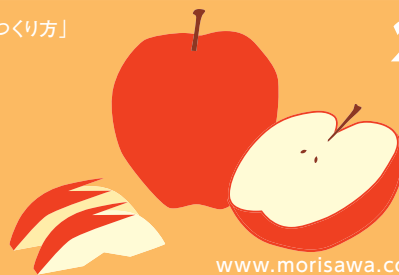


- ▶ 第21回モリサワ文字文化フォーラム「言葉と絵で。福部明浩と榎本卓朗の広告の作り方」
- ▶ 言いたい放題：本領発揮!! 今こそ、MC-Smart
- ▶ フォント あ・ら・かると：「光朝」
- ▶ メンズDTP!!：Photoshop CC2017の検索機能について
- ▶ イベント情報

今月の  
フォント

- 本文：TBUDゴシック(SL)
- 見出し：タカハンド(DB)



[www.morisawa.co.jp/about/morisawa-news](http://www.morisawa.co.jp/about/morisawa-news)

## 第21回モリサワ文字文化フォーラム 「言葉と絵で。福部明浩と榎本卓朗の広告の作り方」

2017年7月28日、株式会社モリサワは第21回モリサワ文字文化フォーラム「言葉と絵で。福部明浩と榎本卓朗の広告の作り方」をモリサワ本社4F大ホールにて開催いたしました。

2016年ADCグランプリ受賞作品の大塚製薬・カロリーメイトの『見せてやれ、底力。』をはじめ、『きよら グルメ仕立て』のCMなど、数々の人気CMを生み出してきたコピーライター福部明浩氏とアートディレクター榎本卓朗氏に、制作秘話などをご講演いただきました。質疑応答を含む約2時間のフォーラムには、約230名の方にご来場いただきました。

### ◆これが二人の作り方「一語一絵」

一緒に仕事をして15年ほどというお二人は、博報堂ご出身。「プレゼンでは負けてばかりいて……。こうやって、みなさんの前でお話するのは感慨深いです」と、講演がスタート。

お二人は広告制作にも携わるが、軸足はCMに置いて活動されている。「CMプランナーという人たちがいますが、僕たちはコピーライターとアートディレクター。つまり言葉と絵の二人でCMを創るという、珍しいパターンです」と福部氏。大企業では何時間にもおよび会議で一言も発言せずに終わることもあり、それが嫌で二人で仕事を始めたという。

作事中、福部氏が良いアイデアを思いつくのは榎本氏が絵を描いている時。「いつも僕がべらべらとしゃべって、榎本は興味がある時だけ『ああ、いいんじゃないっすか?』という風景が日常だとか。「集中して描いている時に『次、こういうのどう?』とか言ってくるので、ちゃんと絵が描けないんです」という榎本氏に、「僕はせっかく面白いことを思いついたのに、聞いてくれないからムカついているんです」と福部氏が返すと、会場が微笑ましい雰囲気になりました。



▲ 福部明浩氏

コピーライターの大先輩だという眞木準氏の『一語一絵』という言葉がスクリーンに映し出される。眞木氏の名作『トースト娘ができあがる』を例に「まさに一語一絵でできていて、いま見てもいいなあと思う。これが僕たちの基本的な広告の作り方です」と福部氏は語った。

### ◆二人の名刺代わり「カロリーメイト」

次に、お二人の名刺代わりという『カロリーメイト』のCMシリーズについて紹介いただいた。まずはじめにTCC賞を獲得した『とどけ、熱量。』というコピーのCM秘話。テーマは「受験生の背中を押す存在に。」というもので、このときの一語は「熱量」×一絵は女性の横顔。一語を考えた福部氏は当初、「カロリー0が売りになる時代、〈カロリー0の友〉という商品が売れるのか」と悩んだという。そこで〈カロリー〉という言葉は「気持ち」〈パッション〉という意味で「熱量」と捉えることにした。次に「エノがこの絵を描いた時に、いけるなと感じた。ほぼほぼこれは完成形」と、スクリーンに校舎に向かって歌う絵コンテと、『その熱量に、カロリーメイト』というコピーを映し出した。プレゼンはこれで通ったが、少し弱いと感じたという。そこでコピーをいろいろと考え、榎本氏に見せたそうだ。「榎本が『こんなかなら、これじゃないっすか?』って。TCC賞のコピーですよ(笑)」と、『とどけ、熱量。』になった経緯を語った。また、このCM中に使用されている中島みゆきさんの『ファイト!』は、プレゼン続きで朝方帰る気力もないとき、福部氏の心にとっても染みた曲なのだとか。

30年以上前の曲だが、これはターゲットである現代の受験生の心にも響いたという。

続いてのテーマは〈黄色いお守り〉。お守りというのは頑張った人が「最後の最後に力をもらうべきものだろう」と、〈底力〉という一語が生まれたそう。一語は「底力」×一絵は黒板アート。セリフのない黒板アートに、歌でメッセージを伝えるCMだ。コピーは『見せてやれ、底力。』。「主人公の受験生に言っていることでもあり、黒板アートを描いてくれた人たちのすごい労力、すごい底力のことでもある。メイキングが素晴らしいんです。『もうひとつの底力』篇と呼んでいます。ぜひ見てください」と、映像を流した。黒板アートオーディションで選ばれた美大生やアーティストたちの手で1コマ1コマ描かれる様子は、まさに〈底力〉の気迫に満ちていた。

次の年のテーマは〈黄色い絵馬〉。一語は「底力」×一絵は主人公の背中。母子の受験ストーリーを描いたCMだ。カロリーメイトにメッセージを書いて渡すという慣習から、絵馬のように願いや思いを書くシーンを入れた。「誰かが後ろで見守ってくれているというのは、最後の最後、一番の力になるんじゃないか。底力が背中を押してくれるんじゃないかというのがコンセプトです」と、『夢の背中』篇のCMを流した。約2分という長いCMが終わると、会場は感動の雰囲気に包まれた。「僕たちがこの長さを作るのは、受験生がやる気をなくした時に、一瞬コレを見てやる気を出してもらおうという気持ちからです」と紹介した。

順調にきたカロリーメイトのCM、感動的なも

のに続いて求められたのは〈栄養バランスがよいという機能を伝える〉ことだった。一語は「小さな栄養士」×一絵は箱からちよこつと顔を出したカロリーメイト。「だいぶ疲れていたんでしょね。これが顔に見えたんですよ」と話す榎本氏。CMを流し、「この人(カロリーメイト)が自己紹介するだけで、チャームがいいんじゃないかと考えた。でも、かわいいというだけで終わらせたくなくて。最後にちょっと災難に遭う感じがいいな。」と福部氏が解説した。「企画者の満足と、世の中の反響はちょっと違うとわかる」と語ったのは、声優の中村悠一さんが声をあてたことで大人気となった、チョコレート味のCM。これが上手くいったので、他の声優たちを起用したバージョンを続けて制作したのだとか。

休憩をはさんで後半は、現在大人気の『きよら グルメ仕立て』CMのお話からスタート。一語は「きよらのお布団をかけてください。」×一絵は、きよらのお布団をかけられたケチャップライスのネコ。さっそく、かわいいナレーションのCMが流れた。これは東京で大人気となったが、大阪ではそこまで人気が出なかったということで、次は東と西でCMを分けて制作した。まずは東のCM。会場には笑いが起こり、お二人は声を揃えて「(大阪でも)ウケた!？」と嬉しそう。「関西は関西っぽくしなくてはというので、この方の力を借りた」と、吉本新喜劇の“すち子”の写真を見せ、西の『すち子ママ』篇を流した。これは関西で成功し、売上の的には最も成功しているCMといえるそうだ。

#### ◆二人の原点『ビタミン炭酸MATCH』、

##### そしていま

「僕たちの一番の原点、一番長く続けさせてもらっているブランドが『ビタミン炭酸MATCH』です」と、次のCM秘話に入る福部氏。初めて打合せをした9年前は、売上が増えなければ販売終了というくらい追い込まれていたのだそう。炭酸飲料すべての中で一番になるのは難しいので、高校生だけで一番になろうという作戦だった。当時「『大人が飲んだら、タイホする』でつくってください」というネット用語を使ったオーダーに衝撃を受けた、と語るお二人。初めて手がけたMATCHのCM、一語は「大人が飲んだらタイホだぞ!」×一絵は南明奈さん。次につくった、ピーコさんがタイホされるCMでは「ピーコは実際にはタイホされていません。(おすぎ)」と入れ、おすぎさんへのギャラが発生したのだとか。

だんだん運動部の高校生に商品が浸透してきたので、文化部にもMATCHを飲んでもらおう、というのが次のテーマ。そこで考えたのが

〈運動部×文化部=走れメロス。〉一語は「走れ!ビタミン炭酸」×一絵はメロスの姿をしたNEWSの手越祐也さん。メロスのアツい学校生活を描いたシリーズだ。「ある種、CMにおける何かをつかんだ。これが僕らのターニングポイント。ぐんとクオリティが上がり、成長したな」と語りながら、メロスバージョンのCMを紹介した。このCMは大人気で売上も増加し、架空のお話はやりきったという達成感もあったそう。そこで次は、リアルな高校生を描いたCMを制作した。しかしこれは、9年間担当して唯一売上が落ちた作品だという。これを通して、CMはちょっと非現実的な方が良いということを学んだそうだ。

前回の反省を受けて、次は妄想MAXなCMをつくることに。一語は「青春ほどの難問はない」×一絵は恋の三角関係を表すように男女が立っている写真。広瀬すずさん、アリスさん姉妹を起用したCMだ。福部氏がtwitterでの反応について「こんなかわいい二人との三角関係なんて、嘘つけ! っていう人もいて(笑)ごめん、嘘ついた。俺も、こんなことなかった」と、『青春がないのも、青春だ。』という次のCMを紹介。CM中に出てくる「アウト!」と叫ぶ審判が、良い味を出している。当初の絵コンテにはなかったが、監督によるアイデアでこの『青春審判』を登場させることになったのだとか。

妄想MAXなCMで売上、またうなぎ登り! となったが、MATCH=女子高生っぽくなってしまったということで、次は男子二人の友情を描くことになったそう。「一人は青春を粗末にしている天罰が下る」という設定のCMだ。一語は「青春は、戻らないらしい。」×一絵は天龍源一郎さん。福部氏は「商品を持っていないと先生と生徒のように見える二人が、持った瞬間に同級生に見えたんです。最初の『高校生ナンバーワン炭酸になりたい』という、何かそのオーラがついてきたかなと、内心嬉しかった」と語った。

続いて現在放送中の『日清のどん兵衛』シリーズ。他のカップ麺のコピー制作にも携わったことがあるという福部氏は、うどんやそばは「だしに癒される」ところが違うと話す。そこで「癒しキャラといえはこのお二人」と星野源さんと吉岡里帆さんを起用した。一語は「どんぎ



▲ 榎本卓朗氏

つね」×一絵は、狐の衣装のかわいい女の子。放映後の反応について、「twitterではけっこうみんな同じことを書いていて、『どん兵衛食ったけど、どんぎつね出てこない。いまから日清に電話する』って。商品にすごく近いところをつくったキャラクターは、機能するんだなと。この秋冬、この二人がどうなっていくか……。絶賛制作中なのでお楽しみに」と福部氏は楽しそうに話した。

最後に紹介されたのは『docomoとミスチルの25周年』。一語は「あたりまえじゃなかった」×一絵は0906(オクレル)と表示されたポケットベル。福部氏は『いつか、あたりまえになることを。』という企業スローガンから、〈あたりまえじゃなかった時代を描こう〉と考えたそう。〈たったひとつの歌や、たった一本の電話で、人生は大きく変わるらしい。〉をコンセプトとして、「父と母が会っていなければ私という存在はなかったんじゃないか、というストーリーを思いついた」と明かす。『1992年の17才から、2017年の17才へ。』と題した一枚の企画書をスクリーンに映し、福部氏が読み上げた。一枚の字コンテをもとに監督がつくったという、100コマ近い絵コンテも紹介。CMが流れ終わると、まるで一本の映画を見終えたかのように、会場は感動の空気に包まれる。「役者さんたちが素晴らしい」と話す福部氏は、同一人物の高校生時代役に高杉真由さん、大人役に高橋一生さんと、似ている二人を起用して話題になったことにも触れた。

あつという間に2時間が過ぎ、最後のスライドが映される。一語は「ご清聴ありがとうございました」×一絵にはお二人が並んで頭を下げたイラストが。大きな拍手の中、講演が終了した。





# 本領発揮!! 今こそ、MC-Smart



組版編集ソフトウェア『MC-Smart』は、2012年のリリース当初から広く学参分野で活躍しています。とくに中学生・高校生を対象とした教科書・教材や入試問題集・受験参考書、さらに試験問題において、数式や漢文などの複雑で組版品質が問われる学参物を中心に、その制作に数多く用いられています。今後、高等学校の学習指導要領改訂に伴い、『MC-Smart』への注目度はさらに増してくるでしょう。

## なぜ、『MC-Smart』が求められているか? —

『MC-Smart』が学参物制作で利用される理由のひとつは、その仕上がりが品質です。たとえば、数式編集では、オリジナルの数式フォントを用意しました。以前、よく言われた「 $\alpha$ と $a$ との見分けがつかず、試験の可否に影響しては困る」「数式の欧字は記号として考えて欲しい」等等、それらのご意見をしっかりと受け止め、教材出版社様や印刷会社様の評価を受けながら作り上げた書体をご提供しています。

$$V \text{ の表面積} = 4a\sqrt{x^2+a^2} + 4a^2$$

ここで、図IIにおいて $\angle POK \sim \angle PMH$  から

$$\frac{x}{a} = \frac{\sqrt{x^2+a^2}-a}{r} \quad \therefore r = \frac{a\sqrt{x^2+a^2}-a}{x}$$

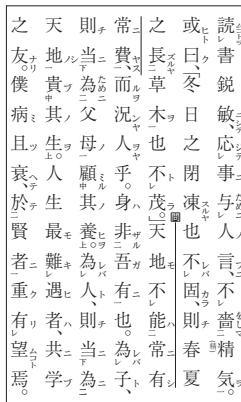
$$\therefore R = \frac{4\pi \left\{ \frac{a(x^2+a^2-a)}{x} \right\}^2}{4a\sqrt{x^2+a^2}+4a^2} = \frac{a\pi(\sqrt{x^2+a^2}-a)^3}{x^4}$$

$$R' = \frac{a\pi(\sqrt{x^2+a^2}-a)^2}{x^5\sqrt{x^2+a^2}} (4a\sqrt{x^2+a^2}-x^2-4a^2)$$

そしてまた、編集の効率化とミス削減のためにWordデータの取込み・書出しや数式編集エディタによる簡易な操作性、さらに分業や多数の原稿作成者からの入稿においても品質の安定化が図れる詳細なパラメータ設定を搭載し、「ミスなく、速く、美しい数式」を実現しています。

## 苦勞が尽きない古文・漢文

昨今は漢文編集での問合せが増えています。その背景には、入稿用の原稿作成の難しさ、教育ICTに伴うデジタル化への取組みの模索などが垣間見えます。『MC-Smart』には、数式や文字の



配置情報などをタグテキストで指示・管理できるという特長があります。漢字の左右に訓点(返り点や送り仮名)などの文字が配置される漢文においては、親文字(漢字)に付随してタグ指示により配置情報を設定できることが、効率的な入力・編集、デジタル化やDB管理に繋がる方策として期待されています。

## これからの教材制作

今後の教育環境の変化は、デジタル教材の浸透や高大接続、大学入試改革など、より学習者個人の能力(学力)を高める方向へ進むことでしょう。そして、それを実現する手立てのひとつとして個別教材の需要が増えてきます。ただ、そこには充実したDB管理とともに、質が高く、構造化された教材データが求められます。今回の教育改革は、教材制作においても先々を見据えた取組みとして大変重要と捉えなければなりません。

# 永 フォント あら・かると

# 光朝

「フォント あら・かると」では、**毎号、ひとつのモリサワ書体をご紹介します。**

今月のあらかるとは、コントラストが美しい「光朝」をご紹介します。

「光朝」は、日本を代表するグラフィックデザイナー・田中一光氏によって書きためてこられた文字をもとに完成した、オリジナル明朝体です。シャープでハイコントラストなコンセプトを持ち、同時に仮名にはしなやかに流れる運筆を表現しています。

明朝体のエレメントを様式としてつくつめたモダンな造形は、極限まで細く鋭い横画、三角形のシャープなウロコ、たつぷりとしたおさえ、太く力強い縦画で構成され、洗練の切れ味をたたえています。堂々とした品格と繊細な美しさを兼ね備え、タイトルやポスターなど大きなサイズでの使用に最適です。



「光朝」は、『MORISAWA PASSPORT』をご契約のお客様はいつでもインストールしてご利用いただけます。『MORISAWA Font SelectPack 1 / 3 / 5』、およびWebフォントサービス「TypeSquare」でもご利用いただけます。

●使用例

平安から  
現代まで  
美術と歴史を  
振り返る。

# 企画展

History of Art is  
the history of the country.

# イケテル&ルーキーの メンズDTP!!

イケメンの「イケテル先輩」と  
勘違い系新人「ルーキー君」のドタバタ制作室

今回のテーマは — Photoshop CC2017の  
検索機能について

**ルーキー**：ない……ないぞ！どこにあるんだ!? ものさし! ものさしはどこだ!

**イケテル**：なんだ、ものさしを探してるのか? 貸してやろうか?

**ルーキー**：あっ先輩! いや、違うんです。本物のものさしを探しているわけじゃなくて、ものさしツールを探してるんです。今Photoshopで画像の加工をしてるんですけど、ちょっと歪んでるので真っ直ぐにしたいくて……。Photoshopって機能が多すぎてツールの場所がすぐ分からなくなるんですよねー。



**イケテル**：ああ、そういうことあるよなー。しかも急いでのときは焦って余計に見つからなくなるんだよなあ。

**ルーキー**：そう、そうなんですよ! いつもクールな先輩でもそんなことあるんです。今ぐっと好感度上がったっす!

**イケテル**：お、おお、そうか? ちなみにPhotoshop CC2017ではそんなときに便利に使える検索機能が追加されたぞ。

**ルーキー**：えっ、どういうことっすか!?

## ■Photoshop CC2017の検索機能

**イケテル**：Photoshop CC2017では新しく包括的な検索機能が追加されたんだ。これを使うと、ドキュメントだけではなくUI要素やヘルプ、Adobe Stockなどにわたって横断的に検索することができる。



**ルーキー**：へえー! さっそく「ものさし」で検索してみるっす!

**イケテル**：じゃあオプションバーの右端にある検索アイコンをクリックす

るが、ショートカットキーの「Command(Ctrl)+F」、もしくは「編集」メニューから「検索」を選んでくれ。そうすると検索インターフェースが出てくるから、検索したい文字列を入力するんだ(図①参照)。

**ルーキー**：おおっ、出てきました! ものさしツールの項目がありますね。これを選ぶと……ツールパネルのものさしツールが選択された状態になったっす!



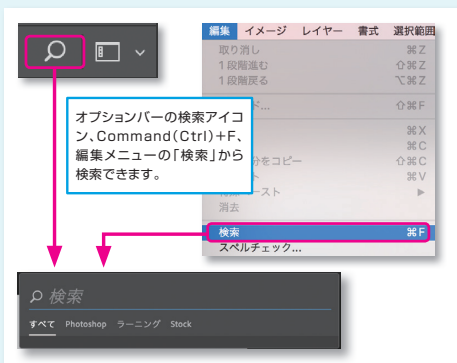
**イケテル**：よかったな。この検索機能では、結果がタブで分類されて表示されるんだ。「Photoshop」タブにはツールやパネル、メニュー項目などのUI要素(図②参照)、「ラーニング」にはヘルプ、学習コンテンツやドキュメントなど(図③参照)、「Stock」タブにはAdobe Stockの素材が表示されるようになっている。「すべて」タブにはそれらの項目がすべて表示されている。

**ルーキー**：便利っすねー!

**イケテル**：ちなみに、もしPhotoshop内のメニュー項目だけを調べたいのであれば、「ヘルプ」メニューの「検索」から検索すると、項目をハイライトしてくれるぞ(図④参照)。

**ルーキー**：おおっ! これもすぐわかりやすいっすね! これでもうPhotoshopの機能を探してイライラすることがなくなりそうです! 嬉しいっす!

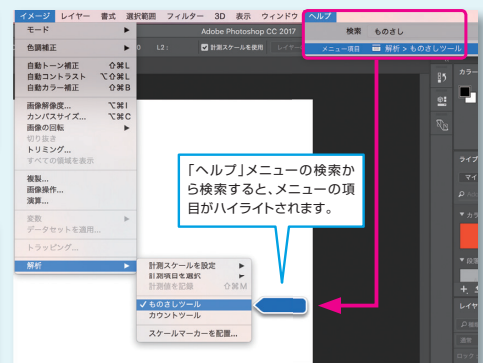
**イケテル**：すべてのツールやメニューの場所を覚えるのは大変だから、忘れたときの対処法を知っておいた方が実務に役立つ。検索機能、ぜひ覚えておいてくれ!



① 検索方法について



② 検索結果の「Photoshop」タブ



④ 「ヘルプ」メニューからの検索

## イベント情報

CEATEC JAPAN  
2017



会期：10月3日(火)～6日(金) 10:00～17:00 会場：幕張メッセ(千葉県)  
主催：CEATEC JAPAN実施協議会  
出展製品：レイアウトソリューション「LayoutSquare」  
フォントソリューション「組込みフォント」

モリサワブース  
ベンチャー&  
ユニバーシティエリア(S10-44)

## 編集後記

10月と言えば、衣替えの時期ですが、昨今はクールビズなどの対応により衣替えの意識も薄れているのではないのでしょうか。ちなみに、モリサワのクールビズ期間は5月1日から10月31日までの半年間としていますが、環境省では2016年より終了日を1か月前倒して9月30日までの5か月間としています。今年は、とくに暑さ寒さが各地により大きな差も出ているのでクールビズを気にせず、自らの体調や健康管理に合せて服装を整えらることを薦めます。

✉ E-Mail: [m-news@morisawa.co.jp](mailto:m-news@morisawa.co.jp)

発行：株式会社モリサワ 企画・編集：プリンティング事業部 営業企画部  
※記載されている会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

モリサワ [www.morisawa.co.jp](http://www.morisawa.co.jp)

株式会社モリサワ

本社 〒556-0012 大阪市浪速区敷津東2-6-25 Tel:06-6649-2151  
東京本社 〒162-0822 東京都新宿区下宮比町2-27 Tel:03-3267-1231  
仙台支店 〒984-0051 仙台市若林区新寺1-3-8 Tel:022-296-0421  
名古屋支店 〒460-0002 名古屋市中区丸の内1-5-10 Tel:052-201-2341  
札幌営業所 〒001-0010 札幌市北区北十条西2-6サウスシティ2F Tel:011-700-0112  
福岡営業所 〒812-0013 福岡市博多区博多駅東1-3-25 Tel:092-411-5875  
鹿児島営業所 〒890-0051 鹿児島市高麗町11-3下田平ビル2F Tel:099-252-2255