

2011年5月20日

報道関係者各位

株式会社ツバルの森

生活者の環境活動に対する調査「エコアンケート2011」

- ◎エコの興味対象が拡大
実施しているエコ活動は「マイバッグ・マイカップ等の利用」が約7割で最多
興味があるエコ活動は「太陽パネル等の設置」「植林・森林保全活動」が半数以上
- ◎“エコ”のイメージとして「省エネ」「地球温暖化問題」が最も高い
“エコ”のキーワードとして、女性では「パナソニック」が高く、男性では「エコカー」が高い

環境コミュニケーション会社である株式会社ツバルの森(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:三嶋浩太、以下「ツバルの森」)は、環境に関心のある生活者の環境活動に対する動向や評価等を調査する目的で、「エコアンケート2011」を実施いたしました。

調査手法はインターネットリサーチ(ツバルの森の個人会員等)で行い、調査期間は2011年2月10日(木)~2月21日(月)で、有効回答数は243名から得られました。

また、本調査は、回答者数に応じた森づくりプランを実施し、ツバルの森の森林再生活動へ活用してまいります。

■調査概要

コンセプト	環境に関心のある生活者の環境活動に対する動向や評価等を調査
調査方法	インターネットリサーチ
調査対象	ツバルの森の個人会員 (イベント参加者、ポケダネ会員※種配布会員 等)
有効回答数	合計243名 (性別:女性:62名、男性:179名) (年代:20代以下:24名、30代:23名、40代:32名、50代:48名、 60代:79名、70代:31名、80代以上:3名)
調査日時	2011年2月10日(木)~2月21日(月)
調査機関	株式会社ツバルの森

■調査結果

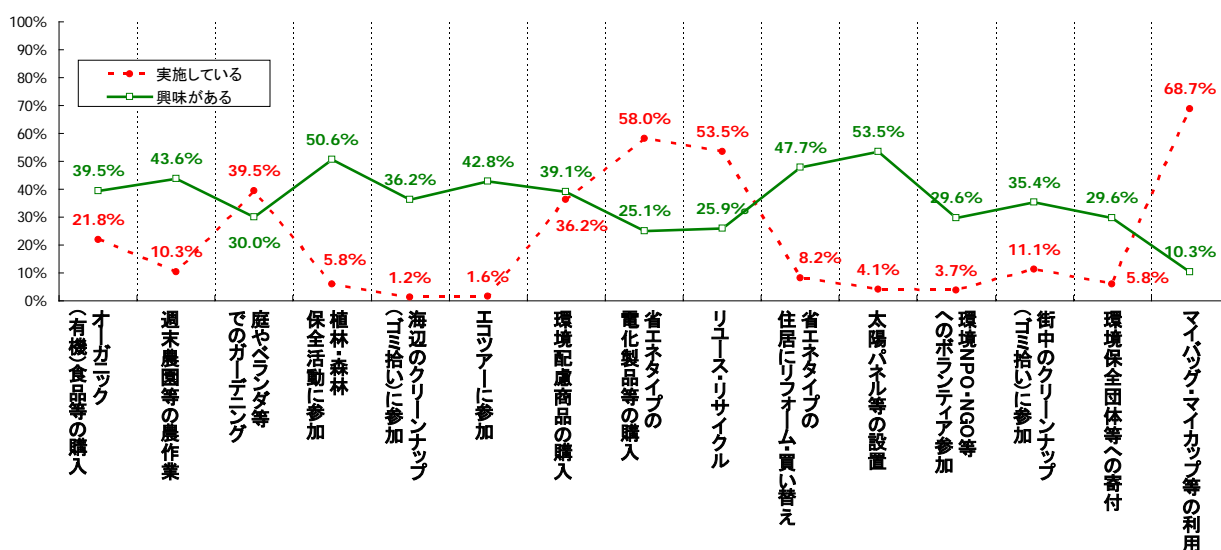
◎エコの興味対象が拡大

実施しているエコ活動は「マイバッグ・マイカップ等の利用」が約7割で最多
興味があるエコ活動は「太陽パネル等の設置」「植林・森林保全活動」が半数以上

「マイバッグ・マイカップ等の利用」「省エネタイプの電化製品等の購入」「リユース・リサイクル」等の身の回りのエコ活動が浸透し、エコ活動に対する興味は、「植林・森林保全活動に参加」「週末農園等の農作業」等の活動範囲が拡大、また「太陽パネル等の設置」「省エネタイプの住居にリフォーム・買い替え」等の対象物の大型化といった傾向が見られ、エコの興味対象が拡大していると言えます。

また、世帯構成別で見ると、「配偶者がある、子どもがある」の家庭世帯は、単身者世帯よりも、「植林・森林保全活動に参加」「エコツアーに参加」「週末農園等の農作業」等、自然に触れられる、アクティブなエコ活動に興味を持つ傾向があります。

Q. 「現在実施している」あるいは「興味がある」エコ・環境・グリーン活動はありますか？



世帯構成別で興味のあるエコ・環境・グリーン活動 (TOP5)

順位	配偶者-あり、子ども-あり 計(132名)	%
1	太陽パネル等の設置	56.8%
2	植林・森林保全活動に参加	53.8%
3	省エネタイプの住居にリフォーム・買い替え	50.8%
4	エコツアーに参加	49.2%
5	週末農園等の農作業	45.5%

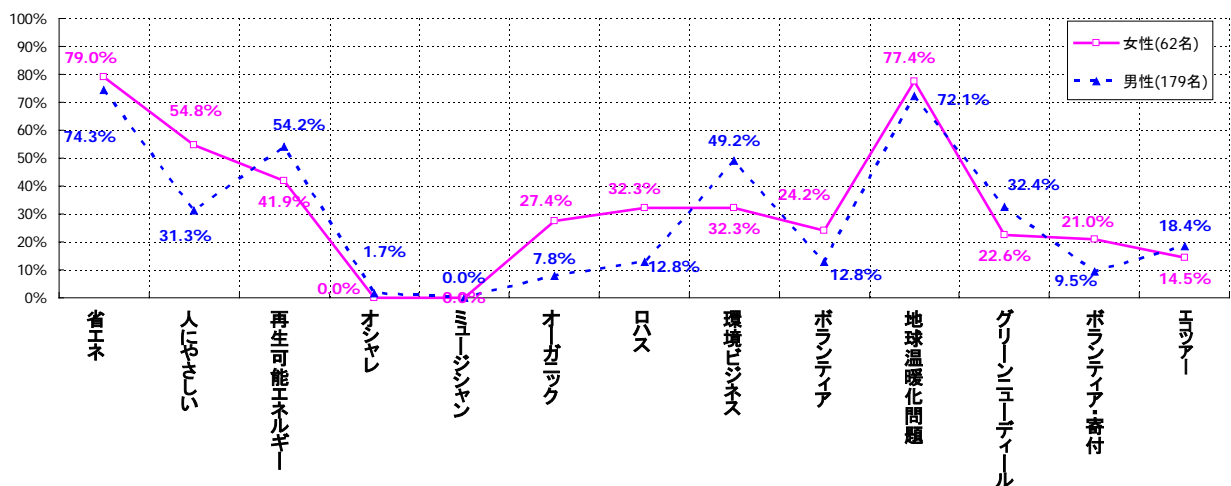
順位	配偶者-なし、子ども-なし 計(54名)	%
1	太陽パネル等の設置	50.0%
2	環境配慮商品の購入	48.1%
3	省エネタイプの住居にリフォーム・買い替え	42.6%
4	庭やベランダ等でのガーデニング	38.9%
4	省エネタイプの電化製品等の購入	38.9%

◎“エコ”のイメージとして「省エネ」「地球温暖化問題」が最も高い
 “エコ”のキーワードとして、女性では「パナソニック」が高く、男性では「エコカー」が高い

“エコ”のイメージとして、女性・男性ともに「省エネ」「地球温暖化問題」が7割を占めます。また、女性の回答では「人にやさしい」「オーガニック」「ロハス」等のファッション項目の比率が男性より高く、男性の回答では「再生可能エネルギー」「環境ビジネス」「グリーンニューディール」といった産業項目の比率が女性より高い傾向があります。

また、“エコ”から思い浮かぶ企業名、商品名といった自由記入形式での回答では、女性・男性いずれも、企業では「パナソニック」「トヨタ自動車」が高く、商品では「エコカー」「エコ家電・エコ給湯」「太陽光発電」が高く、日常生活に近いキーワードがあげられます。

Q. “エコ”から思い浮かぶイメージを選んでください。(複数回答可)



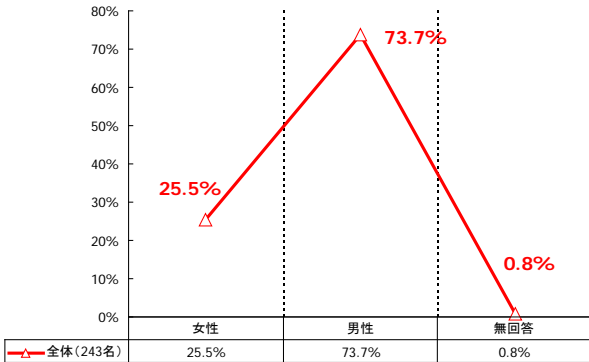
Q. “エコ”から思い浮かぶ企業名、商品名等がありますか？(自由記入)

順位	男性 計(179名)	%
1	エコカー	14.5%
2	トヨタ自動車	10.6%
3	エコ家電・エコ給湯等	10.1%
4	パナソニック	8.4%
5	太陽光発電	7.3%

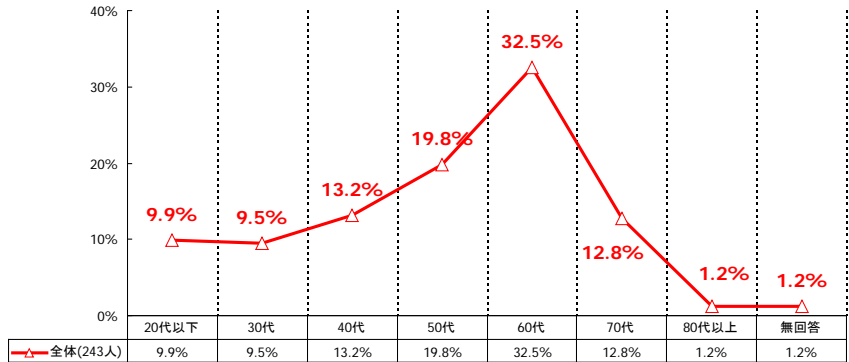
順位	女性 計(62名)	%
1	パナソニック	12.9%
2	エコカー	11.3%
2	太陽光発電	11.3%
4	トヨタ自動車	8.1%
4	エコ家電・エコ給湯等	8.1%

■基本属性

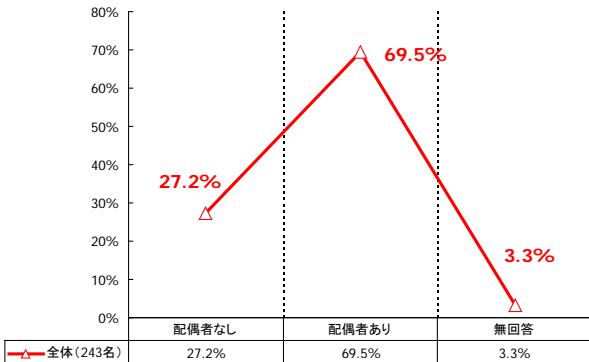
◎性別



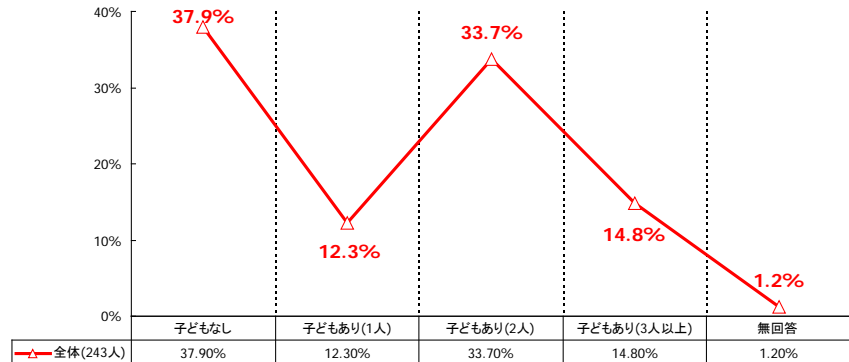
◎年代



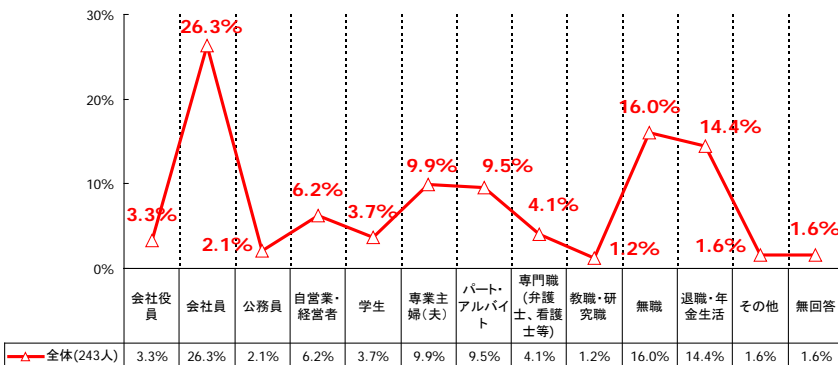
◎配偶者の有無



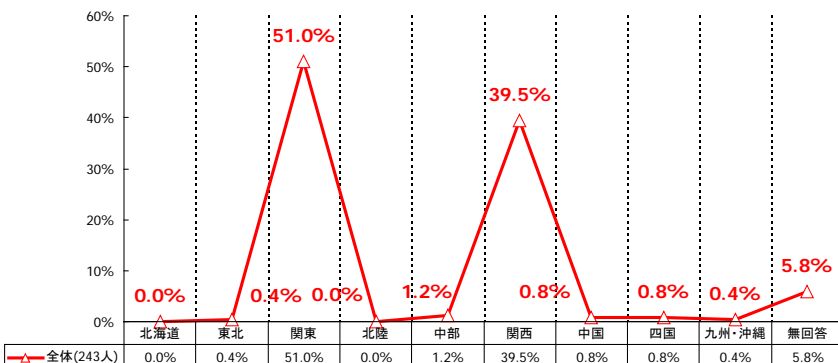
◎子どもの有無



◎職業



◎住居エリア



以上

本記載の調査結果へのリンクはフリーです。データを引用する場合は、「ツバルの森」の調査であることを明記してください。

モニター会員を活用したマーケティング調査について

今回の調査結果をまとめた「レポート」を有償にて提供いたします。また、ツバルの森のモニター会員を活用したマーケティング調査のご依頼も承っております。詳細および申し込みは、「ツバルの森」の Web サイト <http://www.tuvalu-forest.jp/> をご覧ください。

株式会社ツバルの森について

ツバルの森は、低炭素社会の実現を目指す、環境コミュニケーション会社です。環境メッセージを伝えたい企業・団体に、二酸化炭素(CO2)などの温室効果ガスの削減に貢献できる環境貢献活動と、販売促進、PR 活動、IR 活動などを組み合わせた環境コミュニケーションを提供しております。

- 名 称: 株式会社 ツバルの森
- 代 表: 代表取締役社長 三嶋 浩太(みしま こうた)
- 所 在 地: 東京都千代田区飯田橋 4-7-11
- 資 本 金: 1,850 万円
- U R L: <http://www.tuvalu-forest.jp/>

【報道関係者からのお問合せ先】

株式会社ツバルの森 広報担当 TEL. 03-6380-9939 E-mail. pr-ir@tuvalu-forest.com