

サステナブルファッションの認知度向上に向けた取組事例

- 「サステナブルファッション」についてお客様と共に考え、実行に移すことによって新たな関係を構築

H&M ヘネス・アンド・マウリッツ・ジャパン株式会社における事例

取組概要

屋外広告&デジタルビジョン

- 2020年8月、商品に使用されている素材について消費者が考えるきっかけづくりを目的とした情報発信の取り組み
- 屋外広告及びデジタルビジョンのデザインは、H&Mがこれまでに起用してきたサステナブル素材にフォーカスした内容



Twitterキャンペーン

- 2020年8月、屋外広告&デジタルビジョンと合わせて、サステナブルファッションに関するTwitterキャンペーンを実施
- キャンペーン内容は、消費者が実践したまたは実践したいファッションを通じたサステナブルなアクションを選択式で回答するもの
- 本キャンペーンはクーポン発行等のインセンティブ無しで実施



効果

- Twitterキャンペーンではインセンティブ無しにも関わらず、同社実施の他キャンペーンと比較し、4倍以上のいいね数を獲得

企業名



H&M ヘネス・アンド・マウリッツ・ジャパン株式会社

設立年

1947年
(日本法人は2007年)

売上高

約2兆3,809億円
(2020年度 H&Mグループ全体)

企業概要

- スウェーデンに本社を置く、世界を代表するファッションブランド
- グローバルなファッションブランドの代表格として、ファッションとクオリティを最高の価格でサステナブルに提供している