

ブランドエクスペリエンス

A. コーポレート・団体

広告主名	株式会社 ムーンスター	期間	2025年4月1日 ～
コーポレート・団体ブランド名		地域	全国
施策名	I'm UWABAKI PROJECT	使用媒体	オンライン / イベント・セミナー

1. 施策をおこなった背景や課題

「御詠向御好次第（おあつらえむき おこのみしだい）」の再定義

創業150周年という節目を迎えた靴の製造・販売ブランド。

ブランドが創業当時から掲げてきた理念「御詠向御好次第（おあつらえむき おこのみしだい）」“一人ひとりに合わせてつくる”という価値観を、現代にどう再定義し、社会と共有していくかが課題となっていた。

同時に、現代の日本社会では、子どもたちの自己肯定感の低さが大きな社会課題として存在している。この2つの課題に対し、ブランドがかつて生み出した「上履き」という誰もが知るプロダクトと、創業理念を掛け合わせた新たなアプローチによって、企業としての原点と未来をつなぐプロモーションプロジェクトを立ち上げた。

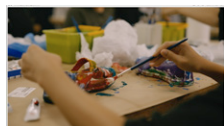


2. 解決方法 (SOLUTION)

自己肯定感が低い日本の子どもたちに “自分らしさ”について考える機会を

一人ひとりの“らしさ”と向き合う中で、気になる問題を発見。現代の日本社会では子どもたちの自己肯定感の低さが大きな社会課題として存在していて、海外の子どもたちと比較した調査では、日本の子どもたちは他国と比較して、自己肯定感の低さが顕著に見られていた。

そこで、慣れ親しんだ「上履き」を子どもたち一人ひとりの“今”を映し出す自己表現のツールとして再定義。「みんな同じ」だった上履きに、「自分の色」という個性を与えることで、自己理解と多様性の体感機会をつくり出した。



3. 結果

ムーンスターの所在地、福岡の各局にメディア露出。151年目の新たな御詠向御好次第の姿勢を示すことに成功。また部署を横断して若い世代の社員がプロジェクトに参画することで、創業の理念を改めて組織に浸透させる機会となった。TVニュースやオンラインでの情報発信から、全国から問合せや賛同の声があり、ブランド接点の拡張や子供を応援する機運の広がりに貢献した。



4. 企画のポイント

みんな同じ▶▶自分らしいに I'm UWABAKI!

上履きという表現で1950年代から学童向けの室内履きを生産し続けているムーンスター。「みんな同じ」だった上履きに、「自分の色」という個性を与えることで、自己理解と多様性の体感機会をつくり出した。これはまさに、「御詠向御好次第」の精神を現代の子どもたちに向けて実装したプロジェクトであり、151年目のブランドが届ける“未来型の詠え（あつらえ）”として「I'm UWABAKI PROJECT」を立ち上げた。



子どもたちが「今の自分」に向き合い、自分を表す“色”を絵具を調色し、上履きに塗るという新鮮さで記憶に刻まれる体験として設計。@福岡市立高宮小学校/福岡県立福岡聴覚特別支援学校
ワークショップから完成品受け取りまでのプロセスを映像化し、親子の声や表情を記録。WEB・SNSでの公開により、体験の価値を社会にシェア。

I'm UWABAKI

Kids Identity Discovery Project by MOONSTAR



子どもたちが、自分らしさについて考え、自分らしさを表現するプロジェクト。

おあつらえむきおこのみしだい

御詠向御好次第を再定義

創業150周年を迎えるムーンスター は靴の製造・販売ブランド。ブランドが創業当時から掲げてきた理念「御詠向御好次第(おあつらえむき おこのみしだい)」「一人ひとりに合わせてつくる」という価値観を、現代にどう再定義し、社会と共有していくかが課題となっていた。



自己肯定感が低い日本の子どもたち

一人ひとりの“らしさ” と向き合う中で、気になる問題を発見。現代の日本社会では子どもたちの自己肯定感の低さが大きな社会課題として存在していて、海外の子どもたちと比較した調査では、日本の子どもたちは他国と比較して、自己肯定感の低さが顕著に見られていた。

Q: 今の自分が好きだ (%)

	そう思う	どちらかといえば思う	どちらかといえば思わない	そう思わない
日本	17.5	35.9	30.0	16.5
ドイツ	38.1	33.5	19.2	9.3
フランス	33.7	41.8	18.7	5.8
イタリア	29.4	43.0	20.4	7.2
スペイン	29.4	42.4	21.6	6.5

Q: 私は、自分自身に満足している (%)

	そう思う	どちらかといえば思う	どちらかといえば思わない	そう思わない
日本	16.9	40.5	25.4	17.2
ドイツ	36.4	36.8	16.4	10.3
フランス	32.7	41.3	19.1	7.0
イタリア	35.9	39.8	17.2	7.2
スペイン	30.9	41.4	23.0	4.7

データ出典: 我が国と諸外国のこどもと若者の意識に関する調査/こども家庭庁(令和5年)

ムーンスターが昔から作りづけてきた商品でもあり、日本の子どもを象徴する上履き



自分らしい色を塗ることで、みんなと同じから自分らしい上履きに。

みんな同じ→自分らしいに

上履き という表現で1950年台から学童向けの室内履きを生産し続けているムーンスター。「みんな同じ」だった上履きに、「自分の色」という個性を与えることで、自己理解と多様性の体感機会をつくり出した。これはまさに、「御詠向御好次第」の精神を現代の子どもたちに向けて実装したプロジェクトであり、151年目のブランドが届ける“未来型の詠え(あつらえ)”として「I'm UWABAKI PROJECT」を立ち上げた。

PROJECT MOVIE



RESULT

ムーンスターの所在地、福岡の各局にメディア露出。151年目の新たな御詠向御好次第の姿勢を示すことに成功した。

