

PR
Movie

他にはマネできない、細かなアイデアが「ンダモシタン小林」には詰っています。

大反響の「ンダモシタン小林」。話題となっている要因はどこにあるのでしょうか。今回の動画制作にスタッフとして加わった「九州の鬼才」とも評される、九州広告界のヒットメーカー村田俊平（電通九州）さんに、動画に込めた「仕掛け」を聴きました。



むらた しゅんぺい
村田 俊平 さん
(株)電通九州 CMプランナー
代表作＝「大分市／TVCM／観光PR-透明観光大使（全14話）」、「英進館／TVCM／歩く男篇」、「A-1／TVCM／マラソン篇」、「ムーンスター／TVCM／速すぎる同級生篇」など

テレビで「ンダモシタン小林」が取り上げられるとき、決まって「オチがすごい」という枕詞がついてきます。確かに、オチも魅力の大きな要因なのですが、実は「方言が外国語に聞こえる」というテーマ自体は目新しいものではありません。津軽弁のイントネーションが外国語に聞こえる、とか。昔タモリさんも似たようなことをやってい

たりしましたよね（笑）。
最後の「オチ」まで見てしまう緻密な設計
動画がここまで話題になったことを自己分析してみると、「オチ」までの設計の緻密さにヒントがあると思っています。字幕や映像を見ても、ところどころトンチンカンなワードや場面が出てくるのに気に

なったり方も多いかと。「トノボの交尾」「プラネタリウムで爆笑している人々」「寿司職人とフランス人の入れ替わり」「おいピー」…。このヘンテコなワードや映像がうまくナレーションから気を逸らす役割を果たしています。加えて、ウェブムービーは自分の意志で、視聴をすぐにやめられるメディアなので、こういった小ボケをちょこちょこ入れていくことでラストまでの興味をつなぎとめることができるのです。本格的なフランス映画のようなトーンや、見ごたえのある小林市の大自然など、映像の強さも動画の力をガッチリ底上げしています。

動画を拡散させた「二度見」というアイデア

もう一つは、動画の外側の部分になります。動画を拡散させる時に使った「二度見」というキーワー

ド。これはCD（キャンペーンの全体統括）を務めた越智のアイデアですが、「二度見」という思わず「ホントかよ？」と試してみたくなるようなワードと動画が抱き合わせで広がったことが大きな勝因になったと考えています。
つまり、「オチ」に向かうための計算された言葉選びや、映像の強さ。そして、動画自体を広めるためのアイデア。そういったことが「ンダモシタン小林」が話題になった理由だと考えています。この動画を見て「先を越された！」「私たちも思いついていたのに！」「と、爪を噛んでいる自治体があるかもしれない。しかし「ンダモシタン小林」には、「仮に『方言が外国語に聞こえる』という同じアイデアを思いついたとしても絶対にマネできない。広めさせられない」細かなコミュニケーションアイデアが詰まっているのです。



PR動画第2弾には、小林秀峰高校生徒が制作に参加。第1回ワークショップが9月11日に開催されました。電通・ロボット社員から出された課題は、「市の出身者を応援するCMをつくって話題化せよ」。第2弾は12月の公開を目指しています

PR
Movie

公開から2週で驚異の120万回再生。小林市のPR動画が全国で話題に

「2回、3回と見てしまった！」「衝撃のオチにだまされた！」と話題の動画を、もうご覧になりましたか。8月に公開した「小林市移住促進PRムービー「ンダモシタン小林」」が全国で話題となっています。全国から取材や問い合わせが殺到。その反響と、動き始めた第2、3弾を紹介します。

本年度の「小林市PR動画」第1弾として作成した「小林市移住促進PRムービー「ンダモシタン小林」」が全国で話題となっています。8月27日にインターネット上で公開したところ、2週間で120万回再生を記録。自治体で作る動画では、異例の再生回数に上ります。

この反響はメディアにも波及し、全国の新聞やテレビ局などからも取材が殺到。テレビでは9月19日現在で、TBS「あさチャン」「白熱ライブビビット」、日本テレビ「スッキリ!!」、「ZIP」、フジテレビ「とくダネ」、「めざましテレビ」、テレビ朝日「モーニングバード」など、10局16番組で紹介されました。インターネットメディアでは、現在確認が取れているだけでも189媒体。

さまざまな媒体で紹介され、インターネットの検索エンジンGoogleやYahooなどが紹介する「急上昇ワード（インターネットで検索数が急増しているワード）」で、「小林市」や「西諸弁」が上位に表示されていることが数回確認されています。現在もテレビ、新聞のほか、雑誌や専門誌などからの取材も続いており、今後も全国への露出が一定期間続くものと思われます。

今年度作成するPR動画は残り3本。「ンダモシタン小林」と同じく、企画・制作は、(株)電通と(株)ロボットが手掛けます。第2、3弾は、9月に始動。小林秀峰高校生と市民も制作に参加しています。

地方創生に向け、協働のチカラで小林のPRに取り組んでいきます。



映画のような映像美で小林市を紹介する「ンダモシタン小林」

話題になっている今、市民や出身者の一人一人がそれぞれの立場で、故郷を盛り上げていければいいですね

小林PR動画制作実行委員会
ワークショップに参加
山之内 真美さん



小林市のPR動画が、全国でも話題になっていますが、市民や出身者にとっても、故郷のいいところを再確認できる素敵な動画だと思います。そして市民ワークショップに参加して、小林人のアツさや郷土愛を実感しました。まちのPRという点、これまで「第3者の目」で見えてしまっていたが、話題になっている今だからこそ、市民や出身者の一人一人がそれぞれの立場で、故郷を盛り上げていければ、小林はもっと素敵なまちになると思います。