



サーキュラーエコノミー推進の英エレン・マッカーサー財団は1月23日、世界経済フォーラム（WEF）年次総会（ダボス会議）の場で、グローバル企業11社が2025年までに全パッケージを再利用、リサイクル、堆肥化可能な素材に変えることを表明していると発表した。11社は、コカ・コーラ、ペプシコ、エビアン、ウォルマート、ユニリーバ、ロレアル、マース、マークス&スペンサー、エコベール、アムコール、Werner & Mertz。11社の生成プラスチック量総計は年間600万t以上に上り、廃棄物が削減されるインパクトは大きい。

出典：Susustainable Japan



顧客との共有価値にする
顧客と共創する

1. オウンド・メディアを顧客との共有価値に

🏆 Best Practice : サントリー

サントリーのコーポレートメッセージは「水と生きるSuntory」です。

「サントリーという企業の源泉ともいえる水を大切にしたい。そして、水のようにしなやかな企業でありたい。水のように躍動し、立ち止まらず、育ち、成長を続ける企業でありたい。（グループ企業理念より）」という想いがコーポレートサイト全体から伝わる。

1. キー・クリエイティブとして動画で訴求
2. CSRページも顧客に読んでもらえるようなコンテンツに仕上げている
3. 商品である「天然水」ページとの連携がなされており、商品の付加価値訴求がなされている



1. オウンド・メディアを顧客との共有価値に

👍 生活者が社会課題解決（CSRなど）ページに行けるようにIA設計する



<http://www.benjerry.jp/>



生活者にとって分かりやすく、興味を引くラベリング

グローバルナビに設置



共有価値をしっかりとしたコンテンツで訴求



ベン&ジェリーズが素材やコミュニティ、環境に配慮して作っていることをTopでもしっかり訴求