

☆3D 例文

□PREP×3D その1：パナソニックのお掃除ロボット「ルーロ」

□想定読者：お掃除の手間を極力減らしたい共働きの夫婦

□フォーカスする「違い」：ルンバと違い、正三角形だから部屋の角まで綺麗にできる。

【Point】 iRobotの「ルンバ」に満足できなかったあなたに、Panasonicの「ルーロ」をお勧めします。

【Reason】 ルンバは、丸形のフォルムゆえ「部屋の角」を綺麗に掃除できないという致命的な問題がありました。ルーロは正三角形だから、角にブラシがちゃんと届くのです。

【Example】 (このルーロのコンセプト、そこから導き出せるベネフィットにふさわしい芸能人をチョイスして、愛用者として紹介してください。)

■課題1：既存の製品との「違い」にフォーカスしながら、その違いがもたらす大きなベネフィットを語って、ルーロを紹介してください。(600文字程度)

☆比喩（アナロジー）を使った例文

アトピーが、なぜ完治が難しいかご存知ですか？

それは、あなたが「アトピーは治らない」と思っているからです。

「いや、そんなことはない。心から直したいと思っている。」

あなたはそういうかも知れません。

確かに、その気持ちも本当でしょう。でも、喩えていうなら、アクセルをめいっぱいふかしながら、ブレーキをべた踏みしているような状態に陥っているのです。

その「アトピーは治らない」という思い込みは、どうやって生まれたのか？

—— 実は、その根源は「情報」にあるのです。

ちょっと考えてみてください。「クリスマス気分」はどうやって作られますか？

10月末のハロウィン騒動が終わって、街にクリスマスイルミネーションが輝き始めた頃から、徐々にクリスマス気分が生まれてきます。さらにテレビ番組からもコマーシャルからも、それにまつわる情報とクリスマスソングが流れムードを高めていきます。そして、それが毎年繰り返され…。

私たちはいつのまにか「クリスマスには子どもに高価なプレゼントを贈る」こと、「クリスマスには恋人と過ごす」ことを当たり前と思ひ込み、それに合わせて行動してしまっています。

情報が私たちの意識の深いところに入り、現実を作り出す顕著な例と言っていいでしょう。

ひるがえって、アトピーはどうでしょう？

「アトピーの根治はとても困難」—— そんな情報がメディアにはあふれています。

いつの間にか、それらを深く受け容れ、治らないという現実を作りだしていませんか。

まずは、その情報から「自由になる」ことから始めてみませんか？

—— アトピーの本当のことを知り、自分自身の思い込みを冷静に観察する…。

それが「自由になる」作戦であり、メディアが作りだす現実に打ち克つための最初の一步です。

「アトピーって治るんだ」という当たり前のことを受け容れられた時、あなたのアトピーとのつらい格闘が終わるのです。

終わらせましょう。一日も早く。(792文字)

■課題2：この文章のロジックを分かりやすく説明してください。(筆写・暗唱は当然やりましょう。)