

2. 環境問題への取組に関する意識（問 2）

2-1 環境問題への取組に対する考えや意見（問 2-1）

環境問題への取組に対する考えや意見については、肯定的な回答が多く、1項目を除き、85%以上が肯定の回答をしている。

環境問題への取組に対する考えや意見については、「環境保全の取組を進めることは、経済の発展につながる」（75%）以外の全て項目で、「そう思う」（「大変そう思う」、「ややそう思う」の合計）との回答が 85%を超えている。環境問題への取組に対する考え方や意見に対して肯定的であることがうかがえる。

平成 22 年度調査結果と比較しても、特に大きな差のある項目はみられない。

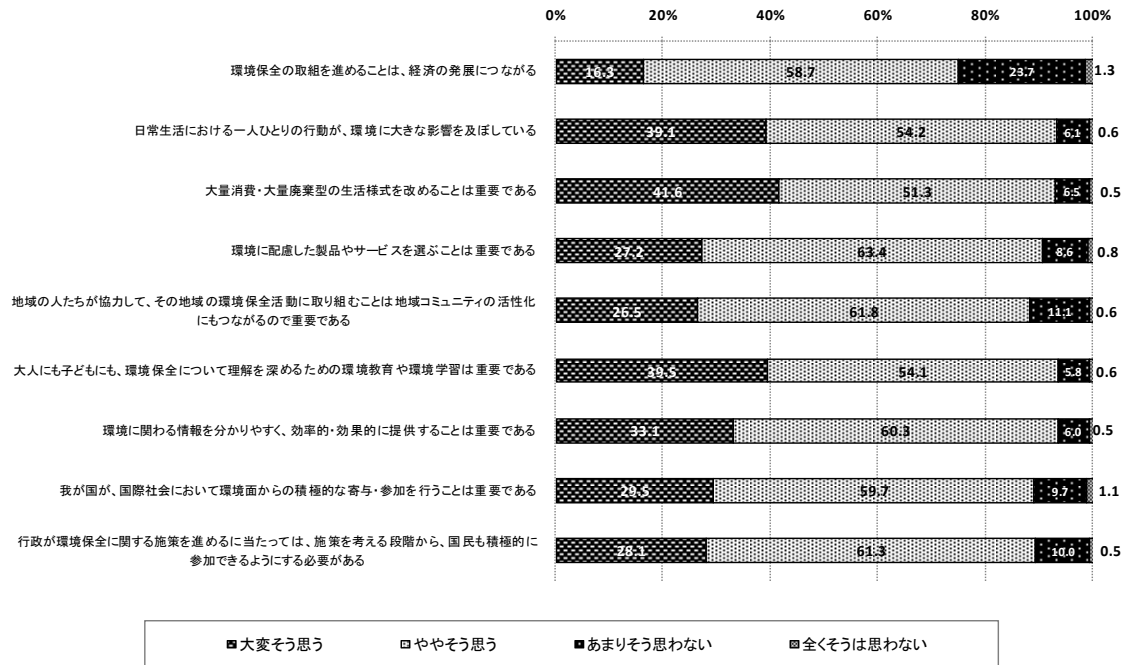
性別では、全ての項目で男性よりも女性で環境問題への取組に対して「そう思う」との回答が多かった。「環境保全の取組を進めることは、経済の発展につながる」では最も大きな差があり、「そう思う」との回答は女性が 80%、男性は 70%と女性が 10 ポイント高くなっている。

年代別にみると、ほぼ全ての項目で 20 代が最も低く、70 代が最も高くなっている。「環境保全の取組を進めることは、経済の発展につながる」、「環境に配慮した製品やサービスを選ぶことは重要である」、「地域の人たちが協力して、その地域の環境保全活動に取り組むことは地域コミュニティの活性化にもつながるので重要である」、「我が国が、国際社会において環境面からの積極的な寄与・参加を行うことは重要である」については、20 代より 70 代以上が 10 ポイント以上高くなっている。

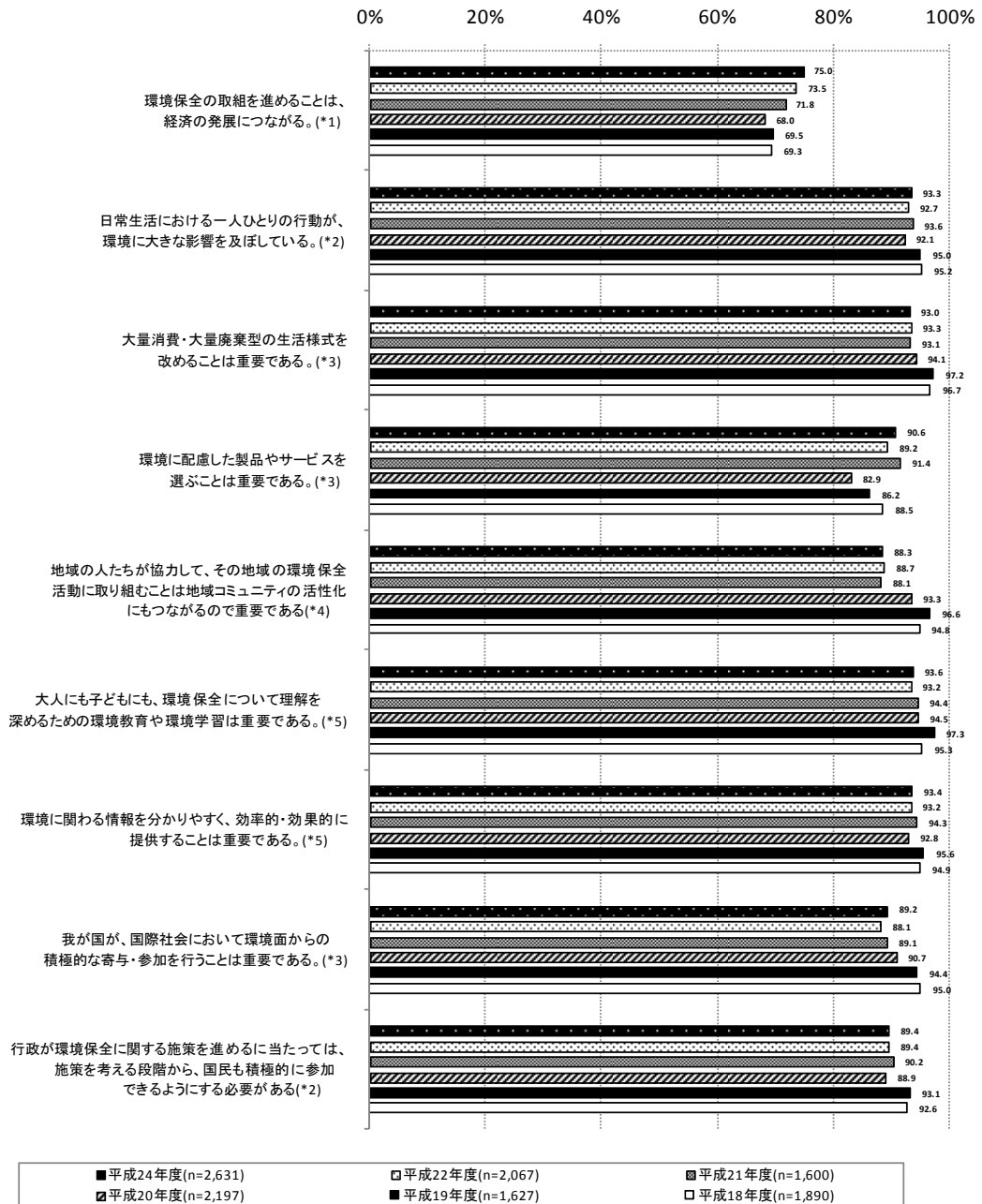
地域別では、大きな差はないが、九州・沖縄はほぼ全ての項目で全体よりも肯定的な回答の割合が高くなっている。一方、北陸では全ての項目で肯定的な回答の割合は全体よりも低くなっている。

都市規模別では、大きな差はないが、「地域の人たちが協力して、その地域の環境保全活動に取り組むことは地域コミュニティの活性化にもつながるので重要である」については都市規模が小さくなるにつれて肯定的な回答の割合が高くなっている（政令指定都市 88%、町村 90%）。

図表 2-1 環境問題への取組に対する考え方



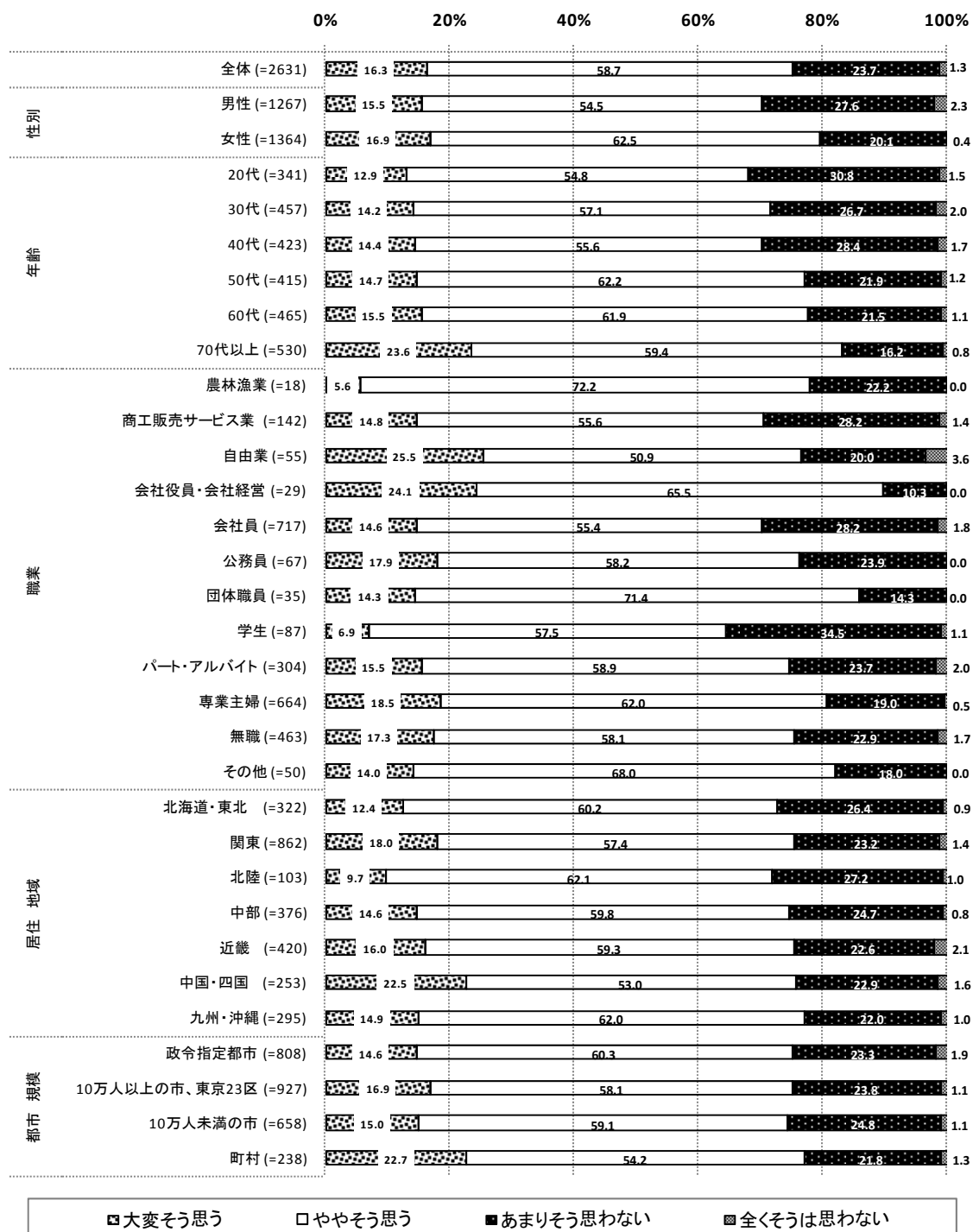
図表 2-2 環境問題への取組に対する考え方（時系列）
 （「大変そう思う」、「ややそう思う」の合計）



※年により設問・項目が異なる。詳細は付表を参照のこと。

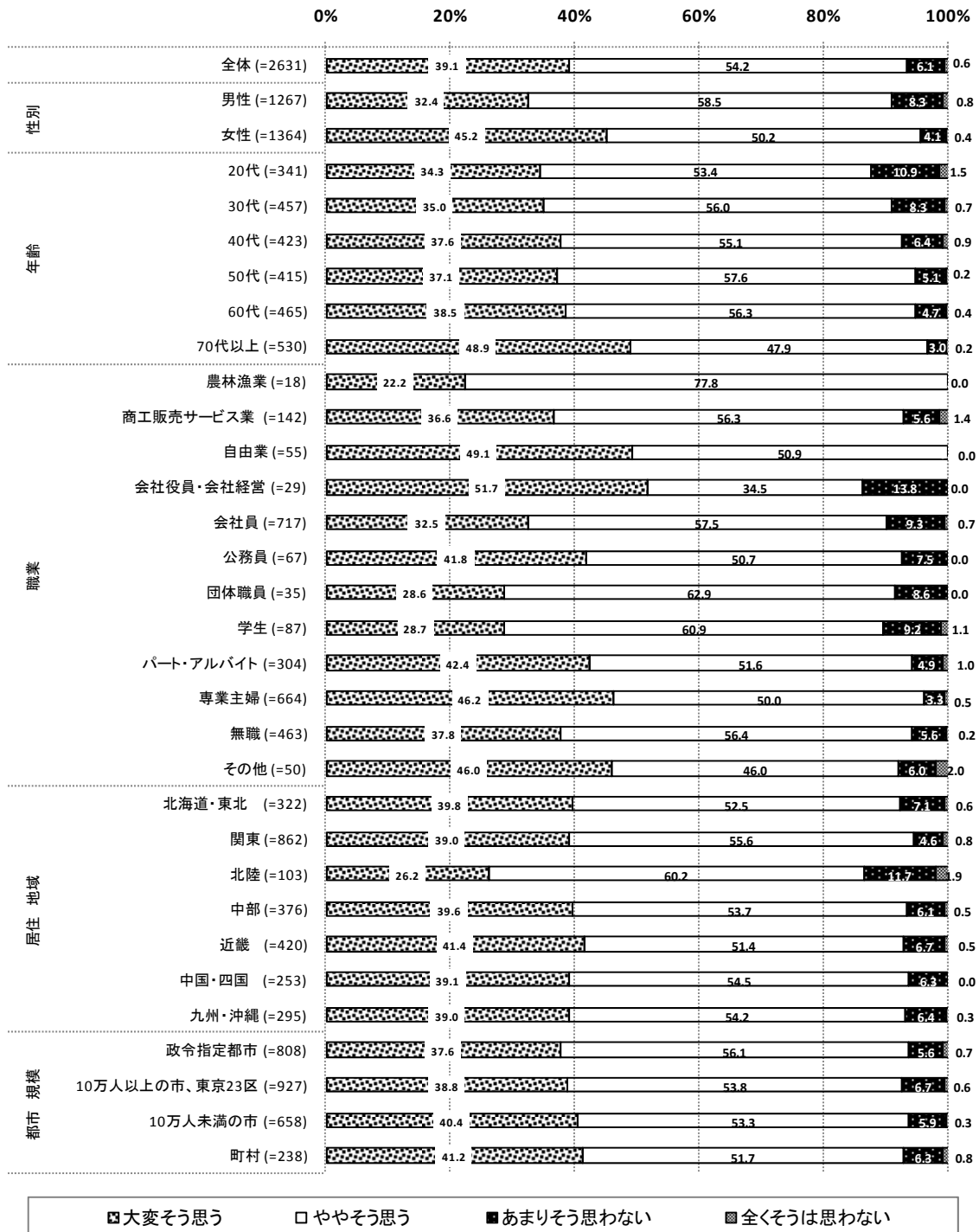
環境問題への取組① 環境保全の取組を進めることは、経済の発展につながる

図表 2-3 環境問題への取組①に対する考え方（属性別）



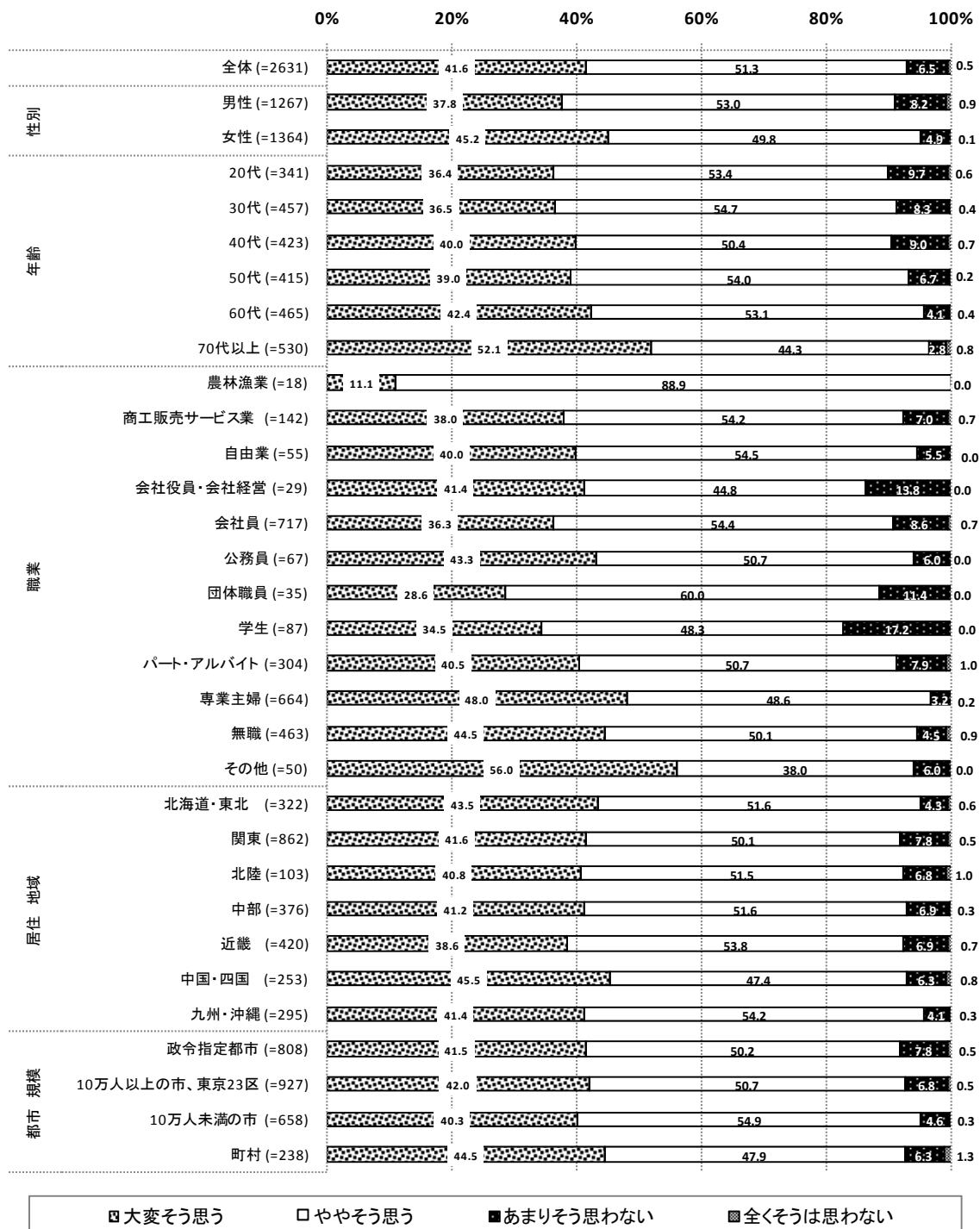
環境問題への取組② 日常生活における一人ひとりの行動が、環境に大きな影響を及ぼしている

図表 2-4 環境問題への取組②に対する考え方（属性別）



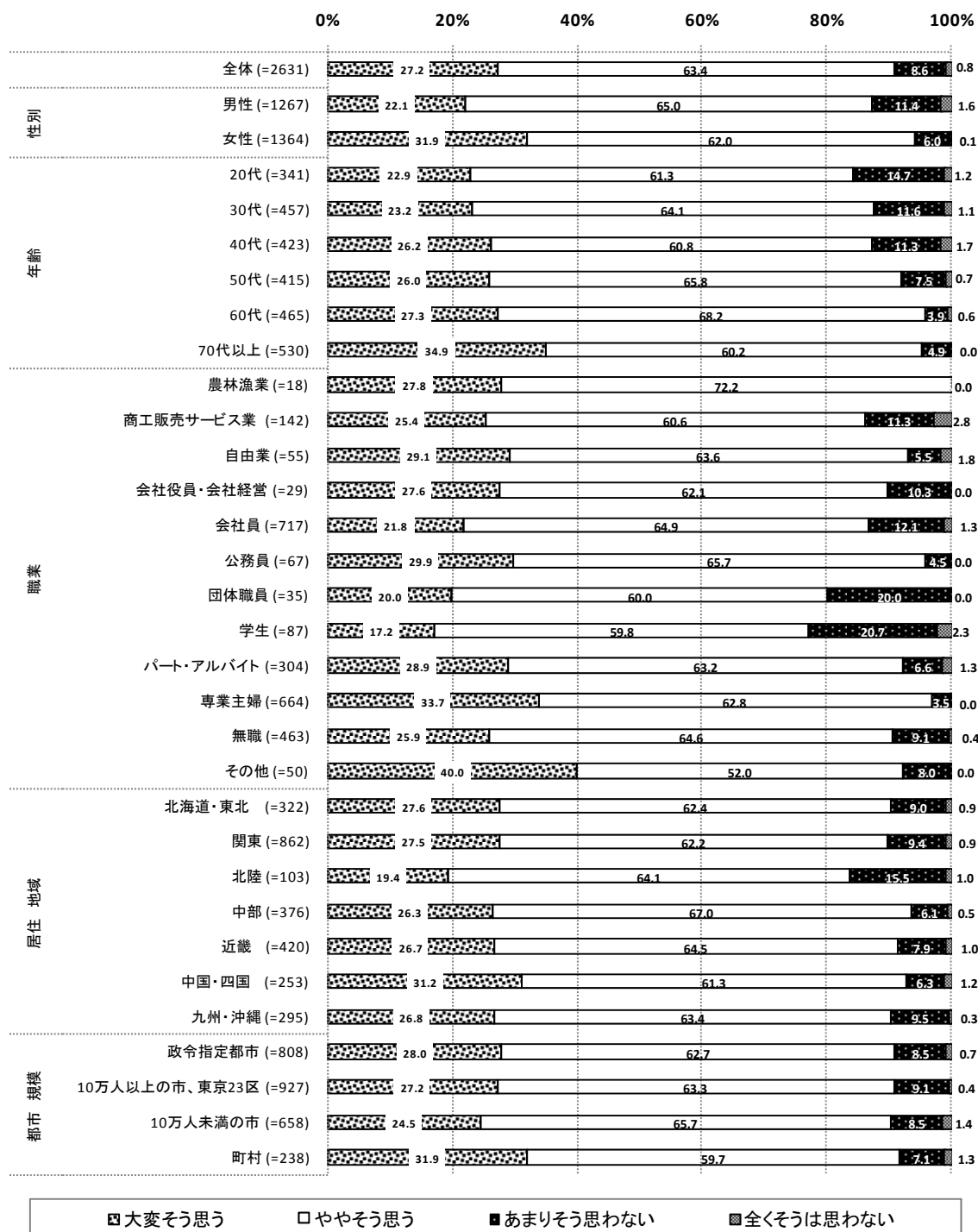
環境問題への取組③ 大量消費・大量廃棄型の生活様式を改めることは重要である

図表 2-5 環境問題への取組③に対する考え方（属性別）



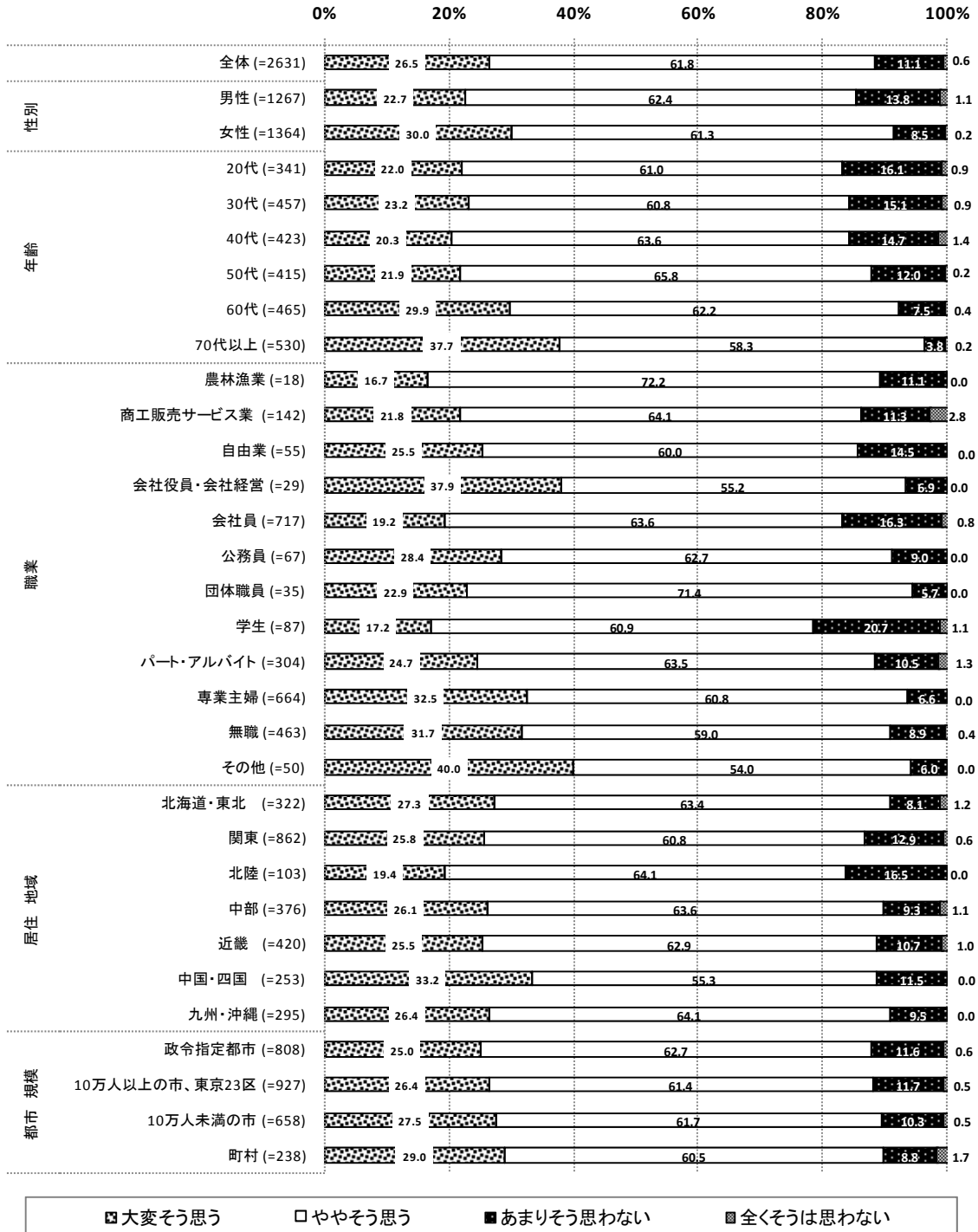
環境問題への取組④ 環境に配慮した製品やサービスを選ぶことは重要である

図表 2-6 環境問題への取組④に対する考え方（属性別）



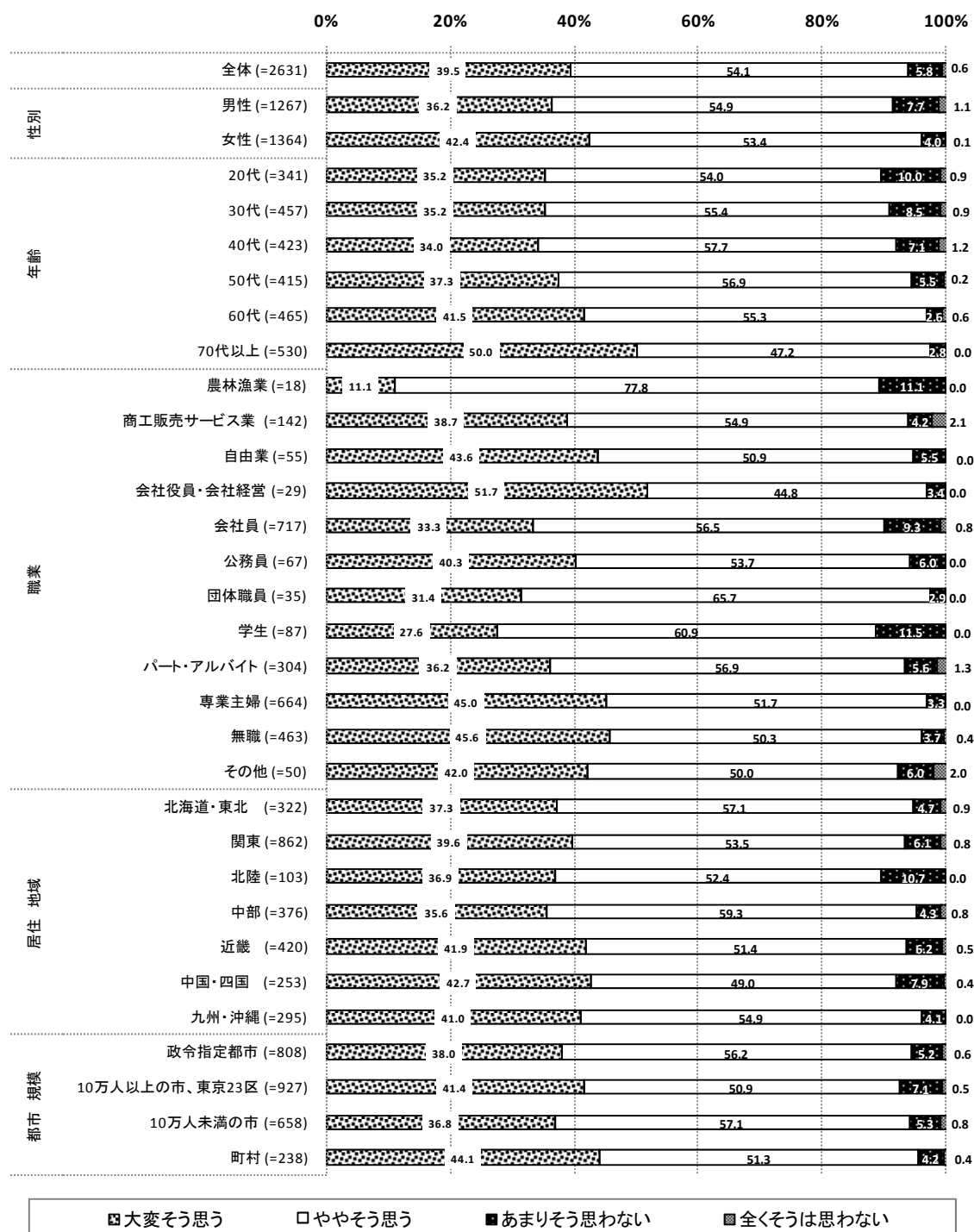
環境問題への取組⑤ 地域の人たちが協力して、その地域の環境保全活動に取り組むことは地域コミュニティの活性化にもつながるので重要である

図表 2-7 環境問題への取組⑤に対する考え方（属性別）



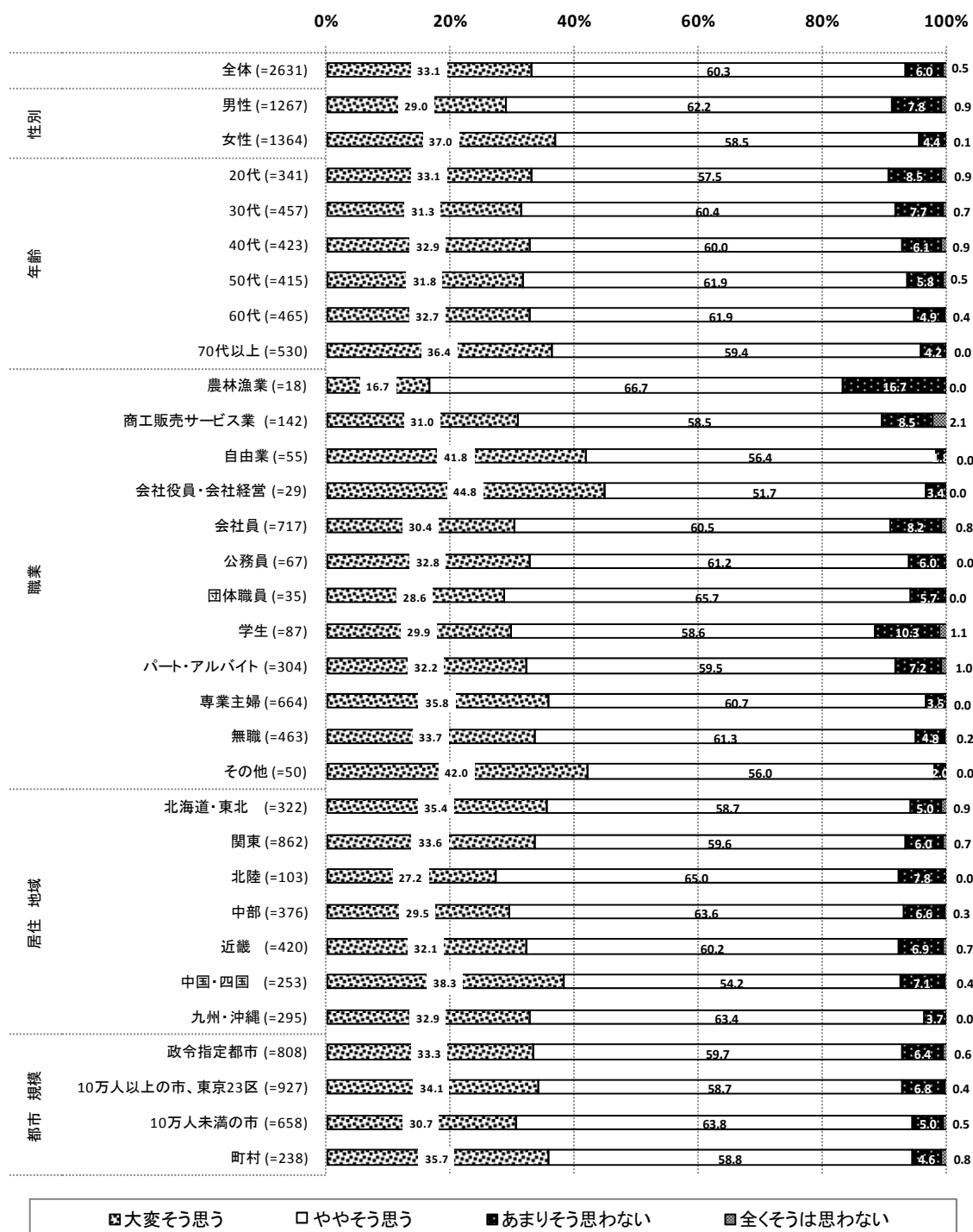
環境問題への取組⑥ 大人にも子どもにも、環境保全について理解を深めるための環境教育や環境学習は重要である

図表 2-8 環境問題への取組⑥に対する考え方（属性別）



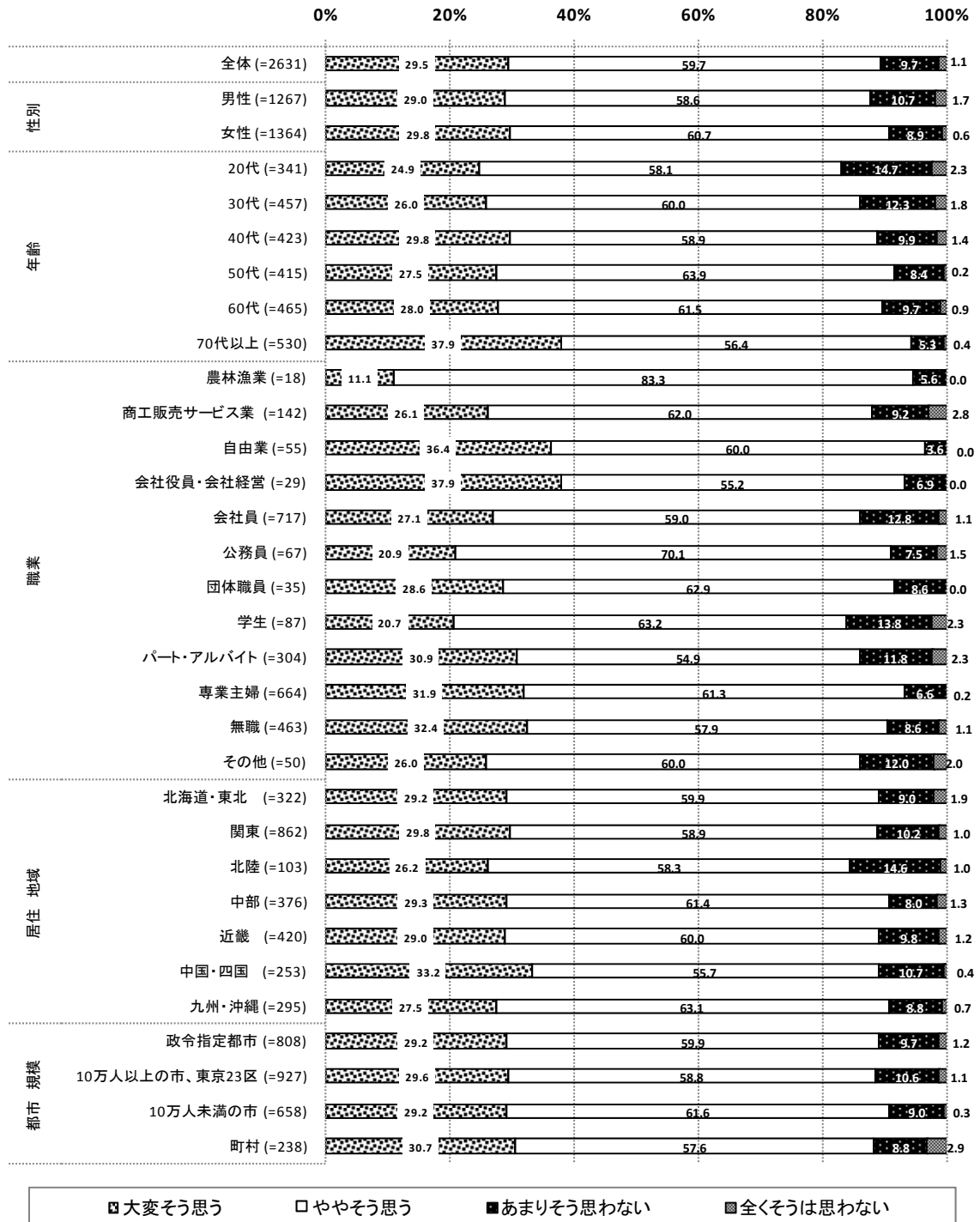
環境問題への取組⑦ 環境に関わる情報を分かりやすく、効率的・効果的に提供することは重要である

図表 2-9 環境問題への取組⑦に対する考え方（属性別）



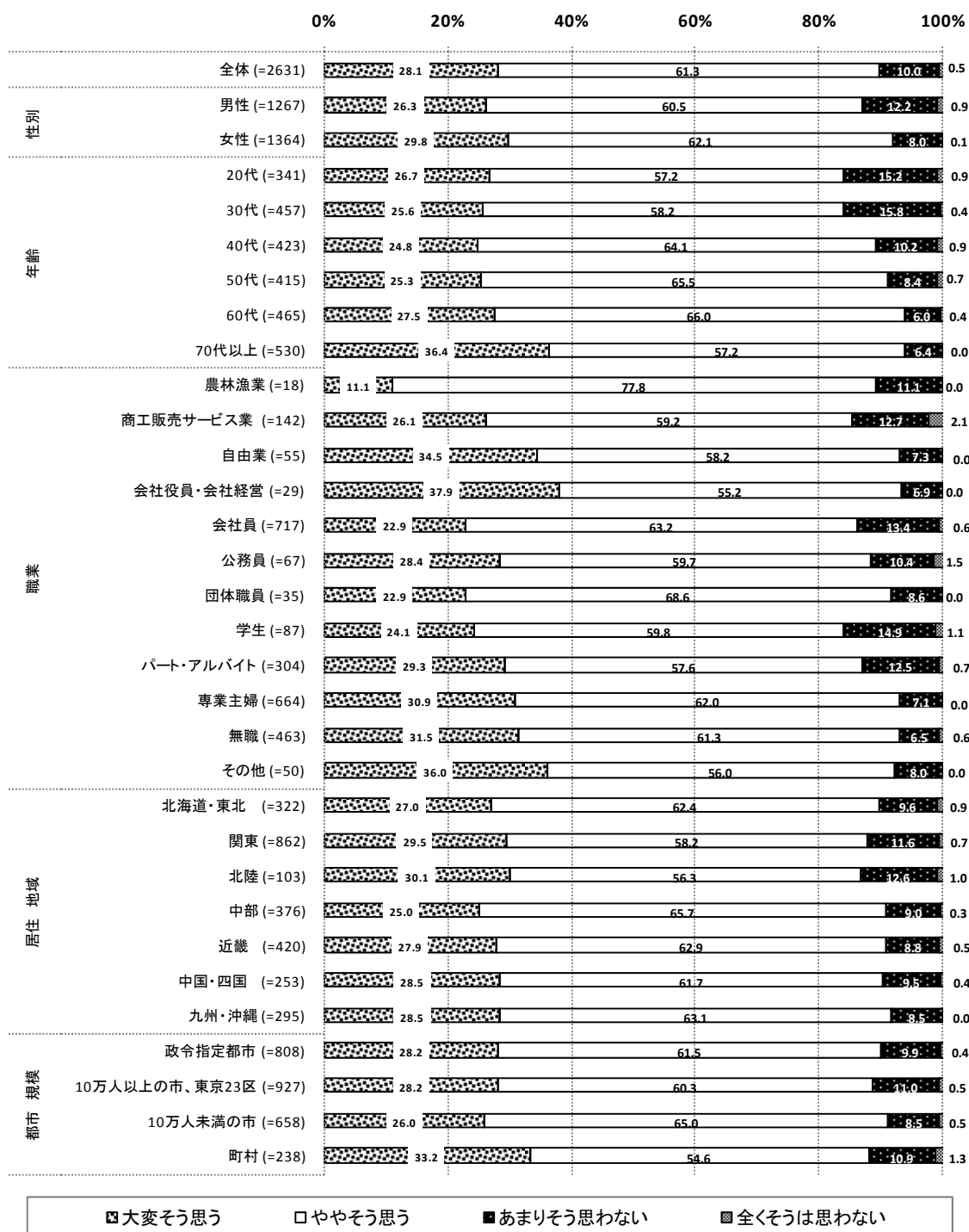
環境問題への取組⑧ 我が国が、国際社会において環境面からの積極的な寄与・参加を行うことは重要である

図表 2-10 環境問題への取組⑧に対する考え方（属性別）



環境問題への取組⑨ 行政が環境保全に関する施策を進めるに当たっては、施策を考える段階から、国民も積極的に参加できるようにする必要がある

図表 2-11 環境問題への取組⑨に対する考え方（属性別）



2-2 環境保全行動の実施状況・実施意向（問 2-2）

環境保全行動の実施状況

環境保全行動の実施状況をみると、家庭内で日常的にできることについては多くの人が実施している。一方、家庭外の活動や、環境への影響を考えながら行うものについては実施している人が少ない傾向がみられる。

環境保全行動の実施状況については、「すでに行っており、今後も引き続き行いたいと思う」と「すでに行っているが、今後はあまり行いたいとは思わない」を合計した「実施している」と回答した人の割合を整理すると、以下のようになっている。

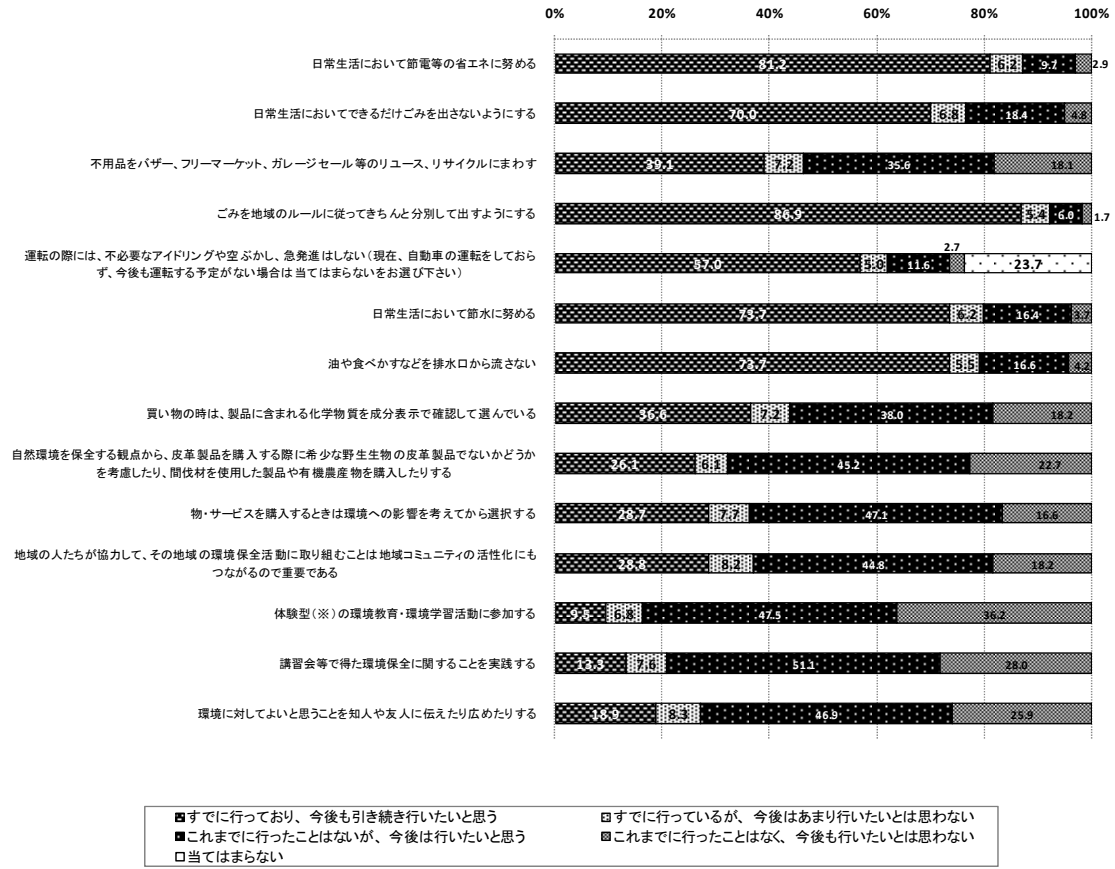
75%以上の人が実施している項目

- 「ごみは地域のルールに従ってきちんと分別して出すようにする」 92%
- 「日常生活において節電等の省エネに努める」 87%
- 「日常生活において節水に努める」 80%
- 「油や食べかすなど排水口から流さない」 79%
- 「日常生活においてできるだけごみを出さないようにする」 77%

25%未満の人しか実施していない項目

- 「講習会等で得た環境保全に関することを実践する」 21%
- 「体験型の環境教育・環境学習活動に参加する」 16%

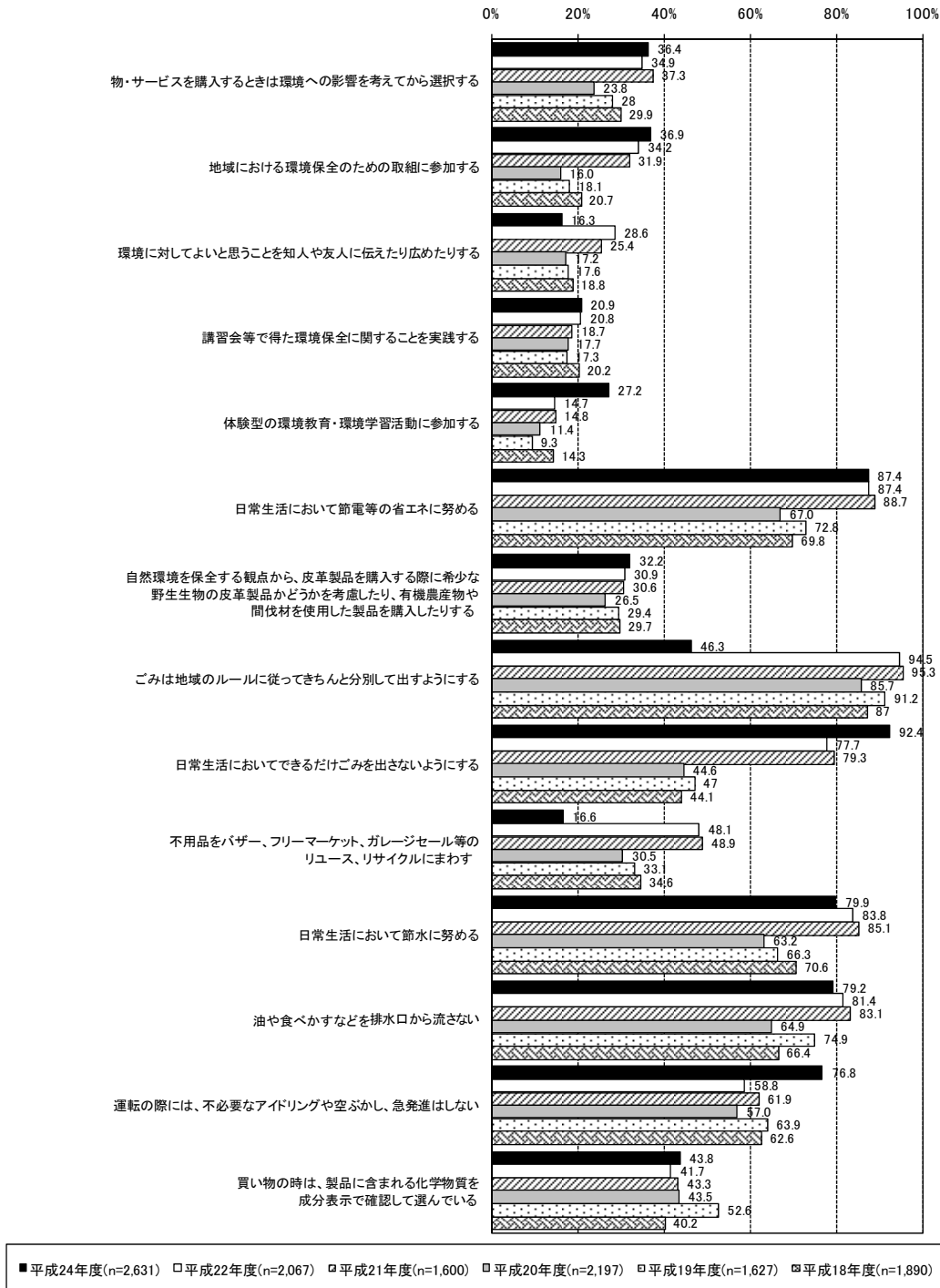
図表 2-12 環境保全行動の実施状況・実施意向



※体験型の環境教育・環境学習活動とは、たとえば、自然観察会や水質調査、河川・砂浜・地域の美化・清掃活動、植林活動など、環境やその問題に関する体験活動や調査活動などの具体的な実践のこと。講習や勉強会などの座学のみのもものは含まない。

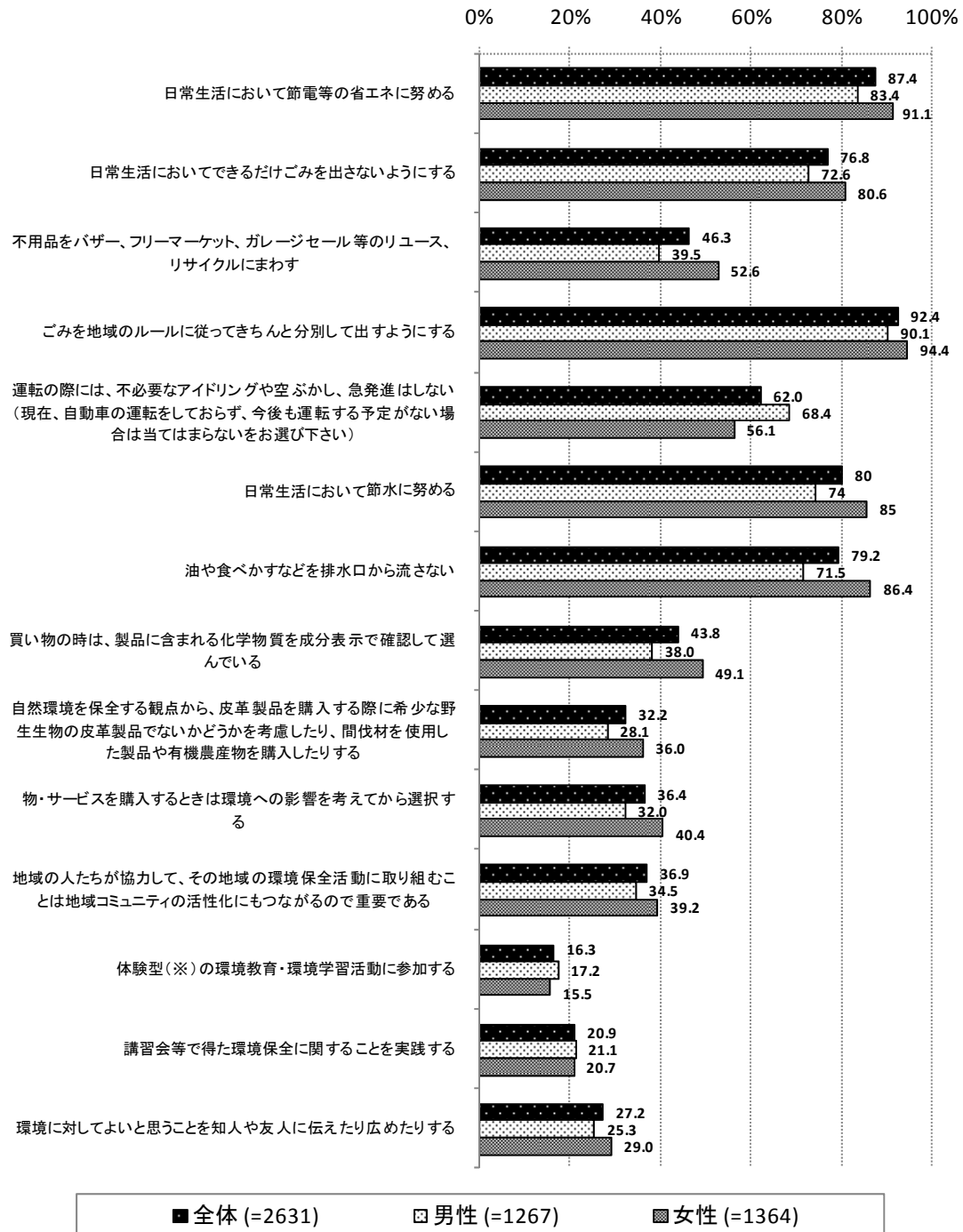
図表 2-13 環境保全行動の実施状況（時系列）（※）

（※）「すでに行っており、今後も引き続き行いたいと思う」、「これまで行ったことはないが、今後は行いたいと思う」の合計

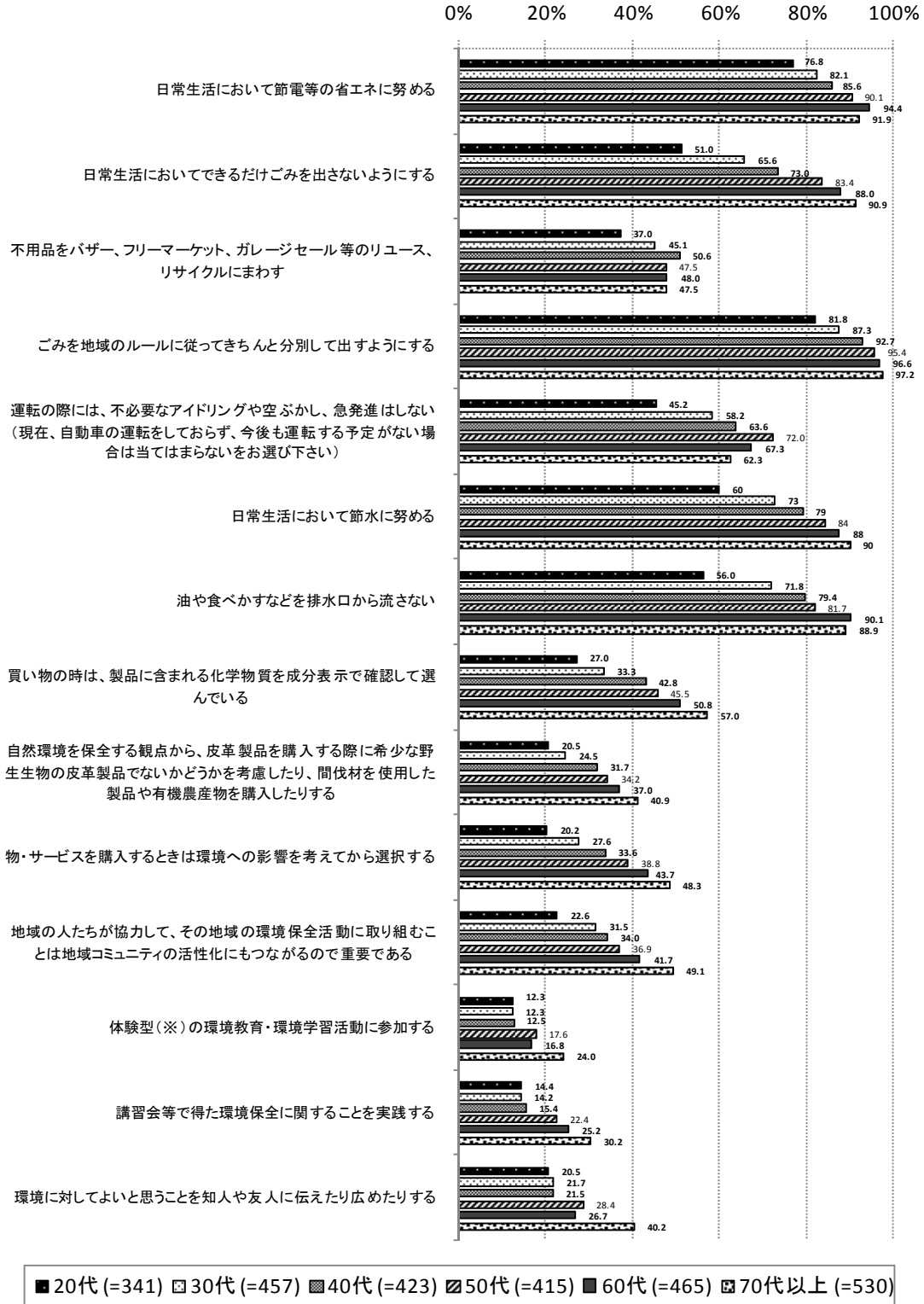


※年により設問・項目が異なる。詳細は付表を参照のこと。

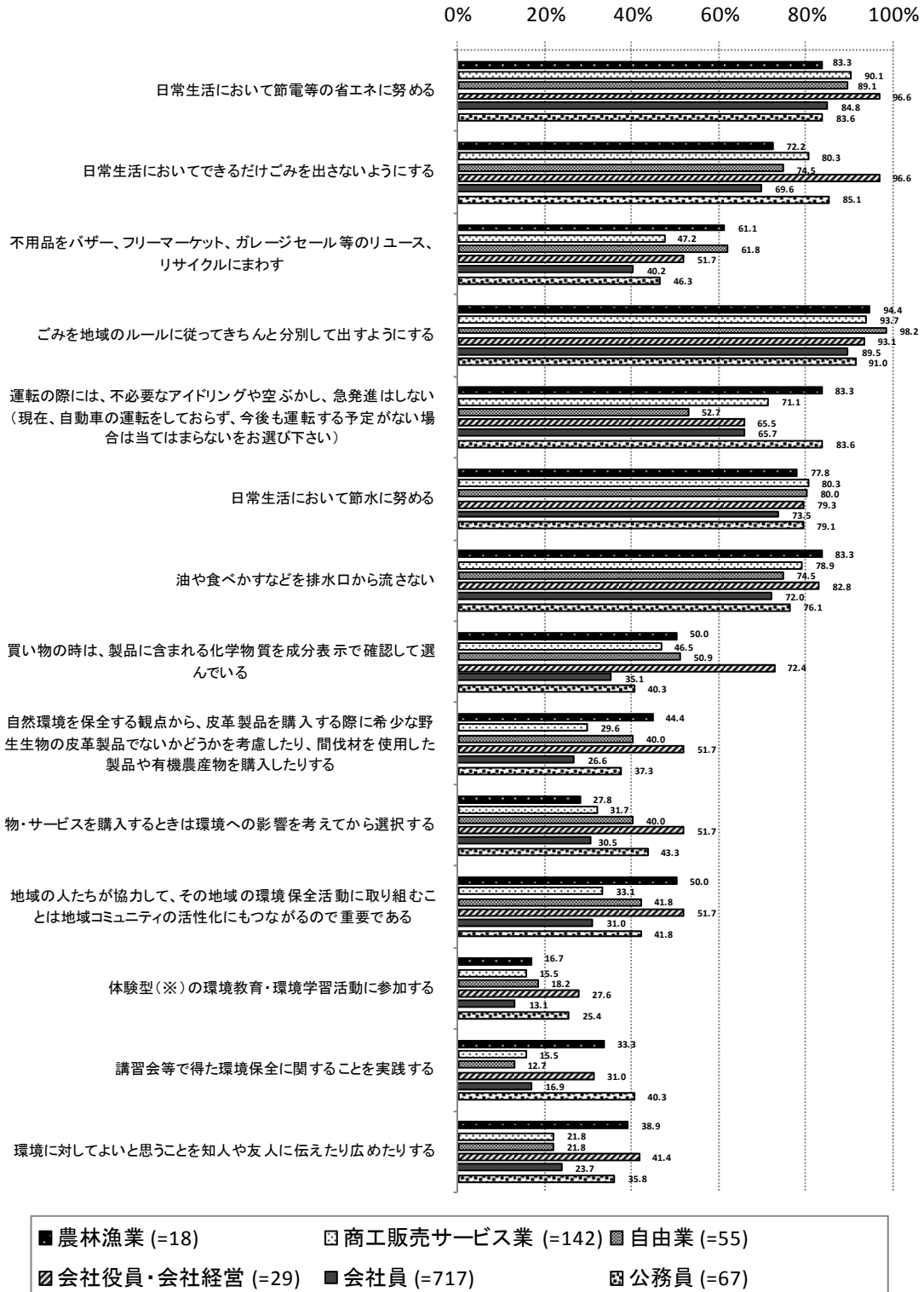
図表 2-14 環境保全行動の実施状況（全体、性別）



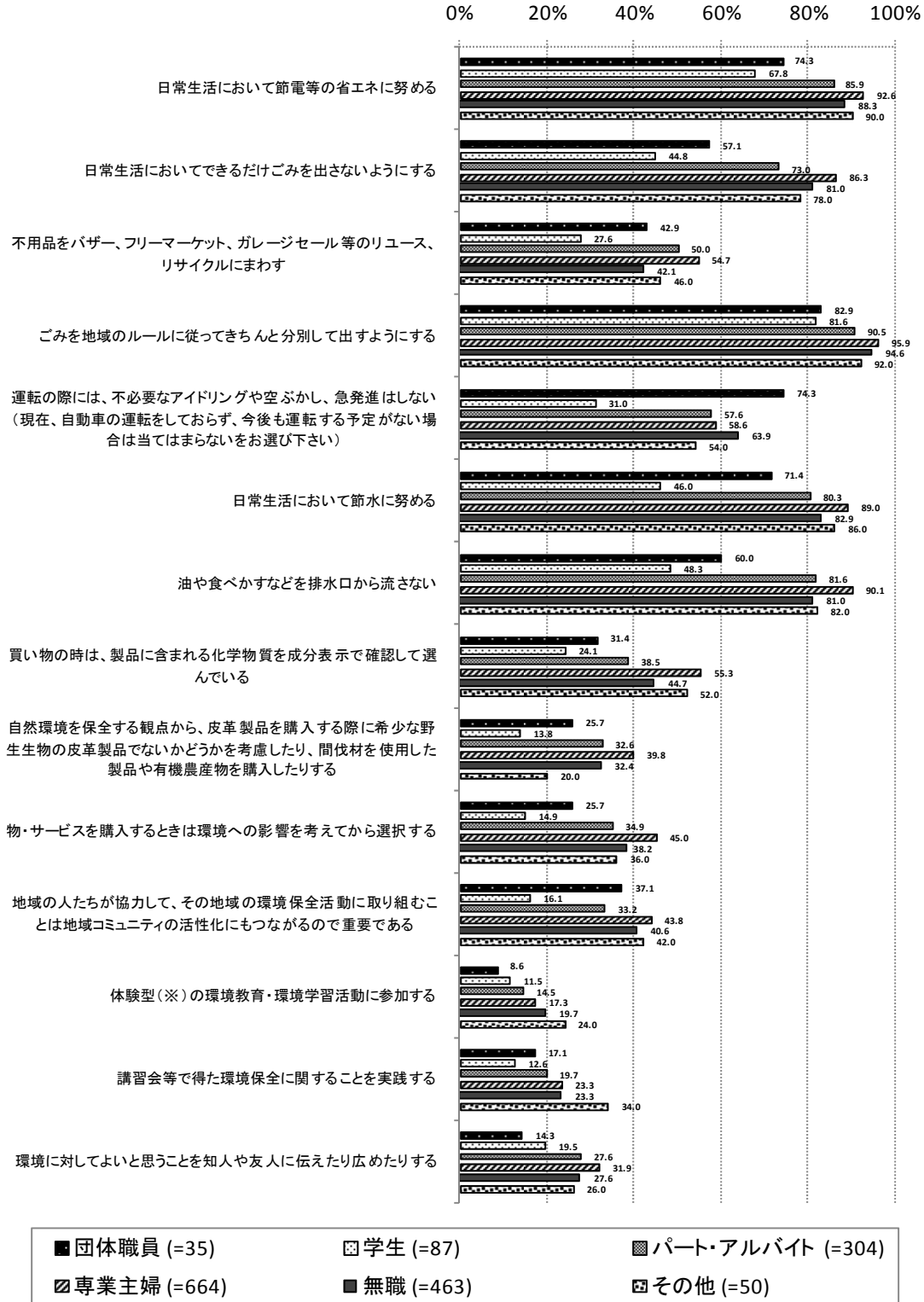
図表 2-15 環境保全行動の実施状況（年代別）



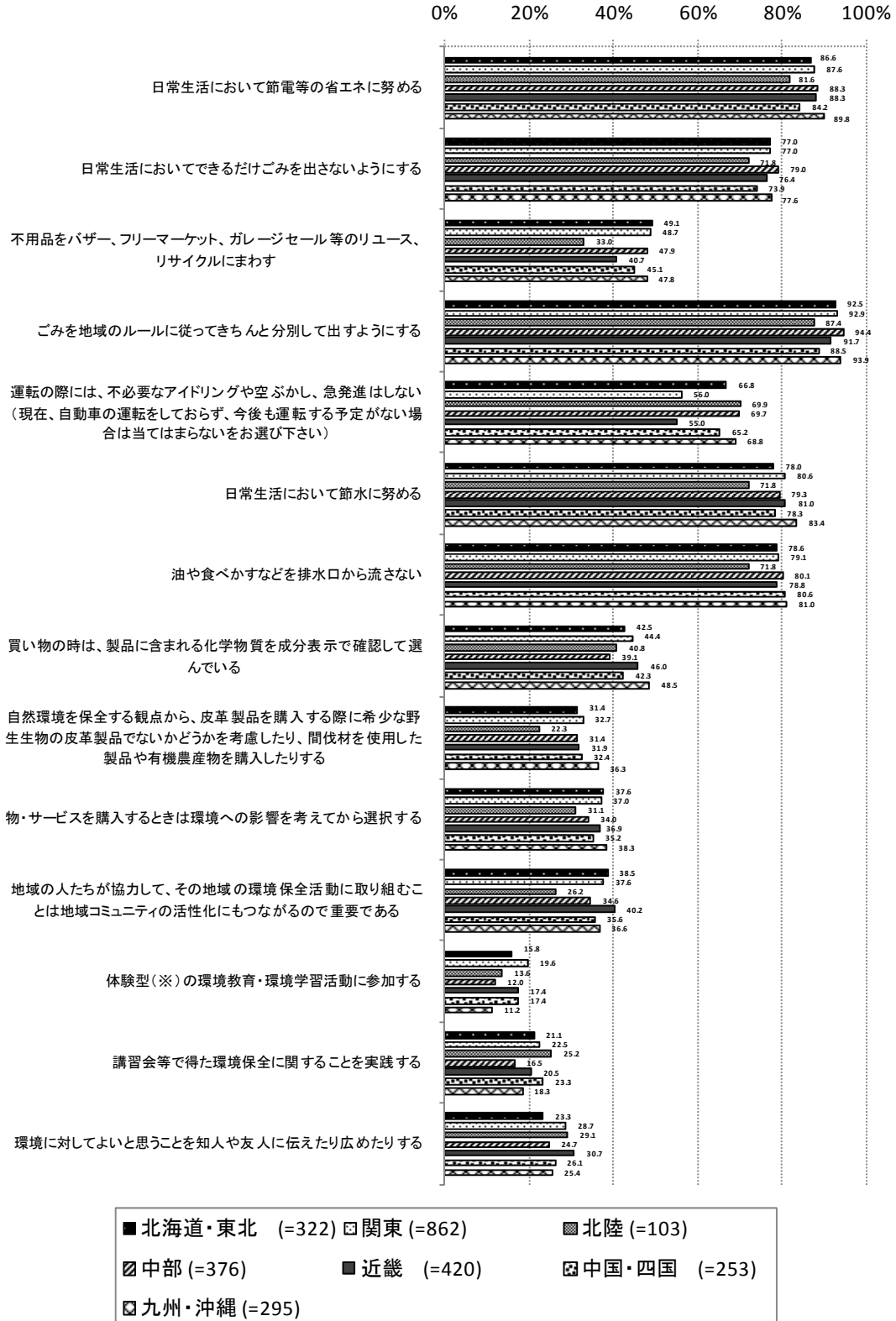
図表 2-16 環境保全行動の実施状況（職業別 1/2）



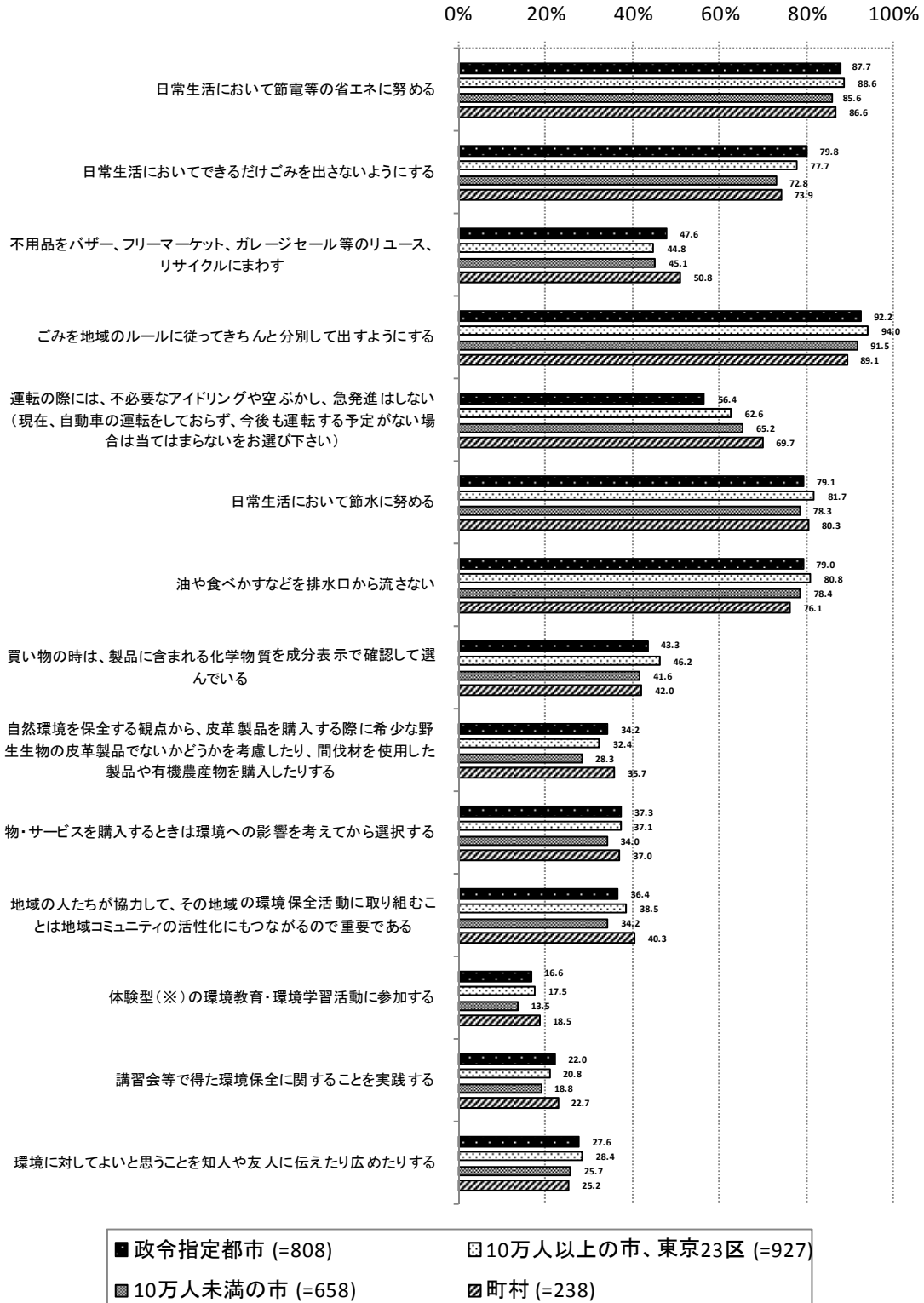
図表 2-17 環境保全行動の実施状況（職業別 2/2）



図表 2-18 環境保全行動の実施状況（地域別）



図表 2-19 環境保全行動の実施状況（都市規模別）



環境保全行動の今後の実施意向

今後の実施意向については、全ての項目で50%以上の人が実施したいという意向を示している。また、実施状況と同様に、特に家庭内でできることに関しては、高い意向となっている。

環境保全行動の今後の実施意向について、「すでに行っており、今後も引き続き行いたいと思う」と「これまで行ったことはないが、今後は行いたいと思う」を合計した「実施したい」と回答した人の割合を整理すると、以下のようになっている。

90%以上の人が今後実施したい項目

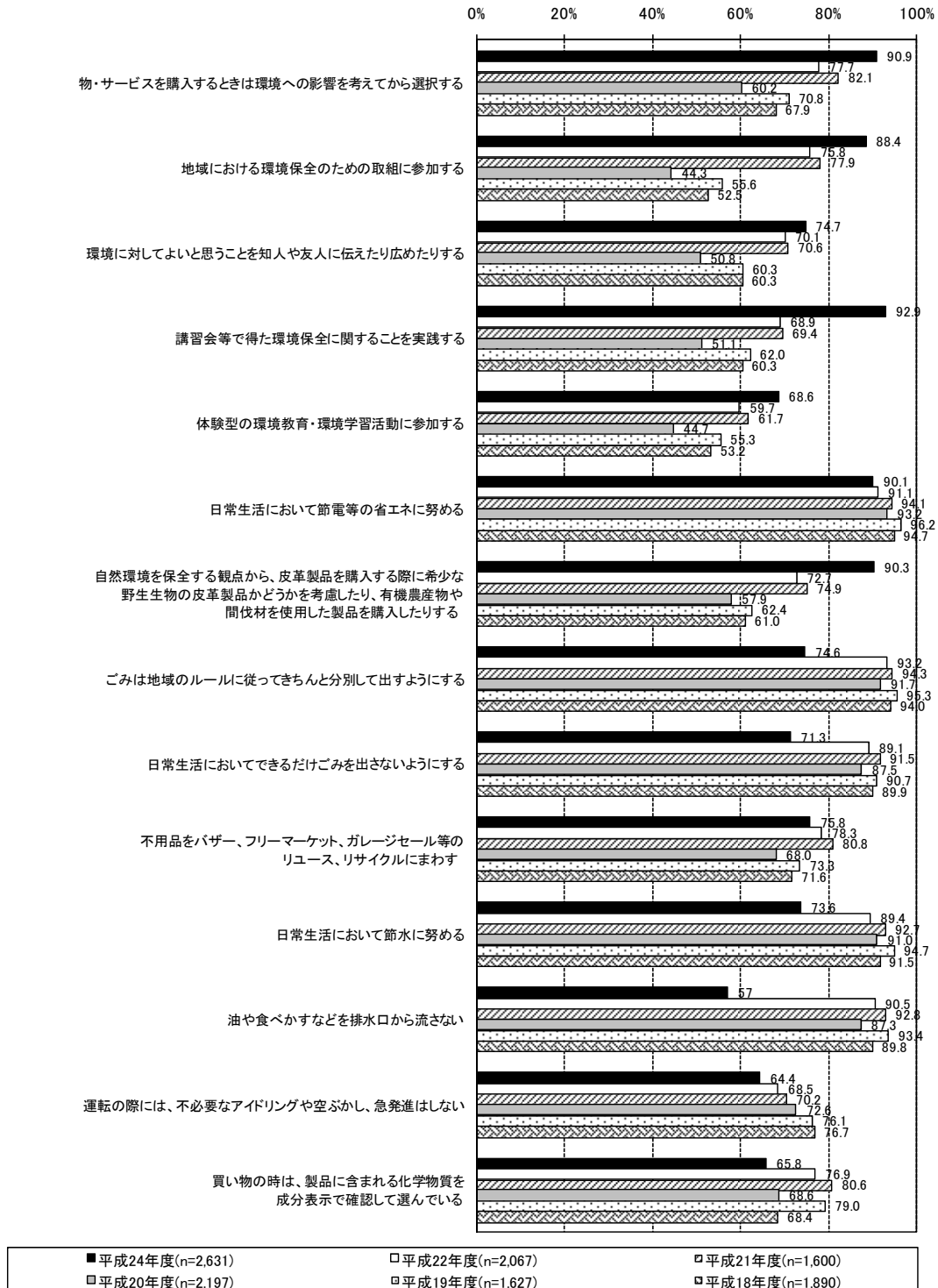
- 「ごみは地域のルールに従ってきちんと分別して出すようにする」 93%
- 「日常生活において節電等の省エネに努める」 91%
- 「油や食べかすなどを排水口から流さない」 90%
- 「日常生活において節水に努める」 90%

65%未満の人が今後実施したい項目

- 「講習会等で得た環境保全に関することを実践する」 64%
- 「体験型の環境教育・環境学習活動に参加する」 57%

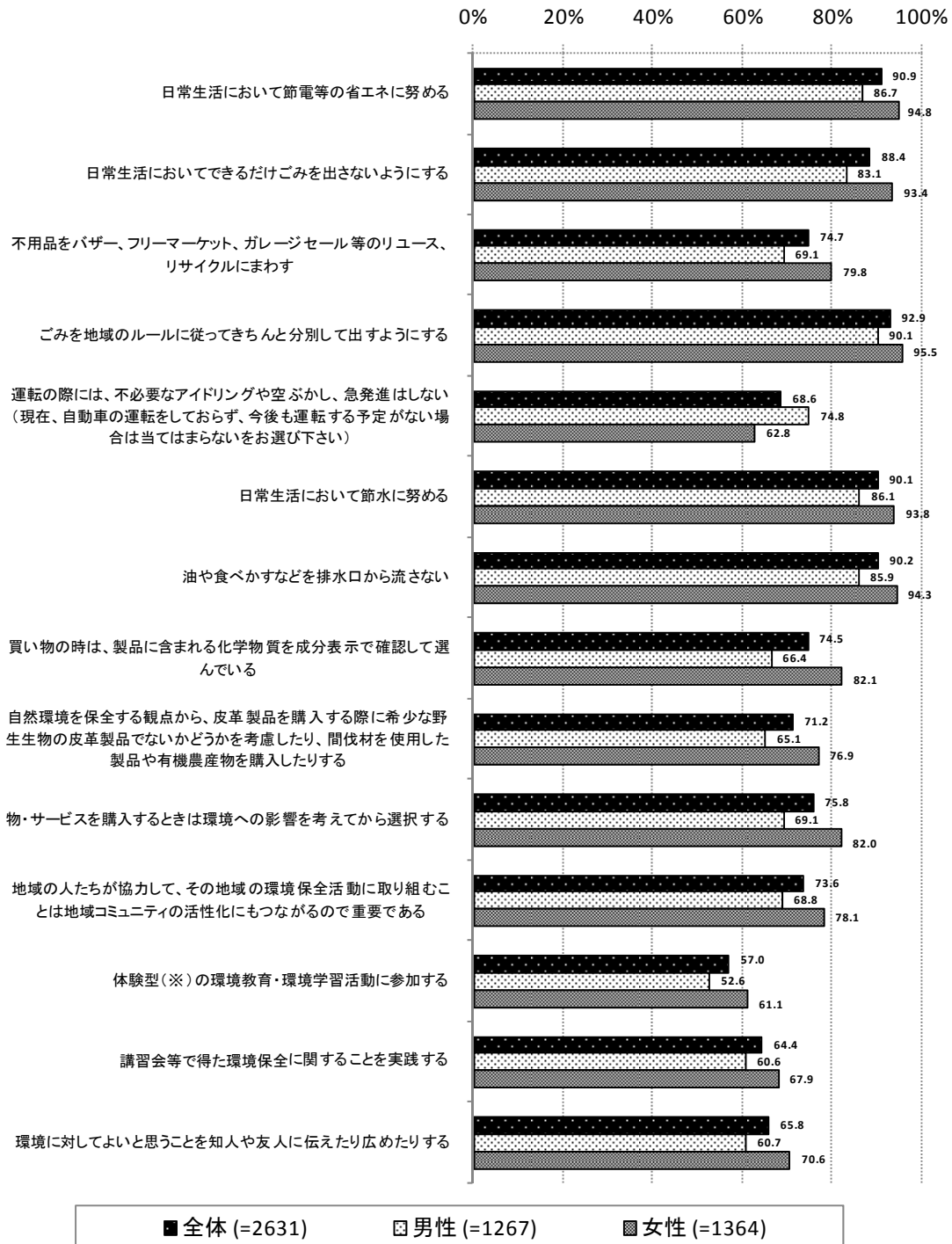
図表 2-20 環境保全行動の実施意向（時系列）（※）

（※）「すでに行っており、今後も引き続き行いたいと思う」、「これまで行ったことはないが、今後は行いたいと思う」の合計

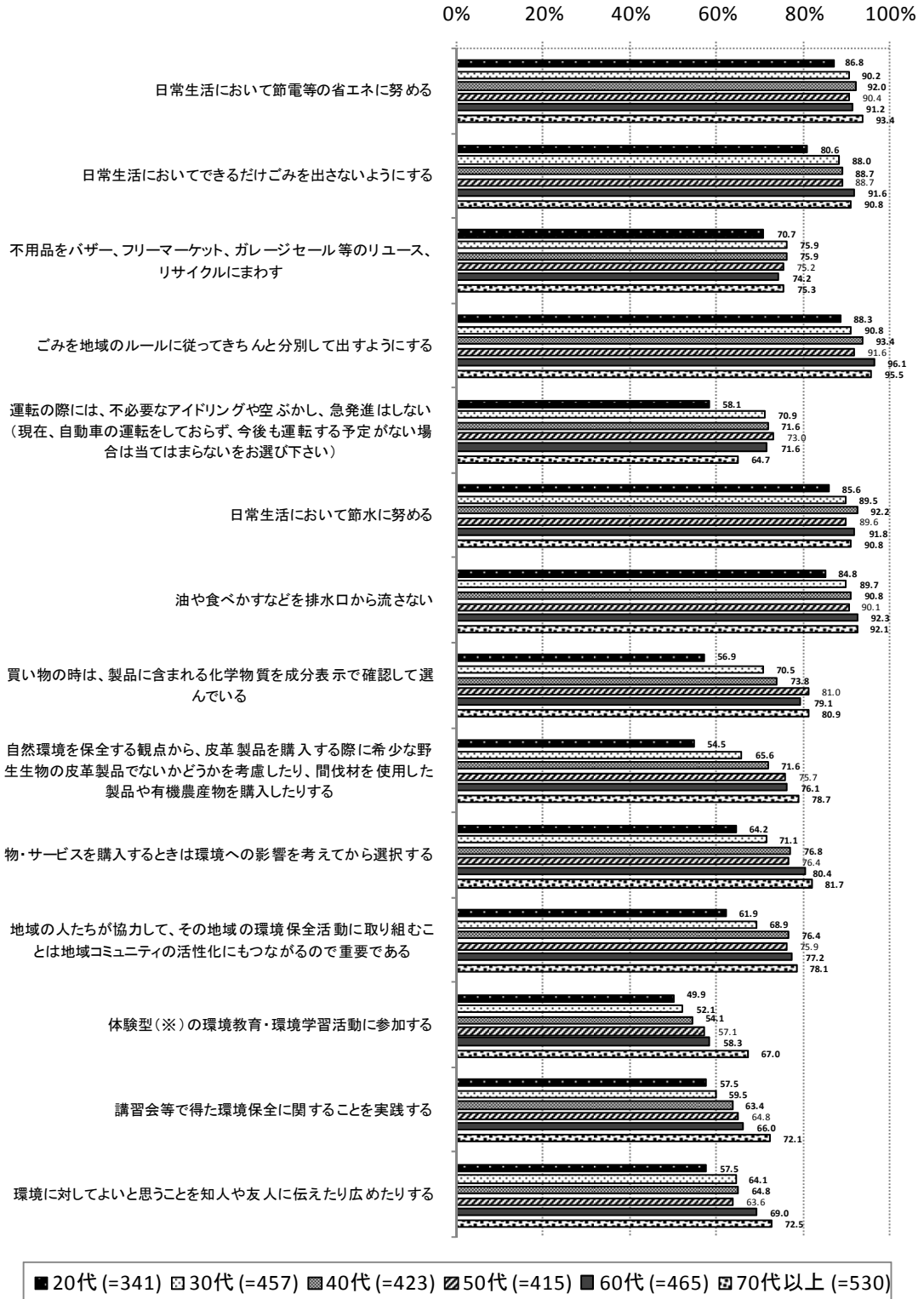


※年により設問・項目が異なる。詳細は付表を参照のこと。

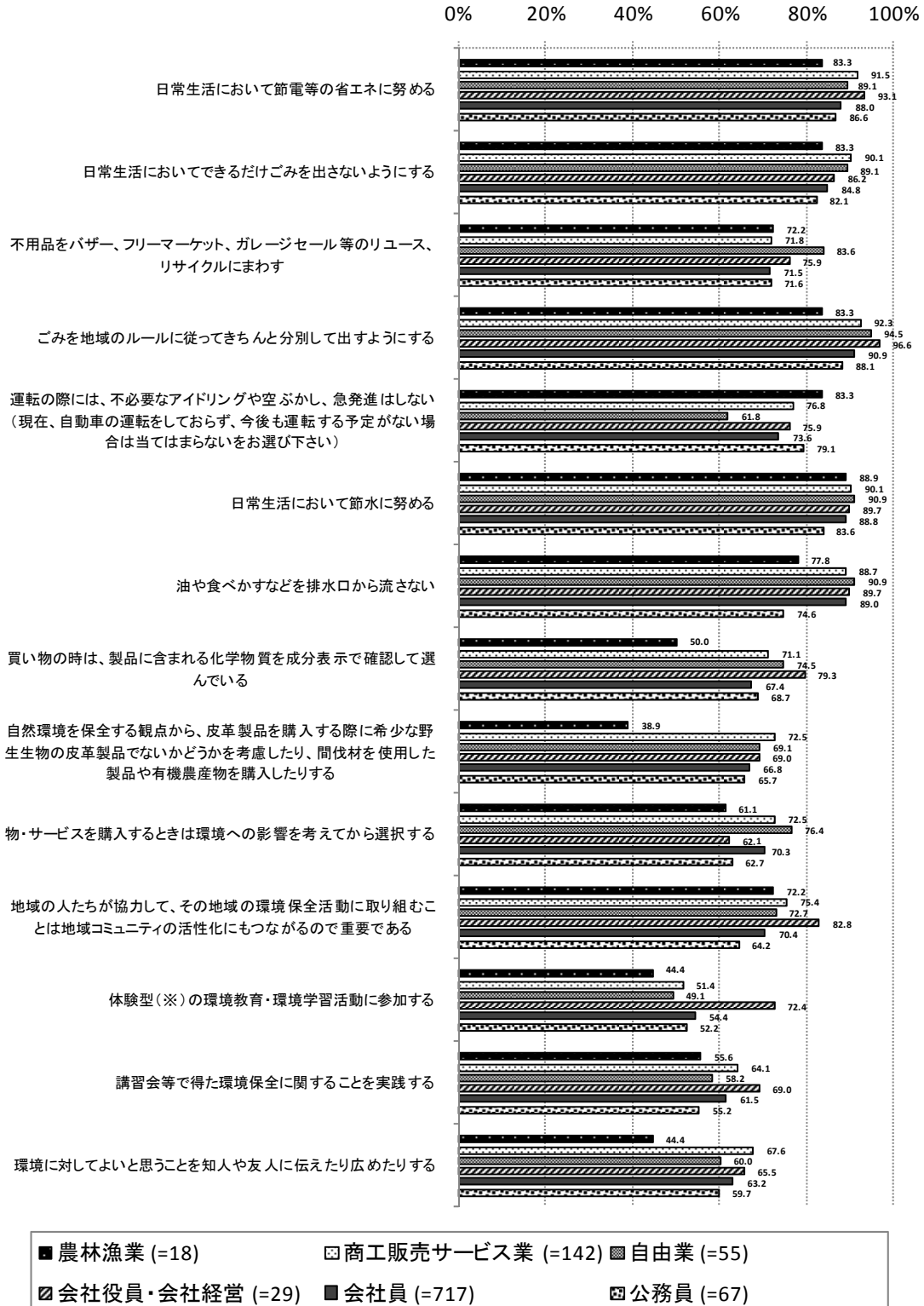
図表 2-21 環境保全行動の実施意向（全体、性別）



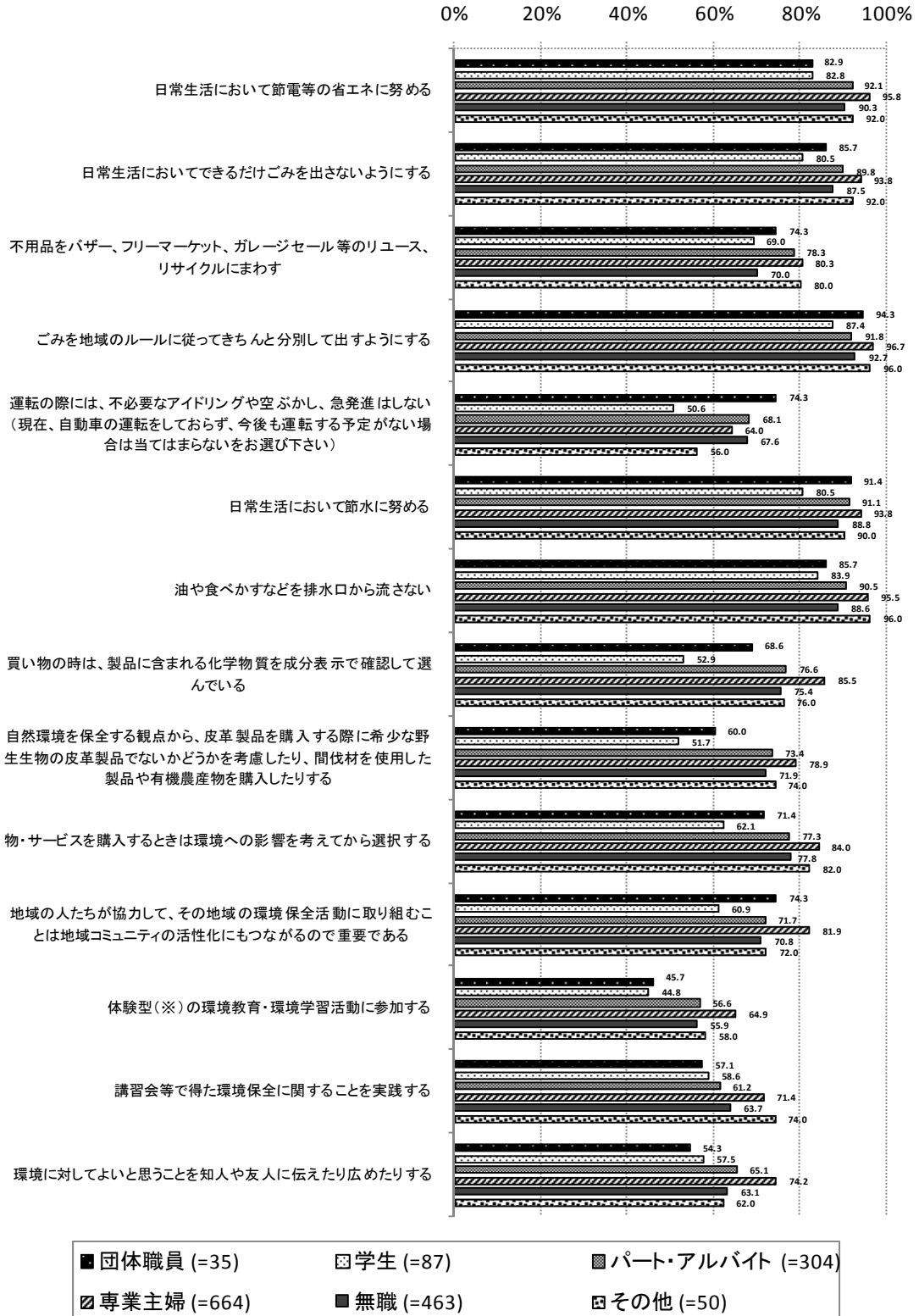
図表 2-22 環境保全行動の実施意向（年代別）



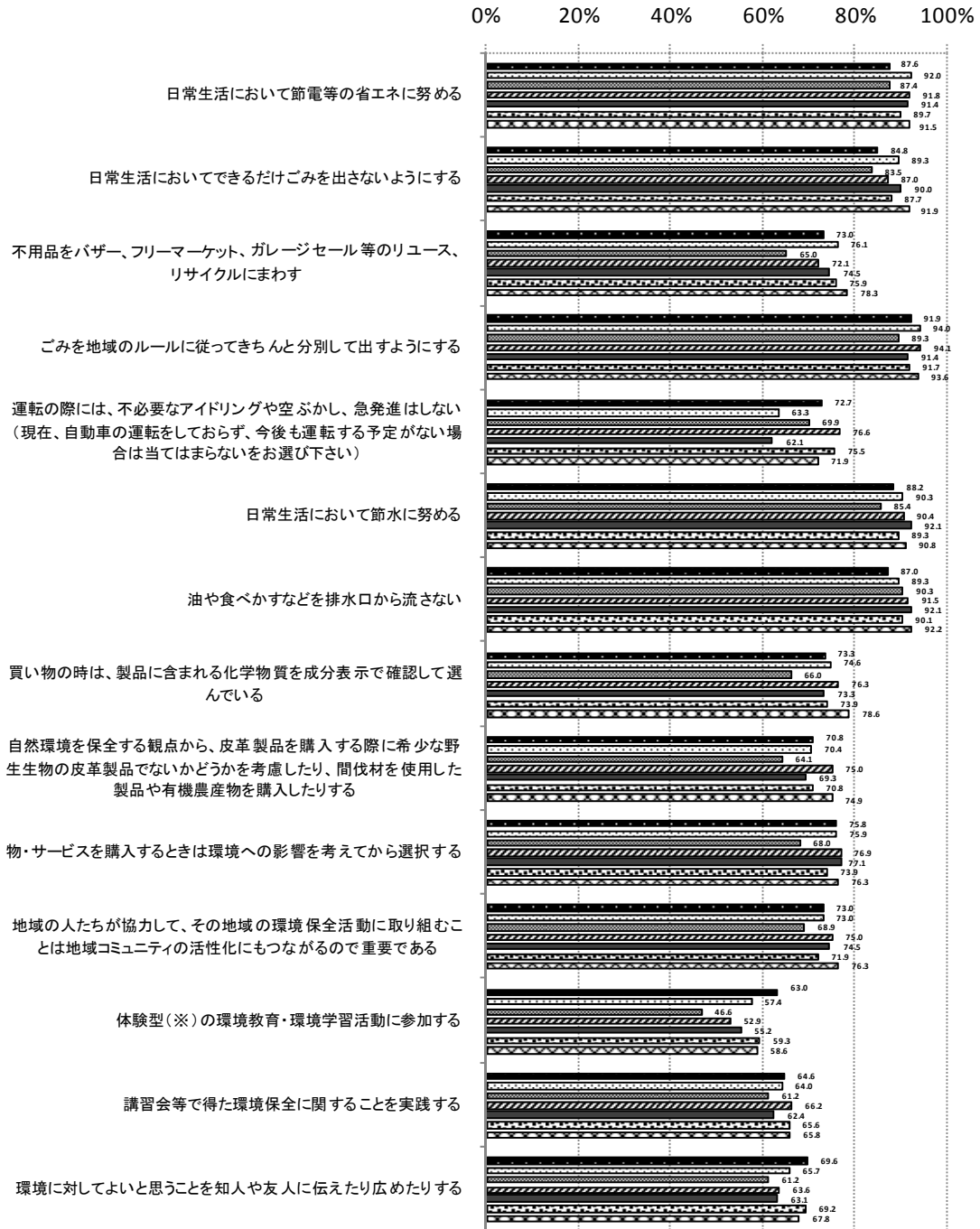
図表 2-23 環境保全行動の実施意向（職業別 1/2）



図表 2-24 環境保全行動の実施意向（職業別 2/2）

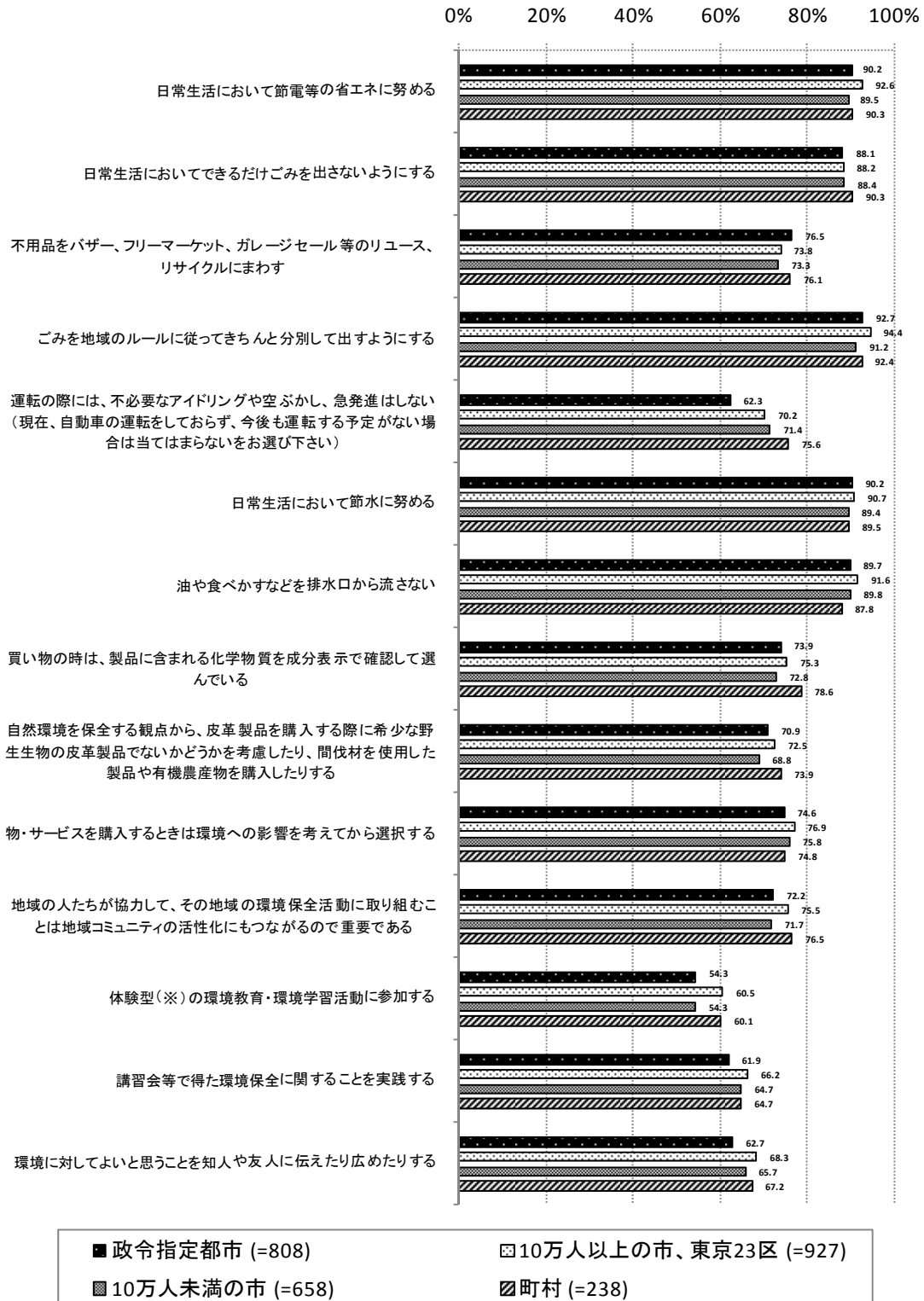


図表 2-25 環境保全行動の実施意向（地域別）



■ 北海道・東北 (=322) □ 関東 (=862) ■ 北陸 (=103)
 ▨ 中部 (=376) ■ 近畿 (=420) ▩ 中国・四国 (=253)
 ▤ 九州・沖縄 (=295)

図表 2-26 環境保全行動の実施意向（都市規模別）



第四次環境基本計画の各重点分野に関連する環境保全行動の実施状況

問 2-2 において実施状況を尋ねた環境保全行動をそれぞれ関連する第四次環境基本計画第 2 部第 1 章の重点分野ごとに整理すると以下のとおりとなる。

<重点分野 1> 経済・社会のグリーン化とグリーン・イノベーションの推進

- 「物・サービスを購入するときは環境への影響を考慮してから選択する」：36%

<重点分野 2> 国際情勢に的確に対応した戦略的取組の推進

- (項目なし)

<重点分野 3> 持続可能な社会を実現するための地域づくり・人づくり、基盤整備の推進

- 「地域における環境保全のための取組に参加する」：37%
- 「体験型の環境教育・環境学習活動に参加する」：16%
- 「講習会等で得た環境保全に関することを実践する」：21%
- 「環境に対してよいと思うことを知人や友人に伝えたり広めたりする」：27%

<重点分野 4> 地球温暖化問題に関する取組

- 「日常生活において節電等の省エネに努める」：91%

<重点分野 5> 生物多様性の保全及び持続可能な利用に関する取組

- 「自然環境を保全する観点から、皮革製品を購入する際に希少な野生生物の皮革製品かどうかを考慮したり、有機農産物や間伐材を使用した製品を購入したりする」：32%

<重点分野 6> 物質循環の確保と循環型社会の構築のための取組

- 「日常生活においてできるだけごみを出さないようにする」：77%
- 「不用品をバザー、フリーマーケット、ガレージセール等のリユース、リサイクルにまわす」：46%
- 「ごみは地域のルールに従ってきちんと分別して出すようにする」：92%

<重点分野 7> 水環境保全に関する取組

- 「日常生活において節水に努める」：80%
- 「油や食べかすなどを排水口から流さない」：79%

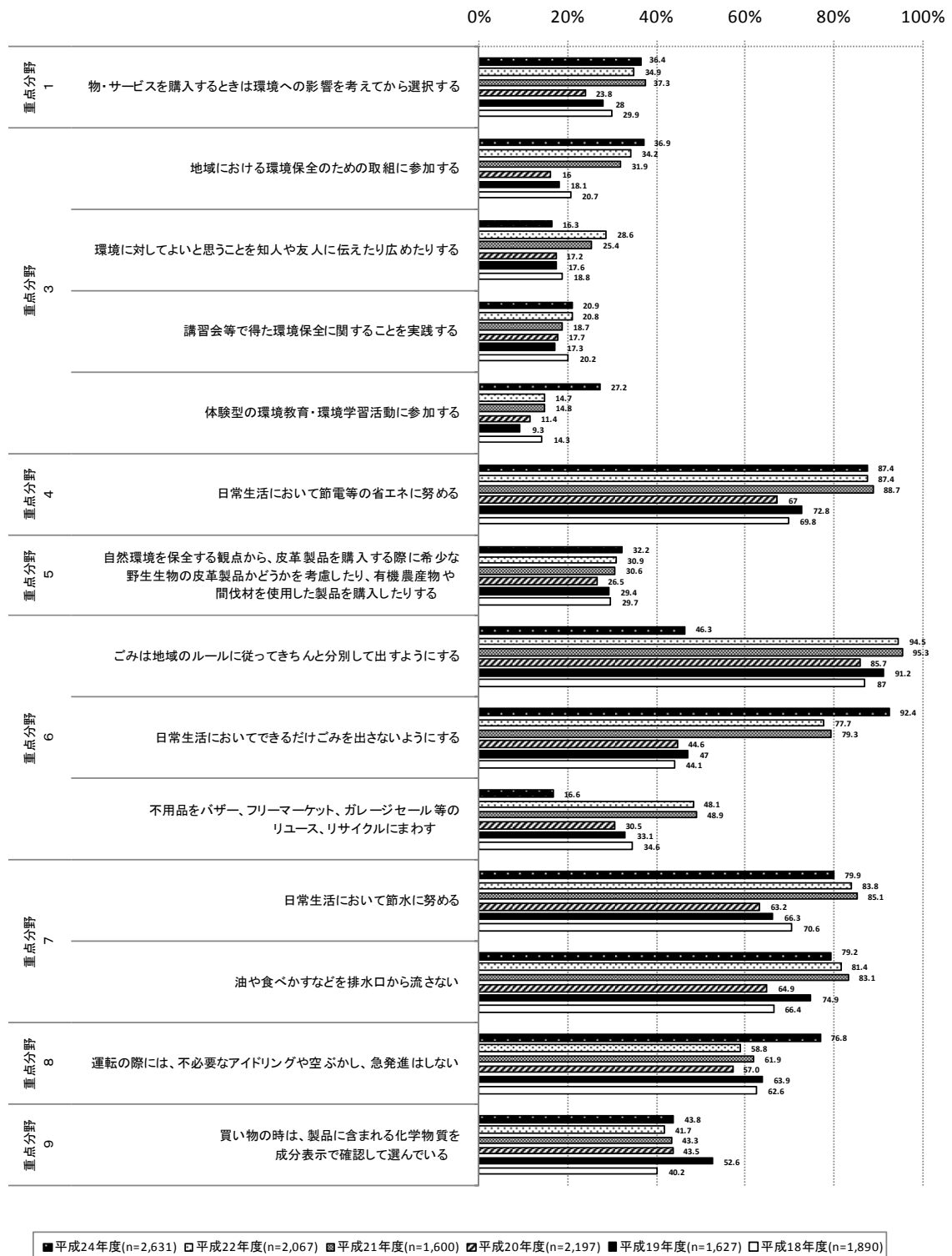
<重点分野 8> 大気環境保全に関する取組

- 「運転の際には、不必要なアイドリングや空ぶかし、急発進はしない」：17%

<重点分野9> 包括的な化学物質の確率と推進のための取組

- 「買い物の時は、製品に含まれる化学物質を成分表示で確認して選んでいる」
：44%

図表 2-27 環境基本計画の重点分野ごとの環境保全行動実施状況

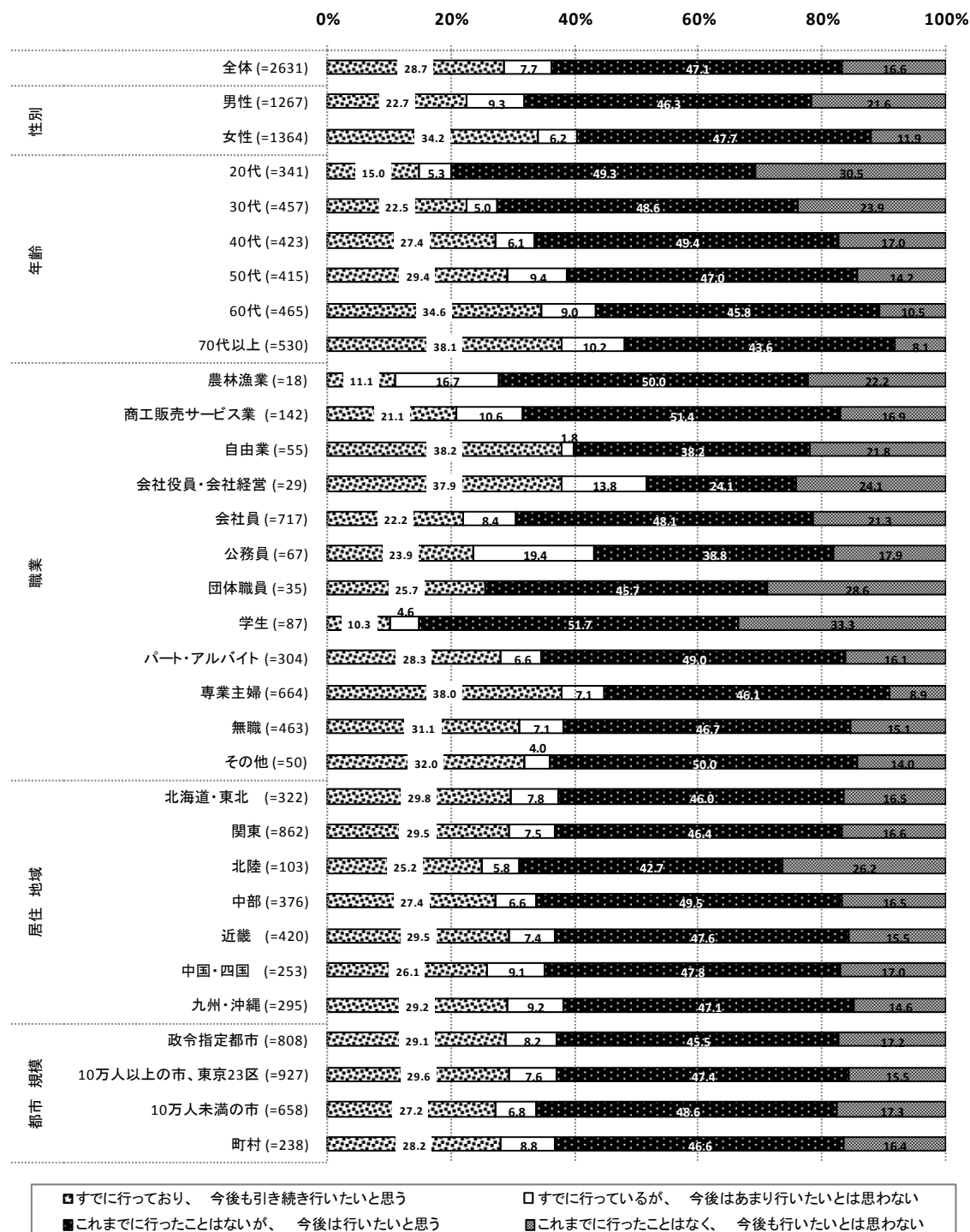


※年により設問・項目が異なる。詳細は付表を参照のこと。

<重点分野1> 経済・社会のグリーン化とグリーン・イノベーションの推進

環境保全行動：物・サービスを購入するときは環境への影響を考慮してから選択する

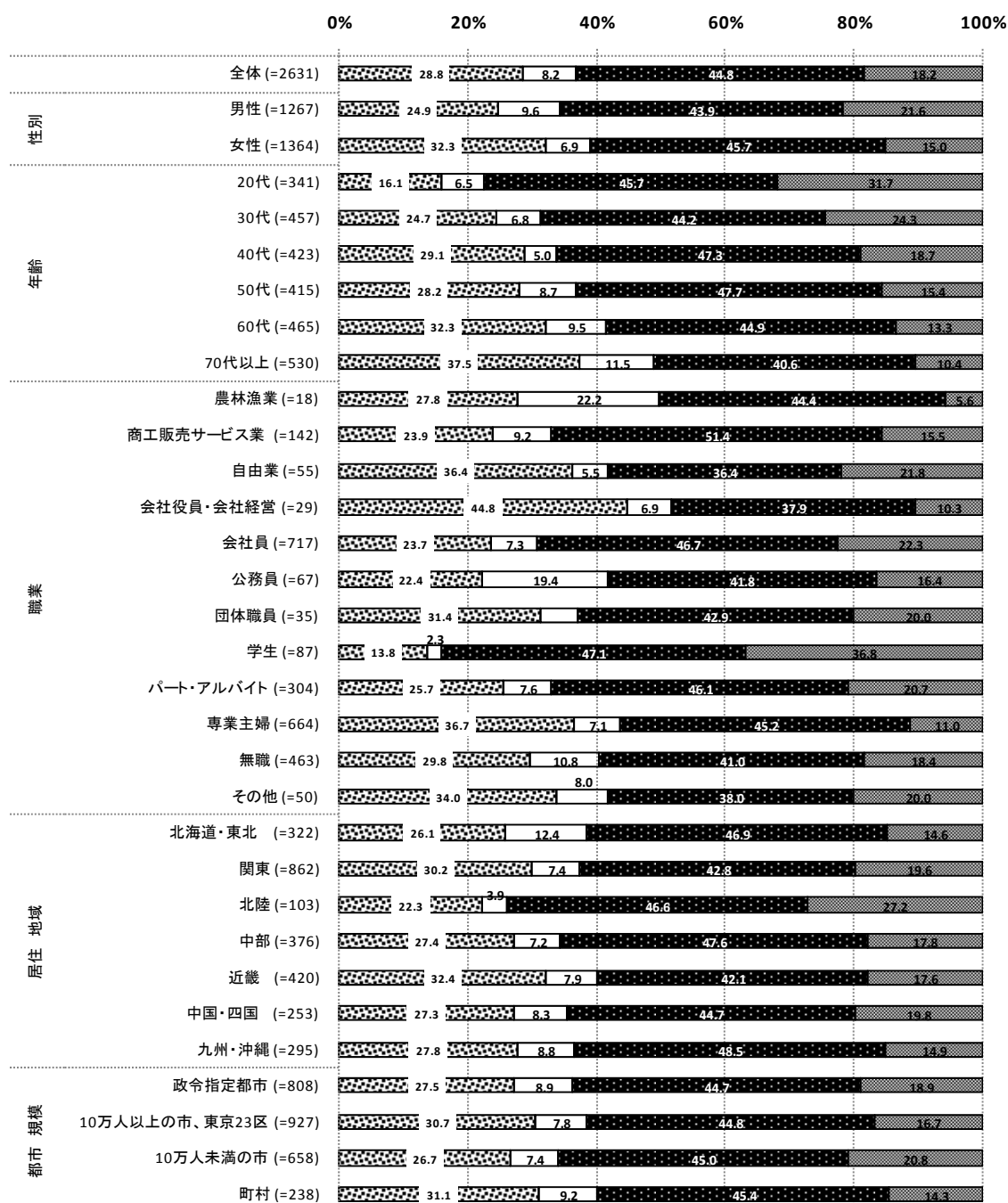
図表 2-28 環境保全行動（グリーン購入）（属性別）



＜重点分野3＞持続可能な社会を実現するための地域づくり・人づくり、基盤整備の推進

環境保全行動：地域における環境保全のための取組に参加する（緑化、美化、自然保護、リサイクル、省エネ、地域の計画策定等）

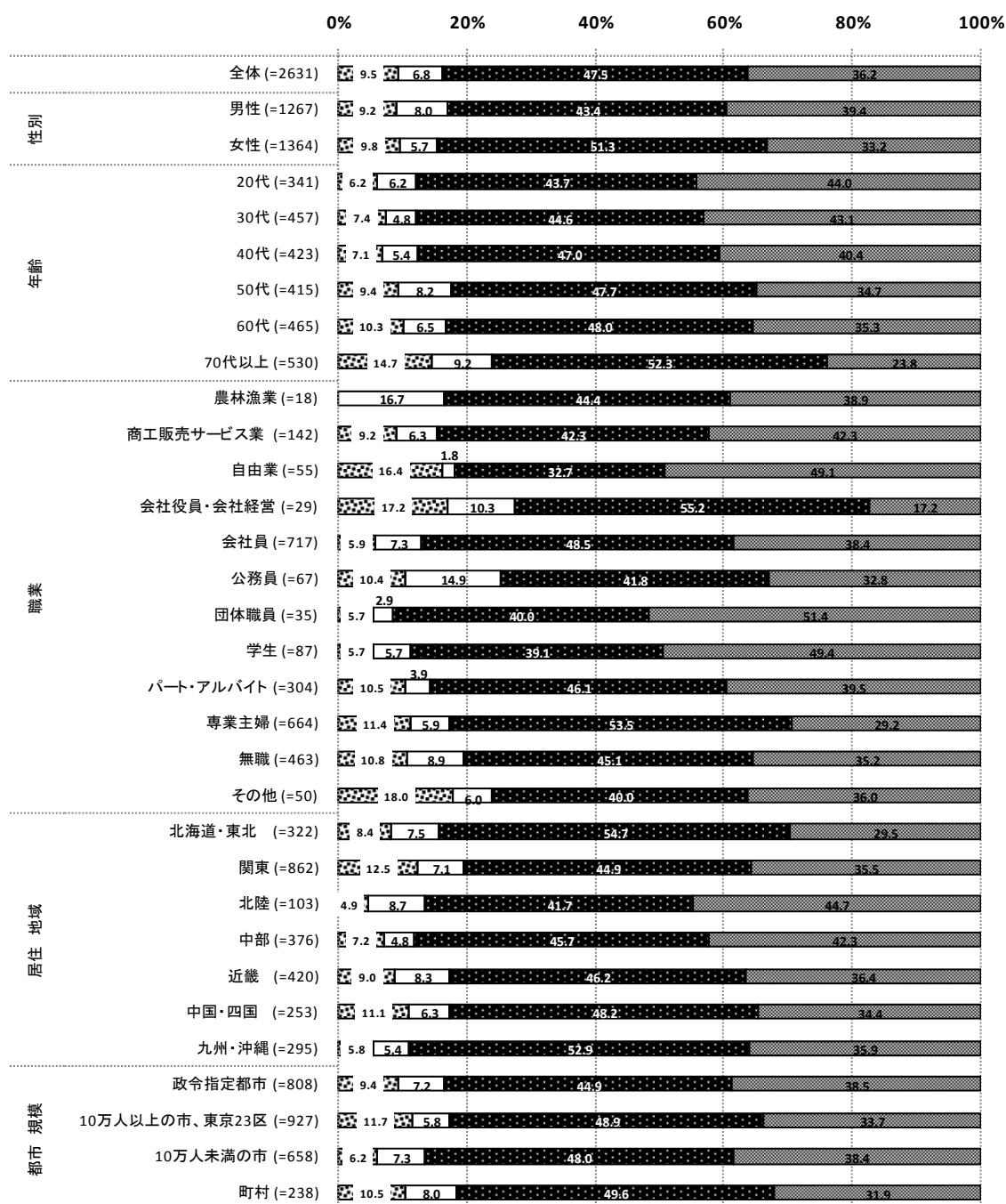
図表 2-29 環境保全行動（地域の取組）（属性別）



すでにっており、今後も引き続き行いたいと思う すでにしているが、今後はあまり行いたいとは思わない
これまでに行ったことはないが、今後は行いたいと思う これまでに行ったことはなく、今後も行いたいとは思わない

＜重点分野3＞持続可能な社会を実現するための地域づくり・人づくり、基盤整備の推進
環境保全行動：体験型の環境教育・環境学習活動に参加する

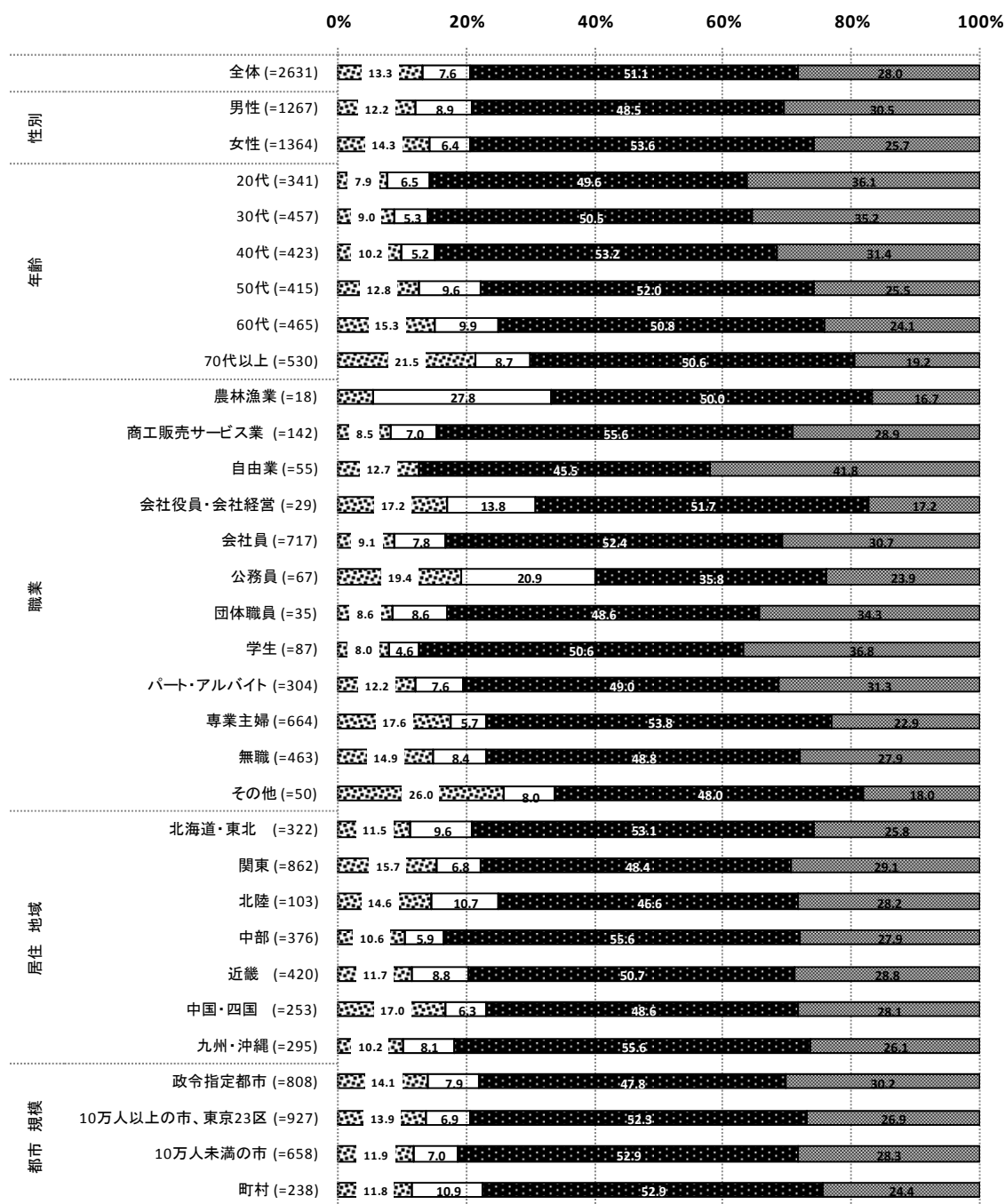
図表 2-30 環境保全行動（体験型）（属性別）



すでに体験済みかつ今後も参加したいと思う
すでに体験済みだが今後参加はあまりしないと思う
まだ体験済みでないが今後参加したいと思う
まだ体験済みでないが今後参加はしないと思う

＜重点分野3＞持続可能な社会を実現するための地域づくり・人づくり、基盤整備の推進
環境保全行動：講習会等で得た環境保全に関することを実践する

図表 2-31 環境保全行動（講習会）（属性別）

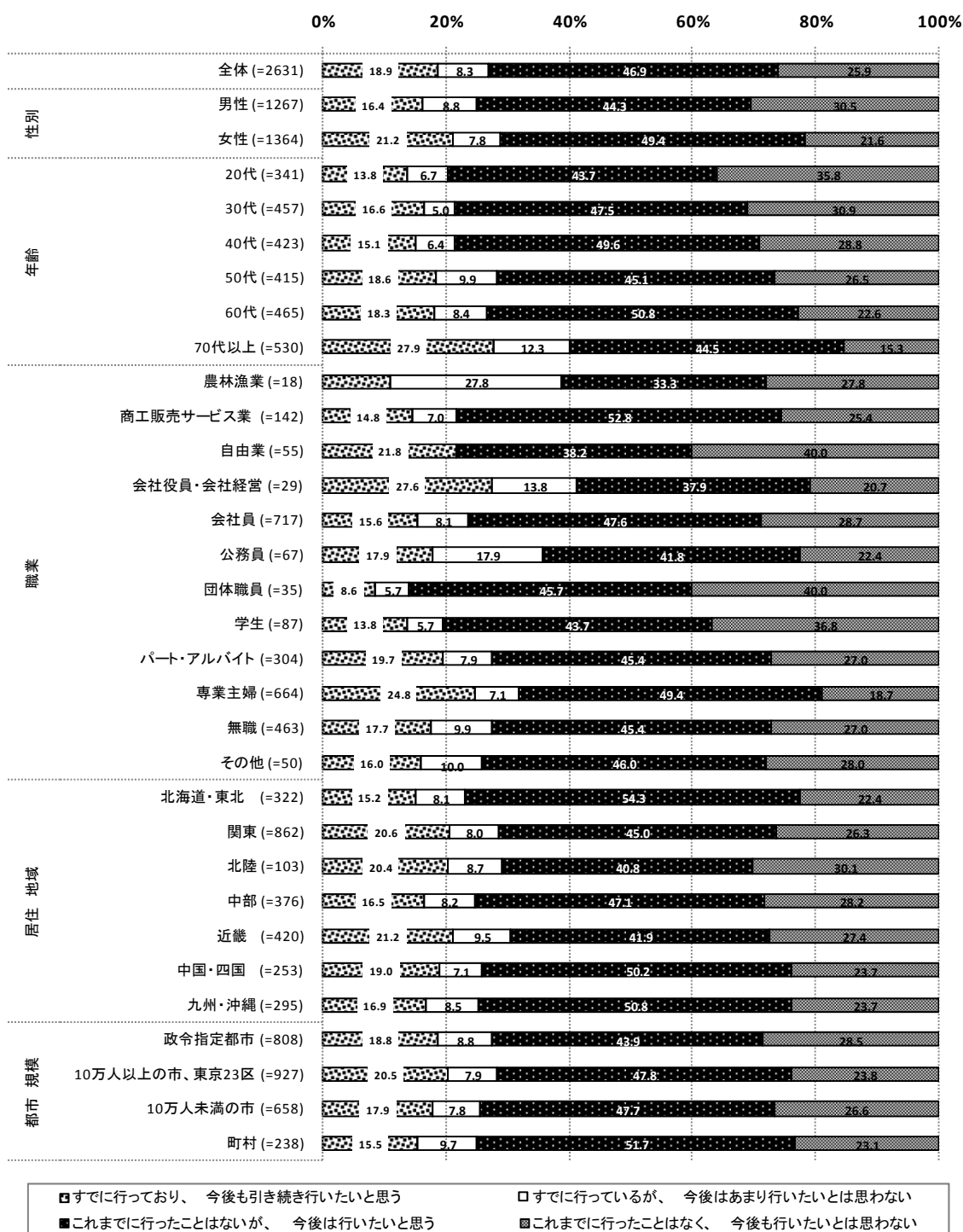


すでにできており、今後も引き続き行いたいと思う
すでにできているが、今後はあまり行いたいとは思わない
これまでにやったことはないが、今後は行いたいと思う
これまでにやったことはなく、今後も行いたいとは思わない

＜重点分野3＞持続可能な社会を実現するための地域づくり・人づくり、基盤整備の推進

環境保全行動：環境に対してよいと思うことを知人や友人に伝えたり広めたりする

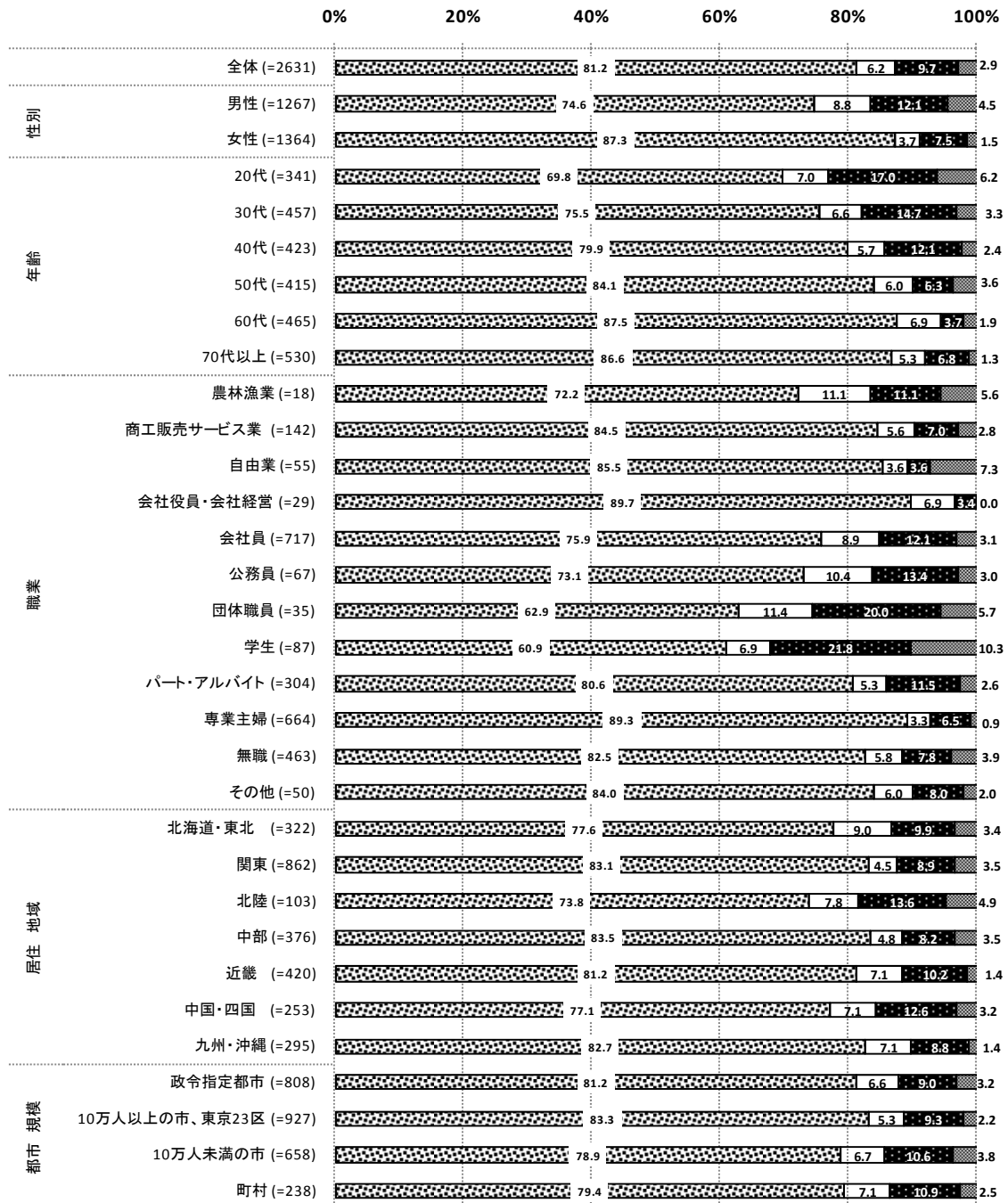
図表 2-32 環境保全行動（伝える）（属性別）



<重点分野4> 地球温暖化問題に関する取組

環境保全行動：日常生活において節電等の省エネに努める

図表 2-33 環境保全行動（節電）（属性別）

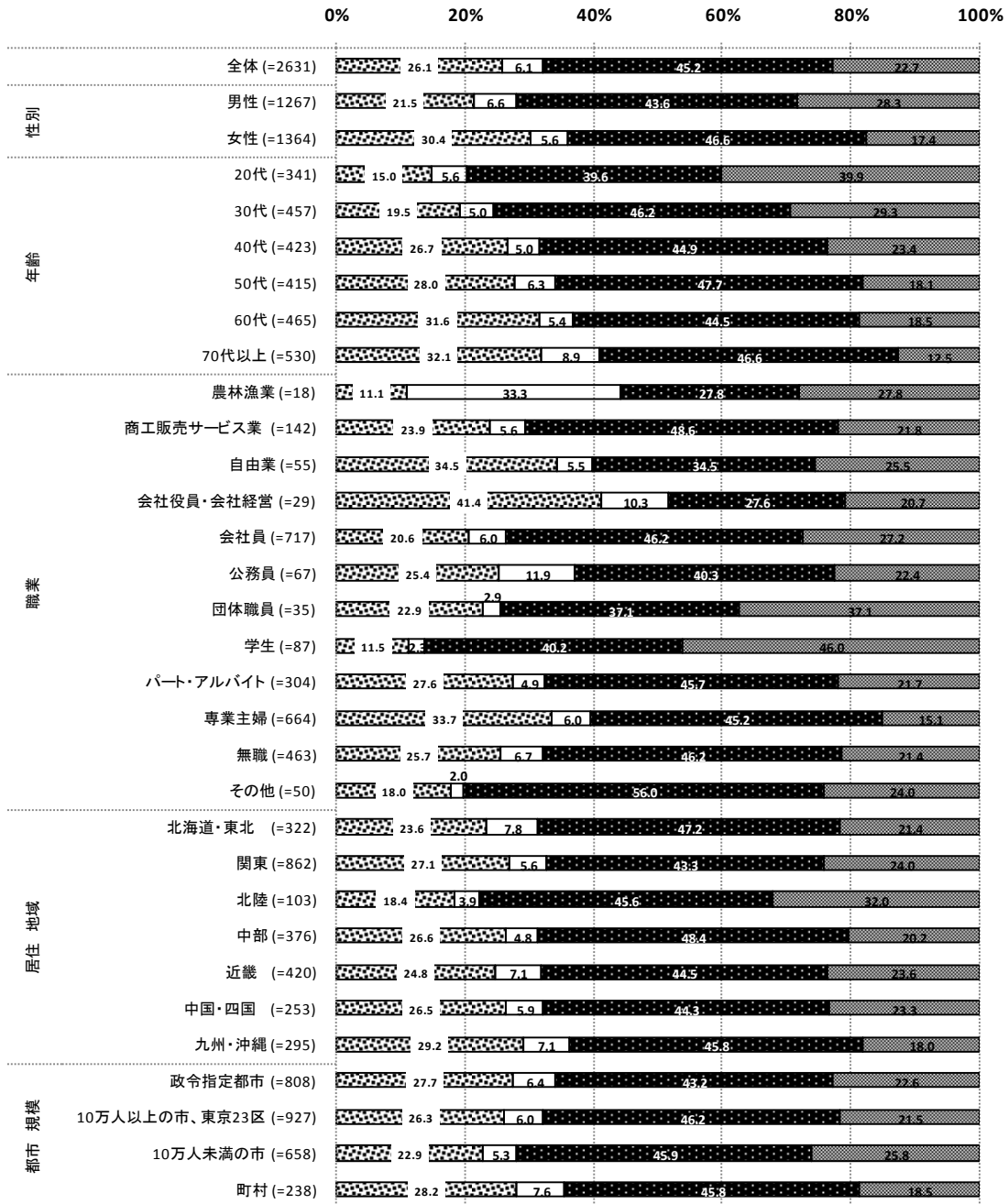


すでにしており、今後も引き続き行いたいと思う すでに行っているが、今後はあまり行いたいとは思わない
これまでにやったことはないが、今後は行いたいと思う これまでにやったことはなく、今後も行いたいとは思わない

<重点分野5> 生物多様性の保全及び持続可能な利用に関する取組

環境保全行動：自然環境を保全する観点から、皮革製品を購入する際に希少な野生生物の皮革製品かどうかを考慮したり、有機農産物や間伐材を使用した製品を購入したりする

図表 2-34 環境保全行動（配慮製品）（属性別）

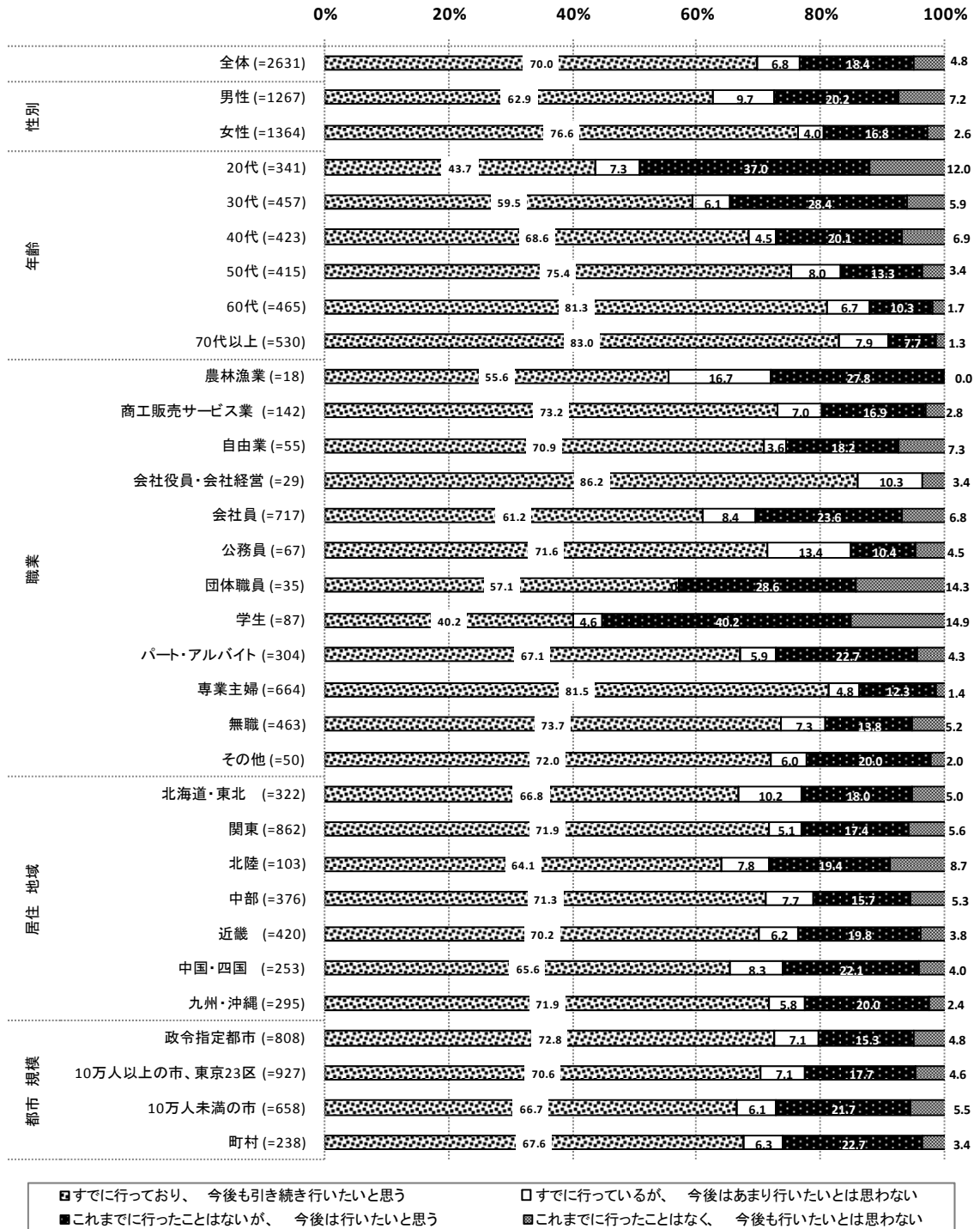


すでにしており、今後も引き続き行いたいと思う すでにしているが、今後はあまり行いたいとは思わない
これまでに行ったことはないが、今後は行いたいと思う これまでに行ったことはなく、今後も行いたいとは思わない

<重点分野6> 物質循環の確保と循環型社会の構築のための取組

環境保全行動：日常生活においてできるだけごみを出さないようにする

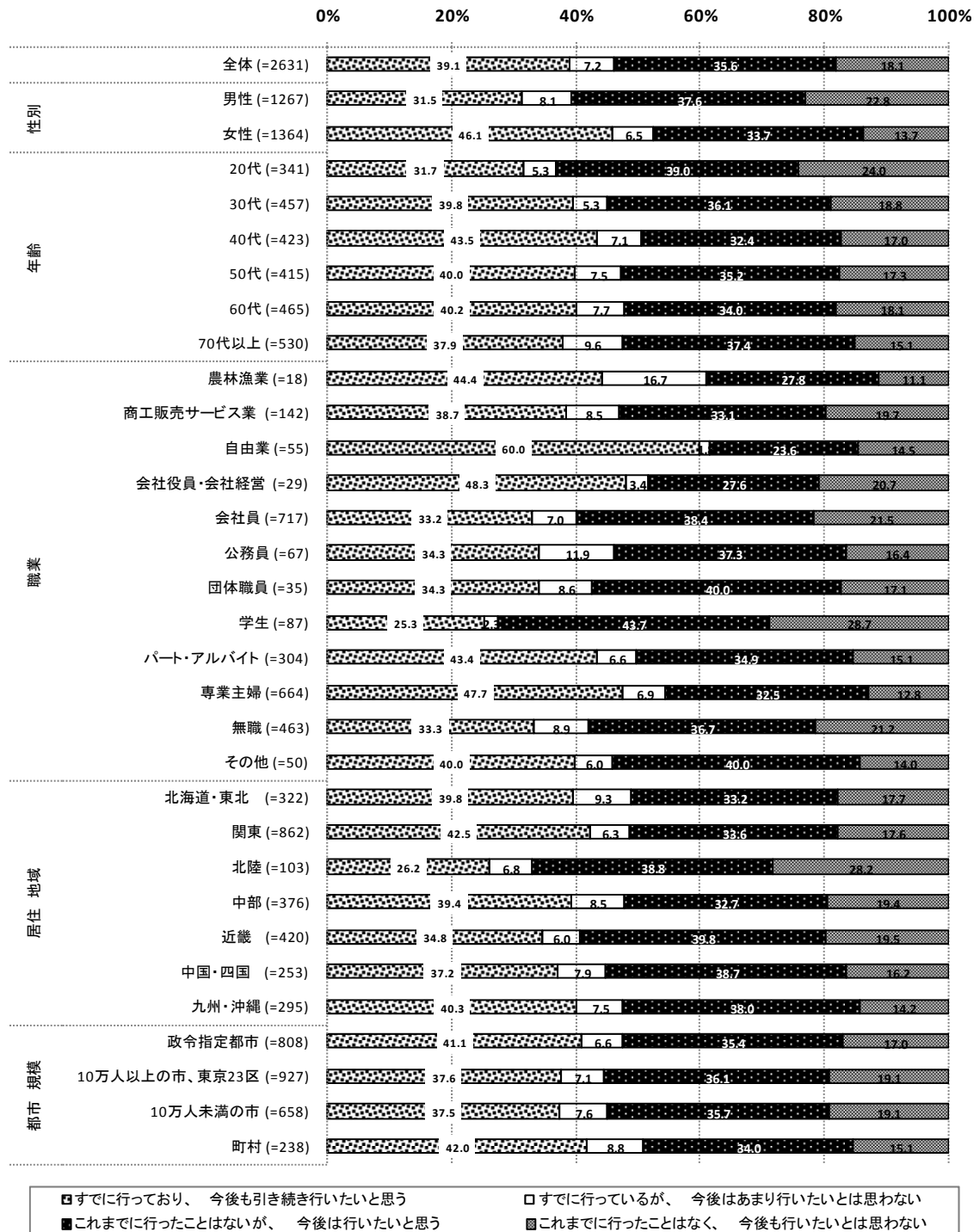
図表 2-35 環境保全行動（ごみ排出）（属性別）



<重点分野6> 物質循環の確保と循環型社会の構築のための取組

環境保全行動：不用品をバザー、フリーマーケット、ガレージセール等のリユース、リサイクルにまわす

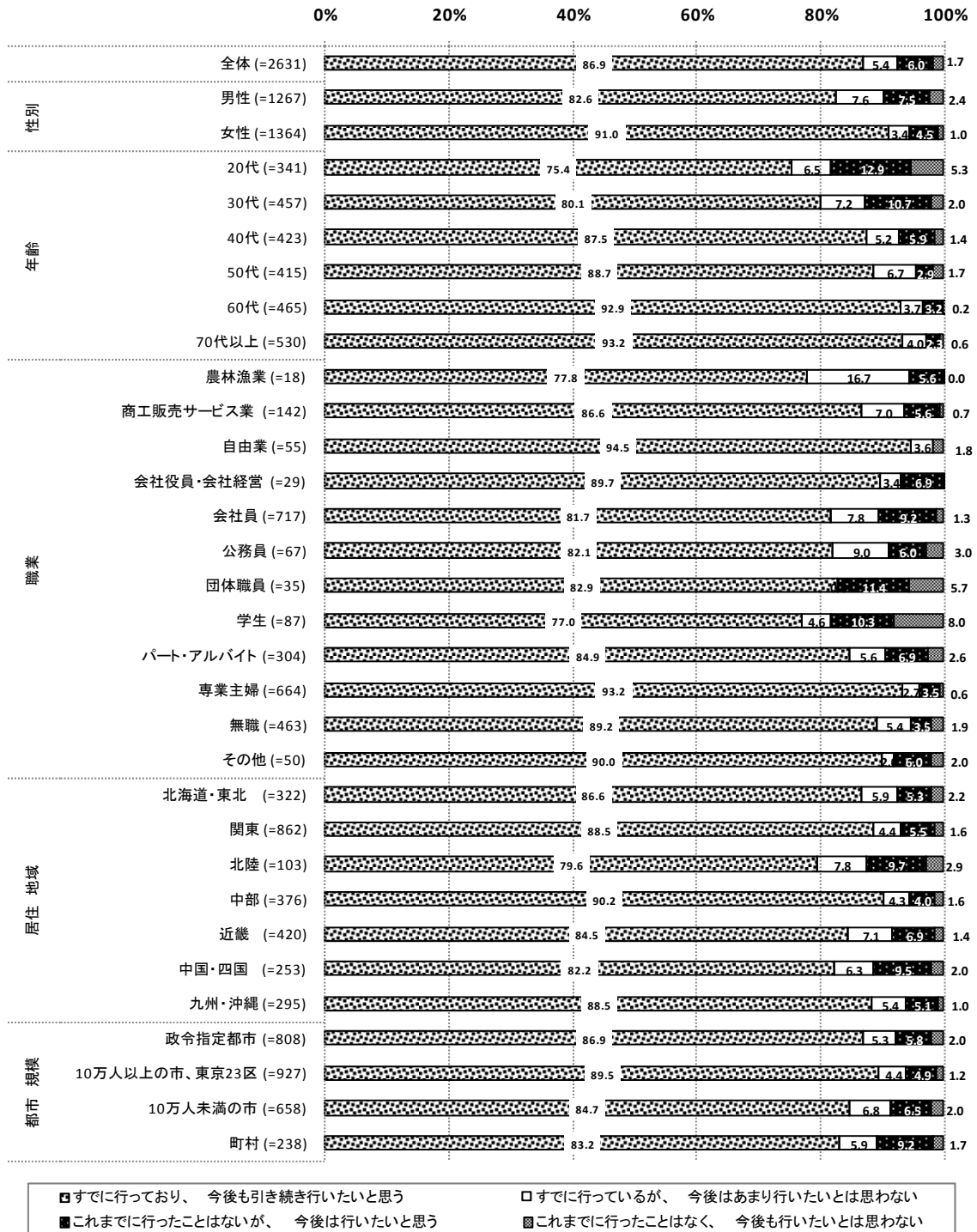
図表 2-36 環境保全行動（リユース、リサイクル）（属性別）



<重点分野6> 物質循環の確保と循環型社会の構築のための取組

環境保全行動：ごみは地域のルールに従ってきちんと分別して出すようにする

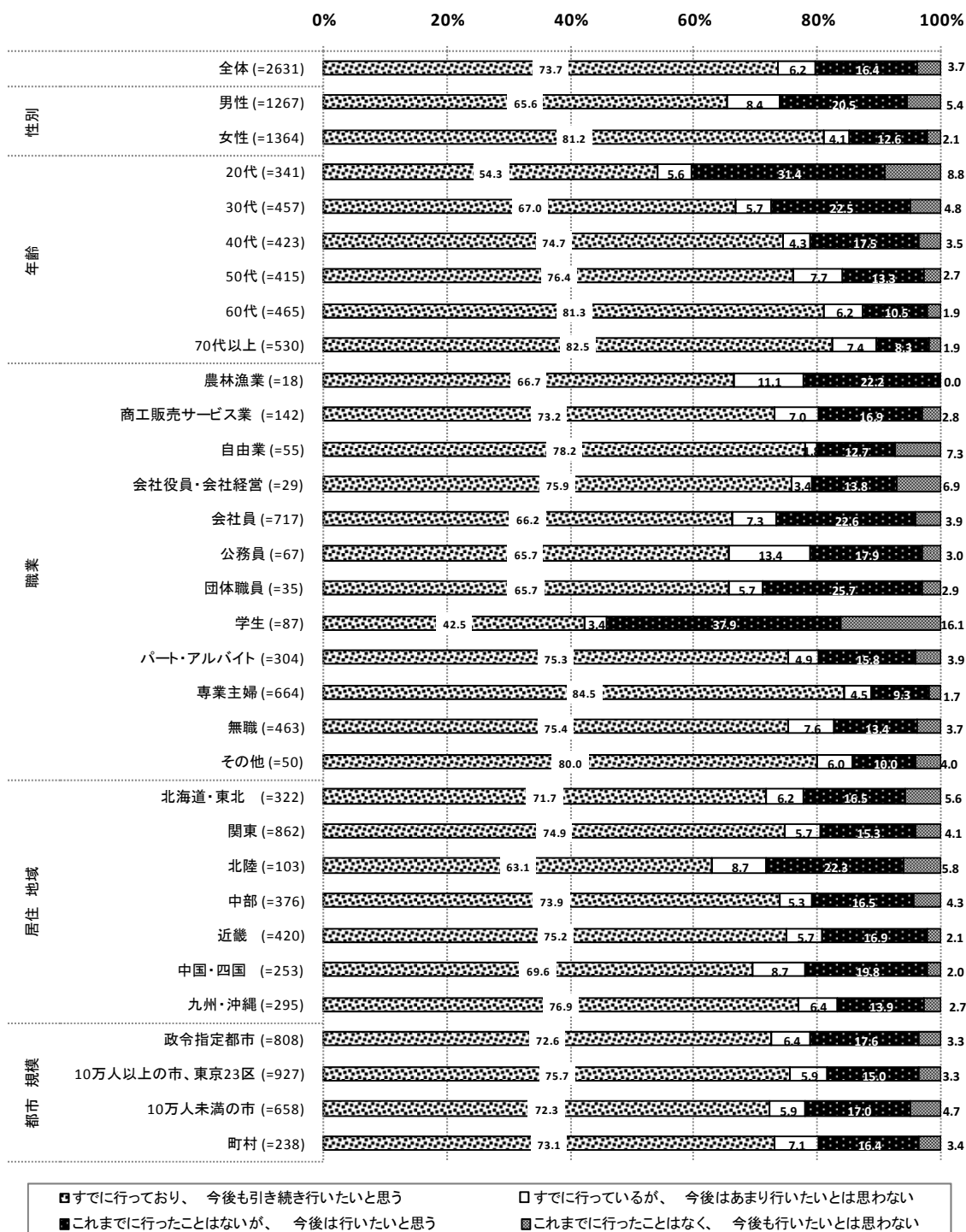
図表 2-37 環境保全行動（ごみ分別）（属性別）



<重点分野7> 水環境保全に関する取組

環境保全行動：日常生活において節水に努める

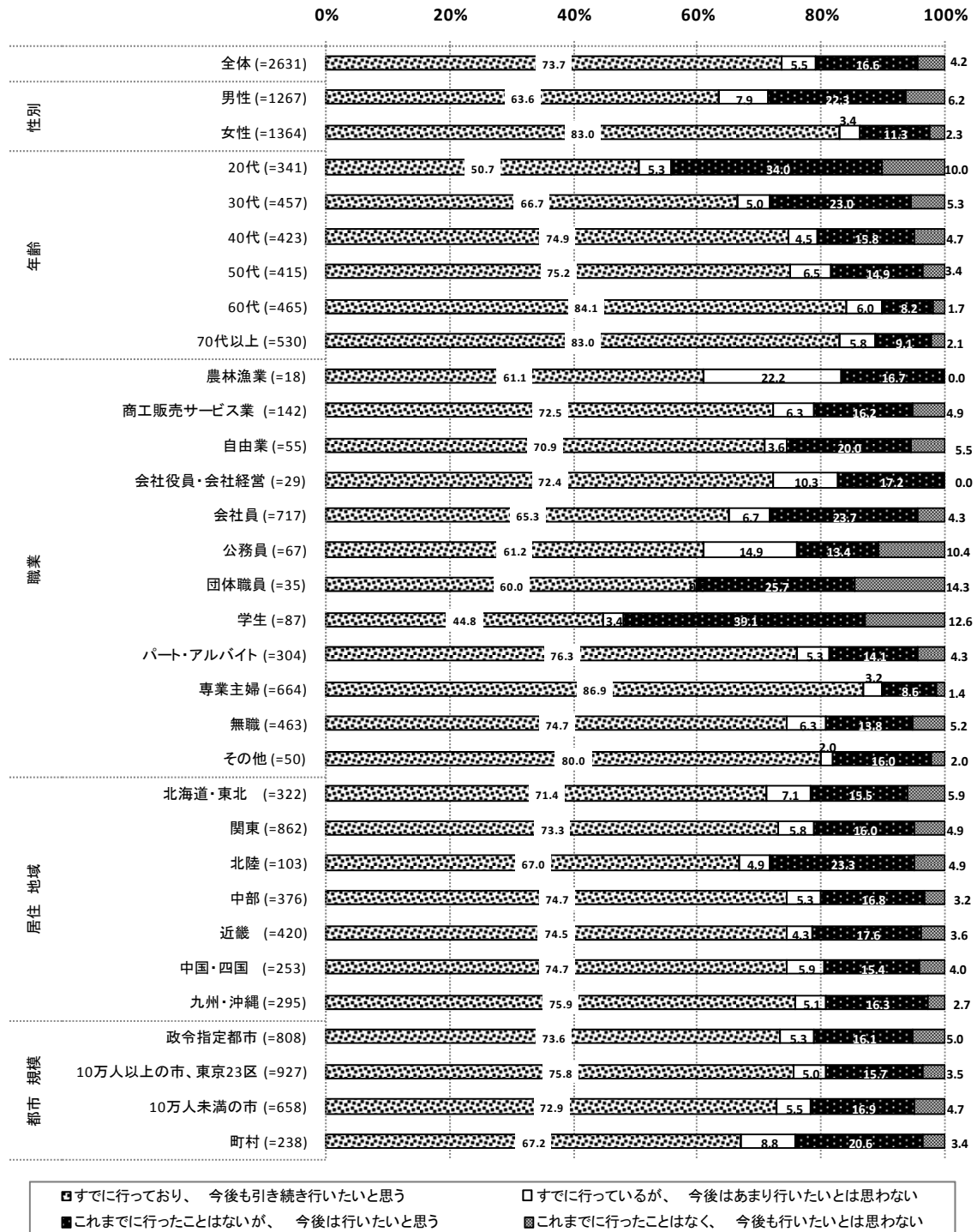
図表 2-38 環境保全行動（節水）（属性別）



<重点分野7> 水環境保全に関する取組

環境保全行動：油や食べかすなどを排水口から流さない

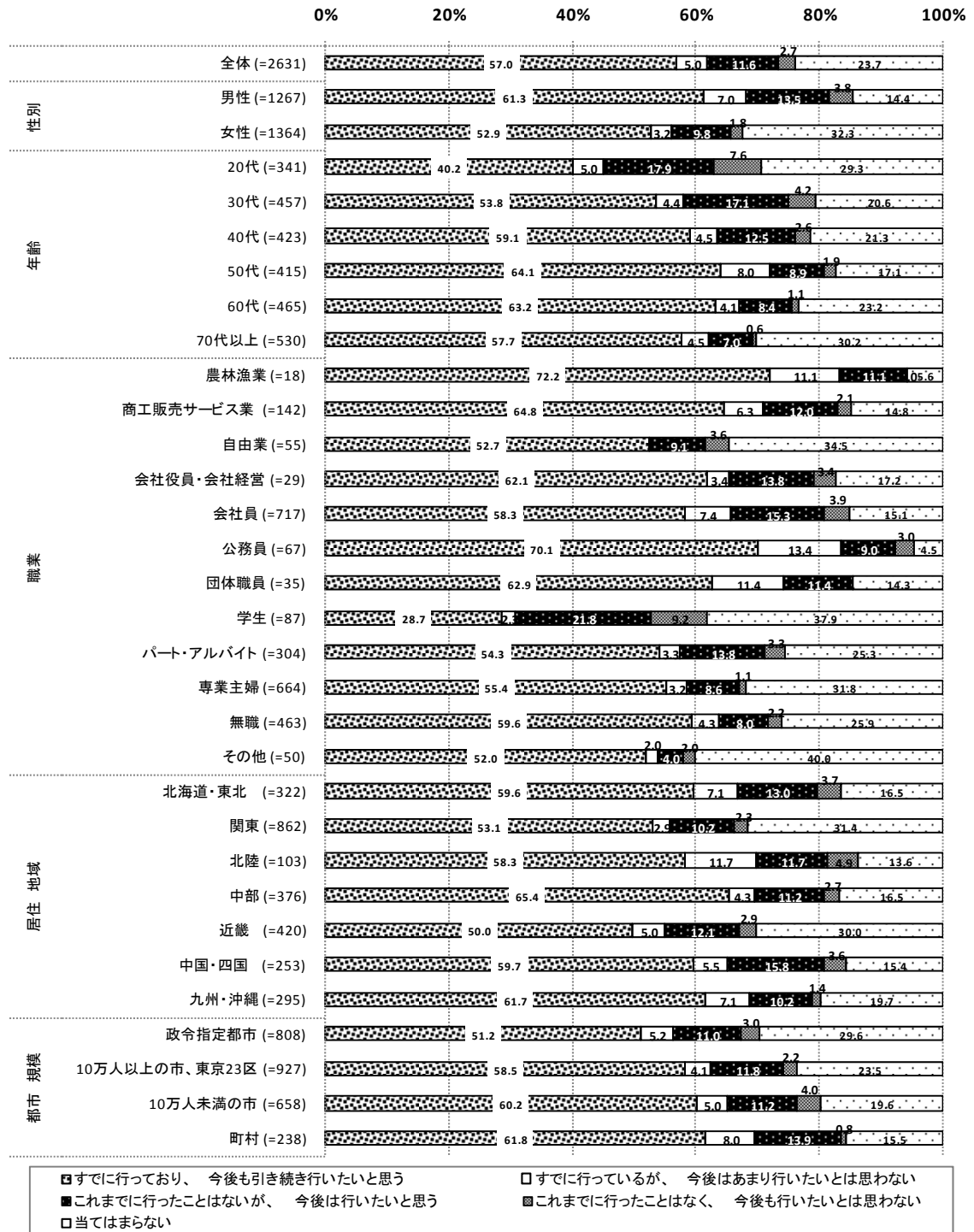
図表 2-39 環境保全行動（節水）（属性別）



<重点分野8> 大気環境保全に関する取組

環境保全行動：運転の際には、不必要なアイドリングや空ぶかし、急発進はしない

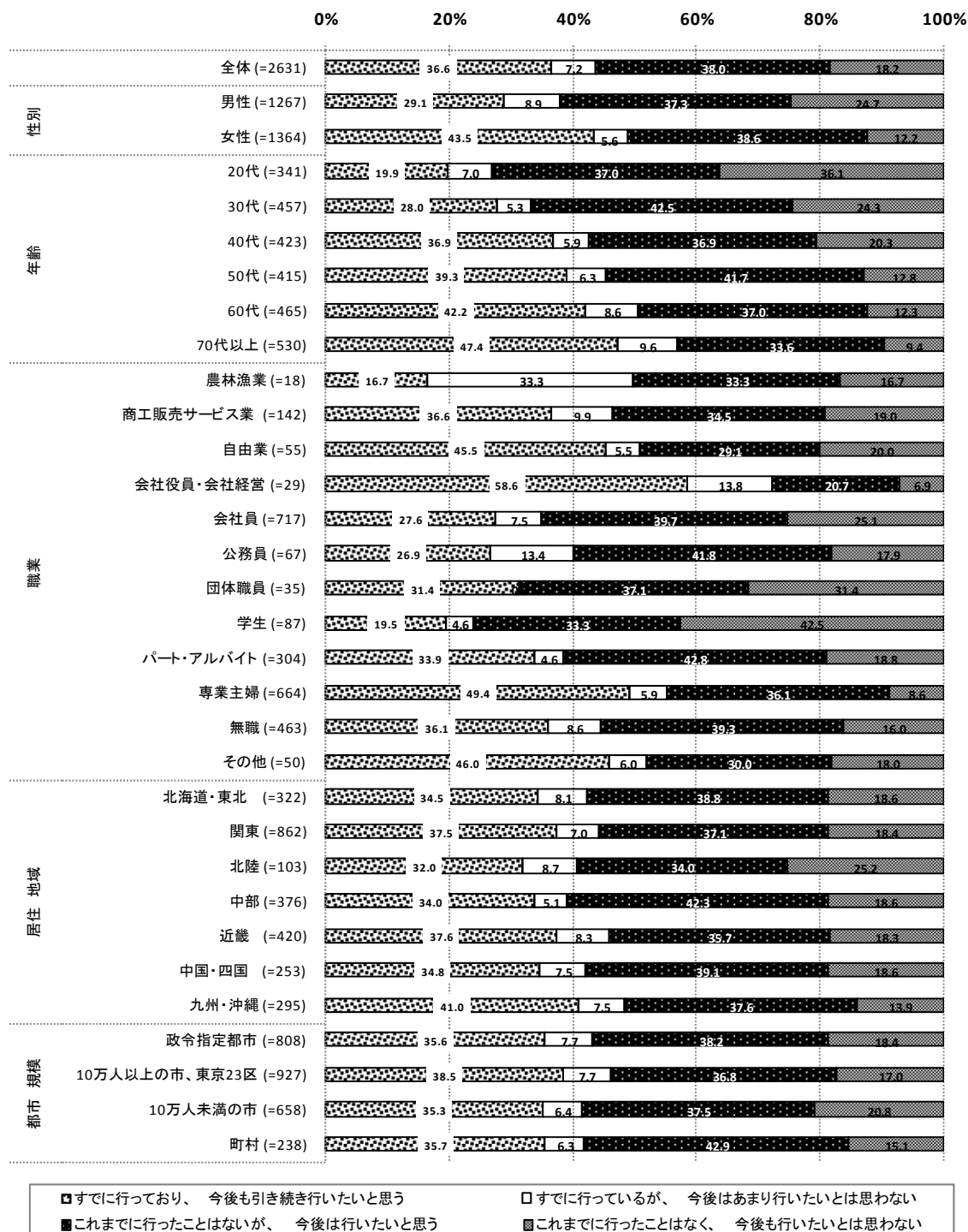
図表 2-40 環境保全行動（エコドライブ）（属性別）



<重点分野9> 包括的な化学物質の確率と推進のための取組

環境保全行動：買い物の際は、製品に含まれる化学物質を成分表示で確認して選んでいる

図表 2-41 環境保全行動（成分表示確認）（属性別）



2-3 環境保全で最も重要な役割を担う主体(問 2-3)

環境保全で最も重要な役割を担う主体は、「国民」との回答が 46%と最も多くなっている。次いで「国」(25%)、事業者(18%)となっている。

環境保全で最も重要な役割を担う主体として「国民」との回答の割合が 46%と最も多く、次いで、「国」25%、「事業者」18%、「地方公共団体」5%となっている。

平成 22 年度調査と比較しても大きな差はみられない。

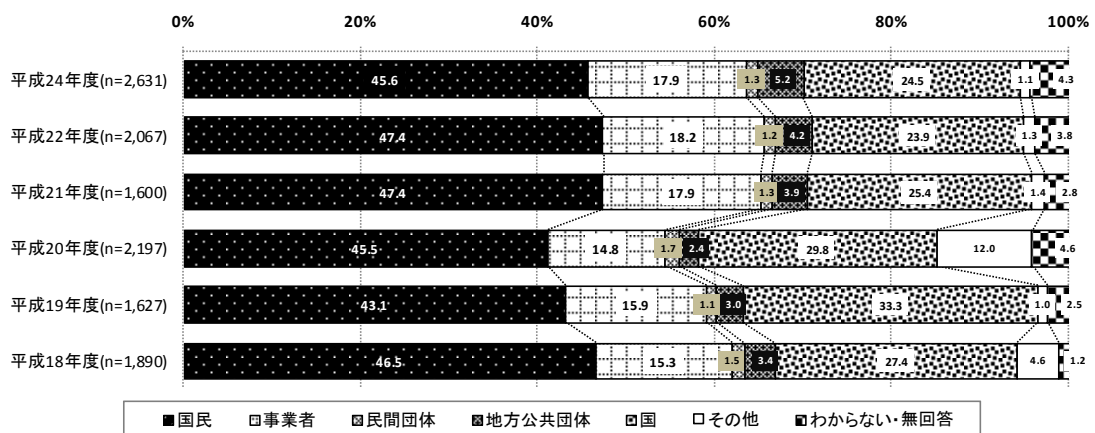
性別では、男性は女性よりも「事業者」との回答が 5 ポイント大きくなっている。(男性：21%、女性：15%)

年代別でみると、年代の上下による大きな差はないが、70 代以上では「国民」が 49%、「国」が 20%と、全体よりも国ではなく国民との回答が多い。

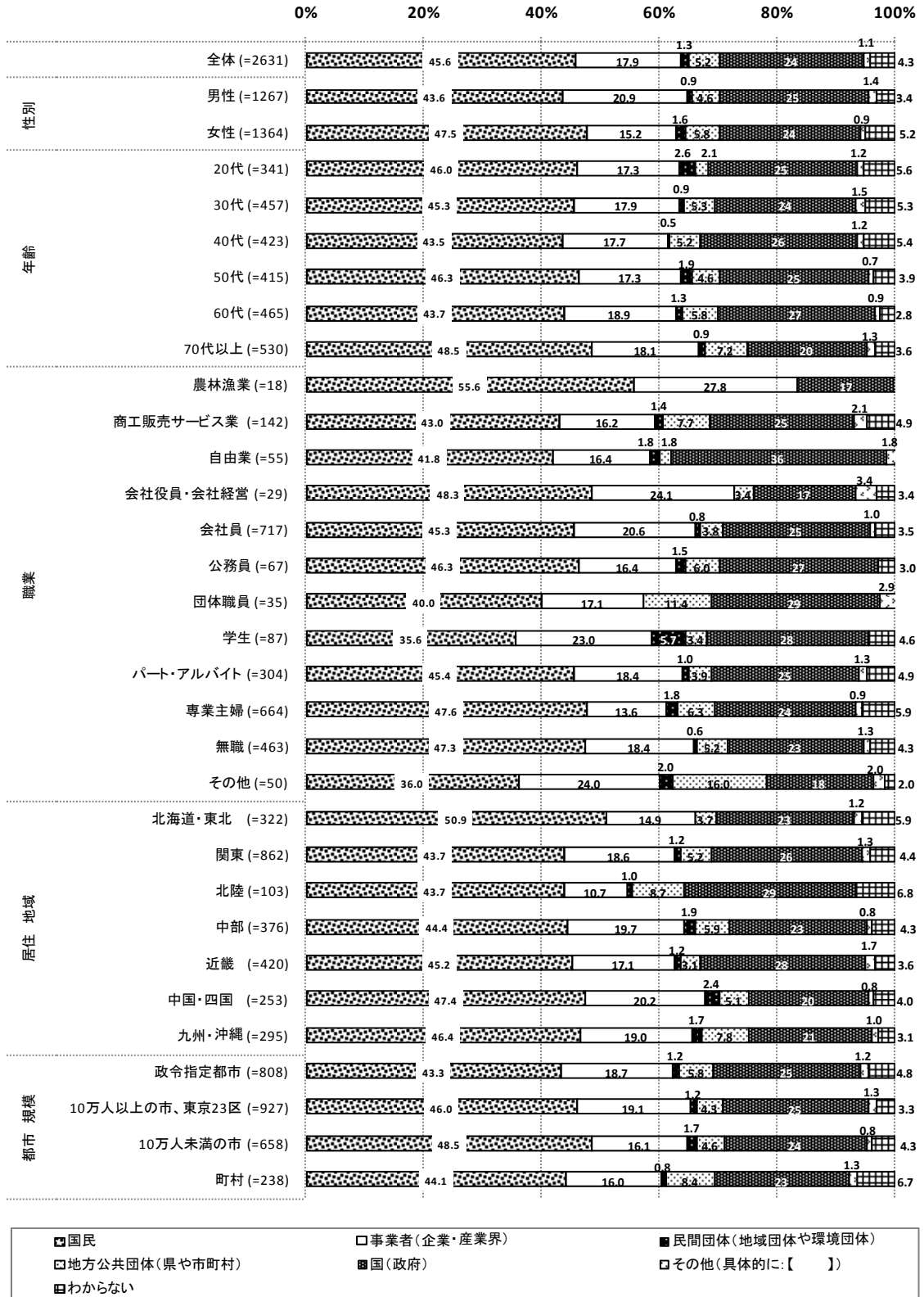
地域別でみると、北海道・東北「国民」が 51%と過半数を超えている。北陸は「国民」(44%)及び「事業者」(11%)との回答が全体よりも少なく、「国」(29%)と「地方公共団体」(9%)との回答が全体よりも多くなっている。

都市規模別では、10 万人未満の市で「国民」との回答が全体よりも多いが(49%)、町村では 44%となっており、規模の大小による傾向はみられない。

図表 2-42 環境保全で最も重要な役割を担う主体 (時系列)



図表 2-43 環境保全で最も重要な役割を担う主体（属性別）



2-4 自然とのふれあいについて（問 2-4）

エコツアーリズムの認知度

エコツアーリズムの認知度は 64%となっており、平成 22 年度調査よりも認知度が減少している。地域別では北海道での認知度が高い（77%）。

エコツアーリズムの認知度（「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 64%となっており、平成 22 年度調査よりも 6 ポイント減少している。エコツアーリズムの「意味を知っている」と回答した人も 14%と、4 ポイント減少している。

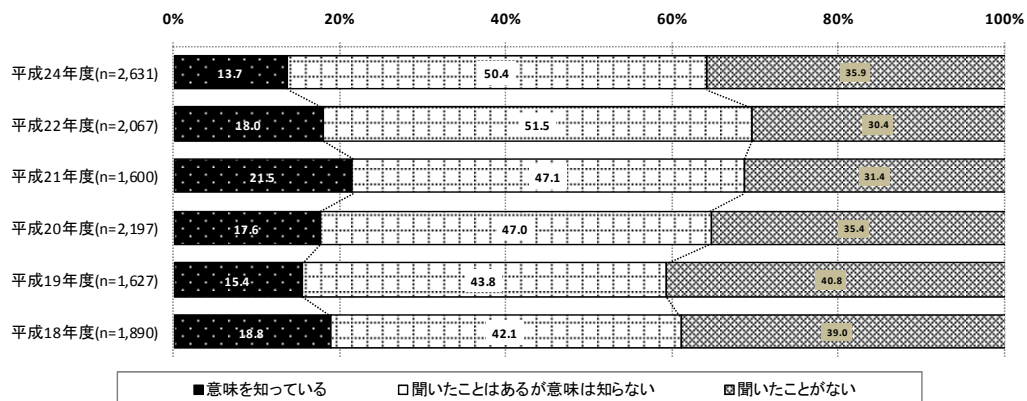
性別では、「意味を知っている」と回答した人の割合は男性が女性よりも 5 ポイント高くなっているが、認知度では、ほとんど差がみられない。

年代別では、おおむね年代が上がるにつれて認知度が高くなる傾向があり、60 代、70 代以上での認知度は 70%を超えている。

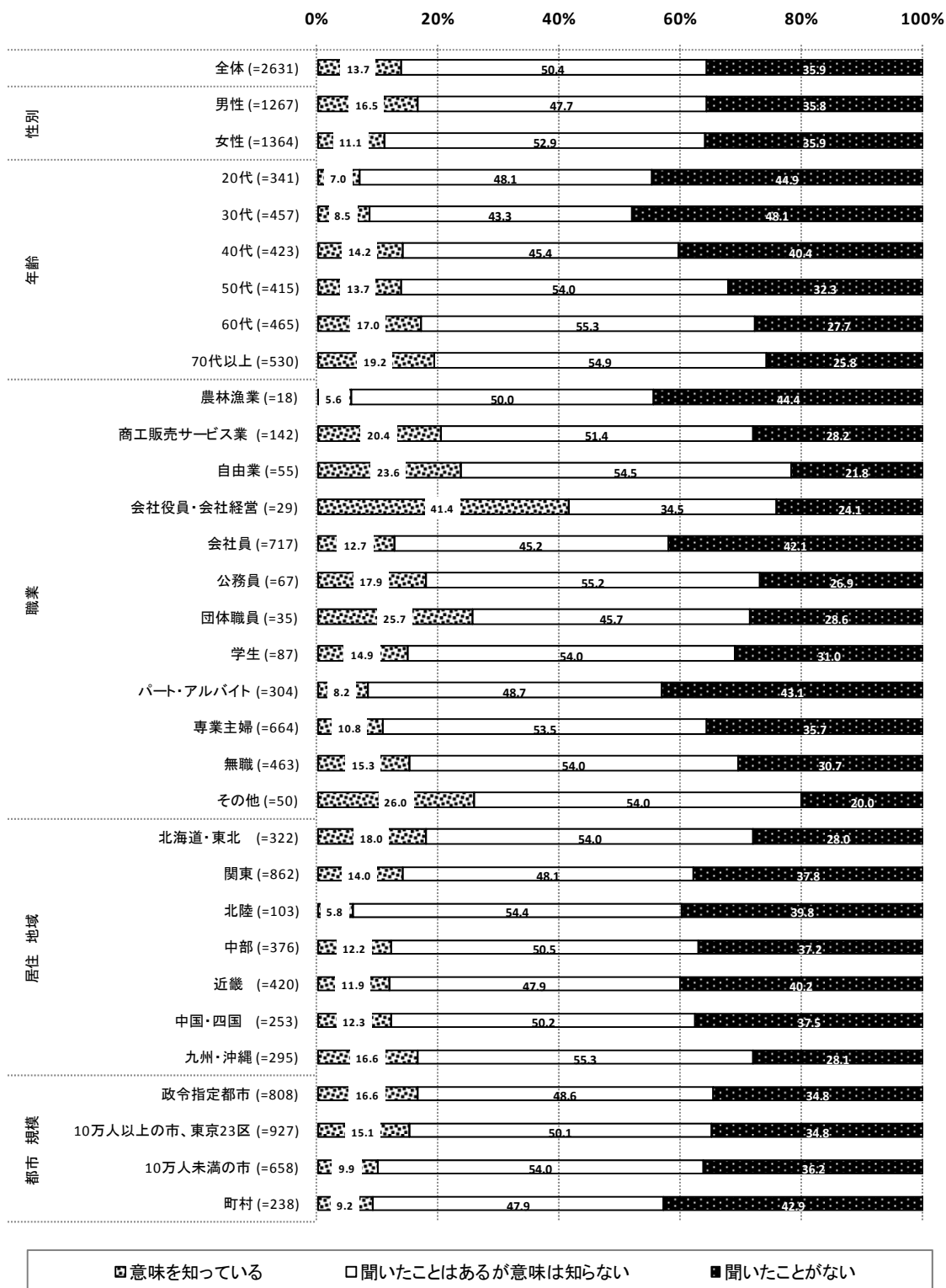
地域別でみると、認知度は北海道・東北および九州・沖縄で 72%と高く、近畿および北陸が 60%と全体よりも低くなっている。

都市規模別でみると、町村では認知度および「意味を知っている」との回答した人の割合ともに他の都市規模よりも低い。

図表 2-44 エコツアーリズムの認知度（時系列）



図表 2-45 エコツアーリズムの認知度（属性別）



☐ 意味を知っている

□ 聞いたことはあるが意味は知らない

■ 聞いたことがない

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は95%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、59%となっている。また、「現状維持もしくは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」、「今と同程度の自然とのふれあいを維持したい」の合計）と回答した人の割合は95%となっており、平成22年度調査とほぼ同じ結果となっている。

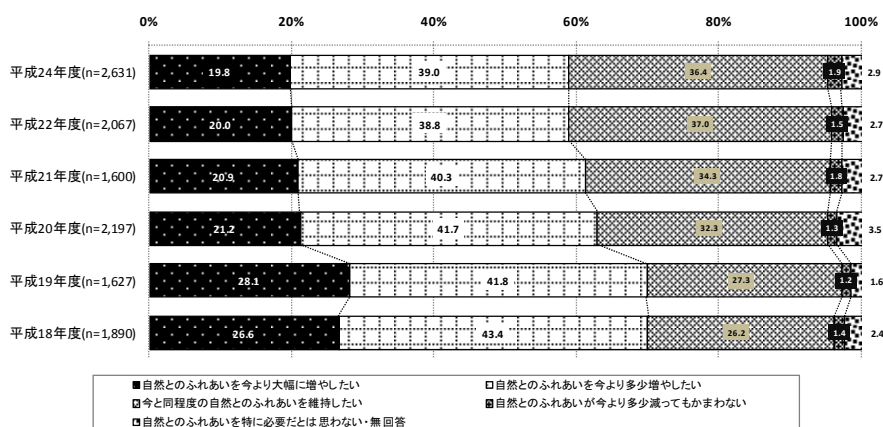
性別では、大きな違いはみられない。

年代別では、おおむね年代が上がるにつれて「今よりも増やしたい」と回答した人の割合が低下し、「現状維持」の割合が増加する傾向がある。「今よりも増やしたい」人は20代では62%、70代以上では56%となり、「現状維持」は20代では30%、70代以上では41%となる。

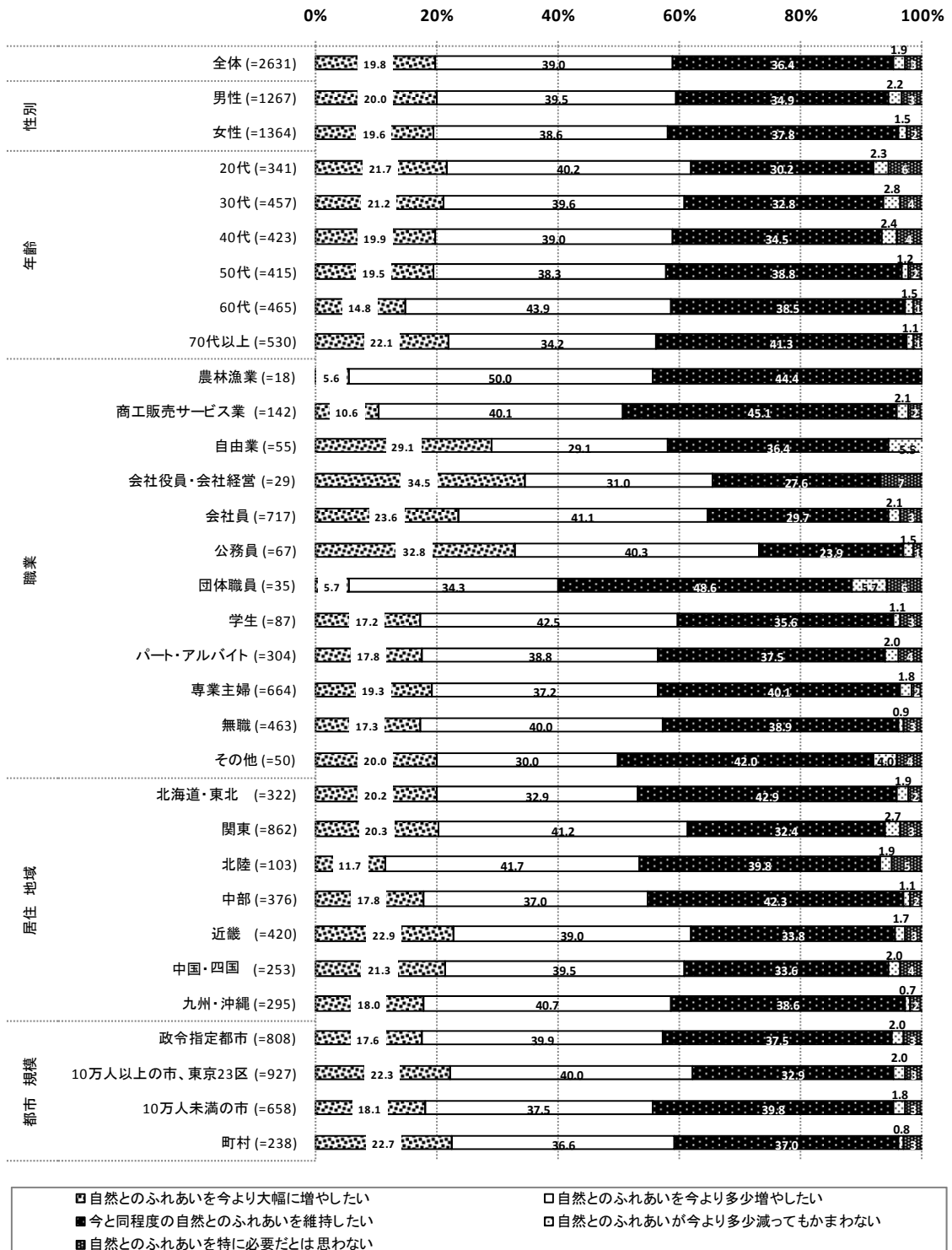
地域別では、北海道・東北および北陸で「今よりも増やしたい」と回答した人の割合が53%と、全体よりも5ポイント以上低くなっている。

都市規模別では、「今よりも増やしたい」と回答した人の割合は、10万人以上の市、東京23区では60%以上と高くなっている。

図表 2-46 自然とのふれあいについてのニーズ（時系列）



図表 2-47 自然とのふれあいについてのニーズ（属性別）



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」との回答が 60% と最も多く、次いで「身近に整備された自然とふれあうための場所」(49%)、「自然に関する情報の提供」(34%) 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」との回答が 60% と最も多く、次いで「身近に整備された自然とふれあうための場所」(49%)、「自然に関する情報の提供」(34%) となっている。最も少ない回答は「自然とふれあうためのビジターセンター（利用案内館）などの施設」(14%) となっている。

平成 22 年度調査とは大きな差はみられない。

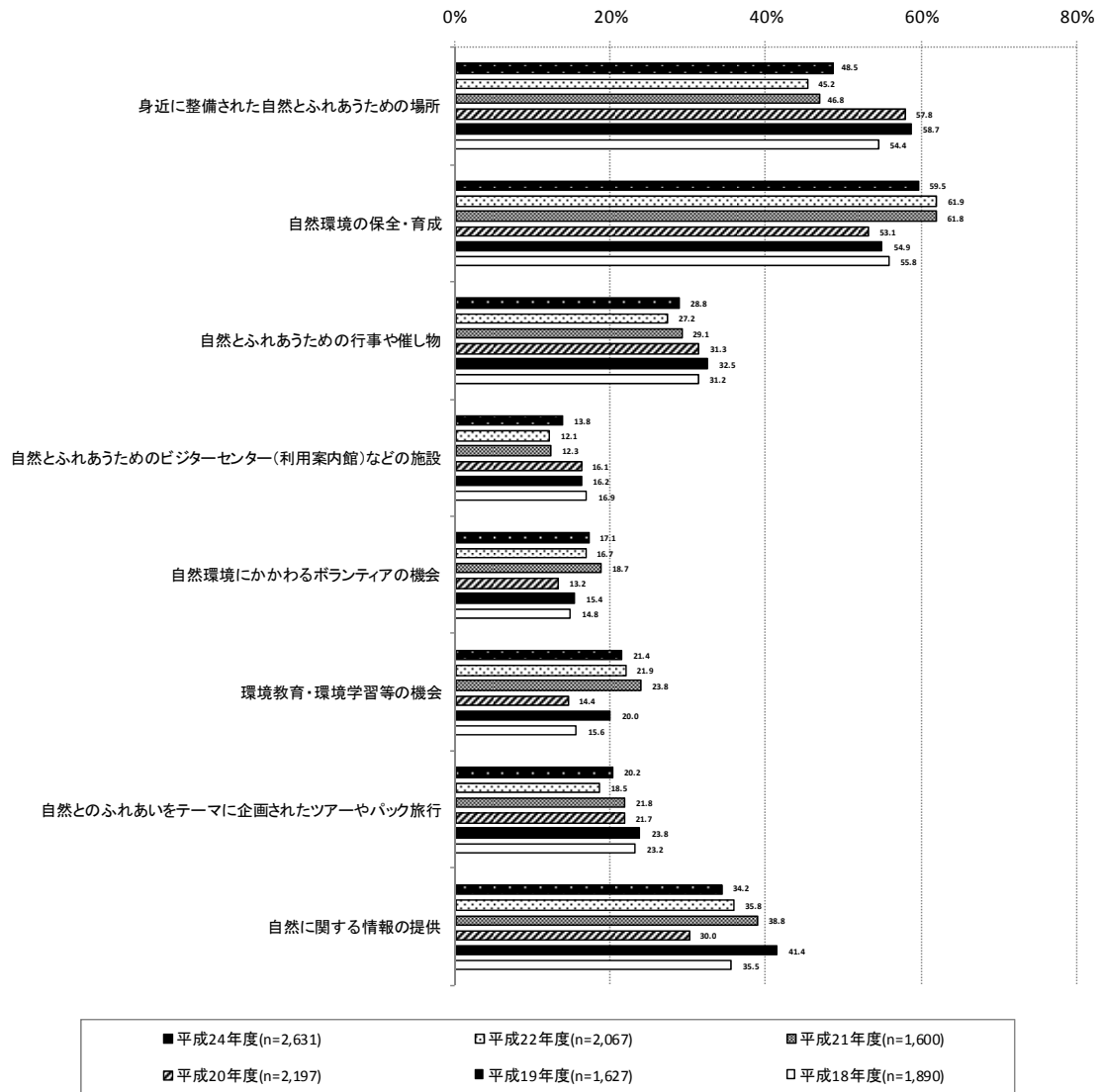
性別でみると、「身近に整備された自然とふれあうための場所」を除き女性が男性よりも高くなっている。「自然とのふれあいをテーマに企画されたツアーやパック旅行」、「自然に関する情報の提供」では、女性 (24%) が男性 (16%) よりも 5 ポイント以上割合が高くなっている。

年代別では、20 代、30 代は「身近に整備された自然とふれあうための場所」の割合が最も高くなっている。また、20 代は他の年代とは異なり、「環境教育・環境学習等の機会」が最も低い割合 (16%) となっている。一方、「環境教育・環境学習等の機会」は 70 代以上では 30% となっており、年代による差がみられる。

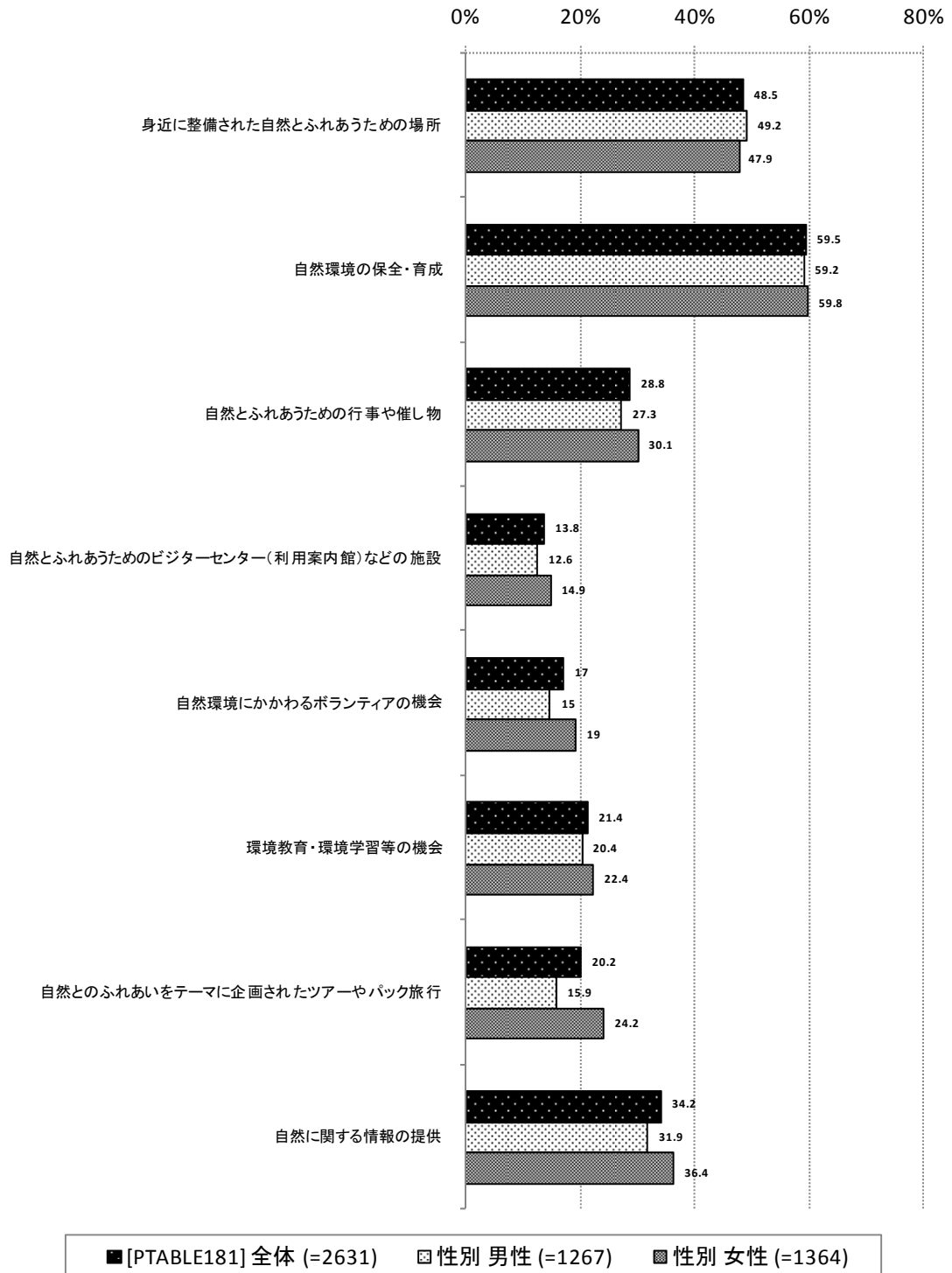
地域別でみると、大きな差はみられない。

都市規模別でみると大きな差はみられない。

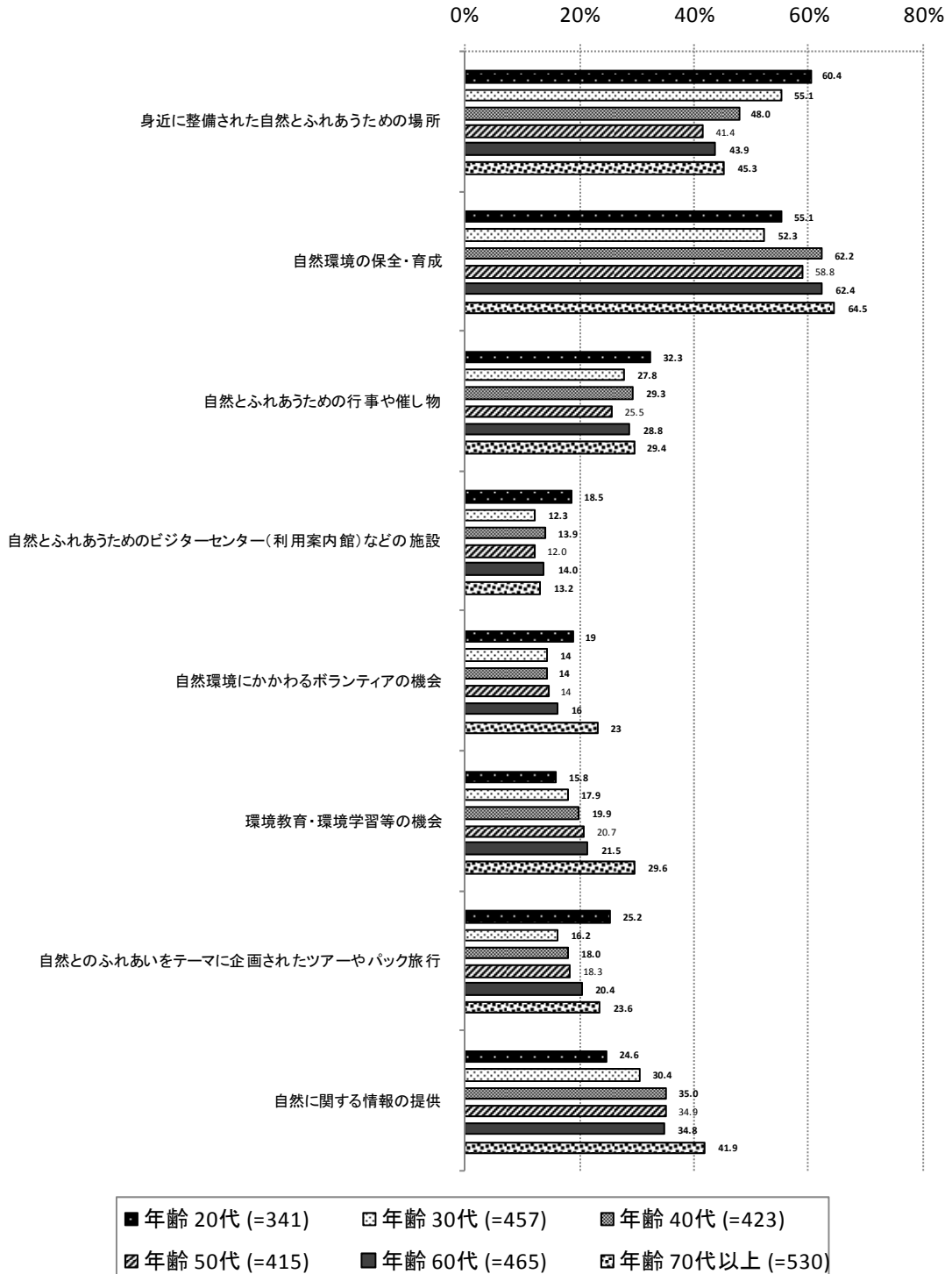
図表 2-48 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（時系列）



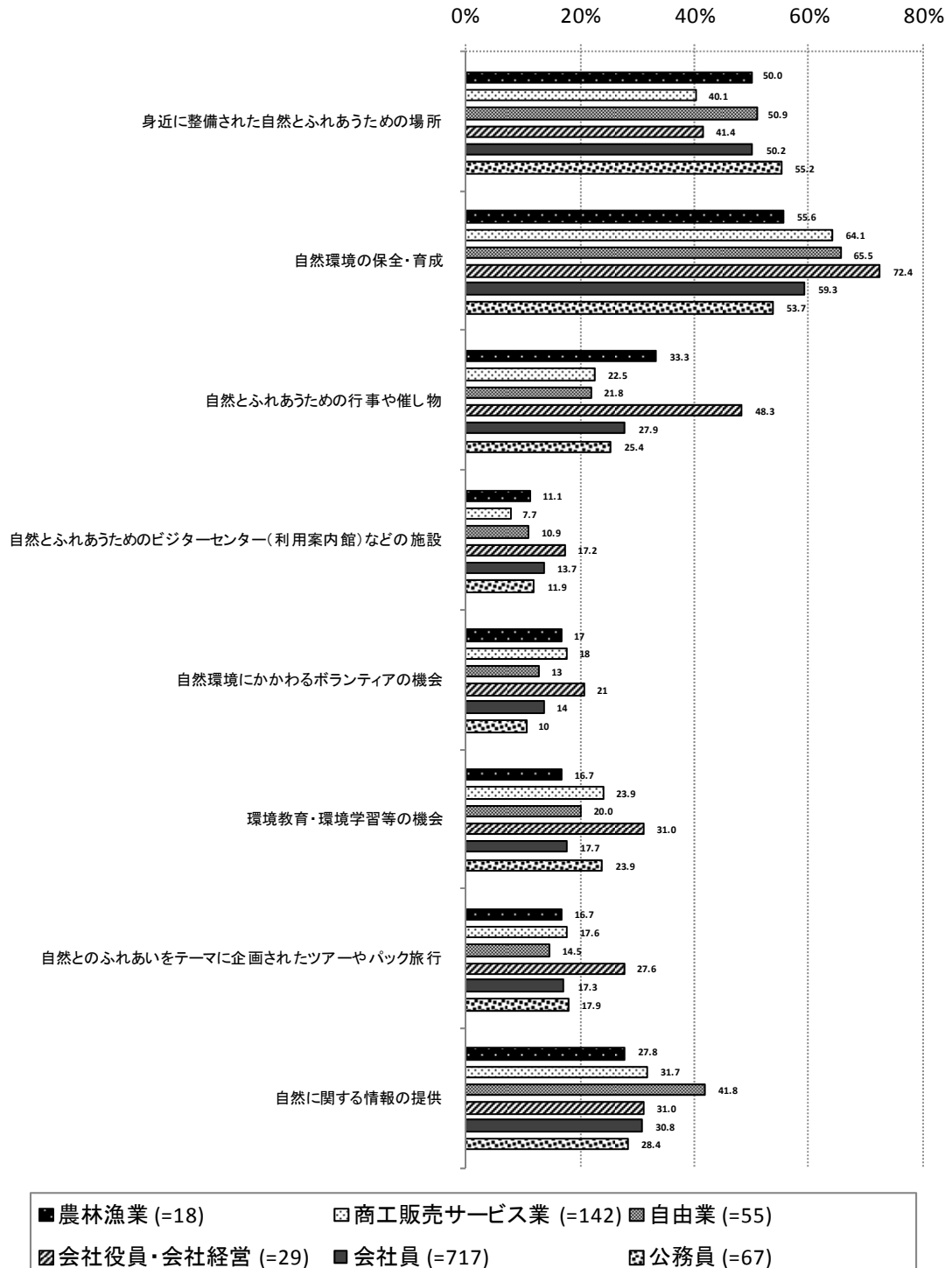
図表 2-49 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（全体、性別）



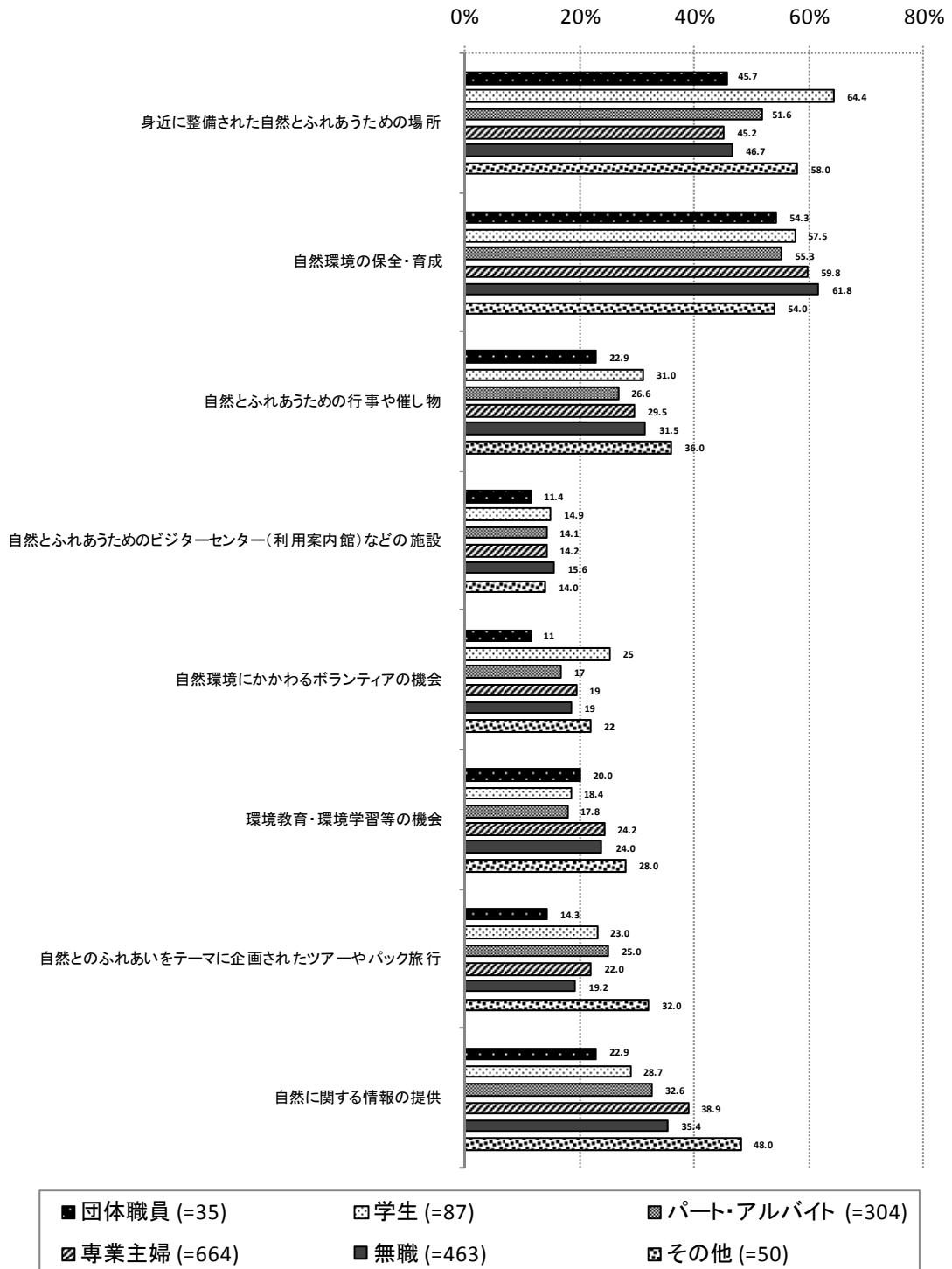
図表 2-50 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（年代別）



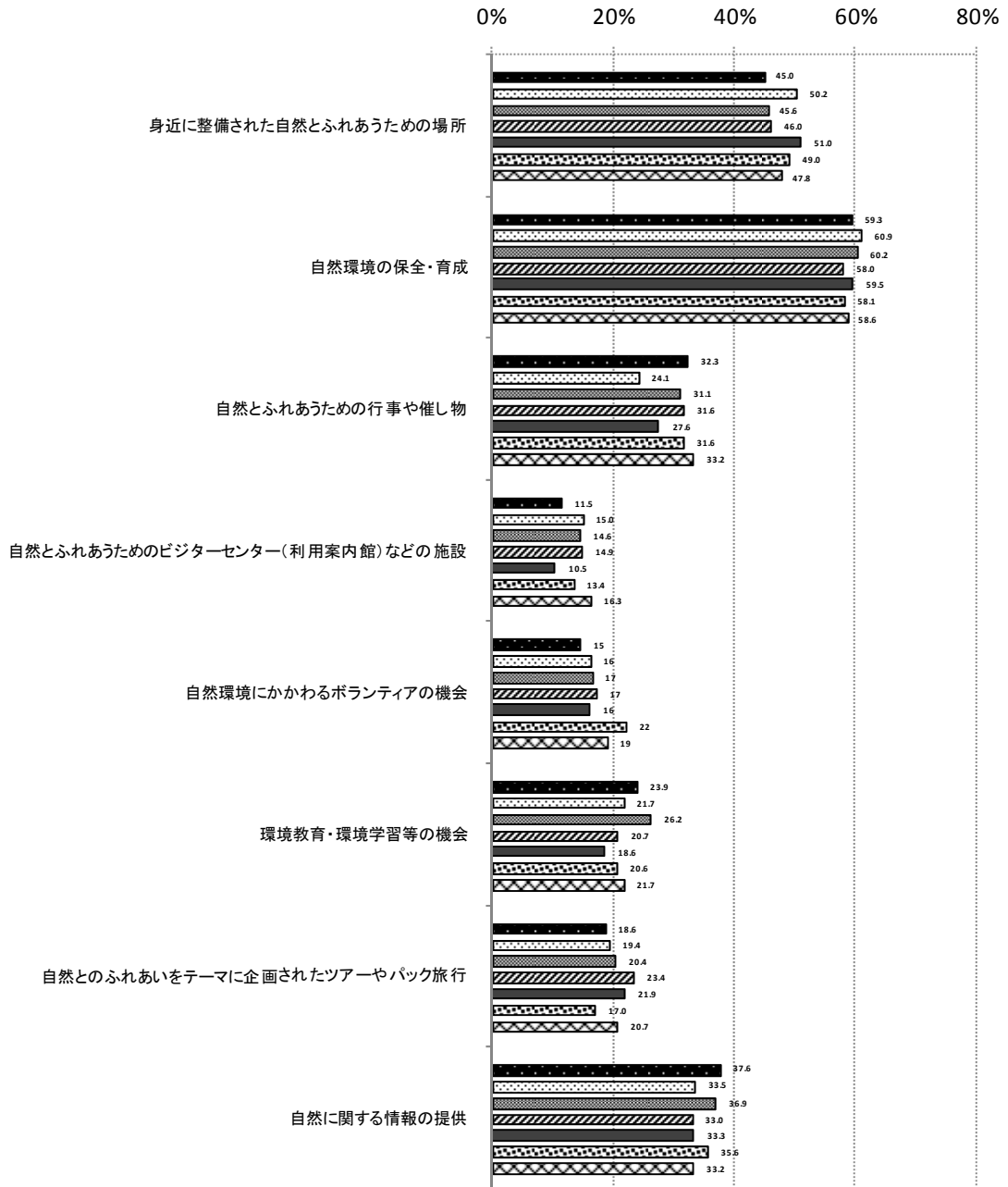
図表 2-51 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（職業別 1/2）



図表 2-52 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）

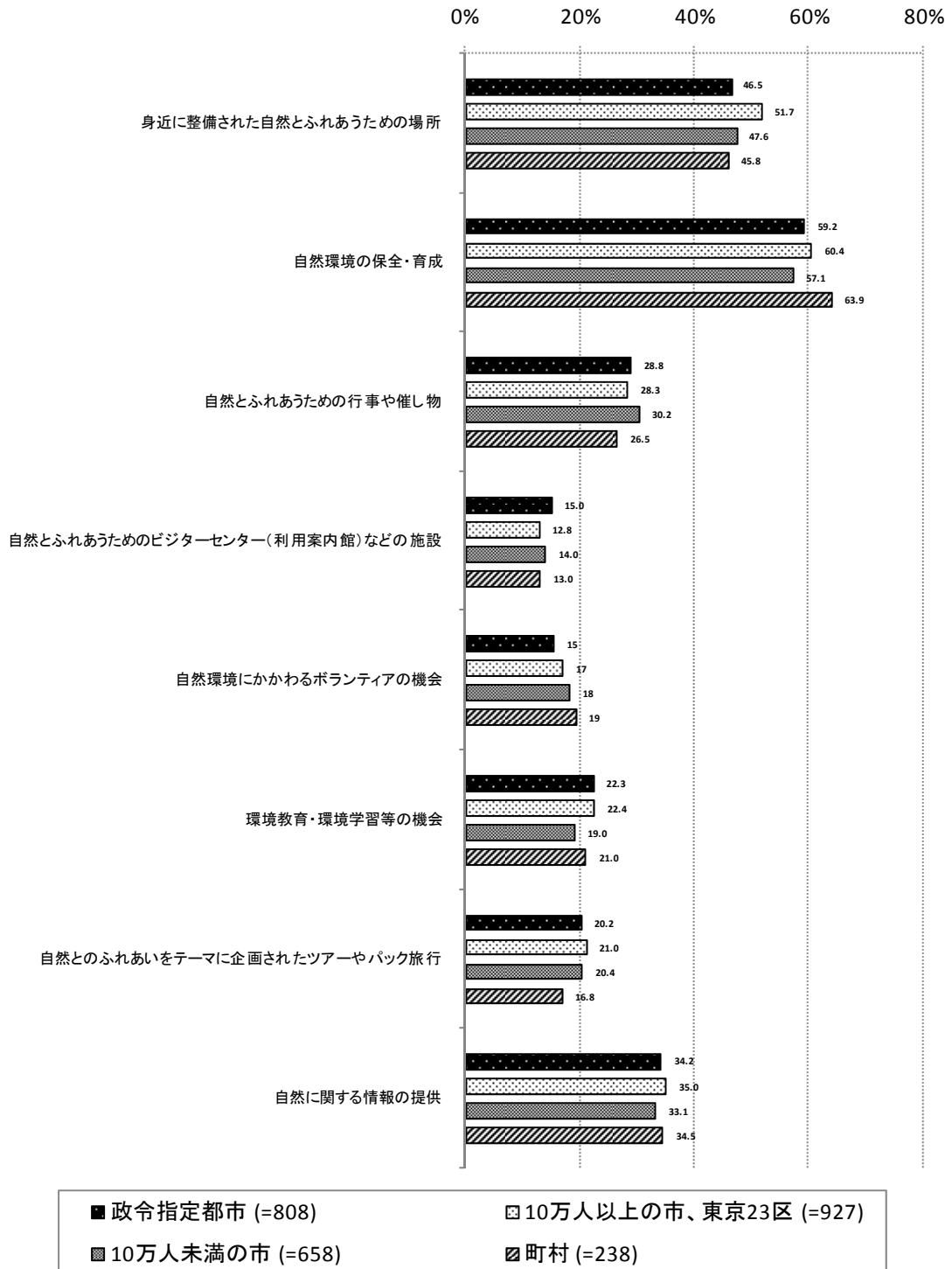


図表 2-53 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（地域別）



■ 北海道・東北 (=322) □ 関東 (=862) ■ 北陸 (=103)
 ▨ 中部 (=376) ■ 近畿 (=420) ▩ 中国・四国 (=253)
 ▤ 九州・沖縄 (=295)

図表 2-54 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）



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51%となっており、60代、70代以上の人が多くなっている。自然関連の旅行のうち、割合が高いのは「自然に浸り、その美しさを愛でる旅行」(25%)、「自然に囲まれた旅館やホテルでゆったり滞在する旅行」(23%)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51%（「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22年度調査とほぼ同じ結果となっている。

自然関連の旅行のうち、割合が高いのは、「自然に浸り、その美しさを愛でる旅行」(25%)、「自然に囲まれた旅館やホテルでゆったり滞在する旅行」(23%)となっているおり、平成22年度調査とほとんど変わらない。

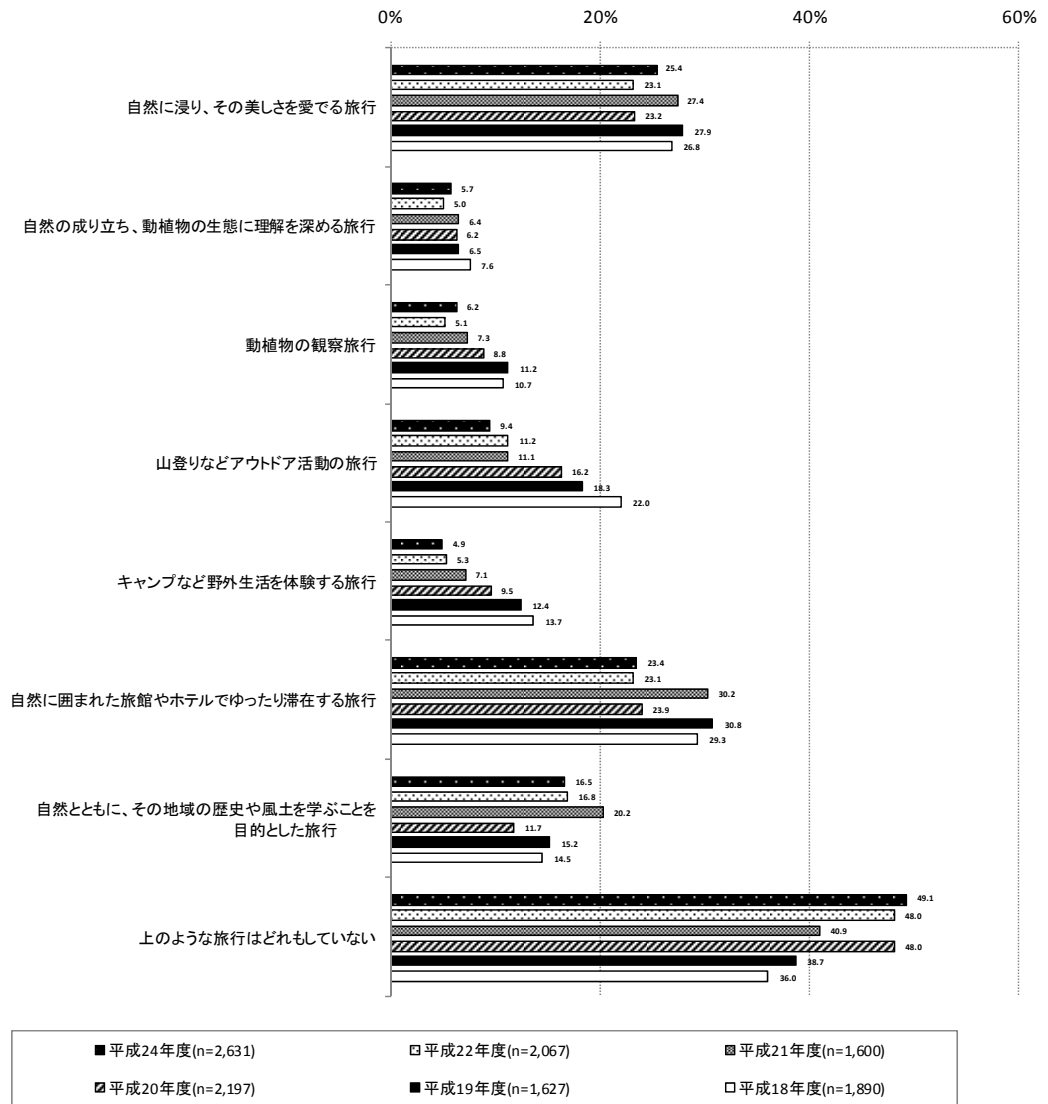
性別で見ると、「自然に浸り、その美しさを愛でる旅行」、「自然に囲まれた旅館やホテルでゆったり滞在する旅行」は女性が男性よりも5ポイント以上多くなっている。一方で、「山登りなどアウトドア活動の旅行」は男性が11%、女性が8%と男性が多くなっている。

年代別で見ると、50代以上の年代は50%を超えており、70代以上が62%と最も多く旅行をしている。最も割合が少ないのは40代の43%となっている。

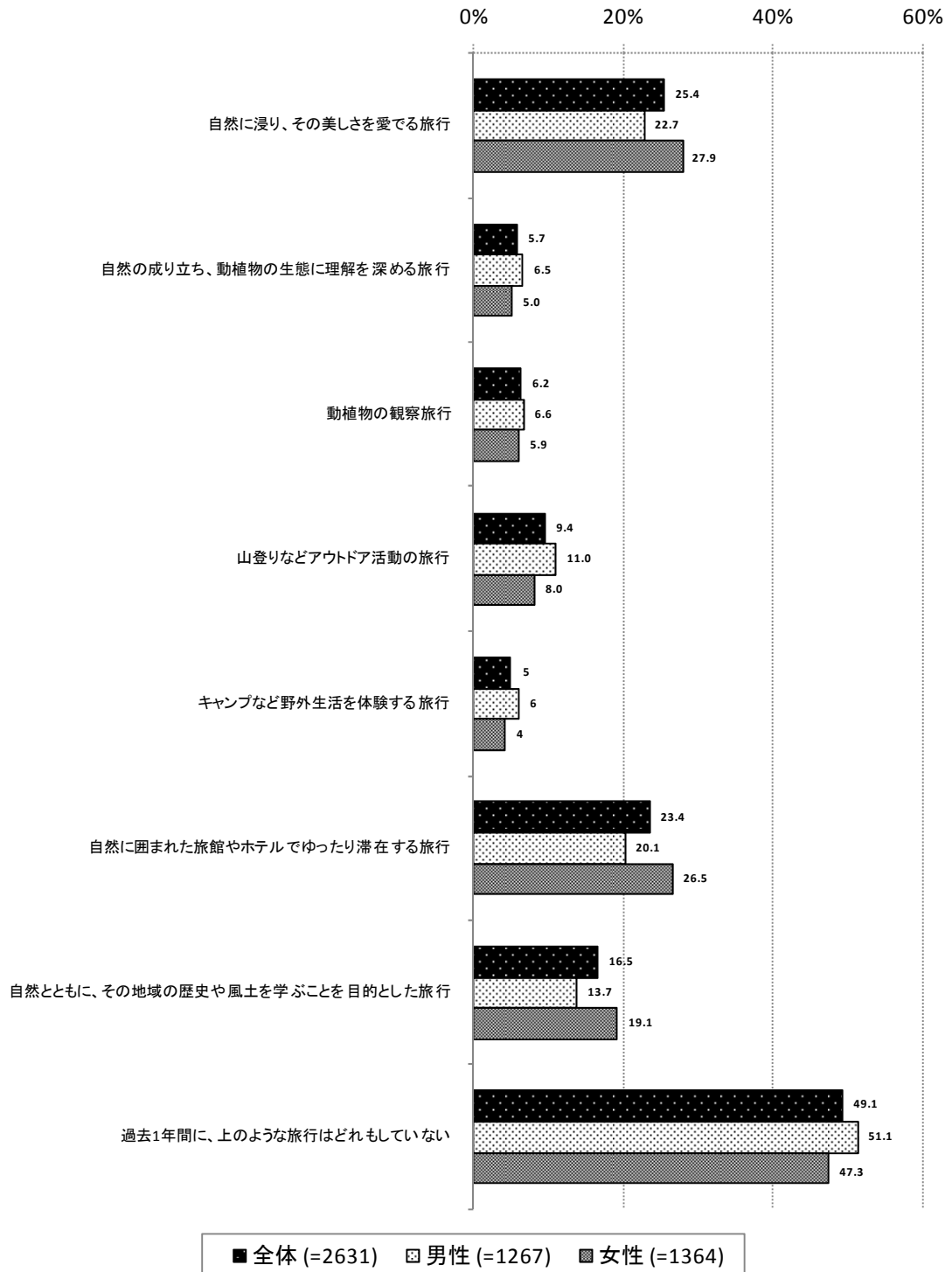
地域別で見ると、近畿では、「自然に浸り、その美しさを愛でる旅行」(30%)が全体よりも5ポイント高く、北陸では、「自然に囲まれた旅館やホテルでゆったり滞在する旅行」が17%と全体よりも5ポイント以上低くなっている。

都市規模別では、大きな違いはみられないが、「山登りなどアウトドア活動の旅行」をした人の割合は、都市規模が小さくなるほど減少し、旅行をしていない人の割合は、都市規模が小さくなるほど増加する傾向がみられる。

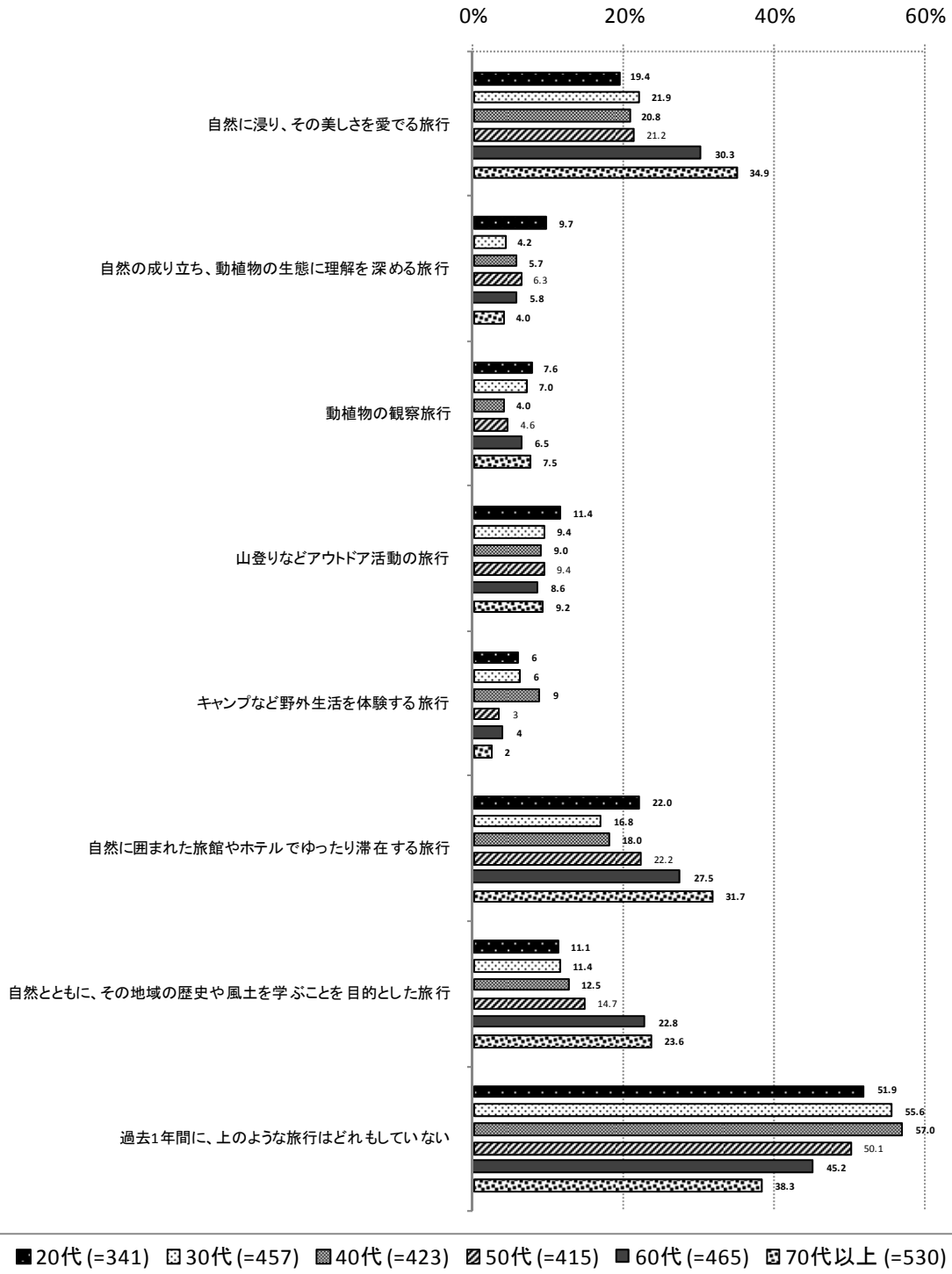
図表 2-55 過去1年間に経験した自然関連の旅行（時系列）



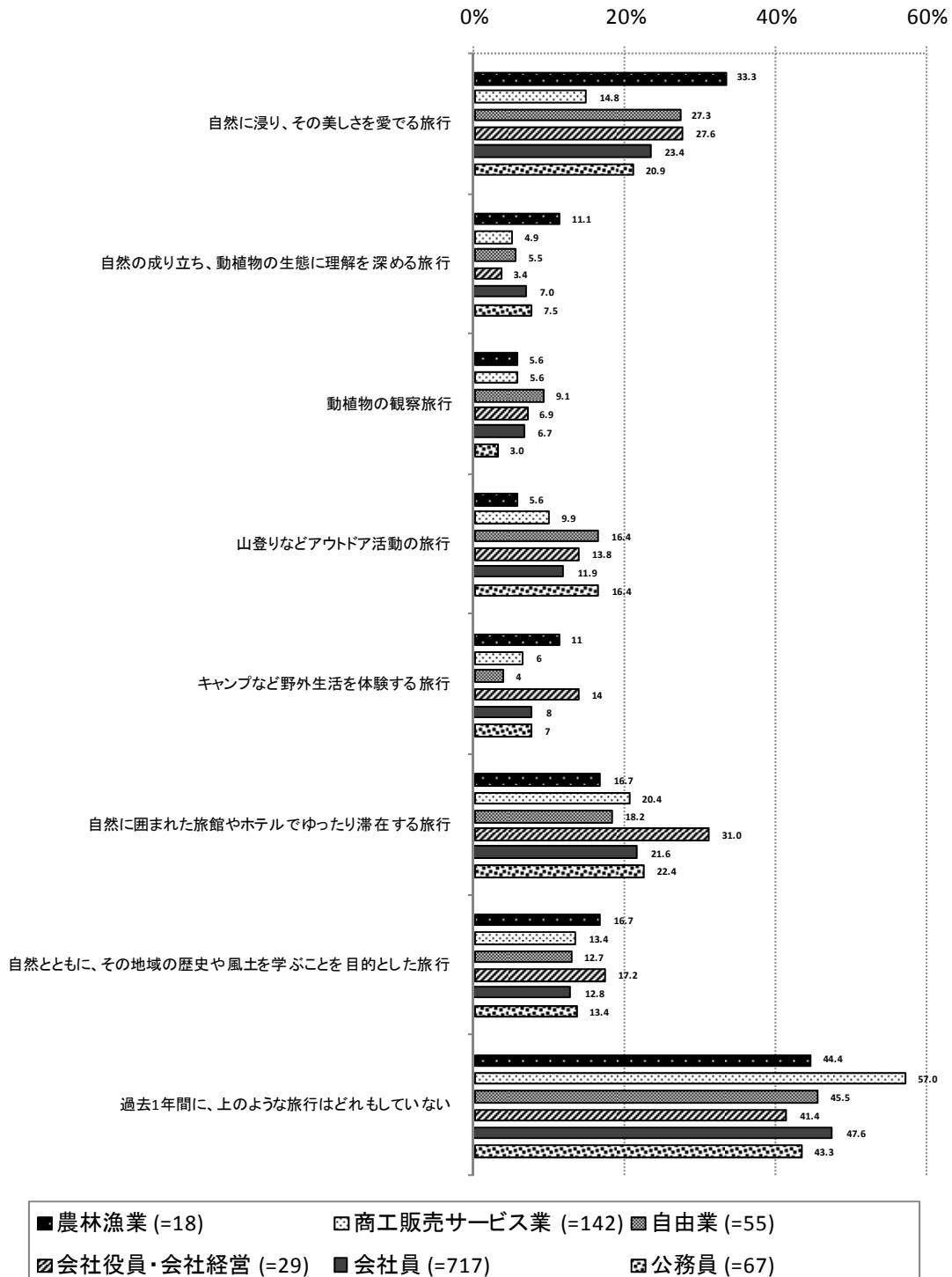
図表 2-56 過去1年間に経験した自然関連の旅行（全体、性別）



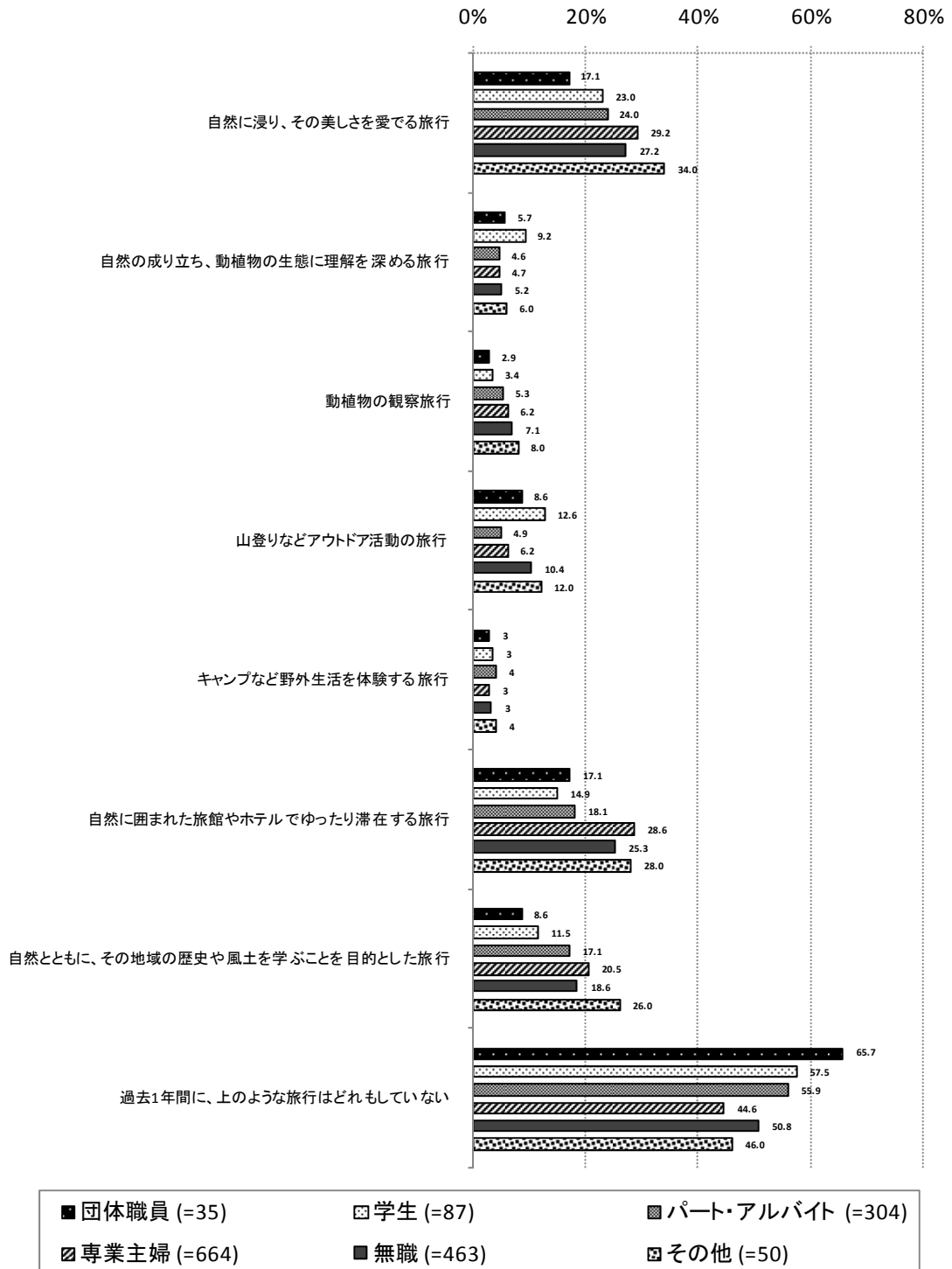
図表 2-57 過去1年間に経験した自然関連の旅行（年代別）



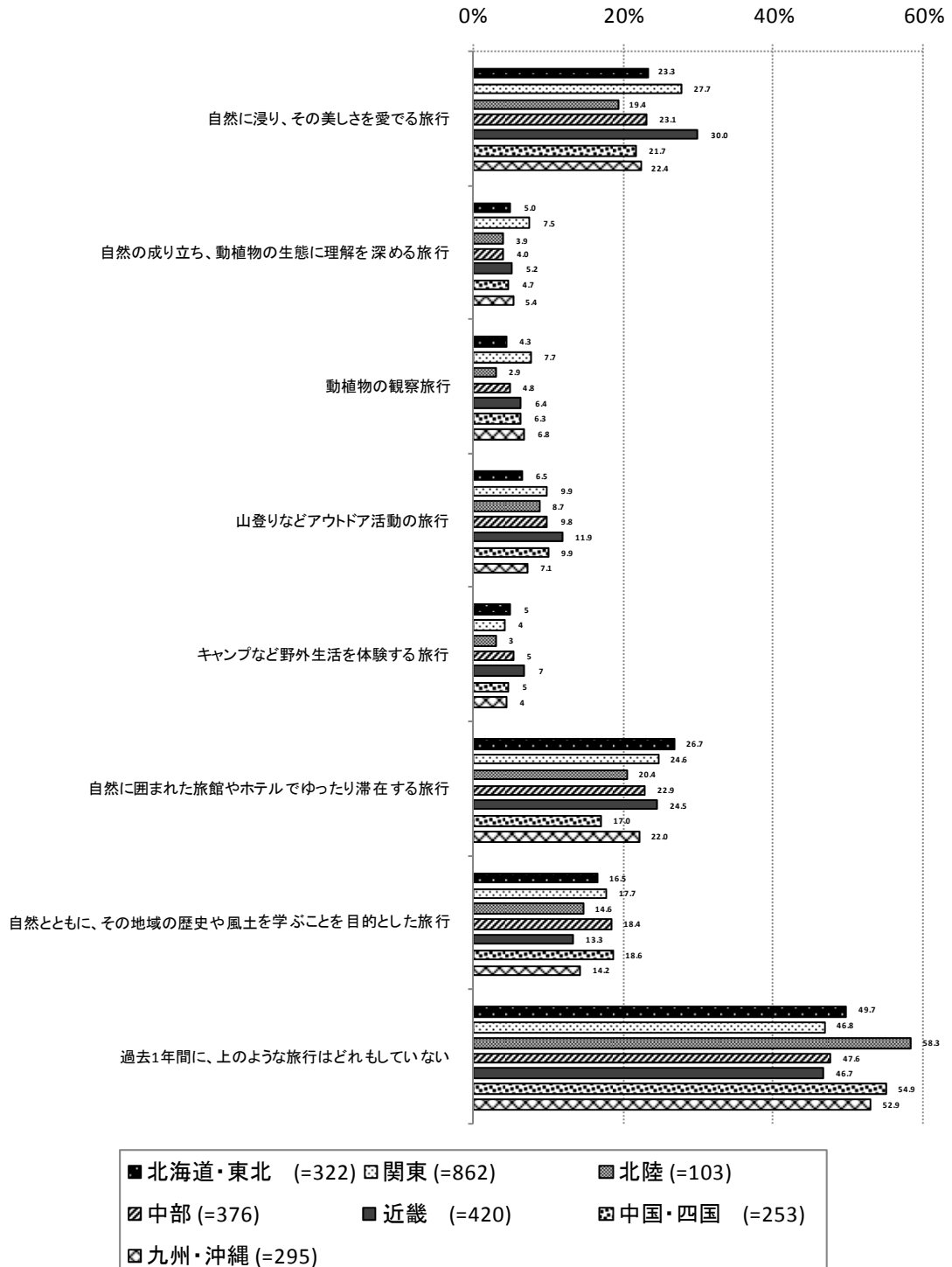
図表 2-58 過去1年間に経験した自然関連の旅行（職業別 1/2）



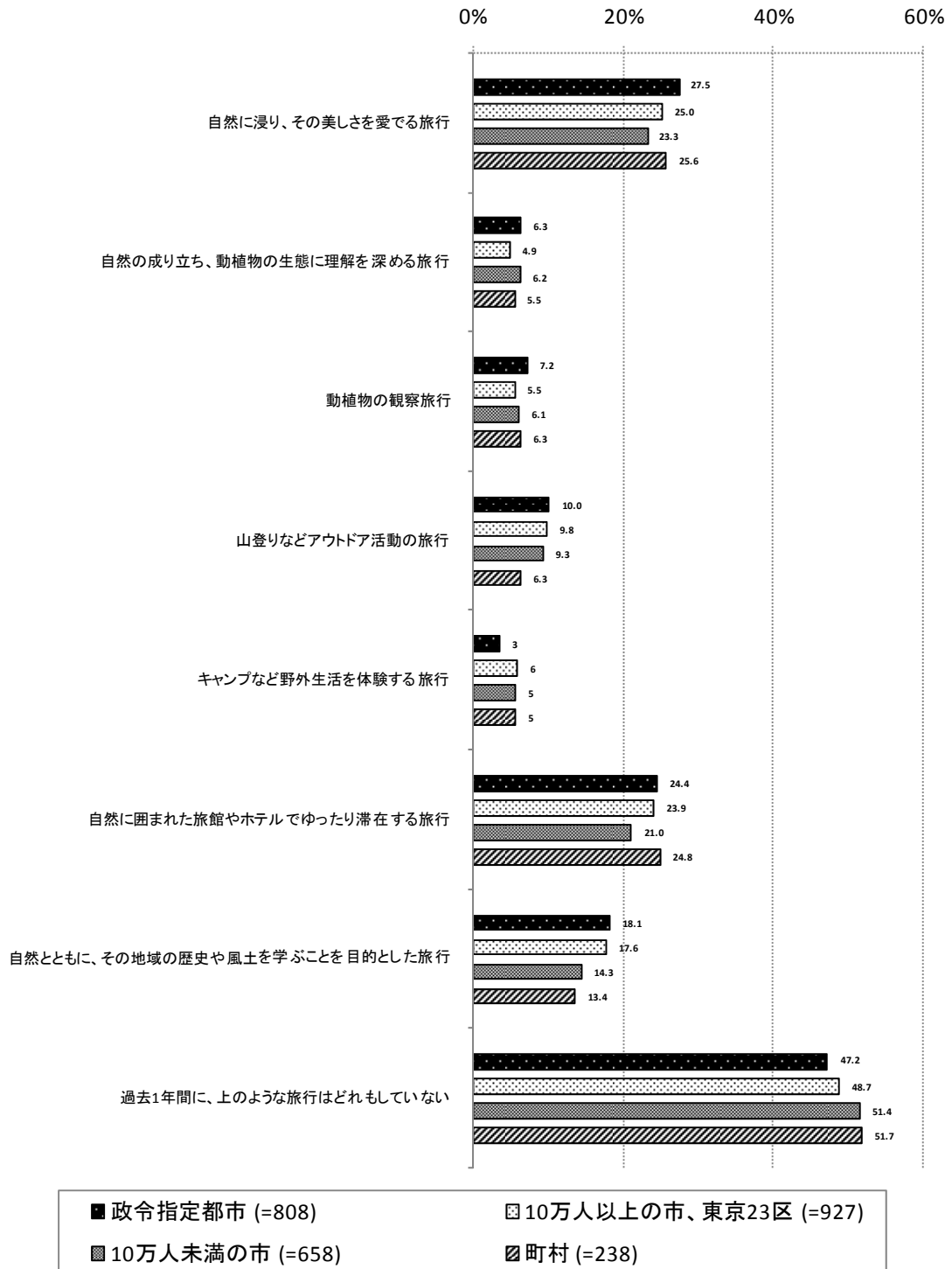
図表 2-59 過去1年間に経験した自然関連の旅行（職業別 2/2）



図表 2-60 過去1年間に経験した自然関連の旅行（地域別）



図表 2-61 過去1年間に経験した自然関連の旅行（都市規模別）



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は95%となり、ほとんどの人が現状維持以上を望んでいることがうかがわれる。

今後の自然関連の旅行頻度に関する意向としては、「今と同じ程度でいいと思う」が55%と最も多くなっている。「今よりも多く行きたい」は40%、「今よりも少なくしたい」は5%となっている。平成22年度調査と比較してもほとんど差はみられない。

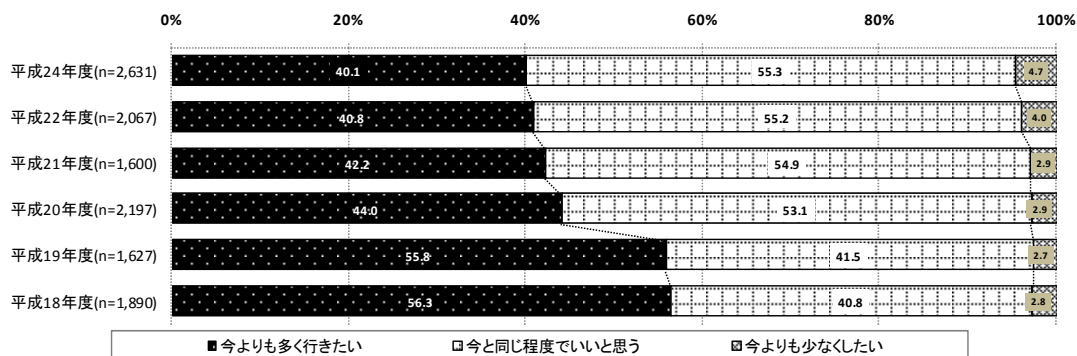
性別では、大きな差はみられない。

年代別では、大きな差はみられない

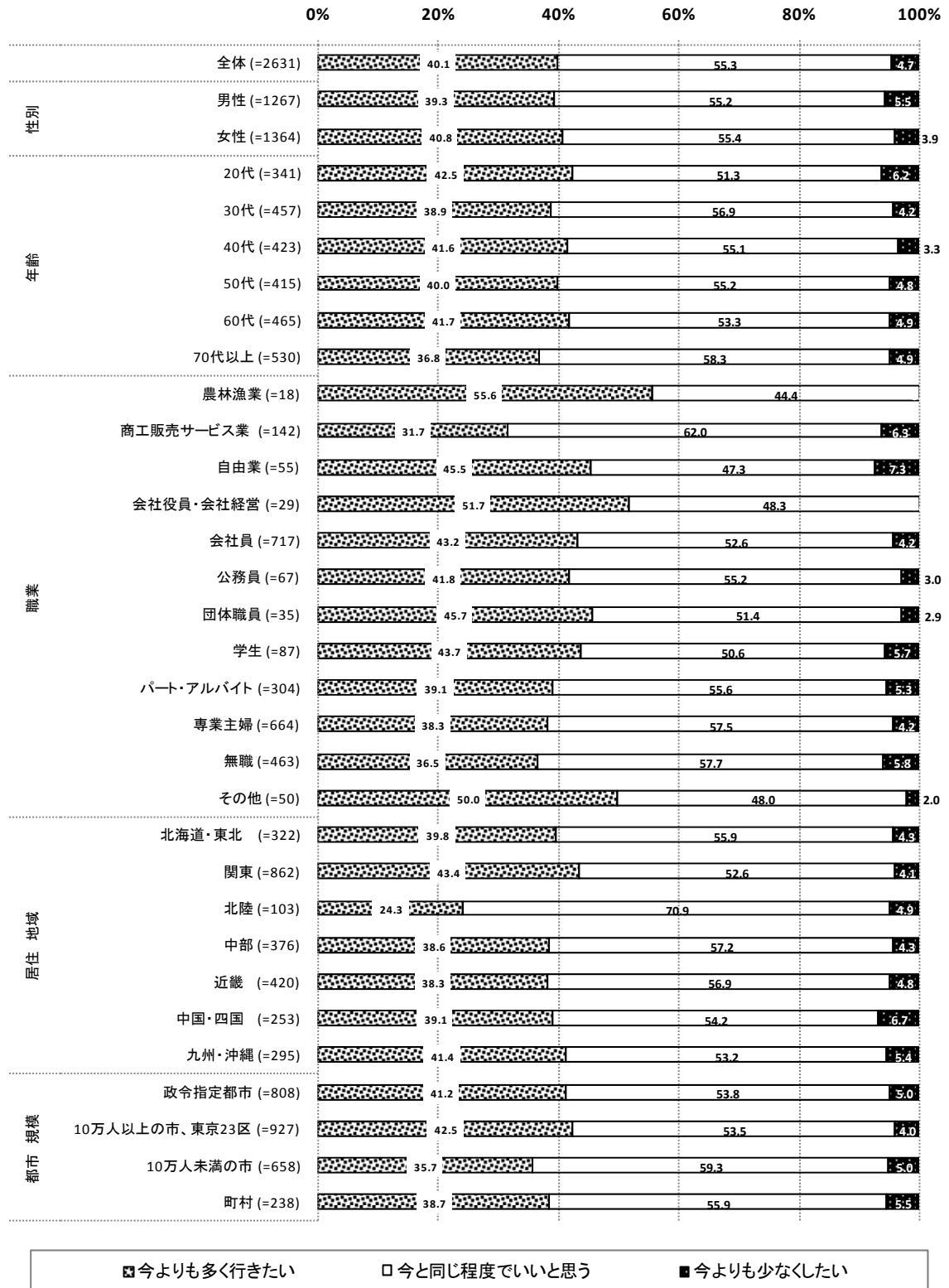
地域別では、北陸で、「今よりも多く行きたい」との回答が24%と全体よりも15ポイント以上低くなっており、「今と同じ程度でいいと思う」との回答も71%と全体よりも15ポイント以上高くなっている。

都市規模別では、町村では特に大きな差はみられない。

図表 2-62 今後の自然関連の旅行頻度に関する意向（時系列）



図表 2-63 今後の自然関連の旅行頻度に関する意向（属性別）



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 64%、環境配慮型自動車 47%、高効率給湯器 42%、太陽光発電システム 61%、HEMS 32%、となっており製品による差が大きい。

環境に配慮した製品の購入意向については、省エネ型家電は興味よりも購入意向が上回っている一方、太陽光発電システムは、興味は高くても購入意向は 25%と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（「すでにそのような製品を購入済み、または発注済みであり、環境面で興味を持っている」、「そのような製品に興味があり、購入の検討対象に入れようと思っている」、「そのような商品に興味はあるが、購入の検討対象にはならない」の合計）は、省エネ型家電 64%、環境配慮型自動車 47%、高効率給湯器 42%、太陽光発電システム 61%、HEMS 32%、となっており製品により差が大きい。

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 66%、環境配慮型自動車 38%、高効率給湯器 32%、太陽光発電システム 25%、HEMS 11%、となっている。

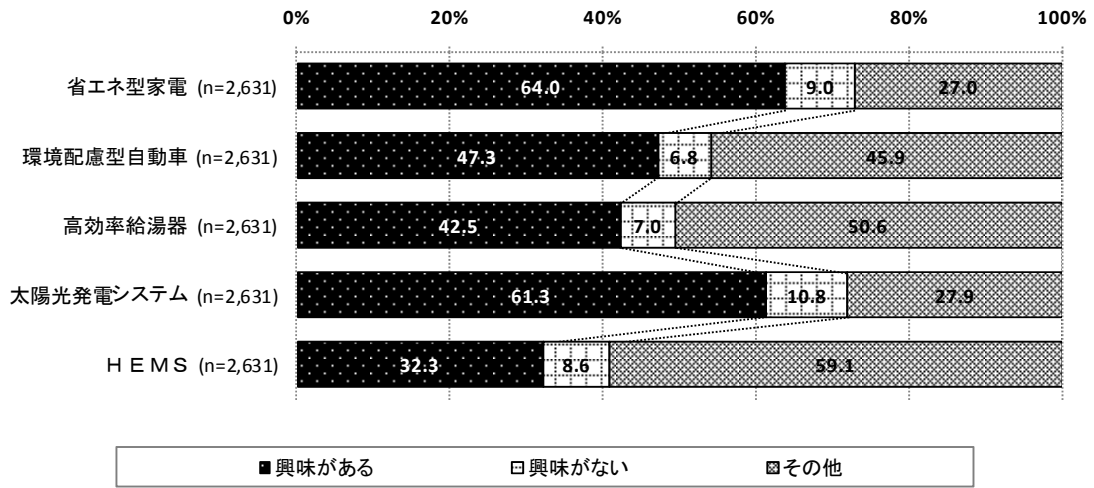
性別でみると、省エネ型家電は興味、購入意向ともに女性が男性よりも高くなっているが、その他の項目では、男性が女性よりも興味、購入意向ともに高くなっている。

年代別でみると、20代は、全ての項目で興味が他年代よりも低くなっている。70代以上は、太陽光発電システムと HEMS について購入意向が他年代よりも低くなっている。

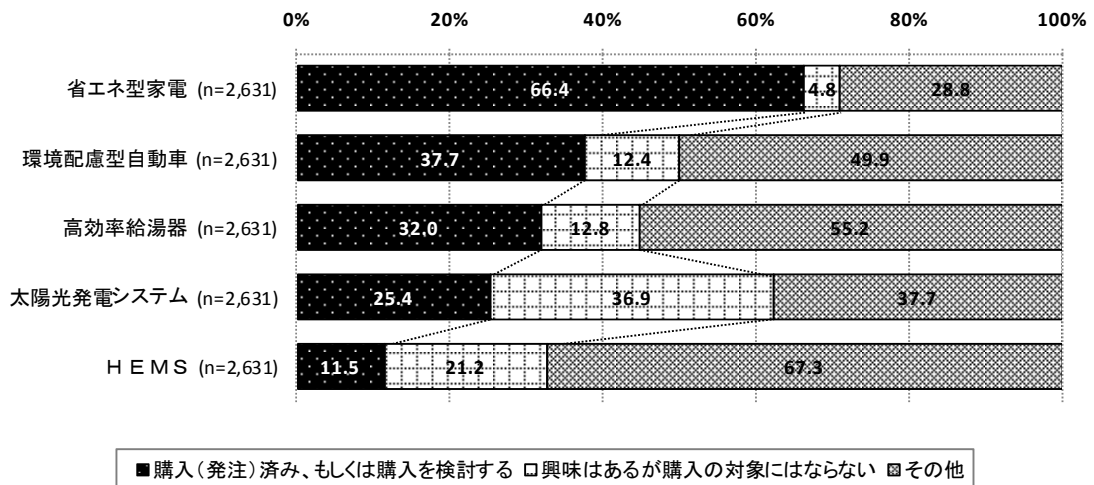
地域別でみると、環境配慮型自動車は興味および購入意向ともに地域差が大きく、北陸では 57%が興味をもっているが関東および近畿では 42%、北陸では 51%が購入意向をもっているが近畿では 33%、となっている。

都市規模別でみると、太陽光発電システムの購入意向は都市規模が小さくなるにつれて高くなっており、政令指定都市では 22%、町村では 31%となっている。

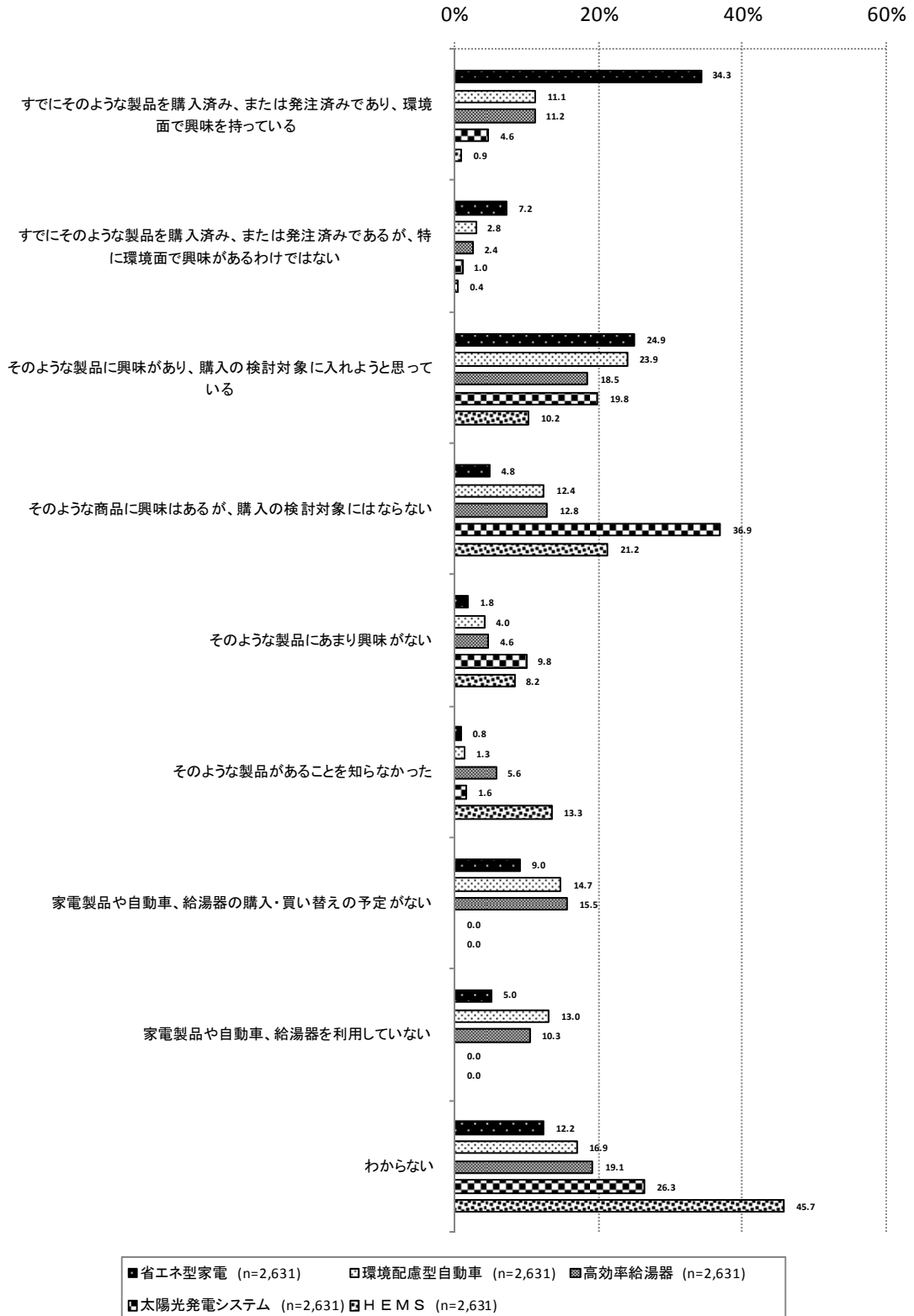
図表 2-64 環境に配慮した製品への興味



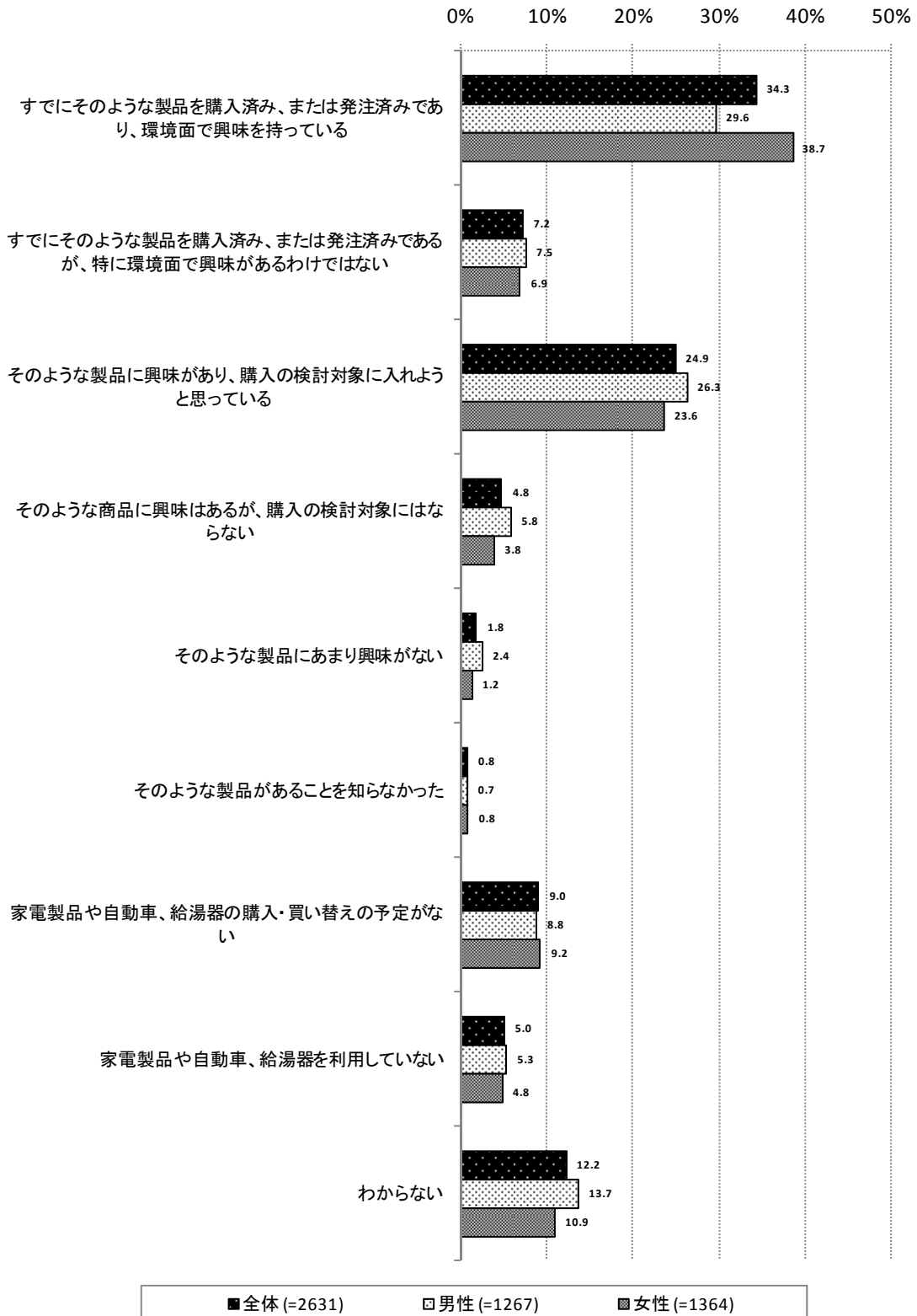
図表 2-65 環境に配慮した製品への購入意向



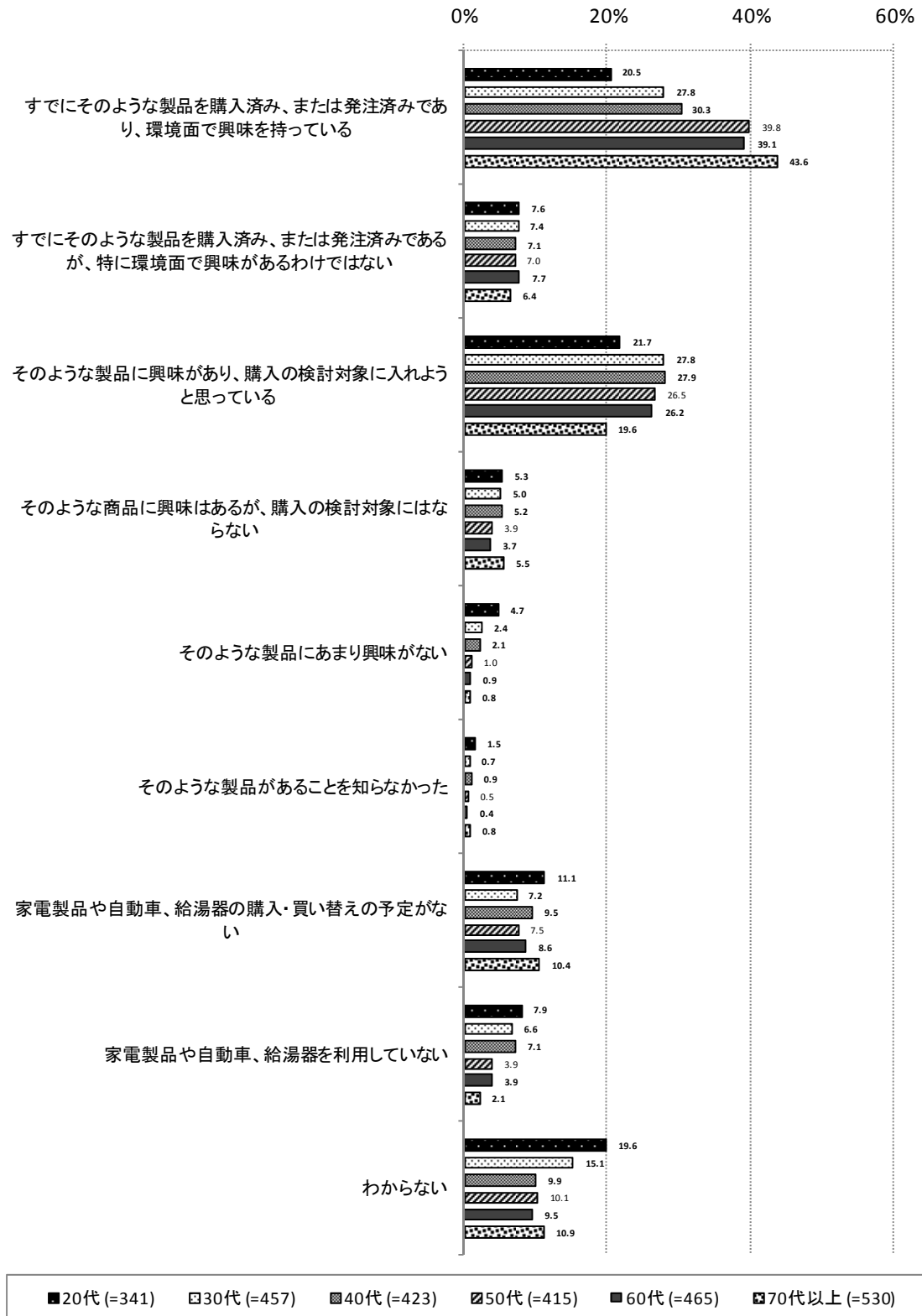
図表 2-66 環境に配慮した製品への興味、購入意向 (全体)



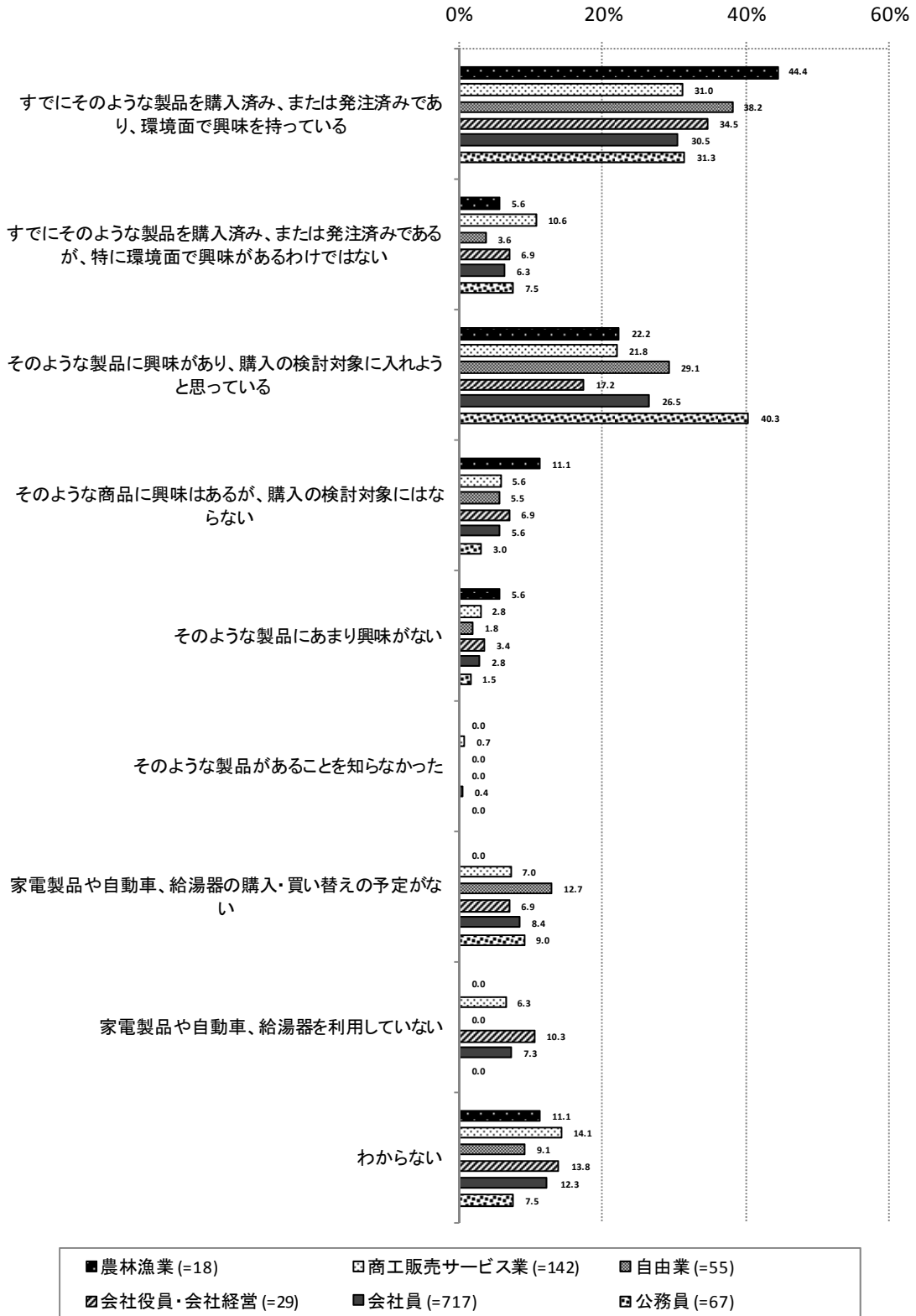
図表 2-67 省エネ型家電への興味、購入意向（全体、性別）



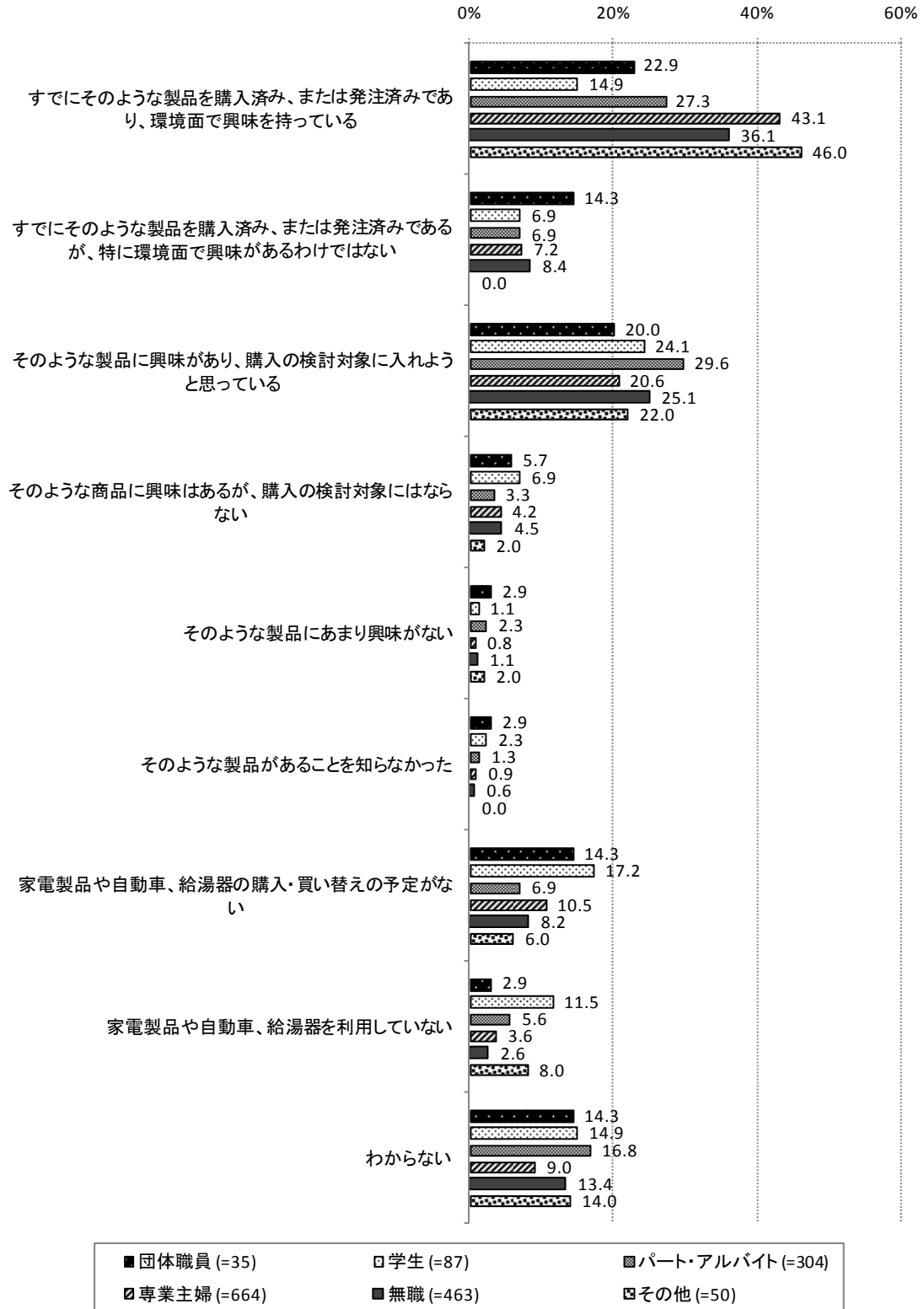
図表 2-68 省エネ型家電への興味、購入意向（年代別）



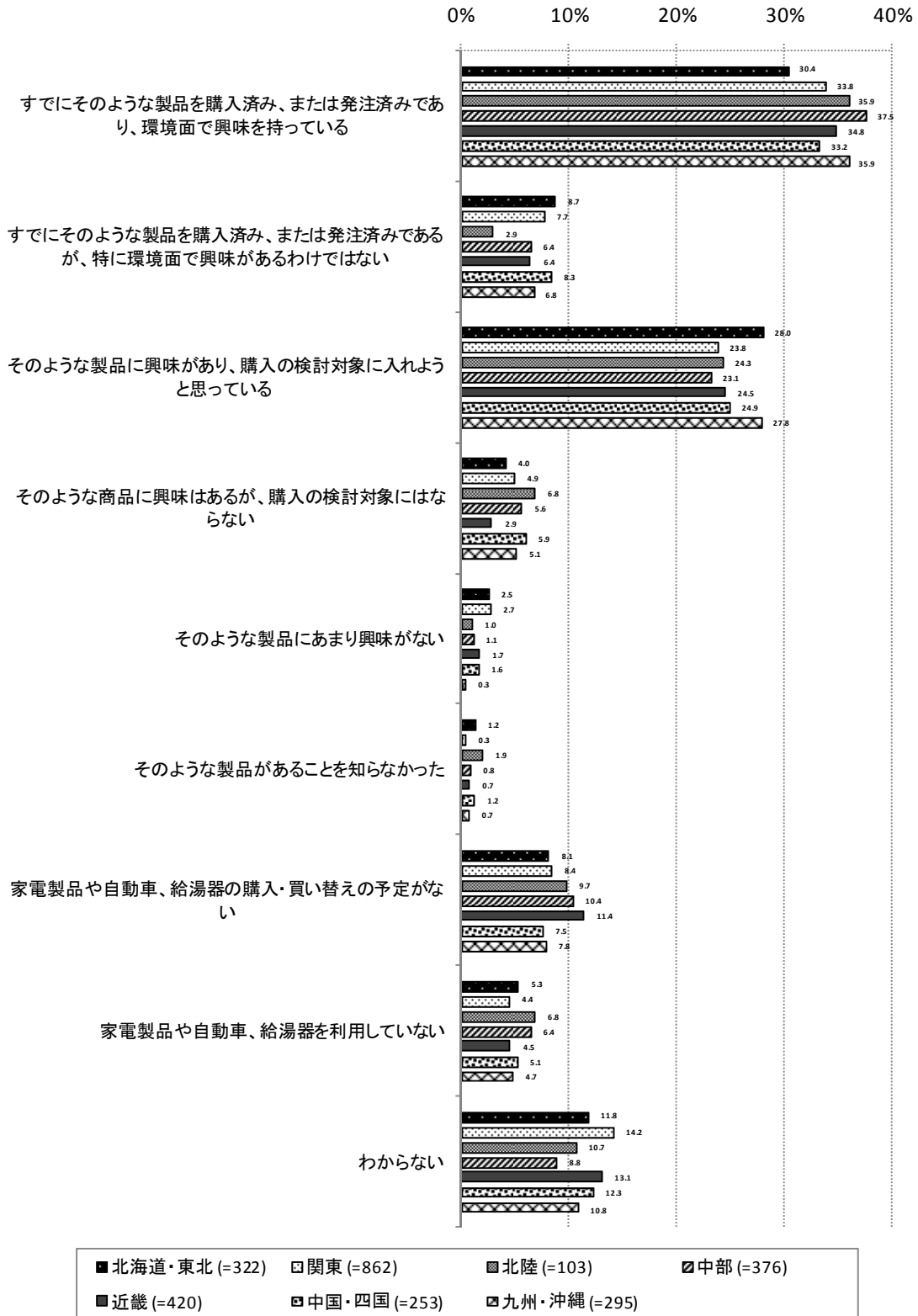
図表 2-69 省エネ型家電への興味、購入意向（職業別 1/2）



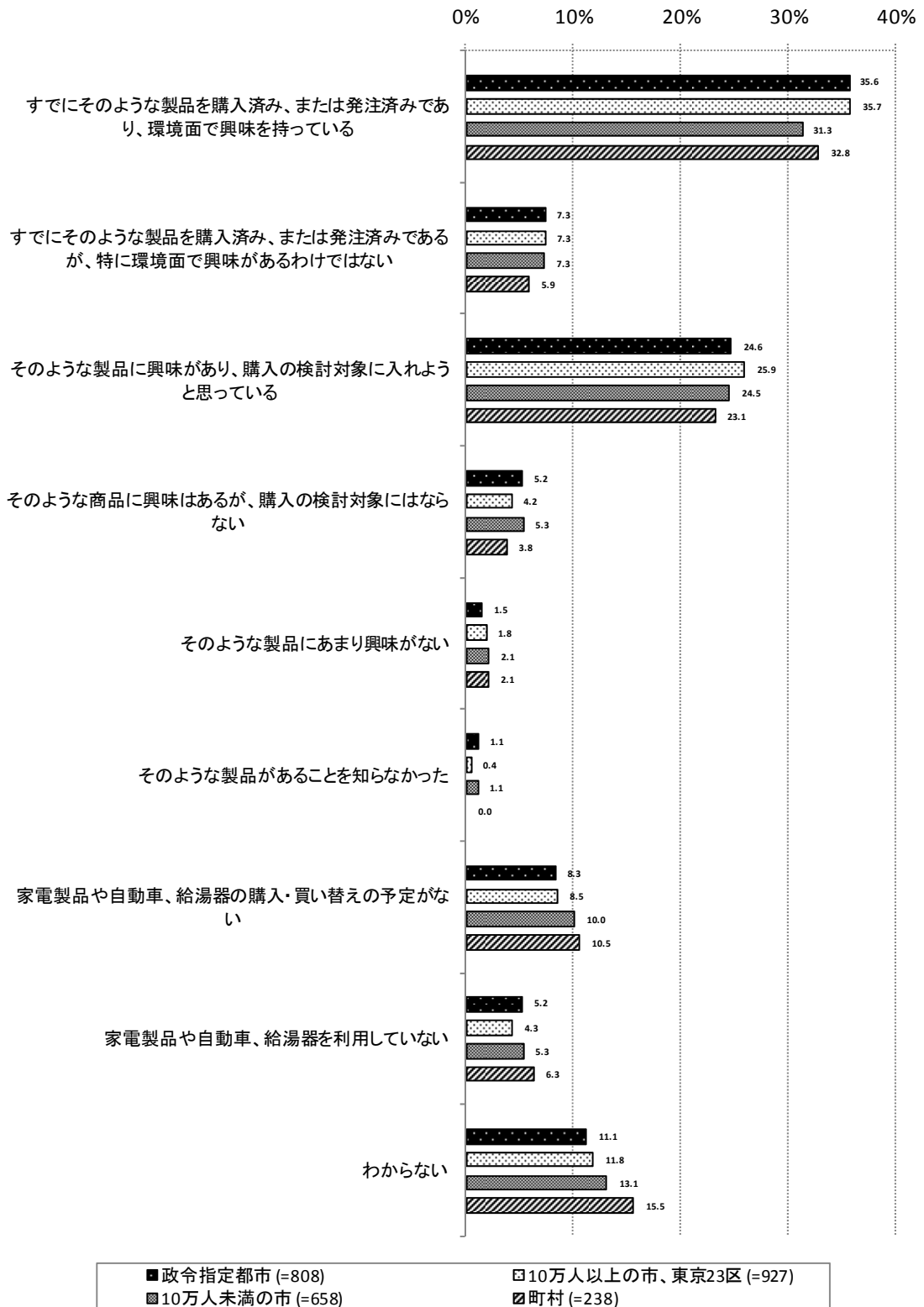
図表 2-70 省エネ型家電への興味、購入意向（職業別 2/2）



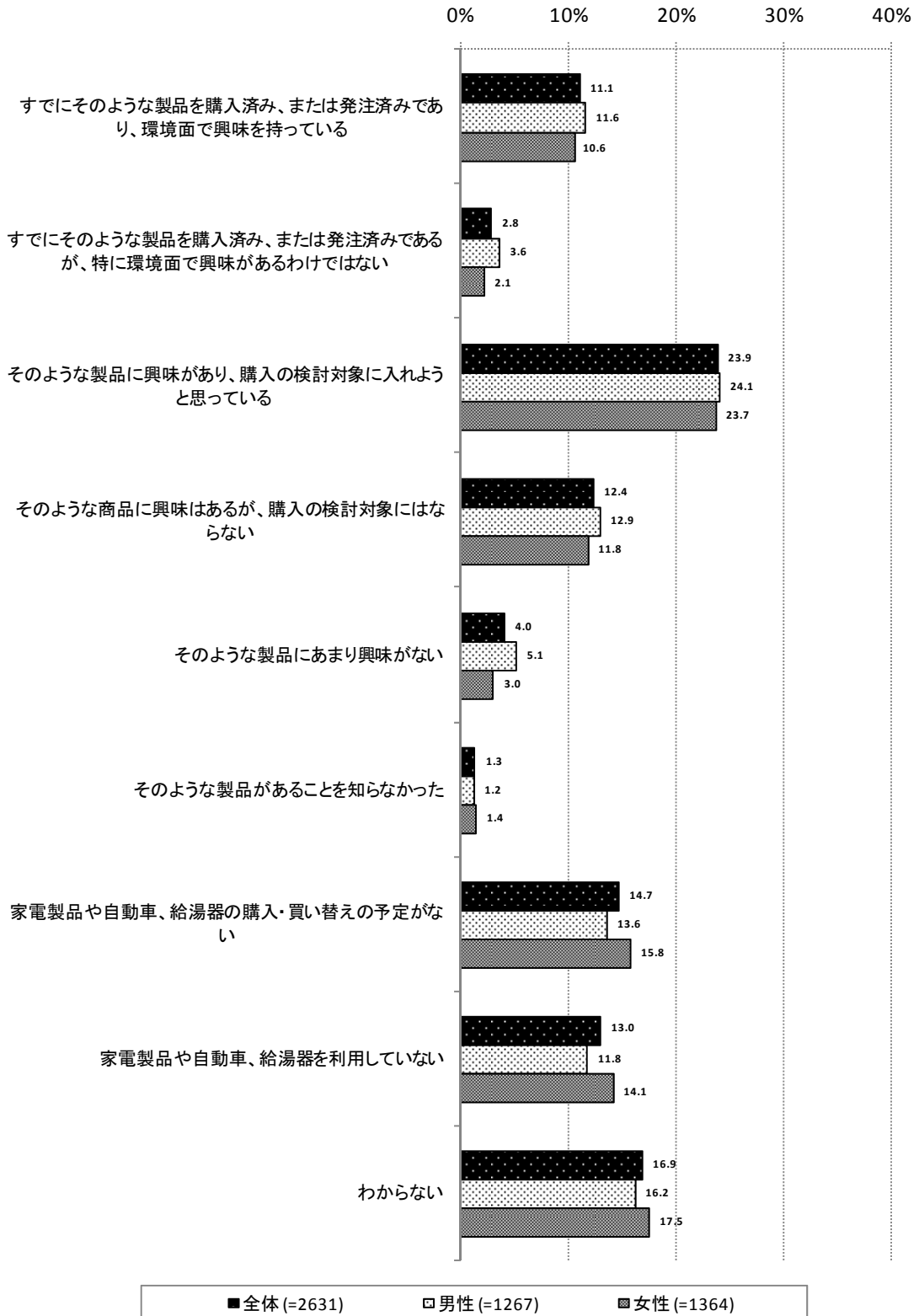
図表 2-71 省エネ型家電への興味、購入意向（地域別）



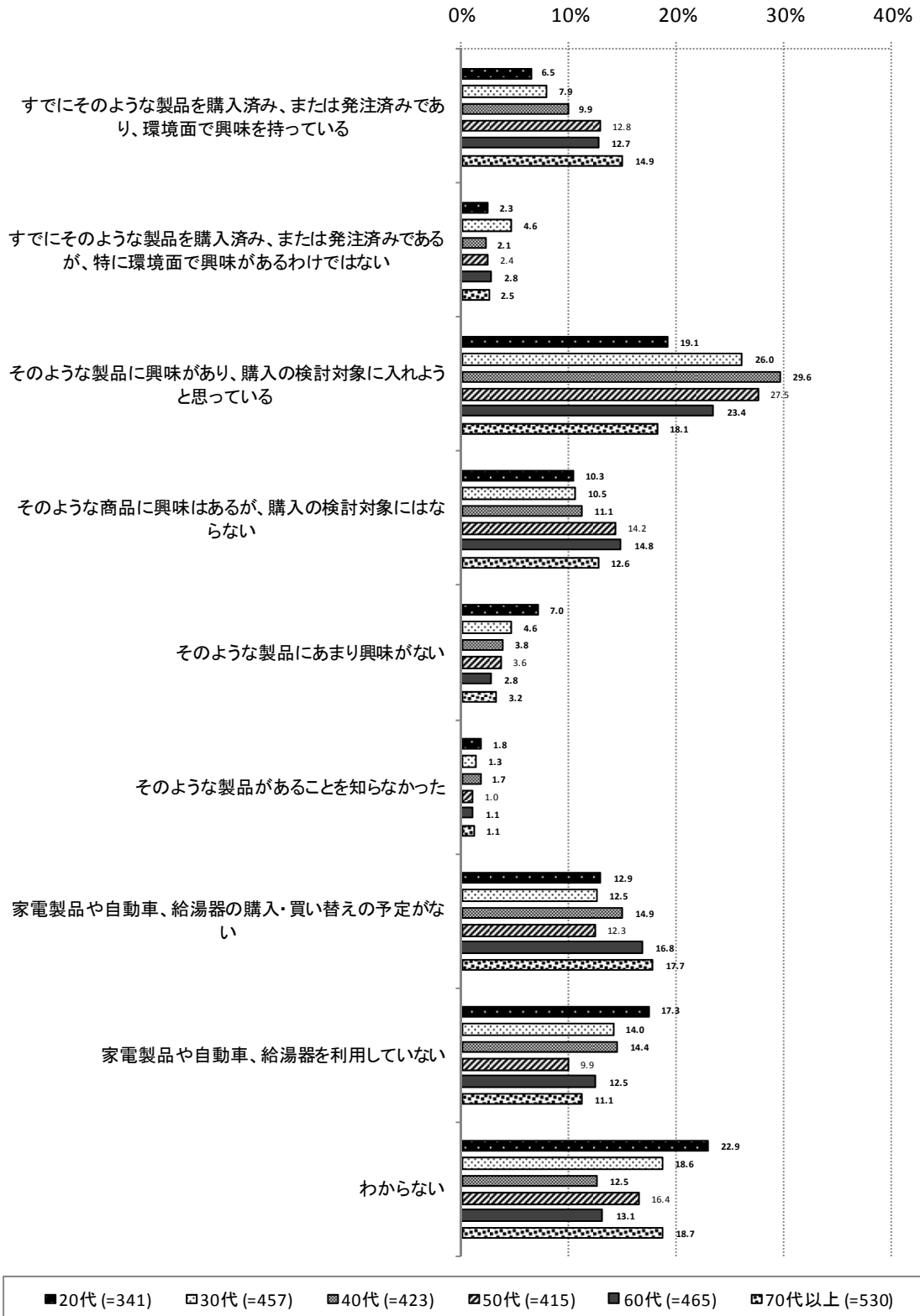
図表 2-72 省エネ型家電への興味、購入意向（都市規模別）



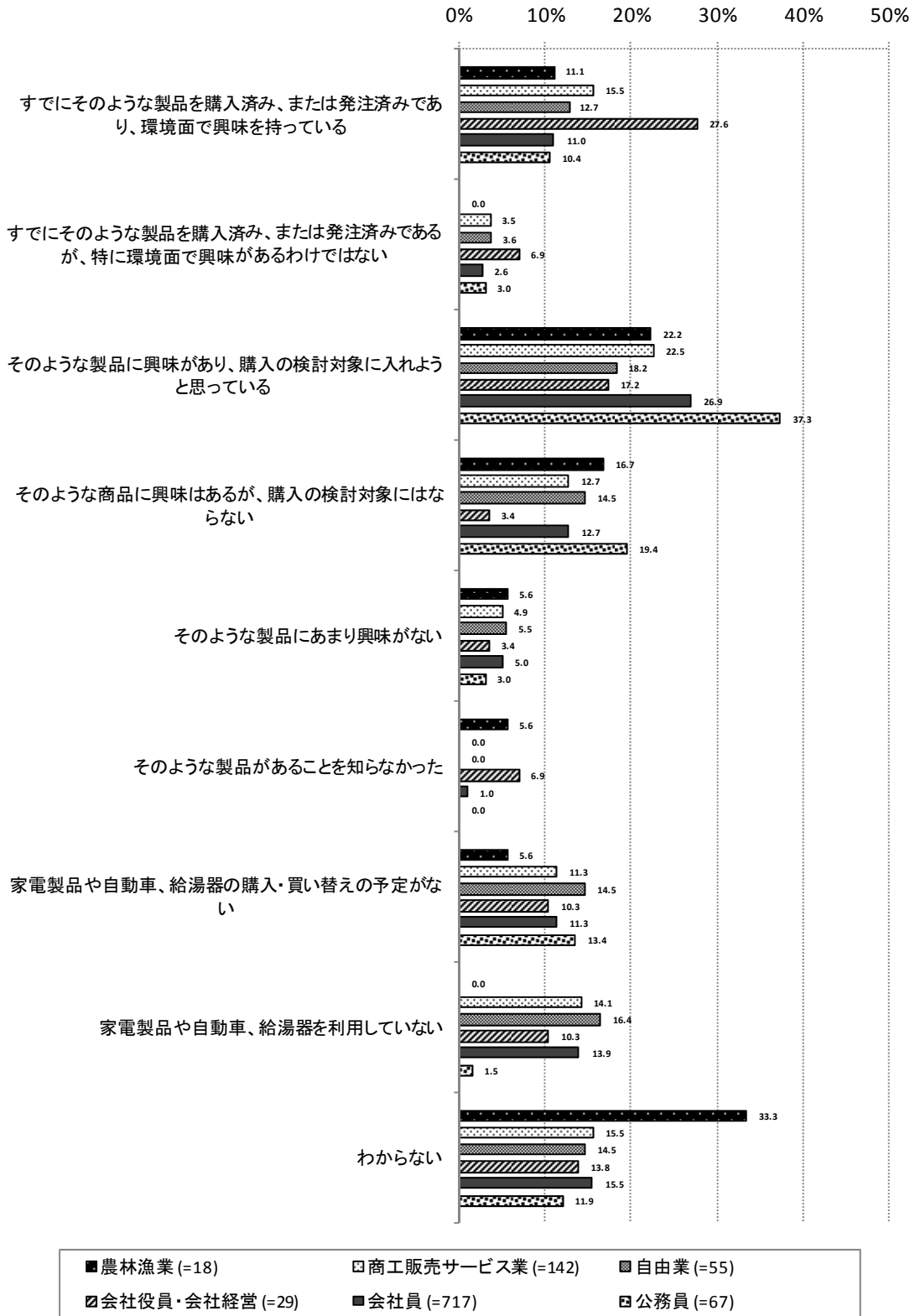
図表 2-73 環境配慮型自動車への興味、購入意向（全体、性別）



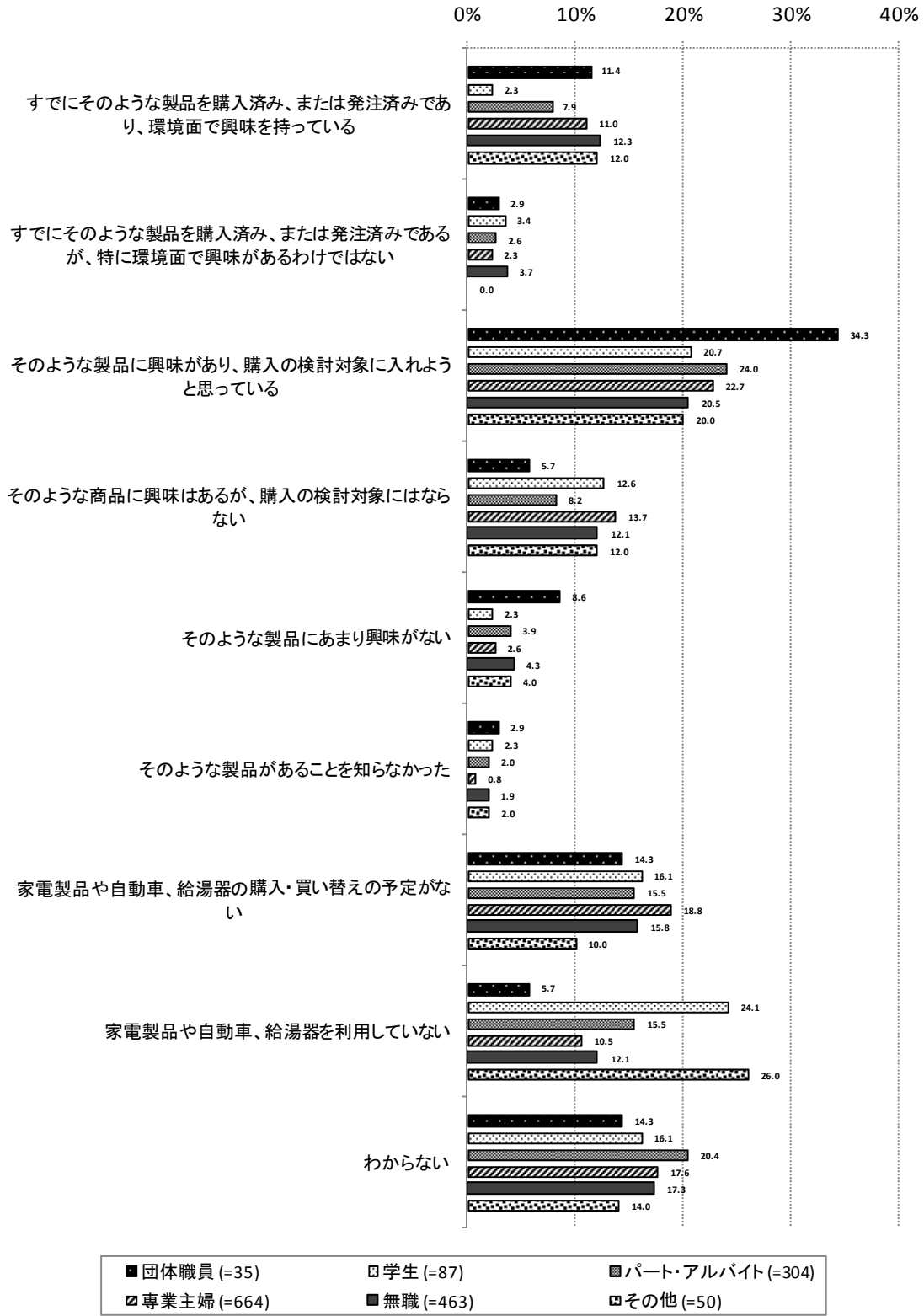
図表 2-74 環境配慮型自動車への興味、購入意向（年代別）



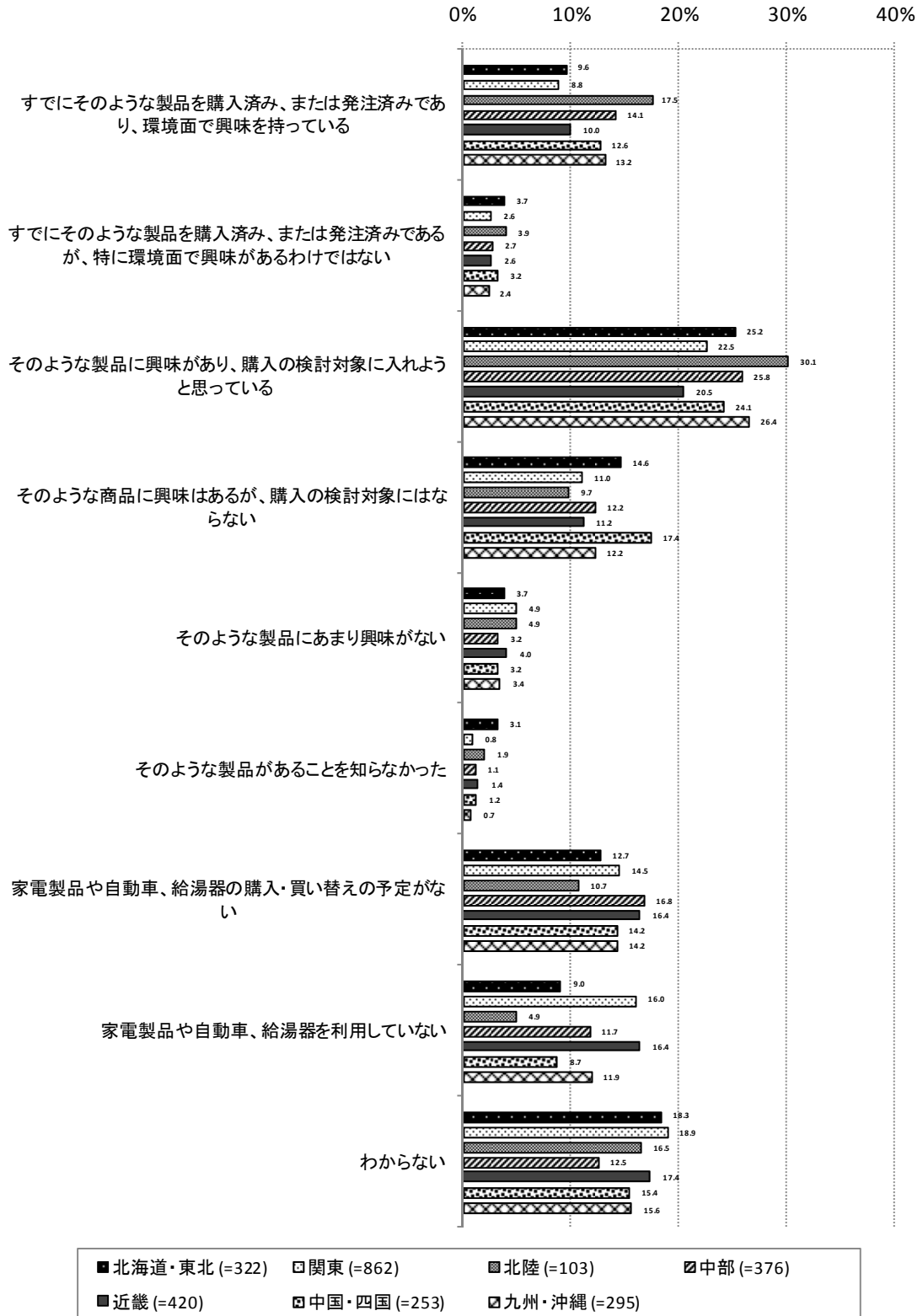
図表 2-75 環境配慮型自動車への興味、購入意向（職業別 1/2）



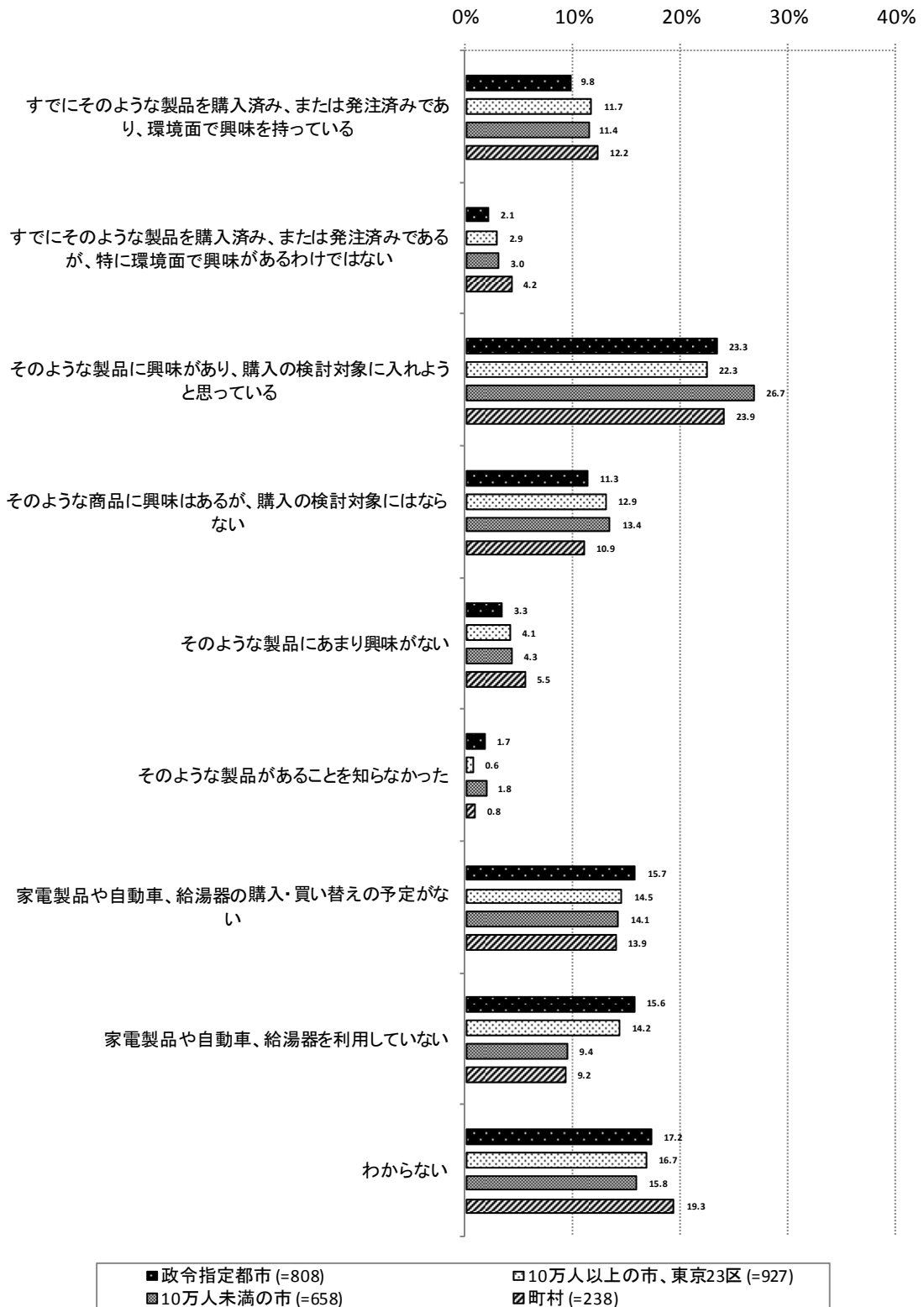
図表 2-76 環境配慮型自動車への興味、購入意向（職業別 2/2）



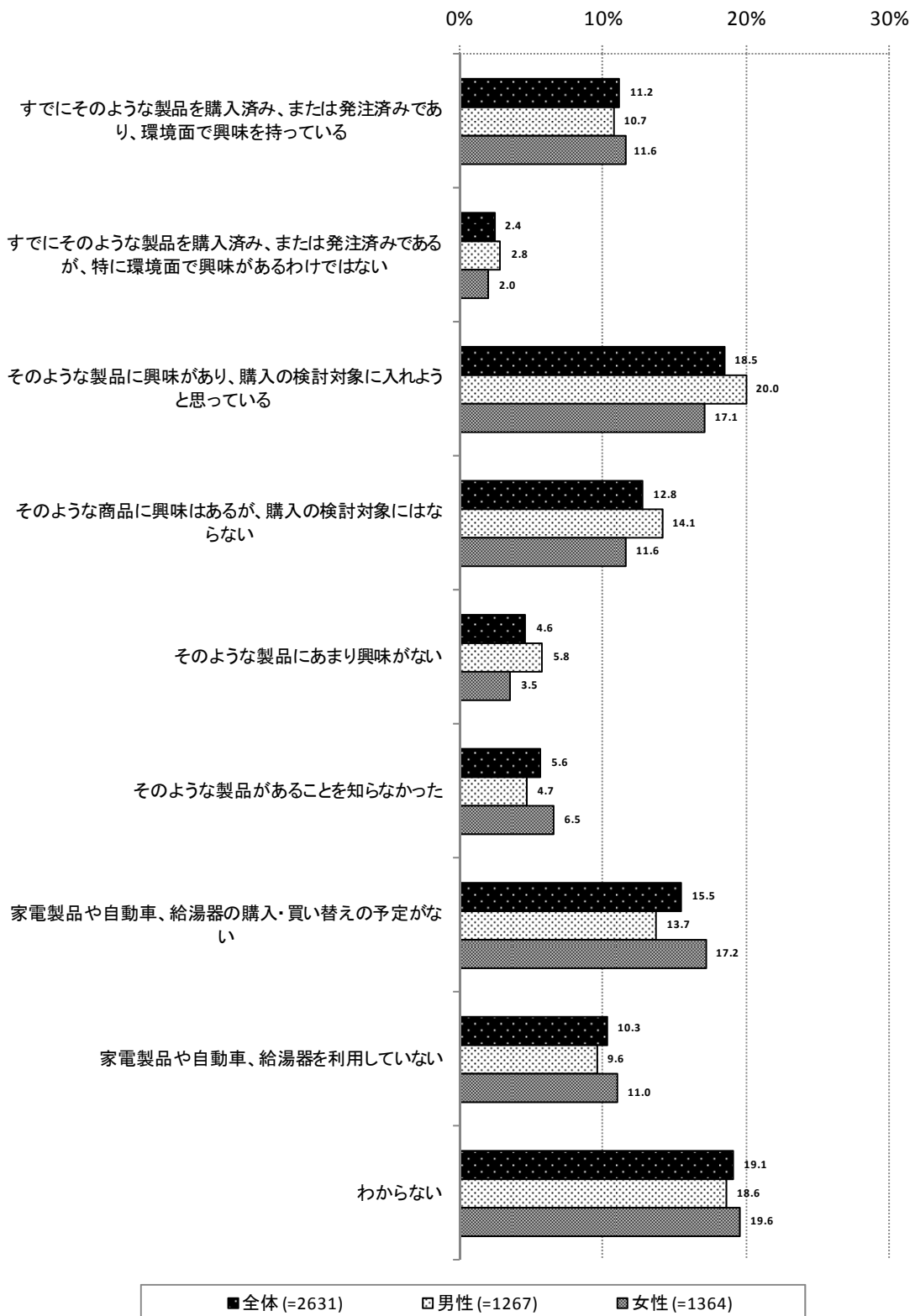
図表 2-77 環境配慮型自動車への興味、購入意向（地域別）



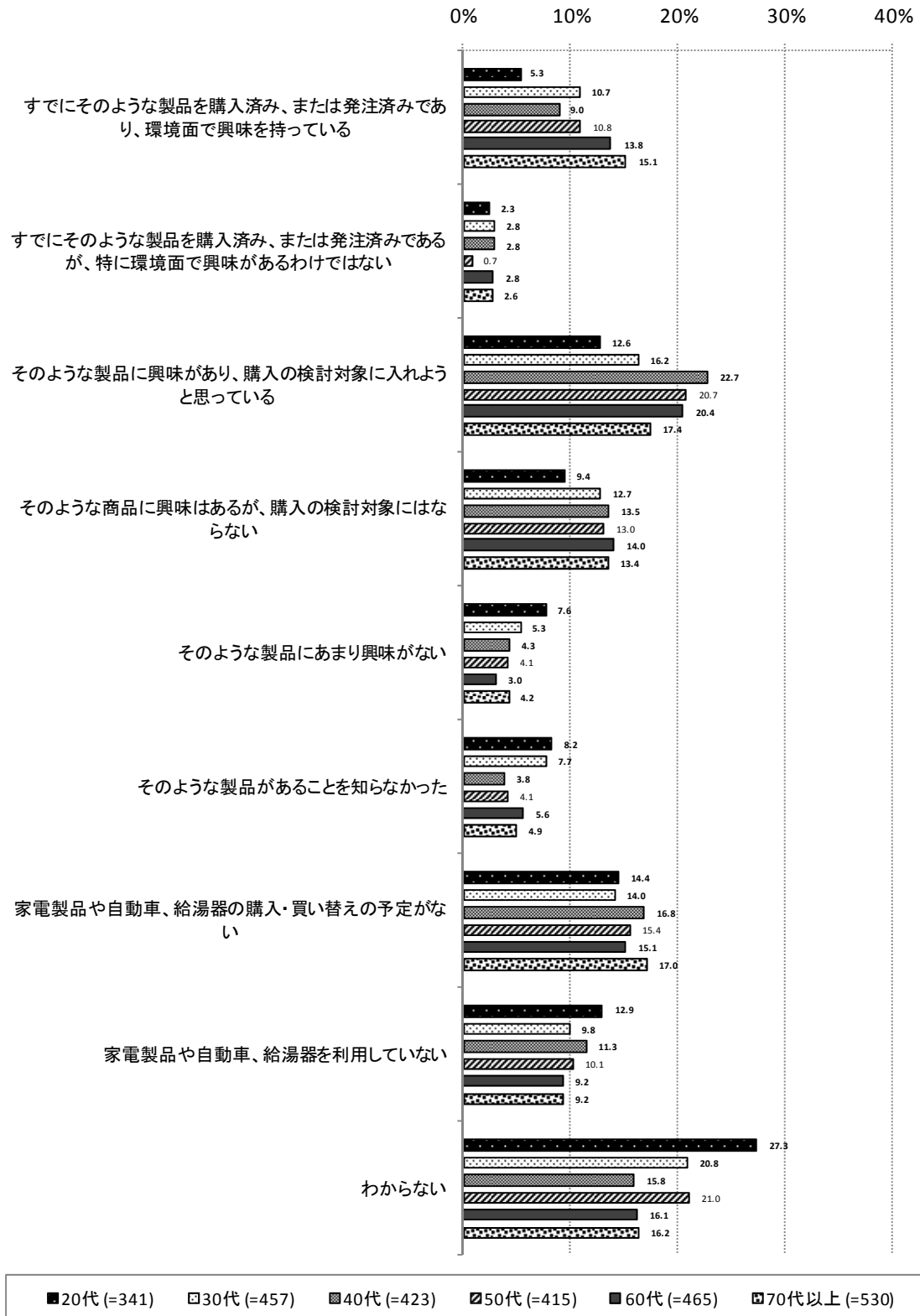
図表 2-78 環境配慮型自動車への興味、購入意向（都市規模別）



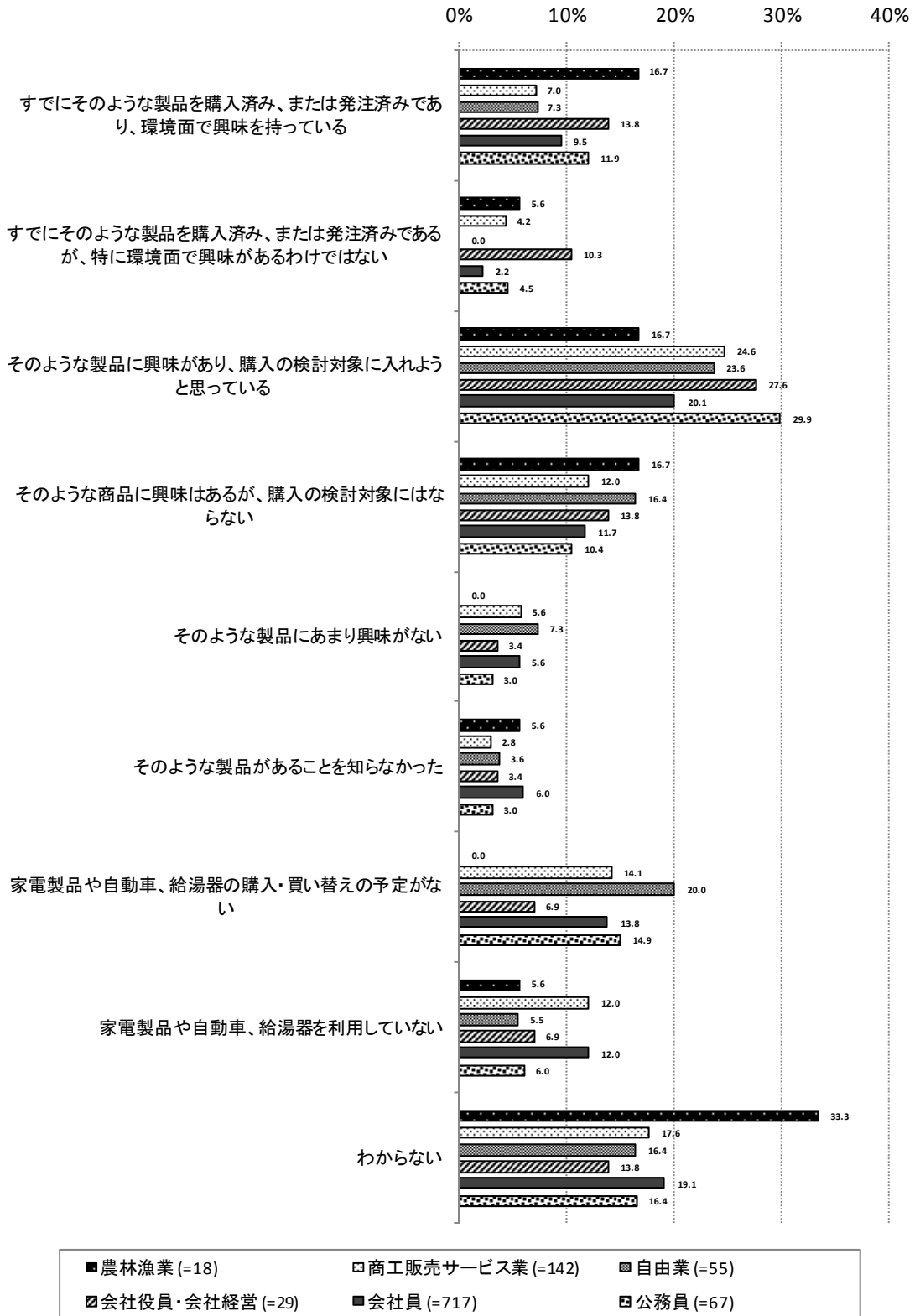
図表 2-79 高効率給湯器への興味、購入意向（全体、性別）



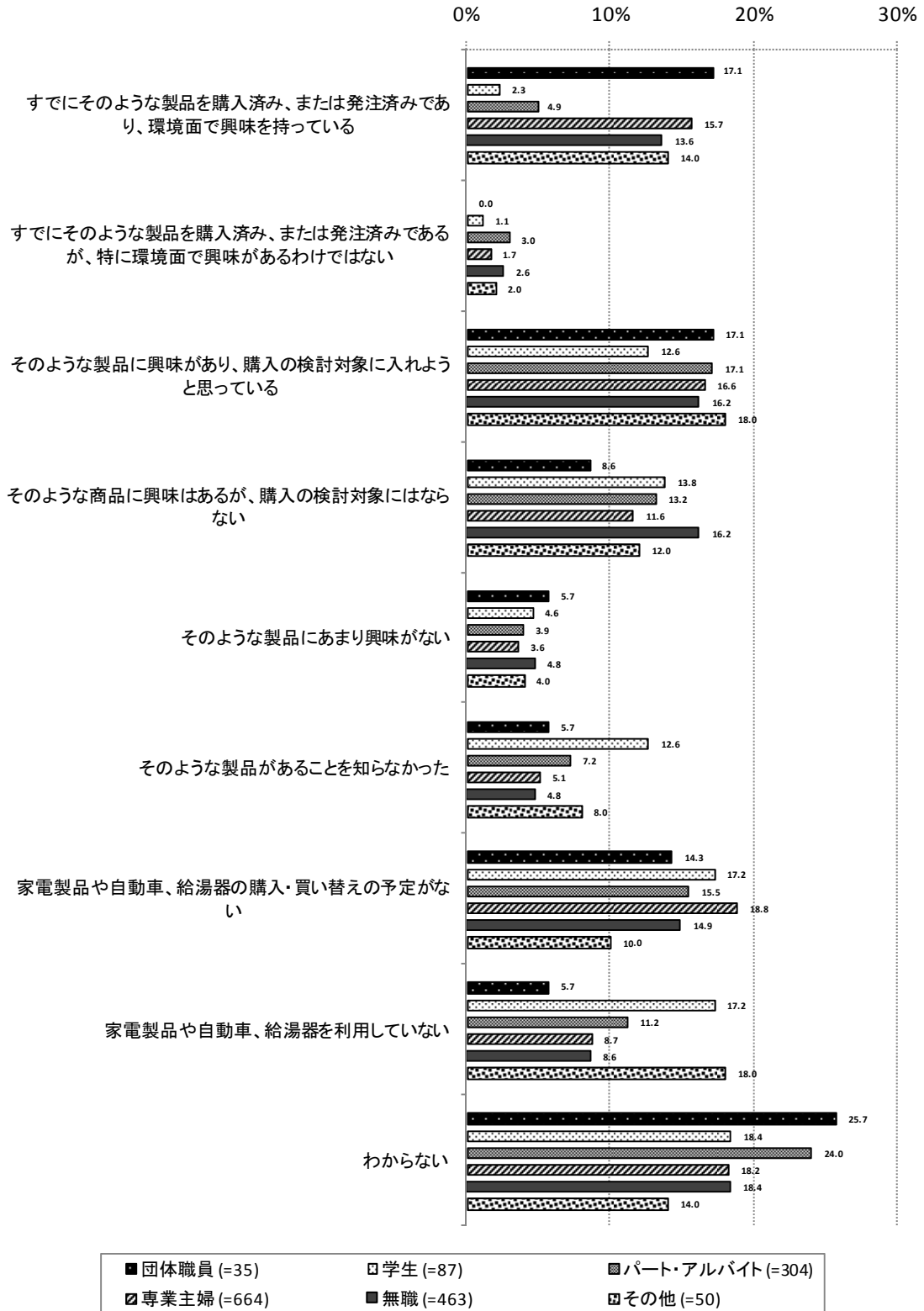
図表 2-80 高効率給湯器への興味、購入意向（年代別）



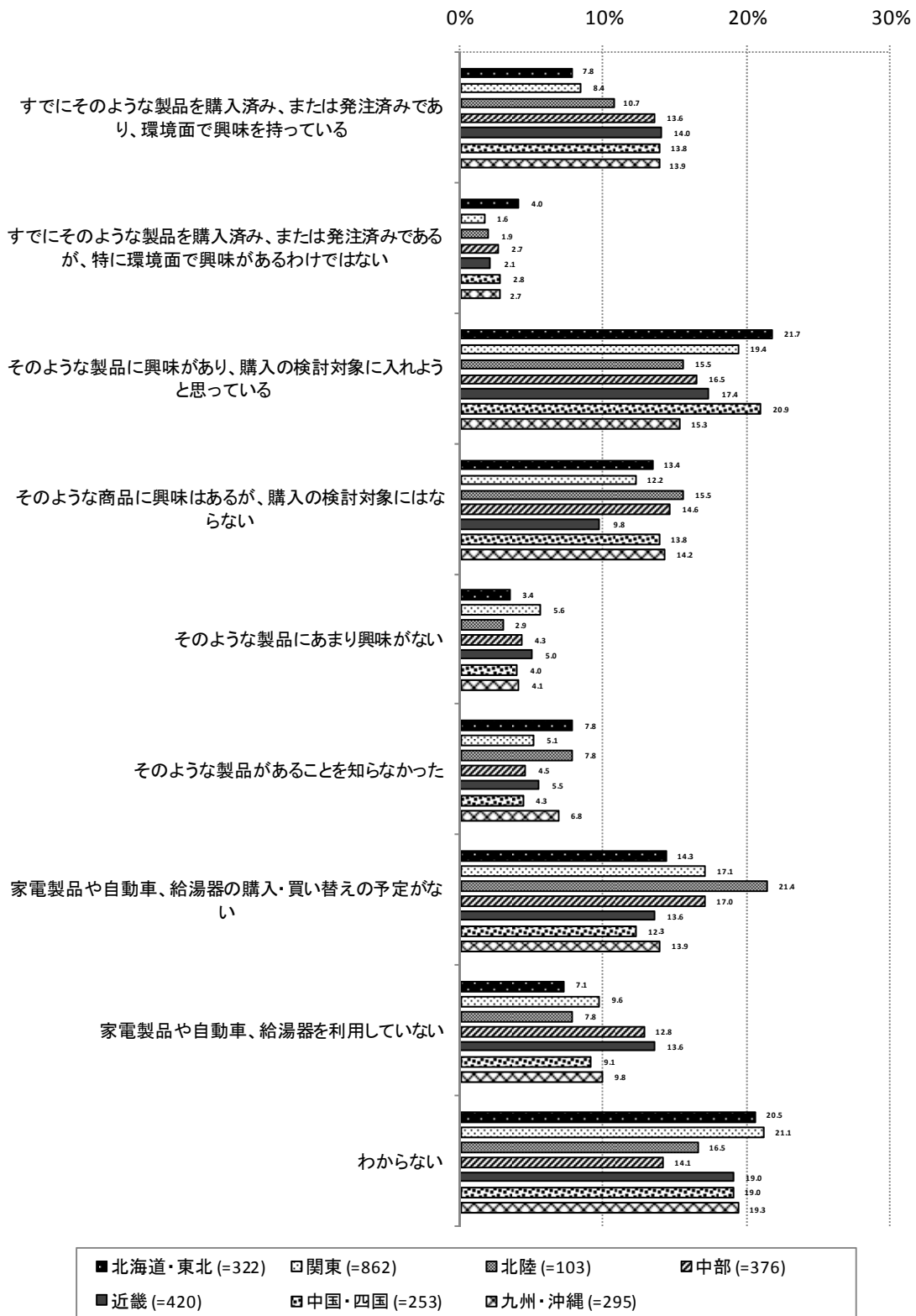
図表 2-81 高効率給湯器への興味、購入意向（職業別 1/2）



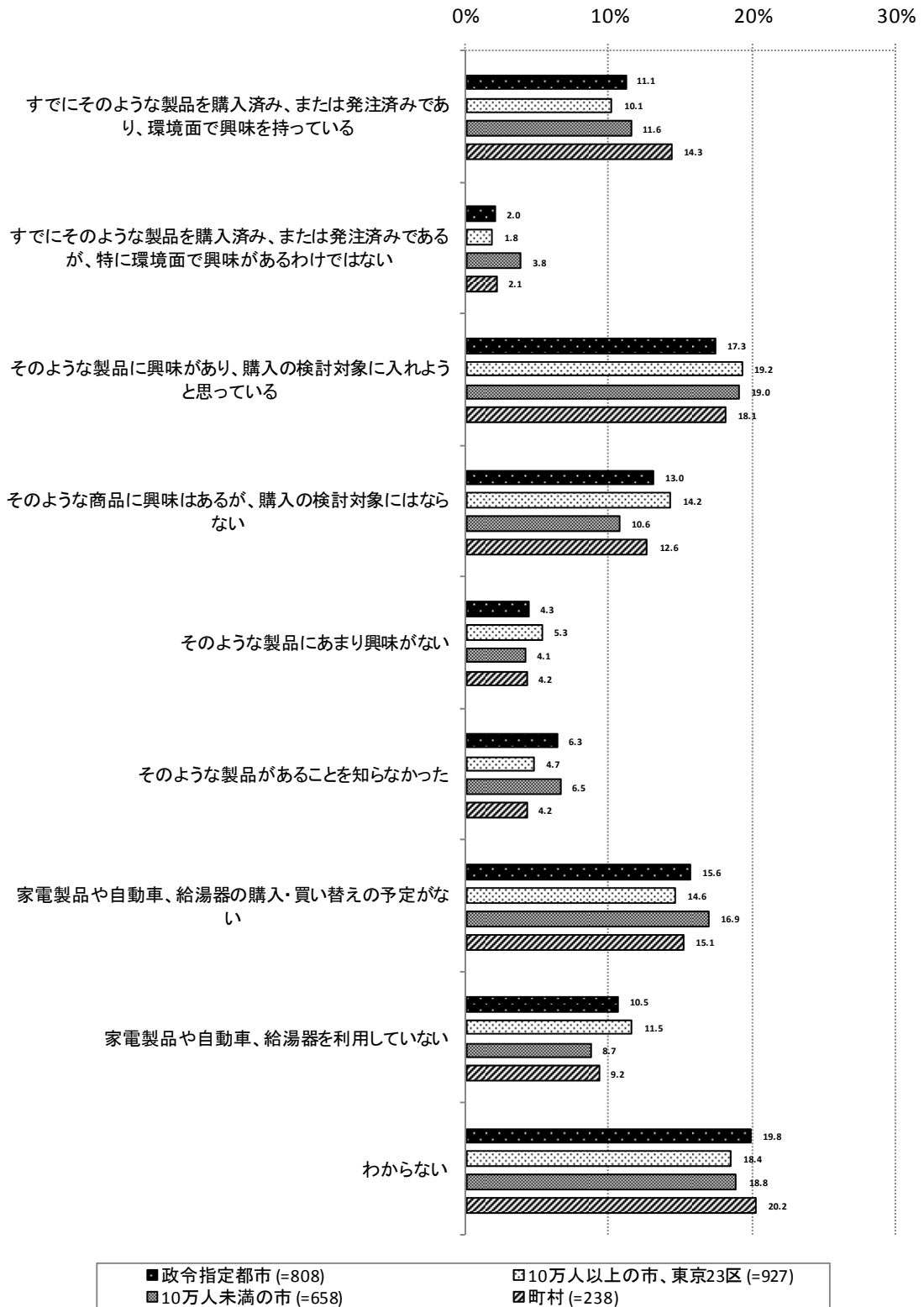
図表 2-82 高効率給湯器への興味、購入意向（職業別 2/2）



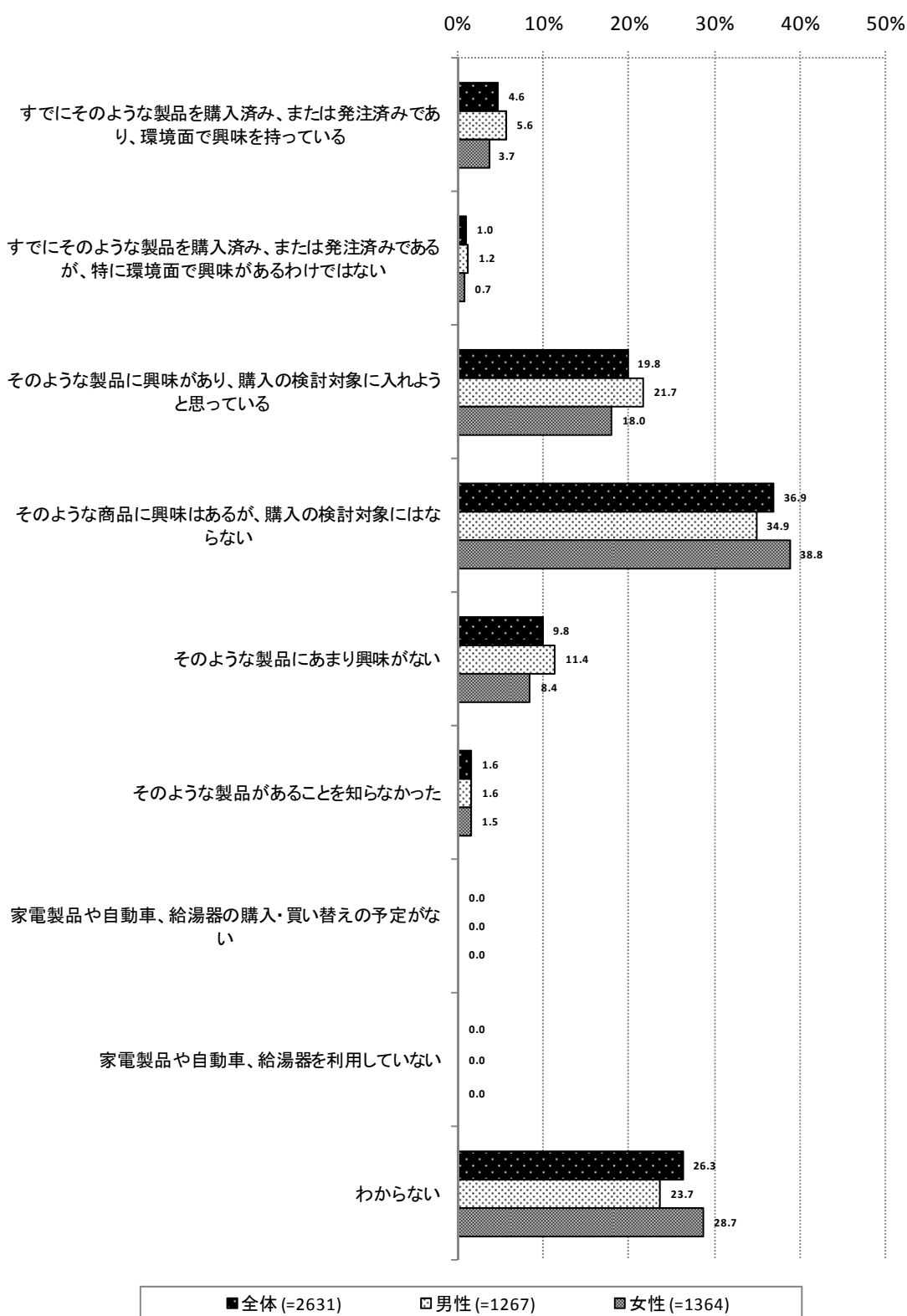
図表 2-83 高効率給湯器への興味、購入意向（地域別）



図表 2-84 高効率給湯器への興味、購入意向（都市規模別）

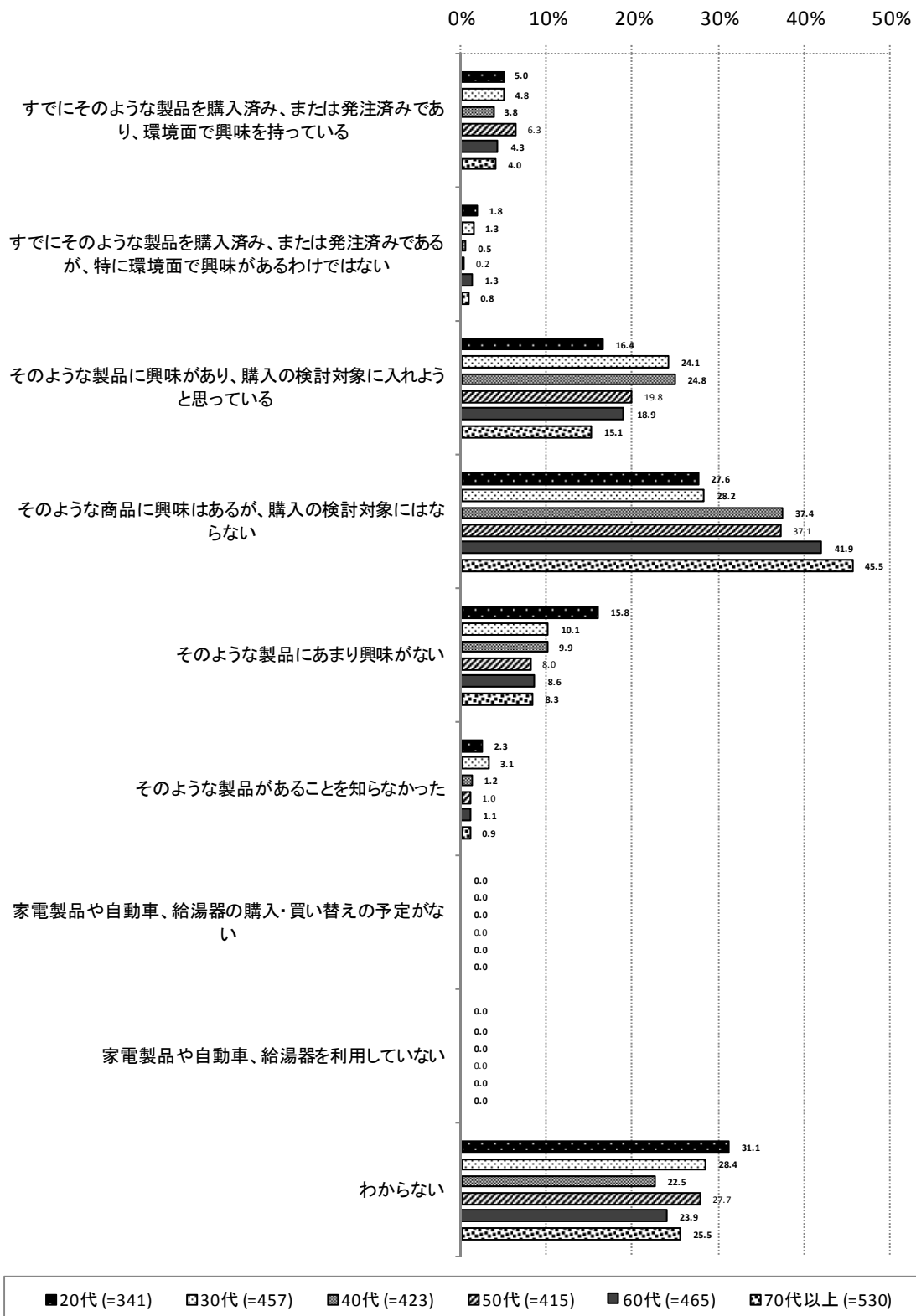


図表 2-85 太陽光発電システムへの興味、購入意向（全体、性別）



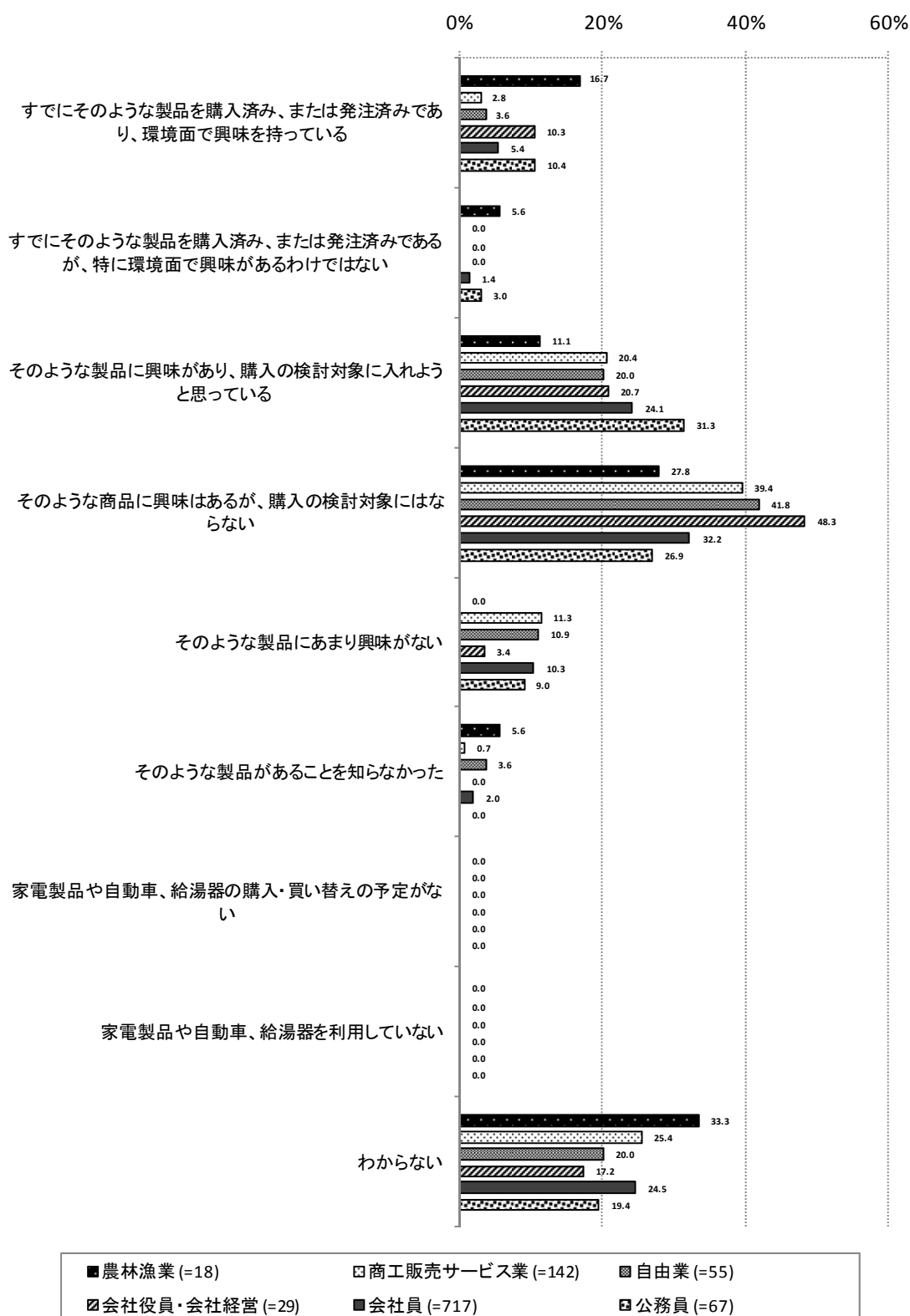
※「家電製品や自動車、給湯器の購入・買い替えの予定がない」「家電製品や自動車、給湯器を利用していない」は、本項目では選択できないようにしていたためゼロとなる。

図表 2-86 太陽光発電システムへの興味、購入意向（年代別）



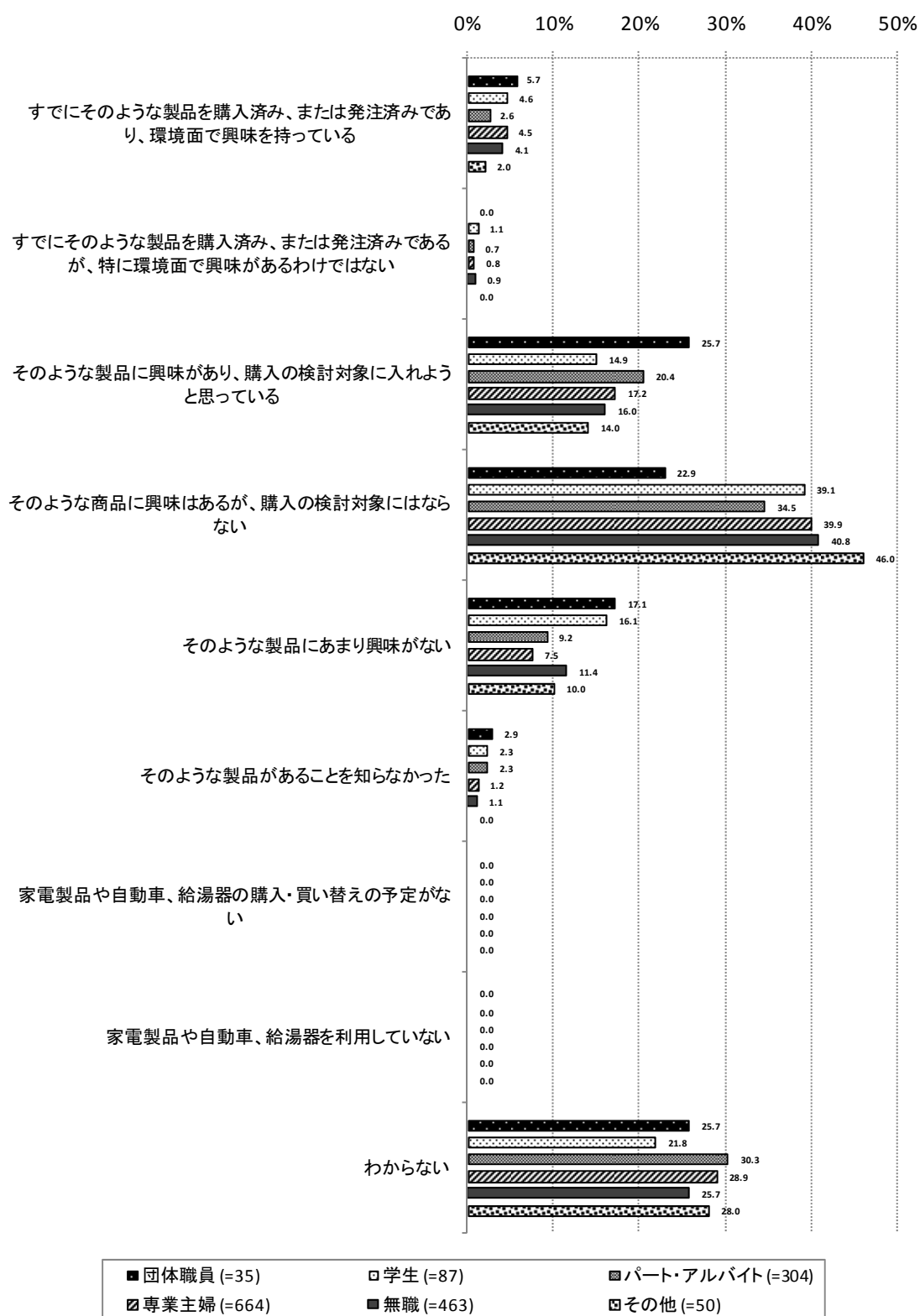
※「家電製品や自動車、給湯器の購入・買い替えの予定がない」「家電製品や自動車、給湯器を利用していない」は、本項目では選択できないようにしていたためゼロとなる。

図表 2-87 太陽光発電システムへの興味、購入意向（職業別 1/2）



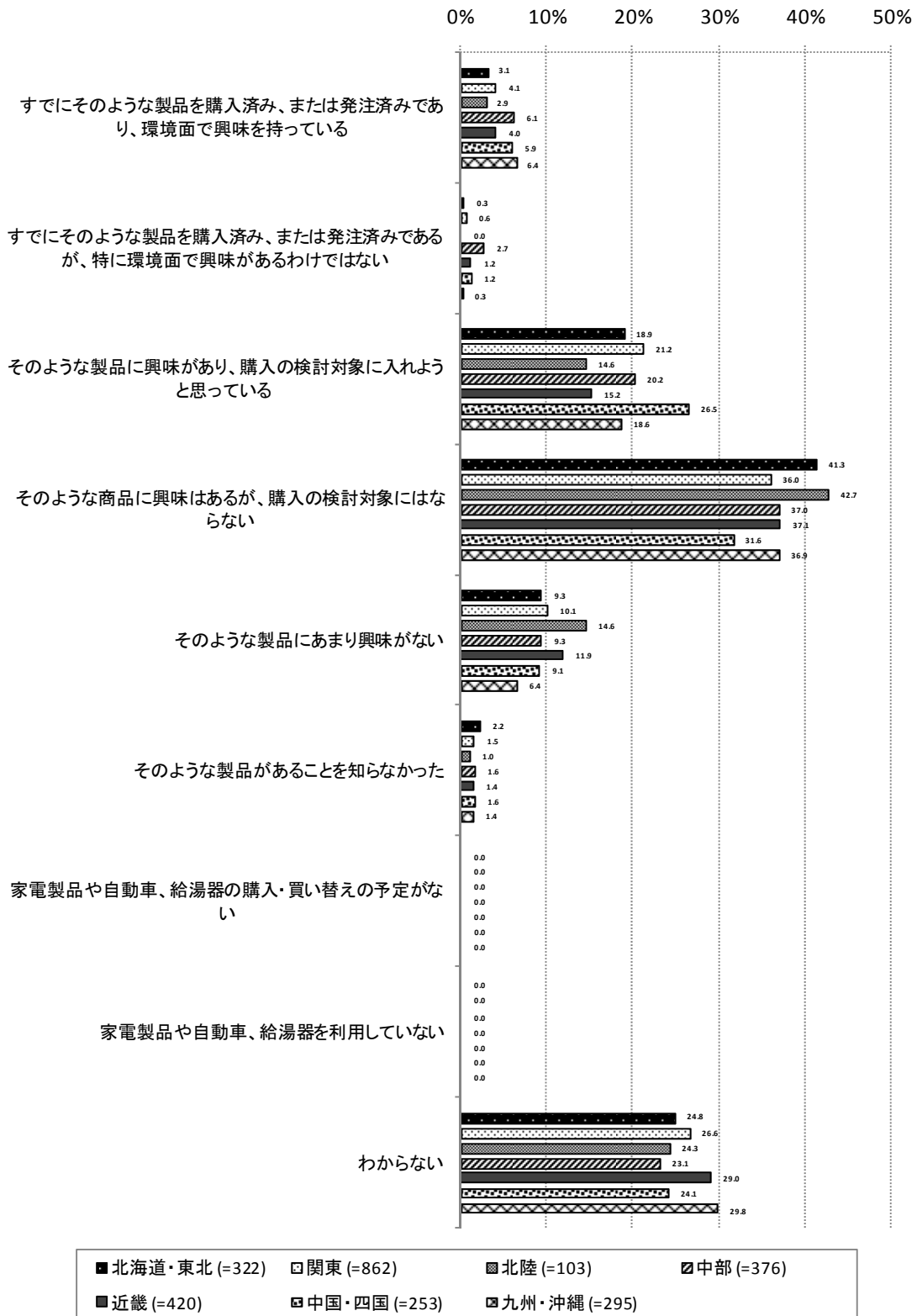
※「家電製品や自動車、給湯器の購入・買い替えの予定がない」「家電製品や自動車、給湯器を利用していない」は、本項目では選択できないようにしていたためゼロとなる。

図表 2-88 太陽光発電システムへの興味、購入意向（職業別 2/2）



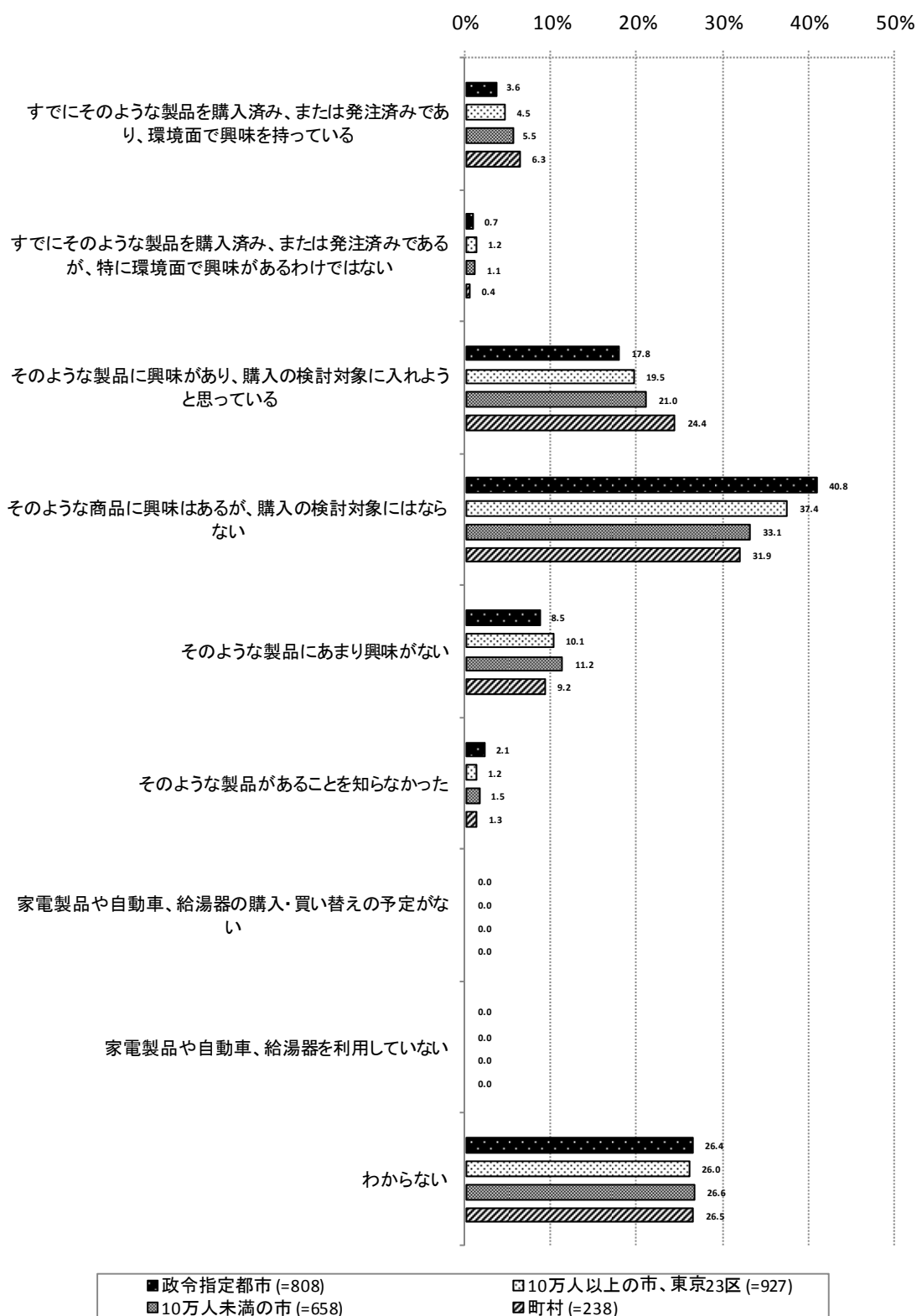
※「家電製品や自動車、給湯器の購入・買い替えの予定がない」「家電製品や自動車、給湯器を利用していない」は、本項目では選択できないようにしていたためゼロとなる。

図表 2-89 太陽光発電システムへの興味、購入意向（地域別）



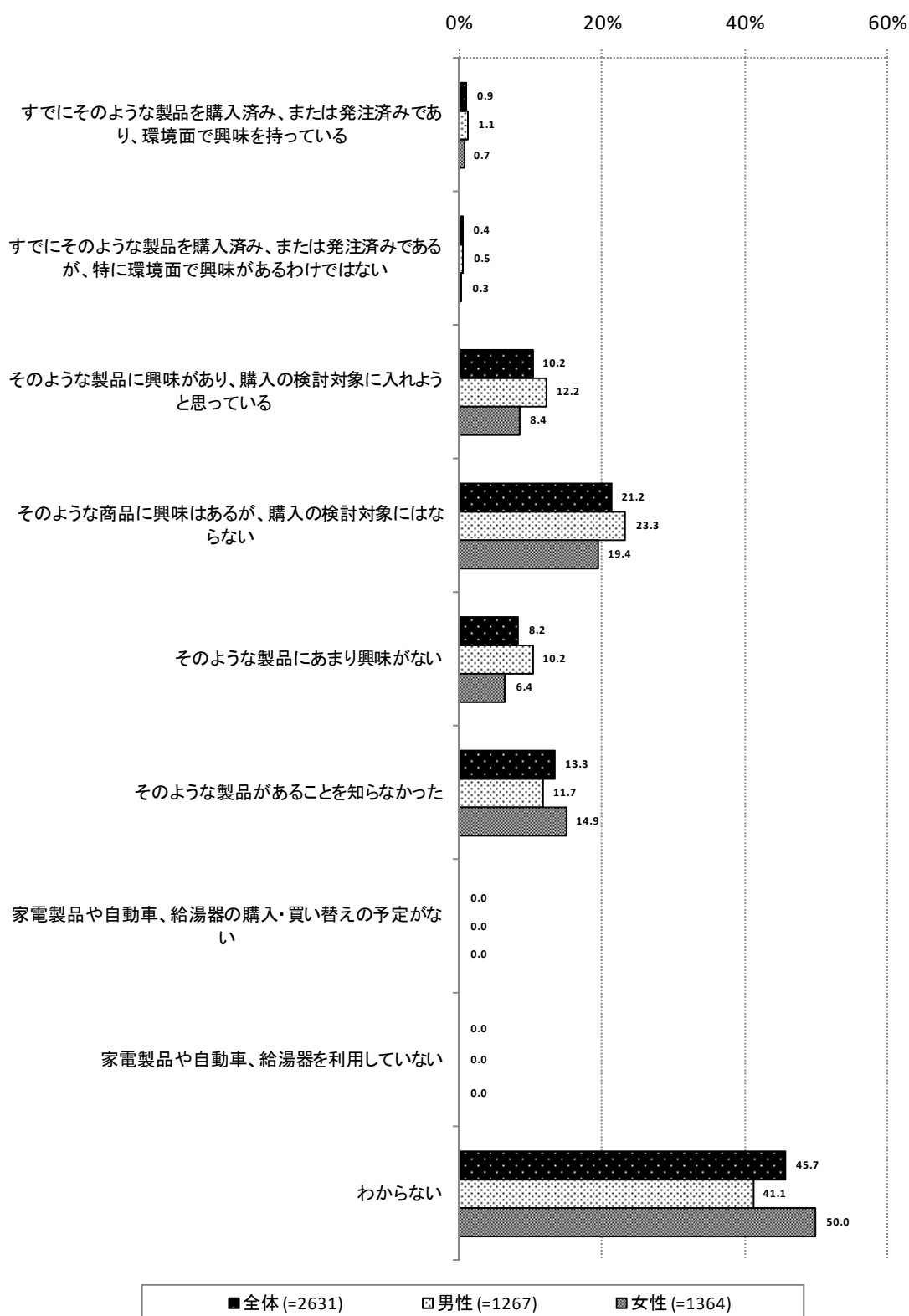
※「家電製品や自動車、給湯器の購入・買い替えの予定がない」「家電製品や自動車、給湯器を利用していない」は、本項目では選択できないようにしていたためゼロとなる。

図表 2-90 太陽光発電システムへの興味、購入意向（都市規模別）



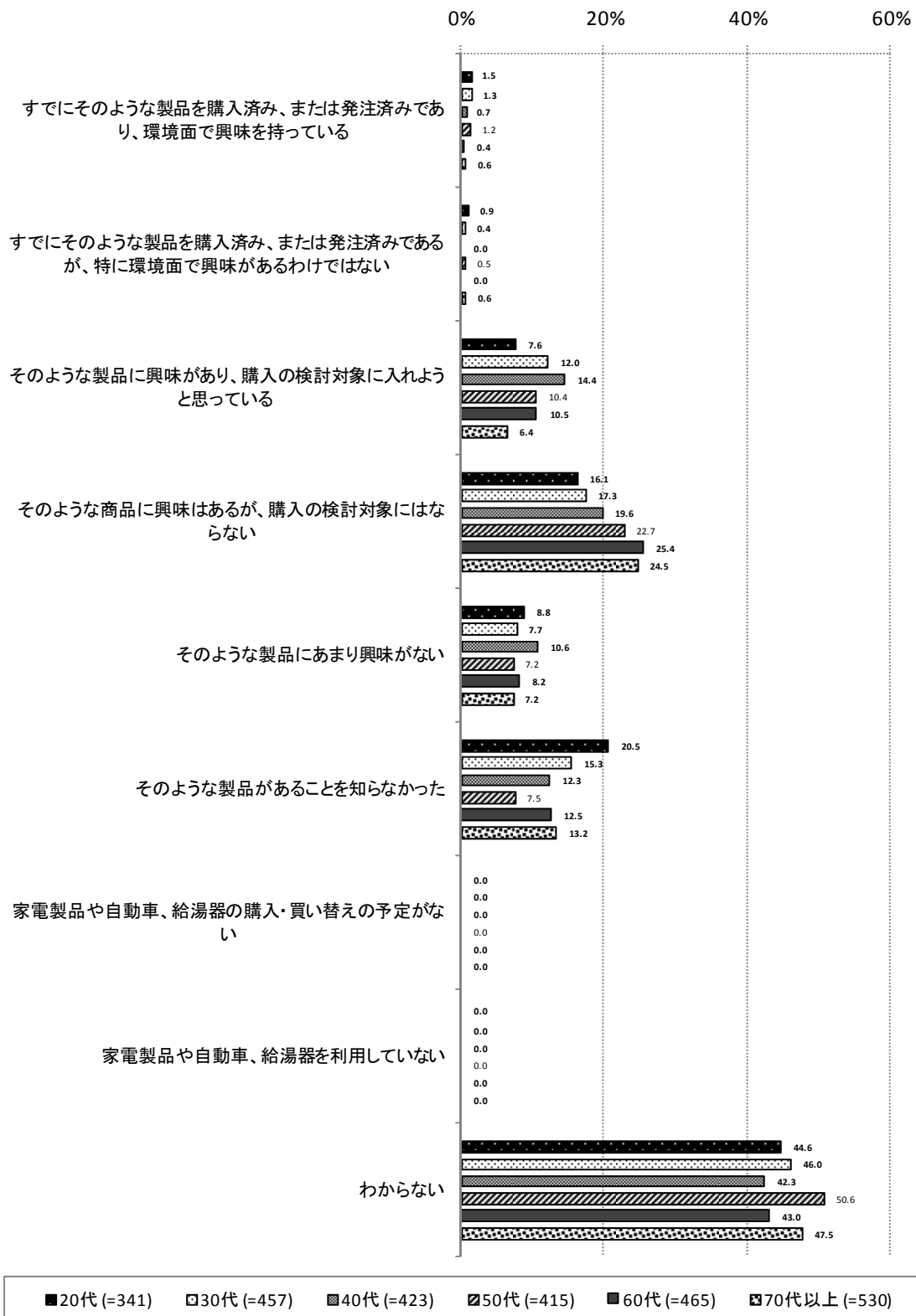
※「家電製品や自動車、給湯器の購入・買い替えの予定がない」「家電製品や自動車、給湯器を利用していない」は、本項目では選択できないようにしていたためゼロとなる。

図表 2-91 HEMS への興味、購入意向（全体、性別）



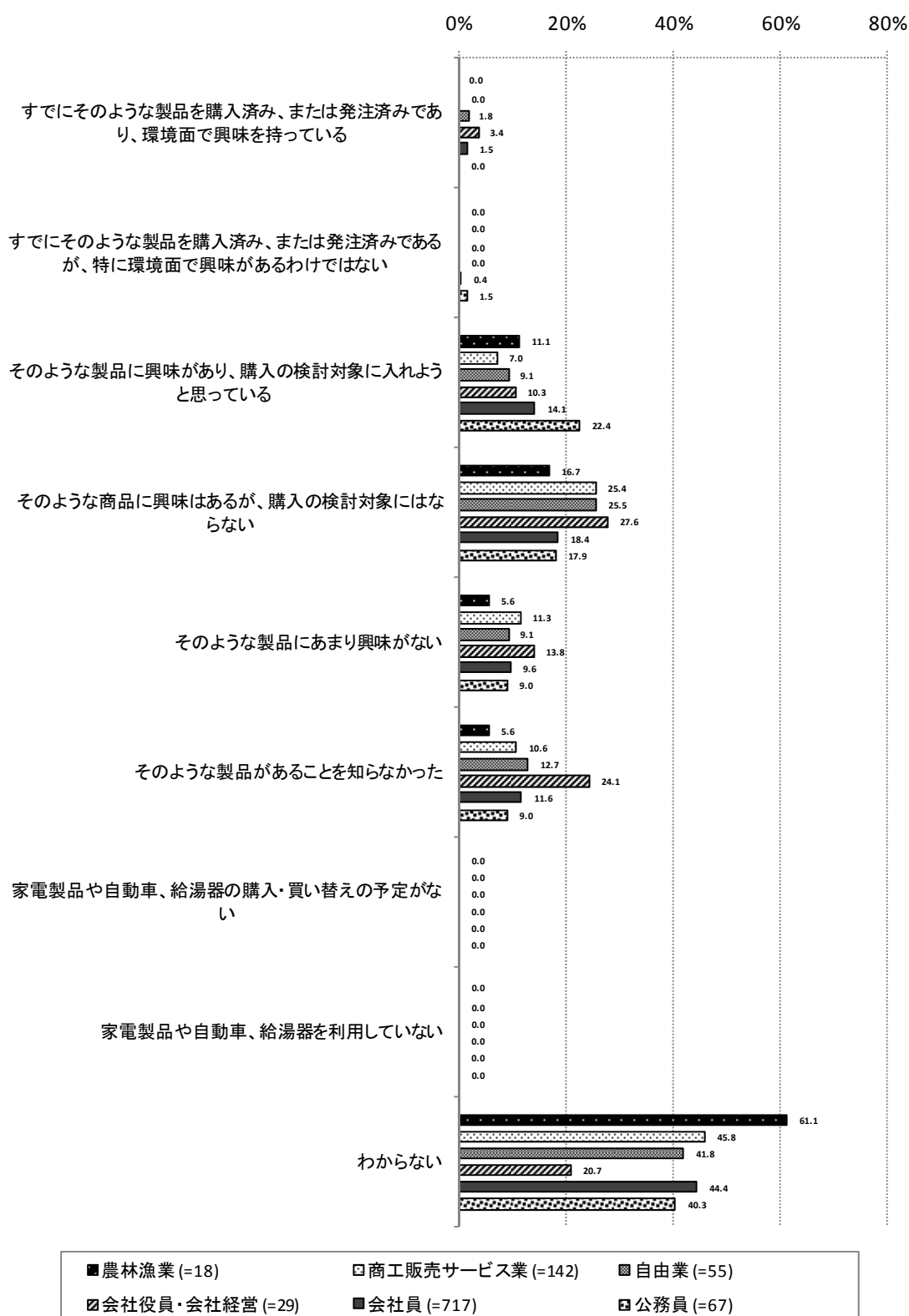
※「家電製品や自動車、給湯器の購入・買い替えの予定がない」「家電製品や自動車、給湯器を利用していない」は、本項目では選択できないようにしていたためゼロとなる。

図表 2-92 HEMS への興味、購入意向（年代別）



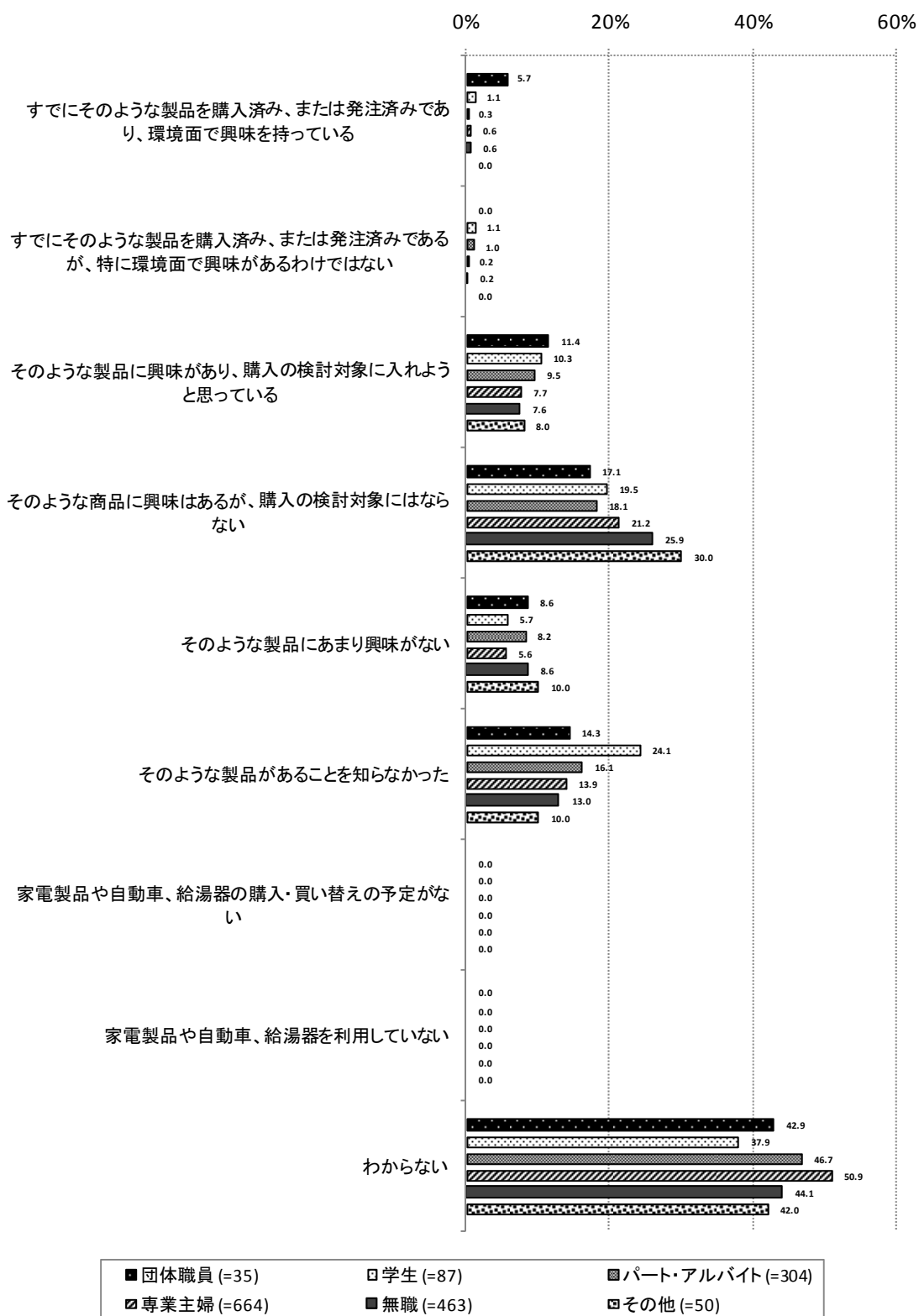
※「家電製品や自動車、給湯器の購入・買い替えの予定がない」「家電製品や自動車、給湯器を利用していない」は、本項目では選択できないようにしていたためゼロとなる。

図表 2-93 HEMS への興味、購入意向（職業別 1/2）



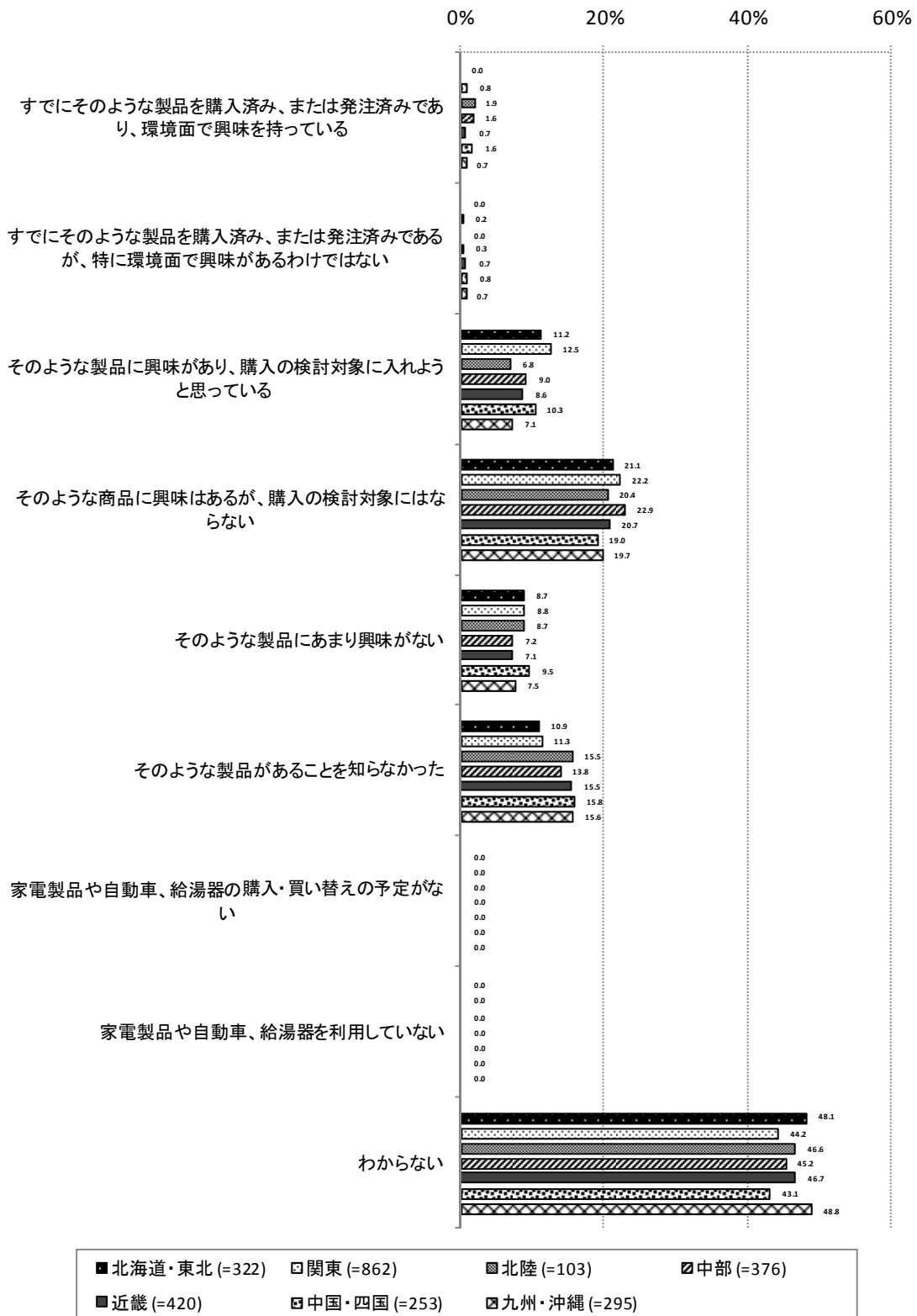
※「家電製品や自動車、給湯器の購入・買い替えの予定がない」「家電製品や自動車、給湯器を利用していない」は、本項目では選択できないようにしていたためゼロとなる。

図表 2-94 HEMS への興味、購入意向（職業別 2/2）



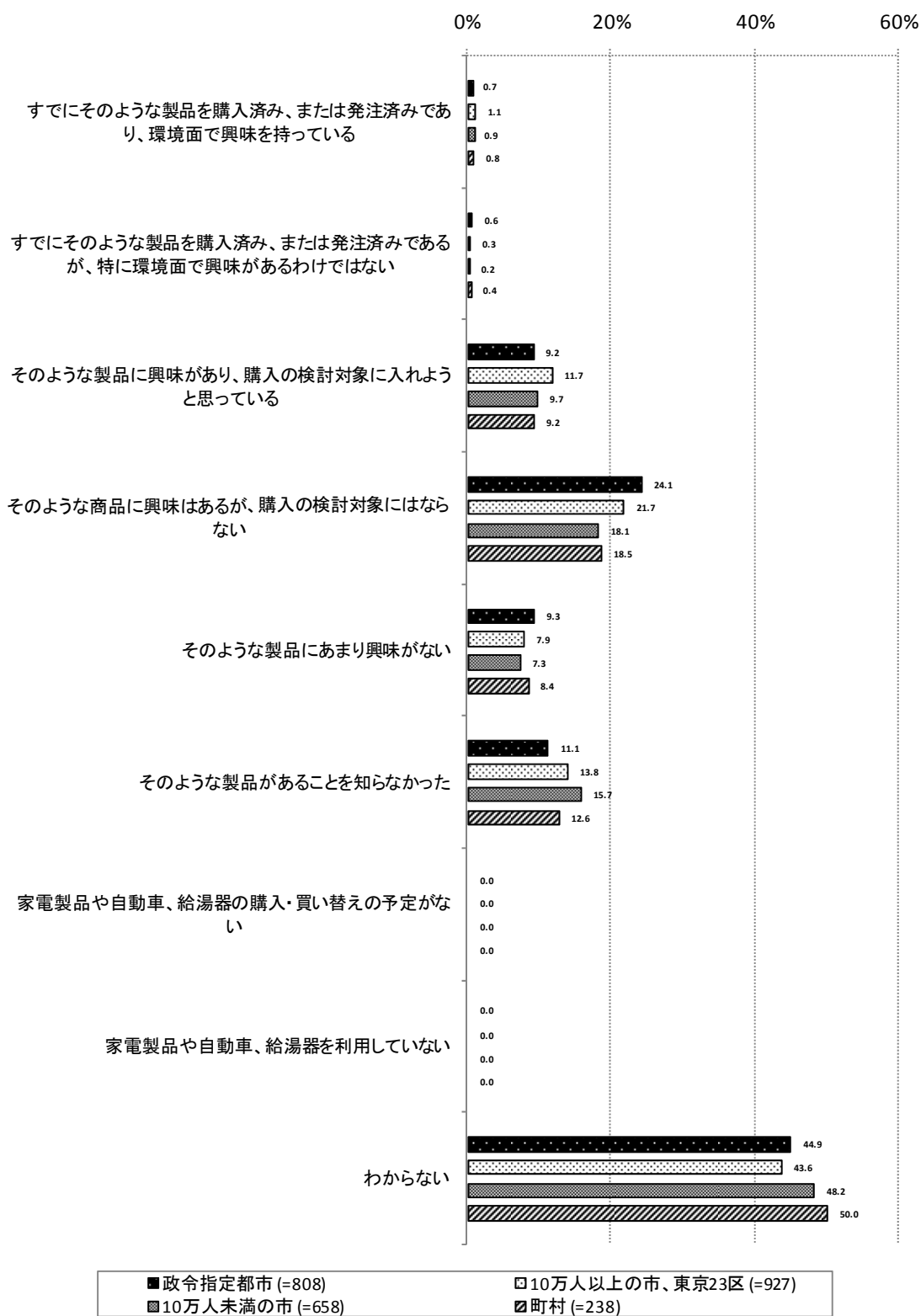
※「家電製品や自動車、給湯器の購入・買い替えの予定がない」「家電製品や自動車、給湯器を利用していない」は、本項目では選択できないようにしていたためゼロとなる。

図表 2-95 HEMS への興味、購入意向（地域別）



※「家電製品や自動車、給湯器の購入・買い替えの予定がない」「家電製品や自動車、給湯器を利用していない」は、本項目では選択できないようにしていたためゼロとなる。

図表 2-96 HEMS への興味、購入意向（都市規模別）



※「家電製品や自動車、給湯器の購入・買い替えの予定がない」「家電製品や自動車、給湯器を利用していない」は、本項目では選択できないようにしていたためゼロとなる。

2-6 製品購入時の重視項目（問 2-5(2)）

家電製品

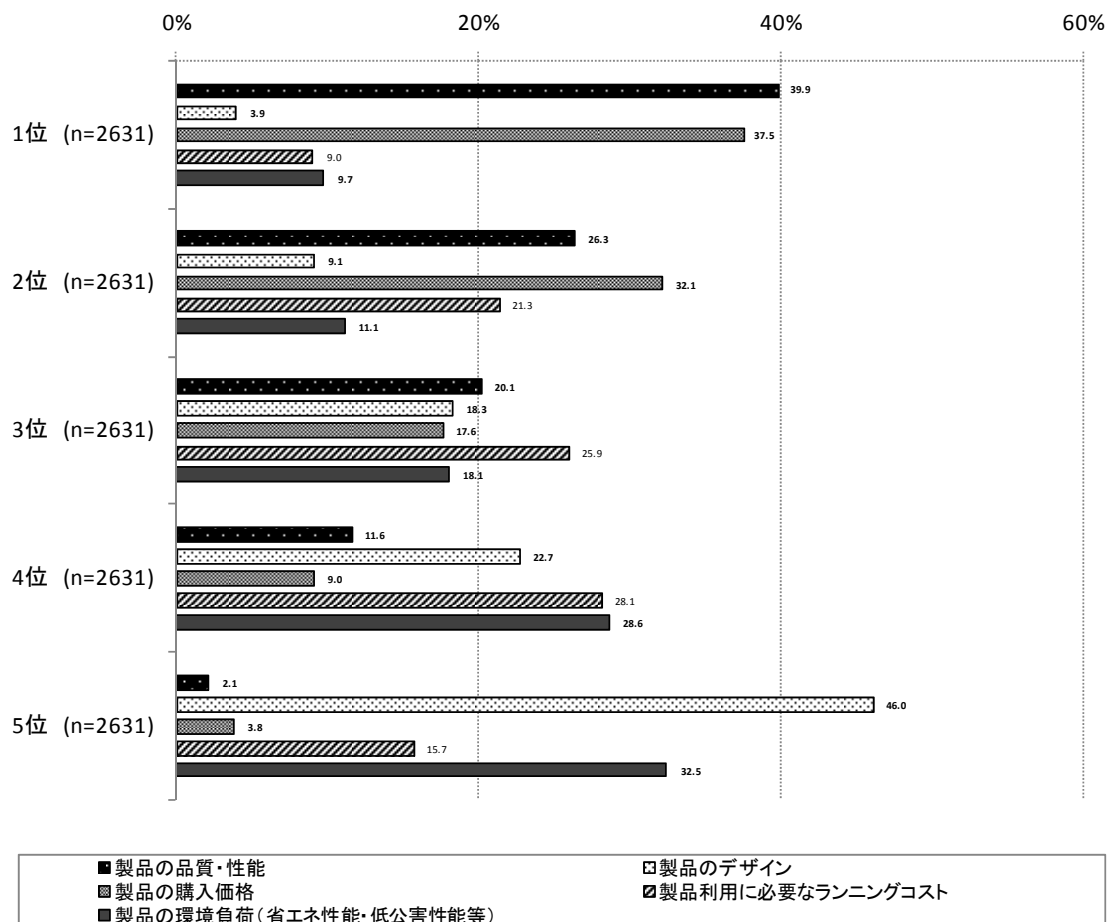
家電製品購入時には、「品質・性能」「購入価格」を重視し、「デザイン」、「環境負荷」をあまり重視しない傾向がみられる。

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」の 40%、「製品の購入価格」の 38%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」(26%)、4 位では「製品の環境負荷」(29%)、5 位では「製品のデザイン」(46%)、が最も多くなっている。

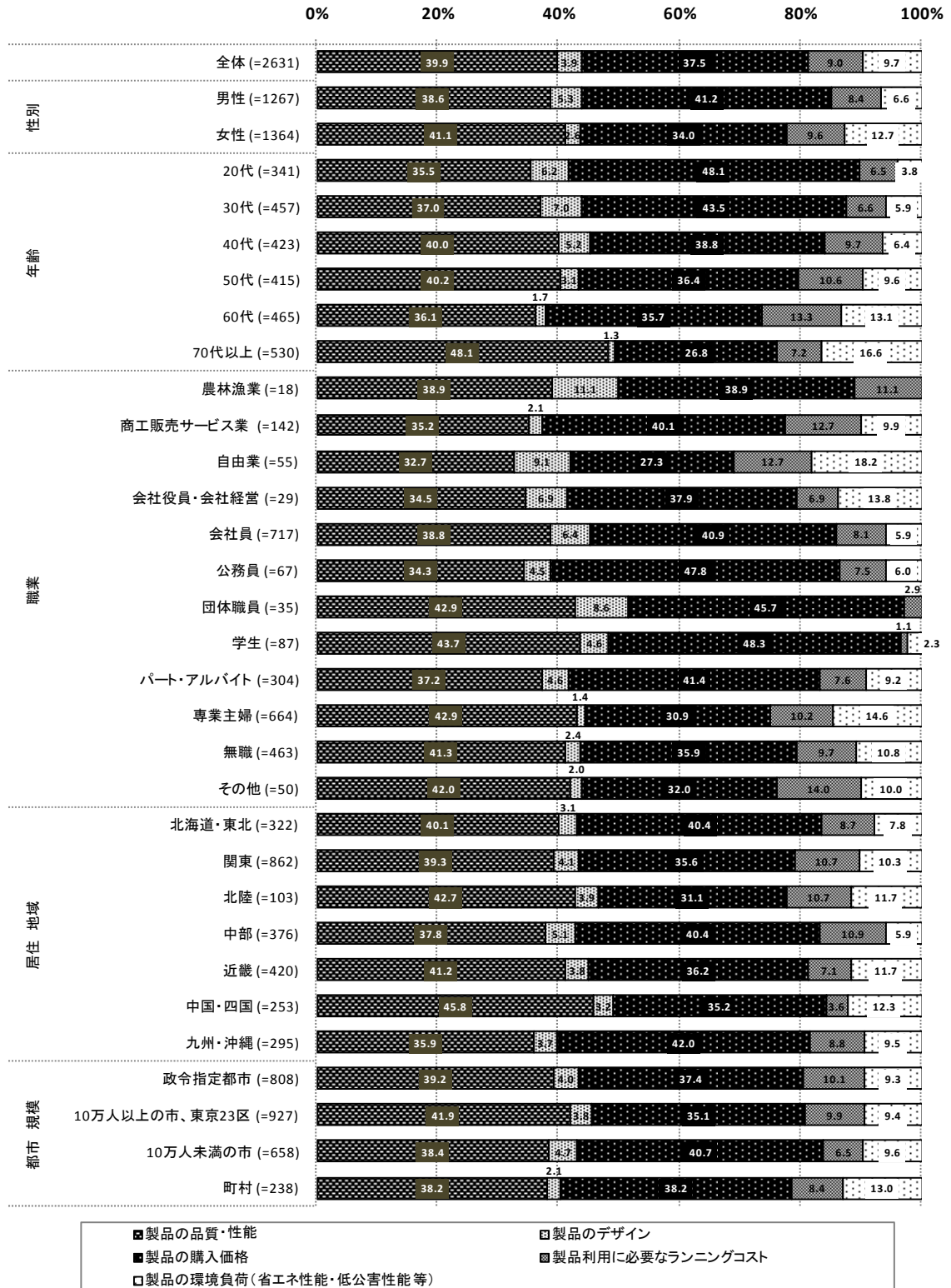
家電製品購入時には、「品質・性能」、「購入価格」を重視し、「デザイン」、「環境負荷」をあまり重視しない傾向がみられる。

特に 20 代は「環境負荷」を重視せず「購入価格」を重視する傾向が強くみられる。

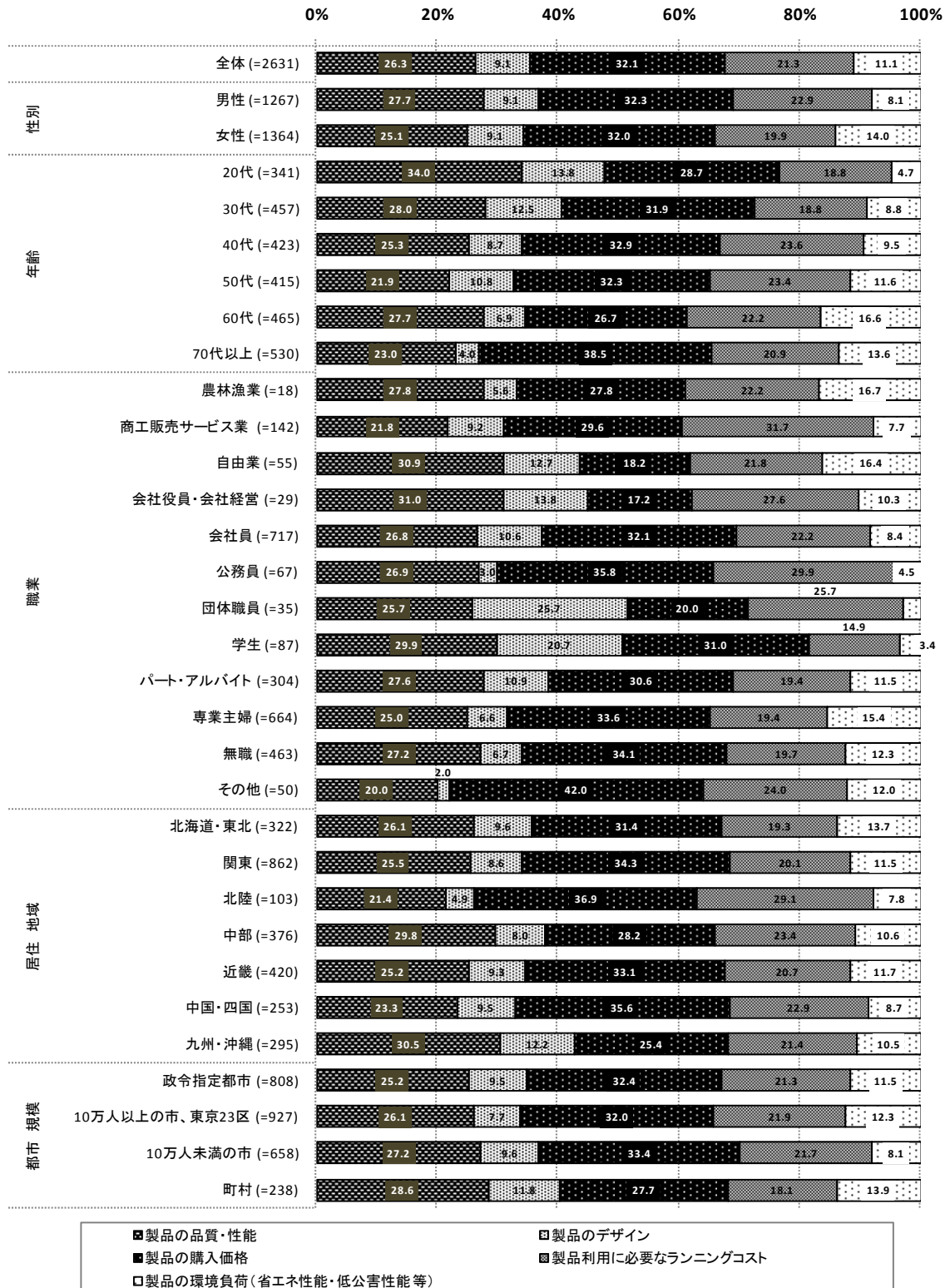
図表 2-97 家電製品購入時の重視項目



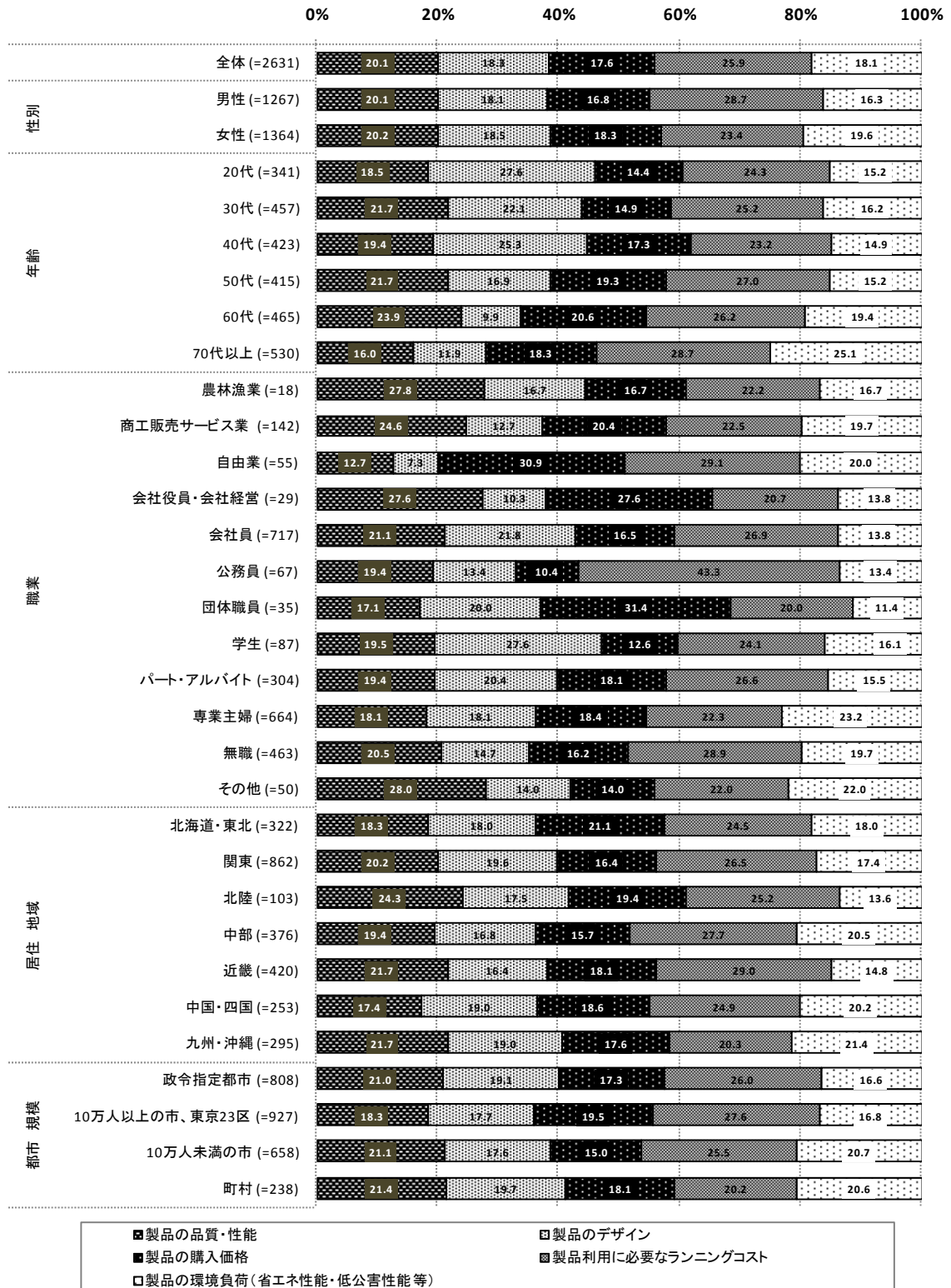
図表 2-98 家電製品購入時の重視項目 1位 (属性別)



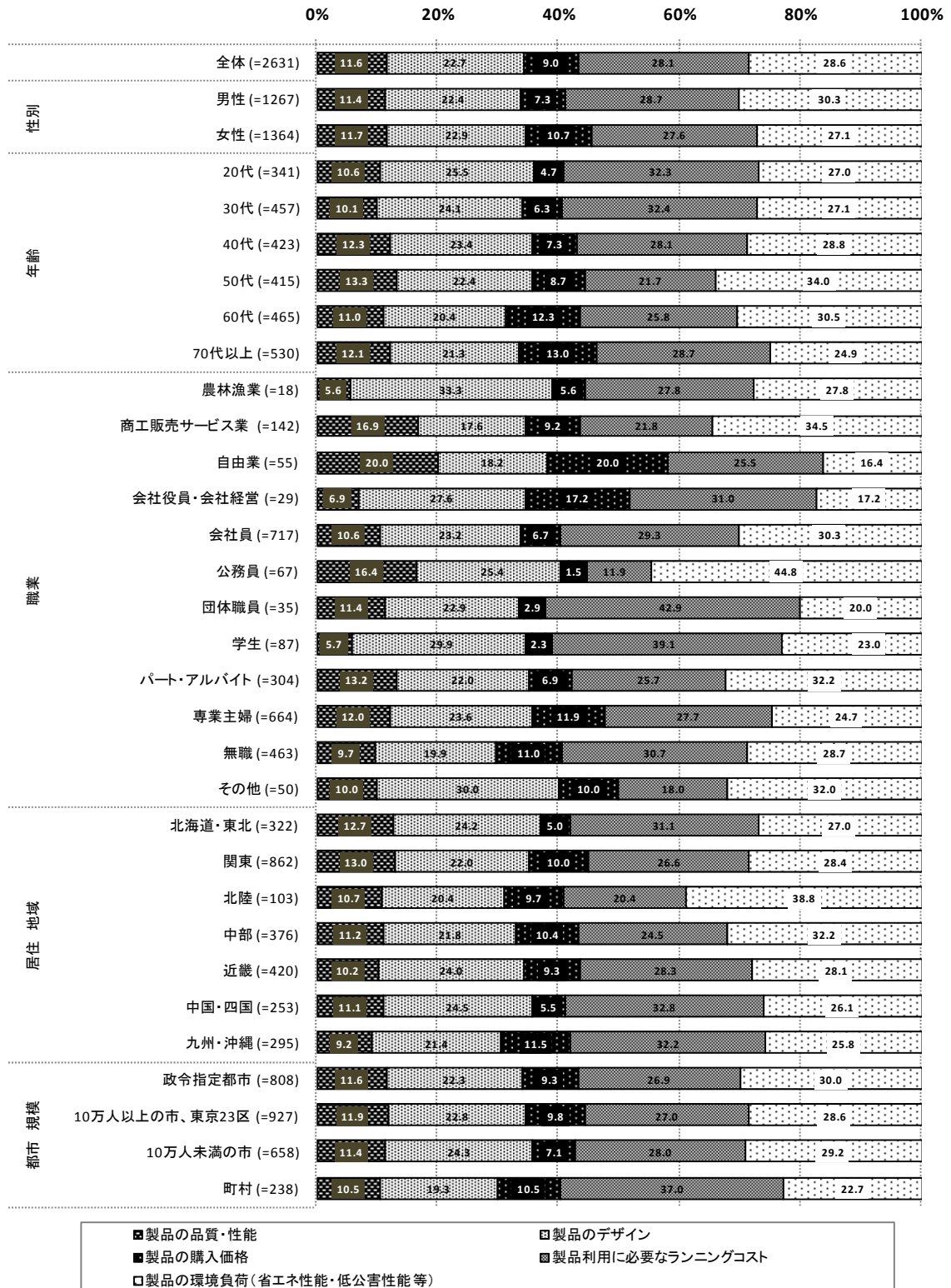
図表 2-99 家電製品購入時の重視項目 2位 (属性別)



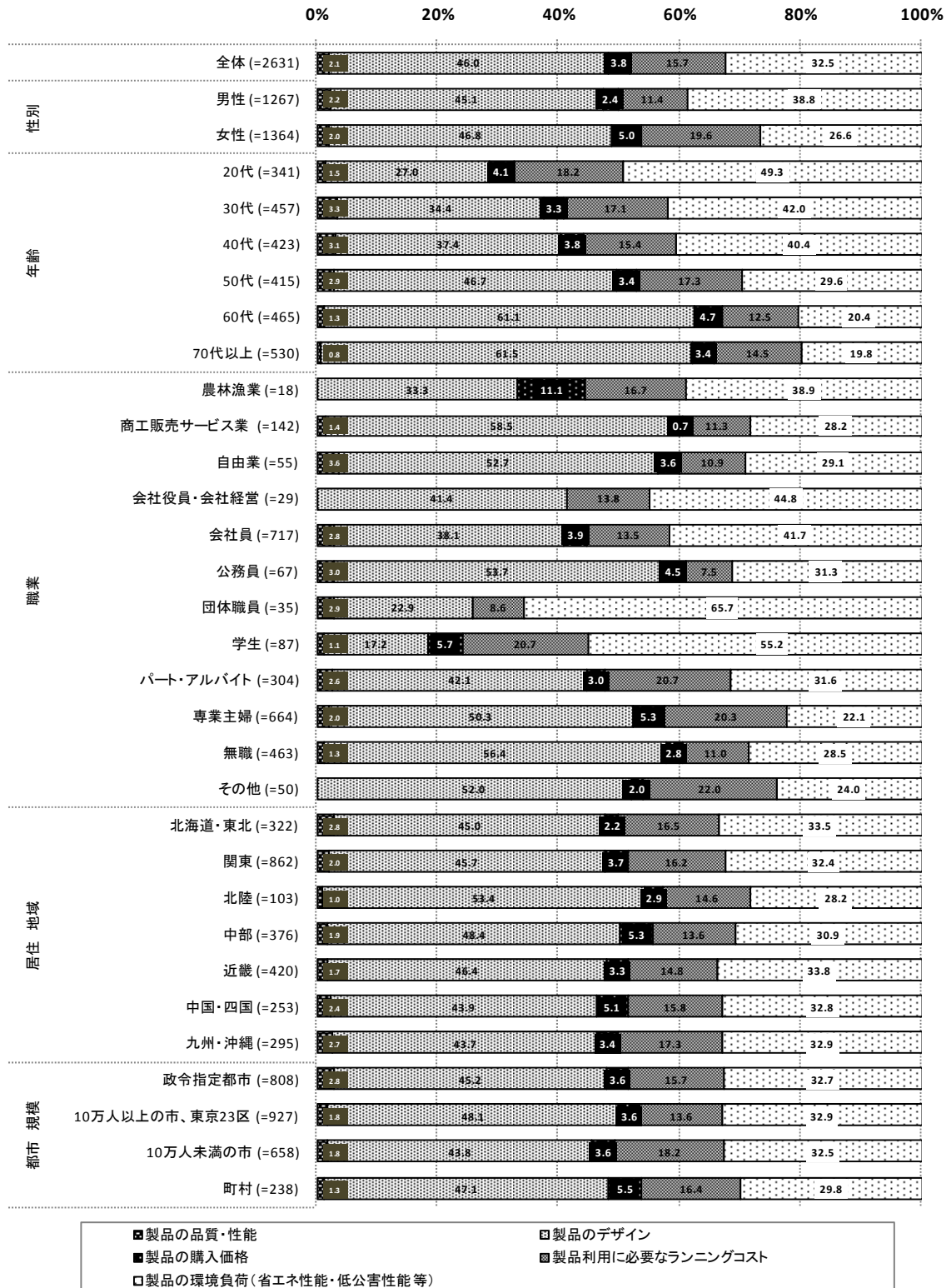
図表 2-100 家電製品購入時の重視項目 3位 (属性別)



図表 2-101 家電製品購入時の重視項目 4位 (属性別)



図表 2-102 家電製品購入時の重視項目 5位 (属性別)



自動車

自動車購入時には、「購入価格」を最も重視し、次いで「品質・性能」を重視する人が多い。「環境負荷」はあまり重視しない傾向がみられる。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。

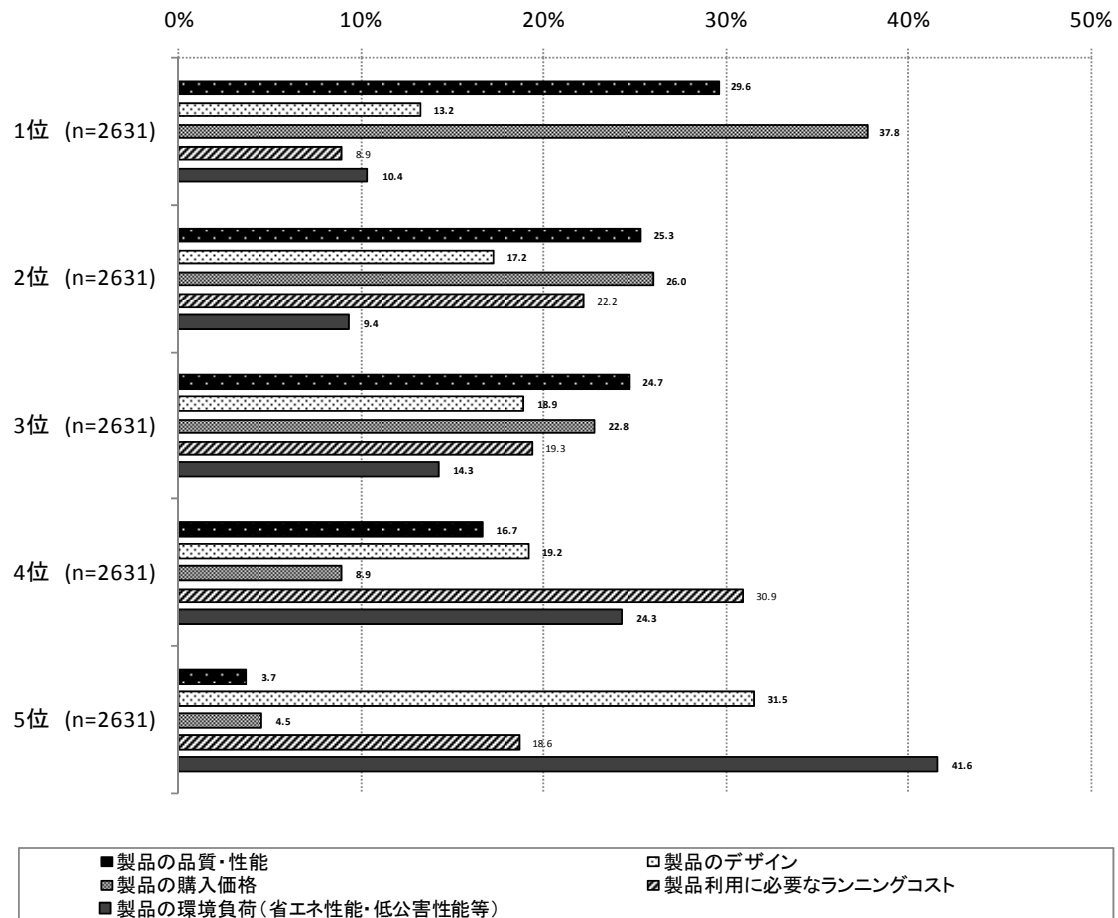
自動車購入時の重視項目1位として回答が多かったものは、「製品の購入価格」(38%)、「製品の品質・性能」(30%)、となっており、2位もこの2項目の回答が多くなっている。3位では「製品の品質・性能」(25)、4位では「製品に必要なランニングコスト」(31%)、5位では「製品の環境負荷」(42%)が多くなっている。

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。

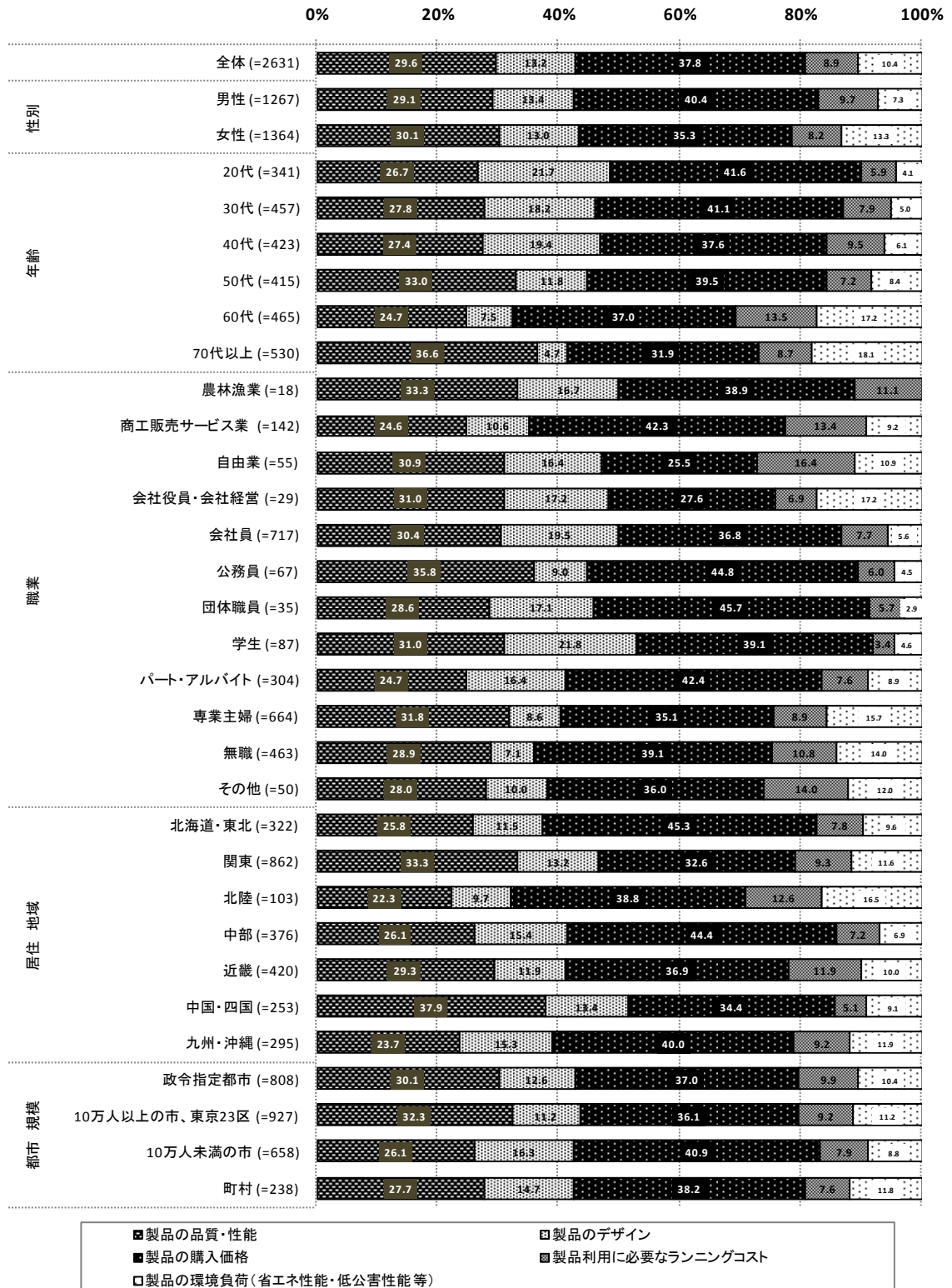
性別では、女性は男性よりも「環境負荷」を重視する傾向がみられる。

年代別では20代で、「購入価格」、「品質・性能」だけでなく「デザイン」を比較的重視し、「環境負荷」をあまり重視しない傾向が強くみられる。

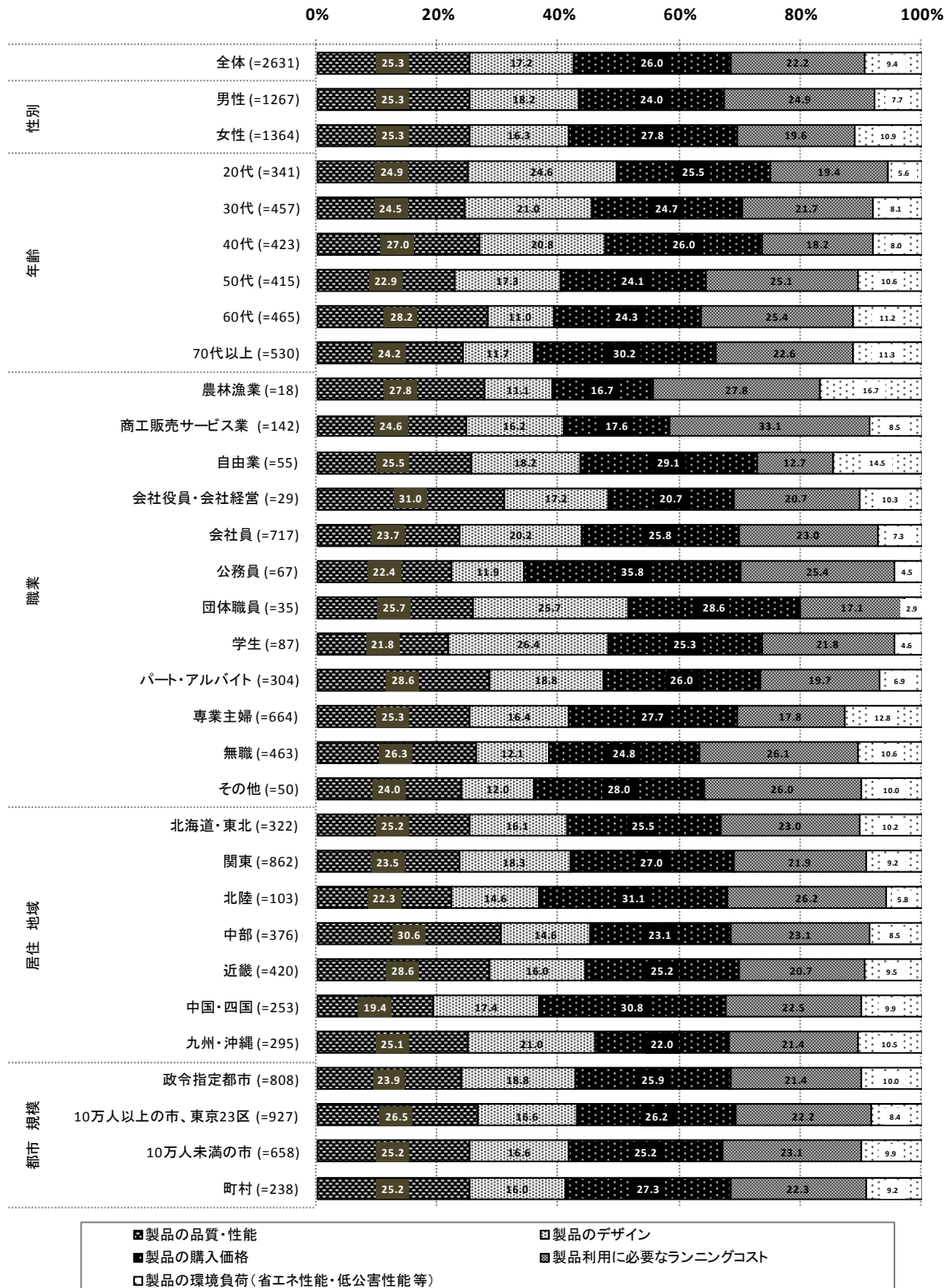
図表 2-103 自動車購入時の重視項目



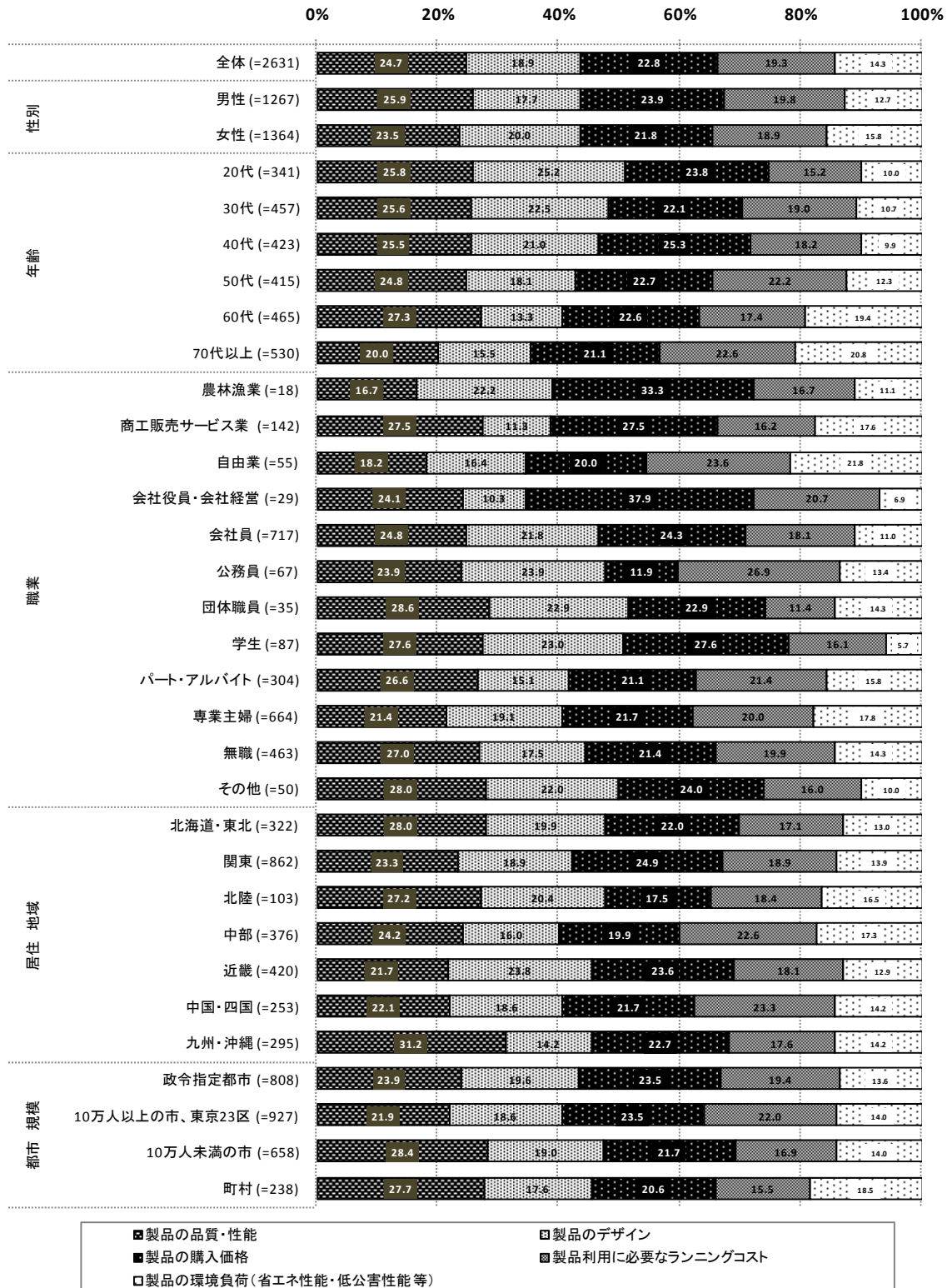
図表 2-104 自動車購入時の重視項目 1位 (属性別)



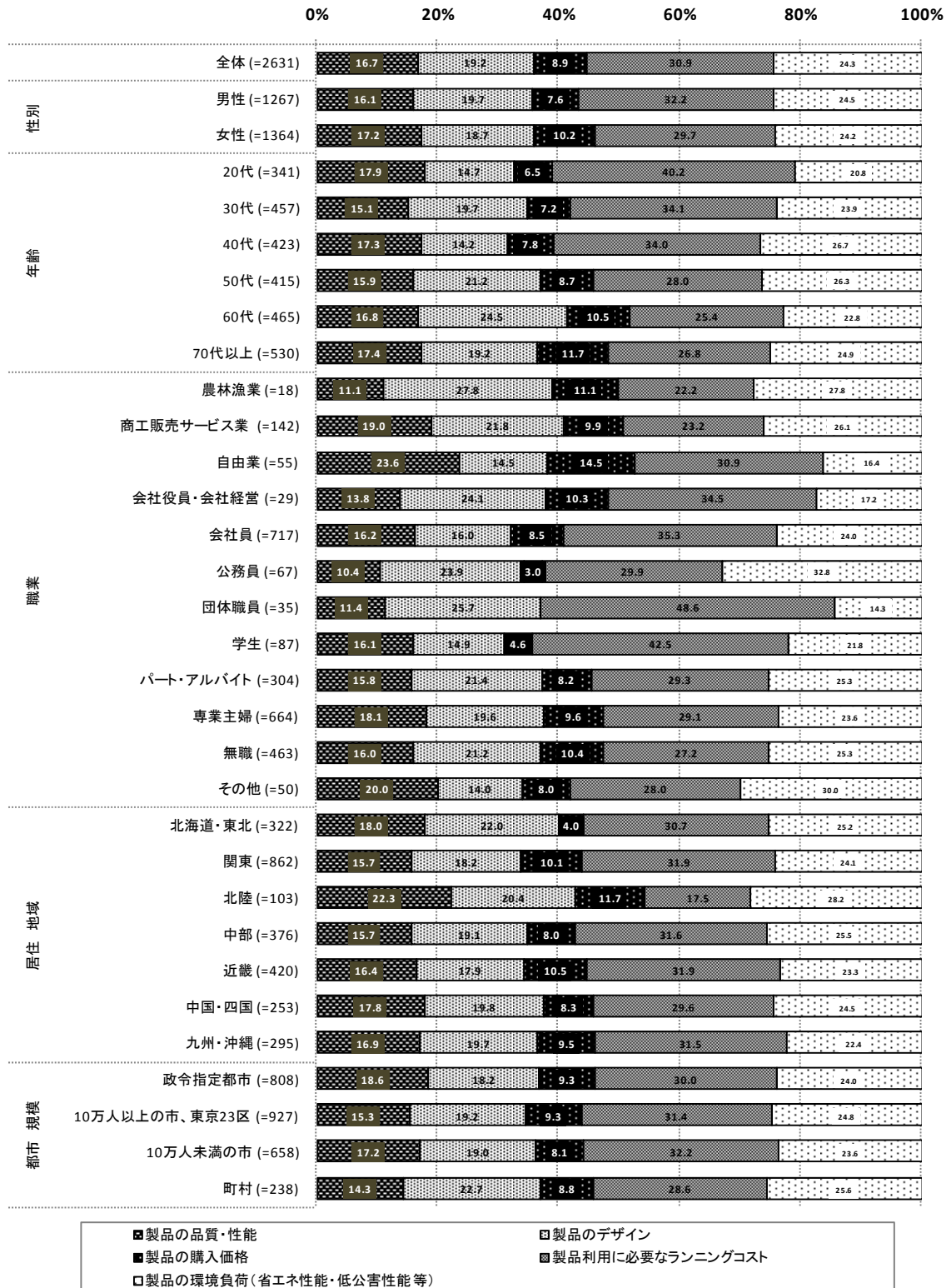
図表 2-105 自動車購入時の重視項目 2位 (属性別)



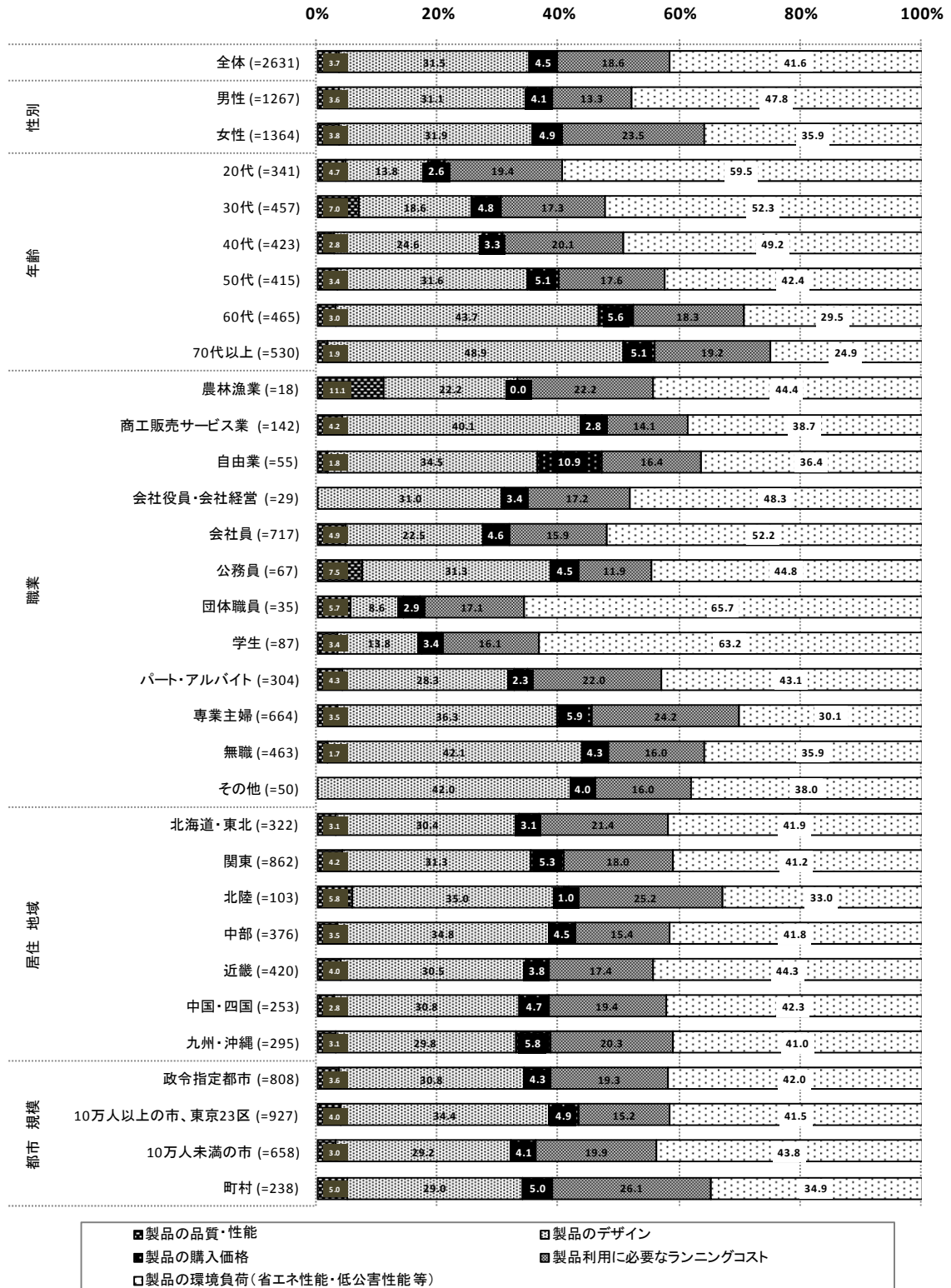
図表 2-106 自動車購入時の重視項目 3位 (属性別)



図表 2-107 自動車購入時の重視項目 4位 (属性別)



図表 2-108 自動車購入時の重視項目 5位 (属性別)



給湯器

給湯器購入時には、「購入価格」を最も重視する人が多く、次いで「品質・性能」、を重視する人が多い。「デザイン」よりは「環境負荷」を重視する人が多い。

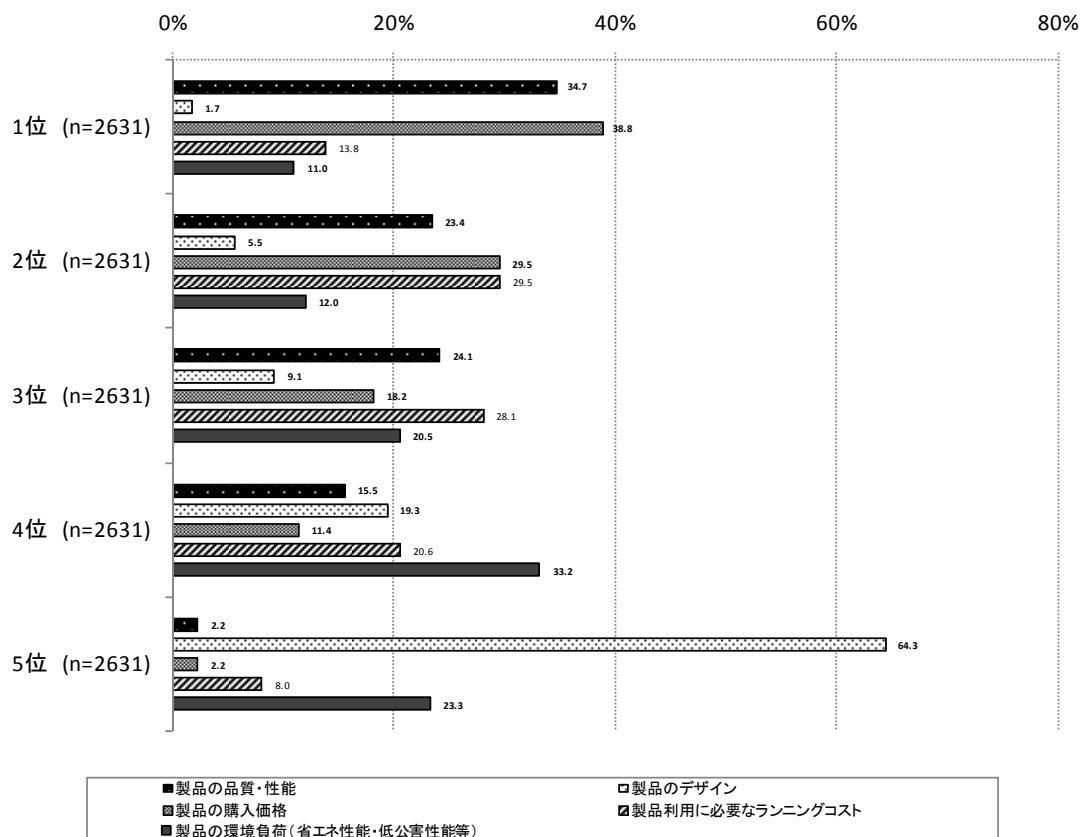
給湯器購入時の重視項目 1位として回答が多かったものは、「製品の購入価格」(39%)、「製品の品質・性能」(35%)、となっており、2位では「製品の購入価格」および「製品利用に必要なランニングコスト」(30%)が多く、3位では「製品利用に必要なランニングコスト」(28%)をあげる人が多くなっている。4位では「製品の環境負荷」(33%)、5位では「製品のデザイン」(64%)が多くなっている。

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。「デザイン」よりは「環境負荷」を重視する人が多い。

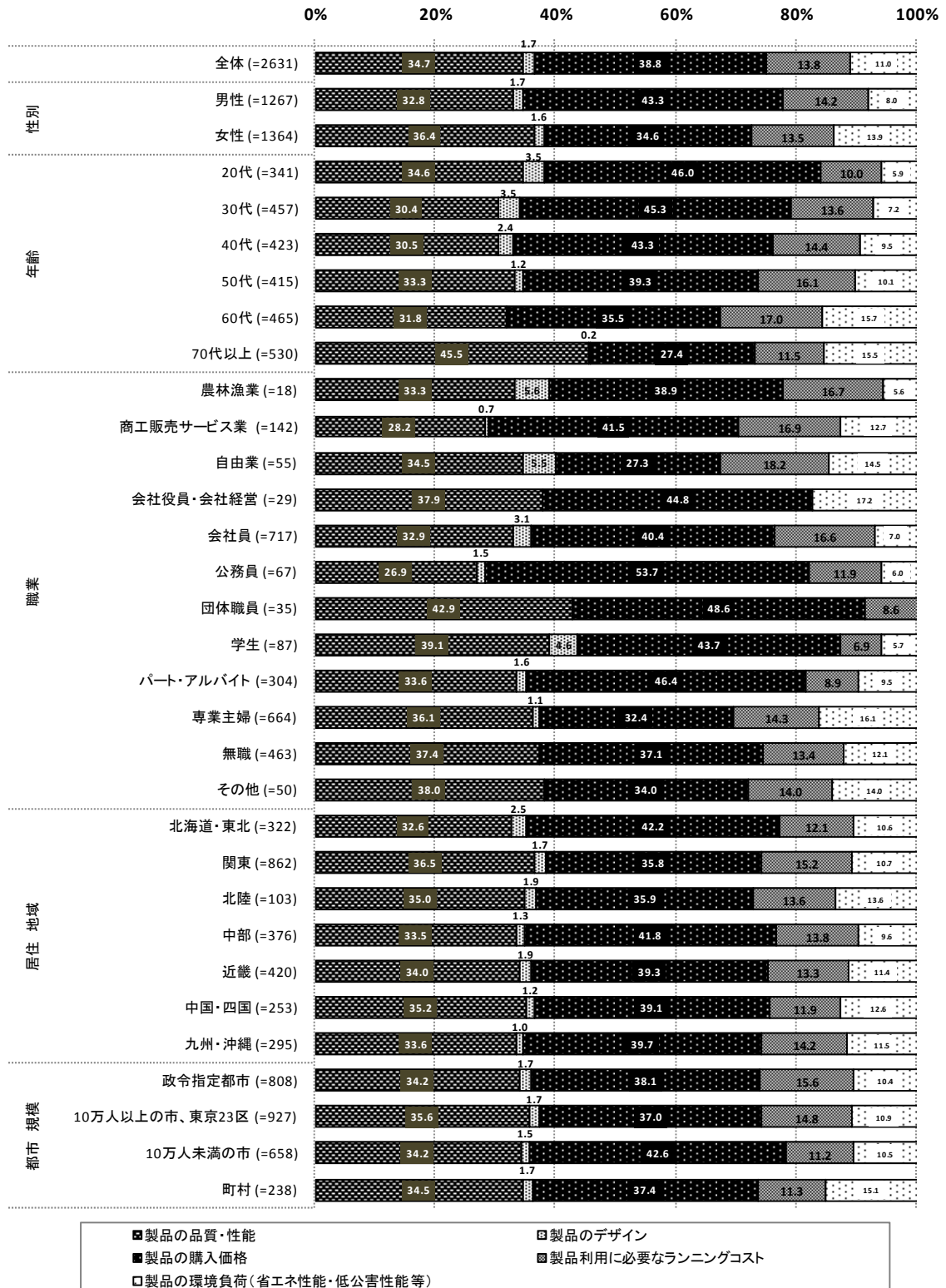
性別では、女性は男性よりも「環境負荷」を重視する傾向がみられる。

年代別では、20代で「環境負荷」よりも「購入価格」を重視する傾向が強くみられる。

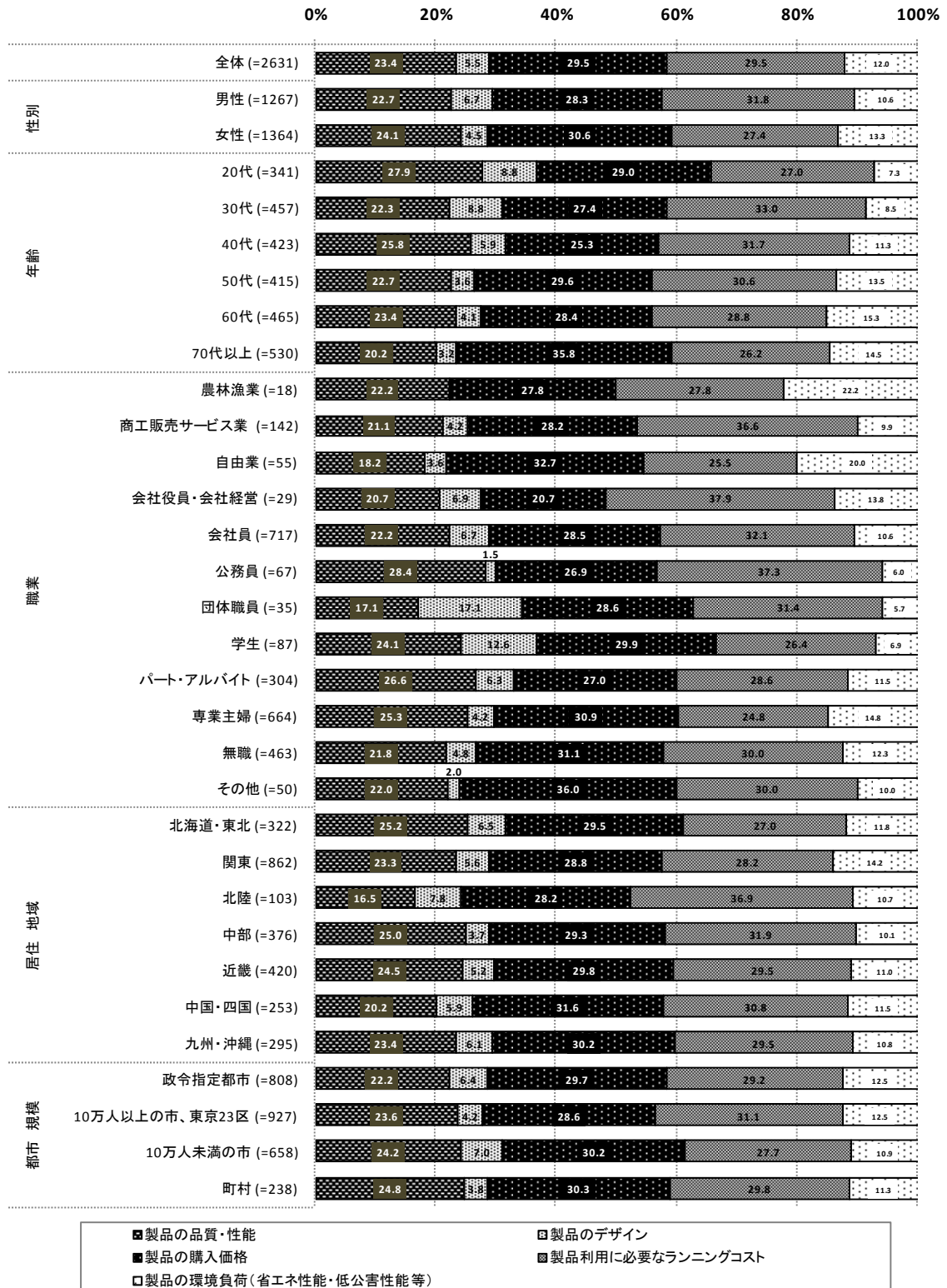
図表 2-109 給湯器購入時の重視項目



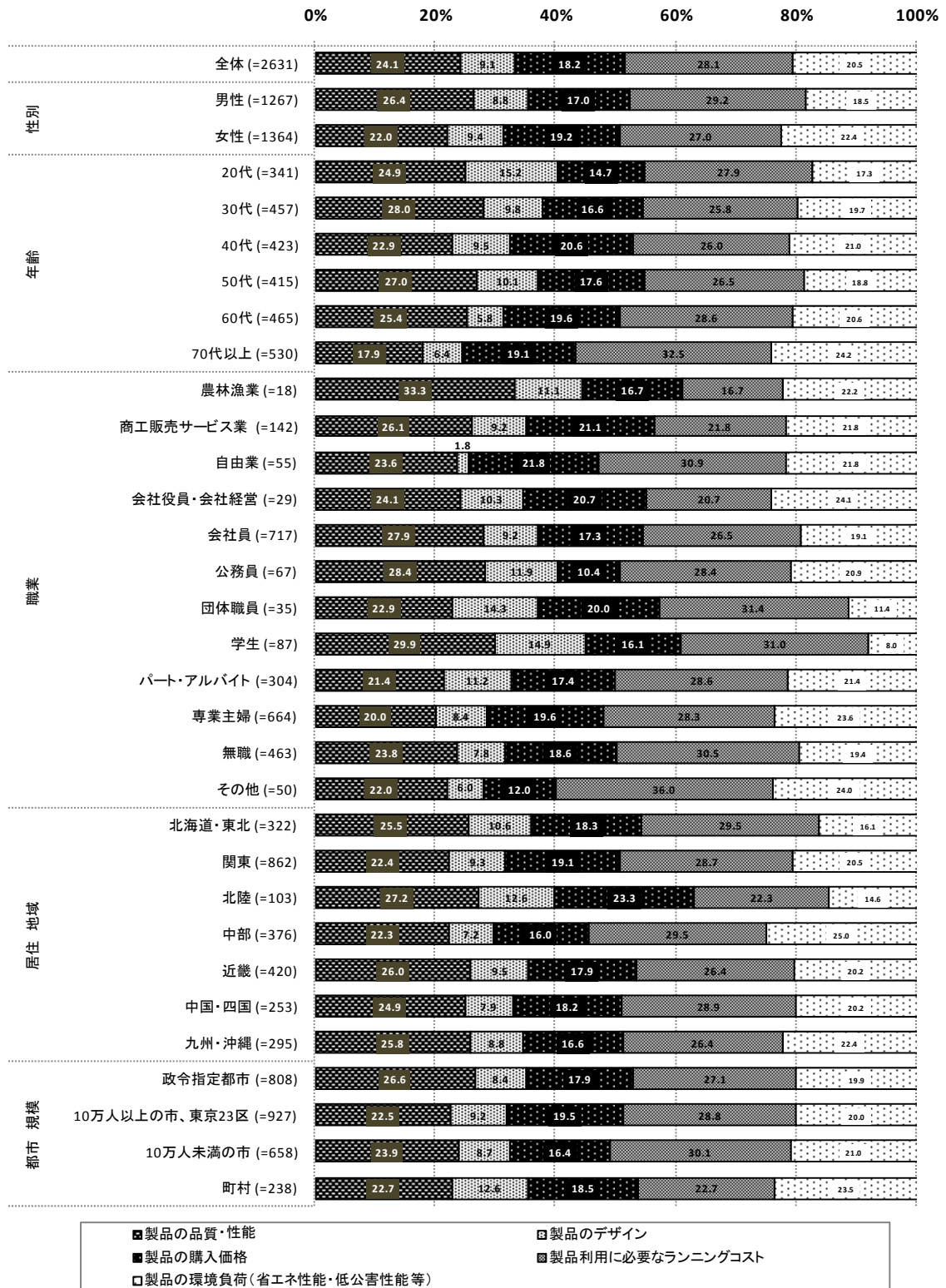
図表 2-110 給湯器購入時の重視項目 1位 (属性別)



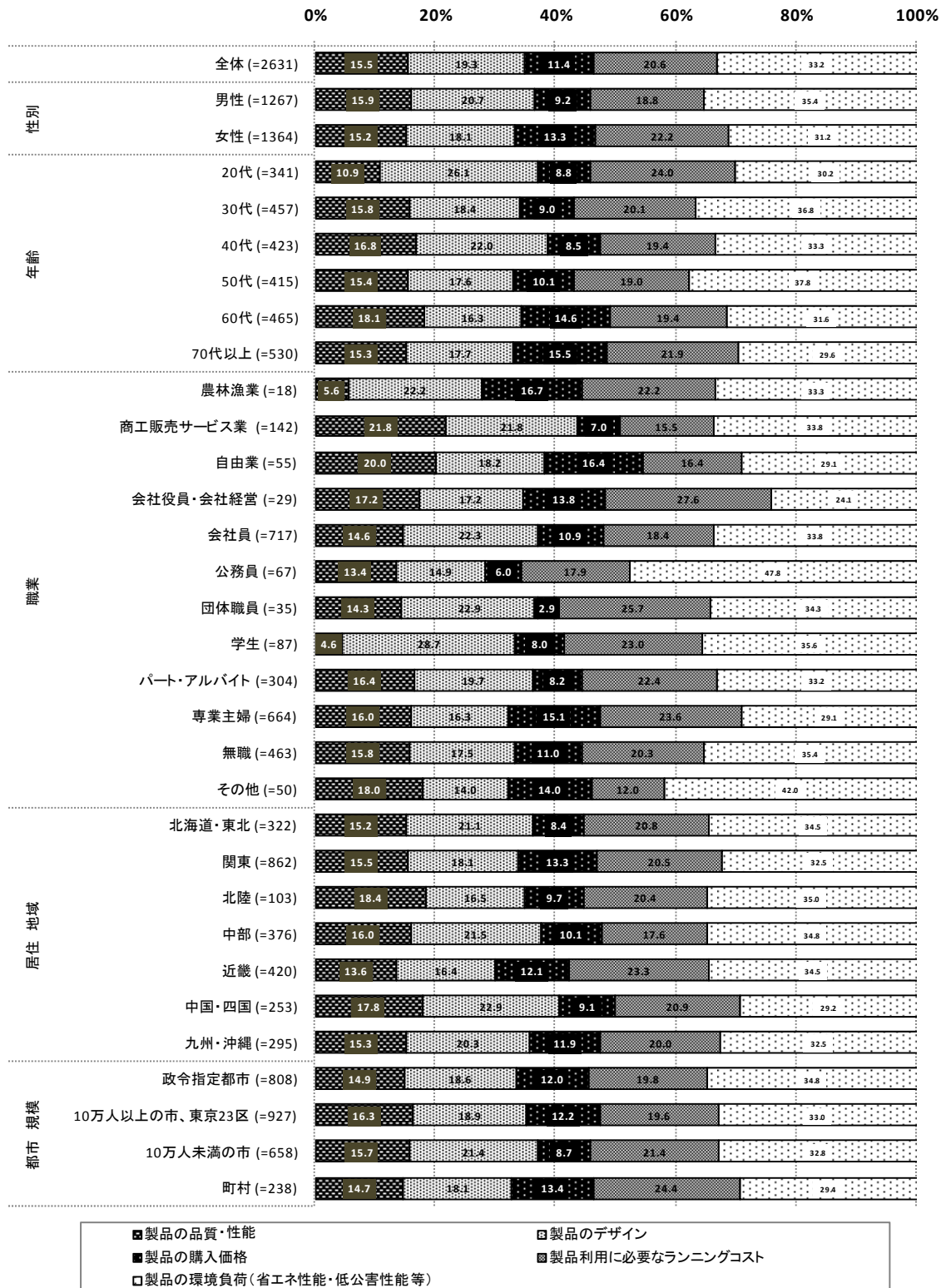
図表 2-111 給湯器購入時の重視項目 2位 (属性別)



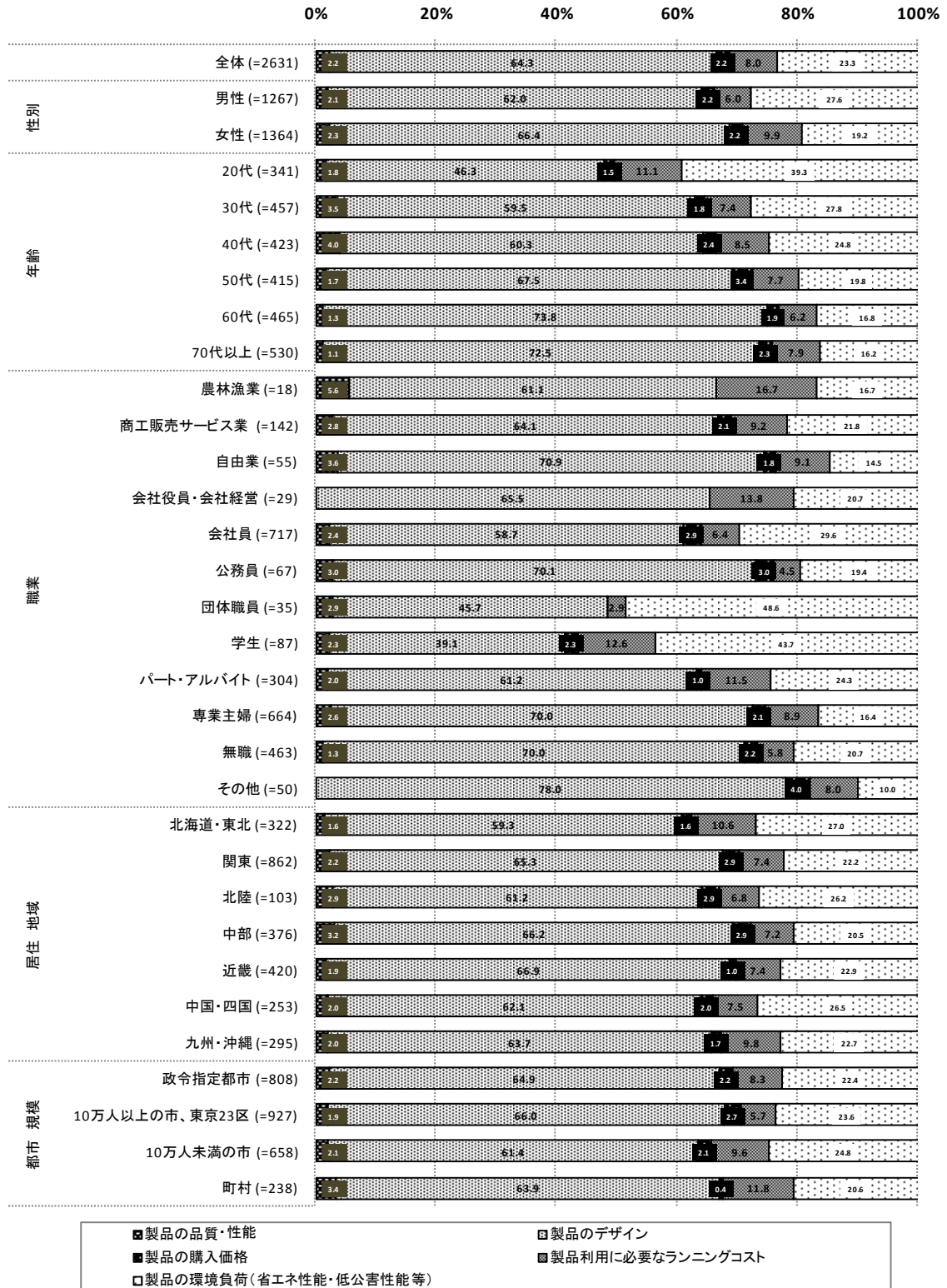
図表 2-112 給湯器購入時の重視項目 3位 (属性別)



図表 2-113 給湯器購入時の重視項目 4位 (属性別)



図表 2-114 給湯器購入時の重視項目 5位 (属性別)



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「品質・性能」、「ランニングコスト」を重視する傾向がみられる。「デザイン」よりは「環境負荷」を重視する傾向がみられる。

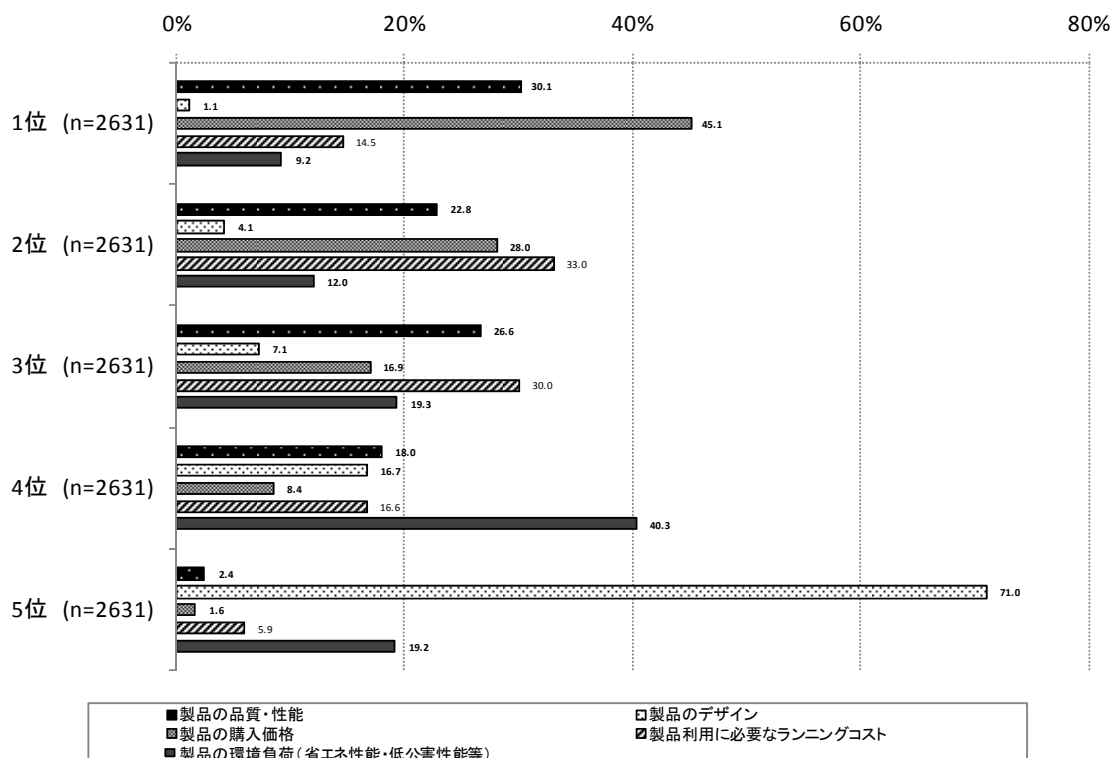
太陽光発電システム購入時の重視項目 1 位として回答が多かったものは、「製品の購入価格」で 45% となっており、多くの人 が最重視している。また、「製品の品質・性能」も 30% と比較的重視されている。2 位、3 位では「製品利用に必要なランニングコスト」と回答した人が多くそれぞれ 30% 以上となっている。4 位では、「製品の環境負荷」が 40%、5 位では「製品のデザイン」が 71% と多くなっている。

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「品質・性能」、「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、重視しない人が多いが、「デザイン」よりは「環境負荷」を重視する傾向がみられる。

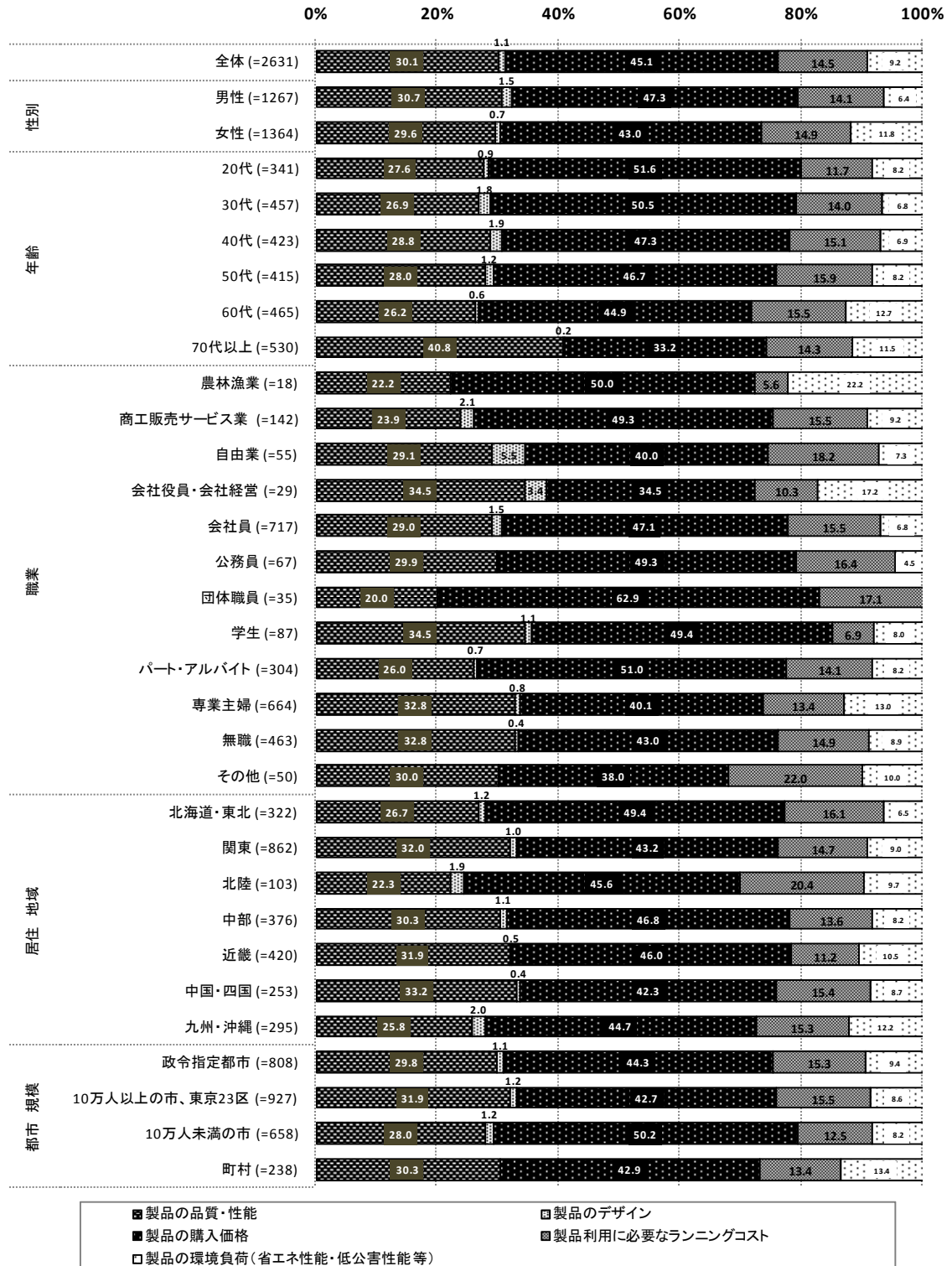
性別では、女性は男性よりも「環境負荷」を重視する傾向がみられる。

年代別では 20 代で、「環境負荷」をあまり重視しない傾向が強くみられる。また 70 代以上では特に「製品の品質・性能」を重視する傾向が強くみられる。

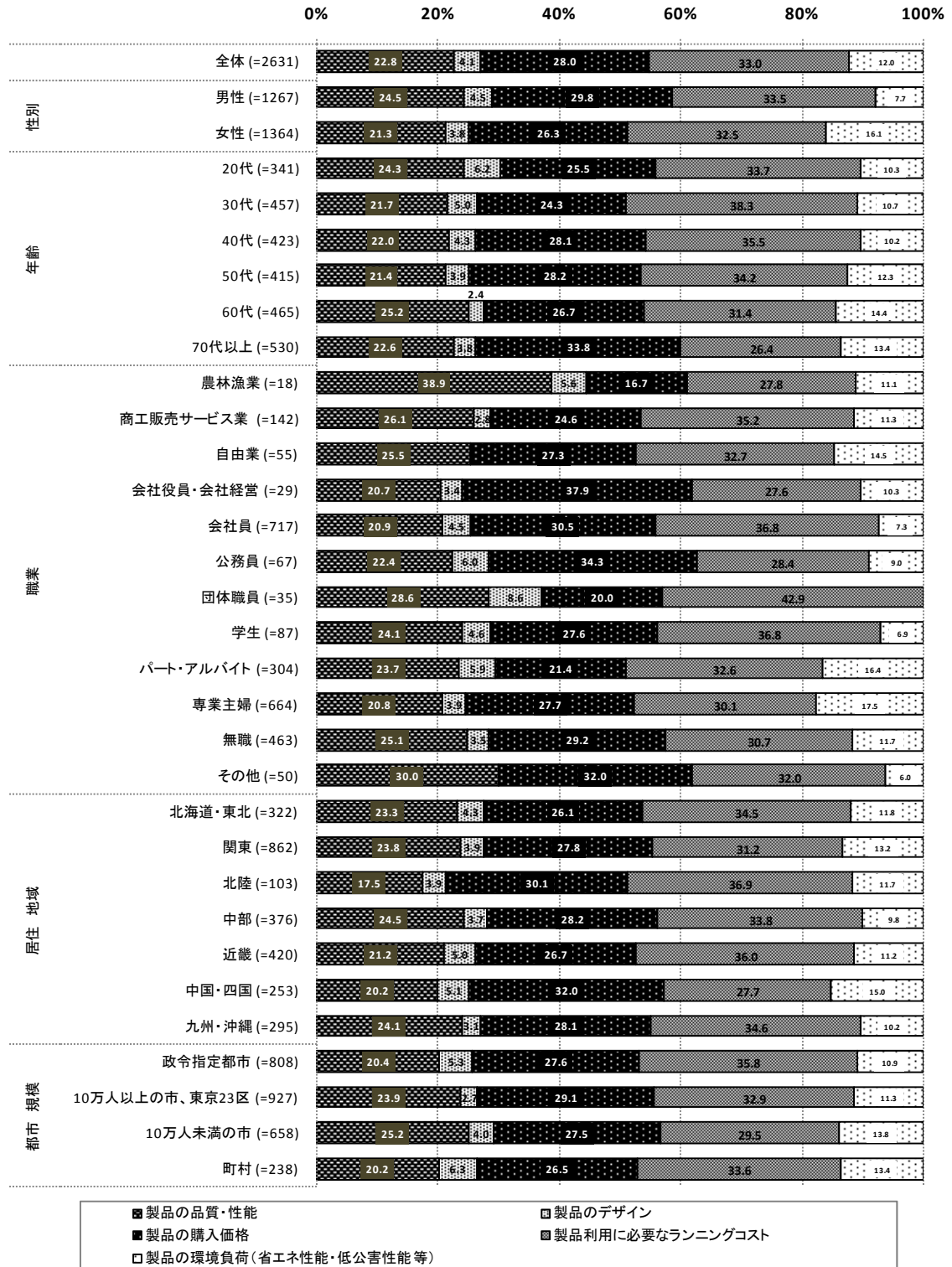
図表 2-115 太陽光発電システム購入時の重視項目



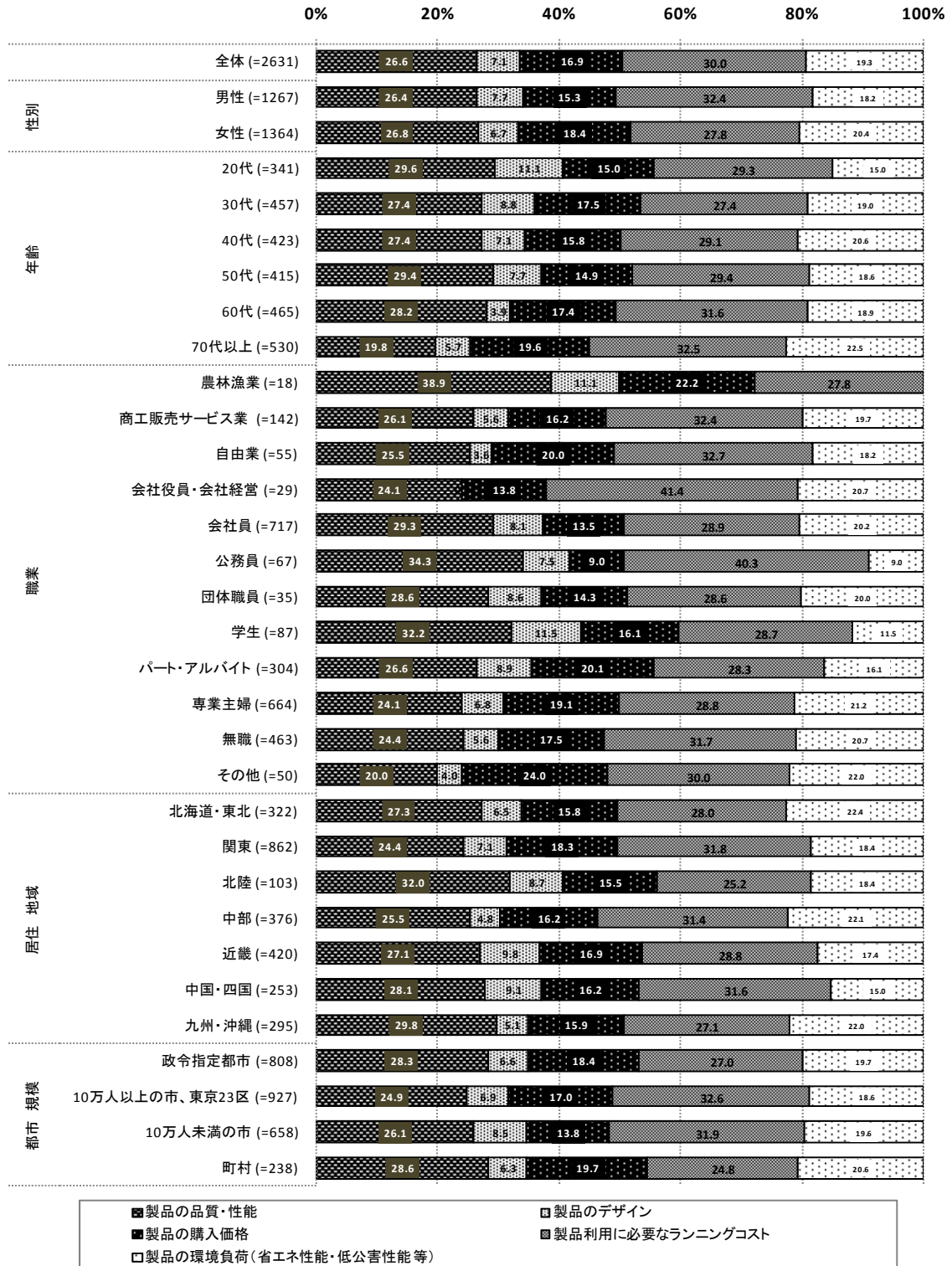
図表 2-116 太陽光発電システム購入時の重視項目 1位 (属性別)



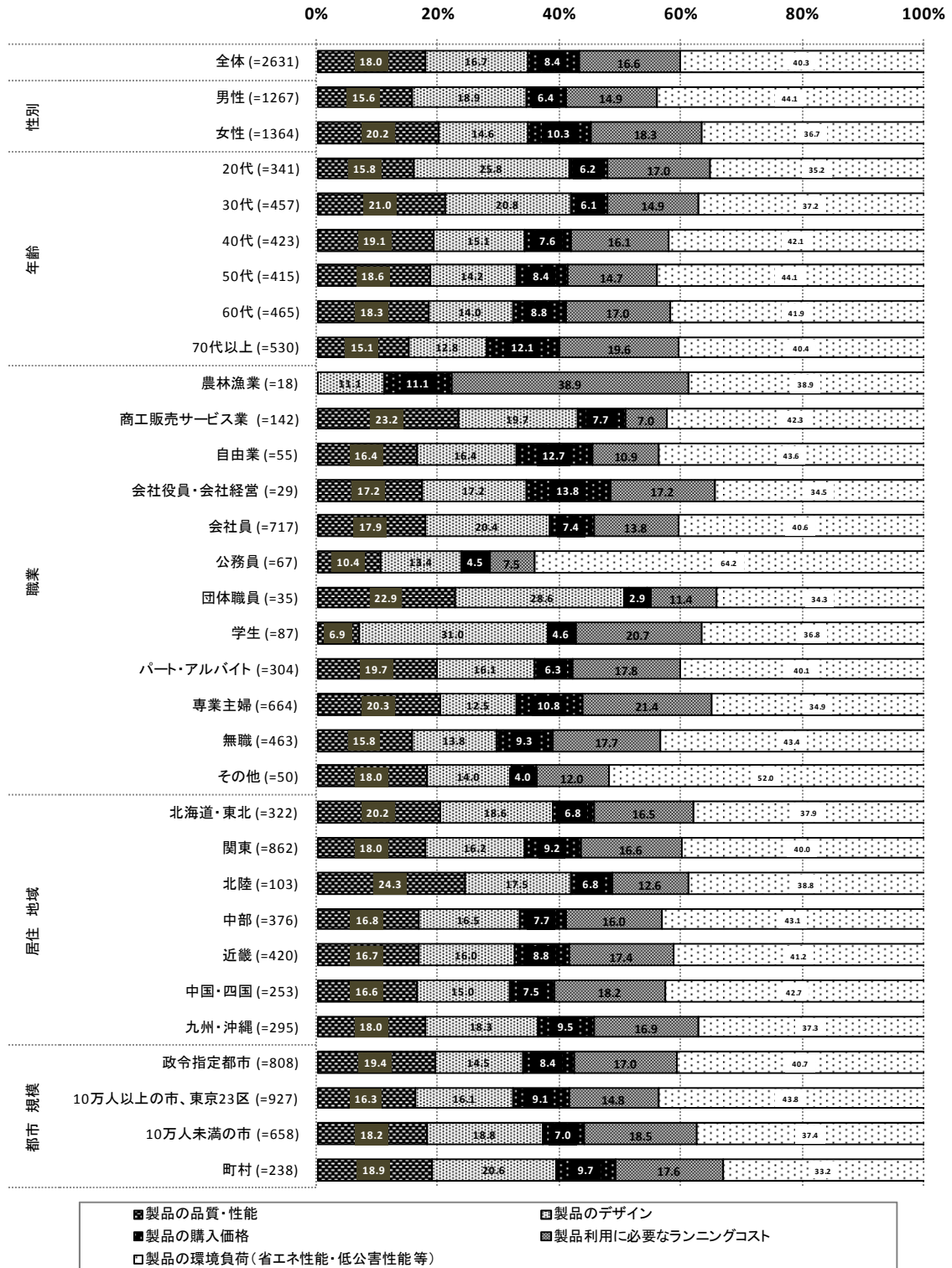
図表 2-117 太陽光発電システム購入時の重視項目 2位 (属性別)



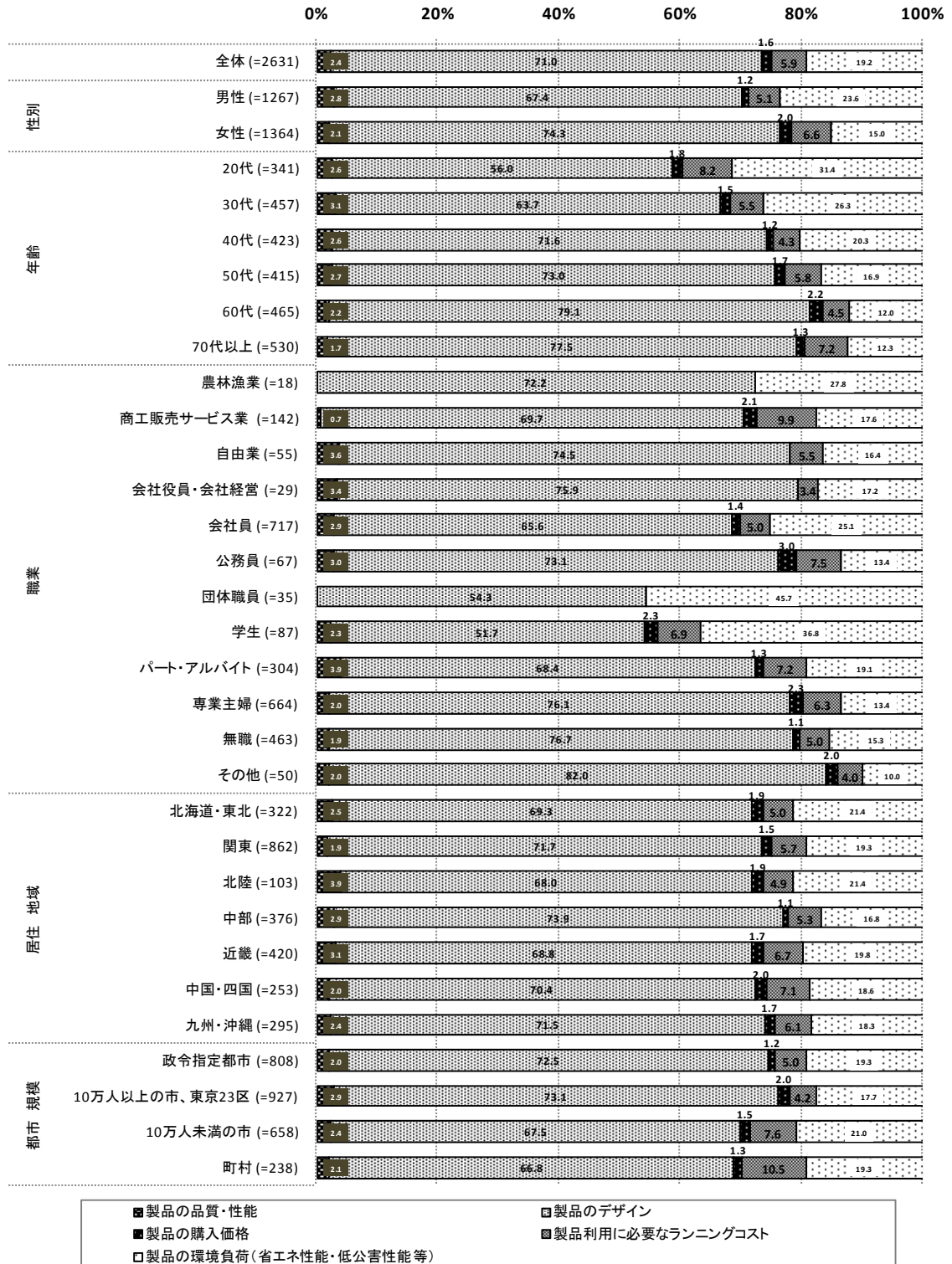
図表 2-118 太陽光発電システム購入時の重視項目 3位 (属性別)



図表 2-119 太陽光発電システム購入時の重視項目 4位 (属性別)



図表 2-120 太陽光発電システム購入時の重視項目 5位 (属性別)



HEMS（ホームエネルギーマネジメントシステム）

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

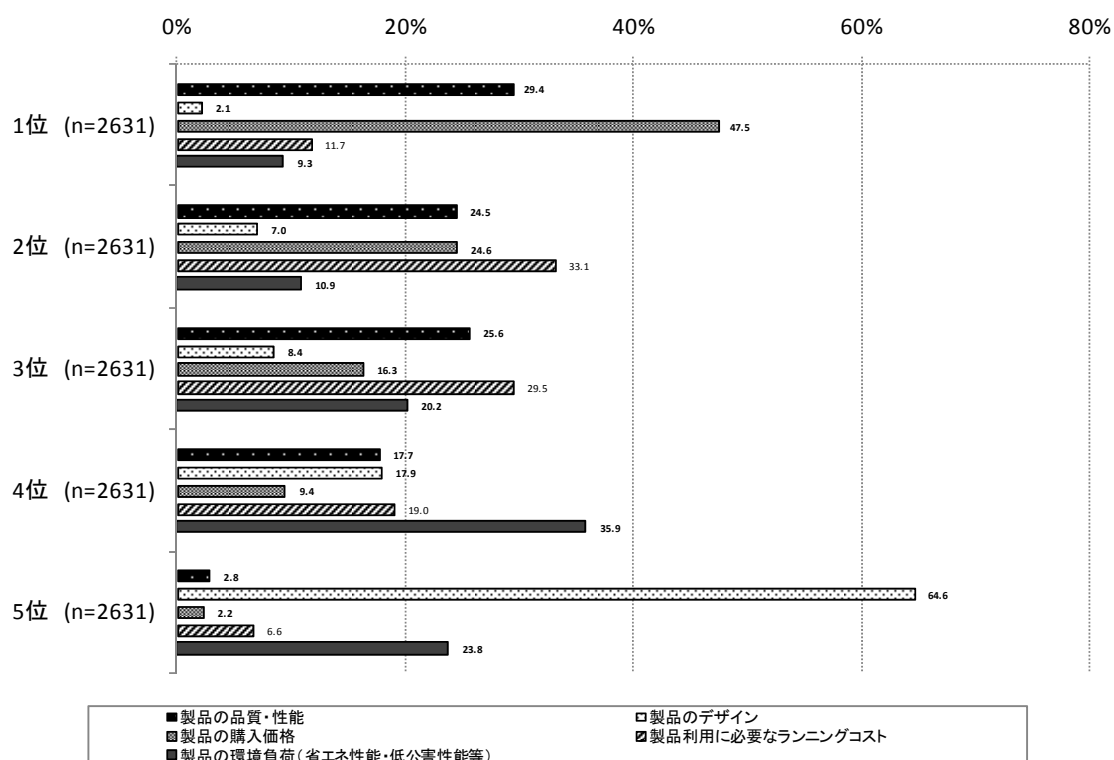
HEMS 購入時の重視項目 1 位として回答が多かったものは、「製品の購入価格」で 48% となっており、多くの人々が最も重視している。また、「製品の品質・性能」も 29% と比較的重視されている。2 位、3 位では「製品利用に必要なランニングコスト」と回答した人が多くそれぞれ 30% 以上となっている。4 位では、「製品の環境負荷」が 36%、5 位では「製品のデザイン」が 65% と多くなっている。

HEMS 購入時には、「購入価格」を最も重視する人が多く、次いで「品質・性能」、「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。

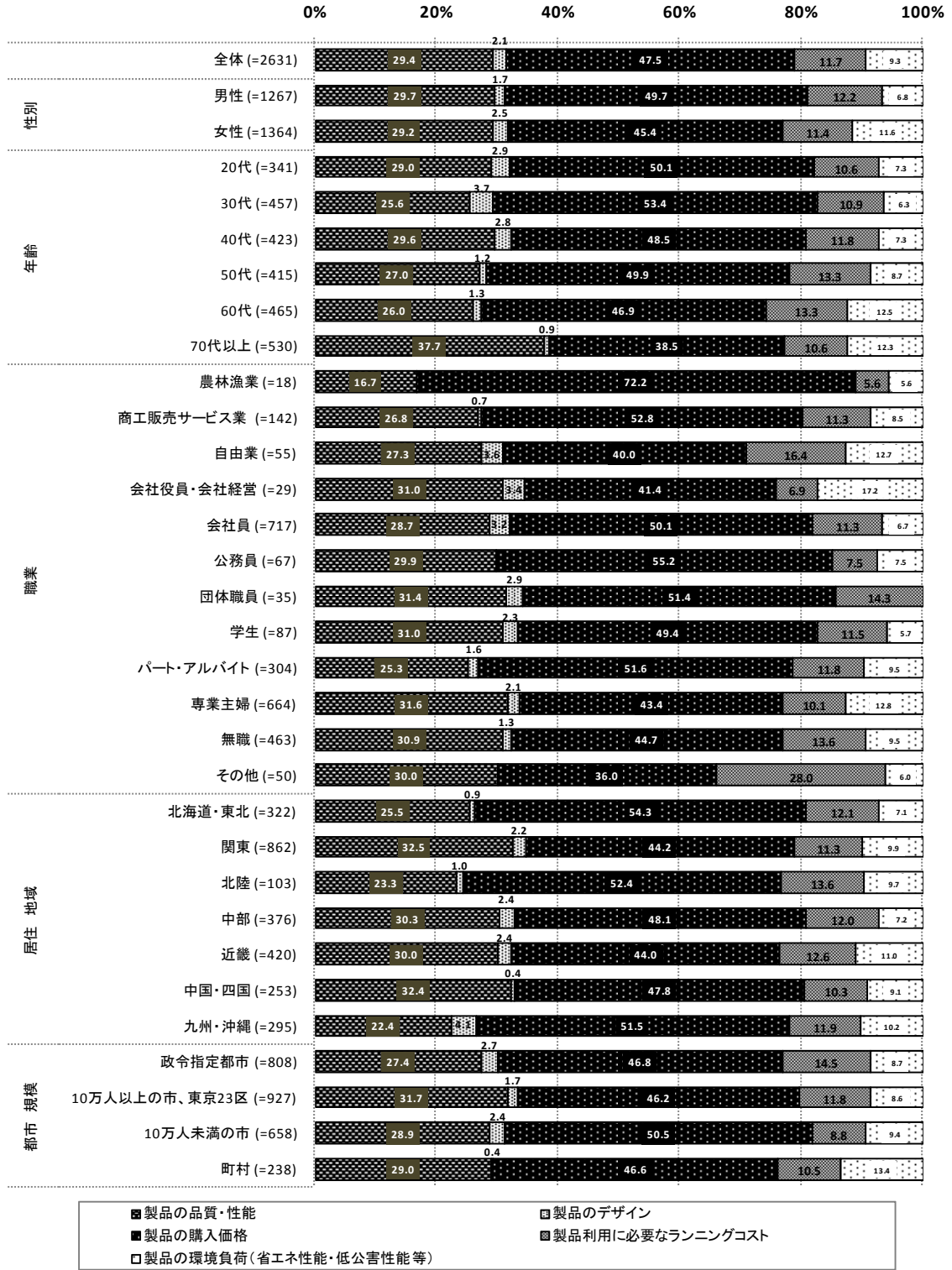
性別では、女性は男性よりも「環境負荷」を重視する傾向がみられる。

年代別では 20 代で、「環境負荷」をあまり重視しない傾向が強くみられる。また、70 代以上では特に「製品の品質・性能」を重視する傾向が強くみられる。

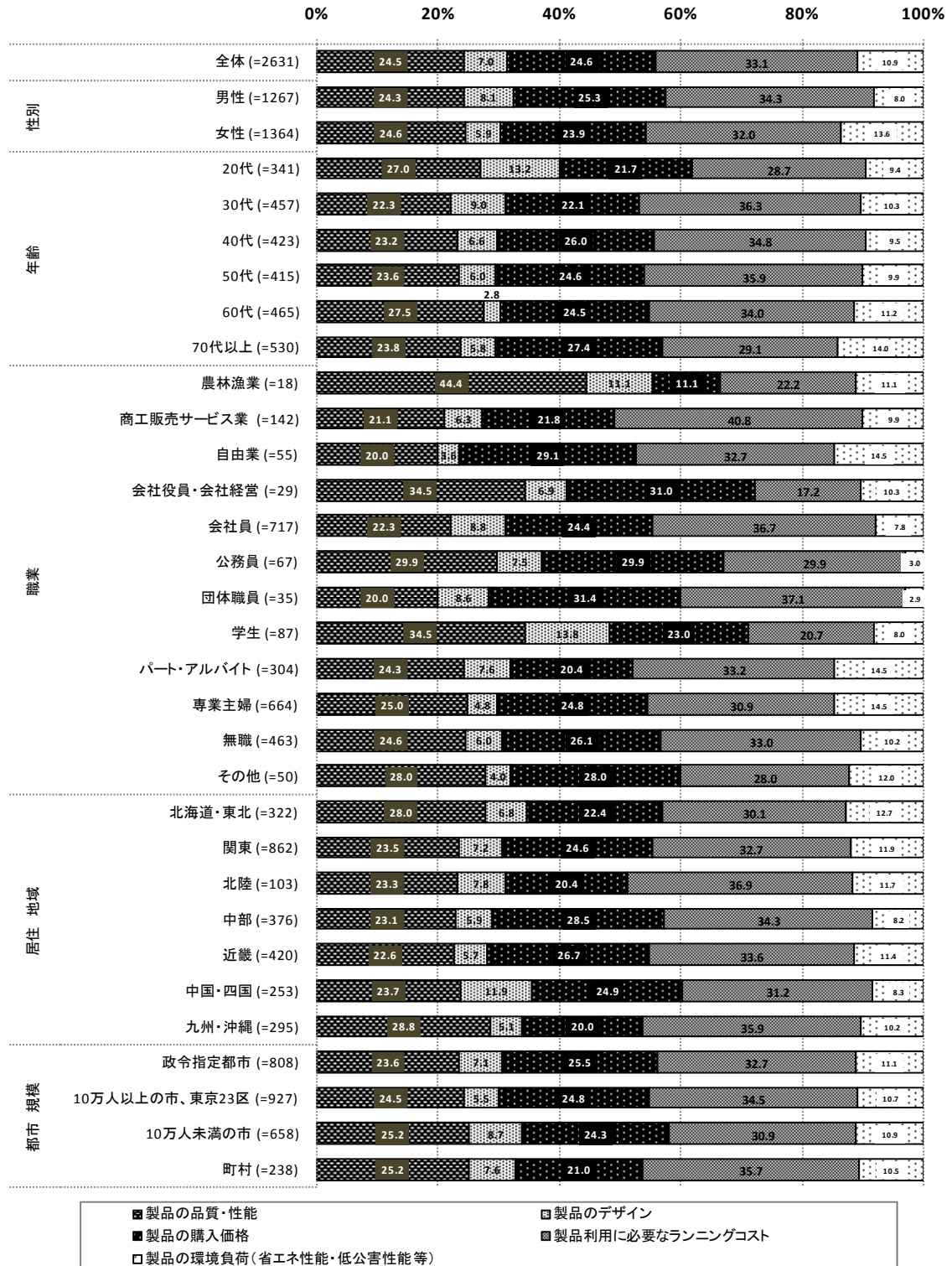
図表 2-121 HEMS 購入時の重視項目



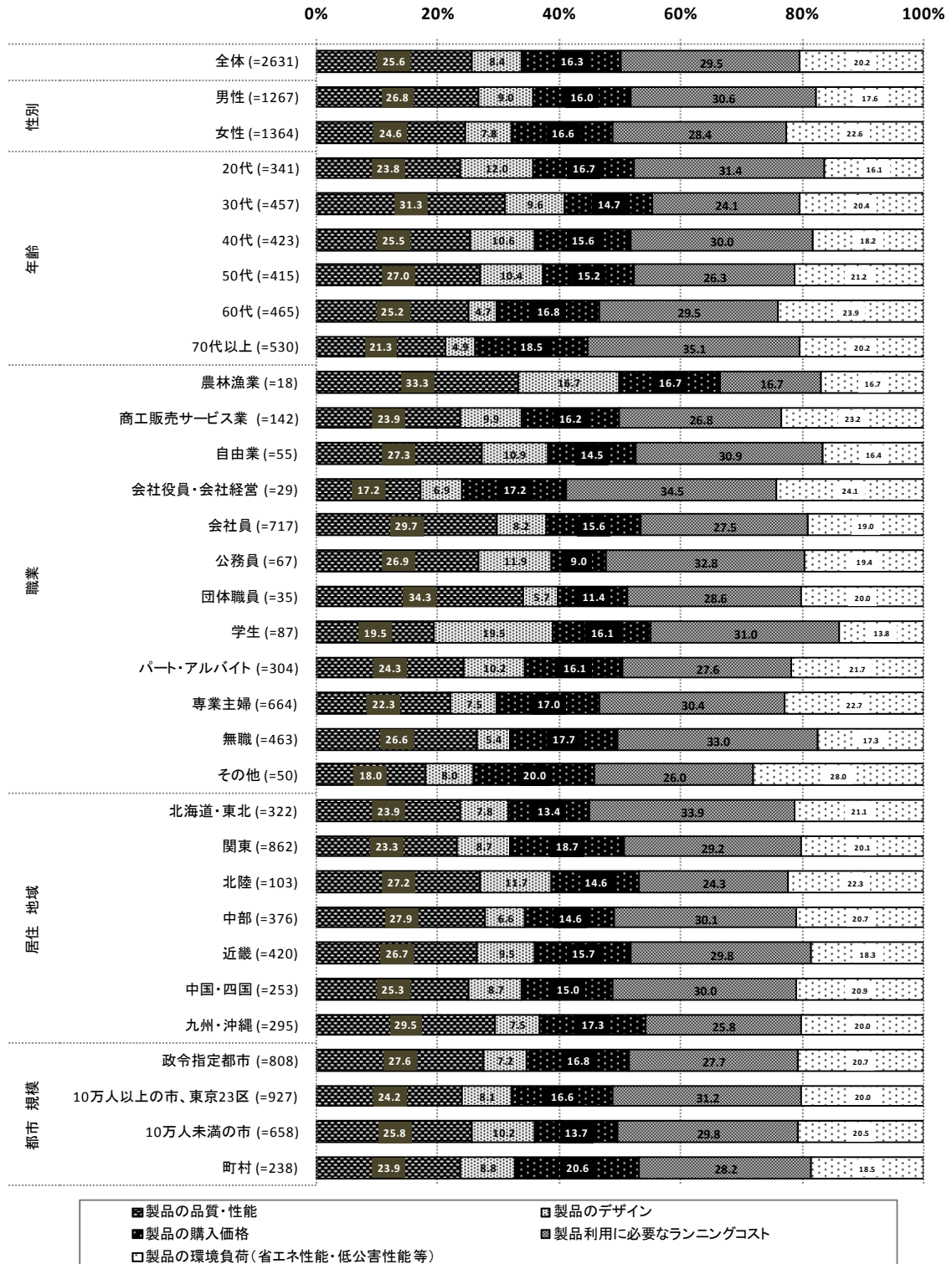
図表 2-122 HEMS購入時の重視項目 1位 (属性別)



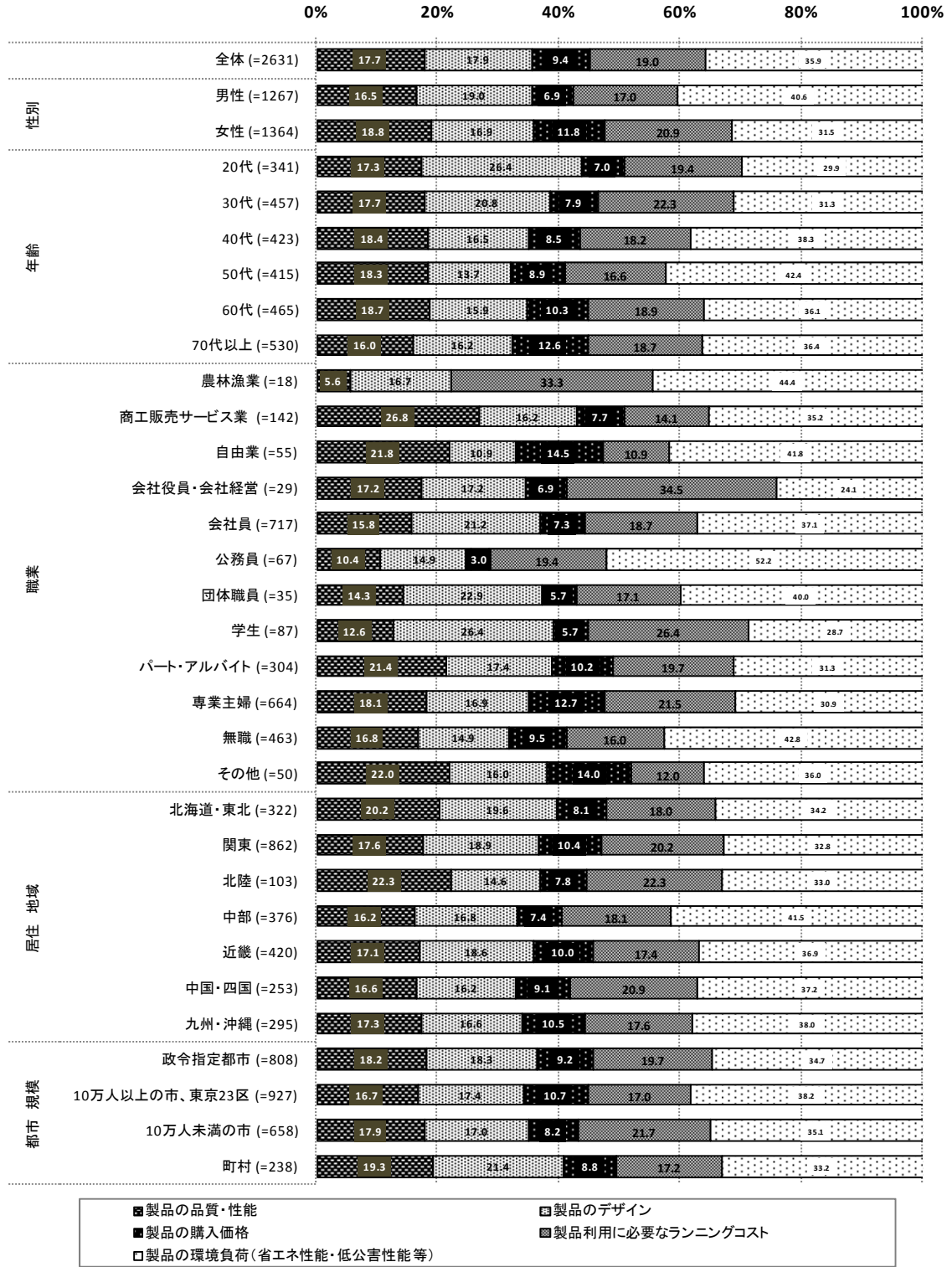
図表 2-123 HEMS購入時の重視項目 2位 (属性別)



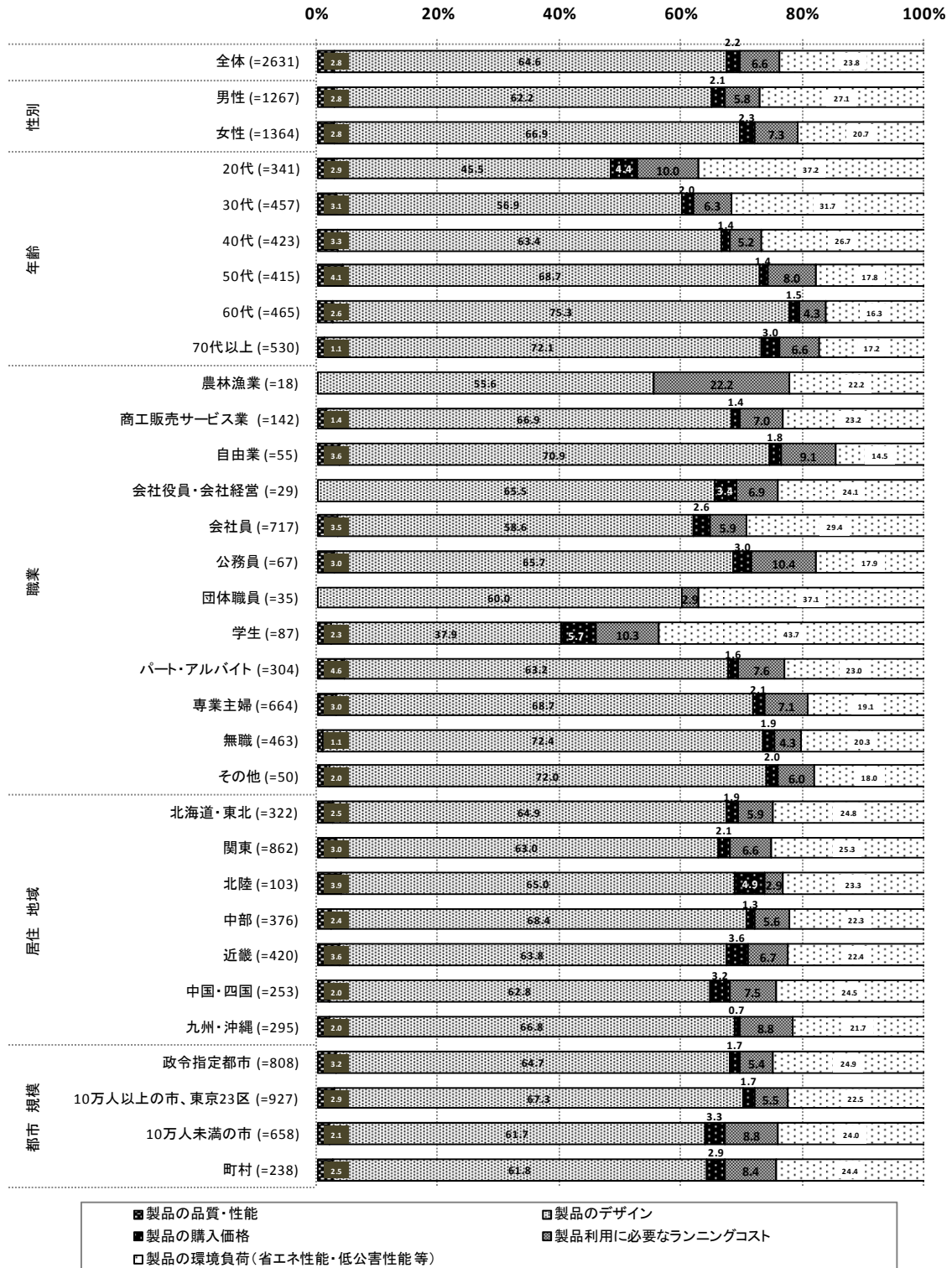
図表 2-124 HEMS購入時の重視項目 3位 (属性別)



図表 2-125 HEMS購入時の重視項目 4位 (属性別)



図表 2-126 HEMS購入時の重視項目 5位 (属性別)



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)）

全ての項目で 55%以上の方が、「補助金（エコポイントなど）」を支援として望んでいる。環境配慮型自動車については、「補助金（エコポイントなど）」（60%）よりも「税金の減免」（72%）の支援を希望している人が多い。

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）」：70%
- 「リサイクル料金の行政による負担」：47%
- 「税金の減免」：43%

性別で見ると、「リサイクル料金の行政による負担」では、女性が 53%と男性よりも 10ポイント以上多くなっている。

年代別で見ると、「税金の減免」ではおおむね年代が低いほど希望している人が多くなるが、製造時・処分時の情報の開示は年代が高いほど希望している人が多くなる傾向がある。

地域別で見ると、ほとんどの項目について北海道・東北は全体よりも希望している人が多く、関東は全体よりも希望している人が少ない傾向がある。

都市規模別では、町村はほとんどの項目について全体よりも希望している人が多い。

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」：72%
- 「補助金（エコポイントなど）」：59%
- 「リサイクル料金の行政による負担」：34%

性別では、「リサイクル料金の行政による負担」、「製品の処分時の環境負荷に関する情報の開示」で女性が男性よりも 5ポイント以上多くなっている。

年代別で見ると、「補助金（エコポイントなど）」は、年代が上がるほど、希望している人が減る。

地域別で見ると、北海道・東北は全ての項目で全体よりも希望している人が多くなっている。

都市規模別で見ると、「リサイクル料金の行政による負担」は都市規模が小さくなるほど希望する人が多くなっている。

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）」：58%
- 「税金の減免」：43%
- 「製品の使用時の環境負荷に関する情報の開示」：25%

性別でみると、「製品の使用時の環境負荷に関する情報の開示」および「製品の処分時の環境負荷に関する情報の開示」では女性が男性よりも5ポイント以上多くなっている。男性は「特に支援はらない」が21%と比較的多くなっている。

年代別でみると、「製品の製造時の環境負荷に関する情報の開示」および「製品の処分時の環境負荷に関する情報の開示」について、70代以上が全体よりも5ポイント以上多くなっている。

地域別でみると、北海道・東北は全ての項目で全体よりも希望している人が多くなっている。

都市規模別では特に大きな差はみられない。

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）」：68%
- 「税金の減免」：55%
- 「製品の使用時の環境負荷に関する情報の開示」：25%

性別でみると、「製品の使用時の環境負荷に関する情報の開示」および「製品の処分時の環境負荷に関する情報の開示」では女性が男性よりも5ポイント以上高くなっている。

年代別でみると、20代、30代、40代は70%以上が「補助金（エコポイントなど）」を希望している。「税金の減免」は年代が下がるほど希望する人が多い傾向がある。

地域別でみると、北海道・東北は全ての項目で全体よりも希望している人が多くなっている。

都市規模別でみると、「製品の使用時の環境負荷に関する情報の開示」は都市規模が小さくなるほど希望する人が多くなっている。

HEMS（ホームエネルギーマネジメントシステム）

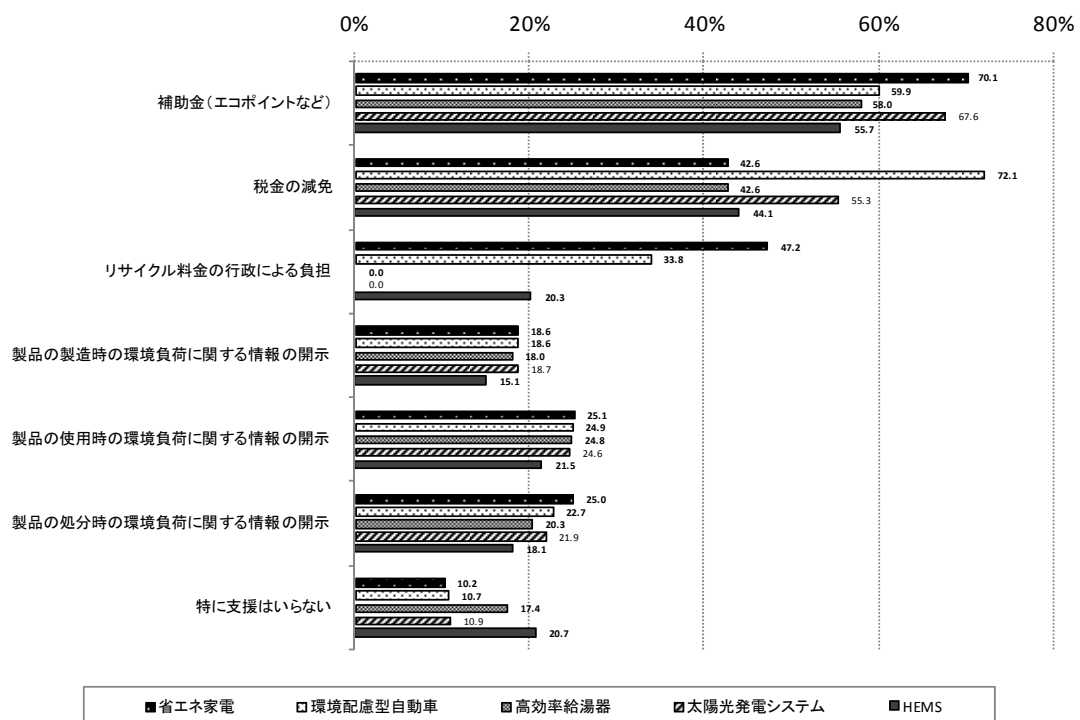
HEMS 購入時に希望する支援の上位3項目は下記となっている。

- 「補助金（エコポイントなど）」：56%
- 「税金の減免」：44%
- 「製品の使用時の環境負荷に関する情報の開示」：22%

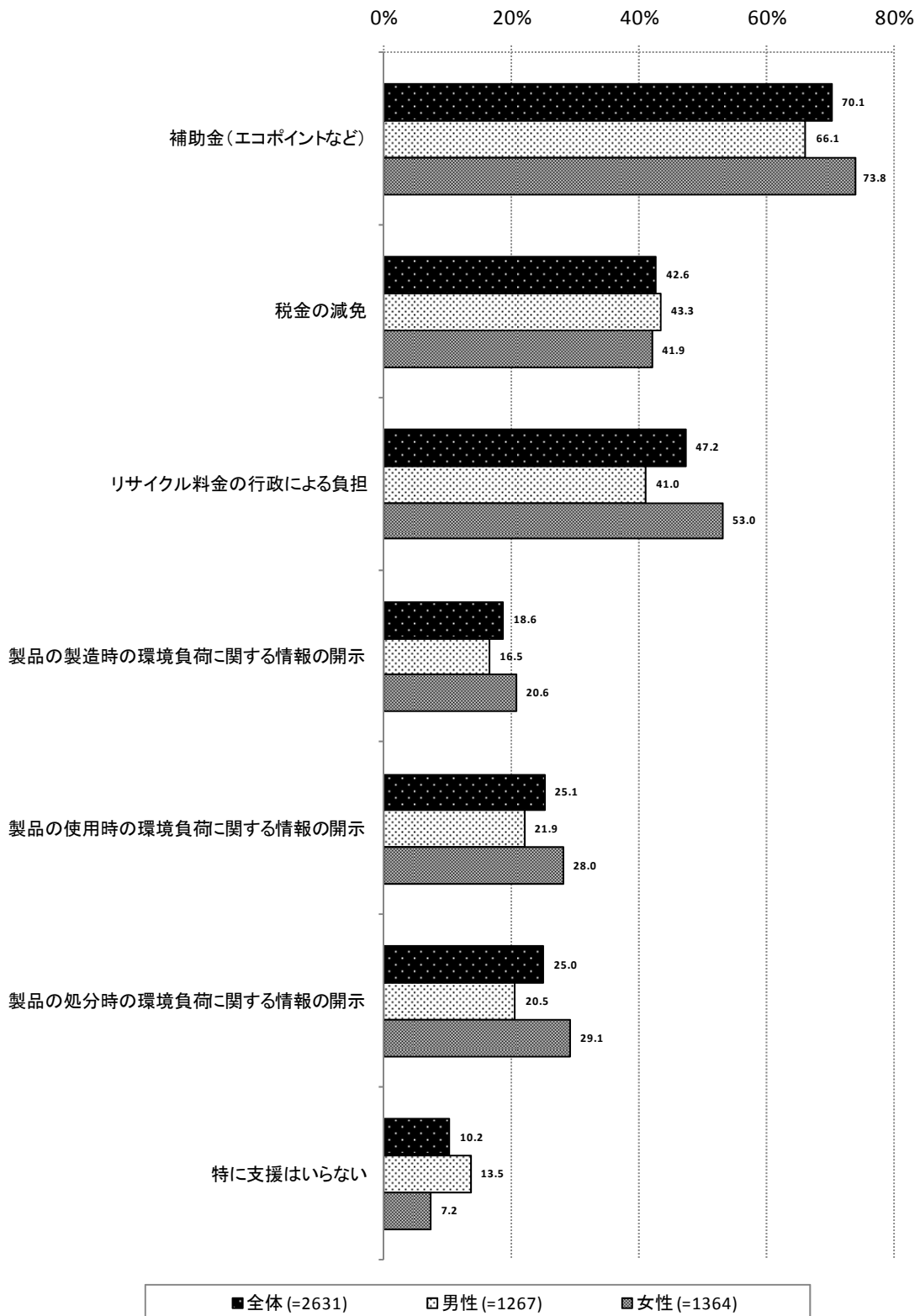
性別でみると、「製品の製造時の環境負荷に関する情報の開示」、「製品の使用時の環境負荷に関する情報の開示」および「製品の処分時の環境負荷に関する情報の開示」では女性が男性よりも5ポイント以上多くなっている。男性は「特に支援はらない」が23%と比較的多くなっている。

年代別でみると、60代、70代以上では、「特に支援はらない」が25%以上と比較的多くなっている。

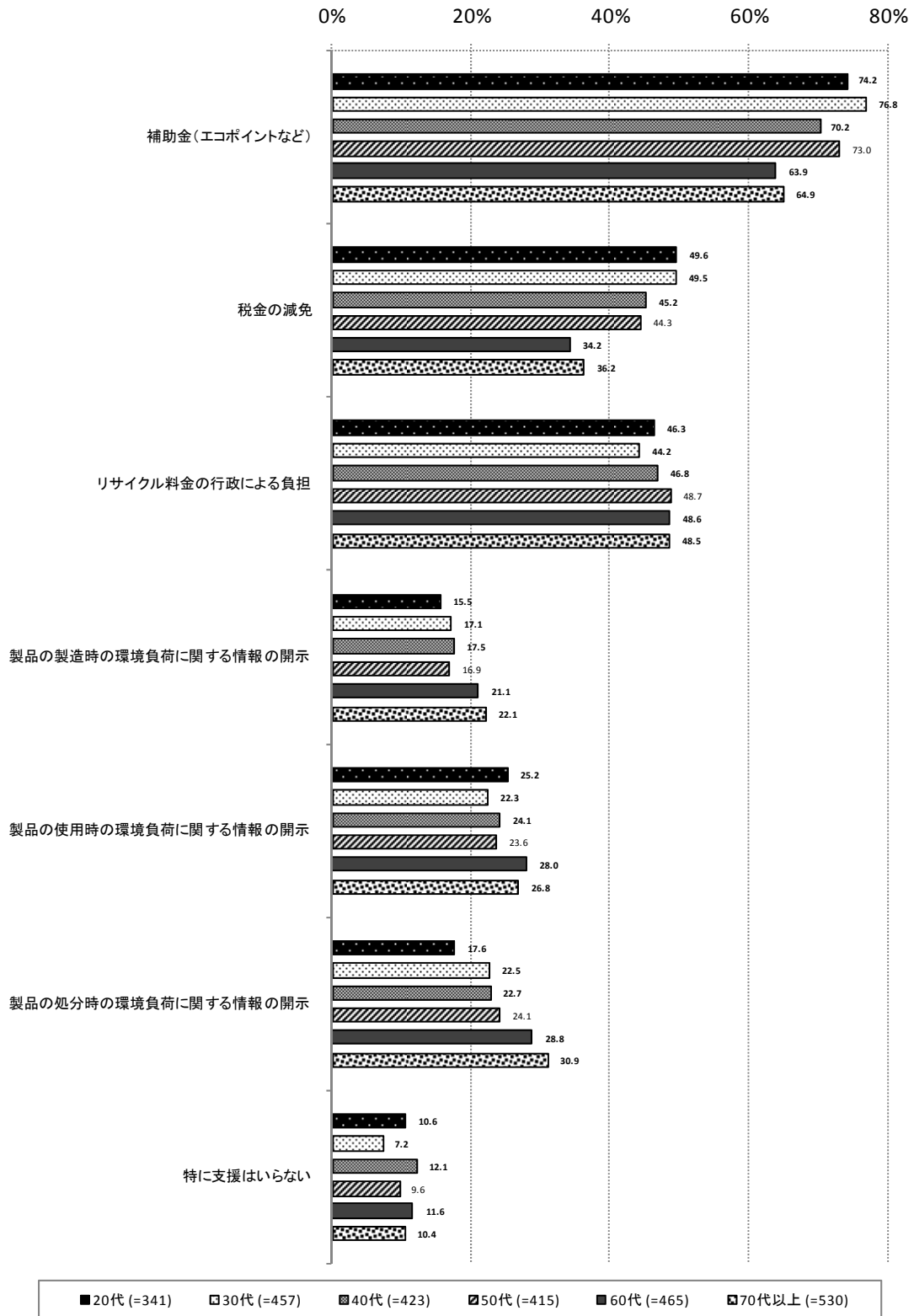
図表 2-127 環境に配慮した製品購入時に希望する支援



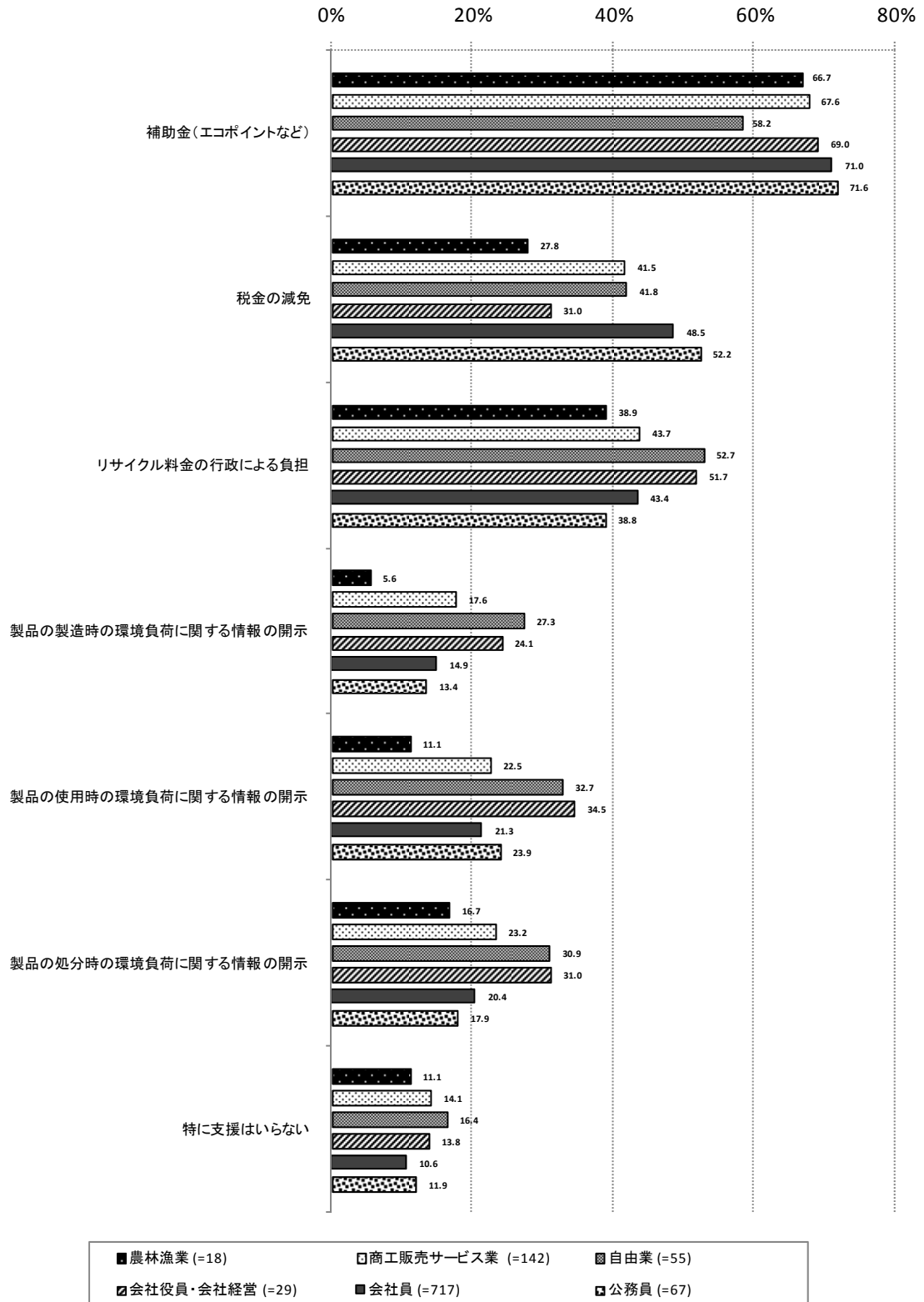
図表 2-128 省エネ家電購入時に希望する支援（全体、性別）



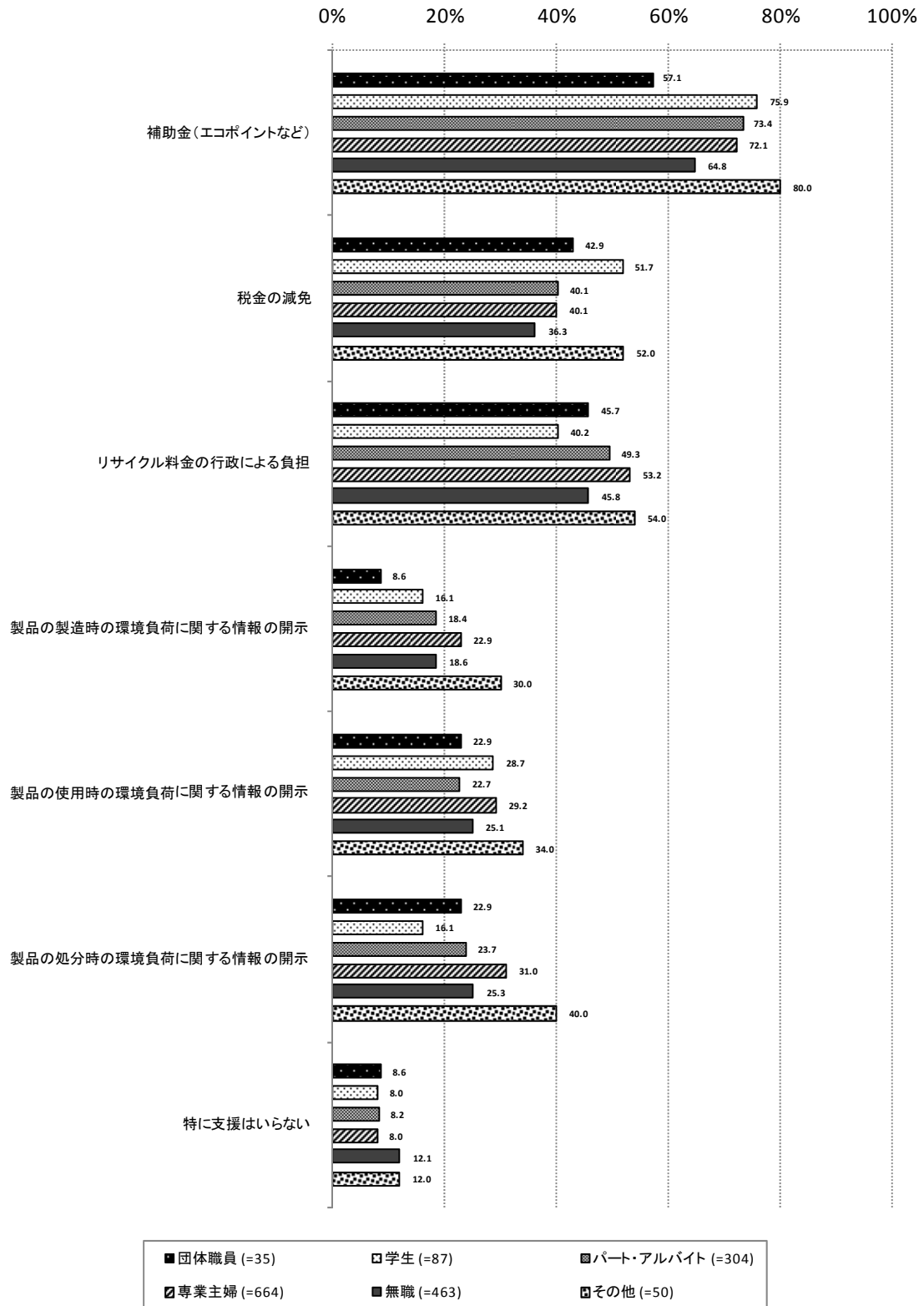
図表 2-129 省エネ家電購入時に希望する支援（年代別）



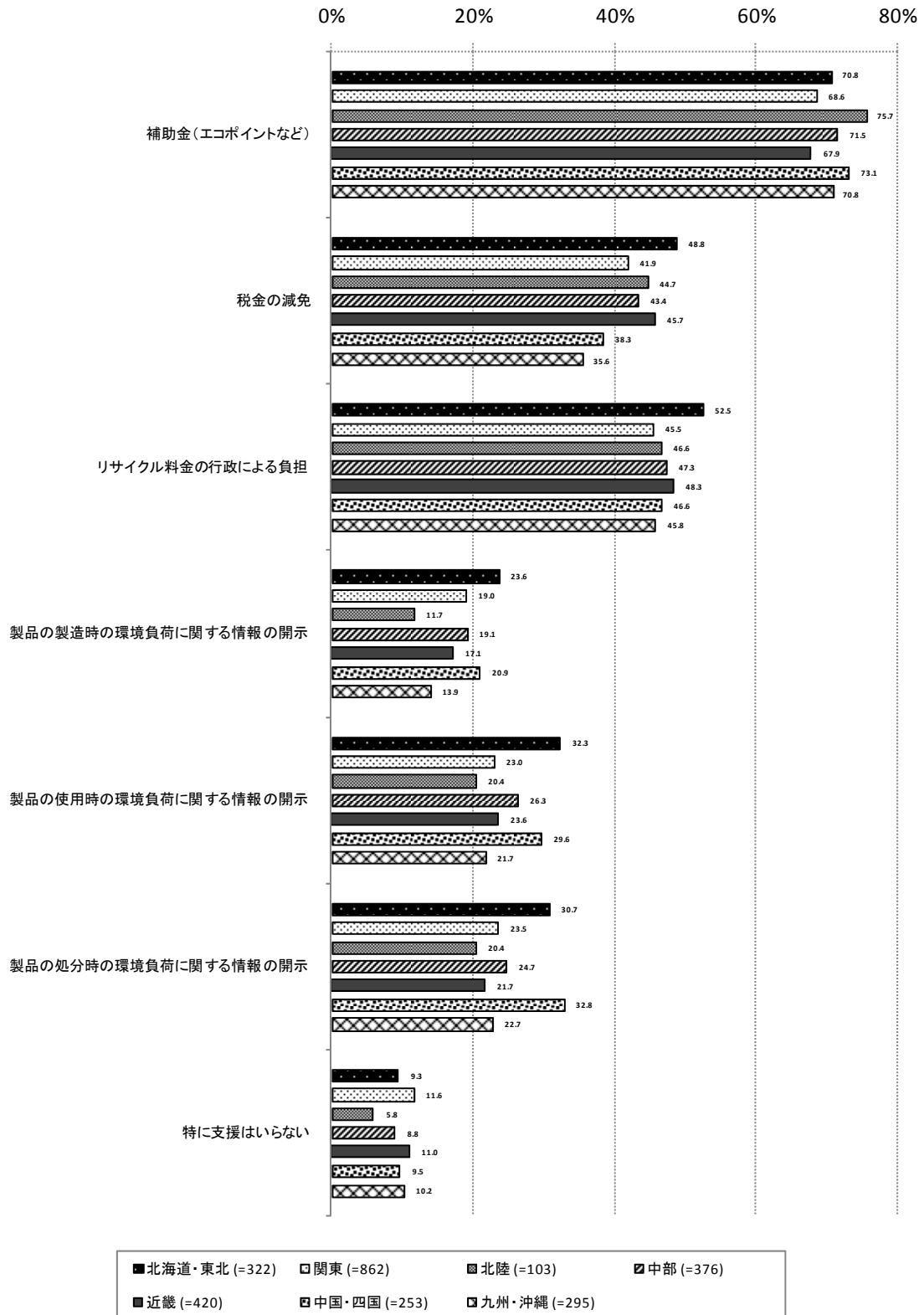
図表 2-130 省エネ家電購入時に希望する支援（職業別 1/2）



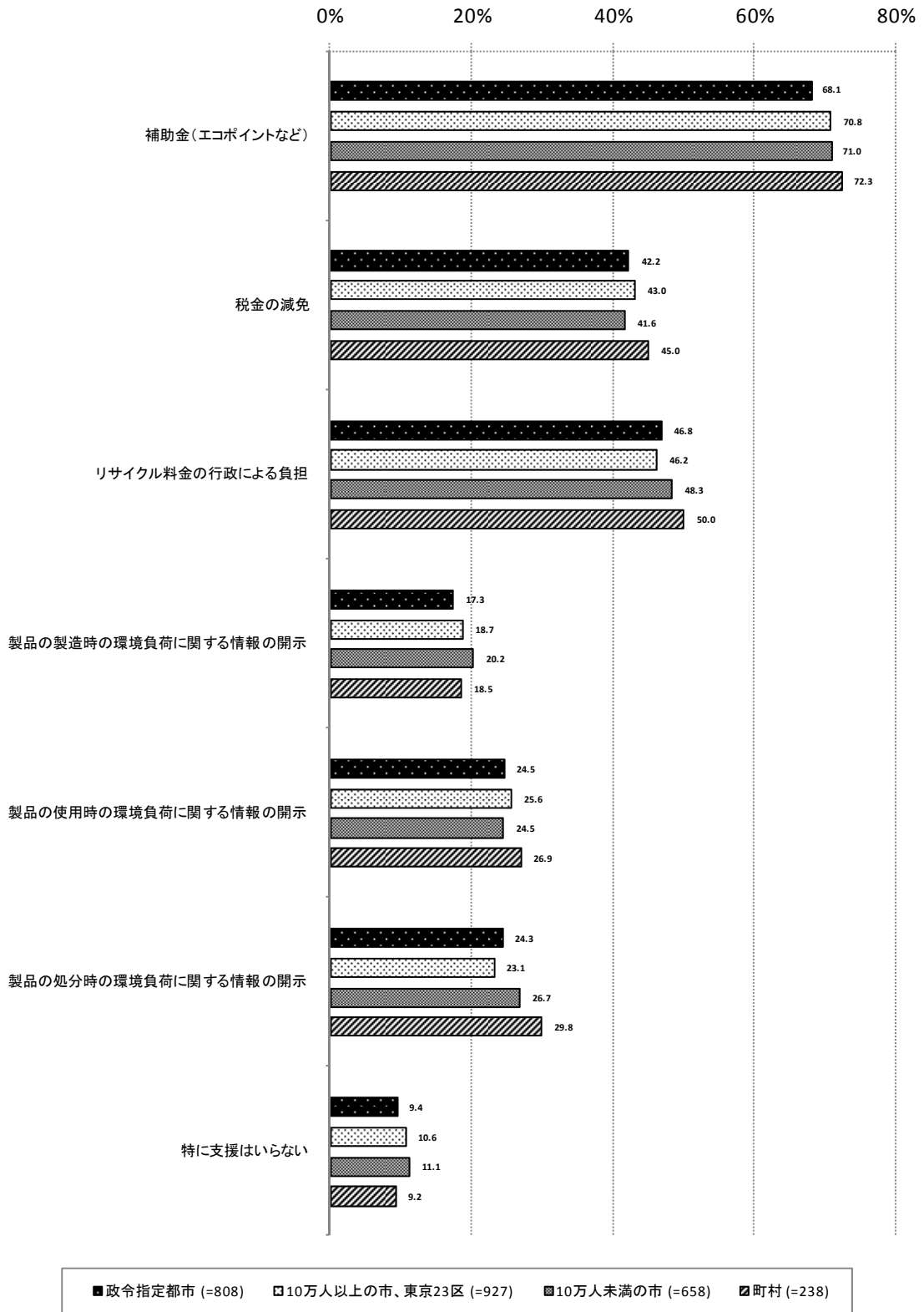
図表 2-131 省エネ家電購入時に希望する支援（職業別 2/2）



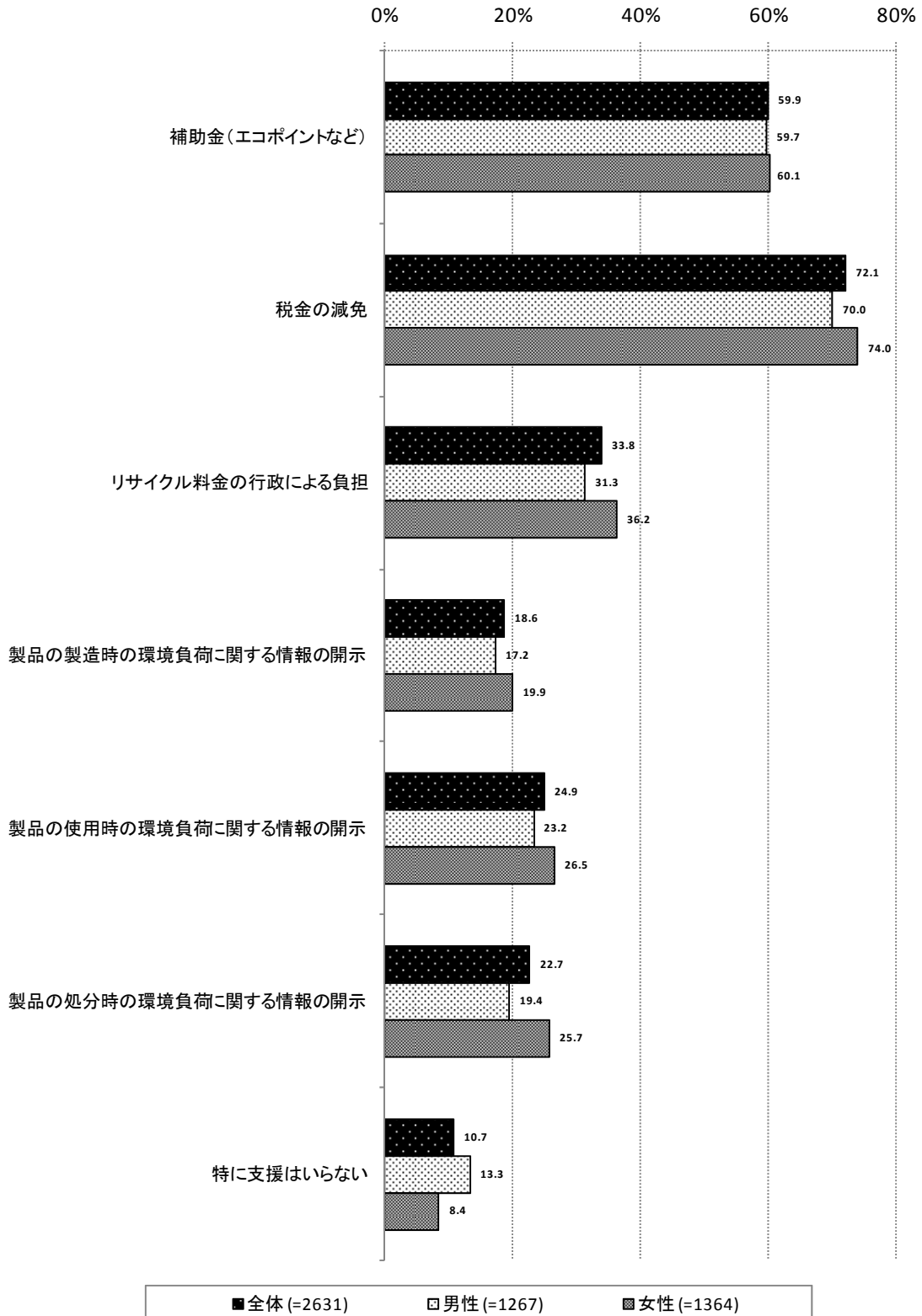
図表 2-132 省エネ家電購入時に希望する支援（地域別）



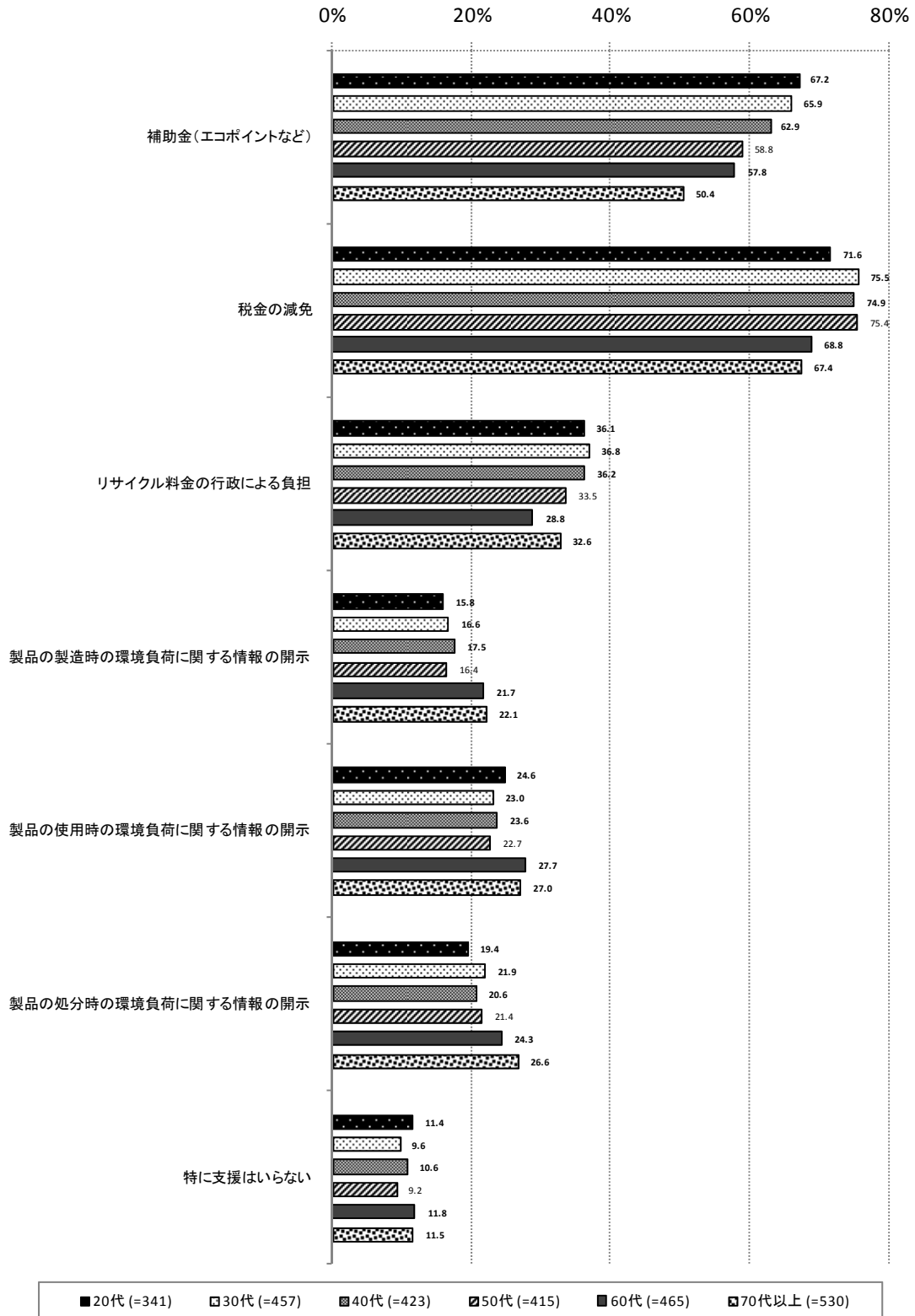
図表 2-133 省エネ家電購入時に希望する支援（都市規模別）



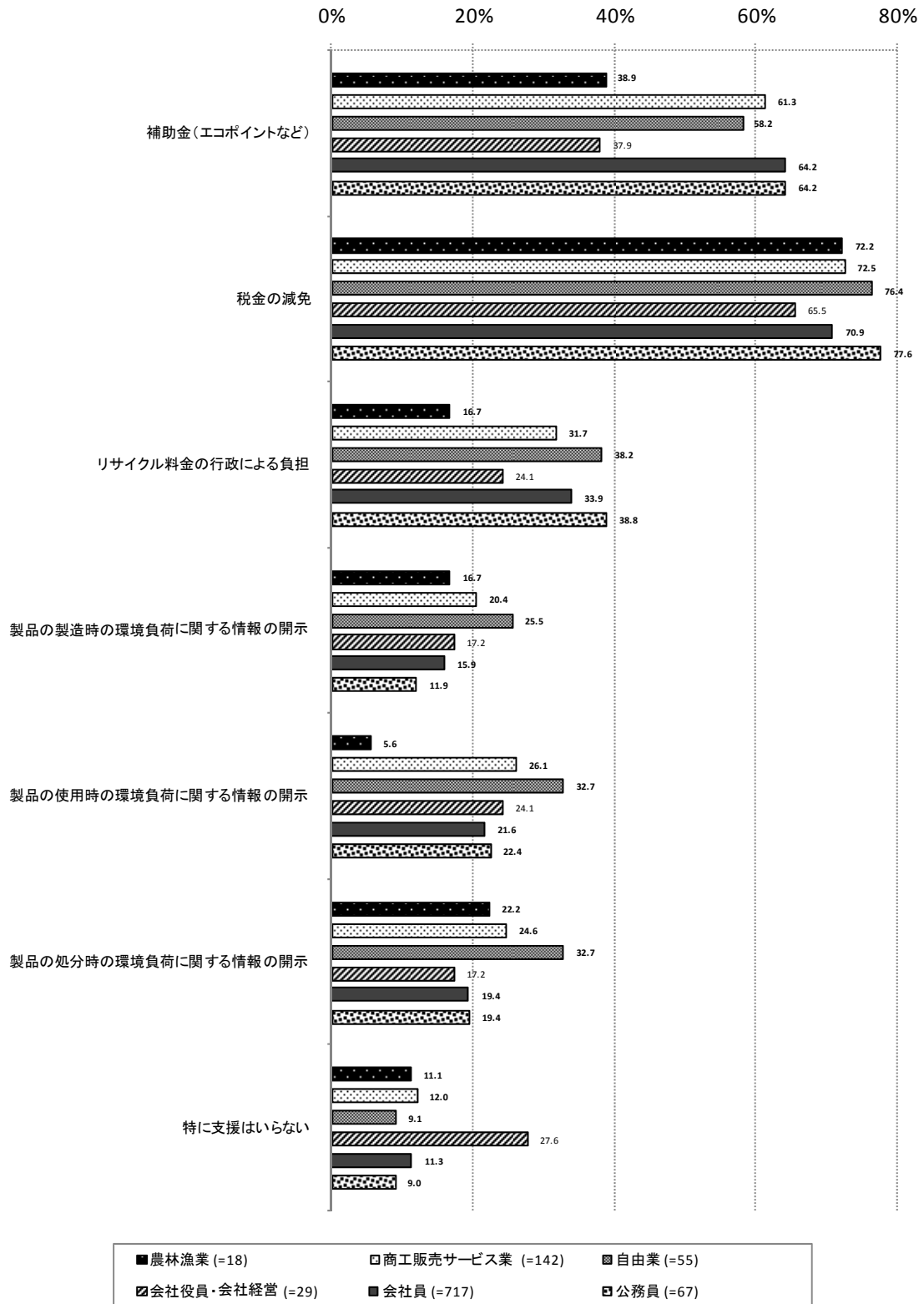
図表 2-134 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（全体、性別）



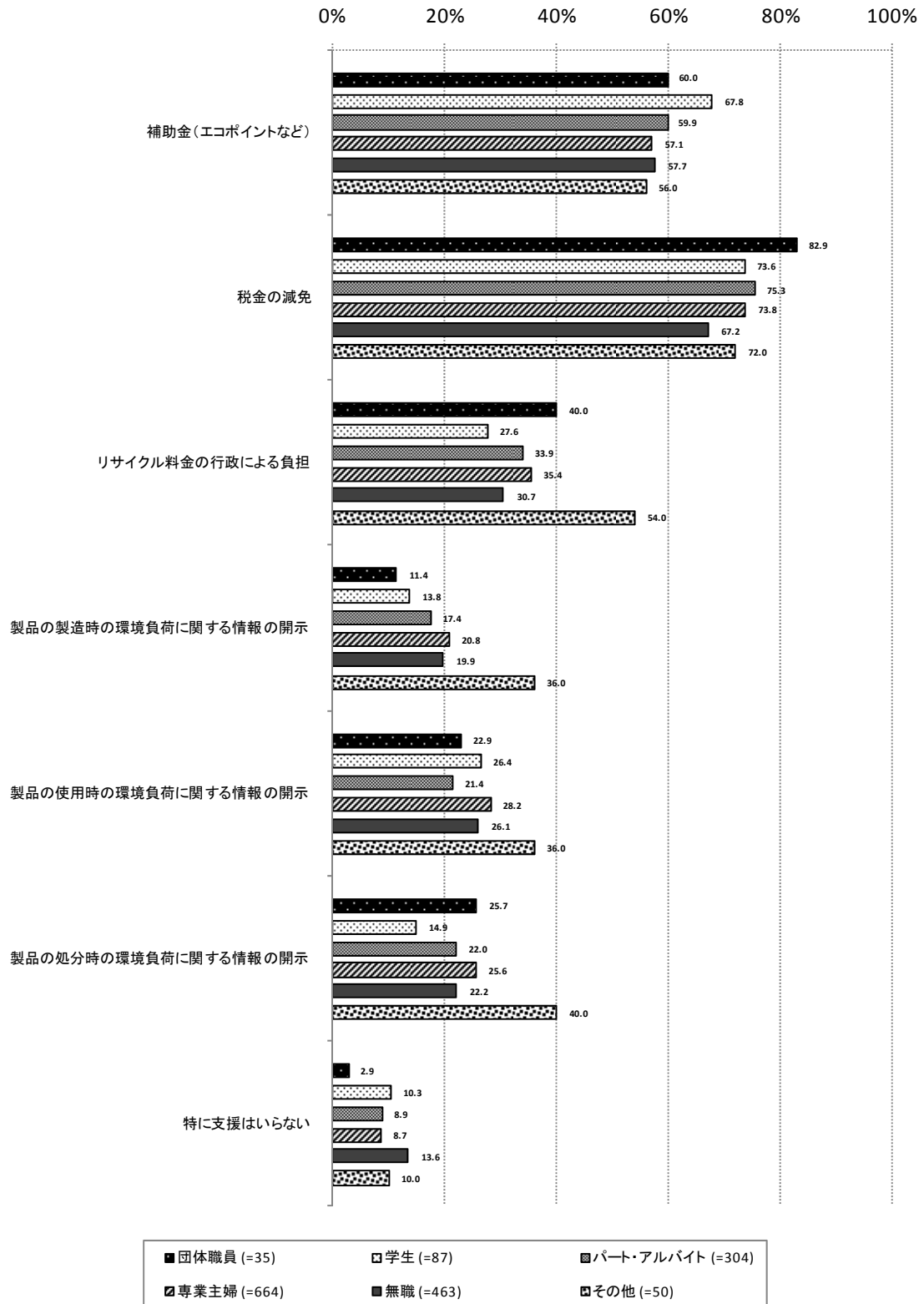
図表 2-135 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（年代別）



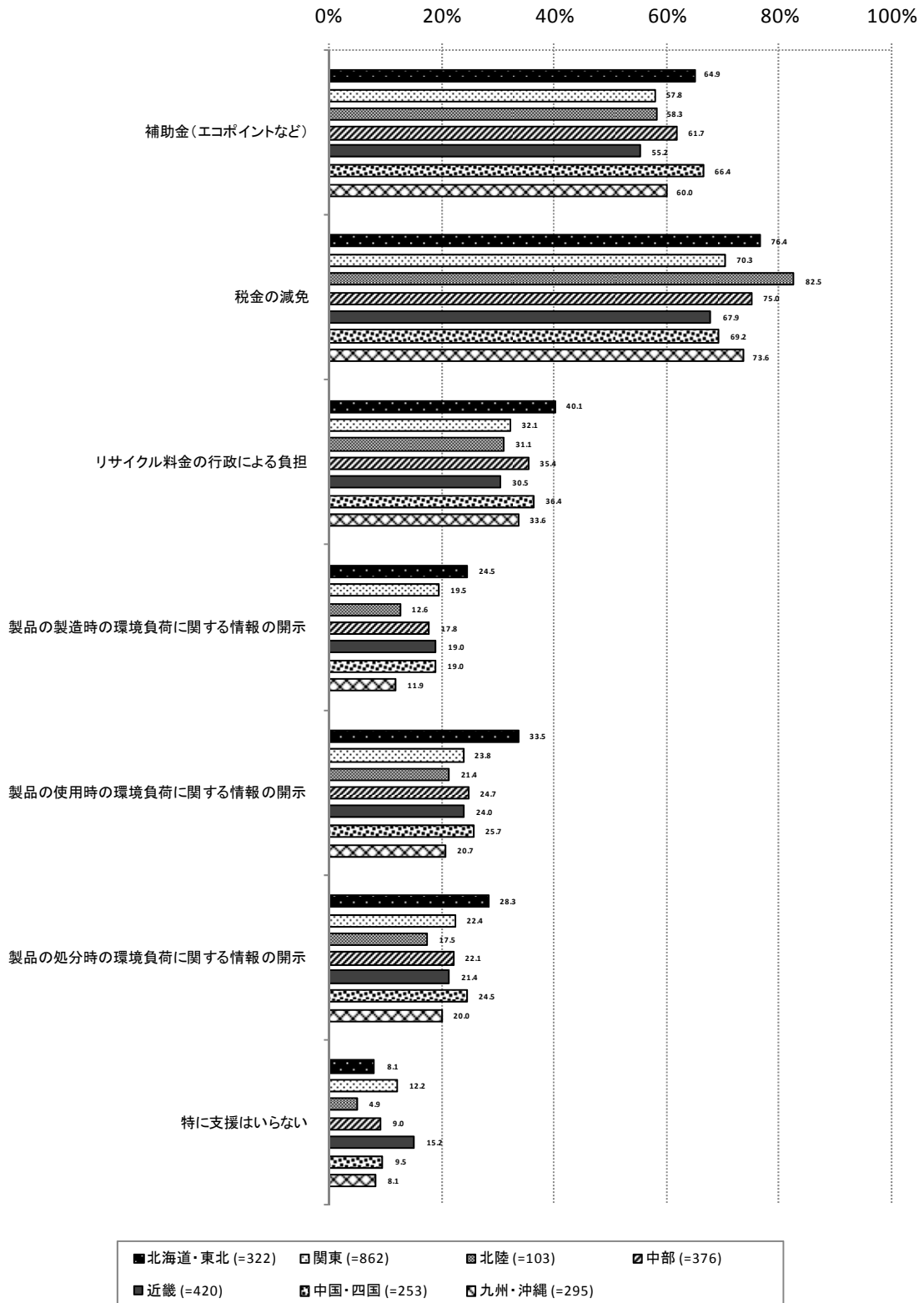
図表 2-136 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（職業別 1/2）



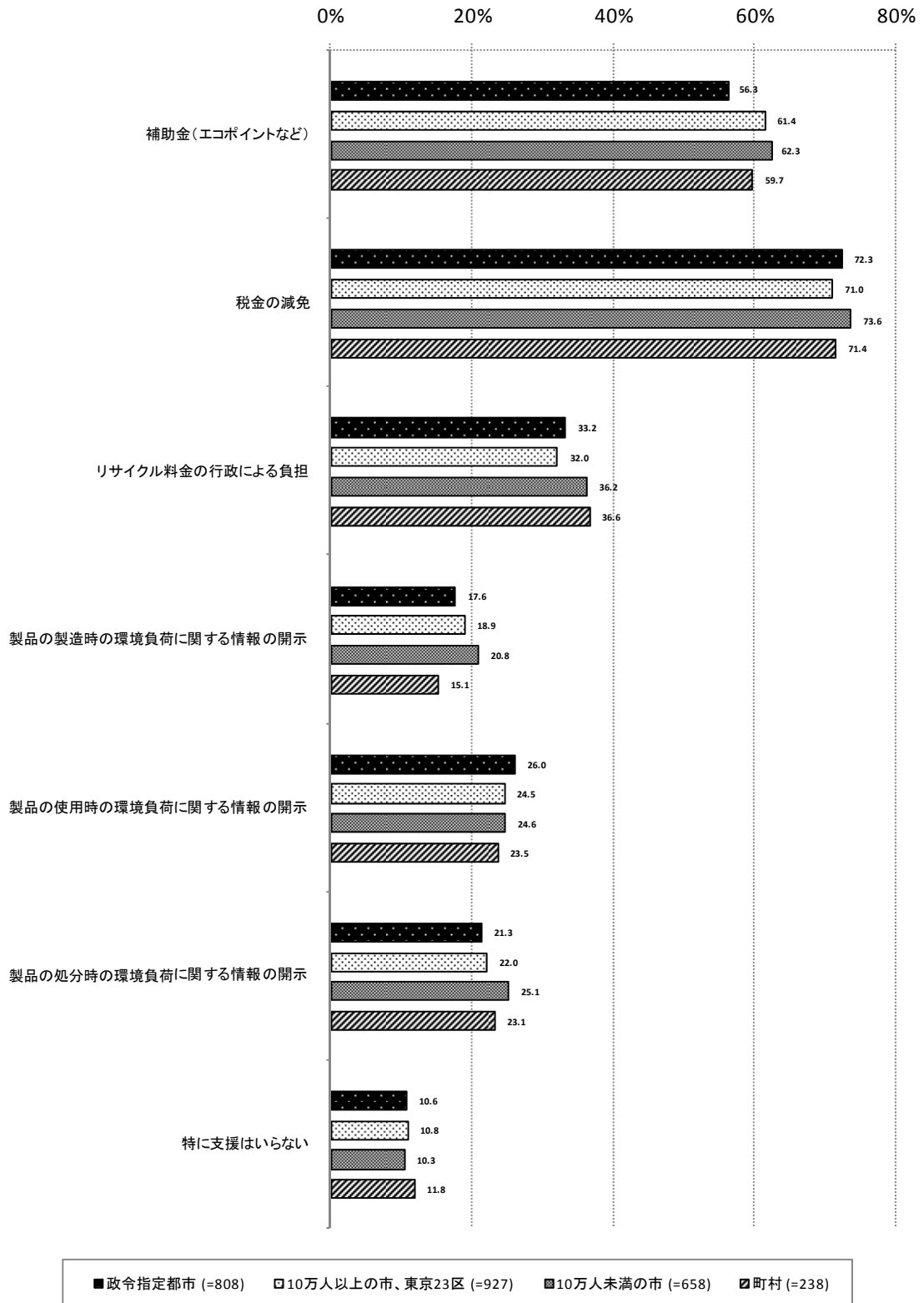
図表 2-137 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（職業別 2/2）



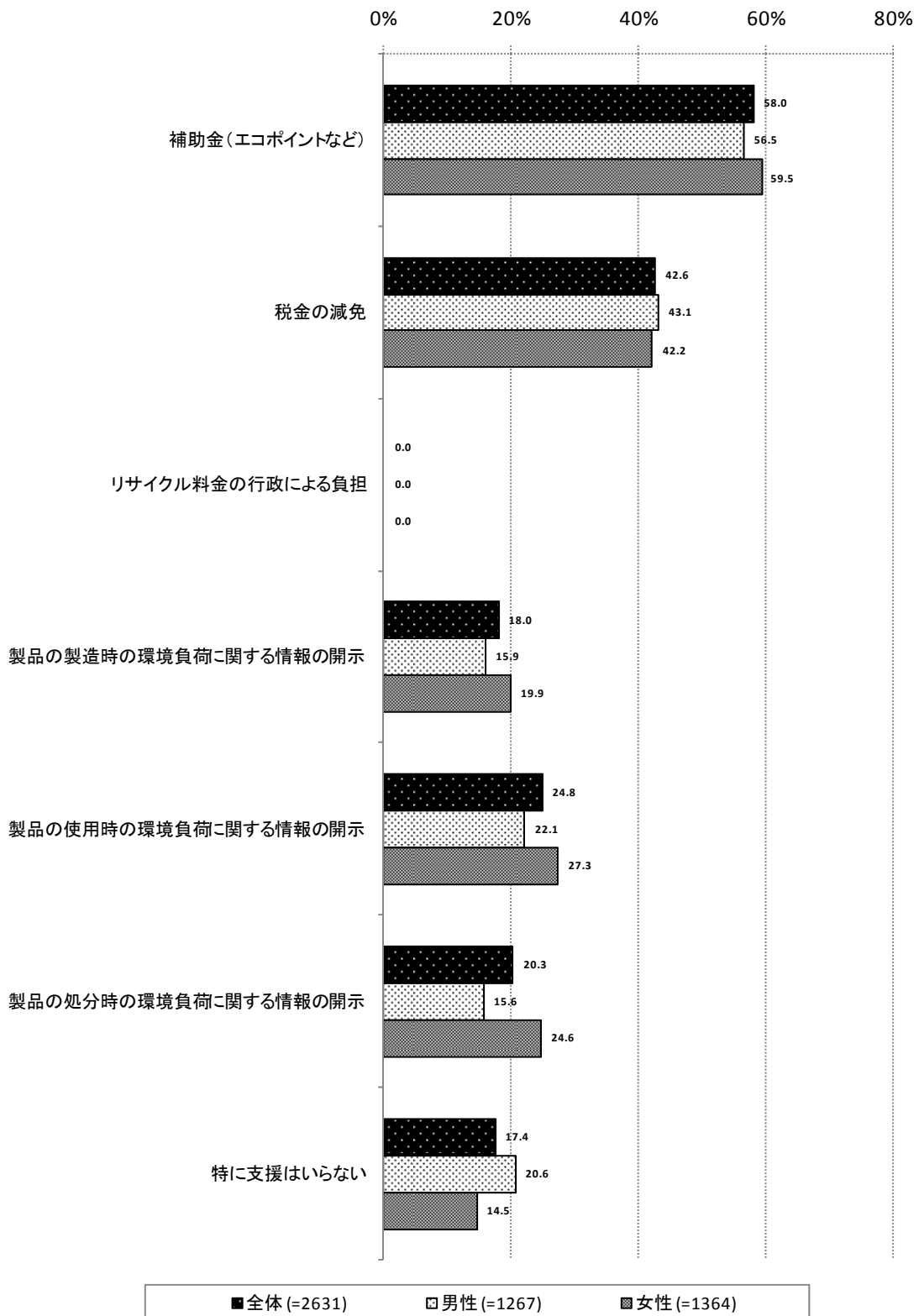
図表 2-138 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（地域別）



図表 2-139 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（都市規模別）

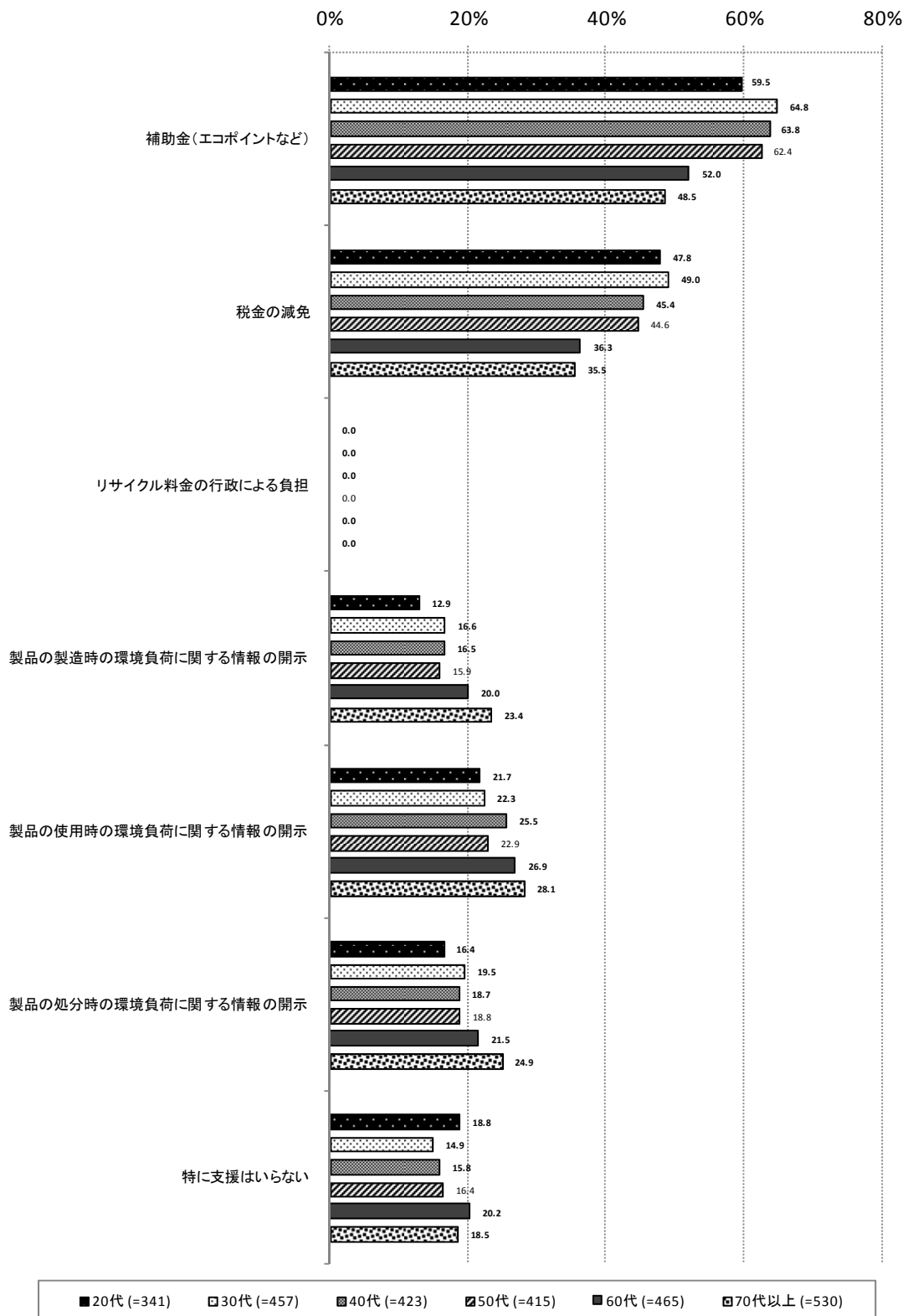


図表 2-140 高効率給湯器購入時に希望する支援（全体、性別）



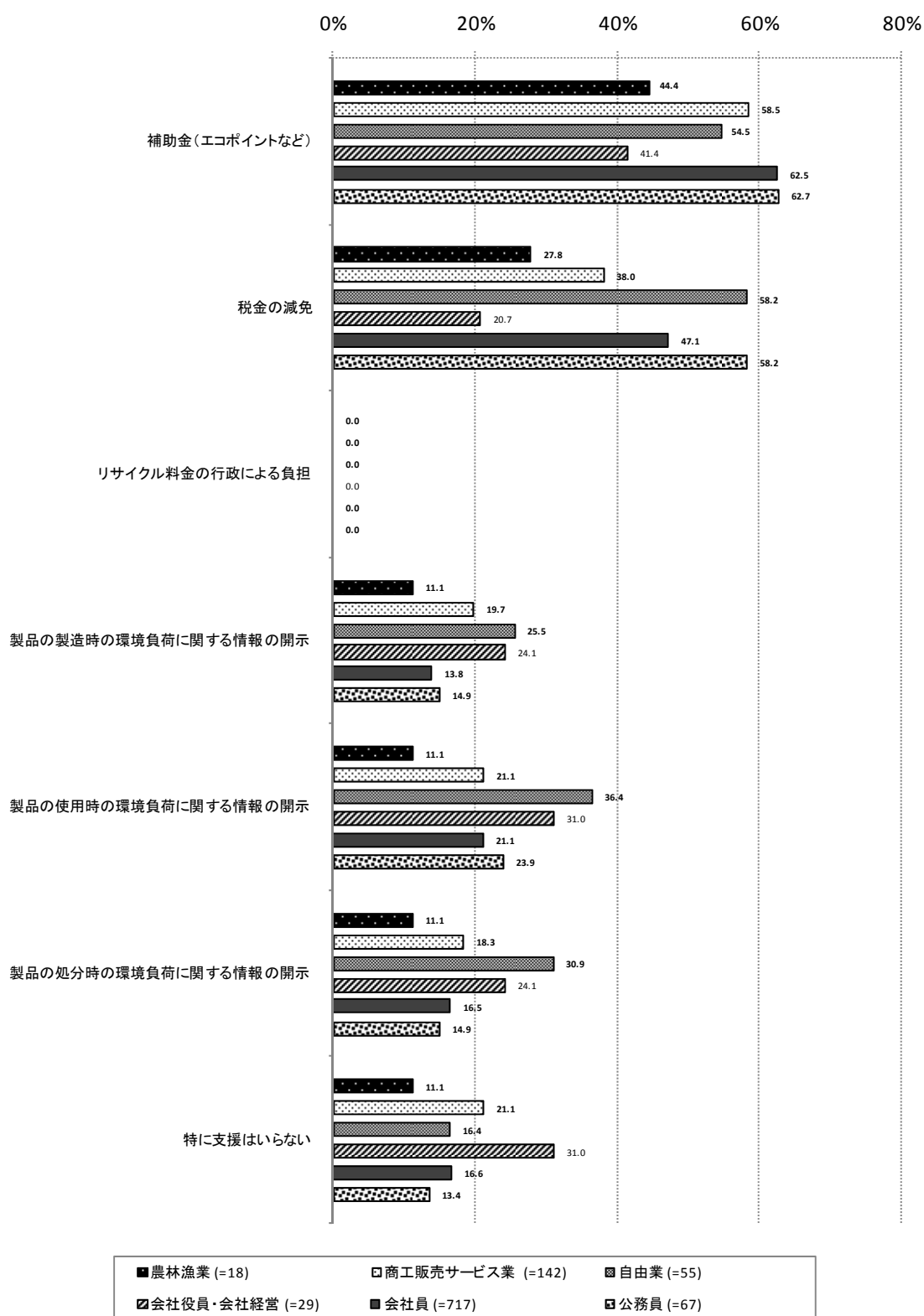
※「リサイクル料金の行政による負担」は、本項目では選択肢外のためゼロとなる。

図表 2-141 高効率給湯器購入時に希望する支援（年代別）



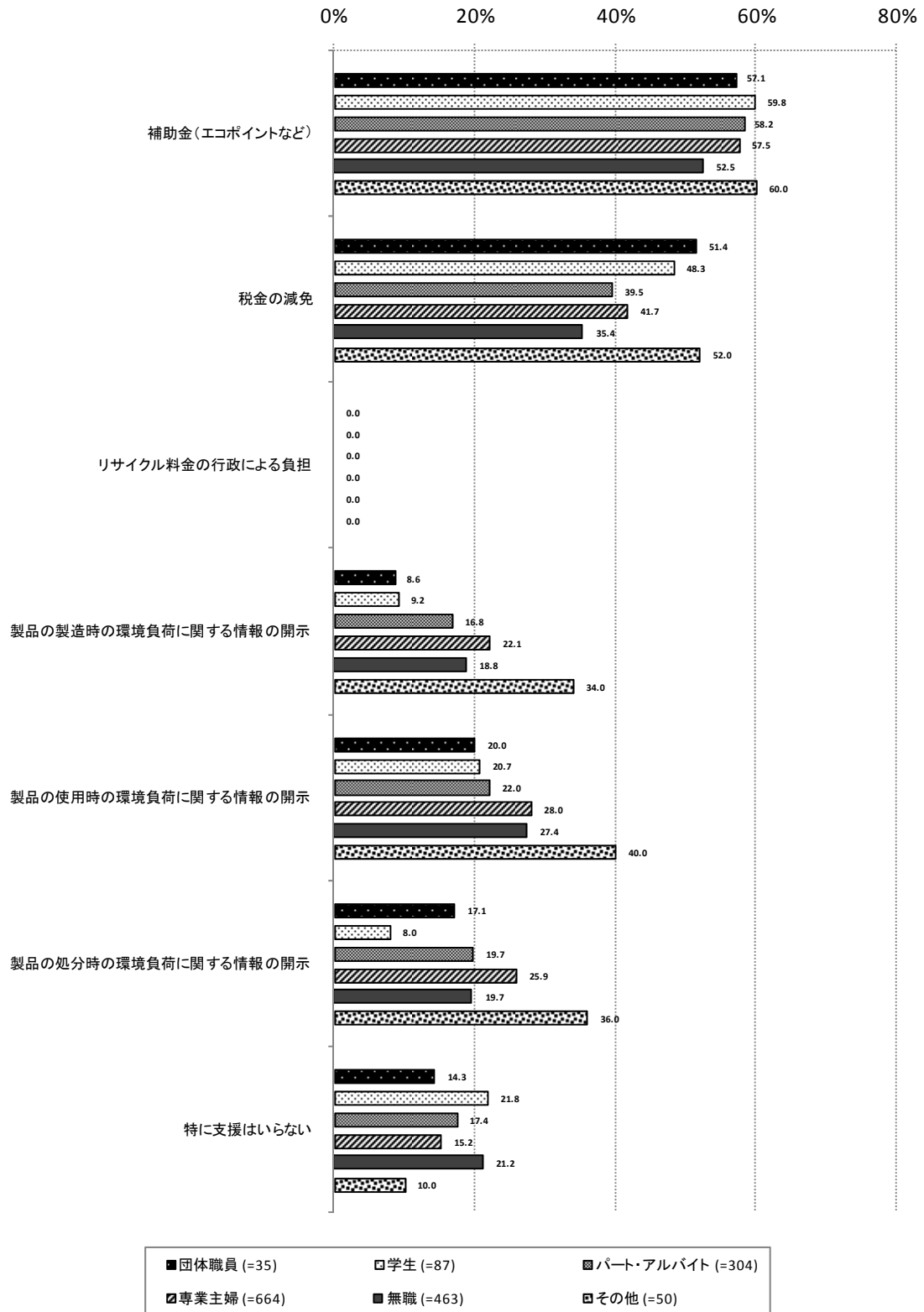
※「リサイクル料金の行政による負担」は、本項目では選択肢外のためゼロとなる。

図表 2-142 高効率給湯器購入時に希望する支援（職業別 1/2）



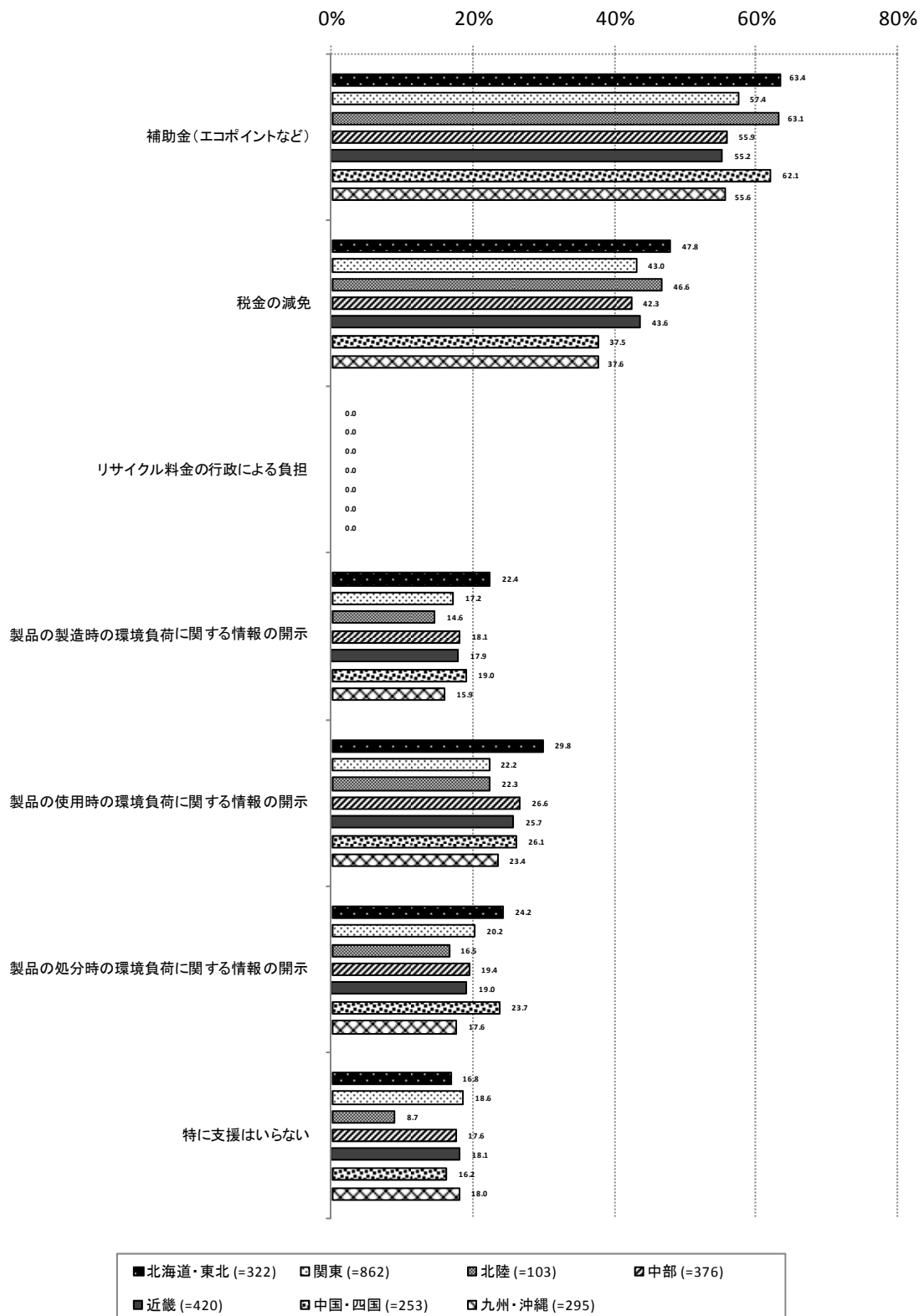
※「リサイクル料金の行政による負担」は、本項目では選択肢外のためゼロとなる。

図表 2-143 高効率給湯器購入時に希望する支援（職業別 2/2）



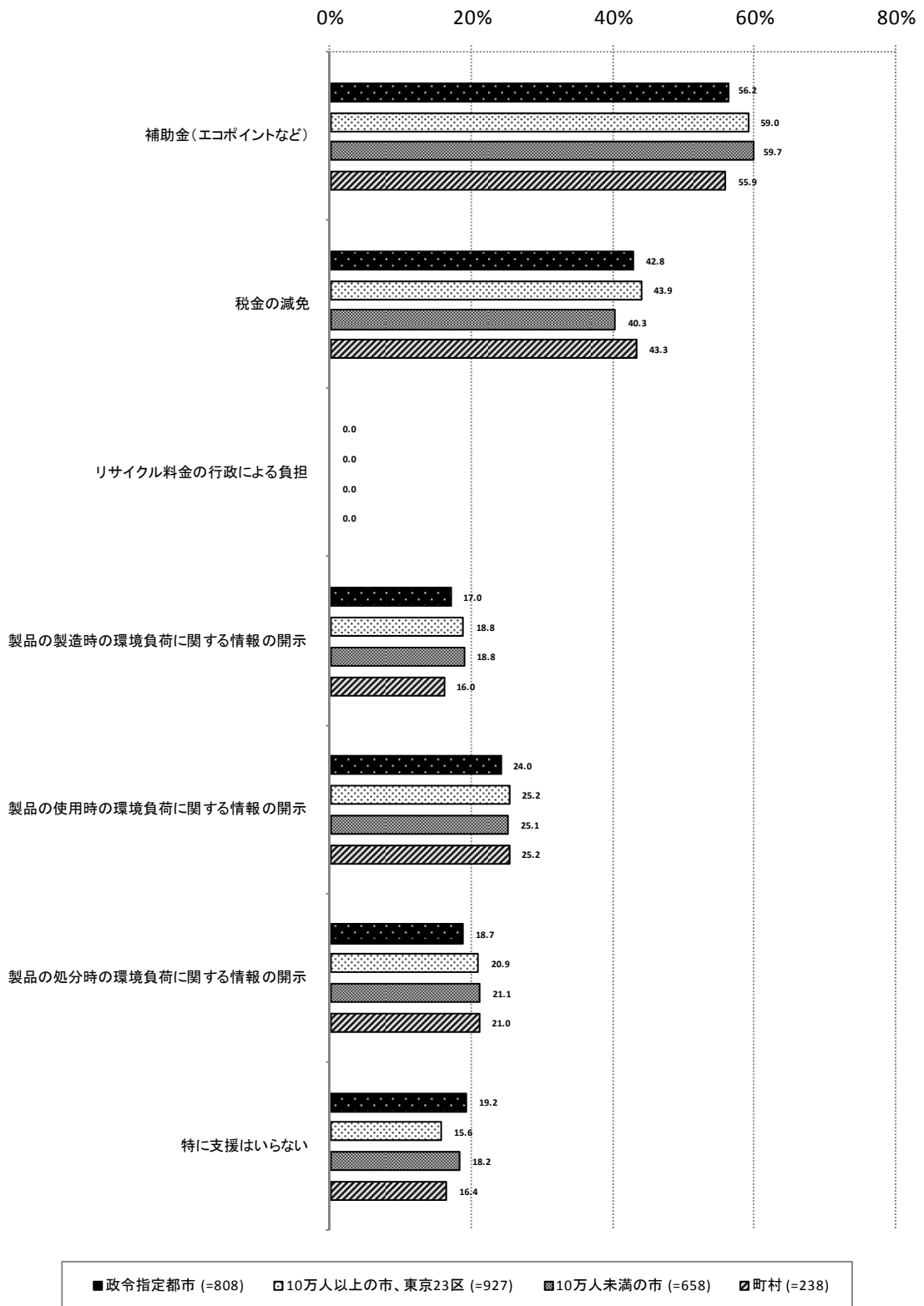
※「リサイクル料金の行政による負担」は、本項目では選択肢外のためゼロとなる。

図表 2-144 高効率給湯器購入時に希望する支援（地域別）



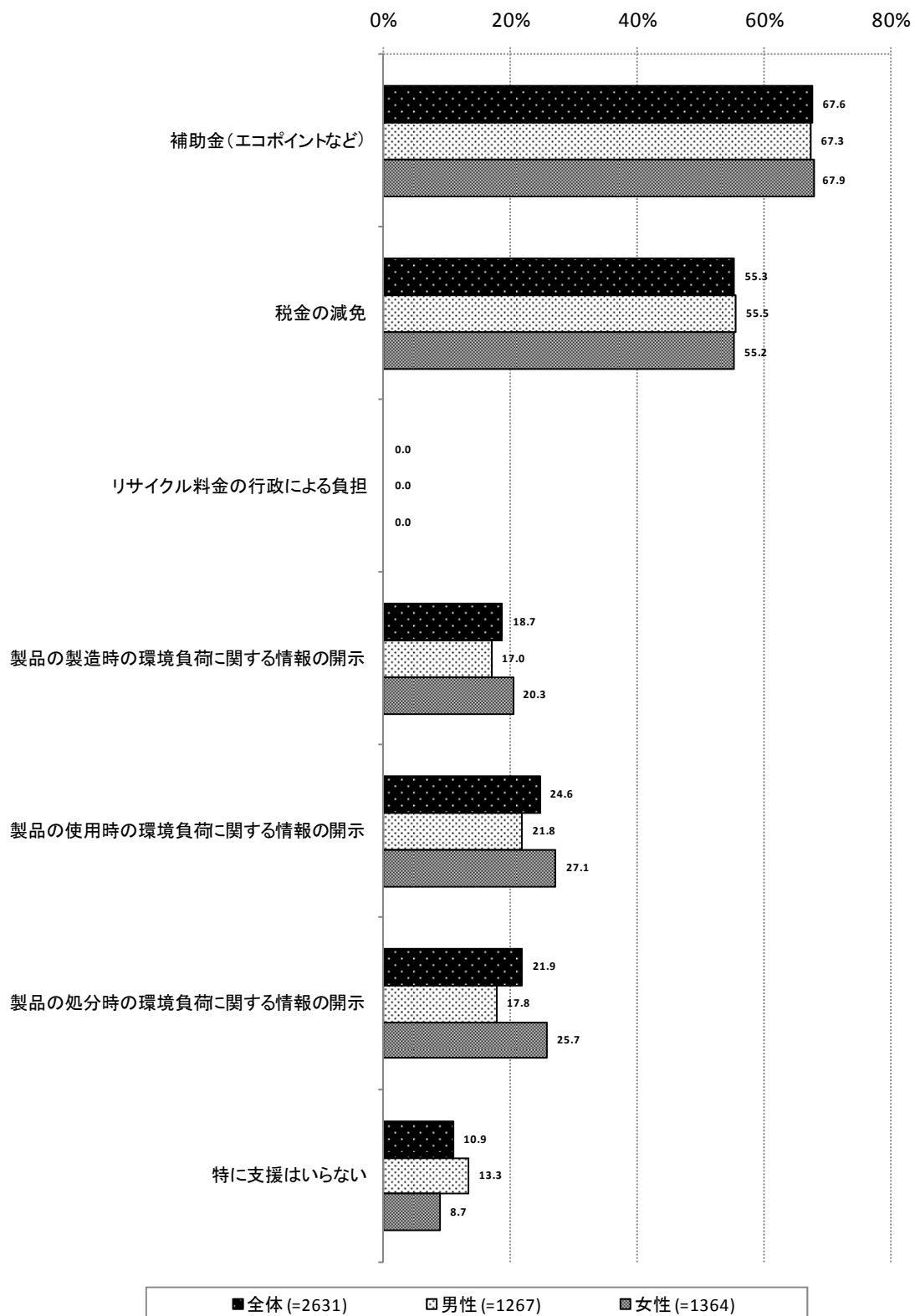
※「リサイクル料金の行政による負担」は、本項目では選択肢外のためゼロとなる。

図表 2-145 高効率給湯器購入時に希望する支援（都市規模別）



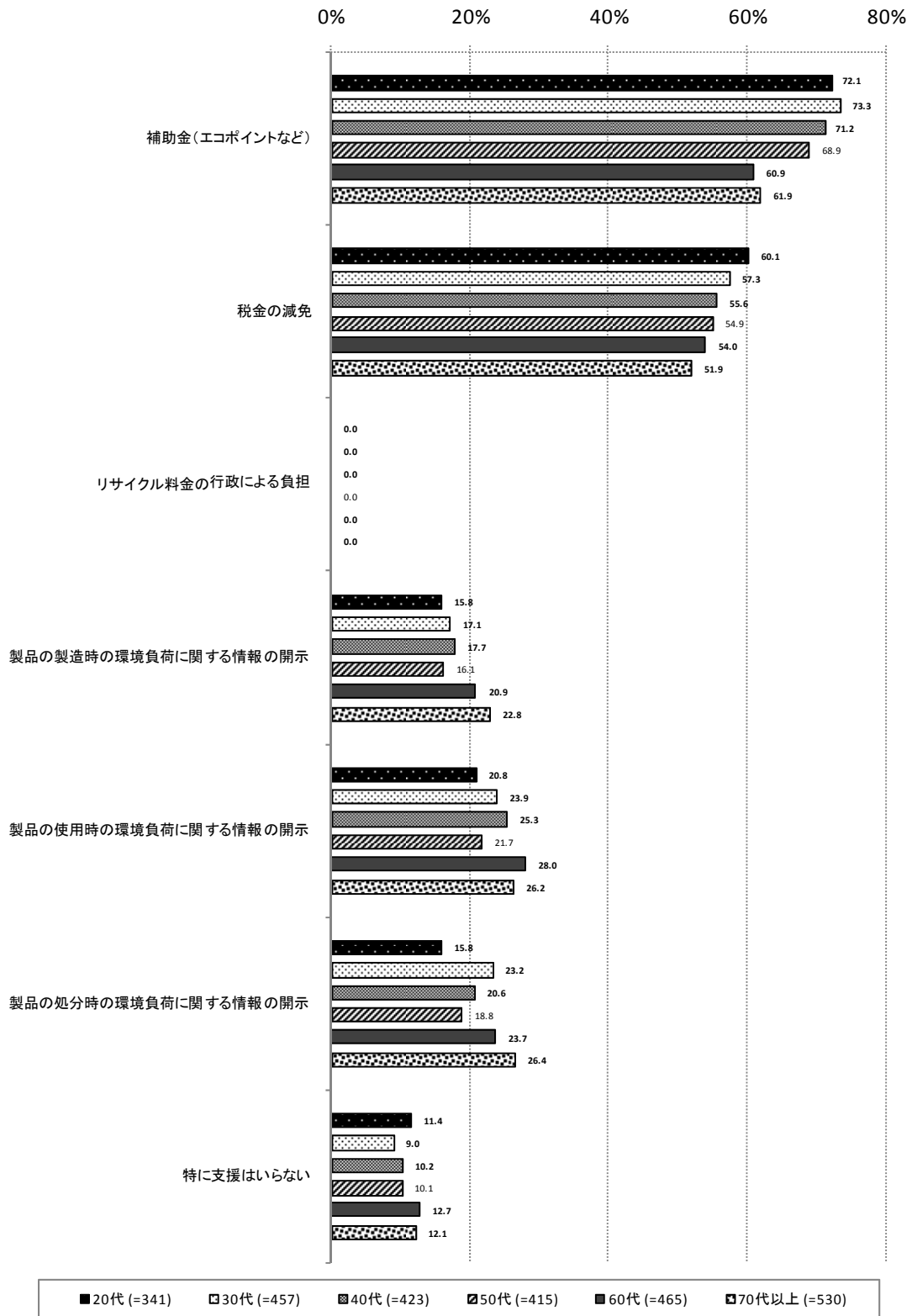
※「リサイクル料金の行政による負担」は、本項目では選択肢外のためゼロとなる。

図表 2-146 太陽光発電システム購入時に希望する支援（全体、性別）



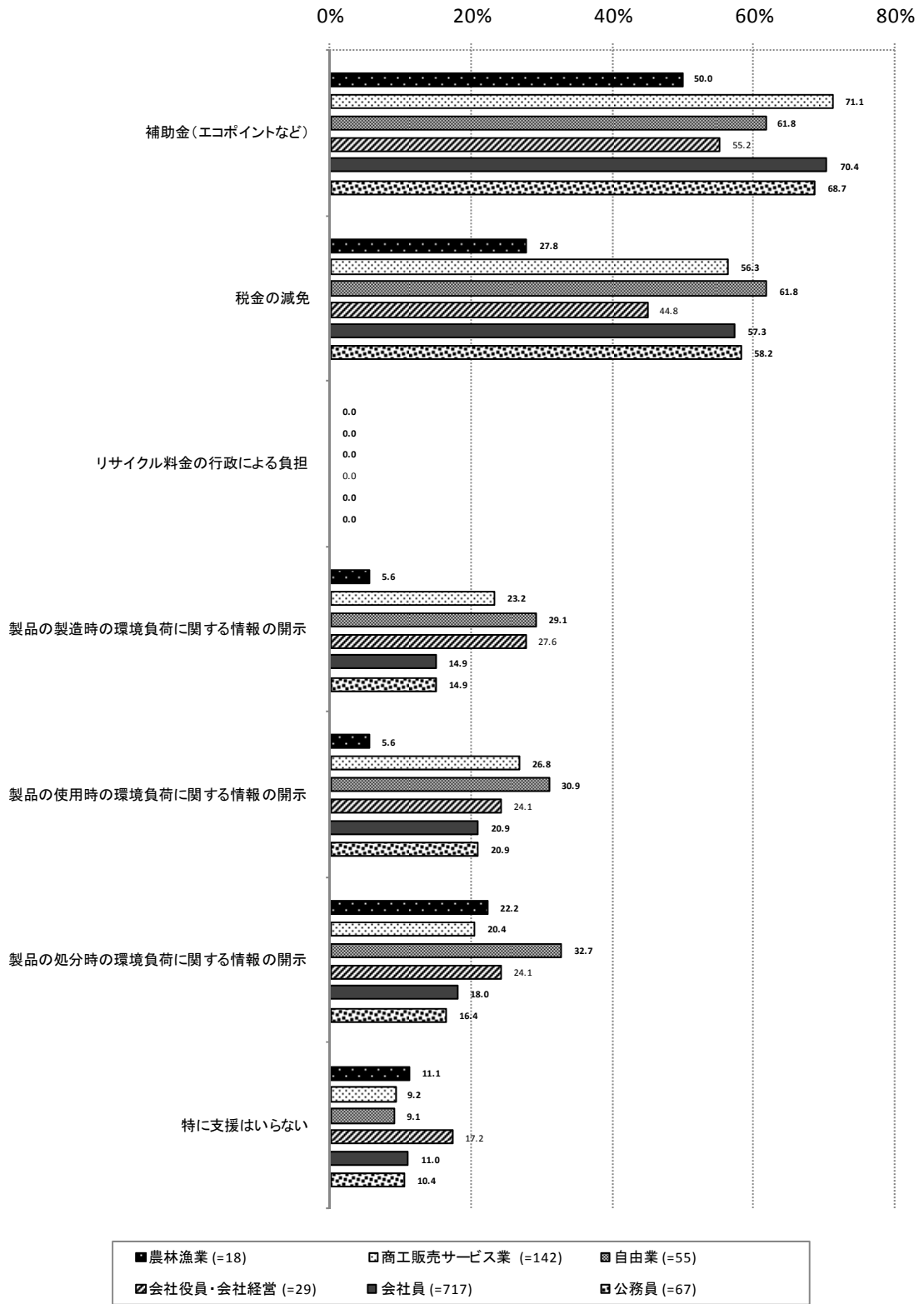
※「リサイクル料金の行政による負担」は、本項目では選択肢外のためゼロとなる。

図表 2-147 太陽光発電システム購入時に希望する支援（年代別）



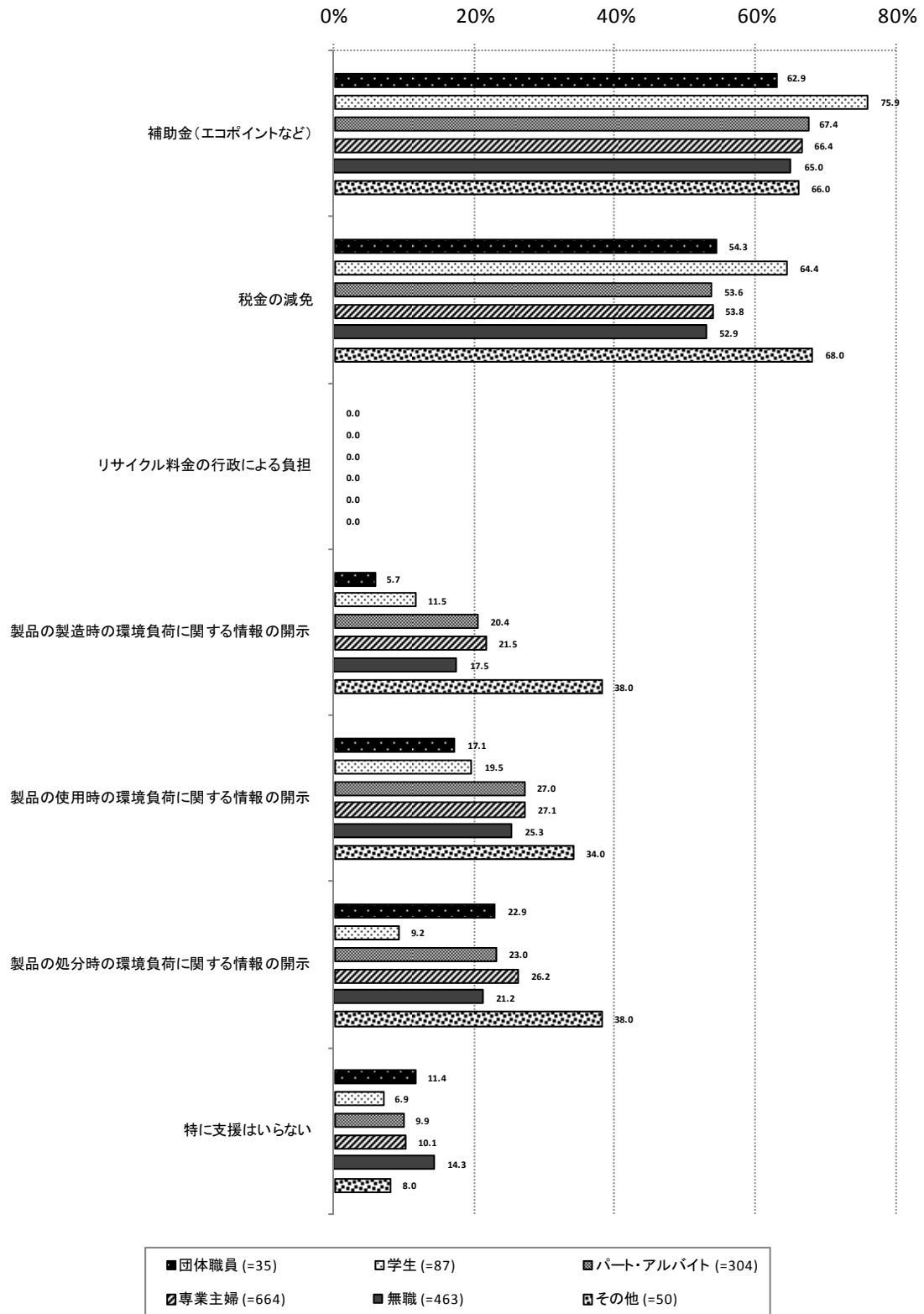
※「リサイクル料金の行政による負担」は、本項目では選択肢外のためゼロとなる。

図表 2-148 太陽光発電システム購入時に希望する支援（職業別 1/2）



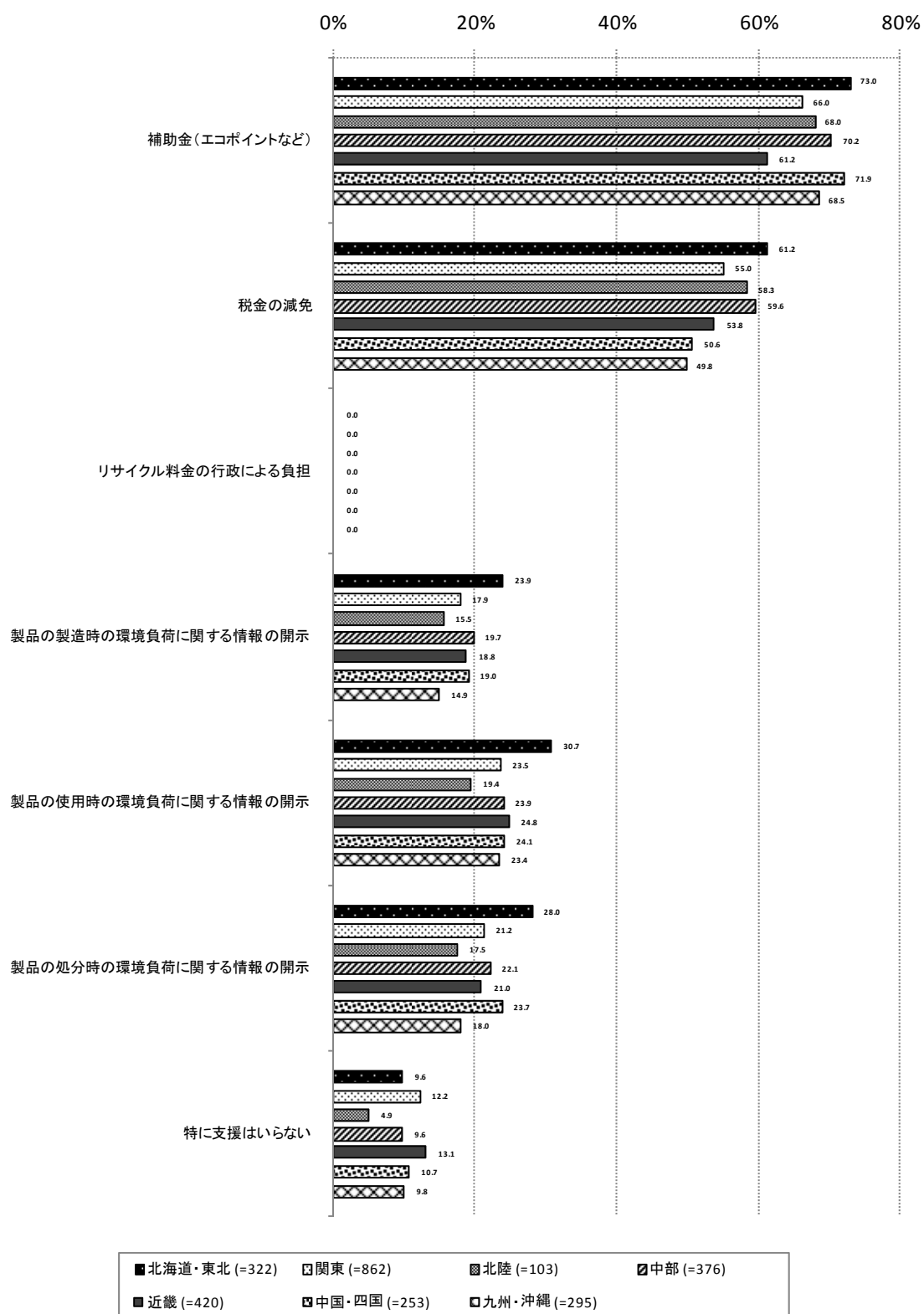
※「リサイクル料金の行政による負担」は、本項目では選択肢外のためゼロとなる。

図表 2-149 太陽光発電システム購入時に希望する支援（職業別 2/2）



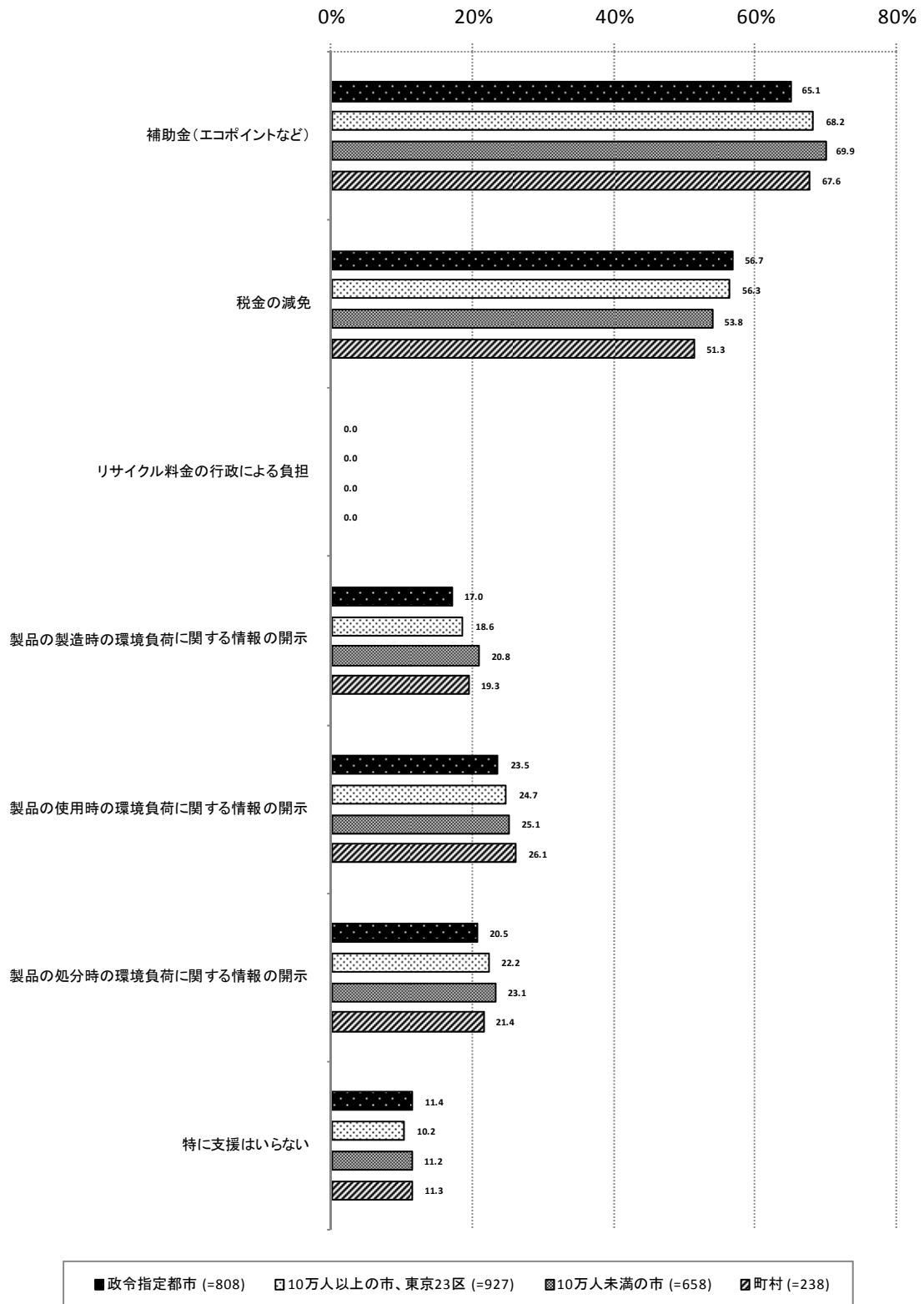
※「リサイクル料金の行政による負担」は、本項目では選択肢外のためゼロとなる。

図表 2-150 太陽光発電システム購入時に希望する支援（地域別）



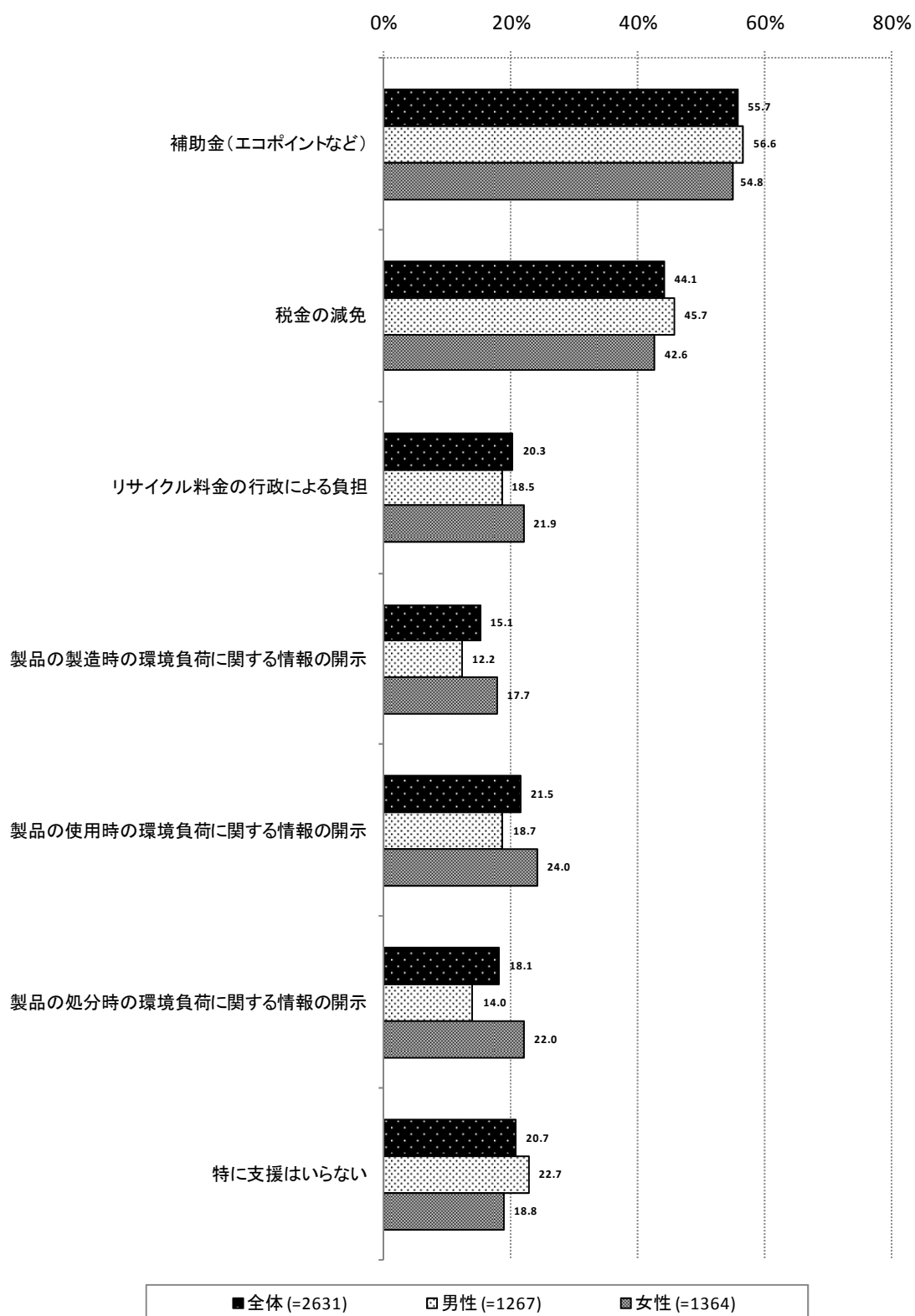
※「リサイクル料金の行政による負担」は、本項目では選択肢外のためゼロとなる。

図表 2-151 太陽光発電システム購入時に希望する支援（都市規模別）

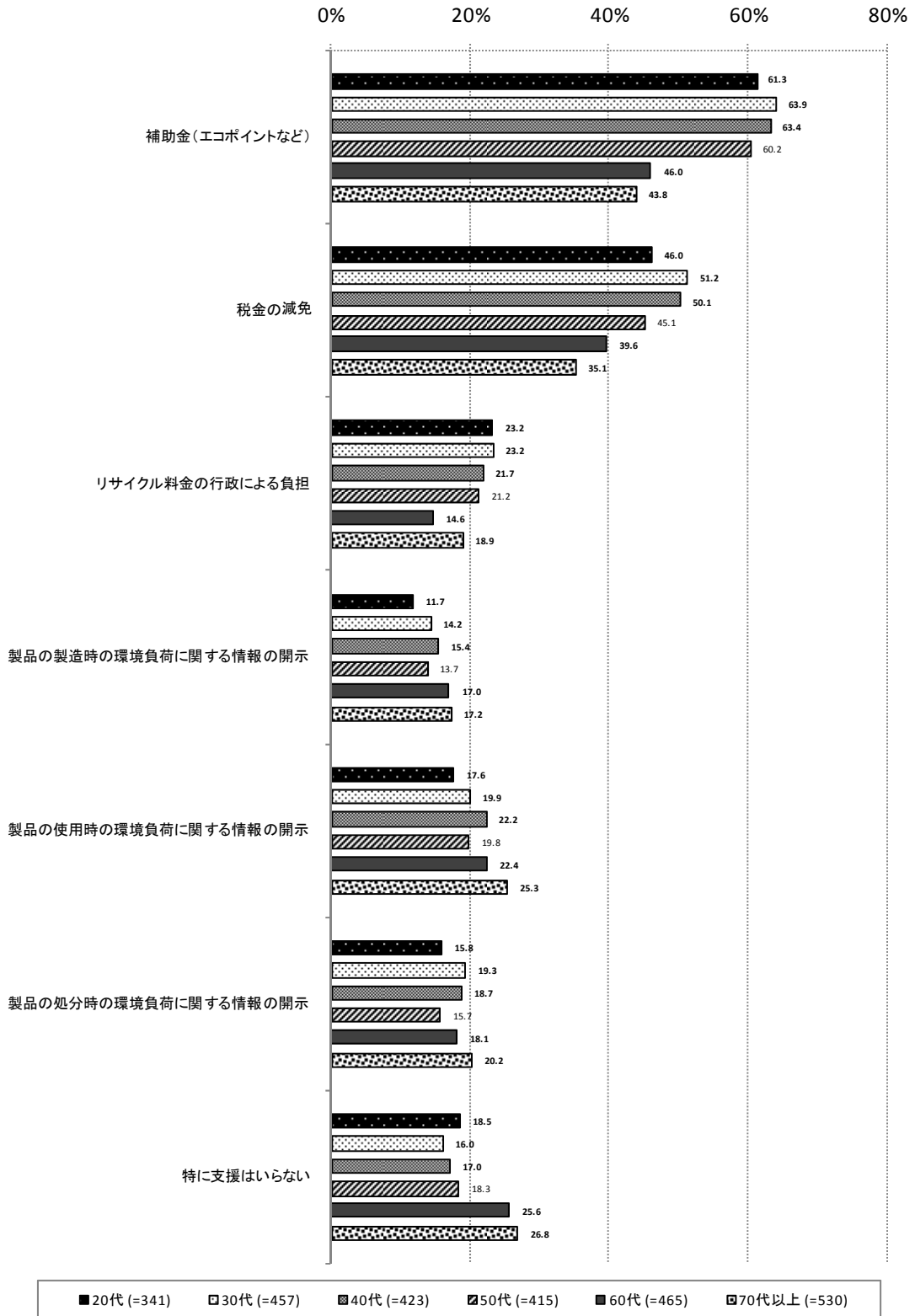


※「リサイクル料金の行政による負担」は、本項目では選択肢外のためゼロとなる。

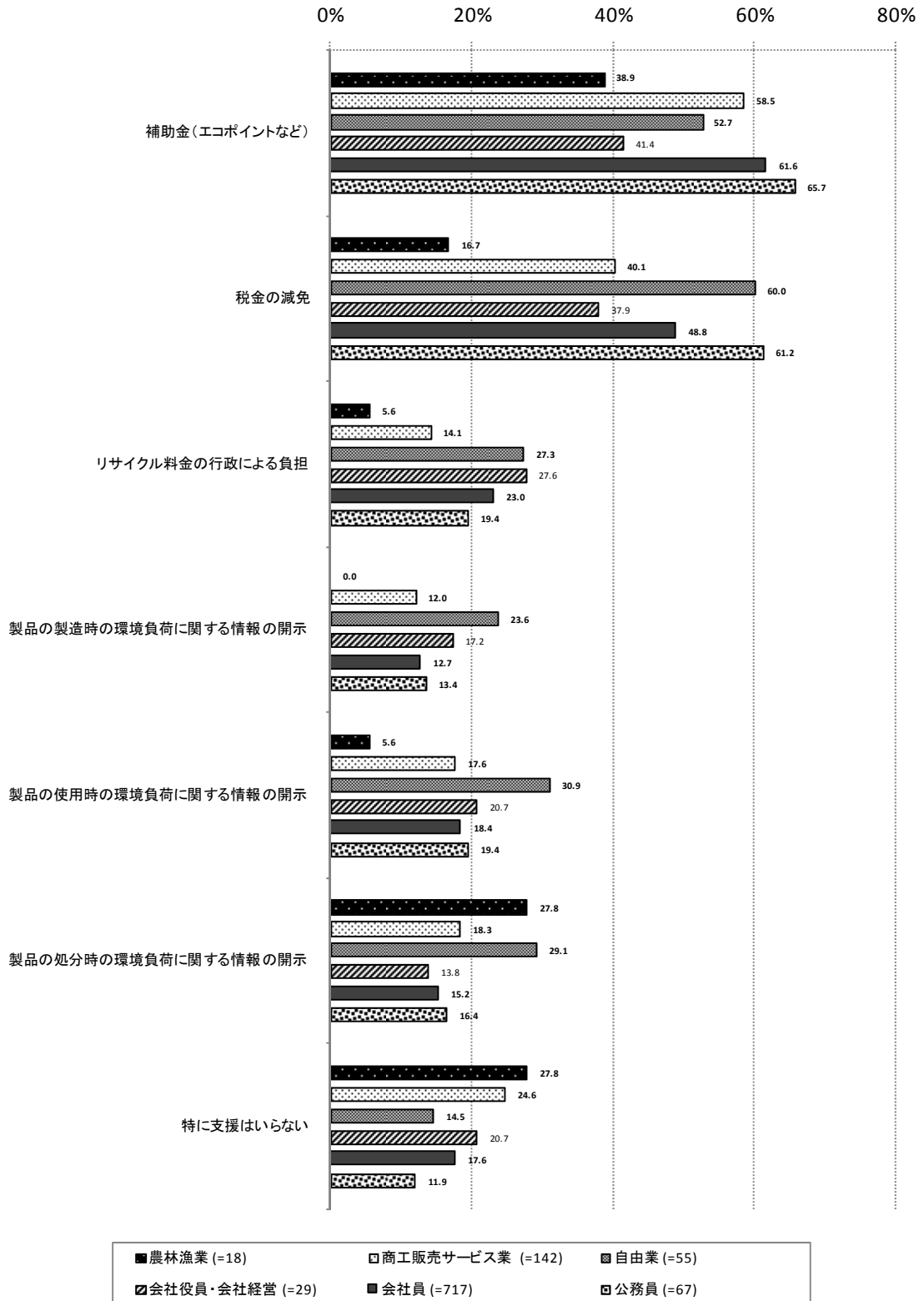
図表 2-152 HEMS 購入時に希望する支援（全体、性別）



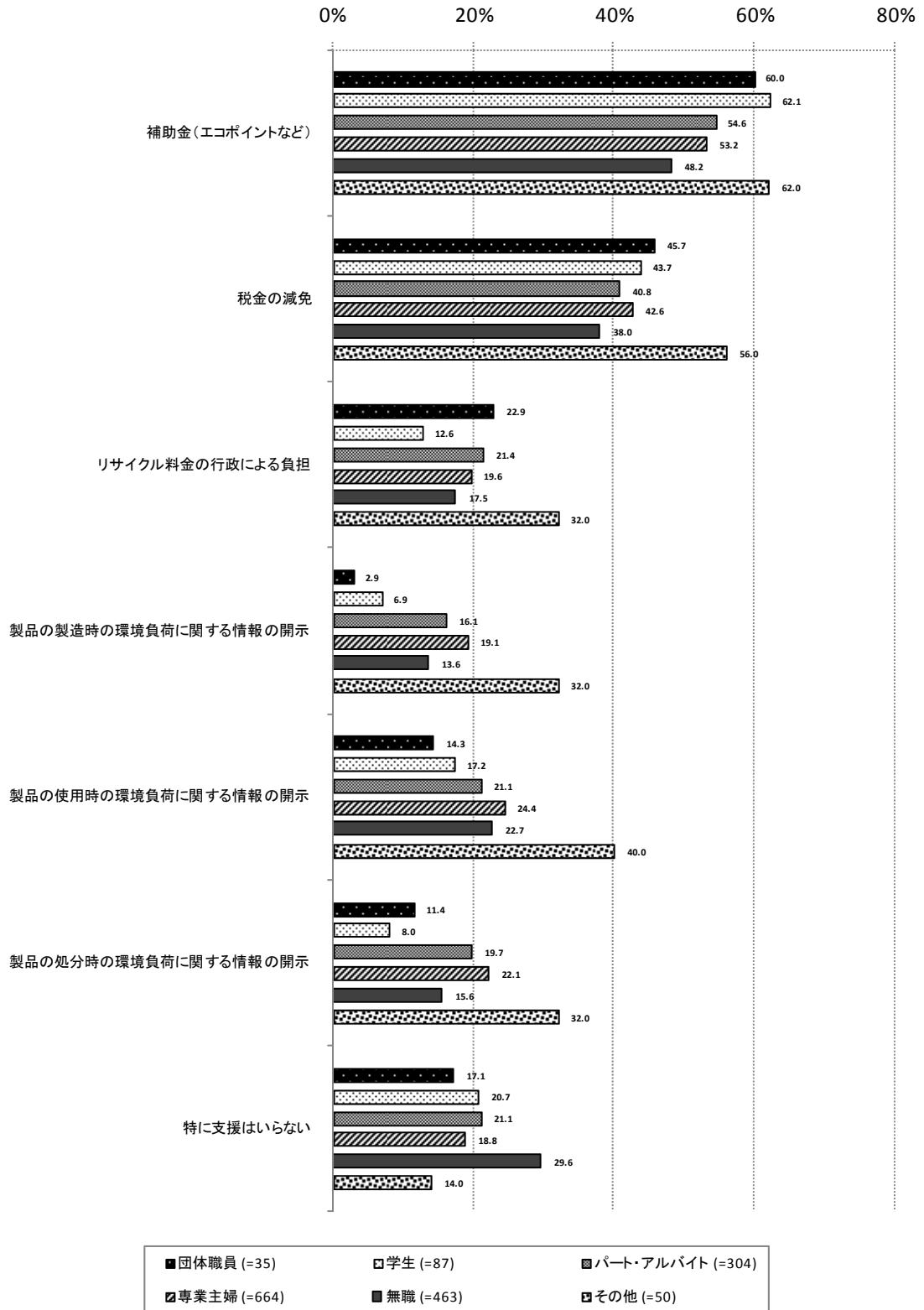
図表 2-153 HEMS 購入時に希望する支援 (年代別)



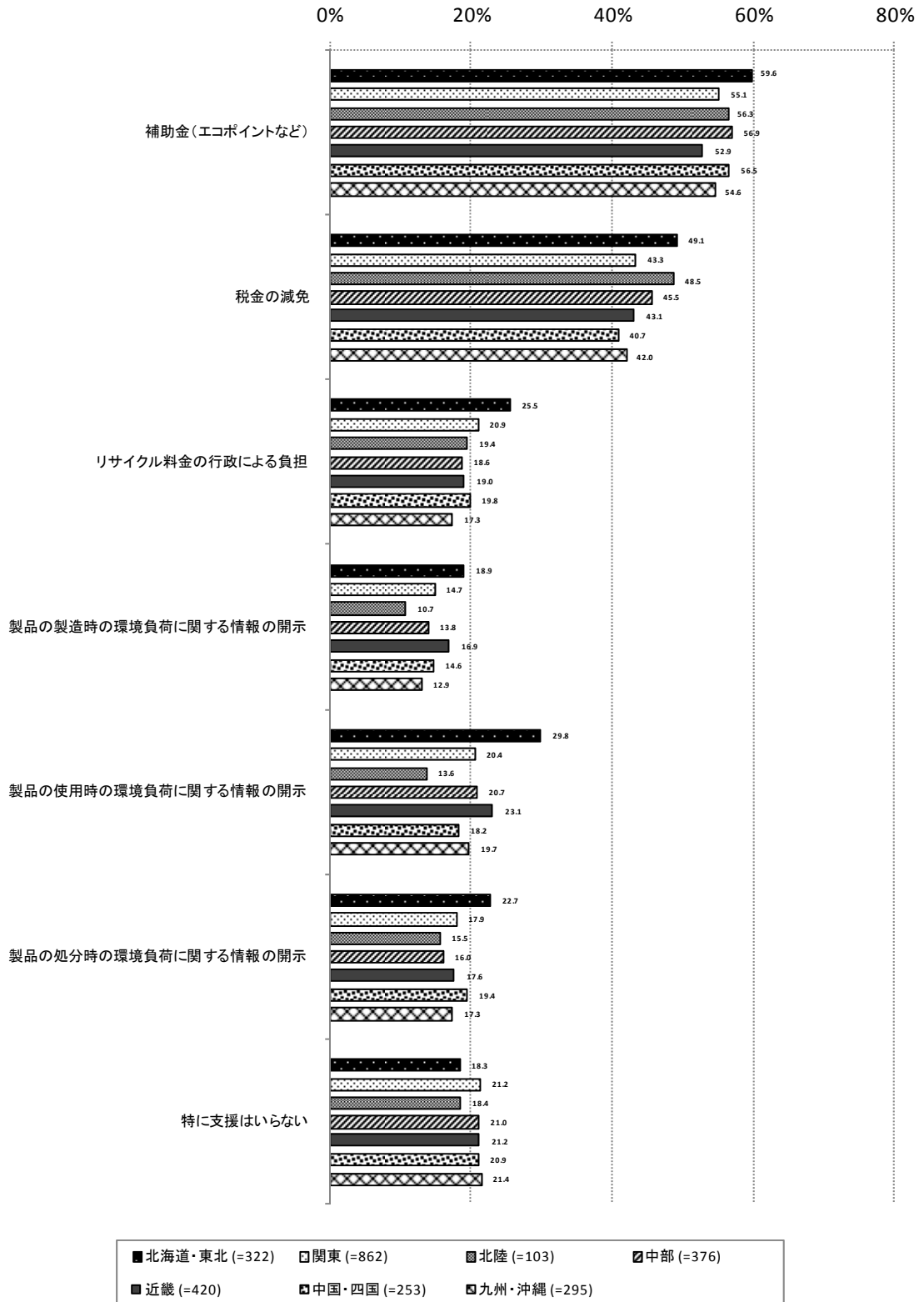
図表 2-154 HEMS 購入時に希望する支援（職業別 1/2）



図表 2-155 HEMS 購入時に希望する支援（職業別 1/2）



図表 2-156 HEMS 購入時に希望する支援（地域別）



図表 2-157 HEMS 購入時に希望する支援（都市規模別）

