

# 1. 環境に関する教育と研究

## ◆ 環境ラベルとアイトラッキング実験

環境ラベルは、商品やサービスに対して環境への配慮がなされていることを認定した印として表示されるものです。身近な環境ラベルの例として、図1のエコマークが日本ではよく知られています。

現在、世界中の企業が自社製品に環境ラベルを使用して、自社製品の環境への影響低減をアピールしています。「Ecolabel Index」<sup>注1</sup>によれば、環境ラベルは199か国で使用されており、その種類は455にのぼり、この数は毎年増加傾向にあります（2021年5月25日現在）。このように環境ラベルが多用されている理由の1つは、環境ラベルに期待されるナッジ効果にあります。ナッジとは、ソフトに人々の行動を後押しするものであり、行動経済学の分野の研究で、その効果が検証されています。環境ラベルを表示することで、環境にやさしい商品が消費者が選択しやすいように誘導するグリーンマーケティングがおこなわれているわけです。

環境ラベルは、消費者にグリーン商品を選択することを促す目的で表示されていますが、消費者にあまり認識されていません。調査してみても、たくさんある環境ラベルの全てが消費者に認識されていないことが、日本だけでなく海外でも問題となっています。そこで、環境ラベルを認識するのは、どのような消費者なのかという研究、認識してもらうための環境ラベルのデザインの研究などがおこなわれています。アイトラッキングを使用した研究は、それらの研究の1分野です。

アイトラッキング（図2）は、被験者の視線の動きの計測（図3）や、視線の滞留時間からヒートマップ（図4）を作成することができる機材です。消費者が環境ラベルのどの点を見て意思決定するのか、どの位置にあると見やすいのか、認識されやすい色やデザインなどを計測するために、PCのモニター画面の前において実験に使用します。金沢大学でもアイトラッキングを使用して環境ラベルのデザインに関する実験を実施しました。金沢大学の学生（35名）を被験者に、2020年10月19日から21日の3日間実施しました。実験で得られたデータから、個人が持つ個別の特性を統制できるパネル分析をおこない、一般的な傾向を把握することができました。この分析の結果からは、学習効果が確認され、環境ラベルを見慣れることにより理解が促進されることが示唆されました。また、環境ラベルのデザインの違いにより、情報の理解や判断する時間に差があることがわかりました。

環境に関する研究としては、単に環境を保護する研究や直接的にCO<sub>2</sub>削減の計測研究だけでなく、このような環境ラベルをどう認識して、理解を促進し、消費者にグリーン商品を選択する意思決定をナッジするののかの研究もあります。2030年度に国内温室効果ガスを2013年度比46%削減することは、大いなる目標ですが、このような小さな研究の積み重ねの先に達成されるものと期待しています。

（人間社会研究域 藤澤美恵子）



図1 環境ラベルの例 図2 アイトラッキング 図3 視線の軌道 図4 ヒートマップ

注1) <http://www.ecolabelindex.com/>（アクセス：2021.5.25）

出所 図1) 公益財団法人日本環境協会エコマーク事務局 <https://www.ecomark.jp/>（アクセス：2021.5.25）

出所 図2) GAZEPOINT <https://www.gazept.com/product/gazept-gp3-eye-tracker/>（アクセス：2021.3.1）

出所 図3・4) [https://www.mitsue.co.jp/service/usability/web\\_usability\\_testing/eye\\_tracking.html](https://www.mitsue.co.jp/service/usability/web_usability_testing/eye_tracking.html)（アクセス：2021.5.25）