

## 有名キャラクターが、それぞれの言葉でメッセージの発信！！

日本国内では、異物混入が原因で自動販売機横のリサイクルボックスからごみが溢れ、そのごみが川を伝い海へとたどり着き海洋ごみとなってしまいうケースが問題となっている。静岡県では人気アニメ『ちびまる子ちゃん』と連携し、自動販売機横のリサイクルボックスは”ごみ箱”ではなく”資源の回収ボックス”であることや回収ボックスを取り巻く海洋ごみ問題の訴求を広報、イベント、パネル展示、SNSキャンペーンからおこなった。

その他事業：スポGOMI、拾い箱事業、出前授業事業など

### 2023年度 実施状況について

#### 異分野コンテンツ連携企画



- 概要** 「ちびまる子ちゃん」の友達をキャンペーンに巻き込んだCMを制作。さらに着ぐるみを使用したゲリラ的なごみ拾いを実施した。
- 目的** ちびまる子ちゃんファン層からのプロジェクト参加者を増やすこと、海洋ごみ問題に興味になかった人々の取り込むこと。
- アピールポイント** CMにまる子ちゃん以外のキャラクターを起用し、奇抜性を加えたほか、キャラクターと一緒に参加できるイベントを実施することで、記憶に残る活動とした。
- 効果** ゲリラ的なごみ拾い(まる子のごみ拾い)では天候が悪かったり全て飛び入り参加という状況にも関わらず108人の参加者を集めることができた。

#### パネル設置とSNS拡散



- 概要** 静岡市内12カ所にキャラクターパネルを設置し、問題提起、中身の可視化、SNSキャンペーンを実施。オリジナルグッズ、画像の制作。
- 目的** 回収ボックスに異物を入れることが海洋ごみ問題に繋がることの訴求と共に、ボックスの中の可視化により意欲の向上を図った。SNS上での広がりも目指した。
- アピールポイント** 各パネルにてキャラクターならではの海洋ごみに関するコメントを入れ込み回遊意識を高めた。SNSでも広がりがあるように特典付きの企画とした。
- 効果** 実施した設置場所12カ所では8カ所で異物混入率の低下がみられ、全体としては約4.5%の減少ができた。SNSキャンペーンでは全国のファンから153件のリポストを獲得した。(11/20 現在)

#### 海ごみゼロウィーク



ごみ拾い参加人数 **27,248人** 箇所数 **3箇所**

**アピールポイント** 行政(浜松市・湖西市)や地元の有力コンテンツ(清水エスパルス)と結びつくことで、多くの人々に参加してもらいイベントを実施できた。

#### メディア露出



メディア露出本数 **11本**

**アピールポイント** 「まる子のペットボトル回収プロジェクト」の模様を、順を追って計画的に放送を実施した。またスポGOMI関連の放送にも力を入れ、県内の行政からも問い合わせがあった。



### 2023年度の課題とこれからの展望

パネル設置による成果は得られたものの、異物混入を行ってしまった人の理由が「認識の違い」なのか「分かっているけど捨ててしまったのか」までは突き止められなかった。来期は高速道路付近での「ポイ捨て」という誰もが悪いことと認識しているものを減少させるための活動として、「周りの人」を巻き込む事が重要であると考え、ドライバーだけでなく周りの家族、友人への訴求を意識的に行うことで、ポイ捨ての手を止める活動を目指す。