

2007年6月6日

## 環境に関する生活者の意識調査2007

**「地球温暖化」に関心のある人は、92.9%。**  
この一年で、環境問題を気にかけることが多くなった人も6割以上  
「温度調節」「買物袋と無駄な包装の削減」といった省エネ行動も軒並み上昇。

企業の環境コミュニケーション活動をサポートしている博報堂「環境コミュニケーション推進室<sup>※</sup>」では、研究開発局と共に、「環境に関する生活者の意識調査2007」を実施いたしました。この度、その分析結果がまとまりましたので、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、博報堂では、2004年度から毎年おこなっています。

今年度の調査結果では、この一年間で、生活者の環境問題に対する関心度が大きく向上し、環境に対する行動姿勢も積極的になっていることがわかりました。特に「地球温暖化」に関心を持つ人は、全体の9割以上に当たる92.9%に達し、昨年の81.3%からも大きく伸びています。環境問題が生活者にとって「自分ごと化」し始めていることが伺われます。

生活者の関心の高さは、具体的な行動にも現れており、「部屋の電気等はこまめに消す」「エアコンは温度設定を弱めにする」といった省エネ行動は9割近くに達し、生活の中ではほぼ定着したといえそうです。また、有料化などで最近話題になっているレジ袋や簡易包装についても「買物での無駄な包装を断る」「スーパーでは自分の買物袋を持参する」は、昨年と比べて1割以上も上昇しており、特に、主な買物主体である女性においては、「買物での無駄な包装を断る(70.8%)」、「スーパーでは自分の買物袋を持参する(54.6%)」と、半数を越える高い数値となっていました。さらに「環境への取り組みが進んでいる企業の商品を買う」人が、昨年の18.5%から26.3%に増えているなど、生活者が実際に行動で応え始めている動きが読み取れました。

博報堂「環境コミュニケーション推進室」では、今後こうした研究をはじめ、企業の環境コミュニケーションをサポートする様々な施策を提案し、得意先の環境を核としたコミュニケーションのサポートを行ってまいります。

## ※「環境コミュニケーション推進室」

「環境」への全社的な取り組みを推進するため、社内に分散していた「環境」関連機能を統合し、クライアントの環境コミュニケーションへのサポートや、コンテンツの開発など行ってまいります。

本件に関するお問い合わせ

博報堂 広報室	平澤・宮川	Tel 03-5446-6161
環境コミュニケーション推進室	野村	Tel 03-5446-8720
研究開発局	中馬・亀田	Tel 03-5446-6483

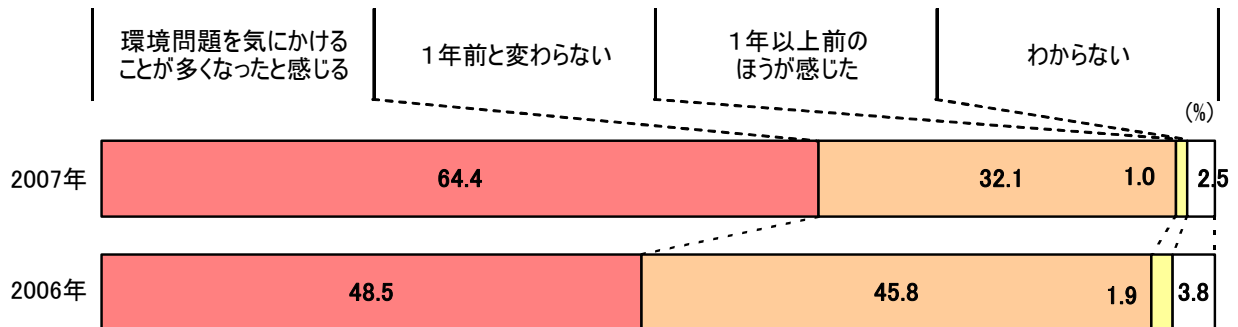
## 添付資料：調査データ

調査概要 調査時期：2007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（Hi-panel調査）

### ◇ この一年間で、「環境の問題を気にかけることが多くなった人」が、48.5%から64.4%へと大きく向上。

生活者の環境問題に対する関心の強さとしては、「環境問題を気にかけることが多くなったと感じる」人が、昨年の48.5%から64.4%へと大きく伸びています。6割強の人が、この一年で何らかの環境問題を身近に感じていることになります。

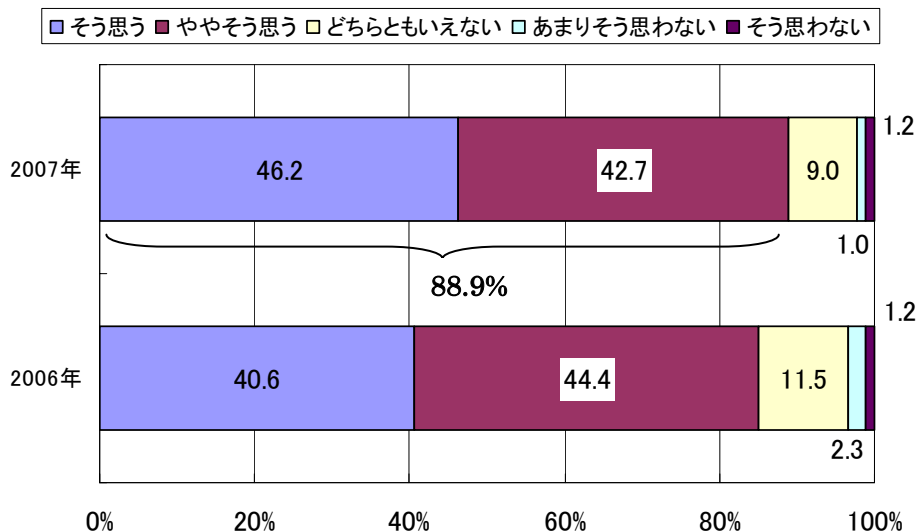
#### ■あなたご自身は、この一年間で環境の問題を気にかけることが多くなったと感じますか？



### ◇ 少しぐらいの不便さを我慢してでも、環境は守るべきだと思う人が、昨年の85.0%から88.9%へ増加。

生活者の環境問題に対する意識の変化を調べたところ、少しぐらいの不便さを我慢してでも環境は守るべきだと思う人が、「そう思う」と「ややそう思う」を足すと、昨年の85.0%から今年は88.9%まで増加傾向にあることがわかりました。「そう思う」では、40.6%が46.2%と、1割以上も増えています。環境に対する生活者の決意の現れといえそうです。

#### ■少しぐらいの不便さを我慢してでも、環境は守るべきだと思いますか？

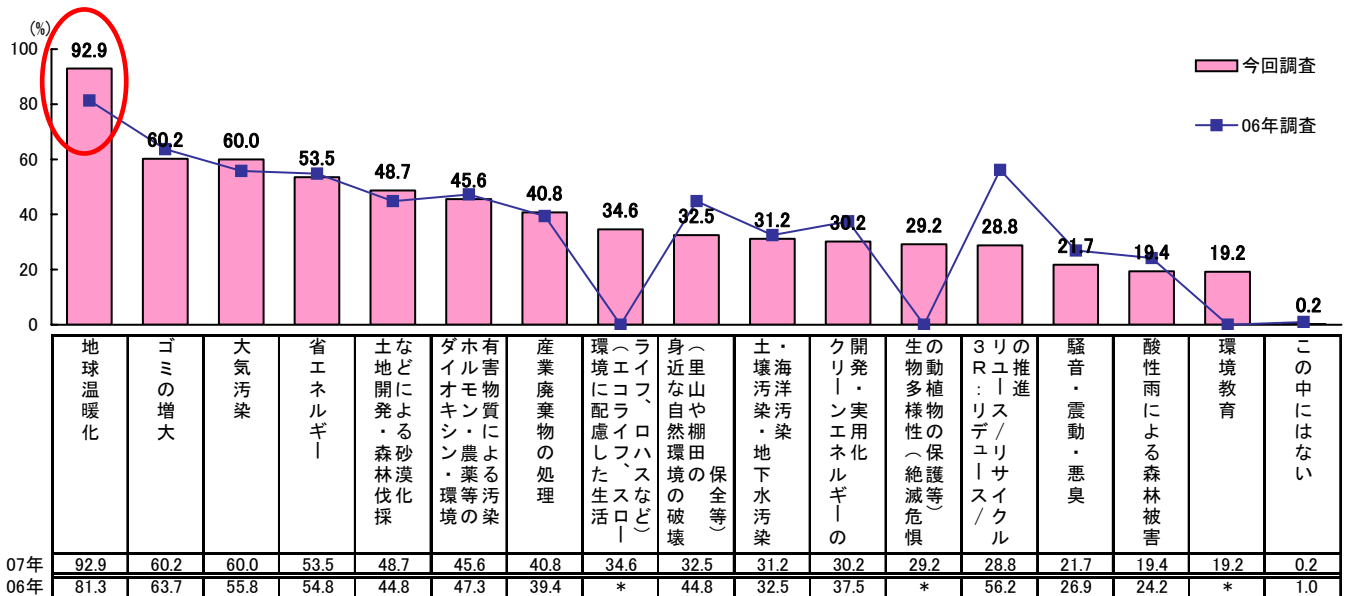


◇ 環境問題の中で、特に関心が高まった領域は「地球温暖化（81.3%→92.9%）」。この問題を解決すべき主体としては、「世界各国（91.5%）」「国（38.3%）」「個々人（24.2%）」の順。

様々な環境問題の中で最も関心が高まったのは、政府のキャンペーン成果もあってか「地球温暖化」で、昨年の81.3%が、2007年は92.9%まで関心が高まっています。また「ゴミの増大（60.2%）」「大気汚染（60.0%）」「省エネルギー（53.5%）」が5割以上の関心を持たれています。

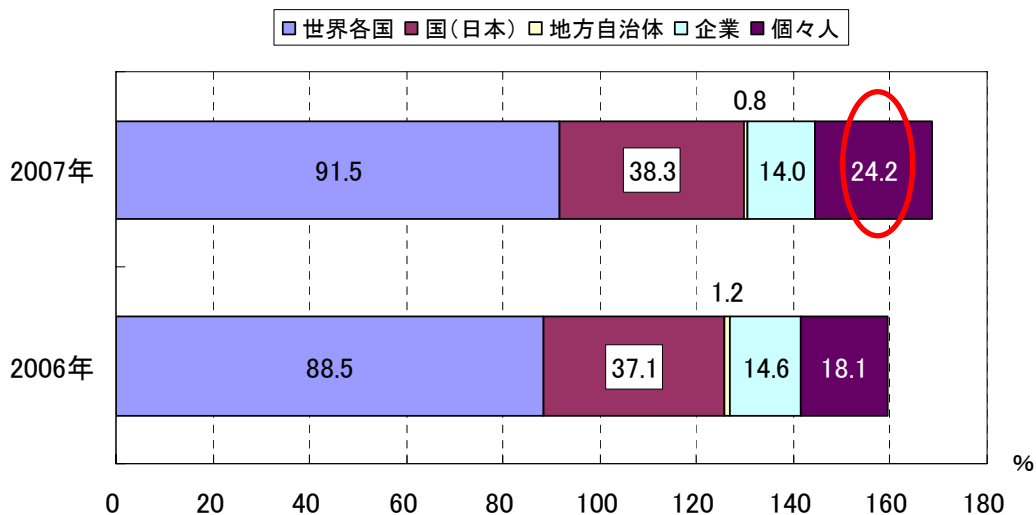
また、最も関心の高い「地球温暖化」ですが、この問題の解決については、責任をとる主体として「世界各国（91.5%）」「国（38.3%）」「個々人（24.2%）」となりました。「個々人」については、昨年の18.1%から24.2%へと伸びており、環境問題を国や企業、自治体まかせにするだけではなく、自ら責任をもって解決に取り組んでいこうという、生活者の意識の変化が見てとれます。

■次にあげた「環境問題」の中であなたご自身の関心が高いものをいくつか結構ですのでお選び下さい。（MA）



\*のものは、06年に未調査の項目

■「地球温暖化」への対応は、「誰が責任をもって解決していかなければならない」とお考えになりますか。最も責任があると思うものから順に2つまで選んでください。

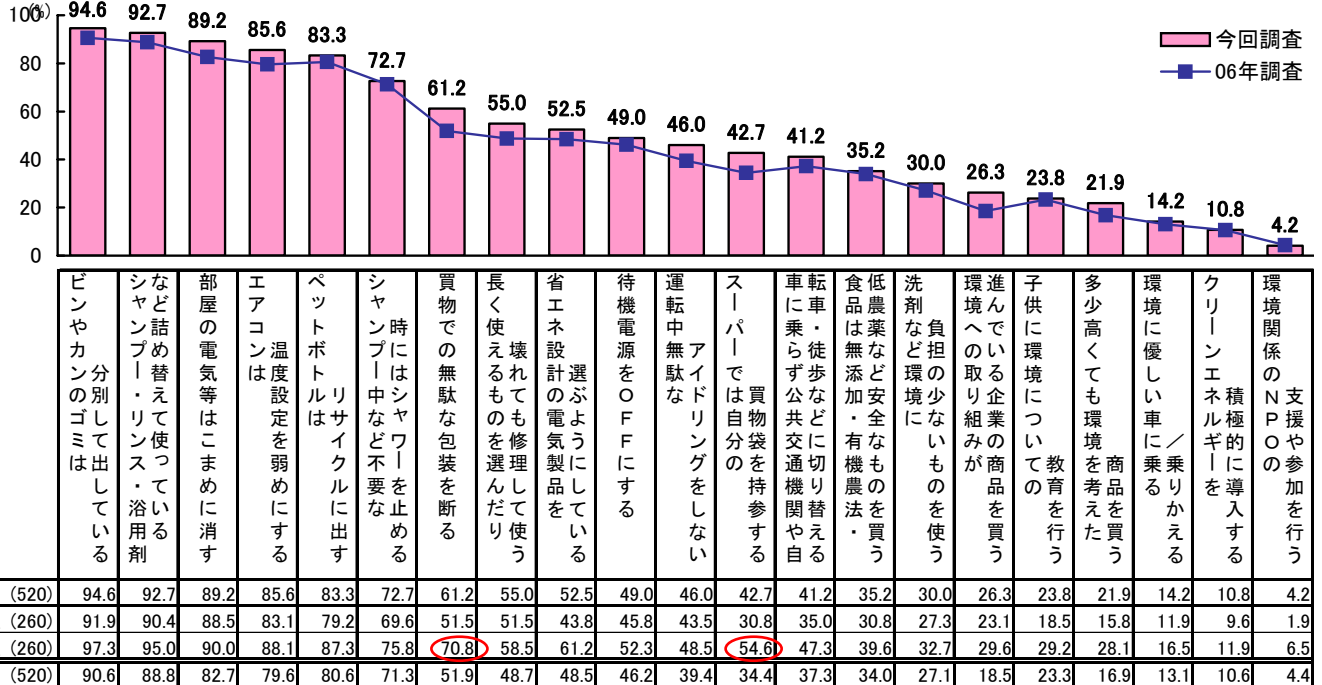


◇ 生活者の環境保護実践行動として、「部屋の電気等はこまめに消す」や「エアコンは温度設定を低めにする」といった省エネ行動は9割近くが実施。また、「買物での無駄な包装を断る」「スーパーでは自分の買物袋を持参する」は、前年より1割以上も上昇。

普段の生活の中で実践している環境保護行動として、「ビンやカンのゴミは分別して出している (94.6%)」や「シャンプー・リンス・浴用剤など詰め替えて使っている (92.7%)」といったゴミの削減は9割以上、「部屋の電気等はこまめに消す (89.2%)」や「エアコンは温度設定を低めにする (85.6%)」といった省エネ行動は9割近くが実施しており、いずれも生活者の生活にはほぼ定着したといえそうです。「買物での無駄な包装を断る (2006年：51.9%→2007年：61.2%)」と「スーパーでは自分の買物袋を持参する (2006年：34.4%→2007年：42.7%)」もそれぞれ増えています。特に、主な買物主体である女性においては、「買物での無駄な包装を断る (70.8%)」「スーパーでは自分の買物袋を持参する (54.6%)」と過半数を超える高い数値となりました。さらに「環境への取り組みが進んでいる企業の商品を買う」人が、昨年18.5%から、今年は26.3%に増えるなど、生活者が実際に行動で応え始めている動きが読み取れます。

■ 普段の生活の中で実践している行動はどれですか。(SA)

既にやっている環境行動



◇ 環境問題の解決に向けて企業に期待されるのは、「環境に配慮した商品・サービスの販売と「商品を製造する際に環境に配慮」。そして、それを支える「環境に関する研究や技術開発)」。

企業に期待する環境活動としては、「環境に配慮した商品・サービスの販売 (80.2%)」と「商品を製造する際に環境に配慮 (80.0%)」と回答した人が約8割となりました。続いて、そうした活動を支える「環境に関する技術開発 (69.2%)」が高くなっています。

■企業が「環境問題」対応するための活動として、あなたが期待する項目を以下の中からお選びください。(MA)

