

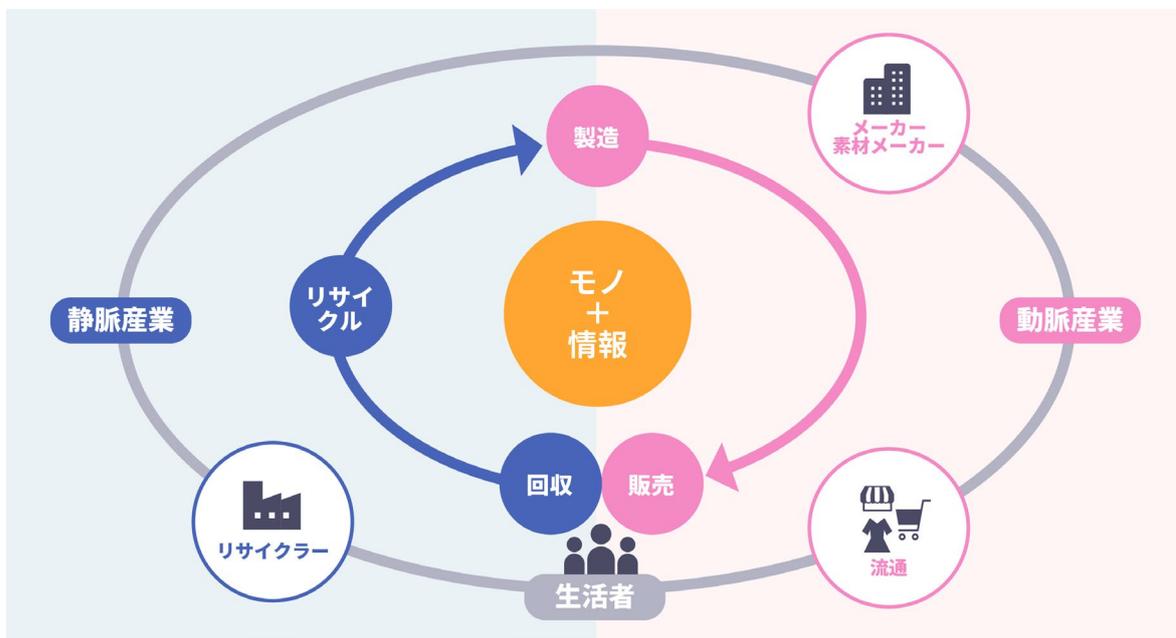
2023年6月22日

「回収・リサイクル」と「販促」を合わせた仕組みで  
サーキュラーエコノミーを実現する循環プラットフォームの開発を開始  
—2023年9月の実証実験に向けて、参加企業を募集—

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：榎谷 典洋）は、これまで「作って売る」ことが中心だった企業活動が「作って売って、回収・リサイクルする」ところまで拡張する中で、空容器などの「回収・リサイクル」にクーポン・ポイントなどの「販促」を組み合わせた循環プラットフォームの構想（特許2件出願中）実現に向けて、株式会社電通プロモーションプラス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長執行役員：湯川 昌明）とともにシステム開発を開始しました。これによって、「回収・リサイクル」による社会貢献性と「販促」による事業性を兼ね備えたサーキュラーエコノミーの実現を目指します。また、本年9月頃からの実証実験に向けて、流通・メーカー企業の参加を募集いたします。

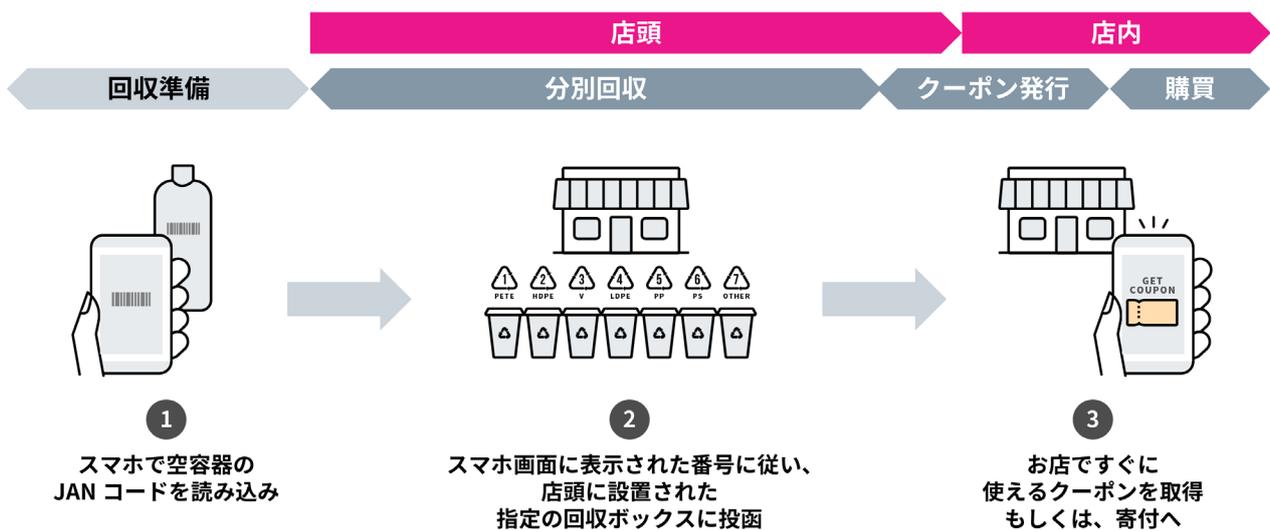
サステナビリティ経営へのニーズの高まりや、2022年4月に施行されたプラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律（通称：プラ新法）などにより、メーカー主導での「回収・リサイクル」の取り組みが増えている一方で、現状、企業側には「回収やリサイクルのコストがかかる」「回収網の構築や、回収自体が難しい」「回収が次の購買につながらず、収益化できていない」などの課題があります。これらの課題を解決するためには、「作って売る」という動脈産業と、「回収・リサイクルする」という静脈産業とを連携させ、変革していくことが不可欠です。

<図表1：循環プラットフォームの必要性>



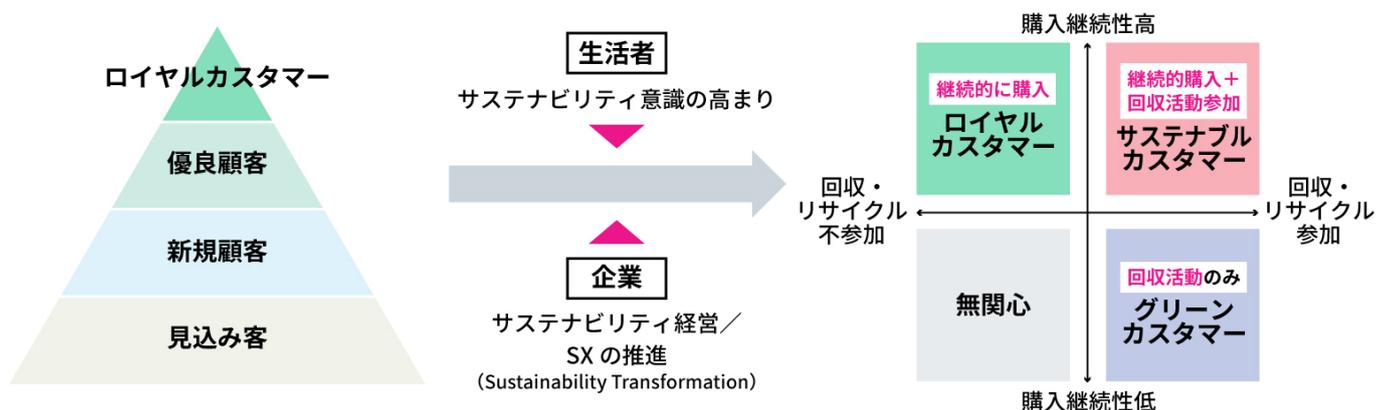
当社は、生活者の「回収」行動を起点に、スマートフォンにクーポンやポイントなどを提供することで、回収ボックスへの投函から店内購買までをシームレスにつなげる仕組みを設計しました。最大の特徴は「回収～販促導線の創出による収益化」が可能な点ですが、その他にも、①複数社相乗りの回収プラットフォームによるコスト削減、②「メーカーごと」ではなく「素材別」の分別回収によるリサイクルの効率化・高品質化、③「モノと情報」のDXによる回収物の種別・量の集計やトラッキングなどが実現できるようになっています。すでにシステム開発を開始しており、実証実験に向けて、空容器などの回収を促進したいメーカーや流通企業の参画を募集します。

<図表2：循環プラットフォームのサービス構想>



また事前調査では、「継続購入ブランドが5つ以上あり」「回収・リサイクル参加製品が1つ以上ある」、ロイヤルティと回収・リサイクル参加意識の両方が高い顧客群が、どの世代にも約2割存在することが判明しました。この層においては本サービスの利用意向が77%と全体平均より高く、かつ「価格が高くても環境によいものを選ぶ」傾向が高いという特徴を持っています。当社では、これらの生活者を「サステナブルカスタマー」と呼んで、上記循環プラットフォームへの参加を促進し、次世代顧客群として育成を目指していきます。

<図表3：「ロイヤルカスタマー」から「サステナブルカスタマー」へ>



今後も当社は、サステナブルな社会の実現に向けた、企業のさまざまな課題解決を通して、顧客企業の成長に貢献していきます。

**【調査概要】**

- ・調査実施主体：電通プロモーションプラス
- ・名称：「サステナブルカスタマー調査」
- ・対象エリア：日本全国
- ・対象者条件：15～79歳の男女
- ・サンプル数：1200（人口構成比でウェイトバック集計）
- ・調査手法：インターネット調査
- ・調査期間：2023年2月8日～2月10日
- ・調査機関：株式会社電通マクロミルインサイト

以上

**【リリースに関する問い合わせ先】**

dentsu Japan コーポレートディベロップメントオフィス  
田中、宮田、藤田  
Email：[jigyokoho@dentsu.co.jp](mailto:jigyokoho@dentsu.co.jp)

**【事業に関する問い合わせ先】**

株式会社電通 サステナビリティコンサルティング室  
堀田  
Email：[sus.consult@dentsu.co.jp](mailto:sus.consult@dentsu.co.jp)