

チャーミングアプローチ 【キャッチコピー制作のチェック項目】

1. 社会の不理解の要因を推定する☞
2. 責めない。☞相手を誰もバカにしない。相手は誰が見ても気を悪くしない。立ち位置は中立。具体的に知らせ持論を結論まできちんと設計。民主主義的。
3. 目立つ☞いままで見たことがない。他に似たものがない。紛らわしくない。短い。見たことのない単語の組み合わせ方をする。
4. 説教臭くない☞上からの物言い・頭ごなしではない。教条的でない。マナーや常識やモラルやシリアスや禁欲を求め過ぎない。語尾に注意。「べき」「否定形」「疑問形」使わない。対等感。友だち言葉。しゃべり言葉。家族言葉。演技。自分でない役柄を作り出す。
5. 排他的にしない☞押し付けがましくない。ルサンチマン・妬み・批判的攻撃を動機にしない。怪しげにしない。偏執狂的にしない。カルトっぽくしない。社会に背を向けた姿勢をとらない。相手が考える余地、異論を挟む余地を作り、相手の多様性を確保し、こちらの寛容性を示す。余白を作る。看破や論破しない。自分が嫌いだと感じるものに積極的に近づいていき逆に研究する。
6. ダサくない☞地味にしない。時代はずれにしない。古くしない。怪しげにしない。
7. 固くない☞ユーモアを必ず入れる。（ふざけや余裕や遊びやお笑いも大事）
8. 難しくない☞もったいつけない。短く簡潔にいう。語彙の選び方とダイジェストに時間をかける。術学的にしない。回りくどくしない。ナゾナゾしない。大胆に言う。
9. 時間がかからずぱっと見て何が言いたいのか分かる☞
10. 見やすい☞機能美があり親切な情報設計になっている☞ビジュアルにも気を使う。色、写真、イラスト、グラフ、余白を有効利用する。
11. 熟考整理されている☞
12. 既成概念の突破になっている☞