

2-4 自然とのふれあいについて(問 2-4)

(1) エコツーリズムの認知度

エコツーリズムの認知度は69%となっており、過年度調査よりも認知度が上昇している。職業別では自由業、団体職員の認知度が高い。

エコツーリズムの認知度（「意味を知っている」、「聞いたことはあるが意味は知らない」の合計）は69%となっている。また、エコツーリズムの「意味を知っている」と回答した人は22%と平成20年度調査よりも4ポイント増加した。

性別では、「意味を知っている」と回答した人の割合は男性が女性よりも5ポイント高くなっているが、「聞いたことはあるが意味は知らない」ではほとんど差がみられなかった。

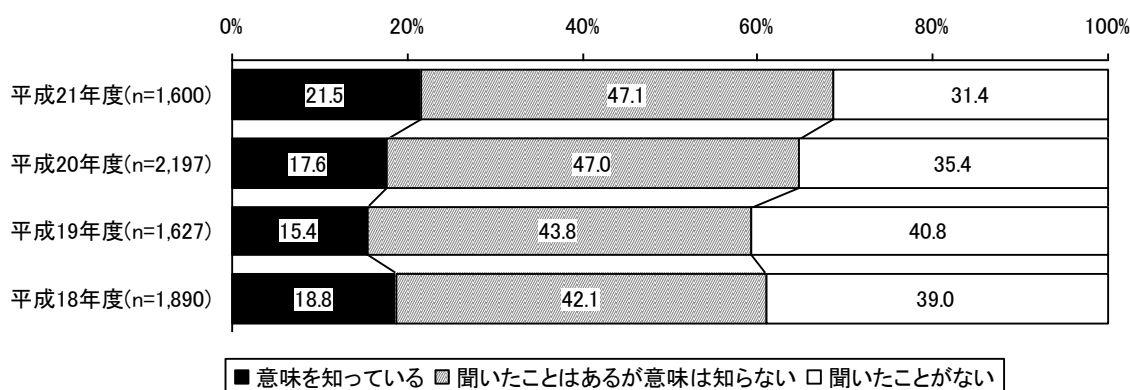
年代別では、60代、70代以上で「意味を知っている」と回答した人の割合が高く、年代が高くなるにつれて認知度が上がっている傾向がみられる。

職業別では、自由業、団体職員で認知度が高く85%以上となっており、全体よりも15ポイント以上高くなっている。

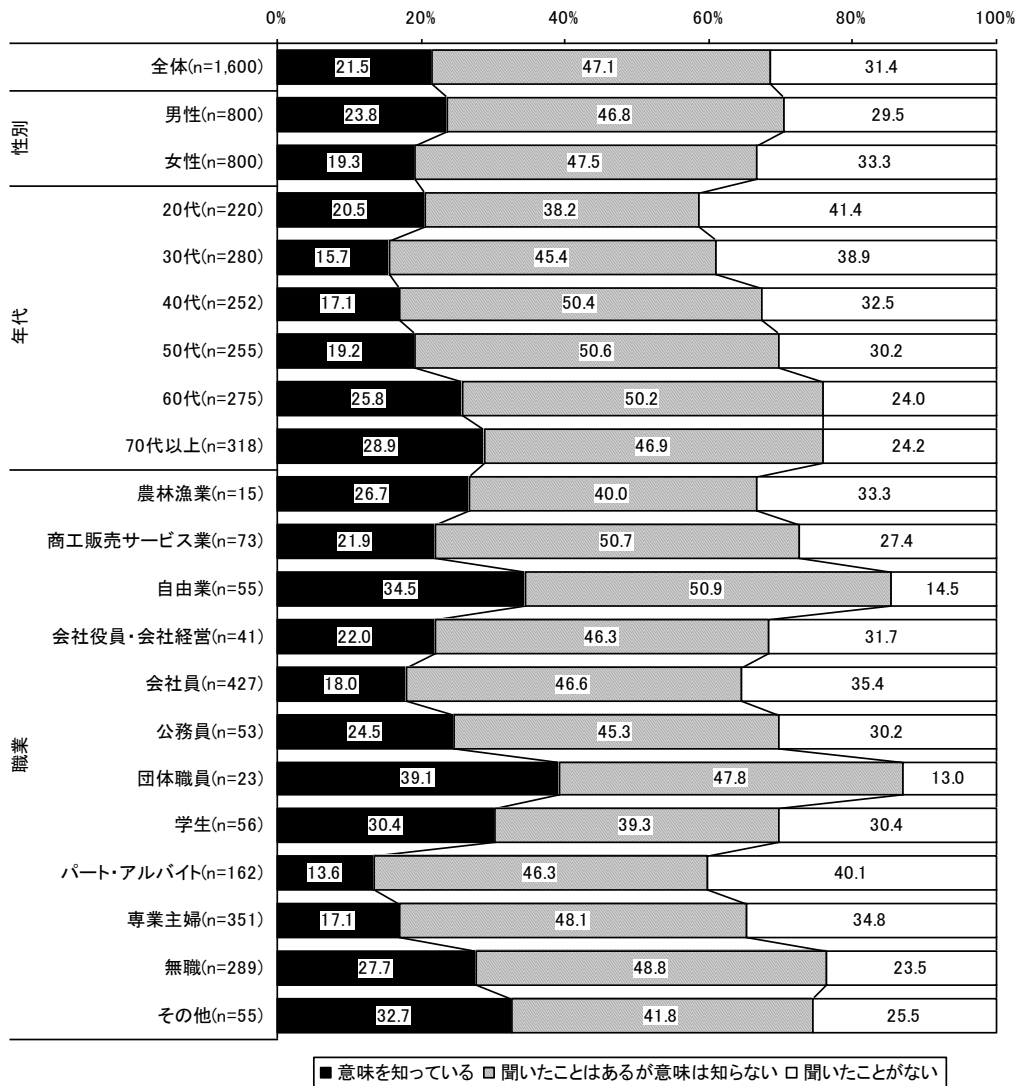
地域別でみると、北海道・東北、九州・沖縄で認知度が高く75%以上となっている。一方、中国・四国では認知度が61%とやや低く、「意味を知っている」と回答した人は7%と全体よりも10ポイント以上低くなっている。

都市規模別では、大きな差はみられない。

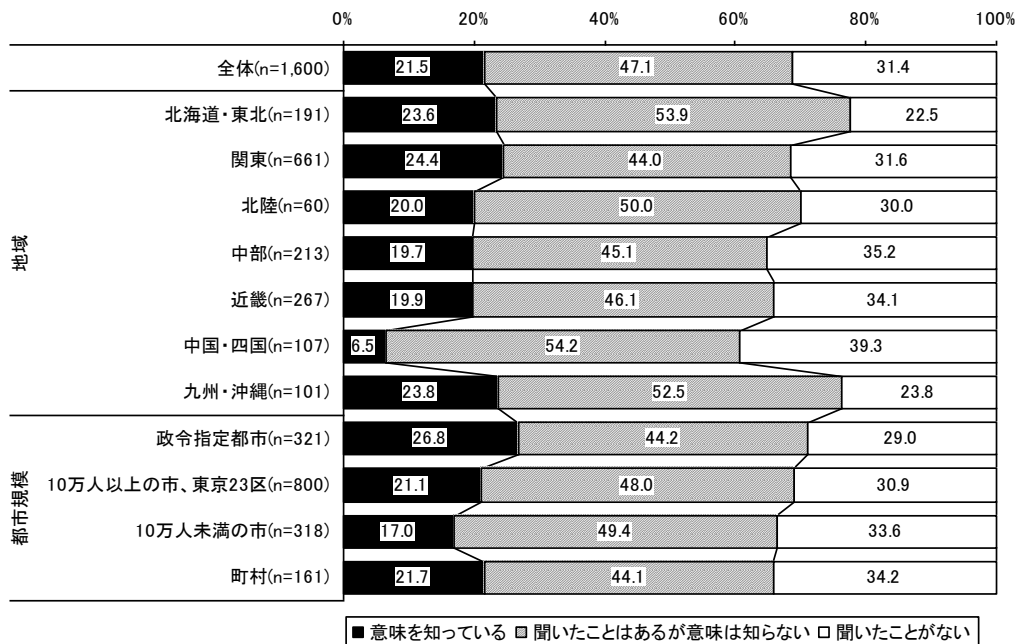
図表 2-68 エコツーリズムの認知度（時系列）



図表 2-69 エコツアーリズムの認知度（性別別、年代別、職業別）



図表 2-70 エコツアーリズムの認知度（性別別、年代別、職業別）



(2) 自然とのふれあいについてのニーズ

自然とのふれあいについては、多くの人が求めており、現状維持もしくは今よりも増やしたいと回答した人が96%となっている。

自然とのふれあいについて「今よりも増やしたい」（「今より大幅に増やしたい」、「今より多少増やしたい」の合計）と回答した人の割合は、6割を超えている。

平成19年度調査と比較すると「今よりも増やしたい」と回答した人の割合は9ポイント減少しているが、「今と同程度の自然とのふれあいを維持したい」と回答した人の割合は7ポイント増加している。

また、「自然とのふれあいについてのニーズ」（「今より大幅に増やしたい」、「今より多少増やしたい」、「今と同程度の自然とのふれあいを維持したい」の合計）は96%となっており、平成20年度、平成19年度、平成18年度調査と大きな差はみられない。

性別では、「今よりも増やしたい」と回答した人は、大きな差はみられないが、「今と同程度の自然とのふれあいを維持したい」と回答した人の割合は女性の方が4ポイント高くなっている。

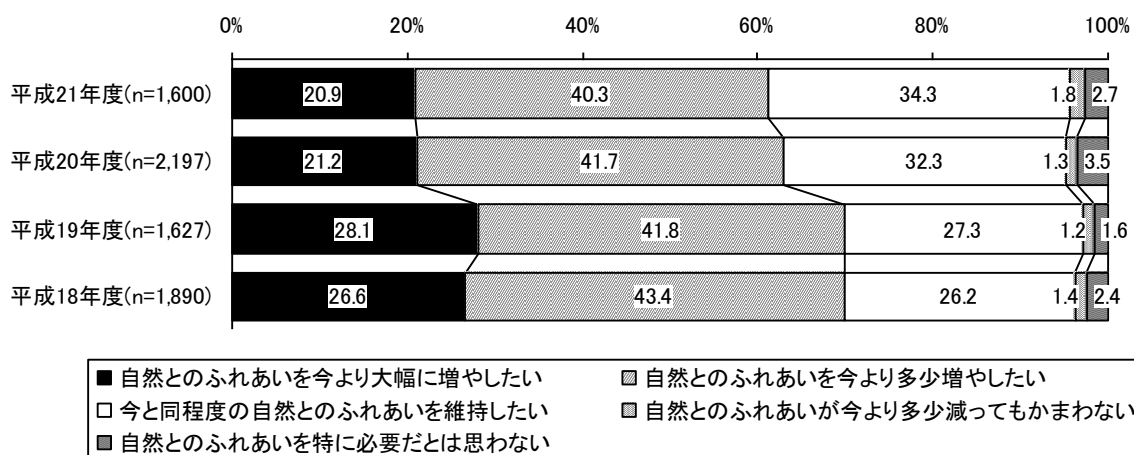
年代別では、70代以上で「今よりも増やしたい」と回答した人の割合が全体よりも5ポイント低くなっているが、「今と同程度の自然とのふれあいを維持したい」と回答した人の割合が全体よりも8ポイント高くなっている。

職業別では、団体職員、会社員、商工販売サービス業で「今よりも増やしたい」と回答した人の割合が高くなっている。特に団体職員では、「今より大幅に増やしたい」とより自然とのふれあいを増やしたいと思っている人の割合が高く、全体よりも18ポイントも高くなっている。

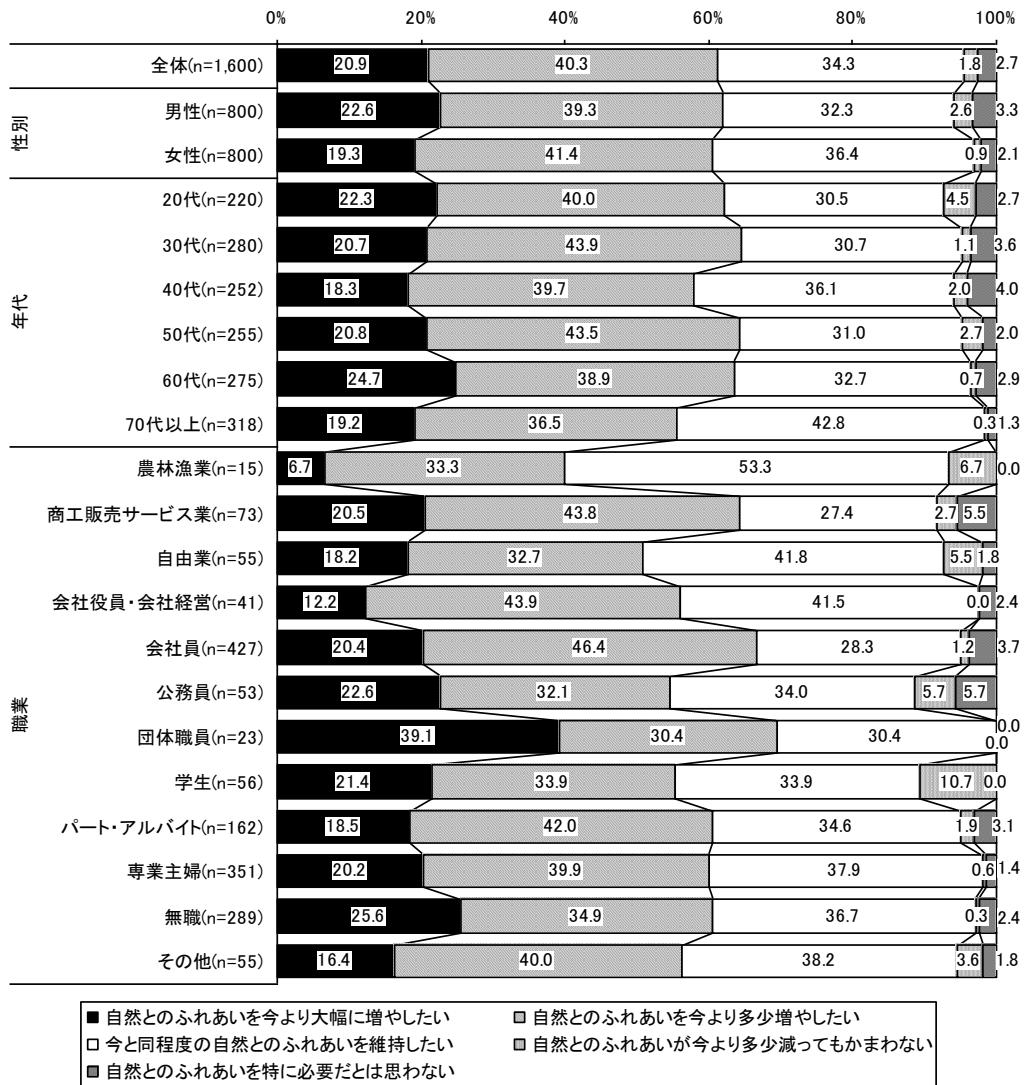
地域別では、北海道・東北、中国・四国で「今と同程度の自然とのふれあいを維持したい」と回答した人の割合が高くなっている。

都市規模別では、大きな差はみられなかった。

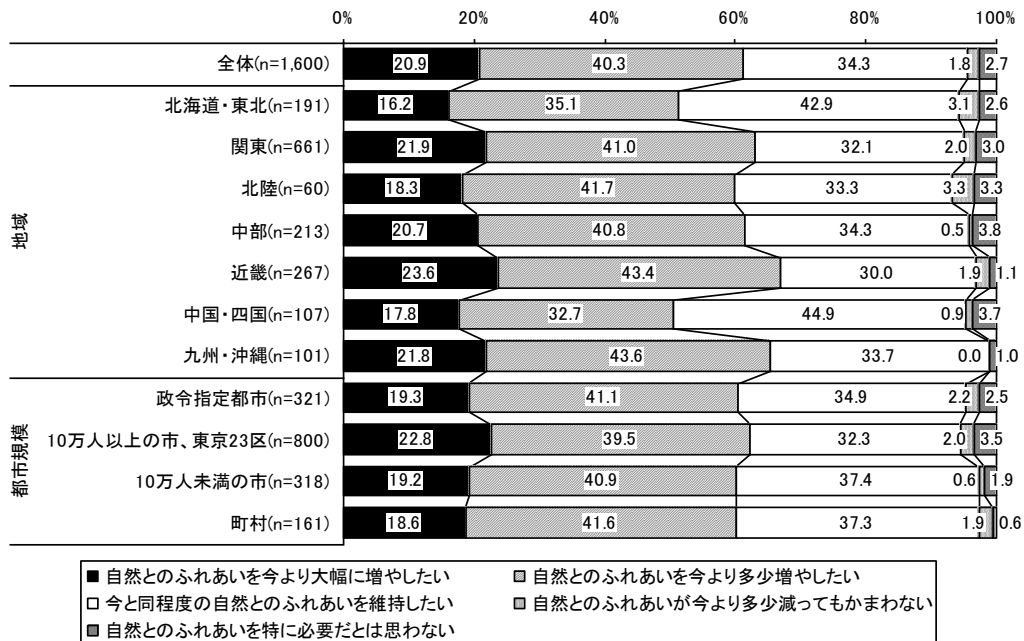
図表 2-71 自然とのふれあいについてのニーズ（時系列）



図表 2-72 自然とのふれあいについてのニーズ（性別、年代別、職業別）



図表 2-73 自然とのふれあいについてのニーズ（地域別、都市規模別）



(3) 自然とのふれあいを増やすために必要なこと

自然とのふれあいを増やすために必要なことは、「自然環境の保全・育成」が 62%と最も高く、次いで「身近に整備された自然とふれあうための場所」47%となっている。

自然とのふれあいを増やすために必要なこととして、「自然環境の保全・育成」が 62%と最も多く、「身近に整備された自然とふれあうための場所」47%、「自然に関する情報の提供」39%となっている。

平成 20 年度、平成 19 年度、平成 18 年度調査では、「自然環境の保全・育成」と「身近に整備された自然とふれあうための場所」と回答した人の割合は 5 ポイント以内の差であったが、平成 21 年度調査では、「自然環境の保全・育成」が 62%、「身近に整備された自然とふれあうための場所」が 47%と 15 ポイントの差がみられ、より自然環境の保全・育成が必要と思われていることが想定される。

性別では、「自然とのふれあいをテーマに企画されたツアーやパック旅行」、「自然に関する情報の提供」で女性の方が男性よりも 5 ポイント以上割合が高くなっている。

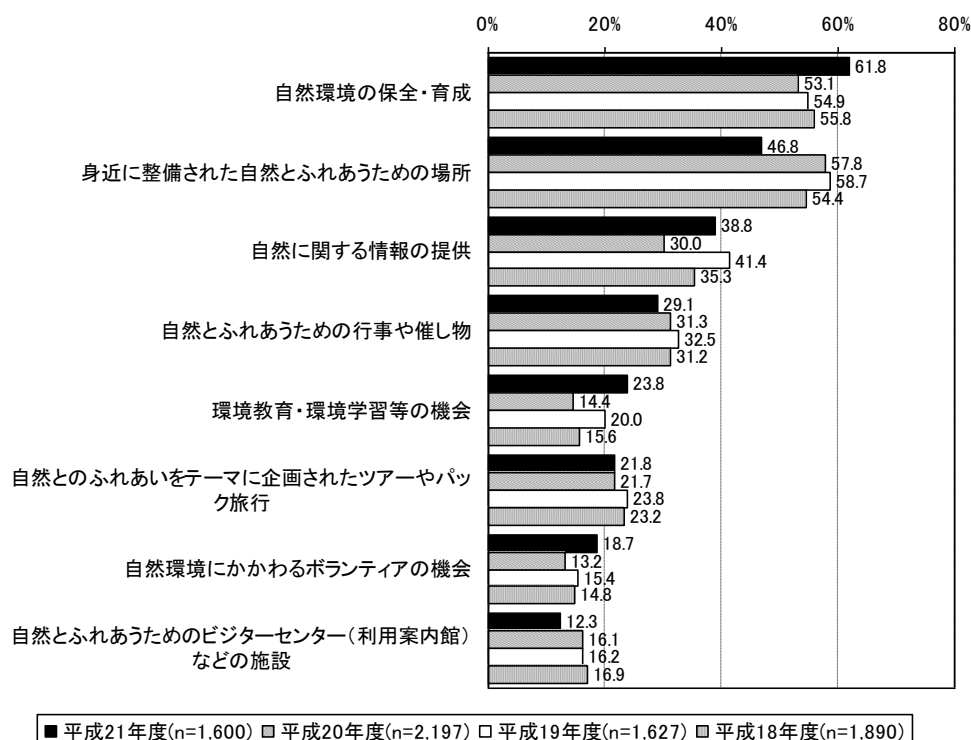
年代別では、20 代で「自然とふれあうための行事や催し物」と回答した人の割合は 45%と全体よりも 16 ポイント高くなっている。

職業別でみると、多くの職業で「自然環境の保全・育成」と回答した人の割合が最も高かったのに対し、学生は「身近に整備された自然とふれあうための場所」63%が最も高い割合となっている。また、自由業では「自然に関する情報の提供」と回答した人が全体よりも 10 ポイント以上高くなっている。

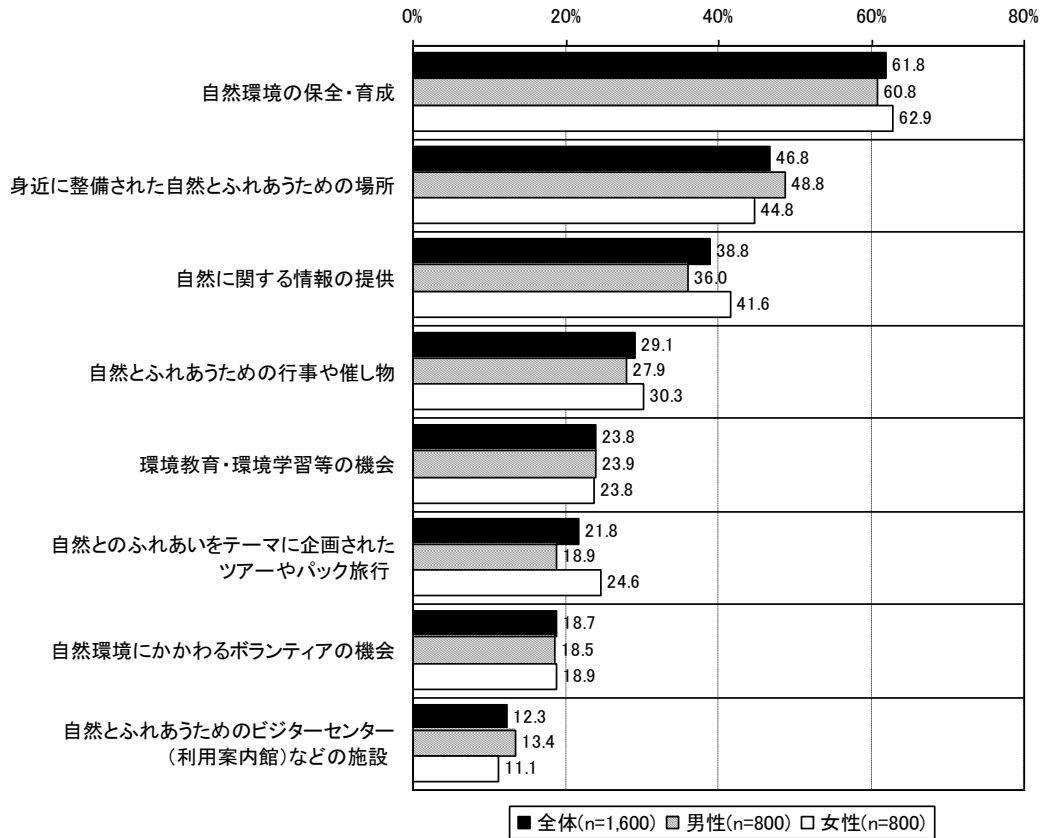
地域別でみると、「身近に整備された自然とふれあうための場所」では九州・沖縄で 54%と全体よりも 5 ポイント以上高く、「自然環境にかかわるボランティアの機会」では、北海道・東北が 26%と全体よりも 5 ポイント以上高くなっている。

都市規模別でみると、町村は「自然とふれあうための行事や催し物」「自然環境にかかわるボランティアの機会」で他の都市規模よりも 5 ポイント以上高くなっている。

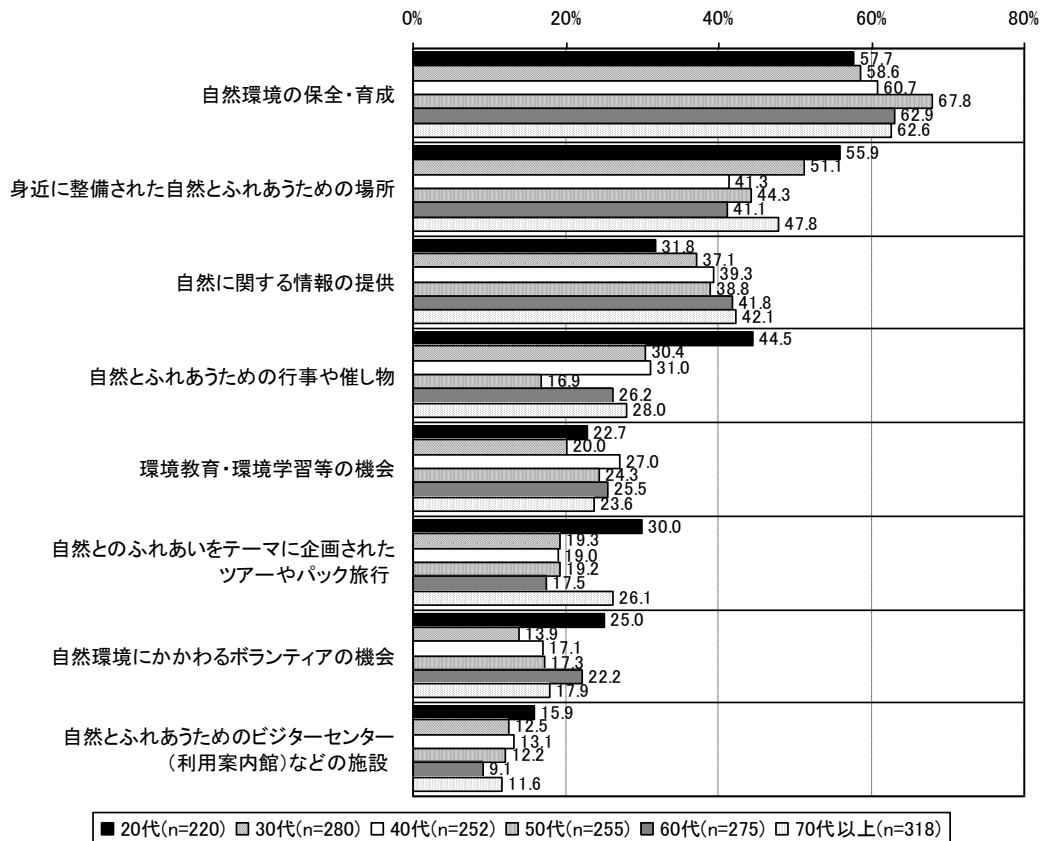
図表 2-74 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（時系列）



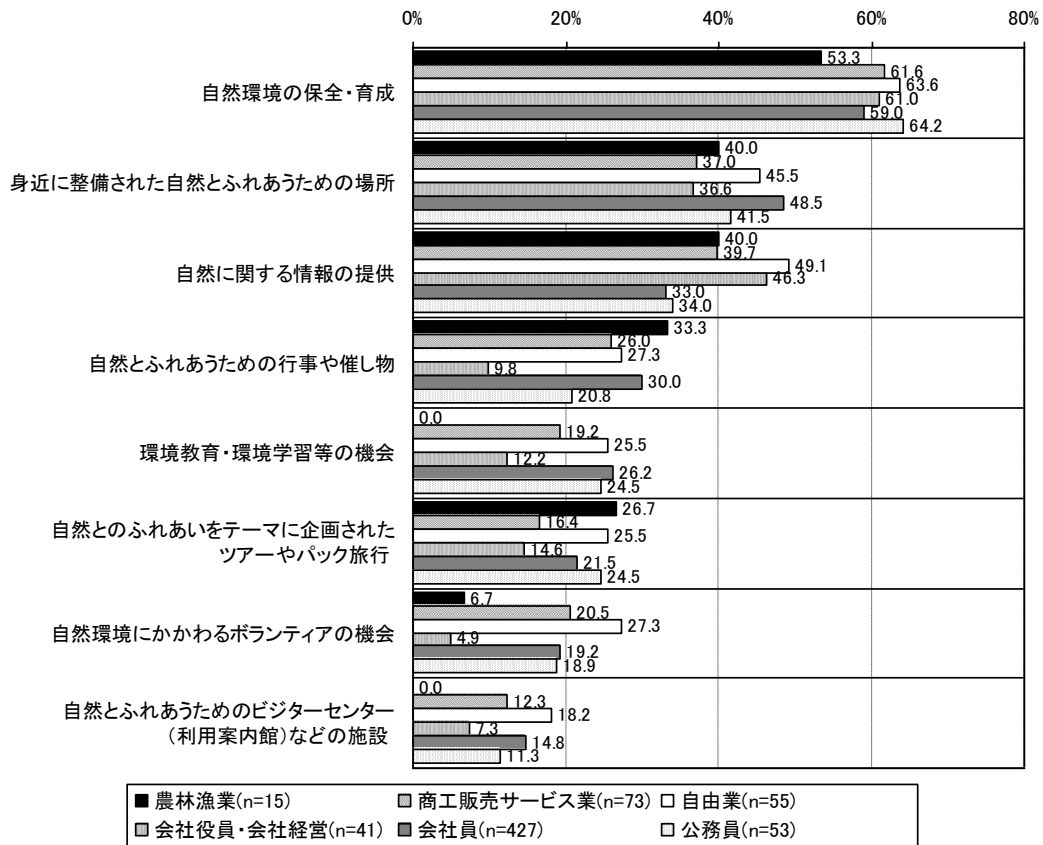
図表 2-75 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（全体、性別）



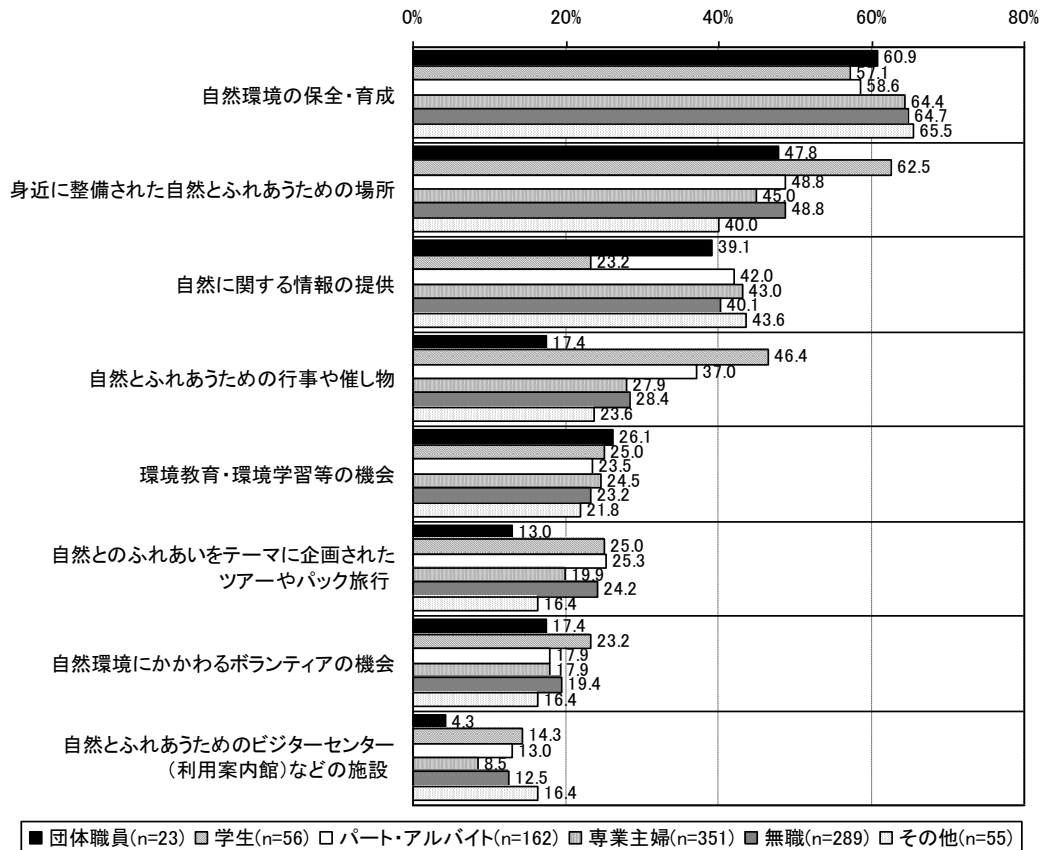
図表 2-76 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（年代別）



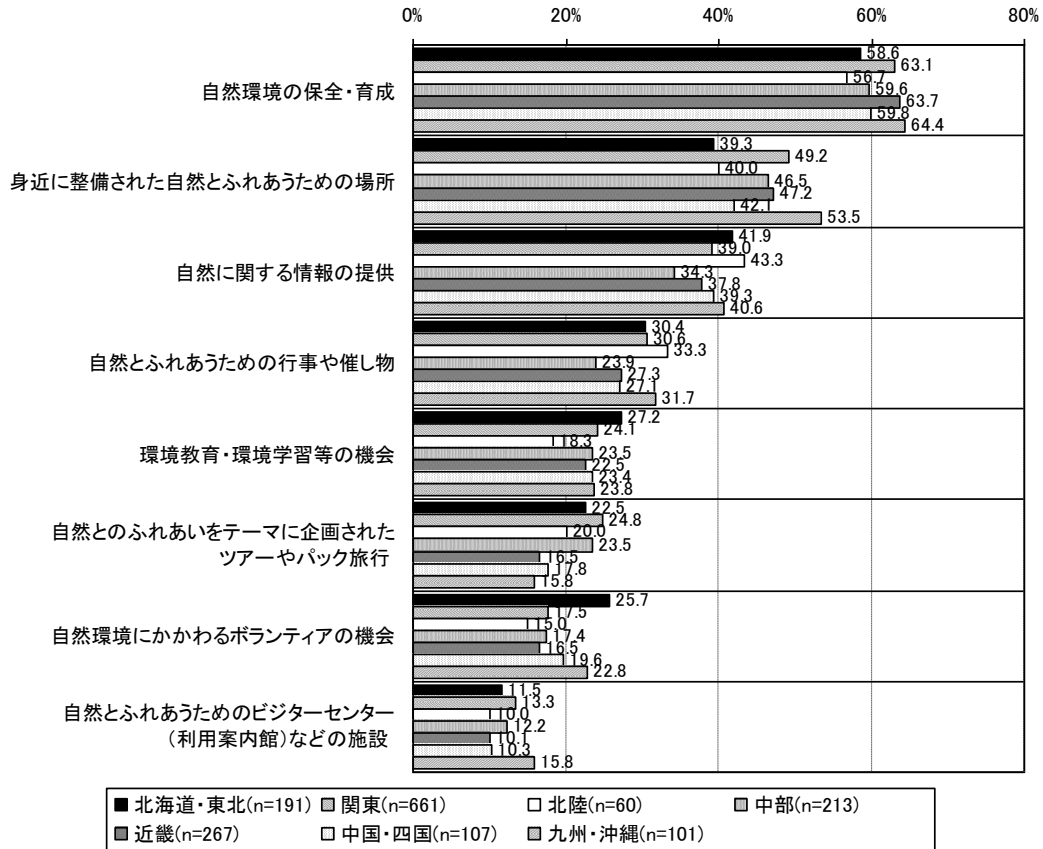
図表 2-77 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（職業別 1/2）



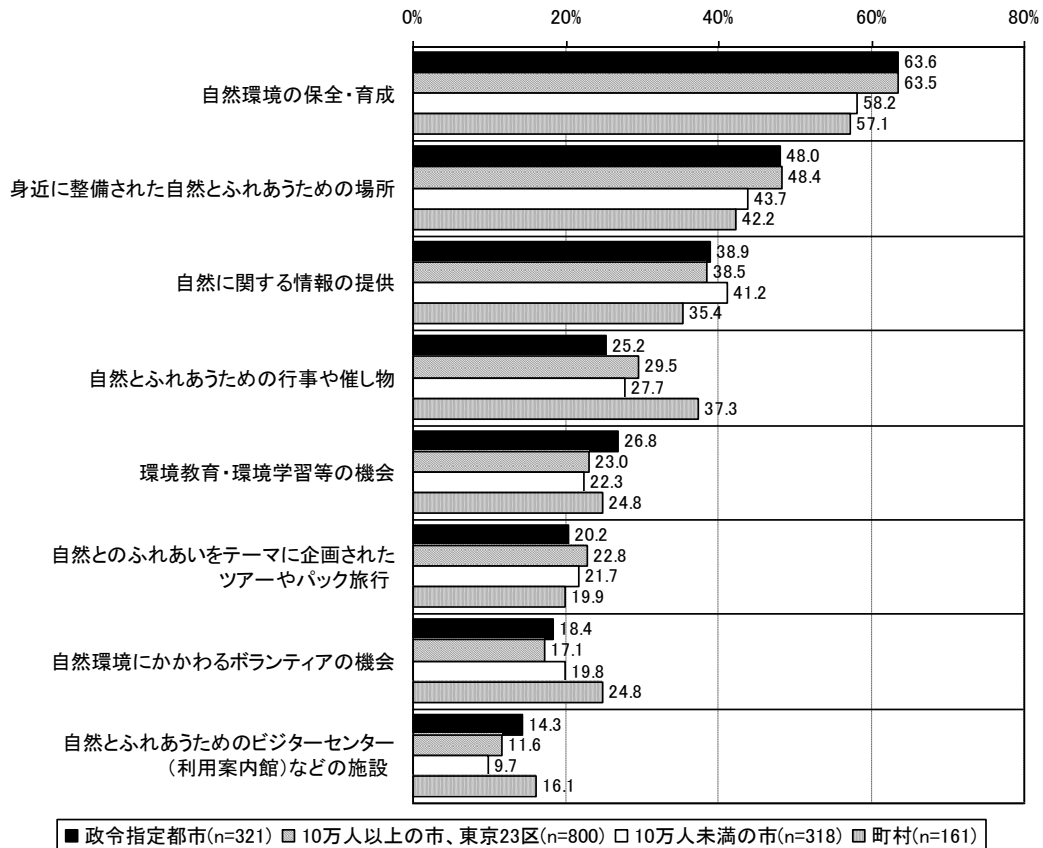
図表 2-78 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（職業別 2/2）



図表 2-79 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（地域別）



図表 2-80 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（都市規模別）



(4) 過去1年間に経験した自然関連の旅行

過去1年間に自然関連の旅行を行った人は59%となっており、60代、70代以上の人が多い傾向となっている。

過去1年間に自然関連の旅行を行った人は59%（「旅行はどれもしていない」を除いた割合）となっており、平成20年度よりも7ポイント増加した。

比較的高い割合となった自然関連の旅行は、「自然に囲まれた旅館やホテルでゆったり滞在する旅行」30%、「自然に浸り、その美しさを愛でる旅行」27%となっている。

また、「自然とともに、その地域の歴史や風土を学ぶことを目的とした旅行」が平成20年度調査よりも8ポイント増加し、「山登りなどアウトドア活動の旅行」が5ポイント減少している。

性別でみると、女性が男性よりも多い旅行は、「自然に浸り、その美しさを愛でる旅行」29%、「自然とともに、その地域の歴史や風土を学ぶことを目的とした旅行」23%、反対に男性が女性よりも多い旅行は、「山登りなどアウトドア活動の旅行」14%、「キャンプなど野外生活を体験する旅行」9%となっている。

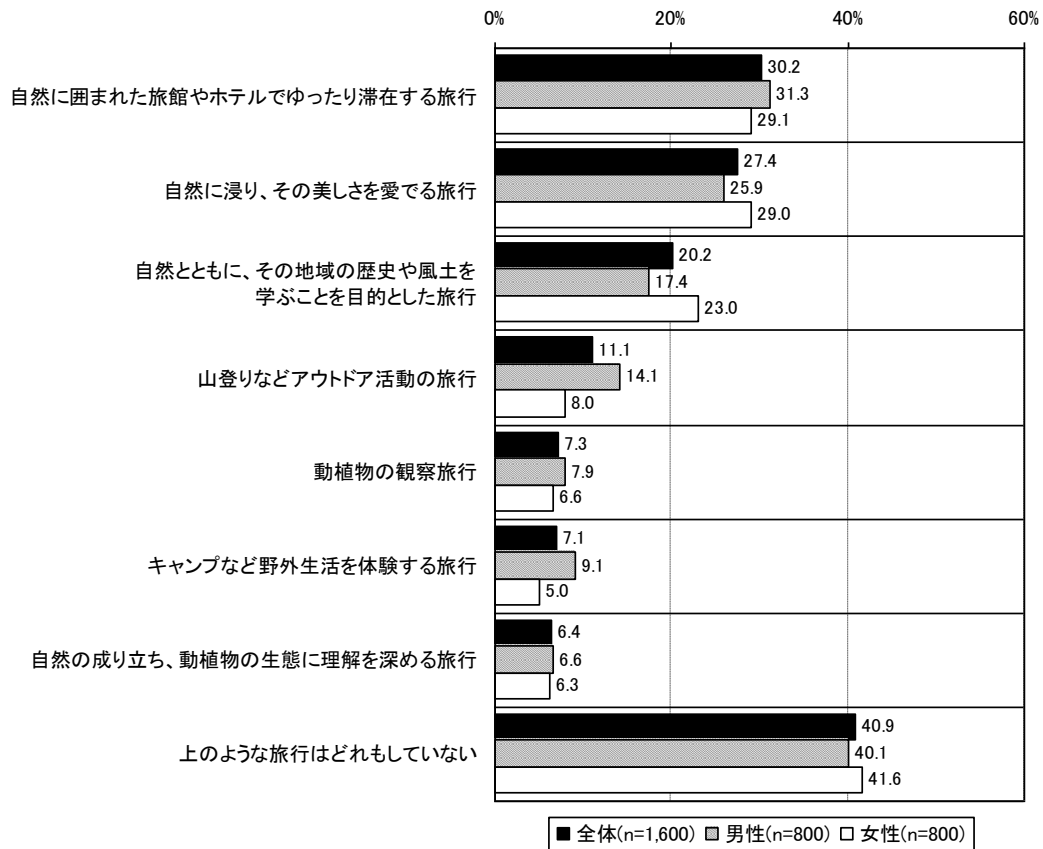
年代別でみると、60代、70代以上が比較的多く旅行している傾向があり、20代が最も少なくなっている。

- 「自然に浸り、その美しさを愛でる旅行」
60代、70代以上では全体よりも5ポイント以上高く（35%、40%）、30代、40代では全体よりも5ポイント以上低くなっている。（20%、20%）
- 「自然に囲まれた旅館やホテルでゆったり滞在する旅行」
60代、70代以上では全体よりも5ポイント以上高く（36%、41%）、20代では全体よりも10ポイント以上低くなっている。（17%）
- 「自然とともに、その地域の歴史や風土を学ぶことを目的とした旅行」
60代、70代以上では全体よりも5ポイント以上高く（27%、31%）、30代、40代では全体よりも5ポイント以上低くなっている。（13%、15%）

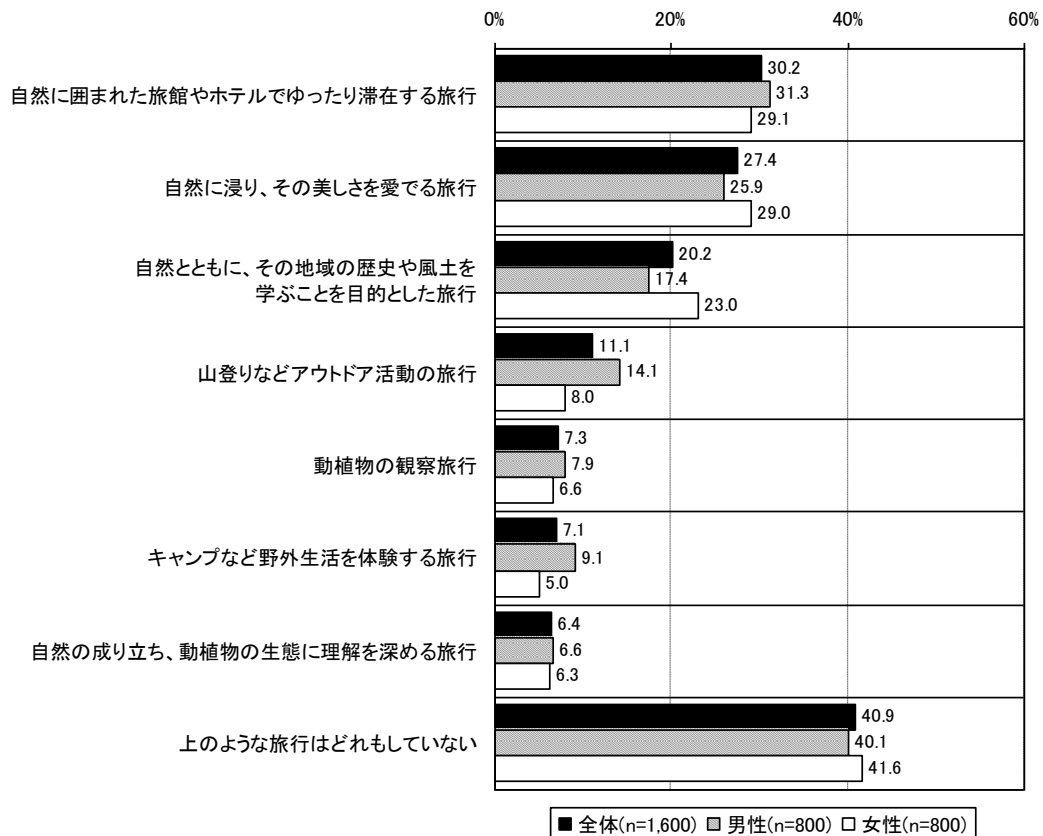
地域別でみると、自然関連の旅行をしていないと回答した人は、北海道・東北では全体よりも5ポイント以上、北陸、中国・四国では全体よりも10ポイント以上高くなっている。

都市規模別では大きな差はみられない。

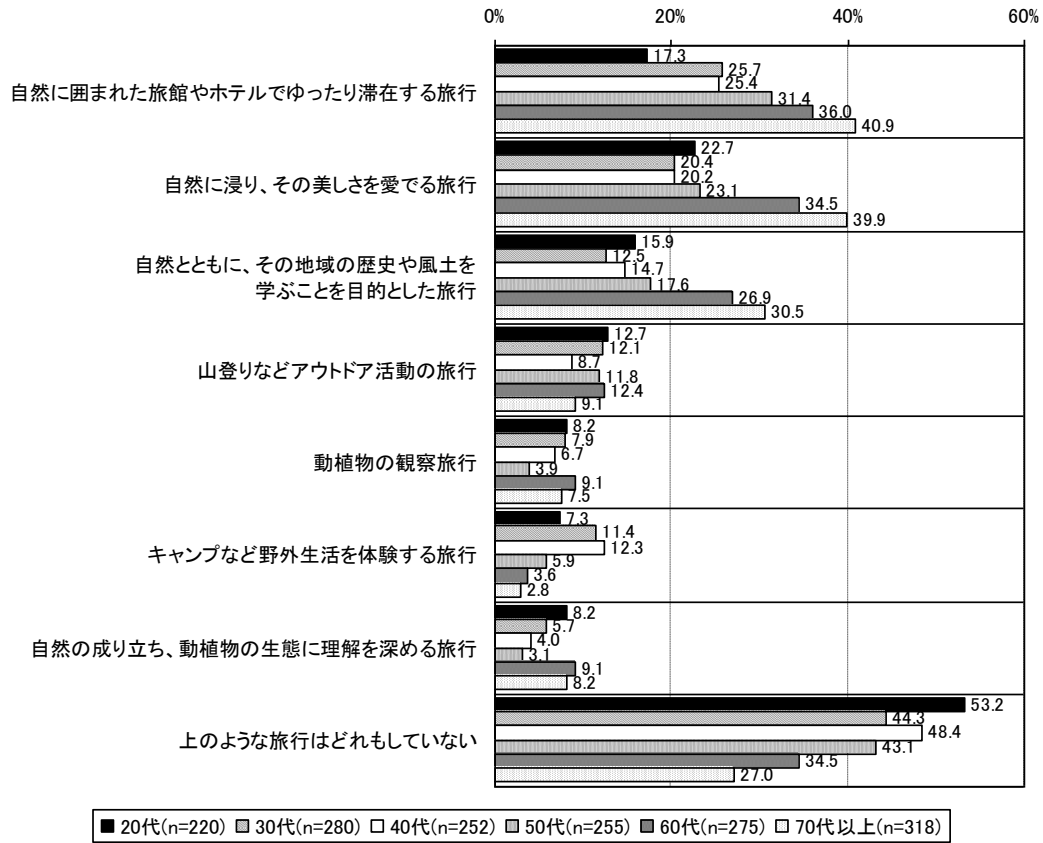
図表 2-81 過去1年間に経験した自然関連の旅行（時系列）



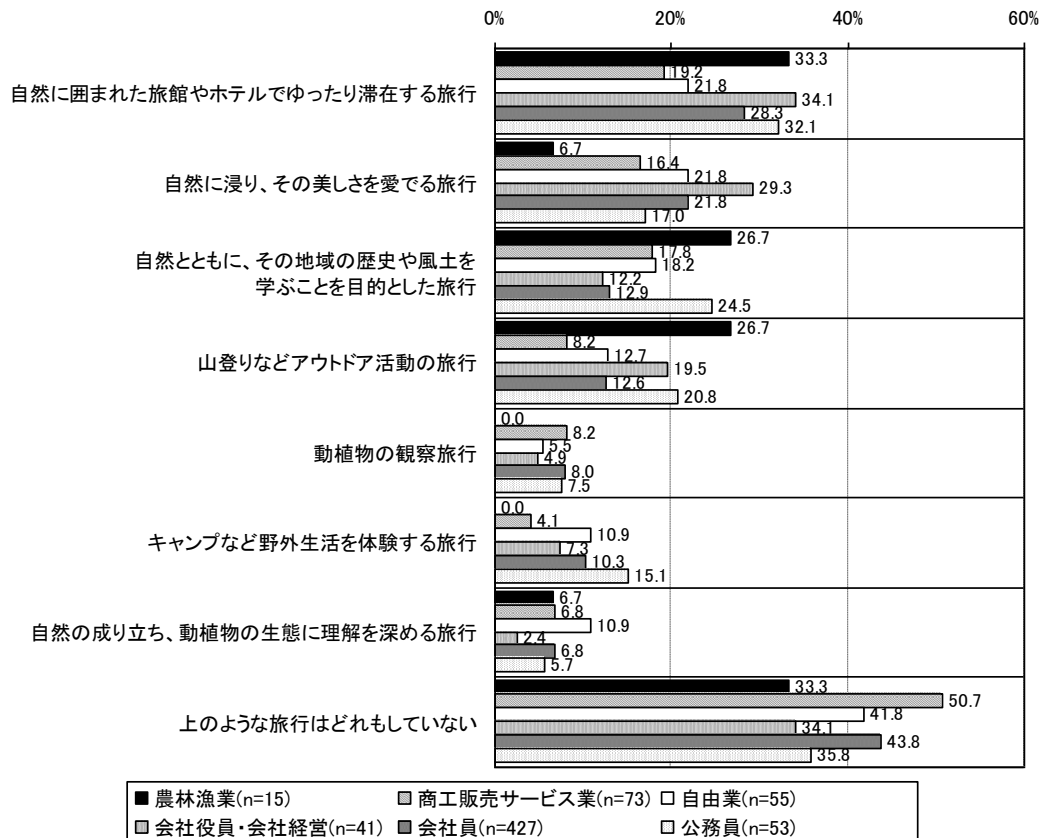
図表 2-82 過去1年間に経験した自然関連の旅行（全体、性別）



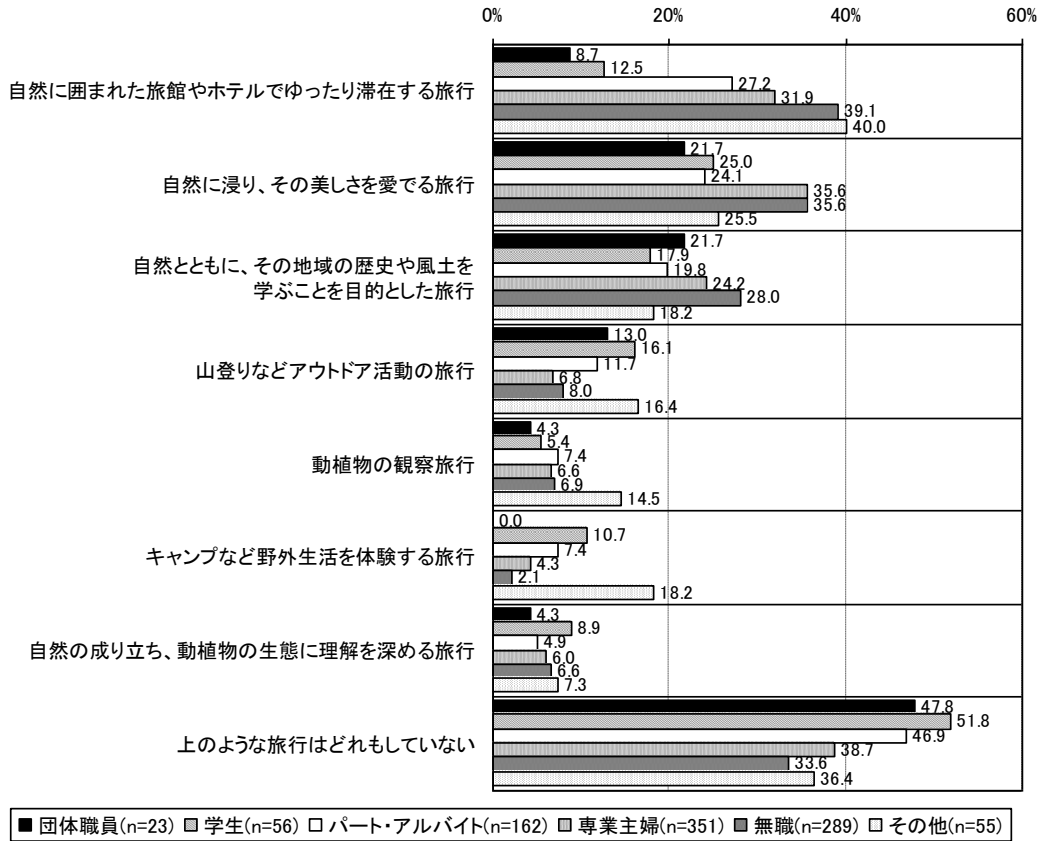
図表 2-83 過去1年間に経験した自然関連の旅行（年代別）



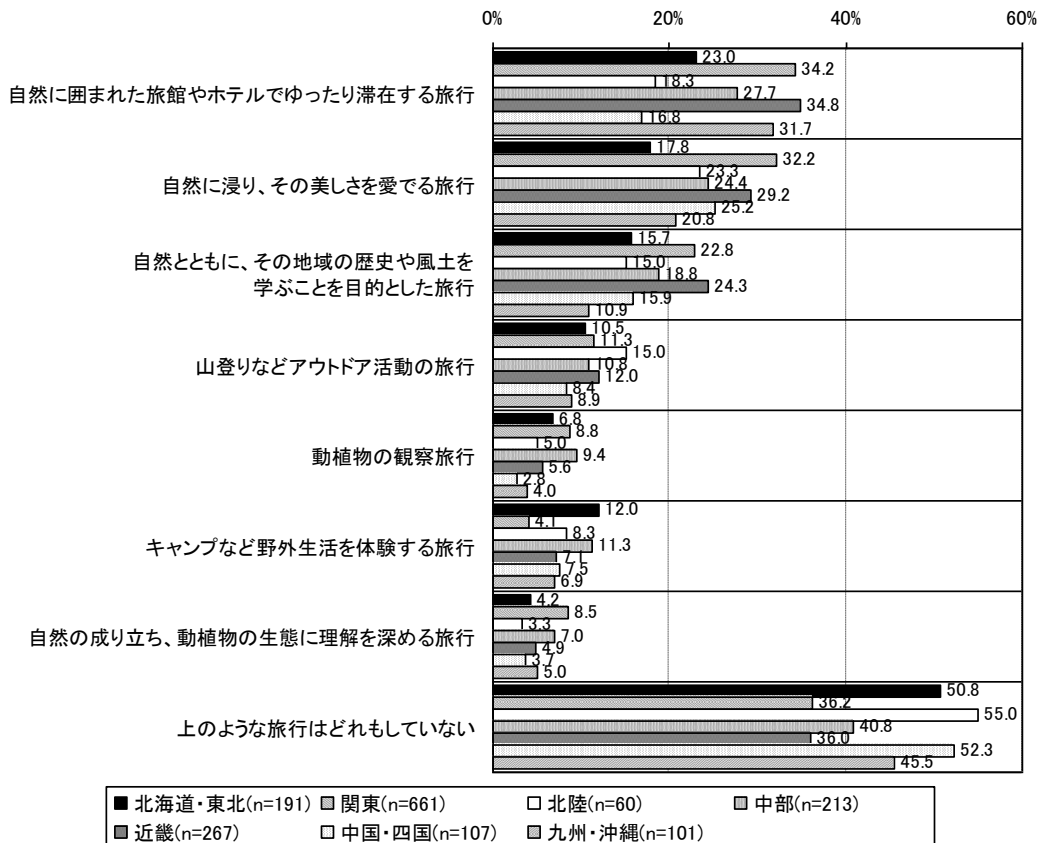
図表 2-84 過去1年間に経験した自然関連の旅行（職業別 1/2）



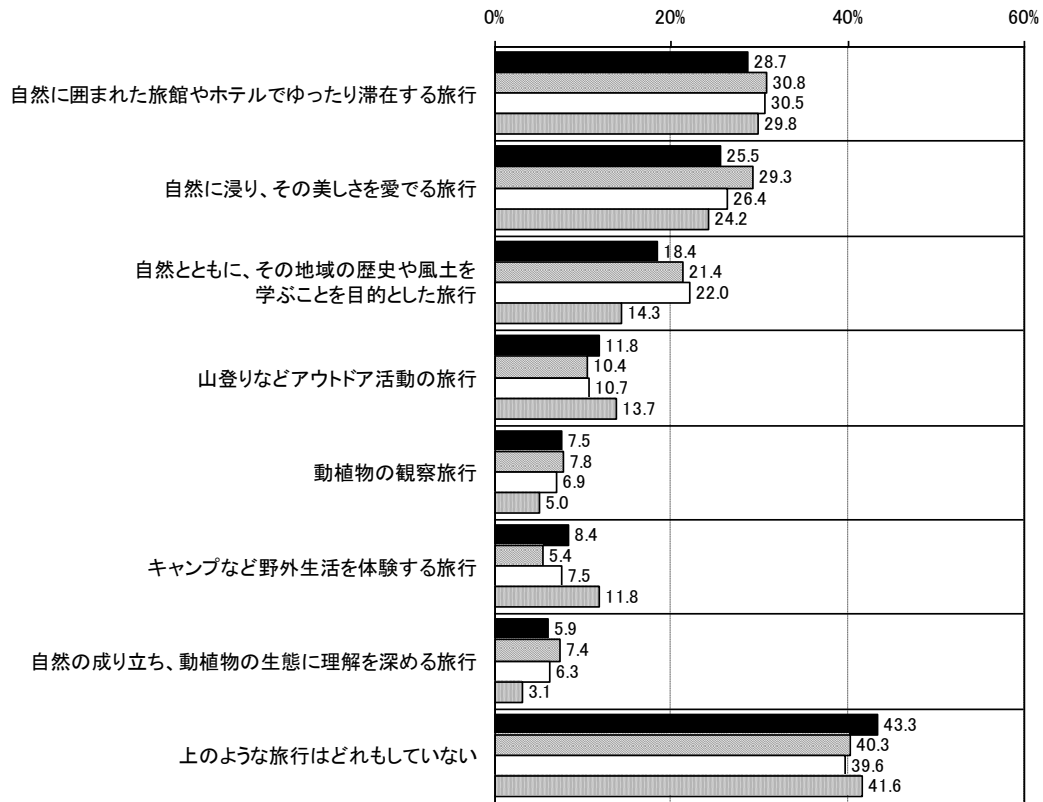
図表 2-85 過去1年間に経験した自然関連の旅行（職業別 2/2）



図表 2-86 過去1年間に経験した自然関連の旅行（地域別）



図表 2-87 過去1年間に経験した自然関連の旅行（都市規模別）



■ 政令指定都市(n=321) □ 10万人以上の市、東京23区(n=800) □ 10万人未満の市(n=318) □ 町村(n=161)

(5) 今後の自然関連の旅行頻度に関する意向

今後の旅行に行く頻度は現状と同程度もしくは今よりも多く行きたいと回答した人が97%と多くなっている。

今後の自然関連の旅行頻度に関する意向として、「今よりも多く行きたい」が42%、「今と同じ程度でいいと思う」55%、「今よりも少なくしたい」3%となっている。平成20年度調査と比較しても大きな差はみられず、「今と同じ程度でいいと思う」が最も割合が高くなっている。

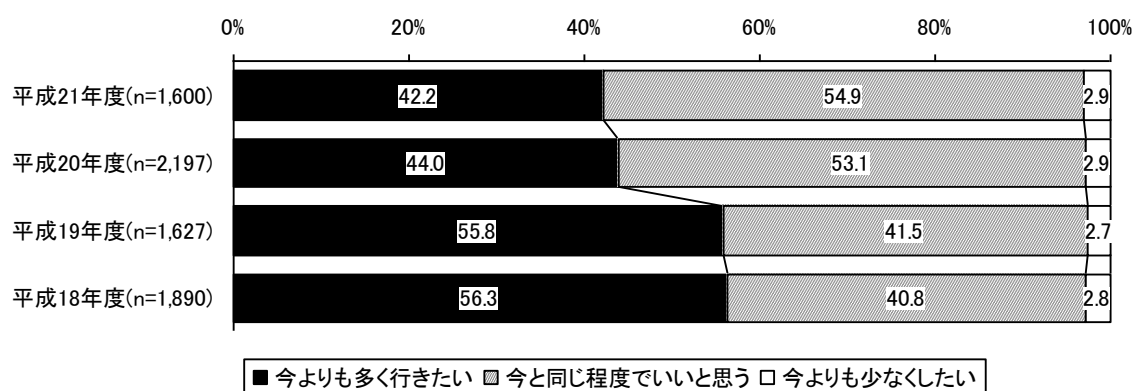
性別では、大きな差はみられない。

年代別でみると、70代以上で「今よりも多く行きたい」32%と全体よりも5ポイント低くなっているが、「今と同じ程度でいいと思う」64%と全体よりも5ポイント以上高くなっている。

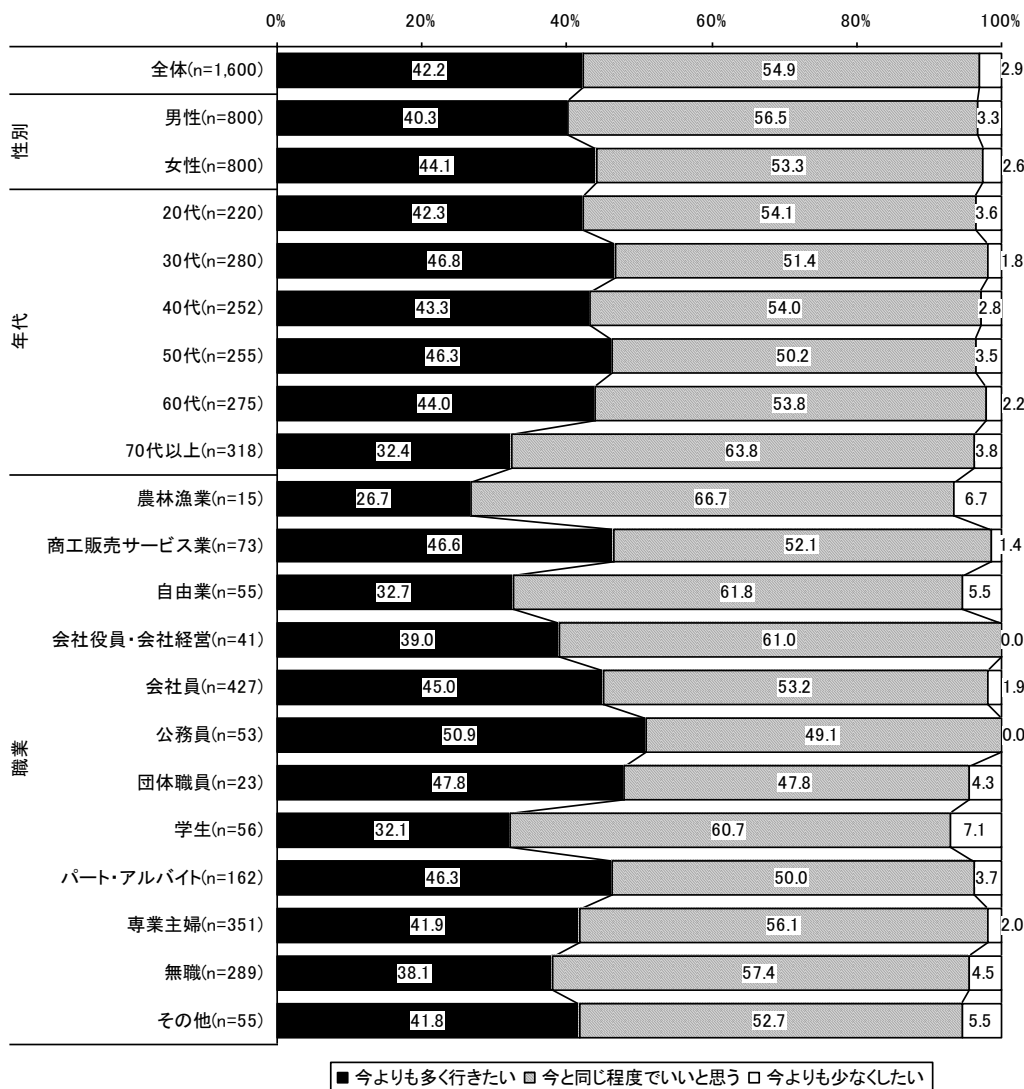
職業別でみると、公務員、団体職員で「今よりも多く行きたい」と回答した人が多くなっている。

地域別、都市規模別では大きな差はみられない。

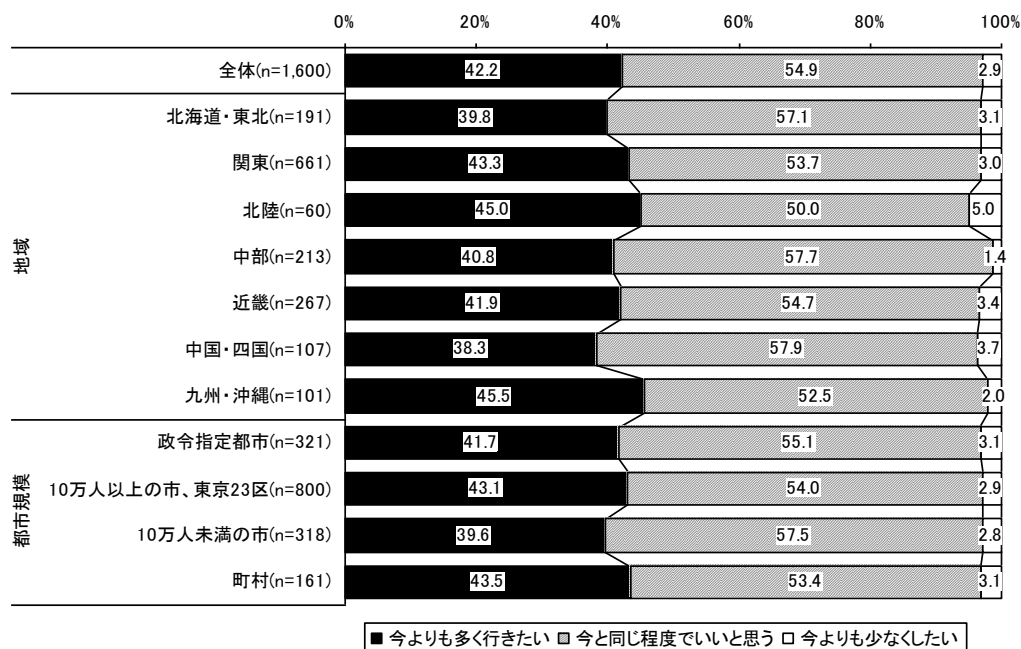
図表 2-88 今後の自然関連の旅行頻度に関する意向（時系列）



図表 2-89 今後の自然関連の旅行頻度に関する意向（性別、年代別、職業別）



図表 2-90 今後の自然関連の旅行頻度に関する意向（性別、年代別、職業別）



2-5 環境に配慮した製品への興味、購入意向(問 2-5(1))

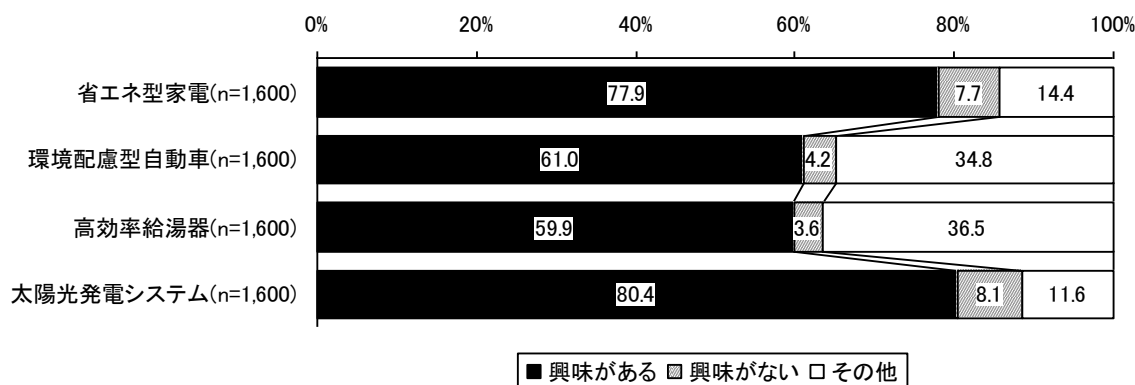
環境に配慮した製品への興味は、省エネ型家電 78%、環境配慮型自動車 61%、高効率給湯器 60%、太陽光発電システム 80%と半数以上の人に興味を持っている。

環境に配慮した製品の購入意向については、省エネ型家電 81%、環境配慮型自動車 54%、高効率給湯器 48%、太陽光発電システム 7%となっており、太陽光発電システムに関しては、興味があっても購入の検討に至らない傾向がみられる。

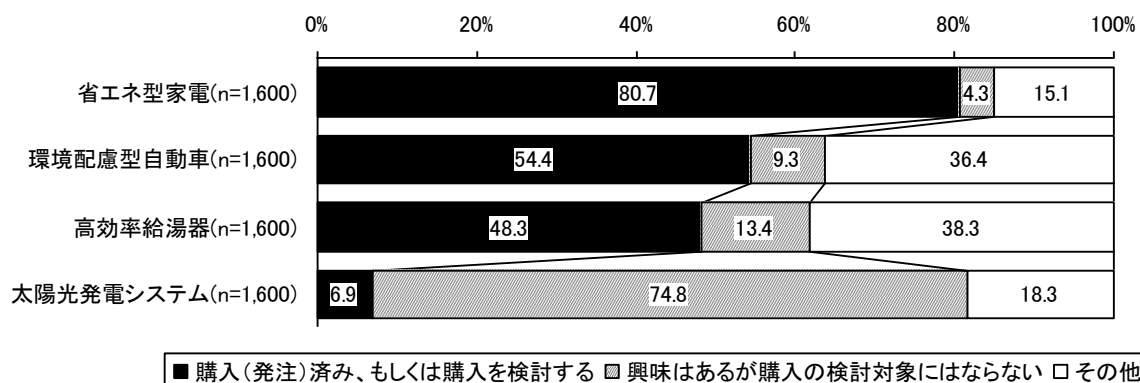
環境に配慮した製品については、購入意向に関係なく「興味がある」と回答した人（「すでに製品を購入（発注）済みであり、環境面で興味を持っている」、「購入する際には、そのような製品を検討の対象に入れようと思っている」、「興味はあるが購入の検討対象にはならない」の合計）は、省エネ型家電 78%、環境配慮型自動車 61%、高効率給湯器 60%、太陽光発電システム 80%と高い割合となっており、半数以上の人に興味を持っていることがうかがえる。

また、環境に配慮した製品の購入意向については、「購入（発注）済み、もしくは購入を検討する」と回答した人（「すでに製品を購入（発注）済みであり、環境面で興味を持っている」、「製品を購入（発注）済みであるが、特に環境面で興味があるわけではない」、「購入する際には、そのような製品を検討の対象に入れようと思っている」の合計）は、省エネ型家電 81%、環境配慮型自動車 54%、高効率給湯器 48%、太陽光発電システム 7%となっており、省エネ型家電、環境配慮型自動車、高効率給湯器では多くの人が検討しているのに対し、太陽光発電システムでは、購入検討の対象にならないと回答した人が多くなっている。

図表 2-91 環境に配慮した製品への興味



図表 2-92 環境に配慮した製品への購入意向



性別でみると、省エネ型家電、太陽光発電システムでは大きな差はみられないが、環境配慮型自動車、高効率給湯器では興味、購入意向ともに5ポイント以上男性の方が高くなっている。

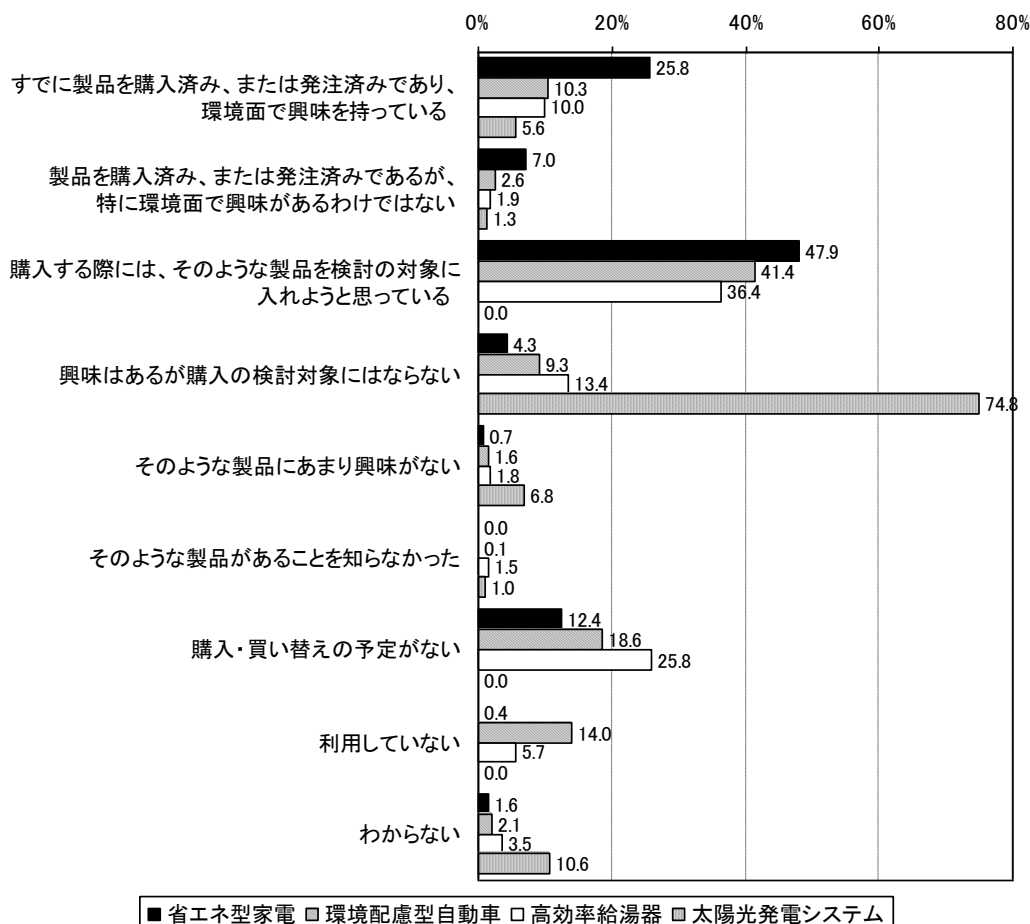
年代別でみると、環境配慮型自動車では30代、40代、50代で興味、購入意向ともに若干高くなっているが大きな差はみられない。省エネ型家電、高効率給湯器では20代、30代が比較的興味、購入意向ともに低い傾向がみられる。太陽光発電システムは、50代、60代、70代以上で興味がある人が85%以上と多くなっているが、購入意向については大きな差はなく10%未満となっている。

職業別でみると、環境配慮型自動車では、興味、購入意向ともに学生が全体よりも15%以上低く、高効率給湯器では、学生、団体職員が興味、購入意向ともに低くなっている。

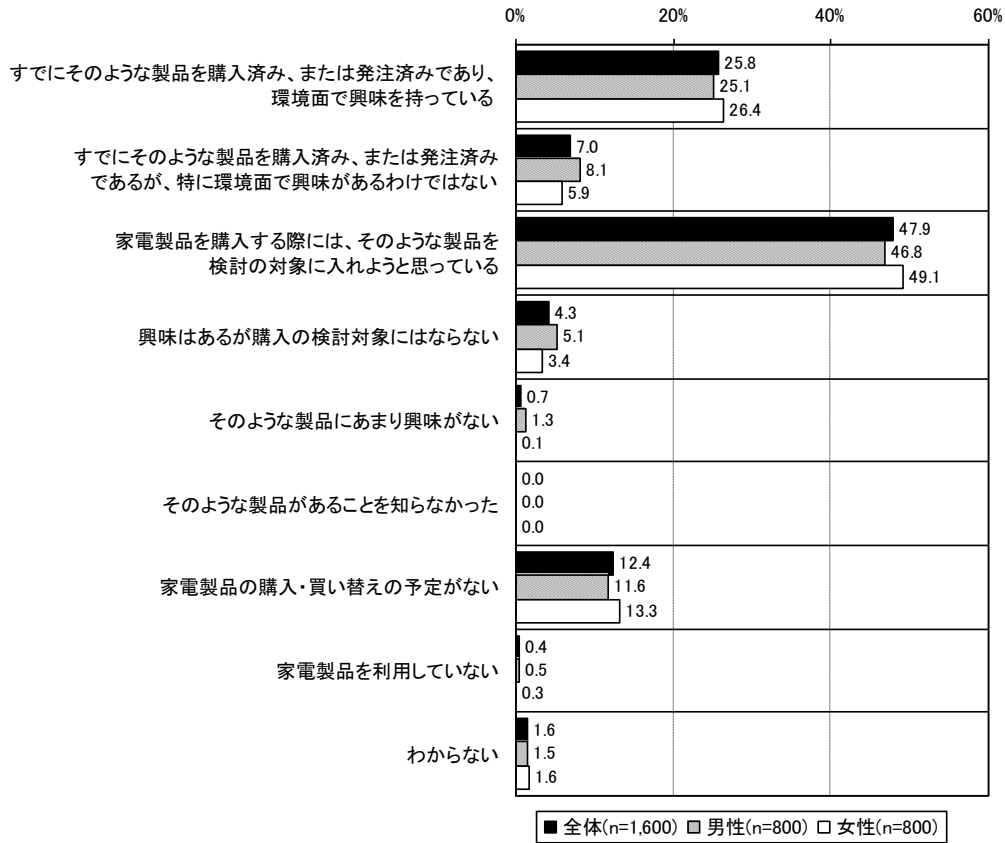
地域別でみると、北陸で環境配慮型自動車と太陽光発電システムへの興味が高くなっており、環境配慮型自動車の購入意向は72%と最も高くなっている。

都市規模別でみると、10万人未満の市、町村で環境配慮型自動車の興味、購入意向が若干高いが、大きな差はみられない。

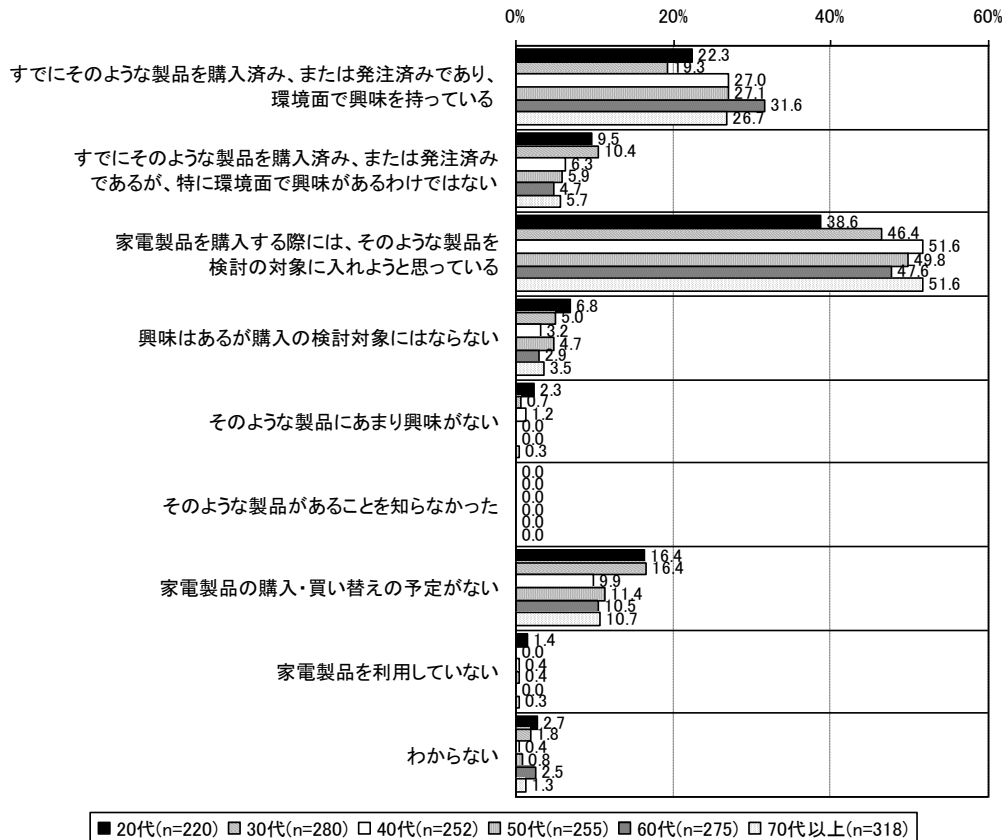
図表 2-93 環境に配慮した製品への興味、購入意向 (全体)



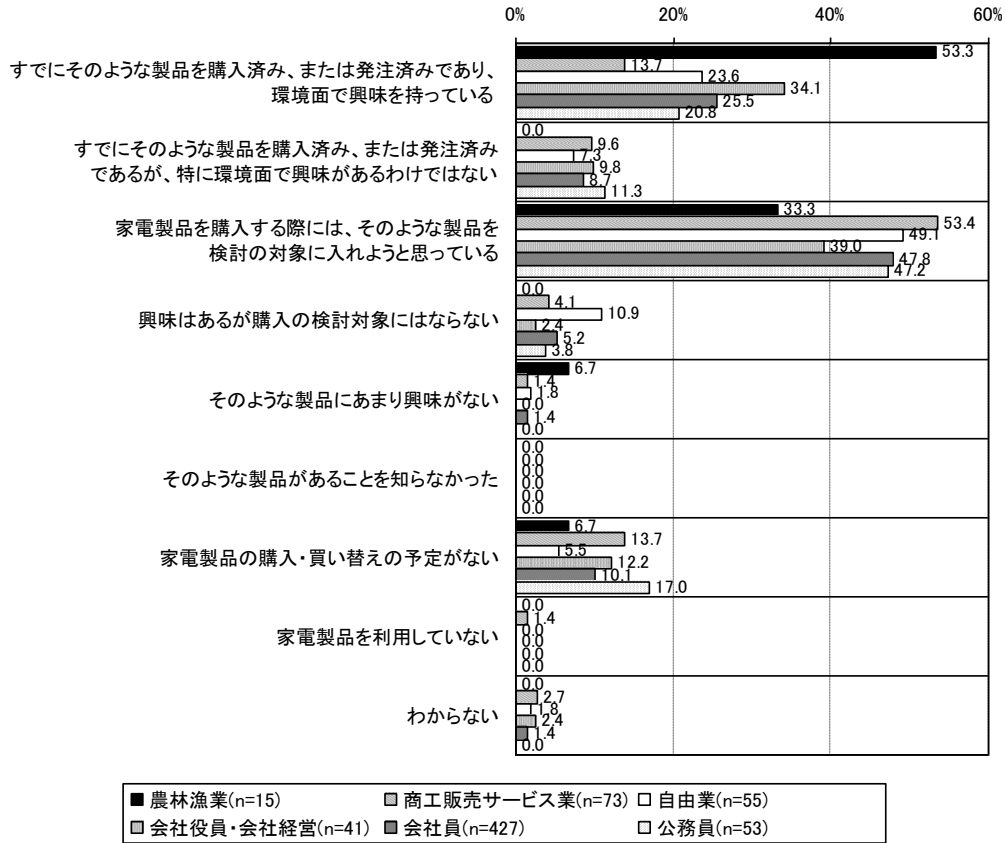
図表 2-94 省エネ型家電への興味、購入意向（全体、性別）



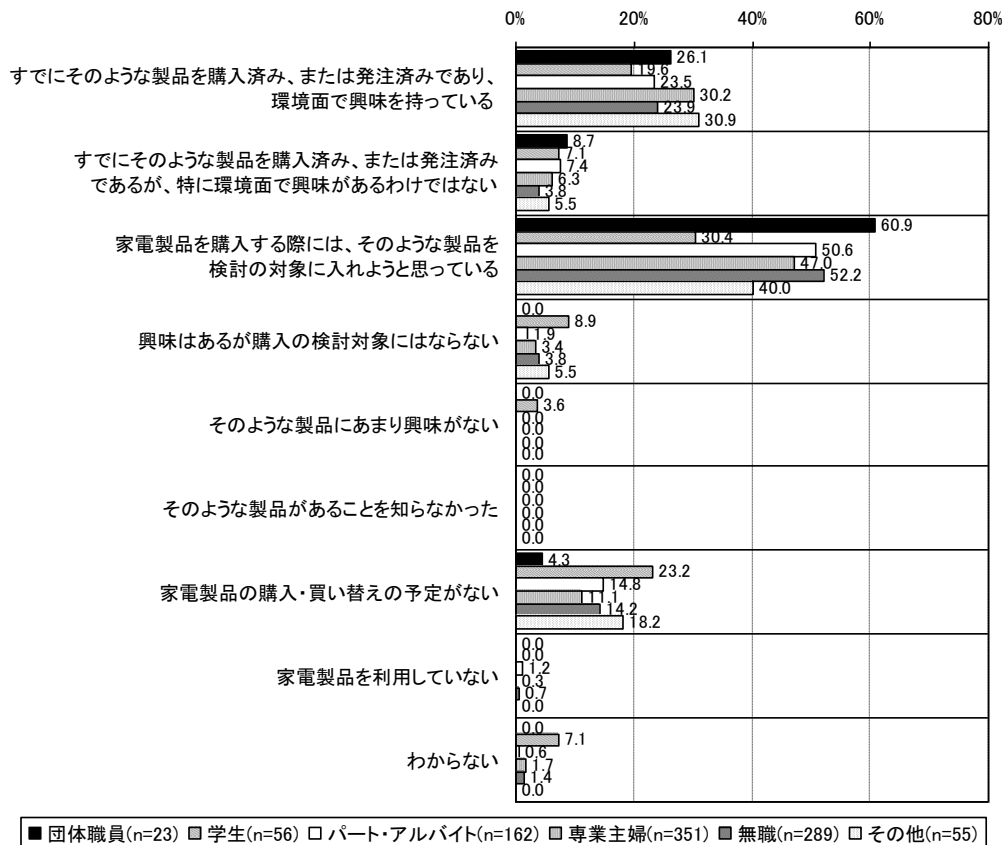
図表 2-95 省エネ型家電への興味、購入意向（年代別）



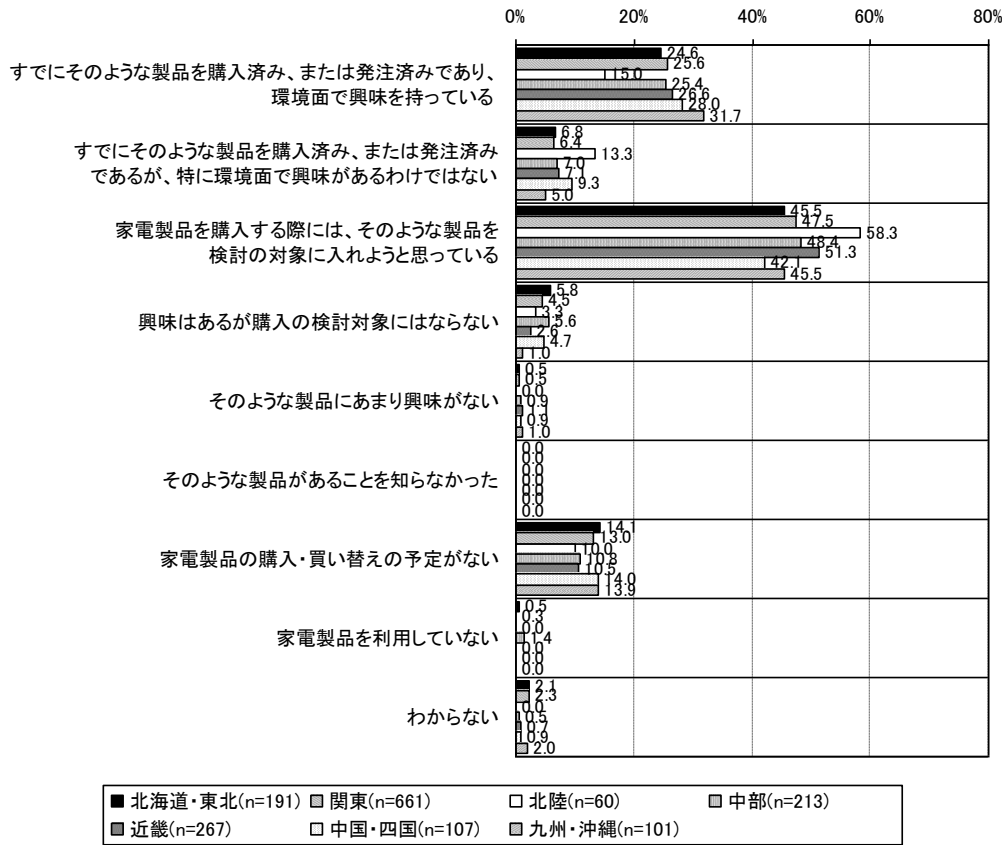
図表 2-96 省エネ型家電への興味、購入意向（職業別 1/2）



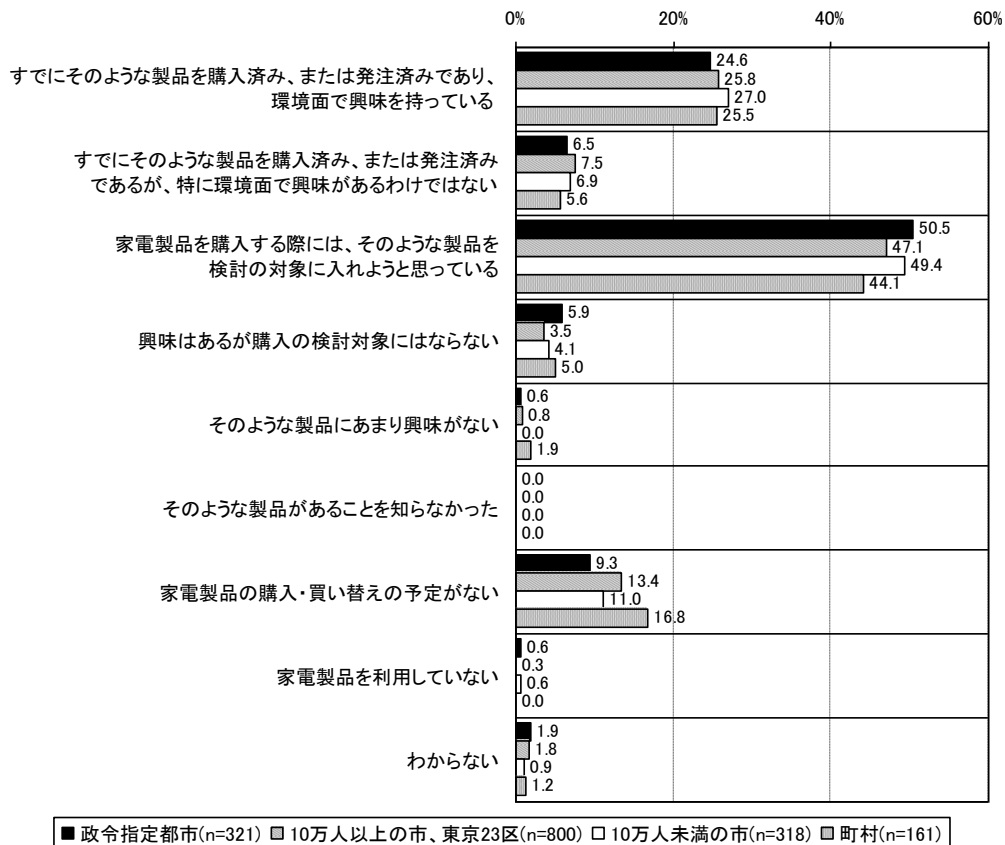
図表 2-97 省エネ型家電への興味、購入意向（職業別 2/2）



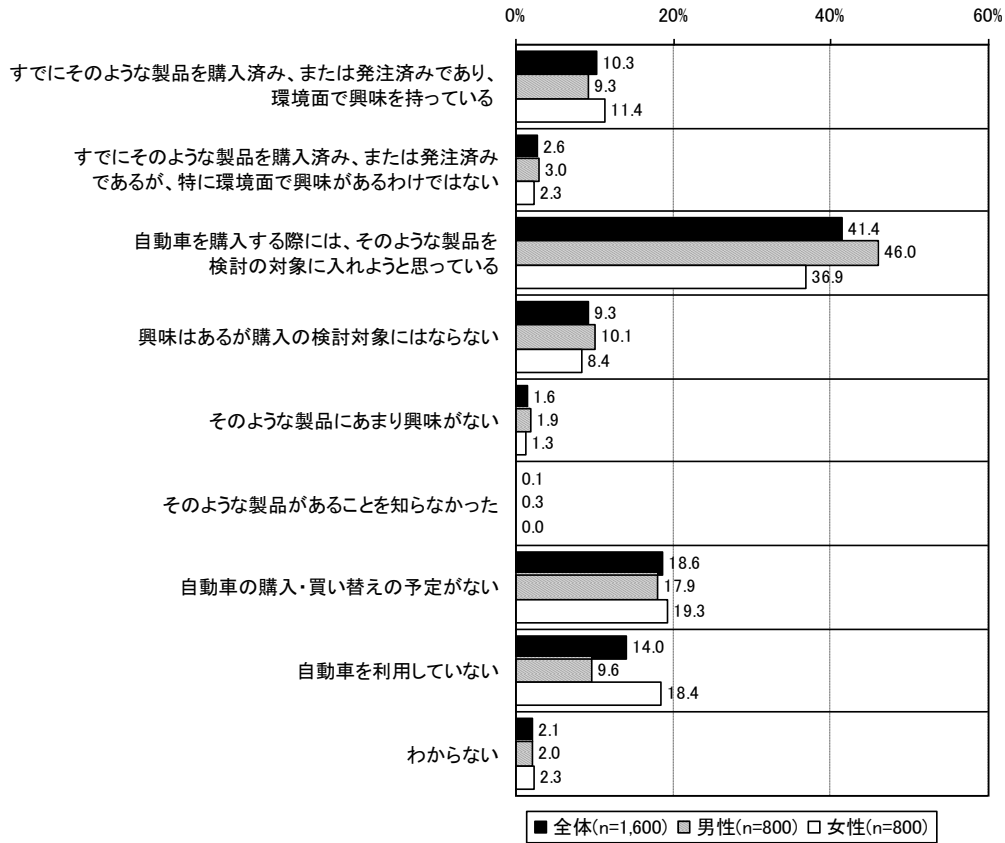
図表 2-98 省エネ型家電への興味、購入意向（地域別）



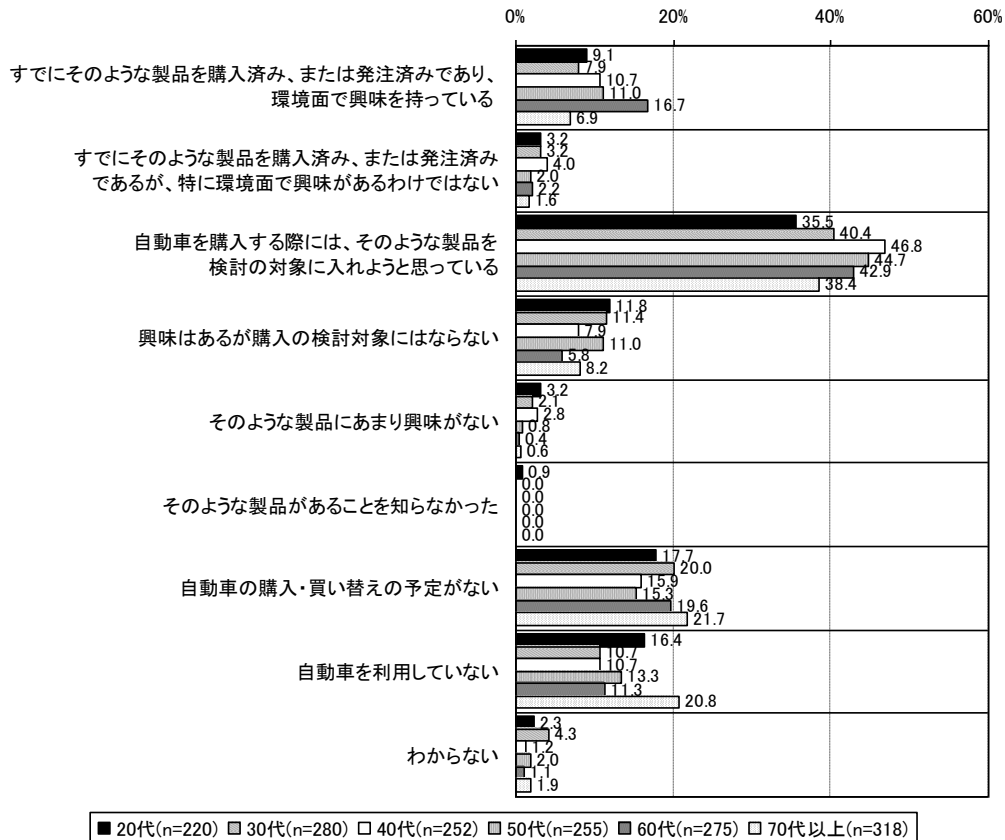
図表 2-99 省エネ型家電への興味、購入意向（都市規模別）



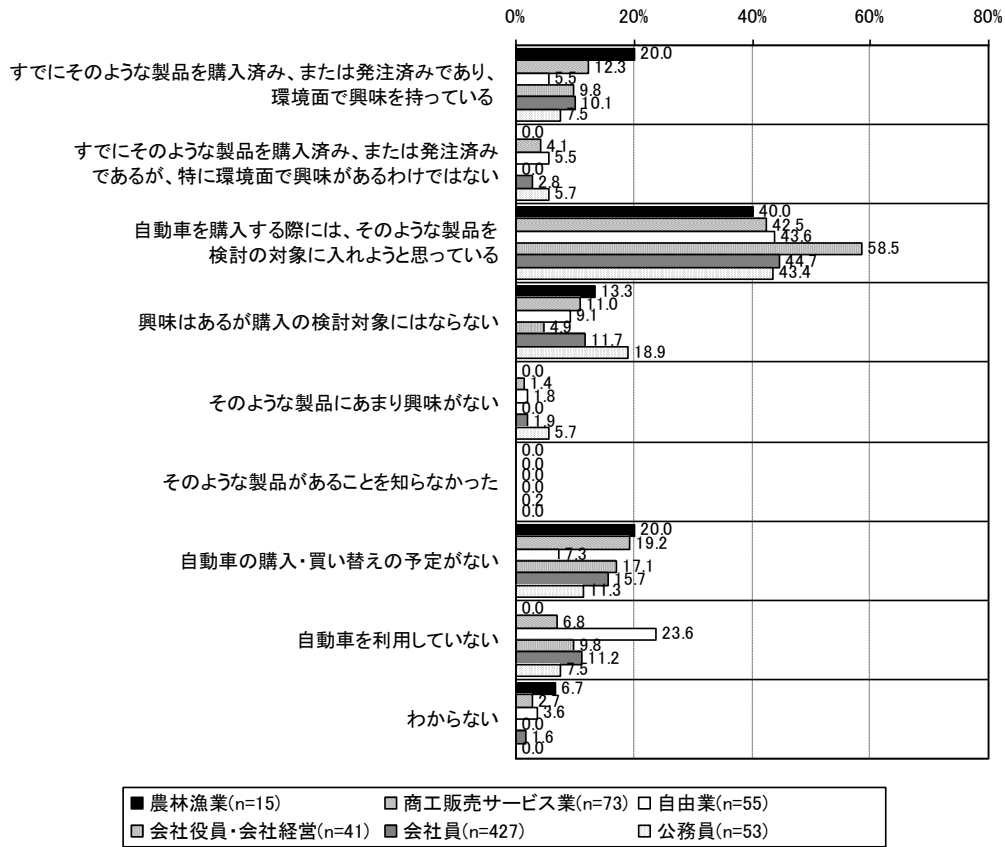
図表 2-100 環境配慮型自動車への興味、購入意向（全体、性別）



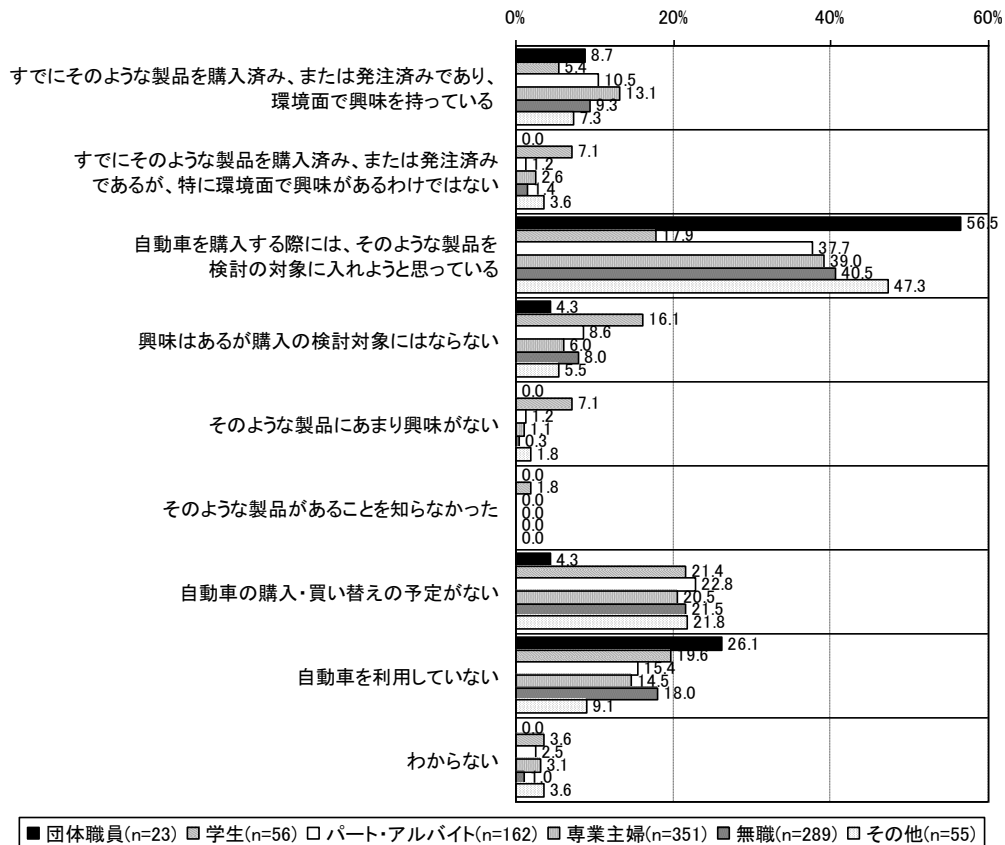
図表 2-101 環境配慮型自動車への興味、購入意向（年代別）



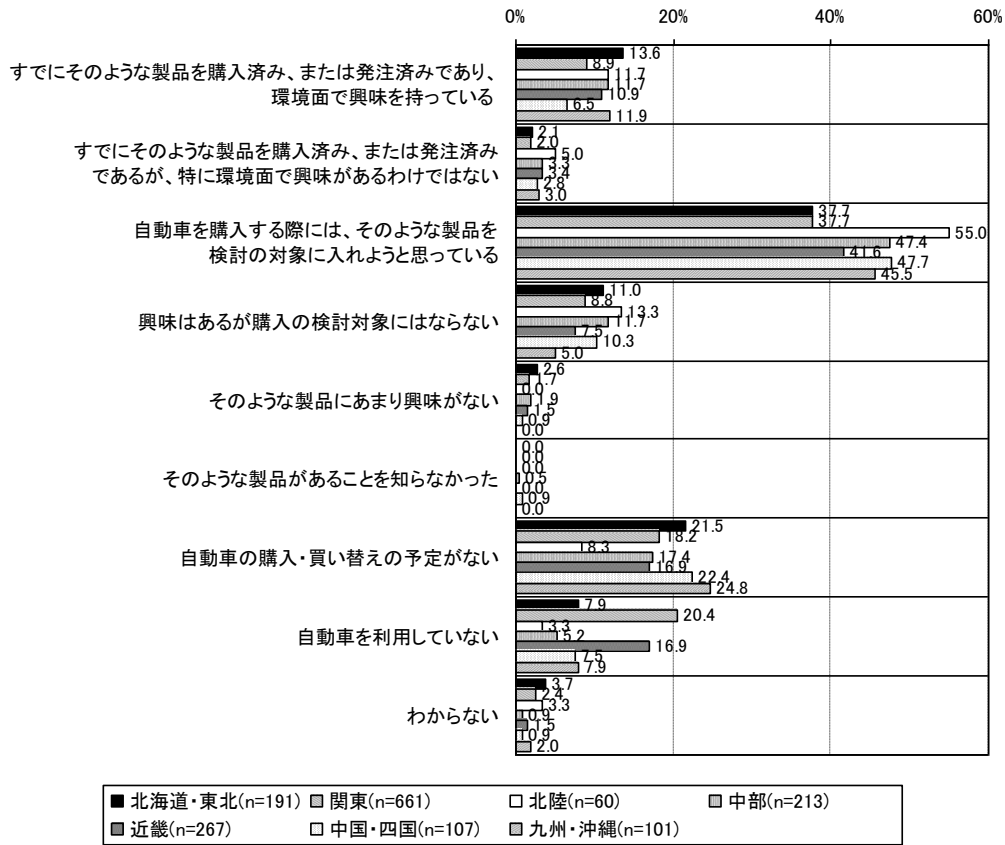
図表 2-102 環境配慮型自動車への興味、購入意向（職業別 1/2）



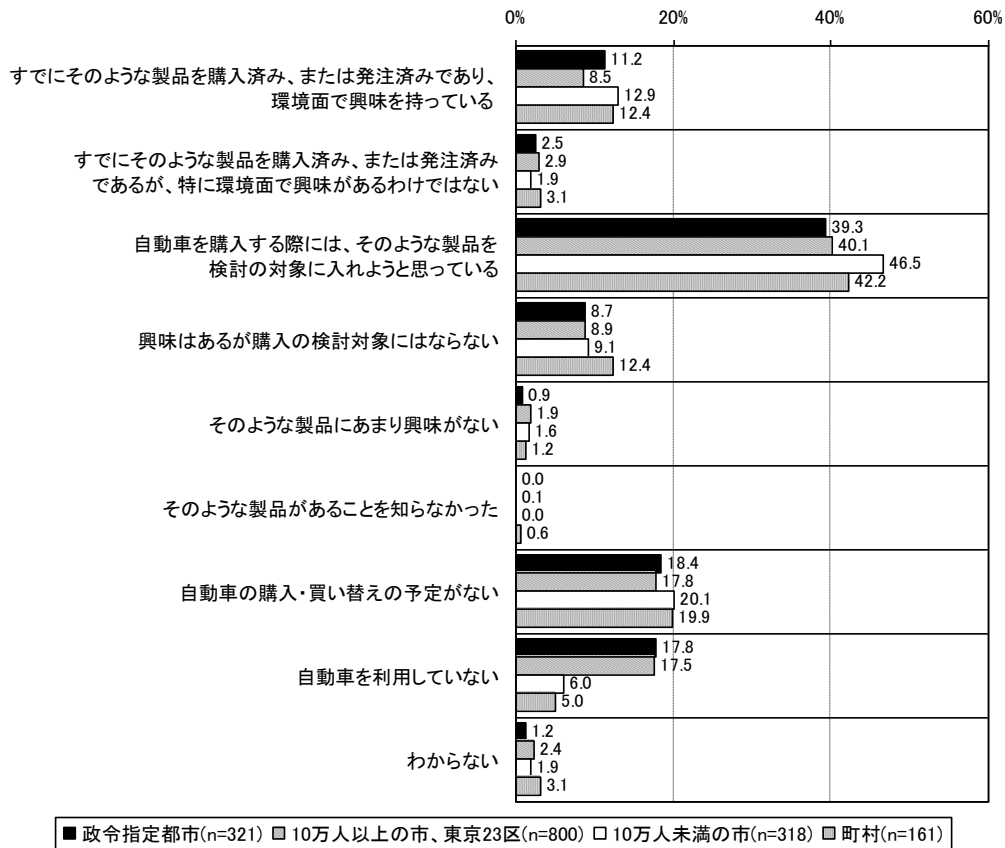
図表 2-103 環境配慮型自動車への興味、購入意向（職業別 2/2）



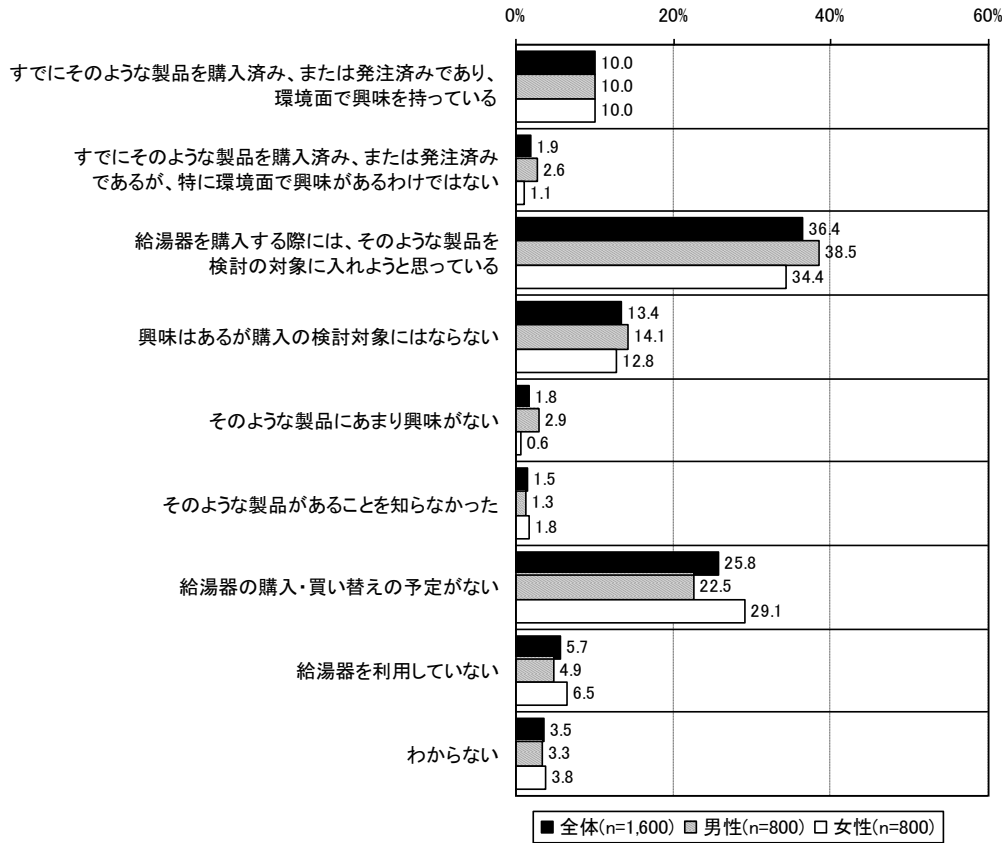
図表 2-104 環境配慮型自動車への興味、購入意向（地域別）



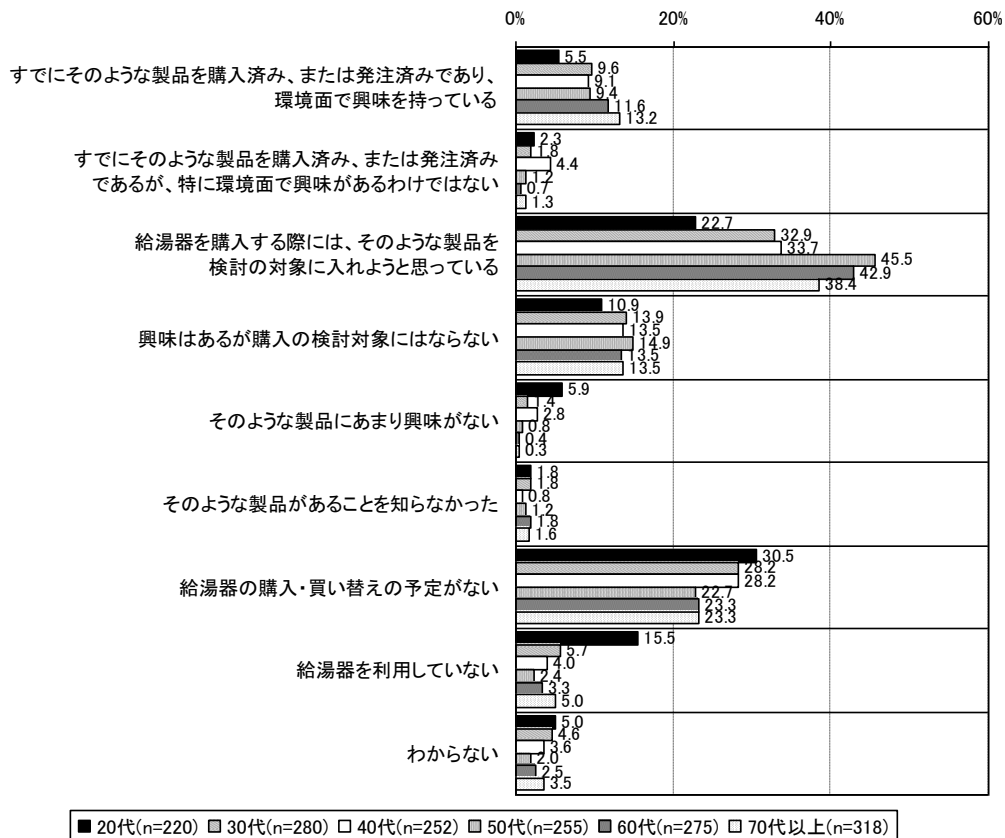
図表 2-105 環境配慮型自動車への興味、購入意向（都市規模別）



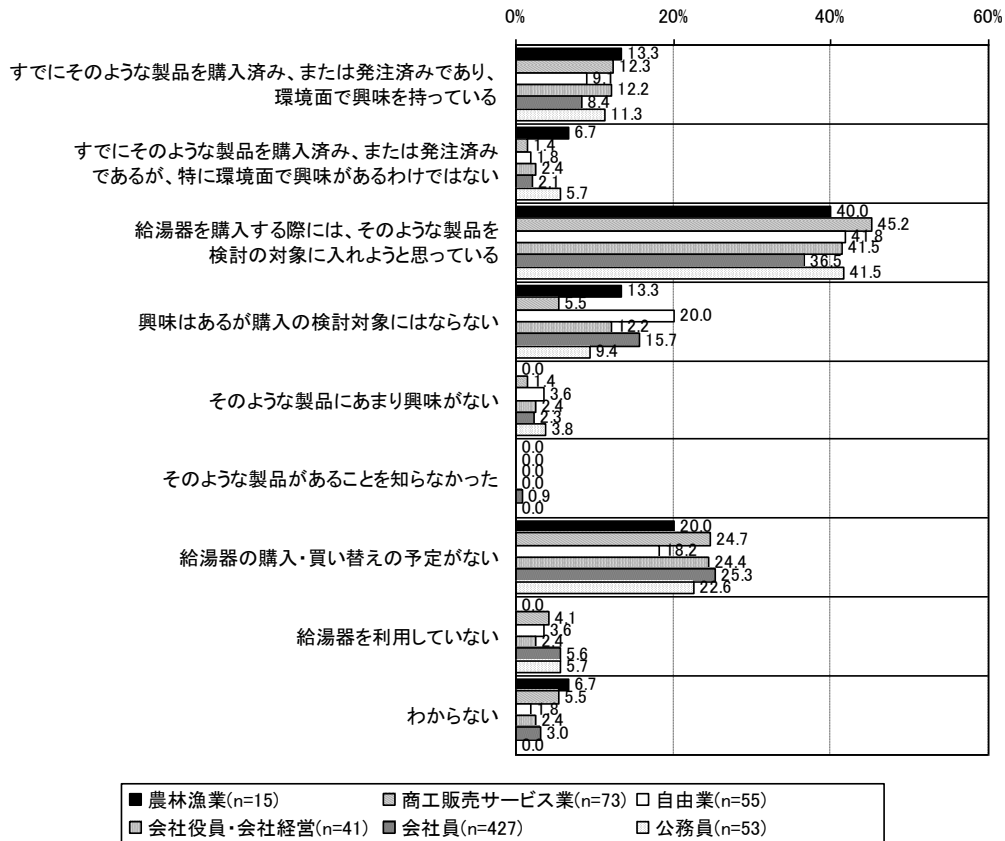
図表 2-106 高効率給湯器への興味、購入意向（全体、性別）



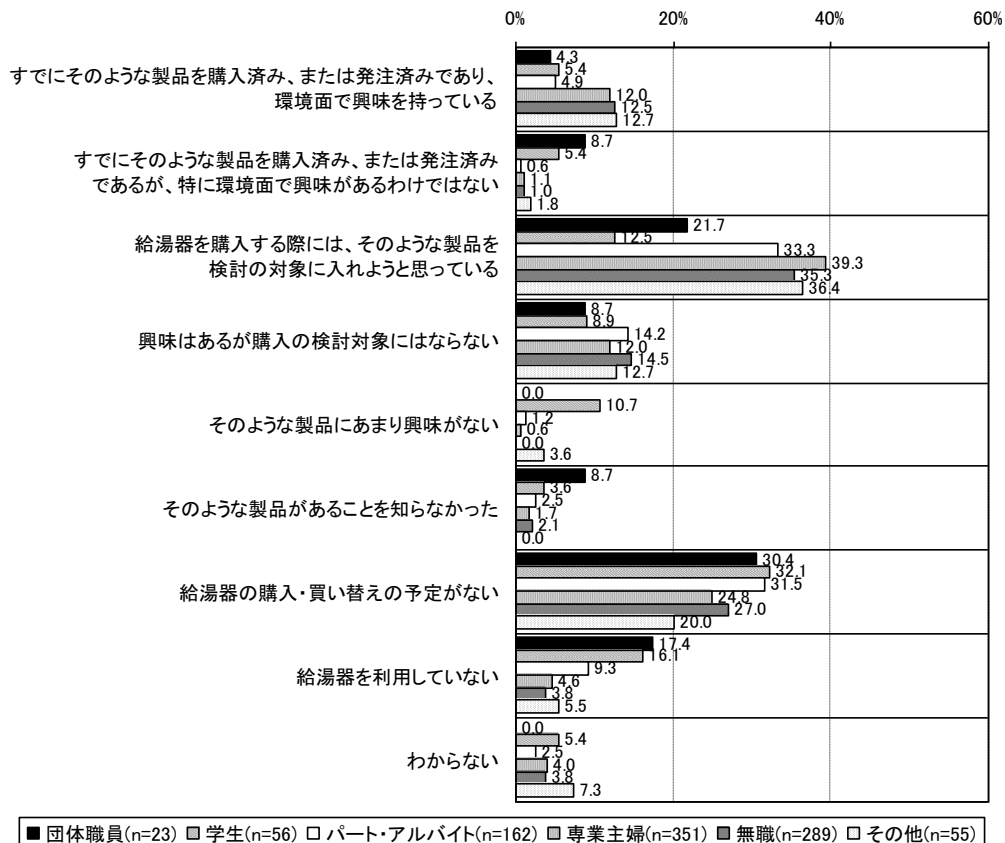
図表 2-107 高効率給湯器への興味、購入意向（年代別）



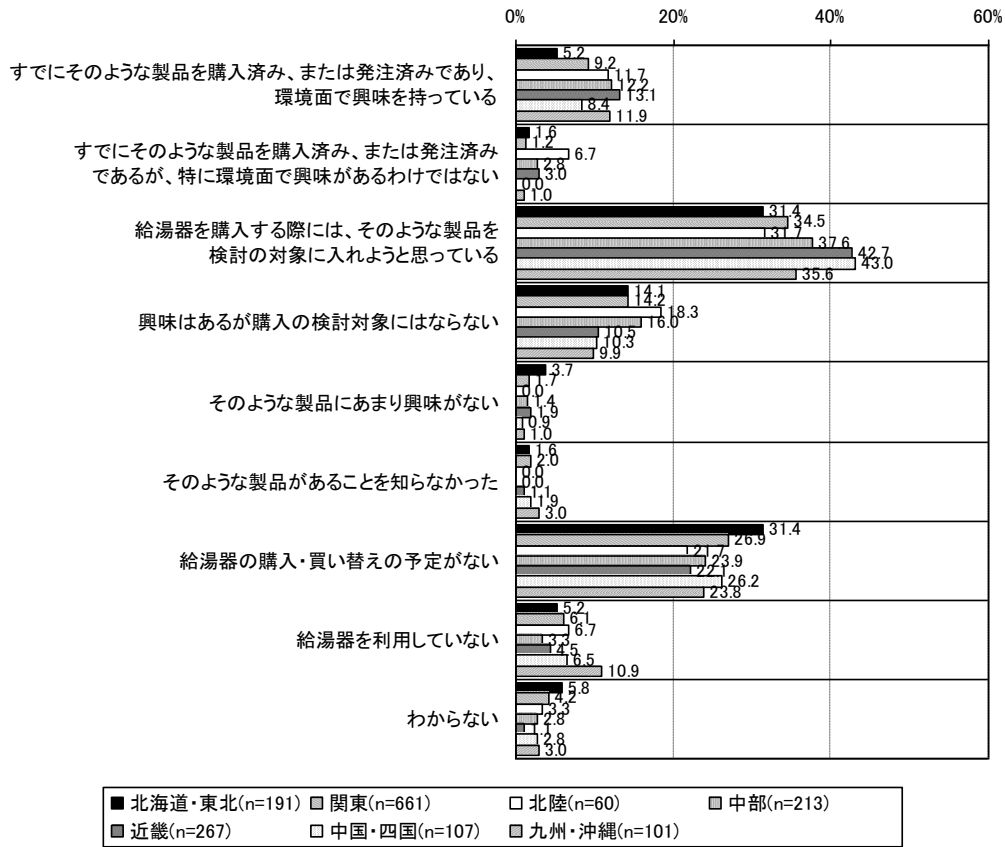
図表 2-108 高効率給湯器への興味、購入意向（職業別 1/2）



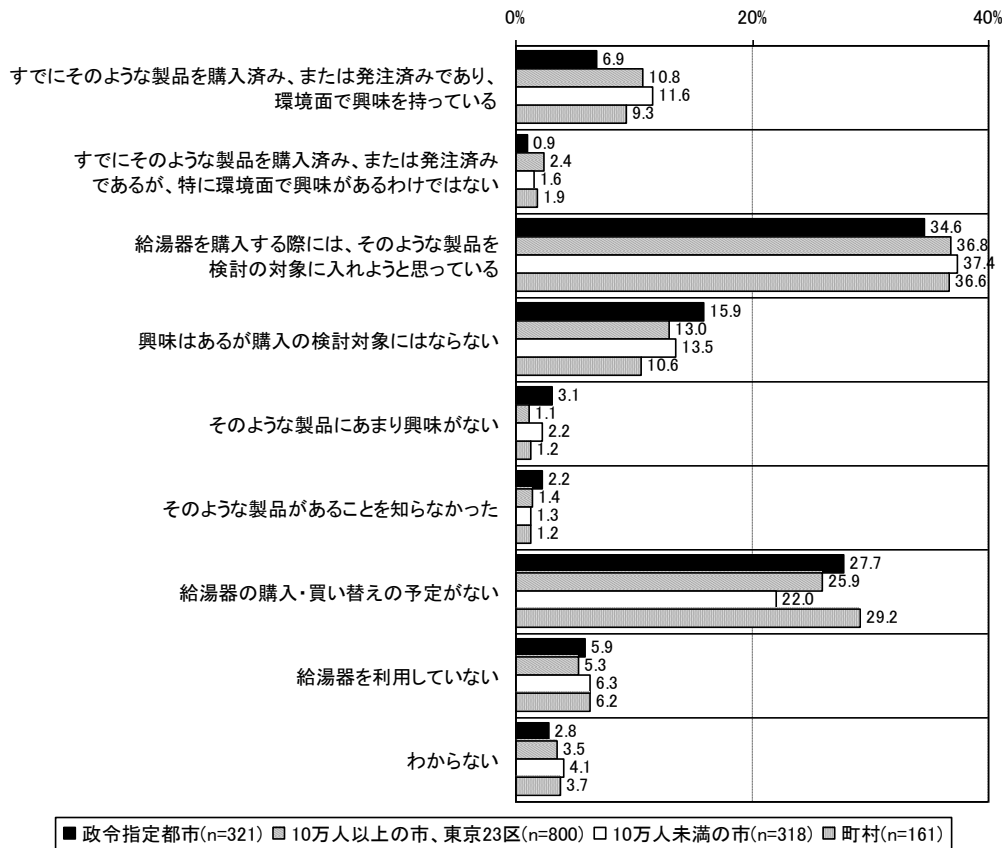
図表 2-109 高効率給湯器への興味、購入意向（職業別 2/2）



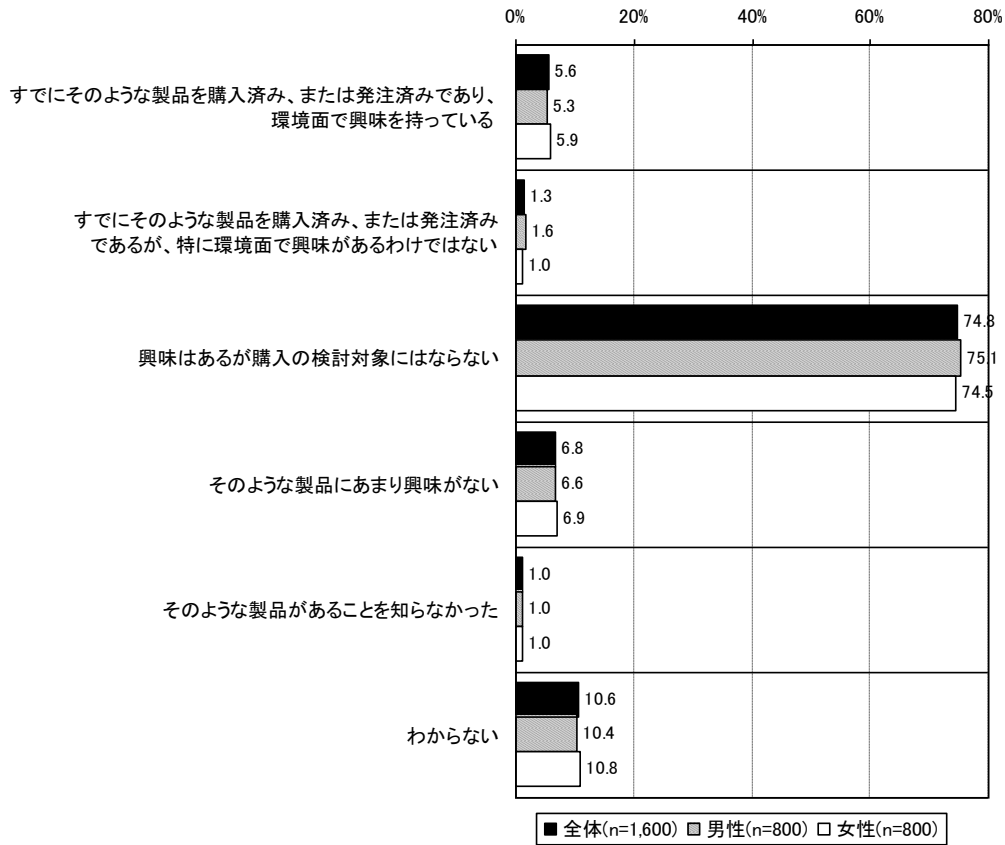
図表 2-110 高効率給湯器への興味、購入意向（地域別）



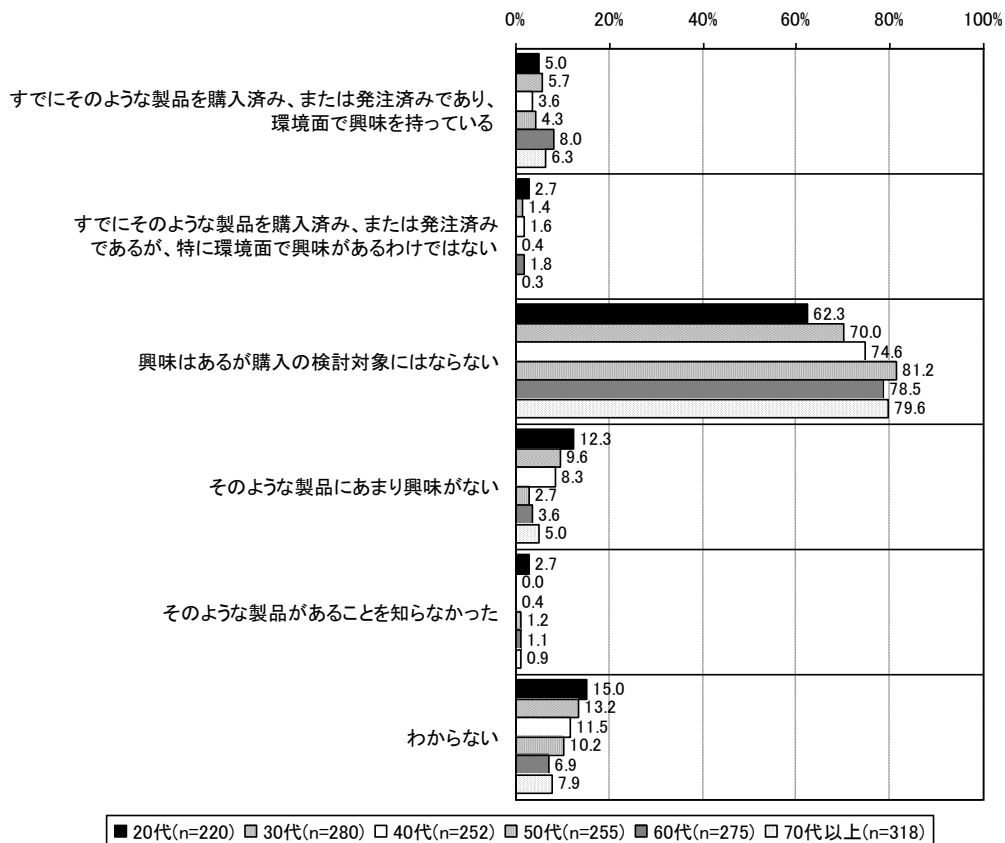
図表 2-111 高効率給湯器への興味、購入意向（都市規模別）



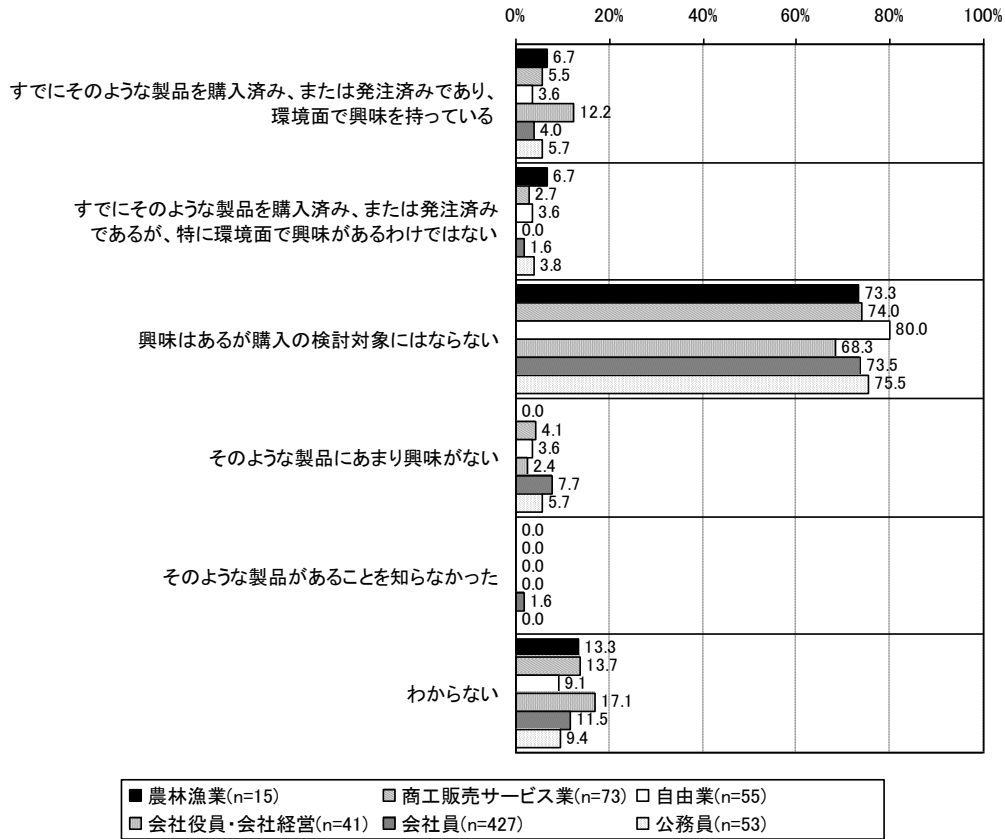
図表 2-112 太陽光発電システムへの興味、購入意向（全体、性別）



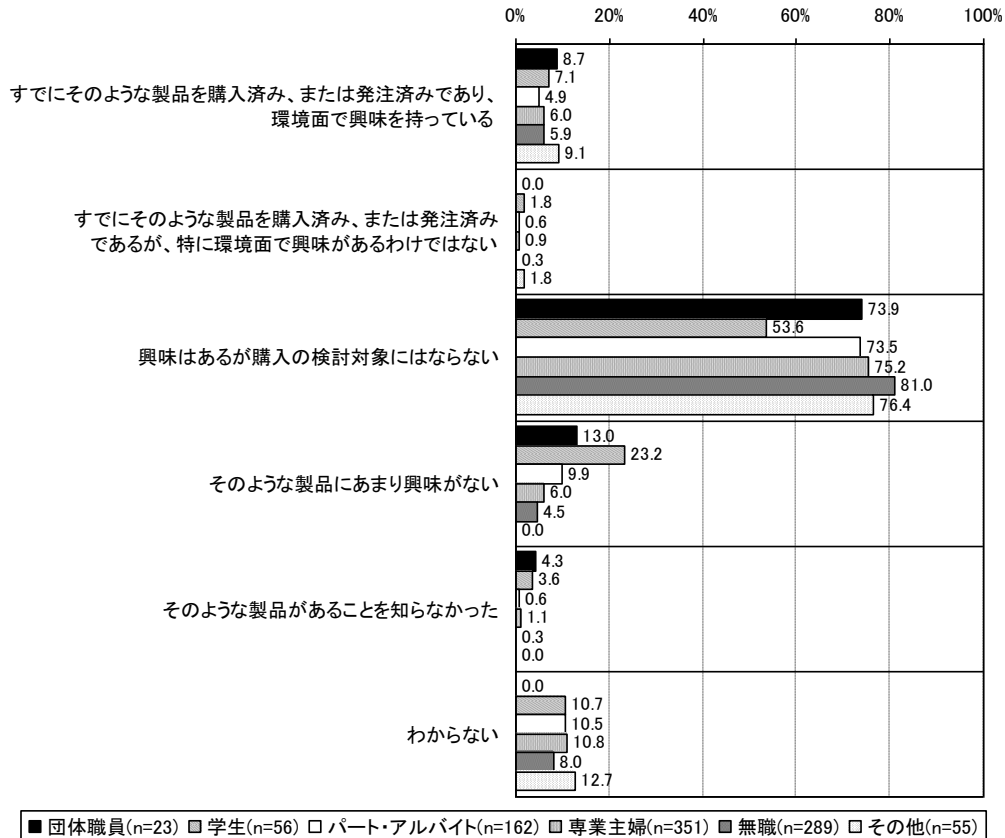
図表 2-113 太陽光発電システムへの興味、購入意向（年代別）



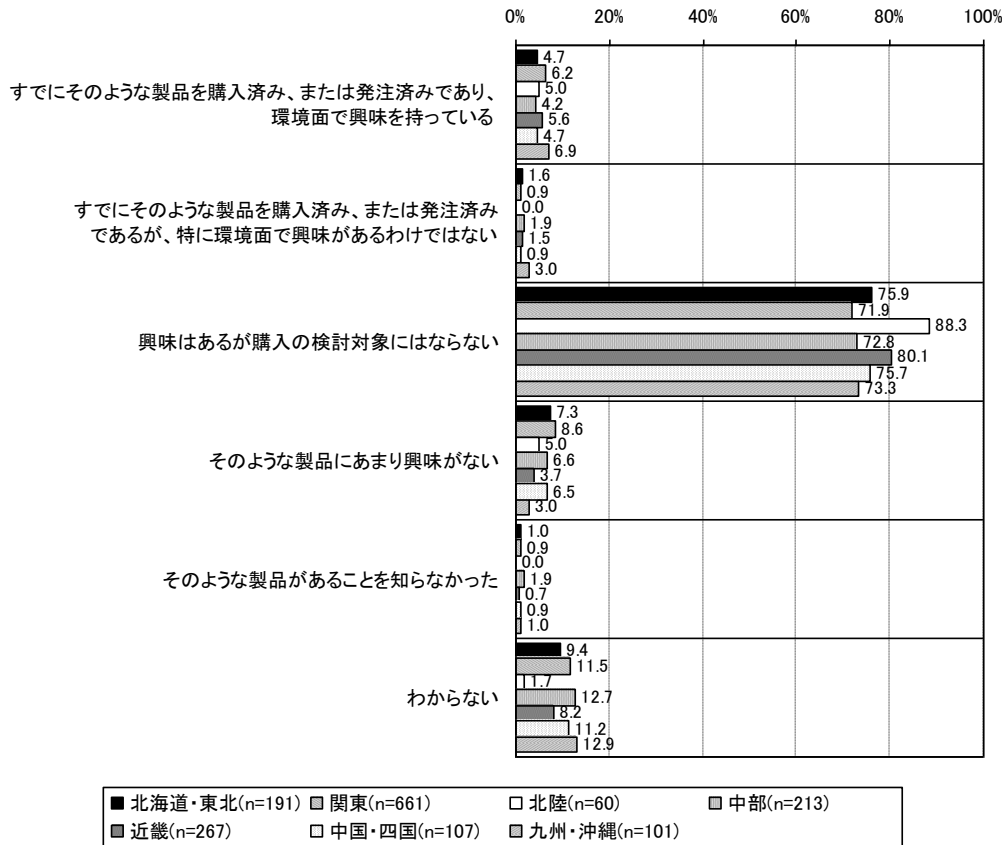
図表 2-114 太陽光発電システムへの興味、購入意向（職業別 1/2）



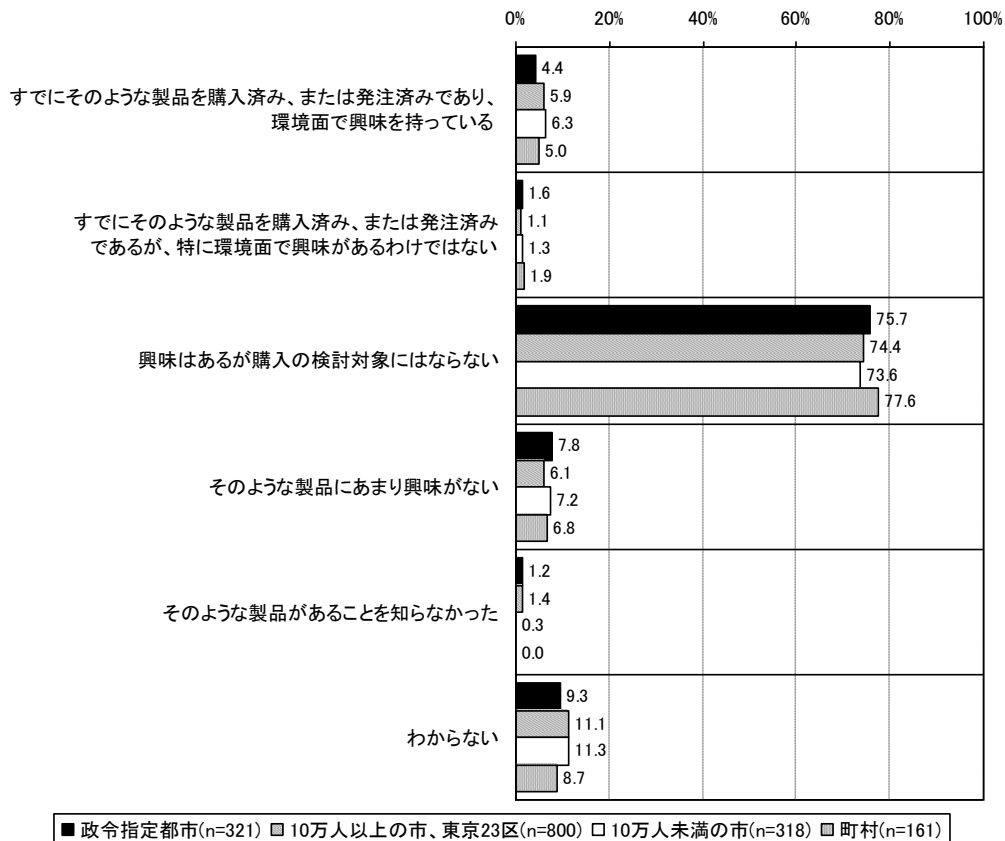
図表 2-115 太陽光発電システムへの興味、購入意向（職業別 2/2）



図表 2-116 太陽光発電システムへの興味、購入意向（地域別）



図表 2-117 太陽光発電システムへの興味、購入意向（都市規模別）



2-6 製品購入時の重視項目(問 2-5(2))

(1) 家電製品

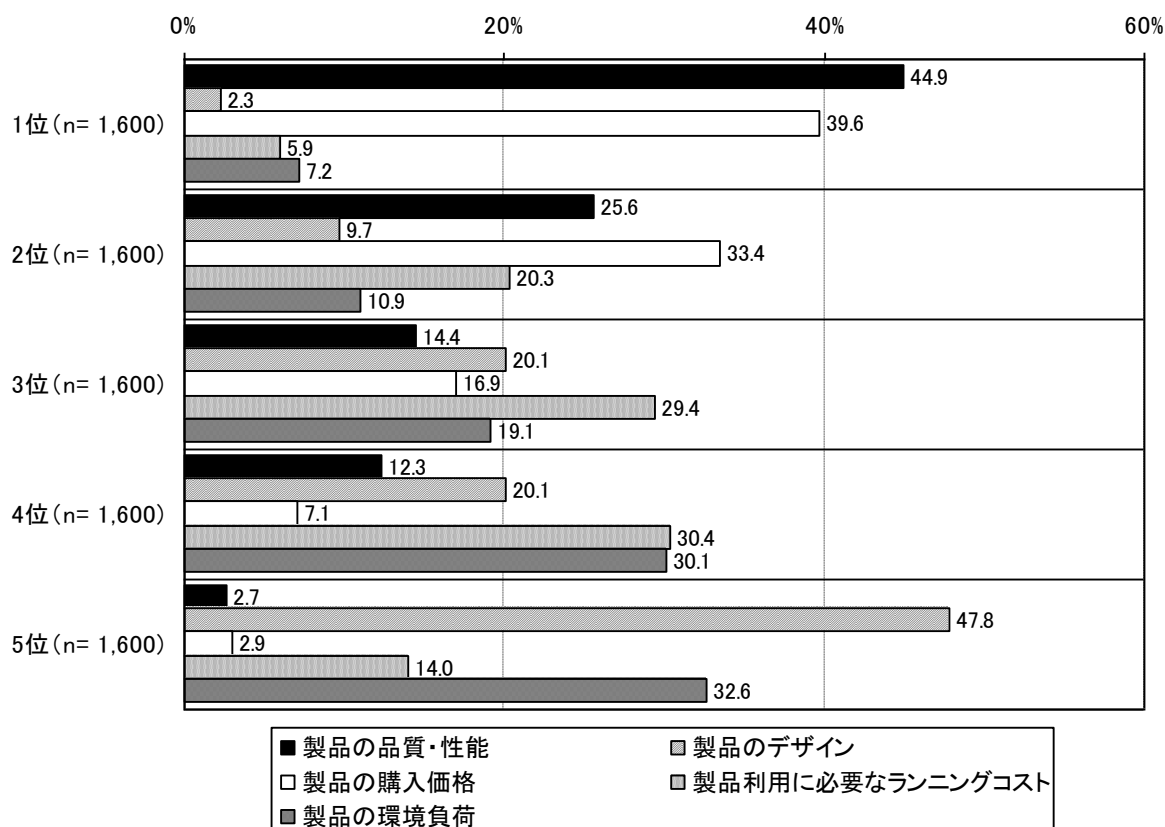
家電製品購入時には、「品質・性能」「購入価格」を重視し、「デザイン」「環境負荷」をあまり重視しない傾向がみられる。

家電製品購入時の重視項目 1 位として回答が多かったものは、「製品の品質・性能」45%、「製品の購入価格」40%となっており、2 位もこの 2 項目の回答が多い。3 位では「製品に必要なランニングコスト」29%が多く、4 位では、「製品に必要なランニングコスト」、「製品の環境負荷」、5 位では「製品のデザイン」48%が多くなっている。

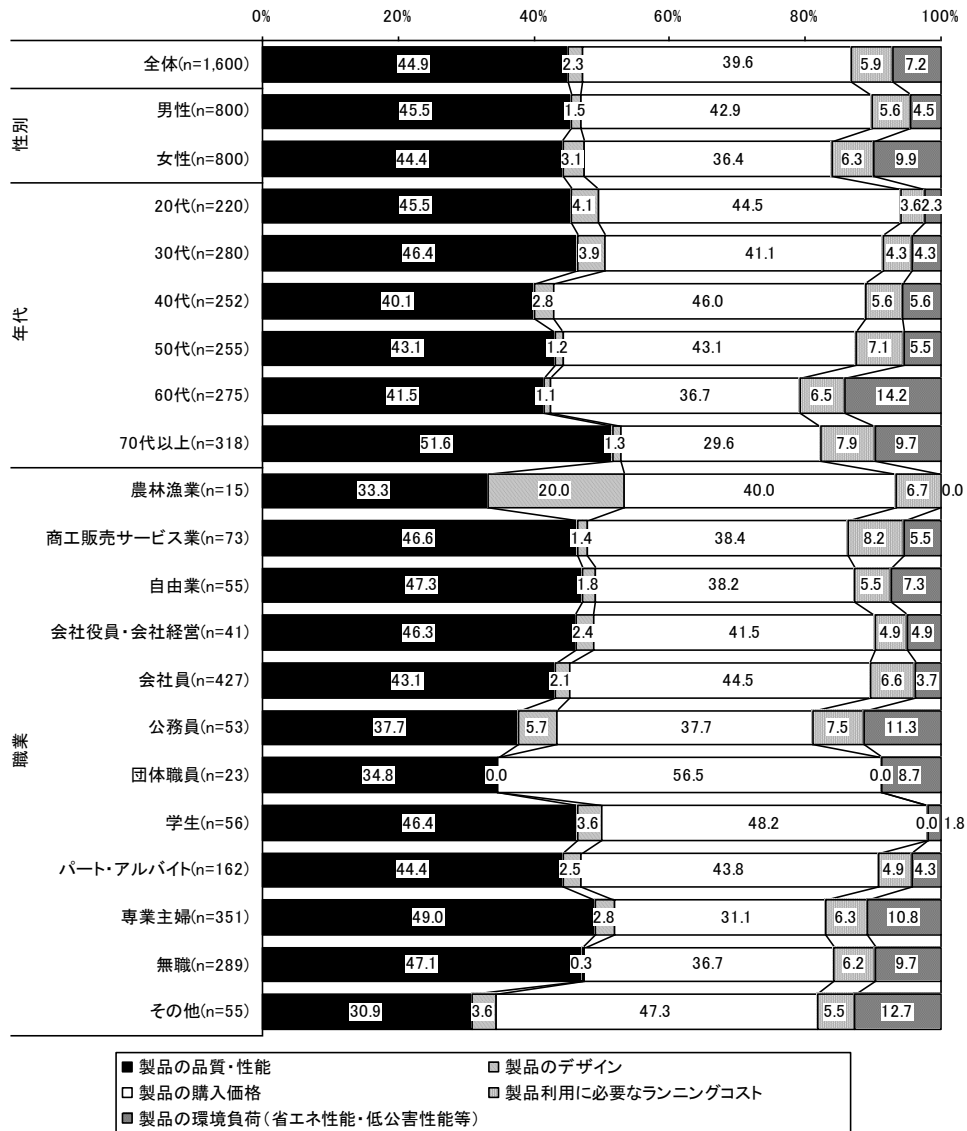
家電製品購入時には、「品質・性能」、「購入価格」を重視し、「デザイン」、「環境負荷」をあまり重視しない傾向がみられる。

性別、年代別、職業別、地域別で大きな差はみられない。

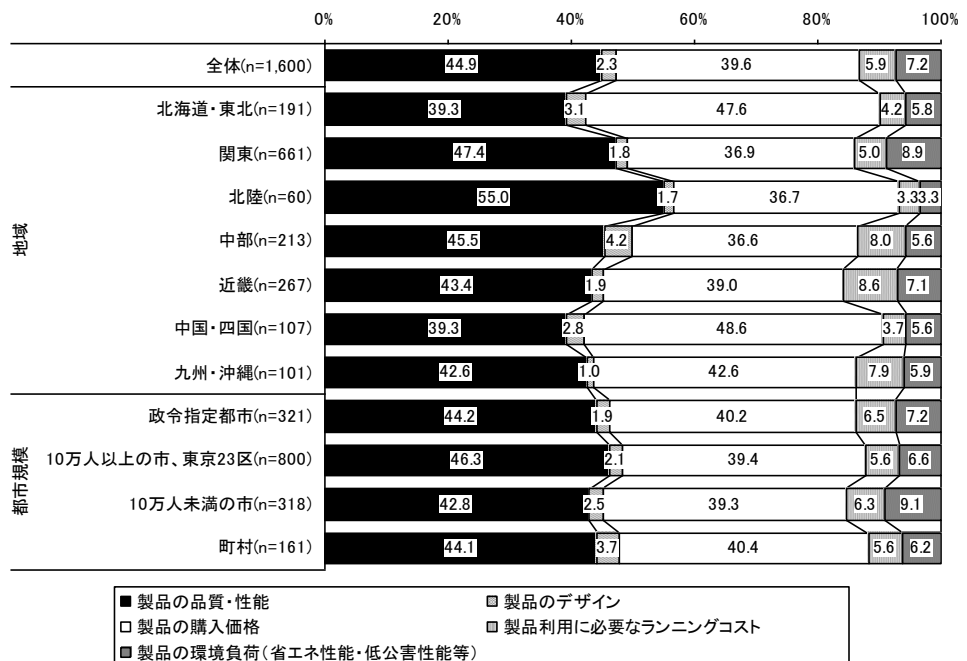
図表 2-118 家電製品購入時の重視項目



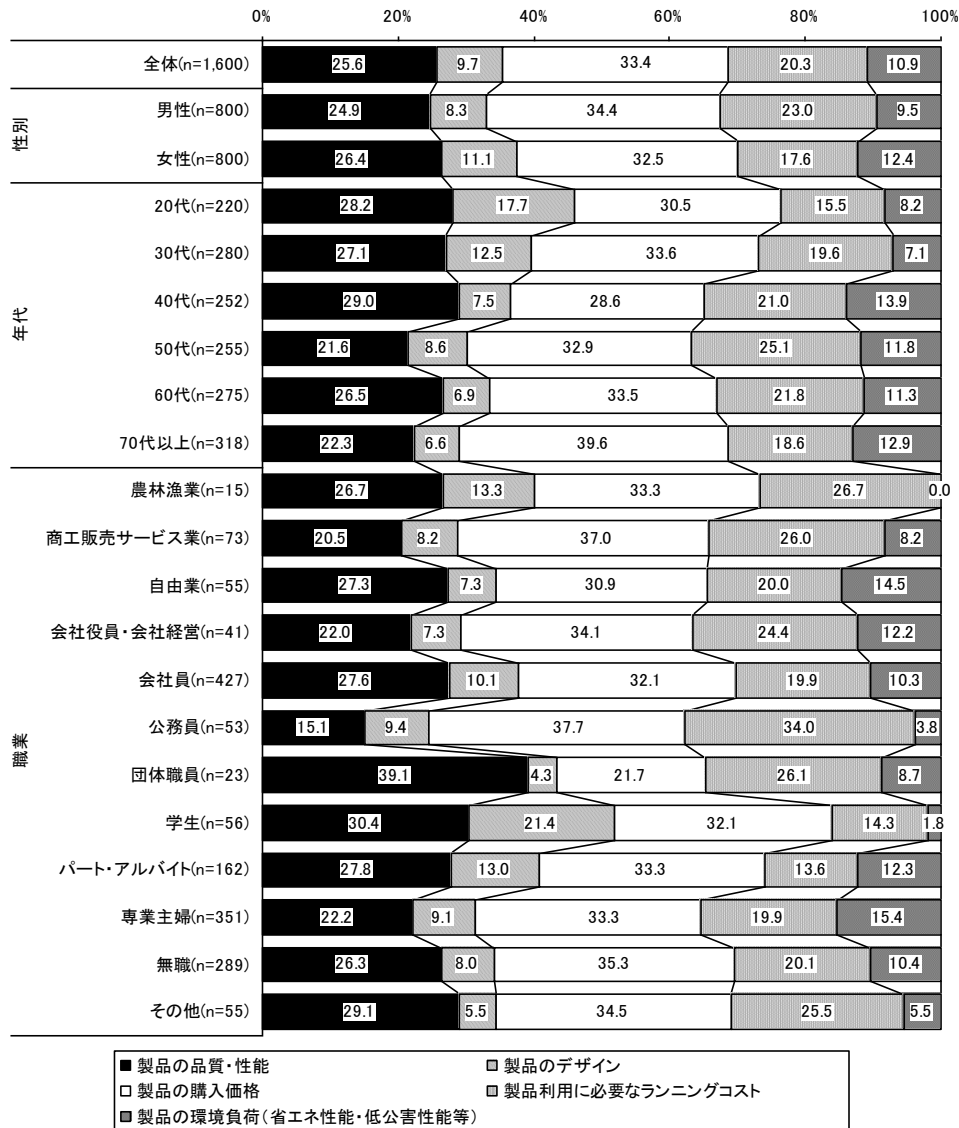
図表 2-119 家電製品購入時の重視項目 1位 (性別、年代別、職業別)



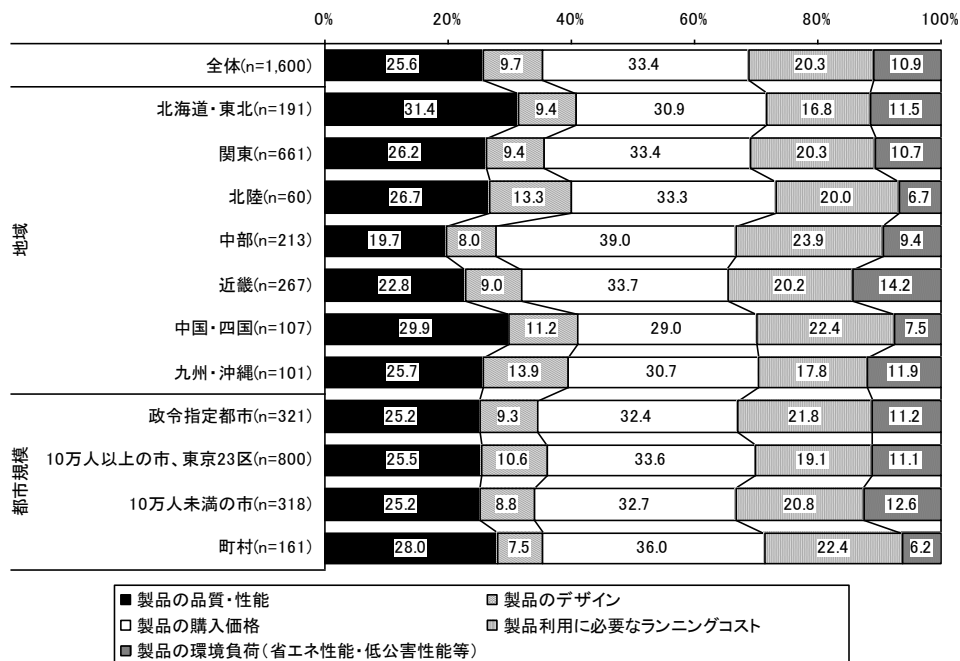
図表 2-120 家電製品購入時の重視項目 1位 (地域性別、都市規模別)



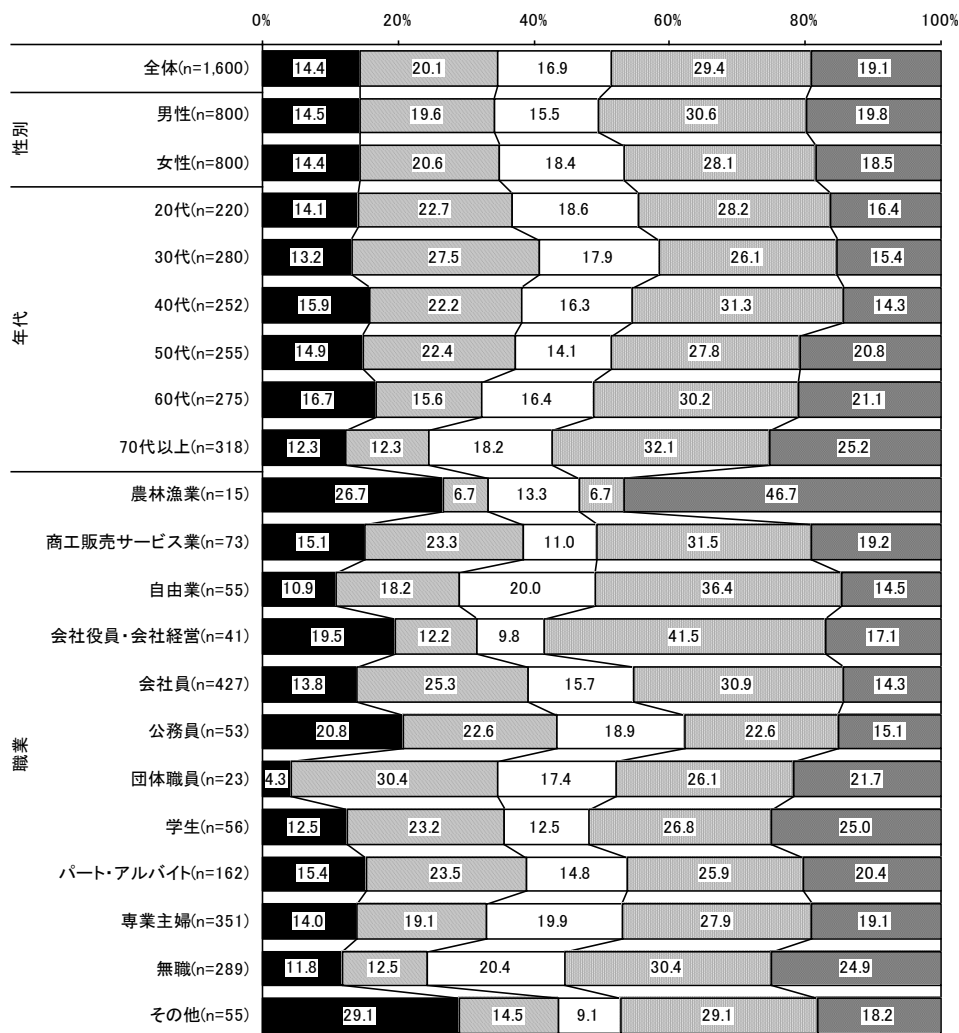
図表 2-121 家電製品購入時の重視項目 2位 (性別、年代別、職業別)



図表 2-122 家電製品購入時の重視項目 2位 (地域別、都市規模別)

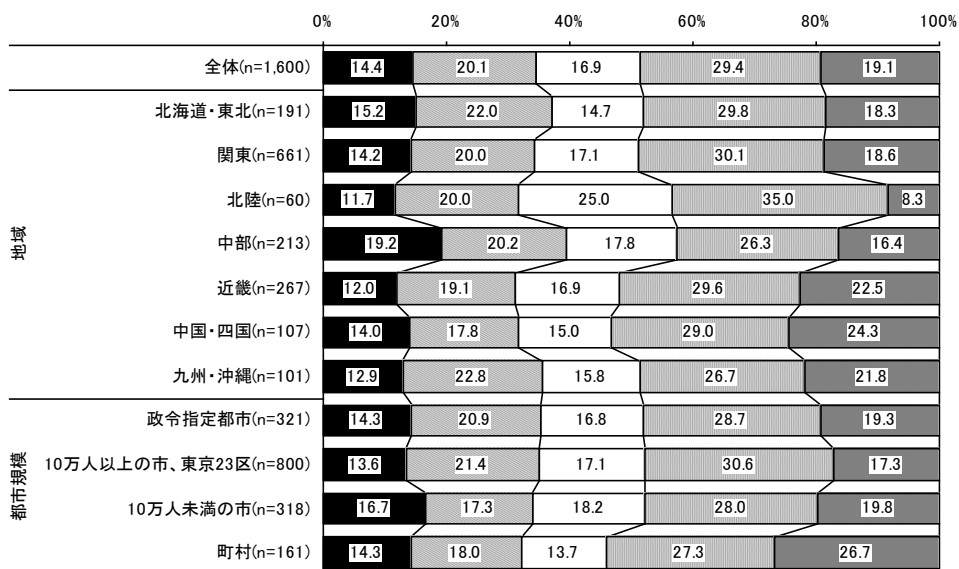


図表 2-123 家電製品購入時の重視項目 3位 (性別、年代別、職業別)



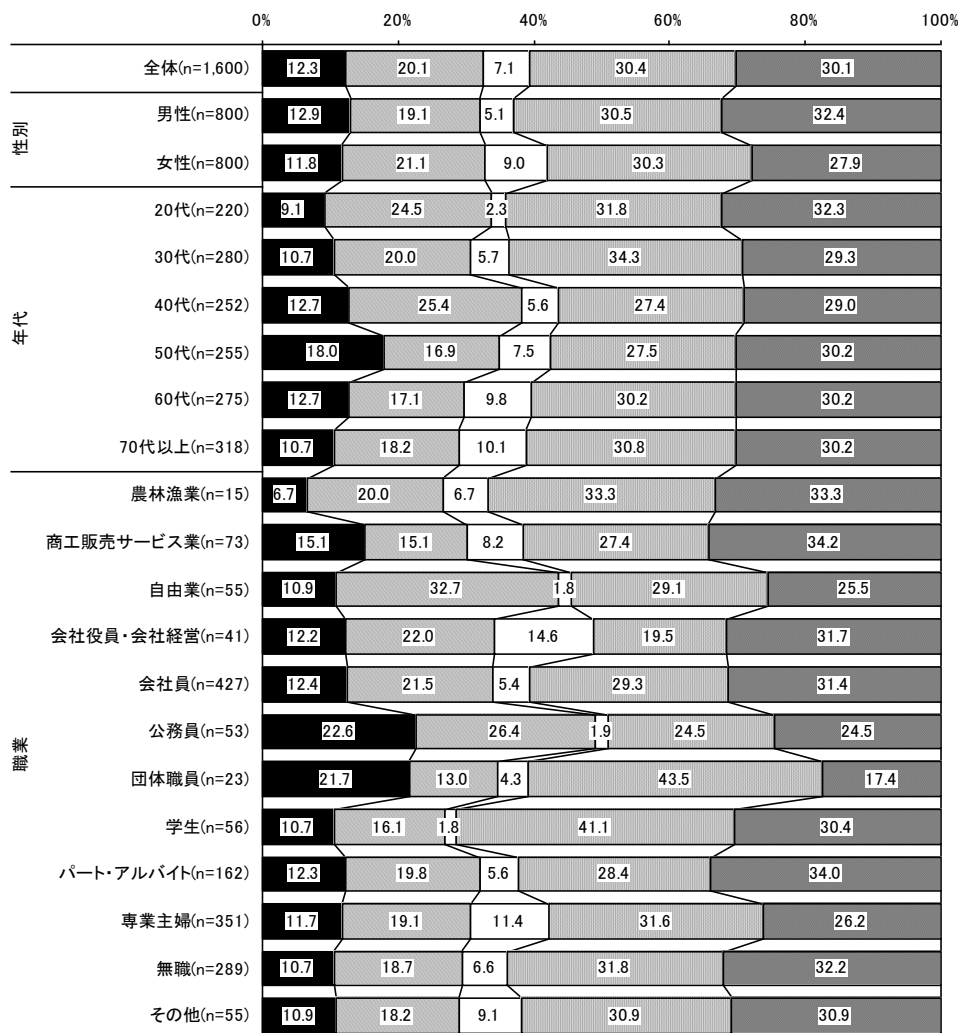
■ 製品の品質・性能
 □ 製品の購入価格
 ▨ 製品の環境負荷(省エネ性能・低公害性能等)
 ▩ 製品のデザイン
 ▪ 製品利用に必要なランニングコスト

図表 2-124 家電製品購入時の重視項目 3位 (地域別、都市規模別)



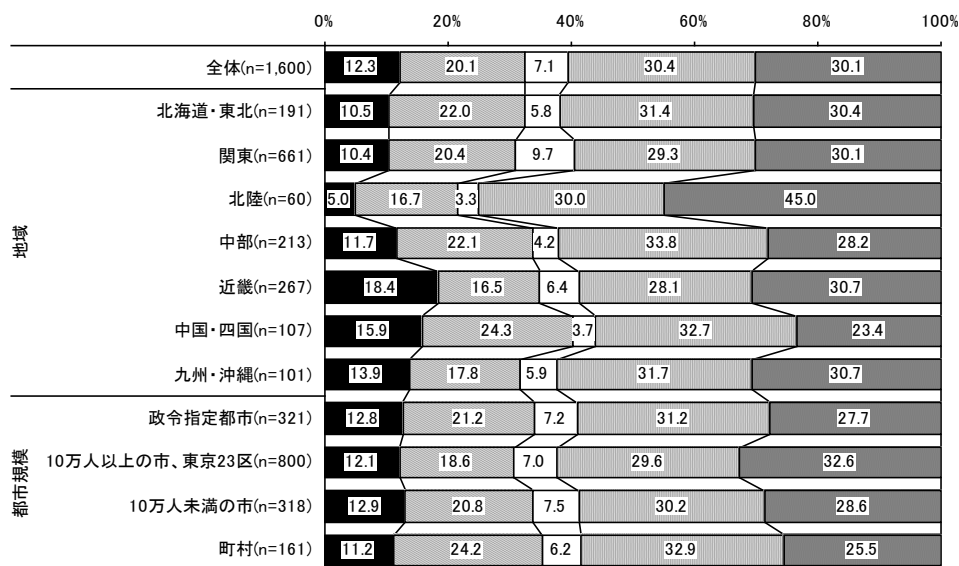
■ 製品の品質・性能
 □ 製品の購入価格
 ▨ 製品の環境負荷(省エネ性能・低公害性能等)
 ▩ 製品のデザイン
 ▪ 製品利用に必要なランニングコスト

図表 2-125 家電製品購入時の重視項目 4位 (性別、年代別、職業別)



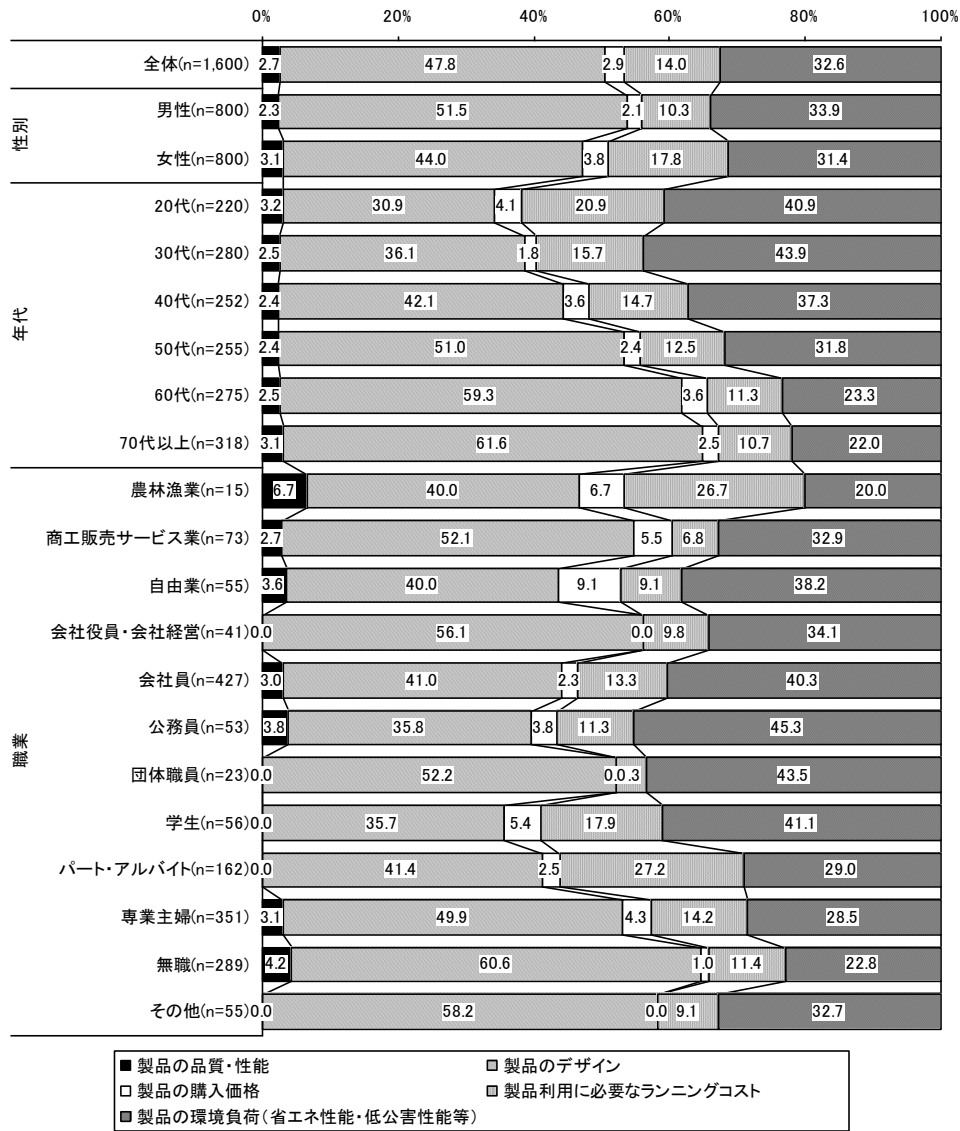
■ 製品の品質・性能
 □ 製品の購入価格
 ■ 製品の環境負荷(省エネ性能・低公害性能等)
 □ 製品のデザイン
 □ 製品利用に必要なランニングコスト

図表 2-126 家電製品購入時の重視項目 4位 (地域別、都市規模別)

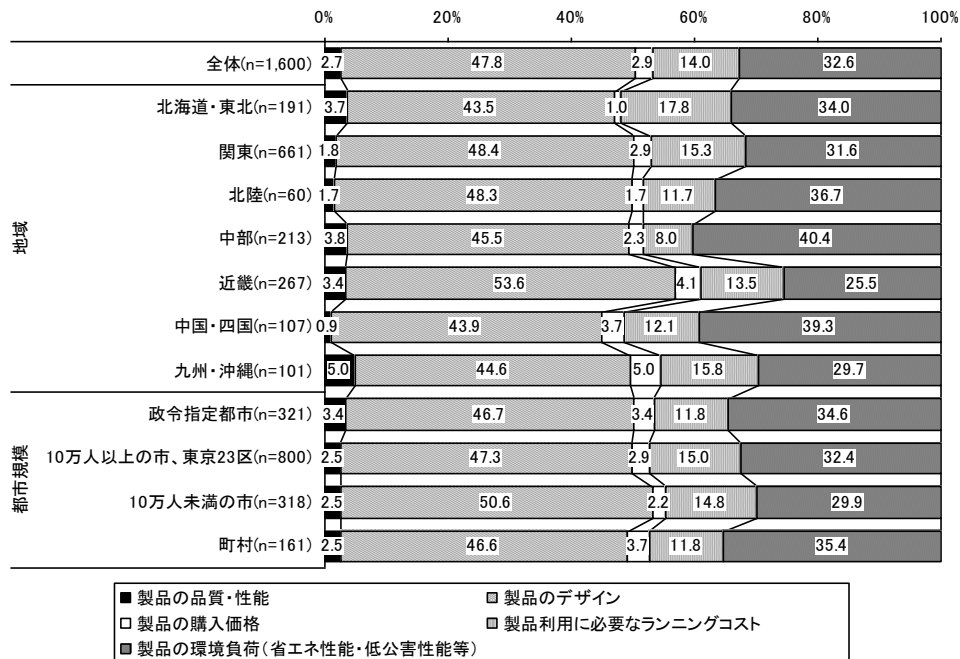


■ 製品の品質・性能
 □ 製品の購入価格
 ■ 製品の環境負荷(省エネ性能・低公害性能等)
 □ 製品のデザイン
 □ 製品利用に必要なランニングコスト

図表 2-127 家電製品購入時の重視項目 5位 (性別、年代別、職業別)



図表 2-128 家電製品購入時の重視項目 5位 (地域別、都市規模別)



(2) 自動車

自動車購入時には、「品質・性能」、「購入価格」を最も重視する人が多い。20代、30代、40代では「製品のデザイン」を重視する人も比較的多くみられる。

自動車購入時の重視項目 1 位として回答が多かったものは、「製品の品質・性能」33%、「製品の購入価格」41%となっており、2 位もこの 2 項目の回答が若干多くなっている。3 位では「製品の環境負荷」のみが少なく、その他の項目はほぼ同率となり、4 位では、「製品に必要なランニングコスト」34%、5 位では「製品の環境負荷」42%が多くなっている。

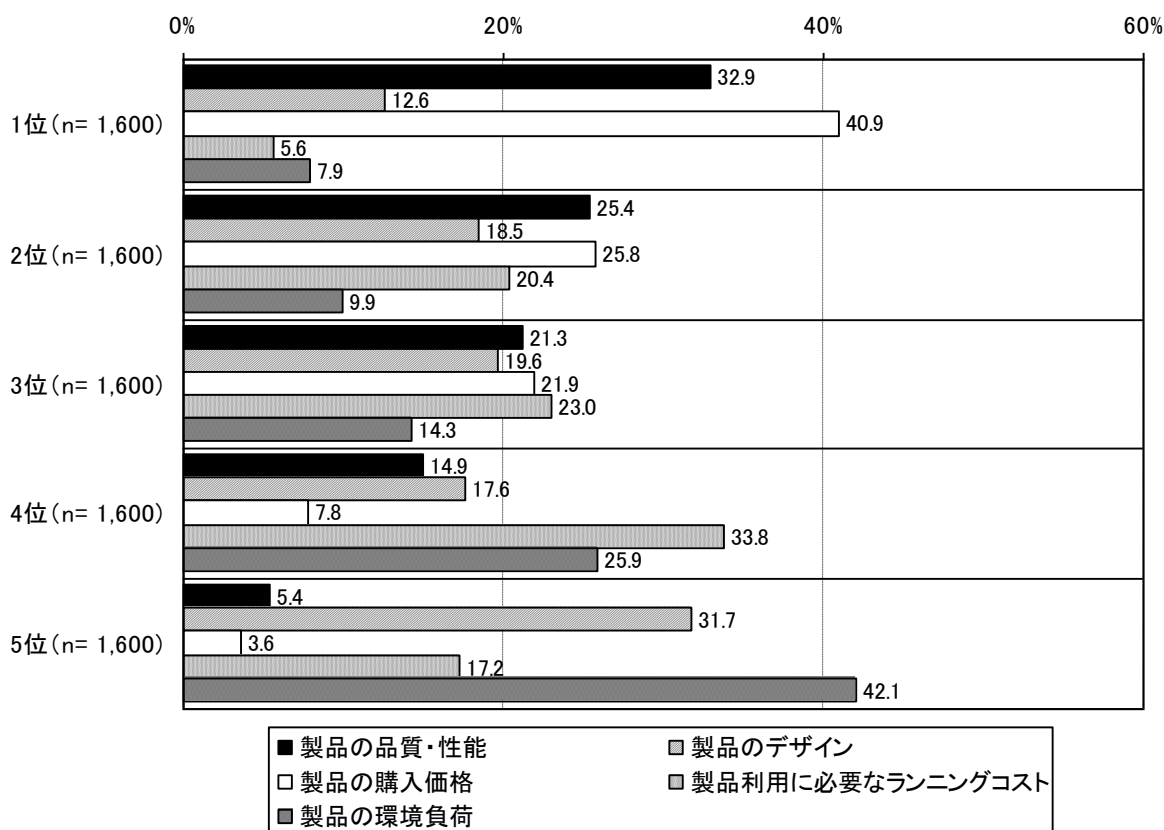
自動車購入時には、「品質・性能」、「購入価格」を最も重視する人が多く、「環境負荷」をあまり重視しない傾向がみられる。また「デザイン」に関しては比較的重視する人と、重視しない人が混在している。

性別では、大きな差はみられない。

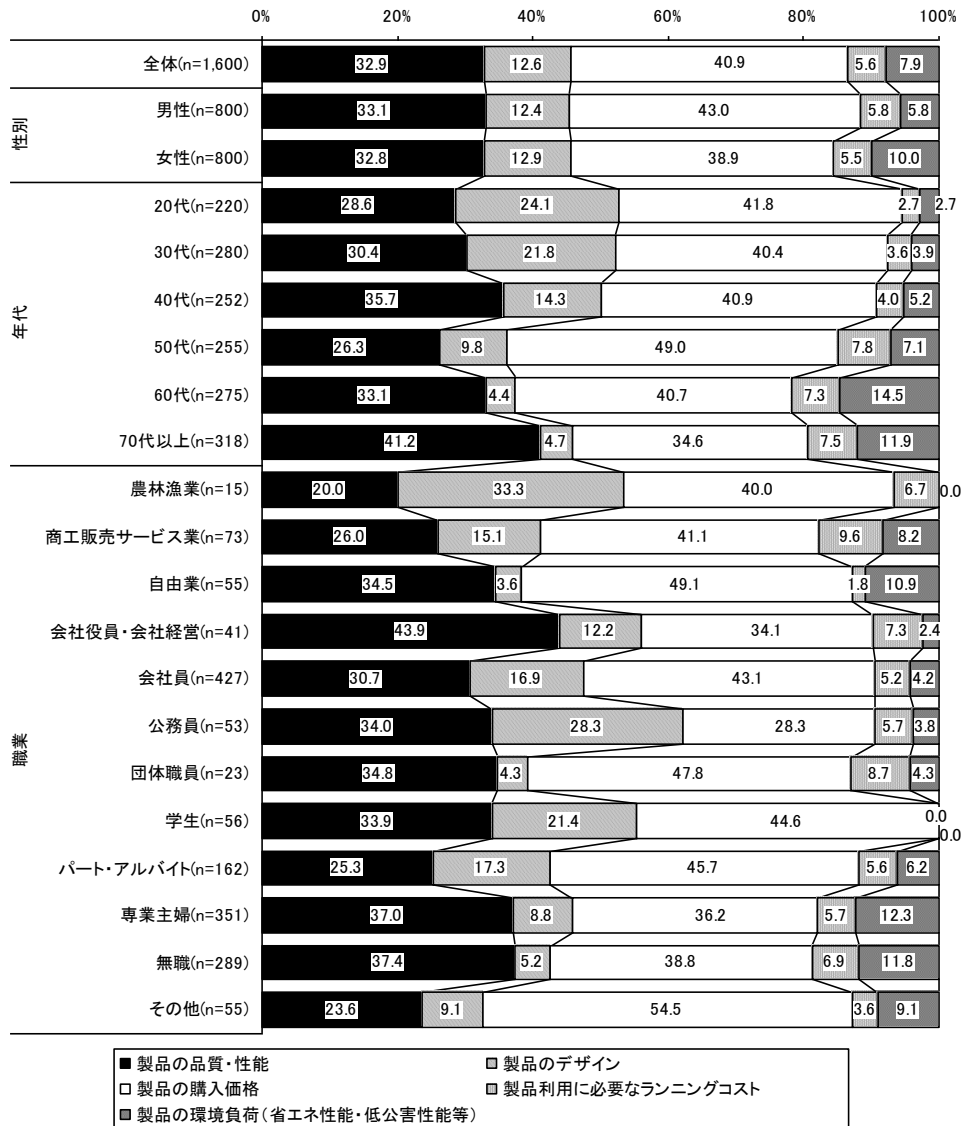
年代別では、20代、30代、40代で「製品のデザイン」を重視する人が比較的多い傾向がみられるが、60代、70代以上では、重視しない人がほぼ半数となっている。

職業別、地域別では大きな差はみられなかった。

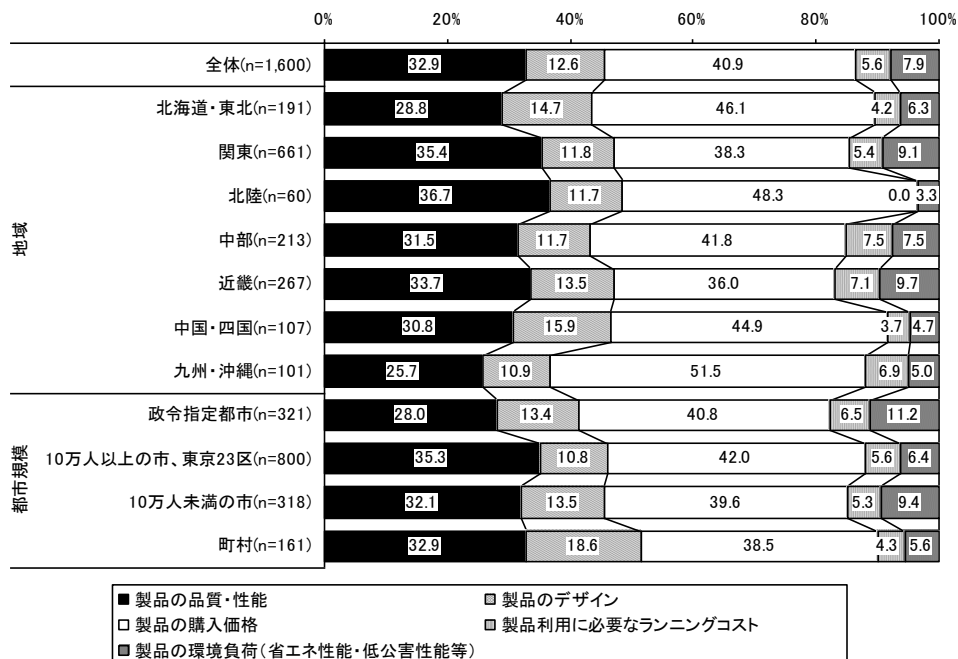
図表 2-129 自動車購入時の重視項目



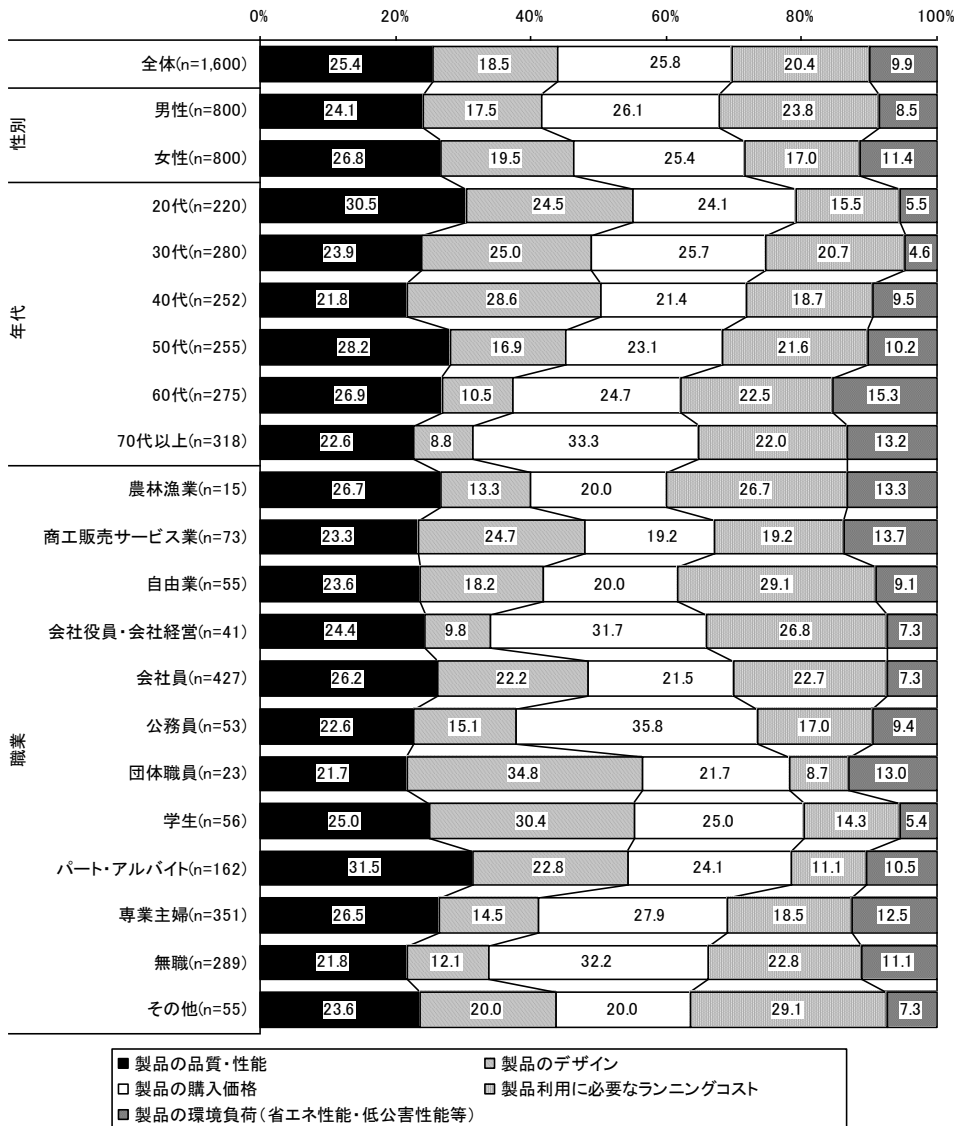
図表 2-130 自動車購入時の重視項目 1位 (性別、年代別、職業別)



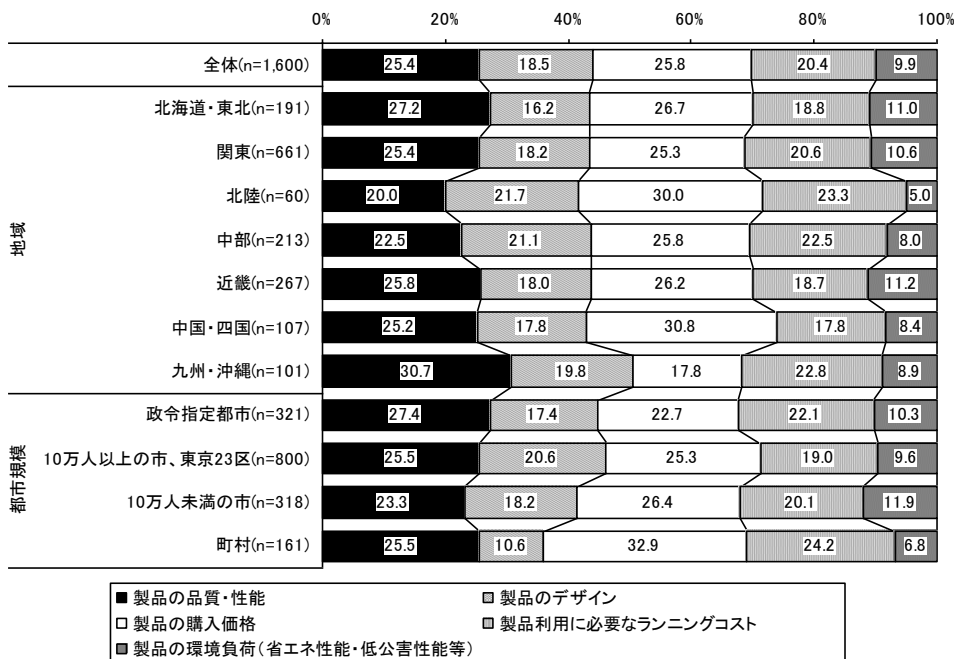
図表 2-131 自動車購入時の重視項目 1位 (地域別、都市規模別)



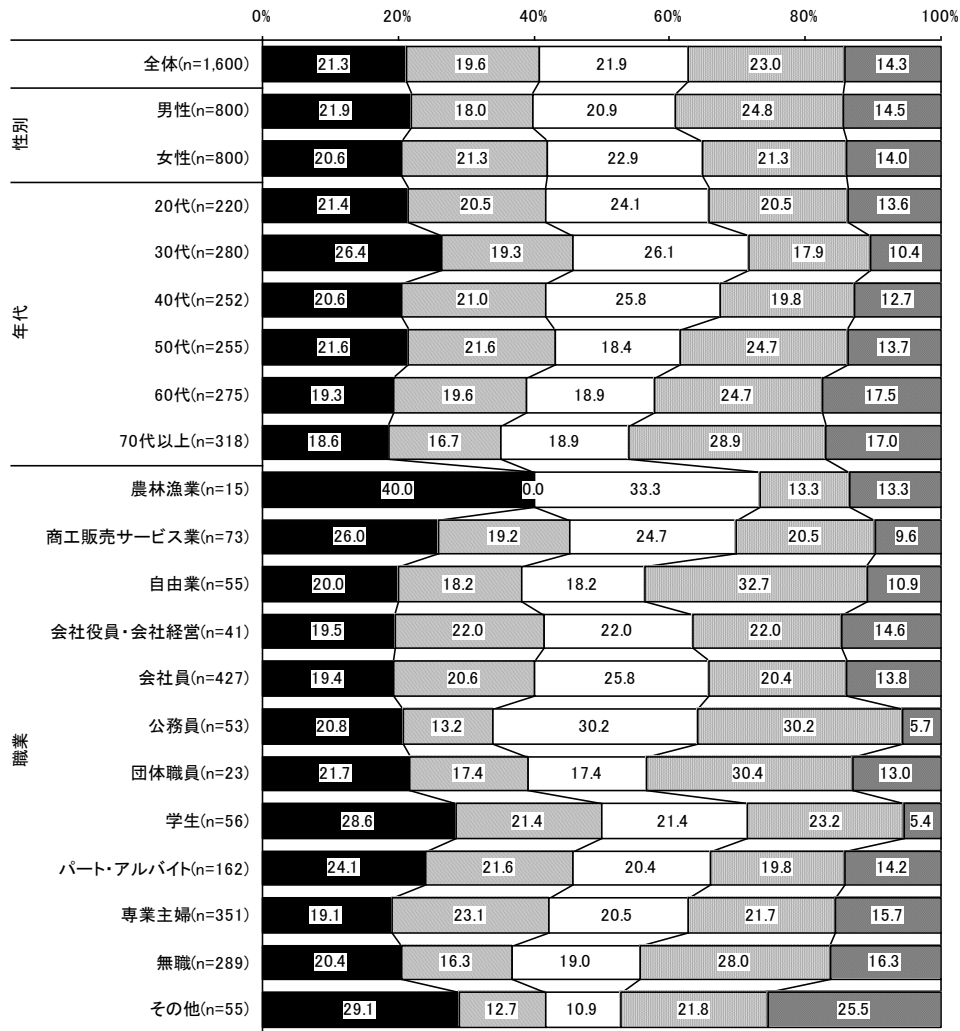
図表 2-132 自動車購入時の重視項目 2位 (性別、年代別、職業別)



図表 2-133 自動車購入時の重視項目 2位 (地域別、都市規模別)

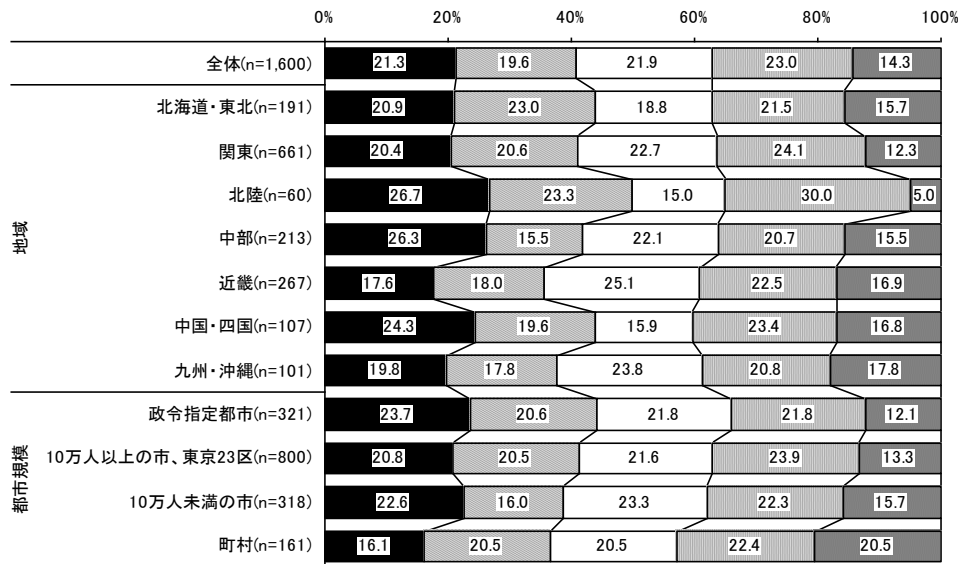


図表 2-134 自動車購入時の重視項目 3位 (性別、年代別、職業別)



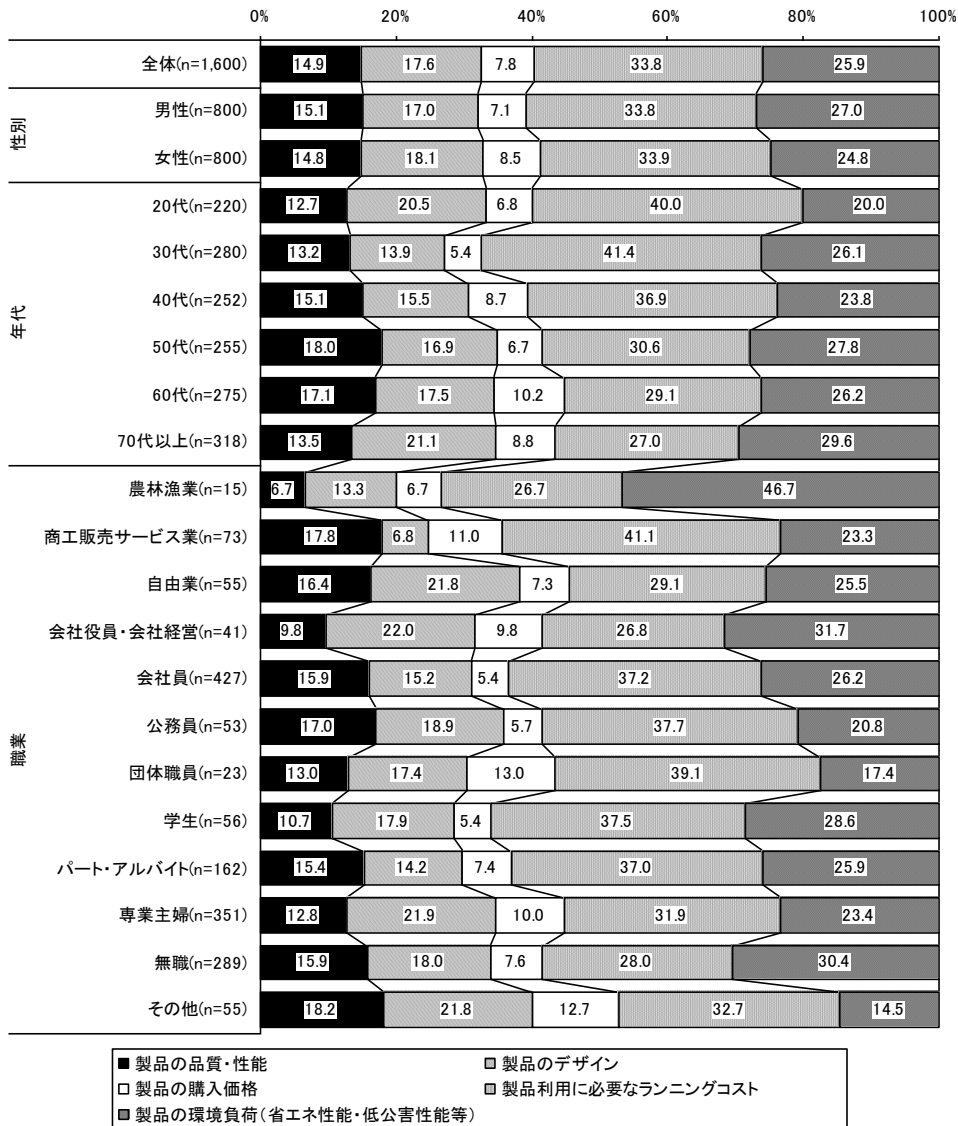
- 製品の品質・性能
- 製品の購入価格
- 製品の環境負荷(省エネ性能・低公害性能等)
- 製品のデザイン
- 製品利用に必要なランニングコスト

図表 2-135 自動車購入時の重視項目 3位 (地域別、都市規模別)

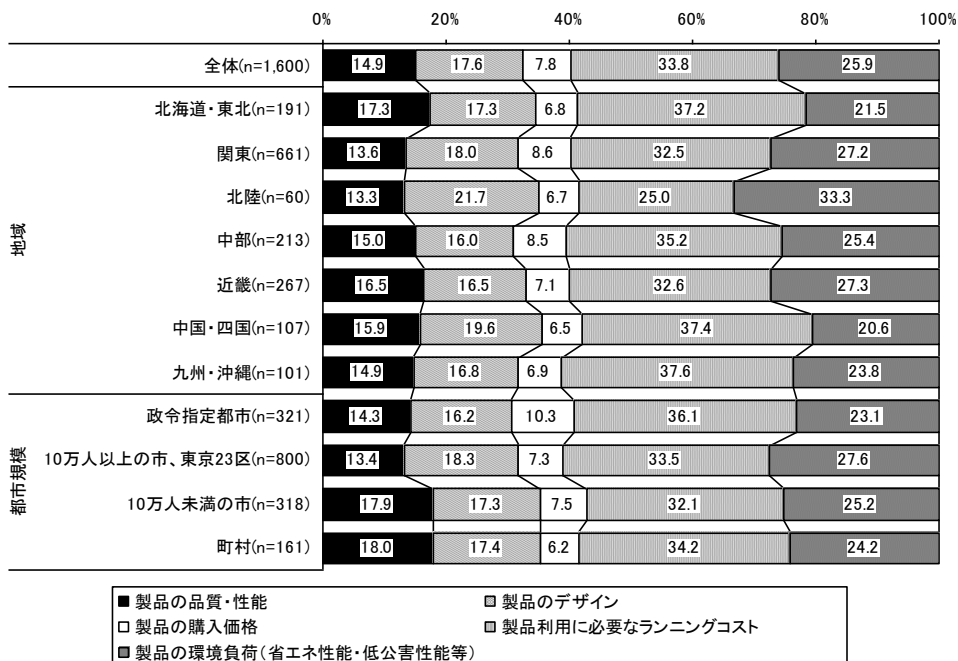


- 製品の品質・性能
- 製品の購入価格
- 製品の環境負荷(省エネ性能・低公害性能等)
- 製品のデザイン
- 製品利用に必要なランニングコスト

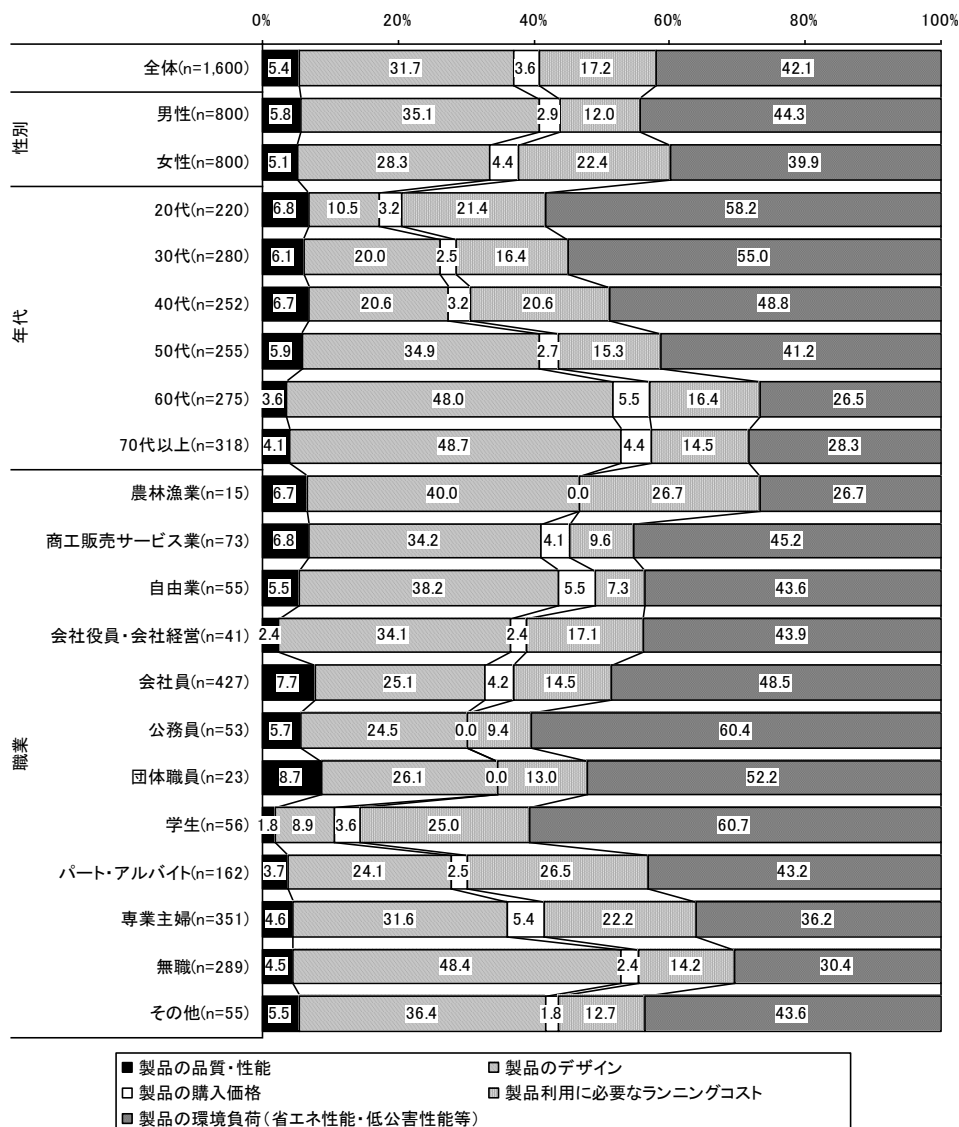
図表 2-136 自動車購入時の重視項目 4位 (性別、年代別、職業別)



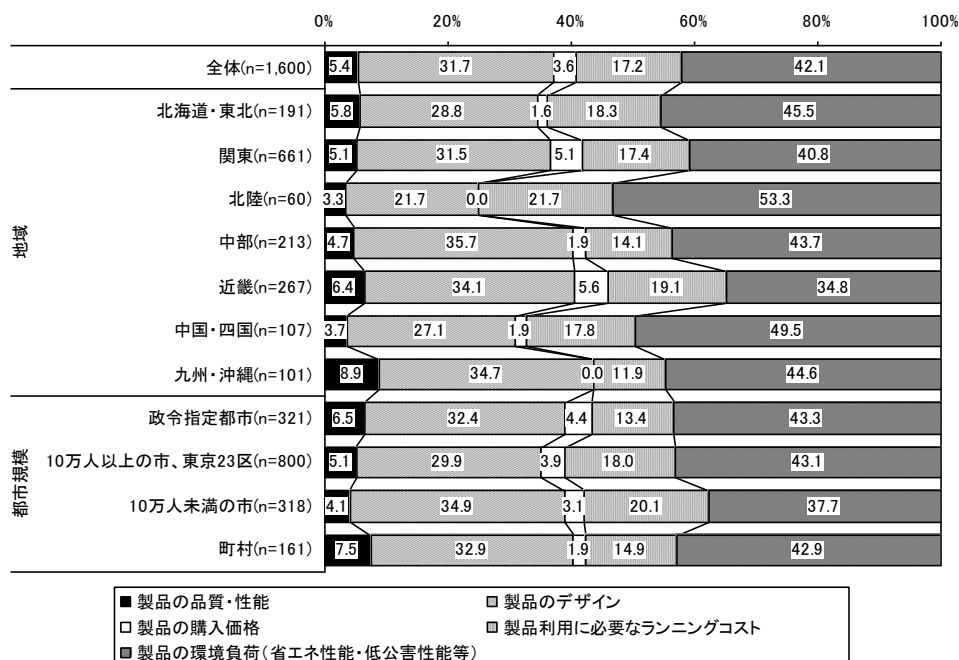
図表 2-137 自動車購入時の重視項目 4位 (地域別、都市規模別)



図表 2-138 自動車購入時の重視項目 5位 (性別、年代別、職業別)



図表 2-139 自動車購入時の重視項目 5位 (地域別、都市規模別)



(3) 給湯器

給湯器購入時には、「品質・性能」、「購入価格」を最も重視する人が多く、次いで「ランニングコスト」を重視する傾向がみられる。

給湯器購入時の重視項目 1 位として回答が多かったものは、「製品の品質・性能」35%、「製品の購入価格」42%となっており、2 位としては「製品の購入価格」30%、「製品利用に必要なランニングコスト」31%が多く、3 位でも「製品利用に必要なランニングコスト」31%をあげる人が多くなっている。4 位では、「製品の環境負荷」36%、5 位では「製品のデザイン」67%が多くなっている。

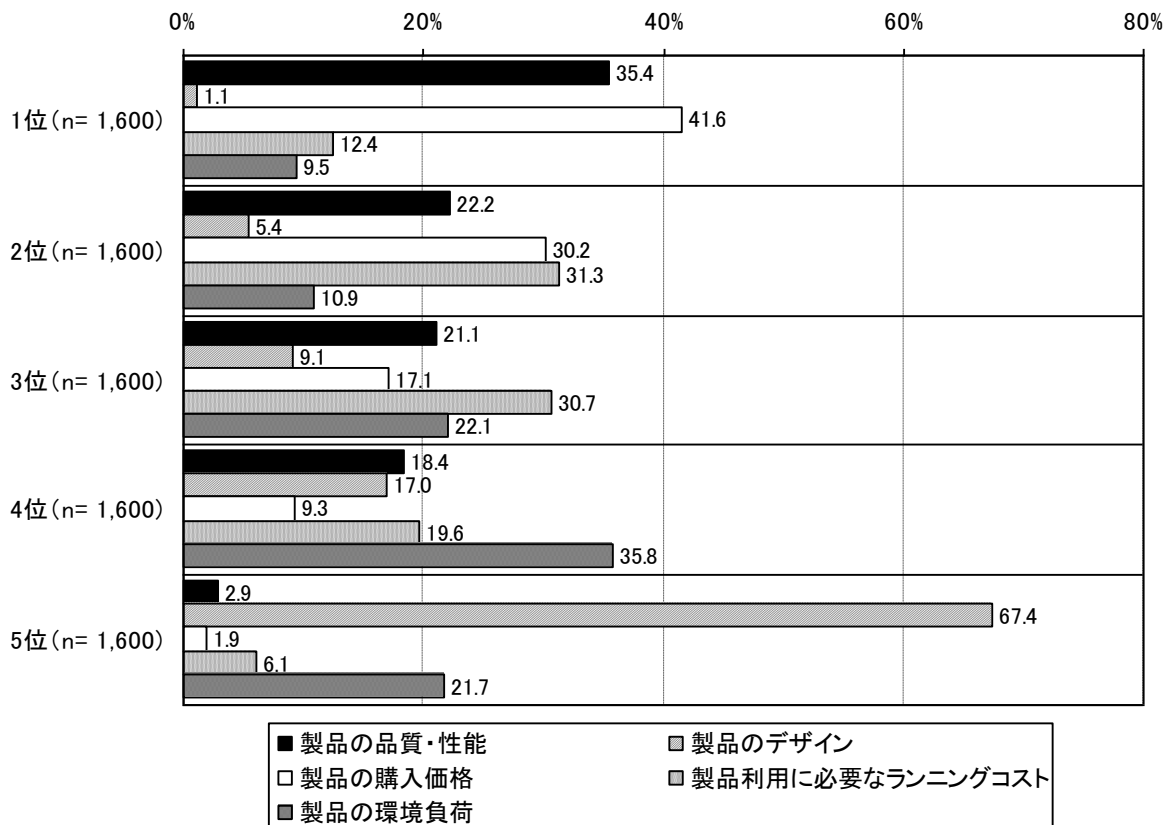
給湯器購入時には、「品質・性能」、「購入価格」を最も重視する人が多く、次いで「ランニングコスト」を重視する傾向がみられる。「環境負荷」、「デザイン」に関しては、重視しない人が多くなっている。

性別では、大きな差はみられない。

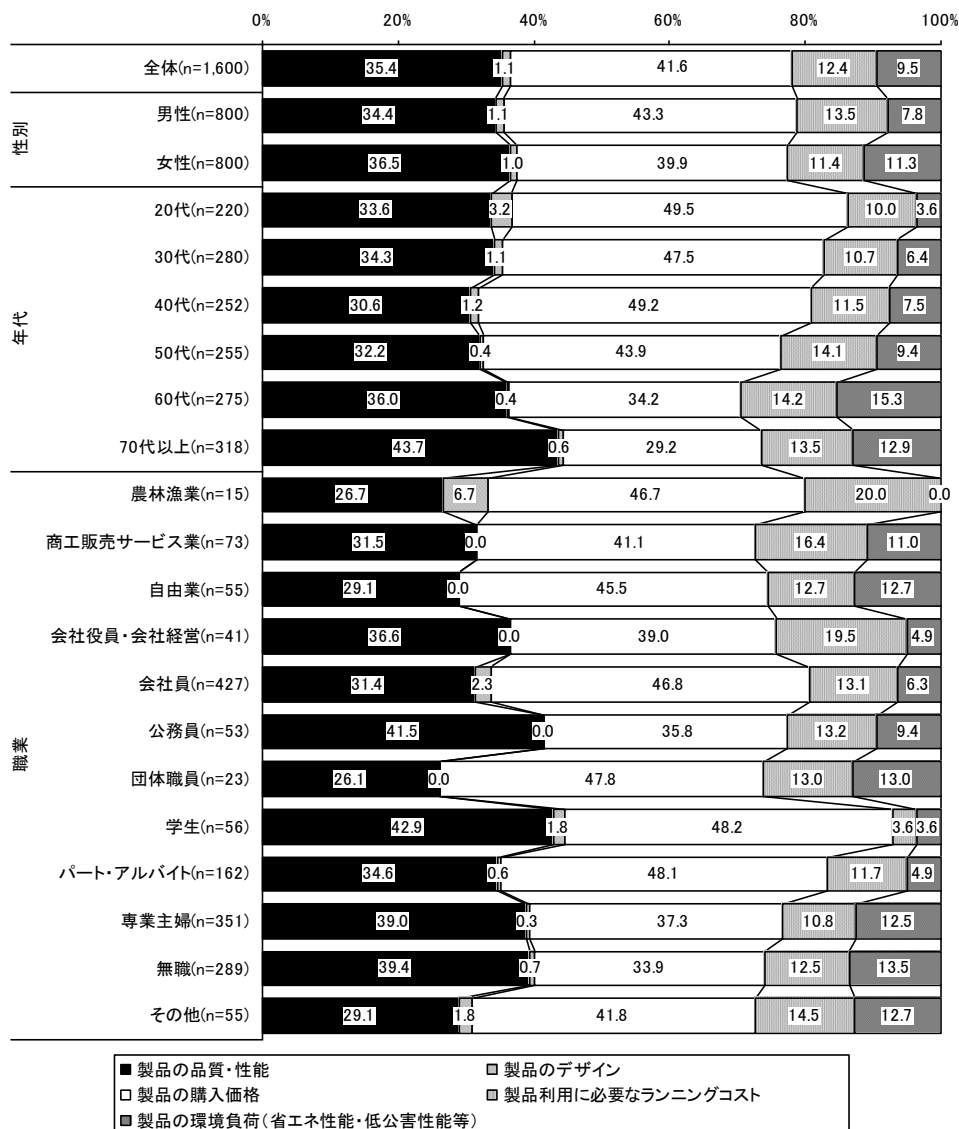
年代別では、20 代、30 代、40 代で「製品の購入価格」を最重視する人が多く、60 代、70 代以上では「製品の品質・性能」を最重視する人が多くなっている。

職業別、地域別では、大きな差がみられない。

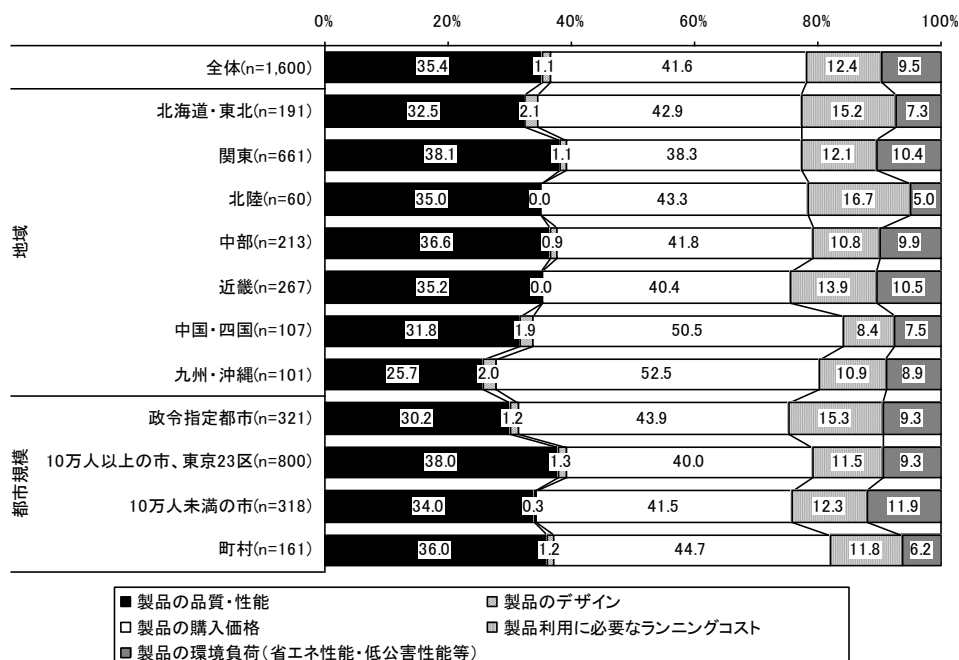
図表 2-140 給湯器購入時の重視項目



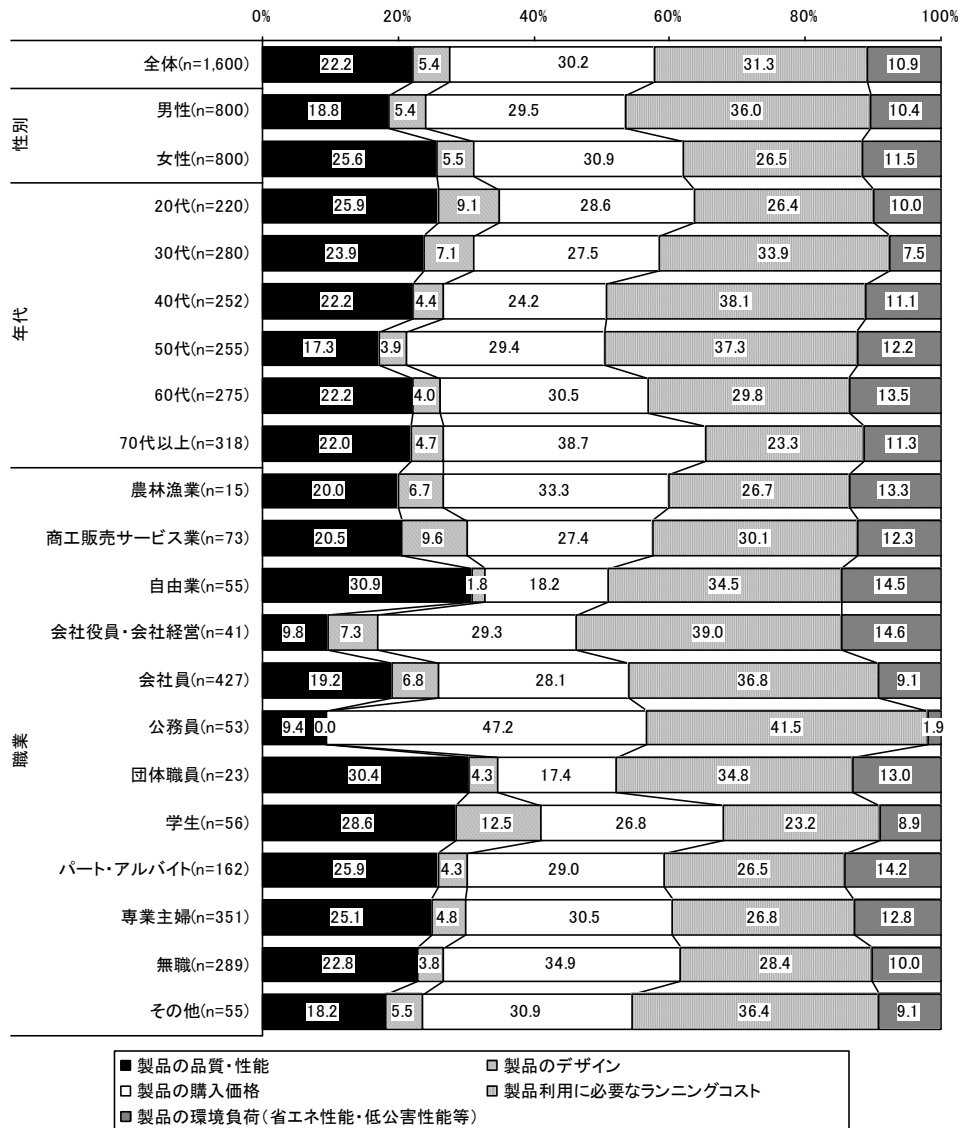
図表 2-141 給湯器購入時の重視項目 1位 (性別、年代別、職業別)



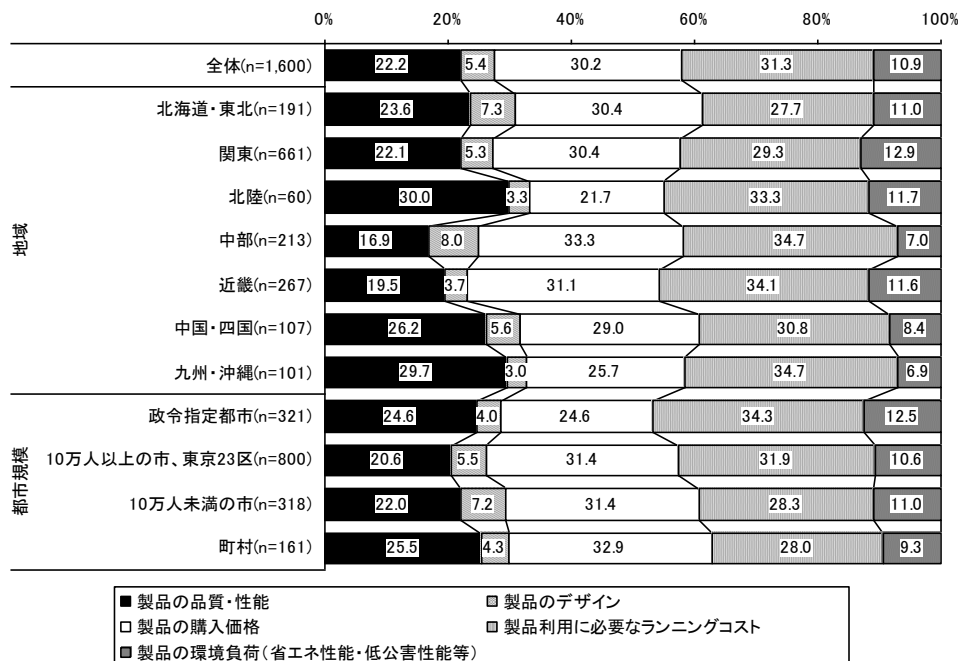
図表 2-142 給湯器購入時の重視項目 1位 (地域別、都市規模別)



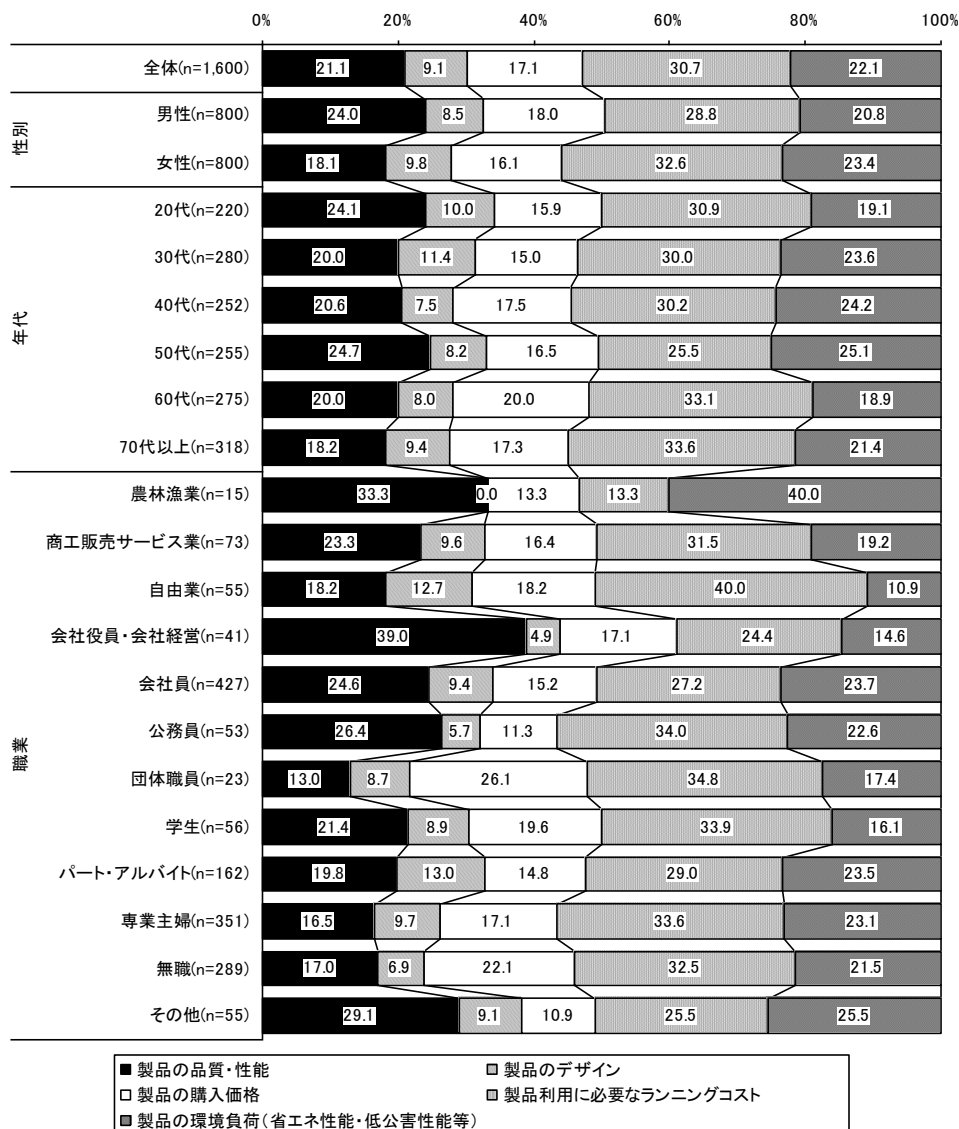
図表 2-143 給湯器購入時の重視項目 2位 (性別、年代別、職業別)



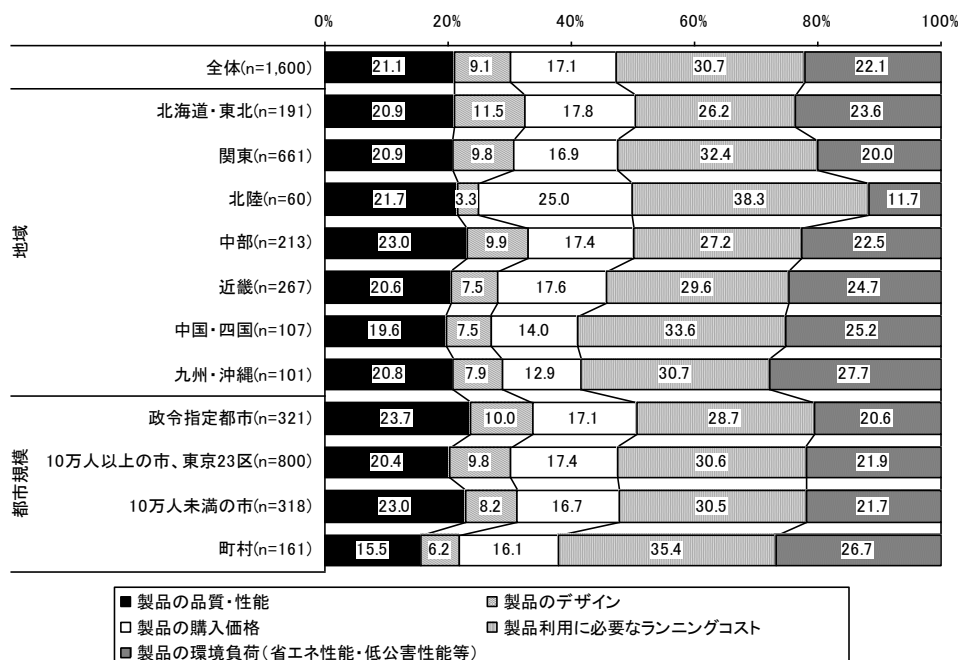
図表 2-144 給湯器購入時の重視項目 2位 (地域別、年代別、職業別)



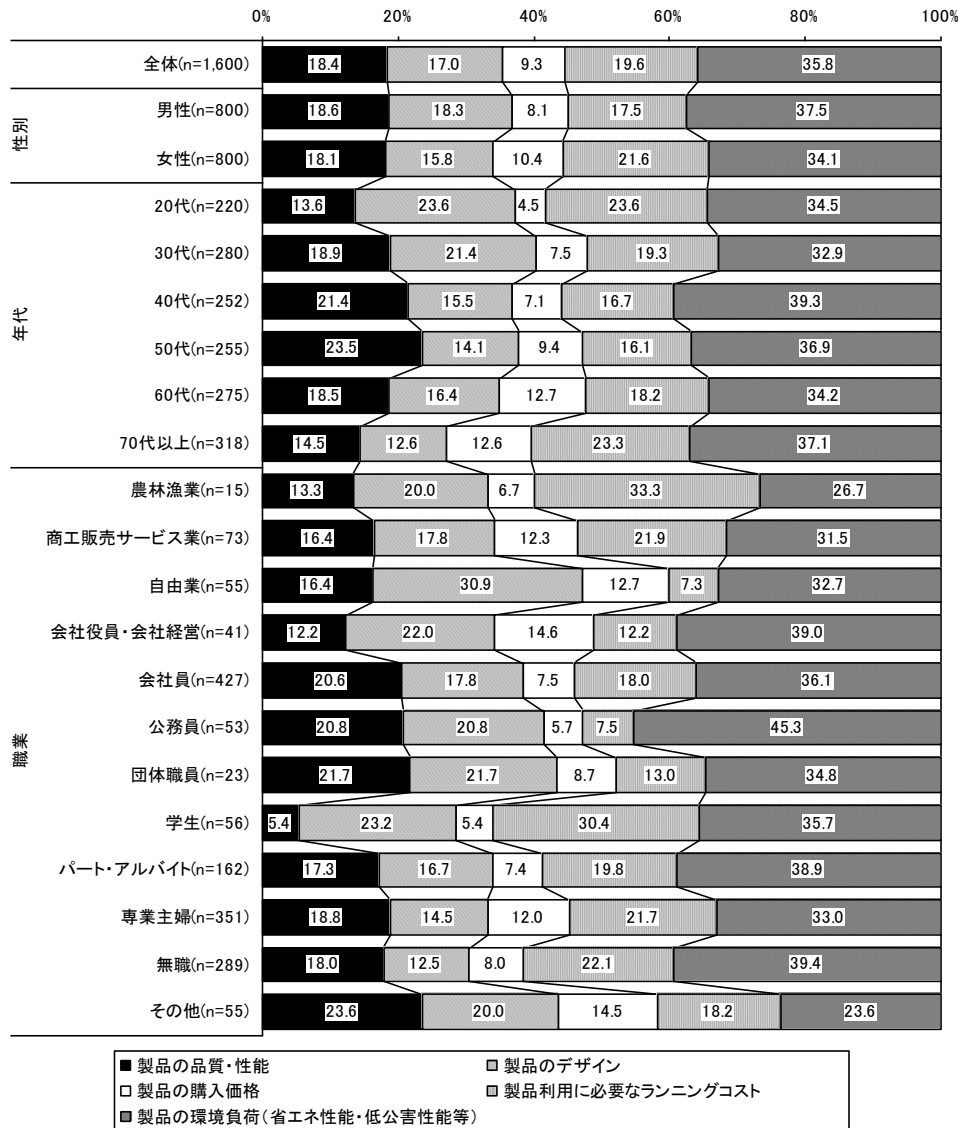
図表 2-145 給湯器購入時の重視項目 3位 (性別、年代別、職業別)



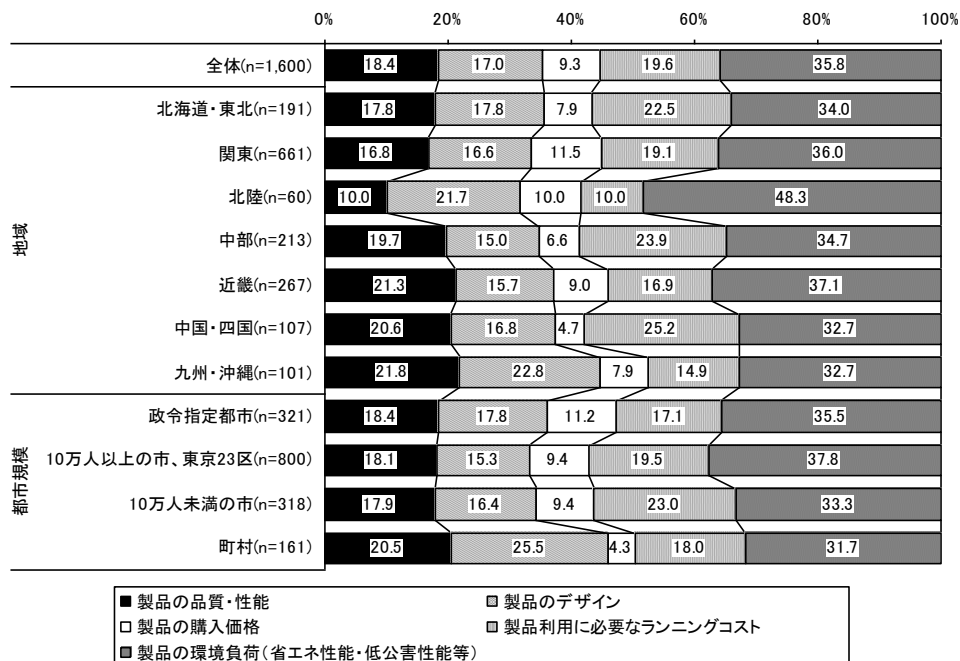
図表 2-146 給湯器購入時の重視項目 3位 (地域別、都市規模別)



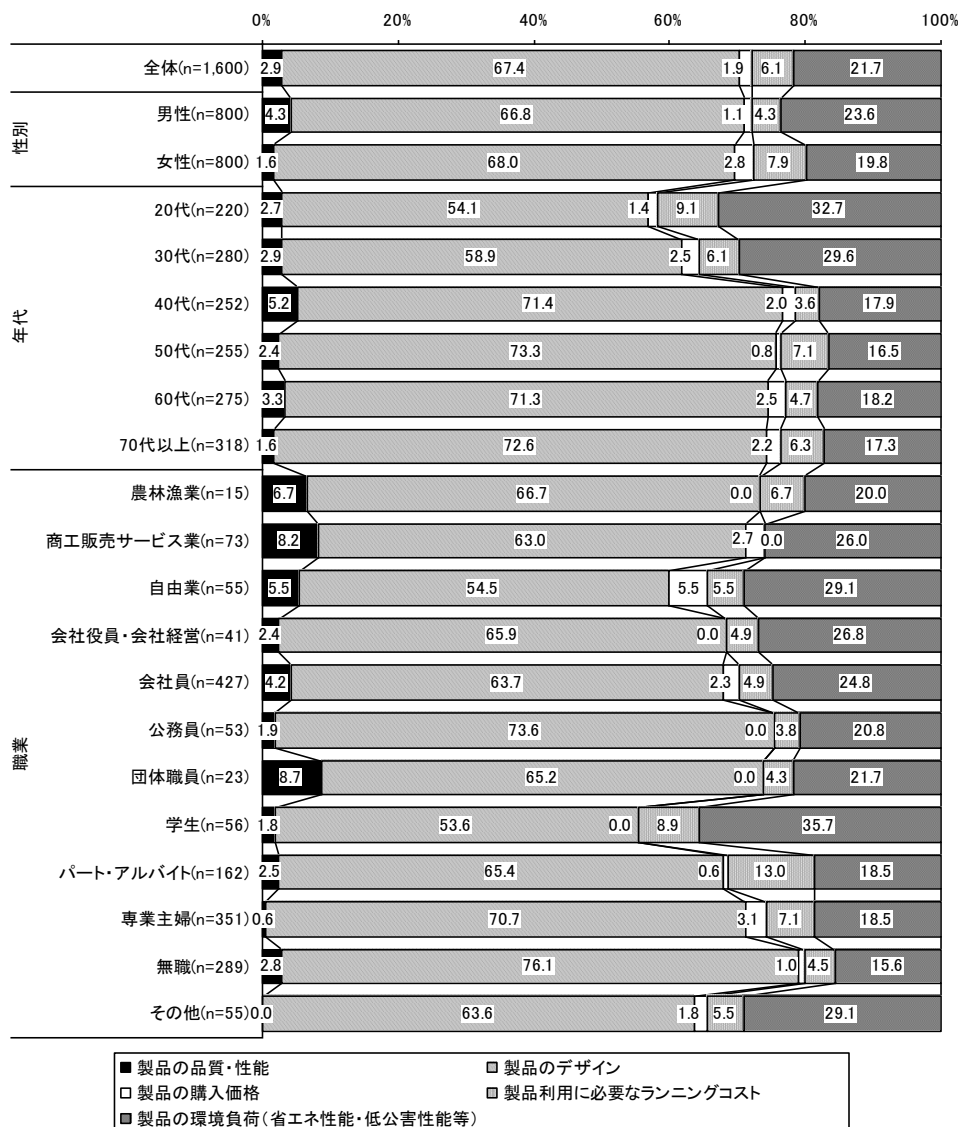
図表 2-147 給湯器購入時の重視項目 4位 (性別、年代別、職業別)



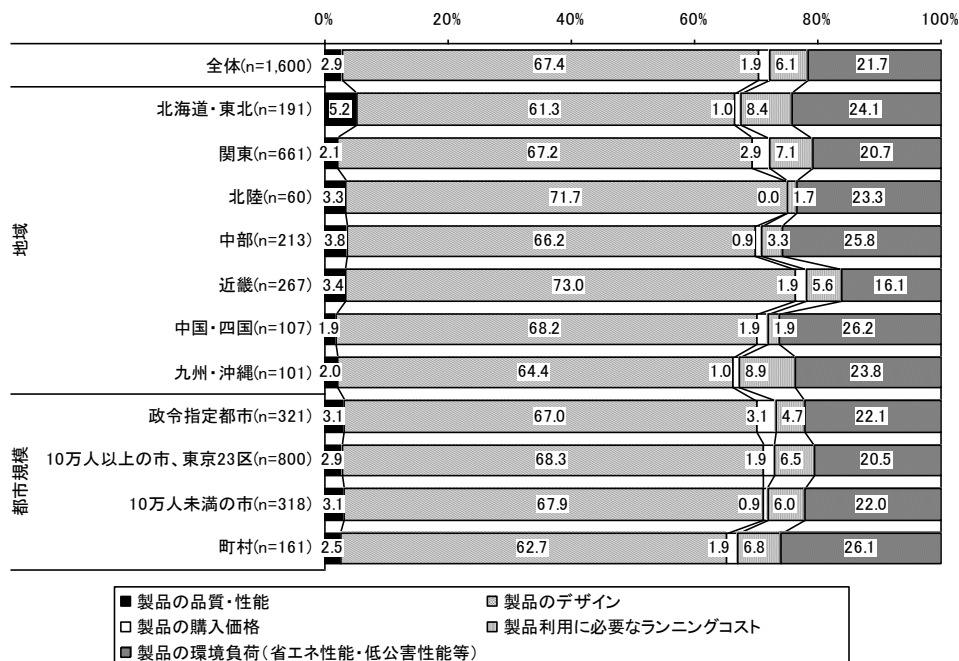
図表 2-148 給湯器購入時の重視項目 4位 (地域別、都市規模別)



図表 2-149 給湯器購入時の重視項目 5位 (性別、年代別、職業別)



図表 2-150 給湯器購入時の重視項目 5位 (地域別、都市規模別)



(4) 太陽光発電システム

太陽光発電システム購入時には、「購入価格」を最も重視する人が多く、次いで「ランニングコスト」、「品質・性能」を重視する傾向がみられる。

太陽光発電システム購入時の重視項目 1 位として回答が多かったものは、「製品の購入価格」50% となっており、多くの人々が最重視している。また、「製品の品質・性能」30% も比較的重視されている。2 位、3 位では「製品利用に必要なランニングコスト」と回答した人が多く 30% 以上となっている。4 位では、「製品の環境負荷」36%、5 位では「製品のデザイン」71% が多くなっている。

太陽光発電システム購入時には、「購入価格」を最も重視する人が多く、次いで「ランニングコスト」、「品質・性能」を重視する傾向がみられる。「環境負荷」、「デザイン」に関しては、重視しない人が多くなっている。

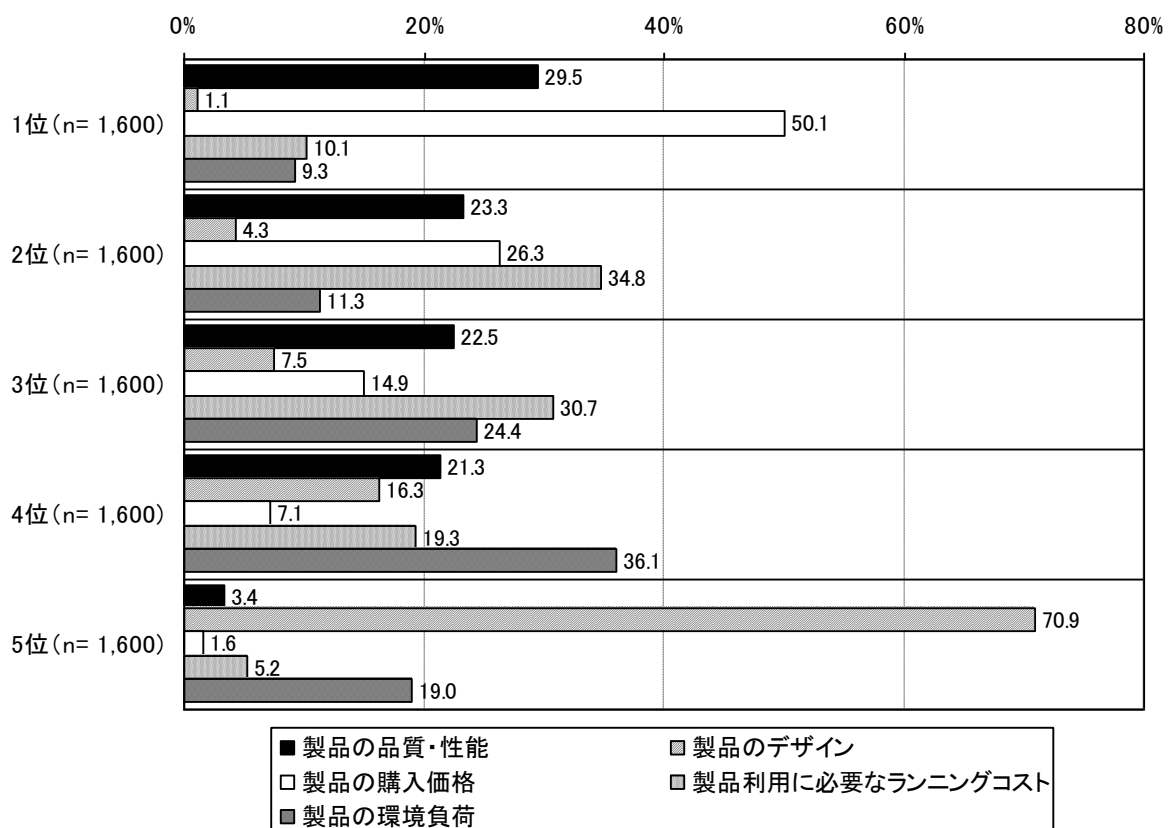
性別では、大きな差はみられない。

年代別でみると、70 代以上では他の年代よりも「製品の品質・性能」を重視する傾向がみられる。30 代、40 代、50 代では「製品の購入価格」を最重視すると回答した人の割合が全体よりも 5 ポイント以上高く、「製品利用に必要なランニングコスト」を 2 番目に重視すると回答した人の割合も全体よりも高い傾向がみられる。

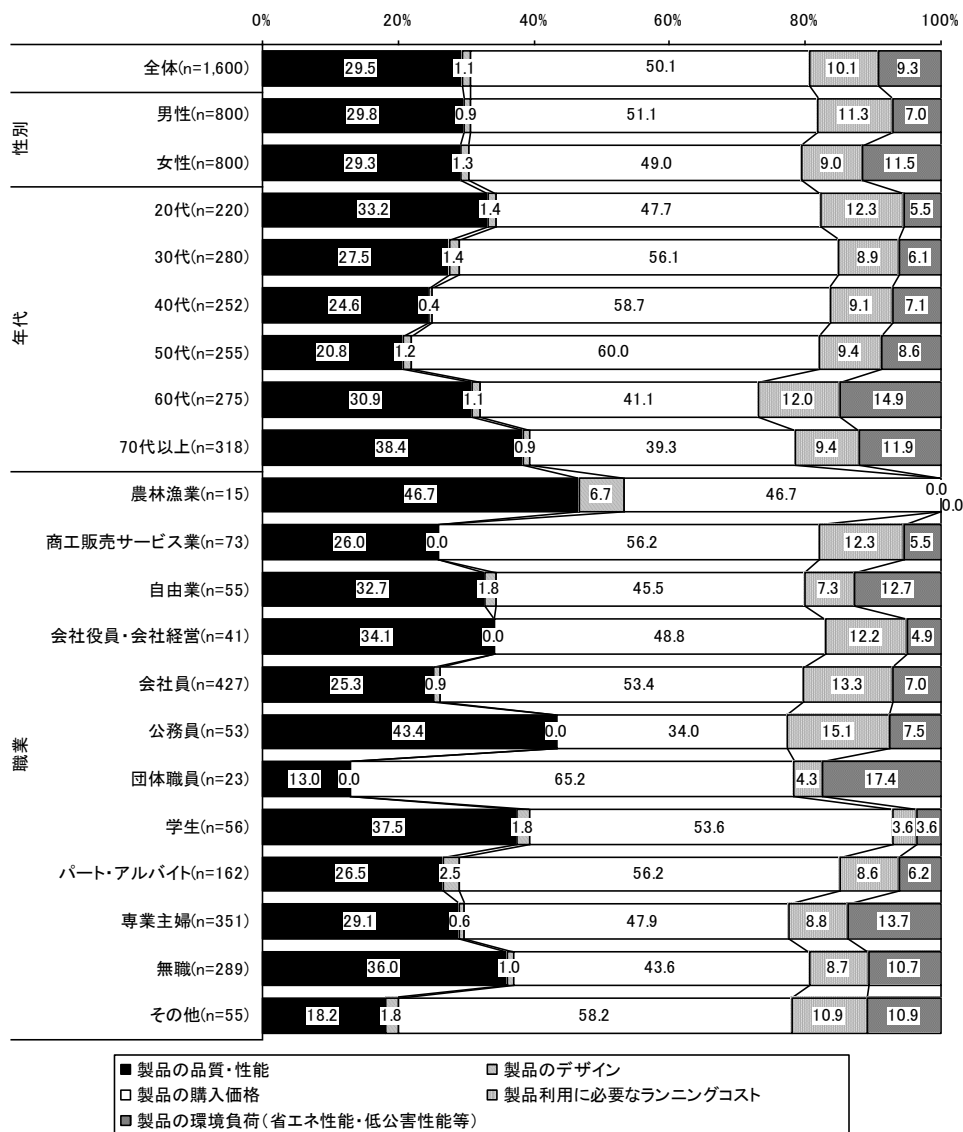
職業別でみると、多くの職業で「製品の購入価格」を最重視している傾向がみられるが、公務員では「製品の品質・性能」を最重視している。

地域別では、大きな差はみられない。

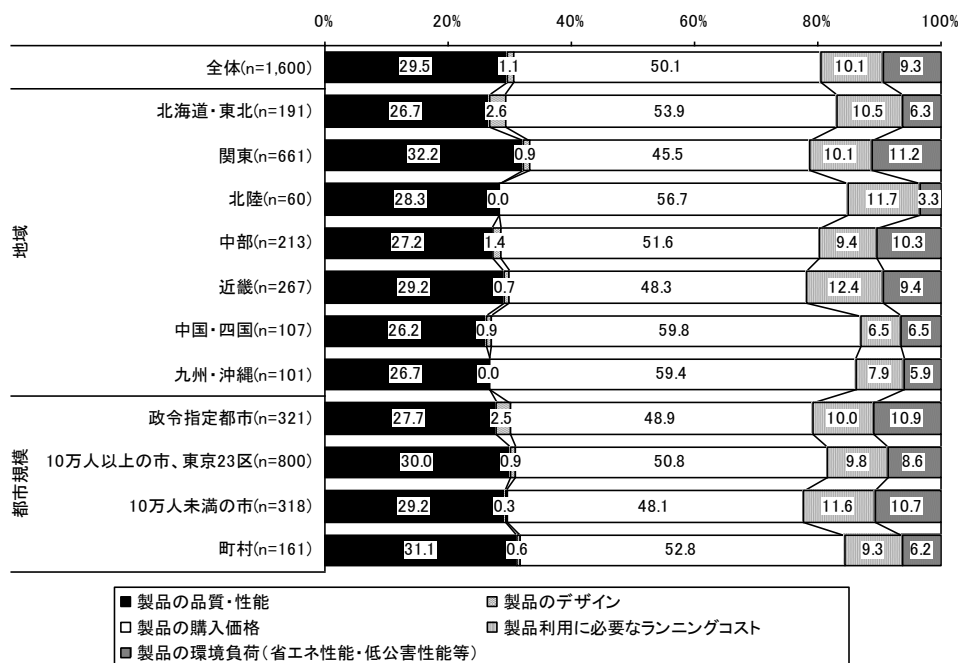
図表 2-151 太陽光発電システム購入時の重視項目



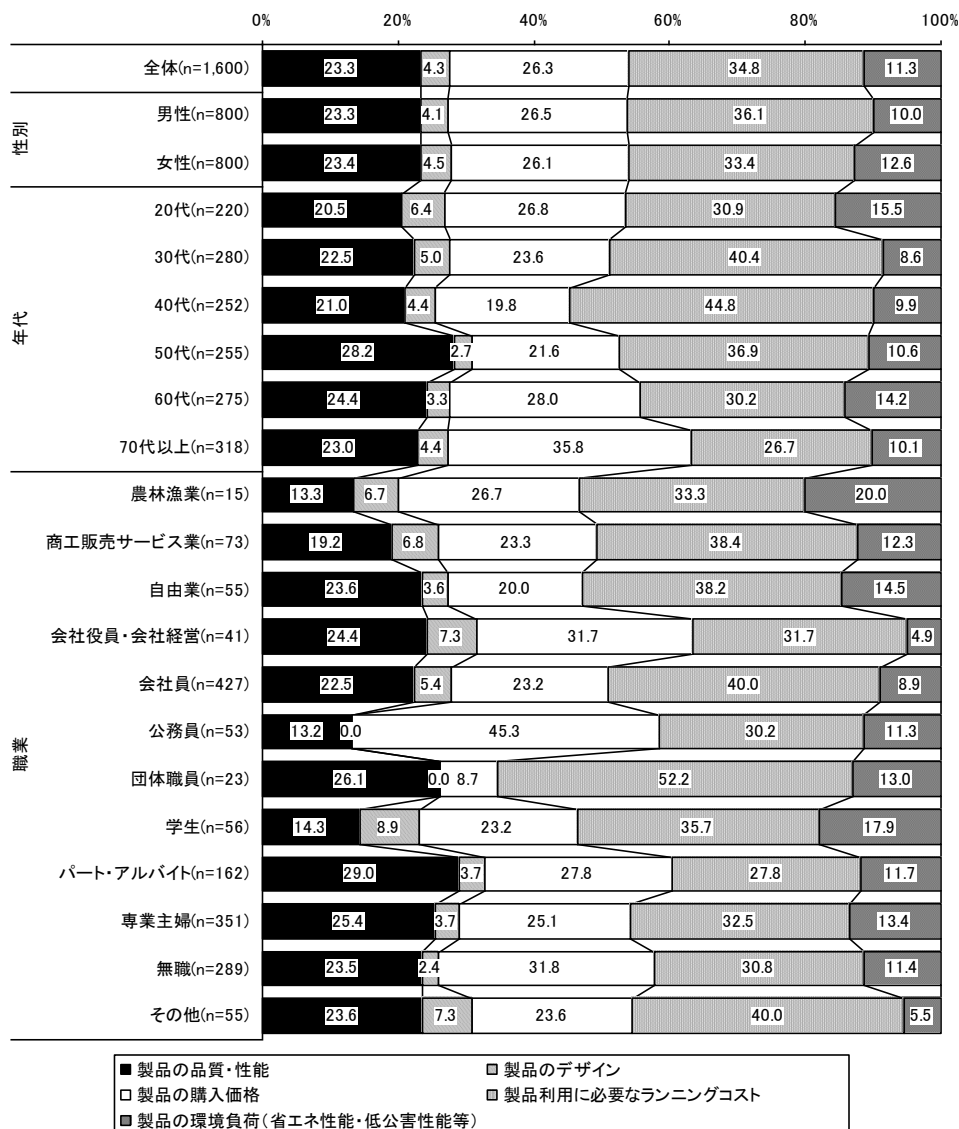
図表 2-152 太陽光発電システム購入時の重視項目 1位 (性別、年代別、職業別)



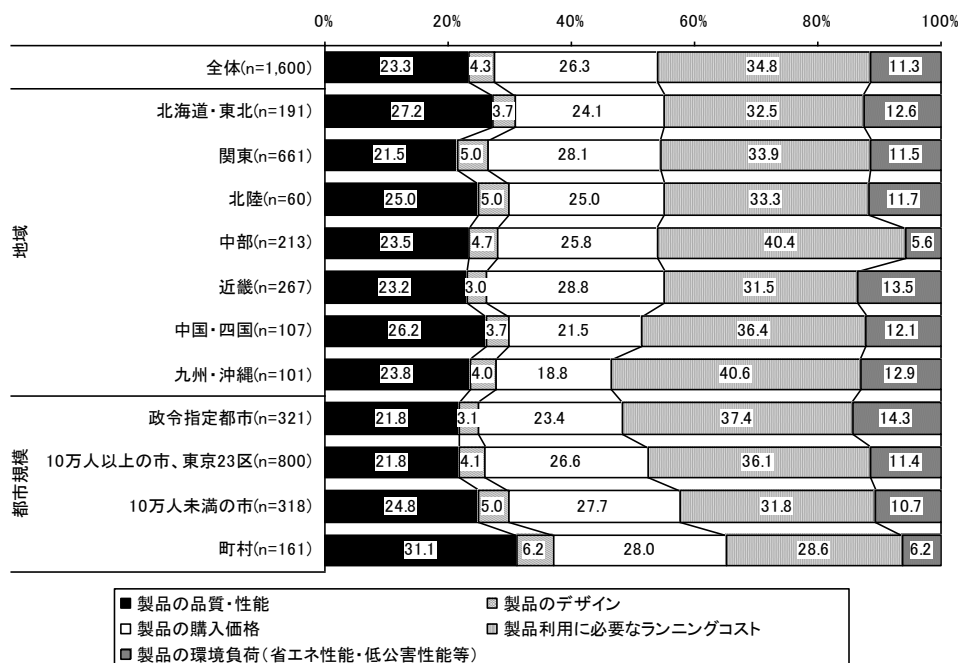
図表 2-153 太陽光発電システム購入時の重視項目 1位 (地域別、都市規模別)



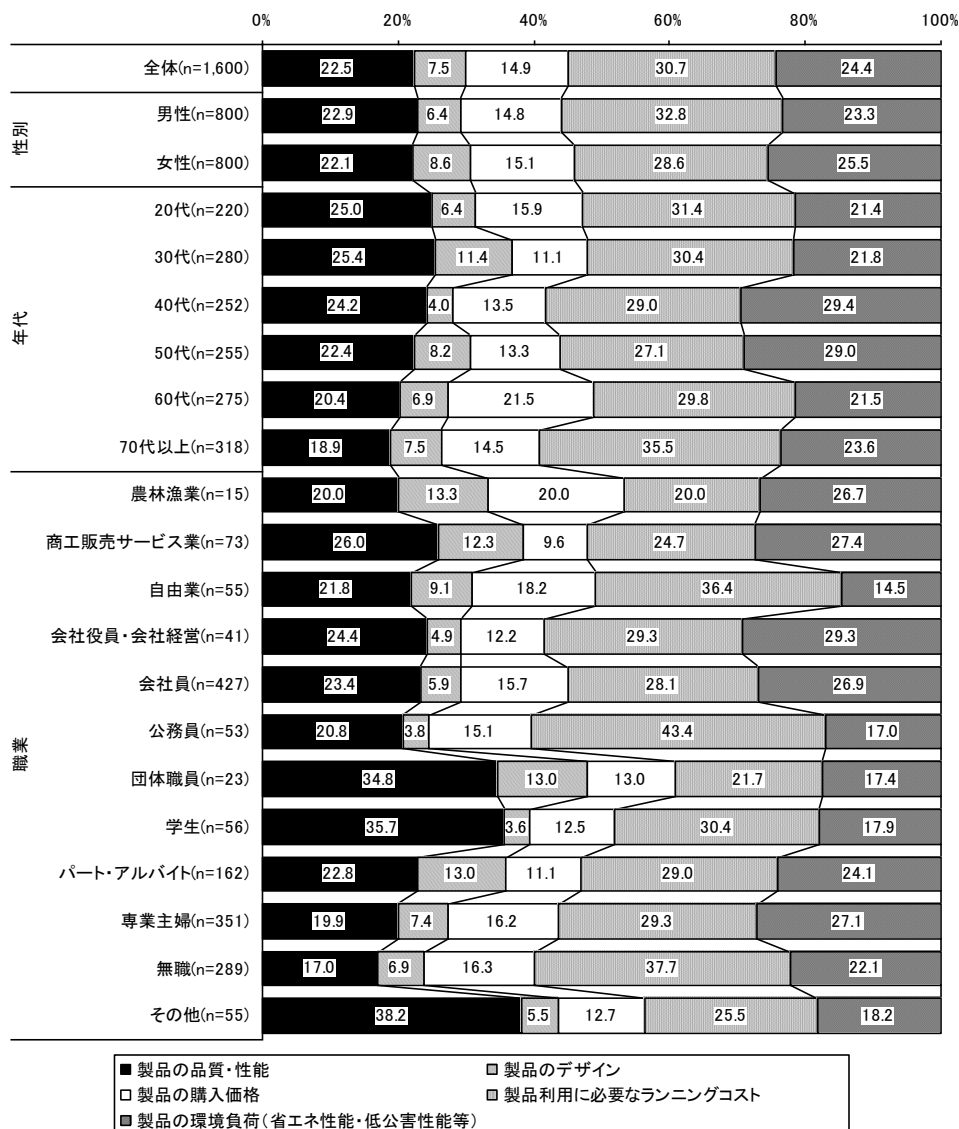
図表 2-154 太陽光発電システム購入時の重視項目 2位 (性別、年代別、職業別)



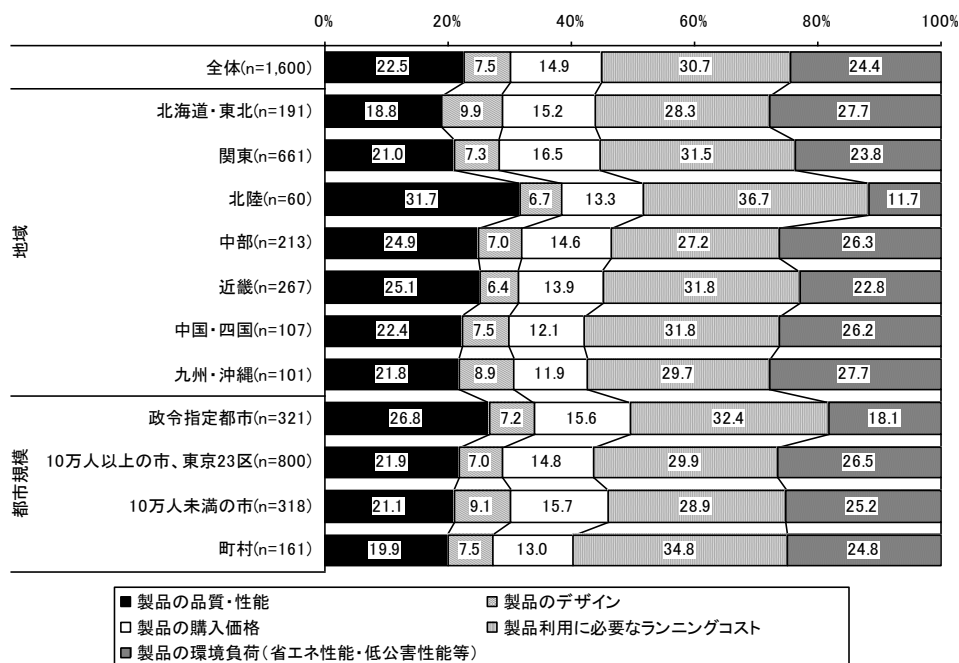
図表 2-155 太陽光発電システム購入時の重視項目 2位 (地域別、都市規模別)



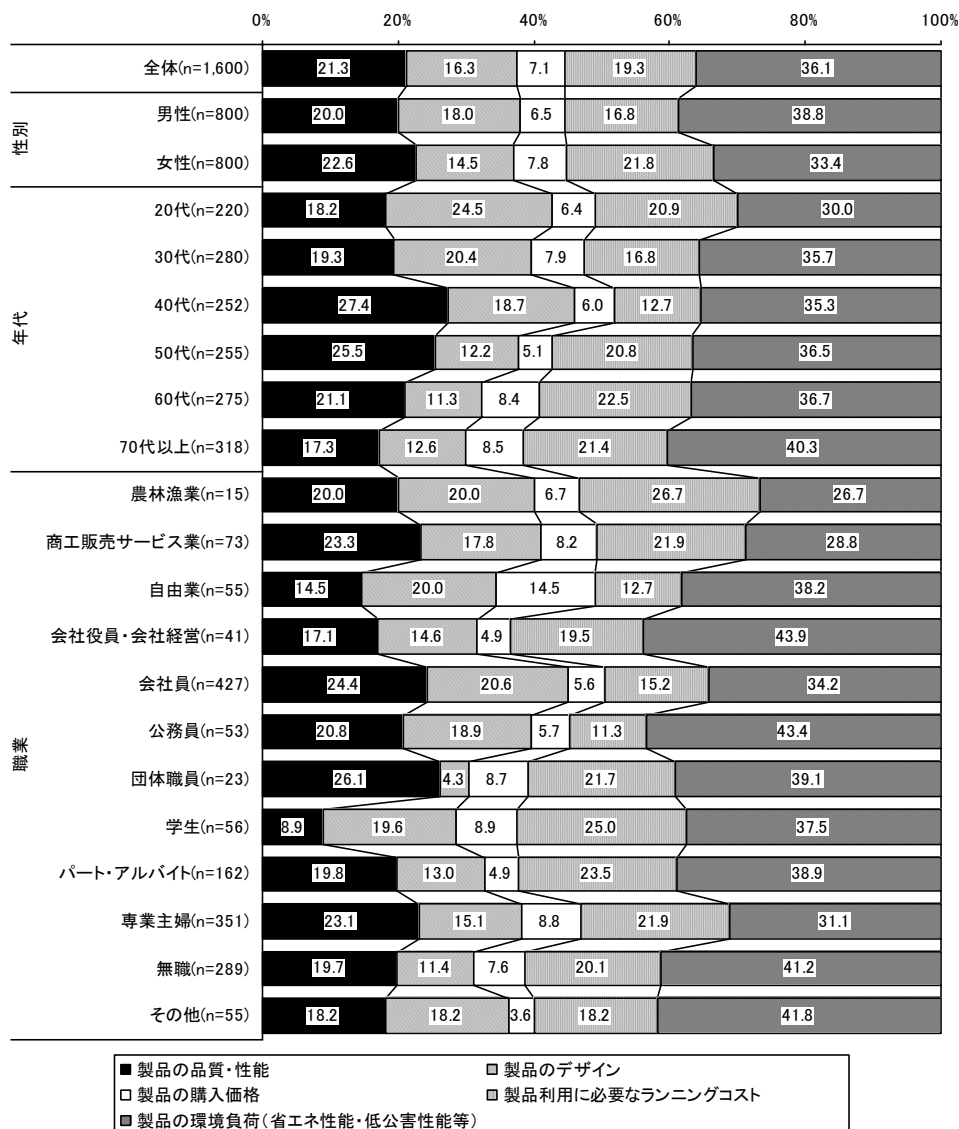
図表 2-156 太陽光発電システム購入時の重視項目 3位 (性別、年代別、職業別)



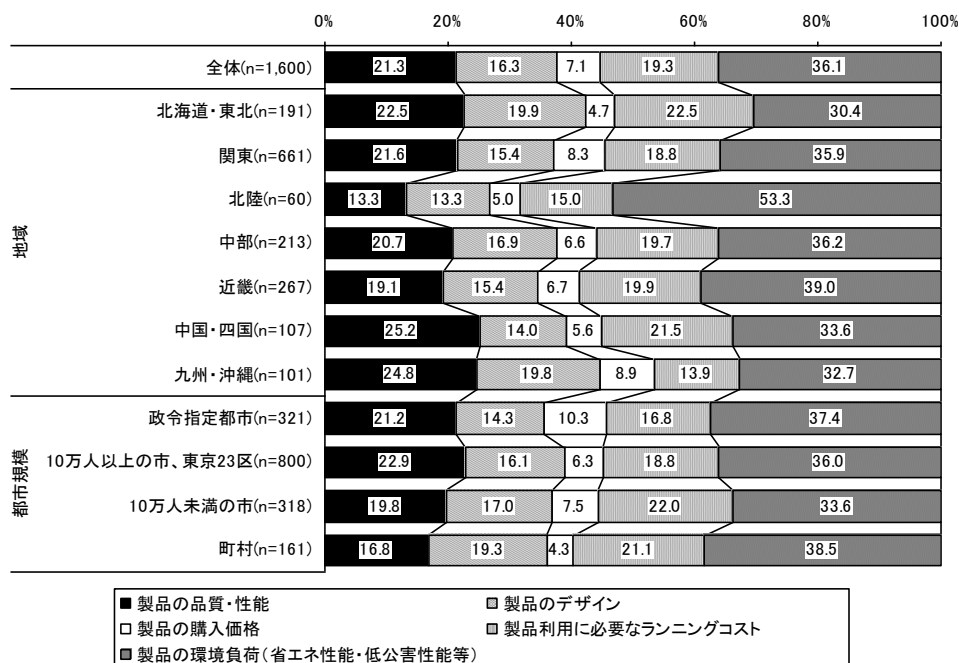
図表 2-157 太陽光発電システム購入時の重視項目 3位 (地域別、都市規模別)



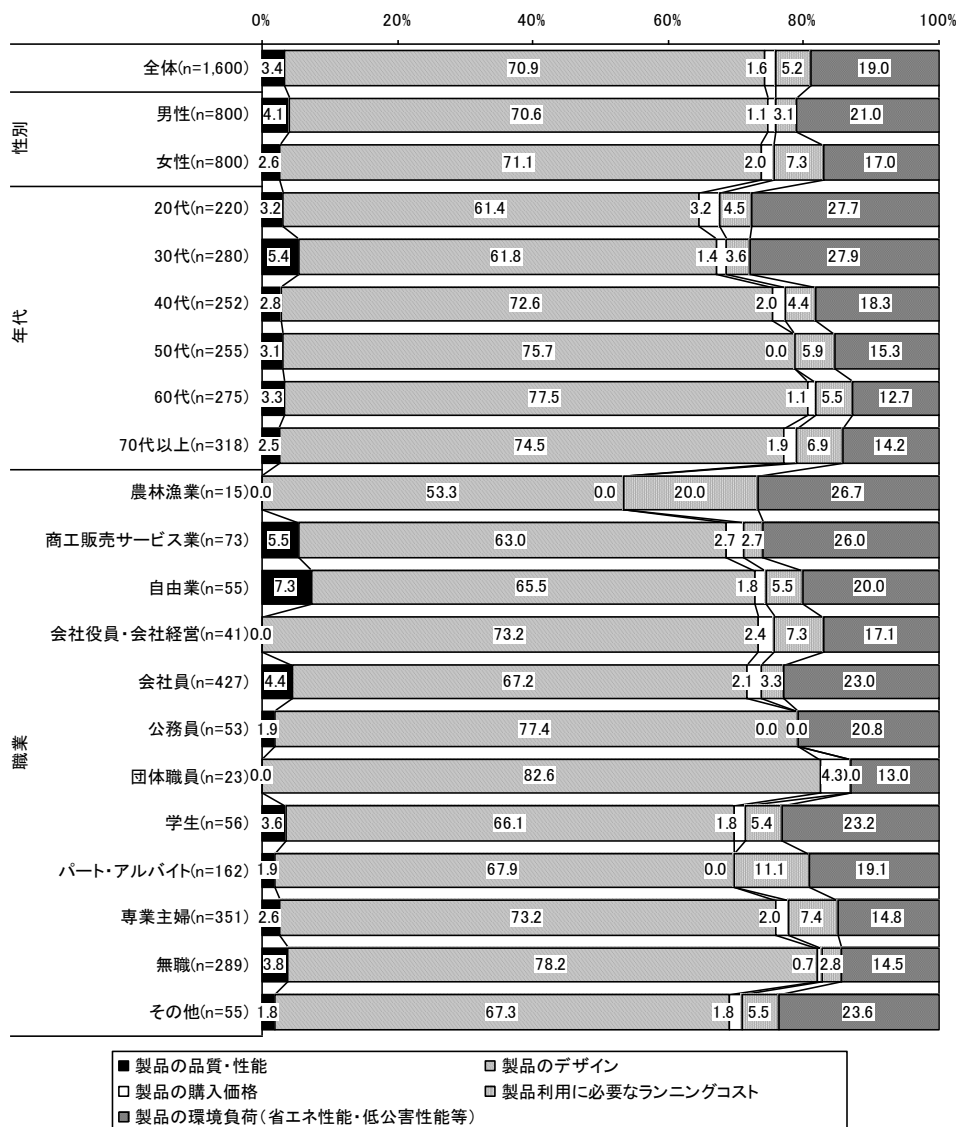
図表 2-158 太陽光発電システム購入時の重視項目 4位 (性別、年代別、職業別)



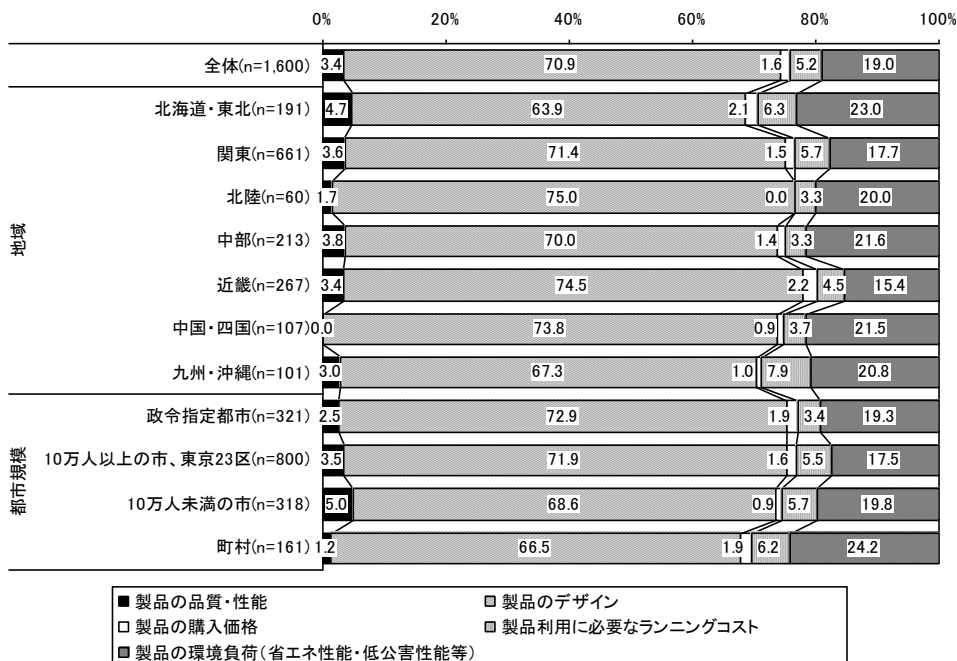
図表 2-159 太陽光発電システム購入時の重視項目 4位 (地域別、都市規模別)



図表 2-160 太陽光発電システム購入時の重視項目 5位 (性別、年代別、職業別)



図表 2-161 太陽光発電システム購入時の重視項目 5位 (地域別、都市規模別)



2-7 環境に配慮した製品購入時に希望する支援(問 2-5(3))

省エネ家電、環境配慮型自動車、高効率給湯器、太陽光発電システムともに、全体の60%以上の人が、「補助金（エコポイントなど）」、「税金の減免」を支援として希望している。

(1) 省エネ家電

省エネ家電購入時に希望する支援の上位3項目は下記となっている。

- 「補助金（エコポイントなど）」74%
- 「リサイクル料金の行政による負担」64%
- 「税金の減免」63%

性別でみると、「リサイクル料金の行政による負担」では、女性のほうが男性より9ポイント高くなっているが、それ以外では大きな差はみられない。

年代別でみると、「税金の減免」では20代、30代で全体より5ポイント以上高く、60代、70代以上では全体よりも5ポイント以上低くなっている。

職業別でみると、「補助金（エコポイントなど）」で商工販売サービス業が81%と最も高くなっている。自由業では「補助金（エコポイントなど）」は60%と全体よりも10ポイント以上低く、「リサイクル料金の行政による負担」が75%と最も高くなっている。

地域別でみると、「補助金（エコポイントなど）」はすべての地域で割合が高くなっているが、九州・沖縄では82%と最も高く、近畿では69%と他の地域よりも低くなっている。一方、「製品の製造時の環境負荷に関する情報の開示」では、九州・沖縄が6%と最も低く、他の地域と8ポイント～14ポイントほどの差がみられる。

都市規模別では大きな差はみられない。

(2) 環境配慮型自動車

環境配慮型自動車購入時に希望する支援の上位3項目は下記となっている。

- 「税金の減免」77%
- 「補助金（エコポイントなど）」74%
- 「リサイクル料金の行政による負担」53%

性別では、大きな差はみられない。

年代別でみると、「補助金（エコポイントなど）」、「税金の減免」では、20代、40代の割合が特に高くなっており8割を超えている。また、「リサイクル料金の行政による負担」では、20代が61%と最も高く、年代が高くなるにつれてやや減少する傾向がみられる。

地域別でみると、「リサイクル料金の行政による負担」で、北陸、九州・沖縄が全体よりも10ポイント以上高くなっている。

都市規模別でみると、「リサイクル料金の行政による負担」で10万人未満の市、町村が全体よりも5ポイント以上高くなっている。

(3) 高効率給湯器

高効率給湯器購入時に希望する支援の上位3項目は下記となっている。

- 「補助金（エコポイントなど）」79%
- 「税金の減免」65%
- 「製品の使用時の環境負荷に関する情報の開示」26%

性別では、大きな差はみられない。

年代別でみると、「補助金（エコポイントなど）」では40代が85%と全体よりも5ポイント以上高くなっている。

職業別でみると、「税金の減免」では商工販売サービス業が53%と全体よりも10ポイント以上低く、「特に支援はもらえない」では、団体職員が30%と20ポイント以上高くなっている。

地域別でみると、「補助金（エコポイントなど）」では北陸が88%と全体よりも5ポイント以上高く、近畿では70%と5ポイント以上低くなっている。

都市規模別でみると、町村では「税金の減免」が70%と全体よりも5ポイント以上高く、「製品の製造時の環境負荷に関する情報の開示」は11%と全体よりも5ポイント以上低くなっている。

(4) 太陽光発電システム

太陽光発電システム購入時に希望する支援の上位3項目は下記となっている。

- 「補助金（エコポイントなど）」85%
- 「税金の減免」73%
- 「製品の使用時の環境負荷に関する情報の開示」28%

性別では、大きな差はみられない。

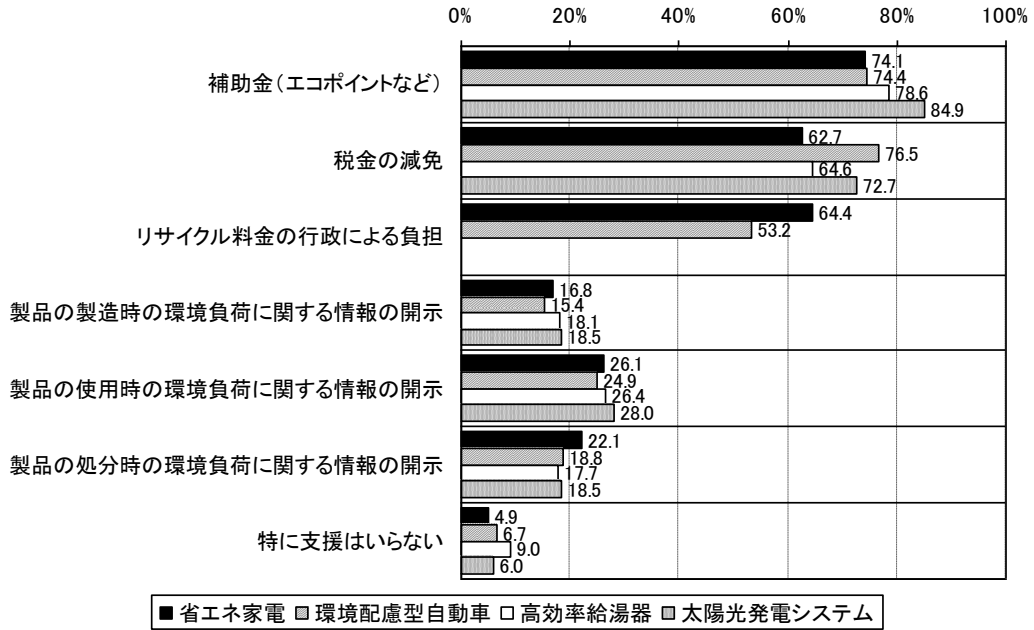
年代別でみると、40代で「補助金（エコポイントなど）」が91%と最も高くなっている。「税金の減免」では20代が80%と他の年代よりも高い割合となっている。

職業別でみると、団体職員では「税金の減免」が57%と全体よりも15ポイント以上低く、「製品の処分時の環境負荷に関する情報の開示」では26%と10ポイント以上高くなっている。

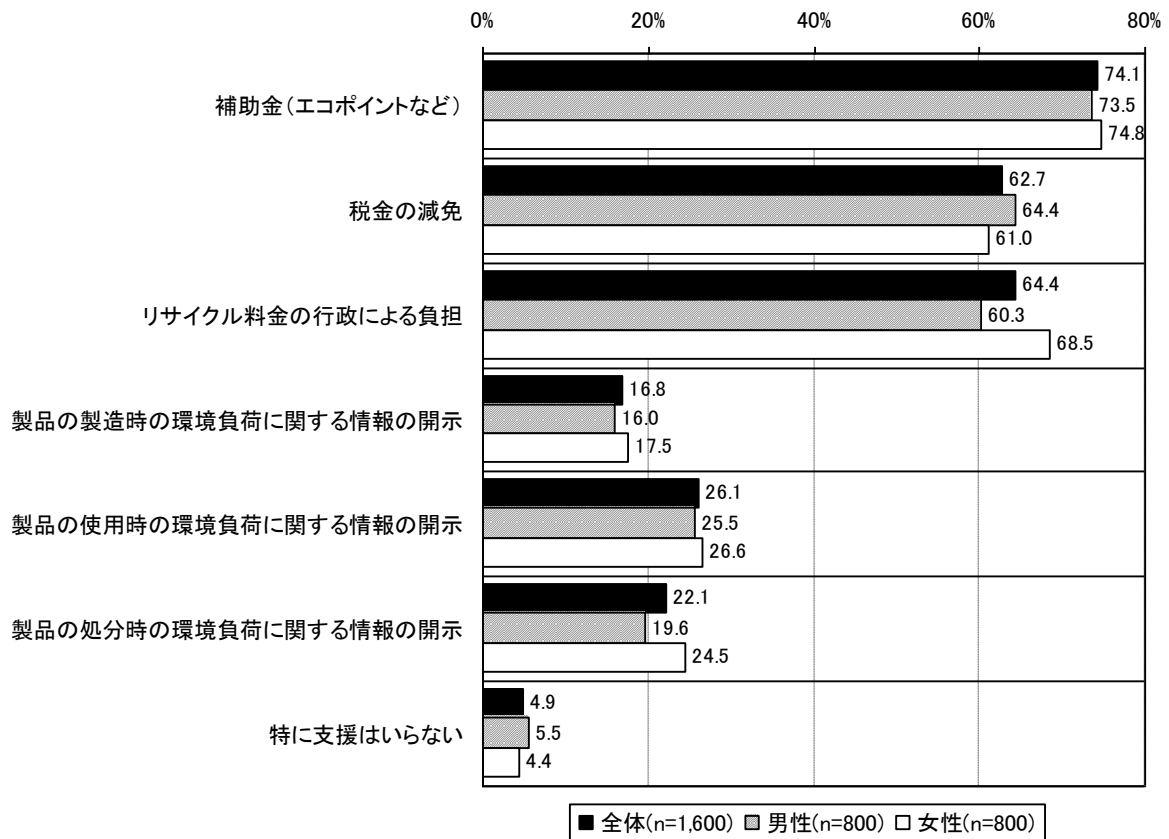
地域別でみると、「補助金（エコポイントなど）」では中部が、「税金の減免」では北陸、九州・沖縄が特に高い傾向がみられる。

都市規模別でみると、町村で「税金の減免」が79%と全体よりも5ポイント高く、「製品の製造時の環境負荷に関する情報の開示」「製品処分時の環境負荷に関する情報の開示」では全体よりも5ポイント以上低くなっている。

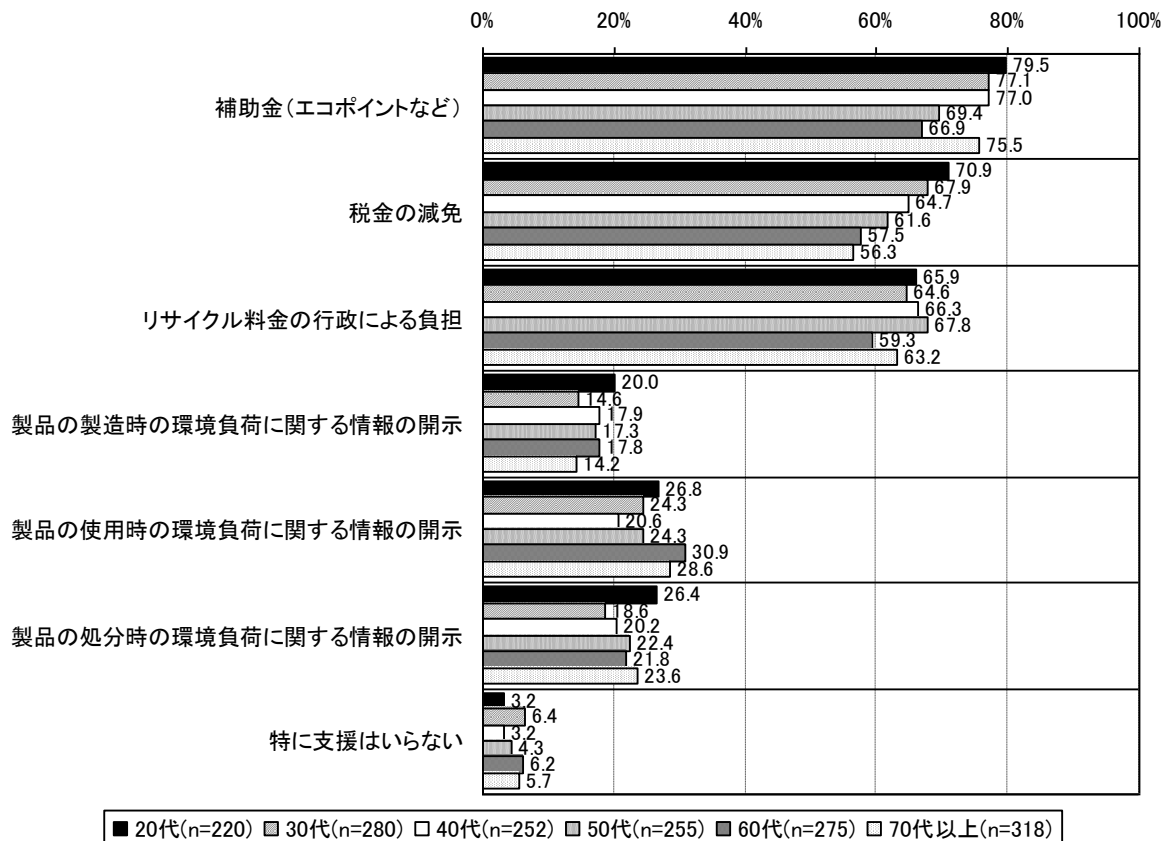
図表 2-162 環境に配慮した製品購入時に希望する支援



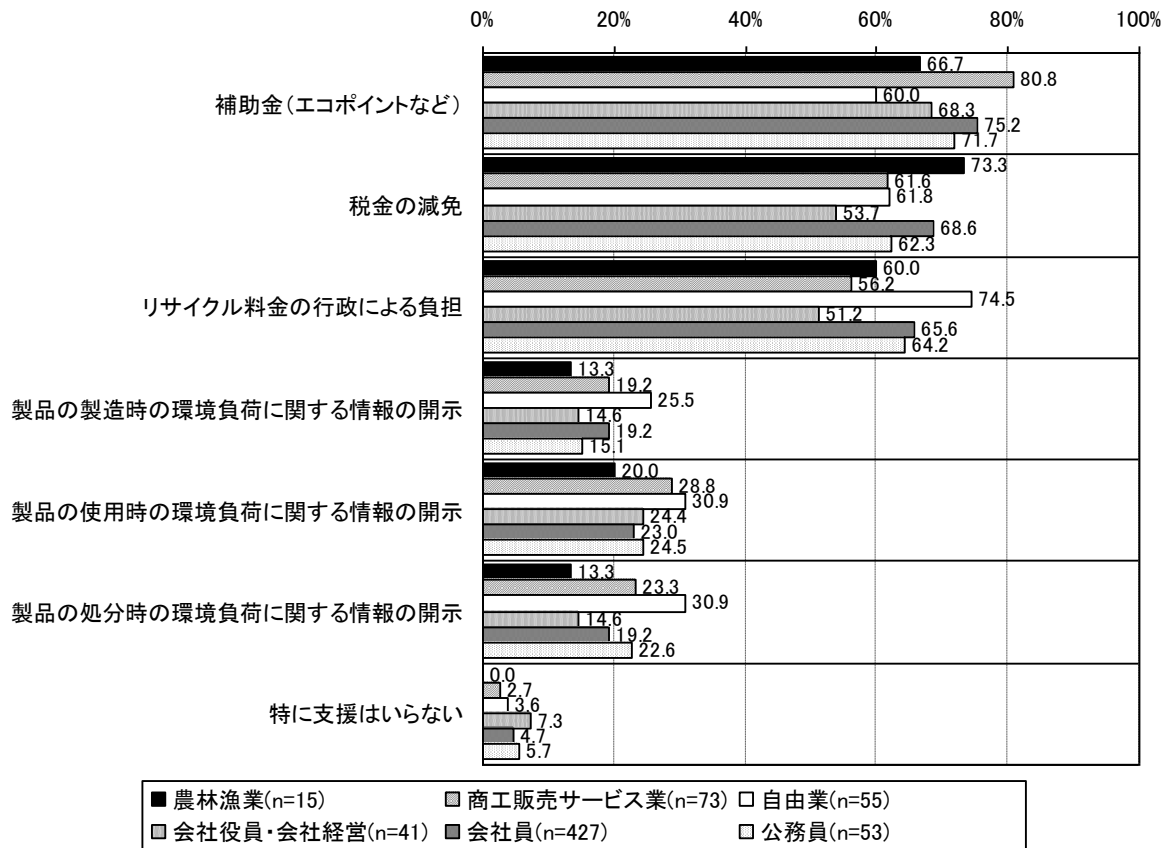
図表 2-163 省エネ家電購入時に希望する支援（全体、性別）



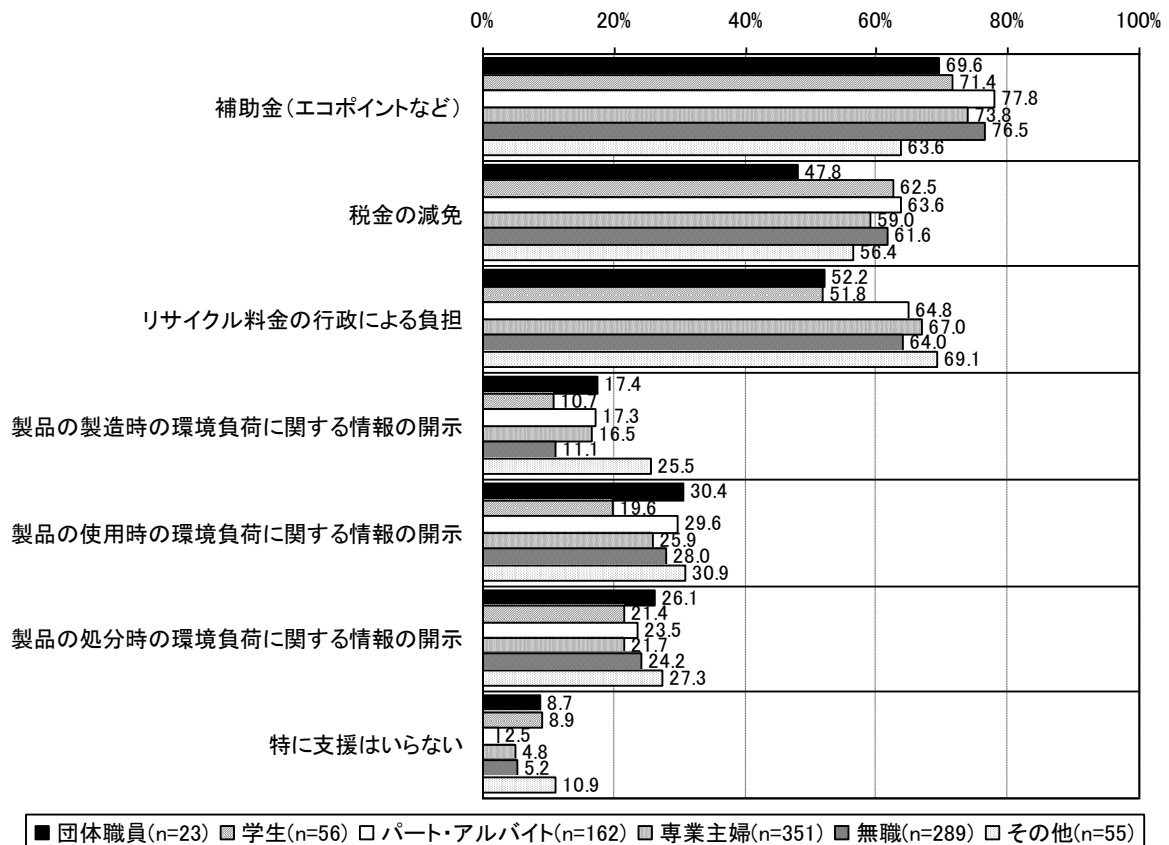
図表 2-164 省エネ家電購入時に希望する支援（年代別）



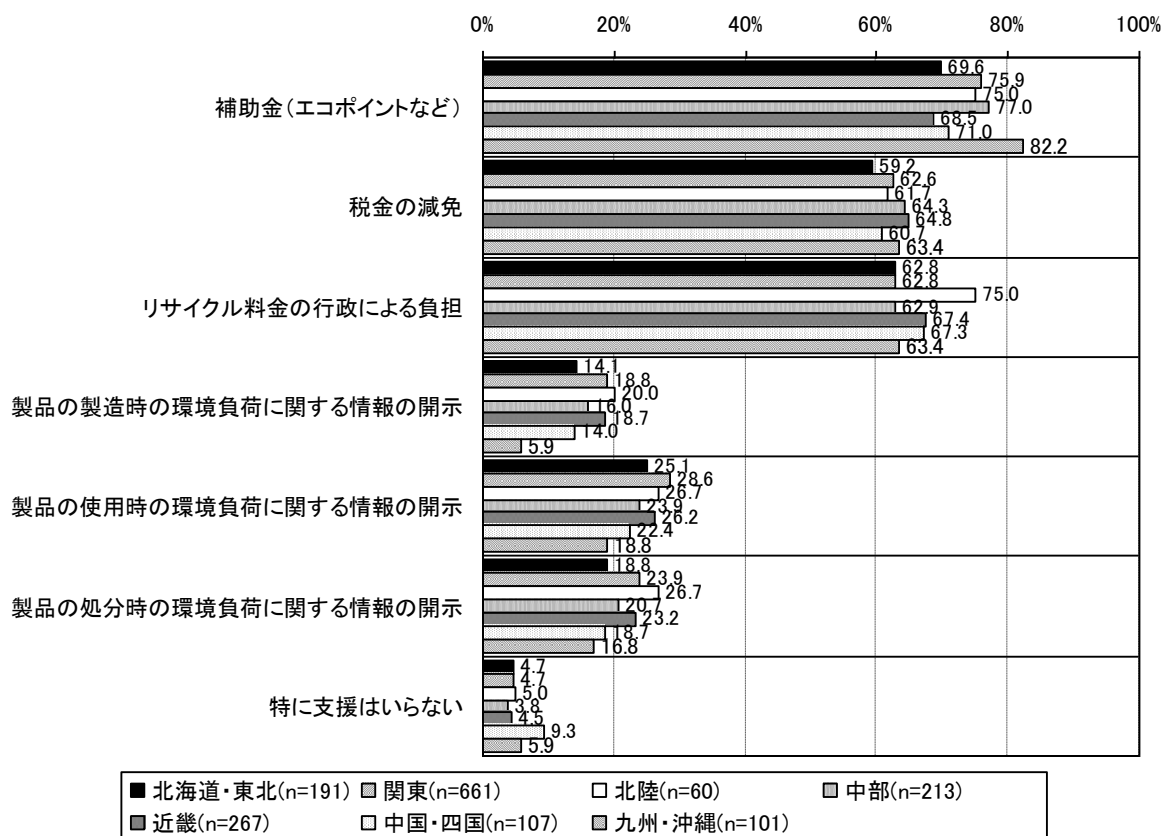
図表 2-165 省エネ家電購入時に希望する支援（職業別 1/2）



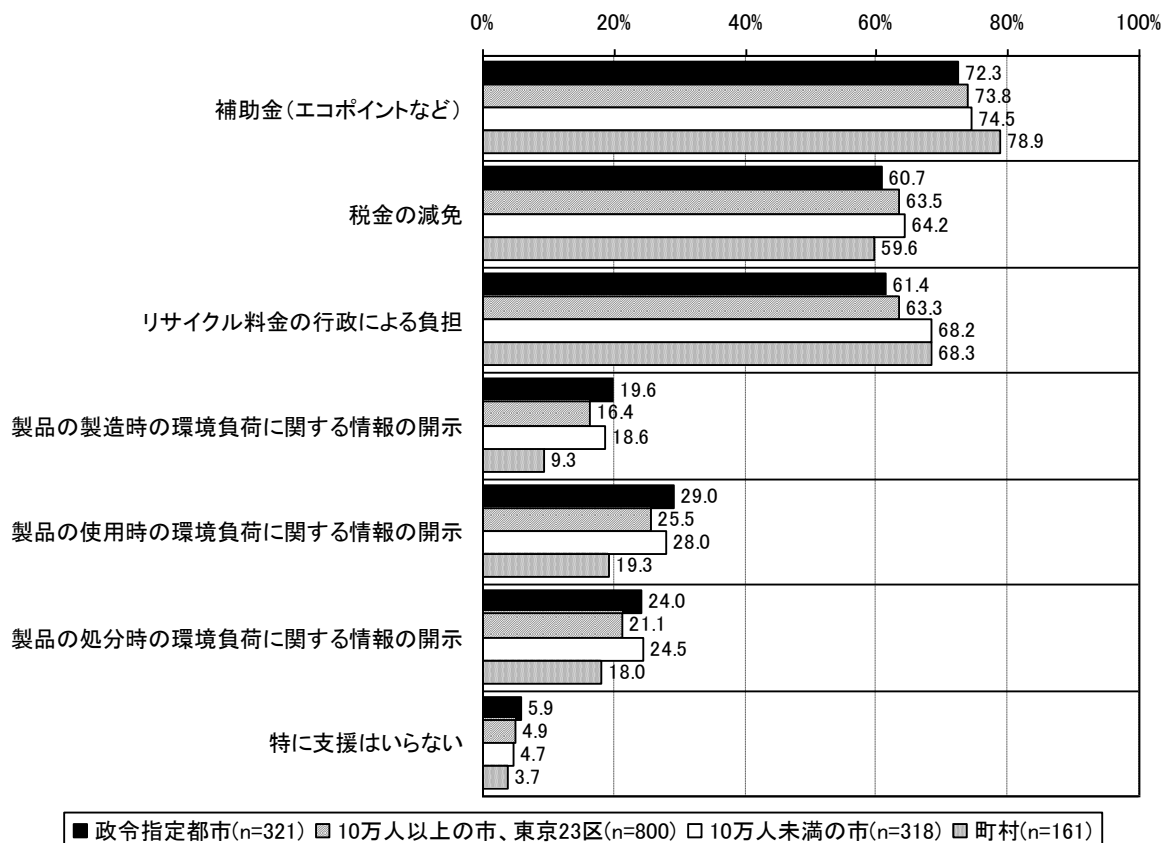
図表 2-166 省エネ家電購入時に希望する支援（職業別 2/2）



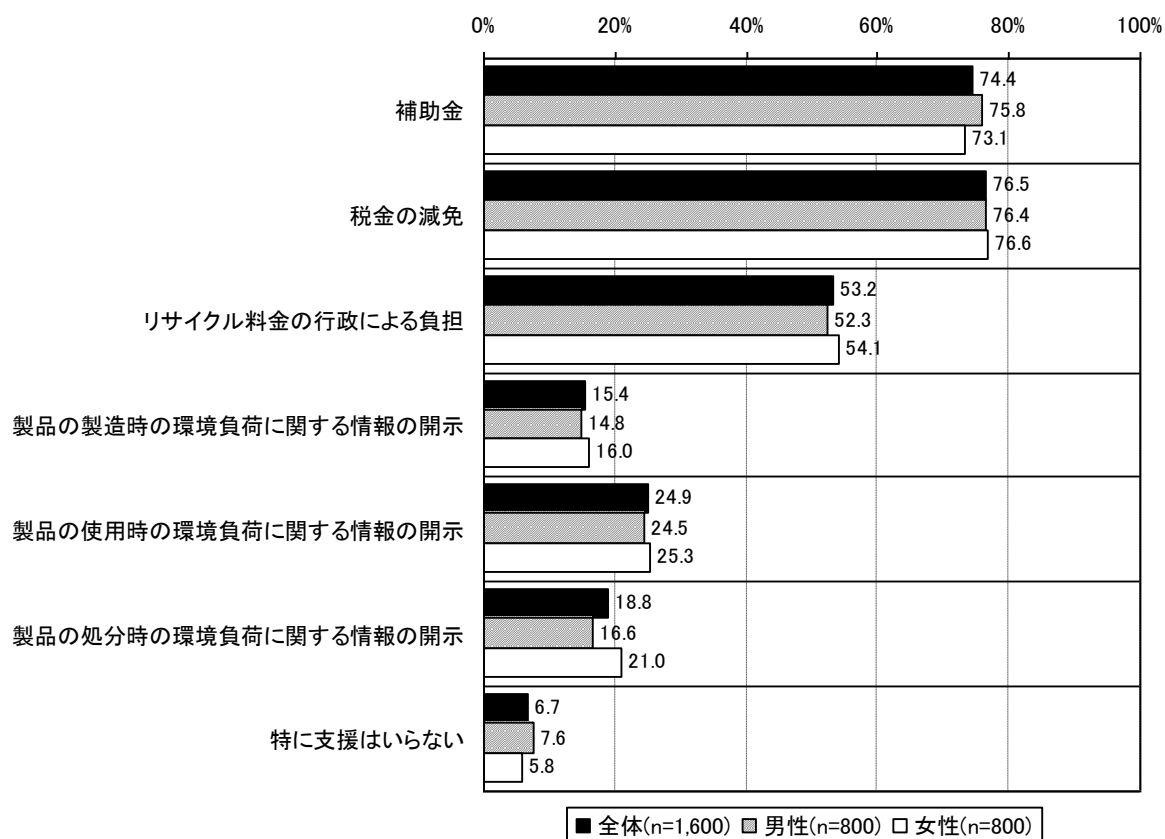
図表 2-167 省エネ家電購入時に希望する支援（地域別）



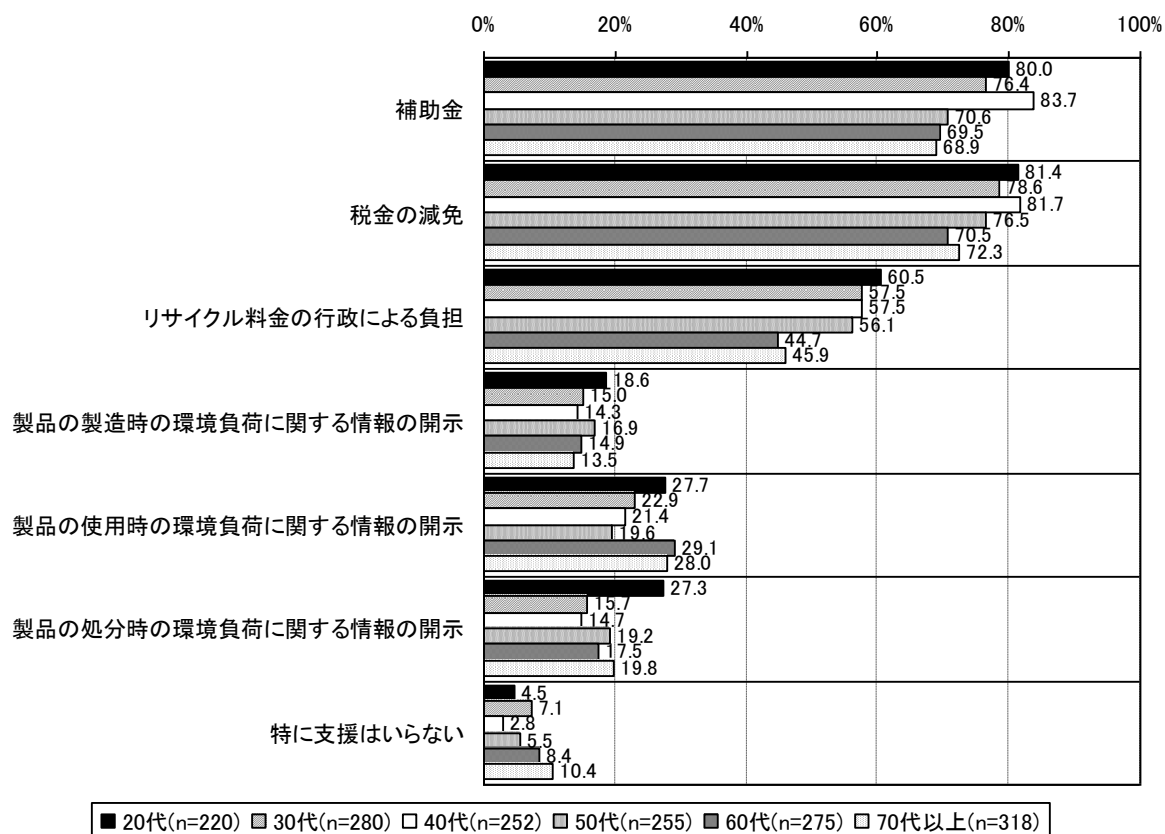
図表 2-168 省エネ家電購入時に希望する支援（都市規模別）



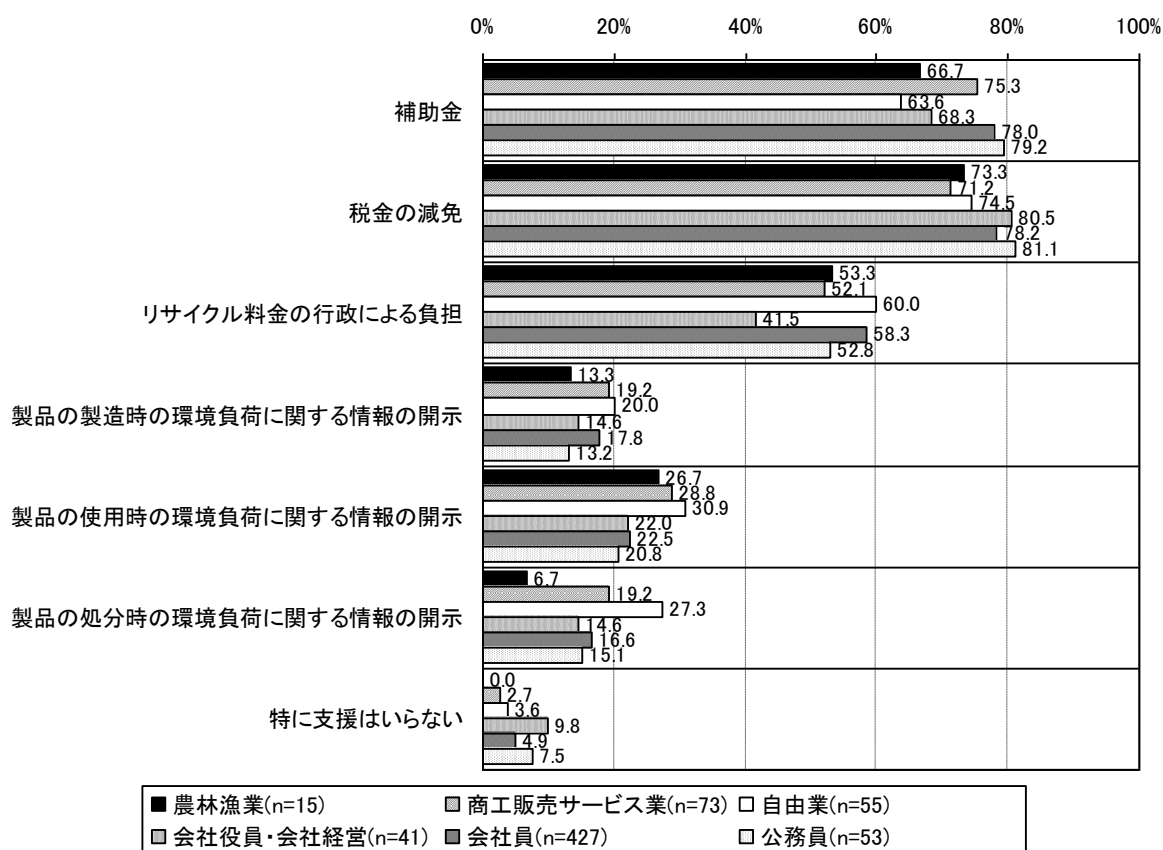
図表 2-169 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（全体、性別）



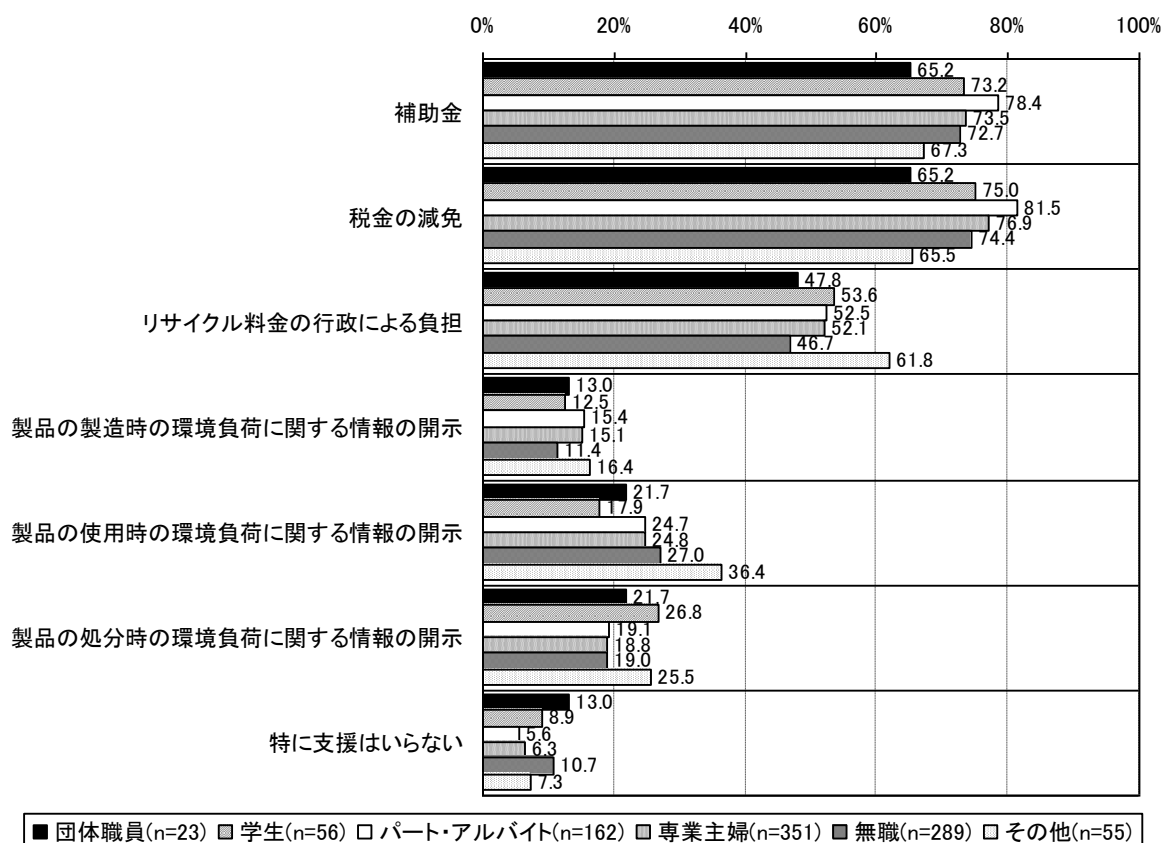
図表 2-170 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（年代別）



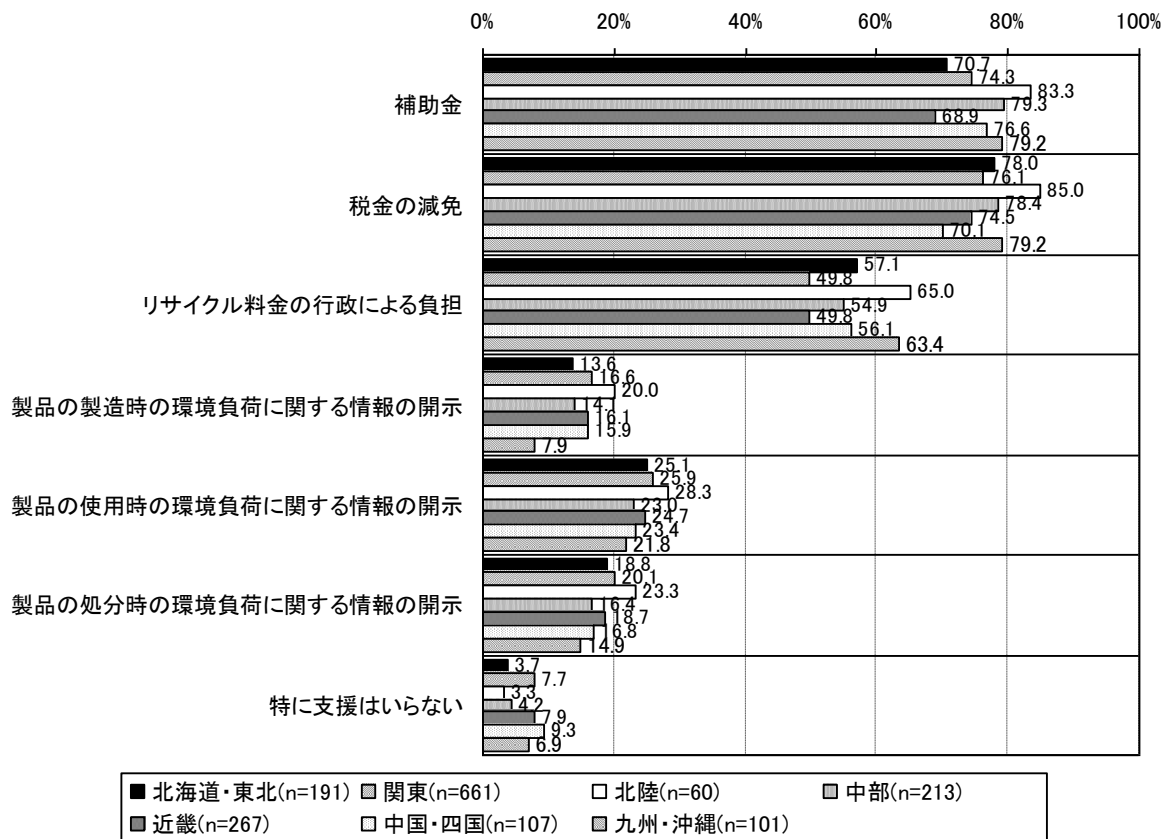
図表 2-171 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（職業別 1/2）



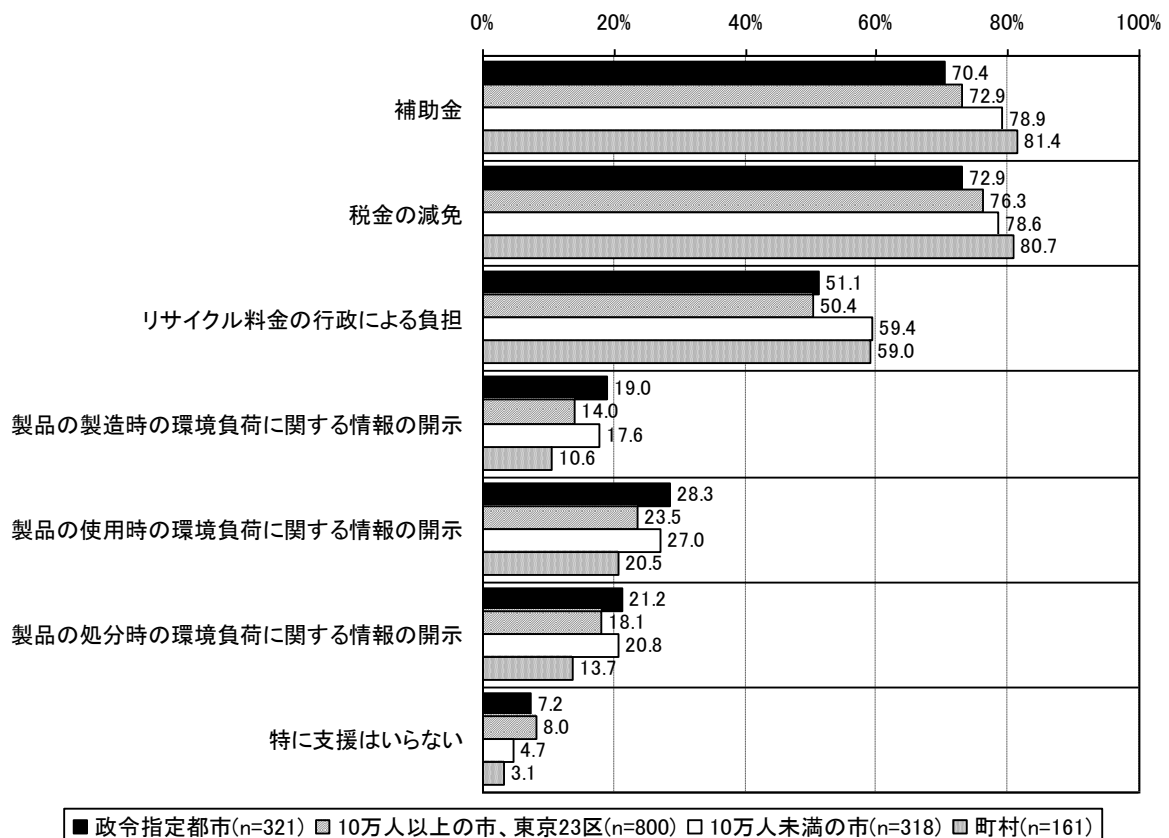
図表 2-172 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（職業別 2/2）



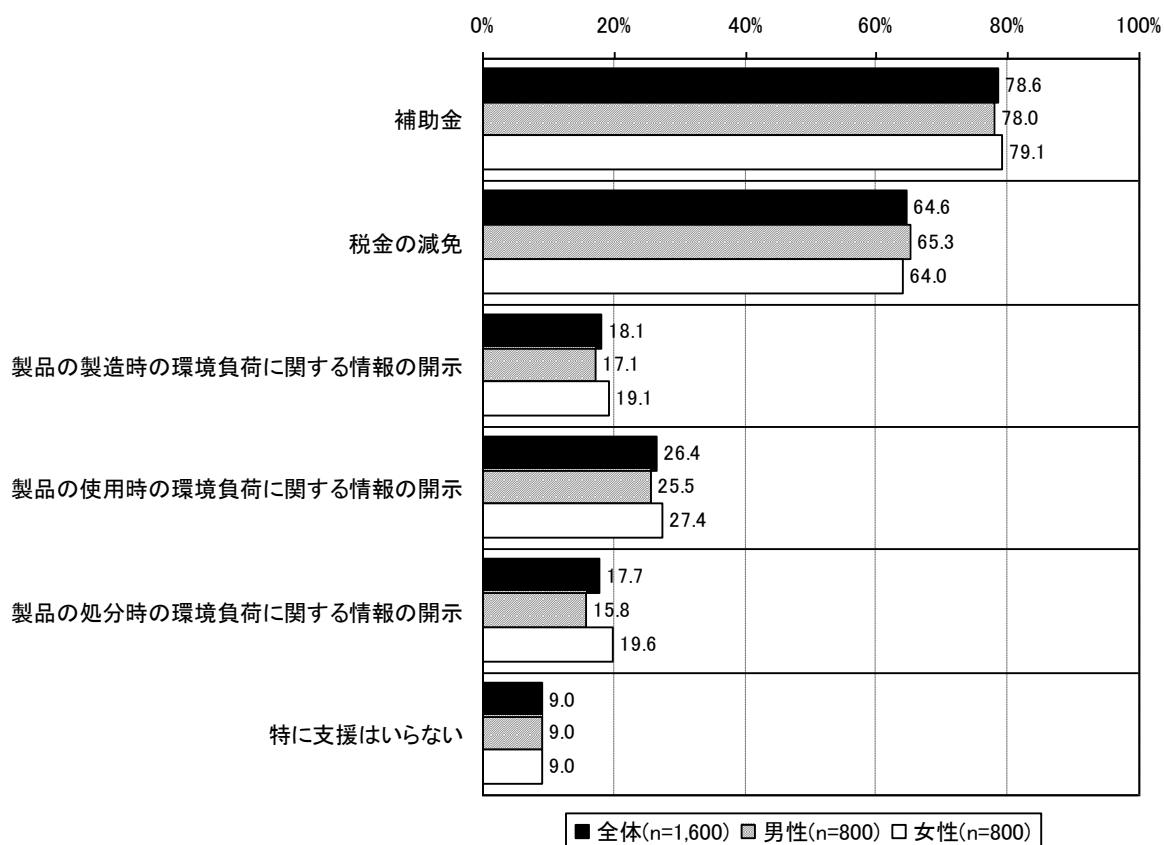
図表 2-173 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（地域別）



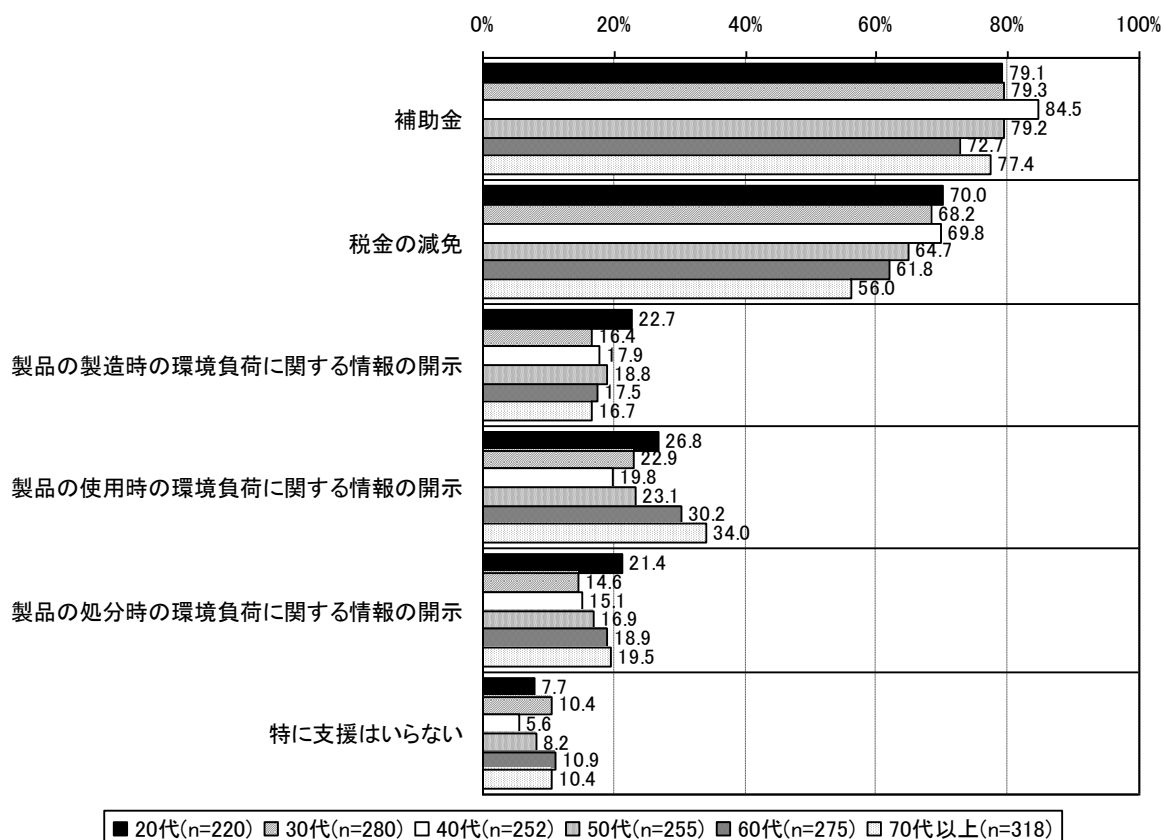
図表 2-174 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（都市規模別）



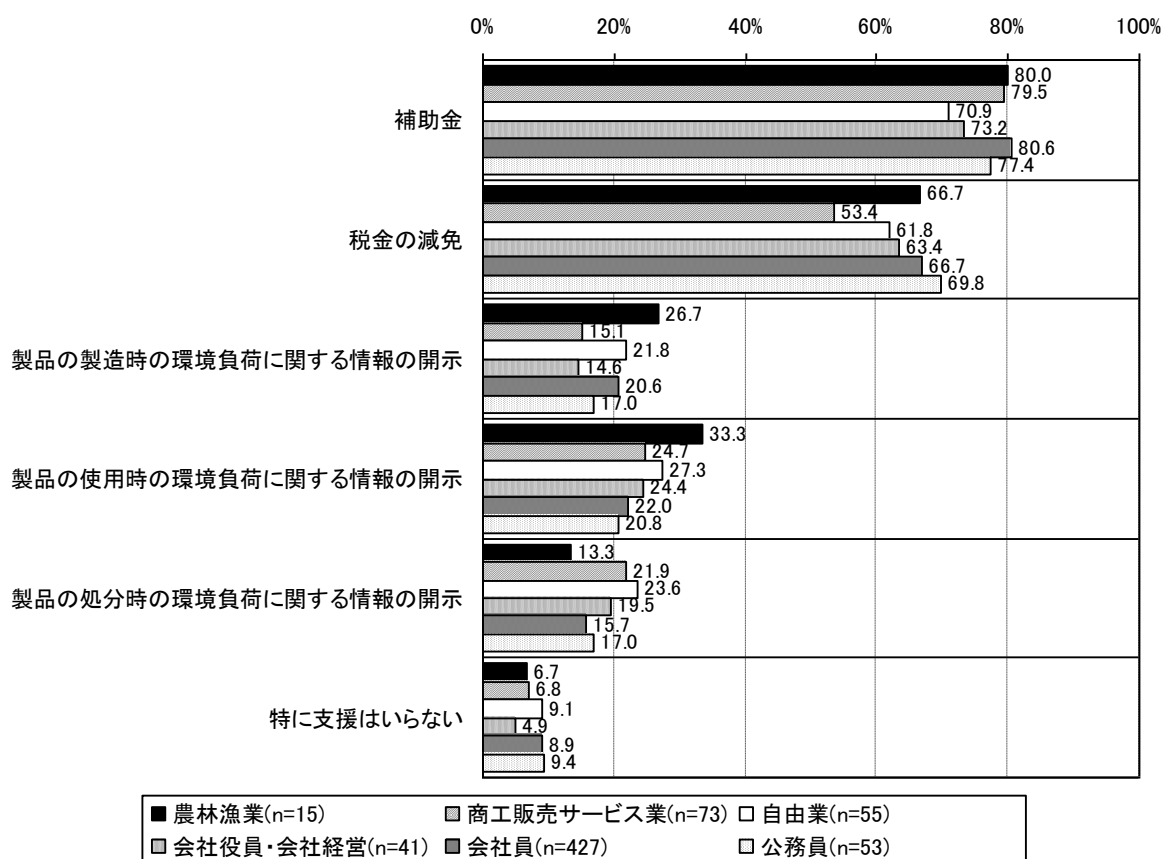
図表 2-175 高効率給湯器購入時に希望する支援（全体、性別）



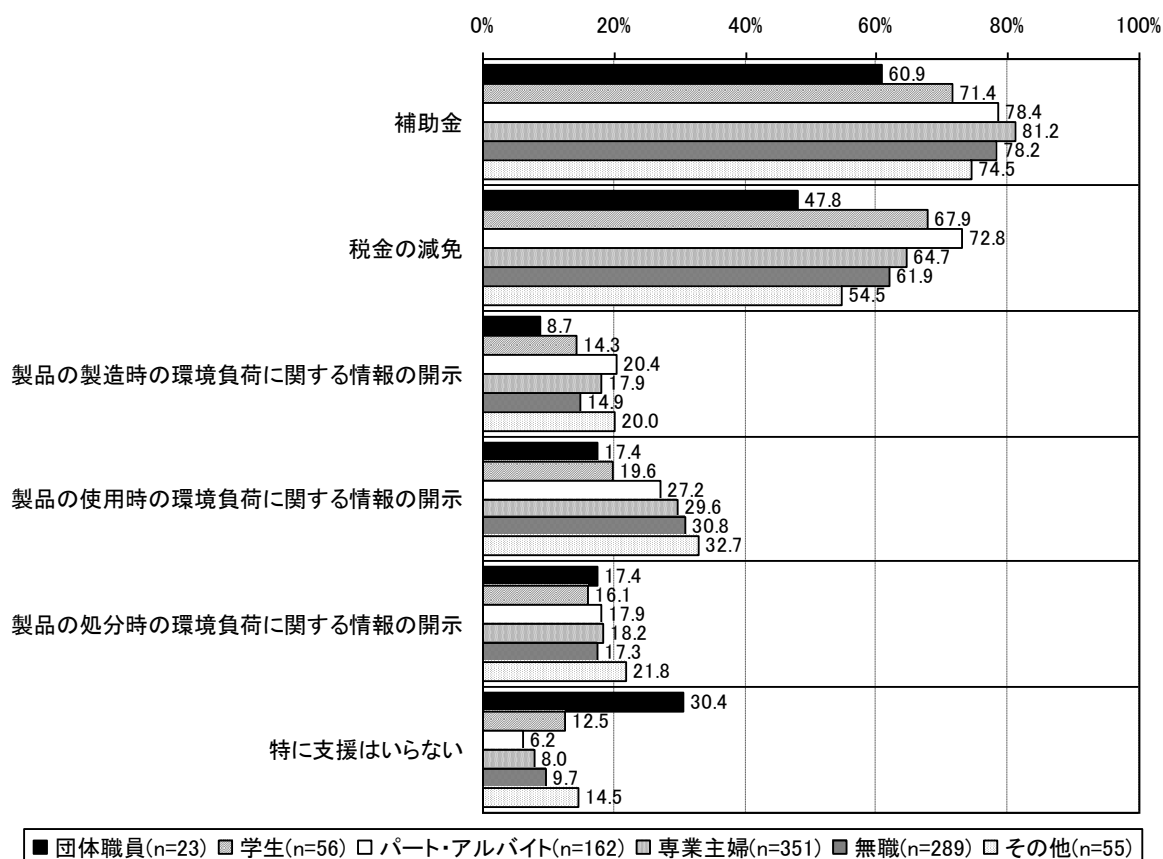
図表 2-176 高効率給湯器購入時に希望する支援（年代別）



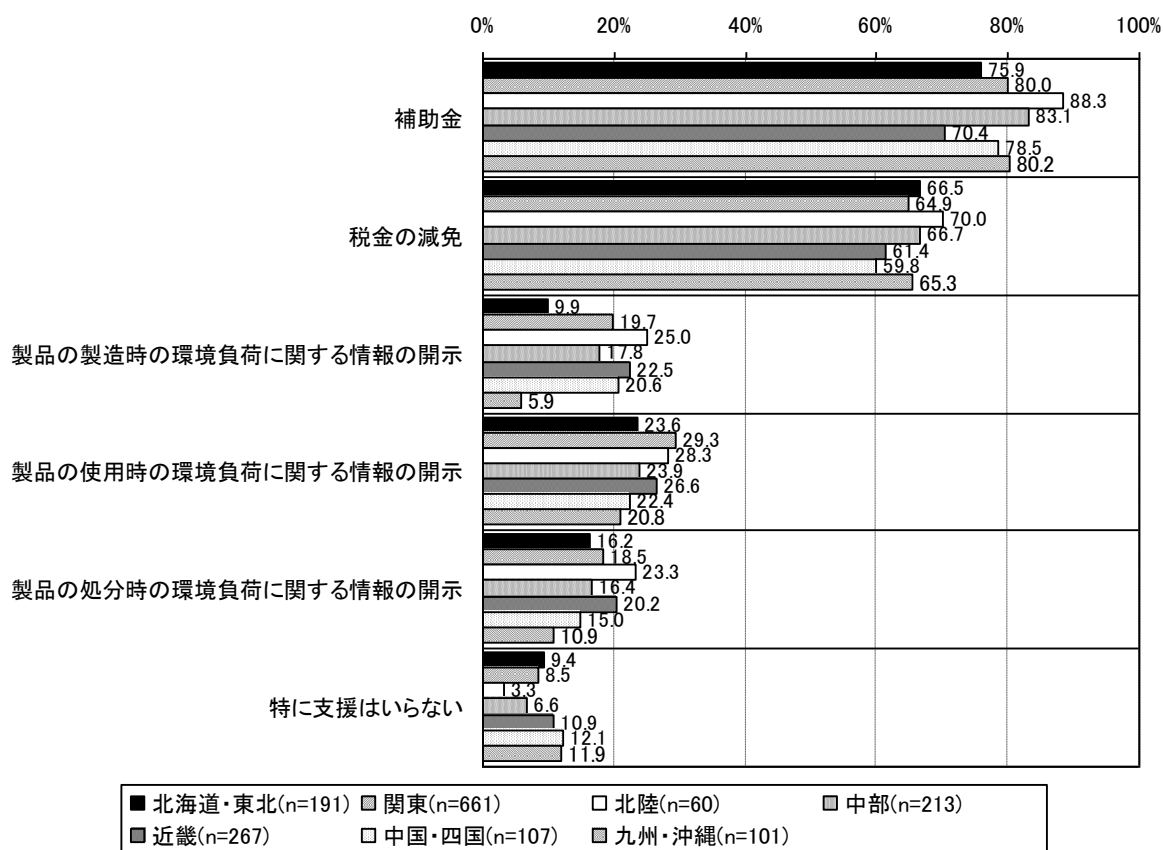
図表 2-177 高効率給湯器購入時に希望する支援（職業別 1/2）



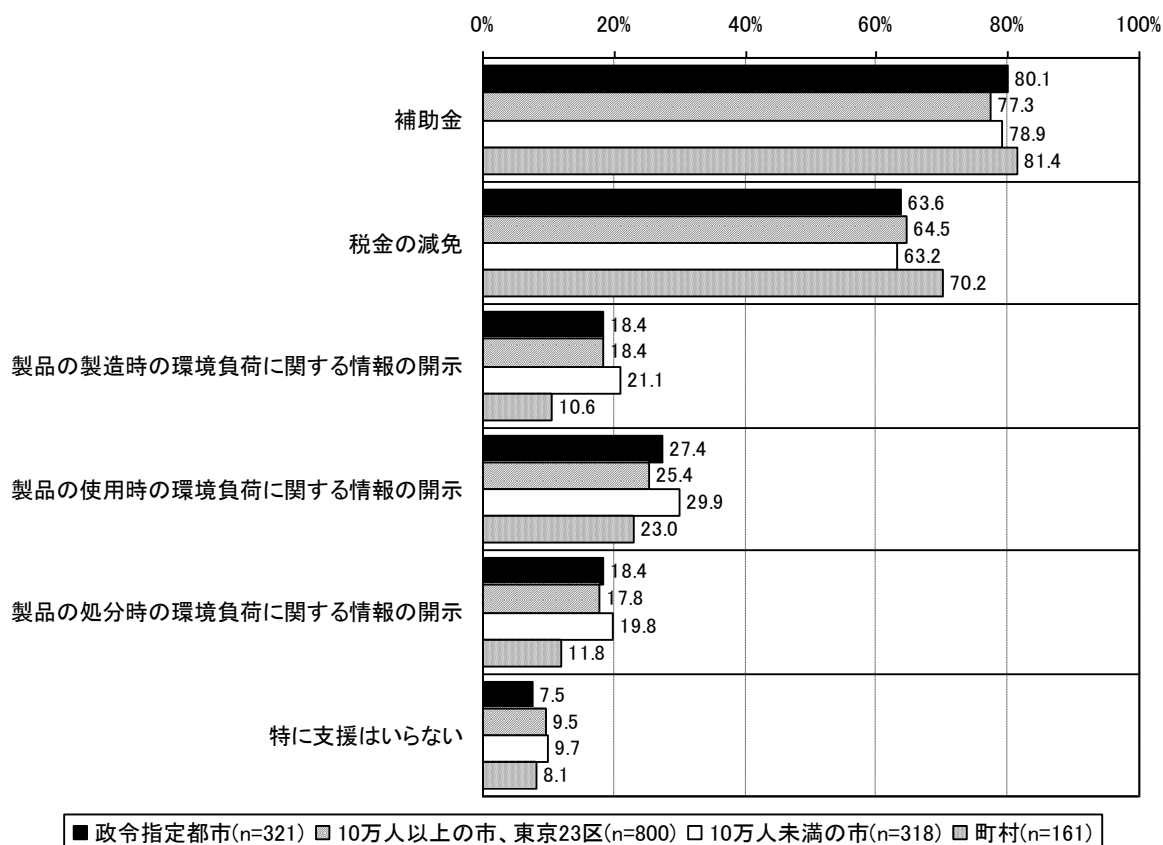
図表 2-178 高効率給湯器購入時に希望する支援（職業別 2/2）



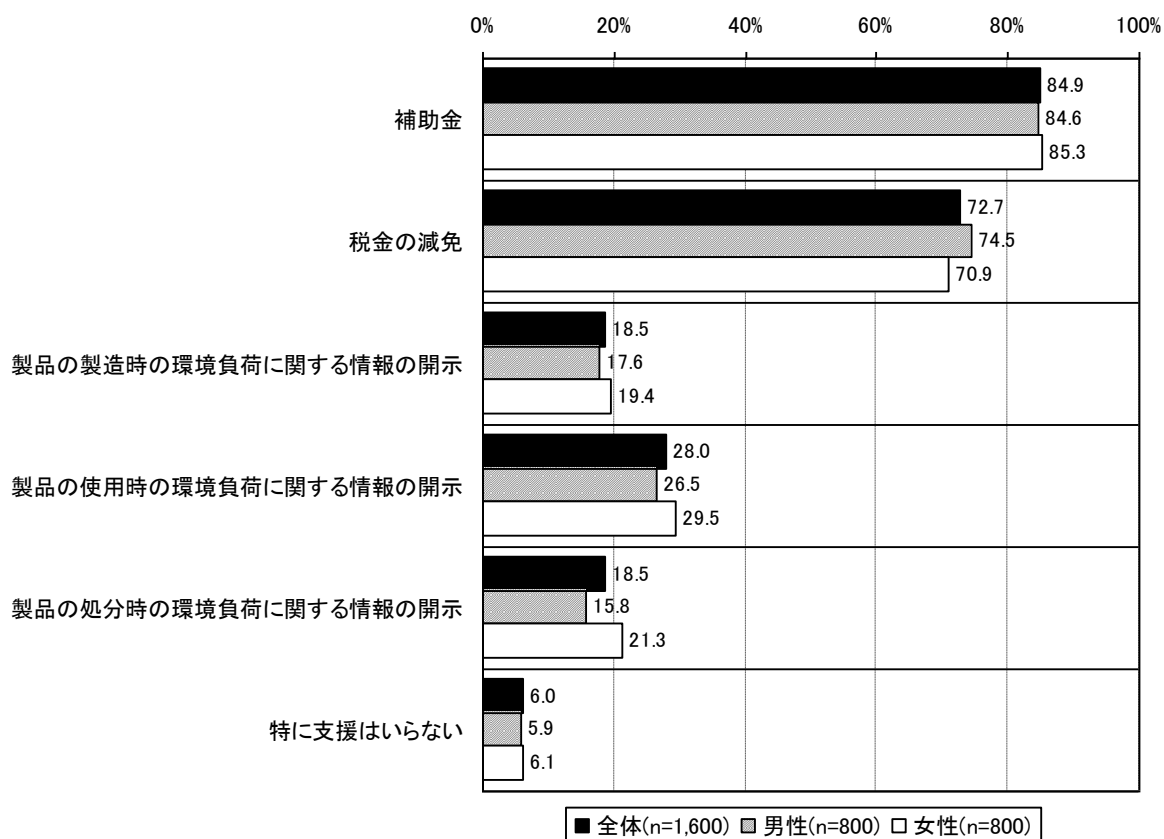
図表 2-179 高効率給湯器購入時に希望する支援（地域別）



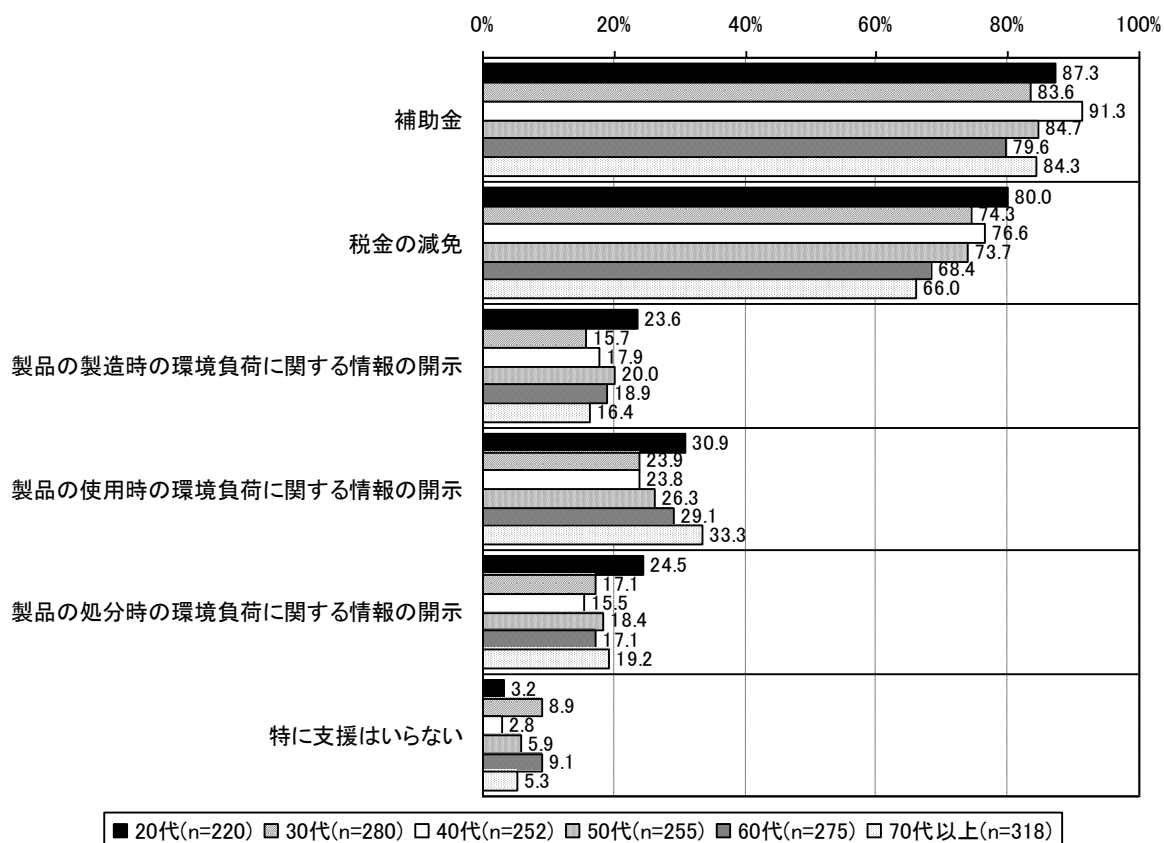
図表 2-180 高効率給湯器購入時に希望する支援（都市規模別）



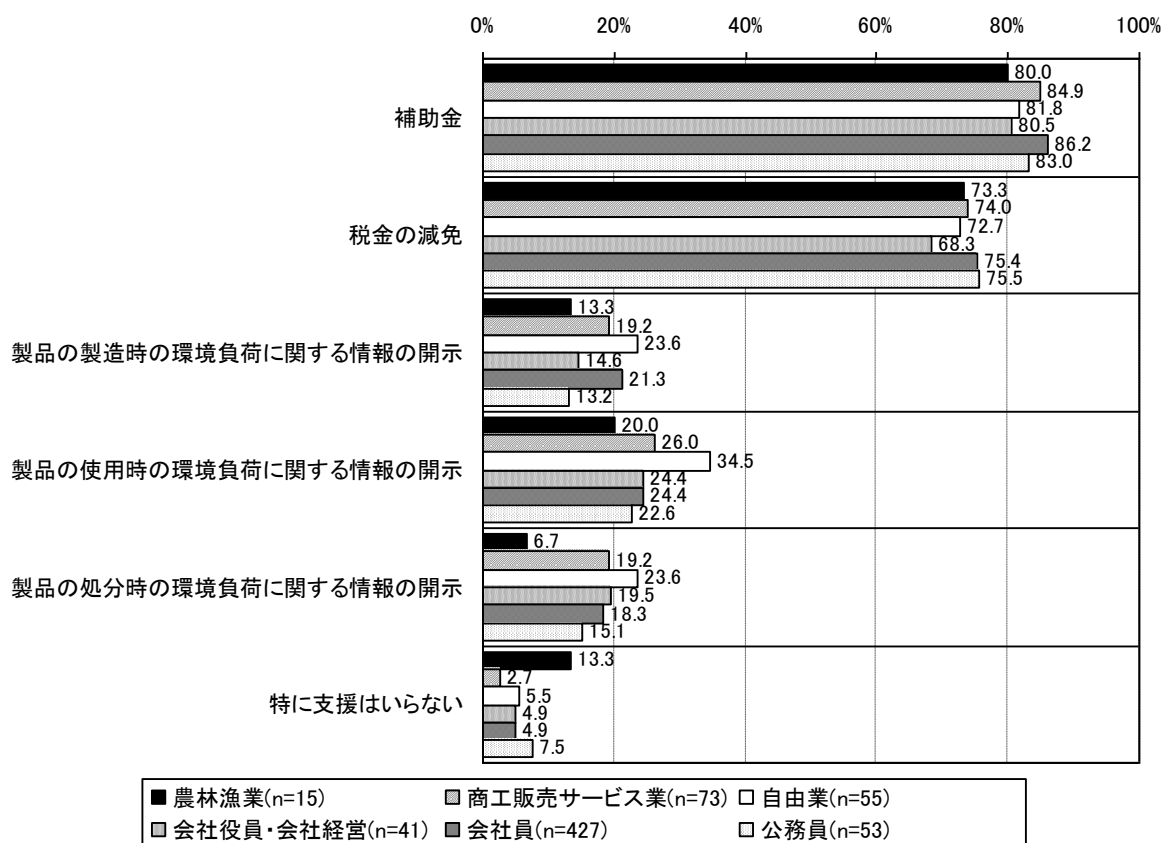
図表 2-181 太陽光発電システム購入時に希望する支援（全体、性別）



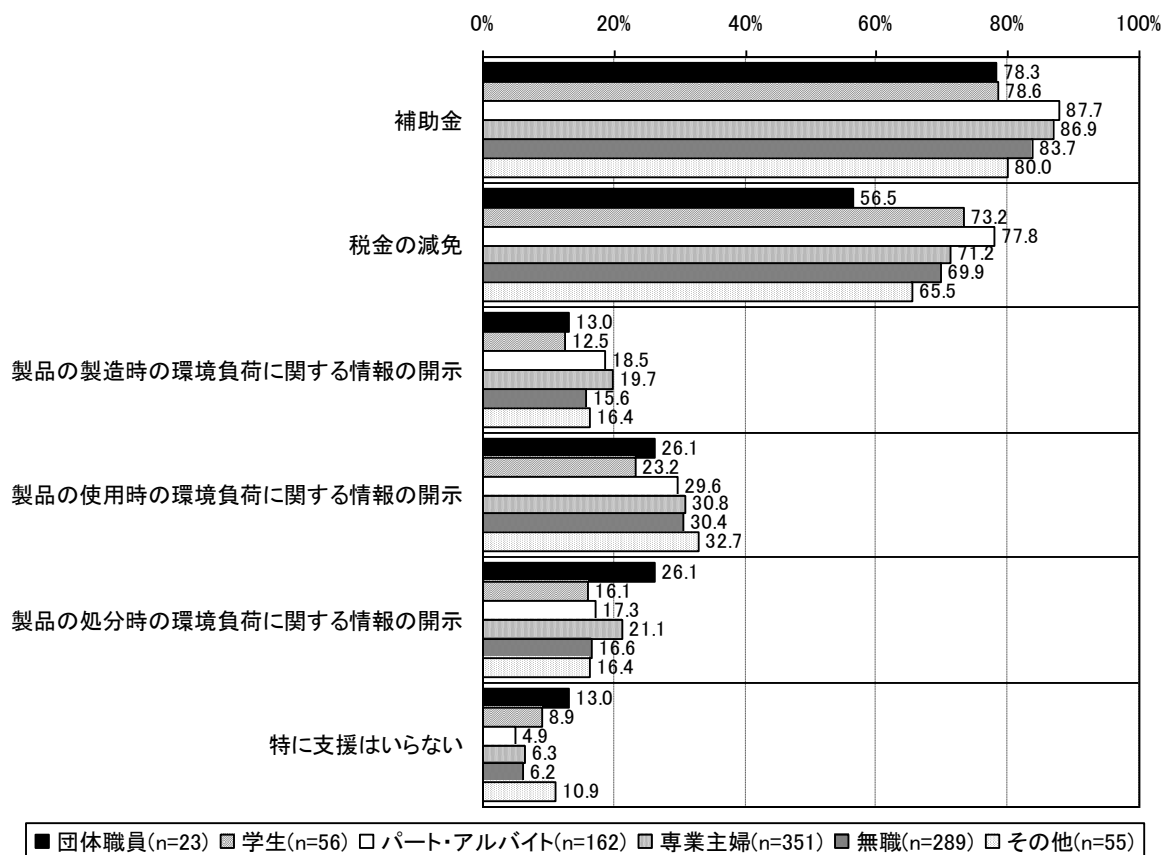
図表 2-182 太陽光発電システム購入時に希望する支援（年代別）



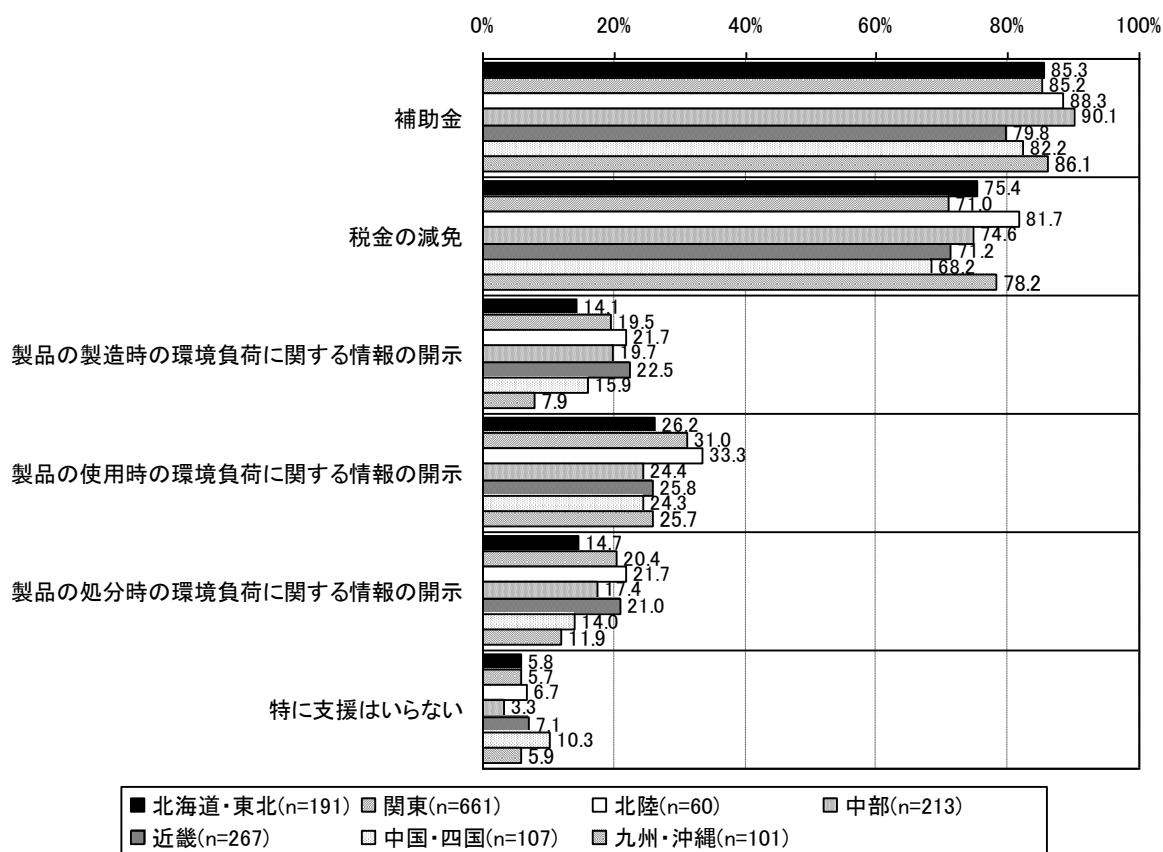
図表 2-183 太陽光発電システム購入時に希望する支援（職業別 1/2）



図表 2-184 太陽光発電システム購入時に希望する支援（職業別 2/2）



図表 2-185 太陽光発電システム購入時に希望する支援（地域別）



図表 2-186 太陽光発電システム購入時に希望する支援（都市規模別）

