

平成19年度
環境ラベルに関するアンケート調査
集計結果報告

平成19年9月

環 境 省

目 次

.調査概要	1
1. 調査の目的	1
2. 調査項目	1
3. 調査実施状況	1
.アンケート調査集計結果	3
1. 回答者属性	3
2. 設問	
問 1. 省エネラベルの認知度	9
問 2. 製品を購入する際及び購入を検討する際の省エネラベルの有効性	10
問 3. 省エネラベルが有効であるとする理由	11
問 4. 第三者による環境ラベルと企業による自主的な環境ラベルの認知度	12
問 5. 企業による自主的な環境ラベルに対する考え	13
問 6. 企業による自主的な環境ラベルを参考にして製品等を購入した経験	15
問 7. 企業による自主的な環境ラベルを参考にしたことがない理由	16
問 8. 企業による自主的な環境ラベルに期待すること・改善点	17
問 9. グリーン購入法適合マークの有効性	18
問 10. 統一されたグリーン購入法適合マークの必要性	19

．調査概要

1．調査の目的

国内に存在する多様な環境ラベルに関して企業等の調達担当者を対象にアンケート調査を実施し、今後の環境情報の提供体制について検討するための基礎資料とするとともに、調査結果を公表し、環境ラベル等の適切な表示方法の普及・向上に供することを目的とする。

2．調査項目

回答者属性

居住地域（都道府県）

性別

年代

業種

所属部門

設問

問 1． 省エネラベルの認知度

問 2． 製品を購入する際及び購入を検討する際の省エネラベルの有効性

問 3． 省エネラベルが有効であるとする理由

問 4． 第三者による環境ラベルと企業による自主的な環境ラベルの認知度

問 5． 企業による自主的な環境ラベルに対する考え

問 6． 企業による自主的な環境ラベルを参考にして製品等を購入した経験

問 7． 企業による自主的な環境ラベルを参考にしたことがない理由

問 8． 企業による自主的な環境ラベルに期待すること・改善点

問 9． グリーン購入法適合マークの有効性

問 10． 統一されたグリーン購入法適合マークの必要性

3．調査実施状況

調査対象

Bizネット株式会社に会員登録をしている全国の企業の調達担当者

調査方法

Bizネット株式会社の会員向けのウェブサイト上にアンケート調査への協力依頼を掲載し、同意を得た方から回答を得た。

実施時期

平成19年7月10日～7月20日

回収結果

回収数 151票

. アンケート調査集計結果

1. 回答者属性

居住地域（都道府県）

n=151

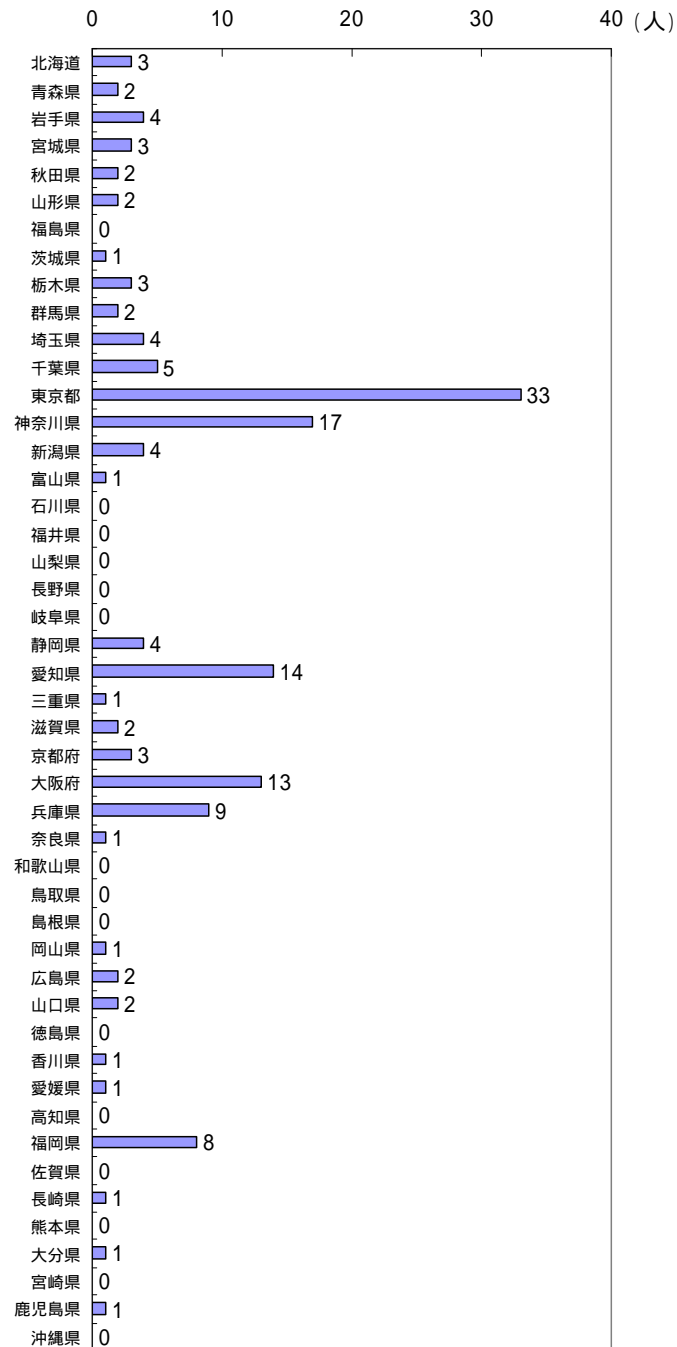


図1 回答者居住地域

表1 回答者の居住地域

No.	カテゴリー名	n	%	No.	カテゴリー名	n	%
1	北海道	3	2.0	25	滋賀県	2	1.3
2	青森県	2	1.3	26	京都府	3	2.0
3	岩手県	4	2.6	27	大阪府	13	8.6
4	宮城県	3	2.0	28	兵庫県	9	6.0
5	秋田県	2	1.3	29	奈良県	1	0.7
6	山形県	2	1.3	30	和歌山県	0	0.0
7	福島県	0	0.0	31	鳥取県	0	0.0
8	茨城県	1	0.7	32	島根県	0	0.0
9	栃木県	3	2.0	33	岡山県	1	0.7
10	群馬県	2	1.3	34	広島県	2	1.3
11	埼玉県	4	2.6	35	山口県	2	1.3
12	千葉県	5	3.3	36	徳島県	0	0.0
13	東京都	33	21.9	37	香川県	1	0.7
14	神奈川県	17	11.3	38	愛媛県	1	0.7
15	新潟県	4	2.6	39	高知県	0	0.0
16	富山県	1	0.7	40	福岡県	8	5.3
17	石川県	0	0.0	41	佐賀県	0	0.0
18	福井県	0	0.0	42	長崎県	1	0.7
19	山梨県	0	0.0	43	熊本県	0	0.0
20	長野県	0	0.0	44	大分県	1	0.7
21	岐阜県	0	0.0	45	宮崎県	0	0.0
22	静岡県	4	2.6	46	鹿児島県	1	0.7
23	愛知県	14	9.3	47	沖縄県	0	0.0
24	三重県	1	0.7		全体	151	100.0

性別

n = 151

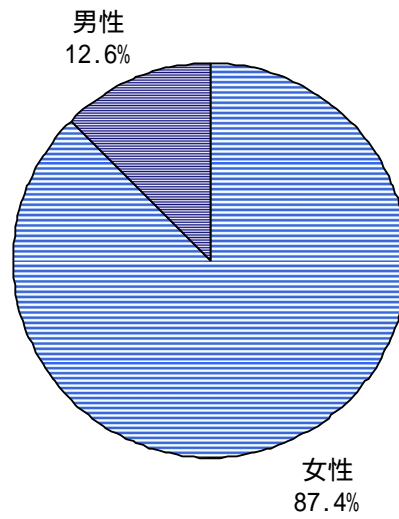


図2 回答者の性別

表2 回答者の性別

No.	カテゴリー名	n	%
1	女性	132	87.4
2	男性	19	12.6
	全体	151	100.0

年代

n=151

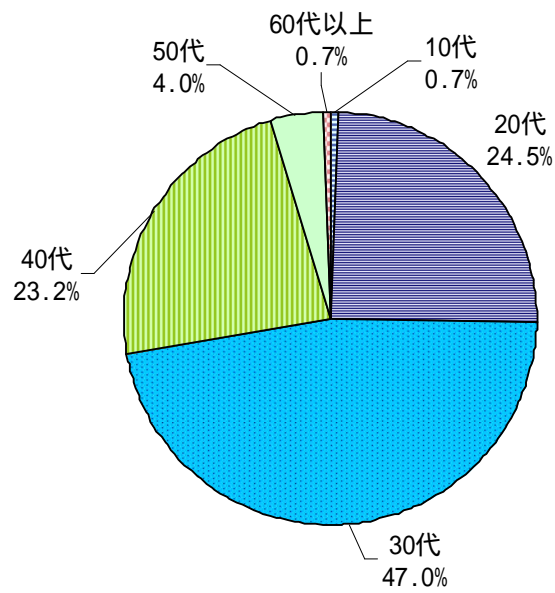


図3 回答者の年代

表3 回答者の年代

No.	カテゴリー名	n	%
1	10代	1	0.7
2	20代	37	24.5
3	30代	71	47.0
4	40代	35	23.2
5	50代	6	4.0
6	60代以上	1	0.7
	全体	151	100.0

業種

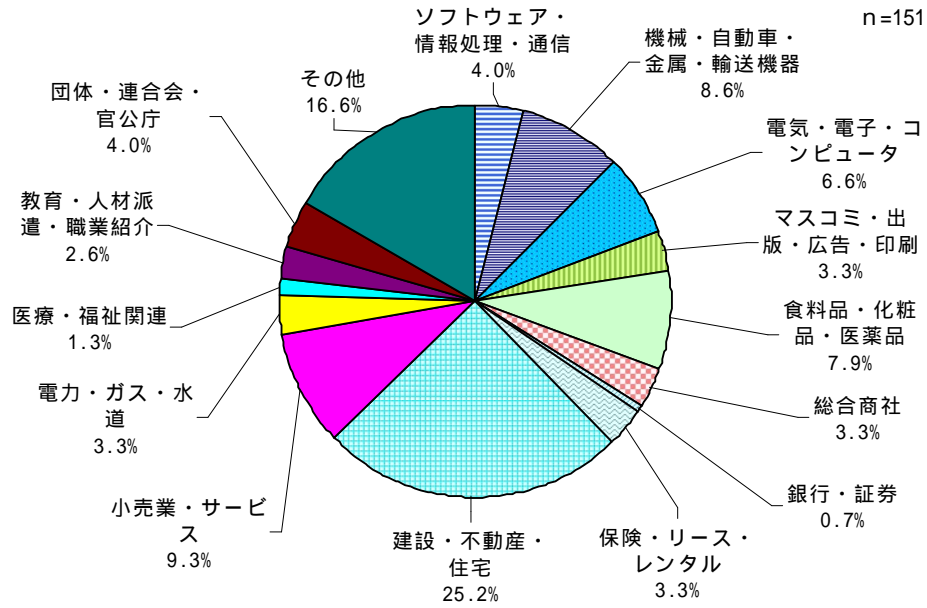


図4 回答者の業種

表4 回答者の業種

No.	カテゴリー名	n	%
1	ソフトウェア・情報処理・通信	6	4.0
2	機械・自動車・金属・輸送機器	13	8.6
3	電気・電子・コンピュータ	10	6.6
4	マスコミ・出版・広告・印刷	5	3.3
5	食料品・化粧品・医薬品	12	7.9
6	総合商社	5	3.3
7	銀行・証券	1	0.7
8	保険・リース・レンタル	5	3.3
9	建設・不動産・住宅	38	25.2
10	小売業・サービス	14	9.3
11	電力・ガス・水道	5	3.3
12	医療・福祉関連	2	1.3
13	教育・人材派遣・職業紹介	4	2.6
14	団体・連合会・官公庁	6	4.0
15	その他	25	16.6
	全体	151	100.0

所属部門

n=151

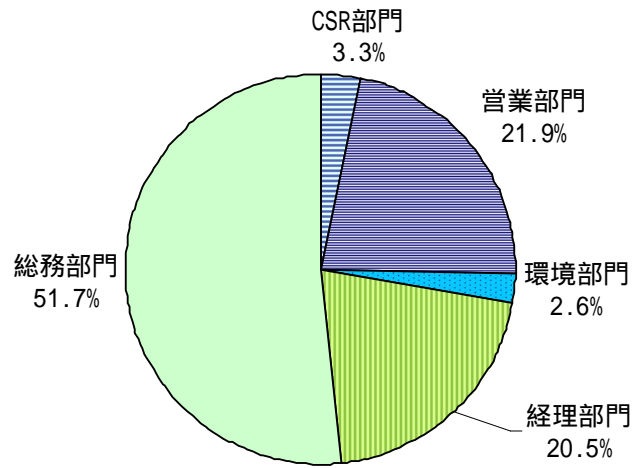


図5 回答者の所属部門

表5 回答者の所属部門

No.	カテゴリー名	n	%
1	CSR 部門	5	3.3
2	営業部門	33	21.9
3	環境部門	4	2.6
4	経理部門	31	20.5
5	総務部門	78	51.7
	全体	151	100.0

2. 設問

問1. 省エネラベルの認知度 (SA)

製品の省エネルギー性能などに関する情報を統一の方法で表示する「省エネラベル」を知っているかとの問いに、「知っている」との回答が53.6%、「知らない」との回答が44.4%と若干「知っている」が上回っているが、認知度はほぼ二分している。「その他」の意見として、「見たことはあるが具体的な内容や表示の読み方が判らない」等の回答があった。

n=151

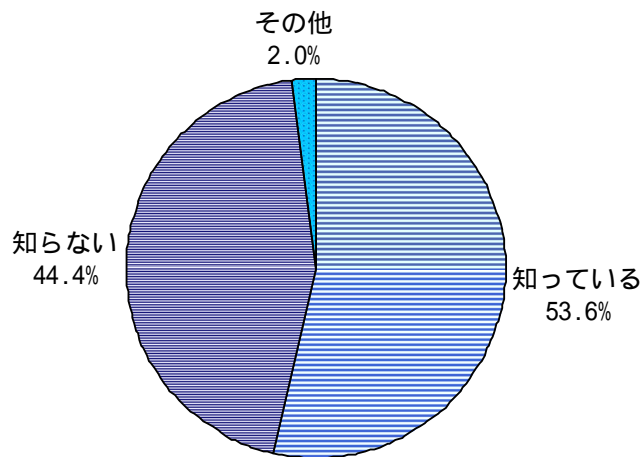


図6 省エネラベルの認知度

表6 省エネラベルの認知度

No.	カテゴリー名	n	%
1	知っている	81	53.6
2	知らない	67	44.4
3	その他	3	2.0
	全体	151	100.0

問2. 製品を購入する又は購入を検討する際の省エネラベルの有効性 (S A)

省エネラベルは、製品を購入する又は購入を検討する際に有効だと思うか、との問いには「有効である」が90.7%、「有効ではない」との回答はわずか7.3%であり、ほとんどの購入者が省エネラベルを有効であると回答している。

n=151

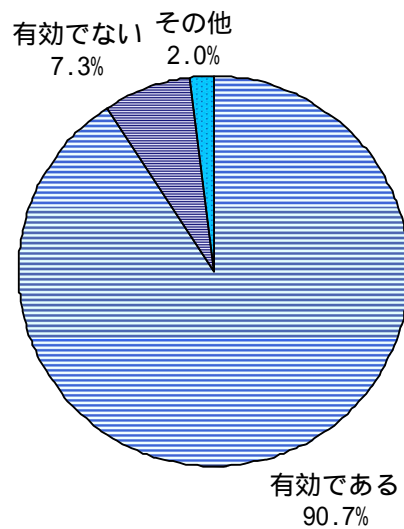


図 7 製品購入時又は購入検討時の省エネラベルの有効性

表 7 製品購入時又は購入検討時の省エネラベルの有効性

No.	カテゴリー名	n	%
1	有効である	137	90.7
2	有効でない	11	7.3
3	その他	3	2.0
	全体	151	100.0

問3. 省エネラベルが有効であるとする理由（MA）

問2で省エネラベルが「有効である」とする理由として、「省エネ基準達成率や消費効率などが具体的な数値で示されているから」が76.2%、「他社製品との比較が可能だから」が52.3%、「ラベルの意味が一目でわかるから」が28.5%、「グリーンやオレンジといったマーク表示がわかりやすいから」が22.5%、「客観性があるから」が15.9%と続いている。具体的な数値で示されていることや他社製品との比較可能性については、過半数以上が支持する回答となっている。

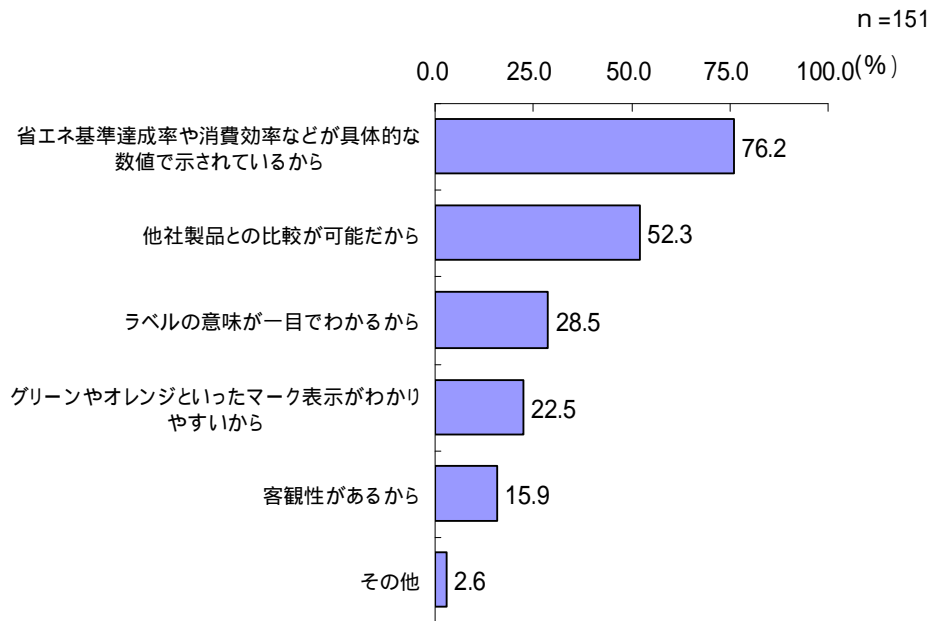


図8 省エネラベルが有効であるとする理由

表8 省エネラベルが有効であるとする理由

No.	カテゴリー名	n	%
1	グリーンやオレンジといったマーク表示がわかりやすいから	34	22.5
2	省エネ基準達成率や消費効率などが具体的な数値で示されているから	115	76.2
3	ラベルの意味が一目でわかるから	43	28.5
4	他社製品との比較が可能だから	79	52.3
5	客観性があるから	24	15.9
6	その他	4	2.6
	全体	151	100.0

問4. 第三者による環境ラベルと企業による自主的な環境ラベルの認知度 (S A)

エコマークのように第三者機関によって認定を受けた製品にのみ表示することができる環境ラベルと、企業が独自に作成し、自主的に製品等に表示する環境ラベルがあることを知っているか、との問いに、58.2%が「知っている」とし、41.8%が「知らない」と回答している。

n=151

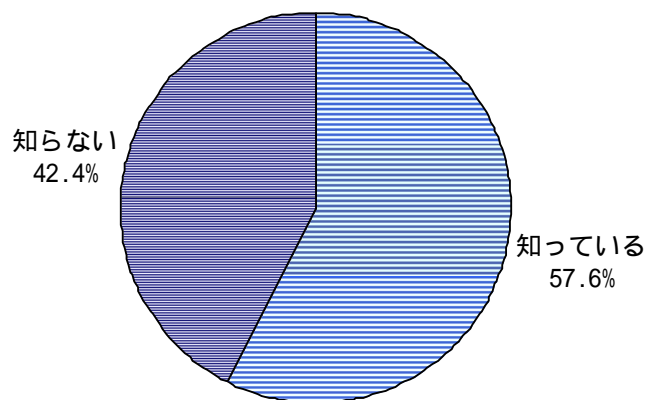


図9 第三者による環境ラベルと企業による自主的な環境ラベルの認知度

表9 第三者による環境ラベルと企業による自主的な環境ラベルの認知度

No.	カテゴリー名	n	%
1	知っている	87	57.6
2	知らない	64	42.4
	全体	151	100.0

問5. 企業による自主的な環境ラベルに対する考え (MA)

企業による自主的な環境ラベルについてどのように考えるか、との問いに、「企業努力を感じる積極的な取組だと思う」が60.3%、「マークの有無で環境に配慮している製品かどうか分かる」が53.6%、「製品の購入検討に役立つ」が34.4%、「様々なマークがあってよくわからない」が33.1%、「他社製品と比較することができない」が23.1%、「客観性がない」が21.2%、「マークが何を示しているのかが具体的にわからない」が19.9%、「情報はたくさんある方が良い」が18.5%、「信頼できない」が9.3%、「環境ラベルの有無で購入するかどうかを決めない」が5.3%、と続いている。過半数以上が「企業努力を感じる積極的な取組」や「製品の購入検討に役立つ」とポジティブな評価する一方で、2~3割は「様々なマークがあってよくわからない」、「他社製品と比較することができない」とネガティブな評価をしている。

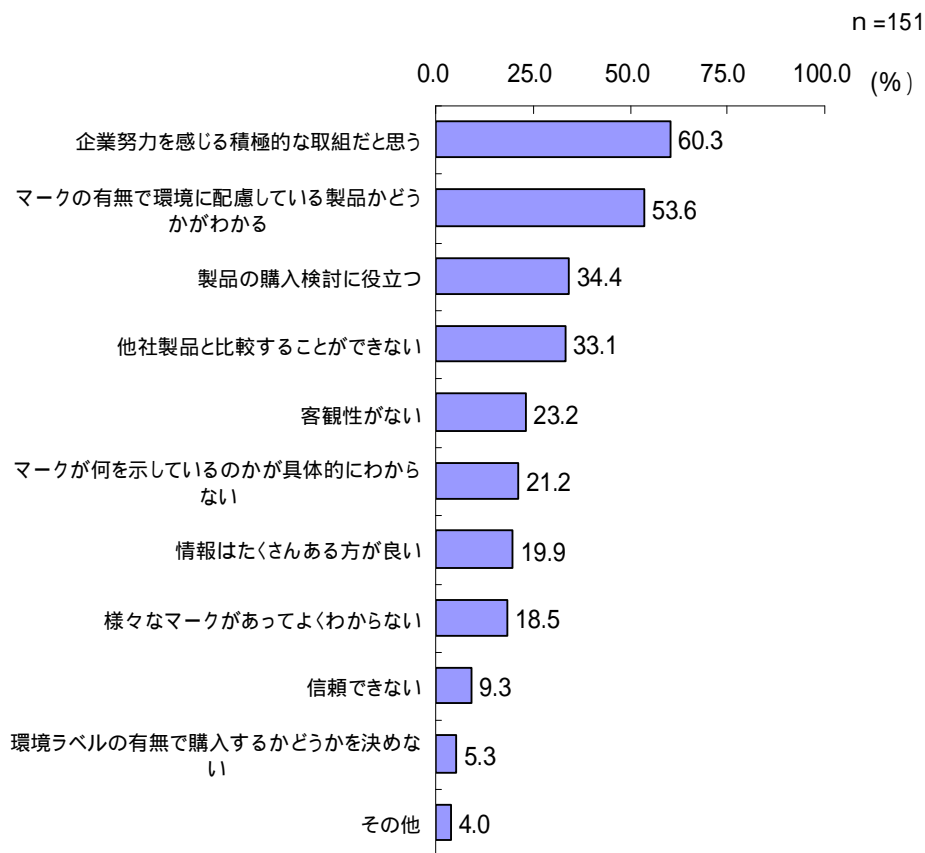


図10 企業による自主的な環境ラベルに対する考え

表 10 企業による自主的な環境ラベルに対する考え

No.	カテゴリー名	n	%
1	企業努力を感じる積極的な取組だと思う	91	60.3
2	製品の購入検討に役立つ	52	34.4
3	マークの有無で環境に配慮している製品かどうか分かる	81	53.6
4	情報はたくさんある方が良い	30	19.9
5	マークが何を示しているのかが具体的にわからない	32	21.2
6	信頼できない	14	9.3
7	客観性がない	35	23.2
8	他社製品と比較することができない	50	33.1
9	様々なマークがあってよくわからない	28	18.5
10	環境ラベルの有無で購入するかどうかを決めない	8	5.3
11	その他	6	4.0
	全体	151	100.0

問6. 企業による自主的な環境ラベルを参考にして製品等を購入した経験（SA）

これまでに企業による自主的な環境ラベルを参考にして製品やサービスを購入したことがあるか、との問いに「よく参考にして購入している」が16.6%、「たまに参考にして購入している」53.0%、「ほとんど参考にしたことがない」が24.5%、「参考にしたことがない」が5.3%と回答しており、「よく参考にして購入している」と「たまに参考にして購入している」を合わせると、約7割近い（69.6%）購入者が企業による自主的な環境ラベルを参考にしていると回答している。

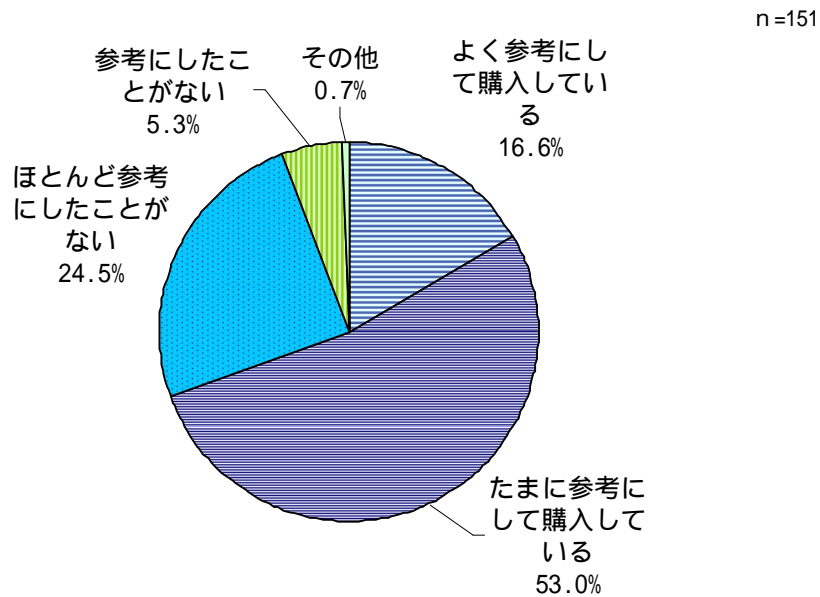


図11 企業による自主的な環境ラベルを参考にして製品等を購入した経験

表11 企業による自主的な環境ラベルを参考にして製品等を購入した経験

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく参考にして購入している	25	16.6
2	たまに参考にして購入している	80	53.0
3	ほとんど参考にしたことがない	37	24.5
4	参考にしたことがない	8	5.3
5	その他	1	0.7
	全体	151	100.0

問7. 企業による自主的な環境ラベルを参考にしたことがない理由 (MA)

問6で「ほとんど参考にしたことがない」、「参考にしたことがない」と答えた理由として、「どのように環境に配慮されているのかがわからなかったから」が51.1%、「他社製品と比較することができないから」が33.3%、「環境ラベルを見たことがなかったから」が31.1%、「環境ラベルの有無で購入するかどうかを決めないから」が31.1%、「企業による自主的な環境ラベルは信頼できないから」が15.6%、「環境に配慮された製品であることを知らなかったから」が8.9%、「その他」が11.1%と続いている。「その他」の理由として、「マークが多すぎて、何を意味しているのかが判りにくい」や「クリアした基準の内容による」等が挙げられている。

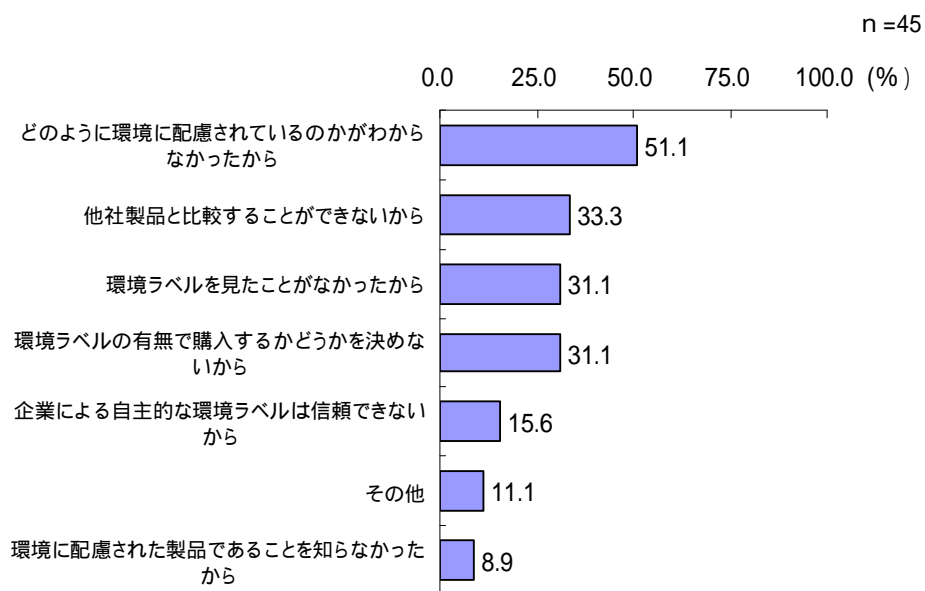


図12 企業による自主的な環境ラベルを参考にしたことがない理由

表12 企業による自主的な環境ラベルを参考にしたことがない理由

No.	カテゴリー名	n	%
1	環境に配慮された製品であることを知らなかったから	4	8.9
2	環境ラベルを見たことがなかったから	14	31.1
3	どのように環境に配慮されているのかがわからなかったから	23	51.1
4	企業による自主的な環境ラベルは信頼できないから	7	15.6
5	他社製品と比較することができないから	15	33.3
6	環境ラベルの有無で購入するかどうかを決めないから	14	31.1
7	その他	5	11.1
	全体	45	100.0

問8. 企業による自主的な環境ラベルに期待すること・改善点（SA）

企業による自主的な環境ラベルに期待すること又は改善点についてどのように考えるかとの間に、「他社製品との比較ができるような統一のマークや基準がほしい」が29.8%と最も多く、次いで、「科学的に裏付けのある根拠を示してほしい」が22.5%、「わかりやすく説明してほしい」が18.5%、「わかりやすい場所に表示してほしい」が12.6%、「詳しく説明してほしい」が7.9%、「対象製品を増やしてほしい」が4.6%、「大きく表示してほしい」が2.0%と続いている。マークの表示方法以上に、比較可能なマーク・基準、裏付けのある根拠に対する要望が高くなっている。

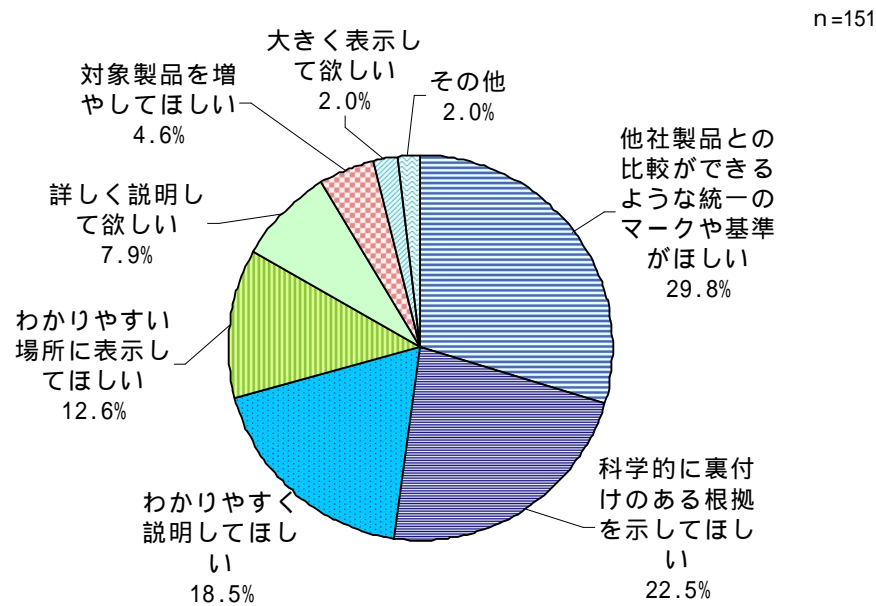


図13 企業による自主的な環境ラベルに期待すること・改善点

表13 企業による自主的な環境ラベルに期待すること・改善点

No.	カテゴリー名	n	%
1	わかりやすい場所に表示してほしい	19	12.6
2	大きく表示してほしい	3	2.0
3	わかりやすく説明してほしい	28	18.5
4	詳しく説明してほしい	12	7.9
5	科学的に裏付けのある根拠を示してほしい	34	22.5
6	他社製品との比較ができるような統一のマークや基準がほしい	45	29.8
7	対象製品を増やしてほしい	7	4.6
8	その他	3	2.0
	全体	151	100.0

問9. グリーン購入法適合マークの有効性 (S A)

グリーン購入法に適合していることを示すマークやロゴなどが有効に機能していると思うか、との問いに、65.6%が「有効に機能している」とし、28.5%が「有効に機能していない」と回答している。環境に配慮された物品を選択する際の目印としてマークの有効性が支持されているものと考えられる。

n=151

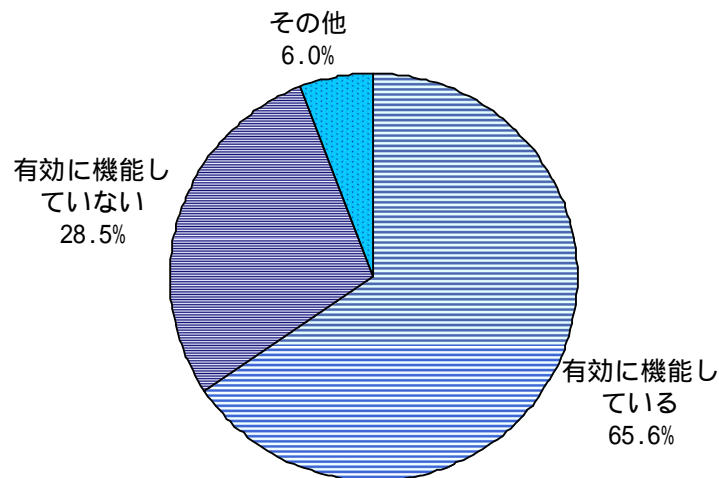


図14 グリーン購入法適合マークの有効性

表14 グリーン購入法適合マークの有効性

No.	カテゴリー名	n	%
1	有効に機能している	99	65.6
2	有効に機能していない	43	28.5
3	その他	9	6.0
	全体	151	100.0

問10. 統一のグリーン購入法適合マークの必要性 (SA)

グリーン購入法に適合していることを示すマークやロゴとして、統一されたものが必要だと思うか、との問いに、「必要である」が88.1%、「必要ではない」が11.9%と回答している。現状では、統一されたものはなく、各社の創意工夫によって表示されているが、9割近い回答者が統一のマークを望んでいることがわかる。

n=151

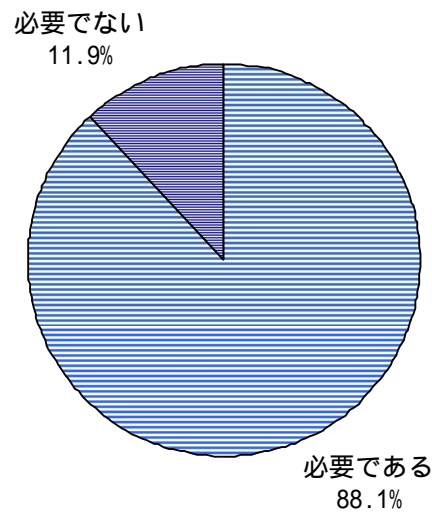


図15 統一のグリーン購入法適合マークの必要性

表15 統一のグリーン購入法適合マークの必要性

No.	カテゴリー名	n	%
1	必要である	133	88.1
2	必要ではない	18	11.9
	全体	151	100.0