

中京大の坂田隆文教授（マーケティング論）によると、「当地CMは放映する対象地域の消費者行動を意識して制作されている。例えば大手テーマパークは、関東と中部、関西で微妙に内容を変えている。所在地に近いエリアなら、午後から安価に入室できるチケットを紹介し、一方、日帰りが難しい地域では宿泊とセットになったプランをPRする」といふ具合だ。

また、その土地に根付いたトレンドの起用も、当地CMの特徴だといふ。「私は関西の出身だが、この地域ではドラゴンスの選手が出演しているCMが多くて驚いた」と坂田教授。

そうした、当地CMにおいてナゴヤCMたる「個性」は何か。「かつては名古屋弁を前面に出し、お値打ち感を強調したCMも多かった。今はある種、自虐的なCMが特徴として見られる」と解説するのは、「当地CM事情に詳しい金城学院大の庫元正博教授（広告学）だ。本記事で紹介しているオリエンタルの「ハヤシもあるでヨ」のC

ナゴヤCMの正体

ご当地俳優が「ハヤシもあるでヨ」、おなじみのソースポトルがあちこちに登場し「名古屋の人ですね」。一度見たり聞いたりすれば、頭にこびりついて離れないCMがナゴヤには多い気がしませんか？ そんなご当地CMの事情を探ると、コテコテ名古屋弁路線から、最近「自虐的な笑い」に変わりつつあるとか。でも相通ずるのは「味付けの濃さ」。今回の記事を読めば、あなたもナゴヤCMの通になれるぞ！

1969 オリエント



ハヤシもあるでヨ！

レトルトカレーが普及し始めた1969（昭和44）年に放映が始まった。名古屋育ちの俳優・南利明さんが軽妙な名古屋弁で「スナックカレー」を紹介。ラストのせりふ「ハヤシもあるでヨ」は流行語になった。当時は「生産が追いつかなくなるほど」（星野恭徳常務）の売れ行きだったという。昨年には、現在の商品群を紹介したCMで「ハヤシもあるでヨ」のキャッチコピーが約50年ぶりに復活した。

ローカルタレント起用 ■ 笑いを取りに

Mは、俳優南利明さんの名古屋弁が印象的。ほかにも、昔からある「鎌倉ハム」（中川区）のウインナのCMも「まあ、本、まあ一本と。たいがいしとかないかんよ」とのせりふが目に残る。

庫元教授が「自虐的」と表現するのは、気取らず、親しみやすさを持つてほしいという意味だ。著名な俳優を起用してかっこよく製品を紹介する全国CMとは異なり、あえて「笑いを取りに行こう」というスタイル。コミ（東区）のCMでも、著名人は一切登場しないのに、笑える商品の見せ方のおかげで印象が残る。

こうした傾向には名古屋人が持つ東京への憧れが根底にあるといろ。「東の洗練されたおしゃれさに対し、少ない予算でも味付けを濃くして印象を残そう」といふ戦略が、ナゴヤCMの特色だと庫元教授は話す。「名古屋めし」と同じように、ナゴヤCMも庶民的な味付けで人気を呼んでいるのは、うまきはまれば、全国の人に「ナゴヤCMって面白」と認知してもらいやすくなる可能性があると思っ

しろくろ抹茶上がり
コーヒーゆずさくら

青柳総本家
「青柳ういろ」（守山区）

何んでも貸します。

近藤産興（南区）

ナカモ（清須市）

つけてみそ、かけてみそ

これがなくっ茶

中北薬品
「活命茶」（中区）

これこれ、この味、
みそかつ矢場とん

矢場とん（中区）



名古屋の人ですね？

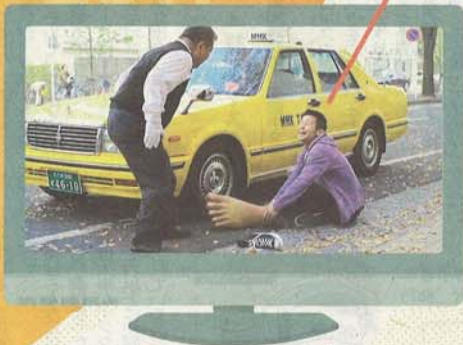


小学生のランドセルや自転車のサドル、スナック店内の一角…。「こんなところに？」と思うような場所に「コミこいくちソース」のポトルが置かれたり、持ち運ばれたり。ラストの「名古屋の人ですね？」というキャッチコピーに、思わずクスッと笑える。コミが2017年の商品リニューアルを機に制作。「笑いの要素を入れてインパクトを強めた」と営業推進課の村尾享俊課長。「値段は高いがおいしい味です」のキャッチコピーも有名。



コミこいくち
ソース

サンシャイン
サカエ



全然大丈夫っす！

タクシーに乗り込もうとする1人の男性が、そのタクシーに足を踏まれてしまう場面から始まるストーリー。足は巨大に腫れ上がり、その後も足がドアに挟まれるなど、ひどい目に遭い続けるが彼は終始、笑顔のまま。それは、彼がサンシャインサカエで買い物をしたからだった…。企画・制作を手掛けた広告会社の中島和哉さん（46）は「名古屋で一番のエンターテインメント施設だとPRするために、名古屋で一番面白いCMを作ろうと思った」。世界三大広告賞の一つ、クリオ賞で銀賞に輝いた。

一宮市出身の私が、大学進学で横浜に移住した10年前のこと。愛知で有名な家具店のCMソングをキャンパスで口ずさんでいると、東京在住の友人に「なにそれ」と白い目で見られた。そのとき思った。ご当地CMは、生まれ育った環境を表す一つの指標なのではないか。ナゴヤCMを調べれば、名古屋人の気質が読み取れるかもしれない。そんな思いも抱いて取材を進めたが、この仮説はあながち的外れでも



自称名古屋人！

PSX 大野 雄一郎 記者

なかったように思う。庫元教授は論文の中で、ナゴヤCMについて「映像文化の一つとして、地元への愛とともに語られている」と述べている。私が大学でCMソングを歌ったのも、地元愛の表れだ。最後に、なぜ一宮出身者が名古屋人を標榜しているのかという点については、どうかご容赦を。大学でも何度か、出身地を「名古屋」とぼかしていました。

