



テレビ静岡 (SUT)

海と日本 PROJECT in 静岡県

一般社団法人静岡 UP



ターゲット別の効果的な訴求を意識！

道路でのポイ捨ては全国的に問題になっており、特に静岡県では南北に流れる川に対して東西に通る高速道路が 2本もあるため、高速道路でのポイ捨てが海洋ごみに直結しやすい問題を抱えている。今回は人気アニメ『ちびまる子ちゃん』と NEXCO中日本(中日本エクス)と連携した「まる子のポイ捨て削減プロジェクト」を企画し、道路のポイ捨てが海洋ごみに繋がっていることの訴求を、ドライバーに対して行った。さらにドライバーを取り巻く家族、友人にも訴求することで抑止力となる人材を醸成することを意識し、広報、看板設置、オリジナル商品、イベントの観点からキャンペーンを行った。

2024年度 実施状況について

その他事業: スポ GOMIなど

異分野コンテンツ連携企画



概要 「ちびまる子ちゃん」の中で最も運転シーンが多いひでじいを広告塔に起用し、テレビ、ラジオでそれぞれCMで訴求。さらにはまる子を取り巻く大人たちのコメントを記載した看板もサービスエリア5カ所に設置し、訴求した。

目的 ドライバーをメインターゲットとしつつ、ちびまる子ちゃんの力を使ってドライバーを取り巻く家族にも訴求し、抑止力を醸成する。

アピールポイント メインターゲット、コアターゲットを明確にし、初めてラジオCMにも挑戦した。

効果 トラック協会の方から「CM聞いたよ」との反響を頂き、ターゲットに見合った訴求ができたことを実感した。

オリジナル商品と拡散



概要 一般車、トラックそれぞれのサイズに適したステッカーと、簡易トイレを開発。ちびまる子ちゃんがサービスエリアで配布イベントを実施した。

目的 ステッカーは「ポイ捨てしない宣言」という強いメッセージを発信させ、自身の意識向上させる事と目撃した人の意識変容を促すデザインとした。簡易トイレは、排泄物をペットボトルに入れてポイ捨てされる問題に対する商品とした。

アピールポイント 看板が設置されているサービスエリアで、概要の分かるチラシと一緒に配布したことで、企画全体の趣旨を理解頂けた。またサービスエリアでの簡易トイレ配布は親和性が多角、多くの方に受け取ってもらえた。

効果 デザインがかわいく、受け取ったその場で車に貼り付けてくれる方が多かった。

学びのあるイベント運営



概要 ごみ拾い×エンターテインメントを行っている「株式会社 Gab」と連携し「清走中静岡編」を開催。イベントの中では海洋問題を学べるクイズラリーとラインミッションを実施した。

目的 ドライバーとそれを取り巻く家族をターゲットにプロジェクトの訴求を行い、意識向上と抑止力の醸成を目的とした。さらにドライバー予備軍である大学生をスタッフとして行った。

アピールポイント スタッフの大学生、Gabと共に今回の趣旨の説明会、クイズミッション検討会を実施した。Gab自体も大学生年代で形成された会社であり、大学生の意識向上も目的とした。

効果 イベント参加前は「環境問題への行動を起こしていなかった」が76%だった参加者だが、参加した92%が海洋問題への意識が高まったと回答した。

海ごみゼロウィーク(清掃活動)

メディア露出



清掃活動参加人数 27,301人 箇所数 3箇所

アピールポイント 地元の有力コンテンツ(清水エスパルス)や行政(浜松市・湖西市・富士市)と継続的に連携し、多くの参加者と共にごみ拾いを実施した。



メディア露出本数 10本(予定)

アピールポイント 「まる子のポイ捨て削減プロジェクト」の模様を分かりやすく解説、報告を行った。また順番や放送日等もタイミングを意識して行った。

2024年度の課題とこれからの展望

これまで2021年度からちびまる子ちゃんとタイアップし活動してきた結果、多くの県民に訴求できたと感じる。また人気キャラクターをきっかけに海洋ごみ問題の今を訴求できたことで、より行動を起こしやすい環境だった。また高校生や大学生との活動を通し、同世代にも活動の輪が広がってきたと思うので、来期は彼らの稼働を少しでも広げる事を念頭にして、新たな仲間作りを展開していきたい。