

METRO AD REVIEW

話題のしかけの舞台裏



参加して楽しむ広告で訴求する **「新宿メトロ スーパープレミアムセット」**

楽しむ体験で訴求する、最新システムの参加型AR広告。

掲出期間：2013年8月19日(月)～25日(日)



「24時間テレビ 愛は地球を救う」番組宣伝AR広告

日本テレビ放送網株式会社

通路に響く「ピロ〜ン♪」の正体は…?

夏休み終盤の東京メトロ新宿駅のメトロブロードの通路に、壁側に向かって並ぶ列とそれを囲む人々。子どもとママ、ファミリー、女性、そしてまばらにビジネスマンもいる。近くに寄ると「ピロ〜ン♪」というとともにケータイカメラで撮影する音がして、楽しげな声があがる。



特大ビジュアルが貼られるこのエリアはさまざまな広告が展開されるが、今回は大きなポスターの隣に大型モニターが設置され、道行く人々が映し出されていた。モニターの前に立つとランダムにTシャツのイラストが飛んで来て、モニター上の自分の姿に重なりTシャツを着ているような姿になる。このときに例の「ピロ〜ン♪」という音が鳴る。Tシャツがひらりと飛んでくる様子はさながら生き物か、ゆったりしたシューティングゲームの標的のようで、モニター上の自分と重なった瞬間のぴったりが妙にうれしい。子どももキャッキャとよろこんでいて、人だかりはほのぼのと楽しげな空気を作っていた。

立つだけで味わえる、疑似試着体験。

今回新宿で行われた広告は、通常はポスターを貼る大きなボードとして使われている場にモニターを設置することで人を集める装置に変えるという、これまでとは一線を画す企画だった。ARを使った広告やプロモーションは増えているが、ほとんどの場合は体験する側にアプリをダウンロードしたりスマートフォンをかかげ



SUライナー



Tokyo Metro Vision

たりするアクションを求める。今回のしかけでは、人だかりの視覚的インパクトや「ピロ〜ン♪」という音による聴覚的アテンションに刺激されモニターの前に立つだけで、Tシャツがひらりと飛んでくる。Tシャツを着た自分の姿を目にする。自ら動きかけなくても味わえる疑似試着体験。チャリティとなるこの『チャリTシャツ』は今年、歴代一位の売上を記録したという。メインパーソナリティの人気と著名現代アーティストのコラボというスペックだけでなく、デザインがカワイイと評判だった。番組同様に大人も子どもも楽しめるAR広告は、放送日告知以上の効果をもたらしたのではないのか。

モニターの前に立ってチャリTシャツを着よう!!の流れ



モニターの前に立つとセンサーが人物をキャッチ



Tシャツがランダムに飛んでくる



Tシャツを着ている位置でストップ

METRO AD REVIEW

話題のしかけの舞台裏



吸引力のある表現が、 情報拡散と行動を促す。

夏に毎年放送される『24時間テレビ』は、番組自体の認知度が高いので、告知で必要な要件は「いつ放送されるのか?」ということです。加えて今年は新しい試みをしたいという思いが強くありました。今回はメインパーソナリティーに話題性があり、単純なビジュアル広告でも拡散は期待できましたが、この企画なら「あのTシャツを着た自分が写るモニターがある」「あそこで体験できるよ」という吸引力のある拡散がさらに期待できると思いました。メインパーソナリティーを全面に出した大きなビジュアルが作れること、みんながよく知っている場所であることも決め手でしたね。

企画当初は、Tシャツを着た自分の画像とメインパーソナリティーとのツーショットが撮れる、3D仕様、音を大音量で流す、などたくさん案を検討しました。前例のないことをやって話題にしてみたい・見てもらいたいという気持ちがある一方で、公共の場であり番組自体も社会的な意義があるので、混乱や事故は本末転倒。今回はこの形に決定し、安全確保を最優先にプレ

スリリースも一切打ちませんでした。おかげさまでSNSやクチコミで多くの方にリーチできたと感じています。番組の宣伝は、限られた予算の中でいかに知恵を絞ってリーチし、拡散してもらうか。ただ面白いという印象にとどまらずにどれだけ行動を起こしてもらえるか。広げてもらえるか。毎回の新しいことへの挑戦です。



番組の告知はもちろん、売上がチャリティになる
Tシャツも効果的に伝えられました。

日本テレビ放送網株式会社
編成局宣伝部 担当副部長
高木 明子 氏

参加型広告で、 番組自体の存在感をアップしたい。

放送日時の告知は最重要ですが、今回は「これを楽しんで一緒に24時間テレビを盛り上げようよ」というメッセージを込めています。この種の広告を私は勝手に「参加型広告」と呼んでいます。みな

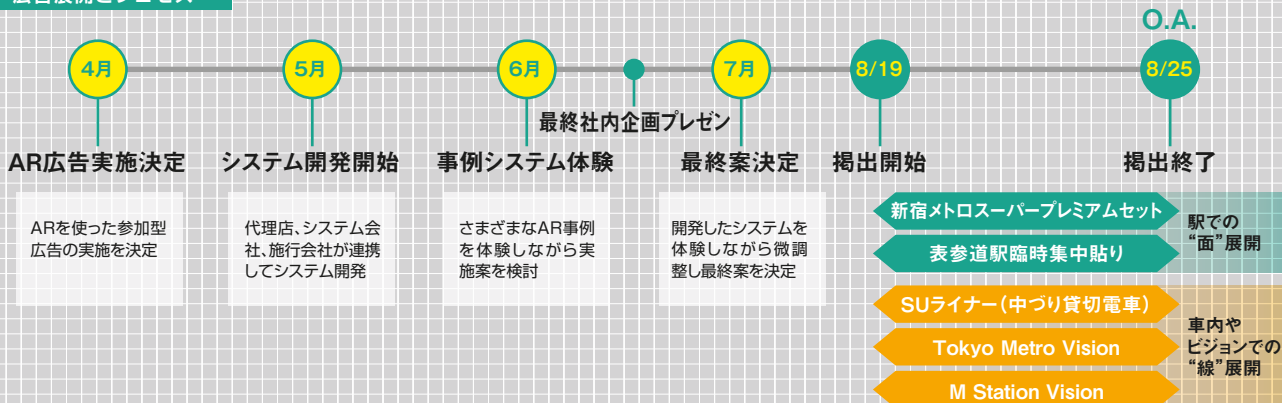


さんが参加して盛り上がることで番組の存在感を上げていきたいという思いが個人的にはありました。Tシャツが追っかけてくること、色がランダムに出る仕組みはARで初めてのシステムです。警備員の方が、タイミングが合わずうまくできない場合にアドバイスできるようフォローし、安全面でも効果面でも貢献できたのではと思っています。

エリア、空間、システムのすべてにとって
ベストな掲出場所でした。

協立広告株式会社
第二営業部 第七グループ リーダー
日高 良一 氏

広告展開とプロセス



今回の媒体は… [新宿メトロ スーパープレミアムセット]

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
※4面セット(B0 20枚×4面) 5,000,000円

※今回はイベントを組み合わせた展開です。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4階
TEL 03-5501-7835 FAX 03-3593-6150
http://www.metro-ad.co.jp