

「ぐる～かる CM 大賞 2017」

2017年の優れたローカルCM・地方PR動画を「ぐる～かるCM研究所」が発表

ぐる～かるCM研究所

テレビCMの戦略立案、コンサルティングを行う株式会社テムズ（東京都文京区、代表：鷹野義昭）が運営する「ぐる～かるCM研究所」（<http://glocalcm.sakura.ne.jp/>）は、2017年の優れたローカルCM・地方PR動画を発表しました。

今年で第3回目を迎える「ぐる～かるCM大賞」は、秀逸なローカルCM・地方PR動画を網羅的に取り扱ったインターネットサイト「ぐる～かるCM研究所」の専門家集団により選定されています。2016年12月～2017年11月の期間に同サイトにノミネートされたCMおよびPR動画152素材のなかから、各賞は以下のように決定しました。

■ぐる～かるPR動画大賞 2017



呉市（広島県）／「呉一市一 GONNA 呉一市一」篇

<https://www.youtube.com/watch?v=6MNJTAcvfMg>

「呉市をPRするならこの歌しかない、ずっとそう思っていた」と語る呉市が、満を持して制作したPR動画が「呉一市一 GONNA 呉一市一」。言わずと知れた90年代の大ヒットソング「CRAZY GONNA CRAZY」を替え歌にして、本格的なミュージックビデオさながらの高いクオリティとなっています。替え歌の秀逸さはもちろん、呉市のご当地キャラクターであることが一目瞭然の「呉氏」の姿と、ご当地キャラクターとは思えぬキレのあるダンスが強烈なインパクトを与えます。

<授賞理由>

本素材は、誰もが知る 90 年代の大ヒットソングの秀逸な替え歌と、ご当地キャラクターによるハイクオリティのダンスで、話題性とインパクトの獲得に成功しています。曲名や歌詞とともに、全身に大きく市名を配した主演「呉氏」は、「呉市」の名前を訴求する上でも効果的な存在であると考えられます。呉市への観光誘致をはじめとしたブランディングという目的に対し、認知率の向上という第一段階を見事にクリアした秀逸なクリエイティブといえます。また、素材全体の非常に高いクオリティから、呉市PRへの確かな熱意が感じられる点も高く評価しました。

■ぐろ〜かるCM大賞 2017



スペースワールド（福岡県）／「所信表明」篇

<https://www.youtube.com/watch?v=U4tbS5W3Q0E>

2017 年末をもって閉園が決まった北九州市八幡のテーマパーク「スペースワールド」。27 年間の歴史に幕を閉じるタイミングで展開したCMがこちらです。ランドマークである大きなスペースシャトルを背景に、厳かな表情で並ぶ大勢の職員。オープンからの一日一日に想いを馳せた映像に重なる「閉園、申し訳ありません」のナレーションが寂しさを刺激します。しかし、その後続くナレーションでしんみりした空気は一転！思わずズッコケたくなるようなオチが秀逸です。

<授賞理由>

本素材は、閉園の事実を伝達することで、リピーターや新規の駆け込み客といった来場者の増加を狙ったものと考えられます。閉園というネガティブな事実を敢えて明るく伝達することで、負のイメージを見事に笑いに転換した展開が話題となり、大手ネットメディアや全国ネットのテレビ番組にも取り上げられました。YouTube 上での再生回数は、45 万回

を超えておりローカルCMとしては異例といえます。来場者増加という目的に対し、展開の意外性による話題づくりに成功した点を高く評価しました。

ネガティブなイメージを笑いに転換する場合、クリエイティブを間違えると齟齬を買いかねません。しかし本素材では、真摯に閉園に向き合い来場者への感謝を伝える姿勢もしっかり表されていることで、視聴者から愛される絶妙なバランスを実現できています。

■特別賞 ぐる〜かるPR動画・クオリティ賞



王寺町（奈良県）「雪丸散歩」篇

<https://www.youtube.com/watch?v=7HFYsrheuoE>

聖徳太子にはペットがいました、その名も「雪丸」。白くて賢い犬だったといわれる雪丸が1000年以上の時を経て蘇りました…“空飛ぶ”犬として！？ふわりふわりと王寺町を散歩する雪丸、なんとCGは一切使用されていません。

ご当地キャラクターの登場やドローンでの空撮をPR動画で行う自治体は数あれど、両方を組み合わせた例は他に類をみません。最新技術をそのまま使用するのではなく、地元ならではのキャラクターに仕上げ、その不思議な空中散歩風景を撮影することで、王寺町にしか制作できない唯一無二のPR動画となっています。

■特別賞 ぐる〜かるPR動画・コスパ賞



小諸市（長野県）「小諸がアツ・イー！」シリーズ第1～3弾

<https://www.youtube.com/watch?v=99DIBvKWbz0>

<https://www.youtube.com/watch?v=U-OmFI-tHVI>

<https://www.youtube.com/watch?v=eQdedKf9leg>

第1弾が「制作費 9,500 円」「思わず吹き出す市長熱演」で話題となった小諸市のPR動画は、シリーズすべてが市職員による自主制作。ご当地キャラクター「こもろん」、どこか憎めない「悪の集団」、多くの市民に市長まで、地元一丸となって制作する姿勢は地域の活性化に貢献するとともに、視聴者の親近感を醸成します。

関係者が知恵と汗を振り絞り、小諸市でしかできない手作り感満載の「脱力系」PR動画シリーズですが、実は経済効果が抜群の優れもの。多くの地方自治体がプロに発注し数百万円以上の制作費をかけるなか1万円未満の投資で、テレビ番組などの媒体露出効果500万円以上、ふるさと納税が前年度から7倍以上と超コスパな秀逸PR動画です。

■特別賞 ぐる〜かるPR動画・敢闘賞



坂町（広島県）／「ATTACK of smartphone」篇

<https://www.youtube.com/watch?v=4AVUEogb22k>

駅のホームから転落、横断歩道であわやバイクと接触、自転車で大転倒…その原因はすべて「歩きスマホ」。

監視カメラ視点で撮影されたリアルな映像に思わず「危ない！」と叫びそうになるこちらは、「悠々健康ウォーキングのまち」を宣言する坂町が、社会問題化している歩きスマホの危険性を啓発した異色のPR動画です。町民170名以上による体当たり出演が、本動画制作への本気度を物語っています。

■特別賞 ぐる〜かるCM・アイデア 賞



長野県×abn 長野朝日放送（長野県）／「声を聞き間違えるわけがない」篇

<https://www.youtube.com/watch?v=BZzUK4rhxxE>

「信州のみなさん」と呼びかけ、オレオレ詐欺について語る森本レオ。あの落ち着いたイーイ声で、「まさか子どもの声を聴き間違えるはずがない」「自分だけは絶対に、引っかかるわけがない」「そう思いますよねえ」と語りかけます。そうそう、自分だけはこの思い込みが危ない…なんて肯いていると、まさかの展開が！

長野県と a b n 長野朝日放送が共同で実施する「特殊詐欺、ひとごとじゃない！キャンペーン」において制作されたこちらのCM。「ひとごと」ではないことを見事に実感させるナイスアイデアCMです。

■特別賞 ぐる〜かるCM・ユーモア 賞



岡山トヨペット（岡山県）／「Bubblepack Town」篇

<https://www.youtube.com/watch?v=err4KU2tz28>

ドライブ中の男性が遭遇した異様な光景。人、クルマ、建物、ペットまで、あらゆるものがアレに包まれた街。愕然とする男性の目の前で、猛スピードの自転車と車が衝突！あわや大惨事か…？

「日本一ウイカーを出さない県」「50分に一回交通事故が起きている」という岡山県で、交通事故ゼロ・プロジェクトを推進する岡山トヨペットのオリジナルCMです。衝撃的な世界観はインパクト十分。ユーモアを交えたシャープな啓発が秀逸です。

選定にあたってのメッセージ 研究所所長 鷹野義昭

2015年からスタートした「ぐろ〜かるCM研究所」サイトへのCM・PR動画登録数は約500素材となり、日本を代表するローカルCMの紹介サイトに成長いたしました。サイトを応援していただいている皆様方、動画をリンクさせていただいております広告主の企業様ならびに自治体様に深く感謝いたします。

今年の審査を通して感じた点は、昨年に引き続き自治体PR動画が大いに活性化し、目を見張るものにたくさん出会えたことです。従来よりもさらに自治体の「本気度」がひしひしと伝わってくるPR動画の数々、その陰には確固たるマーケティング戦略がうかがえるものがほとんどです。

数年前までの「PR動画をつくる」ことが目的だったものが、いかに「PR動画を活用する」かに自治体関係者の基本的な考え方が変わりつつあります。そして、CMと異なり「自発的に見てもらわなければ始まらないPR動画」の特性が理解され、「拡散」をいかにするかということに力点が置かれてきています。

「ふるさと納税」「観光客誘致」「移住促進」「認知拡大」「地域ブランドの形成」などしっかりと結果を残すPR動画が高い評価となり、自治体側の投資効果を高めることにつながります。PR動画がブームに乗って制作された時代から、自治体プロモーションのマーケティング・ツールとして、しっかりと機能するステージに移ってきたといえましょう。

全国CMに比べ予算規模が極めて小さいローカルCMにおいては、「お金がなければ知恵を出せ」、そんな言葉があてはまる素材が高評価の対象となっています。そして、意外性のあるアイデアのみならず、その陰には戦略としてのコンセプトがしっかり確立されていることはPR動画同様に重要です。そうしたものが、15秒・30秒といった短い尺のなかでも、送り手側のメッセージをしっかりと受け手側に届けることになるのです。

2018年も、数々の秀逸なローカルCM、地方PR動画に出会えることを、皆様とともに楽しみにしております。今後とも、サイト運営や様々な活動を通じて、地域振興やテレビCMの活性化の一助になれば幸甚でございます。

■ぐろ〜かるCM研究所

日本全国の各道府県で放送されている秀逸なローカルCM・PR動画を選定し、同サイトからユーザー動画へリンクする形で数多く紹介している。「笑える」「お色気」「インパクト」「おもしろキヤラ」など、さまざまな観点から網羅的に閲覧が可能となっている。

「研究所所長」でCM戦略コンサルタントの鷹野義昭をはじめ、産業能率大学経営学部教授の小々馬敦氏、CMクリエイティブ・ディレクターの福谷匡史氏、さらには産業能率大学の女子大生たちを「特任研究員」として、ローカルCMを「総合」「地域密着度」「インパクト度」「クオリティ度」の4つの軸に対し5段階で評価し、専門家によるコメントがつけられている。

【専門家・コメンテーター・審査員 詳細】

<http://glocalcm.sakura.ne.jp/commentator>

【サイトへのエントリー条件】

地方発で、ユニーク性・オリジナリティが高く、世界へ発信する価値を有したCMもしくはPR動画

- ①東京キー局・大阪キー局でのオンエアがゼロもしくは 100GRP未満であること
- ②テレビCMの場合は地方テレビ局の地上波でオンエアされた実績が1回以上あること
- ③自薦・他薦を問わず、注目すべき優れたCMと考えられること

■ サイト概要

名称:ぐる〜かるCM研究所

URL: <http://glocalcm.sakura.ne.jp/>

オープン日:2015年9月6日

運営:株式会社テムズ(東京都文京区)

■ 所長:鷹野義昭プロフィール

株式会社テムズ 代表取締役/日本広告学会正会員

大手広告代理店のマーケティングプランナーを経て、現職。1000素材を超えるテレビCMの戦略立案・分析・調査に約30年携わる。著書に「CM好感度No1. だけどモノが売れない謎 ~明日からテレビCMがもっと面白くなるマーケティング入門~」(ビジネス社)。「ファインドスター広告ニュース」「ビジネスジャーナル」コラム、月刊「広報」「宣伝会議」等執筆多数。専門家コメンテーターとして、フジテレビ「みんなのニュース」「めざましテレビ」、日本テレビ「スッキリ」、テレビ朝日「中居正広の『ミになる図書館』」など出演。大学・企業等においてセミナー・講義の実績多数。

【本件の取材・掲載に関する報道関係の皆様からのお問い合わせ先】

株式会社テムズ(担当:石川)

住所:〒113-0033 東京都文京区本郷 1-25-5-4F

電話番号:03(3818)0254 FAX 番号:03(3818)0640 MAIL:info@tems.ne.jp