

世界を幸せにする広告—GOOD Ideas for GOOD— 「東北 for GOOD」

東北の「あの時」と「現状」と「これから」 動いたからこそわかる、実感と出会いと課題

いま、世界の広告コミュニケーションに新しい潮流が生まれている。「商品・サービスを売る」広告から「社会課題を解決する」広告へ。そうした潮流の中で、「for GOOD (いいことのために)」が、21世紀の広告のキーワードとなってきた。

「for GOOD」。つまり社会のために広告には何ができるのか。

多くの人を振り向かせ、世の中の問題をみんなにわかりやすく伝える。感情に訴え、強くコミットさせる。これらの広告のノウハウは「for GOOD」にどのように関わっていくことができるのだろうか。

そんな問題意識から企画された「世界を幸せにする広告—GOOD Ideas for GOOD—展」の一環として、アド・ミュージアム東京では2016年6月から7月にかけて、4回にわたるトークイベントを開催。

今回はその中から「東北の復興」をテーマに展開された「東北 for GOOD」の様態を紹介する。

パネリストは課題先進地域といわれる東北で、さまざまな分野から活動を展開されているNPO法人ETICの山内幸治氏、社会貢献と企業をつなぐソーシャル・プロジェクトを数多く手

掛ける電通の並河進氏、2011年東日本大震災を支援する「浜のミサンガ」を企画し仙台クリエイター・オブ・ザ・イヤー最高賞を受賞された博報堂の鷹嘴愛郎氏のお三方。

アートディレクター、CMプランナーを経て、インタラクティブな領域で活躍される博報堂の須田和博氏の進行のもと、震災発生直後の活動から、見えてきた課題、そして未来への展望について熱い議論が交わされた。



登壇者

並河 進

電通 クリエイティブディレクター
電通ソーシャルデザイン・エンジン代表



なみかわ すずむ ●社会貢献と企業をつなぐソーシャル・プロジェクトを数多く手掛ける。ワールドシフト・ネットワーク・ジャパン・クリエイティブディレクター。受賞歴には、ACCシルバー、TCC新人賞、読売広告大賞など。著書も『Communication Shift—「モノを売る」から「社会をよくする」コミュニケーションへ』ほか多数。

登壇者

鷹嘴 愛郎

博報堂
シニアクリエイティブディレクター



たかのはし あいろう ●盛岡博報堂、秋田博報堂で数多くの広告賞を受賞。2011年、東日本大震災を支援する「浜のミサンガ」を企画。仙台クリエイター・オブ・ザ・イヤー最高賞受賞。14年、広告新商品を自主開発する「スタラボ」を須田和博氏とともに立ち上げる。同年、第1弾開発商品「rice-code」がカンヌほか世界の広告賞で60以上の賞を得る。

登壇者

山内 幸治

NPO法人ETIC。
事業統括ディレクター



やまうち こうじ ●1997年にETIC.に参画。起業家型人材育成とベンチャー企業支援を目的とした長期実践型インターンシップを開始。その後、若手社会起業家のスタートアップ支援(2001年～)、地域における起業家型人材育成・中小企業経営革新(04年～)などを推進。認定NPO法人カタリバ理事、立教大学大学院非常勤講師も務める。

司会

須田 和博

博報堂
シニアクリエイティブディレクター



すだ かずひろ ●アートディレクター、CMプランナーを経て、インタラクティブ領域へ。2014年3月自主開発型クリエイティブ・ラボ「スタラボ」発足。紙～CM～WebのすべてがわかるCDとしてコンテンツからサービスまで企画制作。国内外の数々の広告賞を受賞。特にスタラボ第1弾「rice-code」が14年の世界の広告賞を席巻し高い評価を得る。

並河 進 | 「できること」と「もとめていること」

今日は「東北 for GOOD」というテーマなんですけれども「できること」と「もとめていること」ということで、少しお話ししたいと思います。

2011年3月11日の震災が起きたあと、最初に、「広告に何ができるんだろう」と考えました。「私たちにできること」と「被災者がもとめていること」って何だろうということですね。

そのときに日本ユニセフ協会の方といういろいろ話をしていたら、実は避難所の子どもたちが今必要としているものの一つは「癒やし」なんです、という話があって。震災が起きて1週間後に「ユニセフちっちゃな図書館プロジェクト」を立ち上げて、「絵本を届けよう」と全国に呼びかけたところ、1週間で20万冊以上の本が集まりました。避難所って、行ってみるといろんな文書が貼ってあるんですけど、ほとんどモノクロで、色が無いんですね。そういう中にカラフルな絵本が届けられて、子どもたちが、うれしそう、というよりも「やる事が1つできた」という感じで本を手にとってくれていたの思い出したりします。

それが縁で女川町から「絵本が、たくさん集まっているので、場所を作れないだろうか」という相談を受けて、「ちっこい絵本館」という名前にして、その年の5月にオープンしました。女川町の向こうの言葉では「ちっちゃい」ことを「ちっこい」というんですね。避難所になっていた小学校の一角で子どもた



「ちっこい絵本館」のロゴマーク

ちが本を手にとってくれたのを見て、「ああ、ちょっと何か、できることもあるんだ」というふうに思いました。

もう1つ、これもユニセフのプロジェクトですけど、「祈りのツリーproject」というのを手がけました。これはデザイナーの人たちに呼びかけて、「デザイン力で応援する」というもの。デザイナーの人がデザインをしてくれたオーナメントを用意して、それをツリーにして東北に届けようというプロジェクトです。最終的に2,000人の方が参加してくださったのですが、参加できる仕組みさえ作れば「自分にも何かできることがある」ということで、こういう大きなムーブメントにできるんだなと感じました。

企業の皆さんとも仕事をしていく中で、「企業の商品でも何か力になれることってないだろうか」と考えるようになりました。そんなとき、トヨタのエスティマハイブリッドが、震災後の停電の中、車の電力を使って携帯電話の充電をしたり、ご飯を炊いたりして役立ったという話を耳にしました。トヨタに感謝状が届いたということも聞きました。そこで、電源供給もし



上：「祈りのツリーproject」に参加したデザイナーたち
下：銀座・有楽町の5会場でもツリーを展示した



2014年の「Search for 3.11」では2,568,325人が「3.11」と検索を行い、寄付金額は25,683,250円となった

ながら、震災の復興支援になるような、そういうことができないだろうか提案したところ、「Charge the Future Project」というプロジェクトが実現しました。

また「Search for 3.11」は、2014年に、東日本大震災から3年たって風化が始まっているということがいわれている中、「震災をもう一度、思い出すために何かできないだろうか」とヤフーさんが始めたプロジェクトです。3月11日に「3.11」と検索すると、1回検索するごとにヤフーが10円、被災地に寄付をするというプロジェクトで、僕はコミュニケーションのお手伝いをしています。「風化」というとみんなが忘れることだと思われがちなんですけど、「3.11」という日を忘れている人は、当たり前ですが誰もいない。むしろ「自分にできることは、もうないんじゃないか」というふうに思ってしまうことが風化なんだ、というのをこのプロジェクトで気づきました。自分にできることさえあれば、みんな参加してくれるんですね。

日本中、見てみたら、今、もとめられていることに対して、こういうことができますとか、こういうものがありますというマッチングさえうまくいけば、可能性はもっと広がるのかもしれないですね。熊本で震災が起きて、そのときに、なかなかうまくいかないという話も聞くと、東北のときのこういう経験が、本当はもっと次に生かしていけたらいいのに、と思っています。

僕は岩手県出身です。もともとは東北博報堂の社員で広告をずっとつづけてきたんですけれども、ボランティアとかはしたことがなかったんですね。自分の地元が本当に、ものすごく大変なことになった。そのとき、いても立ってもいられずに始めたのが、この「浜のミサンガ」という活動でした。今日はそのときに、どんなことが起きていて、どう思ったのかということをお話したいなと思っています。

2011年の3月11日、14時46分。僕は、盛岡のテレビ局の6階で打ち合わせをしていました。もう本当に体験したことのない揺れで、「ビルごと崩れる」と思いました。それからの3日間、余震もものすごく多かったので、とにかく不安で家族の食料をどうしようとか、サバイバルな感覚の中で過ごしていました。

3日後、電気が通じてテレビがついたときに津波の本当の被害というのを、まざまざと見ました。テレビを見ながら何度も何度も涙が溢れました。自衛隊の方々の活動とか、不眠不休で活動しているお医者さんとか、道路や水道を通す人

とか、誰もがお金とかじゃなくて、自分の職能で何とか身近な仲間を救いたいという思いで動いていたと思います。そのとき僕ら広告会社は広告主さまの広告を止めるしか仕事がなく、こんなとき、何も役に立てないのかなということずっと自問自答していたことを覚えています。

そんな中で、仲間と一緒に、沿岸部の支援に関わるようになっていきました。

人命救助の必要な時期が終わるとライフラインの復旧という段階に入りますが、港が壊れるって、すごいことなんです。港を復興するには、道路を直す10倍ぐらい時間がかかってしまう。男性には、がれきの撤去とか、力仕事とかがあるんですけど、一緒に漁業をやってきて番屋でカキの殻をむいたり、網の繕いをしたり、市場で働いたりしていた女性の人たちにはまったく仕事がないという状況でした。震災から2カ月がたって、仕事がない、やることがない、義援金も届かない。ご高齢の方々は生きていても役に立たないという思いから、自殺率もどんどん上がっていきような状況でした。

そんな中で僕らは震災から3カ月目の6月11日に、漁網で作ったミサンガをネットで販売して、その代金をお給料として浜の女性の方々にお戻りするというプロジェクトをスタートさせました。

6月の末日に1回目のお給料を渡しに行きました。いろんな団体の義援金が、まだ届いていなくて、当然、全部、流されているのでキャッシュディスプレイもない。お給料を全部計算して封筒に詰めて、現場でお給料を手渡ししました。本当に涙を流して、「これで孫にアイスを買ってやれる」とか、「これでやっと何か必要なものをお金で買える」というお話をしてくれる方もたくさんいました。広告の仕事をしてきて、こんなに人に感謝



「浜のミサンガ」宮城編テレビCM

されたことはないなという記憶が今でもあります。

「三陸に仕事を！プロジェクト 浜のミサンガ『環』」が実践したことは、次の5つです。

1. 仕事を創出する「新しい支援」
2. ひと目でわかる、オリジナル「商品開発」
3. 品質を高める、3段階の安心
4. 支援する相手が見えるコミュニケーション
5. いっさいごまかさない「情報の透明性」

寄付をするということではなく、僕らはもっと本当にちゃんと届く支援がしたいなと思って仕事を創り、その対価をお渡しするという新しい支援の仕組みを築いてきました。それが支援する相手の見えるコミュニケーションとして、けっこう評判にもなりましたし、そのことを通じて、いろいろな方とつながり、多くの方から信頼というものを得られたのだと思います。



「三陸に仕事を！プロジェクト 浜のミサンガ『環』」の岩手編ポスター

山内 幸治 | 東北の新しい取り組みを支える「右腕プログラム」

もともとETIC.は1997年ころから、ベンチャーのスタートアップの現場において、起業を目指すような若い人たちをマッチングさせて新しい事業を応援すると同時に、次の起業家を育てていくといった活動に取り組んできました。さらに2001年からは、社会起業家の創業支援を始めています。

東北は震災から5年たちましたけれども、まさに、ここからが非常に大事な正念場かなというふうに思っています。ハード、建物、いろんなものが動いていきますが、そこには人の暮らしがあるわけです。その地域での暮らしを守っていきったり、つくっていきったり、新しい経済を動かしていきったり、そういったものがなければハードだけ再建しても、結局はバランスがとれなくなってしまいます。そういった新しい価値をつくらうとしている東北の皆さんをいかにして支えていけるかというのが私たちが取り組んでいる活動です。

いろんなことをやっているんですけど、今日はその中核になっている「右腕プログラム」についてお話をできればと思います。

私たちは、地元で新しいプロジェクトを始めようと思ったときに、一緒にやってくれる仲間を派遣するというをやっています。これを「右腕プログラム」と呼んでいます。

例えば、震災後に始めたバイオマス発電のプロジェクトでいえば、プラント自

体はドイツから輸入しているの、ドイツとの輸入の取引だったり、技術的な移転みたいところで通訳のような人が必要になります。プラントをマネジメントするためには技術系の人材も必要ですし、安定して山から間伐をしていくためには森林経営の知識も必要になります。そういった人材を送り込んで、事業を支援していこうというわけです。

東北では今、130のプロジェクトに240名の方々が入ってプロジェクトをずっと進めています。

「東北食べる通信」についてはご存じの方も多んじゃないかと思いますが、食べ物付き月刊誌の事業です。今、「食べる通信」は、たぶん全国30地域以上に広がっていて、東北で生まれたコンセプトが全国各地で展開されています。この立ち上げのときにも編集者でデザインの仕事をした方に入っていて、雑誌の創刊の戦力になってもらいました。



日本初の食べ物付き定期購読誌「東北食べる通信」と創刊メンバーたち

また「ピースジャム」を主催しているのは気仙沼でバーテンダーをされていた方なのですが、彼もお子さんがいて、同じように子育てに困っているお母さんたちのために「何とかお母さんが働きやすい環境をつくりたい」ということで、お母さんたちを雇用してジャム工房を地



新しいワークスタイルを提案する「ピースジャム」でも「右腕」たちが活躍

元で始めました。自分たちの手でようやく工房を立ち上げたところですが、子どもたちが集まれる場所もつくり、子育てしながら、お母さんたちが働ける環境づくりをめざして、一生懸命がんばっています。

本当にさまざまな事業プロジェクトを幅広くやってきたんですが、受け入れ先のリーダーからも、「右腕」が入ったことによって組織の基盤が強くなったと、ご評価をいただいています。

また、「右腕」で入った方のその後ですが、私たちは1年間という期間限定で支援金をお渡ししてきましたが、その後も62%の方が東北に残って、継続して活動しています。さらに10%ぐらいの人たちは「右腕」の経験を経て、次に自分で起業するような流れにもなってきています。

よくいわれていることですが、東北の今は、日本全国の5年後、10年後、20年後ぐらいの先取りをしていると思います。実際に、人口が減っていく、経済が縮小していく中で、今、東北での動きは、地域の資源を使って、どうやって新しく稼ぐ仕事をつくっていくのか、どうやって未来をつくっていくのか、ということに求めているように思います。

これから5年先、10年先に、引き続き新しい人の流れを生み出し続けていけるかどうかということ、日々自問自答しながらやっているという状況です。



復興を担う仲間として多くの「右腕」たちが東北各地に派遣されている

きっかけ、見えてきた課題、この先の展望

並河 進 × 鷹觜 愛郎 × 山内 幸治 × 須田 和博

Q1

プロジェクトを始めた、 直接の「きっかけ」は？

須田 ここまで、お三方の、それぞれの取り組みに関して報告を頂きました。それを踏まえて、ここからのトークセッションでは、「時間軸に沿った3つの問い」について自由にディスカッションしていければと思います。その時間軸というのは、災害が起きてすぐの初期と、そこを過ぎてからの中期というような部分。そして最後にもっと長いタームで、これからどう復興していくのか、未来への展望をお聞かせください。では、最初の問い。「プロジェクトを始めた直接のきっかけ」について、まず並河さんからお願いします。

並河 僕自身は2007年ぐらいからいろんなNPO—海外支援のNPOが多かったですけど—をお手伝いしていたので、そういう意味では自分の知っている方が東北で支援活動を始めていたというつながりもあって行ったのが大きいですね。さっき「浜のミサガ」の映像を見ていて、人って、やっぱり必要とされたんだと改めて思いました。自分自身、なぜ行って、すぐ活動したかという、



「必要とされたから」。そのことが「すごくうれしかった」という、何か、そういうことだったなというふうに思いますね。

鷹觜 東北に住んでいる人が、みんな何か活動したかという、動けた人と動けなかった人がいると思うんですよ。でも大事なのは動けなかった人が、何かそういうことをしたくなかったわけでもなくて、みんな何か思いはあるんだけど、どうしていいかわからない、というのがすごくあって。僕が一番大きかったのは先輩というか仲間なんです。うちの会社の釣り好きの先輩が、世話になっている漁師のお母さんたちを何とかしたいという彼の思いに対して僕も動きたいと思って動き出したんですね。たぶん1人じゃ、絶対やれないと思ったんですよ。心折れることがいっぱい起きてくるんですね。そのときに一緒に動こうと言ってくれる仲間が何人いることが、すごく大きかったかなと。動けたのは仲間がいたからだと思います。

須田 山内さんにも同じ質問をお聞きしたいのですが、右腕プロジェクトが必要だと思ったのはどんな瞬間だったのでしょうか。

山内 個人的なことと言うと、阪神淡路のときの経験が大きいですね。阪神のとき



は19歳だったんですけど、そのときに自分は何もできなかった。だから今回、震災があったときに、何もやらないという選択肢は、そもそも浮かばなかったですね。加えて、今回何を頼ってやっていかというと、やっぱり人の縁なんです。結局、日常の中で、ご縁のあった人たちがきっかけとなって、特に初動なんかは動けるんだというのはすごく思いました。

Q2

プロジェクトをやってみて、 実際どうでしたか？

須田 2つ目の問いは、「やってみてどうでしたか」という質問です。活動を進める中で、思いもしない課題というか、「できないな」みたいなことも多々あったかと思うんですけど、そのとき、どうやってクリアしていったのか、お聞きしたいと思います。

鷹觜 「浜のミサガ」というか、仕事をつくるというプロジェクトは最大期で300人の浜の漁業をやってきたお母さんを雇用したんですね。僕は人を雇用したことってないから、毎日眠れないんですよ、ドキドキして。これ、大丈夫なのかな



とか思いながら10カ所の地区で300人以上の人を雇用して結果的に1億2,000万円以上のお金を浜のお母さんたちに、お給料としてお支払いすることができました。始めたときには、値決めしなきゃいけないとか、原材料をどう渡すとか、何も考えずに始めていましたからね。動きながら次々と問題が起きていくとか、課題が見えてくるという感じでした。クリアの仕方はそのときそのとき、いろんな仲間にならに巡り会って、ということだったと思います。

並河 やはり、いろいろ助けてくれる人も現れたりして、いろんなところでいろんな人にお世話になって、いろいろかき集めて進んでいくみたいなのところがありましたね。

山内 人が動いて人とマッチングするというのは、そんなに簡単なことではなくて、やはり mismatches は起こるんですね。強い思いを持って入って行って、やる気がすごくあるのですごく頑張って提案をするんですね。でも、地元の方からすると否定されている気分になる。あれもできていない、これもできていない、みたいなことが起こったりする。いろんなところで埋めなきゃいけない溝が生まれてきます。でも、正解があるわけではないですから、真ん中に置かなければいけないことは「学び」だということだと思

ます。学び続けるということを真ん中に置きながらプロジェクトを回すことがすごく大事だなと。

Q3
プロジェクトを通しての、「未来展望」は？

須田 では、ここで第3問なんですけど、これから先の展望についてお聞かせいただければと思います。日本は災害列島とも言われますが、次にどこで何が起こるか分からない。そのときに何を準備していったらいいのか、何をケアしたらいいのか。これから先のことをお聞かせいただければと思います。

山内 そうですね。仕事の仕方というか、価値の生み出し方がコレクティブ（協働的）にセクターを超えてやるという時代になってきているというのをすごく感じるんですね。事業をつくっていくやり方とか課題解決をしていくやり方というのが、特定の団体だけではやれないことのほうが多くて、すごく複雑に絡んでくようになっていく。そういう意味で言うと、いろんなセクターにまたがって仕事をする力を持っている人が、すごく求められていると思うんです。

並河 熊本で震災があったあとに自分の経験をせっかくだから生かせればと思って、震災が起きてからどういうものが必要になるかというのを時系列にまとめた表をFacebookに上げたら、すごくシェアされたんですね。それは、たぶん経験を生かしていくということなんですけど。震災が起きたときに、時系列でこういう変化が起こっていくということを知っておくと、だいぶ違うだろうなと思います。

鷹觜 僕は震災と遭遇して、仕事というのは、お金をもらうということと同じ、もしかしたらそれ以上に、誰かの役に立つために神



様が仕事というものをつくったんじゃないかなと思うようになりました。本当に、誰かのために役に立てることというのは、心の底から、ああ、生きているんだ、という感じがあるし、僕は、それを学べただけでも本当にありがたかったと思います。でも、復興の取り組みは長い期間にわたるわけですから、その間に災害と向き合っていけるようになったらもっといいんじゃないかと思っています。

須田 3つの質問をガイドにしつつ、震災直後から、この先の日本ということまでクロストーク・セッションという形で進行させていただきました。今日、お三方のお話を聞いて、図らずも、この先の生き方や、この国の未来に対する思いと非常にオーバーラップしているなというふうに思いました。誰かの役に立つ、ということ。そのためにも多様なスキルを持つべき、ということ。セクターを超えた協働のあり方など、それぞれが、すごく腑に落ちて、たくさんの学びを頂きました。貴重なお時間をありがとうございました。

