

「がんばるな、ニッポン。」 テレワーク推進のテレビCM動画が公開8日で10万回再生突破

サイボウズ株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長：青野慶久、以下サイボウズ）は、7月6日（月）より7月26日（日）まで、新型コロナウイルス対策の一環としてテレワークを推進するテレビCM（関東圏限定）を放映し、ソーシャルメディアでも公開しています。

多くの反響が寄せられ、公開から8日でソーシャルメディアでの再生回数10万回*1を突破しました。

*1 Twitter+Facebook+YouTubeでの合計再生回数



■CM特設サイト：<https://ganbaruna-nippon.cybozu.co.jp/>

■メッセージの狙い

弊社では、今年3月に日本経済新聞広告にて「がんばるな、ニッポン。」というキャッチコピーで新型コロナウイルス対策としてのテレワーク推進のメッセージを発信してきました。

・3月に公開したサイボウズのテレワーク情報サイト：<https://telework.cybozu.co.jp/>

しかし、「緊急事態宣言」時にテレワークを実施した会社でも、解除以降、出社を強制・原則としているところも多く、その結果「職場クラスター」の発生が確認されています。また、7月15日には東京都から「警戒レベル最大に引き上げ」という発表もあり、テレワークが可能な業種・職種で引き続きこの「選択肢」を定着させることが、出社が必要な方々も含めた感染拡大防止に大きく寄与すると考えています。サイボウズは「100人100通り」の働き方の実現に向けて、メッセージの発信を続けてまいります。

■お寄せいただいたご意見

「うちの経営者にも見てほしい」や「なぜ不安を抱えながら通勤しなければならないのか、みんなで考えてみるべき」「昔は『24時間働けますか?』だったのに」「出社が必要な人のためにテレワークをするべき」など、コロナ禍での働き方を改めて問いただす内容のご意見が多く見受けられました。一方で、「通勤しないと働けない業種のことと考えてほしい」「多様性の否定ではないのか」といったご意見もいただきました。

■CM 特設サイト掲載「がんばるな、ニッポン。」メッセージ

がんばるな、ニッポン。

経営者の皆さまへ

新型コロナウイルス感染症の流行を機に、私たちの働き方が大きく変化しています。これからもテレワークを続ける会社や、「原則出社」に戻す会社など、いろいろな企業があると思います。

そんな今だからこそ、問いたい。
社員に通勤をがんばらせることは、本当に必要でしょうか？

デスクワークが中心でも、在宅勤務を求める社員がいても、通勤を強制する意味はあるのでしょうか。

出社したい人は、出社する。
在宅勤務をしたい人は、在宅勤務をする――。

「100人100通り」の働き方が、もっと当たり前になるように。

テレワークを活用できる企業が増えることでどうしても出社しなければいけない方のリスクを減らすこともできます。

これからも、テレワークという選択肢を。

このテレビ CM と Web サイトが、皆さまの働き方のチャレンジを後押しするきっかけになれば幸いです。



■ CM 概要

- ・企画：サイボウズ株式会社
- ・制作：株式会社フロンティアインターナショナル
- ・プロデュース：おちまさと（チーフ・ブランディング・オフィサー）
- ・放映期間：2020年7月6日（月）～7月26日（日）
- ・放映テレビ局：関東3局（日本テレビ、TBS、テレビ朝日）

報道関係者様からのお問い合わせ先

サイボウズ株式会社 ビジネスマーケティング本部：吉原、熱田、大槻

〒103-6027 東京都中央区日本橋 2-7-1 東京日本橋タワー 27階

MAIL: wspj@cybozu.co.jp

※商標・著作権表示に関する注記については、こちらをご参照下さい。

<https://cybozu.co.jp/logotypes/other-trademark/>