

○企画制作/電通 関西支社+エンジンフィルム○CD /奥田英輝○企画+C /山下修平○PR /岡島淳、中嶋幸行○PM /藤本修平、渡辺健斗○演出/山崎匡紀○撮影/根本祐樹○照明/藤村智之○美術/宮守結衣○特殊技術・特機/柳川敬克○ST/宮本まさ江○HM /小沼みどり、荒井孝治○アクションCRD /辻井啓典○CAS /田村勇樹○音響効果/徳永義明○カラリスト/高橋直孝○編集/遠藤知洋(オフライン)、武川晋也(オンライン)○録音/石堂浩之○ミキサー/田岡政文○AE /大川博史、成田友亮○NA /福田幸○出演/内田裕也



クリエイターの熱量が 企画採用のポイント

心に残った プレゼン術

Vol.107

サンコー
インダストリー
奥山淑英

ねじの専門商社であるサンコーインダストリーは創業70周年を迎え、4月16日から初のテレビCMを放映している。

モノクロ画面に映るのは、時代劇の世界。ミュージシャンの内田裕也さんが悪役4人に囲まれる中、「人の生きざまは千差万別。俺はロックンロール。お前は何者だ」と語りかけ、刀を抜く。すると刀の刃と柄のつなぎ目にある「ねじ」がフォーカスされ、同社の社名がナレーションで読み上げられるという内容だ。

同社ではこれまで、取り扱う製品の機能紹介動画を制作したことはあるが、企業広告としてCMを展開したことはなかった。代表取締役社長の奥山淑英さんは「会社の成長フェーズに合わせて、テレビCMを打ちたいと前から考えていました。そこで、ロックフェスへの協賛がきっかけで親交のあった内田さんに相談

したところ、電通関西支社さんを紹介してもらったんです」と話す。そうした経緯がキャスティングにもつながっている。

電通関西支社からは提案前に、CMの目的・ターゲットや必ず入れるべき要素を聞かれたが、あえて制約を設けずに「自由な案を」と依頼。「予算感などは初期にすり合わせ、あとはクリエイターの方々に任せました。私たちはCMに関して専門家ではないし、制約がないことが積極的なアイデア出しにつながると考えているからです」と奥山さんは言う。

最終的に7つの企画が提案され、社内でも数回プレゼンの場が設けられた。「どの場でも同じ企画を一押しと説明していました。企画を採用した決め手は、その熱量です。プレゼンの段階で、もうクリエイターさん側で実現するべき案は決まっていたと思いますよ」。



表現場でもクリエイターの意向を汲んでおり、「モノクロ・BGMなし」の演出が今回のCMのポイントになっている。ただ、セリフは同社からの提案で最小限に削っている。

「会社として伝えたいことを詰め込みすぎず、見た人の心に留まるインパクトを重視しています。必要以上のことは、インターネットで調べてもらえれば充分です。結果、BGMがないことが際立ち、CMを見てもらうためのフックにもなりました」と奥山さん。

同社の宣伝・広報活動による一番の狙いはテレビ番組でのパブリシティとなっており、今回のCM展開では複数のメディアから反応を得られているという。「CMのような大きな展開はそれほど多くできませんが、ねじという専門分野で、今後も話題をつくっていききたい」と奥山さんは語った。



おくやま・よしひで
代表取締役社長。1974年ねじのまち東大阪で誕生。佛教大学を卒業後、2003年にサンコーインダストリーに入社。営業部を経験のち、電算部にてプログラミングを学び、ITによる在庫管理の着想を得る。2012年に代表取締役社長に就任。就任後は物流センターのさらなる能力向上に着手。