

環境配慮型製品普及の先進事例に関する調査実施概要

■調査の目的

- ・本業務では、先進事例の調査を通じて、環境配慮型製品を積極的に販売促進する小売事業者を適切に評価する手法と、その評価手法により高く評価された小売業者に対する効果的なインセンティブ等のあり方を検討する。
- ・「評価手法」と「インセンティブ等」を検討するにあたり、参考となる国内外における既存の施策、先進事例を調査する。
- ・事例調査を通じて、先進事例における小売事業者の役割や販売促進につなげる独自の取組、販売促進効果、課題等を整理し、環境配慮型製品を積極的に販売促進する小売事業者として評価するために必要な要素を洗い出し、「評価手法」につなげる。

■事例調査の実施概要

【1】 調査事例の対象	百貨店、大規模小売店舗（GMS）、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、通信販売 ※ホームセンター、家電量販店、自動車販売店は今回の調査対象から除く。
【2】 製品分野	食料品及び飲料・生活文化用品等の非耐久消費財 （農産食品、飲料、石けん、家庭用合成洗剤等） ※日本標準商品分類の大分類7及び大分類8を参考とした
【3】 調査事例数	国内外各 10 事例程度
【4】 調査項目	別紙 環境配慮型製品を積極的に販売促進する小売事業者を評価するためには、踏査する事例の中での効果や小売事業者としての独自の工夫だけでなく、そもそも小売事業者としての環境配慮型製品普及に関する考え方やこれまでの取組姿勢も把握することが必要と考え、調査項目を、大きく以下の2つで構成する。 ①「環境配慮型製品普及の先進事例」の概要を掴む項目 ②「先進事例に取り組む小売事業者」としての環境配慮型製品普及に関する取組姿勢を掴む項目
【5】 調査方法	文献調査、インターネットを活用した調査、電話等によるヒアリング調査
【6】 スケジュール	9～10月：事例収集、ヒアリング調査、（評価手法の検討） 11月：調査結果の整理、検討会への報告

■先進事例の調査項目（案）

		調査項目	調査項目の補足説明
調 査 項 目	消費者による環境配慮型製品の購入促進のための小売業を通じた施策の事例について	①事例の概要	
		②評価対象事業者	評価対象とする小売事業者
		③業態・販売形態	調査対象とする小売事業者の業態・販売形態 [百貨店/大規模小売店舗（GMS）/スーパーマーケット/コンビニエンスストア/通信販売] [店舗販売/無店舗販売]
		④対象とする環境配慮型製品の定義	環境配慮型製品の定義が具体的かどうか
		⑤実施時期・場所・規模	規模：実施店舗数、対象製品数
		⑥小売事業者の参加経緯	小売事業者が調査事例に取り組むことになった経緯・きっかけ
		⑦ステークホルダー（行政・NPO・メーカ、地域の消費者団体等）との連携の有無	調査事例におけるステークホルダーとの連携の有無 [指標：事例の有無、事例の内容]
		⑧消費者への訴求方法、内容	環境配慮型製品を販売するための訴求方法、訴求内容 [売場での告知方法（POP等）] [売場以外での告知方法（チラシ、HP、イベント等）] [情報発信内容、方法に関する独自性、工夫等]
		⑨消費者へのインセンティブ	環境配慮型製品の購入を促すインセンティブ 例：割引、ポイント・クーポン、販促物、社会的評価等
		⑩その他の小売事業者独自の工夫	環境配慮型製品を販売促進するための独自性のある取組・工夫 [指標：取組の有無、取組の内容]
		⑪実施効果	調査事例を通じた、環境配慮型製品の販売促進の効果 [売上に関する指標：環境配慮型製品の昨年度比売上高（数量/金額）、商品群に占める売上の構成比率（数量/金額）、市場占有率等] [集客・告知に関する指標：パブリシティ、来店客数] [取組姿勢に関する指標]：来店客数の増加、アンケート調査等による反応 [その他]：（店舗側の）コスト削減 [環境負荷削減に関する指標：廃棄物削減量、CO2削減量等]
		⑫施策の継続性・発展性	調査事例の取組が継続的、発展的に行われてきたか、今後行われる可能性があるか
		⑬課題	調査事例を通じて小売事業者が捉える課題
	上記の施策に参加した小売業者としての取組姿勢	①環境配慮型製品の販売促進に関する取組方針	小売事業者としての取組方針 [指標：取組の有無、取組の内容]
		②目標及び計画	環境配慮型製品の販売促進、普及に関する目標や計画 [指標：目標や計画の有無、目標や計画の内容]
		③これまでの取組事例・実績	環境配慮型製品の販売促進、普及に関するこれまでの事例 [指標：事例の有無、事例の内容]
		④店舗従業員への教育等	店舗従業員（正職員/パート/アルバイト）を対象とした環境教育・研修 [指標：実施の有無、実施内容]
		⑤課題と課題克服のための施策	過去の取組事例を通じて小売事業者が捉える課題と課題克服のために取った対策 [指標：課題、課題克服のために取った対策]

