

虫コナーズとプロポーズ、
意外な組み合わせでひきつけろ



直川隆久さん(左)、古川雅之さん(右)

ナンセンスなフレーズ
新聞だからこそ自立つ
ピンクのハートの中に
「虫コナーズとプロポー
ズはほんの少しだけ似て
いる」のコピーと、とろけ
るとろけな、ナンセンス。
なプロポーズの言葉。キ
ンチョウ(大日本除虫菊)
「虫コナーズ」の広告が8
月に7回シリーズで掲載
された。「?」が頭の中に並
んだ人、似てないってど
思わず突っ込んだ人もい
るかもしれない。

「商品自体はテレビC
Mである程度認知されて
いるので、商品の説明は
なくてもいいのでは。新
聞記者は文字を、読む。
ことに抵抗が少ないか
ら、ホワイトスペースを
生かし文字だけでインパ
クトを出そうと思いまし
た」と話す。それぞれのア
イデアを持ち寄り、雑談
とも脱線ともつかない話
を繰り返すうちに、キザ
な言葉の応酬になり、こ
のシリーズが生まれた。

キンチョウからのオー
ダーは「例年の予算で何
回も掲載できるような広
告というものがなかった」広
告のインパクトが強いほ
ど商品が売れるという成
功体験を重ねてきた会社
ですから、広告の力を信
じてくれているんだと思
いますと古川さん。「表現
への許容量が大きい半
面、広告は商品が売れて
ナンポ、とシビアなところ
もありません」と直川さ
ん。面白いことを期待さ
れてはいても、常に商品
からは決して離れていな
い。そこを最も意識した

という。「新聞の特性は基
本が、真面目。だから少
し崩しただけで目立つ
し、面白い。お笑いやバラ
エティーなど競争相手の
多いテレビと大きく違う
ところですね」と口をそ
るえる。

「人の意表をつきたい」
広告制作の原点は

仕事を離れても、2人
は「変なことが好き」と笑
う。例えば「都心部でビル
が取り壊されて更地にな
ったら、なぜ以前あった
建物が思い出せないの
か」「この店の焼き魚定食
は皿の大きさでごまかし

ているけれど、小さい皿
に盛り直したらどう見え
るか」など雑談・脱線の毎
日……。面白いと感じる
ことをチームで共有でき
ると、話が膨らんで、誰か
に自分よりナンセンスで
腑に落ちるオチをつけら
れると悔しい(笑)。「日頃
のそんなやりとりが、ナ
ンセンスや意表をつく面
白さの発想につながって
いるのだと思う。

「僕の忘れられない広
告体験は、小学5年の時
はやった「ケンミンの焼
ビーフン」や、キンチョウ
の「ちやっぷいちやっぷ
い」とんとほっつい」。面白
いこと、意表をつくこと
をしたら、たくさんの人
が見てくれるのではない
か」といつも思いますと、
直川さん。一方「広告制作
は、チャンスが誰にでも
平等に開かれている魅力
的な仕事」と、古川さんは
話す。「広告が好きで作り
続けていたら、いつかテ
レビや新聞越しに多くの
人が口にするようなフレ
ーズを作れるかもしれない。
い。人を笑わせたい、びっ
くりさせたい人には、広
告はとてもやりがいのある
仕事です」

HUNCHO
小さな家を立てよう。
ありったけの虫コナーズを吊るそう。

2011年6月2日付朝刊掲載

宮の様に映る虫コナーズなら
僕は何時間でも見つめていられる。

2011年6月8日付朝刊掲載

僕が君と区かせたいはしない。
下駄箱の上の虫コナーズを置いてもいい。

2011年6月9日付朝刊掲載

毎朝、君のふたで目覚められるなら、
僕は100万個の虫コナーズと懸り交う。

2011年6月16日付朝刊掲載

目をうつめて、
一歩一歩の履き足るもの、これが虫コナーズです。

2011年6月19日付朝刊掲載

これから入念にすくすく夏を、君といっしょに。
虫コナーズを吊るして。

2011年6月21日付朝刊掲載

子供をつくら、虫コナーズのファンクラブに
登録せよ！

2011年6月29日付朝刊掲載

ふたりのプロフィール
直川隆久さん 東京都葛飾区出身。電通関西支社クリエイティブ局CMプランナー。2007年入社。2008年「虫コナーズ」の広告制作を担当。2011年6月現在、同社で6年勤務。古川雅之さん 東京都葛飾区出身。電通関西支社クリエイティブ局CMプランナー。2007年入社。2008年「虫コナーズ」の広告制作を担当。2011年6月現在、同社で6年勤務。