

2025年9月9日

## amu定例～文字起こし

00:00:00

高橋英信: この通話が起しされています。

安部和音: なんかヒアった?このうん。

高橋英信: 実はその推しちょと時間を作つてなくてですね、あの、あんまり調べられてないっていう状態です。

安部和音: え、なんかアウトプットのイメージとかさ、できた。こうヒができることとか漠然と湧いてきたりとかした。

高橋英信: うーん。いや、ま、できることがそんな多くないからそもそもそのうん。そうだ。アウトプットってその言つてるのは何?ああ。

安部和音: 何かしらのアクション。前に進むためにできることみたいな何かしらだね。何でも良くて。ま、こういう時はインプットとアウトプットってのがあって能動的に何かをこうインプットするっていう行動と何か形に残す文章でもビグマニリファレンスオーケでも

高橋英信: うん。

安部和音: で竹林区みたいにデザインするでもなんかま色々あるようになって

高橋英信: うーん。あんまピンとこんかも。

安部和音: うん。うん。例えばピントレースをたくさん見てください。で、気に入ったものとかこういいもの、この定例で出せるようないいものっていうのがあったらこうピンピンとか共有してくださいとか、フィグマにポンポン貼つてってくださいとかって言つたらできるじゃん、別にお前。

00:03:14

高橋英信: ああ。はい。はい。はい。そりやそう。

安部和音: ん?いや、それはアウトプットじゃん。

高橋英信: そううっすね。うん。あ、そういうね。

安部和音: 僕が思つてアムはこうなんだよね。って別になんかお前の意見が正しいとか正しくないとかこの定例にふさわしくないとかそういう話じゃなくて客観視点逃げ逃げる言葉はあって僕はこう思つてますとか客観視点でこう思ひましたみたいな2人の会話聞いてこう思ひましたとかまいろんな言葉があつて、ま、そんな感じでこういう会話だ、新卒とかイターンの子達つていうのはそういう感じでこう入つていく。

高橋英信: うん。はい。

安部和音: いや、別にまあなんかいらない意見はないからさ、それをもになんか何かの気爆になるし、そのバタフライエフェクト生む可能性もあるしでも何もやんなかつたら何もない

よね。っていう。

高橋英信: ま、その、ま、今日はてこれてるものがないので、ま、ま、できるだけ喋ろうかなっていう風には、ま、思はいいんで、で

安部和音: うん。うん。そうっすね。正しいと思う。

高橋英信: 、ま、とりあえずその、ま、そうっすね、あの、アドリブの方に頼っちゃうけど、ま、アドリブから入んの良くないと思うけどさ。

00:05:10

安部和音: うん。

高橋英信: 全準備としてま、いいのは分かってるんだけど、ま、方向っていうのは、ま、思つてたかな。

安部和音: うん。うん。オッケー。

高橋英信: ちょっと話変えていい？あの、西野台の話、バスの話。

安部和音: うん。うん。

高橋英信: えっと、ま、ちょっと、え、け坊さんにLINEをしようとして、で、お母ちゃんにちょっと、ま、どういう文言にしようかっていう話をちらつとしたら、やっぱりその、ま、科学さを教えてくださいっていう風ななんか言い方になってて、ま、そう、そこがさ、ま、ちょっとこう、ま、

安部和音: うん。

高橋英信: 僕らも調べたっていうのけど、ま、結局いくらなんみたいな感じの聞き方はいいのかな？

安部和音: まあ、ま、本当はあの、聞けないけど、聞けないっていうかあんま良くないけど、憲房さんはその掛け率は包み隠さず教えるっていうスタンスで望んできてるっていうコンテキストがあるからいいんじゃないのと思う。

高橋英信: あ。

安部和音: ただなんかその細かいじゃん。そ、かなり繊細な話になるからこれ電話した方が良くないとは俺は思う。

高橋英信: ああね。はい。

00:06:49

高橋英信: はい。

安部和音: じっくり話してでLINE電話をかけるっていうのは覚えた方がいいと思う。俺森田先生と難しい話する時とか森田先生にですら電話かけるからさ。

高橋英信: うん。

安部和音: いや、伝わり方が間違えたらおしまいだっていうのがあってだ伝わり方、LINEの文章って一発勝負じゃん。

高橋英信: うん。それはどういうことなんだ?ここがあんまりポイントしてない。そうですね。

安部和音: 送ったらその言葉を解釈を相手に委ねる行為になるじゃん。でも電話って喋ってる時にさ、あ、いやそれはちょっと違うつすねって言えるじゃん。

高橋英信: うん。ああ。

安部和音: で、相手がなんかよく分かってなさそうだったら2度目も言えるし、3度目も言えるわけじゃん。

高橋英信: はい。

安部和音: あ、全然なんかこうアプローチがてか、あの、得られる結果が違うからさ。

高橋英信: うん。

安部和音: だからそこは使い分けておく。ま、そろそろいいんじゃないのって思うというか、え、絶対電話とかして欲しくなかったけど、俺がチェックしてから。

高橋英信: そろそろいいんじゃないのとは。

安部和音: ま、あの、お前は間違えるからやっぱ喋ったりとかそのアドリブ力的な部分でだからそのLINEの文章を俺に1回見せてそれでよしだったみたいな感じだけど、ま、今回は繊細だし、ま、そこチャレンジしてもいいんじゃないかなって思うから電話かけたらって思ってる。

00:08:35

高橋英信: はい、分かりました。ま、じゃあ明日ってことで

安部和音: うん。うん。ま、け坊さんのそのニュアンスを確認しないといけ認識を確認するっていうのはできる。電話しててなんかこうスムーズにさ、け坊さんの認識を聞き出すみたいな。

高橋英信: ちょっとわからん。その他に会議こういう話したじゃないですかみたいな。

安部和音: ああ。

高橋英信: うん。ま、お風呂だけはいい感じにしたくてみたいな。

安部和音: うん。ま、その俺らがうん。いや、ま、正直だからグレードが1個どころか2個ぐらい下がったわけじゃん。今回もそこの認識のずれがかなりあるから、ま、例えば俺だったら、あ、お風呂ってやっぱこれぐらいになるんすかねっていう話をして、

高橋英信: あ、はい。

安部和音: ま、手出し20万着地のさ、MRより1個下で行けるみたいな話だったからさ。てか、MR、MRぐらい、あ、MRは掛け率が高いからね、みたいな話して、MRって、あ、じゃ、パナソニックって高いからねっていう話だったじゃん。

高橋英信: あ、そう、そう、そう。リクしてる。

安部和音: だ、他のメーカーでいいやつだったらどうなんですかって話で、他のメーカーでしょぼいのが来たからなんかそこが認識がこう認識というかなんか話がおかしくねえっていうだ。

00:10:26

安部和音: これってこの前言った話よりも結果結構高かったからもう1グレード下げたみたいな認識であってますかねみたいな。ほんたら、ま、話が始まるから。で、そこで、ま、うちの社長的にはそのマグネットタイプがいいっていうのと、ま、ちょっとこれだといい風呂入ってる感がないから、例えばもうオプション全部とつ払ってマグネ、それ昔マグネットでのアクセントもかっこよくてっていう形でもうマグネットで50につけられますよみたいな風にするみたいな。

高橋英信: うん。

安部和音: にしたらどうすかねみたいな。で、ま、あとシャンプーボトルの置く場所みたいのがちょっと貰貸っぽいっていうのでフィードバックがあったんすよね。みたいな。

高橋英信: うん。

安部和音: 今取り始めんなって。

高橋英信: ああ、撃てる。

安部和音: は

高橋英信: うん。あ、ま、この予算だとこのユニットバスとかになっちゃうって感じですかねみたいな。切り、切り出し方はそういう感じでいいって言うとさっきそそこのニュアンスが

安部和音: ま、それ言ったらそ、そうだねって言われるだけだよね。え、まあ、じゃ、打開してみて。

高橋英信: え、プロってこういう感じになっちゃうん、なっちゃいますかね。もうちょ、ええ、もうちょっといいグレードの選べたらなと思ったんすけど。

00:13:20

高橋英信: MR、MR ま、こっちの認識としては MR ぐらいのグレードのやつがいいかなと思ってたんでと

安部和音: いや、2つアプローチがあって、前回のミーティングではパナソニックの MR の他者だったらどうなんですかねって話をしたらパナソニックは高いからねっていう話になって他者だったら大体これぐらいの金額でいけると思うよが60万だっけな何だっけ？40万だっけ？忘れた。なんか言ってたと思うけど。

高橋英信: あ、風呂は今44万で

安部和音: うん。って話だったと思うんですけど、これぐらいグレード下げられ下げないとこれぐらいになるんですかねっていう聞き方か。

高橋英信: うん。

安部和音: ま、ちょっと揉んだんですけど、あの、やっぱちょっとその外のポケットみたいなのがめちゃくちゃ貰貸っぽいっていうので、ま、ちょっとフィードバックありましてみたいな。

高橋英信: あ、そうか。

安部和音: なんか、ま、普通に単純になんかそのちょっといいユニットバス入ってなんぐらいの感じがないユニットバスに今なっちゃってて、っていう言い方のじゃないの？っていうのをその車内でそういう感じになりましたとか、ま、社長ってか、あの、母ちゃんの方がそう

やって言ってましたみたいま

高橋英信: うん。

安部和音: 、うちの代表との思惑とちょっとずれてるっていう話をすればいいののどっちかのアプローチじゃない。

00:15:24

安部和音: てか、ま、組み合わせてもいいと思うし、当初その代表の要望でこういう話だったと思うんすけど、ま、こういうフィードバックがありましたみたいな。

高橋英信: はい。まあ、なんかあれっすね。こうあれっすね。会社と会社のさ、こうこれやん。すり合わせやん。

安部和音: ちゃ、お前が強く言えないからさ。強くっていうかさ、そのお前が前回話した内容も覚えてないからさ、そうやるしかないんだよ。

高橋英信: か。

安部和音: うん。お前が覚えてたら速攻打ち返せたじやん、この話。

高橋英信: うん。

安部和音: え、で、お前がユニットバス詳しいしリサーチもしてたとしたらよ。え、リクシルだったら何々シリーズだと思ったんですけどって一瞬で言えたじやん。前回の話ベースだとあれこれじゃないんすかみたいなということに尽きる。

高橋英信: うん。

安部和音: だから俺が言ったことは大事なんだよ。先にやつといてって言ったことながら、まあ今回は切り札として

高橋英信: うん。うん。うん。分かりました。

安部和音: そうやって言えばただやっぱその会社とかさ、ま、やり取りでやっぱ何かしらでこうさ、戦か競り合う部分があってさ、それを綺麗にまとめるのが事前準備やからさ。

00:17:33

高橋英信: そう。

安部和音: うん。あれ、グレーで低くないですか？みたいな。この前言つとったやつこれこのシリーズつすよねみたいな。例えば言うとったらさ、めっちゃ温便やん。で、しかもさ、弱みつけるのよ。け坊さんって忘れやすいのよ。で、俺と母ちゃんは忘れないの？だからそこの弱みをつけるから。

高橋英信: あ。

安部和音: で、俺毎回あの、取ってるし、全部ボイスレコーダーで胸ポケットに入れて。

高橋英信: あまりました。

安部和音: はい。

高橋英信: やってみるわ。

安部和音: うん。お疲れ様です。

高橋英信: やべえ。

Louju: ありがとうございます。うん。ちょっとノイズやばいかもしない。

安部和音: うん。

Louju: これどうやってノイキャンすんだっけ? 本當してる。どうぞ。

高橋英信: こやって

安部和音: いや、別にいいでもこれでもいいよ。

高橋英信: うん。

安部和音: うん。下げるるんだけど。待って。ええ、あ、まあいつか。

Louju: ん、では自分か。さて、はい。

安部和音: オッケー。画面してくんね。

00:20:22

安部和音: あ、ていうかなんかフォローとかあんのこれ。

Louju: ある、ある。ま、アイコンをこうやってスポットライトとかうん。さて、あ、評価軸できるじゃん。

安部和音: うーん。そう。本当だ。

高橋英信: あ。

安部和音: えっと、これは、ま、ざっと作ったんだけど、試作と、えっと、事業に対してのデザインの評価をするフレームワークかな。

Louju: うん。うん。うん。ふん。ふん。

安部和音: で、デザインのもデザイン自体のこのこういう感じのフレームワークも作った方がいいなと思うんだけど例えばケティングよりもねどっちかデザインとか評価塾にはなつてないで例えばそれは行とかのフレームワーク使いたいなと思ってて美

Louju: うん。あ、そういうこと。これじゃあブランドコア対事業ってこと? うん。なるほどね。

あ、じゃあすうん。うん。うん。

安部和音: のポジションマング作るとか、ま、もしかしたら息っていうのがさ、その3次元でしか表現できないとかがあるから、あの、3次元でやる可能性はあるんだけど、それ面白いけどね。

Louju: うん。ああ。はい。はい。はい。うん。いや、おもろいけど。複雑化しすぎ。それ扱えるのか? ピグマで。

安部和音: フィグマじゃ厳しいかもしないけど、ツールで行ける。

00:21:55

Louju: だからもう完成。うん。キモすぎるな。うん。うん。うん。

安部和音: 行けそうだから面白そうじゃない? で、えっと評価軸はかなり甘いと思っててな

んか、ま、一旦1番左全部、ま、大体ブランド適合性大体もう試作で考えてもらつたらいいかな。これ例えはメディアやりましょうとかなった時にブランドを壊さないですかみたいな話。

**Louju:** うん。ああ、まあ、じゃあけだね。うん。うん。うん。うん。

安部和音: マーケだね。ほとんどマーケの話なんだけど、ま、これをや、これを冗談でやつた上での下段の、えっと、あるとか、詫びサビであるとか息であるとかていうのがうん。

**Louju:** ああ。オ、オッケー。じゃあこっちはあれか。こっち行動ベースの評価軸でではそのコミュニケーションの仕方というか後方みたいなうん。

安部和音: あ、そっすね。じゃあこれプル舞ですね。これプルマイ評価軸メトリックスこれさ、Pなんか俺の Windows とさ、Mac のさ、あの U がちげえの何なのこれ？めっちゃムカつくんだけど

**Louju:** はいはいはい。めっちゃいいじゃん。うん。

高橋英信: て

**Louju:** 本当がなんでだろう。ちょっと融護師謹慎するか。何がいい？覗いんじやない？

00:23:18

安部和音: これ。なんでもいいんだけど。ノトサンズもなんか違った気がするんだよ。なんかウェブフォント的にならないの？こういうのって。こなんかフォントだけはさ、アドビの方がやっぱ強いなあって思う。こういうそうなんだよな。

**Louju:** 嘘。さす JP。うん。そうね。フィグマはさ、本当の絞り機能が絞り込み機能が雑魚すぎてマジで使いもんならん。軸じゃあ振る舞い。

安部和音: うん。えっと、表現の方法。表現の方法。うん。うん。

**Louju:** うん。振る舞い。振る舞いか。それでもこれ表現の方法は別に表現の方法も振る舞いの中じゃね？片まではないんじやないか。あ、はい。証言、あの、デザインの評価軸を作つたとして、振る舞いの中の行動と、ま、そう、ワットとハウでしょ。本当？

高橋英信: ああ。

安部和音: あ、でもいや、ブルマと併まいただな。うん。これここの中で述べてることは併まいにはあんまり当たらないかもしんない。

**Louju:** ちょっと待って。弱心理差別化性持続可能性インパクトオペレーションまそれは確かにこれは絶対振る舞やなデザインの消化軸を作つた時にうんま一旦

安部和音: うん。

00:24:49

安部和音: ちょっとちょっと怪しいのが持続可能性ぐらいかな。

**Louju:** 一旦置いとこう前振る舞はまとハウで1回分けていいんじゃないま、何を、何を行つする、何の行動するかと何を伝えるかがワットになって、で、デザインはどっちかというとその口調だったり伝え方の部分になるからあ、そう、そう、そう、そう。

安部和音: うん。で、ハウなの? ハウそっか。どんなにだ? ま、ま、ま、なんかどんな風にみたいな感じだよね、多分。

高橋英信: はい。

安部和音: だから、ま、フる、振る立ち、佇まいっぽいけど、ま、で、えっと、中覗いてくれ。

Louju: うん。うん。なんか

安部和音: あ、上、上。あ、いや、これでなんか質問ある? まず、

Louju: ランド整合成帰り。うん。うん。

安部和音: あ、だ、大事だと思ってるものをとりあえず並べてって、それに対してのひ、あの、にに、ま、それを2元的に割ってポジションマッピング作りましょうって話。

Louju: ちょっと待ってね。ホテルのコンセプトストーリーデザインが一致してるか。うん。うん。うん。顧客心理買います。テストにとってはいはいはいはい。客本選別あるか。

00:26:40

Louju: うん。これめっちゃやすいね。

高橋英信: これえ、この独自性を持たない理由ってなん? 寄っちゃう理由寄せる必要がある。

安部和音: うん。

Louju: ああ。

高橋英信: から入れてるだけってこと。

安部和音: いや、ふ、負では単純ではないかもな。大体可能性ってのは例えばフランチャイズ可能であったりとか、ま、展開のしやすさがメリットになったりとかすると思うけど、ま、他にも色々

高橋英信: あ、展開のしやすさ。

Louju: うん。

安部和音: あると思うよ、大体可能性っていうのは。

Louju: うん。ま、でも展開可能性でもあり、パラレやすさでもあるみたいな感じだから、ま、いい面悪い面目もあるて感じじゃない。

安部和音: うん。まあというよりか、ま、どこまで差別化しますかっていう話をする時に他者をポジションマッピングで一社置いて、えっと、そこに対してそれが結構大体可能性が高いよねって話だったら大体俺たちはこれぐらいだよねって話をするから。

Louju: うん。

高橋英信: 単純な物差だから。

安部和音: ん。

高橋英信: 単純な物差だからどうでもいいよね。

安部和音: うん。

高橋英信: あるないはどうでもいい。うん。

安部和音: ま、もしかしたら独自性がない方が強い時もあるかもしんないから。で、ここ、こちよつと違うな。あ、だからもうこれめんどくせえな。

00:28:10

高橋英信: あ、この差しとしてはあるべきって

安部和音: ユゴシックミディアムにしたらミディアムになっちゃうからなんかオペレーション費用感的な感じかな。

Louju: ここま、使用体効果みたいな。

安部和音: あ、いや、えっと、金がかかるかどうかみたいなオペレーションとそのじじ人員負担と金銭負担でかいか低いかみたいな。

Louju: うん。うん。うん。うん。チーンとチア、でつかいでかい。

安部和音: ま、コストだね。コスト。

高橋英信: あ、そこに対してだけじゃなかっもしかしてデザインに対しての項目たちだと思ってたけどあ、これは理念代とかそういう

安部和音: ん?いや、これだからデザインじゃないんだって。試作にの話なんだって。全部デザインは下のその佇まいとかハウの部分だから今ワツの話だから。

Louju: あうん。うん。うん。

安部和音: いや、違う。例えばメディアリマッシュとかそういう話。

高橋英信: ああ。ああ。あ、ブログを継続するかみたいな。

安部和音: うん。パン、パンフレットを作るかどうかとか、看板を置くかとか、お客様の斡旋を行うかどうか、クーポンをつけるかどうかみたいな、その飲食

高橋英信: はい。はい。あ。

00:30:02

安部和音: 店の例えばそうなった時にこれをこの評価軸を並べていや、これはやりたくないね。

高橋英信: ああ。

安部和音: ってなったらやりたくないみたいな。そのポジションマッピングしてみて、あ、いや、これ結構帰りますな、多分。多分なんか俺たちがやろうとしてることって、ま、飲食店で言ったら55カレーみたいになっちゃうよねみたいな。じゃ、55カレーっぽいホテルってやりたいかやりたくないでみたいな話ができる。

Louju: うん。うん。

安部和音: 評価軸こういうのが大事。でもこれはま、マーケのポジションマッピングかな。で、ある程度早い段階でこれがわかった方がちょっといいかなと思ったから。で、他になんか質問ある?ここで。

高橋英信: Ja あ。

Louju: うん。うん。やっぱオペレーション費用感。これはあれよね。その資本と人的リソースま、資本と人的資本両方合わせてリソースとした時にそのリソースをどれだけ使うかってこ

とよね。

安部和音: うん。そう。

Louju: うん。

安部和音: ま、えっと、例えばそれが1番最後にあるんかな? し、試作評価って。これ違うな。これなんか難しいんだよな。これデザイン体験って書いてあってるな、俺。

00:31:20

Louju: ちょ、もうちょいシンプルに行きそうじゃね? うん。

安部和音: できると思う。

Louju: ワットとハウを完全に組み合わせして、なんか俺今1個の4証の運用方法で思いついたのがえっとこれがグランド適合成Vか。うーん。じゃあ分かるよ。

安部和音: うん。うん。すごいな、お前。バーサス、バーサスとか分かるんだ。すごいね。

Louju: うんと、ま、じゃあめっちゃシンプルに言うけど、じゃ、ブランド、ま、高級思考をブランドのコアだとして、えっと、そうなった時にじゃ、その高級思考にどれだけせるかであ、でもこれって

安部和音: うん。うん。うん。

Louju: さあ、うん。難しい、これ。なんか元すんの難しいな。この場合だってブランド帰りが圧倒的な枠で整合が良いっていう判断になるよね。うん。

安部和音: 高級思考の軸じゃないな。うん。いや、このブランド最後ブランド帰りはこれめちゃくちゃ違和感ある俺。あ、そなんだよね。そなっちゃん。そなっちゃんって俺もすごい思ってる。だからそななかただその試作を評価する時にブラの整合性ってのは大事だなと思ってるから。

00:32:56

Louju: あ、じゃあさ、じゃあさ、これをさ、ブランドの正合と帰りじゃなくてさ、ブランドのコアか表層かに分けんのどうよ? その哲学に対しての近さみたいな。そうなった時ライトソに当てる時に

安部和音: うん。ああ。あ、いい。

高橋英信: あ

安部和音: うん。うん。あ、で、いや、でも例えば、例えばさ、TikTok やらないと来年潰れますってなった時にで、TikTok 絶対やれば絶対あのなんとかなりますっ

Louju: うん。うん。うん。

安部和音: てなった時に特やるかどうかみたいな話をするのにちょうど良くてで、そのなんか深さ表層っていうよりアムの両方アムを伝えるるっていう話じゃなく

Louju: うん。うん。うん。うん。うん。分かる。わかる。うん。うん。

安部和音: てアアムを伝えない必要もあるんじゃないか。あ、あ、そんなことなり振りかって

られない状態じゃないのかって時にブランド帰りの方に置いて、それでもやった方がいいよねの話をするみたいな。だからどっちかというと俺縦がなんか違う感じはするっていう。あ、でもいやいやだから合ってるんだ。俺だから

**Louju:** ああ。いやあ、なるほど。それは難しいな。それ結構うー。

**高橋英信:** あ

**Louju:** うん。うん。うん。

**安部和音:** TikTok イメージしてやったから。

00:34:16

**安部和音:** もうマスの TikTok なのか選別する TikTok なのかでブランドしているのかブランド整合してる TikTok なのがっていうのが説明できるなって思ったから試作においてまこの2塾にしたんだけどなんか違和感はあるってこそうでま無理くりなんだけど必要な気がするんだよねこれ。

**Louju:** 難しいな。いや。あー。あ、オッケー。理解したわ。理解した。うん。うん。ま、でもそうなると、ま、ちょ、一旦ちょっと俺個人的に分かりやすいようにコアと表層で置くね。コア層で置いた時に、えっと、上軸はじゃあ新規と新規とロイヤルかな?新規とロイヤルソみたいな。あ、そっか。

**安部和音:** うん。

**高橋英信:** かな

**安部和音:** いや、アンテナ感度の高い低いかなとか。

**Louju:** 顧客側の特性ってこと? うん。うん。うん。うん。うん。うん。

**安部和音:** ま、例えば今日き、今日さ、聞いて北海道の人と会ってたんだけど、そ、その話で行くとなんか、なんかはすごい人を選ぶお店

**高橋英信:** ああ。

**安部和音:** があって、あの、お店の店員さんが人を選んでんのよ。もうこいつ嫌いみたいな。

**Louju:** ああ、なるほどね。なるほど。

**安部和音:** で、それ、それとそれがそのお店がえっとホテルの1階に入ってて、そのホテルブランドキンをしてるみたいな。ま、実際、実際本当にあった話なんだけど。で、なんか、ま、ま、ちょっと入りづらい店あるじゃん。あの、入り口に看板がないとかさ、あの、めちゃめちゃテンションに顔見られる店みたいな。

00:35:45

**Louju:** うん。えな。すげえな、それ。うん。うん。うん。うん。うん。うん。うん。うん。

**安部和音:** ま、マスターって感じの店とか、しかも思想強そうみたいなっていうのが、ま、選別性かな。

**Louju:** うん。うん。うん。うん。うん。なるほどね。オッケー。オッケー。はい。はい。はい。うん。うん。ふん。ふん。

安部和音: いや、ちょっとロイヤルとは違うよね。だ、最初に入る時の話をしてる俺。初めて行ったことない時に。入りやすいか入りにくいか。

**Louju:** うん。なるほど。ちょっと、あ、そう。俺がさつき言ったその思いついた運用方法のちょっと一旦話をしたいから新規とロイヤルに。あ、でもこれどうなんだろうな。今俺が言うのは結構あれかも。

安部和音: うん。うん。うん。

**Louju:** ハウのあれか、あの評価でくかも。

安部和音: まあ、そんな感じはするね。

**Louju:** うん。ま、コアと表層で、えっと、例えばうー、ま、これ人対人のコミュニケーションでもそうだけど、あの、いきなり新規の人にはあの、コアな話をするのってめちゃめちゃむずいのよ。例えば映像だとしたら、ま、ドキュメンタリーとかだったらいける。ドキュメンタリーの映画。うん。

00:37:21

安部和音: うん。ふん。うん。そうね。うん。うん。

**Louju:** 映画1本さえ見ちゃえば新規の人でもめちゃめちゃコアに近づけるみたいな。で、逆に、えっと、ロイヤル層に対してこれはすごい一般的なコミュニケーションはで、それと反対に、ま、表層、ま、新規の人にはやっぱ

安部和音: うん。うん。

**Louju:** 表層的なコミュニケーションになる。

安部和音: うん。うん。

高橋英信: うん。

**Louju:** うん。で、表層ミニあ、これちょっとここはよくわかんないけど。あ、でもこれ多分全部別に間違ってないというかどれもで、ま、例えばなんか試作に対してじゃ今回はここを狙いましょうみたいな決まったとし

安部和音: うん。うん。

**Louju:** てで、ここのま、そのロイヤル層に対してのコアなメッセージみたいなコンセプトが決まってる段階で、で、ここの4証のこの位置に対して、えっ

安部和音: うん。うん。

**Louju:** とそのクリエイティブの質が、ま、クリエイティブ自体がここに対してなんて言うの?

剃っているか剃っていないかをこれ今2Dだけど3Dのなんかもう1軸を足して3D

高橋英信: う

安部和音: うん。うん。

**Louju:** 的に評価できそうだなっていうのを今思いついたらこれはハウの話。デザインの方や。ちょっと待ってイメージ作るわ。このこれ今

00:38:47

安部和音: うん。あ、今もうごめんな。なんとふ、振る舞の話だっけ？ 併<sup>テレ</sup>前の話だっけ？ うん。それはね、結構これ評価塾としては結構いい気がすんな。

高橋英信: うん。

Louju: 4証言ね。上にある。

安部和音: うん。

Louju: こういうイメージ。うん。

安部和音: はい。はい。はい。

Louju: これはでもなんかあの当初話さん真ん中じゃないか。

安部和音: あ、それ真ん中じゃないの？ それ。その縦線って真ん中じゃないの？ 00じゃないの？ あ、いや、X0、Y0うん。

Louju: あ、そういうこと。こういうこと。そうだ。

高橋英信: その交差してるところにまた交差してるんじゃないって

Louju: ああ、こういうこと。

安部和音: そこじゃないんだ。

Louju: あ、や、えっとね。

安部和音: ごめん。その意味分かってないわ。

Louju: うん。うん。こういうことよ。

安部和音: うん。

Louju: ま、コア表層。ま、この上にある4証があつて、で、まずこの新規Vスン、哲学Vターゲットみたいなとして、ま、そのXYがまずこの下の4

00:40:00

安部和音: うん。うん。

Louju: 証で見れて、で、そこに対して忠実か忠実じゃないかをその縦軸というか3D軸で評価するみたいな。

安部和音: うん。ああ、なるほどね。ああ、ああ、なるほど。

Louju: そうそうそうそう。っていうのができそうだなって。うん。

安部和音: それに対して中実じゃない。

Louju: うん。わかんない。忠実以外もあるかもしれないけど。

高橋英信: うん。ああ。

安部和音: ま、ロイヤルコアであるかないかみたいな話ってことでしょ。

Louju: そうそうそうそうそうそう。

安部和音: ふん。ふん。

Louju: もうこの下のこの2Dの4証でどこにコミュニケーションするかっていうターゲットはもう絶対的に決まってからこの領域でコミュニケーションするんだけどそのコンセプトとターゲットに対してクリエイティブがその的確表現方法になってるかなってないかをこの

安部和音: うん。

**Louju:** 3D の縦軸で判断するみたいな。

高橋英信: あ、2D を踏まえて3D にしよう。

**Louju:** あ、そうそうそうそうそうそう。そういう感じ。うん。うん。これはジャストアイデアなんで。うん。

安部和音: うん。まあ、1つアイデアとしてあるかもしれない。ま、でもそれだったらどなんかさ、それさ、単純にさ、これ1個上の2D の方に戻ると例えばそれを考えた時にこれってここだ

00:41:47

**Louju:** うん。

安部和音: よねって言えばそれになるよね。これ、これを目指してんだけど、今回これになっちゃってるよね。よね、多分。うん。

**Louju:** うん。そういうこと。ああ、

高橋英信: ああ、なん

**Louju:** なるほどね。じゃ、つまりあれか、この距離で求められるってことか。確かにそうやな。

安部和音: そう、ま、遠くなっちゃうなとは思った。でもだ、あ、しかもそのここだし、その今回だとちょっとこっちになっちゃってるから、もう少しこのままロイヤル身はいいんだけど小編みが全くなっちゃつ

**Louju:** そう。うん。うん。

安部和音: てるよねみたいな話になるからこっちの方がけえな。

**Louju:** うん。うん。確かに時間。ああ。

安部和音: 多分でもそのアプローチ、その考え方自体がめっちゃ面白いから盾の軸が違うんだと思うんだよね。

高橋英信: いや、うん。そうな、俺はその盾の軸時間かなと思ってすぐすぐに飽きられるか長く残るかみたいな。

安部和音: いわじやない氣するっていう。おう。ま、ロイヤル新規になりそうな気がする。

**Louju:** うん。ああ。あ、そう、そう、そう、そう。うん。

高橋英信: 同じこと言ってるかな? このユマとあ、忠実中義ってこと? ああ、ロイヤルってロイヤ

安部和音: 時間軸がロイヤルってさ、ロイヤティって意味でしょ? 長く通ってくれる人とかいや、Netflix 3年続けてる人か続けてない人かみたいなし、単純

00:43:13

**Louju:** あ、でもああ。うん。

安部和音: に長い間あの太客かどうかみたいなロイヤルガードのロイヤルについて解説し

て欲何それ？でもそ

高橋英信：ガードのロイヤルじゃなくて、え、あのUKのさ、宮殿とかにいる人めちゃくちゃ中義って感じするじゃん。

安部和音：それ語5元は一緒やと思う。

高橋英信：ああ、そうだと思う。なんか、ま、単純にファンってことやな。その何かに対して。

Louju：うん。

高橋英信：で、考えたらなんかロイヤルと表層でさっき言マがわかんないつつてた時にそれはもういなくなる人なんじゃないかなと思ってアムでそこばっか提供し続けたらうん。

安部和音：逆にロイアルって意味が長い間っていう意味。

高橋英信：うん。

Louju：うん。

高橋英信：ま、そういうことやな。

安部和音：そう。あ、だからお前があの話すべきは今ロイヤルって何ですかの方向だったの？曖昧なことでも質問していいから太うん。

高橋英信：はい。

Louju：これめっちゃ分かりやすくてあれや。太客細。

高橋英信：回復あ

Louju：うん。これやな。ま、でもね、この2勝、4証で言うとね、やっぱりその尺とか時間はある程度決まってくる。

安部和音：うん。

Louju：太客に対するコアなメッセージはやっぱどうしても尺が長くなったりとかそもそも表層的なコミュニケーションは短い尺じゃないとねみたいな。

00:44:37

高橋英信：あー、コンテンツの味の長さ。

安部和音：そうだね。うん。

Louju：あ、そう。

安部和音：だからもうさ、アダルトはここなんだよね。

Louju：ん？あ、そこだね。

安部和音：アダルトビデオはここなの？いや、そうなんだよ。

高橋英信：だ。

Louju：うん。確かに。うん。

安部和音：1発、1発500円で買ってもらうみたいな話だから。

高橋英信：ああ。

安部和音：で、それを100万人に提供してるわけじゃん。

高橋英信：うん。うん。

安部和音：っていうのか。ま、こっちだったらフル本屋の常連みたいな。これ

高橋英信：あ、じゃあ何？はりタバとみたいなこと？ああ

Louju：ああ。うん。それ結構重要なんじゃない？なんかさ。はい。はい。

安部和音: 4軸だったらそうなる。あ、でもその白りたいでも測れないよね、多分。例えばさ、あのさ、スタバも俺これぐらいだと思うんだよね。まあま、これぐらいかな。はりたいな上にブランドがあるっていうパターンもあるんだよね。

**Louju:** うん。ま、その商材を何扱ってるかで結構よるんじゃない?うん。

安部和音: まあまあ、そう、そううん。

高橋英信: 。

**Louju:** 例えばうん、それこそ1杯500円さ、なんかそういう所材使ってるから、ま、数を打たないといけないので関わらず、あの、コア、コア

**00:46:06**

安部和音: うん。

**Louju:** なコミュニケーションを太客にしかしないみたいな激やし作とかをやっちゃうと、ま、普通にその経営的にあのね、もないことをやらかしてしまってのみたいな評価は

安部和音: うん。うん。うん。

**Louju:** この4証言できたい。こ

安部和音: うん。あとフル本屋のさ、太客もさ、いた場合じゃん。

**Louju:** うんうん。うん。うん。うん。そうやな。うん。

安部和音: ってなっちゃう。ま、だからここで行くとそのハウの部分だから白た場合をやるんだったら上の上で評価するべき。

**Louju:** うん。ふん。ふん。

高橋英信: はい。はい。はい。ま、そうだな。

安部和音: そう。それは試作になるから振る舞の方だから。ま、単純に佇まいの話でいいと思うよ。フル本屋の太客に売りたいとかは JK に売りたいですみたいな。

高橋英信: うん。で、まあ、

安部和音: TikTok 見てる JK に売りたいです。話だから。

高橋英信: 2軸でオッケーってこと。

安部和音: ま、いいや。で、え、ま、次行くとうん。

**00:47:20**

**Louju:** うん。

安部和音: ま、余で大体独自性。

**Louju:** ああ、消耗なるほどね。うん。うん。うん。うん。

安部和音: これも結構深い話はできる気はしてる。ま、持続可能性がないっていう、ま、1番やるべきって、ま、これ結構政府の話になっちゃうけど、ま、やるは独自性がありつ持続可能性があるものじゃん。ま、俺はこれを例えばサヌと呼ぶ。じゃあして消耗的であり大体可能性であるでも悪じゃないんだよね。

高橋英信: うん。

Louju: うん。うん。うん。

安部和音: それって多分ね、コストが安いんだ。これで行くと独自性があって持続可能なもののってのは結構コストがかかると思う。

高橋英信: ああ、確か

安部和音: 人的リソースもそうだしお金もかかるし。

Louju: 持続持続可能と消耗的の判断軸はその人的リソースと司うん。

安部和音: うん。まあ、耐久性じゃない。

高橋英信: うん。

安部和音: デザイン。デザインじゃないや。その例えはあるの、ま、Twitter マーケをするみたいな話で、Twitter マーケって結構やっぱ消耗的なところある。やっぱり組んでる時点でもなんか Twitter マークやってんだけど例えはなんだろうなギガギガジンとか分かる?えっとあ、じゃおコロとかおもコロアルファ

00:48:47

Louju: ああ、なるほど。うんとじゃあうん。あ、わからんな。わからん。何それ?何の何のジャンル?え?うん。

安部和音: おコロはねササカルで1番有名な人たちだね。で、ま、

高橋英信: 僕は知らん。

安部和音: Twitter、Twitter フォロワーどれぐらいいるんだろうね。おっは会社の名前、会社があるんだよ。そう、ウェブマガジンみたいな。

Louju: 人の名

高橋英信: まあ、そうよな。マガジンブログと

安部和音: で、えっと、アルファは Twitter 118万人ぐらいフォロワーいるな、今みたいな。ちなんか

Louju: うん。

安部和音: Twitter を使うんだけど持続可能性があるのよ。その人は Twitter の保守のゲみたいになってて、あの、保守の元って持続可能性が高いんだよね。

Louju: うん。ちょっと待って。めっちゃ感覚的な話だな。

安部和音: あ、保守の源が、ま、持続可能性、保守の源の持続可能性については本が書けるんだけど話がでかすぎるな。

Louju: うん。え、じゃあさ、例えばうん。

安部和音: うん。

Louju: 職人の工芸はどっちに当たる?これ持続可能なのか消耗的なのか。ま、独自性ではあるじゃ。

安部和音: 食品なんつった?あ、職人主行主行はああかなりなんか愛されるかどうか。持続可能性って。

00:50:33

**Louju:** 職人の工芸しも体が1つしかないっていう、ま、作れる生産者が1人しかいないっていうの考えたら消耗的なのかな。うん。

**高橋英信:** なんかそうよな。あ、うん。

**Louju:** あ、じゃあそのなんか行動によって生まれた利益かなんかの寿命で評価するみたいな感じかな。ああ、オッケー。はいはいはい。じゃ、これちょ分かりやすいようにちょっと俺翻訳をかしてもらわ。

**安部和音:** あ、そう。だから15年頼絶うるデザデザインというやり方かどうかみたいな。はい。まあ、寿命でいいと思うよ。

**Louju:** 長い。短い。ま、なんかしらその行動で生み出したものの寿命の長さと短い。うん。ふんふん。なるほどね。確かにこれはめっちゃいや、使いやすい評価になりそう。うん。うん。

**安部和音:** うん。なんか代が高いんだけど寿命も長いみたいなことで結構あるよ。

**Louju:** うん。

**高橋英信:** うん。

**Louju:** ああ、ここね。これなんか事例あるかな? 大体。あ、でもあれか。そうだね。ランチャイズは全然ここか。うん。うん。うん。いや、そうだわ。

**安部和音:** そう。うん。まあなんかでもあれじゃない? なんだろう? フランスの飲食店そうじゃない? なんか例えれば俺は俺がブランド作ることもあると思ってるし逆の全く対角

00:52:06

**高橋英信:** ああ、確かよし。

**Louju:** こんばん。そうね。そうね。コンビニとかはここだ。こります。

**安部和音:** 戦上もブランドを作ることがあると思ってるんだよ。そう、そう、そう。で、でかくていっぱい展開することで誰、誰でもできるビジネスなんだかいというのが強みになってくる人たちがいてうん。

**Louju:** はい。うん。

**高橋英信:** うん。うん。うん。

**Louju:** ああ。はいはいはい。ああ、なるほどね。これ結構もろいかもな。なんかブランドコアというかなんだろうな。うー、各にあるブランドはこれだけど、ま、これはこうやって大きく成長したら派生ブランドでこっち攻めるみたいな。この価軸で。

**安部和音:** うん。今行けるね。ナチュロみたいなね。

**Louju:** うん。うん。うん。いや、本当そうだよ。中央ローソンみたいな。

**安部和音:** うん。ナチュラルローソンみたいな。

**高橋英信:** ああ。はい。はい。はい。

**Louju:** これおもろいな。

**安部和音:** ま、それがじゃあ寿命が短いと言われたら未寿命が短いての結構難しいなどは思うけど。

**Louju:** あ、でもこいつがいるからこそいつのブランド力があるから独自性を出しても寿命が長いみたいだな。なるほどね。

00:53:24

高橋英信: あ、冒険切り。うん。

安部和音: うん。うん。

**Louju:** うん。ふん。ふん。

安部和音: ま、基本的にはこのなんつうんだろうな。これはその振る舞の部分になるからブランドとよりかはそうこれ続けられるのかなみたいな話のような可能性としては例えば金が持たないからでき

**Louju:** そうね。うん。うん。うん。うん。うん。うん。

安部和音: ないだろなこれはみたいなも壽命になる。

高橋英信: うん。

安部和音: あと飽きられるとかね。はい。で、次が、ま、これが完全マーケティングで、あの、じゃあこの今2つポジションマップ作ったやつってのが収益で費用が小さいのかでかいのかみたいな。で、軸。これ結構簡単だと思うけど。

**Louju:** うん。うん。そ。うん。うん。うん。うん。ふん。ふ。

安部和音: でをこれま、今分かるみんないいっていうのがメトリックス分析で、これなんかもうスプレッドシートでこう反できるなと思って、ま、これでポジションマップみんなでうんうん言いながらア3つぐらいをブランドブランド興味とか言ってねえな。英語合ブラのなんか選別性解放性みたいな。

**Louju:** 分かる。わかる。

高橋英信: なんかある。

**Louju:** グランド。

安部和音: これになんか名前はつけた方がいいと思うんだよね。例えばこれがブランド共鳴だとするじゃん。

00:54:57

**Louju:** うん。うん。あ、そういうことね。

安部和音: うん。これがブランド共鳴だとすると1番右のメトリックス分析に行った時にえっとこれが44点です。5点満点中の4点ですみたいなこの4点ですねみたいな話をしてで不遍性とか収益インパクトとか重力可能性とかまちよつと今適当に作っ

**Louju:** うん。うん。うん。

安部和音: てこれ置いだけこういう表を作って合計をで勝ったやつがまいだねとはなるみたいなうん点数の評価軸はもう普通にだからそこに12345とか

**Louju:** うん。うん。え、これ点数の評価軸はどうやって評価するんだろ?うん。うん。う

ん。

高橋英信: ね。うん。

安部和音: でいいんじゃないポジションマップ。

高橋英信: ってこと - 2の2とかなるやん。

安部和音: あ、そつか。違うな。あ、そつか。例えば、ま、目指して方向性を、ま、ちょっとこれ、これ検討ありなんだけど、目指して方向性がここだ。するじゃん。

Louju: うん。

安部和音: で、今回やってる方向性がここするじゃん。

Louju: うん。うん。ふん。こここのサ分で点を出すみたいな感じか。うん。うん。

00:56:07

安部和音: ここするじゃん。そう、近いか遠いかでこれだったら5点だし、こっちだったら3点だしみたいなとかでもいいから。

高橋英信: うん。うん。うん。

安部和音: ま、これを例えればなんかメジャーみたいな置いといてさ、これ、これこ、これ以上距離が近ければ5点とか4点とかまとかでもいいかなみたい。

Louju: うん。うん。うん。うん。うん。

安部和音: で、1番右で、えっと、それ、それが例えればアムはブランド共名35%。あ、ここが結構あれに近い。ブランド秋タイプに近のブランドってのを決めるの数ブランド共鳴35% 編成は15% 収益25% 持続可能性25% をやるあのブランドがアムダの例えば

Louju: うん。うん。うん。

安部和音: 決めるのよ。したらここにブランド共鳴けの4なんだ14010点とかになるこれ。

Louju: うん。

安部和音: あ、1.4点とかになるんだけど4点と評価してるからそれに $354 \times 35 = 1.4$ 点ぐらい

Louju: うん。うん。うん。うん。うん。うん。ちょっと待って。係数かけて出た。

00:57:52

Louju: この点数は何だ?あのや、ちょっと待って。

安部和音: わ。アムにアムのというブランドに対してふさわしいかどうかみたいなこの合計がいやしてない。

高橋英信: ま、元々の S どうやって決めるっていう話ました? しないか?

Louju: えっと、一旦じゃあ合計点は高ければ高い方がいいってことか。うん。

安部和音: うん。うん。えっとここ、ここはもう見なくていいかな。とりあえずなんかこれセッティング項目みたいなスプレッドシートでいい? 例えばさ、ま、この近かった、近かったから4点だねみたいな話で4つて入力

高橋英信: うん。うん。

安部和音: するじゃん。

**Louju:** うん。うん。

安部和音: で、もう1個表を用意しといでかけるバージョンの関数が入ってるみたいな。

**Louju:** 34ちょっと待って。むずいな。えっと、ま、そのサ分で点数が出せる。

安部和音: ちょっと説明が下手な。うん。

**Louju:** で、え、一旦この点数をじゃあ高ければ高いほどに近くていいっていうの前提にすると、ま、それぞれ高く、ま、高ければ高い方が良くて、ただブランドとしての最低の、えっと、基準がこれってこと

安部和音: うん。まあうん。あ、まあ、そのブラ、ブランドが何に重点を置いてるかなのよ。

00:59:32

高橋英信: あ。

**Louju:** うん。

安部和音: で、これ100% のよ。

**Louju:** うん。

安部和音: 全部足したら全部100% でどれぐらいを重視していきたいよね。

**Louju:** うん。うん。うん。うん。うん。

安部和音: アムはみたいな話をしどくの。

高橋英信: うん。その割合に対してここは何強く出すぎるよねみたいな。

**Louju:** ね。ちゃう。これ。これじゃここ今この

高橋英信: 高すぎるからこそソイでも他保転した方がいいよねみたいな。

安部和音: うん。いや、違うな。待って。

高橋英信: そういう話。

**Louju:** 4534って出てんのはこれってことよね。理想的な数字のバランスってことではない。

安部和音: うん。違う。違うね。ごめん。ちょっと待って。シとあるから。

**Louju:** うん。うん。

安部和音: え、もうちょっとじゃあ画面借りか。

高橋英信: 画面が小さすぎる。

安部和音: 見える? え、見える? 例えばこういうスプレッドシートがあるとするじゃん。

高橋英信: はい。はい。

**Louju:** ます。

安部和音: えっと、ブランドって何パーって書いてた? こね、これなんか動かなくなってる。

**Louju:** 35本人確認を行ってください

安部和音: した。は、これ閲覧のみになってる。なんで

01:01:35

高橋英信: アカウントいっぱい持ってるから

安部和音: こっち。

Louju: かさんのクロームの色エーブルトンのライブすぎないか。うん。

安部和音: うん。え、これさ、何これ？これなんかさ、あれなんだけど、一生されなくなつたんだけど。これコピーすればいいか。

Louju: うん。

安部和音: これか。グランド共鳴だっけ？35ね。×

Louju: 35分。

高橋英信: 35

安部和音: 0.35 1.4じゃん。うん。うん。そう、そう、そう。

Louju: うん。ちょっと待って。ちょっと前提の整理をしたいんだけど、このABCっていうのはこれあれよね。それぞれの試作よね。試作、試作B、試作Cってことだよね。うん。うん。で、その行動、その試作が、えっと、自分そのブランドで定めたその理想的な評価に評価に対しての距離が今この数値として出てうん。

安部和音: うん。うん。うん。そう、そう、そう。上はね。編成何パーだっけ？

Louju: え、15うん。

安部和音: 15。15×収益インパクト25で25こういう数字が出るわけだ。

高橋英信: 25

安部和音: で=3のあ、これでえっとこいつが1番アムにふさわしい試作だっていうのが出るって感じ。

01:03:51

高橋英信: あ、そういうことね。

Louju: うん。うん。うん。うん。うん。はい。はい。

安部和音: あ、うん。

Louju: ま、じゃあつまりルっぽい。あ、でもそれあれじゃない？もう、もう合計点が1番高いやつがうん。

安部和音: あ、いや、出るわけではない。必ずしも例えばこれが1%しかないするじゃん。0.01。僕

Louju: あ、はいはいはい。あ、理解したわ。なるほどね。ああ、はいはい。理解しました。うん。うん。

安部和音: そんなにじゃないんだよ。持続った場合、あの、勝つのが変わってきは変わらない。

Louju: うん。はいはいはいはい。確かに。ああ、そういうことね。あ、今やっと理解したわ。すげえな、これ作ったの。うん。いや、いい。おもろい。これ発明でしょ。なるほどね。

安部和音: これは変わってない。そうで、そういうこと。いや、ここはあのメトリックス分析です。

**Louju:** はい。はい。はい。うん。うん。うん。うん。理解した。

安部和音: ちょのむずいんだけど、そんなま、なんかそういうブランドタイプをスプレッドシートで打てるようにしてんだよね。ただこれを信じるでもいいし信じなくてもいいと思うんだよね。

01:04:55

安部和音: 個別になんかやりたいやりたくないもあるよねと思ってるから。ただなんか参考になるからこういう評価軸ってのを作つといった方がいいんじゃないかなっていうのと、あとケ数は例えばもう半年起きにさ、3ヶ月にとかでこう変えていこうかなと思ってる。どんどん中にお金ない。

**Louju:** うん。うん。うん。ああ。ま、じゃあ、ま、ブランドごとに数は決まってて、ただそのブランドのそのによって軽数は変わるってこと。

高橋英信: うん。うん。うん。

安部和音: うん。うん。そう、そうとかでいいんかな。

**Louju:** うん。だから初期だったらブランド共鳴よりも収益パクトに重点置くべきみたいな話をしてケが決まってで、それに対する点数出してなるほどね。あ、めっちゃいいじゃん。

安部和音: うん。うん。うん。

高橋英信: うん。うん。

安部和音: うん。

**Louju:** ありがとうございます。

安部和音: まあ、という感じでやってみていいんかなて、ま、て感じかな。

**Louju:** うん。いや、いいと思う。うん。うん。うん。うん。うん。うん。そやな。うん。

安部和音: 今回作ったのはただそのなんかこれそれぞれの評価塾がいろんなところで甘いんだ。やっぱなんかもうなんか見直しは必要なんだけどじゃどうやって見直すんだつってもむずいなって感じ。

01:06:12

**Louju:** 結構でう、ちょっと待って。ここデザインがどれだけ一致してるか。

安部和音: デザインって言い方悪いわ。がどれだけ一位一致しているかとかの方がいい。

**Louju:** うん。あ、まあ、あの、ブランドらしさってことよね。そのブランドのらしさがどれだけその近いか慣れてる。

安部和音: うん。

高橋英信: うん。うん。

安部和音: うん。

高橋英信: うん。

安部和音: うん。ま、例えばさ、なんか映像やりたいなってなった時にさ、映像やりたいなつ

てなった時にさ、なんだっけ? 見せたけど。

**Louju:** あ、じゃ、これうんうん。ま、これで言うと、うん、じゃあ例えればあの AM アム1号店のホテルの、え、ま、PV 作るとして、で、ブランド整合に沿ったコミュニケーション出た  
**安部和音:** うん。うん。

**Louju:** 表現にするならば、ま、臨内青山のああいう映像みたいな感じになって、で、逆にブランド帰り行ったらもうあホテルの客室の中にムービングライトを  
**安部和音:** ま、そう、そう。

**Louju:** 炊きまくってムーブみたいにするみたいな極端に言うとうんうんうんうんのプラグ微妙微妙 YouTube のやつ

**安部和音:** うん。うん。うん。映像を並べるためのフレームワークみたいな。これどう? リンク、リンクのプラウインどれ? あ、ブにしてるね。俺がと。例えば

01:07:54

**Louju:** はこれ右側の再生ボタン押した

**安部和音:** はい。これであれになんの? 表示がプレビューみたいな。あ、そなだ。あ、ごめん。プレイアイコンじゃねえや。これか。だ、これは、この動画はここだよね。みたいなさ、ここだよ話をする。

**高橋英信:** うん。

**安部和音:** で、今回やりたいのはこの位置だよねみたいな話をするのに結構使うから結構本当資格ベースでこっちでもこれをやるみたいな。次はで、ま、こっちでもやってで、メトリックス分析する。点数からそれあ、じゃやり、この案がいいっすねみたいな。

**Louju:** うん。うん。うん。うん。解放性と戦列性解放じゃ。この場合はえっとブランドの整合性はま、あってそう。

**安部和音:** うん。

**Louju:** ま、サムネイルだけ見る限りはあってそう。

**安部和音:** わかん。

**Louju:** で、選別はこのどっちかという多分1でこれむずいな。

**安部和音:** そうだね。

**高橋英信:** うん

**安部和音:** あ、なんかうん。

**Louju:** コンテンツの独自性どうん。

**安部和音:** ん、ま、こんなんかアイデアがあるかどうかでいいんだね。だ、ま、かなりこれさ、独自性あんまりないと思ってて、なんかそれ、それっぽいシネマティックで取ればこれにはなるから。

01:09:21

**Louju:** うん。

高橋英信: 。

**Louju:** うん。うん。うん。

安部和音: あ、ただなんかね、プロっぽいなと思った。この人は撮影がかなり上手でだから、ま、これぐらいかなみたいな。

**Louju:** うん。なるほど。

安部和音: でもなんか、ま、じゃ誰リファレンスがあれば誰にでも取れるような感じだよな。

**Louju:** うん。うん。

安部和音: で、で、じゃあ消耗的かかって言われたらなんか全然そうじゃないかなっていみたいな。

**Louju:** そうだね。うん。で、運営ま、これは予算だよね。

安部和音: うん。

**Louju:** じゃあ、あ、じゃあこう、この発信で体ま、想定の利益から逆算して、それに対して、ま、これうん、減率みたいな評価になるのか。

安部和音: ん、ま、ビデオグラファー1人で撮ってそうな感じはする。アシスタント1人とまそうだね。そこはそこで例えばスプレッドシートを作つて収益かどうか収益かどうかみたいな。

**Louju:** うん。うん。

安部和音: で、ま、これ結構スプレッドシート叩いてそのままそれをここに乗せるって感じでいいけると思う。ま、た、純粋に利益率は30%が番上にして、収益がみたいな低収益5%アラリが

01:10:30

**Louju:** うん。うん。うん。うん。はい。はい。はい。

安部和音: で、これアラリ30%に対した係数がかかって、なんかその北期北位みたいなで、その30%を叶えられる期待値があつて。

**Louju:** うん。うん。ふん。ふん。ふん。ふん。

高橋英信: あ

**Louju:** あ、じゃあこれが例えばビラ白先のPVだとしてで、ま、最終的にはその物件の購入だとしたら、ま、こいつから生まれる利益の想定としてはこういう感じになるのか。うん。

安部和音: うん。うん。うん。ま、ただそのこれの専用のスpreadsheetを作つた時に、ま、基本的にはこのリビラ白崎売れたらこれぐらい思いがちなんだが、例えばこれが

**Louju:** うん。うん。うん。ああ、そつか。あ、それでもランコスがかかる場合ってことでしょ。うん。

安部和音: 3ヶ月に1回しか問い合わせがないで、なんか1年でコンバージョンするみたいな感じだったらこの辺になつたりするわけじゃん。

高橋英信: うん。

安部和音: えっと、ランコスと回転率が悪いとごめん。これだからあらり5%とかいう話じゃな

い。

**Louju:** ああ。あ。うん。うん。

安部和音: え、5% に期待値が100だとしたらこれ500だよねっていう評価ができる。

01:11:57

安部和音: 例えばでこれ30% に対して期待値が10% しかない。

高橋英信: うん。うん。

安部和音: 10しかないとしたらこれは300だと取らえる。

**Louju:** うん。うん。うん。

安部和音: 総合スコア300ビラ白崎は総合スコア300だねみたいなただ5% だけ100回転するならこっちの方が収益でやんねみたいなこれを500この動画に対して500

**Louju:** うん。

安部和音: か300みたいなっていう評価してこの2軸で考えるっていうスプレッドシートをまた作るって感じ。

**Louju:** うーん。なるほど。ちょっと待ってね。うん。うん。うん。難しいね。うん。この4証言が1番理解しやすいだろうなと思ったけど、1番むずいかもしれん。うん。

安部和音: いや、そう。いや、まあでも売上考える時とかに俺が結構ま、回転率タカ。

**Louju:** うん。ふんふん。

安部和音: あ、タンクあり。で、これが100の10のうん、ランコスって考え方じゃなくてもいいかも。

**Louju:** うん。え、これちなみにさ、じゃあランコスが0だとしていや、一旦ランコス0でじゃこれ制作費50万だとしてうーん。

安部和音: うん。

01:13:33

**Louju:** ジャラリー1000万だとして出して、ま、いつかこいつきっかけでその売却が成立したら、ま、いいわけやん。で、その成立するまではランコス

安部和音: うん。うん。うん。

高橋英信: うん。

**Louju:** 0で放置して大丈夫ですみたいな感じだったらこうこうなるよね。うん。

安部和音: うん。いや、そうだね。だ、それってアリがあれじゃん。アラリが変わってくるじや。

**Louju:** うん。うん。うん。うん。

安部和音: 世界ビジネスだとランコスでしょ。イニシャルでしょ。で、想定想定逆とかさ、例えばま、かかるかかるとし、ま、これイニシャルランコスておかしいな。

**Louju:** うん。うん。うん。うん。

安部和音: ま、こういう並び方になるか。まだ。またこれもスプレッドシート2つ必要ってか、あの2つの表が必要な12ヶ月なのか1ヶ月なのか6ヶ月かで2100万円200万あ違で50万

Louju: うん。うん。うん。うん。うん。

安部和音: でランクが1ヶ月あたり10万円でこれ5万円でこれなんか15みたいなでいくとえあ、あれだ。

01:15:02

Louju: うん。ふん。

安部和音: まあキヤ額でいいか。

高橋英信: はい。

Louju: ラ

安部和音: うん。ねえ、マイナスるマイナスま、多分これ、ま、これであります。

Louju: うん。うん。うん。うん。

安部和音: がでます。で、これが回転数が100回転率が100の100、100っていうか1の回転率が10の5あしよ

高橋英信: あ。

Louju: うん。うん。うん。

安部和音: わけなくない。ああ、い、いいんだ。えっと、アラリ、あり、赤じ、赤じになつたらもうビジネスじゃないからな。

Louju: うん。

安部和音: まあまあいいや。

Louju: うん。うん。いや、分かった。分かった。

安部和音: いう話なん。

Louju: うん。うん。うん。確かに。ま、じゃあ2段階使えば評価出せるってことね。うん。

安部和音: うん。そうで、えっと、いや、これが、これをフィグマに持つて、あ、なんかこう、こういう話だね。

Louju: うん。うん。うん。ああ。うん。うん。うん。うん。

安部和音: じゃ、この AAB AB BC 試作がどれぐらいこういいかみたいな a A が B はい。こんな感じ。

01:17:34

Louju: うん。じゃ、理解したわ。いや、めちゃめちゃロジカルだし、共通認識めちゃ作りやすいけど、これ慣れるのに時間かかりそうやな。うん。うん。うん。あ、そうか。うん。こうね。

安部和音: ま、それは俺が叩くからいいんじゃない?だ、この最終のこの数字が出てくればさ、この数字が出てくればさ、話じゃん。

高橋英信: うん。

安部和音: で、この数字を出すまでは俺がやるから。ま、そんな感じでいいける。

Louju: うん。うん。うん。うん。うん。うん。

安部和音: こ、これぐらいの位置だ。多分この動画は多分これ、このさ、これ、これぐらいすみたいな。

Louju: うん。うん。うん。うん。うん。

安部和音: で、その上で、ま、運用費用がこれぐらいかかるってたんで、こんな感じですみたいな評価がい。うん。うん。えっと、想定でいいんじゃないかな。

Louju: うん。うん。うん。理解した。え、で、これはあれかじゃない? その試作としてん。これアウトプットした。ま、コード起こした後の評価だよね。今やってんの。あ、想定は多分また別でやつとかないとさ、今回どこが欲しいみたいな話をしてからこのアウトプットがどれだけ近いかみたいな。

01:18:45

安部和音: うん。あ、ごめん。意味わかんなかったじゃん。

Louju: えっと、まずあー、この、あ、例えばじゃあ今回のその映像の作をしていて、こいつを作り終わったんで評価します。っていうフェーズすんじゃん。

安部和音: うん。うん。うん。うん。

Louju: で、まずそ、この4証のその理想に対しての近さの点数を出すために、ま、まずはその理想点をさ、どっかに配置しないといけないじゃん。ま、それがあつてその工程があつて、初めて評価できるってことよね。

安部和音: うん。うん。うん。うん。そうだね。

Louju: うん。うん。はい。オッケーです。うん。うん。

安部和音: そりそう。ま、これはさ、予算の話ができるからさ、ま、ここに関しては結構その、そ、理想は早い。

Louju: うん。うん。うん。

安部和音: 難しいのはこの左の方のとこに置く。

Louju: ありがとうございます。ありがとうございます。そうね。ここそうね。うん。うん。それあれよね。ブランドの超合なのか、めちゃ帰りなのが配置してブンブンしてうん。うん。理解した。

高橋英信: て

安部和音: だからこれはもうリファレンスを集めるとこからリファレンスをこの辺にバーッてまとめてそう。

01:20:06

安部和音: うん。っていうワークフローかな。

**Louju:** うん。うん。うん。

安部和音: ま、これを結構毎回やってけば1個ずつ試作がどんどん決まってくなつて。

**Louju:** うん。うん。うん。うん。確かに。ですか?

安部和音: いるヒでオッケー。

高橋英信: リルなんか馴染みのあるやり方だからあんま

**Louju:** はい。ありがとうございます。ちょっとトイレ行ってきていいですか

高橋英信: なんか口出そうと思わなかつた。

安部和音: この辺もあ、ブランドタイプっていうユングっていう心理学者がやつたフレームワークとビジネスをかけてる。

高橋英信: え、もうそのケースの話してくれたやろ。みんなで決めましょうって。そこ気になつてた。これでみた。

安部和音: かけてみた。

高橋英信: ま、そのスプシが、ま、そのビジネスの部分ってこと。

安部和音: う。いや、いや、ユングはブランドキットタイプって言って、そのアウトロー何%ヒーロー何%みたいな人格 MBTI みたいな話なんだけど MBTI をこっちに持ってきたみたいな

高橋英信: そつちがユってこと。はい。はい。はい。

安部和音: 。

高橋英信: ま、方向性を差し示すっていう機能しか持つてないっていう。

安部和音: 3% で点数がこれぐらいで定量的に評価ができるっていう仕組み言ってない。

01:21:48

高橋英信: 評価してうん。え、この軽数の言葉でゆんぐ言ってんの? 言つてないでしょ。ま、そこがビジネスっこと。

安部和音: うん。えっとユング、ユングをまず理解した方が早い気がする。ブランド

高橋英信: うん。

**Louju:** で、こういうこれはやりながらやな。1発でこれを理解しけるのは難しいかも。

高橋英信: うん。あ、数字叩くのはか君がやってくれる

**Louju:** うん。

安部和音: 数字というかこの意味の話をしててのユングがわかんないと確か意味はわかんないかもなつて。

**Louju:** あ、これも軽数の話。うん。

安部和音: そそそそ。難しいな。あ、これ分かりやすいな。これだね。

**Louju:** さん、それダウンロードしなくてもあれよ。右クリックで画像コピーしてくる。うん。

安部和音: マジでもうイーグルいらないの? 最強じや。

**Louju:** うん。イーグルいらんもん。

安部和音: ま、ブランド秋タイプって MBTI みたいな感じなんだけど本当に。

**Louju:** うん。

高橋英信: はい。

安部和音: で、こういうじ、12個ぐらいの人格があって、例えばユニクロは、あ、ユニクロ、ユニクロいな、ナイキはなんだ、ユニクロとなんかヒーローいし、アウトローちょっと履いてるし。だから例えば、ま、この

01:23:41

高橋英信: はい。

Louju: ヒーローじゃ。

高橋英信: いいぞ。

安部和音: 2つでいいとヒーロー85% のアウトロー15% が内気ですよねみたいな話をする。

高橋英信: はい。はい。はい。

安部和音: っていうのがユングが提唱してるブランド秋タイプっていうのがあるんだけどで、これに近いか遠いかっていうのをえっとその何理想は経営者の

高橋英信: うん。

安部和音: 例えば内キのCEOの人に理想はヒーロー85% アウトロー15% なんだけどじあなたたちの企業は実態はヒ35% のアウトローが65% みたいに見えてますよ、我々。

高橋英信: ま、実際のところはルーラーみたいな感じするよな。

安部和音: うん。そう。実際ルーラー入ってますよね。みたいなを指摘して、えっと、強制していきましょう。あなたたちの理想についていうのがよく使うんだよね。ブランドキタイプってのは使わないけど。

高橋英信: 大企業。はい。はい。うん。

安部和音: で、それをそのブランドタイプっぽいのを作って、このポジションマップの評価軸で作って、それをパーセンテージでやって、で、さっきのポジションマッピングの点数をそれを係数にしてかけるっていうやり方、係数が人格ってことです。

高橋英信: 係数は人格ってこと? はい。

01:25:21

安部和音: ま、例えばうちは収益インパクトっていうのは25% しか意識しない企業でありたいんだみたいな話をする。

高橋英信: うん。うん。

安部和音: で、ブランド共は特に重要視してるから35% ぐらいかけたいよねっていう会議があってこのケースが決まるからこれは人格になる。で、その人格をえっとマーケティング1つ1つに対して定量的評価しようっていうあのフレームワークになった。

高橋英信: はい。

Louju: あ、じゃあこれデザインのさ、それこそハウの評価の軽重はこれもうアーキタイプにすよ。

安部和音: うん。あ、そっす。

Louju: じゃう

安部和音: そう。ああ、確かに。ああ、でもさ、なんかいや、それは俺違うんだ。えっと、ブランドキタイプでは表現できないものをや作してると思ってるから、このブランドキタイプをやるんだが、クリエイターとかケアティカーとかじゃなくて息とか詫びさびとか軸でやりたい話とか、その例えは息のその美体

Louju: はい。はい。理解了理解した。理解了解した。うん。うん。うん。うん。アビサビ25%みたいな感じ。うん。うん。うん。うん。うん。

01:26:29

安部和音: 25%とか結構息って結構いいなと思うけど、なんか生きてドラさんかどうかみたいな話でしかないからさ。そのじゃあそこにこう全が入ってきて息で言うと美体が何%であ、違う。美体が何パーの詫びが15%みたいな話ができたらこのできればめっちゃいいなと思ってる。

Louju: うん。うん。うん。うん。うん。うん。

安部和音: だ、デザインもメトリックス分析できると思ってるから、ここら辺は結構大事な気がする。

Louju: そうね。ま、やってる人おらんやろうな。もう多分イソックとかそのレベルじゃない。うん。

安部和音: そうね。

Louju: 相当でかい企業じゃないとなんかコミュニケーション制で多分必要になりそうだけどそれに至るまで絶対やらないよね。ええ。何やってる人?あ、語り。うん。うん。うん。

安部和音: そうだね。ちなみに俺はこのメトリックス分析ってのはソニーの人から教わったんや。語りでソニーの人があの来てくれたんよ。それであのカメラのシャッター音とかをあの評価するのにメトリックス分析って言ってていやこれはソニーらしい。

Louju: うん。キモすぎるだろう。すげえな。うん。

安部和音: ソニーらしくないみたいな。

01:27:55

安部和音: 結構もっと単純な話ではあるんだけど、結構やってたね。

高橋英信: あ。

安部和音: メトリックス分析だから。そのアタックの気持ちよさとかアタックの気持ち悪さとかを二に2にしたりとかしてこう評価してケスをかけてみたいな。そのいらしたってのがでここはやってないね。これはもう完全オリジナル俺俺が作ったタイプと書き合わせたからちょっと面白いだからここで評価してた。

Louju: うん。

安部和音: 今まで上のここに係数をかけるとめっちゃいいやんていう。

**Louju:** うん。うん。ふん。うん。うん。え、どうやって思いついたの?これ。

安部和音: 今回のえ、今焦って、今焦って。今作るって言うたのに作ってないからチャットCPっていうと会話しながらうん。

**Louju:** うん。うん。あの、確かにここまで分かるけど、ケ数、ケ数かけてなんか統制させるみたいなの。すごいな。

安部和音: これいいよ。

**Louju:** うん。俺もバグるわ。

安部和音: うん。いいよ。ここまで言えたら多分ね、ほ、こんな会社もね、コンサルできると思うわ。

**Louju:** うん。

安部和音: ブランドコンサルで。

**Louju:** うん。

安部和音: これでさらにアウトプットがめっちゃかっこよかつたら最強になると思う。

01:29:09

**Louju:** 確かに。

高橋英信: うん。うん。うん。

安部和音: あと翻うん。

**Louju:** うん。いや、いいな。いや、なんかクリエイティブコンサルファームがさ、なんかクリエイティブをメトリックス分析してんのめちゃめちゃ無慈悲でいいな。無慈悲だけどめちゃ誠実みたいな。うん。

安部和音: 確かに関成で作ったこのブランド秋タイプというかこの係数完成でこれは作るんだがその完成に忠実にするっていうのがいるからおもろいなと思う。

**Louju:** うん。うん。うん。いや、面白い。

安部和音: ま、うまくかわからんな。でもやってみらんと。

高橋英信: うん。

**Louju:** あ、ちょ、クリエイティブに関してはその明確な評価とあとやっぱ少なからず感覚的な話になるから、ま、まずミニマムで始めたいな。

高橋英信: うん。うん。

安部和音: うん。うん。

**Louju:** デザインの評価を。デザインというかクリエイティブの評価は。

安部和音: ま、そうね。

**Louju:** うん。

安部和音: ま、ただなんか写真、どういう写真がいいのかみたいなのはこれかけたいな。

**Louju:** うん。

高橋英信: ああああ。

安部和音: これがイメージしたのがさ、やっぱそのシグマの写真とかをさ、あの、これで評価したかったんよ。

01:30:22

**Louju:** うん。うん。うん。

安部和音: で、結構 オグマの写真とかが俺ん中でめっちゃやつぱやりたいことに近いんだが惜しいみたいなのがあったから、それをポジションモッピングしたかったん

**Louju:** うん。うん。うん。うん。うん。

安部和音: よ。これか。例えばさ、ま、こで言ったらさ、写真は完璧なんだけど、俺はこの中のフォントが違うと思ってるから、今回のアムはうん。

**Louju:** うん。ん?ああ、そういうことね。ま、1個事例探して、それがアムブランドの、ま、評価軸というか、そのコアだったり哲学からどれくらい離れてるかっていうのを4証言で評価するってことね。

安部和音: そう、そう、そう、そう、そう、そう。で、これを例えば評価するのにこの下の方のここが必要だと思う。

**Louju:** はい。うん。

安部和音: なんか全であるとか詫びさびであるとか女性的である男性的であるとかあのハウの方の評価を作んと話ができない。

**Louju:** うん。うん。うん。うん。

高橋英信: うん。

安部和音: で、こういうのを並べたい。で、この上は取り組みの方、YouTube みたいなどかそういう感じかな。コンテンツマーケとあえとそのブログと TikTok を並ぶ。

01:31:43

**Louju:** うん。うん。うん。

安部和音: ここにポジションマップで並べるとかパンフレットなのかマップなのか。そういう感じなの。

**Louju:** 面白いな。感性の定量か。

安部和音: あ、力な訂正の定量化。

**Louju:** うん。

高橋英信: うん。

**Louju:** すごいな。

安部和音: なんかさ、ガタリーのミーティングでよくみんなが言ってたんよ。

**Louju:** うん。うん。

安部和音: これはめっちゃ訂正的な話なんすけど。ってめっちゃみんな言ってたのよ。

**Louju:** ああ。いや、それ言うよね。うん。

安部和音: うん。いや、言うよね。でさ、これやそれってどうなの?みたいな話すごい思うから。その訂正部分のポジションピング作りたくない?強化軸でそれを日本語でやることで本

当の日本のうん。日本でか俺らがやろうとしてること詫びサビだつたり息っていうフレームワークを使ってブを表現するっていうのになるよね。

**Louju:** うん。うん。うん。究極の保険だよね。

高橋英信: あ

**Louju:** うん。うん。うん。うん。うん。うん。うん。ま、これもうフレーム、フレーム作って実践して事例貯めてこの枠を2Bで打ったらもうそっちの方が利益バイクでそう。

安部和音: 俺はそれ結構思ってんだ。

01:33:11

**Louju:** うん。うん。うん。うん。めっちゃいいじゃん。

安部和音: 実際ホテル成功させたらホテル成功させて有名になってワークフロー例えばさオープンソースとかでさブサイトで公開しちゃうみたいなアム作った時のさ、このフィグマみたいなのを

高橋英信: はい。

安部和音: さ、ウェブサイトでき麗にまとめてさ。

**Louju:** うん。

安部和音: そう、クリスサラダがやってたんよ。

**Louju:** うん。俺もね、このクリエイティブ4証で評価するっていうのはね、結構やってたんだよ。ちょっとコ定持ってくるわ。

安部和音: あ、そなん。

高橋英信: え

**Louju:** これちょっとでかいかもしない。はい。

安部和音: え、消した。

**Louju:** これノーマっていうデンマークのレストランがあんだけど、めちゃめちゃかっこいい。

安部和音: うん。今映してるお前。俺が。

**Louju:** あ、映してない。貼った。これ。これすぐえ整理しやすい。

安部和音: あ、張ったのか。

**Louju:** ま、とりあえずその、あの、メタでのコンテンツマーケー、ま、映像のコンテンツマーケでまずブランドがその扱ってる商材、ま、これ普遍レストランだから、ま、商材は体験だとして、で、その高級思考なのか、ま、幅広くなかいそのブランドの

安部和音: はい。

01:34:23

安部和音: はい。はい。はい。うん。うん。うん。うん。うん。うん。

**Louju:** 4証券の評価をした後にそれに対してこのファンクショナルな映像なのかエモーショナルなのかあと表層なのかブランドコアなのかとでその横軸下の基本証の横軸で新規に

向けたコミュニケーションなのか既存に向けたコミュニケーションなのかでそれを再生数で評価してんだけどこれは

安部和音: うん。うん。うん。うん。ふんふんふん。ああ、なるほどねえ。

Louju: そうでやるとある程度の法則性がそう見えてやっぱりその、ま、これはすごい当たり前だけど新規に向けたファンクショナルな映像ほどやっぱりえっと数字は伸びるがその既存に向けたエモーショナルなコミュニケーションやっぱり再生数は落ちるっていう、

安部和音: いいね。いい。あ、なるほど。うん。うん。うん。うん。うん。うん。うん。うん。

Louju: ま、1個その事実に基づいて結論付けるられるフレームみたいなこうん。うん。うん。うん。

安部和音: でもこれさ、前提がさ、もうひ層でさ、ファンクショナル1番さ、これ、これですらさ、もうあれじゃない?結構上質じゃない?全てのフレンスが基本上出な上でのその評価って感じなの。

01:35:55

Louju: ああ。

高橋英信: うん。

Louju: ま、それはね、その、あ、えと、よりかは、え、その同業種ブランド、同業ブランドのあの、出してるコミュニケーションは半疊に入れてない。

安部和音: うん。ああ、なるほどね。あ、し、ま、同業っていうかさ、表層とか言ってるけどさ、ちゃんとかっこいいとだからあれ、そのなんか感度の

Louju: そのブランドだけが出してるコミュニケーション。ま、でも確かにね、これ同業とまとめたらもうちょい正確なのができそうだな。うん。ああ、なるほどね。

安部和音: 高い人のさらにその話だよね、これ。

Louju: うん。あ、ま、でもそうだ。

安部和音: 感度高い人が見る表層みたいな話だね。

Louju: うん。でもここで言うね、ファンクショナルとエモーショナルはね、あの、取ってる機材で分けてる。

安部和音: ああ。あ、iPhone なのか。

Louju: そうそう。シネマのかいの見るとでこれから、ま、分かる結論としては

安部和音: はい。はい。これでめちゃ大事だよ。これリファレンスを集めろっていうのは結構こういう感じで集めるとね、めっちゃいい。

高橋英信: うん。うん。

安部和音: うん。

01:37:11

Louju: やっぱりシネマカメラで撮ったコンテンツは伸びないっていう。

安部和音: あ、そっすね。ね。ま、

Louju: うん。これはま、しょうがないんだけど、ま、結構9対、あ、9対16でも全然難しい。うん。急いや。

安部和音: 9対16でも難しいみたいな感じ。ああ、なんだろう。

Louju: あ、もうあのね、おそらくあの上さをか、あの視聴者が上質さをその本に対して上さを感じた時点でもう広告っていう認識になるから、

安部和音: うん。うん。ああ、なるほどね。

Louju: ま、そもそもされないっていう自体に陥るんだと思。

安部和音: なるほどね。

Louju: そう。ま、これは自分で4証作結果見て若干へんだわ。

安部和音: ま、そういうの。てかさ、でも家のやっぱ動画見てると思う。あのさ、バカっぽいやつがさ、えぐい人のさ、業200万みたいな物件紹介してる動画が1番伸びるからさ、それ紹介してんのがさ、バカっぽい人

Louju: うん。うん。うん。うん。うん。うん。うんね。うん。うん。うん。

安部和音: みたいな女みっていうのが1番強いんだなって思う。

高橋英信: うん。

安部和音: だ、上質なものを映す時にもうバカを用意するっていうのが強い可能性がある。

01:38:34

Louju: なるほど。あ、

安部和音: 親しみやすさとかなんかな。多分それが必ああ、なるほどな。なんか  
高橋英信: うん。

安部和音: ADSR があるのかもしれないな。上質なものと。

高橋英信: ADS ある。

安部和音: うん。所速が強いみたいな。あのバカが映ってたら見ちゃう。で、途中シネマは途中から釘付けになっちゃう。

Louju: そういうことね。うん。ああ。ADSR おもろいな。え、確かにこれさ、

安部和音: うん。

Louju: 4証言とさ、行ったらその ADSR の、それこそコンテンツ自体のエンゲージメントってことでしょ? その出張維持率とかさ。

安部和音: そうだね。そうそうそうそうそう。

Louju: 確かにそれめっちゃあれやな。新鮮の UI と一緒にやな。うん。

安部和音: なんか、ま、俺たちか人間日本人が今見たいものは寿司ラーメンリクみたいなさ、冷名のそのなんかば高校生が学生高校生のが川で遊んでる

Louju: うん。うん。うん。うん。うん。うん。

安部和音: でえぐいことてる動画が1番見たいからそういうやらが中盤にシネマティックを持ってきてあのなんて言うのぶ銀座の物件紹介し出すのが1番あの伸びる可能性がある。最初川でスタートして中盤でシネマティックになって物件銀座の

01:40:00

**Louju:** うん。ふん。ふん。ふん。ふ。うん。うん。うん。

高橋英信: ふ

安部和音: 物件になるのが1番伸びる可能性がある。うん。

**Louju:** これさ、AI もっと発達したらさ、別にその、あの、デジタル申請の UI でそのターゲットのセグメントと定めてで、ADSR 決めたらもう動画出力してくれるみたいな。

安部和音: もうそれまで言ったら人間決めなくて人間が決める必要もなくなってくる。

高橋英信: うん。

**Louju:** あ、確かにおもろいな。

安部和音: まあ、ま、釘付けになっちゃう系は多分もう AI でいっぱい作られてると思うな。

**Louju:** うん。うん。うん。

高橋英信: うん。

安部和音: 実はみたいな。なんかあの中国の鶏、あの要景上のあのなんて言うの？衛生環境がひどいみたいな動画とか作れそうじゃない？見ちゃうみたいなみんな。

**Louju:** ああ。いや、あるだろ。いや、最近マジでストピアだよな。そなん。

安部和音: うん。でもね、そ、それをね、1番最初にやってるやつになりたいんだよね、俺的には。

**Louju:** なるほどね。俺結構逆かも。

安部和音: でもおもろくない？なんかその新しいコンテンツじゃん。

**Louju:** うん。うん。うん。うん。うん。うん。うん。

01:41:23

安部和音: もうそれ人間バカにしてさ、金稼いだら面白いぞ。

高橋英信: ふ。

安部和音: その裏でしっかりしたコンテンツを作るっていうのが1番いいと思う。お前もディルザ作った方がいいと思う。

**Louju:** なんでだよ。

安部和音: って感じでいいですか？今日は林からなんかある？竹林君からなんかある？もう今日これで話あオケ。うん。

**Louju:** うん。うん。そうやなあ。ロボね。うん。いや、まだないね。ちょっと来週にはロボド出したいんだけど、今月2周目3周目やっぱいんだよね。

安部和音: 達した。

**Louju:** いや、なんか1週間後にあの6日間家にいないっていうスケジュールになってて、で、帰ってきて4日後に大きめの広告の納品みたいな。

安部和音: あ、そういうことね。物理的。ああ。うん。

**Louju:** そうだから結構動けないんだよね、多分。

安部和音: う。うん。のがちょっとやばいかもな、そろそろ。ああ。あ、あとリファレンス集めたのがあるんだ。

**Louju:** さん電波がうん。うん。うん。うん。

安部和音: 集めたってか提案があんのか。

高橋英信: 一番面白 Ja

安部和音: ちょ待って。MacBook の充電切れる。

**01:43:10**

安部和音: これでいいですか? ちょ、もう携帯でファレンス集めたやつがあんだ。画面キしてください?  
んじゃない? 僕もう携帯だから今。うん。

**Louju:** うん。うん。うん。うん。これね。うん。うん。

高橋英信: は

安部和音: このザラザラとかクスクチャガみたいなのが、ま、どっかでは使いたいって感じ。これメインビジュアルで行きたいわけじゃなくて

**Louju:** うん。うん。うん。うん。うん。そうね。なんか、ま、こういう

安部和音: なんか表現の1つでこれこういうのやっぱトレトレンドだし行きたいなって。

高橋英信: うん。うん。

**Louju:** 腹触りを感じるエプスチャとか入れたいよね。うん。うん。

安部和音: うん。なんかそのピンボケ、ピンボケじゃねえわ。シャッタースピード遅くしたやつとかめちゃ好きだし俺。

高橋英信: このモみてなやつ好きな。

**Louju:** はい。はい。はい。はい。

安部和音: この上のやつ。

高橋英信: そう、緑のやつ。

安部和音: これ迷ったんだよね。これ迷ったんだよ。消すか。

高橋英信: ああ、まあそだから好きなんだと思う。違うから。

安部和音: うん。ああ、そういうことか。

高橋英信: 他と上切り取った。

**01:44:34**

安部和音: パキ、急にパキッとするな。なんか何? 今のめっちゃ溶けたな。今何した? 今ポットを行った後に何した? なんか一瞬でめっちゃ溶けたけど、今。

**Louju:** 溶けた。

安部和音: いや、違う。

**Louju:** 溶けたってピペした。うん。

安部和音: アムのロゴに何した? 今だけその後なんかせんかった? 今。

Louju: え、何もこピペしてこれトニングしただけ。オケー。うん。ああ、そつか。オッケー。オッケー。

安部和音: あ、画質が良くなっただけかな? ま、いいか。それさ、SVG かなんか置いといてくんな? あ、いや、なんかな、何だっけ? Aだけなんだよ。うん。

Louju: あ、うん。ですけど、

安部和音: お願ひします。

Louju: なるほどね。ま、メニ持るので。

安部和音: ま、個人的にはこれを緑色にした方がいいかなと思って。

Louju: うん。うん。うん。ふん。ふん。うん。

安部和音: 深縁にふ縁室じやねえな。

高橋英信: ま

Louju: 波

安部和音: いや、そう、Windows ビースターみたいになってきた。

Louju: す、うん。

安部和音: フロートが1番好きだね、俺。

01:46:28

Louju: これうん。

安部和音: うん。グラフィーとしてかっこいいなってなった。

Louju: これでもあれだな。これ作んならデジタルじゃなくて撮影で作りたいよね。グラデーション。うん。

安部和音: うん。いや、そうだね。

高橋英信: ああ。はい。はい。はい。

安部和音: いや、でもなんか再現可能だとかっこいいなとも思う。あ、だからこれが詫びサビじゃないところあるな。

Louju: まあでも、ま、デジタルで最大限を表現しようとすると、ま、こういったものにうん。ま、こういった表現になったりっていうのは分かるんだよね。そのザラザとか質感とか。

安部和音: うん。うん。うん。うん。

Louju: で、それで、ま、例えばコプロトタイプをデジタルで作って、それをまたあえて手間をかけてアナログで表現するみたいな。

安部和音: うん。ま、そんなんもうめっちゃ面白いと思うよ。ただお前時間ないやん。

Louju: うん。

高橋英信: ふ

安部和音: 遊ぶ時間ないから。

Louju: 確かに。うん。うん。うん。オッケー。

安部和音: まあまあこれはまあ参考程度にかな。うん。それ何なの? ワイヤーフレームの参考ってこと? ああ。

01:47:51

**Louju:** これなんだっけ?あ、ほら、あれグリッドデザイン。そう、そう、そう。ま、グリッドデザイナリヤりたいっすねっていうのを忘れないように置いてる。うん。

安部和音: ああ、なるほど。なんかスマホのLPとかのさ、いい感じのリファレンスあつたらさ、教えてくれない?かっこいいな。

**Louju:** これやない。これどこだろうね。室内設計。ま、でも俺日本語フォントじゃない?

安部和音: めちゃかっこいいな。やつたろうかな、これ。

高橋英信: あ、これ中国のやつ。えーん。

**Louju:** うん。リファったっけな?スマホ用LPし。

安部和音: まあなんかビラしろ先でさ、おってなりそうな感じでスタジオむてもううん。

**Louju:** うん。ああ、なんだろうな。あれ、LPやさ、ラ白崎のあれ誘導先は何なん?資療請求。

安部和音: うん。インスタからLPからえっと内建案内予約フォーム。

**Louju:** ああ、ない。うん。それ多分ね、2つぐらい用意しといた方がいいぞ。多分いきなりそっからのステップで内は割とハードル高いから心理的なんか資料請求的なのをね、ワンクション挟んだら

安部和音: ああ。うん。うん。

01:49:21

安部和音: うん。

高橋英信: うん。

安部和音: いや、資料請求ではないけど、ま、今か、今アイデアとしては、あの、電話、お電話なしで内予約って書いてんのボタン。

**Louju:** うん。うん。うん。うん。

安部和音: コンバージョンボタン。ま、そこでハードルはちょっと落として、親指に近いところに置いてるって感じかな。

**Louju:** うん。なるほどね。

安部和音: ま、そのでつかい買い物だから、その資料請求系ってのはわかんないけど、不動産んがもう割とあの資料請求ってよりかはもう内乱予約みたいなあと他者でうちのビルシ先あげてくれた人たちがいてそれがうまかったのがえっと期間限定内乱会予約性内乱会あの開催中って書いてたん

**Louju:** うん。うん。うん。ああ、でもそれ結局コンバージョンして行ってみたらワンオワンってことでしょ。めっちゃおもろいな。

安部和音: 嘘むちやまでもなんか例えばそれをさ、隠すためになんかこうあの譜面台とかにさ、パンフレット置いとくとかさ、入った時にまとあるよなとかおフ会おオフ会

**Louju:** はい。はい。はい。ああ。オフ会0人ってこと。

安部和音: 0才0人フ会0人になる。その不動産知らない人だったらま、でも不動産知らない人バイやんから。うん。あ、いや、それは全く考えてないね。

01:50:49

**Louju:** うん。え、なるんじゃね? うん。あ、でもあれそもそもターゲットとあれなんだっけ? その割と入点目とか別荘として買う。あ、そう。別にあれ、その新築目で

安部和音: その層には高いかな?ん? うん。まあ、あの、子供ができるから賃貸やめよっかなみたいな人が

**Louju:** うん。普段その1件目でこっから家族全引いていきたいですみたいな人も割と入ってる。

安部和音: 1番多いかな。多分結婚するからちょっと広いマンションに住みたくて小

**Louju:** うん。なるほどね。かさん想定ではさ、その

安部和音：うん。うん。1ヶ月で行けると思ったよ。

**Louju:** マジですげえな。強気ですね。うん。うん。うん。うん。なるほどね。うん。  
**安部和音:** いや、それこそ広告とかしっかり売ってばいいんだけど結局なんかもうリソースが足りなさすぎて全然できてなくて。そうそう。今焦ってやってる。1ヶ月ぐらいで制約はいけなくなりたくないからそこ止めて、今はパチパチある。本気では、かこに

るんじゃないかなと思つ。

01:52:28

安部和音: 木氷でリーチ リーチさえ認知さえ取れれば絶対絶対買う人いると思う

### 支那相手：本文と

安部和彦: 手ぐらい川井一毛 てるユーチュートは

レジリエンスをもつて、自分らしく生きる

Eduja: エル。な。

**Lewin:** ちとつとそっちも落ち着いたら考えてきますか

安部和章: そうね、ネクストアクションどうする? うん、

**Louju:** 僕はとりあえずできれば自のミーティングまでにこれこれこれこれこれうんの V 2 展開か

安部和音: うん。うん。うん。うん。ふん。うん。ふん。あ、あと今日スピカっていうお店のお店  
雑貨屋さんに挨拶行ってスピカーってちょっと調べてくれない? 多分いい写真あると思う。

101

高橋英信・あ

安部和音：あ、今フィグマしか映ってないわ。いいか。それ別だね。

**Louju:** これね。ええ。あ、本当だ。

安部和音: うん。めっちゃかっこよかった。内装天井めっちゃ高くて。そうそう。これアルフヘベン。

高橋英信: お

安部和音: うん。なんかコントラスト強いな。この写真みんなもっと薄いイメージかな。こんな感じのイメージ。

**Louju:** うん。うん。うん。うん。うん。うん。なるほどね。

**01:54:27**

高橋英信: はい。

安部和音: ま、こういう人たち圧するとかそういうイメージだったりですよね。あ、そう。この人たち。あ、これやっぱ夫婦なんだ。この2人。この2人と喋ったわ。

**Louju:** うん。わあ、いいね。

安部和音: 全部1個5000円ぐらいする。これは違うね。

高橋英信: 竹のカレースプ

安部和音: あ、こんな場所でセレクトだね。

**Louju:** このまセレクト中心。

安部和音: もう完全になんかこの夫婦のセンスとハンドメイドのあの結構有名な京都のハンドメイドの人が例えば展示会やるとかいう感じでなんか横に隠し部屋みたいのがあつ

**Louju:** うん。うん。うん。はい。はい。はい。

高橋英信: うん。

安部和音: てそこでブランドバッグ売っててめっちゃかっこよかった。

**Louju:** 頑張って。いいね。ラ

安部和音: マジかっこよかった。

**Louju:** 確かに思想は近そうだよね。

安部和音: うん。結構本当になんかお皿とかももざらっとしたお皿がいっぱい置いてあってみたいな。

**Louju:** うん。うん。うん。

安部和音: で、マグカップもなんかザラっとしたちょっと汚いようなマグカップが置いてあってこれでコーヒー飲んだら美味しいだろうなみたいな。

**Louju:** うん。いや、いいね。

**01:55:59**

安部和音: うん。

**Louju:** 確かにここら辺の食器に置いてありそうだな。はいはいはい。ああ、なるほどね。うん。うん。うん。うん。うん。

安部和音: あ、そうそう。そんな感じだね。あんまり格好つけるとここと仲良くできなくなったりとかするんだよね。多分。

**Louju:** ま、改造度高いから中途半端なことしたらバレるっていうね。うん。

安部和音: そうそう。なんかそうそうそうそうそうそうそう。等身大感がある程度あった方がやっぱいいみたいな感じかな。

**Louju:** うん。うん。うん。いや、でもいいと思う。ここからチャンネルで割とその体験のイメージが明確にできるな。

安部和音: うん。そうだね。

**Louju:** うん。

安部和音: あとはあ、あともう1個あれだ。スリーシダーズコーヒーってどこ行った？パネルの横にさ、コーヒー屋さんあったじゃん。

**Louju:** ん？うん。なんてどこ？スリーシズ

安部和音: うん。そこも挨拶行って。今日スリーシダーズコーヒー。

**Louju:** これ。

安部和音: これがそなんだけど、別の店舗がFDMのあそこに入ってる。

**Louju:** うん。あれ、スリーシラーダーズコーヒーオーナー名前なんだけ？なんか俺3年前ぐらいにベッド行った時もなんかじやなかつたつけいや、違う。天コーヒーじゃない。うわ、めちゃめちゃかっこよくね、これ。え、これやるんすよ。

01:57:25

安部和音: いや、わかんない。

高橋英信: ホームページめちゃくちゃいいじゃん。あ、めちゃくちゃいいよな。

安部和音: あ、その人はあれだ。あの、あれ、天コーヒーだ、それ。あ、違う。え、じゃあなんでだろう？わかんない。こいな。いや、別の店舗マジかっこよかったです。で、ここで豆買って

**Louju:** そう。うん。さすが。

安部和音: はい。マップのしていいですよって言われて。

**Louju:** うん。いいね。

安部和音: うん。あ、そう。やっぱ。やっぱよ。そのマジ内装やっぱかった。

高橋英信: ああ。ああ。え、何これ？土壁みたいな。ああ、いいな。

安部和音: 別府店調べて。

高橋英信: アラブ万博のパビリオンみたい。

**Louju:** おお。

高橋英信: のあね。

安部和音: ええ、それ、それだから言ってんじゃん。

**Louju:** あ、こ、あ、これ、これ。チームの隣じゃねえぞ。え、かさんタンネルの隣だったつけ？

安部和音: だからずっとずっと言ってんじゃん。あ、ごめんなさい。ごめんなさい。さかあ、めっちゃコーヒー美味しかったよ。豆買って帰ったわ。そうそう。そんな感じで仲間は順調に集まってるわ。そろそろ並べた方がいいな。あの、それこそお店もさ、ポジションマップしてさ、じゃ俺らがどの位置だねとか言えるかなと思う。

01:59:05

Louju: うん。ここね。ここちょっと入ってみたかった。うん。いや、いいな。うん。

高橋英信: だね。

Louju: うん。うん。うん。うん。ま、思想プラスあと回転レースで並びたいね。今やっぱ結構飲食に傾いてる感じあると思うから。

安部和音: ま、いいですね。そうね。ま、今回雑貨屋行ったけどスピカ。

Louju: うん。うん。

安部和音: ま、もう1個ベトナム雑貨屋狙ってるね。

Louju: あともうもなんかもう1個ぐらいザベプみたいなさ、なんかおうん。

安部和音: うん。うん。うん。

高橋英信: それこそ温泉とかでいいんじゃない? うん。

安部和音: ま、温泉だろうな。温泉。温泉が例えれば10個とかなってもいいぐらいだし。まあ、5個ぐらいあってもいいかな。

Louju: あのやべえ資料感入ようよ。こうかな。

安部和音: ああ。

高橋英信: どうしても

安部和音: うん。ゲーム者、お前、お前、お前1人で行ってくれ。お前それ挨拶。

Louju: ジャ、行って、あのアムのファーストビューに入れるわ。

安部和音: 絶対ダメですって言われる。

Louju: うん。

02:00:38

Louju: いや、いいね。なんか順調に集まってきたよね。

安部和音: うん。あのさ、FDM があの根ぐらってホテルやってたじゃん。あそこにもなんかマップがあるんだけど

Louju: うん。うん。うん。うん。

安部和音: なんかルナがそれ見て行つたらしいのよ。そのお店にしたら、あの、ま、あ、マップ乗つてましたよみたいなこと言つたら、え、そうなんですかみたいな言つてたらしくて

Louju: うん。うん。うん。勝手に忘れられた。うん。

安部和音: 、知らんかったみたいな。いや、あ、そう。勝手に乗せらしてて、なんかそういうところで勝ちたいと思った。

Louju: うん。うん。うん。うん。うん。うん。

安部和音: 勝ちたいっていうかなんかちゃんとちゃんとその寝ずこうとしてる感じとかなんかそういうの強みになるなって足で稼ぐとかま本当土着ってそういうことでやろうかなと思ってうん。ま、だしさ、そういう人じゃないとさ、なんかこう言えないそのお店の良さとかあるじゃ

ん。

高橋英信: うん。うん。うん。マジ仲間。

Louju: うん。あ、経緯ね。うん。いや、大事でしょ。うん。うん。うん。

高橋英信: あ。

02:01:47

安部和音: と思ってるからその人の心のあったかさっていうのが今なくなっちゃったからビジュアルから割とそこをどう作ろうかなって感じだね。結構佐野さんの文章はいける気はしてるけどね。うん。

Louju: うん。そうね。ね、ビジュアル固めだからコピーを結構柔らかくて温暖肌を感じるような情緒あるコピーみたいなイメージやな。

安部和音: うん。うん。ロゴもね、ちょっとなんかやってみて欲しいね。そっち方向も。

Louju: うん。うん。うん。うん。可愛いよね。

安部和音: うん。

Louju: うん。もちろん。

安部和音: お願いします。

Louju: よし。

安部和音: で、そんな感じでいいんかな？なんかネクストアクションなんかなんか俺は持っていく。

Louju: うん。

安部和音: 火でもそろそろそのなんかやった方がいい気がするからさ。

高橋英信: うん。

安部和音: 参加してる感なんかある？竹林。

Louju: あ、俺から。うーん。うん。うん。

安部和音: うん。な、なんかま、そう。

高橋英信: ま、さっきが来る前に話してたのは、ま、ピンタレストとかで例えばだけど、ま、写真イメージをいっぱい持ってくるとかポジションバンプに置いてみたい

Louju: うん。うん。うん。うん。

02:03:29

高橋英信: な感じかな。

安部和音: なんかできないことってないよね。

高橋英信: し

安部和音: みたいな話をしたわ。なんか自分なりに考えて俺と竹林君にボロクそ言われてもそれがその起点になるから起点になるしそれがバタフライエフェクトになる可能性もあるしだ

**Louju:** うん。うん。うん。うん。

安部和音: けど何も動かないっていうのは何も生まれないしバタフライエフェクトは起きないからなんかせっかく3人いるからもったいない。

**Louju:** うん。うん。うん。うん。ま、そうやな。うーん。うー、ま、でもヒの中のビジュアルイメージとかはあった方がいいなって思ってて、俺とかさんは割ともう、あ、もうクリエイティブの生体

安部和音: うん。

**Louju:** が一緒にやから大体多分連だけど、やっぱそれに対して、ま、その、まあ、なんて言うの、ま、新鮮な視点というかうん。

高橋英信: うん。うん。みたいですね。うん。

安部和音: 簡単にあ、そうだね。なんか同じこと言ったわ。

高橋英信: はい。はい。はい。

**Louju:** の日ではこれまでのブランドのなんかブレストというかブラッシュアップを出てなんかどういうイメージを想定してんだろうみたいなのは結構知りたいかもな

安部和音: 今まで俺と竹林君が結構中心に回してきたブレストの中でヒはじゃあどう思ってたんだ、どうなイメージをしてたんだっていうのが分からないからっていうの話をした。

02:04:56

高橋英信: うん。

**Louju:** 万これに関してはマジでの自分の感覚でぽいなって思うものを集めるっていいと思う。

安部和音: うん。俺もそう思う。

**Louju:** うん。あのうん。うん。うん。うん。

高橋英信: あ、俺の自由にリファ集めるってことで。

安部和音: ま、自由とかなんか感じたもの、あの、あの、多分ピンタスト見てたら火では寄ってくと思うんだよ。俺がかっこいいと思うものに。うん。なんかあるべき姿ってな、何なのみたいな。

高橋英信: まあまあ、ま、その物差しを忘れずにつつうのは、ま、当然としてうん。ま、

安部和音: で、それが俺、俺、俺というものと、ま、ブレストで話したもののかう設中ってどこなのみたいなのなんか全てが見える感じ。

高橋英信: そうっすね。そういう言い方されるとあれっすね。もういつもの仕事な感じがしますね。

**Louju:** うん。そうなん。

高橋英信: 内装のプランニングみたいな感じしますね。

**Louju:** ああ、なんか1回自由にやってみるのがいいと思うけどな。うん。うん。

安部和音: ま、ま、基本的に俺がタスクで与えてるからさ、秘伝に対してこういうの。ま、それ、あ、それでもいいよ。てか、てか、てか、俺、俺は本当はそうして欲しいから。

02:06:11

高橋英信: うん。

安部和音: なんか俺、俺が今回さ、そのマーケティングのさ、マーケティングっていうか試作に対してのポジションマップをさ、作ってみたいんだよねって言って作ったじゃん。これって別にやるべきことじゃないけどやつたらおもろいんじゃないっていうので始めたことで、ま、実際それで会話が生まれたわけだから朝かったじゃん。俺が作ったのだけどなんかそのアイデアはあったからさ。

Louju: はい。

高橋英信: うん。

Louju: ました。なんかわかんない。

安部和音: 浅くていいけど物をなんか作ったりとか作りたいものが生れてくるというのがなんか大事で

Louju: うん。

高橋英信: まあそうだな。調べるのそうだが。

Louju: あとんだろうね。うん。

安部和音: ま、手動かしてみていいんじゃないなんか思いつく手の動かし方を

高橋英信: 何?まあ手動かすからこの抽象的にし直すみたいのもいいと思う。うん。

Louju: うん。そうね。いや、このもう現段階で割とそのビジュアルの方向性は割と定まってきてる中でやっぱそのフェーズだからこそ新鮮な視点を求めてるみたいなところある。うん。うん。うん。

安部和音: 今スペースとかエッセンスっていうのがちょっとない感じがするから、そのスペースやエッセンスになる可能性がある。

高橋英信: ああ、昨日抜けた見つまり方してるってことね。

Louju: うん。うん。うん。うん。うん。

02:07:55

Louju: そう、そう、そう、そう、そう。え、めっちゃいいと思うよ。いや、いいと思います。

高橋英信: ジャあそれこそさ、なんか現地に飲みに行くとかダメなの?その体験を話すみたいな。

安部和音: うん。いいと思う。ま、話す、話すだけっていうかなん、それがあれじゃん。

高橋英信: ま、それで感じたこととか、ま、見解ですよね。

安部和音: その日では事前準備で考え詰める詰めなきやいけないでしょ。その定例前までに飲んだ感想を何か手を動かして発表するっていうプロセスが必要じゃん。なんかアドリブじゃなくてまず飲み行く。

高橋英信: はい。はい。はい。

安部和音: 飲み行ってで、その例えばもう2日後ぐらい飲み行って3日後から丁寧までなんか準備するみたいなとか。

高橋英信: うん。

**Louju:** あ、例えな、ま、なんか飲みに行ってそこのテンション手にベプってどんなイメージですかみたいな。それ聞いてなんかそれを元にピンタルする集めてうん。それは完全になんかアムに沿ってなくてもいいと思うんだつけ?用ね。

高橋英信: ま、そうよな。そうよな。

安部和音: うん。

高橋英信: ま、そうか。スパイス的だから、ま、言ったら別ならではみたいなとこもなんなら求めてるみたいなね。うん。うん。

02:09:12

**Louju:** うん。そそうそそうそそうそそうそそうそそうだから守護がアムじゃなくて別ップになってじゃ別ップさって何だろうみたいなそっからひょっとしたらそのあのVIのなんかエッセンスが見つかるかもしれないっていうのが

安部和音: うん。あ、でもううん。うん。でもさ、あのザベツは火で行ってんだよね、母ちゃんと。何回も俺、俺、俺の100倍ぐらい行ってんだよね、もうすでに。

高橋英信: ああ、そつか。

**Louju:** ううん。うん。

高橋英信: え、別にそんなに別行ってねえけど。ああ、なるほどな。あ、はいはいはい。

安部和音: ま、本当は例えばその母ちゃんと言ったさ、ザベツでもう喋ってくれてたら助かってたみたいな感じだね。

高橋英信: こういうことっすね。

安部和音: そう。だから剃ってる必要ないんだよ。なんか思ったことがあれば何でもよくて別府とかホテルに対してうまいこと言わなくていいしでも俺と竹林君が経験していないことを

高橋英信: うん。

安部和音: お前は経験してるはずだからなんか単純に思ったことを言ってくれたら発見になるしまでも飲み行くのをやってみだな。

高橋英信: うん。わからん。やるかもわからんけど。ま、やってみた方がいいな。分かりました。

**Louju:** ま、やりたいことを自由にやるでいいと思うけどな。

安部和音: ま、そこが悩みじゃん。やりたいことがないとかさ、なんか多分さ、崇高なものだとだと思いつぎてるからこいつが。

**Louju:** ああ、もう何でも何でもいいんすよ。あの、叩き叩き台になってれば何でもいいんだ。うん。うん。おす。

02:11:48 より後に文字起こしが終了しました

この編集可能な文字起こしはコンピュータが生成したものであり、誤りが含まれている可能性があります。作成後にテキストを変更することもできます。