

Ipsos Views

企業ブランディングの注目トピックにリサーチで答える！

第3回 日本人の環境意識は本当に低いのか？



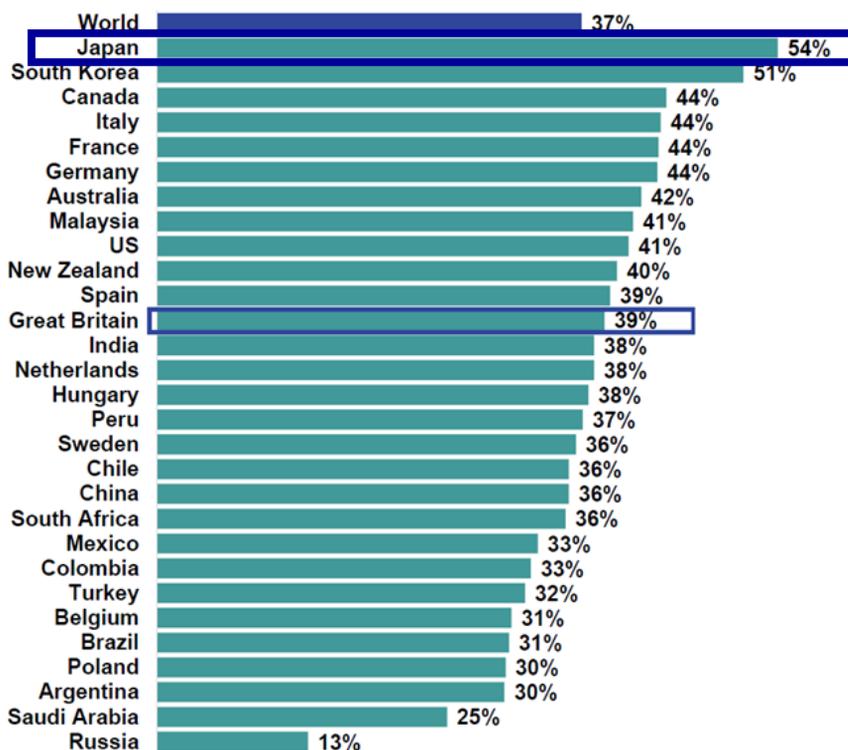
イプソス コーポレートレピュテーション部門のリーダー、和田潤子による新連載ブログです。今回のテーマは、「日本人の環境意識は本当に低いのか？」です。

環境意識調査などで、「日本人はリサイクル程度のことしかしない環境意識の低い国民だ」という結果を見たことがある方が多いのではないのでしょうか。

最近のEarth Day (地球環境について考える日)を含むGlobal Advisor調査で、「日本人の環境意識の高さ」を表すデータが公開されました。ここで、日本人は環境意識が低いわけではなく、日常生活で何をすれば環境に良い、または悪いのかの知識に欠ける、または利便性を犠牲にはしたくない、などの理由で行動に移し切れていないことが分かりました。

まず、意識は高いことが分かるデータをご覧ください。

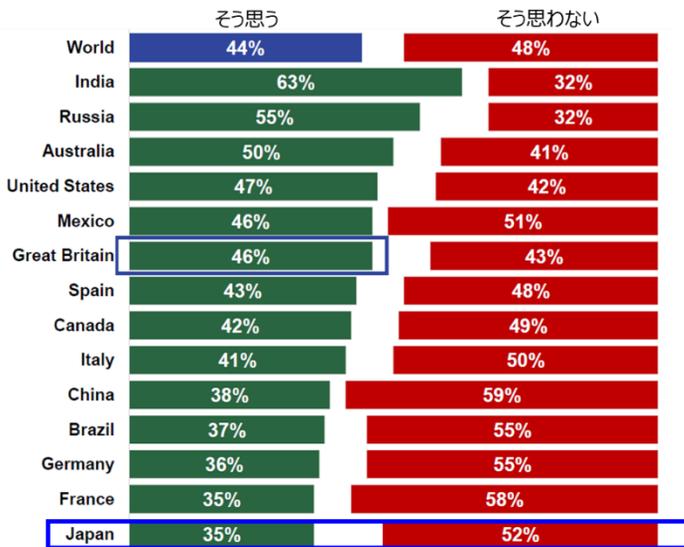
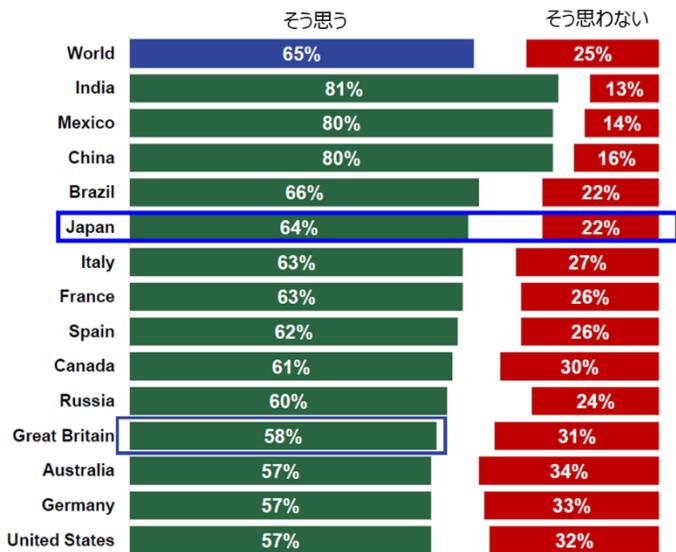
あなたの国が現在直面する最も重要な環境問題はどれですか。(リストから3つまでお選びください)。「地球温暖化/気候変動」-日本がトップです。



次は、「コロナ禍後に経済復興する際、環境保護を軽んじてはならない」という意識の高さをご覧ください。

新型コロナウイルスの収束後に経済が回復する際、政府は気候変動の対策に優先的に取り組むことが重要である

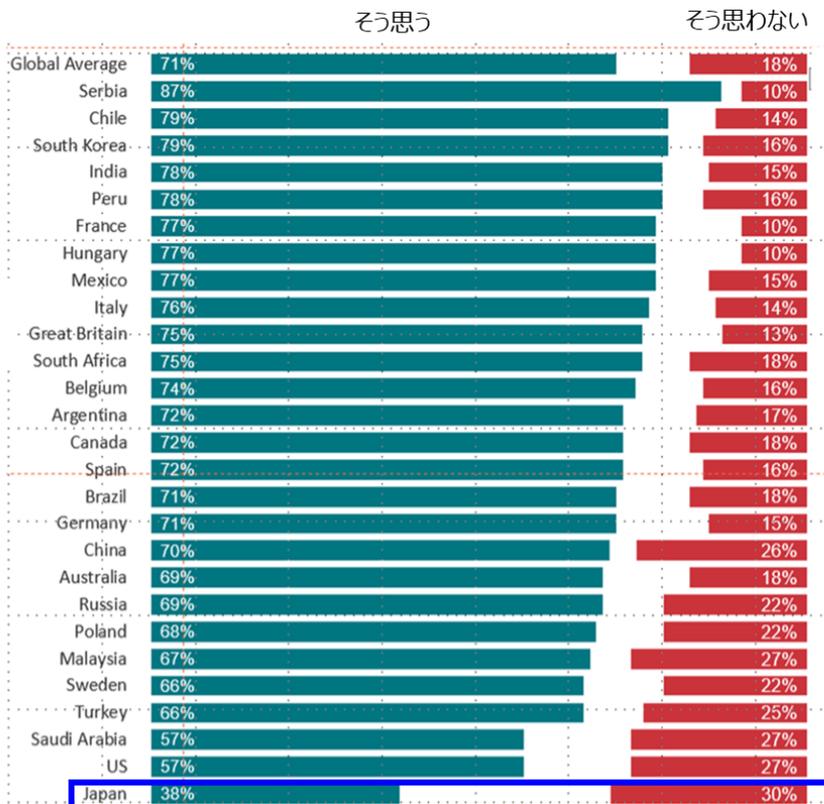
政府は、環境に悪影響を与えるような措置をとることになっても、何よりもまず経済の回復を支援することに重点を置くべきである



Global Advisor 調査 2020年4月16-19日 14か国 28,029名 16-74歳男女

しかし、日頃の行動に関わることになると意識は非常に低くなります。

「プラスチックのシングルユース(一度使っただけで廃棄すること)は出来るだけ早く禁止すべきだ」 - 日本が最下位です



Global Advisor 調査 2019年8月 27か国 13,500名 16-64歳男女

以下の表で、日本が他国以上に行動していること(グリーン)としていないこと(オレンジ)に規則性が見られます。

- ✓ 儉約、もったいないという意識と、環境に良いということの一石二鳥なら行動する
- ✓ 妥協を伴う行動はしない(紙ストローは不便でプラスチックストローを諦められない、お肉が好きで諦められないなど)
- ✓ 理解が追い付かない行動はしない(食肉の生産に関わる環境への影響などの知識が低い等)

気候変動への影響を低減するため、あなたは一年以内に次のことをしようと思いませんか。

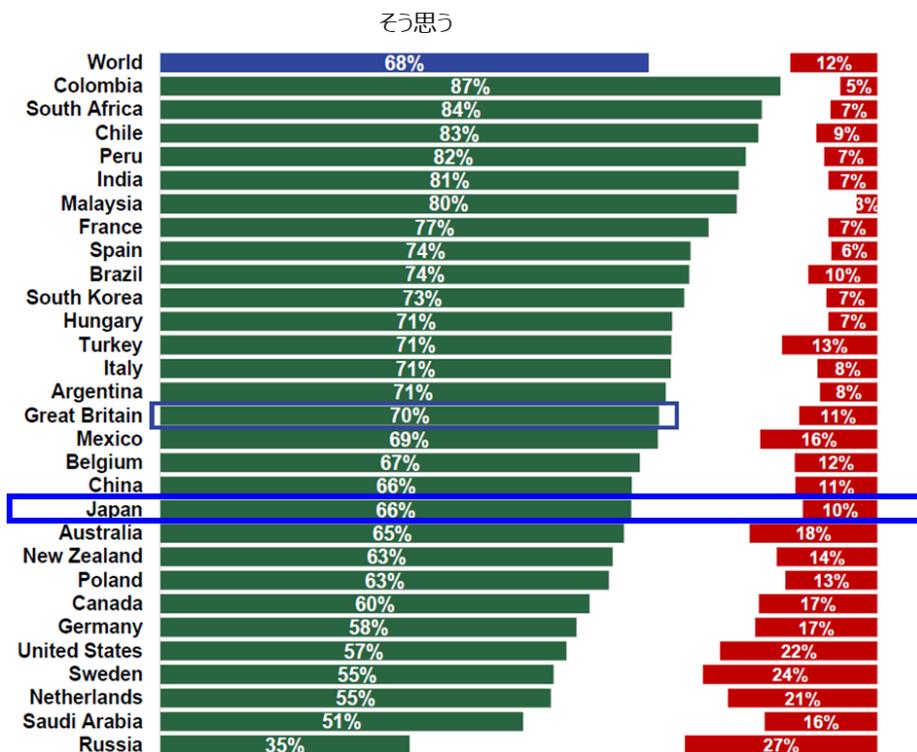
(%) 必ずしようと思う/ある程度しようと思う

	World 29 countries	Brazil	China	France	Germany	India	Italy	Japan
過剰包装をする商品は買わない	57%	56%	71%	46%	54%	60%	58%	49%
新品代わりに中古品を買ったり壊れても修理して再利用する	52%	49%	59%	41%	52%	54%	53%	47%
家庭でのエネルギー消費量を減らす(断熱材を取り付けたり、自動消灯するスイッチを付けたりする)	50%	47%	69%	32%	48%	52%	48%	55%
ガラスや紙、プラスチックなどをリサイクルする	49%	52%	74%	27%	40%	59%	42%	57%
シャワー時間を短縮したり植木の水やりを減らすなど、家庭での水利用を削減する	49%	44%	66%	34%	47%	51%	51%	50%
自家用車を利用する代わりに歩いたり自転車・公共交通機関を利用する	46%	45%	64%	32%	42%	54%	50%	44%
飛行機を利用する代わりに電車やバスを利用する	41%	45%	59%	31%	42%	53%	40%	35%
肉の代わりに豆を食べるなどして、肉を食事から減らす	41%	43%	58%	32%	39%	47%	45%	23%
乳製品を豆乳に置き換えるなどして、乳製品を食事から減らす	35%	44%	59%	23%	35%	54%	31%	24%

Earth Day Global Advisor 調査 2020年2月21-3月6日 29か国 20,590名 16-74歳男女

最後にもう一つ、おそらく日本人は、環境に悪影響を及ぼすことの責任は政府の方針や企業の倫理観にあり、個人にできることは限られている、と考える傾向にあると思われます。

「政府が今気候変動と闘うため立ち上がらなければ、国民はその不利益を被ることになる」



Earth Day Global Advisor 調査 2020年2月21-3月6日 29か国 20,590名 16-74歳男女

政府の方針や企業の取り組みも、消費者が「自分ごと化」して協力を得られなければ実を結びません。企業も消費者と同じ企業市民。消費者と同じ立場で同じ目標に向かっていることを訴求し、共感と支持を取り付けること。消費者をサステナブルな購買と利用に導くのは、企業の責任です。



イプソス株式会社 | 担当:和田潤子 | junko.wada@ipsos.com
 〒105-0001東京都港区虎ノ門4-3-13ヒューリック神谷町ビル
<https://www.ipsos.com/ja-jp>