

**おかいもの革命！  
プロジェクト**

名古屋発！

低炭素型買い物・販売・生産  
システムの実現

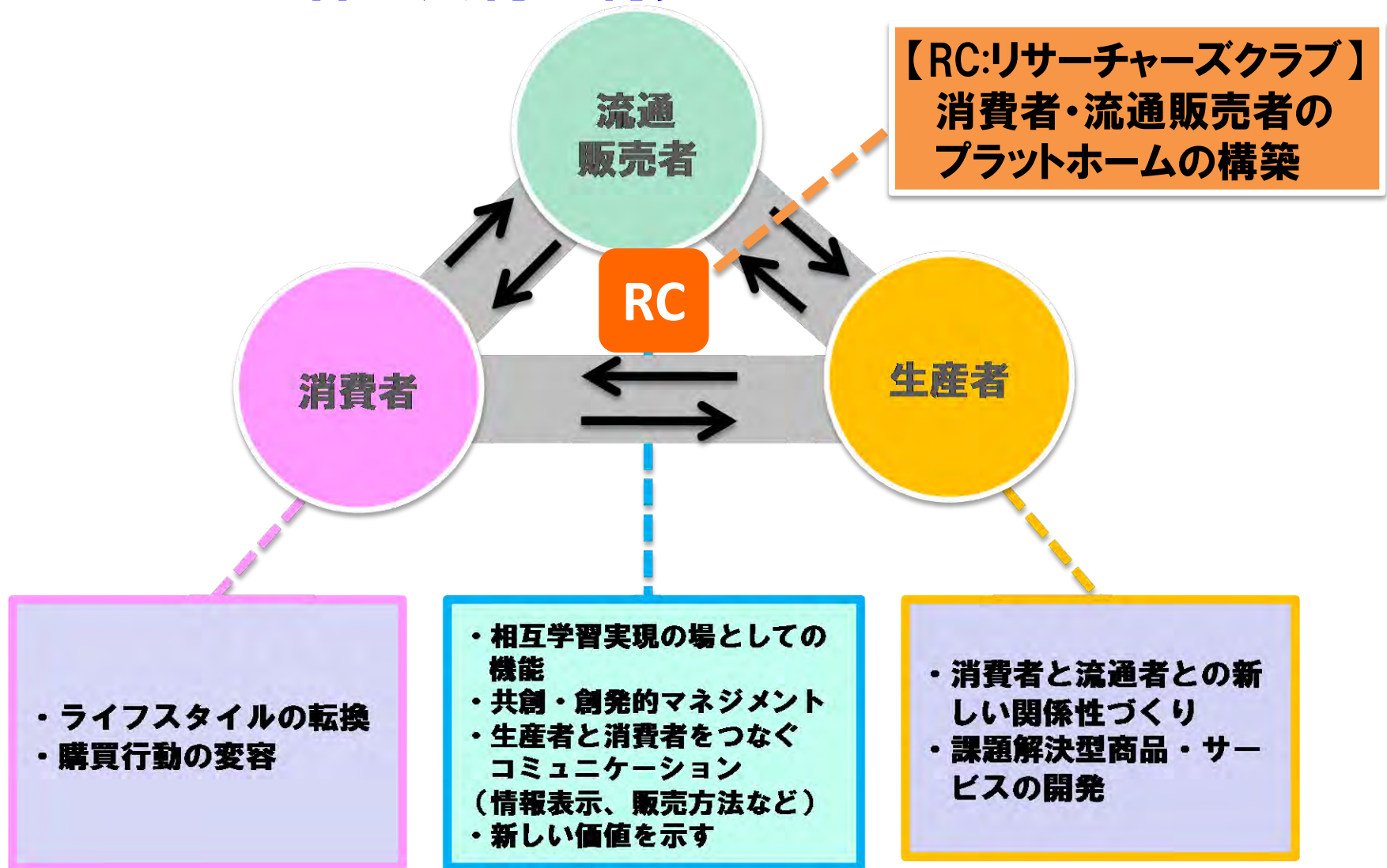
消費者・流通販売者・生産者の  
**“相互学習型プラットフォーム”**による  
脱温暖化イノベーション

**研究代表者 永田 潤子**

(大阪市立大学大学院創造都市研究科)

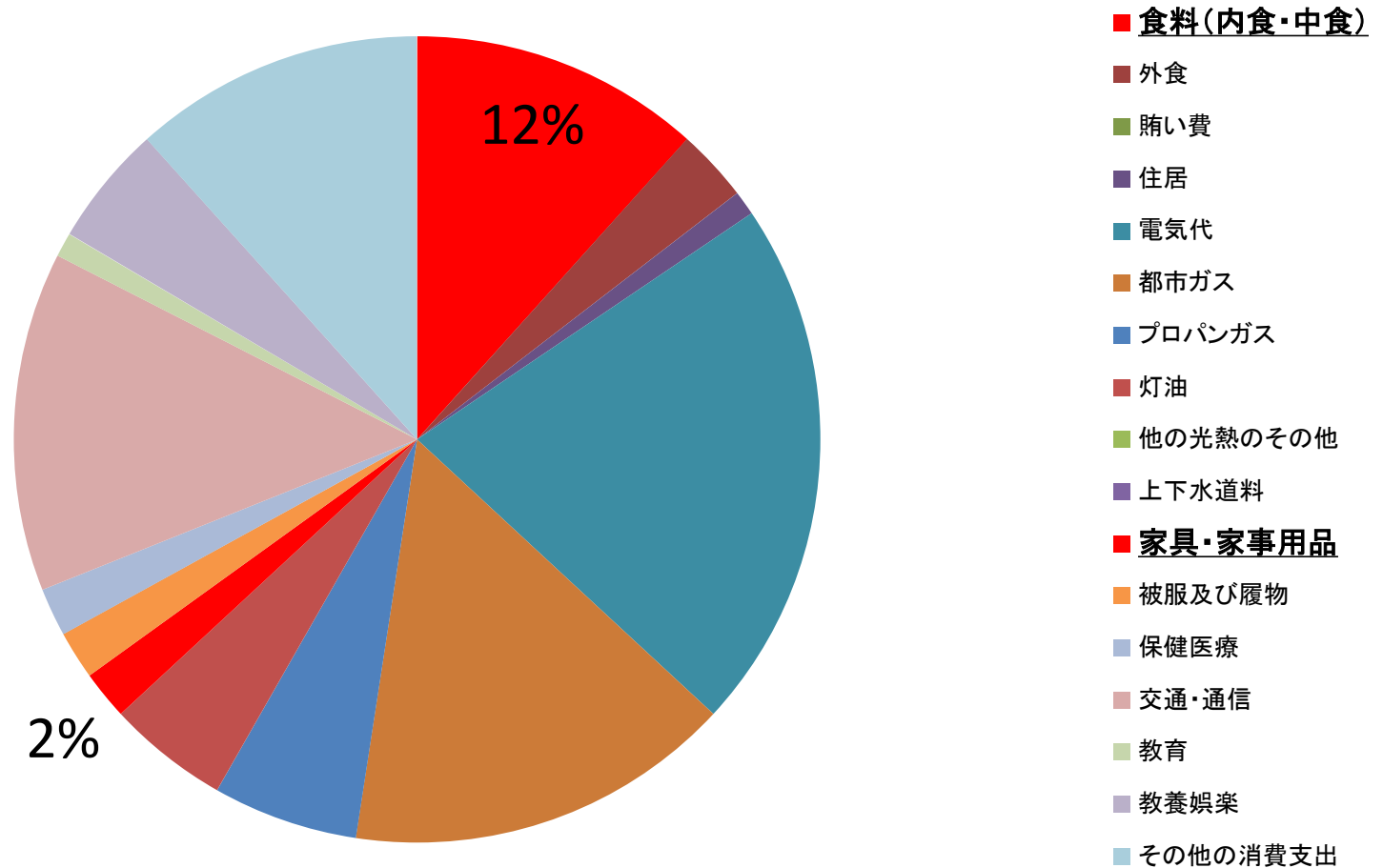
# 【相互学習型プラットホーム】

## 三者の共創・創発的マネジメント



# 「日常적なお買い物」のCO2排出量

## 14%



\* 重藤様提供データより(3EID、家計調査、ともに2005年)

\* 「食料」の内訳は、穀類、魚介類、肉類、乳卵類、野菜・海藻、果物、油脂・調味料、菓子類、調理食品、飲料、酒類

## ■ユニー(株)様との取り組み



バックヤードツアー  
売り場調査

ミーティング  
ワークショップ  
【テーマ】

- ①容器包装②食
- ③エコ商品、PB商品



デモンストレーション



## ■(株)ジェイアール東海高島屋様との取り組み



売り場調査、  
ヒアリング

ミーティング  
ワークショップ  
【テーマ】

- ①適正包装
- ②お買いもの基準



デモンストレーション

# 相互学習型プラットフォームの有効性

## 1 消費者の変容

“健康配慮商品、環境配慮商品の購入意欲が高まった”“情報発信や商品選択を慎重にするようになった”等の変容があった。

## 2 他の消費者への波及

消費者目線での情報表示による知見を得た。

## 3 流通販売者の環境経営へのリスクマネジメント

- ①実業に合わせた環境への取り組みが可能
- ②消費者とのコミュニケーションギャップの解消と改善
- ③社内外での情報交換・社員の意識改革
- ④地域に根差した経営戦略への発露(「社会性」と「地域性」)
- ⑤ブランドイメージの向上とメンバーのファン化

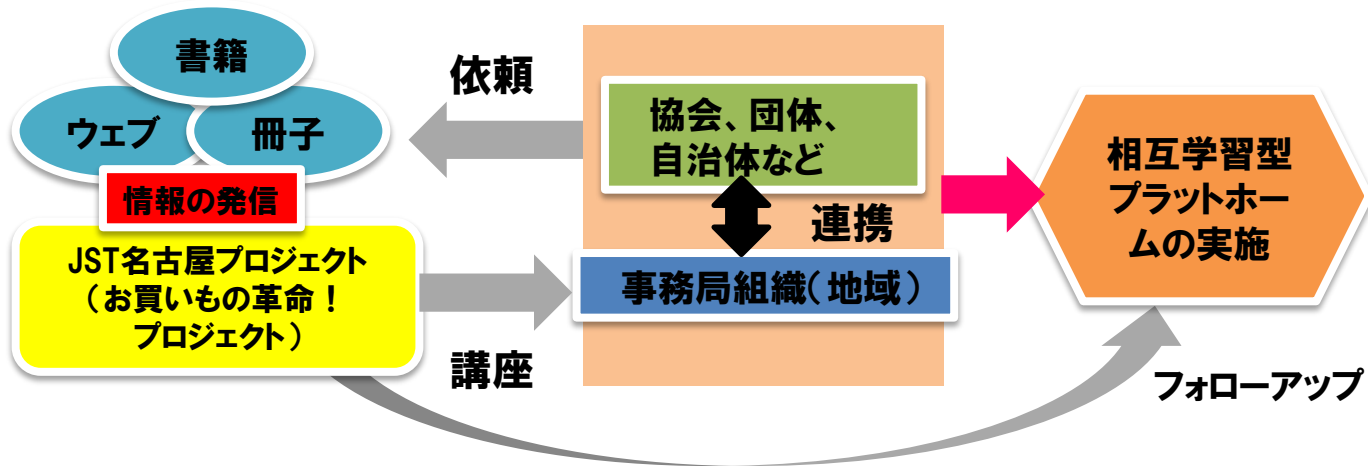


流通販売者や地域へ普及することで  
低炭素型購買を加速できる



# 相互学習型プラットフォームの普及 ～流通販売者・地域、他の商材への普及～

流通販売者・  
地域への普及



中・長期商材への普及

