

ネーミングの極意

思考プロセスの考え方を共有 &
その場で即興ネーミング！

SIGN MY VOICE , LIVE IN LIBERTY

SIGNCO SIGN

サインコサイン

株式会社サインコサイン
代表取締役CEO / CO-CREATOR

加来 幸樹 | KOKI KAKU

INTRO

自己紹介



1983年 福岡県生まれ

かに座のAB型

九州大学芸術工学部卒

加来 幸樹 | KOKI KAKU

株式会社セプテーニ (2006 - 2017)

クリエイティブ部 専任部長 / クリエイティブディレクター

株式会社サインコサイン (2018 - Now)

代表取締役CEO / Co-Creator

PRIZES | 主な受賞歴

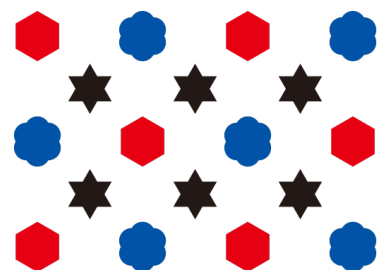
販促会議企画コンペティション2012 : GOLD

Yahoo!クリエイティブアワード2015 : SILVER

Google Android Experiments OBJECT : グランプリ

iMedia Direct Summit 2015 : ベストプレゼンター

Direct AGENDA 2017 : ベストプレゼンター など



SEPTENI

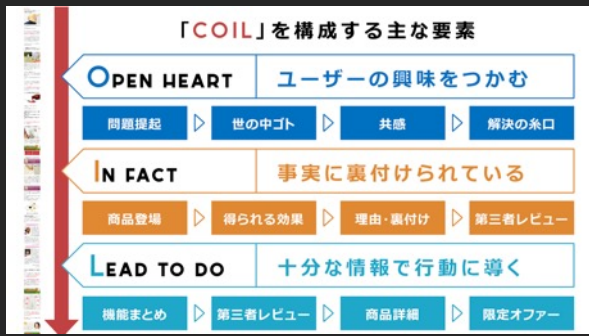
2006.04 - 2017.09



セプテーニ入社後は、クリエイティブディレクターとして、戦略PR、キャンペーン企画、TVCM、ソーシャルメディアマーケティングなど様々な領域の案件に従事

各メディアごとに異なる表現手法での原稿制作が求められる

同一原稿の横展開では基本的に成功できない！



発注者に必要なスキルってどんな能力？

外部パートナーに伝えること

外部パートナーに伝えないこと

発注者に必要な3つのスキル

- 限定スキル
- 期待スキル
- 評価スキル



【UX特性】 利用スタンスが少し異なる

Gunosy: レコメンドで雑念なく読ませる (受動的)

Smart News: 縦横無尽に好きなものを探させる (能動的)

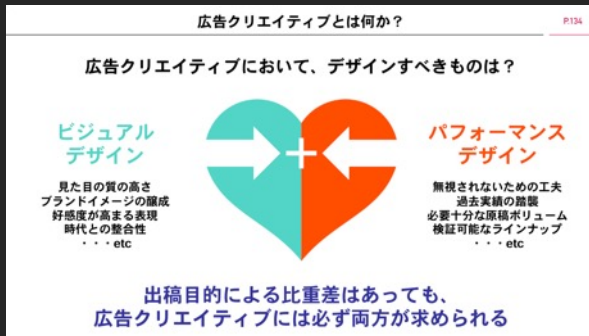
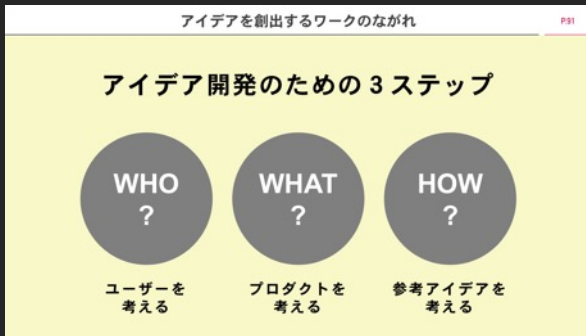
Yahoo! JAPAN Infeed Ads

圧倒的なユーザー数を誇る、Yahoo!社提供のアプリ (TOP&ニュース) 従来のY!ユーザーを含め、とても幅広い層が活用している

特にカード型FMTは合計38文字以内にする読みやすく有効になりやすい

人物・ブランド名入りのテキストが有効になりやすい

ナチュラルな撮影写真に加えマガジン風の見出し入りの画像デザインも有効



ビデオ広告のパフォーマンスを高めるために問うべき三つのこと

クリエイティブ表現を考えるための問いとは?

目的達成のために下記を問うこと

- このメディアで配信する広告の
- この要素について、
- こんな風に工夫すると良いのでは?

運用型広告クリエイティブの「有効な制作手法の言語化」にも取り組み、ノウハウの社内外への発信にも業界の最前線で注力

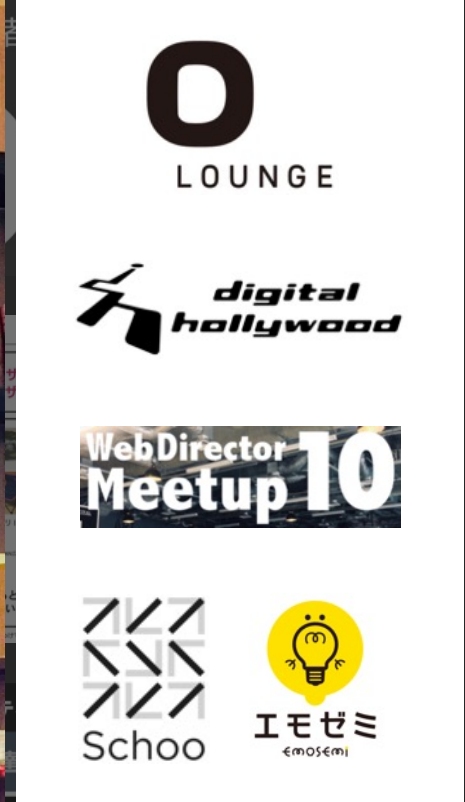
ad:tech tokyo

iMEDIA
SUMMIT JAPAN

Direct AGENDA

デジタル神無月

宣伝会議



カンファレンスなどでの登壇やプレゼン賞受賞も多数

運用型広告クリエイティブの「有効な制作手法の言語化」にも取組み、
ノウハウの社内外への発信にも業界の最前線で注力

TIME TICKET
GIVE AND SHARE

2014.07 - 2018.03

TIME TICKET

わたしの30分
売りはじめます

販売数当時NO.1・グランプリ受賞

3%ポイントバック対象

¥20,000

ゴールド

人気

1分以内前



加来 幸樹

自分の言葉で語るとき人はいい声で話す
福岡県出身・九州大学芸術工学部...

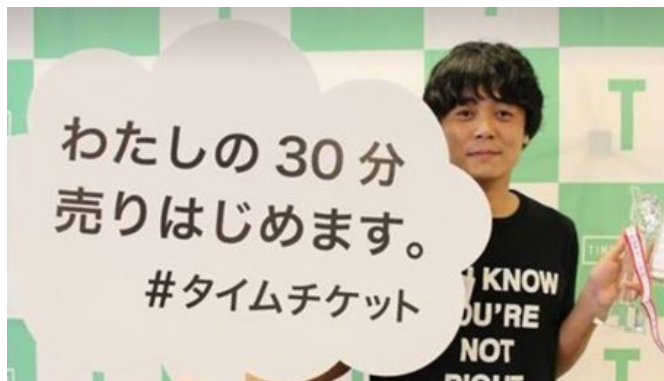
【個人の方限定】それだ！感のあるネーミングを考えます。

30分 企画/ネーミング/記事制作

インターネット 東京都

購入 評価
408 ★★★★★ 99% (95)

発売中



日本経済新聞

BUSINESS INSIDER JAPAN

テレビや新聞、ラジオ、ウェブなど 様々なメディアでも紹介されています

タイムチケットでのネーミング活動をきっかけに生まれた共創スタイル

一方的にクリエイティブを提供するのではなく
一緒に考えるための場をつくるスタイルへ



意思
決定者に
会う

質問
しながら
聞く

変換して
提案

もっと
聞く

もっと
変換して
提案

意思決定を
支援する

2017.08 - 2018.03



**セプテーニグループ内の新規事業コンテストに出場し、優勝
半年間の事業検証期間を経て、資本を受けて会社化**

2018年4月2日

SIGN MY VOICE , LIVE IN LIBERTY

SIGNCO SIGN

サインコサイン

セプテーニグループ内ベンチャー企業として
「覚悟」の象徴を共に創る新会社を設立

SIGNCO SIGN

サインコサイン

2018.04 - NOW

SIGN CO SIGN

サインコサイン

企業理念 | Corporate Philosophy

自分の言葉で語る時、人はいい声で話す。



企業や個人の「覚悟」の象徴となる、理念などを共創

SIGNCO SIGN

社名の由来

サインコサイン

SIGN（署名＝個人の覚悟）同士で

SIGN（覚悟の象徴）を CO-CREATION（共創）する。

そのための方法論が「参画（サンカク）関数」

シンクロするSIGNとSIGNのパートナーシップ（COLLABO）で、

∞ （無限大）の未来の面白さを追求する。

サイコなイサイとコインを稼ぐ。

様々なメンバーが、SIGN IN / SIGN OUTを繰り返す。

AGENDA

本日の流れ

本日の流れ

ネーミングのつくりかたを解説

ネーミングを実際につくってみる

上記の2コンテンツをお届けします！

本日の流れ

ネーミングのつくりかたを解説

ネーミングを実際につくってみる

まずは、こちらから！

ネーミングのつくりかた

その前に・・・

あらためて

ネーミングの価値とは？

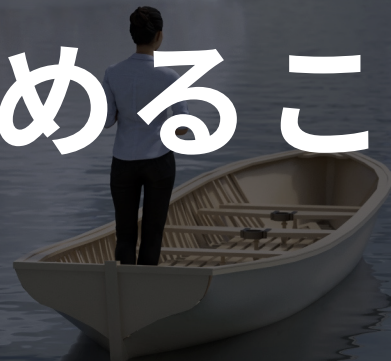


パンデミックにも端を発する大変革で

多様になった **選択肢**

しかし **正解** を

誰かに求めることはできない





あなただけの一步を踏み出すために

あなただけの **羅針盤** が必要

理想を実現するためのサイクル

自分がやりたいことを
選択する

自分がやりたいことに
集中する

自分がやりたいことで
求められる

自分がやりたいことの
質が上がる



理念 があるから 選択 できる

自分がやりたいことを
選択する

自分がやりたいことに
集中する

自分がやりたいことで
求められる

自分がやりたいことの
質が上がる



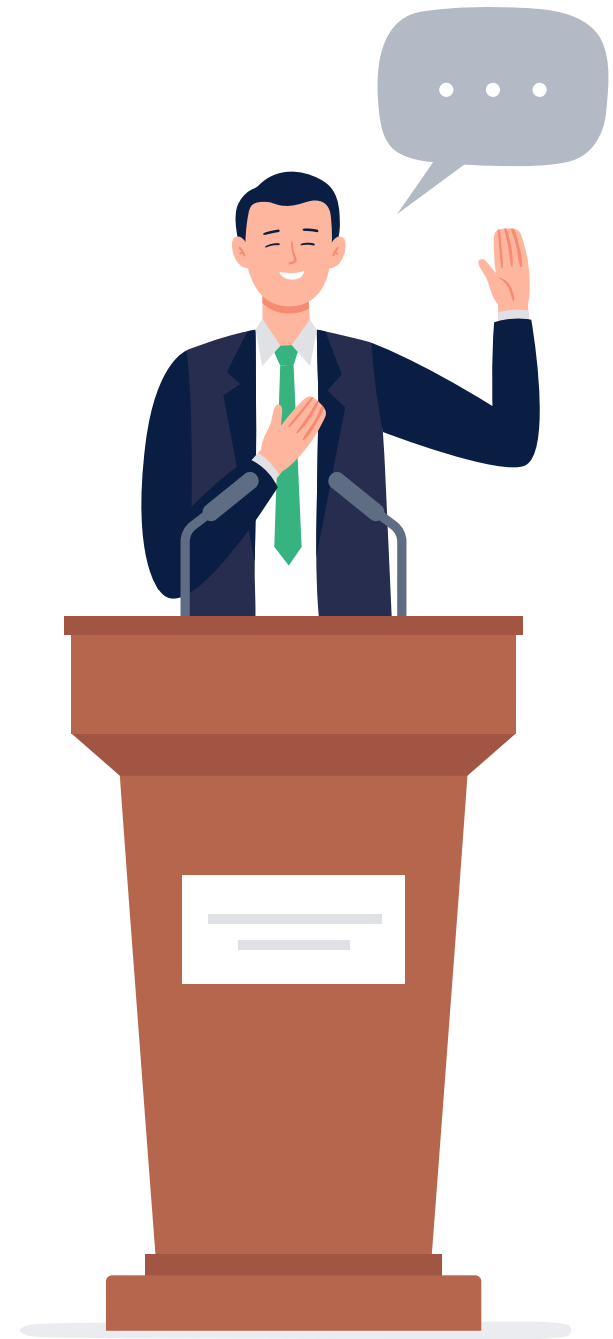
その羅針盤となるのが

あなた自身の 覚悟



その覚悟を自分の言葉で
宣言したものの一種が

ネーミング



企業やブランド、個人が「覚悟」を宣言する言葉の例

ネーミング

成したい体を表すための、覚悟の持てる名前

ミッション

存在意義、果たすべき使命を表す言葉

ビジョン

未来に見据えているもの・常にありたい姿を表す言葉

コアバリュー

日々の行動や意思決定の指針となる言葉

タグライン

どんな価値を提供できるか？を表す（短い）宣言文

つまり

名は体を表す

その真の意味は・・・

覚悟を名乗れ

一体、誰が…？

それはもちろん



YOU (当事者)

「当事者の覚悟」



「ネーミング」

価値のあるネーミングとは
当事者が覚悟を決めて
前に進み続けるためのもの

「それだ！感のあるネーミング」

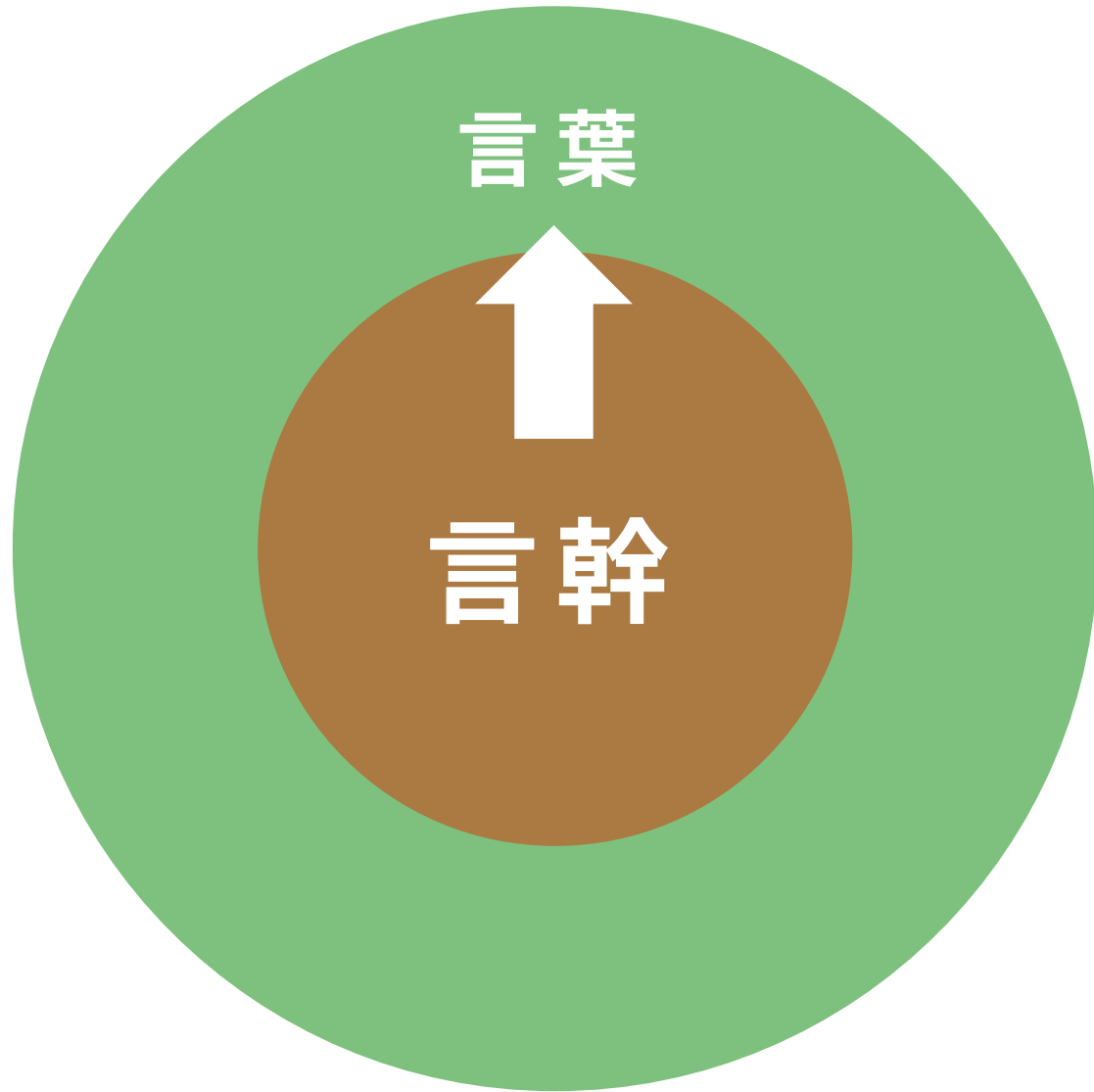


「覚悟を持てるネーミング」

A cosmic background featuring a blue nebula, a planet, and a comet. The text is centered in the image.

覚悟を持つために大切なことは？

「覚悟」をデザインするための共創プロセス



表層的な **言葉** だけではなく
根幹となる **言幹** のような部分を
一緒に発見する過程にこそ
本当の意味があると考える



表現すべき本質の発見



WORKSHOP



DIALOGUE

様々な共創手法（参画関数）も用いながら、
企業・ブランドや個人の「覚悟」をデザインする



LEGO



PINTEREST

**「覚悟」 を持てる
ネーミングのつくりかた**

BY

SIGNCOSIGN

サインコサイン

覚悟を決めるコトバのつくりかた

STEP01. 自分の言葉で「自由」に語る。

STEP02. 表現すべき「本質」を探る。

STEP03. 考えすぎずに「試作品」をつくる。

STEP04. イメージの湧く「具体例」を想像する。

STEP05. 本人が「覚悟」を持って決める。

覚悟を決めるコトバのつくりかた

STEP01. 自分の言葉で「自由」に語る。

STEP02. 表現すべき「本質」を探る。

STEP03. 考えすぎずに「試作品」をつくる。

STEP04. イメージの湧く「具体例」を想像する。

STEP05. 本人が「覚悟」を持って決める。



テーマについて
自分の言葉で
オープンに語る

答えの「ない」質問



「商品について自由に教えて？」



「今日はいいい天気ですね」



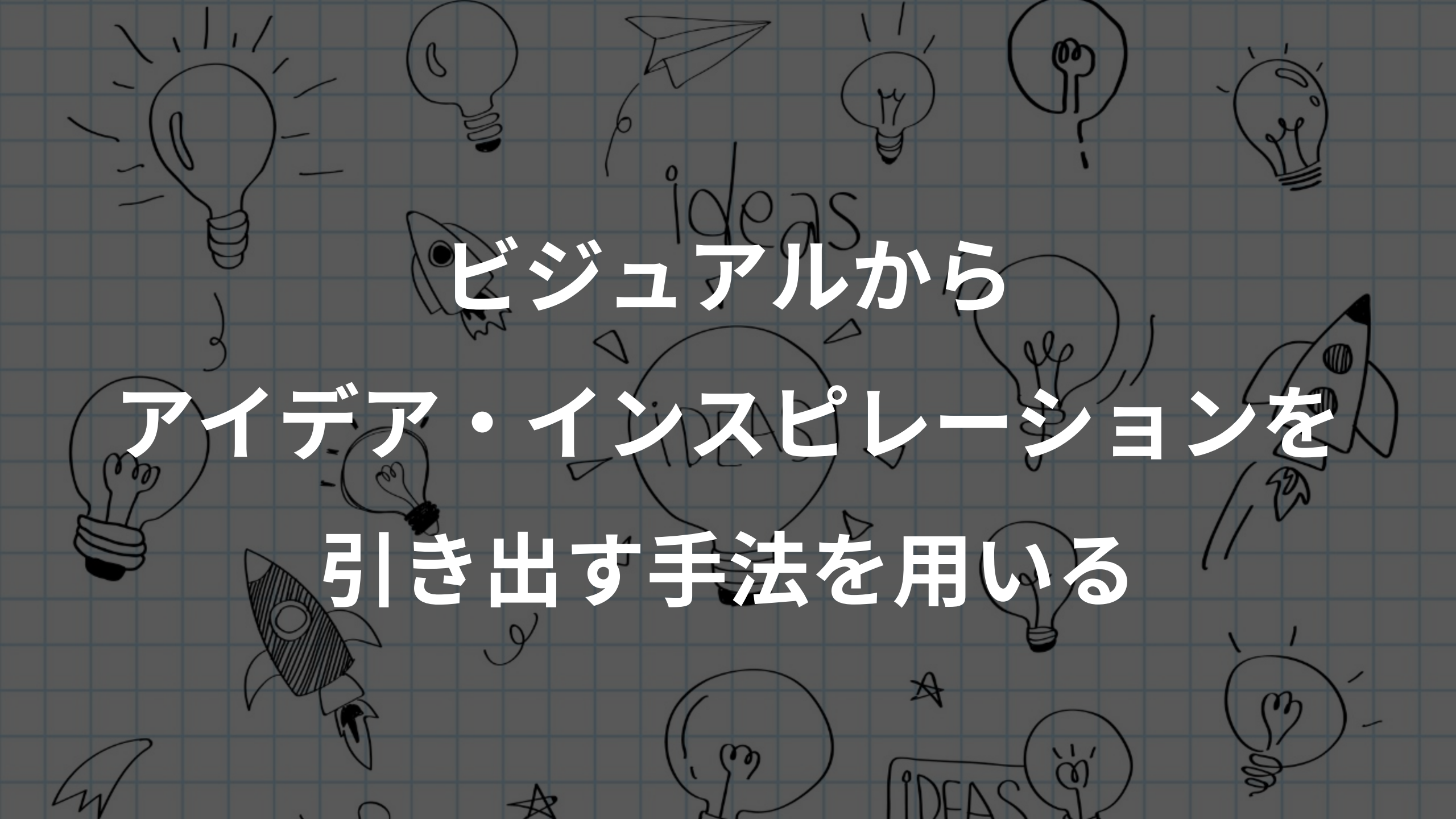
「・・・」

その上で



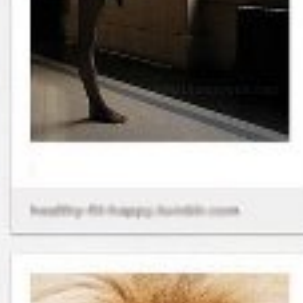
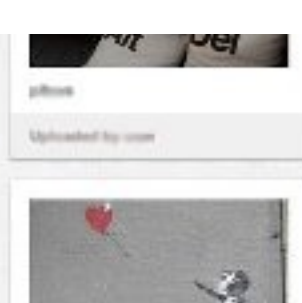
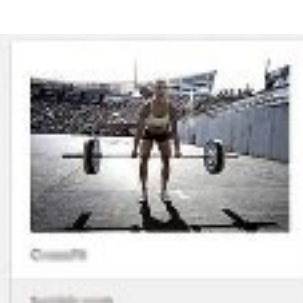
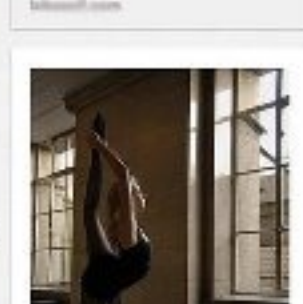
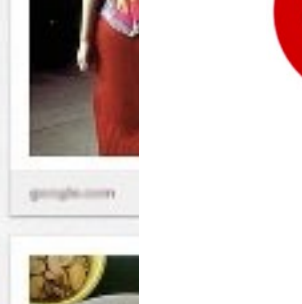
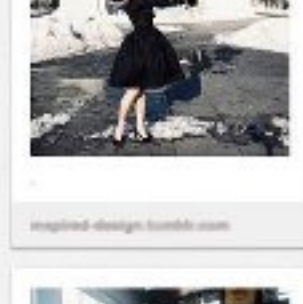
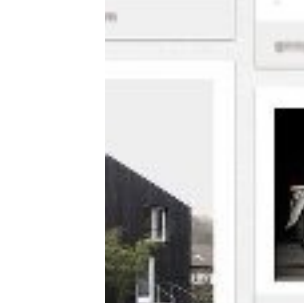
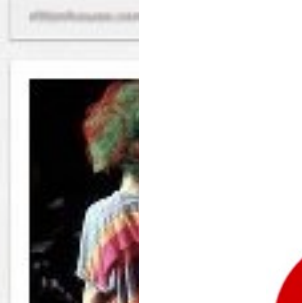
めちゃくちゃ共感する！

**でも言葉にするのが
難しい場合には**



ビジュアルから
アイデア・インスピレーションを
引き出す手法を用いる

ビジュアル思考に有効なツールの例

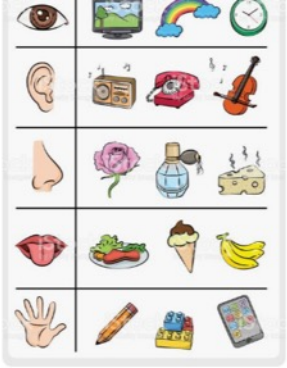




池袋「コーヒーバレー」はコーヒーを飲み比べできちゃうおしゃれカフェ♪ - macaroni



emmi atelier



five senses - hand, lips, eye, ear, nose. object...



映画「レ・ミゼラブル」(2012)



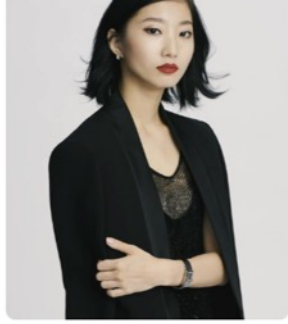
夢飯島



夢飯島



バレリーナ飯島望未が舞う、軽やかな白の世界。



夢飯島



夢飯島



夢飯島



"Hegel's Holidays" - by Rene Magritte



夢飯島



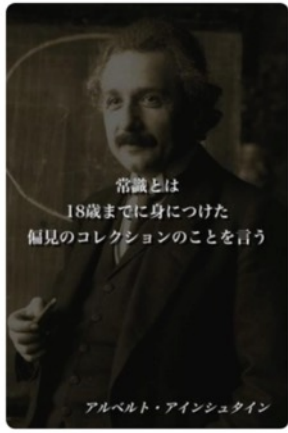
夢飯島



夢飯島



夢飯島



夢飯島



夢飯島



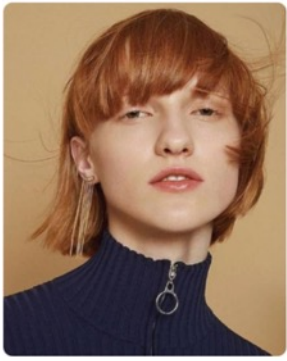
夢飯島



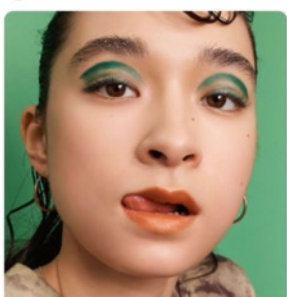
夢飯島



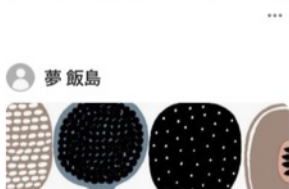
夢飯島



夢飯島



夢飯島



夢飯島

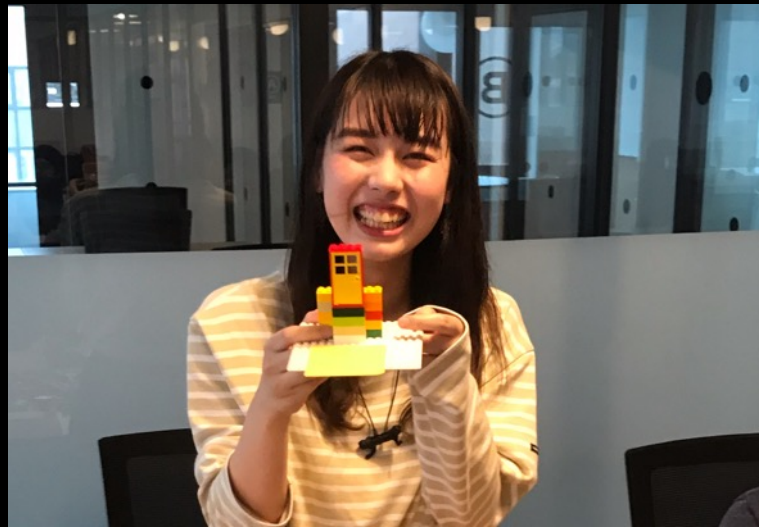


夢飯島

この商品のイメージに近いものをPinして！

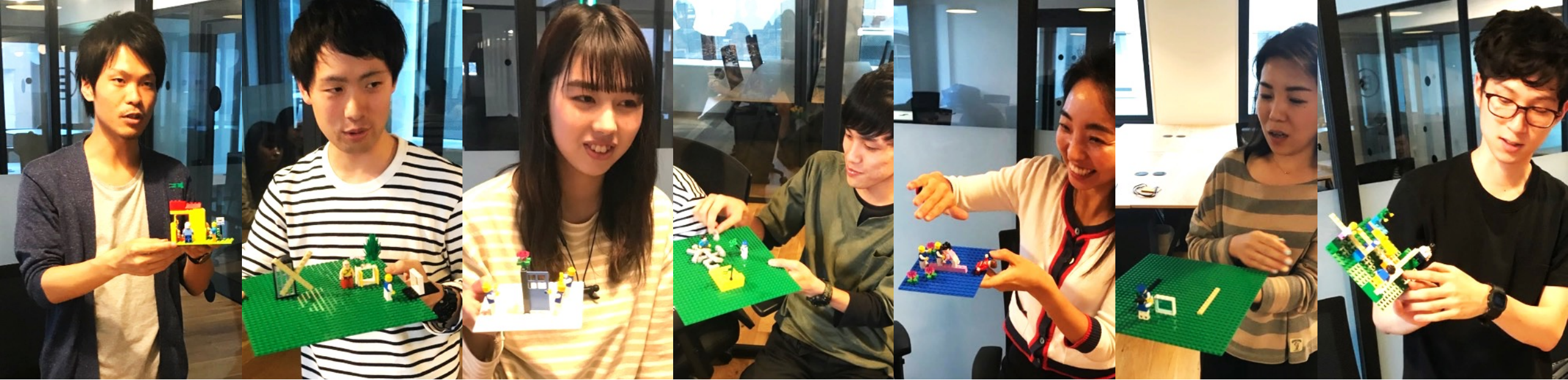
ビジュアル思考に有効なツールの例

LEGO® SERIOUS PLAY® WORKSHOP



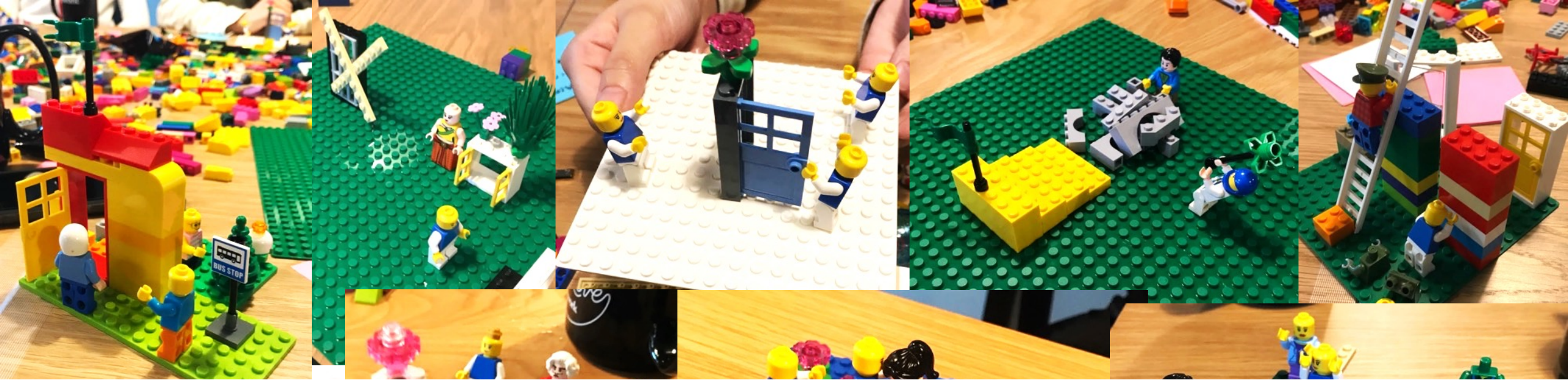
レゴブロックを用いた「手による思考」を行うワークショッププログラム

抽象的・感覚的な企業理念と個人理念をビジュアルからストーリー化することで、
自分事化、親和性への気付き、相互理解、コミットメント、など様々な機会を生み出す

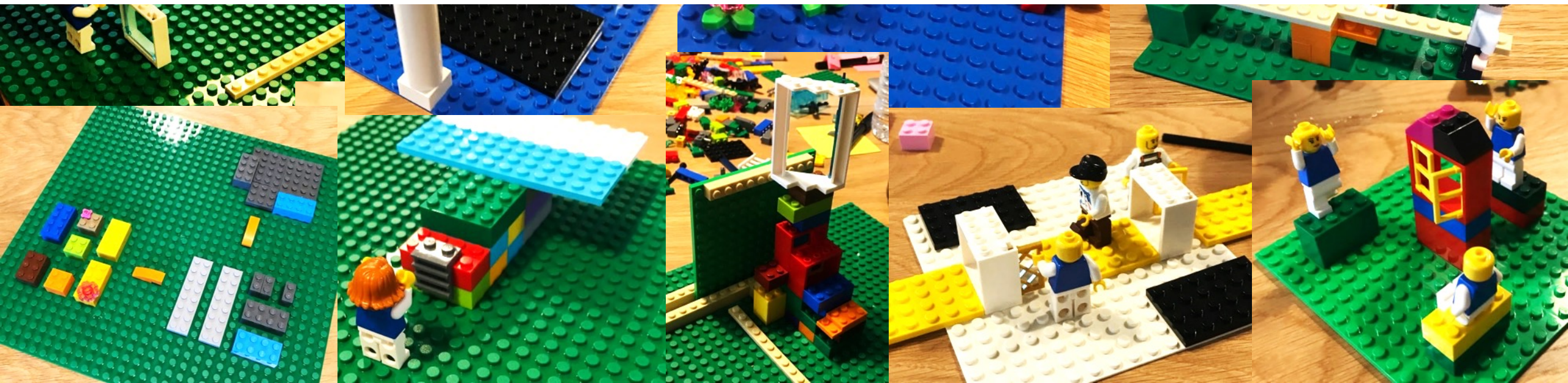


「この商品・ブランドらしさ」をカタチにすると？





「この商品・ブランドらしさ」をカタチにすると？



覚悟を決めるコトバのつくりかた

STEP01. 自分の言葉で「自由」に語る。

STEP02. 表現すべき「本質」を探る。

STEP03. 考えすぎずに「試作品」をつくる。

STEP04. イメージの湧く「具体例」を想像する。

STEP05. 本人が「覚悟」を持って決める。



より具体的な
質問を通じて
いい声で話せる
本質（コア）を探る

答えの「ある」質問

答えは「どこ」にある？

本当の答えは「自分」の中にしかない

BRAND PHILOSOPHY

ブランドや経営者の
思想・信念など
譲れないもの

USER INSIGHT

生活者（顧客）が
悩んでいることや
期待していること

コンセプトや理念、タグラインなど

広告目的のコピーなど



「誰に使ってもらいたいの？」



「どんな感想がもらえたら嬉しい？」



「これって結局なんなの？」



「なぜ? どうして? なぜ? どうして?」

いい声が聞こえてきたら



めちゃくちゃ共感する！

覚悟を決めるコトバのつくりかた

STEP01. 自分の言葉で「自由」に語る。

STEP02. 表現すべき「本質」を探る。

STEP03. 考えすぎずに「試作品」をつくる。

STEP04. イメージの湧く「具体例」を想像する。

STEP05. 本人が「覚悟」を持って決める。

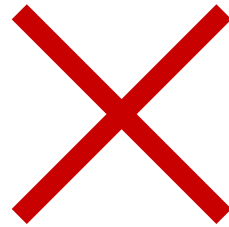


ここまでの材料を用いて
考えすぎずに
コトバをつくってみる
(調理してみる)

コトバづくりを料理にたとえると…



ここまで



ここから



ネーミングの**食材**集め



例えば、ネーミングの「**食材**」

メイン食材（**米**・**肉**・**魚** など）

内容をあらわすコトバ



clothing (衣類)



phone (電話)



ネーミングの「食材」

調味料やスパイス

価値を引き立てるコトバ



unique (他にはない)



internet など5つのi

ネーミング

メイン食材（そもそも何か？）

調味料（価値を引き立てる）

Instagram

Telegram（電報）

Instant（すぐ気軽に）

おにぎらず

おにぎり

にぎらず（にぎらない）

ぽっぽ茶

茶（お茶）

ぽっぽ（温かい）

akasaka
Sacas

アカサカ（赤坂）

サカス（咲かす）

Uber

-

Uber（超すごい）

Lyft

Lyft（乗る）

-



ネーミングの調理方法

焼くだけ？





一緒に煮込む？



ちぎちぎ、盛り付ける。

ネーミングの「調理」

食材をどう組み合わせるか？
(別々に焼く・一緒に煮込む など)

ならべる



ever (スパイス)
+
note (メイン食材)

混ぜる



Instant (スパイス)
+
telegram (メイン食材)

食材活用



feed (メイン食材)
+
-ly

ネーミングの「調理」

より手の込んだ調理技術
(三枚おろし・スモーク・フライ など)

掛けコトバ



スイスイ行けるICカード
+
スイカ

韻踏み



セブン
+
イレブン

アナグラム



ダ・カ・ラ
↓
「カラダ」の並べ替え

ネーミングの「調理」

その他の調理技術の例

アナロジー

メタファー

隣接喩

回文

逆さ読み

コントラスト

擬人化

ギャップ

ダジャレ

などなど

逆さ読み

(反対から読んで新しい言葉をつくる)



道産子 (どさんこ) → コンサドーレ

アナロジー

(明喩：明らかに似ているものに喩える)

The Rakuten logo is displayed in a bold, red, sans-serif font. The word "Rakuten" is centered, with a red horizontal line underneath the letters "a", "k", and "u".

ECサイト → 楽市楽座

メタファー

(隠喩：遠回しに似ているものに喩える)



コンピューター → リンゴ (のように身近に)

擬人化

(商品やブランドに人格を与える)



パロディ

(有名なヒト・モノ・コトにたとえる)



実例のご紹介



ステップ1 : ネーミングの食材を集める

メイン食材 (そもそも何?)

コテンラジオの深井さん

音声コンテンツ

NewsPicks番組

聴くだけで学べる番組

連続シリーズもの

など

調味料 (どんな価値?)

リベラルアーツ

新しい教養

世界の再認識

複数の視点から語る

正解の押し付けではない

など

ステップ1 : ネーミングの食材を集める

メイン食材 (そもそも何?)

調味料 (どんな価値?)

新しい学びの入口
(主体性も必要)

リベラルアーツ
新しい教養
世界の再認識
複数の視点から語る
正解の押し付けではない
など

ステップ1 : ネーミングの食材を集める

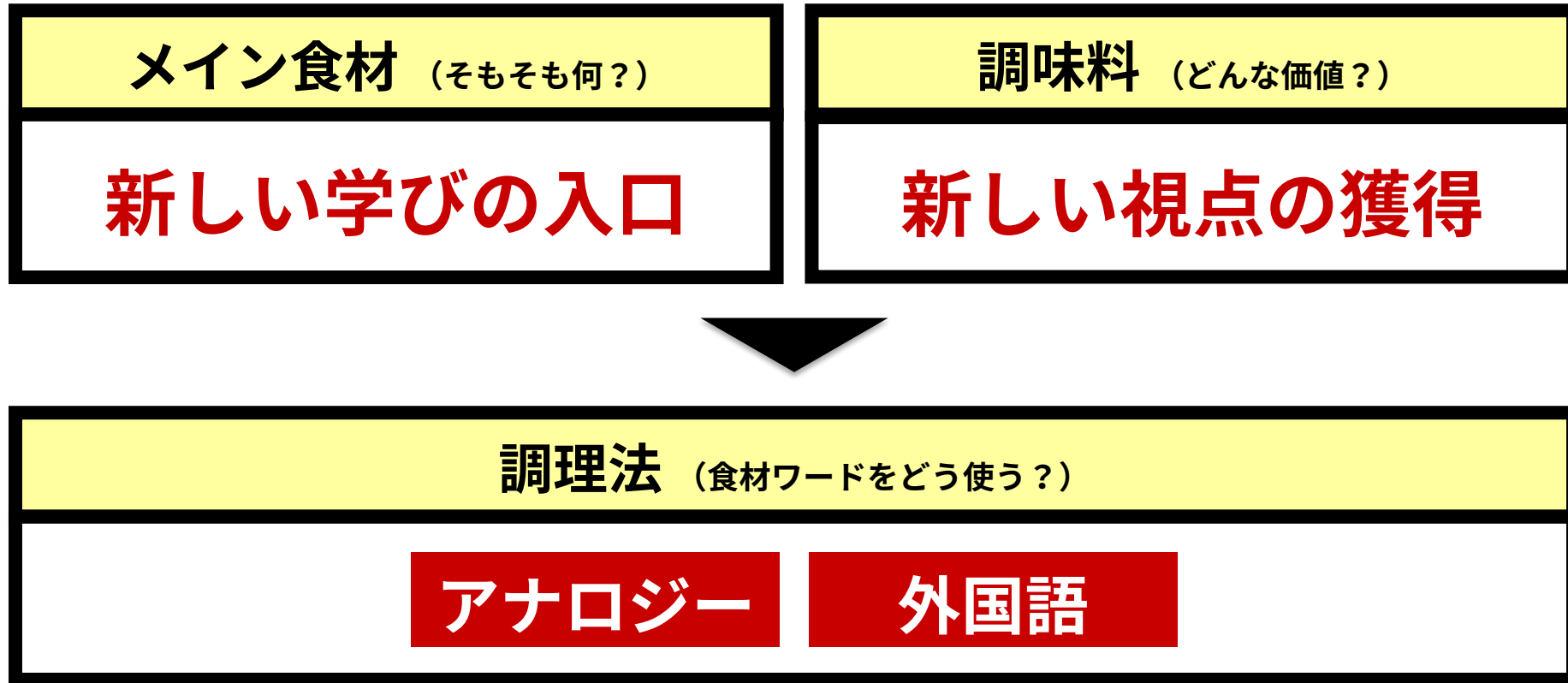
メイン食材 (そもそも何?)

調味料 (どんな価値?)

新しい学びの入口
(主体性も必要)

新しい視点の獲得
(the < a)

ステップ2 : 食材を調理してネーミングにする



a scope



ステップ1 : ネーミングの食材を集める

メイン食材 (そもそも何?)

買い取りサービス

ブランド買い取り

査定サービス

コメ兵

不要なものを現金にできる

など

調味料 (どんな価値?)

用事の合間で気軽に

近くに来てくれる

生活圏内で気軽に行ける

専門バイヤーの丁寧な説明

思ったよりも値が付く

など

ステップ1 : ネーミングの食材を集める

メイン食材 (そもそも何?)

買い取りサービス

ブランド**買い取り**

査定サービス

コメ兵

不要なものを現金にできる

など

調味料 (どんな価値?)

用事の合間で気軽に

近くに**来てくれる**

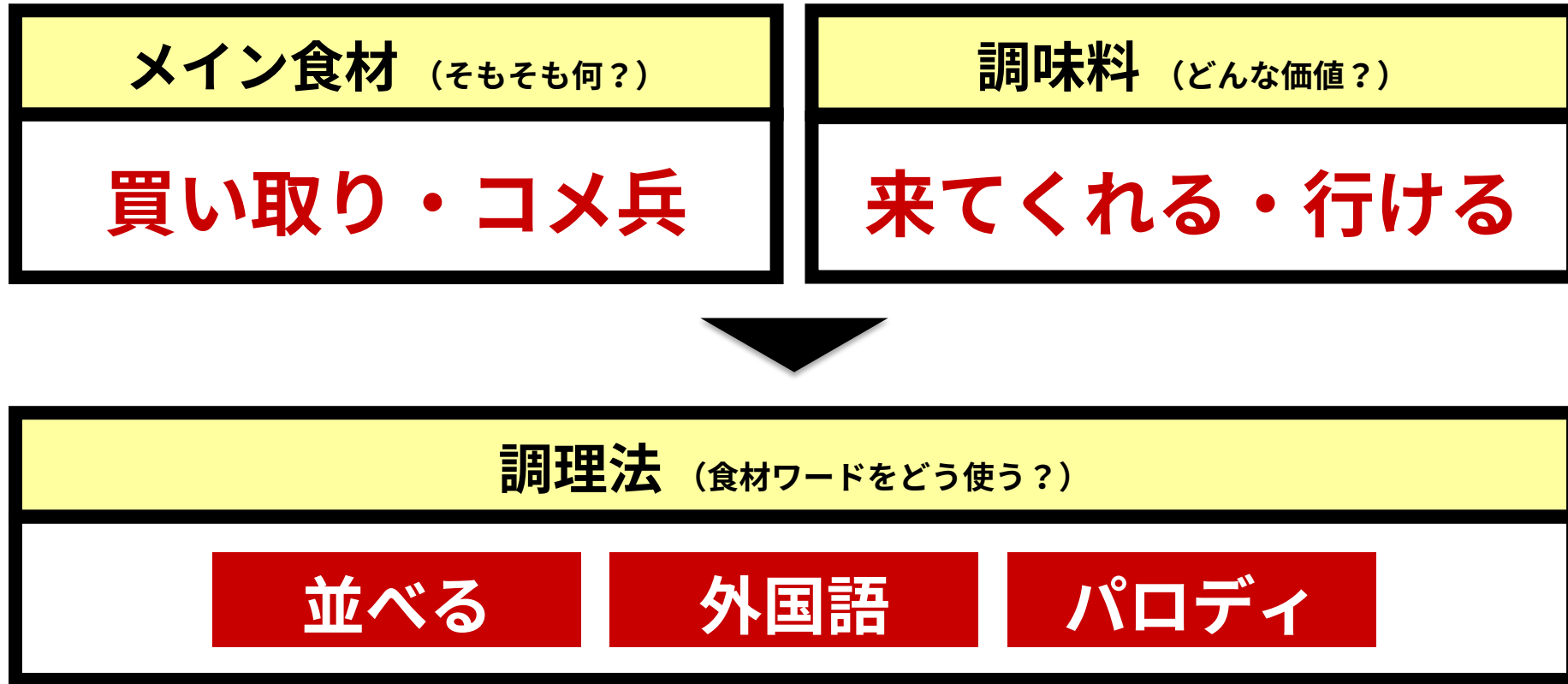
生活圏内で**気軽に行ける**

専門バイヤーの丁寧な説明

思ったよりも値が付く

など

ステップ2 : 食材を調理してネーミングにする



KAITORI GO by KOMEHYO

お気づきの通り (?)
発想するためには
2つのポイントがあります

ポイント① : コトバとコトバの間に「**関連性**」を見出す必要がある

メイン食材 (そもそも何?)

調味料 (どんな価値?)

似ている意味とが見た目のコトバはないかな…?

音声コンテンツ

新しい教養

NewsPicks番組

世界の再認識

聴くだけで学

視点から語る

連続シリーズもの

正解の押し付けではない

少し引いて眺めてみると、共通点はないかな…?

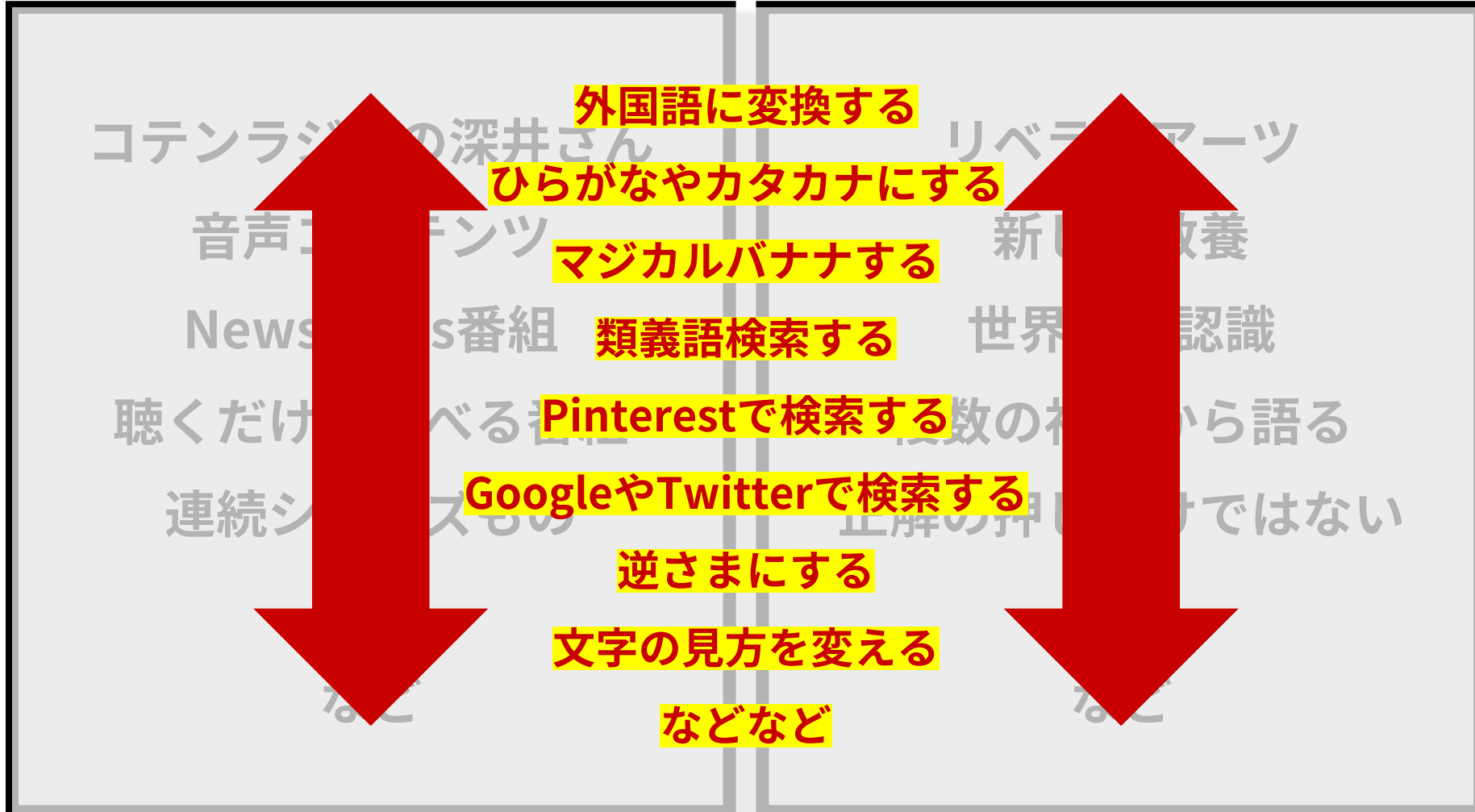
なし

なし

ポイント② : そのためにはコトバを「**連想**」して増やすこと

メイン食材 (そもそも何?)

調味料 (どんな価値?)



コトバの「**連想**」のためにオススメのサイト／ツール

Google翻訳 | 何語でもイケるよ！

コトバの「**連想**」のためにオススメのサイト／ツール

The screenshot shows the Weblio website interface. At the top, there's a navigation bar with 'weblio 1087万語' and '英和辞典' selected. Below it is a search bar with 'と一致する' and '項目を検索' buttons. A sidebar on the right contains icons for '小窓モード', '使い方', 'プレミアム', 'ログイン', and '設定'. The main content area is titled 'Weblioの英語サービス' and features a grid of service icons: '英語翻訳', '語彙力診断', 'NEW 読んで学ぶ英語', '英単語帳', 'オンライン英会話', '学習塾専用英検対策アプリ', '法人向け英会話', '障がい福祉サービス 子ども英会話', '学習塾向け英会話', and '学校向け英会話'. Below this is a 'Weblioプレミアムサービス' section with a '60日間無料!' badge and icons for '広告非表示', '例文絞込み', '登録単語数 20000語', '診断テスト 無制限', and '辞書非表示'. On the right, a 'ログイン' box greets 'ゲストさん' and lists benefits of becoming a 'Weblio会員(無料)', such as saving search history and increasing vocabulary test attempts. A 'Weblio会員登録(無料)' button is present, along with a 'Weblioプレミアムなら 最大60日間無料 あれこれ100倍にグレードアップ!' banner.

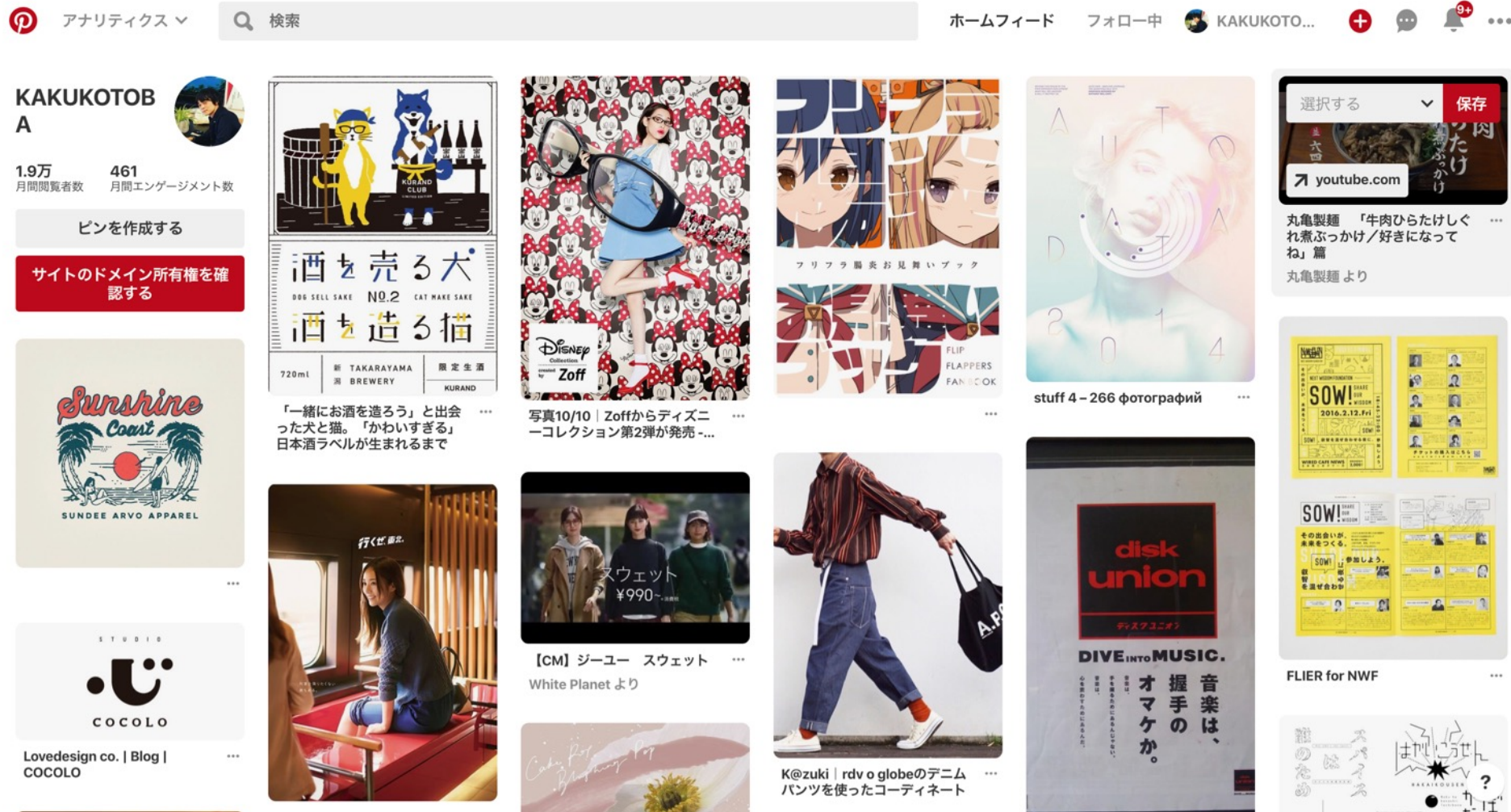
Weblio英和・和英辞典 | 例文とかも便利！

コトバの「連想」のためにオススメのサイト／ツール

The screenshot displays the Weblio website interface. At the top, there is a navigation menu with links for '辞書', '類語・対義語辞典', '英和・和英辞典', '日中中日辞典', '日韓韓日辞典', '古語辞典', and 'その他の辞書'. A search bar is prominently featured with a '項目を検索' button. Below the search bar, there are sections for '類語辞典索引' (a grid of hiragana characters), '英和和英テキスト翻訳' (a text input area for translation), and 'Weblio類語辞典とは' (an overview of the dictionary's features). A sidebar on the right contains a 'ログイン' section with a 'Weblio会員登録(無料)' button. The website also features a Creative Cloud advertisement and a PS4 game advertisement for 'JUDGE EYES'.

Weblio類語・対義語辞典 | 実は必須！

コトバの「連想」のためにオススメのサイト／ツール



Pinterest | ビジュアルディスプレイエンジン!

しかし、何よりも
インスピレーションの
タネ・頼りになるのは・・・





覚悟を決めるコトバのつくりかた

STEP01. 自分の言葉で「自由」に語る。

STEP02. 表現すべき「本質」を探る。

STEP03. 考えすぎずに「試作品」をつくる。

STEP04. イメージの湧く「具体例」を想像する。

STEP05. 本人が「覚悟」を持って決める。



会社の理念との
親和性は？

どんな人が
共感してくれる？

どんなプロダクト
できそう？

こんな活動にも
つながるかも？

そのコトバの先にある未来を想像する（させる）

覚悟を決めるコトバのつくりかた

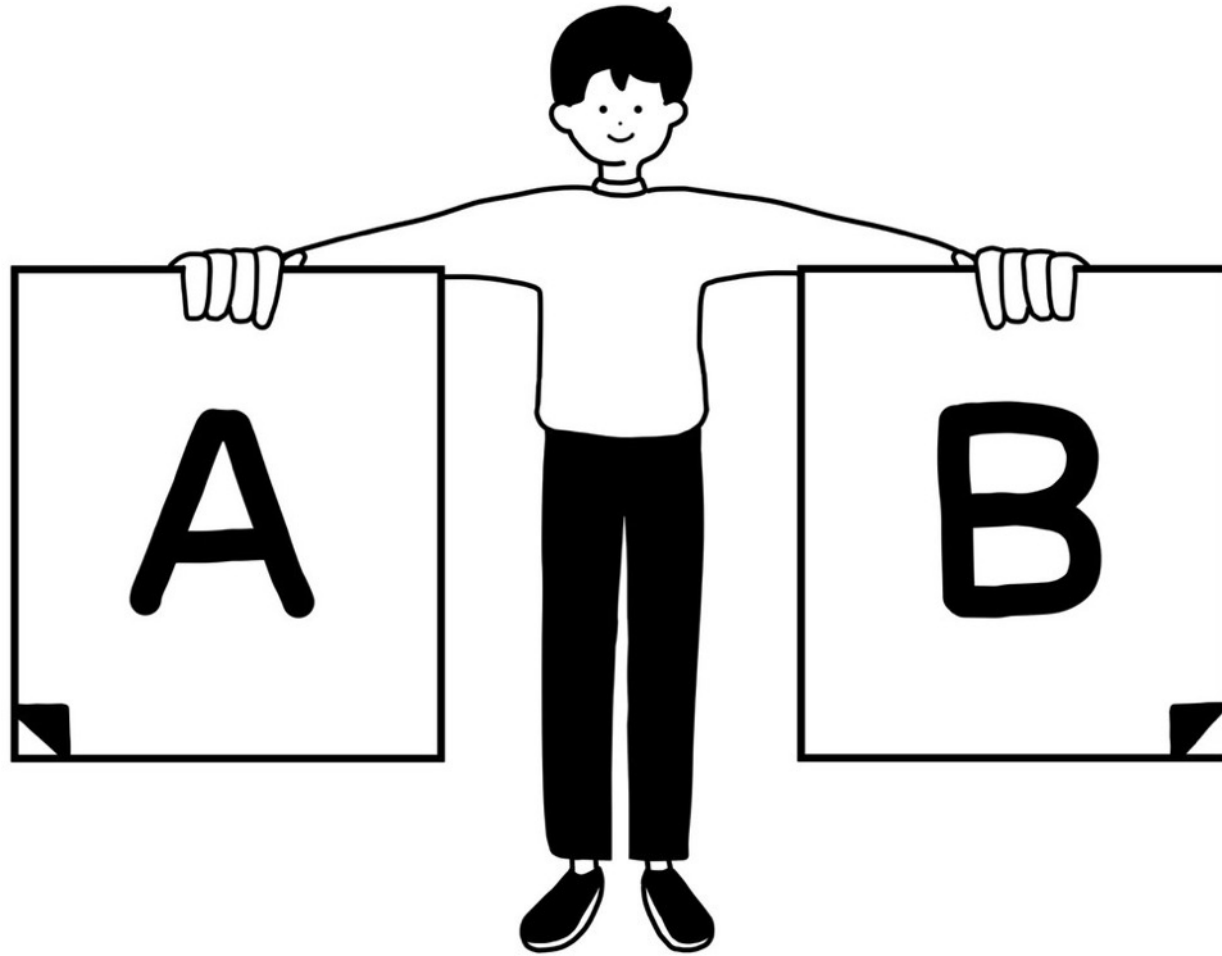
STEP01. 自分の言葉で「自由」に語る。

STEP02. 表現すべき「本質」を探る。

STEP03. 考えすぎずに「試作品」をつくる。

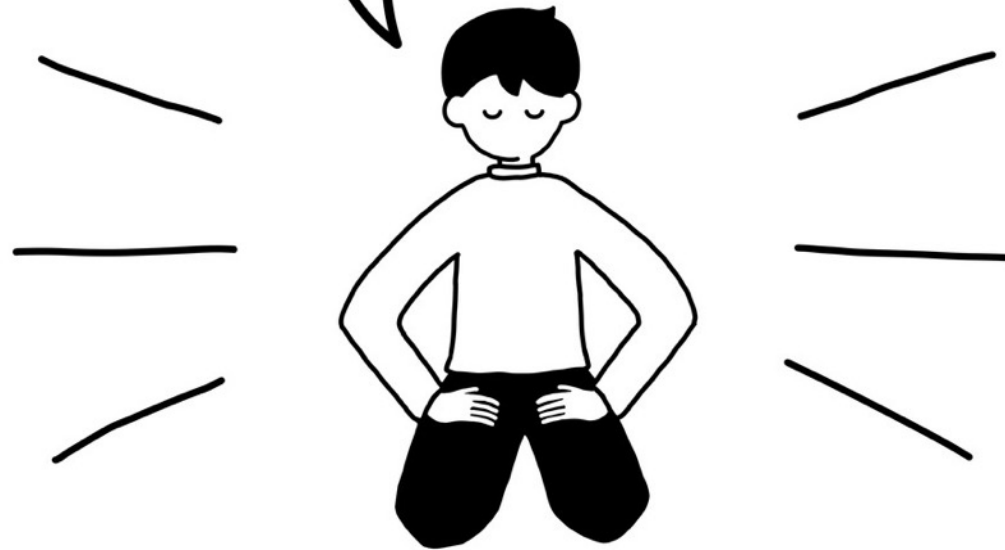
STEP04. イメージの湧く「具体例」を想像する。

STEP05. 本人が「覚悟」を持って決める。



残っているコトバのメリ/デメを整理して最終検討

**でも、これだけは
忘れないでください**



最終決定するのは必ず「ご本人」

覚悟を決めるコトバのつくりかた

STEP01. 自分の言葉で「自由」に語る。

STEP02. 表現すべき「本質」を探る。

STEP03. 考えすぎずに「試作品」をつくる。

STEP04. イメージの湧く「具体例」を想像する。

STEP05. 本人が「覚悟」を持って決める。

本日の流れ

ネーミングのつくりかたを解説

ネーミングを実際につくってみる

続いては、こちら！



THANK YOU !



Twitter
@kakukoki