

## 生活者の省エネルギー配慮型行動に関する研究

省エネルギー対策における「意識と行動の不一致」の存在と態度形成の考察

Study of the energy-saving consideration action.

Existence and attitude formation consideration of "the disagreement of a attitude and the action"  
in the energy-saving measures

指導教授 太田 清 教授

立教大学大学院ビジネスデザイン研究科ビジネスデザイン専攻

学生番号 08VG020F 岡田 穰

OKADA, Minoru

**概要:** 本研究の目的は、省エネルギー配慮型行動の定義を設定し、2009年時点の生活者における意識調査を行った。研究の仮説として、省エネルギー配慮型行動には、①動機を評価軸とした独特な態度形成のモデルがあり、態度形成の認知関心から選択検証の段階において、主観的規範と実行可能性を基準とした動機評価が存在する。②省エネルギーに対する関心が高くても、態度形成が行われていないために省エネルギーが重要とわかっていても、便益、費用を考慮すると態度形成は起きにくく、結果、活者が意識と行動の不一致を起こしていることを、社会心理学的分析方法を用いて実証したものである。

省エネルギー対策、社会心理学特に、消費行動学の視点から省エネルギー配慮型行動の実態とその課題を実証的に明らかにするものである。それは、省エネルギー配慮型行動と社会心理との関係性から、省エネルギー対策の包括的意義を問うものである。

**キーワード:** 合理的行動理論、意識と行動の不一致、実行可能性、主観的規範・コスト評価

### 第1節 省エネルギー対策の実態と先行研究

#### ①民生部門エネルギー消費実態

石油危機の時、大きく省エネルギー対策が効果を上げたのは、生活者を襲ったエネルギー供給不安が大きく起因したといわれている。しかし、80年代から90年代初頭は、マイクロエレクトロニクス革新により、電力消費が大きく伸びた。エネルギー消費増大の一因となった。民生、家庭部門においても、電力需要が大きく伸びた。電力動力源としてのエネルギー需要が伸びた。それがエネルギー消費量の拡大とつながった。その原因は、生活者の生活スタイルの変化により、動力源として電力を使用した、エネルギー消費機器が普及浸透したことに起因する。さらに、暖房用、給湯用のエネルギー消費も伸びている点も指摘し、今までの省エネルギー対策では、もはや省エネルギー実現には有効に機能しない。

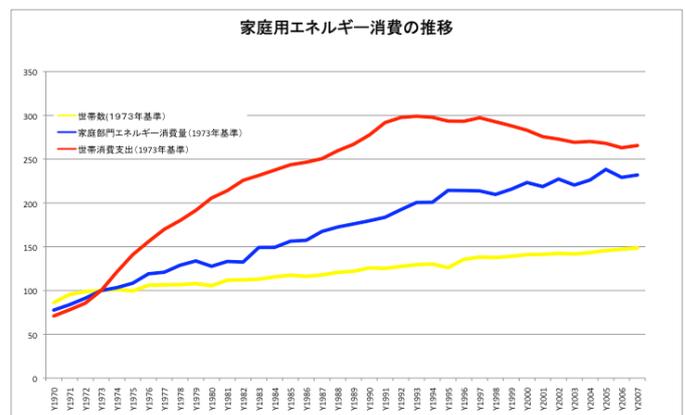


図-1 世帯消費支出と家庭部門エネルギー消費推移 (1973年基準)  
総務省「家計調査年報」「住民基本台帳」経済産業省・EDMC「総合エネルギー統計」から筆者作成

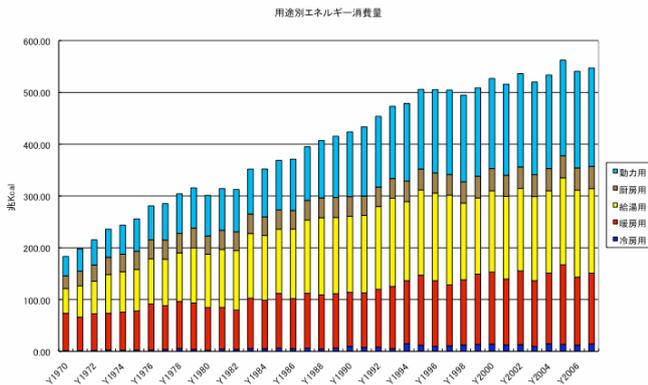


図-2 家庭部門用途別エネルギー消費推移  
経済産業省・EDMC「総合エネルギー統計」から筆者作成

## ②省エネルギー配慮型消費行動の定義

省エネルギー配慮型行動について「生活者の省エネルギーに対する意識の違いを認識し、それを前提に、個人の利益よりも社会的利益を最大化させ、公共意識を高める多面的行動」を行うことと定義した。本論文はこの点を、生活者に対する調査分析によって、この定義を証明し、実態を把握することに注力した。

## ③生活者の省エネルギー行動の諸理論の整理：先行研究

2001年から2008年7月まで急上昇を続けた原油価格によって、石油製品の高騰急低下した直後である2009年は、生活者にとり、エネルギー消費意識が相当変化したものと見るべきである。当然ながら、先行研究は、過去の石油危機時の研究が中心で、現在と比較して、大きく変容を遂げているといえる。よって、先行研究は、現在において、理論としての有効性を担保しているわけではないと判断した。

### 環境・省エネルギー行動の態度と行動の不一致を指摘した研究

#### (1)Hardin による「共有地の悲劇」論・Warrenの集団行動心理論の研究

生活者の消費行動における、態度と行動の不一致を指摘した研究の契機としては、Hardin(1968)である。ゲーム理論「共有地の悲劇」というロジックを用いた。

「ある共同体において①メンバー全員が利己的な行動を採用した場合、共同体全体の利益は損なわれる一方で、②利己的に動くことでその個人に利益が生み出される

場合、往々にして人間は意識と違った行動を採ることになる」【中略】「結果は、共同体全体の利益が大きく損なわれ、各個人の活動さえもこのなうことの出来ない破滅的な状況になる」【中略】と説明している。ただし、一方で、「もし全員が利己的な行動を抑制し、全体利益を第一として考えるならばその悲劇も回避することも可能になる」 [Garrett Hardin, 1968]

と指摘した。

さらに Warren(1974)は、経済主体の自発的省エネルギー対策を推進させるものは、個人のあるいは集団の態度形成が必要であることを示唆し、

「すべての人が省エネルギーの責任を共有するのでなければ省エネルギーに協力したくないという生活者は多い」

[Warren,D.I, 1974]

と指摘した。

省エネルギー問題は、資源の有効活用と環境保全という共益性と消費による私益が対立するジレンマ構造にあり、問題解決には大きな障壁がある事を指摘したものである。

#### ① 態度と行動の不一致の理由を提起した研究

##### (1)広瀬(1995)による行動研究

省エネルギー対策と消費行動について生活者がどれだけ関心を持っているかは、個人差異がある。理由として個人に応じて様々な態度を持っており、個人の価値観の中に周辺環境の状況が組み込まれるからである。

それを前提に、社会心理学の見地から研究したのは、広瀬(1995)である。

広瀬は、生活者が省エネルギーについて、日常意識しておらず、情報の送り手からの適正な情報提供に依存することを示唆し、経験に基づく消費行動を行っている生活者に対して、送り手は論理的な情報を以て説得しなければならないことを示した。生活者が持っている、省エネルギーの認知・関心の内容も怪しいことを示唆している。

### 省エネルギー配慮型行動態度変容モデル

#### (1)先駆的研究、Janis&Hovland モデル

先駆的研究として、Hovland(1959)の研究があげられる。省エネルギー配慮型行動に結び付けるため

の説得要素として、情報から意識、態度変容という3つの段階を取り上げた。この研究では、情報提供の成否が従属変数として取り上げられ、態度変容で情報提供の効果が測定された上で、逆説的に意識の変容プロセスを推測したものである。つまり、態度変容を連鎖的にとらえるのではなく、単一的に情報処理の手法研究としてとらえ、情報をどのように組み合わせたら効果があるのか検証したモデルである。

しかし、認知関心から行動に至る態度プロセス全般にわたる情報処理経路や、情報が受け入れられてからの効果検証は行われていない点など研究として課題が多かった。

## (2) 態度変容連鎖モデル

Hovland が情報処理の枠組みを指摘したが、さらに進み、行動全体の連鎖モデルを提示したのは、McGuire(1985)である。この研究は、態度変容を一つのサイクルとして変容しているという認識に立ち、態度変容が、①注意②理解③承服④保持⑤行動の段階を経た結果とみなし、④保持の段階までが態度変容と定義した。

さらに Rogers(1995)は環境行動の普及が社会的に課題となりつつあった90年代技術革新と共に地球温暖化ガス排出問題が顕在化した折、環境行動の個人レベルの普及過程を提起し、態度変容モデルを提示した。環境行動の普及には、社会の中での生活者採用度と、個人が何時態度変容するのか、情報の受容度を基準に研究が行われた。しかし、この研究は Hovland のモデルをベースに連鎖モデルとしての整理を行ったことにとどまり、いずれのモデルも個人の認知関心から行動までつながる動機の規定因については説明されなかった。

## (3)精緻化可能性モデル

Petty と Cacioppo (1986) による「精緻化可能性モデル」(Elaborated Likelihood Model: ELM) について考える。

このモデルは情報処理(意思決定)において、態度形成を論理的に決定する論理的ルートと感情的に決める周縁的ルートの二つがあり、このいずれかのルートで意思決定を行うとした。そして、情報処理の適正化は、課題への認知・関心度と決定者の処理能力に依存するとした考え方である。

意思決定者の態度変容は、認知・関心程度によって、論理的か周縁的かに分けられ処理される。論理的に処理されたものは態度・行動の持続性が担保され、周縁的になればなるほど、持続性は担保されにくく、態度変容が起きやすい。認知・関心の程度も

低く、一過性の行動、つまり流行として行動しやすい状況となる。

周縁的に意思決定が行われた後、それが経常化すると経験が積み重なり、生活者は論理的に判断せず、学習による知識蓄積をすることなく、論理的判断を回避することが考えられる。

省エネルギー配慮型行動において、論理的なルートから導き出されたものであれば、態度・行動において一貫性が高いと予測されると指摘しているように、環境行動、省エネルギー配慮型行動は持続性が重要であり、より周縁的ルートによる意思決定ではなく、論理的ルートによって意思決定するプロセスが求められる。筆者は判断した。

## (4)合理的行動理論

Fishbein と Ajzen の研究を検討する。この研究は、省エネルギー配慮型行動について、態度変容を決定づける要素として、統制のとれた「目標意図」と「行動意図」を挙げ、それらに対応する規定因として、前者は「主観的規範」、後者は「行動に対する態度」を提示した。そして、行動意図である行動に対する態度は、行動の結果、効果が上がる可能性はどのくらいか、行動と効果の関連性を検討すること(同研究では「関連性評価」と定義)とその行動が目的達成に対して、どのくらい重要か(「重要性評価」と定義)についてSD法の心理尺度を用いて構造分析を行って実証した。

この分析の結果、生活者は、自己の効用を最大化するために行動から予測されるすべての結果に注意を払いながら、冷静な判断を下すことができると結論付け、生活者の態度変容の特徴を以下のように示した。

生活者の省エネルギー配慮型行動における意思決定(態度変容)において、

1 計画的行動を行うことは可能である。なぜならば目標意図と行動意図の評価分析を通じて感情や態度行動の予測を可能である。

2 合理的行動をとる限り、行動の統制は実現できる。なぜならば、「目標意図」と「行動意図」両面を評価することで、同行動が持つ二面性に対して評価が担保され態度形成においてバランスがとられるから。

と結論づけた。

## 論点

①先行研究を用いた省エネルギー配慮型行動の態度変容パターンの検証・実証

合理的行動理論によると、態度は、行動結果の重要度と関連性の評価によって決まるとしている。それを適正に行うには、便益、費用、社会的影響といった情報が必要となる。

情報選択およびその評価において、重要度の設定に個人差が大きくなっている。それは、石油危機当時と違い、インターネットの普及によって情報入手の方法が変化したからである。マスメディアの情報を頼りにしていた時代から、自らが情報を選択し検証する時代へと変化している。石油危機当時と比較して、すべての行動結果の評価が、生活者全体の態度に等しく影響を及ぼすことがあり得ない時代となったと言える。一部の有力なブロガーが消費行動を仕向けることも可能となったからである。

消費行動には必ず、パターンがあるはずで、意思決定者には、判断するために原理原則があると筆者は考えた。行動結果に関連する情報は基準として想起されやすく、関連しない情報は想起されにくいために、情報過多下では、情報処理能力の限界から、動機は多様化せずに収斂されなければならない。そのためには、生活者の情報処理のプロセスを明確にすることが必要である。

## ②省エネルギー配慮型行動において、主観的規範と行動に対する態度のどちらを重視すべきか

合理的行動理論は主観的規範と実行可能性が行動意思決定の規定因(動機)となり、それらの相関関係から、どちらが重要な予測因であるか事後的に決定されるとしたものである。

実際には実行可能性と主観的規範が矛盾する。たとえば、省エネルギーに関心があるとアンケート調査で回答する人が多いにもかかわらず、実際に省エネルギーについての行動をとっている人は少数でしかないことが多い。

石油危機当時は、私益性重視という考えが主流となった。態度変容には、経験による情報、記述的な情報、私益の情報が必要で、

「それに基づいて態度も決定されやすい。過去の経験による態度のほうが行動との整合性が取れやすい」 [Fazio, 1996]

「信頼性が高いはずの一般的な統計情報よりも少数の具体的事例によって判断が左右されやすい」 [Nisbett, 1976]と

「エネルギー消費を規定するのは環境汚染や資源枯渇の情報ではなく、消費によっ

てもたらされる個人的便益の情報である」 [Seligman, 1990]

実行可能性重視とみる論文が多数を占めた。一方 Olsen(1981)は、

「エネルギー不足を経験している住民では、エネルギー危機の深刻さの認知と省エネルギー配慮型行動に関連が見られるのに、その経験を持たない住民では関連が見られなかった」 [Olsen, 1981]

点を明らかにし、主観的規範を重視するという示唆もある。

しかし、Barker(1976)のその時々に応じて生活者の意識は変容していることのほうがより信憑性が高いと考える。生活者は、情報自体に整理がついていない上に、具体的な動機が見出しにくく、何から手をつけていいのか判断に困っている状況で、つまり、エネルギー問題に対する知識の不足と自分が何をすればよいかわからない状況にあると推定できる。これを前提に、理論検証を行うことは意義が深い。このため、合理的行動モデルに基づいた仮説で実証研究を行えば、2009年時点の実態に合致した結果が導き出されると判断し、本研究を進めることにした。

## 第2節：仮説

本論文では以下のような仮説を設定した

省エネルギー配慮型行動には、

仮説①動機を評価軸とした独特な態度形成のモデルがあり、態度形成の認知関心から選択検証の段階において、主観的規範と実行可能性を基準とした動機評価が存在する。

仮説②省エネルギーに対する関心が高くても、態度形成が行われていないために省エネルギーが重要とわかっていても、便益、費用を考慮すると態度形成は起きにくく、結果、活者が意識と行動の不一致を起している。

## 第3節：実証実験

これまでの知見に基づき、3グループ各5名合計15名によるフォーカスグループインタビュー調査および20歳から70歳までの男女合計200名の生活者を対象にしたインターネット法および質問紙調査を実施し150名から得られたデータ(有効回答率75.0%)について調査を行った。実証実験として、調査から分析までのワークフローは以下のとおり。

## ■実験ワークフロー

表-1：本論文の実験ワークフロー 筆者作成

段階	項目	内容
第1段階	外部調査の検証	外部機関統計調査の検証 関心度と態度形成の関連性の精査
第2段階	行動動機の抽出	フォーカスグループインタビュー調査
第3段階	本調査	アンケート調査 サンプル数 150
第4段階	調査結果の分析、 検証	単純集計・クロス分析 心理統計法による解析

### ①第1実験 フォーカスグループインタビュー調査

第1段階の外部調査を検証したうえで、2009年時点での実態を把握し、消費行動の動機となりうる規定因の抽出を目的にフォーカスグループインタビューを行った。

#### 方法

##### ①被験者

被験者は、東京都内に在住・在勤している、30歳代を中心とした、20歳から50歳の男女既婚子供ありなし、および未婚女性を対象にした、3グループ、各5名、合計15名(1名欠席合計14名)。グループの内訳はAグループ子持ちの主婦グループ Bグループ子持ちの男性グループ Cグループ独身一人暮らしの女性を設定した。謝礼は提示していない。省エネルギーに関心が高い人たちが集まらないようにするためと、省エネルギーや環境問題に関心のある人が集まらないようにするため、調査開始時に文書と口頭によって説明、合意を得ている。性別の内訳は男性5名、女性10名で平均年齢は36.7歳である。

##### ②調査方法

本調査ではデータ解析は行わず、単純に発言をとりまとめる。

#### Aグループ：女性・家庭有り、子供有り（30歳から50歳女性）

\*被験者：5名。内訳、27歳子供1名、36歳子供2名、42歳子供1名、34歳子供2名、40歳子供1名  
\*実験者：筆者

\*方法：口述筆記。ICレコーダーによる後日テープ起こし。

#### Bグループ：男性・家庭有り、子供有り（30歳から50歳男性）

\*被験者：5名。

内訳、34歳子供なし、40歳子供1名、47歳子供2名、35歳子供1名、43歳子供2名  
\*実験者：せと たかやす氏フリーコピーライター  
\*方法：筆者は別室にてインタビューの内容について筆記記録をとり、終了後ファシリテーターと内容の確認を行った。

#### Cグループ：女性・独身・子供無し（25歳から40歳女性）

\*被験者：4名。(5名選定したが、当日1名欠席により4名で実施した)

内訳、26歳子供なし(当日欠席)、28歳子供なし、34歳子供なし、43歳子供なし、31歳子供なし  
\*実験者：せと たかやす氏フリーコピーライター  
\*方法：筆者は別室にてインタビューの内容について筆記記録をとり、終了後ファシリテーターと内容の確認を行った。

### ③調査実験計画

主観的規範と実行可能性の検討要因の中から、動機のカテゴリーサイズとその条件を抽出する実験であった。

#### (1) 省エネルギー対策における生活者の態度形成の実態

省エネルギーに関する態度、行動の本音を聞き出すために、本調査を実施したが、生活者の省エネルギー認知・関心について、「分かりにくい」、「省エネルギーは地球温暖化よりも利便性を考えて省エネ行動を行っている」と答えている。

選択段階においては、生活者は実際に何をすべきか、情報選択に困っている点が浮き彫りになった。意思決定の動機が明確になっていない点が明示されたことは、結果評価があいまいになる可能性があることを示している。

### 結果

#### (1) 発言から想定される省エネルギー配慮型行動態度形成の動機

フォーカスグループインタビューの発言をもとに、省エネルギー配慮型行動における動機が想起できた。

#### ■実行可能性

##### 要素：コストに関すること

お金の節約と省エネルギーが一体化できると良い。

スーパーのレジ袋を使わない。

コマーシャルではないが、安く上がる省エネルギー

対策を目指す。

#### 要素：労力に関すること

例えば、冷房温度を28度に設定する。冷蔵庫の開閉回数を減らすこと。こまめにプラグを抜くこと。自分の身の回りに勧めることのできるやさしい方法をする。

行動が持続的にできることが重要

自分が試みたことのない新しい方法で実現するエコ家電やハイブリッドカー、太陽光発電など多少費用がかかっても効果が大きいものに投資をする。効果が目に見えるのが重要、自らが分析できることが重要。例えば、自動車の燃費を記録すること。消費電力が記録できること。

#### ■主観的規範

##### 要素：社会的な期待に関すること

##### 話題に上がり生活者へ理解されるような行動が重要

企業も国を挙げて省エネルギー対策に取り組む。

企業は、省エネルギー技術を輸出する。

省エネルギーに対する啓蒙活動を行う。

具体的な事例の紹介を行う。

先行者利益になる仕組みをつくる。

##### 政府や企業のサポートによって省エネルギーを実現する

金銭的な助成や公的施設での導入をもっと行う。

普及するために国が補助をする。

##### 要素：義務感に関すること

生活レベルを下げてでも省エネルギーを推進する。

すぐにでもできる省エネルギーに取り組む。

事態の深刻性を認識して行動する。

高くても省エネルギー型商品を購入する。

##### 要素：リスクに関すること

自分のせいで大量のエネルギー消費が行われていると認識する。

省エネルギーへの認知・関心が高いと回答しているものの、具体的に情報を選択する動機として、個人においてレベルと内容とに相違がみられた。

本章では、行動結果が出やすい実行可能性に関する部分に強い関心がある傾向、主観的規範もまた意識している実態も明らかになった。

省エネルギー配慮型行動には、主観的規範と実行可能性との相関が重要であることは先行研究を通じて明らかであるが、本調査では、主観的規範(社会のために何ができるか)をどのように意識しているかを把握することであった。そのために、個人は費用を払ってまで、協力するかということである。本調査では、受けた情報が説得的であると強く感じた場

合、行動評価が低下し、逆に自分を説得しようとしているのではないかと捉えられ、そのような評価が下された場合、利己的な動機に動く傾向が明らかになり社会全体の規範形成においては情報による説得が難しい点が浮き彫りになった。フォーカスグループインタビューという限定された実験であるため、傾向であるが、主観的規範への協力への報酬や協力をしなかった場合の結果など動機をアピールしないと態度形成が起きないことが明らかになった。

さらに、長期的な主観的規範に関する認知・関心による態度形成の影響よりも、行動直後に個人的な利益が得られるという即時性による私益評価が行動の主要な規定因となる傾向が明らかになった。

#### ②第2実験 アンケート調査

省エネルギー配慮型行動の前提となっている態度と行動の動機とその影響について検討するためにアンケート調査に基づく量的分析を行った。

##### 被験者

首都圏に在住、在勤している20歳から80歳の男女合計200名。高齢者と若年層で省エネルギーに対する考え方が異なり、母集団が互いに異質な層から構成されているケースであるため、母集団を層に分け推定精度を高めた。さらに、推定量の分散が小さく、精度が高くなることを目指し、人口比例に応じた層別抽出を行った。調査開始時にインターネット法は文面にて、留置法は口頭と調査票において説明、合意を得ている。性別の内訳は男性90名に対して女性は110名である。

全回答者150名の内、明らかに虚偽の回答を含むと判断されたものや、調査項目の3分の1以上回答していない者はおらず。最終的には150名が有効回答者となった。

##### 方法

インターネット調査法および留置法の併用。前者は個別自入力、後者は個別自記入方式の質問紙形式で実施され、インターネット調査法では、調査対象者の意見、意向をリアルタイムに把握するために、米国を中心に49カ国で使用実績のあるLime Surveyというオープンソフトウェアを利用した。Eメールにおいて、調査内容の説明を実施。被験者の合意をとった上で調査画面に進むことができる方式をとった。留置法については筆者による個別の配布個別の回収の形式で実施した。留置法では、口頭と文書にて説明、被験者の合意を得ている。謝礼は提示していない。回答はいずれも無記名で行われた。実施時間は正味約5分程度であった。

インターネット調査法については、30代から50

代は非常に高い回収率を誇り、手法的に有効性を発揮した。逆に 60 代以降は、留置法による手法が有効性を高めた。調査期間中に、選挙結果に基づいて新政権が誕生。その首相が、国連総会で、地球温暖化ガスを 25%削減するという、大胆な国際公約を発表した。それによって俄かに、マスコミを中心に環境問題に対する関心が持ち上がった。発表前と後の意識の偏りが出る恐れが発生したため、調査期間を短縮した経緯により、目標数に達しない年齢層が発生した。オープンソフトウェアによるインターネット法による調査を行う利点として、この調査はより独自性、短期間かつ効率的に実施する迅速性が求められ、この方法は有効性が高いと判断した。

表-2 調査法別回収数 筆者作成

年代	配布数	インターネット調査数→回収数	留置法調査数→回収数	回収数
20代	25	20→12	10→7	19
30代	75	50→49	25→21	70
40代	50	30→28	20→13	41
50代	20	10→9	10→0	9
60代	15	10→0	5→4	4
70代	15	10→0	5→2	2
不明	0	0→5		
合計	200	回収率 88.4%	回収率 61.3%	150

## 結果

### 単純集計

2009 年度の生活者は省エネルギーへの関心が高いにもかかわらず、利便性などの便益や省エネルギー対策を実行するコストに関わるものを考慮すると省エネルギー配慮型行動を移すことができない現状が明らかになった。その点は本論文で提起した主観的規範項目で高い得点が挙げられていることから明らかになった。

### 実行可能性項目

集計の結果、全体的に回答平均値は高くなかった。回答の平均値も、5.38 と低かった。

関心度の平均値(6.84)と比較して、実行可能性の平均値は低かった。

その中で、回答平均値が高かったのは「電気機器の電源をこまめに切っている」(6.46)と「エネルギー消費が高い製品は買わないようにしている」(6.21)「ハイブリッドカーや太陽光発電を導入した

い」(5.94)であった。昨年、原油価格が高騰したにもかかわらず、「自動車の燃費を気にする」(5.32)「エコ家電を購入する」(3.66)のスコアが低かった。

動機のうち、コスト評価動機の回答平均値は 5.47、労力動機の回答平均値は 5.22 とあまり差が出なく、若干であるがコスト評価が高い傾向が見られた。

表-3：実行可能性質問項目の回答平均値 N=150

分類	設問	回答平均値
実行可能性	労力 ア) あなたは、電気機器の電源をこまめに切っている	6.46
	労力 イ) あなたは、冷蔵庫の開閉回数を減らしている	5.62
	労力 ウ) あなたは、冷房温度を 28 度、暖房温度を 20 度に設定している	5.12
	コスト評価 エ) あなたは、入浴のとき、家族が連続して効率よく入浴することで光熱費の節約をしている	4.70
	労力 オ) あなたは、すでにエコ家電を購入している	3.66
	コスト評価 カ) あなたは、リサイクル商品の購入と自らリサイクルを率先している	4.85
	コスト評価 キ) あなたは、エネルギー消費が多い製品は買わないようにしている	6.21
	コスト評価 ク) あなたは、電気使用量について毎月こまめにチェックしている	4.96
	労力 ケ) あなたは、ハイブリッドカーや家の高断熱化、太陽光発電などは多少費用がかかるが導入したいと思う	5.94
	労力 コ) あなたは、消費電力がすぐに分かる機械やコンピュータを導入したいと思う	5.72
	コスト評価 サ) あなたは、自動車を運転する時に毎回の燃費を気にしている	5.32
	コスト評価 シ) あなたはエネルギー消費が低くなり、光熱費の節約につながるのであれば、割高でも省エネルギー対策商品を購入したいと思う	6.50
	コスト評価 ス) あなたはお店やスーパーでもらえる袋は使わず、繰り返し使える買い物袋を持参する	5.75
	労力 ミ) あなたは省エネルギー対策は経済的に裕福な人から行えば良いと思う	4.49

### 主観的規範項目

全体的に、回答の平均値は、7.24 と高かった。

関心度の平均値(6.84)と比較して、主観的規範項目は総じて高いことが明らかとなった。

その中で、回答平均値が高かったのは「省エネルギー対策は、先進国だけでなく新興国も合わせて対応しなければ成果に結びつかないと思う」(8.32)、「身の回りだけでなく企業や産業界は環境を守るために最大限の努力を払うべきだと思う」(8.17)「省エネルギー効果を高めるためには、企業が持つ先端技術を積極的に投入する必要があると思う」(8.13)

「全ての生活者は環境に及ぶ影響の深刻さを知り個人でも出来ることをすぐにでも取り組むべきだと思う」(8.02)であった。低かったのは、「自分が環境に与えている影響を思うし、罪悪感を感じることもある」(5.48)であった。

動機のうち、社会への期待の回答平均値は 6.66、リスク認知は 8.02、義務感は 7.52 とリスク意識が高いことが明らかになった。アンケート結果からは、社会への期待(政府や企業の努力)評価や他者への同調、期待に対して態度変容が強くなるのが明らかになった。

表一4：主観的規範質問項目の回答平均値 (N=150)

分類	設問	回答平均値
主観的規範	シ) あなたは、政府や企業による広告や報道を通じて、省エネルギー対策の告知がさらに必要であると思う。	7.48
	セ) あなたは省エネ生活を送っている人を具体的な事例として紹介するようなことなども対策としてとられるべきと思う。	7.11
	ソ) あなたは、省エネルギー実現のためには、多少生活レベルを下げることも必要だと考えている。	6.02
	タ) あなたは、省エネルギー効果を高めるためには、企業が持つ先端技術を積極的に投入する必要があると思う。	8.13
	チ) あなたは、省エネルギー対策について日本政府や日本企業の主導によって国民生活に過度の負担や負荷が発生させない仕組みが必要だと思う。	7.86
	ツ) あなたは、省エネルギー対策の普及のためには政府や地方自治体の金銭的サポートが必要と思う。	7.78
	テ) あなたは身の回りだけでなく企業や産業界は環境を守るために最大限の努力を払うべきだと思う。	8.17
	ト) あなたは、全ての生活者は環境に及ぶ影響の深刻さを知り個人でも出来ることをすぐにでも取り組むべきだと思う。	8.02
	ナ) あなたは、自ら選ぶ商品やサービスの購入によって省エネルギー対策に結びつくと考えている。	6.84
	ニ) あなたは自分が環境に与えている影響を思うし、罪悪感を感じることもある。	5.48
	ヌ) あなたは石炭や石油、ガスといったエネルギーの消費によって、地球環境に与えている影響は深刻であると思う。	7.78
	ネ) あなたは省エネルギー対策は、先進国だけでなく新興国も合せて対応しなければ成果に結びつかないと思う。	8.32
	ノ) 日本政府は省エネルギー対策について、自国のことばかり考えずに国際的に協調すべきと思う。	7.04
	ハ) 日本政府や日本企業は省エネルギー対策の技術をもっと世界へ輸出すべきと思う。	8.22
	ヒ) あなたは燃料を節約して公害を減らすため、公共交通機関を利用している。	6.07
フ) あなたは身近な地域でつくられた食べ物を購入することが、省エネルギーにつながると思う。	6.65	
ヘ) あなたは省エネルギー対策はその地域の事情があると思うから、地域個別に対応すべきと思う。	6.18	

実行可能性と主観的規範との比較

態度形成において、主観的規範のほうが全世代にわたって、実行可能性よりも高いことが判明した。その差は大きく、明らかに生活者は省エネルギー配慮型行動において、主観的規範への期待と同調への依存が大きく、公益性を重視していることが明らかになった。換言すれば、合理的行動理論における目標意図＝主観的規範(行為レベル)では高い認知・関心を示すものの、行動意図＝実行可能性においては、行動結果評価で脱落が見られ、省エネルギー配慮型行動が選択されない可能性が示唆された。2009年時点の生活者の省エネルギー配慮型行動の態度は、主観的規範と実行可能性と比較して、主観的規範を重視することが明らかになった。行動結果評価が起きにくく、生活者は、判断に困るといった態度が表れることが考えられる結果となった。

表一5 主観的規範と実行可能性の回答平均比較(年代別)

年代	主観的規範	実行可能性	差
20代	7.613	5.639	> +1.974
30代	7.276	5.317	> +1.959
40代	7.152	5.188	> +1.964
50代以降	7.141	5.981	> +1.160

因子分析

動機規定因の分類正当性を検証するため、これらの、省エネルギー配慮型行動の動機に関する質問 31 項目について、因子分析(最尤法、プロマックス回転)を行った。その結果、4 因子の累積寄与率は、50.245%であった。回転前の固有値 1.0 以上の因子は 6 因子抽出されたが、そのうち第 4 因子以降、因子寄与率が 3.496 と非常に小さく、解釈を困難にしたために、第 4 因子以降の解釈をあきらめた。第 1 因子に負荷量の高い項目は、リスクを認知し、社会的効果を期待する行動である。そして義務感も強く、規範性を重視する傾向が強い因子とみられる。「社会的規範因子」と解釈が可能とした。第 2 因子に負荷量が高い項目は、省エネルギー配慮型行動に関して、自分が行動するための必然性や肯定度を重視するものが挙げられる因子と解釈された。そこで、この因子は「利己的費用便益因子」と命名された。第 3 因子に負荷量が高い項目は、省エネルギー配慮型行動に関して、自分が行動するための制度基盤の整備を重視する因子と解釈された。そこで、この因子は「制度的対処重視因子」と命名された。

省エネルギー配慮型行動における動機付けに関する項目は、「社会的規範」「利己的費用便益」「制度的対処」から構成されていることが明らかとなった。因子分析に合わせて、得られた結果から、被験者の回答結果の平均値を割り出し、因子間の相関分析を行った。その結果、表 - 6 のような結果が得られた。有意水準 5% で有意な相関を示した。利己的費用便益因子は、制度的対処とは低い相関がみられるものの、相対的に第 1 因子である社会的規範と第 2、第 3 因子間で相関がみられた。

表一6 動機因子間の相関係数

因子	社会的規範	利己的費用便益	制度的対処
社会的規範	1.000		
利己的費用便益	0.421 *	1.000	
制度的対処	0.451 *	0.274 *	1.000

因子抽出法: 最尤法  
 回転法: Kaiser の正規化を伴うプロマックス法

\* ; p<.05, \*\*; p<.01, \*\*\*; p<.001

表 - 7 省エネルギー配慮型行動意識と動機要素の因子分析：

回転後の因子負荷量

項目記号		因子			
		因子1	因子2	因子3	因子4
ア	電気機器の電源をこまめに切っている。	0.419	0.476	0.278	0.285
イ	冷蔵庫の開閉回数を減らしている	0.134	0.581	0.132	0.143
ウ	冷房温度を28度、暖房温度を20度に設定している。	0.216	0.532	0.039	-0.102
エ	入浴のとき家族が連続して効率よく入浴することで光熱費を削減している。	0.140	0.588	0.128	0.074
オ	すでにエコ家電を購入している。	0.254	0.424	0.552	0.162
カ	リサイクル商品の購入と自らリサイクルを率先している。	0.309	0.462	0.363	0.071
キ	エネルギー消費が多い製品は買わないようにしている。	0.348	0.546	0.298	-0.017
ク	電気使用量について毎月こまめにチェックしている	0.114	0.448	0.156	0.034
ケ	多少費用がかかるが導入したい	0.378	0.233	0.640	-0.023
コ	消費電力がすぐに分かる機械やコンピュータを導入したい	0.417	0.258	0.383	0.001
サ	自動車を運転する時に毎回の燃費を気にしている	0.256	0.441	0.046	-0.069
シ	省エネルギー対策の告知がさらに必要	0.572	0.285	0.309	0.123
セ	事例として紹介するようなことなども対策	0.506	0.104	0.308	0.258
ソ	多少生活レベルを下げることも必要だ	0.423	0.335	0.208	-0.133
タ	企業を持つ先端技術を積極的に投入する必要がある	0.531	0.269	0.096	0.383
チ	国民生活に過度の負担や負荷が発生させない仕組み	0.384	0.022	0.115	0.209
ツ	政府や地方自治体の金額的サポートが必要	0.362	0.111	0.456	0.452
テ	企業や産業界は環境を守るために最大限の努力	0.717	0.177	0.428	0.147
ト	個人でも出来ることをすぐにも取り組むべき	0.747	0.234	0.317	0.136
ナ	省エネルギー対策に結びつく	0.526	0.299	0.372	0.354
ニ	罪悪感を感じる	0.410	0.204	0.367	0.038
ヌ	地球環境に与えている影響は深刻であると思う	0.438	0.160	0.293	-0.004
ネ	先進国だけでなく新興国も合わせて対応しなければ成果	0.155	0.120	-0.014	0.092
ノ	国際的に協調すべき	0.226	0.029	0.560	0.159
ハ	省エネルギー対策の技術をもっと世界へ輸出すべき	0.358	0.027	0.313	0.380
ヒ	公共交通機関を利用している	0.353	0.400	0.303	0.056
フ	身近な地域でつくられた食べ物を購入する	0.520	0.359	0.019	0.285
ヘ	地域個別に対応すべき	0.101	0.045	0.040	0.562
ホ	割高でも省エネルギー対策商品を購入したい	0.639	0.374	0.333	0.078
マ	繰り返し使える買い物袋を持参	0.506	0.344	0.197	0.173
ミ	経済的に裕福な人から行えば良い	0.043	0.096	-0.027	0.006
因子寄与率		25.939	16.743	7.563	3.496

因子抽出法：最尤法

回転法：Kaiser の正規化を伴うプロマックス法

## 重回帰分析

2009年時点の省エネルギー配慮型行動の態度形成の動機における相互関係を分析するために、「省エネルギー関心度」の項目を基準変数とし、因子分析で抽出した「利己的費用便益、社会的規範、制度への対処」の3項目を説明変数とする、重回帰分析を行った。先行論文では利己的費用便益因子については、一括して処理をしている。しかし、本研究では現在の生活者の意識は石油価格の高騰に伴う物価の上昇を経験し、費用については意識が強いと判断し、重回帰分析においては、コスト評価と労力を用いて細分化した。マルチコ相関のために偏回帰係数が解釈できないという状況になるリスクについて、本データのサイズが、十分なもの(150サンプル)であ

り、少々高相関の説明変数があったとしても、偏回帰係数の標準誤差は小さくなるため、推定精度の低下はほぼ回避できる。さらに要因の偏回帰係数は、他の要因が同じである条件下の効果であることを前提にしているために、偏回帰係数が実感に合わない要因があっても、要因間の回帰分析も合わせて実施して間接効果を検証すれば回避できると判断した。

解析は一括投入法による。解析の結果、得られた標準偏回帰係数、回答平均値を表-8に示す。

表 - 8 省エネルギー関心度(態度)尺度と動機尺度に対する重回帰分析の結果

変数	標準偏回帰係数	回答平均値
労力	-0.006 **	5.734
コスト評価	0.216 *	5.209
社会的規範	0.557 *	7.034
制度的対処	-0.067 **	5.613

\*: p<.05, \*\*: p<.01, \*\*\*: p<.001

解析の結果、説明率は30.57%で、説明率の検定は1%水準で有意であった。(F=8.98)

社会的規範尺度とコスト評価は有意水準5%で、労力、制度的対処尺度は有意水準1%で有意な係数を示した。社会的規範尺度と利己的費用便益尺度は正の係数、労力と制度的対処重視尺度は負の係数を示した。省エネルギーに関心のある生活者は、社会的規範を重視する傾向が出た。

ところが、因子のうち、実行可能性評価項目として挙げた、コスト評価因子は省エネルギーへの関心度という態度形成に予測因(0.216)であったが、労力因子(-0.006)は予測因とはならなかった。そして、主観的規範評価項目は、社会的規範因子(0.557)と予測因であったが、制度的対処(-0.067)と有意とはならなかった。

これらの調査分析結果から、次のように考察できる。

## 第4節：結論

### 仮説検証

仮説1：省エネルギー配慮型行動において動機を評価軸とした独特な態度形成がある。

態度形成において、主観的規範と実行可能性を基準とした動機評価が存在する。

分析結果から、2009年時点の生活者は、動機を評価軸とした、態度形成を行っていることが判明した。すなわち、主要な動機として、社会的規範と利己的費用便益の動機によって態度形成が行われている。これは合理的行動理論の、目標意図(主観的規範)と行動意図(実行可能性)によって態度形成が行われて

いることを、2009年の調査実施時点では支持されたことになる。本調査では、主観的規範のみで態度形成が行われておらず、コスト評価もまた選択肢の中に入っている点によって、省エネルギー配慮型行動態度形成には特異性があることが支持された。さらに同分野の研究である、Seligman & Ferigan(1990)の先行研究で、社会集団からのネガティブな評価と私益が大きく損なわれない動機でしか、態度形成が行われないと結論付けたことについて、本研究では社会的規範と費用が態度形成の主な要因であることが判明した。

**仮説 2：省エネルギーに対する関心が高くても、態度形成が行われていないために省エネルギーが重要とわかっていても、便益、費用を考慮すると態度形成は起きにくく、結果、活者が意識と行動の不一致を起こしている。**

この仮説は、本調査の集計からも明らかな通り、2009年時点の生活者は、目的意図が強く、社会的規範を意識しながら、省エネルギー配慮型行動への態度形成を行おうとしている。本調査によって省エネルギー配慮型行動では、社会的規範とコスト評価が態度形成との関連性が高いことが明らかになった。そのことは、省エネルギーへの関心が高いのにもかかわらず、コスト評価が障壁となって実行度が下がる可能性があることを意味する。すなわち仮説 2 については、省エネルギーへの関心が高い人でも省エネルギー配慮型行動を起こしていない点、省エネルギー配慮型行動は社会的規範とコスト評価という受動的要因により態度形成が行われ、この行動の主要因となることが本研究によって明らかになった。

## 含意

エネルギー配慮型行動の意思決定場面において、生活者がある特定の動機をもとに実行し、社会的に普及する過程において動機が形成される。省エネルギー配慮型行動とは、社会や生活者にとっての価値があるのかについての推定情報がその態度形成に重大な影響を及ぼす。今回の研究によって、省エネルギー対策を行う説得者自身が行動を取らせるためには、社会的規範とコスト評価による受容が態度形成には必要なこと、関心が高いのにもかかわらず、行動が伴わないのは、コスト評価を考慮しているゆえに、障壁として考えられていることが判明した。省エネルギー配慮型行動は、私益性だけで態度形成されず、省エネルギー配慮型行動とは、個人あるいは社会にとってどのような価値、利益があるのかにつ

いて、情報発信者自身が、利益の所在を生活者に対して明確に発信しなければ、態度変容が起きにくい行動である。生活者は一般的に自らの利益に直結する問題について注意が行きやすい。先の定義にあるように「生活者の省エネルギーに対する意識の違いを認識し、それを前提に、個人の利益よりも社会的利益を最大化させ、公共意識を高める多面的行動」であることを生活者は気付いていることを証明した。

2009年時点の生活者は、主観的規範を大切に考えている点は、社会的効果を重視し、大多数の生活者の利益の共有化を目指す傾向になってきている。しかし、個別にはコスト評価もまた判断材料としているために、生活者の多くが私利ばかり意識するようになれば、社会的効果は期待できないし、普及を抑制してしまう。個人の私利の動機が態度形成において大きな障壁となっていることを明らかにしたのである。

よって、動機として、社会的規範と、私利（コスト評価）とのバランスを取ることが情報発信においては重要になる。

そのため、生活者はより、選択肢に迷うことなく行動に取り組むことができる点や政府や企業はより対策の精度を高めること、省エネルギー配慮型行動のみならず、環境分野における消費行動研究に寄与するように願いたい。

最後に、本年2月にお亡くなりになった、故太田清 立教大学教授のこれまでのご指導に厚く感謝するとともに、謹んで哀悼の意を表す。

## 引用文献・参考文献

- 1) Ajzen, I. & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin* 84, pp888-918.
- 2) Barker, M.L. (1976). Planning for environmental indices: Observer appraisals of air quality. New York: Plenum Press pp175-204.
- 3) Beach Mitchell, T.R., L.R. &. (1978). A contingency model for the selection of decision strategies. *Academy of Management Review*, 3 pp439-449.
- 4) Cranach M. Von. & Kalbermatten, U.,. (1982). Ordinary interactive action. The analysis of action. Cambridge: Cambridge University Press pp115-160.
- 5) Daniel E. Griffiths. (1959).

- "Administrative Theory". Prentice-Hall.
- 6) Fazio R.H & Zanna, M.P., (1996).  
Direct experience and attitude-behavior consistency., *Advances in experimental social psychology*, vol14. New York: academic Press pp.162-202.
- 7) Garrett Hardin. (1968).  
"The Tregedy of Commons". *Science* 162 pp1243-1248.
- 8) Gottlieb D & Matre, M., (1978).  
Sociological dimensions of the energy crisis: A follow-up study. Houston: Energy Institute, University of Houston.
- 9) Herbert A. Simon. (1960).  
"The New Science of Management Decision". Harper.
- 10) Hirschman, E.C and M.B.Holbrook. (1982).  
"Hedonic Consumption :Emerging Concepts, Methods and Proposition". *Journal of Marketing* Vol46(Summer)pp92-101.
- 11) Hovland C.I., Janis, I.L. & Kelley, H.H. (1959).  
Communication and Persuasion. New Haven Yale University Press.
- 12) Janis I.L. & Mann, L., (1977).  
Decision making : a psychological analysis of conflict, choice, and commitment. New York: The Free Press.
- 13) Katzev R.D., & Johnson, T.R., (1984).  
Comoarring the effectts of monetary incentives and foot-in-the-door strategies in promoting residential electricity conservation. *Journal of Applied Social Psychology*, 14, pp.12-27.
- 15) Lazer, W. (1969).  
"Marketing's Changing Social Relationships", *Journal of Marketing*, Vol33(1)pp3-9.
- 16) McGuire W.J. (1985).  
Attitudes and attitude change. *Handbook of social psychology* 3rd ED, vol2, pp233-346. New York: Rabdom House.
- 17) Milstein, J.S. (1978).  
How consumers feel about energy: Attitudes and behavior during the winter and spring 1976-77. New York: Praeger Publishers pp78-90.
- 18) Nisbett Borgida, E., Crandall, R., Reed, H., R.E., (1976).  
Popular induction : Information is not always informative. cognition and social behavior. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates pp113-134.
- 19) Olsen M.E., (1981).  
Consumers attitudes toward energy conservation. *Journal of Social Issues*, 37, pp108-131.
- 20) Oskampharrington, M.J., Edwards, T.C., Sherwood, D., Okuda, S.M. & Swanson D.C., S., (1991).  
Factors influencing household recyccling behavior. *Environment and Bevaior*, 23 pp494-519.
- 21) Richard E. Petty & Cacioppo, J.T. (1986).  
"Communication and persuasion : Central and periphieral routes to attitude change". New York: Springer/Verleg.
- 22) Rogers E.M. (1995).  
Diffusion of innovation. New York: Free Press.
- 23) Seligman C, & Finegan, J.E. (1990).  
A two-factor model of energy and water conservation. *Social Psychological applications to social issues*, Vol1. New York: Plenum Press.
- 24) Tversky A. & Kahneman, D., (1973).  
Availability : A heuristic for judging frequency ando probability. *Cognitive Psychgology* 5 pp207-232.
- 25) Warren, D.I. (1974).  
Individual and community effects on response to the energy crisis of winter 1974 : An analysis of survey findings from eight Detroit area communities. Michigan: Institute of Labor and Industrial Relations, University of Michigan.
- 26) Werner Turner, J., Shipman, K., Twitchell, F.S., Dickson, B.R., Brusckhe, G.V. Bismarck, W.B.C.M., (1995).  
Commitment, behavior, and attitude change: An analysis of voluntary recycling.. *Journal of Enviromental Psychology* 15 pp197-208.
- 27) 宮川公男. (2005).  
「意思決定論 基礎とアプローチ」. 中央経済社.
- 28) 広瀬幸雄. (1995).  
「環境と消費の社会心理学ー共益と私益のジレンマ」. 名古屋大学出版会 pp38-50.
- 29) 財団法人省エネルギーセンター. (2009).  
「EDMA エネルギー・経済統計要覧」. 財団法人省エネルギーセンター.
- 30) 財団法人省エネルギーセンター. (2007).  
「平成 17 年度省エネルギー対策実態調査」. 財団法人省エネルギーセンター.
- 31) 財団法人省エネルギーセンター. (2008).  
エネルギー・経済データの読み方. 財団法人省エネ

- ルギーセンター.
- 32) 上田隆徳・小笠原浩修.(1992).  
「消費者行動におけるエコロジー意識の影響」. 学習院大学経済論集 29 (1).
- 33) 杉浦淳吉.(2003).  
「環境配慮の社会心理学」. ナカニシヤ出版 pp76-93.
- 34) 清水勝彦.(2008).  
「経営意思決定の原点」. 日経 BP 社.
- 35) 清水總.(1999).  
「新しい消費者行動」. 千倉書房 pp86-127.
- 36) 西尾チヅル.(2004).  
「消費者の環境問題に対する認知とコミュニケーション」. 著: 阿部周造・新倉貴士編著, 『消費者行動研究の新展開』 (ページ: pp157-177). 千倉書房.
- 37) 大橋照枝.(2002).  
「環境マーケティング大全 エコ・エコノミーの実践のために」. 麗澤大学出版会.
- 38) 八木田克英 西尾チヅル.(2008).  
「省エネ行動における情報提供型の環境コミュニケーションとその効果」. 環境情報科学 Vol37, No4, pp-48-59.
- 39) 箕浦康子.(1987).  
社会的ジレンマ状況での非協力から協力への行動変容—バイク駐車行動のフィールドスタディによる態度—行動の一貫性の検討. 心理学研究 58, pp282-288.

## 参考文献

- 1) James R. Bettman. (1979).  
"An information Processing Theory of Consumer Choice" pp206-207. Addison-Wesley Reading.
- 2) John Kenneth Galbraith 鈴木哲太郎訳.(1961).  
「ゆたかな社会」. 岩波書店.
- 3) Kotler, P and Roberto, E, L. (1995).  
「ソーシャル・マーケティング—行動変革のための戦略」. ダイヤモンド社 pp-138-173.
- 4) Kotler, P. and Levy, S. (1969).  
"Broadening the concept of marketing". Journal of Marketing Vol33(1) pp10-15.
- 5) Lazer, W. (1969).  
"Marketing's Changing Social Relationships",. Journal of Marketing, Vol33(1) pp3-9.
- 6) Peattie, K 三上富三郎監訳.(1993).  
「体系グリーンマーケティング」. 同友館 pp84-136.
- 7) Philip Kotler, Dipak C, Jain, Suvit Maesincee.

- (2007).  
コトラー 新マーケティング原論. Harvard Business Press/翔泳社.
- 8) Thorstein Veblen. (1899).  
"The Theory of The Leisure Class: An Economic Study of Institutions". New York: Viking Press.
- 9) 飽戸弘.(1985).  
「消費文化論」. 中央経済社.
- 10) 三上富三郎.(1982).  
「ソーシャル・マーケティング」. 同友館 pp64-79.
- 11) 日経産業新聞編.(1991).  
「環境ビジネス—地球にやさしい企業戦略」. 日本経済新聞社 pp59-89.

## 著者略歴



### 岡田 穰 (おかだ みのる)

1974年東京都生. 1997年広告会社レオバーネット(株)入社. 電通ヤング・アンド・ルビカム(株), (株)読売広告社を経て, 2006年キヤノンマーケティングジャパン(株)入社. 2008年立教大学大学院独立研究科ビジネスデザイン研究科博士課程前期課程入学. 2010年同科修了.

エネルギーシステムマネジメント領域およびエネルギー開発投資分析・ビジネスモデル研究を主に行う。

住所: 〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷 2-6-9

email: 08vg020f@gmail.com

勤務先

キヤノンマーケティングジャパン株式会社コミュニケーション本部  
宣伝制作部アドプランニンググループ

〒108-8011 東京都港区港南 2-16-6 Canon S Tower

Email: okada.minoru@canon-mj.co.jp