



山陰3局 HUT キャンペーン『テレビってザワザワ』3年間の取り組み

山陰地区民放テレビ3局共同でのテレビ視聴回帰キャンペーン。
社会を“ザワつかせる”企画を展開し、キャンペーンを社会現象化させることで
実施主体の山陰地区民放テレビ3局に注目を集め、
その話題を種に、民放3局横断テレビコンテンツと、WEB・SNSなどを連動させた仕掛けで、
普段テレビに関心の薄い層も含めて視聴を促し、HUT向上・視聴習慣創出につなげることを目指した。

■2016年度

「自虐」をテーマに、話題性重視の企画を実施。

▽テレビ100台あげますキャンペーン

└各局がイベント、番組、WEB動画など様々な手法でテレビ100台を“配布”

▽狩野英孝&小島よしおの消えたくない2人による自虐CM

└CM自体を“見たい映像”として、WEBで先行配信し「続きはテレビで」などのトライアルも

▽各局イベントでのアナウンサー相互出演など



CMキャラクターを務めた
狩野英孝&小島よしお



各局キャラクターと社長による
キャンペーン発表記者会見の様子

■ 2017 年度



引き続き若年層をメインターゲットにテレビ離れを食い止めようと、WEB に荷重をかけた「3局アナ対抗! ザワザワ総選挙」~もっとテレビを…私たちを見て!~ を実施。

山陰民放 3 局のアナウンサー・キャスターの No.1 を決する総選挙を WEB 投票で行うもので、選挙活動 = 広報活動をすることでアナウンサーの知名度の底上げをはかり、より親近感を持ってもらい、テレビ視聴のキッカケ作りを行った。

- ▶ 各局のアナの PR 動画を作成し、CM はもちろん youtube など長尺動画を配信
⇒視聴者からは、アナウンサーの番組以外の顔が見えて親近感がわいたとの声も
- ▶ 5week の受付で計 152,987 票の投票
⇒ユニーク投票者数から推計すると山陰の人口の 1%以上が参加
- ▶ アナウンサーの認知度は、元から認知度の高いアナについては変化が少なめだが、
企画の前後でおおむね 10-20%以上の認知の向上、人によっては倍以上の認知度を得た

3局アナ対抗! ザワザワ総選挙

もっとテレビを…私たちを見て!~

■ 2018 年度



「アナウンサー選挙」の反響の大きさから、「選挙」部分を残し、一番面白いテレビ局を決める CM グランプリを開催。3局がそれぞれ 15 秒 CM 3 本を制作、テレビスポットで放送、WEB 動画では裏側も含めた長尺動画を配信し、WEB で投票受付。

結果発表は 3 局“同時刻”生放送で行った。この特番は各局アナウンサーを相互出演させ自局スタジオで独自進行、冒頭や発表部分は 3 局を結んでマルチ画面で放送というスタイルで行った。

▽CM グランプリ

「感謝」をテーマに各局 15 秒 CM を 3 種類制作・放送し WEB 投票により一番面白い CM=テレビ局を決める

※WEB では 15 秒では伝えきれない部分を含む“長尺 CM”を配信

▽WEB 投票期間

2019 年 2 月 8 日(金)9:00~2 月 28 日(木)17:00 21 日間 → 計 34,295 の投票

└投票期間中応募者の中から抽選で毎日 32 型液晶テレビ 1 台プレゼント 計 21 台

└応募者全員の中から特番時に 50 型 4K チューナー内蔵テレビ 3 台プレゼント

▽開票特番 放送日時 2019 年 3 月 2 日(土) 1600-1630

3 局が同時刻にそれぞれのスタジオで生放送開票特番を放送。CM では“感謝を面白おかしく”伝えるが、開票特番では“本当の感謝”を伝える企画 VTR を各局が制作し、各局アナが相互出演しプレゼンした。そして CM グランプリ発表時は 3 局を生中継でつなげて 3 局クロストークで大団円。

写真（各局スタジオに各局アナが出演 左から 山陰中央テレビ、山陰放送、日本海テレビ）



写真（左：番組の一場面 右：放送 3 チャンネル分）

