

エコ行動ウォンツ

平成14年度 経済産業省 新エネルギー等導入促進調査
～省エネ・新エネ等のエネルギー・環境コミュニケーションに対する市民の行動実態調査～報告書【平成15年3月 (株)ドウ・ハウス NPO環境リレーションズ研究所】より

2006年7月24日
(株)環境ビジネスエージェンシー
NPO環境リレーションズ研究所

前提：意識と行動のギャップ

市民の環境意識は高いものの、
いくら「環境」を意識しても、行動は伴
わない。

生活者が環境に良い行動を起こす理由と背景から 行動に繋がるウォンツを抽出

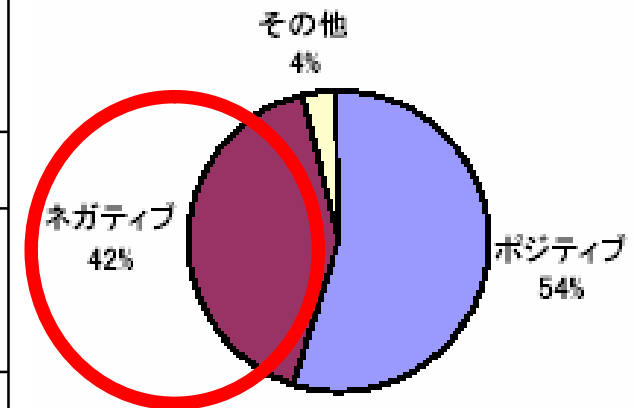
市民の環境行動実態調査

平成14年度～経済産業省環境政策課

「環境行動」およびその背景を収集・データベース化。

蓄積された1,541件のうち「環境に悪いと知りつつ、行ってしまう」「環境に良いと知りつつ、行えない」というネガティブなものは643件、「環境に良いと思い、行っている」「環境に悪いと思い、行わない」というポジティブなものが841件、どちらにも含まれないもの57件となっている。

行動	理由・背景
資源として使えるので、ゴミを増やさずに済むが、スーパーなどで買った肉や魚についているトレーは、回収場所に持って行かないで、ゴミとして捨てている。	食品のトレーは、近くのスーパーで集めていない。遠くまで持っていくのは大変。
ダイオキシンが発生すると思うが、新聞を燃えるゴミに出してしまう。	ゴミ出し場が遠いから。
ペットボトルのリサイクルができません。ついつい、ペットボトルを荒ゴミに出してしまいます。もっときちんとすればリサイクルになるのに、しないので、いつも資源を捨ててくるかと思うのもったいなく思います。	中を洗い、ラベルをはがし、ここまでは簡単なのですが、キャップの白い硬い部分を外さないと資源にはならないと聞き、それが面倒でやめてしまいました。硬すぎて、手を怪我しやすいんですよ。
米のとぎ汁を流してしまう。生活排水が川などに流れると汚染されると思う。	米のとぎ汁の使い道があまり考えられないから
焼却炉などの寿命と排ガスに良くないと思いながらも、てんぷら油を生ごみに混ぜて捨てている。	てんぷら油の処理のしかたで、他に手立てが良く解らない。
電池のリサイクルをせず、普通ゴミに捨ててしまう。	中に入っている液体などを、いまいどこに持っていけばいいか、どう捨てたらいいかわからないから。
きちんと分別したいのだけど、どう分別してよいか迷うものを燃えるゴミで捨ててしまうことがある。	リサイクルの妨げになるが、ゴミの種類がよくわからない。



環境意識はあるものの行動を起こさない一群

エコ行動ウォンツ

「生活者が環境に良いと思い、実際に継続して実施している行動」をヒアリング、この理由・背景から導き出したウォンツ。

＝顧客分析

6種の行動ウォンツがエコアクションの鍵を握る

1. 身近で簡単にできる
2. 環境に良く、同時に節約にもなる
3. 義務感や使命感でいい環境を残したい
4. 少しでも環境保全に貢献しているという満足感を得たい
5. 自分や家族にとって害がないようにしたい
6. 楽しみながら実践したい

身近で簡単にできる

ウォンツ
CMや新聞広告で、環境努力を前面に押し出している企業を応援したい。
買い物のたびにもらう袋やお箸をもらわなければ、相当なごみの量を節約できるので、マイバックを持参したり自分の箸を使うなど、無理なく簡単にできることを継続的にやりたい。
ボロ布でふき取ったり、牛乳パックにいれるなどの再利用を簡単にしながら、油を流さずに捨てたい。
再生紙を選ぶことは購入時にできる簡単な選択なので、古紙100%のトイレットペーパーなどが欲しい時、手に入りやすい状態(流通)と価格であって欲しい。
ごみ減量のために、手に入りやすく、費用も手間もかからない詰め替え用製品を使いたい。
リターナブル容器やリサイクル商品を選択したくても、購入や回収が面倒だと続かないので、ごみの軽減のために、リターナブル容器やリサイクル商品が手に入りやすく、回収サービスもして欲しい。
草木に栄養を与えることのできる米のとぎ汁や牛乳は、簡単にできることなので、そのまま捨てずに植木に撒きたい。
自分の使ったエネルギーの使用量からCO2の排出量を換算できるなど、実際に生活の中の具体的な数値で量を実感したい。
プラスチック製品は土に返らないので、紙や木でできた製品を買いたい。
リサイクルに興味はあっても気軽にフリーマーケットやオークションに出すことができないので、思いついたときに気軽に不要なものを持ちこめる身近なフリーマーケットが欲しい。
環境に関する専門知識がない人でもラベルやレベルの意味がわかる情報を表示して欲しい。

環境に良く、同時に節約にもなる

ウォンツ

できるだけ使う水の量をすくなくして、省資源と同時に経済的なことも意識したい。

手作りして安く済ませたり、使えるところは無駄なく使うなどして、ゴミを減らすと同時に少しでも経済的に暮らしたい。

ゴミ袋が有料なので、簡易包装のものを購入したり、牛乳パックを再利用するなどして、ゴミのかさを少しでも減らしたい。

合成洗剤の量を減らしたり、石鹼に切り替えるなどして、経済的にも助かる、環境にやさしいことをしたい。

家電製品は長く使うことを考えて、省エネや家族の健康と共に、経済性も考えて買いたい。

家電製品が故障しても修理をして、家電製品を捨てるのにかかるお金をなるべくかけたくない。

食器の汚れは洗う前に紙で拭いて、水を汚さないと同時に時間の節約も図りたい。

水を汚さないように油を下水に流さないで新聞紙に吸い込ませるような、お金をかけない行動は、気軽にできる。

着なくなった服を修理したり海外に寄付するなどして、ゴミになるものを捨てないで利用したい。

省エネを心がけて、資源を大切にするとともにお金も節約もしたい。

できるだけ使う水の量をすくなくして、省資源と同時に経済的なことも意識したい。

義務感や使命感でいい環境を残したい

ウオンツ

子供に環境によいことをするのが大切であると伝えて、次の時代を担う彼らに自然の大切さを知って欲しい。

自分にできる身近で小さな行動を積み重ねて、少しでも地球によいことをしていきたい。

環境によいことを自ら実践し、次の時代を担う子供達に少しでもよい環境を残したい。

行政や普段行く店が、義務付けていたり積極的だと、それに合わせて活動したくなる。

自分にできることはなるべくして、漠然と感じるゴミ問題についての不安を少しでも払拭したい。

ゴミの分別をきちんとすることで、ゴミ収集担当の方に大変な思いをさせたくない。

リサイクルに協力するだけでなくその製品を使うことで、リサイクルを意味あるものにしたい。

自分にできる身近で小さな行動を積み重ねて、少しでも地球によいことをしていきたい。

家族など自分の周りの人が環境に配慮したことをしていると、自分も一緒に意識が高まり、もっと実践していきたいと思うようになる。

環境問題に真正面から取り組み、既存の制度などを変えていくことに取り組んでいきたい。

周りの友人にとってもとっつきやすいきっかけ作りをしながら、みんなで環境問題にとりくんでいきたい。

少しでも環境保全に貢献しているという 満足感を得たい

ウオンツ

ゴミの分別や再利用をすることで、環境保護に貢献しているという実感得たい。

洗剤など詰め替え用を利用したり、トレーなどをリサイクルして、少しでもゴミを出さないようにすることで、よい事をしているという実感をもちたい。

電気代をなどの生活費を節約しながら環境を守る事で、社会貢献していると言う満足感を得たい。

合成洗剤ではなく、石鹼を使うことによって少しでも水質の汚染を少なくしたいという思いを満足させたい。

レジ袋を貰うのをやめることで、ゴミを出さず環境保護に貢献しているという実感得たい。

環境に興味を持っていない人に、環境のイベントに誘って感謝されたり、誰かの意識を変えて、有意義な事をしたと満足したい。

トイレットペーパーなど身近なリサイクル品を購入する事で、森林を保護しているという実感をもちたい。

トレーや牛乳パックなどを洗ってリサイクルすることで、資源を大事にしているという満足感を得たい。

牛乳パックなど、今まで無駄にしていた分がすごい量だと気づいたので、続けてリサイクルして少しでも罪悪感を感じないようにしたい。

車に乗らないことで、エネルギーや大気汚染などで環境保護に貢献しているという実感を得たい。

洗剤の要らないスポンジを使うことで、なんとなく環境にやさしいことをしていると満足したい。

環境保護の意識がいろいろな所で育っている事を実感する事で達成感を感じたい。

環境に関する自分の意識が変わるのを実感することで、達成感を感じたい。

自分や家族にとっても害がないようにしたい

ウォンツ

食器洗いや洗濯、身体を洗う時は、環境によいもので、しかも、手荒れや皮膚病などをおこさない天然の保湿効果と肌によい効果のあるものを使いたい。

少しでも環境を汚さずにすむし、自分の健康のために、車をなるべく使わずに歩きたい。

自分の口に入る水に、油などの有害な物質を流したくない。

合成洗剤が生分解性が悪いということは、わたしたちの身体にも悪いということ、自分や家族の肌に触れるものなので、皮膚を荒らさないで、生分解される石鹼を使いたい。

ごみにはどんな成分が混じっているのかわからず、幼児に悪い影響があるかもしれないので、安易にごみを燃やしたくない。

小さな子供の衛生と美化のために、公共の場のごみは拾いたい。

自分の家のために油や食器汚れを下水に流したくない。

温暖化を少しでも進行させないことと、子供の将来のために、冷暖房は控えめに使いたい。

すす汚れた空気を毎日吸いつづけたくないので、車のアイドリングは止めたい。

スプレーをみんなが使うと環境に悪そうなのと、幼児に悪い影響があるかもしれないので使いたくない。

地球の温暖化にブレーキをかけるだけでなく、自分の体調のために汗をかく方がいいので、冷房は使わないようにしたい。

大気汚染の原因にもなるし、車の排気ガスをふかすと子供に一番かかる高さなので、アイドリングは子供のために止めたい。

楽しみながら実践したい

ウォンツ

生ゴミ処理機でできた土を肥料として花や野菜などのガーデニングを楽しみたい。

マイバックを持参するともらえるスタンプをためたりして、楽しみながら環境にいいことをしたい。

車を使わず、徒歩や自転車、公共交通機関を一つの運動と考えて、楽しみながら利用したい。

ゴミの分別をクイズ形式でやったり、分別自体を楽しんだりして、リサイクルを進めていきたい。

重曹を使ったりして、子供と一緒に化学実験をするように楽しみながら環境に負担をかけず掃除をしたい。

環境に関する情報も、カッコよかったりみていて楽しい媒体から収集したい。

お気に入りの割り箸を外でも使うことで、環境にいいことをしたい。

リサイクルショップを楽しみながら利用して、環境にいい事をしたい。

レジ袋よりも丈夫でおしゃれな布袋をスーパーに持っていくことで、買い物を楽しみながら環境にいい事をしたい。

仲間と一緒に楽しんで合成洗剤を使わず石鹼を使ったりして、環境にいい事をしたい。

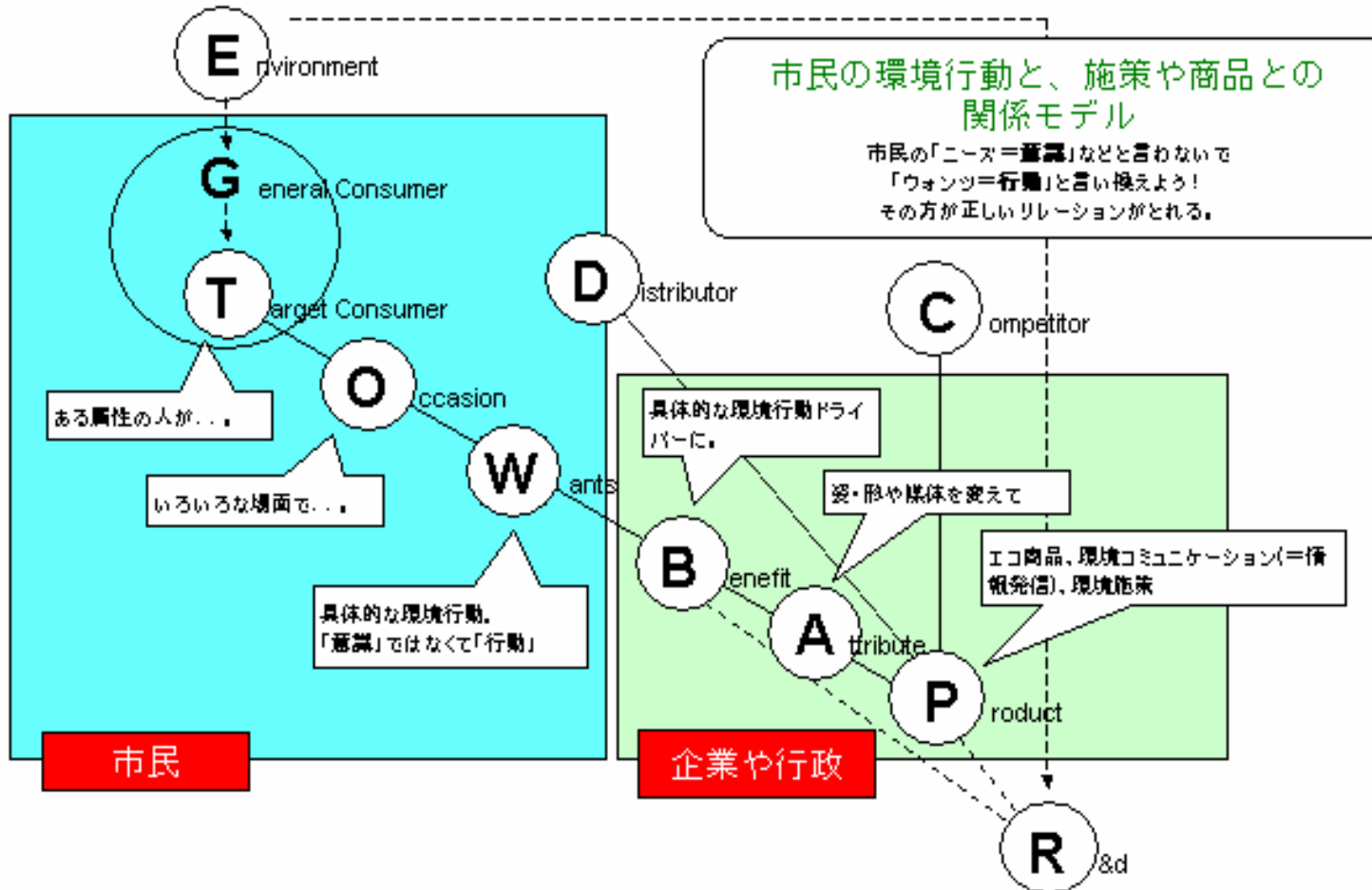
環境についてのホームページなどをみて、知識欲を満足させたい。

知らない人と触れ合ったり、イベント仕立てで、楽しく環境問題に興味を持ってもらいたい。

6ウォンツへのアプローチ

生活者のエコアクションを促すためには、6つのウォンツの存在を意識し、くすぐるべきウォンツに対して正しいリレーションを構築すべきである。

Basic Environmental Relations (BER)



© Masahiko Yamanaka

山中正彦氏のモデルを株式会社ドゥ・ハウスが同氏の許可の下、改変したもの

照らし合わせた本格的なマーケティングモデル ＝BER

難しく捉えなくていいです。

「マーケティングにおいて考慮すべき要素は、消費者、製品、競争企業、流通業者、環境である。消費者関連では、誰が(Who→**T**argetConsumer)、どこで、いつ(Where、When→**O**ccasion)、何を欲しているか(What→**W**ants)に着目する必要がある。それに対応する製品(Product)は、消費者になぜ購入してもらうか(Why→**B**enefit)、それをいかに具現化するかが製品属性であり(How→Attribute)、それを可能にする研究開発テーマを考慮する必要がある。」