

# CHANGE FOR THE BLUE in ふくおか (CFB・海と日本2022)

- 海と日本プロジェクト in 福岡県実行委員会 -

＜県内外への広がりが評価され、各業界団体からの表彰・受賞ラッシュ！本格的な事業化も視野に！＞

2022年度の目標を、「日常の嬉しい・楽しいなどの日常のポジティブタイムに本事業との機会創出をねらう」とし、各施策を執行。その中で特に「生活動線との接触」を意識し、今年度新たに海ごみゼロウィーク中のセブンイレブン・福岡市とのタイアップも実施。更に昨年と同様、ふくれん×NONCHELEE氏とのオリジナルスムージーを製造・販売する事でエリアへの事業の深化をねらった。

加えて、本商品化事業を新たに「NAKED」プロジェクトと銘打ち、海プロ発の事業化に取り組んでいる。上記を踏まえた多数の活動が社内外でも評価され、JNN協議会賞（JNN系列全体の中で放送内外問わず顕著な取り組みに対する賞）さらには公益社団法人日本包装技術協会主催の日本パッケージングコンテスト・飲料包装部門賞を受賞。

## 2022年度 実施状況について

■セブンイレブン×(株)ふくれん  
×NONCHELEE オリジナルスムージー  
背景：本事業のムーブメントを生活動線に  
落とし込む事を目的として実施

■スムージーをはじめとした商品の事業化を含む  
「うみてと消費者を繋ぐ」NAKEDプロジェクト  
背景：本事業のムーブメントの継続及び発展

■海ごみゼロウィーク・拾い箱設置をはじめとした  
セブンイレブン・ジャパンとの連携  
背景：海ごみゼロウィーク期間中の  
雰囲気醸成

■ギラヴァンツ北九州  
×CHANGE FOR THE BLUE  
背景：スポーツ観戦の質を高めると共に、  
海ごみ問題の自分事化



・概要：オリジナルスムージー企画  
・目的：本事業の周知拡大  
・場所：セブンイレブンジャパン、ゆめタウン  
・連携先：ふくれん、NONCHELEE  
・効果：昨年に引き続き33万本の製造・販売  
さらには「JNN協議会賞」および  
「日本パッケージングコンテスト」にて  
各賞を受賞。

・概要：NAKED プロジェクト  
・目的：本プロジェクトの本格的な事業化  
・場所：県内をはじめ全国エリア  
・連携先：セブンイレブンジャパン、フランス  
ふくれん、各生産者  
・効果：海洋関連事業者を含む  
全ての生産者（うみて）と消費者を  
繋ぐNAKEDプロジェクトの一環で  
フランス社と共同したスイーツを開発。  
約2000店のセブンイレブンで販売。

・概要：海ごみゼロウィーク期間中、食品パ  
ッケージへのステッカー貼付及び拾い箱置。  
福岡市と、オリジナルごみ袋とタオル制作。  
・目的：海ごみゼロウィークPR及び空気感醸成  
・場所：福岡県内店舗  
・連携先：セブンイレブン・ジャパン、福岡市  
・効果：ステッカー付商品を約6万個販売。  
海ごみゼロウィーク参加者には、  
福岡市と連携したオリジナルタオル・  
ごみ袋を約2万セット配布。

・概要：日本一海に近いスタジアムクリーンアップ  
・目的：海について考え、CFBの理解を深める  
・場所：ミクニワールドスタジアム北九州  
・連携先：ギラヴァンツ北九州  
・効果：試合のハーフタイムにスタジアムの  
大型ビジョンでギラヴァンツ北九州の  
選手が「海ごみ問題」について  
啓発しているコラボ動画を放送。  
観客2690人にリーチ到達。

その他：スポGOMI甲子園、海ごみ回収&ルアー回収機製作プロジェクト等を実施中・調整中

## メディア露出



9/14  
「ミライアングル」海プロSP  
進行：手越祐也



5/29  
「春の海ごみゼロウィーク」  
セブンイレブン



7/31  
「海ごみをアートに」  
城南高校うみつなぎ



9/11  
「土に還る米ストロー」  
株式会社Upay

## 2022年度の課題とこれからの展望

各事業を年間を通して継続的に取り組んでいけるような視点を持ちつつ、活動と活動を繋げるような仕組みを作っていく。また、引き続き収益面も含めた継続的発展が行える事業モデルを模索し、年間で本事業を県内の10%（100万人）にリーチさせることを次の段階の目標とし、各事業を予定。