

セッション③
製品・サービスの
ライフサイクルを
通じた温室効果ガス
排出量算定・表示
推進事業



モデル事業 (個社) ゲスト登壇

ゲスト登壇 昨年度モデル事業参加企業 ミニストップ株式会社



CFP表示の 取り組みについて



環境・コミュニケーション部 マネージャー
岡 啓介



表示実証概要

レジ周辺にてスプーンのCFPに関する表示物を展開することで、
お客さまの認知・行動への影響を調査・検証

- 実施期間 表示物掲示なし 10月28日～11月3日（1週間）
 表示物掲示あり 11月4日～11月24日（3週間）

※ 表示物の掲示がない場合、ある場合で、お客さまの行動にどのような変化があるのか検証

- 実施店舗 3店舗（東京、埼玉、福岡）
- 訴求内容 3種類の表示内容を訴求
 ①おいしさ ②CO₂削減 ③おいしさ＋CO₂削減
- 展開場所 レジ周辺および店頭
- 実施内容 ソフトクリームを購入されるお客さまに食べるスプーン、
 プラスチックスプーンのどちらをご希望かお聞きし、
 その理由をアンケートボードに回答いただく

店頭での表示物

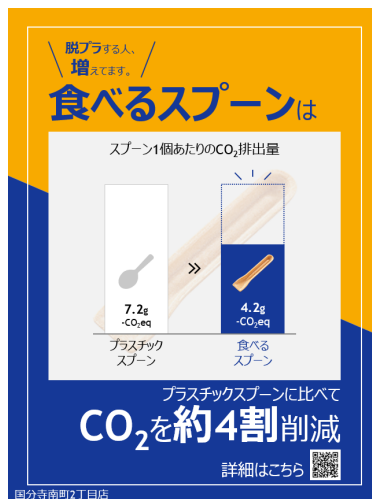
■レジ周辺でのポスター

A店



①おいしさ

B店



②CO₂削減

C店

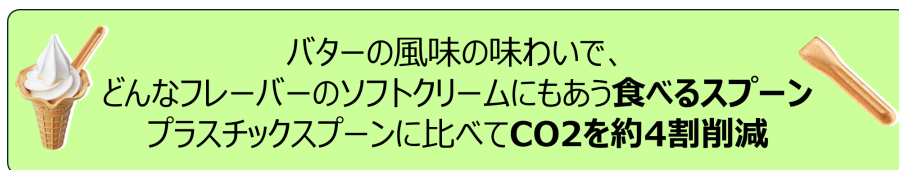


③おいしさ+CO₂削減

展開例



■コルトン下バナーPOP



店舗ごとにそれぞれ違う内容の表示物を展開



収集したデータ

■ スプーン選択理由に関するアンケート

博多榎田2丁目店 ②

アンケートにご協力をお願いいたします
ソフトクリームをご購入された方は、選択されたスプーンについて、
選ばれた理由としてあてはまるところにシールをお貼りください。

食べるスプーン を選ばれた方	プラスチックスプーン を選ばれた方
1. おいしいから・おいしそうだから	1. アレルギー等で使うことが できない体質だから
2. 脱プラ・脱炭素に貢献できるから	2. 使いやすいから
3. ゴミが出ないから	3. 衛生的だから

お時間があるお客さまはこちらのアンケートにもご回答をお願いいたします
(所要時間1分程度)

展開期間：11月4日（月）～11月24日（日）



各スプーンを選択理由

【食べるスプーン】

- ・おいしいから、おいしそうだから
- ・脱プラ・脱炭素に貢献できるから
- ・ゴミが出ないから

【プラスチックスプーン】

- ・アレルギー等で使うことができない体質だから
- ・使いやすいから
- ・衛生的だから

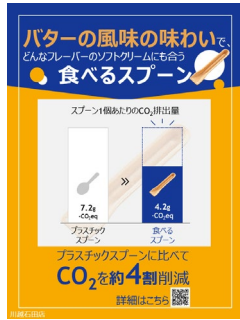
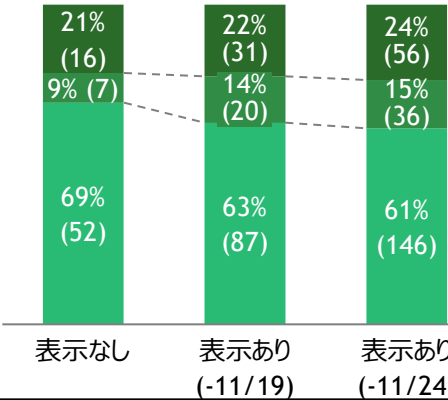
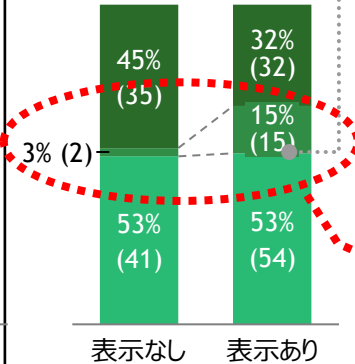


二次元コードでの追加アンケート

時間に余裕があるお客さまには
二次元コードから別途アンケートの協力をお願い

ソフトクリームを購入されたお客さまに、スプーンを選択理由について
それぞれシールを貼っていただきデータを収集

実証結果

	A店	B店	C店
表示内容	①おいしさ 	②CO₂削減 	③おいしさ+CO₂削減 
食べるスプーン 選択理由	「おいしいから・おいそうだから」が +13 ポイント  表示なし 表示あり	「脱プラ・脱炭素に貢献できるから」が +5-6 ポイント  表示なし 表示あり (-11/19) 表示あり (-11/24)	「脱プラ・脱炭素に貢献できるから」が +12 ポイント  表示なし 表示あり 表示をすることで、 脱プラ脱炭素に貢献 できるからの選択 割合が10ポイント 以上増加
アンケート回答率	29.1% 12.8%	53.1% 54.2% 75.2%	19.1% 10.6%

店頭表示をすることで、表示内容がお客さまの認知にダイレクトに影響、
食べるスプーンを選択理由に変化を与えられた

今後に向けて

お客さまの目に触れるところでのCFP表示を増やす

これまで

CFPに関する取り組みの表示は
ホームページやIR資料のみ、
来店されるお客さまへのアプローチ
は未実施



今後

お客さまの目に触れやすい場所で
CFPの取り組みを表示する

- ・店頭での表示
- ・商品への表示
- ・SNSの活用

CFPに関するお客さまの認知度向上と行動変容につながる仕掛け