

2018 58th ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS メディアクリエイティブ部門
エントリーシート

1	作品番号	MC182624	※作品番号は、エントリーシステムのマイページから作品情報登録完了後、画面に表示される『作品番号』を転記(コピー)の上、PDFに変換してください。
2	エントリータイトル名	PLAY THE GIFT	
3	使用媒体 該当する媒体全てに○をつけて下さい	() 1. テレビ () 2. ラジオ () 3. 新聞 () 4. 雑誌	(<input type="radio"/>) 5. Web (<input type="radio"/>) 6. その他 (交通広告/コンビニプリント)
4	媒体社名	交通広告:東急電鉄 / コンビニプリント:セブンイレブン・ローソン・ファミリーマート	
5	広告主名	SKY Perfect JSAT Corporation/PIZZA OF DEATH RECORDS	
6	オンエア・掲出期間 2017年1月1日～2018年6月30日の いずれかの期間にかかること	2017年9月18日～2017年10月4日	
7	参考素材 審査に際して、添付の素材があれば 該当するものに○印をつけて下さい (複数選択可)	(<input type="radio"/>) 1. 映像 () 2. 音声 (<input type="radio"/>) 3. Webページ URL:	(https://playthegift.jp/)



課題

**Hi-Standard 18年ぶりの復活
CD売上とツアー動員数最大化**

パンクロックバンドのHi-Standardが、18年ぶりとなるニューアルバム『THE GIFT』をリリース。時代が大きく変わった音楽シーンで、CDの売り上げ枚数とツアー動員数を最大にすることがミッション。

アイデア

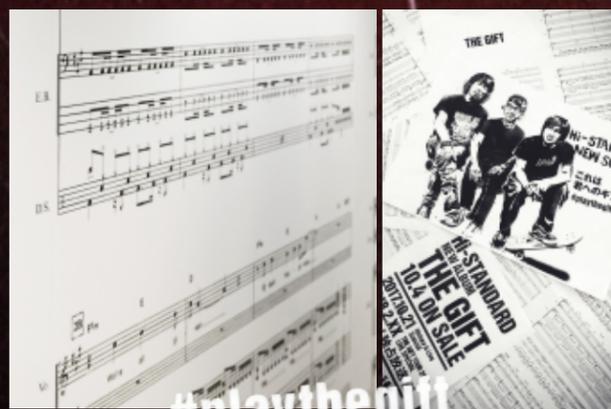
**楽曲コピーに熱心なコアファンに向け
発売前の新曲の楽譜をサプライズ公開**

楽曲をコピーすることに熱心なコアファンに注目、常識となっているプロモーションビデオよりも先に、新曲の楽譜をコミュニケーションメディアとらえる型破りなキャンペーンを実施した。
まず最初に、誰も聞いたことのない発売前の新曲の譜面を地下鉄の巨大ポスターにして、#playthegiftというメッセージでサプライズ公開。同時に全国のコンビニネットプリントで発売前の楽曲を演奏できる状況も設定し、新曲を聴くには演奏するしかない状況をつくり出した。

結果

**演奏して聞かない新曲が話題化
CD売上・ツアー申込が目標大幅達成**

発売前の新曲の譜面をトリガーとし、音楽を聴くのではなく演奏させることで話題化。コンビニプリントは多くのファンが出力し、SNS上には、譜面や、ファンの演奏映像が拡散。さらに全国ツアー情報を、#playthegiftともに発信すると、コアファンから全国のロックファンへと話題が拡散。オンライン全盛の中、CDアルバムの売上枚数は発売から3日で40万枚、ツアー申し込みも40万人と定員や目標をはるかに超える結果なり、ハイスタンダードを18年ぶりに現代音楽シーンへの復活へと導いた。



CD売上枚数
40万枚 突破

ヒットチャート
1位獲得

TICKET
40万枚 即日完売

562,582 リツイート