

地球温暖化に関するアンケート 結果報告書

目 次

■はじめに	1
【1】調査の概要と回答者の属性	2
【2】地球温暖化について	
(1)地球温暖化への関心度について	3
(2)「京都議定書」の認知度について	5
(3)産業界の二酸化炭素排出量削減への取り組みについて	8
(A)工場などでの省エネ、使用する資源量の削減などについて	10
(B)省エネ型製品・機器の開発や販売について	13
(C)企業活動に伴う環境情報の公表について	16
(4)日常生活における地球温暖化防止の意識について	19
(5)地球温暖化防止のために行っていることについて	22
(6)地球温暖化防止に配慮した行動を普及させる手段について	26
【3】自由記述	30

2006年7月

はじめに

経済広報センターは、広く社会の声を聴くため、全国の様々な職種、世代で構成される「社会広聴会員(5,011人)」を組織しています。毎年4回、経済・社会問題など折々のテーマについて社会広聴会員を対象にアンケート調査を行い、その結果を公表しています。

今回は「地球温暖化」をテーマに、調査を実施しました。

産業界は、地球温暖化防止のため、二酸化炭素排出量削減や環境技術の開発に積極的に取り組んでおり、こうした努力について国民がどのように認識し、評価しているかを把握することが今回の調査の目的のひとつです。

また、国民が地球温暖化防止を意識して日常生活においてどのような対策を実践しているかを質問しました。

今回の調査では、地球温暖化を防止する国際的な取り決めである「京都議定書」を「知っている(よく/ある程度)」との回答が85%。また、「産業界の二酸化炭素排出量削減への取り組み」について、「省エネ型の製品・機器や低燃費の自動車などの開発・販売」を「評価している(非常に/ある程度)」が90%と高い結果となりました。

一方、「地球温暖化防止のために行っていること」は、「冷暖房の設定温度に気を付ける」「こまめに消灯、家電の待機電力を減らす」との回答が70%を超え、身近なところから地球温暖化防止策がとられていることが分かります。

本報告書をご覧いただき、皆さまが地球温暖化を考える上での一助になれば幸甚です。

【1】調査の概要と回答者の属性

■ 調査の概要

- (1) 調査名称 : 地球温暖化に関するアンケート
- (2) 調査対象 : 財団法人経済広報センターに登録している社会広聴会員 5,011人
- (3) 調査方法 : 郵送またはインターネットによる回答選択方式および自由記述方式
- (4) 調査期間 : 2006年5月25日～6月7日
- (5) 有効回答 : 4,161人(83.0%)

■ 回答者の属性

単位:上段/人 下段/%

性別

合計	男性	女性
4,161	1,651	2,510
100%	39.7%	60.3%

年代別

29歳以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
356	612	1,152	864	1,177
8.6 %	14.7 %	27.7 %	20.8 %	28.3 %

職業別

会社員	団体職員	公務員	会社員・団体職員 ・公務員 小計	会社役員	団体役員	会社役員・ 団体役員 小計
1,296	95	116	1,507	131	44	175
31.1 %	2.3 %	2.8 %	36.2 %	3.1 %	1.1 %	4.2 %

自営業	自由業	自営業・ 自由業 小計	パートタイム ・アルバイト	専業主婦
148	119	267	579	863
3.6 %	2.9 %	6.5 %	13.9 %	20.7 %

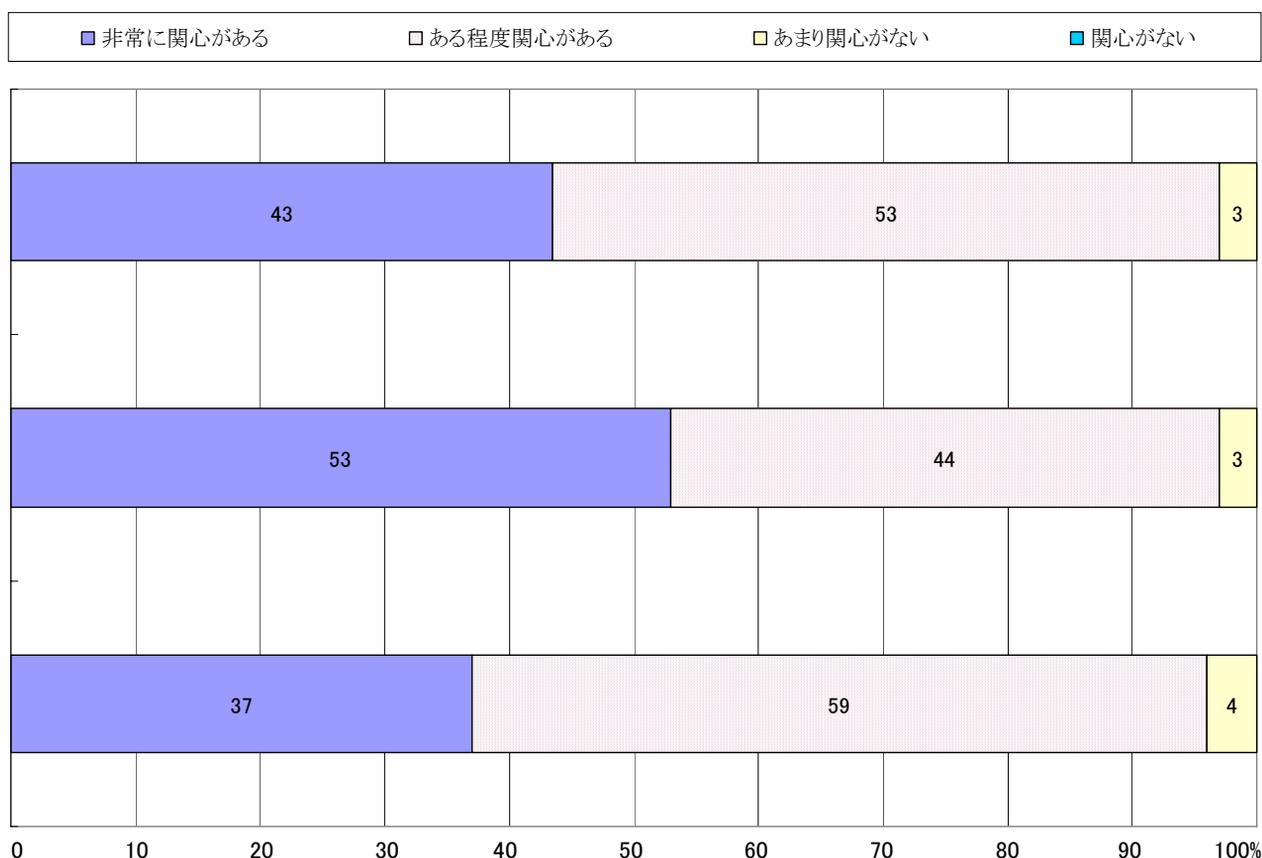
無職	学生	その他	無職・学生 ・その他 小計
532	77	161	770
12.8 %	1.9 %	3.9 %	18.6 %

【2】(1)地球温暖化への関心度について ＜全体・男女別＞

(1)あなたは、地球温暖化についてどの程度関心がありますか。

— 「関心がある(非常に / ある程度)」が96% —

- ◆全体では、「非常に関心がある」と回答した割合が43%と半数近く、「ある程度関心がある」と合わせると96%と非常に高かった。
- ◆「非常に関心がある」の回答割合は、男性(53%)の方が女性(37%)よりも高かった。

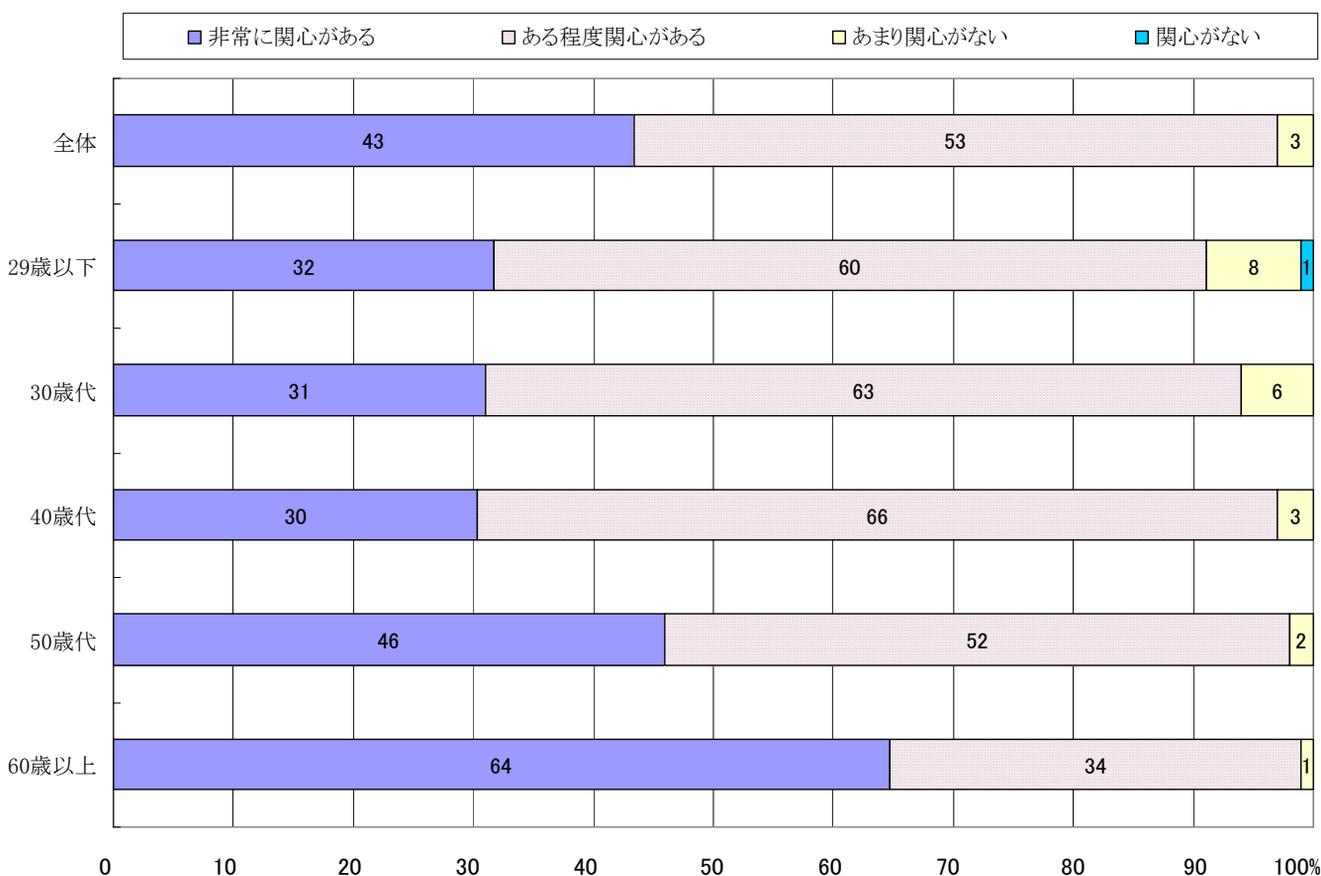


* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

【2】(1)地球温暖化への関心度について

<年代別>

- ◆「非常に関心がある」の回答割合は、40歳代以下では約3割、50歳代はほぼ5割、60歳以上では6割強となっており、年代が上がるに従い、関心が高くなる傾向が見られる。



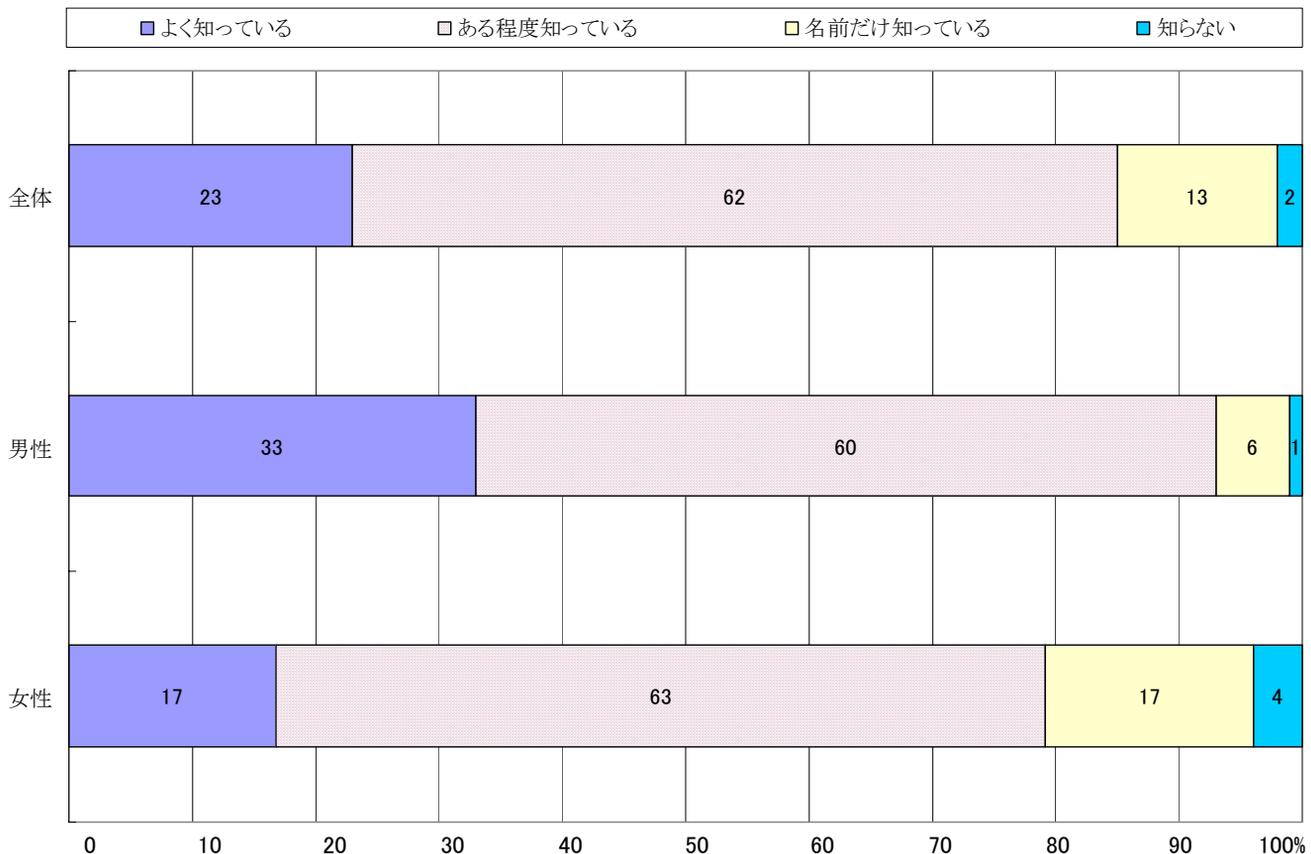
* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とならない場合もある。

【2】(2)「京都議定書」の認知度について ＜全体・男女別＞

(2) 地球温暖化を防止する国際的な取り決めである「京都議定書」について知っていますか。

— 「知っている(よく/ ある程度)」が85% —

◆「ある程度知っている」の回答割合は、男女ともに6割と大きな差はないが、「よく知っている」の回答割合は、男性33%、女性17%と、男性が女性の約2倍となっている。

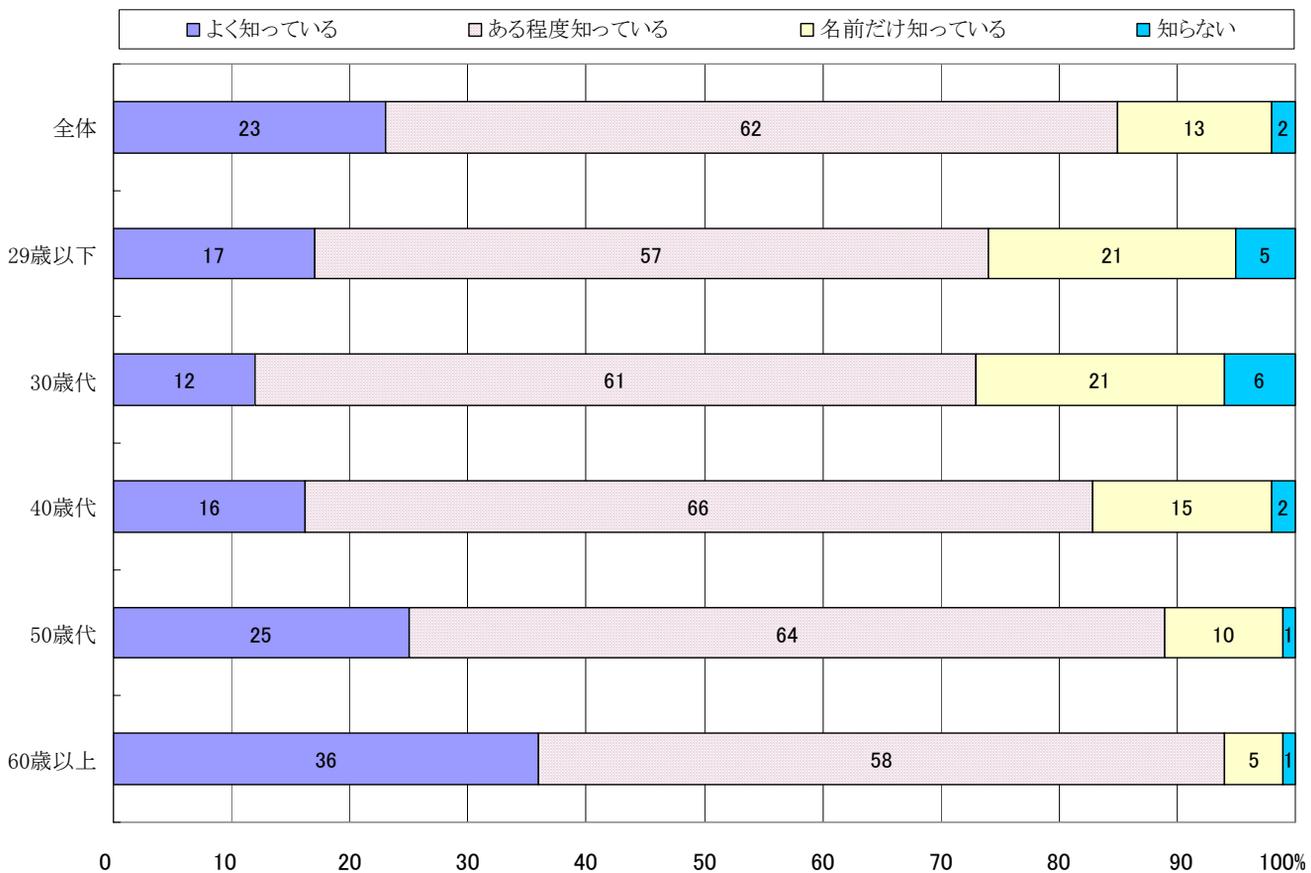


* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

【2】(2)「京都議定書」の認知度について

<年代別>

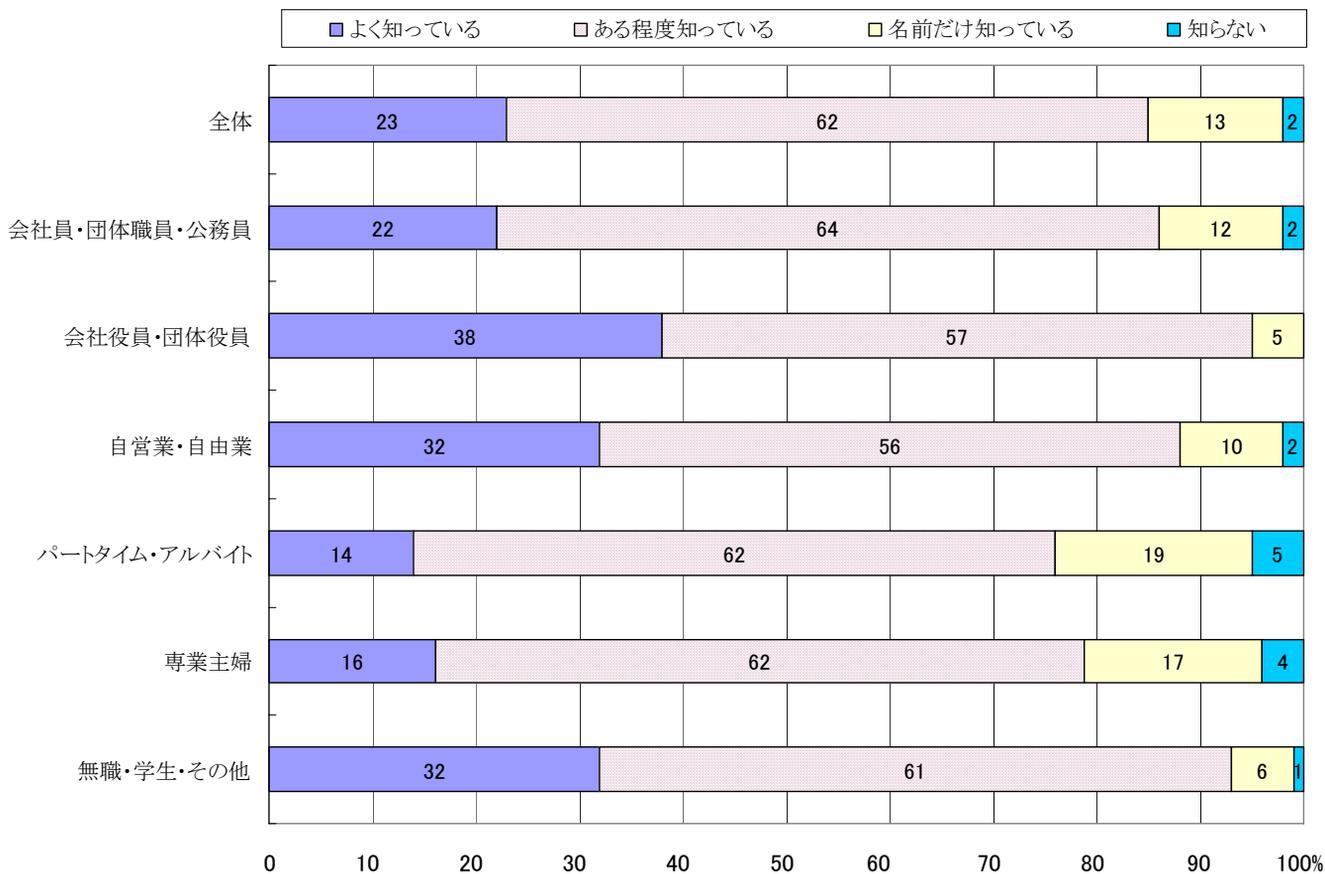
- ◆「よく知っている」の回答割合が29歳以下(17%)、30歳代(12%)、40歳代(16%)と10%台、50歳代では25%、60歳以上では36%と、30歳代以上においては年代が上がるに従い、関心が高くなっている。



* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とならない場合もある。

【2】(2)「京都議定書」の認知度について ＜職業別＞

◆「よく知っている」の回答割合が、「会社役員・団体役員」が38%で、第1位となっている。



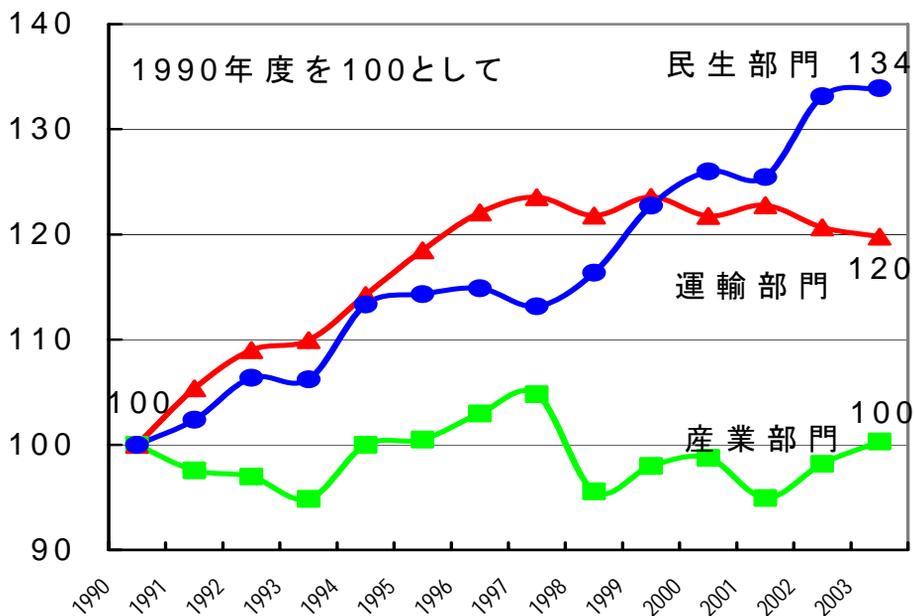
* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

【2】(3)産業界の二酸化炭素排出量削減への取り組みについて

(3) 地球温暖化に最も影響のある二酸化炭素排出量のわが国の推移は 8 ページの図のとおりです。京都議定書の公約を達成するため、日本企業は様々な取り組みを実施していますが、以下の取り組みに関してどのように評価していますか。

- (A) 工場など生産設備の省エネルギー化や使用する資源量の削減などについて
- (B) 省エネ型の製品・機器や低燃費の自動車などの開発・販売について
- (C) 「環境報告書」などを通じた企業活動に伴う環境情報の公表について

二酸化炭素排出量の推移

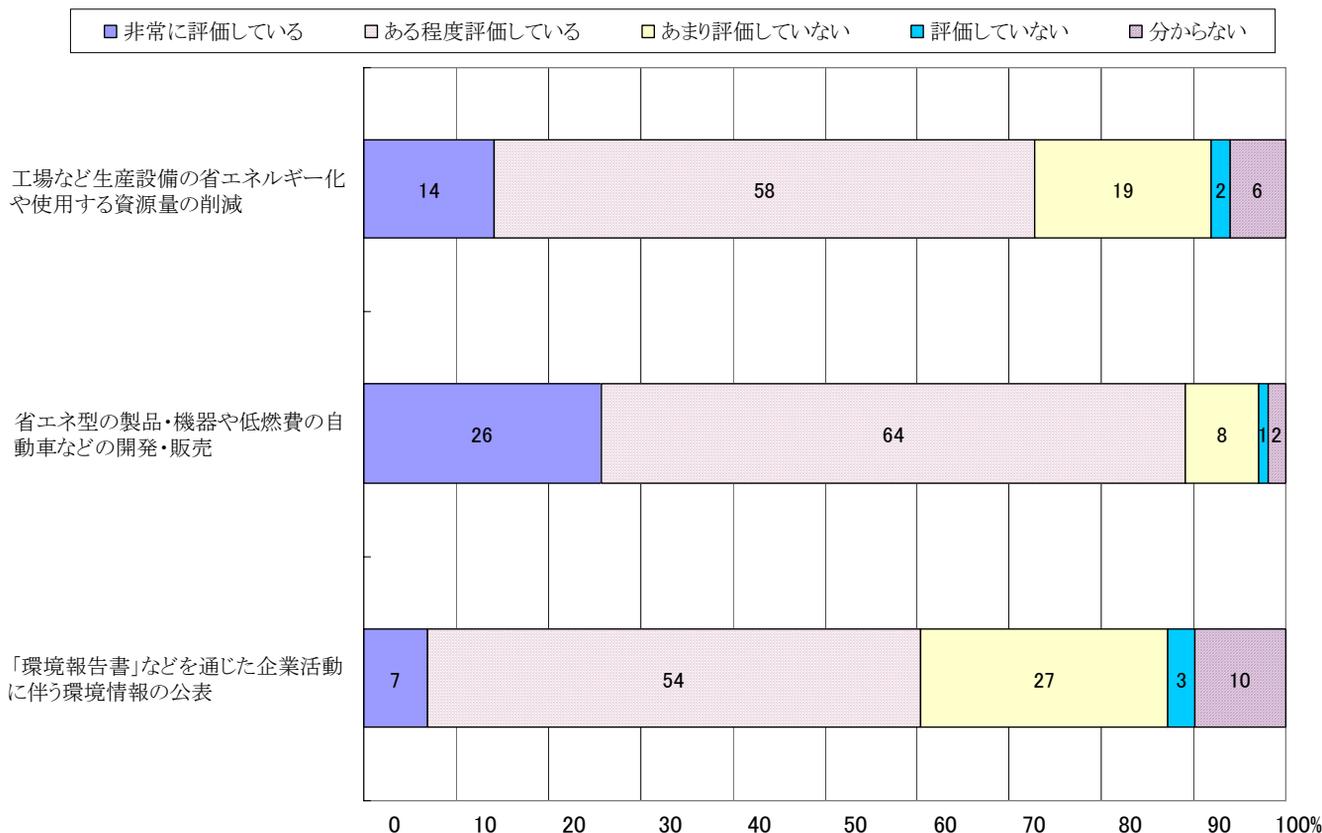


(出典:環境省資料より日本経団連が作成)

【2】(3)産業界の二酸化炭素排出量削減への 取り組みについて ＜全体＞

— 9割が「省エネ型製品や低燃費の自動車などの開発・販売」を評価—

- ◆「省エネ型の製品・機器や低燃費の自動車などの開発・販売」を「評価している(非常に/ある程度)」と回答した割合は9割で、「工場など生産設備の省エネルギー化や使用する資源量の削減」よりも評価が高かった。
- ◆「『環境報告書』などを通じた企業活動に伴う環境情報の公表」は、「評価している(非常に/ある程度)」の回答割合は61%だった。

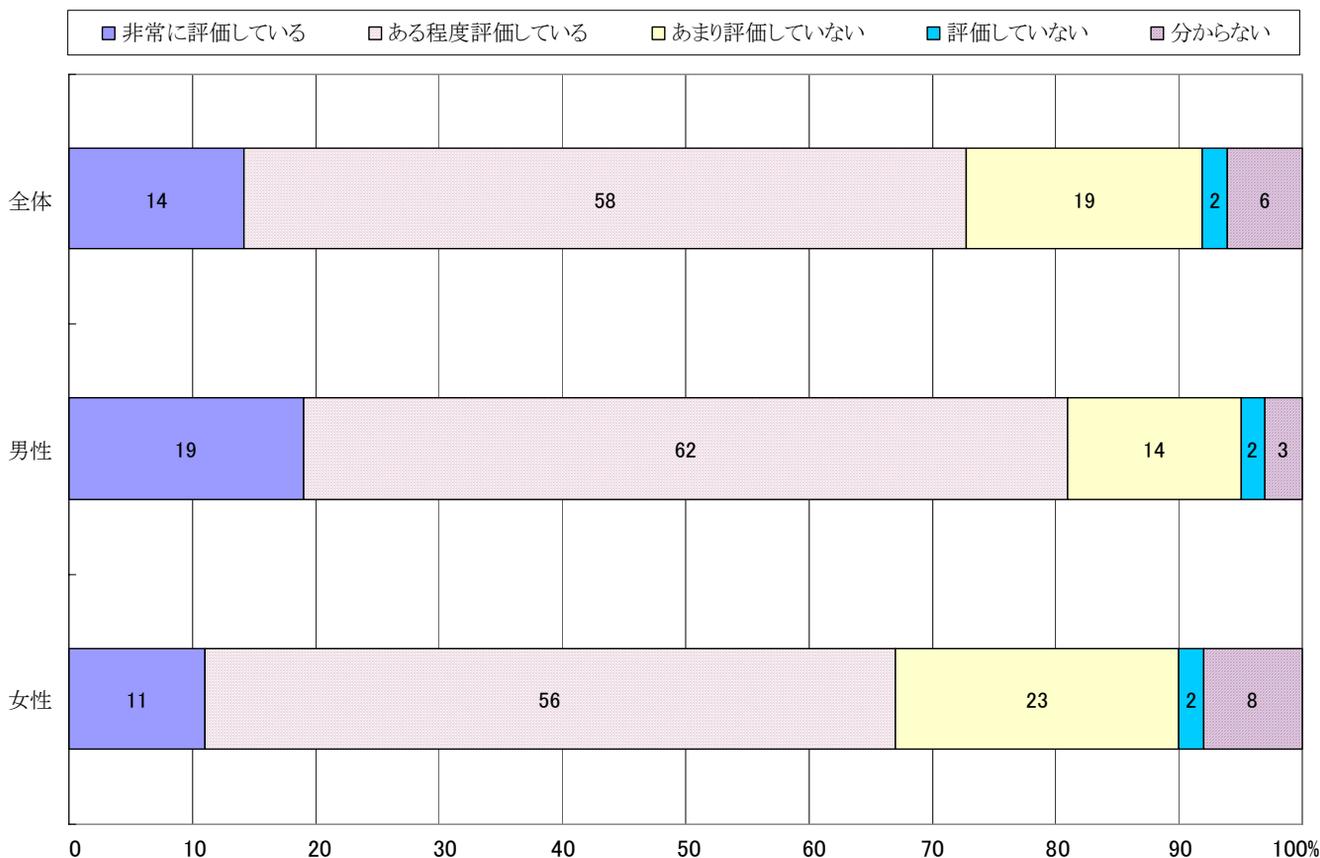


* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

【2】(3-A)工場などでの省エネ、使用する資源量の削減などについて <全体・男女別>

— 「評価している(非常に / ある程度)」が72% —

- ◆ 全体では、「評価している(非常に/ある程度)」の回答割合が72%だった。
- ◆ 男性の回答では、「評価している(非常に/ある程度)」の割合が81%と、女性の67%と比べて高い。



* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

【2】(3-A)工場などでの省エネ、使用する資源量の削減などについて

<年代別>

- ◆「評価している(非常に/ある程度)」の回答割合は、年代が上がるほど高かった。
- ◆29歳以下と30歳代では、「分からない」の回答割合が10%と他の年代に比べるとやや高い結果であった。

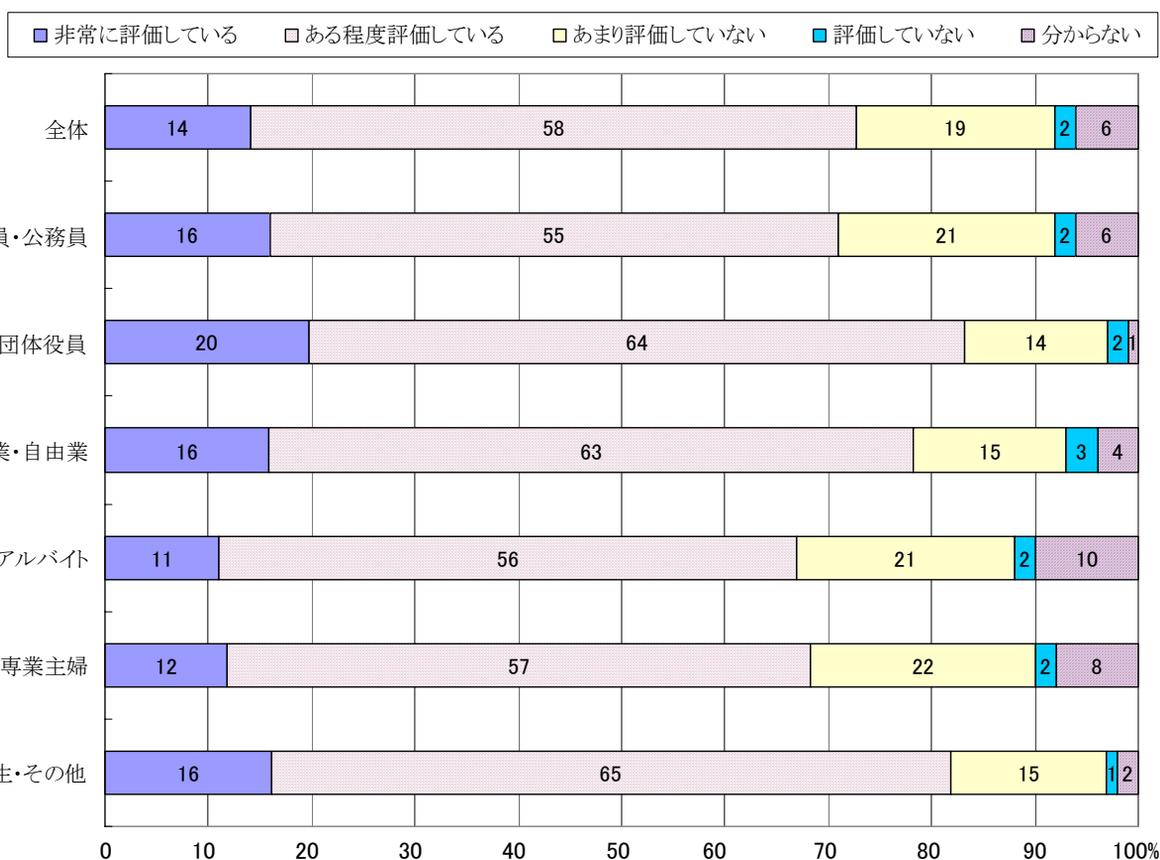


* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とならない場合もある。

【2】(3-A)工場などでの省エネ、使用する資源量の削減などについて

<職業別>

- ◆ 職業別に見ると、「会社役員・団体役員」で「評価している(非常に/ある程度)」との回答割合が高く、「パートタイム・アルバイト」「専業主婦」で、「評価していない(あまり/評価していない)」「分からない」の回答割合が他の職業よりも高かった。
- ◆ 「評価している(非常に/ある程度)」は、「パートタイム・アルバイト」「専業主婦」で6割以上、他の職業では7割以上の回答割合となった。

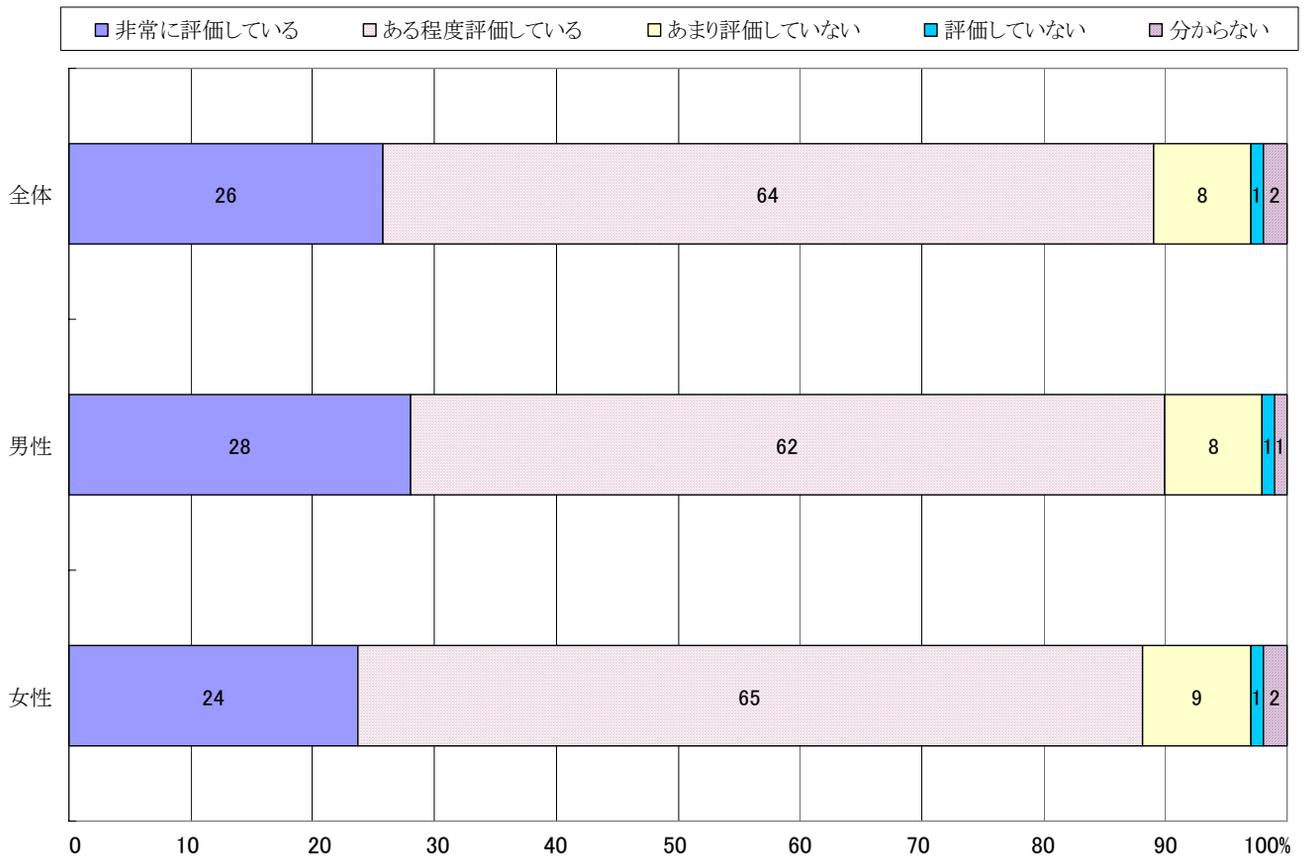


* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

【2】(3-B)省エネ型製品・機器の開発や販売 について ＜全体・男女別＞

— 「評価している(非常に / ある程度)」が男女ともほぼ9割 —

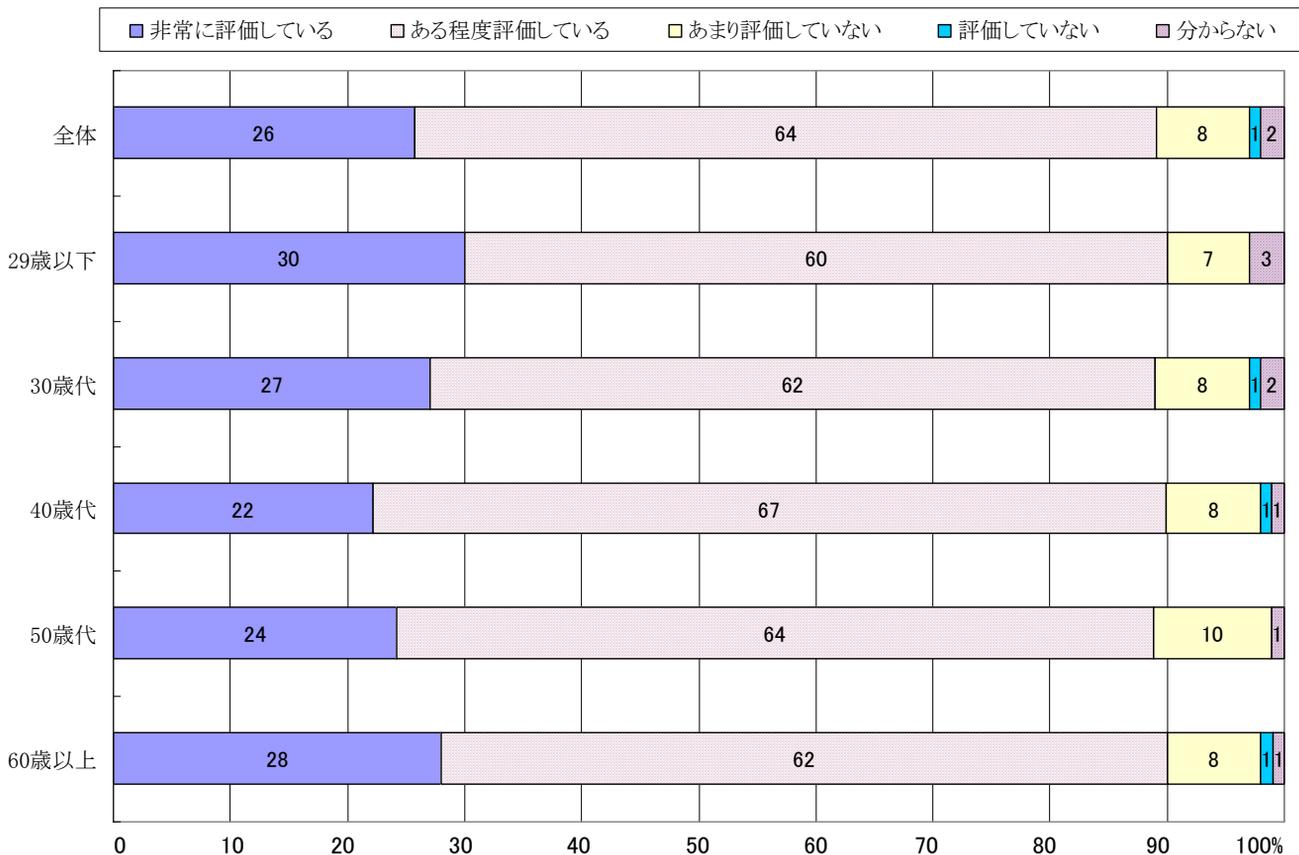
◆ 普段、目にする日常製品であるためと思われるが、男女の回答に差はほとんど見られない。



* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とならない場合もある。

【2】(3-B)省エネ型製品・機器の開発や販売 について <年代別>

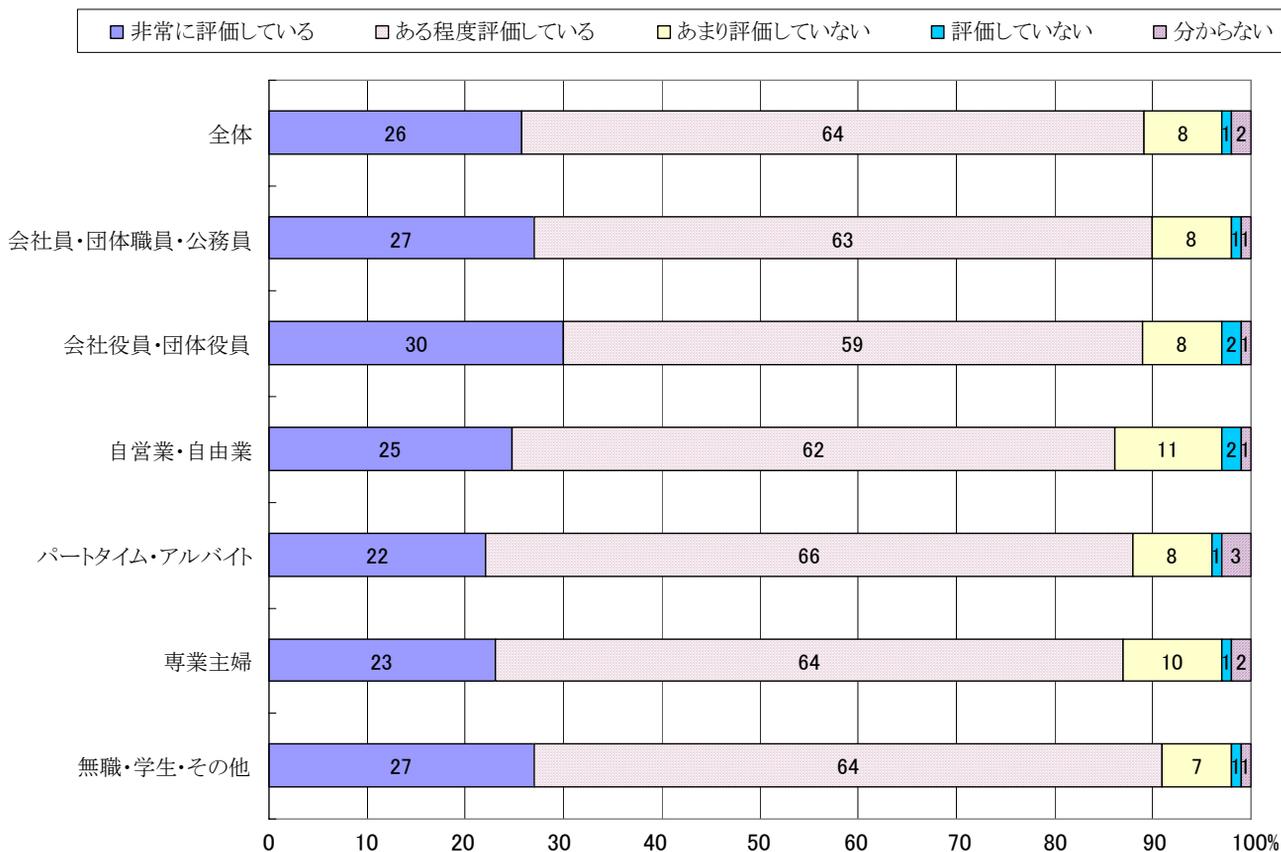
- ◆どの年代も「評価している(非常に / ある程度)」の回答割合がほぼ9割と高かった。ただ、年代別に「非常に評価している」の回答割合を見ると、29歳以下と60歳以上が高く、40歳代が低かった。



* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

【2】(3-B)省エネ型製品・機器の開発や販売 について ＜職業別＞

◆どの職業も「評価している(非常に / ある程度)」の回答割合が9割近かった。ただ、「非常に評価している」を見ると、「会社役員・団体役員」の回答割合が高かった。

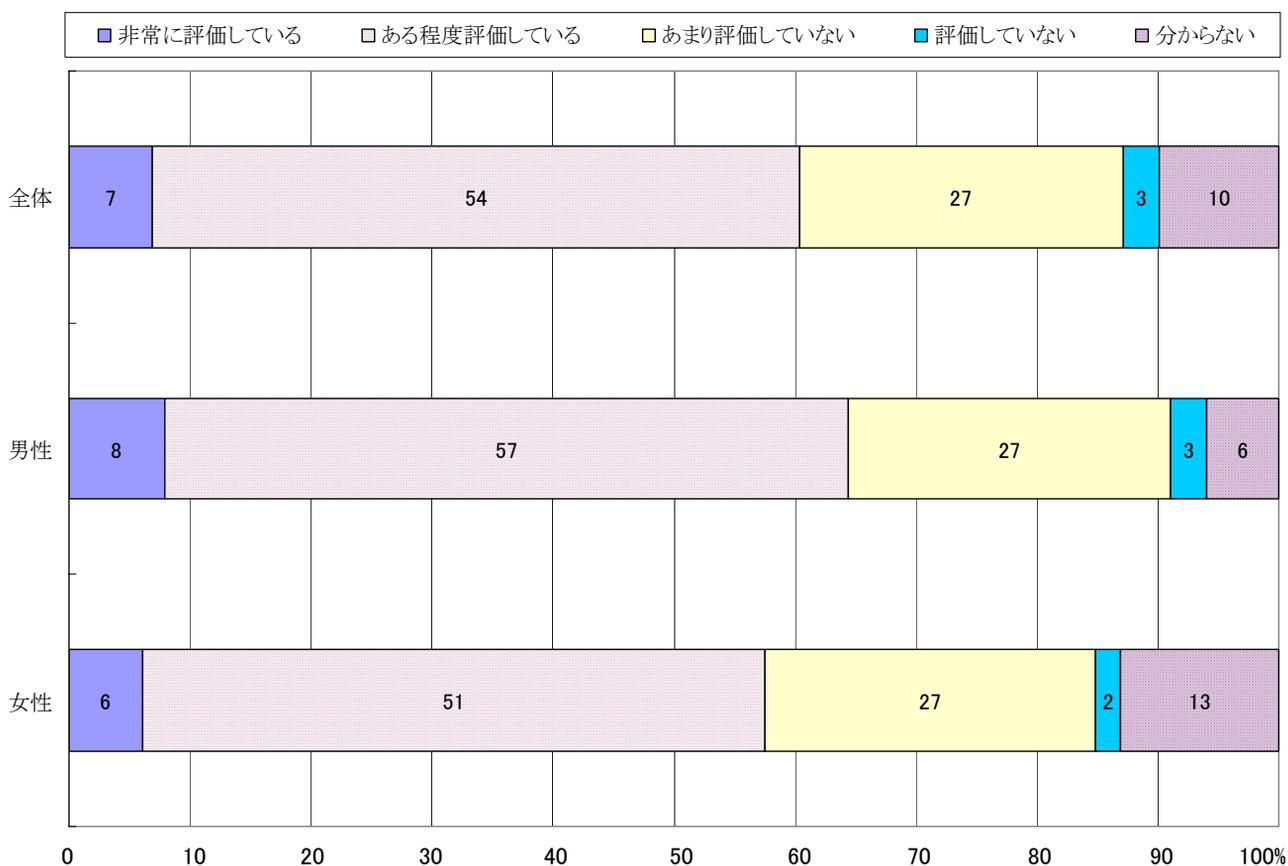


* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とならない場合もある。

【2】(3-C)企業活動に伴う環境情報の公表 について ＜全体・男女別＞

— 「評価している(非常に / ある程度)」が6割 —

- ◆ 「評価している(非常に/ある程度)」の回答割合は男性65%、女性57%と、男性の方が高かった。
- ◆ 女性は、「分からない」の回答割合が13%で、男性の6%と比べて高い結果となった。

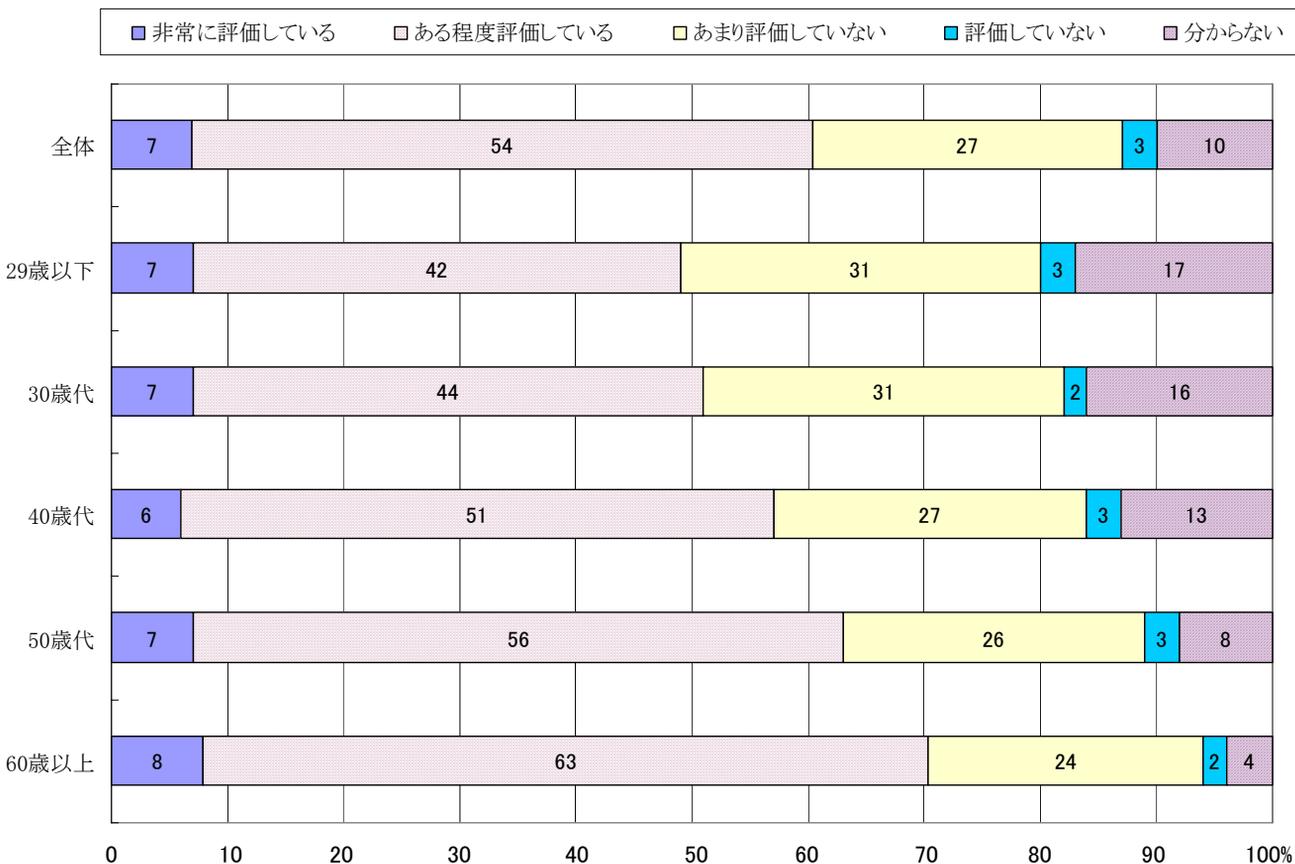


* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

【2】(3-C)企業活動に伴う環境情報の公表 について

<年代別>

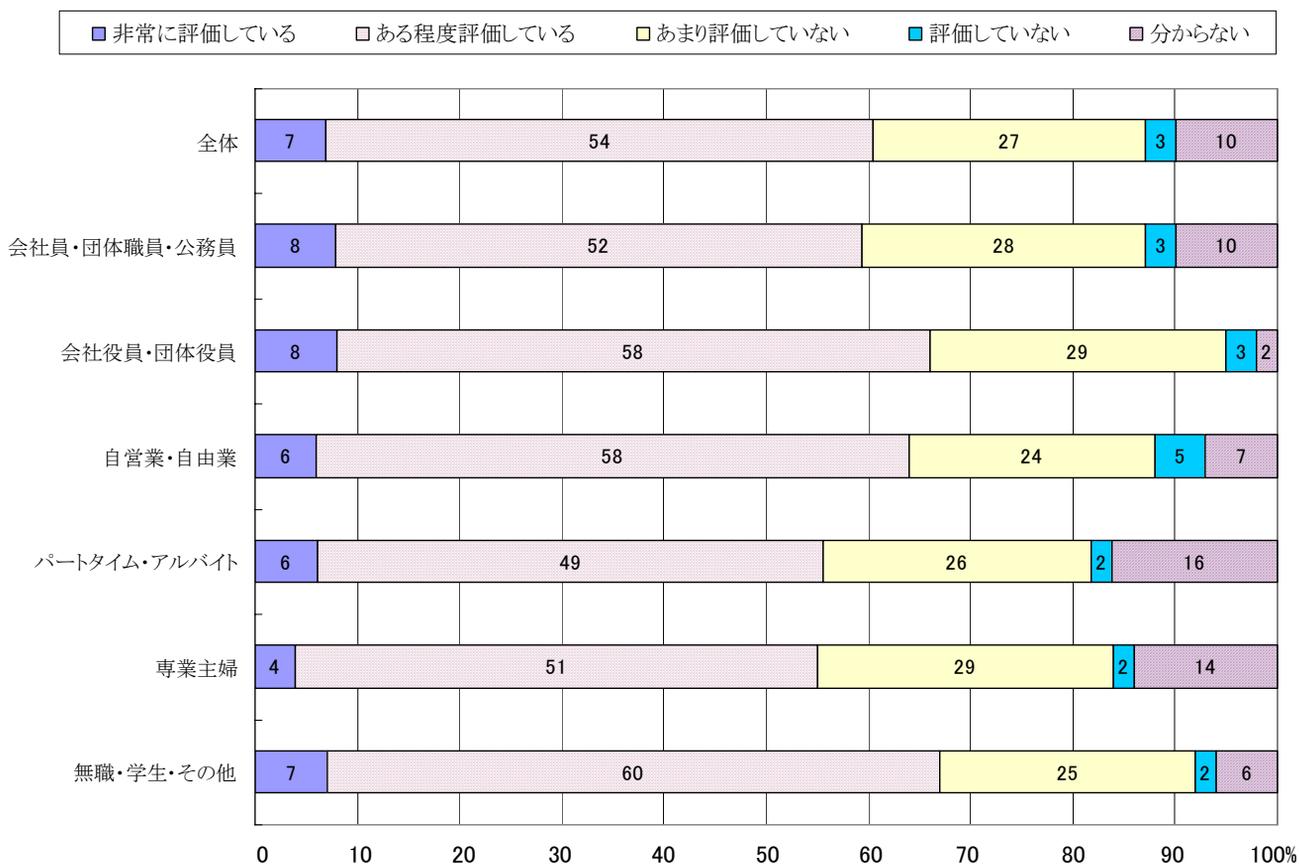
- ◆ どの年代も「非常に評価している」「評価していない」との回答割合に差はなかった。
- ◆ 「ある程度評価している」は年代が上がるに従い、回答割合が高くなっている。
- ◆ 「あまり評価していない」は年代が上がるに従い、回答割合が低くなっている。



* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

【2】(3-C)企業活動に伴う環境情報の公表 について ＜職業別＞

- ◆「会社員・団体職員・公務員」「会社役員・団体役員」で、「非常に評価している」との回答割合がやや高かった。一方、「専業主婦」で「非常に評価している」との回答割合が低かった。
- ◆「ある程度評価している」との回答割合は、「会社役員・団体役員」「自営業・自由業」「無職・学生・その他」で高く、「パートタイム・アルバイト」で低かった。
- ◆「パートタイム・アルバイト」「専業主婦」では、「分からない」と回答した割合が他の職業と比べてやや高く、それぞれ16%と14%だった。



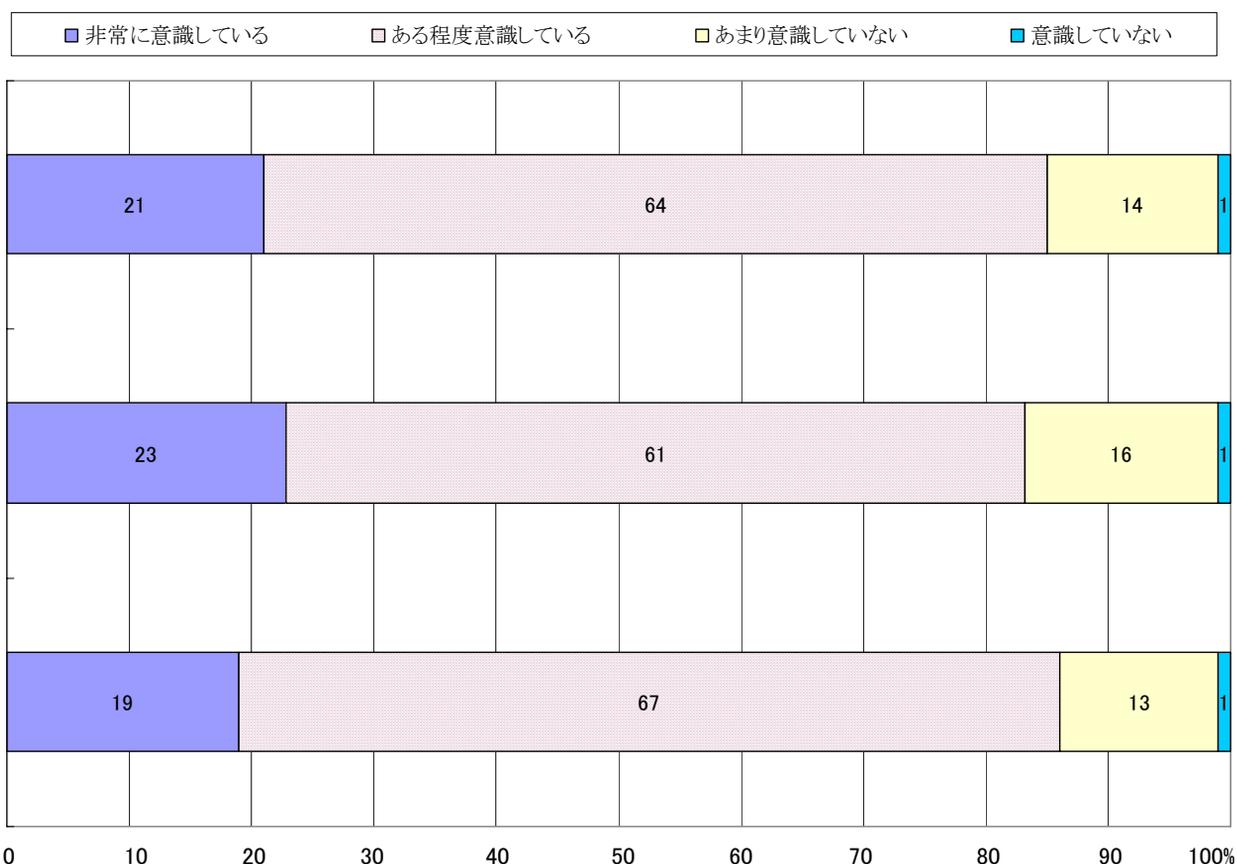
* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とならない場合もある。

【2】(4)日常生活における地球温暖化防止の意識 について ＜全体・男女別＞

(4) 日常生活の中で、地球温暖化防止について意識していますか。

— 「意識している(非常に / ある程度)」が85% —

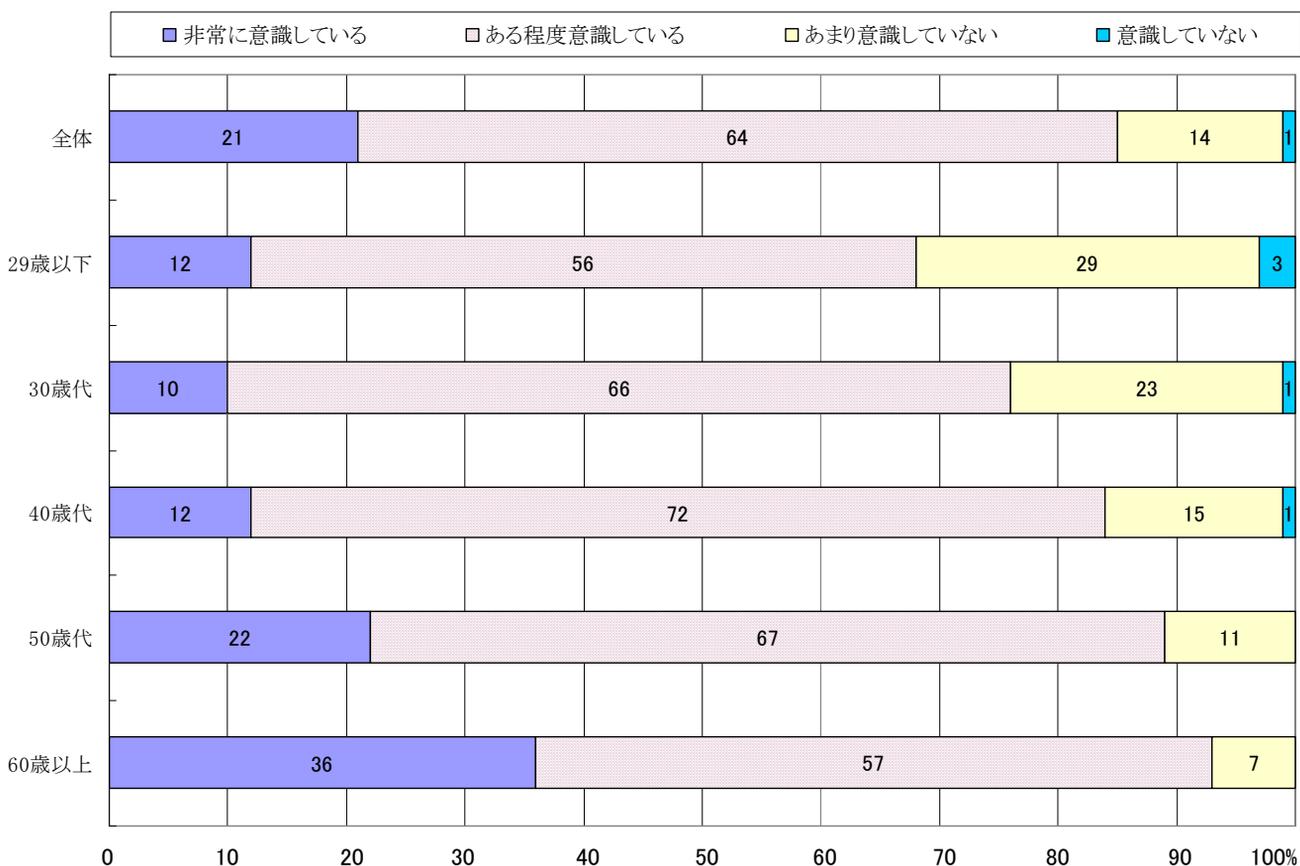
- ◆ 全体では、「意識している(非常に/ある程度)」の回答割合が85%だった。
- ◆ 男女の回答に差はほとんど見られない。



* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

【2】(4)日常生活における地球温暖化防止の意識 について <年代別>

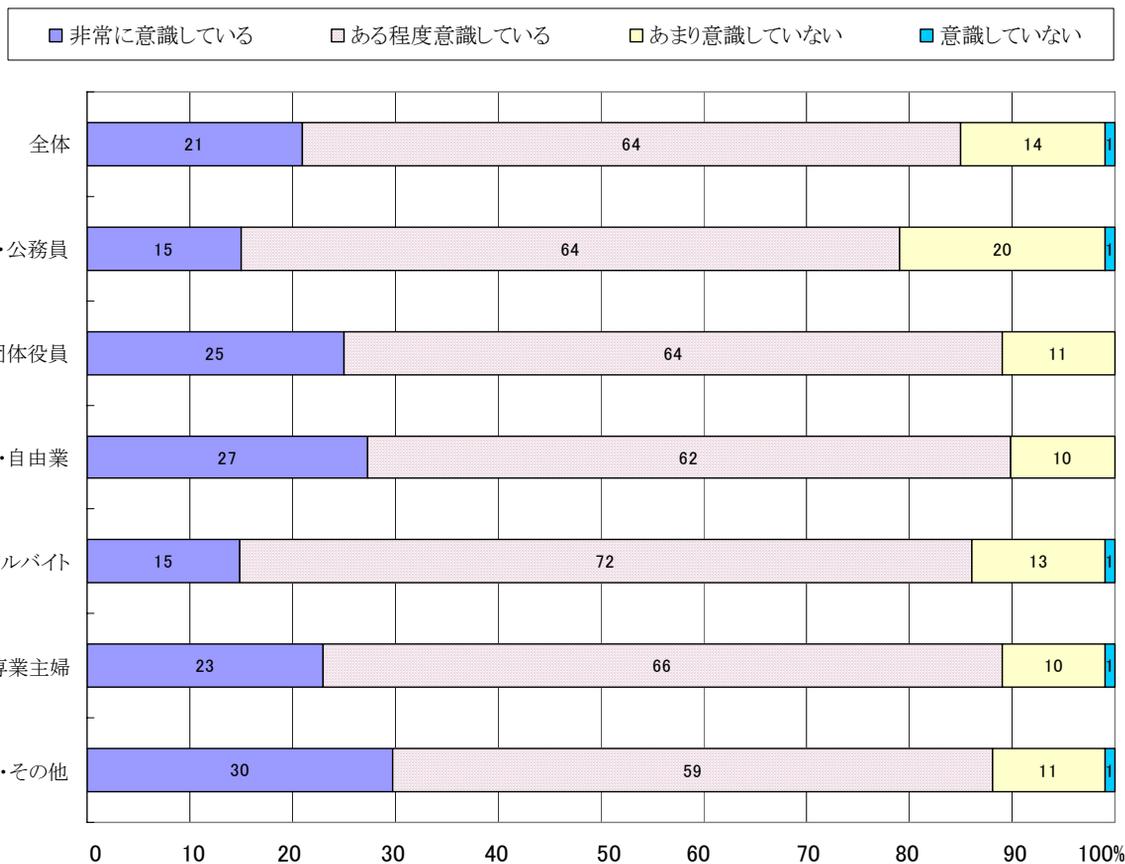
- ◆ 「非常に意識している」との回答割合は、60歳以上、50歳代が高かった。
- ◆ 年代が上がるに従い、「意識している(非常に/ある程度)」の回答割合が高くなっている。60歳以上では、93%と最も高い回答割合になっている。



* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

【2】(4)日常生活における地球温暖化防止の意識 について ＜職業別＞

- ◆「会社役員・団体役員」「自営業・自由業」「無職・学生・その他」では、「非常に意識している」の回答割合が他の職業と比べ、高い(それぞれ25%、27%、30%)。
- ◆「会社員・団体職員・公務員」では、「意識していない(あまり / 意識していない)」の回答割合が21%で、他の職業と比べてやや高い。



* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

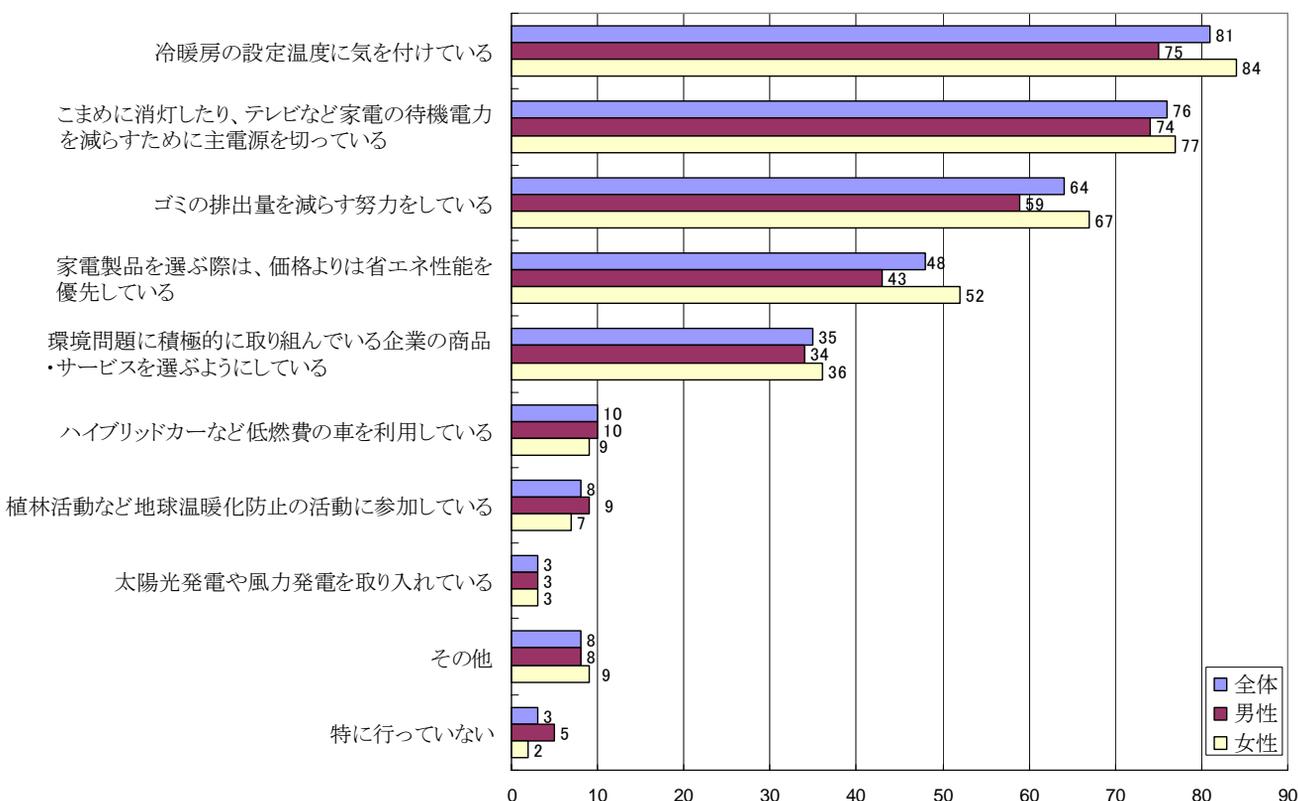
【2】(5)地球温暖化防止のために行っていること について

<全体・男女別>

(5) 地球温暖化防止のために、日常生活においてどのようなことを行っていますか。
(行っている項目すべて回答可能)

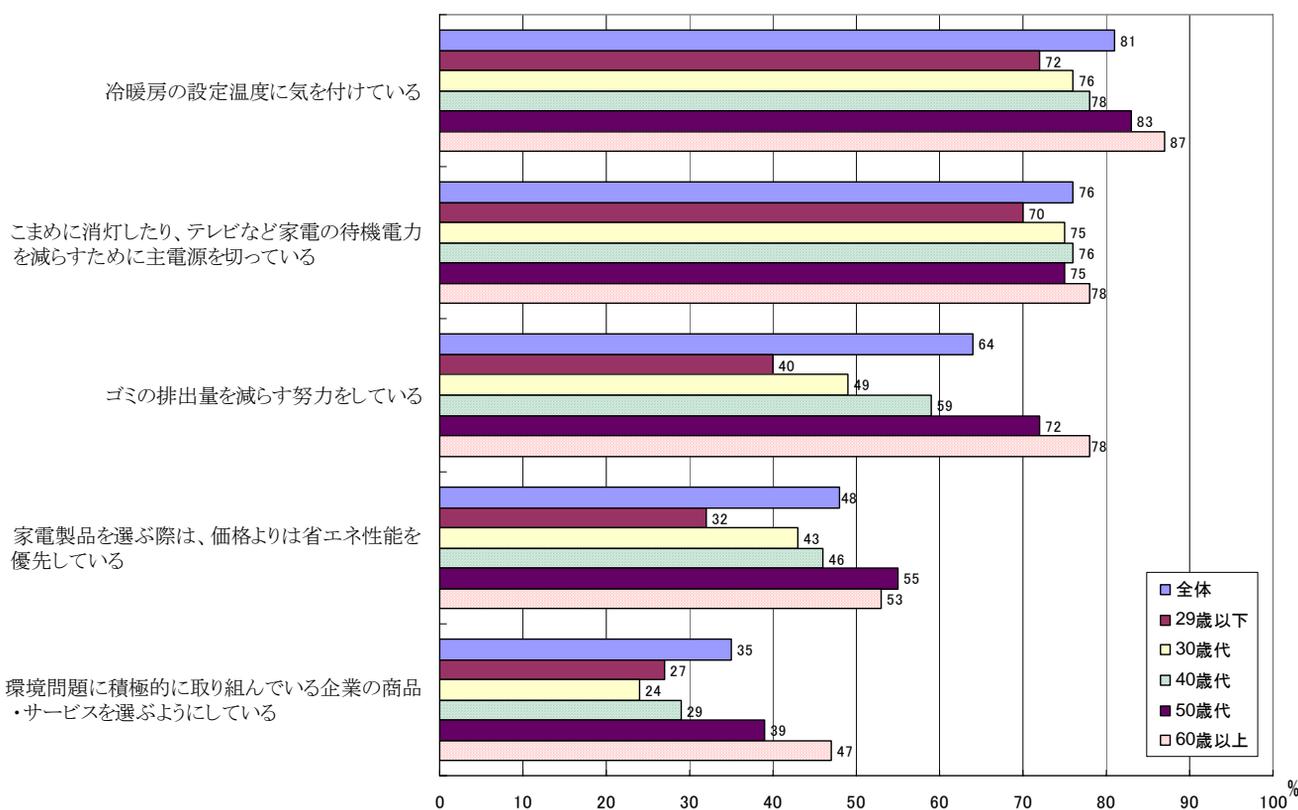
— 「冷暖房の設定温度」「こまめに消灯」が8割 —

- ◆ 全体では、「冷暖房の設定温度に気を付けている」(81%)、「こまめに消灯したり、テレビなど家電の待機電力を減らすために主電源を切っている」(76%)、「ゴミの排出量を減らす努力をしている」(64%)の順に回答割合が高く、身近でできることを行っているようだ。
- ◆ 「ハイブリッドカーなど低燃費の車を利用している」(10%)、「植林活動など地球温暖化防止の活動に参加している」(8%)、「太陽光発電や風力発電を取り入れている」(3%)は、回答割合が低い。



【2】 (5) 地球温暖化防止のために行っていること について <年代別>

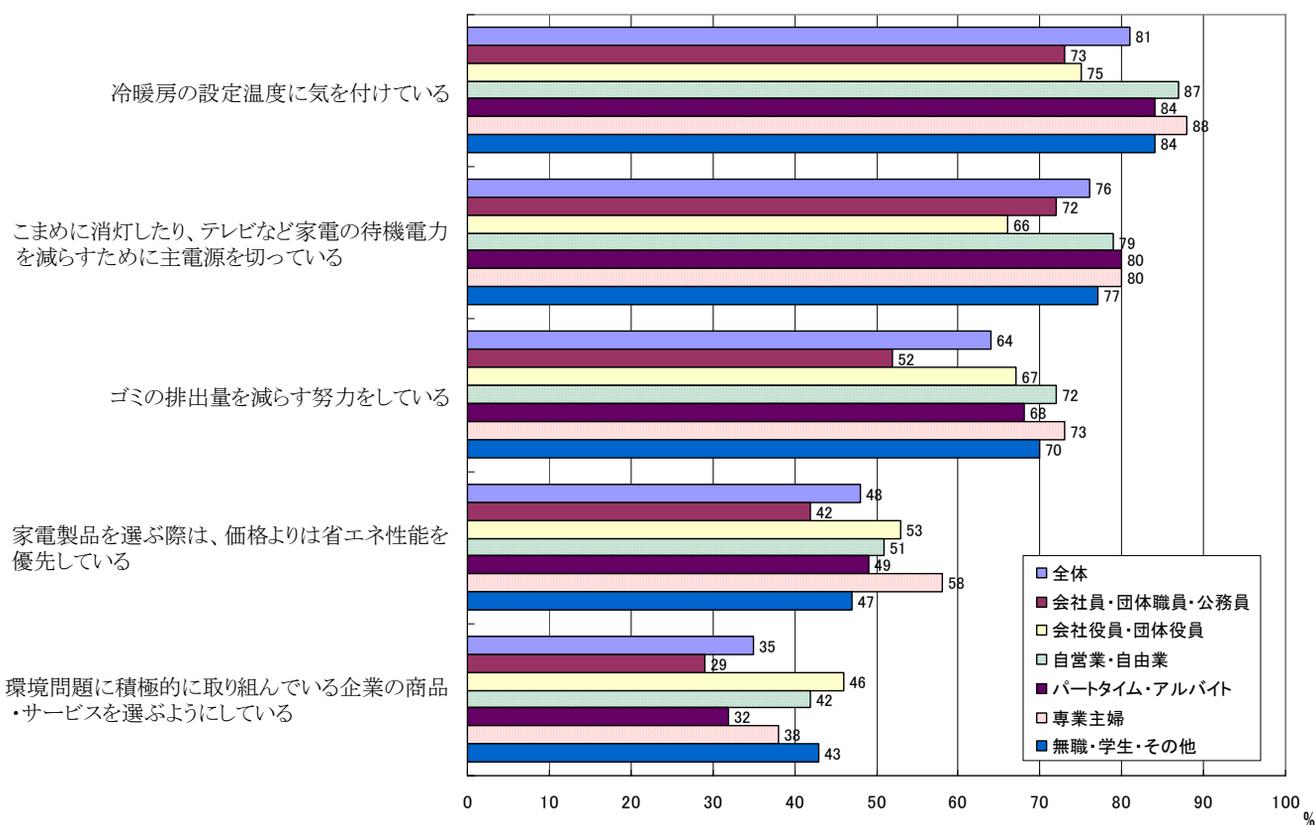
- ◆ 「ゴミの排出量を減らす努力をしている」「家電製品を選ぶ際は、価格よりは省エネ性能を優先している」「環境問題に積極的に取り組んでいる企業の商品・サービスを選ぶようにしている」の回答は、年代が上がるに従い、回答割合が高くなる傾向が見られる。
- ◆ 「ゴミの排出量を減らす努力をしている」の回答割合は、29歳以下が40%であるのに対し、60歳以上では約2倍の78%となっている。



【2】 (5) 地球温暖化防止のために行っていること について

<職業別>

- ◆「会社員・団体職員・公務員」では、「ゴミの排出量を減らす努力をしている」の回答割合が他の職業と比べて低く、52%であった。
- ◆「家電製品を選ぶ際は、価格よりは省エネ性能を優先している」の回答割合は「専業主婦」が最も高く、58%であった。



【2】(5) 地球温暖化防止のために行っていること について

(その他回答)

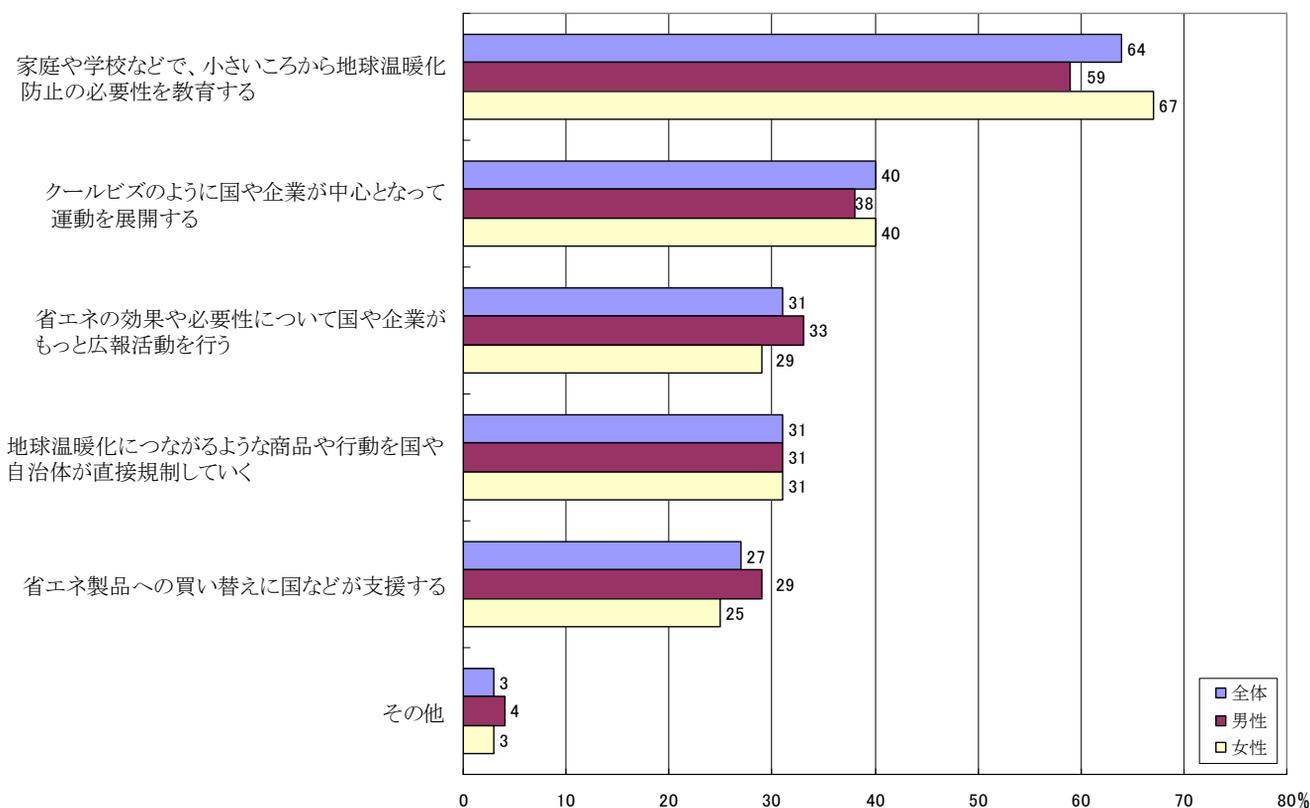
- ◆ クールビズやウォームビズを取り入れている。
- ◆ 徒歩、自転車、公共交通機関を使って移動するようにしている。
- ◆ 車を運転する時、できる限りアイドリングストップを心掛けている。
- ◆ 無駄な物は買わない、使わない。
- ◆ 大切に物を使う。もったいないという気持ちを忘れない。
- ◆ 車を利用したの買物などは、まとめて行くようにし、回数を減らす。
- ◆ 生ゴミを家庭菜園で利用している。
- ◆ 牛乳パック、トレーの回収に協力している。
- ◆ 買い物袋を持参し、レジ袋の削減に努めている。
- ◆ 家庭用の物は包装を断る。袋はもらわない。リサイクルに努めている。
- ◆ 1カ月ごとの消費電力量を20年前より記録、チェックしている。雨水の有効活用。ガス、水、ガソリンの使用量を少なくする。
- ◆ 約10年前から環境家計簿を付けている。
- ◆ 庭の水やりは雨水をためて行っている。
- ◆ ハイブリッドカーの購入を検討している。
- ◆ 自治体などが主催する環境フォーラムなどに参加している。
- ◆ 環境に関するセミナーや講演会に参加している。
- ◆ ボランティアで環境問題の啓発に心掛けている。
- ◆ 地球温暖化防止活動推進員として活動している。
- ◆ 早寝早起きの生活に変えた。
- ◆ 自宅の窓ガラスは、ペアガラスにしている。
- ◆ 子どもが学校で学習したり、課題で取り組んだことを話し合うようにしている。
- ◆ 環境学習の幼児教育プログラムを研究・提供している。
- ◆ 子どもたちに意識して話をしている。
- ◆ 身近な範囲で木を植えたり、緑の大切さを語る。
- ◆ 地産地消を心掛けている。家庭で生ゴミの処理もする。
- ◆ 雨水タンクを取り付け、庭、植木の散水に努めている。
- ◆ 夏場にすだれやカーテンを掛けたり、庭の水まきで室内の温度上昇を抑える努力をしている。
- ◆ 会社を挙げて「チーム・マイナス6% (地球温暖化防止「国民運動」)」の活動に参加している。
- ◆ 環境問題に取り組んでいるNPOに募金している。

【2】(6)地球温暖化防止に配慮した行動を普及させる手段について <全体・男女別>

(6) 地球温暖化防止に配慮した行動を日常生活に普及させるためには、どのような手段が有効だと思いますか。(2つまで回答可能)

— 「家庭や学校などで教育する」が最も多く、6割 —

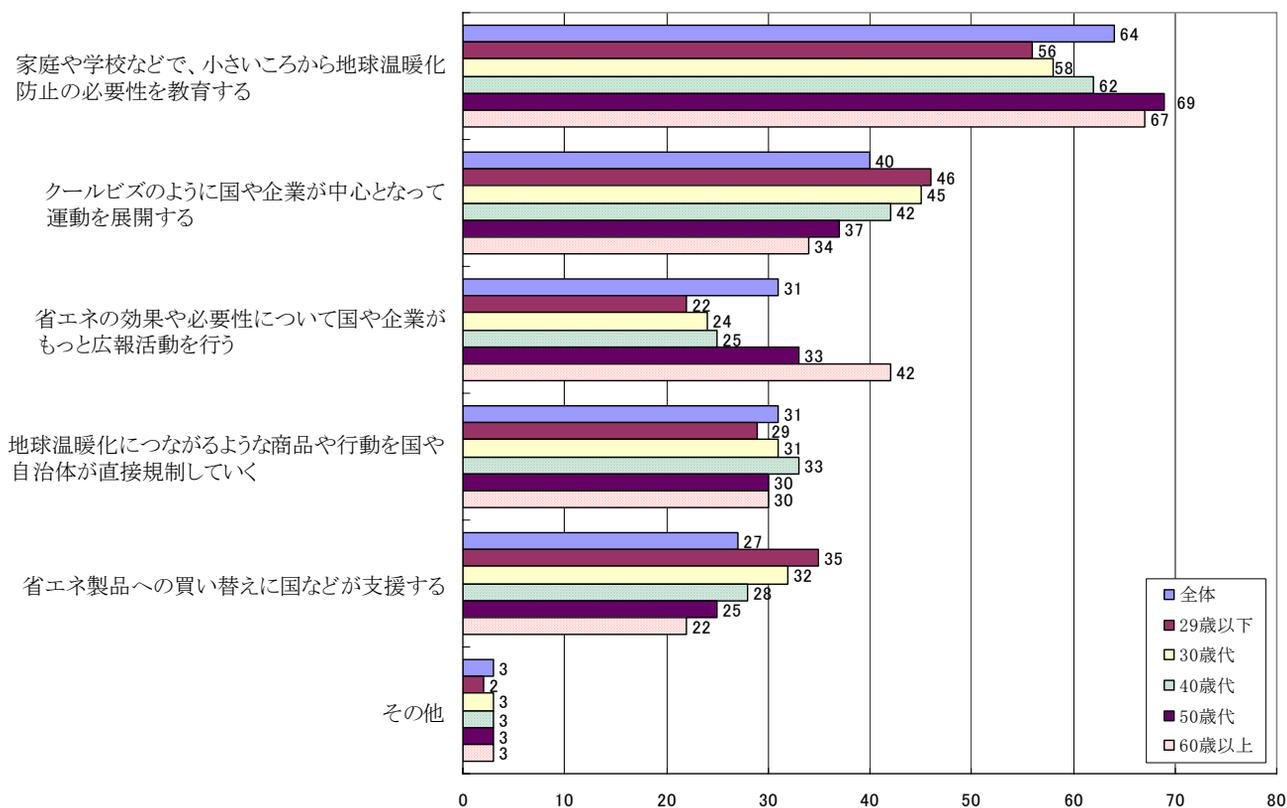
- ◆ 全体では、「家庭や学校などで、小さいころから地球温暖化防止の必要性を教育する」の回答割合が最も高く64%となった。男女別では、男性が59%、女性が67%で、女性が男性の割合を8ポイント上回っている。
- ◆ 次いで、「クールビズのように国や企業が中心となって運動を展開する」が40%となった。
- ◆ 「省エネの効果や必要性について国や企業がもっと広報活動を行う」「地球温暖化につながるような商品や行動を国や自治体が直接規制していく」が31%、「省エネ製品への買い替えに国などが支援する」が27%で拮抗している。



【2】(6) 地球温暖化防止に配慮した行動を普及させる手段について

<年代別>

- ◆ 「省エネの効果や必要性について国や企業がもっと広報活動を行う」と「家庭や学校などで、小さいころから地球温暖化防止の必要性を教育する」の回答割合は、年代が低くなるに従い、回答割合が低くなる傾向が見られる。
- ◆ 「省エネ製品への買い替えに国などが支援する」と「クールビズのように国や企業が中心となって運動を展開する」は、年代が上がるに従い、回答割合が低くなっている。

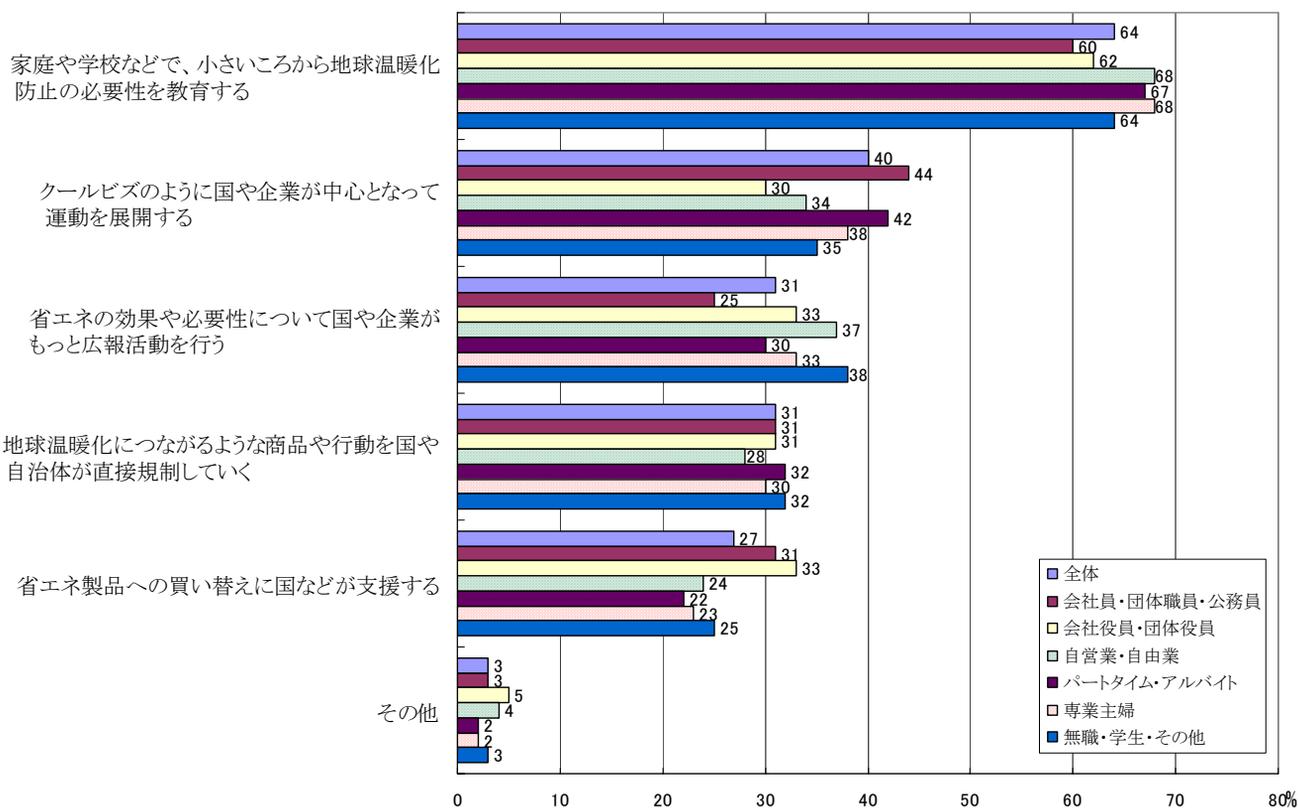


%

【2】(6) 地球温暖化防止に配慮した行動を普及させる手段について

<職業別>

- ◆「家庭や学校などで、小さいころから地球温暖化防止の必要性を教育する」の回答割合は、「自営業・自由業」「パートタイム・アルバイト」「専業主婦」が高かった。
- ◆「クールビズのように国や企業を中心となって運動を展開する」の回答割合は、「会社員・団体職員・公務員」が高かった。



【2】(6) 地球温暖化防止に配慮した行動を普及させる手段について

(その他回答)

-
-
- ◆ 政府や市町村からの啓発活動と各地域での実態把握や教育などを行なっていく必要がある。
 - ◆ 省エネ製品の購入にモチベーションが生じるような施策(非省エネ製品を割高にするなど)を講じる。
 - ◆ 省エネ製品の開発を国が支援する。
 - ◆ 環境税などの導入。
 - ◆ サマータイムの導入。
 - ◆ テレビの深夜放送や商店の深夜営業を廃止し、ネオンも消す。
 - ◆ 使い捨て世代の再教育。
 - ◆ 国、企業、自治体と国民が一体となって取り組む仕組みを構築する。
 - ◆ 運動や広報活動だけではなく、政策として思い切ったことをしなければならない。
 - ◆ 地球全体の問題として考え、日本も責任を持つ。
 - ◆ 家庭の省エネ目標値(世帯人数ごとに)を定め、達成した家庭を減税。
 - ◆ 今持っている製品を安い料金で省エネ化するサービスや技術の開発。
 - ◆ 販売時の過剰包装を減らす。
 - ◆ 「省エネ製品」も大事だが、「長持ちする製品」を開発し、長く利用すること。
 - ◆ リアルタイムで自宅の電気使用量と電気代が分かる機器を取り付け、各家庭の省エネを推進する。
 - ◆ 省エネ製品のプロモーション、低価格化(高いというイメージがある)。
 - ◆ 夜間から早朝にかけてのエネルギー消費活動の制限(生産活動を含む)。
 - ◆ 企業も家庭も資源の有効利用と質素化を心掛け、とにかくゴミを減らすことが広い意味で温暖化防止への道だと思う。
 - ◆ 企業にもっとリユースの推進などをさせるための法整備。
 - ◆ エネルギー消費量の大きい製品・商品・サービスには炭素税を掛け、差別化を促す。

【3】自由記述

地球温暖化に関する意見・感想

29歳以下の意見・感想

- ◆ ツバルのように、温暖化によって水没が心配される国まで出てきている現在、この問題は見過ごし得ない問題だと思う。ひとりができることはわずかだとしても、積み重なれば様々なエネルギー、排出物の問題への大きな力となるはず。数多くの人々が温暖化について身近に考えられるように、啓発活動を行っていくことが重要であると思う。
- ◆ 私は感受性が豊かで好奇心旺盛な小学生たちに、もっと環境教育を広めたらいいと思う。今の高齢者は貧しい時代も経験しているが、私たち若者は豊かな時代を過ごしてきた。若いうちから地球に関する科学的知識や温暖化、エコロジーにもっと興味を持ってほしい。節電するとかリサイクルするという自発的な行動をとるには、やはり知識と教育が必要であると思う。一緒に学び、考えることで子どもたちの連帯感も生まれると思う。
- ◆ 個人の生活や経済活動にどのような影響があるのか分かりやすい広報活動をしないと、「危険」「協力を」といわれても実感しにくい人が多いのではないか。
- ◆ 地球環境問題は、ひとつの国だけで解決できることではなく、地球規模での協力が不可欠だ。経済発展との兼ね合いで話し合いがなかなかうまくいかないことも多いが、そんなことをいつている場合ではないのだ、という危機感を各国が持つべきだと思う。
- ◆ 「クールビズ」は流行したが、「ウォームビズ」はあまり受け入れられなかった。職場や家庭で暖房使用を抑制しようという動きは見られなかったように思う。冷房を使おうが、暖房を使おうが、エネルギーの消費がCO₂などの温室効果ガスを発生させ、地球温暖化につながるという流れは同じであると思う。
- ◆ 昨年からのクールビズはとても有効な取り組みだと思う。次は国全体としてサマータイム制を導入してほしい。クールビズ同様、一斉にやってこそ効果の上がる制度だと思う。
- ◆ 最近「ロハス」という言葉を耳にすることが多い。これは究極な地球に優しい生活だともいえる。身近にできることから、ロハススタイルから行動してみるのもひとつの有効策かもしれない。
- ◆ 温暖化防止が叫ばれる中でも、利便性を求めることを優先してしまい、それに見合った商品・サービスを求めてしまいがちだ。企業が私たちの求めに応じたサービス・物を提供することは当然なのかもしれない。

30歳代の意見・感想

- ◆ 政府や団体や企業による広報活動よりも、具体的に地球温暖化を抑止できる製品の開発や販売、また購入する際の奨励金など具体的なことに力を入れてもらいたい。また、学校教育などの場で幼いころから「環境」を意識した生活を送ることにより、彼らが大人になって自然と「環境」を意識した生活が送れるようになるのではないかと思う。
- ◆ 自分たちのライフスタイルが、地球環境に直結していることをもっとPRすべきである。また自分で取り組めることはさらに意識的に実施しようと思った。
- ◆ 日本人がもともと持っている「もったいない」の美意識を大切にすれば、議定書の目標達成への解決策は見付かると思う。
- ◆ 24時間コンビニエンスストアがオープンし、数多くの自動販売機が電力を消費している現在の日本の姿は、明らかに行き過ぎだと考える。多少不便でも、地球に優しい生活をもっと心掛けるべきではないだろうか。
- ◆ 各企業の取り組みを通じて、電化製品などの省エネ化は進んでいるものの、ライフスタイル自体がエネルギーの消費量を増やす方向に進んでいて、生活者自身の意識改革なしには温暖化対策は効果を発揮しないように思われる。
- ◆ ゴミを減らそうと思っても、そのゴミのほとんどは勝手に届くDMや商品の包装だったりする。同じように温暖化につながる電気の使用に関しても夏は寒く、冬は暑く感じるような温度設定にしてある所も多い。そういう個人の力ではどうにもできない部分を変えてほしい。
- ◆ 環境問題への関心は、小さいころから自然に培っていくのが一番だと思う。特に学校で環境について考えて行動する機会を多くつくり、その子たちが親となった時に、家庭での教育ができるようになればよいと思う。
- ◆ ハイブリッドカーなど、環境を考慮した製品が出て、消費者としてそれを選択するべきだという考えもあるが、やはり最終的な決定は価格に左右されてしまうと考える。国としてそのような商品を生み出したメーカーなどへの支援を検討すれば、普及も進むのではないかと考える。
- ◆ 省エネグッズが普及しなかったころと比べれば、クールビズが定着しつつある現在は、環境問題や地球温暖化に対する国民の意識が、ずいぶん向上しているはず。民生部門における対策としては、公的規制や経済的動機付けだけでなく、国や企業が率先して運動することなどを併せ行うことが効果的だと思う。

◆ 40歳代の意見・感想

- ◆ 具体的に日常生活や勤労生活の中で個人ができることは何かを啓発していくことも必要だと思う。個人が意識を高く持つことによって、生産や製品の在り方などの面で産業部門へも波及効果が期待できると思う。
- ◆ 企業・行政・家庭が一体となった取り組みが必要である。具体的な目標数値を掲げ、効果を明確化して分かるようにすべき。
- ◆ アメリカや中国が参加しない京都議定書では、効力に乏しい。
- ◆ 環境教育について学校で教えてもらったことを、子どもがとても真剣な顔で話してくれることがある。幼いころから学校や家庭で、地球温暖化について情報交換することは、大切なことである。
- ◆ 企業における対策は、ISO14001の普及や、各種法律の規制によるところが大きい。家庭ではいくら削減努力をしても、それが評価されることはないのが現状。家庭でも簡単に地球温暖化防止に取り組むことができるツールが開発されるべきと考える。
- ◆ 都心の真夏の暑さは近年異常さを感じる。アスファルト、コンクリートが昼間蓄熱してしまう現象を緩和するため、例えばビルの屋上を緑地化する施策など、積極的に推進してほしい。
- ◆ 環境に配慮した商品はどちらかといえば割高で、そうでない商品との価格差は大きくなっていく。努力している企業が報われるようにならないと、企業も環境型商品を継続して開発していけないと思う。
- ◆ 省エネ製品には税金を優遇するなどの法制化をしてほしい。
- ◆ 自動車のアイドリングを止めるなど、身近なところから地球温暖化防止を習慣付ける環境整備を自治体が強力に推進すべきだと思う。
- ◆ 人類が乗り越えなければならない今世紀最大の課題である。産業部門、運輸部門など規制の及ぶ範囲ではかなりの努力がなされていて成果も上がっていると思う。民生部門においても強力なCO₂削減策を講じ、より一層の啓発が必要だと思う。
- ◆ 温暖化対策について、日本の先端技術をもっと世界に普及させるべき。発展途上国への技術供与を今後も注力してほしい。
- ◆ 個人でできることの広報・教育が必要だと思う。日本から世界へ発言することも大切。

◆ 50歳代の意見・感想

- ◆ 国内においては国・自治体を中心となって、地球温暖化防止のためのガイドライン、規制などの徹底、国民意識を高める広報活動など、可能な限りの施策を推進するべきである。さらに、日本が先行するクリーンエネルギー技術、リサイクル技術などを、近隣諸国を中心に国際協力の柱として推進するべきである。
- ◆ 産業部門の取り組みに対して、民生部門の取り組みの低さが気になる。生活の便利さと相反する部分があり難しいが、どう折り合いをつけるか、個々人の問題とあってよい。
- ◆ ハイブリッドカーなど購入したいが、家計との相談になる。国などが企業を支援し、安く買えるようにしてほしい。地球温暖化に日常生活から協力していきたいと考えている。
- ◆ 京都議定書が机上の空論とならないよう、地球温暖化防止に向け、国・企業・国民が一体となって努力しなければいけないと思う。後世に悔いを残さないためにも、あらゆる手段を使って積極的にPRを進める必要がある。
- ◆ 意識の高い人と低い人との格差がかなりあるように感じている。学校などで子どもの時からの意識付けが必要であると思っている。
- ◆ 最近では、エネルギー・環境教育を実施する学校が増えているが、国はさらにそれを推進すべきだと思う。
- ◆ 環境問題に積極的に取り組んでいる企業の商品、サービスを選びたいと思っているが、情報公開が少ないような気がする。企業はもっと積極的に環境への取り組みをアピールした方がよい。
- ◆ 地球温暖化の問題は一人ひとりの意識でずいぶん良くなっていくと思う。昔の生活には戻れないのだから、自分たちのできる範囲で気を付けてやっていくしかないと思う。
- ◆ 植物は水のカーテンとのこと。鉢植えひとつでもいいから植物を家庭、会社、学校などに置き、植物・自然を多くする必要があると思う。
- ◆ 最近、テレビの番組でも取り上げられるようになったが、対策を講じないと大変なことになることをもっと周知すべきである。特に若い人たちに対しては、彼らに人気のあるタレントに出してもらい、訴え掛けていくことが必要と考える。
- ◆ 工場や事務所などでは、すでにかなり省エネ化が進んでいて、家庭内などの民生用が今後の大きな課題と考える。社会全体が地球温暖化防止に向けて進んでいく、ムードづくりがまずは大切だと思う。クールビズのような取り組みをどんどんやってもらいたい。

-
-
- ◆ 最近の異常気象や自然災害など地球温暖化を意識せざるを得ないような出来事が多い。小さなことから始めて、長く続けることが大切だが、なかなか難しい。環境にいいことをすることが、かっこいい生き方になるよう世の中の空気が早く変わるといい。それには小さい時からの教育が大切。
 - ◆ 一般の生活において、どういうことをすれば温暖化防止につながるかをもっと啓発していく必要があると思う。
 - ◆ 総論賛成だが具体的な日常生活や産業活動の段階で「手間が掛かる」とか「コストが掛かる」ということになってしまうため、家庭や学校で小さいうちから意識を植え付けていく努力と、省エネ製品を作ることが収益面に結び付くような政策（消費税など税制面での配慮など）を推進すべきと思う。
 - ◆ 江戸時代には戻れないが、せめて「もったいない」とか「他人さまのご迷惑」など自己規制の精神文化を指向する取り組みが官民で必要。

60歳以上の意見・感想

- ◆ 昨年実施された「クールビズ」や「ウォームビズ」を企業がもっともっと推進すべきだと思う。各企業とも積極的に温暖化防止に取り組んでほしいと思う。
- ◆ 地球規模の大きな問題として論ずること（100年後、水没する陸地があるといわれても、どうせ自分たちは生きていないのだからということになる）よりも、緊急かつ身近な問題として、国民一人ひとりに訴えることができないだろうか。
- ◆ 家庭では「省エネ（CO₂削減）型家計簿」を普及させ、実施者を評価すべきである。統計データの算出・公表をスピードアップし、広く国民へ省エネ（CO₂削減）の必要性を訴えるべきである。
- ◆ サマータイムの早期実施など、生活環境そのものを強制的に改善してエネルギー消費の増加を抑制するべき。
- ◆ 「環境報告書」には良いことばかり書かれていて、ちょっと疑問である。
- ◆ 二酸化炭素排出量推移のグラフを見てびっくりした。もっと真剣に取り組まない限り、排出量は減らないという危機感を持った。日々の暮らしを見直していくつもりだ。
- ◆ 日常生活の中で、できることはするように心掛けている。しかし、地球の温暖化という大きすぎて、ピンとこない。絶えず一般の人に理解されるように、納得されるように、分かりやすい言葉で広報し続けること（それも日本だけでなく、地球規模で）が大切だと思う。次世代への教育も大切だと思う。
- ◆ 個人の省エネ化も大切だが、何とんでも省エネ製品を作り出すことが大きな要件であると考えている。その点ではもう一歩徹底した省エネ産業にしていくなれば急務のように思われる。
- ◆ 温暖化の悪影響について、知らない人が多い。どちらかといえば身近に感じていないと思う。認識を深め、自分にも関わりの大きい問題だということを知らせる教育が大切だと考える。

地球温暖化に関するアンケート 結果報告書

発行／2006年7月

財団法人経済広報センター

国内広報部 社会広聴グループ 樋野泰人

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-6-1 大手町ビル 7階

TEL:03-3201-1412 FAX:03-3201-1404