



第12回  
Brain Online Video Award

---

課題協賛のご案内

supported by Sendenkaigi Co., Ltd.

# 『Brain Online Video Award』とは

## ブランドと生活者が 同じ方向を向く世の中をめざして

Brain Online Video Award(BOVA)は、Web動画が台頭する2014年から始まり、今年で12回目を迎えます。この10年を振り返ると、デバイスやデータ量の進化に伴い動画インターフェースが拡張され、生活者が動画を見る機会が圧倒的に増えました。

CMのように短尺で一定期間しか流れないフロー型ではなく、オンエア時期を終えても長期間見られる可能性のあるストック型のWeb動画が台頭し、企業のコミュニケーションにおいても積極的に活用されるようになりました。

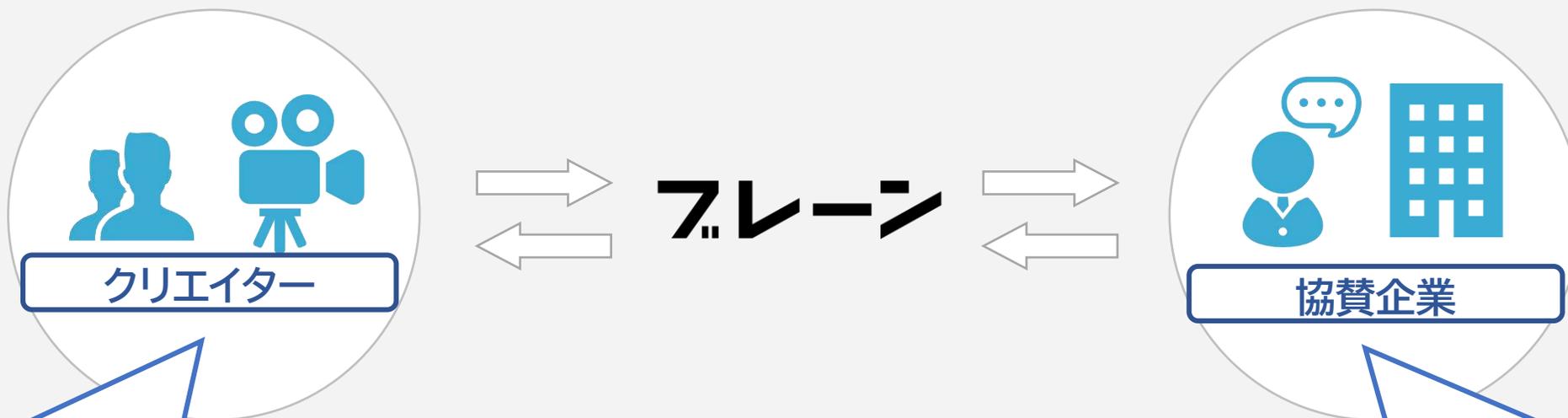
広告を含む様々な動画にブランドが埋め込まれるようになる一方で、情報があふれる現代においては、一方的に「伝えるクリエイティブ」では届かなくなり、価値観が多様化する中でも響く“共感性”のあるアイデアが求められています。

新しい視点のアイデアとクリエイティブを発掘する賞、BOVAを是非ご活用ください。

# 『Brain Online Video Award』とは

商品やサービス、コーポレートに関する「課題」を出していただき、  
“動画の力”で「課題」を解決するアイデアを募集します。

クリエイティブの専門誌「ブレン」がハブとなり、企業の課題オリエンを告知し、  
読者であるプロの若手映像クリエイターたちが、チャレンジの場としてオンライン動画を制作します。



- 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！

# 応募者属性

BOVAは、若手のWeb動画クリエイターの活躍の場となる登竜門です。  
日々、映像制作のプロとして広告プランニング、映像クリエイティブに励んでいるなかで、自身のキャリアアップ、ステップアップを目指して応募します。



※過去受賞者所属企業抜粋

# 過去実績

1社平均  
約**24**作品

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。

BOVA2024では、協賛企業**15社**の課題に対して、**362作品**の動画が集まりました。

▶▶ Sponsor

協賛企業

※BOVA2024協賛企業(募集期間~2024年1月)

QUO  
CARD

GLOBERIDE

ko'ala

SUNTORY

HIM HOUSING  
MESSE

サッポロ  
一番

Lypo-C

SEKISUI HEIM

新・海外  
旅行保険 off!

DJIDO 大同生命

scottie  
FLOWERBRAND

MASSMEDIAN

iniks SKIN  
BARRIER  
CARE

USEN-NEXT  
HOLDINGS U

COOLish

# 課題事例

## 食品・飲料



不二家

## 化粧品・日雑品



サラヤ

## 家具・家電



DINOS CORPOLATION

## webサービス・アプリ



みんなのマーケット



麒麟ビール



パイロットコーポレーション



ロジクール



LIFULL

# 課題事例

## 金融・不動産



東急リバブル

## 製造



ダイキン工業

## インフラ



中国電力

## 非営利団体



コープデリ生活協同組合連合会



尼崎信用金庫



三菱パワーインダストリー



ニフティ



新エネルギー・産業技術総合開発機構

# 『BOVA2025』開催概要

## 作品募集期間

2024年10月1日～2025年1月14日(予定)  
月刊『ブレーン』2024年11月号(10/1発売)にて課題広告掲載。

## 応募作品

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。

## 入賞作品の発表

月刊『ブレーン』2024年4月号(3/1発売)の誌上と  
BOVAオフィシャルサイトで発表予定。

## 賞およびその内容

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

# 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。



▶ [参考ページはこちら](#)

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」  
ハウステ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。  
・サービスのフィッティングは「くらしのマーケット」で撮影してご提供ください。口コソ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

# 活用事例：ポケットカード

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

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。

三菱重エ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](https://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



youtube.com  
2924 消して描く未来

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



▶ [参考ページはこちら](#)

MOVE THE WORLD FORWARD MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES GROUP

**“脱炭素社会って素敵！”**  
と思える動画を募集します

三菱重エパワーインダストリーの脱炭素社会実現への取り組みを通じて、“脱炭素社会って素敵！”と思える動画をつくってください。



当社は日本を支える産業部門の工場に電気・蒸気・温水という生産のための動力を提供する、まさに心臓の役割を担う産業用ボイラ・タービンの新機設備とアフターサービス、それに加えて最近ではバイオマス発電設備、地熱発電設備を、ホームドクターのように寄り添いながら提供しています。

日本の未来のため、脱炭素社会実現のために取り組むべき役割を表現していただきたいのです。

◆ 応募先 <https://ids.power.mhi.com/cse/HP>  
※応募やお問い合わせ詳しく知りたい方は、  
資源エネルギー庁 産業環境推進  
日本ボイラ協会のwebサイトをご覧ください。

◆ 制作上の注意 動画の最後に当社ロゴを入れてください。 

三菱重エパワーインダストリー株式会社 

課題：“脱炭素社会って素敵！”と思える動画

# 活用事例: マスメディアン

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

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 結一さん企画のもと制作された作品「センシティブ」  
[youtu.be/E5TvwGd9rUE](https://youtu.be/E5TvwGd9rUE)  
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 : 缶缶さん(@KANKAN\_sava)



▶ [参考ページはこちら](#)



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

# 審査員と審査方法

## 最終審査員



### 明石ガクト ワンメディア代表取締役CEO

2014年6月に新しい動画表現を追求するべくONE MEDIAを創業。これまで1000人以上のクリエイターと共に、YouTubeやTikTokなどSNSプラットフォーム向けのコンテンツをプロデュースしている。  
2018年、自身初となる著書『動画2.0 VISUALSTORYTELLING』(幻冬舎)を上梓。YouTube Works Awards 2022においてはクリエイターコラボレーション部門代表審査員を務める。最新の著書『動画大全』(SBクリエイティブ)も話題に。



### 間部奈帆 博報堂 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。



### 川村真司 Whatever チーフ・クリエイティブ・オフィサー、Co-Founder

180 Amsterdam, BBH New York, Wieden&KennedyNYといった世界各国のエージェンシーでクリエイティブディレクターを歴任後、PARTYを設立。2018年Whateverをスタート。グローバルブランドのキャンペーン、プロダクトデザイン、MVなど活動は多岐にわたる。Creativity「世界のクリエイター50人」、Fast Company「ビジネス界で最もクリエイティブな100人」に選出。



### Jo Motoyo TOKYOディレクター

2015年からTOKYO所属。その後コピーライターとしてW+Kへ出向。監督復帰作として制作した「Midnight」は、ADFESTでFabulous Five観客賞/Young Director AwardのShort Film部門でSilver受賞。また、TSUTAYA CREATORS' PROGRAMにて監督賞を受賞し自ら書き下ろした脚本企画で長編映画監督デビューが決定している。D&AD、Spikes Asiaの審査員などを務める。日本語、英語、中国語を話す。



### なかじましんや 東北新社エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター

1959年福岡県生まれ。武蔵野美術大学視覚伝達デザイン学科卒。1983年演出デビュー。日清食品「hungry?」(カンヌライオンズグランプリ)、サントリー「伊右衛門」、Airペイのオダギリジョー出演シリーズなどを演出。映画『ウルトラマンゼアス』(1996)、『矢島美容室』(2010)監督。



### 眞鍋海里 PARTY クリエイティブディレクター

宮城県生まれ。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、スタディサプリ「18の問い」「現在地点」、LUMINE/Xmas2020「ほめよう。わたしたちを。」、GOLDWIN/サステナブル・レベル「GREEN BATON」、RCC×近畿大学受験並走ドラマ『フューチャー!フューチャー!』、RADWIMPS/Role-Playing Music「SHIN SEKAI」など。



### 太田郁子 アクセント Accenture Song マネジング・ディレクター

2001年に博報堂に入社。ストラテジックプランナーとして、さまざまな企業の経営戦略、マーケティング戦略の立案や商品開発に携わる。2019年10月から博報堂ケトルの代表取締役共同CEO/エグゼクティブクリエイティブディレクターを務めた後、2022年4月から現職。パーパスやブランディングの視点を起点にした企業成長戦略、新規事業創出や、デジタルマーケティングなどに従事。



### 神田祐介 株式会社神田商事 クリエイティブディレクター/CMプランナー

CM、WEB動画からTVドラマの企画制作など映像を中心としたコミュニケーション開発を手掛ける。クリエイター・オブ・ザ・イヤー、ACCフィルム部門グランプリ、NY Festival最高賞/Filmグランプリ、SPIKESASIA Film/Film craft部門グランプリ、TCC賞、ACC小田桐昭賞、ギャラクシー賞、東京ドラマアワード優秀賞など受賞。主な仕事にSmartHR「社員に、いい。」、TVer「NOW ON TVer」、jms連続10秒ドラマ「愛の停止線」、劇場版/ドラマ「きのう何食べた?」企画監修など。



### 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

最近の仕事に、マクドナルド「ティロリミックス」「平成バーガー」「アジアのジュース」、ギャツビー「メタラパー」「カッコいいは、変わる。」、日清カップヌードル「HUNGRY DAYS アオハルかよ。」、ドコモ「高校1000日間の片思い」、BUMP OF CHICKEN MV『記念撮影』、まふまふMV『それを愛と呼ぶだけ』など。2017年度クリエイター・オブ・ザ・イヤー受賞。

# 審査員と審査方法

応募締切(2025年1月14日予定)

## 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。(1月下旬)

## 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。

## 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)

## 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。

# 課題原稿・誌面オリエン

## 課題原稿

10/11月号



## 誌上オリエン(協賛企業からのアドバイス)



Web  
サイト



▶▶ Theme  
課題内容

PDFの固定観念を打ちやぶる動画

ワンポイントアドバイス

月刊『ブレイン』12月号(11月1日発売)にて発表し、その後Webサイトにも掲載予定です。

### INFORMATION

撮影に伴う「Acrobatソフト無償提供(6か月間)」が可  
能です。  
ご希望の場合には、下記フォームよりのお申し込み  
をお願いします。

- ①お申込から1週間を目途にメールにてご案内いたしま  
す。
- ②本フォームのお申込締切りは2023年1月11日(水)で  
す。

[申し込みフォーム](#) →

公式素材・音源素材ダウンロード、オリエン動画の視聴には[画面録画ソフト/ログ  
イン](#)が必要です。

[公式素材ダウンロード](#)

[① I23RF音源素材ダウンロードページへ](#)

[オリエン動画](#)

※誌上オリエンはwebサイトで公開予定、雑誌での掲載方法は変更になる可能性があります。

# オリエンテーション動画

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。

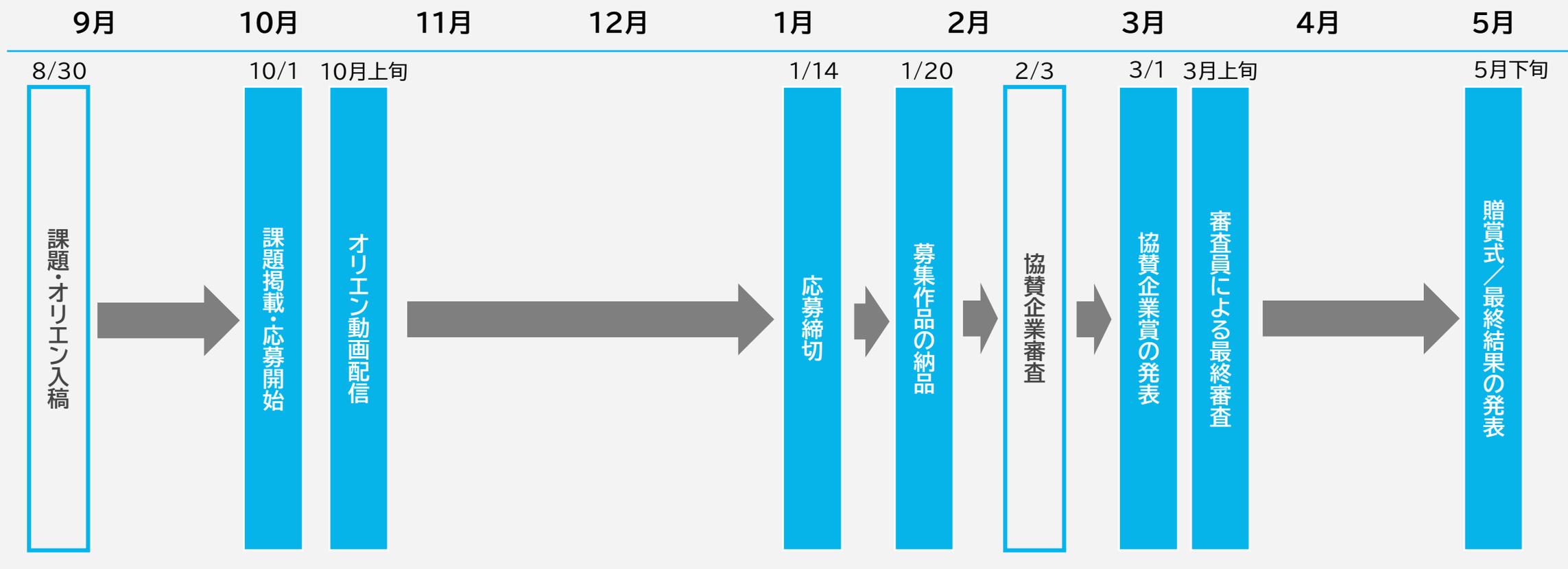
## ▼オリエン概要

- ・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、10-15分程度
- ・実施形式:  
オンライン配信(**Zoomにて収録**)
- ・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※誌面掲載内容を基に作成いただければ問題ございません。



※配信イメージ

# 全体スケジュール(誌面掲載あり)



... 協賛企業様の実施事項

※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。

# 協賛メニュー

## 企画詳細:

- ・月刊『ブレーン』10月1日発売号 課題掲載
- ・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
- ・応募作品全作品納品(ネガティブチェック済作品:1月下旬予定)

協賛費用

¥4,000,000-(税別)

協賛一次締切

2024年6月28日(金)

- 消費税は別途となります。
- 上限20課題、1課題カテゴリー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2025年3月から1年間(2026年2月28日まで)利用または使用できる権利を持つものとし、**(編集修正、加工しての活用については別途費用が必要となる可能性があります。)**
- 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。



# 参考資料:動画制作費(参考)

企画関連費	企画費	¥300,000
	企画人件費(CD、プランナー)	¥500,000
	画コンテ	¥150,000
	ビデオコンテ	¥300,000
	制作準備費(リサーチ)	¥500,000
撮影人件費	出演者キャスティング	¥500,000
	プロデューサー	¥200,000
	プロダクションマネージャー	¥100,000
	ディレクター	¥250,000
	カメラマン	¥150,000
	照明	¥150,000
	スタイリスト	¥150,000
	ヘアメイク	¥150,000
	美術デザイナー	¥150,000
	テクニカルディレクター	¥80,000
ビデオエンジニア	¥50,000	
機材/美術費	撮影機材	¥400,000
	照明機材	¥200,000
	美術装飾	¥400,000
	ロケ/スタジオレンタル	¥300,000
合計(参考)		¥4,980,000

●参考:「広告制作料金基準表22>23」(宣伝会議刊)

●動画制作経験のあるブランド企業からのアンケート結果を参考にした、1本あたりの制作単価の概算