

「デカボ」を活用した事業者の脱炭素マーケティング促進 愛媛県産品の認知拡大及び販路拡大を実現

採択事業者名 中国四国博報堂株式会社 | Earth hacks株式会社
コンソーシアム構成員 中国四国博報堂株式会社 | Earth hacks株式会社

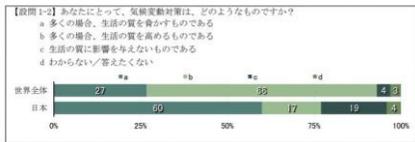
事業概要

目的

近年自治体・企業の脱炭素化取組は増加しているものの、一方で生活者は脱炭素化に懐疑的な一面も持ち、企業が環境配慮型商品をつくれれば必ずしも積極的にそれを買うとは限らない。本PJでは、愛媛県の事業者の脱炭素化取組を生者視点で価値化することを通して、県産品の認知拡大及び販路拡大の実現を目指す。

課題

日本の生活者は、世界各国平均と比較して、気候変動などの環境問題に取り組むことが「自分の生活の質を脅かす」と感じており、脱炭素化に対して懐疑的な一面を持つ。



解決策

CO2排出量の多いアクションを我慢するのではなく、生活者がすでに取り組んでいるアクションの環境貢献度を可視化し、背中を押すことで、楽しく脱炭素を実現できる「デカボ」ソリューションを開発。



成果と今後

成果(含む想定)

デカボスコアを中心としたデカボソリューションの活用による認知拡大、販路拡大の効果を確認。PRを中心としたPromotion施策が功を奏し、大洲産品の認知拡大に寄与することができた。

		実装前	実装後(～今年度)	今後3年
定量面	金額	> -	> 広告換算額: 5,000万円～	> 広告換算額: 15,000万円～
	重要指標	> 大洲産品に対してのデカボスコア算出やPRは今年度より開始	> 県内TV4局で取り上げ > 関連プレスリリースは 述べ78媒体 に掲載、(月間UU数ベースで)およそ 3億人 にリーチ > コラボ番組は3/31に 1時間 放送 > 番組に先駆け、CM放映、インフルエンサー2名(総チャンネル登録者数 65万人以上)によるライブコマース配信各 5回 、Nスタえひめによる特集 5回 (広告効果は計測中)	> 愛媛県庁様とともに、各市町村の自治体との連携強化
定性面		> 「Green Destinations」受賞を機に、外国人を中心とした大洲の認知は高まりつつあり、訪問観光客による街の周遊が次の目標	> サマースクールを機に、海外大生を含めた80名のZ世代が愛媛の関係人口として仲間入り > 可視化を通じて、大洲の事業者様へのCO2排出量計算に関するインナー教育の副次的効果も	> 県民の脱炭素意識変容・行動変容を促進

取り組み内容	検証項目
<p>Z世代視点から「デカボ」を生かしたアイデアを募集 一般社団法人HLABとコラボし、高校生向けサマースクールを企画。脱炭素にkeenなZ世代およそ80名が全国から結集し、愛媛での1週間の学びを通じて、愛媛を「デカボ」でPRするアイデアを募るアイデアソンを開催。Z世代のアイデアをもとに、世界一サステナブルな街・大洲市のデカボPRに着手。</p> <p>これまでにないデカボPRを展開 大洲の地元産品の環境貢献度を可視化+大洲のサステナブルを体感できる街歩きをガイドする観光マップ「大洲デカボマップ」を開発。さらに、テレビ番組ともコラボし、「デカボ」をテコとした大洲産品のPromotionにも挑戦した。</p>	<p>PR効果 サマースクール開催や、「大洲デカボマップ」の公開に際してのメディア露出など、PR効果を測定。 結果、広告換算額はおよそ5000万円以上に及んだ。※</p> <p>※広告換算額は2023年3月15日時点の実績値。番組コラボに関する同数値は今後算出。</p> <p>売上効果 愛媛フェア(埼玉県越谷市)での販売額はおよそ20万円。</p>
	<p>取得データ 関連記事が露出されたメディアの広告換算額、ユニークユーザー数、愛媛フェア(2023年2月22日～26日)内デカボ商品販売ブースにおける売上</p> <p>データ活用による考察・示唆 商品の環境性能を可視化するデカボスコアは、短期的かつ直接的な売上向上には繋がりが薄い一方、デカボスコアを活用したデカボPRは、メディアからの高い関心と呼んだこともあり、メディア露出などの面で大きな効果を生んだ。</p>

次年度以降の実装計画/見立て

- 今年度取組を通じて、大洲産品の「**地産地消**」性能の**環境価値化を実現**。大洲以外の東・中・南予エリアにおける多くの地域の地元産品のデカボスコア算出の可能性が開かれた。
- また、県産品に対するデカボスコアの主要な提供価値は広告/PR効果であり、直接的な売上向上には長期的かつ継続的な取組が不可欠。故に、今後さらに、広告/PR効果増進に向けた取組に注力する。