

ユーグレナ社、「チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアム (CCNC)」の2024年度の活動に参加
～大阪府下100店以上で脱炭素に配慮した購買行動の促進を実施～

株式会社ユーグレナ

株式会社ユーグレナ（本社：東京都港区、代表取締役社長：出雲充、以下「ユーグレナ社」）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全14社が参画する「チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアム (CCNC：Challenge Carbon Neutral Consortium)」(以下「CCNC」)の2024年度の活動に参加することをお知らせします。

株式会社日本総合研究所（以下「日本総研」）が主催するCCNCは2023年9月に設立し、2024年1月にはCCNC参加企業である株式会社スギ薬局（以下「スギ薬局」）および株式会社万代（以下「万代」）の店舗で、生活者がカーボンニュートラルについて「触れる」、「学ぶ」、そして解決へ向けて「取り組む」ことを促進する実証実験を行いました。2024年度は、この取り組みの規模を拡大し、2024年11月に万代の大阪府下にある全111店舗をはじめ、スギ薬局でも実証実験を実施する予定です。なお、CCNCの2024年度の活動は、大阪府（知事：吉村洋文）が実施する脱炭素関連施策と連携して実施します。

ユーグレナ社は、ありたい姿であるユーグレナ・フィロソフィーとして「Sustainability First（サステナビリティ・ファースト）」掲げ、サステナビリティを軸とした事業を展開し、事業や商品を通じて、お客様、社会、そして地球がサステナブルになることを目指しております。未来世代の取り組みに関しては、『人と地球の健康』を考えてもらうきっかけづくりとなるよう出張授業などを展開しております。また、CCNCでは2024年度には大阪府における催事や府内小学校等への啓発・広報活動の実施を予定しており、ユーグレナ社も参画企業と共に生活者への普及啓発や行動変容促進に取り組んで参ります。

■2024年度のCCNC活動の概要

CCNCは、2024年度の活動を通じて、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します。

2024年11月には、2023年度の実証実験（注1）を踏まえて有効性が検証できた店舗施策を中心に、万代の大阪府内全店舗（111店）とスギ薬局で店舗活動を実施する予定です。これは、大阪府、日本総研、株式会社三井住友銀行（本社：東京都千代田区、頭取CEO：福留朗裕、以下「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に基づく脱炭素関連施策にCCNCが協力するものです。こうした大阪府における催事や府内小学校等への啓発・広報活動を通じて、生活者への普及啓発や行動変容促進を強化するとともに、施策効果の分析・洞察を深めます。

また、大阪府が推進する「おおさかカーボンフットプリントプロジェクト『カーボンフットプリントを探してみよう～お買い物で脱炭素にチャレンジ～』」にも、店舗と一部商品で協力する予定です。

これらの取り組みを通じて、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・実践します。

※大阪府との連携協定の詳細は、下記 URL をご覧ください。

「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締結について」（2024 年 3 月 27 日発表）

<https://www.jri.co.jp/page.jsp?id=107486>

※おおさかカーボンフットプリントプロジェクト「カーボンフットプリントを探してみよう～お買い物で脱炭素にチャレンジ～」の詳細は、下記 URL をご覧ください。

https://www.pref.osaka.lg.jp/o120020/eneseisaku/cfp/cfp_project.html

■CCNC について

CCNC では、①実証参加企業同士の情報交換・勉強会、②みんなで減 CO2（ゲンコツ）プロジェクト（注 2）、③脱炭素に関する情報発信・啓発活動、の 3 つの活動を展開します。

日本総研は活動全体の主催者としてコンソーシアムの活動全体を企画・推進します。Daigas エナジー株式会社は脱炭素支援パートナーとして脱炭素に関するソリューション提供を、株式会社オズマピーアールはコミュニケーションパートナーとして对外発信を主導します。また、アサヒグループジャパン株式会社、カンロ株式会社、サラヤ株式会社、三幸製菓株式会社、スギ薬局、万代、株式会社ユーグレナ、株式会社ロッテの各社は、脱炭素に資する商品や売場を提供します。さらに、アスエネ株式会社、株式会社クレオ、TOPPAN 株式会社の各社は、カーボンフットプリントの算定や店頭・リテールメディアを通じたコミュニケーション活動の支援、環境にやさしいパッケージの提供を担います。

※CCNC の詳細は、下記 URL をご覧ください。

<https://www.greenmarketing-lab.com/ccnc/>

■CCNC 参加企業一覧（2024 年 7 月 18 日時点）

主催	 日本総研 <small>The Japan Research Institute, Limited</small>	パートナー	 Daigas エナジー		
メンバー	 スギ薬局グループ		 Asahi GROUP	 Kanro	 <small>いのちをつなぐ</small> SARAYA
	 三幸製菓株式会社 <small>三幸製菓</small>	 ユーグレナ <small>いばら、たけし、フスマアアズ</small>	 <small>お口の恋人</small> LOTTE		
	 ASUENE	 KREO	 TOPPAN		

【主催】

◆株式会社日本総合研究所

代表者：代表取締役社長 谷崎勝教

所在地：東京都品川区東五反田 2 丁目 18 番 1 号 大崎フォレストビルディング

【パートナー（脱炭素支援）】

◆Daigas エナジー株式会社

代表者：代表取締役社長 福谷博善

所在地：大阪市中央区平野町四丁目1 番 2 号

【パートナー（コミュニケーション）】

◆株式会社オズマピーアール

代表者：代表取締役社長 中尾敏弘

所在地：東京都千代田区紀尾井町 3-23 文藝春秋 新館

【メンバー（小売流通）】

◆株式会社スギ薬局

代表者：代表取締役社長 杉浦克典

所在地：愛知県大府市横根町新江 62 番地の 1

◆株式会社万代

代表者：代表取締役社長 阿部秀行

所在地：大阪府東大阪市澁川町 3-9-25

【メンバー（メーカー）】

◆アサヒグループジャパン株式会社

代表者：代表取締役社長 兼 CEO 濱田賢司

所在地：東京都墨田区吾妻橋 1-23-1

◆カンロ株式会社

代表者：代表取締役社長 村田哲也

所在地：東京都新宿区西新宿 3-20-2 東京オペラシティビル 37 階

◆サラヤ株式会社

代表者：代表取締役社長 更家悠介

所在地：大阪市東住吉区湯里 2-2-8

◆三幸製菓株式会社

代表者：代表取締役社長 山下仁

所在地：新潟市北区新崎 1 丁目 13 番 34 号

◆株式会社ユーグレナ

代表者：代表取締役社長 出雲充

所在地：東京都港区芝 5-29-11 G-BASE 田町 2 階

◆株式会社ロッテ

代表者：代表取締役社長執行役員 中島英樹

所在地：東京都新宿区西新宿 3-20-1

【メンバー（ソリューション）】

◆アスエネ株式会社

代表者：代表取締役 CEO 西和田浩平

所在地：東京都港区虎ノ門 1-10-5 KDX 虎ノ門一丁目ビル WeWork 4 階

◆株式会社クレオ

代表者：代表取締役社長 横井司

所在地：東京都千代田区丸の内二丁目五番一号 丸の内二丁目ビル五階

◆TOPPAN 株式会社

代表者：代表取締役社長 齊藤昌典

所在地：東京都文京区水道 1-3-3

（注 1）2023 年度の実証実験について

CCNC は、2024 年 1 月 18 日～2 月 18 日の約 1 か月間、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告知、③店舗・店頭で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いました。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、以下の結果が得られ、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りました。

- ・商品や活動の認知には「商品棚を見て」と回答した人が 27%で最も多い
- ・脱炭素に資する商品や企業の情報の閲覧、接触（二次元バーコード読み取りや棚での閲覧、商品に付記されたエコラベルの探索）で、3分の2以上の生活者の関心が高まった
- ・体験や学びによって 80%以上の生活者が商品や活動への好感が高まり、購買意欲も高まる
- ・脱炭素に資する商品の陳列棚の常設化や設置店舗・陳列商品の増加が望まれている
- ・棚を組んで商品を並べ訴求することで、実証前に比べて対象商品の 1 日当たり販売点数は 50～60%増となり、施策を展開していない近隣店舗と比較しても 23～67%増加した

※2023 年度の活動の成果と課題の詳細は、下記 URL をご覧ください。

「グリーン・マーケティングの現場から」（2024 年 5 月 31 日）

<https://www.jri.co.jp/page.jsp?id=108081>

(注2) 「みんなで減 CO2 (ゲンコツ) プロジェクト」について

日本総研グリーン・マーケティング・ラボは、カーボンニュートラルという難問について企業と生活者がともに普段の生活の中で「触れる」、「学ぶ」、そして解決へ向けて「取り組む」ことを促進するための協創型実証実験「みんなで減 CO2 (ゲンコツ) プロジェクト」を推進しています。買い物や教育の場面で脱炭素の取り組みに触れる機会を作り、体験イベントやスマホアプリのクイズ・動画を通じて楽しみながら脱炭素の取り組みの輪を広げるためのコンテンツを提供し、脱炭素社会の構築に向けて歩む企業と生活者を支援しています。

※グリーン・マーケティング・ラボの詳細は、下記 URL をご覧ください。

<https://www.greenmarketing-lab.com/>

※「みんなで減 CO2 (ゲンコツ) プロジェクト」の詳細は、下記 URL をご覧ください。

<https://www.greenmarketing-lab.com/genco2/>



<株式会社ユーグレナについて>

2005年に世界で初めて微細藻類ユーグレナ（和名：ミドリムシ）の食用屋外大量培養技術の確立に成功。「Sustainability First（サステナビリティ・ファースト）」をユーグレナ・フィロソフィーと定義し、微細藻類ユーグレナ、クロレラなどを活用した食品、化粧品等の開発・販売、バイオ燃料の製造開発、遺伝子解析サービスの提供、未利用資源等を活用したサステナブルアグリテック領域などの事業を展開。2014年より、バングラデシュの子どもたちに豊富な栄養素を持つユーグレナクッキーを届ける「ユーグレナ GENKI プログラム」を、継続的に実施している。<https://euglena.jp>

ユーグレナ 

いきる、たのしむ、サステナブル。