

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、ほとんどの項目で 85%を超えている。

環境問題への取組に対する考えや意見については、ほとんどの項目で「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 21 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。特に、「環境保全の取組を進めることは、経済の発展につながる」、「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」、「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」では、女性が男性よりも 5 ポイント以上高くなっている。

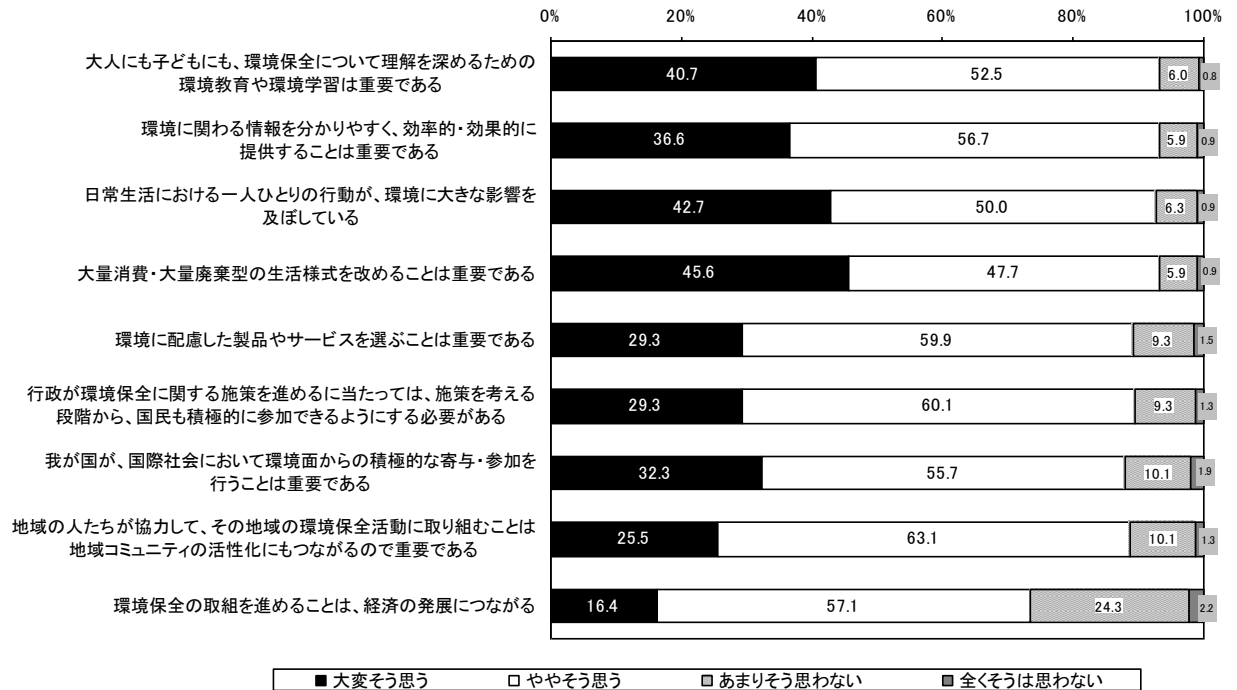
年代別にみると、「環境保全の取組を進めることは、経済の発展につながる」、「環境に配慮した製品やサービスを選ぶことは重要である」では年代が上がるにつれて肯定的な回答の割合が高くなっており、20 代より 70 代以上が 10 ポイント以上高くなっている。

職業別では、専業主婦の人が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。

地域別では、関東、九州・沖縄において、ほとんど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、北陸ではほとんど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。

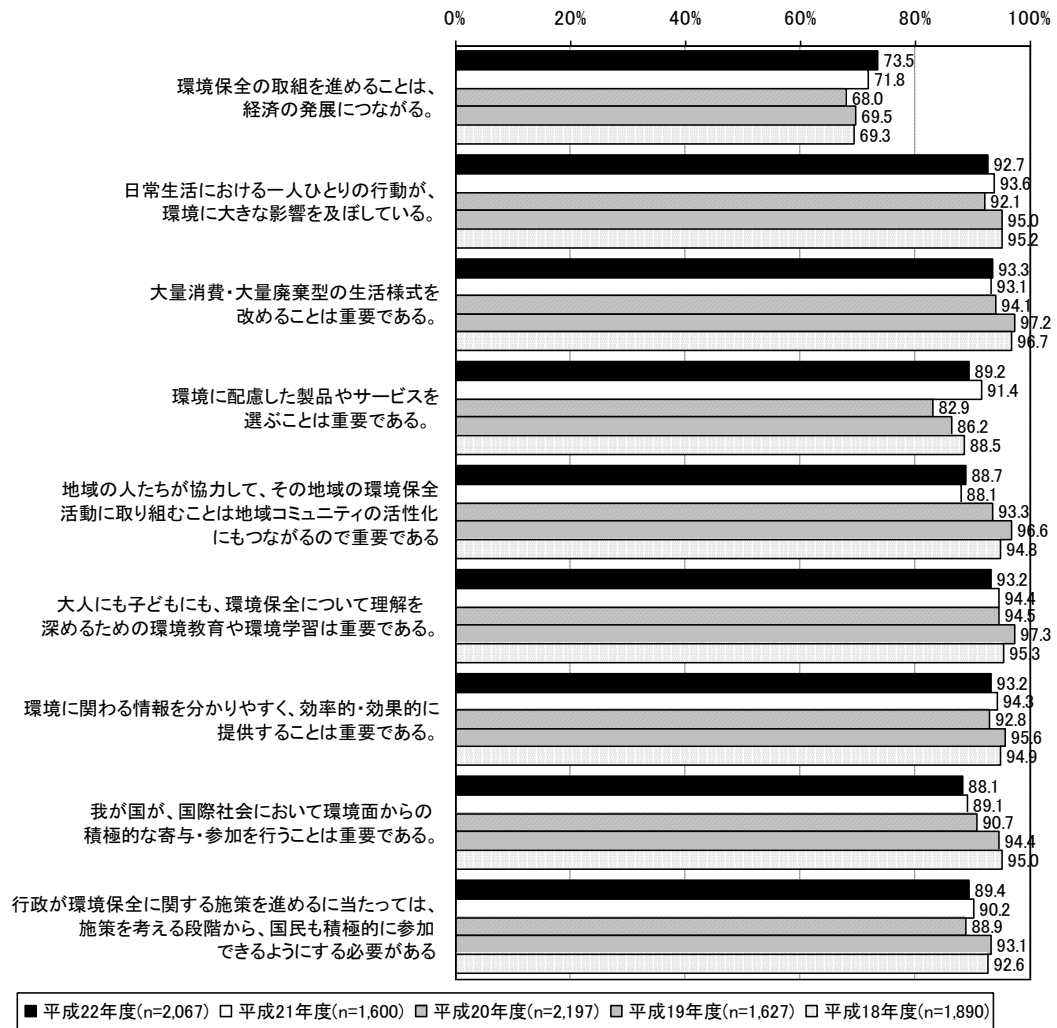
都市規模別では、大きな差はないが、「大人にも子どもにも、環境保全について理解を深めるための環境教育や環境学習は重要である」については都市規模が小さくなるにつれて肯定的な回答の割合も低くなっている（政令指定都市は 95%、町村は 91%）。

図表 2-1 環境問題への取組に対する考え方



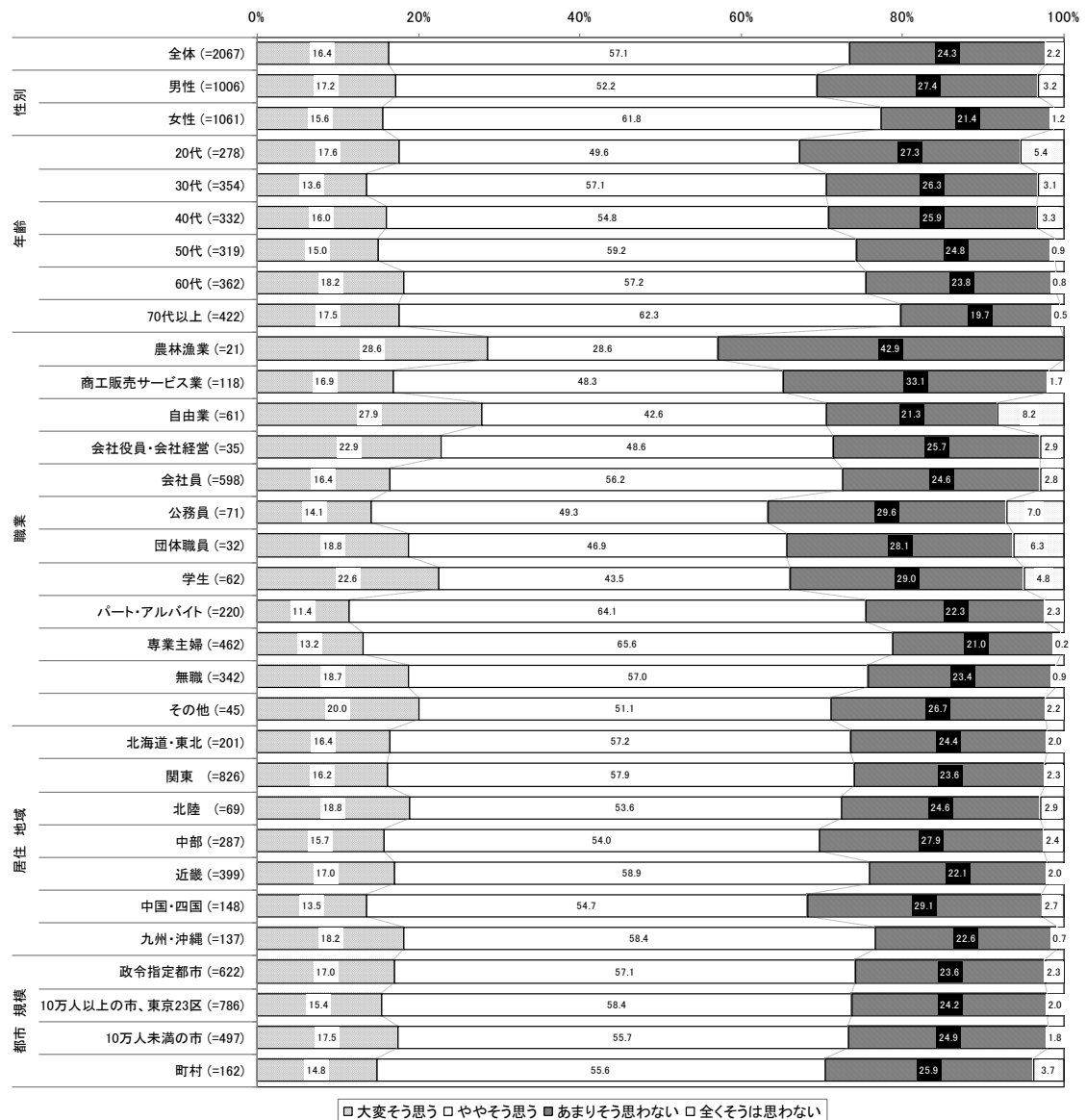
図表 2-2 環境問題への取組に対する考え方（時系列）

（「大変そう思う」、「ややそう思う」の合計）



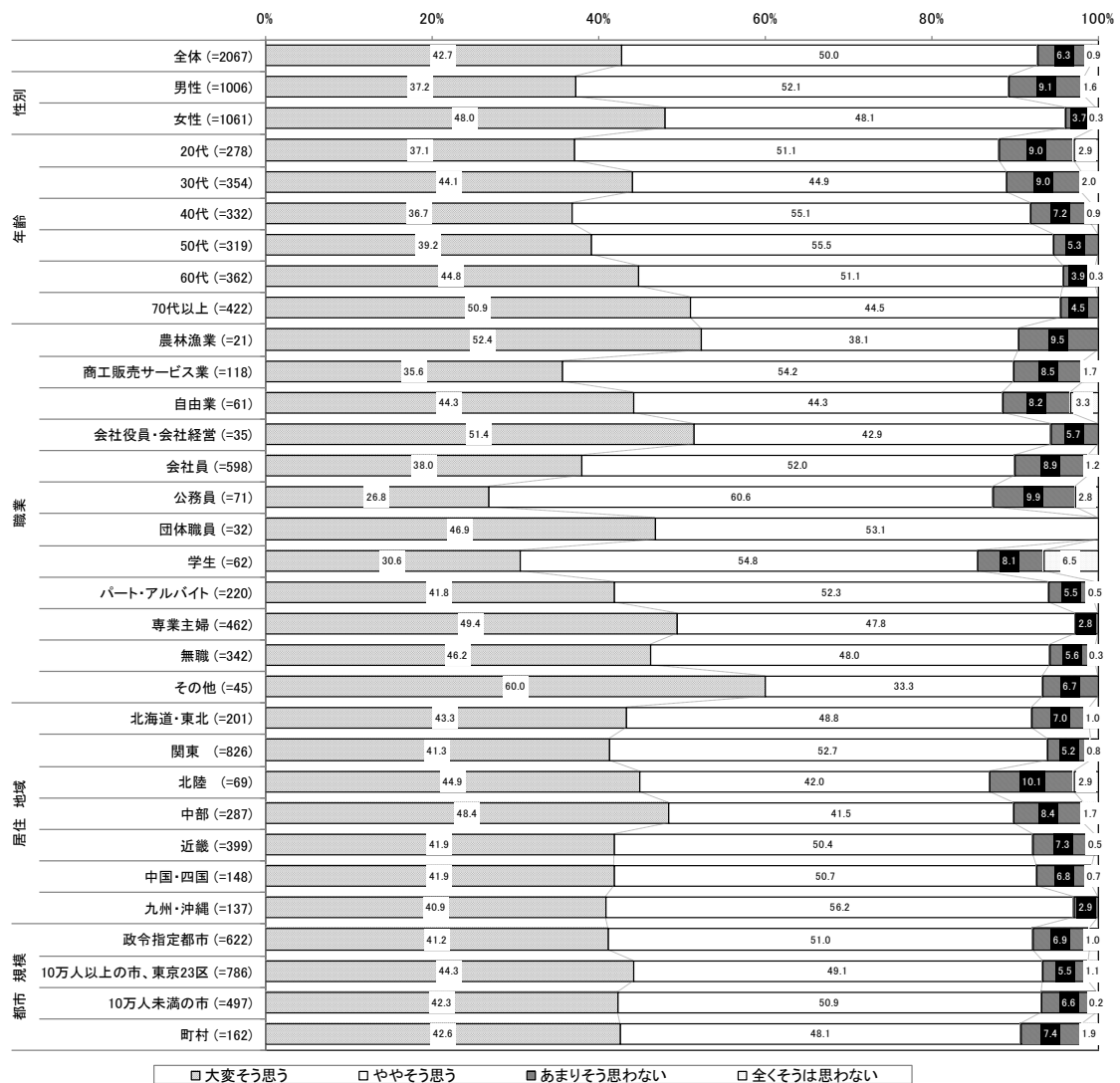
環境問題への取組① 環境保全の取組を進めることは、経済の発展につながる

図表 2-3 環境問題への取組①に対する考え方（属性別）



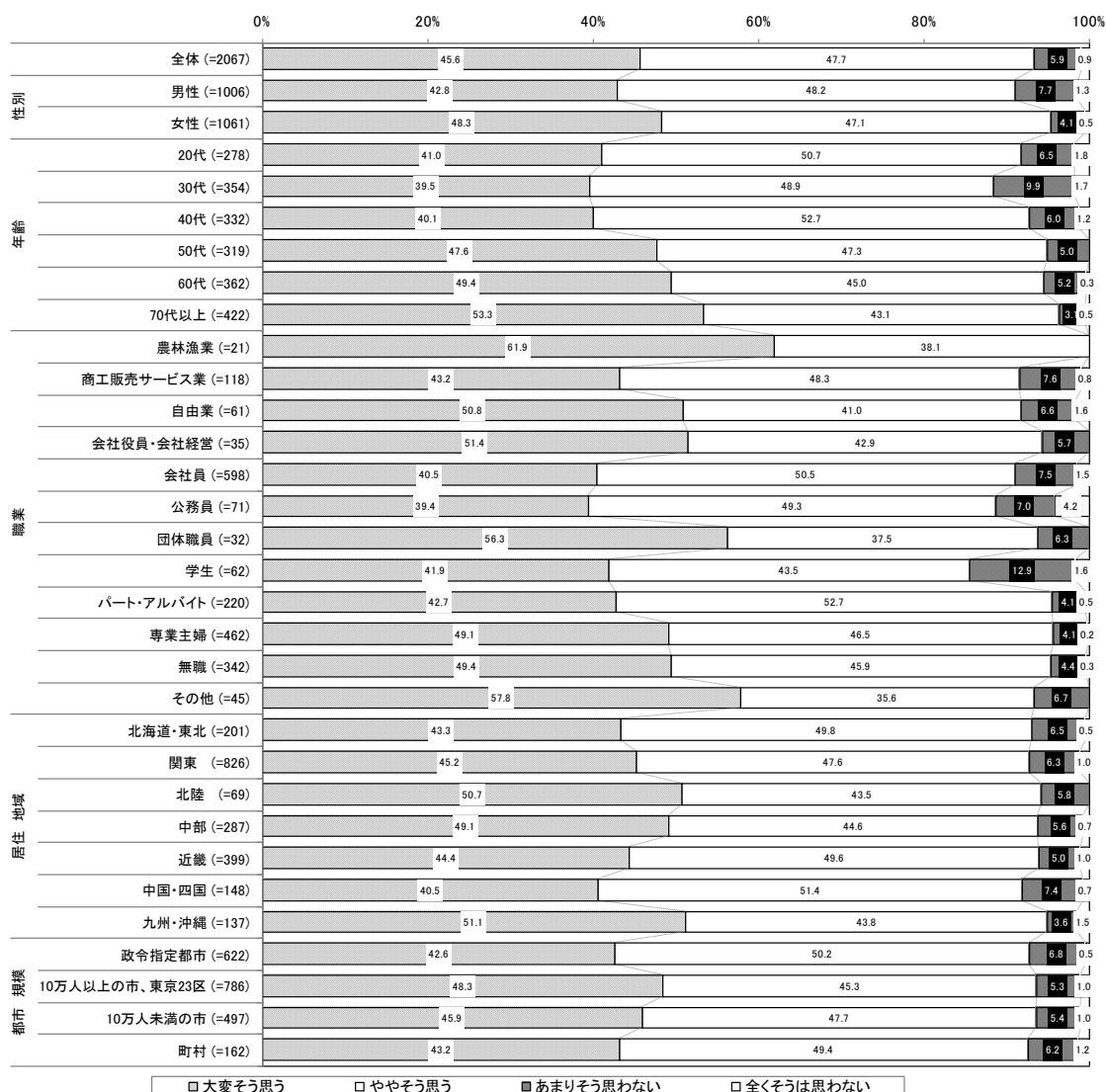
環境問題への取組② 日常生活における一人ひとりの行動が、環境に大きな影響を及ぼしている

図表 2-4 環境問題への取組②に対する考え方（属性別）



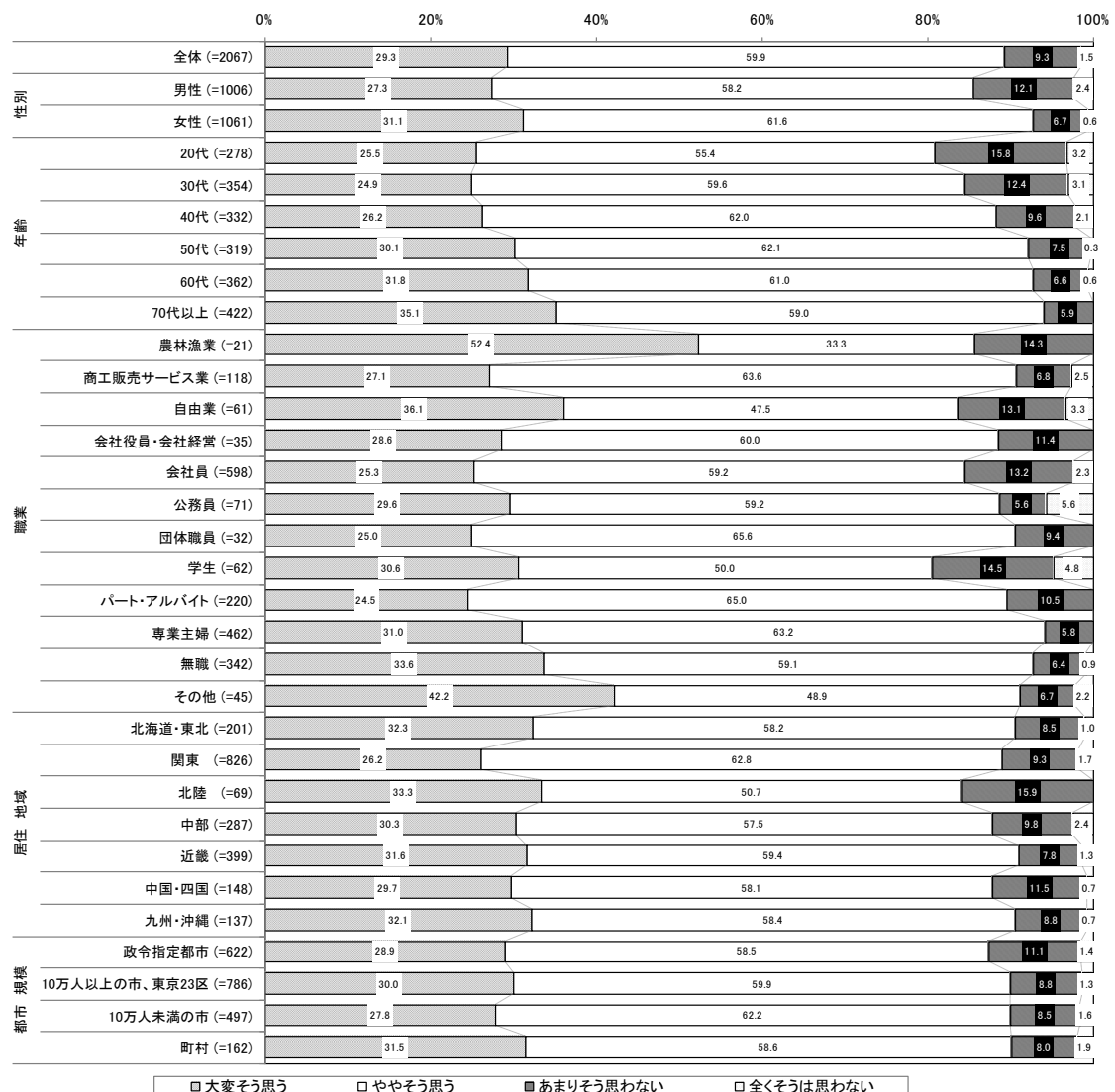
環境問題への取組③ 大量消費・大量廃棄型の生活様式を改めることは重要である

図表 2-5 環境問題への取組③に対する考え方（属性別）



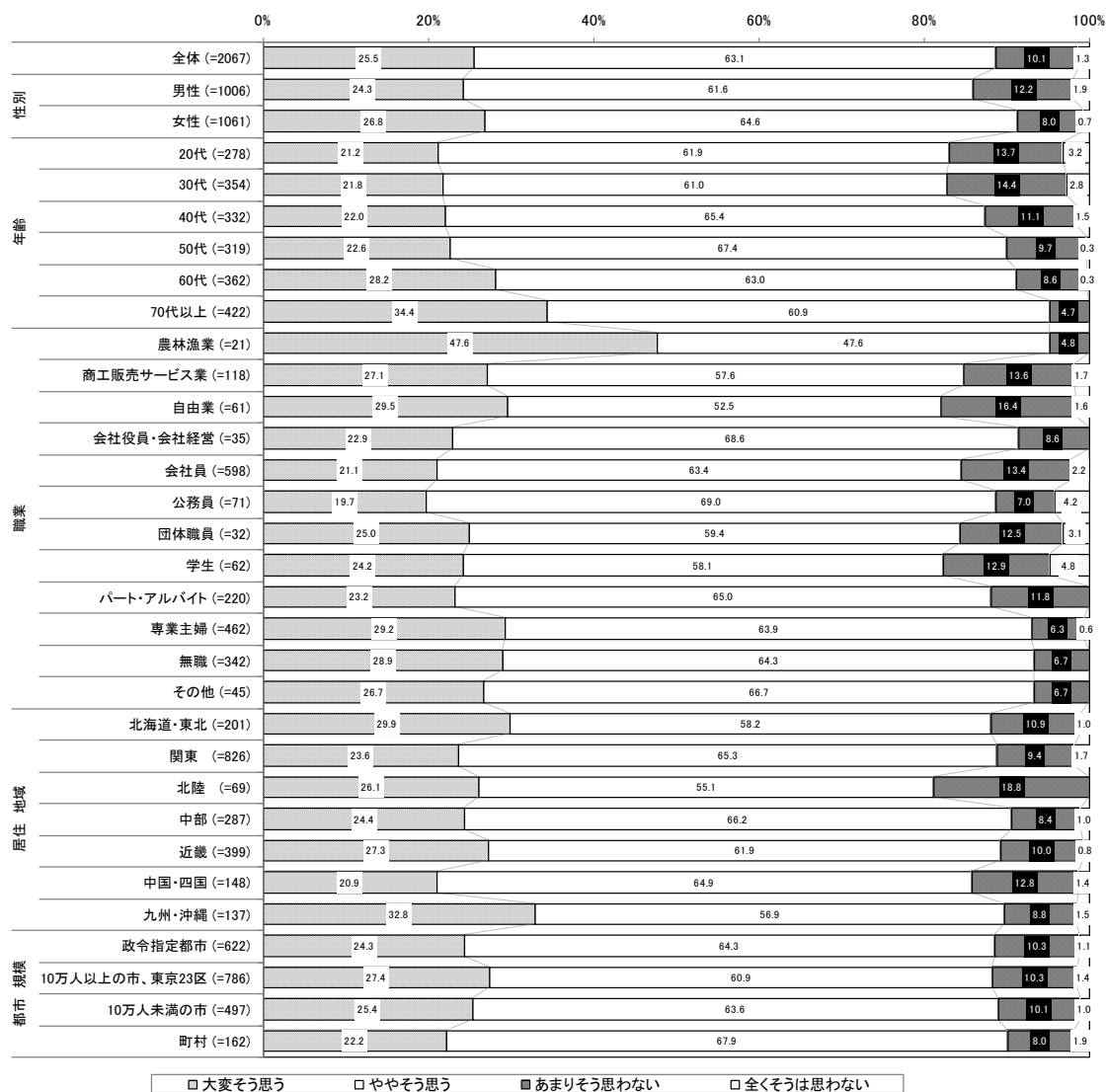
環境問題への取組④ 環境に配慮した製品やサービスを選ぶことは重要である

図表 2-6 環境問題への取組④に対する考え方（属性別）



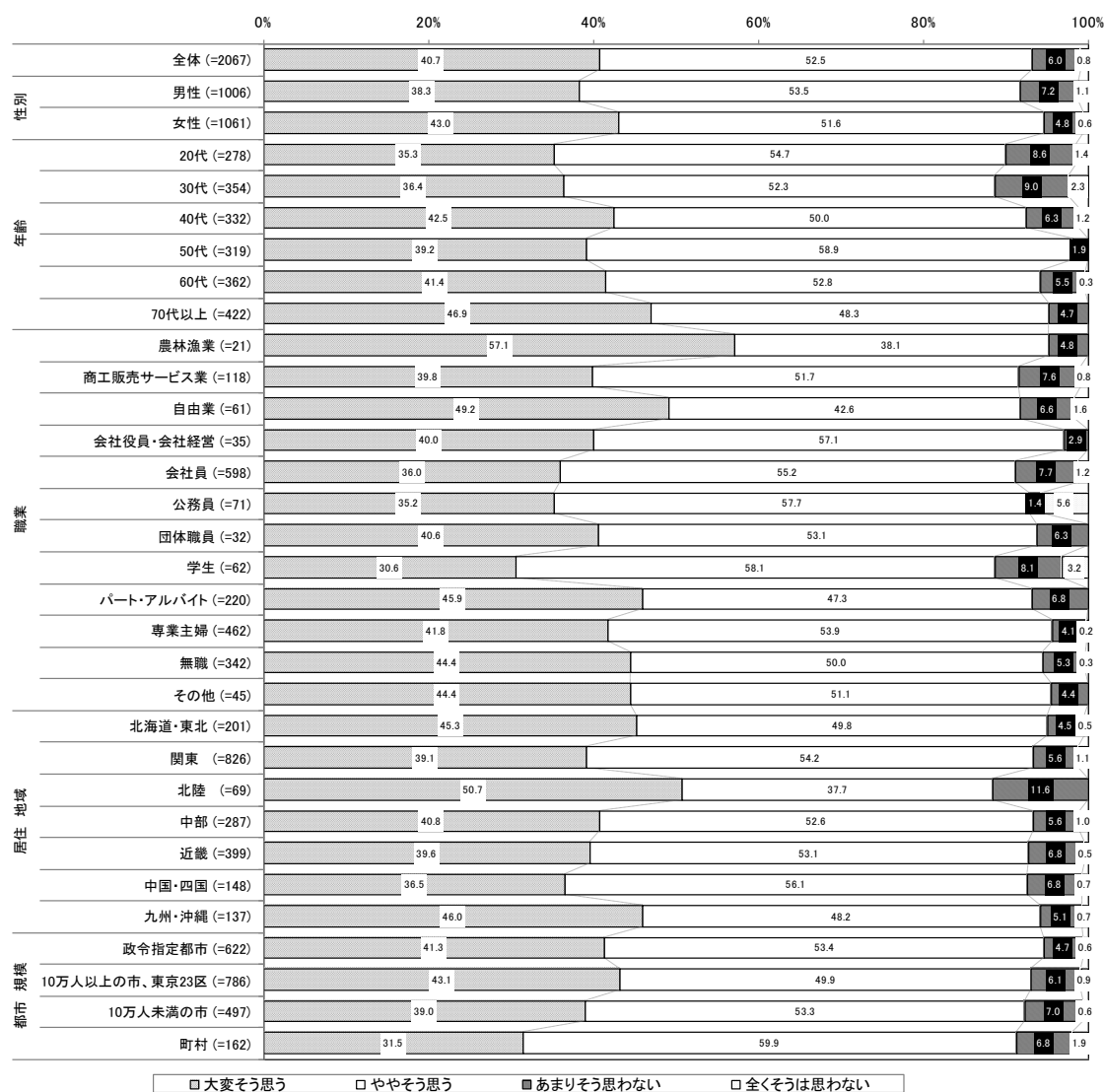
環境問題への取組⑤ 地域の人たちが協力して、その地域の環境保全活動に取り組むことは地域コミュニティの活性化にもつながるので重要である

図表 2-7 環境問題への取組⑤に対する考え方（属性別）



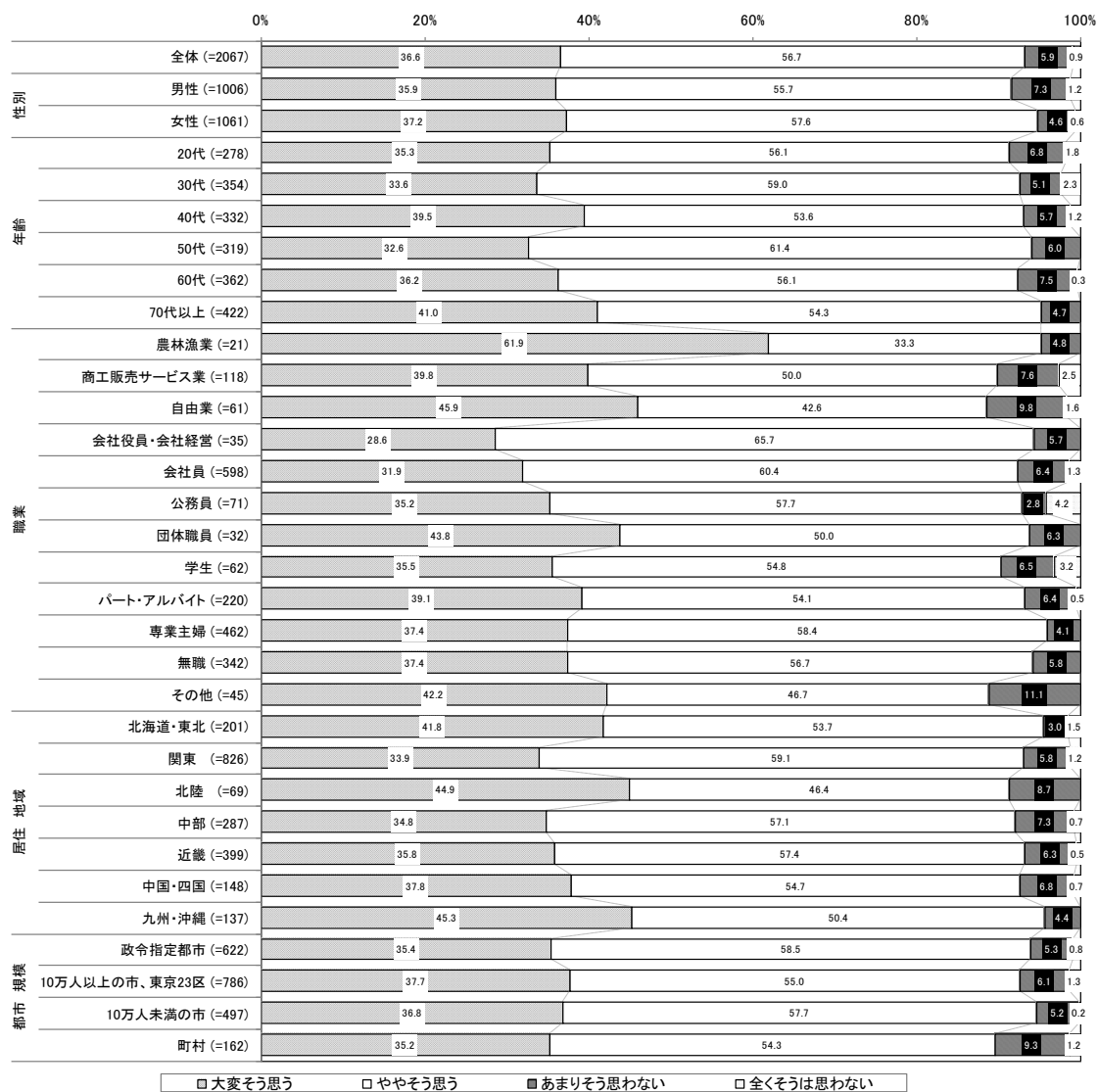
環境問題への取組⑥ 大人にも子どもにも、環境保全について理解を深めるための環境教育や環境学習は重要である

図表 2-8 環境問題への取組⑥に対する考え方（属性別）



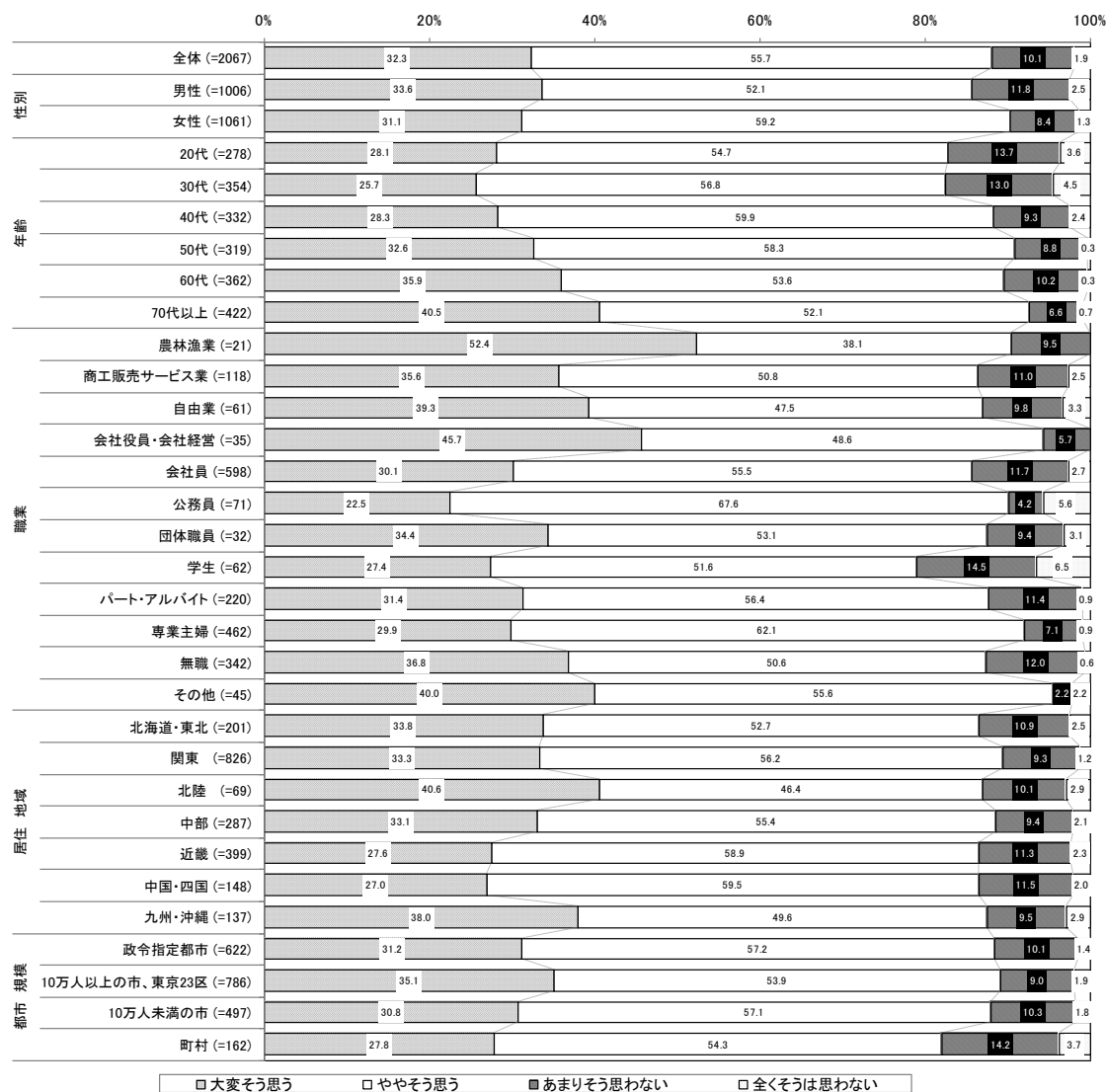
環境問題への取組⑦ 環境に関わる情報を分かりやすく、効率的・効果的に提供することは重要である

図表 2-9 環境問題への取組⑦に対する考え方（属性別）



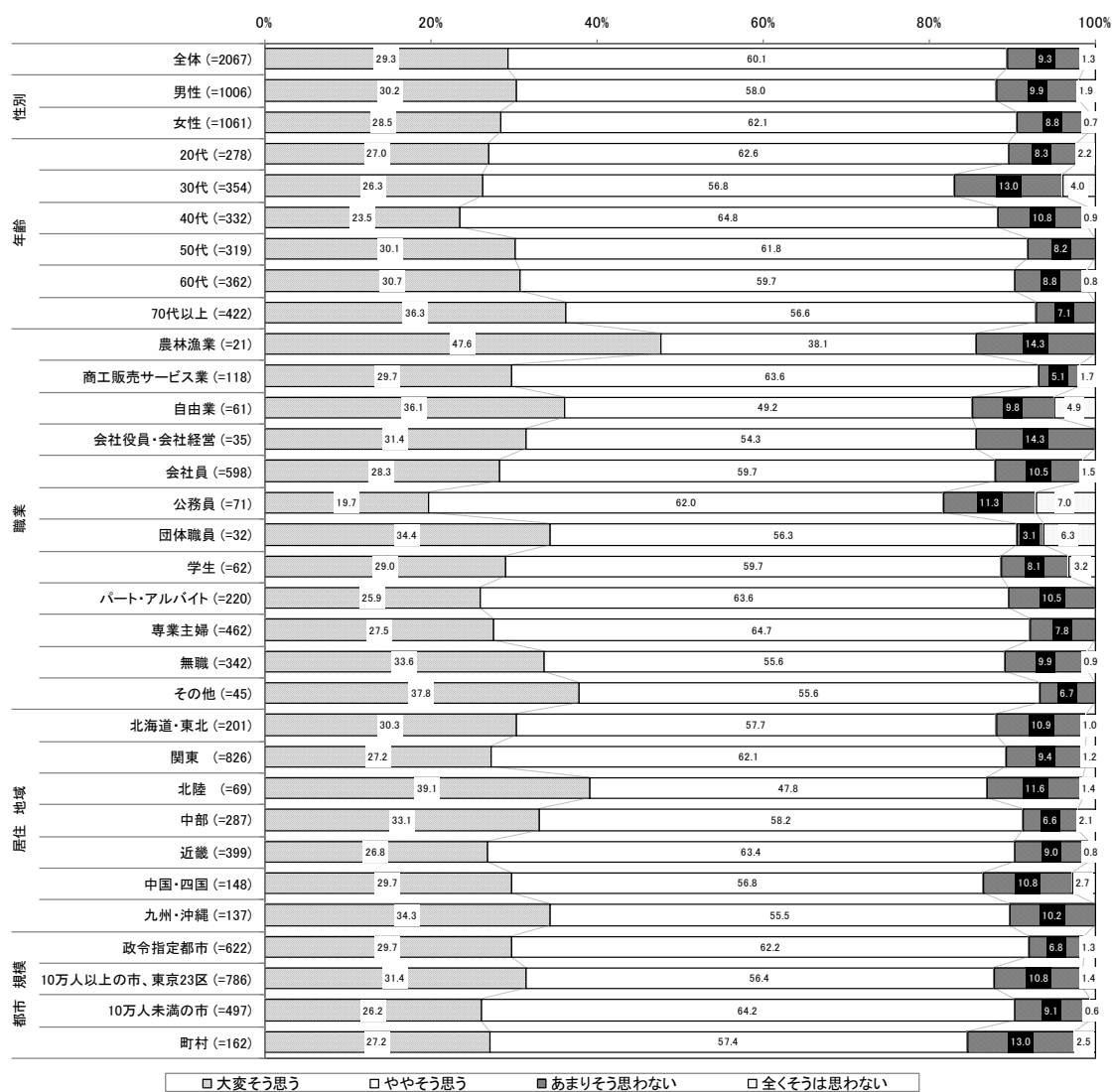
環境問題への取組⑧ 我が国が、国際社会において環境面からの積極的な寄与・参加を行うことは重要である

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

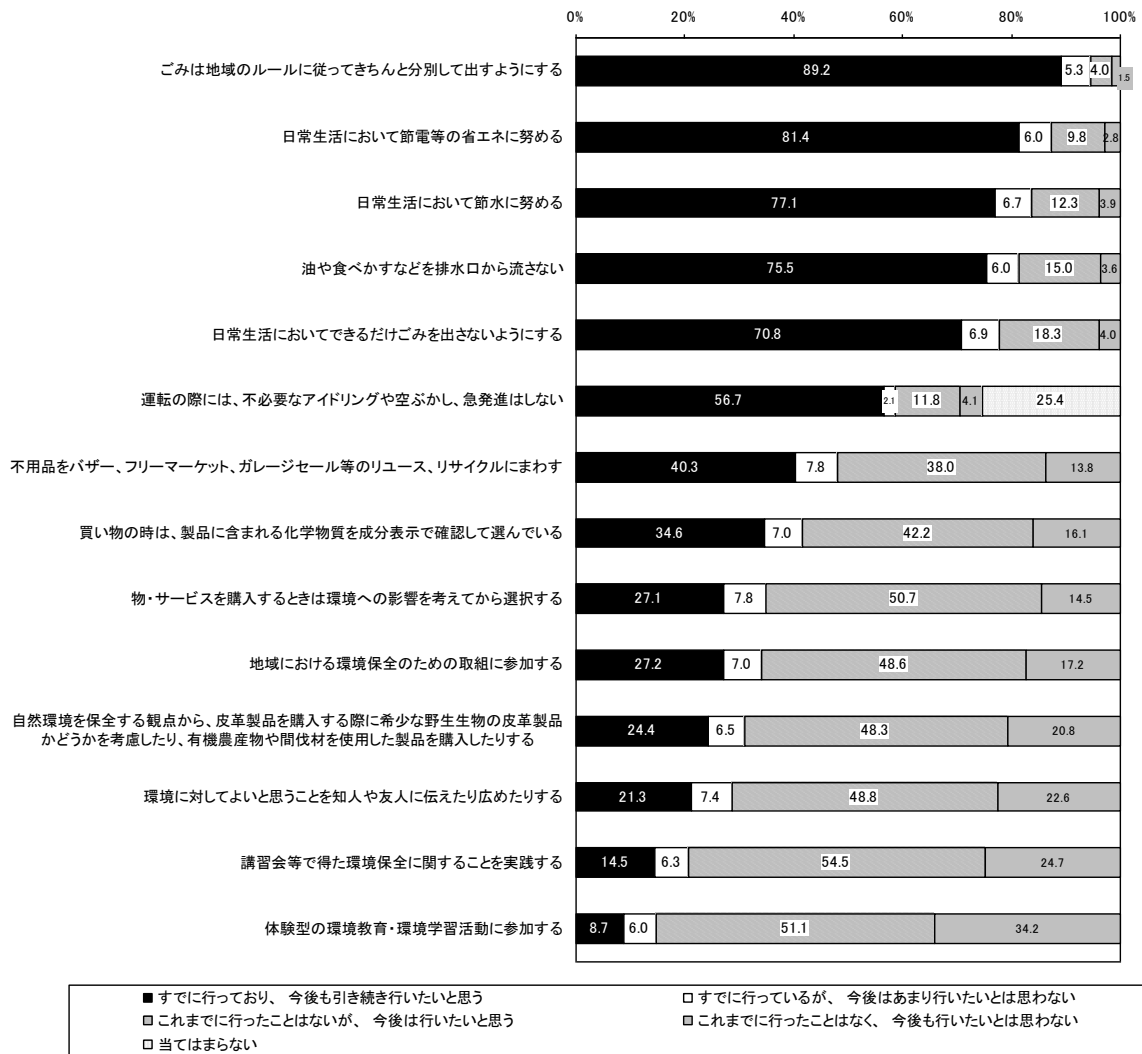
- 「ごみは地域のルールに従ってきちんと分別して出すようにする」 95%
- 「日常生活において節電等の省エネに努める」 87%
- 「日常生活において節水に努める」 84%
- 「油や食べかすなど排水口から流さない」 81%
- 「日常生活においてできるだけごみを出さないようにする」 78%

25%未満の人しか実施していない項目

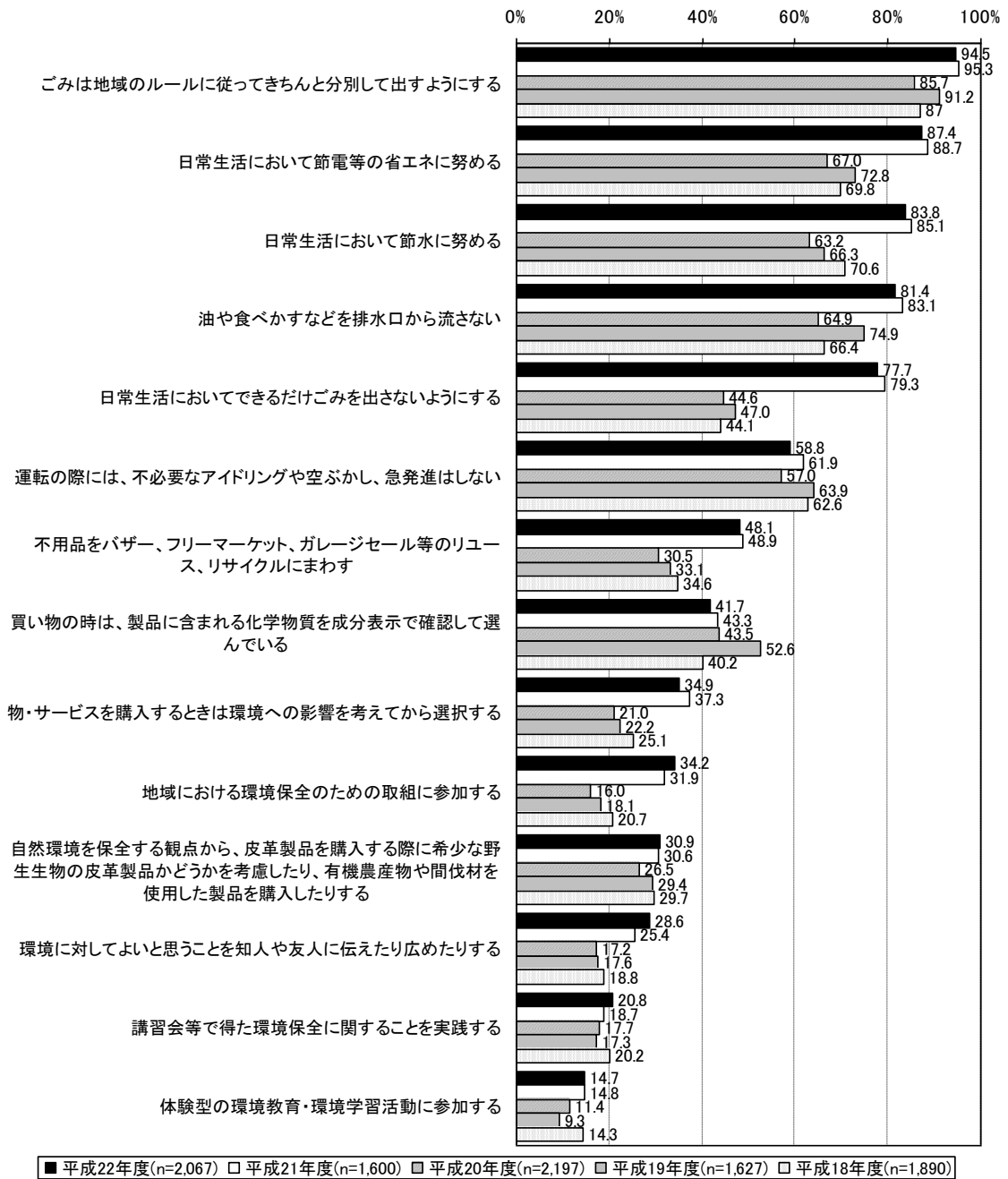
- 「講習会等で得た環境保全に関することを実践する」 21%
- 「体験型の環境教育・環境学習活動に参加する」 15%

平成 21 年度調査と比較すると、3 ポイント以上の差がつく項目は、「運転の際には、不要なアイドリングや空ぶかし、急発進はしない」（62%→59%）、「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」（25%→29%）の 2 項目のみであった。

図表 2-12 環境保全行動の実施状況・実施意向

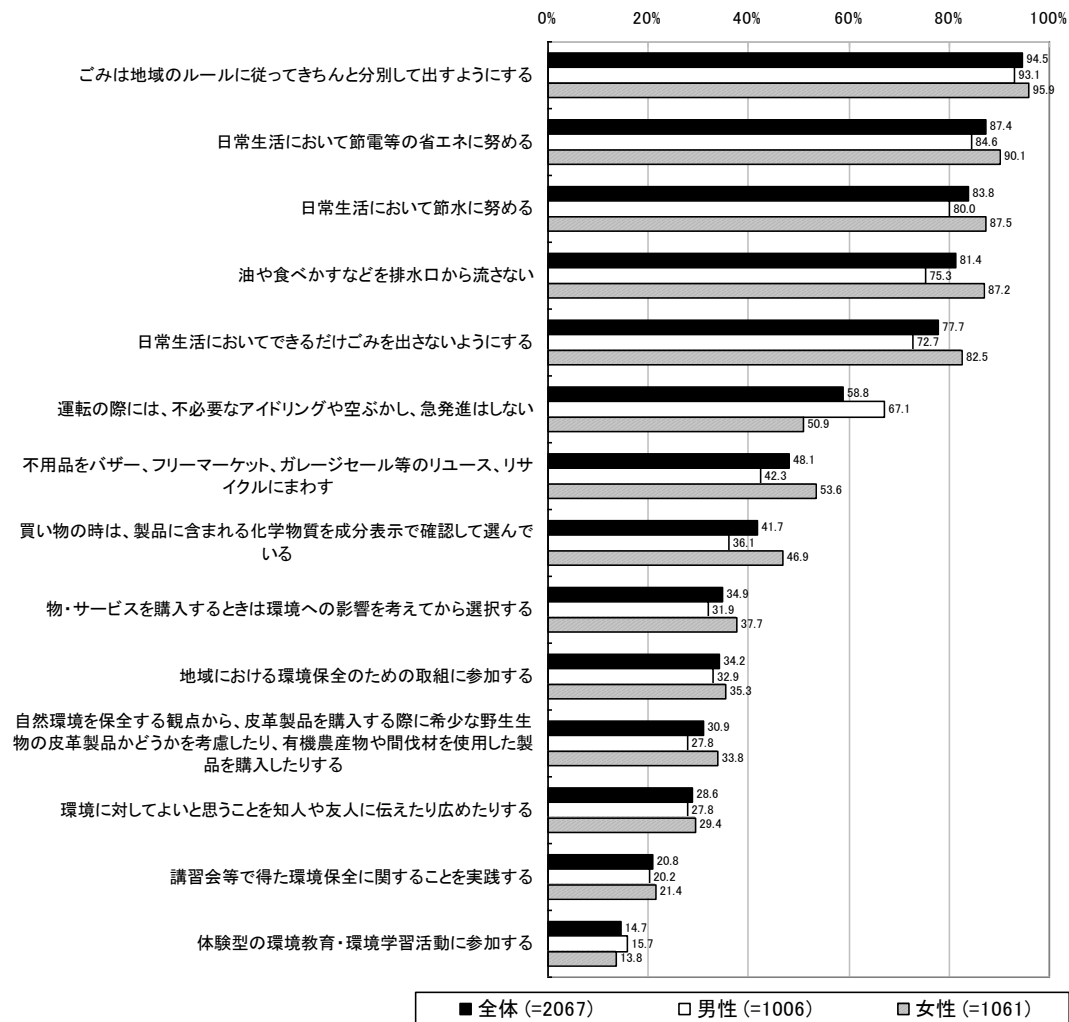


図表 2-13 環境保全行動の実施状況（時系列）（※）

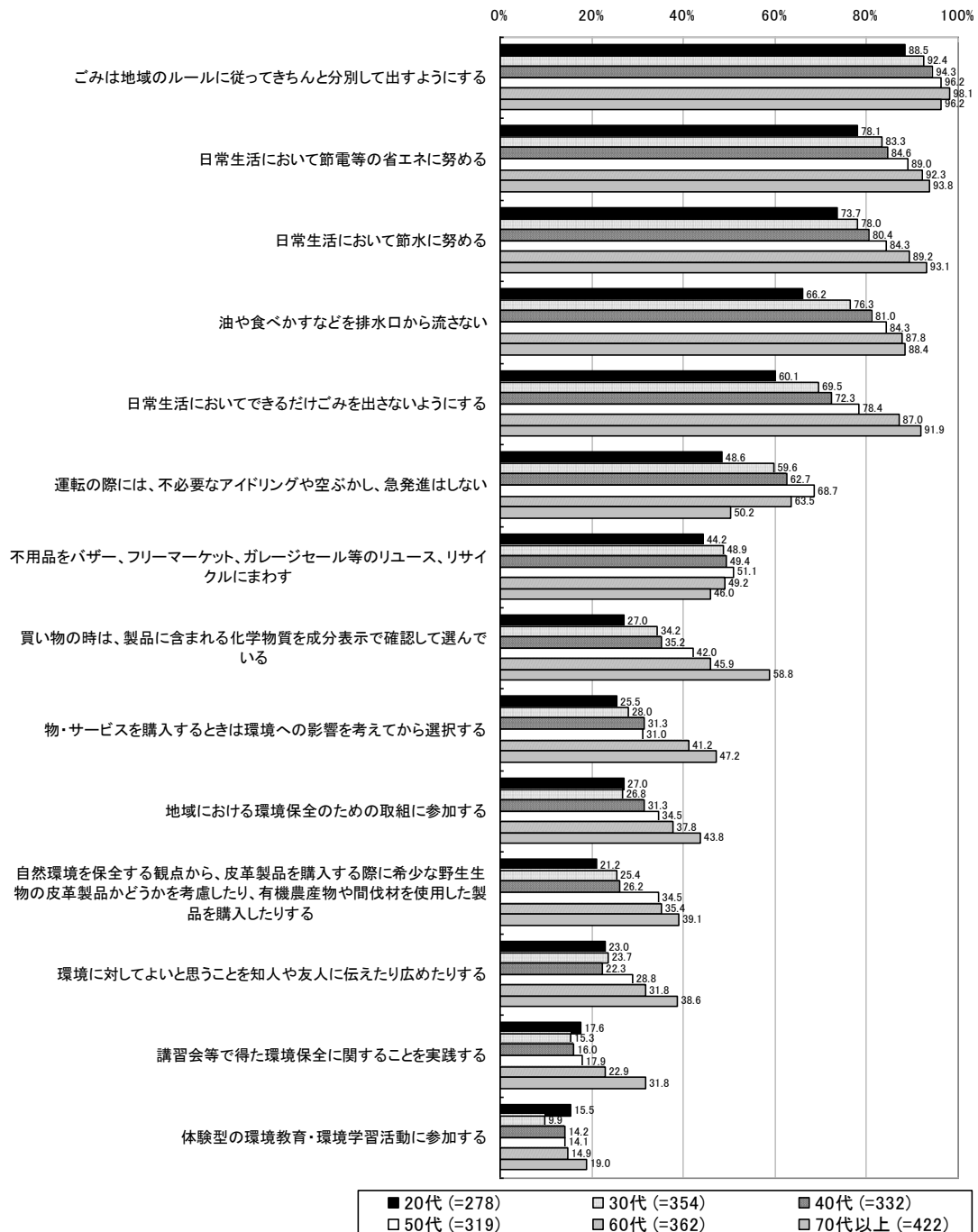


（※）「すでに行っており、今後も引き続き行いたいと思う」、「これまで行ったことはないが、今後は行いたいと思う」の合計

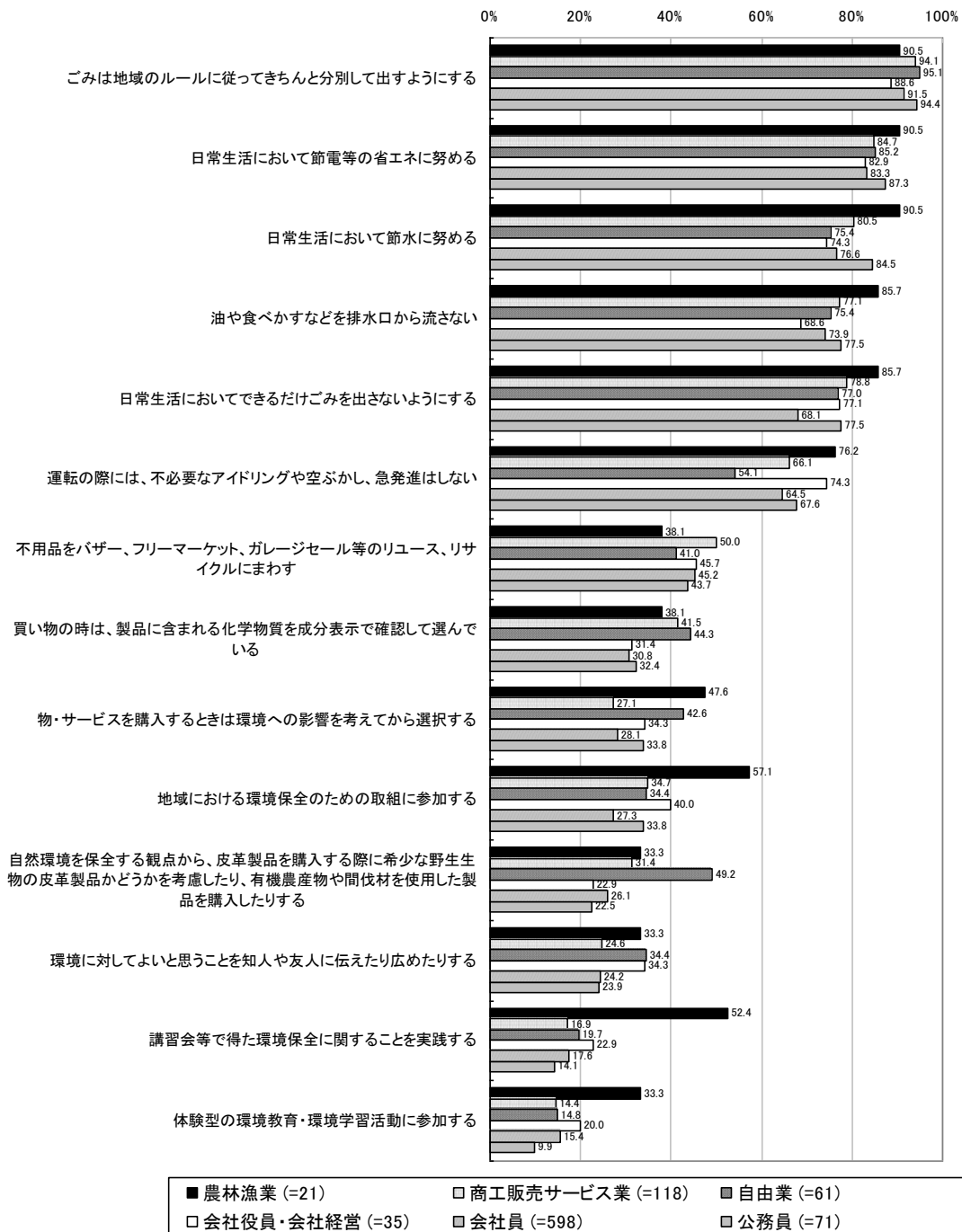
図表 2-14 環境保全行動の実施状況（全体、性別）



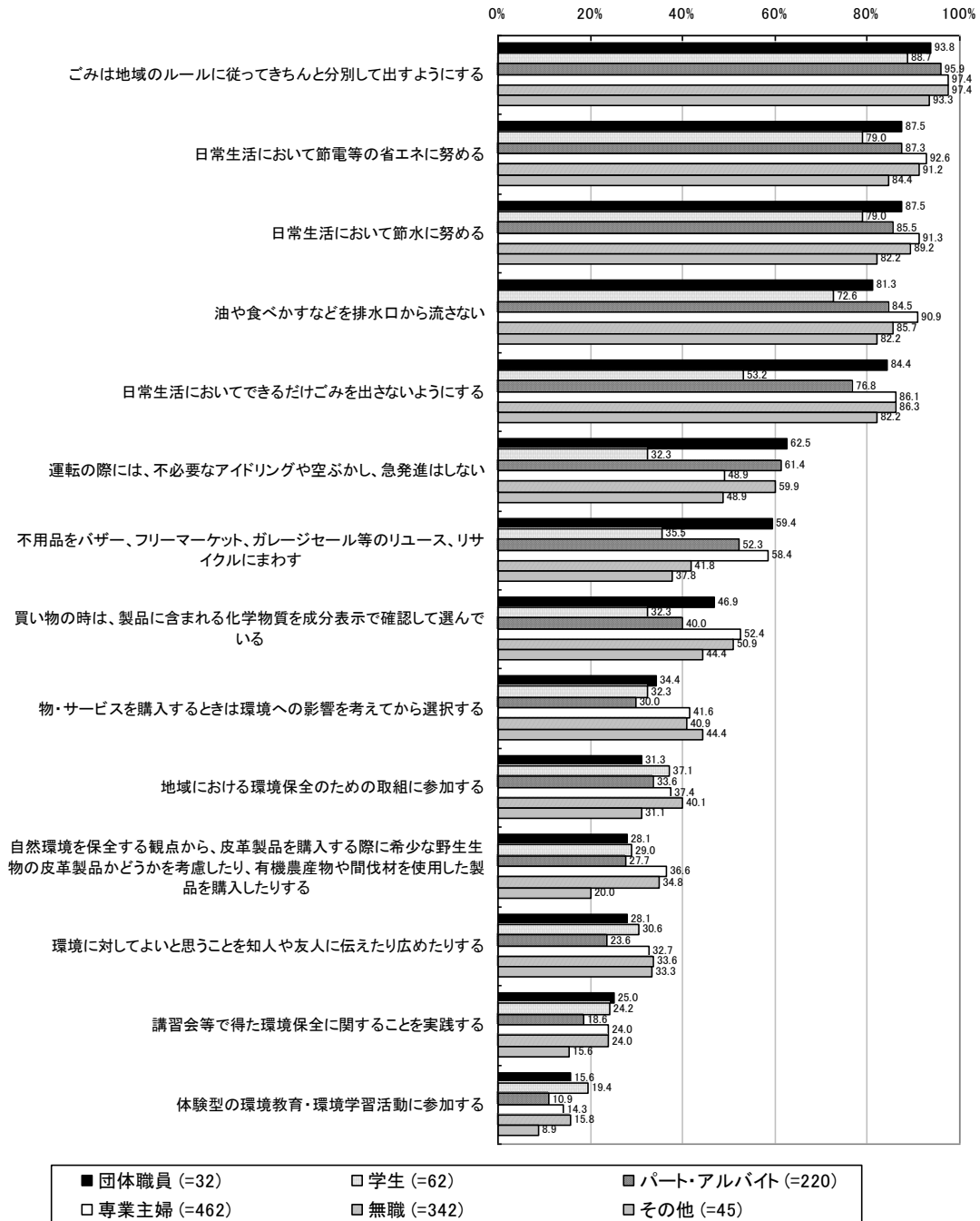
図表 2-15 環境保全行動の実施状況（年代別）



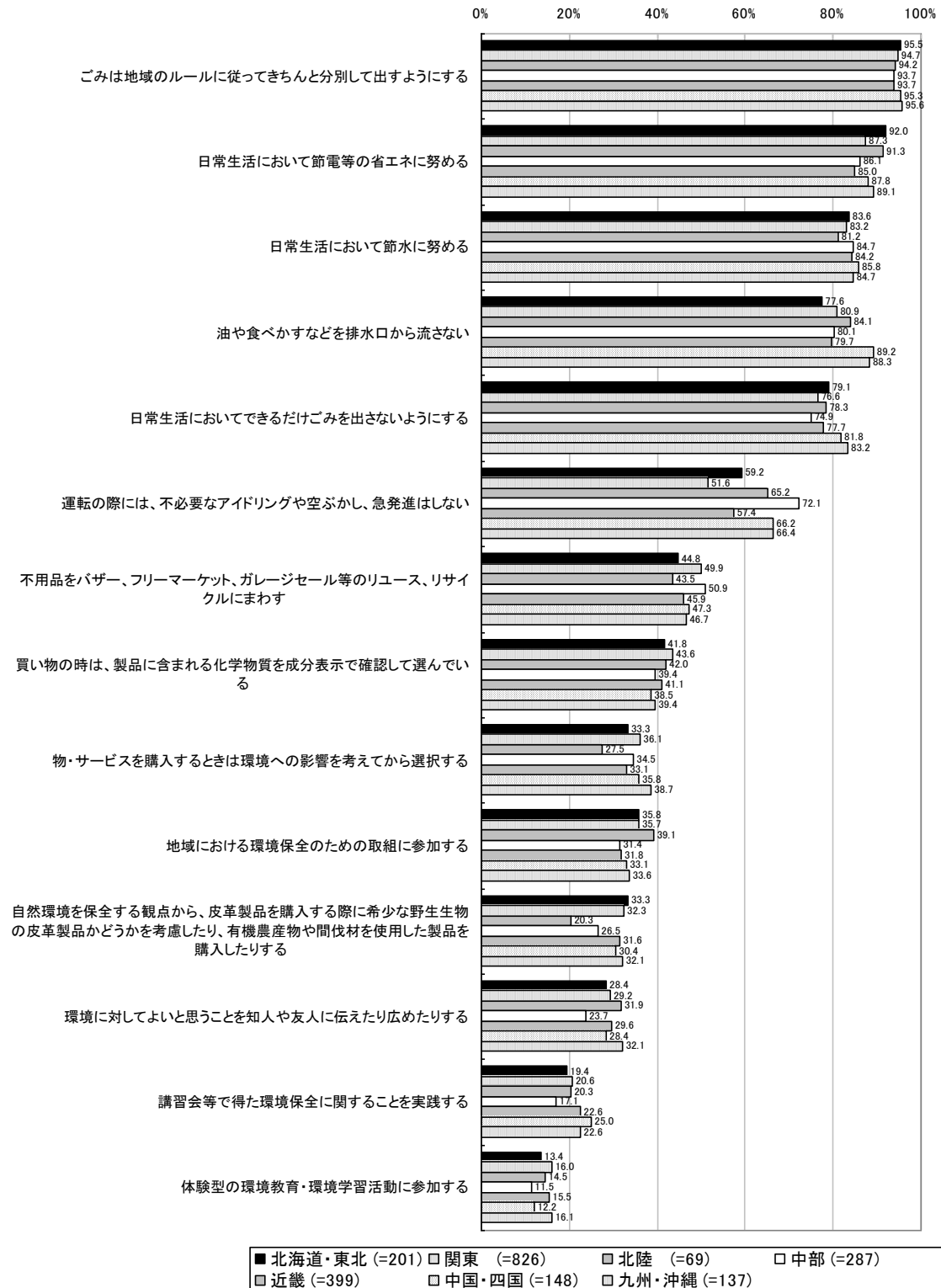
図表 2-16 環境保全行動の実施状況（職業別 1/2）



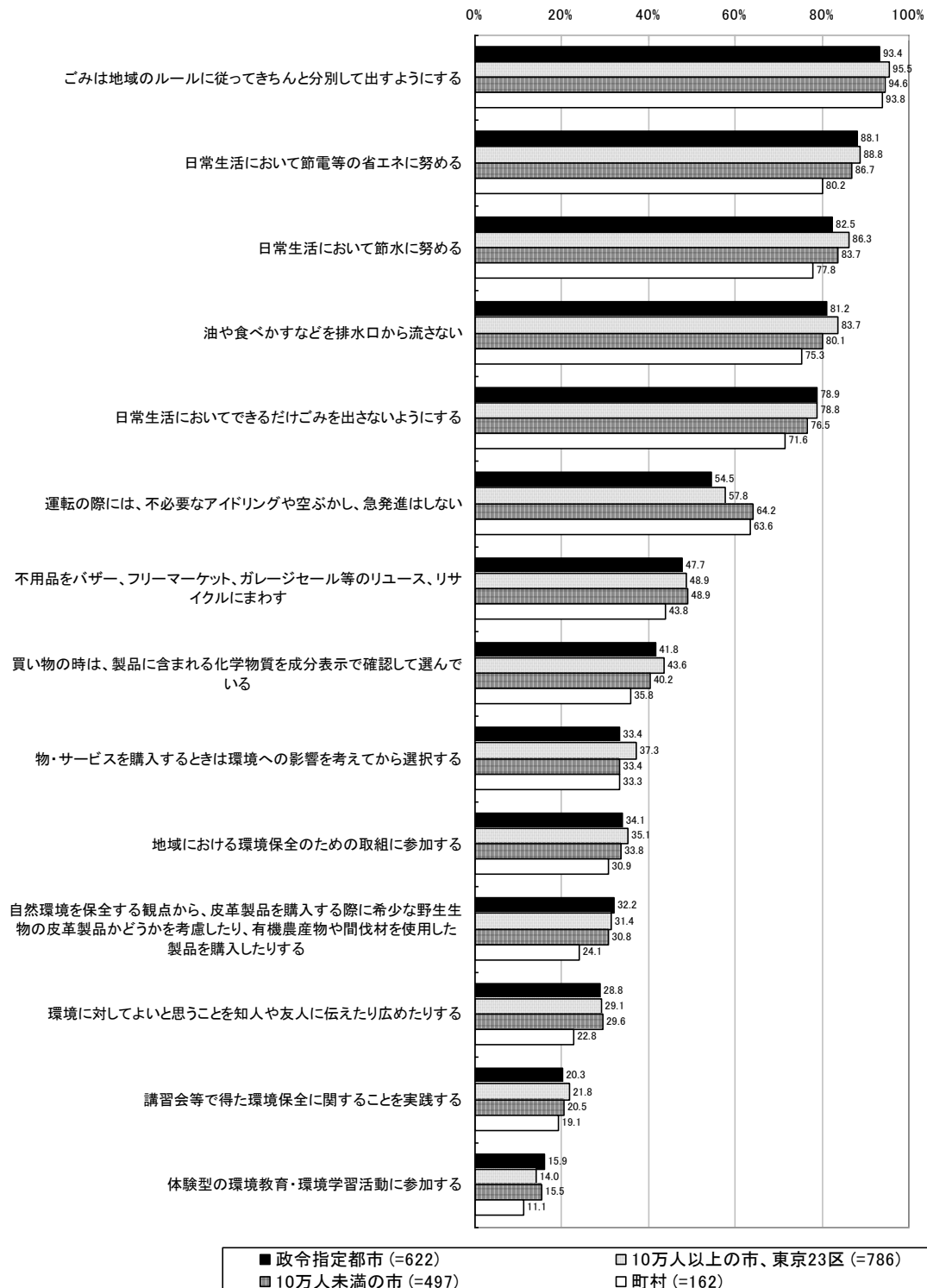
図表 2-17 環境保全行動の実施状況（職業別 2/2）



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、全ての項目で約 60%以上の人が実施したいという意向を示しており、環境保全行動への意向は総じて高いことがうかがえる。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。

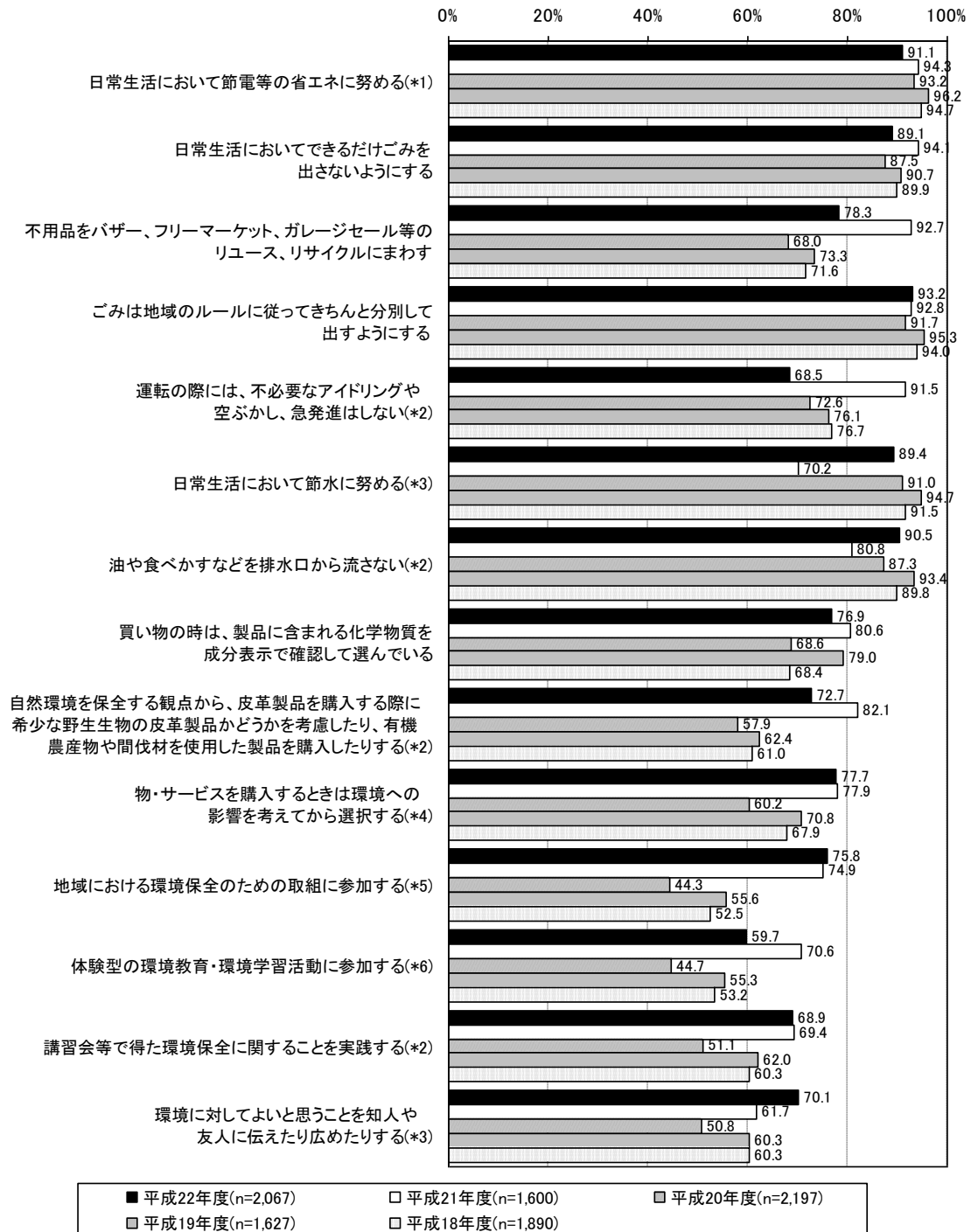
90%以上の人が今後実施したい項目

- 「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」 95%
- 「油や食べかすなどを排水口から流さない」 91%

70%未満の人が今後実施したい項目

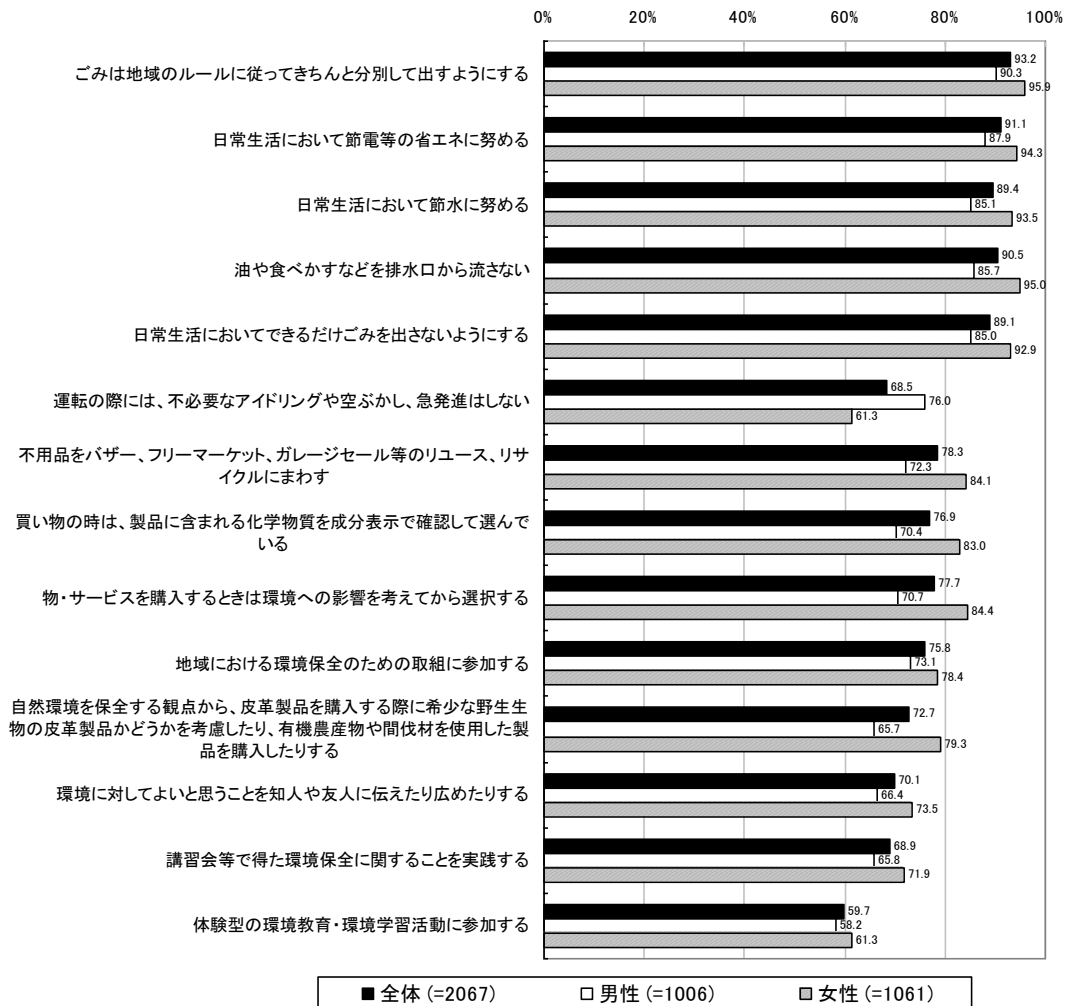
- 「講習会等で得た環境保全に関することを実践する」 69%
- 「体験型の環境教育・環境学習活動に参加する」 60%

図表 2-20 環境保全行動の実施意向（時系列）（※）

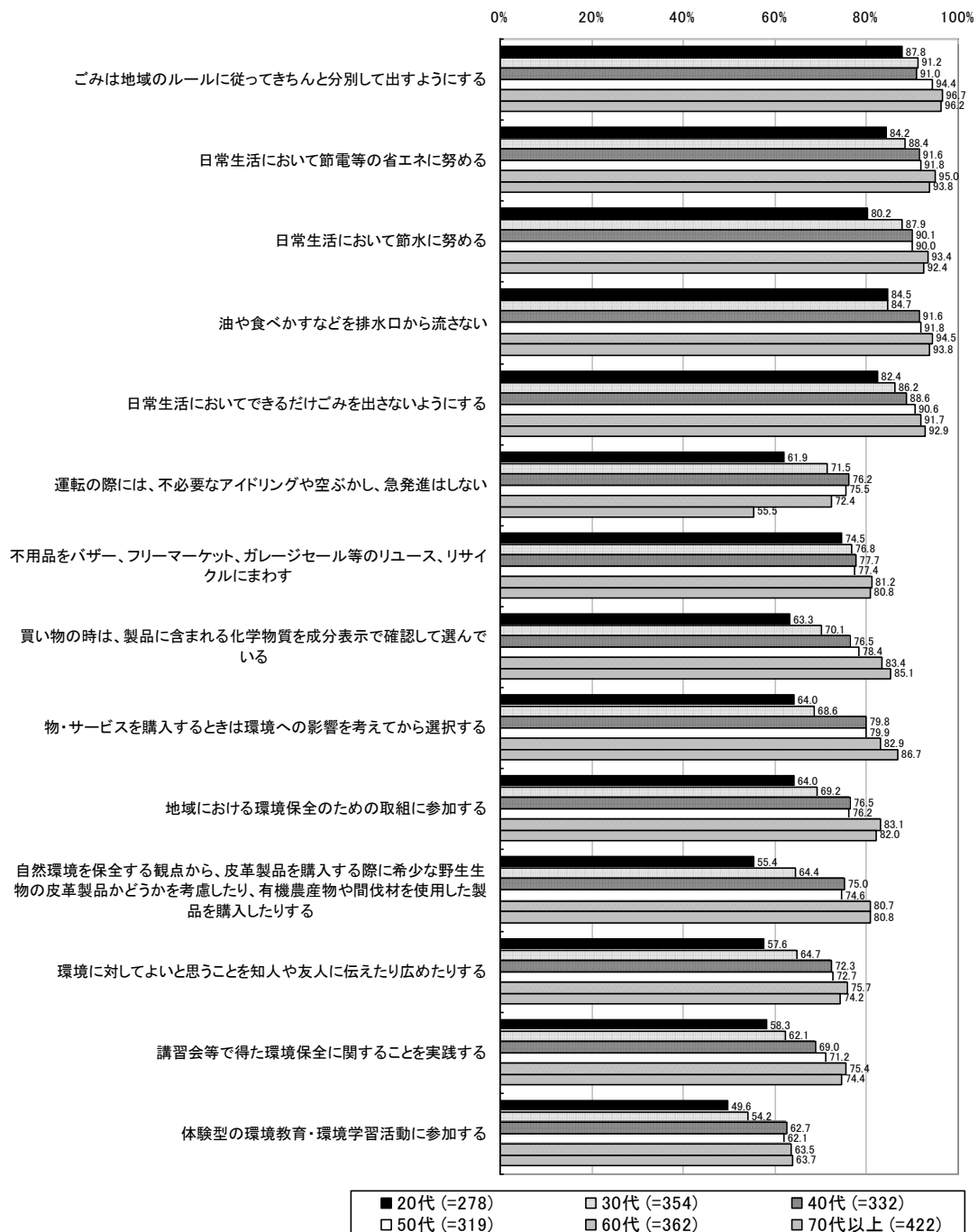


（※）「すでに行っており、今後も引き続き行いたいと思う」、「これまで行ったことはないが、今後は行いたいと思う」の合計

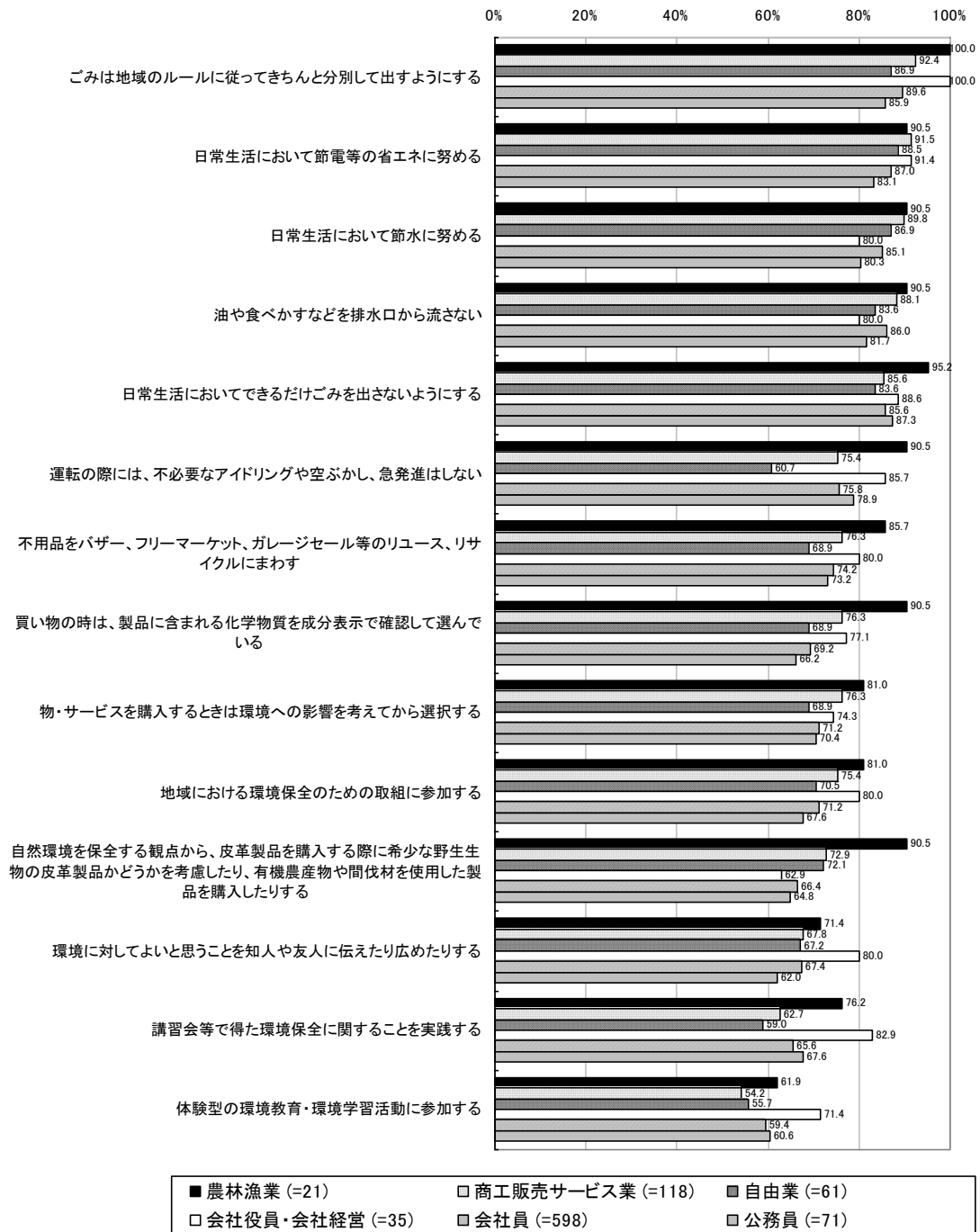
図表 2-21 環境保全行動の実施意向（全体、性別）



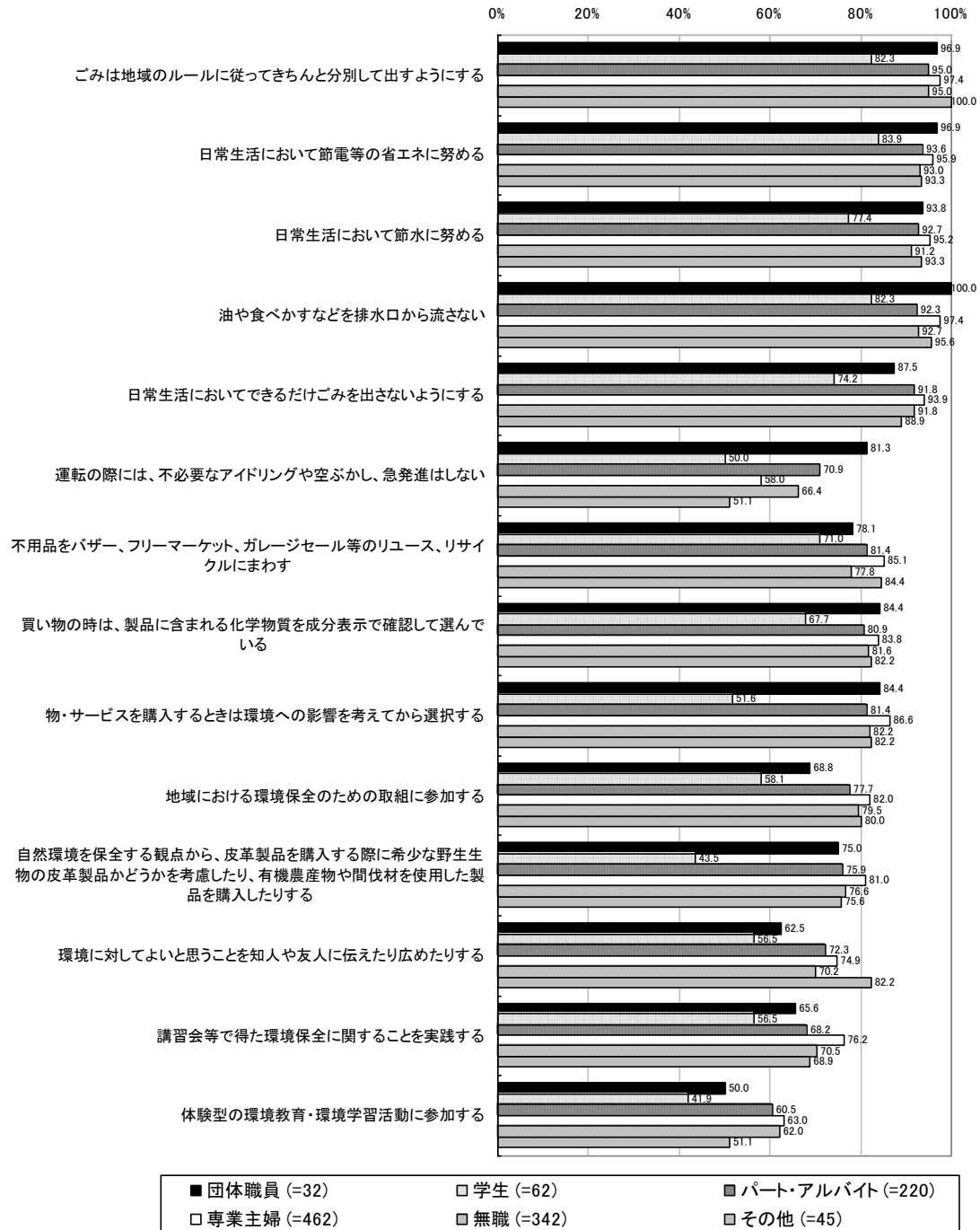
図表 2-22 環境保全行動の実施意向（年代別）



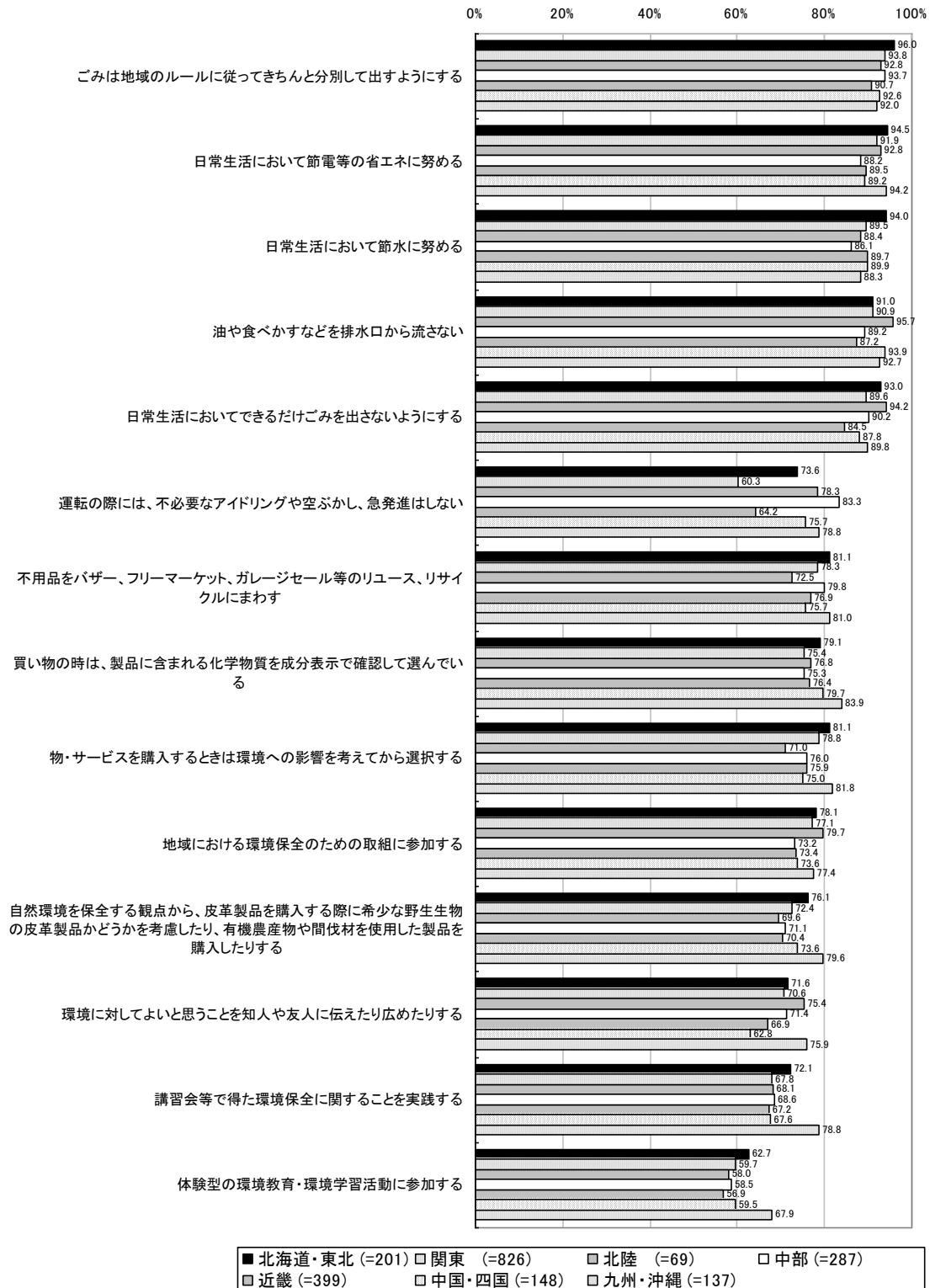
図表 2-23 環境保全行動の実施意向（職業別 1/2）



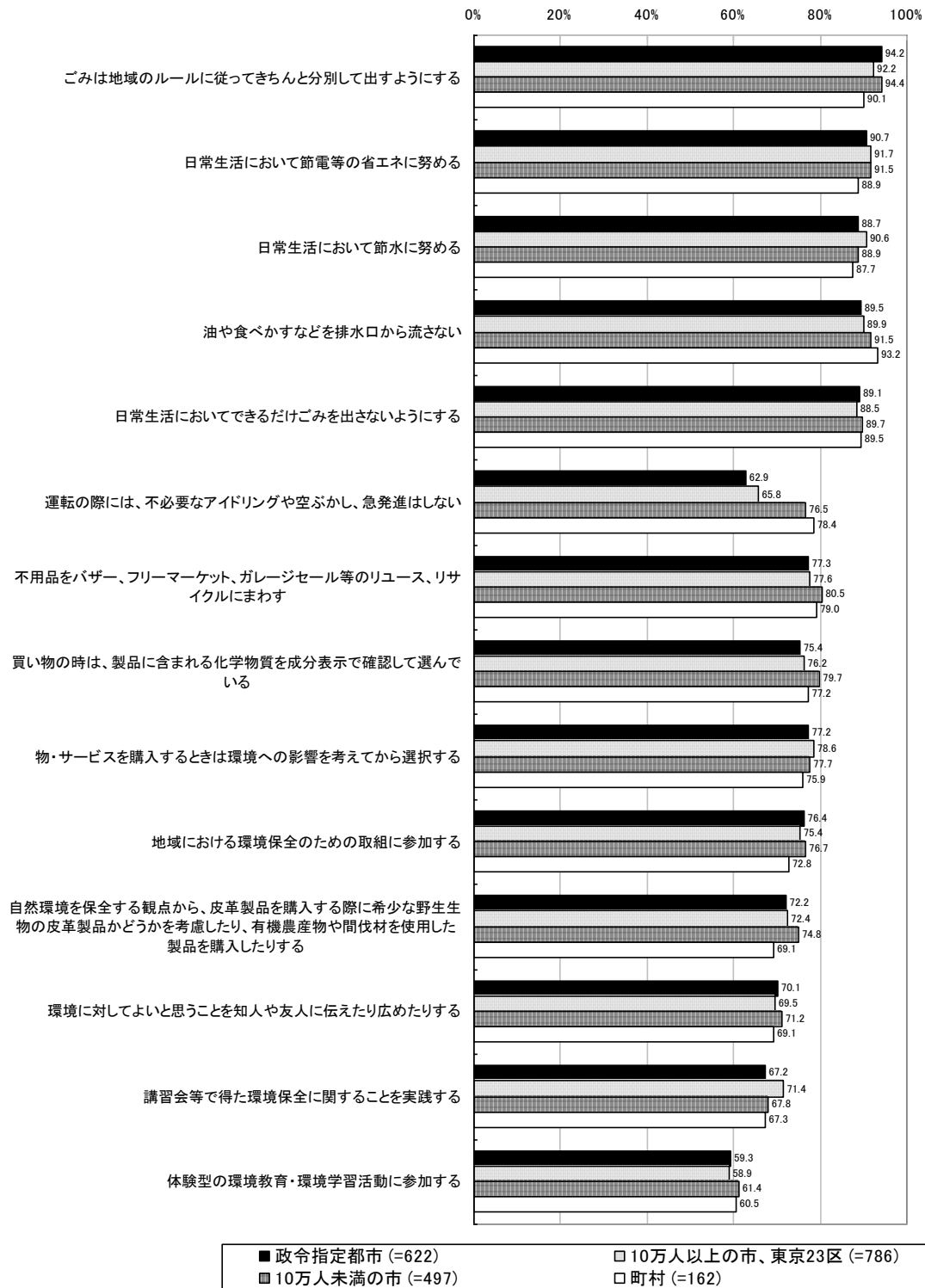
図表 2-24 環境保全行動の実施意向（職業別 2/2）



図表 2-25 環境保全行動の実施意向（地域別）



図表 2-26 環境保全行動の実施意向（都市規模別）



第三次環境基本計画の各重点分野政策プログラム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三次環境基本計画第二部第 1 章の重点分野政策プログラム（以下「重点分野」という。）ごとに整理すると以下となる。

＜重点分野 1＞ 地球温暖化問題に対する取組

平成 21 年度調査よりも実施率がわずかに減少しているものの、高い実施率となっている。

- 「日常生活において節電等の省エネに努める」：87%

＜重点分野 2＞ 物質循環の確保と循環型社会の構築のための取組

全ての項目で、平成 21 年度調査と同程度の実施率となっている。

- 「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」：78%
- 「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」：48%
- 「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」：95%

＜重点分野 3＞ 都市における良好な大気環境の確保に関する取組

平成 21 年度調査よりもわずかに実施率が減少しているが、過年度と同程度となっている。

- 「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」：59%

＜重点分野 4＞ 環境保全上健全な水循環の確保に向けた取組

平成 21 年度調査よりも実施率がわずかに減少しているものの、高い実施率となっている。

- 「日常生活において節水に努める」：84%
- 「油や食べかすなどを排水口から流さない」：81%

＜重点分野 5＞ 化学物質の環境リスクの低減に向けた取組

平成 21 年度調査と同程度の実施率となっている。

- 「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」：42%

＜重点分野 6＞ 生物多様性の保全のための取組

実施率は平成 21 年度調査と同程度となっており、依然低いままである。

- 「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」：31%

＜重点分野 7＞ 市場において環境の価値が積極的に評価される仕組みづくり

実施率は平成 21 年度調査と同程度となっている。

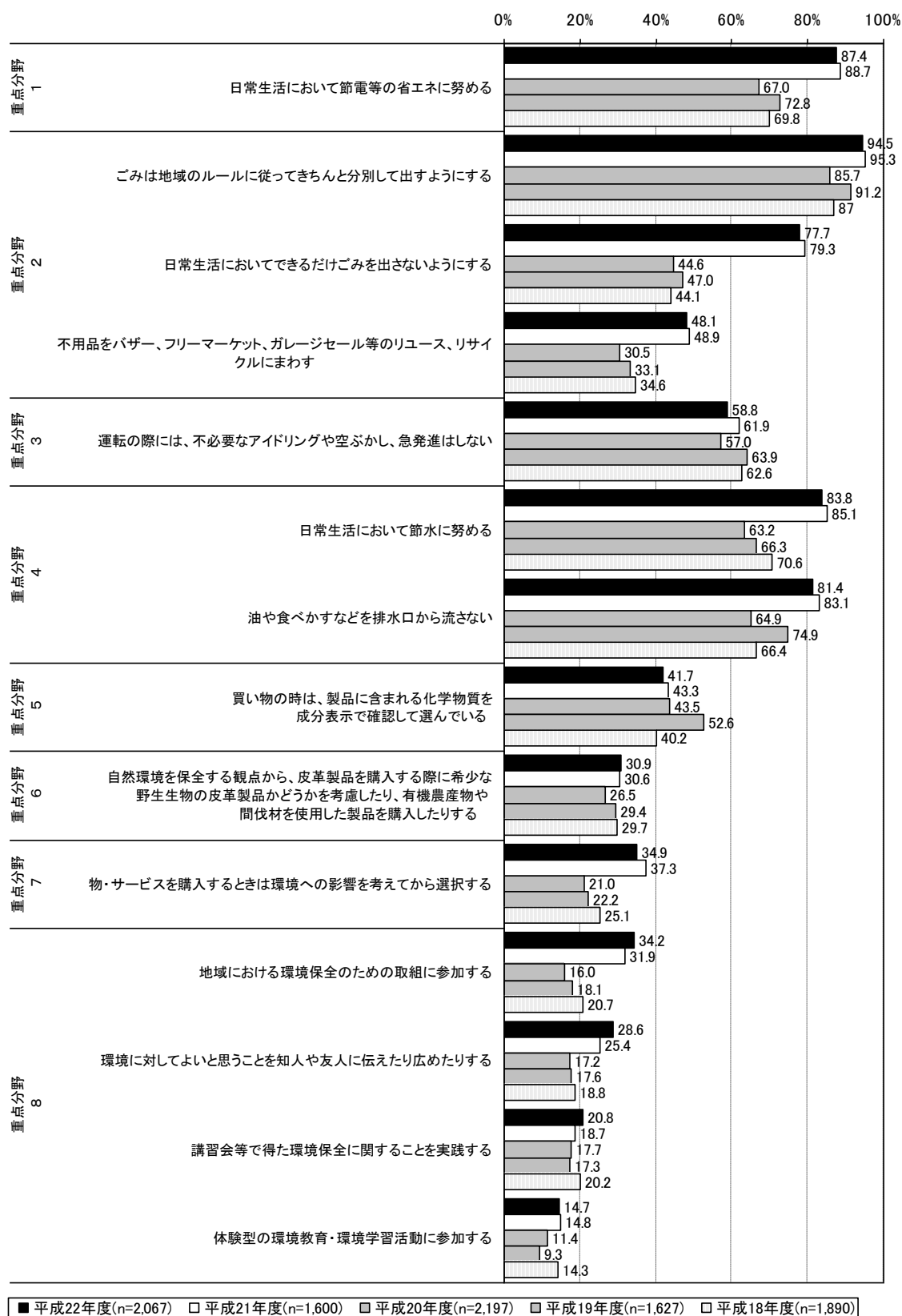
- 「物・サービスを購入するときは環境への影響を考えてから選択する」：35%

＜重点分野 8＞ 環境保全の人づくり・地域づくりの推進

平成 21 年度調査よりもほとんどの項目で実施率が 1～4 ポイント上昇しているが、全体的に実施率は低く、重点分野の中で実施率の低い分野となっている。

- 「地域における環境保全のための取組に参加する」：34%
- 「体験型の環境教育・環境学習活動に参加する」：15%
- 「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」：29%

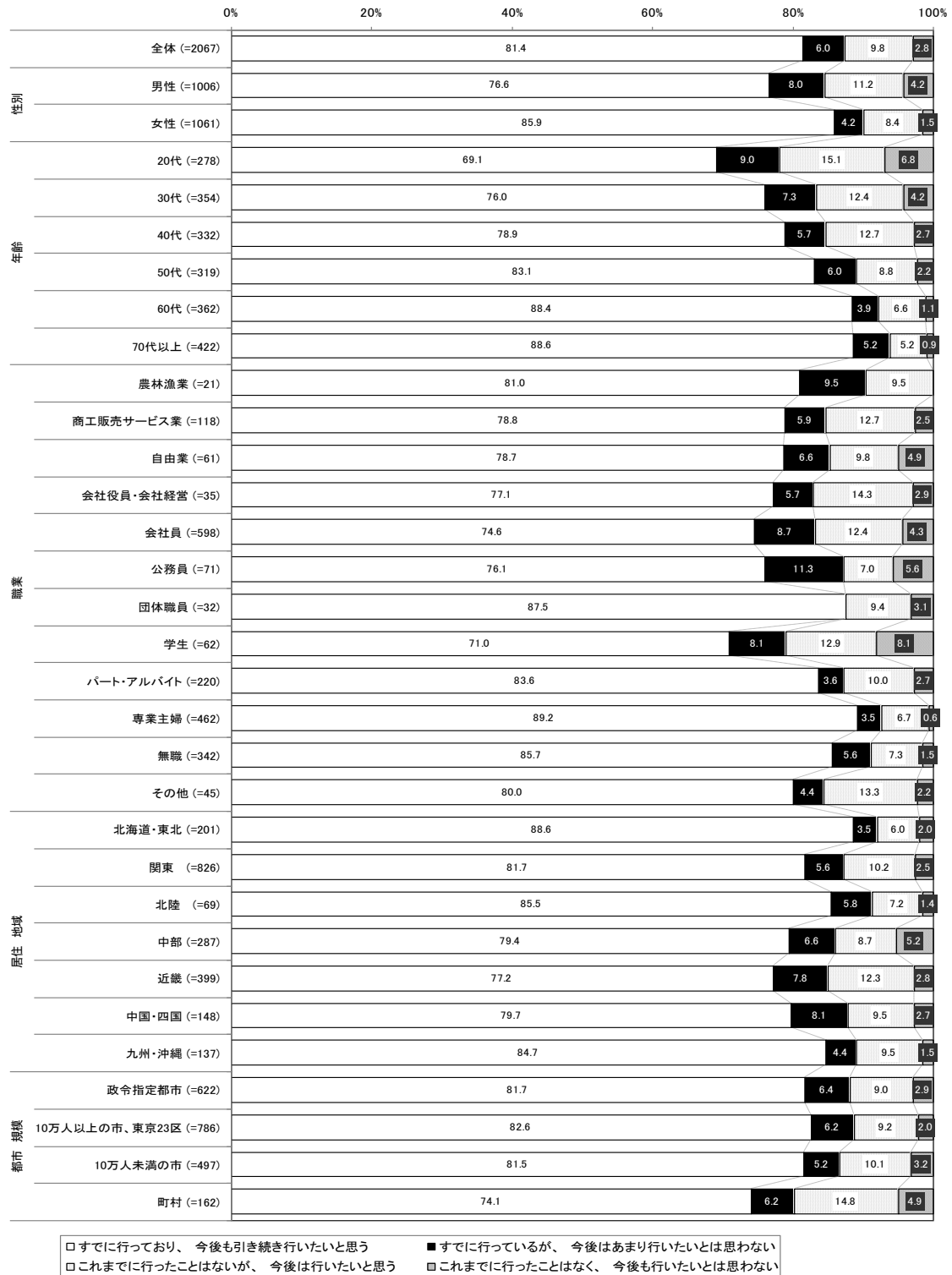
図表 2-27 環境基本計画の重点取組分野ごとの環境保全行動実施状況



<重点分野1> 地球温暖化問題に対する取組

環境保全行動（１）日常生活において節電等の省エネに努める

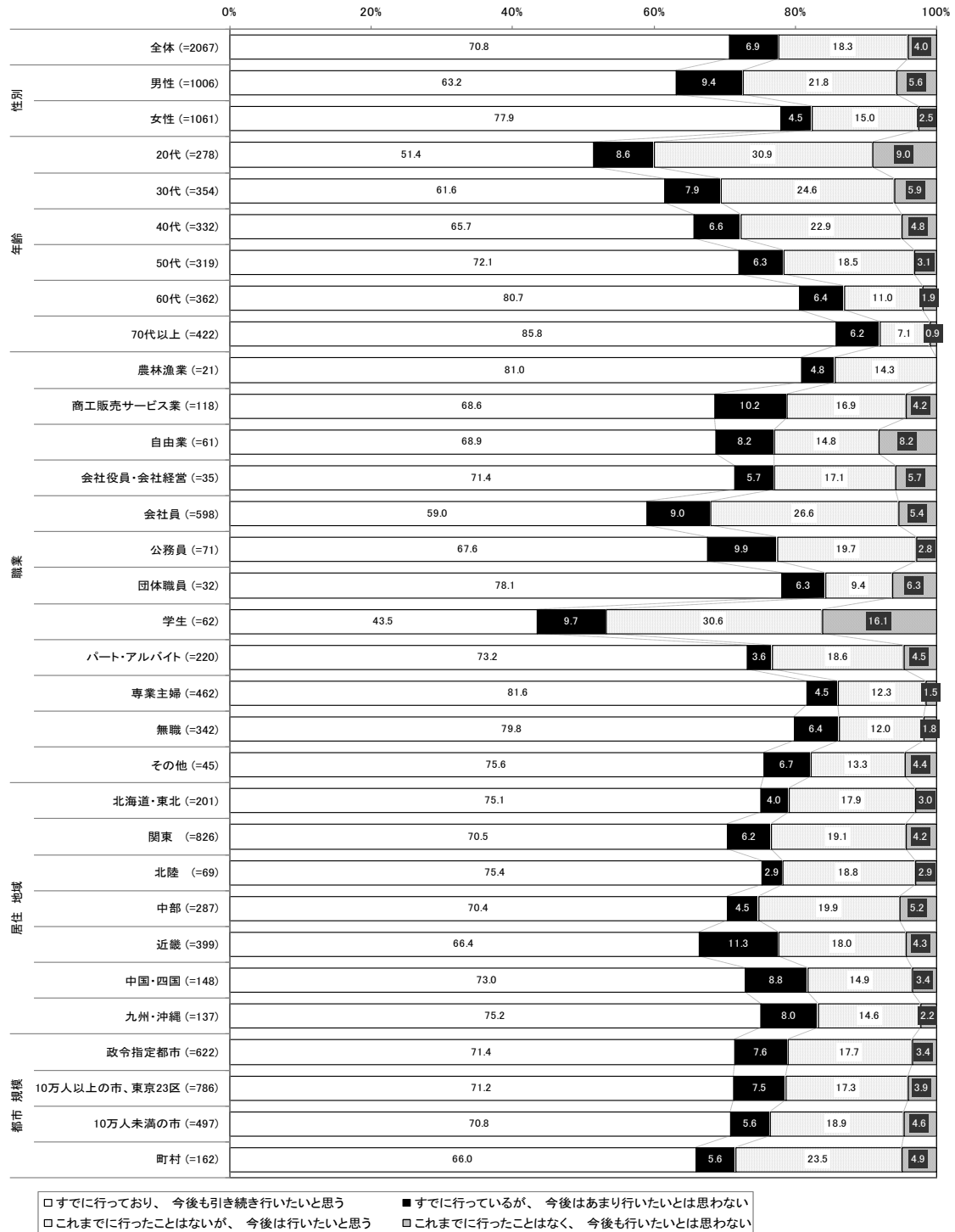
図表 2-28 環境保全行動（１）（属性別）



＜重点分野２＞ 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（２） 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

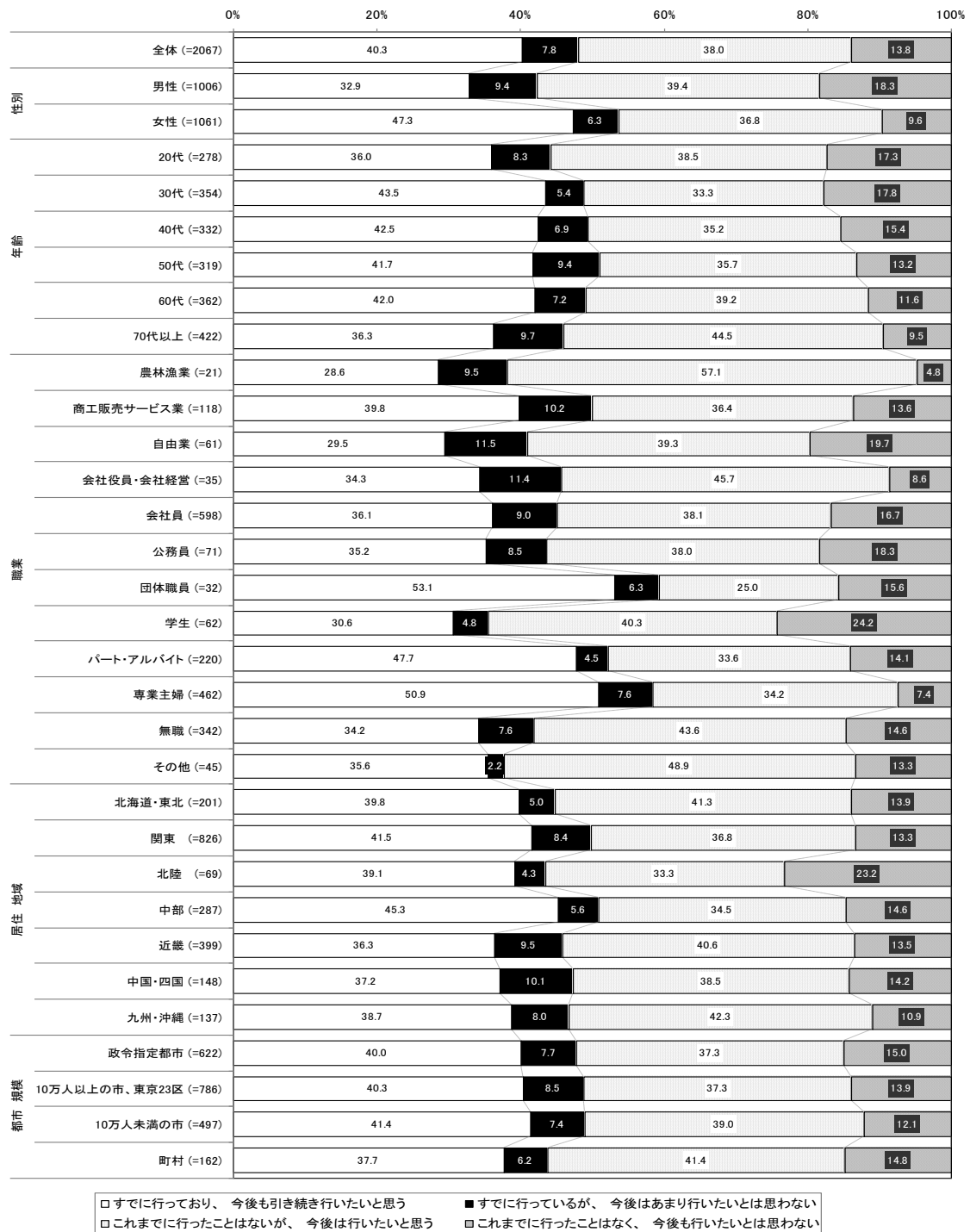
図表 2-29 環境保全行動（２）（属性別）



<重点分野2> 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（3）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

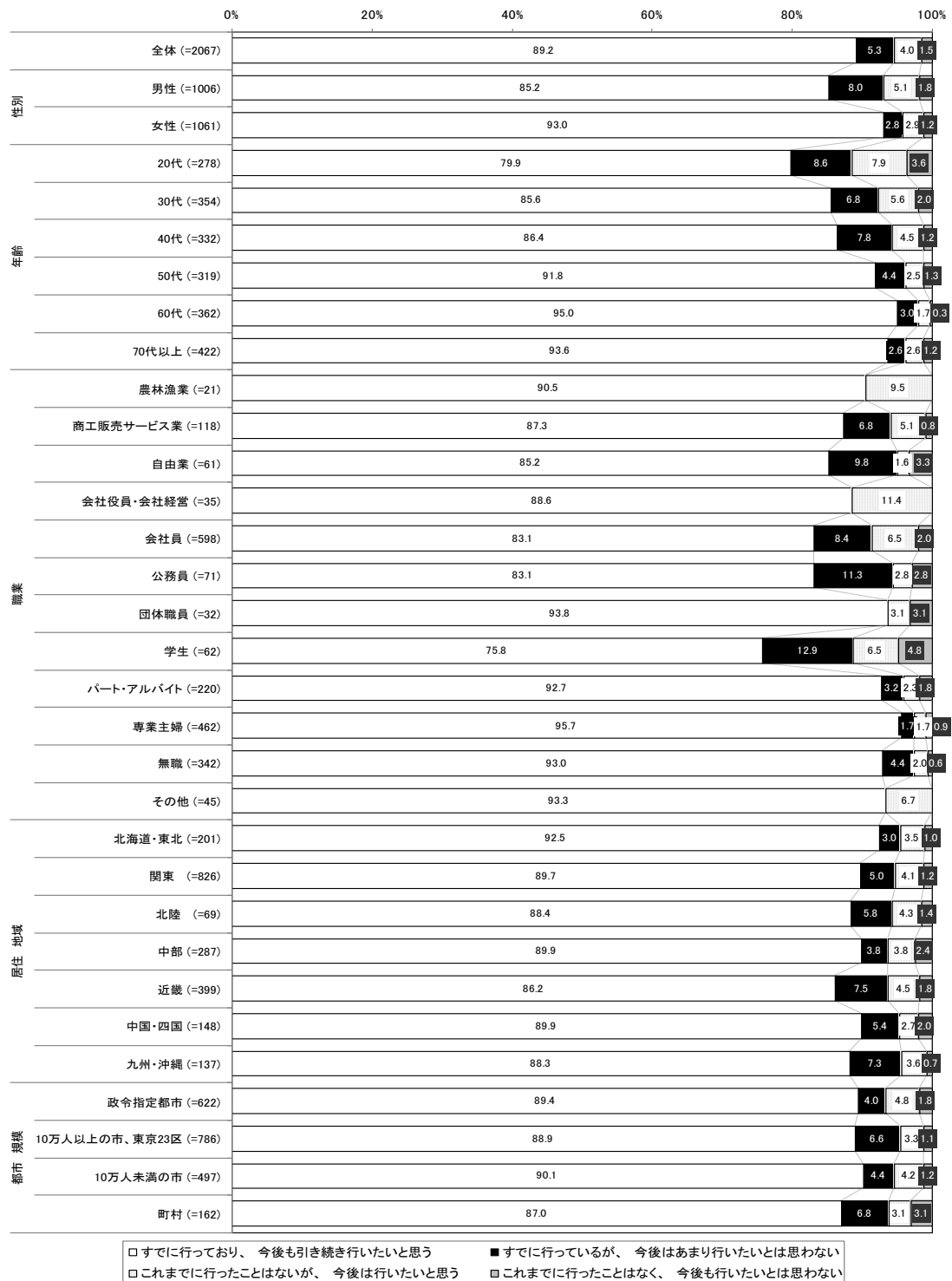
図表 2-30 環境保全行動（3）（属性別）



< 重点分野 2 > 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（４）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

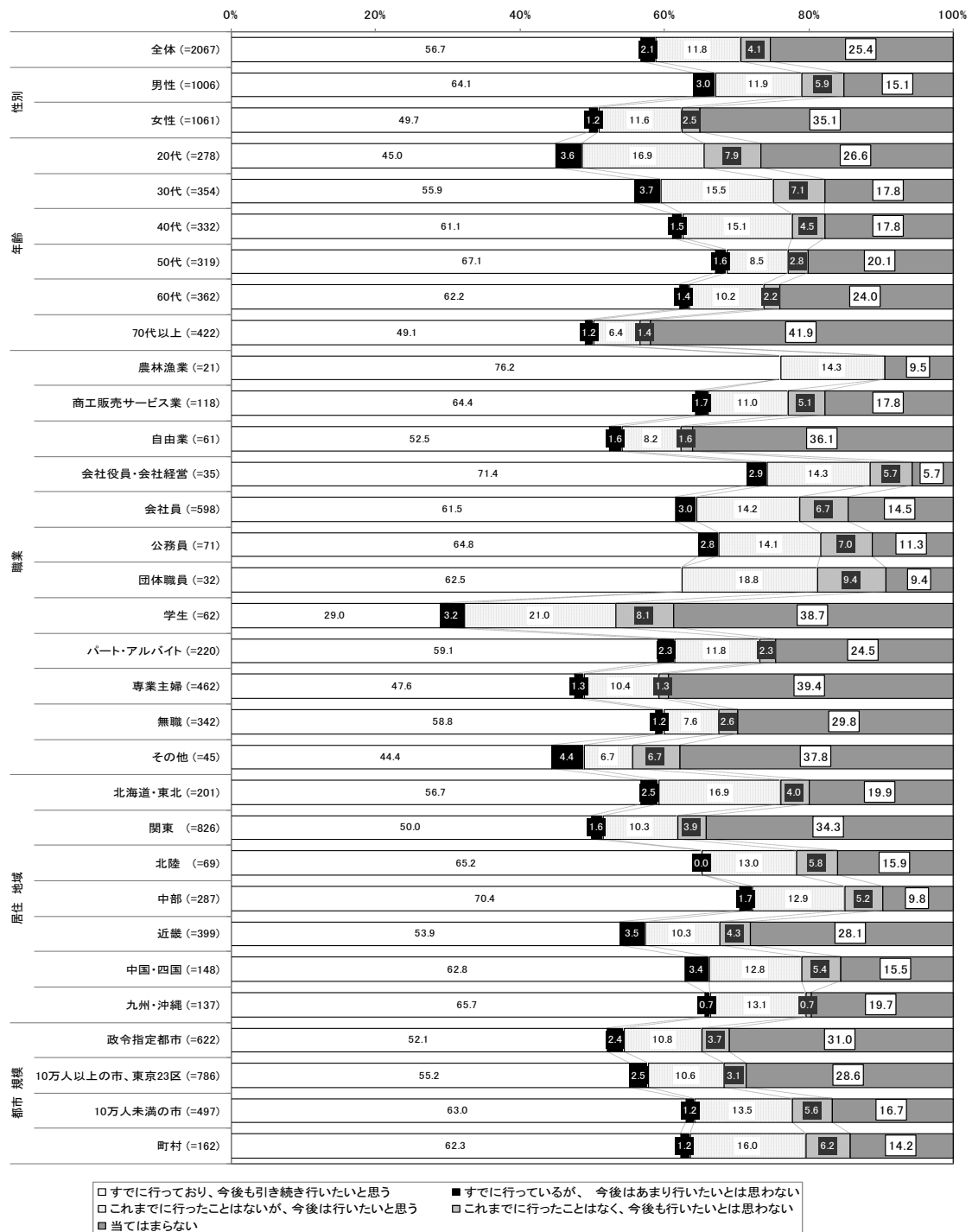
図表 2-31 環境保全行動（４）（属性別）



<重点分野3> 都市における良好な大気環境の確保に関する取組

環境保全行動（５）運転の際には、 unnecessary アイドリングや空ぶかし、急発進はしない

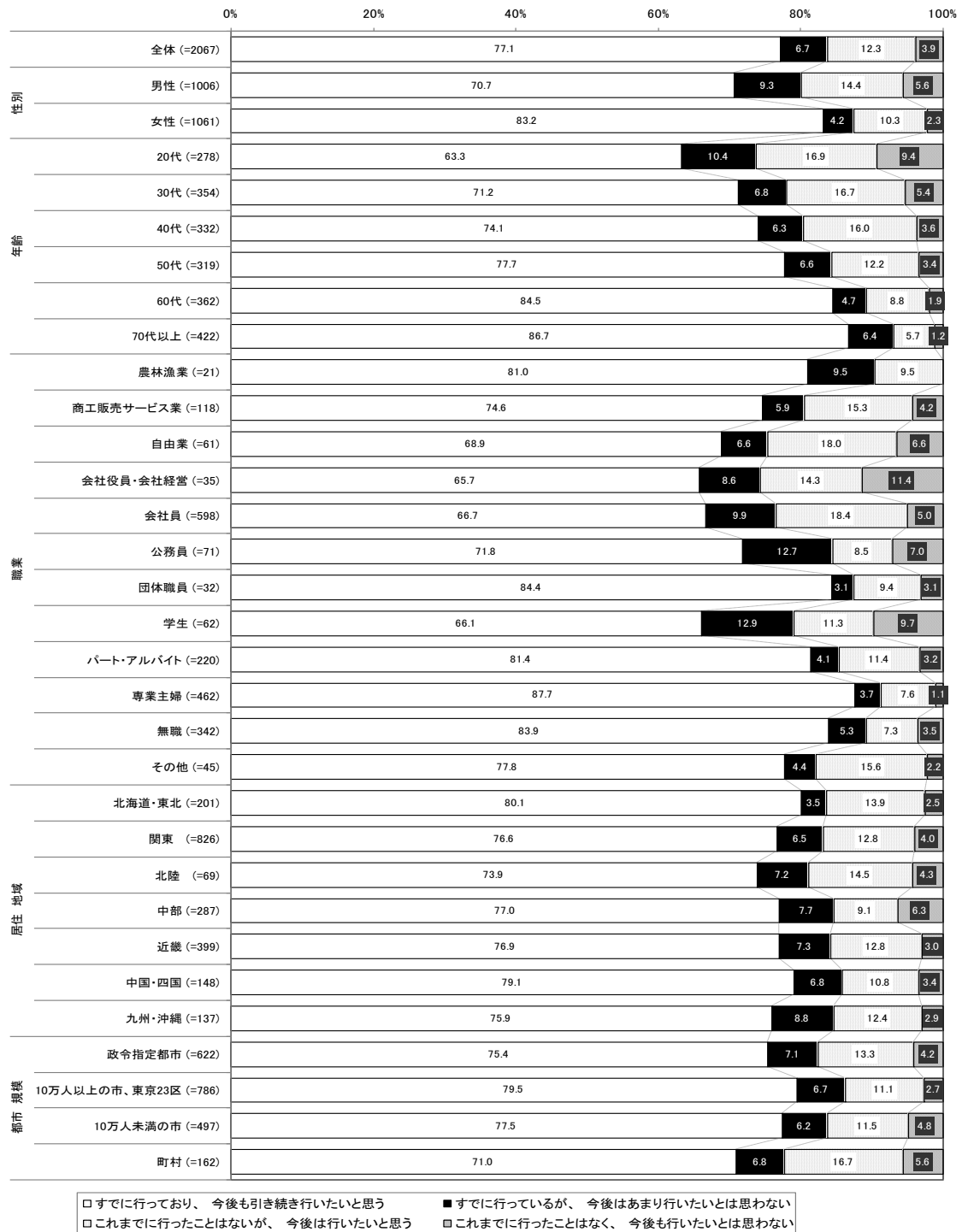
図表 2-32 環境保全行動（５）（属性別）



<重点分野4> 環境保全上健全な水循環の確保に向けた取組

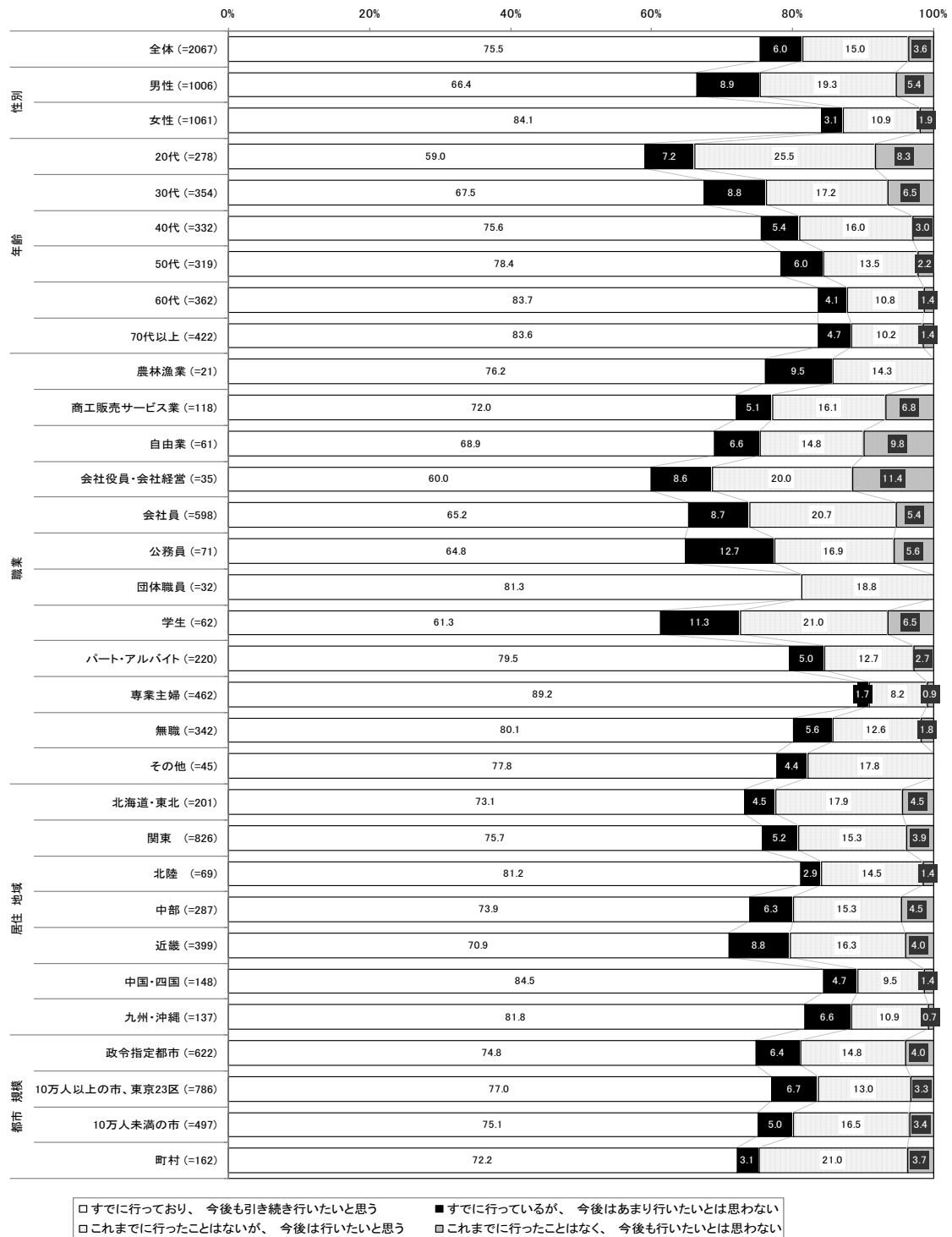
環境保全行動（6）日常生活において節水に努める

図表 2-33 環境保全行動（6）（属性別）



<重点分野4> 環境保全上健全な水循環の確保に向けた取組
環境保全行動（7）油や食べかすなどを排水口から流さない

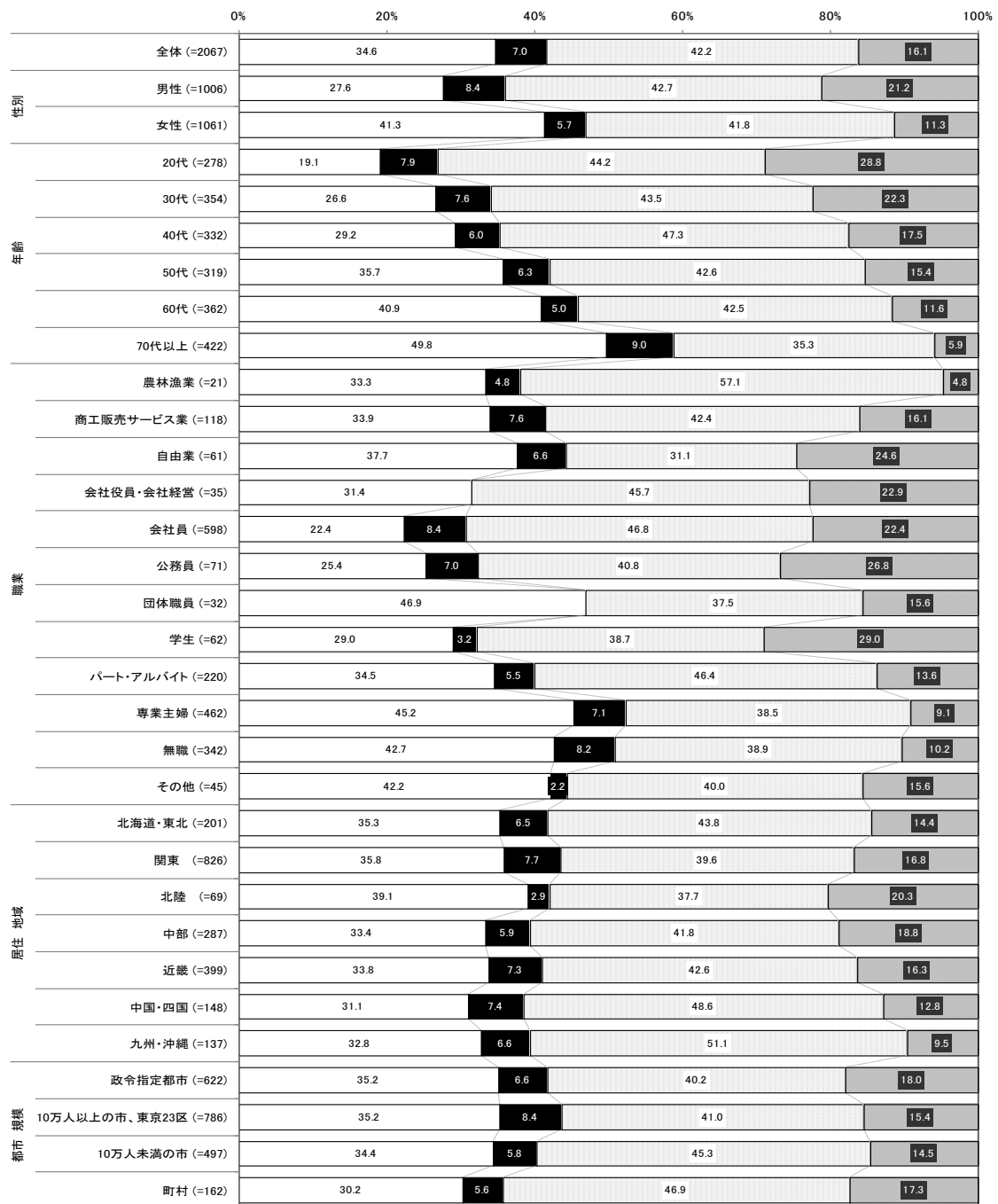
図表 2-34 環境保全行動（7）（属性別）



<重点分野5> 化学物質の環境リスクの低減に向けた取組

環境保全行動（８）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

図表 2-35 環境保全行動（８）（属性別）

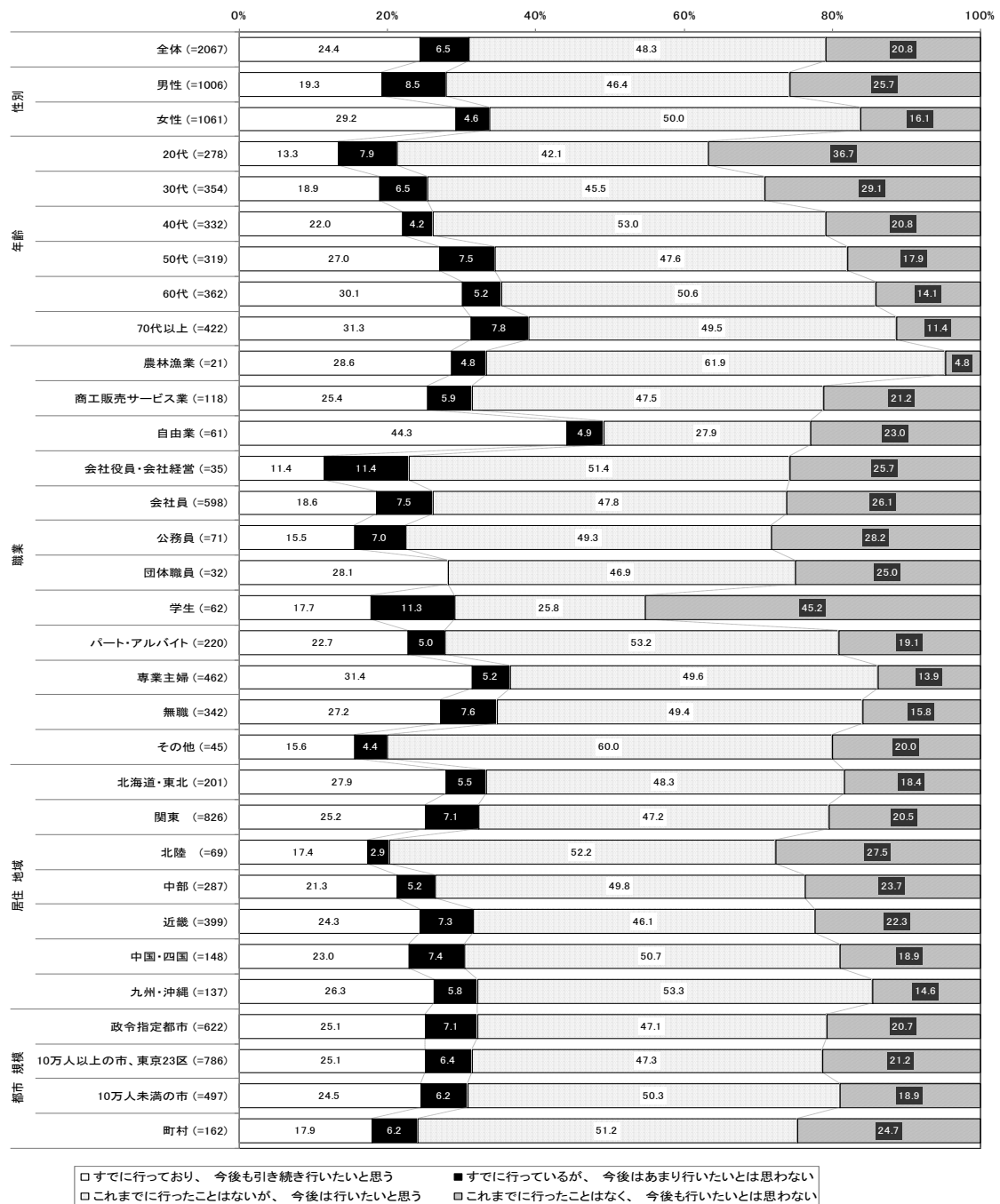


☐すでにできており、今後も引き続き行いたいと思う ☒すでにできているが、今後はあまり行いたいとは思わない
☐これまでに行ったことはないが、今後は行いたいと思う ☐これまでに行ったことはなく、今後も行いたいとは思わない

<重点分野6> 生物多様性の保全のための取組

環境保全行動（9）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

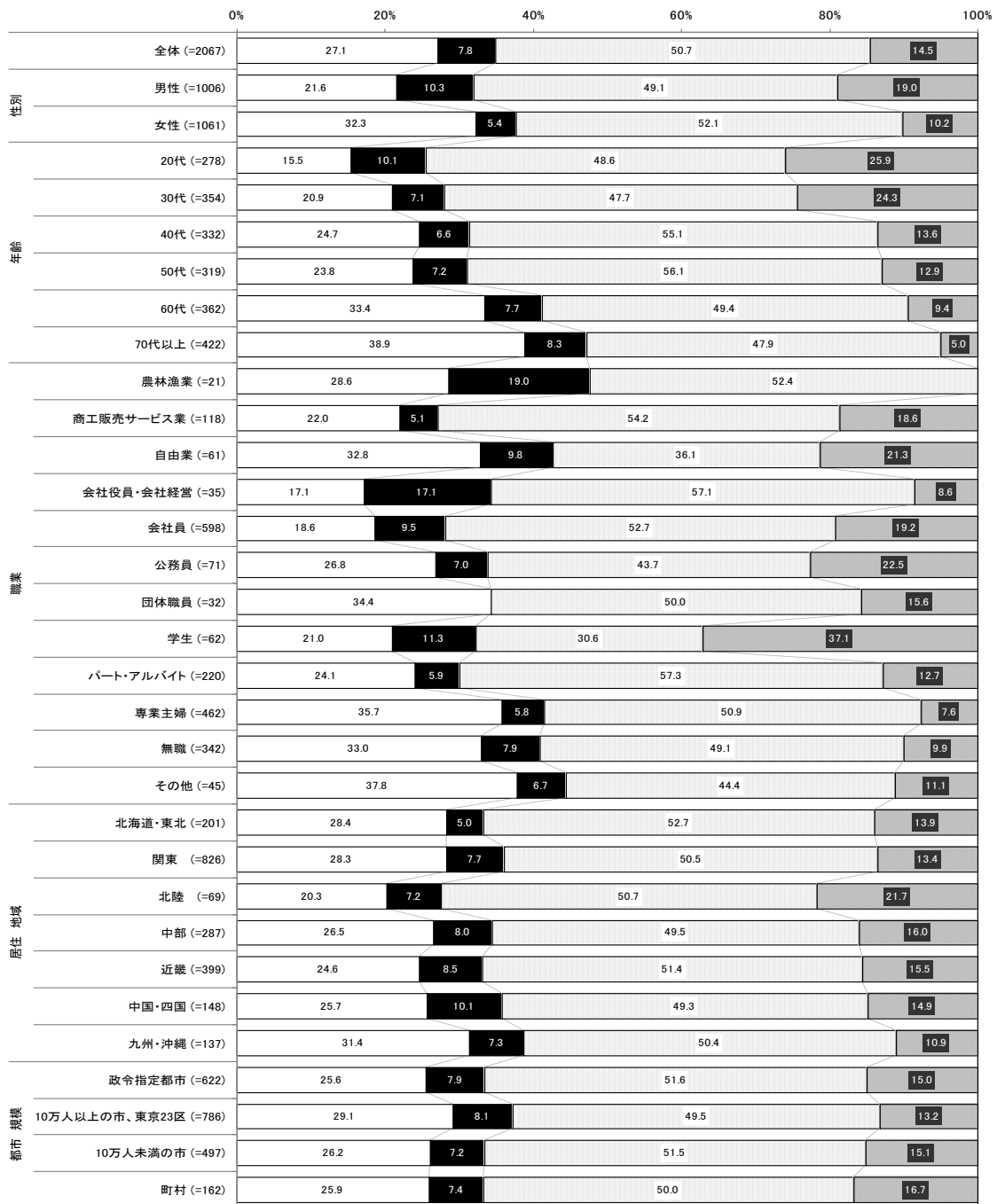
図表 2-36 環境保全行動（9）（属性別）



<重点分野7> 市場において環境の価値が積極的に評価される仕組みづくり

環境保全行動（10）物・サービスを購入するときは環境への影響を考えてから選択する

図表 2-37 環境保全行動（10）（属性別）

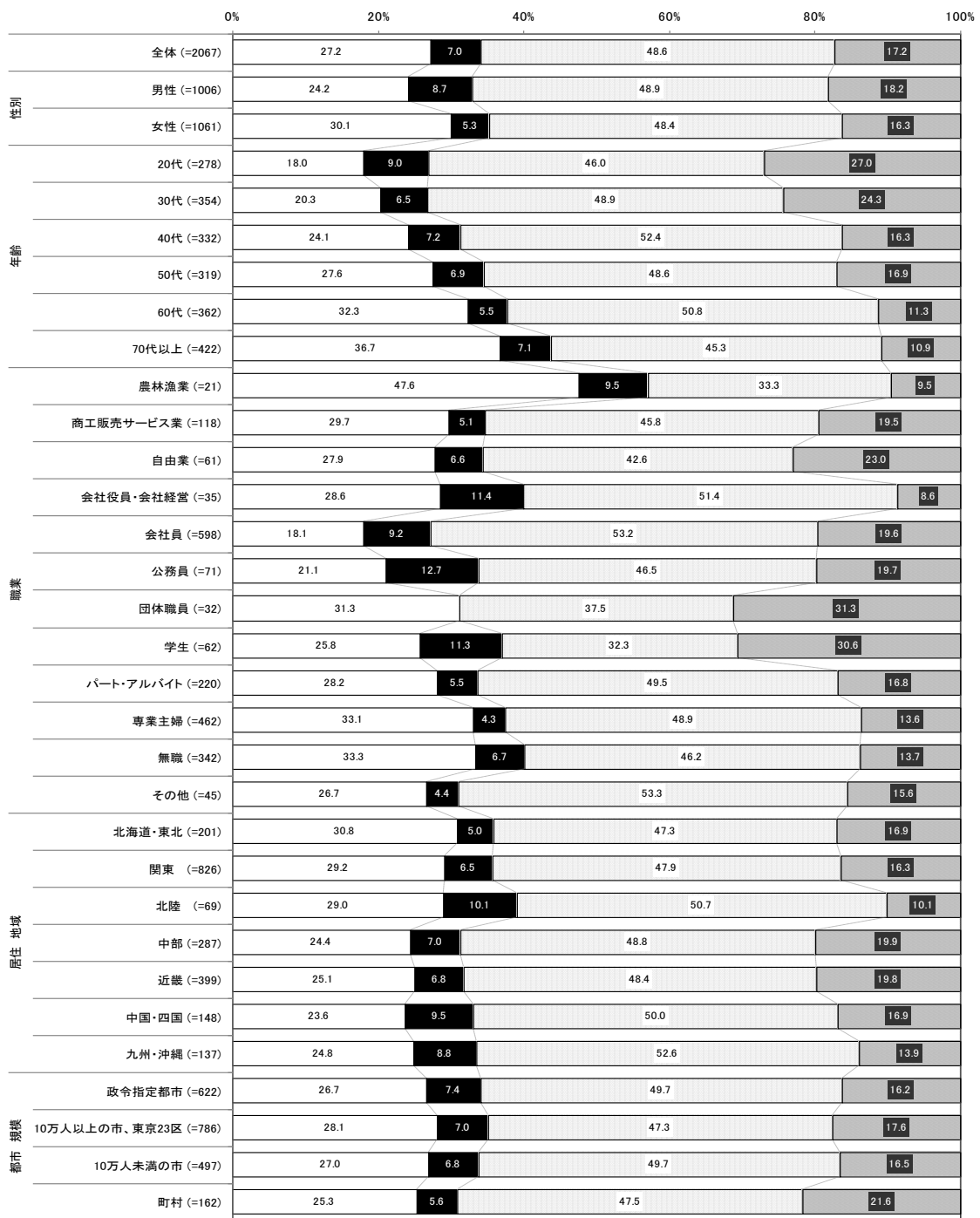


☐すでにできており、今後も引き続き行いたいと思う
 ☒すでにできているが、今後はあまり行いたいとは思わない
☐これまでに行っていないが、今後は行いたいと思う
 ☐これまでに行っていないが、今後も行いたいとは思わない

<重点分野8> 環境保全の人づくり・地域づくりの推進

環境保全行動（11）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 2-38 環境保全行動（11）（属性別）

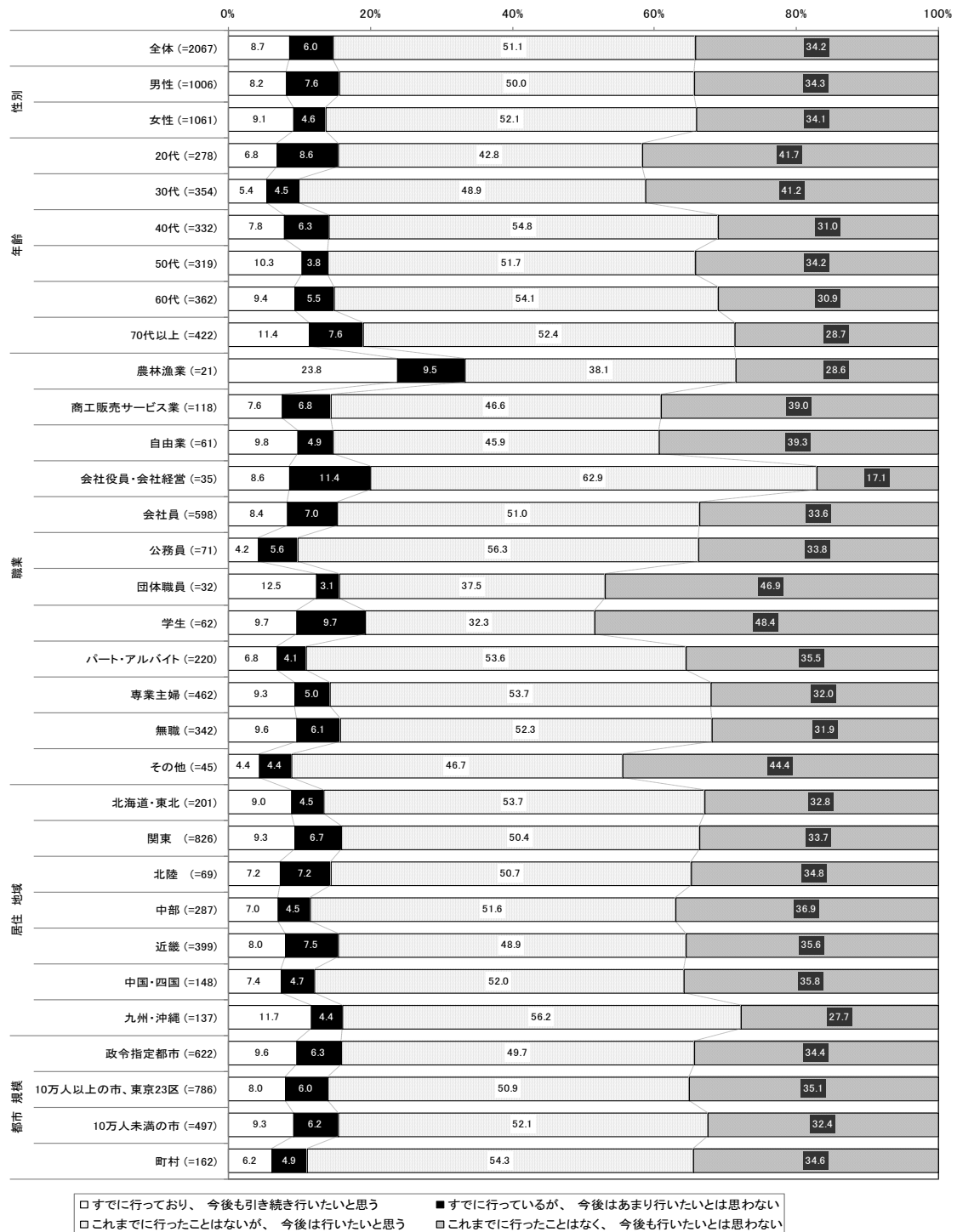


☐ すでに参っており、今後も引き続き行いたいと思う
☐ これまでに行ったことはないが、今後は行いたいと思う
☒ すでに参っているが、今後はあまり行いたいとは思わない
☐ これまでに行ったことはなく、今後は行いたいとは思わない

<重点分野 8> 環境保全の人づくり・地域づくりの推進

環境保全行動（１２）体験型の環境教育・環境学習活動に参加する

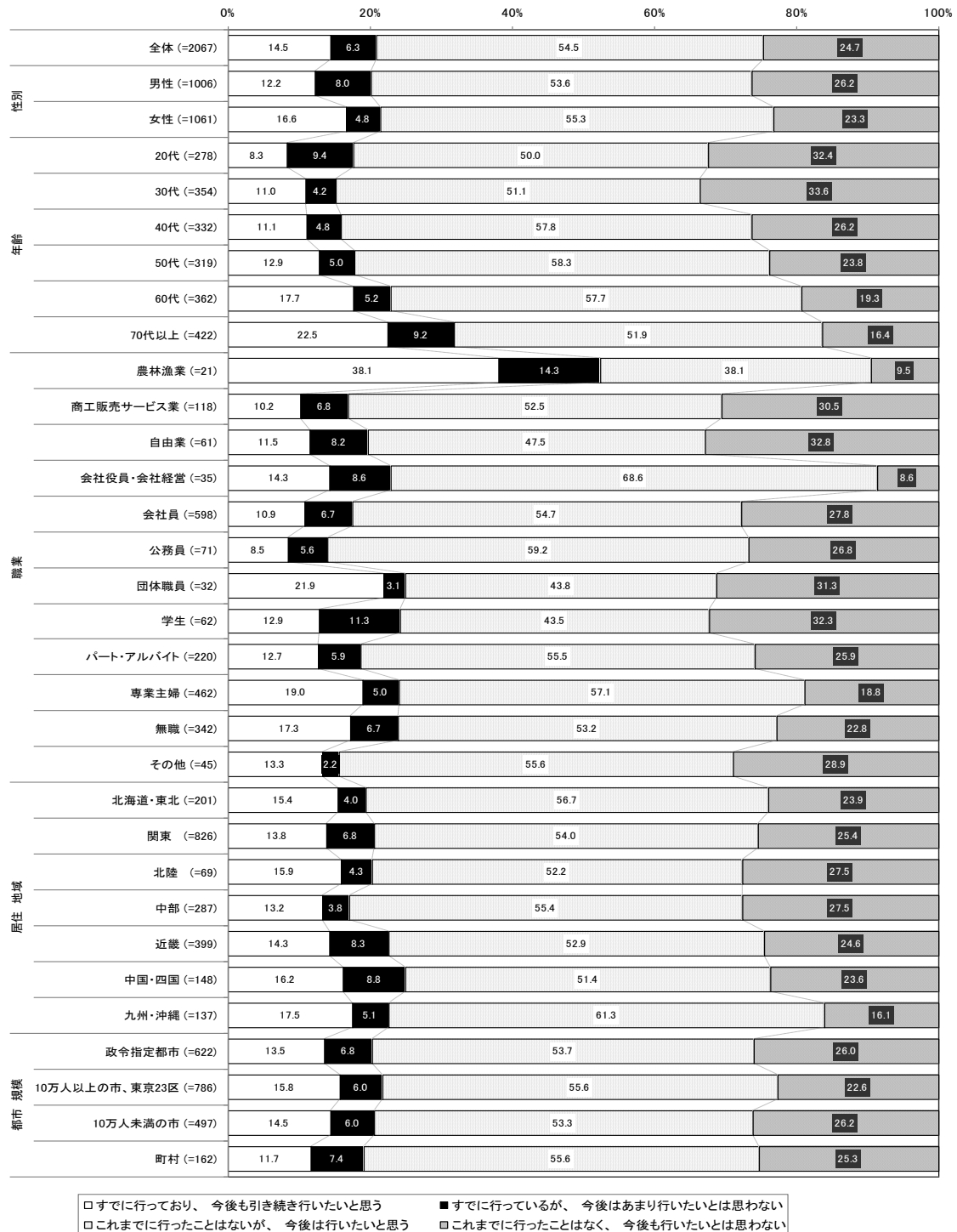
図表 2-39 環境保全行動（１２）（属性別）



<重点分野 8> 環境保全の人づくり・地域づくりの推進

環境保全行動（１３）講習会等で得た環境保全に関することを実践する

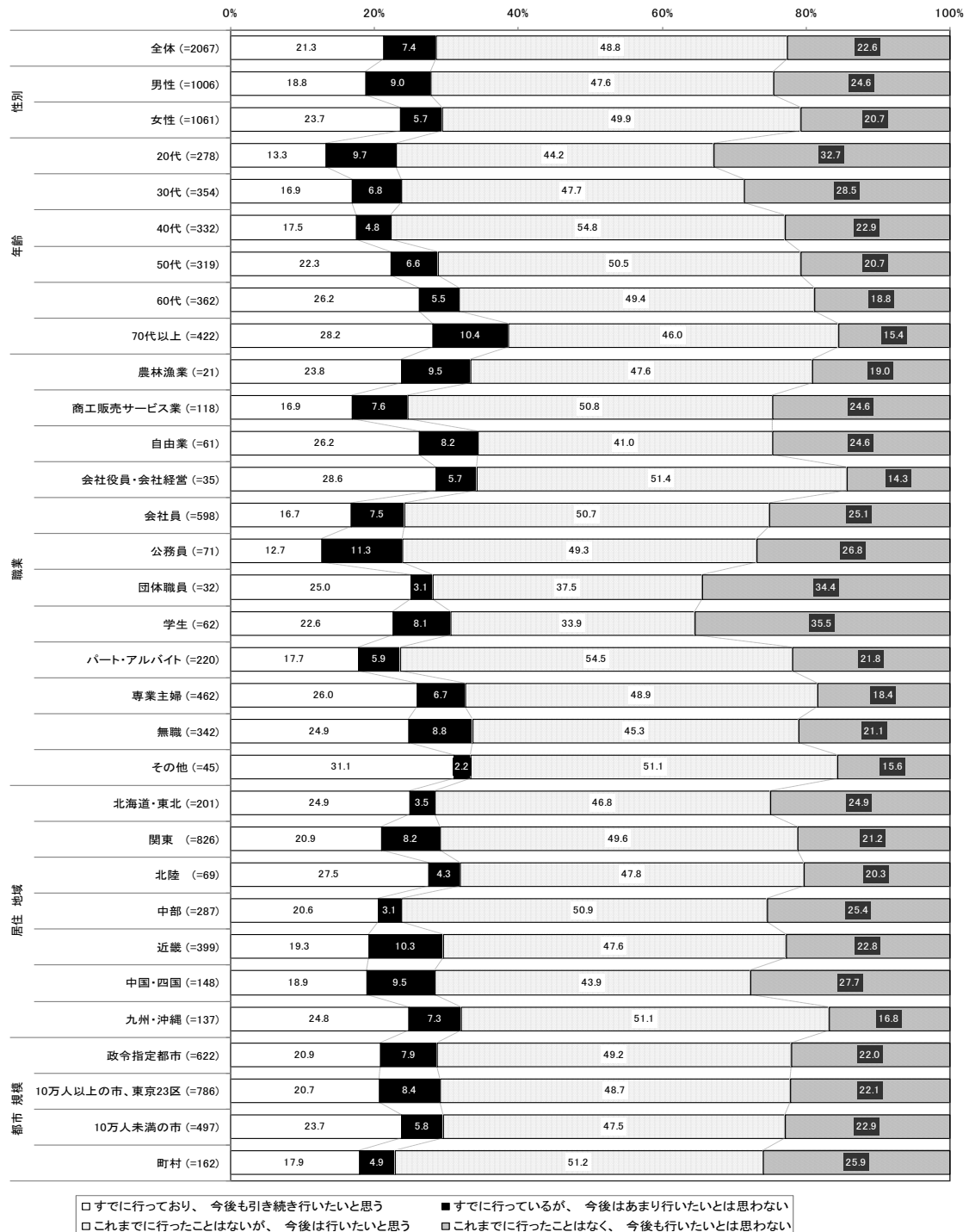
図表 2-40 環境保全行動（１３）（属性別）



<重点分野 8> 環境保全の人づくり・地域づくりの推進

環境保全行動（14）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 2-41 環境保全行動（14）（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 47%と最も多くなっている。次いで「国」（24%）、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 47%と最も多く、次いで、「国」24%、「事業者」18%、「地方公共団体」4%となっている。

平成 21 年度調査と比較しても大きな差はみられない。

性別では、大きな差はみられない。

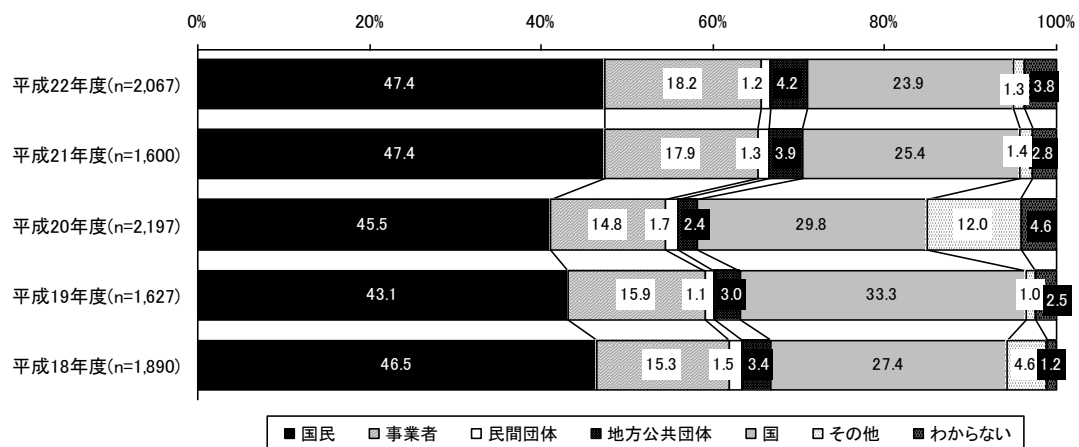
年代別でみると、「国民」との回答の割合が、年代があがるにつれて高くなっており、20 代では 43%、70 代以上では 51%となっている。全ての年代で「国民」、「国」の順で回答の割合が高くなっている。

職業別では、公務員は「国民」（44%）に次いで「事業者」（27%）との回答が高くなっている。学生は「国民」との回答が全体よりも 10 ポイント以上低く、「国」との回答が全体よりも 15 ポイント以上高くなっている。

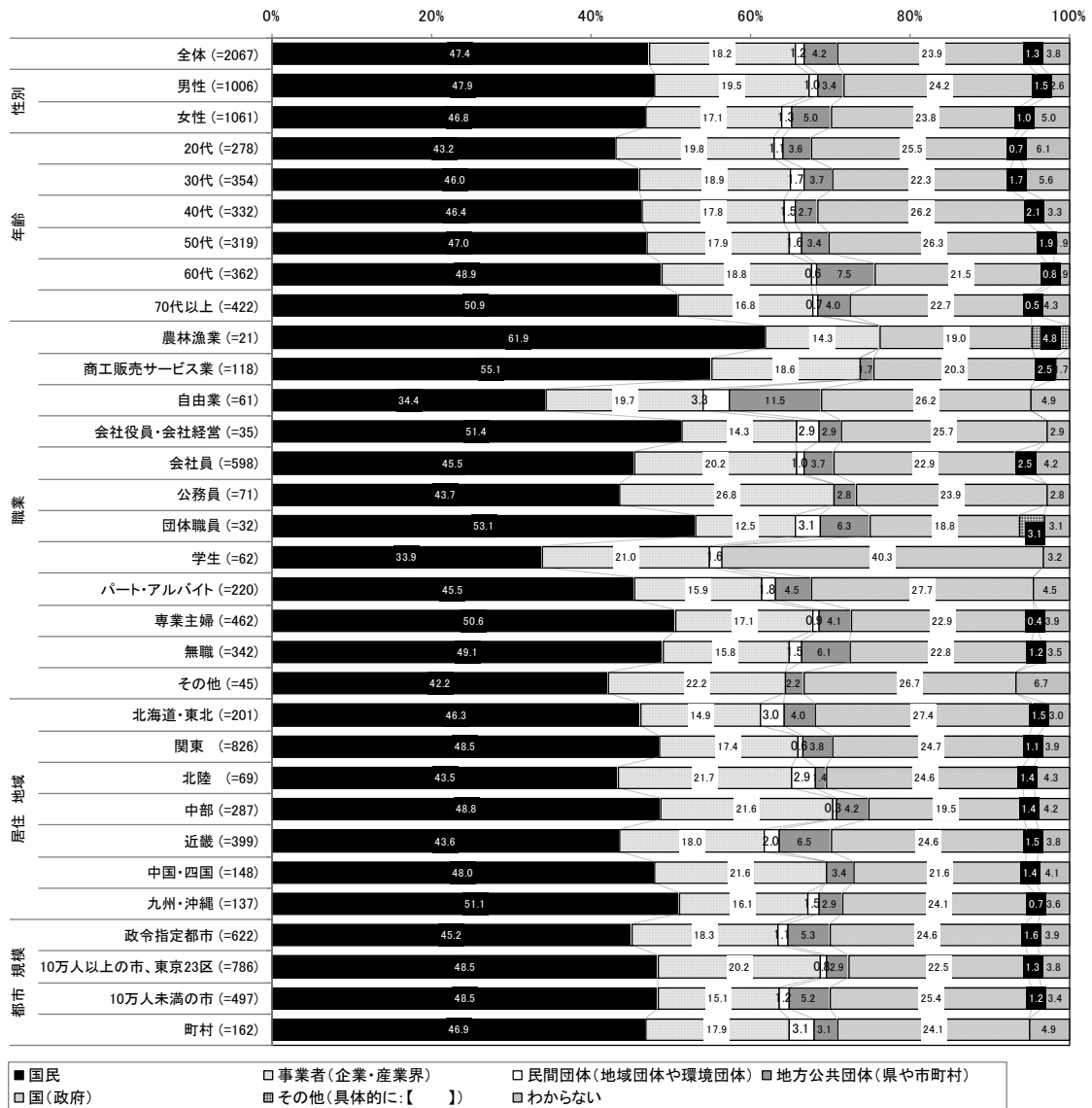
地域別でみると、中部では「国民」（49%）に次いで「事業者」（22%）との回答が高くなっている。また、中国・四国でも「国民」（48%）に次いで「国」と「事業者」（22%）の回答が高くなっている。

都市規模別では、大きな差はみられない。

図表 2-42 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 70%となっており、平成 21 年度調査よりもわずかに認知度が上昇している。職業別では公務員、農林漁業者で認知度が高く（86%）、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 70%となっており、平成 21 年度調査よりもわずかに上昇している。一方、エコツアーリズムの「意味を知っている」と回答した人は 18%となっており、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。

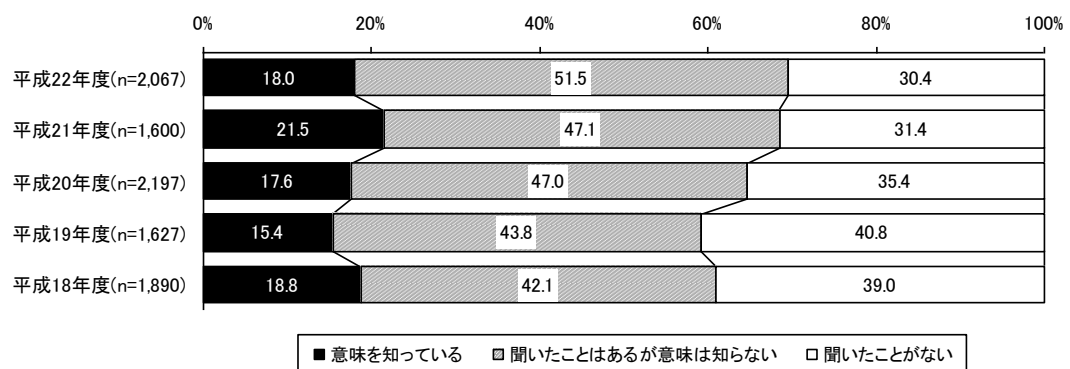
年代別では、60 代、70 代以上で「意味を知っている」と回答した人の割合が高くなっている。認知度は年代があがるにつれて上昇傾向となっており、20 代での 57%に対して、60 代では 79%、70 代以上でも 76%となっている。

職業別では、公務員、農林漁業者、団体職員で認知度が 85%以上と高くなっている。学生は認知度が 61%と全体よりも 5 ポイント以上低くなっている。

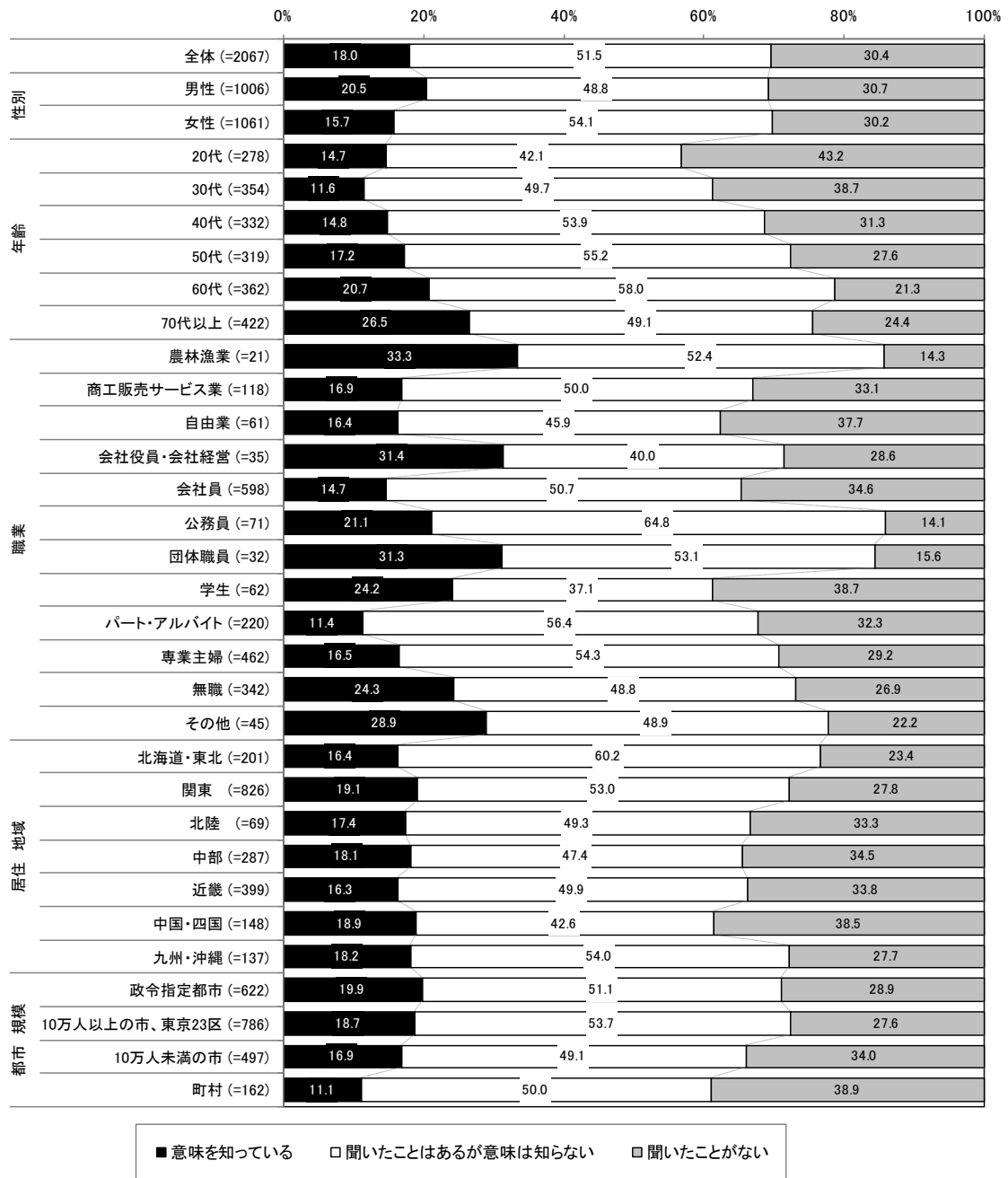
地域別でみると、認知度は北海道・東北で 77%と最も高くなっており、九州・沖縄、関東でも 70%以上と高くなっている。

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くなっており、全体と比較しても 5 ポイント以上低くなっている。

図表 2-44 エコツアーリズムの認知度（時系列）



図表 2-45 エコツーリズムの認知度（属性別）



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、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96%となっており、過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、男性が女性よりも4ポイント高くなっているが、「現状維持もしくは今よりも増やしたい」と回答した人の割合に大きな差はみられない。

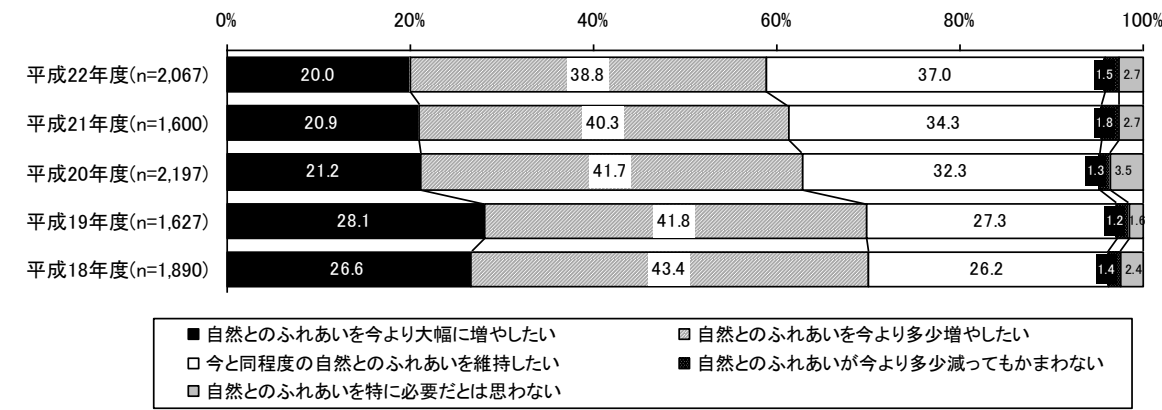
年代別では、「今よりも増やしたい」と回答した人の割合は年代が上がるにつれて低下する傾向があり、20代では65%、70代以上では55%となっている。

職業別でみると、会社役員・会社経営者、会社員、公務員、学生で「今よりも増やしたい」と回答した人の割合が60%以上と高くなっている。

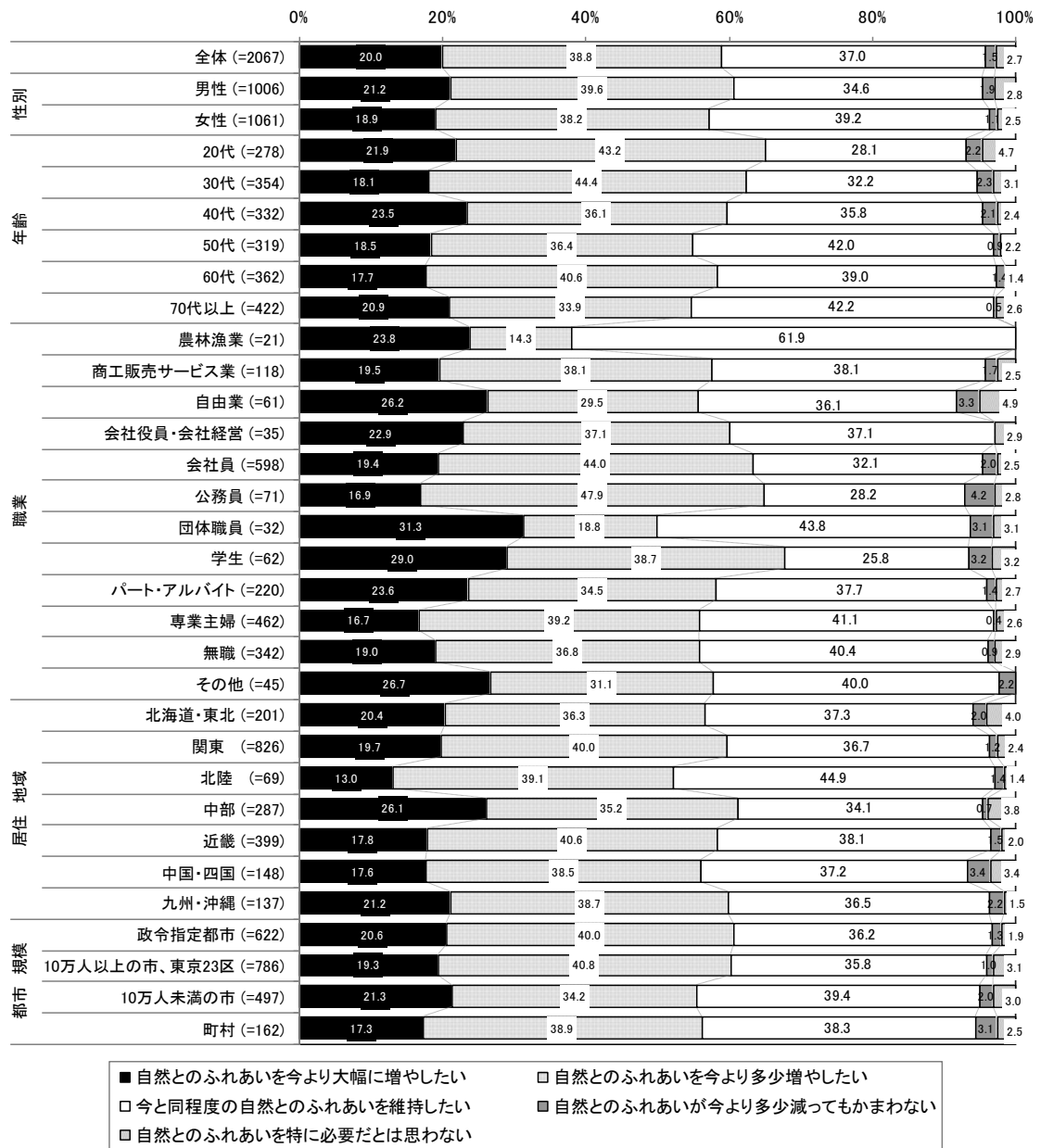
地域別では、北陸で「今よりも増やしたい」と回答した人の割合が全体よりも5ポイント以上低くなっている。

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、政令指定都市、10万人以上の市、東京23区では60%以上と高くなっているが、10万人未満の市、町村では56%と全体よりも低くなっている。

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 62%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」(45%)、「自然に関する情報の提供」(36%)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 62%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」(45%)、「自然に関する情報の提供」(36%)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」(12%)となっている。

平成 21 年度調査とは大きな差はみられないが、「自然環境の保全・育成」をのぞく全ての項目でわずかに割合が低くなっている。

性別でみると、「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」で女性が男性よりも 5 ポイント以上割合が高くなっている。また、「身近に整備された自然とふれあうための場所」では男性が女性よりも 5 ポイント以上割合が高くなっている。

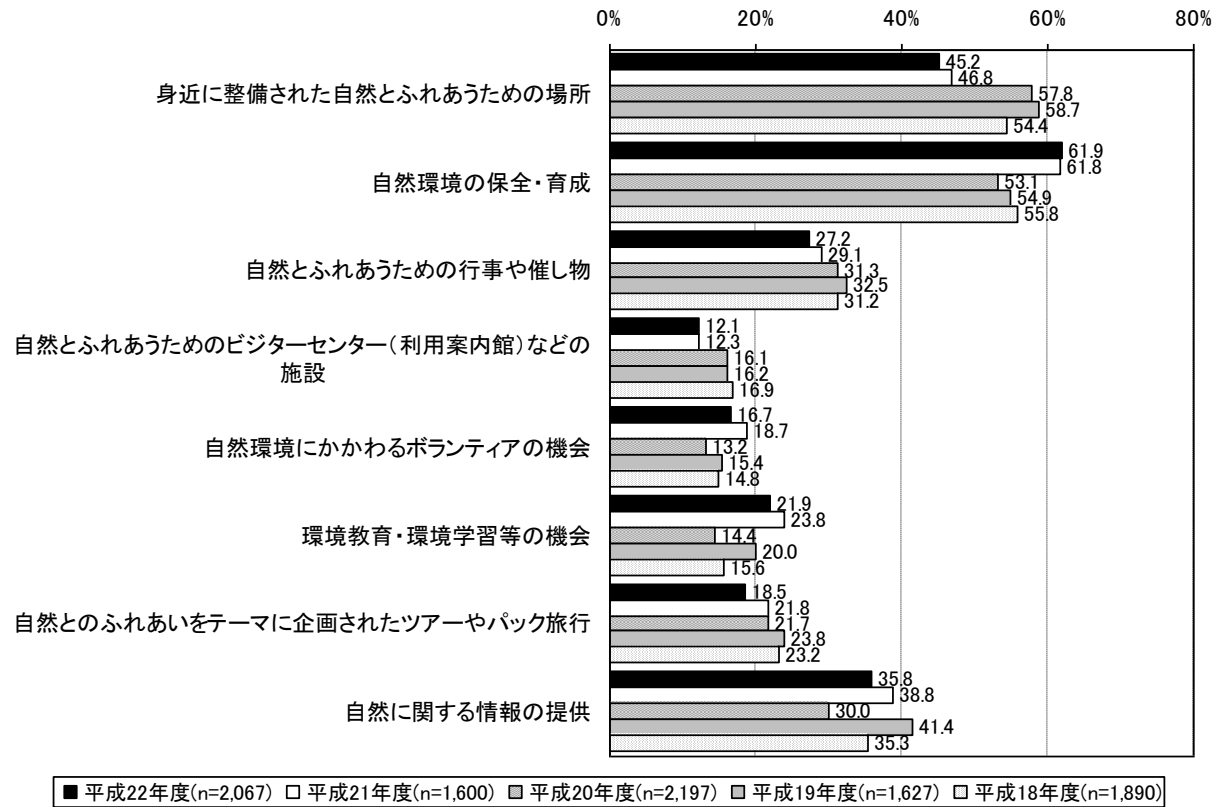
年代別では、20 代で「自然に関する情報の提供」と回答した人の割合が 28%と全体よりも 8 ポイント、70 代以上と比較すると 10 ポイント以上低くなっている。

職業別でみると、農林漁業者はほとんどの項目で全体よりも高いが、「身近に整備された自然とふれあうための場所」については 38%と全体よりも 5 ポイント以上低くなっている。

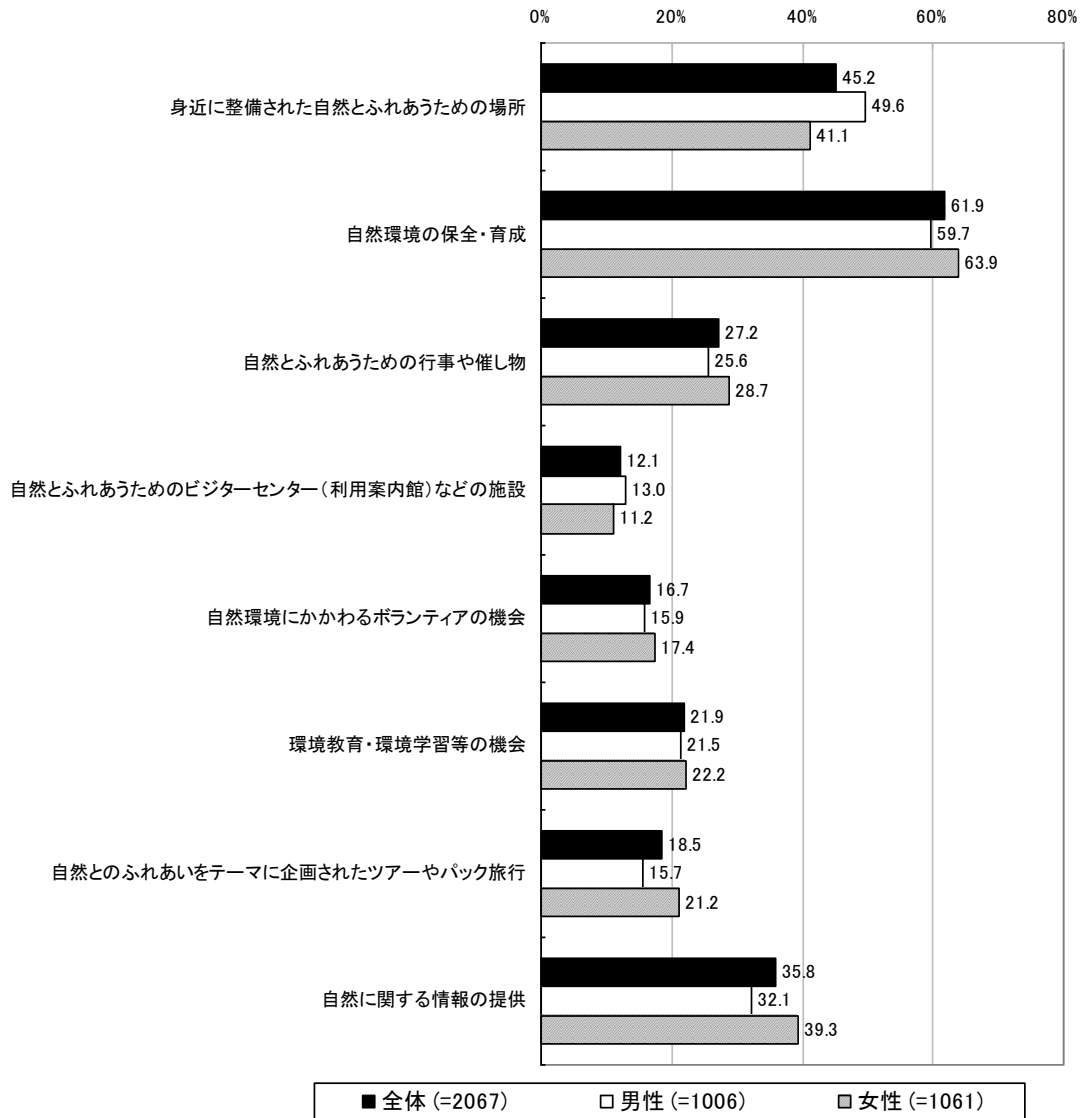
地域別でみると、「身近に整備された自然とふれあうための場所」では北海道が 38%と全体よりも 5 ポイント以上低くなっている。北陸は、「自然環境の保全・育成」については 70%と全体よりも 5 ポイント以上高くなっているが、「自然に関する情報の提供」では全体よりも 10 ポイント以上低くなっている。

都市規模別でみると、町村は「自然とふれあうための行事や催し物」で他の都市規模よりも 5 ポイント以上高くなっている一方、「身近に整備された自然とふれあうための場所」、「自然に関する情報の提供」では他の都市規模よりも 5 ポイント以上低くなっている。

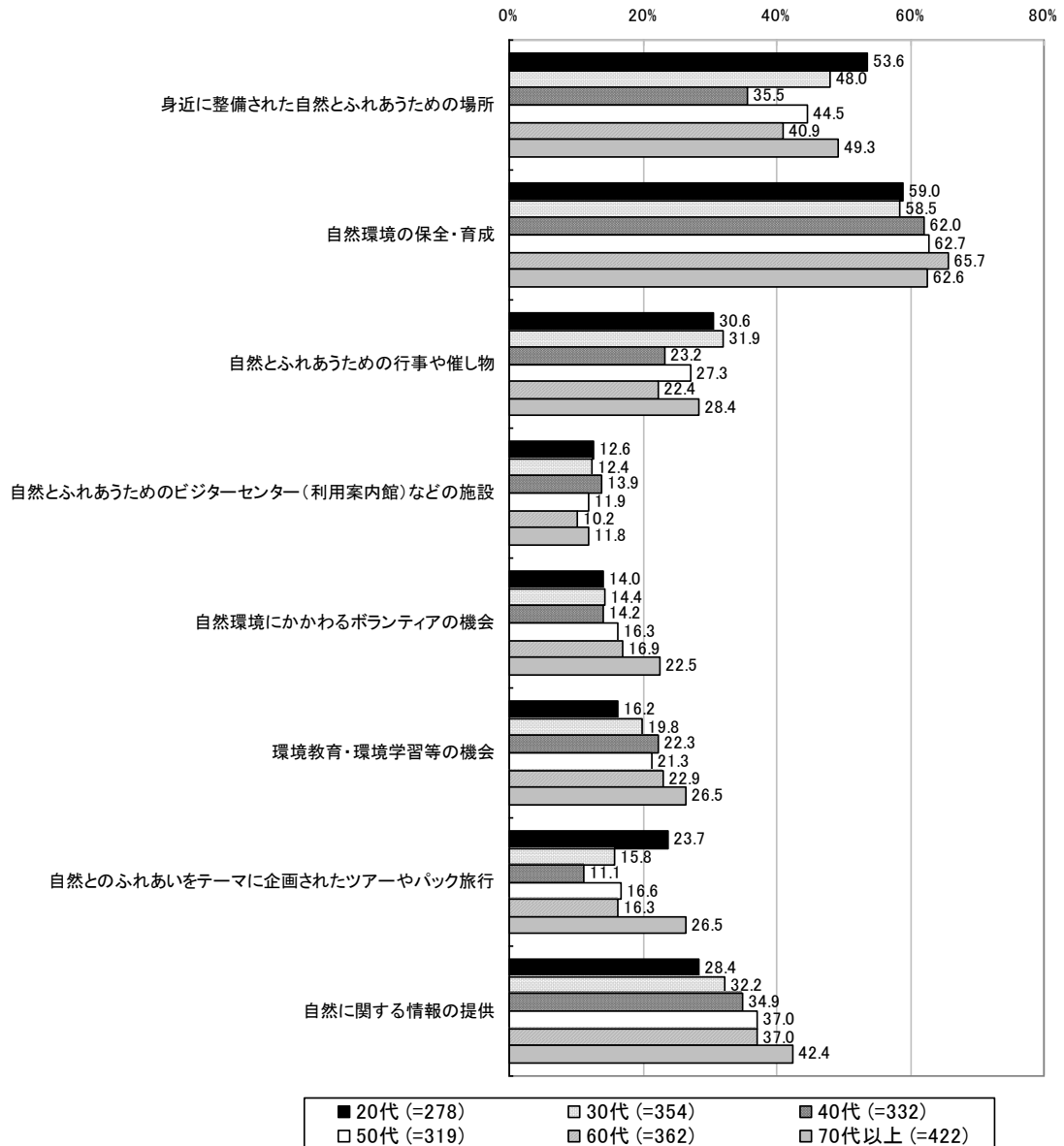
図表 2-48 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（時系列）



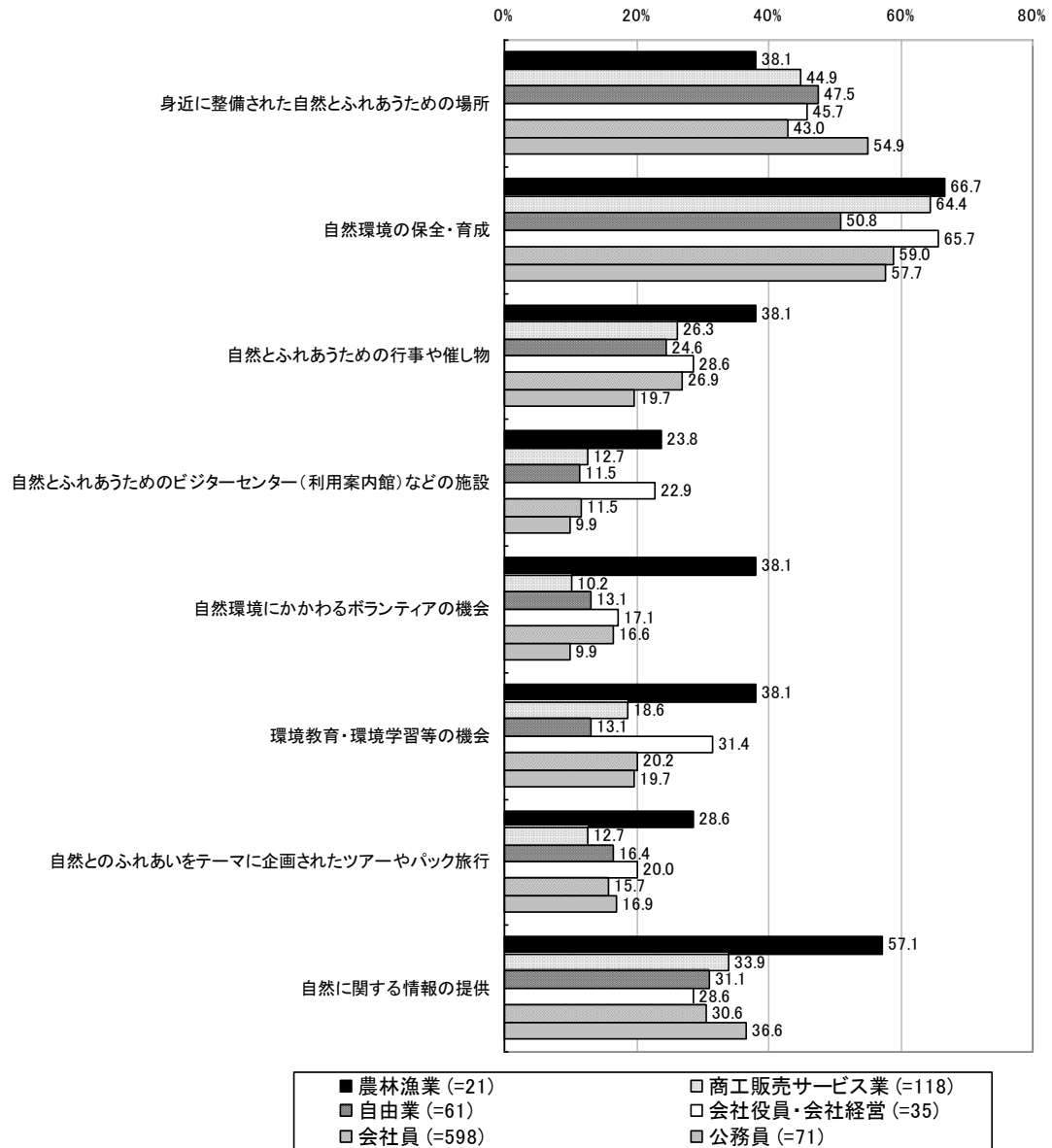
図表 2-49 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（全体、性別）



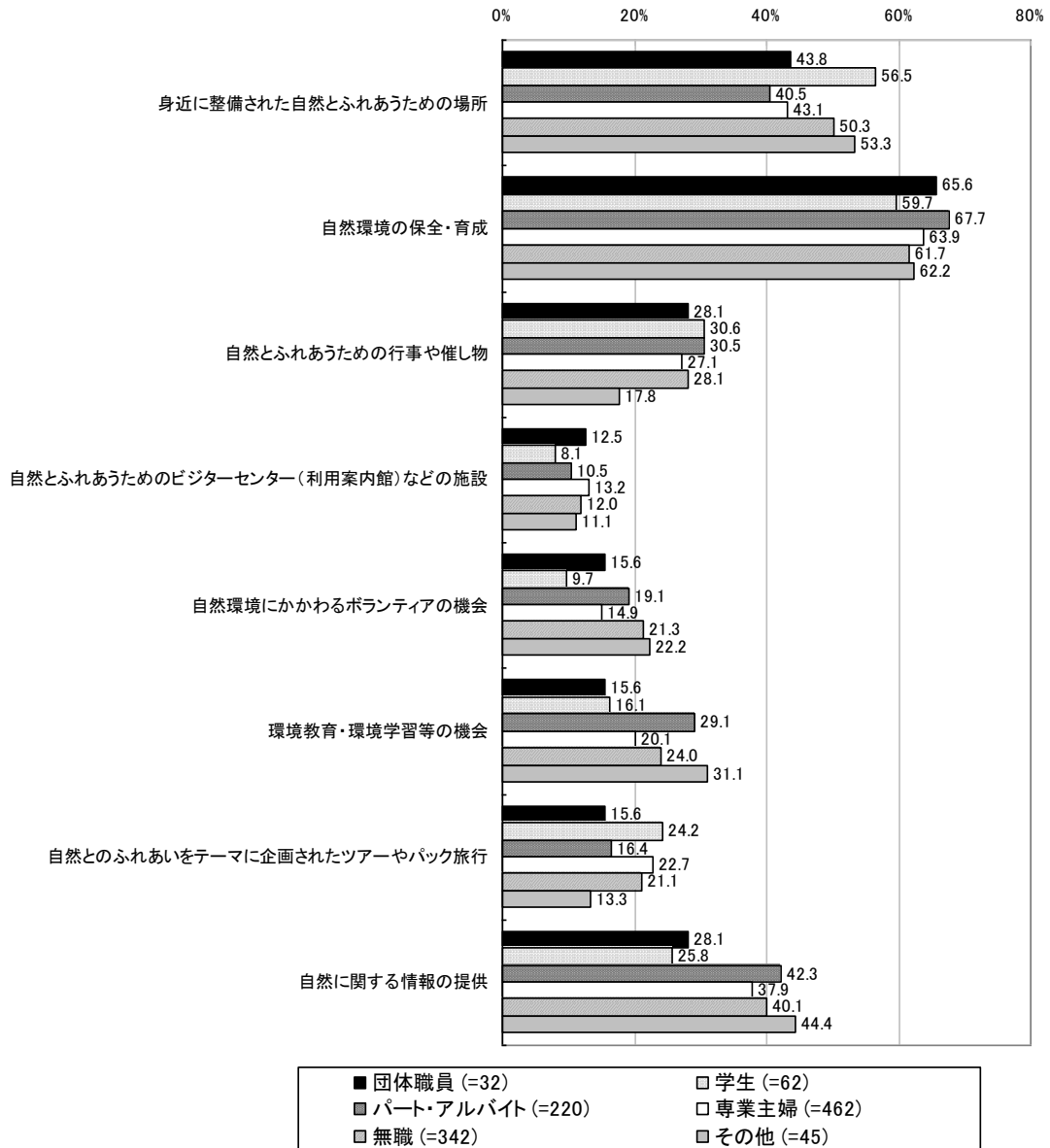
図表 2-50 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（年代別）



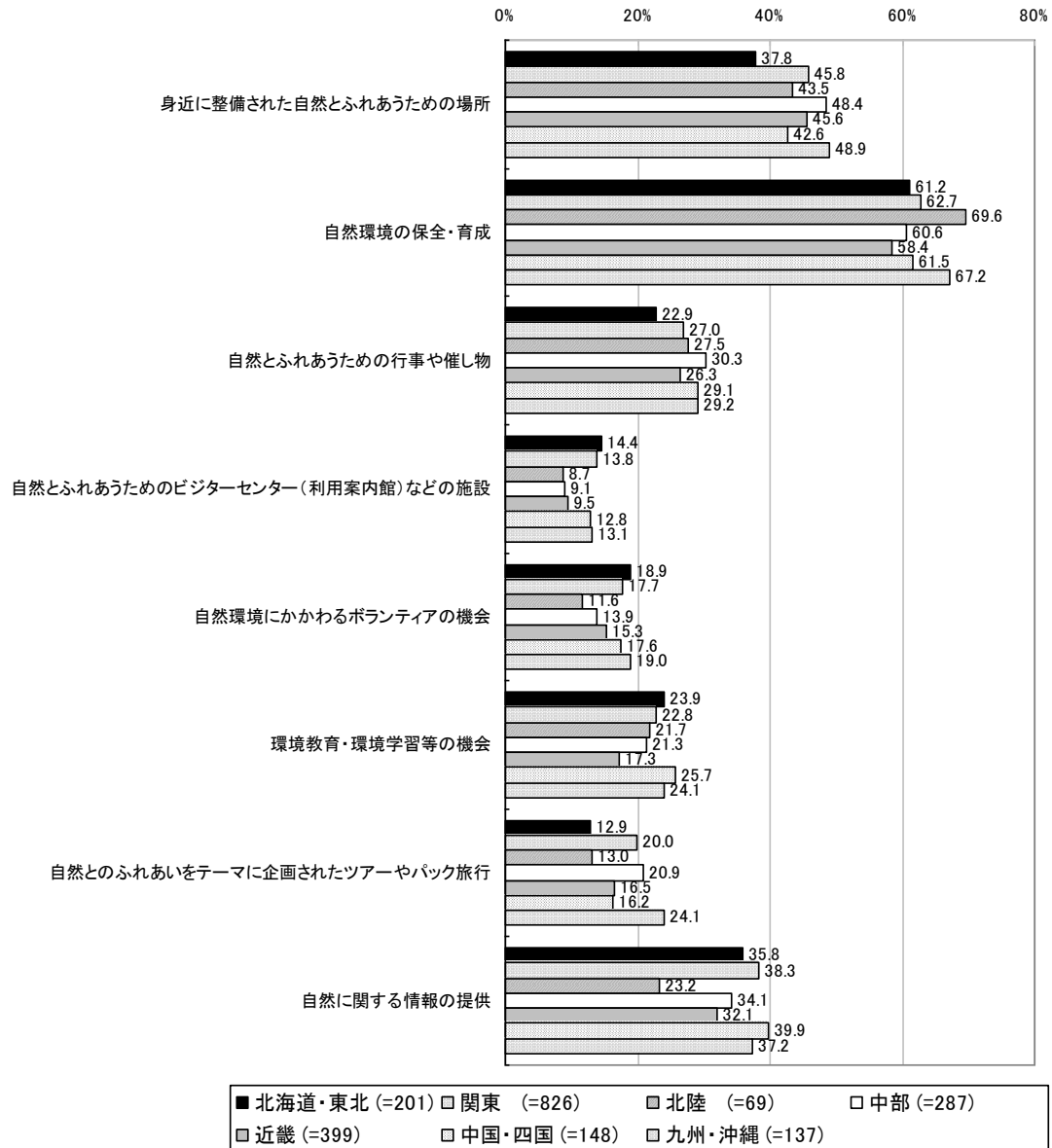
図表 2-51 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（職業別 1/2）



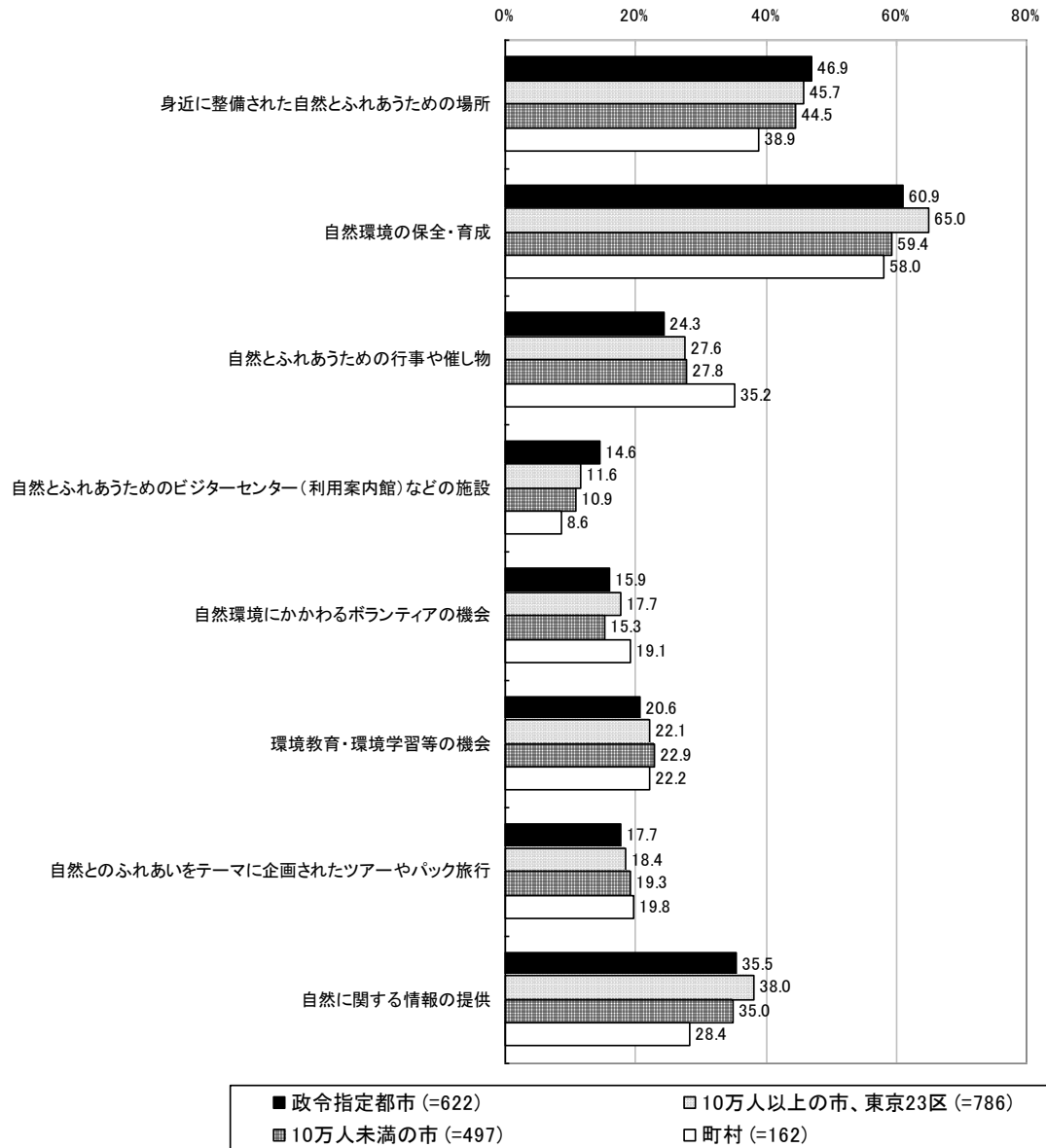
図表 2-52 自然とのふれあいを増やすために必要なこと（職業別 2/2）



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）



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 52% 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」、「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 52%（「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 21 年度調査よりも減少した。

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」、「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%) となっているが、平成 21 年度調査よりも減少している。

性別でみると、「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」、「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」は女性が男性よりも多くなっている。一方で、「山登りなどアウトドア活動の旅行」は男性が 15%、女性が 8% と男性が多くなっている。

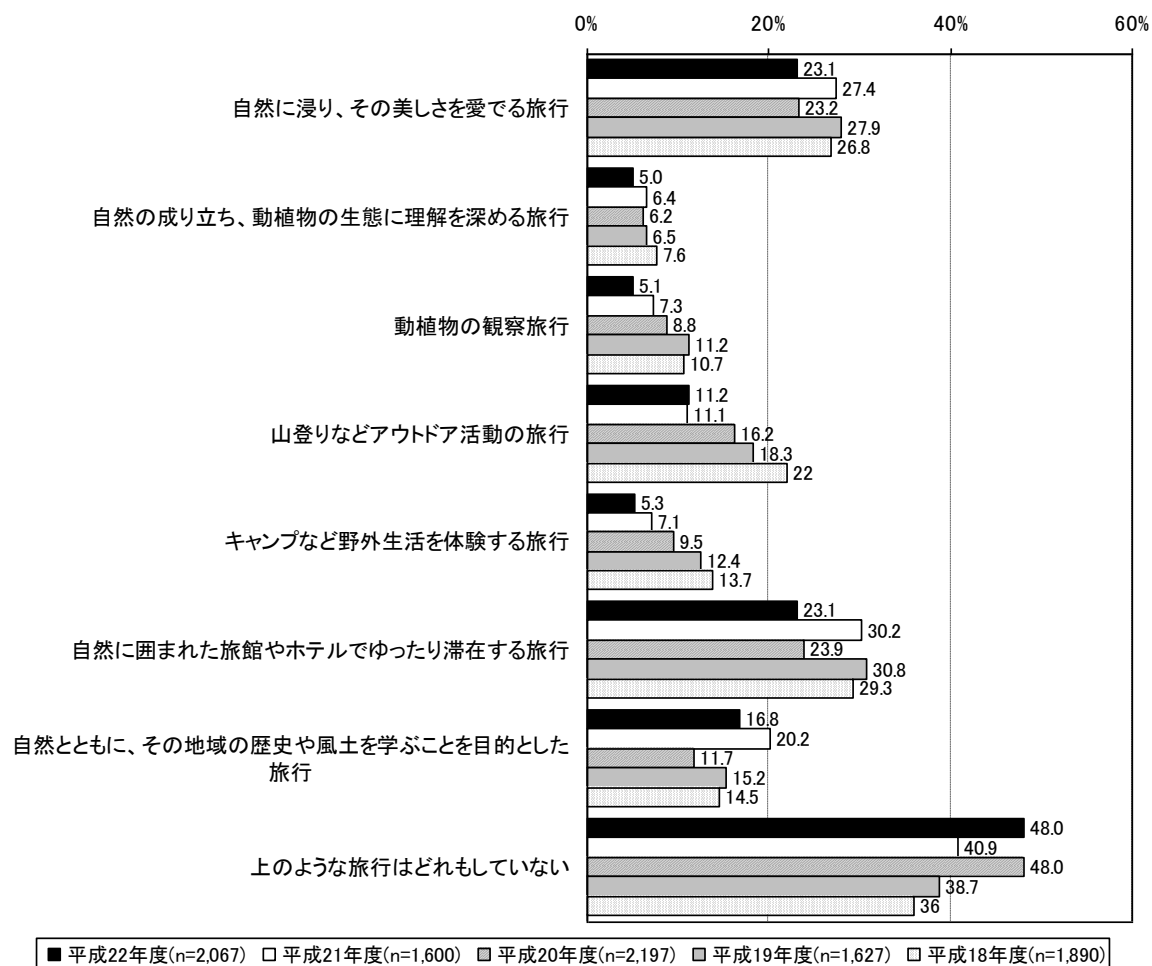
年代別でみると、70 代以上が 65% と最も多く旅行をしており、40 代が 42% 最も少なくなっている。

職業別では、会社役員・会社経営者が 66% と最も多く、商工販売サービス業は 42% と最も少ない。団体職員は 53% と全体と大きな差はないが、「山登りなどアウトドア活動の旅行」については 25% と、全体や他の職業の人よりも 10 ポイント以上高くなっている。

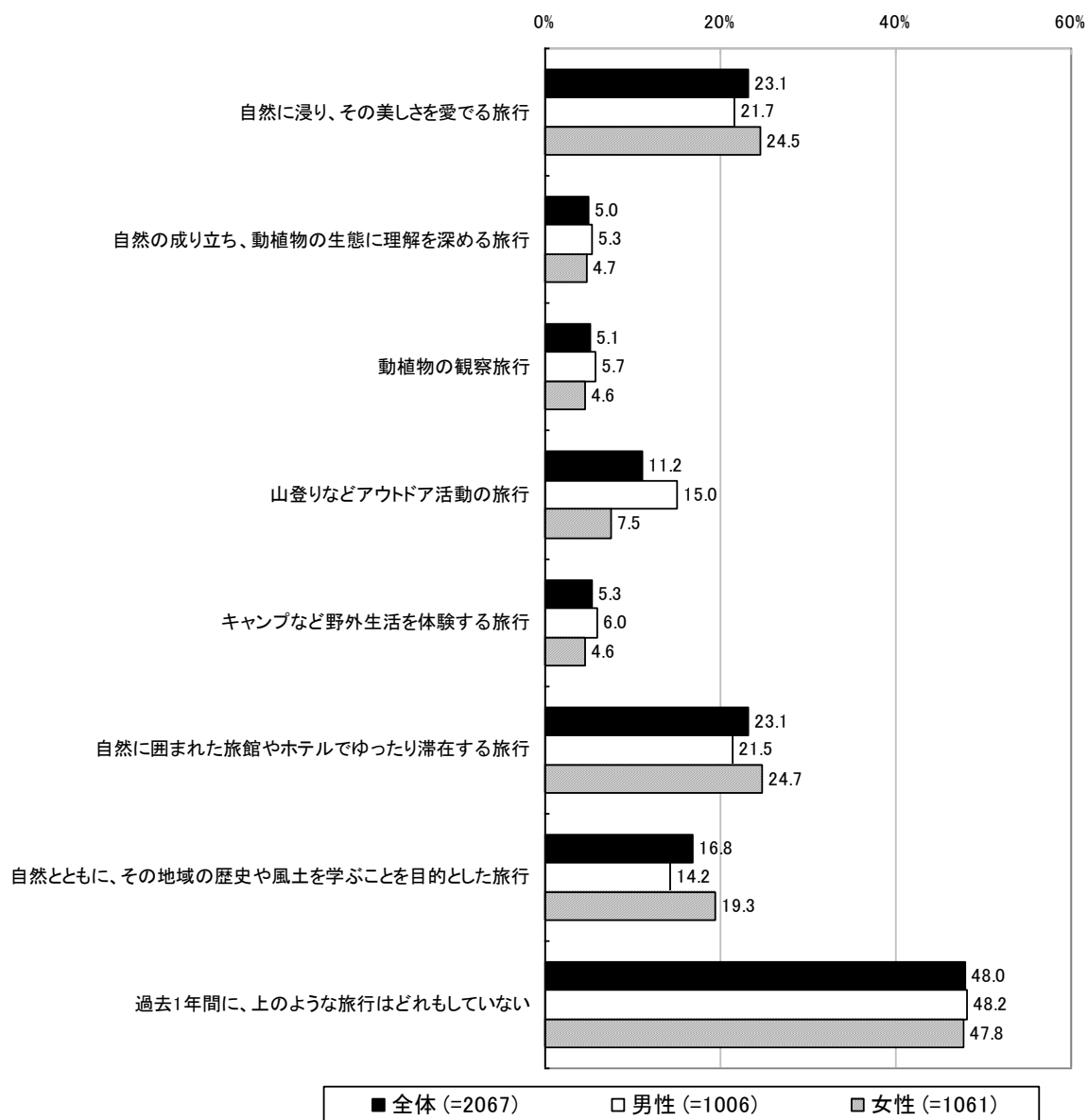
地域別でみると、自然関連の旅行をしていないと回答した人は、北陸では全体よりも 5 ポイント以上高くなっている。九州・沖縄では、「自然の成り立ち、動植物の生態に理解を深める旅行」が 10% と全体よりも 5 ポイント高く、中国・四国では「自然とともに、その地域の歴史や風土を学ぶことを目的とした旅行」が 22% と全体よりも 5 ポイント高くなっている。

都市規模別では、政令指定都市では 54% と全体より 2 ポイント高いが、町村では 48% と全体よりも 4 ポイント低くなっている。町村では、「自然に囲まれた旅館やホテルでゆったり滞在する旅行」が全体や他の都市規模よりも 5 ポイント以上低くなっている。

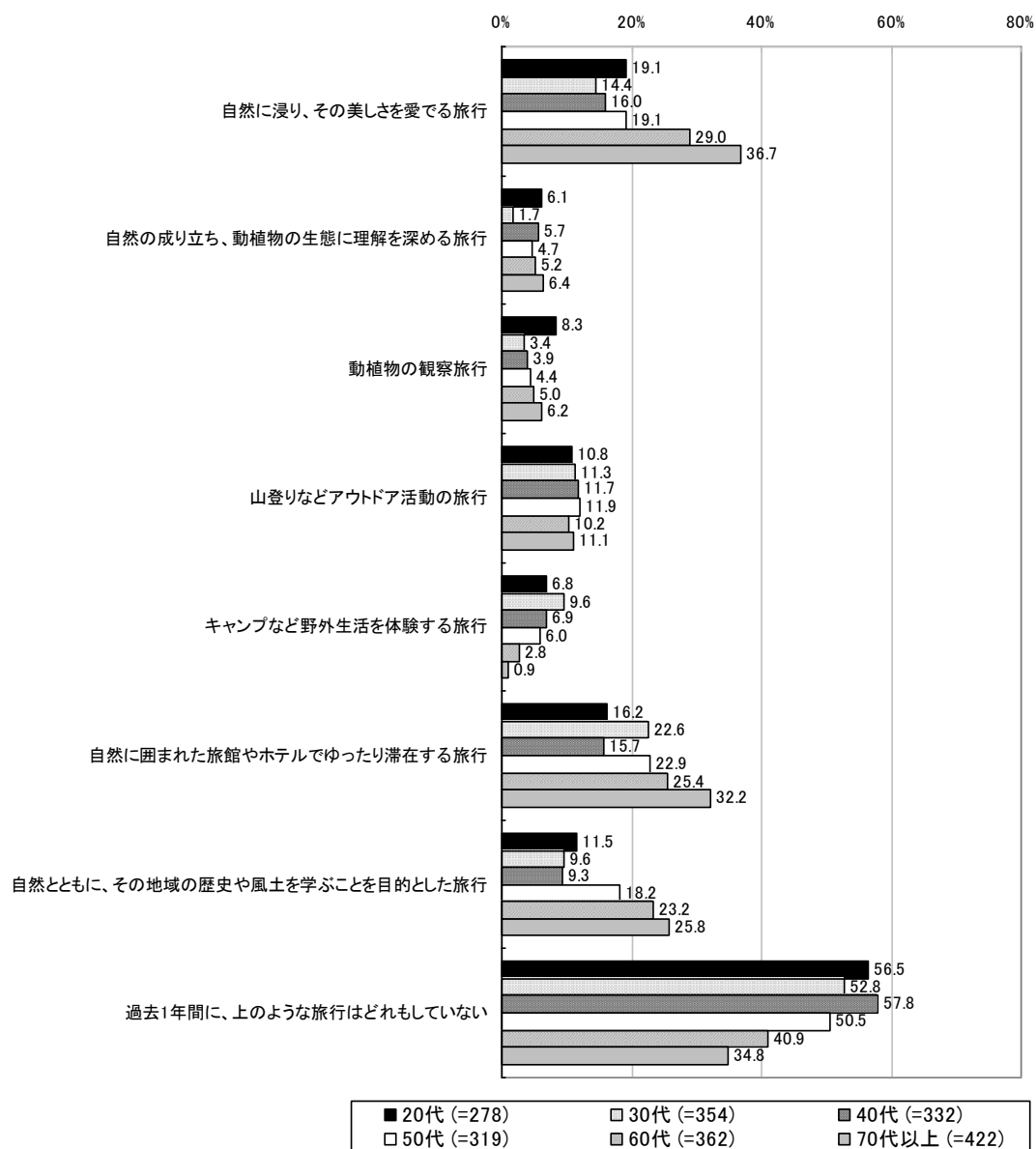
図表 2-55 過去1年間に経験した自然関連の旅行（時系列）



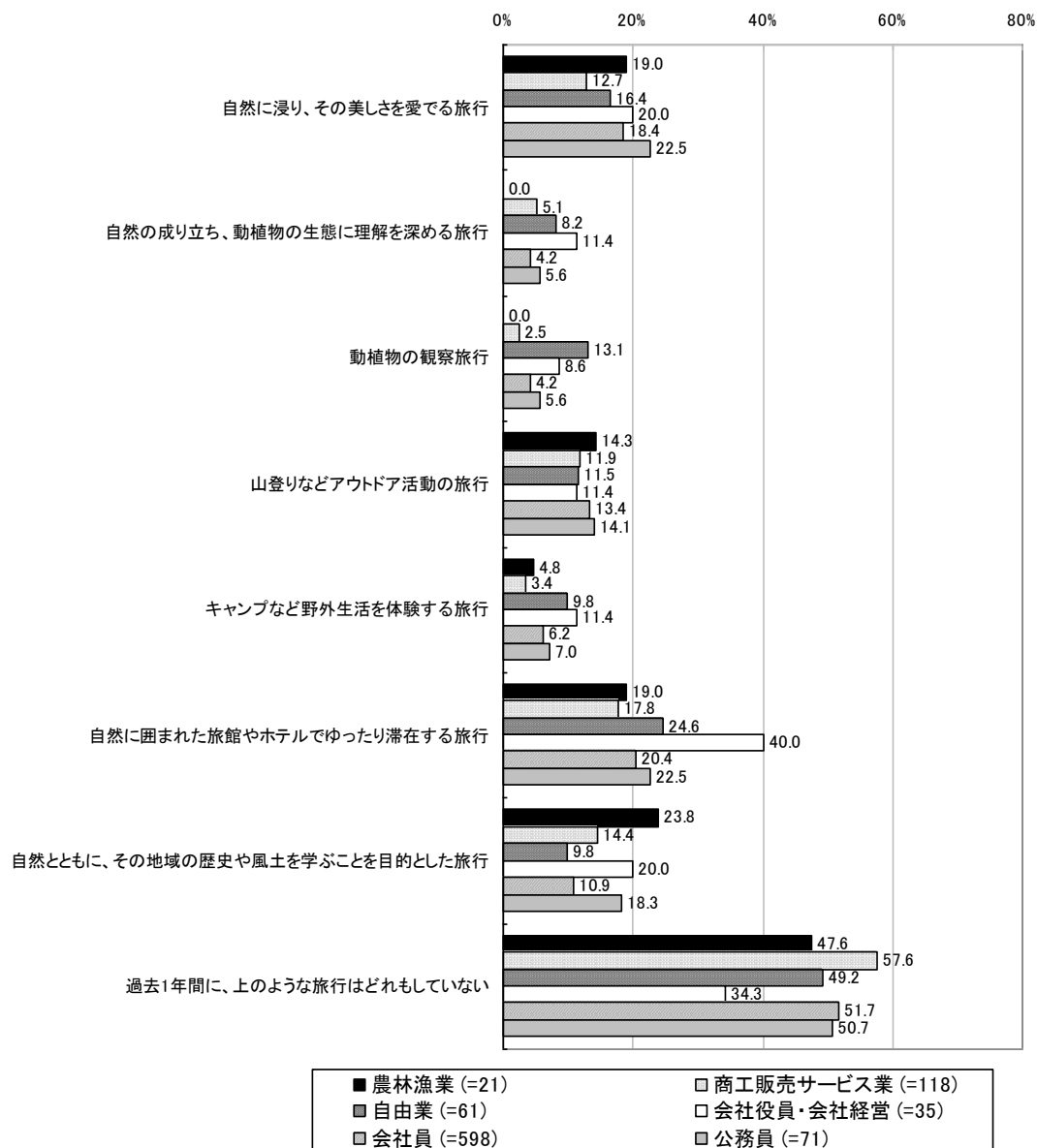
図表 2-56 過去1年間に経験した自然関連の旅行（全体、性別）



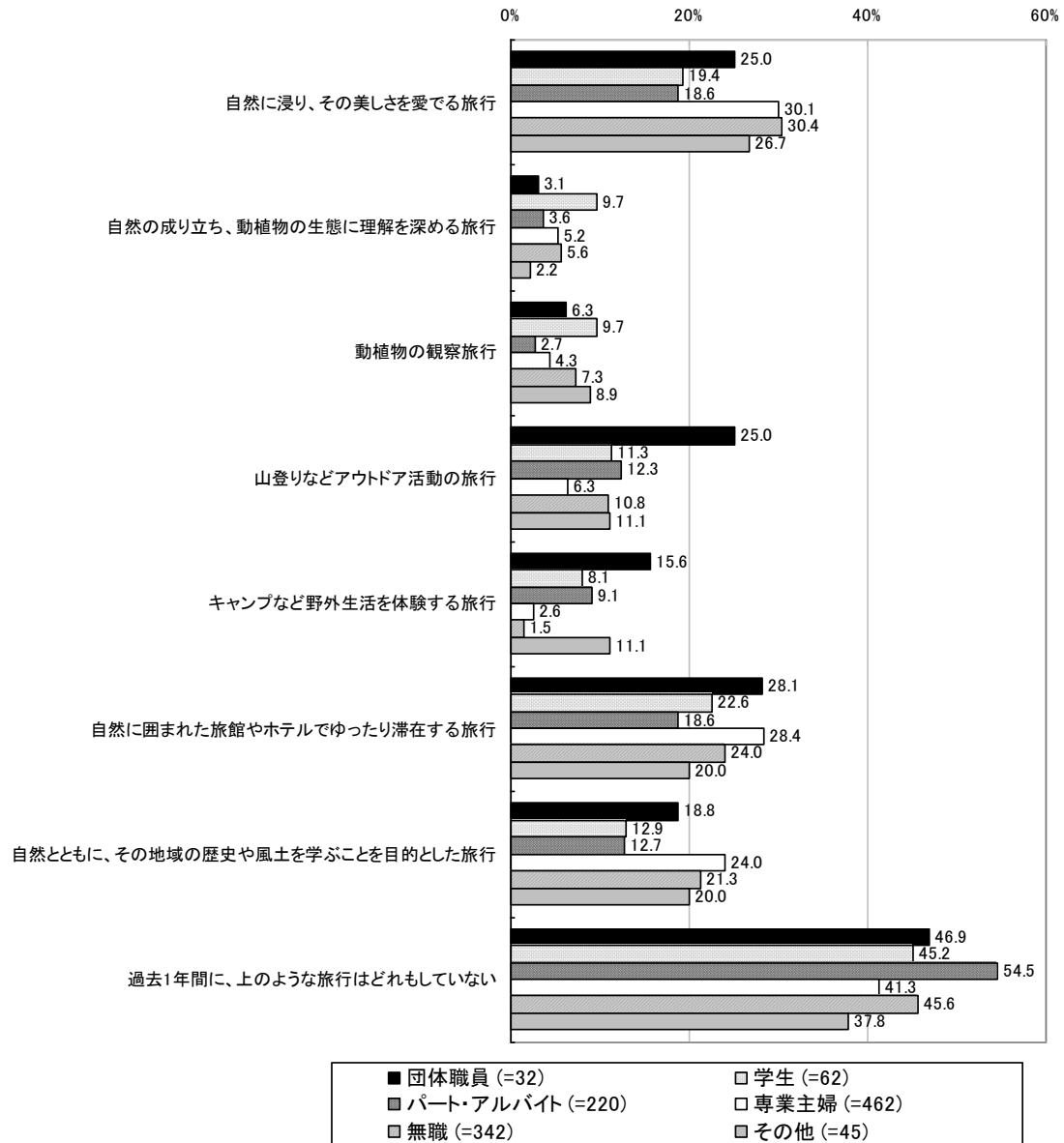
図表 2-57 過去1年間に経験した自然関連の旅行（年代別）



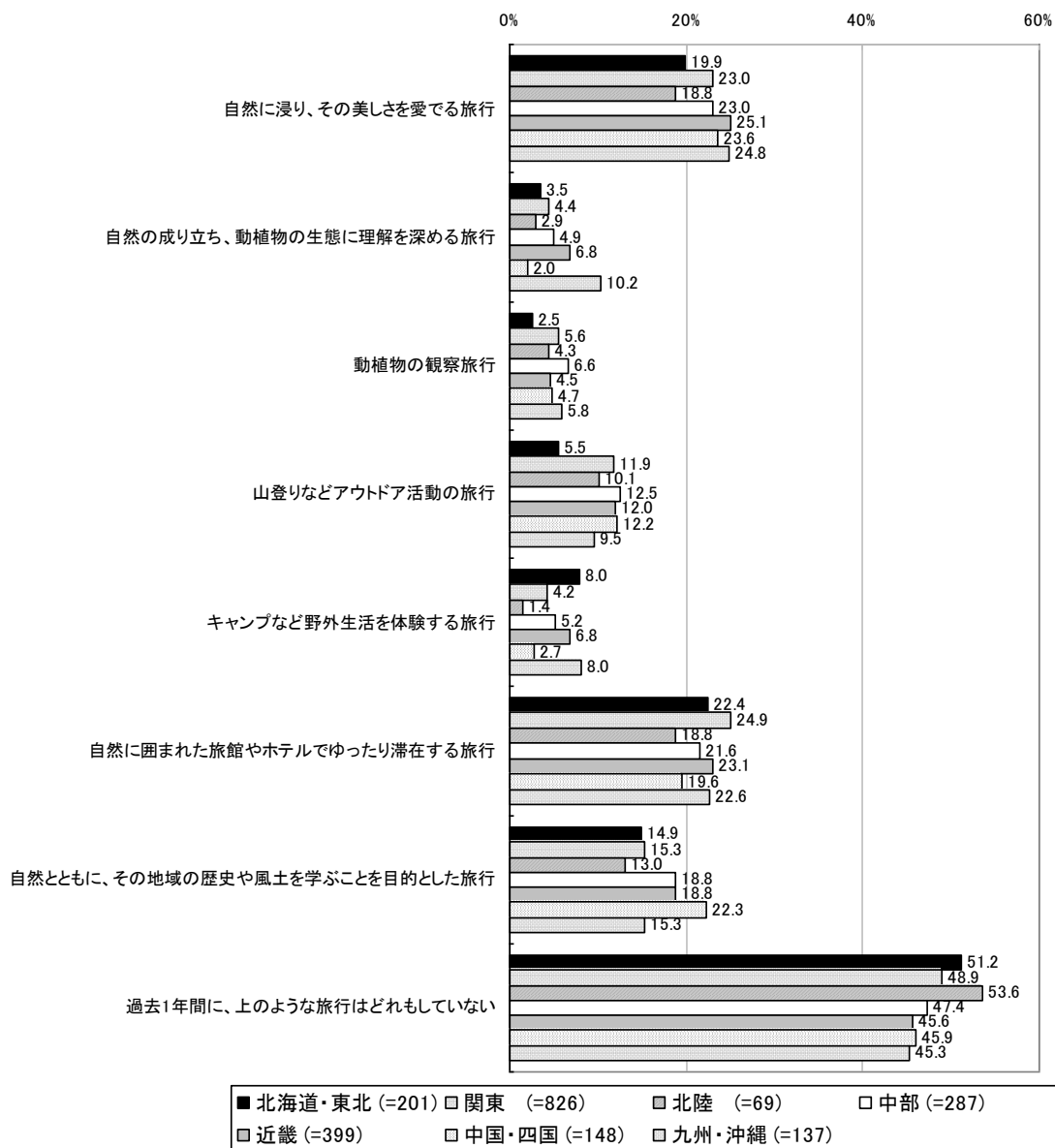
図表 2-58 過去1年間に経験した自然関連の旅行（職業別 1/2）



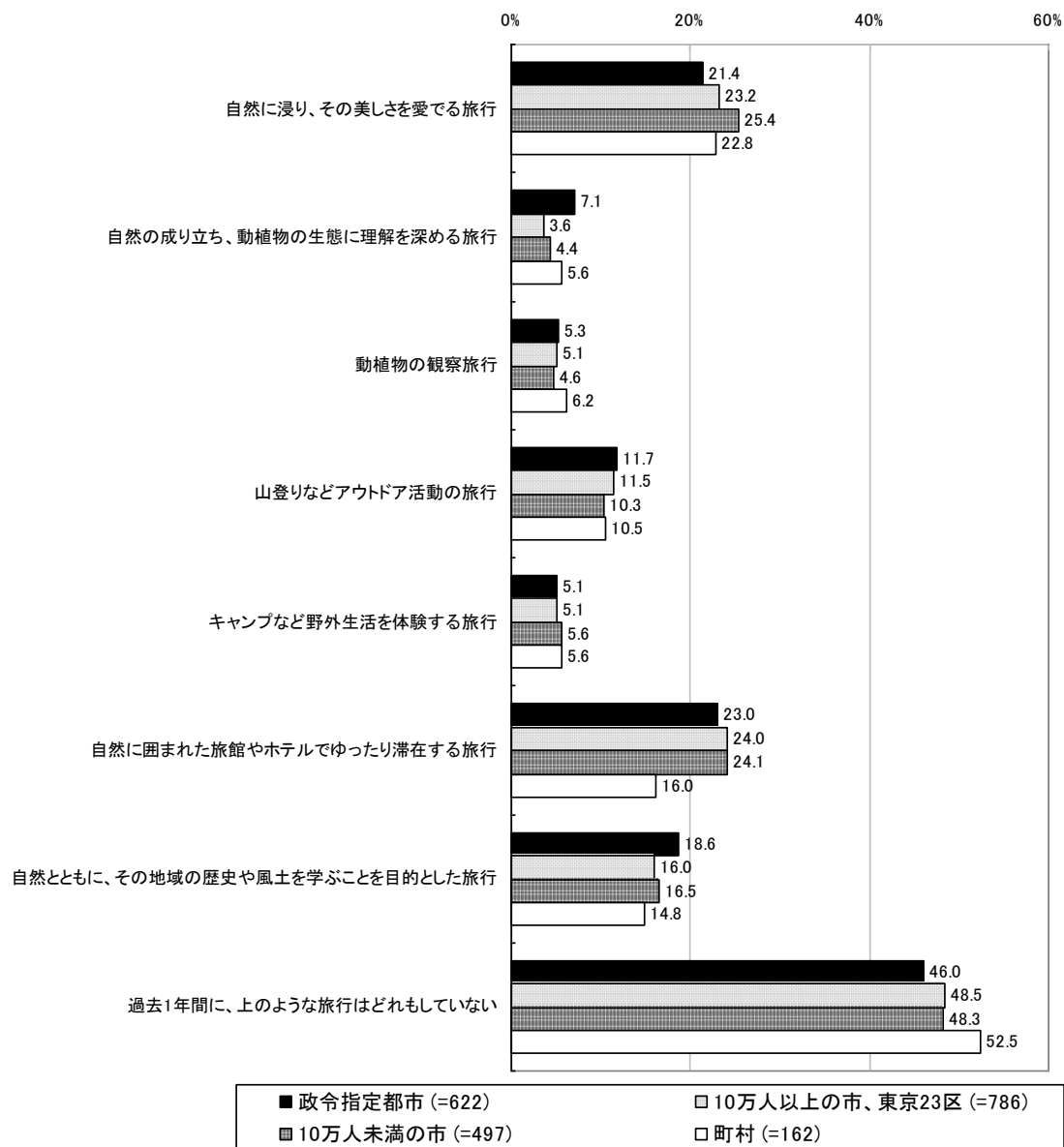
図表 2-59 過去1年間に経験した自然関連の旅行（職業別 2/2）



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が96%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41%、「今よりも少なくしたい」は4%となっている。平成21年度調査と比較しても大きな差はみられない。

性別では、大きな差はみられない。

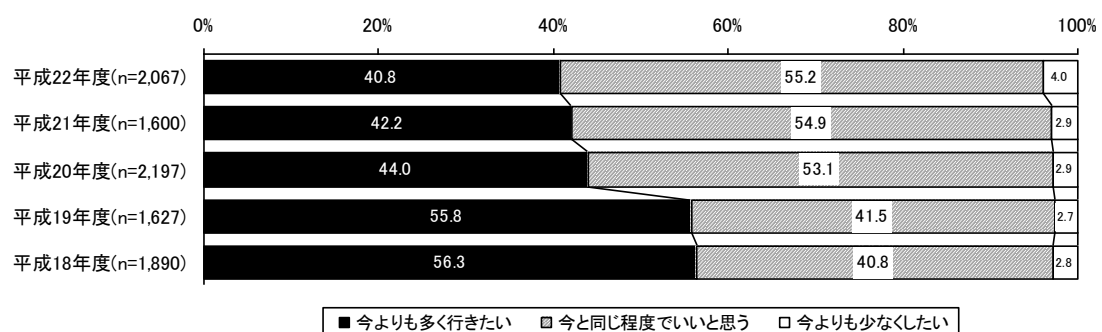
年代別でみると、70代以上で「今よりも多く行きたい」35%と全体よりも6ポイント低くなっているが、「今と同じ程度でいいと思う」60%と全体よりも5ポイント高くなっている。

職業別でみると、公務員では「今よりも多く行きたい」との回答が30%と全体よりも10ポイント以上低くなっている。

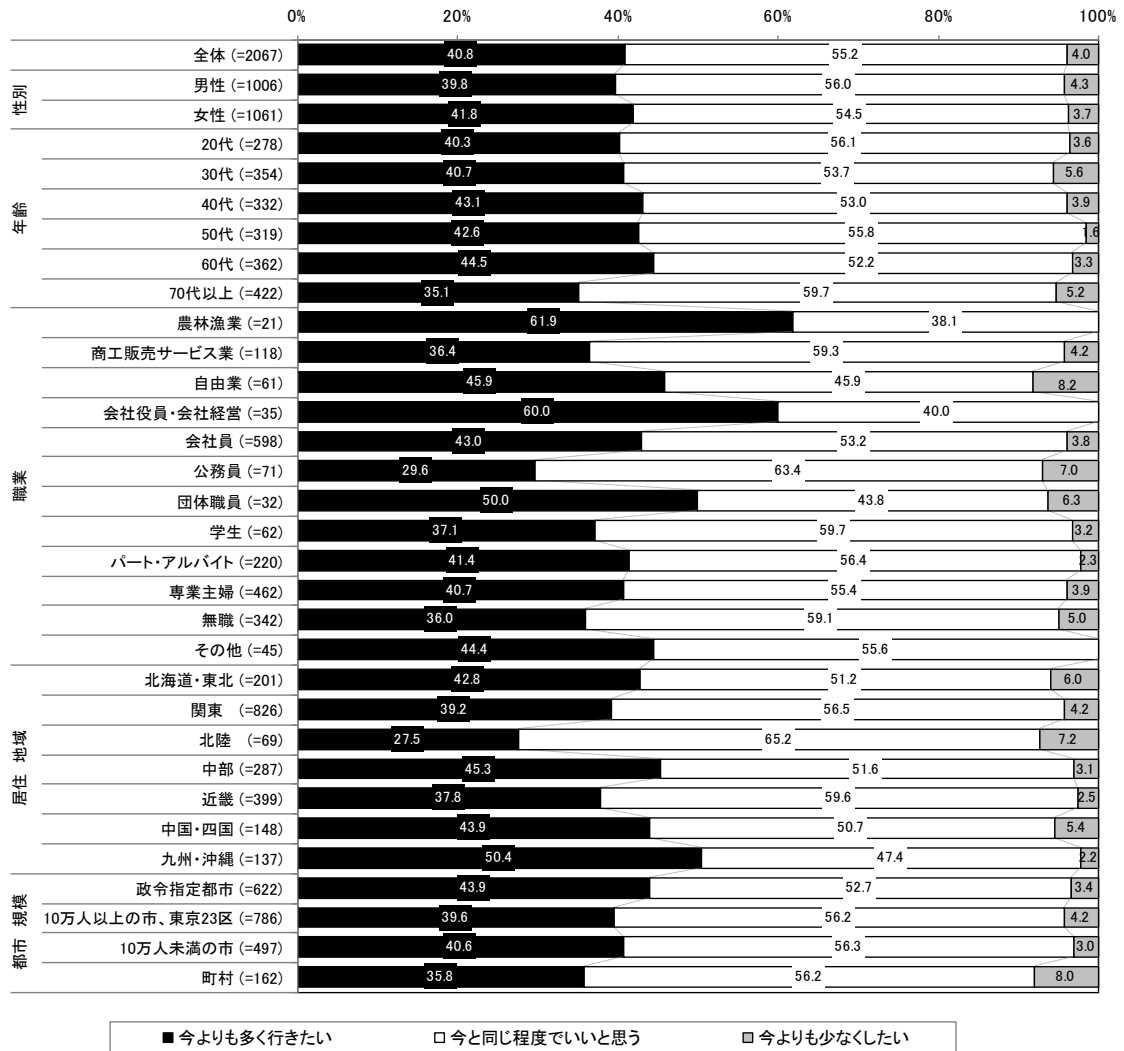
地域別では、北陸で、「今よりも多く行きたい」との回答が28%と全体よりも10ポイント以上低くなっている。

都市規模別では、町村では「今よりも多く行きたい」との回答が36%と全体よりも5ポイント低くなっている。

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)）

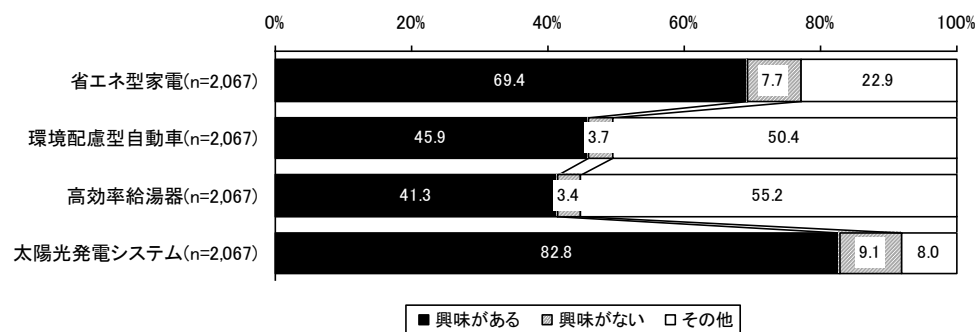
環境に配慮した製品への興味は、省エネ型家電 69%、環境配慮型自動車 50%、高効率給湯器 41%、太陽光発電システム 83%となっており製品により差が大きい。

環境に配慮した製品の購入意向については、太陽光発電システム 26%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。

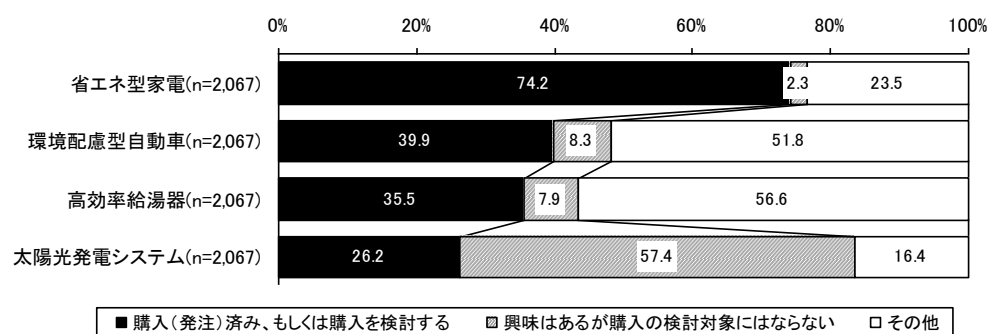
環境に配慮した製品については、購入意向に関係なく「興味がある」と回答した人（「すでにそのような製品を購入済み、または発注済みであり、環境面で興味を持っている」、「そのような製品に興味があり、購入の検討対象に入れようと思っている」、「そのような商品に興味はあるが、購入の検討対象にはならない」の合計）は、省エネ型家電 77%、環境配慮型自動車 48%、高効率給湯器 43%、太陽光発電システム 83%となっており製品により差が大きい。

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 74%、環境配慮型自動車 40%、高効率給湯器 36%、太陽光発電システム 26%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



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若干高くなっているが、その他の項目では、男性が女性よりも興味、購入意向ともに若干高くなっている。

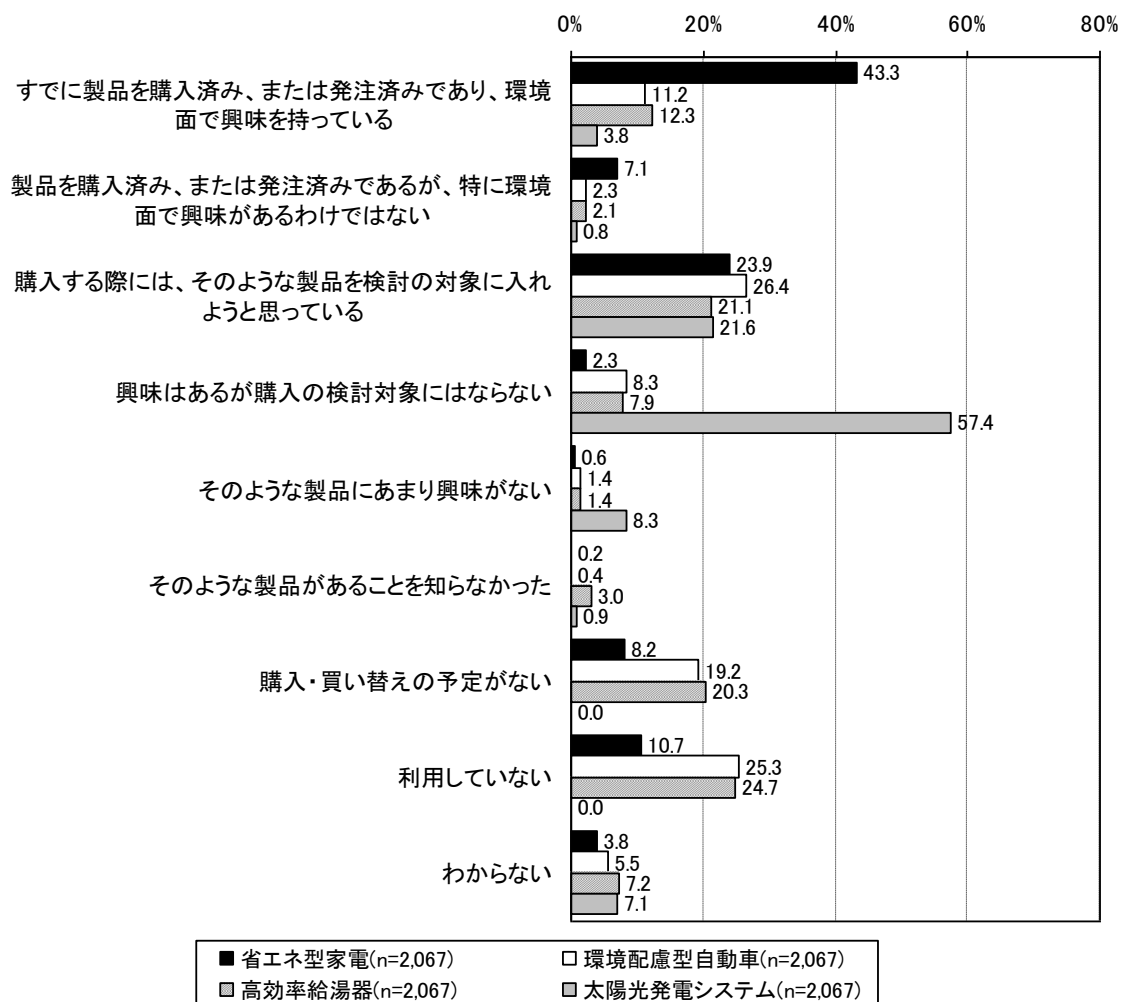
年代別でみると、20代は、太陽光発電システムをのぞく全ての項目で、興味、購入意向ともに他年代よりも低くなっている。太陽光発電システムについても、興味は他年代よりも低くなっている。

職業別でみると、全ての項目で会社役員・会社経営者が興味、購入意向ともに全体よりも高くなっている。また、学生は興味、購入意向ともに全体よりも低くなっている。

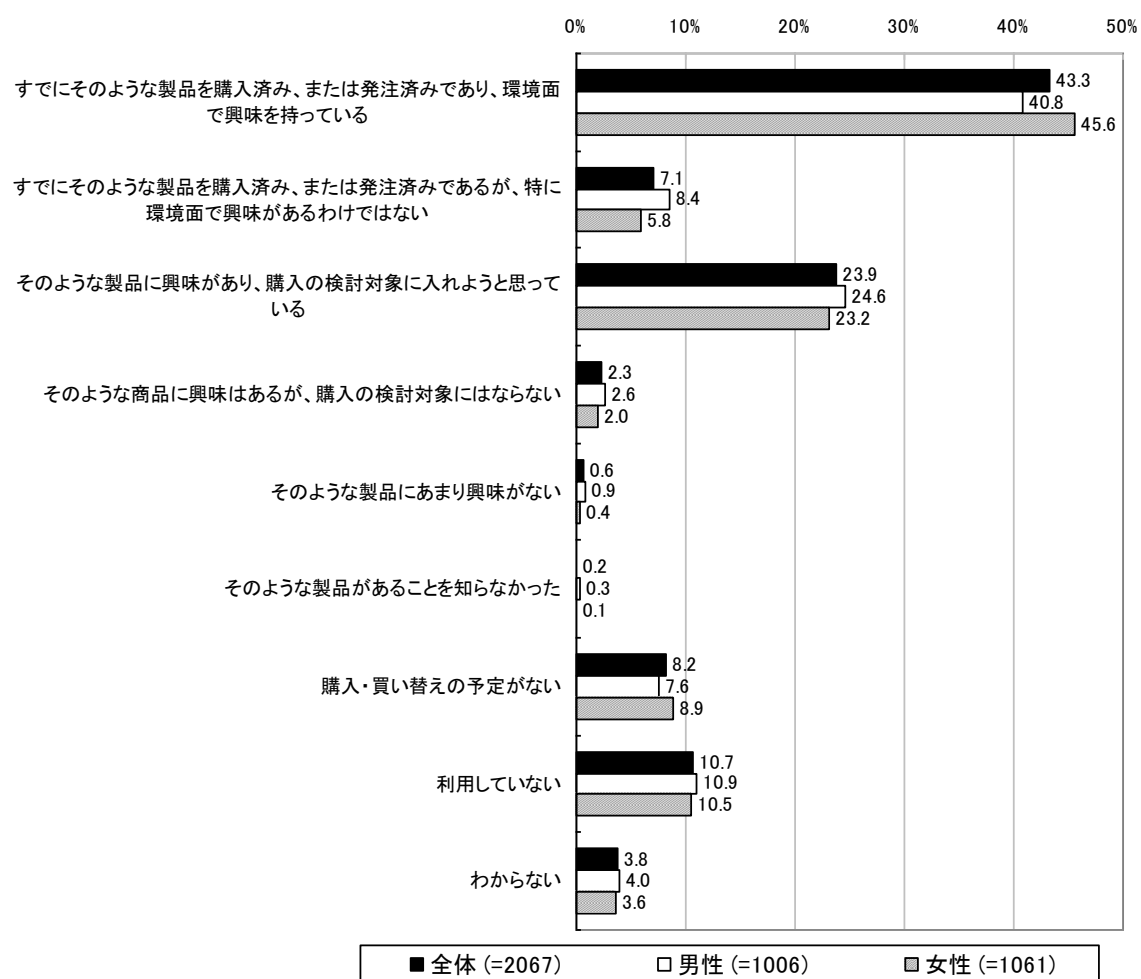
地域別でみると、関東では全ての項目で興味、購入意向ともに全体よりも低くなっており、環境配慮型自動車の購入意向は72%と最も高くなっている。

都市規模別でみると、10万人未満の市では全ての項目で興味、購入意向ともに全体よりも高くなっている。

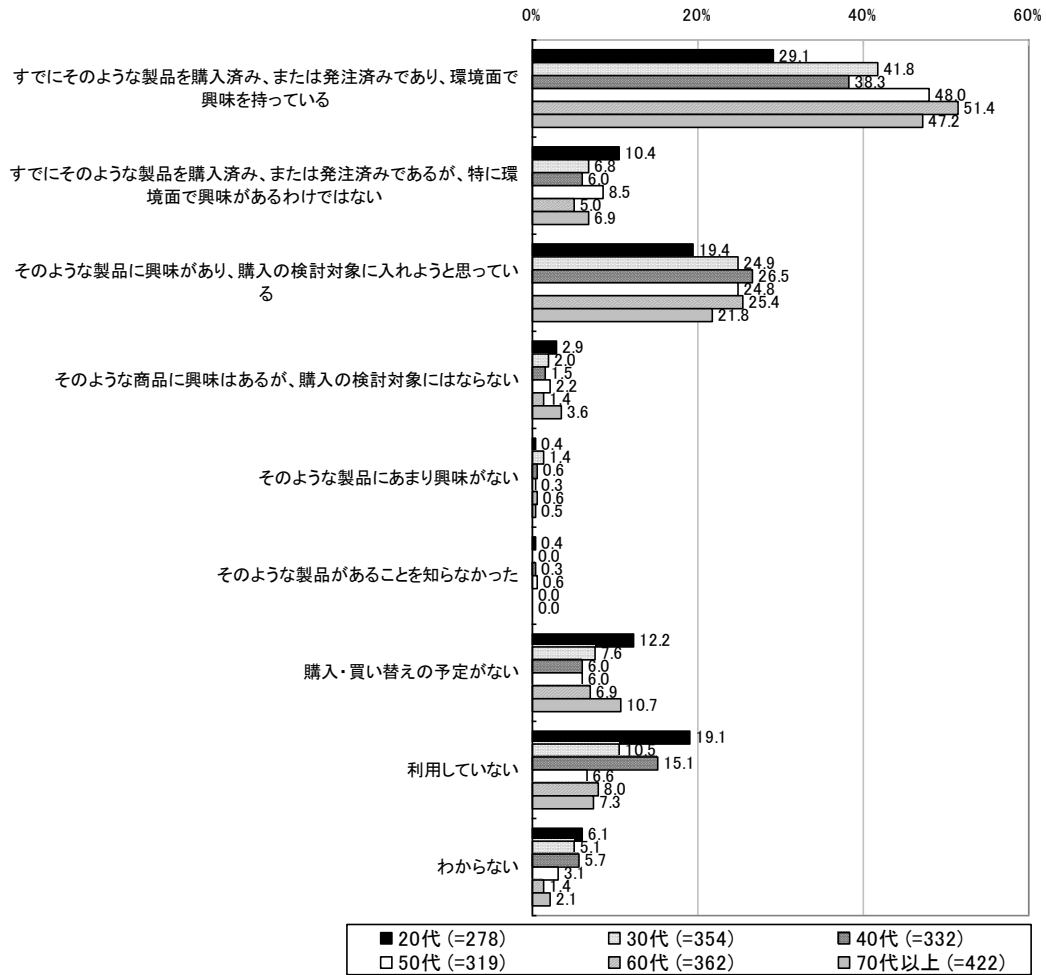
図表 2-66 環境に配慮した製品への興味、購入意向（全体）



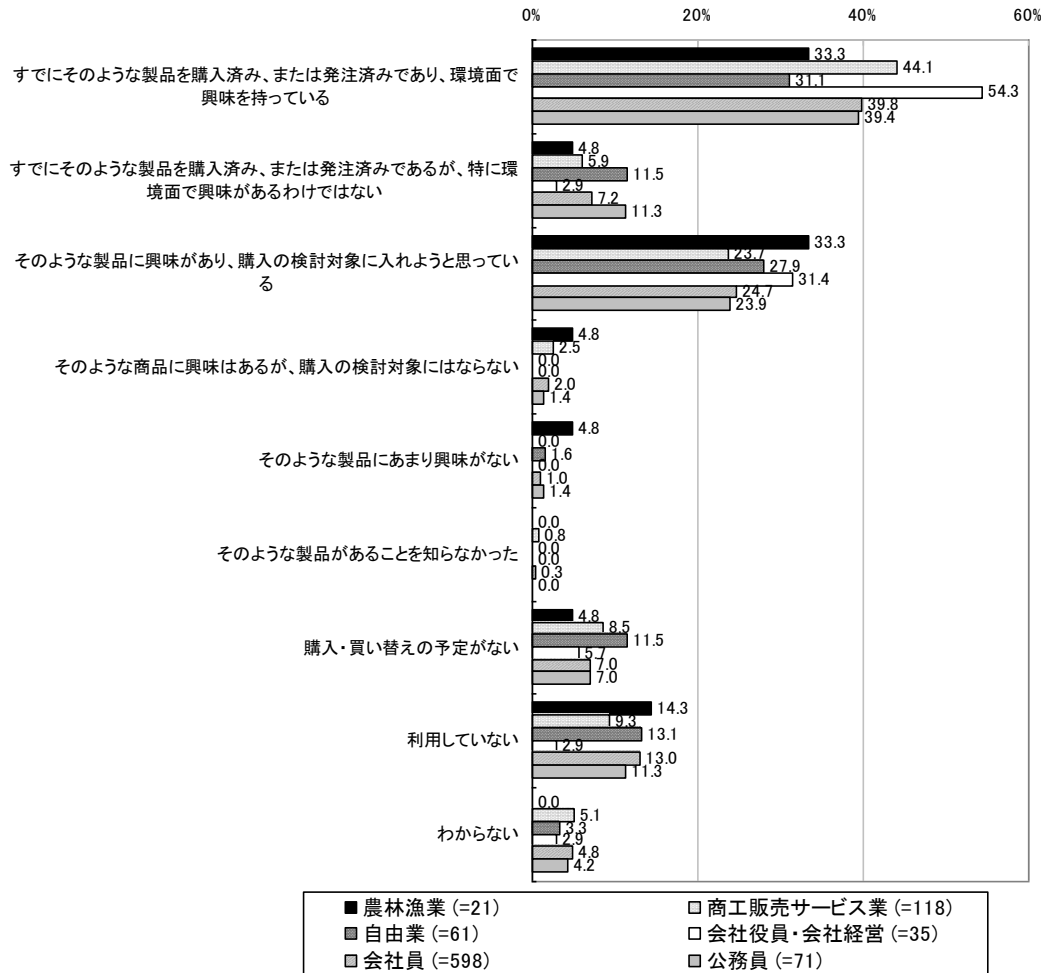
図表 2-67 省エネ型家電への興味、購入意向（全体、性別）



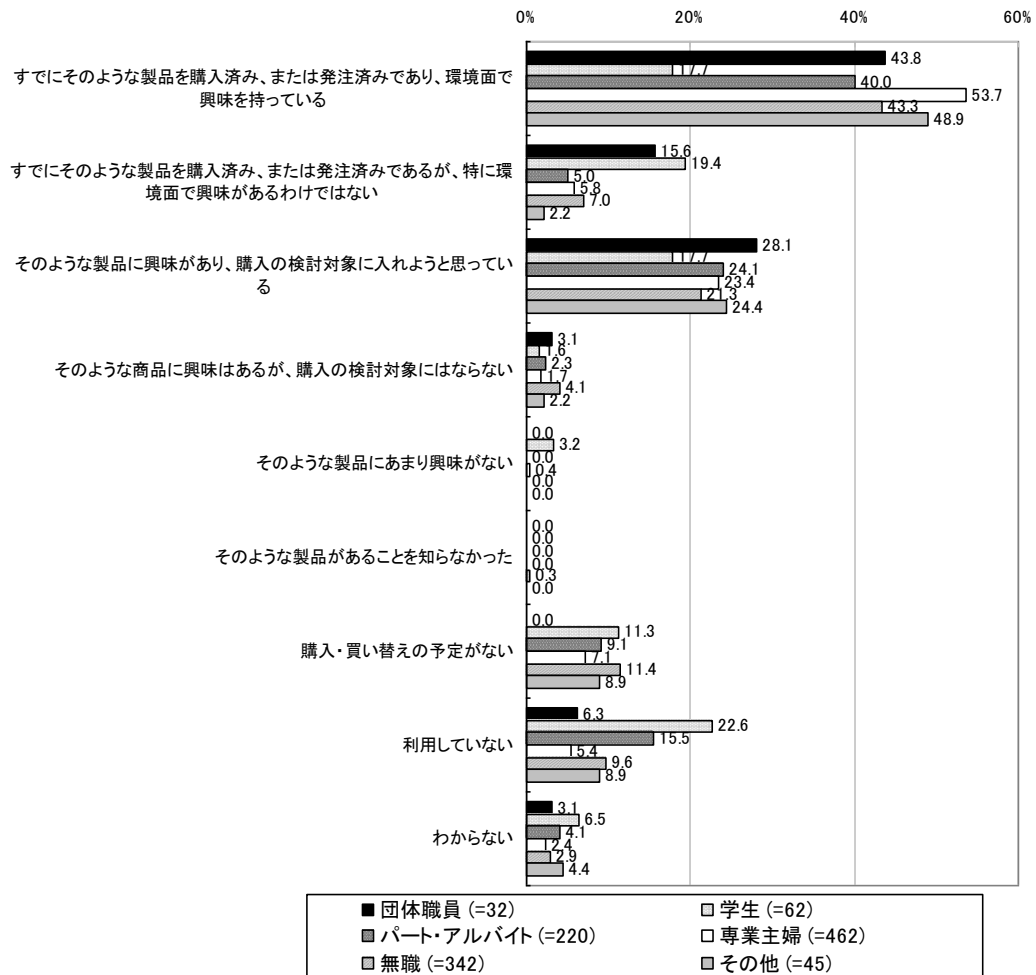
図表 2-68 省エネ型家電への興味、購入意向（年代別）



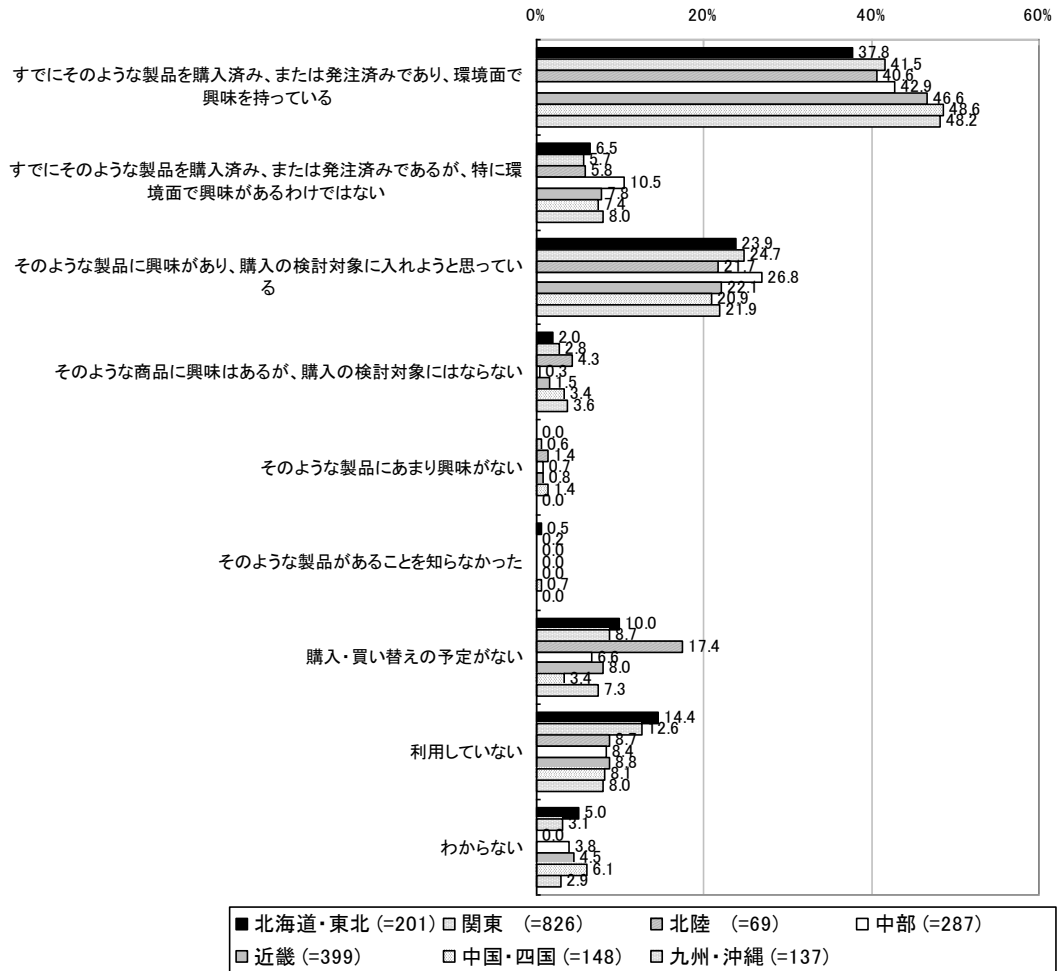
図表 2-69 省エネ型家電への興味、購入意向（職業別 1/2）



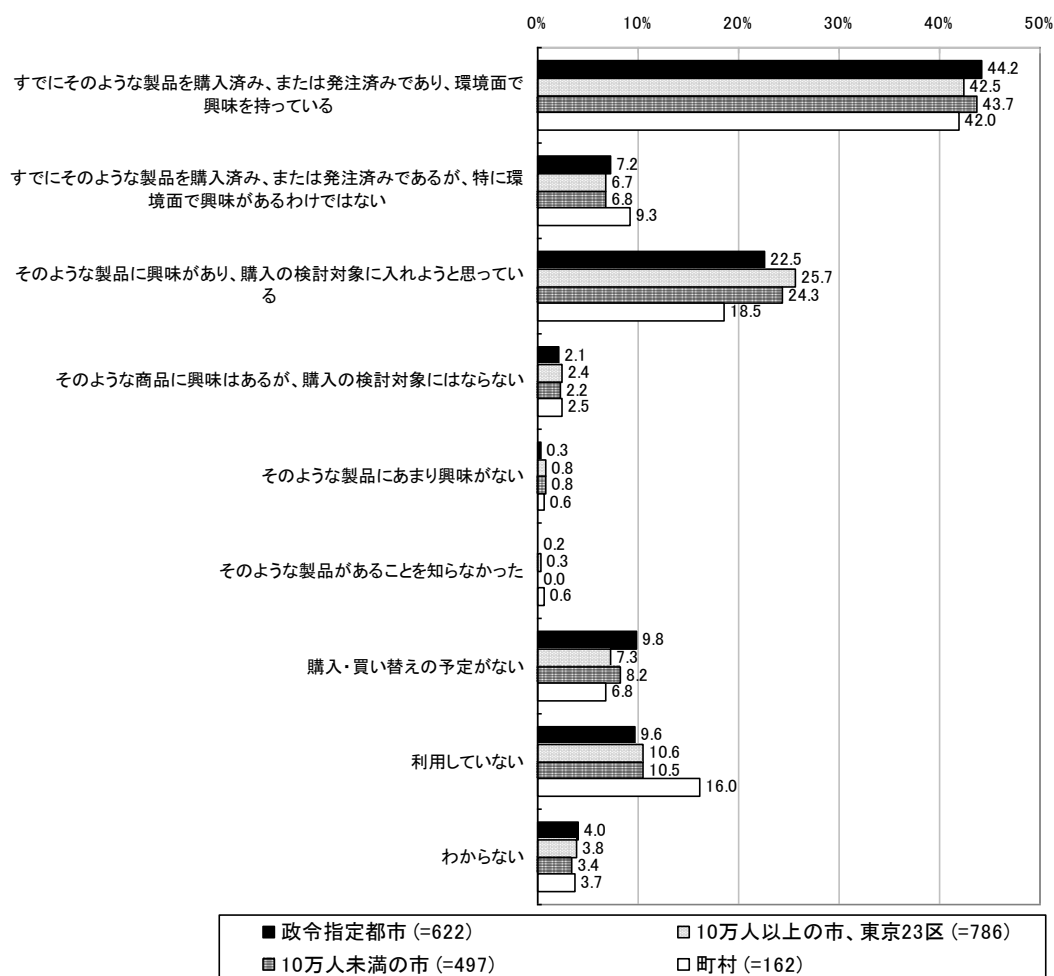
図表 2-70 省エネ型家電への興味、購入意向（職業別 2/2）



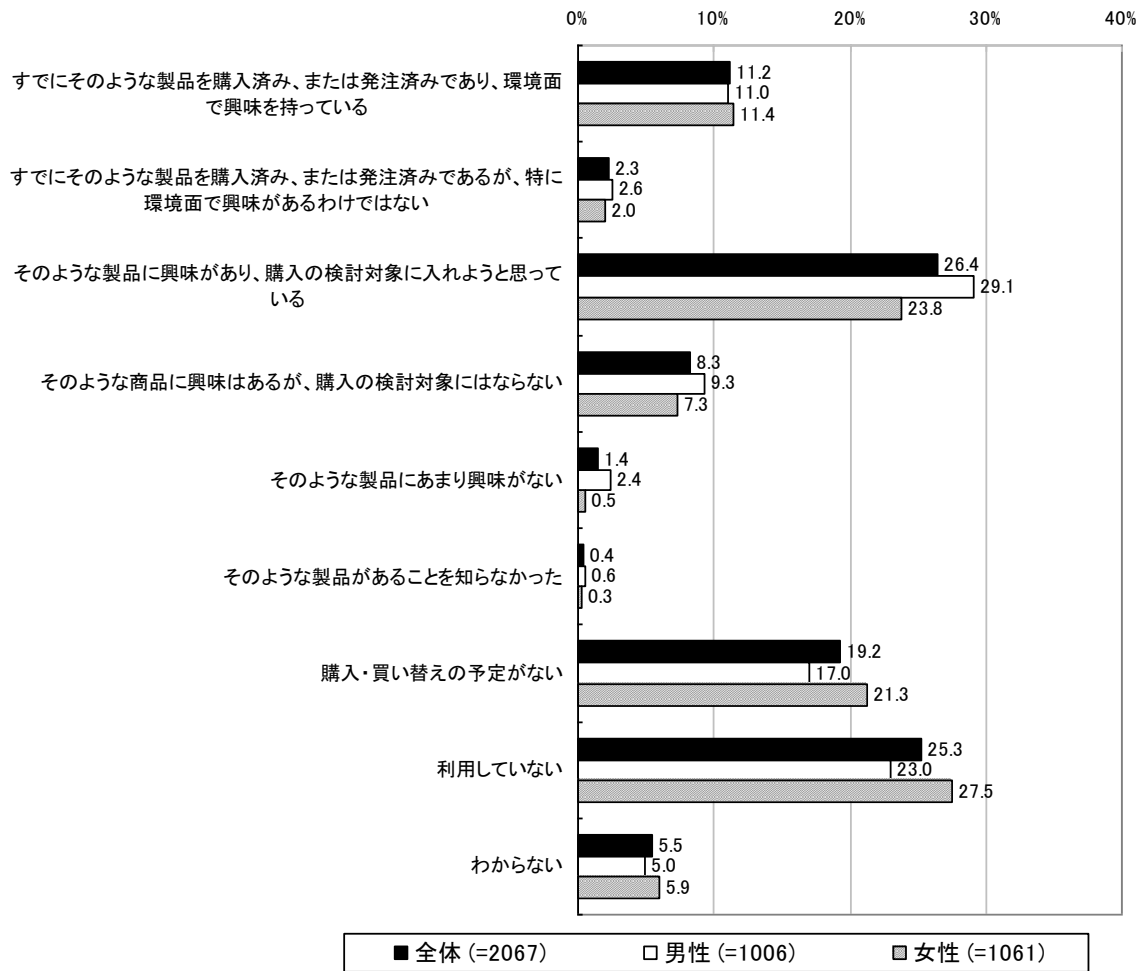
図表 2-71 省エネ型家電への興味、購入意向（地域別）



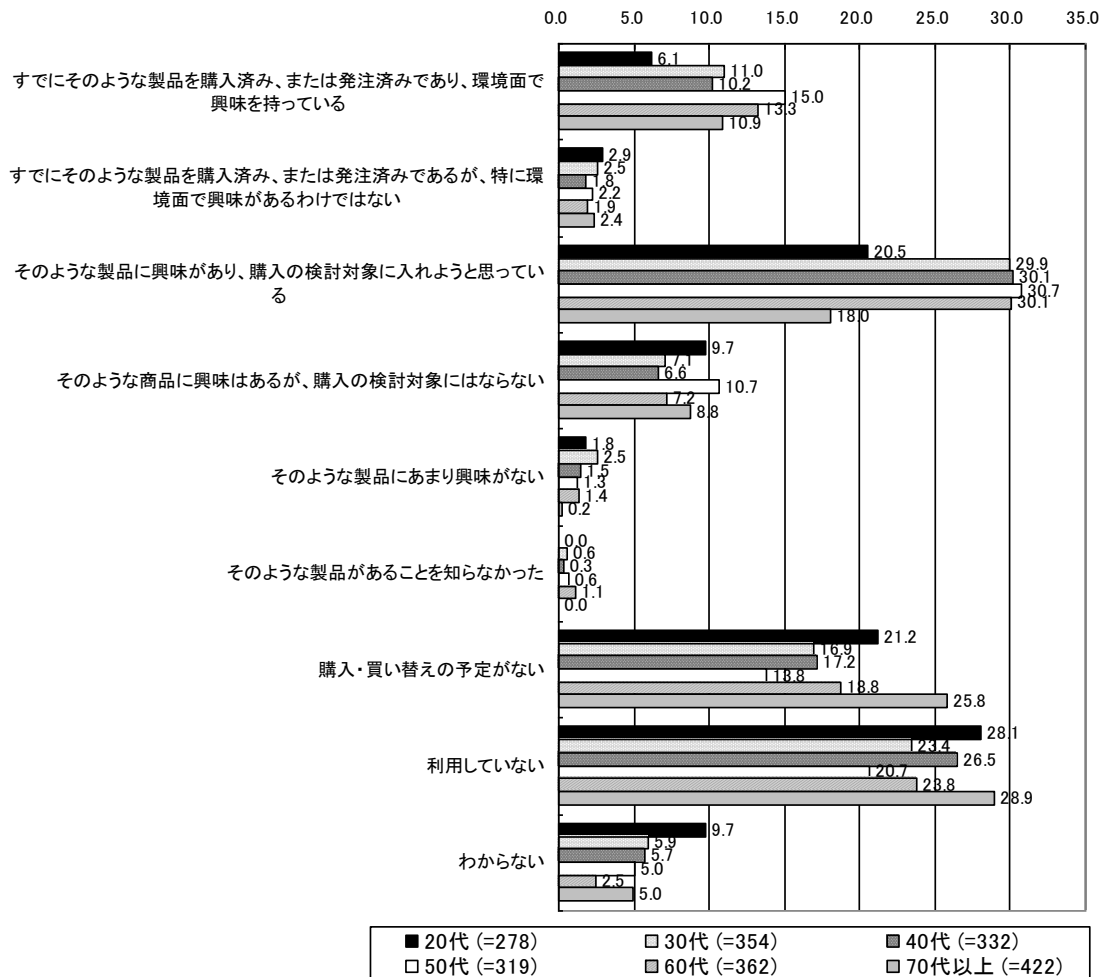
図表 2-72 省エネ型家電への興味、購入意向（都市規模別）



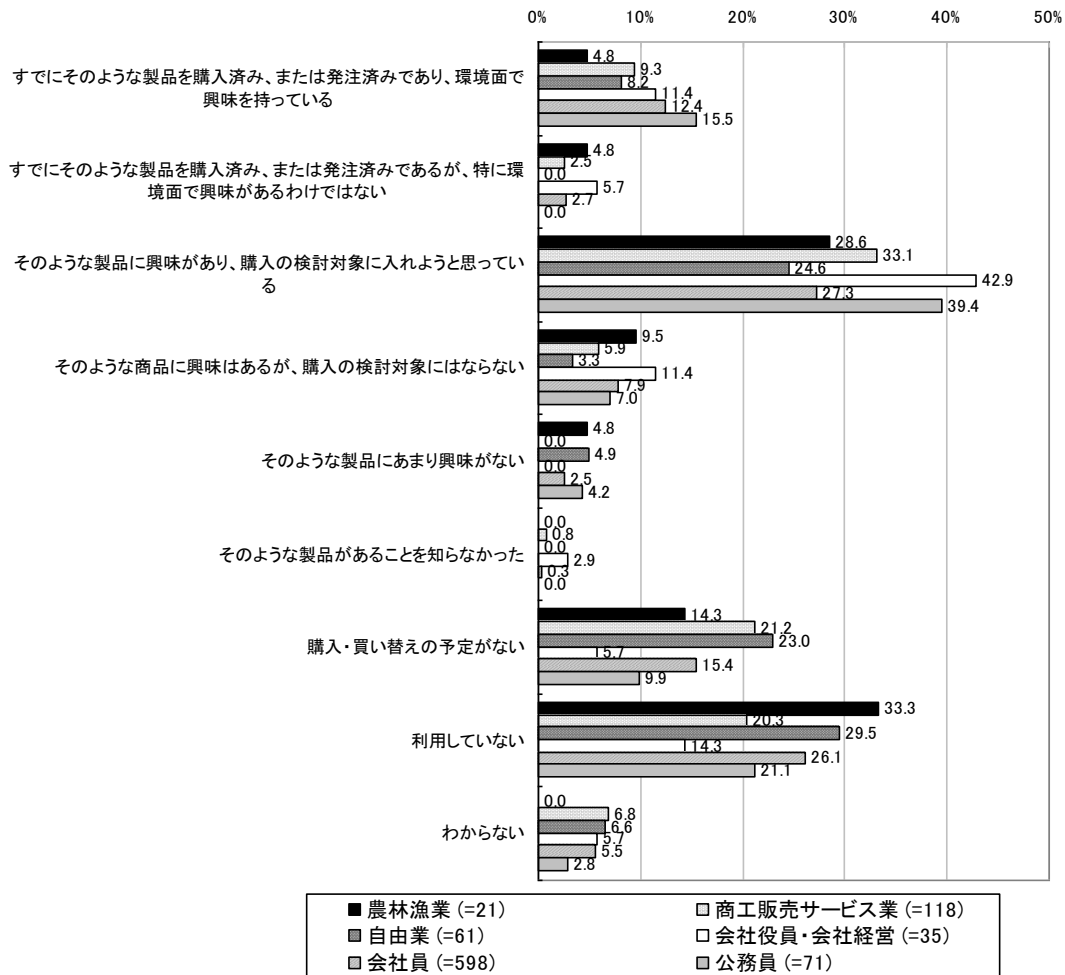
図表 2-73 環境配慮型自動車への興味、購入意向（全体、性別）



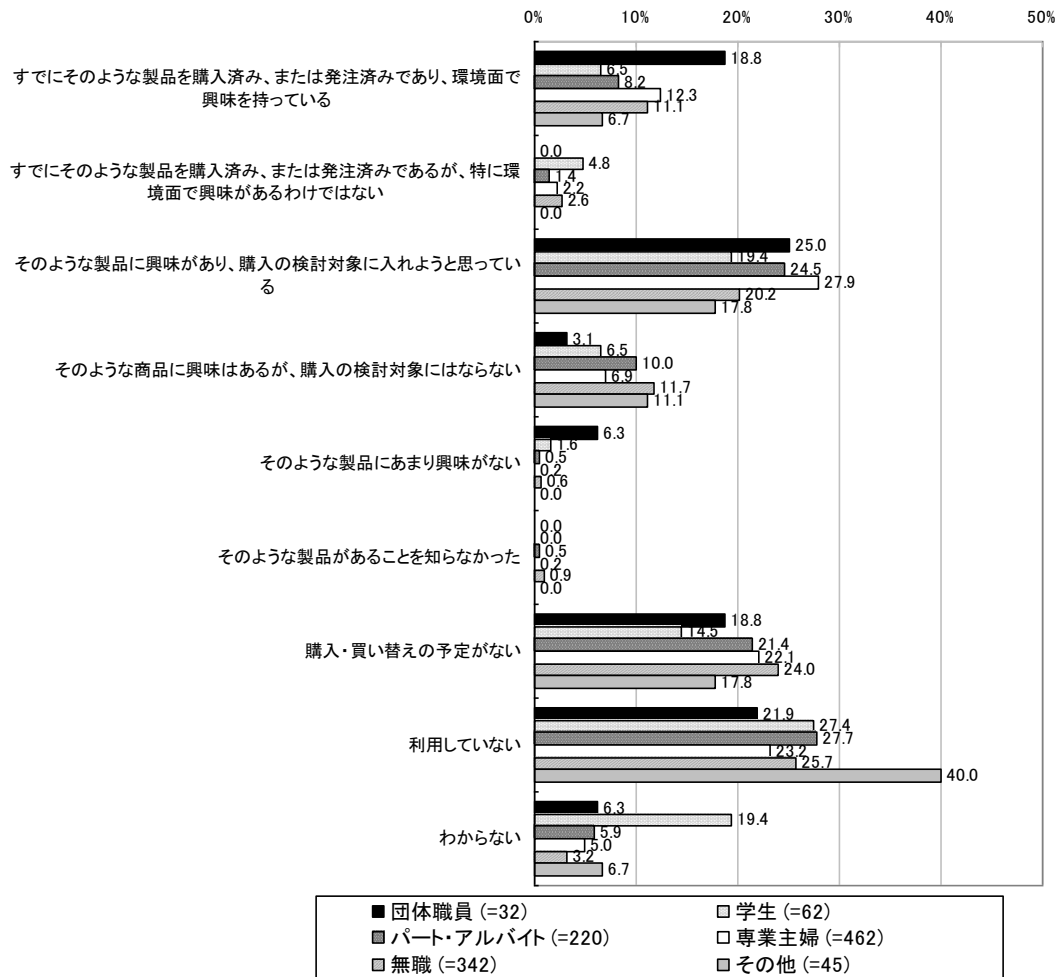
図表 2-74 環境配慮型自動車への興味、購入意向（年代別）



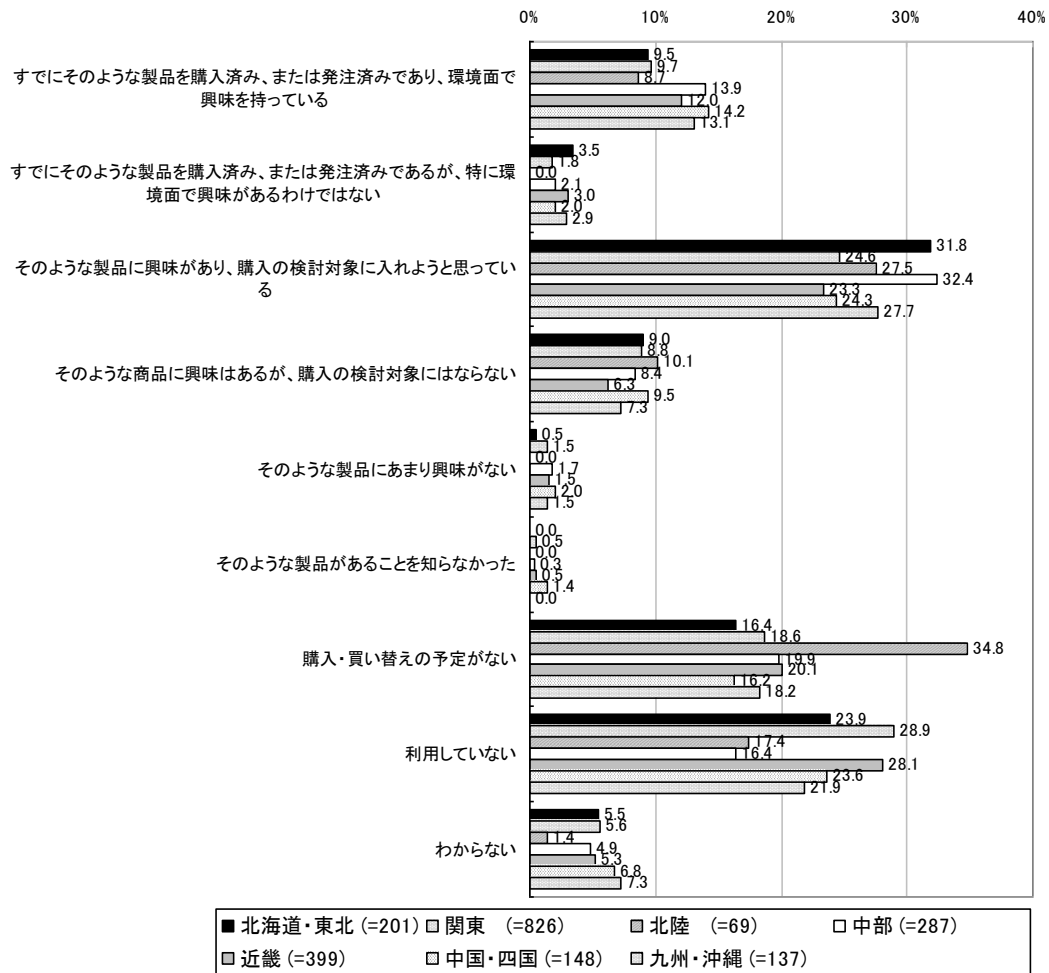
図表 2-75 環境配慮型自動車への興味、購入意向（職業別 1/2）



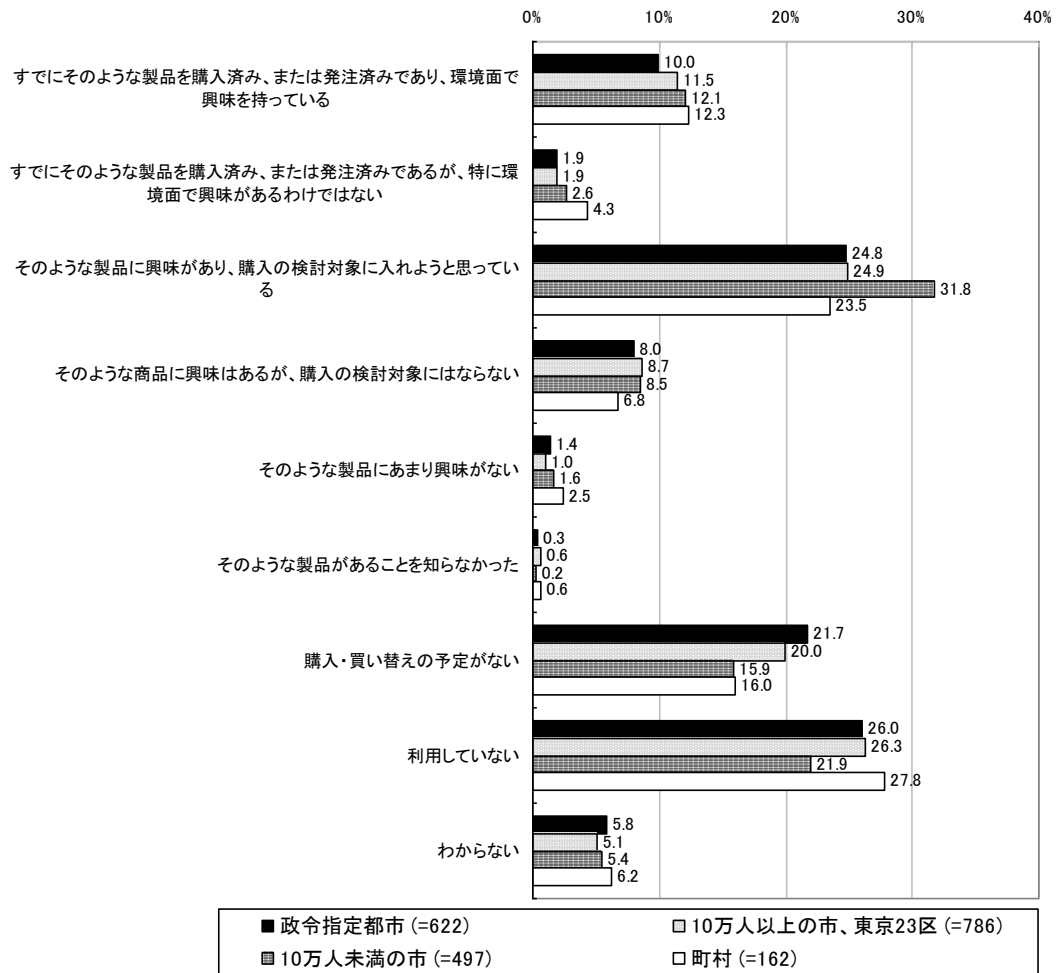
図表 2-76 環境配慮型自動車への興味、購入意向（職業別 2/2）



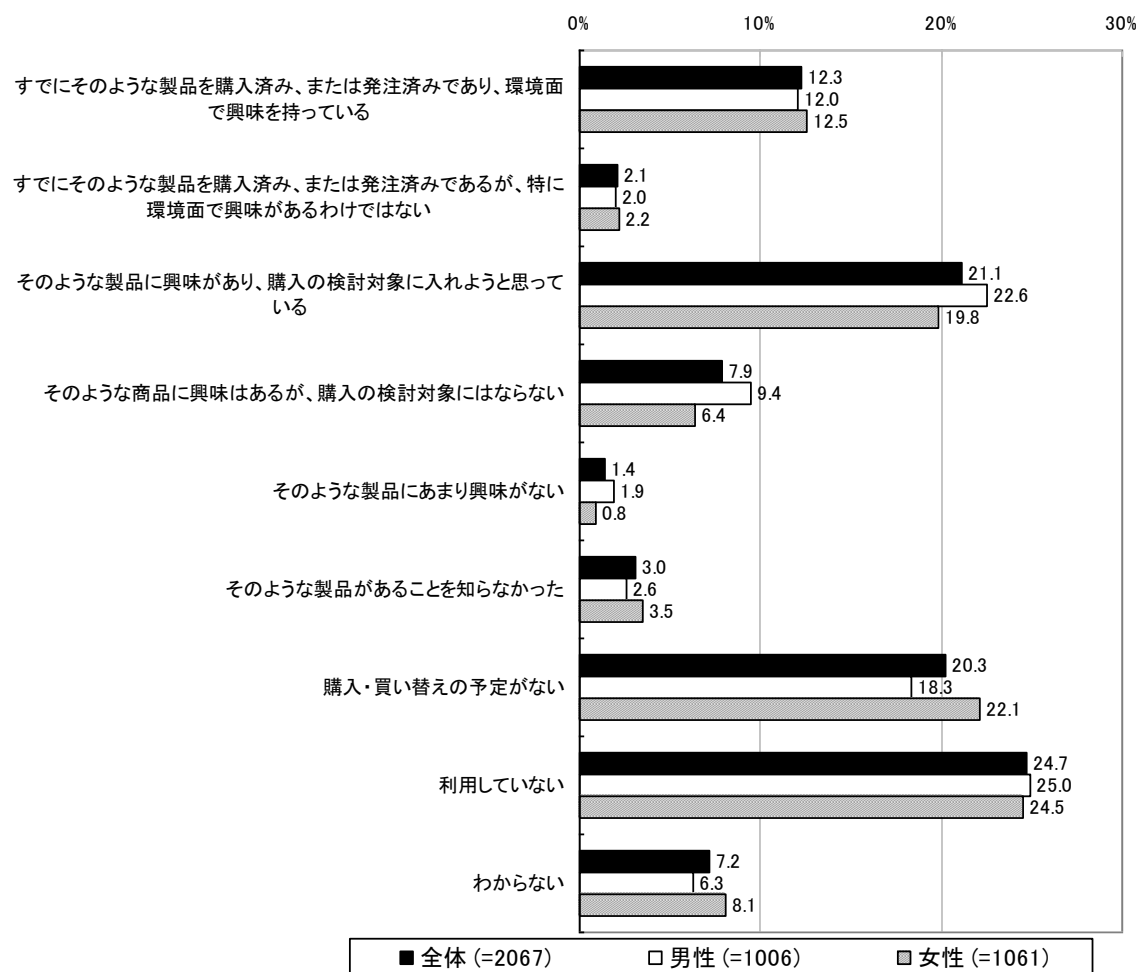
図表 2-77 環境配慮型自動車への興味、購入意向（地域別）



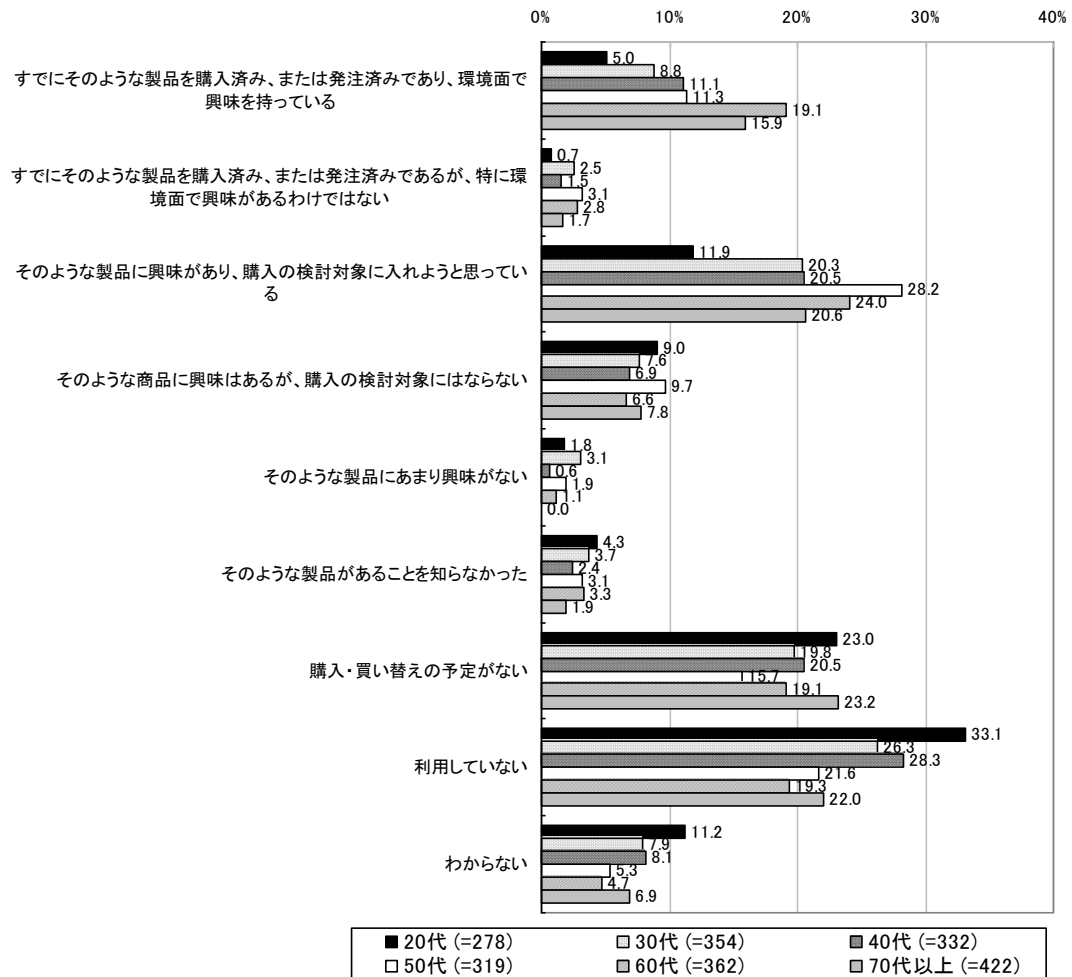
図表 2-78 環境配慮型自動車への興味、購入意向（都市規模別）



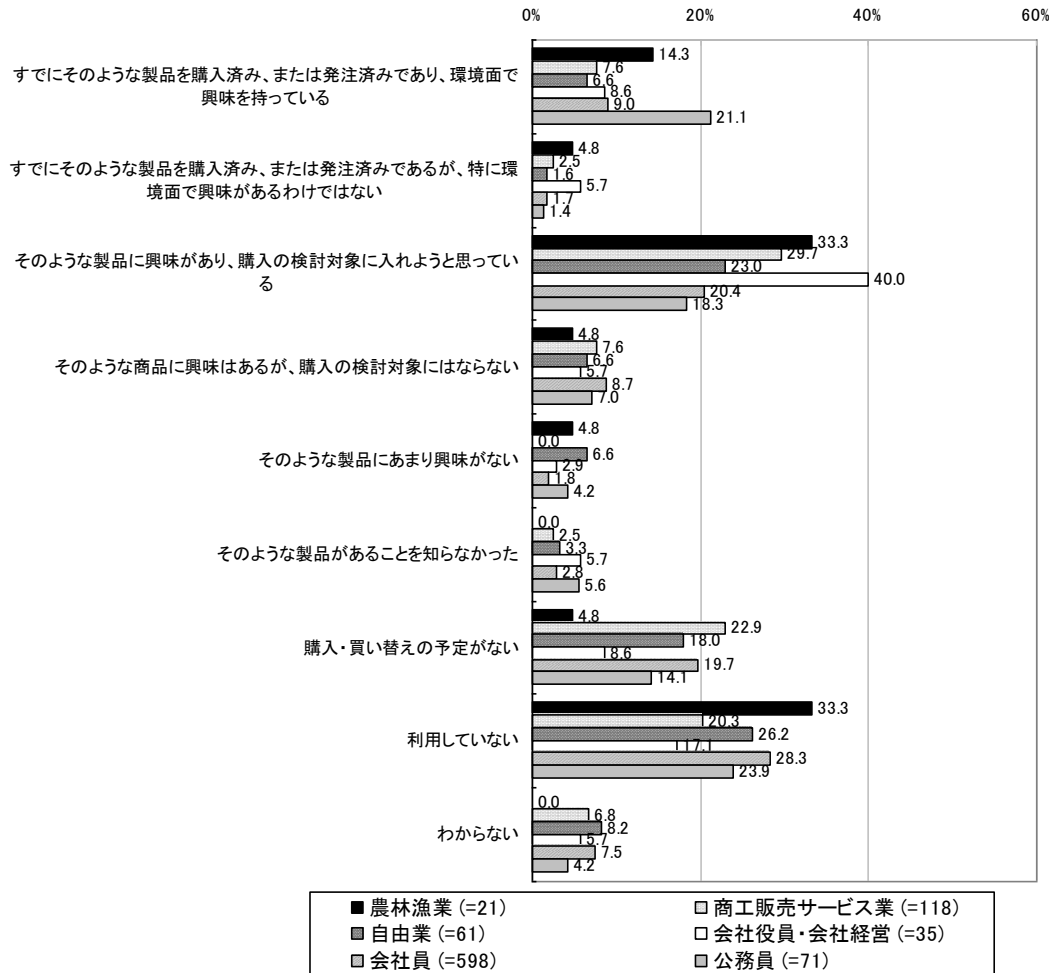
図表 2-79 高効率給湯器への興味、購入意向（全体、性別）



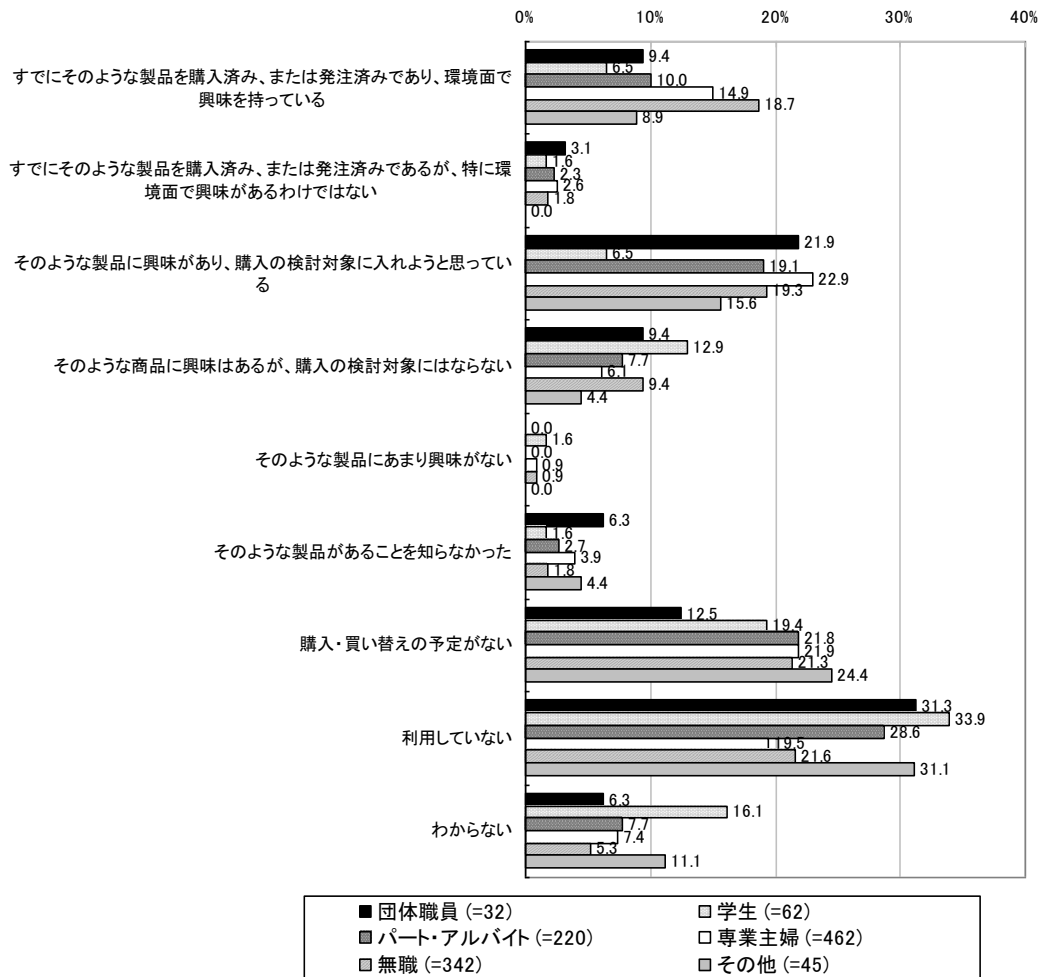
図表 2-80 高効率給湯器への興味、購入意向（年代別）



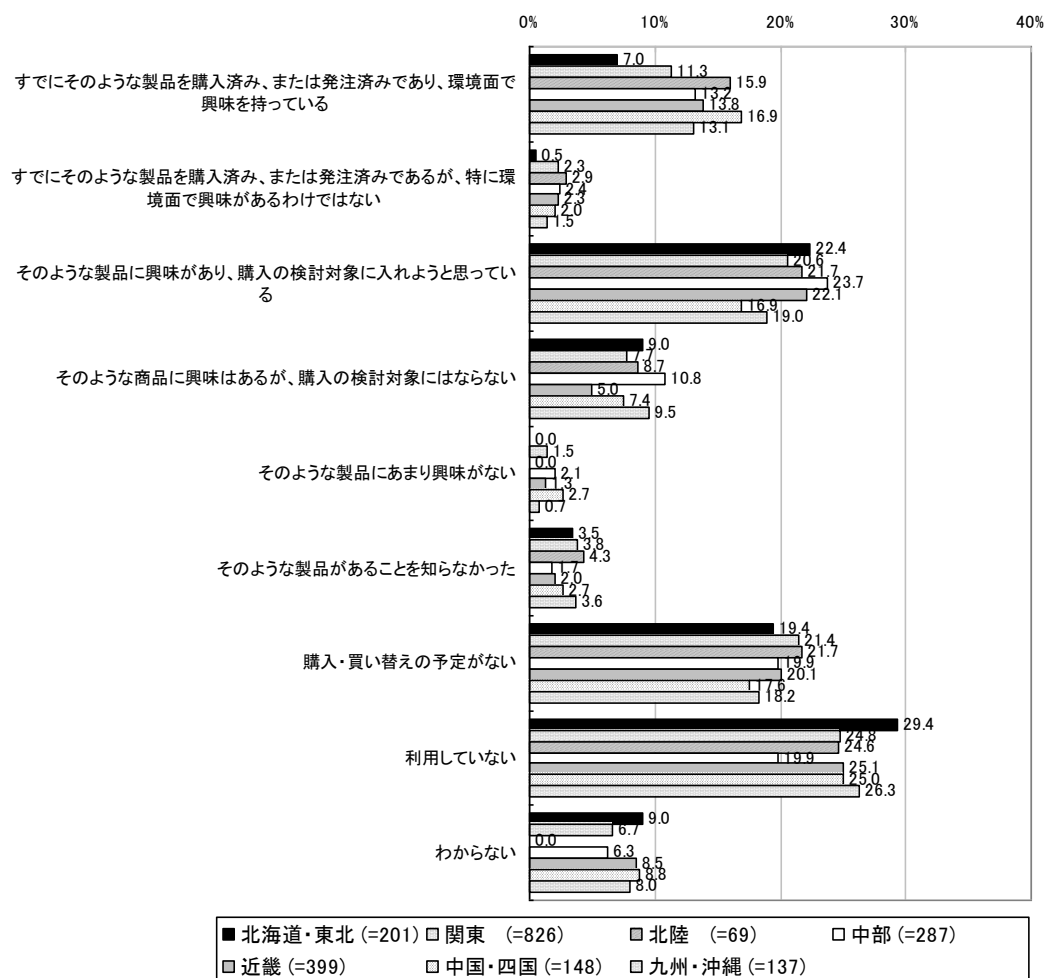
図表 2-81 高効率給湯器への興味、購入意向（職業別 1/2）



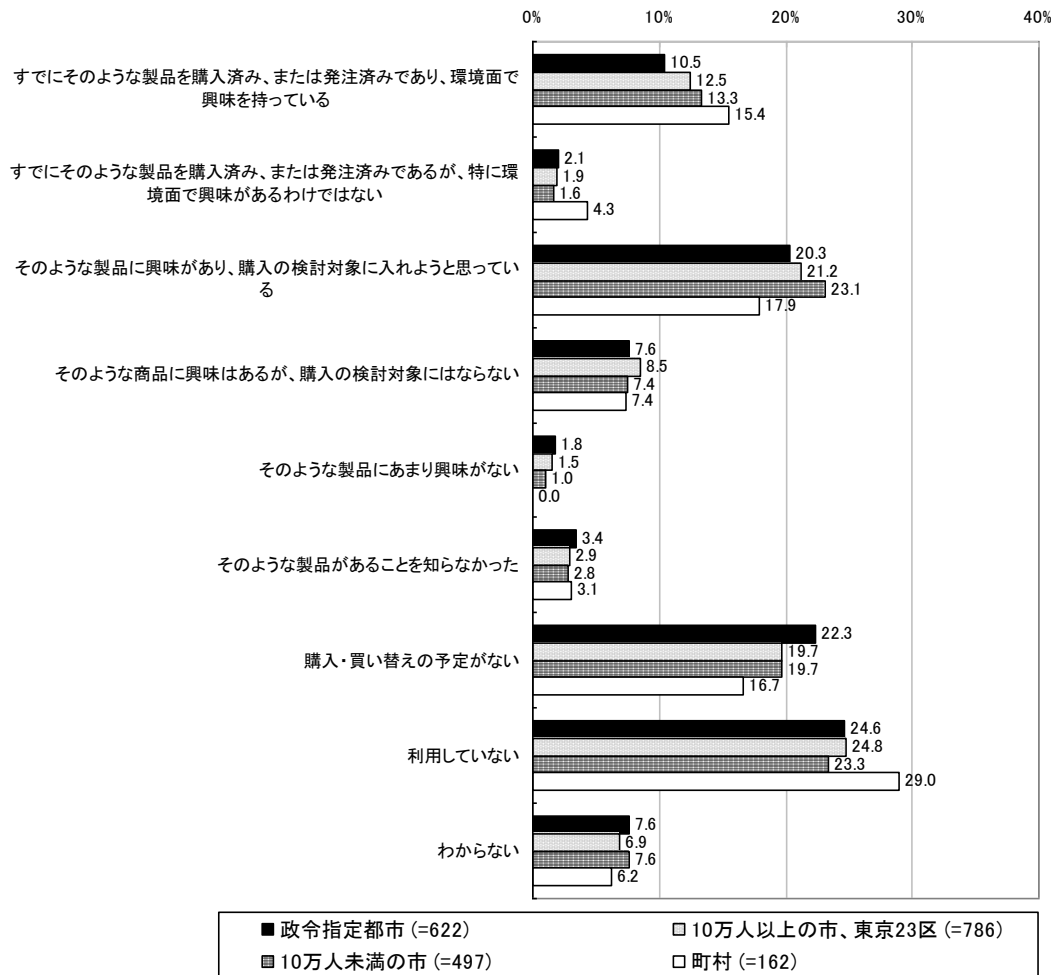
図表 2-82 高効率給湯器への興味、購入意向（職業別 2/2）



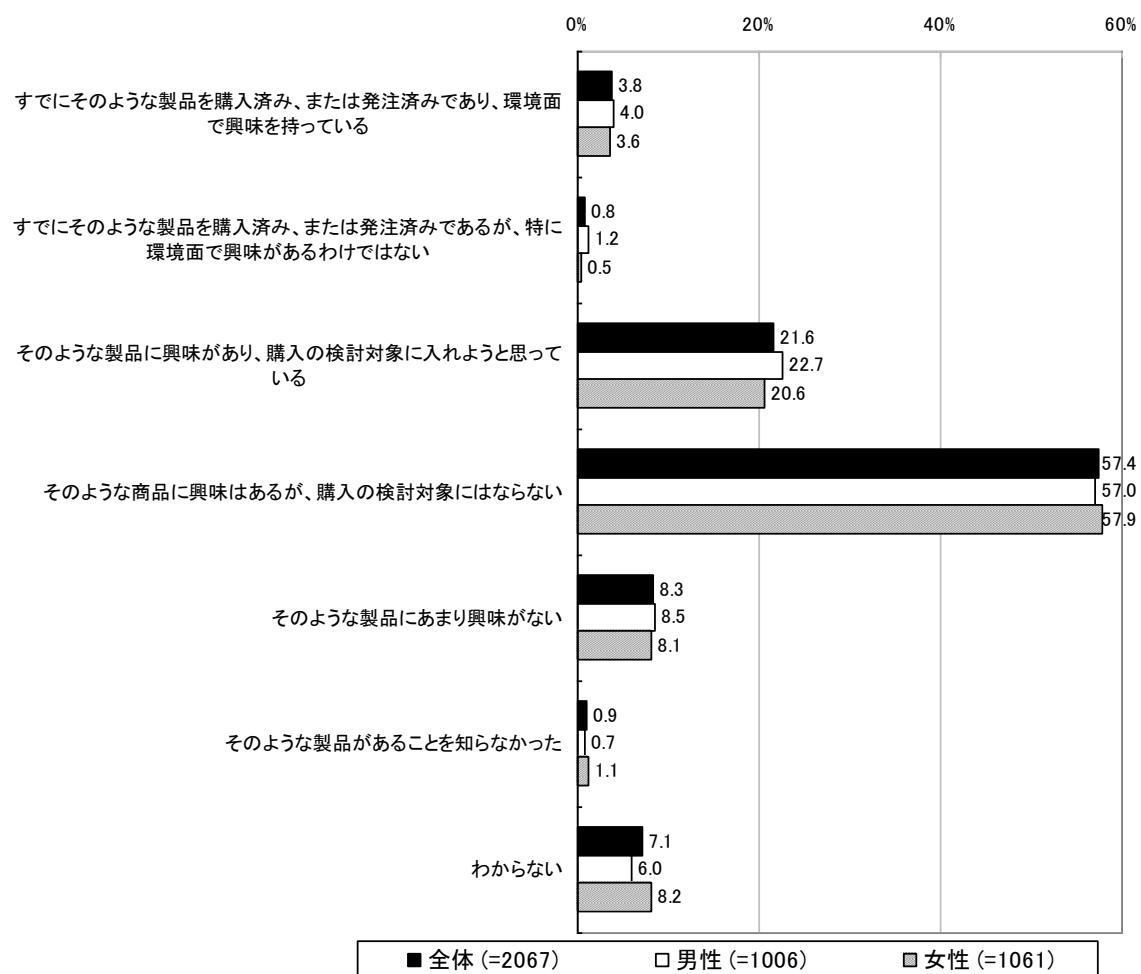
図表 2-83 高効率給湯器への興味、購入意向（地域別）



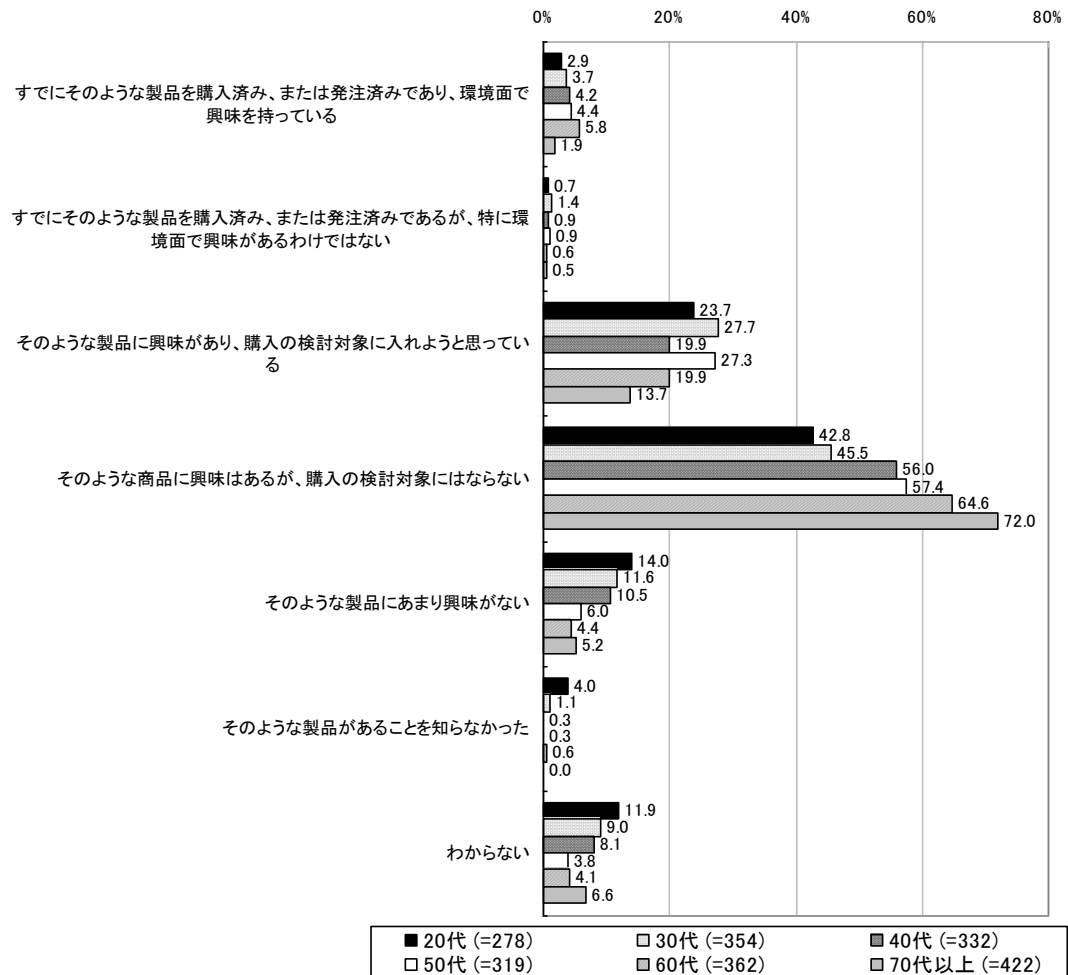
図表 2-84 高効率給湯器への興味、購入意向（都市規模別）



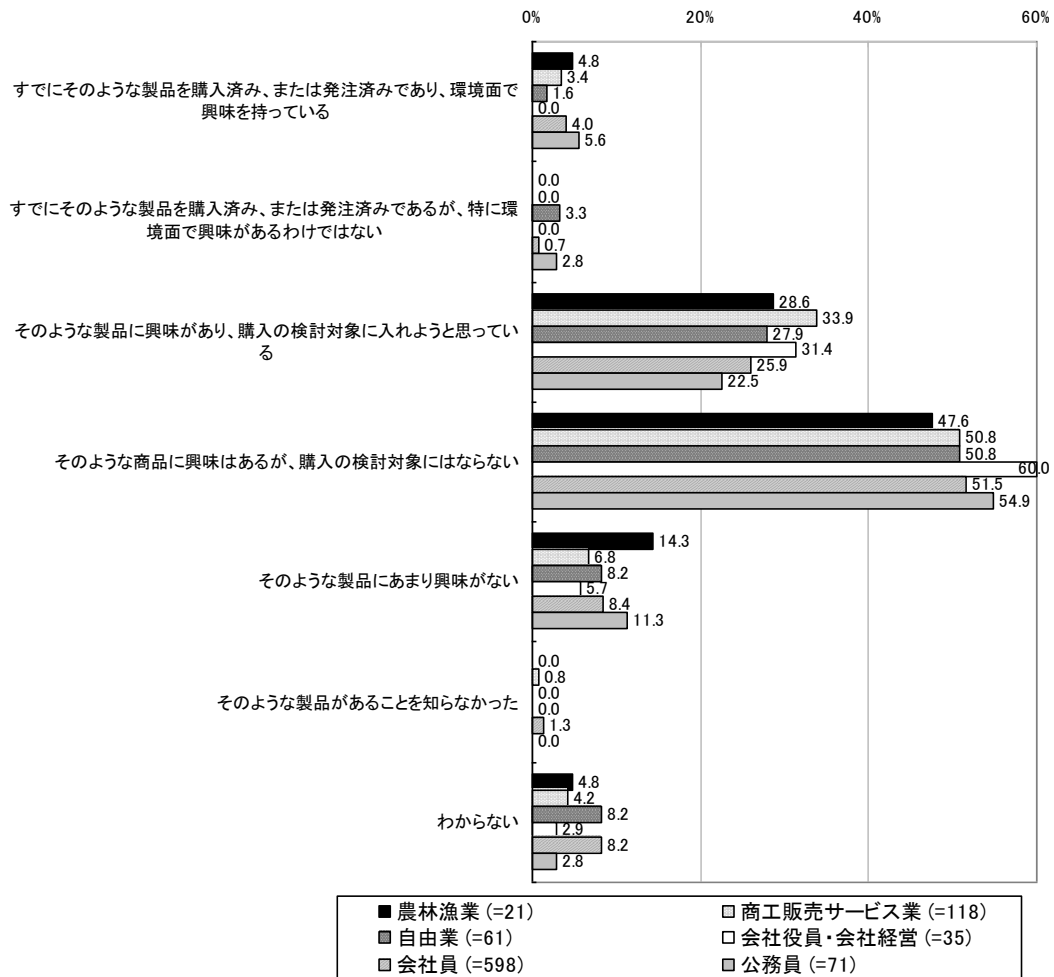
図表 2-85 太陽光発電システムへの興味、購入意向（全体、性別）



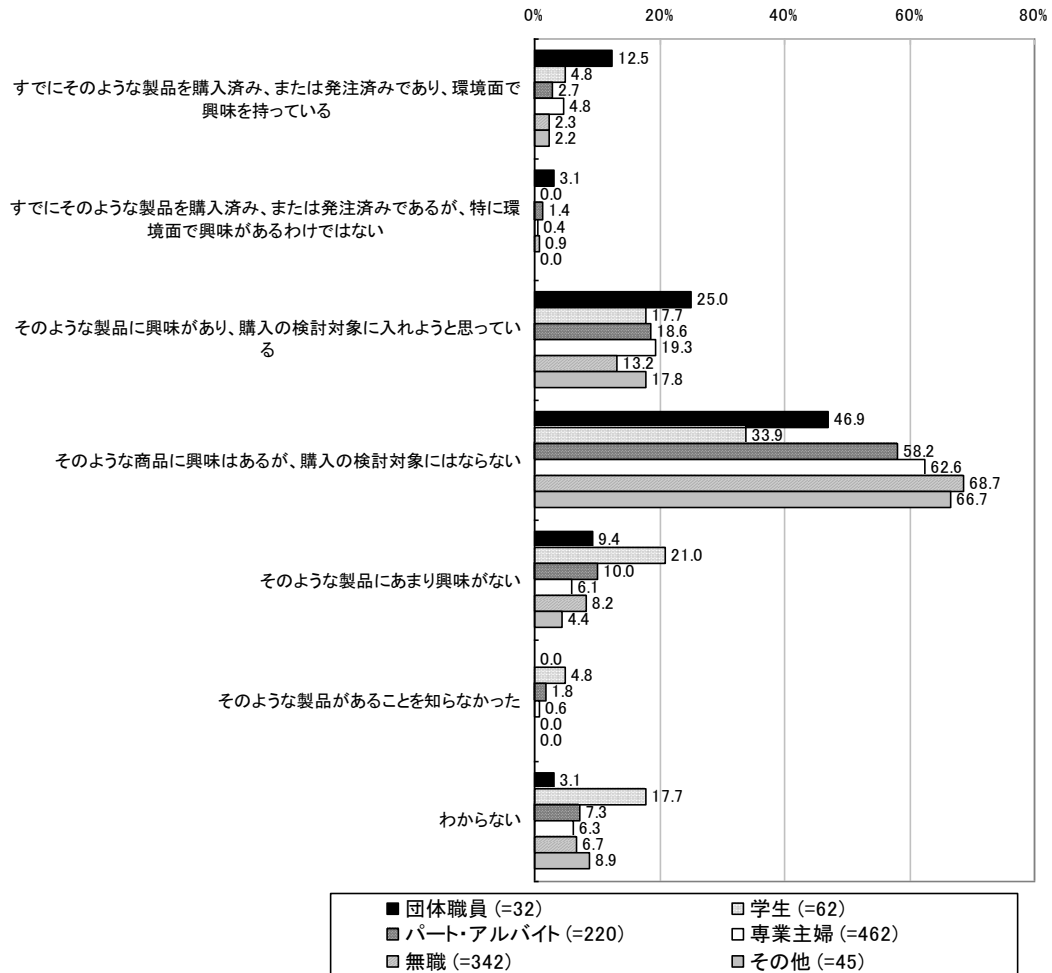
図表 2-86 太陽光発電システムへの興味、購入意向（年代別）



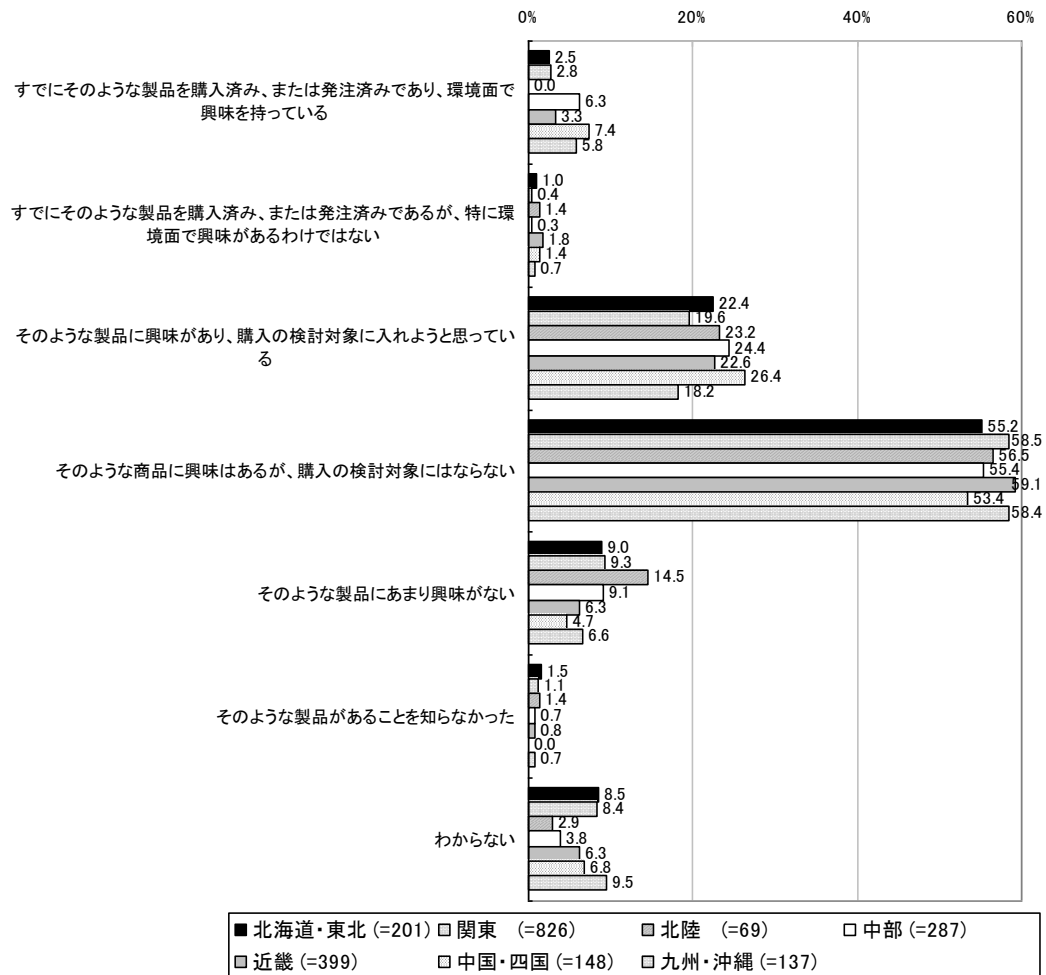
図表 2-87 太陽光発電システムへの興味、購入意向（職業別 1/2）



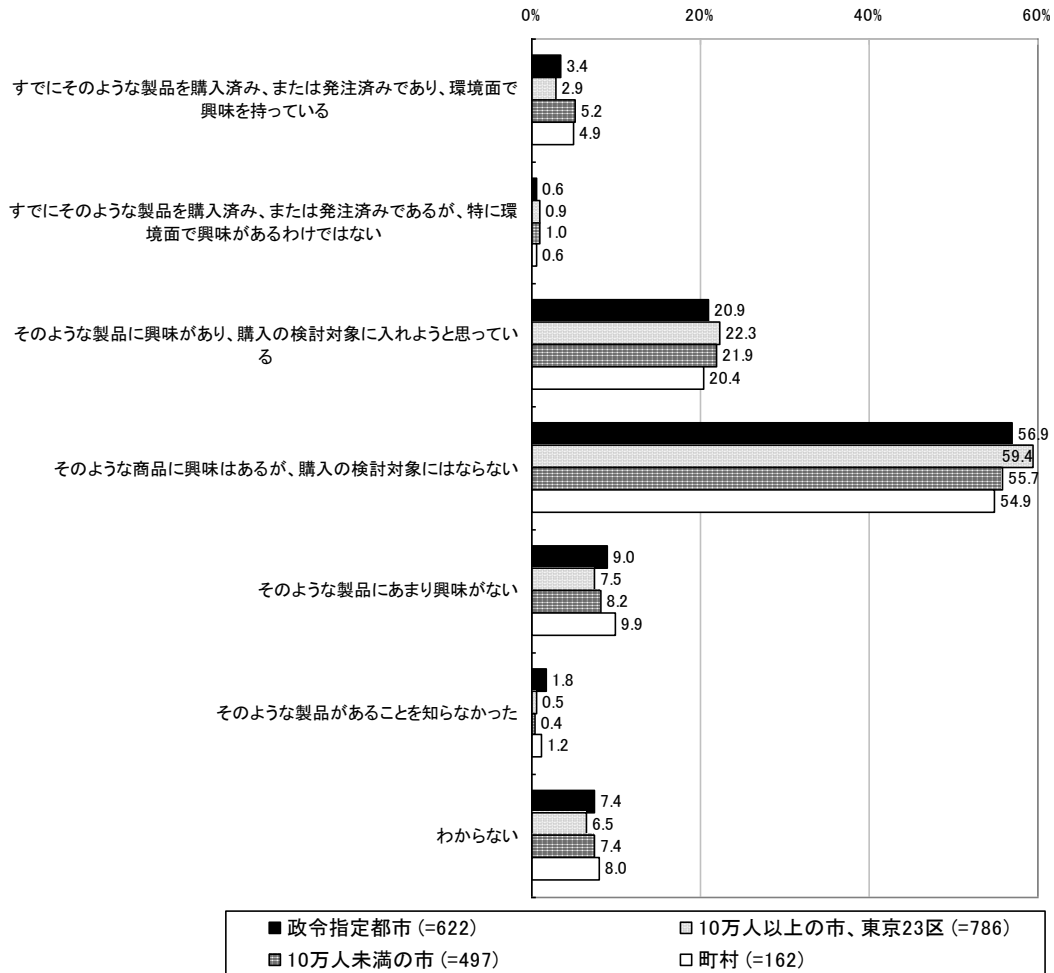
図表 2-88 太陽光発電システムへの興味、購入意向（職業別 2/2）



図表 2-89 太陽光発電システムへの興味、購入意向（地域別）



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）



2-6 製品購入時の重視項目（問 2-5(2)）

家電製品

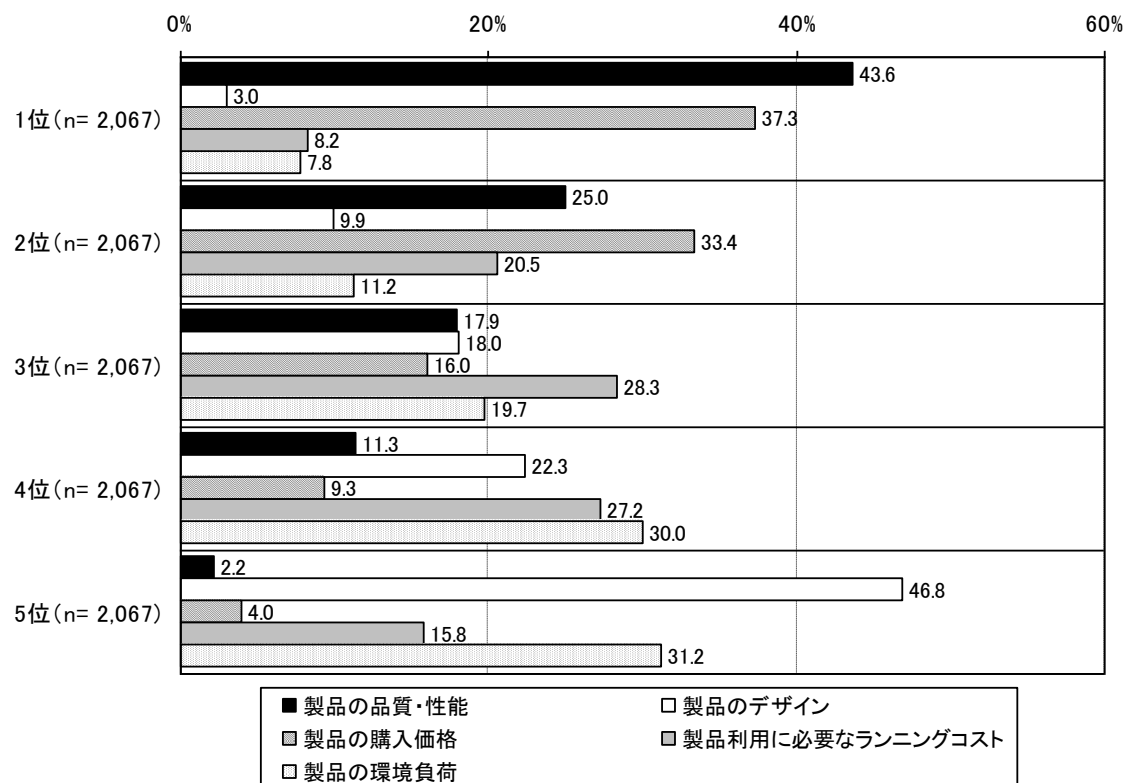
家電製品購入時には、「品質・性能」、「購入価格」を重視し、「デザイン」、「環境負荷」をあまり重視しない傾向がみられる。

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 44%、「製品の購入価格」の 37%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」が 28%で最も多く、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」が 47%と多くなっている。

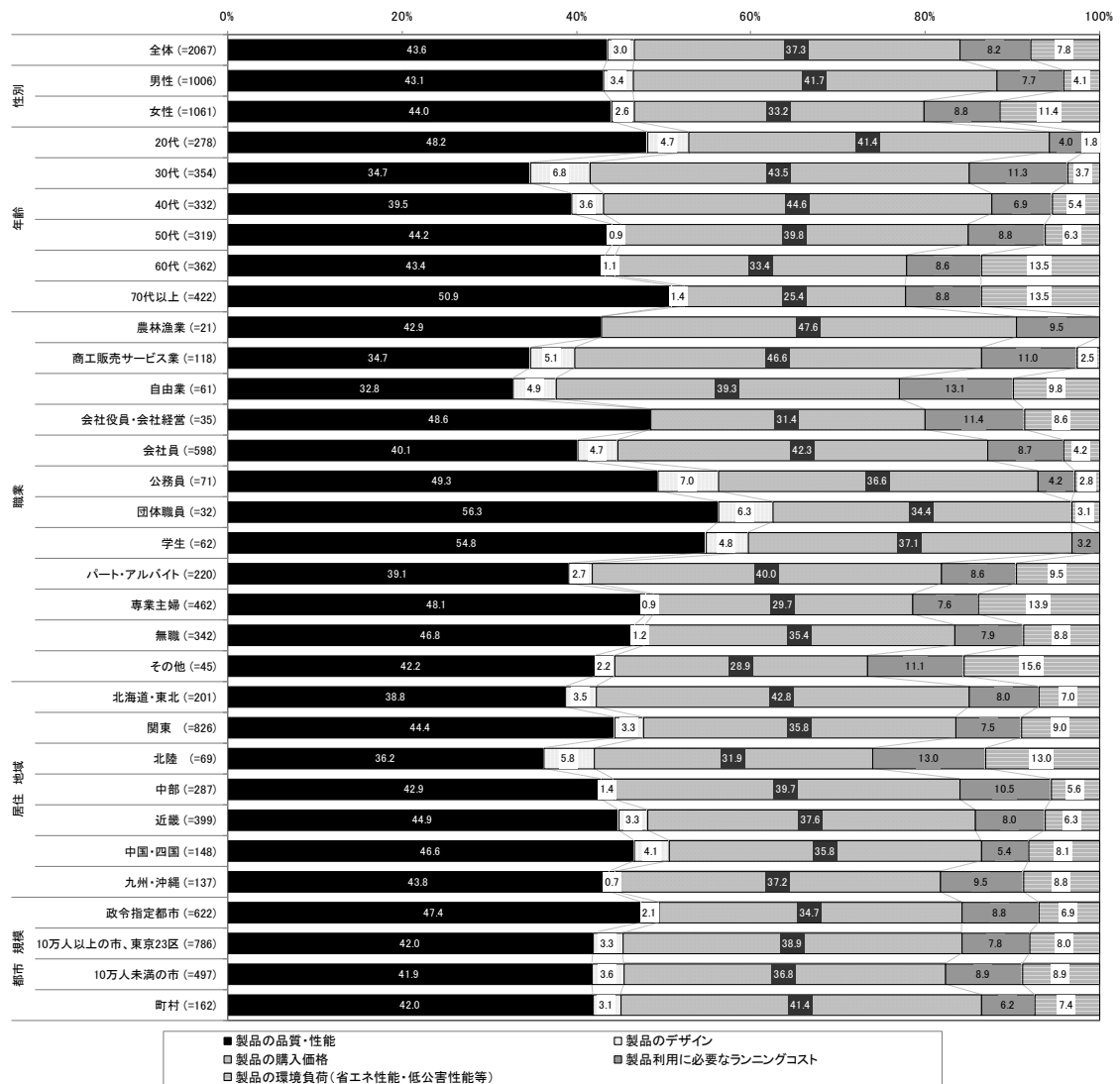
家電製品購入時には、「品質・性能」、「購入価格」を重視し、「デザイン」、「環境負荷」をあまり重視しない傾向がみられる。

特に 20 代、学生では、「環境負荷」を重視しない傾向が強くみられる。

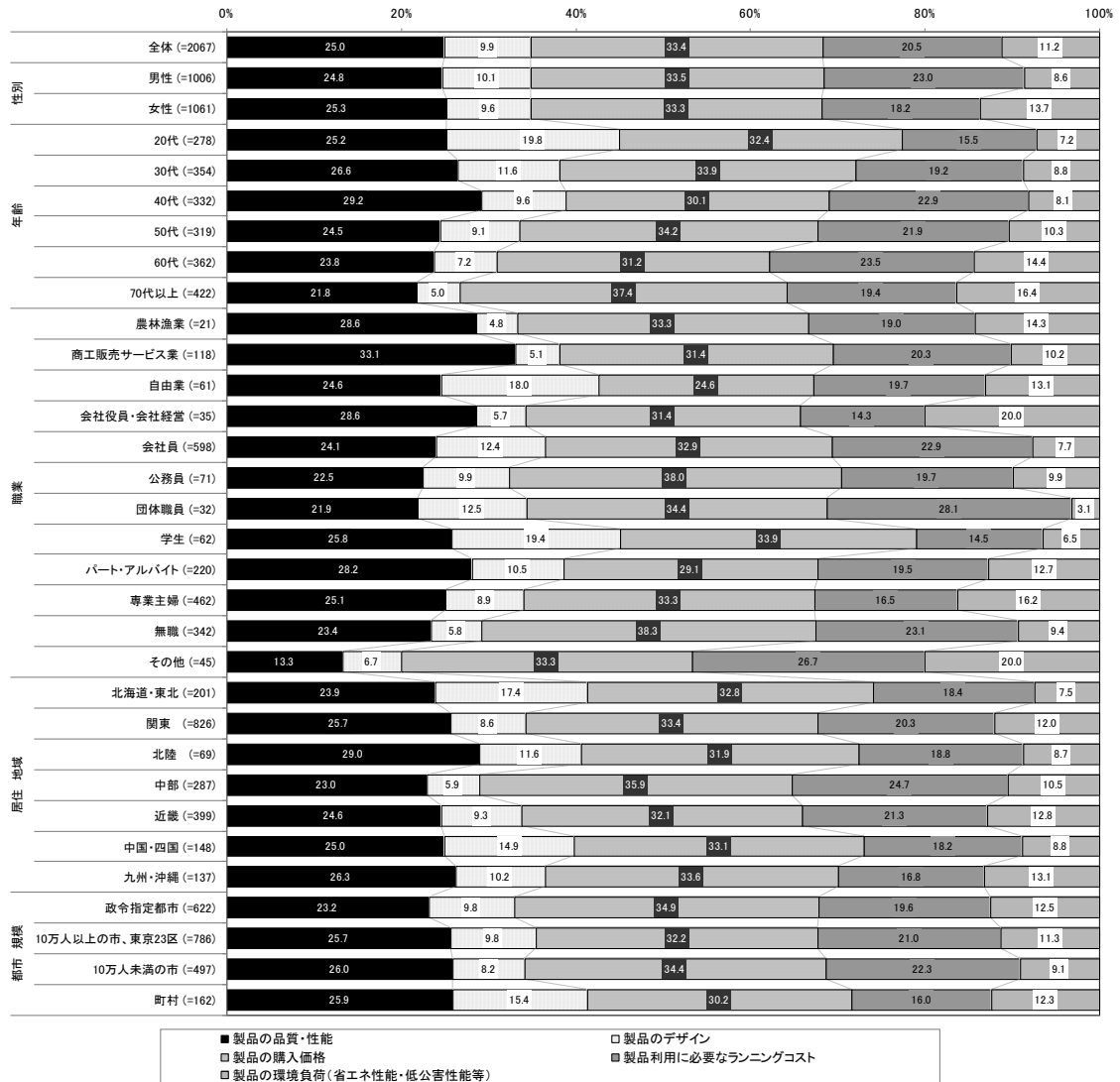
図表 2-91 家電製品購入時の重視項目



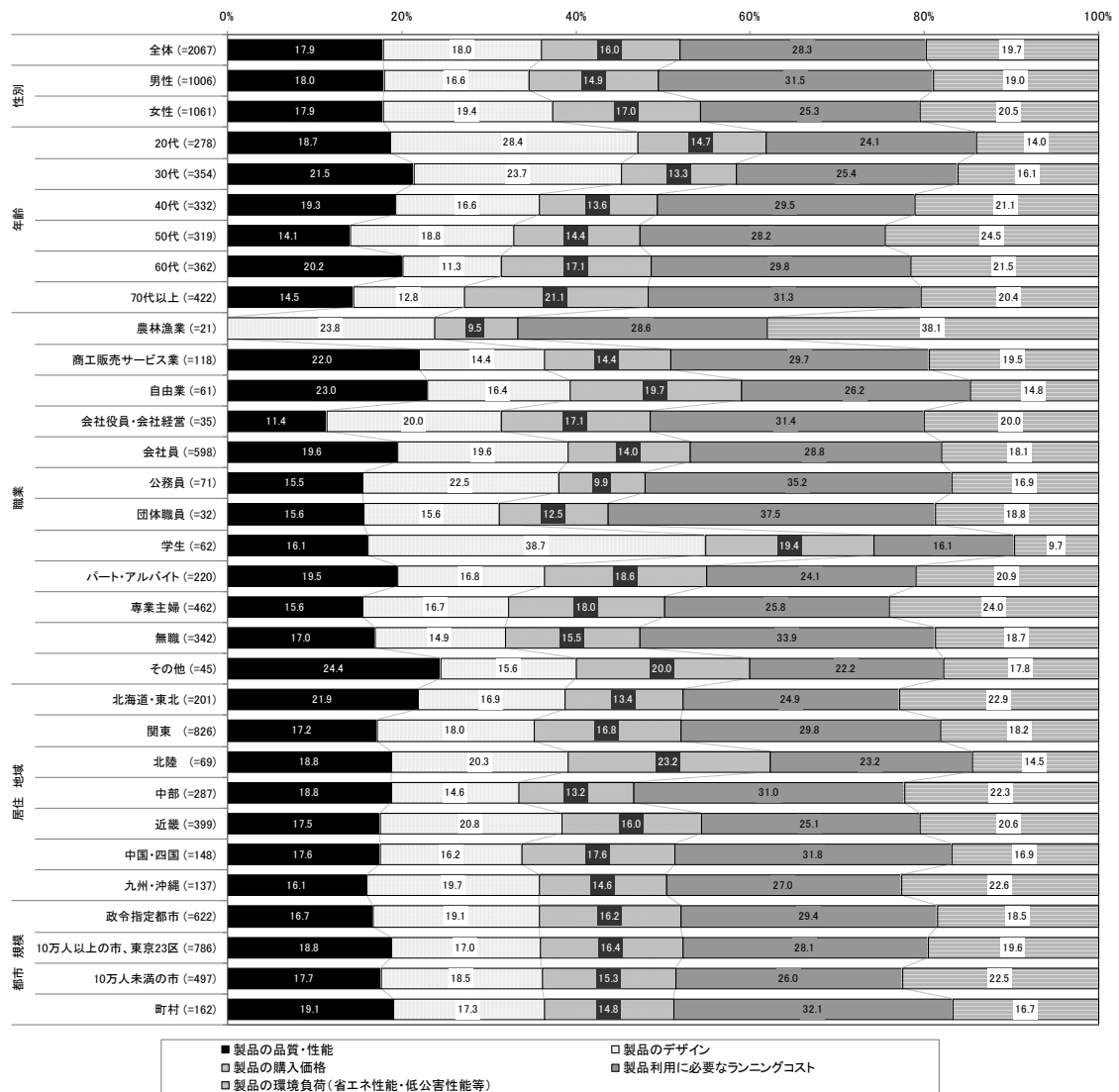
図表 2-92 家電製品購入時の重視項目 1 位 (属性別)



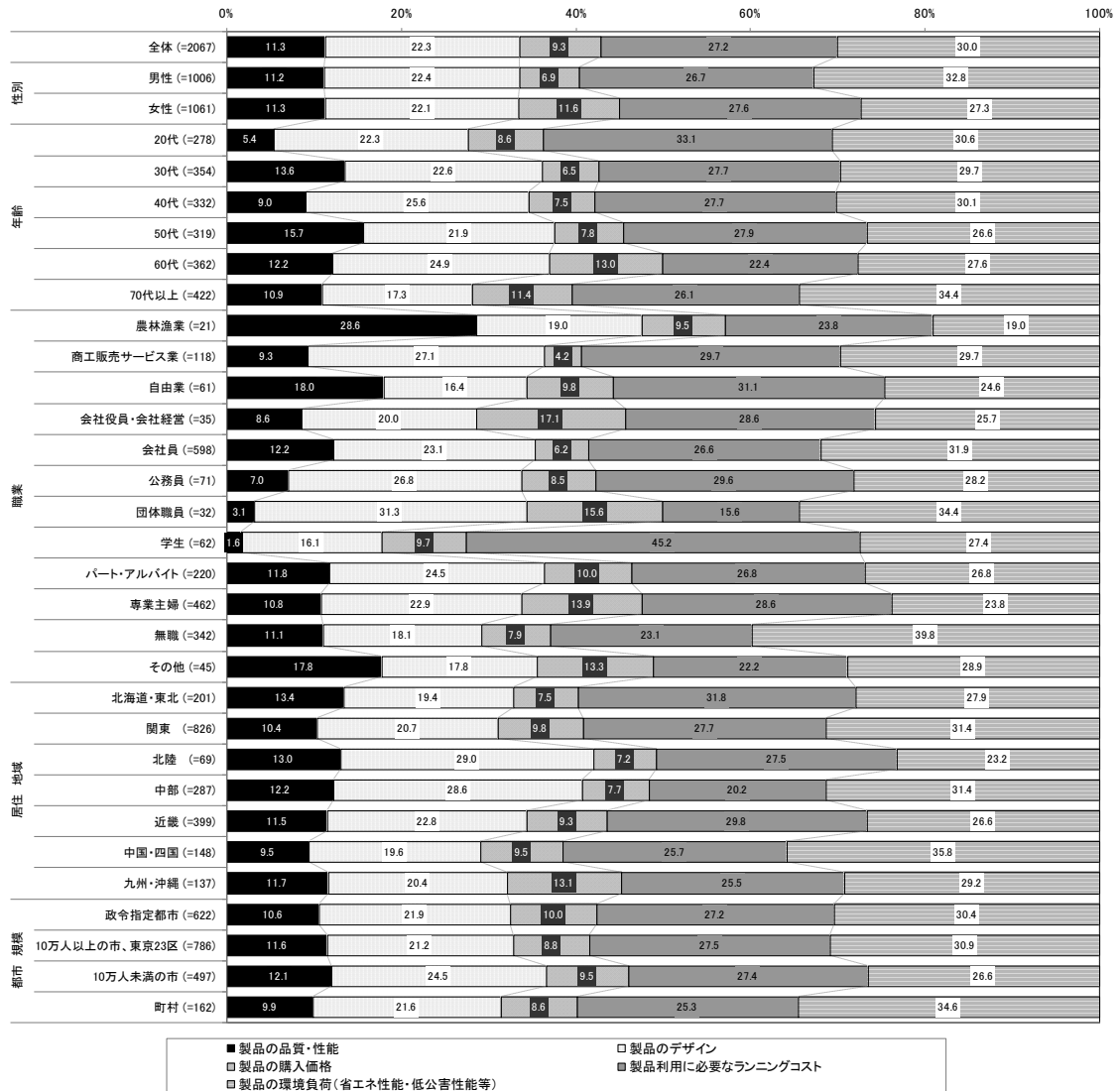
図表 2-93 家電製品購入時の重視項目 2 位 (属性別)



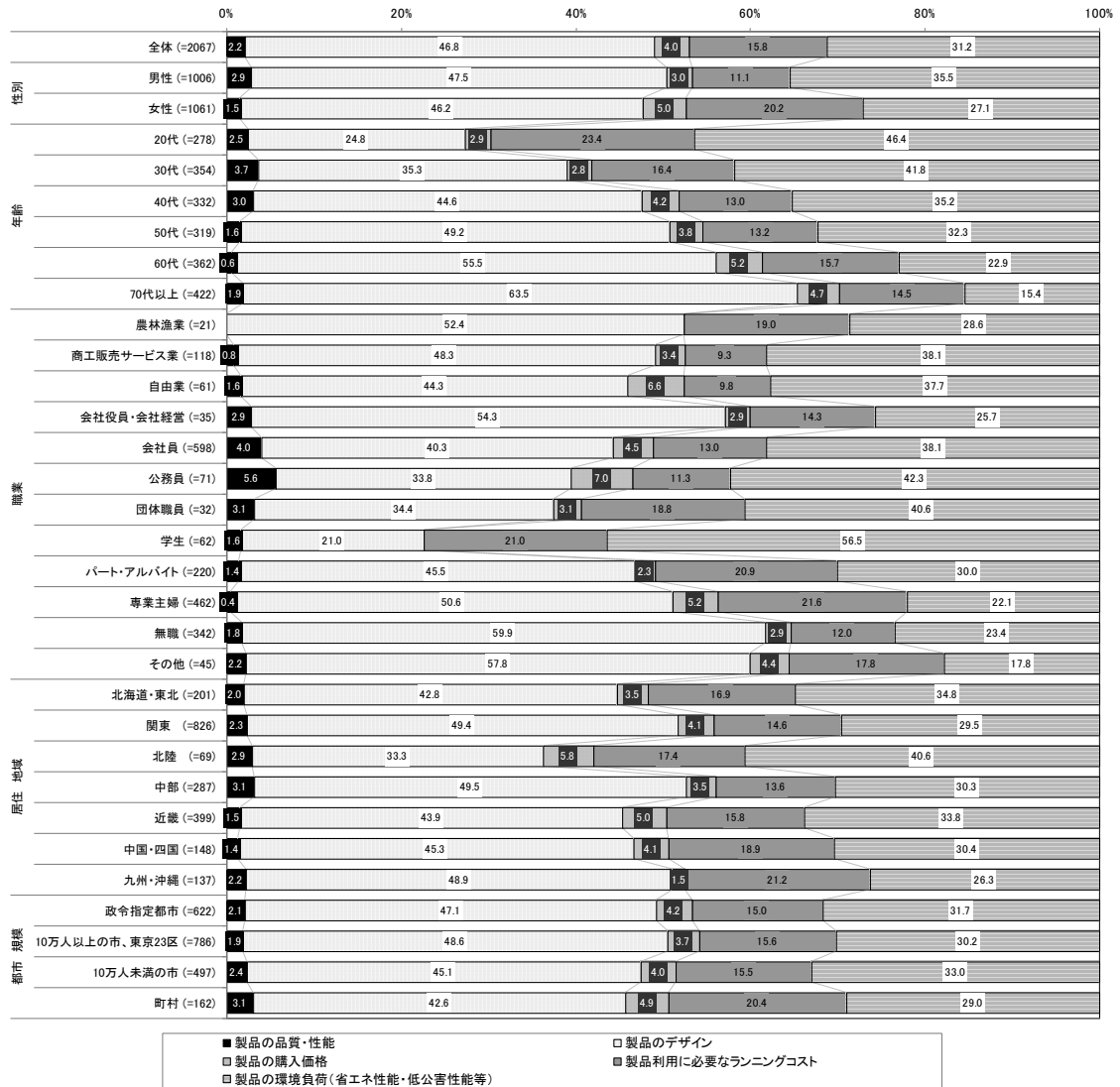
図表 2-94 家電製品購入時の重視項目 3 位 (属性別)



図表 2-95 家電製品購入時の重視項目 4 位 (属性別)



図表 2-96 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、「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。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。

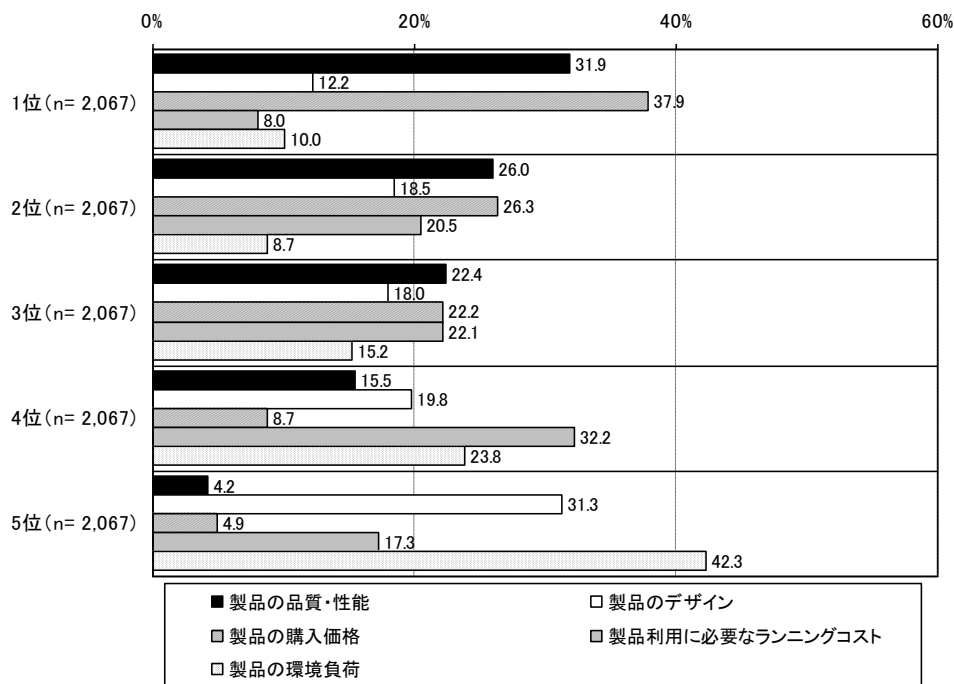
自動車購入時の重視項目1位として回答が多かったものは、「製品の品質・性能」32%、「製品の購入価格」38%となっており、2位もこの2項目の回答が多くなっている。4位では、「製品に必要なランニングコスト」32%、5位では「製品の環境負荷」42%が多くなっている。

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。

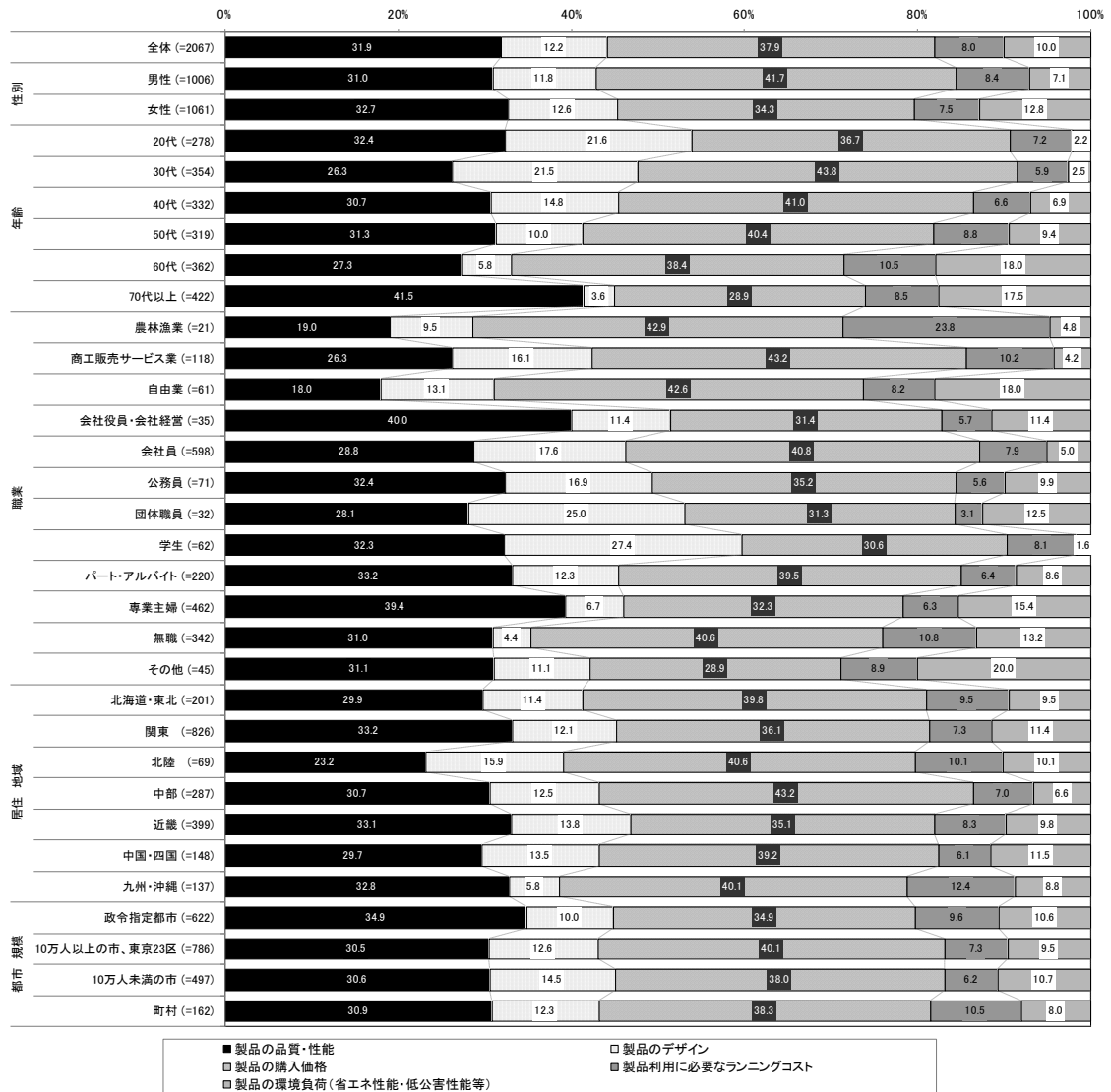
性別では、女性は男性よりも「環境負荷」を重視する傾向がみられる。

年代別では20代で、職業別では学生で、「環境負荷」をあまり重視しない傾向がみられる。

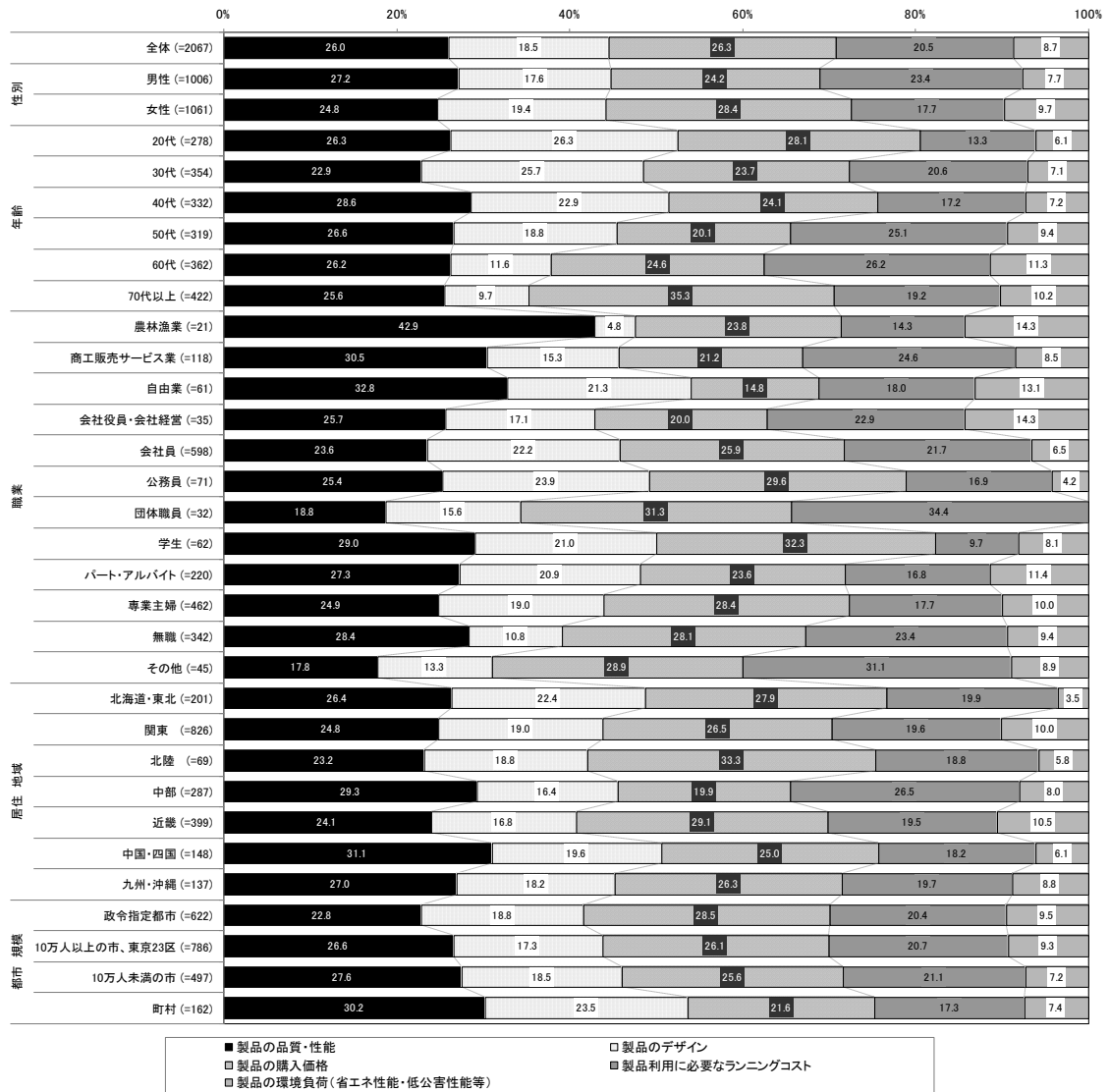
図表 2-97 自動車購入時の重視項目



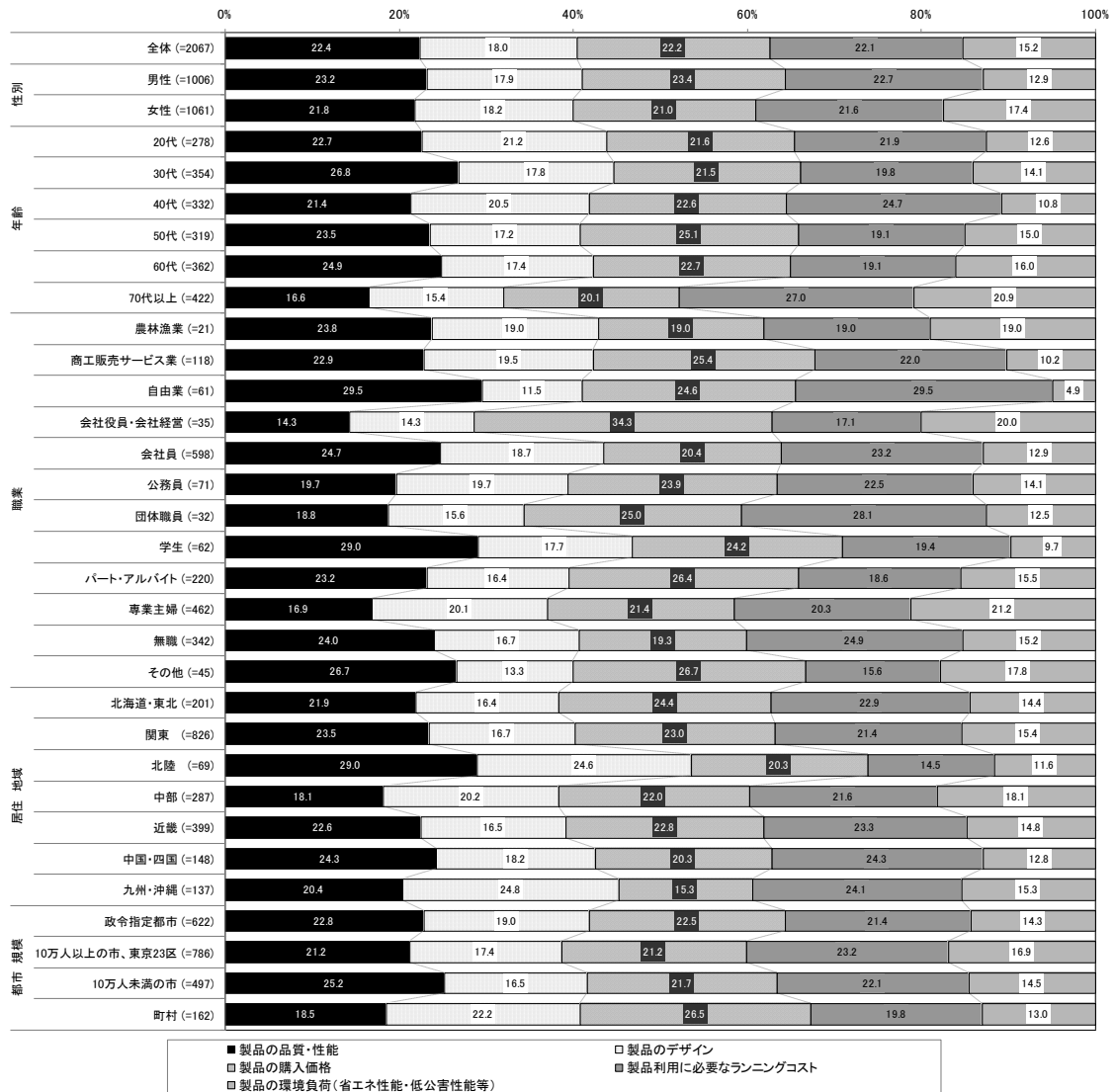
図表 2-98 自動車購入時の重視項目 1 位 (属性別)



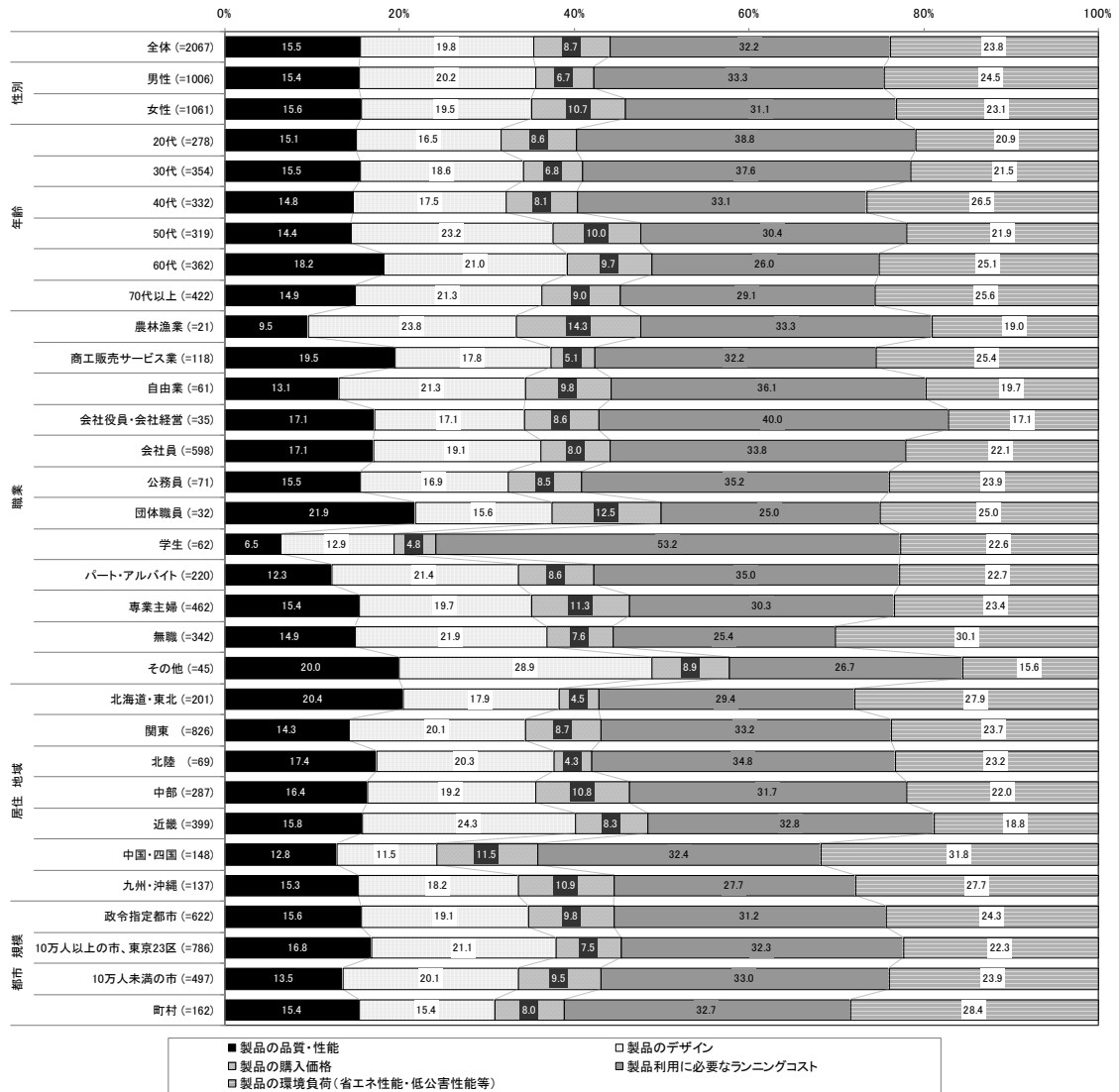
図表 2-99 自動車購入時の重視項目 2 位 (属性別)



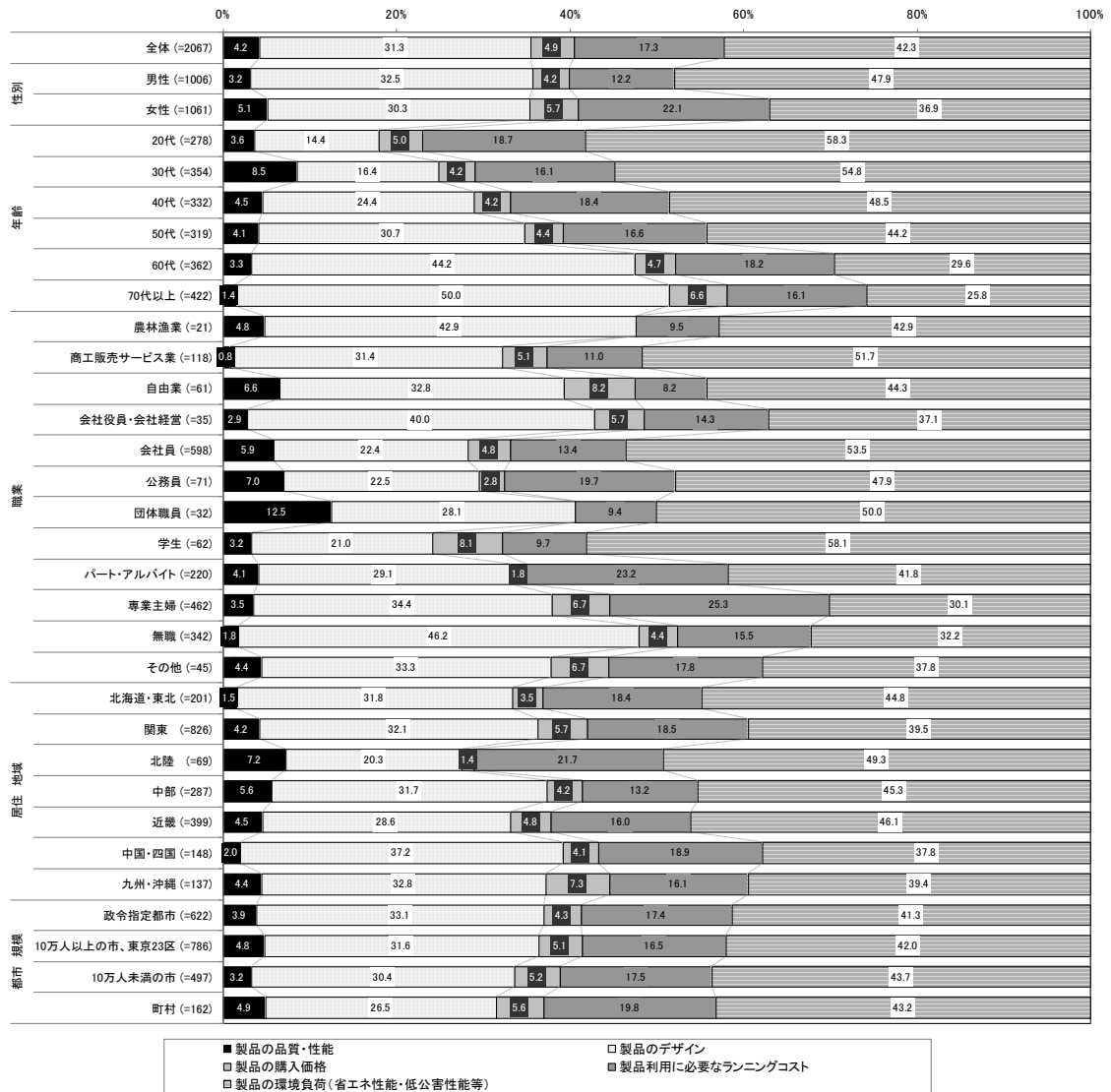
図表 2-100 自動車購入時の重視項目 3位 (属性別)



図表 2-101 自動車購入時の重視項目 4 位 (属性別)



図表 2-102 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、「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。

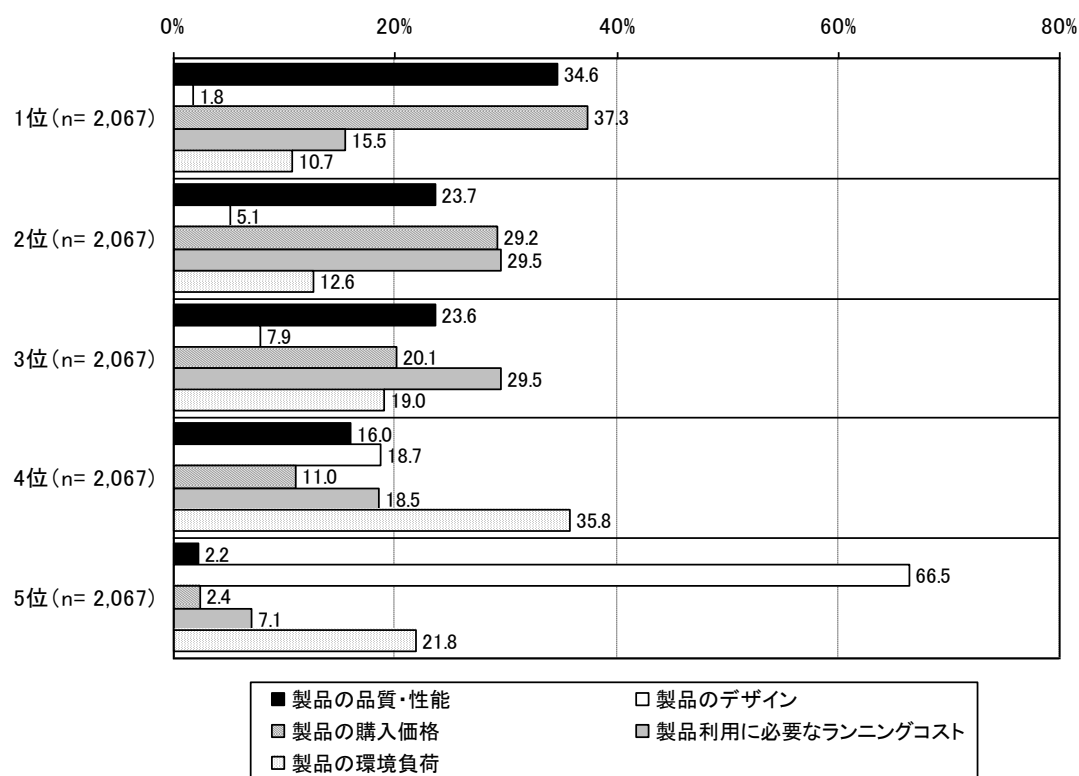
給湯器購入時の重視項目 1 位として回答が多かったものは、「製品の品質・性能」35%、「製品の購入価格」37%となっており、2 位としては「製品の購入価格」29%、「製品利用に必要なランニングコスト」30%が多く、3 位でも「製品利用に必要なランニングコスト」30%をあげる人が多くなっている。4 位では、「製品の環境負荷」36%、5 位では「製品のデザイン」67%が多くなっている。

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。

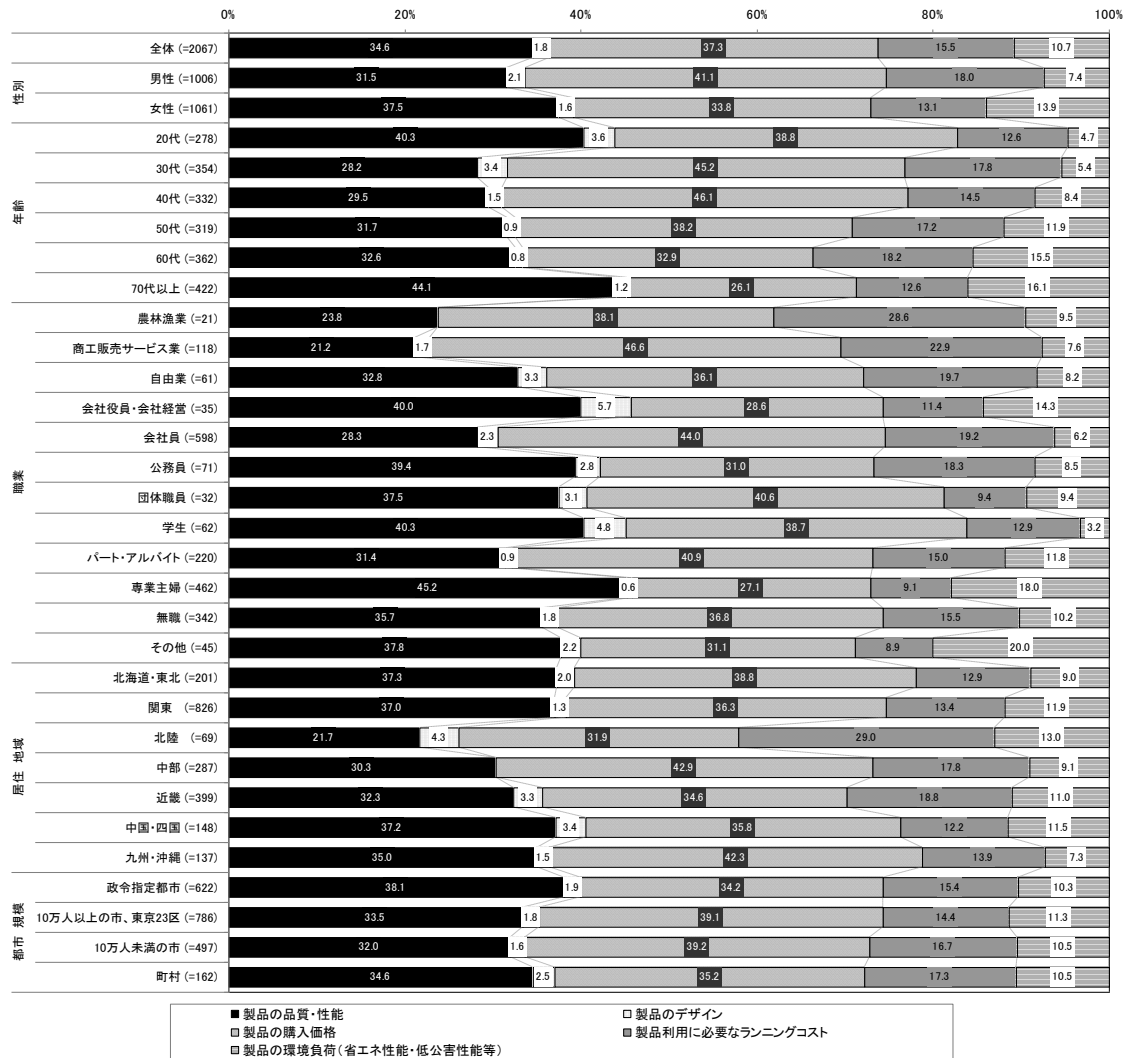
性別では、女性は男性よりも「環境負荷」を重視する傾向がみられる。

年代別、20 代で、職業別では学生で、「環境負荷」をあまり重視しない傾向がみられる。また、70 代以上および専業主婦では特に「製品の品質・性能」を重視する傾向がみられる。

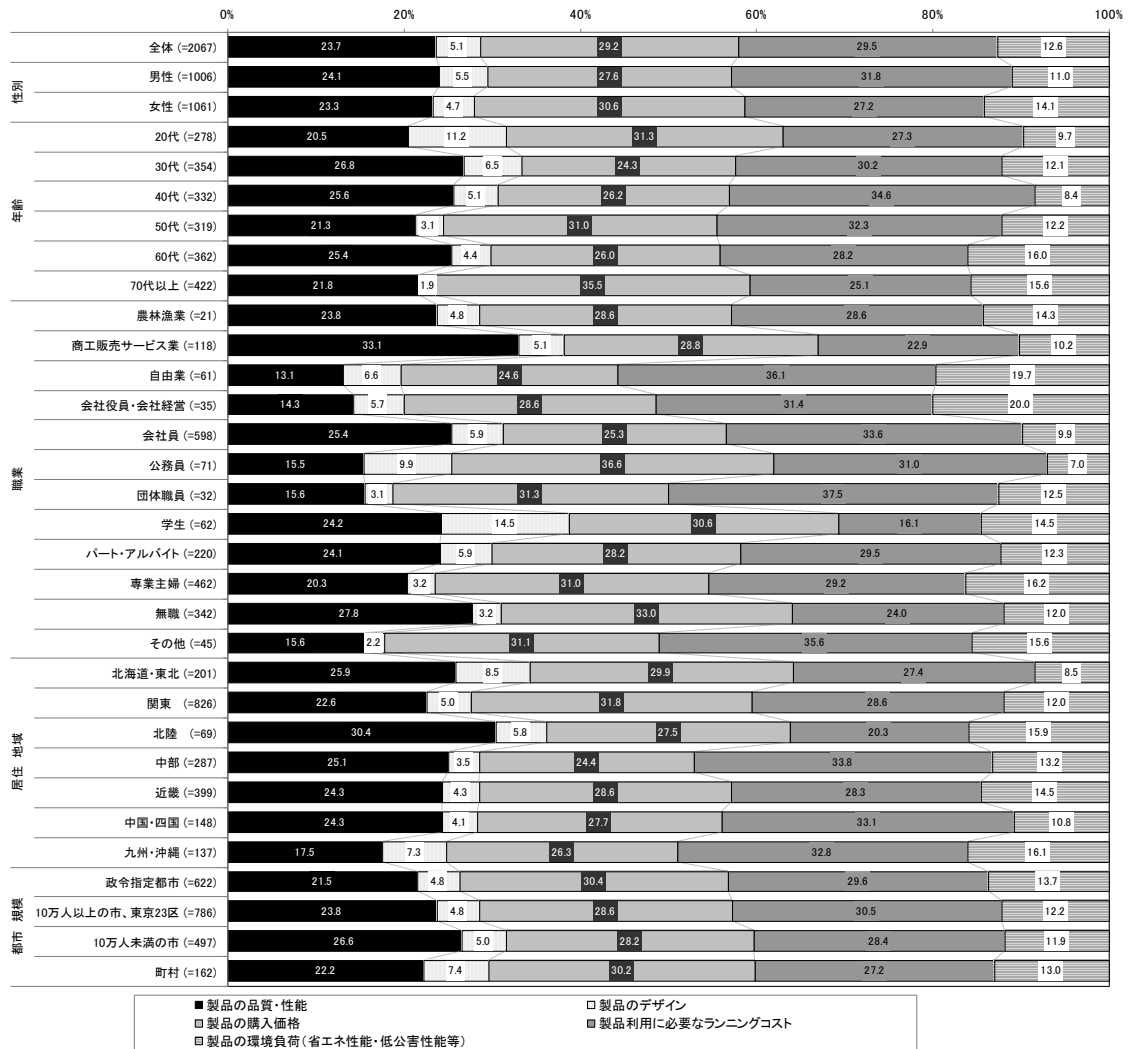
図表 2-103 給湯器購入時の重視項目



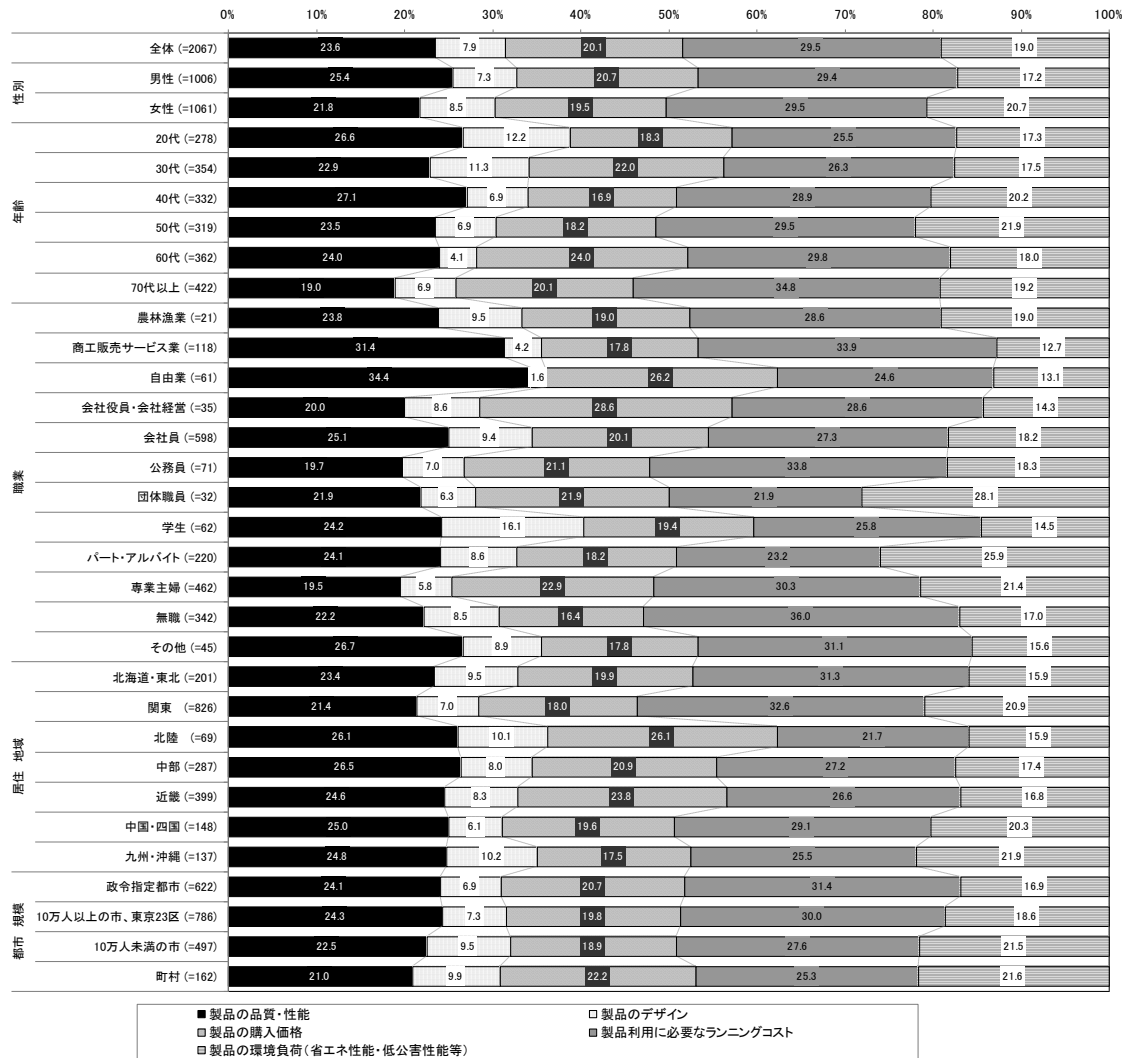
図表 2-104 給湯器購入時の重視項目 1 位 (属性別)



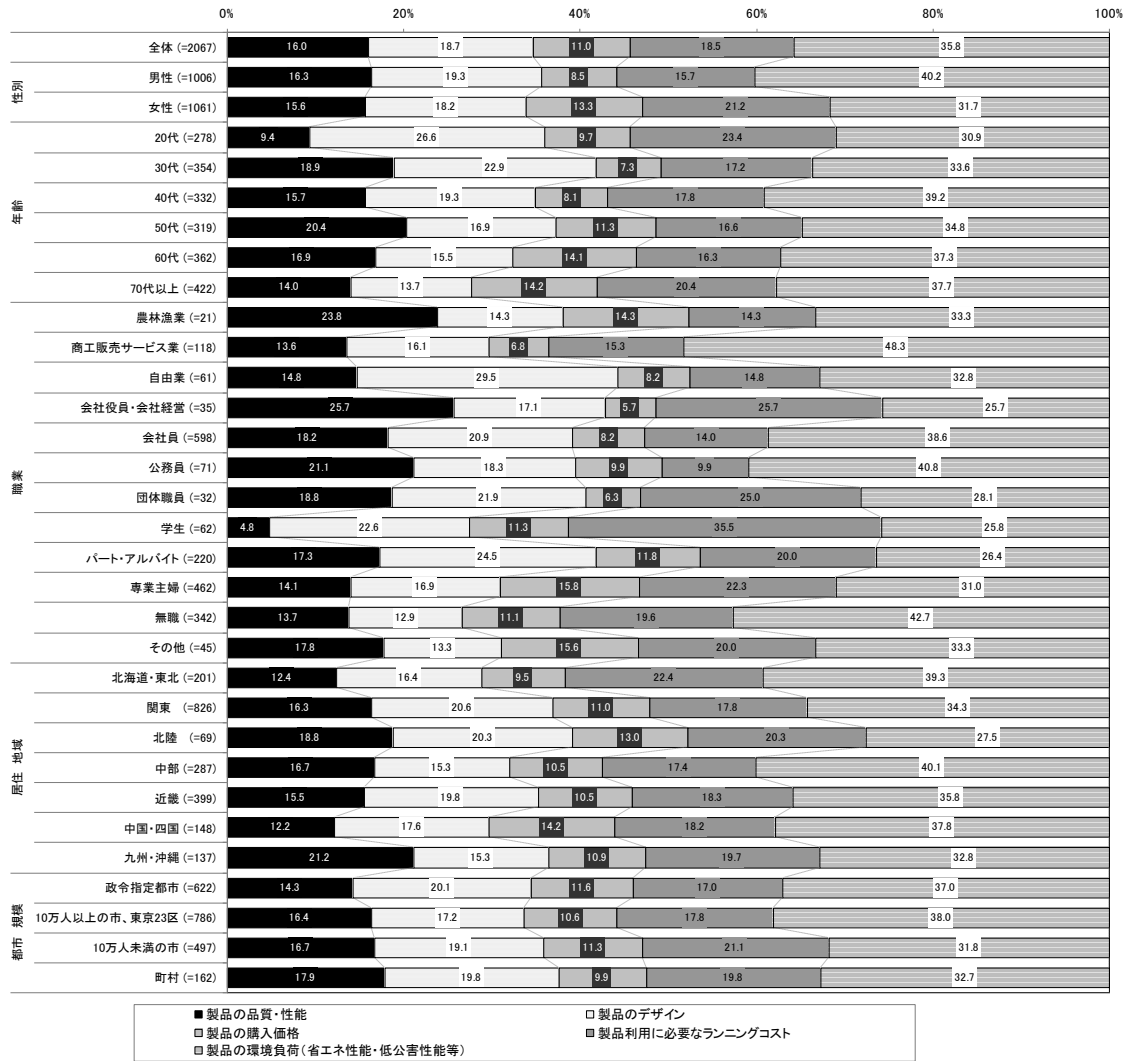
図表 2-105 給湯器購入時の重視項目 2位 (属性別)



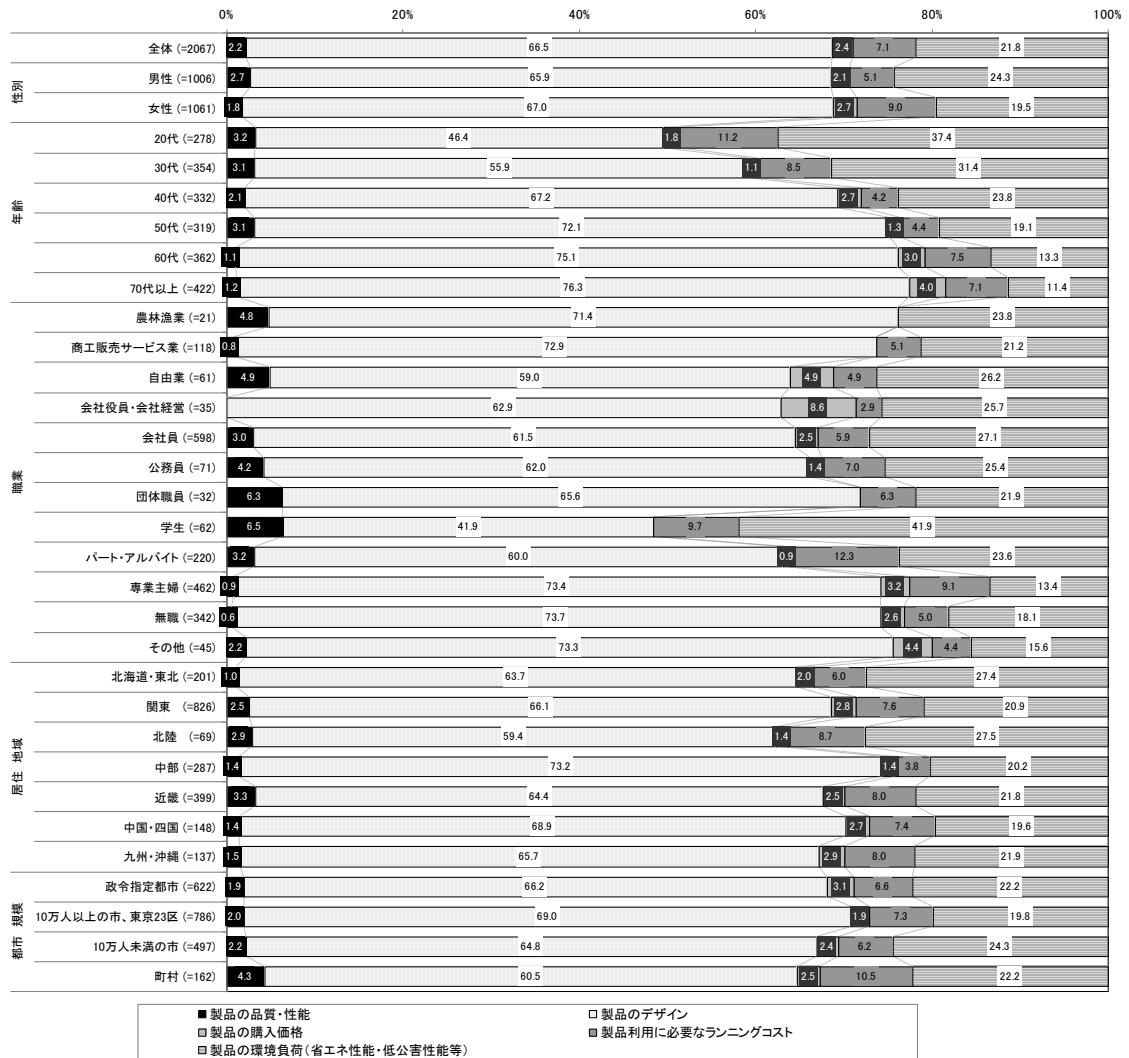
図表 2-106 給湯器購入時の重視項目 3位 (属性別)



図表 2-107 給湯器購入時の重視項目 4 位 (属性別)



図表 2-108 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。

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 46%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 38%、5 位では「製品のデザイン」が 71%と多くなっている。

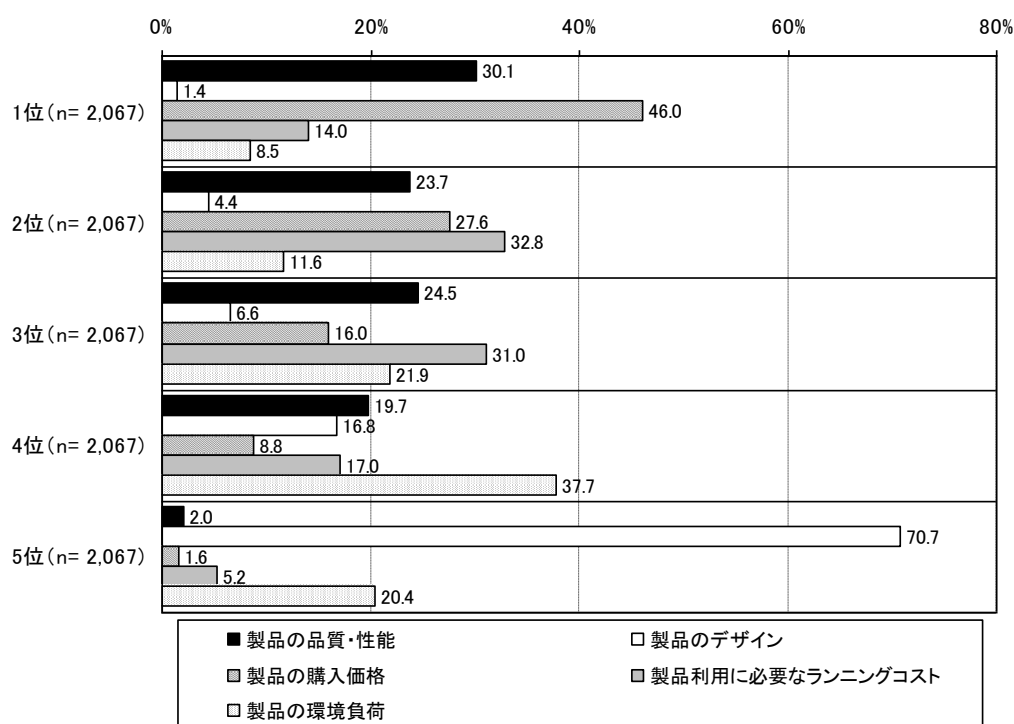
太陽光発電システム購入時には、「購入価格」を最も重視する人が多く、次いで「品質・性能」、「ランニングコスト」を重視する傾向がみられる。「環境負荷」、「デザイン」に関しては、重視しない人が多くなっている。

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。

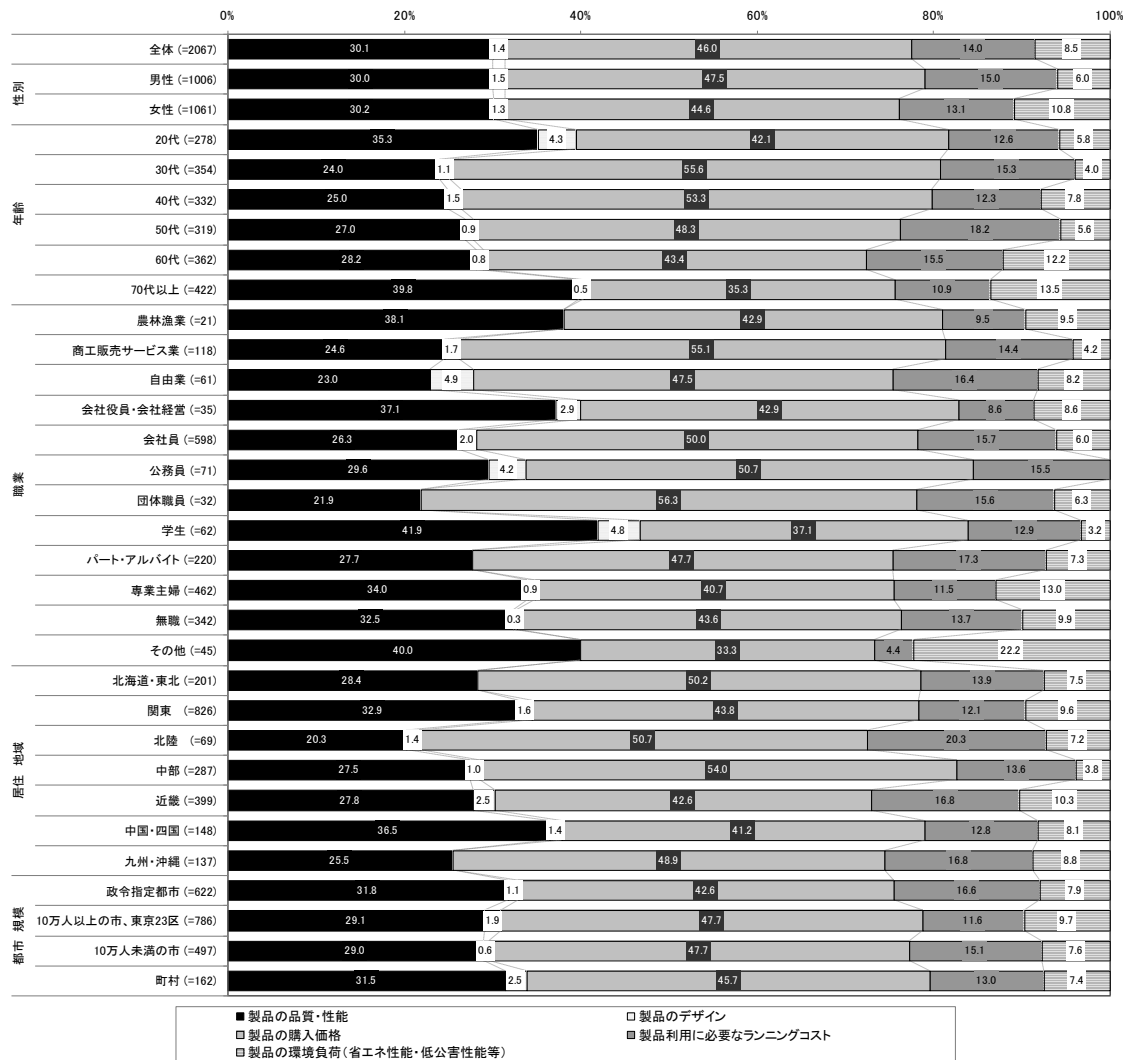
年代別では 20 代で、「環境負荷」をあまり重視しない傾向がつよくみられる。また、20 代および 70 代以上では特に「製品の品質・性能」を重視する傾向がつよくみられる。

職業別では学生、農林漁業者、会社役員・経営者で特に「製品の品質・性能」を重視する傾向がつよくみられる。

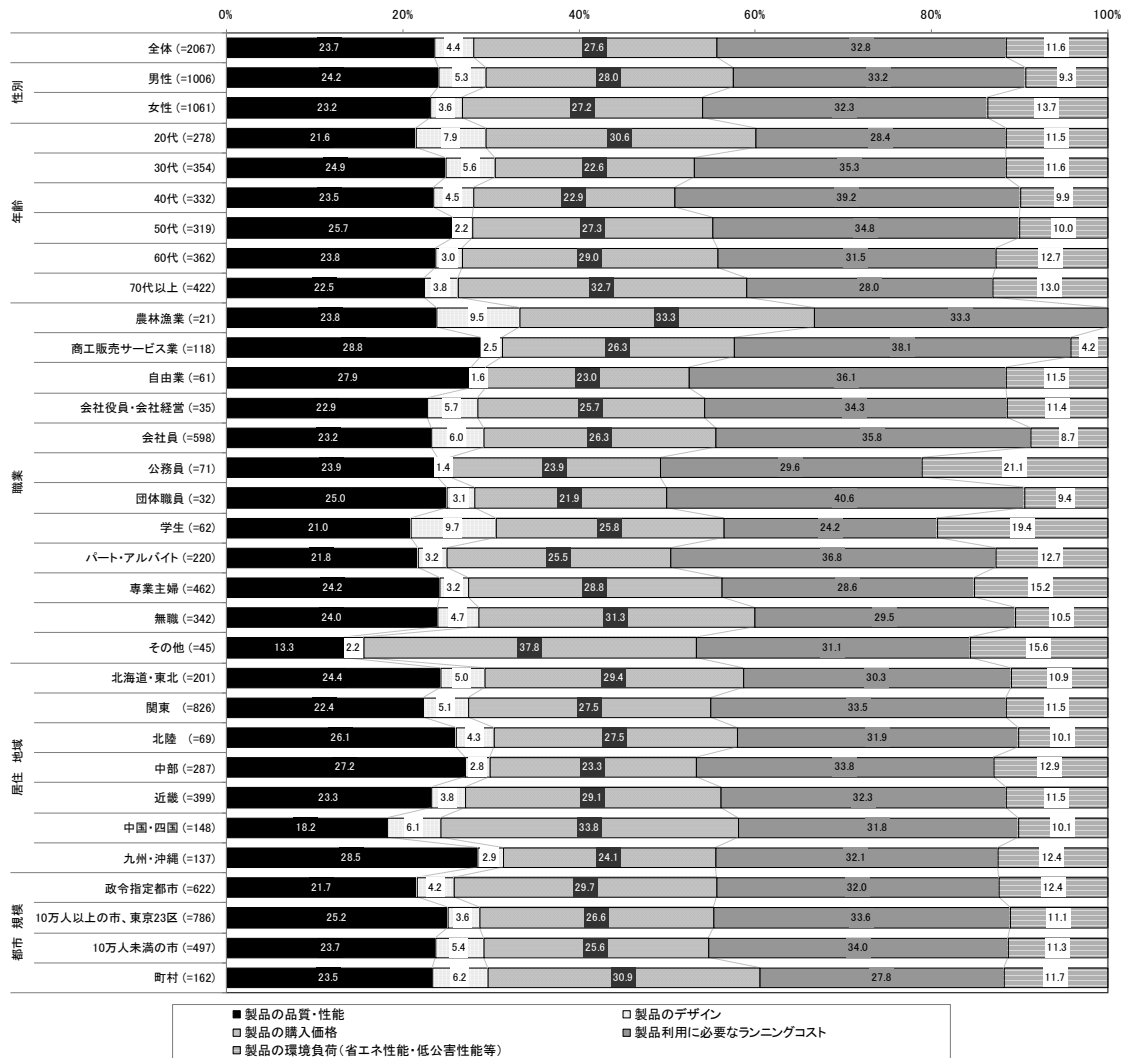
図表 2-109 太陽光発電システム購入時の重視項目



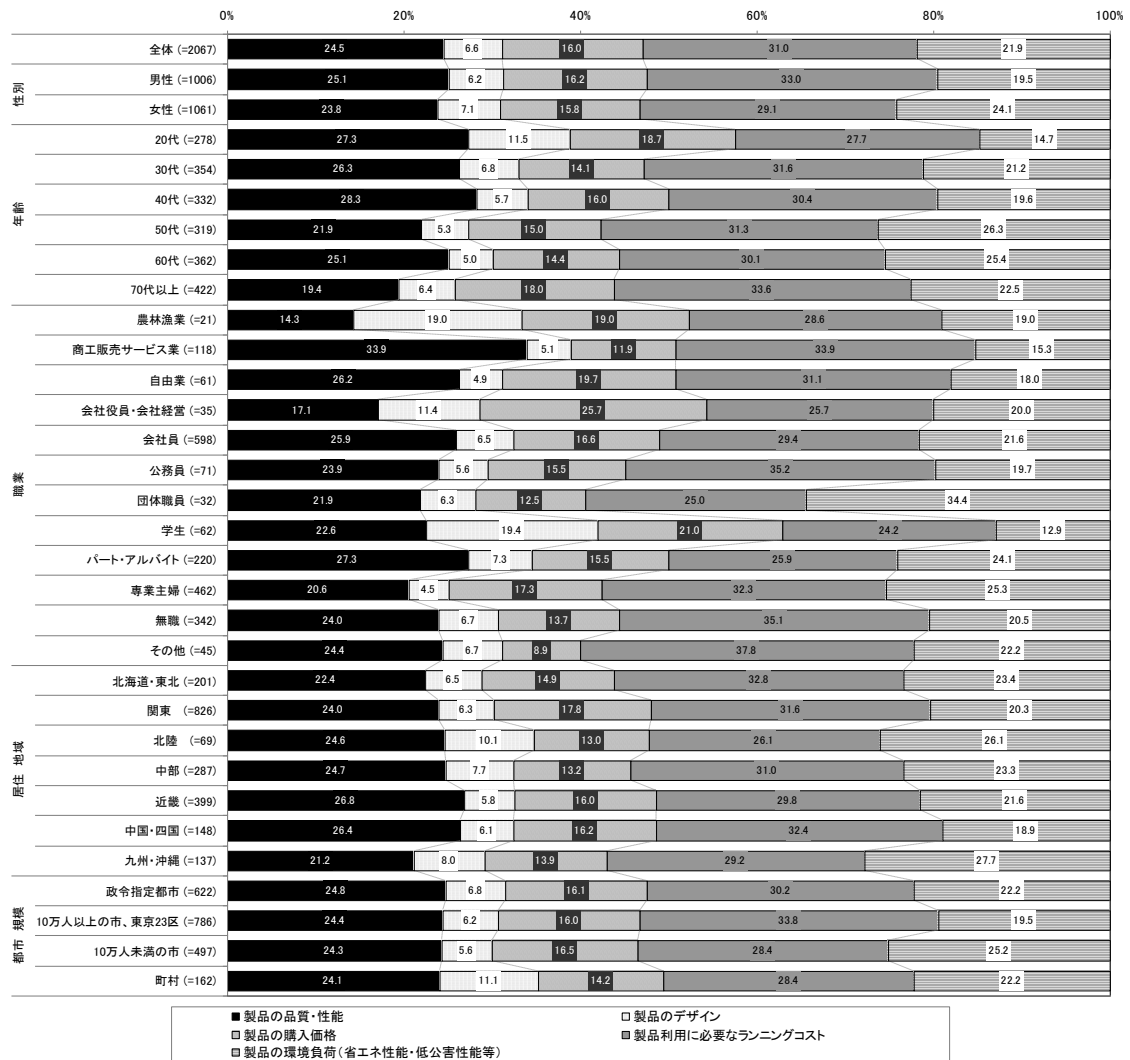
図表 2-110 太陽光発電システム購入時の重視項目 1 位 (属性別)



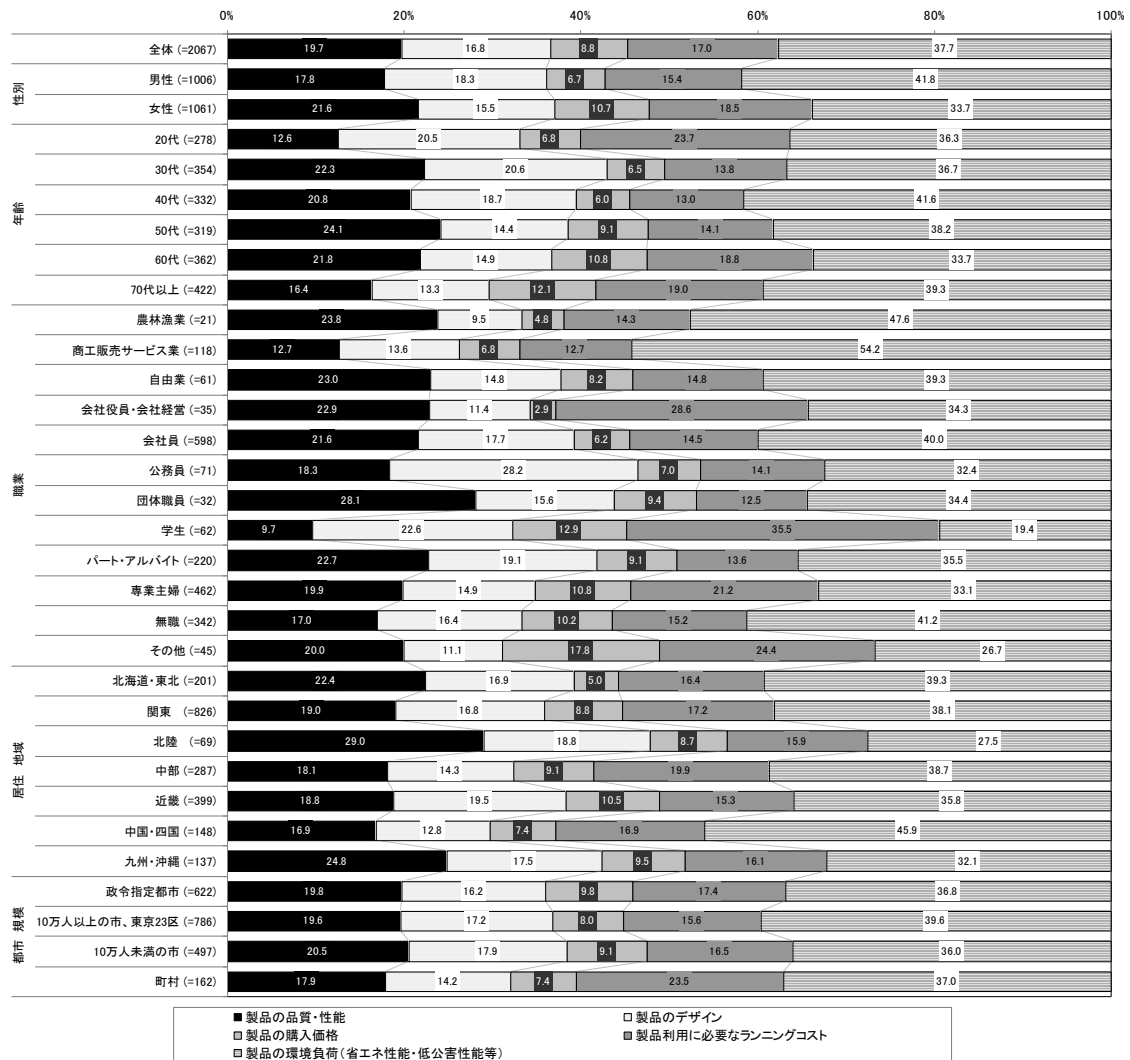
図表 2-111 太陽光発電システム購入時の重視項目 2 位 (属性別)



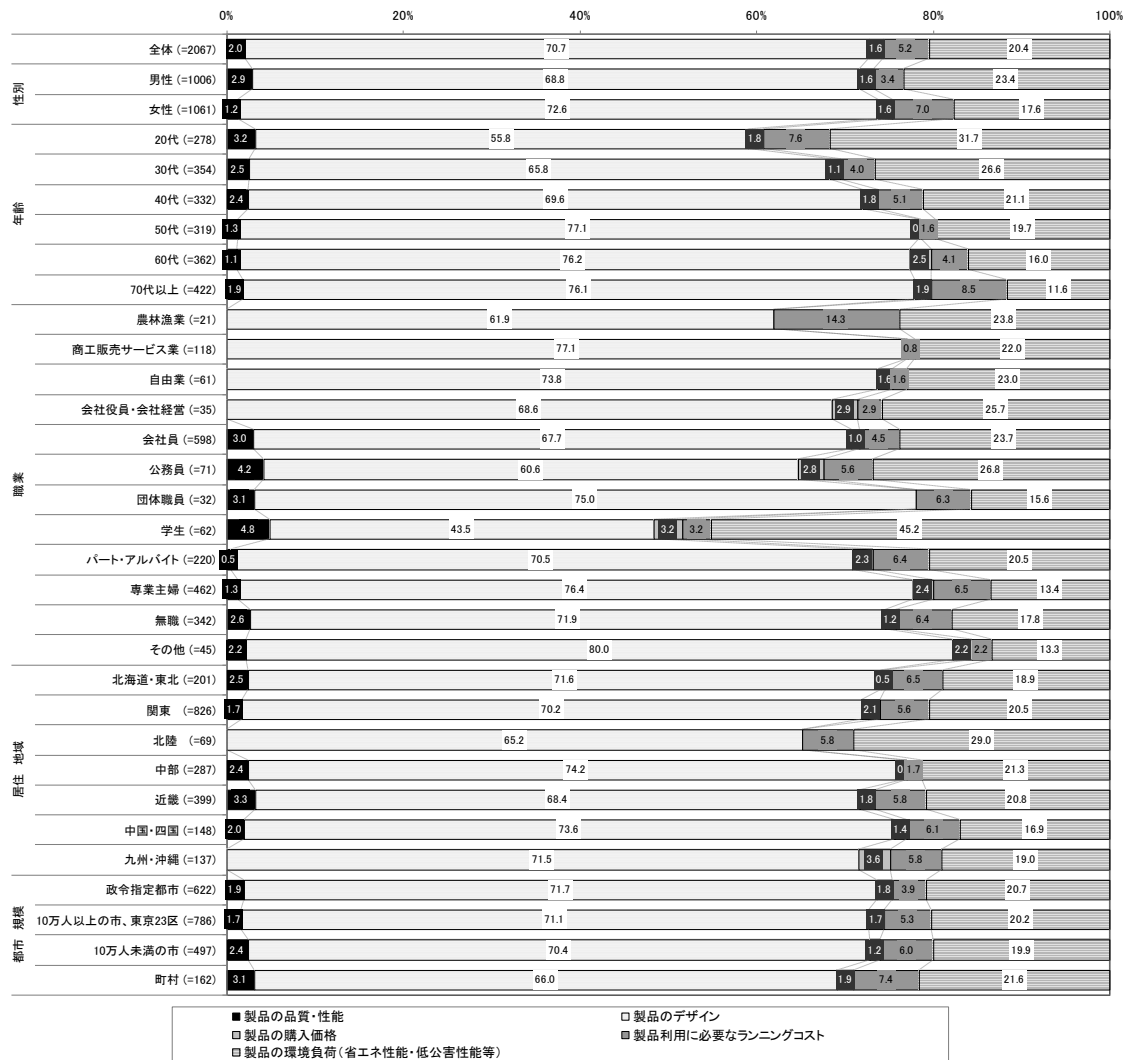
図表 2-112 太陽光発電システム購入時の重視項目 3 位 (属性別)



図表 2-113 太陽光発電システム購入時の重視項目 4 位 (属性別)



図表 2-114 太陽光発電システム購入時の重視項目 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)）

省エネ家電、高効率給湯器、太陽光発電システムについては、全体の 70%以上の人が、「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、「税金の減免」を 77%の人が支援として希望している。

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）」 76%
- 「リサイクル料金の行政による負担」 61%
- 「税金の減免」 53%

性別でみると、「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 9 ポイント高くなっているが、それ他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 代で全体より 10 ポイント以上高くなっている。

職業別でみると、「補助金（エコポイントなど）」については農林漁業者が 86%と最も高くなっている。「税金の免除」については学生が 73%と全体よりも 20 ポイント高くなっており、農林漁業者では全体よりも 10 ポイント低くなっている。

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 70%以上と高くなっており、北陸では 80%と最も高くなっている。「税金の免除」については、中部、中国・四国、九州・沖縄で 50%未満と全体よりも低くなっており、最も割合の高い北陸（67%）と比べ 20 ポイント程度の差がついている。

都市規模別では、10 万人未満の市で、「補助金（エコポイントなど）」、「税金の免除」、「リサイクル料金の行政による負担」が全体よりも高い割合となっている。

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）」 63%
- 「リサイクル料金の行政による負担」 46%

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」、「リサイクル料金の行政による負担」では、20 代、30 代、40 代の割合が全体よりも高くなっている。60 代、70 代以上では、「特に支援はいらない」も 10%以上となっている。

地域別でみると、「補助金（エコポイントなど）」、「税金の減免」、「リサイクル料金の行

政による負担」について、北海道・東北、北陸、九州・沖縄で全体よりも高くなっている。

都市規模別でみると、都市規模別では、10 万人未満の市および町村で、「補助金（エコポイントなど）」、「税金の免除」、「リサイクル料金の行政による負担」が全体よりも高い割合となっている。

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）」 74%
- 「税金の減免」 56%
- 「製品の使用時の環境負荷に関する情報の開示」 32%

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、「補助金（エコポイントなど）」、「税金の減免」、では、20 代、30 代、40 代の割合が全体よりも高くなっている。

職業別でみると、「補助金（エコポイントなど）」では団体職員が 88%と全体よりも 10 ポイント以上高くなっている。「税金の減免」では学生が 68%と全体よりも 10 ポイント以上高くなっている。

地域別でみると、「補助金（エコポイントなど）」、「税金の減免」では近畿が全体よりも低くなっている。

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）」 75%
- 「税金の減免」 67%
- 「製品の使用時の環境負荷に関する情報の開示」 32%

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。

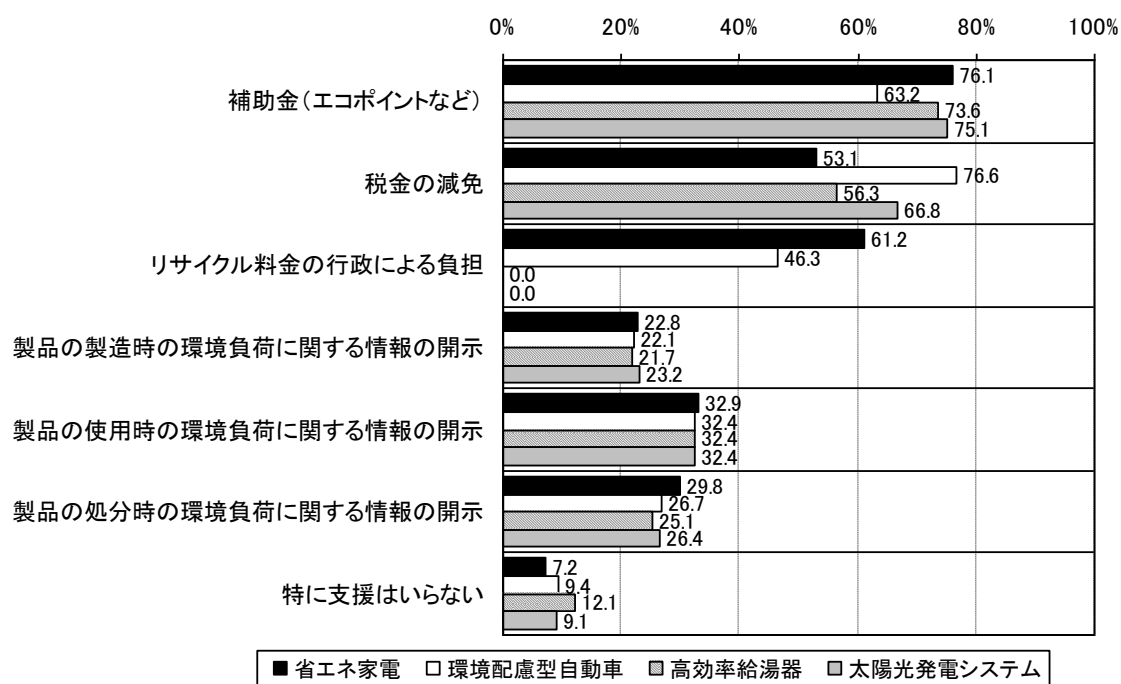
年代別でみると、20 代、40 代で「補助金（エコポイントなど）」が 80%と全体よりも 5 ポイント程度高くなっている。「補助金（エコポイントなど）」、「税金の減免」では 50 代、60 代、70 代以上では全体よりも低い割合となっている。

職業別でみると、団体職員、農林漁業者では「補助金（エコポイントなど）」が 81%と全体よりも 5 ポイント以上高くなっている。

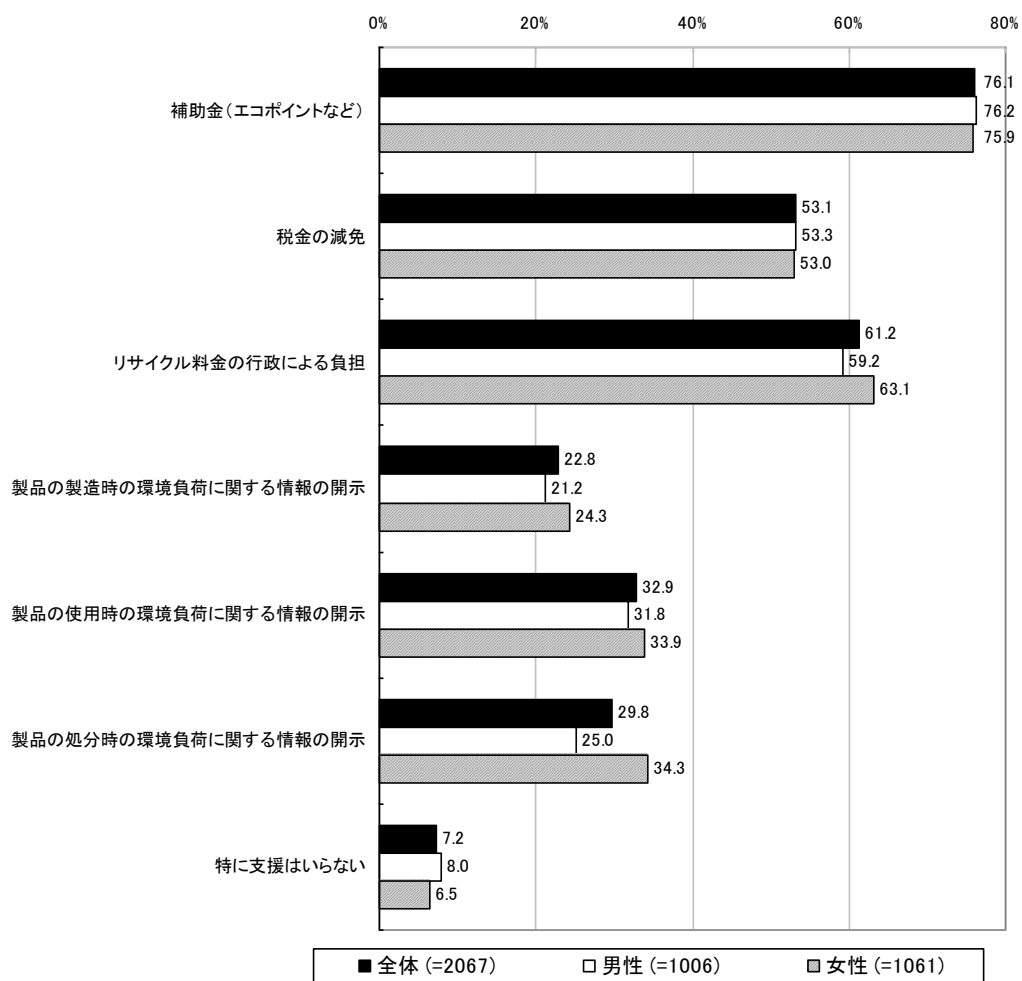
地域別でみると、「補助金（エコポイントなど）」、「税金の減免」で北陸、九州・沖縄が全体よりも高くなっている。

都市規模別でみると、10万人未満の市で「補助金（エコポイントなど）」が80%と全体よりも5ポイント高くなっている。

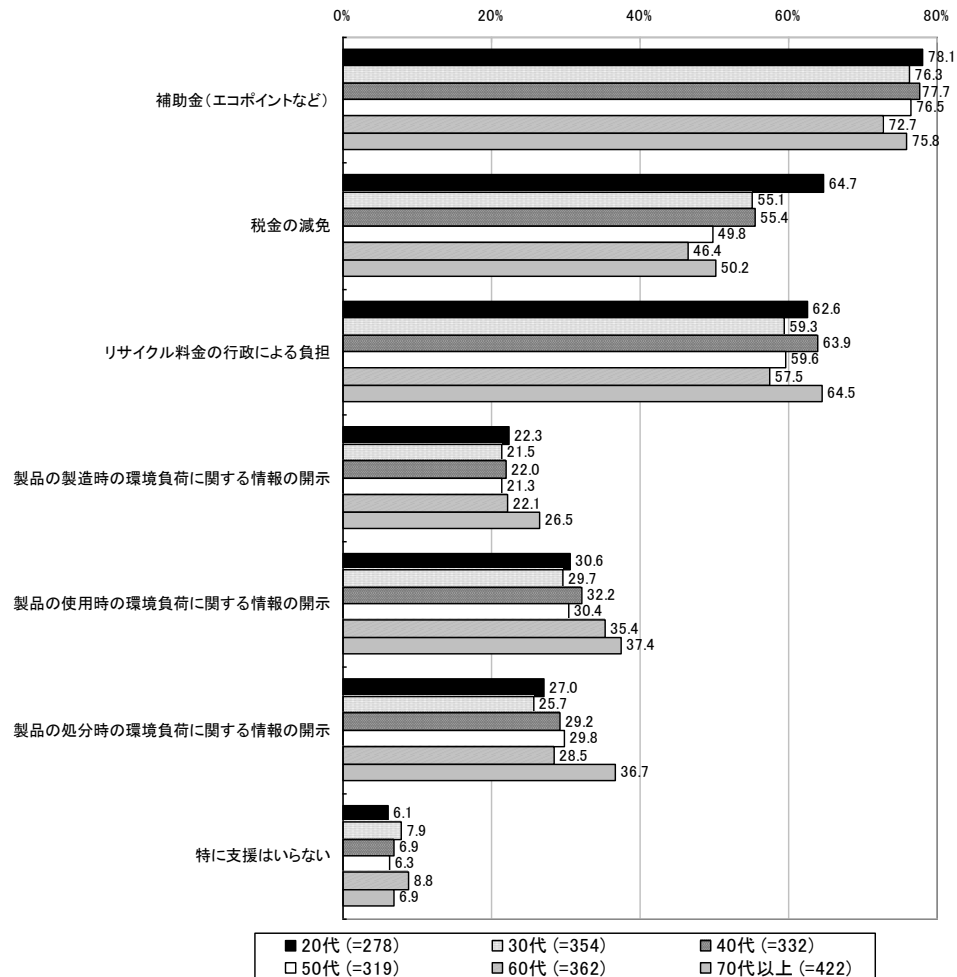
図表 2-115 環境に配慮した製品購入時に希望する支援



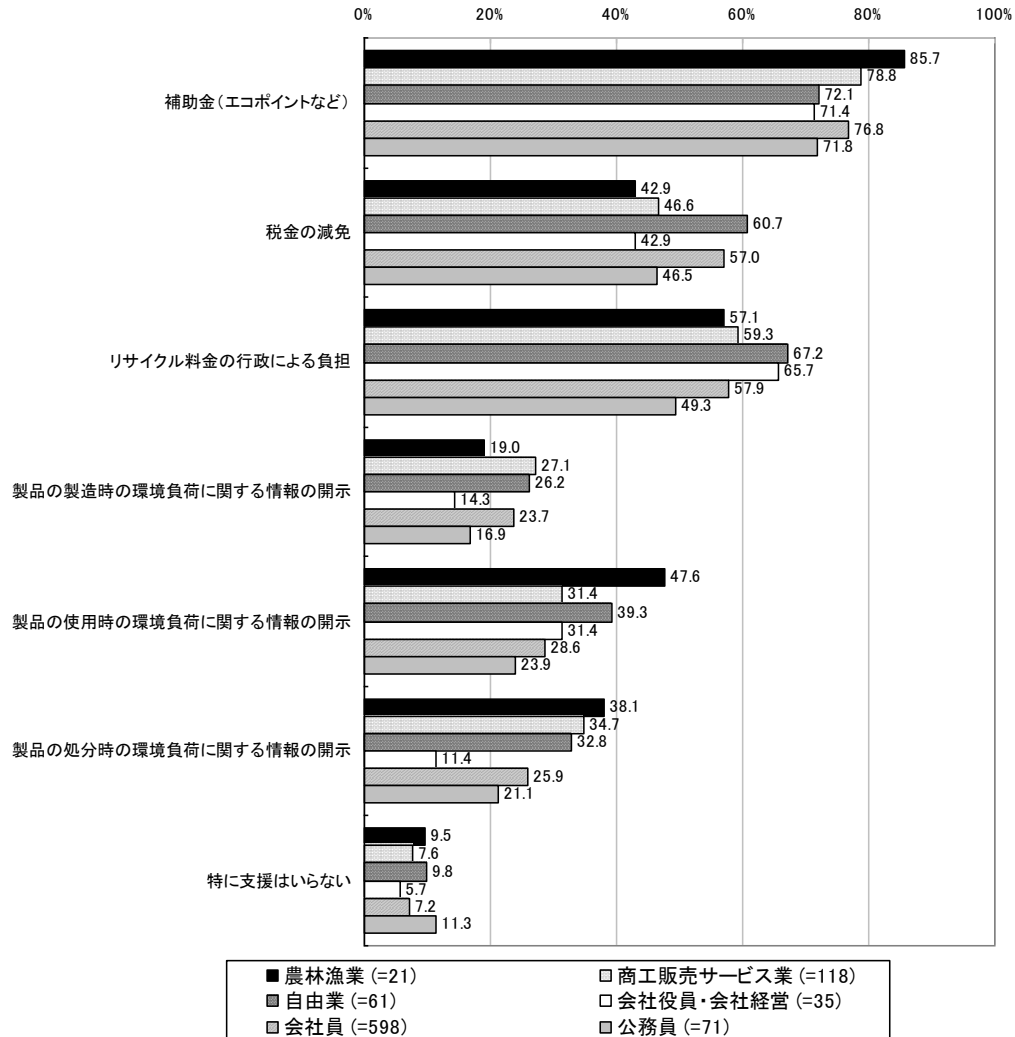
図表 2-116 省エネ家電購入時に希望する支援（全体、性別）



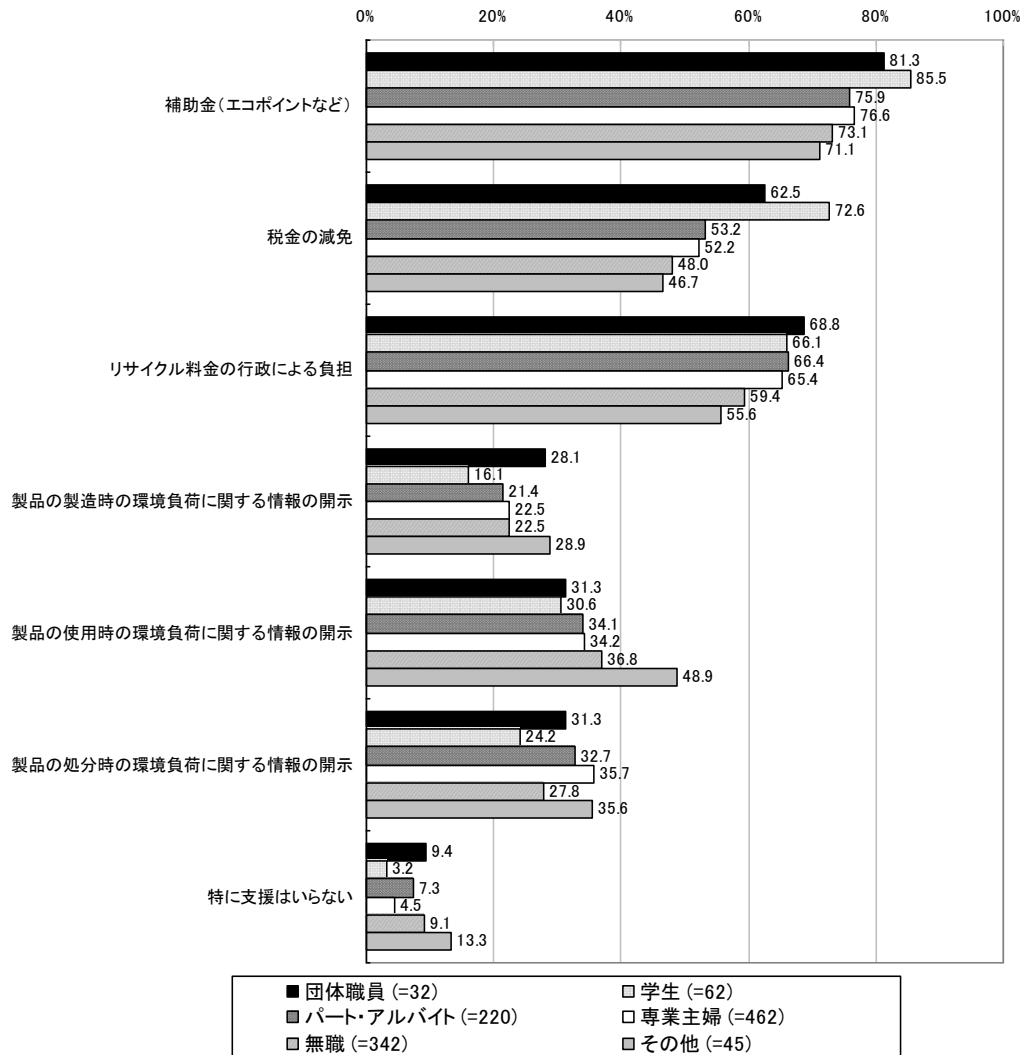
図表 2-117 省エネ家電購入時に希望する支援（年代別）



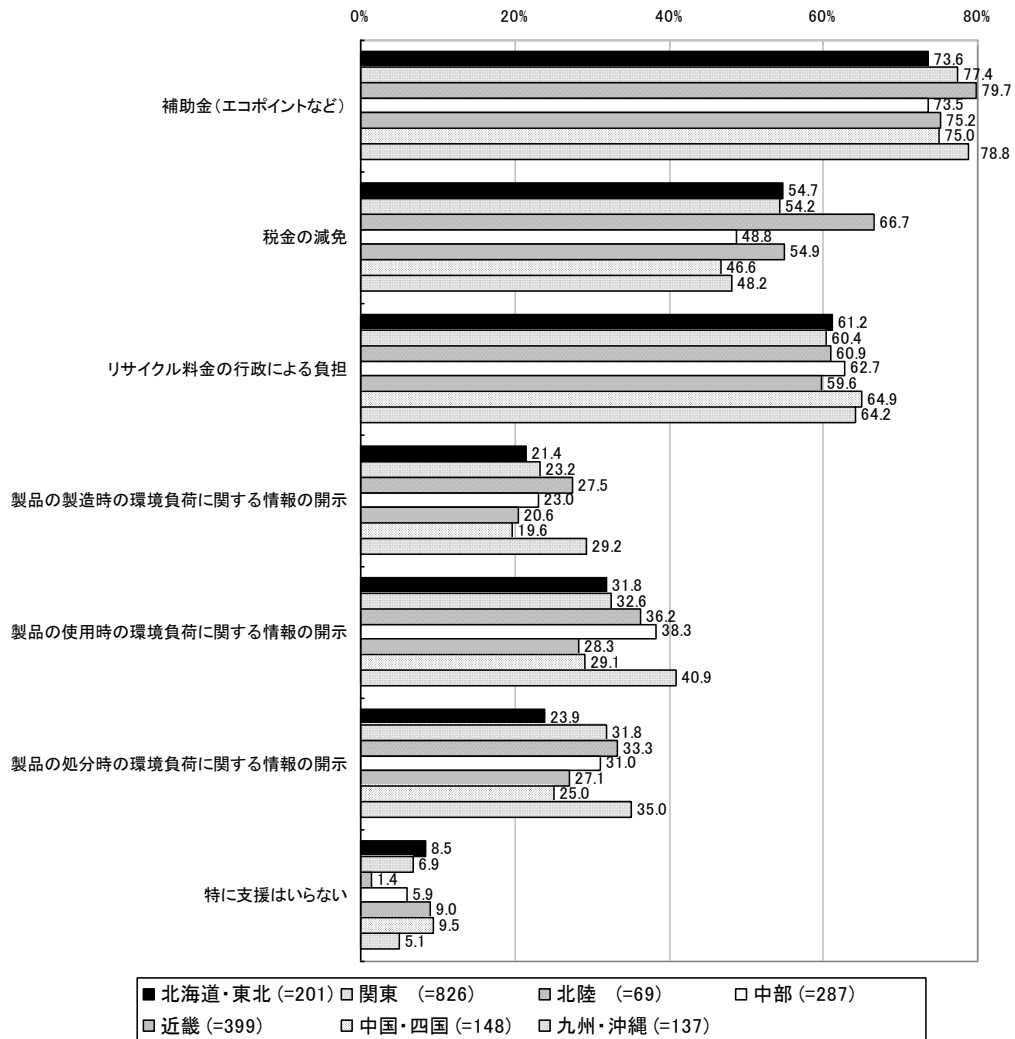
図表 2-118 省エネ家電購入時に希望する支援（職業別 1/2）



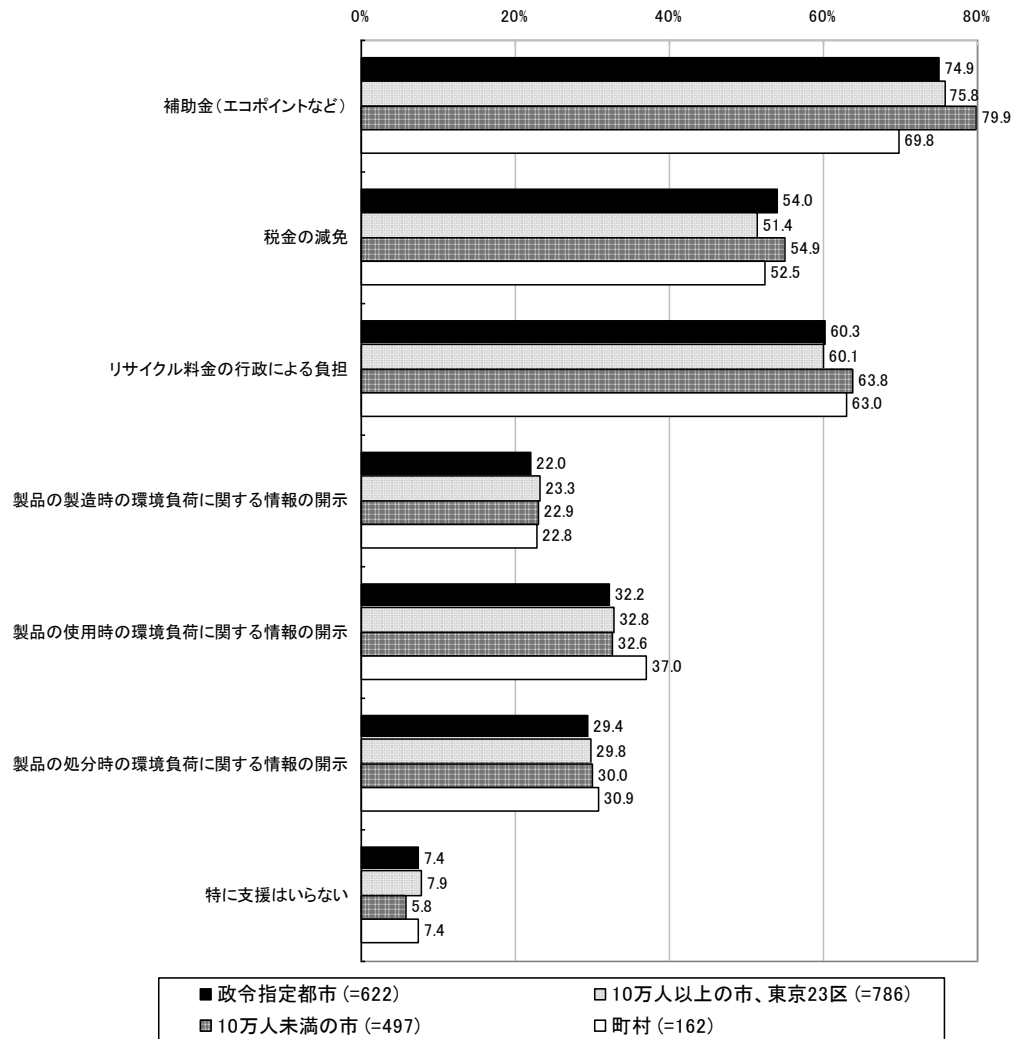
図表 2-119 省エネ家電購入時に希望する支援（職業別 2/2）



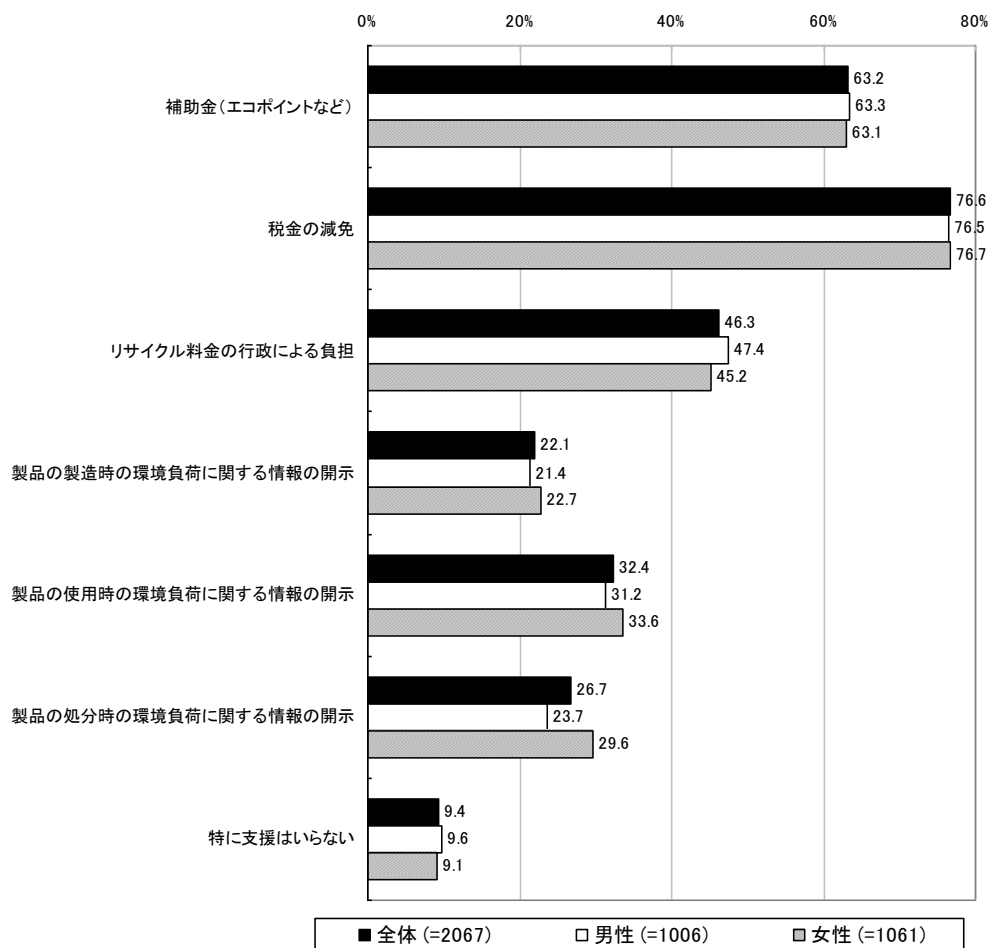
図表 2-120 省エネ家電購入時に希望する支援（地域別）



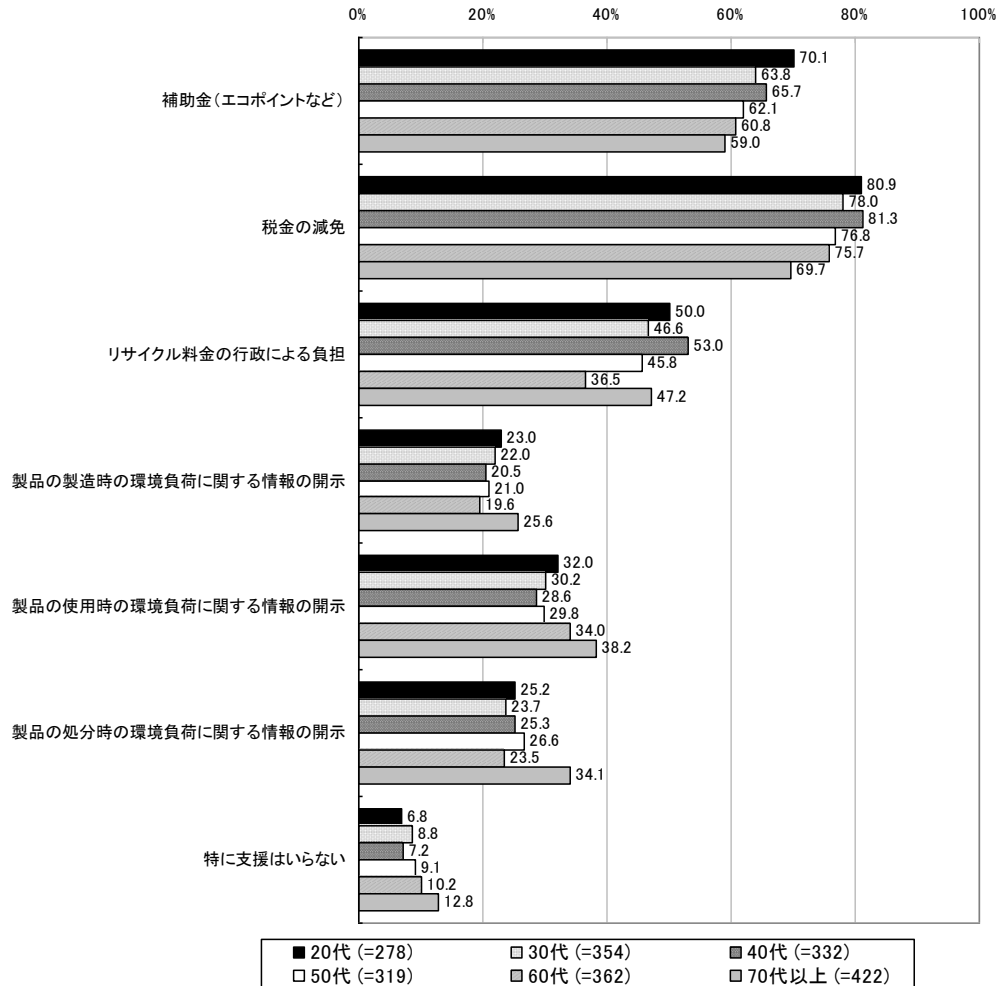
図表 2-121 省エネ家電購入時に希望する支援（都市規模別）



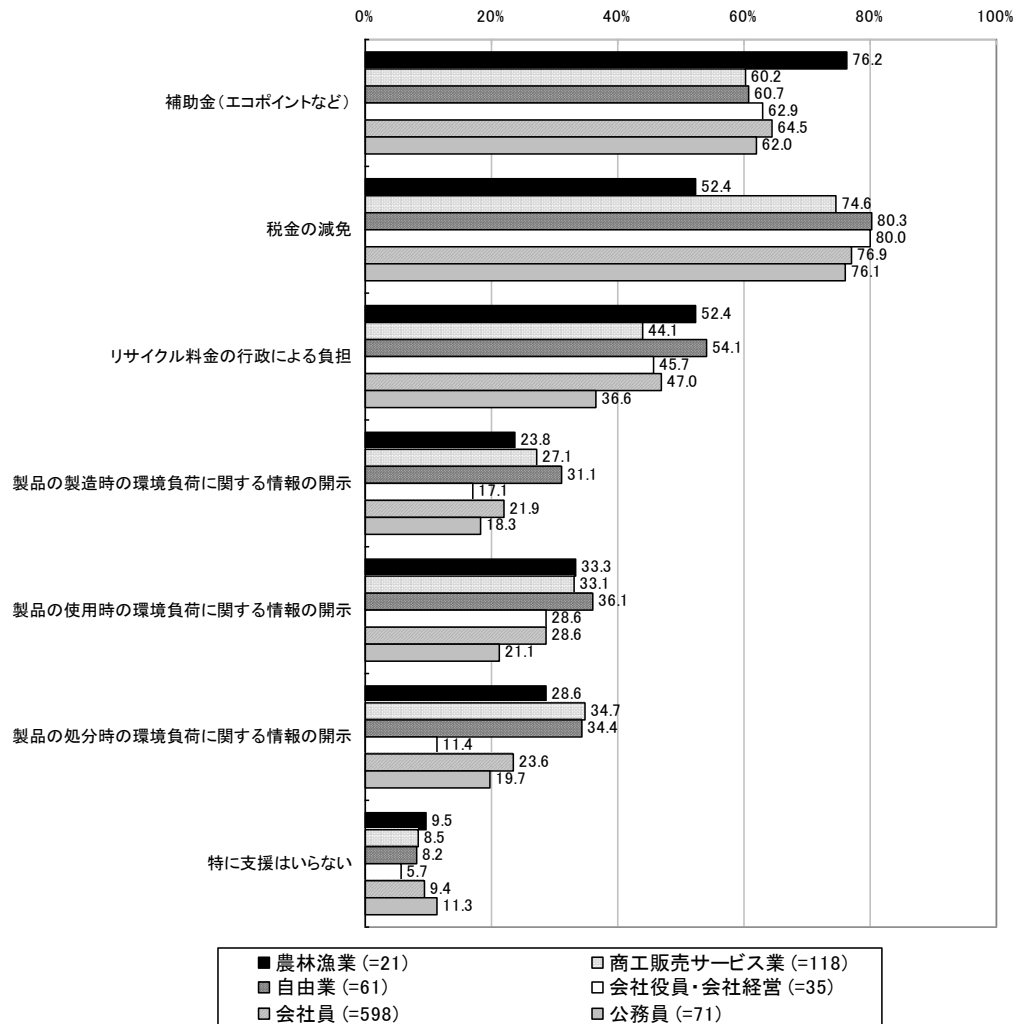
図表 2-122 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（全体、性別）



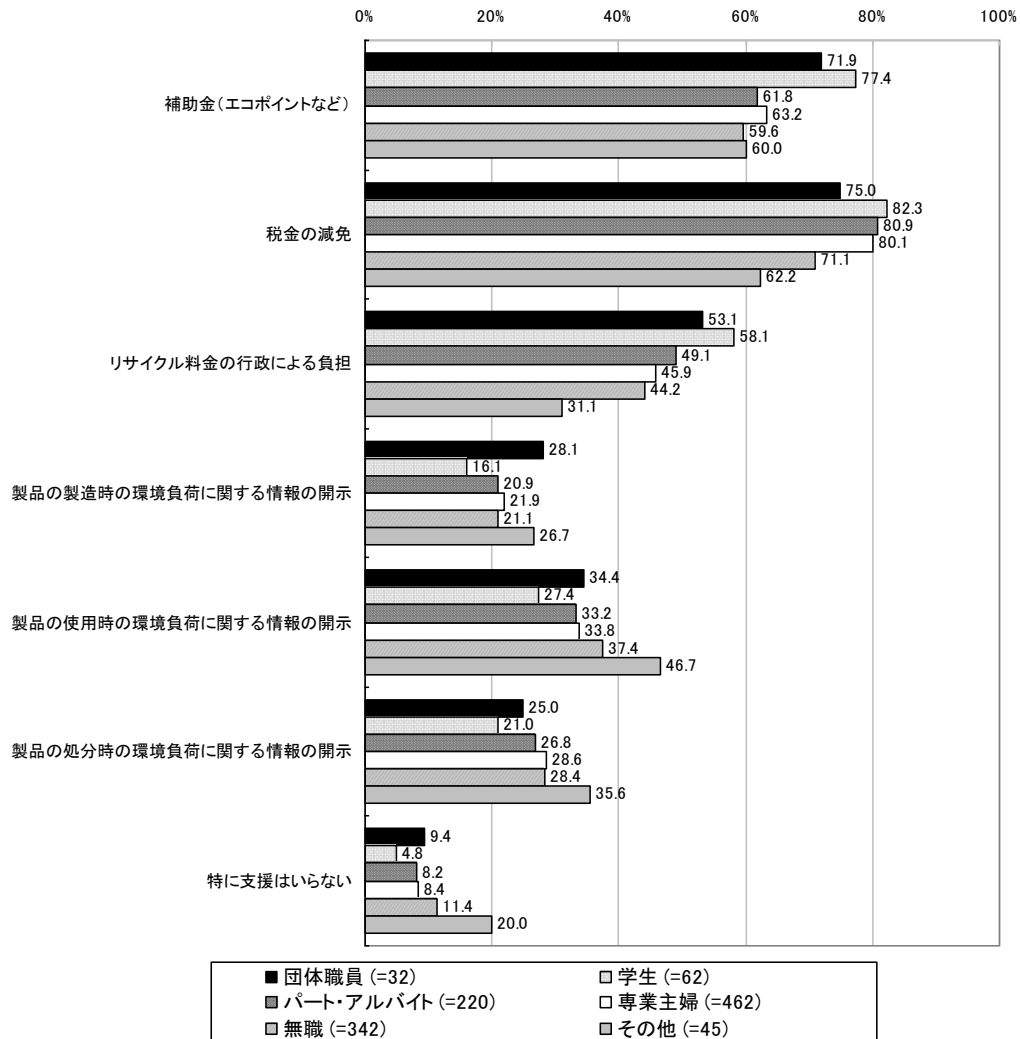
図表 2-123 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（年代別）



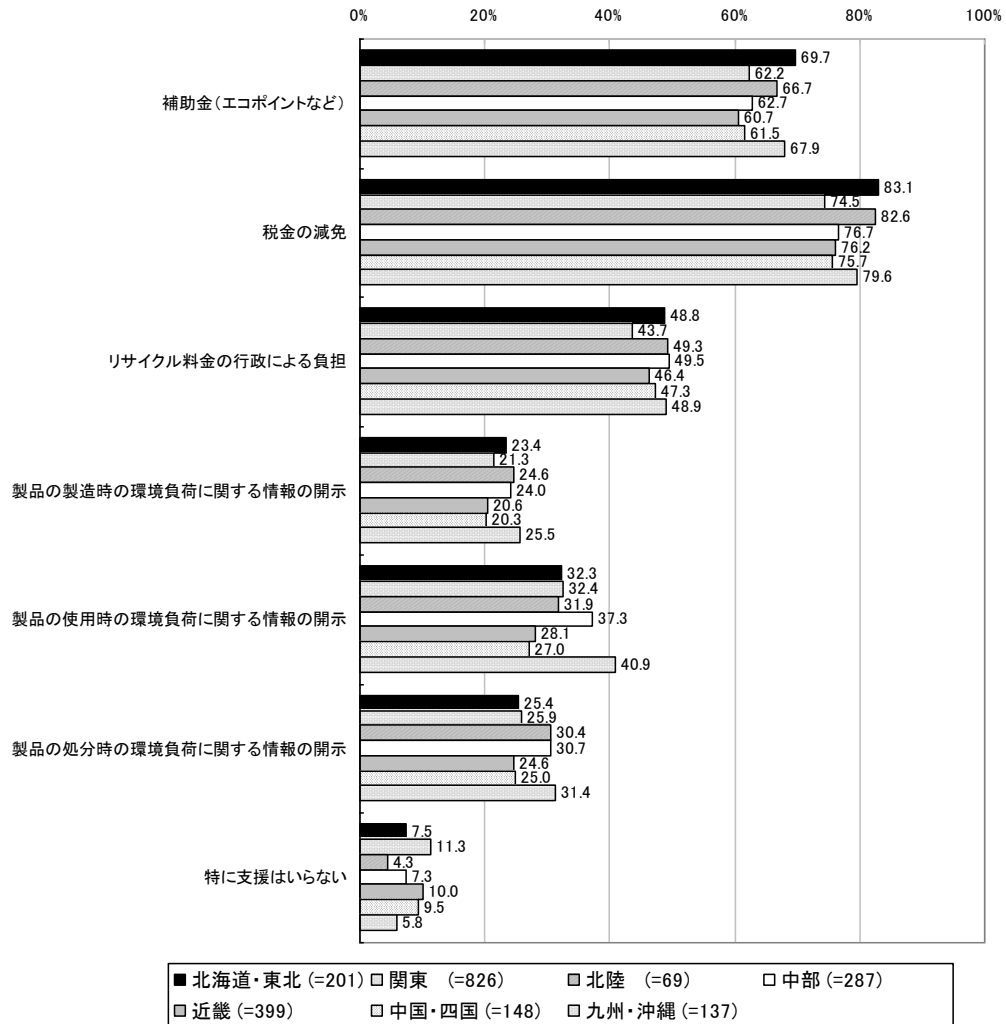
図表 2-124 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（職業別 1/2）



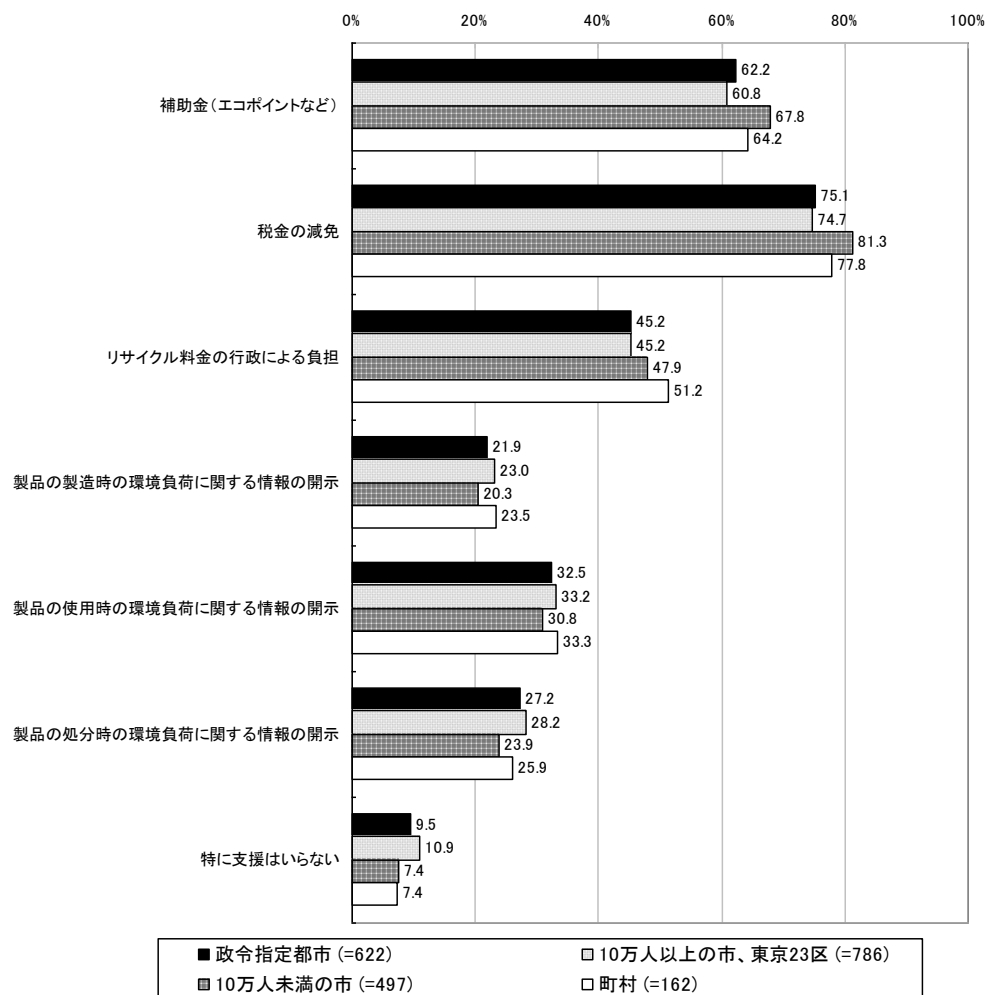
図表 2-125 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（職業別 2/2）



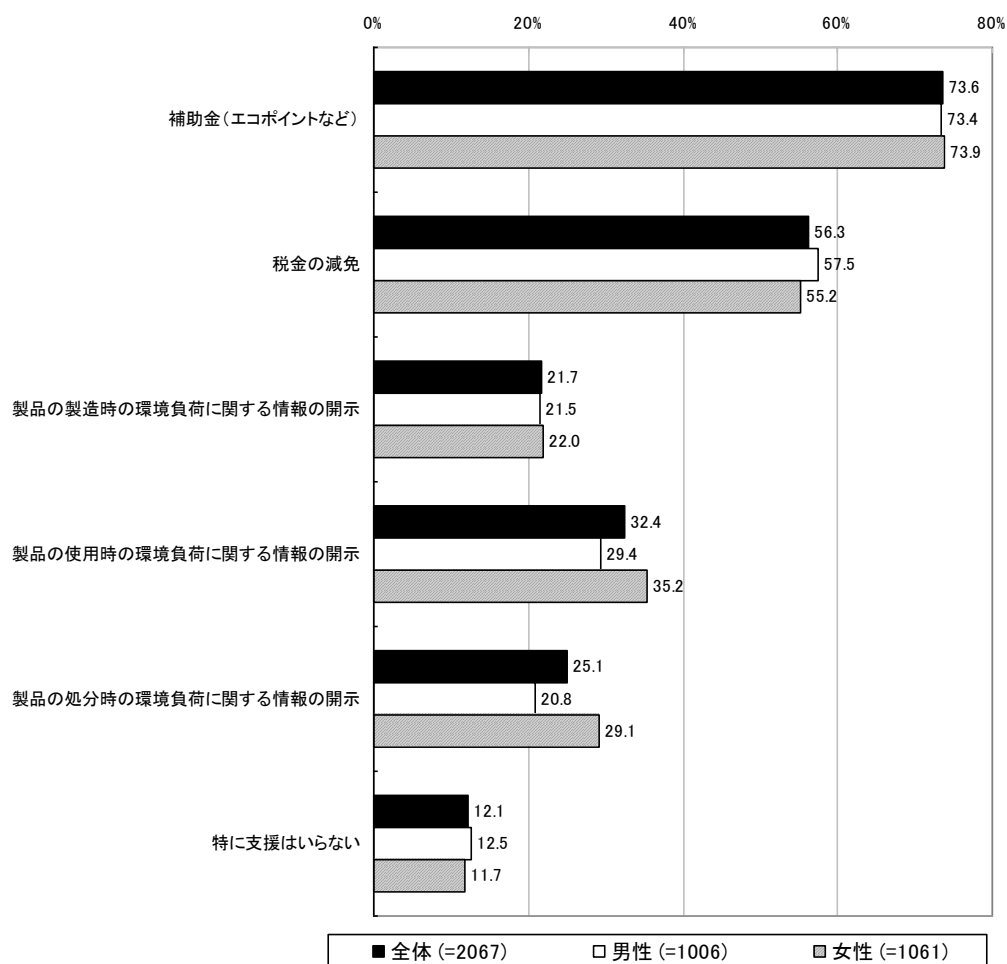
図表 2-126 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（地域別）



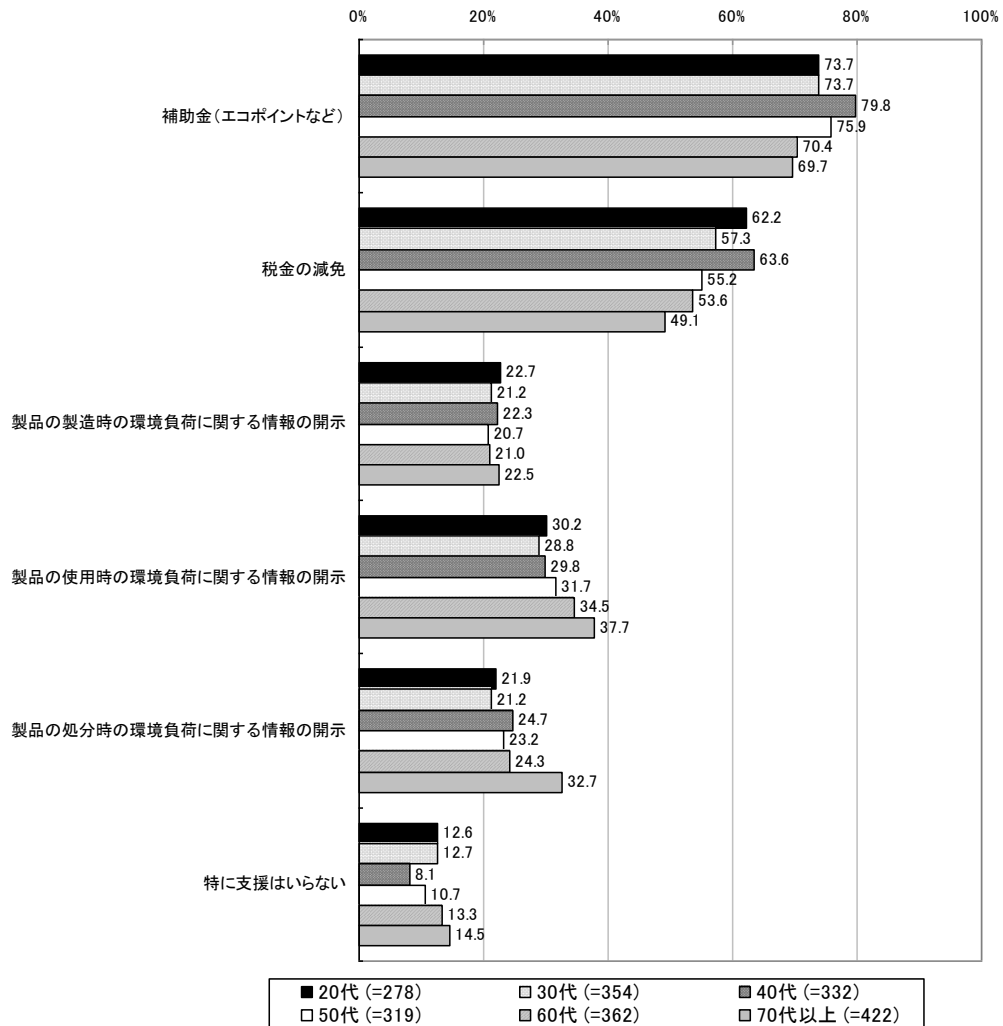
図表 2-127 環境配慮型自動車購入時に希望する支援（都市規模別）



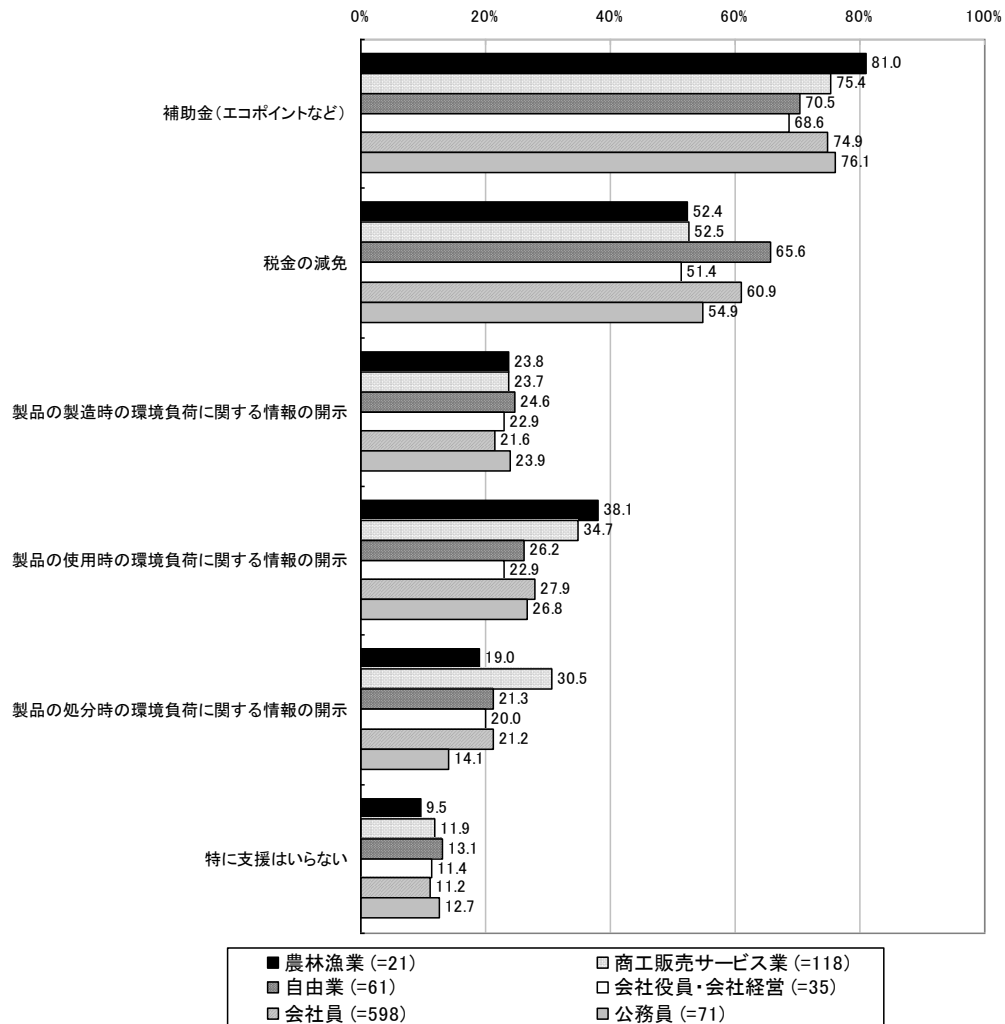
図表 2-128 高効率給湯器購入時に希望する支援（全体、性別）



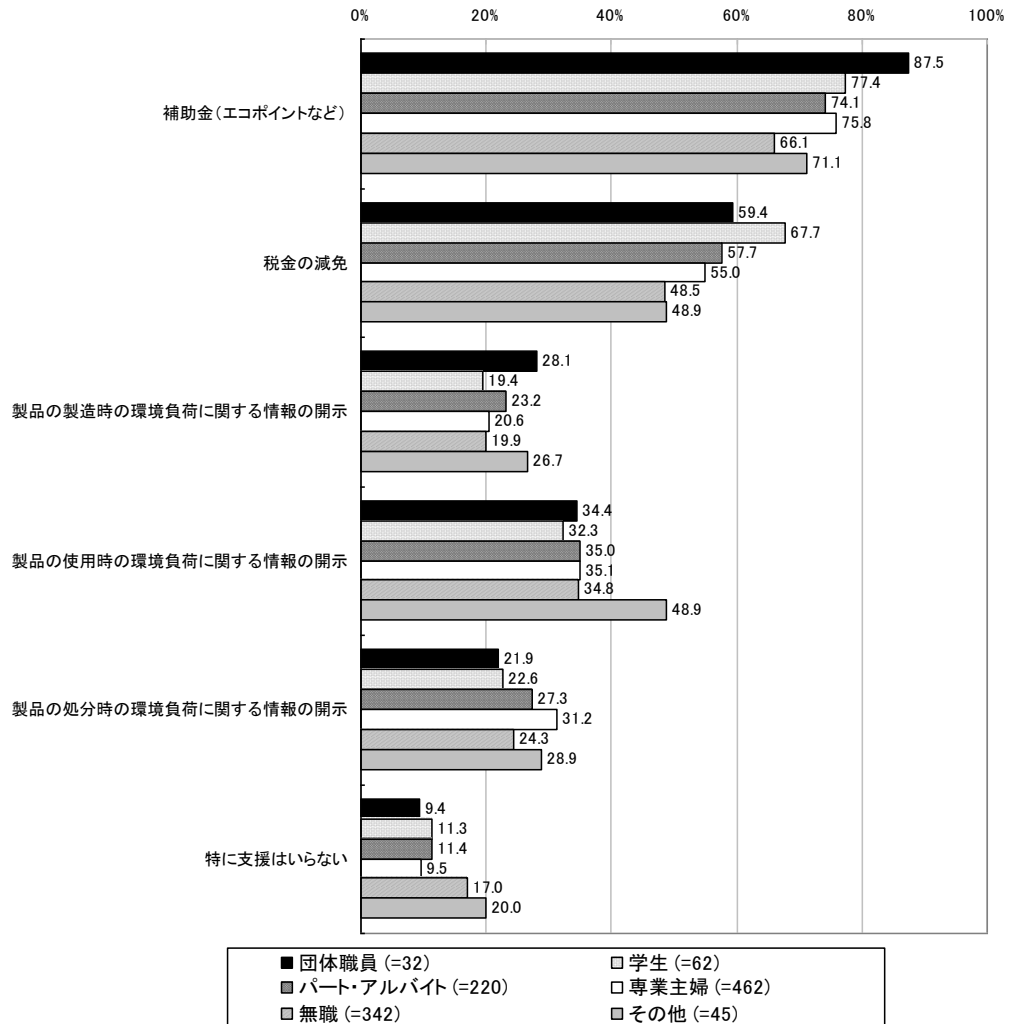
図表 2-129 高効率給湯器購入時に希望する支援（年代別）



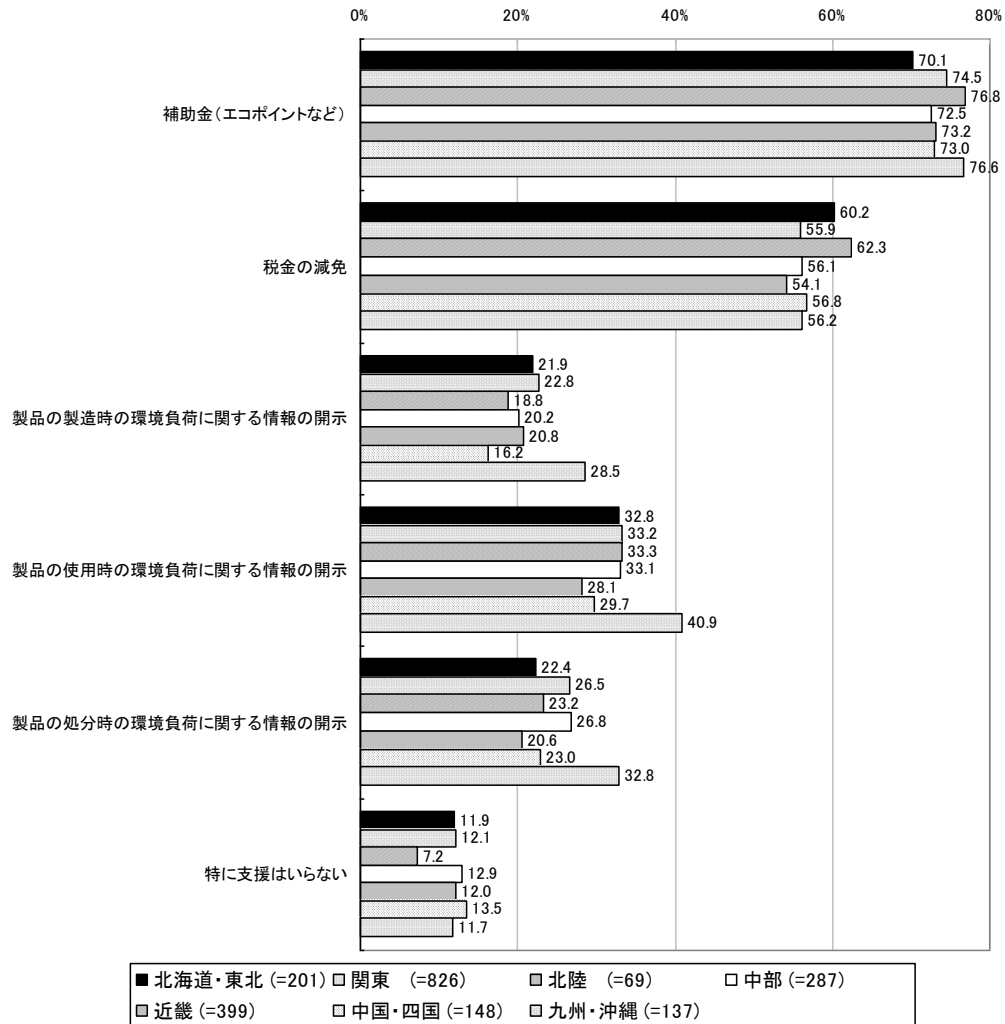
図表 2-130 高効率給湯器購入時に希望する支援（職業別 1/2）



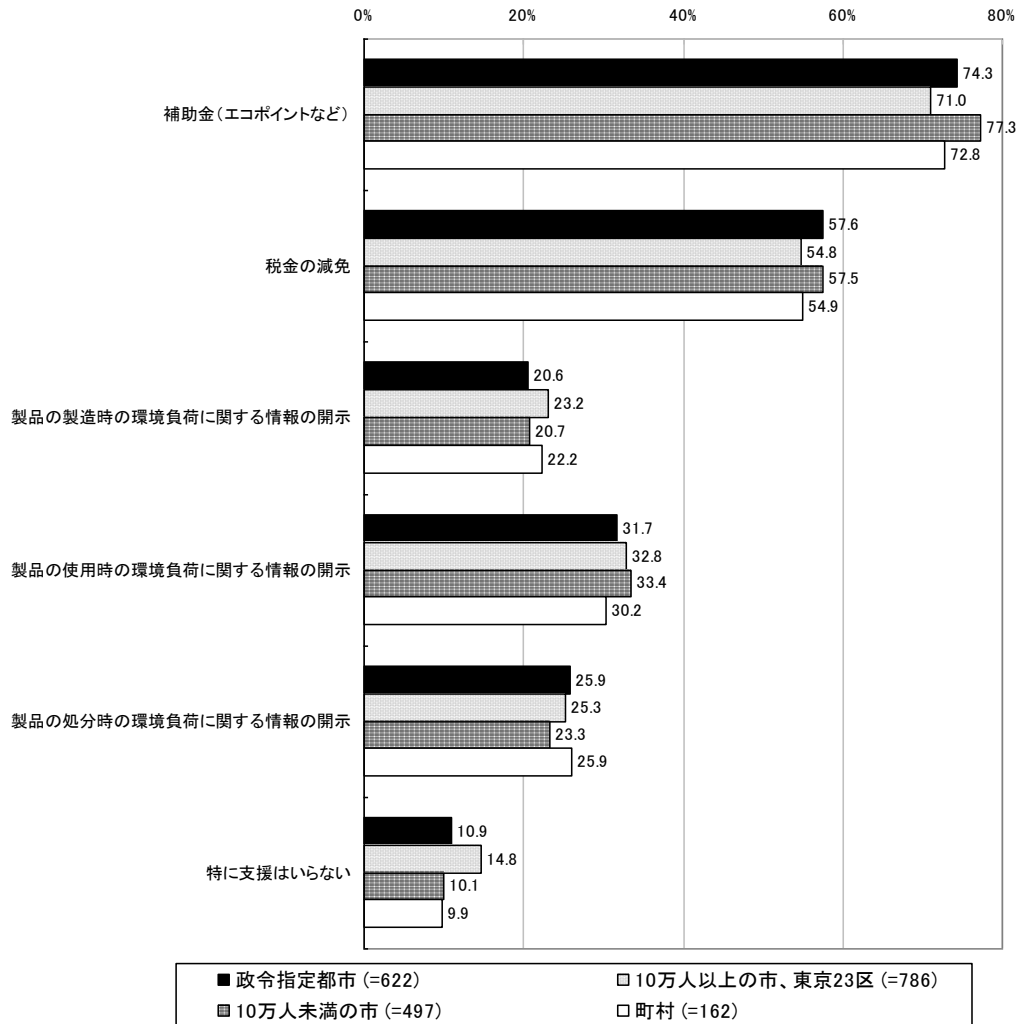
図表 2-131 高効率給湯器購入時に希望する支援（職業別 2/2）



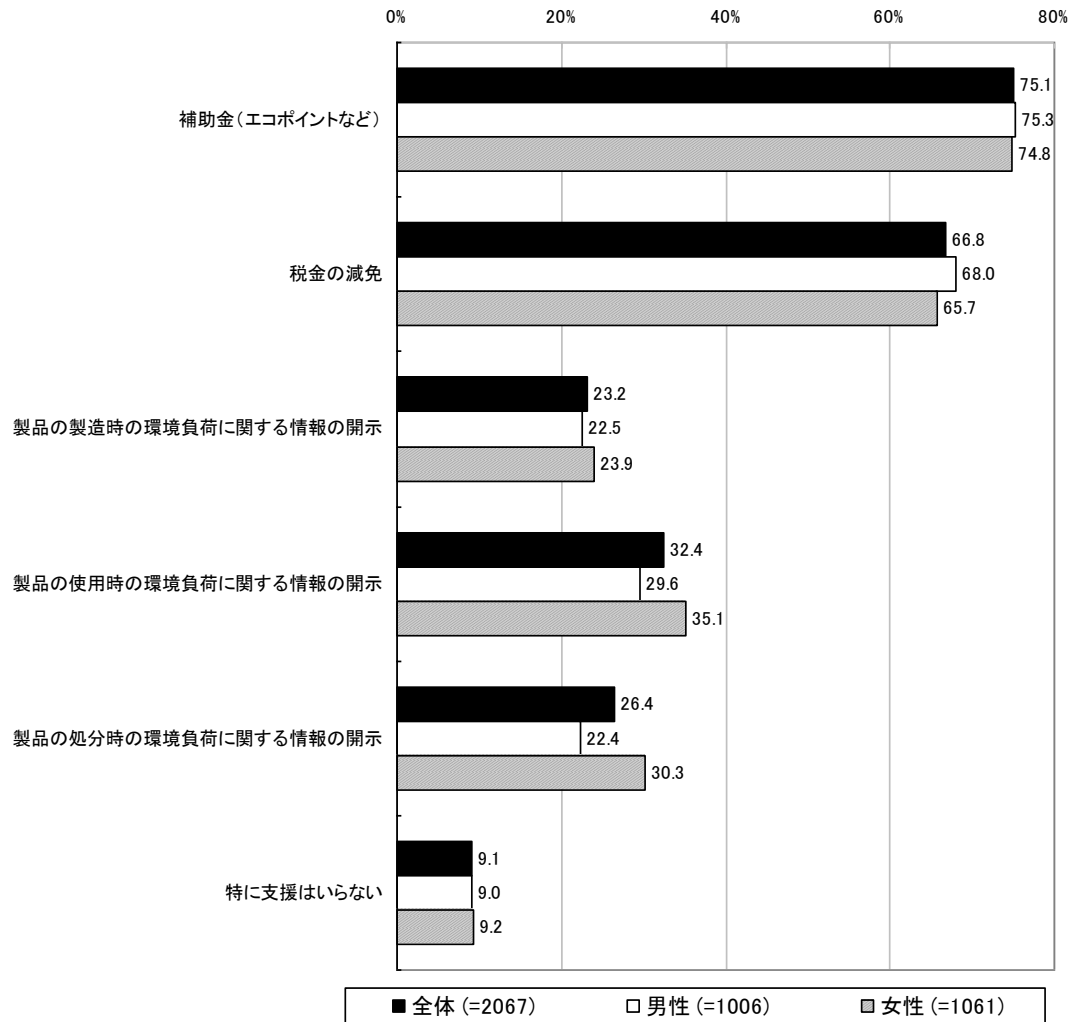
図表 2-132 高効率給湯器購入時に希望する支援（地域別）



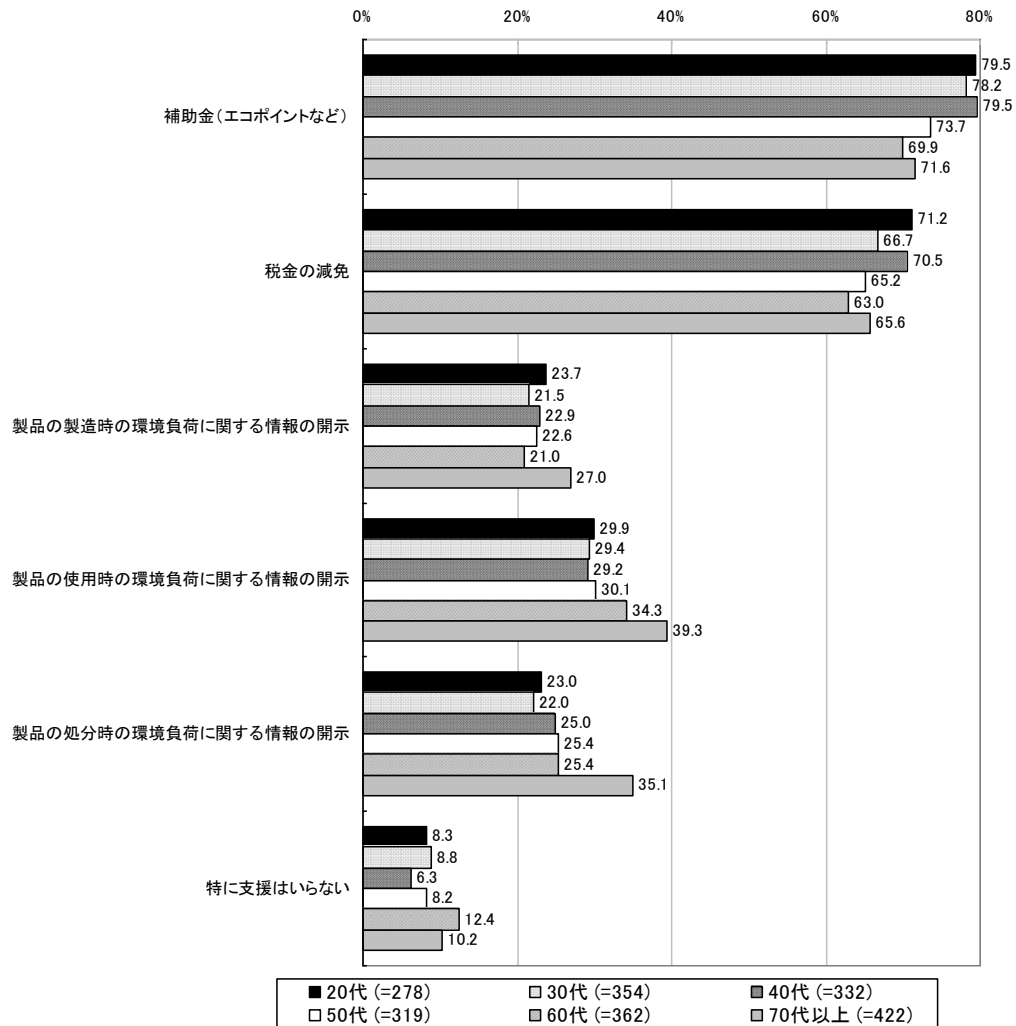
図表 2-133 高効率給湯器購入時に希望する支援（都市規模別）



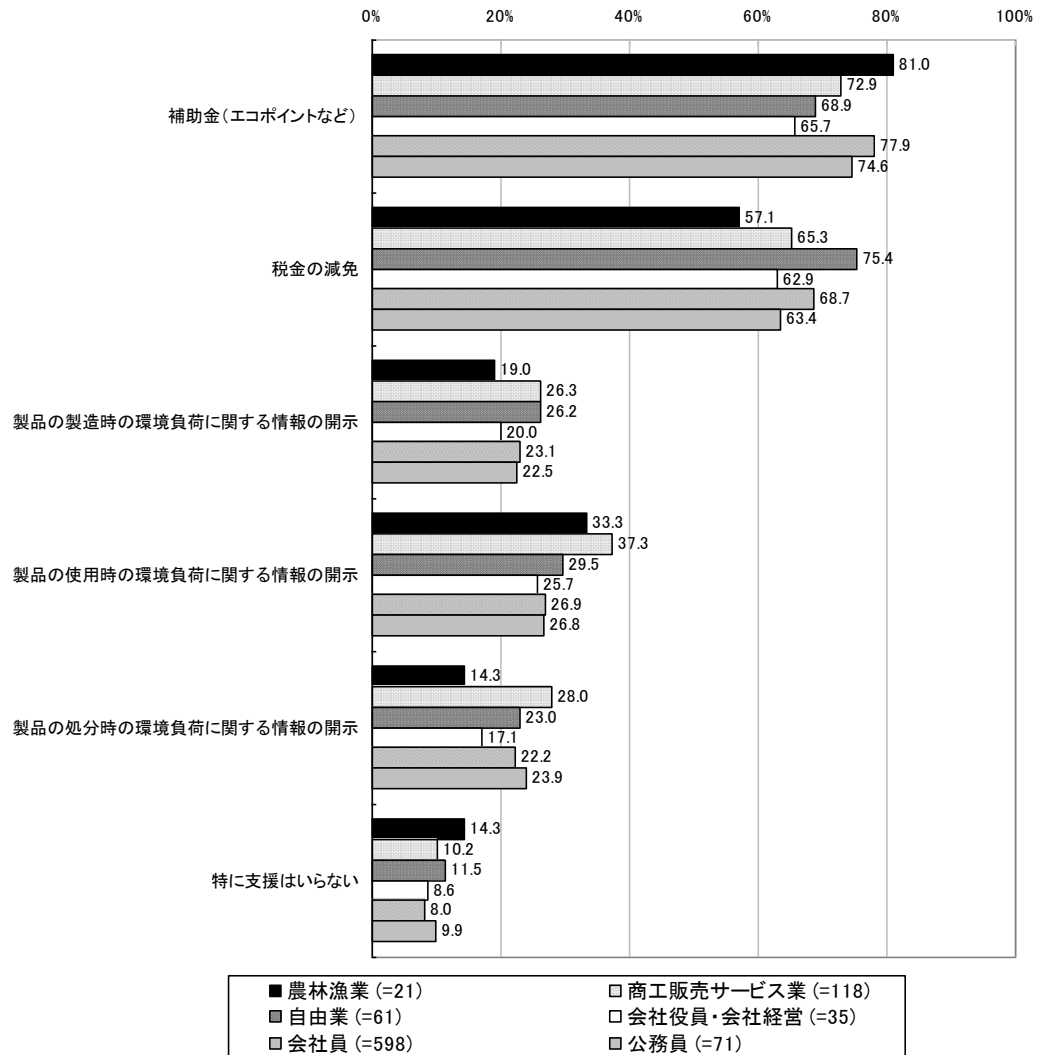
図表 2-134 太陽光発電システム購入時に希望する支援（全体、性別）



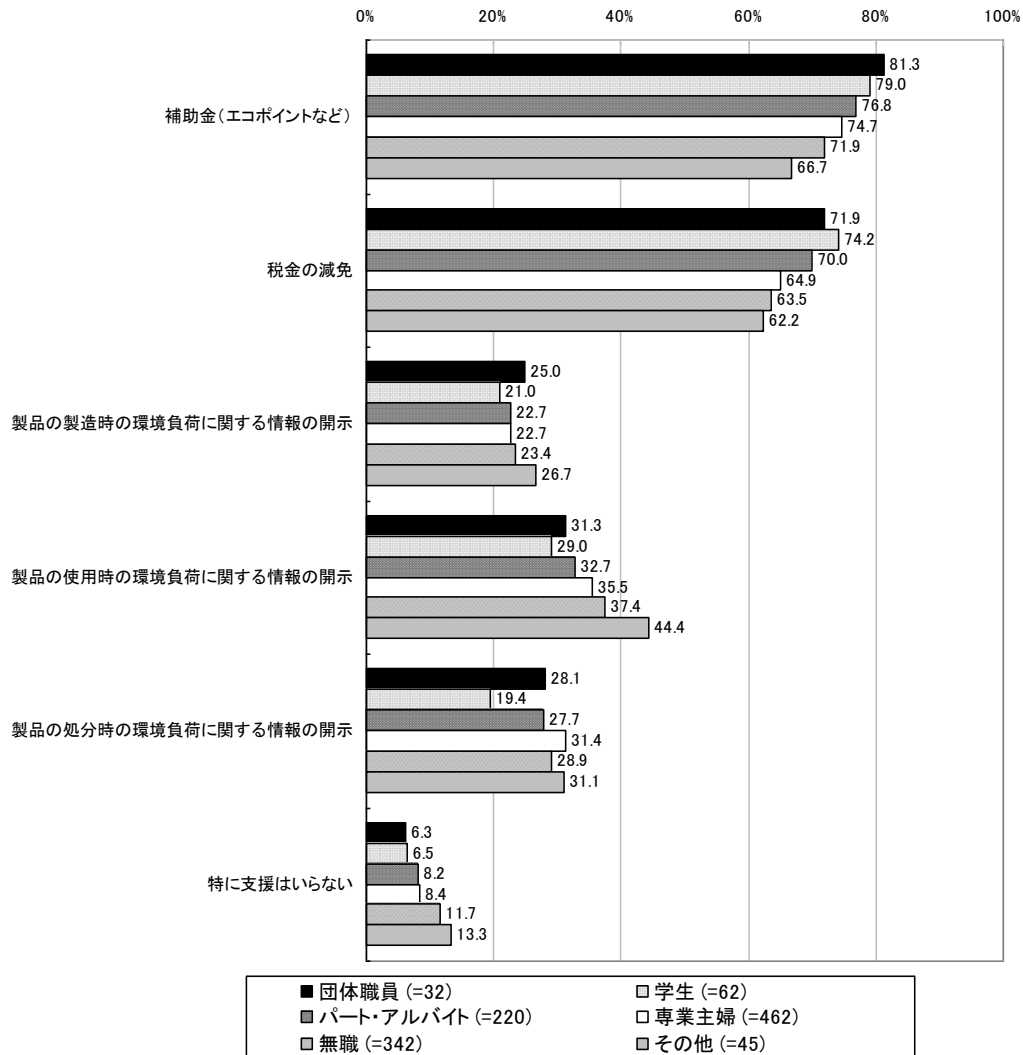
図表 2-135 太陽光発電システム購入時に希望する支援（年代別）



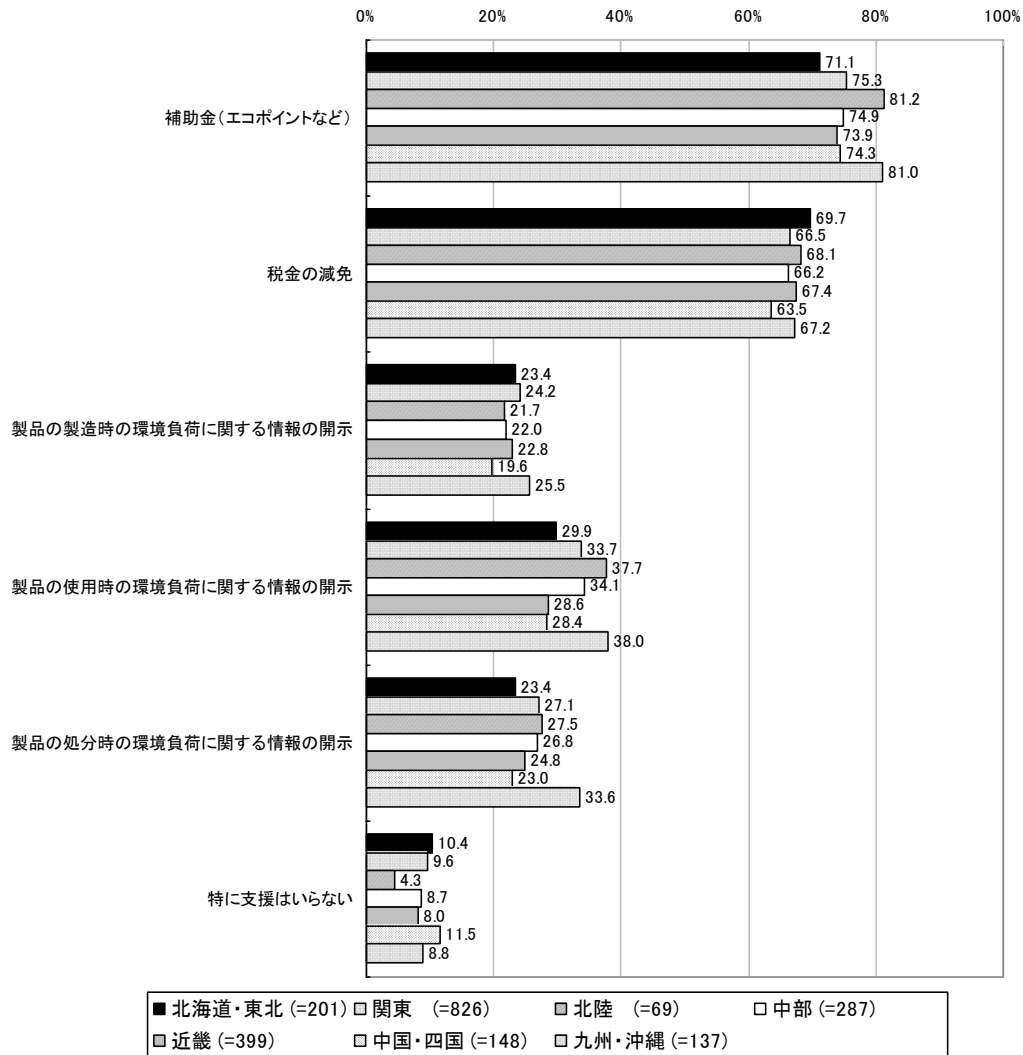
図表 2-136 太陽光発電システム購入時に希望する支援（職業別 1/2）



図表 2-137 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 2-138 太陽光発電システム購入時に希望する支援（地域別）



図表 2-139 太陽光発電システム購入時に希望する支援（都市規模別）

