

世界の動画マーケターが注目するブランディングを目的としたショートフィルムの祭典『BRANDED SHORTS』10周年

ブランデッドムービーのノウハウを学ぶセミナー&ワークショップシリーズ

THINK by BRANDED vol.5に

【世界を揺らした『PERFECT DAYS』高崎卓馬氏が登壇】

企業はどう思われたいか？自社の「物語」を設計するワークショップ
SSFF & ASIA2026にて、6月1日(月) 開催決定！

- 日時：6月1日(月) 19:00-21:00 / 参加無料
- 会場：赤坂インターシティ コンファレンス (東京都港区赤坂一丁目8番1号)

BRANDED SHORTS

-THINK by BRANDED vol.5-

高崎卓馬氏と考える
ブランデッドムービーの作り方

-あなたの会社は どう思われているか。あなたは会社を どう思われたいか。-

参加
無料

講師
高崎 卓馬
WRITING&DESIGN Inc.
Creative Director/Writer

2026.6.1 [MON] 19:00-21:00
AKASAKA INTERCITY CONFERENCE CENTER the Amphitheater

米国アカデミー賞公認、アジア最大級の国際短編映画祭「ショートショート フィルムフェスティバル & アジア」は、企業や自治体によるブランデッドムービーを学ぶプロジェクト「THINK by BRANDED」の最終回となるvol.5を、2026年6月1日(月)に赤坂インターシティコンファレンスにて開催いたします。

本プロジェクトは、企業や自治体がブランデッドムービーを制作する際のノウハウを実践的に学ぶ全5回のセミナーシリーズ。

集大成となる今回は、映画『PERFECT DAYS』の共同脚本・プロデューサーであり、数々の心に響く企業キャンペーンを手がけてきたクリエイティブ・ディレクター高崎卓馬氏を講師に迎えます。

「自社はどう思われているか、そしてどう思われたいか」という根源的な問いを起点に、参加者自身が自社の課題を物語へと昇華させる設計図を作成する、超実践型のワークショップを実施。

世界的トップクリエイターの視点に触れながら、明日からのブランド戦略をアップデートする貴重な機会を提供いたします。

申込URL <https://thinkbybranded260601.peatix.com/>

国山ハセンさんと映画祭代表の別所哲也がTHINK by BRANDEDの設立背景とコンセプトを発表した第ゼロ回を皮切りに、第1回に博報堂 執行役員インターナショナルチーフクリエイティブオフィサー・博報堂ケトル ファウンダー、木村健太郎氏が、「広告と映画の狭間で生まれる物語表現」をテーマに「何をブランデッドするか」から発想する新しい創造を、第2回では「自社のサービス・ブランドが持つ「物語の種」を考える」をテーマに、2024年Branded Shorts of the Year受賞の東しによるブランデッドムービーをブランドコミュニケーションの視点で紐解きました。第3回目は自ら、企業と並走しながらブランデッドムービーをブランディングしている眞鍋海里氏を迎え、広告的なメッセージ表現にとどまらず、ブランドが社会や生活者とのような物語を紡いでいくのかをセミナー。第4回は株式会社FinTから大槻祐依氏(代表取締役)、仁藤大暉氏(FinTheater エグゼクティブプロデューサー)を迎え、「作って終わり」にしないための、SNS時代のコミュニケーション設計術をお聞きました。※第4回のアーカイブ映像を本日公開いたします。

URL <https://youtu.be/rqlrwlcsQjk>



高崎 卓馬 (クリエイティブ・ディレクター)

1969年 福岡県生まれ
早稲田大学法学部卒業後、電通入社。
2025年独立し、(株) WRITING&DESIGNを設立。
2024年、3度目のクリエイター・オブ・ザ・イヤーを受賞、など国内外の広告賞、受賞多数。
映画「PERFECT DAYS」(ヴィム・ヴェンダース監督)では企画・脚本・プロデュースを担当し、役所広司氏がカンヌ国際映画祭で最優秀男優賞を受賞。米国アカデミー賞国際長編ノミネート。
著書に小泉今日子の親衛隊の少年たちの青春を描いた小説「オートリバーズ」や広告スキルをまとめた「表現の技術」、絵本「まっくろ」「ともだちの木」などがある。
J-WAVEでは、毎週金曜深夜「BITS & BOBS TOKYO」MCを担当。

企業が自社の文化や価値観を再発見し、仲間とともに育てていくセミナーシリーズ THINK by BRANDED Vol.4 のアーカイブ映像を本日公開

日鉄興和不動産とBRANDED SHORTSは、企業ブランディングを“物語”で伝える「ブランデッドショート」に焦点を当てたセミナーシリーズ「THINK by BRANDED」を展開中。

第4回目のセミナーでは、花王・Mizkanを中心に、大手400社以上のSNS支援を行う株式会社FinTから大槻祐依氏(代表取締役)、仁藤大暉氏(FinTheater エグゼクティブプロデューサー)を迎え、制作したブランデッドムービーを社会やSNSでどう届け、企業の資産として最大化するかをテーマに解説しました。



URL <https://youtu.be/rqlrwlcsQjk>

【イベントレポート】

「SNS×ショートドラマ」が拓く、次世代のブランデッドコンテンツ戦略

2026年4月、SNSマーケティングの最前線を走る株式会社FinTが、「THINK by BRANDED Vol.4」にて最新の動画活用戦略を語りました。代表の大槻氏とプロデューサーの仁藤氏が登壇し、広告を「自分ごと化」させる編集技術と、戦略的な「届け方」の極意を公開しました。

広告から「コンテンツ」へのシフト

イベントの冒頭、大槻氏は「強制認知から交換認知へ」というパラダイムシフトを強調しました。かつてのテレビCMのように情報を強制的に見せる時代は終わり、現在はユーザーの関心事の中にブランドが共存する「交換認知」が不可欠です。視聴者の目が肥えた今、一方向的な「広告(アド)」ではなく、楽しめる「コンテンツ」として出会うことがブランド好意度を高める唯一の道だと説きました。

「0.5秒」で心を掴むための翻訳術

現代の視聴者は、スマホ画面をスワイプするわずか0.5秒でコンテンツを判断します。仁藤氏は「企業が言いたいことを伝える一方向的な『広告(アド)』ではなく、視聴者が見たいものの中にブランドを溶け込ませる『コンテンツ』へのシフトが不可欠」と指摘しました。三井住友カードの事例では、あえて倍速視聴の違和感をフックに、多忙な現代人の「タイパ意識」を投影。単なる機能紹介ではなく、視聴者が「これ、私のことだ」と感じる「自分ごと化」への翻訳が、深い共感と高いエンゲージメントを生む鍵であると説きました。

アルゴリズムを味方につける出口戦略

後半では、制作した動画を「どう届けるか」という出口戦略にフォーカス。拡散性の高いTikTok、世界観を重視するInstagram、リアルタイムな議論を生むX(旧Twitter)など、各SNSのアルゴリズムとユーザー属性の違いを解説。一律の配信ではなく、狙いたいターゲットや食後感に合わせて、キャプション一つから設計を変える重要性を強調しました。「良いものを作れば届く時代ではない。届ける戦略までがクリエイティブである」という力強いメッセージ。SNSを起点に、動画を企業の永続的な「資産」へと昇華させるフィンT社の実践的なアプローチは、来場した多くのマーケティングに新たな指針を示しました。

BRANDED SHORTS

【BRANDED SHORTS】

従来のコミュニケーションプランニングだけでは、顧客とのエンゲージメント醸成が難しくなってきた時代。企業と顧客とのコミュニケーションも大きく変化し、昨今、動画マーケティングに力を入れる企業が増えてきています。特にブランデッドムービーと呼ばれる映像は、「生活者にとっての価値(エンターテインメント性や有益性)」と「企業やブランド側からのメッセージや理念」を両立出来るコンテンツとして、注目を集めています。

2016年、ショートショートフィルムフェスティバル & アジアでは、このブランデッドムービーを国際短編映画祭としての独自の基準を設け、それらの作品を集める公式部門「BRANDED SHORTS」を設立し、国内外からブランデッドムービーを募集し、多種多様な作品を上映するほか、動画広告市場のより一層の活性化のためのイベントやセミナーを行っています。

<http://brandedshorts.jp/>



VISUAL EXPO

by BRANDED SHORTS

2026.9

11年目を迎える2026年、BRANDED SHORTSは映像祭の枠を超え、ビジネスの課題解決に直結するリアルなプラットフォーム「VISUAL EXPO BY BRANDED SHORTS」へと生まれ変わります。

<https://note.com/brandedshorts/n/n6e14cb7fb652>

単なるショウケースではなく、映像(=VISUAL)という強力なツールを軸に、あらゆるブランド戦略、次世代の人材育成、そして新たな価値を生むビジネスマッチングを加速させる共創の場へ。

映画祭代表の別所哲也は、この新たな展開に向け、以下のビジョンを掲げています。

「10年にわたり、私たちは映像が持つ『共感』の力を信じてきました。しかし今、ブランドに求められているのは、共感のその先にある『変革』です。2026年、BRANDED SHORTSは『VISUAL EXPO』へと進化し、映像をビジネスの戦略的資産として再定義します。クリエイターの感性と企業の志がぶつかり合い、新たな事業や人材が育つ。ここは、映像という言葉で未来を記述する『実利的な博覧会』です。視覚体験がビジネスを動かし、社会を動かす。その歴史的な転換点を、共に作り上げましょう。」

【ショートショートフィルムフェスティバル & アジア 2026 概要】

■開催期間：

5月25日(月) オープニングセレモニー
5月26日(火)～6月9日(火) 東京会場
6月10日(水) アワードセレモニー

※オンライン会場は 5月25日(月)～6月30日(火)

■上映会場：MoN Takanawa: The Museum of Narratives
(Box1000、Tatami、パークテラス)
赤坂インターシティコンファレンス、ユーロライブ、
WITH HARAJUKU HALL、LIFORK HARAJUKUほか

■チケット：

【前売り】一般 1,500円、大学生/U29/シニア/障がい者割引 1,200円
小学生・中学生・高校生 1,000円 小学生未満 無料

【当日券】一般 1,800円、大学生/U29/シニア/障がい者割引 1,500円
小学生・中学生・高校生 1,300円 小学生未満 無料

【パスポート】一般 7,000円、学生/シニア/障がい者割引 5,500円

【オンライン会場】2,500円(日本国内) / 15米ドル(日本国外)

※オンライン会場のパスポートは5/25から販売開始

■一般からのお問い合わせ先：info@shortshorts.org

■オフィシャルサイト：<https://www.shortshorts.org/2026>



【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社ビジュアルボイス/ショートショートフィルムフェスティバル & アジア PR担当：田中 press@shortshorts.org

画像のダウンロード：

https://drive.google.com/drive/folders/1IKsP7J8YJWXU_cfbB2LYS7Wz7qAkkFRm?usp=sharing