



動画マーケティングに関する調査・分析、研究を行う 「Branded Movie Lab」を設立 企業活動の発展と映像文化貢献を目指す

米国アカデミー賞公認のアジア最大級の国際短編映画祭である「ショートショート フィルムフェスティバル & アジア（以下、SSFF & ASIA）」を企画運営する株式会社パシフィックボイス（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：別所 哲也）と株式会社オプト（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 CEO：金澤 大輔、以下オプト）は、**動画マーケティングの課題解決に特化した新規事業『Branded Movie Lab.』**を設立したことをお知らせいたします。

■ Branded Movie Lab.とは(<http://brandedmovielab.jp/>)

企業のマーケティング活動における、最新のブランディング手法のひとつとして、ブランデッドムービーが注目され始めています。

「ショートフィルム」と「デジタル」を活用することで企業のメッセージをストーリーに乗せて伝える。それがブランデッドムービー。

そのマーケティング効果、ビジネス貢献を科学的接近とクリエイティブ的接近によって可視化し、企業のブランデッドムービーづくりを支援し、リードするのがこのラボです。

なぜこの時代にブランデッドムービーが重要なのか、どのようなムービーがマーケティング効果の高いものなのかなどをパシフィックボイスと、企業のデジタルブランディングを支援するオプトが共同で分析、研究し、そのノウハウや情報をコラムや事例、調査分析結果として発信していくことで企業のマーケティング担当者や広告代理店、映像クリエイターのみなさまのブランデッドムービーづくりを支援します。

パシフィックボイスが担う役割	1999年から続く SSFF & ASIA で培った4万人の動画クリエイターネットワークを活かし、圧倒的に質の高いブランデッドムービーを企画・制作し、企業と生活者の新たなコミュニケーションを創出していきます。
オプトが担う役割	従来のニーズやマーケット調査、動画による生活者の態度変容・購買活動への影響に加え、表情解析などの先端手法による分析を取り入れることで、デジタルにおける動画マーケティングのメソッドを確立していく事が目標です。

「Branded Movie Lab.」が動画マーケティング市場に提供すること

- ① ブランデッドムービーのマーケティング価値定義
- ② ターゲットユーザーに効果的に届けるための流通設計
- ③ その効果分析・PDCAアプローチ
- ④ 上記3テーマに沿った国内外の事例やコラム、ラボ独自の取材や調査レポートの発信
- ⑤ 上記知見を活かした制作・コンサルティングサービスの提供