

LTVとプラネタリー ウェルビーイング

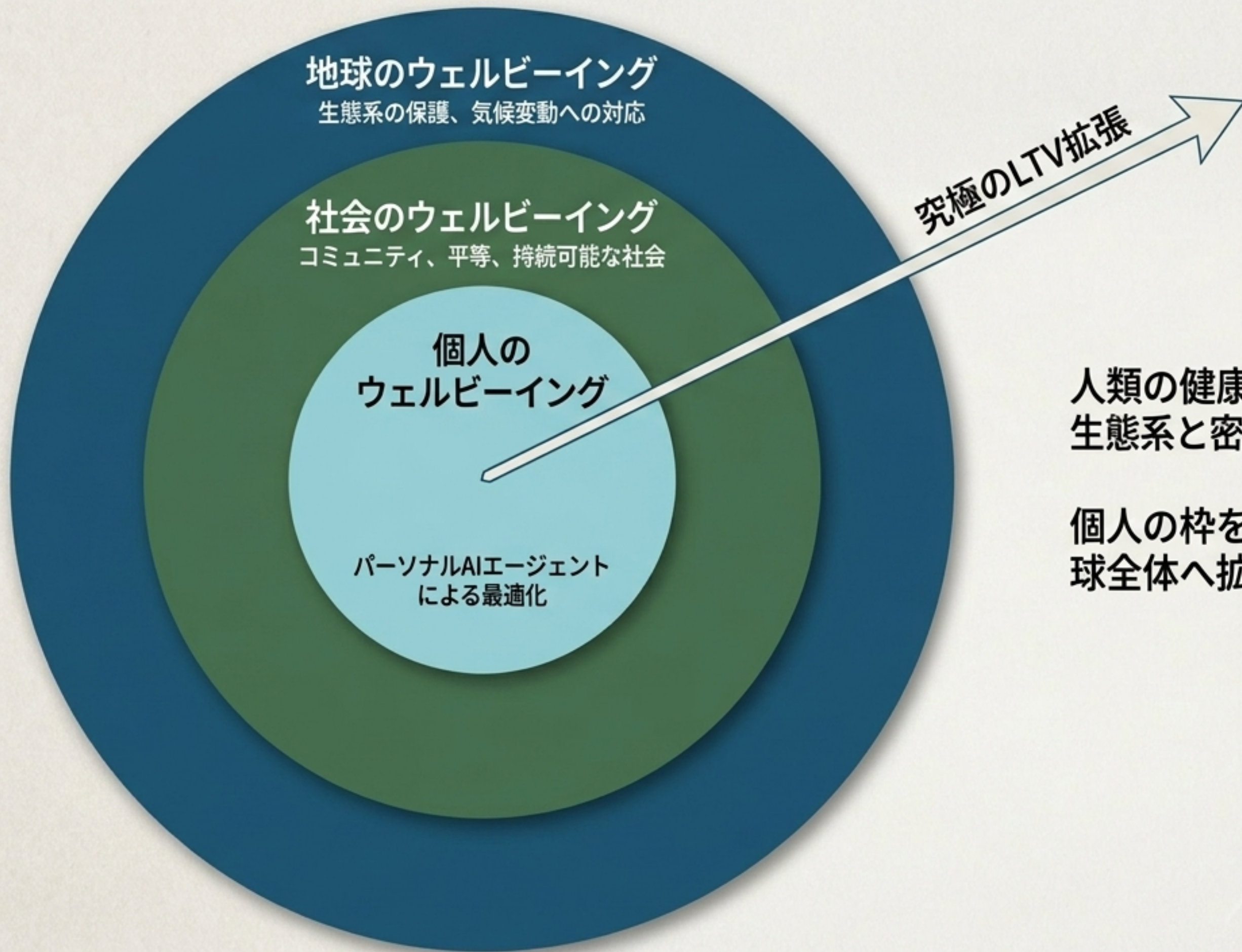
地球と社会の持続可能性を
最大化する2026年の究極の経営戦略

究極のLTV拡張



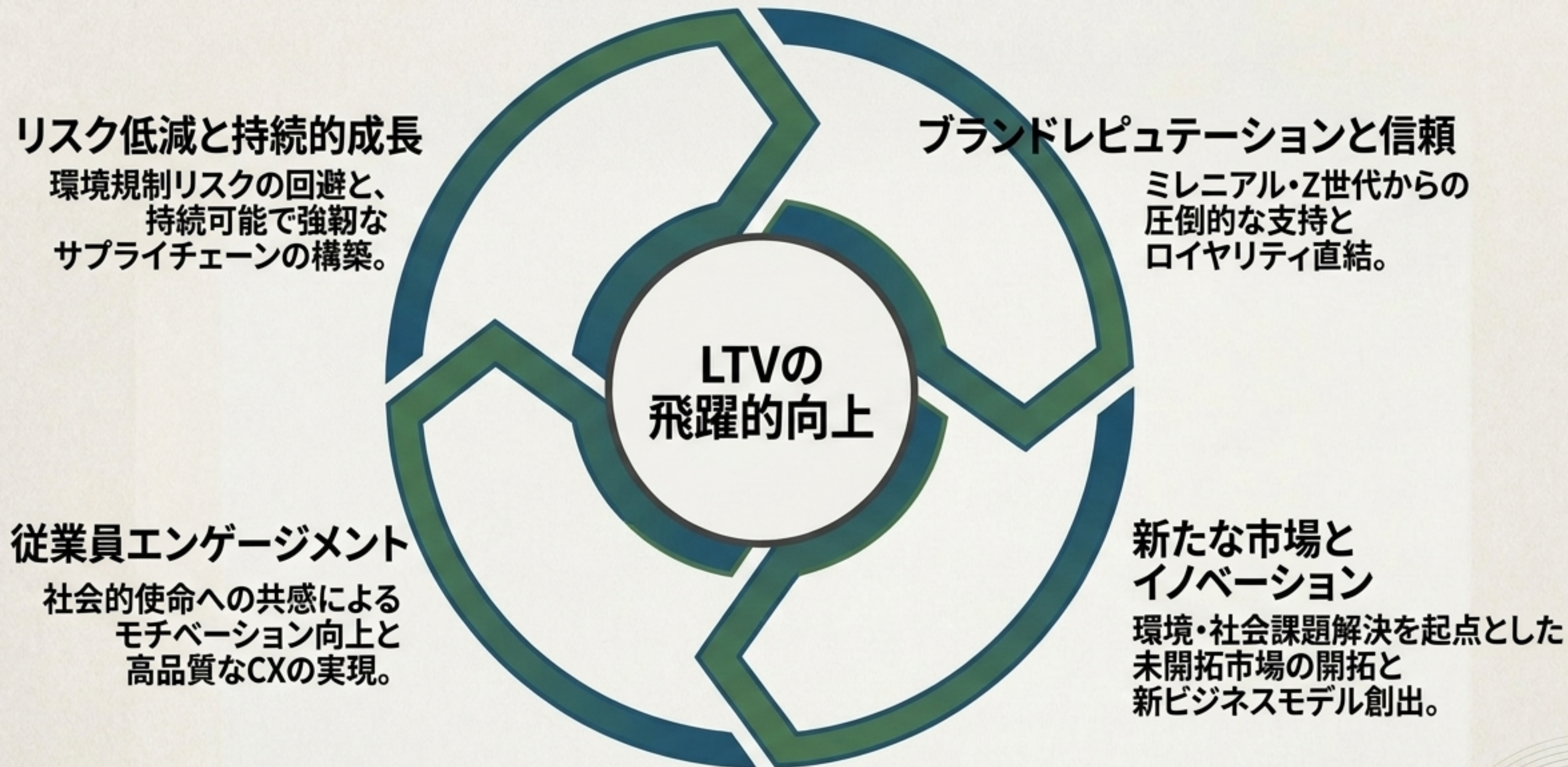
	従来のLTV経営	2026年のLTV経営
焦点	個人の幸福最適化	地球と社会の幸福
目的	自社利益の最大化	企業の長期的存続と ブランド価値向上
対象	個々の顧客	地球環境・社会全体
成長ドライバー	経済的インセンティブ	地球規模の課題解決

個人の顧客価値を最大化するだけでは不十分。
ブランドの長期的存続には、地球規模の貢献が不可欠である。



人類の健康と幸福は、地球の生態系と密接に結びついている。

個人の枠を超え、影響範囲を地球全体へ拡張する。



課題解決への関与が、新たな顧客価値を生み出す成長エンジンとなる。

戦略の柱 1：ESG経営の深化

E

Environment / 環境

- ・カーボンニュートラルの達成
- ・資源循環型モデルへの移行
- ・環境負荷の劇的な低減

S

Social / 社会

- ・サプライチェーンにおける人権尊重
- ・多様性(ダイバーシティ)と包摂性の推進

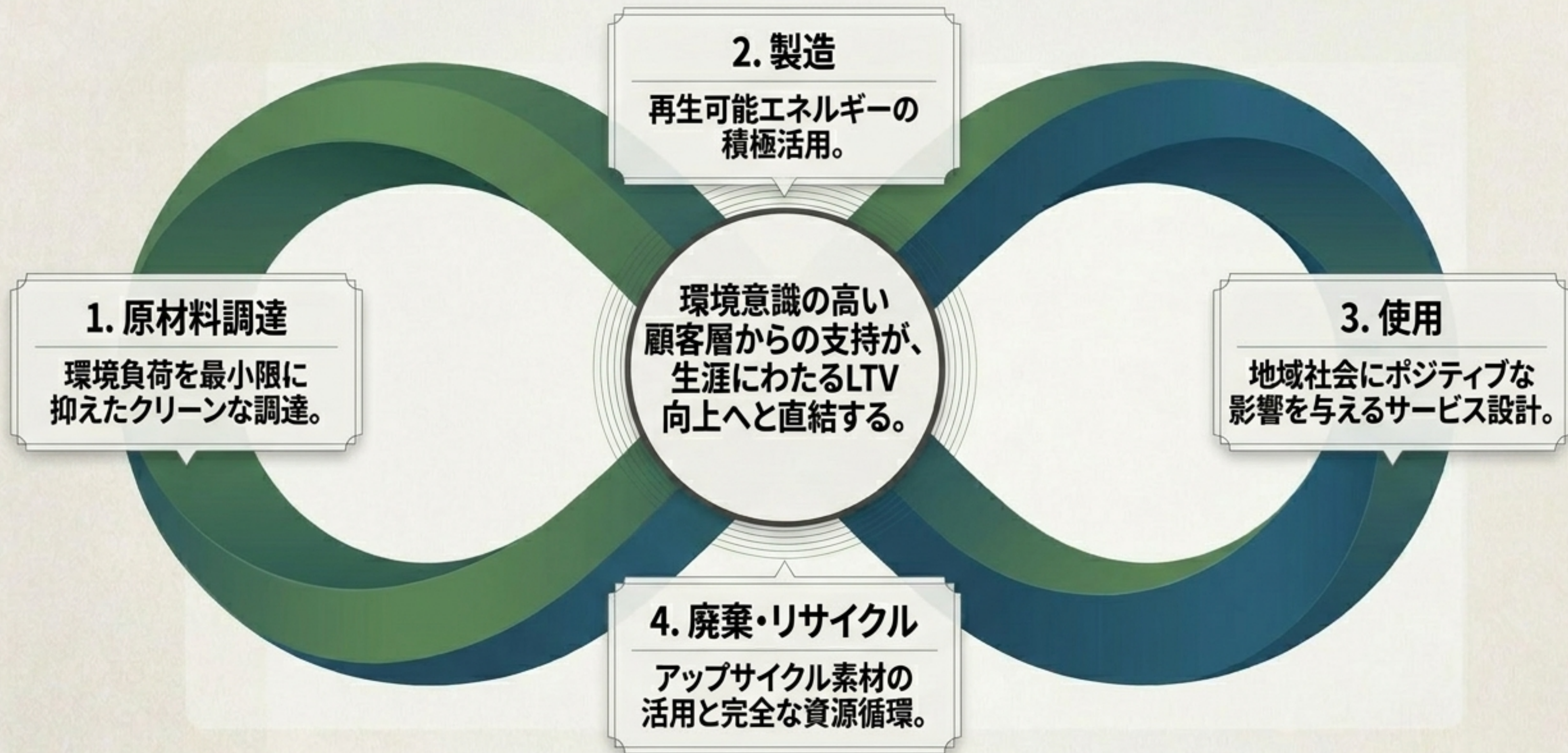
G

Governance / ガバナンス

- ・透明性の高いガバナンス体制の構築
- ・ステークホルダーに対する説明責任

ESGはサステナビリティ評価の枠を超え、LTV最大化の中核戦略として機能する。

戦略の柱 2：サステナブルな製品・サービスの開発





共創による社会課題解決

顧客を「消費者」から「共創者」へ

- 売上の一部を寄付するプログラム
- 顧客参加型の植林・清掃活動
- Web3/DAOを活用した社会貢献プロジェクト

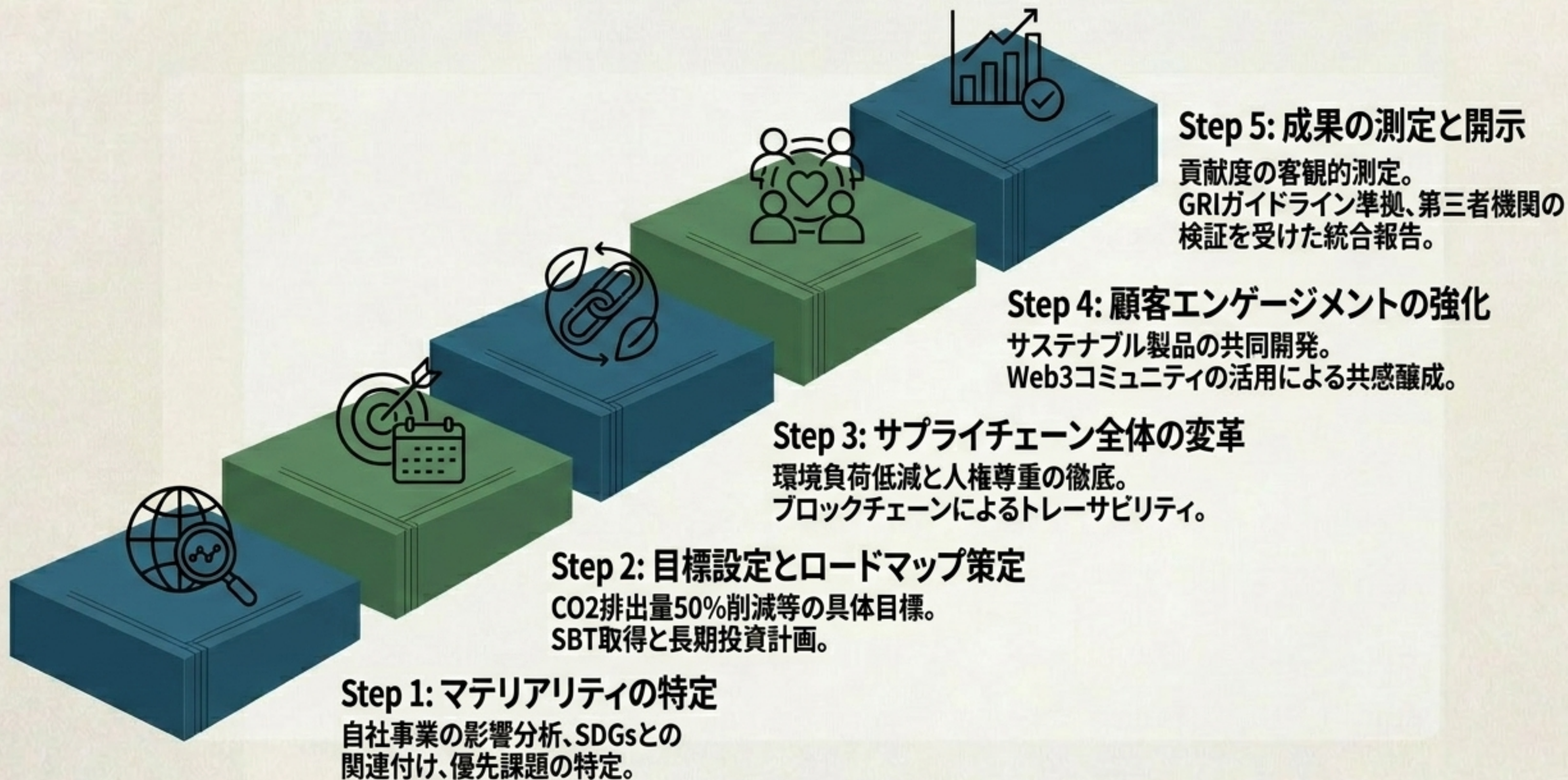


透明性と説明責任の徹底

客観的データに基づく信頼獲得

- ESGレポートの積極的な公開
- 製品の環境フットプリント情報の提供
- サプライチェーンの完全なトレーサビリティ確保
- AIを活用した顧客視点のわかりやすい情報開示

LTV最大化への5ステップ・ロードマップ



2026年のテクノロジー・アクセラレーター

AI (人工知能)

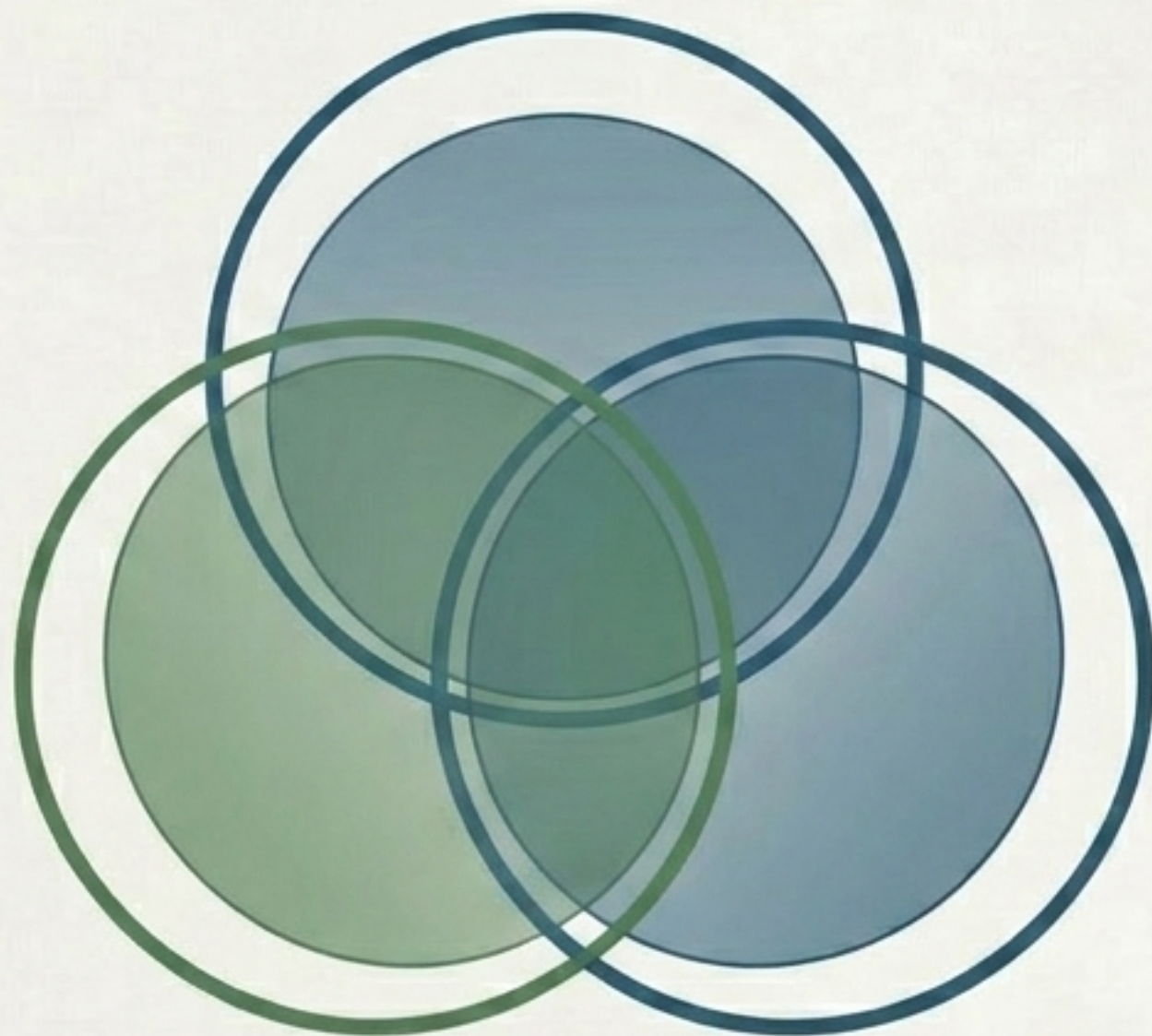
環境モニタリングの高度化とリアルタイム最適化。

Web3 (分散型ウェブ)

サステナブルなサプライチェーンの透明化と、DAOを通じたコミュニティ形成。

Metaverse (メタバース)

仮想空間での没入型環境教育と、新しい形態の社会貢献活動の推進。



先進技術は、サステナビリティを「コストセンター」から「価値創造エンジン」へと変革する強力なツールとなる。

「LTVは単なる経済的指標ではない。 地球と社会の未来を創るための羅針盤である。」

- ・ AIによる「個人の幸福」最適化の時代から、「地球と社会の幸福」へ。
- ・ ブランドは、次世代へと受け継がれる「プラネタリー・ウェルビーイング・パートナー」へ進化する。

