

# 環境配慮型製品の購買行動から考える 環境ラベルの役割



商学部  
経営・流通学科  
准教授  
侯利娟

## 研究シーズの紹介

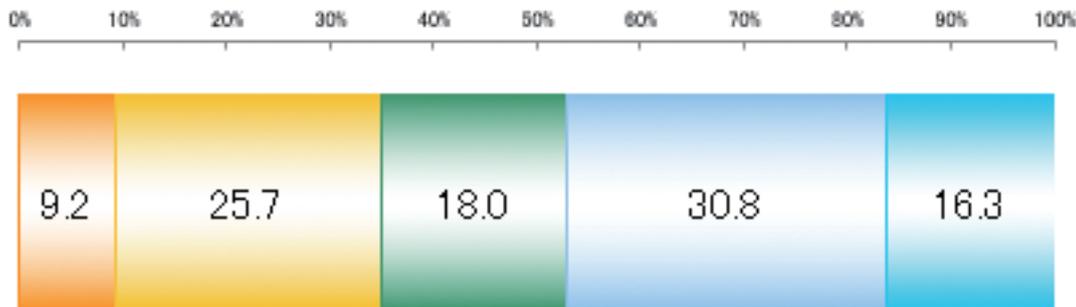
近年レジ袋の廃止をはじめ、スターバックスの使い捨てプラスチックストローの取り扱い中止など、企業の環境に配慮した取り組みが顕著にみられるようになってきている。

環境配慮型製品の情報ツールとして、主な企業の環境コミュニケーションは環境報告書や環境広告、そして環境ラベルなど様々な手段を通じて、環境保護への企業姿勢を社会に伝達

をしている。

その中でも、環境ラベルは消費者にとって店頭で環境配慮型製品を選ぶ際に、製品に貼付されている唯一の環境情報を表わすツールであるため、企業にとっても重要なツールの一つである。

## 環境ラベルを参考基準とする経験 (日本)



- まったく参考にしたことがない
- あまり参考にしたことがない
- どちらとも言えない
- たまに参考をしている
- よく参考をしている

筆者作成  
(2017年調査データに基づき)



### 環境ラベルを参考基準とする購買行動の影響要因

- 日本において、環境ラベルを参考基準とする購買行動の影響要因としては、「製品の環境側面」、「企業の環境情報」、「ソーシャルメディア」、「個人の責任感」、「社会的な影響」である。