

作品名: WebCINEMA “TRUNK”

広告主名: 日産自動車株式会社

商品名: 企業

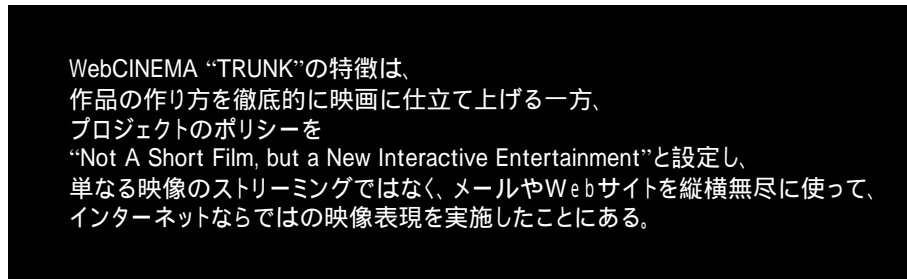
企画概要

インターネット上での消費者と新たなコミュニケーション手法として、エンターテインメントコンテンツを配信し、関係性を構築することにチャレンジ。コンテンツを見に来た人が本編および公式サイト/アプリケーション上で広告主の商品と自然に出会うよう構成。

表現上も、本作品公開までは単に映像をストリーミングで流すだけのものが多かったのだが、パソコン/ネットならではの映像表現とはなにか? について、広告主と広告会社・制作会社の間で議論を深め、「映像を見るプレイヤーそのものをダウンロードする」、「一話見るごとに本編に関連するメールが届く」などこれまでない「視聴環境」を形作った。

また、集客のための広告類についても、日本のネット広告史上初めの100kbのバナーを配信するなど、バナー/テキスト広告と入り口から、最終的な顧客との結びつきまでをエンターテインメント的観点から実施。日本のネット広告の将来に向けたプロジェクトであった。

公開期間 2/12-4/末



スタッフ

プロデューサー:
高広 良彦、松尾 博樹

<MOVIE>

企画制作: 株式会社 モンスターフィルムズ
プロデューサー: 原 洋、福田 武志
監督: 青山 真治
脚本: 駒込 雅
撮影: たむら まさき、池内 義浩
照明: 中村 洋樹
録音: 菊池 信之
美術: 沼谷 京子
音楽: 高橋 寛幸
編集: 小暮 好成
制作総括: 木下 健太郎

<オープニングアニメーション&サウンド>
プロダクション: UNIT9
プロデューサー: Piero Frescobaldi
ディレクター: Dan Hibon
サウンド: CO-FUSION/Sublime Records)

<INTERACTIVE>

企画制作: 株式会社 ティー・ワイ・オー インタラクティブデザイン
プロデューサー: 田中 耕一郎
アートディレクション、デザイン: 浜田 武士
インタラクティブデザイン、シェアモーブ開発: 中村 秀吾
テクニカルディレクション: 今田 知之
PM: 大宮 信二
ショッピングプログラム: 種村 章広
フラッシュデザイン: 佐藤 孝夫、杉原 真樹、寺林 幸一
HTMLコーディング: 足利 健明
バナークリエイティブ: 氏家智雄
ライター: おおたかし
プロダクション/デザイナー: 大口 岳人
通訳: 倉島 佳千子
スタイル: 田中 繁

制作: 株式会社 情報堂
株式会社 情報堂 シェア
株式会社 ティー・ワイ・オー

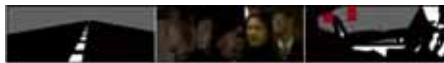
提供: 日産自動車株式会社

映画を意識したチケット型バナー

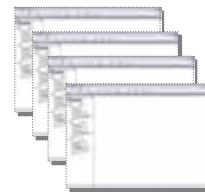


史上初の100Kb動画バナー

これを期に100Kbバナーが標準化されました。



メール広告



三話構成の ショートフィルム



本編と連動した 架空企業のホームページなど



・公式サイト以外に、映像を見た人だけが訪れることのできるサイトを設置。
映像を見るだけにとどまらない、回遊型のインターネットイベントとしてもプランを練った。

メールや本編と連動した 演出サイト



ポスター

フライヤー

映画のチラシを意識したティザーサイト



映画のパンフレットを意識した公式サイト

・ティザーサイトや公式サイトを映画の宣材をモチーフにした映画のプロモーションを真似て、クラブイベントやポスターなどを制作し、配布した。



パソコンに映像視聴用の専用アプリ“WebCINEMA Boxx”をインストールしてショートフィルムを見る

・視聴ツールを使って本編を見ると
> 他の視聴者の意見・書き込みが見られる“シェアモード”を体験できる。
> また、本編中に登場する車の動画が見れ、興味を持てばその車のサイトへ飛べるリンクも設置。

映像を1話見るごとに送られる 演出メール類

・視聴ツールには、視聴者が映像を見終るごとにメールを配信する仕組みを埋め込んで、映像世界をメールでも体験できるようにした。作品の中のキャラクターからメールを受け取ることになり、ユーザーはインターネットならではの映像体験をすることになる。

クラブイベント