

「ぐろ〜かる CM 大賞 2019」

2019年の優れたローカルCM・地方PR動画を「ぐろ〜かるCM研究所」が発表

ぐろ〜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、代表取締役：鷹野 義昭)が運営する「ぐろ〜かるCM研究所」(<http://glocalcm.sakura.ne.jp/>)は、2019年のマーケティング戦略において優れたローカルCM・地方PR動画を発表しました。

今年で5回目を迎える「ぐろ〜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「ぐろ〜かるCM研究所」の専門家集団により選定されてきました。加えて、今年は、昨年に「ぐろ〜かるCM大賞2018」の各賞を受賞した自治体や企業も選考過程に参加。2018年12月～2019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181素材のなかから、各賞を以下のように決定しました。

■ぐろ〜かるCM大賞2019



山口県立美術館（山口県）／「岸田劉生展」CMシリーズ

<https://www.youtube.com/watch?v=AfQMMr32khU>

「“日本一有名な少女”を日本一インパクトあるCMで紹介することにこだわった」という「弁当」篇。岸田劉生の描いた印象的な絵画「麗子像」を驚異的なクオリティの「キャラ弁」にすることで、見事に強烈なインパクトを生み出しています。「不気味さ」の再現にこだわり、構想1年、試行錯誤2ヶ月を経てつくられたお弁当は迫力満点。実際に食べられる点も驚きです。同時展開した「Myway」篇は、画家・岸田劉生の生き様にフォーカス。テロップの活用とフックの効いたテンポ感ある展開で、美術展への興味を喚起されます。

<授賞理由>

本素材は、「綺麗」「荘厳」「アカデミック」といった美術展に対する“ありきたり”なイメージを覆し、幅広い層に美術展への興味を喚起させるクリエイティブが高く評価されます。特に「弁当」篇は、斬新なアイデアとクオリティへのこだわりによって、シンプルながらも一度みたら忘れないほど強烈な印象を残すことに成功しています。加えて、岸田劉生の生き方や芸術性を伝える正統派な「Myway」篇を同時展開することで、インパクトだけに偏らず、CMシリーズ全体として美術展への興味を醸成しています。山口県立美術館は、オリジナリティある発想で継続的に企画展CMを展開し続けており、その点も注目されます。

■ ぐろ〜かる PR 動画大賞 2019



鳴門市（徳島県）／「Beyond Naruto」シリーズ

<http://uzukoe.com/>

舟も橋もない大昔、海の向こうに見える阿波の国「鳴門」へ渡ろうとした男達が出た。目の前に立ちはだかるのは世界最大級の大渦！最大深部 90m、最大潮流時速 20km、最大直径 20m にもなる大渦を、人力のみで超える方法とは？架空の歴史をインパクトあるCG・VFXで映像化。「徹底したバカバカしさ」が秀逸です。予想の斜め上をいくアイデアで大渦を越えようとする人々の姿に思わず吹き出すこと必至です。

<授賞理由>

観光誘客を目的とした本素材は、代表的な観光資源である「鳴門の渦潮」のダイナミックなスケール感を、強いインパクトとユーモアをもって伝達することに成功しています。特に、フックとなるフェイクストーリーの馬鹿馬鹿しさを徹底したアイデアと、CG・VFXを駆使したクオリティの高い映像が高く評価されます。さらに、1本30秒という尺は視聴ストレスがなく、期待感を醸成するクリエイティブとともに、全シリーズの視聴を促すことに大きく貢献していると考えられます。また、「其の壺 深篇」「其の式 速篇」「其の参 幅篇」の総集編となる「其の先 再篇」を15秒のテレビCMとして放映し、WEBサイトへの動線を形成したプロモーション展開も秀逸です。

■特別賞 ぐる〜かるCM・自虐ユーモア 賞



姫路セントラルパーク（兵庫県）／2019年CMシリーズ

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

https://www.youtube.com/watch?v=S_MasRqpTLA

「日本一、心の距離が遠い」をキャッチフレーズにした「自虐の極み」と言えるCM。開園35周年を迎えるにも関わらず、姫路セントラルパークに対する意識調査の結果は「何かあるか知らない46%」「大阪から3時間かかると誤解されている」「97%がナイトプールの存在を知らない」など、惨憺たる内容。CMでは、そんな調査結果を逆手にとって姫センの魅力ユーモラスに訴求。ネガティブなデータをインパクトのあるネタへと変換することで、大きな話題性の獲得に成功しています。安易にタレントに頼らず、園長本人や動物を登場させ、彼らの悲しげな表情でコミカルさを引き立てている点も評価できます。

■特別賞 ぐる〜かるCM・トレンドパロディ賞



三幸コーポレーション（静岡県）／「ドラキュラ」篇 「狼男」篇

<https://www.youtube.com/watch?v=QoJ4NgNx230>

https://www.youtube.com/watch?v=P_lmWwXCn0A

「働く」をテーマにひねりの効いたCMを継続的に展開している総合人材サービス・三幸コーポレーション。2019-2020年CMシリーズは、自社の課題である「仕事はあれど人手

がない」という現状を打破すべく、「いい仕事、余ってます」をキャッチコピーに制作されました。世界的に有名なドラキュラ伯爵や狼男の仕事を現代の労働基準に照らすとかなりのハラスメントが！? 「働き方改革」「セクハラ」「ブラック労働」といった社会的に関心の高い問題を、ユーモラスに取り入れたクリエイティブが高く評価されます。「昼間は死んだように眠っている」「世間から噛みつかれた」など、パロディのセンスも抜群です。

※「狼男」篇は現在 WEB にて公開中。CM放映は来年春以降を予定。

■特別賞 ぐる〜かる PR 動画・インパクト 賞 見事な逆説 de ショウ



大村市（長崎県）／大村市移住・定住推進 PR 動画

<https://www.youtube.com/watch?v=L4BrNVbHjx4>

移住・定住促進 PR 動画なのに「大村市なんて大嫌い」と連呼する意外性がインパクト大！記憶に残るフレーズは市名の訴求にも有効といえます。大学進学を機に上京する女子高生の目線で、「魚が美味しいなんて今更だし、海が近いんだから当たり前」「バルコニーでの BBQ に憧れる？狭いアパートで十分だし」などと、逆説的に市の魅力を伝達する発想がユニークです。故郷への愛着をエモーショナルに描いた内容は、本動画のターゲット層の中でも移住・定住の確度が高いと考えられる出身者の心に強く響くと考えられます。

■特別賞 ぐる〜かる PR 動画・アイデア 賞 みんなのチカラ de ショウ



津久見市（大分県）／「津久見市役所 おばけ屋敷」篇

<https://www.youtube.com/watch?v=RaKYudC2jJQ>

ポップでホラーなストーリーに引き込まれるこちらは、なんと「ふるさと納税促進」のPR動画。ふるさと納税の寄付対象となっている“老朽化”市庁舎を大胆に自虐することで、窮状をユーモラスに伝え、ふるさと納税での寄付を呼びかけるアイデアが秀逸です。その他の返礼品の訴求方法や「御礼札（おれいふだ）」に隠されたギミックもユニーク。また、動画制作にあたり、全国唯一となる「おばけ屋敷のある市役所」を実現し、一般開放するなど、動画制作だけに留まらない多面的なプロモーション展開も注目に値します。

■特別賞 ぐる〜かる PR 動画・地元密着 賞 おったまげた de ショウ



大丸福岡天神店（福岡県）／DISCOVER KYUSHU「ロングバージョン」篇

<https://www.youtube.com/watch?v=NZ937nuxRII>

開業 65 周年を迎えた大丸福岡天神店が、より地元・九州に密着した百貨店を目指して発足した「九州探検隊」プロジェクトの一環として制作。「見たことない九州を見つけよう」をコンセプトに集めた 100 以上のネタから、厳選した 9 パターンのスゴ技・名人技・驚愕スポットを紹介しています。期待感を醸成する内容とテンポ感ある構成で、思わず最後までみてしまうクリエイティブを実現。自前のスマホや手持ちカメラで撮影された手づくり感ある映像が、地元・九州との距離の近さを感じさせます。老舗の百貨店が主導した本素材は、地方 PR 動画の新たな潮流として評価されます。

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「ぐる〜かる CM 研究所」サイトへの CM・PR 動画登録数は 751 素材 となり、日本を代表するローカル CM・地方 PR 動画の紹介サイトに成長いたしました。「ぐる〜かる CM 大賞」も本年で 5 回目を迎えます。サイトを応援してくださっている皆様方、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。

本年は、タレントの不祥事により、テレビCM・PR動画が大きく振り回された年といえましょう。実際に自治体が制作した地方PR動画においてもそうした要因で、非公開にせざるを得なかった事例が複数確認されています。

私の持論ではありますが、そもそも、日本のテレビCMやPR動画は、タレントに頼りすぎるきらいがあると思います。タレントを活用するのではなく、タレントありきの展開では、こうしたリスクを回避できないばかりか、真のアイデア勝負で素材が生み出されているとは言い難いでしょう。

特にローカルCMは、そのほとんどが低予算で制作されています。「金がなければ知恵を出せ」そんな言葉が具現化されているかどうか。今回の審査では、そうした視点も大きなポイントとしています。地方PR動画のなかには、国からの助成金に頼り、タレントに莫大な契約費用をかけてチカラづくで話題を獲得しているようなものもあり、コストパフォーマンスの視点から選外としています。

また、有名タレントは、契約期間が設けられていることがほとんどで、地方PR動画にとって致命的な結果となることがしばしばあります。せっかく拡散が始まったにもかかわらず、1年間といった契約期間が存在することで、非公開にせざるを得ないことも忘れてはいけません。自治体PR動画は、資産として3年以上活用していくことを前提に考えていくべきでしょう。

また、多額の費用をかけて芸術性が高く感じられるものの、話題性の獲得や拡散力が弱いといった素材も同様に選外としています。特にPR動画は、いかに独り歩きし、話題性の波に乗って再生の裾野を拡げていけるかといったこともポイントです。ローカルCMにおいても、その地域にとどまらない、全国そして世界へと羽ばたくチカラがあるかどうか、インターネット社会におけるマーケティング戦略の肝と考えます。

そうした点で、今回のCM大賞となっている山口県立美術館の「岸田劉生展」CMシリーズは、皆が知っている作品をパロディ化することで、言葉を越えた映像づくりができており、秀逸と考えます。とかく制作の際に費用がかかる著作権（出演料）の問題もクリアしていることも見逃せません。芸術作品を弁当箱に収めるというアイデアが、美術展に対するありがちなイメージを覆し、幅広い層に興味を喚起させているといえます。

その他には、「自虐」といったこともキーワードとなってきています。「日本一、心の距離が遠い」のキャッチフレーズが秀逸な、姫路セントラルパーク、「大村市なんて大嫌い！」の叫びが強烈な、大村市移住・定住推進PR動画、老朽化した市役所庁舎を逆手にとり本当におばけ屋敷をつくってしまった、「津久見市役所 おばけ屋敷」篇など。自虐は、日本人の奥ゆかしさに素直に浸透していく手法として今後も注目されることでしょう。

2020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。

なお、今年度の審査より、さらに公平性を高め、幅広い視点を取り入れるために審査員に昨年度の「ぐる〜かるCM大賞」各賞受賞者を新たに加え、総勢11名による審査となりました。ご協力いただきました昨年度の受賞者の企業様・自治体様、ならびに毎回審査いただいている専門家・コメンテーターの皆様に深く感謝いたします。

■歴代の「ぐる〜かるCM大賞」はこれだ！

<2018年度>

CM大賞：臼杵市(大分県)／「う♡(すき)プロジェクト」シリーズ

<https://www.youtube.com/embed/qULMb60lDU4>

PR動画大賞：鹿児島市(鹿児島県)／「維新 dancin'鹿児島市 スペシャルムービー」篇

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

<2017年度>

CM大賞：スペースワールド(福岡県)／「所信表明」篇

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

PR動画大賞：呉市(広島県)／「呉一市一 GONNA 呉一市一」篇

<https://www.youtube.com/watch?v=iEC04gROLMg>

<2016年度>

CM大賞：たかだ引越センター(愛媛県)／「グラビア」篇

<https://www.youtube.com/watch?v=GXvSn0YxjR8>

PR動画大賞：津市(三重県)／「つがあるって、素晴らしい」篇

※現在は非公開

<2015年度>

CM大賞：五ヶ瀬ハイランドスキー場(宮崎県)／2015CMシリーズ

<https://www.youtube.com/watch?v=hWFfPpAr1QI>

PR動画大賞：おんせん県おおいた(大分県)／「シンフロ」篇

<https://www.youtube.com/watch?v=vP4uBDKipQs>

特別賞を含む歴代の全受賞素材は下記URLからご覧いただけます(画像あり)。

<https://bit.ly/33zSiRT>

■ぐる〜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」「おもしろキャラ」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、さらには脳科学者であるNTTデータ経営研究所 茨木拓也氏を研究員に加えて、ローカル CM・地方 PR 動画を「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。
CMの場合は、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。

■ サイト概要

名称:ぐろ〜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)、「モノ売る地方CM コト得るPR動画 ～日本中の心をつかむマーケティング戦略～」(幻冬舎)。「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「めざましテレビ」、日本テレビ「スッキリ」、テレビ朝日「羽鳥慎一モーニングショー」「中居正広のミになる図書館」などに出演。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・清水)

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