



持続可能なサプライチェーンに おける認証



8班 認証2

概要

01 理想の将来像

04 ゲームの例

02 現状の問題

05 かかるコスト

03 解決策の提案と効果

理想の将来像

小売業において認証商品が売れる世界

現状の課題 ～消費者～

- ① 認証商品を購入することによる利益を直接感じにくい
- ② 認証ラベルの存在やその内容について知らない人が多い
- ③ 認証ラベルは種類が多く複雑で難しい

現状の課題 ～企業～

- 認証ラベルを取得する過程で費用がかかるので
通常の商品よりも負担が増える



認証商品を導入することで**コスト**がかかり
赤字の原因となる

解決策の提案

認証商品 × ゲーム

ポケモンスリープの特徴

①寝ればポケモンが育つ!!
→簡単・手軽

②睡眠に興味を持つようになる
→睡眠時間の増加
睡眠に関する検索の増加



現状の課題の解決 ～消費者～

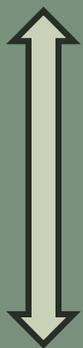
- ① 認証商品には直接的な利益が少ない
→キャラクターを育成することで達成感を得られる
- ② 認証ラベルの存在やその内容についての認知度が低い
→ゲームで認証ラベルの存在を知り、内容も理解できる
- ③ 認証ラベルは種類が多く複雑で難しい
→普段からゲームをする感覚で気軽に認証ラベルを学べる

現状の課題の解決 ～企業～

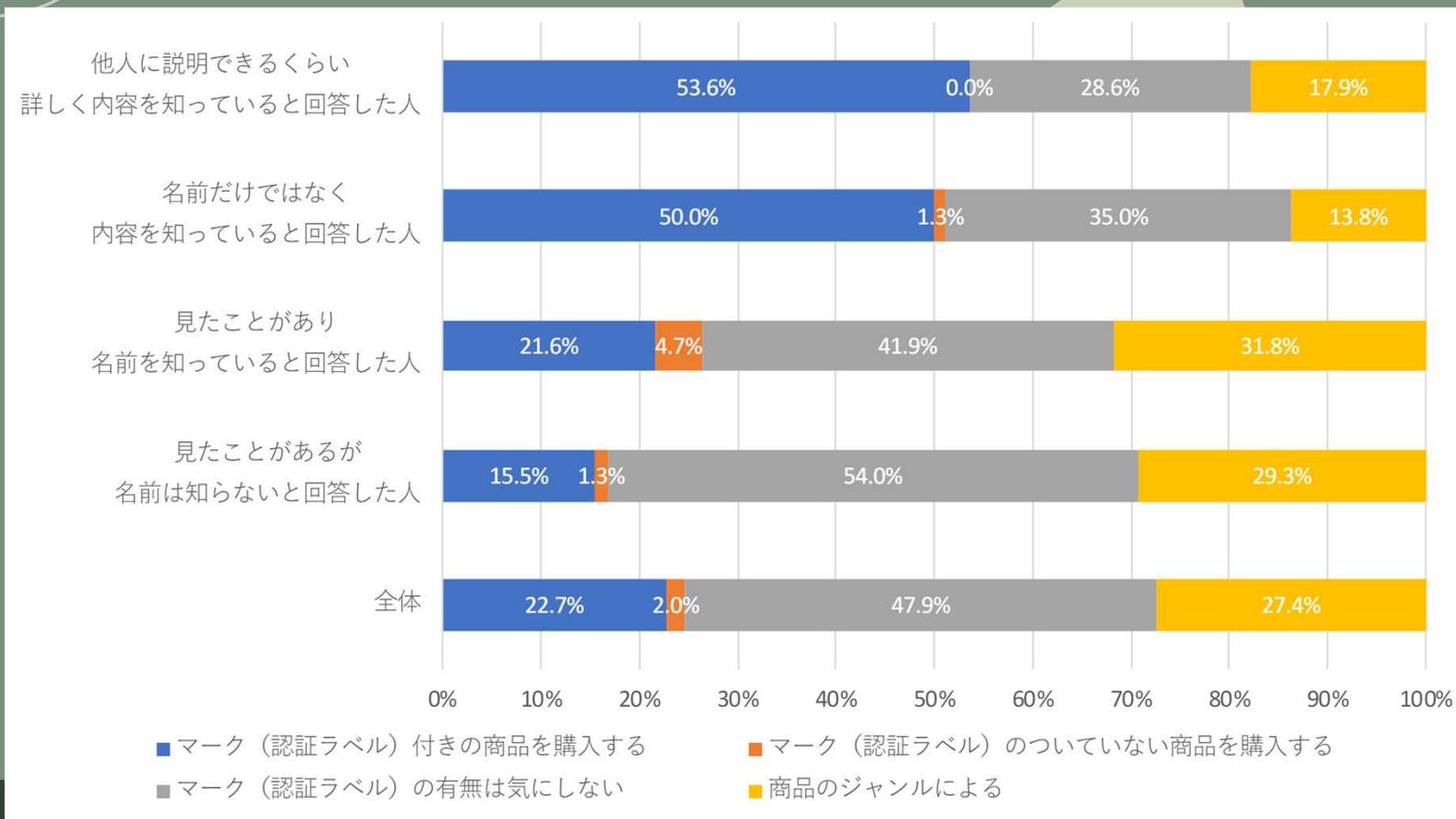
- 認証商品を導入することは費用がかかるので赤字の原因となる
- 認証商品の知名度が上昇すると商品の売上が増加します。

FSCマーク付き製品を選ぶ人の割合 ～認知度合別～

認知度が高い



低い



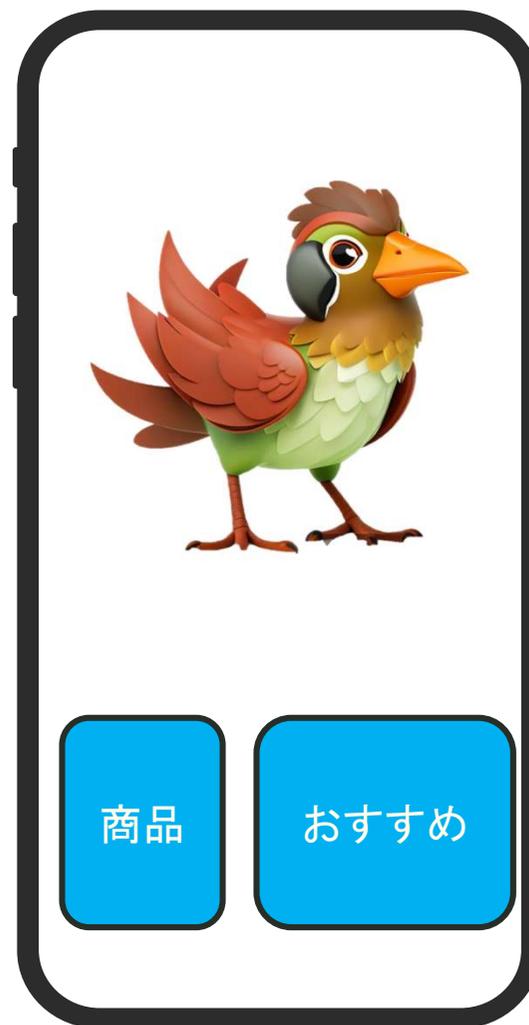
引用元：<https://jp.fsc.org/sites/default/files/2021-09/国際認証ラベルに関する調査FSCジャパン版報告書2020.pdf>

導入したいゲーム



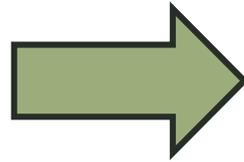
導入したいゲーム

認証ラベルで
育成しよう





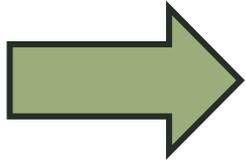
購入！



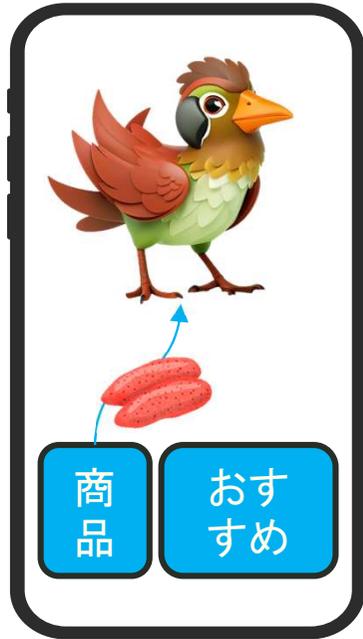
決済！



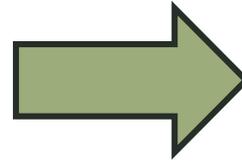
決済のときに
アプリを提示



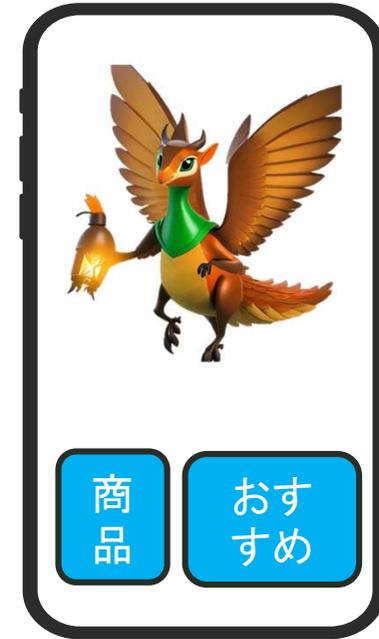
認証商品だと
えさが与えられる

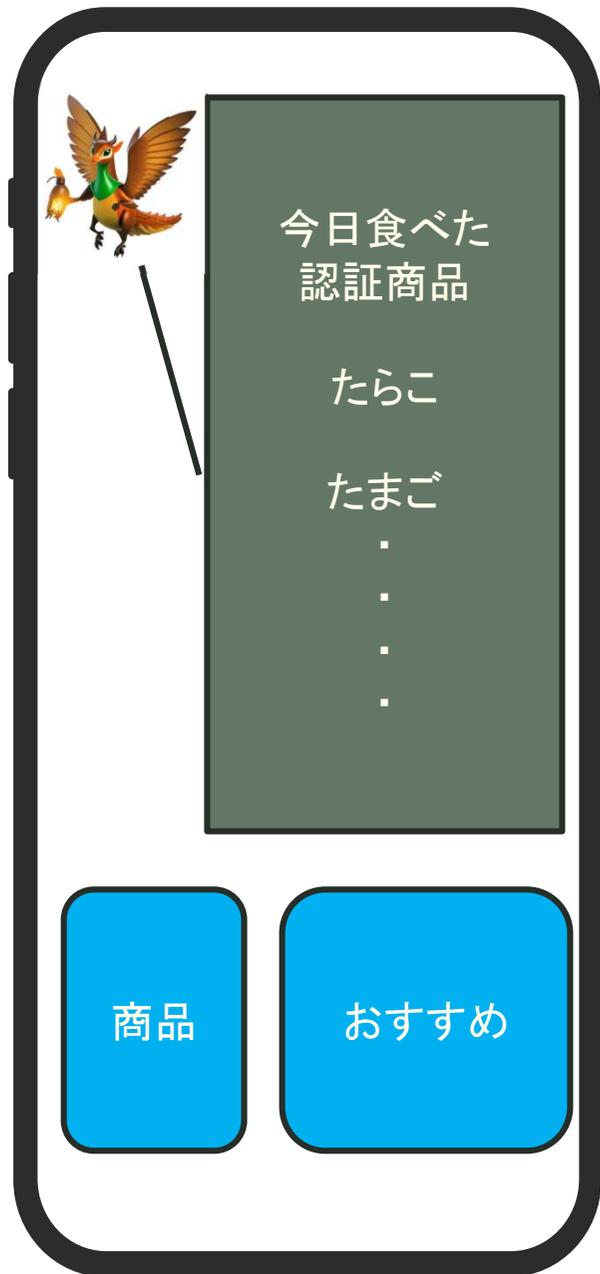


えさを
食べると

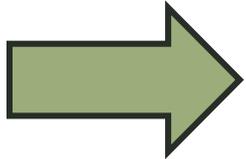


進化！





トレーサビリティ表示



認証ラベル紹介



ゲームの形式

ゲームは各企業の**公式のアプリ**に組み込む



- 既に登録している人が多い
- 新しくアプリを作成するより費用を抑えられる
- 消費者は支払い時にアプリを掲示するのみという手軽さ
- 企業はゲームと現実を紐づけたキャンペーンができる

解決策の効果



- 認証商品が売れる
- 環境保護に貢献していることをアピールできる
- アプリの利用者数が増える

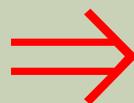
- 普段と同じ行動で気軽に認証ラベルを学ぶことができる
- キャラクターが育つ達成感を得られる

かかるコスト

新しくゲームアプリを作る

ゲーム開発費 1000万円

ゲーム維持費 毎年150万円



既にある公式アプリを使う

開発費・維持費ともに
大きく抑えることができる

企業側のメリット

- 認証商品が売れる
- 環境保護に貢献していることをアピールできる
- アプリの利用者数が増える

参考文献

<https://jsl.life/learning/msc/>

<https://www.sejuku.net/blog/114789>

<https://gmo-app.jp/column/494.html>

<https://www.itmedia.co.jp/mobile/articles/2312/13/news184.html>

<https://jp.fsc.org/sites/default/files/2021-09/国際認証ラベルに関する調査FSCジャパン版報告書2020.pdf>

