

スペースを活かした大胆な仕掛け 【新宿メトロスーパープレミアムセット】

掲出期間：2018年6月25日(月)～7月1日(日)

Smell(スメル)?住める! 都会の真ん中で異文化に触れる“匂い体験”



インパクトと発想力で勝負。
“匂い”で地方の魅力を発信。

島&都市デュアル暮らしツアーズ

新宿の地下道で、プチ異文化体験。

広い通路を埋め尽くす人の頭の間から見てきたのは、夕陽に染まる黄金色の稲穂の写真。その先にはひときわ目立つ鼻のオブジェが出現し、写真を撮る人や、鼻の穴をのぞきこむ人でにぎわっていた。そしてこの大胆な演出、なんと地方行政が主催するイベントだった。地域の魅力を“匂い”で再現し、人々にアピールしたいという企画で、兵庫県の神戸市、芦屋市、淡路市、洲本市が参画。4市は瀬戸内海を挟んで隣接し、洗練された都市の文化と海や山に恵まれた大自然を内包し、互いに数十分で行き来できる。その地理的特長を活かし、「島と都市」のライフスタイルのいいとこどりができる理想のネイバーフッドコミュニティとして、いま“移住”をアピールしている。文化と自然が感じられる「デュアル(dual)な暮らし」のプチ体験を、新宿の東西を結ぶメトロプロムナードで展開した。

“匂い”が語る、土地の魅力。



まずは視覚的にインパクト大！の鼻にひかれて「おもしろそ〜う」と近づいてきた人々は、次に見知らぬ土地の“匂い”や“音”が流れ出てくる鼻の穴に頭を挿入しながら、「たのし〜い」と興奮気味。「“いかなごのくぎ煮”ってなんですか？」など、初めて知る食文化の香りに興味深々の若者もいた。また、懐かしい匂いにひかれて立ち寄る兵庫出身の人々も多く訪れ、東京で出会ったふるさと体験をSNSなどにアップしていた。神戸港開港以来、さまざまな外国のカルチャーを受け入れてきた神戸市をはじめ、ユニークな生活様式を醸成してきた兵庫4市。「寛容性とチャレンジ精神にあふれたこの土地で、新しい人生のスタートを応援したい」。そんな4市の目に見えない想いが、“匂い”のって語りかけてくるようだった。

暮らしのなかの6つの匂いと音楽

島	1		2		3	
	<ul style="list-style-type: none"> 生産量日本一の線香の匂い 風にたなびく竹林音 	<ul style="list-style-type: none"> いかなごのくぎ煮の匂い 淡路の潮騒と煮汁音 	<ul style="list-style-type: none"> 金色に輝く稲穂の匂い 棚田を想起させる音声 			
都市	4		5		6	
	<ul style="list-style-type: none"> 芦屋の学校給食の匂い 給食を食べる子どもたちの音声 	<ul style="list-style-type: none"> 淹れたてコーヒーの匂い 老舗珈琲店の店内音 	<ul style="list-style-type: none"> シークレット! 			



目には見えない“匂い”だからこそ豊かなイメージを伝えられた。



「都市の匂い」と「島の匂い」のそれぞれが、生活のリアルなイメージを伝える

普段自分たちが慣れ親しんでいる“匂い”が、その土地の価値を伝えたり、ブランディングの手法として効果的だということにはじめて気づきました。視覚的な情報がない分、匂いを通して文化や自然のイメージがより豊かに膨らんで、異なる文化への興味を広げて

いただけたのではないかと考えています。これをきっかけに“本物”の暮らしに会いにきてもらえるよう、同時に展開している移住、体験ツアーなどうまく連携し、多くの誘客につなげたいです。また、日本中から人が集まる新宿でイベントを行ったことで、関西方面出身の人々にも多く訪れていただき、懐かしい匂いでよこごべたり、移住だけではないいろいろな可能性を生み出せました。

土地の“匂い”を体験するという発想の面白さで多くの人をひきつけられたのではないかと思います。

自治体
ご担当者様



注目される企画を考えて、仕掛けが活きるロケーションを選びました。



鼻の穴に頭を入れるとその土地の匂いや音が感じられる

今回のプロモーションは、足をとめて参加してみたくなる、インスタでアップしたくなる、メディアに取り上げるチャンスをつくるという、PR拡散を狙った施策でした。インパクトで人を呼び込み、その土地の“匂い”が嗅覚を刺激し、情緒に訴えるという企画で、実際に多くの人に体験いただき、1,500人を超える人にSNSのフォロー

もしくは投稿をしていただき、ツイッターでは80,000近いインプレッションを獲得できました。新宿の地下通路は見通しがよく、混雑していても比較的速くから鼻のオブジェを見つけていただけたのではないかと思います。スペースも十分に確保できましたので、4市の魅力が伝わるダイナミックな写真の掲出もでき、そちらへの評価もいただきました。また、通行者の流れを止めずに多くの方に参加してもらえることができたこともポイントでした。

インパクトのある造作物が映えるロケーションと、参加者のアクションを促す仕掛けがうまくマッチしました。

広告代理店
ご担当者様



魅力的な4市の匂いを体感!“プロモーションのしくみ”

STEP1

鼻型のモニュメントに頭を入れ、匂い体験

クリアファイル
贈呈!



STEP2

匂い体験シーンをスマホで撮影

これ、おもしろそう!



STEP3

「#島都市スメル」でSNSへ投稿

匂いつき
オリジナルシート
プレゼント!

#島都市スメル



淡路市の香り

日本一のお香

芦屋市の香り

グルメ給食

洲本市の香り

いかなごのき煮

金色に輝く稲穂

神戸市の香り

淹れたてコーヒー

今回の媒体は… [新宿メトロスーパープレミアムセット/イベントスペース]

新宿駅ホーム上コンコース内に、全長約80m、B0ポスター最大80枚を掲出できる媒体。新宿の西側と東側をつなぐコンコースはメトロ乗降客以外の利用者も多く、1日を通して人通りの絶えない場所。柱巻広告や掲出ポスター前でのイベント展開など、クロスメディア企画の可能性を広げます。

■掲出期間:7日間

■広告料金

・新宿メトロスーパープレミアムセット
1面セット(B0 20枚) 1,400,000円

・イベントスペース
1,500,000円

※詳細は下記までお問い合わせください。



発行・お問い合わせ

株式会社メトロアドエージェンシー 媒体本部

〒105-0003 東京都港区西新橋1-6-21 NBF虎ノ門ビル7階
TEL 03-5501-7835 FAX 03-3593-6150
http://www.metro-ad.co.jp