

プレス
リリース

アテナア

女性から感動・共感の声が続出！ アテナア ショートムービー「届かない手紙」 配信開始1ヶ月でYouTube視聴回数26万回を突破！

(URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8wdFFqA5zAM>)

～好評につき、ロングバージョンを2014年7月10日(木)より公開～

今年ブランド創業25周年を迎えた株式会社アテナア(所在地:神奈川県横浜市栄区飯島町 53 代表取締役社長:須釜 憲一)は、想いを十分に伝えられている日本人女性はわずか2.7%*1という結果を受け、日本人女性に向けて“想いはきっと伝わる”というブランドからのメッセージを広く発信する事を目的としたショートムービー「届かない手紙」を制作、2014年6月3日(火)より配信開始し、約1ヶ月で視聴回数が26万回を突破いたしました。(7月3日時点)

実際に動画を視聴した、20～40代の女性を対象に、動画に関するアンケート調査を実施したところ、アンケート対象者の約63.5%が「感動した」、約75.0%が「共感した」と回答し、多くの日本人女性に反響を呼んでいます。

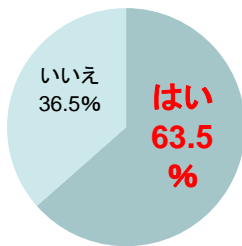
ご好評につき、「届かない手紙」のロングバージョンを、アテナアオンライン(<http://www.attenir.co.jp/movie>)ならびにYouTubeチャンネル(<https://www.youtube.com/user/JpAttenir>)上で2014年7月10日(木)より公開いたします。

■“想いは伝わる”というメッセージに、多くの女性が感動・共感

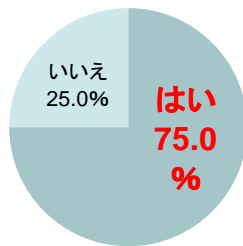
本アンケート調査では、実際に動画を視聴した女性のうち、約63.5%が「感動した」、約75.0%が「共感した」という結果になりました。また、動画視聴後の感情としては「切なくなった(約37.5%)」という回答に続き、「想いを伝えたくなった(約23.1%)」という声が多くみられ、動画内に登場する女性に自身の心情を重ね合わせている女性が多い事が伺えます。

*1:アテナア「日本人女性の想いと言葉に関する意識調査」(2014)より

Q1.この動画をみて“感動”するシーンがありましたか?(単一回答/n=104)



Q2.この動画をみて“共感”するシーンがありましたか?(単一回答/n=104)



Q3.あなたはこの動画を見てどのように感じましたか?(複数回答/n=104)

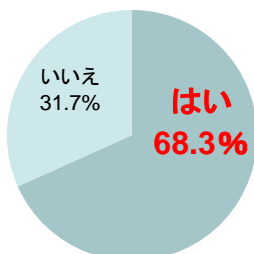
1位. 切なくなった	...37.5%
2位. 想いを伝えたくなった	...23.1%
3位. 共感した	...20.3%
4位. 感動した	...16.6%
5位. その他	...16.6%

※ご回答いただいた方の、動画に対する感想はP3でご覧いただけます。

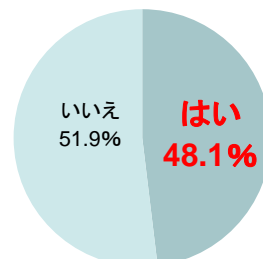
■動画を視聴した約半数の女性が「誰かに想いを伝えたくなった」と回答

アンケート対象者の約68.3%が、過去に想いを伝えられなかった経験があり、動画視聴後約48.1%が誰かに想いを伝えたくなったと回答しました。多くの女性が、家族や恋人、友人など、大切だと感じていながらも普段想いを伝えられていない人に対して自分の想いを伝えたいと感じた様です。

Q4.あなたは過去、想いを伝えられなかった経験がありますか?(単一回答/n=104)



Q5. この動画を見て誰かに想いを伝えたいと感じましたか?(単一回答/n=104)

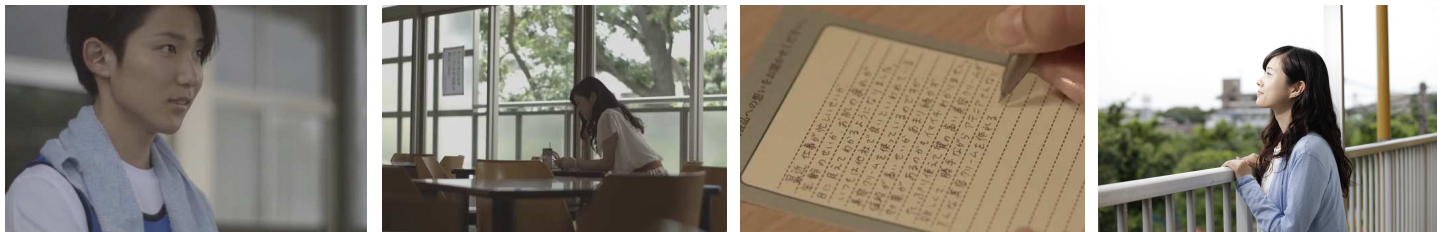


※ご回答いただいた方の、動画に対する感想はP3でご覧いただけます。 1

■「届かない手紙」ロングバージョンについて

6月3日(火)に公開した「届かない手紙」は、一人の女性が様々な想いに向き合いながら成長する姿を描き、想いを伝えることの大切さを女性達にむけて伝えるショートムービーです。

今回新たに公開するロングバージョンでは、主役が女子高生の時に告白する相手の顔や、主役の大学生シーン、本編では描かれなかった様々なシーンを盛り込みました。また、すでに動画を視聴いただいた方から寄せられた声にお応えする形で、主役が書く手紙の内容がより読み取りいただきやすいように再編集を行っています。



【動画概要】

タイトル: Attenir「Returned Letter -届かない手紙-」Long Ver.

公開日: 2014年7月10日(木)

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8wdFFqA5zAM>

アテナオンライン <http://www.attenir.co.jp/movie>

YouTubeチャンネル <https://www.youtube.com/user/JpAttenir>

※ショートバージョンは6月3日(火)より公開しております。

ストーリー

誰しもが頭の片隅にある、子供時代の記憶。少女の成長過程で、訪れる様々な出会いや別れ。その中で積み重なってゆく“届かない手紙”。徐々に自分の想いを形にしなくなってしまいます。

でも、あるとき変化が訪れます。

想いを伝えることに臆病になってしまった日本人女性に向けて、「それでも想いは届く」というメッセージを、一人の女性が成長する過程で想いに向き合う姿に込めました。

アテナアに関して

2014年、創業から25周年を迎えたアテナアは、厳選された美容成分を贅沢に配合しながら、肌へのやさしさやお求めやすい価格を実現した化粧品、そして充実したファッショングッズなど、世界に通用するBeauty & Fashion Brandを目指しています。創業当初より「お客様の立場に立ち、お客様の声に応えながら共に製品を創りあげる」ことを大切に、通信販売を中心に多くのお客様からの評価に支えられて今日を迎えました。

創業から四半世紀を迎える本年、この理念をあらためて表現すべく「おしみなく、うつくしく。」というブランドメッセージを定めました。お客様に最高の化粧品をおしみなく使っていただきたい。そして、おしみなく美しくなっていただきたいという“想い”を込めて、お客様ひとりひとりの“想い”に応え続けるブランドとしての使命を果たしてまいります。

【参考資料】ショートムービー「届かない手紙」視聴者の声

■“想いは伝わる”というメッセージに、「感動」「共感」した回答者の声

■とても切ない感情になります。自分の過去を振り返って重なることもあり、涙が出そうになる場面もありました。

(34歳/東京都/専業主婦)

■子供のころから大人になるまでのストーリー仕立てが映画を見るようで見ごたえがありました。

涙がでそうなくらいドラマチックでした。(49歳/大阪府/専業主婦)

■忘れていた、とても温かい思いを取り戻したような深い感動。(46歳/東京都/専業主婦)

■とても感動しました。大切な人に伝えられるときにしっかりと思いを伝えようと思います。(25歳/東京都/パートアルバイト)

■大切な人に大事なことを伝えにくい日本人女性の特徴を、明確に表していると思った。

見ていて、うなずける部分が多くあった。(20歳/兵庫県/学生)

■母親からの手紙に涙するシーンに共感しました。(40歳/愛知県/専業主婦)

■忘れていた何かを思い出させてくれたような気がします。

人に何かを伝える時は、言葉で伝えることも大事ですが、手紙は言葉では伝えきれないことも素直に伝えることが出来るような気がします。とてもステキな動画でした。(37歳/北海道/学生)

■誰もこのような経験があるのではないかと思いました。届かない手紙は少し切ないけれど、

届いた手紙はきっと相手の心に何かを残していると思います。(36歳/福岡県/専業主婦)

■人生の大切な思い出を覗いているような素敵な映画を見ているような気持ちになりました。

(28歳/東京都/パート・アルバイト)

■「誰かに想いを伝えたくなった」と感じた回答者の声

■友達にお世話になって、ありがたいなと思っていることがあります。

お礼も伝えてあるけれど、何にどのくらい感謝しているのか、きちんと伝わっているのかわからないので、

近日中に改めて手紙を出して、お礼を言いたいなと思いました。素直な気持ちをメールや電話じゃなく、手紙に書いて送ることもいいなと思いました。

伝わる、伝わらないは別として、伝える事が大事だなと。(42歳/北海道/無職)

■いつも元気に生きている祖母と母にありがとうと、感謝の気持ちを伝えたい。(28歳/大阪府/自由業)

■遠くに住む両親に、感謝と大好きの気持ちを伝えたいと思った。当たり前になってしまっていることが、大切だと思ったから。

(31歳/山口県/専業主婦)

■主人に感謝の気持ちを素直に伝えたいと思った。言葉にしなれば伝わらないし、伝えることでお互いが

もっと大切に思えると思った。(31歳/山口県/専業主婦)

■親友に仕事で厳しくしたことで、いろいろ傷つけてしまったので、自分の想いを言葉や手紙で伝えたいと思いました。

(37歳/北海道/学生)

■普段はなかなか口にはできない、自分の素直な気持ち。きちんと自分の思いを伝えることはできないことが多いので、

素の自分に戻って、大切な想いをいつか伝えられたらいいなあと心から思いました。(46歳/東京都/専業主婦)

■ちょっとぶっさらぼうだけ本当は温かくて優しく、私に何かあるといつも気遣ってくれる幼なじみの親友に、

「いままでありがとう。これからもよろしくね。」と伝えたいです。(39歳/神奈川県/専業主婦)

【アテナ ショートムービー「Returned Letter-届かない手紙-」アンケート調査概要】

【調査対象と回収サンプル数】 全国の20～49歳の日本人女性104名

【調査地域】 全国

【調査方法】 インターネット調査(調査会社の登録モニター活用)

【調査期間】 2014年6月

【想い定義】 頭の中で考える自分自身の本音や気持ち

※当リリース記載のグラフ、データ等提供のご希望がございましたら、PR事務局までお問い合わせください。

※当リリースに記載されている調査結果の掲載に関しては、「アテナ」調べと記載ください。