



進撃他エンタメコンテンツを中心に連携し関心層に引き込む！

大分県は、恵まれた海域に位置しているにも関わらず、海洋ごみに関連した様々な課題を抱えている。まず県内の海岸清掃ボランティア参加者はピーク比で約64%に減少しており、海洋ごみ問題に対する関心層の減少が伺える他、令和元年度の大分県の調査データによると、海洋ごみに占める陸域由来のごみの割合が6割から8割に増加。街で暮らす県民のごみに関するマナーの低さに加え、人工ごみの69%がプラスチックであり、全国平均(65.8%)より3.2ポイント高い。プラスチックの中でも飲料用のペットボトルや、プラ製品の破片、ポリ袋、食品容器などが全体の83%を占め、普段の生活で使っている陸域由来のプラが海に流れ着き、ごみとなっていると推定される。そこで、世界にファンを抱える大人気漫画「進撃の巨人」(世界累計発行部数1億1千万部)や県民に愛されるJ2「大分トリニータ」(Jリーグマスコット総選挙4位「ニータン」)等と連携し、そのコンテンツにキャンプやリサイクル、商品開発等様々な掛け算で、無関心層を関心層に引き込むべく取り組んだ。

2023年度 実施内容について

その他事業：スポGOMI、セブンイレブンの商品開発、大分県とのごみ調査特番等

進撃の巨人との連携プロジェクト



概要 進撃コラボ企画として、下記を実施。
 ・ごみを拾いながら海洋ごみ問題についてクイズ形式で学べる「進撃の海拾人クイズウォークラリー」
 ・県内17のキャンプ場での清掃活動CP「キャンパー兵団海ごみ討伐作戦」
 ・巨人型リサイクルBOXを城島高原パークに設置
 ・車力の巨人型BOXを大分空港に設置
 ・CP特典としてノベルティも2種製作

コカ・コーラボトラーズジャパンとのタイアップ



概要 CCBJIの協力で県下3000以上のリサイクルBOXにCFBステッカー一掲出。また合わせて市街中心部では鏡・のれん・パネル・オリジナルステッカーを掲出する施策を実施。

大分トリニータとのコラボ「NEETAN FOR THE BLUE」



概要 大分トリニータの人気マスコット「ニータン」の形をしたペットボトル分別回収機をホームのレゾナックドーム大分に長期間設置し、集まったペットでフードパックを制作・記念カードと一緒に9月末の冠試合で配布。また選手やニータンとコラボした各種訴求CMを放映。

セブンイレブン・県との連携



概要 セブンイレブンと連携し、商品開発。商品へのCFBロゴシール貼付とポスター掲出を行った。

概要 大分県循環社会推進課と連携。実地調査の様子を特集し、県民への周知を図った。

海ごみゼロウィーク



ごみ拾い参加人数 **10,000人以上** 箇所数 **18箇所**

アピールポイント 秋の海ごみゼロウィークのキックオフに合わせて、キャンパー兵団海ごみ討伐作戦を開始。

メディア露出



メディア露出本数 **55本**

アピールポイント 「進撃の巨人」に絡めた露出の他、トリニータ連携での放映、特に選手やニータン出演のCMでも多く露出

2023年度の課題とこれからの展望

進撃やトリニータといったエンタメコンテンツとの連携に加え、キャンプなど新たな掛け合わせを行ってみたい、新規性はあったものの、より多くの様々な方に刺さるプロジェクトを推進していく上では、既に認知のあるイベントやコンテンツと連携を進めていくことで結果を最大化できるかもしれないと感じた。今後も固執せず様々な団体・行政と協力し、このプロジェクトを大きくしていきたいと感じている。