

---

## セミナー企画書

---

正木 啓 (まさき けい) OFFICE YourDesign

Eメール: [masaki.tpie@gmail.com](mailto:masaki.tpie@gmail.com)

TEL : 090-1246 -2465

---

\* タイトル

# SDGsとサステナブル購買層への マーケティングで売上UP

2019年頃から特に『SDGs』というキーワードに触れる機会が増えてきて聞いたことがある方が多いのではないのでしょうか？国際的な流れとして国や自治体や社会貢献の団体だけでなく、すでに一般企業にもSDGsへの取り組みが求められてきています。

これからの市場や国際社会で永く求められる企業になるために、時流を見据えた新たな事業展開のヒントとなる『SDGs』や『サステナブル購買層』などについて詳しい情報や具体的な事例をお伝えいたします。

### \* 参加者対象

- ・ 経営者、リーダー層、広報・販促担当者
- ・ 独立起業を準備されている方
- ・ 企業を取り巻く社会状況を知りたい方 など

### \* 参加者が得られるメリット

- ・ 新しいマーケティングの情報が得られる
- ・ 話題のSDGsに関する情報を得られる
- ・ 新たな事業展開のヒントを得られる
- ・ 他の企業に先駆けてSDGsに取り組める
- ・ 地域や世界から必要とされる企業になるヒントを得られる

## \* 概要・背景

2015年に国連で合意され、2016年から2030年の国際目標であるSDGs（持続可能な開発目標）

2019年頃から特に『SDGs』というキーワードに触れる機会が増えてきて、国や自治体や環境保護・人権保護などに携わる社会貢献の団体だけでなく一般企業にもSDGsへの取り組みが求められてきています。

ヨーロッパを中心に海外の市場では数年前から、環境破壊や途上国での搾取労働などに加担している企業への不買運動なども起きていて、短期的な利益を追求した結果、消費者からの支持を得られずブランドイメージを大きく損なったり企業価値を低下させてしまうことにもなります。

企業にとってSDGsへ取り組むことはこのようなリスクへの対処にもなると同時に、早期に取り組めば他の企業との差別化になり企業価値を向上しながら、環境問題の解決など世界的なニーズに対応できる自社製品やサービスの全国展開や世界展開を目指すチャンスにもなります。

また新たに注目されてきている『**サステナブル購買層**』

大手広告代理店などの調査によると市場全体の10%をすでに超えているという調査結果も出てきており、消費行動もSDGsの方向へと大きな変化を見せています。

わたしは広告代理店に約10年間勤めたのち独立してデザイン事務所を個人経営していますが、2013年にNPO法人を仲間と立ち上げて児童養護施設の子どもたちへの教育支援を行なっています。SDGsの17の目標の中でいうと「04. 質の高い教育をみんなに」「11. 住み続けられるまちづくりを」の二つに該当しています。

2017年から関わり始めた環境汚染の浄化活動では「13. 気候変動に具体的な対策を」「14. 海の豊かさを守ろう」「15. 陸の豊かさを守ろう」の三つに該当する具体的なアクションをしてきました。

これらはビジネスの利益に直結するような活動ではありませんが、長期的にみるとビジネスにも大きな恩恵がありました。たとえば社会問題の解決に関わっていると、出会う人たちも社会問題に興味がある方が多くなり、価値観が近い人たちのコミュニティも自然発生的にうまれていきます。その中からビジネスのお客様や紹介をしてくれる人が現れたりビジネスにも好循環の輪が広がっていきます。

このように実際にSDGs活動を行うことで体験したり見聞きしたことや、ビジネスへの影響などを事例を交えながらお伝えしていき、ビジネスの課題と世界共通の目標を同時にクリアしていくお役に立てればと願っています。

# SDGsとサステナブル購買層へのマーケティングで売上UP

## 1. サステナブルは利益率が上がる3つの理由

- ・サステナブル商品の事例
- ・3つの理由（単価UP・優良顧客増・集客コストダウン）
- ・新規営業と紹介の違い
- ・購入動機の違いは長期的に影響する

## 2. わたしのSDGs活動紹介

- ・NPO法人ポーラスターとしての活動を紹介
- ・環境問題に対する活動を紹介

## 3. 新しい顧客層の買い物心理

- ・エシカル消費とサステナブル購買層
- ・サステナブル購買層のあるあるパターン
- ・サステナブル購買層の買い物心理

## 4. SDGsとはなにか

- ・SDGs国際社会と日本の流れ
- ・教育とSDGs

## 5. 国際社会・国・大企業からの変化

- ・SDGsと国際的な不買運動の事例
- ・サプライチェーンに潜む重大なリスク
- ・世界で評価されているSDGs事例
- ・日本の大企業のSDGs事例

## 6. 中小企業のSDGs成功事例

- ・環境に優しいプラ容器がヒット商品に
- ・世界中から客が訪ねてくるCafe

## 7. 社会が抱える課題はビジネスチャンス

- ・環境に優しいプラ容器がヒット商品に

- 所要時間：90分～120分程度（ご要望時間内に調整可能）
- 参加特典：希望者へセミナースライドデータ（PDF）のプレゼント