

伝える力を活かす

社員の一人ひとりが持っている“伝える力”を社会に活かす活動です。



博報堂

博報堂の教育プログラム「H-CAMP」

博報堂CSRの教育プログラム

H-CAMP

Hakuhodo, Communication, Advertising, Marketing, People



企業訪問-CAMP

「粒ぞろいより、粒違い」を人材育成方針に掲げる博報堂。子どもたちに楽しみながら、自分の個性の可能性に気づいてもらえればと考え、2013年4月より「H-CAMP」という名称でオリジナルのキャリア教育の取り組みを進めています。

「H-CAMP」は「企業訪問-CAMP」と「OPEN-CAMP」の2つのCAMPで構成されており、具体的な取り組みは下記の通りです。

企業訪問-CAMP

全国の中学校・高校からの「企業訪問」の受け入れに対応したプログラムです。博報堂が手がけた最新のテレビCMを見てもらいながら、CMづくりのプロセスや博報堂が大切にしている理念やポリシーを紹介しています。

「さまざまなアイデアを生み出す博報堂では、金太郎飴のような一律な人材は望まれていません。一人ひとりが自分らしく生き活きと輝いている。粒立っている。そうした異なった個性が望まれているのです。異なった個性と個性のぶつかり合いから、新しいアイデアは生まれるのです」— そんな話に多くの子どもたちが驚いています。

プログラムの時間は90分程度。2013年度は約30校（約300名）の「企業訪問」を受け入れました。

OPEN-CAMP

博報堂オリジナルの個人参加型のワークショッププログラムです。デザイナー、コピーライター、CMプランナー、マーケティングプランナーなど、さまざまな職種の個性あふれる博報堂社員が講師を務めます。

自分自身でアイデアを考え、そのアイデアを他の参加者と共有しながらカタチにしていく講座が中心で、広告会社の仕事を疑似体験できる多様なプログラムです。

2013年度は、「『夢を叶える一歩』を踏み出す、自分だけのキャッチコピーをつくろう!」「自分たちの課題を解決するような、新しいアプリ企画を考えよう!」など6回の講座を開催。

「こんなに人と本気で話し合ったのは初めて!」「アイデアを考えるのがこんなに楽しく難しいなんてびっくり!」— 参加した子どもたちはみんな、目をキラキラさせながらそんな感想を伝えてくれます。2014年度は開催回数や講座の中身をさらに充実させていく予定です。



OPEN-CAMP

大広

大広創塾

～知見をわかりやすく伝える最高の鍛錬の場～



大広
人事局
大広創塾事務局
三栗谷 信明

社員価値開発プログラムの一環として稼働し、2014年で10年目となる「大広創塾」。この活動の大きな目的の一つは、社員が個々に日々獲得している経験と知識の攪拌^{かくはん}です。そのため、「社員全員講師」を基本思想とし、経験と知識を共有することで次のビジネスにつなげるエネルギーとしています。この活動を通じて、講師を担当する社員が、自らの経験をいかにわかりやすく人に伝えるかという点で工夫し、頭の中が整理され、さらに強固な知見を得るという効果もあります。

このプログラムの対象者が大広の社員であっても同様の効果が得られるため、社外や他業界の方々に対しての場合は、さらにその影響力は増します。

2013年度は以下の社外向け講座を担当・開催しました。

・中央大学法学部「広報・広告論Ⅰ・Ⅱ」

2013年4月～2014年3月

客員講師として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行いました。

・「2013大広クリエイティブインターンシップ“クリトレ2013”」開催

2013年9月 東京・大阪で開催

大学生に対して、「突き抜けたクリエイティブ・アイデアはどのように生み出すのか」という、大広クリエイターとアイデアを生む苦しみと喜びを体験してもらうインターンシップです。

・創塾「クリエイティブセミナー」

2013年12月 東京で開催

大学生に対し、大広若手クリエイターが人生の少し先輩として、自らの仕事観を語りました。

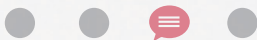


大広
ビジネスインテリジェンス局
白取 寛



中央大学講義

このような活動を通じて、社外の方々に対して広告業界への理解促進を図っており、こうした取り組みが同時に社員の最高の鍛錬の場となっています。今後も、大広創塾は積極的に社外に活動の場を求めています。



伝える力を活かす

読売広告社

ミライの社会を創造する力を養う

読売広告社
クリエイティブ局

大谷 義智



武蔵野美術大学授業



東京工科大学授業

武蔵野美術大学空間演出デザイン学科では、「Self Metamorphosis—Find yourself, Produce yourself, Share yourself」と題した授業を展開しています。大量情報時代において、自身の作品（コンテンツ）をどのように創り、人々に伝え、分かち合っていくかについて、コンセプト創りから撮影・編集・発表までのムービー制作を通じて講義しています。

また、東京工科大学メディア学部においては、広告の基礎から応用までを学年別に講義。2年生には、「広告を知る、見る、創る、考える」と題した一連のムービー制作を通じて指導を行っています。3年生には、より社会的視点を養うことを目的に「マナー広告（グラフィック）」の制作を通じて、どのようにコミュニケーションをすれば生活者の行動が変わるかを、プレゼンテーションしてもらいます。4年生には「ミライの広告プロジェクト」と題し、「半径3メートルの身近な人々を幸せにするコミュニケーション」を課題とした卒業論文を発表してもらいます。

世の中のシステムやコミュニケーションが急速に変化する中、学生たちもどのように「ミライの社会」と接点を持てばよいのか、日々悩んでいます。こうした中、世の中がどんなに変化をしても「社会を少しでもよくしたい」という気持ちがあれば、人の心を動かすシステムやコミュニケーション、そしてコンテンツが自ら創造できることを、さまざまな海外の事例とともに学生たちに伝えていきます。「広告」の基本とも言えるコミュニケーションの考え方やスキルを身につけることで、よりよいミライの社会を創造してくれることを心より願っています。

ステークホルダーからの

武蔵野美術大学
空間演出デザイン学科
教授

パトリック・ライアン 様

人間・時間・空間、「間」を考えるコミュニケーションが求められています。

人と人、時と時、それらをつなぐのは「間」であり、それがコミュニケーションなのだと思います。「間」は英語で言うと「Medium」、メディアの語源でもあります。私が教える空間演出デザイン学科においては、「間・メディアコミュニケーション」の重要性を教えています。学生たちの創り出す世界を映像で表現し、世界の人々をつなげるコンテンツとしてアウトプットすることで、彼らに社会との接点を早い段階で体感し、学ぶことができる機会を提供できていると感じています。コミュニケーションのスタイルが日々変化する中、ただモノを創るだけでは、誰も彼らのクリエーションを見てはくれません。学生たちがそれに気づき、伝える力を養っていくことが、美術大学にも今求められており、広告会社で経験豊富な大谷氏に多大な協力をいただいています。

博報堂DYメディアパートナーズ

産婦人科と連携したラーニングサービスで、妊婦と医療現場を救う ～国内初となる、病院と開発した妊婦向けアプリ「妊婦手帳」～



博報堂DYメディアパートナーズ
ビジネスインキュベーションセンター
実吉 賢二郎

「妊婦手帳」は、博報堂DYメディアパートナーズが（株）NTTドコモと共同開発し、2013年12月11日より提供している妊婦向けラーニングサービスです。妊婦の方が初産の場合、知識不足からくる不安や悩みを解消し、自己学習や自己管理をサポートすることができるアプリです。

このアプリの最大の特長は、医療機関と連携し、情報を提供している点です。開発の2年間、開発メンバーの一員として病院勤務医（NTT東日本関東病院産婦人科の杉田主任医長）に参加いただき、医療現場の声を深く取り入れた開発スキームを実現しました。また、病院側の管理画面も開発し、健診後でも妊婦の体調や質問を病院側が把握できる仕組みを提供。妊娠中の不安を和らげるとともに、医療現場の負担軽減や医療機関への信頼感向上にも貢献しています。

「妊婦手帳」アプリの立ち上げ後は、アプリマーケットで1位を獲得*する等多くの妊婦の方々に活用いただいています。また日本遠隔医療学会や日本産科婦人科学会等で演題として取り上げられ、さらに、電子母子健康手帳標準化委員会にも支援メンバーとして参画する等、多くの評価をいただいています。

3年後には全国500の医療機関との連携を計画しており、「妊婦の不安軽減ツール」としても「病院支援ツール」としても活用いただけるサービスを目指します。

また、電子カルテとの連動や産後アプリの開発等、サービスとしての拡張にも挑戦していきます。「すべては産まれてくる赤ちゃんの笑顔のために」という、プロジェクトに参加した医師の言葉を胸に、今後も活動を続けていきます。



妊婦手帳
<http://www.nimpu.jp/support>

* App Storeメディカルカテゴリ無料（2014年7月16日）／Google Play医療カテゴリ無料新着（2013年12月12～27日）

ステークホルダーからの



NTT東日本関東病院
産婦人科
主任医長
杉田 匡聡 様

私のところのある患者さんは博報堂さんにお勤めでしたが、完成したばかりの「新・母子健康手帳」*のことを教えて下さいました。その後、妊婦さん向けのスマホアプリを作るためNTTドコモさんに相談したところ、博報堂DYメディアパートナーズさんをご紹介いただき、ご縁を感じました。「使わせる」のではなく「使いたくなる」工夫がなされている、産婦人科診療の手助けもしてくれる素晴らしいアプリです。次はお母さんと赤ちゃんのためのアプリを期待していますが、2つのアプリでお腹の中にいる時の医療情報から始まり、産まれてからの身長・体重や、予防接種、写真等のあらゆるデータ（「ロングデータ」と名付けました）を蓄積できるようになり、将来はその子の予防医学に役立つことを確信しています。

* 博報堂「日本の母子手帳を変えよう」プロジェクト 2011年3月完成