

ゼロカーボン・ロードマップへの取組・経過報告について

1 ナッジ手法を活用した市民への脱炭素普及啓発

(1) 目的

市民のゼロカーボンへの意識、アクションプランの内容の認識向上を図るため、アンケート調査を行い、アクションプランによる市民意識の変化、また、ナッジ手法を用いた普及啓発による効果の検証を行う。

(2) 調査手法

住民基本台帳から無作為に抽出した 1,000 名（20 代～60 代）に向けて普及啓発を行う。

アンケート調査を実施する 1,000 名の内訳

A群：アクションプラン普及啓発物を含めたナッジ介入あり 500 名

B群：ナッジ介入なし（意識調査アンケートのみ） 500 名

の2群に分けて効果検証を行い、効果の高い普及啓発方法について考察する。

(3) 調査結果

①アンケート回収状況

- ・ 期 間： 令和6年1～2月に調査
- ・ 回収数： 377件
- ・ 回収率： 37.7%（A群35.4%、B群40.0%）

②結果概要

1)ナッジの効果

アクション実施率 : A群 69% B群 71%

アクションの実施意欲 : A群 86% B群 79%

アクションの即時実施意欲 : A群 29% B群 27%

※アクションの実施率
$$\frac{\text{(選択肢 1)}}{\text{(選択肢 1+選択肢 2+選択肢 3+選択肢 4)}}$$

※アクションの実施意欲
$$\frac{\text{(選択肢 2+選択肢 3)}}{\text{(選択肢 2+選択肢 3+選択肢 4)}}$$

※アクションの即時実施意欲
$$\frac{\text{(選択肢 2)}}{\text{(選択肢 2+選択肢 3+選択肢 4)}}$$

選択1 実施している・実施した 選択2 すぐに実施したい 選択3 いつか実施したい 選択4 実施したくない

2)項目別実施意欲

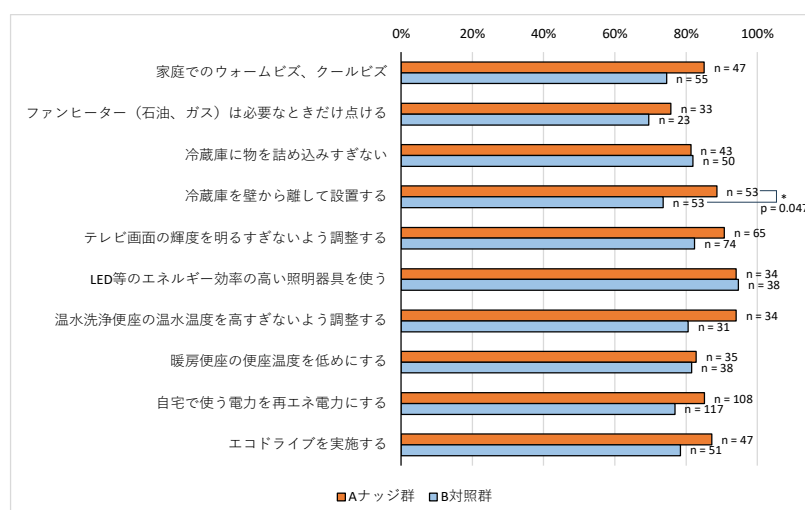


図 各アクションの実施意欲比較

表 年齢別の実施意欲 A・B 群比較

	ナッジ要素	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	その他	全体
家庭でのウォームビズ、クールビズ	デフォルトオプション、利得	6%	21%	-8%	38%	-2%	-	10%
ファンヒーター（石油、ガス）は必要ときだけ点ける		-17%	1%	5%	44%	13%	-	6%
冷蔵庫に物を詰め込みすぎない		6%	19%	-30%	-5%	-14%	-	-1%
冷蔵庫を壁から離して設置する		18%	9%	5%	30%	-7%	-	15%
テレビ画面の輝度を明るすぎないように調整する		6%	18%	8%	-13%	13%	-	8%
LED等のエネルギー効率の高い照明器具を使う	同調性、デフォルトオプション、利得、松竹梅の法則	0%	9%	0%	-4%	-10%	-	-1%
温水洗浄便座の温水温度を高くすぎないように調整する		13%	16%	17%	-8%	0%	-	13%
暖房便座の便座温度を低めにする		-18%	11%	-18%	15%	0%	-	1%
自宅で使う電力を再エネ電力にする	不平等回避、利得、松竹梅の法則	7%	-1%	14%	2%	11%	-	8%
エコドライブを実施する	松竹梅の法則、自己欲求、利得	7%	5%	13%	30%	-10%	-	9%
【参考】アクション10件の平均		3%	11%	1%	13%	-1%	-	7%

3)ポイント制度の有用性

脱炭素への取組み対してのポイント制度の導入より行動変容

： そう思う48% ややそう思う27% あまりそう思わない6% そう思わない5%

4)今後のモニターの参加者

ナッジの長期的な効果等を把握するためのモニターの参加：126名参加

(4) 今後の方針

- ・普及啓発物による効果は、今後の実施意欲においてほとんどのアクションの項目において見られたが、ナッジ要素が含まれるアクションにおいても比較的強く見られ、いずれもナッジ要素の「利得」を含む項目であったことから、今後の普及啓発の際に考慮する。
- ・今後の実施意欲においての効果が期待でできるため、長期的にモニターによる意識や行動変化の調査も引き続き行う。
- ・ポイント制度は肯定的な結果となったため、市民向けにインセンティブシステムの検討を進めていく

2 えにわ環境・エネルギー展

(1) 概要

- ・ 目 的：来場者に体験やイベントを通して環境への関心を高め、令和4年6月に恵庭市が宣言した「ゼロカーボンシティ宣言」に基づく省エネルギーおよび脱炭素施策の普及啓発をはかる。
- ・ 開催日：令和6年9月8日（日）10時～15時
- ・ 会 場：花の拠点「はなふる」 中央芝生広場・センターハウス
- ・ 来場者：約6,000人（R5：約4,000人）
- ・ 出展状況

屋内外	区分	参加数
屋外	企業、団体等	16
	キッチンカー	10
センターハウス	えにわ消費生活展を同時開催	
計		26

・ 主なイベント

◆環境にやさしい太陽光でLEDランランづくり（参加者数28名）

センターハウス内で「環境にやさしい太陽光でLEDランタン」の製作をとおして、電気の作られ方、自然再生エネルギーや太陽電池・LED電球の仕組みについて学べるイベントを実施した。

◆ecoバスPRブース（来場者数680名）

日常、市内を循環運行するecoバスを会場に展示し、ecoバスの取組紹介をするほか、運転席での撮影会などを実施した。

