



❀ Ecoせち ❀

認証グループ①





# 目次

01

認証商品を  
取り巻く現状

35

解決策の提案

03

解決策の展望



01

# 認証商品を取り巻く現状



# 現状の課題

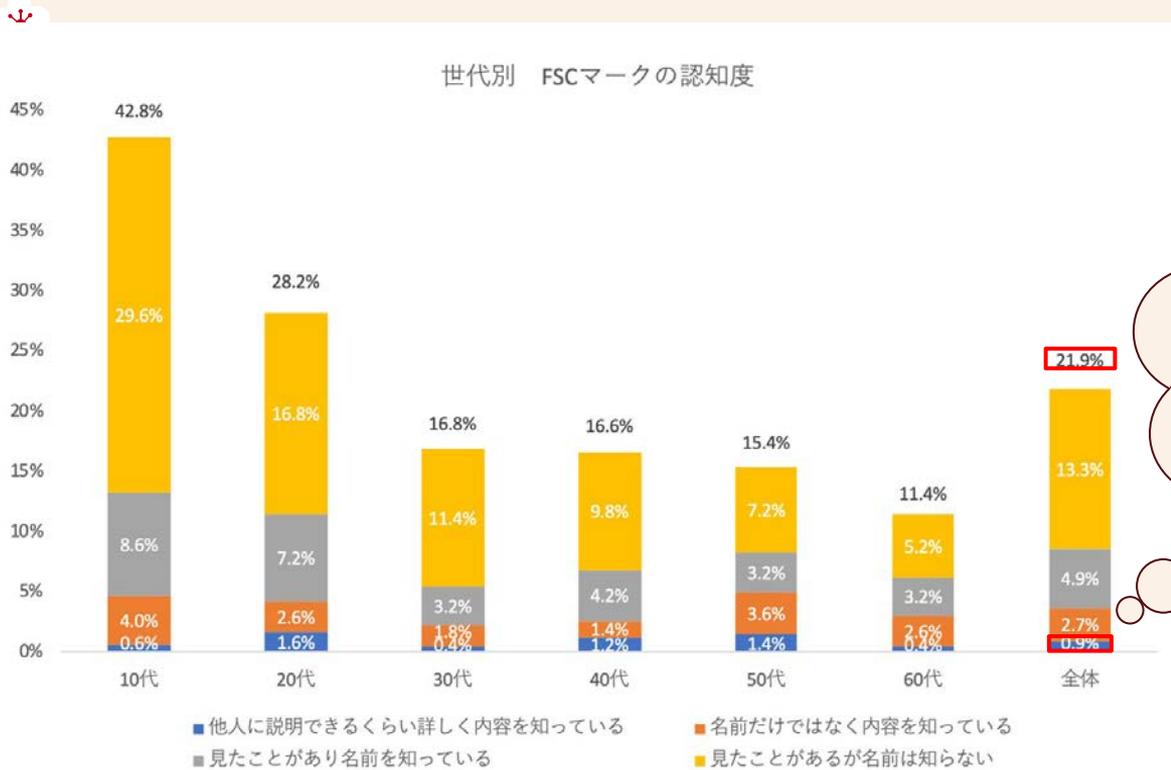
認知度不足

価格の壁

効果の  
感じにくさ



# 4 認知度不足



他人に説明できるくらい  
詳しく内容を知っている  
と答えた人の割合は  
全体の**0.9%**

引用元：国際認証ラベルに関する調査FSCジャパン版報告2020



## 2. 価格の壁

認証がついた商品は  
ついていない商品に比べ  
値段が高く手が伸びづらい傾向

商品価格



A



## 6 消費者がメリット・効果を感じにくい

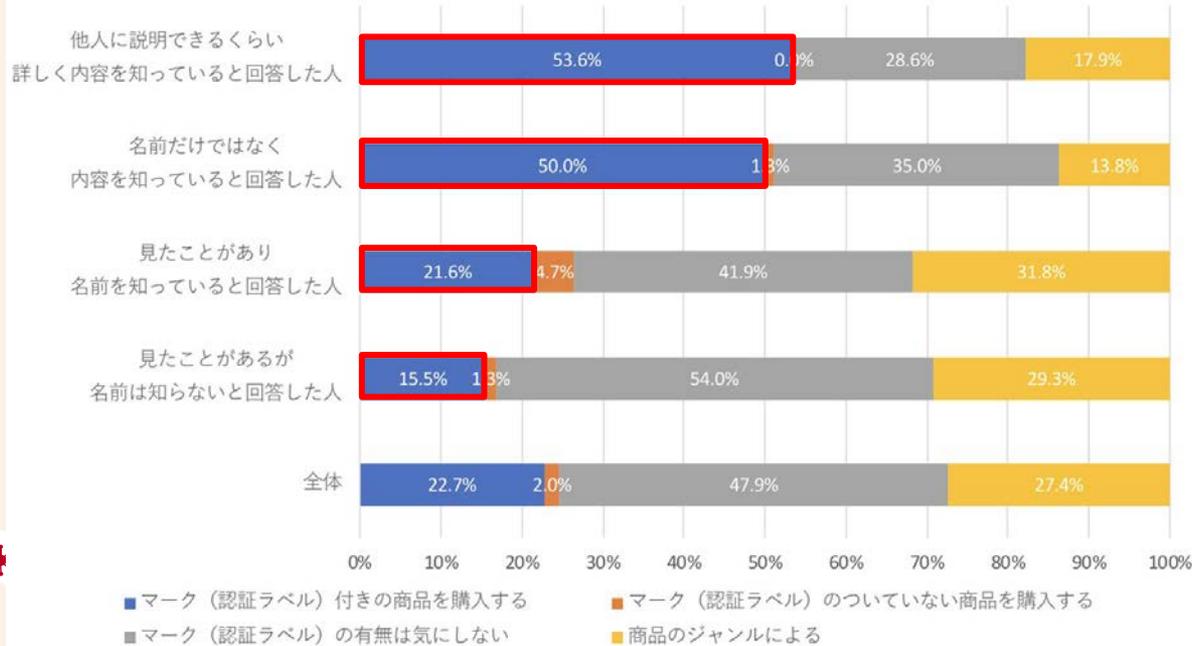
自分の行動がどれくらい環境に  
効果をもたらすかわかりにくい



環境を意識した持続的な行動に繋がらない

# 認知度と消費活動の関係

FSCマークの認知度合別 認証マーク付き製品を選ぶ人の割合



認証マークを詳しく知っている人ほど認証マーク付き製品を選ぶ割合が高くなる

引用元：国際認証ラベルに関する調査FSCジャパン版報告2020

35

私たちが  
考える解決策



# Ecoせち

将来の社会を考える  
国際認証食材で作った  
おせち

# なぜおせち？

- 価格の壁を超えることができる

	おせち	お弁当
購入頻度	1年に1度	月1度以上
平均価格(1人前)	5,000-10,000円	500-1,000円
消費者が重視する内容	内容	価格

- 家族が集まって食べる  
→子供・孫の世代のことを考えるきっかけになる

# キャッチフレーズ

## “みんな”が幸せになれるおせち

- “現在を生活している家族みんな”が幸せになる！  
→ 普段家で作りにくいと言われるお惣菜や  
子どもに人気なお惣菜を選んで作ったおせち
- “将来の世代みんな”が幸せになる！  
→ 認証を得た食材を使用し、子や孫の世代にも  
食の豊かさを繋げることができる

## エビ

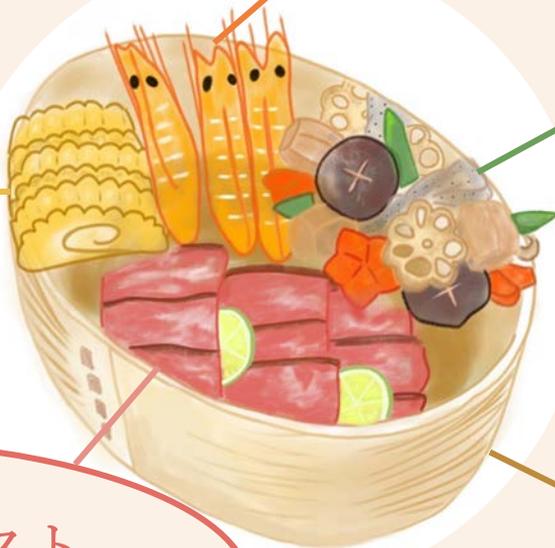
→長寿を願うお惣菜

## お煮しめ

→規格外の野菜が輝く  
規格外野菜の供給に  
合わせやすい  
家で作りにくい

## 伊達巻

→子供に人気



## いのししのロースト

→害獣で人間や生態系に悪い影響

## 竹のお重

→木より成長が早く  
成長時に吸収する  
二酸化炭素の量も多い

# フォローアップメール

## 【目的】

消費者がおせちを購入後もコミュニケーションをとり続け  
持続的な意識2行動変容を働きかけること

## 【メール内容例】

- どれだけの規格外の野菜が廃棄を免れたか
- FR5排出削減量
- 生産者からのメッセージ
- 認証ラベル商品のプロモーション
- 体験型環境教育イベントの案内



カーボンフットプリント例(セブン&アイ)↑

# ふろく

- 遊び×学び
- 認証マークについてのパンフレット

エシカル消費の第一歩。  
**認証ラベル**を  
買物の参考にしてみましょう！  
エシカル消費につながる“よくできたモノ”に与えられる認証ラベル(一部)

<p>FSC® 認証</p>  <p>森林の環境保全に配慮し、地域社会の利益にかなない、経済的にも持続可能な形で生産された林産物に与えられる認証ラベル。</p>	<p>GOTS 認証</p>  <p>オーガニックのコットン、ウール、麻、絹などの原料から、環境的・社会的に配慮した方法で作られた繊維製品につけられる認証ラベル。</p>	<p>国際フェアトレード認証</p>  <p>生産者への適正な価格の支払い、労働環境保護、農業使用規制等の国際フェアトレード基準をクリアした製品につけられる認証ラベル。</p>	<p>レインフォレスト・アライアンス認証</p>  <p>森林や生態系の保護、土壌や水資源の保全、労働環境の向上など、基準を満たした農園由来の製品につけられる認証ラベル。</p>
---	--	---	--

SDGs すごろく (pripress center) ↓



←パンフレットの内容例

(引用:<https://blog.canpan.info/jointnet21/archive/1215>)



03

# Hfr せちの展望

# Ecoせちが消費者と社会に与える影響

Step1

消費者がEcoせちを購入

より深い認証商品への理解  
積極的なサステナブル消費

Step2

認証商品の購入者増加

認証商品の市場拡大

Step3

認証商品が  
市場にあふれ  
サステナブル消費  
が加速している社会

# 参考文献

おせち料理の種類とそれぞれの意味。定番の中身はなに？ぐるすぐり

[https://gurusuguri.com/special/season/osechi/spcu-osechi\\_type/?\\_ngt=TT1524e0a29007ac1e4ae234rcYLBzxOxprs7mCv00vZOG](https://gurusuguri.com/special/season/osechi/spcu-osechi_type/?_ngt=TT1524e0a29007ac1e4ae234rcYLBzxOxprs7mCv00vZOG)

おせち料理の相場 郵便局のネットショップ

[https://www.shop.post.japanpost.jp/column/osechi/osechi\\_cost.html](https://www.shop.post.japanpost.jp/column/osechi/osechi_cost.html)

国際認証ラベルに関する調査FSCジャパン版報告書2020

[https://jp.fsc.org/jp-ja/media/FSC\\_awareness\\_survey\\_results](https://jp.fsc.org/jp-ja/media/FSC_awareness_survey_results)

【世代別意識調査】約6割が「環境に配慮する」行動に社会とのつながりを実感 CCCマーケティング総研

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000865.000000983.html>

セブン&アイのカーボンフットプリントへの挑戦

[https://www.7andi.com/company/challenge/100\\_1/2.html](https://www.7andi.com/company/challenge/100_1/2.html)

SDGs環境すごろく Pripress Center

<https://www.pripress.co.jp/sustainer/>





# ご清聴ありがとうございました

発表作成にあたりご協力いただきました  
日本サステナブル・ラベル協会代表理事 山口様  
株式会社セブン&アイ・ホールディングス鈴木様  
ありがとうございました。

発表に関するご連絡先  
b2100449@gl.aiu.ac.jp(国際教養大学伊藤志帆)

**CREDITS** This presentation template was created by  
**Slidesgo** including icon by **Flaticon**, and infographics &  
images from **Freepik**