

第七章 GC 運動体の有無及び程度と環境配慮商品購入率の相関について

7-1 はじめに

本章では第四章で明らかになった，GC 運動体や学生の仕入及び販促への関与の有無・程度と第五章で算出した環境配慮商品購入率の関係を 3 つの視点から分析・考察する．

7-2 調査結果および考察

7-2-1 15 店舗，12 か月合計の環境配慮商品購入率と GC 運動体や学生の仕入及び販促への関与の有無・程度の相関

まず，15 店舗について 12 か月通しての環境配慮商品購入率と GC 運動体や学生の仕入及び販促への関与の有無・程度の相関についてである．なお，期間は，季節変動と 2007 年文具キャラバンが行われた時期を考慮し 2007 年度の 12 か月分（2007 年 3 月～2008 年 2 月）とした．

表 7-1 に基づき環境配慮商品購入率(表中購入率数値)とその他の影響要因の相関分析をしたところ，表 7-2 の結果がでた．

表 7-1 2007 年 3 月～2008 年 12 月間の環境配慮商品購入率と影響要因の一覧

店舗 ナンバー	購入率数値	仕入						仕入れ+販促	
		仕入			エコ仕入れ			エコ仕入れ+販促	
		仕入学生関 与1	仕入学生関 与2	仕入学生 関与3	エコ仕入れ 学生関与有 無	文具ウォー 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
1	0.749	有	無	無	無	無	無	有	有
2	0.604	無	無	有	無	有	有	有	有
3	0.630	無	無	有	無	無	有	有	有
4	0.596	有	無	無	無	無	有	有	無
5	0.614	無	有	無	無	無	無	有	無
6	0.576	無	無	有	有	無	有	有	有
8	0.503	無	有	無	無	無	有	有	無
9	0.748	有	有	無	無	無	無	有	無
10	0.540	無	有	無	無	無	有	有	無
11	0.538	無	有	無	有	無	有	有	有
12	0.529	有	無	無	無	無	有	有	無
15	0.614	有	無	無	無	無	有	有	無
16	0.495	無	有	有	無	無	有	有	有
17	0.635	無	有	無	無	無	有	有	無
23	0.665	無	無	有	有	有	有	有	有

店舗 ナンバー	購入率数値	販促					
		販促	エコ販促				
		販促学生 関与有無	文具ウォー カー 掲示	文具ウォー カー 常時掲示	文具ウォー カー 一時期のみ 掲示(ポス ター形式)	パンチつき Wとじ ファイル販 促有無	パンチつき Wとじファイ ル 2008年10月 ポスター掲
1	0.749	無	有	無	有	無	無
2	0.604	有	有	有	有	有	有
3	0.630	無	有	有	有	有	有
4	0.596	無	有	無	有	有	無
5	0.614	無	無	無	無	無	有
6	0.576	有	無	無	無	有	無
8	0.503	有	無	無	無	有	無
9	0.748	無	無	無	無	無	無
10	0.540	無	無	無	無	有	無
11	0.538	無	無	無	無	有	有
12	0.529	無	無	無	無	有	有
15	0.614	無	無	無	無	無	無
16	0.495	有	無	無	無	有	有
17	0.635	無	無	無	無	有	無
23	0.665	有	有	有	無	有	有

- 注) ・仕入学生関与 1 は職員だけが仕入れの場合有
- ・仕入学生関与 2 は一言カードや、職員が学生から情報を集めて仕入れの場合有
 - ・仕入学生関与 3 は仕入れ学生関与以外の方法で学生の関与がある場合有
 - ・エコ仕入れ学生関与は仕入れ学生関与 3 の際に学生が環境配慮商品の仕入を行っている場合有とした
 - ・パンチつきWとじファイルの販売の有無, 販促の有無は訪問した 2008 年 12 月時点でパンチつきWとじファイルの販促があった場合に有とし, 発売当初はしていたが, 訪問時点では行っていない場合は無とした
 - ・文具ウォーカーの常時掲示は年 4 回発行される文具ウォーカーを場所を設けて発送されるたびに更新している店舗を有とした
 - ・文具ウォーカーの一部掲示は常時展示している店舗に加え, 自分の店舗に商品がある場合に掲示すると答えた店舗を有とした

表 7-2 環境配慮商品購入率と GC 運動体や学生の仕入及び販促への関与の有無・程度との
相関分析の結果

相関比の検定(全項目間)

件数 15

相関比	購入率数値	P 値	購入率数値
仕入学生関与1	0.1790	仕入学生関与1	0.1161
仕入学生関与2	0.0041	仕入学生関与2	0.8202
仕入学生関与3	0.0066	仕入学生関与3	0.7731
エコ仕入れ	0.0042	エコ仕入れ	0.8185
学生関与有無		学生関与有無	
文具ウォーカー		文具ウォーカー	
による		による	
仕入有		仕入有	
パンチつきWとじ	0.4570	パンチつきWとじ	0.0057
ファイル販売有無		ファイル販売有無	
キャラバン		キャラバン	
2006実施		2006実施	
キャラバン	0.0048	キャラバン	0.8060
2007実施		2007実施	
販促学生	0.1019	販促学生	0.2461
関与有無		関与有無	
文具ウォーカー	0.1902	文具ウォーカー	0.1041
掲示		掲示	
文具ウォーカー	0.0410	文具ウォーカー	0.4692
常時掲示		常時掲示	
文具ウォーカー		文具ウォーカー	
一時期のみ	0.1155	一時期のみ	0.2151
掲示(ポスター形式)		掲示(ポスター形式)	
パンチつきWとじ	0.4039	パンチつきWとじ	0.0109
ファイル販促有無		ファイル販促有無	
パンチつき		パンチつき	
Wとじファイル	0.0958	Wとじファイル	0.2617
2008年10月		2008年10月	
ポスター掲示		ポスター掲示	

F 検定

	購入率数値
仕入学生関与1	[]
仕入学生関与2	[]
仕入学生関与3	[]
エコ仕入れ	[]
学生関与有無	[]
文具ウォーカー	
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	[]
文具ウォーカー	[]
掲示	[]
文具ウォーカー	[]
常時掲示	[]
文具ウォーカー	[]
一時期のみ	[]
掲示(ポスター形式)	
パンチつきWとじ	[*]
ファイル販促有無	
パンチつき	
Wとじファイル	[]
2008年10月	
ポスター掲示	

[*] 「0でない相関がある」という判断を誤る確率が5%以下で存在する
 [**] 「0でない相関がある」という判断を誤る確率が1%以下で存在する
 [] 「0でない相関がある」といった場合この判断を誤る確率は5~100%存在する

パンチつき W とじファイルの販売の有無は 2007 年 3 月～2008 年 2 月までの環境配慮商品購入率と「0 でない相関がある」という判断を誤る確率が 1%以下で存在する。また、パンチつき W とじファイルの販売の有無の 2007 年 3 月～2008 年 2 月までの環境配慮商品購入率と「0 でない相関がある」という判断を誤る確率が 5%以下で存在する。仕入れへの学生の関与 1~3、販促への学生の関与、2006、2007 文具キャラバンの実施、文具ウォーカーの掲示は購入率との相関は見られなかった。

ここで、表 7-1 の「購入率数値」・「パンチつき W とじファイル販売の有無」・「パンチつき W とじファイルの販売の有無」項目を抜き出し、購入率の高い順に並べ替えると、パンチつき W とじファイルの販売無、販促無の店舗で購入率が高い傾向にあることがわかる(表 7-3)。パンチつき W とじファイル販売をした店舗ではほぼすべての店舗で売上があったことが確認されているため (APPENDIX3)、環境配慮商品の売り上げ数自体は増加しているはずなので、パンチつき W とじファイル販売及び販促が、購入率の減少の要因とは考えにくい。また、パンチつき W とじファイルの販売数が多い店舗 23 の 1 カ月の販売個数平均が約 30 個であるのに対し、ほとんどの店舗 (短期大学である店舗ナンバー 1・9 を除く) の環境配慮商品の一カ月の販売個数平均は 400 個以上になる。つまり、パンチつき W とじファイルの販売個数は文具全体から見ると数%以下であるため、現段階でパンチつき W とじファイルの販売は店舗の文具全体の購入率の増減に影響を及ぼすほど大きくはない。(以上具体的な数値はすべて APPENDIX2, 3 参照) 以上より、一部小規模店舗を除き、各店舗での学生の仕入・販促への参加、エコ仕入れへの参加や「文具 Walker による仕入・販促」「文具キャラバン実施」と店舗全体の購入率には高さには相関がなく、「パンチつき W とじファイルの販売・販促」も直接店舗の購入率を高くする要因とはなりにくいと考えられる。

表 7-3 購入率とパンチつき W とじファイルの相関

店舗ナンバー	購入率数値	パンチつきWとじファイル販売有無	パンチつきWとじファイル販促有無
1	0.749	無	無
9	0.748	無	無
23	0.665	有	有
17	0.635	有	有
3	0.630	有	有
15	0.614	有	無
5	0.614	無	無
2	0.604	有	有
4	0.596	有	有
6	0.576	有	有
10	0.540	有	有
11	0.538	有	有
12	0.529	有	有
8	0.503	有	有
16	0.495	有	有

7-2-2 1週間ごとの環境配慮商品購入率とGC運動体や学生の仕入及び販促への関与の有無・程度の相関について

次に、1週間ごとの環境配慮商品購入率、実施時期の特定できる要因との相関分析をした。実施した時期の判明している影響要因が「文具 Walker」（常時掲示店舗のみ）、「文具キャラバン」、「パンチつきWとじファイル販売・販促」であるため、それぞれの相関を調べる店舗は2007年「文具キャラバン」を実施した8店舗とする。

結果は下記のようになった。具体例として表7-4、7-5に挙げる。

表 7-4

1 週間ごとの購入率・売上の変化と GC 運動体や学生の仕入及び販促への関与の有無・程度
の関係具体例

売上年月日	購入率	2007キャラバン実施	文具ウォーカー 発行時期	パンチつきWとじ ファイル販売
2007/3/3	0.736	無	無	無
2007/3/10	0.592	無	無	無
2007/3/17	0.717	無	無	無
2007/3/24	0.597	無	無	無
2007/3/31	0.576	無	無	無
2007/4/7	0.670	無	有	無
2007/4/14	0.534	無	有	無
2007/4/21	0.543	無	有	無
2007/4/28	0.606	無	有	無
2007/5/5	0.588	無	有	無
2007/5/12	0.603	無	有	無
2007/5/19	0.644	無	無	無
2007/5/26	0.603	無	無	無
2007/6/2	0.631	無	無	無
2007/6/9	0.577	無	無	無
2007/6/16	0.584	無	無	無
2007/6/23	0.557	無	無	無
2007/6/30	0.608	無	無	無
2007/7/7	0.570	無	有	無
2007/7/14	0.509	無	有	無
2007/7/21	0.646	無	有	無
2007/7/28	0.643	無	有	無
2007/8/4	0.528	無	有	無
2007/8/11	0.411	無	有	無
2007/8/18		無	無	無
2007/8/25	0.718	無	無	無
2007/9/1	0.596	無	無	無
2007/9/8	0.536	無	無	無
2007/9/15	0.508	無	無	無
2007/9/22	0.441	無	無	無
2007/9/29	0.560	無	無	有
2007/10/6	0.595	有	無	有
2007/10/13	0.614	有	無	有
2007/10/20	0.643	有	無	有
2007/10/27	0.657	有	無	有
2007/11/3	0.584	無	有	有
2007/11/10	0.648	無	有	有
2007/11/17	0.678	無	有	有
2007/11/24	0.573	無	有	有
2007/12/1	0.616	無	有	有
2007/12/8	0.683	無	有	有
2007/12/15	0.693	無	無	有
2007/12/22	0.586	無	無	有
2007/12/29	0.632	無	無	有
2008/1/12	0.631	無	有	有
2008/1/19	0.611	無	有	有
2008/1/26	0.611	無	有	有
2008/2/2	0.629	無	有	有
2008/2/9	0.719	無	有	有
2008/2/16	0.611	無	無	有
2008/2/23	0.612	無	無	有
2008/2/29	0.804	無	無	有

表 7-5 店舗ナンバー2 相関分析結果

相関比の検定(全項目間)

件数 51

相関比

	店舗ナンバー2購入率
2007キャラバン実施	0.0059
文具ウォーカー発行時期	0.0098
パンチつきWとじファイル販売	0.1137

P値

	店舗ナンバー2購入率
2007キャラバン実施	0.5922
文具ウォーカー発行時期	0.4901
パンチつきWとじファイル販売	0.0155

F検定

	店舗ナンバー2購入率
2007キャラバン実施	[]
文具ウォーカー発行時期	[]
パンチつきWとじファイル販売	[*]

同様に 2007 年に文具キャラバンを実施した 8 店舗について同様の分析を行い相関の有無をまとめた。(表 7-6)

表 7-6 1 週間毎の購入率と実施時期の判明している影響要因との相関分析結果一覧

	2007文具キャラバン実施	文具ウォーカー掲示	パンチつきWとじファイル販売
1	[*]		[]
2	[]	[]	[*]
3	[]	[]	[]
6	[]		[]
8	[]		[]
11	[]		[]
16	[]		[]
23	[]	[]	[*]

- [*] 「0でない相関がある」という判断を誤る確率が5%以下で存在する
- [**] 「0でない相関がある」という判断を誤る確率が1%以下で存在する
- [] 「0でない相関がある」といった場合この判断を誤る確率は5～100%存在する

2007 年文具キャラバン実施と「0でない相関がある」という判断を誤る確率が 5%以下で存在するという結果がでたのは店舗ナンバー1。パンチつきWとじファイルの販売と「0でない相関がある」という判断を誤る確率が 5%以下で存在するという結果がでたのは店舗ナンバー2と店舗ナンバー23であった。

この結果から店舗ナンバー1の購入率、環境配慮商品の売り上げ個数、商品合計の売り上げ個数の前年度比でみると実施時期に購入率、環境配慮商品の売り上げ個数、合計の売り

上げ個数がすべて増加していることが分かっている（APPENDIX2 店舗ナンバー1 参照）。この結果より，店舗ナンバー1 に関しては文具キャラバンの実施が店舗文具全体の売り上げ向上と環境配慮商品の比率の向上にともに貢献していることがわかる。また，2006年9月～2008年2月までの環境配慮商品の購入率，環境配慮の売り上げ個数，有無合計個数がすべて増加しているのは店舗ナンバー1 だけである（表 7-7）。店舗ナンバー1 は 1 日来客数 110 人の非常に小さい店舗であるため，他のキャラバン実施店舗よりも効果が出やすく，それによって，購入率や売上全体を押し上げる形になったと考えられる。

表 7-7 2006 年 9 月～2008 年 2 月間の購入率の増加・減少傾向

店舗ナンバー	環境売上個数	有無計売上個数	購入率
1	増加	増加	増加
2	増加	増加	減少
3	横ばい	横ばい	横ばい
4	減少	減少	減少
5	減少	減少	減少
6	減少	減少	減少
8	減少	減少	減少
9	増加	増加	減少
10	減少	増加	横ばい
11	減少	減少	横ばい
12	減少	減少	減少
15	横ばい	減少	減少
16	横ばい	横ばい	横ばい
17	減少	減少	増加
23	横ばい	減少	増加

また，店舗ナンバー2 と店舗ナンバー23 でパンチつき W とじファイルの販売時期と購入率の増加について 5% 有意で相関があるという結果が出ている。この 2 店舗で結果がでた理由を次のように考えた。

まず，店舗ナンバー2 と 23 に共通していることは，表 5-1 に示されている連合共通企画の実施数が多いこと。また，どちらの店舗も学生による仕入・販促が行われていることがあげられる。

次に，パンチつき W とじファイルの販売が始まったのは 2007 年 10 月以降であるが，同時期に店舗ナンバー2 では 2007 年 10 月に「文具キャラバン 2007」実施，店舗ナンバー23 では 2007 年 12 月～1 月にかけて「文具キャラバン 2007」を実施している。また，「文具 Walker」は 2007 年 11 月と 2008 年 1 月に発行されており，店舗ナンバー2，店舗ナンバー 23 とともに最新号を発行されるたびに常時掲示している店舗である。

つまり，2007 年 10 月～2008 年 2 月の期間はこの 2 つの店舗では 3 つの連合共通企画を重ねて取り入れた時期だったことになる。よって，一つ一つの企画単独で評価した場合は影響が小さいために結果がわかりにくい，いくつかの企画が重なったことで効果が重なり，結果がでたのではないかと考えられる。

7-3 まとめ

2007 年度 1 年間の環境配慮商品購入率で見た場合，各店舗での学生の仕入・販促への関与や，連合共通企画の実施は特に購入率を上昇するような要因にはならない．第四章の結果からもっとも結果が出やすいと考えられる「パンチつき W とじファイル」の販売も単独で購入率に影響を及ぼすようなものではなかった．

ただ，1 週間ごとの購入率の推移と，3 つの連合共通企画の実施時期を見てみると，関係がある店舗が少数ではあるが，あった．これらの 3 つの店舗は 2 種類にわけられ，小規模であるため企画の効果が出やすかったと考えられる 1 店舗といくつかの企画を重複して行うことで効果がかさなつたと考えられる 2 店舗に分けられる．企画の効果が大きければ，週単位の環境配慮商品購入率には影響を及ぼすことができるのではないかと考えられる．

