

東北復興支援と防災への取り組み

ふだんのネットショッピングを東北支援に変える「ウェブベルマーク」

博報堂
博報堂DYメディアパートナーズ

「ウェブベルマーク」はウェブで行うベルマーク活動です。東日本大震災で被災した学校の支援を目的とし、2013年9月にスタートしました。アフィリエイトという広告手法を使用し、「ウェブベルマーク」のサイトを経由して、楽天、ヤフー、じゃらん、ベルメゾン、ニッセンなどのECサイトで買い物をすることで、購入金額に応じた支援金が協賛会社から一般社団法人ウェブベルマーク協会を通じて公益財団法人ベルマーク教育助成財団に送られる仕組みです。2015年12月、新たに「学校指定機能」を導入し、東北の被災校をはじめ、全国の学校を選んで支援金を送れるようになりました。支援金は指定学校と東北の被災校に半分ずつ送られ、学校を指定しない場合は、すべて被災校に送られます。2016年5月にはiPhoneアプリもリリースしました。2013年9月の運動開始から2016年6月現在までの支援金額の累計は1,100万円を超えました。



デザインの力で東北被災地の子どもたちを支援する「チャリティー年賀状」

博報堂アイ・スタジオ



「チャリティー年賀状」は、東日本大震災で被災した小中学校の支援を目的に、2011年から続けている活動です。ネットで1枚ご利用いただくごとに、10円を支援金として「ウェブベルマーク」へ寄付。被災校に必要な備品・設備・教材などの購入資金に充てられます。年賀状のデザインは、全国の学生からコンテスト形式で集めた作品に加え、2015年度は被災地の子どもたちもデザインに参加し、総額1,443,580円(前年度比130%)を寄付しました。



石巻の魚の美味しさを改めて届ける体験型のお寿司屋さん「泳ぎ寿司」

博報堂
東北博報堂
博報堂アイ・スタジオ



「泳ぎ寿司」は食育を目的とした体験型のお寿司屋さんです。未だに漁獲量が震災前の7割に落ち込んでいる世界三大漁場・宮城県石巻市を盛り上げるために、石巻の海産物について楽しくポジティブに知ってもらえる体験づくりを目指しました。2016年3月に東京と大阪で期間限定でオープンした会場では、石巻の職人が握ったお寿司を手にとると、プロジェクションマッピングなどの技術により魚の影がアニメーションに変化して前方スクリーンへと泳ぎ出し、石巻の魚の生育環境をアニメで解説。本イベントには合計約300人が参加しました。



継続して地域の子どもたちを支援するプロジェクト「ふくしまシード」

読売広告社



2011年4月に立ち上げた「ふくしまシード」は、東日本大震災によるダムやパイプラインの決壊のため、田植えができない田んぼで復興のシンボルであるひまわりを育てる活動からはじまりました。全国の小中学校321校から種を寄付していただき、約20ヘクタールのひまわり畑が誕生。2012年以降も、福島県須賀川市における小学生絵画・作文コンクールを毎年開催し、2015年度は約300点の応募がありました。

「東北グリーン復興事業パートナーシップ」プロジェクト

博報堂



「東北グリーン復興」は復興庁が推進する「新しい東北」先導モデル事業としてはじまり、東北の生物多様性の恵みを地域資本として守りながら、活用することを支援しています。2015年度は岩手県陸前高田市での農業支援と若年未就労者支援施策「つながる合宿」、宮城県南三陸町のFSC取得事業、民間企業と連携した農水産加工事業者の包装容器革新事業をサポートしました。



三陸の被災地を継続支援

「ツール・ド・三陸 in りくぜんたかた・おおふなと」

博報堂



2012年9月に地域振興と観光の推進を目的に企画し、約400人で始まった「ツール・ド・三陸」は、2015年10月で第4回を迎えました。全国からの参加者は1,200人を超え、さらにアジアのサイクリストも積極的に誘致しました。被災地支援はスポーツツーリズムでさらに進化しています。



地域のリーダーとなる『人』づくりを支援する「人材育成道場」

博報堂



地域の経営人材を対象とした事業構想をまとめ上げていく半年間のプログラム「東北未来創造イニシアティブ・人材育成道場」に2013年の開始時から参画し、マーケティングをテーマにした博報堂セッションを行っています。これまで通算7期、124人の塾生の方にワークショップやメンタリングで向き合ってきました。

東北復興支援と防災への取り組み

忘れない、という防災。 「3.11WALK」開催

博報堂
博報堂DYメディアパートナーズ



東日本大震災から5年という節目を迎えた2016年3月11日に、地方紙各紙やラジオ局と協働して、防災啓発プロジェクト「3.11WALK」を行いました。「忘れない、という防災。」をスローガンとして掲げ、震災当時の記憶を風化させず、日頃から災害時への備えの大切さを感じてもらうことを趣旨として、職場や通学先などから自宅までの徒歩帰宅を呼び掛けました。特設サイトには8,000人を超える賛同の声が集まり、当日夜、東京・有楽町で行われた出発式にも数百人が来場しました。



東日本大震災の風化防止イベント実施

博報堂DYグループ



博報堂DYグループの有志チームは、2012年3月より月命日にあたる毎月11日に風化防止・被災地の現状を伝える・継続支援を目的としたキャンドルイベントを都内で開催しています。2016年は、東日本大震災支援全国ネットワーク（JCN）とともに、拡大キャンドルイベント「プレイキャンドル2016」を3月10、11日の2日間、代官山と代々木で実施。初日には、520人以上が来場し、多くの参加者が東北へ向けた応援メッセージをキャンドルに書き込み、追悼と被災地の復興を祈りました。



アスリートの復興支援活動などをサポート

博報堂DYスポーツマーケティング
(博報堂DYメディアパートナーズグループ)



当社がマネジメントするアスリートの復興支援活動・豊かな社会づくりへの想いに共感し、施策実現のための各種サポートを行っています。和田毅選手（野球）は投球数に応じた子どもたちへのワクチン支援活動を継続して実施しています。また東日本大震災で被害を受けた福島県での野球普及活動として、県内高校野球部へのマイクロバスの寄贈や小学生に向けた野球教室などを開催しました。北海道銀行フォルティウス（カーリング）は、熊本地震で被災した女性や子どもに向けて国際協力NGOジョイセフへの寄付活動を行いました。

『ガレキとラジオ』 「被災地を知る支援」東北応援映画

博報堂



震災後、宮城県南三陸町の小さなラジオ局に出会い、その奮闘を映画にしました。2012年秋に公開し、2015年度は新たに全国15箇所で上映。映画を通じた南三陸町への寄付金総額は、2016年5月時点で2,400,195円になりました。



体験型被災訓練「SHIBUYA CAMP」

博報堂ケトル



「SHIBUYA CAMP」は2012年から毎年秋に代々木公園内で実施している体験型の被災訓練です。公益財団法人東京都公園協会や渋谷区防災課などと連携をとり、博報堂ケトルが中心となりNPO法人シブヤ大学などと一緒に発足したProject72が運営しています。発災直後は、国や自治体などの行政による“公助”には頼れないことを想定し、生命維持のリミットといわれる72時間に自分で自分を助ける“自助”と“共助”のスキルを1泊2日のキャンプを通じて学びます。2014年には仙台にて「SENDAI CAMP」、都内で「都市型防災訓練 森ビルキャンプ」も新たに展開しました。2015年度は11月に実施し、延べ参加者は300人を超えました。



防災をテーマに制作「YOMIKOカレンダー」

読売広告社



毎年さまざまなテーマで制作する「YOMIKOカレンダー」。2015年用には「もしもブックカレンダー」を制作しました。使い終わったページを折りたたむと、翌月に起こりがちな災害への対処法が書かれた冊子に早変わり。もしもの時も安心な1年を過ごしていただきたいという願いを込めました。



伝える力を活かす取り組み

博報堂の教育プログラム「H-CAMP」

博報堂
博報堂DYメディアパートナーズ



「H-CAMP」は、博報堂が最も大切にしている力である「クリエイティビティ」を、体験を通して楽しみながら実感していただくことを目指した教育プログラムです。具体的には、①中学生・高校生が個人で参加できる本格的な発想体験プログラム「OPEN-CAMP」、②中学校・高校の企業訪問のご要望にお応えする「企業訪問-CAMP」、③NPOや自治体などさまざまなステークホルダーと連携した「リレーションプログラム」の3つの取り組みを推進しています。

2013年度からスタートした「H-CAMP」。2016年6月末までの参加者数は約2,500人、関わった社員数は延べ約130人です。次代を担う子どもたちと、刺激と発見に満ちた学び合いの場づくりを進めています。



博報堂CSRの教育プログラム

H-CAMP

一方、外部の講義協力では、2015年度は75の教育機関（小学校・中学校・高校・短期大学・大学・大学院・専門学校）で、111人の社員が延べ680回の講義を行いました。

知見を分かりやすく伝える鍛錬の場「大広創塾」

大広



「大広創塾」は、個々の社員が日々獲得している経験と知識を搅拌する場です。「社員全員講師」を基本思想とし、社内にとどまらず社外への講師の派遣も積極的に実施しています。2015年度は中央大学法学部「広報・広告論I・II」に社員を派遣し、広告コミュニケーション・マーケティングに関する講義を全30回行いました。

ミライの社会を創造する力を養う

読売広告社



2015年度は、明星大学経営学部にて、「ブランディング論」の講義を全14回行いました。さまざまな企業ブランドが、生活者の中にとのよう根づき、絆を生んでいくかを教えています。また、玉川大学経営学部では消費者行動の理論を学び、マーケティング活動へ活かしていく「消費者行動論」の講義を全15回担当しました。

大学生のためのブランドデザインコンテスト「BranCo！」

博報堂ブランドデザイン



「BranCo！」は、博報堂が日頃の業務として手掛ける“ブランドデザイン”の社会における重要性を大学生に伝えることを目的に開始した、大学横断の学習形式コンテストです。参加者には、博報堂流の課題解決方法をレクチャーし、情報インプットからアウトプットアイデアまでの一貫した企画の流れをコンテスト形式で学んでもらいます。

4回目となる2015年度は、東京大学教養学部と共催し、過去最大となる全国67の大学から647人の大学生が参加。乃木坂46の特別チームが参加者としてエントリーするなど、多彩なゲストを招いて企画力を競い合いました。



東大教養学部×博報堂「ブランドデザインスタジオ」

博報堂ブランドデザイン



「ブランドデザインスタジオ」は、“正解のない問いに挑む”というコンセプトのもと、共創の手法により、リサーチやアイデア発想を東大生と行う、東京大学教養学部との教育連携事業です。大学にしながら社会に触れる機会を提供するアクティブラーニング形式の「共創型授業プログラム」をコアの活動としています。2015年度は4年目を迎え、東京藝術大学とも連携。現在まで延べ400人の学生と社会人が参加しています。

スポーツビジネスを志す学生のインターンシップ受け入れ

博報堂DYスポーツマーケティング
(博報堂DYメディアパートナーズグループ)



毎年夏季に、早稲田大学スポーツ科学学術院からインターンシップを志望する学生を受け入れています。スポーツビジネスを志す学生へ、スポーツイベント制作・運営やアスリートCM撮影立ち会いなどの現場体験、企画提案資料の作成やミーティングへの同行といったリアリティのある就業体験の機会を提供しています。

大学生による広告コンテストを全力応援

大広



首都圏6大学を中心とする東京学生広告研究団体連盟主催で、57年目を迎える大学生による大学生のための広告コンテスト「学生広告展」を大広は22年にわたり後援しています。毎年クライアントとテーマを変更し、テレビ・ラジオ・ウェブの企画やコピーなどを募集します。社員を審査員として派遣し、頑張る大学生をサポートしています。



伝える力を活かす取り組み

学びを軸にした、街づくりプラットフォーム 「未来こどもがっこう」

読売広告社



「未来こどもがっこう」は千葉県柏市の柏の葉キャンパス地域で、柏の葉アーバンデザインセンターが主催する、地域連携による「体験型の学び」を提供するプラットフォームです。柏市、柏市教育委員会、東京大学柏キャンパス、千葉大学後援のもと、三井不動産レジデンシャルとともに共催企業として同地域の小学校や大学教授、学生、アーティスト、住民、ワーカーをつなげ、新しい地域ぐるみの学びの場づくりに取り組んでいます。2015年度は子どもたちを対象に、50回以上の講座を開催し、延べ5,470人が参加しました。



スマホのルールやマナーを学ぶ 「“けんさく”教室」

アイレップ(博報堂DYメディアパートナーズグループ)



4年目を迎える「けんさく」教室は、当社のデジタルマーケティング領域における知見を活かした小学生向け出張授業です。検索を通じたインターネットの楽しさと、スマホアプリを使用する際の注意点など、早期リテラシー育成を目的としています。先生や保護者の方々からも好評で、2015年度は都内複数箇所の学童保育で開催しました。



はじめてのデザイン 「デザイナーになろう!」プログラム

HAKUHODO DESIGN

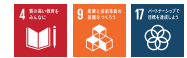


デザインには、ものの見方や新しい発想の仕方、考えたことを具体的なカタチにして人に伝える力など、子どもたちが社会で生きていく時に役立つ力がたくさん詰まっています。HAKUHODO DESIGNは、2014年に放課後NPOアフタースクールと公益財団法人日本デザイン振興会と共同で、子どもたちがはじめてのデザインを体験するプログラムを企画。12人の若きデザイナーのたまごたちが集まり、自分の街の魅力を伝えるポスターづくりに挑戦。アートディレクター、デザイナー、コピーライターが伴走しながら、参加した子どもたち全員が自分の力でポスターを完成させました。



デザイン×プログラミングでものづくり 「ロボット動物園」

hakuodo i+d



「ロボット動物園」は、子どもが楽しみながら、デザイン、電子工作、プログラミングなどの創作行為を楽しみ、創造的能力を磨くことで次世代のものづくりに親しんでもらうことを目的とした木工ロボット作成キットです。2016年4月に実用化し、高知県佐川町立尾川小学校6年生の「総合学習」の時間を活用し、授業の一環として導入されています。



筆記音の増幅で「かく」をたのしむ 「Write More」

hakuodo i+d



「Write More」は、「勉強したくなる机」というコンセプトで、高知県佐川町と博報堂研究開発局と協力し、hakuodo i+dが開発した学習支援プロダクトです。人がものをかく際にペン先と紙が摩擦して生じる筆記音を増幅し、書き手に伝えることで、人の聴覚を刺激し、文字や絵をかく際の継続意欲や作業効率を高め、学習を楽しむことができます。



キャンディでロケットを飛ばす 「CANDY ROCKET PROJECT」

博報堂
博報堂DYメディアパートナーズ

「ひらけ宇宙プロジェクト」は、国立研究開発法人宇宙航空研究開発機構(JAXA)の協力のもと、2012年より宇宙から日本を元気にするさまざまなアクションを実施しています。子どもたちに科学への興味を持ってもらうために、宇宙やロケット開発の研究者と約2年半の歳月を経てロケットを開発し、2015年3月にUHA味覚糖の「ぶっちょ」を燃料に、ハイブリッドロケットを打ち上げました。

