

平成26年10月10日

映像ご担当者各位
会員様各位

国際企業映像協会 (ITVA-日本)
会長 井上 尋夫

＝ 2014年度 国際企業映像協会 (ITVA-日本) セミナー開催のご案内 ＝

=== 過去のコンテスト作品に学ぶ ===

「第5回 ITVA-日本 CONTEST 上位入賞作品上映会」

拝啓 秋冷の候、ますますご健勝のこととお慶び申し上げます。

国際企業映像協会では2014年度一般セミナーとして、「**第5回 ITVA-日本 CONTEST 上位入賞作品上映会**」を開催いたしますので、ご案内申し上げます。

次回21回目を迎える「ITVA-日本 CONTEST」、新年度も優秀な作品が集まることを期待しながら、企業映像の動向をコンテスト作品から学ぶため、過去(2005年度)から、最新の2012年度までの上位入賞作品を振り返る上映会を企画いたしました。年月を経てもなお説得力の高いグランプリ作品や、最新の優秀な作品をまとめて視聴できるチャンスです。

企業映像は、同じ映像表現という手法を使いながらも、映画や放送とはその目的が全く違います。明確なターゲットに、絞ったコンセプトを表現する企業映像。様々な企業がどういう目的のため如何なる映像を活用しているのか、日頃あまり目にする事の出来ない企業映像を一挙10本上映し、ポイント等を解説いたします。

また、フリーディスカッションでは、事前に頂いた質問についてお答えするとともに、企業映像の制作・活用について幅広い意見交換を予定しています。

企業の映像担当者の方、個人で映像を制作している方、新しい企画や発想のヒントをつかむ絶好の機会です。同じような悩みを持つ様々なジャンルの皆様が集まる機会でもあります。多くの方々のご参加を、心よりお待ちしております。

敬具

「第5回 ITVA-日本CONTEST 上位入賞作品上映会」

=== 過去のコンテスト作品に学ぶ ===

■ セミナー内容

【上映第1部】

★1. 2005年度 コンテスト (インナーコミュニケーション) グランプリ受賞作品

西日本鉄道株式会社 『スマイルハート2005 2月号』 約17分

内容・企画背景

定年退職を迎えたバス運転士、松井さん。社内でも指折りの運転士である松井さんの41年間乗務最後の日取材した。(西鉄広報部が長年実現したかった企画)優良運転士といわれる松井さんにも、唯一起こした事故の経験があった…。

作品の狙い

松井さんの生涯を知ることで自分を見つめ直し、乗務員一人ひとりが「今の自分」に誇りを持ち、明日への活力になればと思っている。

★2. 2006年度 コンテスト インナーコミュニケーション金賞受賞作品

住友信託銀行株式会社 『ロビーマン「澁澤 惣一郎」ロビレディー「真鍋友美」』 約17分

内容・企画背景

ロビーマン澁澤惣一郎とロビレディー真鍋友美の日常的な接客態度を振り返るストーリーの一部。

金融機関と全く異なった業種の企業より50歳を過ぎた人材が入社し、銀行の顔として、印象を決定づけるロビーという場で仕事に従事している。前職では、まったく顧客対応や接遇に携わっていない、そこに立っていれば良いという意識しか無い人が多かった。研修やOJTでは達することの出来なかったロビーマンに「気づき」を与え、自ら変わってくれる事が本当の顧客満足度向上を目指すポイントになると感じて制作。

作品の狙い

自分の今の行動がどのように見えているか気づき、どのような気持ちでロビーに向かうべきか考え、一つずつ改善を試みる行動を取り、お客様の反応を肌で感じ、自分の仕事の大切さと充実感を感じてもらう事によって、改善を試みていく良い循環を作る。

★3. 2007年度 コンテスト (インナーコミュニケーション) グランプリ受賞作品

千葉銀行 CVC ニュース vol.297 約17分

内容・企画背景

月例の社内報ビデオ ①感動を与えよう! …CS(顧客満足)活動の向上を狙いとされた企画。職員同士が、お客様への配慮ある素晴らしい行動を評価して優秀者を表彰する制度があり、その表彰者の接客事例などを紹介。②思いやり・熱意を持って。～ちばぎんハートフル株式会社～ …グループ会社の中の障害者雇用特例子会社の紹介を兼ね、障害を持った社員の人たちが、思いやりや熱意を持って一生懸命働いている姿、気持ちを描いた内容。

作品の狙い

①お客様に感動を与えるサービスをするための意識づけをコンセプトに、お客様に笑顔で接し、笑顔で帰っていただく喜びを感じとってもらい、即実践に活かすことを狙いとして制作。

②障害者雇用特例子会社を設立した目的と業務内容の周知。また障害を持っているグループ会社の社員が「思いやり・熱意・働く喜び」などを持って働いている姿を見て、仕事をする上での思いやりの大切さを感じてもらうことを目的として制作。

★4. 2008年度 コンテスト（インナーコミュニケーション）グランプリ受賞作品

あいおい生命保険 収入保障販売力強化研修用ビデオ「カワラナイアシタ」 約17分

内容・企画背景

「自分たちは損保のプロフェッショナルなのだから今のやり方を変える必要は無い」「いまさら生保の知識を学ぶ必要などない」と考える方たち少なくない。あいおい損保代理店の山田一生(40)も損保代理店としては可もなく不可もなくの生活を送っていた。ところが、最近少しずつ山田をとりまく状況が変わってきた。本映像コンテンツはそんな主人公の山田が、いかに自らの仕事の大切さに気づき、さらには真剣に生命保険の販売に取り組んでいくようになったかをドラマチックに描き出した。

作品の狙い

まず、ドラマで自分たちが販売している生命保険の大切さや重要性を認識していただき、生命保険の販売者としてのプライドを持っていただく。その後の研修で販売ノウハウや商品知識を主体に学んでいただき、販売活動に繋げていただくこと。

【上映第2部】

★5. 2010年度 コンテスト（インナーコミュニケーション）グランプリ受賞作品

相鉄ホールディングス株式会社 相鉄グループCSR全員研修用ビデオ

「相鉄グループのCSR コンプライアンス編」 約19分

内容・企画背景

相鉄グループ社員として日常注意すべき「コンプライアンス抵触の事例」を6話にわたって具体的に紹介。抵触した主人公(社員)がその都度自分の失敗に気づいて反省するというエピソードを繰り返し、相鉄グループとして定めている「コンプライアンスのセルフチェック」を行うことの重要性を訴える。相鉄グループではグループ全体でCSR取り組みを進めており、グループ社員のCSR意識向上のため、毎年「CSR 全員研修」と称し、テーマを絞って作成したビデオを全スタッフに視聴させている。Corporate Social Responsibility の概念は一見抽象的で一般社員に十分浸透しているとは言えず、特に「コンプライアンス」は「法令遵守」としばしば訳されることもあり、「自分には余り関係の無い大きな問題」だと思われている嫌いがある。この為できるだけ具体的な例を用い、一般社員の日常業務の中でも意識すべき事項であることをアピールした。尚、グループ企業の業種・職種が多岐に渡る中、如何に多数の対象者に共感を持って見て貰えるかが課題の1つ。

作品の狙い

最終的には、相鉄グループ社員のコンプライアンス意識の向上、各職場における労働基準法抵触等、コンプライアンス抵触の予防。意識向上が目的のため数値目標は設定していない。視聴後、グループ社員の間でビデオ内容が「話題に」なり、これによって「コンプライアンス」や「セルフチェック」がより意識されるようになることを目指している。

★6. 2012年度 コンテスト社外コミュニケーション 銀賞受賞作品

公益社団法人 日本キリスト教海外医療協力会 カシマナジャパン (16分49秒)

背景・内容

JOCS は、奨学金プログラムを通して、アジア・アフリカの保険医療従事者育成を支援しており、その活動は、賛同者からの寄付や会費の他、使用済み切手運動によって支えられている。しかし、これまで奨学金支援の成果を、支援者にわかりやすく伝える映像資料が存在しなかったため、受益者を取材し、奨学金プログラムの成果を支援者や今後支援に関わりうる人々に伝える必要があった。インドネシア・スラウェシ半島の2つの地域において JOCS の奨学金によって、医療や看護を学んだ人達が、地域医療に取り組む姿を紹介する。

作品の狙い

人々の病気を癒し、命を救うために奮闘するインドネシアの保険医療従事者の姿を通し、過去に奨学金支援で資格や技術を習得した奨学生が、地域医療に貢献していることを伝える。そのことにより、支援者の満足度を高めるとともに、継続支援率を高めること、また、奨学金プログラムが周知され、新規の協力者が増えることを期待した。

★7. 2012年度 コンテスト 社外コミュニケーション金賞受賞作品

株式会社ウエナカ 旋回噴流式オゾン酸化法 ～低コスト・良質・長寿命な環境浄化システム～ (9分)

背景・内容

製品概要が、少々何回なために商談初期段階にユーザーさんがパンフレット等の紙資料だけでは良い反応を見せてくれないことが背景にありました。近年、汚水の浄化技術としてオゾンの酸化力に注目が集まっています。その一方でオゾン生成にかかる高額なランニングコストや設備に必要な充分なスペースを用意出来ないことから、導入を諦めざるを得ない事業者がいたことは乗り越えなければならない課題でした。打開策を探しぬいた末、差し込んだ一筋の光、それは、「旋回噴流式攪拌技術」と呼ばれる特許技術との出会いでした。

作品の狙い

「旋回噴流式(攪拌)オゾン酸化法」そのネーミングからして、なんとも難解な製品でありながら、作品を見た後で「なんだ、こういうことなんだ！大体分かったよ！」と納得していただくことが狙いであり、目標でした。そして、商談の席においてクライアントにユーザーにもスムーズに商談のスタートラインに立って頂きたいという思いがあります。

【上映第3部】

★8. 2012年度 コンテスト 社内コミュニケーション銅賞受賞作品

アメリカンファミリー生命 Aflac Weekly News Vol.1000(1000号) (11分)

背景・内容

1000 回達成「おめでとう」という作りにはせず、ニュースのあるべき姿を社員に視聴してもらう。動画でしか伝えられない社内報の共有化と社内広報の必要性・記録の重要性を心に留めてもらい、社員一人ひとりがこれからの歴史を作っているという意識を醸成さ

せ、社内のロイヤリティ向上を狙っている。

1989年より始まったAflac Weekly Newsが「何を」「どうゆう風に」伝えて来たかを振り返りながら会社の歴史が少しでも学べるような作品となっている。

作品の狙い

社員一人ひとりが今後何をしていかなければならないのか、先輩達が築いてきた礎をどう展開していくのかをちりばめている。単なる歴史の振り返りだけではなく、自分が勤めている社会を今後成長させるための糧となって欲しいと期待している。

★9. 2012年度 コンテスト 社内コミュニケーション銀賞受賞作品

株式会社ルミネ CS 推進室 接客はチームプレイ！高いスキルが感動を創り出す（14分30秒）

背景・内容

前回制作した「ようこそルミネへ もし私がお客さまだったら」から5年が経過し、スタッフ個人に対して気づきを促す段階からショップ全体としてお客さまをおもてなしし、顧客満足度を高めることが重要だという意識がショップスタッフに芽生えてきたことから、より高い接客スキルの共有を図るためのツールとして改訂版を制作。ショップで実際に行われている接客に即した内容とした。

作業優先の接客になりがちだった有名ブランドからルミネのショップに転職してきた中堅スタッフの佐々木純子が、接客は一人でするものではなくショップスタッフが協力してお客さまをおもてなしすることの重要性に気づき、接客の楽しさを改めて知り、キャリアアップを目指すストーリー。・佐々木の転職初日”忘れていた大切なもの” ・佐々木を変えたエピソード Part:1 “情報の共有” ・佐々木を変えたエピソード Part:2 “チームプレイ” ・半年後

作品の狙い

業種業態を超えて、自分がショップでお客さまに満足していただき、また来店していただくために何が出来るかを具体的に考える場を創るとともに、ストーリーに登場するショップマスター(店長)のように、年1回開催されるルミネ主催のロールプレイングコンテストでルミネゴールドを獲得したいというショップスタッフに対して動議付けを行い、多くのショップから優秀スタッフが輩出され、ルミネ全体の接客レベルの向上を目指す。

★10. 2012年度 コンテスト 社外コミュニケーション金賞受賞作品

メディアフォー・ユー株式会社 XCom Global “Stay Connected. Globally.” (20分)

背景・内容

2013年東証マザーズ上場予定の同社。

事業規模拡大のため、西村社長がアメリカに赴任したため、日本にいる従業員に自らの考えや、仕事への姿勢が伝えきれていないとの相談があった。上場を目前に、改めて社長の思いを社員に浸透させるために、映像制作プロジェクトがスタート。

スペイン・バルセロナで開催される世界最大規模のIT通信業界展示会。ここに出展する等、世界への挑戦を志すエクコム西村社長。彼は事業規模拡大のため、アメリカにも会社を設立し、移住。巧みな交渉術でアメリカでの事業も順調に推移し、会社の規模も拡大した。しかし、事業拡大し増える社員一人ひとりに対し、自分の想いや理念が伝わっていないのではないかという疑問を抱いていた。ある日、研修のためアメリカへ呼び寄せた社員を翌日に帰国させるという事件が起こる。厳しすぎると思える西村社長の社員への教育方針。彼自身の育った環境、競争を勝ち抜くための哲学がその根底にあった。

作品の狙い

西村社長の仕事への姿勢、考え方に迫るため、密着ロケを提案。密着ロケを行い、現在の想い、抱えている問題、プライベートと
いったリアルな部分まで撮影。その人の想いを伝えるには、その人そのものを知ってもらうことが一番だと考え、密着ロケを行い、ド
キュメンタリー映像で収めることを提案。

-
- 日 時 : 2014年11月14日(金曜日) 12:30 ~ 17:00
(終了時間は目安となっています。ご了承下さい。)
 - 会 場 : 〒810-0072 福岡県福岡市中央区長浜 1-4-13 SFI 福岡ビル 8F 会議室
 - 参加費 : 学 生 : 無料 会 員 : 1名3,000円
一 般 : 1名7,000円 (2名以上申し込みの場合1名5,000円)
 - 申込方法 : 国際企業映像協会(ITVA-日本)事務局まで、メール・HP(フォーム)より
 - 申込締切 : 2014年11月7日(金曜日)

※ 参加費につきましては、申し込みと同時に下記口座までお振込み下さい。

振込み口座:

アイティブイエーニホン みずほ銀行 本店営業部 普通口座 2415222

■ 当日のタイムスケジュール(予定)

- 12:30 ~ 開場 国際企業映像協会(ITVA-日本)の紹介
- 12:35 ~ 「ITVA-日本 CONTEST 上位入賞作品上映会」 上映第1部(4本)
- 13:50 ~ 休憩
- 13:55 ~ 「ITVA-日本 CONTEST 上位入賞作品上映会」 上映第2部(3本)
- 15:05 ~ 休憩
- 15:10 ~ 「ITVA-日本 CONTEST 上位入賞作品上映会」 上映第3部(3本)
- 16:10 ~ 質疑応答(フリーディスカッション)
- 17:00 ~ 終了

※最新業務用映像機器展示を併設 (・PXW-X70・PXW-X200・PXW-FS7・ODS-D55U 予定)

■ 会場地図

〒810-0072 福岡県福岡市中央区長浜 1-4-13 SFI 福岡ビル 8F 会議室



ITVA－日本セミナー 申込み

「第5回ITVA-日本 CONTEST 上位入賞作品上映会」

=== 過去のコンテスト作品に学ぶ ===

申込日 :平成26年 月 日

企業・団体名			
ご住所	〒		
お電話		FAX	
参加者	お名前	E-mail	

※ 企業映像制作について聞いてみたいことがあればご記入ください。

[お申込み先] 国際企業映像協会 (ITVA-日本) 事務局

〒105-0013 東京都港区浜松町 1-16-4 エルコムウォーク2F

Tel : 03-6809-2540

Fax : 03-6809-2539

Mail : jimukyoku@itva-jp.com

※お申込みは、メール、もしくはHPのフォームより、お願い致します。
