

日本の低炭素化 社会への移行 を支援

金融セクターにおける気候変動のビジネス機会

金融サービスが顧客のサステナビリティへの取り組みに
どのように関与できるか

はじめに

温暖化の影響で、かつては日本の広範囲に見られたと言う「樹氷」アイスモンスターの分布範囲がゆっくりと狭まっているというニュースが報じられており、人々は気候危機の現実と行動を変えるために個人の責任を負う必要性をますます実感するようになってきています。

当社の調査からは調査参加者の約3分の1が、自身の支出が環境に与える影響について知るためには、金融サービスの乗り換えを検討すると回答しています。

約41%の消費者は、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、もっと貢献することを期待。金融サービスが脱炭素に向けた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。

このレポートでは、金融サービスやそのアプリが自社、顧客、社会全体に真の価値を生み出すために実行できる具体的な行動のいくつかを見出しました。

気候変動に対処するために必要な解決策があります。私たち全員が一丸となって取り組むならば。

一緒に気候危機を解決しましょう。



Julie Lindenberg
CEO APAC at Cogo

1 エグゼクティブサマリー

日本の消費者は、気候に関する懸念の高まりと期待を表明しています (Kantar調査)。しかし、日常の消費生活から、自分たちの行動が環境に与える影響について明確で実用的な情報を欠いているため、これらの懸念に対して具体的な行動を起こすことは困難な状況にあります。

金融サービスは、顧客の購買 (取引) データを使用して、消費に伴う二酸化炭素排出量を顧客に分かりやすく示せる最も適した立場にあります。

しかし、日本の消費者は金融サービスにサステナビリティ・ジャーニーの支援を望んでいるのでしょうか？

私たちは、戦略的デザインと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 株式会社と協力し、日本の消費者のサステナブルなライフスタイル促進を金融サービスが支援することに関しての意識調査を行いました。

この調査対象者は、日本の人口構成比に応じた年代、居住地域で収集し、銀行、カード、決済サービス等を使用する 1,966 人の参加者から構成されています。

調査で尋ねたいいくつかの重要な質問としては；

「自分のお金の使い方が環境に与える影響について、どの程度関心がありますか？」

「利用している金融サービスが、習慣的な消費行動から測定したカーボンフットプリントを提供することについて、どのように感じますか？」

「このような情報は、あなたがより環境にやさしい生活や行動をすることへの動機づけになると思いますか？」

図 1

取引データと共にカーボンフットプリントを示す Cogo の UX のイメージ



/ 主な調査結果

/ 1

金融サービス業界に対するコンシャス消費主義の高まり

調査によると、日本の消費者は日々の支出が環境に与える影響を気にかけています。さらに、消費者の41%は、気候と環境への影響を軽減するために、銀行やカード会社がより多くの支援を行うことを期待しています。

/ 2

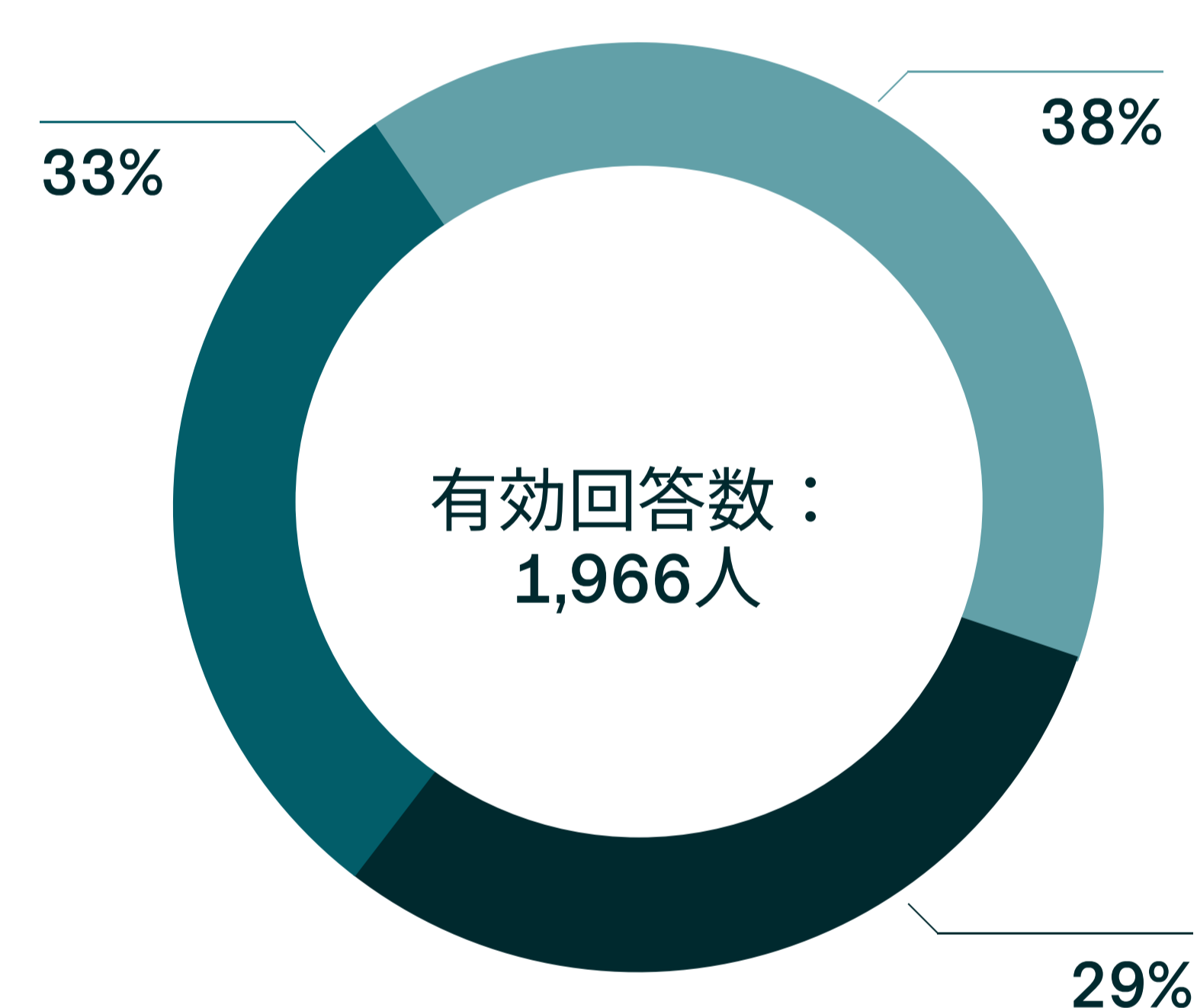
人々は金融サービスにカーボンフットプリント管理の支援を期待しています

調査参加者の約40%が、自身のアプリでカーボンフットプリントを表示したいと考えていることが分かりました(このデータがアプリでどのように表示されるかを示した場合)。驚くべきことに、調査参加者のほぼ3分の1が、支出の環境への影響に関する情報にアクセスするためには、金融サービスを切り替えることを検討すると答えています。

図 2

調査参加者の約3分の1が、自身の支出が環境に与える影響について知るためには、金融サービスの乗り換えを検討すると回答

- 検討したい
- 検討しない
- どちらともいえない



/ 3

消費者は、気候変動対策を奨励する金融サービスに好意的な態度を示しています

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幅に変更することに前向きであることを示す良い兆候が見られ、46%はすでに何らかの形で変更を行っています。

これは、金融機関がこの移行をサポートする脱炭素化ツールを顧客に提供する絶好の機会となります。さらに、リワード、特典オファー、サステナブル行動を促すカードなどのグリーン金融商品は、顧客体験を向上させることにも寄与し、銀行やクレジットカード会社の差別化に貢献できる可能性があります。

38%の人は金融サービスのポイントやオファー提供に寛容であり、ほぼ4人に1人はサステナブルな選択を行う事で獲得できるポイントやオファーに期待しています。また、20%はサステナブル選択を行うための特典を備えたグリーンクレジットカードを受け入れる考えです。

ハリコメンテーション

以下は金融サービスが実践可能なアクションの示唆となります

1. 顧客のカーボンリテラシーの向上を支援すること
2. 個人のカーボントラッキング機能を金融プラットフォームに統合すること
3. 顧客の気候変動対策に金融サービスがどのように役立つかについて啓蒙すること
4. 環境に配慮した特典やインセンティブで顧客のサステナブル行動を促すこと

1 次の一步を踏み出しませんか？

個人や事業者の気候変動への影響を測定、理解、削減に導くカーボンフットプリントソリューションの詳細については、[Cogo.co](https://cogo.co) をご覧ください