

節電エコポイント事業参加要因の一考察～フレーミング効果の検討～

藤澤ゼミ 2021 年度卒業 K.H

1. はじめに

金沢市の 2018 年度時点の対 2013 年の温室効果ガス排出削減比率は-8.6%である。特に、家庭部門における人口一人あたりの二酸化炭素排出量は全国平均と比べ 441 ポイント上回っている。

日本政府のパリ協定の批准に伴い、金沢市は 2050 年の脱炭素社会の実現に向け各種施策を展開している。その 1 つが、「節電エコポイント事業」である。この事業は、金沢市の一般世帯を対象に、冬場の電力消費を一定の比率に抑えた世帯に商品券を付与するものである。

しかしながら、2020 年時点の参加世帯数は、全世帯数の 1.5%にとどまる。

温室効果ガス削減に向けて、一般家庭を対象に実施されている金沢市の節電エコポイント事業の参加世帯数を増やすことは、重要な一課題である。

2. 目的

本研究の目的は、節電エコポイント事業参加の誘導要因を明らかにすることである。高浦ら (2013) を参考に調査票を設計し、以下の仮説を検証する：仮説 1「環境意識の高い者ほど節電エコポイント事業に参加する」、仮説 2「金銭感覚の鋭い者ほど節電エコポイント事業に参加する」、仮説 3「公共機関への情報接触度が高い者ほど節電エコポイント事業に参加する」、さらに仮説 4「表現 (フレーム) の違いが節電エコポイント事業参加の意思決定に影響を及ぼす」。

仮説 4 は、ポジティブフレームよりネガティブフレームが節電エコポイント事業への参加を掻き立てると仮定し、利得よりも損失を大きく評価する認知バイアス「損失回避性」に焦点を当てる。具体的には、ポジティブフレーム「1,500 円分の商品券を得る機会が得られます」に対する、ネガティブフレーム「1,500 円分の商品券を得る機会を失います」という表現を使用する。前者の質問をする対照群と後者の質問をする処理群に分けて、調査分析をおこない比較する。

3. 内容と方法

金沢大学の学生と社会人を合わせた 10 代から 70 代の男女合計 375 人を対照群と処理群にランダムに振り分けた。アンケート調査の実施期間は、2021 年 11 月 15 日～11 月 30 日である。参加の有無の 2 項変数を被説明変数 (y) とした、ロジスティック回帰分析を行った。モデル式は以下の通りである。

$$y = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 x)}}$$

β : 回帰係数 x : 説明変数

仮説検定の焦点変数は、環境意識 (仮説 1)、金銭感覚 (仮説 2)、情報接触度 (仮説 3)、フレームダミー (仮説 4) である。

4. 結果と考察

分析の結果 (表 1)、環境意識が正に統計的 1%有意となり、仮説 1 は受容された。それ以外の仮説は、棄却された。仮説 4 が棄却されたことから、フレームの効果は確認されなかった。

その他、性別 (男性) が負で、最終学歴 (高学歴) が正で統計的有意に採択されている。

表 1 ロジスティック回帰分析結果

被説明変数：節電エコポイント事業に参加したいか				
	回帰係数	標準誤差	t 値	オッズ比
環境意識	0.17***	0.06	2.78	1.19
金銭感覚	-0.02	0.08	-0.22	0.98
情報接触度	0.01	0.12	0.06	1.01
事前認知	1.09	0.78	1.40	2.98
年齢	0.02	0.01	0.91	0.78
性別	-1.08***	0.28	-3.82	1.26
居住形態	-0.25	0.31	-0.80	0.65
フレームダミー	0.01	0.25	0.05	1.01
最終学歴	0.23*	0.13	1.67	1.02
社会人ダミー	-0.43	0.48	-0.89	0.34

N=352, *** 1%有意、** 5%有意、*10%有意

5. おわりに

節電エコポイント事業参加の誘導要因として環境意識が高いこと、学歴が高いことが採択されていることから、環境教育の重要性がうかがわれる結果となった。なお、ネガティブフレーミングに関しては、別途調査が必要であり、これは今後の課題である。

<参考文献>

- 高浦佑介、池田謙一「環境広告の評価要因の社会心理学的分析—環境への関与、エコ商品への関与、メディア・リテラシーを用いて—」環境学会誌 26 巻, 4 号, PP366-373