

課題名	RF-087 日常生活における満足度向上とCO <sub>2</sub> 削減を両立可能な消費者行動に関する研究		
課題代表者名	工藤祐揮（独立行政法人産業技術総合研究所安全科学研究部門素材エネルギー研究グループ）		
研究期間	平成20-21年度	合計予算額	18,000千円（うち21年度 8,900千円） ※予算額は、間接経費を含む。
研究体制	<p>（1）生活行動に対するニーズとCO<sub>2</sub>排出情報の解析（独立行政法人産業技術総合研究所）</p> <p>（2）生活行動に対する受容性と実践阻害要因分析（芝浦工業大学）</p> <p>（3）生活行動のCO<sub>2</sub>排出情報提示に対する反応性分析（独立行政法人産業技術総合研究所）</p>		
研究概要	<p>1. 序</p> <p>わが国における従来の温暖化対策は、新エネルギー技術・省エネルギー型製品の普及など生産者サイドが主導するものであった。これらの対策は、温室効果ガス排出量の伸びの抑制に貢献してきたが、それ以上の消費者サイドのニーズの量的・質的拡大によって、近年ではその効果が鈍化していると考えられる。今後、より一層の温室効果ガス排出抑制を図るためには、消費者サイドの対策、すなわちライフスタイルの変更が必要となっている。これまでも「チーム・マイナス6%」「1人、1日、1kgのCO<sub>2</sub>削減」など、消費者生活の中で温室効果ガスの削減につながる具体的な行動事例を示し、その実践を推奨する取り組みが数多く行われてきたが、提案されている行動の多くは実践に至っていないと言えよう。その理由として、これら行動の多くが、温室効果ガスの削減という側面のみに着目して提案されたものであり、消費者が自らの生活において環境面以外の価値を見出すことができず、むしろ制約やマイナスと捉えていることが挙げられる。消費者の自発的な行動変化による温室効果ガス削減を実現するためには、行動の実践によって消費者が生活において何かしらの価値を見出すことができ、かつ「無駄な温室効果ガスの排出」を減らすことができるような生活行動を提案していくことが重要であると考えた。</p> <p>2. 研究目的</p> <p>本研究課題では、生活形態によって異なる生活のニーズに応じた行動によるCO<sub>2</sub>排出量削減の可能性を検討し、日常生活の中で自発的に実践可能で、かつ温室効果ガス削減につながる可能性のある行動を抽出し明確にすることを目的とする。まず、消費者の生活行動を規定する金銭支出や時間消費に着目し、居住地や年齢、性別等により異なる様々なライフスタイルの中で、現状の生活行動に対する環境配慮型生活行動による直接的な変化だけでなく、金銭支出・時間消費の変化によって生じる波及的な行動（リバウンド効果）も含めたCO<sub>2</sub>排出量を算出する。またこれらの生活行動に対する消費者の価値を分析し、消費者受容性の高い生活行動を提案するとともに、CO<sub>2</sub>削減効果が高いものの、受容性の低い行動実施の阻害要因を明らかにする。さらに、環境配慮型生活行動に対する消費者の嗜好性を分析することにより、消費者の環境配慮型生活行動に対するニーズとCO<sub>2</sub>削減効果の阻害要因を把握し、これを解消するための情報提供のあり方について検討を行う。</p> <p>3. 研究の方法</p> <p>（1）生活行動に対するニーズとCO<sub>2</sub>排出情報の解析</p> <p>家計消費支出データと産業連関表を用い、消費者の消費支出に関連する直接的および間接的なCO<sub>2</sub>排出量を支出項目別に網羅的に算定し、CO<sub>2</sub>削減ポテンシャルの高い生活行動を抽出することを試みた。また、生活時間データを合わせることによって、金銭支出や時間消費の変化に伴うリバウンド効果を解析した。この解析結果に基づき、CO<sub>2</sub>削減ポテンシャルの高い行動の1つとして推計された食料の購入という行動に着目し、削減のための具体的な方策の例として宅配システムの利用についてCO<sub>2</sub>削減ポテンシャルを、小売事業者からの協力を得て収集したデータとLCAソフトウェアに実装されているデータを用いて、ライフサイクルインベントリ分析により推計した。</p> <p>（2）生活行動に対する受容性と実践阻害要因分析</p> <p>消費者アンケートを実施し、代替行動の実施の前提となる消費者の地球温暖化問題に対するリスク認知を、他の社会経済的リスクに対する認知と相対的に比較できる形で把握した。また、消費者の要望・不満解消につながり、かつライフサイクルCO<sub>2</sub>排出量の少ない消費行動を検討するため、消</p>		