

NEWS RELEASE

dentsu promotion plus

株式会社電通プロモーションプラス
105-7001 東京都港区東新橋1-8-1
<https://www.dentsu-pmp.co.jp/>

2025年2月17日

電通プロモーションプラス、電通と構築した「で、おわらせない PLATFORM」が 循環経済パートナーシップ (J4CE) の注目事例に選定 - ローソン、明治、ナカダイ HD との 5 社協働実証実験が評価 -

株式会社電通プロモーションプラス（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：藤 志保、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、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑以下「電通」）と構築した、空き容器などの「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「で、おわらせない PLATFORM」※1が、環境省、経済産業省、日本経済団体連合会が創設した循環経済パートナーシップ（Japan Partnership for Circular Economy:通称「J4CE」）※2の注目事例に選定されたことをお知らせします。



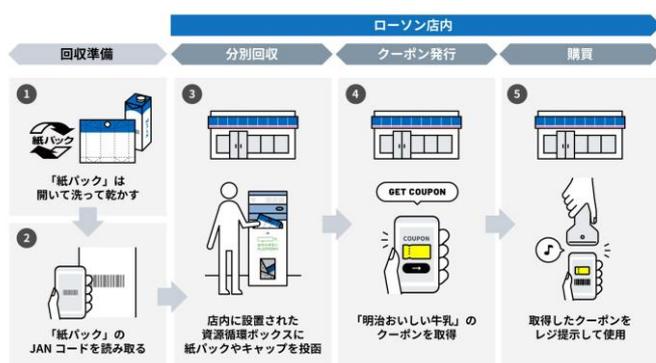
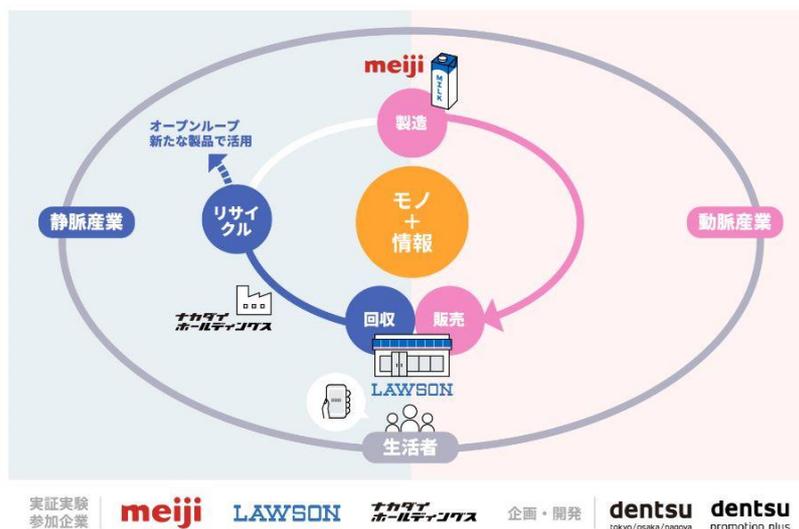
循環型社会の実現に向けて空き容器などの回収活動の必要性は高まっていますが、生活者にとっては手間がかかり、企業にとってもコスト増となるため、善意に頼るだけではなかなか進まないという課題があります。「で、おわらせない PLATFORM」は、このような課題に対し、空き容器などの「回収・リサイクル」にクーポン・ポイントなどの「販促」を組み合わせ、生活者とメーカーや販売店、リサイクル企業が「協働」することで、空き容器などの回収・リサイクルを促進する仕組みです。

電通プロモーションプラスは、2023年11月30日（木）～2024年1月30日（火）に、電通、株式会社ローソン、株式会社明治、株式会社ナカダイホールディングス（以下「ナカダイ HD」）とともに、「で、おわらせない PLATFORM」の実証実験を行いました※3。「明治おいしい牛乳」をはじめとするローソン店舗で取り扱いのある紙パック商品とプラスチック製のキャップを、実験を実施するローソン店内に設置された資源回収ボックスに、スマートフォンで JAN コードを読み取り投函すると、「明治おいしい牛乳」の割引クーポンが発行される仕組みです。クーポンは引き換え期間内にローソン全店舗で使用で

き、回収物はナカダイ HD によってリサイクルされました。

実証実験の成果は、回収した紙パックのリサイクル率は 99%、リサイクルされた紙パックを仮に焼却処分した場合と比較して二酸化炭素の排出量が削減され（カーボンフットプリント 1.514 [kg-CO2] 削減）※4、クーポン引き換え率は 16.2%※5 でした。

＜「で、おわらせない PLATFORM」実証実験のイメージ＞



この実証実験では、メーカーなどの動脈産業、回収・リサイクルを担う静脈産業、生活者をデジタルプラットフォーム上でつないだ企画力により、循環経済（サーキュラーエコノミー）にマーケティング視点と DX を取り入れて生活者の意識・行動変容を促進し、「回収・リサイクル」による社会貢献性と「販促」による事業性の両立などを実現しました。

今後も電通プロモーションプラスは、循環型社会の実現に向けたさまざまな課題解決を通して、顧客企業の成長に貢献していきます。

◆参考：「サステナブルカスタマー」について

継続購入性とリサイクル活動・回収活動への参加意識の両方が高い生活者を、当社では「サステナブルカスタマー」と定義しています。第3回「サステナブルカスタマー調査」の事前調査（対象者：全国15～79歳の1万人、調査期間：2024年10月8日～10月15日）で、「サステナブルカスタマー」は全体の約2割（19.5%）を占めています。今回の実証実験では、参加者の「サステナブルカスタマー」比率は約43%と、調査結果よりも多いことがわかりました。

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/1218-010489.html>

実証実験におけるアンケート結果



※1 「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の開発を開始（2023年6月22日リリース）。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2023/0622-010620.html>

電通・電通プロモーションプラス・ローソン・明治・ナカダイHDの5社協働で「回収」と「販促」を組み合わせた循環プラットフォームの実証実験を開始（2023年11月27日リリース）。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2023/1127-010664.html>

※2 国内の企業を含めた幅広い関係者の循環経済への理解醸成と取り組み促進を目指し、2021年に創設。<https://j4ce.env.go.jp/>

※3 電通が企画設計・実証結果の検証を行い、電通プロモーションプラスは実証実験のシステム開発および実施を担当。

※4 商品やサービスの原材料調達から、廃棄・リサイクルに至る過程を通して排出される、温室効果ガスの排出量をCO2換算で表示する仕組み。

※5 他飲料商材で実施した20円値引きデジタルキャンペーンでは10%であり、予想を上回る結果となった。

以上

<サービスのお問い合わせ>

株式会社電通プロモーションプラス
デジタルエクスペリエンス事業部 諏訪
MAIL : suwa@dentsu-pmp.co.jp

<本件のお問い合わせ>

株式会社電通コーポレートワン
ブランディングオフィス
電通プロモーションプラス 広報担当：小笠原、代田
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。

※