

メディアビジネス部門と環境企画

メディアビジネス部門では、環境に関する社会変化や企業の取り組みを訴えていく環境コミュニケーションに力を入れています。編集特集や広告特集にイベントやデジタル展開などを加えた大型企画や、読者にとって身近なものをテーマにした事例など、様々な取り組みを報告します。

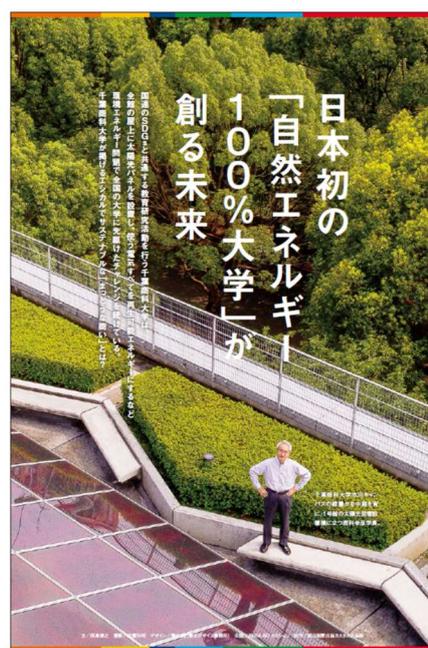
◆アデランス「朝日地球会議2020」採録

アデランスは2018年から3年連続で朝日地球会議に特別協賛しています。オンライン開催となった今回の朝日地球会議では、「あの石が、あのゴミが資源になるなんて！」をテーマに、持続可能な社会を目指すことを議論したパネルディスカッションを実施。箕輪 聡 氏による単独講演では同社のCSR・SDGsに対する取り組みを発信していくとともに、毛髪を研究する中で築いた企業としての姿勢や努力を、健康や医療、美容の分野に広げ、「ウェルネス産業」へと目指していることを説明しました。さらにこの朝日地球会議の採録やそれに付随したCSRシリーズ広告(全4回)を紙面やデジタルを活用して展開することで、同社がSDGsの観点を中心としながら様々な企業や人々と連携して事業展開していることを広く訴求していくことにつながりました。(特別協賛:アデランス)



◆千葉商科大学「日本初の自然エネルギー100%大学」訴求企画

千葉商科大学では、2013年に千葉県野田市にメガソーラー野田発電所を建設、大学1号館屋上にもソーラーパネルを設置し、市川キャンパスでの消費エネルギー量と発電量を同じにするプロジェクト「自然エネルギー100%大学」に挑戦しています。他にも学長が旗振り役として、地域連携やフードロスの問題など様々なSDGsの取り組みを行っています。これらの取り組みを丁寧に社会に発信したいという要望があり、朝日新聞出版と連携して提案しました。結果、朝日新聞本紙、AERA、AERA dot. を選定。朝日新聞東京本社版15段、AERAはSDGs特集号に観音見開き4頁カラーにて展開。学長インタビュー、写真は緑に囲まれたキャンパスとソーラーパネルの一体感を出すため、ドローンを使い上空から撮影しました。掲載後、紙面を増し刷りし大学説明会や学校訪問の際にご活用いただきました。地域との交流も積極的に行っていることもあり、近隣からの反響も高かったとのことでした。(千葉商科大学)



◆環境教育プロジェクト「地球教室2020」

「地球教室」は新聞社が持つ機能や情報を環境教育という観点から学校現場に生かすことを目的に、創刊130周年記念事業として2008年にスタートしました。これまでの取り組みの積み重ねによる認知度の向上もあり、全国の小学校・団体からの応募に応じて26万部の環境教材を無料配布しました。2020年は、これまで2冊だったテキストを1冊に合冊し、環境問題を体系的に解説した[基礎編]から、協賛企業などの環境技術や取り組みをまとめた[応用・研究編]への繋がりを強化。先生が授業でより使い易くなるよう工夫しました。小学生に絶大な人気を誇る「科学漫画サバイバル」シリーズ(朝日新聞出版)とのコラボレーションも4年目となり、「かんきょう新聞」賞の副賞などに購入書籍を活用することで、応募のモチベーションを高めるなど、グループ企業にも協力していただきました。



「地球教室」初のオンラインイベントにも取り組みました。9月20日、親子を対象とした「かんきょう1日学校」を、有楽町朝日ホールでのイベントに参加した講師や60組の参加者親子と、地方(3拠点)の企業研究所から参加の講師と、全国のオンライン参加者(双方向;小学4~6年親子、視聴のみ;小学1年~高校3年)の3グループを結んだ、配信とリアルイベントを同時進行させるハイブリッド型で開催しました。

朝日新聞記者と協賛企業が講師を務める合同出張授業には約500校からの応募があり(緊急事態宣言発出時に予定されていた2校が実施延期されましたが)、オンラインで2校、リアルで3校と、全国5校で実施しました。2021年度も、教育関連組織との連携をより強め、教育現場からの要望に応じていきます。(特別協賛:旭化成株式会社、株式会社ロッテ、ナブテスコ株式会社、株式会社UACJ、後援:文部科学省、環境省、他)

◆ハンティング ワールド ジャパン「ボルネオチャリティーバッグ」

7月1日のレジ袋有料化に先駆けて、2008年から続く、ハンティング ワールド ジャパンのボルネオチャリティープロジェクトを特集しました。チャリティーグッズの売り上げの一部を、環境破壊が進むボルネオ島の自然・動物・人が共存する社会をつくる活動に役立てていく、身に着けるだけでサステナブルな活動をサポートできる取り組みを紹介しています。さらに、循環型経済の実現を目指すプロジェクト「RENU(レニュー)」の再生ポリエステルを用いたエコロジーなリバーシブルバッグを新聞広告で訴求し、朝日新聞デジタルマガジン「&w」にも転載しています。幅広い世代により身近なものとして関心を持ってもらえる企画となり、商品の販促に加えて、同社HPへのアクセス数も増加するなど反響がありました。(ハンティング ワールド ジャパン)

