

研究課題

ソーシャルマーケティングを活用した 森林環境税改善のための基礎的研究

長崎大学大学院
水産・環境科学総合研究科

太田 貴大

研究要旨

本研究では、応益的な森林環境税を実施する際に必要となる、納税者の知識・関心・行動に基づく分類を提示した。18問からなるセグメンテーションを実施して、Latent class analysisにより5つのグループを得て、それぞれ、実践層、理解層、消極層、リスク高感度・実践層、無関心層と名づけた。実践層は応益的支払いに肯定的で、無関心層は否定的である。他の3つの層はその中間に位置するが、政策に対する賛否に大きな違いは見られなかった。質問項目に基づく各グループの特徴を踏まえて、行動変容のために必要5つの提案を行った。さらに判別率に大きな影響を与える3つの質問を選び、簡易版のセグメンテーション手法を開発した(87.3%の判別率)。今後は、行動部分の質問をより多く含めたものを開発すると同時に、現状版の汎用性を他県でも確認していく。また、ソーシャルマーケティングの次の段階に移り、対象行動に向かう際の障壁の特定と、効果的なコミュニケーション手法の特定を実施していく。