



東京都の啓発活動を FC 東京が支援 障害者週間にスタジアムの 3 万人がヘルプマークに触れる 味の素スタジアムでヘルプマーク啓発プログラムの実施

東京都は2014年10月1日(水)より、義足や人工関節を使用している方、内部障害や難病の方、または妊娠初期の方など援助や配慮を必要としている方々を対象に配布されている「ヘルプマーク」の普及推進強化を目的に、ヘルプマークサポート事務局を開設し民間企業への働きかけを行っています。この度は、ヘルプマーク普及推進プログラムの一環として、障害者週間(12月3日~9日)に合わせてより多くの都民に認知いただくため、12月6日(土)のFC東京 J1 リーグ最終節が行われた味の素スタジアムで啓発活動を行いました。

当日は、スタジアム外にヘルプマークに関する特別ブースを設け、来場した多くのサッカーファンにヘルプマーク啓発ツールを配布したほか、スタジアム内でもオーロラビジョンでヘルプマーク啓発ムービーを流し、多くの都民の方に直接ヘルプマークに親しんでいただきました。

■3万2千人を前に、ヘルプマーク普及推進プログラムの実施

東京都は、従来から「もっと住みよい東京づくりのお手伝い」に力を入れてきたFC東京に働きかけ、東京都の掲げるヘルプマーク普及推進活動の趣旨に賛同いただいたことで、今回の連携が実現しました。

当日は試合前にスタジアム外のフードコートが並ぶ青赤横丁で特別ブースを設け、ヘルプマークについて記載された2015年のカレンダー・チラシなどが直接来場者に配布しました。また当日販売されたマッチデープログラムにもヘルプマーク啓発を目的とする広告を掲載、多くの方が目を通していました。

さらに、試合前とハーフタイムには、障害者週間に合わせ制作したヘルプマーク啓発ムービーがオーロラビジョンで流されるなど、3万人を超える多くの観客の方にヘルプマークをより知っていただくことができました。



■動画メッセージについて

ヘルプマークにどういった意味が込められているのか。身につける方々はこういった気持ちを抱いているのか。電車という数多くの人が行き交う空間で、その「気づき」が得られる様なストーリーとなっており、日々変わりゆく東京という街の、未来への大きな意思を感じられるような動画になるよう制作しました。



今後も東京都は、ヘルプマークの社会的認知度の向上と普及推進を目指し、ヘルプマークを企業・団体で活用してもらえるよう積極的に民間企業へ働きかけていきます。

<ヘルプマークの概要>

- ・主旨：義足や人工関節を使用している方、内部障害や難病の方、または妊娠初期の方など、援助や配慮を必要としていることが外見からは分からない方が、周囲の方に配慮を必要としていることを知らせることで、援助が得やすくなるよう作成したマークです。また多様な主体による活用を図り、援助が必要な方が日常的に様々な援助が得られる社会づくりを推進します。
- ・対象者：義足や人工関節を使用している方、内部障害や難病の方、妊娠初期の方など、援助や配慮を必要としている方。
- ・デザイン：公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会（JAGDA）、永井一史氏及び柴田文江氏に御協力いただきました。



ヘルプマーク