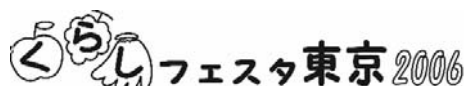


環境対策についての企業向けアンケート結果レポート

目次

1. はじめに	2
2. 結果で扱ったデータの実施概要及び回収数	2
3. 環境対策についての企業向けアンケート	2
温暖化対策について	2
① 温暖化対策について	2
② 社内でエアコンの奨励設定温度を決めて運用していますか？	3
③ 緑化対策を行っていますか？	3
④ 社用車の利用に温暖化対策に関する基準を設けていますか？	3
製品に対してのごみ対策	4
⑤ 製品に利用している容器に再使用のシステムがありますか？	4
⑥ 製品利用者からの修理は積極的に行っていますか？	4
⑦ 製造過程で生じる廃棄物の有効利用をするシステムがありますか？	4
社内におけるごみ対策	5
⑧ ごみの分別を行っていますか？	5
⑨ 不必要な書類等を回収し、再生・利用を行うシステムがありますか？	5
⑩ 社内で独自に行っている環境に配慮した再生・利用システムがありますか？	5
⑪ 利用可能な範囲で上下水の節約を行っていますか？	6
環境対策についての消費者とのコミュニケーション	7
⑫ 環境に配慮していることをどのような方法で消費者に知らせていますか？	7
⑬ 消費者に評価して欲しい環境活動について2つ選択してください。	7
⑭ 消費者の環境に配慮した製品への購買意欲の高さを感じますか？	8
⑮ 企業が環境対策をとる上で消費者に対する要望があれば教えてください。	8
企業プロフィール	10
⑯ 業種 N=103	10
⑰ 従業員規模	10
⑱ 資本金額	10
4. 環境に配慮した消費生活に関するアンケート	11
企業についての質問	11
① 環境に配慮した商品についているラベル（例えばエコマークなど）を知っていますか？	11
② 知っているとは回答した人に3つまで選択	12
③ 企業の環境活動を何で評価しますか？2つまで選択	12
④ 環境に配慮していると感じられる企業名を3つまで記述	12
⑤ 個人プロフィール	13

2006消費者月間実行委員会



1. はじめに

今年度、CSRの中でも「環境」というテーマに絞って企業の取り組みを尋ねました。

「コミュニケーション」が今年の東京都消費者月間事業のテーマです。消費者も企業も地球環境問題には関心が高く、環境問題でそれぞれができることに取り組んでいます。果たして両者の間にコミュニケーションが取れているのだろうか、ということからこのアンケートを採ることになりました。

企業はCSRの観点からも、企業ポリシーとしても環境問題は避けて通れない課題です。製品自体はもちろん、素材の選定、製造過程、果ては廃棄に至るまで、環境配慮への取り組みをしなければなりません。消費者には、会社が社内で行っている環境配慮の取り組みは見えません。

このアンケートでは製品だけからでは分からない企業の取り組みを消費者に伝えると共に、企業が消費者へ望むことなどもあわせて伝え合っていきたいと考えました。また、消費者にもアンケートを採り、双方での認識がどうなのかも探ってみました。このアンケートの結果が、企業、消費者双方のコミュニケーションの一助となればと思っています。

東京都消費者月間実行委員会 CSRグループ長 大島いずみ

2. 結果で扱ったデータの実施概要及び回収数

- 環境対策についての企業向けアンケート

- 実施期間、調査方法、サンプル数

8月1日～8月31日の期間、インターネット調査、103サンプル

このレポートでパーセンテージ表記してあるものは、全体数103の割合で算出

- 環境に配慮した消費生活に関するアンケート

- 実施期間、調査方法、サンプル数

7月初旬から対象者へ配布、回収、及び8月1日～8月31日の期間、インターネット調査、608サンプル

なお、結果レポートでは、このアンケートの設問の中で、企業向けのものとは対比できる企業に関する調査項目をピックアップしました。

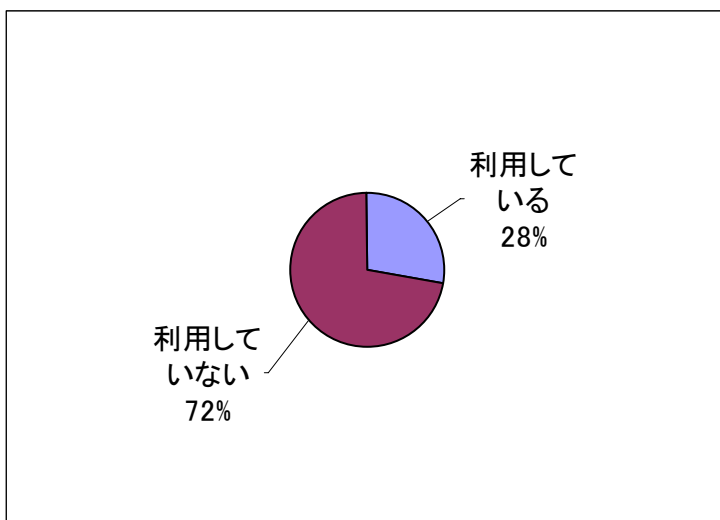
このレポートでパーセンテージ表記してあるものは、全体数608の割合で算出

3. 環境対策についての企業向けアンケート

温暖化対策について

① 温暖化対策について

企業活動を行う上で自然エネルギーを利用していますか？

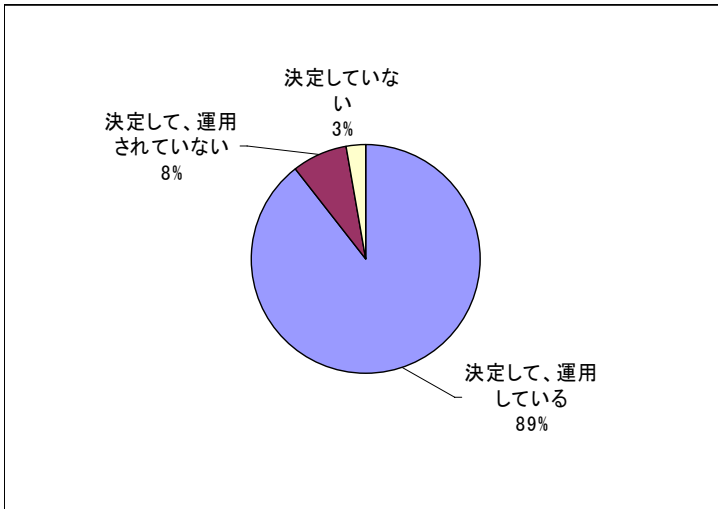


◆コメント◆

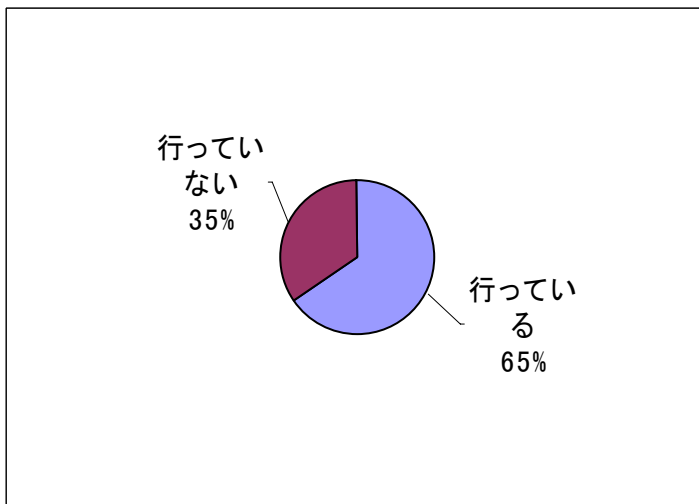
温暖化対策についての設問①自然エネルギーの利用、③緑化対策については予想以上に対策がとられていると感じました。ただ、⑰、⑱の企業プロフィールなどから大企業が多いことが影響していると思います。

②エアコンの設定温度については、「決定、運用共に行っている」が89%で評価できますが、その一方で、「決定はされているが運用されていない」との回答も8%ありました。決定していることが守られていないということは、環境対策に対する企業姿勢が問われることにもなります。原因を追究すると共に改善に向けて取り組んで欲しいと思います。当然のことながら、決定していない企業においても、ぜひ、取り組んでいただきたいと思います。

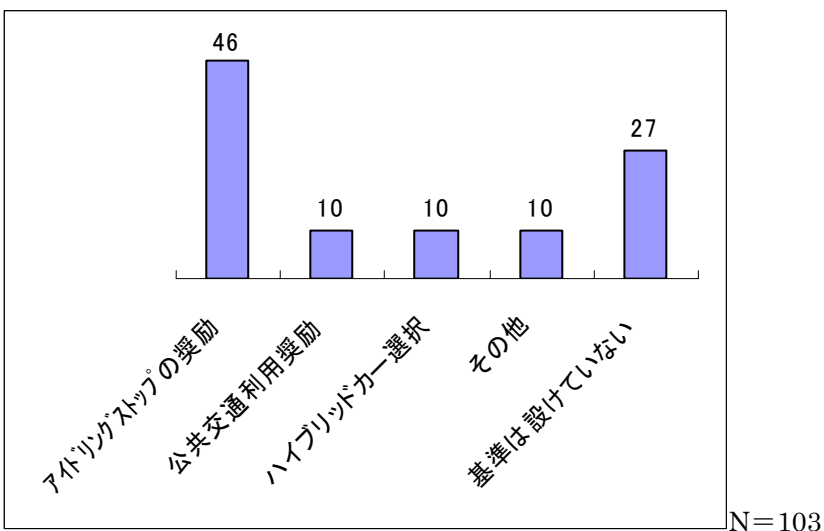
② 社内でエアコンの奨励設定温度を決めて運用していますか？



③ 緑化対策を行っていますか？



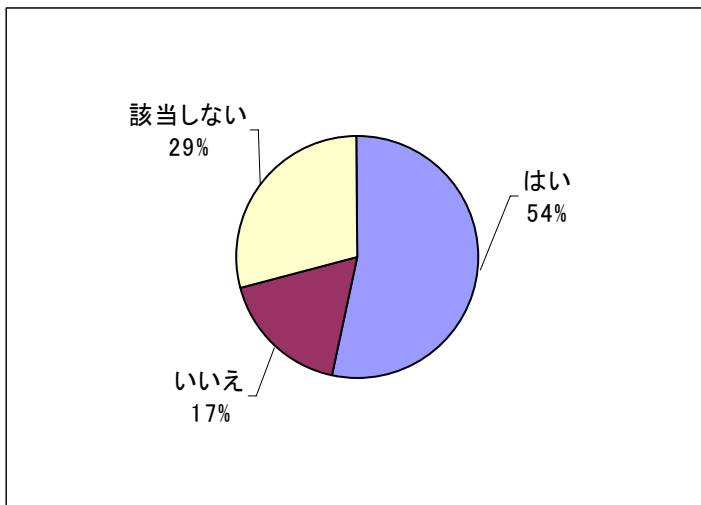
④ 社用車の利用に温暖化対策に関する基準を設けていますか？



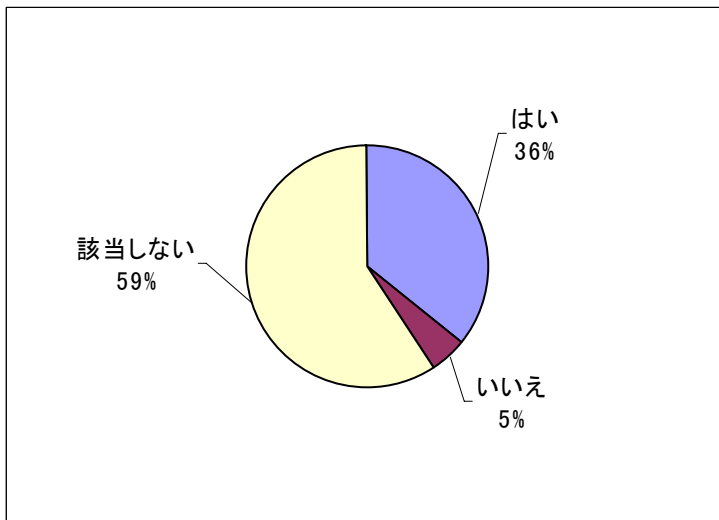
その他の記載内容では、社用車を所有していないと回答された企業が6社、その他、「天然ガス自動車を採用している」「ハイブリッドではないが、低公害車の導入」「CO₂排出削減目標に物流をあげている」などの回答がありました。

製品に対してのごみ対策

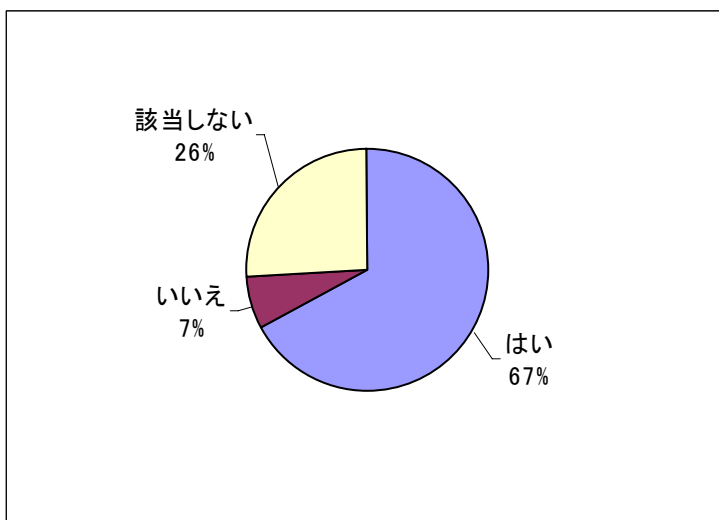
⑤ 製品に利用している容器に再使用のシステムがありますか？



⑥ 製品利用者からの修理は積極的に行っていますか？



⑦ 製造過程で生じる廃棄物の有効利用をするシステムがありますか？



◆コメント◆

製品に対してのごみ対策⑤、⑥、⑦については、想像以上に「はい」の回答が多く、驚きました。

製品に対してのごみ対策は、製品原価に反映してくることから企業にとっても重要であるため、取り組みには積極的になることも考えられます。

また、実際には、ご協力いただいた企業が環境対策に積極的である企業が多かったこと、どの程度行っているかという限度を設けなかったこともあり、ほんのわずかの取り組みであっても数字として反映されてしまっている可能性も否めません。

社会における製品容器の回収、再利用の浸透度、修理を依頼する際の利用勝手の悪さ、等々を鑑みると実生活に即していないと考えられます。

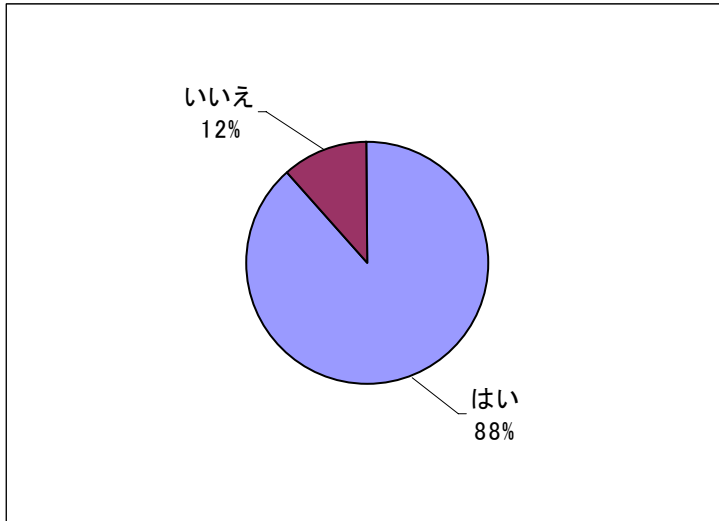
実生活に即したものとするためには、同種の企業間、消費者が連携し、地域の中で生かされるシステムづくりが必要です。それが、コスト削減にもつながるのではないのでしょうか。

社内におけるごみ対策

⑧ ごみの分別を行っていますか？

全企業が行っています。(100%)

⑨ unnecessary書類等を回収し、再生・利用を行うシステムがありますか？



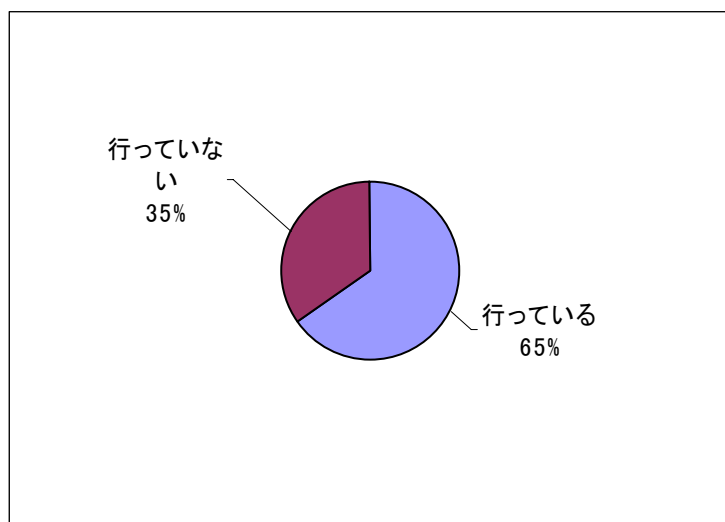
⑩ 社内で独自に行っている環境に配慮した再生・利用システムがありますか？

回答は、「特にありません」のコメントを除き、全て掲載しました。

■ 回答内容 ■
裏紙のコピー使用、エコ商品の利用
印刷ミス等の裏紙の使用
裏紙使用、通い袋、節電
コピー用紙の裏面再利用など
使用した白黒コピー用紙を再生してコピー用紙として使います
裏紙コピー1枚を1円としてカウントし、荏原グリーン基金として植樹活動等に使用するシステムを構築しています。
紙類をシュレッダー処理後、緩衝材として活用
ペーパーレス化
リサイクル可能な紙コップ使用
生ゴミ処理機により肥料に再利用している
食品廃棄物等をコンポスト設備を導入し堆肥化している。
インスタ商品（お惣菜など）の廃棄物を肥料化している事業所がある。
社員食堂生ごみリサイクル（提携処理業者と）で電力資源に
生ゴミ処理機による肥料化
コンポストによる生ごみの再生活用
卵の殻のリサイクル
プラスチック空き容器を粉砕し、ショッピングバッグへ再生利用
工場で発生する副産物・廃棄物を100%リサイクルしている。
汚泥の肥料化
廃プラの油化装置により再生油をつくり発電機燃料化
コージェネシステムに基づく廃熱利用など
共通ハンガーの再利用
中水装置の導入・コンポスト
水の再利用
排水処理水のトイレ用水への再利用
氷蓄熱方式空調計画、雨水再利用
顧客先からのガス機器の回収と回収品のリサイクル

工場で発生した廃棄物からの堆肥をグループ会社のレストラン用の野菜栽培に利用
ゼロエミッション、おむつロスリサイクル
ゼロエミッション推進活動を独自の基準で実施している
プリンター用トナーカートリッジを業者に頼んで再生してもらっている
トナー/インクカートリッジ回収 BOX 設置とリサイクルの推進活動
文具備品のグリーン購入
半期に一度、捨てリングデーを設けて、不要な書類、プラスチック（CDROM等々）などを回収し再利用の活動を行っている。
折りたたみ式コンテナ
植林
廃プラスチックの再生利用
一部工場では紙ゴミ・吸い殻の堆肥化を実施している
循環型農業--家畜糞尿の100%リサイクル、肥料、野菜作り
ディスク成型端材のプラ容器へのリサイクル。廃油の燃料化。
紙やごみだけでなく、廃パソコンなどについてもメーカーの再生システムを利用している。
コージェネシステム
部署ごとに環境担当者を配置し、再生システムの管理をしている
ケータイリサイクル（使用済携帯電話機の回収）

⑩ 利用可能な範囲で上下水の節約を行っていますか？



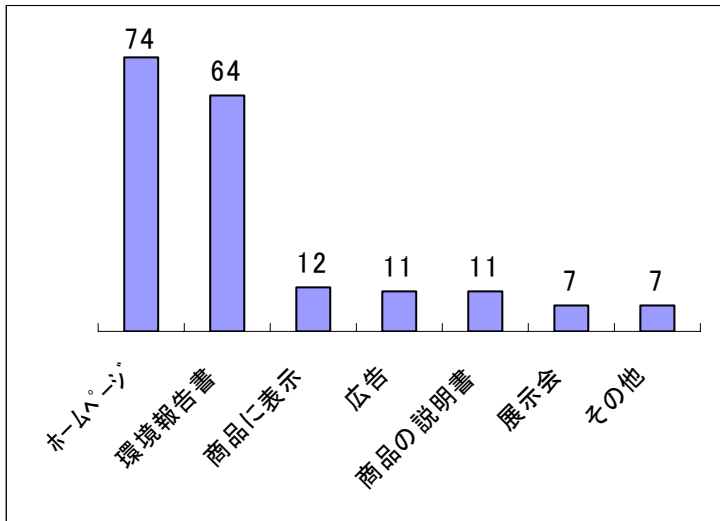
◆コメント◆

社内におけるごみ対策についての質問で、いずれも実効度は比較的高水準であり、社内においても環境に配慮する姿勢は評価できると思います。

⑩は、社内で行っている独自の環境配慮対策をフリーコメントで記入いただいたもので、非常に興味深いコメントが寄せられました。特に特色あるものに網をかけました。コメントの中には、社内の取り組みというだけでなく、製品に直接影響してくる仕組みなどの言及もあり、やはりこのようなシステムは消費者と連携して地域の中で生かされるようにしていただきたいと感じました。

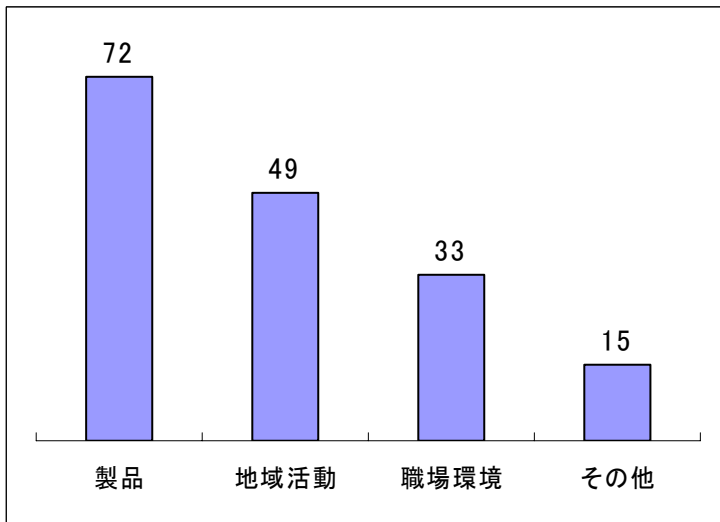
環境対策についての消費者とのコミュニケーション

⑫ 環境に配慮していることをどのような方法で消費者に知らせていますか？
 自社で行っている重要だと思われることを二つ選択してください。複数回答数 186



その他の内容で記載していただいたものに「ディスクロージャー誌」という回答が複数ありました。

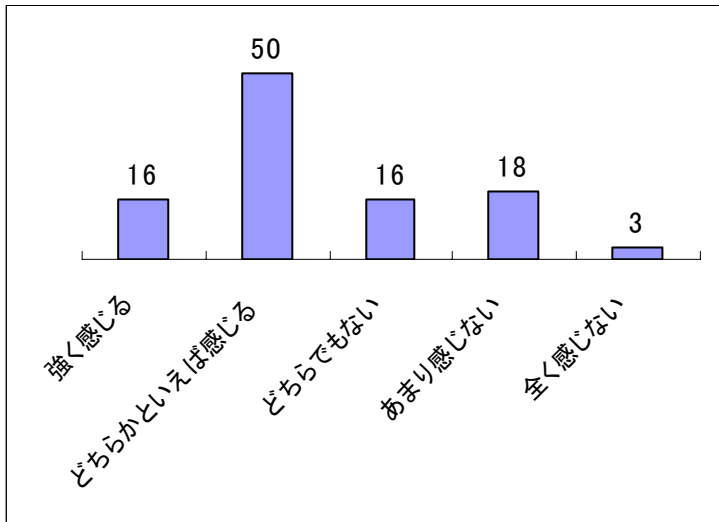
⑬ 消費者に評価して欲しい環境活動について2つ選択してください。
 その他を選択した場合は、その活動内容を記載してください。複数回答数 169



その他の内容は以下のとおり

国際認証取得企業であること
廃プラの再生油化や製品クズなどの飼料化
生産面における環境活動
不要となった携帯電話の回収、リサイクル
植樹活動
製造工程の塩ビ系材料を使用していない。
省エネ、省水、廃棄物削減・再資源化
製品回収・リサイクルシステム
ばら売り・簡易包装等、販売方法
省エネ機器の設計・提案・販売
事業活動

⑭ 消費者の環境に配慮した製品への購買意欲の高さを感じますか？



N=103

⑮ 企業が環境対策をとる上で消費者に対する要望があれば教えてください。

■ 回答内容 ■
価格優先の選択基準を考え直して欲しい。
不法投棄の防止、廃棄物の分別化、リサイクル教育
知識の向上
ショッピングバッグの資源削減を訴え続けて日本で 15 年になり、周囲の企業もだいぶ足並みを揃えてきた感はあるが、日本ではまだまだ「過剰包装」が好まれ、簡易包装について苦情がくるのが現状。まだまだ資源やゴミ問題への意識が希薄であるように思います。
地球環境保全・対策は消費者（国民/人類）一人一人の認識とその行動も企業活動同様に重要なことです。何でもかんでも企業責任と主張することは間違いであることを理解すべきと考えます。
リサイクル商品の積極利用。容器包装の分別、リサイクルへの協力。
リターナブル壇に抵抗を覚えることなく、リターナブル壇使用の製品を進んで購入いただき、リサイクルに協力していただけたら・・・と思う
環境保護のために生じたコストアップのご負担をお願いしたい。
消費者の評価が、企業の環境への取り組みを推進させる力になっている事を感じて欲しいです。
価格や見栄えを超えた商品の環境対策を取る事によるリスクを消費者が評価してくれるような社会環境が望ましい。
極端に清潔観念をもって製品を評価されると、ゴミ（汚損扱いで返品発生）が増加する。使用可能な範囲なら、容器の僅かな汚れ、微細なゴミ付着は消費者側で不良品扱いせず、ゴミ削減に協力していただきたい。欧米では普通の容器が、日本では瑕疵ある不良包装とされることが多く、外資系企業が海外生産するケースでネックとなる。
環境に配慮した商品を認知していただいた上で購入していただきたい。
分別排出の徹底
グリーン購入を積極的に行なってほしい。
消費者の動向により企業の対応のスピードは変わるため、さまざまな声を聞かせてほしい。
環境対策を行った場合の製品単価に還元される事を理解して欲しい。企業努力だけでは改善は難しくなっている。
耐久消費財等を廃却する場合は一般廃棄ではなく、リサイクルへの協力をお願いしたい。また、プリンター等の消耗品に関しても、各販売店に設置されている回収ボックス等への回収協力を願いたい。
●消費者への啓蒙活動と法的な規制。●行政ごとに違う法令をある程度統一して欲しい。（ゴミの分別等）
企業の環境管理、環境保全活動に対するご要望やご意見等があればお伝えいただきたい。
環境に配慮している企業を消費者の立場で支援、応援いただきたい。消費者として企業が発信する環境に関する情報を入手された際には、ご意見（評価）をいただきたい。
工場に足を運んでいただいて、工場での取組を直接見ていただきたい。
商売のこやしにされる報道等に流されずに、本質とバランスを考慮判断した、要望・提言をしてほしい。
環境配慮型製品を優先的に購入して頂きたい

コスト面が割高になるので価格がどうしても高価になる事を承知してもらう
理想の中では、環境負荷の少ない商品を買いたいという希望はあると思われるが、現実としては価格が安いもの・レジ袋や割り箸を「ただでもらえる事は当たり前」という意識がまだまだ強い方の比率が多い。現実での取り組みにも理解をお願いしたい。
「使い捨てない」エコを推進する為にも、当社のレンタルシステムを、より多くの方にご理解、ご利用いただきたい。
「地球環境に対する負荷を考えて、モノを買う」という意識を普段から持って欲しい。
資源は有限であることを認識し、積極的なマイバッグ運動等の包装材節減にご協力いただきたい。また、環境配慮商品の積極的購入がより良い商品開発に繋がります。
現状、未だ環境対策品は割高になることを理解願いたい
環境コストが製品価格に含まれるべきことを理解して欲しい
食品包装について環境配慮の価値がもっと認められる社会になってほしい。(現状は、同じ内容・価格なら、見栄えよく、かさばる包装の方が購入される。)
商品選びは、安さに走ることなく地球環境に配慮したもの、長く使えるものをお選びください。
消費者の皆さんにとって、私ども建設会社の製品(例えばマンション等)は、何回も購入するものではありませんが、マンション等を購入する際には、その施工会社が環境に対してどれだけ積極的に取り組んでいる会社かについても重要な判断基準としていただけたらと思います。
環境に配慮した商品が広く使っていただけるよう消費者が情報を共有し積極的にPRをお願いしたい。グリーン購入ネットワーク(GPN)の購入ガイドラインに沿った商品(複写機、用紙など)をお客様に提供しており、グリーン購入大賞を受賞した企業としてお客様に提供する商品・サービスのみならず自らが購入する物品に対するグリーン購入を推進している。
企業の環境への取り組みを評価してほしい。
不要物は廃棄物として捨てるという意識をなくして欲しいと思います。まずリサイクルが可能かをいろいろと可能性を探し、ダメであれば行政のルールに従って捨てるということをするだけで、変わります。せっかくリサイクルの仕組みを作っているのに、周知不足もありますが、消費者意識の低さで機能しないのが悔しいです。以上は、個人的な意見としてください。
企業が行っている対策を相互に評価検証する仕組みを作り、消費者に参画してもらいたい
ケータイリサイクルにぜひご協力いただきますよう御願います。
価格優先の選択基準を考え直して欲しい。
不法投棄の防止、廃棄物の分別化、リサイクル教育

◆コメント◆

環境対策についての消費者とのコミュニケーションの課題については、4.環境に配慮した消費生活に関するアンケート結果とも比較して、分析しました。

まず、⑫の設問で、環境に配慮していることをどのような方法で消費者に知らせているかという内容では、企業が、「ホームページ」「環境報告」で、高得票数を集めているのに比較して、消費者アンケート⑫設問から、消費者は「売り場で商品表示を見る」、「商品記載情報」から環境に配慮した製品を認識しているということがわかります。消費者は実際にインターネットで情報を収集したり、環境報告書により情報を集めることは行わず、売り場で製品に直接接したときに環境に配慮している製品かどうかを見極めているようで、企業と消費者との認識のズレが現れた結果となりました。

⑬企業への設問で、消費者に評価して欲しい環境活動のトップ回答は、「製品」でした。次に「地域活動」を挙げている企業が多くなっています。消費者アンケート⑬の設問から、消費者側の企業の環境活動を何で評価するかという設問に関してもトップの「製品」の他に、「企業内での活動」及び「地域活動」を選ぶ人も多く見られ、この点に関しては、企業側の思いを消費者側も評価する土壌ができていないのでしょうか。企業は自信を持って地域活動をして欲しいし消費者も期待しています。

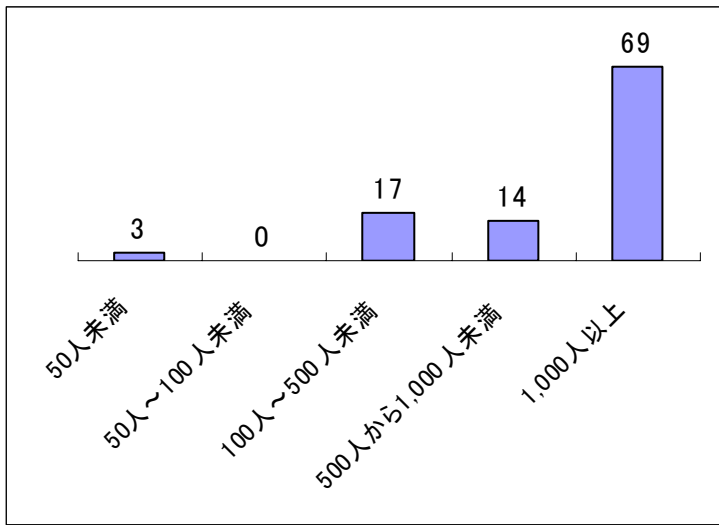
⑭消費者の環境に配慮した製品への購買意欲の高さを感じるかどうかの設問については、「強く感じる」、「どちらかといえば感じる」が約 64%を占め、比較的的好意的な結果となりました。企業は消費者側のアンケートでコミュニケーションギャップが顕著であった環境に配慮した製品のアピール方法を検討し、消費者は企業側の姿勢を評価することが必要です。このことで、さらにポイントアップが見込めるのではないかと考えます。

企業プロフィール

⑩ 業種 N=103

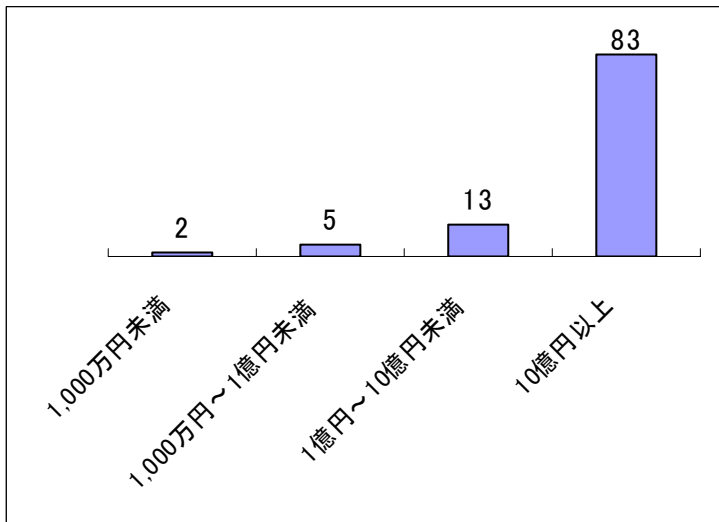
素材型 製造業	化学	12	加工 組立 型製 造業	電気機械	12	非 製 造 業	電気・ガス	3	該 当 業 種 な し	10
	石油・窯業	1		輸送用機械	3		通信	4		
	鉄鋼	1		食品	28		小売	8		
	農林水産	1		一般・精密機械	4		卸売	3		
	繊維・衣服	1		出版・印刷	2		サービス	5		
							金融	4		
				飲食	1					

⑪ 従業員規模



N=103

⑫ 資本金額



N=103

ご協力いただき、記名いただきました企業名は以下のとおりです。

株式会社アートネイチャー、株式会社アイビー化粧品、株式会社アシックス、味の素冷凍食品株式会社、アリオン株式会社、アルプス電気株式会社、イオン株式会社、株式会社イオンフォレスト、出光興産株式会社、伊藤ハム株式会社、宇部興産株式会社、江崎グリコ株式会社、エスエス製薬株式会社、NEC、株式会社NGP、株式会社NTTドコモ、株式会社NTTドコモ北陸、株式会社荏原製作所、王子製紙、大阪ガス株式会社、株式会社オートバックスセブン、株式会社奥村組、株式会社きかんし、キヤノンマーケティングジャパン株式会社、キューピー株式会社、グラクソ・スミスクライン株式会社、株式会社クレハ、有限会社グローカルネイバーフッド、月桂冠株式会社、株式会社興人、コニカミノルタ、株式会社サークル

Kサンクス、サッポロビール株式会社、サントリー株式会社、シマダヤ株式会社、昭和産業株式会社、象印マホービン株式会社、株式会社大丸、宝酒造株式会社、株式会社ダスキン、株式会社東京ニュース通信社、株式会社東急百貨店、株式会社東京ソワール、東京電力株式会社、東洋エクステリア株式会社、株式会社トーエネック、株式会社トヨタエンタプライズ、トヨタ自動車株式会社、ニチバン株式会社、日清オイリオグループ株式会社、日清食品株式会社、株式会社日清製粉グループ本社、日本ハム株式会社、日本コカ・コーラ株式会社、株式会社ノーリツ、バイオニア株式会社、日立金属株式会社環境安全推進室、株式会社日立ハウステック、日立マクセル株式会社、日野自動車、富士ゼロックス株式会社、フジプレミアム株式会社、株式会社ブルボン、株式会社フレンテ、ボーダフォン株式会社、株式会社ポッカコーポレーション、本田技研工業株式会社、株式会社マルハグループ本社、株式会社マンダム、ミズノ株式会社、三井製糖株式会社、三菱ウエルファーマ、株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ、株式会社モスフードサービス、ユニ・チャーム株式会社、よつ葉乳業株式会社、株式会社ヨドバシカメラ、和光堂株式会社・・・他25社

※ 企業名は基本的にはご入力いただいたものをそのまま利用させていただいておりますが、(株)は株式会社、(有)は有限会社に統一させていただきました。

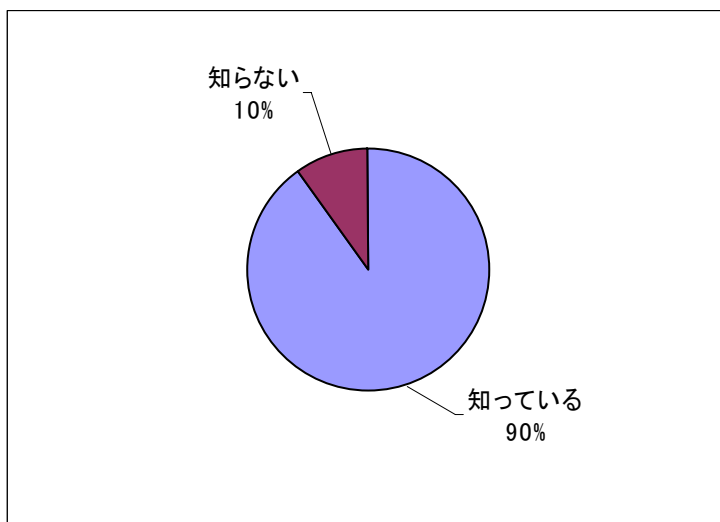
※ 順番はあいうえお順とさせていただきました。

4. 環境に配慮した消費生活に関するアンケート

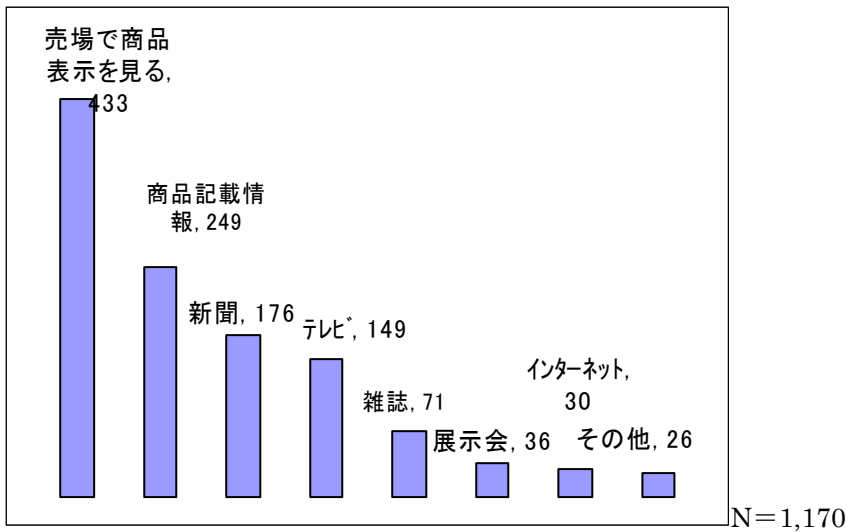
企業についての質問

環境に配慮した商品を購入しようとする時、それを提供する企業の存在が欠かせません。企業の中には、環境に配慮した製品の生産・販売のみならず、環境に配慮した活動をしているところがあります。

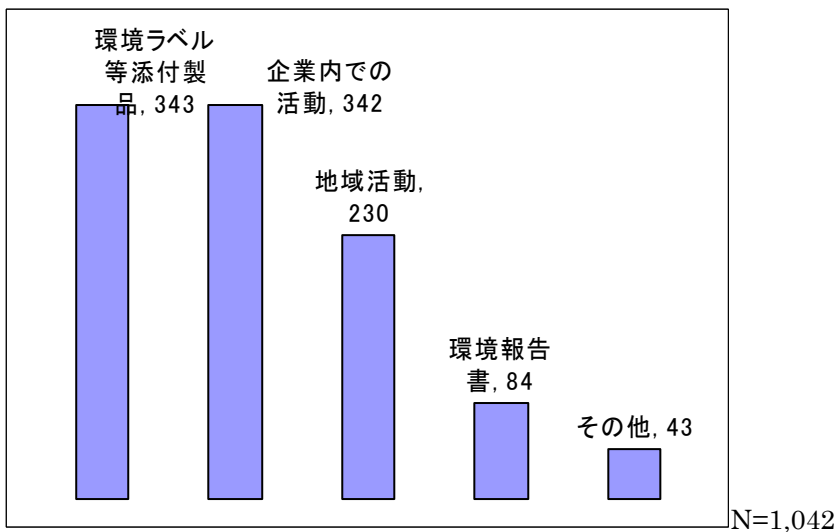
① 環境に配慮した商品についているラベル（例えばエコマークなど）を知っていますか？



② 知っている人回答した人に3つまで選択
複数回答で回答数 1,170 票



③ 企業の環境活動を何で評価しますか？2つまで選択
複数回答で回答数 1,042 票



④ 環境に配慮していると感じられる企業名を3つまで記述

複数回答で総数約750となりました。企業名以外の記載等不適切な回答もございましたので、総数の特定はしません。フリーコメント記載としたため、様々な会社表記があり、無修正では得票数の集計が困難であったため、ナショナル→松下電器、ホンダ→ホンダ技研工業株式会社、花王 詰替品→花王株式会社、松下、松下電器、松下電器 KK、Panasonic→松下電器産業株式会社等、記載いただいた方の意図を反映させるべく最低限のデータの修正を行いました。また、生活協同組合を記載した方も多数いらっしゃいましたが、生活協同組合の性格上、企業に入らないとの見解から除外しました。以下上位12社です。

	企業名	得票数
1	トヨタ自動車株式会社	99
2	東京電力株式会社	52
3	松下電器産業株式会社	39
4	イオン株式会社	32
5	サントリー株式会社	29
6	シャープ株式会社	25
7	東京ガス株式会社	25

8	花王株式会社	14
9	株式会社日立製作所	14
10	キューピー株式会社	10
10	本田技研工業株式会社	10
10	麒麟麦酒株式会社	10

⑤ 個人プロフィール

