

アバター動画広告の企画書

これまでの販売促進の方法を覆す、新たな広報企画

I THINK THAT YOU SHOULD FORMULATE A MORE EFFECTIVE MARKETING STRATEGY.



〒432-8011 静岡県浜松市中央区城北3-3-34
TEL.(053)473-2468 Mobile090-4114-4018
e-mail : ask-ad@mx5.nisiq.net

INDEX

- 広告を展開するステージの激変 …………… 1**
これまでの販促のベースが大きく変化
 - 情報はどのようなステージに？ …………… 2**
販売促進は、アナログからデジタルへ
 - 情報の積極的な配信、動画広告 …………… 3**
サイトは待ちのツール、積極姿勢の動画広告
 - 動画広告を活かすために …………… 4**
動画広告の生きる場所、ビジネス動画広告は
 - アバター動画広告の登場 …………… 5**
動画広告の中でも特別な存在、アバターが話しかける
 - アバター動画広告を作ることが目的でなく …………… 6**
キャラクターのアバターは「企業の顔に」
 - アバター動画広告はここで動く …………… 7**
キャラクターアバターの活動範囲は
 - アバター動画広告の制作料金 …………… 8**
通常の動画広告料金とアバター動画広告の比較
 - アバター動画の価値と展開 …………… 9**
進化するアバター動画広告、海外戦略にも
 - アバター動画が生きる組織 …………… 10**
どのような組織に、アバター動画広告が生きるのか
-

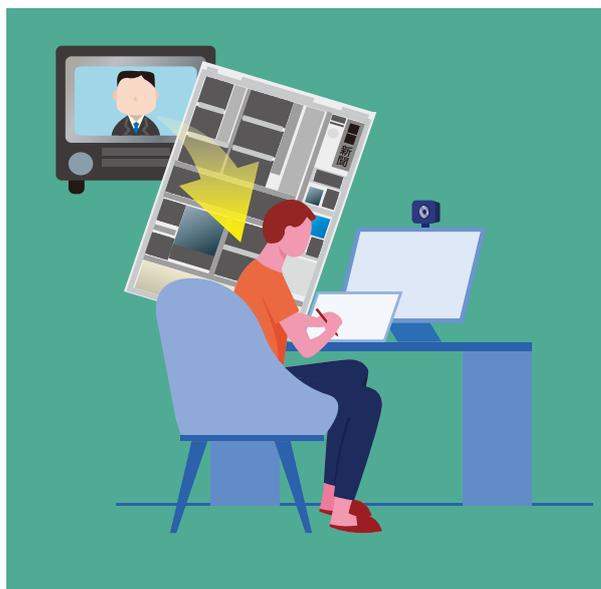
広告を展開するステージの激変

全ての企業は売上増大のために

企業の繁栄は、どのような企業であっても、売上増大にしかありません。したがって、販売促進にはこれまで多くの方法が選択され、実施されてきました。会社案内、製品パンフレット、チラシ、ポスター、新聞広告、雑誌広告等の印刷物による広告媒体、テレビなどのマスメディアを中心に、長きにわたって、情報を発信してきました。しかしながら、コロナ禍を機に、外出機会が大幅に減少、その後インターネットに情報を求めることが当然となり、この**デジタル世界が大きく拡大**してきました。このデジタル世界はそもそも注目されていて、この拡大し続ける土俵に、ホームページを持たない企業は、もはやありえない状況になりました。そこに、個別に、身近に情報を求めて、ネットが当たり前の状況が出来上がったのです。

このデジタルメディアの世界に打って出ない手は無い

これまではアナログメディアで、新聞広告や折り込みチラシ、店頭に置かれたパンフレット、テレビCMからの情報により、購買意欲を高める手法が当たり前でした。しかしながら文字離れ、新聞離れ、テレビ離れが進み、もはや縮小していくメディアとなってきました。これらは、もちろん全く不要という訳ではありませんが、リスクも併せ持つ広報媒体です。新聞広告は破格の掲載料が必要ですし、パンフレットやチラシは当然、制作料・印刷料が必要です。しかも必要とするユーザーに必ずしも届きません。テレビCMでは、数百万から数千万円の制作料・媒体料が必要とされます。ここに来て、アナログメディアから、デジタルメディアの世界に、積極的に進み出る方法を選択する手法が当然となりました。



情報はどのようなステージに？

数十年変わらなかった販促の方法が

前述のように、新聞を読む、雑誌を読む、テレビを見る、チラシを見る、店頭でパンフレットも見て商品を体感する、これまでは、その流れの中にしか、情報がありませんでした。

ところが、インターネットの普及がその流れを大きく変えました。新聞でも、雑誌でも、テレビでもない、このネット環境に、多くの情報が時間とともに溢れ出てきたのです。

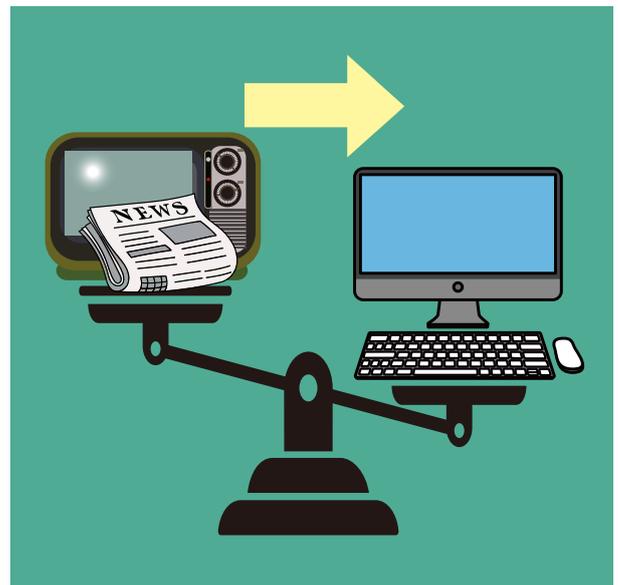
しかも情報は、アナログのどんな媒体よりも早く、情報量も比較にならないほど多いものです。

ネットでリアルタイムの情報収集

リアルタイムに溢れ出る情報。情報発信する企業も、ホームページで信頼性を得るための企業ブランディングを展開し、商品やサービスを詳細に紹介し、実際に使ってみたユーザーの testimonials (使用した感想) まで掲載しています。アパレルや整形美容などでは、実際にどのようなのか、シミュレーションができます。家財では家に設置したらどうなるのか、見ることさえ可能です。書籍などでは、実店舗よりも多くの本が並び、一部試し読みもできるようになっています。そして購入まで完結します。

現在のテレビや新聞では、情報配信のタイミングが決まっていますが、ネットなら随時ユーザーの生活にリンクして、獲得することができます。ここから、いつでも必要な情報を検索して得られる時代になったのです。

このように、アナログメディアからデジタルメディアへと情報収集の方法が大きく変化中、企業としてはどのような対応が必要となるのでしょうか？



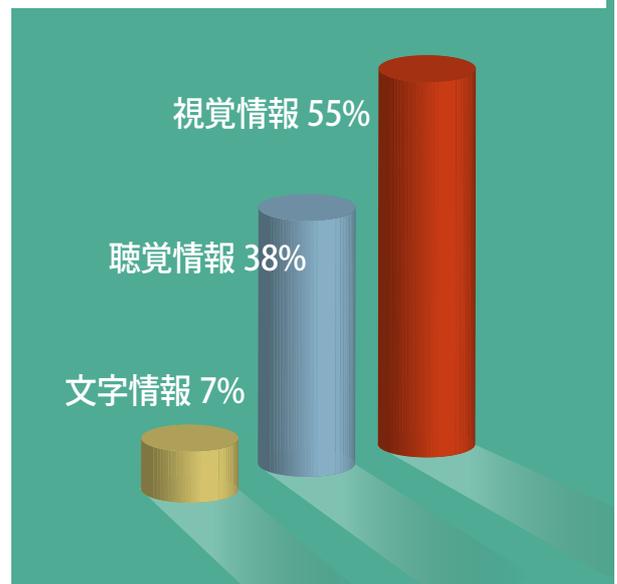
情報の積極的な配信、動画広告

ホームページは「待ち」のツール

ホームページから情報を発信しようと、数え切れない数のサイトが出来上がりました。それぞれに工夫して、目立つように、注目されるように、情報の内容を精査して、作成されてきました。企業ブランディングが出来上がっていて、多くの来訪者があるサイト、これから認知度を上げていきたいサイトがありますが、ホームページは、常に来訪者を待つ立場にあるのが現実です。誰にも認知されていないサイトには、検索して訪れてくれるユーザーも少数でしょう。サイトを立ち上げた時の高揚感は薄れ、ずっとそのままになっているサイトも目立ちます。これでは、深い山奥に会社や店舗を建て、誰にも存在を知られず、開店休業状態になっていることと同様です。

動画広告は、積極的に情報を配信

そうした環境で、待っているのではなく**積極的に情報を発信しようという流れ**が生まれました。それが動画広告です。そこに気付き、すでに大手企業は、認知されているテレビCMをソースとしたり、新たな商品を訴求したりと、動画広告をネット環境で配信しています。動画広告は情報媒体として大きなメリットを持っています。それには数字的に明確な理由があります。人の受け取る情報のうち、新聞や雑誌などの文字情報は7%、ラジオやポッドキャストなどの聴覚情報は38%、写真やフローなどの視覚情報は55%とであると、メラビアンの法則で説かれています。テレビの情報番組でも、キャスターの訴求だけでなく、視覚に訴えるボードが多用されています。パンフレットなら、文字の7%と視覚の55%で62%の情報となります。ここに聴覚情報が加わったビジネス動画広告は、最強の販促ツールということになります。



動画広告を活かすために

動画広告はどこで生きるか

現在、最も有効に活動しているのが Youtube、世界最大の動画共有サービスです。もちろん他の SNS でも活用されています。

Youtubeを例にとれば、企業の独自のチャンネルを構築し、そこに作成したビジネス動画広告を蓄積していきます。なるべく多くの動画を掲載すれば、ユーザーからの視聴も増えていきます。これは、検索エンジンで世界シェア約 92%、日本国内でも 75% 以上の、Google の傘下に Youtube があることが優位点になります。動画にオリジナル性の高いタイトルを付けてアップすると、検索サイトの Google に動画として上がるのです。しかも、通常の検索情報では 1 社だけなのですが、動画なら同時に複数あがってきます。これが、なるべく多くの動画をアップする理由です。

もちろん、ビジネス動画の最初の 5 秒間を Youtube 視聴者に見てもらいインストリーム広告(広告費が必要)など、多々視聴を上げる方法があります。



ビジネス動画広告は再生回数にこだわらない

ユーチューバーがアップする動画は、少しでも多くの再生回数を獲得するために、面白おかしいバラエティの色が濃くなりますが、ビジネス動画広告は、企業の情報や商品内容を理解して頂くために配信しますので、数ではなく、本当に情報を求めている視聴者に届くことを目的としています。したがって、真面目な広告になることが多く、興味が湧かない動画になってしまうこともあります。ここに留意し動画広告を作成することが肝心です。現在、こうしたビジネス動画広告も次第に多くなってきましたので、その中でも特長が必要です。



アバター動画広告の登場

ビジネス動画広告の中でも、かつてない存在

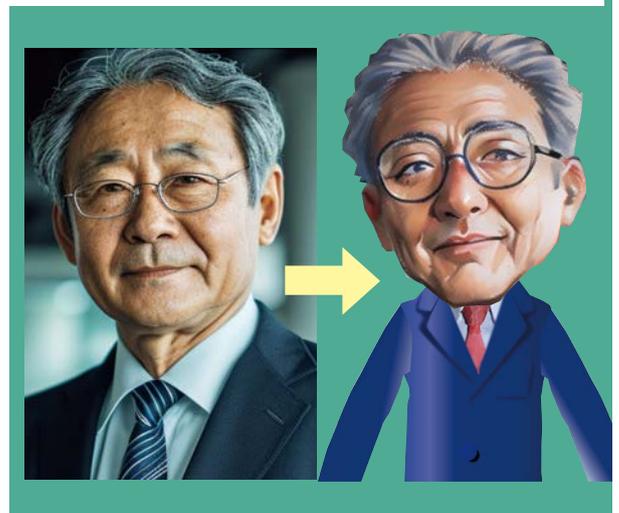
ビジネス動画広告が乱立する中で、他を圧倒する動画広告にしなければいけません。安易に表現を変えても、効果的ではありません。これはパンフレット等でも同じことで、デザインを少々変えるだけでは、訴求力が上がることはありません。いかに情報の注視効果を上げて、視聴者への影響力を上げていくか？ということです。さらに情報をうまく取り入れてもらうための戦略が必要です。動画の構成やビジュアルが重要なのです。当社はデザイン会社ですから、動画をただ作るということだけでなく、より伝わるように、どう企画していくのか、という点では動画制作の専門会社とは異なります。最大限注視効果を上げるために、動画広告にはない「アバター動画広告」を企画しました。これは会社の顔となる社長や担当者の方、あるいは存在しない方でも、新たな会社の顔として、アバターを作り、そのアバターに企業紹介や商品紹介、あるいは求人広告など、多岐にわたり広報してもらいます。アバターは、近年の AI による実像に近いものは使いません。インパクトが弱く、表現力に欠けるという判断です。当社ではキャラクターのアバターを作成、豊かな表情を作るために、眉、目、口などをリアルに動かせるようにインプットします。そのアバターが会社の顔として動画広告に登場、アバターが豊かな表情で、様々な場面で説明するため、強烈な表現で注目されます。

これは情報を得たい時に「誰かに聞く」という不変の人間行動

人が説明をし始めると、思わず聞いてしまう、という本来の情報収集にヒントを得て企画したものです。しかも説明する人がキャラクターならば、文字情報や静止画、ニュースのような退屈さもなく、新規性に富んでいます。これを新しい販売促進のツールとして展開します。当社のアバター動画広告を



ご参考にどうぞ。



Youtube

アバター動画を作ることが目的でなく

キャラクター化されたアバターを企業の顔に

何故、実写アバターではなく、キャラクターをアバターにするのでしょうか？これには明確な理由があります。アバター動画広告を作ることが目的ではなく、**企業や組織の「顔」を作ることが目的なのです**。それは実際の人物では実現できません。AI 実写的アバターを使わないのも、それが理由です。

キャラクターでこそ、「企業の顔」となり得るのです。そのキャラクターは企業の実在の人物でも、架空の人物でも、企業の顔となればいいのです。

これまで、全国でご当地キャラクターが多く作られました。主にぬいぐるみとなって、地元の舞台に立ちました。地元産品にも、そのキャラクターが使われて、地域の広報活動や商品の販売促進にも活躍しています。「くまモン」「ふなっしー」を知らない人はいないでしょう。

企業の顔、といえばこうしたキャラクター以外に、タレントを起用することも、多々あります。企業を紹介したり、商品の販売促進広告に貢献しています。ご案内の「キャラクターアバター動画」では、その中庸をいくものです。動画はキャラクターが活動する場であり、その作成が目的ではなく、企業や組織の「顔」となるキャラクターによって、企業のブランディングをしたり、商品の販売を強化する**先導役となってもらうため**です。

ぬいぐるみのように舞台には立てませんが、またタレントのようにファンを巻き込むことはできませんが、

デジタルメディアで活動します。

ぬいぐるみキャラのように劣化することもなく、タレントのように年齢やスキャンダルで魅力が半減することもなく、いつまでも企業の顔となるアバターは活き活きとデジタルメディアで情報を発信し続けます。

アバターは企業の専属であり、役者と同様に、優れた脚本や背景が必要です。シナリオがあってこそ活かせるのです。



アバター動画広告はここで動く

アバターの働く内容と活動範囲は

こうして作られた動画をどこで使えばいいのか？ということがあります。基本的にデジタルツールですから、展開可能なところなら、全て使えます。まず自社メディアでは、企業のホームページ上に配置できます。トップにイメージとして、製品を詳細に紹介するページ、ニュースやお知らせ、ブログなどです。お問い合わせに応える場所でもいいと思います。クライアントや顧客へのメール、LINEなどに添付することも可能です。

自社で展開している店舗などには、サイネージ広告(看板広告)や、モニターとしてそこに筐体で設置すれば、その動画はアクティブに活動します。

さらに、他社メディアでは各種 SNS、Youtube などへの投稿で、幅広く展開ができます。情報の内容としては、企業の紹介、販売している商品やサービスの案内はもちろん、求人の案内、講演会、社内セミナー、展示会での動画案内、などと拡がっていくでしょう。

現在、こうしたキャラクター化されたアバターによる広告戦略は実施されていませんので(実際に説明する実写動画は多くあります。)非常に注目され、今後拡大していく販促ツールとなります。さらに、現在のアナログ媒体であるパンフレットやチラシなどとも連携し、より大きな企業ブランディング育成、イメージ戦略として拡大していくことも可能です。

他には存在しない、販促方法

キャラクターアバターは、注視効果の高い、これからの販促ツールです。現在のところ、このような動画広告は存在しません。それには、デザイン力、広告企画力、シナリオ構成力を要するため、技術的に作れるか？ではありません。このアバターに多くの場面で適切に説明してもらうことで、情報の浸透が図れます。「読めば解る」という時代ではありません。



アバター動画広告の制作料金

これが動画広告制作費の一般的価格

一般的な動画広告制作会社は、多く存在しています。ネットで検索すればお分かり頂けると思います。この例はモデルが出演、スタジオ撮影です。多くのスタッフや機材が必要です。ナレーションもスタジオで録音、スタジオ使用料が発生します。編集工程で必要となるグラフィックパーツ(ロゴマーク、タイトルや説明図、フローチャートなど)、他にイメージ写真、BGM などの取得経費も必要です。これが一般的な動画広告制作費の内容です。

一般的な動画広告制作料内訳

企画料(構成案)	100,000
撮影料	
ロケハン等準備費用	20,000
撮影費	400,000
スタジオ使用料	200,000
機器使用料	50,000
モデル・ヘアメイク	210,000
スタイリング・衣装	150,000
グラフィックパーツ制作費	100,000
映像編集費用/素材購入	240,000
MA(マルチオーディオ)費	
ナレーター費	70,000
MAスタジオ費	100,000
BGM(著作権フリー)費	20,000
小計	1,840,000
合計(消費税込)	2,024,000

※この見積りでは、動画時間やクオリティは不明。3分前後程度と推測。

ご覧の通り、アバター動画広告の制作費は、驚きの低価格です。

単純に上記の動画広告制作費と比較はできませんが、アバター動画広告ではキャラクターの制作は初回のみ必要となりますが、モデルの撮影もなく、ナレーションも不要です。著作権フリーのイメージ写真や動画も、無料でご用意致します。企業には複数のアバター動画広告が必要になることを考え、チラシ制作・折込料程度で制作できるようにしたものです。

制作の項目	長さによる動画	アバター動画制作費 (長編 7~10分程度)	アバター動画制作費 (中編 2~5分程度)	アバター動画制作費 (短編 1~2分程度)
企画料 (サービス期間/本来は 100,000)		0 (本来は 100,000)	0 (本来は 70,000)	0 (本来は 50,000)
アバター制作費 1体 (初回のみ。キャラクター制作)		120,000 (初回のみ)	120,000 (初回のみ)	120,000 (初回のみ)
シナリオ作成費 (クライアント側から提供の場合は 0)		70,000 (提供の場合は 0)	50,000 (提供の場合は 0)	40,000 (提供の場合は 0)
クリエイティブツール (タイトル・簡易ロゴ・説明イラスト・イメージ写真/動画など)		100,000	70,000	50,000
AI 音声 / BGM (AI 音声制作・著作権フリー BGM 選定)		20,000	15,000	10,000
編集費 (アバター動画全ての編集作業)		100,000	80,000	50,000
上段価格 アバター制作を含んだ価格		合計 410,000 (アバター制作後)	合計 335,000 (アバター制作後)	合計 270,000 (アバター制作後)
下段価格 アバター制作を含まない価格		合計 290,000	合計 215,000	合計 150,000

※制作料の基準です。ご依頼内容の難易度、動画時間により、正式なお見積りを提出致します。

アバター動画の価値と展開

情報を伝える方法は、革新の時を迎えて

当社は45年間、広告業界において、多くの情報を“伝える手段を考えて”販売促進を推進させて頂きました。たとえば、自然現象と会社をオーバーラップさせ、企業のパワフルな姿勢を理解してもらうこと。現実にはありえないシチュエーションを作り、快刀乱麻のように解決する企業姿勢を理解してもらうこと。企業の先進的な技術を、別の素材で表現し理解してもらうこと。何もかもシンプルに表現し、企業の大きさを印象付けること……。

デザイン上の企画ですが、企業の発信する情報を極力、分かりやすく理解してもらうための手法でした。幾多の企業で行われた販促会議も、そういう表現がユーザーに十分に理解されるか？が主題となっていました。

しかしながら、**革新的な情報の伝達方法があったのです**。それは現代の「文字離れ」「新聞離れ」「テレビ離れ」においても、画期的な手法なのです。

企業のコンセプト案内、発売する商品の説明、企業が理解を求める内容を、企業の顔となったキャラクターが、視聴者に語りかけるのです。これに勝る情報伝達の方法があるでしょうか？今のところ、考えられません。

アバターは、海外戦略にも先陣を切る

このキャラクターアバターは日本語に限らず、各国の言語を話すことができます。もちろんAIによる直訳では無理です。通じればいい、という訳ではなく、アメリカに販売促進に長けた専門家の存在があります。

オバマ前大統領や、アーノルドシュワルツェネッガー前州知事の通訳を勤め、自衛隊幹部と米国との折衝に参加、日本においては企業の海外展開のアドバイザーとして活躍した翻訳家で、弊社と共同歩調をとっています。

海外戦略をお考えでしたら、アバターに、営業活動の先陣を切らせることも、可能です。



アバター動画広告が活きる組織

アバター動画広告を活かせる組織とは

これまで、情報を伝えることが難しいと考えられていた組織に適合します。それほど、アバター動画広告は、視聴者に理解を促す広報手段だからです。ユーザーに情報を理解して頂き、動いてもらうことを求める企業はもちろんです。商品の販売促進、企業のイメージアップ、セミナーなどの参加を誘導、求人情報として募集案内する、難しい仕組みを理解しやすく説明する、などが考えられます。これまで印刷物や、テレビCM、新聞広告のマスメディアに依存してきた広報体制から、さらに核心に近いところまで訴求し、理解頂けることが可能となったのです。

そういう観点からは、難しい内容が多い役所（高齢者への理解を支援します）の広報活動や、相談者が多く訪れる法律関係事務所（内容ごとに丁寧に説明できます）、理解が困難な仏教関係（ご住職の法話や、お檀家への連絡、寺院施設の利用案内などができます）でも、ご住職がアバターとなって活動できます。システムが難しい教育機関や塾などでの、優しい誘客活動（代表者自身よりアバターが柔軟に対応）、また博物館や広報館でのアバターによる解説動画など（様々な資料や動画を入れて編集可能）が考えられます。当社では、どんなことができるだろう？という疑問があれば、お問い合わせください。ご相談しましょう。

これからの制作活動に関して

ぜひ、お声をかけて頂ければ、たとえ遠方の企業様でも、こういう時代、ましてデジタルツールですので、ネットで打合わせや進捗状況をご確認頂くことが可能です。もちろん近隣でしたら、ご訪問して、ご案内もできます。

長文の本企画書をお読み頂き、誠にありがとうございました。少しでもお役に立てれば幸いです。

