

チ・バ・テレ

現役プロデューサーが語る  
テレビ2次利用マーケティング

千葉テレビ放送株式会社

私は……

はじめまして！

大林健太郎

オオバヤシ ケンタロウ

と申します

私は……

---

# なぜ、大林健太郎が 一風変わった テレビマンなのか？

---

# 本日の構成

**1. テレビ業界について**

**2. 「メディアに取材される方法」**

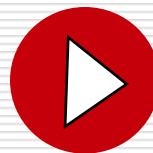
**3. PR・マーケティング論**

**4. 「2次利用マーケティングモデル」について**

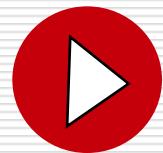
テレビ業界とは

実はテレビ業界は保守的な業界

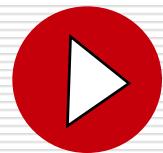
社員が業務に直接携わらない



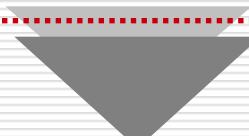
テレビ番組→実際の制作は制作会社の人間



テレビ営業→広告代理店が営業を代理？



テレビニュース→記者クラブからの発表もの



企業と直接関わるテレビ局員

# テレビ局の分類

## キー局 準キー局

- フジテレビ、日本テレビなどの在京キー局
- 関西テレビ(大阪)、中京テレビ(中部)などの東名阪(福)局
- 編成局が主導となって業務が流れる 視聴率が全て
- 各部署が縦割り ■番組も全てが分業

## 地方系列局

- 各地方の系列局
- 仙台放送、広島ホームテレビ、静岡第1テレビなど
- ほとんどが系列局の意向に左右される。裁量が少ない
- 報道・情報番組を自主制作 ■地元での政治性が強い

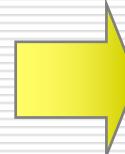
## 独立 UHF局

- 千葉テレビやtvk、サンテレビなど系列に属さない局
- 営業局が主導となって業務が流れる 企業優先
- 各部署が掛け持ち ■経営基盤が脆弱
- 番組の権利関係がゆるい

## 現場から見たテレビに出演する方法(番組現場)

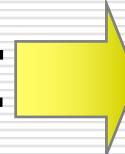
### 番組現場 常にネタを探している

番組が制作会社のDが作っている



ネタは制作会社

大手の場合はリサーチャーの存在



リサーチ会社へ

- テレビは「バージン」がお好き？？
- 大げさな比喩・枕詞を考える癖をつけよう
- 2番煎じ・切り口変更の重要性（紙から論）
- ラーメン・子供・ペットは3種の神器
- 夕方の番組は「不況→節約→限定」
- 季節・時事にあわせるのは基本中の基本
- 保険の店舗で猿を飼う？デパート接客の中国語講座？？
- メガネオーナーがビジュアル系バンド？？？

## 現場から見たテレビに出演する方法(報道現場)

報道現場

# 常にネタを探している

ニュース報道の主は発表記事



記者クラブの活用

公(行政)と絡むネタの重要性



営利ものはNG

- 後援☆☆市 ☆☆実行委員会パワー
- 絵になるならない？ 何より家事より火事がニュース！
- 視聴者提供映像も意外と活用 (YouTube)
- 経済ネタはとりあげられづらい？
- 地方局はやはり地元ニュースが最大のニュース価値
- ニュースキャスター（女性アナウンサー）のお好みは？
- 記者クラブは閉鎖的な世界（ディズニーアンバサダーで♥）
- フリーぺーぺー記者を大切に
- 「地域」「経済」からYahoo!ニュースに

非常にアナログかもしれません

相手に  
思いを伝えたい

お会いしたことがない人へ

ラブレター

人間関係の潤滑油

プレスリリースの  
重要性

どうやつたら目立つのか

手書き

ちょっと大きめ  
の封筒

王将の餃子  
加藤茶病  
外装会社のメロン  
うさぎカフェ

# キャッチコピー作成の法則21

- |     |              |      |             |
|-----|--------------|------|-------------|
| 1   | ニュース性に訴える    | ★ 11 | 抵抗心理を逆手にとる  |
| 2   | 目の引く言葉を引用    | 12   | クイズ形式用いる    |
| ★ 3 | 不安を煽る        | 13   | 紹介！         |
| 4   | 特定ターゲットに呼びかけ | 14   | 発表！！        |
| 5   | 専門家を活用       | 15   | 新 初         |
| 6   | 具体的な数字を入れる   | 16   | ついに いま いよいよ |
| ★ 7 | 顧客の声を盛り込む    | 17   | 特別な価格だとしめす  |
| 8   | 成功体験         | 18   | 無料を強調する     |
| 9   | 不可能が可能に      | 19   | ○○する方法と書く   |
| 10  | 希少性をアピール     | 20   | 理由・なぜを使う    |
|     |              | 21   | 『 』を使う      |

## 2次利用マーケティング

# マスコミが殺到！

「有名芸能人も試食」！！  
テレビで絶賛

テレビ紹介された！

メディアウェーブ効果 オオカミが来たぞ理論

2次利用マーケティング



テレビで放送された価値(水戸黄門の印籠)を放送後に全面的に活用し、その後の販促や売上げUPに結びつける手段



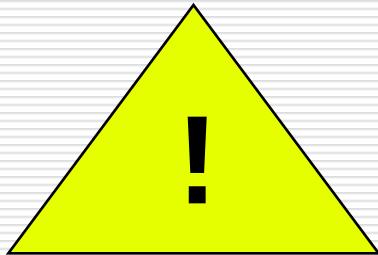
自社の顔、HPでの動画マーケティング

参考事例 全日本SEO協会でのお話

せっかく取り上げられた機会を

積極的に・主体的に活用しましょう！！。

Attention!!!



A t t e n t i o n

ただ、ここでひとつ  
ハードルが…

## 放送素材の2次利用

テレビ放送された素材  
一般的には  
原則、2次利用が不可です

※局や番組によって対応が異なります

## 権利関係の複雑さ

出演されている有名タレント  
BGMやオープニング曲  
なおさら権利対象です。

2次利用可能な番組とは

ただ、そんな中でも

わずかですが

テレビ映像の2次利用、

しかも芸能人の肖像権の2次利用が

可能な番組があるんです！！

# 主な2次利用マーケティング番組

番組名・放送日時	放送尺	放送局	2次利用
 土曜日10:30～	<b>およそ10分程度</b> 経営者インタビュー方式	 ※他局でもネット 放送可能（別予算）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・指定写真・ロゴ無期限</li> <li>・番組HPに掲載 (サーバー容量内)</li> <li>・販促活用は任意</li> <li>・映像永久譲渡</li> </ul>
 金曜日22:30～	<b>4週にわたって 放送</b> <b>1週6-7分×4週</b> 企業プロデュース番組	 ※他局でもネット 放送可能（別予算）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・指定写真3ヶ月 ロゴ無期限</li> <li>・番組HPで映像3ヶ月</li> <li>・販促活用は任意</li> </ul>
 金曜日22:15～	<b>およそ 10分程度</b> リポート番組	 ※他局でもネット 放送可能（別予算）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・指定写真・ロゴ無期限</li> <li>・番組HPで映像3ヶ月</li> <li>・販促活用は任意</li> <li>・再編集映像無期限</li> </ul>

※他のテレビ局での放映の場合、当該局の放送料が掛かります。（一部実施不可の局有り）

# 主な2次利用マーケティング番組

番組名・放送日時	放送尺	放送局	2次利用
 土曜日22:15～ (再放送有り)	<b>およそ10分程度</b> 経営者・社員 インタビュー方式	 チ・バ・テレ <small>※他局でもネット放送可能（別予算）</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・指定写真 6ヶ月</li> <li>ロゴ無期限</li> <li>・番組HPで映像 1年間</li> <li>・販促活用は任意</li> </ul>
 日曜日8:30～ (再放送有り)	<b>およそ9分程度</b> 経営者・社員 インタビュー方式	 チ・バ・テレ <small>※他局でもネット放送可能（別予算）</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・指定写真・ロゴ無期限</li> <li>・番組HPに掲載（サーバー容量内）</li> <li>・販促活用は任意</li> <li>・映像永久譲渡</li> </ul>
 情報番組「シャキット」内 不定期コーナー 月～金 7:30～8:00	<b>およそ4分程度</b> リポートコーナー	  首都圏3局ネット エリア内世帯数約1500 万世帯	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ロゴ無期限</li> <li>・千葉テレビ公式</li> <li>YouTubeで映像 1年間</li> <li>・販促活用は任意</li> </ul>

※他のテレビ局での放映の場合、当該局の放送料が掛かります。（一部実施不可の局有り）

# ビジネスフラッシュ～企業が輝くとき～

いま最も気になる企業や話題の企業の人をお迎えし企業代表者にフォーカスを当てた、対談形式でお話を伺う番組。  
「注目の企業」という体裁のもと、品格ある構成とし、シニア層など高めの年代を中心に訴求を行います。

**ビジネスフラッシュ**  
2nd Stage  
～企業が輝くとき～

- 千葉テレビ 毎週土曜10:30～11:00
- CS「ビクトリーチャンネル」 メインMC 「宮澤ミシェル」（元日本代表プロサッカー選手）  
インタビュー「菅原えり」



放送後

ここがすごい！

番組公式サイトにもアップされ、放送後3ヶ月間閲覧可能。  
公式サイトとリンクが貼れます。

テレビ局（＝公益性・公共性が高い）  
とのリンクはSEO対策にも  
非常に有用と証明されています。  
(※全国SEO協会見解)

「ビジネスフラッシュ～公式サイト」に企業情報と共に映像掲載

相続・遺言で日本一になる  
プロの集团になっていかないといけない

※インタビュー部分映像は様々な用途に2次利用が可能！

HP2次利用へ 番組ロゴの永久使用、  
タレント写真の3ヶ月間2次利用も可

受取ドクターが千葉テレビ・テレビ神奈川で紹介されました!!  
「ビジネスフラッシュ」にて  
「偏差値20アップ指導法」を始め、  
受取ドクターの「今」がわかる!!



# ナイツのHit商品会議室

チバテレで2011年1月より放送の、芸人「ナイツ」の“初”冠番組。

企業が望む商品・サービス・コンセプト等を、ナイツが4週に渡って会議し開発するという番組です。



メインMC「ナイツ」



## 展開例

### 外食麺類チェーン店 U様の例

#### (1週目)

企業紹介・導入部分



依頼は何?

#### (2週目)

アイデアラッシュ・商品開発



ラーメンみたいな感じにしちゃう?

#### (3週目)

商品開発続き・試食



チーズ玉  
トマト玉  
チーズかき玉

#### (4週目) いよいよ新メニュー誕生!



新メニュー決定!

放送後、全国の店舗で期間限定販売  
(全国の店舗ポスター・チラシに  
ナイツ写真とともに展開!)



# 放送後、告知活用事例(ホームページ活用例)

番組ご紹介後、宣伝をホームページ等でご活用頂いた展開例です。

(番組放送後3ヶ月間、ナイス写真と番組ロゴと共にバナー広告やチラシ等にも活用が可能です)



ホグレル様  
「がんばらないフィットネス」



VLフィナンシャルパートナーズ様  
来店型保険代理店「みつばち保険ファーム」



インテリア計画様  
「MEGAMAXプロデュース!」



エスピイム様  
「エステ店新店舗」



タイヤゲット様  
「タイヤゲット」



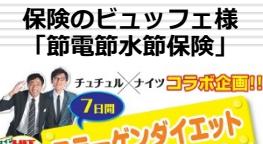
チャンスイット様  
「GetMoney!」



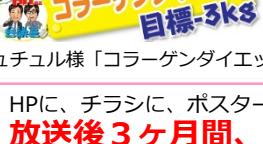
岡野雄志税理士事務所様「相続税専門税理士」



エキサイト様「エキサイト」



ビーエスコート様「脱毛サロン」



チバテレ「ナイスのHIT商品会議室」に  
白寿生科学研究所  
テレビ出演決定!!



バイラルブレインパートナーズ様  
「速読マスターードクターブレイン」



松陰様「パソコンお直し隊」

HPに、チラシに、ポスターに、店頭POPにと・・・  
**放送後3ヶ月間、ご活用ください!**  
(※使用方法に諸規定有り)

# ホリプレゼンツ 求人任三郎がいく！

2014年4月より放送のリポート番組。2次利用マーケティングモデル番組の中で唯一企業様の現場に訪問することができる番組です。オフィスや店舗の映像や、ホリが食レポ・サービスの体験をする映像を撮ることができます。再編集映像は何と映像永久譲渡！



ホリ 千葉県白井市出身  
白井市ふるさと大使



毎週金曜日 21:15～放送（15分番組）  
出演者：ホリ・久野知美（女子鉄アナウンサー）

## 企画全体の流れ



オープニング  
(街ぶら)



飲食店様



美容サロン様



着物レンタル業様



住宅分譲様



テーマパーク様



企業様PRタイム・求人募集

- ・企業様のオフィスや店舗に訪れリポート！
- ・試食や試着、サービス体験が可能です！
- ・ホリが企業様に絡めたものまねを行います！

放送後は番組HPとのリンクが貼れ、番組指定写真の使用ができます。（期間・規定有り）



中央企画が  
「千葉テレビ」に紹介されました！

**動画配信中**



テレビで  
**CoolQoo**が  
紹介されました！

ホリが企業様の現場に訪れた映像を残すことができます！



放送後、女子アナ中心の再編集映像を制作！  
(4分程度、2次利用永久譲渡) 貴社HPの等で  
ご活用下さい！

# 売上があがる37のアプローチ

1. ダイレクトメール(郵送/宅配)を送る
2. FAXDMを送る
3. チラシ配布、ポスティングをする
4. カタログ、冊子を配布する
5. 電話をかける
6. テレマーケティングを外注する
7. SNSを活用する
8. ブログを活用する
9. メールマガジンを送る
10. LP(ランディングページ)を作る
11. プロダクトローンチを仕掛ける
12. アフィリエートを使う
13. 広告代理店を活用する
14. 営業代行会社、販売代理店を活用する
15. PRする
16. PR会社を使う
17. 新しい販売チャネルを活用する
18. 紹介を依頼する、促進する
19. リファーラル(紹介)を意図的に起こす
20. 顧問を活用する
21. 看板やポスターで宣伝する
22. ニュースレターを発行する
23. 送付物に販促案内を同梱する
24. 無料で配布できる商品を増やす
25. 出版する
26. 信頼できる立場を確立する
27. 電話帳、企業DBに連絡する
28. ショートメールに連絡する
29. 追加販売を促進する
30. イベントやセミナーを開催する
31. ウェブセミナー(webinar)を開催する
32. You Tubeに動画をアップする
33. 展示会に出展する
34. 新聞、雑誌で宣伝する
35. テレビ、ラジオで宣伝する
36. 極端に高い単価を設定する
37. 著名人へアプローチする

最後に…

- ※ブランディング3対1の法則
- ※戦略的PR 3ワード(小・数・異)

本日は、

---

最後までお聞きいただきまして、

ありがとうございました。

---