

# 障害者団体と廣告会社が連携。 クリエイティブの力で支援者拡大

東京都中央区 株式会社I&S BBDO

外資系の廣告代理店である株式会社I&S BBDOは、クリエイティブ分野での社会貢献活動を目指し、障害関係団体の支援者拡大に向けたプロジェクトに参加した。同社の活動内容は、団体が行うプレゼンテーションへのアドバイス、ブラインドスキーのパートナーを求めるPR動画の作成、知的障害者が働くカフェレストランのコンセプト立案やデザインなど、本業のスキルを存分に活かすものだ。このユニークなプロボノ活動に携わったメンバーの満足度は極めて高く、本業へのよいフィードバックもあったという。同社が事業に参加した背景やメンバーの思いなどについてお話をうかがった。

## 地域活動参加促進のポイント

- クリエイティブ分野での社会貢献活動を模索し、「東京D&Iプロジェクト」への参加を社員のプロボノ活動へのチャンスに変えた。
- 立候補制でチームを構成した。
- 趣旨に賛同し、企画を自分事としてとらえられる有志や、個人的な興味・関心とプロボノの内容が合致する社員の参加により、モチベーションを高く維持した。

### 〈地域活動に参加した社員の方たちの声〉

- ボランティアとは、相手のためだけでなく、自分も楽しくなり、得るものがあるということなのだと分かった。
- プロボノ活動は本業を顧みる機会となり、ひいては新しい価値を創出するチャンスにもなる。
- 「ありがとう」といった声に直接触れて、本業のモチベーションも高まった。
- 自分の価値観が広がったし、デザインの領域で障害を持つ方々の思いを具現化する力になれた。

## クリエイティブの分野で 社会貢献活動を模索

株式会社I&S BBDO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廣告代理店である。大手企業や自治体などをクライアントに持ち、廣告賞の受賞も数多い。そうしたノウハウや知見を



クリエイティブプロデューサー・櫻井ゆうさん。同社のクリエイティブグループが「東京D&Iプロジェクト」に参加するきっかけをつくった。

プロボノ活動で活かそうと、同社のクリエイティブグループは2019年9月に東京ボランティア・市民活動センターが実施した「東京D&Iプロジェクト（企業CSR等連携促進事業）」に参加した。このプロジェクトでは、障害関係の団体が東京都社会福祉協議会にプレゼンテーションを行い、そのなかから選定された団体に上限50万円の助成金が支給される。助成金を受けたそれぞれの障害者団体が事業の主体だが、企業と連携して事業を進める仕組みになっているところが特徴である。

I&S BBDOは、企画内容やプレゼンの方法を団体にアドバイスし、選定された団体の事業推進のための活動に参加した。クリエイティブプロデューサーの櫻井ゆうさんは「SDGsやCSR、CSVに注目が集まるなか、当社もクリエイティブの分野で社会貢献活動ができるのかと模索していました。その時にこの事業を知り、私たちが何か役立てることがあるの

ではと手をあげたのです」と参加の経緯を語る。

櫻井さんが統括役を務める形で、同社はふたつの企画に参加した。ひとつは、「かながわブラインドスキークラブ」で視覚障害者のパートナーとなる視覚障害のないボランティア（晴眼スキーヤー）を募集するPR動画の制作だ。制作チームを率いたクリエイティブディレクターの桐木淳二さんは、テレビCMの制作経験が豊富な大ベテランだ。過去に障害者チェアスキーヤーが登場する広告を制作した際、ハンデをはねのけるアスリートの強さに感銘を受けたことも、本企画に参加する原動力になったという。

ブラインドスキークラブの会長・矢部健三さんらは、パートナーとの滑りを格好よく撮ってほしいと要望した。しかし、桐木さんには滑走しながら撮影するほどのスキー技術がなく、予算的に外部の制作会社を雇う余裕もなく、困っていたところで偶然の出会いに恵まれた。制作会社のプロデューサーで、アルペンスキーの選手経験があり、撮影にも長けている人物と別の仕事を通じて出会ったのだ。打診すると「スキーの仕事は大歓迎」と快諾を得た。このようにして、社内メンバーを含む計4人の制作チームが立ち上がった。

## 社会貢献活動が仕事の原点を見つめ直す契機に

ブラインドスキークラブのメンバーと動画の構成や撮影手法の検討を重ね、桐木さんらは2泊3日の合宿に参加した。スキーだけでなく寝食も共にして、すべてをつぶさに記録した。「晴眼パートナーの参加の動機や、“世話をすると人とされる人”でなく、“スキーを介したフラットな関係性”、和気あいあいとした様子など、この合宿で私自身の視野が開けま

クリエイティブディレクター・桐木淳二さん。「かながわブラインドスキークラブ」のパートナーを募集するPR動画の制作チームを率いた。



した」と桐木さん。例えば、「撮影するには空が暗い」とこぼすと、矢部さんが「僕はいつも真っ暗だけれどね」と冗談で周囲を笑わせる。時には障害を冗談のネタにさえするオープンな雰囲気を、動画を通じて伝えたいと考えた。

クラブメンバーへのインタビューではリラックスして話してもらうため、こたつを囲んで酒を酌み交わし、自然な雰囲気を適えるためスマートフォンで撮影するなどプロの視点で工夫を凝らした。「23年パートナーを務める女性は、『ブラインドスキーでは普段出ない大声が出て、自分も元気になる。だから参加している』と語ってくれました。相手のためだけでなく、自分も楽しくなり、得るものがある。ボランティアを続けるとはそういうことなんですね」と桐木さん。

動画は当初予定していた時間30～90秒を大幅に超え、4分半もの大作になった。泣く泣く削って、45秒と100秒のバージョンも仕上げ、計3点を2020年2月に納品した。クラブメンバーの試写は好評を博し、パートナーの熱い思いに感銘したという声があがった。「普段は照れくさくて言えないことが、私たち第三者を通じて表明できた。活動に参



「かながわブラインドスキークラブ」のパートナー募集を呼びかけるPR動画のひとコマ。



パートナー募集のチラシも桐木さんらが制作を手掛けた。チラシから動画にアクセスできる仕組みになっている。

加していることに改めて誇りを持てたというパートナーの方の発言もあって、うれしかったです」と桐木さん。

一方で、自らの仕事ぶりを問い合わせ出来事にも直面したという。動画の最後のパートナーを募集するくだりで、ブラインドスキーヤーからの「お願い」とした部分を「お誘い」にしてほしいと指摘があったのだ。「手伝いでなく、仲間であることを切り取りたいと思っていたのに、『お願い』という言葉を選んでしまった。分かっていなかったと反省しました」

もうひとつの反省は試写の方法だ。動画を流すだけでは音しか認識できないと、試写の終盤になって気づいた。そこで場面を説明するテキストを用意し、音声読み上げ技術を介して再度試写を試みた結果、満面の笑みが返ってきた。「クライアントの課題を認識し、最適な形で伝え、心から『いいね』と言ってもらうにはどうすればいいか。仕事の原点を見つめ直す契機になりました」と桐木さんは語ってくれた。

### 店員が主役になるカフェがあってもいい

さて、同社が参加したもうひとつの企画は、社会福祉法人南風会「シャロームみなみ風」が運営する知的障害者の働くカフェレストラン「おんぶらーグ」(東京都新宿区)の夜間営業のコンセプト開発・店舗デザイン・宣伝活動である。

櫻井さんが参加者を募ったところ、アートディレクターの小阪将央さんとCMプランナーの東美紗さんが手をあげた。

小阪さんは「私と東はお酒の広告をつくった経験があり、力になれるかなと思いました。多様性が求められる時代、仕事以外のアウトプットを増やしていくたいという思いもありました」とその動機を語る。

アートディレクター・小阪将央さん。仕事以外のアウトプットを増やしていきたいという思いもあり、プロジェクトに参加しましたという。



東さんは、活動への思い入れについて、幼稚園時代の出来事を打ち明けてくれた。「障害のある子がふざけていたので注意したら、私が先生に叱られたのです。『この子は障害があるから仕方ない』ということなのでしょう。でも、その子はちゃんと話せば理解してくれたし、ダメなことはダメと言うことは大切だと思いました。コミュニケーションをあきらめるのは排除ではないかと、子ども心に違和感を抱いたことが原体験としてあり、クリエイティブの力でそういう関係性を少しでも変えられたらと思いました」

また、東さんにとってはプロボノ活動はクライアントの反応や自分の貢献が見えやすいことと、カフェが好きという個人的な興味も参加を後押ししたという。

プロジェクトは2019年10月にスタート。まず取り組んだのがコンセプトづくりだった。「知的障害を持つ方への提案は初めてで、どれくらいとがった提案が求められているのか、クリエイティブの方向性を探るところから始めました」と櫻井さん。小阪さんは、「皆さんの話を聞くなかで『仕事で成果をあげたい』『カッコイイと褒められたい』という思いは自分と同じだと感じました。そういう共通認識も手掛かりになりました」と振り返る。



カフェレストラン「おんぶらーグ」のスタッフの皆さん。



コースターのデザインは現在14種。エピソードや絵はどれも特徴的で、見る人を惹きつける。気に入って持ち帰る人もいるそうだ。

試行錯誤の結果、導き出されたのが「エピソードダイニング」というコンセプトだ。障害者スタッフのユニークなエピソードが、メニュー表を兼ねたコースター、フライヤー、パネルなどに絵や文章で綴られている。客がそれを眺め、自然とスタッフの個性に理解を深めていくという仕掛けである。

例えば、「歌舞伎町で殴られたい」というタイトルのエピソードがある。友だちと喧嘩をしたが悪かったと反省し、次の日に謝ろうと考えていた。その夜に殴り合いで和解する任侠映画をテレビで見た。それで口をついて出たのがこのセリフだったという。

「独特の思考回路から出てくる言葉はとてもおもしろいし、こんなとらえ方もあるのかという発見もある。今の世の中は健常者が中心ですが、このカフェは店員さんが主役になってもいいんじゃないかなと思います」と東さん。

夜間営業のため、デザインは落ち着いた色調にし、装飾もシンプルさを追求した。「その方が彼らの絵が活きるし、個性も伝わりやすいと考えました」と小阪さん。

プロジェクターで店の壁に映像を投影すると、通りからは店が浮かび上がるよう見え、ファンタジックな佇まいになる。限られた予算で、見事な演出により集客を促す。まさにプロの技だ。

## プロボノ活動は新しい価値を創出するチャンスになる

おんぶらーじゅは2020年1月24日から営業を開始した。月2回の金曜夜の営業時は近隣住民などで賑わう。客として店を訪れたという桐木さんも、「コースターやフライヤーはじっくり読むのではなく、ふっと目にるもの。そこからスタッフの人となりが分かる。こうしたショートカットはまさに広告の役目で、プロのスキルが活かされていると感じました。知的障害のある方は近寄りがたいと思われる向きもありますが、この店では愛すべきキャラクターに変換されるんですね」と後輩たちの仕事を評価する。

CMプランナー・東美紗さん。  
「このカフェは店員さんが主役になってもいい」という思いを込めて、お店のコンセプトを立案した。



お店の人の反応も上々だ。施設職員からは「プロの力に圧倒!! 利用者一人ひとり、輝くことができました」という嬉しい言葉をもらった。「障害のあるスタッフの方たちがみんなうれしそうに働いていて、営業日は自発的にエプロンを持ってくるそうです。『ありがとう』といった声に直接触れて、本業のモチベーションも高まりました。プロボノ活動は多くの方にお勧めしたい」と東さんは目を輝かせる。小阪さんも、「自分の価値観が広がったし、デザインの領域で障害を持つ方々の思いを具現化する力になれた。今後もこうした活動を続けたい」と語る。

手探りでクライアントの課題を掘り下げ、見事なクリエイティブに結実させた若手の成果に、桐木さんは顔をほころばせながら、こう語る。「プロボノ活動は本業を顧みる機会となり、ひいては新しい価値を創出するチャンスにもなります。プロボノ活動を通じ、「会社人」の一人ひとりが“職業人”としての自分の仕事を再定義し、それを自分の会社に持ち帰り、仕事に活かしていく。そうすれば、日本の企業もボトムアップで変わっていくのではないかでしょうか。そんな未来を想像しています」



プロジェクターで店の壁に映像を投影すると、通りからは店が浮かび上がるよう見えます。

I&S BBDO HP▶

