

「地球環境問題をめぐる消費者の意識と行動が企業戦略に及ぼす影響
(消費者編：日独比較)」調査概要について
(お知らせ：環境庁記者クラブ同時発表)

平成11年5月27日(木)
環境庁国立環境研究所
主任研究企画官 小野川 和延 (TEL 0298-50-2302)
担当：社会環境システム部 青柳 みどり (TEL 0298-50-2392)

環境庁国立環境研究所では、地球環境問題をめぐる消費者の意識と行動が企業戦略に及ぼす影響に関する国際比較調査の一環として、ドイツ及び日本において、消費者の環境問題に関する知識・意識、環境問題に関する当事者意識、企業変革に関する意識、政治・行政への働きかけ、環境に配慮した日常行動、企業への働きかけ等について調査を実施した。

その結果、日本の消費者はドイツの消費者に比べて環境意識は高いが、環境行動が伴わない傾向にあることなど、意識や行動に差異が認められた。

< 調査の経緯 >

本調査は、地球環境研究総合推進費により平成9年度はドイツ(以下「平成9年度ドイツ調査」)、平成10年度は日本(以下「平成10年度日本調査」)において、それぞれ実施したものである。

< 報告書の要点 >

1. 環境意識は高いが環境行動が伴わない日本の消費者
日本の消費者はドイツの消費者に比べて環境意識は高いが環境行動が伴わない傾向が認められた。
2. 受動的な情報に支配されやすい日本の消費者
環境に関する情報について、日本の消費者は自ら専門書を読むなど積極的に収集しようとするよりは、マスコミ等の受動的な情報に支配される傾向にある。
3. 企業に厳しい見方をしている日本の消費者
環境に配慮していると表明する企業に対して、ドイツでは「その企業の製品やサービスを優先して買いたい」「親近感を感じる」「信頼できる」と好意的に評価しているが、日本では「当然の行為である」と考える消費者の割合が6割にも上り、「環境を宣伝に利用している」といった厳しい見方をする傾向にある。
4. 行政依存傾向の強い日本の消費者
日本の消費者はドイツの消費者に比べて、環境問題の解決者として「行政」を上げる割合が大きい。一方、ドイツの消費者は日本の消費者に比べて「行政」とともに「企業」、「個人」を上げる割合が大きい。

< 報告書の入手等の問い合わせ先 >

環境庁国立環境研究所 社会環境システム部 青柳 みどり
TEL 0298-50-2392 FAX 0298-50-2572 e-mail: aoyagi@nies.go.jp

「地球環境問題をめぐる消費者の意識と行動が企業戦略に及ぼす影響
（消費者編：日独比較）」調査概要

国立環境研究所（株式会社住友生命総合研究所に一部委託）では、地球環境問題をめぐる消費者の意識と企業に関する日独比較調査を実施した。平成9年度はドイツの消費者を対象に、平成10年度は日本の消費者を対象に調査を実施し、両調査の比較分析を行った。（調査方法等は別添参考資料参照）

1. 環境意識は高いが環境行動が伴わない日本の消費者

環境意識についての質問を9項目あげ、それぞれの選択肢について意識が高いと思われる順に4, 3, 2, 1点と点数を割り振り点数化すると、平均で36点満点中、日本24.5点、ドイツ23.7点であった。環境行動については、省エネ・省資源的な行動、環境商品の選択、グリーンコンシューマーとしての行動、包装に対する態度、長期使用を重視する行動の5つの側面で探った。意識の項目と同様に22項目あげ、「いつも実行している」の4点から「全く実行していない」の1点まで点数を割り振り点数化すると、平均で88点満点中、日本54.4点、ドイツ64.2点と格差が見られ、ドイツの消費者は日本の消費者よりも環境に配慮しながら行動していることがうかがえる結果となった（図1、2）。

図1 意識得点分布

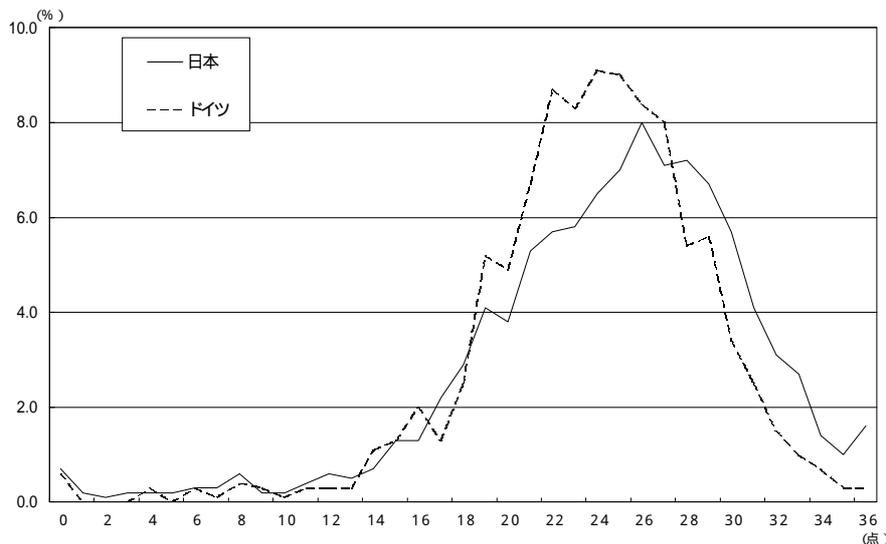
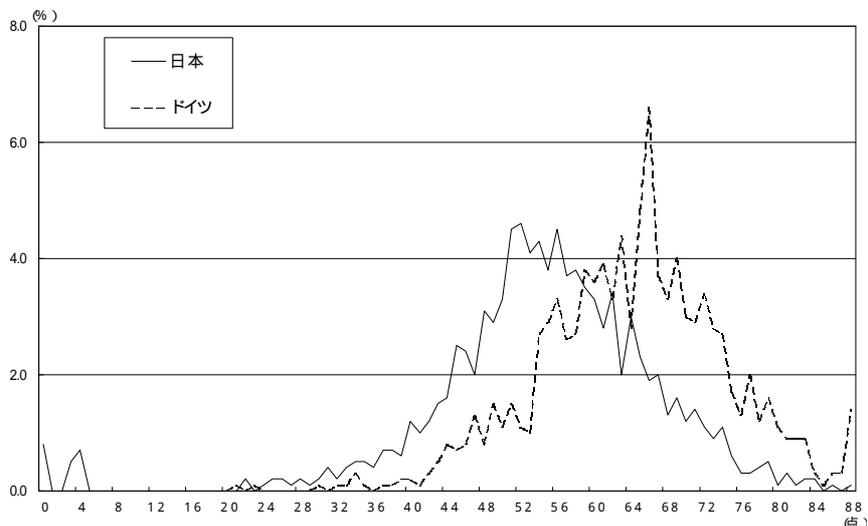


図2 行動得点分布

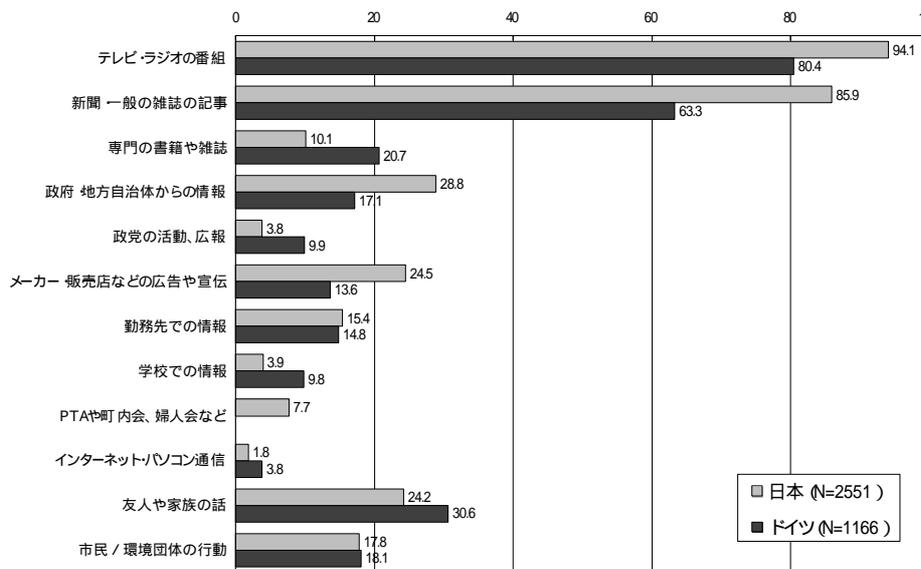


2. 受動的な情報に支配されやすい日本の消費者

自分が有する環境関連の情報（「地球環境問題について」「身近な環境問題について」「環境に良い行動について」「環境に良い製品・サービスについて」「環境に配慮している企業について」の5項目）について「豊富である」（「大変豊富である」+「豊富である」とする割合は、ドイツでは5項目平均で44%程度あるのに対し、日本では10%程度とその差は大きい。また日本の消費者の6割近くが環境問題に関する情報について「何が正しい情報が分からない」と回答している。

これら情報の入手先を見てみると、日独ともにテレビや新聞などのマスコミが最も多いが、比較的、ドイツではマスメディアだけでなく、「専門の書籍や雑誌（日本10%に比べてドイツ21%）」など自分から積極的に知識を深めようとする傾向にあり、日本では、「地方自治体からの情報（ドイツ17%に対し日本28%）」やメーカー・販売店などの広告や宣伝など不特定多数を対象にした媒体から情報を入手する傾向にある（図3）。

図3 情報の入手先



以上を回答者の属性別にみると、日本ではサラリーマンや公務員など被雇用者は、情報の入手先を「勤務先」に依存する傾向が強く、その傾向は学歴が高くなるほど顕著になる。また「友人や家族の話」を情報の入手先とする割合は、学歴が高くなるほど低くなる傾向にある。一方、ドイツでは職種・学歴にかかわらず「友人や家族の話」を情報源とする割合が高い。環境問題と家庭内での行動に関して、「環境保全や環境問題について家族で話し合っている」とする割合が、ドイツでは5割を超えているのに対し、日本では4割程度であった。

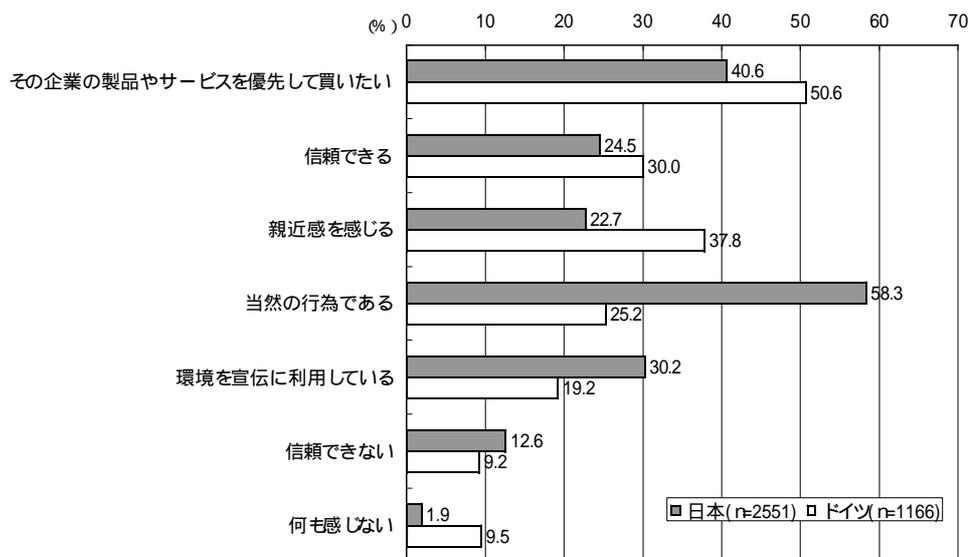
3. 企業に厳しい見方をしている日本の消費者

環境に配慮していると表明する企業に対して、ドイツでは「その企業の製品やサービスを優先して買いたい」「親近感を感じる」「信頼できる」といった好意的な評価をしている一方、日本では「当然の行為である」とする割合が6割にも上るとともに、「環境を宣伝に利用している」といった評価の割合が高い。ドイツと比較すると企業に対して厳しい見方をしているといえる（図4）。

環境問題への企業の対応に関する情報源として印象に残るものは、日本ではテレビコマーシャルや新聞広告、商品の説明など不特定多数を対象としたスポット的な媒体に集中した。ドイツでは媒体にばらつきが見られたが、日本以上に割合が高かったのは、ラジオコマーシャル、雑誌広告、店頭での呼びかけのほか、消費者が自ら入手する必要がある媒体の広報誌・啓発誌、環境報告書、インターネットなどであることから、ドイツの消費者には企業の環境対応を先で理解しようとする積極的な傾向が見られる。

また、ドイツの消費者の8割は消費者がグリーンコンシューマーとして行動することにより企業を環境に配慮した経営に変えることができると考えているが、日本では7割という結果となった。

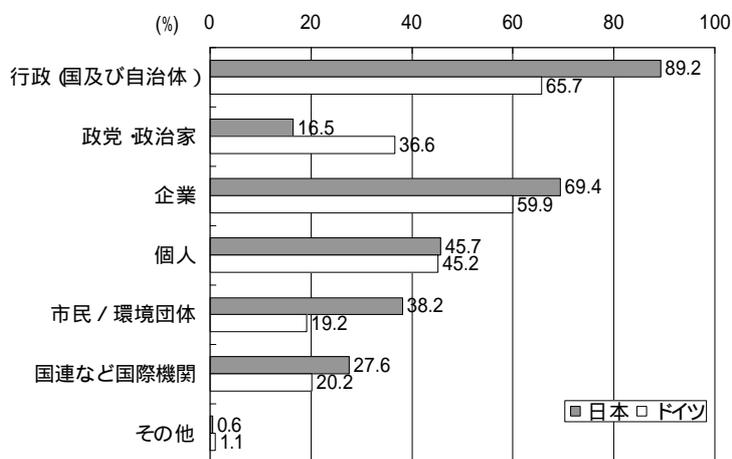
図4 環境に配慮していると表明した企業への評価



4. 行政依存傾向の強い日本の消費者

行政、政党・政治家、企業、個人、市民・環境団体などの中から環境問題の解決者を選ぶ設問については、日本では9割弱が行政に集中しており、企業（7割弱）、個人（5割弱）、市民・環境団体（4割弱）が続く（図5）、高齢層ほど行政に期待する傾向が顕著にみられる。一方、ドイツでは、行政（7割弱）、企業（6割弱）、個人（5割弱）の順に高く、日本ほど行政に対する期待は高くない。

図5 環境問題の解決者



また、属性別にみると、行政や政治に対する働きかけでは、日本の消費者は、「何もしていない」割合が若年層ほど顕著に高くなり、18～29歳では7割強、30歳代では6割強である。（図6）一方、ドイツの消費者は、「何もしていない」という回答はどの年代においても大差はなく、むしろ高齢層で高くなる。（図7）

図6 年齢別の行政・政治への働きかけ（日本）

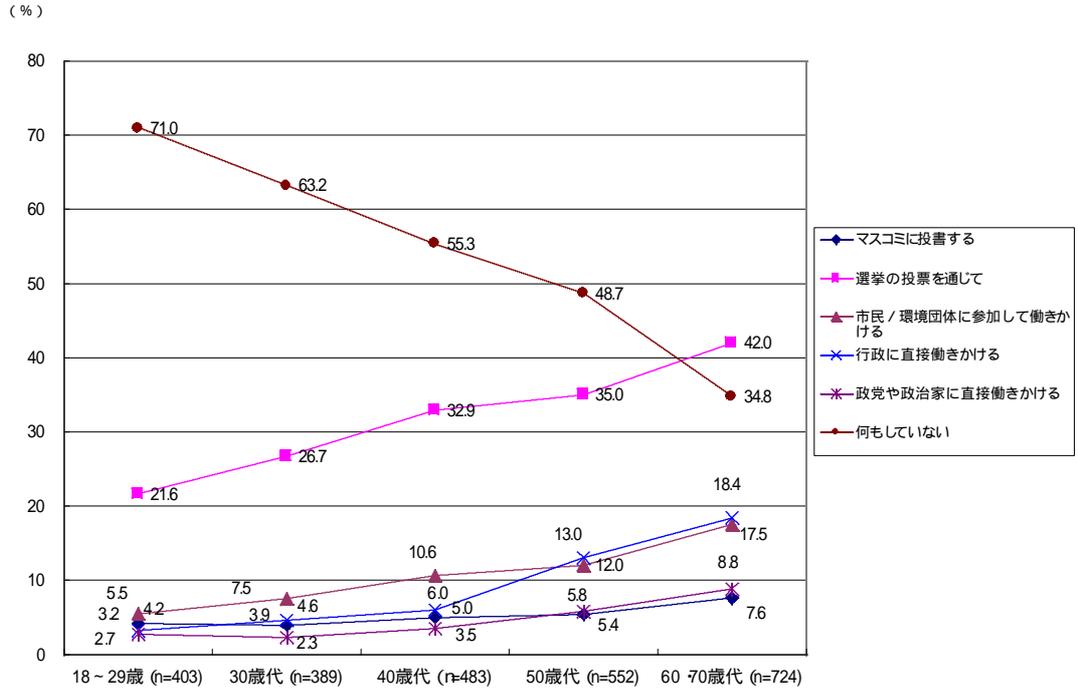
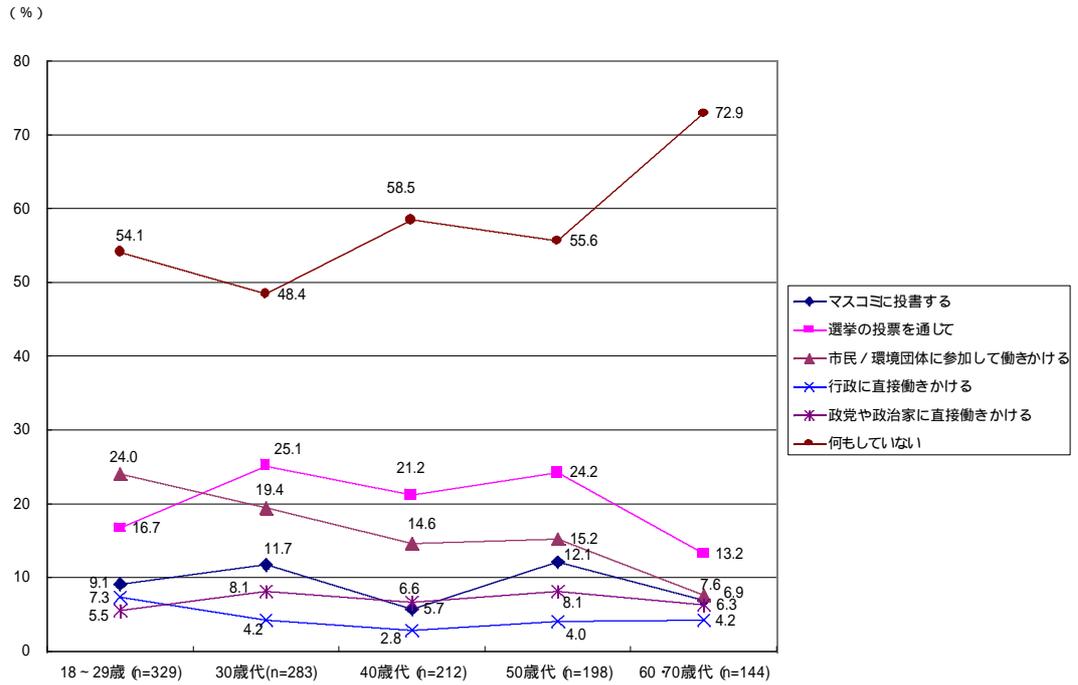


図7 年齢別の行政・政治への働きかけ（ドイツ）



参考資料：調査方法等の概要

1. 調査実施主体

本調査は、地球環境研究総合推進費「人間・社会的側面からみた地球環境問題分野」課題番号H-1「環境に関する知識、関心、認識およびその相互疎通に関する国際比較研究」の一部として、研究参加者である(株)住友生命総合研究所とともに実施した。

2. 調査設計

a. 平成10年度日本調査

(1) 調査方法：郵送法

(2) 調査地域：全国を調査対象とし、都市規模により層化（人口50万人以上都市、10万人以上市、10万人未満の市、郡部）をした上で、各調査地点（全100市区町村）を抽出して調査を行なった。

(3) 調査対象：対象地域に居住する18歳から74歳までの男女

b. 平成9年度ドイツ調査

(1) 調査方法：面接聴取法。ランダム・ルート方式（調査地域内を時計回りに一定の間隔で訪問して調査する方式）によって調査した。

(2) 調査地域

旧西ドイツの州規模と都市規模に応じて、11州から206の調査地点を選定した。

(3) 調査対象：対象地域に居住する18歳～74歳までの男女

3. 調査時期

平成10年度日本調査：平成10年9月3日～10月2日

平成9年度ドイツ調査：平成10年1月9日～1月26日

4. 回収結果

平成10年度日本調査：発送数 4986・有効回収数2551サンプル（有効回収率51.2%）

平成9年度ドイツ調査：標本2101・回収数1166サンプル有効回収率55.5%）

5. 回答者の年齢区分（上段：実数、下段：%）

(1) 平成10年度日本調査

	調査数	18～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～70歳代
男性	1234	191	169	238	265	371
(%)	100.0	15.5	13.7	19.3	21.5	30.1
女性	1317	212	220	245	287	353
(%)	100.0	16.1	16.7	18.6	21.8	26.8
合計	2551	403	389	483	552	724
(%)	100.0	15.8	15.2	18.9	21.6	28.4

(2) 平成9年度ドイツ調査

	調査数	18～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～70歳代
男性	556	169	119	97	104	67
(%)	100.0	30.4	21.4	17.4	18.7	12.1
女性	610	160	164	115	94	77
(%)	100.0	26.2	26.9	18.9	15.4	12.6
合計	1166	329	283	212	198	144
(%)	100.0	28.2	24.3	18.2	17.0	12.3

< 問合わせ先 >

環境庁国立環境研究所 社会環境システム部 青柳 みどり

TEL 0298-50-2392 FAX 0298-50-2572

(株)住友生命総合研究所 生活部 桂川、鈴木、清水

TEL：03-3272-5888、FAX：03-3272-5911