

# 環境意識に関する調査 【結果報告書】

2010年11月  
株式会社ジーコム  
生活行動研究所

Marketing & Development  
**G:COM**

## 1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」に対するインターネット調査

## 2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

## 3. 調査時期

平成22年10月20日(水)～25日(月)

## 4. 調査規模

440サンプル

### 【標本構成】

性	件数	構成比(%)
男性	202	45.9
女性	238	54.1
全体	440	100.0

年代	件数	構成比(%)
20代	85	19.3
30代	99	22.5
40代	92	20.9
50代	96	21.8
60代以上	68	15.5
全体	440	100.0

職業	件数	構成比(%)
会社員	147	33.3
公務員	15	3.3
団体職員	3	0.8
会社役員	4	0.9
商工自営	32	7.3
農林漁業	-	-
自営手伝い	3	0.7
医師・弁護士・税理士等	5	1.2
学生	20	4.4
パート・アルバイト	62	14.0
主婦専業	113	25.7
無職	35	8.0
その他	1	0.3
全体	440	100.0

未既婚	件数	構成比(%)
未婚	116	26.3
既婚	324	73.7
全体	440	100.0

居住地	件数	構成比(%)
福岡都市圏	330	75.0
その他福岡県内	110	25.0
全体	440	100.0

### 【報告書の見方】

本文及び図中に示した調査結果の数値は百分比(%)で示してある。これらの数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合がある。複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

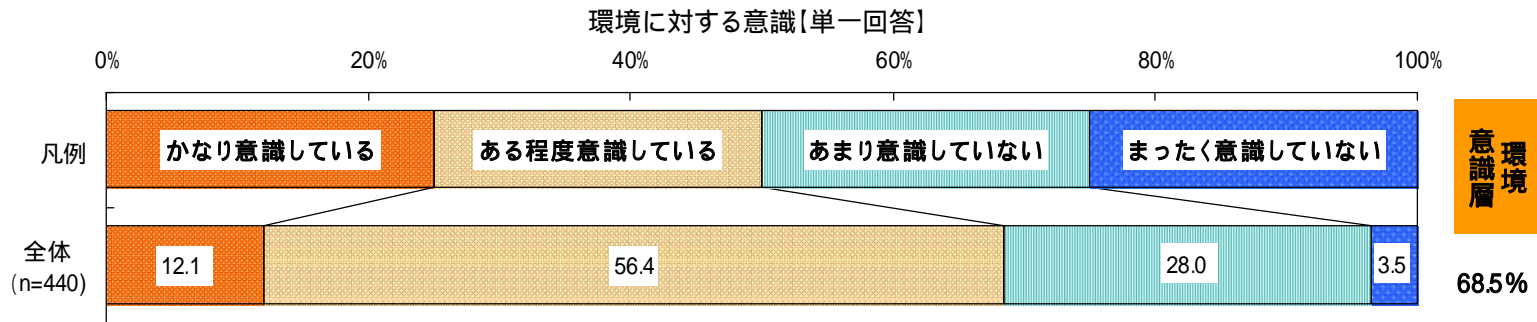
# 1. 環境に対する意識

自然や環境を意識しているのは約7割。年代が上がるほど環境意識が高くなる

自然や環境について、「かなり意識している」12.1%と「ある程度意識している」56.4%を合わせた環境意識層の割合は68.5%である。

< 属性別 >

- ・性別では、女性は男性に比べて環境意識層の割合が高い。
- ・年代別では、年齢が上がるにつれ環境意識層の割合が高くなり、60代以上では8割を超えている。



	調査数	環境に対する意識				環境意識層	
		かなり意識している	ある程度意識している	あまり意識していない	まったく意識していない		
全体	440	12.1	56.4	28.0	3.5	68.5	
性別	男性	202	12.3	51.7	31.6	4.5	64.0
	女性	238	11.9	60.4	24.9	2.8	72.3
年代別	20代	85	11.2	45.3	39.4	4.1	56.5
	30代	99	10.3	50.5	33.8	5.4	60.8
	40代	92	8.6	61.8	25.8	3.8	70.4
	50代	96	13.1	60.4	24.5	2.0	73.5
	60代以上	68	19.0	65.8	13.2	1.9	84.8

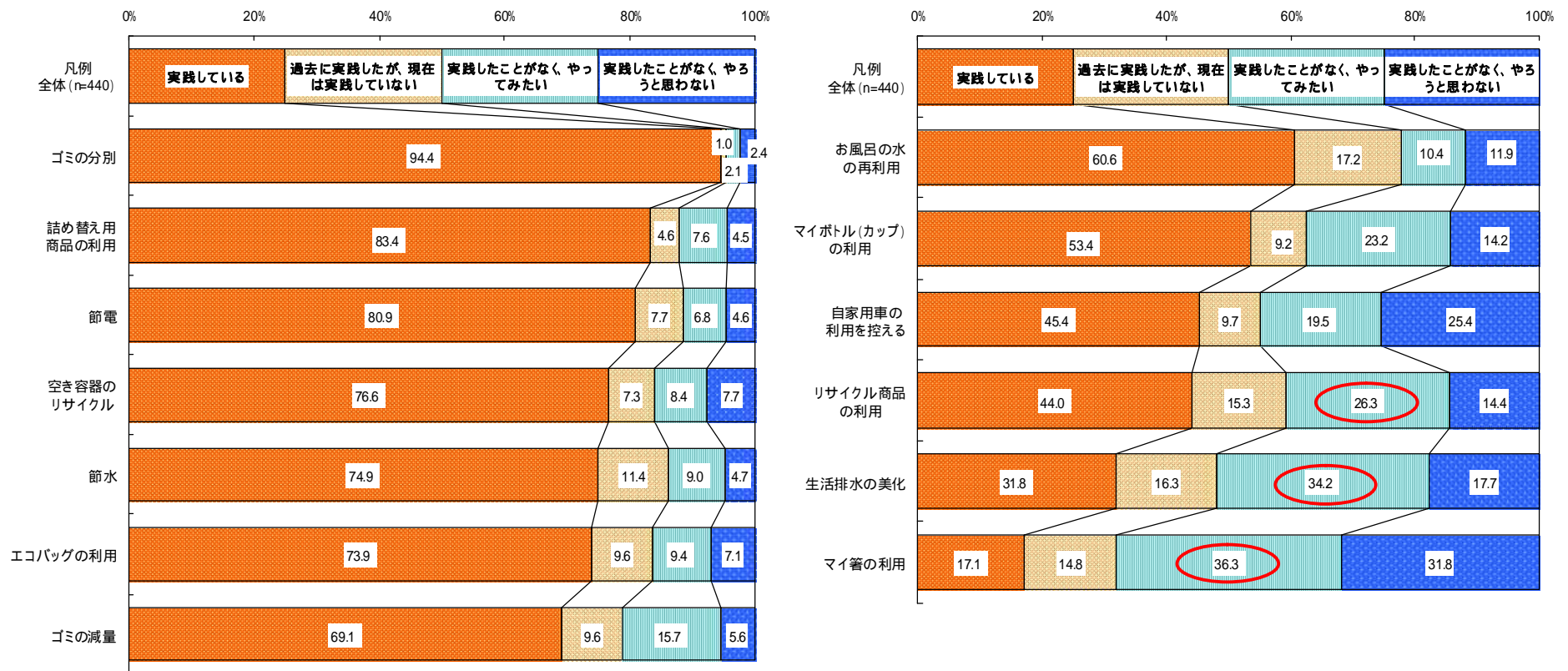
\* 環境意識層 = 「かなり意識している」+「ある程度意識している」

## 2. 環境についての実践状況

環境に対しての実践度が高い行動は、ゴミ分別、詰め替え用商品の利用、節電。エコバッグ利用も7割に達している

実践している内容について、割合が最も高いのは「ゴミの分別」94.4%、次いで「詰め替え用商品の利用」83.4%、「節電」80.9%となっている。また、実践したことがなく、今後やってみたいことは、「マイ箸の利用」36.3%、「生活排水の美化」34.2%、「リサイクル商品の利用」26.3%の順である。

環境についての実践行動【それぞれ単一回答】



## 2. 環境についての実践状況

### < 属性別 >

- ・性別では、女性は男性に比べて「詰め替え用商品の利用」「節水」「エコバッグの利用」「リサイクル商品の利用」の割合が高くなっている。男性は「エコバッグの利用」の意向が女性に比べて高い。
- ・年代別では、40代以上になると、20代・30代に比べてほとんどの項目で実践している割合が高い。ただし、「マイボトルの利用」や「リサイクル商品の利用」「マイ箸の利用」は年代による差がない。

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在は実践していない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやらうと思わない
全体	440	94.4	1.0	2.1	2.4
性別					
男性	202	93.1	0.5	3.5	3.0
女性	238	95.6	1.4	1.0	2.0
年代別					
20代	85	90.0	1.8	4.1	4.1
30代	99	92.7	1.3	3.9	2.0
40代	92	96.2	0.5	-	3.2
50代	96	95.9	1.0	2.1	1.0
60代以上	68	98.1	-	-	1.9

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在は実践していない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやらうと思わない
全体	440	83.4	4.6	7.6	4.5
性別					
男性	202	77.4	6.3	10.3	5.9
女性	238	88.5	3.1	5.2	3.2
年代別					
20代	85	80.3	5.0	5.0	9.7
30代	99	82.7	2.7	9.2	5.4
40代	92	84.9	3.8	8.6	2.7
50代	96	83.6	6.2	9.2	1.0
60代以上	68	85.9	5.6	4.7	3.8

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在は実践していない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやらうと思わない
全体	440	80.9	7.7	6.8	4.6
性別					
男性	202	77.8	7.4	7.9	6.9
女性	238	83.5	7.9	5.8	2.8
年代別					
20代	85	79.4	6.8	9.7	4.1
30代	99	73.0	12.1	7.5	7.4
40代	92	84.4	4.8	4.8	5.9
50代	96	82.8	6.1	10.1	1.0
60代以上	68	86.8	8.5	-	4.7

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在は実践していない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやらうと思わない
全体	440	76.6	7.3	8.4	7.7
性別					
男性	202	73.9	7.8	9.4	8.9
女性	238	78.9	6.9	7.5	6.7
年代別					
20代	85	67.1	10.3	5.3	17.4
30代	99	65.6	9.6	18.1	6.7
40代	92	81.7	6.4	7.0	4.9
50代	96	81.6	3.1	8.3	7.1
60代以上	68	90.6	7.5	-	1.9

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在は実践していない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやらうと思わない
全体	440	74.9	11.4	9.0	4.7
性別					
男性	202	69.5	13.1	10.4	6.9
女性	238	79.5	10.0	7.8	2.8
年代別					
20代	85	71.2	9.1	13.2	6.5
30代	99	68.3	12.0	11.3	8.4
40代	92	75.3	13.4	6.5	4.9
50代	96	81.7	7.1	10.2	1.0
60代以上	68	79.3	16.9	1.9	1.9

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在は実践していない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやらうと思わない
全体	440	73.9	9.6	9.4	7.1
性別					
男性	202	62.5	11.3	15.3	10.8
女性	238	83.6	8.0	4.4	3.9
年代別					
20代	85	60.9	12.4	13.8	12.9
30代	99	72.2	10.3	10.2	7.3
40代	92	81.1	6.4	8.1	4.3
50代	96	73.2	11.3	9.3	6.1
60代以上	68	84.0	6.6	4.7	4.7

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在は実践していない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやらうと思わない
全体	440	69.1	9.6	15.7	5.6
性別					
男性	202	69.3	7.9	15.8	6.9
女性	238	68.9	11.0	15.7	4.4
年代別					
20代	85	56.8	12.6	23.8	6.8
30代	99	54.6	9.4	27.4	8.6
40代	92	73.1	8.6	11.8	6.5
50代	96	74.7	12.1	10.2	3.1
60代以上	68	92.3	3.8	1.9	1.9

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在は実践していない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやらうと思わない
全体	440	60.6	17.2	10.4	11.9
性別					
男性	202	60.2	12.8	12.2	14.8
女性	238	60.9	20.9	8.8	9.4
年代別					
20代	85	49.7	14.4	17.6	18.2
30代	99	59.5	16.1	7.4	16.9
40代	92	64.5	16.6	10.3	8.6
50代	96	61.7	22.0	7.1	9.2
60代以上	68	68.8	16.2	10.3	4.7

## 2. 環境についての実践状況

マイボトル(カップ)の利用 [%]

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在はいない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやろうと思わない
全体	440	53.4	9.2	23.2	14.2
性別					
男性	202	50.2	9.2	22.5	18.1
女性	238	56.2	9.1	23.7	10.9
年代別					
20代	85	51.5	6.8	28.5	13.2
30代	99	49.8	9.3	26.0	14.9
40代	92	56.4	10.7	19.8	13.0
50代	96	57.6	6.1	21.1	15.1
60代以上	68	51.3	14.1	19.7	15.0

自家用車の利用を控える [%]

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在はいない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやろうと思わない
全体	440	45.4	9.7	19.5	25.4
性別					
男性	202	47.4	9.3	17.2	26.1
女性	238	43.7	10.1	21.4	24.7
年代別					
20代	85	39.7	11.8	16.5	32.1
30代	99	41.6	8.5	18.1	31.8
40代	92	40.9	10.7	23.6	24.7
50代	96	49.5	7.1	20.1	23.3
60代以上	68	58.3	11.3	19.0	11.3

リサイクル商品の利用 [%]

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在はいない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやろうと思わない
全体	440	44.0	15.3	26.3	14.4
性別					
男性	202	36.8	18.0	28.4	16.7
女性	238	50.2	13.0	24.4	12.4
年代別					
20代	85	46.8	10.9	28.2	14.1
30代	99	44.0	14.7	23.5	17.7
40代	92	44.1	12.9	29.0	14.0
50代	96	43.3	16.3	25.2	15.2
60代以上	68	41.7	23.5	25.4	9.4

生活排水の美化 [%]

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在はいない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやろうと思わない
全体	440	31.8	16.3	34.2	17.7
性別					
男性	202	27.9	17.9	33.9	20.3
女性	238	35.2	14.9	34.4	15.5
年代別					
20代	85	23.8	14.4	37.1	24.7
30代	99	25.6	12.2	38.8	23.4
40代	92	24.8	18.2	36.0	21.0
50代	96	41.1	15.2	31.4	12.3
60代以上	68	47.4	23.3	25.4	3.8

マイ箸の利用 [%]

	調査数	実践している	過去に実践したが、現在はいない	実践したことがなく、やってみたい	実践したことがなく、これからはやろうと思わない
全体	440	17.1	14.8	36.3	31.8
性別					
男性	202	17.2	15.2	33.8	33.9
女性	238	17.1	14.5	38.4	30.0
年代別					
20代	85	13.5	14.1	44.4	27.9
30代	99	17.8	12.2	34.4	35.5
40代	92	17.2	11.9	37.5	33.4
50代	96	20.3	13.3	32.3	34.2
60代以上	68	16.0	25.6	32.9	25.4

### 3. 行動が継続しない理由

\*前頁のいずれかの項目で  
「実践したが、現在は実践していない行動」に回答した方限定

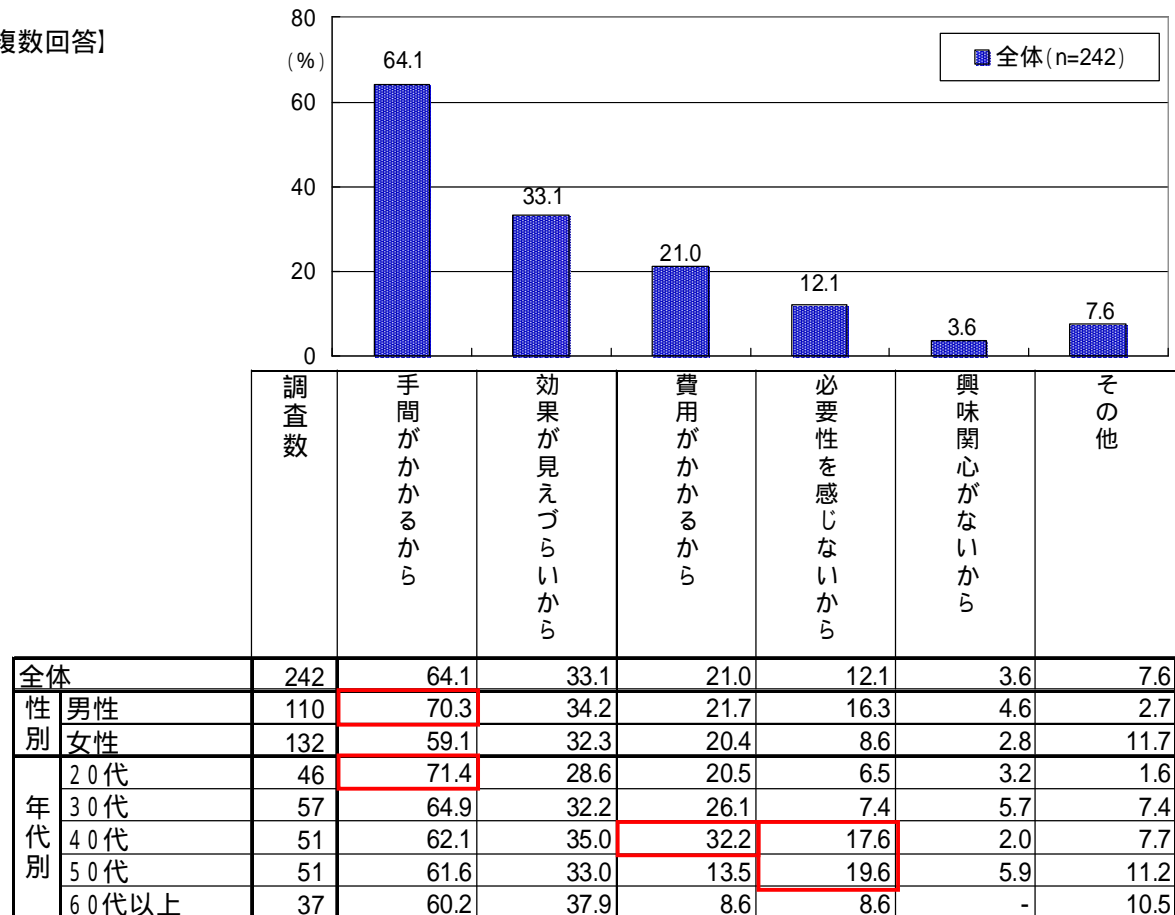
環境を意識した行動が継続しないのは、手間がかかること、効果が見えづらいのが理由の上位

環境を意識した行動が継続しない理由としては、「手間がかかるから」が64.1%、「効果が見えづらいから」33.1%、「費用がかかるから」21.0%の順である。

< 属性別 >

- ・性別では、男性は女性に比べて「手間がかかるから」の割合が高い。
- ・年代別では、20代は「手間がかかるから」、40代は「費用がかかるから」の割合が他の年代に比べて高い。また、40代と50代では「必要性を感じないから」の割合が若干高くなっている。

行動が継続しない理由【複数回答】



## 4. 地球環境の改善に効果的と思う項目

### 節電・節水、ゴミ減量は地球環境の改善に効果があると実感されている

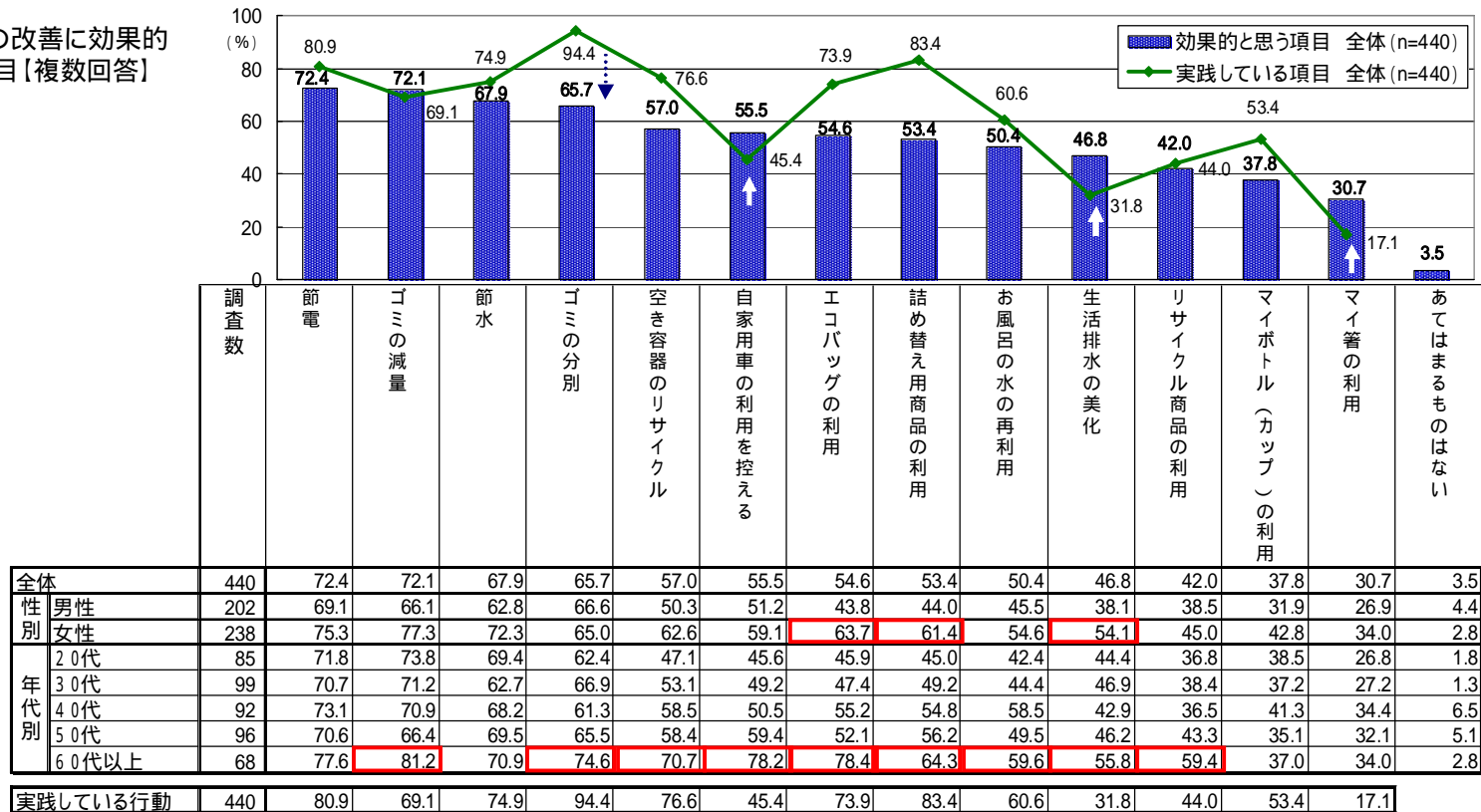
地球環境の改善に効果的だと思う行動は、「節電」が72.4%、僅差で「ゴミの減量」が72.1%、「節水」が67.9%の順である。これらは、実践されている割合も高い。

また、「ゴミの分別」は実践度は高いものの、効果に対する実感は低い。一方で、「自家用車の利用を控える」「生活排水の美化」「マイ箸の利用」は効果的と思いつつ、その実践度は低くなっている。

#### < 属性別 >

- ・性別では、「ゴミの分別」を除く全ての項目で女性の割合が高くなっており、なかでも「ゴミの減量」「詰め替え用商品の利用」「生活排水の美化」では差が大きい。
- ・年代別では、60代以上は50代以下の年代に比べて「ゴミの減量」「ゴミの分別」「空き容器のリサイクル」など多くの項目において割合が高くなっている。

地球環境の改善に効果的  
だと思う項目【複数回答】





エコに取り組む上で疑問に思うことを自由回答で尋ね事後分類したところ、「エコ家電」「リサイクル・リユース品」「エコバッグ」などの項目で意見が多くあがっている。

エコ推進の取り組みでの疑問【自由回答を事後分類(有効回答n=431)】\*表中は抜粋

<p><b>1位 エコ家電について</b> 110件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・まだ使える家電を省エネ家電に買い替える</li> <li>・家電を買い替えることでゴミの行方</li> <li>・まだ使える家電を修理するよりも新商品を購入した方が費用が安くなること</li> <li>・エコポイントをつけて、買い替えを奨励していること</li> </ul>	<p><b>6位 ゴミの分別について</b> 46件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ごみを分別したところで、そのごみの行方がどうなっているのかが気になる</li> <li>・分別したゴミが、使える資源として利用しているか確認ができない</li> <li>・自治体によって分別の仕方が違うこと</li> </ul>
<p><b>2位 リサイクル・リユース品について</b> 67件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ペットボトルなどをリサイクルに出してきちんとリサイクルされているのか疑問</li> <li>・リサイクルよりリユースを推進してほしい</li> <li>・まだまだ使える洋服や家電品や日用品が捨ててある</li> <li>・エコや再利用よりもまず作りすぎないことが大事だと思う</li> </ul>	<p><b>7位 マイ箸について</b> 27件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マイ箸やマイカップを洗うのに洗剤や水が必要なこと</li> <li>・割り箸を作る材料は廃材を加工していると聞いた。割り箸を使うことが悪い事ではないと思う</li> </ul>
<p><b>3位 エコバッグについて</b> 62件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・レジ袋を削減するつもりが、逆にデザイン性、機能性を重視したエコバッグが増えたこと</li> <li>・ブランド物の高価なエコバッグ</li> <li>・エコバックよりも、スーパーでもらう買い物袋を破れるまで使う方が良いと思う</li> <li>・百貨店のエコバック化が、進んでない</li> </ul>	<p><b>8位 地上デジタルの移行について</b> 14件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビの地デジ化。まだ見れるテレビが見れなくなるから</li> <li>・今まで使っていたブラウン管テレビがもったいない。ゴミがたくさん出ることになる</li> </ul>
<p><b>4位 エコを謳った事柄について</b> 54件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・エコ啓発のための派手な広告は、結局資源の無駄につながるのではないかと思う</li> <li>・エコと言いつつ節約が目的になっていて、節約にならなければ実行しないという事</li> <li>・エコ推進活動の成果が分かりにくい点</li> <li>・自分の取り組みがどれだけ寄与しているわからない</li> </ul>	<p><b>9位 詰め替え用商品について</b> 9件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・詰め替えでない商品が、詰め替え用よりも安い</li> <li>・すぐに新商品が出て旧商品の価格が安くなる。結局、価格&gt;エコになってしまう</li> </ul>
<p><b>5位 エコカーについて</b> 49件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ハイブリットカーなど開発が進んでいるが、高速道路1000円で車の利用を促しているのが矛盾</li> <li>・公共の交通機関を使うようにした方がよいと思う</li> <li>・車の買い替えを推進しているが、そう簡単に日本車は壊れない</li> <li>・車が増えれば環境に悪いと思う</li> </ul>	<p><b>10位 節水について</b> 6件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・節水と言いながら、トイレの「乙姫」は電気の無駄使いだと思う</li> <li>・節水しても水道料金の基本料が高い</li> <li>・スーパーで回収しているトレイを洗う水や洗剤がもったいない</li> </ul>
	<p><b>11位 ゴミの減量について</b> 4件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生鮮のトレーをはずしてビニール袋のみに入った状態で販売するなどすればもっと減量できると思う</li> </ul>
	<p><b>環境に優しい成分商品について</b> 4件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・環境に優しい洗剤や石けんは良いのは分かっているけど高価なものが多い</li> </ul>
	<p><b>その他</b> 28件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・過剰包装をやめてほしい</li> <li>・再利用、再利用と言いつつ、使い捨てが多すぎる</li> </ul>

\* 有効回答を事後分類。複数の要素がある回答は、それぞれの項目でカウントした。

## 6. 環境保護活動への参加状況

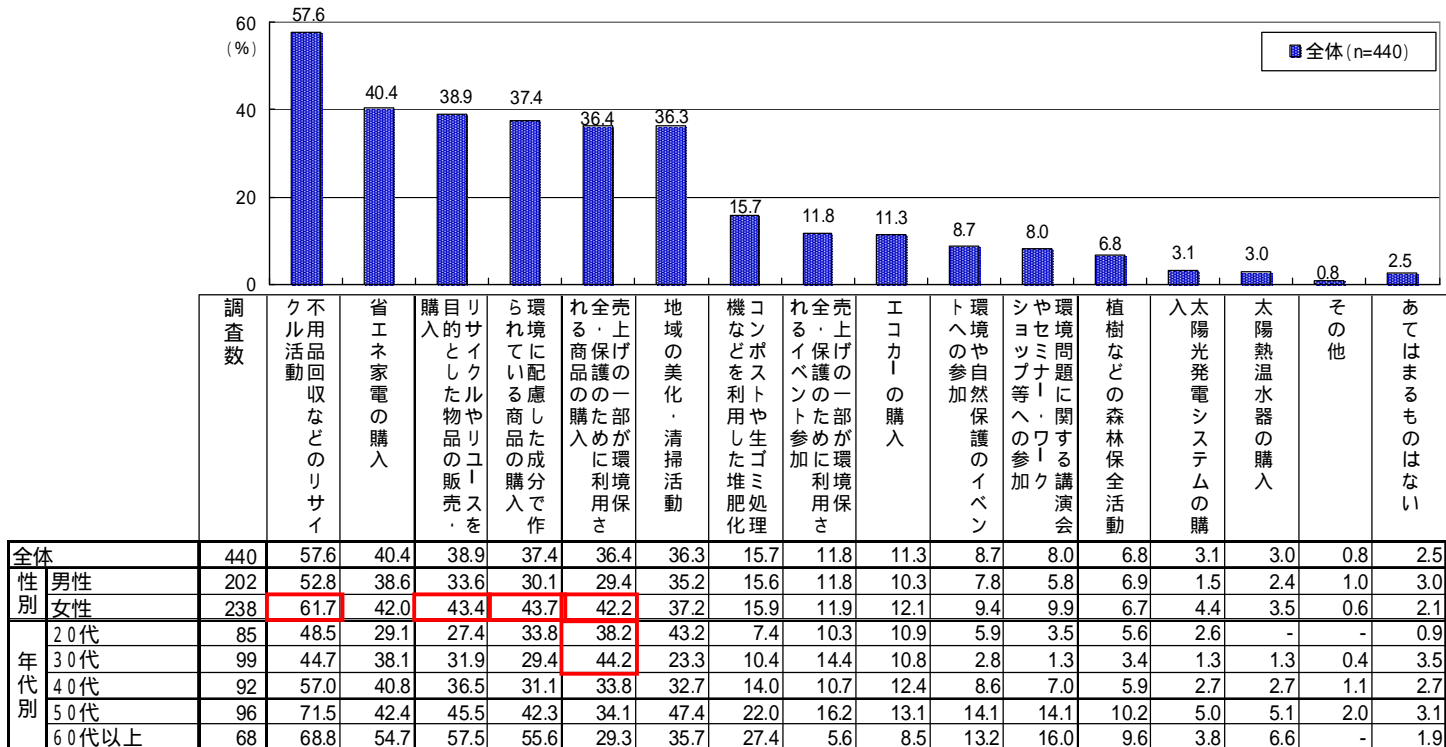
地域活動や環境保全目的の商品購入など大小様々な活動に参加しており、年齢が上がるにつれ関与度も高くなる

参加したことがある環境活動は、「不用品回収などのリサイクル活動」が57.6%と最も高く、次いで「省エネ家電の購入」が40.4%、「リサイクルやリユースを目的とした物品の販売・購入」38.9%となっている。

< 属性別 >

- ・性別では、女性は男性に比べて「不用品回収などのリサイクル活動」「リサイクルやリユースを目的とした物品の販売・購入」「環境に配慮した成分で作られている商品の購入」「売上げの一部が環境保全・保護のために利用される商品の購入」が高い。
- ・年代別では、各項目において20代・30代に比べて40代以上の回答率が高いなか、「売上げの一部が環境保全・保護のために利用される商品の購入」は20代・30代の回答率が高い。

環境保護活動への参加状況【複数回答】



発行元：株式会社ジーコム 生活行動研究所

福岡市博多区古門戸町 2 番 4 号 K S コモンドビル 4 F

T E L 0 9 2 - 2 8 3 - 2 0 8 5

F A X 0 9 2 - 2 6 2 - 6 1 1 0

U R L : <http://www.gcom-net.co.jp/>

E - m a i l : [info@gcom-net.co.jp](mailto:info@gcom-net.co.jp)