

# NEWS RELEASE

dentsu promotion plus

株式会社電通プロモーションプラス  
100-8508 東京都千代田区内幸町1-5-3  
<https://www.dentsu-pmp.co.jp/>

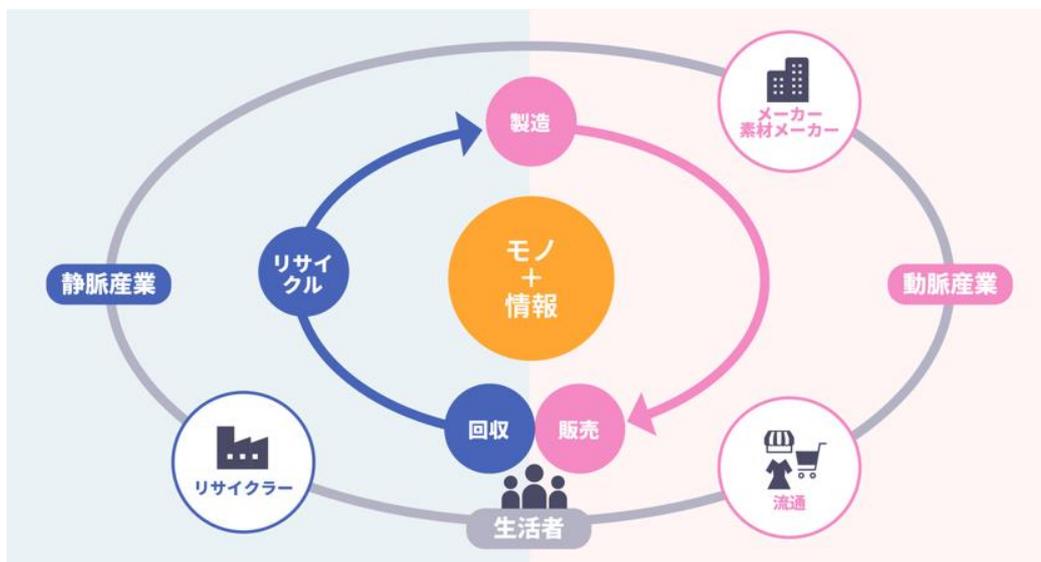
2023年6月22日

## 「回収・リサイクル」と「販促」を合わせた仕組みで サーキュラーエコノミーを実現する循環プラットフォームを開発開始 —2023年9月の実証実験に向けて、参加企業を募集—

株式会社電通プロモーションプラス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長執行役員：湯川 昌明 以下「電通プロモーションプラス」）は、株式会社電通（本社：東京都港区、社長：榎谷 典洋 以下「電通」）とともに、これまで「作って売る」ことが中心だった企業活動が「作って売って、回収・リサイクルする」ところまで拡張する中で、空容器などの「回収・リサイクル」にクーポン・ポイントなどの「販促」を組み合わせた循環プラットフォームの構想（特許2件出願中）実現に向けてシステム開発を開始しました。これによって、「回収・リサイクル」による社会貢献性と「販促」による事業性を兼ね備えたサーキュラーエコノミーの実現を目指します。また、本年9月頃からの実証実験に向けて、流通・メーカー企業の参加を募集いたします。

サステナビリティ経営へのニーズの高まりや、2022年4月に施行されたプラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律（通称：プラ新法）などにより、メーカー主導での「回収・リサイクル」の取り組みが増えている一方で、現状、企業側には「回収やリサイクルのコストがかかる」「回収網の構築や、回収自体が難しい」「回収が次の購買につながらず、収益化できていない」などの課題があります。これらの課題を解決するためには、「作って売る」という動脈産業と、「回収・リサイクルする」という静脈産業とを連携させ、変革していくことが不可欠です。

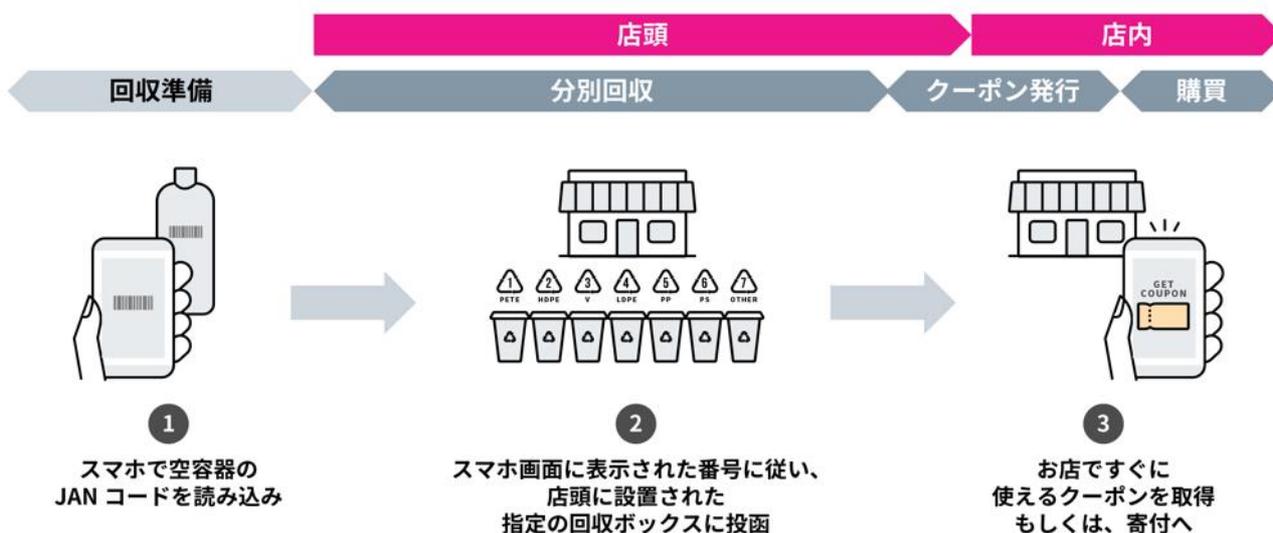
<図表1：循環プラットフォームの必要性>



電通プロモーションプラスと電通は、生活者の「回収」行動を起点に、スマートフォンにクーポンやポイントなどを提供することで、回収ボックスへの投函から店内購買までをシームレスにつなげる仕組みを設計しました。最大の特徴は「回収～販促導線の創出による収益化」が可能な点ですが、その他にも、①複数社相乗りの回収プラットフォームによるコスト削減、②「メーカーごと」ではなく「素材別」の分別回収によるリサイクルの効率化・高品質化、③「モノと情報」のDXによる回収物の種別・量の集計やトラッキングなどが実現できるようになっています。すでにシステム開発を開始しており、実証実験に向けて、空容器などの回収を促進したいメーカーや流通企業の参画を募集します。

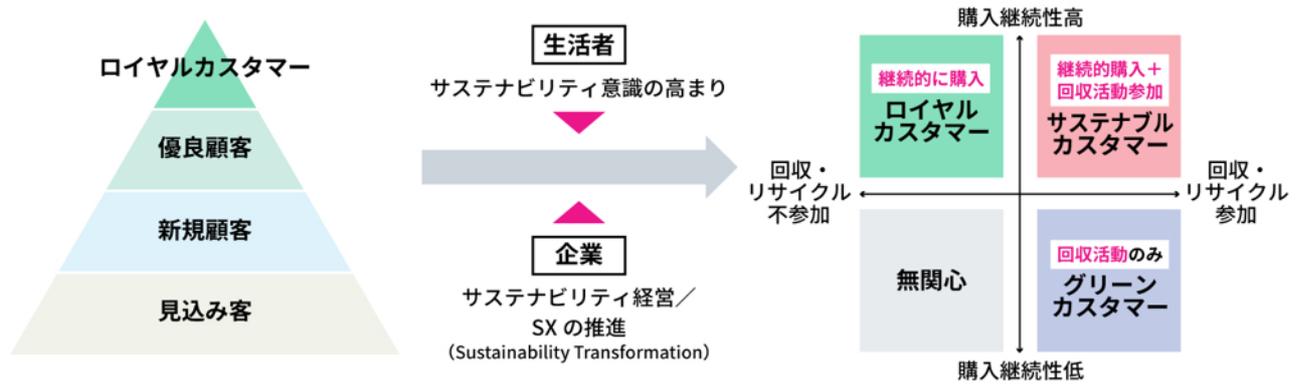
当プラットフォームの開発において電通プロモーションプラスは、これまでのデジタル販促施策等の設計や実装の実績を活かし、プラットフォームを利用して創出される消費行動に合わせたUI/UXの設計及びシステム開発・実装を担当しました。また、グループ会社の株式会社電通プロモーションエグゼが、リサイクルスキームの進行管理、リサイクル素材を活用したアップサイクルアイテムの企画制作、回収ボックスの設計・制作を担当しました。

＜図表 2：循環プラットフォームを活用したサービスの詳細＞



また事前調査では、「継続購入ブランドが5つ以上あり」「回収・リサイクル参加製品が1つ以上ある」、ロイヤルティと回収・リサイクル参加意識の両方が高い顧客群が、どの世代にも約2割存在することが判明しました。この層においては本サービスの利用意向が77%と全体より高く、かつ「価格が高くても環境によいものを選ぶ」傾向が高いという特徴を持っています。電通プロモーションプラスと電通では、これらの生活者を「サステナブルカスタマー」と呼んで、上記循環プラットフォームへの参加を促進し、次世代顧客群として育成を目指していきます。

＜図表 3 : 「ロイヤルカスタマー」から「サステナブルカスタマー」へ＞



電通プロモーションプラスは、これまで販促領域で競争力を築いてきた販促施策のプランニングやプロデュース機能に加えて、成長するリテール領域における販促 DX 支援、コマースやオウンドメディアを起点としたデジタル施策の運用支援、最先端のテクノロジー技術やクリエイティブ力で最高のエクスペリエンスを創出する UX デザインなど、統合的なソリューションの提案から実施・運用支援を強化し、販促ソリューションの No.1 パートナーを目指します。

【調査概要】

- ・調査実施主体：電通プロモーションプラス
- ・名称：新サービスに関する受容性把握 Web 定量調査
- ・対象エリア：日本全国
- ・対象者条件：15～79 歳の男女
- ・サンプル数：1200（性年代各 50 人ずつ、計 1200 人を人口構成比でウエイトバック集計）
- ・調査手法：インターネット調査
- ・調査期間：2023 年 2 月 8 日～2 月 10 日
- ・調査機関：株式会社電通マクロミルインサイト

＜サービスに関するお問い合わせ先＞  
 株式会社電通プロモーションプラス  
 デジタルプロモーション事業部 諏訪  
 MAIL : suwa@dentsu-pmp.co.jp

＜リリースに関するお問い合わせ先＞  
 株式会社電通プロモーションプラス  
 広報 代田、津田  
 MAIL : kouhou@dentsu-pmp.co.jp

※当社では、現在リモートワークを実施しており、お問い合わせはメールにてお願いいたします。