



DRONE PILOT AGENCY

ドローン空撮による
プロモーション効果事例
～梅花堂紙業様～

インターネットにおける動画広告は、19年市場規模が2,592億円となり昨年から41%増となりました。定性面でも、私たちがパソコンやスマホ、SNSを使う中で動画広告を目にする回数は増えていると感じます。

また、YouTubeを始めとした動画専用のSNSを活用する割合も増加しており、いわゆるコンテンツの間に表示される「インフィード広告」も昨年から47%増え、1,036億円の市場となりました。

サイバーエージェントの試算では2023年には市場規模が5,000億円規模になると算出されています。

動画広告が当たり前になってきた今、企業で**ドローン空撮を活用した当社の事例**を紹介します。



構図が決まっている場合

まず最初に撮りたい構図、内容が決まっていて、そのためには**ドローン空撮が必要**または費用的にちょうど良かった、というパターンです。

今まで色々な空撮手法がありましたが、ドローンを活用した空撮は**短時間で飛行機やヘリコプターより圧倒的低コスト**で出来るというメリットがあります。

企画段階でドローン撮影の構図と共にアイデアが出ることが多いようです。

私どもが携わったものでは、星を基調とした製品で宇宙まで風船が飛んでいくのを追いかける、というものがありませんでしたが、まさに企画段階から内容が決まっており、**ドローンによる空撮構図の効果**を狙ったものとなります。



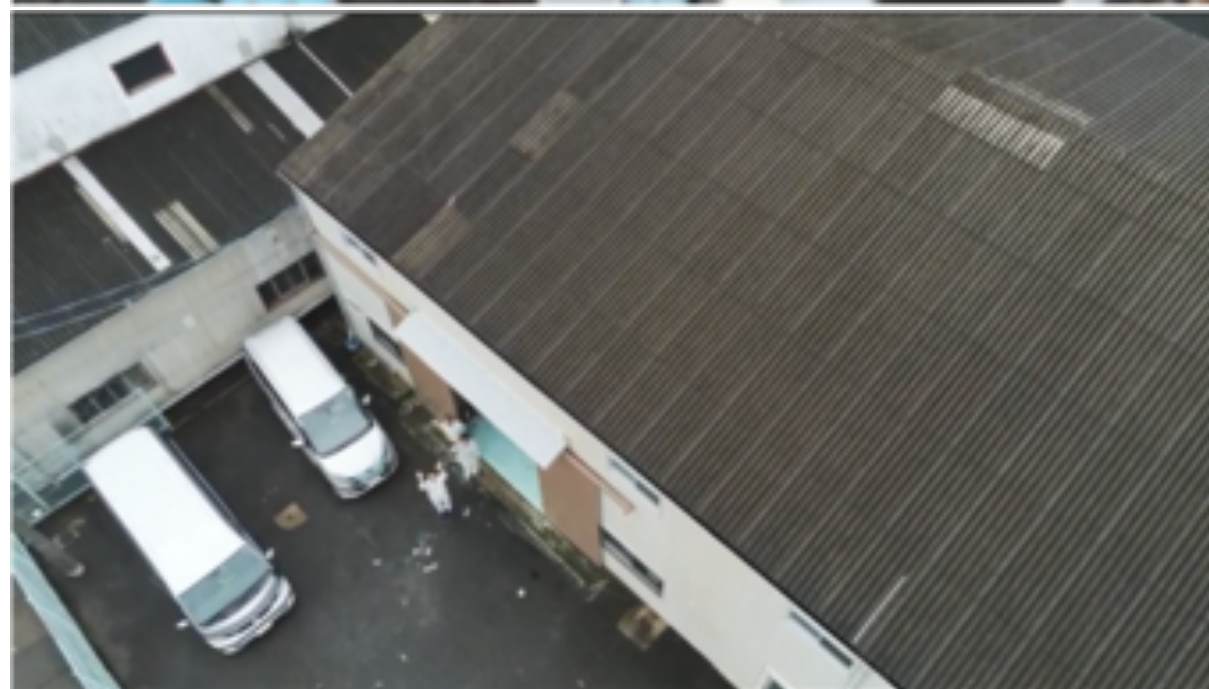
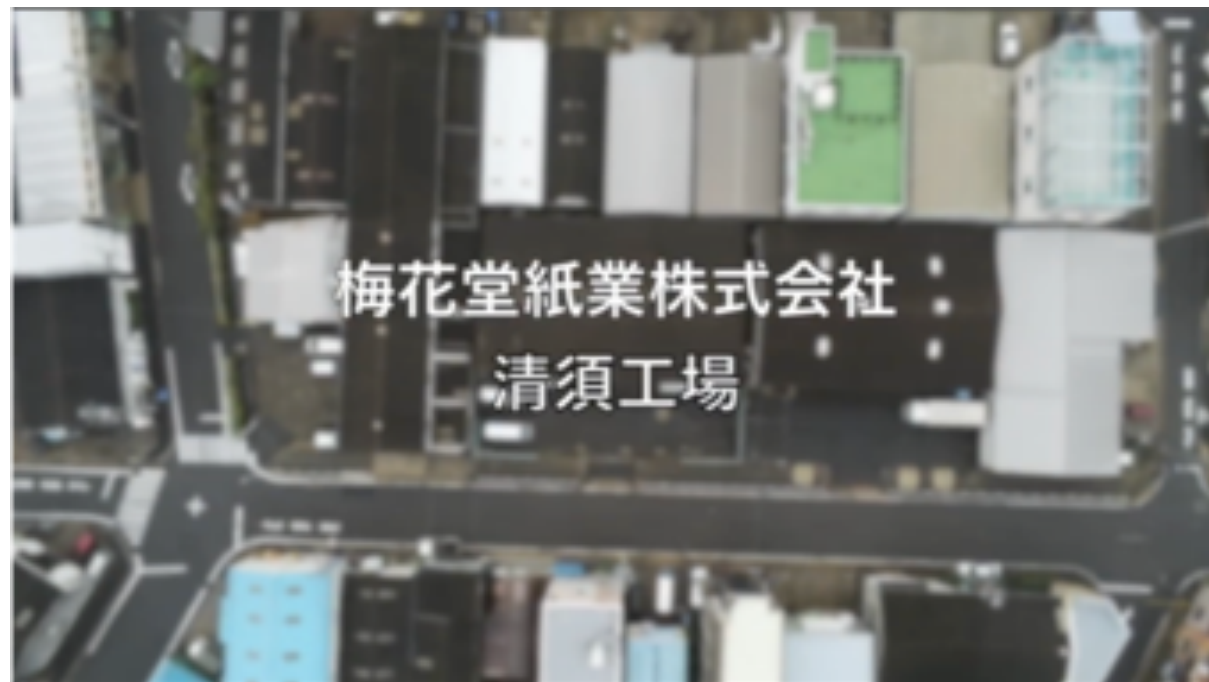
ドローン動画が受注に繋がった

名古屋に本社を置く、梱包材・緩衝材の企画提案・設計、製造・販売を行っている梅花堂紙業株式会社では、当社が梱包材を設計・製造している工場内部を撮影しました。

実は当初は、あくまで社内向け、一部の顧客への紹介資料として撮影を行ったのですが、自社の強みや紹介が出来るということで一般公開されました。

そこから問い合わせが入り、新規顧客の開拓と受注にまで至りました。

動画自体は工場内部を隅々まで空撮し、外観も含めて工場紹介を中心とした動画だったのですが、内部にある資材や機械などに焦点を絞った動画でした。



空撮によるブランディング効果

動画では特殊な機械や工場の状況が見れました。そこで梱包材メーカーを探していた会社から、技術力の高さを一眼で確認ができ、工場内の様子からも任せられると信頼され受注に至ったのです。

通常、業界内では自社の技術の元となる工場内部を一般的に公開することはないのですが、それを公開することで業界外の外社の注目を集め、空撮により注視され機械や工場の状況の把握につながり、透明性と信頼性を高めるブランディングの一助となったのです。

ターゲットの目を集め、ブランディングに繋げる空撮が売上増にこれから先も繋がっていくでしょう。

