

# エールマーケット 媒体資料

2023年3月現在 ヤフー株式会社

# エールマーケットについて

# エールマーケットの歴史

2011年3月11日東日本大震災以降、販路を断たれた東北のストアや生産者支援のため「復興デパートメント」をリリース。2016年7月に「東北エールマーケット」、そして **2018年10月に全国展開の「エールマーケット」** に生まれ変わりました。

2011年12月誕生



生産者の想いがたくさんつまった  
**復興デパートメント**

2016年7月誕生



東北へエールを。東北からエールを。  
**東北エールマーケット**

全国展開をはじめました

2018年10月誕生



人・環境・社会にやさしいエシカル消費  
**エールマーケット**

# エールマーケットについて

人・環境・社会に配慮した商品を購入し消費する「**エシカル消費**」をテーマに、エコマークなど認定ラベル、オーガニック、就労困難者支援、環境配慮、災害支援などを基準に、**ヤフーの担当者が選定した商品のみ掲載**しています。また、「エシカル消費」や「持続可能な社会」を実現するための**特集記事を発信**しています。



特集一覧

# 掲載基準（エシカルタグの設置）

開示先限定

ヤフーの担当者が、以下のピックアップ°（エシカルタグ）にマッチした商品を選定して、エールマーケットに登録

## ピックアップ

- 認証商品
- オーガニック
- 食品ロス
- ゴミ削減
- 脱プラ
- 海を守る
- 森林を守る
- リサイクル
- アップサイクル
- 動物配慮
- CO2配慮
- 省エネ
- 無添加
- 天然素材
- 復興支援
- 就労支援
- 寄付つき
- フェアトレード
- 地域産品
- 地元生産加工
- 伝統工芸
- 旬食材
- 災害対策
- コロナ被害支援
- 100年商品
- 顔がみえる物
- 職業教育
- 地域雇用
- 郷土料理
- 地理的表示
- プレゼント
- 時短
- 一生モノ
- ふるさと納税
- ライフスタイル
- ごほうび
- エール限定品
- 栄養バランス
- 自分磨き
- 記念日
- 家事
- 訳あり

# エールマーケットについて

持続可能な社会の実現

**「買う」という消費によって  
世の中を良くしていくマーケットです**

持続可能な社会の実現のために、エシカルという概念をもって消費によってより良い世の中へ変えていきます

**Why**

**エールのボタンが100年先の未来を変える**

**コアバリュー**

**未来につながる「買う」の選択肢**

# 取り扱っている商品はどんな商品？（今までは）

開示先限定

年間を通した旬の食材やスイーツ。伝統工芸からアクセサリーやバッグなどのものづくり。エコ、環境配慮などのエシカルをテーマに、東北含む全国の地で作られた逸品を取り揃えています



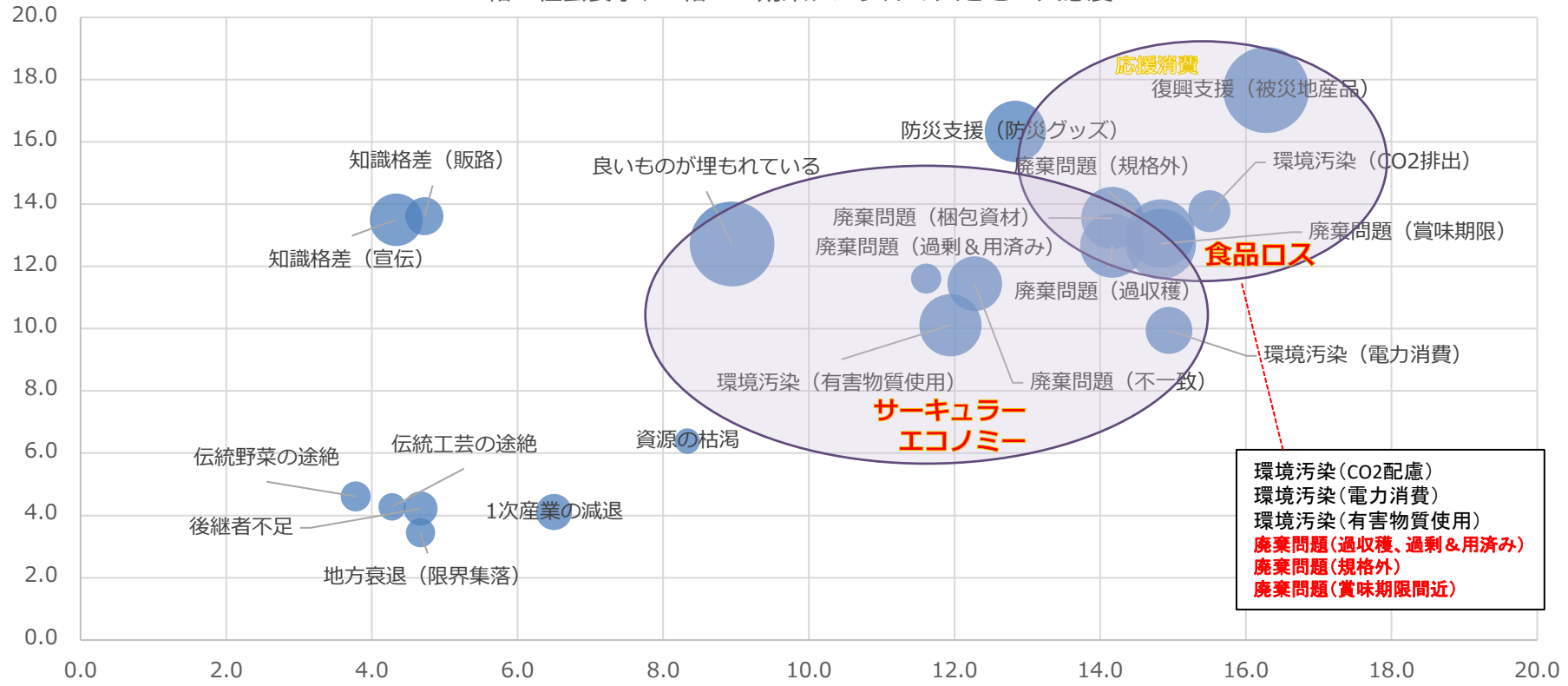
# 解決する社会課題は何にするか？

消費にまつわる社会課題の何に注力するか。



# マテリアリティマトリックス

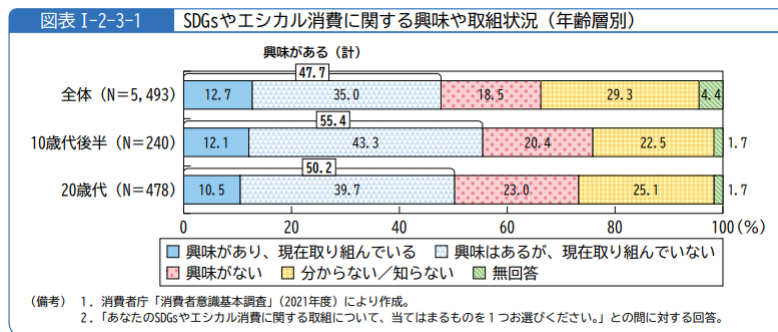
X軸：社会要求、Y軸：Y!効果、バブルの大きさ：共感度



- 環境汚染 (CO2配慮)
- 環境汚染 (電力消費)
- 環境汚染 (有害物質使用)
- 廃棄問題 (過収穫、過剰&用済み)
- 廃棄問題 (規格外)
- 廃棄問題 (賞味期限間近)

# 社会課題の解決、汚染しない、廃棄を減らす 環境に配慮した消費行動が地球規模で求められている。

一方、**サステイナブルな商品は高く、  
率先して取り組むユーザーはまだ一握りの状態。**



出典：消費者庁令和4年版消費者白書 [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_research/white\\_paper/assets/2022\\_whitepaper\\_all.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/assets/2022_whitepaper_all.pdf)

# 消費の行動変容を起こすには・・・

## エシカル消費実施の条件



価格・品質などの経済合理性以外で、行動変容が起こるには、問題事とその商品による解決力の関係性を伝えることが必要。

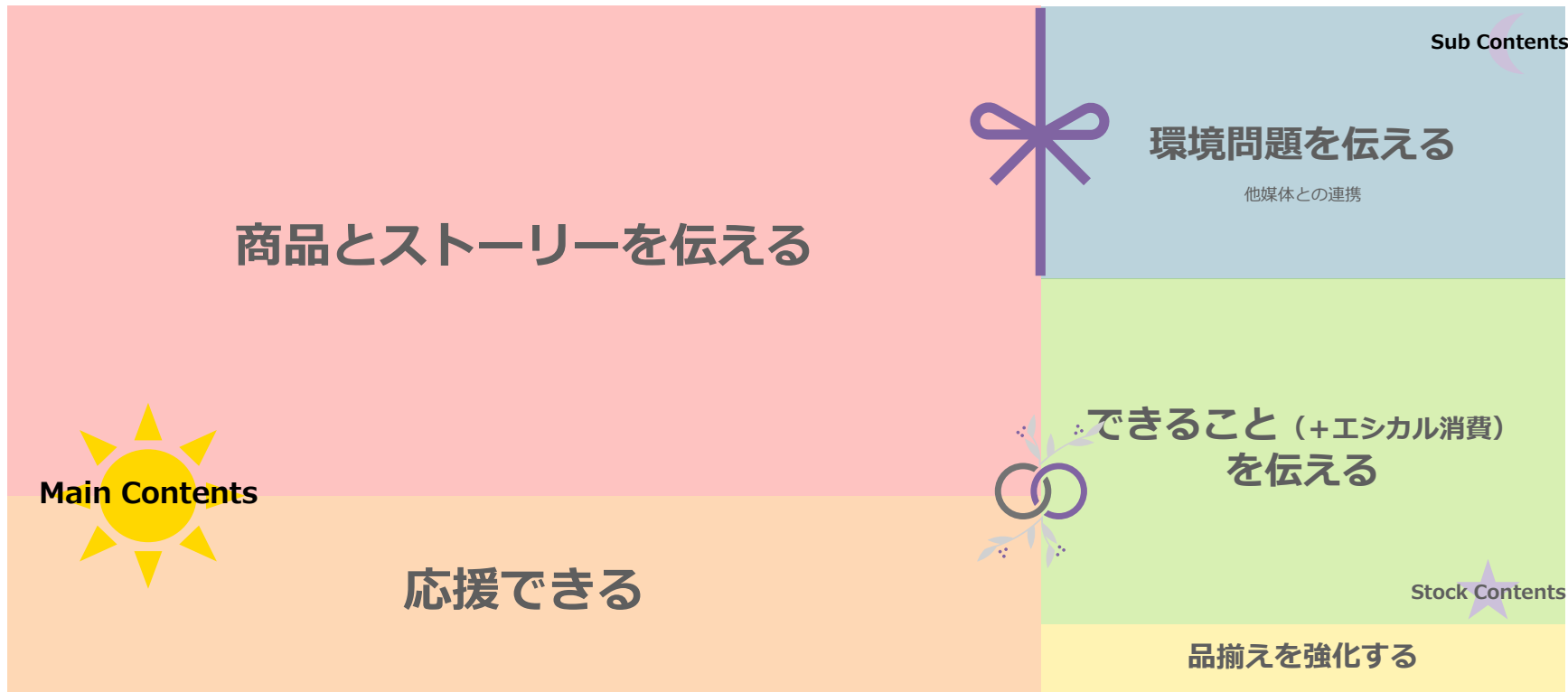
電通、「エシカル消費 意識調査2022」  
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0620-010527.html>

➤ **商品の持つ背景（ストーリー）を伝え、共感を応援行動（消費など）に繋げる。**

- ✓ サステナブルな取り組みから生まれた商品を、定期的に何かしらクローズアップして紹介する。

# 社会課題解決型サービスの構成

- 商品とストーリーをセットで訴求し、意識&行動変容のきっかけを作る。



# 食品ロス削減企画

余すことなく「まぐろ」を食べる

規格外の果物を利用したスイーツ

サスティナブルファーマー

# サーキュラーファッション特集



Yell Market

食べもの ものづくり 特集一覧 ランキング | 閲覧履歴 お気に入り

IDでもっと便利に新規取得 ログイン YAHOO! JAPAN

人・社会、地域、環境にやさしいエンカナル商品を応援するお買い物メディア エールマーケット

TOP・特集一覧>ずっと続く物語のある服 サーキュラー・ファッションという選択

**ずっと続く物語のある服**  
**サーキュラー・ファッションという選択**

大切な服も「ごみ」として捨てられていく。  
もし、思い出の詰まった服が、新しい服として生まれ変わり、  
また思い出を刻んでいけたら。  
そんな取り組みに挑む人たちがいます。  
サーキュラーファッションへの挑戦を応援してみませんか？

もっと商品を見る、商品のストーリーを知る



廃棄される繊維を、  
新たな繊維へ再生

**RENU**

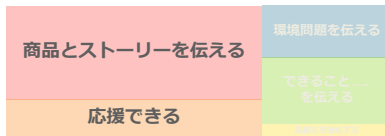


デニムを刻み、  
再び作る

**FUKKOKU**

[https://yellmarket.yahoo.co.jp/specialist/circular\\_economy/fashion/index.html](https://yellmarket.yahoo.co.jp/specialist/circular_economy/fashion/index.html)

# 構成①：商品とストーリーを伝える＋応援できる



## サステイナブルな取り組みから生まれた商品を定期的にフィーチャー

### ➤ どんな物を扱うか

- 出荷しなかった農作物を加工して別商品に。
- 廃棄物を加工して新たな製品に。
- 廃棄を極限まで減らしたサーキュラーエコノミー商品。

### ➤ どのように扱うか

- 購入できる商品＋誕生秘話（簡易版）  
生産現場を掘り下げた記事は、SDGsメディアなど他メディアにあれば連携。
- 生産過程など商品のストーリー画像を掲出。
- エシカルタグから関連する環境問題を深掘りできる。
- 同じような商品を複数点紹介。（正規品、関連する商品、同じような加工、同ストア別商品 など）
- 寄付やコメント投稿などの、購入以外の応援方法もいずれ実現可能か？



# 連携したいこと

- **食品ロス削減に関心ある企業**。食品ロス削減に寄与している商品をお持ちの企業。新たなビジネスモデルを模索している企業
- **サーキュラーエコノミーに関心ある企業**。新たなビジネスモデルを模索している企業
- エシカルタグに沿った商品をお持ちで、ECで販売しており、エールマーケットに掲載してほしい企業。



# 過去の事例

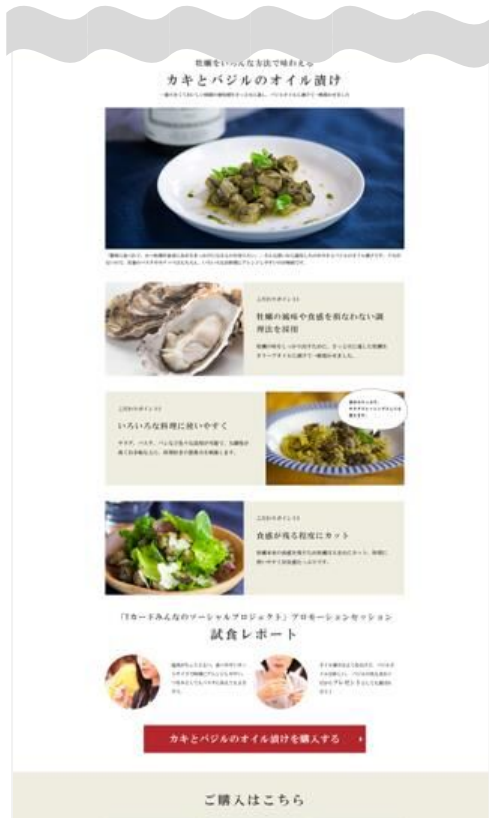
# 過去に掲載実績のある企業・自治体

開示先限定

自治体	企業
<p>北海道池田町 福島県 福島県12市町村 兵庫県洲本市 広島県三原市 愛媛県宇和島市 福岡県北九州市 宮崎県綾町 鹿児島県志布志市</p>	<p>テレビ東京 福島TV 株式会社Tポイント・ジャパン 株式会社タスカジ dely株式会社(クラシル) ハースト婦人画報社 25ans 株式会社三陽商会 ニッポン手仕事図鑑 株式会社鈴廣蒲鉾</p>



# 事例2：データを駆使した商品開発とプロモーション



- **タイトル：**  
**カキ好きのわがままを実現**
- **目的：**売れる商品を作り売る
- **内容：**魚好き、さらにはカキ好きデータを使い商品開発を実施。また、そのデータをもとに、ヤフーIDの魚好き、カキ好きのデータを拡張し、的確にこの商品を買いたい人へアプローチすることで購買率を高めた

# 事例3：伝わるのが難しい商材をユーザー目線に改良し販売



- **タイトル：海の5つ星ホヤ**
- **目的：売れない商品売る**
- **内容：東北独特の商材かつ、食べても好き嫌いが激しい商品を商品開発を通して、売りました。味はもちろん、ターゲットを絞り、ユーザーの使いやすさ、おしゃれなイメージをプラスすることで、売れる商材へと変わった**

## 事例4：被害にあってもそのままの状態と価格を保ち販売



### ●タイトル：ぶさいくちゃんのおすそわけプロジェクト

- 目的：生産者の収入維持
- 内容：雹害にあたりんご。見かけが悪いただけで味は、変わらないのに、価格を下げて売られる、もしくは、捨てられてしまいます。それを、自分のいいね。を基準に、購入しよう。と促し、そのままの価格で販売。みかけが悪くなってしまった分、近所の人にもおすそ分けができるように、かわいい袋を添えて、販売。



# 事例6：自治体連携



「洗う」の3つの本音 「好きっちゃ」の3つの本音 「エシカルに暮らす」の3つの本音

住みたい都市ランキングで1位（人口10万人以上）、そして全国主要都市の子育て環境を評価する2017年度の「子育て環境ランキング」で、2018年度の都市で7年連続の1位を獲得したのは北九州市。本当に住みたい都市ですか？子育てしやすい都市？環境がよい都市？また北九州市独自の「好きな3つの本音」を聞いたところ、おうちの話題がなんと「北九州市が大好き！」ということ。そんなママ達の「好きっちゃ」を本音に聞いたら、実際にオススメスポットを体験してきました。

**住みたい都市ベストランキング 人口10万人以上ランキング 1位**

北九州市は、人口10万人以上の「大きなまち」の総合部門1位、シニア世代部門1位に輝きました。子どもから高齢者まで快適に暮らせるインフラと、暮らしが豊かに楽しめる文化の魅力を兼ね備え、それだけで豊かな生活が感じられるからこの順位です。 富島区 田舎暮らしの本 編集長

- 本音1** つかえる自然が近くにある！
- 本音2** ご近所さんがいるから、子育てしながら安心して働ける
- 本音3** 地産地消 食も野菜なんでも安くおいしい！



田舎暮らしの本 編集長 富島美さん  
中野区民、小学校教員ママで北九州在住。子育てから、communityの観点からでも北九州が大好きな方です。

北九州市 子育てママ 代表 好子さん  
専業主婦で専業主婦ママで北九州在住。北九州の暮らし、子育て、暮らしが大好きな方です。

雪文アイス 無添加の純品アイス  
ふるさと納税で選ぶ (送料別)

チキンバー おつまみに！  
ふるさと納税で選ぶ (送料別)

揚子江原まん お土産で絶対喜ばれる！  
ふるさと納税で選ぶ (送料別)

ここが好きっちゃ！  
好きっちゃおやつの本音

揚子江の原まんは、ちょっとでも懐けると汁がしたたるほど、ジューシー！ だけど野菜が多く、意外とヘルシーにいただける！ 他席の人にもあげると、絶対喜ばれる。お土産の定番！ チキンバーは食べ歩きもできるし、気取らないおつまみにいい！ 冷たいまま食べられるし、パッケージがかわいいのでお土産にも！



北九州市は経済協力開発機構（OECD）によって、平成23年6月、OECDが取り組む「グリーンシティ・プログラム」で、グリーン成長に関するモデル都市として、パリ、シカゴ、ストックホルムとともに、アジアで初めて選

- **タイトル**：エシカルxわたし
- **目的**：北九州市の認知
- **内容**：環境モデル都市で、ある北九州市の魅力を「エシカルxわたし」の3本シリーズのコンテンツ内で伝え、ふるさと納税や移住定住につなげる試み





ここにあるもの、ぜんぶ **応援** したいもの。

エールマーケット

<https://yellmarket.yahoo.co.jp>

