



共感をひろげる動画サービス

パラパラ 漫画ムービー ご紹介資料



ATOM STORY

会社概要

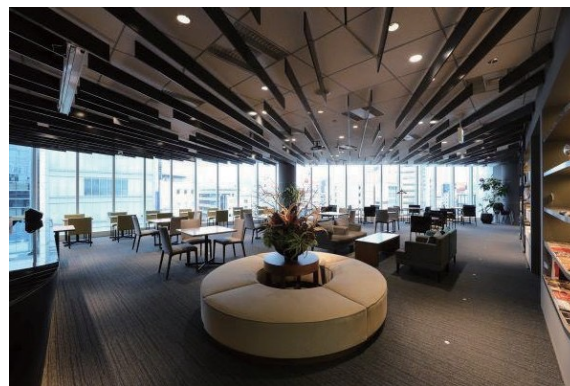
会社名 株式会社アトムストーリー（ウェディング向け演出映像事業：感動スタジオ）

設立 2013年6月7日

代表者 村上賢太

所在地 〒107-0062 東京都港区南青山3-1-3 スプライン青山東急ビル4F

事業内容 パラパラ漫画ムービー
ロールプレイング型ムービー/アニメーションムービー/漫画制作/動画の広告運用



ATOM STORY

03-6822-2676

<https://atom-story.com/>

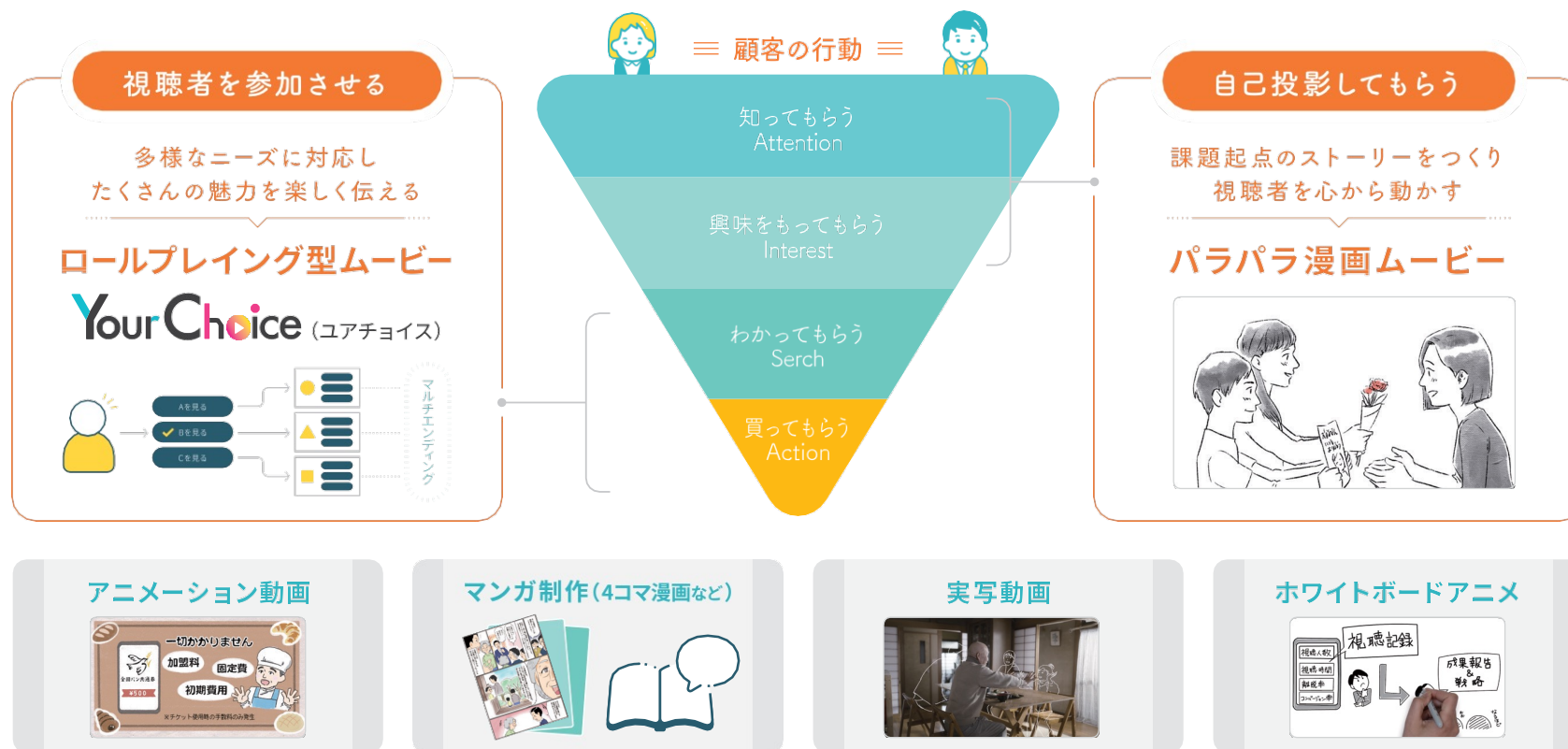




アトムストーリーが出来ること

マーケティング上の課題から

視聴者の心を動かすコンテンツをつくるのが得意です





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



コーヒーという情熱



国内、海外での受賞実績作品

『平成29年全国広報コンクール』で特選を受賞

鶴ヶ島市 様 

『フェスティバルアワード2021』で受賞

エーザイ株式会社 様



01

problem

動画コンテンツの課題



動画コンテンツの課題

プロモーションの動画で
期待している効果をあげるのは大変です

なかなか見てもらえないし、
どのように見せればよいか悩む...

こちらが期待しているほど
反応につながらない...



モデルや撮影にかかる
制作コストが大きい...

新型コロナで撮影が延期。
リリースが遅れてしまうかも...

お客さまの共感をひきだせない
+
自分ごと化させるのが難しい

コストパフォーマンスが悪い
+
コロナ禍の配慮が煩雑



効果をあげるために重要なこと

お客様の行動につなげていくには
“**自分ごととして共感してもらう**”ことが重要です

プロモーションが抱える課題

知って
もらう

チャネル展開や制作コストの負担が大きい

興味を
もってもらう

情報が溢れていて興味をもってもらえない

わかって
もらう

商品・サービスの差別化や訴求が難しい

買って
もらう

行動を後押しするための決め手に欠ける

考えておくべきこと

展開方法と全体のコスト感を
考慮したコンテンツ設計

関心のあるテーマづくりや
目を惹く要素

お客様の共感と
自分ごと化

02

strength

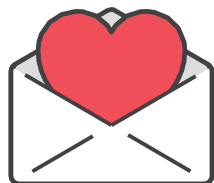
パラパラ漫画のつよみ



パラパラ漫画が出来ること

パラパラ漫画だから

あなたの“想い”を届け、共感に繋げることができます



パラパラ漫画は余分な情報が削ぎ落とされた表現なので
見た人がストーリーに集中して入りこみやすくなり
あなたが込める“想い”を素直に届けることができます。



パラパラ漫画には動きや表現に余白が多くあることで
見た人が想像力をつかい自分ごとになりやすく
宣伝を感じさせない心に残るようなアプローチができます。



パラパラ漫画が選ばれる理由

アトムストーリーのパラパラ漫画ムービーは
購買までの段階的な課題に対しても効果が得られます

各段階で効果がある価値

知って
もらう

拡散されやすい

情報量が少ないパラパラ漫画は、伝えたい内容がダイレクトに届くので拡散されやすい傾向があります。

興味を
もってもらう

興味を惹きやすい

パラパラ漫画での表現は目を惹くため、既存コンテンツとの違いがはっきりと伝わる

わかって
もらう

自分ごと化+共感しやすい

ストーリーの中で自己投影するため、共感を生みやすい

買って
もらう

パラパラ漫画が もっている価値

分かりやすく柔かい表現

実写だと不快感があるようなシーンも、柔らかく表現できる。

非言語で誰にでも分かりやすく、子ども、高齢者、外国人などにも伝わる

実写の約1/3の費用

キャスティング費、撮影費、スタジオ費、タレント/モデルの権利費などが不要



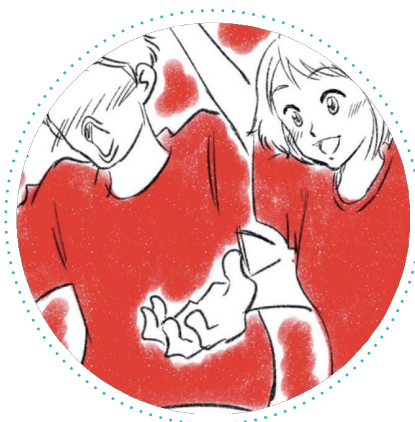
新型コロナ対策案として

実写撮影への影響が大きいシーンも
リスクなしで制作進行することができます



密接

人と人が接触する演出



密集

人がたくさん集まった撮影



密閉

換気づらいスタジオ収録

撮影で懸念される安全面や撮影延期リスクが回避可能

03

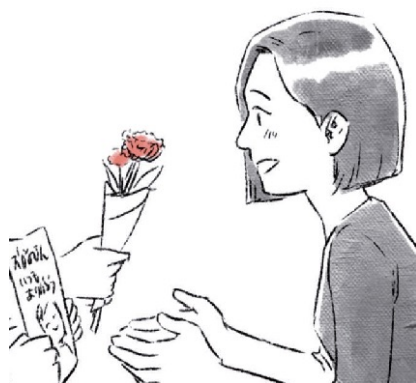
case

導入事例のご紹介



活用シーンの例

いろいろな目的や業界で
パラパラ漫画をつかっていただけてます



ブランディング

企業イメージを向上させたり、
認知拡大を目指すため使わ
れることが多い。



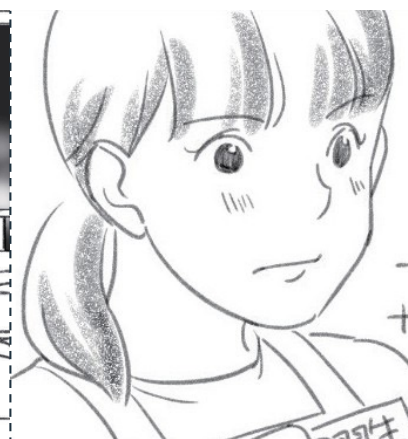
商品の紹介

商品やサービスなどの特徴
をわかりやすく伝えるために
使われることが多い。



キャンペーン

キャンペーンなどのイベント
への参加者を増やす目的で
使われることが多い。



採用・研修

自社で共有すべきビジョン
やわかりやすい研修のため
に使われることが多い。

導入事例 01

そごう千葉店 様

<https://parapara-manga.com/works/1144/>

- ブランディング -



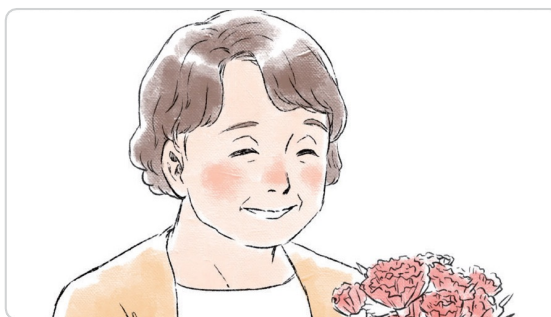
＼ #日比谷花壇 の5,000円相当の花束をプレゼント／
「#母の日」のプレゼントを初めてあげた時のことを
覚えていますか？
いつの時代も母を想う気持ちは同じ。
フォロー＆RTで、抽選で5名さまに当たる♪5/12ま
で！
母の日特設サイト→bit.ly/2UCWelj

#キャンペーン #パラパラ動画



午後0:01 · 2019年4月19日 · Social Insight Post

3,884 件のリツイート 73 件の引用ツイート 1,349 件のいいね



お客様の想い

毎年ある「母の日」だからこそ、徐々に
形だけになってしまいがち。

「今年こそ、ちゃんと母の日」をテーマに、
改めて母の日に想いをつたえることの
大切さを知ってもらいたい。

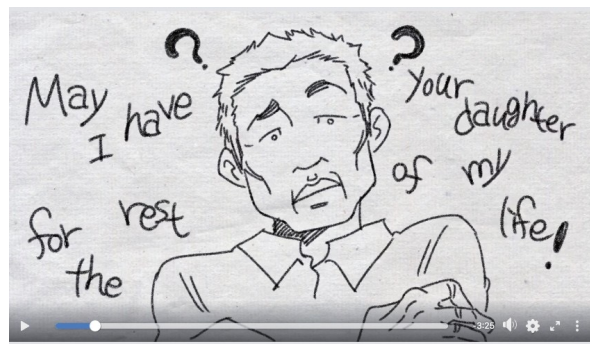
Twitter公開1ヵ月で4500RT以上
動画再生回数12万回

導入事例 02

QQ English株式会社 様

<https://parapara-manga.com/works/469/>

- ブランディング -



QQEnglish Japan
2017年6月13日

あなたは何のために英語を学びますか？

この問いかけに、
たくさん意見をいただきました。

「なんとなく」
という人もいました。

「人生を変えたいからです。」
と大きなビジョンを持つ人もいました。

あなたも動画を見て、
あなた自身に問いかけてみてください。

学ぶ目的が明確であれば
学習は自然とスタートし始めます。

この動画をあなたの友達にシェアしてもらえたらうれしいです。

<http://www.qqeng.com/>

コメント36件 シェア493件 再生12万回



お客様の想い

人の心を動かす広告/映像を作りたい
英語の勉強を難しく考えている人が
多いので、イメージを変えたい。
(オンライン英会話のきっかけに)

公開後の感想

英語学習を身近に感じてもらえ親近感
がアップした。パラパラ漫画はアニメ
よりも温かみがあり、気に入っている。

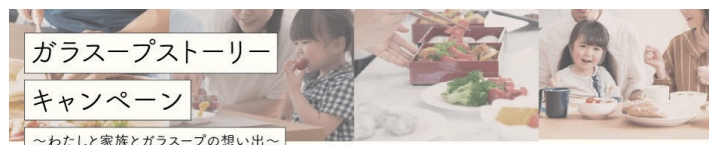
Facebook公開のため、広告費0円
3日で再生回数10万回超え

導入事例 03

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。

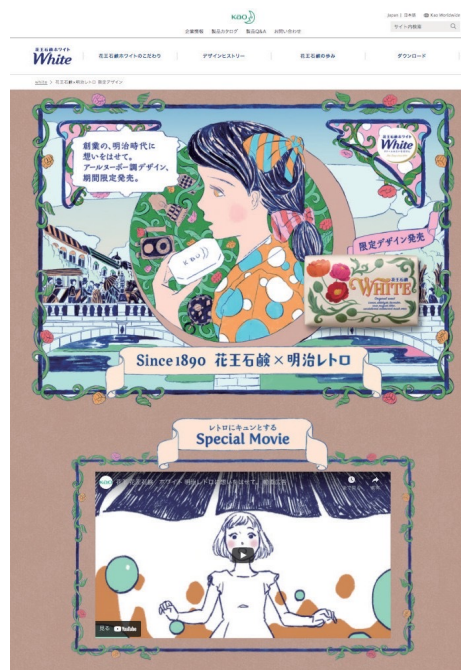
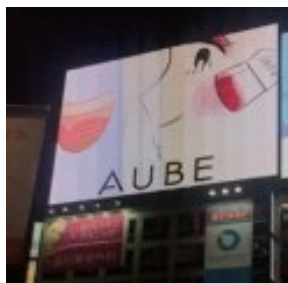
消費者が実際に体験したエピソードを物語として描くことで
よりリアルで強い共感を感じさせることができた。

導入事例 04

花王株式会社 様

<https://parapara-manga.com/works/625/>

- 商品の紹介 -



お客様の想い

花王石鹸のレトロデザイン発売に向けて
プロモーション展開をしたい
明治創業の花王は質とデザインにこだわった
ものを作っていることを伝えたい。

公開後の感想

女性をターゲットとした世界観で「カワイイ」
などの声が多数寄せられ反響があった。

- 銀座線レトロ車両のジャック- Twitter、Instagram動画広告など

メディアミックスとして展開

YouTubeの再生回数は22万回超え

導入事例 05

丸富製紙株式会社 様

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

- 商品の紹介 -



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。

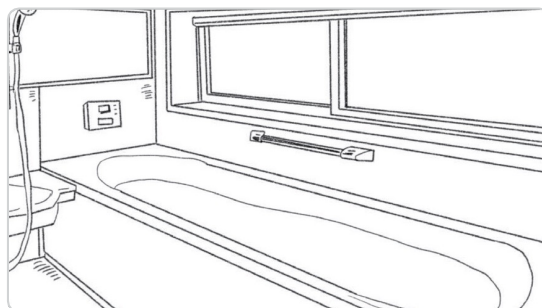
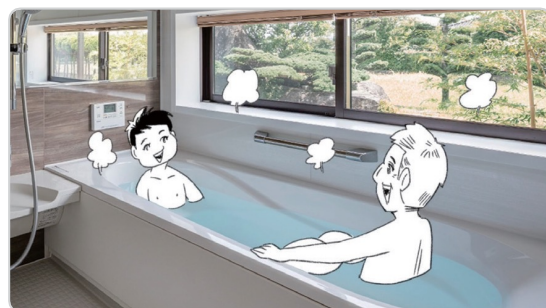
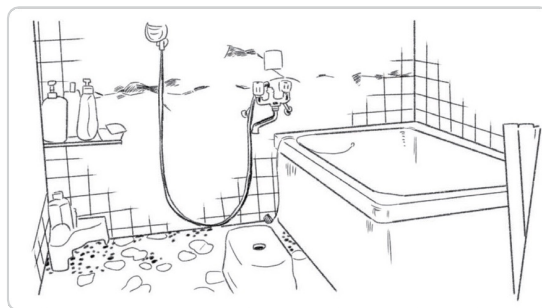
ユーザーからのSNS投稿が、同じ立場にいる人の共感を広げた。
ユーザー発信は宣伝色がないため、他者からみた信頼性が高くなった。

導入事例 06

住友林業ホームテック株式会社 様

<https://parapara-manga.com/works/655/>

- 商品の紹介 -



お客様の想い

リフォームの動機づくりがしたい。
機能性ではなく共感できるエピソード
を元に訴求したい。

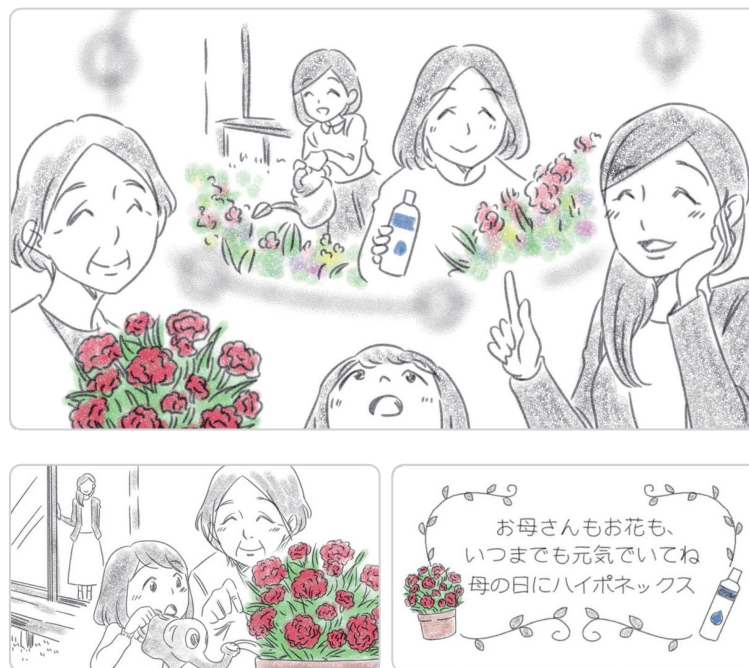
公開から1ヵ月でLPへの誘導・アクセスが1.2倍に増加
資料請求が2倍にアップ

導入事例 07

株式会社ハイポネックスジャパン 様

<https://parapara-manga.com/works/977/>

- キャンペーン -



お客様の想い

母の日のプレゼントが盛り上がるよう
Twitterでキャンペーン展開したい。

公開後の感想

期待通りのユーザーコメントをもらえた
点が最も良かった。高い視聴率を維持
できているため、伝わったと感じている。

視聴者維持率90%

キャンペーンで2,000件以上の応募



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

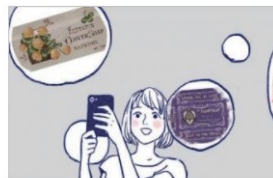
🏠 > 制作実績

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

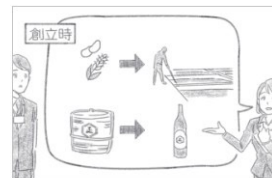
メーカー



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）

04

service

サービス内容



ストーリー制作のこだわり

専門家だからできる

“想いを届ける”ストーリーをご提案します

仮説

訴求点の仮説

独自のヒアリングシートをつかい、
伝えたいポイントやターゲットから見た価値を明確にします。
見た人の気持ちを深く理解しながら、想いが届くポイントを仮説立てしていきます。

キャラ

自己投影しやすい人物設定

表面的な設定にとどまらず、物語に登場する主人公の悩みや大切にしている価値観など、
訴求点に合わせて人物設定を明確にすることで
見た人が自己投影しやすいキャラクターをつくりあげます。

表現

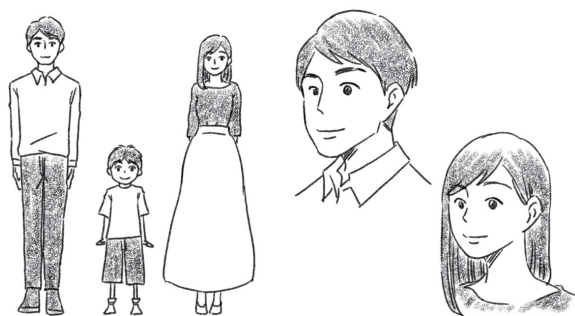
伝えるための表現方法

漫画家もストーリー案を確認し、訴求内容に合わせた表現方法や
ターゲットに共感されやすいテイストなどに細部まで調整していきます。

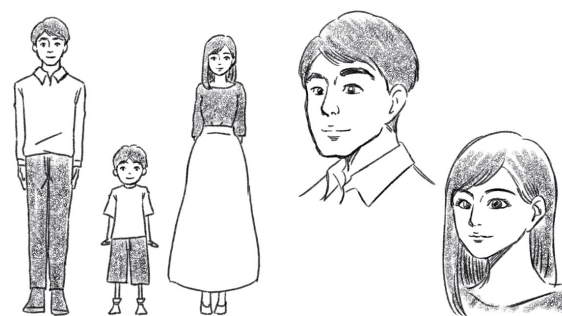


イラストタッチのご提案

お客様に伝わりやすいタッチをご提案させていただきます



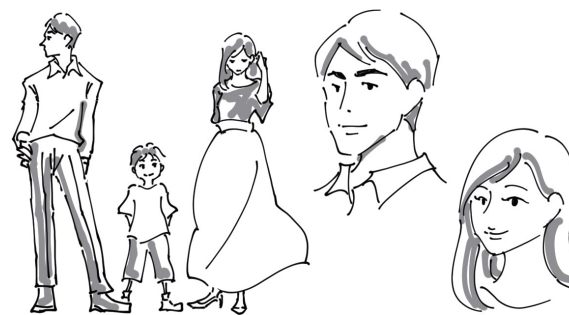
シンプル



リアル



デフォルメ



スタイリッシュ



演出表現のご提案

一緒に作りあげるために、ラフでのご提案を設けています

NO. 2

画面・絵	内容
1	画面に被害者が入り込み 急接近しつつ場面展開
2	落ちる花弁 短い挿入カット
3	不安に駆られる主人公
4	電話が鳴る
5	病院が入り込んで場面展開

ラフ絵コンテ

NO. 2

画面・絵	内容
1	画面に被害者が入り込み 急接近しつつ場面展開
2	シンクで割れた茶碗 短い挿入カット
3	不安に駆られる主人公
4	電話が鳴る
5	病院が入り込んで場面展開

絵コンテ



納品までの流れ

ご契約後、3~4ヵ月を目安に納品いたします
 動画の尺や制作状況によって、特急料金が発生致します

● ...
 ご契約

ヒアリング

イラストのテイストやストーリー作成に必要な内容をお伺いします。

ストーリー のご確認

ご利用目的に応じたストーリーとテイストをご提案します。

※ 作成後の期間・コストのロス避けるために、この段階でしっかりと固めます

絵コンテ のご確認

登場人物の表情や演出などをご提案します。
 確認後、絵コンテをもとに漫画家が原画の作成を進めていきます。

動画のご確認

原画をムービーにし、展開に合うよう作曲家がオリジナルで作曲します。

※ご予算に応じて、フリーの音源で作成する場合もございます。

● ...
 納品

- ・初回のお打ち合わせでは、使用用途や課題、動画の長さ、希望納期のなどについて確認します。
- ・用途や課題、ご予算に応じた企画・御見積をご提案いたします。
- ・ストーリー変更や追加は別途費用が発生します
- ・納品は3 ヶ月を目安としていますが、動画の仕様や漫画家の込み具合により前後します。
- ・データ(mp4、avi形式など)で納品いたします。



サービス概要 1

著作権の譲渡を含んでいるので、
長期利用・2次利用可能です

- ヒアリング
- ストーリー作成
- 原画作成～編集
- 漫画著作権費用
- オリジナル音源作成 or 著作権フリー音源費用



※全編モノクロでの作画の場合を想定。

詳しい料金に関しては、イメージや課題に合わせてご提案しております。
お気軽に、お問い合わせくださいませ。



制作オプション

カラーパターン

アピールしたい部分を
目立たせる

ワンポイント カラー



アピールしたい部分を目立たせ、ブランドを想起してもらいやすくなります。

分かりやすく
ポジティブな印象

マルチ カラー



登場人物の心情の変化を表す際に演出として使用したり、ポジティブな印象を与える事ができます。

没入感を高め
伝えたい世界観を表現

フル カラー



伝えたい世界観を表現しやすく、視聴者の没入感を高めることができます。

※設定した漫画家の工数内で対応する為、あくまでも色の数は目安になります。

05

spread

コンテンツの展開



PR強化支援サービス

動画のプロモーション施策は
公開して終わりにしないことが大切





独自の視聴分析ツール

ユーザーの興味を数字で捉えていく為のツールが
サービス標準でご利用いただけます

視聴分析ツールによる分析数値

コンバージョン率

アクション率

視聴人数

平均視聴時間

離脱率

『Your Choice』で分析可能

すべての動画で分析可能

曖昧になりやすい費用対効果を明確にし
次の施策に向けての戦略に活用していくことができる



支援サービスが使われる理由

プロモーション施策は続けることが大変
だからこそ、あなた専属のプランニングパートナーが
きっと、お力になれると考えております

PR施策の幅が 増える

プランニングチームによる定期的な
打ち合わせと、数値結果に基づいた
施策案でアイデアの幅を増やします

業務負担の 軽減

こちらで考えた提案資料をお渡し
するので、準備に時間がかかりがちな
社内報告の負担が軽減できます

意味ある 活動報告

動画のプロモーションは、実施結
果から目安にしていける指標が少
ないため根拠が伴う報告が難しい

⋮

多くのノウハウを持つ専任パートナーがいることで
プロモーション活動を長く続けていける



継続的なコンテンツサポート

狙った効果を出し続けるのは容易ではありません
ファンと共にひろがっていく **段階的な課題の変化** に対して
継続的にサポートさせていただくことも可能です

継続的なストーリー戦略

ステップ1

課題

- ・商品・サービスの認知を上げたい、拡散したい

対策

- ・アイキャッチ要素を高め、他コンテンツの導線に活用
- ・拡散したくなるストーリー設計、表現・演出

ステップ2

課題

- ・興味を持ってほしい
- ・価値を具体的に伝えたい
- ・利用シーンを想起してほしい

対策

- ・実写と組み合わせた表現
- ・生活シーンに溶け込む演出
- ・ストーリーのシリーズ展開（続きが気になるシカケ）

ステップ3

課題

- ・顧客の疑問や不安を解消しスムーズな購買につなげたい

対策

- ・不快なものは柔らかく表現し、疑問は分かりやすく解説
- ・ストーリーに共感してもらい行動の後押しにつなげる



コンテンツの使い分け戦略

同じ商品でもお客様によって抱えている課題が異なるため、
ストーリーや演出を丁寧に使い分けることで
伝わる内容を最大限まで引き上げていくことができます

2 MOVIE公開中——パラパラ漫画で心温まる【365日の庭活】～ファミリー編～

家族みんなが充実できる「庭のある暮らし」



30代向け

3 MOVIE公開中——パラパラ漫画で心温まる【365日の庭活】～パートナー編～

パートナーのためにはじめる「庭のある暮らし」



シニア向け



パラパラ漫画シリーズ化の効果(認知拡大)

調査概要

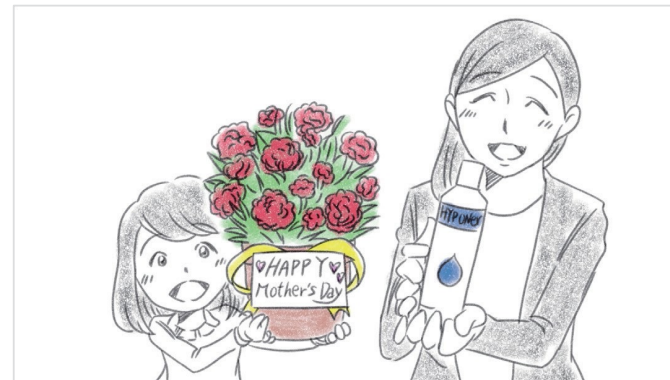
調査期間：2022年12月21日～2022年12月24日

調査対象：国内在住の20代から60代男女

有効回答者数：316名

調査方法：インターネットリサーチ(ジャストシステム「Fastask」利用)

視聴動画：園芸用品メーカー(ハイポネックス様)の
パラパラ漫画(30秒)シリーズ3本



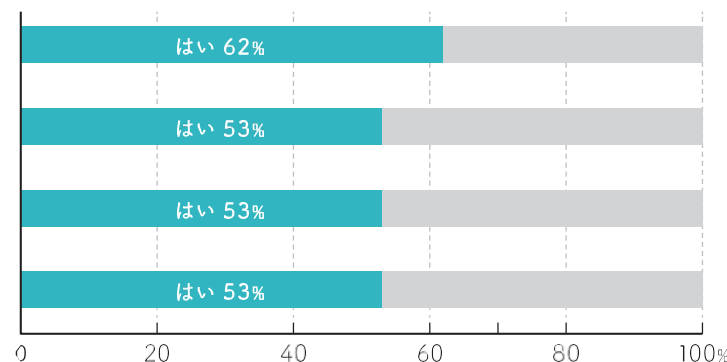
商品知らない人

さらに商品に好感が持てましたか？

さらに商品に興味が持てましたか？

商品を購入したいと思いましたか？

別シリーズの動画も見たいと思いましたか？

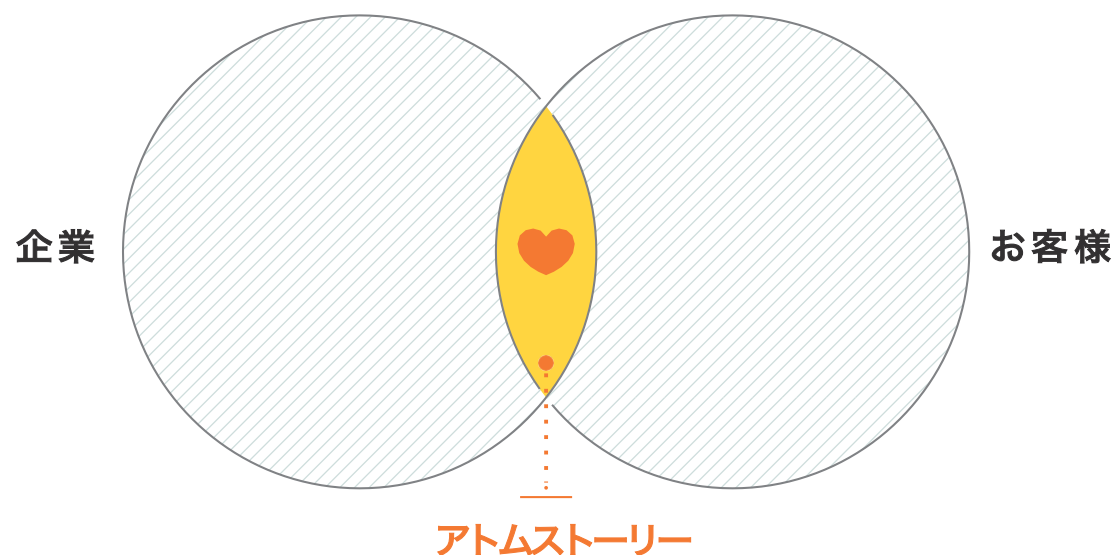


シリーズで3本以上の動画を視聴することで
約**62%**の視聴者に対して好感度が高まる傾向がある



アトムストーリーが出来ること

ストーリーで“**企業とお客様を結ぶ**”のが得意です
共感の輪をひろげていくパートナーとして伴走させてください



あなたが持つ“共感の種”を一緒に育てていきましょう。

動かしたいのは、心です。



ATOM STORY