

地域テレビCMによる共創型プロモーション事業

「ちいきっと！」

実証実験 取り組み概要

株式会社三菱総合研究所

一般社団法人関西イノベーションセンター

共創型プロモーションとは

概要

地域の事業者の魅力を発信するテレビCMを、その地域のクリエイターと共創し発信することで、観光誘致や消費促進をおこない、地域経済の活性化を目指す取り組みです。

目的

将来、地域で活躍する事業者（広告事業主）が地域テレビCM等のメディアをより効率的に活用できるよう検討するとともに、地域内にとどまらない新たな商流創出を目指します。また、観光誘致や消費促進による地域経済の活性化を目指します。

本実証実験の実施内容

- 発信する事業者の地域：大阪
- 放映期間：2023年7月1日～7月14日
- 放映場所：石川県内（テレビ金沢）

※本実証は、大阪との主に観光消費目線での親和性等から、石川県を放映地域として実施いたしました



「ちいきっと！」に込めたメッセージ

本実証で放映するCMの冒頭に共通して流れる「ちいきっと！」というタイトルには、以下のメッセージが込められています。

ちいきっと！

みんなに、きっと、いいこと。

地域CMから広がる、ローカルのちから。

地域の企業やお店に

テレビCMを“キット化”して身近なものにすることで、これまで一社だけではCMを打つことができなかった企業やお店にも、あたらしい発信のチャンス。地域テレビCMを活かして企業と地元とのつながりをさらに深め、広げていきます。

地域の人に

CMをきっかけに、地元企業の魅力にふれて自分たちの地域がもつ可能性に気づいたり、地元への興味が芽生えたり。その企業やお店のサービスを利用して暮らしの選択肢や楽しみが広がったり。みんなで地域への愛着や誇りを育てていきます。

地域メディアに

ふだんの日も、災害のときも、その地域のことをいちばん早く、細やかに伝えてきた地域のメディア。「ちいきっと」は、地方局と地域のつながりを育むとともに、地域メディアの存在に改めて光をあて、持続可能なメディア運営を支えています。

全国各地に

地域でつくったCMを、地元だけではなく他の地域にも。あらゆる情報が東京に集まり全国へ発信される一極集中型のモデルではなく、地域と地域を結んだあたらしい情報の交換、そして、人と人のあたらしい交流のかたちを探っていきます。

今回の実証で魅力発信する、大阪の3事業者



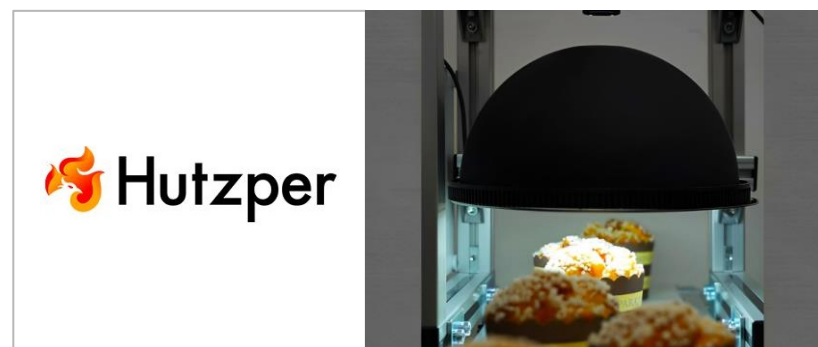
SEKAI HOTEL

まちをホテルに見立てた宿泊施設。商店街の空き店舗をリノベーションした客室に、大浴場は銭湯、朝食会場は純喫茶など、地域住民が通う商店と連携し、ホテル機能として提供。泊まることで、その地域での暮らしの日常体験ができる。



高山堂

明治20年に大阪で創業し、現在は阪神間で6店舗を展開する和菓子屋。常に「現代の和菓子」を追求し、和洋の壁にとられない菓子作りを目指す。1970年の大阪万博に出店した歴史を背景に、2025年の大阪・関西万博を機とした大阪みやげ開発のプロジェクトを進行中。



フツパー

製造現場の課題解決や付加価値創造を目的に、検品や検査工程を自動化する画像認識エッジAIサービスを提供しているスタートアップ企業。代表事業に、外観検査AI「メキキバイト」、異常検知AI「振動大臣」など。

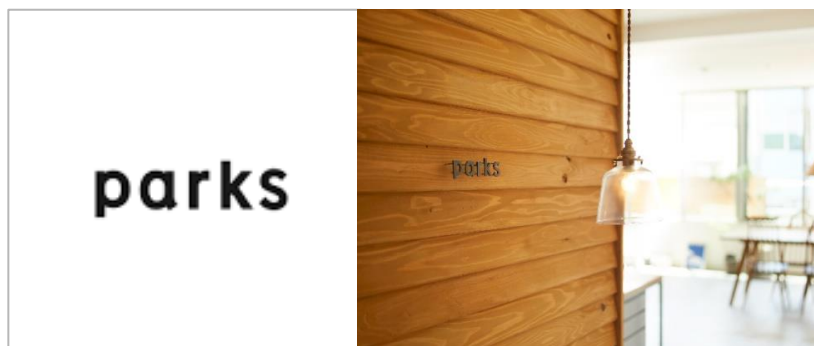
今回の実証で制作に携わった、大阪のクリエイターチーム

「地域の魅力」「地域らしさ」を存分に打ち出すために、地域に根差したクリエイターを起用。



株式会社高映企画（映像制作）

大阪の扇町に拠点を構える、「お客様の心に伝わるおもしろい広告」をモットーに映像を創るクリエイティブ集団。TVCM・WEB動画・ミュージックビデオなど幅広く手掛ける。



株式会社parks（コピーライティング）

大阪の西区に拠点を構える、コピーライティング企業。“公園”のように、人々が自由に行き交い、繋がりが合い、温かみを生み出すようなコピーライトを得意とする。

他に、

企画
演出
編集

撮影

照明

録音

なども、地域のスタッフを起用

制作における工夫

コンセプトの共通化等により、CM効果の最大化と制作プロセスの効率化・低コスト化を両立。テレビCMの制作や放送には従来多大なコストが必要と考えられているが、このような「共創型モデル」を用いて、共通の地域の事業者それぞれが費用を出し合うことで、テレビCMの新たな活用可能性が生まれると考えられる。

制作クルーの共通化



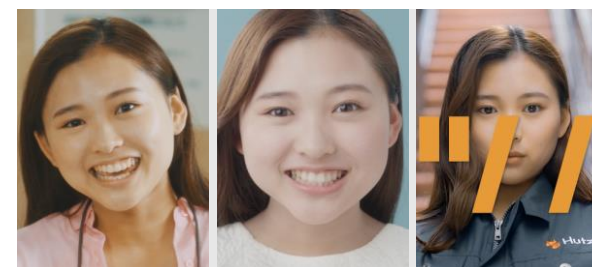
制作クルーを統一し、打合せやブッキング、ロケハンや撮影、編集などの工程をワンストップで。

コンセプトの共通化



コンセプトを統一して企画し、同シリーズとして放送することで、視聴者により印象づける効果も。

出演モデルの共通化



3つのCMには、全て同じモデル（吉本興業所属・山中奈々子さん）を起用。



- ☑ 制作プロセスの効率化・低コスト化
- ☑ シリーズとしての連動性や印象付けUP

完成したCM「SEKAI HOTEL」



NA : ちいきっと!
OSAKA



NA : そして大浴場は銭湯!



NA : 商店街がまるごとホテル!



女性 : めっちゃええやん!



女性 : うわあ、すごい!

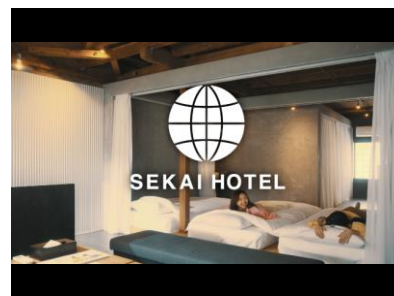
NA : まちに点在する客室に泊まり、



NA : 旅先の日常に飛び込もう!



NA : 商店街グルメを食べ歩き!



NA : セカイホテル

完成したCM「高山堂」



NA : ちいきっと!
OSAKA



NA : 老舗和菓子屋がつくる、



NA : 米粉のバターサンド



NA : いろんなフレーバーで、



NA : ほどける口溶け



女性 : めっちゃおいしいやん!



NA : 新しい大阪土産の誕生



NA : 高山堂 甘継 (あまつぎ)

完成したCM「フツパー」



NA : ちいきっと!
OSAKA



AI女性 : 圧倒的、低コストやねん



♪ フツパー、フツパー



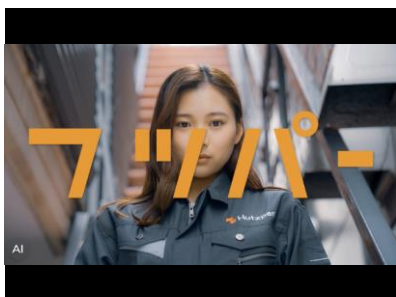
♪ フツパー、フツパー



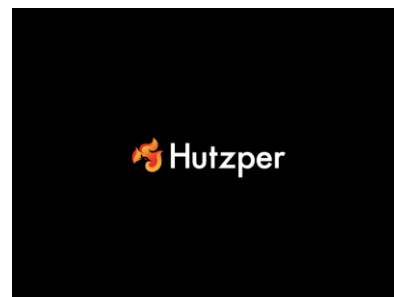
AI女性 : 工場で活躍する
AIの会社やねん



AI女性 : はやい、やすい、
超巧いAI



♪ フツパー、フツパー



♪ フツパー

本事業の4つのポイント

地域メディアの事業活性化

1

災害時の情報など、その地域のことを最も速く、細やかに伝えられるのは地域のメディア。本事業を通して、地域メディアと地域の新たなつながりを育み、日常生活における地域メディアのプレゼンスを高めるとともに、地域メディアの持続可能性を広告収入の面からも後押しするモデルを検討。

地域で活躍する事業者のブランド価値向上

2

テレビCMの「共創型モデル」により、これまでテレビCMの活用を検討してこなかった地域の事業者にも、新たな発信のチャンスが生まれる。地域テレビCMを活かして地域とのつながりをさらに深め、広げるとともに、認知度や売上の向上という実益にもつながる取り組みをめざす。

地域への興味、愛着、誇りの醸成

3

地域の人々がテレビCMをきっかけに地域の事業者の魅力にふれることで、自分たちの地域がもつ可能性に気づいたり、自分の住む地域への興味・関心が芽生えたり、その事業者の施設・サービスを利用することで生活に新しい選択肢が生まれたりと、地域愛やシビックプライドの醸成にも寄与できる取り組みをめざす。

地域を超えた新しいマーケットの創出

4

あらゆる情報がまず東京に一極的に集まり、そこから全国へ向けて一斉に発信されるという従来型のモデルではなく、LocalからLocalへダイレクトにメッセージを投げかけ合えるような新しい情報の交換、そして、地域と地域、人と人の新しい交流の在り方へと発展させていける可能性を持った取り組みをめざす。

今後の予定

本実証事業の成果を踏まえ、今後より多様な地域やメディア、事業者の方々と連携し、共創型プロモーション事業を推進していく予定です。ご関心をお持ちの方は、ご連絡ください。

お問い合わせ先：株式会社三菱総合研究所

デジタル・イノベーション本部 ICTインフラ戦略グループ 土橋、尾崎

営業本部 小泉、今村

E-mai:local_tvad@mri.co.jp

本実証事業



- 大阪の事業者×石川県
- テレビCM（テレビ金沢）
- 2023年7月放送

連携するクリエイターの拡大

全国地域での展開を見越して、多くのクリエイターとの連携を推進していきます。

連携する地域の拡大

大阪、石川以外の地域でも積極的に事業者の方々との連携を推進していきます。

連携するメディアの拡大

地域テレビCMを中心に、地域テレビ番組、その他の地域メディア（新聞、交通広告、イベント）等の活用も検討していきます。