

Brain Online Video Award2023

一般公募部門協賛のご案内

supported by Sendenkaigi Co., Ltd.



はじめに	……P3
『Brain Online Video Award』とは	……P4
過去実績の紹介	……P8
審査方法と制度	……P18
実施スケジュールと協賛費	……P26
活用事例	……P27

はじめに

生活環境の変化や5Gなどの影響もあり、あらゆる情報が急速にデジタルシフトしています。企業のコミュニケーション活動にもデジタルは切り離せなくなりましたが、情報過多な時代にコンテンツで差別化を図ることは難しい状況です。また、デジタルメディアやSNS、アプリ、CTVなど、新たなメディアやプラットフォームが次々と台頭している中で、「オンライン時代に適したコミュニケーションの手段は何なのか」という課題が顕在しており、知見も溜まりにくい状況です。

- ・ 予算をかけて動画広告を制作したが、顧客はおろか社内からの評判もいまいちの結果で、以降動画を使うことに躊躇している・・・
- ・ YouTubeの自社アカウントを開設したものの、現状TVCMを転載するだけのチャンネルになってしまっている・・・
- ・ コミュニケーションのコンセプトは決まったが、クリエイティブを相談できる良いパートナーおらず、何から着手すべきなのか・・・
- ・ 競合他社のWeb動画がSNS上で話題になっているが、どのようにユーザーの共感や話題を生むコンテンツが作れるのか・・・
- ・ 周年事業の施策を検討しているが、社史の制作や社内イベントなどしか思い当たらず、アイデアが枯渇している・・・
- ・ SNSやオウンドメディアを運用していく上で、継続的な投稿・発信が重要なことは分かっているが、常にネタが不足している・・・

▶▶ その課題、「Brain Online Video Award」なら解決できるかもしれません！

『BrainOnlineVideoAward』 (通称:BOVA)とは



『Brain Online Video Award』とは

協賛企業からの課題に対して、クリエイターが自由な発想で制作した「オンライン環境に最適化された動画」が集まります。

「BrainOnlineVideoAward(BOVA)」は映像制作業界の活性化と、これからの時代を担うオンラインビデオクリエイターの発掘と育成を目指し、月刊『ブレン』が2013年より実施する、オンライン動画に特化した公募型コンテストです。ブレンでは、これからの才能に出会える場としてオンライン動画領域に着目し、若きクリエイターを応援すべく、このアワードを創設しました。

協賛企業から出された課題に対して、解決策となる「3分以内のオンライン動画」を募集します。これまでに未発表の動画であれば、プロ・アマや撮影方法など問いません。

[▶ 公式サイトにアクセス](#)



拡散される動画か

SNSでユーザーが拡散したり、メディアに取り上げられるような社会性や話題性があるか？テレビとは異なる、オンライン動画ならではの哲学で作られたものを高く評価します。



新しさがあるか

動画の企画やストーリー、演出にこれまでにない新しさやオリジナリティがあるか。オンラインならではの使い方を開拓している動画を高く評価します。



課題解決になっているか

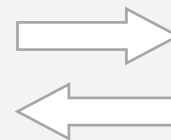
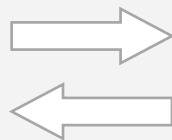
協賛企業からのオリエンを踏まえた上で、時には協賛企業の想像を超える発想を持ち、魅力的な回答を提示した動画を高く評価します。

オンライン動画ならではのクリエイティビティを3つの視点で審査します。

『Brain Online Video Award』とは

クリエイティブの専門誌「ブレイン」がハブとなって、企業の課題オリエンを告知。
読者であるプロの映像クリエイターたちが、腕試しの場としてオンライン動画を制作します。

広告・クリエイティブの最新情報を60年以上発信し続けてきた、月刊『ブレイン』が主催する公募アワードだからこそ、読者をはじめとしたネットワークを生かし、新進気鋭な映像クリエイターからの参加募集を見込むことが可能となります。ブランド企業にとって課題解決の場となると同時に、クリエイターにとっては自身がステップアップする場として機能しています。



- 自身のキャリアアップとして、アワードの受賞歴が欲しい！
- 企業のPRを行う場として、社員に取り組みたい！
- 普段の制作案件では出しきれない感性を最大限発揮したい！

- 担当商品の認知向上とファン化に繋がるアイデアが欲しい！
- 企業ブランディングのために、共感を生む動画を募集したい！
- とにかく、新しい動画コンテンツがたくさん欲しい！

『BOVA2023』開催概要

募集期間

2022年10月1日～2023年1月20日(予定)
月刊『ブレーン』2022年11月号(10/1発売)にて課題広告掲載。

応募方法

協賛企業から出された課題に対して、解決策となる3分以内の動画を募集します。
これまでに未発表の動画であれば、プロ・アマや撮影方法など問いません。

入賞作品発表

月刊『ブレーン』2023年5月号・6月号(4/1発売・5/1発売)の誌上と
BOVAオフィシャルサイトで発表いたします。

賞および内容

グランプリ (1点)・・・ 賞状・賞金100万円・トロフィー
準グランプリ(1点)・・・ 賞状・賞金30万円・トロフィー
審査員特別賞(3点)・・・ 賞状・賞金5万円
学生部門賞 (2点)・・・ 賞状・賞金5万円
協賛企業賞(各1点)・・・ 賞状・賞金3万円

審査員陣

日本の広告界を代表するクリエイター、プランナーによる厳正な審査 (P12を参照)

過去実績の紹介



TAKARA BELMONT

ヘアサロンで
人生が変わる瞬間
を描いた動画を募集します。

TAKARA BELMONTは、ヘアサロン向け設備機器・美容化粧品等の製造販売、さらに店舗デザインやソリューション提案など、トータルサポートを通してヘアサロンと共に成長してきました。

創業100周年を迎える2021年、新たなテーマの一つとして「**美容師のモチベーション向上**」を掲げ、さらに業界を盛り上げていきたいと考えています。

ヘアサロンに行く目的は、イベントなどの特別な日だけでなく、日々の身だしなみまでも幅広く、それぞれにストーリーがあります。そこで、ヘアサロンに行くことで生まれるお客様の心の変化を描き、髪を切るだけでなく「**美しい人生をかなえる**」美容師の魅力が詰まった動画を募集します。

制作上の注意点

- ・動画の最初か最後に「タカラベルmont」のロゴを入れてください。
- ・ご応募いただいた作品を対象に、美容師を審査員とした弊社主催のコンテストを開催する予定です。

前回実績(BOVA2022)について

協賛企業から出題された課題に対して、プロ・アマや撮影方法は問わず、
解決策となる「3分以内のオリジナルの動画」を募集。
協賛企業**9社**の課題に対して、**225作品**の動画が集まりました。

[▶ 過去の受賞作品はこちら](#)

過去の協賛企業

BOVA2022	コープデリ生活協同組合連合会、コタ、DINOS CORPORATION、FEEL CONNECTION、ポケットカード、マスメディアン、三菱重工パワーインダストリー、みんなのマーケット、LINE
BOVA2021	関西電力、スリーボンド、タカラベルモント、東急リバブル、ニフティ、マスメディアン、三井住友カード(2課題協賛)
BOVA2020	伊予銀行、エポック社、オリエントコーポレーション、ソニーマーケティング、リクルート、ナチュラルサイエンス、日本チューインガム、パイロットコーポレーション、不二家、楽天、ロジクール
BOVA2019	アットホーム、カンロ、ジョルダン、デンソー、ナプラ、パイロットコーポレーション、ピクテ投信投資顧問、富士フイルム ヘルスケアラボラトリー、瀏上ファインズ、フラグサポート、三井ホーム、三越伊勢丹、森永製菓、ヤマハ

※BOVA2023は、一般公募部門と広告主部門の2部門構成となります。

広告主部門ではオンライン上(企業ホームページや動画共有サイトなど)に掲載した実績があり、企業の課題を解決しているオンライン動画を募集し、審査・表彰する部門です。

なお、BOVA2022の広告主部門では、185作品の応募がありました。

過去の課題事例

食品・飲料



不二家

化粧品・日用品



ナチュラルサイエンス

家具・家電



DINOS CORPOLATION

webサービス・アプリ



楽天トラベル



麒麟ビール



パイロットコーポレーション



ロジクール



ジョルダン

過去の課題事例

金融・不動産



東急リバブル

製造



デンソー

インフラ



関西電力

非営利団体



コープデリ生活協同組合連合会



伊予銀行



三菱パワーインダストリー



ニフティ



都営交通

第9回の活用事例:みんなのマーケット

販促・キャンペーン

Web広告

オウンドメディア・SNS

コーポレートブランディング

オフラインメディア

周年

YouTubeの公式チャンネルで、集まった作品を複数掲載。
広告配信も行い、配信後1か月で総再生回数が300万回以上。Twitterでもユーザー間で話題に挙がりました。

The image shows a screenshot of the YouTube channel 'みんなのマーケットTV' (Minna no Market TV). The channel has 9730 subscribers. The video upload section displays several videos, including '【BOVA応募作品】 34万回視聴・1か月前', '【BOVA応募作品】 5.4万回視聴・1か月前', '【BOVA応募作品】 32万回視聴・1か月前', '【BOVA応募作品】 23万回視聴・1か月前', and '【BOVA応募作品】 19万回視聴・1か月前'. There are also tweets from users discussing the channel's content, such as '7月10日 ちよつと待てwww何か不気味な不倫もの映画かなんかの広告かと思ったら...'. The tweets include video thumbnails and text in Japanese.

実際にCMで流す動画を募集します。

ご応募いただいた動画は受賞する・しないに関わらずYouTubeなどのCMで使用する予定です。

動画の募集テーマ:「くらしのマーケットを使ってみたくなる動画」
ハウスクリーニングの会社というイメージが強いのですが、実は「家電取り付け」「リフォーム」など200種類以上のサービスが頼めます。もっと色々なサービスが頼めると嬉しいです。

制作にあたって
・動画に「くらしのマーケット」のロゴを入れてください。
・YouTubeのチャンネル名は「くらしのマーケット」で検索してください。ロゴも参考にしてください。

みんなのマーケット株式会社

課題:くらしのマーケットを使ってみたくなる動画

▶ 参考ページはこちら

BOVA作品を格納した特設LPを開設。スタッフリストと受賞者コメントを追記しながら、本賞を締めくくるサイトを制作していただきました。



課題: 私たちが何気なく過ごす日常は、実はクリエイティブで溢れているのかもしれないと感じる動画

現場社員から経営層にも応募作品を展開し、社内を巻き込んで協賛企業賞を選出。
YouTubeチャンネルにも掲載しながら、企業サイト・SNS等で告知していただきました。

三菱重工パワーインダストリー株式会社【公式】
@Power_MHI_JDS

宣伝会議 プレオンライン動画コンテスト
「BOVA」、弊社課題への応募作品のご紹介です。
「消して描く未来」第9回BOVA協賛企業賞・ファイナリスト。ぜひご覧ください。

youtu.be/Hk4WD5uqM2U

#宣伝会議賞
#企業相互フォロー
#企業公式夏のフォロー祭り



午後1:07 · 2022年7月6日 · Twitter Web App

2 件のリツイート 20 件のいいね



課題：“脱炭素社会って素敵！”と思える動画

▶ [参考ページはこちら](#)

アニメーション作品「センシティブ」を、協賛企業賞に選出。オウンドメディアでは制作者インタビューを実施。著名なイラストレーター、アーティストがタグを組んだコラボ作品で、ファンの中で大きな話題になりました。



👤
ディレクター 増谷 緒一さん企画のもと制作された作品「センシティブ」
youtu.be/ESTwvGd9rUE
こちらが第9回Brain Online Video Awardにて、協賛企業賞を頂きました
一般公開されましたのでぜひ👁
music : johnさん(@casablancalanca)
vocal : 伍丘さん(@KANKAN_sava)

BOVAコンテストに参加させて頂きました！
sakiyamaさんの映像、johnさんの楽曲、増谷さんのストーリーどれをとっても最高の作品です
協賛企業賞おめでとうございます🎉



午後7:03 · 2022年4月4日 · Twitter for iPhone

105 件のリツイート · 3 件の引用ツイート · 715 件のいいね



午後7:09 · 2022年4月4日 · Twitter Web App

186 件のリツイート · 4 件の引用ツイート · 1,301 件のいいね

INTERVIEW

2022.06.08 マスメディアン編集部

“もう一度再生したくなる動画”の背景には、「テレビ制作の経験」と「デジタルメディア好き」が影響していた！

ADKクリエイティブ・ワン ビジネス開発本部 デジタル・コミュニケーション局 動画プロデュースグループ プロデューサー 増谷 緒一さん

👤

SHARE!



red

【 課題 】

自分では気づきにくい
自分の可能性。

をテーマにした動画。

スキル

マスメディアンは、マーケティング・クリエイティブ領域に組みを持つ転職エージェント。サービス開始から20年の歴史の中で、5万人を超える方々の転職をサポートしてきました。広告業界の経験者に、同じ広告業界でのステップアップをご紹介することももちろん、メーカーやサービス業、官公庁をはじめとする広告業界以外の転職も増えています。広告業界で培った経験は、業界外でも大きく花開く可能性を持っているのです。マスメディアンがご相談を受ける中でも、ご自身は気づいていない長所や可能性を持つ方がたくさんいらっしゃいます。そんな「自分では気づきにくい自分の可能性」をテーマに、動画を考えてください。

【制作上の注意】

動画の最後に「マスメディアン」のロゴを入れてください。
ロゴはBOVAの応募ページからダウンロードできます。

マーケティング・クリエイティブ専門の転職支援

MASSMEDIAN

株式会社マスメディアン 東京都港区 代表取締役

課題: 自分では気づきにくい自分の可能性。をテーマにした動画

▶ [参考ページはこちら](#)

課題オリエンテーション

応募者に向けて、具体的なオリエンテーションを実施していただきます。
動画で達成したいことやクリエイティブのトンマナなど、
課題原稿では伝えきれない詳細を共有いただくことが可能です。

▼オリエン概要

- ・スケジュール:
収録(9月下旬)/配信(10月中旬)
- ・実施時間:
1社あたり、20-25分程度
- ・実施形式:
オンライン配信(Zoomにて事前収録)
- ・想定内容:
 1. 課題の目的・目標
 2. 市場の背景、動向
 3. 想定ターゲットとその特徴
 4. 課題の訴求ポイント(コンセプトや機能・情緒的価値、裏付けとなる事実など)
 5. 企画にあたってのトーン&マナーおよび注意事項など



※昨年度の配信イメージ

ご協賛いただくメリット

課題に即した、完パケのオンライン動画が集まり、広告やコンテンツとして自由に利用可能です。また本賞を通じて、新たなクリエイティブ・パートナーを開拓することにも寄与します。

CREATIVE IDEA

大手広告会社、プロダクションに所属するプランナーやクリエイターを中心にアイデアが数多く集まります。また、大学・専門学生などユース層による応募もあり、新鮮なクリエイティブ・アイデアが期待できます。課題テーマは自由設定が可能。企業ブランドまたは商品ブランドを表現する完成した動画が集まります。

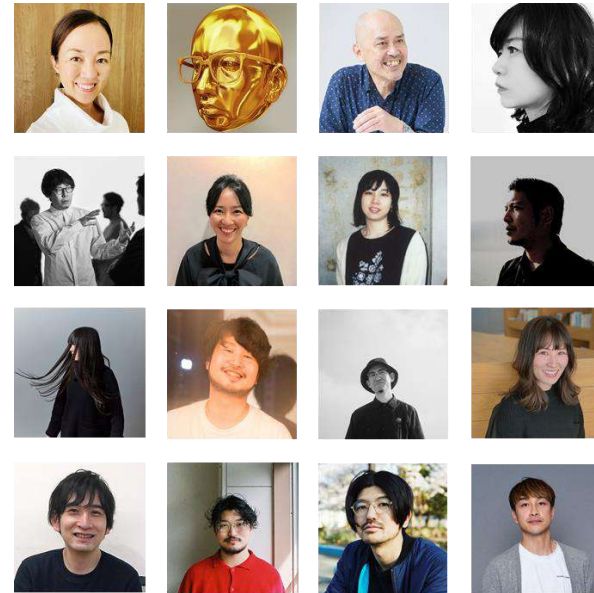
CONTENTS

応募時点で協賛企業は自社に応募のあったすべての動画を、掲載媒体を問わずマーケティングや広報活動に活用いただけます。（企画の著作権・著作権は応募者に帰属します。）

PARTNER

ユニークなアイデアが、地域や職種を越え幅広い応募者から集まります。ご希望に応じて、応募者や受賞者とのネットワークづくりにご活用いただけます。御社の求める、企画力の高い発注先の開拓にもつながります。

審査方法と制度



審査員と審査方法

最終審査員



たじまなおこ
CM／映画監督

慶應義塾大学卒業後、ロンドン映画学校を経て、博報堂プロダクツに入社。ディレクターとして活躍。カンヌ映画祭、ハリウッド映画祭、ショートショートフィルムフェスティバル&アジア、カイロ映画祭など多数入選、受賞経験あり。2012年に独立後、世界をまたにかけてCM、映画、PVを演出。2016年に演出したアマゾンプライムの犬と赤ちゃんのCMは、日本にとどまらず、全米及びヨーロッパ各国でも放映される。



田向潤
映像ディレクター

1980年生まれ。多摩美術大学を卒業後、デザイナー経験を経て、CAVIARへ加入。その後2011年よりフリーランス。2018年よりCONNECTIONへ参加。主な仕事に、キャリアーバみゆばみゆ、くるり、SMAPのMV。モンスターストライク、ヤフオク!、Newニンテンドー3DS、日清カップヌードルのCMなどがある。



中島信也
CMディレクター／東北新社 代表取締役社長

1959年福岡県生まれ。大阪育ちの江戸っ子。武蔵野美術大学卒業。カンヌライオンズをはじめ多数の賞を受賞。日清食品カップヌードル「hungry?」、サントリー「伊右衛門」、TOTO「菌の親子」など。2010年劇場用映画『矢島美容室』を監督。



細川美和子
(つづく) クリエイティブ・ディレクター／コピーライター

2021年末に電通から独立、クリエイティブ・ディレクター・コレクティブとして(つづく)を設立。長く愛され続ける物語のあるブランドづくりを志す。ACCフィルム部門審査委員長のほか、カンヌやアドフェストなど国際広告賞でも審査員を務めている。最近の仕事はアデント「#常識をはきかえよう」、パンテーン「#この髪どうしてだめですか」、東京ガス「家族の絆シリーズ」など。



眞鍋海里
PARTY クリエイティブディレクター

宮崎生まれ。タワーレコード、Webプロダクション、BBDOを経て現職。課題解決と話題化を両立させる“コンテンツ発想”でさまざまなブランドコミュニケーションを手がける。主な仕事として、AUTOWAY「雪道コワイ」3部作、LUMINE「Xmas2020/ほめよう。わたしたちを。」、BOOKOFF「本気のお願い広告」、近畿大学「MAGROBO vs VUCA」、ニトリ「スキップできない劇場」、paymo「Table Trick」など。



間部奈帆
博報堂 クリエイティブコンサルティング局 クリエイティブディレクター

ソーシャル視点と女性ならではの感覚を活かしながら、さまざまなキャンペーンをリード。近年は、経営戦略策定からコミットし、事業をスケールさせるプロジェクトにも従事中。2018年にベトナム拠点で働いたことを機に、Hakuhodo International Unitに複属。海外拠点業務への参画やグローバルネットワーク強化に取り組んでいる。Spikes Asia 2019、Cannes Lions 2021審査員。

一次審査員



大柿鈴子
TOKYO
ディレクター



小野田玄
東北新社 OND
ディレクター



金野恵利香
TYO
WHOAREYOU
ディレクター



隈本遼平
AOI Pro.
ディレクター



森祐樹
電通クリエイティブX
ディレクター



有元沙矢香
電通 zero
コピーライター/
プランナー



栗田雅俊
電通 zero
クリエイティブディレクター
コピーライター/プランナー



小島翔太
博報堂
クリエイティブディレクター
コピーライター
CREATIVE TABLE 最高



佐藤雄介
電通 zero
クリエイティブディレクター
CMプランナー



吉兼啓介
博報堂
CMプランナー
クリエイティブディレクター

審査員と審査方法

応募締切(2023年1月20日前後)

協賛企業審査

1社のもとに集まった応募作品の中から、「協賛企業賞」に選出する作品を審査します。(2月上旬)

一次審査

当社でアサインした審査員(P15参照)が、応募作品全体の中から、厳正に審査いたします。

最終審査

最終審査員が、1次通過作品からグランプリをはじめとする、受賞作品を選定します。(3月上旬)

協賛企業賞の決定

各協賛企業ごとに優秀作品を1本選出し、「協賛企業賞」を決定いたします。

グランプリの決定

「グランプリ」および「準グランプリ」、「特別審査員賞」「学生部門賞」を含む、計6作品を決定いたします。

フェローパートナー制度

BOVAは、若手のオンラインビデオクリエイターの発掘と育成を担う登竜門です。本アワードの主旨に賛同いただき、協力していただける企業に動画制作を担保するパートナーとして参画いただいております。

フェローパートナー



DENTSU CREATIVE X INC.



スクールパートナー

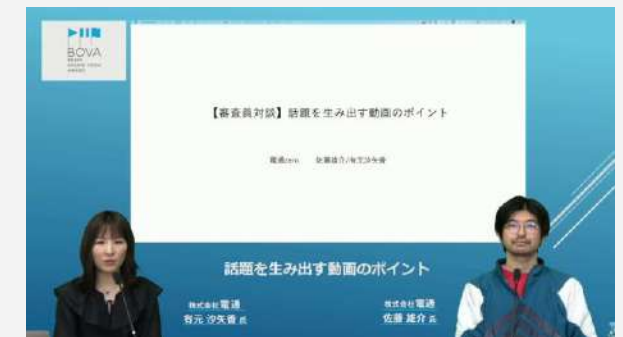


応募促進プロモーション

月刊「ブレーン」など弊社メディアをはじめ、雑誌、Webサイトでの広告掲載やパブリシティ、広告関連会社・団体、教育機関、および全国有力書店への資料配布・ポスター掲示など、積極的なプロモーション活動を展開していきます。

▼実施施策例:

1. 当社媒体による展開
月刊『ブレーン』『宣伝会議』『販促会議』『広報会議』『アドバタイムズ』など
2. 当社主催クリエイティブコンテストへの過去応募者へ告知(eメールなど)
3. 交通OOHへの出稿
4. 主要広告会社、制作会社への応募促進説明会、ポスター掲示や資料配付
5. 編集部公式facebookやtwitter等、ソーシャルメディアを活用した情報の拡散
6. 大学、短大、専門学校など、学生・研究者に向けたポスター掲示や資料配付
7. パブリシティ展開(マスメディア、Webメディアなどへの記事掲出アプローチ)
8. 書店でのPOP掲示
9. 宣伝会議主催・協力による教育講座、セミナー、イベントでの資料配布、および告知セミナーの開催



10周年記念コンテンツ

『BOVA』の10周年を記念し、特設サイトをアドタイ上に公開。
課題告知までの期間に、応募者に向けたカウントダウンコンテンツを順次公開。
クリエイター、審査員、協賛企業など、様々なモノゴトにフォーカスを当てた記事を展開していきます。

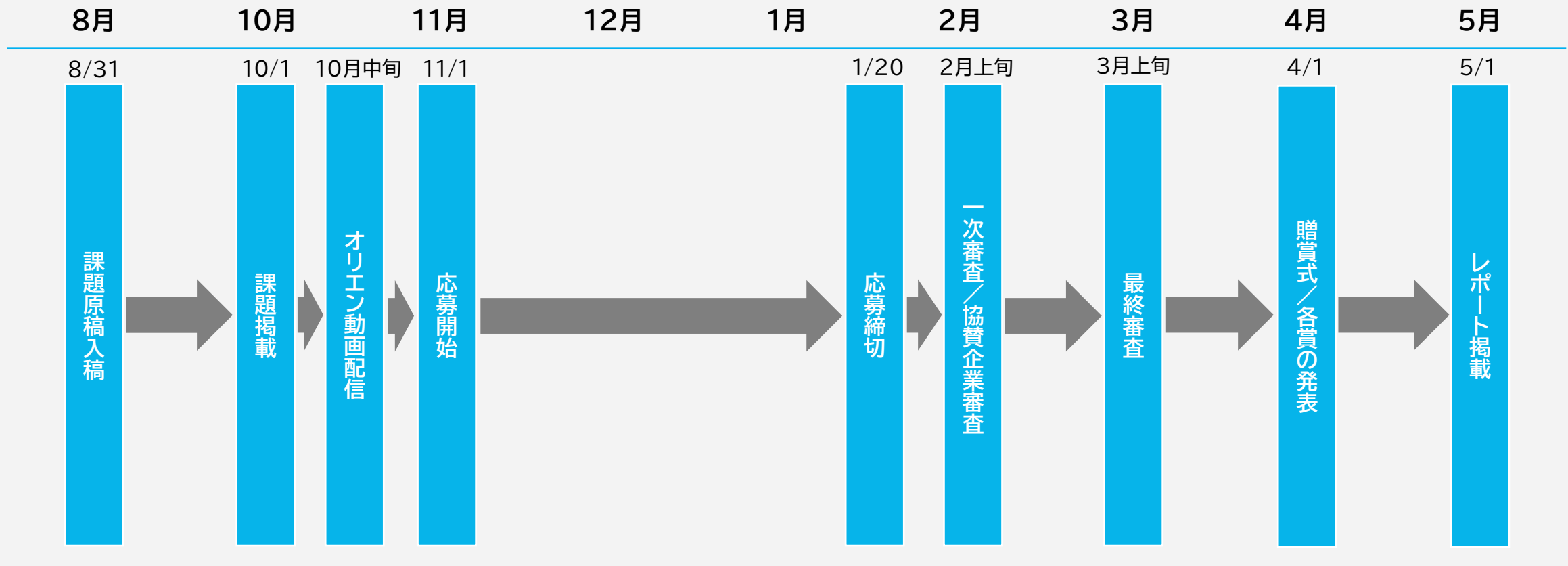


▶ [特設サイトはこちら](#)

実施スケジュールと協賛費



全体スケジュール



※上記は想定スケジュールとなります。
詳細は協賛決定後、営業担当よりご案内いたします。

協賛費と申込み期限

企画詳細:

- ・月刊『ブレーン』10月1日発売号 課題掲載(4色1ページ)
- ・月刊『ブレーン』11月1日発売号 誌面オリエン掲載(4色1/2ページ)
- ・月刊『ブレーン』3月1日発売号 協賛企業賞掲載
- ・応募者へのプロモーション一式
(特設サイトロゴ/情報掲載、社名入り駅貼り広告、全国書店フェア、告知セミナー開催、リリース配信、SNS告知、メルマガ配信など)
- ・審査会の企画及び運営
- ・応募作品納品(ネガティブチェック済作品:2月初旬予定)

協賛費用

協賛最終締切

こちらより
お問い合わせください

- 別途10%の消費税を頂戴いたします。
- 上限15課題、1カテゴリー1社制。申込は先着順となります。お早めにお申込ください。
- 動画の著作権については、応募者に帰属します。ただし、本アワードに応募された作品に関して、当アワード及び協賛社は応募者の許諾なく無償でマスメディア、及び提携サイト、出版物などのあらゆる媒体にて2023年4月から1年間(2024年3月31日まで)利用または使用できる権利を持つものとしします。
- 本賞応募者の個人情報、『ブレーン』誌面での受賞発表、連絡、および個人を特定できないマーケティングデータとして主催者が活用するものであり、協賛各社に提供されるものではないことをご了承ください。

お問い合わせ先

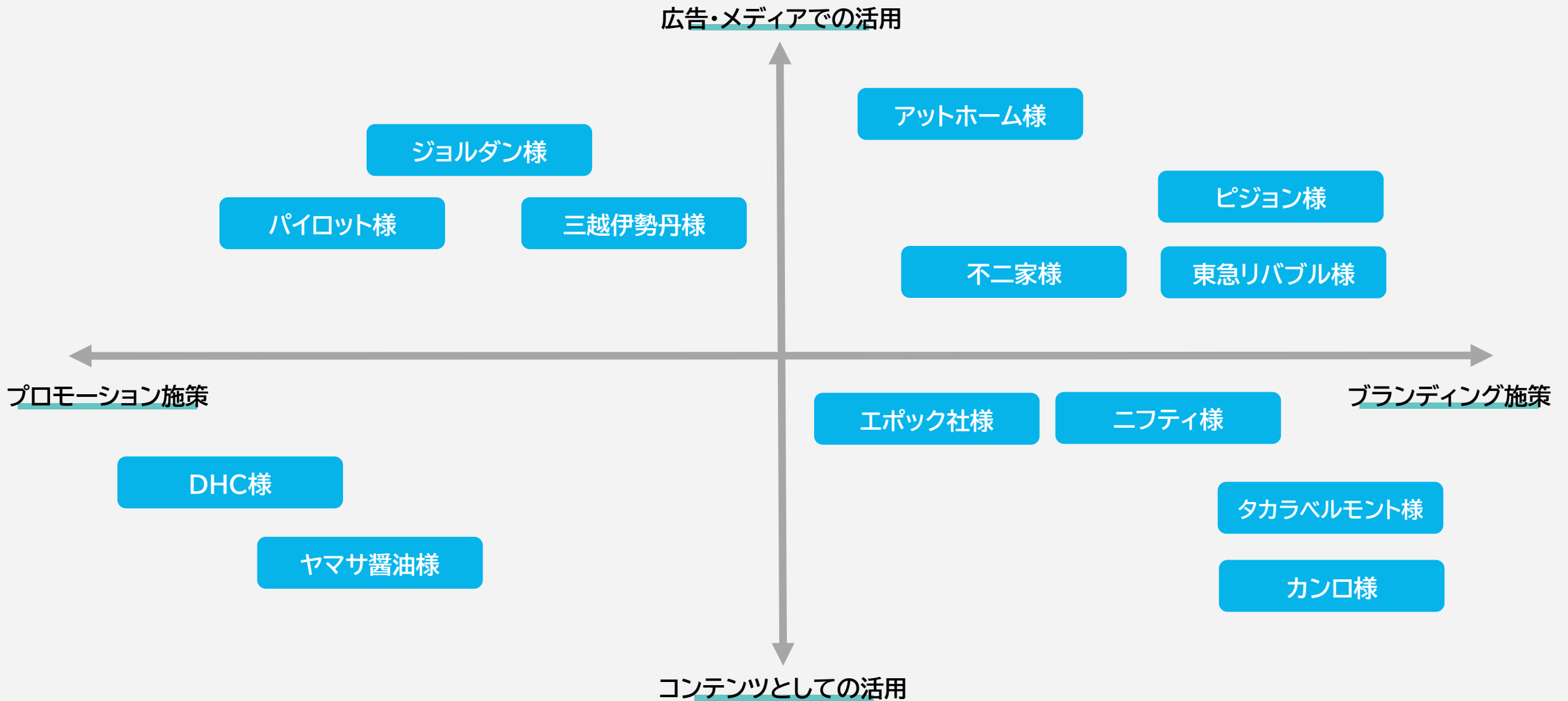
本社 〒107-8550東京都港区南青山3-11-13新青山東急ビル9階
TEL:03-3475-3010(代表) houjin@sendenkaigi.com

※ご興味がある方は、上記連絡先、または[問い合わせフォーム](#)よりお問い合わせください。

活用事例



目的に応じた活用方法



集まった作品をもとに「クリエイティブの一滴コンテスト」というオリジナルアワードを立案・実行。ユーザー参加型のキャンペーンとして動画を活用しました。



実施概要

ヤマサ醤油様は、オウンドメディアユーザーとのコミュニケーション活性化のために「クリエイティブの一滴キャンペーン」を実施。応募作品の中からユーザーが選ぶベストムービーを投票してもらいました。オーガニックで1万回再生を超え、1位となった「女優の鮮度」は、ベストムービーとして公式HPやSNSで掲載しました。

▶ [参考ページはこちら](#)

動画の世界観やストーリーを踏襲し、期間限定の特設サイトを公開。
また登場キャラクターを活用した販促コンテンツを制作、SNS上でキャンペーンも実施しました。

実施概要

DHC様は、協賛企業賞に選ばれた「救え！ウツボ怪人」という作品のキャラクターや世界観をもとに、キャンペーンLPを制作。合わせて、各登場人物をもとに販促用のコンテンツを追加制作し、Twitter上でユーザーを巻き込んだ応募キャンペーンを実施しました。

▶ [参考ページはこちら](#)



自社アプリ「乗換案内」の利用者が視聴できる限定コンテンツとして、協賛企業賞作品をはじめ、応募作品をコメント入りでランキング掲載しました。

実施概要

ジョルダン様は、アプリ「乗換案内」内に応募作品とコメントが掲載された特設LPに遷移するバナーを設置されました。ページ下部には、自社のスタンプのDLリンクやBOVA公式サイトのURLを掲載。会員向けメルマガでも配信しました。

▶ [参考ページはこちら](#)



商品を扱っている小売店やポップアップスペース、
また店舗のサイネージメディアにて応募作品を放映し、販促・ブランディングに活用しました。



受賞作品5点を
店頭で映像を流
しながら、映像
のワンカットを
POPとして使用
しています。

東急ハンズシン
ガポールで実施
したkakuno
ワークショップで
BOVA作品を放
映。



パイロット様



三越伊勢丹様

西新宿駅の西南
口に位置する、伊
勢丹新宿店入口
横のウィンドウに
て作品を4月~1
か月ほど放映。



実施概要

パイロット様は、書店や生活雑貨店などのスペースにおいてサイネージを設置し、BOVAの作品を複数本公開されました。三越伊勢丹様は、新宿伊勢丹の入り口横に設置された自社メディアを活用し、定期宅配サービス「ISETAN DOOR」のコンセプト動画を1か月間放映されました。

▶ [パイロット様](#)

▶ [三越伊勢丹様](#)

YouTubeの公式チャンネルで、60万回を超える再生回数を達成。
Web広告も活用し総再生回数は300万回以上、SNS上でも話題に挙がる動画になりました。



住まいさがしをするとき、アットホームを思い出す動画

進学・転職・結婚・出産・子育て・転職などのような、「人生のターニングポイント」を迎えた人が住まいさがしするとき、アットホームを思い出してくれるような動画を募集します。

働きだした会社に就職できた、恋人と結婚が決まった、新しく家族が増えたなど、人生の転機が訪れたタイミングで、「住まいさがし」が始まります。その得意もないタイミングの中で、「住まいさがそう!」となったとき、「アットホーム」を思い出するような動画をつくってください。あなたの自由な発想をお待ちしております!

ターゲット
進学・転職・結婚・出産・子育て・転職などのような、「人生のターニングポイント」を迎えた18歳~39歳の男女

制作上の注意点
・「住まい」や「暮らし」から始まるような動画をお願いします。
・制作費はございませんが、アットホームのロゴやキャラクターなどの使用はご遠慮ください。
・動画の長さ(30秒)は必ず守ってください(長すぎると再生されません)。
・制作費は0円ですが、アットホームのロゴやキャラクターなどの使用はご遠慮ください。
・動画の中でアットホームのロゴやキャラクターは必ず表示してください。

at home

YouTube 探そう女の気配

- やまむそん 4 か月前
広告なのに全部見た人?!
👍 114 🗨️ 返信
- ayumi 4 か月前
冒頭に「スキップしないでね!」と言われるよりこういう面白い広告の方が断然見たくなる~👍👍👍
👍 135 🗨️ 返信
- 謎男 4 か月前
騙されかけたじゃねーかちくしょうwwwwww
👍 106 🗨️ 返信
- 神崎カズマ 4 か月前
初めて広告全部見た!!制作者さんすげえ
👍 103 🗨️ 返信
- 正 山本正 4 か月前
広告でこの長さでも内容がおもしろいのでアリ
👍 94 🗨️ 返信
- 交通工学児書 4 か月前
これは普通に感動
映像制作者として、是非参考にしたい素晴らしいVCM
👍 90 🗨️ 返信
- ny1997p 4 か月前
オチが素晴らしい。

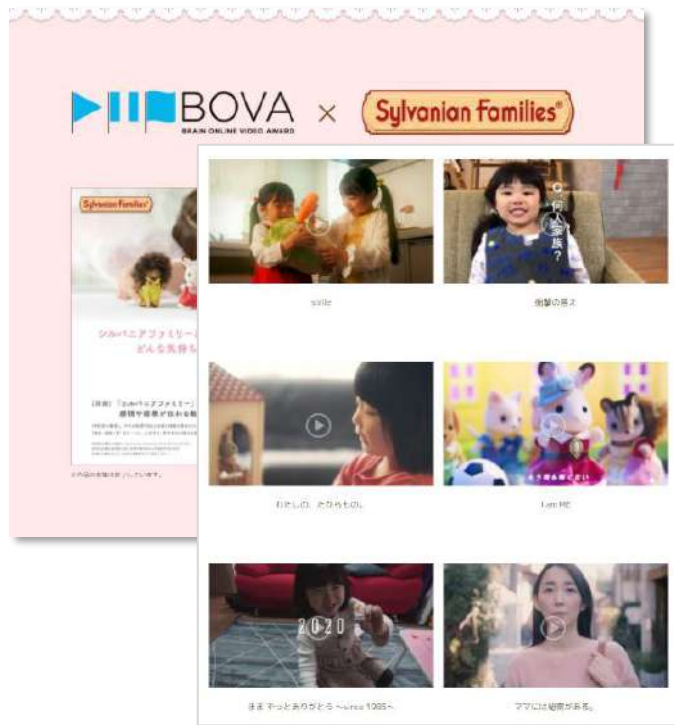
実施概要

Web広告に活用しSNS上でじわじわと拡散されたのち、公式チャンネルでも投稿しました。
総再生回数は300万回再生を超え、公式チャンネルにはユーザーからのポジティブなコメントが目立つことが大きな特徴です。

▶ [参考ページはこちら](#)

「BOVA×課題ブランド」に関する特設サイトを制作し、応募作品をページ上で公開。
若手クリエイターを応援している企業である姿勢と、動画の面白さ両面を訴求しています。

エポック社様



ニフティ様



実施概要

エポック社様、およびニフティ様は、特設ページを制作し、応募作品を複数掲載しました。自社SNSやリリースとも連動し、サイトへアクセスするための導線を整備。コンテンツ主導で、ユーザーとの新たなコミュニケーションを設計されました。

▶ [エポック様](#)

▶ [ニフティ様](#)

受賞者にインタビューを実施し、オウンドメディアに記事を掲載。
動画と合わせて活用することで、より見ごたえのあるコンテンツに昇華させました。

ピジョン様

ママの想い。～生まれてくるわが子への手紙～キャンペーン受付フォーム



出産までのリアルに迫ったドキュメンタリー動画「278日」公開記念

ママの想い。～生まれてくるわが子への手紙～



2016 BrainOnlineVideoAward 協賛企業賞受賞作品

「278日」
不安、喜び、とまどい、嬉しさ。出産を直前に控えた一人の女性のリアルな日常と、新たな命の誕生の瞬間をドキュメントで率直に表現した。自分が生まれ育った土地

2016/7/20 これから迎えるすべての女性へ。心と向き合うメッセージ

コモドライフ 取材班 Vol.2 「278日」制作担当者インタビュー

初めての出産で、少しずつ身になる実感が溢れてくる。楽しみ、不安、とまどい、希望を届けた。動画「278日」。今回は制作者の方に制作のエピソードを伺いました。

先日こちらの記事で発表した動画「278日」は、オンライン動画コンテスト「BrainOnlineVideoAward」(BOVA=ボイ)へピジョン様より推薦をいただき、アワード動画の中で、協賛企業賞を受賞しました。

東急リバブル様



実施概要

ピジョン様は、オウンドメディア「コモドライフ」にて、また東急リバブル様は自社で運営している公式noteで、「BOVA」に関連した記事コンテンツを公開されました。プレゼントキャンペーンへの導線として作品を使用されたり、制作者インタビューの実施など幅広く展開されています。

▶ [ピジョン様](#)

▶ [東急リバブル様](#)

企業や商品ブランド周年を盛り上げる施策として、BOVAを活用。アワードの参加告知から作品発表までPRネタとして活用いただきました。

不二家様



タカラベルモント様



実施概要

不二家様は、自社のSNSアカウントにて協賛企業賞の「PEKO2020」を公開しました。2021年に70周年を迎えるミルキーブランドのリブランディング用コンテンツとして、主にSNS上で活用されました。同じく、タカラベルモント様は企業の100周年を記念して、美容師に向けた動画投票キャンペーンを実施。応募作品を活用して周年事業を盛り上げました。

▶ [不二家様](#)

▶ [タカラベルモント様](#)

CIリニューアルをきっかけに、BOVAをインナー向けの施策として活用。
応募作品の審査を全社を巻き込んで実施し、社員エンゲージメント向上に貢献しました。

実施概要

現場社員を巻き込んで、課題検討から審査まで実施。
インターナルブランディングの一環として社員1人1人にアンケートを実施し、集約した意見を課題内容として設定しました。
応募作品の審査も1社員1票制で投票を行い協賛企業賞を決定することで、社員が組織について考える機会を創出しました。

▶ [参考ページはこちら](#)



「カンロから出題したのは、『糖に対してポジティブになる動画を作成して下さい』という難しい課題でしたが、たくさんの応募がありました。協賛企業賞は、インナーコミュニケーションの促進のためにも、社員全員による投票で決定しました。投票に当たった社員のコメントから、社員がカンロのことをどう思っているか知ることができ、貴重な体験となりました」。

(カンロ執行役員コーポレートコミュニケーション本部長 内山妙子さん／BOVA2019 贈賞式コメントより)

補足:その他実績



第一興商様

SNSを起点に、作品が面白いと話題化。
全国区で放送している情報番組でも、番組内のクイズコーナーで取り上げられることになりました。



「王様のブランチ」で取り上げられる

レキットベンキナー様

掲載した作品が多数のメディアで取り上げられ、オーガニック(広告出稿なし)で、200万回再生を超える実績となりました。



シェアが1万件超



週刊ポスト



男子ハック



Livedoor NEWS



見つめ合う男と女。その表情は険しく、まるでプロレスでもおっほおっほうな衣装です(男性側は)。やがて二人の視線が交差し激しくぶつかり合った...と思いきやこれは!! 日本の伝統的決まり手、四十八手アーツ!!

BOVAという宴会企画主催のコンパにチャレンジするために、映像作品を作りました。DurexのReal loveというコンドームを宣伝するためのビデオです。短い絡みでチーム一丸となって作りました。スタッフの犠牲、本当にありがとうございました!そして現在、一次審査を通過してBOVAのサイトで公開されています。http://bova.sendenkagi.com/1st/サイト上で投票ができますので、よろしければご覧ください。ですが、サイトは非常に重いので(しかもSDサイズ)こちらでも公開いたしました。キャスト:高宮夕貴、タンクみず井、大木雄介、三松幸次郎、水迫恵子、平久江、江島PM、鈴木真央、高橋和歌子、望月右紗、高橋一キャスト、高橋朋希、大川美樹

virates

ウエディングパーク様

受賞作をリリースを作成し、各メディアに発信。
デジタルメディアを中心に複数のメディアへ掲載実績がございます。

ウエディングパーク、オンライン動画コンテスト「BOVA」に協賛。動画募集中

婚活ニュース 2015年10月7日 04時00分 (2015年10月17日 10時15分 更新) [コメント](#) [ツイート](#) [いいね!](#) [ブックマーク](#)



[拡大写真]

「思わずココロ変わり」をしてしまう動画、募集

結婚式のクチコミサイトを運営する株式会社ウエディングパークは、10月5日、オンライン動画のコンテスト「Brain Online Video Award (BOVA)」に協賛し、「結婚式」に関するプロモーション動画の募集をスタートしたと発表した。

婚活NEWS

同コンテストは、10月1日より開催されているもの。募集する動画のテーマは『「結婚式をしない」と言っていた友人が、「思わずココロ変わり」をしてしまう動画』。

「話題になる」「新たなアイデアに溢れている」動画を

「BOVA」は、宣伝会議60周年を記念し2013年に立ち上げられた、オンライン動画のコンテスト。映像制作業界の活性化およびオンラインビデオクリエイターの発掘と育成を目指し、クリエイティブ専門誌月刊『ブレーン』誌面と特設サイトを通じて告知・開催が行われている。

同コンテストの「一般公募部門」では、協賛企業から出された課題に対して「解決策」となる動画が募集される。動画の条件は、未発表であることと、3分以内であること。「話題になる」「新たなアイデアに溢れている」動画が審査・表彰される。

新しいプロモーション手法で、結婚式をより身近に

ウエディングパークは、動画という新しいプロモーション手法で、多くの人々に結婚や結婚式をより身近に感じてもらうべく、同コンテストに協賛するという。

「BOVA」の募集期間は、2015年10月1日から2016年1月18日まで。応募は、「Brain Online Video Award」専用ページより行う。グランプリには50万円、準グランプリは20万円、ユーザーエンゲージメント賞には15万円など、入賞者には賞金が贈られる。

Wedding Park

報道関係者各位

2016年4月1日
株式会社ウエディングパーク

「思わず泣ける!」「意外な結末…」に思わずリピート再生!
「Brain Online Video Award (BOVA) 2016」にて、
ウエディングパーク協賛企業賞及び応募作品を発表

結婚式の日本最大級のクチコミサイトを運営する株式会社ウエディングパーク(本社:東京都港区、代表取締役社長:日笠書 誠吾)以下ウエディングパーク)は、2015年10月1日より開催されたオンライン動画のコンテスト「Brain Online Video Award (BOVA) 2016」に協賛し、「結婚式」に関するプロモーション動画を募集。2016年4月1日にウエディングパーク協賛企業賞、及び応募作品(一部抜粋)を発表いたしました。本作品は、ウエディングパーク公式 Youtube チャンネル※1にてご覧いただけます。

ウエディングパーク協賛企業賞

『6人の迷える男女』

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



様々な年代の男女が、ある「事情」について、次々に意見を述べる。結婚が出ない、と思われたその問題。しかし、ある人の告白で、状況は一変していく…。最初は不可解な会話が繰り返され、ラストが近づくとつれ、全てが「それ」に関することに繋がる。1画面と2画面では、その会話の内容は違って聞こえ、思わずリピート再生したくなる作品。

広告アワードでの受賞実績

BOVA受賞作が、国内・海外の広告賞でも受賞。
「ACC」や「アドフェスト」など、業界でも著名な広告賞に、これまで数多く評価されています。

BOVA2016受賞作品

◇ブロンズ受賞

パイロット「Beauty of line」

野村律子(フラッグ)



BOVA2017受賞作品

◇シルバー受賞

ヤマサ醤油「転校生」

辻中輝、伊勢田世山



BOVA2017受賞作品

◇ブロンズ受賞

保険のビュッフェ「親切な人」

別府綾(サクセス)



BOVA2018受賞作品

◇ブロンズ受賞

リクルート「わたしのおじいちゃん

とおばあちゃん」

安井久雄(びより)



BOVA2022受賞作品

◇ブロンズ受賞

タカラベルモント「hairalbum」

石川結貴(太陽企画)

