

報道関係者各位

2020年5月11日

株式会社アマナ

企画制作をすべて遠隔で実施！
新型コロナウイルス感染防止のための「手洗いの術」

～国連と世界保健機関（WHO）の呼びかけに、アマナグループがクリエイティブ力を結集～

さまざまなビジュアルコミュニケーション事業を展開するアマナグループ（本社：東京都品川区、代表取締役社長 兼 グループ CEO 進藤 博信、以下「アマナグループ」）は、この度、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の感染拡大防止対策のための手洗い奨励動画とグラフィック「#NINJAWASH（ニンジャウォッシュ）」の制作を、企画から撮影、編集に至るまですべて遠隔にて行いました。



動画：<https://youtu.be/WGPa5SW5oCQ>

これは、2020年3月30日に国連と世界保健機関（WHO）が優先する6つのアクション（キーメッセージ）を促進するためのコンテンツ制作を、世界中のクリエイターたちに呼びかけたことに呼応したアマナグループ独自の取り組みです。

▼国連・WHOからの呼びかけにあった優先する6つのキーメッセージ

- 1) 個人の衛生管理（Personal Hygiene）
- 2) 身体的距離の確保（Physical Distancing）
- 3) 症状の理解（Know the symptoms）
- 4) やさしさの伝染（Kindness contagion）
- 5) 迷信への対抗（Myth busting）
- 6) さらなる行動、寄付を（Do more, donate）

参照：<https://www.unic.or.jp/files/d00fa063f9b47add719d4f2b1e0e3b5c.pdf>

本プロジェクトでは、アマナグループ内のクリエイターの有志がこの呼びかけに応えようと集結し、前述のキーメッセージの中から「個人の衛生管理（Personal Hygiene）」に着目し、とりわけウイルス対策に欠かせない「手洗い」を奨励する動画とグラフィックコンテンツを制作。WHO や厚生労働省が提唱する手洗い方法をベースに、忍者の印に見立てた”6 つの技”を開発し、「技を使って手に付着したウイルスをすべて倒す」ことをコンセプトに、誰でもやってみたくなるキャッチーなクリエイティブを目指しました。

尚、このコンテンツの制作にあたっては、企画・撮影・編集に至るすべての工程において、物理的に人が集まることなく完全オンラインでの制作を実現しました。



▼制作チームの詳細は[こちら](#)より

※制作過程の詳細や秘話を、アマナグループのオウンドメディア「VISUAL SHIFT」でご覧いただけます。[\(https://visual-shift.jp/18382/\)](https://visual-shift.jp/18382/)

緊急事態宣言解除の行方が不透明な昨今、クライアントワークを行なうための企画の打合せや制作現場では、様々な対策や創意工夫が求められる状況となっています。こういったコロナ禍においてもアマナグループでは、そのコーポレートミッション「ビジュアルコミュニケーションで世界を豊かにする。」のもと、ビジュアルの持つ表現力に拘ってクライアント各社様のコミュニケーションニーズにお応えできるよう、クリエイティブ活動に一層邁進してまいります。

～コーポレートミッション～
「ビジュアルコミュニケーションで世界を豊かにする。」

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社アマナ | コーポレートコミュニケーション室 (担当：堤/住永)

TEL : 03-3740-3500 MAIL : pr@amana.jp

株式会社アマナ 会社概要

代 表 者 : 代表取締役社長 進藤博信
所 在 地 : 東京都品川区東品川 2-2-43
設 立 : 1979年4月
資 本 金 : 1,097 百万円
証券コード : 東証マザーズ 2402
売 上 高 : (連結) 23,031 百万円 ※2019 年度 12 月期実績
従 業 員 数 : (連結) 1,107 名 ※2020 年 1 月 1 日現在
事 業 内 容 : ビジュアルコミュニケーション事業
U R L : <https://amana.jp/>