

2017年2月17日

報道関係各位

株式会社 TSUTAYA

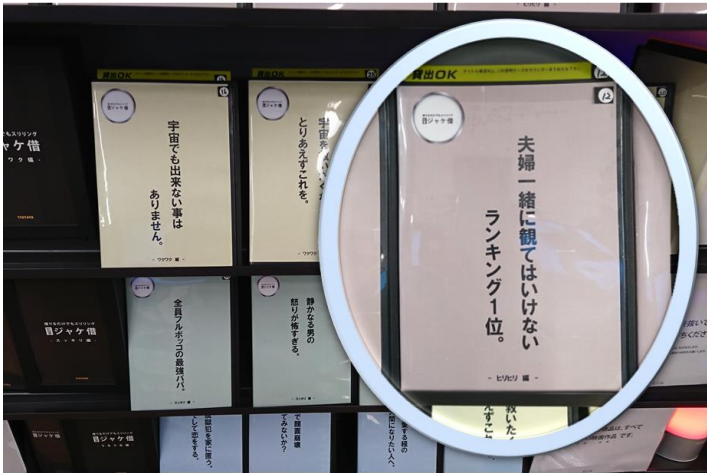
1 店舗から始まった「NOT ジャケ借」が全国の TSUTAYA へ拡大！ ユーザー参加企画も開始、Twitter でキャッチコピーを大募集

～ライムスター宇多丸氏も参画、みんなの声が TSUTAYA を本気にさせた！～

全国にエンタテインメントストア「TSUTAYA」を展開する株式会社 TSUTAYA（本社：東京都渋谷区／代表取締役社長兼 COO：中西 一雄／以下、TSUTAYA）は、2016年10月に TSUTAYA 馬事公苑店（東京都世田谷区）1店舗から開始した「NOT ジャケ借」コーナー展開を、全国の TSUTAYA へ拡大いたします。また、Twitter と連動したユーザー投稿企画「TSUTAYA #マイ NOT ジャケ借キャンペーン」を本日よりスタートし、募集受付をいたします。

本企画には、芸能界きっての映画通であるライムスター宇多丸さんに審査員として参画いただきます。また3月16日（木）より、宇多丸さん考案の「NOT ジャケ借」キャッチコピーの店頭展開も開始いたします。

「TSUTAYA #マイ NOT ジャケ借キャンペーン」特設ページ：<http://tsutaya.jp/notcp/>



■ 1店舗から始まった企画が、全国の TSUTAYA へ拡大！

東京都・馬事公苑店の単独企画としてスタートした「NOT ジャケ借」。SNS を中心に知られていった本企画は、その後 TV や WEB メディアでの露出をきっかけに更に話題化し、Twitter では企画に言及する投稿が6万件を超えるなど、お客様から大きな反響をいただいております。これを受け、TSUTAYA では2月17日（金）より全国の TSUTAYA で展開を行うこととなりました。（一部、展開していない店舗もございます）企画は店舗スタッフにも好評で、独自のキャッチコピーをつけて展開している店舗も出るなど、スタッフが中心となって企画を盛り上げています。

■ あなたのコピーが TSUTAYA に並ぶ！？ Twitter であなたのキャッチコピーを大募集！

全国店舗への拡大に合わせ、Twitter と連動したキャッチコピー投稿キャンペーン「TSUTAYA #マイ NOT ジャケ借キャンペーン」を2月17日より開催いたします。作品の審査は、ライムスター宇多丸さん、NOT ジャケ借企画の発案者（株）TSUTAYA 小野達也が行います。優秀作に選ばれた作品は、実際に全国の TSUTAYA の NOT ジャケ借コーナーで、投稿いただいたキャッチコピーを展開いたします。また、賞品として T ポイント 1,000 ポイントをプレゼントいたします。

<キャンペーン概要>

■受付期間：2017年2月17日（金）正午～2017年3月12日（日） 23時59分まで

■参加の流れ：

- ①TwitterのTSUTAYA公式アカウント（@shop_TSUTAYA）をフォローしてください。
- ②対象作品の中から、好きな作品を選び、キャッチコピーを考えてください。
- ③あなたが考えたキャッチコピーと、ハッシュタグ「#マイNOTジャケ借」「#作品名」をつけて、Twitterで投稿してください。

■対象作品：18作品

『あと1センチの恋』『アベンジャーズ』『インターステラー』『キック・アス』『キングスマン』『グーニーズ』『セッション』『はじまりのうた BEGIN AGAIN』『ダークナイト』『サマーウォーズ』『バック・トゥ・ザ・フューチャー』『海街diary』『駆込み女と駆出し男』『ピリギヤル』『インサイド・ヘッド』『塔の上のラプンツェル』『ベイマックス』『モンスターズ インク』

■結果発表：2017年3月下旬

企画の特性上、HP等での受賞作の発表は行いません。優秀作に選ばれた方には、Twitterのダイレクトメッセージでご連絡いたします。

■優秀作 受賞賞品：Tポイント 1,000ポイント

■芸能界きっての映画通・ライムスター宇多丸さんも「NOT ジャケ借」キャッチコピーを作成！

展開の拡大に際し、芸能界きっての映画通である、ライムスター宇多丸さんに本企画の趣旨に賛同いただき、自身の思い入れがある作品にキャッチコピーを考案いただきます。（ジャケットデザインは変更となる場合があります）

「私たちの「神様」は、とんだ〇〇野郎でした……
いま、宇宙の果てで、人類史上最凶の悪趣味バトルが始まる！」

宇多丸さんに考案いただいたキャッチコピーは、3月16日（木）より、NOTジャケ借実施店舗で展開がスタートいたします。何の作品のキャッチコピーなのかを想像しながら、店舗で答えをお確かめください。



「NOT ジャケ借」とは？



ジャケットからタイトル・ビジュアル・監督・出演者などの情報を全て見えないようにし、パッケージに書かれたキャッチコピーのみで、借りる作品を“直感”で決める作品の選び方。2016年10月、TSUTAYA 馬事公苑店から始まり、SNSを中心に大きな話題となりました。TSUTAYAでレンタル出来る数多くの魅力的な作品との、新しい出会いを提案する企画です。

作品は、日本最大級の映画レビューサイト「Filmarks」で、評価が3.7点以上（5点満点）の、見ごたえのある商品群から選定しています。

TSUTAYAではエンターテインメントを通じて、ライフスタイルをより豊かに楽しんでいただく提案として、映画に触れる感動や作品を選ぶ楽しさ、作品の世界観が広がるさまざまな商品の提供やT会員特典により、映画から生まれる感動体験とお客さまのライフスタイルを繋ぐ企画を提供してまいります。

