

グローバル課題へのアプローチ

国連が採択したSDGs 公共広告映像を制作

博報堂



SDGsの公式日本語版の制作についてはP7でご紹介しましたが、SDGsの普及、啓発をさらに進めるための公共広告映像を博報堂の国際連合広報センターへのクリエイティブボランティアで制作しました。第一弾は、ユニセフ親善大使の黒柳徹子さんが出演し、「世界を変えるための17の目標、SDGs」に関わることを見る人に呼びかけています（公開は2016年5月）。今後もさまざまなサポートを行っていきます。



SDGs達成に向けて一緒に行動しよう 世界で活躍する日本のNGOと企業をつなぐ ガイドブックを制作

博報堂



国際協力NGOセンター（JANIC）が3年ごとに発行している冊子（発行は2016年4月）。JANICとは2013年に始めた「ニュースリリースの書き方」セミナーをきっかけに、2014年からは生活者にNGO活動を理解してもらえるように発信力を備える「認知向上プロジェクト」に取り組んでいます。2015年度は、SDGsの採択を機会として、国際協力NGOと企業の担当者との具体的な連携を目的とした「SDGsパートナーズガイド」をコンセプトに冊子を制作。JANICをはじめとした国際協力NGOとの連携を深める一歩として取り組みました。



2030年までの地球温暖化防止の新国民運動 「COOL CHOICE」

博報堂



「COOL CHOICE」とは、2030年度の温室効果ガスの排出量を2013年度比で26%削減するという目標達成のために、温暖化対策に資するあらゆる「賢い選択」を促す国民運動です。2015年12月のCOP21（パリ協定）において各国の温室効果ガス削減の国際枠組みが決まり、日本もその実現のために政府が旗振り役を担っています。地方自治体や産業界、NPOなどと連携して、意識改革、行動喚起を促し、「COOL CHOICE」を国民一丸となって推進するよう、呼びかけています。2015年度は、企画立案、事務局運営、広報、イベントなど全業務を受託しました。



社会インパクト（世の中をよくすること）と ビジネス（経済を回す）の双方を実現 「bemo!（ベモ）」

博報堂



「bemo!」は、社会課題を1セクターではなく、マルチステークホルダーによる共創型で解決しようというプログラムで、2011年にスタートしました。いわば「社会課題」「企業」「生活者」の間の複雑な方程式を解く仕組みともいえ、①その問題に関わるマルチステークホルダーでのチームづくり、②問題を生み出すシステム全体のラーニングジャーニー、③社会インパクトと経済インパクトを双生するアクション創出の3点を特徴としています。これまで「フードロス・チャレンジ・プロジェクト（食料廃棄）」「未来教育会議（教育）」「かいしゃはいくえん（子育て）」「OPEN 2030 PROJECT（SDGs）」の4つのプロジェクトを立ち上げ、三方よしの新しい価値創造にチャレンジしています。



「TAP PROJECT JAPAN」 ユニセフと協働したグローバル課題の コミュニケーションサポート

博報堂DYグループ



「TAP PROJECT」は、無料で提供される飲食店などの水に対して募金することで、世界の子どもたちに清潔な水を届ける取り組みで、2007年にニューヨークで始まりました。2009年から日本ユニセフ協会と協働し、日本での活動を博報堂DYグループの有志のメンバーでスタートし、これまでに延べ150人の社員が活動に参加しています。2015年度は飲食店での募金活動と、インターネット上で投稿された写真をもとに、水をモチーフとしたいろいろな色のオリジナルペイントを作成するデジタル企画「Color of Water」を展開しました。本企画は濁った水、深緑色など透明ではない水の色が存在し、そのような水で生活する人々がいる現状を知っていただき、改善していく取り組みです。2015年8月13日～17日には都内でイベントを実施し、家族連れなど約1,500人が来場。体験総数は6,600回を超え、寄せられた募金額は3,448,218円となりました。募金はすべてユニセフが行うマダガスカルでの水と衛生の支援活動に活用されます。



多様な社会を目指す活動

セクシュアルマイノリティに関するシンクタンク「LGBT総合研究所」設立

LGBT総合研究所（博報堂DYグループ）



LGBTをはじめとするセクシュアルマイノリティに関する研究・調査を行い、企業や自治体が正しい知識を持ち、向き合うことを実現するためのマーケティングサポートを行う専門のシンクタンクです。セクシュアルマイノリティに関する知識を提供する研修プログラムやタッチポイント提供、ストラテジー提供を実施しています。2016年4月にはセクシュアルマイノリティの意識調査を実施。差別や偏見にさらされることなく、自分らしく前向きに生きていくことができる社会の実現を支援しています。



誰も排除しない・されない

「まぜこぜの社会」実現を目指してプロボノ活動

博報堂
博報堂DYメディアパートナーズ



一般社団法人Get in touchは、4月2日の世界自閉症啓発デーに「Warm Blue」イベントを開催したり、10月の「レインボーフェスタ!」に参画するなど、さまざまな機会に音楽やアートなどを活用した社会的マイノリティのPR活動を行っています。同団体メンバーとして、各種制作からイベント運営、マイノリティ情報を発信するメディア開発等、さまざまなプロボノ活動を行っています。



障がい者スポーツに取り組む「車いすテニス世界国別選手権」の運営サポート

博報堂
博報堂DYメディアパートナーズ



「BNP PARIBAS WORLD TEAM CUP」が2016年5月23日～28日に日本で初めて開催され、本大会のマーケティング・放送権のセールスならびに大会の運営を行いました。ボランティアで運営をサポートした延べ約130人の社員が、障がい者ボランティアサービスの検定を受講。障がい者スポーツへの理解を深め、共生社会での障がい者への接し方なども実践・経験しました。最終日の男子の決勝には、3,769人（大会延べ7,761人）の観客が来場しました。



「ソロ男・ソロ生活者研究プロジェクト」

博報堂



「ソロ男・ソロ生活者研究プロジェクト」は、世界に類を見ない「ソロの国」日本の生活者の実態を調査研究しています。日本の単身世帯数は世界第3位、2035年には単身世帯率4割に達するといわれ、日本ではソロ社会化が進行しています。その中で大きな比重を占めるのがソロ男たち。2014年8月に定量調査分析レポートの発表のほか、2015年度は書籍化、講演に加え、企業の受託調査も行いました。



足でこぎ車いす「COGY」のコミュニケーションをフルサポート

TBWA\HAKUHODO



TBWA\HAKUHODOでは、一般社団法人MAKOTOと協働し、2016年よりコミュニケーション領域によるベンチャー支援事業をスタートしました。その第一弾として、TESS社の足こぎ車いすのプランニングからクリエイティブまでをフルサポートしました。この足こぎ車いす「COGY」は脳卒中で半身が麻痺した方、腰痛、膝関節痛などで歩行困難な方でも、取り付けられたペダルによって足を動かすきっかけを生み出す画期的な車いすです。



小さな命を事故から守る「#猫バンバン プロジェクト」

TBWA\HAKUHODO



「#猫バンバン プロジェクト」とは、寒い季節、暖を求めて車のエンジンルームにもぐりこんでしまう街の猫たちに気づかず、エンジンをかけてしまうという悲しい事故を防ぐため、運転前に車のフードなどを叩いてみようと呼びかける、日産自動車と生み出したプロジェクトです。実は年間約10,000件も事故が起きています。2015年11月、ステッカーやムービー、ポスターで呼びかけたところ、一気に拡散し、8社の自動車メーカーをはじめ、さまざまな企業の賛同により活動が広がり、SNS上では多くの猫の救出が報告されました。



多様な社会を目指す活動

ホームレスの仕事をつくり自立を目指す
「ビッグイシュー」販売者のユニフォームをデザイン

HAKUHODO DESIGN



「ビッグイシュー日本版」はホームレスの販売者が路上で売る350円の雑誌です。1冊売れると180円が販売者の収入になり、ホームレス状態からの自立を目指す仕組みです。HAKUHODO DESIGNでは、販売者が目立ち、街の風景に爽やかに映えるユニフォームをデザインしました。博報堂プロダクツの協力を得て生産。赤いベストで一目で販売者と分かるようになり、売上部数の増加にも効果が表れています。

もやったら、
「MOYATTER.」

博報堂ソーシャルデザイン



仕事や家庭の悩み、DV・性暴力、セクシュアルマイノリティ、貧困、自殺念慮など、どんな悩みにもやさしく答えてくれる相談サービスを一般社団法人社会的包摂サポートセンターと開発し、2013年にウェブサイトで公開しました。それ以来、延べ40,000件以上の相談が寄せられています。

<http://moyatter.jp/>


本との新たな出会いの場をつくる「本のフェス」

博報堂



本の世界の「野外フェス」を目指して2016年3月に読売新聞社とともに開催したのが「本のフェス」です。イベントでは本を読む人・読まない人の壁を飛び越えた新たな本の楽しみ方を提案しました。普段あまり本を読まない人も音楽フェスティバルのような雰囲気求めて集まり、約1,000人が来場しました。

環境のことをもっと身近に
「ecolife」アイレップ
(博報堂DYメディアパートナーズグループ)

「ecolife」は、企業の環境に関する取り組みをインタビュー形式で紹介するウェブサイトです。本サイトは2008年に開設し、これまで60社以上の企業・官公庁の活動を公開してきました。情報を一挙に知りたいユーザーと、自社の取り組みを広く伝えたい企業のニーズをマッチングしたメディアです。

ecolife

<http://www.ecology-life.jp/>

地域課題への取り組み

農業×ロボット技術で、地域と産業の活性化を目指す「日本農業ロボット協会」

博報堂



博報堂は、「日本農業ロボット協会」の設立メンバーの一員として、農業生産技術とロボット技術を融合し、ロボットを活用した農業の新たな形を目指すとともに、各地域産業の活性化、世界をリードする新産業領域の構築を目指しています。日本の農業は、担い手の減少・高齢化の進行により、労働力不足が深刻な問題となっています。その一方で、日本の各地域には高い工業技術を有する企業や技術者が数多く存在し、さらなる活躍の場を求めています。2015年度は、「農林水産業ロボットコンテスト」を開催。24人の高校生・大学生たちが農業の課題を解決するロボット開発に挑戦し、2,500人以上の観客が来場。日本の農業の未来像を広くアピールしました。

農林水産省が推進する「農業女子プロジェクト」のロゴマーク制作

博報堂

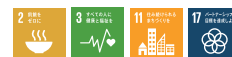


女性農業者の力で農業界を元気にすることを目的に、2013年11月にスタートした「農業女子プロジェクト」。博報堂は事務局からの依頼を受け、農業女子たちの活動のシンボルとなるロゴマークを地図記号の「田」や「果樹園」などをモチーフに制作しました。



生産者と生活者をつなげる「つながってmeal」

博報堂



「つながってmeal」は「たべる」「つくる」「つなぐ」をテーマに、生産者である農家と生活者が食について共創するプロジェクトです。食への関心を高め、食文化・農文化を豊かにすることを目的に、2011年からこれまで10箇所以上の全国各地の生産者のもとへ足を運び、畑での収穫体験や料理イベントなどを約20回実施。それ以来、延べ600人の参加者とともに、各地の生産者と協働しながら活動を行っています。

生産者の声でしゃべる野菜
「トーカブル・ベジタブル」が世界に進出博報堂スダラボ
博報堂アイ・スタジオ

「トーカブル・ベジタブル」は、野菜に触ると、野菜自身がおもしろさや、トレーサビリティ、安全面を生産者の声で紹介するプロモーションツールです。2015年3月にアメリカ・オースティンのSXSW、8月に青山フラワーマーケット、9月に静岡の「嫌われ野菜」プロモーション会場、12月に台湾の「アドアジア」にて体験展示しました。



地域課題への取り組み

過疎地域の郷土文化を全国から支援できる「あしたの楽校」

博報堂
博報堂クリエイティブ・ヴォックス
東北博報堂



過疎地域化が進む青森県八戸市旧南郷村の文化体験交流施設『山の楽校』の10周年事業として、2015年6月に体験型のサポーター制度「あしたの楽校」を旧南郷村の運営協議会と博報堂グループのクリエイターが立ち上げました。半世紀ぶりに復活させた地域伝統の焼き畑農法や布草履づくりなど郷土文化を体験するプログラムと地元の特産品をウェブサイトを通じて全国に販売する事業です。地域とつながるきっかけを生み出し、新たな地域創生の活路となることを目指しています。2016年の農林水産省オーライ!ニッポン大賞(審査委員長賞)を受賞しました。



地元に寄り添い、編集力を駆使して、新たな地域価値を創造する「ONESTORY」

ONESTORY
(博報堂DYメディアパートナーズグループ)



日本には、驚きと歓びに満ちた愉しみがたくさん眠っています。そんな土地の魅力を、料理人、クリエイター、アーティスト、そして地域の人々とともに発掘し、編集して、地域の物語として世界に発信する会社です。野外レストラン「DINING OUT」をはじめ、地域メディアの立ち上げ、商品開発などさまざまな取り組みで、日本の新しい愉しみ方を提案していきます。2015年度は佐賀県有田町、広島県尾道市で「DINING OUT」を開催しました。



地域の未来を切り拓く学びと実践の場「地域みらい大学」

博報堂



「地域みらい大学」は、地域課題解決のための実践的デザインスクールです。住民、行政職員、事業者等の意欲的な参加者がまちづくり、観光、防災、交通、女性活躍推進など、地域が抱える特定の課題に挑み、その解決プランを企画し、皆で実行します。2015年度は、高知県佐川町、和歌山県新宮市、北海道札幌市、岐阜県御嵩町などで開催しました。

グローバル発想でローカルをおもしろく!「G-Brain」

博報堂ソーシャルデザイン



「G-Brain」とは、Global視点で日本のLocalを盛り上げていくためのアイデアを地方自治体や地域事業者、外国人留学生やクリエイターと一緒に考えていく共創プロジェクトです。約2,800人の外国人留学生をネットワークしているベンチャー企業と一緒に進めています。2015年度は国内消費が落ち込んでいる草加せんべいを広くアジアに輸出し、世界のSENBEIにするためのプロジェクトを実施しました。



移住の入り口を提案する

ローカルライフ・マガジン「雛形／hinagata」

オズマビーアール(博報堂グループ)



地域に注目が集まる中、同時に働き方や暮らしの意識も変化しています。「雛形／hinagata」は、仕事を生み出さくましさや、土地で生き抜くアイデアを持って、自分の暮らしをつくる地域の人たちが主人公です。地域暮らしの進行形を伝えるウェブマガジン「雛形」をはじめ、全国のゲストハウスやカフェなど約300箇所配布しているフリーマガジン「hinagata magazine」や、地域で暮らす人と移住したい人をつなげるイベントを通じて、地域へと移り住む入り口を提案しています。2016年3月には、読者100人以上が集まって移住したい人が気軽に交流できるイベント「スナック雛形」を都内で開催しました。



<http://www.hinagata-mag.com>

つながりによる社会づくり「275(つなご)研究所」

大広275研究所



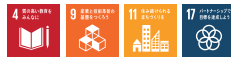
大広「275研究所」は、市民、NPO、企業など社会を構成するさまざまな主体がともに環境、まちづくり、教育、福祉など、多様な社会課題に取り組み、「良き社会」づくりを社会全体で考え実践していけるように支援しています。京都府とともに設立したNPO法人いのちの里京都村では、現在、過疎化・高齢化した農村を都市とつなぎ、多彩なWIN-WINビジネスを創出しています。2015年度は京丹後市、福知山市、甲賀市、近江八幡市などでまちづくりをサポートしています。



地域課題への取り組み

地域の魅力を未来へ、世界へ
「360° frontier」

大広



「360° frontier」は、地域の自然や歴史・文化など、まだ広く浸透していない魅力を発掘し、デジタル映像技術を用いて社会へ発信することを目指す活動です。大広は、2015年6月から関西大学総合情報学部、企業、自治体と産官学連携で取り組んでいます。無人航空機で撮影した全方位動画を編集・蓄積し、時間と空間の制約を受けずに地域の魅力を体験できるコンテンツを開発。「アルスエレクトロニカ2015」、「シーグラフィア2015」、「たかつきアート博」などに出展し、多くの方が全方位映像を体感しました。

NEBUTA STYLE “KAKERA”
～ねぶた文化を灯し続けるライト～

読売広告社次世代モノづくり研究所



読売広告社次世代モノづくり研究所では地域の活性化を支援しています。NEBUTA STYLE プロジェクトでは、従来は廃棄していた青森県の「ねぶた」の彩色和紙をアップサイクルし、独特の色・柄を楽しむ照明器具“KAKERA”を誕生させました。ねぶた師を目指す若者に生活基盤を提供し、後継者育成によるねぶた文化の持続性確保に寄与しています。



雪かきをエンターテインメントに「Dig-Log」

博報堂スガラボ
博報堂アイ・スタジオ

雪の多い地域では、雪かきは毎日繰り返される厳しい労働で、高齢化による担い手不足が問題になっています。長岡技術科学大学、NPO法人中越防災フロンティアとともに、世界初のスコップ用の雪かきIoTデバイス「Dig-Log」を開発し、2016年2月の長野県長野市鬼無里の防災イベントにて発表しました。かいた雪の量に応じて、雪像アイコンが入手できたり、消費カロリーが分かって健康管理にも役立ちます。

ガンバ大阪のホームスタジアムを
寄付金で建設

博報堂DYメディアパートナーズ



Jリーグ・ガンバ大阪が2016年からホームスタジアムとしている市立吹田サッカースタジアムは、日本で初めて民間の寄付金で建てられたスタジアムです。博報堂DYメディアパートナーズはスタジアム建設の構想段階である2008年から本プロジェクトを支援してきました。スタジアム建設による経済効果は960億円超といわれ、官民パートナーシップの先駆的事例としても注目され、全世界の最優秀スタジアムを選ぶ「STADIUM OF THE YEAR 2015」にもノミネートされました。

アーティストとテクノロジストをつなぐ
「KAKEHASHI」

大広



大広は、大学教授、アーティスト、キュレーターの方々と共同で、メディアアートに関するさまざまな活動機会の創出を仕掛ける「KAKEHASHI」を2009年に立ち上げました。メディアアートとは、CG、人工知能、インタラクティブテクノロジーなどを駆使した作品で、海外ではアートとテクノロジーの両方の視点を有する先駆的な芸術を表現する活動として根付いています。アーティストとテクノロジスト、才能と技術、ナレッジとビジネス、日本と世界をつなげる未来への「懸け橋」として活動しています。

teamLab
「Crystal Universe」赤坂の街をもっとキレイにするために
「グリーンバード」

博報堂DYグループ



「グリーンバード」は元博報堂社員が立ち上げ、「きれいな街は、人の心もきれいにする」をコンセプトに誕生した、世界に約80の支部を持つNPOです。2008年のオフィス移転を機に「赤坂チーム」をつくりました。ゴミ拾いをベースに、人とのつながりや赤坂のコミュニティへの参加を重視しています。毎月第2・4火曜日の8:30～活動中です。

