

R5FY 第2回消費市場関係団体懇談会 — 脱炭素社会に向けた消費者の行動変革について —

- 令和5年度第2回目の今回は「脱炭素社会に向けた消費者の行動変革について」をテーマに、日常生活における温室効果ガス排出削減への寄与に向け、消費者として具体的にどのように行動すべきか、また判断基準をどこに求めるか等について意見交換を行った。
- 第1回に引き続き、株式会社ATGREEN 富永ゼネラルマネージャーに講師として参加いただき開催した。

開催概要

- 日 時：2024年1月19日（金）13:30～15:30
- 参加者：会場参加12名（講師1名、NACS九州支部7名、九州経済産業局4名）
オンライン2名（NACS九州支部）

意見交換のポイント

○国の指針※に沿った「取組の進め方やポイント」について、何を実践すれば足りるか。

- ・脱炭素に繋がる行動の要素については、環境省作成の国民向けの資料等様々な公表に資料において概ね網羅されているが、こうした行動要素に関する情報が購買行動に入る際に消費者に伝わっているか、また浸透しているかは別問題という認識。
- ・SDG sに積極的な学校でも例えば「エシカル消費」という言葉そのものを先生が知らず、教えられないなど、消費者への浸透度合いについては不十分な面もまだまだある。
- ・環境省作成のBtoC事業者向けのガイドブック「温室効果ガス排出削減等指針に沿った取組のすすめ」は、消費者の行動変容を促すうえで、また、事業者の具体的な排出削減の取組の紹介もされており、特に消費者の購買行動等において、企業や製品・サービスを選択する目安として有益。
- ・消費者が自ら情報を取りに行くことが理想であるが、メーカー、販売店舗など供給側からの啓発や表示努力、回収フローの構築等の具体的なアクションも必要。「取り組んだ方が良いこと」などを消費者が人から直接聞いて納得感を得られる機会を増やすことが大事。

※温室効果ガス排出削減等指針に沿った取組のすすめ（環境省）、「デコ活」～くらしの中のエコろがけ～脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動（環境省）

○商品・サービスが環境に与える影響は消費活動にも影響を及ぼすという傾向もある中、さらに消費者が行動を変えていくためには？

- ・ゲーム感覚で取り組める、気軽に楽しみながらやれる、という要素も、取組を継続するためには必要。例えば、脱炭素に関する商品を購入時にポイントを付与する等消費者の行動にインセンティブを付与することが考えられる。ただし、大きなインセンティブを付与しようとすると、持続的な取組とできるかという点で課題。
- ・企業の広告では効率性や利便性について触れていても、環境負荷にどの程度貢献しているかといった情報は少ない。企業側の訴求ポイントを考える必要もあろう。
- ・直接脱炭素のメッセージを伝えるのではなく、量り売り、見切り品のような価格設計などのように、消費者の倫理観だけに留まらない、消費行動の多様な判断基準の中に落とし込めることが重要ではないか。
- ・家電品のようなものは、例えば一定の条件下で2,000時間使用すれば従来品を上回るエネルギーコストメリットが出せる、といった消費者向け啓発が必要と考えられる。このようなコミュニケーションは、結果的に脱炭素社会に向けた消費行動にも繋がる。
- ・エシカルやサステナ消費者層でない、一般消費者層に定着するには長期的な時間軸が必要。ただし、海外と比較しても消費者の意識には大きな差はなく、企業の発信する情報の質や頻度に差があると感じる。企業側から継続して発信される情報にシャワーを浴び続けるように常に触れていれば、中長期的に消費者意識に浸透し、行動変化を生み出すのではないか。
- ・学校教育課程に加えることが重要。少し触れる程度では不十分で、まだ学校で習うことが自分でとるべき行動につながっていない。食育や消費トラブルなどのように、消費者教育として学校教育の中で取り扱う事案に、「環境」が加わると将来的な意識の変化にも有効。

○消費者として、持つべき視点（判断基準）とは。

- ・情報を数値化することは大事だが、1回1回の消費行動にそれを反映させることは難しい。「ある製品Aを買いました、Bと比べて10gCO2排出量が少ないです」と言われても、消費者はその効果を体感しにくい。自分の行動が、どの程度役に立っているかわからなくなると、行動が止まってしまうので、1回1回の行動ではなく全体でみたほうがよい。
- ・エアコンを選ぶときに省エネ・節電という感覚はもっていても、家や部屋の断熱という観点から見る目はまだ浸透していない。そこは業界としての発信の努力の違いによるのだろう。
- ・やる気のある消費者が助言を求めることができる機関（人材）の配置、個々の家庭へのアドバイスができる仕組み等も、意識の浸透と実効性の双方の面から効果的では。

講師



株式会社ATGREEN
富永聖哉
ゼネラルマネージャー

