

## 1. 事業の概要

国民の購買活動において、環境負荷の少ない製品が選択されることが環境保全の観点から必要である。そして、ライフサイクル全体で製品の環境負荷を評価する方法は開発されつつある。

そのような方法を活用して、各メーカーや販売店等において、製品の環境性能について表示を行い、販売促進につなげる取組が行われており、消費者も製品に関する情報への関心も高まっていると見られる。

しかしながら、現状においては、製品購入に当たって環境負荷に関する情報が必ずしも十分に活かされ、購入行動につながっているとは言えない。また、民間のNPO等の活動との連携も十分ではないと思われる。

そこで、これまでの取組の成功例、失敗例、海外も含めた表示方法の先進事例の調査等を通じて、関係主体の内、誰が、どのような役割分担で、どのような内容を消費者に伝えていくことが、環境関連商品の購入促進に結びつくか調査を行う。

その結果を踏まえ、消費行動に結びつくような形での環境負荷の表示方法やその伝達方法について研究を行う。

## 2. 事業計画

- (1) 事例調査分析：個別企業の情報提供システムや、多様な主体によるインセンティブ付与について、過去の取組とその成果を調査分析
- (2) 協力事業評価検討：誰がどのような役割を担って、どのような手法を取ることが望ましいかについて、関係者ととともに検討
- (3) 家庭実態調査分析：家電製品の保有実態と使用実態について調査
- (4) 表示方法調査分析：製品の環境負荷の調査及び表示方法・伝達方法について研究
- (5) 環境情報発信手法実証調査：環境情報による消費者の購買行動変化の実証事業実施

## 3. 施策の効果

製品の環境負荷が適切かつ効果的に表示、伝達されるとともに、それを効果的な役割分担で活用した情報提供やインセンティブの付与が行われることにより、環境負荷の少ない製品が購入される。

## 4. 備考

調査費 47,632 千円 内訳 事例・実証調査等 47,632 千円

# 環境関連商品購入促進方法調査事業

