

ブランドエクスペリエンス

コーポレート・団体

広告主名	サントリーホールディングス株式会社	期間	2022年10月15日～
コーポレート・団体ブランド名	企業広告	地域	全国
施策名	ボトルは資源! (#素晴らしい過去になろう)	使用媒体	TVCM / 新聞広告 / ポスター / WEB



1. Background 施策をおこなった背景や課題

「ペットボトル＝資源」と知ってほしい。サステナブルへの意識が急速に高まっている現代。さまざまな環境汚染問題の中でも、「ペットボトル＝環境汚染ゴミ」という認識が広がってしまっています。でも、私たちは知っています。ペットボトルは、ゴミではなく資源。まずこれまでの認識を大きく転換させることが、今回のミッションだと捉えました。



2. Solution 解決方法

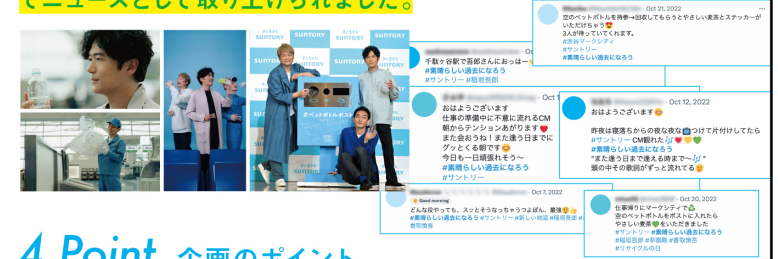
「参加するモチベーション」をつくり出すこと。そのためのキーになるのは、生活者の参加です。なぜなら、ペットボトルが何度でも生まれ変わる「水平リサイクル」は生活者の「正しい分別」がなければ実現しないから。そこでサントリーは、単に広告をつくるのではなく、みんなのモチベーションをつくることに挑戦しました。アイデアは、3Rに加わる、4つ目のR、Respectを作ること。リサイクルしよう!という単純な啓蒙ではなく、捨てたその先にいる人を想像させるきっかけをつくる。そのために、香取さん、稲垣さん、そして草薙さん3人に協力をお願いしました。



3. Result 結果

「ペットボトルはゴミじゃない」が日本中のNEWSに。

結果、TV、新聞、交通、SNS、を通してさまざまなメディアから気づきを与えただけでなく、未来へ繋ぐ思いを「ポスト」に込めた体験イベントも実施したクロスメディアの展開によって、大きな話題を獲得。SNSでは、共感と実践の声が多数溢れ、「ペットボトルはゴミじゃなくて資源だ」というメッセージは、我々の活動と共に、全てのキー局でニュースとして取り上げられました。



4. Point 企画のポイント

単なる啓蒙広告ではなく、人を動かすための、「参加するモチベーション」の発見をミッションに設定したこと。そのためのアイデアとして、「4つ目のR = Respect」を見つけて、モチベーションをつくり、人々を動かすことに注力した点。(≠啓蒙広告とは異なる!) 結果、未来のための新しい道を作り出すことができたこと。

R Reduce
Recycle
Reuse + **Respect**

#素晴らしい過去になろう
ずとずと、
水と生きる SUNTORY

#素晴らしい過去になろう
 ずとずと、
 水と生きる SUNTORY

CMには、正しい分別の仕方を自ら実践する稲垣さんと香取さん、
 そこにペットボトルの回収作業を行う清掃員役の草薙さんが登場



手話を振り付けに取り入れた縦型ダンス動画も制作



SNSでポスターの掲出場所を告知



10.20のリサイクルの日で日経新聞で15段を掲載



ポスターは外苑前駅・千駄ヶ谷駅・国立競技場駅等で掲出



渋谷マークシティで体験イベントも実施



ペット
 ボトルは
 ゴミじゃない。
 資源なんだ。

いま、日本全国にいる
 すべてのペットボトルたちへ。
 カラになったら、また戻って、
 新しいペットボトルに
 生まれ変わるんだ、
 なんてでもなんてでも。
 そう、きみたちはゴミじゃない、
 未来に必要な資源なんだ。



ボトルは資源! サステナブルボトルへ

ずとずと、
 水と生きる SUNTORY

