



吉本興業

SDGsの取り組み

エンターテインメントの力で
笑顔あふれるより良い社会を

まとめ/勝木美穂

2017年4月「島ぜんぶでおーきな祭」にて

国連が掲げる「持続可能な開発目標 (SDGs[※])」に賛同し、その普及啓発や推進に積極的に取り組む企業や団体が増えています。日本を代表する総合エンターテインメント企業である吉本興業もその一つです。本業であるお笑いを軸とした多様な活動を通じてSDGsを一般の人たちに広くPR。全ての人々が笑顔になれる夢と希望にあふれた未来のために貢献しています。

※SDGs (Sustainable Development Goals) とは、2015年9月の国連サミットで採択された2016年から2030年までの国際目標。貧困や飢餓の撲滅、教育の機会均等、地球環境の保全など、持続可能な世界を実現するための17のゴールと169のターゲットから構成されている。

社会貢献につながる「笑い」とは何か

吉本興業とSDGsの出会いは2016年10月のこと。「SDGsの普及啓発のために御社の笑いの力、エンターテインメントの力を借りたい」という国連広

報センターからの依頼がきっかけだったという。大崎洋共同代表取締役社長CEOからSDGs推進事業のリーダーに^{ぼってき}抜擢されたのが、羽根田みやびさん（執行役員/コーポレート・コミュニケーション本部本部長）だ。

「『SDGs』という言葉自体、そのとき初めて耳にしたような状況でした。初めは自分たちにどんなことができるだろうかという気持ちでしたね」

1912年の創業以来、吉本興業は「笑いで人々を幸せにする」をモットーに劇場やテレビ・ラジオなどでお笑い文化を発信し続けてきた。そんなエンターテインメント企業が近年、特に力を入れて取り組んできたのが地域の社会課題解消に向けた活動だという。自然災害に見舞われた地域に漫才や落語、映画などを届ける「よしもとあおぞら花月」や、若手芸人が地方に住みながら芸能活動をする「住みます芸人」など、官公庁や民間企業など異分野の人々と連携・協力しながらさまざまなイベントやプロジェクトを実施してきた。



「大崎社長には、これから先の未来で笑いは、エンターテインメントは、どんなふうにも人の役に立てるのだろうかという問いが常にあり、これからは、そんな新しい笑いのあり方を考えるべき時代だという思いを持っています。それを私たち社員も共有しながら、さまざまな活動に取り組んできました。なのでSDGsについても比較的取り組みやすい環境だったと思います」

自分の仕事とSDGsのつながりを考える

コーポレート・コミュニケーション本部のメンバーが最初に取り組んだのは、社内のSDGsに対する認知度を100%にすること。まずは専門家を招いた勉強会「SDGsキックオフ講演会」を東京の劇場で開催。SDGsとエンターテインメントのコラボレーション事業が始まることを周知したい、と広報プロモーションの仕事に長く携わってきた永井康雄さん（コーポレート・コミュニケーション本部プロデューサー）が司会を務めた。

「会場に集まった社員たちは、普段と違って雑談もしない硬い表情。集まってもらったメディアの方も『一体何が始まるんやろ?』という感じで非常にやりにくかったですね（笑）」

講演会の様子は大阪の劇場には生中継、地方や海外の社員、タレントには生配信された。勉強会終了後には、全部署の社員たちに「自分が今やっている仕事がSDGsの目標のどれに関わっているか」「これから取り組む仕事がSDGsとどう結びつくか」を考えてレポートを提出するという宿題が課されたという。

「最初の認知度は0.1%くらいだったと思います」

と笑うのは、山地克明さん（コーポレート・コミュニケーション本部プロデューサー）だ。

「それが2つの宿題に取り組んだ結果、いきなり100%近くにまで上がった。その理由は新しいことにも積極的に取り組むという吉本興業の社風もあると思っています。社員みんながSDGsの17のゴールを知り、自分のやっている仕事がどのゴールに、どんなふうにつながっているのかを考えるようになったことは大きいと思います」



2017年1月「SDGsキックオフ講演会」の様子

「楽しさ」は人が自ら動くための原動力

「とにかく、動きながら考えよう」と、始まった吉本興業によるSDGsのプロモーション活動。

「多くの人にSDGsを知ってもらうには、分かりやすく伝える仕掛けが欠かせないと思います。その点、私たちにはエンターテインメント企業としてのこれまでの経験と実績があります」

と、話すのは中島毅さん（コーポレート・コミュニケーション本部副本部長）。バラエティー番組などでおなじみの人気芸人たちがユーモアたっぷりにSDGsを語る動画を制作したり、SDGsの17のゴールに芸人のギャグを結びつけたスタンプを集めるスタンプラリーのコーナーをイベント会場に設けたり、分かりやすく、親しみやすい方法でSDGsをPRしていった。

「ちょうどSDGsが世の中に広まるタイミングでもあり、動けば動くほどSDGsに対する理解が深まり、知り合いが増え、いろんなことがどんどん進んでいったように思います」

2018年8月に北海道札幌市で開催された地域活性化イベント「みんなのウィーク」では、オリジナルエコバッグ作りをウォーキングイベントに絡めて実施。コース上に設置された4つのポイントのうち、

SDGsの17のアイコンがデザインされたバッジを各自が3つ選び、事前に配布された布製のバッグに



2018年夏、北海道札幌市と連携して行った「SDGsウォーク」でのエコバッグ

付けて自分だけのSDGsエコバッグを作るというもの。スタッフとして参加した羽根田さんは、そのときの人々の笑顔が忘れられないという。

『このマークは何の意味?』と、とても楽しそうに話しながらバッジを選んでいらっしゃいました。それを見ている私たちスタッフもとても楽しかった。イベントをやるときは、参加する側も企画する側も楽しむことが大切なんですよね。楽しさは人が自ら動き出すための原動力になりますから。SDGsというちょっと難しそうなことを考えるときこそ、笑いや楽しさは欠かせない要素なのではないでしょうか」

「笑い」と「地域」の力で目指す町おこし

さまざまなイベントを通してSDGsを発信し始めた吉本興業。その姿勢が評価され、2017年12月には「第1回ジャパンSDGsアワード」SDGsパートナーシップ賞を受賞した。それをきっかけに始まったのが、同アワードでSDGs推進本部長賞を受賞した北海道下川町との連携事業「プロジェクト“下川町株式会社”」だ。下川町は人口約3,400人。高齢化や過疎化が進む日本の典型的な地域だ。

「それだけに町の人たちの『持続可能な社会のために何をすべきか』という意識は私たちよりもずっと高い。しかも、アイデアもいろいろ持っていていらっしゃいます。ただし、そのままでは下川町の中だけで終わってしまいます。僕たちの持つ笑いやエンターテインメントの力と組み合わせることで、全国に発信したいと思っています」

と、語るのは同プロジェクトの中心メンバーで



下川町との連携協定発表会見の様子

ある生沼教行さん（コーポレート・コミュニケーション本部プロデューサー）。2018年夏に連携協定を結んでからは、下川町出身のオリンピック選手の激励会に吉本興業のタレントが参加して盛り上げるなど、各種イベントでの連携は既に始まっているという。

「現在、町民の方に出演していただく“しもかわ^{しん}森喜劇”や下川町を舞台にした映画の企画などが進行中です。地域を盛り上げるにはどういうモデルケースがつかれるのか。下川町での取り組みを、他の地域にも反映できるようになればと考えているところです」

1人でも多くの笑顔のために今、できること

一度SDGsに関心を持てば、関連性のある話題が自然にアンテナに引っ掛かってくる。

「今年の夏も実施する予定のウォーキングイベントの打ち合わせで札幌市へ行ったところ、昨年イベント運営を手伝ってもらった地元の方々がSDGsについて勉強を重ねていらっしゃっていて驚きました。私たちが活動することで、とんでもなく遠くの人たちにもSDGsを知ってもらえるんだな、と手応えを感じましたね」

と、羽根田さん。国連が掲げるSDGsの目標達成ゴールは2030年。そのときにどんな社会になってほしいかを尋ねたところ「1人でも多くの人が笑顔でいられる世の中」と、この日話を聞いたメンバー全員が声をそろえた。

「ゴール達成に向けて何かやらなきゃいけない、という機運は高まってきているとひしひしと感じています。吉本興業として何かお手伝いできることがあればどんどん手を挙げていきたい。北海道の下川町をはじめ共同で事業を行う相手とは、まずは丁寧に関係性を築き、互いにいろんな話をし、そのやりとりの中で何ができるかを考え、それを確実に育てていく。それが持続可能な社会の実現につながると信じています。笑いは世界共通の言語。SDGsという世界共通の課題解消に向けて、笑いにできることは決して小さくないと思います」

（写真は全て吉本興業提供）