

令和6年11月7日

株式会社 ちゅうぎんフィナンシャルグループ

新進気鋭の映像制作会社 IDENCE とタッグを組み ブランドムービー「やってみよう。編」を発信します

ちゅうぎんフィナンシャルグループ（岡山市北区丸の内一丁目15番20号 社長 加藤 貞則）では、新進気鋭の映像制作会社 IDENCE とタッグを組んでブランドムービー(CM)を新作しました。

当社のブランドムービー制作は令和4年の「この挑戦が、未来となる。編」以来2年ぶり2回目となります。

1. ブランドムービー制作の目的

ちゅうぎんとの接点の少ない若年層や、キャッシュレス化・モバイル取引の浸透で来店機会が少なくなったお客さまに向けて、未来に向けて変革スピードを加速しつつある当社や若手社員の生き生きとした活躍振りのイメージを届け、長期的なちゅうぎんファンになっていただくため。

2. ブランドムービー公開日

- ・ちゅうぎんフィナンシャルグループ ブランド WEB サイト

先行公開 11月7日(木) より



<URL> <https://www.chugin-fg.co.jp/company/brand/>

- ・新設 Instagram ちゅうぎん FG 公式インスタ

現在ティザー告知展開中、11月10日(日) よりリール動画として公開開始



@CHUGIN_FG_OFFICIAL

<URL> https://www.instagram.com/chugin_fg_official/

3. 広告展開

11月9日(土) より開始

- ・YouTube 広告配信

岡山県・香川県・広島県等の当社営業エリアのユーザーに配信

- ・テレビ CM 放映

岡山県・香川県エリアにてスポットCMを放映

12月からは以下番組内で継続的にCM放送実施

OHK 岡山放送 めざましテレビ(水曜日)

RSK 山陽放送 RSK イブニングニュース(金曜日)

・新聞広告

11 月 9 日(土)付山陽新聞 15 段一面広告実施

別紙 1「ビジュアル展開イメージ」参照

4. 制作体制

制作会社名:株式会社 IDENCE (代表取締役 CEO 板谷勇飛)

東京都台東区元浅草 4-10-6 AUSPICE 元浅草 6F

url: <https://idence.jp/>

Creative Director:監督 / 板谷 勇飛

3DCG Director / 加藤 陸

Cinematographer / 長谷川 康太郎

オリジナル BGM 作曲:Mixer / 澤田 大樹

以 上



ちゅうぎんフィナンシャルグループ

1.ストーリー

前半は、中国銀行旧本店から現本店ビルにちゅうぎんフィナンシャルグループの看板が架かるまでをCGで再現し、伝統とは守り続けた結果ではなく、変わり続けてきた結果であることを、先輩たちへのリスペクトを込めて表現。

後半は、グループスローガン「この挑戦が、未来となる。」精神で生き生きと挑戦する若手社員、若手の挑戦を促し見守る上司、イノベーションに挑戦するベンチャーの若者たちを描き、前を向いた主人公の「やってみよう」というメッセージでフィナーレを迎えます。



2.スクリプトメッセージ(ナレーションの内容)

この街の景色は、誰がつくったのだろう。

壮大な歴史の中で、私たちは今日を迎えているように思う。

明日の景色は、誰が描くのだろう。

たとえ失敗しても、

正解が見えるわけじゃなくても、

押し寄せる技術の波に乗りながら、地域ありきで想いを繋いでいく。

もしかしたら、歴史が変わるきっかけは、思ったより小さいかもしれない。

やってみよう。



3.IDENCE について

板谷勇飛氏が立ち上げた大学のクリエイティブサークル sense.のメンバーを中心にスタートしており、社員の平均年齢 22 歳という若さ。社内に CG デザイナー、作曲家、シネマトグラファーがおり、小さい会社ながら映像制作の元受け・社内一貫制作が出来るのが強み。Snow Man のミュージックビデオ BREAKOUT の CG・特殊効果を手掛けるなど新進気鋭の映像制作会社としてエンターテインメント業界においても地位を確立しています。

url: <https://idence.jp/>

板谷勇飛氏の略歴

2018: 中国銀行・山陽新聞社・サンマルク財団主催 OKAYAMA INNOVATION PROJECT2018 に岡山県立操山高校在学中に参加、同コンテスト MASC 賞受賞

2020: 大学 2 年生時、中国銀行の中期経営計画のイメージムービー作成

2021: 映像制作ベンチャー 株式会社 IDENCE を設立、CEO 就任

2024: 映像作家 100 人に選出

<2018 年当時>



岡山イノベーションコンテスト 2018 アーカイブより引用

<https://www.oi-project.jp/arch/arch2018/>

<現在>



板谷 勇飛 ITADANI Yuhi
CEO, Producer, Creative Director

IDENCE HP より引用

<https://idence.jp/projectdesigners>

板谷勇飛氏コメント:

この度は地元を代表する企業且つ、学生時代からイノベーションプロジェクトをはじめお世話になってきたちゅうぎん FG の新たな一歩をご一緒でき、心より嬉しく思っております。

テレビから何気なく流れてくる地元の広告をアップグレードしたい、これこそが私の原点であり、いつも以上の熱意を持って取り組ませていただきました。少しでも映像から「変わっていくちゅうぎん」を感じ取っていただければ幸いです。

4. 主要キャスト

荒川ちか（主人公 若手社員役）

株式会社バップ 所属

<https://www.vap.co.jp/management/>

経歴

日本大学藝術学部映画学科監督コース卒

【主な監督作品】

映画『COMPASS』

【主な出演作品】

<映画>

『おおかみこどもの雨と雪』（細田守監督）、

『東京家族』（山田洋次監督）、

『仁義なき幕末』（橋本一監督）、他

<ドラマ>

『18/40 ～ふたりなら夢も恋も～』（TBS）

『不適切にもほどがある！』（TBS）他



荒川ちかさんコメント:

この度の撮影はとても楽しく参加させていただきました。

自分自身も映像制作をするのですが、今回の撮影では板谷監督をはじめ、同世代のスタッフさん達からたくさんの刺激をいただきました。

自分もさらに俳優として、監督として、色々なことに挑戦していきたいと感じた、キラキラとした貴重な撮影期間でした。このような素晴らしい作品に参加させていただき、本当に嬉しく思います。

本作は岡山県出身の板谷監督が、ちゅうぎんフィナンシャルグループの皆様 20 名の方にインタビューをされて、制作されたということをお聞きしました。

板谷監督がたくさんの方の想いを背負われ、それをとても素敵な映像に昇華されているのも素晴らしいと感じました。

拝見させていただいた映像はどれも「やってみよう」というテーマに相応しく、希望に満ち溢れていて、本当に胸が熱くなりました！

この胸のワクワクを、ご覧いただく皆様と一緒に感じられることを心から楽しみにしています。

木津 虎 (友情出演:ドローンベンチャーCEO 役)

株式会社 TOLLER CEO

HP <https://toller.jp>

岡山県立岡山操山高校 1 年生在学中

(注)制作者板谷勇飛出身校後輩としての友情出演でありプロの芸能人ではありません
経歴

2021/3 岡山県立岡山操山中学校入学

2022/12 サイエンスキャスル中四国大会
中国銀行賞

2024/1 ～未来へ羽ばたけ!若手起業家ピッチバトル～「Momo-1 グランプリ」
優勝

2024/2 株式会社 TOLLER 設立 CEO 就任

2024/4 TOKIO テラスピッチコンテスト
優勝

2024/4 岡山県立岡山操山高校入学



木津 虎さんコメント:

中学校 3 年生の修学旅行で同じ学校の先輩でもある板谷さんが代表取締役を務められている IDENCE さんのオフィスに訪問させていただきました。

そこで、とても強いこだわりを持って制作に取り組む IDENCE の皆さまの姿を見て、たくさんの刺激をいただきました。

結果的に、その経験が背中を押してくれて、翌年の 2 月には自分の会社を設立することになり、毎日高校生活と社長業の二足の草鞋として努力しています。

今後も、偉大な先輩の背中を見ながら、日々ステップアップしていきたいと思います。

【ブランドムービー専用ロゴについて】

ブランドムービーの最後には、「ちゅうぎんフィナンシャルグループ」ロゴではなく下記の「ちゅうぎん FG」ロゴが使用されます。



ブランドムービーのメインコピー「やってみよう。」にちなみ、木津さんが経営する株式会社 TOLLER にデザインを依頼しました。

※本ロゴは、ブランドムービー専用という位置づけとして使用していますので、その他に展開を広げるかは未定です。

5.制作のきっかけ

当社では今期ブランディング活動において、イメージ CM を使った広告展開を予定していませんでした。ところがある会議で若手社員から出た「なぜちゅうぎんはイメージ CM やらないのですか?」「キャッシュレス化・モバイル取引の増加により、特に若いお客さまとの接点が少なくなっている中、どうやって、ちゅうぎんを伝えていくのですか?」という一言から検討を始めました。(経験豊富なベテランたちは「わかる人は分かってくれるから」という固定概念に陥っていたのかもしれませんが。)

次に別の若手社員から「高校の同級生に板谷勇飛さんがいます。新進気鋭の映像作家として、最近「映像作家 100 人 2024」に選出されました。板谷さんに声をかけたらどうですか? 23歳で若年層の視点もあります。」という E メールが届きます。

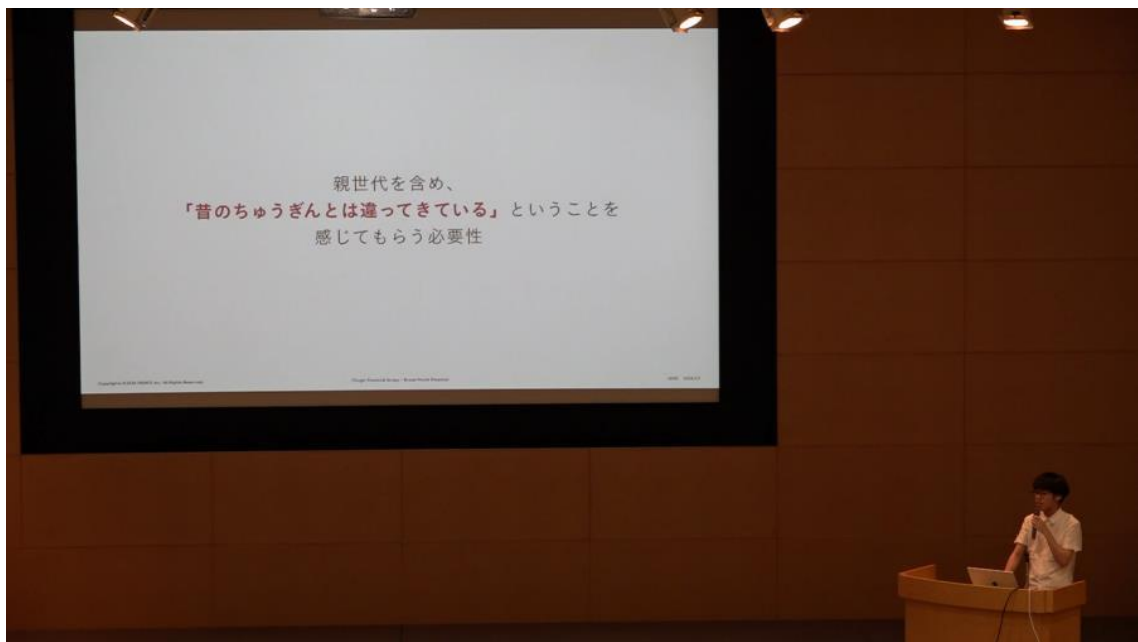
それをきっかけに IDENCE に提案を要請するコンタクトを取りました。

板谷さんは、企画提案にあたり、ちゅうぎん若手社員へのインタビュー実施を要請。取引先から「社員にインタビューしたい」と要望されるのは珍しくこれ自体も新鮮でした。

その結果、「本部の若手社員に話を聞くと、何事もやってみようと柔軟で先進的な取り組みをしている会社という印象を受けました」、一方で「営業店の若手社員に話を聞くと、ちゅうぎんのことを未だに『石橋を叩いても渡らない会社』というイメージを持っている社員もいました。つまり、社外の若手どころか、営業店社員にも、会社が・経営者が・本部が取り組んでいる変革への挑戦が十分には伝わってないのでは?」とレポートがされました。

それに続く提案プレゼンでは「変化や挑戦を伝えたいとき、「変わった」「挑戦しよう!」と文字で表現するだけで良いのでしょうか?」とイメージ映像で伝えるチャレンジが提案されます。

<提案プレゼン模様>



この企画はリクルート向けイベントなどでも使用したい意図がありました。

ベテラン層と新卒就職活動世代では好感ポイントが違うことが予想されたため、提案プレゼンの前に、10 歳代 20 歳代社員からブランディング活動のための社内アンバサダーを

募集し、提案プレゼンの審査員として参加してもらいました。

この提案プレゼンは、お客さまの問題解決ソリューション営業が主要業務となっている社内アンバサダーから圧倒的な共感・賛同を得て、当社は IDENCE とともにブランドムービー(イメージビデオ)を制作することになりました。

以上