METRO AD REVIEW

話題のしかけの舞台裏

空間をフル活用して視界をジャック ［ 新宿駅集中展開 ］

掲出期間：2014年2月4日（火）～9日（日）

“イキイキ”が飛び出してくる!? ご当地キャラクターがもらえる巨大ガチャイベント

「アサヒ 十六茶」リニューアル告知イベント

アサヒ飲料株式会社

イベント開始5分で大行列。

新宿地下に突如現れた大きな水槽のような機械。何かと思い近づいてみると、その正体は、昔なつかしい“ガチャガチャ”。巨大ガチャのインパクトに引き寄せられ、次から次へと通行人が列を作り、受付開始5分もたたないうちに大行列となった。「16時の回は締め切りました～次回は…」という誘導スタッフの声に、「え～もう終わり?」と、うらめしそうな声。聞けば、イベント開始時間に合わせて戻ってきたという。イベント会場となったメトロプロムナードの通路は、テレビCMでおなじみの新垣結衣さんと56種類ものご当地キャラクターが、壁から、柱から、天井から今にも踊り出しそうないきおいで空間を埋め尽くし、底冷えのする2月初旬にもかかわらず、そこだけ熱気を帯びているようだった。

開始5分で行列に

シンプルなのに、熱くなる仕掛け。

仕組みは簡単だが、何が出てくるか分からないドキドキ感が子どもも大人も夢中にさせるガチャガチャ。近頃ではめずらしいアナログタイプのイベントというのもより多くの人の興味を引いた理由のひとつだろう。並んでみると、天井から吊られたバナーや柱に巻かれたポスターのご当地キャラクターのひとつひとつを、つい目で追ってしまう。80メートルにも及ぶ壁面ボードの前に立つと、まるで自分がCMの一部になったように感じ、そこにいるだけで十六茶の「イキイキ」がからだに伝わってくるようだ。十六茶は毎年2月頃にリニューアル告知を踏まえたPRキャンペーンを展開する。これまでもご当地キャラクターをフックに商品認知を高める交通広告を重ねてきたが、今回採用された史上初にして史上最大の「巨大ガチャ」を用いたイベントでは、誰でも簡単に、遊び感覚で盛り上がれて元気になれる、十六茶のブランドイメージそのものを体験できる仕掛けになっているようだ。

56種類のご当地キャラクター

「巨大ガチャイベント」参加の流れ

巨大ガチャの前に並ぶ

順番が来て巨大ガチャを回す

出てきたキーホルダー

METRO AD REVIEW

話題のしかけの舞台裏

お客様との絆づくりをテーマに、リニューアル認知を根付かせたかった。

昨年から「イキイキJAPAN」として元気なご当地キャラや新垣さんを起用して、十六茶の特徴であるカフェインゼロや、ごくごく飲める水分補給という訴求をしてきました。今回のキャンペーンでは、テレビCMを中心にWEBや交通広告と連動させ、お客様との絆づくりをテーマに“リニューアルした元気な十六茶”を認知していただけることを目的にしました。味もパッケージも時代に合わせてリニューアルし、改めてイキイキとした気分で十六茶を飲んでいただきたいというメッセージ発信に努めました。ガチャガチャを活用したイベントは50種以上のご当地キャラクターがあってはじめて成立したものだと思いますが、そのインパクトもあってか、ツィッターやブログでも「あそこで巨大ガチャイベントやってるよ」とか、「ご当地キャラクターグッズがもらえるよ」などといったつぶやきが結構見えたので、そうした盛り上がりと共に話題を拡散できたのではと思っています。ご当地キャラクターのキーホルダーは、裏面に十六茶が記載されています。鞄につけたりして身に付けていただき、いつも十六茶と一緒にイキイキと楽しい時間を過ごしてほしい、という願いが込められています。

ご当地キャラクターのキーホルダー

巨大ガチャイベント企画が持ち込まれた時には、一目ぼれでした。

アサヒ飲料株式会社
マーケティング部 メディア企画室
安達聡志 氏

タレントパワーを最大限に活用した、話題化が図れるプロモーションにしたかった。

交通広告は通常は認知獲得が主目的となりますが、今回の巨大ガチャイベントは、加えて話題化を狙いました。これだけ巨大なガチャ筐体を作るのも、持ち込むのも初めてだったので、強度や安全性の面でいろいろと苦労の多いイベントでもありました。十六茶のターゲットは丸の内のオフィスレディといった特定の層だけではないので、幅広いターゲット層にリーチできるという観点から新宿エリアを選びました。また、イベントスペースとして柔軟に活用できるという点も大きかったですね。スペースの自由度が高く、上からも横からも、あれだけ広い空間をジャックできたということにメリットを感じました。今回は決して一方的ではない形で、駅を行き交う方々に興味を持ってもらい、十六茶の世界観と共にリニューアルした商品の情報を伝えることができたと思っています。

認知獲得と話題づくり。すべての要求を満たしてくれたのがこの場所でした。

株式会社オリコム
営業本部 第四営業局 第三営業部
野中克郎 氏

広告展開

新宿メトロスーパープレミアムセット

バナー広告

柱巻広告

キャンペーン概要

■期　間：2014年2月4日(火)～2月9日(日)〈6日間実施〉
※柱巻広告とバナー広告は2/4～2/10にて実施

■時　間：ブース展示　4日～9日
・6:00～23:00
ガチャ展開　4日～9日(1日の実施スケジュール)
・10:00～　・14:00～
・11:00～　・15:00～
・12:00～　・16:00～
・13:00～　・17:00～

5 min　開始約5分で締切!!

キャラクターグッズ配布　6日間合計　4,200個

今回の媒体は… [新宿駅集中展開]

新宿駅ホーム上コンコース内にある、B0ポスター80枚相当、全長80mにおよぶ「新宿メトロスーパープレミアムセット」と併せ、「柱巻広告」、さらに「バナー広告」を駆使することができる東京メトロ最大の広告スペースです。掲出ポスターの前では今回実施されたようなイベント展開も可能となっています。

■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	柱巻広告	バナー広告
4面セット(B0 20枚×4面) 5,000,000円	フルセット(30本) 2,500,000円	2面×10か所 1,220,000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。

Metro Ad Agency
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