

大塚商会が製品紹介動画の内製化に Adobe Premiere Rushを活用

大塚商会

「新しい情報をいち早く動画で訴求するためにも
Premiere Rushは当社にとって不可欠なツールになっています」

マーケティング本部 クラウドアプリプロモーション課 海原 千紗子氏

導入製品 Adobe Creative Cloud グループ版

デスクトップアプリ ・ Adobe Premiere Rush
サービス ・ Adobe Stock

導入メリット

新たな営業スタイルを実現

動画の活用で営業1人でも、さまざまな製品やサービスの詳細説明が可能に

すぐに制作できる

特別な機材は不要。PCはもちろん、スマートフォンで撮影から編集まで可能

ノイズ除去も簡単

「バックグラウンドノイズを除去」機能で余計な音声をかんたんにカット

感覚的な操作が可能

動画制作未経験でもすぐに、誰にでも操作できる



株式会社大塚商会

北は札幌から南は九州まで全国に拠点があり、「オフィスまるごと」をコンセプトに、最新ITソリューションをはじめとしたシステム販売、導入支援、教育、保守までをカバーするサービス&サポートを提供。



株式会社大塚商会 マーケティング本部
クラウドアプリプロモーション課
高柳 英和氏

コピー用紙をはじめとするオフィスサプライの供給からITソリューション提案に至るまで、今日の企業が直面する課題を「オフィスまるごと」サポートする株式会社大塚商会。同社は、クラウド製品の機能紹介を目的に、Adobe Premiere Rushによる動画制作をスタート。内製化による外注コスト削減に加え、紙では説明しづらかった製品の動きがひと目で分かるなど、お客様への新たな製品訴求スタイルが生まれたという。

■ 導入の経緯

求められるタイミングで動画を提供したい

全国の中小企業から大企業まで、幅広いニーズにワンストップでソリューションを提供する大塚商会。コロナ禍もあり、リモートワークへの注目が集まった2020年1月～6月、この時期、実に約1万9000社、延べ22万7000人へのソリューション支援するなど、企業がその時々抱える多様なニーズに迅速に答えている。

こうした同社のビジネスモデルは、全国に展開する数千人規模の営業チームとその活動を支援するマーケティングチームから成り立つ。マーケティングチームの役割として販促ツール開発があるが、近年は提案書やチラシなど紙ベースのツールだけでなく動画の活用が進んでいる。クラウド製品のプロモーションを担当するマーケティング本部 クラウドアプリプロモーション課では、これまで協力会社に委託して販促動画を制作してきたが、少なからぬ課題があった。同課 課長の高柳 英和氏はこう説明する。

「営業チームから求められるタイミングで動画ツールを提供することはかなり大変でした。動画を制作するには、制作会社との打ち合わせを重ねる必要があるうえ、その後プロット、撮影、編集と各工程に時間がかかることがその理由です。また、外注コストの兼ね合いもあり、必要に応じて柔軟に動画を制作できない点も課題の一つでした。そのため今後は、効果的な動画を提供するには内製化が必要だと判断したのです」

こうした課題を受け、同社が注目したのが、スマートフォンでの撮影を前提とした動画作成・編集アプリ Premiere Rush だった。



株式会社大塚商会 マーケティング本部
クラウドアプリプロモーション課
海原 千紗子氏



Adobe Stock の豊富なロイヤリティフリー
素材も活用し、より伝わりやすい動画を作成
している

USER PROFILE

株式会社大塚商会

<https://www.otsuka-shokai.co.jp/>

所在地：東京都千代田区飯田橋2-18-4

創業：1961年7月

資本金：103億7,485万1,000円

従業員数：8,912名（連結子会社含む）

事業内容：コンピューター、複合機、通信機器、ソフトウェアの販売および受託ソフトの開発などのシステムインテグレーション事業、サプライ供給、保守、教育支援などのサービス&サポート事業を展開



詳細情報

adobe.com/go/cct



アドビ株式会社
〒141-0032 東京都品川区大崎1-11-2
ゲートシティ大崎イーストタワー
www.adobe.com/jp/

Adobe
345 Park Avenue
San Jose, CA 95110-2704
USA
www.adobe.com

■ 選択のポイント

未経験者でもすぐに動画制作が可能

動画制作に携わった経験を持つスタッフがいない状況で、内製化に舵を切ることには不安も少なくなかった。しかし実際には、Premiere Rushによる社内での動画制作は予想以上にスムーズに進んだという。動画編集を行った同課の海原 千紗子氏はこう振り返る。

「私自身、これまで動画を編集した経験は一切ありませんでした。しかし、Adobeさんの『Premiere Rush ことはじめ』というWebコンテンツを見ただけで、操作方法が具体的にイメージできましたし、実際の編集作業も直感的に行えたため、意外なほど簡単に作ることができたという印象です。最初に制作したのは、大型電子ホワイトボードのイベント用紹介動画でしたが、スマートフォンのカメラ機能を使った撮影からタイトルやテロップ挿入などの編集作業も含め、約90秒の動画を1時間程度で作ることができました。チラシなどの紙ベースのツールで紹介する場合、製品のサイズ感を伝えることが難しいという課題があったのですが、動画による説明はサイズ感を分かりやすく伝えるという点でも非常に効果的でした」

操作の容易さを裏付けるエピソードがもう一つある。同課では今春入社した新人にPremiere Rushによる自己紹介動画制作を課題として与えたところ、まったく未経験であったにも関わらず、すぐに操作方法を習得し、魅力的な動画を制作したという。

■ 導入効果

あらゆる製品の機能紹介動画の制作に活用

現在、同課が主に手掛けている動画は、さまざまな取り扱い製品の機能紹介だ。

「弊社で取り扱いをしている製品の多くは、営業担当のPC上でお客様へお見せすることが困難な場合があります。そういった場合、実際の画面やクリックによる画面遷移などを体感いただく際には、私たちが営業担当に同行し現地でデモを行うのですが、お客様のご都合に合わせたタイミングで伺えないことも少なからずありました。これを解決する方法として上がったのが、動画による機能紹介だったのです。動画であれば私たちが同行しなくても、使い方のイメージを伝えることができます」（海原氏）

紙の販促ツールでは伝わりづかった画面遷移など製品特長の訴求も、動画によって解決している。

「制作にあたっては特に、情報を端的に伝えることを大切にしています。具体的には、テロップや早送りといった機能を活用し、90秒以内に収まることを前提に制作しています。現在は、まずは営業担当のPCでデモを行うことが難しい製品を優先して紹介動画を制作しているところです」（海原氏）

現在、制作した機能紹介動画は、社内ポータルサイトのライブラリにアップロードし、営業担当が必要に応じて動画をダウンロードして顧客先で公開するという運用が定着している。

■ 今後の展望

動画での販促ツールを今後さらに増やしていく

再配信を目的としたWebセミナー映像の編集にもPremiere Rushを活用している。

「ライブ配信のWebセミナーは、都合がつく方しかご参加いただけないため、当社ではWebセミナー映像のアーカイブ化を進めています。その際には、初回配信そのままではなく、Premiere Rushで登壇者が言葉に詰まった部分をカットしたり、分かりにくい部分にテロップや矢印を配置するなど、より伝わりやすくなるように再編集しています」（海原氏）

多様な編集機能の中で海原氏が高く評価しているのがノイズ除去機能だ。

「社内で撮影していると、電話の呼び出し音やチャイムなどの雑音が入ってしまうことがあります。Premiere Rushであれば、そうしたノイズを適用度スライダーで制御しながら簡単に除去できる『バックグラウンドノイズを除去』機能があるので非常に便利です。また、トリミングや早送りといった処理が感覚的に行えることも重要なポイントだと思います。さらに動画編集では、Adobe Stockのロイヤリティフリー素材もフルに活用することで、より伝わりやすい動画を内製化することにつながっています」（海原氏）

今後は各種販促ツールにおける動画の割合をさらに高めていくことを予定しているという。

「チラシと動画を組み合わせることで、お伝えできる情報量が一気に増えたことを実感しています。またお客様の視点でも、紙と動画を分けて捉えることが少なくなっていると感じています。Premiere Rushによる高度かつ簡単にできる動画編集は、営業ツールとしての動画の役割を大きく進化させていますので、今後は紙ベースのツールと同じようなペースで動画制作も進むようになると思います」（高柳氏）

「クラウド製品はアップデートが頻繁に行われることもあり、その都度機能紹介動画を外注することは現実的ではありません。新しい情報をいち早く動画で訴求するためにも、Premiere Rushは当社にとって不可欠な存在になっています。これからも使い込んでいきたいですね」（海原氏）

※掲載された情報は、2020年8月現在のものです。