

# 消費者を対象としたインターネット調査結果報告

～ 商品選択に際し、環境面でのディスクロージャーは、  
どの程度考慮に入れられているか？～

平成21年4月

国土交通省 国土交通政策研究所

株式会社NTTデータ経営研究所

株式会社日通総合研究所

# 調査実施内容

- 調査内容

- 消費者の商品購入時における判断項目を調査し、その意識につき検証する。
- 価格、ブランド、性能、安全性、環境配慮などの判断項目を設け、それぞれにつき、「全く重要でない」、「あまり重要でない」、「どちらでもない」、「やや重要である」、「とても重要である」の5段階で評価。
- 回答者に対し、同じ評価を複数の項目に付すことは構わないが、全てが同じにはならないよう配慮するよう、注意喚起した。

- 調査対象商品(6種類)

- 生鮮野菜、ペットボトルお茶、洗顔料、肌着、暖房器具、乗用車

- 調査対象者

- 地域(7):北海道・東北、関東、甲信越・北陸、東海、近畿、中国・四国、九州・沖縄
- 性別(2):男女
- 年齢(5):20、30、40、50、60以上
- セグメントごとの回答者数:40名以上
- 回答者総数:2876名

- 調査実施時期

- 平成21年3月12日(木)～3月17日(火)

- 調査方法

- インターネット調査(gooリサーチ)

## 1. 生鮮野菜、ペットボトルお茶、洗顔料、肌着

商品購入時の判断項目として、「とても重要」及び「やや重要」を選択した割合についてみると、「価格」、「安全性」等が80～90%前後。重要な判断項目として評価。

「環境配慮(生産・輸送時)」又は「環境配慮(廃棄時)」についても、「とても重要」、「やや重要」を合わせると約半数。「価格」等には劣るものの重視。

## 2. 暖房器具、乗用車

商品購入時の判断項目として、「とても重要」及び「やや重要」を選択した割合についてみると、「価格」「性能」「安全性」等が90%前後。重要な判断項目として評価。

「環境配慮(使用時)」は80～90%近い。上記の判断項目と比較すると低いものの、重要な判断項目。

「環境配慮(生産・輸送時)」及び「環境配慮(廃棄時)」についても、50～60%程度。「価格」、「環境配慮(使用時)」等には劣るものの重視。

## 3. 「環境配慮」と「ブランド」の回答との関係

「環境配慮」及び「ブランド」については、いずれの商品においても、「とても重要」及び「やや重要」を合わせると、ほぼ同等、又は「環境配慮(使用時)」については「ブランド」を上回る。

商品購入時における商品の「環境配慮」は、消費者にとっては、商品の「ブランド」価値と同様に受け止められるまでに、その意義が高まっている。

## 4. 年齢層別にみた「環境配慮」についての分析

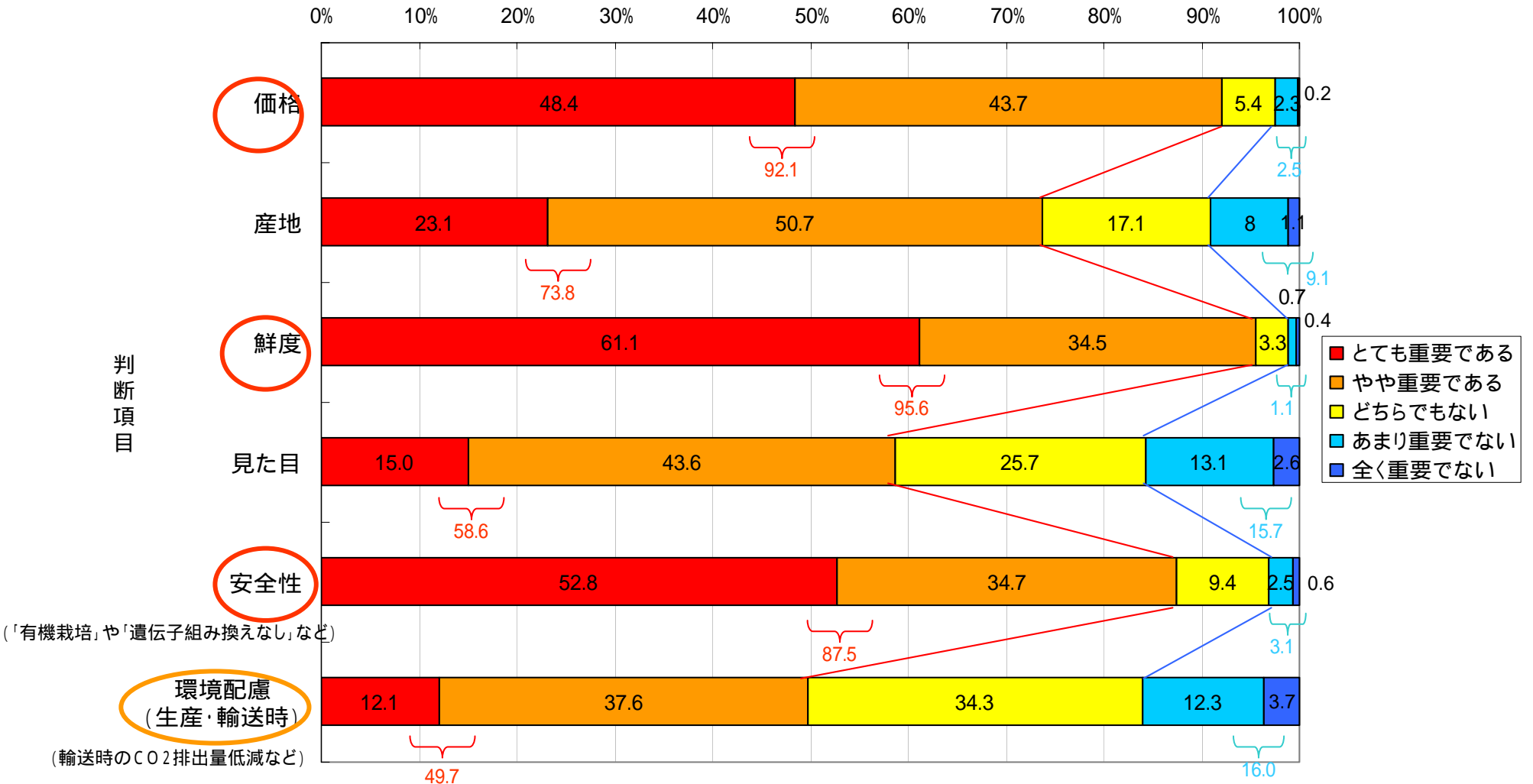
男女ともに、年齢が高いほど環境配慮に対する意識が高い。

商品別に見てみると、

- ・生鮮野菜、洗顔料、ペットボトルなどについては、年齢別における意識の相違が大きい。
- ・暖房器具や乗用車など、使用時において継続的に環境負荷を発生する商品においては、年齢別における意識の相違が比較的小さい。

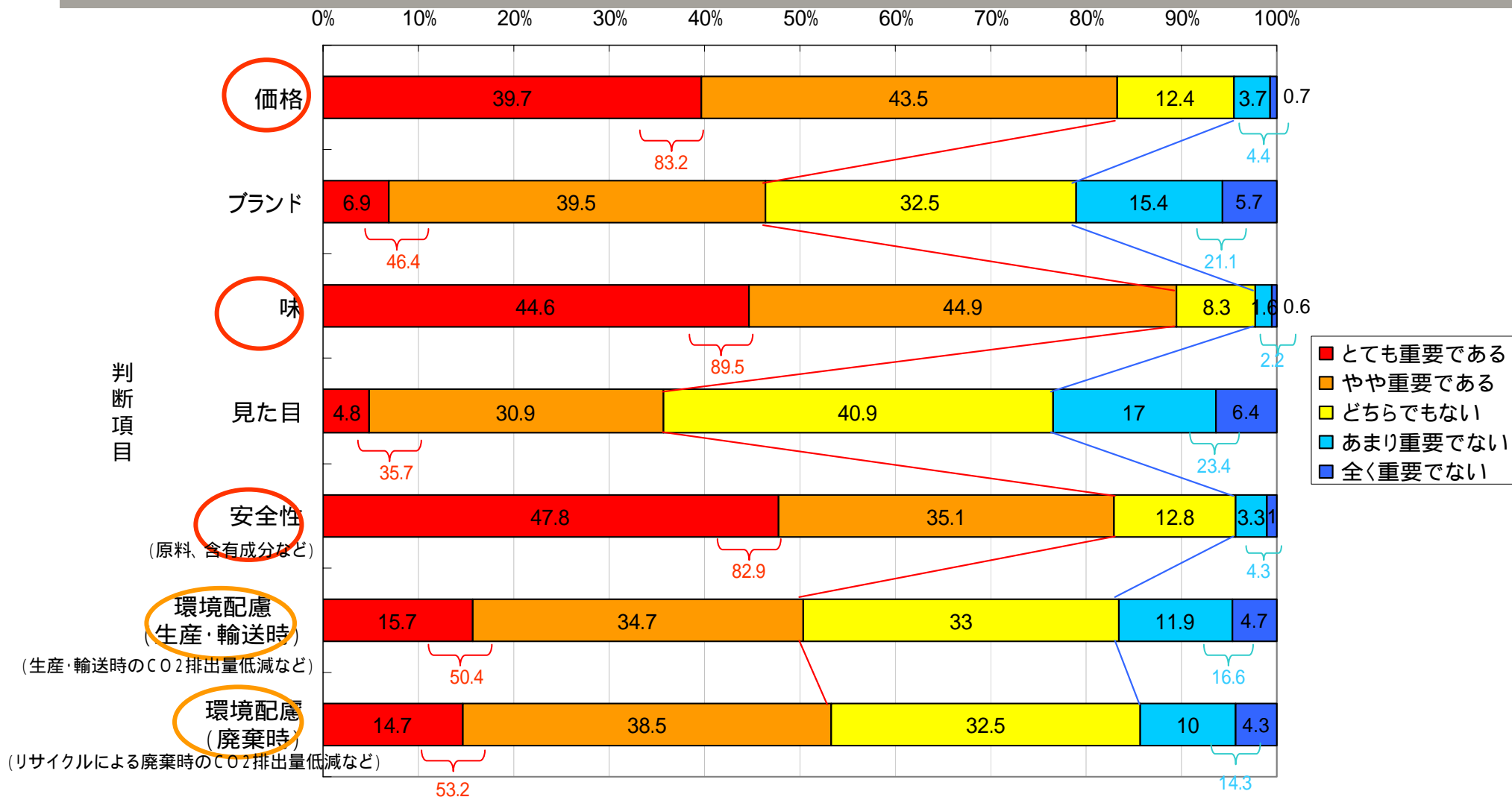
# 生鮮野菜

- 商品購入時の判断項目として、「とても重要」及び「やや重要」を選択した割合についてみると、「価格」、「鮮度」、「安全性」が90%前後の高い回答率を示し、重要な判断項目として評価されている。
- 「環境配慮(生産・輸送時)」についても、「とても重要」、「やや重要」を合わせると約半数の回答率に達し、「価格」等には劣るものの重視されていることが判明した。



# ペットボトルお茶

- 商品購入時の判断項目として、「とても重要」及び「やや重要」を選択した割合についてみると、「価格」、「味」、「安全性」が80～90%の高い回答率を示し、重要な判断項目として評価されている。
- 「環境配慮(廃棄時)」及び「環境配慮(生産・輸送時)」についても、「とても重要」、「やや重要」を合わせると半数を超える回答率となっており、「価格」等には劣るものの重視されていることが判明した。

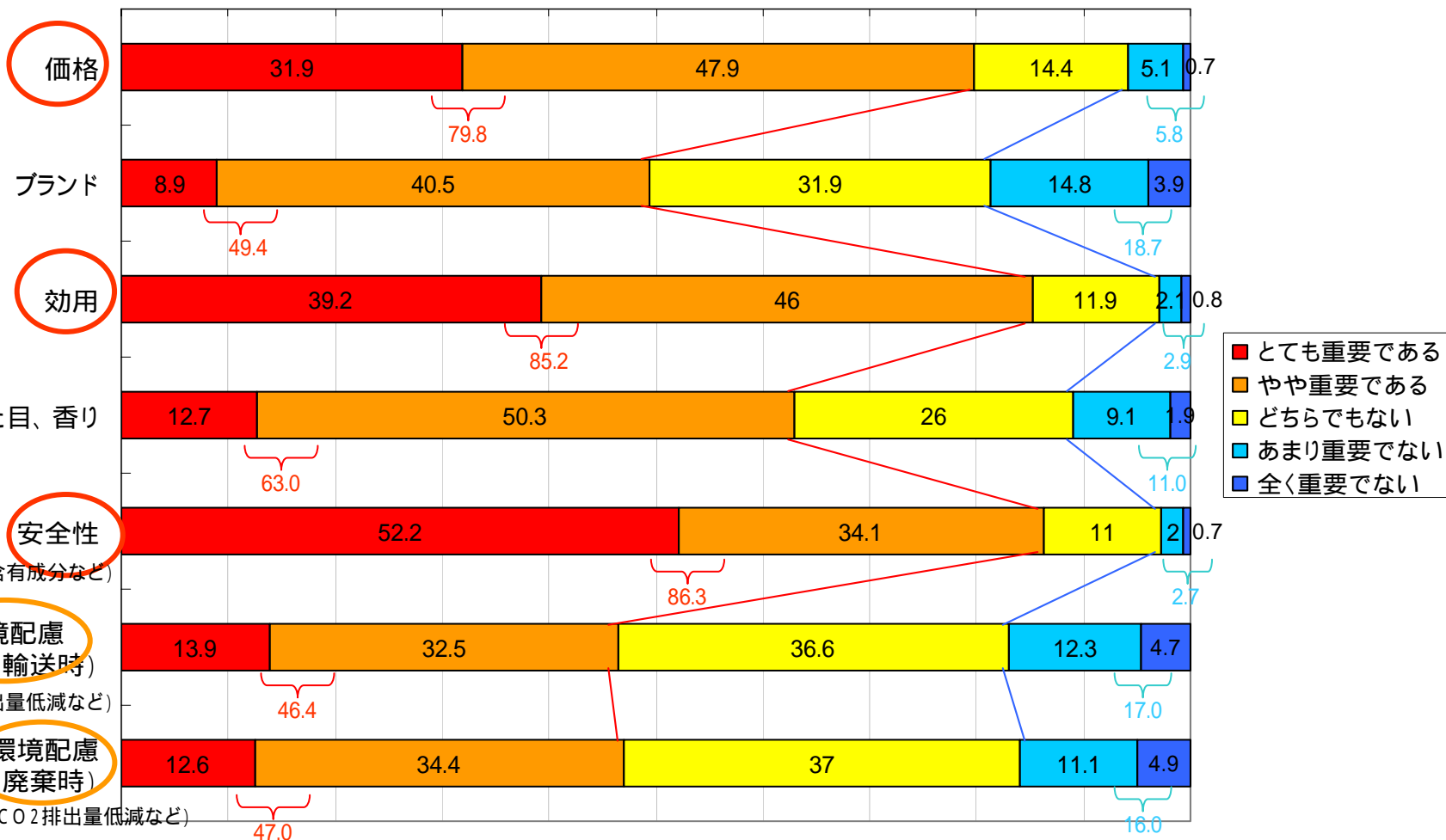


# 洗顔料

商品購入時の判断項目として、「とても重要」及び「やや重要」を選択した割合についてみると、「価格」、「効用」、「安全性」が80%前後の高い回答率を示し、重要な判断項目として評価されている。

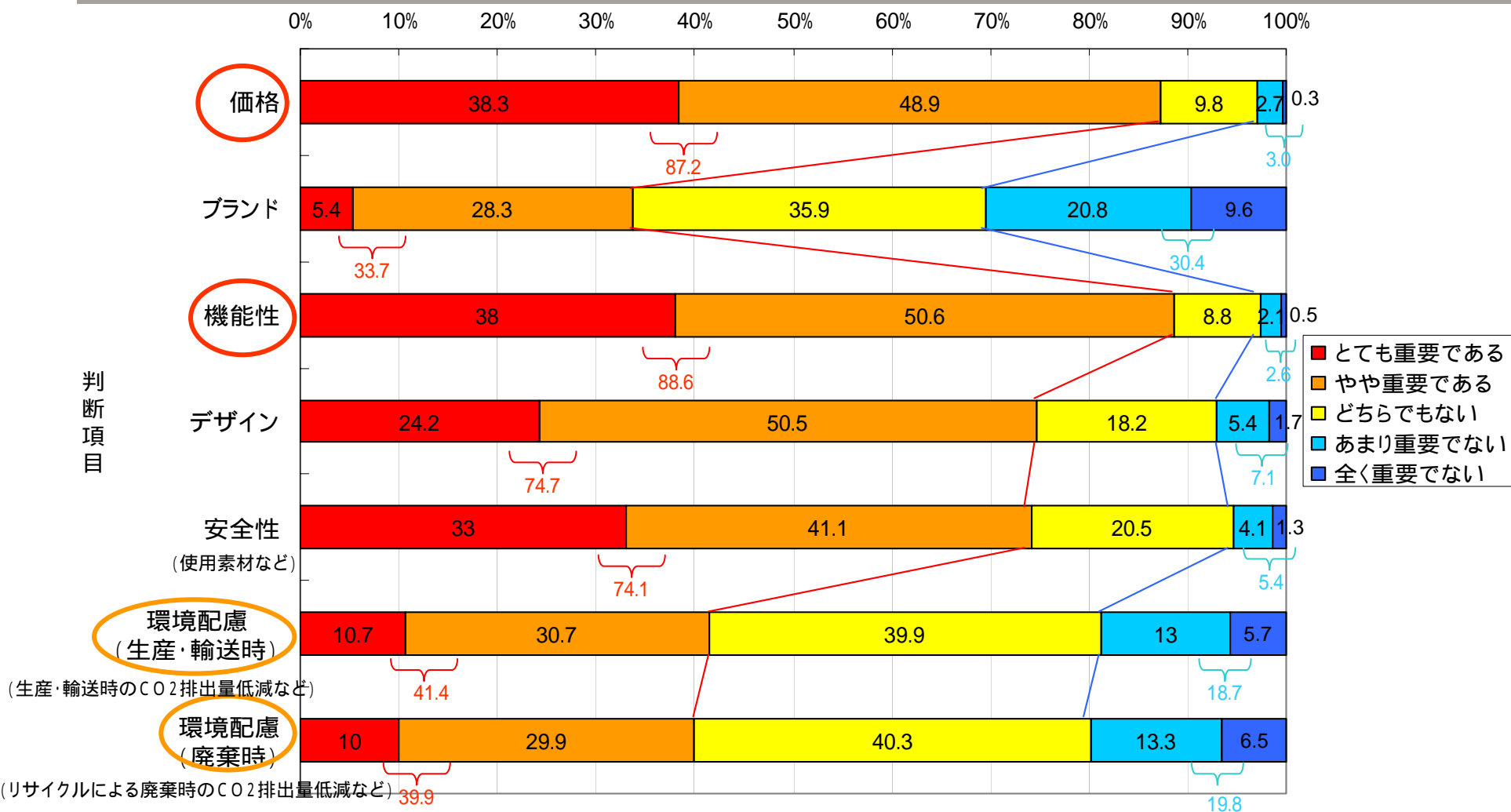
「環境配慮(廃棄時)」及び「環境配慮(生産・輸送時)」についても、「とても重要」、「やや重要」を合わせると約半数の回答率となっており、「価格」等には劣るものの重視されていることが判明した。

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



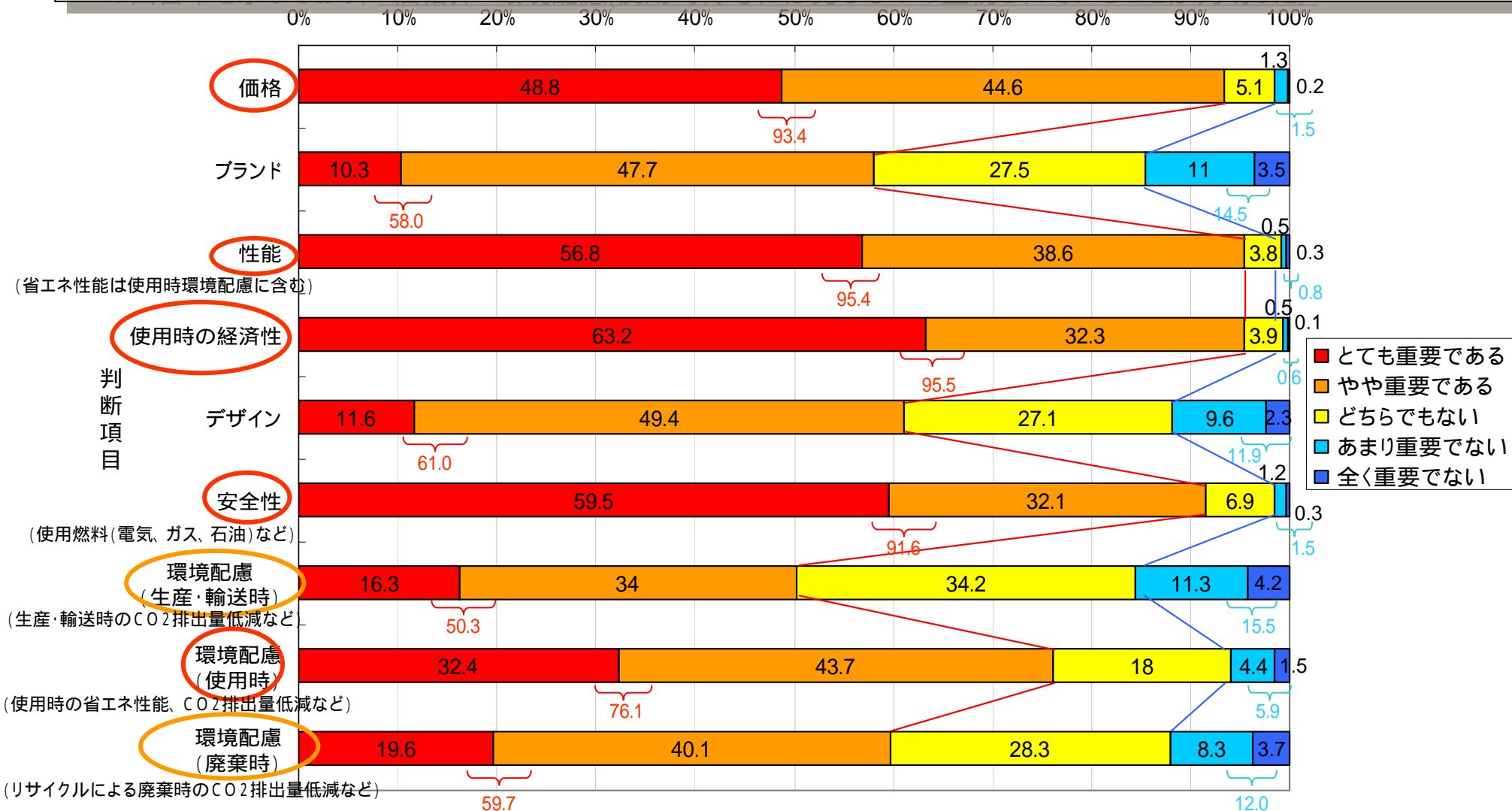
# 肌着

- 商品購入時の判断項目として、「とても重要」及び「やや重要」を選択した割合についてみると、「価格」、「機能性」が90%近くの高い回答率を示し、重要な判断項目として評価されている。
- 「環境配慮(生産・輸送時)」及び「環境配慮(廃棄時)」についても、「とても重要」、「やや重要」を合わせるといずれも40%程度の回答率となっており、「価格」等には劣るものの重視されていることが判明した。



# 暖房器具

- 商品購入時の判断項目として、「とても重要」及び「やや重要」を選択した割合についてみると、「価格」「性能」「使用時の経済性」「安全性」が、いずれも90%以上の高い回答率を示している。
- 「環境配慮」についても、「環境配慮(使用時)」が80%近い回答率(76.1%)を示し、上記の判断項目と比較すると低いものの、重要な判断項目と評価されている。「環境配慮(生産・輸送時)」及び「環境配慮(廃棄時)」についても、50~60%程度の回答率を示しており、「価格」「環境配慮(使用時)」等には劣るものの重視されていることが判明した。

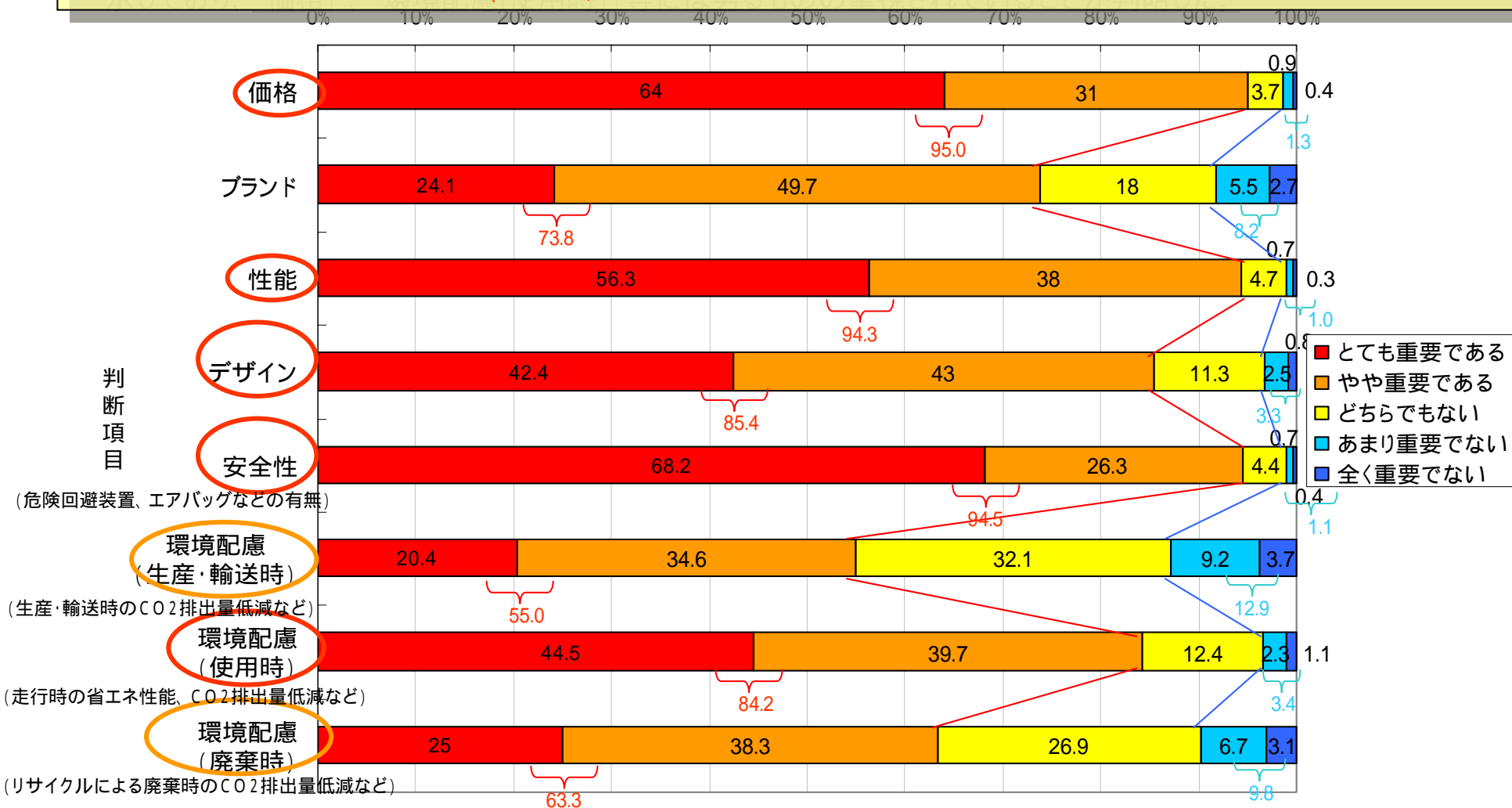




# 乗用車

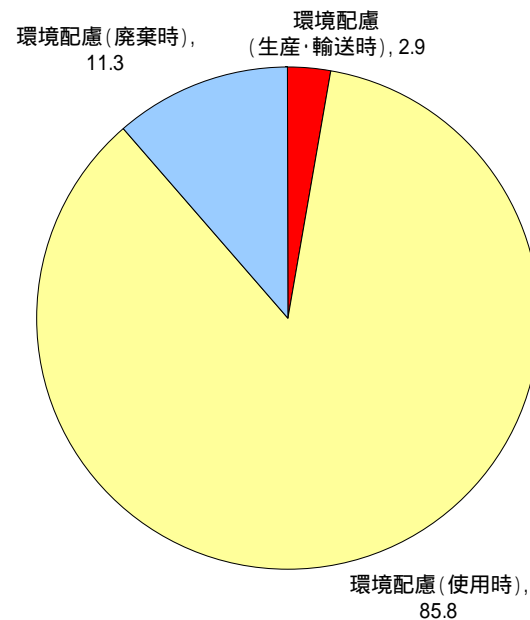
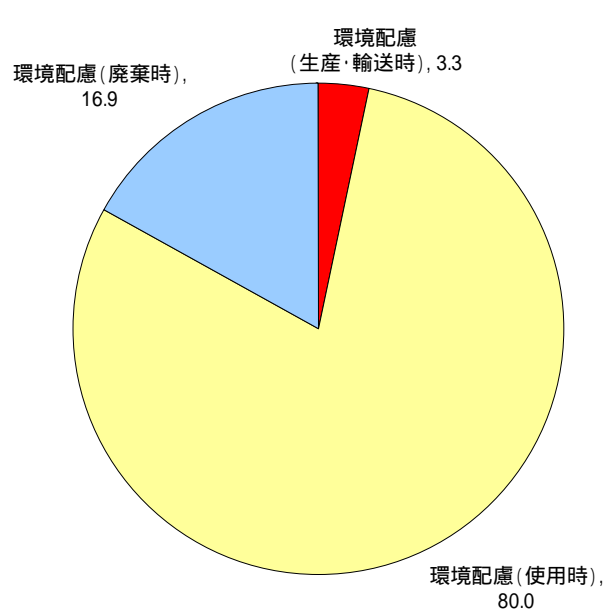
・商品購入時の判断項目として、「とても重要」及び「やや重要」を選択した割合についてみると、「価格」「性能」「デザイン」「安全性」が、いずれも90%前後の高い回答率を示している。

・「環境配慮」についても、「環境配慮(使用時)」が90%近い回答率(84.2%)を示し、上記の判断項目と同等の重要な判断項目と評価されている。「環境配慮(生産・輸送時)」及び「環境配慮(廃棄時)」についても、60%程度の回答率を示しており、「価格」、「環境配慮(使用時)」等には劣るものの重視されていることが判明した。



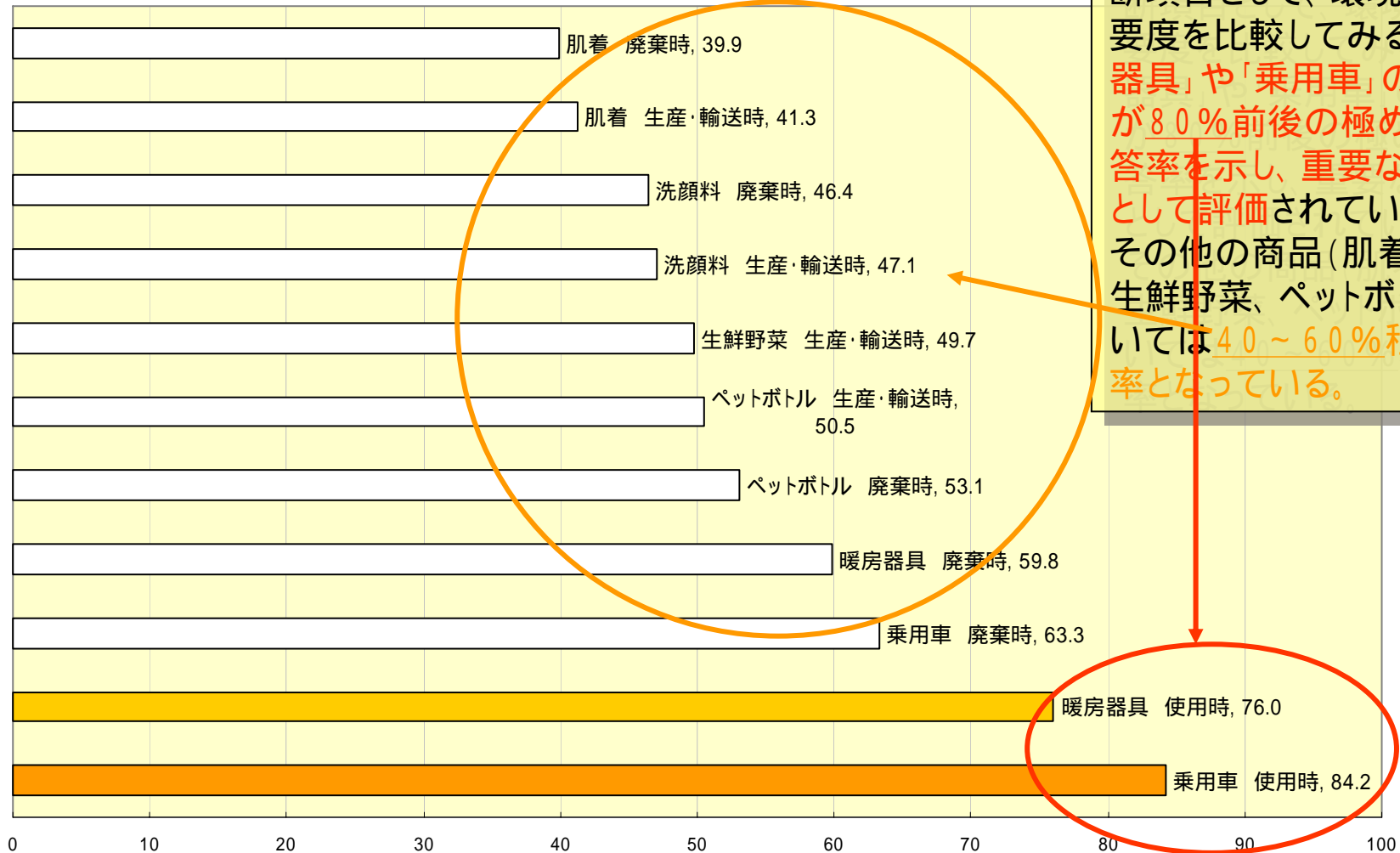
## 暖房器具、乗用車の環境配慮における重要度の比較

暖房器具及び乗用車の購入時において、仮に環境配慮以外の判断項目の評価が同じであると想定した場合、「環境配慮(生産・輸送時)」「環境配慮(使用時)」「環境配慮(廃棄時)」のいずれを優先するかについて聞いたところ、暖房器具及び乗用車のいずれも、「環境配慮(使用時)」が80%前後の高い評価となる一方、「環境配慮(廃棄時)」は10~20%程度、「環境配慮(生産・輸送時)」は約3%と低い評価に留まっている。



# 商品ごとのその購入時における環境配慮の重要度比較

商品購入時における環境配慮重要度比較 (%)  
(「とても重要」「やや重要」の合計値)

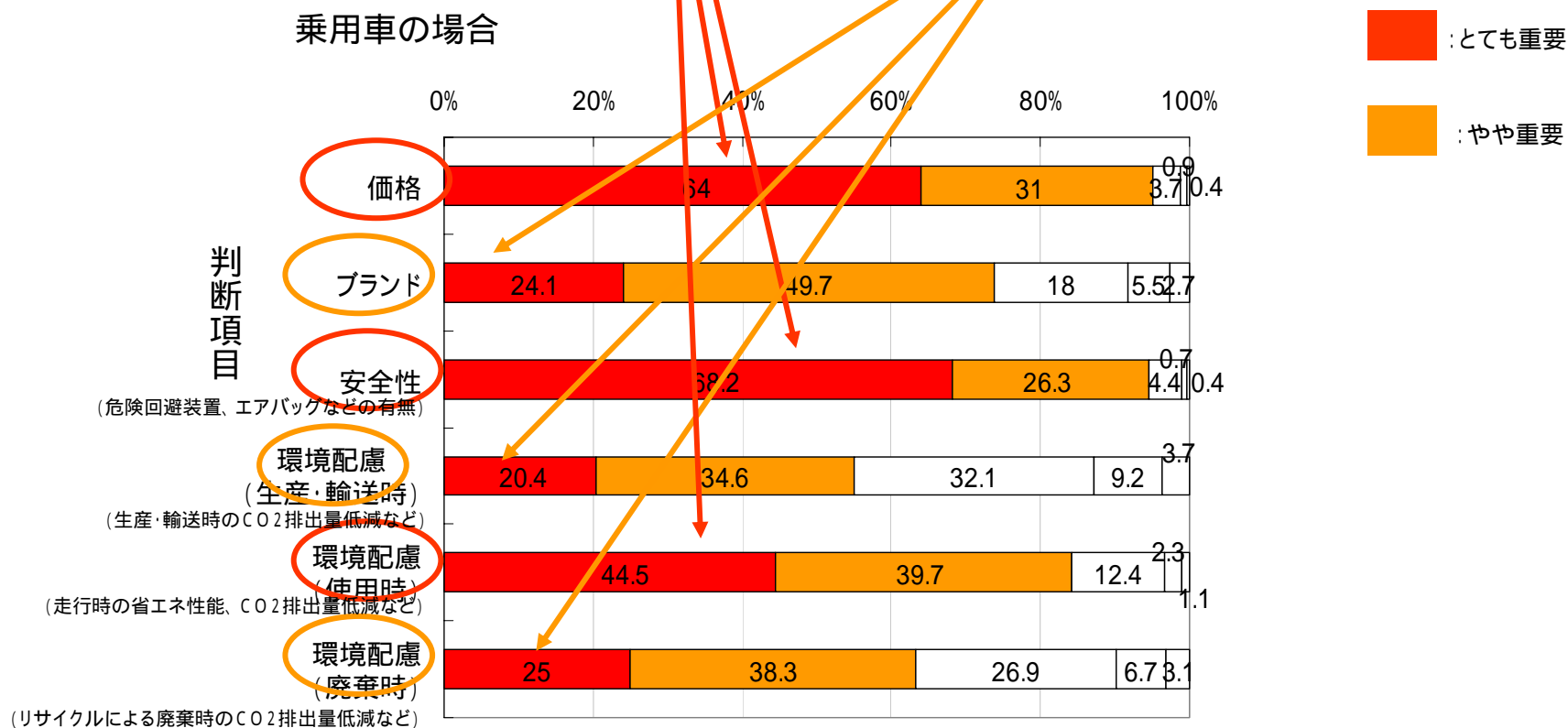


商品ごとに、その購入時の判断項目として、環境配慮の重要度を比較してみると、「暖房器具」や「乗用車」の「使用時」が80%前後の極めて高い回答率を示し、重要な判断項目として評価されている。その他の商品(肌着、洗顔料、生鮮野菜、ペットボトル)については40~60%程度の回答率となっている。

# 「とても重要」及び「やや重要」の割合からみた分析

「価格」、「安全性」、「環境配慮(使用時)」等は、「とても重要」の割合が一番高く、また、「やや重要」の割合も高くなっている。これらの判断項目は、商品選択における絶対要件であると考えられる。

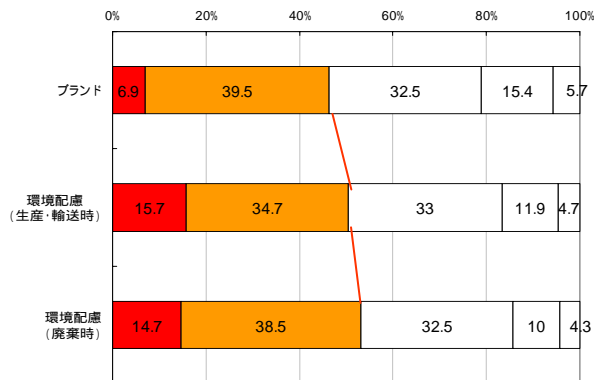
「ブランド」や「環境配慮(乗用車の使用時を除く)」は、「とても重要」の割合を大きく上回って「やや重要」の割合が一番高くなっている。これらの判断項目は、商品選択において「あることが望ましい」という程度の要件であると考えられる。



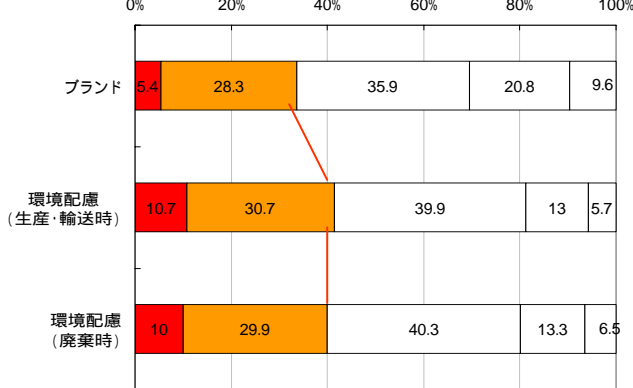
# 「環境配慮」と「ブランド」の回答との関係

- ・「環境配慮」及び「ブランド」については、いずれの商品においても、「とても重要」及び「やや重要」を合わせると、**ほぼ同等、又は「環境配慮(使用時)」については「ブランド」を上回っている。**
- ・この結果から、商品購入時における商品の「環境配慮」は、消費者にとっては、商品の「ブランド」価値と同様に受け止められるまでに、その意義が高まっているものと推察される。

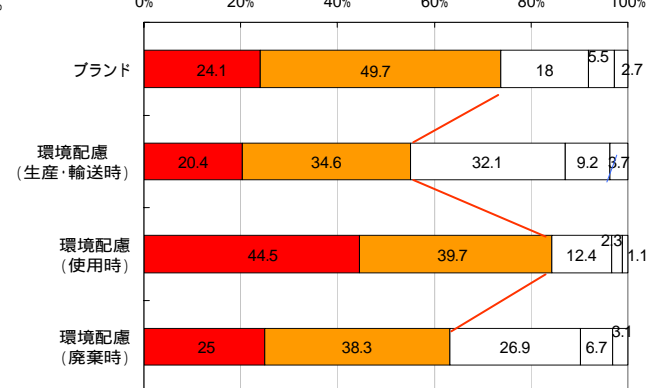
ペットボトルお茶



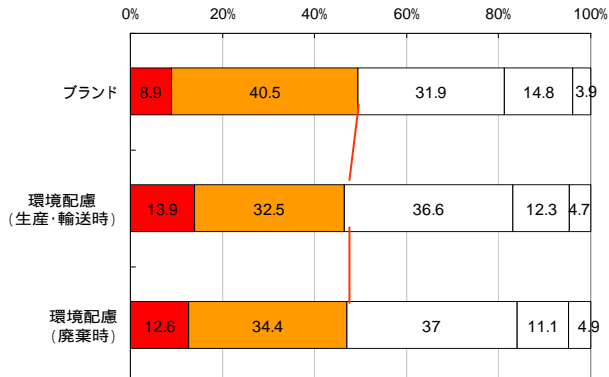
肌着



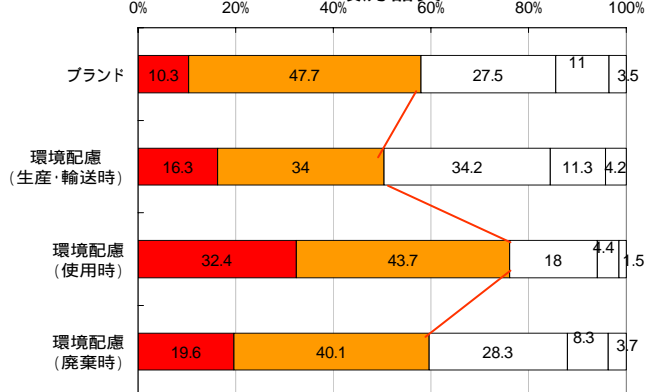
乗用車



洗顔料



暖房器具

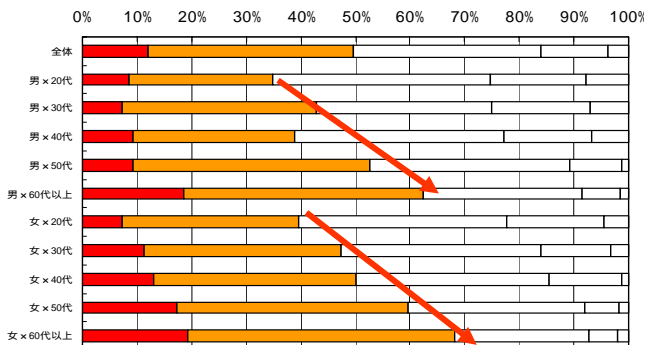


# 年齢層別にみた「環境配慮」についての分析

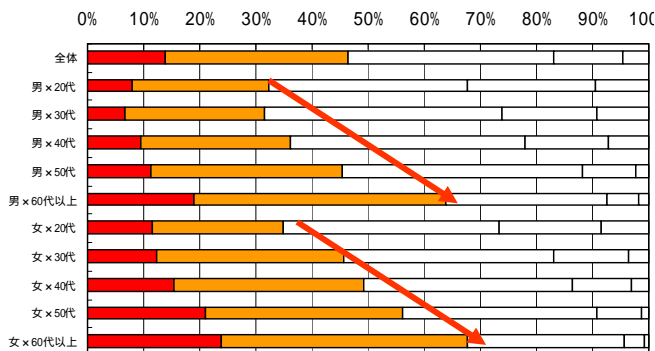
「環境配慮」について年齢別にみると、

- ・男女ともに、年齢が高いほど環境配慮に対する意識が高いことが分かる。
- ・商品別に見てみると、生鮮野菜、洗顔料、ペットボトルなどについては年齢別における意識の相違が大きく、暖房器具や乗用車など、使用時において継続的に環境負荷を発生する商品においては、年齢層間における意識が比較的小さいことが分かる。

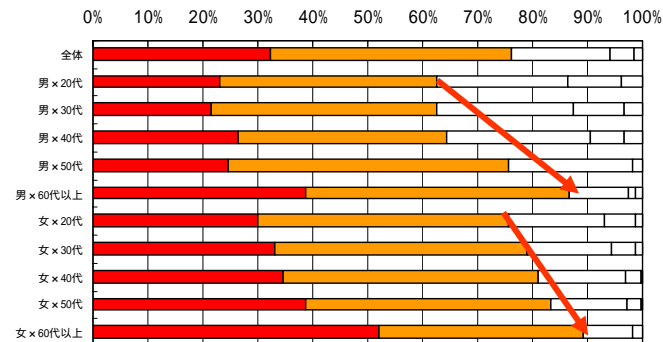
生鮮野菜(生産・輸送時)



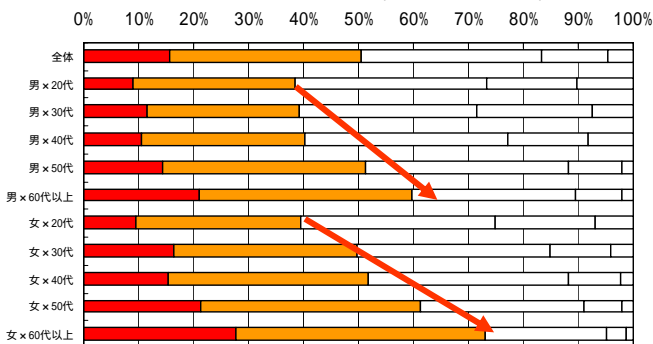
洗顔料(生産・輸送時)



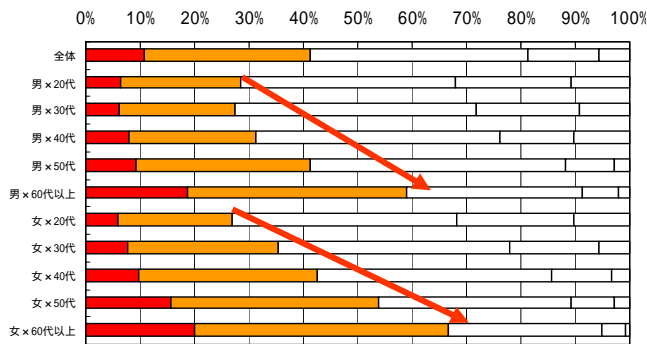
暖房器具(使用時)



ペットボトルお茶(生産・輸送時)



肌着(生産・輸送時)



乗用車(使用時)

