

企業のサステナビリティへの取り組みとマーケティングへの活用

JMR
戦略ケース研究会
特別シリーズテーマ

サステナビリティに対する企業の取り組みが、顧客企業や消費者から前向きに評価され、その価値が商品・サービス価格に反映されることが当たり前の社会になって初めて、サステナビリティ経営が真の企業価値向上につながる。

2024年11月・12月のJMR戦略ケース研究会では2回に渡って、特別シリーズテーマ「企業のサステナビリティへの取り組みとマーケティングへの活用」と題して、各社の現在地についてご講演いただいた。本稿では内容を抜粋して掲載する。

サントリー

サントリーホールディングス株式会社
サステナビリティ経営推進本部
副本部長

北村 暢康 氏

★サントリーのサステナビリティ経営

～資源循環・水のサステナビリティへの取り組みと生活者とのコミュニケーション～

企業理念として「人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、『人間の生命の輝き』をめざす」を掲げるサントリーでは、同社の事業成長が持続可能な社会の実現に貢献できるよう、バリューチェーン上の各々のプロセスにおいて、様々な取り組みを実践している。

まずそのひとつがペットボトルの「100%サステナブル化」である。2030年までにグローバルで使用するすべてのペットボトルをリサイクル素材または植物由来素材等に100%切り替え、新たな化石由来原料の使用ゼロの実現を目指している。また、2003年より20年以上続く「天然水の森」活動では「国内工場で汲み上げる地下水量の2倍以上の水」を涵養するため、工場の水源エリアの森林を整備している。

これらの取り組みは、テレビCMやホームページ等の媒体を通じて生活者にも長期的に発信し続けており、企業・商品のブランディングにもつなげている。

本講演では、サントリーがサステナビリティ経営を行う意味合いとその取り組み、そしてマーケティングとの関わり方や事例についてご紹介いただいた。

エイチ・アイ・エス

株式会社エイチ・アイ・エス
法人営業本部
サステナビリティ事業推進チーム
マネージャー

小林 健一 氏

★サステナビリティの学びを支援するエイチ・アイ・エス

～個人や企業に向けた「スタディツアー」等の提案とその効果～

大手旅行代理店エイチ・アイ・エスでは、旅を通じて社会課題の理解を支援する「スタディツアー」を企画し、好評を博している。また、法人向けには、SDGs視察研修としてグリーンツーリズム、サステナブルツーリズム、エコツアーも人気があるという。

スタディツアーの社会的意義を関与者別にみると、まず参加者にとっては、地域の様々な現実に触れ、体感しなければ触れることのできない学びを「自分ごと」として考えることができる。次にNPO/NGOにとっては活動の啓蒙や活動のための資金調達に役立ち、関わった企業にとっては社会性への関わりが自社のブランディングにつながる。そしてエイチ・アイ・エスはその支援をビジネス化し、収益をあげ続けることで旅行マーケットの拡大という自社のCSR活動の推進につなげている。

本講演では、こうしたエイチ・アイ・エスの取り組み内容に加え、今後の目標・事業展開の方向性などについてお話しいただいた。