

**【エントリー名】** 能登半島地震の被災地で生まれたカプセルトイ 珠洲市立大谷小中学校 児童生徒 発案 “OHTANI CHARM”**【事業主体】** 珠洲市立大谷小中学校**【実施期間】** 2024年9月～

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）

プロジェクト概要：**PR project overview****能登半島地震で甚大な被害を受けた珠洲市立大谷小中学校。**

震災前に23人いた児童生徒は、震災を経て5人になった。（その後卒業生1名を送り出し、2025年10月現在4人が在籍）

5人の児童生徒は、大谷地区の魅力を伝えるために「地域でとれた材料を用いカプセルトイを制作し販売し、その収益は珠洲市に寄付する」という計画を立案。

**子どもたちが中心となり、地域内外の大人たちを巻き込み、全国メディアにも登場するプロジェクトに仕立て上げた。**目的と解決すべき課題：**Objective&Challenges****能登半島地震発生当時、大谷地区は孤立地域となった。**震災発生後半年たっても、メディアの取材がほぼ入っておらず、県外で**大谷地区の存在を知る人はわずかだった。****また震災後、移住や避難で人口の流出が続いていた。****「大谷地区に世間の関心を集めること」「大谷地区に住んでいる人に誇りを持ってもらうこと」****「大谷地区を出て行ってしまった人たちと繋がり続けること」を目標に、プロジェクトがスタートした。**課題解決のための戦略：**Strategy****子どもたちが中心となり、地域内外の大人たちを巻き込んでいった。**

- ・商品制作は教職員や地域の人を巻き込み、自分たちで実施。
- ・クリエイティブ制作やPRは、ボランティアとして地域に入っていたクリエイターを巻き込み制作・実施を依頼。
- ・販売場所は、珠洲市の道の駅に交渉。修学旅行で行った東京でも販売すべく、珠洲市出身の局長のいる郵便局に交渉を行う。
- ・メディア取材も、自分たちで受ける。特に中学3年生の生徒1名が修学旅行で東京に行くので、その際にも販売を行う。
- ・全国展開についても、自分たちで交渉して行う。

**自分たちから教職員・地域の人々、クリエイター、珠洲市の販売場所、東京の販売場所等、巻き込む人々を広げていき、ステークホルダーを拡大していった。****そして最終的には多くのメディアを巻き込むことに成功した。**課題解決のための独創性あるアイデア：**Idea**

- ・子どもたちが中心となり、地域内外の大人たちを巻き込んでいったこと。
- ・さまざまなプロフェッショナルの大人たちが、しっかり巻き込まれていったこと。

活動内容の専門性または完成度：**Execution**

※【】内は巻き込んだステークホルダー

2024年7月【地域】珠洲市内の子ども議会で構想を発表。

2024年7月【クリエイター】現地にボランティアとして支援に入っていたクリエイティブディレクター/コピーライター（PR担当）に支援を依頼。

2024年8月【地域】地域の人々の協力を得ながら、商品制作を開始。

2024年9月【クリエイター】プロボノクリエイター（クリエイティブディレクター、アートディレクター、カメラマン）でネーミング、ロゴ、キービジュアル他を制作。

2024年9月【地域】販売開始予定だったが、能登豪雨で中止に。

2024年10月【北陸メディア】珠洲市の道の駅で販売開始。豪雨で中止になったエピソードも含めて地域メディアにPR。販売予定数を1時間半で完売し、大きな話題に。

2024年10月【全国メディア】修学旅行中の中学3年生1名が東京で販売を実施。全国メディア（NTV、CX、朝日新聞、読売新聞）でも取り上げられた。

2024年11月【移住者】メディアに取り上げられたことで盛り上がりを見せ、大谷地区の外に移住・避難した家族も販売に協力。

2025年1月【東北メディア】同じの文字の縁から、東日本大地震の被災地気仙沼の「大谷海岸」で販売を実施。東北メディアほか全国メディア（NHK）でも取り上げられた。

2025年4月【地域】売り上げを珠洲市に寄付。第2弾の発売を開始。

2025年4月【全国メディア】修学旅行中の中学3年生1名が東京で販売を実施。全国メディア（朝日新聞、読売新聞）でも取り上げられた。

目標に対する直接的・間接的な成果・評価、社会的インパクト：**Impact&Results****目標：「大谷地区に世間の関心を集めること」**

【メディア取材件数】：20件以上

【販売数】販売予定数(第一弾)：500個完売。第2弾の販売に繋がり、現在も販売を続けている。

**目標：「大谷地区に住んでいる人に誇りを持ってもらうこと」**

【売り上げ（寄付額）】23万6500円を市に寄付。

**目標：「大谷地区を出て行ってしまった人たちと繋がり続けること」**

【移住者との繋がり】大谷地区を離れた18人の子どもたちとその家族とも、繋がり続けている。