

【エントリー名】 クックパッド ウクライナ人道支援「#powerofcooking 私たちは料理でつながろう」プロジェクト

【事業主体】

クックパッド株式会社

エントリー案件に関わるキーワードがあれば✓してください。✓の有無や数は評価に関係ありません。（複数可）

- コーポレート・コミュニケーション コーポレートブランド インターナルコミュニケーション リスクコミュニケーション
 マーケティング・コミュニケーション 新商品コミュニケーション ロングセラーコミュニケーション ソーシャルグッド
 グローバル 新手法開発 自社コンテンツ開発（著作）

案件概要： Describe the campaign/entry

■ **クックパッドとウクライナの関わり** クックパッド株式会社は、「毎日の料理を楽しむに作る」というミッションを掲げ、日本を含め世界 73 カ国・地域、31 言語で料理レシピサービス「クックパッド」を運営しています。2020 年 10 月にスタートさせたウクライナ語版クックパッドはウクライナ人のスタッフにより現地で運営されています。サービスの規模はまだ小さいですが、ウクライナの家庭料理などが現地ユーザーの皆さんによって日々投稿されてきました。

■ **「ウクライナの人々を支援する上で、日本の知恵を貸してほしい」** 2022 年 3 月 4 日、クックパッドスペインのスタッフから入った、日本のクックパッドへの相談が、一連の支援企画のきっかけになりました。紛争により日々の料理が楽しいどころか困難になっている現状のウクライナですが、私たちに震災時の知恵がありました。11 年前、東日本大震災の折、クックパッドは特設ページ「限られた食材で工夫 みんなで作る支援レシピ」を、震災発生から 2 日後にリリースしました。当時、被災地では広範囲で停電が起き、寒さの中、料理をすることが困難な状況が続きました。クックパッドは「節電・省エネ料理」「ガスを使わず簡単料理」「節水料理」「缶詰アレンジ」「食材ひとつでおかず」といったレシピを募集、最終的に集まった 824 品のレシピの中には、阪神大震災を経験したユーザーさんが、自身の体験を元に作成したものもありました。

■ **レシピで支援するという新しい形** ウクライナ紛争下の人々に寄付ではなく、料理レシピで日本から生活の支援をする、レシピ公募という形で実施しました。現地の食材で、ガスなどのインフラが止まってもできる料理や、食材が少なくても作れるレシピを 3 月 7 日に募集したところ、238 件のアイデアが集まりました。集まったレシピはスタッフとボランティアによりウクライナ語に翻訳され、ウクライナ語版のクックパッドにアップされ、現地の人々に活用されました。

■ **料理の力で人を繋ぐ、心を繋ぐ** さらに、ウクライナと日本を料理でつなぐ活動を実施しました。6 月には電子書籍「ウクライナのレシピ帳」を発行。8 月には公益財団法人横浜市国際交流協会の協力のもと、2 つの料理教室を開催。一つは、ウクライナ避難民に日本のボルシチとも言えるスープ「豚汁」を学んでもらう料理教室。もう一つは、ウクライナ避難民の方が講師となり、ウクライナ家庭料理を小学生に教える料理教室。さらに、ウクライナ避難民の方とハガキで文通する中高生向けの企画も実施しました。ウクライナの方々がこれまで日々培ってきた料理という生活行為が、日本では価値になるのです。諸経費を除いた書籍の売上、イベントの参加費は全額、スタッフとして参加いただいたウクライナの方々および、横浜市国際交流協会に寄付、料理を通じた支援活動に使用されました。

■ **私たちは料理でつながろう** 私たちは常に生活をしている個人の「毎日の料理」を支援しています。それは紛争下でも一緒です。今できる活動を重ねていく中で、企画に賛同し、参加する人は増えています。クックパッドは、家庭料理は国籍や人種、宗教、政治的信条の異なる人たちをつなぐことができる、人間の根源的な営みだと考えています。過去にもクックパッドのユーザーの間で、国を超えた心温まるつながりがたくさん生まれているのを目の当たりにしてきました。この時代だからこそ、料理を通じて、世界をより良い場所にするべく、世界のあらゆる国の、個人の料理を支援する努力を続けなければならないと考えています。

解決すべき課題： **Challenges** 避難民に対する支援を意識する人が少ないこと。PR の力で知ってもらうだけでなく、同時に下記の課題の解決も考えました。

- ① 紛争による生活インフラの破損、食材の入手困難などが起こり、生活の柱である毎日の料理が破壊されている
- ② 避難により家族から切り離されてしまったことや、言葉もわからない避難先における心的ストレス

パブリックリレーションズとしての視点： **Why PR?** PR の目的は一貫して「料理の力を知ってもらうこと」そして「ウクライナ紛争問題に関心を持ち続けてもらうこと」。いずれの活動もメディアの当日取材を複数受け、多くの反響をいただきました。当初、ウクライナ語版クックパッドの Web を通じて行っていた支援は、現在自治体、団体、個人と協力者を増やしながらか、横浜在住の避難民への直接支援、コミュニティづくりへと広がっています。2 つの目的を、ステークホルダーを増やし、PR の力でメディアにも関わっていただくことで実現できています。

課題解決のための戦略： **Strategy** クックパッドだけでなく、紛争を影響しているウクライナ人、支援する日本の方々、自治体といった関係者全てにとって Win-Win になるシナリオを意識しました。常に「料理」を中心に置くことで、生活の支援だけでなく、参加者においしい、うれしいといった体験を生み出す「毎日の料理を楽しむに作る」というクックパッドのミッションに合致した企画として組みました。

課題解決のためのアイデア： **Idea**

アイデア① レシピによる紛争下での生活支援 日本における震災時の経験などをもとに、クックパッドのプラットフォームを活用しレシピ募集しウクライナの方々に提供。日本の方々にも金銭以外の支援方法になるだけでなく、国ではなく直接的に人に対して支援できる。

アイデア② ウクライナの家庭料理を日本人に届ける（レシピ本・料理教室） ウクライナの方にとっては特別ではない毎日の家庭料理も、日本人にとって興味の対象として価値がある。そこを活用し、レシピ本や料理教室を販売。また、料理教室はウクライナの方が日本の人々と心のつながりを持つ場にもできる。

活動内容： **Execution** プレスリリース

- 1 [クックパッド、ウクライナ人道支援のためのレシピ募集プロジェクト「#powerofcooking」を開始](#)（2022 年 3 月 7 日）
- 2 [ウクライナ紛争における避難民への支援を目的とした電子書籍『ウクライナのレシピ帳』を発売](#)（2022 年 6 月 30 日）
- 3 [日本の小学生、中高生、横浜市も巻き込んだ「つながる料理教室、文通」施策の展開](#)（2022 年 8 月）

目標に対する直接的・間接的な成果： **Results** メディア露出 3/11 [日経ビジネス「ウクライナ人へレシピ届け クックパッド「料理でつなぐ」支援の形](#)
 4/4 [NHKゆう5時「ウクライナ支援最新情報」](#) 7/22 [ラジオ日本「ハッピーイチャ押し情報」](#) 8/11 [Yahoo!ニュース「大根ステーキがおいしい！ウクライナ避難民が日本人に伝えたい、"困っていること&感謝していること"」](#) 8/23 [NHK 首都圏 NEWS WEB「ウクライナからの避難者が料理教室で子どもたちと交流 横浜」](#)
 8/23 [テレビ東京「ウクライナからの避難者が小学生に料理教室」](#) 8/24 [神奈川新聞「ウクライナ家庭料理に挑戦 避難民が講師、子どもと交流」](#)