

タイトル案

タイトル案の考え方

- ・女性が防災への取り組みに一步を踏み出すきっかけとして、興味を抱き、気軽にはじめられる、身近で、敷居の低いタイトルとします。
- ・本冊子の防災の概念「日頃の暮らし＝防災」という考え方を伝えるために、タイトルもしくはショルダーに「暮らし」という言葉を使用しています。

A案

いつもが、いのちを救う。

たすかる暮らし方 BOOK

「防災」という言葉を使った場合、ターゲットは“わたしごと化”がしにくくなると考え、「防災対策」を「たすかる暮らし方」と言い換えたタイトル案です。

ショルダーでは特別に防災に取り組まなくても「暮らし＝命を救う場」であることを「いつも」と「いのち」が呼応する表現で、補足し意識を促します。

B案

いつもの暮らし方に、ひと工夫。

東京くらし防災

「暮らし＝防災」と据えた内容の本であることを印象付けるため、

『東京防災』の真ん中に「くらし」の文字を入れてタイトル案にしました。

ショルダーコピーは、いつもの「東京の暮らし」に「ひと工夫」加えるというアプローチで
防災のハードルを下げ、取り組みやすさをアピール。

ターゲットが“わたしごと化”し、一歩を踏み出すことを狙います。

いまずぐできる！ 30のこと

Bousai Life Tokyo

ライフという単語には、「いのち」と「生活」、両方の意味があります。

「命を守る備え、防災」と「生活の場、東京」の真ん中に

「命：ライフ」を据えた企画タイトル案です。

タイトルはターゲットが最初に目にする接点。その印象は“わたしごと化”を大きく左右します。

「防災」の文字をアルファベットの「Bousai」にシフトすることで

従来の取っ付きにくい防災の意味を軽やかな印象にし

“わたしごと化”しやすくすることを狙いました。

タイトルに意味性が薄れる分、

最初に目に飛び込むショルダーはコンセプトを分かりやすく説明しています。

※本タイトル案は巻頭企画に使用していますが、冊子タイトルとしての使用も考えられます。

※冊子タイトルとして使用の場合、ショルダーを「いつもの暮らしで、いのちを守る。」に変更します。