

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)

設立趣意書



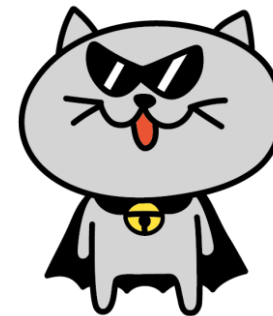
2023年8月

主催

株式会社日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門
グリーン・マーケティング・ラボ



ニャートラル



ギャートラル



ゲンコツさん

JRI商標登録申請中

1-1. 活動の背景 | 生活者の声

- ・「脱炭素に協力したいけど日常生活の中でそれを実現する機会がない」と感じる生活者は少なくない。
- ・そうした生活者は、**経済的インセンティブに頼らずとも行動変容する可能性**がある。

日本総研による暮らしとカーボンニュートラルに関する生活者調査

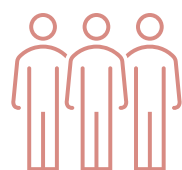
暮らしにおけるカーボンニュートラルの現状
(n=14,205)

カーボンニュートラル対応した日用品の購入意向が高い層が求める施策
(n=6,267)



カーボンニュートラル対応商品
を購入したい

76%



カーボンニュートラルに応じたポイントの付与

37%

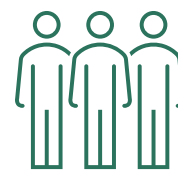
脱炭素に協力したいけど
実現できていない

経済的インセンティブと同じくらい
「きっかけ」(触れること)が有用



カーボンニュートラル対応商品
に出会ったことがない

75%



店頭特集棚設置 棚への誘導・表示

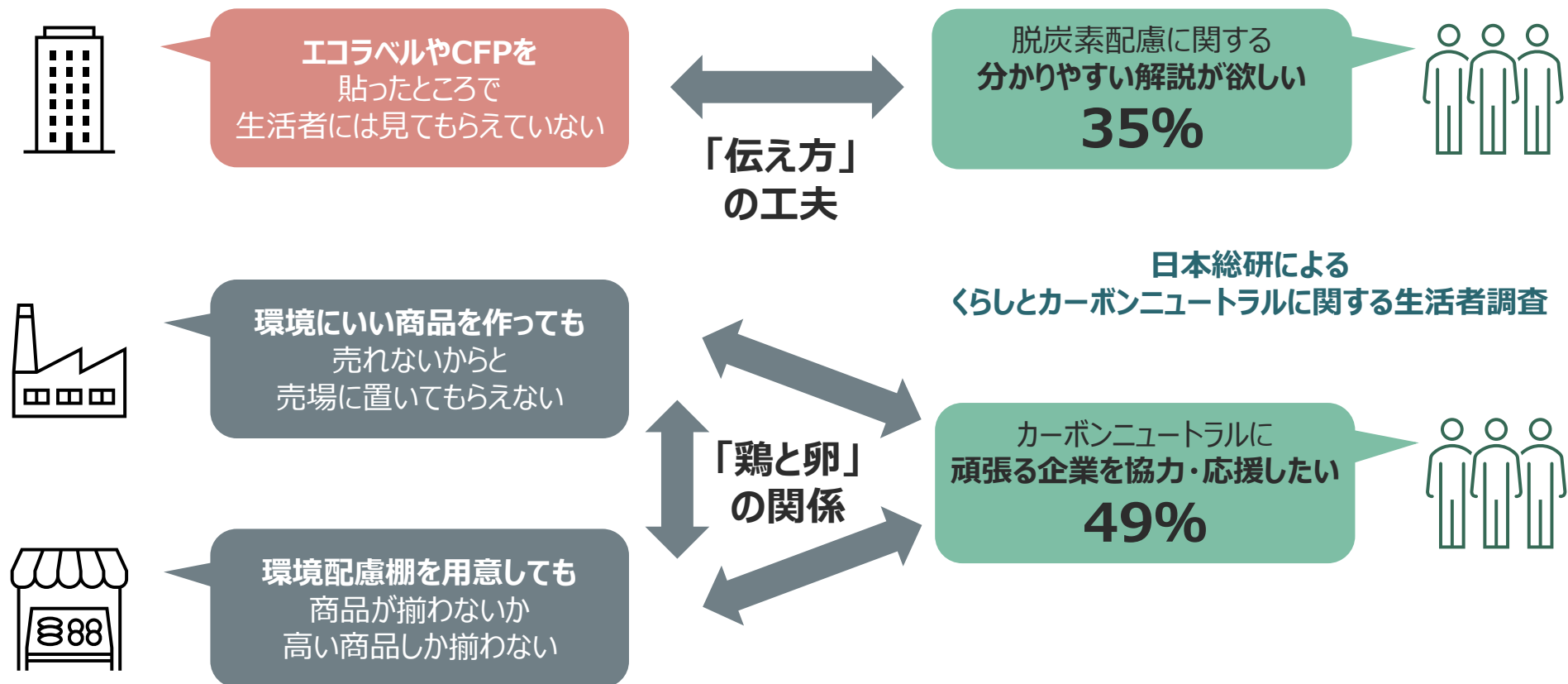
36%

35%

出所：日本総研作成

1-2. 活動の背景 | 企業の声

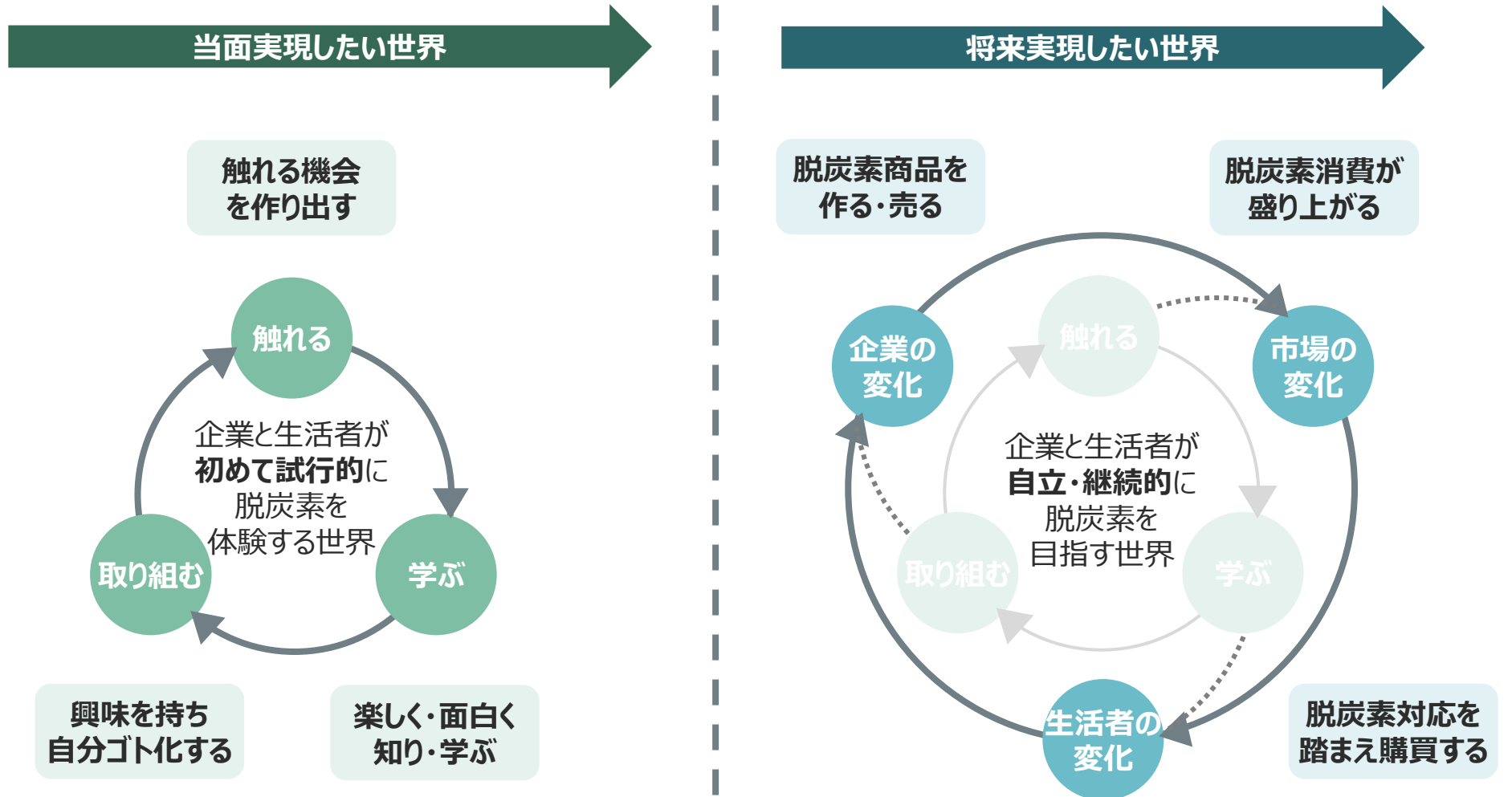
- 「脱炭素を推進するには生活者の応援が欲しい」というのが企業（メーカーも流通も）の本音である。
- その実現には、伝え方を工夫したり、「鶏と卵の関係」を脱する工夫が必要である。



出所：日本総研作成

2. 目指す世界

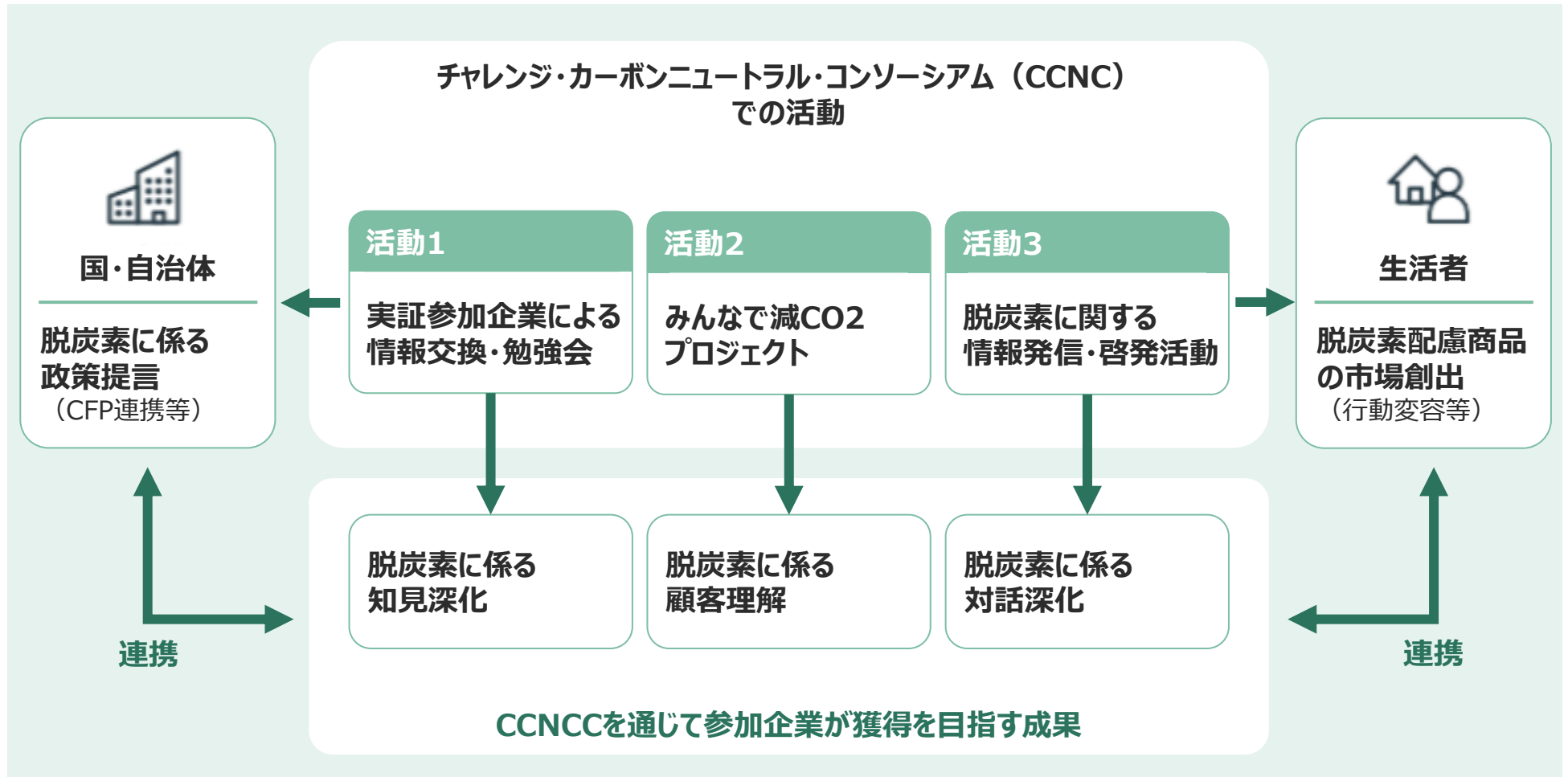
- 当面は**脱炭素に「触れて・学んで・取り組む」**ことを通じて、試行的に脱炭素を体験する世界を実現する。
- その先に、「企業と生活者が自律・継続的に脱炭素を目指す世界」=「**脱炭素市場の創出**」を見据える。



出所：日本総研作成

3. CCNCの概要

- 脱炭素・カーボンニュートラルの“自分ゴト”化を目指す、生活者と企業による協創型コンソーシアム「チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアム（CCNC）」を設立。



出所：日本総研作成

4. CCNCの参加企業

- 身近な商品・売場を通じて脱炭素に触れ・学び・取り組む機会を提供し、生活者の脱炭素に係る行動変容のあり方を探るため、メーカー・流通・脱炭素ソリューション企業から成るコンソーシアムを組成。

CCNC

チャレンジ・カーボンニュートラル・
コンソーシアム

主催



日本総研

The Japan Research Institute, Limited



Green Marketing Lab

企画、運営、施策・コンテンツ開発、
検証、对外発信、政策提言

DXシステム本部

実証用アプリ

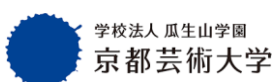
脱炭素支援
パートナー

Daigas エナジー

サポーター

大阪大学大学院
経済学研究科松村研究室

京都精華大学
KYOTO SEIKA UNIVERSITY



商品提供

Asahi

いのちをつなぐ

SARAYA



三幸製菓株式会社

メンバー

NH Nipponham

1-blet

いきる、たのしむ、サステナブル。

売場提供

スギ薬局グループ

MANDAI

CFP(カーボンフットプリント)算定

Asuene

くらし周りの身近な商品・売場を通じて
脱炭素に**触れ・学び・取り組む機会**

生活者対話
仮説検証

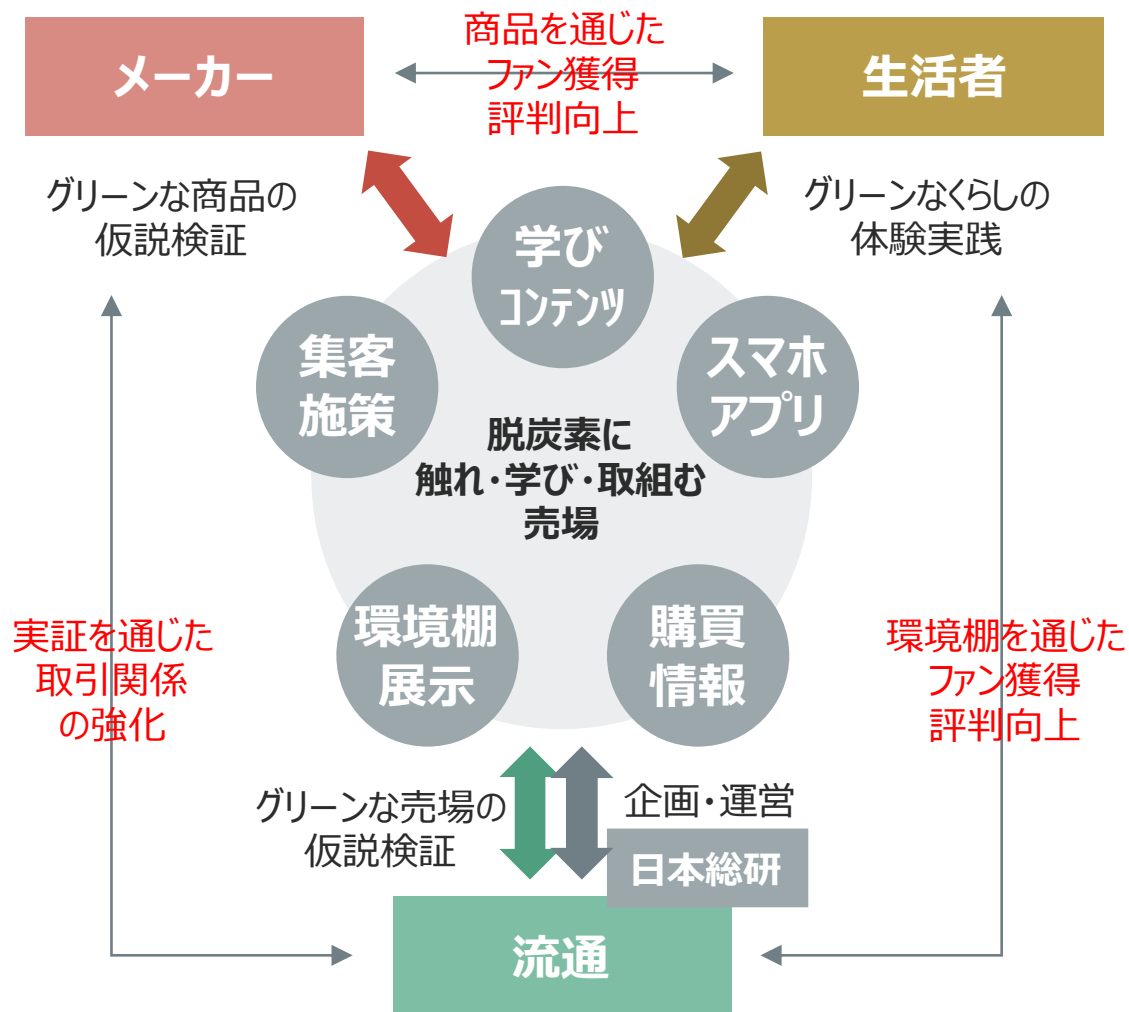
アプリや店舗の利用やアンケートを通じた
生活者の**脱炭素に係る行動変容の情報**

生活者

出所：日本総研作成

5. CCNCの実施概要

- CCNCでは、参加企業に対しては“グリーンな商品・売場の開発に係る仮説検証の場”を、生活者に対しては“グリーンなくらしの体験実践の場”を提供。



出所：日本総研作成

6. CCNCのスケジュール

- 2024年1月に東京・名古屋・大阪・神戸の4つの店舗を活用した実証試験を予定し、次年度以降も拡大・発展させて実施。

	9月	11月	1月	3月
	★ 立上			
活動① 情報交換・勉強会	← 随時実施 →			
活動② みんなで減CO2プロジェクト (店舗実証)	← 準備 →		← 実証 →	← 検証 →
活動③ 情報発信・啓発活動	← 自治体との催事 →		← 啓発 →	← 提言活動 →

次年度も拡大・発展実施

スギ薬局様

東京・名古屋・神戸の各々旗艦店 計3店舗

万代様

大阪の旗艦店 計1店舗

出所：日本総研作成

参考 | GMLの設立

- 日本総研は、「**くらしの視点**」で「**生活者との対話**」を通じて「**環境価値に係る自律的な市場**」を創出して「**持続可能な社会**」を実現すべく、**グリーン・マーケティング・ラボ（GML）**を設立。

Green Marketing Lab

グリーンなミライを、対話を通じて。
買うコト、学ぶコト、お金のコト。くらしまるごと変える。

買い物で
変える

- 環境商品・売場の支援
- 環境キャンペーン・催事支援

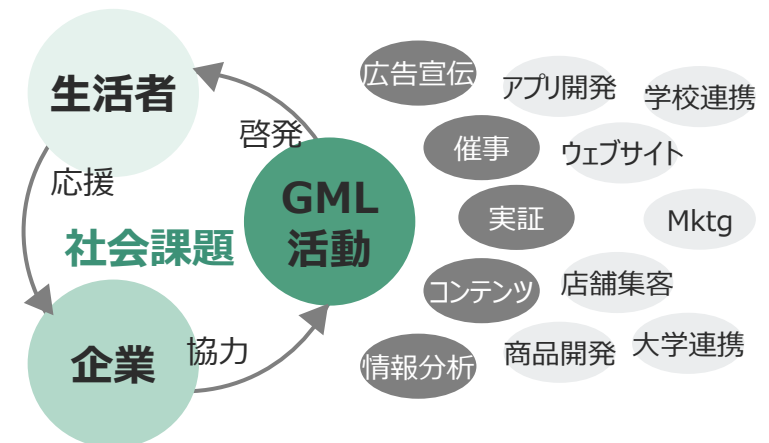
教育で
変える

- 環境教育の支援
- 環境教材の開発

お金で
変える

- ESG投資の推進
- 金融教育の支援

生活者と複数企業の協創の場を組成し
社会課題解決に挑戦

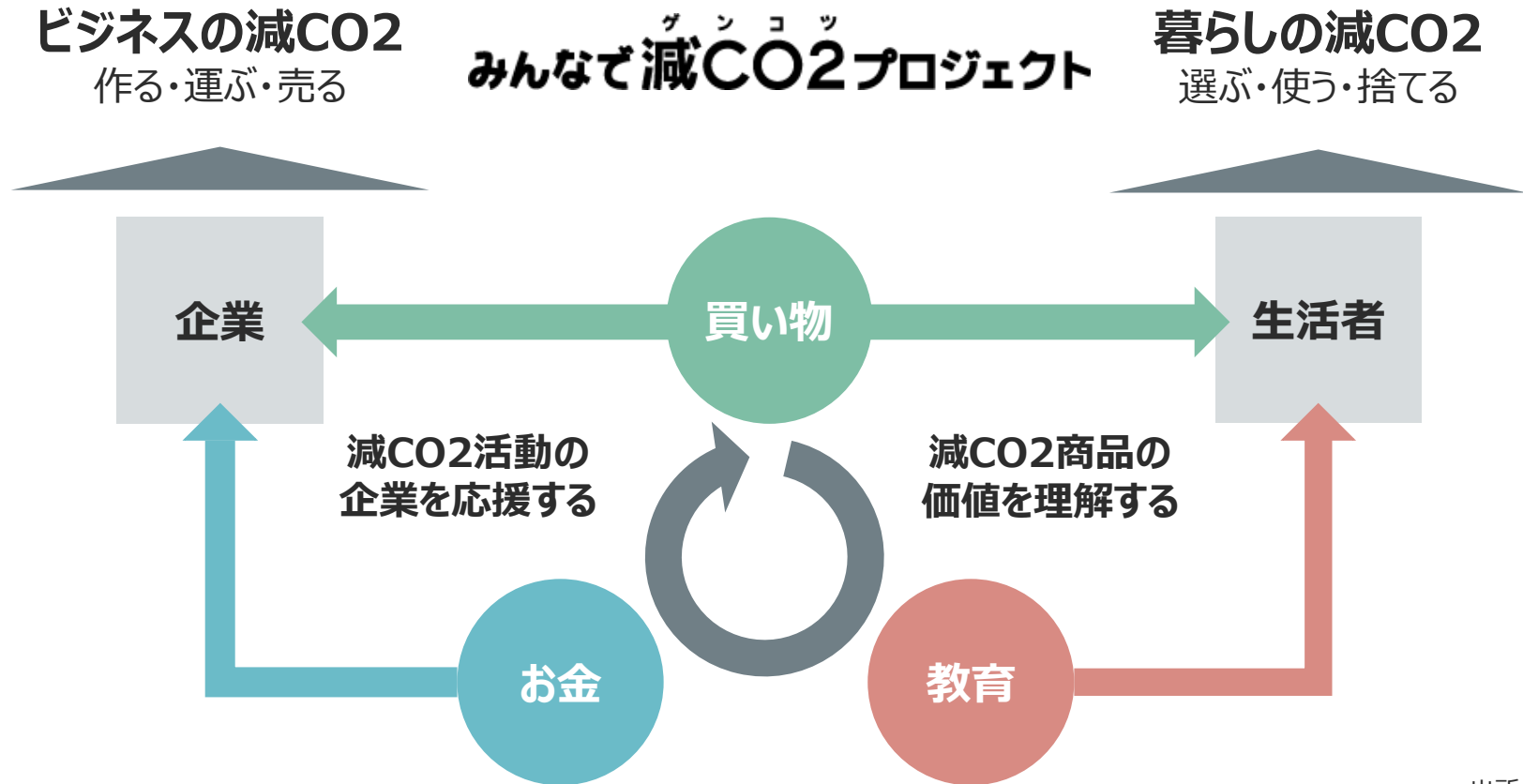


出所：日本総研作成

参考 | 買い物×教育×お金 = みんなで減CO2プロジェクト

- 脱炭素社会の実現には、ビジネス・暮らしの両面で減CO2を推進することが重要である。
- 企業と生活者の減CO2を繋ぎ合わせる「買い物」「教育」「お金」の切り口から行動変容を促す。

ビジネス・暮らしの両面で減CO2を推進して脱炭素を実現

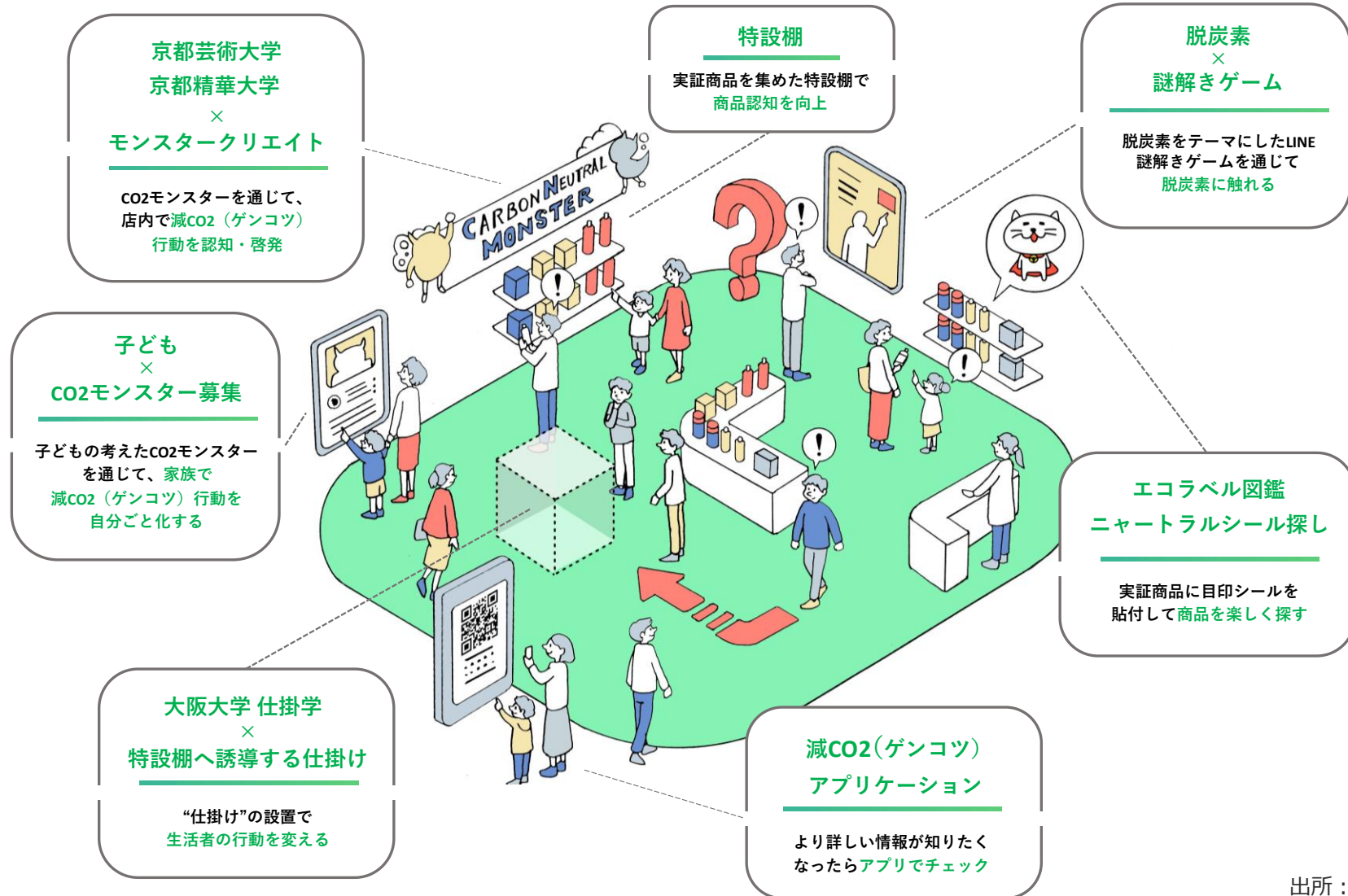


出所：日本総研作成

参考 | “買い物”を通じた減CO2活動



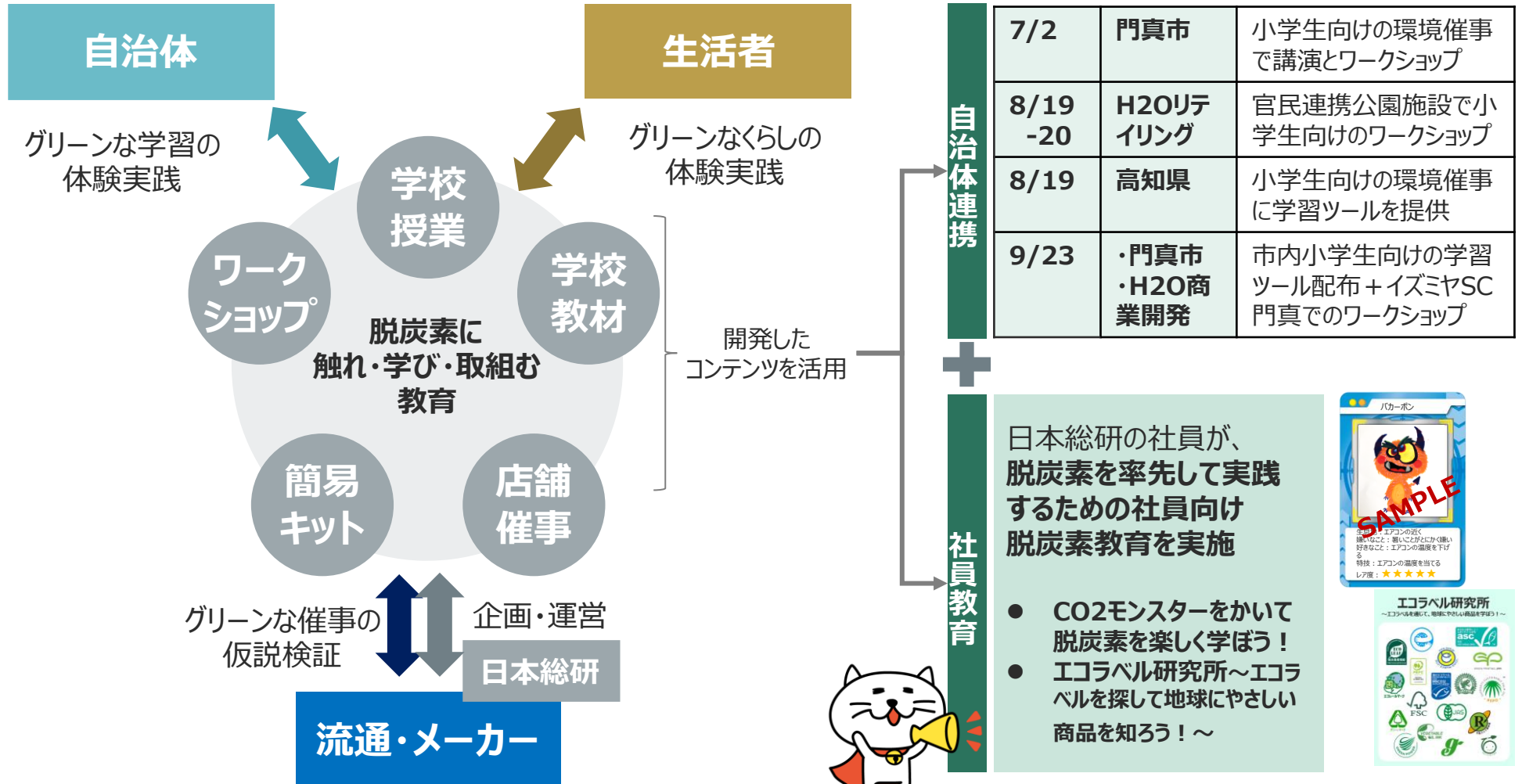
- 身近な店頭で、身近な商品を通じて、キャラクターやクイズ、クリエイティブの力を使って楽しく・面白く、脱炭素に興味のない生活者にも「触れ・学び・取り組む」ことで意識と行動の変化を分析する。



出所：日本総研作成

参考 | “教育”を通じた減CO2活動

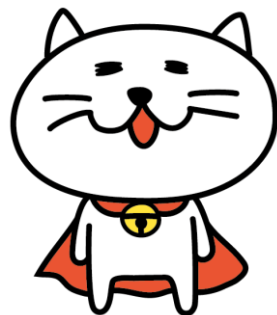
- 自治体と連携し、自立的な脱炭素行動に不可欠な知識を深めるための啓発・教育にも注力する。
- 従業員も一人の生活者であることを認識し、身近なところから脱炭素の自分ゴト化を実践する。



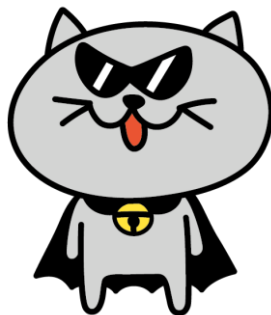
出所：日本総研作成

参考 | みんなで減CO2プロジェクトキャラクター

- みんなで減CO2プロジェクトでは、親しみやすい生活者とのコミュニケーションを展開する目的で、カーボンニュートラルを目指すネコちゃん戦士「ニャートラル」とその仲間「ギャートラル」「ゲンコツさん」が登場します。



ニャートラル



ギャートラル



ゲンコツさん

JRI商標登録申請中

お問い合わせ

本件に関するお問い合わせは下記までお願いいたします。

**株式会社日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門**

グリーン・マーケティング・ラボ

200010-gml@ml.jri.co.jp

**株式会社
日本総合研究所**

〒141-0022
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

〒550-0001
大阪市西区土佐堀2丁目2番4号 土佐堀ダイビル

本資料の著作権は株式会社日本総合研究所に帰属します。