

2006年8月30日

環境に関する生活者の意識調査2006

**9割以上の生活者が環境に関心。
地球温暖化防止につながる環境保護行動が、この2年間で軒並み上昇。
・エアコンは温度設定を弱めにする（69.8%→79.6%）**

博報堂では、常時生活者について様々な調査・研究を実施しておりますが、この度「環境に関する生活者の意識調査 2006」の分析結果がでましたので、ご紹介いたします。

「環境に関する生活者の意識調査」は、生活者の環境意識や企業の環境活動への評価を分析するもので、2004年度から毎年おこなっている調査です。今年度の調査結果では、生活者の9割が環境に関心を持っており、半数以上が「この1年間で環境の問題を気にかける事が多くなった」という結果がでました。

また、「関心の高い環境問題」は、「地球温暖化：81.3%」が最も高く、「ゴミの増大：63.7%」、「リサイクルの推進：56.2%」、「大気汚染：55.8%」と続いています。

さらに、「実践している環境問題」についても、「ビンやカンのゴミは分別して出している：90.6%」、「シャンプー・リンス・入浴剤など詰め替えて使っている：88.8%」、「部屋の電気等はこまめに消す：82.7%」や「ペットボトルはリサイクルに出す：80.6%」などが高く、特に、地球温暖化の防止につながる行動の実践度は、この2年間で軒並みアップしていました。また、「環境問題」を気にして商品を選んだことがある生活者は、全体が74.0%のうち、男性が70.4%、女性が77.7%でした。

今後、博報堂では、これらの研究を活用し、得意先に環境コミュニケーションの提案を行って参ります。

<調査結果トピックス>

- ◇ 生活者の約9割が環境問題に関心を持っている。「非常に関心を持っている」人が多いのは「関西」よりも「関東」。
- ◇ 「環境問題」に対して「非常に関心が高い」層が多いのは男性。全体的に関心が高いのは40歳～50歳。
- ◇ 関心の高い環境問題は、「地球温暖化」、「ゴミの増大」、「リサイクルの推進」、「大気汚染」。
- ◇ 地球温暖化を防止する保護行動の実践率は軒並み上昇。
- ◇ 生活者の8割以上が「ビンやカンのゴミは分別している」、「シャンプー・リンス・入浴剤など詰め替えて使っている」、「部屋の電気等はこまめに消す」、「ペットボトルはリサイクルに出す」を実践。
- ◇ 「環境問題」を気にして商品を選んだことがある人は、全体の7割。
- ◇ 「環境保護」に積極的に対応していると思われる業界のトップ5は、「自動車メーカー」、「電力会社」、「家電メーカー」、「ガス会社」、「製紙会社」。

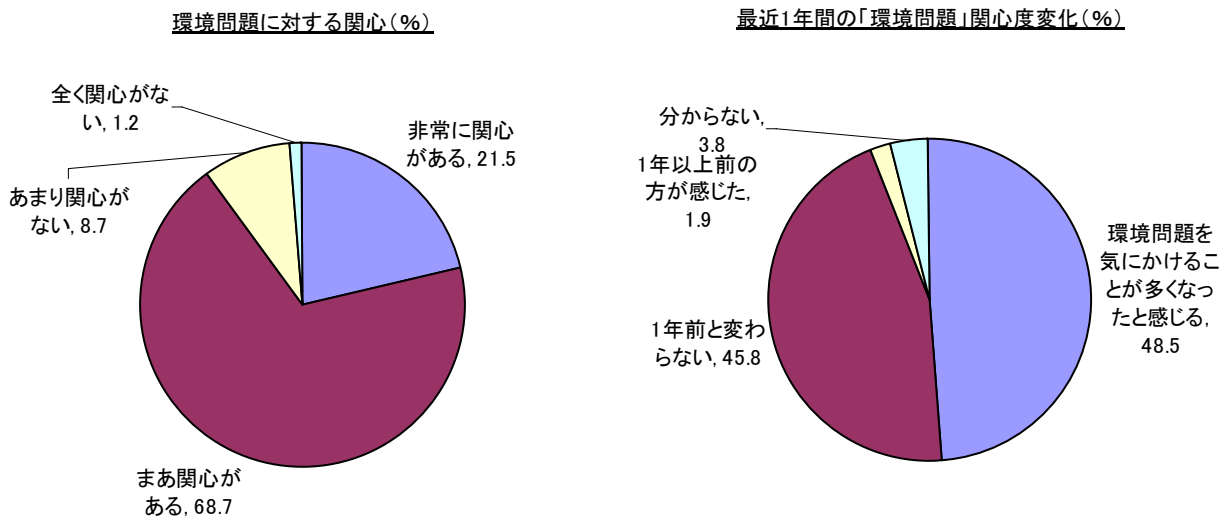
添付資料：調査データ

調査概要
 調査時期：2006年3月
 調査地域：首都圏、阪神圏
 調査対象：18歳以上男女 520名（有効回答）
 調査方法：Webサイト型アンケート
 （Hipanel調査）

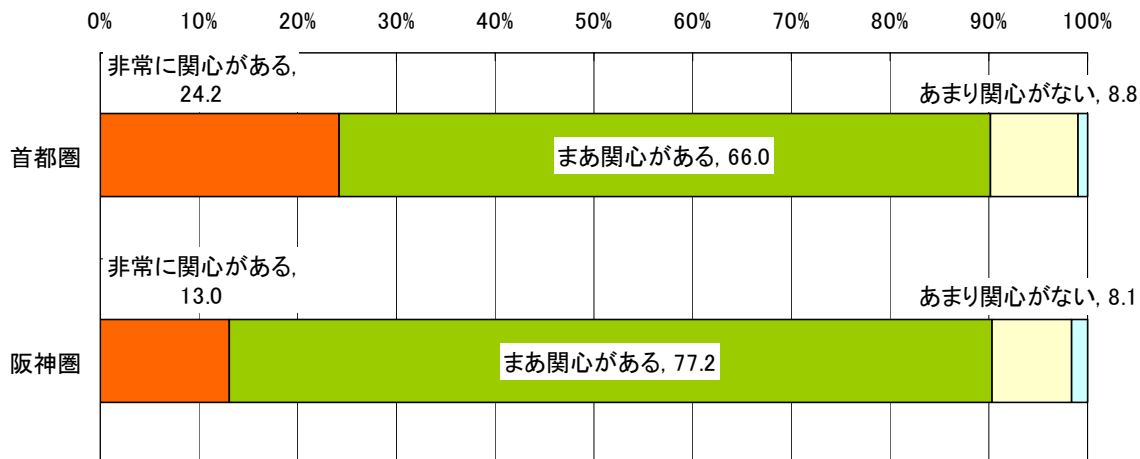
◇ 生活者の9割が環境問題に関心を持っている。「非常に興味を持っている」人が多いのは「関西」よりも「関東」。

生活者の「環境問題」に対する関心は、「非常に興味がある：21.5%」、「まあ興味がある：68.7%」と、関心をもっている生活者は合計90.2%でした。また、首都圏と阪神圏で「非常に興味がある」という項目を比較すると、首都圏の方が「非常に興味のある」生活者が多いことが分かりました。

■ 「環境問題」に対して、どの程度関心がありますか？また、最近1年間で「環境問題」を気にかけることが多くなったと感じますか？



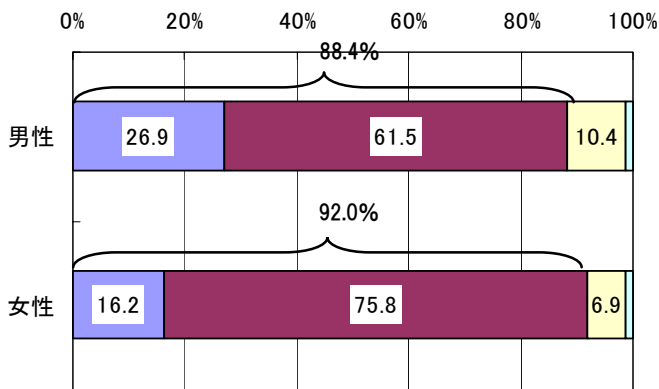
■ 首都圏と阪神圏の「環境問題」に対する関心度



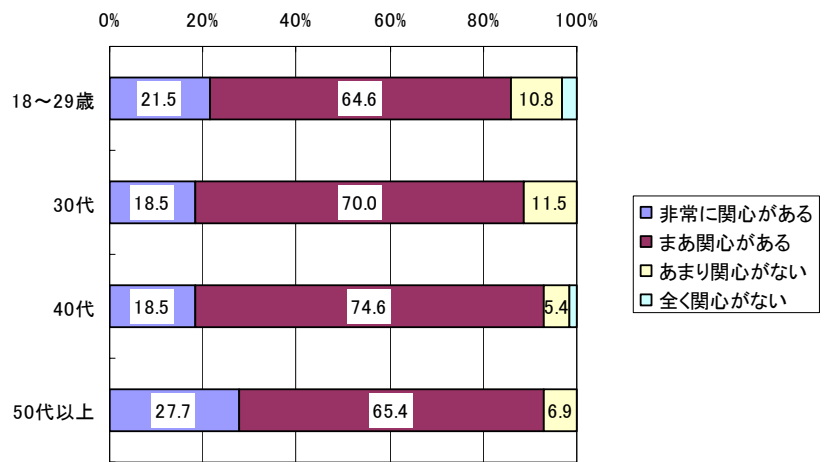
◇ 「環境問題」に対して「非常に関心が高い」層が多いのは男性。全体的に関心が高いのは40歳～50歳。

男女の「環境問題」に対する関心を比較したところ、「非常に関心ある」と「まあ関心がある」を足した数字は、男性88.4%・女性92.0%で女性がやや多いものの、「非常に関心がある」と答えた男性は26.9%で、女性の16.2%に比べて多いことがわかりました。また、年代別では、50歳以上で「非常に関心がある」人が27.7%もあり、強い関心を持っている人が特に多い年代だといえます。しかしながら、18歳～29歳でも「非常に関心がある」と「まあ関心がある」を足した「関心がある」人が86.1%と8割以上になり、環境問題は年齢に関係なく生活者の関心が高いテーマであることがわかりました。

■男女別の「環境問題」に対する関心度



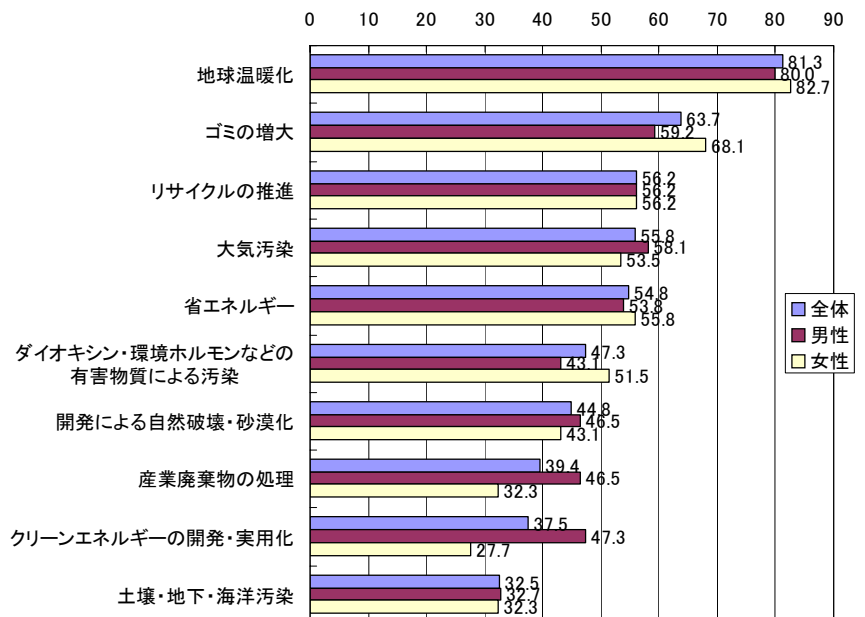
■年代別での「環境問題」に対する関心度



◇ 関心の高い環境問題テーマは、「地球温暖化」、「ゴミの増大」、「リサイクルの推進」、「大気汚染」。

関心の高いテーマは「地球温暖化」、「ゴミの増大」、「リサイクルの推進」、「大気汚染」でした。男女での関心の違いをみると、女性は「ゴミ」、「有害物質による汚染」、男性は「産業廃棄物の処理」、「クリーンエネルギーの開発・実用化」が相対的に高い結果となりました。

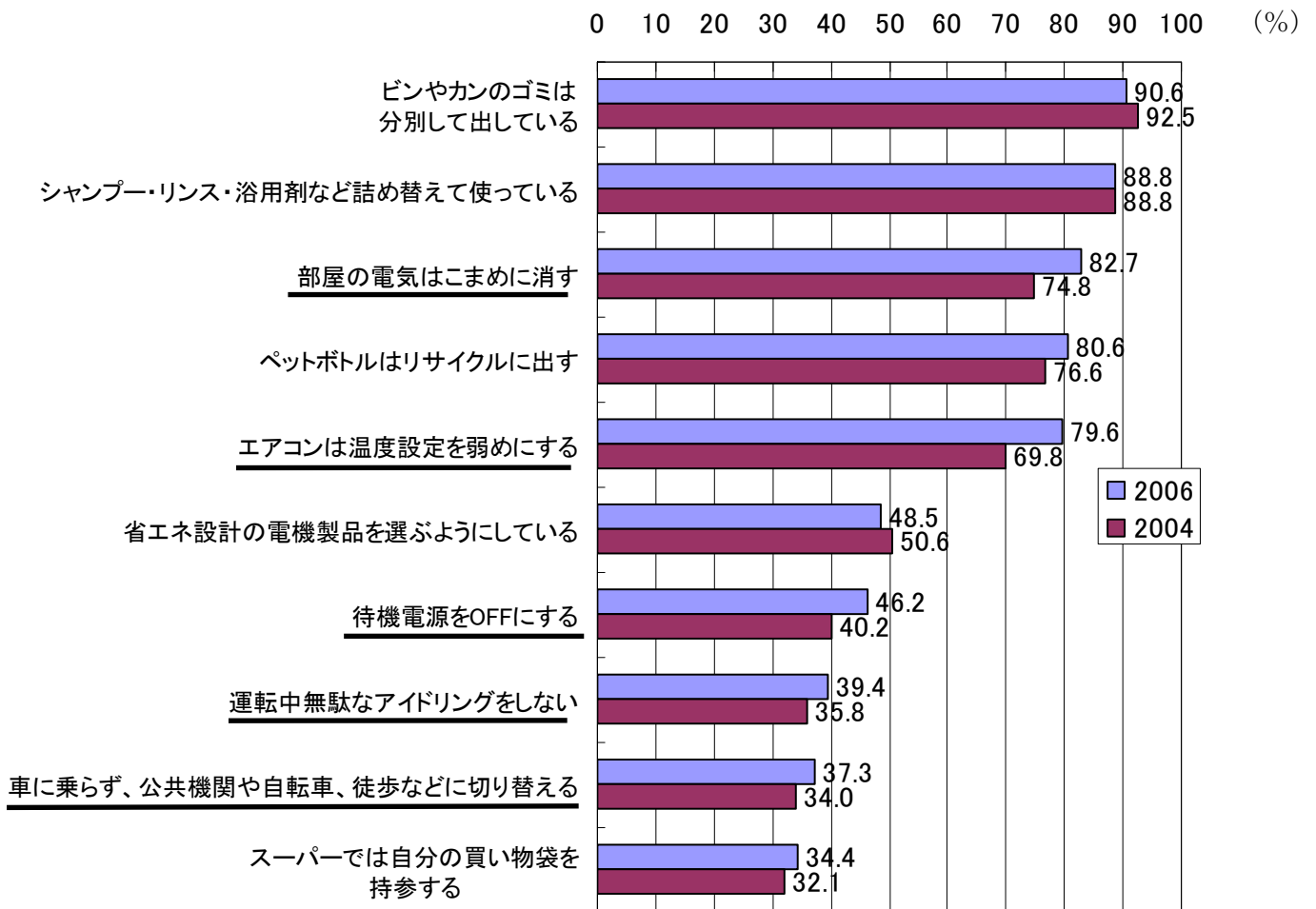
■関心の高い環境テーマトップ10 (%)



◇ 地球温暖化を防止する保護行動の実践率は軒並み上昇。生活者の8割以上が「ビンやカンのゴミの分別をしている」、「シャンプー・リンス・入浴剤など詰め替えて使っている」、「部屋の電気等はこまめに消す」、「ペットボトルはリサイクルに出す」を実践。

生活者の関心の高いテーマは、「地球温暖化」でしたが、これに対応した地球温暖化に関する政府のキャンペーンの成果もあって、地球温暖化に対応する行動（下線部参照）への実践率は、多くの項目で2年前からアップしています。また、全体的に実践している環境行動はアップしており、8割以上の人々が「ビンやカンのゴミは分別して出している」、「シャンプー・リンス・入浴剤など詰め替えて使っている」、「部屋の電気等はこまめに消す」、「ペットボトルはリサイクルに出す」を実践という結果がでました。

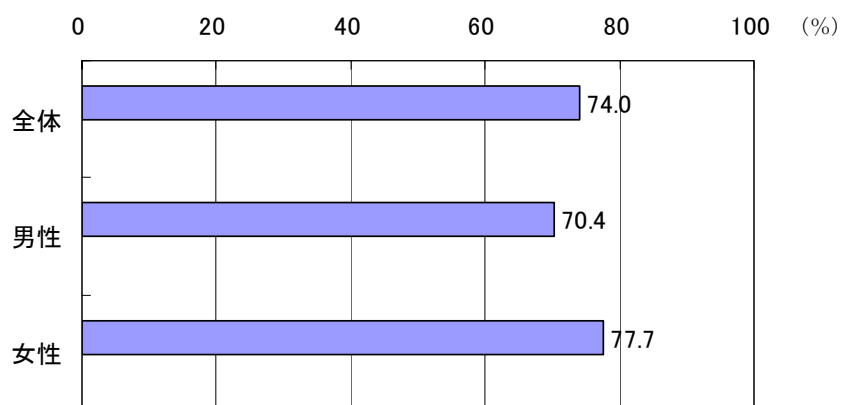
■ 普段の生活の中で、実践している環境保護行動トップ10（2年前と比較）



◇ 「環境問題」を気にして商品を選んだことがある人は、全体の7割。

環境問題を気にかけて商品を選んだことがありますか？という質問に対して、全体の7割以上が「経験有り」と回答し、生活者の「環境問題」に対する意識は、消費行動にも結びついていることがわかります。

■ 「環境問題」を気にして商品を選んだことがありますか？



◇ 「環境保護」に積極的に対応していると思われる業界のトップ5は、「自動車メーカー」、「電力会社」、「家電メーカー」、「ガス会社」、「製紙会社」。

生活者に地球環境の保護に積極的に対応しているがどうか業界別に聞いたところ、積極的に活動しているというスコアが高かったのは、「自動車メーカー：80.0%」、「電力会社：70.2%」、「家電メーカー：65.8%」、「ガス会社：60.6%」と「製紙会社43.1%」でした。

■ 地球環境に積極的に対応している企業

