



半数以上が地球温暖化について「非常に危機感を感じる」

全国の既婚女性1199人に、地球温暖化について知っているかを聞いたところ、「詳しく知っている」21.0%、「やや知っている」76.1%、「あまり知らない」2.9%となった(グラフ)。「詳しく知っている」「やや知っている」を合わせると97.1%となり、地球温暖化に対する関心の高さがうかがえる。

また、地球温暖化についてどう感じているかは、「非常に危機感を感じる」54.1%が半数を超え、次いで「やや危機感を感じる」42.5%。9割以上の人々が地球温暖化に危機感を感じている(グラフ)。

環境のため(地球温暖化防止のため)にしていることがある人は83.8% 具体的な取り組みは「近いところへは歩くか、自転車で行く」

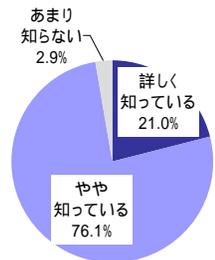
環境のため(地球温暖化防止のため)にしていることは、「ある」83.8%、「ない」2.9%、「どちらともいえない」13.3%となり、大多数の人が環境のために何かしらの取り組みをしている(グラフ)。また、地球温暖化について高い危機感を感じている人ほどその割合が高くなる。

環境のため(地球温暖化防止のため)にしていることが「ある」人に、その取り組みに最も積極的な家族を聞いたところ、「本人」88.5%が圧倒的だった。次いで、「夫」6.4%、「子ども」2.7%と続く(グラフ)。

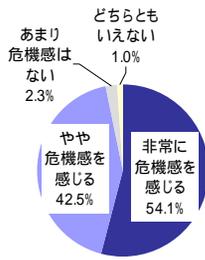
具体的に実行した、実行している取り組みは、「近いところへは歩くか、自転車で行く」76.8%、「風呂の残り湯を洗濯にまわす」73.3%、「冷房の温度を1度高く、暖房の温度を1低く設定する」72.0%と続く(グラフ)。地球温暖化について高い危機感を感じている人ほど、さまざまな取り組みを行っていた。

また、この1年で新たに実行したことは、「近いところへは歩くか、自転車で行く」34.1%、「冷房の温度を1高く、暖房の温度を1低く設定する」30.3%、「風呂の残り湯を洗濯にまわす」26.6%となった(グラフ)。

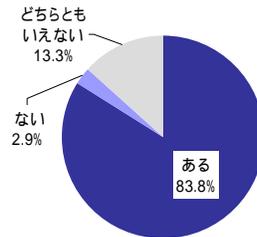
(グラフ) 地球温暖化について知っているか (n=1190)



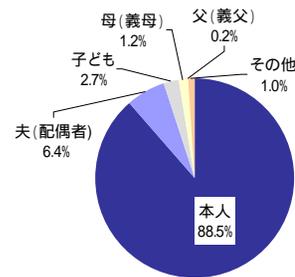
(グラフ) 地球温暖化についてどう感じているか (n=1195)



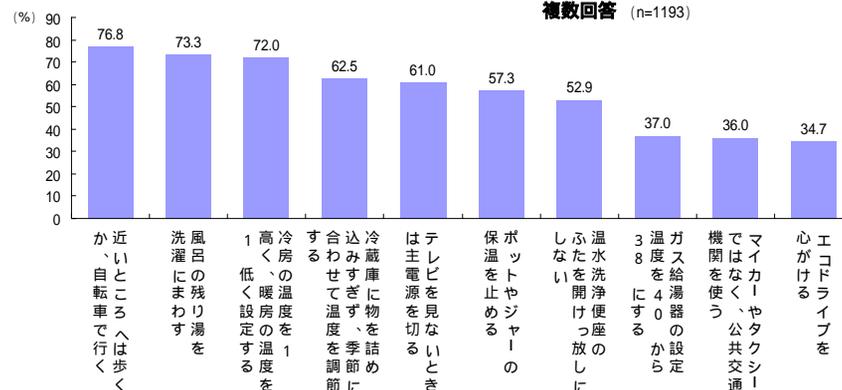
(グラフ) 環境のため(地球温暖化防止のため)にしていることはあるか (n=1185)



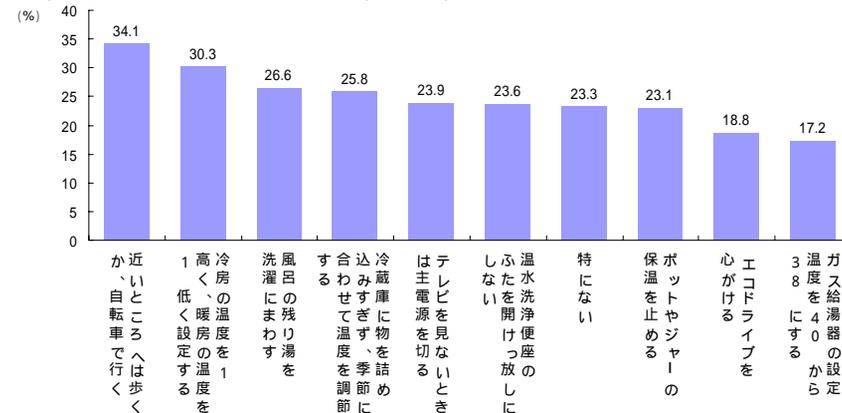
(グラフ) <環境のため(地球温暖化防止のため)にしていることがある人> その取り組みに最も積極的な家族 (n=989)



(グラフ) 具体的に実行した、実行している取り組み(上位10位)



(グラフ) この1年間で新たに実行した取り組み(上位10位)



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



「カーボンオフセット」を「聞いたことはある」51.3%

「カーボンオフセット」()を知っているかは、「内容までよく理解している」5.5%、「聞いたことはある」51.3%、「知らない」43.2%となり、「カーボンオフセット」という言葉は知っていても、内容の認知度はまだ低いようだ(グラフ)。

また、「カーボンオフセット」の商品を買ったことはあるか聞いたところ、「ない」93.8%、「ある」6.2%となり、9割以上の人を買ったことはないと回答した(グラフ)。

環境問題についての意見をフリーアンサーで聞いたところ、「子供が産まれてからは、危機感が増えました。この子が成人するころ、環境はどうなっているのか...とよく考えてしまいます」(熊本県/35歳/専業主婦)、「国、企業、個人それぞれがそれぞれのレベルでの取り組みを積極的にすることが大切。誰かまかせではだめだと思う」(京都府/50歳/パート・アルバイトワーク)、「環境問題に対して非常に関心があり、取り組んでいますが、正直、どれだけの効果があるのか実感できないのが現状。もっと、社会全体が環境問題に対して情報提供をするなり、行動や姿勢を見せて欲しいです」(兵庫県/33歳/在宅ワーカー)、「エコ気分にとらわれてマイバッグやマイ箸を大量生産・販売するのは本末転倒ではないかと思う」(大阪府/30歳/フルタイムワーク)などの意見が挙がった。

()カーボンオフセットとは、生活や経済活動などにより排出されてしまうCO2などを、植林、森林保護、クリーンエネルギー事業などを行うことで相殺しようという考え方や活動のこと。

<回答者プロフィール>

年齢:20代 8.6%、30代 40.4%、40代 30.6%、50代 14.5%、60代以上 5.9%。平均年齢 41.2歳。
居住地:関東 48.3%(東京都 18.0%、神奈川県 14.7%、千葉県 8.0%、埼玉県 5.5%、栃木県 1.2%、茨城県 0.7%、群馬県 0.3%)、北海道 1.4%、東北 3.3%、北陸 0.9%、甲信 0.3%、東海 7.1%、近畿 27.4%(大阪府 10.8%、兵庫県 9.6%、京都府 4.5%、滋賀県 1.3%、和歌山県 1.0%、奈良県 0.3%)、中国 3.4%、四国 2.3%、九州 5.5%、沖縄 0.1%。
働き方:専業主婦 58.9%、フルタイムワーク 16.1%、パート・アルバイトワーク 19.3%、自由・自営業 1.7%、在宅ワーカー 1.1%、その他 2.9%。
家族構成:夫婦2人 29.4%、夫婦と子ども(末子が小学生未満) 22.4%、夫婦と子ども(末子が小学生) 12.9%、夫婦と子ども(末子が中学生以上) 23.0%、その他 12.3%。

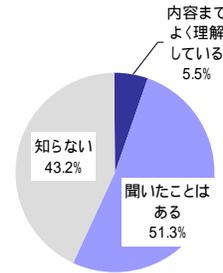
<調査実施>リビング新聞(東京)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

(グラフ)
「カーボンオフセット」を知っているか (n=1190)



(グラフ)
「カーボンオフセット」付きの商品を買ったことがあるか (n=1143)

