

富山の人は たべちゃダメなの?

富山の人も、とまらない味。しろえび紀行

「食べちゃダメなんだよ」というセリフは、お土産や贈答品、日常のおやつにと広く食べてほしいという思いをユニークに表現。

富山の人も、とまらない味。

しろえび紀行

しろえび紀行の TVCMはこちら

©YouTubeチャンネル しろえびせんべいのささら屋

富山の人も とまらない味。

しろえび紀行 TVCM公開

おなじみの「しろえび紀行」初の本格TVCMが昨年11月より富山県内でオンエア。地元富山・ささら屋立山本店の周辺で撮影された、キュートな子役たちにほっこり癒されるCMです。CMの企画から携わる松邑さんに、CM制作の経緯や撮影秘話をお聞きました。

――CMを作ったきっかけ――

松邑 しろえび紀行のパッケージリニューアルに伴い、何かしたいと考えた中で浮かんだのがCM制作でした。せっかく時間や予算をかけて作るのだから、話題になるものにした。しろえび紀行をより多くの方に認知していただきたい。そんな思いで読売広告社さんに相談し、先方の独自調査にて富山出身者にアンケートを取っていただくことに。「富山を代表する土産菓子といえど」「『しろえび紀行』、『しろえびせんべい』といえど」「『日の出屋製菓』と、約7割の方からうれしい回答を得られた一方で、しろえびせんべいは少

2案まで絞り、子どもがメインのアイデアを採用しました。決め手となったのは、CMを目にする子どもや親世代、祖父母世代まで届けたいと考えたから。しろえびせんべいが誕生して20数年。これから全国区の大定番になるために、世代を越えて愛されるような商品に育てたいという願いを込めました。

9月のCM撮影当日は、心配していた台風も逸れて、スタッフが真っ赤に日焼けするくらいの晴天に恵まれました。撮影場所はコスト面で県外も検討しつつ、県内でもロケハンを行い、海辺などが候補に挙がる中で、ささら屋立山本店から見える立山連峰や田んぼの風景、2018年に設置した遊具が思いのほか絵になり、全編オール富山ロケとなりました。子役のお2人は愛らしく、CMではシャイな男の子も実はやんちゃで、本番でガマンできずしろえび紀行を食べてしまう可愛いハプニングも。女の子も「次はいっ食べるシーンある？」と食べ

しクラシッくなイメージがあるなど、課題も見えてきました。そこで30、40代やその子どもにも届くCMを作ろうと方向性が決まりました。

――CM制作の流れについて――

松邑 クリエイティブディレクター・企画を担当してくださった読売広告社の市川さんは、富山出身で同級生。才能のある方で、いつか一緒に仕事をしたいと思っていました。彼女の勤める読売広告社さんの説得力のあるプレゼン、綿密な調査など、こちらが学ぶことも多くあり、どの時間帯にどの番組の中はどういった層に届けるのか、こと細かに提案していただきました。2022年4月末に最初のミーティング。5月末にCMコンテ案のプレゼン、打ち合わせを重ねて9月末に撮影を行いました。

――コンセプトやこだわりCM撮影当日の様子――

松邑 CMコンテは、最終的に

当社社員の松邑さん(左)と、読売広告社の市川さん(右)。富山出身、幼なじみのコラボが実現。

たいアピールをしていました。まだ小さいのに1日がかりの撮影をこなして、さすがプロだなあと感じました。

――CMの今後の展開――

松邑 2022年11、12月に富山県でオンエアし、春、夏、冬に放映予定です。YouTube広告としても流れるほか、公式サイトで全編観られます。CMを観た子どもたちが大人になって懐かしむくらい、永く親しまれるものになるように活用していきたいです。富山の田園風景、子どもたちのキュートな表情、そして、食欲を刺激するパリッとおせんべいを食べる音に注目しながら、ぜひご覧ください。