

「キャッチコピーで文学しよう」 ～書店・図書館とのコラボレーション～

国語科 寺 井 英 子

目 次

1. 本単元に至るまでの文学的な文章の学習指導	28
2. 本好きの生徒を育てるためには	28
3. 「キャッチコピーで文学する」とはどういうことか	29
4. プレゼンテーション能力の育成	30
5. 生徒のモチベーションを高める場作りの工夫	30
6. 授業実践	31
7. 1年菊組・梅組の実践	37
8. 成果と課題	38

要 旨

本実践は、生徒の選書に関する知識や技能の幅を広げ、読書をめぐる豊かなコミュニケーション体験を積ませることにより、生徒をより一層読書好きにさせることを目指して取り組んだものである。それによって、文学作品の魅力を感じ取ったり分析したりしながら、作品まるごとを深く読み味わう力を伸ばすことも考えた。

そこで、本単元では、三省堂神田本店、リブロ池袋店、小石川図書館の協力を得て、書店や図書館のニーズに応じて文庫本のキャッチコピーやボディコピーを作り、競合的なプレゼンテーションを行うという場を設定することによって、さまざまな選書の方法や、読書、特に文学読書をめぐるコミュニケーションを学ばせることができるよう工夫した。特にキャッチコピーとボディコピーを入れたポップを作る活動を通して、キャッチコピーで文学すること、つまり、それらを使っていかに文学作品を読み深め、読み味わい、文学的な表現を生み出し楽しむかを追求した。

プレゼンテーション当日は、書店や図書館の方に依頼者（判定者）として参加していただいた。プレゼンテーション後の質疑応答では、キャッチコピーやボディコピーをめぐって、豊かな文学や読書に関するコミュニケーションが営まれた。

プレゼンテーション終了後、キャッチコピー・ボディコピーは、実際にポップに仕上げ、書店や図書館に掲示していただいた。生徒は学習過程全体を通して非常に意欲的に取り組み、学習後の振り返りでは、選書の幅が広がり、新しい読書の楽しみを発見したという感想が多数認められた。

1. 本単元に至るまでの文学的な文章の学習指導

本校入学後の1年生の文学的な文章の学習を振り返ってみると、基礎基本を大切に、文学作品を読解する力をつけてきた。音読や群読により詩を読み味わったり、場面構成と作品世界の広がり結び付けながら物語を読んだりした。また、指導者作成の俵万智・短歌アンソロジーを読んで歌を選び、登場人物たちの心の彩を描く歌物語を創作する学習も行った。これらの一連の学習を通じて、生徒たちに文学作品の多様な読み方や表現活動を通した味わい方を学ばせることができた。

ここまでの学習を踏まえて次に伸ばしていくべき力は何かと考えた時、作品全体の魅力を感じ取ったり分析したりしながら、作品まるごとを深く読み味わう力が必要だと考えた。それと同時に、読書活動を取り入れた文学的な文章の学習指導の必要性を感じた。読書活動については、これまで説明的な文章の学習指導では調べ学習として取り入れてきたが、取り立てた文学作品の読書指導は行っていなかったため、読解の学習を日常の読書生活へつなげることを意識的に取り入れようと考えた。本校の生徒は読書好きである。図書館で本を借りる冊数も多く、休み時間を図書室で過ごしている生徒も多い。ならば、生徒の興味・関心を生かし、それをさらに高め、より一層読書好きの生徒を育てることを目標に、読書を基盤とした文学単元を組んでみようと考えたのである。

2. 本好きの生徒を育てるためには

本好きの生徒とはどんな生徒だろうか。本屋に行って読みたい本を手にする生徒、図書室に足を運び、本を読んだり借りたりする生徒、好きな作家やシリーズをもっている生徒、本をめぐる友達とおしゃべりする生徒、積極的に本から知識を得ようとする生徒、新刊本の情報に敏感な生徒など、本を身近なものと感じ、本のさまざまな楽しみ方を知っている生徒像が浮かんでくる。

大村はま(1984b)は「読書指導について考える」のなかで、「読書指導の内容は本を探すところから始まり、いろいろの読書の技術を身につけることである」(6頁)と述べている。また、「読書指導は読解指導のあとに続くものではない。読解指導へのつけ足しでない、単なる発展でもない」(7頁)とも述べている。

私たちは、文学作品の読解ができれば読む力がついたと考え、読解の発展として読書を位置づけがちだが、大村が指摘するように、豊かな読書生活があつて初めて読解の力も一層育つと考えるべきであろう。本好きの生徒を育てるためには、まず豊かな読書生活を構築することを大切にし、その上にさまざまな読書活動を組織して読書生活に根ざした読む力を高めることが必要であろう。

では、本校の生徒の読書生活はどのようなものだろうか。1年生全員を対象に、「読書に関するアンケート調査」を実施した。その結果から、本校の生徒は、世間で言われている子どもの読書離れとは異なり、読書好きであることが分かった。多くの生徒が、図書館や書店に足を運

び、1ヶ月に何冊もの本を読むと答えていた。

だが、そんな生徒たちにも読む本に偏りがあり、読みたい本ばかり読んでいるという実態がある。書店に行っても好きな作家の作品が並んでいる棚にしか行かないことが多い。意欲のある生徒たちだが、新しい作家やジャンルの本に出逢おうとする態度や、そのような本を探す知識、技能の幅はまだ十分に広がっているとは見えない。また、本をめぐって友だち同士でコミュニケーションする機会や活動が不足していることもうかがえる。そのような実態を踏まえ、生徒の読書意欲をより一層高め、選書に関するさまざまな知識、技能を育て、本をめぐる豊かなコミュニケーション体験を積ませたいと考えた。

そこで本単元では、書店のニーズに応じて文庫本のキャッチコピーやボディコピーを作り、競合的なプレゼンテーションを行うという場を設定することによって、さまざまな選書の方法や、読書、特に文学読書をめぐるコミュニケーションを学ばせることにした。具体的には、次の三つの方策を考えた。

- ① 選書の色々な方法について学習した後、実際に書店に足を運び、本の帯やポップに意識して目を向け、本を選ぶ経験をさせる。
- ② 読書の幅を広げるために、今中学生に読ませたい本のリストを提示し、そのなかから2冊選んで読ませる。
- ③ 同じ本をめぐって複数のグループが競合的なプレゼンテーションを行い、聞き手との質疑応答を通して、本の世界を深めるコミュニケーション体験を積ませる。

3. 「キャッチコピーで文学する」とはどういうことか

本単元では、豊かな読書生活を育むとともに、文学を豊かに読み味わう力も養っていききたい。そこで、キャッチコピーという表現様式を生かしたポップ作りの活動を通して文学作品を読み深め、主題を考えたり魅力を探ったり、文学的な表現を吟味したり表したりする学習を組織する。キャッチコピーと、それを補足して意味を添えるボディコピーを入れたポップを作る活動を通して、キャッチコピーで文学すること、つまり、キャッチコピーやボディコピーを使っていかに文学作品を読み深め、読み味わい、文学的な表現を生み出し楽しむかを追求させたい。学習を通して、一つ一つの言葉にこだわり、じっくり吟味して言葉を使用する力や、作品のよさを色々な角度から見つけて読み味わう力、仲間と協働してよりよいものを生み出していく力を身につけさせたい。これまでも、読書活動としての帯作りやキャッチコピー作りは多数行われてきているが、今回はポップを作る過程のなかで、キャッチコピーという表現様式を使うことによって、文学の理解学習や表現学習をねらう。キャッチコピーを作ることを念頭において作品を読み深めるところばかりでなく、読み深めた内容をキャッチコピーの表現様式で表すところにも文学的な感性や文学に関わる言語能力が必要になるだろう。また、仲間が作ったキャッチコピー・ボディコピーから作品の内容を豊かに想像するところにも文学的な感性や文学に関わる言語能力が必要になると考える。

4. プレゼンテーション能力の育成

作ったキャッチコピーとボディコピーを披露する手段として、競合的なプレゼンテーションを取り入れることにした。競合的なプレゼンテーションとは、複数のグループが一つの目的をめぐる競い合って自分たちの提案が採用されるようにプレゼンテーションを行うものである。通常のプレゼンテーション学習に比べて、一層内容や表現にかかわる説得力や吟味力、効果的なコミュニケーション能力が必要とされる。

既に生徒たちは6月に、「お茶中新聞を発行しよう」という単元で、競合的なプレゼンテーションの学習を行っている。その学習の概略は次の通りである。

小学生からの中学校のことにについて知りたいという要望に応えるという設定のもと、お茶小の6年生向けに新聞を発行することにする。生徒が中学生としての自覚をもち、中学校のよさに目を向け、それをアピールしようとする場を設定する。購読者である小学生は中学生のプレゼンテーションを聞いて、購読する新聞社を一社選ぶ。小学生のニーズに応えるために、中学生は新聞を作成し、新聞を売り込むプレゼンテーションを行う。そして、できるだけ多くの小学生に自社の新聞を定期購読してもらうことを目指して学習を行う。

(寺井英子「お茶中新聞を発行しよう～新聞売り込みプレゼンテーション～」(2004.6)学習指導案より引用)

この活動で生徒たちは、相手意識や目的意識を明確にもち、説得的に話す経験をした。どうしたら小学生にとって分かりやすく、かつ説得力のあるプレゼンテーションになるのかを体験的に学ぶことができたのである。

そこで、この学習を生かして、本単元でも競合的なプレゼンテーションを取り入れることにする。特に、今回はプレゼンテーションに聞き手を参加させる工夫を学ばせる。競合的なプレゼンテーションという緊迫感のあるなかで、聞き手の豊かな共感を得るような説得力を身につけることにしたい。

このことに加えて、プレゼンテーションの機会を、作品を読み深める手段としても活用する。話し手の提案に対して聞き手が感想や意見、質問を出し、それに話し手が答える質疑応答を通して、話し手と聞き手で文学的な表現や作品の世界を読み広げ、読み深めさせていきたい。そのためには、話し手、聞き手に対する指導をしっかり行い、活発なやりとりができるよう支援したい。

5. 生徒のモチベーションを高める場作りの工夫

学習において場作りは非常に重要である。先述した通り、本単元では作ったキャッチコピー・ボディコピーを披露する手段として競合的なプレゼンテーションを取り入れる。本来プレゼンテーションは、聞き手のニーズに応じて行われる活動である。そこで今回の学習では、大型書

店や公立図書館に協力を依頼し、外部からの依頼に応える形でプレゼンテーションを行う場を作る。作品の魅力をキャッチコピーとボディコピーで表し、それをポップに仕上げ、実際に書店等に立ててもらうのである。生徒へのアンケート調査で、生徒がよく行くと答えた大型書店と交渉した結果、三省堂神田本店が協力を約束してくださり、生徒の作品の出来を見てからという返事を、リブロ池袋店等からいただくことができた。また、小石川図書館にも、生徒の作った作品を掲示していただけることになった。さらに、プレゼンテーション当日、三省堂神田本店の文庫本売り場の担当の方と小石川図書館の館長さんが競合的なプレゼンテーションに依頼者（判定者）として参加してくださることになった。もちろん、本校図書室及び司書さんとの連携も行った。このように聞き手のニーズから学習を出発させることで、生徒に使命感、責任感をもたせ、学習に対するモチベーションを高めることができる。特に今回の学習では、キャッチコピーを入れたポップ作りが外部機関からの依頼によって行われるため、より一層学習が活発化し、読書活動、文学作品の解釈、表現活動、プレゼンテーション活動が能動的に行われると考えられる。

6. 授業実践

〈実施学年〉 中学校1年生（3クラス・120名）

〈実施時期〉 平成16年12月～平成17年1月

〈目 標〉

（学 習 者）

- ・文学作品を読んでキャッチコピー・ボディコピーを作り、競合的なプレゼンテーションを勝ち抜いてポップとして書店に立ててもらう。

（指 導 者）

- ・キャッチコピー・ボディコピーを作るという表現活動を通して文学作品を豊かに読み味わわせる。
- ・書店に足を運んで本を選んだり、ポップを見たり作ったりすることを通して、読書をより身近なものにさせる。
- ・キャッチコピーという表現様式の特徴を学ばせ、それを生かして文学作品の魅力を効果的に表現させる。
- ・聞き手を意識し、効果的に自分たちの考えをプレゼンテーションさせるとともに、話し手と聞き手を協働的にかかわらせ、やりとりさせる。

〈育成を目指す言語能力〉

- ・話し合いの方向をとらえて的確に話したり、相手の発言を注意して聞いたりして、自分の考えをまとめたり、深めたりする力を育成する。（「話すこと・聞くこと」エ）
- ・作ったキャッチコピーやボディコピーを吟味し、表記や語句の用法、叙述の仕方などを確かめて、よりよいものにしていく力を育成する。（「書くこと」エ）

- ・作品の主題や魅力を考え、それをキャッチコピーとして表現する活動を通して、さまざまな角度から文学作品を読み味わう力を育成する。（「読むこと」ウ・エ・オ）
- ・キャッチコピー・ボディコピー作りを通して語彙を豊かにするとともに、一つ一つの言葉にこだわり、じっくり吟味して言葉を使用する力を育成する。（「言語事項」イ・ウ）

〈1年蘭組の学習過程（全10時間）〉

○選書についての学習（1時間）

学習の初めに、事前に行った「読書に関するアンケート調査」の結果をクラスごとに集計し、生徒に返した。その一部を紹介する。（全体は資料1参照）

【図書室・図書館での本の探し方】

※①よくそうする ②たまにそうする ③ほとんどそうしない ④全くそうしない

本の探し方	男 子				女 子			
	※①	②	③	④	※①	②	③	④
書棚で本を眺める	7	5	1	0	19	6	0	0
特設（特集）コーナーを見る	5	2	4	2	7	10	3	5
新着コーナーを見る	7	4	2	0	11	8	4	2
掲示物を見る	1	6	3	3	6	5	9	5
図書室便りを読んでその本を探す	1	4	3	4	6	2	6	11
司書の先生にお薦めの本を聞く	2	5	3	3	7	3	4	11

その他、作者で探す、コンピュータ検索、手に取ったものを借りる、借りたい本を決めて行くなどの回答もあった。

【書店での本の探し方】

※①よくそうする ②たまにそうする ③ほとんどそうしない ④全くそうしない

本の探し方	男 子				女 子			
	※①	②	③	④	※①	②	③	④
新刊コーナーを見る	7	3	3	0	13	5	5	2
売れ筋ランキングを見る	5	4	3	1	12	5	5	3
特集コーナーを見る	3	6	3	1	7	9	6	3
ポップを見る	2	2	6	3	6	7	7	5
読みたいジャンルの棚を見る	7	4	2	0	24	1	0	0
読みたい作家の棚を見る	3	5	3	2	15	2	6	2

その他、題名で選ぶという回答もあった。

また、「買うかどうか、読むかどうか決める時すること」についても調査した。この調査で生徒が「よくそうする」と答えた人数が多かったのは「題名を見る」(28)、「表紙を見る」(24)、「ジャンルを見る」(22)、「裏の解説を読む」(22)であった。売れているかどうか左右されるという生

徒もいた。しかし、「奥付を見る」「目次を見る」という生徒は少なく、選書の仕方に関する知識に偏りがあることが分かった。

これらを含め、読書についてのアンケート結果を配布してクラスの傾向を見ていったが、生徒はとても興味深そうであった。知っている作家名や作品名を見て歓声を上げ、やはり、同年代の仲間の読書傾向には興味・関心があるようであった。

その後、授業の見通しや目標をもたせた。「みんなが作ったポップが三省堂神田本店の文庫本売り場に立ててもらえることになった」と伝えた時、生徒は大きな歓声を上げた。ここまで生徒が乗り気になってくれるとは正直予想外であった。生徒が目を輝かせて説明を聞いてくれたことは大きな喜びであり、場の設定がうまくいった証だにとらえた。

次いで、本のリストを提示した。これは、三省堂の文庫本売り場の担当の方から、中学生に読ませたい本で、かつ書店として売り出したい本の一覧を送っていただき、そのなかから指導者が8冊に絞ったものである。生徒はこのなかから2冊を選んで購入し、冬休みに読んでくることにした。

また、実際に書店に行き、リストにある本を自ら手に取り、見比べながら読みたい本を2冊選ばせることにした。それは、通常書店では読者と本を出逢わせるために、ポップをはじめとして掲示物や本の並べ方など、さまざまな工夫がされているが、その実物を見ることが重要な学習になると考えたからだ。実際、冬休みに三省堂神田本店に行ってポップを見てきた生徒が多数いた。「こういう宿題なら大歓迎」という生徒もいたほどだ。慌ただしい年末年始、しかも短い冬休みに本を2冊読むことは生徒の負担にならないかと懸念していたが、全員の生徒が宿題をやってきたことから、今回の学習に対する生徒の並々ならぬ意欲が感じられた。

生徒が読んできた本は以下の通りである。

書 名	作 者 名	読んだことがある	冬休みに読んだ
ブランコのむこうで	星 新一	1	13
バッテリー	あさの あつこ	12	14
センセイの鞆	川 上 弘 美	0	6
ナイフ	重 松 清	7	10
夏の庭	湯 本 香樹実	22	15
キッチン	吉 本 ばなな	2	7
エンジェルエンジェルエンジェル	梨 木 香 歩	2	5
ぶらんこ乗り	いしい しんじ	0	6

読書好きの生徒は、『夏の庭』『バッテリー』は既に読んでおり、冬休みには『センセイの鞆』『エンジェルエンジェルエンジェル』『ブランコのむこうで』などの通常手に取らないような作品に挑戦し、読んできた。生徒が冬休みに取り組むワークシートでは、登場人物や感想以外に、

作品の山場だと思った部分、気に入った表現やセリフ、主題、読んだことのない人にこの本を薦める場合のアピールポイントについても考えさせ、作品まるごとを読み味わえるよう工夫した。生徒の記述したものを見ても、文学的な読書が豊かに営まれていることがうかがわれる。

(資料2 参照)

○キャッチコピーの学習(1時間)

キャッチコピーには優れた説得的、創造的、文学的な表現特性(レトリック)が備わっている。そのことを学ばせるために、キャッチコピーについて学習する時間を設けた。この時間は、冬休みに集めてきたキャッチコピーを共有しながら、キャッチコピーの特徴や魅力を知るとともに、グループ学習によりキャッチコピーの分析・分類を行った。まず、自分が探してきたキャッチコピーのなかで表現面から最も魅力的だと思うものを一つ選び、3枚の付箋紙に同じものを書く。六つあるクラス内の生活班をA団(1・2・3班)とB団(4・5・6班)に分け、自分が所属している団の三つの班の班長の机の上に書いた付箋紙を貼って回る。すると、各班約20種類のキャッチコピーが集まることになる。それを班員が協力して分類し、仲間だと思うものを同じ台紙に貼り、空いているスペースにそれらの特徴を書き出す。その際、分類ごとにそのレトリックの特徴に着目して名付けるように注意した。

生徒は、「ギャグ系」「呼びかけ系」「ズバリ系」など、楽しそうに作業を行っていた。このように自分たちなりにキャッチコピーを分類し、名付けた後で、金子守(1999)や堀内信浩(2004)による分類や法則を提示した。生徒は真剣に読み、自分たちの分析や分類と見比べながら、キャッチコピーの技法について学んでいった。(資料3・4 参照)

○本の魅力を紹介するキャッチコピー作り(3時間)

〈キャッチコピー・ボディコピー作り〉

自分が読んだ本の魅力を、まだ読んだことのない人に紹介するために、キャッチコピーとボディコピーを使って表現する。自分が担当する本について、まず個人でキャッチコピーとボディコピーを考えさせた。(資料5 参照)

個人学習を行った後、同じ本を選んだ生徒同士で集まってグループ分けをさせた。競合的なプレゼンテーションを行わせるために、グループを複数にし、グループの人数は1人から3人とした。それぞれのグループは自分たちのポップを書店に立ててもらうために競い合うことになった。

グループ内でキャッチコピーとボディコピーを練り上げる過程では、作品のよさを色々な角度から発見し、読み深められるよう個別に支援した。キャッチコピーを練り上げながら、生徒は仲間と協働してよりよいものを生み出していく喜びを感じていたようであった。

例えば、『バッテリー』では、SとT(男子)、KとY(女子)の男子グループと女子グループに分かれて競合的なプレゼンテーションを行うことになった。

男子チームでは、Sは「ひさびさに青春したい人へ」、Tは「電池の話ではありません。本当の野球の話です。」というキャッチコピーを考えた。二人に共通した売り込みのターゲットは「野

球好きな人」「10代を経験し終えた大人」。男子グループは、大人に対して青春時代を思い返し、懐かしい思い出をよみがえらせてもらおうという意図を込めてコピー作りをするようになった。堀内信浩（2004）の「ドキッの法則」を使い、「青春」をキーワードにすることを決め、Sの原案を練り、「こんな青春もあるんです」というキャッチコピーを考えた。「こんな」という言葉に興味をそそる工夫を凝らし、大人たちをターゲットにして自分たちの意図を伝えようとしている。また、キャッチコピーを補足して意味を添えるボディコピーは、読者に呼びかける表現にすることを決め、「あなたにとって青春とは何ですか？忘れかけていたあの頃、思い起こしてみませんか」とした。男子チームには、キャッチコピーをあえて漠然としたものにするすることで、キャッチコピーだけではなくボディコピーにも目を向けてもらおうという戦略があった。

一方の女子グループは、全年齢を対象に、主人公巧の気持ちを意識し、「心はボールのようにうまくいかない」というキャッチコピーを作った。主題を「巧の心の変化」ととらえ、巧の青春を読み味わってほしいと考えたのだ。また、ボディコピーとしては、「噛みついてくるようなボールを投げる天才冷酷ピッチャー原田巧。しかしその心は複雑だった。男としてのプライドや周りは自分を認めてくれないといういらだち…。そんな野球少年と周りの人達の心がえがかれる。」という、中身の紹介も兼ねた丁寧なものを考えた。読書量も豊富な女子チームは、作品の内容の魅力を端的にまとめ、長めながらも中身のあるしっかりしたボディコピーを練り上げていった。

このように、どのグループも、仲間との学び合いや読書談義（それほど楽しそうに見えた）を通して、作品のさまざまな魅力や特徴を取り入れたキャッチコピーとボディコピーを考え出し、それを練り上げていった（資料6参照）。この段階で指導者は、各グループへの個々の支援を心掛け、一つ一つの言葉にこだわらせ、じっくり吟味させた。

〈プレゼンテーションの準備〉

各グループに大小2枚の画用紙を配布し、これにキャッチコピーとボディコピーを書かせることにした。今回のプレゼンテーションは、コピーの言葉そのもので競わせるため、提示の仕方はシンプルにさせた。さらに、話す内容については、1グループあたりの持ち時間を2分以内とし、どんな項目でどんな内容を伝えるかは自由とした。ただし、キャッチコピーとボディコピーは必ず入れることにした。

プレゼンテーションの準備にあたっては、グループごとに戦略を考えることを大切にさせた。キャッチコピーのよさを聞き手にアピールするために、盛り込みたい内容、提案の要点、話の組み立て・展開の仕方の工夫、どんな言葉や言い回しを使うかなどについて考えさせた。また、聞き手とどんなやりとりをしたいか、質疑の時の聞き手とのやりとりのイメージを作ったり、聞き手を巻き込む手立てを考えたりすることも大切にさせた。（資料7参照）

ただ、これだけのことを盛り込むとなるとどうしても時間がかかる。グループによってプレゼンテーションの準備に差ができてしまった。発表準備に精一杯で、プレゼンテーション後の聞き手との豊かな質疑応答の準備まで手が回らないグループも出てきた。話し手と聞き手が豊

かにコミュニケーションすることで作品世界を深めていってほしいと考えていたが、このままではそこまでの余裕がもてないかもしれない。そこで、一般に聞き手側からの質問によって話し合いの善し悪しが左右されることに注目し、プレゼンテーション後の話し合いを豊かにするために、聞き手用の質問のてびきを急遽用意することにした。自分の感想を素朴に言ったり、キャッチコピー・ボディコピーと作品の内容を結び付けた質問をしたり、表現の特徴について質問したりなど、21項目の質問例を示した。(資料8参照)

○キャッチコピー売り込みプレゼンテーション(3時間)

いよいよプレゼンテーション本番。学習の目的やねらいを再確認し、話し手のモチベーションを高めた後、グループごとに競合的なプレゼンテーションを行った。その際、話し手にはアイコンタクト、聞き手のモニタリング、分かりやすさ、説得力等を意識させた。生徒にとっては二度目のプレゼンテーションだったこともあり、前回の反省を生かし、聞き手の様子を見ながら繰り返し強調したり、画用紙を持って聞き手の間を回ってアピールしたりなどの工夫をしていた。

また、聞き手には質問を考えながら聞くようにさせ、積極的に質問するようにさせた。進行は教師が行い、質疑応答では活発にやりとりし作品世界を深めていけるよう支援した。このプレゼンテーションは、自分たちのキャッチコピーをアピールすると同時に、質疑応答においてキャッチコピーの言葉に込めた作品の魅力や自分たちの解釈を聞き手と交流し、文学的な読書コミュニケーションを行う場でもある。先にも述べたように、質疑応答における文学的な読書コミュニケーションを豊かにするためには、聞き手の質問による参加が欠かせない。そこで、前時に学習した質問のてびきを利用させた。てびきにある「どんな読者層を想定してキャッチコピーを作りましたか」「キャッチコピーで取り上げられている言葉や話題は、作品のなかではどんな場面なのですか。なぜ、そこを取り上げたのですか」などの質問例をうまく使い、活発なやりとりをすることができた。

質疑応答になれてくると、生徒たちは、「なぜひらがな表記にしたのですか」「なぜ文末に「…」をつけたのですか」など、自分たちでも新しい質問例をどんどん生み出して積極的に発言し、豊かなコミュニケーションが営まれた。なかには話し手が全く想定していなかった質問もあり、話し手同士が顔を見合わせて答えを相談する場面もあって、話し手にとっても貴重な学びの場となった。

『バッテリー』では、女子グループは堂々と自分たちのコピーをアピールし、聞き手の共感呼んだ。特にボディコピーの完成度の高さには、聞き手から「おー」という声が漏れるほどであった。一方の男子グループは、作品の細かな説明を省き、キャッチコピーとボディコピーの紹介に止めた。その結果、男子チームにはたくさんの質問が寄せられた。「ターゲットは誰か」という質問に「青春時代を終えた大人たちです」と答えたことに端を発し、「大人のどんな気持ちを想像してコピーにしたのか」「対象を広げた方がいいのではないか」「主題との関わりはどうなっているのか」などの質問が次々と出され、「青春」という言葉を直接使うことの善し悪し

にまで話が及び、作品の中身に踏み込んだ質疑応答がなされた。また、表現面に着目し、「『こんな』という指示語が魅力的で読みたくなった」という感想を述べた生徒もいた。

このように、話し手と聞き手がうまく関わり合い、ともに作品世界を広げていくことができた。

同じ本を取り上げたグループのプレゼンテーションが終わったら、読んでみたい気持ちにさせてくれたグループを選び、挙手で生徒審査を行った。

『バッテリー』では、28対6で女子グループが圧勝した。判断理由としては、「青春時代の複雑な心がよく表れていて読みたくなった」「比喻が上手に使われていて素敵だと思った」などがあげられた。

生徒審査の後、授業に参加してくださった書店の方に判断していただき、選んだ理由をうかがった。

『バッテリー』では、意外にも男子グループに軍配が上がった。その理由は、「これまで児童書として扱われていたあさのあつこの本が文庫本売り場に並ぶようになった。大人向けのコピーをポップとして立て、読者層を広げたい。青春というキーワードを直接織り込んでいて分かりやすかった。」というものであった。生徒と書店の方の判断が分かれたことは、本をめぐるさまざまな情報を得、選書に関する知識を一層広げる結果となった。書店の本やポップ作りに対する熱い思いや、書店が本を売るための戦略を直接うかがうこともでき、生徒は興味深そうに耳を傾けていた。

○ポップ作り（1時間）

ポップ作りは個人作業とし、レイアウトを工夫しながらポップを作り、相互に鑑賞し合った。用紙は三省堂で使っているものと同じサイズのカラー用紙を使った。生徒は個性的なポップを創り上げ、意欲的な作品が多数見られた。

○まとめ（1時間）

プレゼンテーションやキャッチコピーを振り返り、単元のまとめをした。振り返りの観点としては、学習の見通し、読書に対する意識、キャッチコピー・ボディコピー、プレゼンテーションの4点を柱とした。（資料9参照）

7. 1年菊組・梅組の実践

残りの2クラス（菊組・梅組）も上記蘭組の展開と同じように進めてきたが、読書材を換えて提示した。菊組・梅組に提示したのは以下のリストである。

作 者 名	書 名
辻 仁 成	そこに僕はいた グラスウールの城 母なる風と父なる時化 アンチノイズ 海峡の光 そこに君がいた 愛をください ミラクル
江 國 香 織	きらきらひかる こうばしい日々 つめたいよるに ホリー・ガーデン 流しのしたの骨 すいかの匂い 絵本を抱えて部屋のすみへ ぼくの小鳥ちゃん 神様のボート

生徒はこのなかから、辻仁成と江國香織の本をそれぞれ1冊ずつ選んで読んだ。実際に数店の大型書店に行って辻と江國の本の取り扱い状況を見てきたが、平積みにしてある書店が多く、店員の方にお話をうかがったところ、どちらも売れ筋の作家だとのことだった。また、本単元の直前に、辻の作品については、教科書教材「そこに僕はいた」を学習しており、その発展学習としての意味も込めて選定した。一方の江國は、女性を中心に人気のある作家であり、比較的読みやすい作品が多い。店員の方の薦めもあり、選定することにした。そして、菊組はリブ池袋店にポップを立てていただくことを目標に、また、梅組は小石川図書館のジュニアコーナーに掲示していただくことを目標にして学習を行った。

蘭組の読書材は書店が選んだものであったが、菊組・梅組は指導者が選んだものである。生徒たちの「今まではミステリーや時代小説などのジャンルを好んで読んでいましたが、江國さん、辻さんのような小説にも興味を持てるようになったので、この学習は私にとって、かなり楽しむ範囲を広げてくれました。」などの感想から、中1の生徒にとって辻や江國の作品を読書材として提供したことは適切であったと言える。と同時に、中1の生徒たちに多読をさせる読書材として、辻や江國の作品群が適していることも理解された。

8. 成果と課題

本実践は、生徒の選書に関する知識や技能の幅を広げ、読書をめぐる豊かなコミュニケーション体験を積ませることにより、生徒をより一層読書好きにさせることを目指して取り組んだものである。

学習後の生徒の感想には、「これまではただ本を読んで面白いと思うだけだったけれど、よく考えて読むようになった。新しい発見がたくさんあった。」「読み終わってからその本の魅力や特徴などが考えられるようになった。」「読書からここまでやってみて、読書に対する考え方が変わった。これからもっと本を読んで、新しい本とたくさん出会いたい。」「私は本を買う時、だれかにすすめられた物や気に入ってる本しか買いません。なので、今回自分で本を決めるといふ新しい経験ができよかったです。また、本を決める時にポップはとても大切な物なんだということにも気づかされ、とても勉強になりました。」など、選書の幅が広がり、新しい読書の

楽しみを発見した感想が多数認められた。

このように、生徒の読書に対する意識は確かに向上した。学習への取り組みも非常に意欲的で、楽しく前向きに学習する姿が印象的だった。特にプレゼンテーションでは、回を重ねるたびに質疑応答に深まりが見られ、作品の中身に踏み込んだやりとりができるようになった。これは、文学の読書をめぐる豊かなコミュニケーションが成立した表れと考えられる。プレゼンテーション後、紹介された本を実際に読んだという生徒もかなりの数にのぼり、実際に本学習によって生徒の読書の幅が広がったことが理解される。

生徒が作成したポップは、三省堂神田本店、リブロ池袋店、小石川図書館に立てたり掲示したりしていただくことができた。生徒や保護者は書店や図書館に足を運び、お茶中生のポップが実際に飾られている様子を見た。写真に収めてきた生徒や保護者も多く、本単位における場の仕組みの有効性を改めて確認することができた。

今回は文学作品に絞って読書体験をさせたが、三省堂から送られてきたリストには、論説文や哲学書も含まれていた。読書というと文学作品に偏りがちであるが、これからはジャンルを広げた読書生活を構築していく必要を感じている。これからも生徒の意欲を伸ばし、生徒がより豊かな読書生活を営んでいけるよう指導していきたい。

参考文献

- 大村はま（1984a）『大村はま国語教室 第7巻 読書生活指導の実際（一）』筑摩書房
大村はま（1984b）『大村はま国語教室 第8巻 読書生活指導の実際（二）』筑摩書房
大内善一（1997）『新しい作文授業 コピー作文がおもしろい』学事出版
金子 守（1999）『総合的学習に生きる広告の読み方・生かし方』東洋館出版社
堀内伸浩（2004）『「書く」マーケティング』明日香出版社

資 料

1. 読書についてのアンケート結果
2. 読書ワークシート
3. 「キャッチコピーを探してこよう」ワークシート
4. 「キャッチコピーの秘訣を探ろう」ワークシート
5. 「キャッチコピーで文学しよう」ワークシート
6. 「キャッチコピーでもっと深く文学しよう」ワークシート
7. 「プレゼンテーションの準備をしよう」ワークシート
8. 「キャッチコピーで作品世界を広げ、深めていこう」ワークシート
9. 「学習を振り返ってみよう」ワークシート

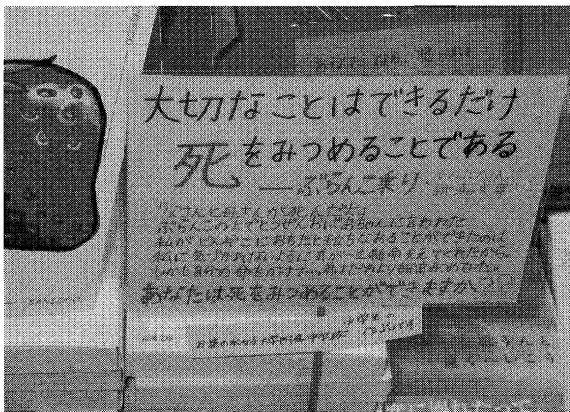
三省堂神田本店に掲示されたポップ



文庫売場のレジ前に掲示された
ポップの様子



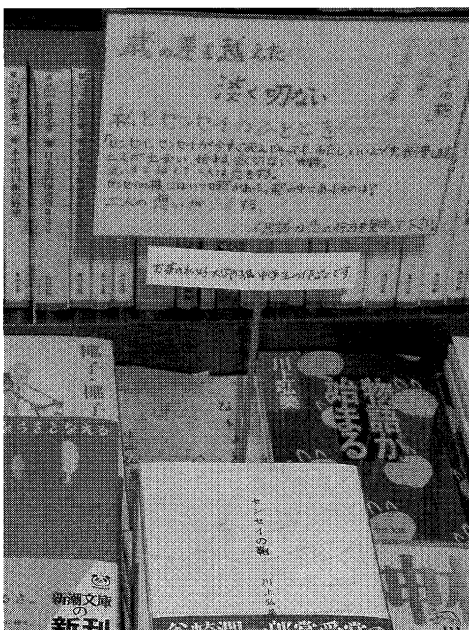
あさのあつこ『バッテリー』のポップ



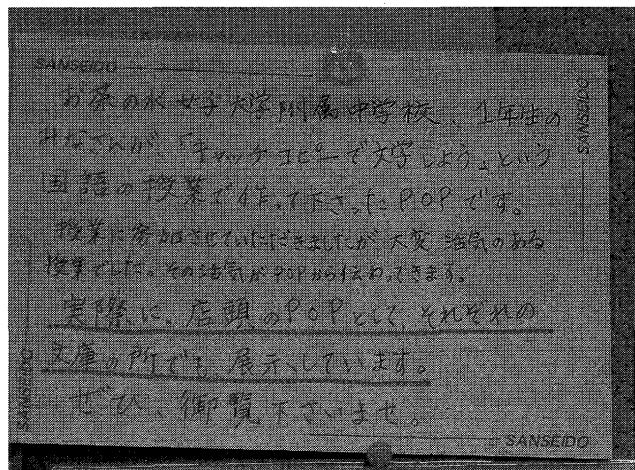
いしいしんじ『ぶらんこ乗り』



湯本香樹実『夏の庭』

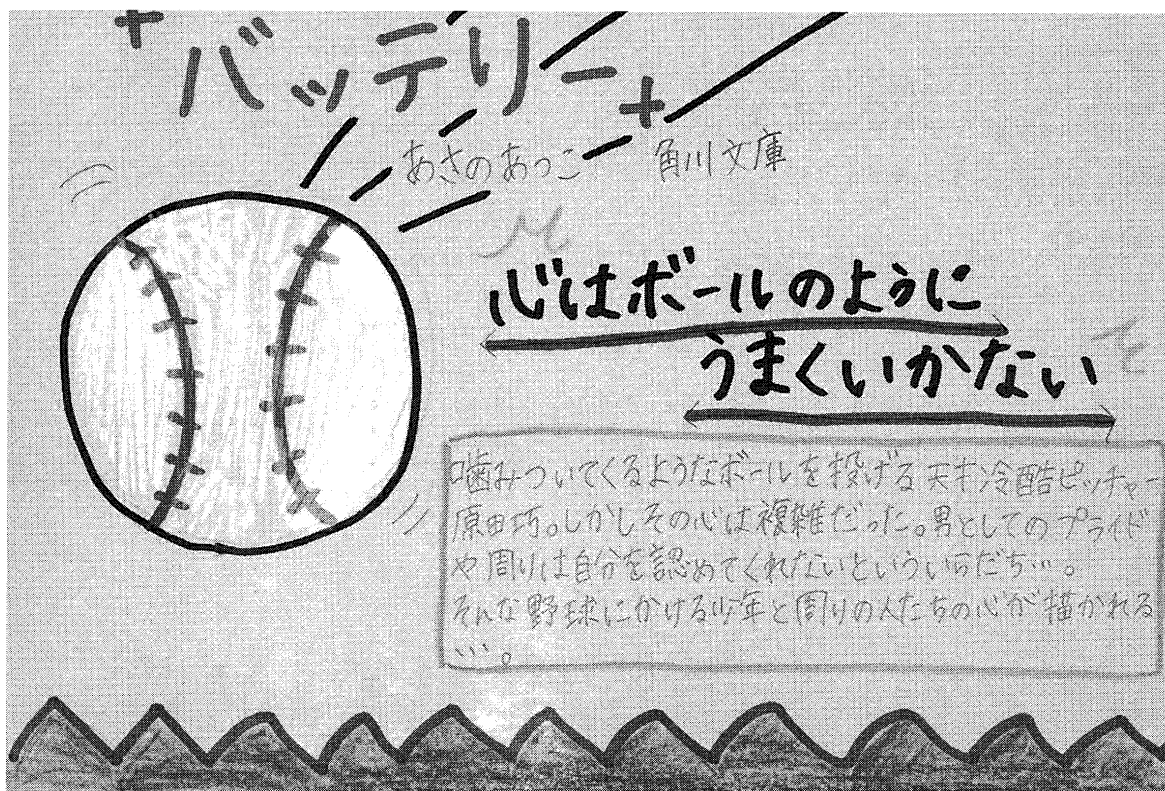
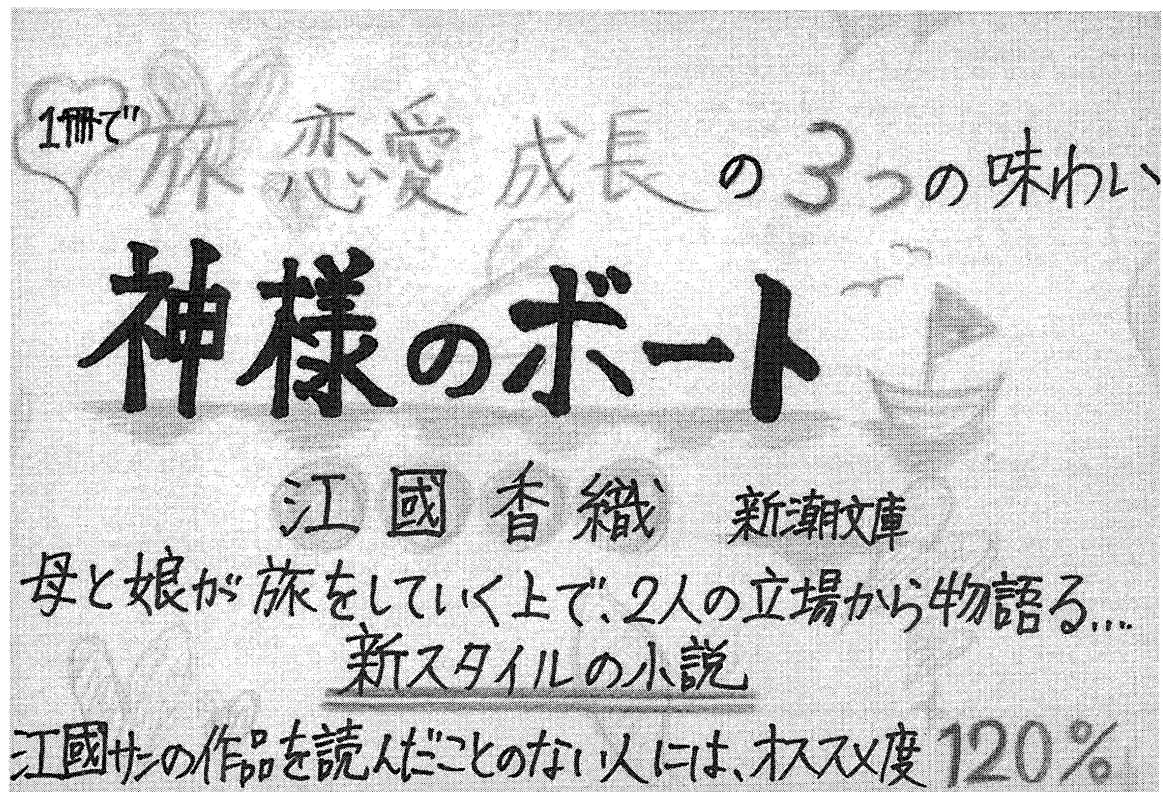


← 川上弘美『センセイの鞄』



三省堂によるお茶中生のポップ紹介

生徒が作ったポップ（実物大）



資料 1

★読書についてのアンケート 1年離組(男子13人・女子25人) 集計結果

1. 本を読む冊数(マンガや雑誌は除く)

男子…週2冊、週1冊、月3冊(3)、月2冊(2)、月1冊(2)、年3冊、年2冊(2)、年1冊
 女子…週15冊、週11冊、週10冊、週8冊、週6冊、週5冊、週3冊、週2冊(2) 週1冊、月6冊、月5冊、月3冊(2)、月2冊(4)、月1冊(2)、年50冊、年7冊、年5冊、年4冊(2)

2. 学校の図書室を利用する回数(本を借りたり探したりするため)

男子…週5回(2)、週3回、週1回、月4回、月3回(2)、月2回、月1回(2)、年3回(2)、全く行かない
 女子…週7回、週5回、週3回(3)、週2回(6)、週1回(4)、月5回(3)、月2回(2)、月1回、年3回、年2回、全く行かない(2)

3. 普段よく読むジャンル

男子…ミステリー・推理小説(4)、エッセイ(2)、ファンタジー(2)、歴史小説(2) 海外小説、説明文
 女子…ファンタジー(8)、小説(7)、ミステリー・推理小説(5)、海外小説(4)、ノンフィクション(4)、説明文(4)、エッセイ(3)、ホラー(2)、歴史小説、SF、アドベンチャー、童話

4. 普段よく読む作家

男子…宮部みゆき(2)、芥川龍之介、夏目漱石、江戸川乱歩、さくらももこ、小松なるみ、市川祐司、上遠野浩平、ダレン・シャン、ガース・ニクス
 女子…時雨沢恵一(3)、はやみねかおる(3)、ダイアナ・ウィン・ジョーンズ(2)、上遠野浩平(2)、かべいユカ子(2)、重松清(2)、屋新一、宗田理、青木和雄、芥川龍之介、笹生陽子、岡田淳、宮部みゆき、司馬遼太郎、童門冬二、松原秀行、椎名誠、小林みゆき、柏原幸子、ロダルド、デヴィット・アーモンド、ダレン・シャン、JKローリング、カイ・マイヤー、ミヒヤエルエンデ、Lemony Snicket

5. 好きなジャンル

男子…ミステリー・推理小説(4)、ファンタジー(3)、エッセイ(2)、歴史小説、SF、スポーツ、説明文、映画原作
 女子…ファンタジー(8)、小説(7)、説明文(3)、ミステリー・推理小説(3)、ノンフィクション(2)、SF、ホラー、科学、歴史小説、バラエティー、エッセイ

10. 新聞や雑誌の書評をもとに本を選ぶか

一般書 男子…よくある(1)、たまにある(4)、ほとんどない(3)、全くない(4)
 女子…よくある(8)、たまにある(9)、ほとんどない(7)、全くない(1)
 児童書 男子…よくある(0)、たまにある(3)、ほとんどない(3)、全くない(7)
 女子…よくある(2)、たまにある(8)、ほとんどない(11)、全くない(4)

11. 本を読みたいとき、書店に行くか

男子…よくそうする(6)、たまにそうする(7)
 女子…よくそうする(14)、たまにそうする(9)、全くそうしない(1)

12. 行きつけの書店

男子…家の近所(3)、紀伊國屋(2)、ブックオフ(2)、TSUTAYA(2)、三省堂、ジュンク堂、リブロ、旭屋、山下書店、詩泉堂、ウラワ書店、芳林堂、あおい書店、ビスモ、一伸堂
 女子…リブロ(8)、ジュンク堂(7)、家の近所(4)、ブックオフ(4)、TSUTAYA(3)、旭屋(3)、八重洲ブックセンター(3)、三省堂(2)、あおい書店(2)、紀伊國屋、芳林堂、山下書店、文教堂、ききょう屋、平安堂、新星堂、博文堂、けんぶん堂、ページワン、ブックタワー、明正堂、アマゾン

13. 本の探し方 それぞれ「よくそうする、たまにそうする、ほとんどそうしない、全くそうしない」の順

探し方	男子	女子
新刊コーナーを見る	7 3 3 0	13 5 5 2
売れ筋ランキングを見る	5 4 3 1	12 5 5 3
特集コーナーを見る	3 6 3 1	7 9 6 3
ポップを見る	2 2 6 3	6 7 7 5
読みたいジャンルの棚を見る	7 4 2 0	24 1 0 0
読みたい作家の棚を見る	3 5 3 2	15 2 6 2

その他

題名

6. 読んでみたい作家

男子…宮部みゆき、夏目漱石、村上春樹、椎名誠
 女子…時雨沢恵一(2)、司馬遼太郎、吉本ばなな、深沢美潮、荻原則子、柳原和子、シェークスピア

7. 読んでみたい本

男子…バカの壁、キノの旅、きつぱり、ダレン・シャン、バーディミアス、アバラット、セブンスター
 女子…電撃文庫(2)、いちご、キノの旅、アリソン、ブレイブストーリー、続丘物語、ぼくらシリーズ、坂の上の雲、詩集、蛇にピアス、呪われた首輪物語、こころ、死刑の理由、インストール、指輪物語

8. 本を読みたいとき、図書館(学校・地域)に行くか

男子…よくそうする(2)、たまにそうする(7)、ほとんどそうしない(3)、全くそうしない(1)
 女子…よくそうする(10)、たまにそうする(7)、ほとんどそうしない(5)、全くそうしない(2)

9. 本の探し方 それぞれ「よくそうする、たまにそうする、ほとんどそうしない、全くそうしない」の順

探し方	男子	女子
書棚で本を眺める	7 5 1 0	19 6 0 0
特設(特集)コーナーを見る	5 2 4 2	7 10 3 5
新着コーナーを見る	7 4 2 0	11 8 4 2
掲示物を見る	1 6 3 3	6 5 9 5
図書室便りに読んでその本を探す	1 4 3 4	6 2 6 11
司書の先生にお薦めの本を聞く	2 5 3 3	7 3 4 11

その他

作者で探す

検索(3)手に取ったもの
借りたい本を決めて行く

14. 買うかどうか、読むかどうか決める時すること

それぞれ「よくそうする、たまにそうする、ほとんどそうしない、全くそうしない」の順

すること	男子	女子
表紙を見る	9 1 2 0	15 7 2 1
題名を見る	9 2 1 1	19 4 2 0
作家を見る	2 4 3 4	12 3 6 4
ジャンルを見る	5 4 3 1	17 4 4 0
帯を見る	6 2 2 3	11 10 3 1
裏の解説を読む	6 2 5 0	16 5 2 1
奥付を見る	2 3 7 1	3 6 12 4
目次を見る	6 1 3 3	6 7 7 5
中の解説文を読む	2 5 2 4	9 4 7 5

その他

売れているかどうか

出版社、少し読んでみる

資料 2

★国語 「読書」ワークシート 組 番()

読んだ本のタイトル	バッテリー
作者	あさの あつこ
出版社	角川文庫

○この本を選んだ時、次のことをしましたか。

表紙を見た	<input checked="" type="checkbox"/> はい	いいえ	題名を見た	<input checked="" type="checkbox"/> はい	いいえ
帯を見た	<input checked="" type="checkbox"/> はい	いいえ	裏の解説を読んだ	<input checked="" type="checkbox"/> はい	いいえ
奥付を見た	<input checked="" type="checkbox"/> はい	いいえ	目次を見た	<input checked="" type="checkbox"/> はい	いいえ
中の解説文を読んだ	はい	<input checked="" type="checkbox"/> いいえ			

○この本を選んだ理由

姉が面白いとすすめてきました。本屋では表紙を表にして積んでありました。裏の解説によると単行本を文庫本にしたそうです。帯には「こんな傑作を読んでこなかったのか」と猛烈に反省の上、「上戸」と書かれていました。選んだ理由は姉のすすめと、帯にかいてあったこと、裏の解説に「ジャンルを越え、大人も子供も夢中にさせたあの手紙傑作～」とかいてあったこと、買った店に見せて「面白いの?」と聞いた「私読んでないよ。本屋の友達か面白って言ってたし。あ、その二重球や、あつこ」という答えも面白い。それを失に言えよ!!ってカミジでした。たぶんそれは方ないのと読んでみることにしました。

○登場人物

青波、父、母、原田巧、井岡洋三、永倉豪、梅村、永倉節子、沢口東谷、江藤良太、真晴

○あらすじ

新田に引越してきた原田巧という野球少年のおはなし。中学入学を目前に控えた春休み、天才バッチャー原田巧は新田に越してきました。そこで出会った地元チームの捕手永倉豪とバッテリーを組むことを望みました。男としてのプライドとか、認めてもらえない苛立ちとかいろいろある思いがあって。アチ巧は豪や井岡洋三と出会って変わってゆく。そんな野球少年のお話です。

○感想

はじめは野球の専門用語(ミットとか、バッテリー等)が出てきて理解ができませんでした。何度も読むのをめまようと思いましたが、(言葉)でも頑張って読みました。このお話は「野球小説」というジャンルではないけれど、野球少年のおはなしではあるが、...。少年の心の成長について書かれていると思います。豪は巧にこう言いました。「野球やろうや、原田。野球に関係ないことは、ほんとに関係ないよ」と巧は豪に本気で相手してなりました。私はこのお話の中で青波が好きです。青波は体が弱いけど、そんな関係ないで、野球をやっていた。すごいんだなあと思いました。今回は1巻しか読まなかったけれど2巻、3巻...と読んでいきたいです。

○気に入った表現やセリフを書き抜きましょう。

- P76 「青波は、生まれてから死ぬ、生きるの、ってなんだったよ。勉強がどうのこうの。て言う前に、生きて、大きくなってくれてるにだけ自分、で気持ちなの。〜母、真紀子のセリフより〜」
 P210 「おまえは自分で自分の球を受けてたことが分かるか。おれは、原田の球をずっと受けてきたんじや。じゃあわかる。今日の球はおまえが思うより、ずっと力がない。〜豪のセリフより〜」
 P212 「黙れて、甘くおせけるイチゴは、信じられないくらいおいしい。かった。多量な、それでいて後に必ずおいしい。甘さ、かわいた口に、新鮮な要素の甘さが広がった。」

○この作品の山場だと思った部分はどこですか。また、なぜそう思ったのですか。

(短編集の場合は、どの作品が中心だと思いますか。そう考えた理由も書きましょう。)
 青波がいなくなるところ。巧は青波にひとひらとを。たけれど、とてもいい場面だと思えました。ハラハラドキドキとした山場だと思って。

○主題は何だと思いますか。

少年の心の成長。はじめは、自分の才能に自信を持ち、自分本位で、頑固な少年でした。さばり言う私の嫌いなタイプな男としてのプライドや周りは自分のことを分かってない!という苛立ち。この本にはそんな野球にかけける少年の背景が描かれています。野球小説というのと違って、1人1人の生き方とか、環境とか、思いとかがすごくよく表れていました。そして各々の個性がすごくよく出てくると思います。野球の力、全くかんない私が読んでても、バースが選んだのはだからだと思えます。

○この作品の魅力はどんなところにあると思いますか。読んだことのない人にこの本を薦める場合、どんな点がアピールできそうかを考えて書きましょう。
 この本の魅力は野球を通じて、少年の心の成長にあると思います。(主題のゴロとタフ、ちゃんです)巧ははじめ、すごくプライドが高く、他の人を、野球のためなら、とやり捨てました。けれど巧は変わります。青波や井岡洋三、豪を知って、少しずつ変わっていきます。青波は巧の弟で体が弱くて、すぐに体調を崩してしまうのです。けれどそんな青波は自ら野球がやりたいたいという巧は、巧は今の青波とは違う青波を見たのでした。あと、巧は豪から本当の野球を申し出られます。野球への執念が感じられました。

資料 3

★キャッチコピーを探してこよう。 組 番()

「広告・宣伝コピーは現代表現の最前線、表現の宝庫」と言われています。では、世の中ではどんなキャッチコピーが作られ、何がどう表現されているのでしょうか。身の回りにあるキャッチコピーに目を向けてみましょう。

(キャッチコピーとは)

自分が人に勧みたいものに対して興味を抱かせて、手に取ったり買ったりさせるための宣伝や広告。

人の心を惹きつけ、関心をこちらに向けさせ、次のステップ(ポスターコピーを読む、何らかの行動をとる)へ誘い込んでいくのが役割。
 勧みたいものの特徴を正確につかみ、それを人に好感がもたれるような言葉で端的に表現することが必要となる。

(キャッチコピーの基本原則)

- 1 注意を引く。(Attention)
- 2 関心を持たせる。(Interest)
- 3 欲望をおこさせる。(Desire)
- 4 記憶させる。(Memory)
- 5 行動を起こさせる。(Action)

(キャッチコピーの特徴)

- ・短いことばでズバリと表現されている。
- ・大切な事柄が大きな文字で書かれていたり、字の形を変えて変化を持たせている。
- ・写真や絵などが入っていて楽しい感じがする。
- ・オーバーな誇張した表現が見られる。
- ・工夫された言葉遣いがされていて面白い。
- ・リズムカナル言い回しになっていて覚えやすい。

○それらしきものをたくさん探して書き写そう。

- ・ファイト一発!(リホセタンD) ・一生スポーツ (アクエリアス)
- ・愛情一本 (オオビタドリンク) ・セシルアム いい気分 (セシルアム)
- ・効いたよね 早めのパフロン
- ・やめられない、とまらない (かっはえびせん)
- ・愛する人のために
おと支えが、もと役立っ (日本生命)
- ・大人の二人を楽しもう (NISSAN)
- ・着々と、禁煙へ (ニコレット)
- ・あなたのカセにねらいを決めて (ベンガブロック)
- ・ホッと安心な保険 (アリコ)
- ・選ばれてNO! (エバラチキチなべの素)
- ・地球の未来を見つめて (愛地球博)
- ・すぐおいしい、すぐおいしい (チキンラーメン)
- ・お金で買えない価値がある (マスターカード)
・その中でほかの、わたしの一押しはこれだ!
- やめられない、とまらない (かっはえびせん)
そのキャッチコピーの特徴

・歌になっていて、リズムがよい

・やめられない、とまらないで、えびせんがそれほどおいしい
 ということを強調している

・歌が楽しいかんじて、長そちやうとい

・〜ない〜ない

資料4

★キャッチコピーの秘訣を探ろう。 組 番 ()

キャッチコピーには、優れた説得的・創造的な表現特性(レトリック)が備わっています。具体的には、勧めたいものの特徴を正確につかみ、それを人に好感がもたれるような言葉で端的に表現しています。では、キャッチコピーにはどんなレトリックの法則が使われているのでしょうか。

(キャッチコピーの法則) 堀内伸浩氏の法則

- エツ?の法則 矛盾する二つの事例を並べる わざと常識に反することを書く
気になる表現を使う あえて「～するな」「～しないでください」「～してはいけない」といった禁止後を使う
(例) マズイッ、もう一杯! (キューサイ青汁)
- ドキッ!の法則 特定の人に呼びかけるつもりで書く ターゲットが気にしているようなことを書く セールスポイントが引き立つような質問を考えてみる
(例) 最近、○○のたるみが気になる方へ
(例) もう二度と○○で失敗したくない、とお考えの方へ
- ン?の法則 知らなそうな言葉を組み入れる 意外な事実を紹介する
(例) ご存知でしたか?○○が××だったってことを。
(例) ○○の秘密、じつは△△にありました
- ヘエへの法則 人気があることを伝える 理由とターゲットを明記する
(例) いま流行ってます
(例) 当店人気ナンバー1商品です
- ホンネの法則 喋り言葉にする マイナスも見方を変えればプラスになる
(例) じいさん、ここまで見せなきゃ、ならんのかのう? (生協パルシステム)
- ナンバーの法則 数字が入っていると、印象に残りやすい
(例) 愛されて30年
(例) 目標1327店
- キーワードの法則 ターゲットが反応しそうなキーワードを組み込む
(例) 猫にマタタビ、馬にニンジン、女にキレ、男にモデル……

(キャッチコピーの分類) 金子守氏の分類

- 逆説的表現・問題提起的表現
(例) 史上最底の遊園地。TOSHIMAEN (豊島園)
(例) この本が一冊でも売れない事を願います。(宝島社)
- 立ち止まる表現
(例) 結婚を考える。つまり、自分を考える。(O-net)
(例) あなたの元に届けられるまでに600年。(大清水)
- 掛詞的表現
(例) 生きた乳酸菌で腸イキキ。(わかもと製菓)
(例) 今日もツイTEL! (プロミス)
- 踏まえた表現(本歌取り的表現)
(例) 「人事」を尽くして、「人材」を待つ。(朝日新聞社広告局)
(例) そ～っとのそいでみてごらん みんなヨタヨタしているよ (再春館製菓)
- 対句的な表現
(例) キミたちには、やる気があり、夢がある。私たちには、心があり、実績がある。(数研学園)
(例) 女はパツと大人になる。男はゆっくり大人になる。(トヨタVISTA)

○横・リズム・言語遊戯など

- (例) 泊まって納得! 滑ってお得! (劇場プリンスホテル)
(例) 現に行った。“お茶”した。親切だった。(TOYOTA)
- 文法破壊的表現
(例) 東京を読む ヘップバーンな女たち (朝日新聞)
(例) まるごとフルーツな、やわらかいお酒だよ。(メルシャン)

(自分たちが見つけたキャッチコピーの法則) 考案者……

- 呼びかけ…… じゃあ、新しい恐怖を語れ(「禁じられた祭園」)
入試は運じゃない(東京工科大学)
「テストの瞬間まであと288ページ!」(本)
このケータイ電話には説明書がありません。(ソーカー)
- たじろ…… アテネをミラネ!(民族テレビ「アテネオリンピック」)
「あ、ハッピーニューエアー」(タイキフエアコン)
コハンが進みん
- リズムが良い…… セアソイルファンいい気分(セアソイルファン)
寒さに備えてハイ! 救心。ジャキッとこの1本(救心)
ちいさな文庫のでっかい世界 @海館コミック文庫
すぐおいしい、すぐおいしい(チキンラーメン)
やめられないとまらないから「はえびせん」(かほえびせん)
思い出をカタチに……カンタプキレイ 色あせない(SEIBUPE)
うまい、おいしい、他にない。(海)
よい焼酎、此処に有り(海童の焼酎)
- 問いかけて…… 元氣 ハツラツ?(オフコース!?)
いるもの 「青春は若者だけのものか?」(ソーカー)
あなたの会社は大丈夫ですか(本)
- その他…… 自分の部屋が一番いい(不動産)
うさぎ気分で思いやりしたい時の1杯(酒)
電車で乗った車両全ての広告が同じだった。(GAP)

資料5

★キャッチコピーで文学しよう。 組 番 ()

○読者に売り込む本の情報を整理しよう

書名	著者名	出版社	発行年	値段
ふらんこ乗り	いしい しんじ	新潮社	16年 8月	476 円

○見通しをもち、戦略を考える。
どんな読者に対して本を売り込むのか。

子供からお年寄りまで全ての人に。

キャッチコピーを見た人に、どういう気持ちを起こさせたいか。

- ・この本を読んでみたい。
- ・今読んだ本とは違う。
- ・感動する物語なんだ。
- ・読むのが楽しい。

どんなことを取り上げるか。

- ・弟の感じていたこと(弟の気持ち)
- ・この本を読んでみて、自分が感じたこと

どんな言葉や言い回し(レトリック)を使って表現するか。

- ・ドレ。の法則
- ・ホンネの法則
- ・逆説的表現

○様々な角度から本の魅力をとらえ、キャッチコピーに表してみよう。(そのキャッチコピーに込めた意図も書いておこう)

- ・この本感動しない。この本を全然読まない。

〈 すごく感動するいい話なので、この本感動しない方にこの本を読んでもらいたいという気持ちを込めて作りました。 〉

- ・この本を読まないで下さい。涙が止まらなくなります。

〈 この本は涙なしでは読めない、という気持ちを込めて作りました。 〉

- ・ハンカチを用意してから、読みはじめて下さい。

〈 涙が次々とあふれてくるという気持ちを込めて作りました。 〉

解説文

○キャッチコピーを補足するボディコピーを考えよう。

- ・この本を1度開くと最後まで読まずにはいらなくなります。
- ・涙が次々とあふれてきて、止まらなくなります。涙せんかこわれしまったのかと思つた。⑤ ハンカチを用意してからお読み下さい。
- ・早く続きを読みたいと思つても、涙があふれてきて目の前が見えなくなつてしまいます。なのでこの本を読むのはとても時間がかかります。
- ・この小さな本にはとても濃く、とても深い内容がぎゅーとつまっています。

○どんなプレゼンテーションを行いたい。具体的な方法やアイデアを書こう。

- ・聞き手の人が質問してくるような発表にする。
- ・わかりやすく、ハキハキと発表し、この本を読んだ感じたことを聞き手の人に伝えるようにする。
- ・自分の感じたことをまじえながら、プレゼンテーションをする。

○聞き手とどんなやりとりをしたいか。プレゼンテーション後の聞き手とのやりとりのイメージを作っておこう。

⑤聞き手 → この本はどのようなところに感動したのですか??

⑥私達 → 弟が弟を思い、必要とし、姉が弟を思い、必要とするという思いやりあふれるところに感動しました。

資料6

★キャッチコピーでもっと深く文学しよう。

組 番 ()	
書名	ぶらんこ祭り
作者名	いしい しんじ

1. グループを作る

メンバー…… けん、 けん、

2. 戦略を考える。

- ①どんな読者に対して、どんな気持ちをくすぐって本を読ませようとするか。
 ②どんなことを取り上げるか。
 ③どんな言葉や言い回し(レトリック)を使って表現するか。

- ① 子供 から 若者 までの全ての人に。

気持ち ・ 読みたいという気持ち
 ・ 人を思いやる気持ち

- ② ・ 弟の気持ち

・ この物語の心が表れているところ
 ・ 弟が作った物語
 ・ この物語を読んで自分が感じたこと

- ③ ・ ドキの法則

3. 最も伝えたい本の魅力を考え、それを盛り込んだキャッチコピーを作る。

1. 天才少年 現れる。

・ 天使
 ・ 奇跡

4. 私の弟 が思ったこと、考えたこと ……すべてこの本につまっています

3. 現実を見つめ、今を考えながら生きていた男の子の物語

2. なくなっていく悲しさと今あるものの大切さ、それが今わかります。

5. あなたの心に響く物語

6. 大切なものを知りたい方へ、おすすめします。

『現実を見つめ、今を考えながら生きていた男の子の物語』

4. キャッチコピーを補足するボディコピーを考える。

- o. ある日声を失った男の子、でも動物の話していることがわかるように。

そんなある日大切なものを

失ってしまいます ……なくなっていく悲しさと今あるものの大切さ、それが

今わかります。その大切なものは??

- o. どんなことが起きても現実をまっすぐと見つめながら生きていた1人の男の子。

『大切なものをなくしても、最後に残るのはなんだろうか? その答えが』

この本の中につまっています。思いやりのある、天使のような男の子が、

あなたの心に届けてくれます。』

資料7

★プレゼンテーションの準備をしよう。R組 番()

持ち時間は2分以内。何をどう伝えるかを考えよう。

1. プレゼンテーションの戦略を考える。

★キャッチコピーのよさをどのように聞き手にアピールするか。

- 俗 ①盛り込みたい内容 現実から逃げたい人、いやなことがある人
 現実で嫌なことがあるても夢の世界を信じて
 現実の世界でたくましく生きてほしい人です!!

12

- 我 ②提案の要点(強調するところ)の確認

いやなことあるけど、いやなことのあとのうれしさもある。
 それが生きるということ。なんです。

6

- ③話の組み立て・展開の仕方(工夫(どんな順序で示すと分かりやすいのか、あるいは相手の印象に残るのかを考える))

最初に①を言う。そしてこの本の魅力を話す。

そこで私たちはこんなキャッチコピーをしてみました。

我 = キャッチコピー と ボディコピー を言う。

どうでしょうか? この本の魅力を出せるように!!

- ④どんな言葉や言い回し(レトリック)を使って表現するか。

みなさんむむむむに聞かせる。

- ⑤聞き手とどんなやりとりをしたいか。聞き手を巻き込む手だてを考えよう。質疑の時間聞き手とのやりとりのイメージを作っておこう。

質問 → うううんってなんですか?

A. 心に積もる怒り、抑えつらみ

質問 → ハケロって何ですか?

A. 水などの流れ出てゆく出口。商品などの
 売れどゆく先。売れ口。のことですが、この場合は
 うううんを解消するまでの意味。

2. 進行表(2分)を作る。

主 内 容	時間	分 担	注意・資料・担当
みなさんはこの題名を聞いて何を想像しますか?	9	けん	
盛り込みたい内容を言う。思いつくすべてをい。	12	けん	
提案の要点を言う。	6	けん	
そしてこの本の魅力は…	20	けん	
キャッチコピー	15	けん	
ボディコピー	14	けん	
どうでしょうか	8	けん	
この本の魅力を出せるように頑張りました!!	1	けん	
ぜひ採用してください!!	4	けん	
質問	2	けん	
① 名でときにみる理想の世界			
② 夢の世界では嫌なことを考えず理想だけで生きて世界			
③ 私たちは嫌なことへ人によってほいから親近感を持ってもらうため			
④ 夢の世界が舞台だから比較するため。			

○自分が担当するところのメモを作っておこう。

- ① みなさんはこの題名を聞いて何を想像しますか? 思いつくすべてをい。

5秒…。

- ② いやなことあるけど、いやなことのあとのうれしさもある。

それが生きるということなんです。

- ③ 現実の世界が本場という本の中は、「ここにはいやなことないから、いやなことのあとのうれしさもないんだ」。いよいよ生活がでさなくなる…というところがあるからなんです。なので私たちは夢の世界は天使のうううんのハケロだと思ひました。④ この本の魅力を出せるように頑張りました。ぜひ採用してください。

資料 8

★キャッチコピーで作品世界を広げ、深めていこう。

組 番 ()

○プレゼンテーションに積極的に参加し、質疑応答をしながら作品世界を広げ、深めていこう。

【素朴に聞く、素朴に言う】

- ・……の部分に分かりづらかったので、もう一度説明してください。
- ・プレゼンテーションを聞いて、私は……という感想をもちました。
- ・キャッチコピー・ボディコピーの……の言葉から、○○な印象をもったので、とても読みたくなりました。

【キャッチコピー・ボディコピーと作品の内容を結びつけて】

- ・この作品の主題はどのようなものですか。それと、このキャッチコピーでねらっていることはどのように結びつくのですか。
- ・この作品は、……のようなことを読者に伝えようとしていると思いますが、このキャッチコピーだとそれがうまく出ていない気がします。
- ・発表者の○○さんは、この作品でどんなところに感動したのですか。それを、キャッチコピーやボディコピーのどの部分に生かしたのですか。
- ・キャッチコピーやボディコピーで取り上げられている言葉や話題は、作品の中ではどんな場面なんですか。なぜ、そこを取り上げたのですか。
- ・このキャッチコピーでは、作品の魅力が表せていないと思いますが…。それは、……のだからです。どう思いますか。
- ・私は、作品の山場を……と考えています。そうすると、キャッチコピーのこの部分よりも○○な部分を取り上げた方がよいと思いますが…。
- ・私だったらキャッチコピーをこう作りたと思います。

【表現の特徴について】

- ・私は、キャッチコピーの……の表現がなかなかいいと思うのですが、ここで使われている言葉は、作品の中にあるのですか（あるとすれば、どの場面の言葉ですか）。それとも自分で考えたのですか（こちらだとすると、何がきっかけで思いついたのですか）。
- ・このキャッチコピーで、自分でもいいなあ（工夫したなあ）という表現はどこですか。なぜその部分が入っているのですか。
- ・キャッチコピーの……の表現が、○○○な理由で効果的だと思ったのですが、どういうことをねらってこの工夫をしたのですか。

・キャッチコピーの……の表現は、○○○の点でちょっとおかしいと思いますが、どうでしょうか。

・キャッチコピーとボディコピーはどういう関係になっているのですか。

・キャッチコピー・ボディコピーのどんなところに作品の魅力が表れているのですか。

・このキャッチコピーやボディコピーの売りを一言で言ってください。

【読者とかかわりて】

- ・どんな読者層を想定してキャッチコピーを作りましたか。
- ・キャッチコピーを見た読者のどんな反応を期待していますか。（私はこのキャッチコピーを見て○○の気持ちになりましたが、これは作成者の期待通りの反応ですか？）

【他のグループとの比較、他のキャッチコピーを推薦する人に対して意見を言う】

- ・前のグループのキャッチコピーは、……が特徴でしたが、皆さんのグループのキャッチコピーの特徴は何ですか。
- ・書店で見たキャッチコピーは、……ということを強調していましたが、皆さんはそれについてどう思いますか。

資料 9

★学習を振り返ってみよう。 R 組 番 ()

「キャッチコピーで文学しよう」の学習を、自分なりに振り返ってみよう。それぞれの観点について、学んだことやよかったこと、反省事項を書いてください。

○本屋さんや図書館などから本のポップを作るという依頼があったことに関わって、どれだけ進んで読書やキャッチコピー作り、プレゼンテーションの学習ができましたか。また、どれだけ見直しをもって学習しましたか。

とても貴重な体験だったため自分でも進んでよく考えたと思います。読書は今でもほとんどしていないためですが冬休みをきっかけに本に興味を持つ事ができました。又、授業中の計画は余裕を持って進めることができました。読みたい本がもうすでにほとんど進めて、余裕を持って発表練習ができるようにと、考えていたものがよりに進んだと思います。

○読書について（この学習を通して、どんな経験をしましたか。また、これまでと変わった点、成長した点を挙げてください。）

前の項目にも書きましたが冬休みに読書をした事で、今までよりずっと本を読みたくなる気持ちになりました。これから沢山読書するようにしたいと思っています。

☆プレゼンテーションを終えて、自分たちのキャッチコピーとプレゼンテーションを振り返ってみよう。

最終のキャッチコピー

歳の差を越えた淡く切ない私とセセイのひととき

最終のボディコピー

大人になってから恋をしましたか？
セセイと私の大人の恋を、ゆったり味わえる物語。
あの時の青春が今も残ります。今、現実的に満足している人、毎日かきかきかいている人にぜひおすすめします。

○自分たちがキャッチコピーに込めた意図（言葉・取り上げた話題・メッセージ）は聞き手に伝わりましたか？聞き手との質疑応答の場面を思い出し、自分たちのキャッチコピーの良かったところや問題点を挙げてください。

十分に伝わったかは、ないような所もあるけれど、どのような内容の本である事、又、「セ」からどのようなキャッチコピーにしたのか、という事は、おぼろげに伝わったと思います。今回のキャッチコピーの良かった所は、主人公のツキコさんとセセイの関係と、本の内容を短くまとめようという事、それが表現にできたこと、です。

○対戦相手のキャッチコピーと比べ、自分たちのキャッチコピーはどうでしたか？対戦相手のキャッチコピーから学んだ点もまとめておこう。

対戦相手のキャッチコピーは、「恋」ということは「2度くり返して読んで読み手さんに印象づけられるような工夫がしてあります。又、ほろに「くも」ということは「か」や「さ」を出していきなり「だ」という。ボディコピーは（相手）語りを入れていると、あらまじを少し入れていた所が全然知らないもつがみやすいおどけはないか、と思います。

○プレゼンテーションでは聞き手をモニターしながら話したり、資料を提示したりすることが大切でした。また、聞き手をいかに巻き込むかが今回の課題でした。プレゼンテーションを聞いている時の聞き手の様子や質疑応答の場面を思い出し、自分たちのプレゼンテーションのできばえを振り返ってください。

（話題・構成・言い回し・声の大きさ・話し方・アイコンタクト・資料など）

話題や構成は、あまりよくない聞き手が興味を持てるような流れになっていたと思います。言い回しを同じくそうです。声の大きさはあまり注意してなかったけれど、ちゃんと聞こえていたと思います。話し手は、まだ、少し、だまらしていきなり、わたりやすかったはず、です。唯一、ごまかしたものは上手なアイコンタクトです。それ以外は、資料も充実していたし、良かったです。次回、気をつけたいです。

○学習を終えて（感想）

前回よりも堂々とした発表ができたと思うので、良かったです。プレゼンテーションには、話し手と聞き手のコミュニケーションが大切なので、改めて実感しました。とても学習になったので良かったです。