



EXIT
FILM



田村祥宏（たむらやすひろ）

株式会社イグジットフィルム

フィルムディレクター／クリエイティブディレクター

映像のディレクション、そして映像を中心としたメディアミックス型コンテンツのクリエイティブディレクションを行う。**映画的な演出や、個人としての作家性を大切にしながら**、ドキュメンタリーの現場で培った技術により、映像制作の全ての行程をワンストップで行う。また映像やWEB、音楽や写真など、様々なクリエイティブコンテンツの持つ価値を、企業や社会の課題解決に上手く組み込めないか、という挑戦をしている。国内外のアワード受賞多数。

“映画と広告に、差が無くなってきている”

そうだったらいいな。。。

映像の種類

CM

映画

WEB広告

Music Video

セミナー映像

オンラインコンテンツ

企業VP

映像のジャンル

アクション

サスペンス

ラブロマンス

アート

ホラー

ドキュメンタリー

映像の王様は “映画”

つまらない動画

説明動画

単調なインタビュー動画

低画質

内輪感

揺れが酷い

視聴者を楽しませることを第一に考えていない動画は

つまらない

それって広告的な価値も無いのでは？

映画を作るのは難しい

僕もまだ。。。。

2008年

CANON 5D mark2



2007年

iPhone発売

iPhone

ANNOUNCED:

January 9, 2007

RELEASED:

June 29, 2007

KEY FEATURES:

3.5-inch diagonal screen; 320 x 480 pixels at 163 ppi; 2-megapixel camera

PRICING:

4GB model, \$499; 8GB version, \$599 (with a two-year contract)



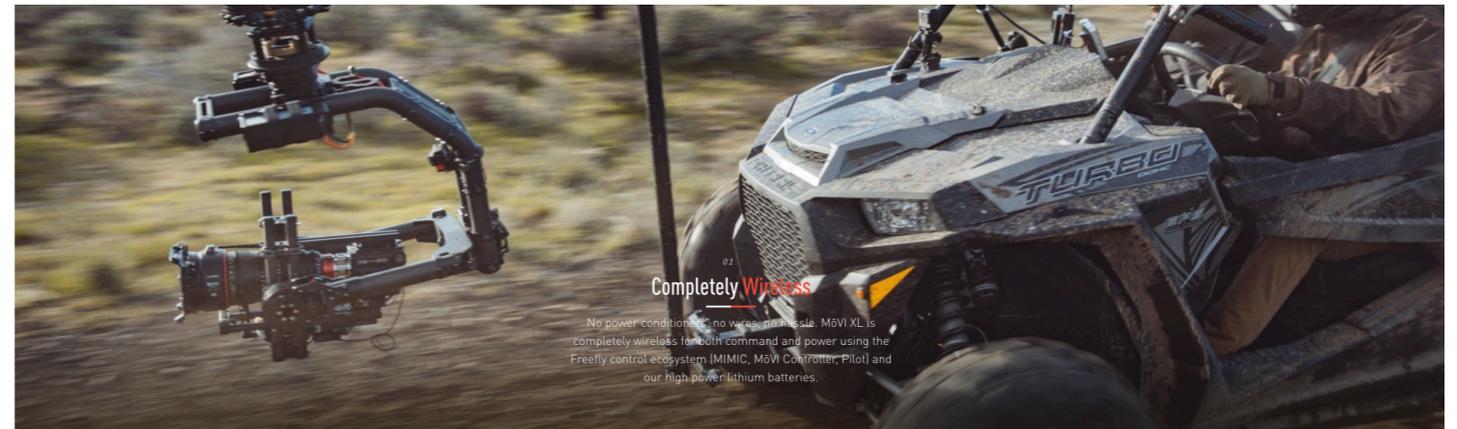
制作者側からも、視聴者側からも
映像への接点が急拡大

プレイヤーが増えたことで テクノロジーに物凄い進化が

安価な高性能シネマカメラ



3-Axisジンバルシステム



INSPIRE 2

POWER BEYOND IMAGINATION



WATCH ALL VIDEOS

The Inspire 1 was a revelation. The first filmmaking drone in the world to integrate an HD video transmission system, 360° rotating gimbal and a 4K camera, as well as the simplicity of app control. The launches of the Zenmuse X5 and X5R cameras further cemented the Inspire as a critical tool for filmmakers around the globe.

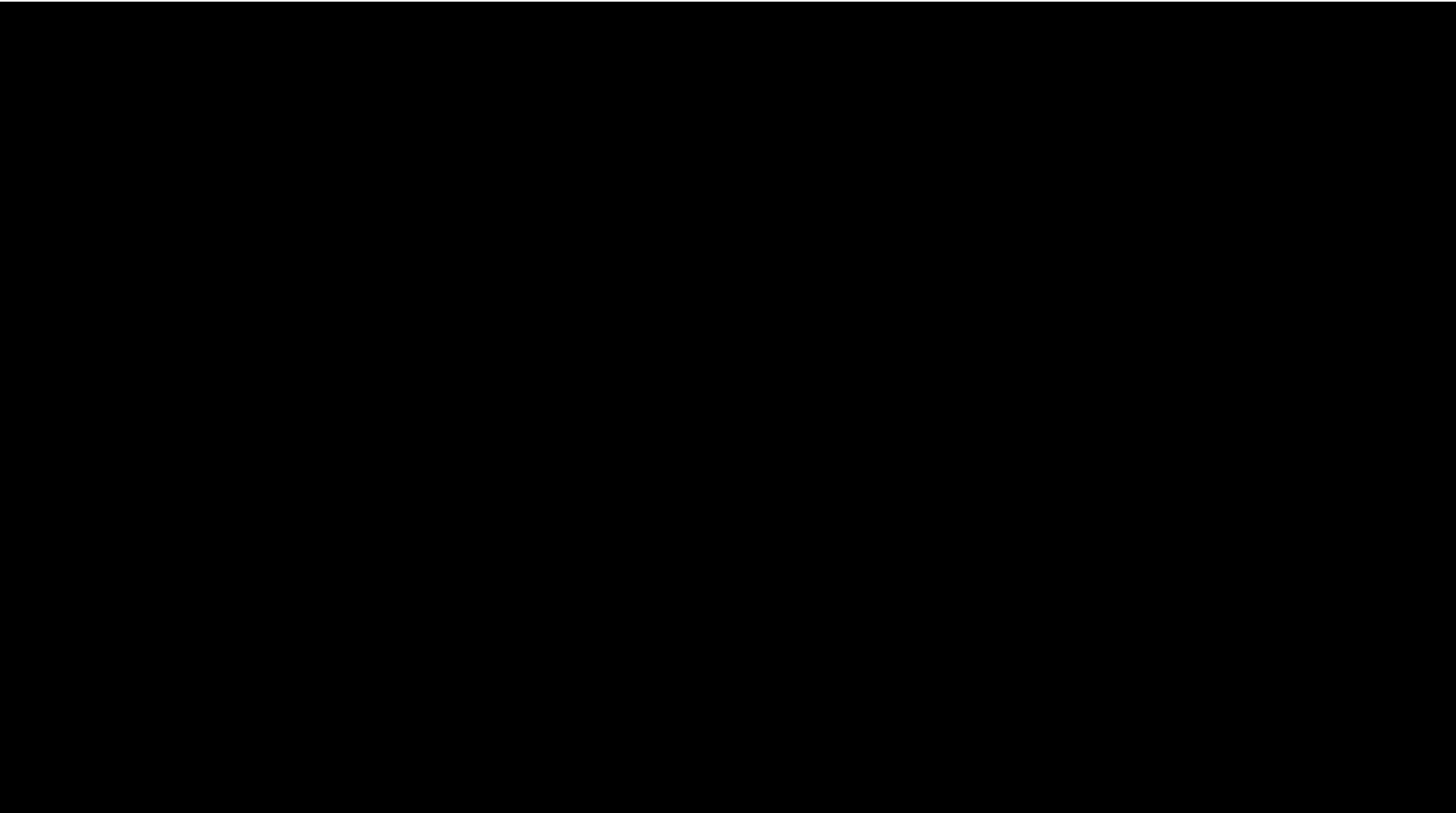
The Inspire 2 takes everything that was good about the Inspire 1 and improves it. The image processing system CineCore2.0 has been upgraded to CineCore2.1, recording video at up to 6K in CinemaDNG/RAW and 5.2K in Apple ProRes when used with Zenmuse X7 camera. It goes from 0 to 50 mph (80 kph) in just 5 seconds and hits a maximum speed of 58 mph (94 kph) and has a max descent speed of 9m/s for unheard of speed and agility in an aircraft this size. A dual battery system prolongs the flight time to a maximum of 27 minutes (with an X4S), while self-heating technology allows it to fly even in low temperatures.

FlightAutonomy has been revised and developed specifically for the Inspire 2, providing two directions of obstacle avoidance and sensor redundancy. Increased intelligence adds multiple intelligent flight modes, including Spotlight Pro, giving even single pilots the ability to create complex, dramatic shots.

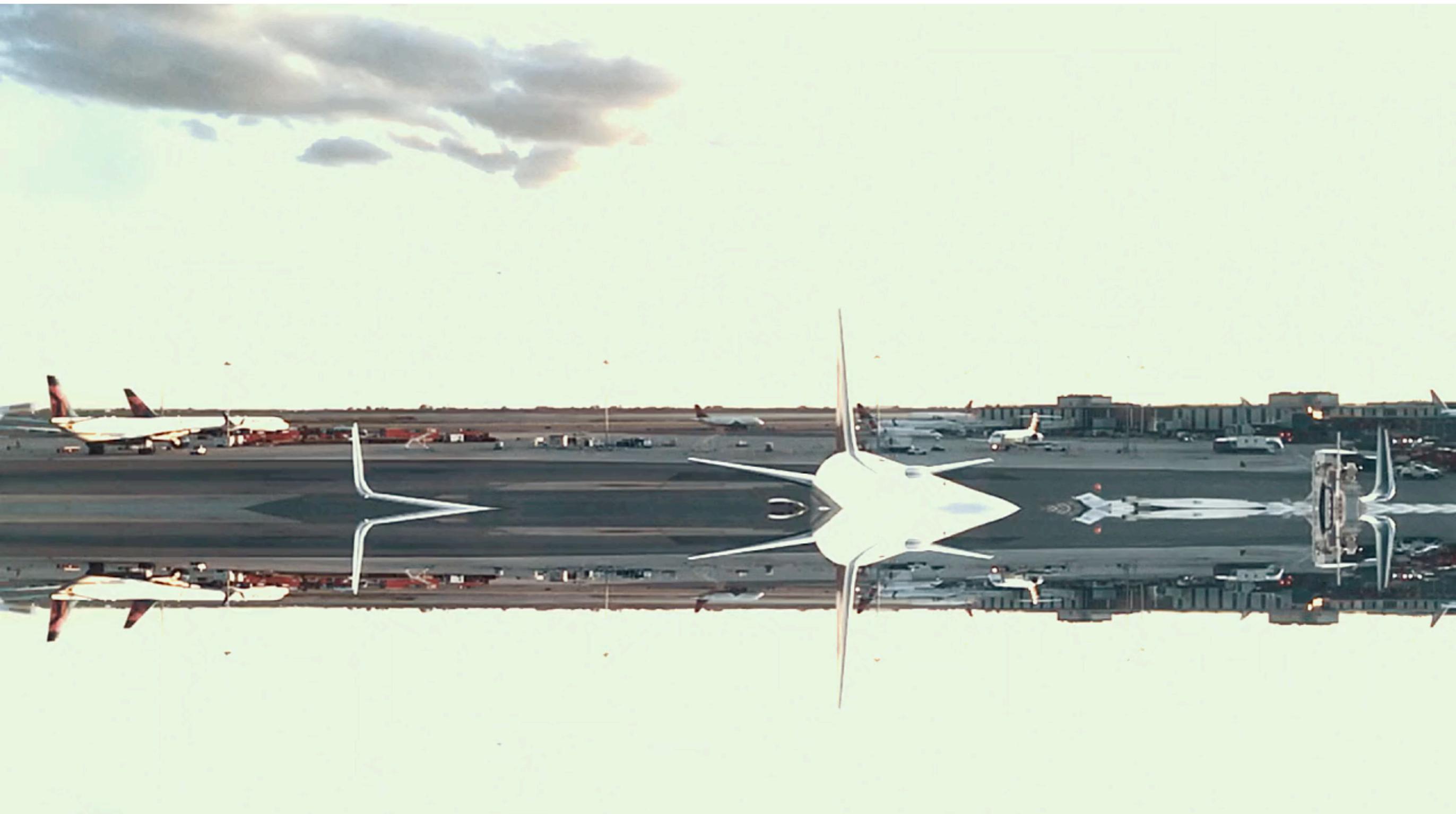
An upgraded video transmission system is now capable of dual signal frequency and dual channel, streaming video from an onboard FPV camera and the main camera simultaneously, for better pilot and camera operator collaboration.

RAW撮影が可能なドローン

Three Minutes — A Short Story by Peter Chan — Apple



NYPOLAR



中途半端な機材／技能では、差が作れない



Vimeo Staff Picks

We really love videos, and these are the videos we really, really love. All of these videos have been hand picked by the real humans who work at Vimeo. We hope you enjoy them!

▶ なにか見てみよう

OLD MAN WINTER

Hope Technology: Old Man Winter from hopetech

12.5 K件の動画 814 K人のフォロー

共有 [フォロー中](#)

最近追加されたタイトル

[詳細](#)



あたしだけを見て / Look at Me Only
Tomoki Misato | 7732 再生数



Hope Technology: Old Man Winter
hopetech | 12.3 K 再生数



A Kid From Somewhere: Pat O'Rourke...
NOWNESS



The Statue Experiment
Hiroshi Takagishi | 5169 再生数



Places, Thank You Places
J.J. Adler | 13.6 K 再生数



Adam
William Armstrong | 22 K 再生数



A.CHAL FT ASAP NAST [CUANTO]
Dexter Navy | 11.8 K 再生数



GAMECHANGER
BIND | 9257 再生数



Hypertrain
Fela & Etienne | 8635 再生数



The Hanging
weathered features | 49.6 K 再生数



Via
Maria Constanza Ferreira | 20.6 K 再生数



Planet J | Amnesty International | Dire...
Alessandro Novelli - NEWGOLD | 13.3 K ...

Staff Pick Premieres



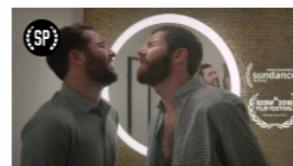
The Hanging



IRONY



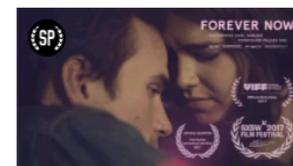
Have Heart



Men Don't Whisper



Mountain Fever



Forever Now

“ハイレベルの作品でなければ戦えない”

これが映像業界の現状

昔に戻ってしまった。。。。

僕は映画がやりたい

映画には、

人々の行動を変え、より良い世界を作る力があるから

本年度アカデミー賞最有力作品

ゴールデン・グローブ賞主要部門受賞

・最優秀作品賞・最優秀監督賞・最優秀主演男優賞

トム・ハンクスは
フォレスト・ガンプ
一期一会
いちごいちえ

この名作に飾る言葉は要らない...



©1994 Twentieth Century Fox Film Corporation. All Rights Reserved. "FORREST GUMP" is a trademark of Twentieth Century Fox Film Corporation. "FORREST GUMP" is a registered trademark of Twentieth Century Fox Film Corporation. "FORREST GUMP" is a registered trademark of Twentieth Century Fox Film Corporation. "FORREST GUMP" is a registered trademark of Twentieth Century Fox Film Corporation.



ヨーロッパ各国の映画祭で賛否両論! 観客を震え上らせた衝撃作!

冷酷極まりない衝動殺人はなぜ起きたか!?

人間の本質に鋭く斬り込むポーランドの鬼才クシウトフ・キェシロフスキ監督作品

KRÓTKI FILM



1988年 カンヌ国際映画祭審査員賞
1988年 カンヌ国際映画祭批評家協会賞
1988年 第1回ヨーロッパ映画賞グランプリ
1988年 ポーランド映画祭グランプリ・監督賞

0 殺人に関する短いフィルム

ZABIJANIU



配給:ヘラルド・エース 699
日本ヘラルド映画



2：議員たちの死刑に対する見解を揺るがせた『殺人に関する短いフィルム』

最高に盛り上がるアート映画とは言えないが、クシシュトフ・ケシロフスキ監督の『殺人に関する短いフィルム』は、ポーランドの議員たちに大きな影響を与え、さらには「目には目を」という言葉が示唆する倫理観に理解を示した。1988年に公開されたこの映画の舞台は、うらぶれた冷戦後のワルシャワ。そこである若き放浪者が、タクシー運転手を殺害した罪で逮捕され、極刑を言い渡される。殺したいという人間の残忍な欲求と、国家によって下される冷酷な贖罪方法を巧妙に配置し、観る者へ「どちらの行動が正しいか」と言外に問いかけるのだ。

カンヌ国際映画祭で物議を醸しながらも評価されたこの映画は、最終的に死刑制度に対するポーランドの姿勢へも影響を与えることとなった。この作品の公開後、すぐにこの制度が廃止されたのである。それだけでなく、この映画の感情をあらわにしたラストシーンは同様の議題を扱った国連の会議にも取り上げられ、フィクション映画にも変革を起こそうとする気持ちに影響を及ぼすことができるのだということを証明したのだった。

映像には人々の行動変容を促す強い力がある

全ての映像が、そんな素晴らしいクオリティーであったなら

“映画と広告に境が無くなった世界”

制作者 / 視聴者 / クライアントにとっても

素晴らしい世界

映画的な映像広告は、
視聴者に感動的な体験を与え、
行動変容を生み、
コストに優れた、
最高のマス広告だからです。

映画的な観点から見て質の悪い作品は

視聴者に対して付加価値が無い

コスパも悪い

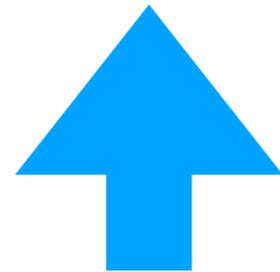
最悪

映画的な映像広告は、
視聴者に感動的な体験を与え、
行動変容を生み、
コストに優れた、
最高のマス広告だからです。

よく代理店さんに言われるYouTube広告の常識（笑）

5秒間の中に言いたいことを全部詰め込んで

30秒で離脱させる



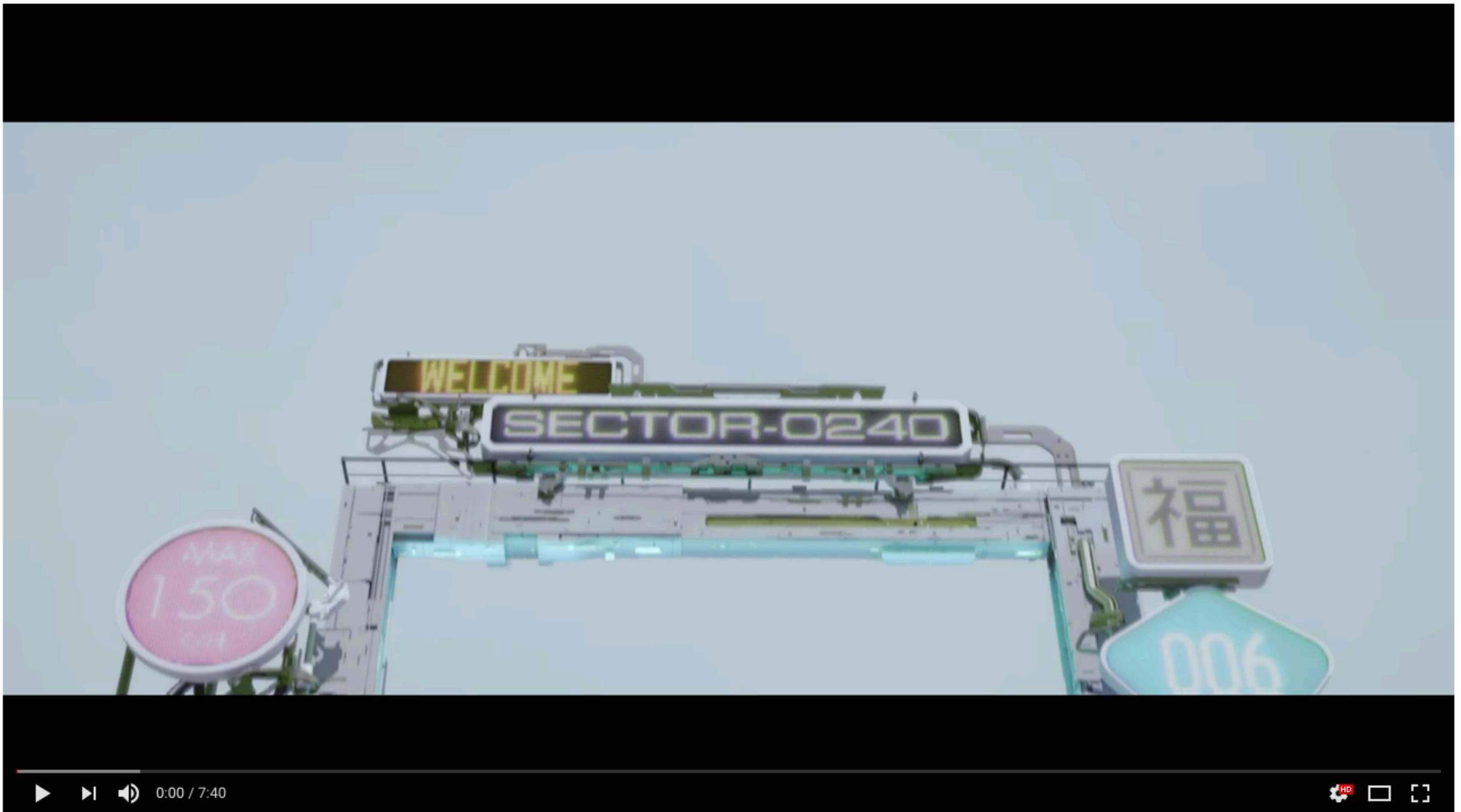
つままない動画を作れってこと？

5秒で広告スキップの場合

30秒を超えた時点から課金

まず大前提として、、、

再生数は全て広告費



MIRAI 2061 【本編】

視聴回数 511,514 回

👍 857 💬 37 ➦ 共有 ≡



PrefFukushima
2018/02/18 に公開

チャンネル登録 4,269

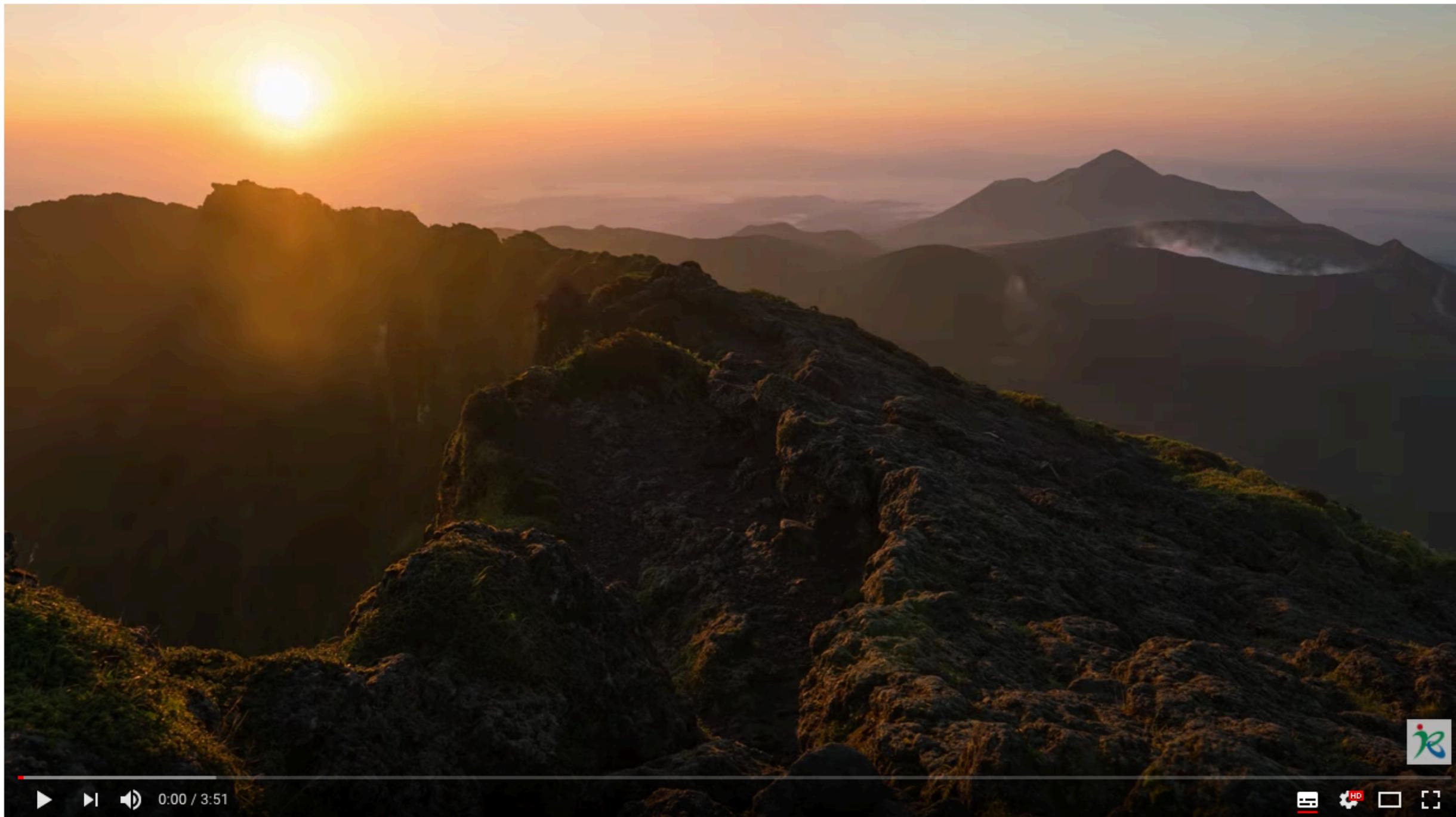
福島県は、クリエイティブディレクター**箭内道彦**さん監修のもと、2061年の福島県を舞台にしたショート・ミュージカル・ムービーを制作しました。

[もっと見る](#)

この動画にはコメントできません。

MIRAI 2061





Pure Green Kobayashi-City Miyazaki, Japan 4K (Ultra HD) - 宮崎県小林市

視聴回数 4,320,752 回

👍 357 💬 16 ➦ 共有 ≡

 小林市公式チャンネル
2017/11/15 に公開

チャンネル登録 3,227

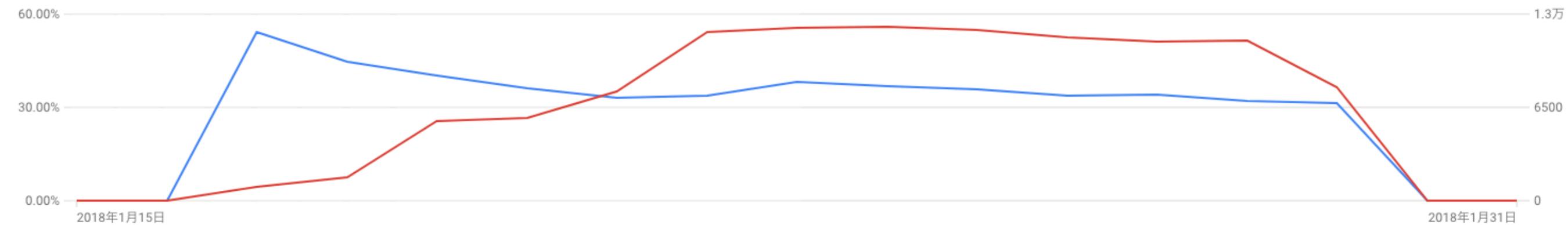
Turn on subtitles and the shooting location will be displayed.
字幕をONにすると、撮影地が表示されます。

もっと見る

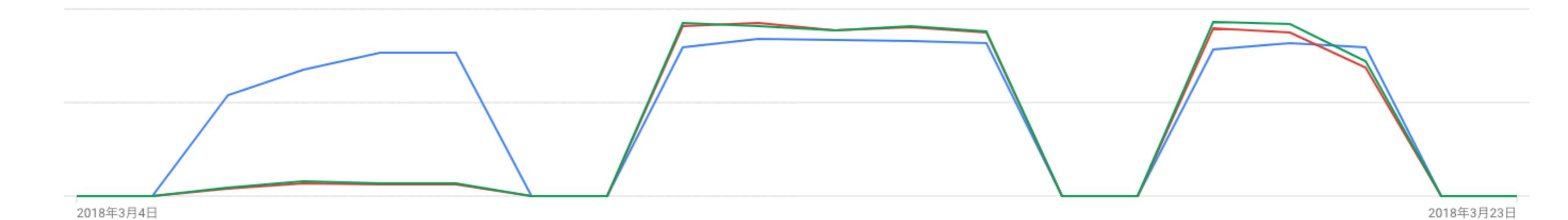
33 件のコメント ≡ 並べ替え

Pure Green Kobayashi-City Miyazaki, Japan 4K (Ultra HD) - 宮崎県小林市

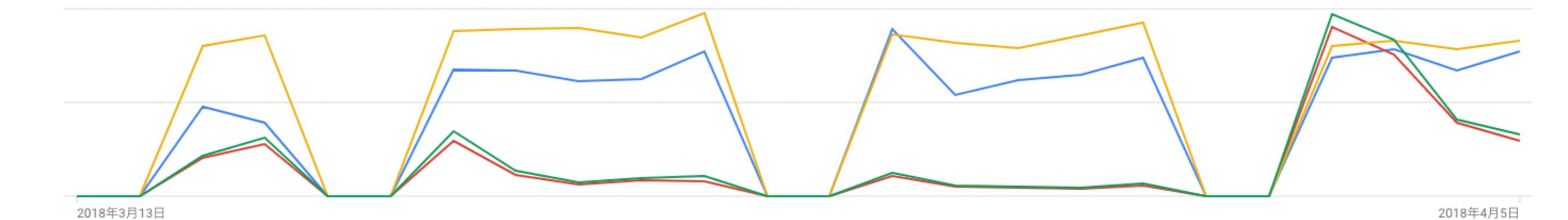
34.96%	視聴回数	平均クリック...	費用
34.96%	11.1万	¥73	¥12.8万



43,177	視聴回数	平均広告視聴...	費用
48.65%	4.32万	¥1	¥5.15万



視聴率	視聴回数	平均広告視聴...	費用
46.54%	1880	¥1	¥2500



Nagasaki Gateway to Japan 4K (Ultra HD) - 長崎

視聴回数 9,033,139 回

 674  9  共有  



Nagasaki JAPAN
2018/03/11 に公開

チャンネル登録 690

Learn more about Nagasaki <https://gateway.visit-nagasaki.com/>

Turn on subtitles and the shooting location will be displayed.

字幕をONにすると、撮影地が表示されます。

もっと見る

43 件のコメント  並べ替え

Bullying and Behavior

視聴回数 125,620 回

 475  31  共有  



EXIT FILM inc.
2018/01/16 に公開

動画の編集

Website: <https://bullyingandbehavior.com>

Website (日本語): <https://bullyingandbehavior.com/ja/>

Behind the Scenes: <https://youtu.be/uz2Joy8kp-w>

もっと見る

116 件のコメント  並べ替え



ナツマカダミア 2か月前

この広告に見入り過ぎて目当てのものをみずにこれをまた見にきた。

👍 38 🗨️ ❤️ 返信

返信を表示 ▼



詳細 2か月前

これが広告で出てきて初めてスキップせずに見た。

👍 55 🗨️ ❤️ 返信

返信を表示 ▼



FX石塚 2か月前

初めてフルで見た広告だわ、
なんかよくわからんけど心に来た

👍 10 🗨️ ❤️ 返信

返信を表示 ▼



World Peace 2か月前

広告に出てきて、テーマ重すぎてビビってたらめっちゃ素敵な作品で
動画飛んできました...

👍 23 🗨️ ❤️ 返信

返信を表示 ▼



Nanase Mayaguchi 2か月前 (編集済み)

初めてスキップせずに見た動画。
ただのCMではなく、いじめと
いう広告にしづらい内容を、見ている
人を惹きつけるように上手く作られてる
詳細

👍 2 🗨️ ❤️ 返信

返信を表示 ▼



長居 2か月前

この歌も最高！誰の何て歌だろう？

👍 2 🗨️ ❤️ 返信

返信を表示 ▼



須々万本郷時雨 2か月前

初めて広告でスキップしなかった

👍 2 🗨️ ❤️ 返信

返信を表示 ▼



Elena Domingo 2か月前

いつもは広告は即飛ばすんですが、なぜかこの広告は出だしが衝撃だったこともあってそのまま見続けました。5分以上もある広告を飛ばさず見たのは初めてです。主役？の男の子の自信のなさそうな風貌とキレのあるタップにギャップが雰囲気があっていいですね。

👍 3 🗨️ ❤️ 返信

返信を表示 ▼



miu miu 2か月前

広告から来ました。ん？五分超えの広告...？と不思議に思いつつ眺めていたら、あっという間に引き込まれました。映像から何まで素敵でした。特に最後のタップしている主人公の背中と共にクレジットが出てくるところがお気に入りです。チャンネル登録しました。ありがとうございます。

👍 3 🗨️ ❤️ 返信

返信を表示 ▼

“映画と広告に境を無くそう”

映画っぽい映像って何？

“視聴者の為に” 作られた映像

事例を観てみよう

グーグルとアップルの違い

カルチャー（ブランディング）

大規模セット撮影

社会実験

メタ表現（説明にドラマを）

技術的なアプローチ

ドラマ（映画）

コメディ

ドキュメンタリー（社会価値）

アート（ブランディング）

カルチャー（社会変容）

社会価値

最近、国内で最も映画っぽかった広告映像

『ティファニー・ブルー』 【Presented by ティファニー×ゼクシィ】

成田凌×杉咲花主演『ティファニー・ブルー』 【Presented by ティファニー×ゼクシィ】

視聴回数 4,044,422 回

👍 1.5万 💬 122 ➦ 共有 ≡+ ...



zexycm
2017/11/21 に公開

チャンネル登録 7,009

特設ページはコチラ→<http://zexy.net/contents/pr/1711tf/>
『君の名は。』『世界から猫が消えたなら』で社会現象を巻き起こした映画プロデューサーで小説家の川村元気が、ティファニー×ゼクシィと制作した、一生分の一步を踏み出すラブストーリー
もっと見る

809 件のコメント ≡ 並べ替え

niko and ...であうにあうMOVIE 2018 「君とノートとコーヒーと」



niko and ...

CONCEPT | NEWS | RECRUIT

🔍 SHOPLIST



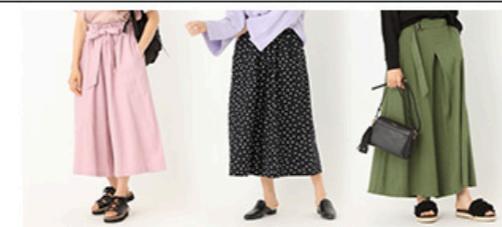
菅田将暉さんのコーディネート指南

COACH JACKET



夏まで長く着回せる 旬な素材のデイリーアイテム /
 ヨーロピアンレーヨンリネンパンツ

niko and ...



ALL

WOMEN

MEN

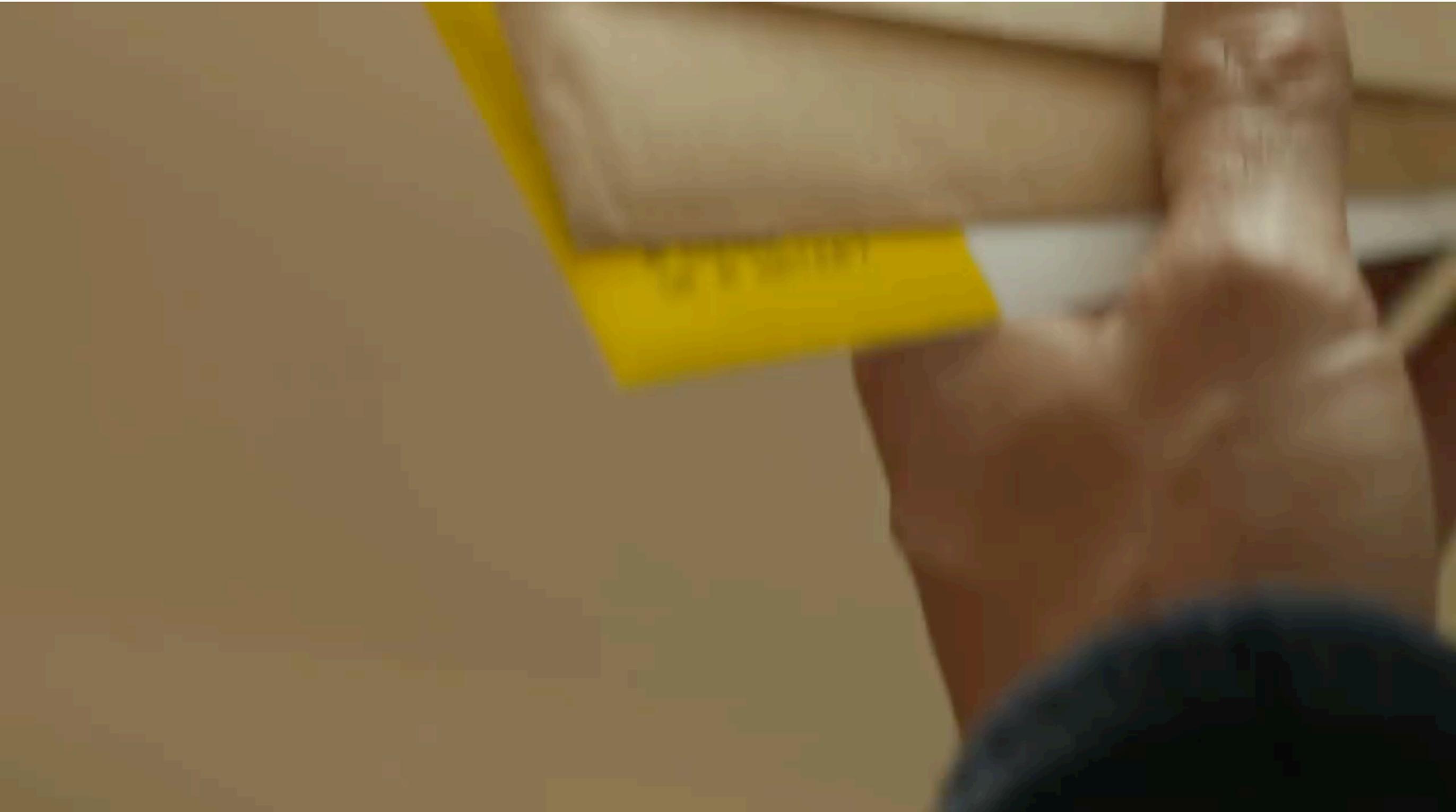
GOODS

NUMERALS

食品にまつわる最近、面白かった広告映像

ドキュメンタリー (社会実験)

The Marmite Gene Project – Test Results



Unilever, the owner of the famously divisive food brand, has recently launched Marmite's largest ever advertising campaign.

Entitled the "Marmite Gene Project", it takes the form of a scientific study looking to uncover the DNA responsible for either loving or hating Marmite. The television advert that is at the centre of the campaign shows various families opening their gene test results at home to find out whether they are born lovers or haters of the yeast spread.

Our brand tracking data shows that the ad has had a strong impact. Among the general public, Marmite's Ad Awareness score increased from 3% to 12% since its release in early September. The ad's impact on those who are considering buying Marmite is even greater, jumping from 4% to 21% in the same time frame.

Ad of the month - Marmite

Which of the following food or drink brands have you seen an advert for in the PAST TWO WEEKS? % general public vs. considerers



ブランドと演出の相関

Google Pixel 2 ; Ask more of your phone



The New iPad Pro — On Any Given Wednesday — Apple

Appleは説明CMを作らないのか？

The all-new Apple Music.



もう1つ食品系の広告映像を

少し前ですが、、、

ヨーグルト会社の広告映像

INGRID SILVA // THE JOURNEY

Carat: Activia brand positioning shifts from function to emotion

25 OCT 2016



Activia is moving from functional to emotional with a new global brand positioning and marketing campaign called “Live InSync.”

The **Danone**-owned yogurt brand is taking “an aspirational approach” to health and nutrition in a bid to engage a younger target audience—women 29 to 39—in a dialogue about achieving balance or being “in sync.”

Previous campaigns targeted women over 40 and centred on Activia’s “B.L. Regularis” probiotic bacteria and healthy eating habits. The “Activia Challenge,” for example, aimed to help Canadians get their daily dose of probiotics.

“Activia focused more on the functional benefit and more on the product,” says **Geneviève Bolduc**, marketing director at Danone Canada. The idea behind the repositioning “was to start to have more of a holistic approach towards health, bring the brand towards more of an emotional standpoint, and start to have a conversation with women.”



The “Live InSync” theme, which will be rolled out worldwide, is based on a global study commissioned by Activia that

技術的なアプローチ

H&M Spring Collection 2018



コメディ

It's perfectly normal. Until it's kwiffed.

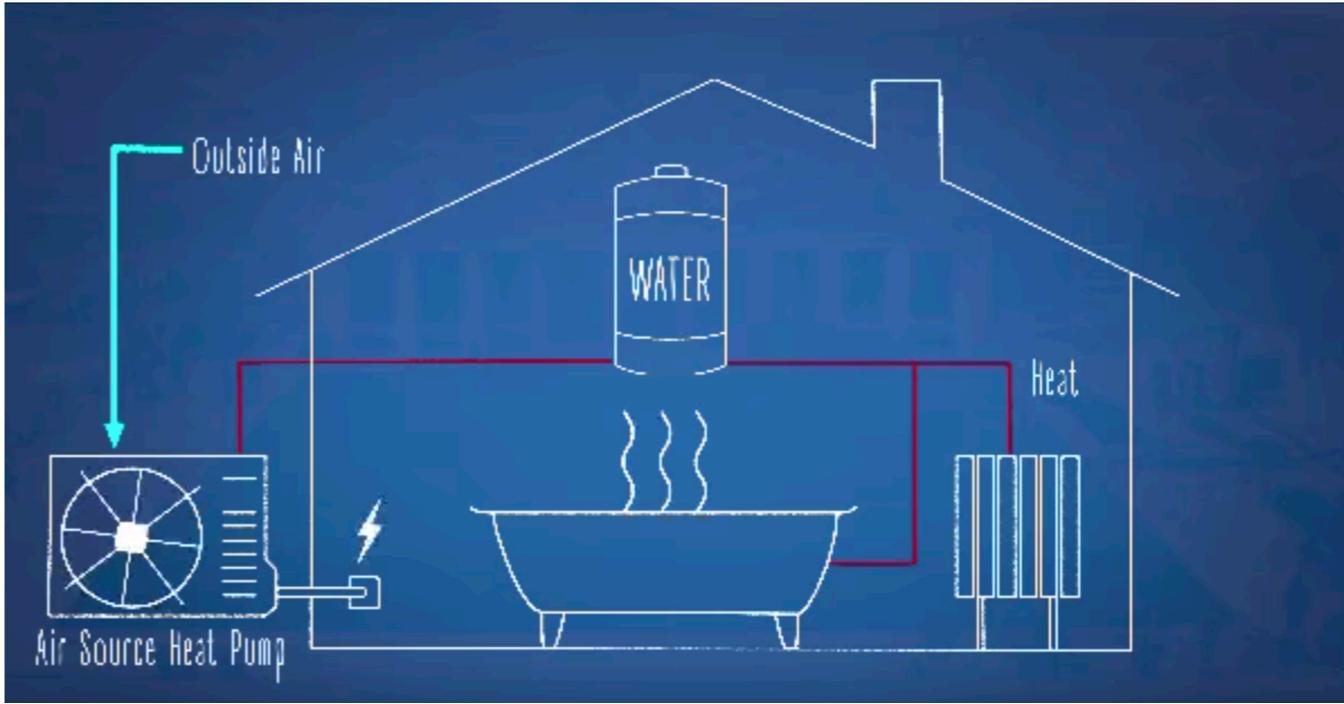


「我々のような若い会社が大手競合会社と戦うには、
プロダクトの素晴らしさを伝えるだけではダメなんだ。
**もっと私達のストーリーをそこに紹介させて、
見る人達を納得させないといけない。」**

公共性、社会課題を取り扱う

It's perfectly normal. Until it's kwiffed.





皆さん、ぜひ広告で映画を作ってください！