

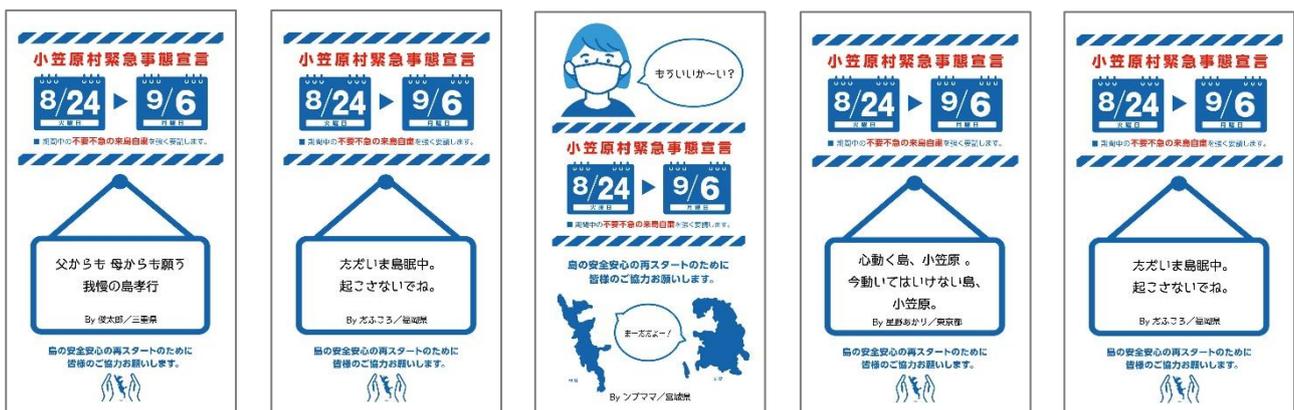
2021年8月27日

報道関係各位

CCC マーケティング株式会社
小笠原村観光局

**CCC マーケティング×小笠原村観光局 共育プロジェクト「おがさわラボ」
小笠原村の「村内コロナウイルス一掃期間」を伝えるキャッチコピー募集、定期船に掲出
～「ただいま島眠中。起こさないでね。」「心動く島、小笠原。今動いてはいけない島、小笠原。」
など2日間で266件のアイデア投稿をいただきました～**

CCC マーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村和彦）と、世界自然遺産・小笠原諸島の情報発信や観光誘致を行う一般社団法人 東京諸島観光連盟 小笠原村観光局（所在地：東京都港区）は、生活者と島民が一体となって“共に島を育て、人を育て、未来を育てる”共育プロジェクト「おがさわラボ」に取り組んでいます。このたび小笠原村では、2021年8月24日（火）から9月6日（月）までの2週間を「村内コロナウイルス一掃期間」と設定し、「おがさわラボ」を通じて小笠原村独自の緊急事態宣言を伝えるためのキャッチコピーを緊急募集いたしました。その中から選定された5つのキャッチコピーを定期船「おがさわ丸」内のデジタルポスターとして掲出することとなりましたので、お知らせいたします。



CCC マーケティングと小笠原村観光局は、2021年4月より、新しい地方共生の形の実現を目的に「おがさわラボ」プロジェクトを立ち上げ、2.7万人を超える生活者がプランナーとして企業や行政の課題解決に参加する共創コミュニティサイト「Blabo!」(<https://bla.bo/>)を活用して、「旅行中の雨の日を楽しむアイデア」や「24時間の船での移動時間を素敵にするアイデア」などを募集、アイデアの実現に向けて企画を進行しています。

※4月からのプロジェクト詳細はこちら：https://note.com/ccm_planningnote/n/n788c724dfebc

そのような中、小笠原村では、村内でのコロナウイルス感染者の増加を受け、2021年8月24日から9月6日までの2週間を「村内コロナウイルス一掃期間」とする小笠原村独自の緊急事態宣言を発出いたしました。島民の暮らしに安心を取り戻すとともに、観光客のみなさんにも安心して来島いただける島に戻すために臨む「村内コロナウイルス一掃期間」を、より多くの方に実践していただくために、「島民も観光客も、小笠原諸島と本土との行き来を抑えたいくなる”キャッチコピー”（30文字以内）」の緊急募集を「Blabo!」にて実施しました。その結果、8月21日～22日までの2日間という短い期間にも拘わらず、合計266件のアイデア投稿をいただきました。

投稿いただいたアイデアは、小笠原村観光局が「小笠原アンバサダー」と島民から募集したものと合わせた中から計12案（Blabo!会員5案、アンバサダー4案、島民3案）が選ばれ、本土と小笠原諸島の間を運行する定期船「おがさわら丸」内のデジタルサイネージにて8月24日から掲出しています。今後このキャッチコピーは、その他広報活動などにも使用される予定です。

■渋谷正昭 副村長（小笠原村長職務代理者）からのコメント

一掃期間に乗船される方々は、様々な事情での乗船と承知しており、船内も到着後もしっかりと感染対策をとっていただけるものとは思っていますが、このサイネージを目にすることで、その思いを強めていただけたと思います。

■小笠原村観光局 根岸康弘氏からのコメント

このたび、小笠原村が独自の緊急事態宣言を発出するにあたり、一人でも多くの方にご理解いただき、協力していただける方法を考えました。そして、「共育プロジェクト」でお世話になっている「Blabo!」での展開を思いつきました。募集期間2日間という前代未聞の短さに駄目もとでご相談したところ想定外のGOサイン。それからは怒涛のような時間を共有させていただきましたが、その甲斐あって266件の素晴らしいアイデアをいただくことができました。改めて、志ある方々の行動力とチームワークに驚くとともに、感謝の気持ちで一杯です。そして、これからも「Blabo!」を通じて、「小笠原にこんなあったらいいな」を一つでも多く実現していければと考えております。

■共育プロジェクト「おがさわラボ」 <https://bla.bo/teams/ogasawara>

小笠原村観光局とCCCマーケティングが共に取り組む「おがさわラボ」は、日本が誇る世界自然遺産である小笠原を「保護すべき場所から、新しいものが生まれ育つコミュニティへ。」というコンセプトで、生活者と島民やアンバサダーが一体となって“共に島を育て、人を育て、未来を育てる”共育プロジェクトです。「Blabo!」をはじめ、ライフスタイル提案を強みとするカルチャア・コンビニエンス・クラブ（CCC）グループのアセットも活用し、取り組みを行っていく予定です。



CCC マーケティングは、「UNIQUE DATA, SMALL HAPPY.」をグループミッションに、多種多様なデータを、テクノロジーとアイデアで価値創造し、個人のライフスタイルとそれを取り巻く社会をつないで、一人ひとりの毎日の小さな幸せを作ることを使命としています。ユニークデータを価値ある情報に磨きあげ、さまざまな社会課題に向き合い共創しながら解決に向けて取り組んでいくことで、持続可能でよりよい社会の実現を目指してまいります。

小笠原村観光局は、従来からの旅行会社とのパイプを維持しながら、メディア対応、イベント実施等により小笠原の観光の活性化に寄与することを目的に、小笠原村の資金拠出の元、本土の東京諸島観光連盟内に設置されました。本土にあるという機動力を活かして、小笠原のセールス・PR 活動を行なってまいります。

■共創コミュニティサイト「Blabo!」(<https://bla.bo/>)

2.7 万人を超える生活者がプランナーとして企業や行政の課題解決に参加する「Blabo!」は「生活者の本音」からインサイトを導き出すための共創コミュニティサイトです。企業が知りたい内容を、生活者が回答しやすい「お題」として掲載。WEB サイトやアプリを通じて生活者の声を集めることができます。まさにその様子は、オンラインで行う企画会議のよう。自由でオープンな意見交換を通じて、生活者のインサイトを抽出し、本当に世の中に必要とされる商品・アイデアコンセプトメイクを伴走いたします。