

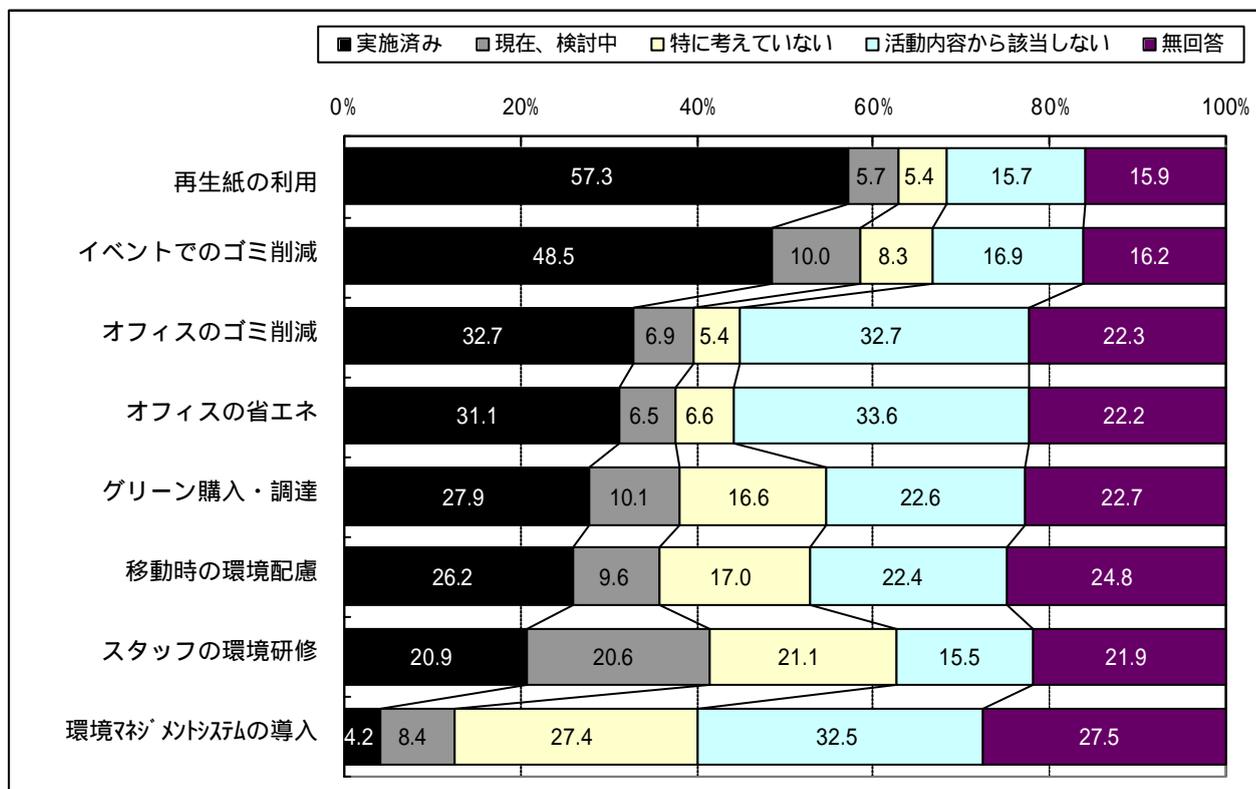
7. 事業者・消費者としての環境負荷削減の取組

7-1. 事業者・消費者としての環境負荷削減の取組内容：問 -1

(1) 全体的な傾向

- 事業者・消費者としての環境保全の取組(すなわち環境負荷の削減のための取組)について、八項目の実施状況をたずねた。(ここでは、選択肢の『活動内容から該当しない』と『無回答』も表示した。)
- 「再生紙の利用」(57.3%)と「イベントでのゴミ削減」(48.5%)は『実施済み』の多い取組であり、『現在、検討中』を加えると6割前後となる。これは、環境配慮の意思があれば容易に実施できるものである。
- 次いで「オフィスのゴミ削減」(32.7%)と「オフィスの省エネ」(31.1%)の『実施済み』が多く、『現在、検討中』を加えるといずれも約4割となるが、過半数とはならない。他方、『活動内容から該当しない』と『無回答』の合計が6割弱を占めるが、これは専用オフィスを主たる活動拠点としない団体が多いためと考えられる。
- 続いて「グリーン購入・調達」(27.9%)、「移動時の環境配慮」(26.2%)、「スタッフの環境研修」(20.9%)では『実施済み』が3割未満となるが、『現在、検討中』がやや多く(それぞれ10.1%、9.6%、20.6%)、合わせて概ね4割となる。
- 「環境マネジメントシステムの導入」(4.2%)の『実施済み』は少ないが、『現在、検討中』(8.4%)を足すと1割強(12.6%)となる。『活動内容から該当しない』と『無回答』の合計が6割弱を占める。この『特に考えていない』(27.4%)は八項目中で最も多い。

図表 3-7-1 事業者・消費者としての環境負荷削減の取組内容(全体)



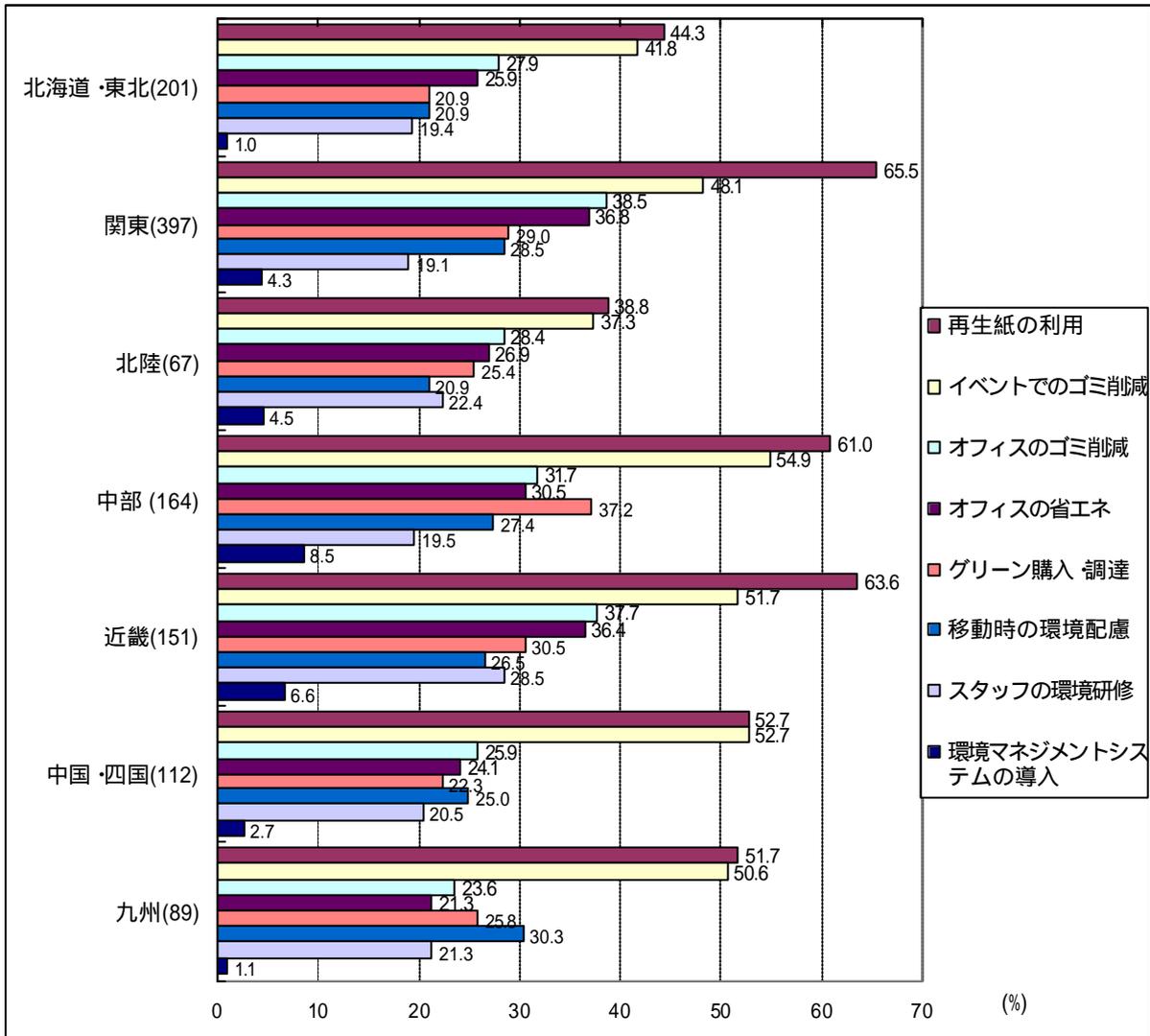
(2) 基本属性別の特徴

事業者・消費者としての環境負荷削減の実施率（所在地別）

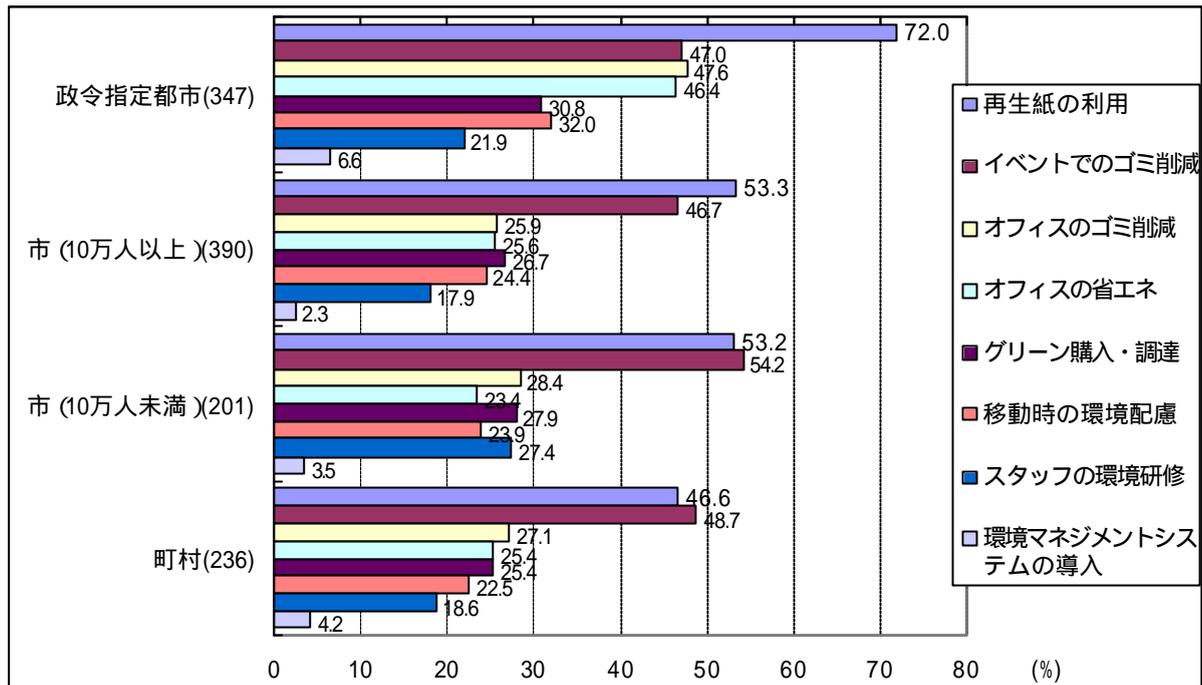
- 地方ブロック別にみると、既に実施している取組はいずれも「再生紙の利用」が最も多く、特に関東(65.5%)、近畿(63.6%)、中部(61.0%)が多い。「イベントでのゴミ削減」はいずれも4~5の実施率である。「オフィスのゴミ削減」と「オフィスの省エネ」については、関東と近畿で多く、それぞれ4割弱を占める。
- 市町村規模別にみると、いずれも「再生紙の利用」と「イベントでのゴミ削減」が多い。政令指定都市では「再生紙の利用」(72.0%)が特に多いが、「オフィスのゴミ削減」(47.6%)と「オフィスの省エネ」(46.4%)も多い。

図表 3-7-2 事業者・消費者としての環境負荷削減の実施率（所在地別）

(地方ブロック別)



(市町村規模別)

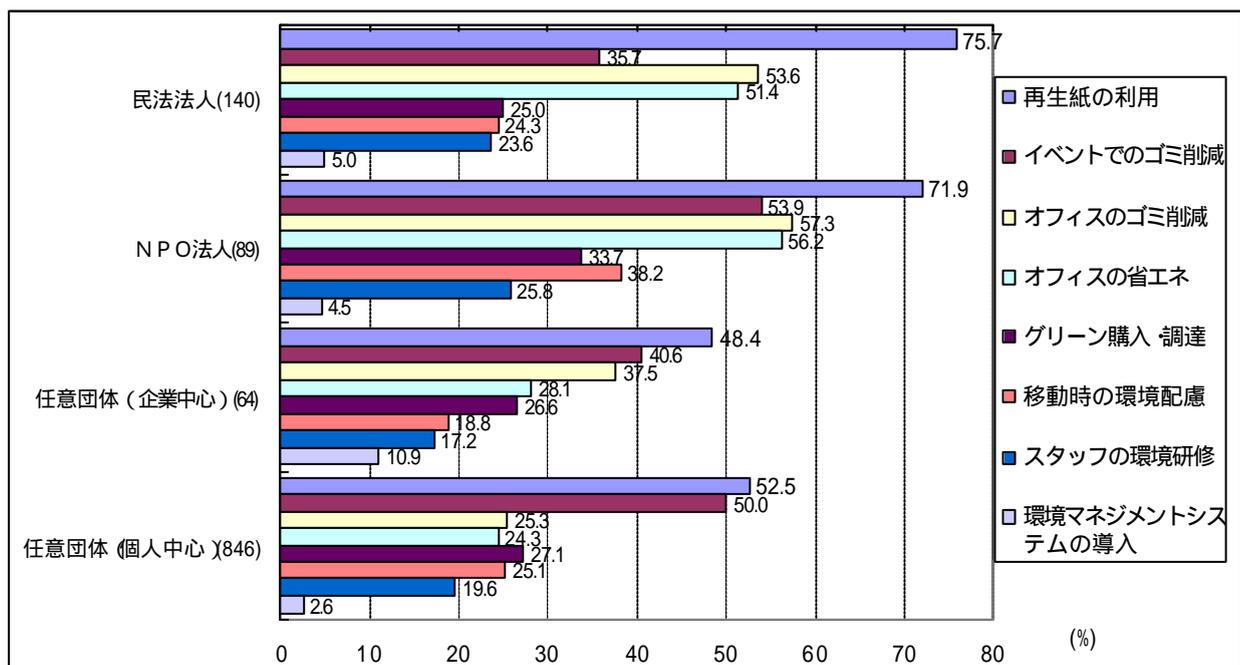


(注) 図表中の数値は「実施済み」の比率を示す。

事業者・消費者としての環境負荷削減の実施率(法人格別)

- 法人格別にみると、いずれも「再生紙の利用」が多いが、民法法人(75.7%)とNPO法人(71.9%)では7割を越す。また民法法人とNPO法人では、「オフィスのゴミ削減」と「オフィスの省エネ」も5~6割と実施率は比較的高い。

図表 3-7-3 事業者・消費者としての環境負荷削減の取組率(法人格別)

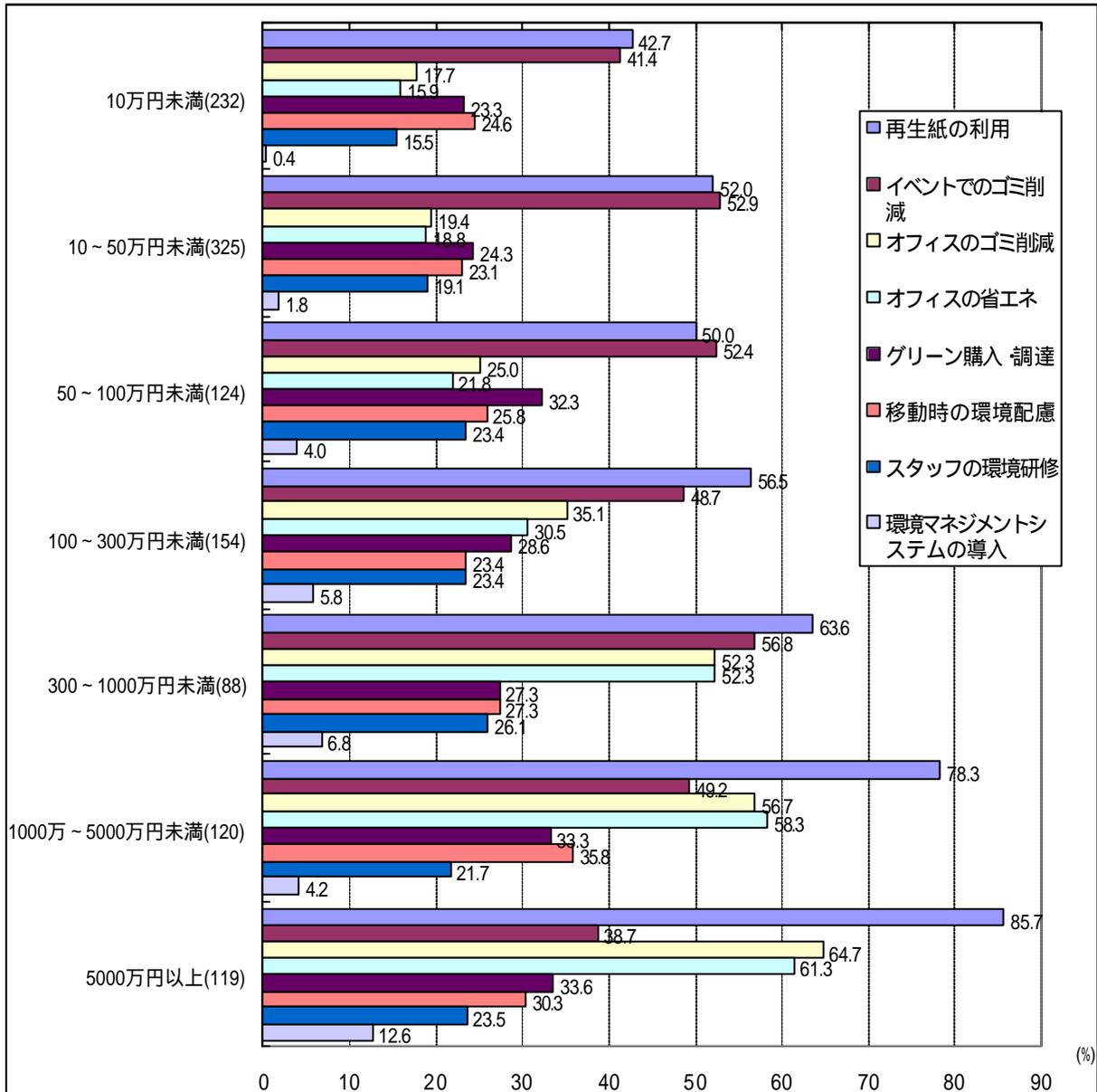


(注) 図表中の数値は「実施済み」の比率を示す。

事業者・消費者としての環境負荷削減の実施率（財政規模別）

- 財政規模別にみると、年間支出額が大きくなるほど取組内容は多様となるが、「再生紙の利用」は著しく多くなり、10万円未満の42.7%に対して5000万円以上では85.7%である。また「オフィスのゴミ削減」と「オフィスの省エネ」の実施率も高くなり、10万円未満では2割未満であるが5000万円以上では6割を越している。

図表 3-7-4 事業者・消費者としての環境負荷削減の取組率（財政規模別）



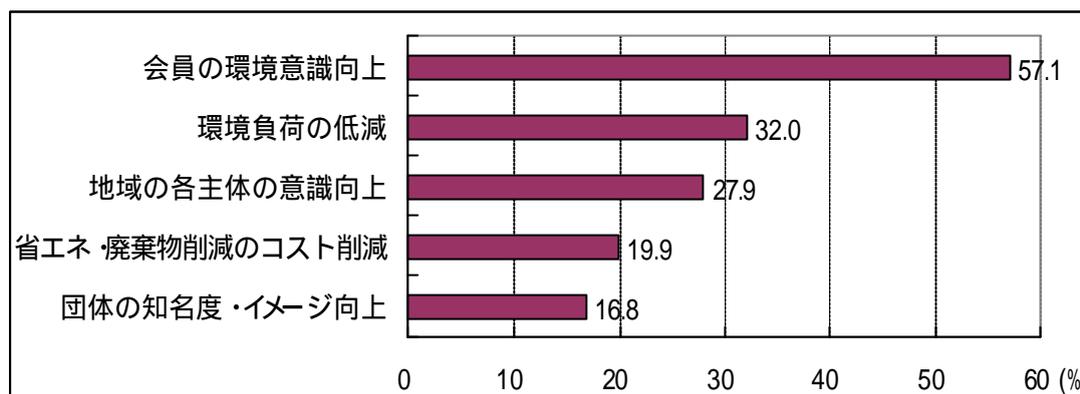
(注) 図表中の数値は「実施済み」の比率を示す。

7-2. 事業者・消費者としての環境負荷削減の取組による具体的な成果：問 2(複数回答)

(1) 全体的な傾向

- 前問 1 でたずねた事業者・消費者としての環境負荷削減の取組による具体的な成果として、最も多いのは「会員の環境意識向上」(57.1%)で 6 割近くを占める。第三位の「地域の各主体の環境意識向上」(27.9%)も合わせて、環境意識の向上に効果がでている。
- 取組の成果の第二位に「環境負荷の低減」(32.0%)、第四位には「省エネ・廃棄物削減によるコスト削減」(19.9%)があげられており、取組の直接的な成果がうかがわれる。「団体の知名度・イメージ向上」(16.8%)は比較的少ない。

図表 3-7-5 事業者・消費者としての環境負荷削減の取組による具体的な成果(複数回答)



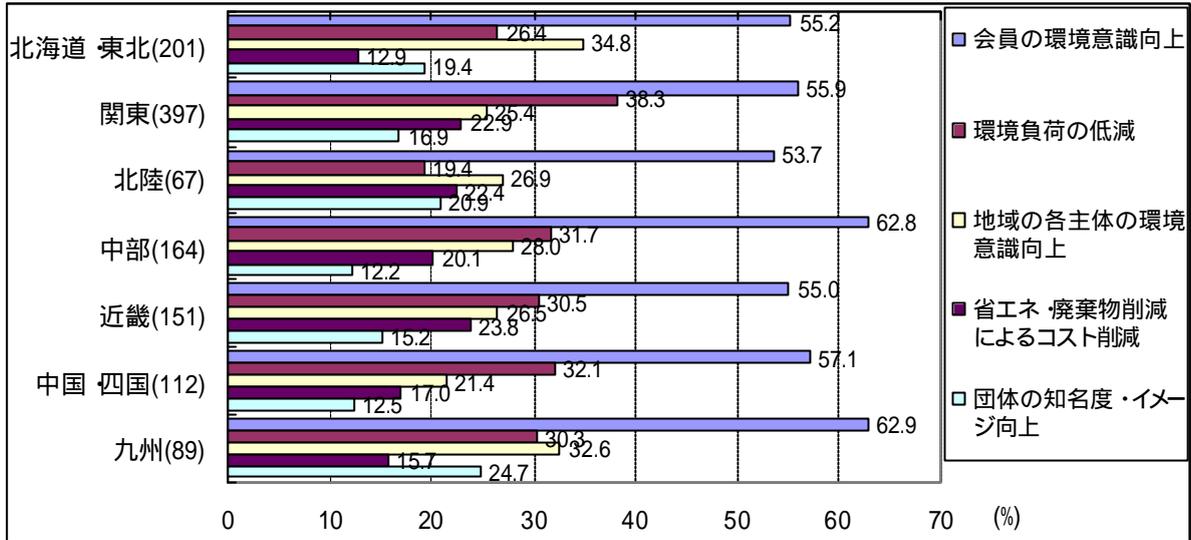
(2) 基本属性別の特徴

事業者・消費者としての環境負荷削減の取組による成果(所在地別)

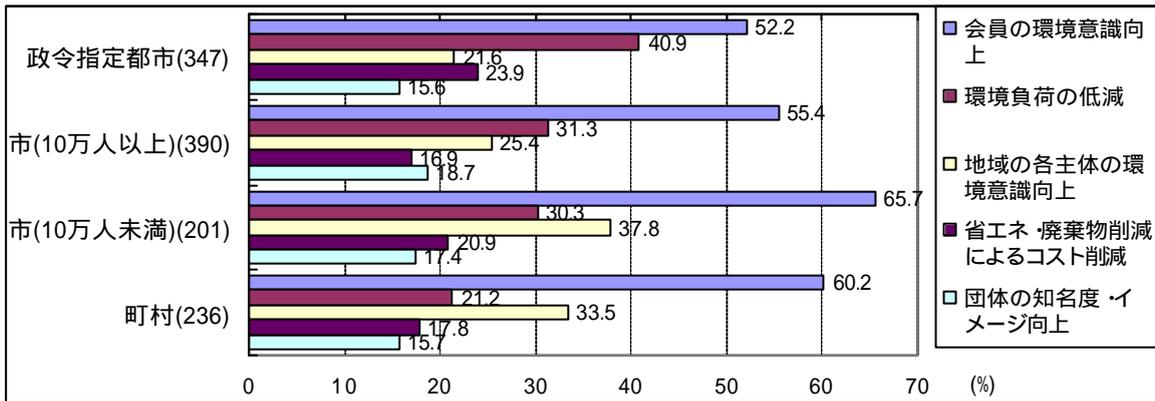
- 地方ブロック別にみると、取組の成果はいずれも「会員の環境意識向上」が首位を占め、中部(62.8%)と九州(62.9%)で特に多い。関東では「環境負荷の削減」(38.3%)が多く、北海道・東北と九州では「地域の各主体の環境意識向上」(それぞれ 34.8%、32.6%)が多い。
- 市町村規模別にみると、いずれも「会員の環境意識向上」が最も多いが、規模が大きいほど比率が高い。逆に規模が大きいほど「環境負荷の低減」が多く、政令指定都市の 40.9%に対して町村では 21.2%と少ない。

図表 3-7-6 事業者・消費者としての環境負荷削減の取組による成果(所在地別:複数回答)

(地方ブロック)



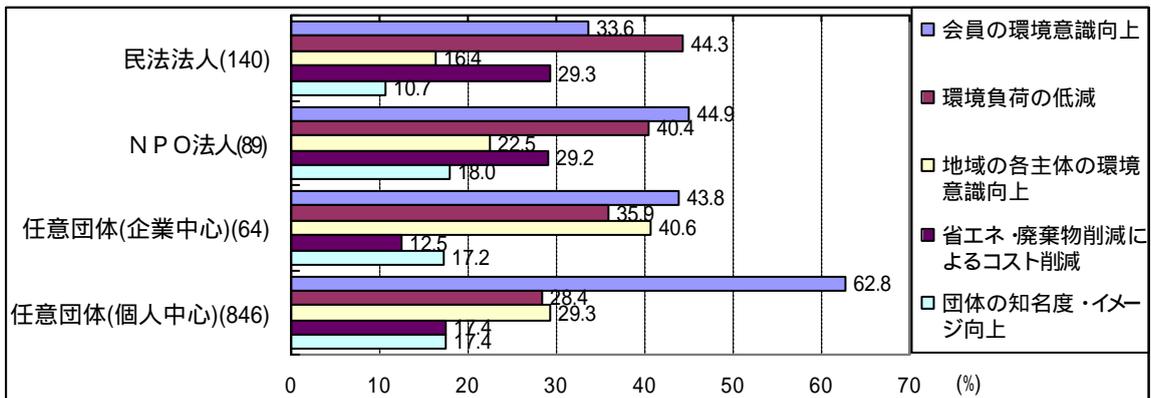
(市町村規模)



事業者・消費者としての環境負荷削減の取組による成果(法人格別)

- 法人格別にみると、個人中心の任意団体で「会員の環境意識の向上」(62.8%)が特に多く、民法法人やNPO法人では「環境負荷の低減」(それぞれ 44.3%、40.4%)が多い。

図表 3-7-7 事業者・消費者としての環境負荷削減の取組による成果(法人格別:複数回答)



事業者・消費者としての環境負荷削減の取組による成果(財政規模別)

- 財政規模別にみると、年間支出額が小さいほど「会員の環境意識向上」が多くなり、逆に年間支出額が大きいほど「環境負荷の低減」と「省エネ・廃棄物削減によるコスト削減」が多くなる。
- 例えば、10万円未満では「会員の環境意識向上」(59.5%)に対して「環境負荷の低減」(22.8%)は半分以下である。5000万円以上では、それぞれ40.3%、55.5%となり逆転している。

図表 3-7-8 事業者・消費者としての環境負荷削減の取組による成果(財政規模別:複数回答)

