

八王子ITネットワーク 9月例会メモ

日時：平成30年9月20日（木） 18：30～20：00 参加人数8名

場所：サイバーシルクロード八王子

「あなたはブランデッドムービーを知っていますか？～動画広告の新たな可能性～」 （株式会社 Clock Town Project 唐井氏）

- TVのCMは商品の宣伝の印象に残すために、強いインパクトでなるべく短くしている。
（CMは15秒 or 30秒が基本である。）
- 一方でブランデッドムービーは、「商品の宣伝をほとんどしない」・「時間に制限を設けない」（長いものは10分を超えるものもある）「TVのCMのように大量生産はしない」・「会社そのものを宣伝する」と言った特徴がある。
- CMの企画では、「どのようにしたら商品を良いイメージになるのか」・「どこでCMを流したら効果があるか」・「ターゲットは誰か」を考える。
- 一方でブランデッドムービーの企画は、「会社の歴史を通じて何をしてきたか」・「会社のサービス、商品を通じて伝えたいことは何か」・「会社を通して人生が変わった人は居るか、又は居たらそのストーリーはどんなものか」を考える。
- CMの構成と内容としては、「最初の5秒のインパクトをどうするか」・「どうやったら話題性を持たせられるか。」を考える。
- 一方でブランデッドムービーの構成と内容は、「観る人の心を動かすにはどんなストーリーが必要か」・「その為には場所、役者、音楽など、どう構成が適切か」・「そのストーリーの中で会社のサービスや商品をどう魅せるか」を考える。
- 一瞬の利益を出したい場合は従来のCM方法が有効的である。
- 一方で長く商売や会社のPRを続けたい場合は、ブランデッドムービーの方が効果である。
- ブランデッドムービーの題材として、会社の歴史会社のサービス・商品にまつわるストーリー（実話 or 創作）社長、社員の秘話・裏話など挙げられる。
- ブランデッドムービーの製作では「不安」・「悲しみ」・「怒り」・「喜び」など感情に刺激を与える事や人生のターニングポイントを描く事がポイントである。
- 実際のブランデッドムービー製作の行程は、「企画」・「ロケハン」・「キャスティング」・「脚本」・「絵コンテ」・「撮影」・「編集」の流れになる。
- ブランデッドムービー作製後は、「HP」・「twitter」・「Facebook」・「Instagram」・「Youtube」・「イベント会場での上映」・「プレスリリース」などのコンテンツを使ってPRや拡散をする事が出来る。
- 商品のセールには直結しないが、会社のブランデッドムービーを作製した場合は、会社

の核の部分と他者に感情に訴える動画を撮影するので、息の長い価値と利用が出来る。

- 強いミッション性があるサイバーシルクロード八王子のPR又は地域に訴えるツールとして、八王子商工会議所でもブランデットムービーを作製したら効果があると感じる。
- 八王子市は広いので、恩方や高尾または、中心市街地の商店街などの地域に根ざしたシティープロモーションでブランデットムービーを活用できると感じる。
- ブランデットムービーを撮影する場合に役者を使用すると権利関係の問題が発生する。
- 具体的には、配信の期間やどの媒体で配信するのかなど規制がある。
- 一方で知名度の低い力がある役者を採用する事により、契約時の際に権利関係で発生する配信の期間や配信する媒体など規制を取りはらう契約をすれば、問題をクリアすることが出来る。
- 創業者は、自分自身が看板で広告塔なので、創業者自身を宣伝するツールになると感じる。
- 創業支援で 1 分のメッセージ動画を作製する支援を廉価で出来たら良いのではと感じる。