

*Online AD-VENTURE STUDIO*  
*Outsider-bros.com*  
アウトサイダー・ブロス

# オンライン アド・ベンチャー①

**We Are:** クリエイティブアウトサイダーたち(フリーランスCMプロデューサー・ディレクター・Webプロデューサーら)が組織ではなく1件ずつの円卓に集合、費用対効果に優れた顧客サービスを提供。

**Profile:** 2006年解散した※ハイブリッド映画制作会社デジタルピラミッド・平石光男シニアプロデューサーが発起人。CM制作400本のキャリアとデジタルコンテンツの融合をスタート。  
※ハイブリッド制作(米国投資資金開発・韓国制作・日本配給)

online creative  
produce

www.  
outsider-bros.  
com.

mitsuo.hiraishi  
@gmail.com

**Ad・Venture:** 請負・下請け・共同制作・LLP等案件のスタイルに適應する著作権管理。メディアやターゲット戦略に適したクリエイティブ開発。コストパフォーマンスに見合う戦略サービス。

**Table:** 制限や制約のある広告主(広告弱者)へのフォローアップ。  
1) 地域リテラシーのある企業等のメディアプランニングを利用した動画サービス開発。  
2) 中小企業のビジネスBLOG立ち上げ。

デジタルコンテンツ  
プロデュース

アウトサイダー

Producer  
平石光男  
09040961911

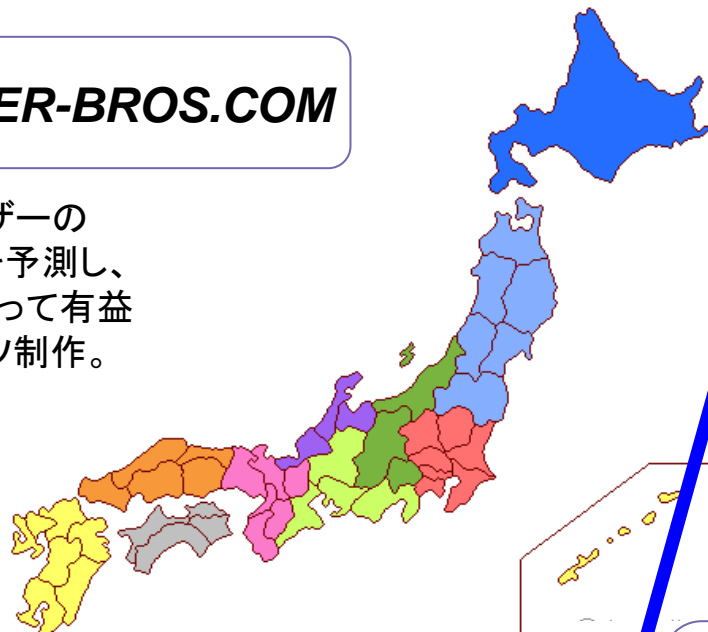


## オンライン アド・ベンチャー②



**OUTSIDER-BROS.COM**

ネットユーザーの  
アクションを予測し、  
広告主にとって有益  
なコンテンツ制作。



企業に必要なオンライン  
クリエイティブエンジン

首都圏中心の4大メディア。

↓  
エリア制限のないWEB活用。

制約の多い業種業態。

↓  
BLOGの多面性を生かした  
アピールと注目度。

消費者反応が怖いマスメディア方式。

↓  
反応を吸い上げる<見える化>ビジネス。

# オンライン クリエイティブ

環境変化対応

属性(個人の感性)を優先したクリエイティブ開発

プッシュ型からプル型(消費者が選ぶ)へのシフトチェンジ

メディア費

制作費の10倍以上の  
メディア購入費の再検討。

眠っている自社サーバー  
(レンタルも含む)の稼動。

バイラルパワー

口コミの原動力。  
F1・M1層への強カアピール。

地方シネコンの有効利用  
(シネアドの専用CM)。

動画2, 0

YOUTUBEに発する  
ネット動画の強み。  
ノンタレントでのクリエイティブ。

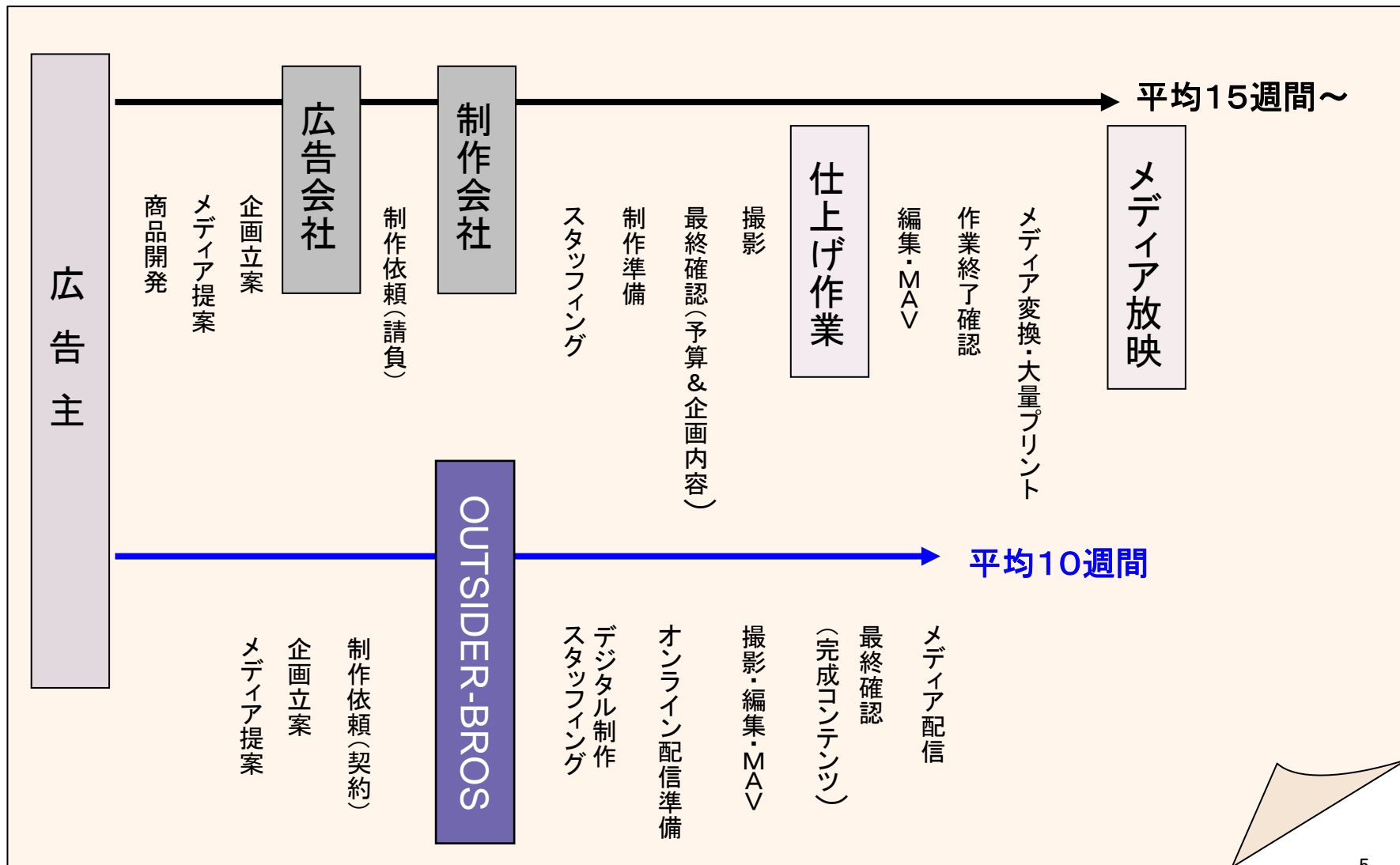
地デジ携帯の発達による  
携帯動画の求心力。

WEB環境

BLOGGERによる  
情報収集能力の発達。

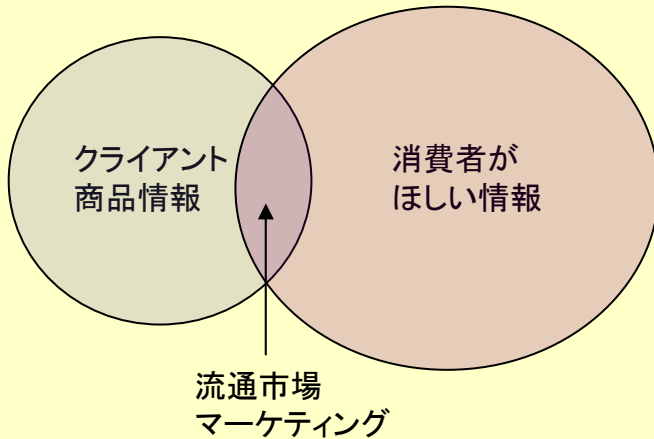
FTTHの急速な発展による  
WEB広告ビジネスの倍増化。  
(2011年7500億円市場)

# 動画広告ダウンサイジング



# オンライン = 消費者も発信者

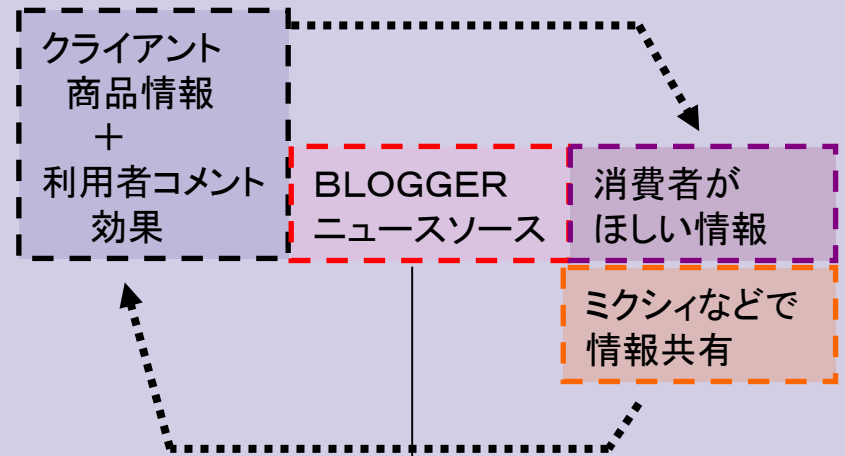
## トラディショナルメディアのディストリビューション



現在の情報ではなく、過去のマーケティングデータからの推測から発するクリエイティブワーク。

伝えるべき人以外にもリーチしている分無駄も大きく、費用も増大。

## ビジネスブログのディストリビューション



きょう現在の情報価値の高いスパイスの効いたクリエイティブワーク。

消費者に響くニュース性のある情報はブロガーを介して自転する。

# プロダクション・フロー

動画やWEBを利用したい企業

OUTSIDER-BROS.COM

直接取引  
(ダイレクトアクセス)

動画の場合

企画立案  
メディア提案

制作契約  
メディア契約

制作準備  
スタッフ選考

撮影・仕上げ  
完成試写会

メディア変換  
サーバ構築

アフターケア

オリエンテーション

ウェブの場合

企画立案  
メディア提案

制作契約  
メディア契約

デザイン  
パーツ作成

プログラム設計

テストラン

アフターケア

START

2WEEK

1WEEK

2WEEK

4WEEK

1WEEK

TOTAL  
10WEEKS

お支払い

クリエイティブフィー  
1/4入金

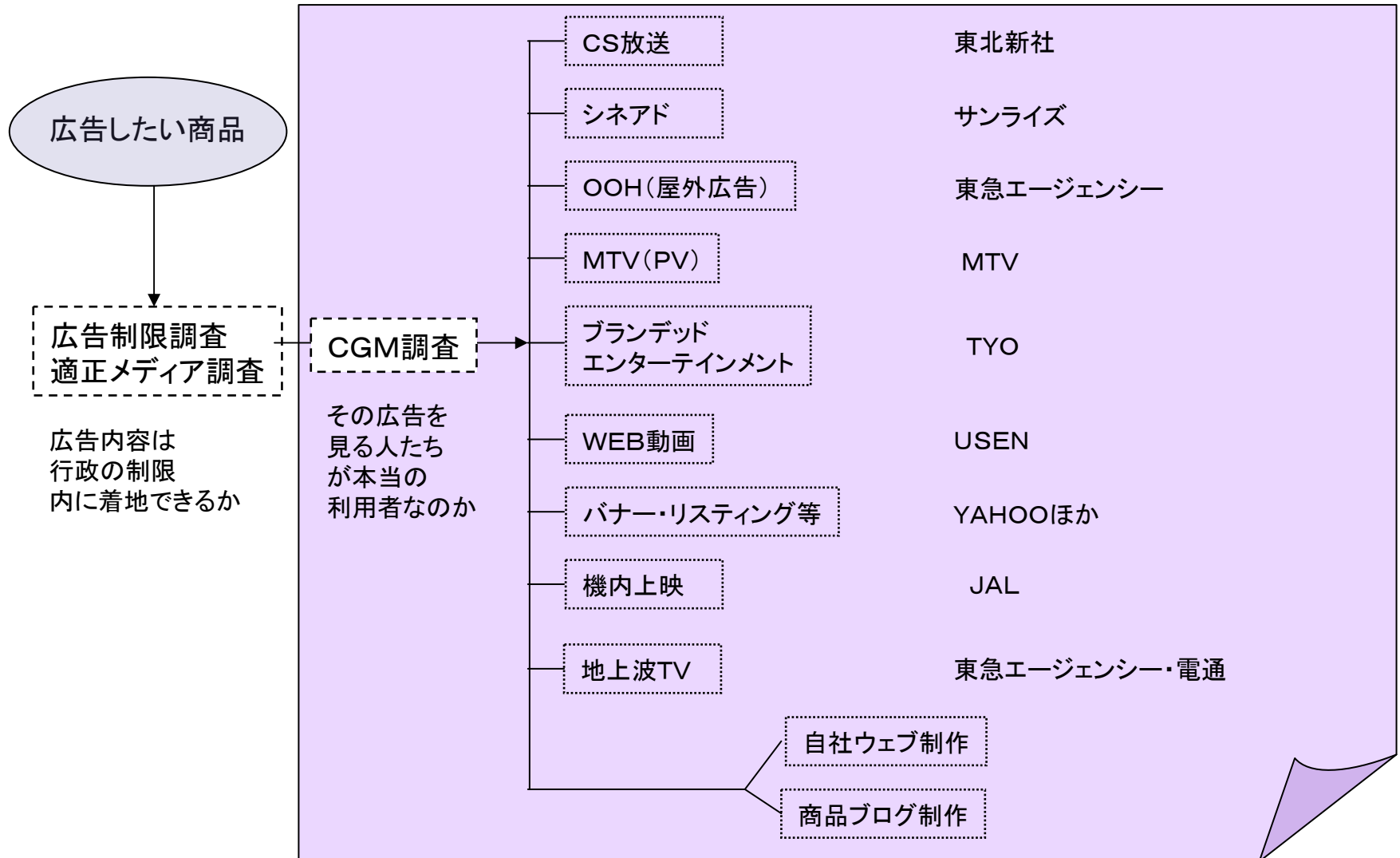
制作費・メディア費  
2/4入金

制作費・メディア費  
3/4入金

制作費・メディア費  
4/4全額入金

制作スタート

# メディア・ディストリビューション



# 対象クライアント

## ビジネスBLOG導入

広告に大きな制限がある企業や組織

- ・病院BLOG
- ・弁護士BLOG
- ・学習塾BLOG
- ・マッサージBLOG
- ・薬局BLOG
- ・健康食品BLOG
- ・旅行業BLOG
- ・不動産BLOG
- ・探偵事務所BLOG
- ・結婚相談所BLOG
- ・占い・運勢判断BLOG
- ETC

## 動画広告導入

中央デビューしていない企業で  
直接消費者と関わりのある産業。

- ・不動産会社・旅行業
- ・菓子メーカー・玩具メーカー
- ・地方広告会社・ラジオ局・新聞社
- ・エンターテインメント業
- ・地方銀行・信用金庫
- ・J2以下のプロサッカーチーム
- ・温泉や旅館組合、ホテル
- ・ホームセンターやスーパー
- ・バス会社・第三セクターの鉄道
- ・トランクルーム・倉庫業
- ・墓地斎場・結婚式場
- ETC

# 正攻法では広告しづらい会社や業態例

## ■ 各都道府県および市や町の条例で広告できない業種 または大きな制限のある業種内容

- 1 人材募集広告
- 2 語学教室等
- 3 学習塾・予備校等(専門学校を含む。)
- 4 外国大学の日本校
- 5 資格講座
- 6 病院、診療所、助産所
- 7 施術所(あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復)
- 8 薬局、薬店
- 9 医療品、医薬部外品、化粧品、医療用具(健康器具、コンタクトレンズ等)
- 10 いわゆる健康食品、保健機能食品、特別用途食品
- 11 その他介護保険法に規定するサービス・その他高齢者福祉サービス等
- 12 不動産事業
- 13 弁護士・税理士・公認会計士等
- 14 旅行業
- 15 通信販売業
- 16 雑誌・週刊誌等
- 17 映画・興行等
- 18 占い・運勢判断
- 19 結婚相談所・交際紹介業
- 20 調査会社・探偵事務所等
- 21 労働組合等一定の社会的立場と主張を持った組織
- 22 募金等
- 23 質屋・チケット等販売業者
- 24 トランクルーム及び貸し収納業者
- 25 ダイヤルサービス

## その2

### 26 その他、表示について注意を要するもの

#### (1) 割引価格の表示

価格を表示する場合、対象となる元の価格の根拠を明示すること。

例:「メーカー希望小売価格の30%引き」等

#### (2) 比較広告

比較広告は掲載しない。

#### (3) 無料で参加・体験できるもの

費用がかかる場合があるときは、その旨を明示すること。

例:「昼食代は実費負担」「入会金は別途かかります。」等

#### (4) 責任の所在、内容及び目的が不明確な広告

広告主の法人格を明示し、法人名を明記する。また、広告主の所在地連絡先の両方を明示する。

連絡先については固定電話とし、携帯電話PHSのみは認めない。

また、法人格を有しない団体の場合には、責任の所在を明らかにするために、代表者氏名を明記する。

#### (5) 肖像権・著作権

無断使用がないこと。

#### (6) 宝石の販売

虚偽の表現に注意する。(公正取引委員会に確認を要する。)

例:「メーカー希望価格の50%引き」(宝石には通常、メーカー希望価格はない。)等

#### (7) 個人輸入代行業等の個人営業広告

#### (8) アルコール飲料

ア 未成年者の飲酒禁止の文言を明確に表示すること。

イ 飲酒を誘発するような表現の禁止

例:お酒を飲んでいる、又は飲もうとしている姿 等

## 参考: TVCM制作費

### ■ 日本のスポットCM制作費は約1500万円

主な内訳はおおまかに下記のとおり

制作準備(企画立案・ロケハン等)	10%
制作人件費(演出・カメラマン・デザイナー等)	35%
機材費(カメラ・照明・録音等)	5%
スタジオ費またはロケ(スタジオレンタル・移動費等)	10%
美術費(セット制作・コスチューム等)	15%
出演費(出演・ナレーター等)	5%
フィルム・テープ費(撮影フィルム等)	5%
仕上げ費(現像・編集・録音等)	15%
直接費合計(仕入れ原価)	100%
事務所維持管理費(原価の乗数)	15%
請求合計	上記の総数

※通常TVCMで見ている有名クライアントのタレントCMなどは、この枠を出て3000万~5000万。欧州ロケやCGIのアニメーション等付帯技術が加算されると1億円もあります。

(しかもタレント出演費を除き)

ちなみに米国の平均バジェット(制作費)は3000万円。

世界で一番高いフランスで4500万円。

迫りくるアジアのキラ都市、上海で800~1000万円。

※日本全体での市場規模は約2000億円。偶然ですが映画産業も2000億円。市場規模最大のパチンコ産業の100分の1未満(パチンコ産業は22兆円)

**制作費は決して不透明ではありません。**

しかし数字だけを見るプロダクション管理部門の人にとっては高い安いの基準を見つける手段は確かにないです。

株価同様相場ですね。この内容(企画)であのスタッフならこのくらいだろう。そのすべてを掌握しているのがCMプロデューサー。だから経験が必要です。

高くても出来の悪いものは出来まし、安くても高品質は生まれる。

<アド・ベンチャー精神>は、高品質・コストパフォーマンス・訴求力を常時研究開発して顧客満足が使命です。

**いいものを適正価格でご提供。**



**アウトサイダー・ブロスのお約束です。**