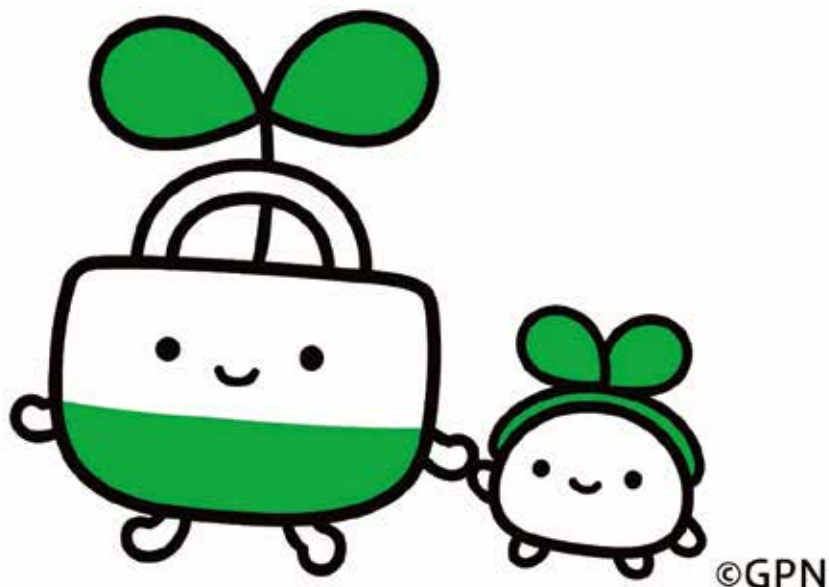


平成30年度
東海三県一市グリーン購入キャンペーン

実施報告書



目 次

1	実施概要	2
	(1) 目的	2
	(2) 実施時期	2
	(3) キャッチフレーズ	2
	(4) 実施内容	2
	(5) 主催等	3
	(6) 啓発物品 覧	6
2	取組内容	9
	(1) グリーン購入の啓発	9
	(2) 懸賞応募企画	10
	(3) 協力店舗における独自企画の実施	12
	○ユニー株式会社	12
	(4) 実行委員会によるキャンペーンイベントの開催	13
	○愛知県	13
	○岐阜県	15
	○三重県	17
	○名古屋市	18
	(5) 意見交換会等の開催	19
3	アンケート集計結果	20

1 実施概要

(1) 目的

グリーン購入の普及と定着を図るため、東海三県一市の広域連携により事業者・団体・行政が協働して消費者に対する啓発キャンペーンを実施し、環境に配慮した消費行動を促すことにより、環境配慮型商品の普及を促進させ、持続可能な社会の構築に寄与することを目指す。

(2) 実施時期

平成31年1月11日（金）から平成31年2月10日（日）まで

(3) キャッチフレーズ

グリーン購入～あなたにも！地球にも！未来にも！やさしいお買い物～

(4) 実施内容

ア グリーン購入の啓発

グリーン購入の意義を掲載したポスターや懸賞応募はがきを協力店舗内に掲示するほか、環境ラベルのついた商品、地元・旬のもの、詰め替え商品等のグリーン購入対象商品を集めたコーナーを設置するなど、消費者に対してグリーン購入の普及・啓発を行った。併せて、協力事業者・団体並びに協賛事業者・団体、実行委員会の構成団体の独自ツールによる広報も行った。

イ 懸賞応募企画

環境ラベルのついた商品、地元・旬のもの、詰め替え商品、LED照明等の省エネ商品を購入した方を対象に、環境に配慮した商品のセットが当たる懸賞応募企画を実施し、グリーン購入の普及・啓発を行った。併せて懸賞応募はがきに、グリーン購入についてのアンケート欄を設け、効果測定を行った。

ウ 協力事業者における独自企画の実施

店舗において、独自企画を実施していただき、グリーン購入の普及・啓発を行った。

エ 実行委員会によるキャンペーンイベントの開催

キャンペーン期間中は、三県一市それぞれにて、店舗のイベントスペースを利用し、グリーン購入について啓発する展示やクイズ、ゲームからなるイベントを、店舗・協賛事業者・団体との協働で行った。

オ 意見交換会等の開催

キャンペーン実施前、環境ラベル団体を始め、協賛事業者・団体や協力事業者・団体の担当者を対象に、今年度実施する取り組みの内容やキャンペーン全体に対して意見交換会を行った。また、キャンペーン実施後には、今年度のキャンペーンについて何うとともに、次年度以降のキャンペーンの効果的な実施やグリーン購入の普及方法に対するアンケートを行った。

(5) 主催等

ア 主催

東海三県一市グリーン購入キャンペーン実行委員会

〔 愛知県、岐阜県、三重県、名古屋市、日本チェーンストア協会中部支部、
グリーン購入ネットワーク、公益財団法人日本環境協会エコマーク事務局 〕

イ 協賛

29 事業者・団体（50音順）

○環境ラベル団体（6団体）

- ・FSC®ジャパン（日本森林管理協議会）
- ・海洋管理協議会（MSC）
- ・一般社団法人産業環境管理協会
- ・一般社団法人日本有機資源協会
- ・特定非営利活動法人フェアトレード・ラベル・ジャパン
- ・一般社団法人緑の循環認証会議

○地元産物団体（3団体）

- ・愛知県経済農業協同連合会
- ・全国農業協同組合連合会岐阜県本部
- ・みえの米ブランド化推進会議

○環境配慮食品取扱い事業者（4社）

- ・味の素A G F株式会社
- ・九鬼産業株式会社
- ・株式会社 J-オイルミルズ
- ・ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社

○詰め替え商品取扱い事業者（3社）

- ・花王グループカスタマーマーケティング株式会社
- ・クラシエホームプロダクツ販売株式会社
- ・サラヤ株式会社

○環境ラベル商品取扱い事業者（5社）

- ・株式会社エフピコ
- ・シヤチハタ株式会社
- ・ゼブラ株式会社
- ・株式会社トンボ鉛筆
- ・株式会社美濃商会

○その他環境配慮事業者（8社）

- ・株式会社神田設計
- ・株式会社三祐コンサルタンツ
- ・白月工業株式会社
- ・一般財団法人東海技術センター
- ・株式会社トークレー
- ・一般社団法人日本照明工業会
- ・株式会社二友組
- ・若鈴コンサルタンツ株式会社

ウ 協力

33事業者・団体

4, 724店舗（東海三県内 4, 709店舗、三県外 15店舗）

業態	社名	協力店舗数					
		愛知	岐阜	三重	名古屋	合計	三県外
チェーンストア	イオンリテール株式会社東海カンパニー	32	5	20	15	57	
	株式会社イトーヨーカ堂	6	1			7	
	株式会社オークワ	12	14	26	5	52	
	マックスバリュ中部株式会社	52	8	52	39	112	
	ユニー株式会社	98	20	15	27	133	15
	株式会社義津屋	19	3	1	2	23	
百貨店	株式会社岐阜高島屋		1			1	
	株式会社ジェイアール東海高島屋	1			1	1	
	株式会社大丸松坂屋百貨店	2			1	2	
	株式会社津松菱			1		1	
	株式会社名古屋三越	2			2	2	
	株式会社ほの国百貨店	1				1	
	株式会社名鉄百貨店	2			1	2	
スーパー	株式会社アオキスーパー	51			18	51	
	株式会社主婦の店 尾鷲			7		7	
	株式会社ヤマナカ	59	2	3	25	64	
生活協同組合	愛知県職員生活協同組合	3			3	3	
	岐阜大学消費生活協同組合		3			3	
	生活協同組合コープあいち	19			7	19	
	生活協同組合コープみえ			2		2	
	三重県立看護大学生生活協同組合			1		1	
	三重大学生生活協同組合			1		1	
コンビニエンスストア	株式会社ファミリーマート	1,613	364	411	561	2,388	
	株式会社ローソン	603	171	134	194	908	

業態	社名	協力店舗数					
		愛知	岐阜	三重	名古屋	合計	三県外
ドラッグ ストア	株式会社サンドラッグ	55	5	7	9	67	
	スギ薬局グループ	317	49	53	82	419	
	株式会社スギヤマ薬品	87	8	8	37	103	
	中部薬品株式会社	132	113	13	39	258	
ホーム センター	株式会社ホームセンターアント	4			1	4	
	株式会社名鉄生活創研（ロフト）	2	1		2	3	
	株式会社 LIXIL ビバ	2	3	3	1	8	
環境配慮事 業者	大西運輸株式会社	3	1	1	3	5	
	フェアトレード・ショップ風"s （ふ〜ず）正文館店	1			1	1	
合計		3,178	772	759	1,076	4,709	15

※「愛知」欄の中には、「名古屋」欄の参加店舗数を含む。

エ 後援

環境省中部地方環境事務所、経済産業省中部経済産業局、農林水産省東海農政局

G 東海三県一市グリーン購入キャンペーン

お買い物から
エコ活動

グリーン購入をして、 エコな商品をもらおう!

抽選で合計**250**名様に当たる!

2019年1月11日金～2月10日日 抽日連日抽



グリーン購入とは?

地球にやさしい商品は例えば…

お買い物のとき、地球や環境のことを考えてつくられたものを選ぶことだよ!

環境ラベル付き商品



地元・旬の食材



詰め替え商品



景品内容 各コース50名様

**A 節水節電
セット**



- メリット リンスのいるないシャンプー(本体+詰替用)
- クイックルワイパー ハンディ(本体)
- キュキュット(台所用洗剤・ポンプタイプ)

**B 詰め替え商品
セット**



- ナイーブボディソープ(本体+詰替用)
- ヤシノミ洗剤

**C 地産地消
セット**



- あらうまいり県産米あひな米コシヒカリ1.4kg
- 美濃ハツシモコシヒカリ県産米(キューブ米)各2包
- 三重県産粘りの神無玄米2kg

**D 環境配慮食品
セット**



- AJINOMOTO さらさらキャノーラ油 400gエコパウチ
- 丸虎フェアトレード 一徳牌りごま油95g
- 味の素AGF 味の「フレンジョ」袋70g
- リプトン イエローラベル ティーパック10袋

**E エコ文具
セット**



- シャチハタ 油性マーカー兼書きペン 中字・丸色8色セット
- 色鉛筆 本物顔12色
- ZEBRA 筆光OPTEX1 EZ(本体+インクカートリッジ2本)
- カラーエイナーエコノミー

詳しくは専用応募用紙をご覧ください。

■主催 東海三県一市グリーン購入キャンペーン実行委員会
[愛知県、岐阜県、三重県、名古屋市、日本チェーンストア協会中部支部、グリーン購入ネットワーク、公益財団法人日本環境協会エコマーク事務局]

■協賛 花王グループカスタマーマーケティング株式会社、シャチハタ株式会社、FSCキジャパン(日本森林管理協議会)、一般社団法人日本有機資材協会、株式会社トンギ鉛筆、ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社、株式会社エフピコ、株式会社神田設計、一般社団法人産業環境管理協会、株式会社三祐コンサルティング、白月工業株式会社、一般財団法人東海技術センター、株式会社トクレー、一般社団法人日本照明工業会、株式会社二友組、若狭コンサルティング株式会社、海洋管理協議会(MSC)、特定非営利活動法人フェアトレード・ラベル・ジャパン、一般社団法人緑の循環認証会、愛知県経済農業協同連合会、味の素AGF株式会社、丸虎産業株式会社、クラシエホームプロダクツ販売株式会社、サワヤ株式会社、株式会社J-オイルミルズ、セブツ株式会社、全国農業協同組合連合会岐阜県本部、みすの米ブランド化推進会議、株式会社美濃商會

■後援 環境省中部地方環境事務所、経済産業省中部経済産業局、農林水産省東海農政局

「グリーン購入」はSDGsに貢献しています



SDGs
Sustainable Development Goals
国連持続可能な開発目標17のなかで、2016年10月20日採択された17の目標です。

公式HP

東海 グリーン購入

こちらからも簡単に検索できます。





G 東海三県一市グリーン購入キャンペーン
2019年1月11日(金)～2月10日(日)

**グリーン購入をして、
エコな商品をもらおう!**

抽選で合計
**250名様に
当たる!**

A 節水節電 セット

- ・アリト、リンパのいりぬいシャンプー(本器+付属品)
- ・ダイヤルワイパー(本器)
- ・キュコスト(浴室用洗剤+インタイプ)

B 詰め替え商品 セット

- ・マイブオディソープ(本器+付属品)
- ・マシノス洗剤

C 地産地消 セット

- ・赤らごぼう(徳島産)1kg
- ・赤漬(宮崎産)1kg
- ・三浦産(長崎産)1kg

※商品内容は各コース50名様

D 環境配慮食品 セット

- ・AJI-NO-MOTO 400gエコパック
- ・カネフエルトロード 1kg
- ・味の素(粉末) 1kg
- ・アサヒ飲料(緑茶) 1kg
- ・リプトン イエローラズベリー 1kg

E エコ文具 セット

- ・シヤチハタ 油性マーカー(本器+本器)
- ・中野・丸印(本器)
- ・ZEBRA 油性マーカー(本器)
- ・ZEBRA 油性マーカー(本器)
- ・OPTEX 油性マーカー(本器)
- ・カラーエナジー(本器)

対象商品 環境ラベル商品、地元・旬のもの、詰め替え商品、LED照明等

◎こちらからも簡単にご応募できます。
 詳しくは専用応募用紙をご覧ください

レジ液晶画面

G 東海三県一市グリーン購入キャンペーン
2019年1月11日(金)～2月10日(日)

キャンペーン期間中に対象商品を購入後、「懸賞応募はがき」等でご応募いただきますと、抽選で合計 **250名様に** 懸賞品が当たります。

グリーン購入とは?

お買い物のとき、地球や環境のことを考えてつくられたものを選ぶことだよ!

家にあるから買わなくていいかな?

買う前に必要かどうかを考える

使い捨てにならないように...

使う・買う時に長く大切に使えるものを選ぶ

詰め替え可能な製品を選んだり...

使い終えたらごみが少なくなるものを選ぶ

地球にやさしい商品は例えば...

地元・旬の食材

詰め替え商品

環境ラベル付き商品

■主 催/東海三県一市グリーン購入キャンペーン実行委員会
 (愛知県、岐阜県、三重県、名古屋市、日本チェーンストア協会中部支部、
 グリーン購入ネットワーク、公益財団法人日本環境協会エコマーク事務局)

公式HP

※主にコンビニエンスストアで使用

2 取組内容

(1) グリーン購入の啓発（協力事業者・団体における啓発の一例）



コンビニエンスストアにおけるレジ液晶画面の表示



百貨店におけるPOPの掲示

ス パ における応募用紙の掲示



上記に加えて、ホームページやテレビ、ラジオ、メールマガジン、折り込みチラシなど協賛事業者・団体、協力事業者・団体、実行委員の各広報ツールにより啓発を行った。

(2) 懸賞応募企画

<概要>

グリーン購入の対象となる商品（環境ラベルのついた商品、地元・旬のもの（東海三県産）、詰め替え商品、LED照明等の省エネ商品）を購入した方に、抽選で次の賞品を合計250名様にプレゼントした。

A 節水節電セット	50名様
B 詰め替え商品セット	50名様
C 地産地消セット	50名様
D 環境配慮食品セット	50名様
E エコ文具セット	50名様

<実施期間>

平成31年1月11日（金）～平成31年2月10日（日）（当日消印有効）

<応募方法>

協力店舗内に備え付けの応募用紙に、①郵便番号・住所・電話番号、②氏名、③購入した商品名、④お買い上げ店名、⑤希望商品を明記し、グリーン購入に関するアンケートに回答した上、郵送にて応募する。または、東海三県一市グリーン購入キャンペーンのホームページ上の応募フォームより応募する。

【送付先】〒460 8508

名古屋市中区三の丸三丁目1番1号

名古屋市環境局環境企画部環境企画課 内

「東海三県一市グリーン購入キャンペーン」実行委員会事務局

<アンケート内容>

○年齢 A. 20歳未満 B. 20歳以上 C. 30歳以上 D. 40歳以上
E. 50歳以上 F. 60歳以上 G. 70歳以上

○質問1「あなたは、普段の買い物でどのようなことを実践していますか」(複数回答可)

- | | |
|---------------------------------|-------------------|
| A. ものを購入する前に、本当に必要かどうかよく考えてから買う | |
| B. 詰め替え商品を選ぶ | C. 環境ラベルのついた商品を選ぶ |
| D. リサイクル商品を選ぶ | E. 省エネ商品を選ぶ |
| F. 地元・旬のものを選ぶ | G. 繰り返し使えるものを選ぶ |
| H. マイバッグを持参する | I. 特に実践していない |

○質問2「質問1のAからHまでの取組など、環境への負荷が少ないものやサービスを選んで購入することを『グリーン購入』といいます。これまでに『グリーン購入』という言葉を知っていましたか」

- A. 知っていた B. このキャンペーンで知った

○質問3 「『グリーン購入』を実施しますか」

- A. これからも実施する B. このキャンペーンを機会に実践する
C. 今後も実践しない

○質問4 「今回、どのようにこのキャンペーンを知りましたか」

- A. 店頭の掲示物・配布物 B. イベント C. チラシ D.その他（ ）

○質問5 「どうして応募をしようと思いましたか（自由記載）」

<当選発表>

厳正な抽選のうえ当選者を決定し、商品の発送をもって当選の発表にかえた。

<懸賞応募企画の抽選結果>

○抽選日

平成31年2月21日（木）

○応募者数

3,510名（応募ハガキ 2,659名／インターネット 851名）
（愛知県 2,445名（うち名古屋市 890名）、岐阜県 442名、
三重県 562名、その他 61名）

○当選者数

250名

<アンケート結果>

20～24ページに記載のとおり

<賞品>

A 節電節水セット×50名

商品提供企業（花王グループカスタマーマーケティング株式会社）

B 詰め替え商品セット×50名

商品提供企業（クラシエホームプロダクツ販売株式会社、サラヤ株式会社）

C 地産地消セット×50名

商品提供企業（愛知県経済農業協同連合会、全国農業協同組合連合会岐阜県本部、
みえの米ブランド化推進会議）

D 環境配慮食品セット×50名

商品提供企業（味の素 AGF 株式会社、九鬼産業株式会社、株式会社 J-オイルミルズ、
ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社）

E エコ文具セット×50名

商品提供企業（シヤチハタ株式会社、ゼブラ株式会社、株式会社トンボ鉛筆、
株式会社美濃商会）

(3) 協力店舗における独自企画の実施

○ユニ 株式会社

グリーン購入キャンペーン 環境フェア

<名古屋市との取り組み> 平成31年1月12日(土)・13日(日)

<愛知県との取り組み> 平成31年2月2日(土)・3日(日)

東海三県一市グリーン購入キャンペーン
 未来の子ども達に美しい自然を残したい
ヒルズ eco 博
 1月12日・13日 10:00-17:00
 会場: 1F リーフコート

ステージイベント
 1/12 (土) 開会のあいさつ 11:00-
 音響犬デモンストレーション 11:30- 12:00-
 ユニ環境紙芝居 12:30- 13:00-
 家庭の生ごみ減らし術 13:30- 14:00-
 アニメ上映 14:30- 15:00-
 1/13 (日) 出陣者あいさつ 11:00-
 劇団シンデレラミュージカル「天使が町にやってきた〜SOGG〜」 11:30- 14:00-
 音響犬デモンストレーション 15:00-
 家庭の生ごみ減らし術 15:30-
 新田さとみさんトークショー 16:00-
 エシカルに食べる/エシカルで変える 16:30-
 ユニ環境紙芝居 17:00-
 アニメ上映 17:30-

体験イベント
 1/12 (土) 環境紙芝居
 1/13 (日) ハンパバーバーで作り出すエコ
 1/13 (日) エコ工作教室

展示イベント
 ユニ株式会社「ユニエコ環境活動の紹介」
 NPO法人環境共生財団「音響犬の音と活動」
 家庭の生ごみ減らし術
 「タイスで学ぶ! プランツ」
 「グリーン購入クイズ」
 「音響犬デモンストレーション」

協賛企業
 ユニ株式会社、Asahi、meiji、SARAYA、フジトウ、KIRIN、LION、NORON

主催 ユニ株式会社 名古屋市 東海三県一市グリーン購入キャンペーン実行委員会

東海三県一市グリーン購入キャンペーン
 未来の子ども達に美しい自然を残したい
リーフ eco 博
 2月2日・3日 10:00-17:00
 会場: 1F リーフコート、サニーコート

ステージイベント
 2/2 (土) 開会のあいさつ 11:00-
 音響犬デモンストレーション 11:30- 12:00-
 環境にやさしい買い物クイズ 12:30- 13:00-
 環境紙本の読み聞かせ 13:30- 14:00-
 ユニ(株)による環境紙芝居 14:30- 15:00-
 アニメ上映 15:30- 16:00-
 2/3 (日) 出陣者あいさつ 11:00-
 劇団シンデレラ ミュージカル「天使が町にやってきた」 11:30- 14:00-
 音響犬デモンストレーション 15:00-
 環境紙本の読み聞かせ 15:30- 16:00-
 環境にやさしい買い物クイズ 16:30- 17:00-
 ユニ(株)による環境紙芝居 17:30-

体験イベント
 2/2 (土) 葉っぱのスタンプで「道のこころあそび」を作ろう
 2/3 (日) 環境紙本の読み聞かせ

展示イベント
 ユニ株式会社「ユニエコ環境活動の紹介」
 NPO法人環境共生財団「音響犬の音と活動」
 家庭の生ごみ減らし術
 「タイスで学ぶ! プランツ」
 「グリーン購入クイズ」
 「音響犬デモンストレーション」

協賛企業
 ユニ株式会社、Asahi、meiji、SARAYA、フジトウ、KIRIN、LION、NORON

主催 ユニ株式会社 愛知県 東海三県一市グリーン購入キャンペーン実行委員会



(4) 実行委員会によるキャンペーンイベントの開催

○愛知県

「リーフウォークエコ博 東海三県一市グリーン購入キャンペーン」

- 開催日時 平成31年2月2日（土）、3日（日）10:00～17:00
- 場所 リーフウォーク稲沢 リーフコート（愛知県稲沢市長野7丁目1-2）
- 主催 ユニー株式会社、愛知県、東海三県一市グリーン購入キャンペーン実行委員会
- 内容

(1) ステージイベント

環境をテーマにしたクイズ、劇、絵本の読み聞かせ、紙芝居など

(2) 体験イベント

葉っぱのスタンプを使った森のミニふろしき作りやペットボトルを使ったポーチ作りなど

(3) 環境啓発展示

各団体・企業の環境に対する取組の紹介

- 来場者数（延べ総数、ユニー株式会社作成実施報告書から引用）

2月2日（土）2,893名、2月3日（日）2,866名

- 会場の様子



環境部長挨拶
（愛知県）



ユニー株式会社による環境紙芝居
（ユニー株式会社）



環境にやさしい買い物クイズ
（愛知県）



劇団シンデレラミュージカル
（劇団シンデレラ）



エコマーク商品の展示
 (公益財団法人日本環境協会エコマーク事務局)



環境絵本の読み聞かせ
 (東海子どもの本ネットワーク)



グリーン購入に関する展示
 (東海三県一市グリーン購入
 キャンペーン実行委員会)



グリーン購入啓発
 (東海三県一市グリーン購入
 キャンペーン実行委員会)



森のミニふろしき作り
 (NPO法人もりの学舎自然学校)



盲導犬デモンストレーション
 (NPO法人全国盲導犬施設連合会)

○岐阜県

グリーン購入啓発展「すすめよう！環境にやさしいお買い物」

■開催日時

平成31年1月26日（土）、27日（日）10:00～17:00

■場 所

イオン柳津店 1階東エレベーター横
（岐阜市柳津町本郷4 1 1）

■内 容

（1）環境にやさしい買い物パネルクイズ及びアンケート（開催時間中、随時）

＜想定参加者＞ 親子来場者（幼稚園児～小学生低学年）

＜ク イ ズ＞ 6問程度（子ども向け）（パネル形式）

＜参 加 賞＞ 全員に配布（啓発物品（エコバック、蛍光ペン、ボールペン）詰め合わせ）

（2）グリーン購入展示コーナー

・東海三県一市グリーン購入キャンペーンの紹介（パネル）

・環境ラベル等の紹介（パネル）

・協賛メーカー等によるエコ商品や環境に関する取組の紹介（パネル・商品）

■来場者数

約100名（うち、アンケート参加者46名）

■会場の様子

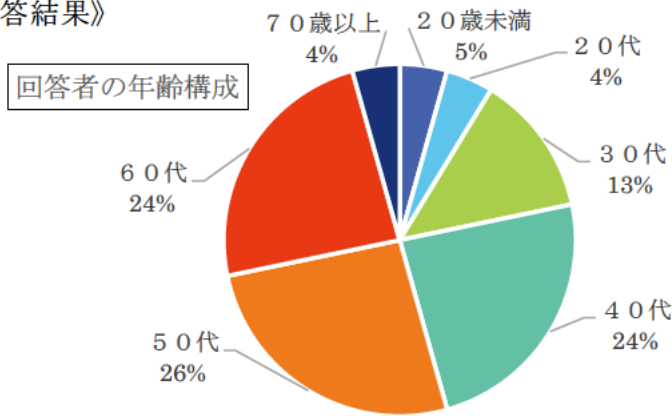


■来場者アンケート実施結果

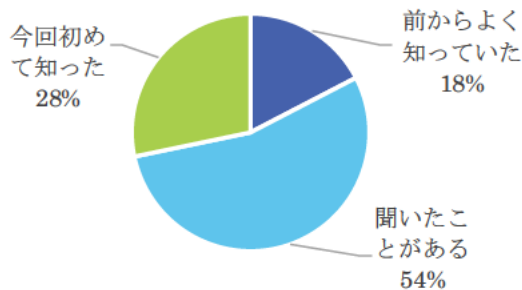
《実 施 日》 1月26日（土）、27日（日）

《アンケート回答者数》 46名

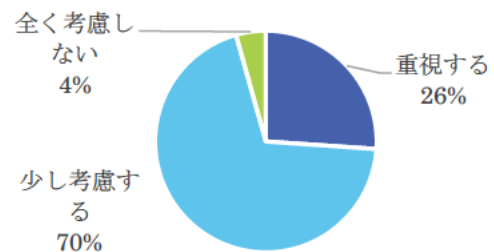
《アンケート回答結果》



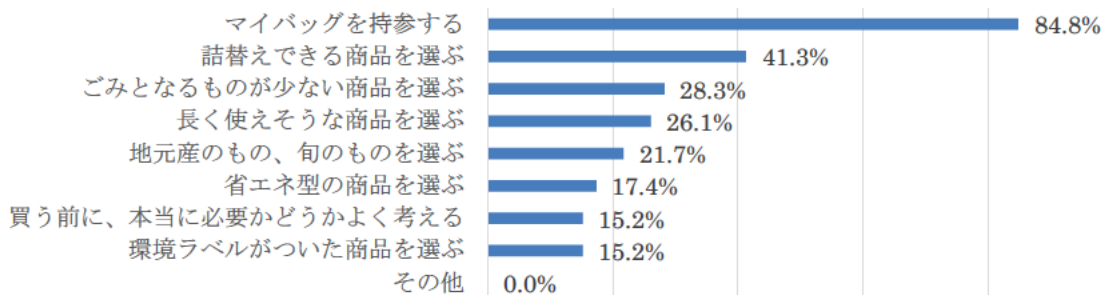
質問1 「グリーン購入」という言葉はご存じでしたか。



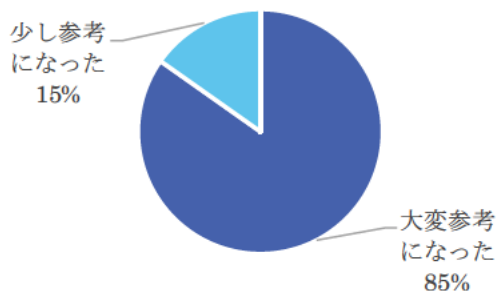
質問2 普段の買い物で、商品を選ぶときに「環境にやさしい」という要素を考慮していますか。



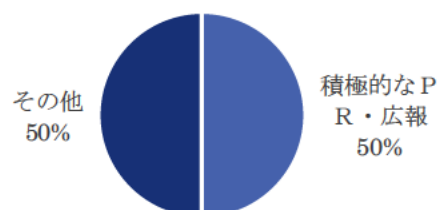
質問3 普段の買い物で、環境への配慮として、どんなことを心がけていますか。(複数選択可)



質問4 本日の展示内容はいかがでしたか。



質問5 グリーン購入（環境にやさしい買い物）をさらに普及させるためのアイデアがございましたら、自由に記入してください。



○三重県

グリーン購入啓発イベント「あなたにも！地球にも！未来にも！やさしいお買い物」

■開催日時 平成31年2月9日(土)、10日(日) 10:00～15:00

■場所 イオン津ショッピングセンター 1階セントラルコート
(津市桜橋3丁目446)

■内容

- ・パネルや環境配慮商品の展示等により、環境にやさしい買い物（グリーン購入）について紹介
- ・環境ラベルについて学べるクイズを実施
- ・子ども向けにごみの分別についてゲーム形式で学べる「つりつり大作戦」を実施

■来場者数 2月9日(土)180名、10日(日)261名

■会場の様子

○パネル展示及び環境クイズ



○環境ゲーム「つりつり大作戦」(三重県環境学習情報センター)



○名古屋市

「ヒルズウォークエコ博 東海三県一市グリーン購入キャンペーン」

■開催日時 平成31年1月12日（土）、13日（日）10:00～17:00

■場所 ヒルズウォーク徳重 1階 ヒルズコート
（愛知県名古屋市緑区元徳重1丁目505番地）

■主催 ユニー株式会社、名古屋市、東海三県一市グリーン購入キャンペーン実行委員会

■内容

（1）グリーン購入等に関するパネルや商品の展示

グリーン購入やフェアトレード、生物多様性に関するパネルを展示し、グリーン購入の方法や、フェアトレード・生物多様性の理念の普及啓発を行った。また、実際に環境ラベルの付いた商品を展示し、環境ラベルについて紹介した。

（2）クイズ

パネルなどの展示物を見ながら、グリーン購入やフェアトレードについて学べるクイズを実施。

■来場者数（ユニ株式会社作成実施報告書から引用）

1月12日（土）635名、1月13日（日）566名

■会場の様子

○グリーン購入・フェアトレード、生物多様性に関する展示



(5) 意見交換会等の開催

協賛事業者・団体、協力事業者・団体の担当者を対象として、キャンペーン前に主に今年度実施する取り組み内容について意見交換を行った。また、キャンペーン終了直後には、実施したキャンペーンの取り組みや実施に対する意見を伺うとともに、次年度以降に向けたキャンペーンの効果的な実施やグリーン購入の普及方法に関するアンケートを実施した。

○意見交換会

■実施日時 平成30年8月30日（木）13：30～

■場 所 名古屋市役所内会議室

■対象者 協賛事業者・団体、協力事業者・団体の担当者

■内 容

1 グリーン購入に関する講演

「グリーン購入は持続可能な社会への鍵 売り場からSDGsに貢献するには」

（講師：グリーン購入ネットワーク事務局 深津学治事務局長）

2 平成30年度東海三県一市グリーン購入キャンペーンの実施について（事務局）

3 意見交換

○アンケート

■回答期限 平成31年2月18日（月）

■実施方法 郵便又はE mail

■対象者 協賛事業者・団体、協力事業者・団体

■内容（一例）

1 店舗における実施内容

2 対象商品の近くに置けるPOPのサイズ

3 当該キャンペーンにご協力いただいた理由

3 アンケート集計結果

(1) 目的

キャンペーンの実施効果を検証するとともに、グリーン購入のさらなる普及を目指すために消費者の声を集約し、協賛事業者・団体、協力事業者・団体へフィードバックする。

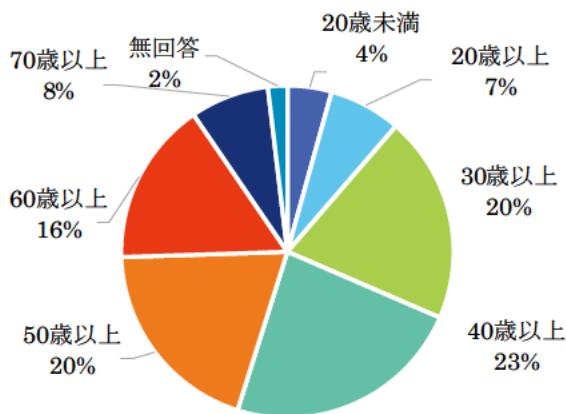
(2) 調査の概要

<実施期間> 平成31年1月11日（金）～2月10日（日）

<対象者> キャンペーン懸賞応募者

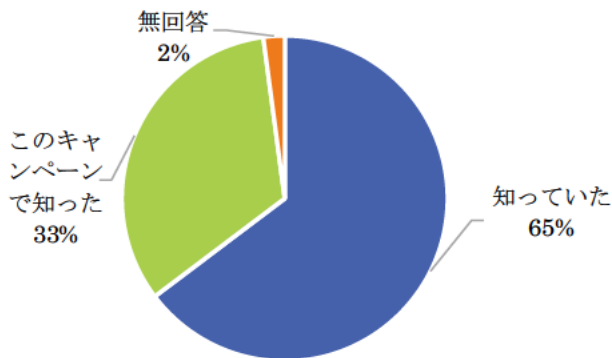
<回答者数> 3,510名

(3) 調査方法



<年齢>

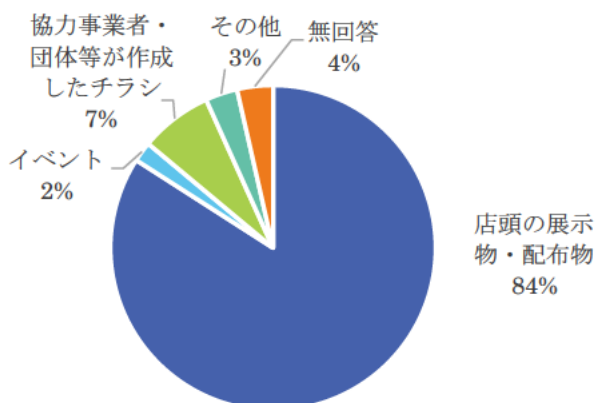
30歳代から50歳代の回答者（応募者）が多く、全体の6割以上を占めている。次いで60歳代、70歳代の順となっている。



<グリーン購入の認知度>

グリーン購入を「知っていた」と回答した方は、全体の6割を超えており、グリーン購入が日常生活の中において、一定程度認知されている様子うかがえる。

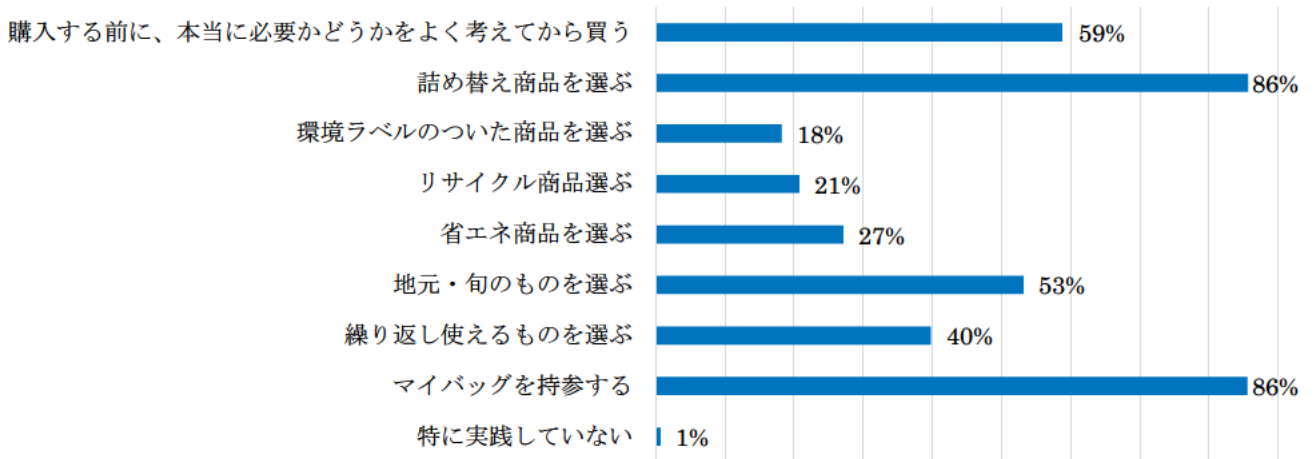
残りの4割弱の方については、当該キャンペーンにおいて「知った」と回答があり、本キャンペーンが、グリーン購入の認知度を高めるきっかけの一つになっていると言える。



<キャンペーンの認知方法>

店頭に掲示してあるポスターや応募はがきでの認知が8割を超え、各協力事業者・団体等が作成したチラシを含めると9割を超えている。キャンペーンの周知には、消費者が実際に足を運ぶ各店頭での広報が大きく効果を奏している。

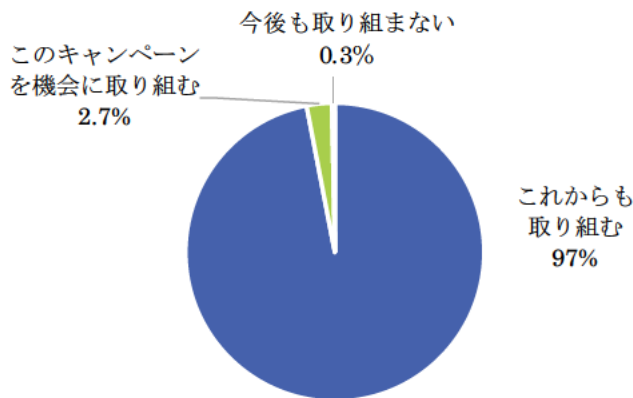
< 普段の買い物で実践しているグリーン購入（複数回答可） >



「詰め替え商品の購入」や「マイバッグの持参」は、それぞれ8割以上となっており、取り組みが浸透していると言える。一方、「環境ラベルのついた商品の購入」や「リサイクル商品の購入」の実施率は2割程度であり、同じグリーン購入の中でも消費者が取り組む行動に大きな差がある。

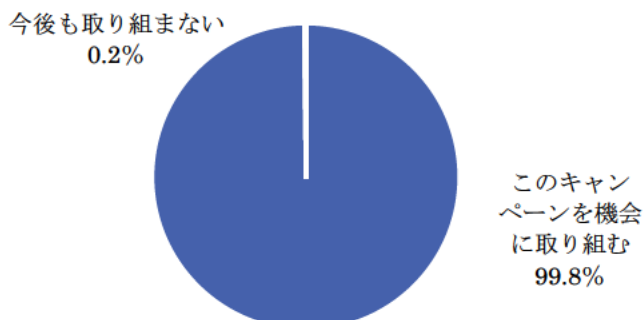
< 普及啓発効果 >

① キャンペーン前にグリーン購入を知っていた方の今後の取り組み予定



「これからも取り組む」と回答した方が97%と、グリーン購入を事前に知っていた方は、意義を理解し、引き続きグリーン購入に取り組む姿勢がうかがえる。

② キャンペーン前にグリーン購入を知らなかった方の今後の取り組み予定



「このキャンペーンを機会に取り組む」と回答した方がほぼ100%となっており、本キャンペーンがグリーン購入に対する認知度の向上だけでなく、行動の促進にも繋がっている。

< キャンペーンへの意見やグリーン商品に関する意見など（抜粋） >

○「知る」

- ・普段の買物でエコに貢献できることを知ったので実践していきたい。
- ・グリーン購入という言葉は初めて知り、身近なことから始められるため、とてもいい活動だと思いました。地産地消のセットが魅力的だったので応募しました。
- ・グリーン購入の大切さを感じ、地元の食材を購入することがエコであることを改めて感じた。
- ・以前から地産地消や詰め替え商品の購入を心がけてきましたが、買う前に考える事もエコに繋がることを痛感しました。
- ・普段詰め替え商品はよく利用しますが、グリーン購入という言葉は知らなかったなので、今後どのような商品があるか興味がわきました。
- ・キャンペーンをきっかけに、改めて商品を購入する際の注意を意識することができた。
- ・環境ラベルは見たことはあるけれど、今まで意味を全く知りませんでした。わが家は普段から地産地消やゴミの分別など比較的意識しているほうだとは思いましたが、まだまだ知らない事も多いのだなと気づき、ゴミや運送時のエネルギー削減を意識した物選びが増えるといいなと思応募しました。
- ・いつも詰め替え商品をなるべく使っているので応募。今日、詰め替え以外にも節水商品、環境配慮食品初めて知りました。とても良いキャンペーンだと思いました。
- ・環境ラベルの種類が多さそれぞれの目的があることに、気付きました。
- ・環境ラベルも自分の知らないラベルがほとんどで、改めて意識するきっかけになった。
- ・このようなキャンペーンが実施されていることを初めて知りました。また、グリーン購入という概念を知りませんでした。実は自分はグリーン購入の姿勢は小さいころから実践してきたように思います。便利であれば良い、時間や手間をかけたくない、自分たちさえよければいいという感覚ではなく、私たちの世代ができる環境保全に対して最善を尽くす姿勢は長い目で見て、遠い未来に、生きてくると思います。牛乳パックはリサイクル、ペットボトルはできるだけ使わない。ゴミ袋もスカスカでは無理には捨てず、できるだけいっぱいにして捨てる。ゴミ袋も無駄にはしたくないと思っています。これは人それぞれの勝手にいいことではなく、道徳的な哲学として、当然のように社会全体に浸透すると思いいなと思います。
- ・今まで購入していた商品の中にも意外と環境ラベル付き商品があることに気づくきっかけになりました。これからは意識し、そのような商品を買おうと思います。
- ・今まで購入していた商品の中にも意外と環境ラベル付き商品があることに気づくきっかけになりました。これからは意識し、そのような商品を買おうと思います。

○「広がり」

- ・娘がクリーンセンターの学習をし、ゴミを減らすことの重要性を再認識した。
- ・グリーン購入という言葉は知っていましたが、今回たまたま店頭で見つけたチラシを機に、もう一度グリーン購入という言葉調べてみました。購入する前に必要かどうかを考えたり、長く使えるものを選んで購入することもグリーン購入なんだ、と初めて知りました。普段から実践していることではありますが、このキャンペーンを機にこれからはもっと意識して、1人の協力が合わさって地球に優しくできたらいいなと思応募させていただきます。もっともっとエコ活動したいです！地元の食べ物も大好きなので普段の食材は地産地消を意識しています。知人や家族にも勧めていますのでこれからはもっと協力する方が増えたらいいなと思っています。
- ・前回のお買い物の時にこのキャンペーンを知り、改めて意識してみると地元の野菜が沢山あることに気付きました。環境のことを考える+お買い物が楽しくなる機会でした。

- ・このキャンペーンを知ってからエコバックを持って行ったり、詰め替え用の商品を買うようになりました。
- ・ゴミの減量化に関心があり、普段から詰め替え商品を積極的に購入したり、マイバッグを使用してレジ袋を辞退するなどしています。このキャンペーンを知った時、日々の小さな努力を評価していただけているような気がして、ぜひ応募したいと思いました。
- ・「地産地消」をもっともっと皆で実践していけば、新鮮でおいしいものが安くなるのではないかと常々思っている。
- ・ドラッグストアでこのハガキを子供がみつけました。子供と一緒にマークを探したりしてとても勉強になった。
- ・結婚するまでは母まかせだったので、これからは自分自身で考え始め、今、環境とかエコを勉強している。
- ・今年の夏の娘の自由研究のタイトルが「環境ラベルについて」。当時、買い物中、一緒に心がけて、大変勉強になりました。昨日、こちらのチラシを見てハッと、「エコな買い物」を思い出しました。子ども達の方が環境に対する意識が高いです。
- ・昨年グリーン購入について知り、環境問題やエコ活動について考えるようになりました。節電や庭に緑のカーテンを作ったり、身近で出来る事が沢山あることを知り、今ではエコ活動が楽しいです。
- ・まもなく子どもが生まれるので、自分の人生だけではなく、子どもが生きていく未来のことまで自然と考えていくようになっていくと思います。特に去年は猛暑等地球環境について考えさせられる機会も多かったですが、子どもが年を重ねていく未来にも地球が住み良い環境である様、グリーン購入で少しでもエコ活動を実践し、子どもにもその大切さを伝えられる家庭をつかっていきたいと思っています。
- ・周りにグリーン購入を知らない人が多い。地元・旬の食品も『グリーン購入』対象だとは思わなかったのが、驚きました。スーパーに地元の農作物のコーナーを作って、道の駅みたいに安価で購入できたり、スーパーとJAが提携などして、定期的に軽トラ市みたいなものが開催されれば、楽しく集客力もあって活気づき、『地元の食』を実感できると思います。
- ・家族から聞いてキャンペーンを知りました。普段から詰め替えを選ぶなど実践はしていましたが、それも家族の影響が大きいなと思います(昔から詰め替えを選ぶなどしている習慣が家族にあったので、自然とそれを見て実践していたようです)。こうしたキャンペーンを機会に改めてみんなで話し合うのもいいと思いました。
- ・このキャンペーンを見てグリーン購入をしようという意識を持って買物をしなければと思いました。何事も参加することに意味があるのかなと思いました。
- ・グリーン購入といえば、グリーン購入法に適合した文房具のイメージでしたが、今回のキャンペーンチラシを見たときに、普段の買い物で何気なく手に取っていた詰め替え商品や地元の食材もグリーン購入に繋がることを初めて知りました。今回応募した商品を家族で使ってみて、グリーン購入について改めて話してみたいと思い、応募しました。
- ・学校で環境問題について学び、より悪化させないためにはどうすればいいのか、ということを考えていたら「地球にやさしい」グリーン購入というのを知り参加しました。
- ・かけがえのない地球や環境を守っていくのは大切だというのはよく言われていてなんとなくは分かっているけど具体的に何をやったらよいかまでは具体的にわかっていませんでした。今回のグリーン購入をホームページで知って身近なところから始めれば良いのだと改めて分かりました。詰替などは近年メーカーさんの努力によって楽に速くできるものが開発されていますし、そんなに手間のかかることはありません。ゴミも減らせますし、備蓄スペースも取りませんし、お値段も安く一石三鳥と考えるべきですね。小さいことであっても毎日、多くの人が取り組めば大きな違いが出てはずです。私たちの財産である環境に配慮するということ

は私たち自身にとってもとても意味のあることだと思いこの企画の主旨に賛同したから応募しました。今回の機会によってグリーン購入について知ることができたのはとてもありがたかったですし、これからもグリーン購入を続けていきたいと思っています。

- ・売り場で 環境ラベル商品や詰め替え商品に意識して買い物することによって 子供達にこんなに沢山のエコな商品が身近にあるんだよと教えてあげたい。
- ・環境ラベル、グリーン購入という言葉は初めて知りました。子供の自由研究にしても 興味深いなと思いました。小学生から 啓蒙活動するのがいいかも。
- ・子供が油性マーカーを欲しがっていたので、今回の応募をきっかけに、エコについて一緒にできることを考えました。

○「商品に関して」

- ・普段から詰め替え商品を選んで購入していましたが、景品にサラダ油の詰め替えがあり、知らなかったからか、目に止まらなかったからなのか見たことが無いため、使い勝手とか保管とか詰め替え容器などはどうなのかなど、色々興味が湧いた。
- ・詰め替え商品について、本品より価格が高い場合（バーゲン）があります。
- ・私としてはグリーン商品イコール詰替商品と思っています。時折詰替より本体が安価の時があり迷います。基準がよく判りかねます。
- ・無洗米をまだ使った事がないので一度使って洗米の米との味をくらべてみたいと思った。
- ・食品ロスや地産地消を心がけていて、なるべく食品は直売所で買うようにしています。これからも続けていきたいと思ったため、応募しました。節水節電セットの内容を見て一回試してみたいと思った。
- ・普段からなるべく環境に優しく、ゴミが出にくい物で買い物するように心がけています。もちろん、家計にも優しいものです。まだまだ知らない、良い品もあるので、もっと環境に関する商品の案内や、キャンペーンをやって頂きたいです！子供達も一緒に親子で楽しみながら、環境について考えられるそんなキャンペーンを是非お願いいたします！！
- ・シャンプーや洗剤はいつも詰替商品を購入します。
- ・エコな文具と通常のものとの違いが気になるのと、子どもが使うことにより興味をもつ機会になる。
- ・自分の使っているメーカーも当然対象商品かと思っていたら、マークはなく、もっと商品が増え、認知されるといいと思って応募しました。
- ・グリーン購入商品には、商品にわかりやすく（緑色の）統一マークを付けて、誰でもすぐにわかるようになっていると便利です。（いろいろなマークはちょっとわかりにくいと思います。）場所もまちまちじゃなくて、『正面右上』とか一見してわかりやすいようになっていると、手に取りやすいと思います。詰め替えの商品はまだまだ限られているので、自分の使っているものが詰め替えになったらうれしいです。環境ラベルマークを集めて、景品に交換できたり、寄付できたり、役立つシステムがあったら、参加する人が増えるのでは、と思います。本体より詰め替え製品の方がお値打ちで、詰め替えやすい包装・パッケージになっていることも大切だと思います。
- ・昔は詰め替えが少しめんどくさいなと感じていましたが、今は各メーカーさん注ぎやすく詰め替えしやすくなっていてゴミも減るしとてもいい活動だと思います。
- ・日頃から環境配慮や詰め替えを買うようにしています。リンスのいらないシャンプーや柔軟剤入り洗剤や無洗米は時間も節約になり、気に入っています。時々 詰め替えより本体の方が安い場合は、悲しくなります。もっと宣伝して皆が知って、買う人が増えれば、安くなるのでいいと思いました。

平成30年度東海三県一市グリーン購入キャンペーン
実施報告書

平成31年3月

東海三県一市グリーン購入キャンペーン実行委員会

（愛知県・岐阜県・三重県・名古屋市（平成30年度事務局）
日本チェーンストア協会中部支部・グリーン購入ネットワーク
公益財団法人日本環境協会エコマーク事務局）

事務局：名古屋市環境局環境企画部環境企画課

〒460 8508 名古屋市中区三の丸三丁目1番1号

TEL：052 972 2684

FAX：052 972 4134

