

◆広告クリエイティブの役割

私たちは米国・ニューヨークに本社を置くオムニコムグループ傘下の広告会社のクリエイティブチームです。広告クリエイティブが人の心を動かし、社会をよりよいものにしていきたい、私たちはそんな信念と野心を抱き続けています。そして、企業におけるSDGsがもはや特命事項となり、CSRからCSVへ、企業と社会の関わり方にも新しい波が来ている昨今、広告会社にも担っていく役割があると考えました。

◆障害関係団体のPR動画制作とカフェレストランの企画

今回、我々は、東京ボランティア・市民活動センターが主催する『D&I セミナー』に参加したことをきっかけに、2つの企画に取り組みました。ひとつは、かながわブラインドスキークラブのサポーター（晴眼スキーヤー）を募るPR動画の制作です。2020年1月にはクラブのメンバーと雪山で滑走シーンを撮影しました。

もうひとつは、新宿区にある知的障害のある人たちが働くカフェレストラン「おんぶらーじゅ」の夜間営業のコンセプト開発・店舗デザイン・宣伝活動です。金曜の夜だけオープンする『エピソードダイニング』は、そこで働く彼らのユニークな考え方が、絵や文章で綴られ、店内空間で表現されます。

各団体から求められていることが当社の知見を活かせる内容だったこと、また、プロジェクトに参加することがクリエイター自身の経験値を上げることにもなることから、企業として取り組むべき意義があると考えました。それに加えて、「趣味がスキー」、「飲んだり食べたりが大好き!」、「実はボランティアに興味があった」、などメンバーの個人的な嗜好と合致していたことも重要な点です。企業ボランティアの取り組みには、業務の延長線上に、個人のモチベーションを維持する（下心的な動機を含む）要素があることも外せないポイントだと思いました。

社内で公募し、立候補制にしたことで、自発的に熱意を持ったメンバーが集まりました。ブラインドスキーの動画制作では、これまで仕事で接点のなかったクリエイティブディレクターとアートディレクターが初めてタッグを組むことに。カフェレストランの企画では、CMプランナーとデザイナーの2人が主導権を握ってプロジェクトを進めています。



◆広告業界による社会貢献の可能性

「ブラインドスキーとは、単にボランティアが視覚障害者の目の代わりになることではなく、声でつながるスキーを一緒に楽しむパートナーシップだ」と、考えました。このコンセプトをPR動画で表現し、ブラインドスキーへの共感と認知拡大を目指していきます。

『エピソードダイニング』は、知的障害を“個性”と捉え、それを店の強みとしてデザイン化。施設の担当者からは、「これまでも障害のある従業員たちは魅力的だと感じていたが、それをどう世の中に伝えるか、その手法は目からウロコだった」と言っていました。

これらのアイデアは、障害のある人たちや関係団体の方々との話し合いの中で生まれました。それは、私たちの普段の仕事では中々得られない、業界や世代を超えた貴重な出会いであり、たくさんの学びがありました。

広告クリエイティブのアイデアが、各団体の活動に貢献できる!と実感するとともに、クリエイターにとっても業務経験の幅が広がったと感じました。双方にとってwin-winなこの取り組みは、広告業界が社会貢献活動において大きな可能性を発揮する一端であり、支援の方法は今後もますます広がりと考えます。

