

ソーシャルマーケティングとは



国際・欧州・オセアニア ソーシャル
マーケティング学会の統一された定義



マーケティングの概念を他のアプローチと統合することで
個人やコミュニティに利益をたらし行動への変容を促し、
より大きな社会的利益をもたらすことを目指す。

Social Marketing seeks to develop and integrate
marketing concepts with other approaches
to influence **behaviors** that benefit individuals and
communities for the **greater social good**.



瓜生原葉子



資源
ごみ

もえる
ごみ

もえない
ごみ