っているアナタ。

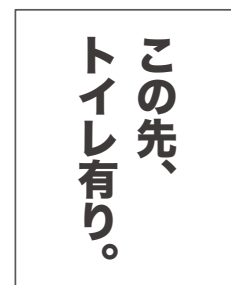
**塀に貼り紙をして、無断トイレをゼロにしたいと思います。さて、貼り紙に何と書きますか？**

【よくある回答】



“禁止”など恐怖恠及型の回答が多いですが…。駄目と言われてもトイレをしたいという問題解決にはなっていません…。きっとゼロにはなりません。

【広告のプロの回答】



ユーザーの立場に立って問題解決してあげる。これこそが**広告だ**と我々は考えます。こう書かれていれば、無断トイレゼロも可能でしょう。実際にトイレを準備できたなら最高なのですが、そこは今回は問いません。