

消費者の環境認知とCFP商品の受容性

西尾 チヅル

筑波大学大学院ビジネス科学研究科

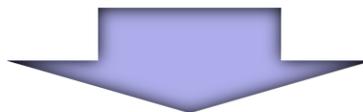
カーボンフットプリント制度の経営、市場・社会効果

LCA全体でCO2排出量を把握でき、正確かつ比較可能な形で表示

- 企業の社会的責任の履行
- 環境パフォーマンスの見える化（環境対応、管理手順、結果等）
 - CO2排出を数値目標化 → 商品の環境パフォーマンス向上
 - モノづくり全体のプロセスの改善やコスト構造を把握
 - 品質改善、コスト削減等の経営効果
 - 競合企業間でCO2削減度を比較可能
 - 水平方向全体の環境パフォーマンス向上
- 商品のトレーサビリティが必須
 - 品質管理の向上による経営効果
 - 消費者・社会ニーズへの対応
 - グリーン調達の推進 → CFPの導入はビジネスの手段
 - サプライチェーン全体での低CO2化
 - 垂直方向全体の環境パフォーマンス向上

ウォルマート社のCO2削減プログラム(2010年2月)

- ウォルマートはグローバル・サプライチェーン全体から排出される**温室効果ガスを2015年までに2000万トン削減する**目標を発表
- 全商品カテゴリーの温室効果ガス排出量を調査。
- 削減の対象は「商品の原料調達」、「製造、輸送」、「顧客による使用」、「使用後の廃棄」のいずれかの段階で排出される温室効果ガス。
- 達成された削減は、サプライヤーとウォルマートの共同実績とする。



カーボンフットプリント制度が適用可能

国分社による小売キャンペーンの概要

■ 本プロジェクトの目的

- 「CFPそのものの訴求だけでなく、CFPがCO2削減を進めるために必要な準備であることを消費者に理解させる」こと
- CFPの理解度とその評価
- CFP商品の受容性とメーカー・販売店に対する評価

■ アンケートによる消費者受容性の測定

- 店頭で応募はがきを入手
- キャンペーン商品を購入し、CFPマークを貼って、応募(支援)プロジェクトを選択
- 裏面のアンケート調査に答えてポストに投函

■ キャンペーン期間中の売上数量→一部店舗のみ

キャンペーンの総括

■ 調査結果は総じて良好な評価

- 回答数は46サンプル。総じてエコ意識が高く、エコプロダクトの受容性が高い層が中心 → c.f. 消費者の環境ラベルに対する反応(西尾2010)

■ 消費者は環境問題を重要だと感じ、良い取組みを積極的に応援し参加したいと思っている。

- 今回のキャンペーンにより非ロイヤル層も商品を購入
- 販売事業者だけでなく、小売店の信頼度も向上
- 全回答者の63%が自由記述に意見や感想を記入
- キャンペーンの拡大と継続を希望
- 参加することで、自分も環境保全に貢献できたことに満足している

■ 通売価にもかかわらず売上増加！

→ CFPラベルそのものがプロモーション。結果の解釈には注意が必要！

★ 消費者に環境問題について考え、行動する機会を提供！

消費者から見た地球環境問題の特徴

- 多様で複雑な構造
- 対象とする環境問題によって消費生活との関連性が異なる
- 協力（e.g.エコプロダクト使用）の結果の不透明性
- 多くのエコロジー行動は新たなコストや労力を要する
- 社会的ジレンマ性をもつ
利益が最大になるような行為をとったにもかかわらず、社会全体の共益が損なわれて、前よりも悪い結果になっている状態

消費者の環境問題の認知や関心の特徴

- 消費者が考える環境問題は多様である
- 環境問題への関心は行政の施策やマスコミ影響が大きい
 - ★ **環境問題の本質を理解できていない**
- 企業のマーケティング戦略やコミュニケーションによって気づいたり、関心をもったりすることも決して少なくない
 - ▶ 「エコカー」という新しい製品カテゴリーの認知や市場の創造
 - ▶ 「コーズ・リレーティッド・マーケティング」による気づきと参加・支援する場の提供

環境コミュニケーションツールとしてのカーボンフットプリント制度の課題

- 環境パフォーマンスを正しく表示 ≠ わかりやすい表示
 - PCR設定上の消費・廃棄スタイル ≠ 実際の消費・廃棄スタイル
 - 選択・消費・廃棄段階で消費者のコミットメントをどのように高めるか
 - 正しく消費・廃棄させるための工夫
 - 習慣化させるためのマーケティングコミュニケーション
 - 環境ラベルの役割と限界
 - 他のコミュニケーションツールと連動した独自の統合的マーケティング・コミュニケーションが不可欠
 - 震災後、省エネと健康・安全志向が高まる
 - 省エネ商品の受容性は高まるが、CFP商品は？
 - 省エネ商品 → CFPも低い商品
- ★ CFPは何を表わしているか、何を伝えようとするものなのか