

2021年7月吉日

## TBWA\HAKUHODO、MOTEX 史上初となる TVCM LANSCOPE 「パンチ」 篇を企画・制作

株式会社 TBWA\HAKUHODO（本社：東京都港区、代表取締役社長兼 CEO：今井明彦）は、エムオーテックス株式会社（本社：大阪市淀川区、代表取締役社長：宮崎吉朗、以下、MOTEX）が2021年7月6日（火）よりテレビにてオンエアする同社史上初の TVCM、総合エンドポイント管理「LANSCOPE」の TVCM「パンチ」篇を企画・制作しました。



MOTEX のミッションである「Secure Productivity (安全と生産性の両立)」、そして MOTEX の活動コンセプトである「With 情シス (情報システム担当者) ,More Smile」に基づく施策の第一弾として、俳優の妻夫木聡さんを起用し、MOTEX 史上初となる TVCM の制作を実施。当 CM では、国内市場トップシェアを誇る統合エンドポイント管理「LANSCOPE」のサービスや機能説明というよりも、LANSCOPE に見守られることで訪れる「平和に働く時間」に重きを置いてコロナ禍で定着したリモートワークのシーンを描いております。

妻夫木聡さんが猫と一緒にリモートワークを楽しむ日常が見どころの「パンチ」篇は、リスクを感知した際に浮上するポップアップに対し、猫が PC 画面にパンチすることでリスクを撃退するというストーリーです。TVCM に出演した妻夫木さんは、「猫と TVCM で共演したのは今回が初めてでしたね。LANSCOPE に見守られていることで、安心して、平和に働けるということを、共演した猫と一緒に無邪気に演じられたと思います。平和に働く僕たちの姿を是非楽しみにしてください」とコメントしています。

## 【TBWA\HAKUHODO クリエイティブディレクター 熊谷正晴 コメント】

みなさん、リモートワークされていますか？

自宅にいても、オフィスと同じように安心して働けるかどうかが求められる時代になってきました。

離れた場所においても、デバイス管理からセキュリティ対策まで一括して行えるのが MOTEX の LANSCOPE。

今回の CM では、LANSCOPE がもたらしてくれる「平和な働き方」でリモートワークを楽しむ日常を描いています。

ひとりでも多くの方が、令和を平和に働けますように。

## 【TBWA\HAKUHODO Head of Planning 堀江雄一郎 コメント】

コロナ禍で日本でもリモートワークが定着しつつある中、セキュリティ対策は、企業の大きい課題として台頭しました。

組織の IT 活用における安全と生産性の両立を追求し「社員を見守り、組織のパフォーマンスを最大化する」という

MOTEX さんの取り組みを、広告をきっかけに知る人が増え、日本中の会社に笑顔が増えていくことを願います。

## 【「LANSCOPE」TVCM 概要】

タイトル：「パンチ」篇 15 秒／30 秒

放送開始日：「パンチ」篇 2021 年 7 月 6 日（火）

放送地域：関東ローカル

動画リンク：「パンチ」篇 30 秒 [https://www.youtube.com/watch?v=YewUI\\_vXttY](https://www.youtube.com/watch?v=YewUI_vXttY)

## 【スタッフリスト】

佐藤カズー Chief Creative Officer

熊谷正晴 Creative Director / Copywriter

徳野佑樹 Head of Art / Senior Art Director

梶川裕太郎 Designer

佐藤広隆 Producer

伊藤渉 Producer

堀江雄一郎 Head of Planning

松尾淳史 Group Account Director

安田祐介 Account Supervisor

中原征之 Account Supervisor

天野拓也 Account Executive

杉山雅俊 Media Planner

嶋林一樹 Media Planner

**■ TBWA\HAKUHODO (TBWA\博報堂) について**

2006年に博報堂、TBWA ワールドワイドのジョイントベンチャーとして設立された総合広告会社です。博報堂のフィロソフィーである「生活者発想」「パートナー主義」とTBWA がグローバル市場で駆使してきた「DISRUPTION®」メソッドを中心とした独自のノウハウを融合。質の高いソリューションを創造し、クライアントのビジネスの成長に貢献します。

「DISRUPTION®」は既成概念に縛られず、常識を壊し、新しいヴィジョンを見いだすTBWA\HAKUHODOの哲学です。マーケティングに限らず、ビジネスにおけるすべての局面でディスラプションという新しい視点を武器に事業やブランドを進化させるアイデアを生み出します。

<http://www.tbwahakuhodo.co.jp>