



2010年10月28日

<報道各位>

株式会社フルッタフルッタ
株式会社ジェーシービー

「エコ・アクション・ポイント」活性化に向け、 メーカーの参加を促進する新たなサービスを開始

株式会社フルッタフルッタ（所在地：東京都千代田区、代表取締役：長澤 誠、以下：フルッタフルッタ）と株式会社ジェーシービー（本社：東京都港区、代表取締役兼執行役員社長：川西 孝雄、以下：JCB）は、2010年11月1日（月）より、環境省のモデル事業である「エコ・アクション・ポイント（以下：EAP）」について、生産数が多い環境配慮型の飲食料品・日用品にEAPを発行するサービスを開始します。

環境省では、2008年度より、「国民参加による温暖化対策の切り札」として、様々な温暖化対策型の商品・サービスの購入・利用などのエコ活動にポイントを付与し、貯めたポイントを商品に交換するポイントプログラムであるEAPを、モデル事業として推進しています。現在、累計53企業・団体が参加、会員数は約30万人となっています。JCBは、クレジットカードのポイントプログラム運営で培ったノウハウを活用し、EAP開始当初より本事業のプラットフォームの運営を行っています。

今回開始するサービスは、従来、メーカー等の事業者がEAPの対象商品・サービスとするために個別に必要な登録のプロセスを大幅に簡略化し、事前に登録された原材料を使用した商品については、個別の申請手続きなしにEAPの付与を可能とするものです。事業者にとって温暖化対策型の食品や日用品・化粧品をEAP対象とすることが迅速・包括的に行えるようになり、結果としてEAP対象商品の増加に繋がることで、消費者は、より幅広い商品でEAPを貯めることが可能となります。

なお、システムについては、JCBが運営するEAPのプラットフォームと連動するシステム（サブプラットフォーム）をフルッタフルッタとJCBが共同で開発し、フルッタフルッタが運営を行います。

当初は、フルッタフルッタが販売する「アグロフォレストリー」原料（参考資料参照）を使用した商品から開始し、今後は他のメーカーの参加も募ることで、対象となる原材料の拡大や、環境に配慮した製造方法、配送方法、パッケージなどへも対応することにより、EAP対象商品の拡大を図ります。

フルッタフルッタとJCBは、より多くの温暖化対策型のEAP対象商品を市場に流通させることで、一般消費市場のCO₂削減の促進に寄与できると考えています。今後も、温室効果ガス削減を目的に、新しいサービス・商品を開発し、EAPを積極的に推進してまいります。

以上

<本件に関する報道関係者からのお問合せ先>

株式会社フルッタフルッタ

担当：松田 TEL：03-3294-4411

株式会社ジェーシービー 総合企画部 経営情報グループ

担当：竹中・板垣 TEL：03-5778-8337

<参考資料>

新システム（サブプラットフォーム）の概要

メイン事業者であるJCBのメインプラットフォーム（他事業者との連携や、消費者が端末を利用してEAPを付与するシステム）と連携する「サブプラットフォーム」（システム）です。環境省にEAP付与対象として登録された原材料を使用したエコ商品に、消費者がポイント化の際に必要な固有番号（アクションナンバー）を付与するための専用のシステムで、原材料のCO₂削減量を含む情報を登録し、各企業へ商品に添付するアクションナンバーと、出荷量に応じたCO₂削減量の情報を提供します。

エコ・アクション・ポイント（EAP）とは

温暖化対策型の商品・サービスの購入や省エネ行動に伴いポイントを獲得でき、貯めたポイントをさまざまな商品・サービスに交換することができるプログラムです。環境省のモデル事業として、JCBが受託し、プラットフォーム運営を行っています。会員数は約30万人、参加企業・団体は、銀行、保険、家電量販店、電力、鉄道、旅行、ホテル、出版、放送、外食、イベント、地方自治体など、累計53企業・団体にのぼり、現在も拡大しています。



アグロフォレストリー原料とは

アグロフォレストリーは「森をつくる農業」と呼ばれ、ブラジルのアマゾンでは荒廃した土地に多様な農林作物を植え、自然の森に近い状態で栽培することで森林を再生しています。高いCO₂吸収力や生物多様性の回復のみならず、砂漠化や食料危機、農村地域の開発や貧困問題といった地球規模の課題への対策としても、国際的に大きな注目を集めています。そのアグロフォレストリー産の原材料で第三者認証を受けたもののみが、環境省にEAP付与対象として登録されています。

株式会社フルッタフルッタ 会社概要

フルッタフルッタでは、ブラジルのアマゾンに位置するパラ州、トメアスで日本人移住者らが運営するアマゾン最大の農業協同組合、CAMTAの独占輸入販売権を有し、主にスーパーフルーツと呼ばれる「アサイー」や「カカオ」などのアグロフォレストリーの果実原料を輸入し、加工原料および自社製品の販売を行っています。

企業理念を「自然と共に生きる。」とし、多業種からなる企業アライアンスを通じて、アグロフォレストリー産の多様な農林作物を市場とリンクさせるマーケティングを実践し、「販売活動が森を作る」新しい環境共存型ビジネス「アグロフォレストリーマーケティング」を展開しています。

サブプラットフォームの運営はその一環であり、企業側と消費者側の双方にアグロフォレストリーの拡大を働きかけられる重要な位置づけにあると捉えています。

また、アグロフォレストリー以外の原料や環境配慮型商品も取扱い対象とし、EAPの普及に貢献して参ります。

サービス概要図

