

# EIJI YAMADA IMPACT CREATOR



39 ←————→ 38



細胞レベルから  
これまでの生き方を改めよう  
山田英治

## 山田英治

正義のために、スッキリとした気持ちで  
やりがいを持って働く

## 社会課題は世の中にコマンとある

間接的ながら  
原発の仕事に  
関わっていた

子どものころから生徒会長をやったりして、困っている人がいたら何とかしたいという正義感が強かったかもしれないです。そういう性格だったので、社会的な問題を解決したいという思いがあり、大学は早稲田の政治経済学部政治学科に進みました。そこで「雄弁会」という、有名な政治家を多く輩出している名門弁論サークルに入るのですが、サークル内で派閥争いが起きたりするような、ちょっと肌が合わないところがありました。それでサークルから離れて、社会や政治の問題を学生にわかり

やすく伝えるミニコミ雑誌を作りはじめました。今考えれば、これが僕の原点かもしれません。だんだんと本を作ることも楽しくなって、コラムやフィクション小説を書いたり、書くことを通したエンターテイメントの世界に目覚めました。卒業後は「コピーライター」って職業なら経済的にも食べていけるらしい」と聞いて、広告代理店の博報堂に入社しました。そのころには政治や社会問題への関心は薄れていて、クリエイターとしてひたすら商業広告を作っていました。コピーライターからCMプランナーとしても仕事をすようにになり、もうバブルは崩壊していたのですが、流行のアイドルやタレントをたくさん起



山田英治  
やまだ えいじ

## 株式会社 社会の広告社 代表取締役／映画監督

1969年千葉県生まれ。早稲田大学政治経済学部卒業後、1993年株式会社博報堂に入社。コピーライター、CMプランナーとして大手企業との仕事に取り組み活躍する。2000年から1年間休職、映画監督・脚本家としての活動を開始。2011年の東日本大震災をきっかけに、「細胞のレベルから生き方を改めよう」と決意。ソーシャルクリエイティブディレクターとして社会的課題を扱う仕事をメインにする。翌年にはNPO法人Better than todayを立ち上げる。2015年、長崎の小さな里山の住人たちによるダム反対運動を知り、ドキュメンタリー映画を撮りはじめる。2017年に完成した『ほたるの川のまもりびと』は各方面から多くの反響を呼ぶ。2018年春に博報堂を退社し、社会課題に関連する広告を専門としたクリエイティブエージェンシー、株式会社 社会の広告社を設立。環境問題、社会福祉、地方活性化などのさまざまな課題に社会の広告マンとして取り組んでいる。

用して面白いことをいろいろやっていましたね。30歳のころには、CMの15秒ではやりたいことが取まらなくなるようになって、1年間会社を休職して長編の脚本を書く勉強をして、劇場公開されるなど、映画の仕事もするようになりました。

2003年、電力会社のトラブルによる原発の停止を受けて、節電を呼びかけるキャンペーンの仕事を担当。それから東日本大震災が起きます。両親の出身地である福島で未曾有の原発事故が起き、間接的にも原発の仕事に携わっていたことに「自分は何をしていたんだ?」と思いました。

震災後はCMが流れない時期が続きました。少し時間ができたころもあり、それなら被災地へ行こうと。その時「山田さんは被災地に行ったら、広告の世界に戻って来なくなるかもしれない」と何やら予言めいたことを言う人がいました。当時は意味がわからなかったのですが、今思うと、普段から社会問題への関心とか、正義感とか、そういったものを醸し出していたの

がもしかもしれません。原発のこともあり、その予言どおり、被災地へ行ったらスイッチが入ってしまった。「細胞レベルから生き方を改めよう、商業広告やつてる場合じゃない」と決意しました。

伝えなきゃ  
いけない問題

商業広告を作って経済を回すことも大切だし、とても面白いのですが、それは僕以外にもやる人がいる。それよりも、伝えなきゃいけない社会課題が世の中にはゴマンとあることに気づいてしまった。僕はそっちをやると手を挙げました。ソーシャルクリエイティブディレクターという肩書きを自分で作って、社会課題を扱う仕事だけをする社内で宣言しました。髪の毛を金髪にして、まわりに認知させましたね。「あいつヤバイな」と思っていた人も思いま。社内で担当していた大企業の広告の仕事は全部降りました。当然ですけど給料も減りました。大きな予算ではないものの、広告代理店にもソーシャルな仕

41 ← → 40

事はあります。博報堂は大きな会社なので、「まあこういうのもいいかな」と僕を置いておいてくれた。でも、これは今後、会社にとっても絶対にメリットがあることだという確信もありました。

実際、震災以降は企業もどんどん変わってきて、社会課題に取り組み企業も出はじめていました。世界的な流れとしても、CSR（\*1）ではなく、企業がビジネスを通して社会をよくして行こうというCSVの大きな流れがあったんですね。2015年には国連がSDGs（\*2）という世界共通目標を提唱しました。でも、日本は加盟しているが出遅れている。ESG投資（\*3）だったり、ダイベストメント（\*4）だったりをする日本企業も増えてきているけどまだまだ。広告代理店も変わるべきで、僕は博報堂内でも「社会テーマを掲げながらもビジネスは両立できるはず」と訴えてきて、企業ともソーシャルなプロジェクトをやろうと言ってきました。でもやっぱりCSR文脈から企業があまり出られないところもある。震災か

ら退職するまでの7年間、積極的に声をあげていくことで変えていきたいと社内で奮闘してきました。

NPO法人 Better than today も立ち上げました。いわゆるプロボノ（\*5）ですが、金額的に博報堂では受けられないような案件を受ける目的です。

（\*1）企業としての社会的責任から慈善活動を行うこと。これに対してCSVは企業が事業活動を通して、社会課題への解決と利益を創出すること。

（\*2）2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な世界を実現するための17のゴール、169のターゲット」から構成される2016年から2030年までの国際目標。

（\*3）環境（Environment）/社会（Social）/企業統治（Governance）に關連している企業を重視・選択して行う投資。

（\*4）インベストメント（投資）の場で、投資先のこと、環境問題や社会観点から株・債券、投資信託、口座などを手放すこと。

（\*5）職業上持っている知識、スキルを活かして社会貢献するボランティア活動全般のこと。

## 「コンテンツの力」が共感の輪を広げる

### 豊かな暮らしを賛成する映画

ソーシャルな活動をしていると、同じ活動をする人たちとどんどんネットワークができるんです。それで知り合ったのがNPO法人いい会社をふやしましょうの代表・江口さん。「連れていきたいところがある」と言われて長崎県の川棚町こうぼる（川原）地区を訪れました。ずっと誘われていたのですが、しばらくは断っていました。行ったら「絶対ハマるだろうな……」と絶っていたので。行ったらそとのおりになりましたね。こうぼる地区は半世紀前にダム計画ができて、今でも翻弄されている小さな里山の集落です。13家族が日常を送りながら反対運動をずっと続けています。

ダムの必要性も機軸に乏しいし、県の説明も十分ではない。この不条理な状況を見て、広告屋として「この課題を多くのの人に伝えなくては」、帰りの飛行機の中で一気に企画書を書き上げました。制作が決まってからは、会社のお盆休みや連休、有給休暇を取りながら1年半くらいかけて現地に通って撮影しました。現地に足を運んで僕が感じたのは、人々がひとつの家族みたいに暮していること。子どもが川にドボンと飛び込んで遊んでいる風景も素敵で、とてもいいコミュニティだと思います。普通の生活を営みながら、豊かな自然と共存している。そんな場所、長い間不条理な闘いを強いられている。

でも、真っ向かへの反対映画にしたいことはありませんでした。

最初から「反対」と言ってしまうと、心を閉ざしてしまう人も多い。僕は多くの人にこの問題を伝えるのが目的なので、小さな里山の豊かな暮らしに「賛成」する映画にしよう決めました。こうぼる地区の暮らしを見てもらうことで、ダムができるってどういうことか、里山の暮らしがなくなるってどういうことかを、身近に感じてほしかったのです。

完成した映画を見て、坂本龍一さんや加藤登紀子さんなど著名な方からも共感のコメントを頂くことができました。これは映画というコンテンツの強さだと思います。報道ニュースの短い反対運動の映像では広がらなかったことでも、映画だと持つ要素が多い。「ちよっと行ってみようか」と共感の輪が広が

り、ムーブメントを起こすことができます。自分たちがそこにいるかのように寄り添って、疑似体験ができるわけです。映画は2018年の6月に公開、今でも全国で上映が続いています。

### ソーシャルとビジネスの両立

2018年4月にお世話になった博報堂を退職し、社会テーマ専門のクリエイティブ会社、「社会の広告社」を設立しました。社会の課題は無限、やることとが満載。次の映画の企画も立てられないほど忙しい日々です。今は環境省の地球温暖化対策のプロジェクトや、地方自治体のブランド戦略、それから社会福祉の分野で、介護や保育、障がい者支援で働く方々の社会的な役割を広く伝えるための仕事もしています。これからますます高齢化が進む中で、彼らは中心的な役割を担っていくことになりますが、プロフェッショナル

な部分が多くなが世間に認知されていません。「3Kなんて言われて、大変な仕事なのにエライねえ」とか、そういう表面的なイメージでしか伝わっていない部分があるのも、もっと彼らのプロとしての部分を伝えるという仕事です。

いろんな声をかけていたのですが、僕も限りある人生ですから、仕事は少し選ばせてもらっています。自分が本気でやりたいと思うこと、社会インパクトが得られるクライアントであること、そして、クライアントも僕と家族の生活も持続可能でなければならぬので、きちんとビジネスベースに乗るかどうかということはこだわるようにしています。

### 社会のために

商業広告とはどんなに企画や表現で頑張ったとしても、基本的には商品売るためにある。かつての僕は「似たような商品

他社と差別化して売ったところでどんな意味があるのだろうか？」と思ったこともあった。

でも今は違う。困っている状況を少しでも改善できる。知られていなかった事業を伝えることで、ハッピーになれる人を増やせる。それを今仕事として実践できていることは、本当に幸せなことだと思っています。

僕には博報堂時代に培ったスキルがあります。短時間の中でどういうふうに関心を動かすか、プロならではの映像作りやコンテンツ作り、テクニクを徹底的に学んできました。ですから博報堂には本当に感謝をしています。

今度は社会に還元する時。プロのテクニクがソーシャルテーマの現場では圧倒的に足りていません。それを僕は提供してあげるので、社会に提供し続けることがミッションかなと思っています。

（取材／2018年9月）



© 社会の広告社

### 「はたの川のまもりびと」(2017)

監督／山田英治  
配給／ぶんぶんフィルムズ

長崎県川棚町川原（こうぼる）地区。約半世紀前に持ち上がった石木ダム建設計画。ダムの目的は利水と治水。本当にダムは必要なのか？豊かな里山を守るため、ダム建設反対を訴え続ける13世帯の家族を巡るドキュメンタリー。アウトドアブランド「パタゴニア」版のショートフィルムもYouTubeで公開された。また、当時パタゴニア日本支社長であった辻井隆行、「NPO法人いい会社をふやしましょう」代表の江口耕三も共同プロデューサーを務めた。  
<https://hotaruriver.net>

### CREATOR'S LION



### 心の支え

コドモたち

子供たちが大きくなった時の日本や世界の姿をイメージします。持続可能な社会になっているのだろうか。誰もが生きがいのある暮らしを実現しているのだろうか。そんなことを考えていると勇気が出てきます。アドレナリンが出てきます。

### COMPANY PROFILE

株式会社 社会の広告社

社会テーマ専門のクリエイティブエージェンシー。広告、ブランディング、映画制作などを行う。

Address 東京都目黒区下目黒  
2-20-13-2F

<https://shakainoad.tumblr.com>