

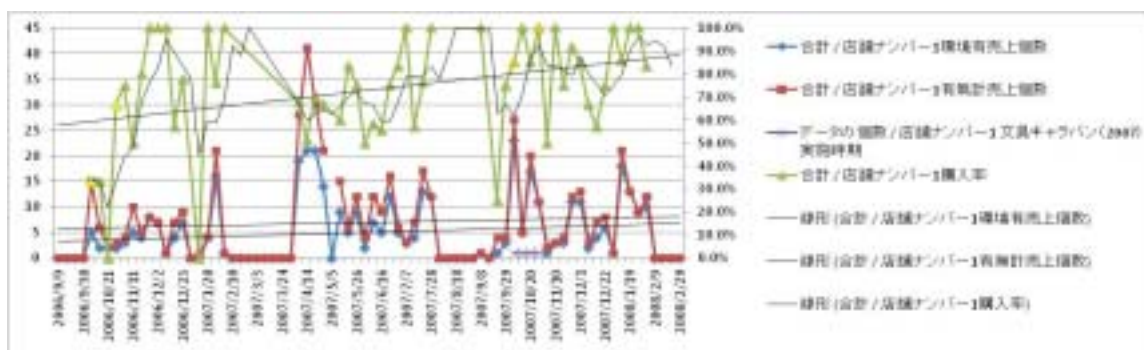
APPENDIX2 大学生協各店舗 週毎環境配慮商品購入率推移グラフ

個々の店舗での環境配慮商品購入率及び環境配慮商品の売り上げについて

15 店舗の 2006 年 9 月から 2008 年 2 月までの環境配慮商品の売り上げ数，文具全体の売り上げ数，売上全体の中の環境配慮商品購入率をそれぞれ算出し，店舗ごとにグラフ化した．全体の推移をみるために，それぞれの折れ線グラフに近似曲線と連続する 2 区間の移動平均値を表す曲線をそれぞれ挿入した．

なお，2007 年に文具キャラバンを実施した店舗は紫色で実施期間を示し，購入率グラフ上でキャラバン実施期間のはじめと終わりの要素をオレンジ色にしている．キャラバン実施期間の 1 年前のはじめと終わりの要素は黄色に表示した．各店舗の考察は順次述べる．

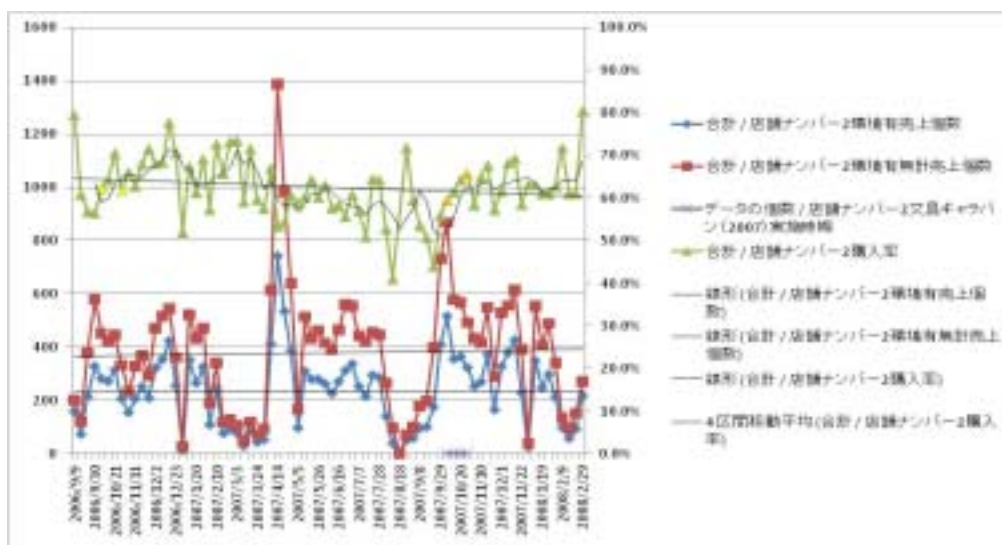
店舗ナンバー1



購入率は増加，文具全体の売り上げおよび環境配慮商品の売り上げは微増である。

店舗ナンバー1では2007年10月1日～10月31日に2007年文具キャラバンを実施。昨年度同時期と比較すると，すべてに置いて増加している。

店舗ナンバー2



購入率は微減，文具全体の売り上げは微増，環境配慮商品の売り上げは横ばいである。

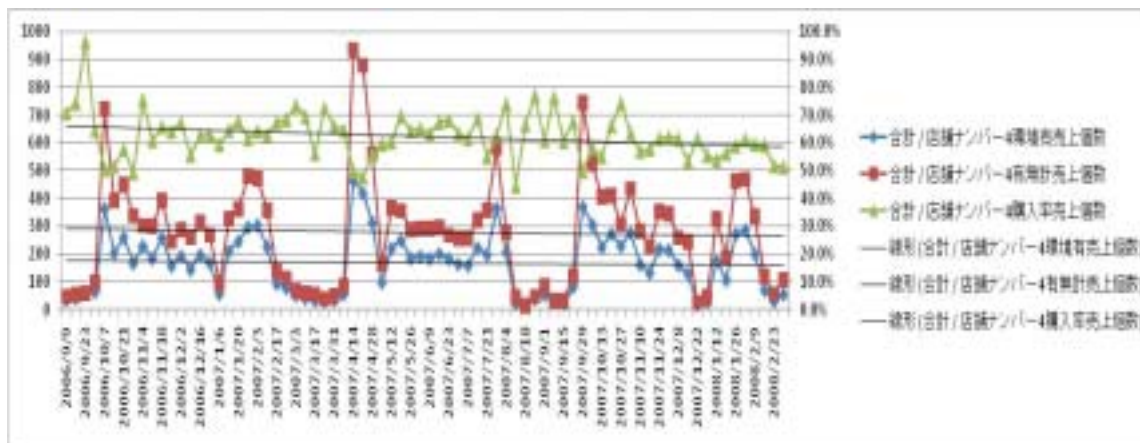
店舗ナンバー2は2007年10月1日～10月31日で2007年文具キャラバンを実施した。購入率の差はほぼないが，文具全体，環境配慮文具とも売上個数は前年度同時期よりも多くなっている。

店舗ナンバー3



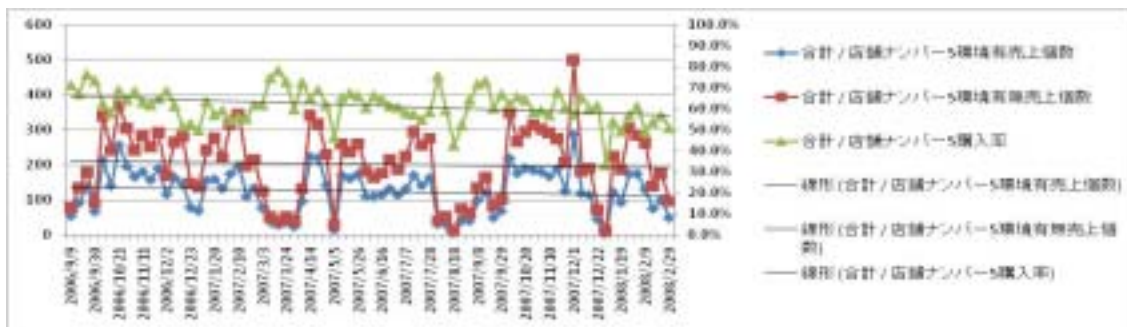
購入率，文具全体の売り上げ，環境配慮の売り上げすべてほぼ横ばいである．店舗ナンバー3では2007年11月1日～11月30日で2007年文具キャラバンを実施した．実施期間中，購入率は横ばい，文具全体と環境配慮商品の売り上げは前年度同期間と比較するとともに微増している．

店舗ナンバー4



購入率，文具全体，環境配慮売りあげすべて微減である．

店舗ナンバー5



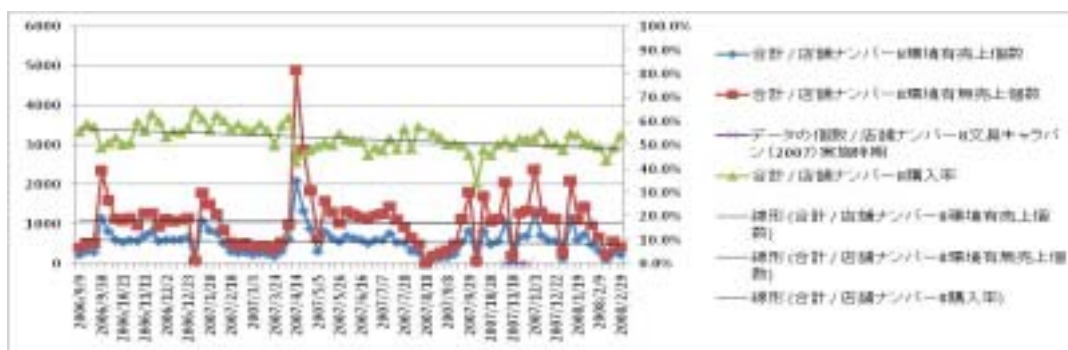
購入率は減少，文具全体，環境配慮売上が微減である。

店舗ナンバー6



店舗ナンバー6 に関しては購入率，文具全体，環境配慮商品売上すべて微減であった。店舗ナンバー6は2007年12月15日～2008年2月2日までの間に文具キャラバンを実施した。その間の環境配慮商品購入率は前年度同時期と比べると 文具売上全体はやや増，環境配慮商品売上は である。

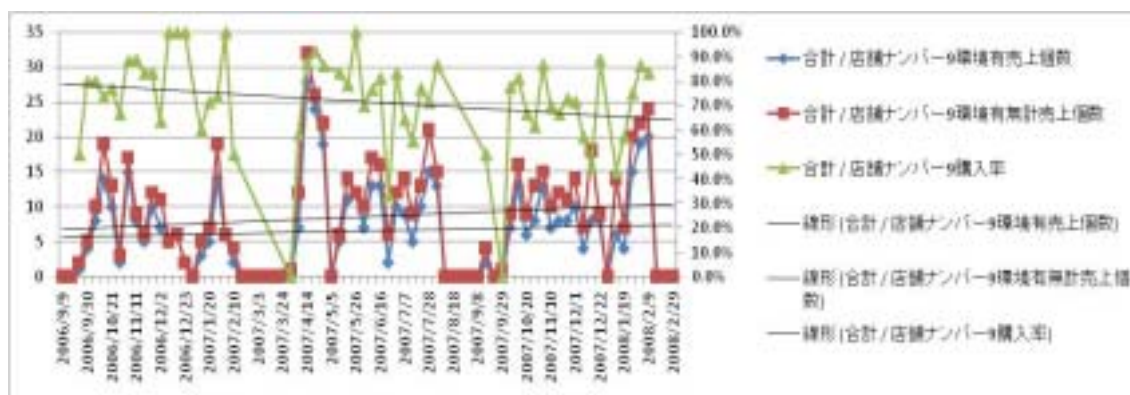
店舗ナンバー8



店舗ナンバー8は購入率減少,全体の売り上げ,環境配慮の売り上げともに微減である。

店舗ナンバー8では2007年11月1日～11月30日間で2007年文具キャラバンを実施。期間中の購入率は 文具全体の売り上げは 環境配慮商品の売り上げは

店舗ナンバー9



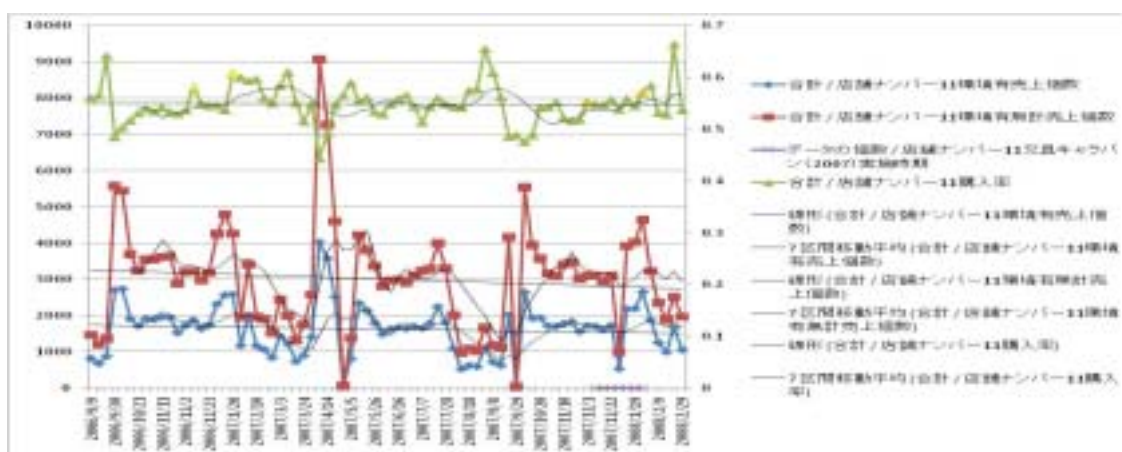
店舗ナンバー9 に関して、購入率は減少、文具全体の売り上げは増加で、環境配慮商品の売り上げは微増であった。

店舗ナンバー10



店舗ナンバー10には購入率減，文具全体売り上げ増，環境配慮文具横ばいであった。

店舗ナンバー11



店舗ナンバー11は売上合計，環境配慮売上はともに微減。購入率ほぼ横ばいである。2007年キャラバン実施期間にあたるのは2007年12月8日～2008年1月19日の期間である。購入率の平均値は前年度同期間に比べ，ほぼかわらない。店舗ナンバー11の購入率は季節変動をのぞくと大きな変動はなく，キャラバン実施期間に上下するという傾向もない。

店舗ナンバー12



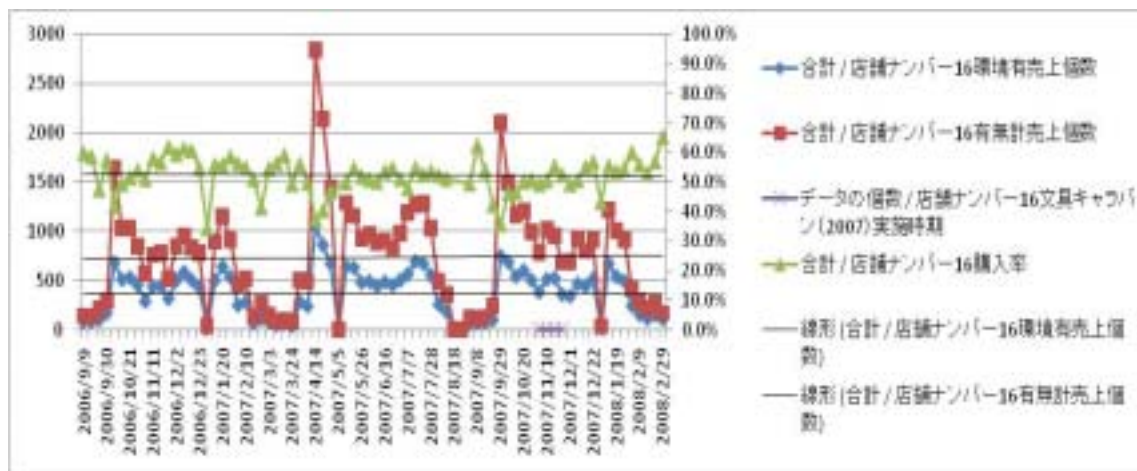
図 8-12 店舗ナンバー11 購入率・売上の推移グラフ
 店舗ナンバー11 は購入率，文具全体，環境配慮すべて微減である。

店舗ナンバー15



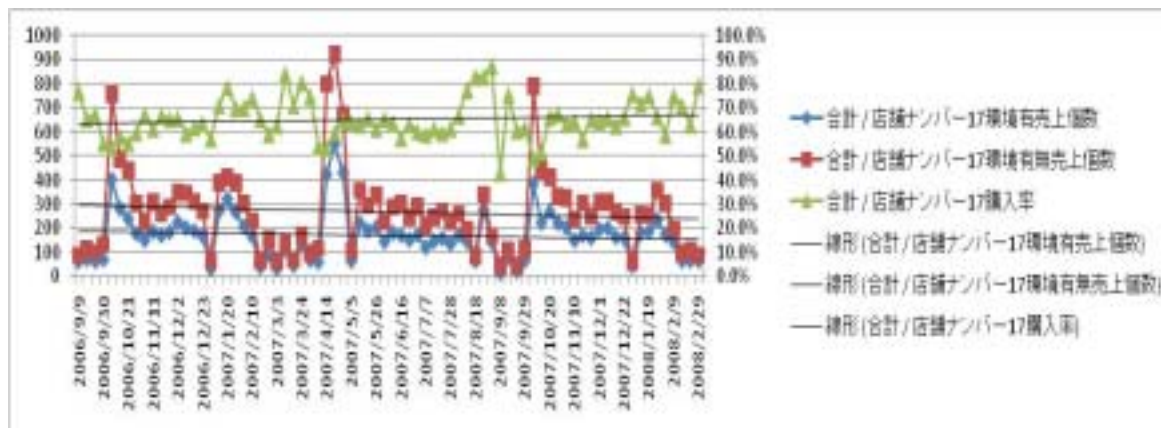
図 8-13 店舗ナンバー15 購入率・売上の推移グラフ
 店舗ナンバー12 に関して，購入率はほぼ横ばい，文具全体と環境配慮商品売上個数はともに微減である。

店舗ナンバー16



店舗ナンバー16 は購入率，文具全体の売り上げ，環境配慮商品の売り上げすべて横ばいであった．2007年文具キャラバンを実施したのは2007年11月1日～11月30日で，前年度同時期と比較すると購入率，文具全体売り上げ，環境配慮売上すべてほぼ同程度だった．

店舗ナンバー17



購入率全体は微増，文具全体の売り上げは減少，環境配慮商品の売り上げも減少である．

店舗ナンバー23



店舗ナンバー23 は購入率が増加，文具全体の売り上げが減少，環境配慮商品の売りあげは横ばいであった。

2007年文具キャラバンは2007年12月8日～2008年1月12日間で実施。実施期間の購入率は前年度と比較すると微増。

まとめ

算出した環境配慮商品購入率が2006年9月～2008年2月の間での増減の結果とGC運動体や学生の仕入及び販促への関与の有無・程度の関係について明らかにする。購入率の増減は購入率の折れ線グラフに引いた近似直線が右上がりの場合を増加、右下がりの場合を減少、全く傾きが無い場合を横ばいとした。図5-2の店舗の場合、購入率の力線が右上がりになっているため、購入率は増加したとする。

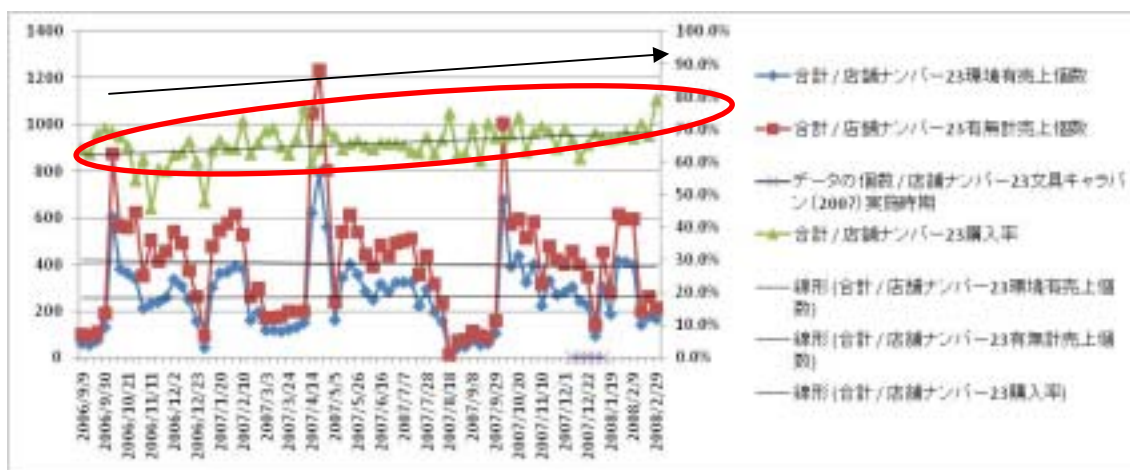


図 5-2 (再掲) 環境配慮商品購入率算出結果例 (2006年9月～2008年2月)

同様の方法で15店舗の傾向をみたところ下表の太枠内のような結果になった。購入率は増加3店舗、横ばい4店舗、減少8店舗である。購入率・環境配慮売上げ個数・環境有無合わせた全体すべて減少傾向にある店舗が多い。有無合わせた個数が減少している店舗が多いことと、店舗で文具は紙類を中心に減少傾向にあると答えた店舗が多かったことから、文具分野は全体的に縮小傾向にあると考えられる。

購入率が増加傾向にある店舗ナンバー1は2007年文具キャラバン実施時期に環境配慮の売り上げ個数、全体の売り上げ個数ともに伸びており、キャラバン2007の効果が大きかったと考えられる。

15 店舗の傾向環境配慮商品購入率及び環境配慮商品の売り上げ増減と影響要因一覧

店舗ナンバー	環境売上個数	有無計売上個数	購入率	仕入		仕入れ+販促		販促							有の合計数 (仕入れ学生 関与に ついては1を 無、 2と3を有とし た)	エコ仕入 れ・エコ販 促について 有の合計数	
				仕入	エコ仕入れ	エコ仕入れ+販	販促	エコ販促									
								文具ウオーカーによる仕入有	パンチつきWとじファイル販売有無	キャラバン 2006実施	キャラバン 2007実施	販促学生関与有無	文具ウオーカー 掲示	文具ウオーカー 常時掲示			文具ウオーカー 一時期のみ 掲示(ポスター形式)
1	増加	増加	増加	1	無	無	無	有	有	無	有	無	有	無	無	4	4
2	増加	増加	減少	3	無	有	有	有	有	有	有	有	有	有	有	11	9
3	横ばい	横ばい	横ばい	3	無	無	有	有	有	無	有	有	有	有	無	8	7
4	減少	減少	減少	1	無	無	有	有	無	無	有	無	有	有	無	5	5
5	減少	減少	減少	2	無	無	無	有	無	無	無	無	無	無	有	3	2
6	減少	減少	減少	3	有	無	有	有	有	有	無	無	無	有	無	6	4
8	減少	減少	減少	2	無	無	有	有	無	有	無	無	無	有	無	5	3
9	増加	増加	減少	1	無	無	無	有	無	無	無	無	無	無	無	1	1
10	減少	増加	横ばい	2	無	無	有	有	無	無	無	無	無	有	無	7	6
11	減少	減少	横ばい	2	有	無	有	有	有	無	無	無	無	有	有	7	6
12	減少	減少	減少	1	無	無	有	有	無	無	無	無	無	有	有	4	4
15	横ばい	減少	減少	1	無	無	有	有	無	無	無	無	無	無	無	2	2
16	横ばい	横ばい	横ばい	3	無	無	有	有	有	有	無	無	無	有	有	7	5
17	減少	減少	増加	2	無	無	有	有	無	無	無	無	無	有	無	4	3
23	横ばい	減少	増加	3	有	有	有	有	有	有	有	有	無	有	有	12	10