

# 環境と暮らし

## 報告書

(2014年5月15日～6月9日調査)

I	調査の設計	1
II	調査のポイント	4
III	調査の概要	5

一般社団法人 長野県環境保全協会

一般社団法人 長野県世論調査協会

# I 調査の設計

## ◆調査の目的

世界の科学者らでつくる国連の気候変動に関する政府間パネル（IPCC）は、今のペースで地球の温暖化が進むと今世紀末に平均気温が最大4.8度上昇、食料安全保障に大きな影響を与え、紛争の危険性が增大すると警告しています。

気温上昇を18世紀からの産業革命以前に比べ2度未満に抑えるためには、2050年までに温室効果ガス排出量を10年比40～70%削減が必要と報告されています。

日本は東電福島第一原発事故の影響もあり、火力発電の利用が増え温室効果ガス排出量が増加しています。再生可能エネルギーが電源比率1.6%（12年度）と欧米の主要国に比べ圧倒的に少なく増加策が喫緊にもかかわらず、新たなエネルギー基本計画では数値目標がなく「2013年から3年程度、導入を最大限加速」ととどまっています。

温暖化防止という国際責任を果たすために、私たちは何をしたらいいのでしょうか。

長野県環境保全協会と長野県世論調査協会は、2000年から環境問題をテーマに共同調査を続けています。今回は深刻さを増す温暖化と暮らしについて考えます。

## ◆調査の設計

- ▽調査対象 長野県内に住む20歳以上の男女800人
- ▽抽出方法 層化三段無作為抽出法。対象の各市町村の選挙人名簿から抽出
- ▽調査方法 郵送（一部ファクス、インターネット回収）
- ▽調査期間 2014年5月15日～6月9日
- ▽調査地点 19市7町6村の計32市町村

## ◆回収結果

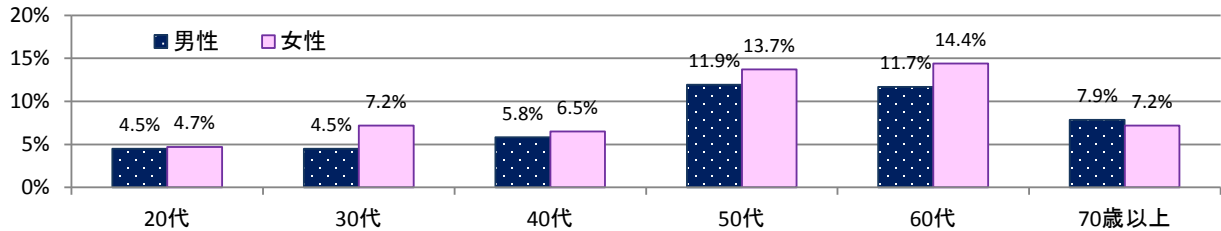
- ▽有効回収数 445人（回収率55.6%＝男性206人 女性239人）
- ▽回収内訳
  - 郵送 379（85.2%）
  - ファクス 44（9.9%）
  - インターネット 22（4.9%）
- ▽調査主体 一般社団法人 長野県環境保全協会  
一般社団法人 長野県世論調査協会

<注>報告書のパーセント数字は小数点第2位を四捨五入。合計が100にならない場合がある。  
見出し、文中は原則として小数点第1位を四捨五入して表記した。

## 回収サンプルの内訳

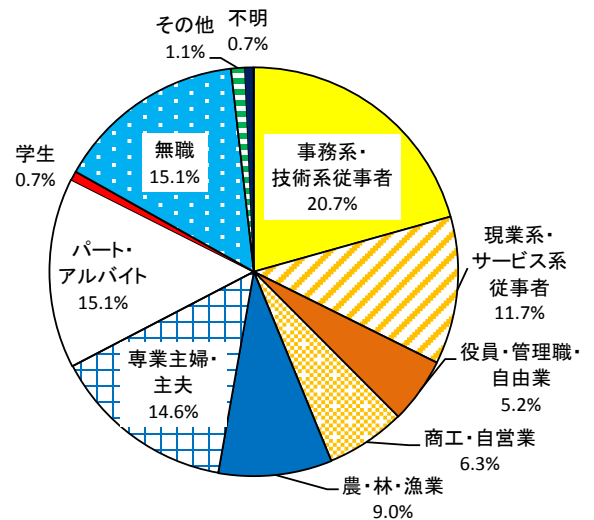
### 【性別と年代】

	合計	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
全体	445	41	52	55	114	116	67
	100.0%	9.2%	11.7%	12.4%	25.6%	26.1%	15.1%
男性	206	20	20	26	53	52	35
	46.3%	4.5%	4.5%	5.8%	11.9%	11.7%	7.9%
女性	239	21	32	29	61	64	32
	53.7%	4.7%	7.2%	6.5%	13.7%	14.4%	7.2%



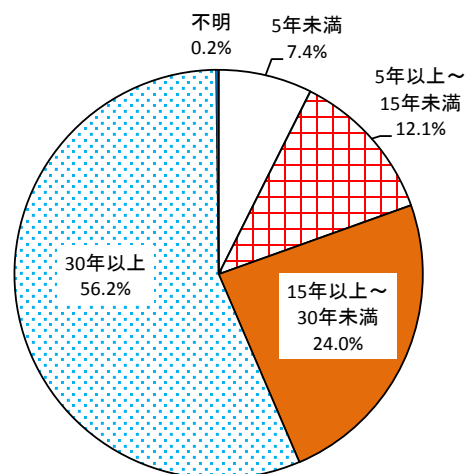
### 【職業】

事務系・技術系従事者	92	20.7%
現業系・サービス系従事者	52	11.7%
役員・管理職・自由業	23	5.2%
商工・自営業	28	6.3%
農・林・漁業	40	9.0%
専業主婦・主夫	65	14.6%
パート・アルバイト	67	15.1%
学生	3	0.7%
無職	67	15.1%
その他	5	1.1%
不明	3	0.7%



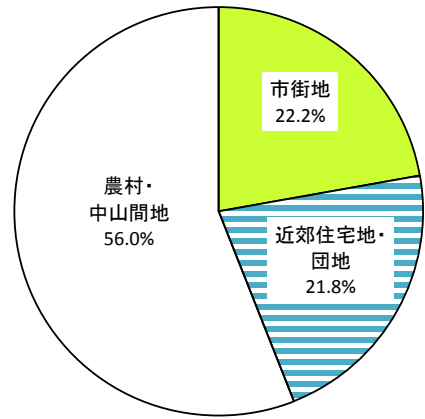
### 【居住年数】

5年未満	33	7.4%
5年以上～15年未満	54	12.1%
15年以上～30年未満	107	24.0%
30年以上	250	56.2%
不明	1	0.2%



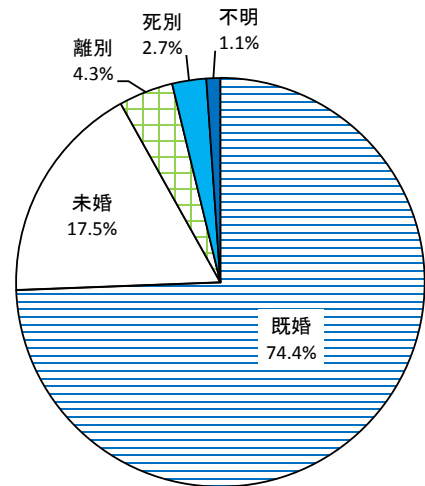
【地域性】

市街地	99	22.2%
近郊住宅地・団地	97	21.8%
農村・中山間地	249	56.0%



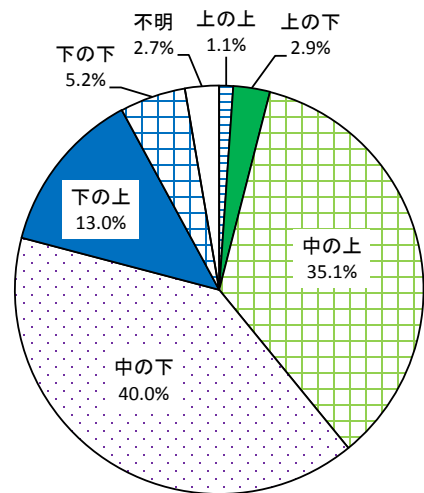
【結婚】

既婚	331	74.4%
未婚	78	17.5%
離別	19	4.3%
死別	12	2.7%
不明	5	1.1%



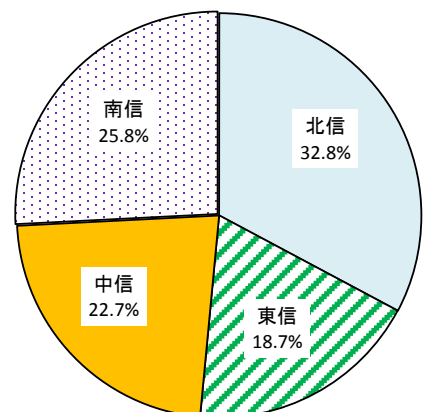
【暮らし向き】

上の上	5	1.1%
上の下	13	2.9%
中の上	156	35.1%
中の下	178	40.0%
下の上	58	13.0%
下の下	23	5.2%
不明	12	2.7%



【地域】

北信	146	32.8%
東信	83	18.7%
中信	101	22.7%
南信	115	25.8%

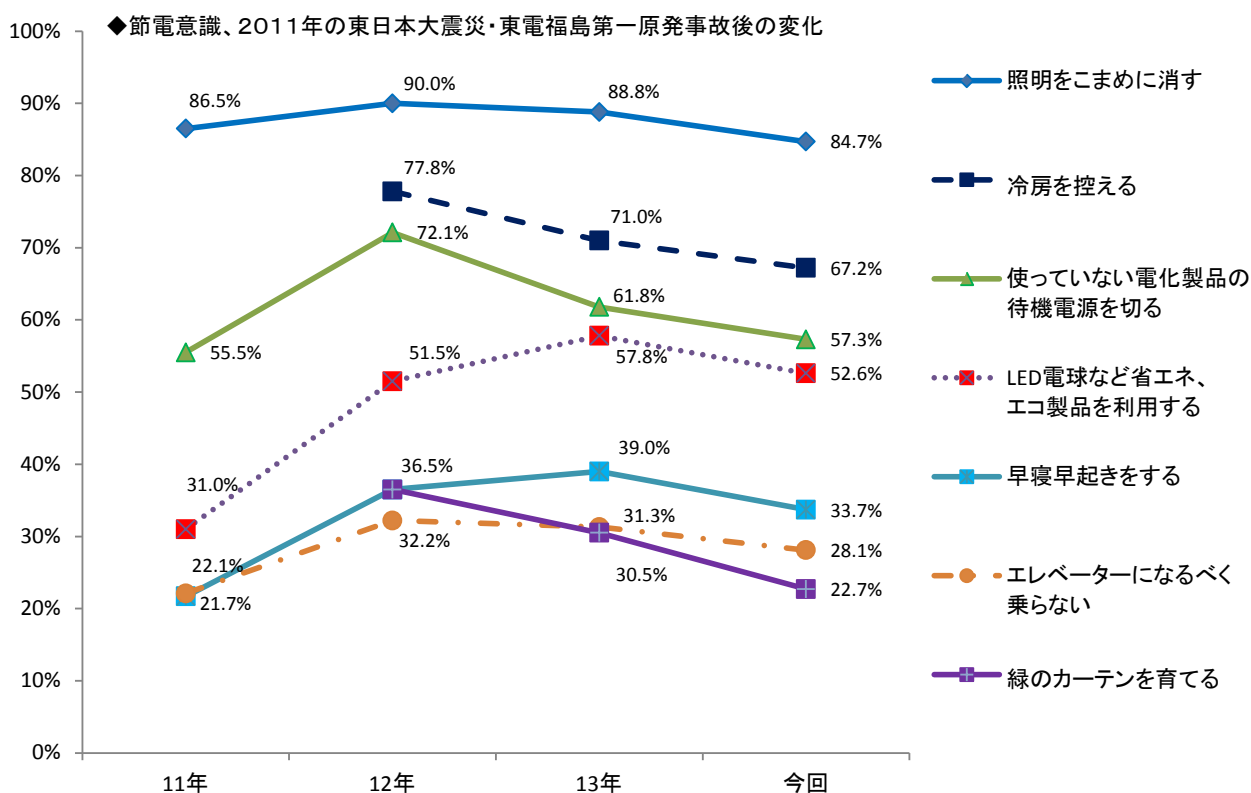


## II 調査のポイント

東日本大震災、東電福島第一原発事故から3年余、エネルギーへの危機意識が多少薄れてきたことが危惧される。温暖化防止対策として、心がけたい節電を継続して聞いているが、「冷房を控える」など多くの項目で2012年から下がり気味だ（グラフ参照）。

またレジ袋削減のためのマイバッグ持参について、具体的にスーパーとホームセンター・コンビニ・ドラッグストアを分けて聞いてみたところ、後者へ持って行くのは「時々」を合わせても48%と半数以下。スーパーは全体で持参率が84%なので落差が大きい。さらにレジ袋削減運動推進にはスーパー以外の対策が課題だ。

安倍政権が新たなエネルギー基本計画で再稼働を認めた原発については、廃止を目指し削減と即時廃止を望む人が合わせて8割に上った。放射性廃棄物（原発のごみ）も「最終処理方法が決定するまでは、再稼働するべきでない」が過半数など、政府の方針を支持しない人が多数だ。



### Ⅲ 調査の概要

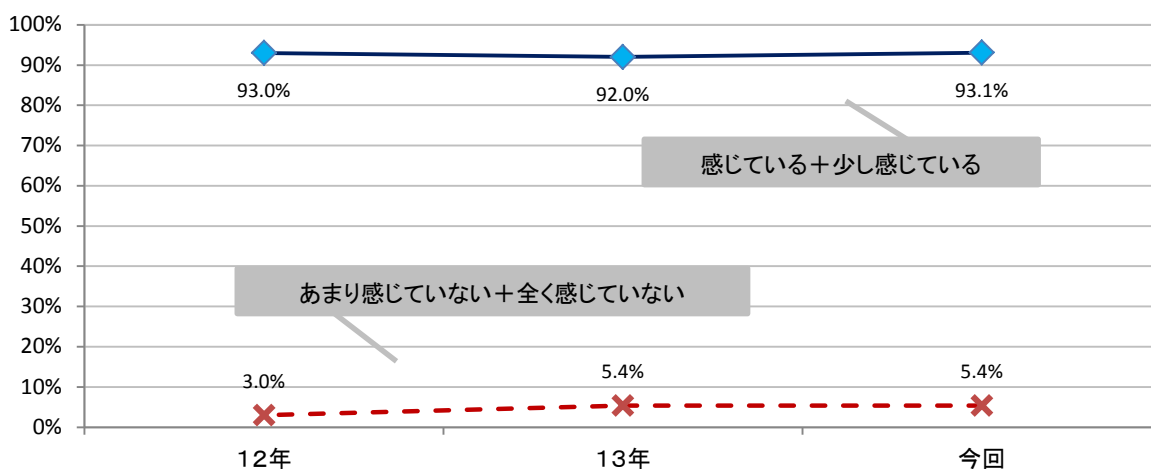
#### 地球温暖化と環境への配慮

(問1～5)

#### ◆温暖化「感じている」93%で昨年と同水準

現在、地球温暖化を感じているかどうか、3年連続聞いた。「感じている」のは全体ではほぼ同じ水準の93%だが、「感じている」が昨年比5ポイント減の68%、「少し感じている」が6ポイント増の25%で、感じる度合いはやや弱まっている。

20代は「感じていない」が2割と多く、1割に達しない他の年代と対照的だ。職業別では商工・自営業と専業主婦・主夫はほぼ全員が「感じている」と答えている。

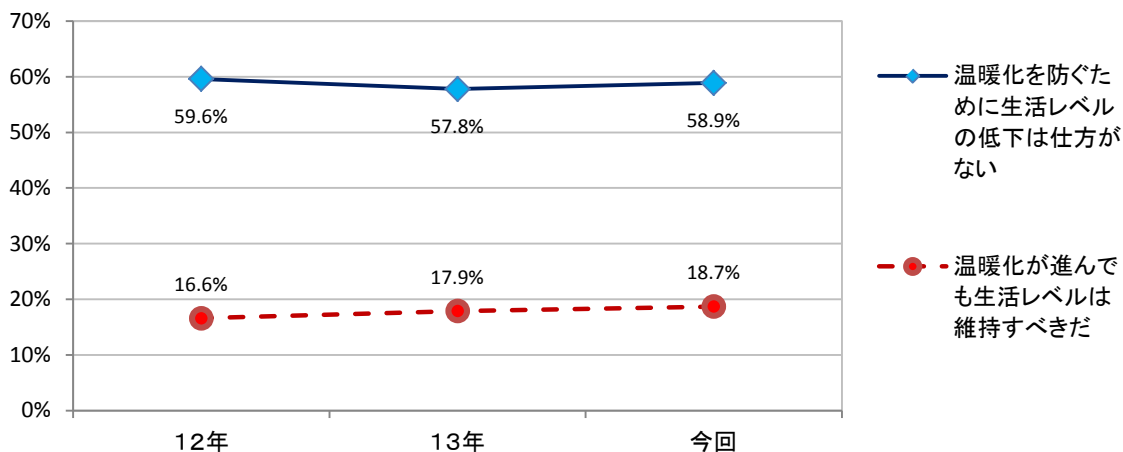


#### ◆「生活レベルの低下、仕方がない」59%

環境問題を考えるときに、今の生活を見直すことについて「温暖化を防ぐために生活レベルの低下は仕方がない」59%、「温暖化が進んでも生活レベルは維持すべきだ」19%と、昨年、一昨年の結果と大きな変化は見られない。

低下容認は女性が男性より6ポイント高い62%。年代別ではバラつきがあり、50代、70歳以上は「生活維持」が2割を超える。職業別でも開きがあり、「生活維持」は役員・管理職・自由業は30%、農林漁業も25%と比較的高い。

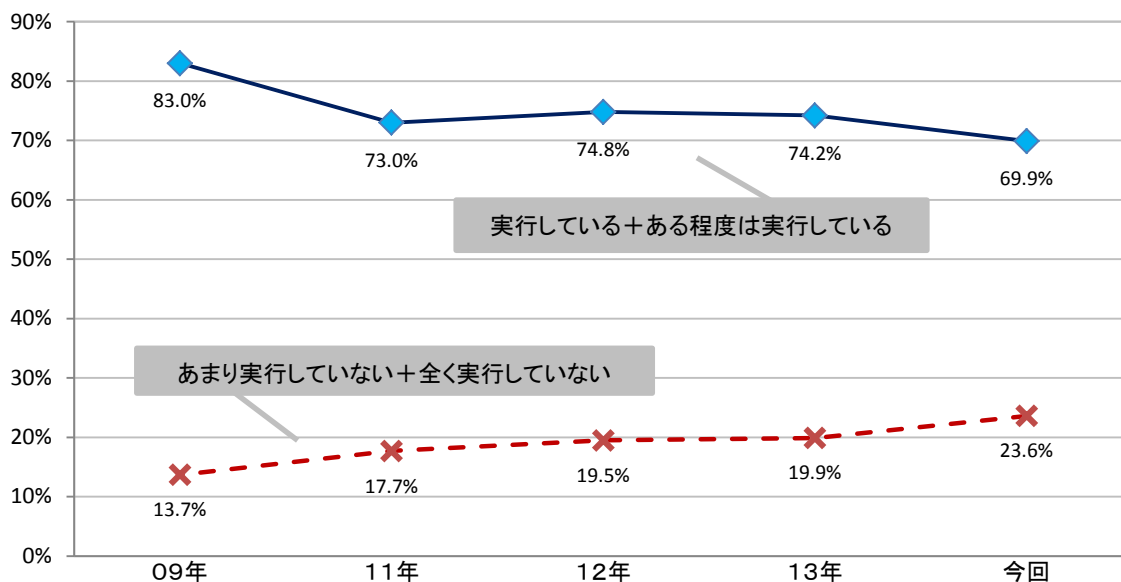
また原発推進派でも今の生活「低下容認」が43%と、「維持」の37%を上回る。



## ◆「環境のためになること」実行がややダウン

日ごろ環境のためになることを「かなり実行している」6%、「ある程度は実行している」64%で実行は全体で昨年比4ポイント、09年調査に比べると13ポイントも減少した。

20代は「あまり実行していない」が46%と、「実行している」の34%を上回る。40代以上は6割以上が実行しており、若い世代と落差が大きい。

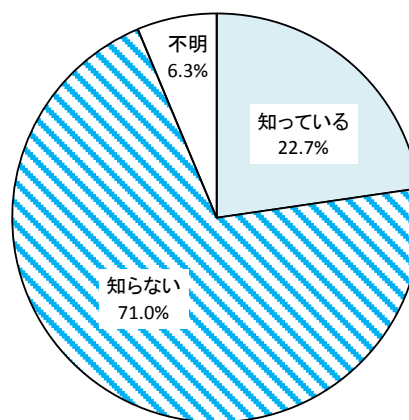


## ◆環境対策に熱心な企業「知っている」23%

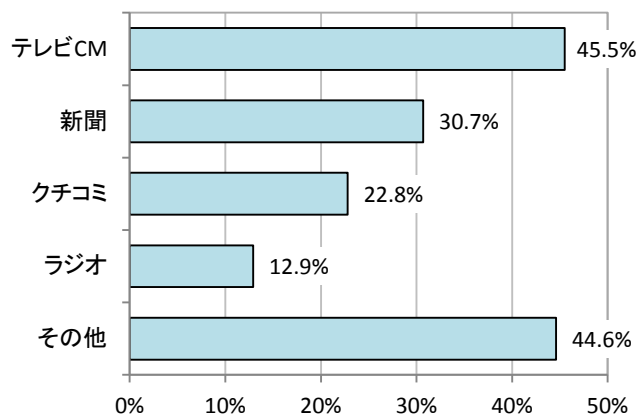
環境対策に熱心な企業を「知っている」のは23%で、昨年より3ポイント増。ただ一昨年と同水準で、2割程度からあまり伸びない。40代~60代が25%以上知っており、他の年代よりは高い。

「知っている」人に聞いた企業名で5件以上挙げたのは伊那食品工業、トヨタ、イオン、セイコーエプソン、八十二銀行、パナソニック、ホンダ、の7社（詳しくは43ページ）。

またその企業を知った媒体はテレビCMが46%で最も多く、新聞31%、クチコミは23%だった。



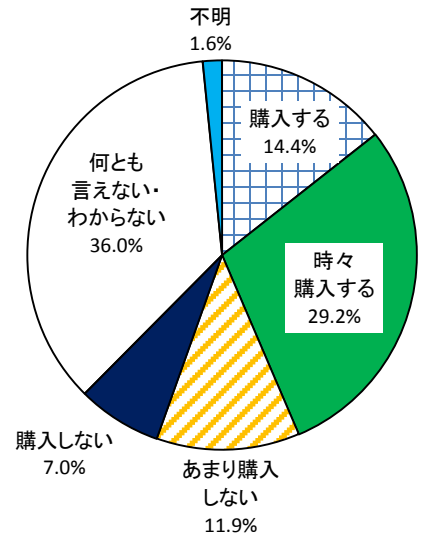
### ◆何によって知ったか



## ◆熱心な企業の商品、率先して購入 44%

環境対策に熱心な企業の商品に対する消費者意識は、率先して「購入する」14.4%、「時々購入する」29.2%を合わせて44%が前向きだ。全体では昨年調査とほぼ同水準だが、「購入する」が特に少数だった20代は、今回16ポイント増の29%に急伸した。

ただ購入にあたって環境対策をあまり意識していないと思われる「何とも言えない・わからない」の答えが、ほとんどの層で3割以上となっている。



## エコ事業への参加、利用 (問6)

国や県・市町村が推進している省エネ商品やエコ事業について実行度を聞いた。調査は5～6月なので主に消費税増税前の行動となる。



## ◆省エネ家電 「既に行った」ほぼ4割

「既に行った」が38%で昨年調査より4ポイント減、「買いたい」も41%で同率、消費税増税前に駆け込み購入があったようには見えない。しかし専業主婦・主夫と役員・管理職・自由業は約半数が「買った」と答えている。

また暮らし向きを「下」と思っているにつれ「買った」割合は低くなっている。



### ◆エコ減税カー 「既に買った」27%

エコ減税カーの購入は着実に伸びており、「既に買った」が昨年とほぼ同じ 27%。年代別では 30 代が 35%と一番高い。

### ◆うちエコ診断 希望、ややダウン

うちエコ診断は昨年から聞いているが、「診断を受けたい」が 2 ポイント減の 13%でやや希望が下がった。「既に診断を受けた」が 3%で変化なく、事業の効果が浸透していないようだ。

### ◆エコハウス 「既に建てた」7%

エコハウス（スマートハウス）を「既に建てた」は 7%、「近いうちに建てたい」が 2%と実現性が見えるのは 10%程度にとどまる。そのなかで 30 代は、「既に建てた」と「近いうちに建てたい」を合わせて 2 割近くで意欲が高い。

### ◆エコリフォーム 高年齢層ほど実施

太陽光発電や二重サッシなどのエコリフォームを「既の実施した」が昨年並みの 26%、「実施したいが」7ポイント減の 14%。実施率は高年齢層ほど高く 70 歳以上で 37%、40 代以上を見れば 4 人に 1 人が既リフォームをしている。

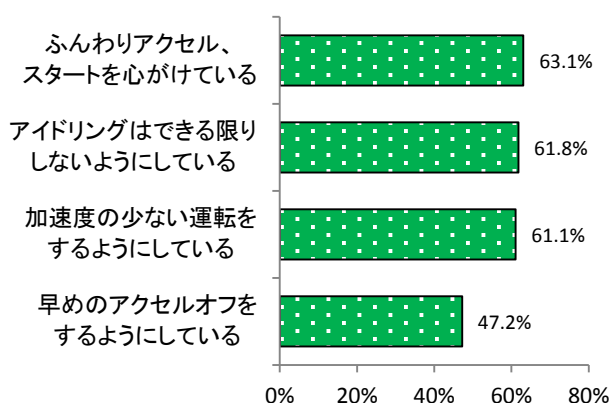
実施の内容は二重サッシ（ペアガラスを含む）と太陽光発電が断然多く、断熱材や LED 電球も数人が挙げている。（43～44 ページ参照）

## 環境に配慮したマイカー運転 (問 7)

### ◆6 割が心掛ける

二酸化炭素排出削減、省エネにつながるマイカー運転の際に気を付けていることをすべて挙げてもらった。12 年調査と比べ大きな変化はなく「ふんわりアクセル、スタート」63%、「アイドリングはできる限りしない」62%、「加速度の少ない運転」61%と 3 項目は、今回も 60%を超えている。ただ「早めのアクセルオフ」だけは今回も半数に達しない 47%。

この発進時、停止時、巡航時、減速時の 4 項目とも 50%をクリアしたのは地域では東信のみ、県内では東信が模範的なドライバー像と言える。



## 今夏、心がけたい節電

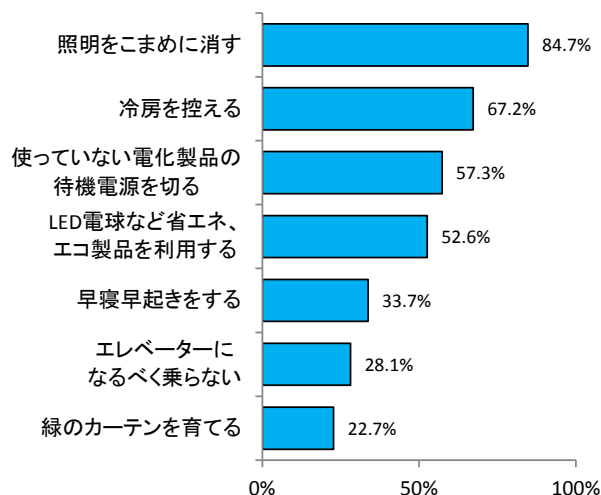
(問8)

### ◆全般的に後退気味

節電については11年から継続して聞いている。長野県は今年も5月から10月まで「サマーエコスタイルキャンペーン」を実施中だが、東日本大震災・東電福島第一原発事故以来高まってきた危機意識が3年を経過して、やや後退しているように見受けられる。

「照明をこまめに消す」(85%)、「冷房を控える」(67%)、「使っていない電化製品の待機電源を切る」(57%)のトップ3も昨年に比べ各4ポイント程度減少した。「LED電球など省エネ、エコ製品を利用する」が5ポイント減の53%、30%を超えていた「緑のカーテンを育てる」は23%と他の項目も軒並み下がった。すべての項目で女性より男性の後退姿勢が目立つ。

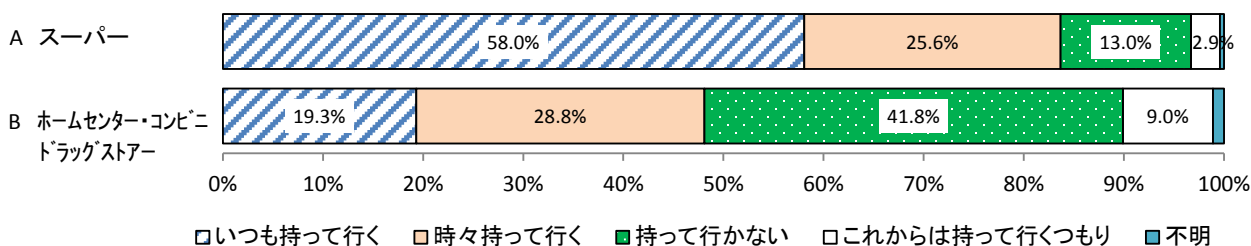
(注) この調査期間後の6月11日に、県は13日から9月末まで夏の節電県民運動を実施し東日本大震災前の10年夏比で最大電力を7%削減する数値目標を決定している。



## レジ袋削減運動

(問9~13)

### ◆マイバッグ持参、お店の業態により大きな開き



昨年はお店を限定せずに「買い物時にマイバッグを持って行きますか」と聞き「いつも持って行く」56%、「時々持って行く」30%と高めの数字が出た。

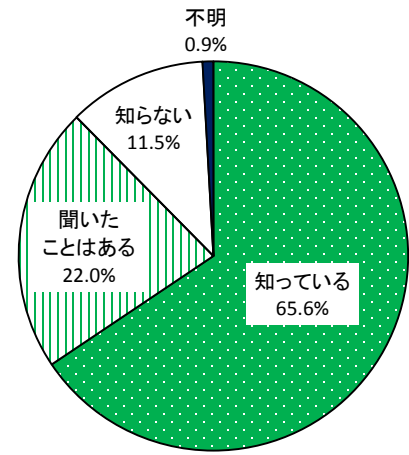
今回はもう少し細かく「スーパー」と「ホームセンター・コンビニ・ドラッグストア」に分けて聞いてみたところ、スーパーは昨年とほぼ同率だが、ホームセンターなどは「いつも持って行く」19%、「時々持って行く」29%で持参している人が半数に達しない。

年代別で見て、スーパーにはマイバッグを「いつも持って行く」人が20代を除いて過半数だが、ホームセンターなどはすべての年代で半数以下、それも50代までは2割以下の低さだ。4地域の中では両方のお店とも、南信の持参率が最も高い。

(注) 長野県レジ袋削減推進協議会が13年10月に発表したアピールによれば、3月、6月の調査時点でマイバッグ持参率が当初目標の60%を超えたとして、3年以内に80%以上を目標にしている。この目標達成のためには「ホームセンター・コンビニ・ドラッグストア」などへの対策が求められそうだ。

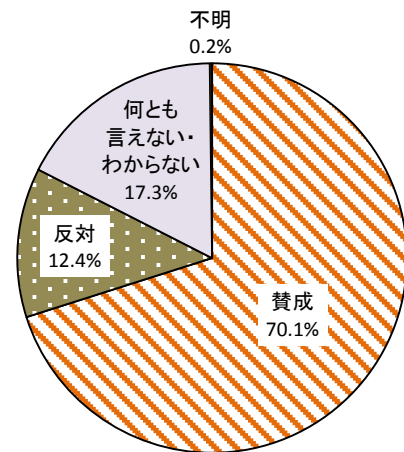
## ◆県民スクラム運動を「知っている」66%

2008年から県などが展開してきた「レジ袋削減県民スクラム運動」を「知っている」が66%で昨年より18ポイントもアップ、かなり広まってきたことがうかがえる。全年代にわたり認知度が上昇、昨年は「知らない」が多数だった20~30代も「知っている」が優位に立った。高年齢層ほど知っていて、70歳以上は8割近い。



## ◆レジ袋有料化、7割が「賛成」

スーパーなどのレジ袋有料化に「賛成」が70%、「反対」12%「何とも言えない・わからない」17%。昨年は「賛成」が20代のみ半数に達しなかった(48%)が、今回は全年代ともに6割以上を示し、有料化は共通認識になりつつある。今年も南信の賛成が73%で他の3地域より高い。



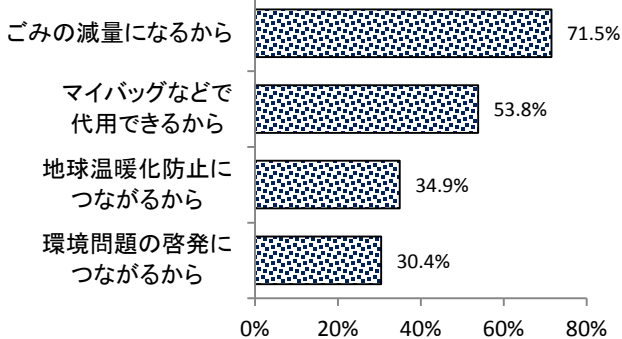
## ◆賛成の理由は「ごみの減量になるから」72%

レジ袋有料化に賛成と答えた人に聞いた理由(2つ以内選択)は「ごみの減量になるから」72%、「マイバッグなどで代用できるから」54%で、「地球温暖化防止につながるから」を挙げたのは35%だった。

## ◆反対の理由は「レジ袋をごみ袋などに再利用するから」73%

有料化に反対したのは55人と少ないが、その理由(2つ以内選択)は「レジ袋をごみ袋などに再利用するから」の73%に集中した。「環境問題の啓発には役立たないから」と運動の目的否定は22%。

### ◆「賛成」の理由



### ◆「反対」の理由

