HALEKULANI FIL

会社案内 2023-2024

株式会社 ハレクラニ フィル



もっと映像にできること。

HALEKULANI FIL

ごあいさつ

Small Giant 小さな巨人

ハレクラニ フィルは「もっと映像にできること。」をミッションに掲げ、
ブランディングや人事採用、マーケティングなど、企業向けに特化した映像制作や
デザイン、言葉づくりをしています。

ハレクラニ フィルの特徴としましては、数々の広告賞受賞歴を持つ経験豊富なクリエイティブディレクターや、
テレビ業界でドキュメンタリー制作に20年以上従事した映像制作ディレクター、
カメラマンなどスペシャリストが全て社員として在籍していることです。
映像の企画・制作はもちろん、デザイン、コピーなどの制作も含めて外部発注はしていません。
ほぼすべて内製化しています。
よって、ハイクオリティーな映像づくりや制作スピードなどに強みがあると自負しております。

わたしたちハレクラニ フィルは、小さい規模でいることを選び、個々の専門性を有し、
素晴らしいビジネスを追求していく企業・Small Giant でありたいと思っています。

そして、
「わたしたちらしいクリエイティブであること」
「社会貢献の要素をもっていること」
「従業員が人間らしい関係を構築していること」
を心がけていきます。

ハレクラニ フィルは世田谷区深沢の閑静な住宅街にあります。
オフィスビルではありません。そこは、鳥の囀りが聴こえてくる家。
緑に囲まれた一軒家が私たちの仕事場です。

こんな環境で「もっと映像にできること」を問い続け、
これまでにない新たな映像やデザイン、言葉を考え、カタチにしていきます。

Contents

ごあいさつ 3

Global Trends 世界のトレンド

“優しい”に進む世界のビジネス / モノよりビジョンを買う時代 5

情緒的価値を伝えるために
良いブランドの条件と伝え方　ESG＋E とは 6

世界の名作ブランデッドコンテンツ
web 動画プロモーションの基本
ファネルに合わせた HHH(スリーエイチ) 動画が持つ役割 7

Works

YKKAP 株式会社 9

鹿島建設株式会社 10

大和ハウス工業 11

武田薬品工業株式会社（湘南アイパーク） 12

JFE エンジニアリング株式会社 13

国土交通省
世界銀行
国際協力機構（JICA） 14

株式会社みずほフィナンシャルグループ 15

三井不動産株式会社 16

三井不動産リアルティ株式会社 17

株式会社サンドラッグ 19

鴻池運輸株式会社 20

南海電気鉄道株式会社 23

トピー工業株式会社 24

パシフィックコンサルタンツ株式会社 25

MIRARTH ホールディングス株式会社 26

三信住建株式会社 27

株式会社 湘南マツダ 28

株式会社 関西マツダ 30

株式会社エイチ・アイ・エス 31

オリエンタルランド株式会社 32

阪急阪神不動産株式会社 33

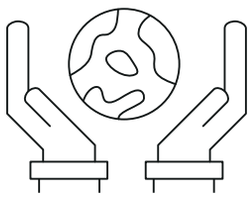
株式会社ぐるなび 34

Clients 35

Member 37

About Us 38

Global Trends 世界のトレンド



“優しい”に進む世界のビジネス

IT やソーシャルメディアの普及により情報化社会は進化を遂げています。
世界がぐっと身近になり情報が増えることで、
消費者はいまだかつてないほどに社会に対する意識が高くなっています。
ビジネス、商品 / サービスがひとに優しいか、
環境負荷は少ないかといった CSR（Corporate Social Responsibility 企業の社会的責任）を
果たしているかを重要視するようになっています。
ミレニアル世代（1981－1996 年生まれ）の 10 人中 9 人が、
商品やブランドのビジョンに共感できるか否かによって、
購買するブランドを選んでいるという事実も明らかになっています。※

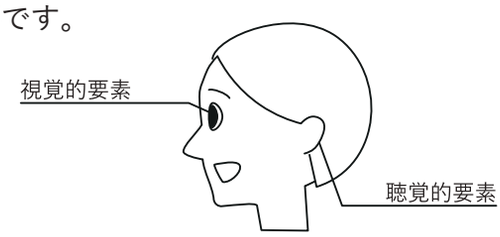
※New Cone Communications Research ミレニアル世代に関するレポートより

モノよりビジョンを買う時代

長年主流であった、競合をリサーチし、市場を分析し、
差別化を図って競合優位を勝ち取る競争戦略型の市場に
フォーカスするビジネスのやり方が時代の流れに合わなくなってきました。
そのかわりに、企業や商品 / サービスの持つ強みや個性、
大切にしたいと思っている理念、社会的な存在意義などといった、
その会社の「らしさ」である Core Values(コアバリュー：中核となる価値) に焦点を当て、
その価値を押し出したビジネスが伸びています。
他社と比較して相対的な価値をつけるのではなく、
その会社らしい唯一無二の絶対的な価値を持ったブランドが選ばれています。

情緒的価値を伝えるために

商品の機能性といった実質的価値だけではなく、
商品やそのつくり手に共感できるかという情緒的価値が重要になってきています。
日本の企業は実質的価値を上げることは得意ですが、
ストーリーやデザイン、ビジョンや CSR といった情緒的価値を上げることを
得意とする企業は欧米に比べ多くありません。
次世代の購買層を考えると、この情緒的価値を上げて伝えることはとても大切です。
そして、情緒的価値を伝えるには、視覚的要素や聴覚的要素など
五感で感じられる映像コミュニケーションがとても重要です。

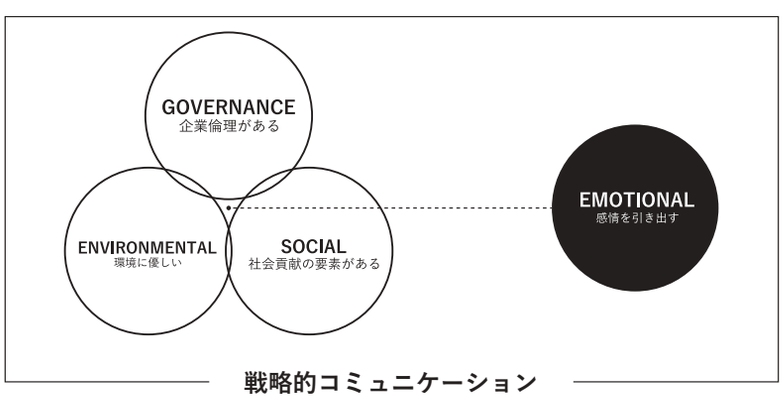


良いブランドの条件と伝え方　ESG＋E とは

そして良いブランドの条件として満たさなければならないことがあります。

ENVIRONMENTAL：環境に優しい
SOCIAL：社会貢献の要素がある
GOVERNANCE：企業倫理がある

この 3 要素は、これからの社会において満たすべき絶対条件です。
そして、今の時代のブランドの流れとしてとても重要なのが、繋がりや共感です。
よって、消費者の感情を引き出す文脈での映像コミュニケーションこそが、
戦略的コミュニケーションと言えます。



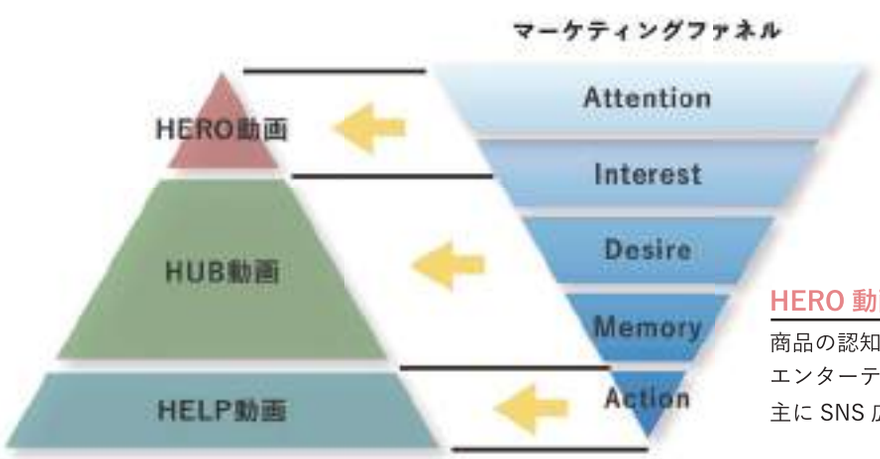
世界の名作ブランデッドコンテンツ

「情緒的価値」を顧客に伝える映像をブランデッドコンテンツと言います。
ブランデッドコンテンツとは企業のブランディングのために、
自社の姿勢や理念に対する顧客の共感を呼ぶ、
ストーリー性のある映像のことです。
単語ではなく文脈での映像になります。
世界には素晴らしいブランデッドコンテンツが多くあり、その一つをご紹介します。
Dove「リアルビューティー スケッチ｜あなたは自分が思うよりもずっと美しい」



web 動画プロモーションの基本

ファネルに合わせた HHH(スリーエイチ) 動画が持つ役割



HHH戦略による動画マーケティング

HERO 動画

商品の認知や興味獲得のためのキャッチーで
エンターテイメント性の高い動画。
主に SNS 広告や YouTube 広告などで展開します。

HUB 動画

HERO 動画を見て興味を持った潜在顧客と商品を
つなげる動画。主にホームページなどで展開します。
比較的長尺。

HELP 動画

商品の取り扱い方などを説明する動画。
この動画の視聴者はほぼ商品を購入する方です。

HALEKULANI FIL WORKS

YKKAP 株式会社

1957 年に吉田工業（現 YKK）が製造したファスナーの輸出・営業部門として設立。1990 年、YKK グループ建材事業組織の再編成に伴い YKK アーキテクチュラルプロダクツと商号変更。窓やドア、エクステリア商品やカーテンウォールなど建築用工業製品を取り扱うグループの中核会社となりました。2002 年に YKK AP 株式会社に
商号変更。アルミサッシの国内シェアは第 1 位。

売上高　5,086 億円
（連結 2023 年 3 月期）
資本金 140 億円
（2023 年 3 月 31 日時点）
従業員数 17,143 名
（2023 年 3 月 31 日時点）
事業内容 住宅用商品、
ビル用商品などの設計、
製造、施工、販売
会社設立 1957 年 7 月
非上場

コーポレートブランドムービー

ターゲット：インナー及びアウターブランディング　HUB 動画

YKK AP 様のモノづくりの強みは「一貫生産体制」にあります。
素材、部品、生産設備の開発・製造から加工や組立に至るまで自社で手掛けるその姿を、
およそ一年かけて全国の主要工場で撮影。「Architectural Products で社会を幸せにする会社」として、
決して妥協することないモノづくりへのこだわりをコピーと共に伝えることで、
機能的価値のみならず情緒的価値の表出を図りました。











鹿島建設株式会社

創業は 1840 年（天保 11 年）。江戸末期、桑名藩の出入り大工店に始まり、明治初期には西洋館建築技法を身につけ、毛利家高輪本邸などの西洋館を建築しました。近年では、東京駅の八重洲口再開発や丸の内駅舎保存・復原工事や秋葉原地区などの開発事業を手がけています。コーポレートスローガンは「100 年をつくる会社」。

100年をつくる会社 鹿島

売上高　2 兆 3,915 億 79 百万円
（2023 年 3 月期）
資本金 814 億 47 百万円
（2023 年 3 月 31 日時点）
従業員数 8,129 名
（2023 年 3 月 31 日時点）
事業内容 建築事業、
土木事業、開発事業ほか
会社設立 1840 年
東京証券取引所プライム市場上場

機電系社員紹介ムービー

ターゲット：機械・電気・情報系の学生　HERO 動画

機械・電気・情報系学生の新卒採用を目的として、世界初の自動化施工技術「A4CSEL®（クワッドアクセル）」によりダム建設の自動化に取り組む社員をドキュメンタリーで撮影いたしました。
無人の建設機械が縦横無尽に動く現場を迫力ある映像で撮影するとともに、それをコントロールする技術者としてのやりがいや使命感を描くことで、ターゲットである機械・電気・情報系学生の共感を狙っています。











大和ハウス工業株式会社

日本を代表する総合住宅メーカー。1955 年、「建築の工業化」を企業理念に創業。現在は、「人・街・暮らしの価値共創グループ」として、事業の川上から川下まで一気通貫の提案を可能とするグループ力を有しています。絶えず変容する社会の要請に応えるため、国内外で地域に密着した事業を推し進め、弛まぬ努力で新たな価値創造に挑戦しています。

売上高　4 兆 9,081 億 99 百万円
（連結、2023 年 3 月期）
資本金 1,618 億 45 百万円
（2023 年 3 月 31 日時点）
従業員数 49,768 名
（連結、2023 年 3 月 31 日時点）
事業内容 建築事業、都市開発事業ほか
会社設立 1955 年 4 月
東京証券取引所プライム市場上場

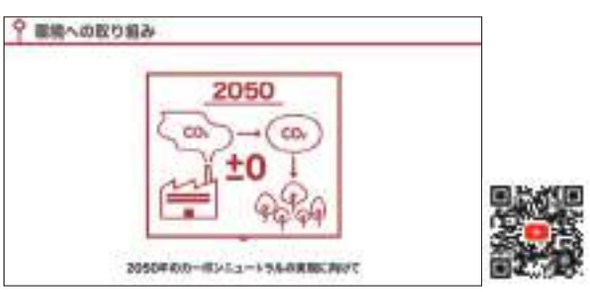
会社説明会動画（企業紹介パート、事業紹介パート、働く環境・福利厚生パート、採用情報パート）

ターゲット：新卒学生　HELP 動画

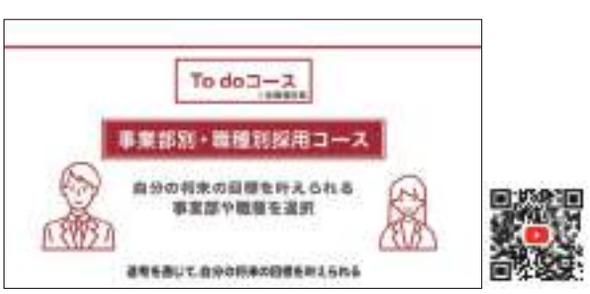
この動画は就活生の視聴離脱防止と理解度向上を目的に、イラストを使用したシンプルかつ
印象に残りやすいインフォグラフィックスムービーです。
イラストを用いた動画は文字情報よりもシンプルで分かりやすいため、企業情報を伝える動画として有効な手法です。
また就活生が知りたい情報を手軽に収集できることを狙い、1 動画 5 分程の 4 部構成にしております。











武田薬品工業株式会社（湘南アイパーク）

湘南アイパークは、2018 年 4 月に武田薬品工業が自社研究所を外部に開放して誕生した、日本初の製薬企業発サイエンスパークです。幅広い業種や規模の産官学が結集してヘルスイノベーションを加速する場となることを目指しています。製薬企業のみならず、次世代医療、細胞農業、AI、行政など約 150 社、2,000 人以上（2023 年 4 月現在）の企業・団体が集積し、エコシステムを形成しています。

売上高　4 兆 278 億 78 百万円
（2023 年 3 月期）
資本金 1 兆 6,763 億 45 百万円
（2023 年 3 月 31 日時点）
従業員数 47,347 名
（2022 年 3 月 31 日時点）
事業内容 医薬品等の
研究開発・製造・販売・輸出入
会社設立 1781 年 6 月
東京証券取引所プライム市場上場

iStory #2 HIROTSU バイオサイエンス篇

ターゲット：製薬メーカーをはじめライフサイエンスビジネスに携わる企業　HUB 動画

武田薬品工業は 2018 年に自社研究所を開放して「湘南ヘルスイノベーションパーク（略称：湘南アイパーク）」を設立しました。多くの企業や大学・団体を誘致し、競争ではなく共創によって世界レベルのイノベーションを起こそうとしています。
本ムービーでは、同施設にてがん早期発見の次世代医療研究を行っている HIROTSU バイオサイエンス様の研究員を通して湘南アイパークの意義や魅力を発信することで、新規参画企業の獲得を狙っています。











JFE エンジニアリング株式会社

鉄鋼業・造船業を源流として、その技術を融合・進化させながら、エネルギー・環境分野や社会インフラ分野などにおいて、人々の生活と産業を支えるエンジニアリング事業を展開しています。グループの総合力と先進の技術力をベースとした商品・サービスの提供により、時代の変化に適応し、常に世界をリードするエンジニアリングカンパニーを目指しています。

JFE エンジニアリング 株式会社

売上高　5,125 億円
（2023 年 3 月期）
資本金 100 億円
（2023 年 3 月 31 日時点）
従業員数 11,086 名
（2023 年 3 月 31 日時点）
事業内容 プラントエンジニアリング
会社設立 2003 年
非上場

ブランド共感ドキュメンタリー

ターゲット：就活学生　HERO 動画・HUB 動画

各事業で活躍する、社員にスポットをあて、ドキュメンタリータッチで展開するエピソードシリーズです。
メッセージコピーを基本骨格として、実際の働きぶりや意志ある表情などを
ドキュメンタリー映像で構成することで、見る学生に同社のリアルな魅力を伝えています。
プライベートシーンをインサートすることで、登場人物に対する興味関心を高める効果を狙っています。

プラント建設本部 工事主任篇





奈曽川橋 上部工工事 所長篇

国土交通省

国土交通省は、国土の総合的かつ体系的な利用、開発および保全、そのための社会資本の整合的な整備、交通政策の推進、気象業務の発展並びに海上の安全および治安の確保などを担う官庁です。中央省庁等改革の一環として、2001 年 1 月 6 日に、旧 4 省庁（北海道開発庁、国土庁、運輸及び建設省）を母体として設置されました。より良い行政サービスの提供を目指し、総合的な国土交通政策を展開しています。



世界銀行

世界銀行は貧困削減と持続的成長の実現に向けて、途上国政府に対し融資、技術協力、政策助言を提供する国際開発金融機関です。189 の加盟国、170 か国以上に駐在するスタッフ、130 以上のオフィスを構える世界銀行グループは、発展途上国の貧困を削減し繁栄することに取り組んでいます。

渋谷駅における TOD 開発及び
災害に対応した都市開発について



渋谷駅における TOD 開発及び
気候変動に対応した都市開発について



二子玉川駅における TOD 開発及び
気候変動に対応した都市開発について



国際協力機構（JICA）

外務省が所管する政府開発援助（ODA）の実施機関の一つです。開発途上地域等の経済及び社会の発展に寄与し、国際協力の促進に資することを目的としています。「人を通じた国際協力」をモットーとし、対象地域や対象国、開発援助の課題などについての調査や研究、ODA 事業の計画策定、国際協力の現場での活動を行う人材の確保や派遣、事業管理、事業評価などの役割を担っています。



株式会社みずほフィナンシャルグループ

三大メガバンクの一翼を担うみずほフィナンシャルグループは、
“One MIZUHO” の旗印のもと、“お客さま第一（Client-Oriented）” をモットーに、
「銀行・信託・証券」の一体戦略を推進しています。

経常収益 3 兆 2,180 億円
（連結 2021 年 3 月期）
資本金　2 兆 2,567 億円
（2021 年 3 月 31 日現在）
従業員数 54,492 名
（連結 2021 年 3 月 31 日現在）
事業内容 金融業
会社設立 2003 年 1 月
東京証券取引所 1 部上場

ブランド実感ドキュメンタリー

ターゲット：新卒学生　HUB 動画

新卒採用を目的としたオフライン HUB 動画。実際に成功したディールを再現することで、
国内最先端の不動産ソリューションを表現しました。
また銀行、証券のスペシャリストも登場することで「One MIZUHO」を醸成しています。
国内トップクラスの優秀な学生をターゲットにしているため、
金融工学の専門用語などを敢えて解説なしで展開する難しい構成になっています。
情報番組ではなく、NHK「プロフェッショナル 仕事の流儀」やテレビ東京「カンブリア宮殿」のように、
息遣いまで聞こえてくる等身大の表現でリアリティを追求しました。











三井不動産株式会社

総合不動産業として日本一の売上高を誇り、オフィスビル、商業施設、
大型物流施設、宿泊・リゾート施設など、幅広く事業を展開しています。
2004 年に始まった、「残しながら、蘇らせながら、創っていく」を開発
コンセプトとした、創業の地「日本橋」の再生計画も 2019 年の
「COREDO 室町テラス」開業で第 2 ステージが終了。「共感・共創・共発」
の考えのもと日本橋オリジナルの価値発信をしていく第 3 ステージへと
進みだしています。

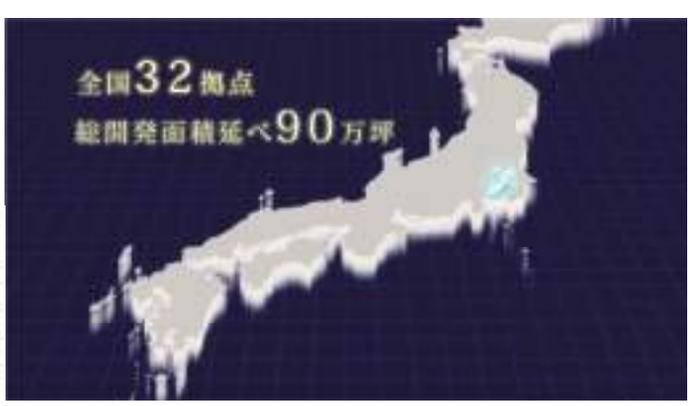
売上高　2 兆 2,691 億 3 百万円
（連結 2023 年 3 月期）
資本金　3,405 億 52 百万円
（2023 年 3 月 31 日現在）
従業員数 24,706 名
（連結 2023 年 3 月 31 日現在）
事業内容 不動産賃貸事業、不動産分譲事業、
不動産仲介事業、不動産マネジメント事業
会社設立 1941 年 7 月
東京証券取引所プライム市場上場

施設紹介ムービー

ターゲット：顕在顧客　HUB 動画

顕在顧客への商品理解促進を目的としたオフライン HUB 動画。
物流ニーズのある企業への営業活動に使用する資料映像として制作しました。
同社が提供する先進的かつ環境に優しい未来型物流倉庫を表現しています。
また、施設のスペックや MFLP ブランドならではの魅力をアニメーションで分かりやすく説明、
さらに対象とその周辺環境をドローン撮影によりダイナミック感を訴求し、他社との明確な差別化を図っています。





三井不動産リアルティ

不動産流通事業のリーディングカンパニーとして、様々なフィールドで質の高いサービスを提供。不動産仲介の「三井のリハウス」をはじめ、駐車場経営の「三井のリパーク」、会員制カーシェアリングサービス「カレコ」などを運営し、住まいや街に関する様々な課題に幅広い解決策を提案しています。全国に 19 ヶ所の拠点と 286 店舗（2023 年 4 月 1 日現在）を展開しています。

三井不動産リアルティ
MITSUI FUDOSAN REALTY

売上高　1,829 億 80 百万円
（連結 2023 年 3 月期）
資本金　200 億円
（2021 年 3 月 31 日現在 ）
従業員数 5,196 名
（連結 2023 年 3 月 31 日現在）
事業内容 不動産仲介業、駐車場事業
会社設立 1969 年 7 月
非上場

ブランド共感ドキュメンタリー

ターゲット：新卒学生　HUB 動画

全国売買仲介取扱件数、35 年連続で No.1 の「三井のリハウス」を展開する当社のドキュメンタリーシリーズ。
社内の雰囲気や印象、社員様のマインドを忠実に伝えることが学生を惹きつける要素になると考え、
1 週間社員様に密着撮影いたしました。
業務の様子やプライベート、苦悩などのリアルを映し出すドキュメンタリー動画となっております。

総合職
リテール事業





総合職
シェアリング事業

業務職



会社コンセプトムービー

ターゲット：新卒学生　HERO 動画・HUB 動画

当社の新卒採用におけるコンセプトメッセージ「責任を、誇りに。」に込められた想いを動画にしました。
社会的責任やお客さまへの責任を果たし、一人ひとりに寄り添いながら未来に応えていくことを印象的に描いています。

「責任を、誇りに。」
会社コンセプトムービー







「お客様の人生に寄り添う」三井不動産リアルティの仕事

ターゲット：新卒学生　HUB 動画

単に「不動産」を扱うのではなく、不動産を通じたお客さまの「人生」を見つめている当社。
お客さまのライフシーンに合わせた様々なニーズに対し、家族のように寄り添う姿を描いたアニメーション動画となっています。



「お客様の人生に寄り添う」
三井不動産リアルティの仕事







株式会社サンドラッグ

サンドラッグの経営を貫くのが、「すべてはお客様のためにある」という顧客重視の哲学です。「いつも健康で生き生きと暮らすこと。いつまでも若々しく美しく生きること」。時代の変化とともにライフスタイルが多様化しようとも、人々のこの変わらぬ願いを実現するために、創業以来「安心・信頼・便利」をモットーとした店舗作りを進め、2023 年 3 月 31 日時点の店舗数は 1,016 店舗に達しています。

売上高　4,515 億 21 百万円
（2023 年 3 月期、ドラッグストア事業）
資本金　39 億 31 百万円
（2023 年 3 月 31 日時点）
従業員数 7,476 名
（連結 2023 年 3 月 31 日時点）
事業内容 ドラッグストア事業
会社設立 1957 年 12 月
東京証券取引所プライム市場上場

ブランド共感ドキュメンタリー

ターゲット：就活学生　HERO 動画・HUB 動画

1,000 店舗を超えるドラッグストアを全国で展開する当社のオペレーション職（店長）、
薬剤師職にスポットを当てたドキュメンタリーシリーズ。
業務の様子だけでなく、急激に変化する社会の中でドラッグストアの役割は何かを問い続け、
地域社会に貢献しようとする社員様の内側まで映し出すことで、学生の共感獲得を狙っています。

総合職篇



薬剤師職篇



鴻池運輸株式会社

1880 年に労務供給業・運輸業を主な事業として創業。2020 年には創業 140 年を迎えました。創業以来、「人」と「絆」を大切にし、物流だけではなく製造業の請負サービス事業など幅広い事業展開をしています。「期待を超えなければ、仕事ではない」―グループ共通のブランドプロミス「私たちの約束」を制定し、KONOIKE グループの魅力を提供し続けています。

売上高　3,118 億 40 百万円
（連結 2023 年 3 月期）
資本金 17 億 23 百万円
（2023 年 3 月 31 日現在）
従業員数 15,188 名
（連結 2023 年 3 月 31 日現在）
事業内容 国内物流事業、
国際物流事業、請負サービス
会社設立 1880 年
東京証券取引所プライム市場上場

コーポレートガイドムービー

ターゲット：社員を含む全てのステークホルダー　HUB 動画

当社の各事業で活躍する社員にスポットをあて、ドキュメンタリータッチで展開するエピソードムービーシリーズです。
業務の様子だけでなく従業員のインタビューや日々の生活を撮影することにより、
登場人物の人となりを捉え、仕事や仲間に対する情熱や誠実さが伝わる内容で構成しています。

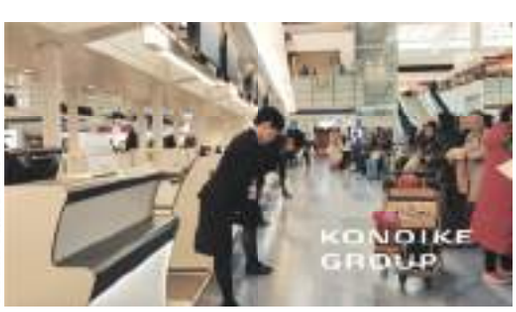




5 秒 CM

ターゲット：社員を含む全てのステークホルダー　HERO 動画

当社の各事業で活躍する社員にスポットをあて、ドキュメンタリータッチで展開するエピソードムービーシリーズです。
業務の様子だけでなく従業員のインタビューや日々の生活を撮影することにより、登場人物の人となりを捉え、
仕事や仲間に対する情熱や誠実さが伝わる内容で構成しています。





ドキュメンタリームービー

ターゲット：社員を含む全てのステークホルダー　ブランデッドコンテンツ

社員ドキュメンタリーシリーズ

「期待を超えなければ、仕事ではない。」

当社の各事業で活躍する社員にスポットをあて、
ドキュメンタリータッチで展開するエピソードムービーシリーズです。
業務の様子だけでなく従業員のインタビューや日々の生活を撮影することにより、
登場人物の人となりを捉え、仕事や仲間に対する情熱や誠実さが伝わる内容で構成しています。



株式会社 K スカイ
羽田事業所 所長篇



広島営業所　副長篇



高圧ガス輸送ドライバー篇



鴻池物流（上海）有限公司
総経理篇



滋賀流通センター営業所
所長篇



富士見営業所 所長篇



KONOIKE MEXICO
S.A.de C V. 篇



トラックドライバー篇



各ムービー 英訳版

デジタルサイネージ

ターゲット：社員を含む全てのステークホルダー　HERO 動画

5 秒 CM と連動して展開するデジタルサイネージ交通広告用の動画を制作しました。
東京駅や新大阪駅で発信しました。





NANKAI

南海電気鉄道株式会社

純民間資本としては現存する日本最古の私鉄。大阪市の難波と関西空港を結ぶ南海線、和歌山市や高野山を結ぶ高野線を有し、総営業キロは154.8km。連結子会社 55 社を含む 75 社で南海グループを構成し、運輸、不動産、流通、レジャー・サービス、建設、その他の 6 セグメントに分かれています。企業としての社会的責任を果たすとともに、堅実な成長を成し遂げることを目指して事業展開を行なっています。

NANKAI

売上高　2,212 億 80 百万円
（連結 2023 年 3 月期）
資本金 729 億 83 百万円
（2023 年 3 月 31 日現在）
従業員数 2,635 名
（連結 2023 年 3 月 31 日現在）
事業内容 鉄道事業
会社設立 1885 年 12 月
東京証券取引所プライム市場上場

高野山宿坊体験オンラインツアー

ターゲット：海外観光客　HUB 動画

コロナ禍の中、仏教文化に興味を持つ外国人が実際に訪日し、宿坊体験をするにはまだまだ難しい状況いております。
そこで、ライブ感を重視した映像で、海外の外国人に疑似体験していただき、
心健やかな時間をすごして貰いたいという意図で制作をいたしました。（入れる？）
宿坊体験の総本山ともいえる高野山。
日本の仏教文化に興味があるが、高野山にはまだ来たことがない外国人の方をターゲットに、
高野山での参拝ルートから翌日の勤行まで時系列で伝えることにより、
その場にいるような感覚で視聴できるライブ感のある映像にいたしました。











トピー工業株式会社

1921 年、宮製鋼所（東都製鋼の前身）として設立。1964 年にホイールメーカーの車輪工業、電炉メーカーの東都製鋼、建機部品メーカーの東都造機、鉄骨・橋梁メーカーの東都鉄構の 4 社が合併し、トピー工業が発足。素材供給部門（鉄鋼事業）と加工部門（自動車・産業機械部品事業）が相互に関連を持ちながら素材の生産から最終製品の加工まで、一貫した生産体制を持つ金属加工の総合グループです。

売上高　3,344 億 96 百万円
（連結 2023 年 3 月期）
従業員数 5,706 名
（連結 2023 年 3 月 31 日時点）
資本金　209 億 83 百万円
（2023 年 3 月 31 日時点）
事業内容 一般構造用鋼材、異形形鋼、
自動車用ホイール、マイカなどの製造
会社設立 1921 年
東京証券取引所プライム市場上場

企業紹介動画

ターゲット：社員を含む全てのステークホルダー　HERO 動画

この動画は、トピー工業の製品にフォーカスを当て、トピー工業がどういうものをつくっているのか、
どう社会と関係しているかを伝える目的で制作しました。
ただ単に製品を紹介するのではなく、トピー製品と人との関係を、映像と当事者の「声」で描いています。













フルバージョン

製品別動画リスト

社長就任挨拶動画

ターゲット：全従業員　インナーブランディング

新社長就任に伴い、トピー工業（グループを含む）が目指す方向を全従業員に対して示し、
より強固な組織体制を図る目的で制作をしました。
全国の工場映像と共に社員のハートを熱くさせるコピーを合わせ、社長のあいさつ部分では、
3D 合成を用いることで、クオリティにもこだわりました。
この動画は、国内外を合わせた 6,000 名弱の従業員に、メールで動画を共有して、ご視聴いただいております。



※オフライン上映用動画のため
ご視聴希望の際は、お問い合わせください。

パシフィックコンサルタンツ株式会社

戦後日本の復興に向けて技術で貢献することを目的に、1951 年に米国法人として誕生。建設コンサルタント業として、社会インフラサービスを「計画＋調査＋設計＋管理」の側面からプロデュースしています。その事業分野は、国土保全、交通基盤、都市・地域開発、公共経営など多岐にわたっています。

売上高 604 億 44 百万円
（連結 2022 年 9 月期）
資本金 8 億 20 百万円
（2022 年 9 月 30 日現在）
従業員数 2,208 名
（単体 2022 年 10 月 1 日現在）
事業内容 建設コンサルタント業
会社設立 1951 年 9 月
非上場

ブランド共感ドキュメンタリー

ターゲット：新卒学生　ブランデッドコンテンツ

各事業で活躍する社員にスポットをあて、ドキュメンタリータッチで展開するエピソードシリーズとして制作しました。
メッセージコピーを基本骨格として、実際の働きぶりや意思ある表情などを
ドキュメンタリー映像で構成することで、見る学生に同社のリアルな魅力を伝えています。
プライベートシーンをインサートすることで、登場人物に対する興味関心を高める効果を狙っています。











新聞広告

新聞 15 段広告に活用いただき、多くの視聴数を獲得しました。

MIRARTH ホールディングス株式会社

2022 年、タカラレーベン 50 周年を機に持株会社体制に移行。
「MIRARTH」という新しい商号は、Mirai（未来）と Earth（地球）を組み合わせています。「不動産総合デベロッパー」の枠を超えて、「未来環境デザイン企業」へと進化していく決意を込めた社名です。グループの代表企業として、各グループ会社が事業分野を超えたシナジーを生むように主導することで、新たな付加価値の創出と永続的な成長を目指しています。

売上高 1,534 億 72 百万円
（連結 2023 年 3 月期）
資本金 48 億 19 百万円
（2023 年 3 月 31 日現在）
従業員数 1,200 名
（連結 2023 年 3 月 31 日現在）
事業内容 不動産事業、エネルギー事業、
アセットマネジメント事業ほか
会社設立 1972 年 9 月
東京証券取引所プライム市場上場

テレビ CM

アートビオトープ水庭 2020 夏篇

ターゲット：社員を含む全てのステークホルダー　HERO 動画

企業ブランド理解促進と事業の認知拡大を目的としたテレビ CM。
CSR 事業の一つである「ボタニカルガーデン アートビオトープ」プロジェクトにスポットを当てて制作しました。
「水庭」に派生する苔や水、木など、自然との共存をテーマにしています。
CSR の取り組みや「幸せを考える。幸せをつくる。」という企業ビジョンを紹介しています。





ラジオ広告



HOTEL THE LEBEN

三信住建株式会社

2006 年の創立以来、マンション開発など多くのプロジェクトに参画。
2012 年には自社マンションブランド「プレミアムシリーズ」をスタートさせ、快適な住まいづくりに挑戦しています。「共につくる。共に歩む。」をモットーに、より良い住まいの提供を目指し、これからも誠実な気持ちと情熱をもって、住まう人・社会・つくる側の間に揺るぎない信頼関係を構築したいと願っています。

三信住建

売上高 709 億 25 百万円
（2022 年 3 月期）
資本金 1 億円
（2022 年 3 月 31 日現在）
従業員数 90 名
（2023 年 1 月 31 日現在）
事業内容 マンション分譲事業、
コンサルティング事業、建設事業ほか
会社設立 2006 年 2 月 1 日
非上場

ブランド実感ドキュメンタリー

ターゲット：新卒学生　ブランデッドコンテンツ

実際に行ったディールを再現することで、仕事内容がより理解できる構成にし、NHK「プロフェッショナル 仕事の流儀」、
テレビ東京「カンブリア宮殿」のように、息遣いまで聞こえてくる等身大の表現でリアルティも追求しました。
また、不動産業界は大きな金額が動くため華やかに見えがちですが、
飛び込み営業などの泥臭い部分も表現することで、入社時のギャップを埋める工夫もしております。
この動画は、会社説明会に参加した学生のみが視聴できる、完全オフライン動画です。



※オフライン上映用動画のため
ご視聴希望の際は、お問い合わせください。

新聞広告

創業から 17 年間、同社は「土地から未来をつくる」という信念を持ち、住まう人々や社会、
環境に役立つ企業を目指して歩んできました。同社のこれまでの歩み、そして未来に向けてさらに歩みを進めていく様を、
「踵のすり減った靴」の写真とコピーで視覚的かつ情緒的に表現しております。
この新聞広告は、日本経済新聞（30 段広告）、読売新聞（15 段広告）、産経新聞（30 段広告）に掲載されました。



株式会社湘南マツダ

マツダのカーディーラーとして、1967 年に設立。地場独立資本のディーラーで、湘南エリアを中心に 10 店舗を展開しています。2018 年には基幹店である相模原店を「マツダ新世代店舗」にリニューアルしました。同店の新車販売台数は、900 店舗以上あるマツダ系ディーラーの中で 3 年連続日本一を達成しました。独自のマーケティング戦略を展開し、際立った存在感を放っています。

湘南マツダ

売上高 167 億円
（2022 年 10 月期）
資本金 30 百万円
（2022 年 10 月 31 日現在）
従業員数 268 名
（2022 年 10 月 31 日現在）
事業内容 自動車販売業
会社設立 1967 年 8 月
非上場

ブランド共感ドキュメンタリー

ターゲット：新卒学生　HERO 動画・HUB 動画

新卒採用を目的とした HERO 要素を含む HUB 動画。各事業で活躍する社員にスポットをあて、
ドキュメンタリータッチで展開するエピソードシリーズです。
成長企業ならではのいきいきとした企業ブランドシズルを、それを体現する魅力的な「人」のリアリティで表現し、
ターゲットである就活生の共感を狙っています。









「FC3S、純正に戻します！」

ターゲット：車好きの男性　HUB 動画

1991 年式サバンナ RX-7（FC3S）。
現存するほぼ全てが改造を施されているスポーツカーです。
YouTube に改造自慢の動画があふれる中、
あえて純正に戻す企画を提案しました。
バブルを知るエンジニアたちの情熱とロマン、そしてディーラーの技術力。
2 か月間に及ぶ壮絶な闘いで、30 年ぶりに元の姿に生まれ変わります。







“新世代店舗” 平塚店建築ドキュメンタリー

ターゲット：湘南に住む 30 歳以上の男性　HUB 動画

2022 年 12 月、平塚に湘南マツダ史上最大規模の『新世代店舗』
平塚店が誕生。完成までの 1 年間をドキュメンタリーで描く、
長尺コンテンツの第 3 弾を制作しました。
「店舗はいわば作品を入れる器。その器まで美しく。」という
ブランドの思いを伝えます。
こだわるのはクルマだけではない、
店舗も建築としてのこだわりを見せるブランド。
マツダブランドの共感獲得が主な目的です。
また副次的に店舗オープンの告知を狙います。







株式会社関西マツダ

2003 年に大阪府下 5 つのマツダ直営の販売会社が合併して誕生。2023 年に創立 20 周年を迎えました。西日本最大のマツダ販売会社として、大阪府下にショールーム・整備工場 45 店舗を展開しています。自動車の販売や整備を通じて、お客様に「走る歓び」と最適なカーライフを提案し、一人でも多くのお客様に「笑顔」になっていただけるよう活動しています。

関西マツダ

売上高 337 億 53 百万円
（2023 年 3 月期）
資本金 9 億 50 百万円
（2023 年 3 月 31 日現在）
従業員数 1,013 名
（2022 年 9 月 16 日現在）
事業内容 自動車販売業
会社設立 2003 年 4 月
非上場

「FD3S、純正に戻します！」

ターゲット：車好きの男性　HUB 動画

発売から 25 年経ち、動かなくなった 1996 年式アンフィニ RX-7(FD3S) を
もう一度走れるようにするまでの 4 ヶ月を記録した、長尺コンテンツの第 1 弾を制作しました。
今では希少なロータリーエンジンを搭載し、独特な加速感と流麗なデザインで多くのファンを魅了してきた FD3S。
そんな名車を新車同然のように蘇らせたい。その想いのもと、マツダメカニック 56 人の有志が結集。
マツダ車愛と情熱が交叉する。その姿こそがマツダブランドであり、そんなマツダブランドの理解・共感獲得が主な目的です。
またマツダディーラーの技術力も映すことで整備職を目指す就活生の獲得も副次的に狙います。







株式会社エイチ・アイ・エス

2020 年に創立 40 年を迎えた、海外旅行および国内旅行の企画・販売・手配を行う総合旅行会社。グループ全体の持続的成長を実現するため、HIS Group Purpose “「心躍る」を解き放つ” を制定しました。海外旅行に強く、2023 年 2 月 28 日時点で海外進出は 60 か国 112 市で 157 拠点を展開しています。

売上高 1,427 億 94 百万円
（連結決算 2022 年 10 月期）
資本金 1 億円
（2022 年 10 月 31 日現在）
従業員数 10,849 名
（連結 2022 年 10 月 31 日現在）
事業内容 旅行代理店
会社設立 1980 年 12 月
東京証券取引所プライム市場上場

ポルトガル旅行

ターゲット：若手旅行者　HERO 動画・HUB 動画

現地への旅行意欲促進を目的とした HERO 要素を含む HUB 動画。
web と店頭で展開しています。
ターゲットが 20 代前半の若者のため、映画のようにロマンチックでエモーショナルに表現しています。











オリエンタルランド株式会社

「東京ディズニーランド」、「東京ディズニーシー」という異なるテーマを持った 2 つのディズニーテーマパークを運営しています。東京ディズニーシーは、世界で初めての「海」をテーマにしたテーマパークとして、2001 年に開業しました。2022 年 2 月には「東京ディズニーランド」、「東京ディズニーシー」の合計の累計入場者数が 8 億人を突破しました。

売上高 4,831 億 23 百万円
（連結 2023 年 3 月期）
資本金 632 億 1 百万円
（2023 年 3 月 31 日現在）
従業員数 8,945 名
（連結 2023 年 3 月 31 日現在）
事業内容 テーマパークの運営、
不動産賃貸業
会社設立 1960 年 7 月
東京証券取引所プライム市場上場

訪日外国人向けインバウンドムービー

ターゲット：海外観光客　HUB 動画

外国人旅行者の集客を目的としたインバウンド向けオンライ ン HUB 動画。北米向けと中国・台湾向け配信用に 2 本制作。
１日のパークでの過ごし方を、それぞれの国民性に合わせて提案する内容となっています。
実際にプライベートで仲の良いモデル 2 人を起用することで、友達同士の楽しい雰囲気を演出なしで表現しています。
米国ディズニー本社のクオリティチェックを通しています。

北米向け



中国・台湾向け



阪急阪神不動産株式会社

阪急阪神ホールディングスグループの中核企業として、マンション分譲事業、オフィス賃貸事業、商業施設運営などを行っています。鉄道事業を祖業とし、鉄道沿線で宅地開発を行い、ターミナル駅ではオフィスビルや商業施設開発を行うことで事業を拡大しています。

阪急阪神不動産

売上高 1,268 億 80 百万円
（2023 年 3 月期）
資本金 124 億 26 百万円
（2023 年 3 月 31 日時点）
従業員数 900 名
（2023 年 3 月 31 日時点）
事業内容 不動産賃貸、住宅分譲、
不動産開発
会社設立 1947 年 2 月
非上場

訪日外国人向けインバウンドムービー

ターゲット：海外観光客　HUB 動画

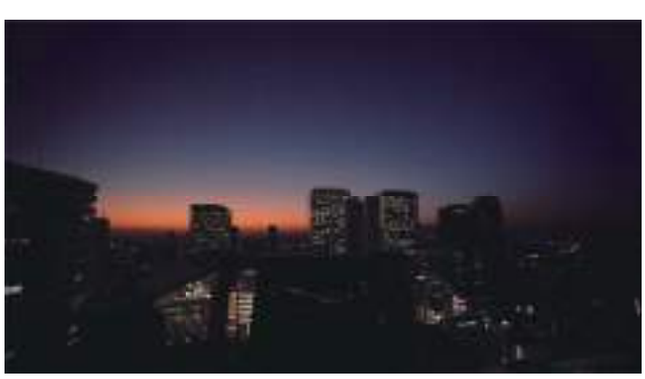
キタエリア（梅田駅周辺）のインバウンド観光客増加を目的に、梅田エリアでのショッピングや食事、レジャーなど、
1 日の観光プランを提案する内容で制作したオンライン用 HUB 動画。
ターゲットを意識し、外国人モデルを起用。BGM にはアコースティックギターを使用したポップスを採用し、
明るくアクティブな印象を与える動画としました。

大阪キタエリア











株式会社ぐるなび

レストランが必要とするすべてのサービスをご提供することを目的に、“レストランのサポーター”として 1996 年に事業を開始。インターネットユーザーと飲食店に価値あるサービスの提案を続け、総有料加盟店舗数 42,909 店（2023 年 3 月末）、会員数 2,399 万人（2023 年 4 月 1 日現在）となり飲食店情報サイトでは日本最大級の規模を誇ります。

売上高 122 億 96 百万円
（連結 2023 年 3 月期）
資本金 1 億万円
（2023 年 3 月 31 日現在）
従業員数 831 名
（連結 2023 年 3 月 31 日現在）
事業内容 飲食店等の情報提供サービス
会社設立 1996 年 6 月
東京証券取引所プライム市場上場

ポータルサイト用

ターゲット：海外観光客　HUB 動画

5G 時代に伴い、店舗紹介ページを写真 から動画へ移行中。
ハレクラニ フィルは、そのコンテンツ提供を担っています。

店舗紹介

関東エリア





関西エリア







その他エリア









クライアント
Clients

官公庁

国際協力機構（JICA）
国土交通省

金融機関

世界銀行
株式会社みずほフィナンシャルグループ

建設業

鹿島建設株式会社
JFE エンジニアリング株式会社
大和ハウス工業株式会社

陸運業

鴻池運輸株式会社
南海電気鉄道株式会社

不動産業

株式会社イー・トラスト
株式会社エスコンアセットマネジメント
株式会社エステムディベロップメント
株式会社エステムプランニング
FJ ホールディングス株式会社
三信住建株式会社
株式会社創建
株式会社ダイマルヤ
株式会社東京日商エステム
トーセイ株式会社
株式会社日興タカラコーポレーション
株式会社日商エステム
株式会社日本エスコン
みずほ不動産販売株式会社
三井不動産株式会社
三井不動産リアルティ株式会社
MIRARTH ホールディングス株式会社

自動車販売

株式会社関西マツダ
株式会社ケーユーホールディングス
株式会社湘南マツダ

サービス業

株式会社アズパートナーズ
株式会社ヴァージニア
株式会社ぐるなび
株式会社ケイズグループ
株式会社タフデザインプロダクト
株式会社テックプログレス
デロイト トーマツ コンサルティング合同会社
株式会社日蓮宗新聞社
日本税理士企業年金基金
一般社団法人日本チェーンドラッグストア協会
株式会社ユニマットプレシャス
リソルライフサポート株式会社
ワンスアラウンド株式会社

ホテル・旅館

ACAO SPA&RESORT 株式会社
ANA クラウンプラザホテル大阪
ソラーレホテルズアンドリゾーツ株式会社
株式会社リゾートライフ

製造業

株式会社タイセイ
トピー工業株式会社
プライム・スター株式会社
マツダ株式会社
株式会社リリック
YKK AP 株式会社

建設コンサルタント

パシフィックコンサルタンツ株式会社

小売業

株式会社サンドラック

株式会社シュゼット・ホールディングス

旅行業

株式会社エイチ・アイ・エス

株式会社 JTB

学校法人

開智国際大学

医薬品製造業

武田薬品工業株式会社

印刷業

宝印刷株式会社



Member



原 達朗　Tatsurou Hara

チーフクリエイティブオフィサー

企業ブランディングの映像制作を中心に手掛ける。
宣伝会議主催「CBC コーポレート ブランディング カンファレンス」に登壇。
ブランデッドコンテンツの重要性を説く。
お客様の課題に対し、映像によるソリューション提供を行う。

主な制作実績　国土交通省（シンポジウム向けムービー）
みずほフィナンシャル・グループ（採用 ブランドムービー）
三井不動産（施設紹介ムービー）
タカラレーベン（企業 CSR テレビ CM）



賀川 浩　Kagawa Hiroshi

エグゼクティブクリエイティブディレクター
コピーライター

マッキャンエリクソン、ビーコンコミュニケーションズを経て
ハレクラニフィルに入社。
これまでに企業のブランディングコミュニケーションの設計、ネーミング、
コーポレートメッセージ開発をはじめ数々の広告キャンペーンを手掛ける。

主なクライアント　P&G、日本コカコーラ、マスターカード、
サンスター、IBM、Financial Times など

主な受賞歴　TCC 新人賞、ACC 賞、日経広告賞（企業広告賞・部門賞・優秀賞）、
日経 BP 広告賞（最優秀 IT 広告賞・デジタル広告大賞）、
毎日広告デザイン賞（準グランプリ）など

主な制作実績　YKKAP （企業ブランドムービー）
MAZDA（インナーブランディングムービー）
三井不動産リアリティ (採用 ブランドムービー）



武田 晋助　Takeda Shinsuke

フィルムディレクター

テレビ東京「カンブリア宮殿」、フジテレビ「ザ・ノンフィクション」など
ドキュメンタリー番組のディレクターとして 20 年にわたり企画演出を担う。
5 G 時代の到来により web を主戦場とするためハレクラニフィルに入社。
ドキュメンタリー手法を用いた採用ブランディングを多数手掛ける。

主な制作実績　鹿島建設（採用 ブランドムービー）
JFE エンジニアリング（採用 ブランドムービー）
武田薬品工業（企業ブランドムービー）
大和ハウス工業（採用 会社説明アニメーション）



藤原 英助　Fujiwara Eisuke

フィルムディレクター

ハレクラニフィル創業当初から約 10 年にわたりビデオグラファーを務め、
現在はフィルムディレクターも兼務。
これまでに担当した映像制作数は 300 件に及ぶ。
現在は大阪オフィスにて、制作進行、撮影、編集を担っている。

主な制作実績　南海電気鉄道（インバウンドムービー）
阪急阪神不動産（インバウンドムービー）
ディズニーシー（インバウンドムービー）
日商エステム (物件プロモーションムービー)

会社概要
About Us

会社名	株式会社ハレクラニ フィル
設立	2011 年 2 月
本社	東京都世田谷区深沢 8-13-2 Tel : 03-6447-9324 Fax : 03-6447-9325
代表者	代表取締役　原達朗
事業内容	ブランデッドコンテンツの企画制作
資本金	2,500 万円
従業員数	8 名 (2024 年 4 月現在)

お問い合わせ先

株式会社ハレクラニフィル　制作事業部

〒158-0081 東京都世田谷区深沢8-13-2
T:03-6447-9324

https://halekulani.co.jp
inform@halekulani.co.jp

もっと映像にできること。

HALEKULANI FIL