

資料3-3

消費者のエコプロダクトの受容性と その特徴

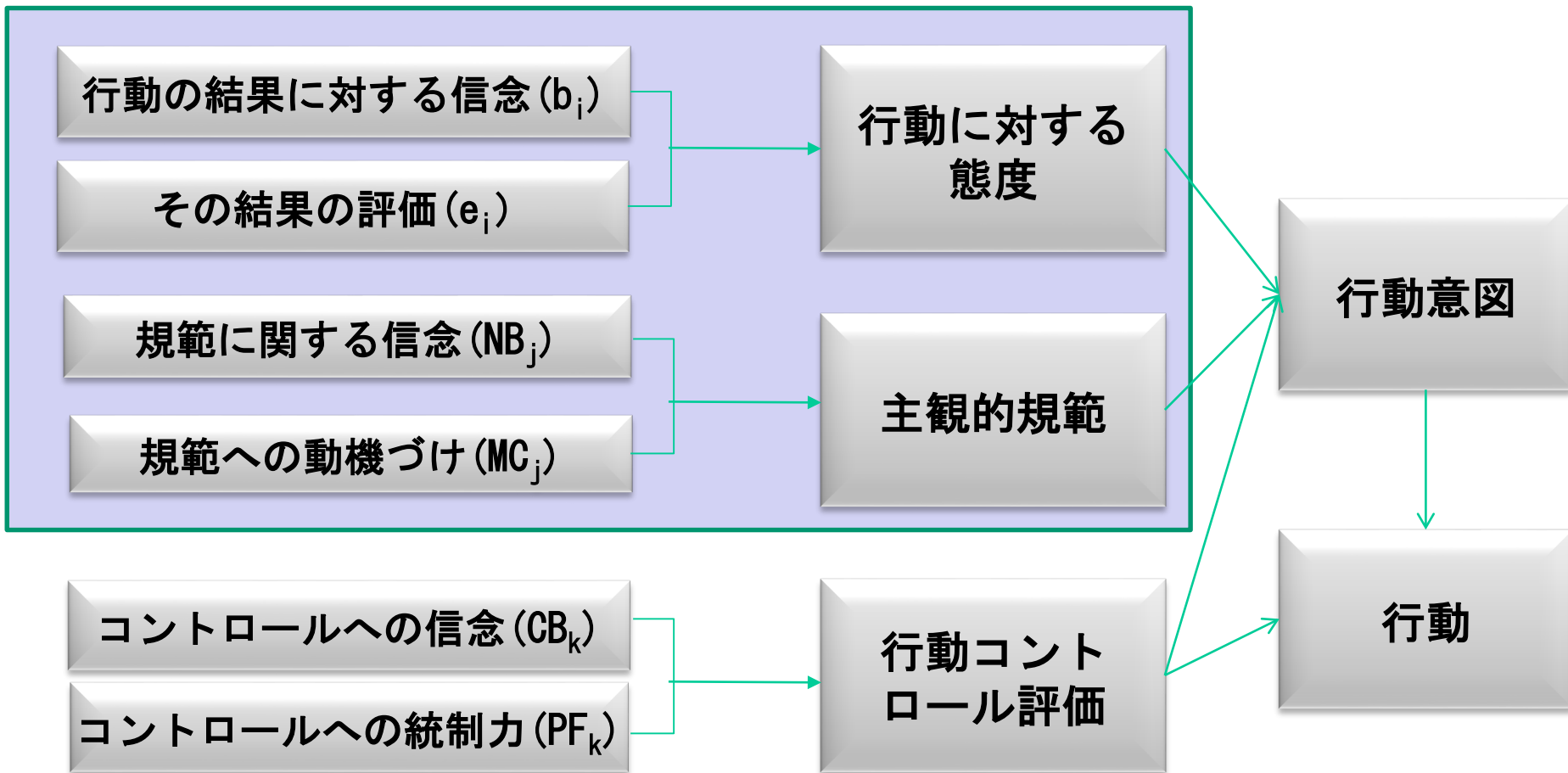
西尾 チヅル
筑波大学ビジネスサイエンス系

消費者から見た地球環境問題の特徴

- 多様で複雑な構造
- 対象とする環境問題によって消費生活との関連性が異なる
- 協力（e.g.エコプロダクト使用）の結果の不透明性
- 多くのエコロジー行動は新たなコストや労力を要する
- 社会的ジレンマ性をもつ
利益が最大になるような行為をとったにもかかわらず、社会全体の共益が損なわれて、前よりも悪い結果になっている状態

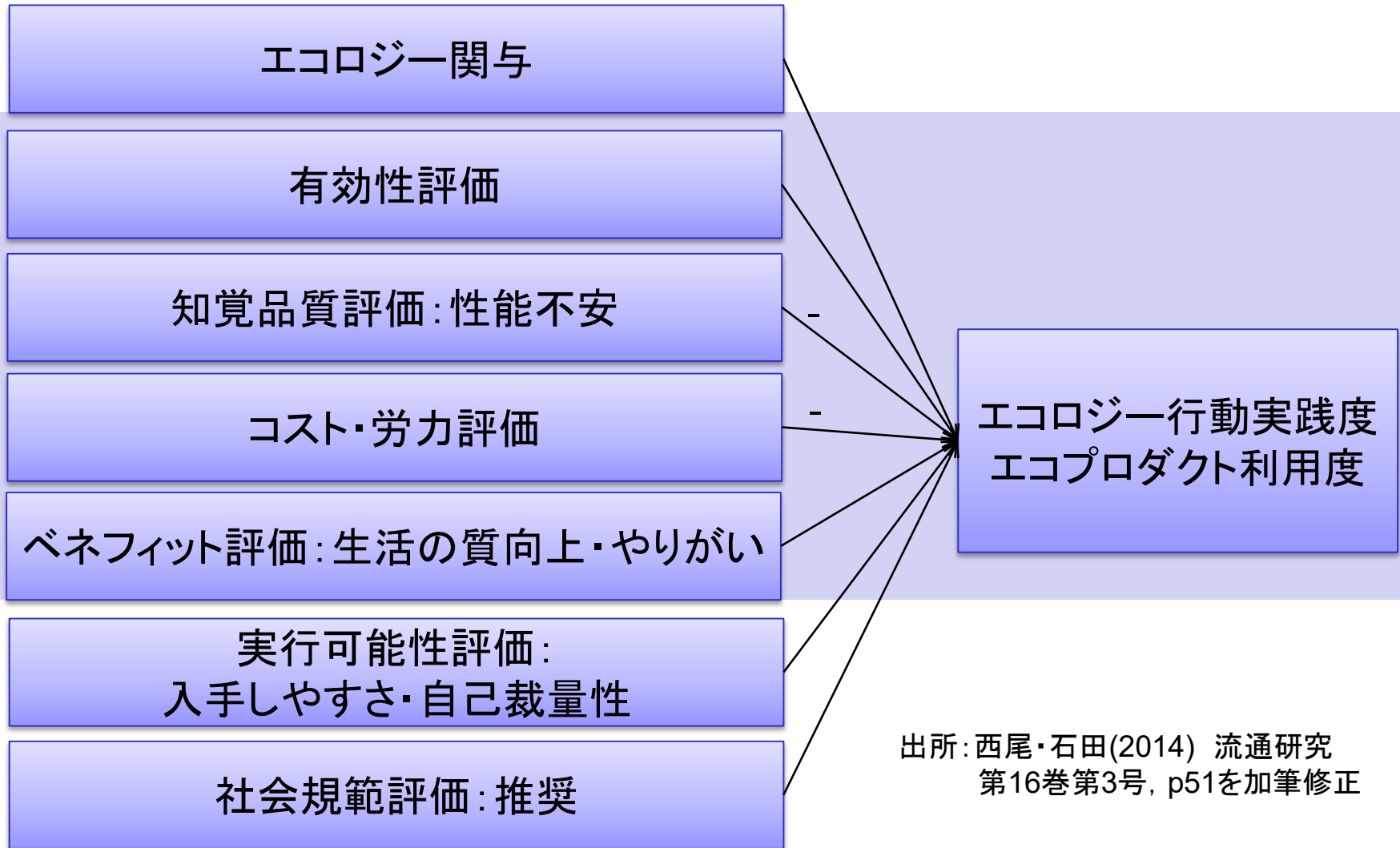
背景となる理論：合理的行動理論と計画的行動理論

Theory of reasoned action(TRA) (c.f.Fishbein & Ajzen)



Theory of planned behavior(TPB)(c.f. Schifter & Ajzen 1985)

エコロジー行動/エコ商品選択の規定要因：西尾モデル



出所：西尾・石田(2014) 流通研究
第16巻第3号, p51を加筆修正

エコロジー行動の規定要因:2000年代前半

	リサイクル行動 2002年8月	省エネ家電商品 2003年10月	リサイクル ショップの利用 2003年10月	エコラベル商品 2003年10月
エコロジー関与	0.334	0.197	0.174	0.410
有効性評価	0.070	N.S.	N.S.	N.S.
知覚品質評価:性能不安	-	-0.113	N.S.	N.S.
コスト・労力評価	N.S.	-0.200	-0.120	N.S.
ベネフィット評価:経済性・やりがい感	0.076	0.173	0.242	0.103
ベネフィット評価:健康・安全	-	-	-	0.170
実行可能性評価	0.187	0.113	0.134	0.100
社会規範評価(家族・友人の推奨)	0.153	0.103	N.S.	0.098
モデルの適合度(自由度調整済決定係数)	0.339	0.397	0.231	0.389
サンプル特性	関東地区のある市の住民20代~60代の男女1179人	東京圏と関西圏在住20代~60代の男女261人	東京圏と関西圏在住20代~60代の男女261人	東京圏と関西圏在住20代~60代の男女274人

注1:表中の数値は標準化された偏回帰係数のうち、10%水準で有意になったもの。N.S.は有意にならなかったもの、-は測定されていないものを示す。

出所:西尾チヅル(2017)「社会課題解決へのマーケティング対応」企業と社会フォーラム学会誌 第6号 pp.43-60 他

エコロジー行動の規定要因:2010年以降

	エコラベル商品 2010年12月 2012年2月	エコラベル商品 2012年3月	寄付つき商品 2012年3月	エコラベル商品 2015年2月
エコロジー関与	0.137	0.110	0.072	0.078
有効性評価	0.078	0.087	0.069	0.058
知覚品質評価:性能不安	-0.059	-0.038	0.010	-0.074
コスト・労力評価	-0.041	-0.230	-0.068	N.S.
ベネフィット評価	0.106	0.090	0.132	0.149
実行可能性評価	0.085	0.080	0.086	0.301
社会規範評価(家族・友人の推奨)	0.541	0.653	0.600	0.361
モデルの適合度(自由度調整済決定係数)	CFI=0.988(注2) RMSEA=0.031	0.608	0.525	0.572
サンプル特性	全国18～69歳男女 1394人。2回とも同じ サンプル。	東京圏と関西圏在 住20代～60代の男 女824人	東京圏と関西圏在 住20代～60代の男 女824人	東京圏と関西圏在 住20代～60代の男 女620人

注1:表中の数値は標準化された偏回帰係数のうち、10%水準で有意になったもの。N.S.は有意にならなかったもの、一は測定されていないものを示す。

注2:2時点間で同じサンプルのため、多母集団による同時分析を実施。その結果、エコラベル商品の選択への影響度(パスの強さ)は2時点間で不変という平均不一致モデルの適合度が最も高いことが示された。

出所:西尾チヅル(2017)「社会課題解決へのマーケティング対応」企業と社会フォーラム学会誌 第6号 pp.43-60 他

環境/社会支援商品/行動の規定要因:2015年以降

	地元野菜 2016年12月	エコラベル商品 2019年3月	コーズ型商品 2019年3月	ボランティア活動 2019年3月
エコロジー関与/社会貢献関与	0.377	0.187	0.108	0.172
有効性評価	N.S.	-0.113	-0.108	0.033
知覚品質評価:性能不安	N.S.	0.040	0.102	0.040
コスト・労力評価	-0.141	-	-	-0.103
ベネフィット評価	0.136	0.191	0.300	0.164
実行可能性評価	0.264	0.167	0.158	-0.090
社会規範評価(家族・友人の推奨)	0.259	0.566	0.585	0.572
モデル適合度(自由度調整済決定係数)	0.688	0.612	0.634	0.543
サンプル特性	四国在住の30代～ 50代の男女743人	東京圏と関西圏在住20代 ～60代の男女800人	東京圏と関西圏在住20 代～60代の男女800人	東京圏と関西圏在住20 代～60代の男女800人

注1:表中の数値は標準化された偏回帰係数のうち、10%水準で有意になったもの。N.S.は有意にならなかったものを示す。

注2:エコラベル商品の選択モデルは「エコロジー関与」、それ以外は「社会貢献関与」尺度を用いている。

注3:2019年調査においては、エコラベル商品と寄付支援商品の要因分析において、「コスト・労力評価」は「知覚品質評価:性能不安」と同一の因子に集約された。

CFPの経営面および市場・社会効果

LCA全体でCO2排出量を把握でき、正確かつ比較可能な形で表示

■ コンプライアンスの確保

■ 環境パフォーマンスの見える化（環境対応、管理手順、結果等）

- CO2排出を数値目標化 → 商品の環境パフォーマンス向上
- モノづくり全体のプロセスの改善やコスト構造を把握
→ 品質改善、コスト削減等の経営効果
- 競合企業が協業してPCRを作成し、CO2を見える化
→ 水平方向全体の環境パフォーマンス向上

■ 商品のトレーサビリティが必須

- 品質管理の向上による経営効果
- 消費者・社会ニーズへの対応
- グリーン調達の実進 → CFPの導入はビジネスの手段
- サプライチェーン全体での低CO2化
→ 垂直方向全体の環境パフォーマンス向上