

【事業名】購買行動連動型CO2削減量可視化システム（個人カーボンアカウント）の社会実装による消費者の行動変容促進事業

【事業代表者】楽天グループ株式会社

【共同事業者】一般社団法人サステナブル経営推進機構（SuMPO）

目的

消費者の購買行動に紐づいたCO2削減量の個人単位での可視化（個人カーボンアカウント）を国内最大級のECプラットフォーム「楽天市場」上に実装することで、脱炭素型消費行動への転換を促進する。

概要

楽天市場のサステナブル商品専門モール「EARTH MALL with Rakuten」を基盤に個人カーボンアカウントを実装。SuMPO協力の元、モール上での個人単位でのCO2削減量の可視化とゲーミフィケーションを実装。更に、購買データ分析とアンケート調査による効果検証を行う。なお、CO2削減量は「デコ活データベース算定の考え方」に準拠して算定する。

下図記載の4フェーズで事業を実施。脱炭素型消費行動への転換促進に加えて、効果測定で得たデータを楽天グループやEC業界全体に寄与することで、更なる消費行動転換へと繋げていく。

PHASE 1 対象商品の選定と 「CO2削減量」の算定基準作り



サービスの根幹となる、信頼性の高い基準を構築するフェーズ。

- **対象商品の選定**
楽天市場の販売商品の中から、CO2算定する商品を選定。
- **算定ロジックの構築**
一般社団法人サステナブル経営推進機構のLCAエキスパートがデコ活データベースの考え方に基づき商品ジャンル毎のCO2削減効果を算定。
- **商品マスタへのデータ付与**
商品マスタに算定したCO2削減効果を付与

楽天市場24
ヘルスケア館



PHASE 2 システム連携とUI/UX開発 （個人カーボンアカウント構築）



ユーザーが楽しく、継続的に取り組める仕組みを開発。

- **購買データとの自動連携**
ユーザーが対象商品を決済した際、自動的にCO2削減量がアカウントに加算されるAPI開発。
- **UI/UXの設計（ゲーミフィケーション）**
自身の貢献を視覚的に実感できる個人カーボンアカウントの開発。
例：削減量に応じてエコレベルが上がるなどのエンタメ要素。



PHASE 3 サービスリリースと プロモーション設計



ユーザーに行動変容を促すための仕掛けを展開。

- **サービスローンチ**
楽天市場（EARTH MALL）上に個人カーボンアカウント機能をリリース。
- **プロモーション**
楽天グループ内外で広告展開を実施。また、ポイント等を活用することで、楽天ユーザーに広く認知を図るだけでなく、個人カーボンアカウントの利用を促進。

EARTH MALL
with Rakuten



PHASE 4 効果測定と 今後の展開について



サービスリリース後のインパクトを測定し、PDCAを回します。

- **主要KPIのトラッキング**
 - ・ 累計CO2削減量
 - ・ 行動変容数
 - ・ 対象商品流通額
 - ・ 意識/行動変容調査 など
- **算定ロジックの精緻化と対象拡大**
本事業の結果を踏まえて算定ロジックの見直しや対象商品の拡大や他サービスへの横展開なども検討

