



映画の主人公が応答するダイヤルを設けて 斬新なプロモーションを実施する

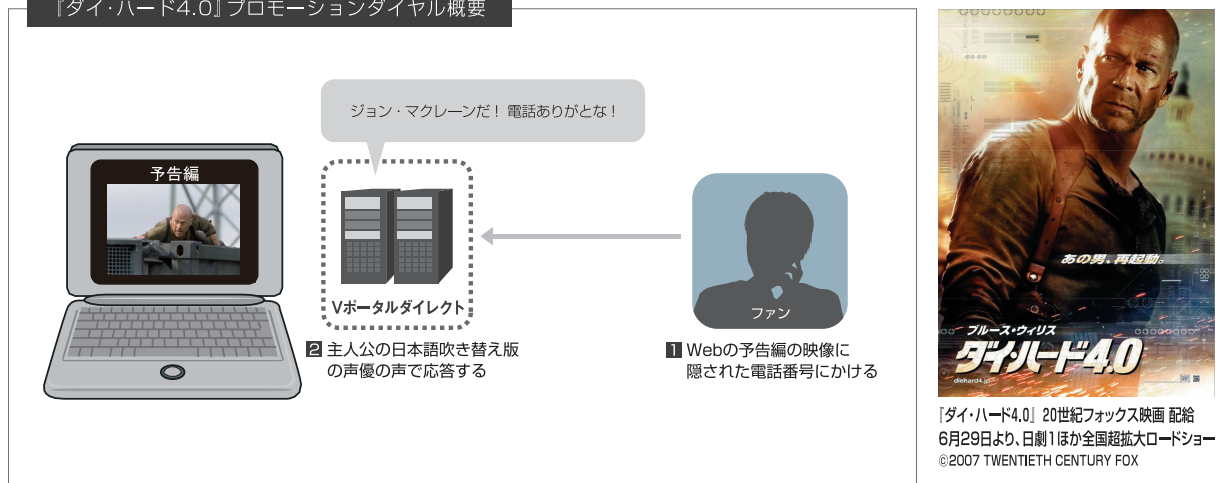
20世紀フォックス映画様

映画予告編からひみつの電話番号を発見させるという工夫でひと味違ったプロモーションを展開。

● Vポータルダイレクト導入前の課題とソリューション

- 今回の映画『ダイ・ハード 4.0』は前作から12年ぶりの公開であり、「あのジョン・マクレーンが帰ってくる!!」ということをはかんに現実味を帯びた形で世に訴えるかを考案していた。
- 12年ぶりの公開にあたり、新たに若年層を囲い込みたかった。
- 限られた予算内で効率的かつ斬新なプロモーションを実施したかった。

『ダイ・ハード4.0』プロモーションダイヤル概要



『ダイ・ハード 4.0』を斬新な方法でPRする

20世紀フォックス映画では、人気アクション映画『ダイ・ハード』シリーズ4作目となる『ダイ・ハード 4.0』のプロモーションにあたり、Vポータルダイレクトを採用。キーコンセプト「あの男、再起動」を訴求するためにWeb予告編の中に主人公ジョン・マクレーン刑事が自動応答で応答する「マクレーン電話」の番号を、あえて全面的に表示しないという仕掛けで「隠しダイヤル」として告知し、その話題性からWeb誘引をねらったプロモーションを展開。内容は、マクレーン刑事が日本語吹き替え版の声優の声で応答するというもの。期間中、応答内容を変更していき、ファンは何度も電話をかけて違う内容を楽しめるというダイヤルだ。今回のプロモーションは、電話という着眼点と、日本人ならではの人情をデジタルの世界に取り入れたという部分で「日本での新たな試みで斬新」と、米国のFOX本社からも評価された。

■ クロスメディアがプロモーションのカギ

「電話でのプロモーションはいかにクロスメディアさせるかがカギ」とPR担当者は語る。今回、電話とWebを融合させプロモーション展開したように、電話・テレビ・新聞・雑誌・Web・ラジオ…と各種メディアを融合させることで1つのメディア単体では得られない相乗効果を得られる可能性が広がる。この事例は電話と他メディアを融合させることで、プロモーションの可能性を追求できた好例だ。

● 導入決定のポイント

- 電話は目の前にその人物がいるような距離の近さを感じることができるコミュニケーションツールであること。
- 他社にはない仕組みである。
- ある程度、希望の電話番号を語呂あわせで決められる。

● 導入の効果

- ゲーム感覚を楽しみつつ、主人公の人間味に触れられるという融合性により、ファンから好感触を得ることができた。
- 映画のプロモーション費用としてはリーズナブルな価格で導入でき、ファン作りにおいて費用対効果が高かった。