

1 - 3 . 専門コンテンツのインタープリテーション ～ 環境事業の訴求～

環境アセスメント
レポート

リサイクル事業報告書

汚染処理完了届
措置完了届

生活者向け
に通訳

住民説明会用資料、
株主総会用パネル、
子供向けパンフレ
ット、... etc

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the website 'Environmental Relations' for Mitsubishi Materials. The page title is '環境リレーションズ研究所の業務協力内容のご紹介' (Introduction of Business Cooperation Content of Environmental Relations Research Institute). The main content area features a large diagram illustrating the recycling process, with stages labeled '近る' (Approach), '使う' (Use), and '捨てる' (Dispose). The diagram shows various products like cars, home appliances, and electronics being recycled. Text on the page includes '■三菱マテリアル株式会社 リサイクル事業啓発用パネル' (Mitsubishi Materials Co., Ltd. Recycling Business Promotion Panel) and 'あなたの生活を支える三菱マテリアルのリサイクル' (Recycling of Mitsubishi Materials that supports your life). A sidebar on the right contains a section titled 'セメント工場はリサイクルの王様です!' (Cement plants are the kings of recycling!). The browser's address bar shows 'http://www.env-r.com/products/'.

環境問題に深く関連する 業界団体のプロジェクト紹介

HPVプログラム・ICCAイニシアティブ

～リスクコミュニケーションを支える国際的な
“化学物質有害性情報収集・提供”の仕組みです～

私たちの生活の中には、医薬品、日用品、化粧品など化学物質によって作られた製品がたくさんあります。

化学物質は、わたしたちの生活を豊かにし、また便利で快適な生活を支える上で欠かせないものとなっています。一方、取り扱いを誤ると、ヒトの健康や自然環境等に対して悪影響を及ぼすものも少なくはないのが実状です。

実際問題として、化学物質はそれらが作り出され、また使われ始めた時点の科学的レベルでは、詳細な情報がたつことも多いのです。

かといって、私たちの生活のレベルを維持するため

「HPVプログラム」は、明らかに、これらの情報を共有した上で、化学物質を科学的情報インフラを



1 - 4 . 環境商品・事業のプロモーション支援

金融商品と環境調査サービスとの
抱き合わせ販売

後発企業であったため、本来
事業での拡販が難しかった。
新市場への商品投入

中小企業であったため、
人材が手薄。 効果的な
技術図書の作成を代行。

環境関連技術の評価～特許申
請～公的機関技術公募への採用

顧客ネットワークの運営代行

顧客との関係維持が苦手な環境事業者。 潜在
的多数顧客との継続的關係構築&その後の
ターゲット営業のためのインフラ整備代行。

2 - 1 . 今後の取組み

~NPO環境リレーションズ研究所~

位置付け
「ユーザー・市場の視点から
環境事業の普及」

(1) 環境対策一括問合せ・見積システム

環境対策ニーズの橋渡し (NPO環境リレーションズ研究所)

背景

「環境対策を考えているけれど、どこにどんな環境事業者がいるのか分からない」「一体いくらかかるのか見当もつかない」と迷っている人たちから「どこかお薦め業者を紹介してくれないか?」という相談が増えてきた。

仕組み

企業の環境担当者等が、環境対策立案のための初動に際して、自社情報および対象地情報を入力すると、「信頼し得るに足る複数の企業」から一括して見積もり、または対策の提案が取り寄せられる。

意義

参加・協力している環境事業者各社は、自社のビジネスそのものが社会貢献になるものとの認識で積極的に参加すると同時に、今までとは異なるアプローチによる新規クライアントとの出会いの場として活用することにより、プロモーションの一端として。

従来、環境対策担当者が電話やファックス、面談等により一社ずつ一件ごとに個別問合せしていた時間と手間を省き、手軽に環境対応への疑問・懸念を解決するための手段として。

web上における一括入力システムにより、従来環境対策等にあまり馴染みの無かった中小企業等にも気軽に利用できる「環境対策への第一歩」として。

Erの役割1 . ニーズの橋渡し

NPOならではの第三
者としての中立公正な
立場から選別

協力環境事業者

- 土壌
- 水質
- 大気
- 廃棄物・リサイクル
- アセスメント
- シックハウス
- 作業環境
- 、、、 etc

条例に対応した調査をやりたいのだけど、
どんな企業があるんだろう。。。
をリサイクルしたいのだけど、どんな企業
が対応しているの？

対策する場合のコストが知りたい。。。。

社会貢献としての相談事業
&

潜在顧客ニーズの収集
~プロモーション・ツール

相談対応

見積もり概要回答

商品・サービス紹介

ユーザー

一般企業の
環境担当

不動産事業者

金融機関

etc

Erの役割2 .

従来、逐一アナログでヒアリングしていた

「最低限、これさえ聞けば・伝えれば環境対策が見えてくる」データを集約

一括問い合わせサービス:環境リレーションズ研究所 - Microsoft Internet Explorer

ファイル(F) 編集(E) 表示(V) お気に入り(A) ツール(T) ヘルプ(H)

戻る 検索 お気に入り メディア

アドレス(D) http://www.env-r.com/package/enter01.php

Logout

提供サービス一覧

- 環境ネット相談室 ECO-Q(エコキュー)
- 環境事業者への一括問い合わせ
- 環境メールマガジン バックナンバーリスト
- 環境学習メール
- 環境マネージメント 便利帳
- 環境関連のお手伝い
- ERエコ・ツアー
- 環境コミュニティ
- 環境情報ナビゲーション
- お問い合わせ

■ 調査対象選択

問い合わせ内容を選択してください。

[土壌・地下水資料等調査簡易見積もり](#)

[土壌・地下水概況調査簡易見積もり](#)

[土壌・地下水に関するその他問合せ](#)

[水質調査簡易見積もり](#)

[水質に関するその他問合せ](#)

[大気調査簡易見積もり](#)

[大気に関するその他問合せ](#)

[廃棄物処理・リサイクルに関する問合せ](#)

[騒音・振動に関する問合せ](#)

[臭気に関する問合せ](#)

[作業環境測定に関する問合せ](#)

[環境アセスメントに関する問合せ](#)

[シックハウスに関する問合せ](#)

[その他の環境マネージメントに関する問合せ](#)

[環境ネット相談室ECO-Q\(エコキュー\)](#)

回答期限 2004-05-31

■ 目的

浄化概算費用算定のための調査
その他
用地購入に際して念のために行いたい

■ 調査結果の納品形態

管轄自治体に提出する報告書(郵送)

■ 調査形式

既存資料調査のみ
土地所有者へのヒアリング
当該所有者への守秘性: 有
現地踏査
現地関係者への守秘性: 有

■ 件数・納期

調査場所数 1件

希望納品日

備考 納品は早ければ早いほど良い

■ 調査対象地

1.大阪府此花区

当所にとっても

「環境ニーズが蓄積される場所」



ex.応用として、、、

- ・Eco-Q(エコキュー)：一般家庭向の環境相談~対策
- ・植林事業のニーズ調査

(2) ストック型メール配信システム

簡単手軽な環境学習 (NPO環境リレーションズ研究所)

背景

メルマガやメールニュースが多数流通している昨今、
「分かりやすく、手間がかからず、読者の負担にならない」
ような情報取得手段が求められている。

仕組み

「短期」「最小限」のコンテンツ配信。
「これだけは知っておいて欲しい最低限の環境学習コンテンツ」を細分して提供。
読者は「好きな時」に「好きなテーマだけ」を選択して登録。
誰もが「登録日から第1号」の配信。

意義

メールマガジンや学習本はやはり読むのが面倒だけど、、、
「でも子どもの手前、一般常識程度は覚えておきたい」人たちに無理なく、学習してもらおう。

環境保全施策浸透の為に、できるだけ多くの市民に知っておいて欲しい「環境知識」を、
Q&A、クイズ方式等で遊ばせながら、「一日一件ずつ200文字程度」を習得してもらおう。

PCでも携帯でも好きな端末で何度でも繰り返しエントリーできるシステムにより、
従来環境問題に興味のなかった層にも気軽に触れられる「環境学習の第一歩」として。

コンテンツ事例

▶ 簡単手軽な環境学習 ストック型メール配信

メールを使った環境学習

空メールを送るだけの簡単登録。携帯からも読めるので、ちょっとした時間に環境の勉強が出来ます。1号目からメールが配信されるので、気楽にチャレンジしてみてください。

■ 環境名所日本一シリーズ

er01@oisii.com 毎週金曜日配信 全19回

■ 地球温暖化問題14選

子供に聞かれて困ったときのための環境

er02@oisii.com 毎日配信 全14回

■ 20日で覚える環境ランキングTOP3

er03@oisii.com 毎日配信 全19回

「20日で覚える環境ランキングTOP3」

登録日 = 第1号

日本森林面積トップ3

1位:北海道21.7%

2位:岩手県4.6%

3位:長野県4.1%

(世界農林業センサス平成12年)

「子供に聞かれて困ったときのための「地球温暖化問題14選」」

地球温暖化が問題となるのはなぜ？

まだまだ未解明な部分が多いのですが、20世紀に入ってから明らかに地球は温暖化傾向にあり、20世紀の間に地球の平均気温は約0.6℃上昇したといわれています。これが原因で、異常気象や生態系破壊、海面上昇が起きているのだらうと推測されています。

「環境名所日本一シリーズ」

日本一のゲンジボタル群生地は？

長野県上伊那郡辰野町の松尾峡は6月中下旬の最盛期には約10万匹のゲンジボタルが乱舞、「ほたる祭り」が催される。(県天然記念物・環境庁「ふるさといきもの里」に指定) (長野県)

(3) ラベリング事業

分かり易い「身体と環境にやさしいメッセージ」(NPO環境リレーションズ研究所)

背景

本当に身体にやさしい商品、環境に良い商品を買いたい・使いたいけど、どこに何があって、どうやって商品を選べばそれが身体にやさしいのか、環境に良いのか、が分からない普通の生活者は意外と多い。

仕組み

「身体にやさしい」「環境にやさしい」商品について、その科学的根拠を生活者に分かりやすく表現しなおしたメッセージをラベリング。外部の主婦ネットワークを活用、彼女たちが「自分たちの知りたいモノ」についての環境情報を「自分たちの言葉」で表現。

意義

日本には集約された「エコテスト」情動的なものが調っていないため、代替として。「環境にやさしい」商品のサプライヤーに対するインセンティブとして、売れる仕組みをサポート。
タイプ エコラベルの補強。自己宣言による環境主張の与信担保的な補完。

ひとびとの声

既にこんな声が寄せられています。

- 石鹼と合成洗剤、本当に環境に良いのはどっち？
- ハイブリッドカーに買い換えるのと、古い自動車をずっと乗り続けるのと、鉄くずの処理まで考えたら、本当はどちらが環境にやさしいの？
- 電気とガスどっちが環境に優しいの？
- 食器洗い機は環境にやさしいか
- 電気ストーブとファンヒーターとどっちがエコロジー？
- 環境にやさしいシールやバッチや服を作ってる場所は？
- 環境、人体にやさしい洗濯せっけん
- 自然冷媒をもちいた給湯器の例を教えて
- 納豆の発泡スチロール容器はリサイクルできますか
- 食器洗い機の環境に与える影響について教えてください

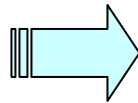


流れ

- いわゆる欧米エコテストは既存ターゲットへの勝手格付けです。
- 私たちのやろうとしているのはその正反対です。既存商品を否定することではありません。

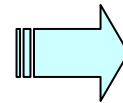
1. ウォンツ調査

ママが欲しがっているエコ商品を見つけ



2. エコデザイン

それに見合う環境安心価値を付して



3. テスト

それをテストして第三者評価を与え

4. ラベリング




メリット

自己宣言ではどうしても独り善がりに見えてしまう商品メッセージを、製造者や加工者、流通業者などから独立した、それぞれとは利益関係にない存在である第三者から発信することで、メッセージの信頼度を高めることがこのラベリング事業の意義です。

更に、生活の牽引役である「ママ」たちが、自分たちにとって「本当に知りたい」「分かりやすい」を尺度にして、生活者に最も響きやすいwordで製品の特徴を客観的に伝えることにより、メッセージの浸透を高めます。



「二酸化硫黄や亜硫酸塩は一切使用していません」

自社や専門家がいくら謳っても市場にはなかなか伝わり難い。。。 

市場の欲しがる情報を、市場が理解しやすいメッセージで伝えましょう！

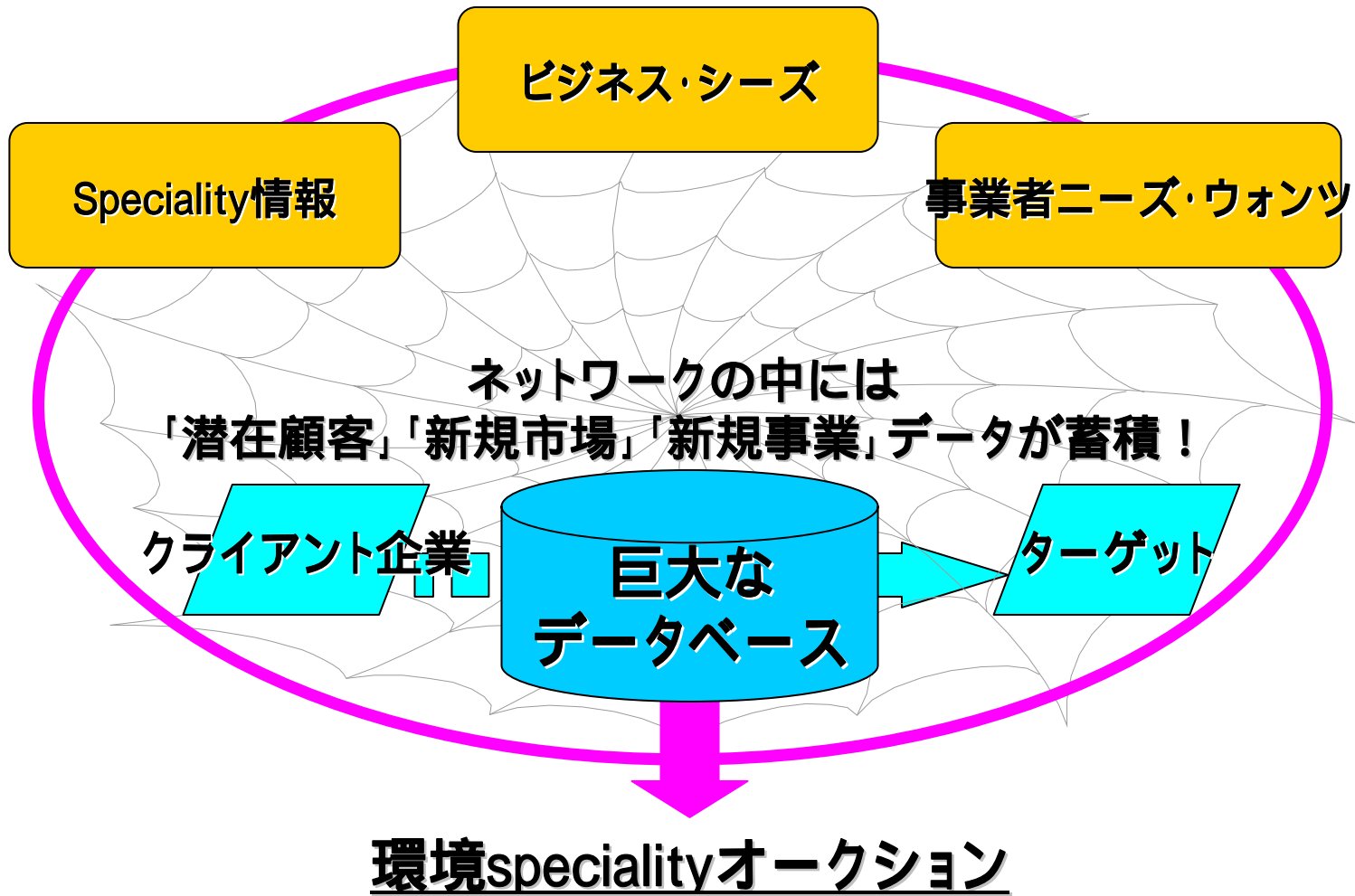


2 - 2 . 今後の取組み ~エコロジカルスタンド(株)~

位置付け

「企業の環境事業ありき。環境で利益を目標とする企業の視点から環境事業の普及」

環境ビジネスにおける需給双方の事業者DB構築



環境ビジネス プロモーション・サポート

セールス・リード
(販路開拓)

環境事業者の潜在クライアントとしての感度確認および確度の高いクライアントの選別～営業機会の開拓代行。

セールス・レップ
(営業代行)

環境事業者の営業マンとしての機能提供。商品周りの専門的な知識をベースに、営業マンの代わりとしてプロモーションを代行。

ビジネス・マッチング
(プロジェクトの受発注)

環境事業の個別具体的プロジェクトのマッチング。

派生プロジェクトとして 環境ブランディングサポート

1. 訴求しやすい環境配慮型事業デザインの設計
2. 対策手法の選定～各種制度の活用
3. 実際の事業進捗管理
4. オーソライズに向けた各方面との折衝
5. 広報企画・代行