

メニユー敷紙を媒体に

ハートツリー 広告費で森林保護

割り箸袋を媒体として活用、広告費で環境保全活動を展開するハートツリー(株)(本社東京、服部進社長)は、大手レストランチェーンのロイヤルホストの協力を得て、メニユー敷紙の媒体化を実現、全国277店舗で1日から「広告付敷紙」が導入された。

同社では、樹木の生育を守るために間引きされる間伐材の有効活用を起業時から促進、間伐材にかかるコストを広告費で補うことで森林保護を後押ししている。この一環として今回、間伐材の利用を

促す「3・9ペーパーシステム」で生産された紙を素材とする、メニユー敷紙の提供をスタートさせた。

初回の広告主はロッテ。通常の敷紙との差額分を広告費として負担する。敷紙の下部のスペースに、キシリトールガムでできる環境保全「噛むエコ」をアピールする広告を掲出している。これと連動してロイヤルホストでの商品店頭販売も実施している。掲出枚数は100万枚超にのぼる見込みで、期間は半年間の予定。



1日から始まった「広告付敷紙」。初回の広告主のロッテは「噛むエコ」をPR

ハートツリーの服部社長は「業容に捉われず様々な場所へ間伐材の利用促進を今後も働きかけていきたい。広告が企業や商品の宣伝だけに終始するのではなく、社会に還元されていく仕組みを少しずつでも広げていきたい」と語る。