

平成 18 年 12 月 19 日
内閣府国民生活局企画課

平成 18 年度国民生活モニター調査結果（概要） （環境に配慮した日常生活に関する国民の意識・行動調査）

1. 調査目的

循環型社会の形成や地球温暖化防止を促進する観点から、

①地球環境問題や省資源・省エネルギーに対する意識と取り組みの状況

②「環境にやさしい買い物」に対する意識と取り組みの状況 等

国民の意識・行動の実態を調査し、その結果を今後の施策展開の基礎資料として活用するため、国民生活モニターへのアンケート調査を実施した。

なお、平成 16 年 11 月、12 月及び平成 17 年 11 月にも同様の調査を行っており、これらの調査結果との比較も行った。

2. 調査期間

平成18年11月7日(火) ～ 平成18年11月20日(月)

3. 調査対象者

全国の国民生活モニター : 2,000 人

〔 有効回答者数 : 1,852 人
回収率 : 92.6% 〕

(参考)

国民生活モニター制度とは、国民生活施策を効果的に実施するため、消費者の購買態度や意識の把握、国民生活行政に対する意見の把握、いろいろな商品等の価格や各種サービス料金の実態の把握、政府等からの正確な情報の提供等のために、昭和 48 年から実施されているものである(「国民生活モニター」の名称は平成 13 年から)。また、モニターは全国に約 2,000 名おり、任期は 4 月から翌年の 3 月までの 1 年間、調査報告や意見を提出することとなっている。

【調査結果の概要】

1. 日常生活の中でのエネルギーについて、どの程度関心があるか(4頁 問1)

- 非常に関心がある 34.4%
- ある程度関心がある 62.9%
- 合計 97.3%

【前回調査(H16年、H17年)との比較】

○「非常に関心がある」と「ある程度関心がある」の割合の合計が、平成17年調査では低下したが、今回の調査では上昇。(94.7%→93.3%→97.3%)

2. 地球温暖化防止のため、個人の日常生活における取り組みについてどのように考えているのか(5頁 問2)

- 積極的に取り組む 22.0%
- できる部分があれば取り組む 75.2%
- 合計 97.2%

【前回調査(H16年、H17年)との比較】

○「積極的に取り組む」と「できる部分があれば取り組む」の割合の合計が上昇。(96.2%→96.5%→97.2%)

3. 実際に行っている省エネ行動(複数回答 6～7頁 問3)

- 不必要な電灯や冷暖房器具はこまめに消す 92.3%
- 部屋の冷暖房を控えめにする 85.7%
- シャワーのお湯を流しっぱなしにしない 74.2%

【前回調査(H16年、H17年)との比較】

○「部屋の冷暖房を控えめにする」等の割合が上昇している一方で、「テレビ、ラジオのつけっぱなしをやめたり、視聴時間を減らす」等の割合は低下。

4. 商品を購入する際に、ごみ・資源・エネルギーなど環境のことを考えているか(9頁 問5)

- いつも考えている 21.8%
- だいたい考えている 64.1%
- 合計 85.9%

【前回調査(H16年、H17年)との比較】

○「いつも考えている」と「だいたい考えている」の割合の合計が上昇。(77.3%→79.7%→85.9%)

5. 日常の買い物の際に実践している環境配慮行動(複数回答 10～11頁 問6)

- シャンプーや洗剤などは、詰め替え用の商品を選ぶ 88.6%
- 家電製品などは、省資源・省エネ型のものを選ぶ 64.3%
- 必要なものを必要な量だけ買う 62.9%

【前回調査(H16年、H17年)との比較】

- 「レジ袋は断り、買い物袋(マイバッグ)を使う」等の割合が上昇している一方で、「長く使えるものを選ぶ」等の割合は低下。

6. 日常の買い物の際に、環境配慮行動の妨げになっていること(複数回答 12～13頁 問7)

- 環境に配慮した商品は価格が高い 59.7%
- 環境に配慮した商品の種類や量が少なくて選べない 50.9%
- 商品についてどのような環境配慮をしたのか、どの程度の環境負荷があるのかなどの情報がわからない 44.4%

【前回調査(H16年、H17年)との比較】

- 全体的に低下傾向となっている。

7. 環境に配慮した商品を購入しやすくするために小売店や製造業者に求めること(3つまで複数回答 14～15頁 問8)

- 環境に配慮した商品と従来品との価格差をなくす 60.1%
- 商品の簡易包装化を進める 54.7%
- 環境に配慮した商品の品目を増やす 34.6%

【前回調査(H16年、H17年)との比較】

- 「商品の簡易梱包化を進める」等の割合が上昇している一方で、「環境に配慮した商品と従来品との価格差をなくす」等の割合は低下。

8. 消費者が環境のことを考えて商品を購入するようになれば企業の環境保全の取り組みが促進されると思うか(16頁 問9)

- 促進されると思う 38.5%
- ある程度促進されると思う 54.7%
- 合計 93.2%

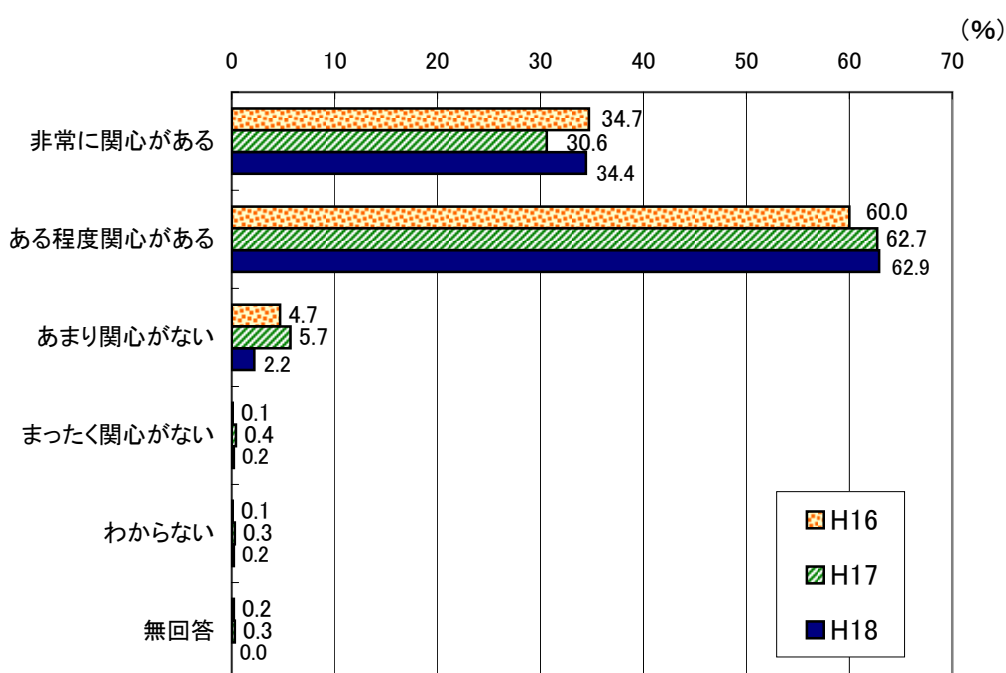
【前回調査(H16年、H17年)との比較】

- 「促進されると思う」と「ある程度促進されると思う」の割合の合計が、平成17年調査では上昇したが、今回の調査ではわずかに低下。(92.1%→93.9%→93.2%)

問1 あなたは、日常生活の中で行う省エネルギーについて、どの程度関心がありますか。次の中から1つだけ○をつけてお答えください。

(○は1つだけ)

- | | |
|---|-----------|
| 1 | 非常に関心がある |
| 2 | ある程度関心がある |
| 3 | あまり関心がない |
| 4 | まったく関心がない |
| 5 | わからない |



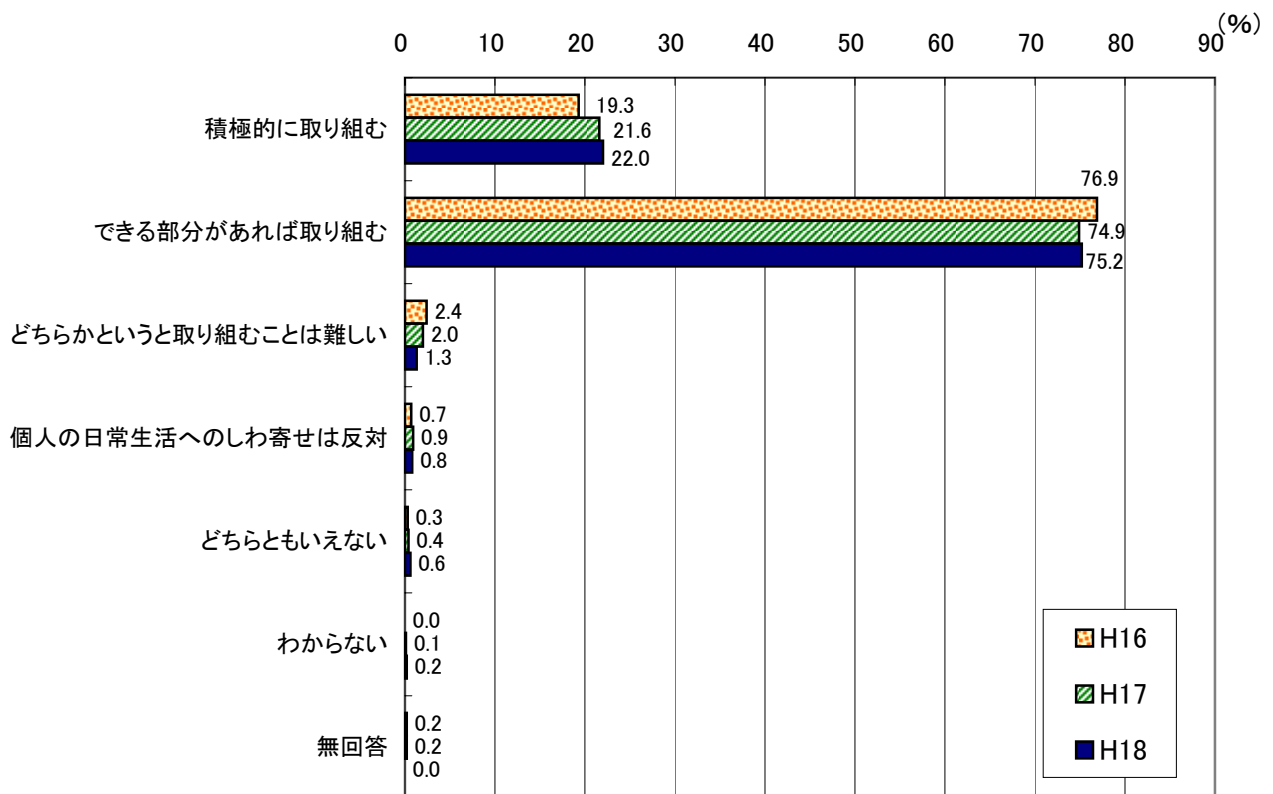
※割合は四捨五入しているため、合計が100%と合わない場合がある。(以下、問10まで同じ)

日常生活の中で行う省エネルギーについて、「関心がある」とする者の割合が97.3%（「非常に関心がある」34.4%+「ある程度関心がある」62.9%）、「関心がない」とする者の割合が2.4%（「あまり関心がない」2.2%+「まったく関心がない」0.2%）となっている。

前回の調査結果（平成16年調査及び平成17年調査をいう。以下、問10まで同じ）と比較してみると、「関心がある」とする者の割合が、平成17年調査では低下したが、今回の調査では上昇している（94.7%→93.3%→97.3%）。

問2 あなたは、地球温暖化防止のため、個人の日常生活における取り組みについて、どのようにお考えになりますか。あなたのお考えに最も近いものを次の中から1つだけ○をつけてお答えください。（○は1つだけ）

- 1 積極的に取り組む
- 2 できる部分があれば取り組む
- 3 どちらかというに取り組むことは難しい
- 4 個人の日常生活へのしわ寄せは反対
- 5 どちらともいえない
- 6 わからない



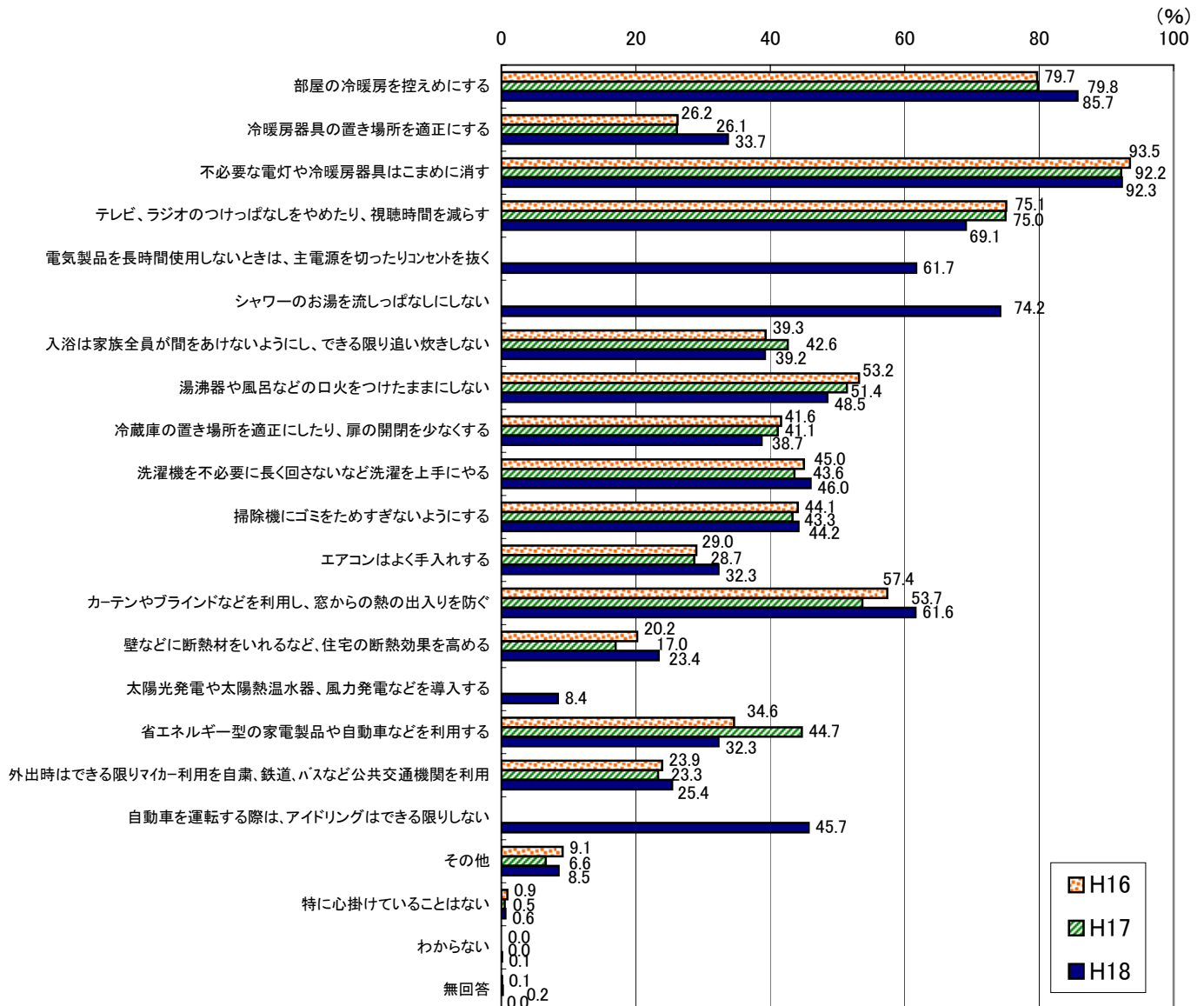
地球温暖化防止のため、個人の日常生活における取り組みについて、「取り組む」とする者の割合が97.2%（「積極的に取り組む」22.0%＋「できる部分があれば取り組む」75.2%）となっている。

前回の調査結果と比較してみると、「取り組む」とする者の割合がわずかに上昇している（96.2%→96.5%→97.2%）。

問3 あなたは、日常生活の中で、エネルギーを節約するために、何か実際に行っていることがありますか。次の中からいくつでも○をつけてください。(○はいくつでも)

- 1 部屋の冷暖房を控えめにする
- 2 冷暖房器具の置き場所を適正にする
- 3 不必要な電灯や冷暖房器具はこまめに消す
- 4 テレビ、ラジオのつけっぱなしをやめたり、視聴時間を減らす
- 5* 電気製品を長時間使用しないときは、主電源を切ったりコンセントを抜く
- 6* シャワーのお湯を流しっぱなしにしない
- 7 入浴は家族全員が間をあけないようにし、できる限り追い炊きをしない
- 8 湯沸器や風呂などの口火をつけたままにしない
- 9 冷蔵庫の置き場所を適正にしたり、扉の開閉を少なくする
- 10 洗濯機を不必要に長く回さないなど洗濯を上手にやる
- 11 掃除機にゴミをためすぎないようにする
- 12 エアコンはよく手入れする
- 13 カーテンやブラインドなどを利用し、窓からの熱の出入りを防ぐようにする
- 14 壁などに断熱材をいれるなど、住宅の断熱効果を高める
- 15* 太陽光発電や太陽熱温水器、風力発電などを導入する
- 16 省エネルギー型の家電製品や自動車などを利用する
- 17 外出時はできる限りマイカーの利用を自粛し、鉄道、バスなどの公共交通機関を利用する
- 18* 自動車を運転する際は、アイドリングはできる限りしない
- 19 その他 ()
- 20 特に心掛けていることはない
- 21 わからない

*印は新規調査事項を示す



日常生活の中で、エネルギーを節約するために実際に行っていることとして、「不必要な電灯や冷暖房器具はこまめに消す」と答えた者の割合が92.3%と最も高く、以下、「部屋の冷暖房を控えめにする」(85.7%)、「シャワーのお湯を流しっぱなしにしない」(74.2%)などの順となっている。反対に「太陽光発電や太陽熱温水器、風力発電などを導入する」と答えた者の割合が8.4%と最も低く、以下、「壁などに断熱材をいれるなど、住宅の断熱効果を高める」(23.4%)、「外出時はできる限りマイカーの利用を自粛し、鉄道、バスなどの公共交通機関を利用する」(25.4%)などの順となっている。

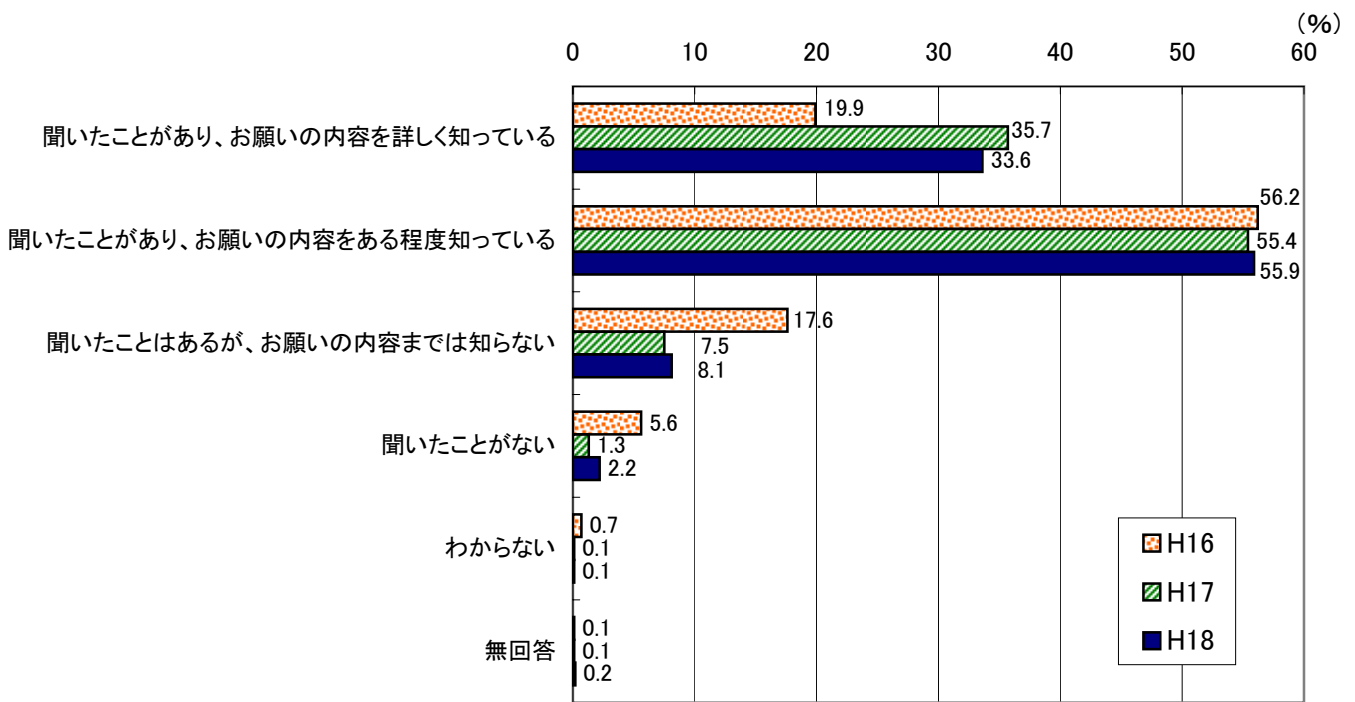
前回の調査結果と比較してみると、「部屋の冷暖房を控えめにする」、「冷暖房器具の置き場所を適正にする」、「エアコンはよく手入れする」、「カーテンやブラインドなどを利用し、窓からの熱の出入りを防ぐようにする」、「壁などに断熱材をいれるなど、住宅の断熱効果を高める」と答えた者の割合が上昇している一方で、「テレビ、ラジオのつけっぱなしをやめたり、視聴時間を減らす」、「湯沸器や風呂などの口火をつけたままにしない」、「冷蔵庫の置き場所を適正にしたり、扉の開閉を少なくする」、「省エネルギー型の家電製品や自動車などを利用する」と答えた者の割合が低下している。

【その他の自由回答(主なもの)】

- 買い物でレジ袋をもらわない
- 生ごみや落葉をコンポストで堆肥にして庭で使う
- 家族で同じテレビ番組を観る時は同室の一台で一緒に観る
- お風呂の水を洗濯やトイレ等に、花壇の水やりは、雨水や米のとぎ汁を使用
- 衣類で調整、冷暖房はなるべく使用しない
- プラスチック製品の購入をできるだけ避ける
- 真夏は窓を全部開け、自然の風を入れて、又、打ち水をしている
- 近所の買物用事は出来るだけ、自転車を利用している又は徒歩
- 庭の電灯を、ソーラーのものに替えた
- エコ運転(急加速、高速運転はしない)
- チラシ等の裏面を手頃なサイズに切って使用する等、余分なゴミを減らすべく努めている
- 水道の水の蓋を細く、ため洗いする
- 環境家計簿をつけて意識を高めている
- 子供たちにエネルギーの節約の大切さを教える

問4 政府では、毎年、夏季と冬季の省エネルギー対策を決め、各家庭などで省エネルギーに協力していただけるよう、ポスターやテレビなどを通じて、「冷房は室温28℃を目安に温度設定をしましょう」、「暖房は室温20℃を目安に温度設定しましょう」などのお願いをしています。あなたはこのことについて、どの程度ご存じですか。次の中から1つだけ○をつけてお答えください。（○は1つだけ）

- 1 聞いたことがあり、お願いの内容を詳しく知っている
- 2 聞いたことがあり、お願いの内容をある程度知っている
- 3 聞いたことはあるが、お願いの内容までは知らない
- 4 聞いたことがない
- 5 わからない

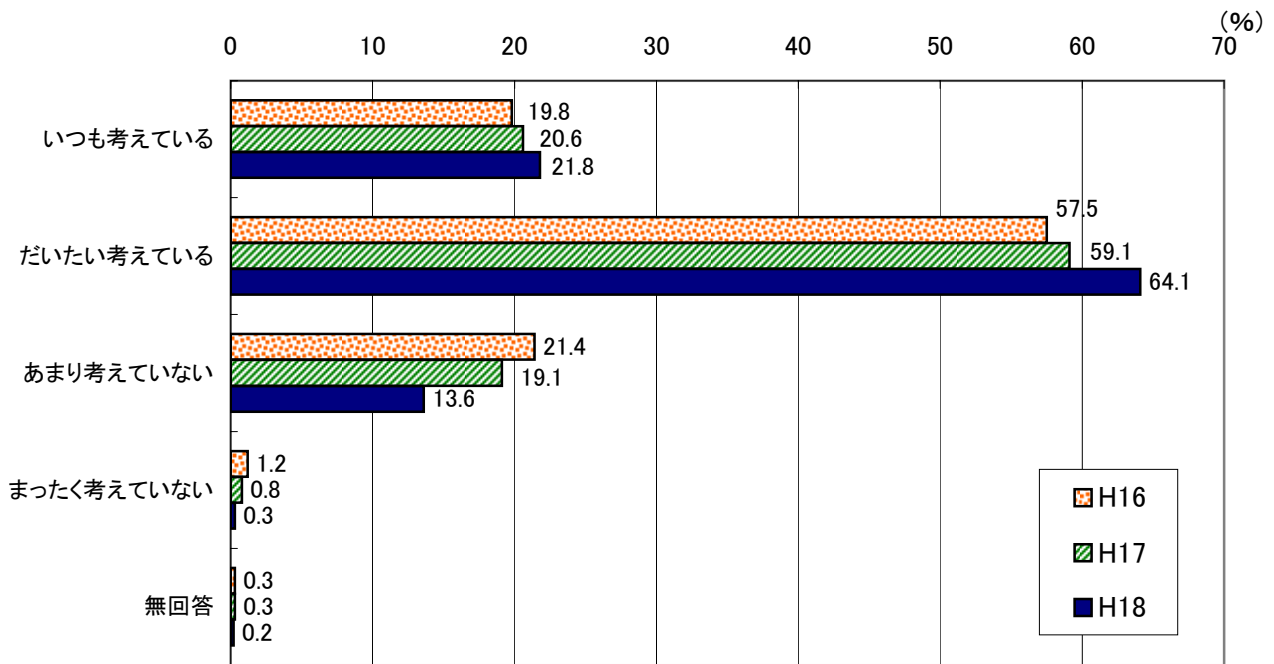


夏季や冬季の省エネルギーに関する政府の広報について、「お願いの内容を知っている」とする者の割合が89.5%（「聞いたことがあり、お願いの内容を詳しく知っている」33.6%＋「聞いたことがあり、お願いの内容をある程度知っている」55.9%）となっている。

前回の調査結果と比較してみると、「お願いの内容を知っている」とする者の割合が、平成17年調査では大幅に上昇したものの、今回ではわずかに低下している（76.1%→91.1%→89.5%）。

問5 あなたは、商品を購入する際に、ごみ・資源・エネルギーなど環境のことを考えていますか。次の中から1つだけ○をつけてお答えください。(○は1つだけ)

- | | |
|---|------------|
| 1 | いつも考えている |
| 2 | だいたい考えている |
| 3 | あまり考えていない |
| 4 | まったく考えていない |



商品を購入する際に、ごみ・資源・エネルギーなど環境のことを「考えている」とする者の割合が85.9%（「いつも考えている」21.8%+「だいたい考えている」64.1%）、「考えていない」とする者の割合が13.9%（「あまり考えていない」13.6%+「まったく考えていない」0.3%）となっている。

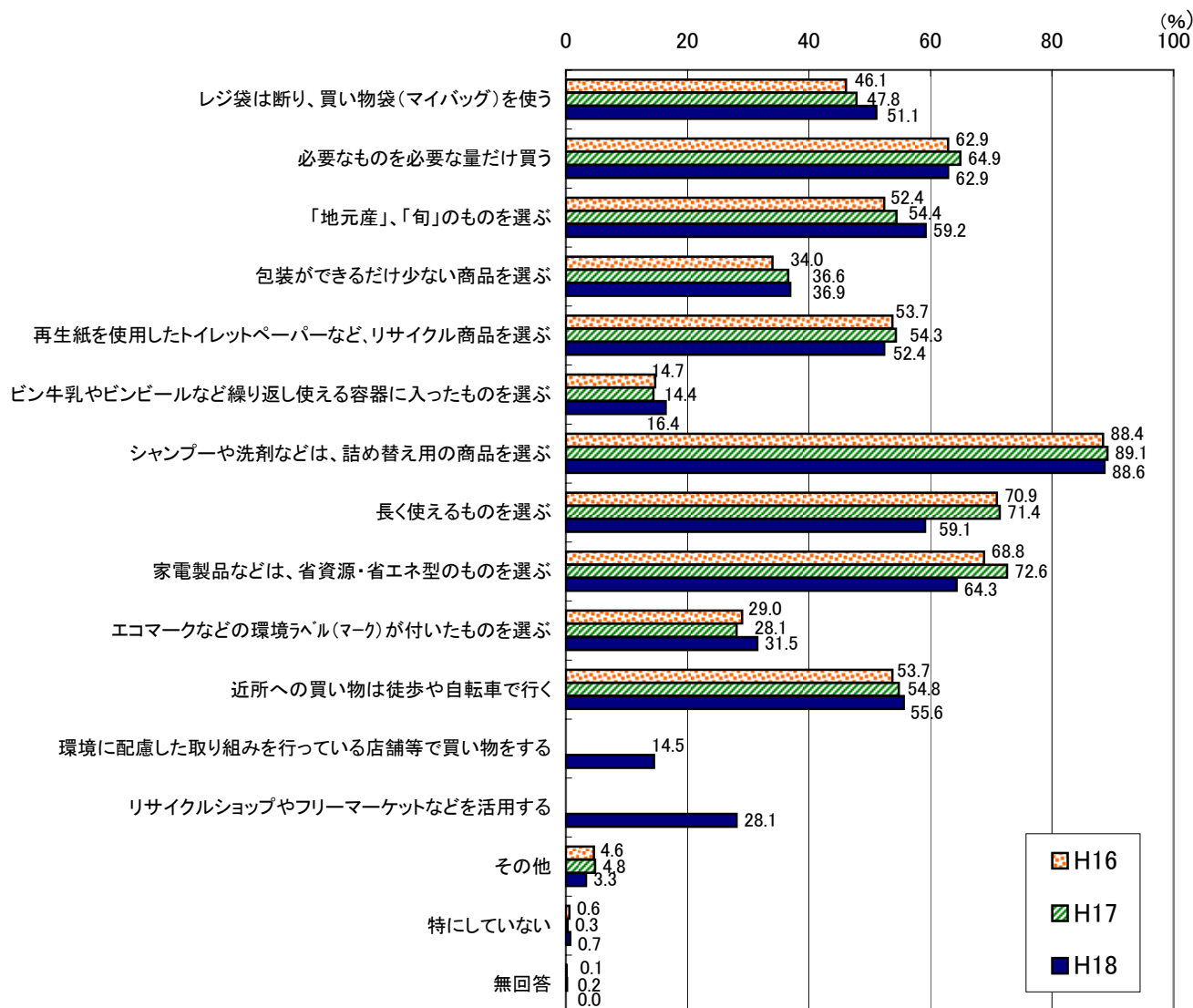
前回の調査結果と比較してみると、「考えている」とする者の割合の上昇が続いている（77.3%→79.7%→85.9%）一方で、「考えていない」とする者の割合の低下が続いている（22.6%→19.9%→13.9%）。

問6 あなたは、日常の買い物の際、環境に配慮して実践していることがありますか。次の中からいくつでも○をつけてください。（○はいくつでも）

- 1 レジ袋は断り、買い物袋（マイバッグ）を使う
- 2 必要なものを必要な量だけ買う
- 3 「地元産」、「旬」のものを選ぶ
- 4 包装ができるだけ少ない商品を選ぶ
- 5 再生紙を使用したトイレトーパーなど、リサイクル商品（再生した原料を使用した商品）を選ぶ
- 6 ビン牛乳やビンビールなど繰り返し使える容器に入ったものを選ぶ
- 7 シャンプーや洗剤などは、詰め替え用の商品を選ぶ
- 8 長く使えるものを選ぶ
- 9 家電製品などは、省資源・省エネ型のものを選ぶ
- 10 エコマーク（右図参照）などの環境ラベル（マーク）が付いたものを選ぶ
- 11 近所への買い物は徒歩や自転車で行く
- 12* 環境に配慮した取り組みを行っている店舗等で買い物をする
- 13* リサイクルショップやフリーマーケットなどを活用する
- 14 その他（ ）
- 15 特にしていない



*印は新規調査事項を示す



日常の買い物の際、環境に配慮して実践していることとして、「シャンプーや洗剤などは、詰め替え用の商品を選ぶ」と答えた者の割合が88.6%と最も高く、以下、「家電製品などは、省資源・省エネ型のものを選ぶ」(64.3%)、「必要なものを必要な量だけ買う」(62.9%)などの順となっており、反対に「環境に配慮した取り組みを行っている店舗等で買い物をすると答えた者の割合が14.5%と最も低く、以下、「ビン牛乳やビンビールなど繰り返し使える容器に入ったものを選ぶ」(16.4%)、「リサイクルショップやフリーマーケットなどを活用する」(28.1%)などの順となっている。

前回の調査結果と比較してみると、「レジ袋は断り、買い物袋(マイバッグ)を使う」、「地元産、旬のものを選ぶ」、「包装ができるだけ少ない商品を選ぶ」、「ビン牛乳やビンビールなど繰り返し使える容器に入ったものを選ぶ」、「エコマークなどの環境ラベル(マーク)が付いたものを選ぶ」、「近所への買い物は徒歩や自転車で行く」と答えた者の割合が上昇している一方で、「長く使えるものを選ぶ」、「家電製品などは、省資源・省エネ型のものを選ぶ」、「再生紙を使用したトイレtpーパーなど、リサイクル商品(再生した原料を使用した商品)を選ぶ」と答えた者の割合が低下している。

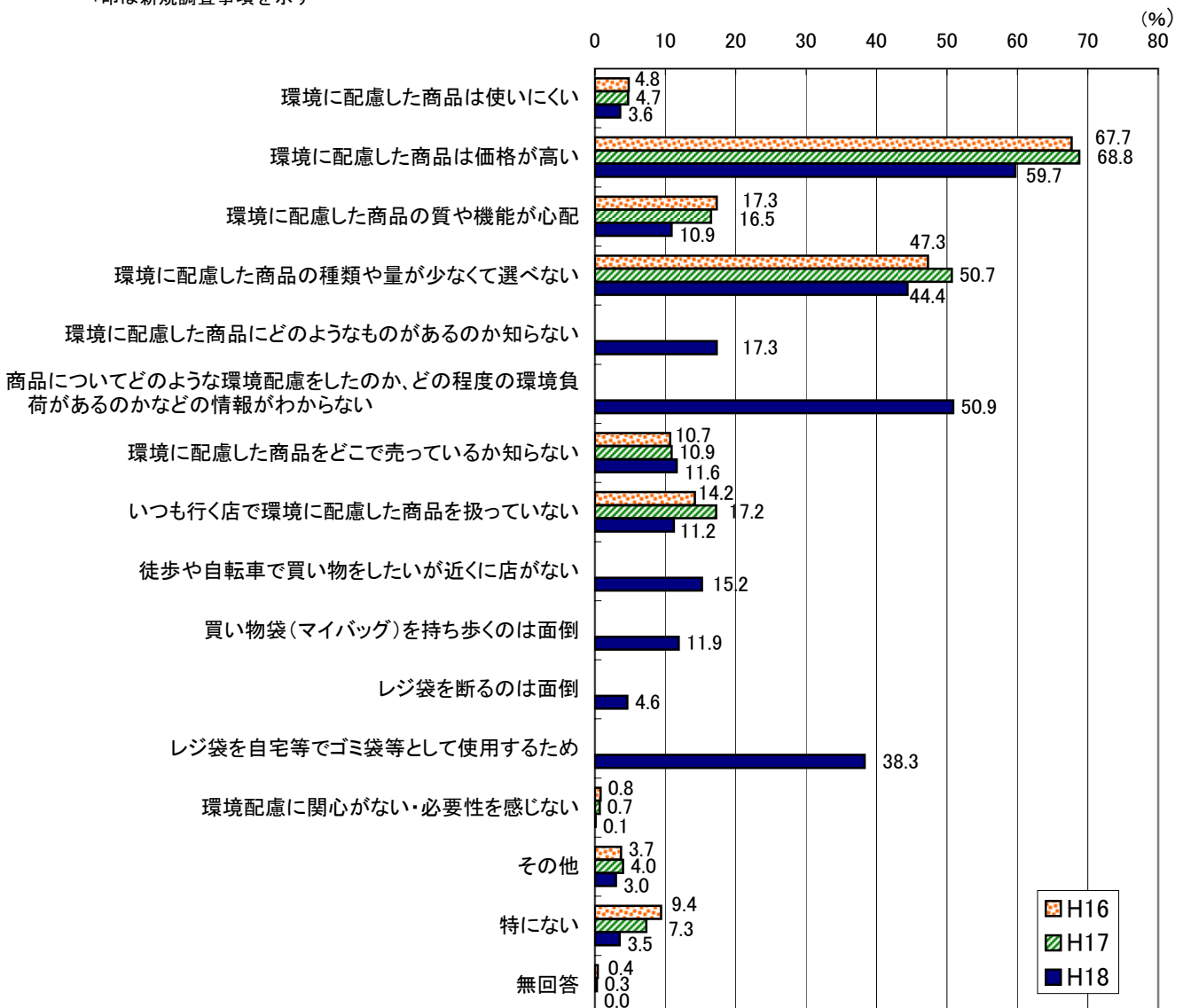
【その他の自由回答(主なもの)】

- 環境に配慮した店舗がないので活用は出来ないが、あれば活用したい
- レジで生魚や、野菜などを紙等に包もうとするのを必ず断る
- 雨の日の傘を入れるポリ袋を数回同じ物を使用する
- リサイクルレジ袋をお店に持って行き、買い物の際持って来なかった人に使ってもらう
- レジ袋は原則配布しないお店を利用する
- レジ袋(透明・半透明)はもらい、ゴミ袋として活用し、ゴミ袋は購入しない
- 傘の布で買い物袋を縫って使っている
- 商品トレー、牛乳パック、ペットボトルを回収している店舗を選ぶ
- 買い物に行く際は、トレーや牛乳パック等を洗って持参し、スーパーの回収に洗って出す
- ネットオークションを利用
- 贈り物を買うときも内容とともに、過剰包装でないものを選ぶ
- 修理しやすいものを選ぶ
- 環境に害する物、有害物質の物は買わない

問7 あなたが日常の買い物をする際、環境に配慮した行動をとりにくい、あるいは、環境に配慮した行動の妨げとなっていることはありますか。次の中からいくつでも○をつけてください。(○はいくつでも)

- 1 環境に配慮した商品は使いにくい
- 2 環境に配慮した商品は価格が高い
- 3 環境に配慮した商品の質や機能が心配
- 4 環境に配慮した商品の種類や量が少なくて選べない
- 5* 環境に配慮した商品にどのようなものがあるのか知らない
- 6* 商品についてどのような環境配慮をしたのか、どの程度の環境負荷があるのかなどの情報がわからない
- 7 環境に配慮した商品をどこで売っているか知らない
- 8 いつも行く店で環境に配慮した商品を扱っていない
- 9* 徒歩や自転車で買い物をしたいが近くに店がない
- 10* 買い物袋(マイバッグ)を持ち歩くのは面倒
- 11* レジ袋を断るのは面倒
- 12* レジ袋を自宅等でゴミ袋等として使用するため
- 13 環境配慮に関心がない・必要性を感じない
- 14 その他()
- 15 特にな

*印は新規調査事項を示す



日常の買い物の際に、環境に配慮した行動をとりにくい、あるいは、環境に配慮した行動の妨げとなっていることとしては、「環境に配慮した商品は価格が高い」と答えた者の割合が59.7%と最も高く、以下、「商品についてどのような環境配慮をしたのか、どの程度の環境負荷があるのかなどの情報がわからない」(50.9%)、「環境に配慮した商品の種類や量が少なく選べない」(44.4%)などとなっている。

前回の調査結果と比較してみると、全体的に低下傾向にある。「環境に配慮した商品は価格が高い」と答えた者の割合は依然高いものの、平成17年調査結果と比べ9.1ポイント(68.8%→59.7%)低下している。

【その他の自由回答】

- 計り売りが無い、故障した電気機具の部品がなく、買い換えなければならない
- エコマークが小さくて探しにくいし、わかりにくい
- 徒歩や自転車で買い物をしたいが小さい子供がいるのでできない
- 過剰包装を断るタイミングがつかめない
- どの程度の効果があるのかわからない
- 大家族のため買い物の量が多く、重いのでマイカー使用せざるを得ない
- 古くてエネルギーをたくさん使いそうなものでも、こわれるまでは捨てられない
- マイバッグは万引きと間違われぬか不安
- 環境配慮の妨げと感じるか感じないかは自分次第

環境に配慮した商品を購入しやすくするために、小売店や製造業者に求めることとして、「環境に配慮した商品と従来品との価格差をなくす」と答えた者の割合が60.1%と最も高く、以下、「商品の簡易梱包化を進める」(54.7%)、「環境に配慮した商品の品目を増やす」(34.6%)などの順になっている。

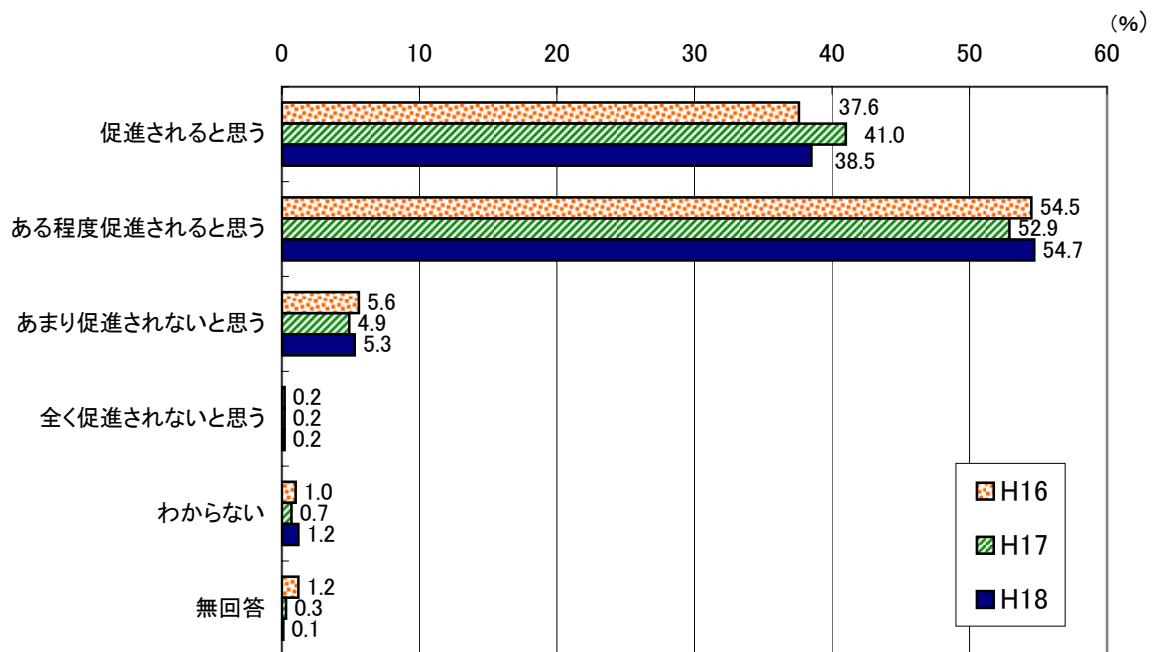
前回の調査結果と比較してみると、「商品の簡易梱包化を進める」、「ちらし等に環境に配慮した情報(マークなど)を表示する」、「インターネット上で商品の環境配慮に関する情報を提供する」と答えた者の割合がわずかに上昇している一方で、「環境に配慮した商品と従来品との価格差をなくす」、「環境に配慮した商品の品目を増やす」、「環境に配慮した商品を消費者にわかりやすく陳列する」と答えた者の割合が低下している。

【その他の自由回答(主なもの)】

- 環境配慮商品のアンテナショップがあれば、興味深いので通いたい
- 電気製品のエコマーク商品はわかりにくい
- 日用品の表示ラベルが専門用語で一般の人たちにもわかりやすくしてほしい
- 全ての商品を環境に配慮した商品にする
- まず何よりも情報の提供をしてほしい
- 家電など修理部品の保有期間が短い
- 店内で、環境配慮商品についての館内放送を常時したほうが良い
- 何をどう環境に配慮したのか、分かりやすく示して欲しい
- どの程度のメリット、効果があるのか商品の近くに情報をつけるべき
- 食品トレーや牛乳パックの回収をどのスーパーももっと積極的にやって欲しい
- 持ち運びやすく便利な容器を開発し、リユースして欲しい
- ビン製品(ワイン、調味料等)のラベルをリサイクル用にはがしやすくしてほしい

問9 あなたは、消費者が環境のことを考えて商品を購入するようになれば、企業の環境保全の取り組みが促進されると思いますか。次の中から1つだけ○をつけてお答えください。(○は1つだけ)

- 1 促進されると思う
- 2 ある程度促進されると思う
- 3 あまり促進されないと思う
- 4 全く促進されないと思う
- 5 わからない

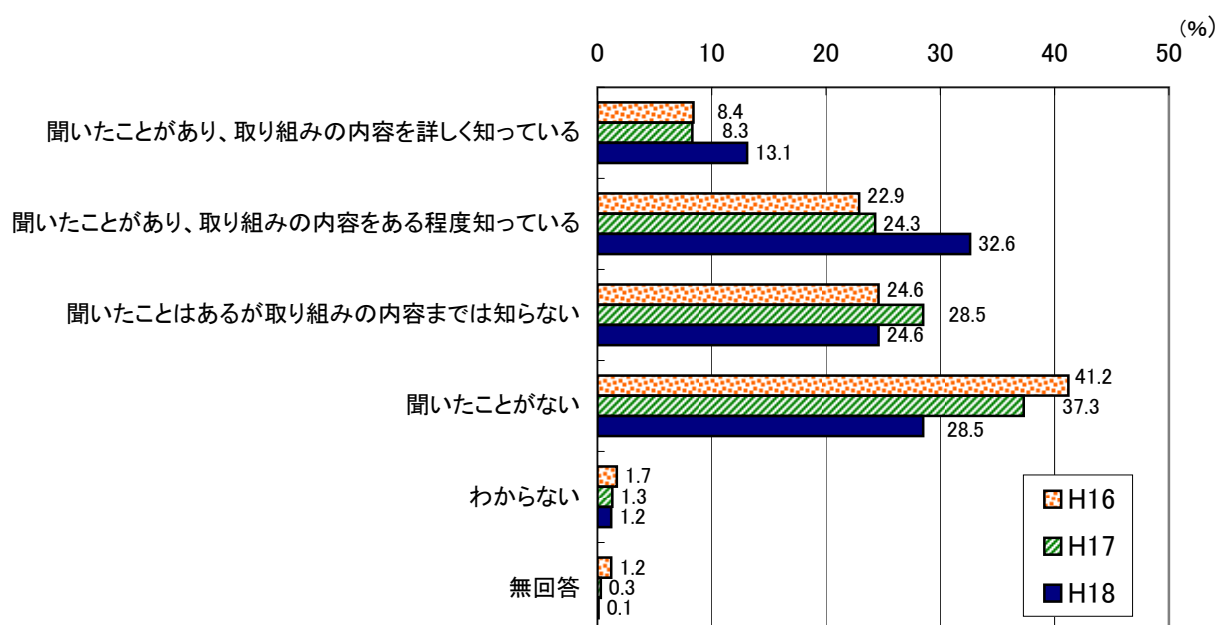


消費者が環境のことを考えて商品を購入するようになれば、企業の環境保全の取り組みが「促進されると思う」とする者の割合が93.2%（「促進されると思う」38.5%＋「ある程度促進されると思う」54.7%）、「促進されないと思う」とする者の割合が5.5%（「あまり促進されないと思う」5.3%＋「全く促進されないと思う」0.2%）となっている。

前回の調査結果と比較してみると、「促進されると思う」（「促進されると思う」＋「ある程度促進されると思う」とする者の割合が、平成17年調査では上昇したが、今回の調査ではわずかに低下している（92.1%→93.9%→93.2%）。

問10 あなたは、買い物袋の持参や環境に配慮した商品の購入など「環境にやさしい買い物」の実践を呼びかけるキャンペーンについて、今年の10月に各都道府県下において行われていたことをご存じですか。次の中から1つだけ○をつけてお答えください。（○は1つだけ）

- 1 聞いたことがあり、取り組みの内容を詳しく知っている
- 2 聞いたことがあり、取り組みの内容をある程度知っている
- 3 聞いたことはあるが、取り組みの内容までは知らない
- 4 聞いたことがない
- 5 わからない



今年の10月に各都道府県下において行われた「環境にやさしい買い物」の実践を呼びかけるキャンペーンについて、「取り組みの内容を知っている」とする者の割合が45.7%（「聞いたことがあり、取り組みの内容を詳しく知っている」13.1%＋「聞いたことがあり、取り組みの内容をある程度知っている」32.6%）となっており、「聞いたことがない」とする者の割合は28.5%となっている。

前回の調査結果と比較してみると、「取り組みの内容を知っている」とする者の割合が大きく上昇している（31.3%→32.6%→45.7%）。