

<PR アワードグランプリ 2023 エントリーシート>

【エントリー名】 守るのは、頭と地球。HOTAMET

【事業主体】 甲子化学工業株式会社、北海道猿払村、
TBWA HAKUHODO

【実施期間】 2022年12月～継続中

エントリー案件に関わるキーワードがあれば✓してください。✓の有無や数は評価に関係ありません。（複数可）

コーポレート・コミュニケーション コーポレートブランド インターナルコミュニケーション リスクコミュニケーション マーケティング・コミュニケーション
 新商品コミュニケーション ロングセラーコミュニケーション ソーシャルグッド グローバル 新手法開発 自社コンテンツ開発（著作）

パブリックリレーションズとしての視点： **Why Public Relations?**

創業 54 年、老舗プラスチックメーカーの甲子化学工業株式会社。「プラスチックは悪」という風潮が広がる中、プラスチックを生業とする企業だからこそ、**サステナブルにプラと共存できる社会の実現**を模索していた。一方、ホタテ漁が最も重要な産業となっている北海道猿払村では、**大量のホタテ貝殻が廃棄・放置**され、持続可能性が問題視されていた。そんな課題を抱える両者をつなげ、「**貝殻は外敵から身を守るために存在する。**」というファクトから、「**廃棄された貝殻が、今度**は人の命を守るものへ生まれ変わる。」というストーリーを設計。廃棄貝殻と廃プラを組み合わせた新素材でできた、**アイコンックなヘルメット「HOTAMET」**を開発。「**プラスチックを排除する社会**」から「**プラスチックと共生する社会**」へ、「**単なるごみだった貝殻**」から「**地域有数の資源**」へと、**新たな価値転換**を実現。このストーリーに、漁師をはじめとする**地域住民**だけでなく、**専門家、一般生活者、メディア、国内外の一般企業**が**共感し、行動の輪**が今もなお広がっている。

備考：本プロジェクトはエージェンシーリードにより、甲子化学工業・猿払村双方を繋げ、アイデア開発、プロダクトデザイン、PR、ビジネスデザインを共創している。

解決すべき課題： **Challenges** 国内の水産物の中でも輸出額が最も多いホタテ。猿払村はホタテ水揚げ量日本一に何度も輝く、国内有数の生産地。しかし、加工段階において排出される貝殻の継続的な有効利用が、長年大きな課題に。これまで、肥料等、多方面において貝殻のリサイクルが検討されたものの、恒常的で有効な利用法は確立されず、大量の貝殻ごみを海外に輸出することに頼っていた。2021 年には廃棄貝殻の輸出業者が撤退し、水産系廃棄物として貝殻が**約 4 万トンも発生**し、海辺に放置されてしまった。専門家や地域住民からは、貝殻の堆積場所の確保だけでなく、**悪臭の発生**や、付着する重金属による**土壌汚染**を問題視する声が相次いだ。そこで、甲子化学工業と共に、**廃棄貝殻を資源として捉え**、猿払村にとって大事な産業である**ホタテ漁を持続可能なもの**に変えることに挑戦した。

課題解決のための戦略： **Strategy & Research** 守るのは、頭と地球。"ものがたり"のある"ものづくり"

廃棄貝殻を資源とする新しい当たり前を広げていくために、メディア、地域住民、一般生活者、企業、専門家など、多岐にわたるステークホルダーとの合意形成を図る必要があった。そのため、彼らが進んで応援、賛同したくなる、上述のストーリーに加え、複数の語りたくなる文脈をプロダクトに落とし込んだ。

① 貝殻から着想を得た、「生物模倣」をデザインに採用。機能とデザインで握手

HOTAMET は、自然界の仕組みを応用し、技術開発に活かす「生物模倣」の考えに基づき、ホタテ貝の構造を模倣した、特殊なリブ構造をデザインに採用。結果、リブが無い場合と比較して、約 30%も耐久性を向上。「まるで貝のようなヘルメット。廃棄貝殻からできているんです」など報道から逆算したデザインに。

② 役割を終えた後も再利用できる仕組み

廃棄貝殻と廃プラを組み合わせることで、新品のプラスチックを 100%利用するのと比較して、最大約 36%の CO2 削減に寄与。寿命がきた後も粉砕され、また新たな HOTAMET の材料として再利用できるため、生産されるほど、廃棄貝殻が減っていく仕組みを構築。購入/導入することで、地球環境への貢献を可視化。

② 大学教育機関との連携

北海道大学、大阪大学教授にもチームに加わっていただき、地域環境の観点、素材強度の観点からの助言と賛同によってクリエイティビティの向上を目指した。

課題解決のための独創性あるアイデア： **Idea** 貝殻から生まれたヘルメット「HOTAMET」

ホタテ漁師は、日常的にヘルメットを着用し、危険から身を守っている。また、日本では**災害リスク**が高いことから、漁師に限らず、防災グッズとしてヘルメットが浸透。もしも、多くの人が被るヘルメットを、**ホタテの貝殻から作り出すエコシステム**を作ることができたら？ そこで着目したのが、ホタテ貝殻の**主成分と構造**。貝殻は「炭酸カルシウム」という、強度を高めるために様々な加工に使われる汎用性が高い成分で構成されている。（プラスチックと混ぜることで強度が UP） また、過酷な自然界を生き抜く貝殻は、高い強度を発揮する構造物でもあった。この着眼点から「**これまで外敵から身を守ってきた貝殻が、今度は人の命を守るものに生まれ変わる。**」というストーリーを設計。甲子化学工業が培ってきたプラスチック加工技術によって、廃棄貝殻と廃棄プラスチックを組み合わせた新素材からヘルメットを開発。

活動内容の専門性または完成度： **Execution.** 廃棄貝殻をゴミではなく、新たな村の資源に転換するニュースをつくり、個人と企業による態度変容を起こした。

● 22 年 12 月: HOTAMET メディア向け発表会（猿払村での会見、クラウドファンディング実施など）

甲子化学工業の**開発担当者**に加え、**猿払村 村長、漁業協同組合 組合長、地元漁師**をスポークスパーソンに、HOTAMET をお披露目する記者発表を実施。ヘルメットへの関心が高まる「**自転車用ヘルメット努力義務化**」の法改正発表に合わせて、**発表会/クラウドファンディングを開催**。

● 23 年 1 月～: 海外メディアへのアプローチ

国内の大きな反響を持って、海外の**主要デザインメディア、大衆紙、ビジネスメディア**等、海外でも話題を広げ、逆輸入で製品と素材のレピュテーションを高めた。

● 23 年 3 月: 2025 年大阪・関西万博公式ヘルメットに採用

SDGs 達成への貢献を目指す方向性が評価され、万博での防災用ヘルメットとして正式に採用されたことを発表。さらなるニュースづくりを仕掛けていった。

目標に対する直接的・間接的な成果・評価： **Results** プラスチックとの共生・貝殻を有数の新資源に **新しい当たり前に向けて、行動変容を生み出している。**

・発売後、**34 カ国、735 のメディア**に露出、**推定 32 億人**のリーチ。北海道猿払村、甲子化学工業 双方にとって**最大の露出規模**に。

・ローンチ後 2 ヶ月で、**目標売上**に対して **1,397%**を記録。漁師、村民、一般生活者からポジティブな声が多く生まれた。

・すでに初年度で、**約 24 トン以上**の廃棄貝殻の**リサイクル**が見込まれている。

・素材と製品に、世界中の企業から**オファー**が殺到。ANA、WOLT など **20 以上の国内・グローバルブランド**が賛同し、**新たなビジネス**が続々創出中。

・ポルトガルの美術館 MAAT にて、「**プラスチックとの共生**」をテーマとした**大型企画展**で展示された。

・猿払村のふるさと納税返礼品として今秋以降導入予定で、**売上の 50%**が猿払村の**新たな収益源**に。