

## 環境系フィンテック企業のコーゴ、金融サービスとサステナビリティに関する消費者調査を実施 三人にひとりがカーボンフットプリントを管理できる金融アプリへの移行に関心

【東京 2023 年 3 月 28 日】ニュージーランドに本社を置く環境系フィンテック企業の**コーゴ**（本社：ニュージーランド、CEO：ベン・グライスナー/ 日本支社：東京、代表：宇田川和宏）は、環境にやさしいライフスタイルと金融サービス\*1 の関わりについて、日本の消費者意識を明らかにするための調査を実施しました。本調査は、戦略デザインおよびサステナビリティのコンサルティング会社であるファブリック株式会社（本社：東京目黒区、CEO：ジェームズ・ホロー）と共同で、金融サービスアプリを利用する 1,966 人を対象に行われました。

### 【調査概要】

■調査期間：2023 年 2 月 4 日～5 日 ■方法：Web アンケート調査 ■有効回答数：1,966 人 ■対象者条件：15～69 歳の男女で、銀行アプリ、クレジットカードアプリ、QR コード及びモバイル決済アプリ、家計簿アプリのいずれかを使用していること（年代、居住地域は日本の人口構成比に応じて収集）

### 【要約】

#### 日本の金融サービスは、消費者のサステナブルな選択を後押しできる

- 日本の金融サービスアプリユーザーの約 40%が、アプリ上で自分のカーボンフットプリントを測定することを希望（アプリでこのデータがどのように見えるかを示した場合）
- 約 3 分の 1 が、自分の支出が環境に与える影響について知るために、金融サービスアプリの乗り換えを検討すると回答
- 約 41%が、銀行やクレジットカード会社、決済サービス提供企業が気候変動や環境への影響を減らすための取り組みにもっと貢献することを期待する、と回答。金融サービスが脱炭素化に関するサービス機能を組み込んだ、独自のデジタル体験を提供できる可能性を示唆しています

#### 変化の必要性に目覚めた消費者

本調査を通じ、日本の消費者は気候変動や環境問題への対応について、社会全体として取り組むことにインパクトがあると感じていることが明らかになりました。回答者の約 4 割が、自身のカーボンフットプリント\*2を測定することに興味を示しています。

この結果、画面イメージを見た調査参加者の 45%は、このような情報が環境にやさしい生活や行動をすることへのさらなるモチベーションになると回答しました。さらに約 30%が、自分の支出が環境に与える影響に関する情報にアクセスするため、金融アプリの切り替えを検討する、としています。

コーゴのアジア太平洋担当最高経営責任者（CEO）ジュリー・リンデンバーグは、次のように述べています。「金融サービス提供企業は、CO2 削減に向けた顧客の行動変容を支援できる、大変ユニークな立場にあります。そのリーチ力を活用すれば、何百万人もの人々がすでに生活の中で活用しているデジタル・プラットフォームを通じて、顧客へ自身の購買行動に伴うカーボンフットプリントの管理機能を提供できるのです。」



## 金融の未来を切り拓く

消費者の約41%が、銀行やクレジットカード会社、決済サービス提供企業が気候や環境への影響を軽減するためにもっと貢献すべきだと考えています。サステナブルな選択を促す特典(エコローンの優遇金利等)やポイント、そうした付帯サービスのあるクレジットカードなどサステナブルな金融商品やサービスを提供することにより、金融機関は差別化を図り、カスタマーエクスペリエンスを向上させることができます。

今回の調査参加者は、気候や環境への影響を軽減するためにライフスタイルを大きく変えることに前向きであり、46%がすでに何らかのかたちで変化を起こしていることが明らかになりました。つまり、金融機関はそのような意識の高い顧客に対してカーボンフットプリント管理ソリューションを提供する機会がある、ということです。

リンデンバーグは、「日本では、問題意識に基づいた消費行動がこれから増えていくでしょう。消費者の意識が変化する中で、消費者が求める価値を提供する金融機関は、飽和状態の市場において新規顧客を獲得・維持することができるでしょう」と述べています。

オーストラリア・コモンウェルス銀行、ナットウエスト・グループ(英国)、そして最近ではウエストパック銀行(豪州)がコーゴと提携し、取引明細データの可能性を最大限に活用して、顧客の支出に伴う二酸化炭素排出量に関するパーソナライズされたインサイトを得ています。今後、日本の消費者が環境にやさしい消費行動をとっていただけるよう、日本の金融機関との提携も進めて参ります。

調査結果のサマリーは [こちら](#) からご覧いただけます。

\*1 ここでは、銀行やクレジットカード発行会社、モバイル決済サービスや家計簿アプリなど、各種金融サービス提供企業の総称として使用する

\*2 ここでいうカーボンフットプリントとは、消費者や事業者の日常の消費・購買活動により生じたCO2排出量をキログラムに換算して示す仕組みのことを指します。本調査では、取引明細を保有するアプリ(銀行やクレジットカード、モバイル決済サービスや家計簿アプリなど)上で、そのユーザーの購買行動のよる環境への影響を「カーボンフットプリント」として示すサービスの一面を見せ、意識・行動変容を促すかを確認しました。

###

## コーゴについて

コーゴは、個人や企業が気候に与える影響を測定、理解、削減することを支援するカーボンフットプリント・マネジメント・プロダクトです。コーゴは、世界最大級の銀行と提携し、先進的なCO2排出量追跡機能を銀行アプリに統合することでこれらの支援を行っています。

コーゴは、最新のモデルを使用しその国の市場特有のCO2排出量を正確に測定する方法を提供し、最先端の行動科学技術を活用して顧客がよりサステナブルな選択ができるよう働きかけています。

現在12の銀行と連携しており、今後12カ月でこれを倍増させる計画です。2016年に設立されたコーゴは、現在100人以上の従業員を抱え、ヨーロッパとAPECの12カ国(英国、オランダ、ニュージーランド、オーストラリア、日本、シンガポールを含む)で事業を展開しています。

コーゴは設立以来、1,250万米ドル以上の資金を調達しています。詳しくは当社ウェブサイト([www.cogo.co](http://www.cogo.co))をご覧ください。