未来のデザイナー

チーム　PeaSmile
小川　ジョナサン　海晟
藤本　康平
松浦　杏奈
大西　真葵

1.取り組みテーマ（プロジェクトの対象）

＜担当企業＞

ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社　様

＜テーマ＞
「ビジネス」と「パーパス（社会貢献）」の両立を目指す、
地域貢献モデル「Unite for Smile. UMILEひろしま」の最大化

本プログラムを認知し、参加したいと思ってもらうには（認知）

本プログラムに共感し、製品購入(つめかえ)/リサイクル協力（指定空容器投函）をしてもらうには（行動）

本プログラムを拡大し、継続して取り組んでもらうには（継続）

2. 特定した課題

■選んだテーマ：「Unite for Smile. UMILEひろしま」の最大化
■選んだサブテーマ：本プログラムを拡大し、継続して取り組んでもらうには（継続）
■特定した課題：プログラムの参加ハードルが高い

レバレッジ・ポイントへの介入（解決に必要な変化）

将来的に特典が無かったとしてもユーザーが日常的にリサイクル活動を行えるよう、参加のハードルを下げる。

As is （現状）

広島市中区在住の子育て世帯は、トレイやペットボトルのリサイクル活動には積極的に参加しているが、使い捨てプラスチックボトルやパウチのリサイクル活動への参加率が依然低いまま。

To be （あるべき姿）

30~50代の子育て世代の広島市中区在住の女性が、特典が無かったとしても、使い捨てプラスチックボトルやパウチのリサイクル活動に日常的に参加できる。

3. 求められる解決策

＜ニーズステイトメント（Needs Statement）＞

30-50代の子育て世帯の広島市中区在住の女性が、使い捨てボトルやパウチのリサイクル活動を日常的に行うことができるために、プログラムの参加ハードルを下げる方法。

3. 求められる解決策

＜ニーズクライテリア(Needs Statements)＞

	Must have ※必ず満たすべき条件 ※満たさなければ、解決策にならない	**Nice to have** ※満たすことができると、より良い条件 ※満たすと、より魅力的な解決策となる
機能性、性能（Functionality）	・その地域の特性に特化したアプローチができる。 ・**将来的に**特典が無くても行動したくなる。	・特定の地域に関わらず、共通項のある他地域で再現可能なアプローチ方法をとることができる。
使い勝手（Usability）	・**日常的に**リサイクル活動に取り組める。	・特定の地域に関わらず、共通項のある他地域で再現可能なアプローチ方法をとることができる。
費用（Cost）	・ユニリーバ側の負担額５００万円以下 ・参加者側の負担額はゼロ。	・ユニリーバ側が、追加投資しなくてもよい。
その他（Others）	・ （ビジネスとパーパスを両立するため）	

4. 解決策の概要

■解決策の名称：　ミライのデザイナープロジェクト

■解決策の特徴：産官学連携、子供がWSに参加することで必然的に家族全体をプロジェクト参加に巻き込む、認知・行動・継続すべてに関与することができる

■どんな課題が解決されるか？：ユニリーバ製品を知る・使う・使い続けるきっかけを作る。

1. ■解決策の概要：ユニリーバと叡啓生が協力して、広島市の小学校でWSを開催する
- 無地の部分があるユニリーバ製品のボトルの試供品を一人ひとつずつ渡す
- 小学生がオリジナルボトルをデザインする

2. 子供たちが家にもって帰って両親に報告→オリジナルボトルを使い始める
（家族でユニリーバ製品・ユーマイルプロジェクトの存在を知る＆使うきっかけ作り＝認知・行動）

3. オリジナルボトルに愛着がわき、それを捨てずにパウチを購入することで継続的に利用する（継続）

4. 空パウチは子供たちが学校に持っていく　or　両親が家の近くの回収ボックスへ持っていく
- ボトルデザインを３Dプリンターや写真等で実物コピーを作って展示する

5. 報酬としてアップサイクル品をプレゼント（子供たちは子供向けor親向けを選べる）
- 子供向け→簡単なシールやキラキラペンなどのアップサイクル品

1. 小学生への試供品提供

大学生が小学校や学童保育へ出向き、ユニリーバ社から提供された**無地の部分があるボトル試供品**を、小学生一人一人に渡す。

2. 小学生によるオリジナルボトルのデザイン作成

小学生は、
・図工の授業内
・学童保育のアクティビティー
でオリジナルボトルをデザインする。

紙に絵を描きそれをラミネート加工し、パッケージに張り付ける。

3. 日常使用

小学生は、学校や学童保育で
制作したオリジナルボトルを家に
持ち帰り、**日常的に使用**。

4. 使用の継続

オリジナルボトルに**愛着が湧き**、ボトル製品を新しく買うことなく、**詰め替えパウチを買うことで**オリジナルボトルを使い続ける。

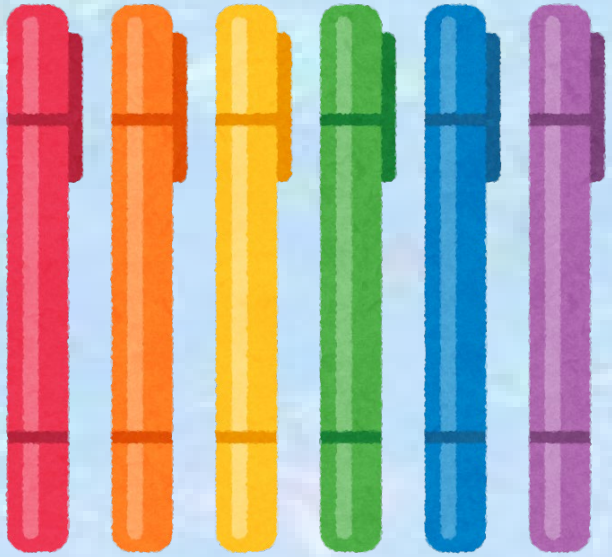
https://www.unilever.co.jp/news/press-releases/2021/lux-luminique-sachet-set-limited-design/

5. UMILEプログラムへの参加

小学生/両親は、空パウチを、洗い乾燥した上で小学校や学童保育へ持って行き、手順に沿ってUMILE回収ボックスに投函する。

6. UMILEプログラムの特典

UMILEプログラム参加の
特典として、小学生にとって嬉しい
<u>アップサイクル品</u>
を参加者にプレゼントする。



6. 解決策の詳しい説明

プロトタイプ、実際に作ってみました。

6. 解決策の詳しい説明

私たちができる範囲で実験した結果、
一番理想に近かったラミネート加工プロセスを
動画にしてみました。

5. なぜ、解決策が課題を解決できるのか？

Value Proposition

環境に優しい商品の普及

Customer Segment

広島市在住子育て世帯

Gain Creators　ゲインクリエーター

Products and Services 製品とサービス

ユニリーバ製品を試す機会・オリジナルボトルへの愛着・空パウチを環境委員に渡すだけでOK。

ユニリーバ製品のパッケージを子供がデザインし、愛着を持ってもらい、パウチ購入でエコに末永く使ってもらう。

子供がプロジェクトに参加したことにより家族全体のリサイクル意識UP/選ばなくても必然的にユニリーバ製品を使うことになる/子供が学校に持って行ってくれる（パウチは小さいし、子供は大人に比べて羞恥心とかあまりない）

Pain Relievers　ペインリリーバー

ゲイン Customer Gains

リサイクル意識を持つ。

社会貢献ができる。

特典がもらえる。

Customer Jobs 顧客の仕事

UMILEプログラムを知る。

プラスチックボトルをリサイクルしたいが、なかなかできていない。

リサイクル意識があまりない。

どのメーカーの製品を買うか迷う。

洗って持って行くのが面倒。

Customer Pains ペイン

7.まとめ

～未来のデザイナープロジェクト～

ビジネス （会社の利益）	パーパス （社会貢献）
・生産性の高いパウチの購入を促進できる ・ユニリーバ商品のリピート使いを促進できる	・子供たちのリサイクル意識を向上させる ・子供たちの創造力を向上させる

ご協力いただいたユニリーバご関係者様
に感謝申し上げます。

ご清聴ありがとうございました。