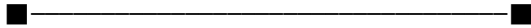


2018年3月20日

【ドリームムービー通信：第3号】

「創造し続けようと思う人間には、変化しかありえない。」???



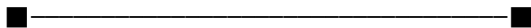
創造し続けようと思う人間には、変化しかありえない。

人生は変化であり、挑戦だ。

There can only be changes for humans who wish to keep on creating.

Life is a change and a challenge.

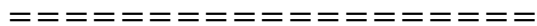
マイルス・デイビス（ジャズトランペット奏者：アメリカ：1926～1991）



今回も動画のご紹介から。

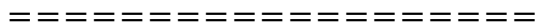
2013年公開の動画になりますが、

初めてご覧になる方にはインパクトがあると思います。



◆ヤンマー企業TVCM YT01登場（30秒）

<https://www.youtube.com/watch?v=eLASIINe-Zw>



とてもトラクターのイメージではありませんね。

まるでスポーツバイクのCMのようです。

参考としてカワサキのフラッグシップモデルH2Rのプロモビデオを紹介します。

「YT01」と見比べてみると、かなり近いイメージなのが分かります。

◆New Kawasaki Ninja H2R - Built Beyond Belief (2分39秒)

<https://www.youtube.com/watch?v=gD9Guoe2duE>

ヤンマーは2013年に大きな変革がありました。

フェラーリのデザイナーであった、

工業デザイナーの 奥山清行氏 が社外取締役役に就任。

この年に 佐藤可士和氏（アートディレクター：NTTドコモFOMAなど数々のデザインを手掛ける）による、現在のシンプルなロゴマークへと変更されています。

中でも大きな変化の1つが、

先のビデオ「ヤンマーYT01」によるブランドイメージ。

「YT01」は 奥山清行氏 が手掛けたデザインによる、

トラクターのコンセプトモデルです。

（2013年東京モーターショー公開。ビジュアルだけではなく、GPSシステムによる自律走行等、先進技術も採用されている）

70～80年代を知る方たちは「ヤン坊マー坊天気予報」を憶えていらっしゃるでしょうか？

あの頃と言えば、トラクターは農業機械であり、デザインより機能が優先されていました。

トラクターはおしゃれなイメージではなかったと思います。

しかし2013年に、ブランドイメージを変える変革が行われました。

このイメージの変革に映像の力は欠かせなかったのです。

言葉、文字で微妙なイメージを伝えるのはとても難しいものですから…

映像はブランドイメージを表現するのに適しています。

「ヤンマーYT01」のスタイリッシュな動画を見れば、
ヤンマーが目指すところの企業イメージは説明不要ですね。

最新の動画はこちらです（2017年6月公開）

◆ヤンマー企業 CM「Who is YANMAR フィールドロボティクス篇」
（30秒）

<https://www.youtube.com/watch?v=MUQn0IJeJzY>

TVCMほど大きな影響力はなくとも、
例えば、これまでに弊社HPで紹介させていただいている
「商品PR動画」でも十分にイメージを変えることが
できると思います。

「四ツ谷ビジネスラウンジ」会社案内動画（39秒）

https://youtu.be/XchPmlpW_08

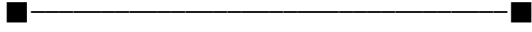
=====

テロップ文字や映像の情報量を極力押さえた
ミニマルな映像が、多くを語らずとも
逆に興味を惹くものになっているのではないのでしょうか。

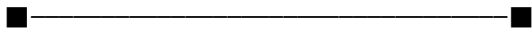
この動画の持つイメージ…

自由、静寂、清潔、人の繋がり、
そういったことが30秒程度で伝えられる。
それが動画の力というものですね。

さて、改めて冒頭のマイルス・デイビスの言葉。



創造し続けようと思う人間には、変化しかありえない。
人生は変化であり、挑戦だ。



最後までお読みいただきありがとうございました。