

【事業名】購買・行動ビッグデータ×AI活用による環境価値表示で紐解く、属性・商品別の脱炭素行動変容効果検証事業

【事業代表者】

Earth hacks株式会社

【共同事業者】

Vポイントマーケティング株式会社、BALDR株式会社

目的

生活者が「環境にいい商品を当たり前を選ぶ」行動変容を促進すると同時に、環境性能表示の導入判断を足踏みしていた事業者が前向きに導入できる判断材料を提供し、横展開可能な新たな脱炭素行動変容施策を確立する。

概要

商品毎のCO₂排出量削減率を示すデカボスコアの実装と、1億人超の会員基盤を有する生活者データ事業者と連携したと購買・行動データの分析を通じて、環境性能表示に対する感度の高い購買層や商品カテゴリを検証する。

また、大量算定の負担軽減に向け、CFP算定のAI Agentを開発する。再現性のある効果的な脱炭素行動変容施策を、実装の手引きとして体系化する。

目指す姿

- ・ CFP算定の効率化と環境性能表示の普及により、商品の環境価値が可視化される
- ・ 生活者が環境性能を理解し、普段の買い物の中で自然に環境配慮商品を選べる
- ・ 購買データによって環境価値の効果が実証され、メーカーや小売の開発・売場・販促への投資が加速する

実証事業内容

①
可視化

- ・ Earth hacksにて、食品・飲料・日用品等、約120の環境配慮型商品のデカボスコアを算出
- ・ 算定の負担軽減及び大量算定に向け、BALDRとCFP算定のAI Agentを開発

②
売場実装

- ・ VPMK・小売店等と連携の上、売場・デジタルにて実証を実施
- ・ スーパーマーケット/ドラッグストア/外食/文具・書店などを想定

③
効果分析

- ・ VPMKIにて、保有データを用いた購買行動を分析
- ・ 環境性能表示に対して感度の高い購買層や商品カテゴリを検証

④
手引き作成

- ・ 上記分析を基に「どこに、どのように表示すればどの購買層に届くのか」を可視化、他事業者にも展開できる実装の手引きを整備
- ・ 各企業が個別に実証実験を行わずとも、表示設計と導入判断の高度化を可能とする。

ステークホルダー別の目指す姿

生活者

- ・ 商品の環境性能を理解
- ・ 日常のお買い物で環境に配慮した選択が当たり前になる

小売

- ・ 新たな価値を提供する売場づくりに成功
- ・ ブランディング強化に環境性能表示を用いた売場実装

メーカー

- ・ 自社努力が生活者に認知され、最終的に商品が選ばれるようになる
- ・ その結果、脱炭素に向けた投資判断が加速

CFP算定者

- ・ 算定を自動化を確立
- ・ 環境性能表示が普及する際の課題である、算定期間及びコストの低減を実現