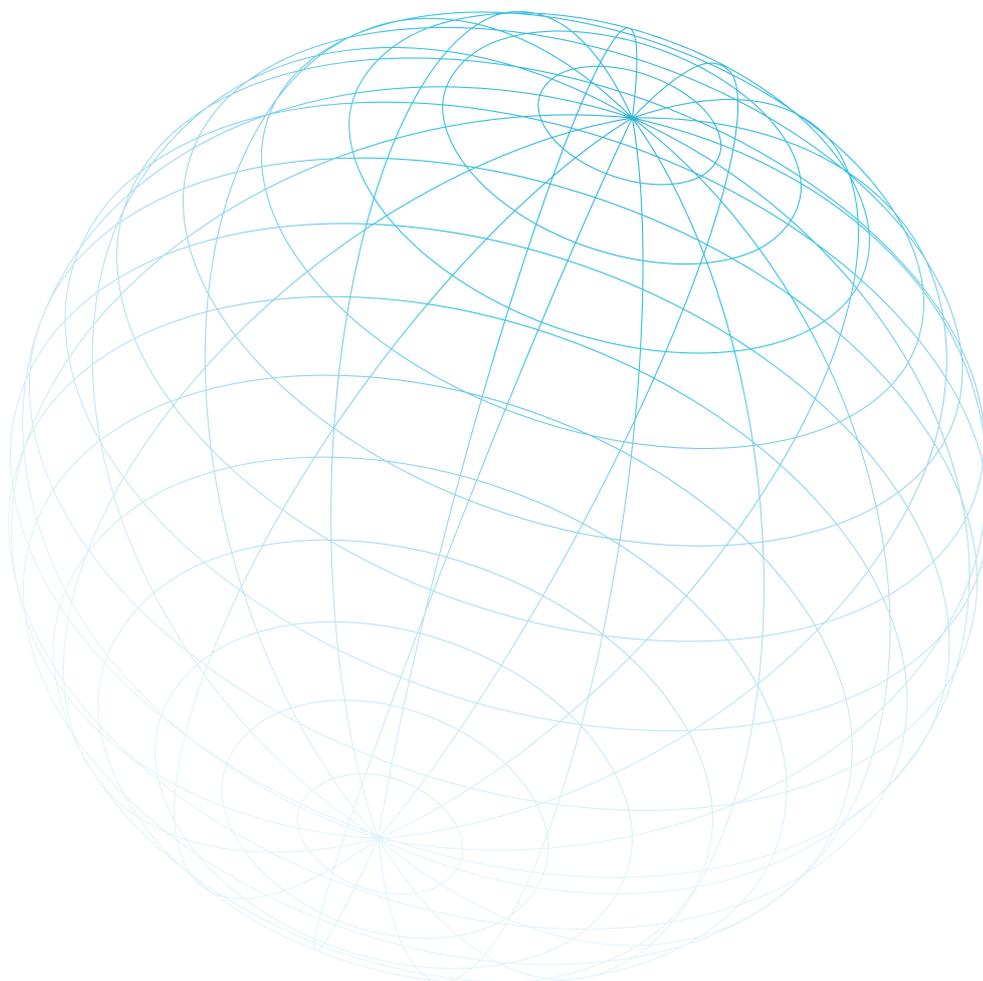




Ⅶ.コミュニティ発展への寄与

電通は、地域社会を重要なステークホルダーと捉えており、事業活動を通じた地域社会の課題解決や発展に寄与するとともに、各種の社会貢献活動を継続的に展開しています。

こうした活動により地域との信頼関係を構築することが、コミュニケーションのリーディングカンパニーの役割であると考えています。





震災復興支援への 取り組み

津波避難訓練プロジェクト「カケアガレ!日本」

電通では、東日本大震災以降の社会的な防災意識の高まりに対応し、2012年から東北大学災害科学国際研究所、河北新報社、電通東日本とともに、津波避難訓練プロジェクト「カケアガレ!日本」を展開しています。各自治体・地域と連携して、地域の特性に応じた訓練モデルを実践・検証するプロジェクトで、復興庁「新しい東北」先導モデル事業にも採択されています。3年目となる2014年度は、被災地・東北発の津波防災アクションとして、岩手・宮城・福島の被災3県のほか、北海道やタイ・ブーケットでも津波避難訓練とワークショップを実施して、7地域・500人以上が参加しました。

こちら (<http://kakeagare.jp>) もご参照ください。

また、2015年3月14～18日に仙台市で開催された「第3回国連防災世界会議」の地元でのパブリックフォーラムの実施・運営に協力しました。全世界から延べ15万人以上の方が参加され、日本で開催された国連関係の国際会議で最大級のものとなりました。

関連サイト (<http://www.bosai-sendai.jp/article/?c=100416>)

「東北六魂祭」運営協力

電通グループでは、東日本大震災の被災地支援活動の一環として、2011年から「東北六魂祭」の運営に協力しています。2014年5月24・25日に山形県山形市で開催された第4回「東北六魂祭2014山形」には、6祭りパレード、伝統芸能、ご当地グルメなど、東北の魅力あるコンテンツが集結。26万人の来場者に復興への意気込みをアピールしました。

今回の経済波及効果は24.5億円※と発表されており、県内外から多くの観光客を誘致することで東北地方の経済活性化に貢献したほか、協賛企業の販促活動や企業ブランド向上にも大きく寄与するイベントになっています。今後も「東北六魂祭」を通じて東北地方が活性化するお手伝いをしていきます。

※フィデア総合研究所（山形市）調べ



東北六魂祭



震災復興支援への 取り組み

福島県の復興に向けた支援事業

電通および電通東日本を中心とした電通グループでは、原子力災害に伴う福島県の風評払拭を図るため、福島県庁内各局の復興に向けた事業を支援しています。2014年度は、福島の代表的な農林水産物である「ふくしまイレブン」をテーマにした交通広告を展開。風評払拭のため、地元メディアや有識者らと定期的な研究会や、消費拡大に繋げるべく、バイヤー向けの現地視察ツアーや地元生産者との商談会を開催しました。モニタリング検査やお米の全量全袋検査をテーマにしたテレビCMや農林水産物のPRなども手掛け、福島県の復興に向けた取り組みを支援しています。

みちのく潮風トレイル

環境省は、2012年5月に「三陸復興国立公園の創設を核としたグリーン復興のビジョン」を策定しました。森・里・川・海のつながりで育まれてきた自然環境と地域の暮らしを後世に伝え、自然の恵みと脅威を学び、それらを活用しながら復興することを提唱して7つのプロジェクトを掲げています。

その1つに「南北につなぎ交流を深める道（みちのく潮風トレイル）」があります。地域の自然環境や暮らし、震災の痕跡、利用者と地域の人々などを「結ぶ道」として、青森県八戸市から福島県相馬市までを対象とした長距離自然歩道です。電通は、このプロジェクトのメッセージ開発に携わり、地域の皆さんがふるさとの持つ力に気づき、その価値を多くの来訪者に積極的に伝えたいようなビジュアルを作成しました。地域の自信回復に役立つプログラムにすることを目標としています。

「みちのく潮風トレイル」サイトもご参照ください。
<http://www.env.go.jp/jishin/park-sanriku/trail/>



Campaign poster produced by Dentsu



被災地復興に向けた情報発信

電通は、内閣府をはじめ復興庁や地元自治体、メディア、NPOなどと連携して、被災地のニーズに合った被災者支援情報や復興に向けた取り組み事例などを、地元メディアやウェブなどで継続的に情報発信する事業を支援しています。この事業の趣旨に賛同する各界の著名人には、被災地の方々に勇気づける応援メッセージをいただき、メディアを通じて被災地にお届けしています。BSテレビ局とは、共同で震災の風化防止や風評対策、被災地への観光誘致を目的とした番組を制作して、被災地の状況を日本全国に発信する取り組みを支援しています。



「復興支援・住宅エコポイント制度」の事業推進

電通は、2010年3月に申請の受け付けが開始された住宅エコポイント制度に続き、2012年1月に再開された「復興支援・住宅エコポイント制度」においても、幹事社としてコンソーシアム企業各社との協業による事業推進に取り組んでいます。エコ住宅の新築またはエコリフォームをした際に発行されるポイントを、被災地の商品やエコ商品などと交換できるもので、従来の「住宅エコポイント制度」に「東日本大震災の復興支援」という目的が加えられたものです。電通では、申請の受付・審査業務から、ポイント交換を実施する各事業者に公金を分配するまでの一連のプロセスを管理・推進しており、2014年度は8,740戸の申請を受け付けました。



電通の 社会貢献活動について

電通の社会貢献活動は、「コミュニケーションの力を社会のために」という方針のもと、主にコミュニケーション領域で「人材育成」「社会課題に向き合う活動」の支援を行ってきました。

昨今、電通の本業においては、コミュニケーション領域にとどまらない、より広い範囲でのソリューションの提供が求められるようになってきました。

本業で培われた社員の経験や専門的なスキルを社会貢献活動においても生かし、社会課題に向き合う「人」や「活動」の一助となる取り組みを推進していきます。

重点的テーマは2つ、「コミュニケーション力向上を通じ人材育成を支援する」と、「世界的社会課題に向き合う活動を支援する」こと、NPOやパートナー団体との協働を通じて、社会課題の解決に取り組み、地域社会や地球規模のコミュニティの発展に寄与する活動を目指しています。

コミュニケーション力向上を通じ人材育成を支援する

次世代育成

市民力向上

- 広告小学校
- NPO支援プログラム「伝えるコツ」
- 電通・中国広告人育成プロジェクト
- 「みちのく復興事業パートナーズ」における活動

国際交流

被災地支援

世界的社会課題に向き合う活動を支援する

世界の教育課題

- 「ユネスコ世界寺子屋運動」支援
- 「世界食料デー」に関わる多数のNGO支援

世界の食課題



広告小学校

「広告小学校」は、子どもたちのコミュニケーション力育成を目指すプロジェクトとして2006年にスタート。東京学芸大学と協働で3年かけて開発した教材は、子どもたちが「伝えたいこと」を15秒のCM劇にするプロセスを通して、「発想力」「判断力」「表現力」「グループによる課題解決力」が楽しく育まれるよう工夫しています。教育の場でもコミュニケーション力の重要性への認識が広がったことを背景に、学校の先生が行う授業での活用が進み、2015年3月末で全国219校2万5000人を超える児童・生徒が体験しました。学校以外では、福島県南相馬市の福島復興ソーラー・アグリ体験交流の会主催の週末オープンスクールで、子どもたちが「未来に伝えたい南相馬らしさ」をCM劇にする特別授業の支援を行うなど、地域活性化に寄与する活動を行っています。

詳細については、こちらをご覧ください
「広告小学校サイト」<http://www.dentsu.co.jp/komainu/>



南相馬市での発表の様子

NPOコミュニケーション力強化支援プログラム「伝えるコツ」

NPOにとって「コミュニケーション力」は、組織をまとめ、理解者・協力者を拡げ、活動を進めていく上での基礎力であり不可欠なもの。電通は2004年より日本NPOセンターと協働し、それぞれの専門性を活かす形で、NPOのコミュニケーション力強化を支援するプログラム「伝えるコツ」を推進しています。電通社員およびNPOのメンバーが講師となって、全国各地でセミナーを開催。2015年3月末までのセミナー実施回数は110回を超え、参加者は延べ約4,600人となりました。2014年度は釜石・いわき・仙台・福島の東北4地域でもセミナーを実施。現地のご要望を受け、プレゼンテーションやクラウドファンディングなど、より実践的なテーマを扱った内容となりました。

詳細については、こちらをご覧ください
「伝えるコツサイト」<http://www.jnpoc.ne.jp/?tag=tsutaeru>



仙台セミナーの様子



中国広告人材育成への支援と 中日民間交流への貢献

電通は1996年から中国の広告教育と人材育成への支援活動を継続的に行っており、中国の大学から若手教員を選抜して電通本社で研修を行う「研究員招聘」、広告教員向けに世界の広告業界の最新潮流を紹介する「電通・広告人材育成フォーラム」、広告を学ぶ学生向けの「電通・学生広告講座」など、中国の広告教育界のニーズに応える多様なプログラムを展開しています。

2015年1月、電通は中国の広告人材育成と中日民間交流に特別な貢献をしたグローバル企業として、中国教育部から「モースト・バリアブル・パートナー」賞を贈呈されました。

2006年に受賞した「教育支援特別貢献賞」、2009年に贈呈された感謝状に続き、今回の受賞は三度目となっています。



中国教育部から贈呈された
「モースト・バリアブル・パートナー」
賞のトロフィ

「みちのく復興事業パートナーズ」への参画

電通は2012年6月から、東日本大震災からの復興に取り組む次世代リーダーらを支えるプラットフォーム「みちのく復興事業パートナーズ」に参画し、NPO法人ETIC（注）、企業6社（味の素、いすゞ自動車、花王、損害保険ジャパン日本興亜、東芝、ベネッセホールディングス）と共に活動。東北の団体向け研修として14年7月、第3回「みちのく創発キャンプ」を行ったほか、ファッション関連の専門家と協働で9月、ものづくり団体向けセミナーを実施するなど、企業のリソースを生かした復興支援に取り組んでいます。15年3月には、第3回「みちのく復興事業シンポジウム」を開催し、東北で生まれつつある事業モデルの発信にも努めています。

注) NPO法人ETIC。若い世代の起業家向けリーダーを育成する団体として1993年に設立。次世代を担う事業型NPO法人を数多く輩出している。 www.etic.or.jp



みちのく創発キャンプの様子

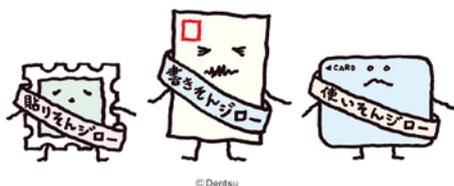
詳細については、こちらをご覧ください
「みちのく復興事業パートナーズ」 <http://www.michinokupartners.jp/>



世界の教育課題に 向き合う活動を支援

ユネスコ世界寺子屋運動「書きそんじハガキプロジェクト」支援

「ユネスコ世界寺子屋運動」は、日本ユネスコ協会連盟が、読み書きを学ぶ場(寺子屋)を世界に広げていくために、25年以上続けている活動です。電通は、この活動がもっと身近に、もっと楽しく広がるようにアイデアとコミュニケーション力で、書きそんじたハガキを回収する活動の参加啓発を行っています。昨年デビューした応援キャラクターの「書きそんじロー」の開発に加え、未使用の切手の「貼りそんじロー」やプリペイドカードの「使いそんじロー」を開発、家庭のタンスに眠っている「遺産」であるこの3つのアイテムを「タンス遺産3兄弟」としてデビューさせました。web上で展開したダンスムービーの成果で、ハガキ以外のアイテムの募金額が昨年の54倍に伸びました。



世界の食課題に向き合う NPO/NGO支援

「世界食料デー」月間2014 11のNPO/NGOの活動支援

残された食べ物たちが語るWEBムービー「のこりものがたり」を協働制作しました。

世界食料デー月間である10月は、より多くの人に食料問題について知り、考え、行動してもらうための1か月です。強化月間にあわせて、その取り組み周知を目的に「世界食料デー」月間特設サイトで公開、SNSへのシェア、寄付先へのリンクを配置、活動そのものを知らない子どもたちや幅広い一般生活者の認知向上に貢献しました。(前年比セッション数321%PV数231%) ストーリーは全部で18本、「のこりもの」たちがチャーミングに、世界の食にまつまる問題を語り、その事実を分かりやすく伝えることで、食料問題を考える初めの一步になることを目指しました。

