

ここからはじめよう！ ともに未来に向けて



自治体発カーボン・オフセット農産物、6次産業化への取り組み、持続可能な社会のための低炭素化推進事業の取り組み、環境貢献型プロモーションなど、EVIは今日も未来にむけた環境貢献の取り組みをすすめています。

EVIの原点

EVI (Eco Value Interchange) 活動はCFP(カーボン・フット・プリント)商品の検証プロモーション企画から始まりました。購入した商品のCFPマークを貼り、森林吸収系クレジットの取り組みの一つを選んで応募することで、クレジットの購入資金を贈ることができるという参加型の企画でした。これがヒットキャンペーンとなり消費者の環境貢献意識の高さを確認することとなりました。その後いくつもの問題解決を経て、企業・消費者・森林業界の三者の環境貢献を可能にするプラットフォームを設計し、2011年3月から運用を開始し、現在では全国の75%の都道府県をサポートし、100%を目指しています。

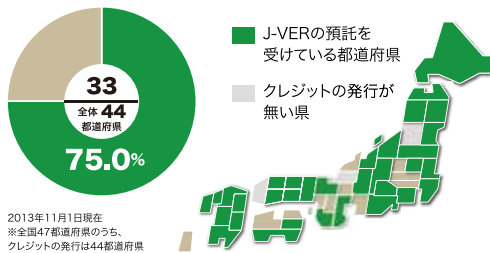
EVIによる環境貢献サイクル

EVIは、消費者と企業そして環境保護活動を行う事業者の三者が抱える想いと悩みを解決するプラットフォームです。現在継続的に森林支援を行っている企業数は33社ですが、それぞれにルールを設けてクレジット購入原資とすることで、資金を森林に還流する仕組みとして、このような環境貢献サイクルが安定的に継続し仲間が増加すること

で更に信頼を得ていくことを目標にしています。

EVI保有クレジットに於ける都道府県カバー率

[全体]=[吸収系]+[削減系]



森の恵みを森にかえす

私たちの排出したCO₂を吸収する森は私たちの生活に欠かせないものですが、私たちもまた森の機能を保ち続けるためのサポートをしなくてはなりません。木を植えた後、育った木の間にある木を間引きし木の成長を促す必要があります。また運び出す道の整備、木の加工、製品化などもその一つです。EVIでは製品開発と通販サイト「森の

全国の森林支援ができる木製品の通販サイト

森のめぐみのおとりよせ

<http://morinomegumi.kinodeguchi.jp>

森のめぐみのおとりよせにある全ての製品は、日本の木材を使用し作られており、商品を買ったり、贈ったりするだけで日本の森を守る環境貢献につながります。

名入れからオリジナルノベルティのデザインまで、間伐材製品の制作も承ります。



応援したい地域を自ら選び支援することができます。※1口10円〜。何口でも承ります。



めぐみのおとりよせ」を立ち上げました。未利用の木材の有効利用を行うことで販売価格の一部を森林へ還流し、また商品製造上のCO₂の削減も目指したいと思っています。消費者には森林支援の気持ちや還流できるようなオフセット購入履歴が蓄積されるなど「世の中に木で置き換えられないものはない」という考え方を推進していきたいと思っています。



環境貢献型プロモーションの実践

多彩なプロモーションで消費者の意識を変える。

環境貢献型プロモーションの実践

山梨県南アルプス市では、市民レベルでCO₂削減運動を展開し、地域経済の活性化に取り組み、農林水産省がすすめる6次産業化をカーボン・オフセット・クレジット付きで推進するなど、環境貢献型プロモーションの実施に取り組んでいます。

■事例① JIVEERクレジットの活用 商品に付加価値をつける

「あなたが選ぶ！
森が活きる！キャンペーン」

JIVEERクレジットを活用した「あなたが選ぶ！森が活きる！」キャンペーンでは、応援する森を選び、購入した商品のCFP（カーボン・フット・プリント）マークを切つて、貼つて、応募。CFPマーク1枚に付き2円を選択した森のクレジットを購入し、森林保護活動を支援する資金として使っていた。取り組みです。あるスーパーさんのPOSデータでは、昨対2.7倍もの高い販売実績となり、クレジットを活用した初の本格的な環境貢献キャンペーンとして経済産業省の2011年CFP方針の中に掲載されました。

■事例② 全国の森林を支援する 全国的に大きな反響

「日本の森を守るうキャンペーン」
森永乳業株式会社のアイスクリーム・

MOWが行っている『しぜんは、たいせつ。日本の森を守ろう！』キャンペーンでは、MOWの購入価格の一部を消費者自身が選ぶ森のクレジット購入に回し、応援する森を守るサポートができます。初年度は77万人以上の応募を集める大ヒットキャンペーンとなりました。

■事例③ 市民レベルのCO₂削減 地域の経済の活性化

「南アルプス市わくわくエコチャレンジ」
EVIが持つECO口座機能は、毎月のエネルギー消費量（電気の節電量を前年と比較して節約できた量（CO₂削減量）に対してポイントを発行し、様々な景品と交換することができ、この機能を利用して市民レベルのCO₂削減運動につながりました（年間夏冬の2期）。冬期の実績では、102世帯で約21の削減成果をあげることができました。夏期も景品として、南アルプス市商業共同組合が発行する商品券を用意し、CO₂の削減とともに地域経済の活性化にも繋がっています。

■事例④ 消費者のお買物が復興支援に！ 防災を兼ねた森林支援

「ともに生きる！ひろげよう
防災の輪！復興支援キャンペーン」
防災の日に自らの身を守るための備えとして品物を購入する、その代金の一部が被災地から発行されるクレジットを購入し、復興支援につなぐ『ともに生きる！ひろげよう防災の輪！復興支援キャンペーン』を展開。初年度は全国35企業、2年目には119企業3582店舗が参加して行われました。

入し、復興支援につなぐ『ともに生きる！ひろげよう防災の輪！復興支援キャンペーン』を展開。初年度は全国35企業、2年目には119企業3582店舗が参加して行われました。

■事例⑤ 農産物に付加価値を カーボン・オフセット・クレジット付

「南アルプス市さくらんぼ」
消費者一人ひとりのおいしい笑顔を思い浮かべながら育てたさくらんぼに、5kgのJIVEERクレジットを付けて、日本橋・高島屋他で、いいひと、いいしな、いいくうき」というキャッチフレーズで販売した「カーボン・オフセット・クレジット付きさくらんぼ」も1年目、2年目と早期完売しました。このようにEVIはプロモーションの切り口だけでなく農産物のマーケティングを支えるプラットフォームとしても活躍しています。

■事例⑥ 6次産業化を目指して 1袋につき1円が森林支援に

「信州・奥三河ドライフルーツ」
信州・奥三河の自然で育った果物の旨味や風味をとじ込めた、新鮮なドライフルーツ。美味しいのに規格外となったりんごをドライフルーツという形で利用し、食材を無駄にする事無く商品化しました。また食材を生産から加工、流通そして販売までを引き受け、6次産業化をサポートしています。捨てられる農産物をなくし、地元の森林保護を支援し、製品をつくる上で排出するCO₂を相殺する日本初の商品が誕生しました。



本号で紹介した「EVI 環境マッチングイベント2013 in 東京国際フォーラム」



カルビー(株)カルネコ事業部 加藤孝一



環境省 地球環境局 地球温暖化対策課 市場メカニズム室長 熊倉基之氏



マッチングブース

次回
開催

EVI 環境マッチングイベント東京2014
地方と都市部の環境貢献サイクルの推進

2014年1月24日(金) トラストシティ
カンファレンス・丸の内