

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集大成となるアーカイブページ公開

【木村健太郎氏、高崎卓馬氏のセミナー映像も本日公開】

——学びをビジネスの変革へ。

9月開催の「Visual EXPO」へ向けいよいよ始動！



Visual
EXPO
by BRANDED SHORTS

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、BRANDED SHORTS 10周年を記念し、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」を、2025年10月のキックオフ（第ゼロ回）から8か月、5回にわたりシリーズで開催してまいりました。

本日、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、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語った第1回、「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受賞の東レ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いた第2回、自ら企業と並走しながらブランデッドムービーをプランニ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どのような物語を紡いでいくのかをセミナーした第3回、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について話した第4回、そして映画『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、「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した第5回まで、すべてのアーカイブ映像と、振り返りをまとめたnoteも公開されました。

<https://note.com/brandedshorts/n/ncd9ec8603e5a>

そして、BRANDED SHORTSは10周年を経て、映像を通じてブランド戦略、人材育成、ビジネスマッチングを加速させるビジネスプラットフォーム「Visual EXPO by BRANDED SHORTS

（<https://expo.brandedshorts.jp/>）をいよいよ9月28日より始動します。

出展・参加企業・自治体・団体の申し込みを絶賛受付中。

THINK by BRANDED vol.1 アーカイブ映像&抜粋レポート



<https://note.com/brandedshorts/n/na97ad86a0ed5>

無限の可能性を広げる「ブランデッドコンテンツ」の本質と発想術

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、木村健太郎氏を講師に迎え行われた本セミナーでは、広告と映画の間に位置する「ブランデッドストーリーテリング（ブランデッドコンテンツ）」の本質と、変化し続けるクリエイティブの可能性について話しました。

従来の広告がワンクールで露出を終えるのに対し、ブランデッドコンテンツは、生活者が自ら進んで見たいくなる「コンテンツ」を主軸とします。楽しんでいるうちに自然と企業や商品を好きになる「ブランドの取分」を掛け合わせることで、長期間にわたり効果が持続するのが最大の特徴。登壇者は、成功のコツとして「どんな映像を作るかではなく、何をブランデッドするかから発想すること」の重要性を提示しました。

その対象は映画に留まらず、あらゆる生活動線や事象に存在する。セミナーでは、全広告予算を映画制作へシフトした『BMW FILMS』をはじめ、iPhoneのみで撮影した映画の凄さを伝える「メイキング」、大谷翔平選手のファールボールを48時間で製品化した「ハブニング（現象）」、そして毎年父の日に自発的にシェアされ続ける『トヨタ・ラビングアイズ』のような「歳時（季節）」など、多岐にわたる先進的な事例が紹介されました。

映像という狭い枠に縛られず、「このコンテンツをどうブランデッドしようか」と逆転の発想を持つことで、イベントやサービスなど無限の領域から斬新なアイデアが生まれます。最終的にそれを世に広める手段として必ず映像化されるからこそ、まずはコンテンツの種を見つけることが、これからのクリエイターやマーケターに求められる視点であると締めくくりました。

THINK by BRANDED vol.5 アーカイブ映像&抜粋レポート



<https://note.com/brandedshorts/n/n1c01689a82c9>

映像によるブランディングの本質

本セミナーでは、クリエイティブディレクターの高崎卓馬氏により、広告と映画の境界線を越えた新しいブランディング映像のあり方が提示されました。

高崎氏はまず、広告と映画の本質的な違いについて、優れた広告は「1000人が見て全員が同じ感想を持つ、ブレのないもの」である一方、優れた映画は「1000人が見たら1000通りの解釈が生まれるもの」とであると定義しました。その上で、企業のブランディングのために広告と映画を融合させた「ブランデッドショート」というジャンルにおいては、単なる一過性の情報伝達にとどまらず、時間を超えて愛される映画的な「解釈の多様性と豊かさ」を持ち込むことが重要であると指摘しました。

優れたブランドは「自分自身のことを語らず、自分が愛しているもののことを語る」という姿勢を根底に、高崎氏は、メッセージという事実をただ提示するだけでは人間の心は動かないとし、それを表現によって「どう伝えるか」という手法の部分にこそ、同等の熱量を注いで悩むべきだと語りました。

そして、クリエイティブの過程においては、一つのアイデアに決してしがみつかず、「企画は無限にある」という柔軟な前提に立つことが求められるとし、クライアントや周囲からの懸念や異なる意見すらも、アイデアをもう一段高い次元へと磨き上げるためのヒントとして面白がり、対話を通じて設計図を強固にしていける姿勢が不可欠と話しました。

また、ヴィム・ヴェンダース監督との映画制作経験から得た「カメラの後ろ側（作り手の心根やチームの空気感）は必ずスクリーンに映り込み、聞き手に伝わってしまう」という示唆は、企業のブランディングにおいても極めて重要な意味を持つと語りました。

社会的なテーマを扱う際、企業の利益誘導や下心が透けて見えるようでは、本当の意味で人々に愛されるブランドにはなり得ません。メディアの枠から解放され、表現の自由度が増した現代だからこそ、単なるビジネスの解説や素敵なムービーの枠を超え、受け手に豊かな余白を残した「企業の人格やセンス」をピュアに伝えていく映像表現が求められています。

Visual EXPO by BRANDED SHORTS 9月28日（火）、29日（水） 赤坂インターシティで開催

Visual
EXPO
by BRANDED SHORTS

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/ncd9ec8603e5a>

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、「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』。映像をビジネスの戦略的資産として再定義し、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『実利的な博覧会』と表現し、「歴史的な転換点となる場を共に作り上げたい」とビジョンを掲げています。



【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/>

【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/1T4ZaxH7vmkRPImFvmz2qazZIEQ6YV71p?usp=sharing>