



LINEニュース&スマートニュース連動企画

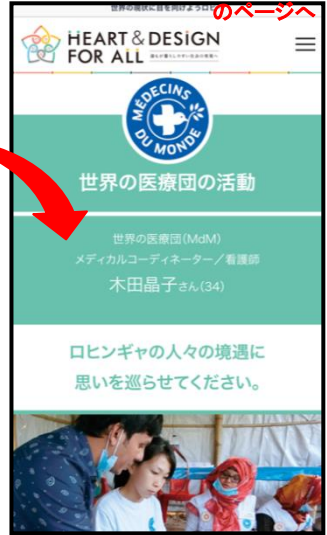
国際NGO「世界の医療団」の人道医療支援を紹介

「HEART&DESIGN FOR ALL」ロヒンギャ難民特集

東京新聞のHEART&DESIGN FOR ALLは「誰もが暮らしやすい社会の実現へ」として、障がい者やLGBT、子どもの貧困などのテーマに取り組んできた。今回、世界の医療団の皆さまと取り組ませていただいたテーマは「ロヒンギャ難民」。取材にあたり、難民キャンプの制約、通信環境、モンスーンといった数々の不確定要素があったが、多くの協力もあり、スマホのアプリを使って、バングラデシュの難民キャンプで生活するロヒンギャの若者二人から話を聞くことが出来た。顔写真は使わないでほしいと言いながら彼らが訴える言葉は想像を絶するもので、これをスタッフ一同何とか読者に伝えねばと推敲を重ねた。

実際、掲載後の広告調査でも「広告と思わず読んでいた。助けてあげたい」（男性・60代）、「詳しいところまで説明があり、理解しやすい広告でした」（女性29歳以下）、「こういう活動が行われていることをもっと知らなくてはいけないと思う」（女性50代）といった読者の言葉をいただいた。また、友達数84.5万の東京新聞のLINEアカウント、スマートニュース、世界の医療団イベントでの増刷配布なども実施し、読者以外の方にも呼びかけることができた。（東京本社広告二部/山田一貴）

記事詳細は HEART&DESIGN FOR ALL のページへ



東京新聞 LINEニュースで配信 友達数85.5万人!!

東京新聞 スマートニュースで配信

2018年8月6日 東京新聞朝刊 国際面下5段純広

HEART & DESIGN FOR ALL 世界の現状に目を向けよう ロヒンギャ難民の今. Includes a map of Myanmar and text about the Rohingya crisis.

東京新聞 今さら聞けない! ロヒンギャ難民ってどんな人? 監修 世界の医療団. Includes a photo of a Rohingya woman.

あきらめの悪い 医療団. Includes photos of medical aid workers and a testimonial.

新聞広告読者調査結果 『広告接触率』 = 80.9% 東京新聞・15段カラー平均 74.0%を大きく上回る

【読者の声】 ・この団体の紹介記事は先般も目にして注目していたので、今回も共感を持って読みました。女性60代 ・僅かですが寄付をさせていただきました。男性29歳以下 ・多くの人に活動を理解してもらおうきっかけになる広告だと思う。女性40代

新聞広告共通調査プラットフォーム J-MONITOR

2018年7月23日東京新聞朝刊15段