明日への力

日本総合研究所
創発戦略センター
グリーン・マーケティング・ラボ
インキュベーションプロデューサー　前田　もと子

84

官民連携で推進する生活者の脱炭素行動変容

猛暑が続き、温暖化を実感する機会は増えているが、脱炭素に関する生活者の意識は期待するほど高まっておらず、グリーンな商品を自発的に買い求める状況にもない。脱炭素社会の実現には、生活者一人ひとりの脱炭素行動の「自分ゴト化」が必要であり、そのために、まずは温暖化や脱炭素について興味を持ち、理解する機会を増やしながら、生活者が出来ることから取り組みをはじめ、習慣化していくことが重要である。

今回、「ロジックだけでなく、ワクワクとトキメキを」という考え方を大切にしながら、生活者の行動変容を促す活動に挑戦している日本総研グリーン・マーケティング・ラボ（以下「GML」）の2つの活動を紹介したい。

●2024年度CCNC活動を開始

日本総研が主催するチャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアム（以下「CCNC」）は、生活者の脱炭素への意識・行動変容を促すことで、企業の脱炭素の取り組みを加速させ、脱炭素社会を構築することを目指し、2023年9月に設立された。2期目となる今年度は、14社が参画し、2024年7月18日より活動を開始する。

昨年度の実証実験では、2024年1月18日～2月18日の約1カ月間、スギ薬局（東京：江戸川瑞江店、名古屋：名古屋ゼロゲート店、神戸：須磨北店）と万代（大阪：高槻インター店）の合計4店舗で、①脱炭素に資する商品の特設棚やPOPの設置、②流通小売のアプリやチラシを通じた実証実験の告知、③対象店舗・店頭に誘導する仕掛けの配置や謎解きゲームの実施、④アプリを通じた環境関連クイズなどの学びの提供によって、生活者の脱炭素行動変容の効果を検証する実証実験を行った。生活者へのアンケート調査やデプスインタビュー、ID―POSデータ分析によって各施策の効果を検証したところ、店舗での適切な訴求が生活者の行動変容に一定の効果があることが分かった。

昨年度の結果を踏まえ、今年度は有効性が検証できた店舗施策を中心に、万代の大阪府内の全店舗111店とスギ薬局で実証実験を行う予定だ。これは、大阪府、日本総研、三井住友銀行が締結した「『みんなで減CO2（ゲンコツ）プロジェクト』による府民の脱炭素行動変容に関する連携協定」（以下「連携協定」）に基づく脱炭素関連施策にCCNCが協力するものである。

●大阪府内小学校等を対象とした脱炭素啓発活動

また、連携協定に基づき、大阪府内小学校等1029校の4～6年生（支援学校小学部を含む）約21万人を対象に、脱炭素行動を促す啓発コンテスト「緊急！減CO2（ゲンコツ）ミッション」（以下「本コンテスト」）を日本総研主催、大阪府共催で、2024年7月19日から8月25日まで約1カ月間実施する。暮らしの中のムダ行動で排出してしまうCO2をモンスターとしてイラスト化・命名することを通じ、ムダ行動や改善すべき行動の気づきを得ることを目的とする。GMLはこの啓発・学習コンテンツである「CO2モンスター」を開発し、その有用性を検証してきた。これまでの検証結果を踏まえ、府民の脱炭素行動を促す施策の第一弾として、大阪府内の小学校等を通じて学習・応募キットを小学生に配布する。小学校等での環境やSDGsの学びをアウトプットする機会として、保護者も含めて本コンテストに取り組んでもらうことを期待している。

こうした大阪府での催事や府内小学校等への啓発・広報活動を通じて、生活者教育による行動変容で減CO2商品の市場創出を目指し、メーカーと小売が連携してグリーン・マーケティングの標準化を推進する。GMLでは、これからも賛同していただける仲間と共に、官民連携により啓発教育から販促までを一気通貫で実施する「生活者の脱炭素行動変容の新しいコミュニケーションのあり方」を構築・実践していく。

＊記事に関するお問い合わせはrcdweb@mi.jri.co.jpまでお願いいたします。

㊨2024年度CCNC活動リリース、㊧大阪府脱炭素啓発活動リリース