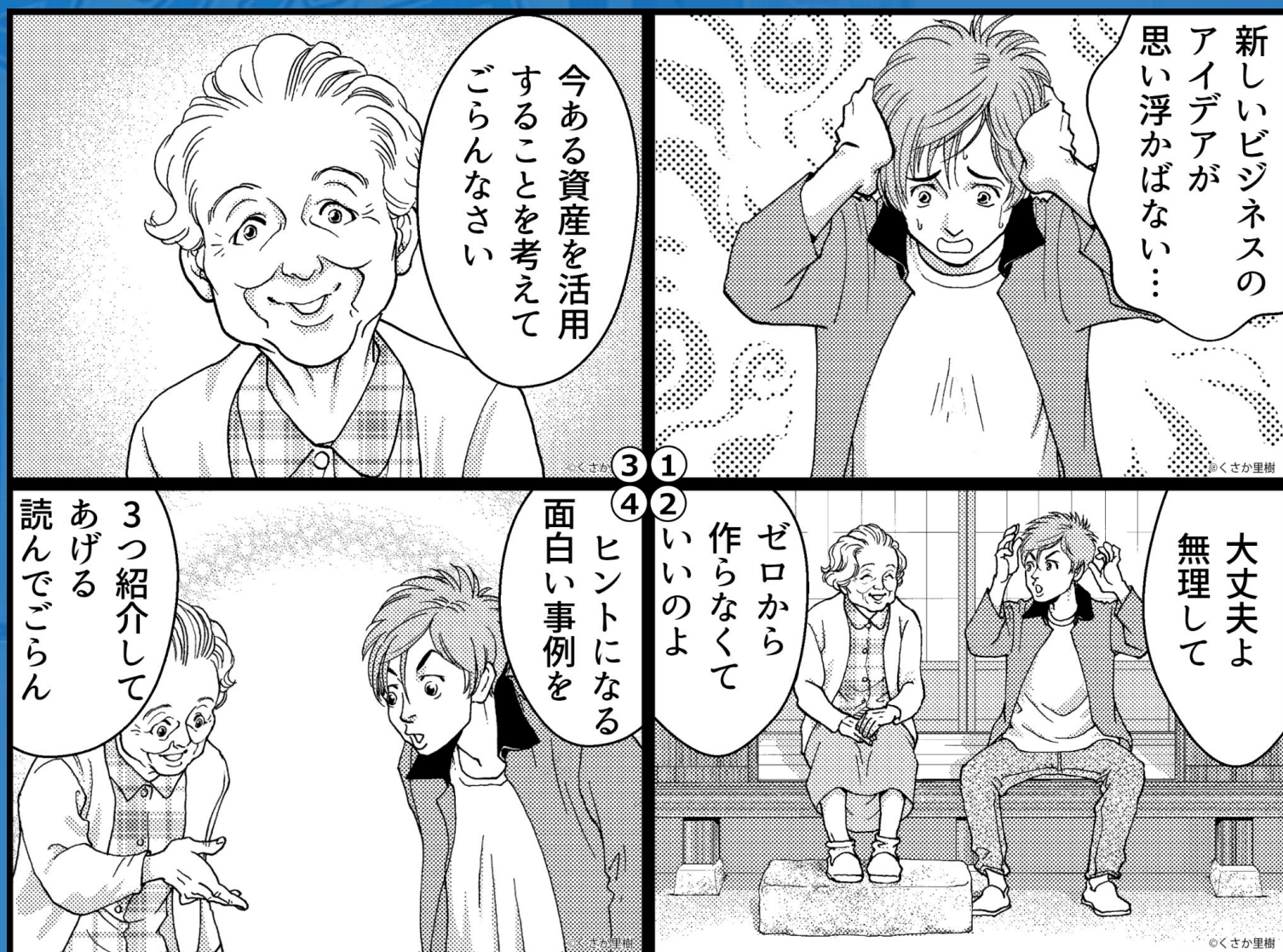


目次

／資産を活かして新たな広告媒体に!?!／ 派生ビジネスを生み出す3つのヒント

- 事例① アパホテル「特化型総合代理店」
事例② 串カツ田中「KTリーグ スポンサー募集」
事例③ 行田市「田んぼアート」



資産を活かして新たな広告媒体に！？ 派生ビジネスを生み出す3つのヒント

企業や地域が培ってきた資産は、派生ビジネスを生み出す可能性を持っています。
中でも、**その資産を「広告媒体」として活用する手法**は、新たな収益源の確保やブランド価値向上にも繋がる有効な一手と言えるでしょう。

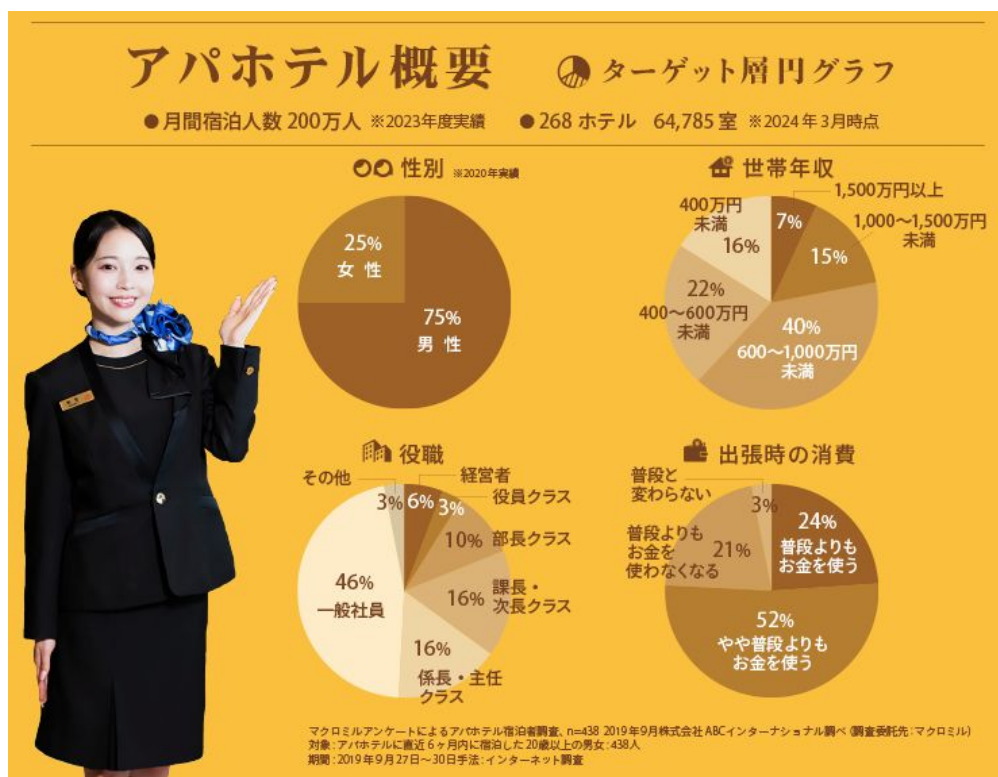
今回は、ホテル、飲食店、地方自治体がそれぞれ独自資産を広告媒体へと発展させた3つの事例を紹介します。ぜひ、派生ビジネス創出のヒントを探ってみてください。

事例① アパホテル「特化型総合代理店」

既存資産をメディア化し、新たな収益源を築き上げた

国内最大級の客室数を誇るアパホテルは、その巨大なホテルネットワーク自体を強力な広告媒体へと転換させました。グループ会社のアパリゾート株式会社が「特化型総合代理店」として機能し、年間2,600万人以上（2019年度実績）という圧倒的な数の宿泊者へのアプローチを可能にしています。

多様な客層を活かし、ターゲットに応じたプロモーションが可能



画像引用元：【公式】アパグループ | APA GROUP

サンプリングプロモーション

ホテルの資産を最大限に活用した広告手法と
言えるのが「サンプリングプロモーション」です。

チェックイン時にフロントで企業の試供品を
お客に渡します。直接手渡すため、ターゲット層に
確実にリーチできるのが魅力です。

公衆の面前ではなく、客室というプライベートな
空間で商品をゆっくりと試してもらえるため、
高い試用率と満足度が期待できます。

広告主にとっては費用対効果が高く、ホテルに
っては新たな収益源と顧客満足度の向上に繋がる
というメリットがあるビジネスモデルです。



画像引用元：【公式】アパグループ | APA GROUP

サンプリングプロモーションがどのようなものなのか
分かるマンガをWeb上で読むことができます。弊社が
制作したマンガではありませんが、マンガで説明される
と分かりやすいですね。

試供品の展開場所(一例)

朝食会場設置：朝食の一品として、お客さんに商品をお試し(試食)してもらうことができます。

客室動画配信：入室後にカードキー挿入で自動的にテレビが起動します。全国のホテル客室のテレビをネット
ワーク化した広告配信システム「おもチャンネル」でCM動画が自動再生されます。

客室広告設置：客室内に商品やリーフレット・割引券・三角POPなどの広告物を設置することができます。

フロント・ロビー動画配信：大型のデジタルサイネージが設置されたフロント・ロビーで、CM動画が放映
されます。

ロビー広告：ロビーの空きスペースに、チラシ・リーフレット・割引券・三角POPなどの広告物を設置する
ことができます。

この事例のポイント

アパホテルは、単に空きスペースを広告枠として販売しているのではなく、膨大な数の客室、ロビー、
フロント、朝食会場などのインフラを「総合広告メディア」として再定義することに成功したと言える
のではないのでしょうか。

ビジネス客からレジャー客まで、多様な宿泊客層を明確なターゲットと捉え、BtoB・BtoC問わず幅広い
業種の企業がプロモーションに活用できる広告プラットフォームを構築しました。

既存資産をメディア化し、新たな収益源を築き上げたビジネスモデルの成功例と言えるでしょう。

事例② 串カツ田中「KTリーグ スポンサー募集」

従業員・お客様・企業が笑顔になる

串カツチェーン「串カツ田中」は、「KTリーグ」と名付けた社内制度を活用し、店舗そのものを広告媒体とするユニークな取り組みを行っています。これは、各店舗を一つのチームと見立て、そのチームのスポンサーを外部から募集するというものです。

知名度UPや福利厚生に



画像引用元：[スポンサー募集！ | KT LEAGUE](#)

※イメージです

スポンサー企業のロゴが入ったユニフォームを従業員が着用します。日々の接客がそのまま広告宣伝活動になります。スポンサーは1店舗ごとに応援店舗を決めることができ、店舗地域内での知名度アップやPRに繋げることができます。

また、スポンサー企業の従業員には全国の串カツ田中で利用できる11%OFF券がプレゼントされ、お得に串カツを食べることができます。

KTリーグとは？

全店舗をプロスポーツチームに見立てて競い合わせる、新しい人事評価制度です。単なる売上競争ではなく、「接客サービス」や「顧客満足度」を総合的に評価して、店舗ごとのポイントを競い合い、順位を決定します。

なぜスポンサーを募集しているのか？

店舗を応援するスポンサーと串カツ田中が地域を一緒に盛り上げ、ともに地域活性化に取り組んでいきたい、そのような想いでスポンサーを募集しています。

スポンサー料の使われ方

スポンサー料は、店舗の従業員へ還元し待遇アップに繋がっています。

この事例のポイント



画像引用元：[PRTIMES【働きがい改革】串カツ田中 KTリーグ2025年5月より契約開始のスポンサー企業様 6社ご紹介](#)

串カツ田中では、単にTシャツや前掛けにロゴを入れるのではなく、KTリーグという人事制度の中にスポンサー募集を取り入れた点が画期的です。KTリーグは、スタッフの笑顔でお客様を笑顔にすることで、顧客満足度を向上させ、従業員のエンゲージメントを高め、最終的に企業の成長に繋がるという、理想的なサイクルを具現化するための戦略的な仕組みと言えます。

この施策の最大の特徴は、**関係者全員が利益を得る仕組み**になっていることです。

- ・スポンサーとなって地域の店舗を応援すると同時にPRができる**企業**
- ・KTリーグによりモチベーションと待遇向上が期待できる**従業員**
- ・笑顔で接客され、笑顔で美味しい食事ができる**お客様**
- ・お客様の顧客満足度向上によるリピーター獲得と売上が増加する**会社**

このように、**関わる全ての人が幸せになる優れたビジネスモデル**と言えます。

事例③ 行田市「田んぼアート」

田んぼが観光名所に

埼玉県行田市は、広大な田んぼをキャンバスに見立て、色彩の異なる稲を使って巨大な絵を描く「田んぼアート」で世界的な注目を集めています。地上50メートルの行田タワーの展望室から「田んぼアート」を鑑賞でき、2015年には「世界最大の田んぼアート」としてギネス世界記録™にも認定されたこの取り組みは、行田市の観光名所の一つにもなりました。

ダイナミックなアートで抜群の注目度



©吾峠呼世晴/集英社・アニプレックス・ufotable 画像引用元：[2025「田んぼアート」in行田](#)

2019年、ラグビーワールドカップ日本大会の開催に合わせて、大会オフィシャルスポンサーである大正製薬が協賛。「ラグビー日本代表応援田んぼアート supported by リポビタンD」と題し、リーチマイケル選手らの肖像を広大な田んぼに描き出しました。

これは、市のPRと企業広告、そして国際的なイベントの盛り上がりを掛け合わせた画期的なプロモーションとなり、大きな話題を呼びました。



画像引用元：[2025「田んぼアート」in行田](#)

田んぼアートは、その壮大さと芸術性からテレビや新聞、SNSなどで毎年大きな話題となり、行田市の知名度を飛躍的に向上させました。

最近の活用例

- 2017年：TBSのドラマになった池井戸潤氏の「陸王」
- 2018年：「大いなる翼とナスカの地上絵」
- 2019年：「ラグビー日本代表応援田んぼアート supported by リポビタンD」
- 2021年：「田んぼに甦るジャポニスム～浮世絵と歌舞伎～」
- 2022年：人気サッカーアニメ『アオアシ』とコラボレーション
- 2023年：映画『翔んで埼玉～琵琶湖より愛をこめて～』とコラボレーション
- 2024年：能登復興応援として能登地域を代表とする祭りである「キリコ祭り」
- 2025年：「劇場版『鬼滅の刃』無限城編」とコラボレーション

2025年は大ヒット中の『鬼滅の刃』の主人公である竈門炭治郎が描かれました。

行田市民や観光客はもちろん、『鬼滅の刃』のファンも訪れ、行田タワーからの観覧料が市の収入源になります。そしてこの「田んぼアート」がテレビや新聞、SNSなど話題になることで絶大なPR効果も生み出していると言えます。アートそのものがタイアップ広告として機能しています。

この事例のポイント

行田市の「田んぼアート」は、地域固有の資産である「田園風景」と、「日本のコンテンツ」を掛け合わせることで、新たな価値を創出した地域活性化の成功事例と言えるでしょう。

この取り組みにより、見慣れた田んぼは観光客を集める観光資源へと変わりました。特に世界的にも人気なアニメのキャラクターを描くことは、インバウンド観光客を含むファンにとって大きな魅力となり、行田市へ足を運ぶきっかけにもなります。

「田んぼアート」というアイデアがなければ、そこはただの田園風景のままでした。しかし今では市を代表する観光資源であり、広告媒体としても機能しています。これは、**既存資産の可能性を最大限に引き出した、優れた着眼点**と言えます。

“マンガ・IPといえばシンフィールド”

シンフィールドは2009年にマンガをマーケティングツールとして活用し集客支援するという
新しい価値を生み出したパイオニアです。

<弊社関連サイト>



シンフィールド公式サイト

<https://shinfield.co.jp/>

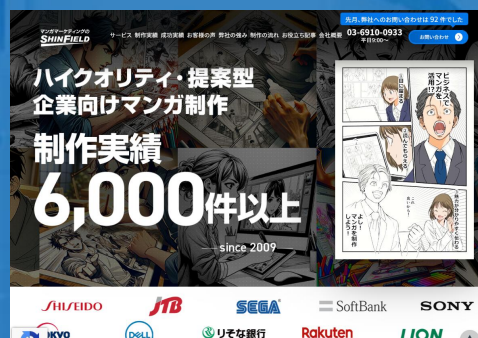
企業情報・事業紹介・採用情報
理念や社会活動を公開しています。



マンガマーケティングjp

<https://mangamarketing.jp/>

マンガマーケティングに関する
情報、制作実績や登録マンガ家
一覧を公開しています。



web-manga.net

<https://web-manga.net/>

マンガ制作サービスの紹介と
制作事例を詳しく公開しています。



IPField.net

<https://ipfield.net/>

マンガ・アニメIPと企業との
コラボ・タイアップを支援！
事例や資料も豊富に掲載しています。



社会をよくなる企業 応援プロジェクト

<https://sg-project.jp/>

『島耕作』 『ベルサイユのばら』
有名IPのチカラを貴社の
マーケティングに活用できます！



『進撃の巨人』 原作連載15周年記念 タイアッププラン

<https://shingeki.shinfield.co.jp/>

『進撃の巨人』 原作権タイアップ
プランはこちらから！

お読みいただきありがとうございました