アドベンチャーワールド

報道関係者各位　　２０２０年６月１９日

アドベンチャーワールドは、循環型パークを目指したSDGsの取り組みが認められ、「第１２回 日本マーケティング大賞 地域賞（関西地区）」を受賞いたしました

2019年6月 SDGs未来会議出展

2019年6月 ﾄﾞﾘｰﾑﾅｲﾄ･ｱｯﾄ･ｻﾞ･ｽﾞｰ開催

2019年8月、12月 竹あかり

アドベンチャーワールド（和歌山県白浜町）は、 日本マーケティング協会が主催する、２０１９年度の優れたマーケティング活動を表彰する「第１２回日本マーケティング大賞」において推薦プロジェクト数１３７件の中から、循環型パークを目指したSDGsの取り組みを評価いただき、**「日本マーケティング大賞 地域賞（関西地区）」を受賞いたしました。**これからも「こころにスマイル 未来創造パーク」をテーマに、笑顔あふれる持続可能な社会を実現する循環型パークを目指し、取り組んでまいります。

○地域賞（関西地区）受賞理由について

「こころでときを創るSmileカンパニー」を企業理念として、循環型パークを目指し、SDGsへの取組を行なっている点。また、テーマパークとして動物たちとのふれあいやエンターテイメント活動を通して、人々のSmileを創造し、「笑顔あふれる明るい豊かな社会の実現」に寄与している点を主に評価いただきました。また、従来から行っていた希少動物の保護繁殖、パンダの主食である竹を活用した資源の有効活用、石灰石を主原料とした新素材「LIMEX」の導入など環境問題への取組、企業内保育園の開園、障がいのある子どもとその家族をパークに招待する「ドリームナイト・アット・ザ・ズー」の開催など、すべての人が楽しむことができるより良い社会を未来へ贈り継ぐ「循環型パーク」としての取組についても推薦理由としてあげていただいております。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

【日本マーケティング大賞について】　https://www.jma2-jp.org/home/news/676-taisho12

厳しい経済環境の中でも、企業・自治体・団体等の組織における新しいマーケティングやコミュニケーションの手法、もしくはビジネスモデルの開発を積極的に促すことで、消費者の生活の向上と経済・社会の活性化に資する活動を奨励し、マーケティングのプレステージを高めることを目的として ２００７年に発表、第１回は ２００９年より実施されました。

受賞者一覧（順不同・敬称略）

（１）日本マーケティング大賞　グランプリ（１件）

受賞企業・団体名	テーマ	活動概要
（公財）日本ラグビーフットボール協会/ （公 財）ラグビーワールドカップ２０１９組織委員会	ラグビーワールドカップ２０１９ 日本大会成功に向けたマーケティング活動	協会、組織委員会、メディア、自治体 など各主体が大会成功に向け一丸となり、ラグビーの価値拡大を目指した。 開幕後もSNSを活用し、感動の瞬間を余すことなく届け、国民的な動きになることを目指した。

（２）日本マーケティング大賞　準グランプリ（１件）

受賞企業・団体名	テーマ	活動概要
株式会社ワークマン	WORKMAN Plus の マーケティング	「高機能×低価格のサプライズをすべての人へ」というコンセプトで職人向け作業服の 販売を手がけている。 “低価格かつ機能的な”アウトドアウェアの新業態 「WORKMAN Plus」を２０１８月から展開。 結果１１ヶ月連続で売上２桁増、２０１９年５月末時点で国内８４０店舗の店舗数を達成した。

（３）日本マーケティング大賞　奨励賞（４件）

受賞企業・団体名	テーマ	活動概要
特定非営利活動法人 おてらおやつクラブ	「おすそわけ」事業の運営	お寺にお供えされる様々な「おそなえ」を「おさがり」として、支援団体 を通じて経済的に困難な家庭へ「おすそわけ」する活動である。
高崎市、柳川市、石川県、テレビ東京、BS フジ 他	全国へと広がる地域創生マーケティングフレーム「絶メシ」プロジェクト	“なくなってしまいそうな古い飲食店グルメ”を「絶メシ」と名付け、その魅力を紹介する初のローカルグ ルメサービス「絶メシリスト」を群馬県高崎市、福岡県柳川市、石川県の３都市にて展開。
大阪府住宅供給公社／ 株式会社オズマピーアール	「住民との共創」で、衰退していた団地の未来を変えてい く。「茶山台団地」再生プロジェクト	昭和４５年に、大阪府堺市に建てられた「茶山台団地」は、全戸が満室の時期もあったが 年月が経ち、住民が年々減少。ユニークなリノベーションとして２世帯部屋をつなげた「ニコイチ」、高齢者や働く主婦へ小分けの おかずを提供する「やまわけキッチン」共同食堂、地元の農産物を広場で販売する「ちゃやマルシェ」など住民同士の交流の場が生まれた。
一般社団法人 Think the Earth	みんなで考える桃太郎 ～新聞広告から生まれた 中学校の道徳授業～	制作したクリエイターと 中学校教師をつなげ、ワークショップ型道徳授業「みんなで考える桃太郎」を制作した。 一般社団法人、広告会社、教育機 関の３社の協業からうまれた SDGs のひとつのモデルケースである。

（４）**日本マーケティング大賞　地域賞**（３件）

受賞企業・団体名	地域	テーマ	活動概要
株式会社アワーズ アドベンチャーワールド	関西	**循環型パークを目指した ＳＤＧｓの取り組み**	「こころでときを創るＳｍｉｌｅカンパニー」を企業理念として、循環型パークを目指し、SDGsへの取組を実施。テーマパークとして動物たちとのふれあいやエンターテイメント活動を通じて、人々のSmileを創造し、「笑顔あふれる明るい豊かな社会の実現」に取り組んでいる。
佐賀県	九州	佐賀海苔を代表とする、県産品 PR プロジェクト「あさご藩」	海苔や米、野菜など”朝食”にふさわしい県産品を集め、それらを主役にした「あさご藩」という 架空の藩を設立。海苔を中心に様々な県産品の PR を行ってきた。
One Hokkaido Project 実行委員会	北海道	One Hokkaido Project ～北海道内テレビ６局合同プロジェクト～	北海道内のテレビ６局は、北海道命名１５０年を迎えた記念すべき年に、新たな北海道の歌「私たちの道」の制作と、６局 合同制作番組「みんなで道フェス！２０１９」のサイマル放送（同内容・同時生放送）を実 施した。「私たちの道」をプロモーションに使用する協賛社もあり、番組内の展開に留まらない新たなマーケティングの形を示すことが出来た。