

“11月3日はビデオの日～おうちでエンタメ！～”
2017年度キャンペーン企画について

2017.6.16

於：日本映像ソフト協会

広報資料



セル企画について

<前年キャンペーンの反省>

- 「11月3日 ビデオの日」を制定したものの、各法人の施策、期間、内容がそれぞれにバラバラで一体感がなかった
- 準備期間が短く、個々の施策を考える時間がなかった
- 業界全体での統一企画があった方がよかったのではないかな？
- 「ビデオの日」オリジナル商品の開発してはどうか？
- 「ビデオの日」の知名度を上げることが必要

<本年キャンペーンのねらい>

- 年間を通じてプロモーションを展開、知名度を上げる
- 業界統一企画を実施し、業界ならではの「ワクワク感」「ドキドキ感」を演出！

<本年キャンペーン企画について>

①劇場フリーペーパーを利用した年間プロモーション

- ◆ビデオユーザーに近い「劇場ユーザー」にリーチすべく、毎月、新作発売情報を掲載し、予約の促進を図る。
- ◆シネコンウォーカー、イオンエンターテイメントマガジンと、TOHO CINEMAS MAGAZINEの3誌に掲載。
3誌合計で毎月130万部発行。全劇場の約75%で配布される。

②「ビデオの日」業界“体験”プレゼントの統一キャンペーンの実施

- ◆リアルショップ、ECサイトを問わず、全販売店が参加できる統一キャンペーンを実施する。
- ◆応募期間内に3,000円以上のビデオソフトをご購入された消費者の方を対象とし、応募抽選により、業界ならではの「体験」をプレゼントする。(次頁へ続く)

◆「ビデオの日」業界“体験”プレゼント（仮）キャンペーン

対象法人：販売業者の全法人

対象商品：全DVD、BD、UHD（中古、アダルト、非正規品を除く）

期間：2017年10月1日～11月30日

応募締切：2017年12月10日（日）

対象：3,000円以上購入者

告知・応募方法：店頭で特設サイトのQRが掲載された小冊子の配布、またはポスター掲示。
購入者は特設サイト上にてエントリー。購入レシート写真添付を必須とする。

プレゼント内容：業界をより身近に感じてもらう「こと」「体験」プレゼント（応募抽選）

（現在調整中）

例）ハリウッド日本試写室でみる一押し作品試写会ご招待

例）映画撮影所見学、映画出演

例）アニメ声優体験、アニメ制作スタジオ見学、声優学校体験入学

例）レコーディングスタジオ見学

例）海外TVドラマ、韓国ドラマ声優体験 等々…。

③「初BD化」作品 集中発売

◆セルユーザーが最も注目する「初BD化」を「ビデオの日」でイベント化する

◆各社発売日を合わせ(10月下旬～11月2日)、初BD化を集中発売

◆発売作品には統一感を出すべくロゴを印刷、またはシールなど貼付し、店頭展開しやすくする

④リアルショップを対象としたディスプレイコンテストの実施

◆「ビデオの日」をテーマにした店頭ディスプレイコンテストを実施

◆キネマ旬報社にご協力いただき、「kinejun insider Web」からPOPダウンロードを可能とし、店頭と「ビデオの日」キャンペーンを連動させる

*「ビデオの日」業界“体験”プレゼントキャンペーン（仮）の展開

*「初BD化」作品展開

*各販売店オリジナル「ビデオの日」展開 など

◆応募の詳細はキネマ旬報社発行の『DVDナビゲーター』上で発表

レンタルの企画について

<前年キャンペーンの反省>

- 11/3 貸出数2倍、来店客数1.5倍、売上1.3倍と一定の成果はあったものの、1日限りだったため効果も限定的だった
- 休眠会員の再来店や新規会員獲得に寄与した
- 旧作の売上が伸びなかった
- 準備期間が短かった

<本年キャンペーンのねらい>

- レンタルユーザーの特異性を考え、年間を通じて、持続可能なプロモーションを
- その頂点を「ビデオの日」として盛り上げていきたい

ある調査会社のリサーチ結果によると、
「プレミアムフライデー」を実施している企業の社員に対するアンケート結果で、
「プレミアムフライデーに早く帰ることができたらどうするか？」

- 全体では、「自宅で過ごす」が49.9%と最も多く、その中の約半数が、「テレビ（録画を含む）やDVDを観る」や「ゴロゴロする・寝る」と回答。疲れた体を休めてリラックスの時間にあてる様子うかがえる。
- 思いがけない消費行動が起こる可能性があることから・・・

2017年「ビデオの日」は、



に注目！！

「プレミアムフライデー」

<本年キャンペーン企画について>

①「プレミアム・フライデー」は「おうちでエンタメ〜！」

▼レンタルトレーラー告知PV画面(案)



月末金曜は、
レンタル店へ行こう。



プレミアムフライデーは、
おうちでエンタメ!

11月3日はビデオの日

◀ 「プレミアムフライデー」×「ビデオの日」のロゴ

- ◆全国のレンタルショップで、「プレミアムフライデー」に各お店毎のオリジナルキャンペーンを実施。「プレミアムフライデー」にレンタルショップに行くと「お得」があることを、ユーザーに定着させることをねらう。
- ◆レンタル作品冒頭に告知PVを挿入(左上)するほか、キャンペーン公式SNSや会員各社のSNSを利用し拡散、公式ホームページでキャンペーン参加レンタル法人・店名の掲載などを予定。

②劇場フリーペーパーを利用した年間プロモーション

- ◆ビデオユーザーに近い「劇場ユーザー」にリーチすべく、毎月の新作レンタル情報と旧作の回転促進をねらった企画記事を掲載し、来店促進を図る。
- ◆シネコンウォーカー、イオンエンターテイメントマガジンと、TOHO CINEMAS MAGAZINEの3誌に掲載。3誌合計で毎月130万部発行。全劇場の約75%で配布される。

③「11月3日」一日限定キャンペーンの実施

- ◆11月3日、当日のみ、店頭掲出ポスターQRコードより応募で「ムビチケ GIFT」1000名にプレゼント！！
(前年実施したようなCDVJが中心となった全国統一施策については現在未定)

④東京国際映画祭(TIFF)との連動

- ◆本年で30回目となる同映画祭と店頭展開を連動。
同映画祭が開催される期間を中心に、「過去のオープニング・クロージング作品」を②の劇場フリーペーパーで取り上げ、同時にレンタルショップでも展開する企画。店頭展開の優秀店には、下の「ショップコンテスト」において表彰。
- ◆同映画祭とは、前年に実施したような「ビデオの日」とのコラボ上映会や幕間を利用したイベントの実施についても調整中。

⑤CDVJ主催「ショップコンテスト」に「JVA賞」と「ビデオの日賞」を提供

- ◆これまで同企画に提供してきた「JVA賞」の対象を、「プレミアムフライデーはおうちでエンタメ！」の店頭展開の優秀店に贈る。
- ◆「ビデオの日賞」を新設し、「東京国際映画祭」×「ビデオの日」の店頭展開の優秀店に贈る。

その他の企画について

①「ビデオの日」新人クリエイター育成プロジェクトの実施

- ◆「11月3日はビデオの日」をPRする30秒程度の動画を一般より広く募集。優秀作品を1年間、JVA会員社のレンタル用作品の冒頭に「ビデオの日」PR動画として採用する。
- ◆作品審査はJVA理事が担当(予定)。映像、映画業界のTOPや多くの関係者にアピールでき、年間約1億人以上のレンタルユーザーに視聴される大きなチャンス。
- ◆募集要項等詳細は現在検討中。