



CRAFT5 Inc.

From film production to culture design,

we create experiences that shape how companies are seen, felt, and remembered.

True beauty hides in the details.  
It speaks to the subconscious.  
It reflects integrity; it shapes the whole.  
Attention reveals intention. Care lives where no one looks.  
Mastery shows in the unnoticed. Restraint creates elegance.  
Presence is built on nuance.

# PORTFOLIO

**C5** | C R A F T 5  
I N C .

**C5**



## 神は、細部に宿る。

ONE CREATE, ONE CRAFT, ONE CONNECT.

ひとつの創造。ひとつの美学。そして、ひとつのつながり。

その根底にあるのは、私たちの哲学です。

私たちは、ただ映像やデザインを「つくる」だけの会社ではありません。

生み出すもの一つひとつに、「なぜそれをつくるのか」「どう届けるのか」という、

意味と美しさが両立する思想を込めています。

まだこの世に存在しない何かを形にする —— それがクリエイト (CREATE)

それを、美学で細部まで磨く —— それがクラフト (CRAFT)

そして、想いと人、社会と価値を結ぶ —— それがコネクト (CONNECT)

私たちにとって、クラフトとは「技」ではなく、細部に宿る美の思想。

だからこそ、最後の1%まで、私たちは妥協しない。

創ることのすべてに、責任と誇りを。

## Mission / Vision / Value

### Mission

その先を、まだ見ぬ先へ。

より鮮やかに、より遠くへ。

### Vision

ONE CREATE, ONE CRAFT, ONE CONNECT

- 創造から美学を結ぶ -

### Value

- ・感性と感覚を磨く
- ・意図を読み解きかたちにする
- ・意志ある行動を起こす
- ・矜持をかけて成し遂げる
- ・細部に美学を込める



Creative Direction & Producer : Takuya Otani    Film Direction : Yosuke Kinoshita    Assistant Director : Akira Terao  
Director of Photography : Shun Shigeta    Art Direction & Design : HAQ    Assistant : Maiko Nagamatsu    Production : CRAFT5 Inc.



## さが半導体フォーラム | 世界観拡張型統合ブランディング

CLIENT : 佐賀県 産業労働部 ものづくり産業課      DATE : 2026.03

### ISSUE

既存の「お堅い行政デザイン」を脱却し、若者の熱狂を生む。

従来のような自治体制作特有のデザインでは世界観が弱く、魅力が伝わらないことが課題であった。  
若年層の関心を強く惹きつけるため、スポーツのティザー動画を彷彿とさせる圧倒的な熱量とカッコよさが求められていた。

### SOLUTION

既存ロゴの「図」を「地」へ。細部までこだわる圧倒的映像美。

既存ロゴのグラデーションを背景(地)に徹底活用し、デザイン全体をブランド化した。県内半導体企業4社(SUMCO、レゾナック、日清紡マイクロデバイスAT、田口電機工業)の撮影では、緻密なライティングとマクロブローレンズ、CGを駆使し、想像を超える映像美を追求した。

### RESULT

熱狂は波及する。追加受注が証明した本質的なブランド力。

完成した動画は庁内で「これを作ったのはどこか」と話題を呼び、YouTubeでも10万回以上再生され認知を拡大。  
構築した強固な世界観が高く評価され、大型パネルや特注名刺の追加受注に至った。

PROMOTION LOCAL GOV BRANDING PLANNING DESIGN YouTube

Creative Direction & Producer : Takuya Otani   Film Direction : Akira Terao   Camera Operator : Yosuke Kinoshita  
Camera Assistant : Shun Shigeta   Lighting Technician : Kosho Matsumoto   Assistant & Model : Maiko Nagamatsu  
Drone Camera Operator : Carwen Style   Drone Operator : JIDAI   Drone Assistant : Uto Izuka   Production : CRAFT5 Inc.



※SAGAサンライズパークは、一般の方もご利用いただけます。

## SAGA サンライズパーク | プロモーション動画「定時ダッシュのその先に。」篇

CLIENT : 佐賀県 SSP推進局 コンベンションチーム   DATE : 2025.09

### ISSUE

「非日常」から「日常」へ。  
平日利用を促す印象転換。

土日のイベントやプロスポーツ開催時は賑わう一方、平日の利用者が少ないことが課題であった。  
施設を「非日常の特別な空間」から、県民が日常的に利用できる「身近な場所」へと印象転換させることが求められていた。

PROMOTION

LOCAL GOV

DRONE

Instagram

YouTube

DIGITAL SINAGE

### SOLUTION

これまでにない「ユニークさ」で  
印象転換を。

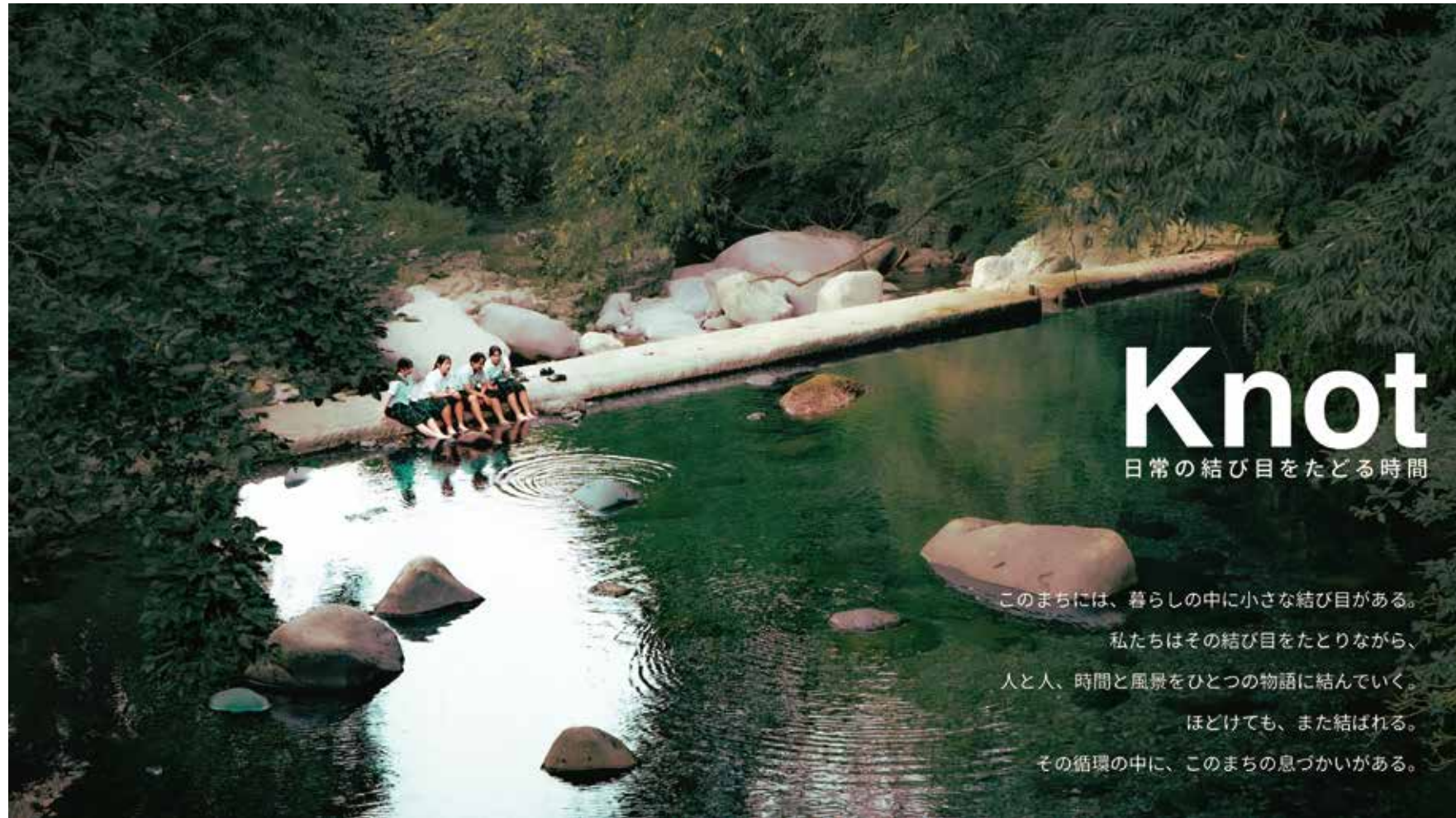
日常利用の自分事化を狙い「定時ダッシュのその先に。」篇を企画制作。  
多様な職業に扮した県民約20名の全力疾走を大型ドローンで一発撮りし広告的違和感を演出。FPVや3Dテロップを駆使し、身近さと使いやすさを表現した。

### RESULT

日常動線での接触が育む、  
中長期的な「映像資産」としての価値。

幹線道路の大型サイネージなど県内の日常動線で放映し、「存在」から「魅力」への認知深化を促進。弊社が出展した他県の展示会でも話題となるなど、単なる広告にとどまらず、中長期的なブランド浸透を見据えた映像資産として機能している。





【70周年記念動画】 Film Direction & Producer : Takuya Otani    Camera Operator : Yosuke Kinoshita, Shun Shigeta, Akira Terao    Editor & 3D Animator : Fumiko Matsuzaki    Drone Operator : Carwen Style  
 Cast : Mamoru Nagaike, Yoshio Kawamura, Ryuya Kurasaki, Yuko Kurasaki, Yukiyoshi Oka, Tomonori Katahuchi, Tomohisa Nabeshima, Yuichiro Nakamura, Motohide Yano, Keiji Komori, Shoshirou Nakashima, Sachiko Ainoura, Hideko Hashikawa  
 【Knot／かし丸くん】 Creative Direction & Producer : Takuya Otani    Film Direction : Yosuke Kinoshita    Camera Operator : Shun Shigeta    Production : CRAFT5 Inc.



カシマノヒト | KASHIMA NEXT VISION KASHIMA 70TH ANNIVERSARY FILM



TikTok『かし丸くん』

## Knot | コンセプト主導型 SNSメディアプロモーション

CLIENT : 佐賀県鹿島市 広報企画課

DATE : 2026.03

### ISSUE

70周年映像の評価を次へ。視聴者の「広告疲れ」を回避する一手とは？

70周年記念映像の高い評価を契機に、SNSでのシティプロモーション強化へ。しかし既存の行政アカウントは単なる情報発信に留まり、視聴者の「広告疲れ」を防ぎつつ地域の魅力を深く届ける新たな発信手法が課題であった。

### SOLUTION

行政感を消す。物語の「Knot」とエンタメの「かし丸くん」。

広告感を消した「コンセプトチャンネル」の確立を提案。Instagramは日常の結び目を辿る地域メディア『Knot』として物語性を重視。TikTokは『かし丸くん』でエンタメに振り切る二面戦略を展開した。

### RESULT

継続決定と37万回再生。目的に応じたSNS展開で成果を創出。

『Knot』は「物語の舞台が鹿島」という見せ方で世界観を確立し、次年度の継続が決定。一方のTikTokは巫女の密着動画が約37万回再生・約1万いいねを記録するなど、目的の異なるSNS双方で確かな成果を創出した。

PROMOTION

LOCAL GOV

BRANDING

PLANNING

DESIGN

Instagram

TikTok

## KURUME SIX | 行動喚起型統合ブランディング

CLIENT：福岡県久留米市 農政部 農業の魅力促進課

DATE：2026.05

### ISSUE

優れた商品の魅力を伝えきれず、  
購買へと結びつかない。

久留米市は農業が盛んで6次産業化も進むが、生産者のPRスキルや人員不足により、効果的な情報発信ができていないことが課題であった。特に若年層や都市部への認知が弱く、商品の魅力が購買へと結びついていなかった。

### SOLUTION

「KURUME SIX」を軸に、  
多層的な映像で魅力を届ける。

新ブランド「KURUME SIX」を立ち上げ、全体のコンセプトを統一。地元タレント"黒田りさ"を起用した親しみやユーモアのある動画から、生産者の想いに迫る高品質なブランドムービーまで、多様な映像を制作した。

### RESULT

映像から「モノ」へ。追加受注が  
証明するブランド資産の創出。

映像制作の依頼から始まった本件だが、提案したロゴやコンセプトが市から高く評価され、商品シールやWeb等で活用する予定のブランドロゴの追加制作を受注。「仕入れたい」という事業者からの引き合いも創出し、地域の持続的な資産となった。

PROMOTION

LOCAL GOV

BRANDING

PLANNING

DESIGN

DRONE

Instagram

YouTube

WEBCM



Creative Direction & Producer : Takuya Otani  
Film Direction : Yosuke Kinoshita  
Director of Photography : Shun Shigeta  
Cast : Risa Kuroda  
Production : CRAFT5 Inc.





## Two Passions , One Mission |

### サンケイ卓球部採用ブランディングCM

CLIENT : サンケイ株式会社

DATE : 2025.07

#### ISSUE

マイナスイメージからの脱却。  
「卓球×警備」で若き次世代を狙う。

警備業界のマイナスイメージから若手採用が難航し、次世代の管理職候補の確保が課題であった。そこで社長が情熱を注ぐ「卓球」に着目し実業団を設立。プロ志望ではないが社会人でも競技を続けたい層へのアプローチが求められた。

#### SOLUTION

採用増が実現させた「ダブルス」。  
仲間と戦うシネマティックCM。

第一弾の成功を受け、第二弾は『Two Passions , One Mission -仲間と守る。仲間と戦う。-』をコンセプトに企画。昼は警備、夜は卓球という動き方を提示し、前回の採用増によって実現した「ダブルス」をテーマに、シネマティックな映像でチームの成長と絆を表現した。

#### RESULT

YouTube90万回再生。共感が  
応募を呼び、確かな採用成果へ。

第二弾の映像は広島県内TVCMで放映されるとともに、YouTube広告で90万回再生という圧倒的な反響を獲得。警備と卓球を両立したい若手人材からの応募が継続して増加し、採用数も着実に伸びるといって確かな成果を創出している。

PROMOTION

BRANDING

PLANNING

DESIGN

DRONE

YouTube

TVCM

RECRUIT

【仕事も卓球も打ち込める篇】 Film Direction : Takuya Otani Director of Photography : Ritomo Omura Lighting Technician : Tetsuya Fukuda  
Drone Operator : Ront Worry (Kento Hirota) Cast : Takuya Miyamoto, Yoshiyuki Taketomo Production : CRAFT5 Inc.  
【Two Passions , One Mission - 仲間と守る。仲間と戦う。- 篇】 Creative Direction & Producer : Takuya Otani Director of Photography : Yosuke Kinoshita  
Camera Assistant : Shun Shigeta Lighting Technician : Tetsuya Fukuda Editor : Akira Terao Hair & Make-up, Stylist : Misuzu Kaneko  
BTS : Mai Asahina Copywriter : Takahiro Hayasaka LogoDesigner : M53\_Design Narrator : Hazama Dash VOICEWORK  
Location Support : Hiroshima Sunplaza Hall Production : CRAFT5 Inc.

# KIYAMALIVE | トリカイホームコンセプトムービー

CLIENT：鳥飼建設株式会社 DATE：2024.07

## ISSUE

「地域認知」から「ブランド共感」へ。

若年層との接点創出。地域内で一定の認知を得ている一方で、住宅ブランドとしての魅力が十分に伝わっていないことが課題であった。

特に移住検討者や若い世代といった新たな顧客層との接点が少なく、効果的な認知拡大とブランド価値の浸透が求められていた。

## SOLUTION

住宅ではなく「暮らし」を描く。  
四季を巡る短尺SNS展開。

「基山に暮らす豊かさ」をテーマに、住宅ではなく「暮らしそのもの」を描くコンセプトムービーを企画。SNS広告配信を前提とし、四季をテーマにした4本の短尺動画を展開することで、新たな顧客層とのブランド接点を強力に創出した。

## RESULT

「らしさ」の浸透が建築件数増へ。  
共感を呼ぶコンセプト発信。

SNSを通じてブランドらしさが浸透し、移住検討者など新規層からの問い合わせが増加。コンセプト発信の強化が実際の建築件数増にも直結した。「届けたい価値が初めて映像化された」とクライアントからも高い評価を獲得している。

- PROMOTION
- BRANDING
- PLANNING
- DESIGN
- DRONE
- Instagram
- YouTube
- WEBCM



Film Direction & Camera : Yosuke Kinoshita  
Assistant Director : Akira Terao, Misaki Murakami  
Cast : Tatsuya Amano, Yuuka, Kana, Itaru Hatano, Tsumugi Tanaka  
Production : CRAFT5 Inc.



Film Direction & Camera : Yosuke Kinoshita Assistant Director : Akira Terao Cast : Yuuka Production : CRAFT5 Inc.

# TORIKAIで愉快地 | TORIKAI Group リクルートムービー

CLIENT：鳥飼建設株式会社 DATE：2024.12

## ISSUE

建設業の堅いイメージを払拭し、  
SNSで新たな求職者と出会う。

多角的事業の採用強化が課題となる中、建設業の堅いイメージが先行し「働く人の魅力」が求職者に十分に伝わっていない状況であった。また、求職者との接点も限られており、SNSを活用した採用広報の抜本的な強化が求められていた。

## SOLUTION

「愉快地働く」を可視化。  
継続発信を見据えたコンテンツ設計。

「TORIKAIで愉快地働く人たち」をテーマに、社員の人柄や空気感にフォーカスした映像を提案。一人称視点やリアルなインタビューを通じて魅力を可視化し、SNS継続発信を見据えた各事業別の個別コンテンツも制作した。

## RESULT

単発の動画で終わらせない。  
接点を生み続ける採用発信体制へ。

SNSを通じた採用広報により、これまで接点がなかった新たな求職者との接点創出に成功した。単発の動画制作に留まらず、各事業の個別コンテンツを用いた継続的な採用発信の体制を構築し、長期的な採用力の強化に大きく貢献している。

- BRANDING
- DRONE
- YouTube
- RECRUIT

# UNIQLO × RYOHEI「博多どんたく」篇 | ダイジェスト動画

CLIENT : UNIQLO × RYOHEI DATE : 2023.04

## ISSUE

店舗の新たな象徴となる「壁画」の魅力を、来店客へ届ける。

ミーナ天神のリニューアルで誕生したユニクロ天神店。その象徴として福岡のアーティストRYOHEIが壁画制作を担当した。オープンに合わせて制作風景を公開し、壁画を広く紹介して店舗の新たな魅力を伝える映像が求められていた。

## SOLUTION

2カ月の軌跡を1分間に凝縮。テンポと視認性を重視した映像設計。

約2カ月に及ぶ壁画の制作過程を、約1分のダイジェストムービーに凝縮。作業の開始から完成に至るまでの軌跡をテンポ良く構成し、視認性とブランドの世界観が調和する、来店客の目を惹きつけるスタイリッシュな映像表現に仕上げた。

## RESULT

大型サイネージが放つ、空間演出とブランド体験の融合。

完成した映像はユニクロ天神店内の大型デジタルサイネージで放映。都市型店舗における洗練された空間演出として機能し、日常の動線上で多くの来店客の目に触れることで、地域と融合したブランドの魅力を効果的に発信した。



Film Direction : Takuya Otani  
Artist : RYOHEI  
Production : CRAFT5 Inc.

PROMOTION DIGITAL SIGNAGE

# 車だって、スポーツだ。RAIZE篇 | SNS用販促動画

CLIENT : 福岡トヨペット株式会社 DATE : 2025.12

## ISSUE

他店との差別化と汎用性。共感を生むSNSコンテンツの欠如。

他販売店との差別化を図るSNSコンテンツが不足し、試乗予約への入口動線が弱いことが課題であった。また、協賛先チーム毎に転用可能な企画がなく、単なる商品紹介に留まらない「共感・体験型」の新たなコンテンツが求められていた。

## SOLUTION

「車だって、スポーツだ。」実況を用いたエンタメ映像設計。

車の性能をスポーツ実況に見立てる独自企画「車だって、スポーツだ。」を提案。商品説明ではなくエンタメ性を重視し、走行性能を「プレー」として表現するショート動画を制作。別スポンサーにも転用可能なシリーズ企画として設計した。

## RESULT

アカウント上位の反響を獲得。認知を拡大する戦略的映像資産へ。

完成したエンタメ性の高い映像は、公式SNS内で他投稿と比較して非常に高い再生数を獲得し、アカウント上位クラスの反応を記録。SNS上での接触機会を大幅に増やし、ブランド認知の向上と今後の横展開を見据えた戦略的成果を生んだ。

PROMOTION Instagram



Film Direction : Yosuke Kinoshita  
Camera Operator : Akira Terao  
Cast : KANO LAULEA'S  
Production : CRAFT5 Inc.





Producer : Takuya Otani  
 Film Direction : Shun Shigeta  
 Camera Operator : Yosuke Kinoshita  
 Cast : Otoha Nakagawa, Takayo Azuma, Sora Shirahama, Kenji Tani  
 Production : CRAFT5 Inc.

## 3市町リモートだるまさんが転んだ | 観光プロモーション動画

CLIENT : 有田・武雄・嬉野地区連携会議 DATE : 2026.03

### ISSUE

「説明」では人は動かない。  
 3市町を「ひとつの体験(面)」へ。

有田町・武雄市・嬉野市の個々の魅力は強いが、エリアとしての広域周遊に繋がりにくいことが課題であった。また、一過性のWeb広告ではなく、今後駅のサイネージ等で長期的に活用できる映像資産が求められていた。

### SOLUTION

想像の外側。  
 3市町同時「リモートだるまさんが転んだ」。

名所を点ではなく「面」で伝えるため、家族が3市町に分かれビデオ通話で「リモートだるまさんが転んだ」を行うショートドラマを提案。同時性と違和感を演出するエッジの効いた企画で、エリアを一体の体験として印象づけた。

### RESULT

目標を大きく超える27万回再生。  
 駅のサイネージを彩る映像資産へ。

Instagramに特化した配信で目標を大幅に上回る27万回以上の再生を獲得し、フック率16%、継続率7.72%という高い関心を集めた。映像は武雄温泉駅のサイネージでも放映され、長期的な映像資産として機能している。

PROMOTION LOCAL GOV PLANNING Instagram WEBCM DIGITAL SINAGE

## クラテノテ | 鞍手町町制施行70周年記念観光動画

CLIENT : 鞍手町役場 産業振興課 DATE : 2025.11

### ISSUE

観光スポットの少なさを逆手に。  
 記念動画と観光PRの両立。

町制70周年の記念動画と、その後の観光活用という2つの役割を持たせることが求められた。紹介すべき観光名所が少ない中で、指定要件(巨峰・庁舎等)を満たしつつ、町民の誇り醸成と訪問意欲を喚起することが課題であった。

### SOLUTION

「クラテノテ」。  
 名所ではなく、町民の「手(営み)」を描く。

観光地の羅列ではなく、町名にちなみ「手」に着目したコンセプト『クラテノテ』を考案。「このまちには、笑顔をつくる手がある。」を軸に町民の営みを丁寧に描写し、用途別の5篇の動画やメイキング、SNSキャンペーンを連動させた。

### RESULT

15万リーチ獲得と高い評価。  
 未来へ繋がる持続的な「映像資産」。

映像は要人も出席した町制施行記念式典で公開され、その圧倒的なクオリティが高く評価された。Instagramでは15万リーチを獲得し、一過性の記念動画の枠を超え、町内外で愛される持続的な観光資産として機能している。

LOCAL GOV BRANDING PLANNING DRONE Instagram YouTube

Creative Direction & Producer : Takuya Otani  
 Film Direction & Colorist : Yosuke Kinoshita  
 Assistant Director : Akira Terao  
 Camera Operator : Shun Shigeta  
 Drone Pilot : Carwen Style  
 Production : CRAFT5 Inc.



このまちには、  
 笑顔をつくる手がある。

手は生き様。手は継承。  
 これまで鞍手を支えてきた手。  
 そして、これからの受け継いでいく手。  
 70年という歴史は、ここで一区切りではない。  
 手と手を繋ぐことで、この町は、  
 次の30年へと踏み出していく。

クラテノテ



Creative Direction & Producer : Takuya Otani | Film Direction & Colorist : Yosuke Kinoshita | Camera Operator : Akira Terao | Camera Assistant : Shun Shigeta  
Drone Pilot : Carwen Style | Cast : Topggi Zamurai (Ogamyong , Ganchan) | Production : CRAFT5 Inc.



## HOW TO TSUSHIMA | 海外観光客向け啓発動画

CLIENT : 長崎県対馬市 観光推進部 観光交流商工課 | DATE : 2026.02

### ISSUE

観光とマナーの二律背反。  
炎上を防ぎ、異文化の摩擦を解消する。

対馬は来島者の大部分を韓国人観光客が占めるが、文化や習慣の違いによるマナー違反が地域課題となっていた。注意喚起による「歓迎されていない」という誤解(炎上)を防ぎつつ、マナー向上を促すことが求められていた。

### SOLUTION

観光PRにマナーを溶け込ませる  
「HOW TO」という二重構造。

表向きは観光PR、裏のテーマはマナー啓発という二重構造の動画『HOW TO TSUSHIMA』を企画。人気日韓YouTuber「トッポギ侍(登録者約34万人)」を起用し、韓国語で観光の楽しみ方として自然にルールを伝えた。

### RESULT

フェリーとYouTubeで  
国境を越える。

動画は釜山〜対馬間のフェリー内で放映されたほか、釜山向けYouTube広告で約16万回再生を記録。朝日新聞などのネット記事でも新たな取り組みとして取り上げられ、地域と観光客が共生する持続可能な基盤を作った。

PROMOTION

LOCAL GOV

DRONE

YouTube

WEBCM



Film Direction & Camera : Yosuke Kinoshita | Cast : Mako Tsurubayashi | Production : CRAFT5 Inc.

## HOW TO カーシェア篇 | 利用方法説明動画

CLIENT : アイランドテクノロジー株式会社 | DATE : 2023.04

### ISSUE

単調なマニュアルからの脱却。  
心理的ハードルを下げる導線設計。

無人で運用する新規カーシェアサービスにおいて、誰が見ても分かりやすい利用方法の説明動画が必要であった。しかし一般的なマニュアル動画は単調で離脱されやすく、利用への心理的ハードルを下げる工夫が課題であった。

### SOLUTION

「説明」ではなく「体験」へ。  
1分で直感的に伝わるSTEP解説。

「説明」ではなく「テンポよく理解できる体験」を重視し、1分間でSTEP毎に解説するリズム感のある構成を提案。実際の利用シーンを想定したキャストिंगで、複雑な利用フローを直感的に自分ごと化できる設計とした。

### RESULT

最後まで見られるコンテンツへ。  
完全無人化のオペレーションに貢献。

単なるマニュアル動画の枠を超え、最後まで視聴される「説明コンテンツ」として機能。サービス利用前の不安軽減と理解促進に大きく繋がり、レンタル時から返却時までの完全無人化というビジネス上の大きな成果に貢献した。

PROMOTION

PLANNING

YouTube



Creative Direction & Camera : Yosuke Kinoshita  
 Lighting Technician : Kosho Matsumoto  
 Camera Assistant : Kohei Takeshita  
 Production : CRAFT5 Inc.

## オーレック WING MOWER | 製品紹介用写真撮影

CLIENT : 株式会社オーレック DATE : 2026.03

### ISSUE

既存ビジュアルからの脱却。  
 製品の存在感を放つ統一された写真。

Webサイトやカタログ等、多用途で活用できる高品質な製品写真が求められていた。しかし既存の写真では製品の魅力や存在感を十分に表現しきれておらず、ブランドとして統一感のあるビジュアル制作が課題であった。

### SOLUTION

質感を際立たせる光の設計。  
 プロフェッショナルによる撮影体制。

様々な媒体での使用を見据え、汎用性の高い製品撮影を実施。機材にこだわり、質感やディテールが際立つ緻密なライティング設計を構築。各分野のプロフェッショナルを配置し、スムーズかつ高品質な撮影体制を実現した。

### RESULT

多用途で活躍するビジュアル資産へ。  
 クオリティが大型案件を呼ぶ。

製品の魅力を最大限に引き出した高品質なビジュアル素材を納品。Webや紙媒体など多用途で効果的に活用される予定で、そのクオリティがクライアントから高く評価されたことで、別発注となる大型案件の受注へ直結した。

PROMOTION PHOTO

## &SAGA | 佐賀県産業人材確保ロゴ制作

CLIENT : 佐賀県産業人材確保プロジェクト推進会議 DATE : 2026.02

### ISSUE

「選択」を迫るのではなく。  
 若者との心理的距離を縮める。

佐賀県では高校卒業時の県外流出が多く、若者の県内就職促進が重要課題であった。しかし、進路に迷う若者に対して「仕事」や「人材確保」といった直接的な言葉を投げかけても心理的距離が生まれやすく、関心が育ちにくい状況であった。

### SOLUTION

「人生、自分のサイズで。」  
 寄り添う姿勢を可視化する。

施策を横断する共通の価値観として、選択を迫るのではなく人生に寄り添う佐賀県としての姿勢を可視化。タグライン「人生、自分のサイズで。」とロゴ「&SAGA」を開発。視認性や印刷リスクにも配慮した持続可能なデザインとした。

### RESULT

点の施策を「面」へ。  
 横断的プロモーションの旗印となる。

開発したロゴと世界観は、次年度の施策横断型プロモーションにおける共通の旗印として採用。さらに就職情報発信の公式LINE名にも「&SAGA」が冠され、長期的に若者と繋がり、意味が蓄積されるブランド資産となった。

LOCAL GOV BRANDING DESIGN

Creative Direction & Producer : Takuya Otani  
 Production : CRAFT5 Inc.





89式戦闘装甲車 (FV)



AH-64D 戦闘ヘリコプター

Producer : Takuya Otani Film Direction & Editor : Akira Terao Camera Operator: Akira Terao, Yosuke Kinoshita, Takuya Otani Production : CRAFT5 Inc.

## 陸上自衛隊 | 装備品紹介動画

CLIENT : 防衛省 陸上自衛隊 中央会計隊 DATE : 2026.03

### ISSUE

全国の基地を巡り、45種類の装備品を高品質に網羅する。

日本全国の基地に配備された全45種類の自衛隊装備品を網羅的に紹介する広報動画の制作が求められた。広範囲に及ぶ撮影地を短期間で回る必要があり、全動画において品質のブレがない画一的で高品質な映像表現を担保することが課題であった。

### SOLUTION

機動的な撮影体制と、魅力を最大化する画一的フォーマット。

短期間で全国を巡る機動力の高い撮影体制を構築。ヘリコプターや戦車など、各装備品が最も力強く映える画角を追求し、全編を通じて画一化された撮影フォーマットを適用することで、統一感のある洗練された映像シリーズを作り上げた。

### RESULT

オーガニックで27万回再生。ファンの熱量を生む映像群。

最終的に45本の映像を制作。自衛隊公式チャンネルでの公開後、広告なしで総再生数27.5万回を記録。一つの動画に最大約70件のコメントが寄せられるなど、視聴者の高い熱量を生み出し、広報動画として確かな効果を実証した。

PROMOTION

LOCAL GOV

YouTube



九州半導体産業展



前回から規模拡大 マリンメッセA・B両館で開催

【Semiconductor Technology Expo in Kyushu Team】Director & Editor : Akira Terao Camera Operator (Movie) : Hiroaki Yamaguchi Camera Operator (Photo) : Iwata Daichi, Yusuke Umemoto, Uto Izuka, Kotax 【Next-Generation Logistics Expo in Kyushu Team】Director : Yosuke Kinoshita Camera Operator (Movie) : Fumiya Sakata Camera Operator (Photo) : Masanori Mehara, Saki Tateishi, Akira Togo Drone Pilot : Carwen Style Camera Operator (Movie) : Shun Shigeta Creative Direction & Producer : Takuya Otani Production : CRAFT5 Inc.

## 九州半導体産業展 | 展示会ダイジェスト動画

CLIENT : 株式会社イノベント DATE : 2025.11

### ISSUE

全出展社の網羅と、今回営業の武器となる映像資産の創出。

2日間にわたる展示会の熱気をダイジェスト映像として記録し、次回の営業活動に活用することが求められた。広大な会場(マリンメッセA・B館)で全出展社のブースを網羅的に撮影するという、大規模なオペレーションが課題であった。

### SOLUTION

14名の撮影体制とドローン空撮が描く、圧倒的なスケール感。

全14名の大規模な撮影クルーを編成し、広大な会場を漏れなくカバーする緻密な体制を構築。さらに、屋外・会場内でのドローン空撮での高高度撮影を駆使し、大勢の来場者の熱気とスケール感をダイナミックに表現した。

### RESULT

想定超えの1.4万名動員。高い満足度が次回の受注へ直結。

想定を大きく上回る異例の13,640名の来場者を記録。ダイナミックな空撮映像や網羅的な記録写真はクライアントからも絶賛され、大満足の評価を獲得した。そのクオリティと進行管理能力により、次回の撮影受注へと直結している。

PROMOTION

DRONE

YouTube



Film Direction & Camera : Yosuke Kinoshita  
Assistant Director : Misaki Murakami  
Lighting Technician : Shohei Yamada  
Cast : Miku Uchida, Yuuka  
Production : CRAFT5 Inc.

## GRAND FESTA「To the world」篇 | ブランドムービー

CLIENT : MISEL株式会社 DATE : 2024.02

### ISSUE

サービス紹介からの脱却。  
「特別な体験価値」で競合と差別化する。

結婚式場業界における新事業立ち上げに伴い、他社と差別化できる印象的なビジュアル表現と、ブランドの世界観を伝える映像が求められていた。単なるサービス紹介ではなく、特別な体験価値を感じさせるブランディングが課題であった。

BRANDING DESIGN YouTube

### SOLUTION

物語の世界へ。徹底した細部の作り込みが生むシネマティック映像。

「物語の世界に入り込んだような体験」を目指し、シネマティックなブランドムービーを企画。衣装・照明・空間演出の細部に徹底的にこだわり、憧れや非日常感を感じさせるリアルで没入感のある映像表現とブランドトーンを構築した。

### RESULT

ブライダル媒体を彩る映像美。  
「他にはない式場」の印象を確立。

完成した映像はゼクシィなどのブライダル媒体で広く活用され、ブランドイメージの向上に大きく貢献。世界観を徹底的に重視した圧倒的な映像美により、顧客に対して「他にはない特別な式場」としての強力な印象形成と差別化を実現した。



Producer : Takuya Otani Film Direction & Colorist : Yosuke Kinoshita Camera Operator: Shun Shigeta  
Assistant Director : Akira Terao Cast : Otoha Nakagawa, Takayo Azuma Production : CRAFT5 Inc.

## 福岡楽器買取センター「今まで奏でた時間」篇 | コンセプトムービー

CLIENT : 福岡楽器買取センター / 株式会社みずほプランニング  
DATE : 2026.04

公式動画がない福岡楽器買取センターの課題に対し、「今まで奏でた時間」をコンセプトとした映像を制作。楽器に宿る過去の持ち主の想いが次の世代へ繋がるストーリーを軸に、マクロブロープレレンズでの特殊撮影やリペアシーンを交え、企業の誠実さを可視化した。完成した映像は販売会のサイネージで放映され、高い評価を得てTVer用CMの追加発注に直結した。

BRANDING PLANNING DESIGN  
Instagram YouTube DIGITAL SINAGE WEBCM



Producer : Takuya Otani Film Direction & Colorist : Yosuke Kinoshita Camera Operator: Shun Shigeta  
Assistant Director : Akira Terao Cast : Otoha Nakagawa, Takayo Azuma Production : CRAFT5 Inc.

## 全天候型こども広場「Mu-Mo」 | 施設紹介動画

CLIENT : 株式会社くりえいと / 飛騨五木株式会社  
DATE : 2026.01

「Mu-Mo」の公式動画がない課題に対し、既存のロゴやカラーを活かし一貫性ある映像を制作。オープン日の賑わいを狙い、小型FPVドローンで屋外から室内へ駆け巡るダイナミックな視点やトランポリンの躍動感をテンポよく描き、大人もワクワクする空間を表現した。映像は公式HPトップに採用され、Instagramフォロワー約7千人の獲得に貢献した。

BRANDING DRONE  
Instagram YouTube

