

環境配慮行動の普及事例に関する社会心理学的アプローチとその展望

杉浦淳吉¹

Junkichi SUGIURA

家政教育講座

1. はじめに

環境配慮行動を普及させようとする様々なアクションが現実場面で進行している。こうしたアクションが有効に機能する方略の提案やその効果の検討などに対して、環境配慮行動の普及に関する社会心理学的研究はどのように位置づけられ、貢献し得るのだろうか。また、環境配慮行動が普及していく段階において、普及を促進あるいは抑制する要因は何であろうか。本論文は、筆者がこれまで社会心理学における説得的コミュニケーションおよび態度形成に関わる観点から検討してきた環境配慮行動の普及プロセスにおける3つの事例について振り返り、この分野における今後の研究の展望について論じるものである。すなわち、環境配慮行動の普及が目標とされる場面において、研究と社会的問題との橋渡しとなる実際の活動事例を紹介しながら、その事例が本研究において果たす役割を考慮しながら、問題への対処のあり方について検討する。

本論文では、環境配慮行動の普及を次のようなプロセスとして検討する。まず、個人が環境配慮行動についてどのような情報をもとに意思決定をしていくのかを問題とする。つまり、環境を配慮した消費行動がマスメディアにおいても広報されず、多くの消費者がその商品を採用していない状態で、環境団体などが個人のもつネットワークを通じて「グリーンコンシューマー（環境を配慮した消費者）」普及の運動を開始する段階である（2-1）。次に、個人を取り巻く他者の行動スタイルによって個人の認知および行動がどのように決まっていくかについて検討する。行動を実行したくともそうした仕組みが身近になく行動に踏み切れないでいる消費者においては、地域でのボランティアの活動をはじめ、社会的ネットワークを通じての働きかけが行動へのきっかけとなり、行動を開始するようになる段階である（2-2）。最後に、社会制度的要因によって個人の行動が制約される状態において、個人の行動が環境配慮への態度をどのように決定づけるのかを問題とする。つまり社会的利益に貢献する環境政策の導入により、個人はそれ以前と比べて個人的コストのかかる行動を実行するようになる。そうした行動の実行とその継続により、個人の環境配慮行動における

社会的利益の側面と個人的コストの側面に関する認知の変化が予想される段階である（2-3）。

2. 環境配慮行動普及の3つの段階

2-1. 個人レベルでの環境配慮型消費行動

環境配慮行動の普及における最初の段階は、まず一人一人が与えられた情報をもとに行動を起こすことである。ところが、環境を配慮した商品を選択することに態度では肯定的である個人が、必ずしもそれを積極的に購入するわけではない。市場に供給される商品全般に環境への配慮が施されていない状況において、商品に環境を配慮した製品特性を盛り込めば、価格を高く設定せざるを得なくなり、他の環境を配慮していない商品に比べ競争力が低下するし、その負担は消費者に転嫁される形となる。つまり、環境への負荷を少なくした商品は、社会的利益を優先させるために、経済性や快適性といった個人的利益が損なわれることが多くなるのである。

それでは、環境にも配慮し、個人の利益にもつながるような商品のあり方はどのようなものであろうか。グリーンコンシューマーが普及していない段階では、環境と経済性の両側面に配慮した商品を市場に供給するには、商品の製造、流通、販売のいずれかの過程において、それに関わる企業などがそのコストを負担する必要がある。ここでは、環境NPOが電話会社とタイアップして企画した環境配慮を付加した市外電話サービス（エコダイヤル）の普及に関する事例を紹介する。1990年代前半に登場したこのエコダイヤルというサービスは、一般に環境を配慮した商品・サービスは割高であるという常識を覆しているという点で環境配慮と経済性が両立していた。しかしながら、いわゆる「草の根運動」のみで紹介されていたことから、かえって勧誘への信憑性が低くなるケースもあった。

杉浦（1998）では、エコダイヤルの加入要請において問題となる点を整理し、加入要請において環境保全と経済性それぞれのメリットを要請者が強調して要請した場合の消費者の加入意図について検討した。知人からの説得の効果と団体からの要請を比較するために、要請主体として、企業、環境NPO、友人を設定し、要請内容としては環境保全重視と経済性重視の2つの

メッセージを作成し、場面想定法を用いて検討した。結果は、社会的利益に関する環境保全を訴えたメッセージは個人の経済性に訴えかけたメッセージと比較して要請主体への応諾傾向が高かった。要請主体の効果は、加入への態度および加入意図において違いがみられ、いずれも環境 NPO からの要請の方が友人と比較して高かった。また、友人から経済性重視のメッセージが送られることのネガティブな効果が確認された。環境を配慮したエコダイヤルの普及にあたっては、親しい友人からの要請であれば応諾率が高くなるだろうとの予想とは異なり、そのシステムの内容に見合った要請主体からの要請が行動への態度および行動意図に効果をもっていたことは注目される結果であった。特に環境保全に関わっている友人が経済性重視のメッセージを送ることに対しては、ネガティブな反応を引き起こすことが示された。こうしたことからエコダイヤルの普及が進まない原因について、個人にとって経済的なエコダイヤルを唐突に勧誘されることが「マルチ商法」のようなニュアンスで受け止められた結果であるとも解釈された。

友人・知人のネットワークを利用して勧誘がなされるのがエコダイヤルの実状であったため、杉浦 (2001b) ではエコダイヤルの要請が唐突に行われるのではなく、要請が行われることに対して事前に了解している場面、すなわちエコダイヤルを環境保全のために勧誘する然るべき理由がある状態を設定して実験を行い、杉浦 (1998) の友人条件と比較している (杉浦, 2001b, 研究 1)。すなわち、杉浦 (1998) でネガティブな反応が見られた経済性重視条件は、平均値において環境保全重視条件のレベルまで上昇したが、環境保全重視条件については、その効果はみられなかった。また、社会的ネットワークにおける他者行動の効果についても検討された (杉浦, 2001b, 研究 2)。エコダイヤルへの加入を要請され、要請者以外の友人にエコダイヤルについての話を聞いてみる、すなわち情報探索を行ってみたとの情報を与え、友人のエコダイヤルへの加入状況がエコダイヤルへの加入意図に及ぼす影響を検討した。その結果、友人ネットワークにおいてエコダイヤルに加入している友人がいる場合は、いない場合と比べて、加入への態度は肯定的であったが、加入意図については違いがみられなかった。

以上より、個人レベルでの環境配慮行動としてのエコダイヤルへの加入要請において、友人から個人の経済性を訴えたメッセージは、環境配慮という目的に適った団体から社会的利益を訴えたメッセージと比べて、要請それ自体に対する否定的な反応を引き起こした。しかしながら、友人が環境配慮行動を勧めることが期待される場面においては、そのような否定的反応は低減した。また、友人ネットワークの中に要請された行動を採用している友人が存在するとの情報は、要

請に対して加入への態度を肯定的に変化させたが、自ら加入してみようとの意図には影響を及ぼさないことが示された。

以上の事例からも、個々の消費者へ個別に働きかけ、一人一人の協力を得ることで環境を配慮したシステムを有する社会を形成することは容易ではないことがわかる。マスメディアによる働きかけによって行動に対する肯定的態度が形成されても、コストが低く実行可能な仕組みがあり、環境配慮型社会の形成に有効であると判断されることがなければ行動は普及しないだろう。エコダイヤルの場合、それに加入しても環境配慮にどのように貢献しているのか理解しにくいことが普及を抑制する原因の一つであった。自分のとった行動の結果 (エコダイヤルに加入する、電話をかける) が、環境を配慮した結果として現れてこないのである。グローバルな環境問題への対処には、このようなタイプの行動が種々見られる。

では、どういった条件のもとで、人々は自分の行動が環境に対して有効に機能していると判断するのだろうか。その条件の一つとしては、比較的小規模な地域社会における環境問題への対処をあげることができる。このことについては次節で検討する。

2-2. 地域レベルでのボランティア活動と住民の認知・行動

個人のレベルで個別に対処することができるタイプの消費行動に対して、まとまった地域において対処することでより効果が上がる環境配慮行動の一つとして、資源ゴミの分別回収があげられる。利益の共有をめざす地域において自分の行動が社会の中で位置づけられ、大部分の住民が協力することによって社会的な利益となるような行動である。広瀬 (1995) が取り上げている渇水時における節水行動によって給水制限を回避することや、排水に配慮した行動によって河川や湖沼の汚染を回避することは、地域全体で対処することによって個人の行動が地域の環境問題への対処に有効に働くと認知されやすい例であろう。しかし、有効であると理解されても、実際にどう行動したらよいかという知識や技能、機会があるかどうかといった実行可能性評価が高くなれなければ、たとえコストの高い行動をとろうと思っても実行にはつながらない。それには、地域においてチェンジ・エージェント (変革を導入する主体) が実行可能な仕組みを開発しつつ、住民に情報を提供しながら行動の普及を働きかけていく必要があるだろう。この節では、地域に資源リサイクルシステムの普及を試みるチェンジ・エージェントとしての環境ボランティアが活動する地域をとりあげ、様々な活動形態とその活動が住民に及ぼす効果を検討する。行政により細かい分別が求められる以前の社会においては、環境ボランティアによる資源リサイクル

活動がその役割を担うことがある。そこで、環境ボランティアが地域住民に働きかけながら地域にリサイクルを普及させていくプロセスについて検討する。

ここでは、資源ゴミリサイクルのシステムを地域に導入しようとする愛知県日進市の環境ボランティアの事例を取り上げる。ゴミ減量に取り組む環境ボランティアは多数存在しているが、グループの活動内容や目標によって、ボランティアは大きく2つのタイプに分化している。1つは、少数のメンバーでできる範囲で資源ゴミを回収するグループで、地元の自治会や地域全体での取り組みを目指しているが、地域住民に働きかけを行うにはメンバーが少ない。もう1つは、地域全体の回収システムまで拡大しようとするグループで、インフォーマルな活動から行政によるフォーマルな制度へ移行させることを目的としている。このような活動形態の違いは地域住民の意識にどのような影響を及ぼすのだろうか。

杉浦・大沼・野波・広瀬(1998)では、環境ボランティアの活動が地域住民の資源リサイクルに関する認知と行動に及ぼす効果について、日進市において検討している。まず、地域における環境ボランティアの効果を検討するために、ボランティアの活動経過や問題点に関する実態を調査した上で、環境ボランティアの活動レベルが異なり、かつ地域特性が類似した3地点を抽出した。すなわち、ある地域においてその全域を活動対象とした活動高水準地点、ある地域の一部を対象として可能な範囲で活動する低水準地域、および環境ボランティアが存在しない無活動地点である。

続いて、地域住民の意識・行動を比較したところ、次のようなことが明らかになった。まず、リサイクル行動への態度は、リサイクルをすることがゴミ減量につながるといった社会的利益の評価においても、分別は手間がかかるといった個人的利益の評価においても、3地点で違いはみられなかった。次に、実行可能性については3地点で以下のような違いがみられた。高水準地点ではボランティア団体による資源リサイクルが地域全体を対象としており、回収地点の数や協力者の人数も大規模である。一方、低水準地点ではリサイクル団体はあるものの、協力者の人数では高水準地点には及ばない。それにとともに、住民の評価も環境ボランティアによって地域全体を活動対象としている地点の方が、環境ボランティアが存在しない地点と比べ、実行可能性の評価が高くなっていた。実行可能性評価とともに3地点で違いがみられたのは社会規範評価であった。環境ボランティアの活動水準が高い地点ほど、近隣住民のリサイクル行動への認識も高く、リサイクル行動に対する社会規範評価も高くなっていた²。これは、環境ボランティアの活動により、友人や知人のネットワークを通じたりリサイクルへの勧誘など、近隣住民間のリサイクルに関する社会的相互作用

が高くなったことが考えられる。

以上のことから、環境ボランティアの存在あるいは活動水準によって、社会的属性の類似した3地点の住民が影響を受けたのは、実行可能性評価および社会規範評価であった。すなわち、環境ボランティアによるリサイクル活動によって、地域における実行可能性の高さ、および社会規範に関する認知が変化し、結果的に地域住民のリサイクル行動の割合が高くなったと考えられる。逆に、環境ボランティアが存在しない地点では、資源リサイクルへの態度は肯定的であるにもかかわらず実際の参加率は低い。これはリサイクル活動に参加したくともリサイクルの仕組みが地域になく、また地域でのリサイクルについても規範的影響もないので、リサイクル活動が重要であると分かっているが資源ゴミを不燃ゴミとして出してしまう率が高くなるからである。

環境ボランティア以外に地域で資源リサイクルを普及させるチェンジ・エージェントとしては行政があげられる。環境ボランティアによるリサイクル活動は対象世帯が拡大するほど回収のコストが増大していくので、ボランティアのメンバーだけがこれを負担していくのか、あるいは住民にもコストの負担に協力してもらうようにするのかを選択しなければならない(広瀬, 1993)。一方で、地域全域への普及ということになれば、地域の構成員全体の利益にかかわることとなるため、行政が扱うのが望ましいとの意見も出てこよう。中小規模の環境ボランティアが活動する地域では、行政による資源ゴミの分別回収が開始されるまでに全域に広がるまでに至らなかった。調査結果からは、ゴミ分別を徹底するには、行政による全域的な資源リサイクルの導入が必要であるととらえられていた。行政の導入によって、住民の資源リサイクルへの態度や行動がどのように変化するかについては次節で検討する。

2-3. 行政による環境政策と住民評価

容器包装リサイクル法の施行により、行政による資源の分別回収や小売店の店頭における資源回収が様々なかたちで導入されるようになってきている。ゴミの減量化や循環型社会を目指すには、一部の住民の積極的な活動だけでなく、市民が地域全体で取り組んでいく必要がある。地域全体に関わるリサイクルの仕組みをつくりあげるには、自主的に繰り広げられる活動だけでは困難である。協力が得られにくい住民に対するフォローができないからである。地域全体で取り組むには、公共的な介入としての環境政策が必要となってくる。一部のボランティアによって地域全体のリサイクル活動を運営するには限界があるし、地域社会全体で仕組みを維持するためには行政の役割が重要であるといえるだろう。1990年代前半までは、行政は住民に多大な負担をかけるゴミの分別回収には消極的であ

る場合が多かったものの、近年では徹底的な分別制度を導入した自治体も現れ始めている。

このような徹底したゴミ減量制度の導入において、住民が新制度の導入前に行政の提供する情報に接触したり導入後に分別行動を実行することが新制度の評価にどのような影響を及ぼすのかは、考慮すべき重要な問題となっている。前に述べてきた2つの事例においては、チェンジ・エージェントによる働きかけが行動を規定する要因に及ぼす影響を分析することで主に行動に至るプロセスを扱ったが、ここでは制度への評価という観点から、行動を実行し継続した段階での行動に関する態度を、行動を実行する前の段階と比較することで検討してみよう。

愛知県碧南市³では、可燃と不燃の2種類でいつでも出せる方式から、可燃は週2回、不燃については25種類の分別で月に2度の回収に移行した。モデル地区への導入に始まり、3段階で市内全域に新制度が導入されたが、導入時に住民は一度にたくさんの行動様式を変えねばならず、様々な混乱も予想された。しかしながら、杉浦(2000)は、新制度への移行期において参与観察を行い、現状の把握と仮説の生成を行い、ステーションにおける行動の観察から、住民は新方式に対して適応し、住民のあいだに肯定的な態度が形成されることを確認している。

そのような状況のもと、制度導入に伴う住民の新制度評価が、擬似実験⁴としてデザインされた社会調査により検討された。杉浦・野波・広瀬(1999)は、市内全域に順次導入される最中の1995年10月に、制度導入前(南地区)、導入直後(中地区)、制度導入後1年(北地区)の3地区について、各210世帯を対象とする社会調査を実施し、新しい分別回収制度の社会的利益・個人的コストの個別評価、新制度の総合評価を比較した。その結果、新制度の総合評価は、導入前の地区よりも導入からの時間が経過した地区の方が肯定する程度が高かった。ゴミ処理に関する個別評価については、新制度の説明会へ参加している住民では、また広報の記事をよく読む住民ほど、社会的利益の側面による新制度支持が肯定的であった。一方、制度導入から一定期間が経過する事で、行動実行のコミットメントおよび行動の習慣化により、社会的利益の側面に加え、個人的コストの側面からも新制度を支持するように変化していた。

次に、杉浦・広瀬(1999)は、地域間での住民評価を比較する擬似実験のスタイルをとっていた杉浦ら(1999)に対して、擬似実験による結果を補完する目的と、導入後1年から2年にかけての変化を検討する目的で、同じ地域で制度評価がどのように変遷しているかを検討した。1995年10月の調査(調査1)と同一地区において、10ヶ月経過した1996年8月の時点での新制度への総合評価、およびゴミ分別の社会的利益・

個人的コストに関する個別評価について再び調査を行い(調査2)、時間経過の効果を検討した。

まず、導入の前後による評価の違いについて、南地区(導入前/導入後8ヶ月)について比較したところ、総合評価は導入前と比べ肯定的に変化していた。また、社会的利益、個人的コストに関しても、導入後に肯定的に変化していた。この結果は、調査1における南地区(導入前)と北地区(導入後1年)との比較の結果と対応するものであった。次に導入後の時間経過による評価の違いについて、導入直後から1年にかけての変化を中地区(3ヶ月/1年)で比較したところ、総合評価、社会的利益、個人的コストともに違いは見られなかった。この結果は、調査1における中地区(導入後3ヶ月)と北地区(導入後1年)との比較結果と対応するものであった。以上より、地域間比較で検討した新制度評価の時間経過の効果は、同一地域における追跡調査によっても確認された。また、導入後1年から2年にかけての変化を北地区(1年/1年10ヶ月)において比較したところ、個人的コストの側面のみ肯定的変化がみられた。すなわち、地域間のサンプル比較による杉浦ら(1999)の知見は、同一サンプルの時間経過にともなう比較においても確認され、また制度実施から1年以上の経過を経て、個人的コストに関する認知が変化し得ることが示された。

以上より、制度が導入される際、行政による制度導入に関する情報提供など、対個人への説得・要請行為としての一連の手続きは、個人がその制度を有益なものと判断し、納得して制度に従った行動をとるかどうかの判断材料となる。行政による政策は公共的なものであり、その制度がいかに社会のことを考えているか、また個人にとっての便益・費用はどの程度のものであるか、そして制度にどの程度納得して従うのかということが問題となる。行政による制度導入の手続きがいかに公正であり、個人にとっても納得のできる負担か、といった手続きが評価されれば、その制度が受容され適正に機能すると考えられる。導入の手続きに関する評価が制度評価に及ぼす影響については、今後の検討課題である。

3. 普及プロセス研究の展望

3-1. 普及プロセスに関する今後の検討課題

本論文では、環境配慮行動の普及プロセスについて、説得的コミュニケーションによる態度・行動変容、社会的ネットワークによる行動への規範的影響、行動実行によるコミットメントと態度形成という枠組みを提示した。その上で、環境配慮行動が一部の人々の行動であった1990年代前半から、様々なレベルにおける一層の環境問題の深刻化が一般に認知されるようになった1990年代後半にかけての、日本における環境配慮行動への取り組みと普及プロセスについて、大きく3つ

の事例研究を紹介した。いずれの事例もその背景には様々な社会的要因が絡んでおり、こうした事例から導かれたモデルが、より広範囲を直ちに説明する一般的理論として機能するとは限らない。しかしながら、時代背景や種々の社会的要因を考慮すれば、特定の要因が環境配慮行動の実行や社会的普及にどのように貢献するかを考える指針となるだろう。そうした点を踏まえ、今後ここで得られた知見を現実社会の問題に応用していくためのさらなるアクションが求められるだろう。

環境配慮行動の普及プロセスを明らかにし、環境社会心理学から環境問題へのさらなる貢献を目指すために、今後は次のようなパースペクティブが必要である。まず1つ目に、環境配慮行動について消費者にさらに目をむけさせるために、個々人の行動の実行による社会的利益が、それぞれにとっての利益につながると認知されるような説得的コミュニケーションの具体的な方略の設定・実践を目指した知見の蓄積である。2つ目に、より多くの消費者に環境配慮行動が採用されるために、行動の実行において個人的利益が確保され、それを共有することにより社会的利益が担保されていくような社会的ネットワークのあり方を研究によって示すことである。社会的ネットワークによる影響力は、悪徳商法まがいにも利用できるほどの魅力をもっているが、3つ目として、そうした影響力がより社会的な利益に活用されるようなコミュニケーションを検討し、かつそれが悪用されないような基準を提示できる基礎的研究を推進していくことである。すなわち、説得という一方向的なコミュニケーションの観点から、リスクの共有という双方向的なコミュニケーションの観点についても、今後さらに考察していく必要があるだろう。

ところで、以上の展開において考慮すべき事として、本研究で取り上げていた行動にいたる認知要因と行動との連関における時間的推移の問題があげられる。行動の規定因と考えられる認知要因や行動評価について、説得的コミュニケーションによる情報接触によって得られた部分と、行動によって体験的に理解された部分が、その後の行動にどのように影響を及ぼすのかについてである。それには、説得的コミュニケーションが、行動を決定する要因のどのレベルまで影響を及ぼすのかをさらに検討する必要がある。また、扱われた変数が他の事例においても適用可能なものかどうかの検討である。それに加え、ここでは扱われなかった変数の発見と、それが同様の事例をより説明するかどうかの検討も必要である。環境配慮行動の普及プロセスに関わる様々な要因について、それがどのような事例であり、普及におけるどの段階でそうした変数が重要となるのかを、より多くの事例により具体的に提示することは問題解決への提言として必要なプロセスで

あるといえる。すなわち、次節のように、今日的事例をさらに取り上げて、実証的に問題解決に貢献しながら、環境配慮行動の普及プロセスをより精緻化していく必要がある。

3-2. 市民・企業・行政のパートナーシップ

環境 NPO と企業によるグリーンコンシューマーの普及、環境ボランティアによるリサイクルの普及、行政による政策の導入と住民の徹底的な分別行動の普及といった事例を本研究では扱ってきた。こうした流れは、21世紀を迎え新たな展開に入っている。ここでは、名古屋市⁵における1999年から2001年にかけての動きについて、事例を簡単に紹介しながら、市民・企業・行政のパートナーシップのあり方について模索し、本研究の今後の発展の可能性について展望する。

まず紹介するのは、クレジットカード会社の「JCB」と市民団体の「中部リサイクル運動市民の会」が企画した「E's・JCB カード」⁶である。すなわち、消費者は E's カードを申し込み、そのカードを利用して買い物をする、手数料の一部が基金として積み立てられ、リサイクルステーションの増設やグリーンコンシューマーの活動支援などに利用される。寺浜（2001）はこの事例に着目し、E's カードに対する学生の意識調査を行い、E's カードの利用意図について検討している。すなわち、利用意図については約半数が肯定的であったが、その中で積極的にこのカードを利用しようとする層では、環境問題への関心と関連がみられた。利用意図の中間の人には E's カードの個人的な利益（サービス）を強調するよりも社会的な利益（環境保全）を強調した条件の方が利用意図を高くすることを確認された。一方で、「クレジットカード機能」、「年会費」が強い抑制要因として認知され、利用意図を低めることも調査結果から確認された。この研究例のように、このカードの今後の普及状況を検討し、同様のコンセプトをもった商品の普及に関する社会心理学的研究が期待される。

第2に、オフィス古紙リサイクル実験を紹介する。名古屋市の1999年2月のゴミ非常事態宣言を出し、名古屋市の事業系ゴミは、リサイクル可能な紙ゴミの焼却場への搬入禁止と、収集の有料化が導入されることとなった。そうした状況の中、「地域リサイクルシステム研究会」⁷は、市内の他地区での回収事業の実績を踏まえながら、オフィスが密集した限られたエリアにおいて、決められた日に古紙を分別して回収する「オフィス町内会」の仕組みを立ち上げる実験を行った（杉浦・萩原・浅井・広瀬、2001）。この実験の主な目的は、どの程度の事業所が参加し、回収コストはどれくらいかかるかを実証することにあった。まず、事業所が入居するビルの管理者に対して聞き取り調査を行い、事業系ゴミ処理の問題点を明らかにした。続いて、事業所

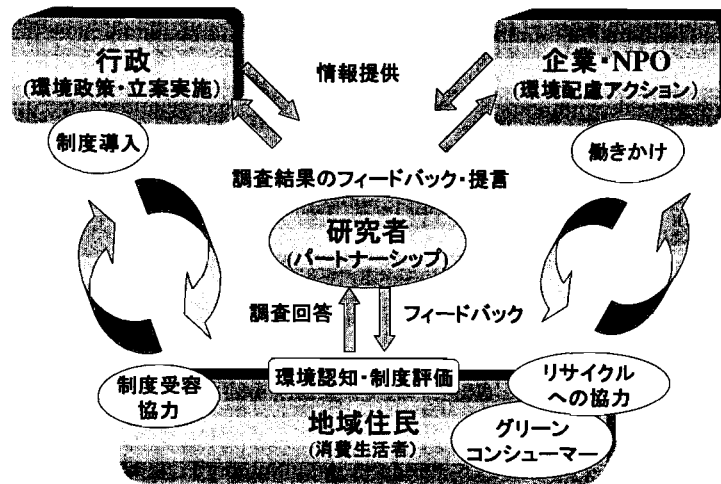


図1 研究者の現場（フィールド）との関係

に対して古紙リサイクルの状況等と実験参加への意向についてのアンケート調査を実施し、さらに参加事業所の従業員に対して古紙分別に関するアンケート調査を実施した。古紙リサイクルの問題点や実験参加のメリットなどのアンケート結果は、「古紙回収実験通信」や実験結果の説明会で事業所にフィードバックされた。広瀬（1993）が検討したようなアンケート実施やそのフィードバックの効果は測定できなかったが、環境社会心理学的アプローチはリサイクル普及に利用可能なことが示唆された。

第3に、ゴミ排出ルールを市民自らが作ろうと立ち上げられた「市民がつくる名古屋ルールフォーラム」を紹介する。容器包装リサイクル法の本格的施行にともない、名古屋市では2000年8月7日より市内一斉に、紙製とプラスチック製の包装容器の分別回収が導入された。また、1999年10月より導入されていた透明／半透明の指定袋が試行期間を経て本格導入された。結果的には2年間で約2割のゴミ減量につながったが、分別の仕方は非常に複雑で、市民の間で混乱もみられた。

これまで、分別の仕方をはじめ、ゴミ排出ルールを策定する役割は行政にあり、市民は行政が作ったルールに従うというものであった。「ゴミ非常事態宣言」を経て行政においては、ゴミ減量のための目標値の設定や、分別回収システムの提案などがなされたが、それらが決定される場において、市民の意見は十分に反映されていないとの認識もあった。そこで自分たちのルールは市民でつくろうと、様々な立場の市民が世話人として集まり、世話人会によってフォーラムの企画を立て、中部リサイクル運動市民の会が発行する環境情報誌E'sを利用して広報するなどして市民に呼びかけられた。第1回のフォーラムが1999年11月に開催され、参加した市民によってゴミ減量のためのアイデアを出し合うワークショップが開かれた。環境関連のイベントとタイアップする場合も含め、以降2ヶ月に1回ほどの割合でフォーラムを重ね、市民独自のゴミ

減量をめざしたディスカッションが積み重ねられてきた。このフォーラムの一つの到達点は、名古屋市による新しいゴミ分別方式によって市民の意識や行動がどのように変化したかを調べるアンケート調査⁸を市民の意見を取り入れる形で行い、さらにその結果をワークショップで解釈したことである。この流れは、現状としては、行政と市民との連携を目指した名古屋市環境局によるパートナーシップ委員会に引き継がれている。

最後に、研究者と市民・行政・企業との関係性のあり方について検討してみたい（図1参照）。すなわち、研究をより実践的なものとしていくためには、現場において他領域の研究者と共同しながら問題に関わり、専門性と学際性の両立を図る必要があるだろう。行政が環境政策を立案・実施する場合や、企業やNPOが消費者に対してグリーンコンシューマーを促進させるような働きかけを行うような場合、研究者はそうしたアクションに対して助言を行い、アクションに対する市民・消費者の反応を測定して、その効果を検討することができる。そこで得られた知見を、アクションの導入主体にフィードバックすることで事態の改善はかり、市民に結果をフィードバックすることで、市民の協力をエンカレッジすることも可能である。今後、このような枠組みによるフィールド調査、アクションリサーチのより一層の発展が求められるだろう。

引用文献

- 中日新聞 1999 「環境に優しい 消費者に特典『グリコンカード』発行へ」（1999. 11. 24. 付け）
- 広瀬幸雄 1993 環境問題へのアクション・リサーチ—リサイクルのボランティア・グループの形成発展のプロセス— 心理学評論, 36, 373-397
- 広瀬幸雄 1995 環境と消費の社会心理学—共益と私益のジレンマ— 名古屋大学出版会
- 野波寛・杉浦淳吉・大沼進・山川肇・広瀬幸雄 1997 資源リサイクル行動の意思決定における多様なメディアの役割—パス

解析モデルを用いた検討— 心理学研究, 68(4), 264-271

杉浦淳吉 1998 環境配慮行動の承諾に及ぼす要請内容と要請主体が効果—エコロジーダイヤルを用いた検討— 実験社会心理学研究, 38, 39-47

杉浦淳吉 2000 行政による徹底された資源ゴミ分別制度の導入と住民の反応プロセス—参与観察による社会心理学的検討— 愛知教育大学研究報告(人文・社会科学編), 49, 205-211

杉浦淳吉 2001a 環境配慮行動の普及プロセスに関する社会心理学的研究 名古屋大学大学院文学研究科博士論文

杉浦淳吉 2001b 環境を配慮した消費行動の説得に及ぼす社会的ネットワークの影響—エコロジーダイヤルを用いた検討(2)—, 愛知教育大学研究報告 人文・社会科学編, 50, 199-206

杉浦淳吉 2001c ゴミ分別が始まる時、やまだようこ・南博文・サトウタツヤ(編著)『カタログ現場(フィールド)心理学』pp. 64-71, 金子書房

杉浦淳吉 2001d 社会心理学における野外実験—擬似実験によるリサイクル普及プロセスの解明— 辻敬一郎(編著)『心理学ラボの内外』pp. 183-190, ナカニシヤ出版

杉浦淳吉・萩原喜之・浅井直樹・広瀬幸雄, 2001 オフィス街における古紙回収システム導入のアクションリサーチ 第12回廃棄物学会研究発表会講演論文集, pp. 205-207

杉浦淳吉・広瀬幸雄 1999 ゴミ分別制度に対する住民の社会的利益・個人的コスト評価の時間的変化, 日本社会心理学会第40回大会発表論文集, pp. 168-169

杉浦淳吉・野波寛・広瀬幸雄 1999 資源ゴミ分別制度への住民評価に及ぼす情報接触と分別行動の効果—環境社会心理学的アプローチによる検討— 廃棄物学会論文誌, 10, 87-96

杉浦淳吉・大沼進・野波寛・広瀬幸雄 1998 環境ボランティアの活動が地域住民のリサイクルに関する認知・行動に及ぼす効果 社会心理学研究, 13, 143-151

寺浜鮎美 2001 環境に配慮した消費行動に対する消費者の意識について—グリーンコンシューマーカードを事例にあげた検討— 愛知教育大学教育学部卒業論文(未公刊)

注

- ¹ 本論文は、著者が2000年度に名古屋大学大学院文学研究科に提出した博士論文(杉浦, 2001a)の一部を加筆・修正したものである。
- ² 同時期に別のサンプルを用いて行った調査において、リサイクル行動に最も強い影響を及ぼしていたのはボランティアからの勧誘といった規範的影響であった(野波・杉浦・大沼・山川・広瀬, 1997)。
- ³ この事例に関する対象への接近については、杉浦(2001c)を参照のこと。
- ⁴ 独立変数の操作が困難であったり倫理的に不適切な場合でも、調べたい事柄に対応した条件が少しずつ異なる対象について、従属変数を適切に測定することによって、実験とみなすことができるものである(杉浦, 2001d)。
- ⁵ 名古屋市は、環境保全の観点からの反対により「藤前干潟」へのゴミ処分場建設を断念し、1999年2月に「ゴミ非常事態宣言」が行った。これに呼応して、行政のみならず市民団体も企業を巻き込みながら様々な動きがみられた。
- ⁶ 1999年11月に登場し、中日新聞の一面トップ記事にも取り上げられた(中日新聞, 1999)。JCBと提携するリサイクルショップやエコ関連ショップで買い物をすると、通常の買い物時にたまる「ポイント」が3倍になり、またリサイクルステーションの利用に応じてポイントがたまるなど、グリーンコンシューマーをエンカレッジする仕組みを設けている点が特徴である。現在のところ、JCBと提携するエコショップなどは名古屋市およびその周辺部に限られている。
- ⁷ 行政、NPO、企業、種々領域の研究者で構成されていた。この活動は、特定非営利活動法人オフィスリサイクルネットワークに移行している。
- ⁸ 調査主体は名古屋大学文学部心理学研究室と特定非営利活動法人オフィスリサイクルネットワークであった。

(平成13年9月7日受理)