



#WeThe15

キャンペーンツールキット

[すべてのWeThe15キャンペーンツールキットを見るにはここをクリック](#) - ユーザー補助盤も含まれています

機密情報

Eメールなどを使ってぜひこのツールキットを
社内のステークホルダーやパートナーの皆さんと共有し、
2021年8月19日、私たちと共に世界にインパクトを与える日にしましょう。

ただし、公表やオンラインでの公開はご遠慮いただきますようお願い致します。

内容と紹介

このツールキットではパートナー、インフルエンサー、放送局、メディア、そして個人が、世界中の障がいを抱えている10億人の人々のために、どのようにWeThe15キャンペーンをサポートできるかが示されています。

10年かけて築き上げてきたこのキャンペーンは、8月19日午前7時(日本時間)に解禁されます。それまでは、記載されている情報は公開禁止となります。このキャンペーンは東京2020パラリンピック (2021年8月25日～9月5日) においても重要なキャンペーンです。本資料には以下の情報が含まれています：

WeThe15(私たち15)キャンペーン紹介	4
主要スケジュール	9
WeThe15をサポートするには？	11
アセット概要	16
キャンペーン映像	20
ソーシャルコンテンツ	22
ブランドアセット	29
選手/ インフルエンサー / アンバサダー	34
屋外メディア・プレス	36
メディア・リレーションズ	40
パープルライトアップ	43

このツールキットに関してご質問がある場合は、hello@wethe15.orgまでお問い合わせください。

2021年8月19日まで公開禁止



世界の15%の人々は障がいを抱えています。

彼らは人間の多様性の一部であり、
「アブノーマル」ではありません。

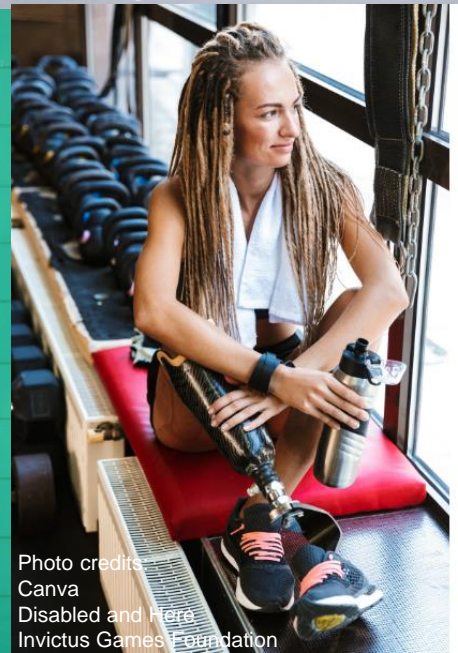


Photo credits:
Canva
Disabled and Hero
Invictus Games Foundation

WeThe15の紹介

WeThe15は、世界の15%の人口にあたる12億人の障がい者に対する差別をなくし、この地球をより生きやすいに環境に変える、史上最大の人権運動です。

WeThe15のロゴは、15%が取り残されない世界を象徴しています。

WeThe15キャンペーンは世界中のコミュニティーをつなげ、世界により良い変化もたらす活動を促す運動です。

障がい者のコミュニティーでは、紫色は深く馴染みのある色ですが、このような明るい、ポジティブで目に付く紫色を使用したのは初めての試みです。



Twitter / Instagram: @WeThe15

Website: www.WeThe15.org

キャンペーンの最新情報についてはニュースレターに登録



#WeThe15

Key Messages

- 世界の15%の人々は障がいを抱えています。彼らは人間の多様性の一部です。
- WeThe15は、世界人口の15%にあたる12億人の障がい者に対する差別をなくし、この地球をより生きやすくに環境に変える、史上最大の人権運動です。
- WeThe15は、多様性を保ち、障がいはもちろん、人種、性別や性的指向を尊重します。
- 今後10年の間に、WeThe15は障がい者に対する差別や偏見をなくし、アクセシビリティやインクルージョンのキャンペーンを行う世界的な活動を目指します。
- WeThe15は、スポーツ・人権・政策・ビジネス・芸術・そしてエンターテインメント業界を繋げ、様々な国際機関を結集させる史上最大の活動です。
- WeThe15は、今後10年にわたり、政治、企業、そして皆さん一人ひとりと手を組み、社会から取り残された世界の15%の人々のために、世界をより生きやすい環境に変えていきます。
- 誰でもこの取り組み・変化に貢献することができます。

これらのキーメッセージを、SNS投稿や出版物にぜひ取り入れてください。



社会から取り残された最大のグループのために変化を

WeThe15では、以下の方法で、人々の意識を高め、偏見を取り除き、より多くの機会を生み出し、さらにアクセシビリティを高めます：

- 障がいを持つ人々を多様性とインクルージョンの中心に置くこと
- 今後10年の間に、障がいを抱えている人々が社会で活躍できるよう、様々な活動を実施すること
- 障がいを抱える人々が、社会の一員になる機会を妨げている、社会的および組織的な壁をなくすこと。
- 障がい者の認知度や理解度の向上を促進すること。

今後10年の間に、WeThe15は障がい者に対する差別や偏見をなくし、アクセシビリティやインクルージョンのキャンペーンを行う世界的な活動を目指します。



WeThe15キャンペーンパートナーの概要

WeThe15は、スポーツ、人権、政策、ビジネス、芸術、そしてエンターテインメント業界を繋げ、様々な国際機関を結集させる史上最大の活動です。

[すべての組織のオンライン情報およびSNSの概要についてはここをクリックしてください。](#)

キャンペーンの詳細については、このプロモーションビデオ: [Introduction to WeThe15](#)をご覧ください。

注意：動画は未公開のため、8月19日までリンクの公開はご遠慮ください。



主要スケジュール

キャンペーンローンチ主要日程

8月19日

8月24日

8月24日- 9月5日

9月5日

9月6日以降

ローンチ日

日本時間午前7時から世界に発信。

キャンペーン映像、SNSコンテンツロゴ、#WeThe15をすべてのサポーターのチャンネルから拡散する。

世界80カ所以上のランドマークが紫色に点灯。

開会式

東京2020パラリンピック開会式にWeThe15専用のセグメントを設置。

IPCのアン德里ュ・パーソンズ会長が、このイベントを視聴している世界の2億5000万人の観客へキャンペーン動画を紹介。

パラリンピック開幕

芸能人、インフルエンサー、そして選手などからの賛同が続く。キャンペーン活動がオンライン上で広がる。

デジタルプラットフォームやスポンサーブランドは、独自のキャンペーンを加えて運動を発信する。

閉会式

東京2020パラリンピック閉会式の専用セグメントは、運動の重要性をさらに強調できるチャンス。

キャンペーンに参加した国際機関の関係者からのサポートビデオメッセージが2億人の視聴者に放送される。

パラリンピック後

10年間のプログラムの始まり。

教育コンテンツと運動の推奨活動は、引き続き@WeThe15のSNSから共有される。

WeThe15を
サポートするには？



今後10年間で障がいを抱える12億人の人々に対する差別をなくし、この地球をより生きやすいに環境に変えていきましょう。

共に未来を描き、文化を変えていきましょう。



変化はすべてのコミュニティから始まります。変化は、あなた自身が起こすことができます。



#WeThe15



WeThe15をサポートするには？：シェアをお願いします！

このキャンペーンでは、最初の2週間で少なくとも5億人に拡散することが目標です。

@WeThe15 Twitter/Instagram、または @Paralympics Facebookページの共有、クロスポストをしていただくことで、この目標達成を支援することができます。

障がいを抱える人々の誇り高く、活気に満ちた姿を90秒にまとめたキャンペーン動画もシェアできます。

概要は、本資料のp.15-18に記載されています。
詳細についてはWeThe15.orgからご覧いただけます。

シェア/クロスポストの重要性

一部の素材はftpにてアップロード予定ですが、基本的には@WeThe15のSNSから[共有またはクロスポスト](#)をお願いしています。

再生回数の多い動画は視聴チャンスも上がり、より拡散される可能性が高くなるためです。

別々に投稿した場合、再生回数は上げられません。

こちらがガイドです：

- [Facebook クロスポスト](#), [Twitter](#), [Instagramストーリー投稿](#).

Facebook.com/Paralympicsまたは Twitter.com/wethe15からクロスポストをご希望の場合は、Ryan.Hills @ paralympic.orgまでご連絡ください。

WeThe15をサポートするには？：実践する

WeThe15キャンペーン素材
をスケジュールリング

キャンペーンを社内ステーク
ホルダーに共有
関連するすべての部門（HR、
PR、コミュニケーション、マ
ーケティング）
へ参加を促進

パラリンピック期間中に
障がい者特集した
広告を掲載。
またそこに紫色を使用する。

キャンペーンへのサポート
表明として、
8月19日に本社、ソーシャ
ルメディア、ウェブサイト
などを紫色に染める

キャンペーンを広め、認知
度を高めてくれる
アンバサダーやインフルエ
ンサーを確認する

キャンペーンのロゴ、また
は紫色を使用してコンテン
ツを作成し、独自のブラン
ドや影響力を活用してキャン
ペーンをサポートする

すべてのソーシャルチャン
ネルを通して
キャンペーン動画をシェア
する

WeThe15をサポートするには？：実践する

ローンチ後のアクション

- 障がい者が直面するすべての困難・壁を取り除く
- 世界中の障がい者の権利の尊重、保護、そして理解を求める
- 組織またはコミュニティ内のすべての人に対し、なぜビジネス、会社、そして社会はインクルーシブである必要があるのかの理解を促す
- 障がい者団体(OPD)と、ローカルレベルでどのように変化を起こすことができるのかを考える
- 組織内でのインクルーシブな環境を作る
- 会話やコミュニケーションをさらにインクルーシブにする
- 障がいを持つ人々が、さまざまな方法でテクノロジーを駆使しながらアクセス・参加できるようにする
- 障がい者の雇用を促進し、採用を公平にし、合理的配慮が提供され、また障がいを負った人が職場に復帰する際の支援も行う

社会の変化を支援する方法の詳細については www.wethe15.org をご覧ください。

アセット概要

WeThe15キャンペーンアセット：概要

アセットとは共有していただきたい動画、写真、グラフィック、そしてGIFのことを指します。

ブランディング

WeThe15ロゴ、文字商標、紫色は [visual identity toolkit](#) から利用できます。ブランドアセットをダウンロードするには、brand@wethe15.org にEメールをお送りください。

キャンペーン動画&ポスター

大胆でインパクトのあるポスターアセットと共に、ダイナミックでユニークな90秒と30秒の動画は、テレビ放送、オンライン使用、ソーシャルメディアで使用可能になります。

アセット

WeThe15は、オリジナルの絵文字、GIF、ハッシュタグ、さらに教育コンテンツをSNSアセット全体で発信します。

アセット概要

アセット	言語	アクセシビリティ	ダウンロードリンク	シェアリンク	詳しい情報
Hero動画 (90秒)	キャンペーン言語に英語 字幕付き*	CC(すべての言語)、ISL、 英語音声ガイド	共有リンク参照	8月18日から入手 可能	20
Hero動画 (30秒)	キャンペーン言語に英語 字幕付き*	CC(すべての言語)、ISL、 英語音声ガイド	共有リンク参照	8月18日から入手 可能	20
選手動画	まとめは このリンクから	CC	選手動画リンク 8月12日～	8月18日から入手 可能	23
閉会式動画	キャンペーン言語に英語 字幕付き*	CC(すべての言語)、ISL、 英語音声ガイド	閉会式リンク	9月5日から入手可 能	24
教育用 グラフィック	全てのキャンペーン言語*	すべての言語の代替 テキスト	教育用グラフィックリン ク 7月23日～英語 8月5日～全ての言語	8月19日から入手 可能	22
屋外とプレス Heroクリエイティ ブ	全てのキャンペーン言語*	すべての言語の代替 テキスト	屋外と報道 Heroクリエ イティブ 7月23日～英語 8月5日～全ての言語	該当なし	37
屋外とプレス テイクオーバー	全てのキャンペーン言語*	すべての言語の代替 テキスト	屋外と報道 テイクオーバ ー 7月23日～英語 8月5日～全ての言語	該当なし	38

*英語、フランス語、スペイン語、ポルトガル語、イタリア語、ロシア語、中国語、日本語、ヒンディー語、アラビア語



アセット概要

アセット	ダウンロードリンク	シェアリンク	詳しい情報
GIFs	GIFs リンク	8月19日から入手可能	29
ステッカー	該当なし	8月19日から入手可能	29
フィルター	該当なし	8月19日から入手可能	30
プロフィール写真	プロフィール写真リンク	フェイスブック(8月19日から) ツイッター(8月19日から)	32
カバー写真	カバー写真リンク	該当なし	32
ウェブバナー	ウェブバナーリンク - 7月30日から英語、8月5日から全ての言語	該当なし	
デスクトップ・ビデオ電話背景	デスクトップ・ビデオ電話背景リンク	該当なし	
著作権フリー画像, ランドマーク画像有り	著作権フリー画像リンク	該当なし	
WeThe15 ブランドガイドライン	ガイドラインリンク -ブランドアセットについては brand@wethe15.org まで	該当なし	29



キャンペーンローンチ動画

キャンペーンローンチ動画

WeThe15解禁後、最初の1か月以内に5億人の人々にキャンペーン映像を見ってもらうことが目標です。

この動画をすべてのSNSで共有し、できるだけ多くの人々に見てもらえる機会を作って頂けると嬉しいです。メディアで放送されるよう募金を行ったり、SNSでこの活動を支援したり、全ての形の支援が我々の成功につながります。

英語で利用可能なアセット:

- 『Hero』 90" 映像
- 『テレビ放送用』 90" 映像
- 『テレビ放送用』 30" 映像
- GIF・ソーシャルメディア用 カットダウン

[こちらの概要](#)には、8月19日から共有できる映像のリンクが記載されています。映像はContent+にて放送局に共有されます。

クローズドキャプションの言語：英語、フランス語、スペイン語、ポルトガル語、イタリア語、ロシア語、中国語、日本語、ヒンディー語、アラビア語

手話は国際手話を使用しています。音声ガイド版は英語を使用しています。



WeThe15キャンペーン映像は、放送局向けに次の仕様で作成されます。

- Wrapper: .mov (QuickTime)
- ビデオコーデック：ProRes422
- フレームレート：25 fps (PAL)
および29.97 fps (NTSC)
- 解像度：1920 x 1080 (HD)

ソーシャルコンテンツ

教材コンテンツ

このコンテンツは、障がい者の生活の実態や、それをどのように支援できるかについて、人々の関心を高め、変化をもたらします。

障がい者に対しての様々な憶測を覆す、5つの統計情報をカルーセル形式で用意しています。

これらはすべてインスタグラムに掲載され、8月19日から皆さんのSNS上で投稿またはリポストが可能になります。

デザインテンプレートや翻訳版は7月23日に英語版、8月5日にすべてのキャンペーン言語の素材が[このリンク](#)から取得できるようになっています。

THERE ARE 1.2 BILLION
PEOPLE WITH
DISABILITIES
WORLDWIDE, AND THE
NUMBERS ARE
GROWING.

KEY FACT

2% OF THE WORLD'S
WORKING AGE
POPULATION ACQUIRE
AN IMPAIRMENT EVERY
YEAR.

#WeThe15

PEOPLE WITH
DISABILITIES ARE 15%
OF THE WORLD.



#WeThe15

アスリート動画

キャンペーンの概要や、その重要性を話すパラリンピックアスリートを集めたソーシャル動画のセレクションを用意しています。

以下のアスリートが含まれます：

- タチアナ・マクファデン選手（アメリカ）
- ブレンナ・ハッカビー選手（アメリカ）
- ヌタンド・マハラング選手（南アフリカ）
- フスナ・クンダクエ選手（ウガンダ）
- ダニエル・ディアス選手（ブラジル）
- グスタボ・フェルナンデス選手（アルゼンチン）
- ビニシウス・ロドリゲス選手（ブラジル）

[ここから](#) 参加選手のリストをご覧ください。

#WeThe15



BREANNA HUCKABY

2x Paralympic Snowboarder

閉会式コンテンツ

- 東京2020パラリンピックでIPC会長が閉会式スピーチを終えた後、すべてのWeThe15創設組織のリーダーを特集した特別映像が上映されます。
- 映像では、WeThe15の目的や今後の抱負を紹介します。
- 映像は世界に配信されます。
- 閉会式後、OBS Content+にて、放送局はSNSで映像の使用が可能です。
- IPCは商業パートナーやサポーターに映像を提供します。 ([詳細はこちらから](#))



閉会式コンテンツ台本

今日、私たちは意識を「スポーツ」から「未来」へと移します。
アスリートから、世界中の障害者へ。
10億人以上の人々。世界の15%。

WeThe15は変化をもたらす、世界的な活動です。
障がいのある人々が目を向けられ、耳を傾けられ、活躍でき、社会の一員とされるべきです。
世界をより公平に、平等にする活動です。
パラリンピックの炎が消える前に、その明かりを新たな活動へとつなげます。
世界最大の組織がWeThe15を支援するために結集しています。
新しい方針、そして勢いを作るために。
誰もが達成できる環境を。決して引き止められたり、嘲笑われたり、排除されないように。
自分とは違う人を見ても、お互い同じ人類の一部だと気が付ける日が来るように。
その日が来たときには、私たちは今この瞬間を振り返り、次のように言います：
投光照明が消えたとき。
そしてカメラが止まったとき。
それが、変化が始まった合図なのです。

ポッドキャスト

WeThe15ポッドキャストの特別シリーズ、[A Winning Mindset: Lessons From The Paralympics](#) ([勝利の秘訣：パラリンピックから学べること](#)) が開始します。

このポッドキャストでは、有名パラリンピックアスリートらがグローバルリーダーへインタビューを行います。

放送局は、OBS Content +からインタビューの音声と映像の使用が可能です。

これらのスペシャルエピソードは、WebbyおよびDigiday Mediaの受賞歴があるポッドキャスト：A Winning Mindsetのミニシリーズの一部として取り上げられ、ポッドキャストプラットフォームでプロモートされます。

ポッドキャストのプロモーションアセットは[こちら](#)。

- 2021年8月21日：米国パラリンピアンのアナ・ヨハンズがIPCのアンドリュー・パーソンズ大統領にインタビュー
- 2021年8月25日：オーストラリアのエリー・コールと国連人権高等弁務官ミシェル・バチェレ
- 2021年8月27日：米国のタチアナ・マクファデンと国連副事務総長、アミナ・J・モハメッド
- 2021年8月28日：英国のステファニー・リードとEU平等委員会のヘレナ・ダリ
- 28日以降のインタビューは準備中

ソーシャルメディア

TikTok

8月19日から9月5日まで、TikTokで#DisabilityAwarenessハッシュタグチャレンジが行われます。マーケットリストとハッシュタグリストは[ここ](#)からご覧になれます。



Facebook

IPCはFacebookと共同で、4部構成のWeThe15ビデオシリーズをローンチします。詳細については、後日 [ここから](#) 入手できるようになります。

さらに、<https://www.paralympic.org/>にて空間オーディオと没入型VR / WebXR体験を実施します。没入型オーディオとVRの力を通して、障がい者への偏見や認識を変えることを目的としています。

Twitter

以下のハッシュタグは、12月4日（国際障害者デーの翌日）までWeThe15シンボルの絵文字が追加されます。

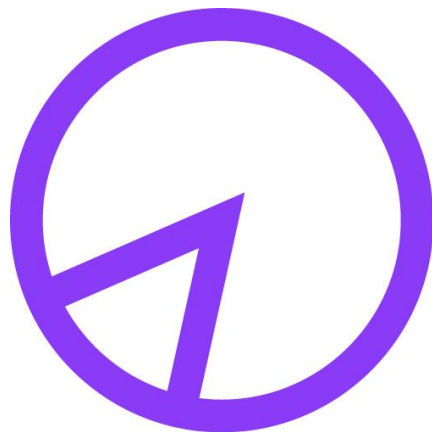
Language	Wethe15 Translation
英語	WeThe15
スペイン語	NosotrosEl15
ヒンディー語	हम15
アラビア語	نحن ال١٥
中国語	我们是15
日本語	私たち15
イタリア語	NoiIl15
フランス語	NousLes15
ポルトガル語	NósOs15
ロシア語	Мы15Процентоv
インドネシア語	KamiBer15
韓国語	우리가바로15
ドイツ語	WirDie15
タガログ語・フィリピン語	Kaming15
タイ語	เราคือ15
マレー語	Kami15
オランダ語	WijDe15

ブランドアセット

ブランドアセット

WeThe15ブランドガイドラインは、[ここから](#)ダウンロードできます。WeThe15の記号またはワードマークを使用して独自のアセットを作成する場合は、brand@wethe15.orgまでご連絡ください。

写真フィルター、GIF、プロフィール写真用フレームやカバー写真など、独自のコンテンツ作成に使用できる複数のアセットを用意しました。これらのダウンロードリンクはp.18-19をご確認ください。アスリートの皆さんには、東京到着時にWeThe15のタトゥーシールが配られ、競技会場でも使用可能です。P.19に記載されている、ウェブサイトのバナー、デスクトップの背景や、ビデオ通話の背景を使用することもできます。



#WeThe15

ブランドフィルター

8月19日から、WeThe15ブランドのフィルターが以下のSNSで利用できるようになります:

- Instagram
- TikTok
- Facebook
- Snapchat

カメラからWeThe15に関するストーリー投稿をSNSで発信する場合は、このフィルターを使用してください。



GIFs

8月19日から使用できる様々なGIFがあり、[Tenor](#)と[Giphy](#) から#WeThe15の検索で入手可能です。これらには、WeThe15シンボル、映像のカットや、Intelのドローンを使用して作成したWeThe15ロゴが含まれています。

ビジュアルアドボカシー

WeThe15サポーターの皆さんへ、以下のSNSデコレーションをお願いしています

カバー写真の更新

WeThe15フレームのプロフィール写真に更新

紫色のハートを追加 / #WeThe15をユーザー名の隣に

#WeThe15ハッシュタグを紹介文に追加



アセットのダウンロードや、作成は [こちらから](#).

インフルエンサー / アンバサダー / 選手

インフルエンサー / アンバサダー

8月19日に選手やパートナー企業のアンバサダー・インフルエンサーが以下のアクションを実行し、可能な限り支援していただけると大変有難いです：

- @WeThe15の[インスタグラム](#)と[ツイッター](#)のフォロー
- 8月19日解禁のキャンペーン動画をSNSでシェア、そしてWeThe15をタグ付け
- WeThe15のSNSで発信している知識や、情報をシェア(p23を参照)
- 紫色のハートをプロフィールに追加し、WeThe15フレームのプロフィール写真に更新(p33を参照)
- SNSでオーガニックコンテンツを作成
- ランドマークのパープルライトアップについて、投稿発信する(p44-46を参照)
- 記者会見や講演会でWeThe15について話す
- チャンネル内のWeThe15シンボル、GIFs、ステッカー、フィルターなどを使用して周囲の意識を高める(p30-32を参照)

世界中の一人ひとりが、障がいを抱える人々に対する差別をなくす環境作りをして、行動すれば、いずれ変化は起こせます。変化はすべてのコミュニティから始まります。変化は、あなた自身が起こすことができます。

アンバサダーやインフルエンサーへ使用できるEメールテンプレートを用意しました：[Eメールテンプレート](#)

屋外メディア・プレス

屋外メディア・プレス

マスターアートワークのファイルを使用した以下のことをパートナーに依頼しています：

- 屋外・プレスクリエイティブの実行（これを実現するためにメディアの寄付をお願い致します）
- 現在使用中の屋外・プレスクリエイティブにテイクオーバーのコンセプトを使用する

マスターアートワークのファイル（フルページ、ハーフページ、6シート、48シート）へのリンクと、コピーオプションおよび対応翻訳が以下のリンクに含まれています。

以下はパートナーの責任となります：リストからお好みのコピーを選択／それに応じたアートワークファイルの適合／プレス・屋外メディアへの提供

公開タイミングについて、この作品は8月19日から9月6日（パラリンピック閉会式の翌日）に公開することを基本ターゲットとしています。一方で、このキャンペーンは10年間に渡って実行していくため、各パートナーに応じて、さまざまな時期にこのクリエイティブを展開していただきたいと思います。

キャンペーンの開始（2021年8月19日）前の配信は禁じられています。

[屋外・プレスマスターアートワーク\(翻訳含む\)ファイルリンクはこちら。](#)
[テイクオーバーマスターアートワーク\(翻訳含む\)のファイルリンクはこちら。](#)

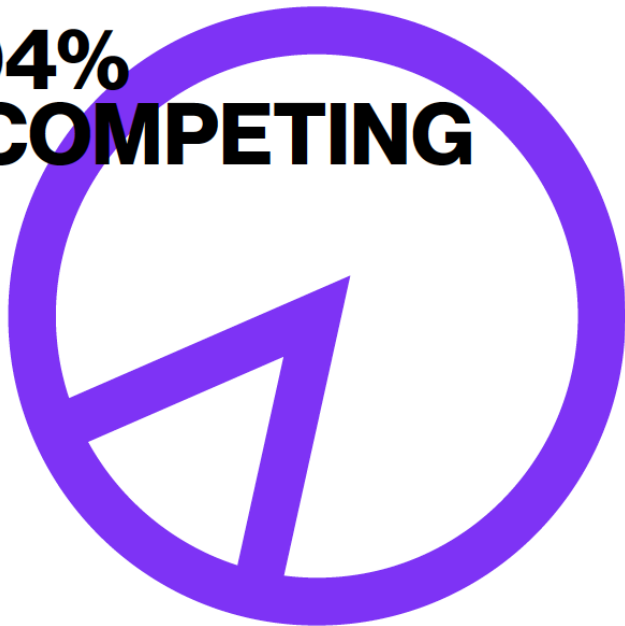
英語のファイルは7月23日から利用可能です。すべてのキャンペーン言語は8月5日から利用可能です。

屋外メディア・プレス－クリエイティブ例

(最終アセットは7月23日金曜日にアップロード)

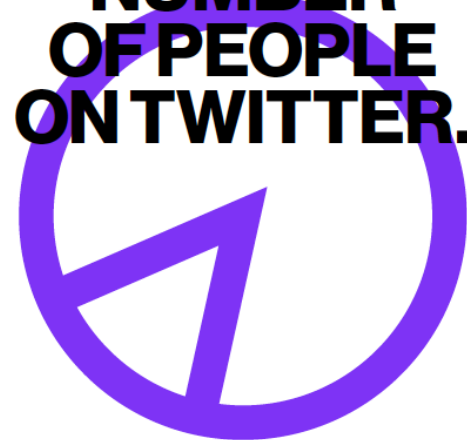
**ONLY 0.0004%
OF US ARE COMPETING
IN TOKYO.**

**PEOPLE WITH A
DISABILITY ARE 15% OF
OUR WORLD. #WeThe15**



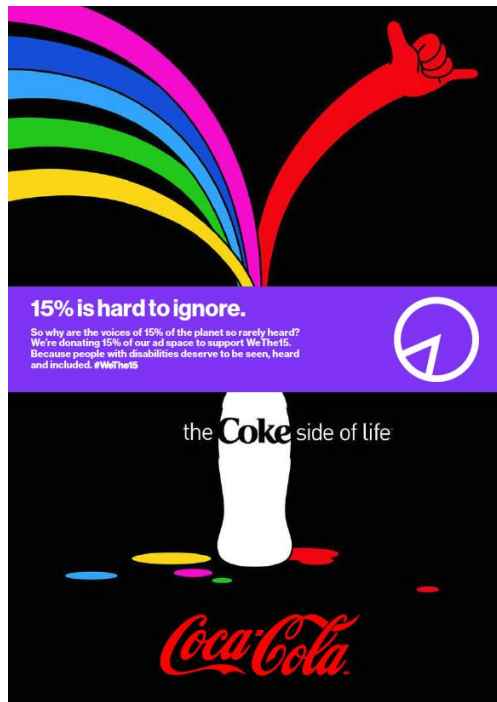
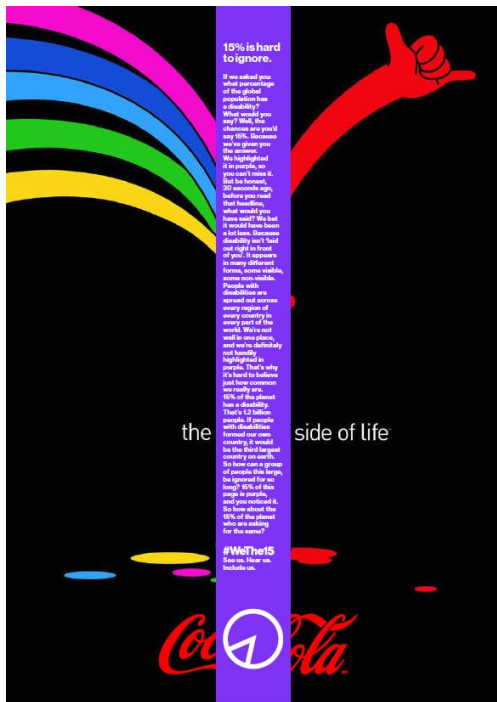
**IT'S FOUR
TIMES THE
NUMBER
OF PEOPLE
ON TWITTER.**

**PEOPLE WITH A DISABILITY
ARE 15% OF OUR WORLD.
#WeThe15**



屋外メディア・プレス - テイクオーバー例

(最終アセットは7月23日金曜日にアップロード)



紫色の帯は、人目を引くような配置が必要です。背後のデザインと同化してしまうと意味がありません。

ブランドが明白であることは重要ですが、紫色の帯が必ず認知されるように、帯はデザインと分けて識別される必要があります。

イラストモックアップは例のみ



メディア・リレーションズ ローンチ

アプローチ：関心を集め、リアクションを起こす

8月19日 – ムーブメントの始まり

アプローチ：ローンチ日からステークホルダーとの機会を作るため、世界中のスポークスパーソンやメディア関係者と連携したアプローチが必要です。

概要：活動の最初の正式発表。私たちは、WeThe15キャンペーン・グローバルパートナーそして10年間のミッションの認知度を高めることを目標としています。

メッセージの対象者：メディア、一般市民、障がい者NGO。

コンテンツ内容：プレスリリース・スポークスパーソンのインタビュー・キャンペーン映像・キャンペーンロゴ・ライトアップの画像

ターゲット：グローバル通信社、放送局、印刷、オンライン、スポーツ関係者、第三セクター企業、医療関係者、消費者、ビジネス企業。ニュース報道を優先。

今後の展開：世界的な展開を予定。早い段階から対象マーケットのメディア関係者と会話予定。エンゲージメントは東京(接触する最初のメディア)から始まり、ヨーロッパ/アフリカ、そして最後に北米に展開したいと考えています。

主要なターゲットメディア：アジア太平洋-日本・中国・オーストラリア、ヨーロッパ/アフリカ - 英国・フランス・イタリア・ドイツ・南アフリカ; 北米 – 米国・カナダ

発信者：ステークホルダーのスポークスパーソンと選手へは発表前に事前説明会を行います。

メディアアプローチの概要

キャンペーン映像のリリースのローンチ

スポークスパーソンは8月5日に事前ブリーフィングを受けること。8月10日にメディアの報道解禁前ブリーフィングを行い、8月11日に解禁インタビュー行う。キャンペーンのローンチ映像とプレスリリースは、8月16日週からトップティアのニュース・報道関係者・消費者・ライフスタイル・スポーツ関係各所へ販売されます。より幅広いメディア関係者には8月19日に解禁されます。

LIVE : 2021年8月19日午前7時(UTC +9)
(東京の発表に合わせて)

ランドマーク点灯

世界中のランドマークは、8月19日の日没時に紫色に点灯します。

メディアとの連携を最大化するために、主要なランドマークは8月9日週に事前に撮影されます。

LIVE : 2021年8月19日 日没時

[アウトリーチをサポートするためのドラフトはこちらから！](#)

詳細については、Philip.Doward@paralympic.org にお問い合わせください。

パープルライトアップ

ライトアップ予定のランドマーク

WeThe15の開始を記念し、8月19日に、様々な国とタイムゾーンにまたがる80以上の象徴的なランドマークが障がいの国際色である紫色に点灯します。

[ここ](#)からランドマーク全ての箇所を確認いただけます。

ランドマークの追加に関するお問い合わせはhello@wethe15.orgへご連絡ください。

東京： 東京スカイツリー	レイキャビク：ハーパ	モスクワ：オスタンキニ オタワー
エディンバラ： マレーフィールド	ローマ：コロッセオ	シンガポール：フラート ンホテル
ジュネーブ：ジェッド (大噴水)	米国・カナダ：ナイアガ ラの滝	エルサレム：エルサレム の城壁群
ロンドン：国会議事堂	ヨハネスブルグ：FNBス タジアム	サウジアラビア：キング ダムタワー
ウィーン： オーストリア国会議事堂	イスタンブール：ヤウズ ・スルタン・セリム橋	プラハ：ペトシーン展望 台
パリ：パリ市庁舎	ブリスベン：ビクトリア 橋	オークランド：スカイタ ワー



©TOKYO-SKYTREE

ライトアップの支援方法

1. 本社またはその他の建物や、デジタルプロパティ（会社のロゴ、ウェブサイト、SNS）を8月19日に紫色に変えられるかを確認。詳細については、hello@wethe15.orgにお問い合わせください。
2. 8月19日にランドマークの写真またはデジタルプロパティのスクリーンショットをメディア発信出来るよう準備し、これらの画像をIPCチームと共有。IPCはランドマークの著作権フリー画像を[こちら](#)にアップロードしています。
3. メディア関係者や幅広い報道機関とつながり、機密でキャンペーン情報とライトアップについて知らせます。[プレスリリース](#)を共有。
4. ローカルのランドマークの担当者と連絡を取り、SNSで照らされた建物の画像を共有。情報を拡散する。
5. アンバサダーやインフルエンサーと協力をし、ランドマークのコンテンツを作成・共有。
6. 個人SNSにて#WeThe15ハッシュタグや、@WeThe15 Twitter、Instagram投稿やシェアをする。

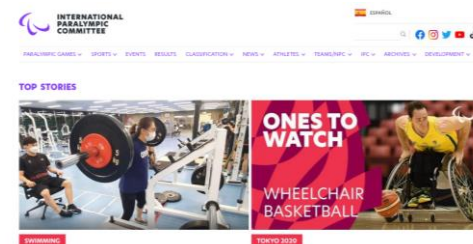
紫色ランドマーク



紫色ロゴ



紫色ウェブサイト・SNS



メディア事前説明会

ローンチ日の報道を確保するために、メディアに簡単な説明を行ってください。交流のあるメディアや幅広い報道機関とつながり、未公表でキャンペーン情報やライトアップについて共有をお願いします。

ランドマークの点灯は世界中のメディアから放映され、写真、バーチャル上で注目されます。8月19日の点灯日に先立ち、ライトアップを放送できるように、放送関係者やメディア関係者を点灯式に招待してください。

[関係者招待はこちらから](#)

招待は、ローカルメディアのニーズに合わせて調整・翻訳できます。



写真提供 : Canva

お問い合わせ先

ご不明な点がございましたら、
hello@wethe15.org
までお問い合わせください。

詳細については、
WeThe15.org
をご覧ください。



#WeThe15