

2016年度 中央大学特定課題研究費 ー研究報告書ー

所属	商学部	身分	教授
氏名	西川可穂子		
NAME	Kahoko NISHIKAWA		

1. 研究課題

(和文) 新しい環境技術のための環境評価のあり方とその手法

(英文) An innovative implementation of LCA within the EIA procedure

2. 研究期間

2年間 (最終年度)

3. 研究の概要（背景・目的・研究計画・内容および成果 和文 600字程度、英文 50word程度）

(和文)

製品の製造や運搬・販売などあらゆる場面で環境負荷を軽減する技術について検討をする目的で本研究課題を実施した。環境技術の評価は業界や商品によって、様々な尺度が存在する。ライフサイクルアセスメント（LCA）は、ある製品・サービスのライフサイクル全体、または特定段階における環境負荷を定量的に評価する手法である。国際標準化機構（ISO）において、ISO14040-43で規格が定められている。

製品の環境負荷軽減を消費者に知らせる手段として、環境ラベル（エコラベル）がある。商品における環境付帯情報を表示されるのに使用されている。LCAの手法で評価された二酸化炭素(CO₂)の結果を表示する環境ラベルや第三者機関が認める環境ラベルなど、認定過程や基準など様々な環境ラベルが存在する。

本研究課題で2017年度は、この環境ラベルに表示された環境付帯情報が正しく消費者へ伝わり、エコプロダクツが消費者の商品選択の動機になっているのかを検討した。

主に、ウェブによる消費者アンケートを実施し、消費者の立場から現在の環境付帯情報の在り方について、明らかとした。結果は、回答者（300人）のうち80%の人が、環境ラベルは商品選択の理由になっていなかった。環境ラベルの表示と定義の多様性が、かえって消費者には煩雑でわかりづらいものとなっており、環境ラベルの在り方については改善する余地があるようだ。

(英文)

Life Cycle Assessment (LCA) has been identified in the literature as a promising tool for Environment Impact Assessment (EIA) procedure. The concept of LCA is applied to one of eco-label category. In fact, eco-labels are composed of 3 categories (Type I, II, III) in Japan, of which Type 3 category has implied the concept of LCA. In this study, I investigated whether consumer actually uses these eco-labels to buy a product in daily life. A questionnaire survey on web showed that 80 % of consumer bought a product without paying attention to the eco-label. The reason why consumer doesn't use eco-labelling information is because too much eco-labelling confuse consumer. Our result suggests that we should improve eco-labelling system which all consumer can understand easily.