

OAC Creator Salon

第3回

【テーマ】

「被災地支援：大槌、輪島支援の実際 クリエイティブで出来ること」
「クリエイティブ・ボランティア活動“出前授業”のノウハウを学びませんか。」

開催日：2026年6月11日(木)18時~20時30分

場所：OAC 事務局&ZOOM

参加者 19名



今回は6月末に迫った輪島支援カレンダーの出前授業（輪島市内の中学1年生が各月のテーマをキャッチコピーにして、最終的にはOACのクリエイターがデザイン）で、中学生のサポート・アドバイスにあたるコピーライター5名の皆さんも参加してのクリエイターサロンです。出前授業の参考に過去の例も紹介しつつ、進行。

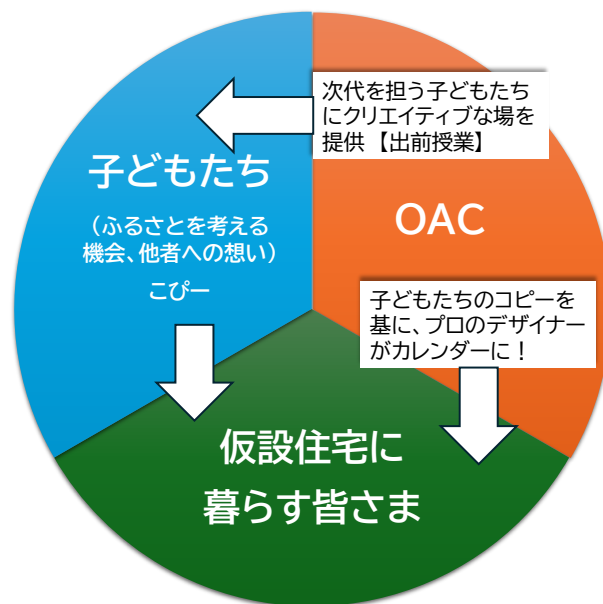
クリエイティブ・ボランティア（クリボラ）の理念と意義

活動の根幹には、ビジネスにおける「売り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」の考え方があり、

- OAC（売り手）が
- 被災地や地域社会（買い手）の課題解決に貢献し、
- その活動が世の中に伝わることで社会全体の意識変革（世間よし）を目指している。

「三方よし」

岩手県大槌町
石川県輪島市



クリエイティブのスキルを生かした社会貢献活動することで、結果としてOACとクリエイターのプレゼンス向上を図る狙いも。

この活動は、単なる社会貢献に留まらず、クリエイター自身の成長にも繋がるはず。広告業界の受注中心の業務とは異なり、

【企画の重要性】

- 表現のみに終始するクリエイティブの蝸壺から脱出
- 受注体質からの打破
 - 受注体質でテーマが考えられない広告屋が、ゼロから課題を発見し解決策を考えるという訓練の場になる。
 - そのためには視点を広げないとテーマも出ない。
 - コンサルに勝てなきゃなんて言っていながら、表現を深掘りするのは一生懸命やるけれど、根本から考えるということをやってきていない。今それをやらなかったら、この時代にもう生き残れない。
 - そういう点で表現のみに終始するクリエイティブの蝸壺から脱出できるきっかけになる。クリボラをやることの意味だと思う。

【課題を抱えるところへの打診方法】

- メール・電話・手紙・直接訪問（接点があるメンバーいると尚よし）

これらのプロジェクトへのアプローチ方法として、メールや電話での打診のほか、大槌町のケースでは何の接点もないまま現地へ飛び込みで訪問したこと、東京ハイヤー・タクシー協会の場合は銭湯のポスター展を見た先方から相談があったことなど、多様な経緯が共有されました。なお、アプローチの際は必ず企画書を作成し提出しています。

【関係値の構築と継続性】

様々な取組も全て初めてのことで、信頼性を構築するのは重要です。

特に初回は注力し、企画の実現とその効果に繋げていくことが大切です。

これは普段の仕事と同様ですが、信頼のおけない人や会社とは一緒に仕事をしたくないもの。

喜んでもらえる結果を出していくことで、継続性に繋がります。

過去のクリボラ活動事例紹介

- 社会課題啓発プロジェクト:ユニセフとの協業: 子供のエイズ撲滅をテーマにしたポスターを制作。
- 銭湯組合ポスター展:「銭湯に浸からないと見れないポスター展」と題し、実際に入浴しないと作品が見られない企画を実施。集客と業界の活性化に貢献。地方を含むテレビ局で取り上げられました。
- 東京ハイヤー・タクシー協会キャッチフレーズ: タクシーの車体にキャッチフレーズを掲載し夏の東京を走行する企画。タクシーへの親近感を醸成し、乗車促進へ。フレーズは昨年 2 万本以上、今年は 50 本の制限を設けたにもかかわらず 1 万 7000 本の応募がありました。この企画は、民放テレビ局で報道されたり、クイズ番組でコピーが紹介されたりしています。
- 三陸鉄道カレンダー制作: 毎年継続してカレンダーを制作しています。こちらも地元テレビ局や新聞社で報道されています。

輪島支援の前身となる岩手県大槌町支援について

大槌町でのコピーライティング授業:企画背景と実践手法

岩手県大槌町で 2012 年から約 10 年間にわたり実施されたカレンダー制作プロジェクト。

このプロジェクトは、次代の大槌を担う子どもたち(小学 4 年生)が自らの故郷を見つめ直し、その魅力を言葉で伝える機会(出前授業)を創出。出来上がったコピーフレーズを基に、OAC のクリエイターがデザインしカレンダーに。地元の子どもたちが紡いだ言葉を地元の仮設住宅に暮らす皆さんへお贈りし続けました。

授業は、故・黒須治氏が確立した手法を基盤としています。

黒須氏は「言いたいことは一つに絞る」「当たり前のことは言わない」「知らない人にも分かりやすく伝える」という「3 つのコツ」を提示。また、ウォーミングアップとして「いちご」という言葉を使わずにその魅力を表現するなどを通じて、子どもたちの思考を柔軟にしたうえでコピー制作。

2016 年に初の出前授業でしたが、翌 2017 年 2 月に黒須氏が急逝され、その後は三上事務局長がその手法を引き継ぎました(当時少年野球のコーチもしており、毎週小学生と接していたこともあり)。

いちごに代えて、先生の特徴を書き出してコピーにするなど、新たなアレンジを加えながら授業を継続しました。



その後の授業運営においては、当初テーマ決めを子どもたちに委ねていましたが、なかなか意見がまとまらず時間がかかりすぎるということも経験。またチーム名決めも、ああだこうだとまとまらず…。

そこから、テーマは事前に決定してもらう現在の形式に至りました。

ファシリテーターの役割

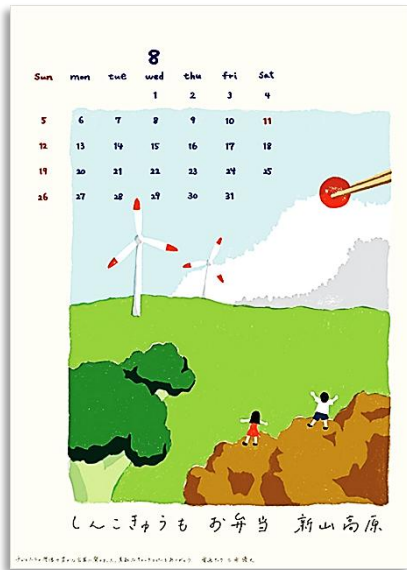
- 彼ら自身が「自分事」として考えられるよう「引き出してあげる」こと。
- 子どもたちのバラバラなアイデアを組み合わせたらどうなる?など促してあげること。

このような中から下記のような言葉が出てきました

しんこきゅうも お弁当

力をあわせて神様をわらわせる

みどりいっぱい空いっぱい
きよじんが もってる せんぷうき



輪島でのコピーライティング授業:実施概要と心構え

これから実施される石川県輪島市でのコピーライティング授業では、輪島中学校、門前学園、東陽小中学校中学1年生 80名を対象に、各月のテーマ12グループに分かれて行います。

授業で扱うテーマとして、「アマメハギ」「総持寺」「白米千枚田のあぜのきらめき」「出張輪島朝市」などが決定。特に1月の「アマメハギ」や12月の「総持寺」といったテーマでは、季節感を踏まえ、新しい年への希望や来年への期待といった気持ちを引き出すことも大事かもしれません。

決定したテーマ

担当月	中学校	テーマ
1月	輪島中学校	アマメハギ
2月	輪島中学校	重蔵神社の豆まき
3月	輪島中学校	如月まつり
4月	東陽小中学校(後期)	さくら
5月	輪島中学校	千枚田の田植え
6月	輪島中学校	市民まつり
7月	門前学園(後期)	ごうらい祭り
8月	輪島中学校	輪島大祭
9月	輪島中学校	出張朝市
10月	輪島中学校	あぜのきらめき
11月	輪島中学校	香箱ガニ
12月	門前学園(後期)	総持寺

参加する5名のコピーライター(サポーター)の皆さんに、出前授業経験者からのアドバイス

- 仮設住宅の暮らしは大変かもしれないけど、普通の生活でもあります。同情ではなく、面白いとか、なるほどとか、共感できる言葉を見つけていこう
- 皆さんが紡いだ言葉で、皆さんの元気を届けること
- 毎日見るものだからこそ、見て楽しくなること
- 見た人が次の行動に移せるように(お祭りや風景など観に行くところが多いので)

- 輪島の各テーマについて基本的な知識を頭に入れ、当日のファシリテーションに備える
- 輪島には「里山」だけでなく豊かな「里海」の文化があり、人々はその両方に支えられて生活していること。また、輪島塗に代表されるように地域へのプライドが高い文化があることも理解しておくこと。
- 中学1年生であるので、まだ小学生らしさが残っている一方で、思春期特有の難しさも出始める時期。対応には配慮が必要かも。
- なかなかアイデアが出せずに手が止まってしまう生徒に対しては、「まず知っていることや、その場所へ行った時の気持ちを書いてみよう」といった、心理的なハードルを下げる声かけが有効。
- 中学生へは、決定したコピーも少しいじるかもしれないと告げるものの、出来るだけその場で決定までもっていきたい。
- 7、8人いたら全員が「これがいい！」ってまとまるとは限らない。女の子たちはこれがいいって言って、男の子はこれがいいって言うても妥協しないんです。その辺をこううまく取り成すのも役割の一つです。
- 「300年続くドキドキのリズム」(虎舞)というコピーがありました。あれなんかは、バラバラにみんなが書いてあるんです。「300年続いている長い魂」とか書く人がいれば、ドキドキするとかっていうのがあるんで、これとそれをくっつけたらどうなるのとかってというようなアドバイスを行うことも必要です。また「うんめいぞ〜」というのもありましたが、あれも方言でいつも言ってる言い方したらどうなのっていうふうなことを投げてみるとか、それも自分事になってくるし、贈る先の仮設住宅の皆さんに響く言葉になっているかも、確認しながら進めていけたらいいですね。



その他、出前授業の過去の詳細などを紹介しましたが、そこは割愛。以上で、テーマについては終了です。その後は、出前授業の5人も初顔合わせということもあり、その場で交流・懇親会タイムに突入です。



いやー。みんな打ち解けるのは早い!なお、写真一番奥に「8番出口さん」。
 会いたい方は、ぜひ OAC にご参加ください。次回は 7 月 9 日(木) 18 時。

手ごね成長
**死ぬかと思った
 大失敗!**
学びで成長

**現場は楽し。
 されど
 管理職は辛し**
現場で学ぶ

**問題だらけの
 制作チームで
 成果を出す!**
どうやって成果を出すのか

**ココが変だよ
 広告業界の
 常識・非常識**
業界の常識

サロン通いが痛みつきになったら、
 会社じゃ経験できないプロジェクトにも
 ご参加くださいまし。

例えばこんなメンバーズ・トーク

トークを聴いたあとは、いっぱいやりっつ
 ワイワイガヤガヤ語り合いますよ。

OAC お久しぶりの貴方も。
 クリエイターのシゴトと
 人生をめちゃ豊かにする、
 月イチサロンです。

ほかにあ聴けない、
 語れないこと、炸裂!
 殿方も淑女も、
 ヤングも自称ヤングも、
 OAC お久しぶりの貴方も。
 クリエイターのシゴトと
 人生をめちゃ豊かにする、
 月イチサロンです。

新装開店!

クリエイターの憩いと刺激の間

2026
7/9(木)
 18時
OPEN

銀座のOAC会議室で
 お待ちしています!

じゃんじゃん出します!
 シゴトの本質



7月9日(木)は、若手・中堅、自称ヤングやお久しぶりの方も大集合!
 上記に、こんなテーマで話し合おうと例をあげていますが、7月9日は皆さんが聞きたい、話し合いたいことを伺い、
 今後のクリエイターサロンテーマを見つけ出したいと思います。もちろん終了後は、今回の報告にあるように皆さん同
 士の交流タイム!クリエイターの社会貢献活動や、クリエイターの悩みごと相談などご興味・ご関心のある方はぜひ
 OAC にご参加ください。

入会のご案内はこちら
 ●お問い合わせは事務局へ 03-3561-1220 info@oac.or.jp