

2021年8月31日

キャラバン型通販番組「マル得 JAPAN！」が 「マル得 JAPAN！ GOLD」にリニューアル、第9弾セールス開始！ リニューアル初回はメイン MC に落語家「林家正蔵師匠」を起用！

株式会社電通九州（本社：福岡市、社長：鈴木 亨）は、2018年にスタートしたオリジナルのキャラバン型通販番組「マル得 JAPAN！」を、新たに「マル得 JAPAN！ GOLD」としてリニューアルいたしました。この度のリニューアルの目玉として、知名度、好感度の高いタレント「林家正蔵師匠」をメイン MC に起用いたしました。また、リモートによる観客の参加や有識者の分かりやすい解説、電通九州オリジナル「通信販売消費・利用実態1万人調査」などデータも活用し、客観性、説得力、そして共感性の高い通販番組としてパワーアップしています。第8弾（8月収録）についてはセールス開始から2週間で完売、勢いそのままに第9弾（6社限定）を今月よりセールスを開始しております。

通販王国と呼ばれる九州・福岡の地で長い間通信販売に関わることで得られた実績と、第7弾までの「マル得 JAPAN！」で得られたノウハウで、さらに企業様商材の販売促進に貢献できる番組を目指します。

■キャラバン型通販番組とは

通販番組制作企画に協賛する形式。

協賛する複数社が同じセット・出演者で制作する通販番組（※撮影は1社ずつ行います）。

■キャラバン型通販番組「マル得 JAPAN！ GOLD」概要

○ライブ感を大切にしたノンストップ番組収録

スタジオの熱気と臨場感を生放送のように伝えます。

○「林家正蔵師匠」の起用（第8弾）

祖父が七代目林家正蔵、父が初代林家三平という親子三代の落語家。高座に姿を現すだけで場内を明るく出来る、数少ない噺家の一人。1987年 史上最年少の24才で真打となり話題を呼ぶ。古典落語での進境著しく、2005年九代「林家正蔵」を襲名。ドラマ、バラエティ、CMなどでも多彩に活躍中。

○独自調査・データ活用

電通九州オリジナルの調査結果などデータを駆使して、ターゲット視聴者の注意喚起を促します。

NEWS RELEASE

○観覧者アンケート、インタビューの活用

メインMCをはじめ出演タレントとショッピングキャスター、視聴者代表である観覧者との軽妙なトークで、視聴者の共感を獲得します。

○権威ある有識者の起用

データの裏付けと有識者の説明によって、視聴者の「知らなかった！」を喚起させます。

○購買へとつなぐ番組構成

出演タレントと観客のワクワクするやり取りが、視聴者の購買意欲を駆り立てます。

○コロナ禍ならではの演出（状況に応じて、仕様を変更いたします。）

観客はリモートでの出演。観客ひとりひとりのリアクションを活かします。

▼番組ロゴ



▼メインMCの「林家正蔵師匠」（第8弾）



▼収録風景（左からショッピングキャスター滝川なちさん、林家正蔵師匠）



※収録では、アクリル板パーテーション・フェイスガード・検温・消毒など十分な感染対策を行いました。

NEWS RELEASE

■ 「第9弾マル得 JAPAN! GOLD」のセールス概要

- 1.番組協賛費用：1社 29分 385万円（税込）～
- 2.今回の募集：6社 ※決定優先、競合調整なし
- 3.撮影：12月上旬に東京にて撮影予定
- 4.放送：2022年2月下旬頃にOA予定
- 5.その他、特記事項を含む詳細資料をご用意しております。

*問合せ先:株式会社電通九州 B P局 大塚・久保 TEL 092(713)2603