

2005年5月30日

環境に関する生活者の意識調査 2005

この1年で環境問題の関心が高まった人が57.9%。
「京都議定書」を知っている人は約8割。

関心のあるテーマは「地球温暖化」で84.8%。

「部屋の電気をこまめに消す」ようにしている人は89.8%。

博報堂CSR・環境ビジネスプロジェクトでは、生活者の環境意識や企業の環境活動への評価について、2005年3月に調査をいたしました。このたび、そのデータがまとまりましたので、一部をご紹介します。

この調査は、首都圏および阪神圏の18才以上の男女1056名に対して博報堂のインターネット調査システム、Hi-Panelを使って実施したもので、有効回答の中からランダムに男女260名ずつ、合計520名を集計したものです。

これによると、「この1年間に環境問題について関心が高まった」人は57.9%と過半数を大きく超える6割近くもあり、昨年に比べても非常に多くの人の関心が高くなったことがわかりました。

また、「関心の高い環境問題」は、「地球温暖化」がトップで、84.8%と8割以上の人が関心を持っていました。最近、世界的に発生している異常気象や暖冬などを通じた「実感」の高まりと、京都議定書などに対する報道などが関心に結びついているようです。

「実践している環境行動」も数多く、「部屋の電気をこまめに消す」人は9割近くの89.8%、「エアコンは設定温度を弱めにする：81.0%」をはじめ、「無駄使い、もったいない」行動を控えることについては多くの人が実践していました。

2005年2月に発効した「京都議定書」について「存在を知っている」人は約8割の78.8%、認知内容としては「環境問題に関する世界的な取り決め」であることは、認知者のほとんど93.9%が理解しており、「日本はCO2排出量を1999年度比-6%に削減する義務がある」「2005年2月にすでに発効した」「一般生活分野でのCO2の大幅削減が必要である」といった内容についても半数以上の人が理解していました。

詳細の調査結果は次ページ以降でご説明いたします。

調査概要

調査時期：2005年3月

調査地域：東京40Km圏および大阪/京都/神戸

調査方法：インターネット調査(Hi panelを活用)

調査対象：18才以上男女1056名 集計対象：男女260名ずつ計520名

本件に関するお問い合わせ

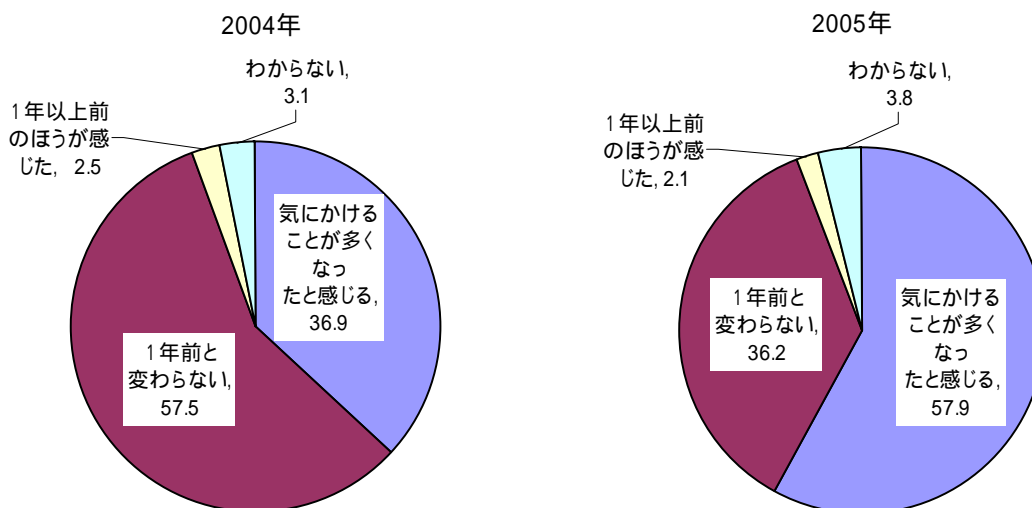
博報堂	広報室	宮川 泉谷	Tel : 03-5446-6161
CSR・環境	ビジネスプロジェクト	川原 大橋	Tel : 03-5446-8621

調査データ

環境問題への関心が、この1年間で高くなった人は、6割近くの57.9%。昨年よりもいっそう増加。

環境問題への関心について、この1年間で環境への関心度合いが変化したかどうかを聞いてみると、「気にかけることが多くなった」人が6割近くの57.9%もいました。昨年も「気にかけることが多くなった」人が36.9%と多かったのですが、今年はいっそう増えた形となり、相対的に「環境問題への関心」は非常に高まっているといえそうです。

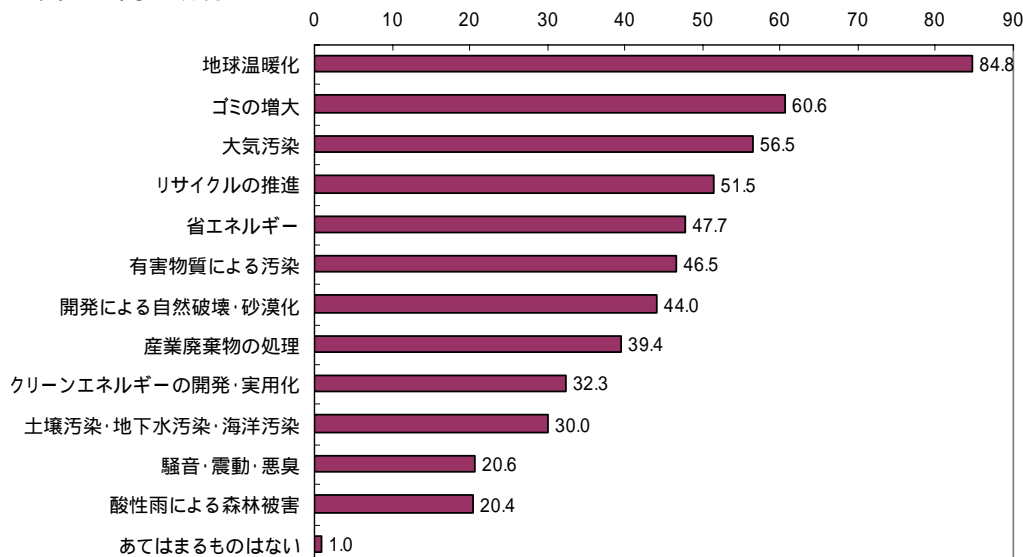
この1年の関心の変化



関心があるテーマは「地球温暖化」で、84.8%もの人が関心。

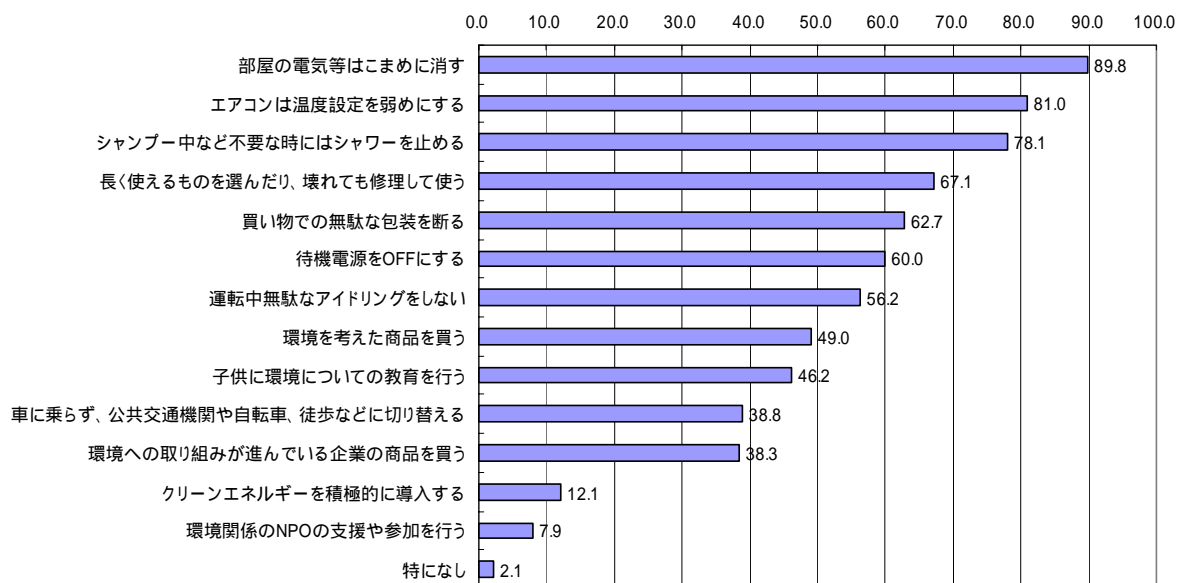
「関心のある環境問題」について聞いてみたところ、トップは「地球温暖化」で84.8%の人が関心を持っており、昨年度よりも5ポイント近くアップし、他の項目と比べても20ポイント近くスコアが高くなっていました。昨夏の猛暑などによる実感の高まりと、京都議定書などの報道によって「温暖化」への関心が高まっていると思われます。「地球温暖化」に次いで、関心が高いのは「ゴミの増大」「大気汚染」で、身近に感じるものへの関心が高いようです。また、50代以上は、ほとんど全ての項目で他の年代よりも関心度が高くなっており、「環境への関心の高いエルダー層」といえることが言えそうです。

関心の高い環境テーマ



実践している環境行動。「部屋の電気をこまめに消す」人は 89.8%、「エアコンの温度設定を弱めにする」人は 81.0%、「無駄使い、もったいない」行動を控えることは実践。

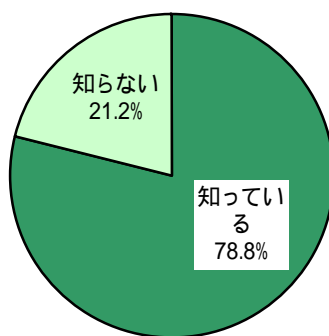
「すでに実践している環境行動」では、トップは「部屋の電気などをこまめに消す」で 89.8% と 9 割近くの方が実践していました。続いて実践度が高いのは「エアコンは温度設定を弱めにする：81.0%」「シャワー中など不要なときにはシャワーを止める：78.1%」「長く使えるものを選んだり、壊れても修理して使う：67.1%」など、「無駄使い、もったいない」につながるような環境行動については控えるようにしている人が多数であることが明らかになりました。また、ほとんどの行動で男性よりも女性のほうが実践度が高くなっています。



「京都議定書を知っている」人は、約 8 割の 78.8%。

「京都議定書の存在を知っている」という人は約 8 割にあたる 78.8% でした。特に男性は高く、男性に限ってみると 88.5% が「知っている」と答えています。また、年齢別では 50 代以上の人の認知が高く、50 代以上に限れば、92.3% が「知っている」と答えています。一方で、もっとも認知率が低いのは 30 代女性で、認知率は 55.4% でした。

「京都議定書」認知状況



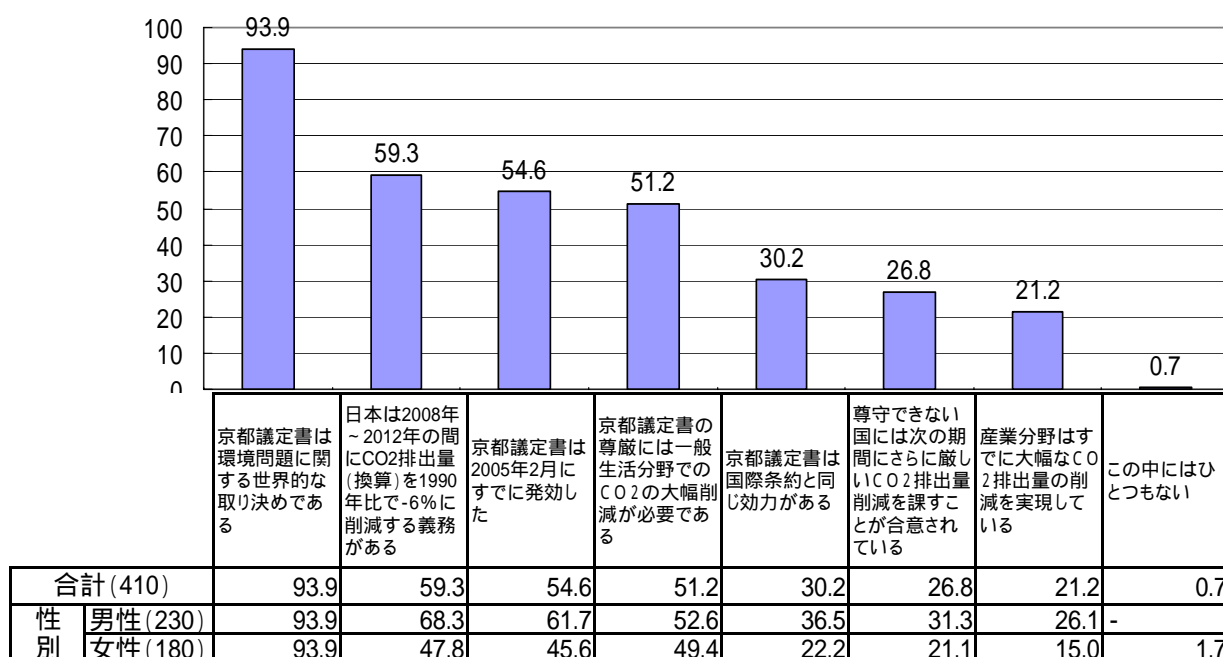
「京都議定書認知者」のうち 93.9%が理解しているのは、「京都議定書は環境問題に関する世界的な取り決め」であること

認知者の中で具体的に知っている内容をみると、「環境問題に関する世界的な取り決め」については、93.9%とほとんどの人が理解していました。以下「日本はCO2排出量を1999年度比-6%に削減する義務がある」「2005年2月にすでに発効した」「一般生活分野でのCO2の大幅削減が必要である」については、5割以上の人が理解していました。

全体的に、理解内容についても、男性のほうが理解度が高い傾向が見られました。

今後は、「チーム・マイナス6%」などの活動を通じた女性や若年層へのPRにより、認知・理解度が上がることが期待されます。

京都議定書の理解状況



博報堂 CSR・環境ビジネスプロジェクトとは

昨今さまざまな分野で注目されている「CSR」(企業の社会的責任)およびこれと深く関わる「環境」について、お得意先企業の「CSRに対応した新しい形のコミュニケーション」を実現するため、調査・ナレッジ業務からビジネスサポートまでを行う、社内横断型の活動チームです。

「チーム・マイナス6%」とは

京都議定書による我が国の温室効果ガスの削減約束である"マイナス6%"の達成に向けて、個々人で行動するのではなく、みんなで一つの"チーム"のように力を合わせ、一丸となって地球温暖化防止に立ち向かうことをコンセプトとした地球温暖化防止国民運動の愛称。チームリーダーは、小泉純一郎内閣総理大臣(地球温暖化対策推進本部長)。

詳細は URL: <http://www.team-6.jp>

なお、本活動には博報堂も参加しております。