

1-(2) TVアニメ「紙兎ロペ」を活用したコラボCMの配信について

1. コラボCM制作の目的

- 特に、名古屋都市圏へのプロモーションを意識し、人気アニメ「紙兎ロペ」とのコラボにより、**岐阜市の認知度向上**、さらには**交流人口増加**に繋げる
 - ⇒2020年の大河ドラマ「麒麟がくる」に向けた本市の話題づくり
 - ⇒さらには、視聴者による**SNS**での**拡散**も期待

※前回制作（H29/9～H30/9）した日本遺産をテーマにした岐阜市と紙兎ロペのコラボ動画は、岐阜市公式YouTubeの再生数1位（約5万6千回）を記録

- これまで、本市をプロモーションする**短時間(15秒)**で、**インパクトのあるCM**が存在していなかった
 - ⇒CMを制作することにより、TV、デジタルサイネージ、イベントなど様々な場所で**活用可能**

2. コラボCM概要

- タイトル：「アキラ先輩の10回クイズ」（アクセス編、デートスポット編の2本）
- 内容：「岐阜」を連呼するインパクトとともに、「名古屋から電車で20分」のアクセスの良さや、デートスポットとして「岐阜城パノラマ夜景」をプロモーション

3. コラボCMの公開について

- 本日（4月5日）より、**YouTube**で公開（～2020年3月31日）
- YouTube**に誘導するプロモーションとして、
 - ①**巨大QRコード** ⇒新庁舎建設現場の仮囲いに、縦3m×横3mのQRコードを設置（4/5～）
 - ②**職員名刺** ⇒QRコードを印刷したオリジナル名刺（4/5～）
 - ③紙兎ロペの**公式Twitter（フォロワー数：3.6万人）**、**公式Facebook（フォロワー数：3.3万人）**（4/5）
 - ④**マジックプリンス(永田薫君)** ⇒市政広報番組「あなたの街から岐阜市（ぎふちゃん）」の番組内でCMを紹介（5/17放送）
 - ⑤市公式**Facebook**、**Twitter**、**Instagram**（4/5）

4. CMの活用について

◆名古屋都市圏向けプロモーション

■デジタルサイネージ（JR名古屋駅 他）

■スポットTV-CM

◆市内向けプロモーション

■FC岐阜ホームゲーム

■デジタルサイネージ

路上変圧器による情報発信の実証実験

概要：ドン・キホーテ柳ヶ瀬店前の実証実験モニターにて放映
期間：4/5～2020/2

ぎふメディアコスモス

概要：年間100万人以上が来館する施設のモニターにて放映
期間：4/5～2020/3/31

岐阜市観光案内所

概要：JR岐阜駅構内にある観光案内所のモニターにて放映
期間：4/5～2020/3/31