

2011年11月9日

株式会社 電通パブリックリレーションズ

**電通パブリックリレーションズ**  
**アジア・パシフィック・セイバー・アワードで CSR 部門最高賞を受賞**

株式会社 電通パブリックリレーションズ（代表取締役社長執行役員：近見竹彦、本社：東京都中央区、以下電通 PR）は、PR 業界のグローバルな情報プロバイダーであるホルムズ・グループ（代表：ポール・ホルムズ、本社：ニューヨーク）が主催する「アジア・パシフィック・セイバー・アワード」において CSR 部門最高賞を受賞しました。

受賞したプロジェクトは、常磐興産株式会社の「Dancing from Disaster: Road to Recovery from Fukushima（災害から踊り出る：福島からの復興の道）」です。これは東日本大震災で営業休止を余儀なくされた福島県いわき市の温泉リゾート施設、スパリゾートハワイアンズが、自らが被災者であるにもかかわらず、地元経済を牽引する企業の責任として、被災した人々をはじめ、日本中に笑顔と元気を届けるため、フラガールの全国巡業を行ったというプロジェクトです。「フラガール全国きずなキャラバン」と名付けられたこのプロジェクトは、日本国内を中心とした活動ではありましたが、その普遍的な価値が海外でも認められ、『ニューヨーク・タイムズ』などの海外の主要紙でも取り上げられました。

2009年に始まったアジア・パシフィック・セイバー・アワードは、アジア太平洋地域で最も権威のある PR 業界の賞で、2回目の開催となった今回は 34 のカテゴリーから 580 件ものエントリーがあり、日本からも 14 件のエントリーがありました。

「セイバー（SABRE）」とは「Superior Achievement in Branding and Reputation」の略で、ブランディングおよびレピュテーション（評判）の構築において優れた業績をおさめた PR キャンペーンが表彰されます。この賞は北米で 1989 年に「CIPRA アワード」（CIPRA：Creativity in Public Relations Award）としてスタートし、2000 年にセイバーという名称に変更されました。2005 年には EMEA セイバー・アワード（EMEA：ヨーロッパ・中東・アフリカ）がスタートしましたが、北米では毎年 1800 件、EMEA では 25 カ国から毎年 1200 件ものエントリーがある、PR 業界で最も重要な賞のひとつになっています。

電通 PR の近見竹彦社長は、「創立 50 周年という節目にこのような賞をいただき、大変光栄に思っています。これからも社会的に意義のあるよい仕事に、お得意様とともに取り組むことができれば幸いです」と述べています。

**本件に関するお問い合わせ先**

株式会社 電通パブリックリレーションズ 人事総務部

Tel：03-5565-2740 Fax：03-5565-8658

〒104-8210 中央区銀座 2-16-7 <http://www.dentsu-pr.co.jp/>

## 受賞したプロジェクトの概要

「Dancing from Disaster: Road to Recovery from Fukushima (災害から踊り出る：福島からの復興の道)」

クライアント名： 常磐興産株式会社 (スパリゾートハワイアンズ)

エントリー・カテゴリー名： CSR (企業の社会責任)

プロジェクト担当者：株式会社 電通パブリックリレーションズ

アカウント担当：

第1ディレクション局 部長 櫻井暁美、高橋沙織

戦略立案担当：

コミュニケーションデザイン局 プロジェクトマネージャー 田中延幸

メディア担当：神崎美穂

イベント担当：谷本直也

概要： 2011年3月11日、東日本大震災と東京電力福島第一原子力発電所の事故に見舞われ、スパリゾートハワイアンズは営業休止を余儀なくされました。福島第一原発から50km、福島県いわき市に位置し、年間150万人が訪れ、45年の歴史を持つ日本初のテーマパークです。

1960年代後半、斜陽化する炭鉱町の復興事業として一大温泉リゾート施設「常磐ハワイアンセンター」(当時)の建設が具体化。地元の娘たちが家族や町を救うためにフラガールとなって踊り、町を復活させた一大成功物語は、映画「フラガール」として2006年に映画化され、日本アカデミー賞最優秀作品賞などを獲得しました。

本プロジェクト「フラガール全国きずなキャラバン」は、開業前年に行われたフラガール全国巡業を46年ぶりに復活させたものです。かつて炭鉱と家族を救うために立ち上がった初代フラガールの精神にない、現代のフラガールが震災復興を願って笑顔と元気を届けるために踊り続け、自ら被災者でありながら、地元いわき、福島、東北の被災者、そして日本全体を元気づけるために行った活動です。

5月3日にいわき市内避難所への慰問公演を皮切りにスタートし、福島県内や東北各県、首都圏の避難所、九州や中国地方の炭鉱ゆかりの地、復興を遂げた神戸市や広島市など、訪問先は全国26都府県に韓国ソウル市を含め125カ所、公演回数は247回に上りました。一連の活動は、東北復興のシンボルとして評価され、先ごろ観光庁長官賞を受賞。また、震災発生から10月1日に施設が部分営業を再開するまでの経緯は、ドキュメンタリー映画「がんばっぺフラガール！～フクシマに生きる。彼女たちのいま～」として全国ロードショー公開されました。

電通PRは、震災直後から復興に向けてのコミュニケーションプランを策定・提案し、本プロジェクトの推進にあたりました。

このプロジェクトは、国内で話題を呼んだだけでなく、米『ニューヨーク・タイムズ』紙のオピニオンページ、英『デイリー・テレグラフ』紙など、海外の主要メディアでもとりあげられ、国境をこえて共感を生み出しました。

プロジェクト責任者 電通 PR コミュニケーションデザイン局 プロジェクトマネージャー 田中延幸  
コメント

「震災からの復興に向け、福島・いわき発の“笑顔”と“元気”を全国の多くの方々にお伝えすることができ、また共感していただくことができました。この活動がCSR分野で国際的にも高く評価されたことをたいへんうれしく誇りに思います。今後も「PR」が持つ力を発揮できるような活動に取り組んで行きたいと思えます。」

## アジア・パシフィック・セイバー・アワードのエントリー・カテゴリー

### A. 地理カテゴリー

1. オーストラリア/ニュージーランド
2. 中国
3. インド亜大陸
4. 日本
5. 韓国
6. 東南アジア
7. マルチカントリー（2カ国以上）
8. 地域（5カ国以上）
9. グローバル（アジア太平洋地域を中心として、他の地域にまたがるキャンペーン）

### B. 業務領域カテゴリー

10. コンシューマー向けマーケティング（既存製品）
11. コンシューマー向けマーケティング（新製品）
12. B-to-B マーケティング
13. 企業イメージ
14. クライシス/イシュー・マネジメント
15. パブリックアフェアーズ/ガバメント・リレーションズ
16. パブリック・エデュケーション
17. ファイナンシャル・コミュニケーションズ
18. エンプロイイー・コミュニケーションズ
19. デジタル/ニューメディア
20. メディアリレーションズ
21. デジタル・キャンペーン
22. ソーシャル・メディア・キャンペーン
23. スペシャル・イベント

### C. 産業セクターカテゴリー

24. コンシューマー向け製品/サービス
25. 産業/製造業
26. 食品/飲料
27. ファッション/美容
28. ヘルスケア
29. テクノロジー
30. 旅行/娯楽
31. ファイナンシャル/プロフェッショナル・サービス
32. 協会
33. 公共セクター/政府
34. 非営利

## 株式会社 電通パブリックリレーションズについて

株式会社 電通パブリックリレーションズ（以下電通 PR）は、1961年の創立以来、日本の PR 業界のパイオニアとして、国内外の企業・政府・団体のコミュニケーションをサポートしてきました。株式会社 電通の100%子会社である電通 PR は、大阪に支社をもつ数少ない PR 会社のひとつです。代表取締役社長執行役員である近見竹彦のもと、現在219名の社員（うち15名は関西支社）が、各種マーケティング・コミュニケーションからクライシス・イシューマネジメントなどのコーポレート・コミュニケーションまで、クライアントに総合的なサービスを提供しています。詳細はウェブサイトをご覧ください。  
[www.dentsu-pr.co.jp](http://www.dentsu-pr.co.jp)