

2016年12月27日

「ヤクルト」と映画『ドクター・ストレンジ』のタイアップテレビCMを放送

株式会社ヤクルト本社（社長 根岸 孝成）では、ウォルト・ディズニー・カンパニー傘下のマーベル・エンターテインメントが製作する映画『ドクター・ストレンジ』[2017年1月27日（金）日本公開]とタイアップしたテレビCMを2017年1月1日（日）から全国で放送します。



【広告の目的】

今回のテレビCMは、映画『ドクター・ストレンジ』の劇中で「Yakult」ロゴを登場させるプロダクト・プレイスメントとあわせたプロモーションのひとつです。

日本をはじめ、世界33の国と地域で飲まれている「ヤクルト」のグローバルブランドとしての価値を訴求することを目的に制作しました。このCMは、すでにイギリス、香港、オーストラリア、ニュージーランド、メキシコ、アメリカで放送されました。

【CMのポイント】

映画『ドクター・ストレンジ』のようなハリウッド映画のクオリティをめざし、撮影から編集まで、すべてアメリカのロサンゼルスで行いました。『ドクター・ストレンジ』のメインテーマである「魔術」を表現するために、CGアニメーションを駆使した幻想的な映像が特徴のCMです。

【CMのコンセプト】

コンセプトは「Inner Power」。魔術という“内なる力”に目覚めた主人公のストレンジのように、「ヤクルト」には“秘めたる力”“内なる力”があることを映像とナレーション、両方で表現します。「ヤクルト」の継続飲用を訴求しながら、飲用する人を「守りたい」という強い想いを「ヒーロー」と掛けて表現しています。

【CMのストーリー】

ゆらめく炎をまとった太陽のような「ヤクルト」のキャップからCMが始まります。角度が変わり「ヤクルト」のシルエットがエネルギーを発しながら浮かび上がり、映画のワンシーンをはさんで、まるで宇宙のような「腸内細菌の世界」を「ヤクルト」がワープで駆け抜けるように移動。最後は現実世界の男性が「ヤクルト」を飲用します。生きて腸までとどいた「ヤクルト」が現実世界の男性のすこやかな毎日を守ることを表現したストーリーです。

[映画『ドクター・ストレンジ』について]

上から目線の天才外科医ドクター・ストレンジ。突然の交通事故で神の手を失った彼を甦らせたのは——魔術。厳しい修行により人智を超えた力を手に入れ魔術師となった彼は、“闇の魔術”の存在を知り、世界を滅亡から救う戦いに巻き込まれていく。だが、たとえ敵であっても、医者である彼に命を奪うことができるのか？大いなる葛藤を抱えたまま、いまドクター・ストレンジの本当の戦いが始まる！2017年1月27日（金）日本公開



©2016 Marvel. All Rights Reserved.

以 上