

環境・エコに関する意識調査

本レポートは、長谷エアーストマンション・マーケットリサーチ会員(有料制)向けに作成されたレポートとなります。
つきましては、会員以外の企業・個人への無断配布、利用を禁止します。

株式会社 長谷エアースト
2008年11月

【1】はじめに

昨今、社会的に環境・エコへの意識が高まり、様々な業界で環境に配慮した商品の開発や提供が進められています。また、今後は企業の社会的責任などから、ますます環境に配慮した取り組みが求められてくると予想されます。そうした中、お客様の環境・エコに対する関心度や具体的な行動の取り組み状況など、現状を確認し、「環境に配慮した住まい」の商品や販売戦略を考える為に、調査を実施致しました。

【2】調査概要

■調査期間： 2008/9/18～9/24

■調査手法： インターネット

■調査対象及び回答有効件数： 計3,505件

①長谷エアーベスト販売提携物件来訪者（2003/1以降来訪者） 491件

②首都圏モニター 3,014件（モニターとは、事前にWEB上での各種アンケートに協力することを承諾し登録している一般の方）

INDEX

I 環境・エコに関する意識

<生活の中での意識>

- 1) 環境・エコについての関心度
- 2) 環境・エコについての考え
- 3) 環境・エコに配慮した行動の取り組み状況
- 4) 環境・エコに配慮した行動をする理由
- 5) 環境・エコに配慮した行動をしない理由
- 6) 今後の環境・エコに配慮した取り組み意向

<住まいについての意識>

- 7) 環境・エコに配慮した住まいの魅力度
- 8) 環境・エコに配慮した住まいとして魅力を感じるもの
- 9) 長寿命(耐久性200年)の建物の評価

10) 調査結果まとめ

II 環境・エコに配慮した住まいを考える

- 1) 環境・エコに配慮した住まいを考えるにあたり
- 2) セグメント別に見た調査結果①～③
- 3) 環境・エコに配慮した住まいのセグメント別の特性

■回答者プロフィール

I-1)環境・エコについての関心度

- ・環境問題は世界全体で取り組むべき重要課題となっており、日本政府・地方自治体や各企業において様々な取り組みが行われている。
- ・そうした中、環境・エコについての関心度は約 95%と高く、年齢や世帯年収別でも大きな差は見られなかった。

【最近の環境に関する出来事や各業界の取り組み】

■ 2008年7月 北海道洞爺湖サミット

2050年までに世界全体の温室効果ガス排出量の少なくとも50%の削減を達成するという目標を、国連気候変動枠組条約(UNFCCC)のすべての締約国と共有し、採択を求めるとすることで一致。

■ 自動車業界 /環境対応型低公害車の開発がますます加速

燃費の優れた様々な低公害車の開発が進められている。中でも、エンジンと電気モータを組み合わせるハイブリット車「プリウス(トヨタ車)」は累計販売台数10万台を超えている。

また、電気自動車などへの関心も高まってきている。

■ 家電業界 /続々と新製品が発表されている「エコ家電」

従来の製品に比べて消費電力の大幅ダウンを実現し、“エネルギー消費に伴うCO2の排出削減”と“電気代の節約”から消費者の評価を得ている。

■ 住宅業界

高気密・高断熱仕様、各種の創エネ・省エネ設備でエネルギー消費の低減に貢献する住まい。

又は、耐震性、耐久性、メンテナンスのし易さや間取りの可変性等の基本性能の向上により、長期間安心して暮らせる住まい、環境へ配慮した様々な対応が進められている。

● 国や地方自治体による認定・表示制度を実施

「CASBEE(キャスビー)」 / 東京都マンション環境性能制度

● 200年住宅(長寿命住宅)が進められている

自民党の住宅土地調査会が、2007年5月に「200年住宅ビジョン」を発表。

● 「低炭素社会づくり行動計画」平成20年7月閣議決定

太陽光発電の導入量を2020年に10倍、2030年に40倍にすること。

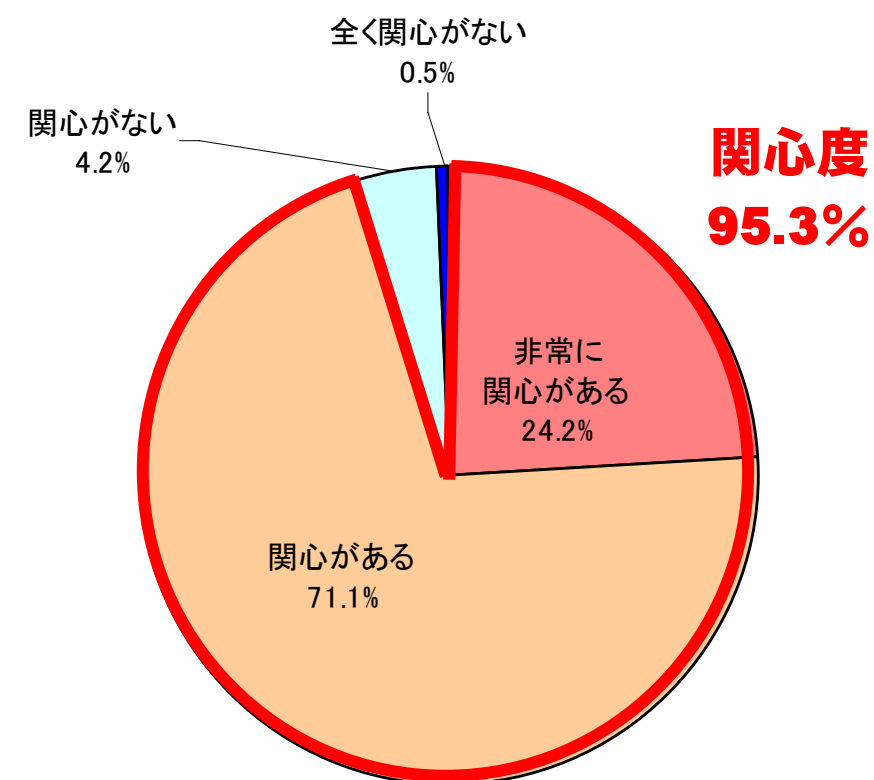
3~5年後に太陽光発電システムの価格を現在の半額程度にすることを目標

● 「安心実現のための緊急総合対策」平成20年8月政府・与党取りまとめ

低炭素社会の実現に向けた新エネ技術の抜本的導入の為の具体的施策として、

家庭・企業・公共施設等への太陽光発電の導入拡大が位置付けられている。

Q. 環境・エコについて関心がありますか？ (N=3505件)



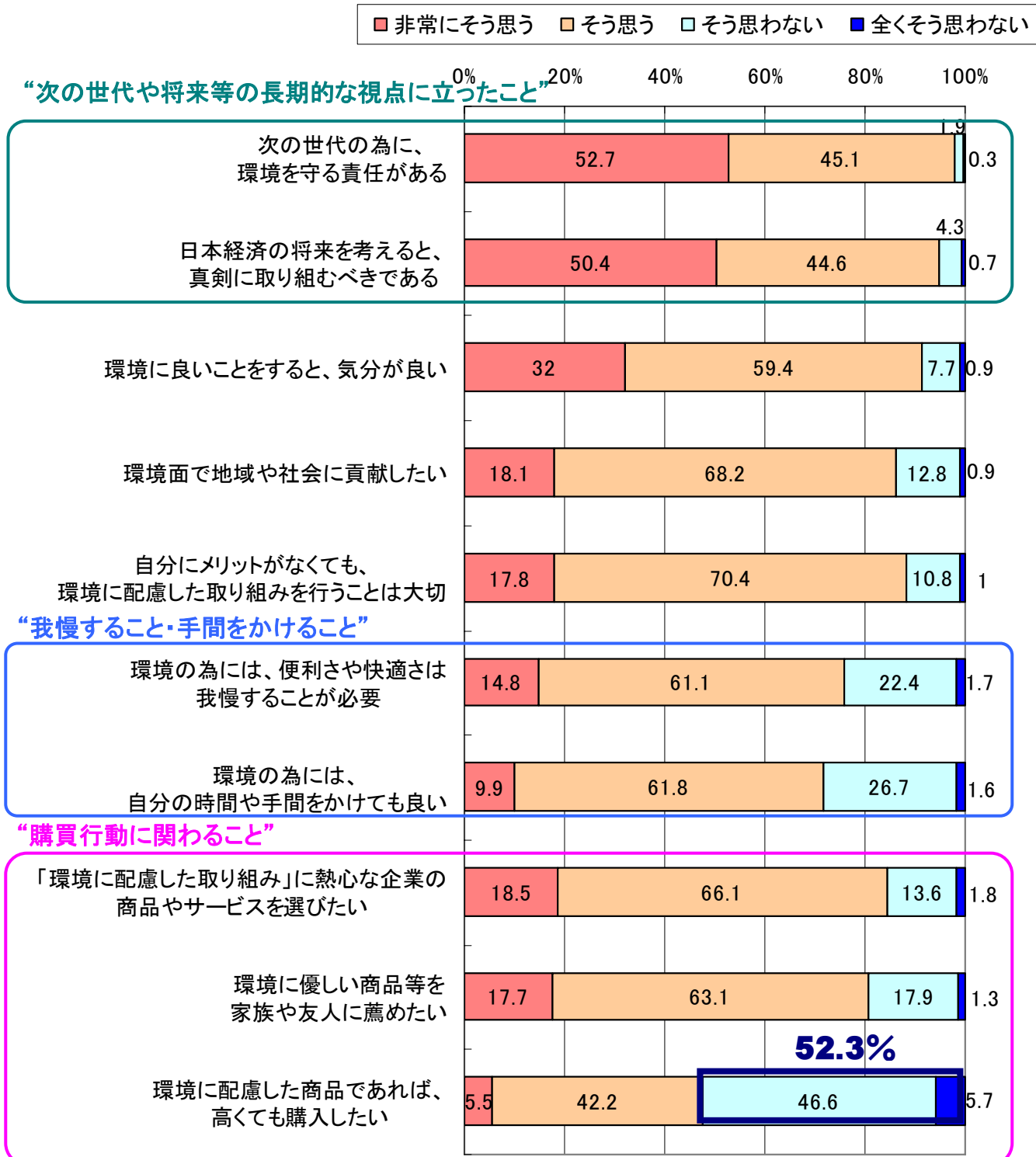
■ 属性別データ

	性別		年齢						世帯年収		
	男性 (1991)	女性 (1514)	20代 (380)	30代前半 (581)	30代後半 (635)	40代 (976)	50代 (539)	60歳以上 (391)	400 ~600万円 台 (1182)	700 ~900万円 台 (728)	1000万円 以上 (504)
非常に関心がある	25.6%	22.4%	23.9%	26.5%	22.8%	21.1%	21.6%	34.3%	22.8%	23.9%	28.6%
関心がある	68.7%	74%	69.2%	67.7%	71.4%	74.2%	75%	64.2%	72.4%	72.9%	64.5%
関心がない	5.1%	3.1%	5.3%	5.3%	4.9%	4.4%	3.2%	1.5%	4.2%	2.5%	6.5%
全く関心がない	0.6%	0.5%	1.6%	0.5%	0.9%	0.3%	0.2%	0%	0.6%	0.7%	0.4%

I-2) 環境・エコについての考え

- ・ “次の世代や将来等の長期的な視点に立ったこと”については、「非常にそう思う」が約半数と大多数が共感している。
- ・ 一方、“我慢すること・手間をかけること”や“購買行動に関わること”については、「そう思わない」と回答している方が20%以上みられる。
- 特に、『環境に配慮した商品であれば、高くても購入したい』については、「そう思わない」「全くそう思わない」が約半数と共感していない方も多い。

Q. 環境・エコについてのお考えをお聞かせ下さい。(N=3505件)



■ 属性別データ ※各項目について、「非常にそう思う」と回答した割合を表示

- ・ 属性別で各項目の結果をみると、一部の項目で、60歳以上と20代で環境・エコについて意識が高い傾向がみられる。

	性別		年齢					世帯年収			
	男性 (1991)	女性 (1514)	20代 (380)	30代前半 (581)	30代後半 (635)	40代 (976)	50代 (539)	60歳以上 (391)	400~600万円台 (1182)	700~900万円台 (728)	1000万円以上 (504)
次世代の為に、環境を守る責任がある	52.8%	52.4%	48.4%	50.3%	50.1%	53.3%	50.5%	66.2%	50.5%	55.2%	56.3%
日本経済の将来を考えると、真剣に取り組むべきである	50.9%	49.9%	55.5%	47.3%	50.4%	47.3%	48.1%	61.1%	49.4%	48.5%	53%
環境に良いことをすると、気分が良い	29.1%	35.9%	38.9%	35.5%	35%	29.5%	26%	30.2%	32%	33.7%	31%
環境面で地域や社会に貢献したい	18.5%	17.6%	22.6%	20%	19.7%	15%	16.5%	18.9%	18%	18.4%	19.8%
自分にメリットがなくても、環境に配慮した取り組みを行うことは大切	17.8%	17.8%	19.7%	18.4%	20%	16%	15.6%	19.4%	16.2%	17.4%	17.5%
環境の為に、便利さや快適さは我慢することが必要	15.9%	13.4%	15.3%	13.9%	16.9%	13.6%	12.4%	18.9%	14.2%	15.8%	13.7%
環境の為に、自分の時間や手間をかけても良い	10.8%	8.7%	10.8%	8.6%	10.4%	8.3%	10.2%	13.6%	9.6%	9.5%	10.7%
「環境に配慮した取り組み」に熱心な企業の商品やサービスを選びたい	17.5%	19.7%	20%	18.8%	19.2%	16%	19.5%	20.2%	16.9%	17.3%	21.8%
環境に優しい商品等を家族や友人に薦めたい	16.3%	19.5%	20.5%	20.1%	17.3%	15.6%	16.5%	18.7%	16.7%	18.5%	20.6%
環境に配慮した商品であれば、高くても購入したい	5.9%	5.2%	7.1%	5%	6%	4.3%	6.9%	5.6%	4.7%	5.5%	8.9%

※「非常にそう思う」の値が、平均値よりも5P以上高い数値にピンク、5P以上低い数値にブルーの網がけ。