

報道関係者各位

株式会社 博展
2021年1月14日

高校生のSDGs学習を支援する「SB Student Ambassador Program」を 博展主催のサステナブル・ブランド国際会議内で開催 ～全国からの論文選考による招待校 10校が決定～

国内で5回目の開催となる「サステナブル・ブランド国際会議 2021 横浜」(2021年2月24日・25日開催)を主催する株式会社 博展は、株式会社日本旅行と連携し特別企画として「次世代育成」をテーマに、高校生のSDGs学習を支援する「SB Student Ambassador Program」を開催いたします。

特設サイト：<https://www.sustainablebrands.jp/event/sb2021/special-student.html>



本プログラムでは、ご応募をいただいた全国40校より厳正な論文選考によって10校を選抜し、横浜特別招待枠の2校を加えた合計12校、高校生48名、先生12名を“SB Student Ambassador”としてお迎えいたします。

参加12校には、2日間にわたる同会議のプログラムを通して持続可能性への知見を深めていただくと同時に、多様なステークホルダーの方とのネットワークキングによりサステナブルな社会の実現に向けた共創を始める機会をご提供いたします。

■招待校と各学校のテーマ（五十音順）

招待校	テーマ
大阪学芸中等教育学校（大阪府）	「森と水、木材活用」
大谷高等学校（京都府）	「ツーリズム、アプリ開発～旅行アプリを舞台に～」
滝川第二高等学校（兵庫県）	「気候変動、海藻バイオマス」
玉川学園高等部（東京都）	「環境、プラスチック、ものづくり」
奈良女子大学附属中等教育学校（奈良県）	「ツーリズム、マイクロ観光マップ」
雲雀丘学園高等学校（兵庫県）	「気候変動、マイボトル専用自販機」
文化学園大学杉並高等学校（東京都）	「森と水、サーバー式自販機による意識改革」
三田国際学園高等学校（東京都）	「気候変動、ウォーターフットプリント」
横浜清風高等学校（神奈川県）	「森と水、マイボトル向け自販機」
立命館高等学校（京都府）	「ツーリズム、サスポイキャンペーン」

■選考方法

4つのテーマ(教育/森と水の保全/気候変動/ツーリズム)のうち1つを選択し、選択テーマに関連した「SDGs 目標達成のために私たちが取り組めること」を800字以内の論文として提案。

審査委員会を設置し、①SDGs への理解度、②提案内容 ③提案力の3つの審査基準に加え、熱意や革新性などの面から総合的に評価しました。

■SB Student Ambassador 全国大会(事前学習プログラム)について



本プログラムの選考に先駆けて、全国の高校生が SDGs の基礎知識や実際の取り組みを学ぶ「SB Student Ambassador 全国大会」を東日本ブロック(2020年10月17日、会場:日本大学経済学部) オンラインブロック(2020年10月17日)・西日本ブロック(2020年10月24日、会場:関西大学千里山キャンパス)で実施し、合計75校にご参加いただきました。

参加者らは最先端の活動に取り組むオピニオンリーダーによる「SDGs 基礎講座」を聴講し、実際に各業界でサステナブルな社会の実現に向けて活躍する企業の担当者らと交え、これからの社会にどうSDGsを取り入れるかを考えるワークショップに取り組みました。

今回の論文選考にも、事前学習プログラム参加学校から多数のご応募をいただきました。

▼開催レポート記事はこちら

https://www.sustainablebrands.jp/news/jp/detail/1198848_1501.html

https://www.sustainablebrands.jp/news/jp/detail/1198899_1501.html

■当社が本会議を開催する背景・目指していること

2030年に向けてSDGs(Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標))達成への機運が高まる中、イベント業界にある当社は、イベントやメディアを通じて日本市場にサステナビリティの考え方を広めることが企業責任であると捉え、2015年より米国サステナブル・ライフ・メディア社(以下、「SLM社」と提携し、日本におけるサステナブル・ブランド(以下SB)コミュニティ活動をスタートいたしました。SBとは、経営の根幹に「サステナビリティ(持続可能性)」を取り入れ、自社の競争力とブランド価値を高め、持続可能な社会を目指すコミュニティを形成する取り組みです。

一企業、一団体では達成困難なSDGsに対して、組織の枠、企業の垣根、そして国境を越えた交流の場を提供し、参加者同士が次なるイノベーションを生み出すプラットフォームの創出を目指しています。

▼ 株式会社 博展

代表者 代表取締役社長 田口 徳久

所在地 〒104-0045 東京都中央区築地 1-13-14 NBF 東銀座スクエア 9 階

設立 1970 年 3 月

事業内容 「Communication Design®」の提供を通じて、人と人が出会う“場”と、そこで生みだされる感動や経験の“体験”をより価値あるものにするために、企業のマーケティング活動に感動や経験という体験価値を提供するパートナーとして、「Experience Marketing」を事業領域とした、コンタクトポイントにおけるコミュニケーション開発及び統合型マーケティングソリューションの提供を行っています。

公式サイト コーポレートサイト

<https://www.hakuten.co.jp/>

クリエイティブサイト

<https://www.hakuten.co.jp/content/creative/>

サステナブル・ブランド ジャパン

<https://www.sustainablebrands.jp/>

以 上

▼ 本件に関するお問い合わせ先

<取材・メディアパートナーのご希望について>
株式会社 博展 経営企画部 担当：村松（むらまつ）
Mail : sb-press@hakuten.co.jp

<協賛プログラムについて>
「SB 2021 YOKOHAMA」高校生特別ご招待プログラム特設サイト：
<https://www.sustainablebrands.jp/event/sb2021/special-student.html>

「SB 2021 YOKOHAMA」特設サイト：
<https://www.sustainablebrands.jp/event/sb2021/>

「サステナブル・ブランド ジャパン」サイト：<https://www.sustainablebrands.jp>

<参考資料>

■ 招待校と各学校のテーマおよび決定理由（五十音順）

・ 大阪学芸中等教育学校（大阪府）

「森と水、木材活用」

ブロック大会のテーマ講演「森と水の保全」を理解し、Z世代である高校生の得意分野を活かしながら、企業と連携したビジネスを通して、長期的な目線で取り組むことができる提案を行った。

・ 大谷高等学校（京都府）

「ツーリズム、アプリ開発～旅行アプリを舞台に～」

“アプリの利用”、“消費者リテラシーの向上”、“受入側の変化”の3つの循環を生み出す仕組みが評価された。また、その概念を自作の図やイメージ図でうまく表現できていた。

・ 滝川第二高等学校（兵庫県）

「気候変動、海藻バイオマス」

自分たちで考えた「海藻を用いた循環型社会」についてメリット、デメリットを整理し、さらに気候変動に具体的な対策を行うため、様々な機関と連携した取組提案があった。

・ 玉川学園高等部（東京都）

「環境、プラスチック、ものづくり」

SDGs に対する理解度が非常に高かった。具体的提案には至っていないものの、企業との関わりの中から、新しいアイデアの芽が出ることを期待して選出。

・ 奈良女子大学附属中等教育学校（奈良県）

「ツーリズム、マイクロ観光マップ」

奈良県の課題を認識し、奈良県の良さを再発見し、発信するというプロセスで、地域の振興と学びを結び付けた取組を評価。本会議で SDGs を学び、企業の意見を取り入れることで奈良県の観光振興に寄与していただきたい。

・ 雲雀丘学園高等学校（兵庫県）

「気候変動、マイボトル専用自販機」

高校生らしい独創的な発想で、高校生の有り余るエネルギーを活用して、社会課題にチャレンジしようという姿勢が見られたと共に、高校生からムーブメントを起こしたいという意思が感じられた。

・ 文化学園大学杉並高等学校（東京都）

「森と水、サーバー式自販機による意識改革」

SDGs を知っているが、具体的な取組に至っていない人が多い現状を認識した上で、サーバー式自販機を利用することで、プラスチックの消費を減らすだけでなく、利用者の意識を変えることまでを目的とし、実践者を増やす提案が高く評価された。

・ 三田国際学園高等学校（東京都）

「気候変動、ウォーターフットプリント」

フットプリントの概念を広め、日ごろ見えにくい水の使用量を可視化しようという取組について、ターゲット設定や周囲の巻き込み方まで具体的な提案があった。

・ 横浜清風高等学校（神奈川県）

「森と水、マイボトル向け自販機」

消費者目線での“エコ”としての提案で終始せず、企業側のメリットが十分考えられており、サステナブル・ブランド国際会議において企業側の意見を聞くことで、提案のさらなるブラッシュアップを期待したい。

・ 立命館高等学校（京都府）

「ツーリズム、サスポイキャンペーン」

“良い”旅行の価値基準に「持続可能であること」を加えようという視点で、旅行者と受入側の win-win の関係性を検討できていた。また、自らアンケートを実施し、サステナブル・ツーリズムのロゴを製作するなど、熱意も感じられた。