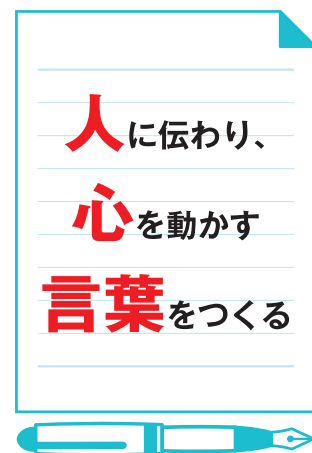


# 宣伝会議 コピーライター養成講座 基礎コース



東京教室 第126期 2024年9月25日(水)／28日(土)開講

大阪教室 第111期 2024年9月28日(土)開講

福岡教室 第28期 2024年9月28日(土)開講

COPYWRITER  
ACADEMY  
COURSES

## 広告界におけるプロのための教育を提供し続け65年以上 言葉を使った全てのコミュニケーションに携わる全ての人に必要な コピーライティングの本質を学ぶ

宣伝会議コピーライター養成講座は「久保田宣伝研究所」を母体に開かれた、日本で最初のコピーライター養成機関です。コピーライティングの技術を初めて本格的に体系化し、効率的な指導法を確立しました。これまで65年以上にわたり、クリエイティブのプロを育成する講座として、のべ5万人を超える修了生を輩出。多くの講座卒業生が広告界で活躍し、そのネットワークは幅広くビジネスの場で活用されています。

現在では、コピーライティングだけでなくコミュニケーションビジネスに携わる全ての方に向けた専門教育講座を年間300以上実施しており、広告会社や制作会社など累計10000社を超える企業に社員研修の一環として導入されています。「コピーライター養成講座」「アートディレクター養成講座」「クリエイティブディレクション講座」などの広告クリエイティブ領域のみならず「マーケティング実践講座」「宣伝・広告基礎講座」「ブランドマネージャー育成講座」「デジタルマーケティング実践講座」などクライアント企業側のマーケティングコミュニケーションに携わる方に向けた研修プログラムも多く実施をしています。

そして2022年に、宣伝会議コピーライター養成講座は開校65周年を迎えました。この業界の人材育成をしてきた中で積み重ねてきた知見とノウハウを生かし、より実務で活用できるコピーライティングのスキルを習得する講座へ、時代に合わせ、常に新しいカリキュラムへアップデートし続けています。現在、受講生の90%以上を社会人が占めており、実践的なスキルを磨く場として、様々な企業に活用いただいています。特に、広告関連会社においては新人、中途入社から若手層の育成にも利用いただくことが増えています。

単にキャッチフレーズの表現テクニックを上達させるだけでは意味がありません。コピーライティングのセオリーを学ぶ基礎講義にはじまり、アイデア発想やコンセプト開発、動画やSNSなどのメディアごとのコピー表現、プロモーションやPR視点を踏まえた企画立案、クライアントワークを意識した業種別クリエイティブクラスや卒業課題制作など、時代の変化に適応した実践的なプログラムを実施。

長らく広告界におけるクリエイティブ人材を育成してきた宣伝会議がプロデュースし、トップクラスのクリエイターがその技術や思考法を余すことなく教えていくのが、宣伝会議コピーライター養成講座です。



# コピーライター養成講座で学ぶこと

## 受講生の皆さんの個性と経験

語尾・語彙・言い回し  
読ませるテクニック

ここだけ「添削」で学んでもコピーライターにはなれない

表現の原則  
How to say

クライアントにとってのお客様が  
心の奥底で思っていること(本音)を深く考える。  
そのうえでコピーが掲載されるメディアを考え、  
最大限効果を発揮するコピー表現を考える

何を言うべきか  
What to say

クライアントのライバル企業の状況、自社内の状況、  
世の中の流れをふまえてクライアントが何を言うべきかを考える

## そもそも「表現」の前に考えるべきこと

クリエイティブ表現に興味を持つ方は、大抵の場合、はじめに「うまい言い回し」や「ユニークな言葉遣い」などの表現に魅力を感じることが多くあります。しかし、そればかりを追い求めていてもコピーの力はつきません。そこに至るまでには、コピーの考え方のセオリーを身に付ける必要があります。

左の図は、コピーライティングのスキル習得のためのピラミッドです。土台となる基礎体力作りをする前に発展的なトレーニングをしても、結果的に、定着しなかったり、変な癖がついたり実務では通用しなくなってしまいます。

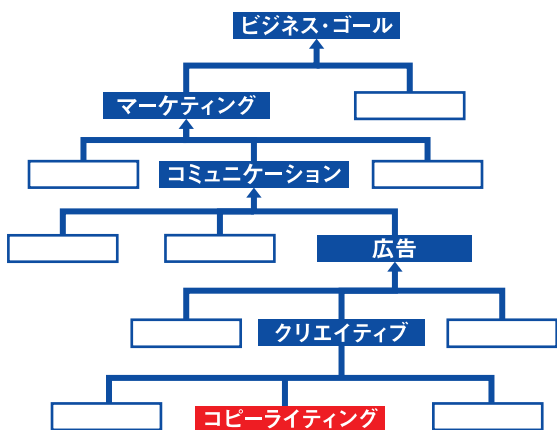
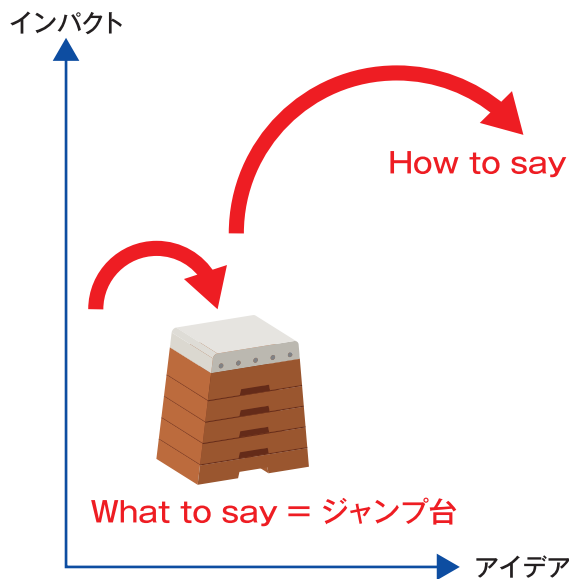
本講座では、いきなりコピー表現を考えるのではなく、考え方の土台から作り、すべての企画・クリエイティブの基本となる素養を身に着けます。

## What to say と How to say のセオリー

商品とターゲットを徹底的に分析・整理・絞り込みを行い、一連の広告戦略でのWhat to say (何を言うか)を決めます。コピーライターはこれを理解しHow to say (コピー表現)を考えます。このWhat to sayがはっきりとしたものであればあるほど、表現をジャンプさせ、ターゲットに伝わりやすくすることができます。一方でこのWhat to sayを理解した上でコピーを書かなければいくら表現として面白いコピーを書いたとしてもクライアントが望む結果にはつながりません。この表現におけるジャンプ台をセットすることと、そのジャンプの仕方を学ぶのが本講座です。

講義では一流のクリエイター達から、手を変え品を変え様々なテクニックやノウハウを学んでいきます。この基本となる考え方ができれば、コピー表現だけでなく様々な企画発想へと応用していくこともできます。

## What to sayの役割



## 果たすべきはクライアントの課題解決

広告はクライアント企業のマーケティング活動の一環です。コピーは言葉の表現でありながらもクライアントワークです。どれだけ面白いことを言えるかではなく、クライアントのビジネス課題を理解したうえで、その解決に繋がる言葉を考え抜く必要があります。本講座においては、クライアントワークを想定した実践的な課題演習を多く取り入れ、実務で活かせるコピー力を養います。



# 未経験の方でも、実務に応用できるビジネス志向のカリキュラム

## コピーライティングの発想の中に コミュニケーションビジネスにおける原理原則があります。

広告業に対しても、クライアント企業や事業会社に対しても、マーケティングコミュニケーションに関わる人材の育成に貢献してきた宣伝会議だからこそ、常に最新かつ実務に役立つカリキュラムを構成しています。

当然、話を聞くだけでは上達しません。座学で考え方をインプットするとともに、しっかりと課題演習・講評・フィードバックを行い、企画・制作に携わる初心者～若手までがスキルアップできるカリキュラムです。

### カリキュラム例(2023年度 東京教室実績)

	回	テーマ	事前課題／ 講義内ワークの有無
	0	事務局からのオリエンテーション	
基礎期	1	What is copy	
	2	キャッチフレーズ①	
	3	キャッチフレーズ②	
	4	What to SayとHow to Say	
	5	コミュニケーション設計の考え方	
	6	効くコンセプトを開発する	
	7	SNSとコピー・バズを生むコピー	
	8	キャッチフレーズ③	○
	9	Practice copy	○
	10	コロナ後における世界のクリエイティブの潮流	
	11	キャッチフレーズ④	
	12	書けなくなったときの企画発想法	
	13	キャッチフレーズ少人数クラスA／キャッチフレーズ少人数クラスB／キャッチフレーズ少人数クラスC	○
特別対談	14	ブレン誌面連動企画 ～クライアントワークに挑戦～	○
基礎期	15	ボディコピーの基本	○
	16	オーディオアド・ラジオCMの企画	○
	17	OOHとコピー	○
18	「企業」「社会」「地域」の課題を解決するクリエイターへ	○	
特別講義	19	クリエイティブの力で地域を活性化する	
基礎期	20	発想力を鍛える～コピーの幅と量の増やし方～	○
特別講義	21	好きになってもらうCMの作り方	
22	AIとコピーライティング	○	
基礎期	23	CM企画の組み立て方①	
24	卒業制作① オリエンテーション		
実践期	25	コピーライターの視点で企画書を考える	
26	CM企画の組み立て方②		
特別講義	27	お笑い芸人の頭の中をクリエイティブ視点で考える	
実践期	28	業種別クリエイティブ少人数クラス① ヘルスケア／化粧品／企業・人材	○
	29	英語のコピーライティング	○
	30	業種別クリエイティブ少人数クラス② ヘルスケア／化粧品／企業・人材	○
	31	卒業制作②	○
	32	企業広告・ステートメントの考え方	
特別講義	33	これからの時代のコピーライターの生き方・稼ぎ方	
実践期	34	卒業制作③ クリエイティブチェック	○
	35	業種別クリエイティブ少人数クラス③ ヘルスケア／化粧品／企業・人材	
	36	企画トレーニング少人数クラス プロモ・PR企画／ネーミング企画／CM企画	○
	37	アフターコピーライター養成講座 仕事の作り方	○
	38	DEIとクリエイティブ	
	39	未来をつくる言葉をつくる	
	40	拡張するコピーライターの役割と可能性	

※常にアップデートしていくためカリキュラムは変更になることがあります。予めご了承ください。

### カリキュラム例(東京・大阪・福岡教室実績)

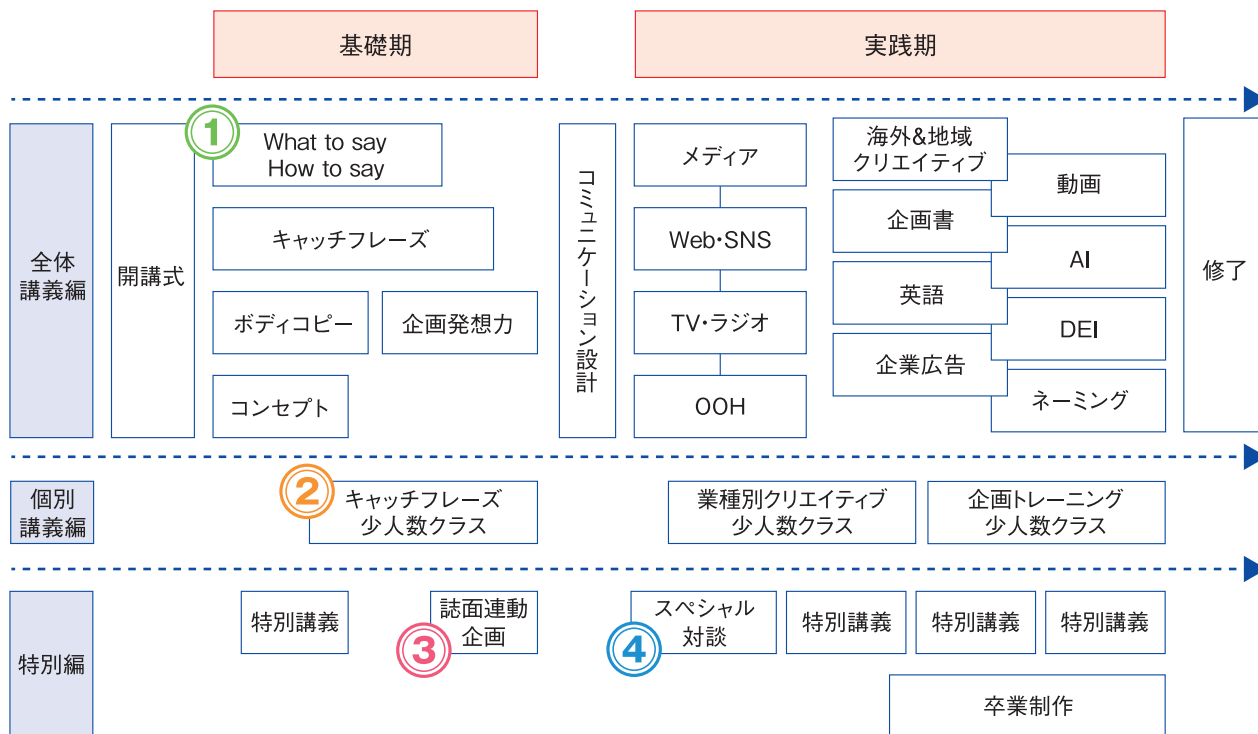
こちらのQRコードから➡





# カリキュラムの全体構成

## カリキュラム構成 (2023年度 東京教室実績)



### ① 基礎期～実践期

誰しも始めはいきなりコピーを書こうとしがちですが、それは得策ではありません。よいコピーを書けるようになるためには、書く前に必要なことをしっかりインプットしていくことが必要です。本講座ではまずWhat to sayとHow to sayのセオリーやコンセプトの考え方、キャッチフレーズ表現の基本を学びます。

そして、中盤から後半にかけては、より個別具体的なテーマ設定をして実践的な知見を深めていきます。Web・SNSをはじめとしたメディア別のコピー表現やコピーライティング発想に基づいた企画書の考え方などを課題演習を交えながら学んでいきます。

### ② 少人数クラス

東京・地域教室においては1期あたり、約100名の受講生がいます。その全員で受講する講義もありますが、クラスを分割し、より個別のフィードバックに時間を割く少人数クラスを行う事もあります。

事前課題に取りこんでいただき、講師が全員の課題に必ず触れて、講評を行っていきます。この少人数クラスをはじめとした課題にしっかり向き合いこなすことにより実力が磨かれます。同じ条件で自分のアイデアや表現が通用するかどうかの勝負です。他者のアイデアを見ることで、自分にはなかった発想や言葉の表現方法を知り、また一つ自分の視野が広がっていくことが実感できるはずです。

### ③ 誌面連動企画

講座の中盤では、クリエイティブの専門誌である月刊「ブレン」との連動企画を実施します。この回では、実際のクライアントに協力してもらい、実在する商品をお題としオリエンテーションを実施します。それを踏まえ、コピーに取り組み、担当講師とクライアントで優秀作を10点前後選出。その結果を「ブレン」誌面に掲載。自分の手掛けたコピーがクライアントに選ばれ、お名前とともにメディアに掲載されるチャンスです。コピーは自己表現ではなく、クライアントワークの一環です。オリエンを受けることやクライアントに選ばれることが実務に繋がる良い経験となります。

### ④ 特別講義・スペシャル対談

いくつかある特別講義の中で、2019年以降は「お笑い」にスポットを当てた講義を実施しています。お笑いのネタは、フリや落ち、意外性のある展開、耳に残るワードなど広告クリエイティブとの共通点も多く、お笑い芸人もまた言葉のプロであると言えます。日常の中には、コピーや広告クリエイティブのヒントがたくさんあり、その一つとしてお笑い芸人のネタを通して応用できる考え方を学んでいきます。過去実績としてはマヂカルラブリー、ニューヨーク、オズワルド、囲碁将棋、ガクテンソク、ななまがり、ライス、男性ブランコなどに登壇いただき、クリエイティブディレクターとの鼎談を実施してきました。





# 卒業制作について

## 講座の集大成として取り組む 最大250人と勝負する 実践型競合プレゼン「卒業制作」

講座の集大成となる卒業制作では、実際に企業が使用する広告を制作します。実務しながら、企業の宣伝担当からのオリエンテーションをもとにして、コピーを制作。担当講師からのフィードバックを受け、再提出。その中から優秀作をピックアップし、クライアント企業へプレゼンを行います。その中でクライアントが選んだナンバーワンのコピーが実際に使用されます。過去にはマス広告、交通・OOH、バナー等のWeb広告、メールマガジン、オウンドメディアや社内・店舗でのポスター掲出など様々な場面でコピーが活用されてきました。

こういった形でクライアント企業の宣伝担当の協力を得て、実際の広告制作に取り組めるのも宣伝会議ならではの強みです。広告会社に対してだけでなく、企業の宣伝・販促などマーケティングコミュニケーションに携わる方に向けた研修や講座を実施しているからです。



宣伝・広告基礎講座、ブランドマネージャー育成講座、オリエンテーション基礎講座、クリエイティブ・ディレクション基礎講座など、数多くの講座をクライアント企業の宣伝担当が研修の一環として取り入れています。これも宣伝会議が広い範囲で広告界に貢献しているからこそできる、宣伝会議ならではの教育プログラムです。

### 例えば今までに、こんな広告が掲出されてきました



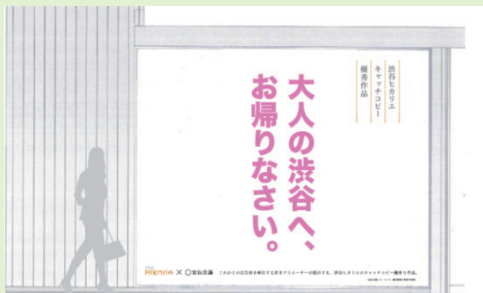
ハウス食品「フルーチェ」  
ブランドサイト掲出用トップバナー



東京ミッドタウン  
「ミッドタウンカード」ポスター



サンリオ「ピューロランド」  
クリスマスキャンペーン広告



渋谷ヒカリエのOOH



養命酒製造「養命酒」の新聞広告



## 講師紹介

宣伝会議のコピーライター養成講座の特徴は

現役トップクラスのクリエイター達が講師を務めること。

現役を引退して、過去の遺産で商売している方はいません。

現役クリエイター達が集結するからこそ、今の、生の、リアルな講義ができます。

### 近年の登壇実績

谷山雅計氏 (谷山広告)	中村禎氏 (フリーエージェント)	中島信也氏 (なかじましんやオフィス)	横澤宏一郎氏 (BORDER)
阿部広太郎氏 (電通)	橋口幸生氏 (電通)	キリーロバ・ナー ज्या氏 (電通)	こやま淳子氏 (こやま淳子事務所)
細田高広氏 (TBWA\HAKUHODO)	三寺雅人氏 (FACT)	山口広輝氏 (ジェイアール東日本企画)	山崎隆明氏 (ワトソン・クリック)
太田祐美子氏 (Wieden+Kennedy Tokyo)	杉山元規氏 (Droga5, Part of Accenture Song)	銭谷侑氏 (the Tandem)	武井慶茂氏 (ビーコンコミュニケーションズ)
柿並俊介氏 (マクキヤンヘルス)	辻毅氏 (ADKマーケティング・ソリューションズ)	本多正樹氏 (BBDO JAPAN)	山本邦晶氏 (資生堂クリエイティブ)
宮澤ゆきの氏 (資生堂クリエイティブ)	安路篤氏 (POOL)	井手康喬氏 (博報堂ケトル)	野原靖忠氏 (電通)
矢谷暁氏 (東急エージェンシー)	安谷滋元氏 (博報堂)	安田健一氏 (桜)	山本友和氏 (電通)
河西智彦氏 (博報堂)	角田誠氏 (角田誠事務所)	久保馨氏 (パラドックス)	玉山貴康氏 (電通)
佐久間崇氏 (saku)	勝浦雅彦氏 (電通)	松村祐治氏 (電通)	松尾卓哉氏 (17)
森宜久氏 (大広WEDO)	澁江俊一氏 (2100)	前田環氏 (たま企画)	村林栄一氏 (大広WEDO)
鷹觜愛郎氏 (ソウルドアウト)	田島洋之氏 (パラドックス)	北道高氏 (Fanclub)	渋谷三紀氏 (電通)
森田一成氏 (ビッグフェイス)	村田俊平氏 (電通)		
小薬元氏 (meet&meet)	野澤幸司氏 (HAKUHODO CABIN)		
堀内有為子氏 (東急エージェンシー)			

### 東京・大阪・福岡教室の講師陣

こちらのQRコードから➡



# コピーライター養成講座 開催概要

## 全教室 共通

### 主な受講対象者

- ・ 広告関連会社、メディア関連会社、各種デジタルのサービスを提供する会社の方。
- ・ 事業会社のマーケティングコミュニケーション関連部署の方。

新人や中途入社などのキャリアが浅めの方から若手層に適した内容です。また、上記に該当せずとも、コピーライターの持つ発想力や言葉の生み出し方、言葉を使ったコミュニケーション力の向上を目指す方であれば、誰でも受講いただけます。

個人的に受講される方の場合は、就職・転職を目指す方、現業に活かすためのスキルアップを狙って受ける方なども多くいらっしゃいます。

受講料金 187,000円(税込) ※申込金22,000円(税込) 含む

お支払い方法 法人としての支払いであれば、請求書払い、クレジットカード決済が可能です。個人としての支払いであれば、銀行振込、クレジットカード決済、教育ローンを利用した分割払いの3つから選択いただけます。

講義回数 全40回(原則として、1講義あたり2時間)

実施形式 オンライン受講/教室受講を併用し、受講生が都度、選択することができます。

## 各教室の開講予定

### 東京教室 平日クラス

開講日 2024年9月25日(水)

スケジュール 毎週月曜と水曜 19:00~21:00

定員 100名

会場 宣伝会議セミナールーム(港区南青山)

### 東京教室 土曜クラス

開講日 2024年9月28日(土)

スケジュール 毎週土曜 13:00~17:20 ※休憩含む

定員 100名

会場 宣伝会議セミナールーム(港区南青山)

### 大阪教室

開講日 2024年9月28日(土)

スケジュール 毎週土曜 13:00~17:20 ※休憩含む

定員 80名

会場 大阪 梅田周辺

### 福岡教室

開講日 2024年9月28日(土)

スケジュール 毎週土曜 13:00~17:20 ※休憩含む

定員 50名

会場 福岡 博多周辺

受講検討者向けに、説明・相談会と無料体験講座を定期開催しています。また、都合が合わない方のために、オンデマンド配信もしていますので、お気軽にご利用ください。

説明会の予約はこちら



無料体験講座の予約はこちら



各教室のお申し込みはこちら



コピーライター養成講座 検索

お問い合わせ先：株式会社宣伝会議 コピーライター養成講座事務局  
TEL：03-3475-3030 E-mail：cac@sendenkaigi.co.jp