

|                      |  |    |                          |
|----------------------|--|----|--------------------------|
| SDGs特別賞              |  |    |                          |
| 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～             |
| 施策名                  | ボトルは資源! (#素晴らしい過去になろう)   | 地域 | 全国                       |
| 施策に該当する<br>ゴールナンバーに○ | 1・2・3・4・5・ <b>6</b> ・7・8・9・10・11・ <b>12</b> ・13・14・ <b>15</b> ・16・17 | 媒体 | TVCM / 新聞広告 / ポスター / WEB |



## 1. Background 課題策定までのストーリー (社会課題をどう捉えたのか)

「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 SDGs目標達成に繋がる広告制作物や施策内容

「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、そして草彅さん3人に協力をお願いしました。



## 3. Result 成果や反響

「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。



## Point

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  
ずっとずっと、  
水と生きる SUNTORY