



MONSTAR ACADEMIA 2nd Month

GRADUATION WORK

1908_5th
YUKI NOSE

1. SDGs の課題について 01

なぜこの目標を選択したのか

調査内容と日本社会における課題の考察

社会問題を深掘りすることで見えてくる個人問題とそのインサイト

2. 課題に対する提案について 05

目的とターゲット、アプローチ方法の整理

提案内容のコンセプト

コミュニケーション、デザイン・情報設計、コンテンツの提案

3. デザイン案について 08

デザインのコンセプトについて

デザインイメージ

制作意図・使用イメージなど

4. このサービスを提案した先の未来について 11

01-SDGs の課題について



なぜこの目標を選択したのか

持続可能な社会を実現するには、私たち個人の日々の生活を少しずつ変えていくことが求められている。

今回は、わたしたちが日々消費しているものの中で、もっとも身近である、紙コップとプラスチックゴミについて注目した。

プラスチックゴミはもちろんのこと、紙コップについても、内側はプラスチックの薄い膜でコーティングされており、再利用を難しくしている。一説にはこうした分解には約 20 年かかると言われている。

こうしたプラスチックゴミは焼却される場合 CO2 を排出し、無残にも海・山・川に捨てられた場合は、海洋・土壌汚染に繋がっていく。

スターバックスは環境にやさしい紙コップの開発に 10 億円もの助成金を出すなど企業レベルでの活動は進みつつあるが、個々人レベルの意識改革には至っていない。

調査内容と 日本社会における課題の考察

世界のプラスチックゴミの発生量は年間 3 億トンにのぼる。
その中でも日本での一人あたりプラスチック排出量は、
アメリカに次ぐ世界 2 位の「プラスチックゴミ生産国」である。

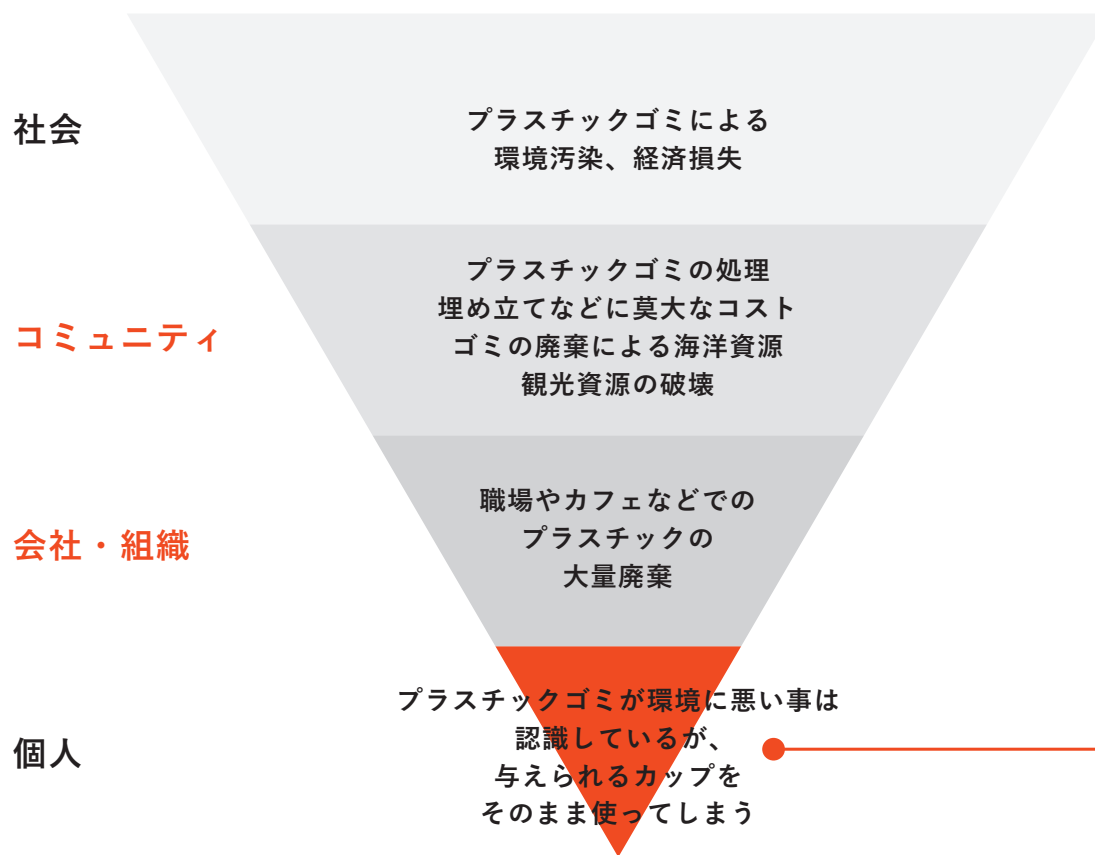
プラスチックゴミは環境汚染、大気汚染にのみならず、経済にも損失を与える。
海に流れ出たプラスチックゴミにより、海の生態系に大きな影響を及ぼす。

- ・ 魚がエサと間違えてプラスチックゴミを食べてしまう。
- ・ 直径 5 ミリ以下の「マイクロプラスチック」をサンゴ礁が食べてしまい、
病気になってしまう。
- ・ 景観の破壊による観光地としての価値の低下。

OECD によるとプラスチックゴミが海洋に与える経済損失は 6 億
2200 万ドルにのぼる。



社会問題を深掘りすることで見えてくる 個人問題とそのインサイト



01-SDGs の課題について

顕在的課題

マイカップが環境にやさしい商品である事は理解しているが、従業員に使用を強制するほどのことではない。

ユニマットを導入しているが、全く飲まれていないメニューが複数あると総務から聞いている。

潜在的課題

ゴミとして日々当たり前に排出しているので、環境汚染に繋がる行動をしているという意識が薄い。

プラスチックゴミが海洋汚染等に繋がることは認知しているし、ゴミを減らす活動には協力したいが、どのように三角すればいいのかわからない。

従業員に対して何か会社に属することを喜んでもらえて、コストのかからない方法を模索している。

女性社員にコーヒーを持ってきてほしいけどこのご時世そんなことは言えない。
(経営者が男性の場合)

インサイト

マイカップを使った方がいいことは共感できるけど、使う機会はない。

自分のお気に入りのマイカップに誰かがコーヒーを淹れてくれるなら利用してみたい。

環境問題に対する企業の取り組みとして話のネタになるし、従業員満足度も高

められる、コストもかからない。いいところ取りのサービスないかな。

02-課題に対する提案について

目的

毎日おいしいコーヒーを、お気に入りのマイカップで飲むだけで
いつの間にかプラスチックゴミ削減に繋がるサービスを提供

ターゲット

- 会社の経営者
- 職場にユニマットを導入しているが、おいしくないと感じている経営者
- 社員の働きやすい環境や会社へ属することへの満足度を感じてもらいたいと感じている経営者
- 環境対策への取り組みとしてクライアントとの話のネタになり、手間、コストのかからない取り組みを探している経営者



アプローチ

マイカップにコーヒーを淹れてくれるサービスを展開する。

持続可能な社会に向けて、プラスチックゴミの削減！というテーマに対して、大きく身構えることなく、お気に入りのカップでコーヒーを飲むだけでいつの間にか貢献できている、続けやすい（持続可能）なサービスを創出する。

CONCEPT

日常の「ちょっと嬉しい」でいつの間にか プラスチックゴミ削減。

おいしいコーヒーを自分のお気に入りのタンブラーで飲む。
ストレスと気だるさが漂う朝の職場が、ちょっと嬉しい空間に変わる。

公益社団法人日本財団による海洋ごみに関する意識調査では、全年代・男女問わずゴミ問題に対する認知及び全員で取り組むべき課題であることが認識されている一方で、どのように活動していいのか、活動の場がわからないという結果であった。

普段の生活の中で常に環境問題を意識している人は少ないと予想される。

上記のようなターゲットに対し、意識せずともコーヒーを飲むだけでゴミを減らせる、持続可能な社会のための、続けやすい（持続可能な）サービスを提供する。

01

コミュニケーション

コーヒーデリバリーサービスではあるが、マイタンブラーが使えること、何もしなくていいお手軽さが伝わるよう情報をコンパクトにまとめました。

02

デザイン・情報設計

コーヒーの色味である茶色をふんだんに用いて落ち着いた印象、コーヒー豆はタンブラーのアイコンを用いて親しみやすさを演出しました。

ランディングページとしての機能を果たすよう、お問い合わせをページ下部に設置。よくある LP のような説明的にダラダラ書く構成にはせず、必要な情報に絞って伝える構成としました。

03

コンテンツ

タンブラーじゃなきゃいけないの？→カップでもいいですよ。

毎回注文しなきゃいけないの？→月額契約ありますよ。

上記のように、ユーザーが抱くであろうペインポイントにその場で回答するようなコンテンツ配置を意識しました。

03-デザインの提案について

普段使いで続けられる 持続可能なコーヒーデリバリーサービス

「環境にやさしい」や、タンブラーを使うことに対する「意識高い人向け」なイメージを持たせず、普段使いで利用してもらえるようにデザインしました。

レジ袋をもらわない、割り箸やストローを断るなど普段の生活の中でできる行動は他にもありますが、普段から意識していないと続ける事は難しく、利便性を手放す行動でもあります。

本サービスは、
自分の好きなタンブラーでコーヒーを飲むだけ
という、ユーザーが意識せず行動でき、マイナス（我慢）行動を感じない設計です。



03-デザインの提案について

デザインイメージ



制作意図・使用イメージなど



注文して、飲むだけ

ランディングページのお問い合わせフォームからお問い合わせいただき、サービスを利用するだけです。

04-このサービスを提案した先の未来について

我慢することなく、仕組みによって 環境対策ができる持続可能な社会へ

人々の意識を変えることはとても難しいです。

マッキンゼーアンドカンパニーでの伝説的存在の大前研一氏も
人生を変える考え方の中でも最も無意味なこととして、

「決意を新たにすること」

と主張しています。

仕組み化によって人々が意識せずに環境対策ができる社会を目指します。