

みんなで集まれない今だから…CM制作の常識を変えたポカリスエット

前章では新型コロナウイルスにより影響を受けている人々や企業を支援する、様々な企業のCSR活動についてふれたが、ここからはコロナによる環境変化を逆にチャンスととらえ、消費を喚起する、あるいは新しいニーズに対応している事例についてみていくことにする。

まず、近年中高生をターゲットとしてブランドの若返りを図っている大塚製薬のポカリスエットのYouTube、テレビCMをメインとしたプロモーションについてふれてみたい。

## 1. 「ポカリ NEO 合唱」とは

ポカリスエットが今春から配信している新CMがネットを中心に大きな反響を呼んでいる。

2020年4月10日からYouTubeで公開されている「ポカリ NEO 合唱」CM(60秒)は、現役高校生の新人女優、汐谷友希(しおやゆき)がヒロインとして一般の中高生と共に出演しており、彼女が歌い出すシーンから始まる。カメラに向かってそれぞれの自宅に居る中高生らも次々に声出しをしているうちに次第に声が合わさり、別の場所にいる若者たちの「合唱」のようだ。そして映像が切り替わりながらラップ調を交え、「今しかない、この一瞬は、今を生きている、僕らの歌」「今だ、今だ、今だ、今なんだ、歌おう、僕らの歌」と歌い上げられ、最後はそれぞれの分割画面に青空が映し出されて完結する内容だ。

この新CMのキャッチフレーズは『渴きを力に変えてゆく。』。マイナスをプラスに変えることができるという力強いメッセージを込めたものとなっている。合唱をテーマにどう伝えられるかを検討した結果、自分が楽しいと思うことを自由に表現し、共に歌う新しい合唱の形を「NEO 合唱」と命名した。

## ■ポカリスエットCM「ポカリ NEO 合唱」



出典：大塚製薬 YouTube 公式チャンネル

## 2. コロナの影響を乗り越え自撮りに活路

この企画は2019年10月に始まった。当初は今年3月に約500人の中高生に一堂に集まってもらい、同じ場所で合唱をする予定であった。しかしコロナの影響で撮影を断念。そこで再検討した結果、今の学生ならばSNSが使いこなせるため、自分たちの歌を自分たちで撮って表現することなど簡単にできるはず。これをつなぎ合わせたらおもしろいのではという結論に至った。

そして3月上旬に別々の場所での「自撮り」を取り入れた撮影に変更し、もともと出演予定だった500人の中から再度出演者を募り、最終的に97人が参加。歌い方や撮影時の表情の注意点などを動画にして学生に送り、各自が自宅などでスマートフォンを使って撮影した。そしてこの動画をつなぎ合わせ、4月10日に公開。17日からはテレビでの放映も始まっている。

同時に公開されたメイキング映像では「今はみんなで集まれない」「だけど、歌は歌える」「自分の場所で自分らしく」といったフレーズが流れる。

一見すると、コロナに乗じた企画ともとれるが、担当チーム内で共有したことは、「スピード感を持って柔軟に変更・判断していく」とこと、「当初

からあるブランドが伝えたいメッセージは一貫して変えない」という2点だったという。そのため、急な変更ではあったものの、チーム内では撮影手法を変えただけだととらえているようだ。

### 3. SNS で起きた大反響

公開後、SNS 上には次のような賛辞が並んだ。

- ・「ほんとにすごい。『撮影ができない』というトラブルから生まれたはずなのに、シンプルにおしゃれでかっこいい。遠隔でもこんな映像がしてくれるのだと一番乗りで証明してくれた」
- ・「コロナで大規模な撮影が出来ない中で自撮りでやりきったポカリの動画は今この瞬間を捉え切っていて、僕らにどんな言葉よりも前に進む勇気を与える」
- ・「自宅待機を強いられ、集まることのできない高校生たちが『合唱』作品を作り上げる。直接的表現を避けつつ、若者の“今”を切り取る。最後みんなが外に出て空を撮る理由もCMとして鮮やか」

また、2万以上の「いいね」が付いている、CM動画を共有するツイートも存在する。PR事務局でも「ツイッターなどで思わぬ反響があり驚いています」とコメントしている。

### 4. 高校生パワーが生んだ思わぬ広がり

さらにこの「NEO 合唱」の手法が思わぬ広がりを見せる。4月下旬、神奈川県湘南地区の高校生らが同様の手法で「湘南バージョン」を作成してYouTubeに公開した。

きっかけは、緊急事態宣言後も湘南海岸がにぎわうニュースだった。鎌倉市の社員が中高生世代からこの問題を発信できないかと、地元の活動

で知り合った高校生に相談。ポカリスエットのCMをアレンジしようと友人たちに参加を募ると、71人分の動画が集まり、編集が得意な同級生らと1週間ほどで完成にこぎ着けたという。動画の終盤には外出自粛を呼びかける「STAY AT HOME」「今こそ家に居るとき」とメッセージをつけた。これには本家ポカリスエットの制作陣の一人もSNSで「完成度高く再現してくれている。楽しそうで眩しい」とコメントしている。

今後のさらなる広がりにも注目である。

### 5. ミュージックビデオ制作でさらに大きなうねりを

その後の展開としては、「NEO 合唱」のミュージックビデオを改めて制作している。出演する中高生を4月20日からTikTokのオーディションで募集。5月下旬に出演する100人を最終選考し、7月公式ホームページでミュージックビデオを公開予定である。

CMが話題を呼び、さらに各地で休校が継続されたため多数の応募があったことが予想され、より大きな熱量を感じさせる内容となっている。

#### ■ミュージックビデオ出演者オーディション告知



出典：「ポカリNEO合唱」特設サイト

今回はブランドコミュニケーションの軸をぶらさず、休校中のターゲット層の心に刺さる企画をスピード感を持って行った担当チームの判断に敬意を表したい。