

映文連 国際短編映像祭

International Corporate Film Showing 2011

日 時：2011年11月29日（火）13時～16時10分

会 場：時事通信ホール（東京都中央区銀座5-15-8）

今年アジア諸国からは、シンガポールから観光PR映像2篇と、韓国からKorea Federation of Advertising Associations（韓国広告団体連合会）が主催するKorea Advertising Awards（KAA）で先ごろ受賞決まった中から12篇を紹介します。同広告祭は今年で18回を迎える韓国で最も権威のある広告賞で、映画、印刷、ラジオ、サイバー、屋外、プロモーション、デザイン、総合メディアの8部門から構成され、今年は850件のエントリーがありました。

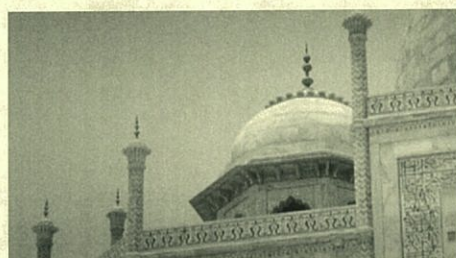
1. Ministry of Tourism India - HERITAGE & FOOD

（シンガポール） 60秒×2篇

企画：Ministry of Tourism, Government of India and Experience India

製作：Bang Singapore Pte Ltd

解説：インド観光省PRシリーズの2篇。遺産篇は、ニューデリーのムガル遺跡をバックにスーフィー歌手として有名なジラ・カーンが紹介する。もう一つは食べ物篇。受賞歴のあるオーストラリアのシェフ、マット・スモールがインドの食べ物について紹介する。インド観光の見所を美しい映像と著名な人物の組み合わせで伝えるPRシリーズである。



2. 正しい教育・大きな人

（韓国） 40秒×3篇 【大韓民国広告大賞】

クライアント：ウンジン・シンクタンク

エージェンシー：博報堂チェイル

解説：教室で問題を解いている子供の姿に“数学は間違わなくてはならない。それも勇敢に間違わなくてはならない。世の中の全ての問題は間違いから学ぶからだ”というナレーション。この数学篇は、教育熱が高まる韓国において、人々に共感をもたらし、教育に対する考え方を見直すきっかけを与えた。韓国ではデジタル技術を駆使した手法が支持される一方で、商業的なメッセージを極力排除し、人の心を動かすことを目指す“共感広告”への支持が高まっている。



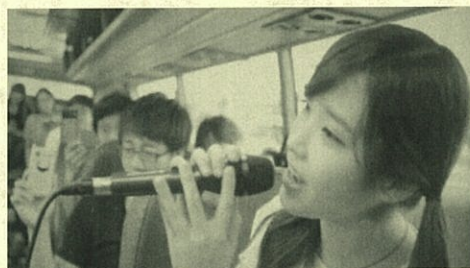
3. “バスコンサート” キャンペーン

（韓国） 30秒×4篇 【プロモーション部門金賞】

クライアント：現代自動車グループ

エージェンシー：イノベーションワールドワイド

解説：“バスコンサート”キャンペーンは、市内バス・通勤バスなど市民が普段利用するバスに有名歌手が搭乗し、市民に希望と感動の歌をプレゼントするという一種のゲリラコンサート。歌手のキム・ボムス、“国民妹”の愛称で呼ばれるアイユ、ソルウンド、UVなどの歌手やお笑い芸人が起用されてきた。2011年7月から現代自動車グループがTV広告とインターネットを通じてリリースし、有名歌手が伝える温かい感動が伝わり、大衆の間で話題を呼んでいる。



4. 日本に日本を問う

（韓国） 30秒×5篇 【映像-TV部門銅賞】

クライアント：大韓航空

エージェンシー：HS Ad

解説：隣国の日本の隠された魅力を知らせようと大韓航空が2011年1月に始めたTVコマーシャル。「自然」「建築」「温泉」「町の風景」「ラーメン」をテーマとし、小説家の村上龍、作曲家の坂本龍一、元総理大臣の細川護熙など、日本の巨匠5人が各テーマ別原稿を作成し、今まで知らなかった日本人の考え方を伝える。

