**第１回事業者部門会議の概要**

**１．テーマ　　行動科学を活用した省エネ促進**

**２．目　的**

　・省エネ等の環境性能の高い技術や機器が社会に普及、実装されつつあるが、技術や機器の利用方法は利用者の行動様式のよって大きく異なり、非効率的に使われる等、高い環境性能が最大限に発揮されているとは必ずしも言えない状況にある。

　・そこで、ソフト面（行動）でライフスタイルを変化させるため、行動様式を低炭素化へと根本的に変化させる目的として、環境省は今年度「低炭素型の行動変容を促す情報発信（ナッジ）による家庭等の自発的対策推進事業」を開始した。

　・本会議では、府内の各市町村や関係事業者の理解を深め、府内への導入の可能性について協議する。

**３．会議の開催**

**（１）日　時：**平成29年１１月２日 (木)　 1５時０0分～1７時０0分

**（２）場　所：**大阪府庁咲洲庁舎２３階　中会議室

**（３）出席者：**

【関係事業者】

　　　日本オラクル株式会社、株式会社電通 関西支社

【府民団体】

大阪府生活協同組合連合会、なにわの消費者団体連絡会、NPO法人関西消費

者連合会

【事業者団体】

　　　（公社）関西経済連合会、大阪商工会議所

【エネルギー供給事業者】

関西電力(株)、大阪ガス(株)、オリックス(株)

【国・自治体等】

近畿経済産業局、近畿地方環境事務所、大阪市、堺市、門真市、岸和田市、

吹田市、河内長野市、大東市、東大阪市、交野市、大阪府地球温暖化防止活動

推進センター、大阪府

　【ファシリテーター】

　　　（有）ひのでやエコライフ研究所　代表取締役　鈴木 靖文

　【アドバイザー】

　　　奈良女子大学　研究院生活環境科学係　准教授　安藤 香織

**（４）概要および意見等**

**①行動科学の基礎知識と省エネ行動への適用について**

　＜行動科学の省エネへの適用について＞

○概要

　　　　ナッジの定義と様々な分野での取組み例について紹介した。

　＜ナッジで省エネ行動変容を促す＞

　　○概要

　　　　本会議のアドバイザーより、心理学の視点からナッジについて説明し、大阪市鶴見区

の取組みについて紹介した。

**②低炭素型の行動変容を促す情報発信（ナッジ）にょる家庭等の自発的対策推進**

**事業（環境省）の概要について**

　 ○概要

　　　・ナッジ事業の採択事業者である日本オラクルが、アメリカの省エネの取組み例として、

心理学者がカリフォルニア州で実施した取り組みについて紹介した。

　　　・人々の省エネへの関心を高める手法として、周囲の家庭と比較してエネルギーの使

用量を伝える、省エネのアドバイスについて選択肢を絞って伝える、引越し等のライフイベントの変化時にエネルギー使用について伝える等といったものがある。

　　　・国との連携で、北陸電力管内で省エネレポートを使った各家庭に送ること実験を行っ

たところ、約1.2％の省エネ効果があった。

　　○主な意見等

　　　・この事業は環境家計簿の代替として広めていくのか。

　　　・いくら損しているのか、ということが分かれば、家族で盛り上がるのではないか。

**③意見交換（府域における展開について）**

＜省エネ意識と行動に関する大阪府域及び府民の特性＞

　　○概要

・家庭の省エネについて、大阪府内の家庭におけるエアコン等の機器保有状況や買い

替えのタイミング、住宅の種類等について説明した。

・大阪府民の特性として、省エネへの関心と省エネ行動についてのアンケート結果につ

いて紹介した。

＜府域における行動科学を活用した省エネ取組みの展開について（素案）＞

　 ○概要

　　　・大阪府へのナッジ事業導入の可能性を検討するため、他地域との違いについて、情

報を整理した。

　　　・導入案としていくつか事務局から提示した。

　　○主な意見等

　　　・民間企業の講師を招いた環境教育等、日ごろから環境に関する情報提供すること

は大切だ。

　　　・クールビズは定着しているが、ウォームビズは定着していないので、そのＰＲもしてほし

い。

　　　・クールビズは他の国では定着していないため、政府の成功例といえる。

　　　・家庭向けに直接行動変容を促すだけではなく、環境教育の場で子どもたちから親御

さんに伝えるという間接的な方法や、お店での省エネ等の例もある。

　　　・お店のエアコンの温度設定についても、環境に配慮した指標をつくって、食べログ等の

点数が上がるというようなものも考えられる。

以上