
はじめに

INTRODUCTION

企業のキャッチフレーズとは、ある企業とその製品を力強いフレーズで指す「雄叫び」であると定義したい。つまり、そのフレーズをラジオ、テレビ、あるいは街なかで見たり聞いたりすれば、自動的に特定の企業を想起するのだ。

広告のキャッチフレーズは、企業が自社の製品やサービスの主要な特長を目立たせるために使う、短いフレーズとされている。広告キャッチフレーズは、消費者が見聞きしてすぐにキャンペーンのテーマを連想し、さらに製品やサービスに関心を向け、その関心が持続するような、記憶に残るフレーズとなるように作られている。「記憶に残る」とは、先に述べた想起させる力がある、ということだ。ともあれ、本書の2,000以上のキャッチフレーズを流し読みするだけでも、キャッチフレーズとは何か、キャッチフレーズが何を意味するのか、自分なりの考えができてくるはずである。

「どこよりも安く」ジョン・ルイス：1925年、「ダイヤモンドは永遠の輝き」デビアス：1947年、「私にはその価値があるから」ロレアル：1973年など、ほとんどの読者が生まれる前からあるキャッチフレーズから、「引き継がれる伝統」パテック・フィリップ：1996年、「あなたに夢中」ディオール：1999年といった、人間でいえばそろそろ成人に達しようかというキャッチフレーズ。「情報通になろう」ウォール・ストリート・ジャーナル、「迷わず、踏み出せ」リーバイス、「小さな一歩を踏み出そう」バークレイズな

ど、この2、3年につくられたキャッチフレーズまで、企業はマーケティング戦略におけるキャッチフレーズの重要性を認識するようになった。

かくして新しいキャッチフレーズの創生ラッシュが始まった。メルセデス、ジャガー、フォードを見ても、各社が過去10年間に5～6ものキャッチフレーズを世に出している。もっとも、自動車会社が複数のキャッチフレーズを打ち出すのはわかる。新型モデルそれぞれに独自のキャッチフレーズがなくてはならないと考えるものだからだ。しかしこれまでキャッチフレーズなど持っていなかった企業もいまや、自社の事業内容や存在意義を覚えてもらえるような表現を見つけて定着させなければと焦っている。例えば、ヒーロー空港の「すべての旅をより快適に」やブリティッシュガスの「あなたの世界を気にかける」はいずれも、2009年にお目見えした両社初のキャッチフレーズだ。

先にも述べたように、キャッチフレーズの第一の目的は、消費者の心に長期にわたって影響を及ぼすことでなければならない。消費者に夢を見させるのだ。「ダイヤモンドは永遠の輝き」はすっかり普及して日常語になり（シャーリー・バッシーの世界的な名曲にもなった）、フレーズの出どころや企業名を意識することなく使われている。ロレアルの「私にはその価値があるから」も同様に、アメリカの一般女性の70パーセント以上に認知されているという。

もっと具体的にいうなら、質の高いキャッチフレーズは短く、力強く、それでいて企業の事業分野や製品などの情報ができるだけ盛

り込まれていなければならない（ここに優れたキャッチフレーズを生み出す難しさがある）。そうすることによって、他の会社ではなくその会社だと間違いなく認識するのだ。この点で、「インテル入ってる」はお手本となるキャッチフレーズである。まず短い。わずか2語だ。第2に、同じ音の言葉の繰り返しが力強く、ドラムの響きのような効果を上げている。第3に「入ってる」という言葉は、完璧とはいえないまでも、インテル製品を1語で説明できる言葉として理想的である。最後に、蛇足かもしれないが、同じ語尾（「テル・・・てる」）を持つ2語を重ねることで、魅力的なキャッチフレーズになっている。このルールにのっとったもう1つの秀逸なキャッチフレーズが「Today. Tomorrow. Toyota」である。ルールその3にはあまりあてはまらないが、「Today. Tomorrow.」で耐久性を示唆しているといえなくもない。もっとも、これでは車に限らず、洗濯機やテレビであってもおかしくないのだが。

キャッチフレーズは短ければいい、というものではない。デビアスのキャッチフレーズが単純に「永遠」だったら、と考えてみよう。この具体性に欠けるキャッチフレーズが優れているかといえればすぐ反対の声が上がるはずだ。ダイヤモンドのキャッチフレーズなのか、耐久性を誇るレインコートかノートパソコンかわからないではないか。

最後に、キャッチフレーズを持つ必要をまったく感じていない企業があることも心に留めておきたい。自社の製品やサービス自体が宣伝になっているから、あるいは自分たちの考える「正しい」イメージで自社は十分に世間に知られているから、と考えているのだから

う。そんな企業の1つがフェラーリである。ただし、同社は跳ね馬のロゴを美しい「Beyond Perfection」(完璧を超える)キャッチフレーズと一緒にエイサーのフェラーリ公認ノートブックの広告に使わせてはいるが。グーグルも「世界中の情報を整理すること、“邪悪”なことを行わないこと」という社是以外には、キャッチフレーズを一切持たない会社だ。しかし同社の社員たちが想像力を駆使して、自社ウェブサイトのトップページ上に楽しい「アイキャッチ」を仕掛けた「Google」の文字を表示している。知名度はグーグルほどではないが同じことをやっているのがconfused.com。この会社は過去数カ月間、イギリスのテレビチャンネルにCM攻勢をかけ、自社ウェブサイトから保険の見積もりをとるよう呼びかけた。しかし、この会社の広告には大事なものが欠けている。キャッチフレーズだ。本書が出る頃には、confused.comもキャッチフレーズを見つけているかもしれない。

本書の使い方

HOW TO USE THIS BOOK

本編はおよそ2,000を超える有名なキャッチフレーズを、大半は優れた例として、一部は興味深い失敗例として紹介した。

主な業種にカテゴリ分けし、業種ごとに企業名ないしブランド名をアルファベット順に配置している。使いやすさを考え、最も一般的に知られている企業名、ブランド名を使うようにした。そのため、企業の公式名称とは異なる場合もあるかもしれない。広くカバーしてはいるが、すべてのキャッチフレーズを網羅したものではない。企業が使ったキャッチフレーズ全部ではなく、最も登場頻度が高かったものを載せるようにした。

本書を制作している間にも、面白い新たなキャッチフレーズが次々と世に出ているだろう。それらをここで紹介することはできなかったが、本書が今後改版する際に入れるべきだと思うものがあつたらぜひお知らせいただきたい。

第2部では、有名な61のキャッチフレーズの背景を解説した。最も優れているというより、最も勉強になるものを選んでいる。

最後に巻末付録として、著者が選んだ2つ星キャッチフレーズ(上位1パーセント)と1つ星キャッチフレーズ(次点の6パーセント)を掲げた。本書で取り上げた中から、最もインパクトがあり成功しているキャッチフレーズを純粹に個人の価値観で厳選したものである。星がついていなくても素晴らしいと思うキャッチフレーズは多々あり、それらには本文でコメントをつけたが、星を与えたキャッチフレーズは私が選んだ傑作中の傑作だ。私の選択にはもちろん反論もあろうが、本文のコメントを読めばわかっただけ

と期待している。

ライオネル・セイラム (Lionel Salem)

CONTENTS

はじめに	003
本書の使い方	007

PART 1 キャッチフレーズ

航空宇宙	014
Aerospace	
航空会社・空港	015
Airlines and airports	
骨董・美術	019
Antiques and art	
自動車・自転車・オートバイ	020
Automobiles, bicycles and motorcycles	
慈善団体	030
Charities	
化学	033
Chemicals	
赤ちゃん用品	033
Children	
ファッション	034
Clothing	
通信	040
Communications	
コンピューティング	044
Computing	
建設	047
Construction	
化粧品	047
Cosmetics	

飲食店・フードサービス	056
Eateries and food services	
教育	057
Education	
エレクトロニクス	058
Electronics	
エネルギー	060
Energy	
工学および材料・素材	062
Engineering and materials	
エンターテインメント	063
Entertainment	
環境	067
Environment	
ファミリー	067
Family	
金融サービス	067
Financial services	
食品・飲料	074
Food and drink	
靴	095
Footwear	
家具	098
Furniture	
ギャンブル	102
Gambling	
ガーデニング	102
Gardening	
ハンドバッグ・旅行鞆	105
Handbags and luggage	
ヘルスケア	106
Healthcare	
乗馬	107
Horses	
ホテル・リゾート	109
Hotels and resorts	
家庭用品	115
Household	
保険・年金・証券	128
Insurance, retirement and security	

インターネット・ネットワーク…… 133 Internet and networks	半導体 …… 178 Semiconductors	BBC …… 212 BBC	香港 …… 237 Hong Kong
宝飾・時計 …… 135 Jeweler and watches	ソフトウェア …… 178 Software	BMW …… 213 BMW	イケア …… 238 IKEA
法律 …… 143 Legal	スポーツ …… 180 Sports	ブーツ …… 215 Boots	インテル …… 239 Intel
物流 …… 143 Logistics	タバコ …… 184 Tobacco	BP …… 216 BP	ジャガー …… 241 Jaguar
マネジメントサービス …… 144 Management services	国・地域 …… 185 Tourism	ブリティッシュ・エアウェイズ …… 217 British Airways (BA)	ケロッグ …… 242 Kellogg Company
メディア …… 145 Media	玩具・ゲーム …… 192 Toys and games	ブリティッシュガス …… 218 British Gas	リーバイス …… 243 Levi's
医療研究機関・病院 …… 150 Medical research and hospitals	旅行 …… 193 Travel	キャドバリー …… 219 Cadbury	ロイズ TSB …… 245 Lloyds TSB
鉱業 …… 151 Mining	ウェディング …… 198 Wedding	クリスチャン・ディオール …… 221 Christian Dior	ロレアル …… 246 L'Oréal
事務用品・文具 …… 151 Office and school supplies	その他 …… 199 Miscellaneous	シスコ …… 222 Cisco	エムアンドエムズ …… 247 M&M's (Mars Incorporated)
オンラインサービス …… 153 Online services		シトロエン …… 223 Citroën	メルセデス・ベンツ …… 248 Mercedes-Benz
パーソナルファイナンス …… 154 Personal finance	PART 2 キャッチフレーズ解説	CNN …… 224 CNN	ネスプレッソ …… 249 Nespresso
石油 …… 159 Petroleum	AA(イギリス自動車協会) …… 202 Automobile Association	コカ・コーラ …… 226 Coca-Cola	ナイキ …… 251 Nike
ペット …… 160 Pet	アバクロンビー&フィッチ …… 203 Abercrombie & Fitch	デビアス …… 227 De Beers	ノキア …… 252 Nokia
医薬品・パーソナルケア用品 …… 161 Pharmaceuticals	アディダス …… 204 Adidas	ディーゼル …… 228 Diesel	パテック フィリップ …… 256 Patek Philippe
写真 …… 169 Photography	アマゾン・ドットコム …… 205 Amazon.com	ドバイ …… 230 Dubai	ピーター・ジョーンズ&ジョン・ルイス・パートナーシップ …… 257 Peter Jones & John Lewis Partnership
印刷 …… 170 Printing equipment	アメリカン航空 …… 206 American Airlines	フェラーリ …… 231 Ferrari	P&G(プロクター・アンド・ギャンブル) …… 257 Procter & Gamble (P&G)
出版 …… 171 Publishing	オーストラリア …… 208 Australia	ギネス …… 232 Guinness	ロレックス …… 258 Rolex
不動産 …… 171 Real estate	アクサ …… 209 AXA	ヒースロー空港 …… 233 Heathrow	サムスン …… 260 Samsung
小売業 …… 174 Retail	ベイリーズ …… 210 Baileys	ハインツ …… 234 Heinz	セーブ・ザ・チルドレン …… 261 Save the Children
セーリング …… 176 Sailing	バークレイズ …… 211 Barclays	日立 …… 235 Hitachi	

ソニー Sony	263
サンデー・タイムズ The Sunday Times	264
スウォッチ Swatch	265
タンパックス Tampax	267
テスコ Tesco	268
ティファニー Tiffany & Co.	269
トヨタとレクサス Toyota and Lexus	271
ヴァージン アトランティック航空 Virgin Atlantic	272
ボーダフォン Vodafone	274
ボルボ Volvo	275
ウォール・ストリート・ ジャーナル Wall Street Journal (WSJ)	277
Xbox (マイクロソフト) Xbox (Microsoft)	278
ゼロックス Xerox	279

PART 3

巻末付録

2つ星スローガン Two-Star Slogans	282
1つ星スローガン One-Star Slogans	283