

PICK
01

PICK UP
今月の
ピックアップ
*
非リアvsリア充の
ラップバトル

有楽製菓 ブラックサンダー
非リアvsリア充ラップバトル/
episode 1.「黒いイナズマ登場」篇



01

有楽製菓のチョコ菓子「ブラックサンダー」は、中学生に向けたWebコミュニケーションとしてラップバトルの動画をYouTubeに公開。公開約3週間で60万回再生を突破した。

ブラックサンダーは非リアの味方

動画は、とある高校の昼休みにリア充の生徒5人が周りの迷惑を顧みず教室で大騒ぎするシーンからはじまる。うるさくて勉強に集中できない非リアの男子生徒がブラックサンダーを食べようとすると、リア充女子の振り回していたタオルに飛ばされてしまう。それをキャッチした昼寝中の生徒(MC☆ニガリ a.k.a. 赤い稲妻)が非リアのヒーロー「黒いイナズマ」に変身。イケメ

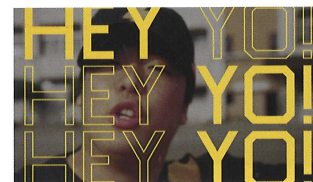
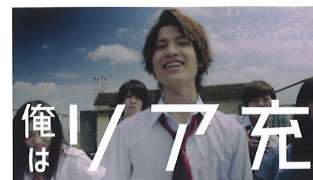
ンリア充生徒とお互いの意地をかけたラップバトルに。屋上、校庭と舌戦はヒートアップし、黒いイナズマの必殺フロー炸裂で非リアの勝利。約4分の動画が終わる。

今回は若年層に向けた初の試みとして、博報堂企画のもと、動画コンテンツを制作した。ブラックサンダーは、毎年バレンタイン時期に義理チョコをテーマとした自虐的なキャンペーンが話題となっており、他のお菓子にはできない面白いことができるブランドという認識が制作者にあった。

「博報堂さんから提案をいただいた、ラップで伝える非リアvsリア充の対立構造が面白いと思いました。メジャーで輝くチョコ

菓子ブランドではなく、マイナーな存在だが確実に誰かのパワーになっているのがブラックサンダー。ブランドのロイヤリティの面からも非リアにシンパシーがあります。コアユーザーの本質をついた企画でした」(有楽製菓 マーケティング部長 伊藤大介さん)。

非リアのヒーローには、BAZOOKA!!! 高校生RAP選手権で初の2連覇を成し遂げたMC☆ニガリさんを、敵役のリア充生徒はオーディションからモデルの有働拓磨さんを起用することに。ラッパーにリア充を演じてもらうより、リア充のシズル感を持つ有働さんにラップを覚えてもらう方が



02

いいと判断した。

「もっとも時間と労力を費やしたのがリック(歌詞)です。ニガリさんにも参加してもらって、ラップ特有の韻やフローにのせながら、中学生に響くような、スクールカースト(生徒間に生じる序列)をぶち壊す言葉を選んでいきました」(コピーライター 神林一馬さん)。

リックと同様に重要な音楽は、音楽制作会社青空が王道ロック調で制作した。「映像全体のアートディレクションに関して、非リア側の服装や字幕はブラックサンダーのキーカラーである黄色と黒色に、対してリア充側は赤色と白色で統一しています。

さらに字幕は言葉が持つ強さや大きさやレイアウトを変えるなど、躍動感や臨場感が出るようにデザインしています」(アートディレクター 小川貴之さん)。ラストのリア充たちが雷に打たれて降参するシーンはネットのスラッグにある「リア充爆発しろ」を実写化したもの。

表現面で注意したのは、広告色を前面に押し出さないこと。ブラックサンダーを響る音を大きくするなど強調している部分もあるが、エンターテインメント性を重視して制作した。動画はSNSで話題になり、公開数週間で60万回再生を突破、続編も計画中だ。ちなみにラップのCMは同時期に日

本ココアコーラ「ファンタ」、トヨタ自動車「ノア」、日清食品「どん兵衛」、キリン「氷結」などが次々と公開。こちらのラップバトルの軍配はいかに？

01,02 非リアvsリア充ラップバトル/episode 1「黒いイナズマ登場」篇

©企画制作/博報堂+ビラミッドフィルム©CD+AD+企画/小川貴之©CD+CH企画/神林一馬©AE/上山健太、前田和敏©PR/春日剛©プロダクションマネージャー/依田純季©プロダクションアシスタント/奥山すみゆ©現場PM/藤原征司、川村早紀、神田裕平、望月雅夫、杉林睦©演出+企画+編集/車田壮史©企画/田中佑典、清矢瑞子©撮影/大石徹、野田大輔©照明/佐伯琢磨©CAS/山本圭介©Motion/阿久津俊彦©ロケーション協力/佐藤幸丸©ST/櫻井まさえ©衣装/加藤道子©HM/山崎裕之©ロゴ/百原台コミュニティセンター©車両/タイル©音楽PR/野口時貴、青木タツオ©音楽/小池忍©出演/MC☆ニガリ a.k.a. 赤い稲妻、有働拓磨、池田仁、菊池宇昇、結城俊寿也、伊藤直太、神谷聖晃、田中晴沙