

simpleshow 事例集

simpleshowは、あらゆるコミュニケーション領域で活用されています。

マーケティング

TVCM
Web
OOH



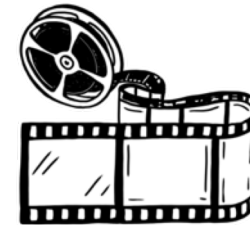
営業

プレゼン
販促



広報

コーポレートビデオ
社会事業
IR



社内コミュニケーション

人事管理
組織改革
マニュアル



教育・学習

Eラーニング
セミナー
研修





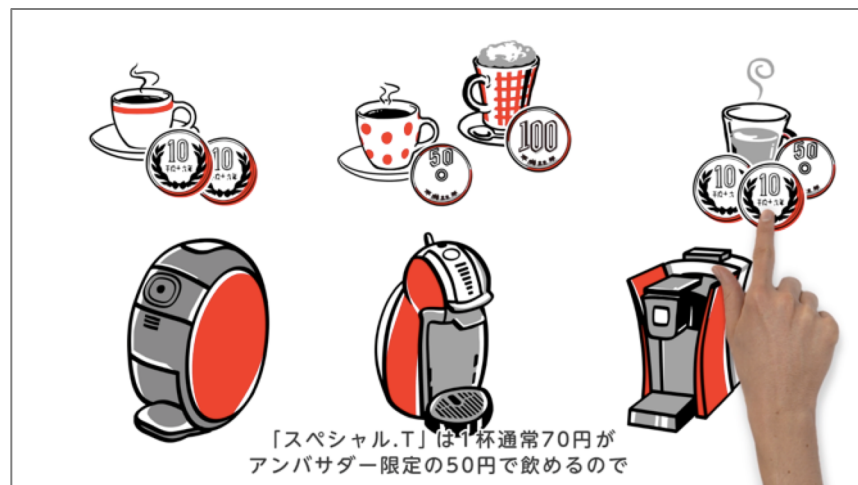
simpleshow事例

クライアント	リクルート	トピック	社名ロゴ
製作時期	2014年7月	長さ	1分37秒
仕様	premium	言語	日本語、英語字幕
用途	社内外向け広報、PR	課題	ロゴの持つ意味の認知
使用場所	自社ブランドWebサイト、海外営業プレゼン		
内容	CMなどでロゴを見たことがある人も多いリクルート。しかし、そのロゴに込められた意味までは浸透していないため、「名前はよく聞くけど、何をやっている会社なのか」という疑問を抱かれがちでした。このビデオは、ロゴに隠された意味を分かりやすく、直感的に解説した上で、同社の企業理念を理解していただく、ブランディング用の動画となっています。		



simpleshow事例

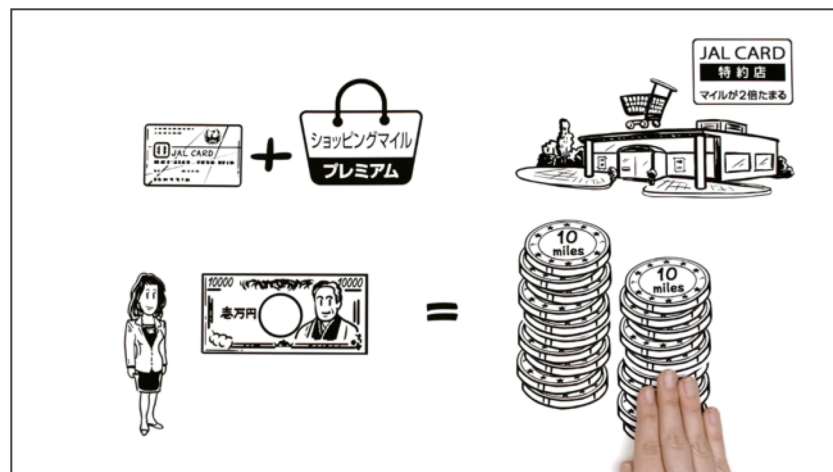
クライアント	ネスレ日本	トピック	ネスカフェアンバサダー
製作時期	2014年11月	長さ	3分、30秒
仕様	custom	言語	日本語
用途	キャンペーン	課題	サービス、システムの説明
使用場所	YouTube、Facebook等SNS媒体、トレインチャンネル、		
内容	ネスレの本格カフェマシンが無料で使える「ネスカフェアンバサダー」。導入にあたっての「出張デモサービス」に対する理解が行き届いていない、という課題がありました。マシンのキーカラーである赤を取り入れたcustomスタイルで、30秒短縮版も制作し、ネット媒体だけでなく、交通広告などでも利用されています。YouTubeの再生回数は100万回を超えています。		





simpleshow事例

クライアント	JALカード	トピック	ショッピングマイル・プレミアム
製作時期	2015年2月	長さ	2分
仕様	classic	言語	日本語
用途	インバウンドマーケティング	課題	サービス特長の説明
使用場所	自社サイト、YouTube		
内容	カード年会費に3000円を追加すると、マイルが2倍貯まるようになる「JALカード ショッピングマイル・プレミアム」。マイルが有効となる最低金額の変化や、さらに2倍になる特約店の情報など、文字や図だけでは伝わりづらいテーマを、視覚的に分かりやすいストーリーで展開しています。		



もっとお支払いでマイルをためるなら
JALカードショッピングマイル・プレミアム

動画で納得 2分でわかる! JALカードショッピングマイル・プレミアム

JALカードショッピングマイル・プレミアムとは?

カード年会費に3,240円(税込)をプラスしてショッピングマイル・プレミアムに入会すると、日常でのカードご利用分はもちろん、月々の定期的なお支払いでもショッピングマイルが2倍たまり、特典交換へ近づきます!

お申し込みは、JALカード会員専用オンラインサービス「JALCARD MEMBER'S ROOM」から!

MEMBER'S ROOMログイン



simpleshow事例

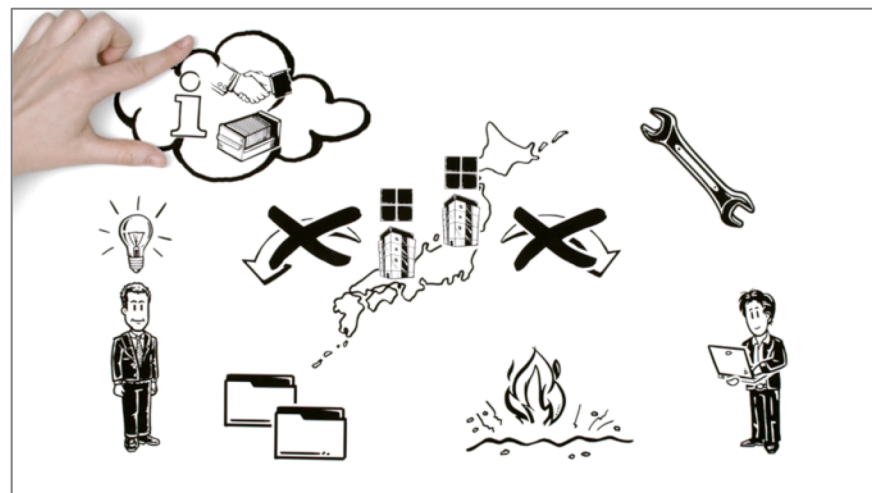
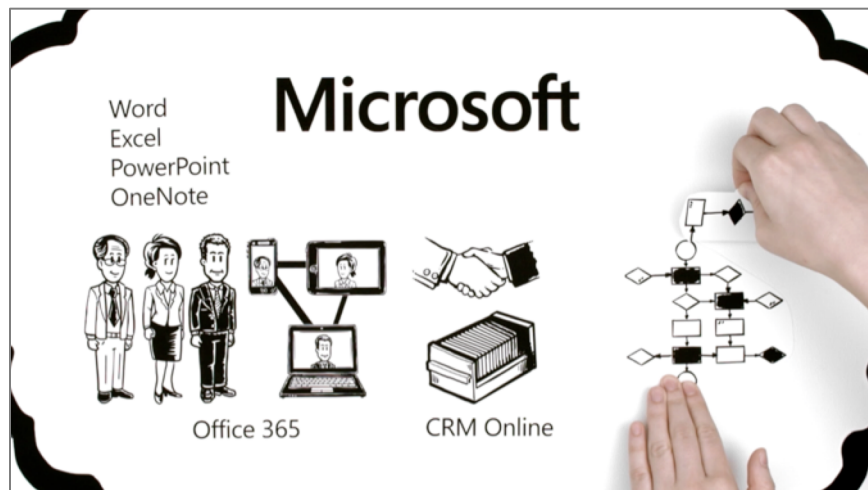
クライアント	フィスラー・ジャパン	トピック	圧力鍋
製作時期	2015年4月	長さ	30秒
仕様	classic	言語	日本語
用途	キャンペーン	課題	訴求ポイントの解説
使用場所	自社キャンペーンWebサイト、車内ビジョン、店舗		
内容	2015年で創業170周年を迎えたフィスラー。主力商品である圧力鍋の機能を30秒で分かりやすく解説したsimpleshowです。動画は東急東横線、田園都市線の車内ビジョンで放映されるため、テキストを効果的に使い、無音でも印象的な動画に仕上がっています。ドイツ観光局のトレインジャック、クイズキャンペーン、また店舗での放映など、連動した活用をいただいています。		





simpleshow事例

クライアント	マイクロソフト	トピック	クラウドとは？
製作時期	2015年11月	長さ	約3分
仕様	classic	言語	日本語
用途	営業販促	課題	クラウドの解説
使用場所	自社サイト、YouTube、営業ツール		
内容	<p>「クラウドは聞いたことあるけど、理解が難しくて導入検討にまで至らない」というお客様向けにsimpleshowを制作いただきました。コストがすごくかかるのでは？管理者を置かなくてはいけないのでは？といった、お客様の不安を一つずつ解決するストーリーで、クラウドを身近な存在に感じていただける動画に仕上げました。</p>		



simpleshow事例



クライアント	日本経済新聞社	トピック	日経電子版
製作時期	2016年1月	長さ	約2分
仕様	classic	言語	日本語
用途	動画広告	課題	販売促進
使用場所	YouTube、Facebook等SNS媒体		
内容	日経電子版の加入促進新年キャンペーンに際して、キャンペーンTVCM投下と同時期に、SNS及びYoutubeでターゲティング動画広告を展開。TVCMでは伝えきれない日経電子版の魅力を、3分の物語で20-40代の社会人に共感させ、ランディング特設サイトへ誘導。新規入会を図った。		





simpleshow事例

クライアント	富士フイルム	トピック	壁アルバム
製作時期	2016年2月	長さ	約2分30秒
仕様	classic+Option	言語	日本語
用途	キャンペーン	課題	新サービス認知
使用場所	ランディングページ、展示会、店頭		
内容	富士フイルムが提案する、新しい写真の楽しみ方「壁アルバム」。タレントを起用したイメージ動画では伝えきれない、実際の作り方を訴求する解説動画を制作しました。女子高生が壁アルバム作りにチャレンジし、最後には家族へのサプライズプレゼントにしたという物語にすることで、作り方と同時に楽しみ方の解説も兼ねています。LP他、写真店の店頭販促にも活用いただいています。		



simpleshow事例



クライアント	日本ガス協会	トピック	ガス給湯器の賢い選び方
製作時期	2016年2月	長さ	約2分
仕様	classic	言語	日本語
用途	キャンペーン	課題	給湯器の選び方訴求
使用場所	ランディングページ、営業ツール		
内容	消費者が必要に迫られて慌てて検索する、ガス給湯器の選び方。その情報が整理されているサイト作成と同時に、サイト上部へ配置するための解説動画を制作していただきました。サイト下部へ続くテキスト情報がすんなり理解できるよう、2分でシンプルに内容をまとめています。		





simpleshow事例

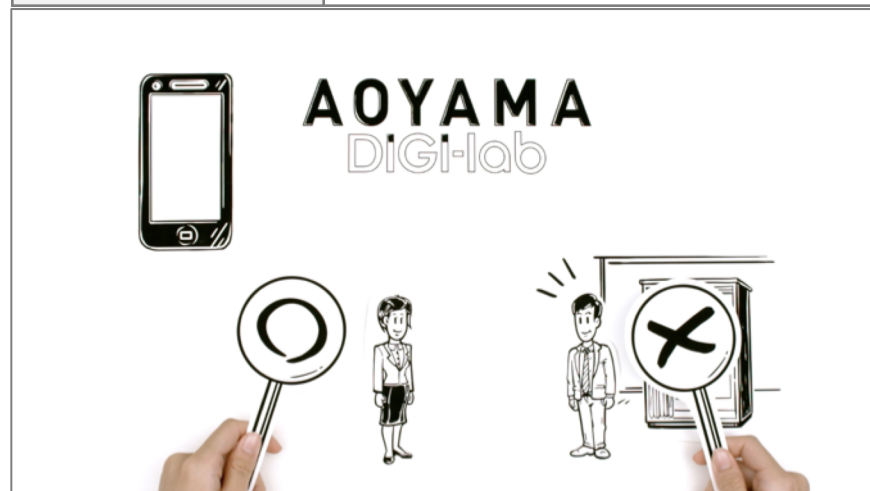
クライアント	コーセー	トピック	雪肌精
製作時期	2016年3月	長さ	約2分40秒
仕様	premium	言語	日本語
用途	販促ツール	課題	ブランドの背景認知
使用場所	キャンペーン特設サイト		
内容	雪肌精の母の日キャンペーンに伴い、ランディングページ用の販促ツールを制作しました。商品名は認知度が高いものの、若い世代のターゲットに対して、TVCMでは伝えきれないブランドの歴史や開発背景を訴求することが課題でした。同時に、母から娘へ受け継がれるというキャンペーンメッセージも盛り込んだストーリーにすることで共感度を高めました。		



simpleshow事例



クライアント	青山商事	トピック	洋服の青山「デジラボ」
製作時期	2016年9月	長さ	約3分
仕様	classic	言語	日本語
用途	販促ツール	課題	新業態の訴求
使用場所	店頭及び店内のサイネージにて放映、Web掲載		
内容	洋服の青山が、実店舗とネットの垣根を越えた新コンセプト店「デジタル・ラボ」をグランドオープン。対面販売のイメージが強い中で、洋服の青山が提案する全く新しいスーツの選び方を消費者に分かりやすく伝えるための販促ツールとして、simpleshowを採用いただきました。店内で放映し、まずは来店客に概要を知らせ、興味を持ってもらうことで、接客時のスタッフの説明がスムーズになる効果があります。		



洋服の青山「デジタル・ラボ」店内・店外にて放映

simpleshow事例

クライアント	LIXIL	トピック	ファサード
製作時期	2016年10月	長さ	約3分
仕様	classic	言語	日本語
用途	営業ツール	課題	新商品の販売促進
使用場所	Web掲載、販売代理店様の営業ツール		
内容	<p>「ファサード」は家の玄関から道路までの空間に設置する、塀、ルーフ、ポストや照明などのエクステリア商品群。販売代理店の担当がお客様に、このファサードを提案する際の営業ツールを制作しました。家を建てる時、外側のことはつい後回しにしがちですが、快適な生活になくてはならない物ばかり。そのことに気づいてもらい、モチベーションを上げる物語構成になっています。</p>		



パートナーサイト内に格納

simpleshow事例



クライアント	グループセブ ジャパン	トピック	ティファールの電気ケトル
製作時期	2016年11月	長さ	約1分
仕様	classic	言語	日本語
用途	Web動画広告	課題	電気ケトルの市場拡大
使用場所	YouTube広告、Amazon製品ページ		
内容	誰もが知っているティファールの電気ケトル。一方で、電気ポットや、やかんを使ってきた世代への認知拡大という課題がありました。動画広告を目的としたsimpleshowは、短い尺を考慮してダイレクトなメッセージで電気ケトルのメリットを伝えています。また、演出でも視聴者の驚きを誘うよう工夫をしています。		



Amazon製品ページ内に格納

simpleshow事例



クライアント	クボタ	トピック	KSAS
製作時期	2016年11月	長さ	2分32秒
仕様	classic	言語	日本語
用途	販促	課題	システムの解説
使用場所	WEBサイト		
内容	クボタのクラウドサービスKSAS(Kubota Smart Agri System)は、従来アナログ的なノウハウに頼っていた農作業を効率化するツール。圃場ごとに肥料の量や生育状況が記録できる圃場管理、手書きの日誌に替わる作業記録などの機能をシリーズ化し、農業経営者を主人公としたストーリーで表現しています。		



simpleshow事例



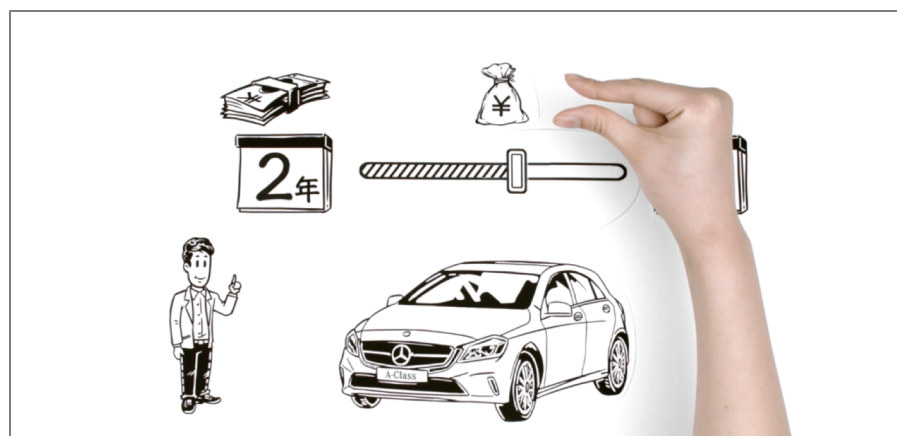
クライアント	メニコン	トピック	1DAY Menicon Premio
製作時期	2016年12月	長さ	2分57秒
仕様	classic	言語	日本語
用途	販促	課題	新商品の機能解説
使用場所	WEBサイト		
内容	メニコンの1DAY Menicon Premioは着け心地の良さと酸素透過性を兼ね備えたワンデータイプのソフトコンタクトレンズ。新発売に合わせて、機能面を分かりやすく解説する動画を作成し、商品サイトに掲載しました。裏表を間違えず、内面に触れないスマートタッチのパッケージについても訴求。有村架純さん出演の実写動画では伝えきれない情報を補完しています。		



simpleshow事例



クライアント	メルセデス・ベンツ・ファイナンス	トピック	ウェルカムプラン
製作時期	2017年1月	長さ	1分55秒
仕様	classic	言語	日本語
用途	販促	課題	ファイナンスプランの訴求
使用場所	WEBサイト		
内容	メルセデス・ベンツ・ファイナンスが、メルセデス購入者のために用意している、ローン元金の一部を最終回の支払いまで据え置き、毎月のお支払額を軽減するファイナンスプランの解説動画を制作しました。LPのトップに格納することで、まずはフレキシブルな支払い方法があることを、興味関心層へ伝えるためのツールとして活用いただけてます。		



月々の支払いをさらに低く抑えることもできます



契約終了時に新車へお乗り換えを選択されるお客様は、査定価格と残価（最終回お支払い部分）との差額を精算していただきます。ウェルカムプランについての説明動画がご覧頂けます。

simpleshow事例



クライアント	中小企業基盤整備機構	トピック	経営者保証ガイドライン
製作時期	2017年2月	長さ	2分38秒・3分59秒
仕様	classic	言語	日本語
用途	広報、周知	課題	ガイドラインの周知
使用場所	WEBサイト、講演会、セミナー		
内容	新規の融資を受ける際や、借り入れの精算を行う際、中小企業の経営者にとってハードルとなる個人保証。その扱いには、一定の条件のもと推奨されるガイドラインがあります。ターゲットである中小企業経営者にとってメリットのある情報が伝わっておらず、自分ごと化できて分かりやすい動画を2本制作することになりました。主にWEBサイトのコンテンツとして活用いただいています。		



simpleshow事例

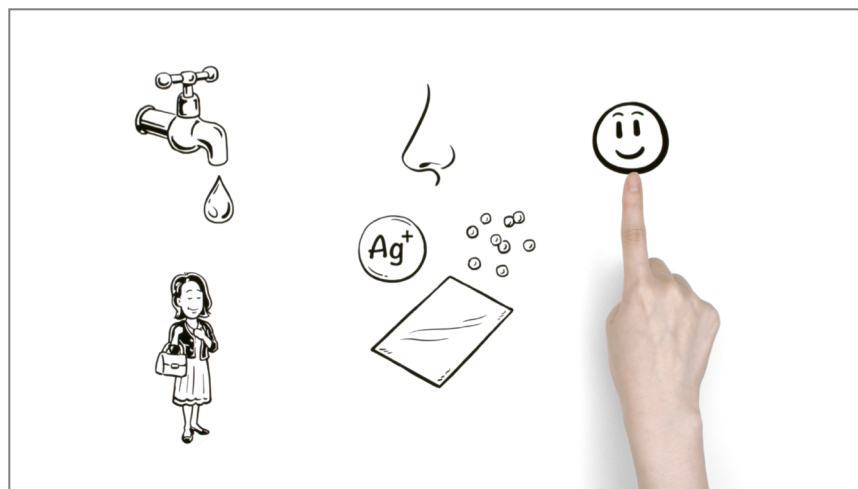
クライアント	ワイヤ・アンド・ワイヤレス	トピック	TRAVEL JAPAN Wi-Fi
製作時期	2017年3月	長さ	2分37秒
仕様	classic	言語	英語
用途	広報、宣伝	課題	サービス内容の周知
使用場所	WEBサイト		
内容	日本に来た外国人観光客が無料で自由に使えるWi-Fiアプリケーション、TRAVEL JAPAN Wi-Fiの機能、システムやメリットを分かりやすく伝えるsimpleshowです。形のないサービスなので、食事や買物、観光など、実際の日本旅行のシチュエーションをイラストで描きながら、快適なネット環境を利用できる様子を表現しました。		





simpleshow事例

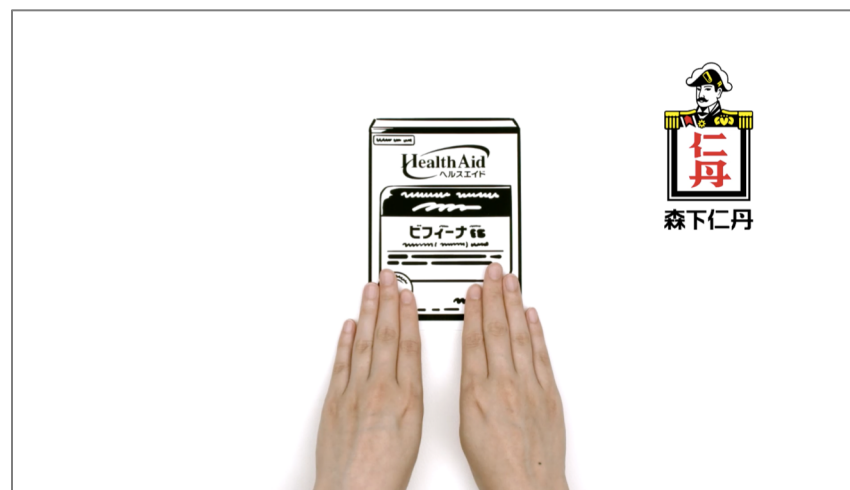
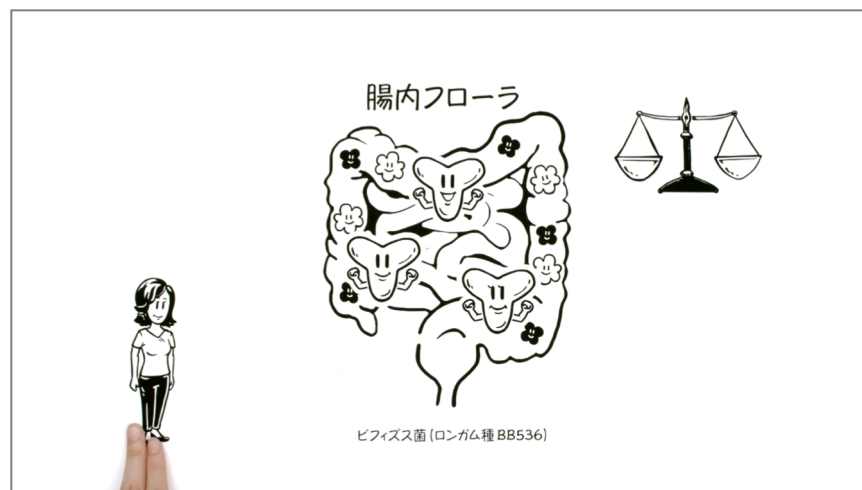
クライアント	リブドゥコーポレーション	トピック	リフレ「超うす安心パッド」
製作時期	2017年6月	長さ	約180秒、90秒
仕様	classic	言語	日本語
用途	販促	課題	製品カテゴリの啓発と商品解説
使用場所	WEBサイト、動画広告		
内容	40代女性の3人に1人が経験している、とっさの尿もれ。尿ケア商品である「超うす安心パッド」の使い心地や機能を解説したsimpleshowです。実写では表現しづらいテーマも、視聴者が共感できるキャラクターを使ったストーリーとイラストを組み合わせることで、わかりやすく伝えています。商品説明のサイトの他、動画広告としても活用いただいています。		





simpleshow事例

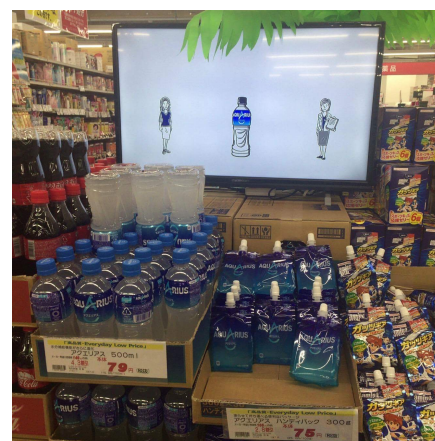
クライアント	森下仁丹	トピック	ヘルスエイド ビフィーナ
製作時期	2017年7月	長さ	約90秒
仕様	classic	言語	日本語
用途	販促	課題	機能性表示食品の解説
使用場所	WEBサイト、テレビCM(短縮版)		
内容	<p>生きたままビフィズス菌を腸まで届け、お腹の調子を整える機能性表示食品「ビフィーナ」。森下仁丹独自のカプセル技術と、機能性をイラストでわかりやすく表現しました。ランディングページに置く約90秒の通常版に加え、15秒の短縮版を制作し、テレビCMで活用いただいています。</p>		





simpleshow事例

クライアント	日本コカ・コーラ	トピック	アクエリ阿斯で水分補給
製作時期	2017年8月	長さ	約180秒
仕様	custom	言語	日本語／英語
用途	販促	課題	商品設計の訴求
使用場所	SNS（Instagram,Facebook,twitter）、ブランドサイト、流通		
内容	<p>「アクエリ阿斯」が人のカラダに与える優位性（成分・機能）をきちんと理解してほしい。その思いから欧米では主流となっている動画手法「解説動画」を活用しました。</p> <p>「スポーツドリンク」はその名前の通り「スポーツシーン」での飲用がほとんどですが「日常生活」で取り入れることで体調管理、熱中症予防に役立ちます。「なぜ？」アクエリ阿斯が体調管理や熱中症対策に役立つのか？という、機能性「アイソトニック設定」を、主婦層に向けてわかりやすく訴求する必要がありました。そこで、従来型の広告だけではなく、複雑なトピックでも短時間で理解できる、シンプルなイラストを用いた「解説動画」をWEBリニューアルに伴い、制作し活用しています。</p>		





simpleshow事例

クライアント	三菱UFJ国際投信	トピック	トレンド・アロケーション・オープン
製作時期	2017年11月	長さ	3分44秒
仕様	classic	言語	日本語
用途	販促	課題	商品の仕組みの解説
使用場所	WEBサイト、説明会		
内容	初心者向けの投資信託商品、トレンド・アロケーション・オープンを解説したsimpleshowです。事前知識の少ないターゲットに、投資信託の概念や商品のメリットを、分かりやすく自分ごと化して伝えるために、資産形成に悩む女性を主人公にした物語を作りました。解説動画はWebサイトのほか、説明会などでも活用されています。従来のパンフレットや紙資料で説明していたものが分かりやすく変わったと好評です。		



simpleshow事例



クライアント	JR東海	トピック	奈良 東大寺の大仏
製作時期	2017年12月	長さ	3分17秒
仕様	classic	言語	日本語
用途	広報	課題	歴史の解説
使用場所	WEBサイト、店頭、展示会		
内容	<p>修学旅行などで訪れることも多い奈良の東大寺。大きな大仏さまを見たことは覚えていても、その背景まで覚えている人はあまりいないのではないのでしょうか。JR東海では奈良旅行のキャンペーンとして「うましうるわし奈良」を打ち出しており、特集サイトの中で、大きな見どころの一つである東大寺の大仏を解説する動画を制作しました。奈良を訪れた主人公が、自分のご先祖さまから大仏の説明を聞くというファンタジックな物語です。Webサイトの他にもアンテナショップなどで活用されています。</p>		



simpleshow事例



クライアント	アフラック	トピック	アフラックのお店
製作時期	2018年1月	長さ	約180秒／60秒
仕様	classic	言語	日本語
用途	来店促進	課題	お店への来店促進
使用場所	SNS（Instagram,Facebook,twitter）、スマホ用WEBサイト		
内容	<p>「アフラックのお店」への来店促進として、お店の優位性の訴求を解説動画で制作しました。</p> <p>SNS（Instagram,Facebook,twitter）でのAD活用では字幕ありの短縮版を活用し、LPでは長尺を掲載しています。</p> <p>わかりやすいイラストとシンプルなモノクロの動画は、SNSのAD活用でもCV、CTRともに高い結果となり、来店促進へ寄与しています。</p>		

