



SNSで口コミが広がる動画

【 ユーザー発信から生まれる  
コンテンツの秘訣 】



ATOM STORY



## 現在の広告について

溢れかえる企業からのプロモーションに対して  
消費者はうんざりしています

広告ばかり表示されて  
正直しんどい...

この広告、  
なんかウソくさいなあ...



同じような内容ばかりで  
つままないな...

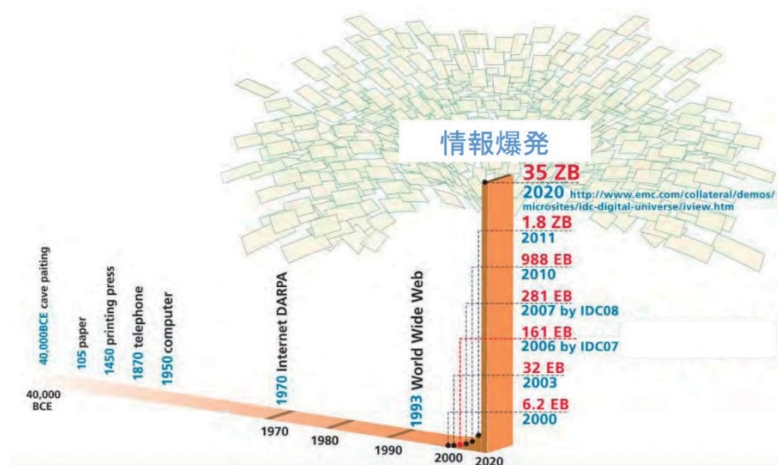
はいはい、  
もうそれ知ってますけど!

企業からのプロモーションに対して  
消費者が敏感に反応する時代になっている



## コンテンツ制作で重要なこと

インターネットの普及によって得られる情報量が激増  
発信されている情報の価値が薄くなってきている



出典：IDC「The Digital Universe Decade? Are You Ready? May 2010」

- ・ユーザーがすぐ知った気になる
- ・情報の信頼性がゆらいでいる
- ・そもそも見つけてもらえない

情報疲れを起こしている消費者

宣伝色を感じさせない工夫が大事

宣伝と感じた時点で消費者は離れていくため  
ストーリーを加えて興味をとどめる必要がある



## ストーリーがもたらす効果

ストーリーが受け手に共感されると、  
商品価値が上がるということが証明されている

### アメリカのオークションサイトの例

- ロブ・ウォーカー、ヨシュア・グレン（2010）が行った、ストーリーテリングの強さを証明した実験。
- 骨董品を売る際に商品説明に個人的な物語を追加することにより、利益を上げることができないかというもの。



**99セント**  
馬の置物

200人以上の作家の協力を得て、  
商品にまつわるバックストーリーを添えた



**62.95ドル**  
馬の置物

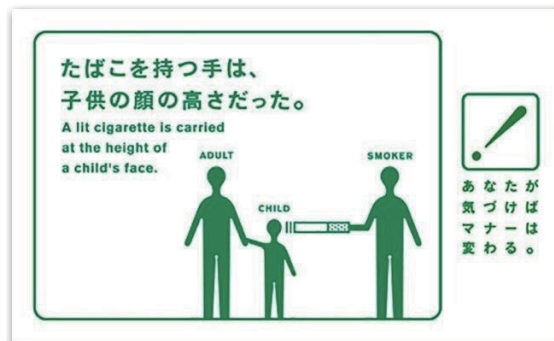
約**63**倍



## 「自分語り」だけでは共感はつukれない

消費者自身と商品との関係性に

自己投影できるリアリティあるストーリーが必要



「歩きタバコは危険です、止めましょう」と  
普通に呼びかけるだけでは無視されてしまう

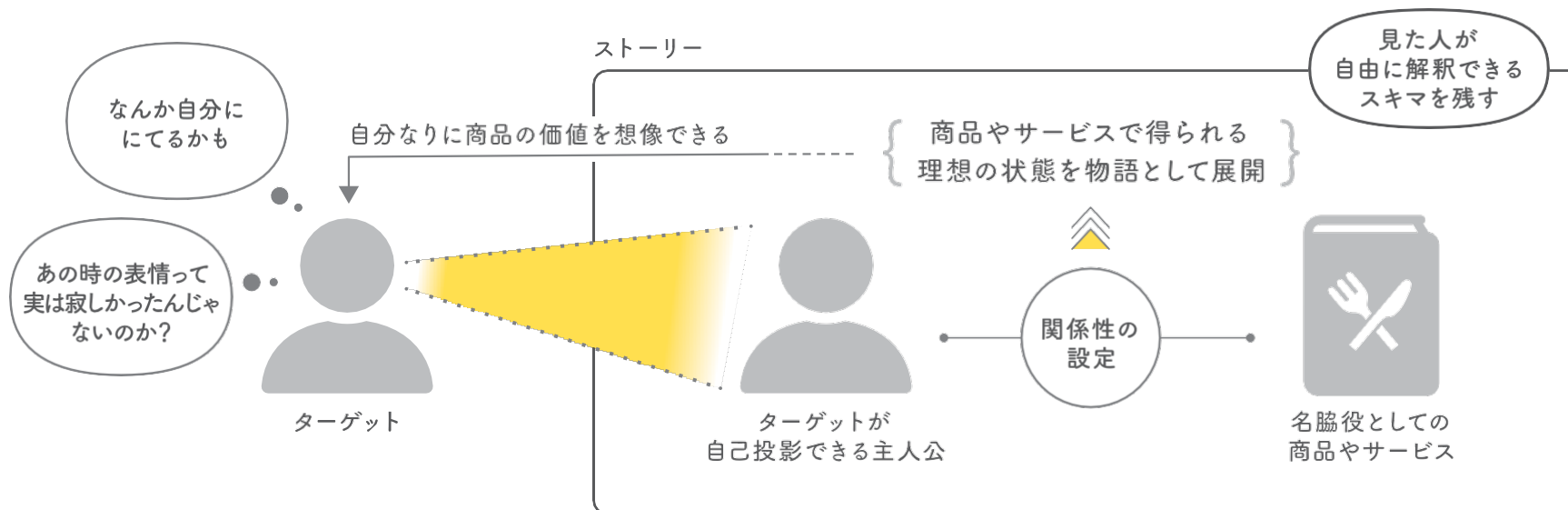


映画のワンシーンのようなストーリー性を持たせたことで  
「私は恐ろしいことをこれまで平気でしていたんだな。  
とくに子どもには怖い思いをさせてきたのかもしれない。」と、  
歩きタバコがいかに危険かを実感させることに成功した。



## 自己投影できるストーリーにする為に

投影しやすい主人公と商品の関係性を設定し、  
見た人が入り込めるスキマをつくる



「自己投影」と「自由な解釈」によって  
受け手に能動的な感情が生まれ、自分ごと化していく





## 世界も注目した自由な解釈

デザイナー原研哉と、無印良品の哲学

ユーザーが自由に解釈できる余地があるコミュニケーション

**MUJI**  
無印良品



原研哉：日本を代表するグラフィックデザイナー。ニューズウィーク日本版の企画「世界が尊敬する日本人100」に選ばれた。

2003年制作の新聞広告。

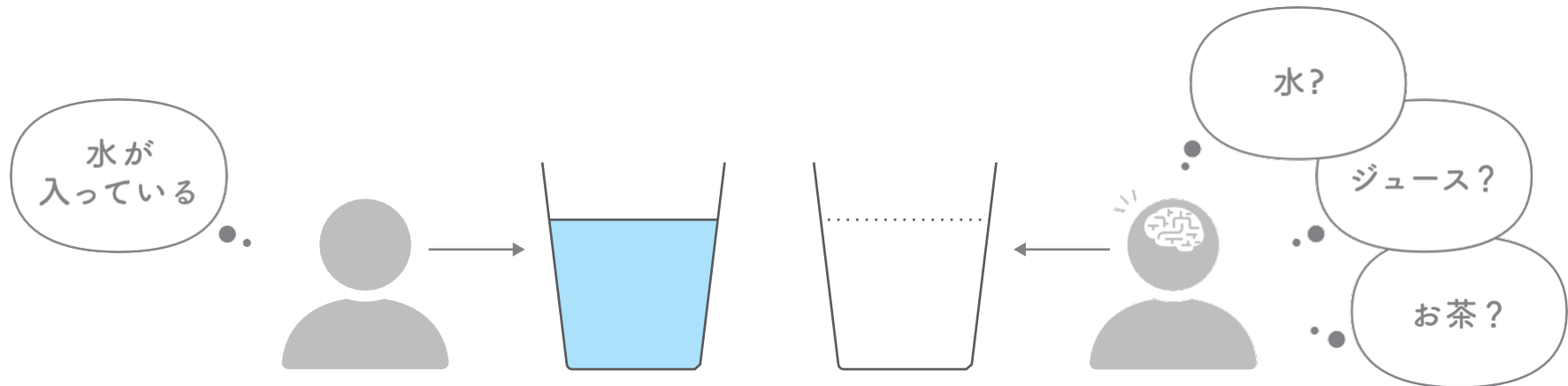
地球と人間しか映っていないこのビジュアルは何かメッセージをするというより、無印良品とは何かをユーザーが自由に感じ取って解釈できるという、無印良品のあり方を考えながら作ったもの。世界のブランドが、人々に「これが欲しい」と思わせるような広告を作っている時に、無印良品はむしろ「空っぽ」の情報を出していくというスタンスが、この広告から始まった。



## 受け手の想像力を引き出す

満たされる可能性としての「空っぽ」

コミュニケーションの可能性や余地を作り出していくこと



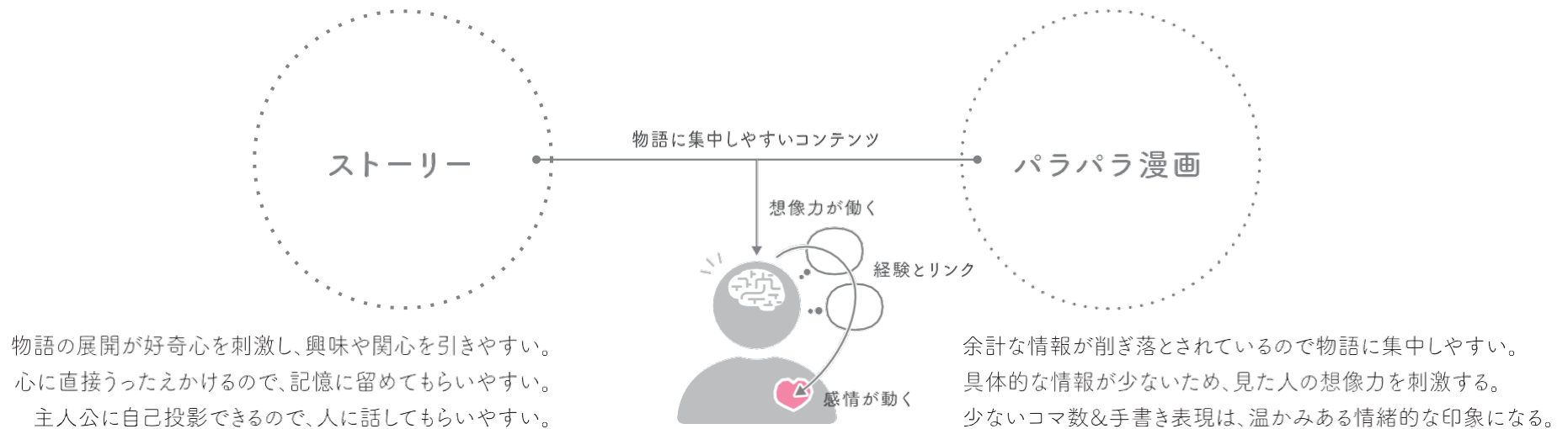
余白があると見た人はそこを埋めようとして  
想像力を働かせる





# パラパラ漫画がもつ可能性

パラパラ漫画は受け手の想像力をつかう  
ビジュアルコミュニケーション

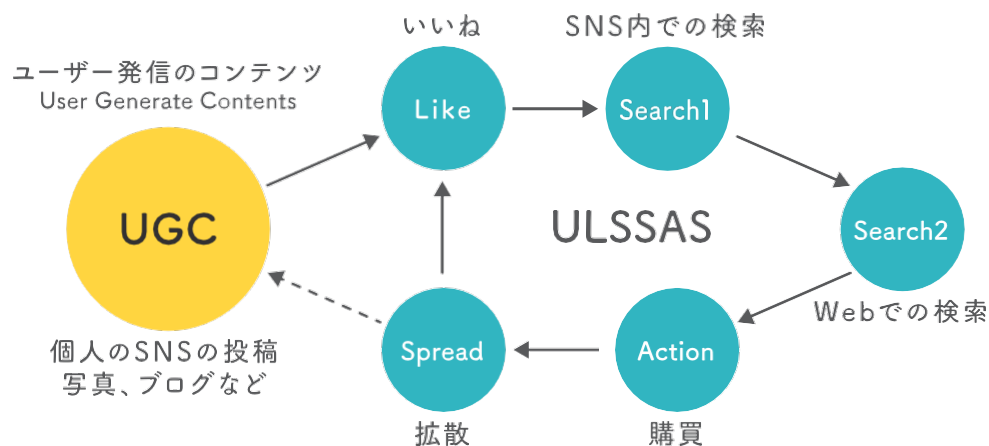


物語への自己投影をトリガーに想像力が働き  
受け手自身の経験とリンクすることで感情が揺さぶられる



# SNS時代の購買プロセス

個人が簡単に情報発信できる時代  
消費者が購買するまでのプロセスが変わった



## UGCは何がよいのか？

消費者が実際に商品購入するためには、友人や知人も利用していて「これ、いいよ!」など、信頼出来る情報で背中を押してもらうことが効果的。

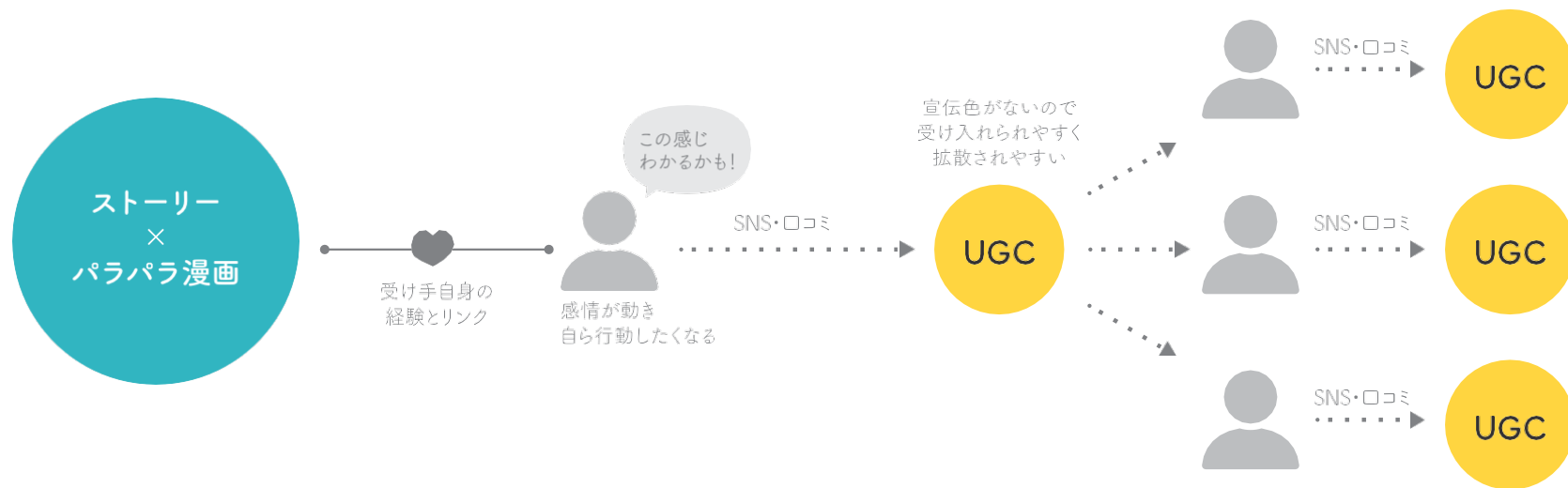
企業主体ではないユーザー自身による投稿だから、他の人から見た信頼性が高い。自分と同じような人からの発信であればあるほど、共感を得られやすい。

購買プロセスの起点であるUGCを  
いかに獲得していくかがポイント



# ユーザー発信から生まれるコンテンツ

情緒的アプローチが  
SNS時代のPRコンテンツには効果的



※UGCの発信内容については、企業主体ではないためコントロールはできない。

感情を揺さぶれるコンテンツは  
UGCを発生させ伝播させていく力がある

# 丸富製紙株式会社 様

<https://parapara-manga.com/works/1137/>

## - 商品の紹介 -



**奈乃** @animelovehappy · 4月5日  
動画の冒頭の方、まさしく我が家です！そして私です！

#5倍体験 したら後半のご家族達みたいな気持ちになれるかと思うと最高ですね❤️是非体験してみたいです🌟

👍 🔄 📌



**ruu777** @ruu7773 · 4月9日  
こんにちは🌟

トイレトーパーのイライラすごく気持ちがわかるので動画を見て、

まるで自分を見ているようでビックリしました😳5倍巻きでご満足なストレスの減った生活をぜひ体験したいです🌟

おうち時間が増えてトイレトーパーの補充頻度がすごく増えたので👏気に入ります👏

👍 🔄 📌



**haru** @haruharu10\_m · 4月9日  
👍🌟🌟🌟🌟🌟

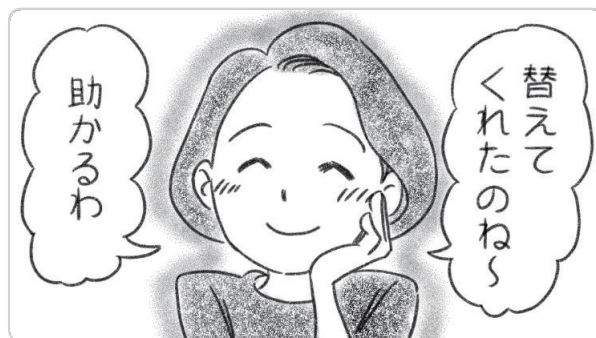
素敵な企画ありがとうございます🙏

動画を見て共感しまくりました❤️我が家もいつも私が替えていて替えてはすぐになくなり…どこの家庭もみんな同じなんです👏👏

#5倍巻きでご満足 してみたいです👏

Lineでも応募させていただきました👏👏

👍 🔄 📌



## お客様の想い

商品の機能をただ伝えるだけではなく、生活がより便利になる事を訴求したい。

### 公開後の感想

世の中のママさんたちが、日頃、心の中で感じているであろうことをストーリーが代弁することで共感を得られるコンテンツになりました。

ユーザーからのSNS投稿が、同じ立場にいる人の共感を拡げた。

ユーザー発信は宣伝色がなかったため、他者から見た信頼性が高くなった。

# ユウキ食品株式会社 様

<https://parapara-manga.com/works/1221/>

- ブランディング -



## お客様の想い

無添加で子供の離乳食にも安心だからこそ、子育てする母親に寄り添う企業として共感するファンを増やしたい。

消費者が実際に体験したエピソードを物語として描くことで  
よりリアルで強い共感を感じさせることができた。



## コンテンツを伝播させていく秘訣

一方的にならないコミュニケーションで

受け手の感情を揺さぶりをかける

### 宣伝色を出さない

ストーリー的な表現手法を使うことで、企業からの押し付けがましさがなくなる。

### 自己投影しやすい主人公

消費者のターゲット像を考えて、そのターゲットが自己投影しやすいような物語の主人公に設定する。

### 主人公と商品の関係性

設定した主人公と商品との関係性から商品が提供する価値を想像できる物語で展開を考えていく

### 受け手のための余白

全てを説明しようとしてせず、意図的に情報量を減らすことで、受け手が想像できる余地をつくる。



# アトムストーリーについて

## 物語の力で企業と顧客を結ぶ ストーリープロモーション企業です

2013

株式会社 感動スタジオ  
設立

結婚式のサプライズ演出から  
スタート。人生の節目で大切な  
人に伝えたい想いを伝える  
映像を制作。

2014

株式会社 アトムストーリー  
に社名変更

ブランディング、プロモーション、  
採用、周年イベントなどで共感  
を生む動画としてのコンテンツ  
制作を開始。

2016

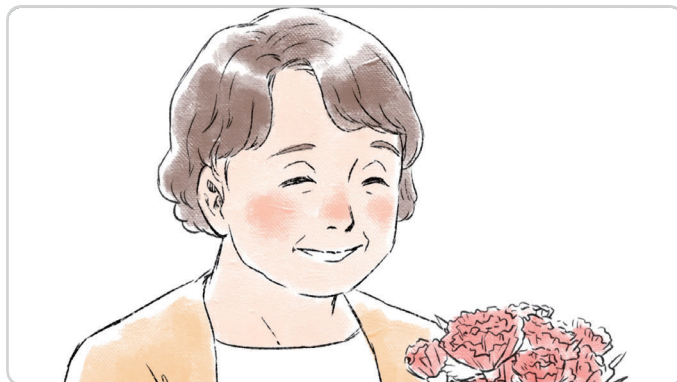
ストーリーブランディングの  
ノウハウを社外提供

「宣伝会議」のWEB動画  
クリエイター養成講座で  
ストーリーブランディング  
の講師を担当。

2017

海外市場への  
進出

香港、台湾、上海などアジア  
での結婚式演出事例が  
できてくる。



### 【メイン事業】

パラパラ漫画ムービー

漫画冊子/WEB漫画/脚本制作/コンテンツの制作





# 実績のご紹介

300社以上の実績があり

様々な用途でパラパラ漫画が活用されています

ブランディング

商品の紹介

キャンペーン

採用・研修



法人300社  
プライダル1000組以上



## パラパラ漫画ラボのご紹介

# 用途、業種などから パラパラ漫画の事例をご覧ください

<https://parapara-manga.com/works/>



ATOM STORY パラパラ漫画 制作ラボ

制作事例

お客様の声

ブログ

会社概要

資料請求

お問い合わせ

🏠 > 制作実績

## Works

用途から選ぶ



業種から選ぶ



検索



花王株式会社様「PR動画」

ブランディング

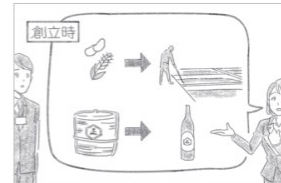
メーカー



ユウキ食品株式会社様「PR動画」

ブランディング

食品・生活用品・美容



正田醤油株式会社「採用動画」

採用

食品・生活用品・美容



住友林業ホームテック様「PR動画」

プロモーション

建設・不動産（建築・住宅）

パラパラ漫画でコンテンツの魅せる化を。



ATOM STORY