

勝手CMアワード

月1回 渋谷のミニシアターに集合
クリエイターによる新作CMの競演



企業を“勝手に”応援するCM風映像作品「勝手CM」。そのユニークなコンセプトと既成概念に縛られない自由な表現が次世代広告の一つとして注目されています。

全国のクリエイターを巻き込み「1メディアとして勝手CMを盛り上げていこう!」と始まったのが映像イベント「勝手CMアワード」。ユース・カルチャーの発信地、渋谷にある映画館アップリンクファクトリーを会場に、月1回ペースで開催。会を重ね徐々にファンを増やしています。

参加する監督は映画やアニメ、漫画など多様なジャンルで活躍する新進気鋭のクリエイターたち。主催のムービーインパクトが事前に題目となる商品を提示。監督たちには、著作権厳守、公序良俗に反しないといった基本的

なルールを守りながら、オリジナリティを活かしたCMを自由奔放に制作します。その結果、アワードでは毎回17から20作もの未公開作品が発表され、「テレビCMではありえない!」そんな斬新な作品が続々誕生しています。

エントリー作品はアワード会場での上映と同時に携帯テレビサイト「1 mini.TV」にアップロードされ、観客とネットユーザーの人気投票によりグランプリが決定します。劇場では参加監督がステージに昇り、作品の裏話などを披露。劇場には併設されたカフェもあるのでビール片手に鑑賞でき、監督と観客が和やかに歓談するなど、アットホームな雰囲気イベントです。

★ 多ジャンルで活躍するクリエイターと個性豊かな出演者

映像ディレクターはもちろん映画監督やアニメーター、漫画家なども全国から参加。出演者の個性も魅力

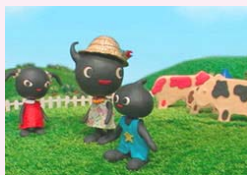
★ プレスリリース、イベントサイト、SNS、新聞雑誌、DMなどで告知

さまざまなメディアに告知し広く観客を募るとともにイベントの認知度向上に努めます

★ 観客満足度の高いイベント進行

会場で行うアンケートでは毎回90%を超える回答者が「楽しかった」と評価(※)

(※「とても楽しかった」「まあまあ楽しかった」以上の回答の合計)



【勝手CMとは】

ムービーインパクト代表の神酒大亮が提唱したCM風映像作品。2007年、既存企業のCMを“勝手に”制作し動画共有サイトYouTubeに自主制作動画としてアップロードしたところ、斬新な発想とクオリティが高く評価され、他のクリエイターや広告関係者、マスコミなどに広まっていった。その後、テレビのバラエティ番組や雑誌「BRUTUS」のYouTube特集(2008年12月)で記事として掲載されるなど各方面で話題となっている。

監督(作者)の自由意志による表現を重視するが、以下3つのルールは厳守される。「誹謗中傷しない」「音楽など著作権を侵害しない」「広告主と関係のないことを明記する」



第1回グランプリ

「すれ違い篇」(題材:NTTフレッツ光)
監督 磯田彰

第一回グランプリに輝いたのはキャッチコピーを得意とするCMディレクターの作品。ネットアクセスが遅いため、大切な恋人との会話がずれていき最悪の結末を迎える。モテる男になるには回線スルスルじゃないと、と痛感させた面白CM。



第2回グランプリ

『ナップスター劇場「くるった伝言」篇』(題材:ナップスター)
監督 ハマダオウイチロウ

ウェブクリエイターで2児の父でもある監督による、分かりやすくハイセンスな作品。子どものおもちゃたちが伝言ゲームをしていくが微妙に内容がずれていき...ほのぼのとした作風に男女幅広い観客が投票しました。



第3回グランプリ

『素顔のまま 篇』(題材:神戸フランチ 魔法の生チョコレート)
監督 越智和寛

アワードには全国から作品が届きます。広島でテレビディレクターとして活躍する監督がグランプリに。大根役者でもこのチョコレートを食べれば思わず迫真の演技に、というコントのようなCM。会場では試食会も行われ盛り上がりました。



第4回グランプリ

『居酒屋あるある音頭 篇』(題材:ホットペッパー)
監督 高原浩人

監督自らが酔っぱらいに扮し、渋谷のセンター街でオリジナルの音頭に合わせて踊る。とぼけた音頭と監督の勇氣あるダンスに、会場は笑いと感動の拍手で包まれた。酔っぱらってクーポンをなくしても携帯クーポンがあればOKですね!



第5回グランプリ

『就活爆発 篇』(題材:asahi.com)
監督 神酒大亮

就職浪人中の主人公が面接会場で一歩乱起こしてしまうコメディ作品が最多票を獲得。過去アワード全てに参加し15作を発表してきた監督は「試行錯誤の中で面白いCMのコツを研究しました。その努力がやっと報われた」と感慨無量。



勝手CMと絡みたい!とっていただけたら...

★ 完全スポンサーになる

勝手CMアワードが貴社の商品(サービス)一色に染まります。複数の監督による動画CMが一気に10本以上(過去アワード実績17本~20本)誕生。来場者は楽しみながら貴社の商品を熟知していきます。またイベント前後にプレスリリースも打ちますので『文化活動支援』としてブランドイメージのアップにつながります。上映後はウェブ掲載はもちろん、携帯サイト1mini.TVで商品を販売することも可能です。

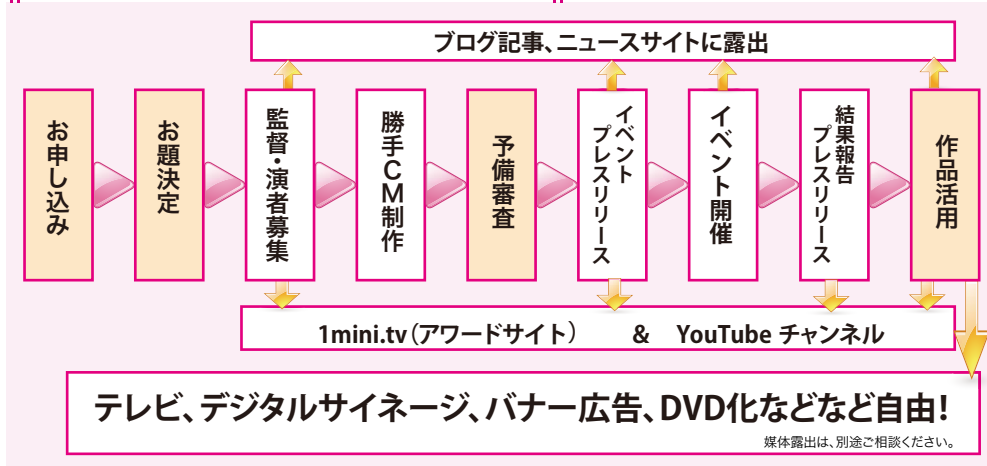
★ 一部スポンサーになる

複数出題されるCMの題目の一つとして貴社の商品(サービス)をエントリーすることができます。原則として監督の自由意志によってCMが制作されるため、何本のCMができるかは、上映時のお楽しみ。ただし、最低3本の上映は補償させていただきます。上映後はウェブに掲載し、また携帯サイト1mini.TVで商品販売が可能です。貴社オリジナルの勝手CMをリーズナブルな価格でお試しいただけます。

★ テンプレートCMを使う

勝手CMのインパクトを実感していただくためのお試しプラン。これまで制作されたユニークなCMの中から、スポンサー未契約の作品をテンプレートCMとしてレンタルすることができます。内容の一部(オチ部分)を貴社の商品に差し替え貴社のCMとしてご利用いただけます。09年11月現在、34作品ものユニークCMがテンプレートとしてラインナップ。貴社に適した作品をご提案させていただきます。

勝手CMアワードのフロー



今ならdocomo公式サイト1mini.TV(ワンミニ)掲載料0円です。ドコモメニューリストの動画/お笑いジャンルは5サイトしかありません。そのうちのひとつなので、目立ちます!



http://1mini.tv/