

平成28年12月吉日

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

**= 2016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6回ITVA-日本CONTEST上位入賞作品上映会」**

拝啓 寒冷の候、ますますご健勝のこととお慶び申し上げます。

この度、国際企業映像協会では過去のITVA-日本コンテスト作品の上映会を下記の通り開催致しますのでご案内申し上げます。

企業映像は、映像による表現という手法は//ですが、映画やテレビ放送とはその目的が全く違い、社員という明確なターゲットに経営からのメッセージを伝えることを目的にしています。

上映会では、日頃あまり目にする事の出来ない2005年度から最新の2014年度までのコンテスト上位入賞作品10本以上を一挙纏めて視聴できるチャンスです。また各企業が映像をどのように工夫・活用しているのか、制作のポイントなどを解説致します。

視聴後のフリーディスカッションでは、事前にいただいた質問にお答えするとともに、企業映像の制作・活用方法などについて参加者と幅広い意見交換を予定しております。

企業の映像担当者や個人で映像を制作している方にとっては、新しい企画や発想のヒントを掴む絶好のチャンスになると思います。また同じような悩みを持つさまざまなジャンルの皆様が集まる機会でもありますので、多くの方々のご参加を心よりお待ちしております。

日に日に寒さが増してくる季節ですので、くれぐれもご自愛いただき、良い新年をお迎えになりますようお祈り申し上げます。

敬具

記

- 日時：2017年1月18日（水曜日）13：00～17：00  
（終了時間は目安となっています。ご了承下さい。）
- 会場：東京都千代田区丸の内2-6-1 丸の内パークビル会議室
- 参加費：無料
- 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：2017年1月13日（金曜日）

# 「第6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===

## ■当日のタイムスケジュール（予定）

12:30～開場

13:00～「ITVA-日本CONTEST上位入賞作品上映会」上映第1部（4本）

14:20～休憩

14:25～「ITVA-日本CONTEST上位入賞作品上映会」上映第2部（3本）

15:25～休憩

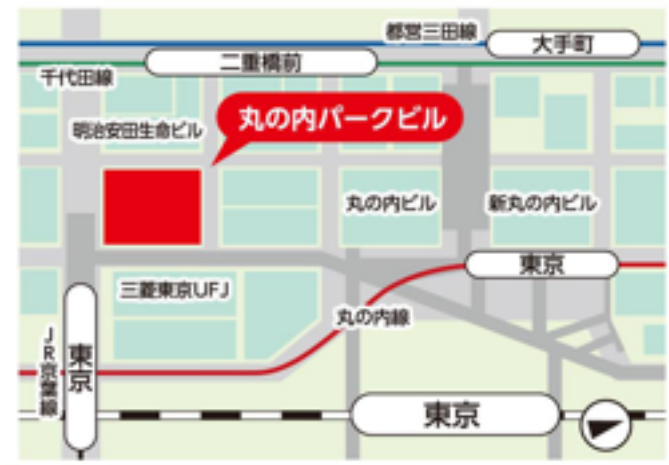
15:30～「ITVA-日本CONTEST上位入賞作品上映会」上映第3部（3本）

16:30～質疑応答(フリーディスカッション)最新映像機器情報のお知らせ

17:00～終了

## ■会場地図

東京都千代田区丸の内2-6-1 丸の内パークビル会議室



## ★上映作品プロフィール★

【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20052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なかった企画）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によって自分を見つめ直し、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」ロビーレディ「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ーレディ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した企画。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「カワラナイアスタ」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。

### ★7. 2012年度コンテスト社内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。

#### 【上映第3部】

### ★8. 2014年度コンテスト社外コミュニケーション金賞受賞作品

#### オリックス・リビング株式会社「新しい介護の常識」の裏側（14分）

##### 背景・内容

オリックスリビングの新卒採用目的のインターンで上映する学生向けの映像です。介護業界は、企業側が採用を希望している人数

に対して志望する学生の数が少ない言わば「売り手市場」の状態です。この運営する老人ホームは、クオリティの高いサービスを提供しているため「介護業界を志望する学生の中から、特に優秀な学生を選抜し採用すること」はもちろん

ですが、「介護業界を強く志望していない学生に対しても、グッドタイムリビングで仕事をするこの魅力を伝え、働きたいと感じてもらおう」ことを意図したアプローチが必要になってきます。

#### 作品の狙い

視聴した学生に「ゲストの夢の実現をサポートするこの仕事について、もっと知ってみたい！」と思ってもらい、次のオリックスリビング主催の勉強会や、選考会に進んでもらうために、①事業への共感（リタイア後にやりたいこと、夢の実現をサポートするぐっとリビングのサービスへの共感）②働きがいへの共感（社員が持つ「夢の実現をサポートしたい」という強い想いを伝え自分も社員のように人を想い、貢献する仕事をしたいと思ってもらう）この2点の要素を盛り込みました。

### ★9. 2014年度コンテスト社内コミュニケーション銀賞受賞作品

#### 朝礼用トレーニングDVD「みんなと楽しくコミュニケーション」（20分）

##### 背景・内容

(株)ふくおかフィナンシャルグループ（以下FFG）では、様々な「コミュニケーション」を通して、「FFG“が”いい」と選んで頂けるFFG“ファン”を増やす取り組みを展開している。既制作済み1～3版の朝礼用DVDでは、接遇の基本である「笑顔・あいさつ」のウォーミングアップや「身だしなみ」等を確認していたが、本DVDでは、対話スキルや基本的接客手話等の習得により、「コミュニケーション力のレベルアップ」を図る。グループ会社（福岡銀行・熊本銀行・親和銀行）、関連会社、全従業員を対象とした朝礼時間中に全員視聴で定着させるツールです。

##### 作品の狙い

これまでの接遇中心の内容から、コミュニケーションの向上に着目して制作。「話す」こと以上に「聴く」ことに重点を置きながら、心・言葉・身体でお客さまへの想いを表現するスキルを身に付け、「FFG“が”いい」と選んでくれる“FFGファン”を増やす。

### ★10. 2014年度コンテスト社内コミュニケーション金賞受賞作品

#### 明治安田生命震災復興VIDEO「アドバイザーの記録」2014（20分）

##### 背景・内容

明治安田生命の営業職員である「マイライフプランアドバイザー（略称：アドバイザー）」と呼ばれる保険外交業務職員の女性たち、本作は東北3県にて現在も活躍するアドバイザーの東日本大震災における保険業務遂行に関する記録映像です。自らも被災しながらお客さま、そして仲間や家族の安否確認に奔走。対面営業のチャネルを生かし、逆境を乗り越え、その結果震災発生から3ヵ月半という驚異の速さでほぼ全契約に相当する61万件の個人保険に関し対応確認（99%）を成し遂げました。震災からちょうど1000日を経た2013年暮れより、彼女たちならび関係者への取材ロケを敢行、インタビュー形式で当事者の生の声を記録構成しています。

##### 作品の狙い

目に見えない商品であり、その商品価値を保険金・給付金の請求をしない限りお客さまに実感してもらうことができない生命保険、全国の外交業務員に対して、職業人としての誇りと使命感を堂々と讃え、稔持（きょうじ）を与えるべく制作しました。自らの仲間たちがその時の想いを語る映像を見て、自分たちの使命は何なのか？を再認識しお客さまとの「対面アフターフォロー」を自ら考えて動くということ。また、全国結集大会に参加し、これを視聴した4000名のアドバイザーだけではなく、彼女たちを中心にその想いを全国の3万人のアドバイザーたちに伝播することを期待して制作しました。

~~~~~  
※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。

[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

\*\*\*\*\*