

平成26年1月27日  
株式会社アサツー ディ・ケイ

## 「エコストレス」がエコ商品購入を左右

- 低ストレスの「ソーシャルエコ族」から高ストレスの「エコ無関心族」まで、生活者を6クラスター化 -

### 「ADK 環境エネルギー総合調査」より

株式会社アサツー ディ・ケイ(本社:東京都中央区、代表取締役社長:植野伸一、以下ADK)が環境エネルギーに関する商品・サービス・ビジネス・マーケティング等の開発を目指して設立した「ADK環境エネルギー・カテゴリーチーム」は、環境エネルギー分野の研究者である法政大学 地域研究センター 特任教授 白井信雄氏とともに、全国の生活者を対象に「環境エネルギー総合調査」を実施しました。

この調査は、エコ行動に関する生活者心理を解明し、近い将来に起こる住まいや暮らしのスマートシティ化、環境エネルギーに関する商品やサービスの普及促進に役立てることを目的とします。

調査においては、人がエコ行動に積極的になれない心理=「エコストレス」に注目し、クールビズやウォームビズへの対応、太陽光発電システムやハイブリッドカーの購入など、30のエコ行動について、エコストレスを測りました。さらにエコストレスを感じる傾向をもとに、生活者を6タイプのクラスターに分類しています。

また、これら30のエコ行動を促すモチベーションとなる心理要因についても、Ethical(倫理性)、Economic(経済性)、Enjoyable(娯楽性)という、“3つのE”の視点をもとに分析しました。

同チームでは今後、この調査結果をふまえて、スマートシティにおけるマーケティングビジネス開発、環境エネルギー関連商品の販売促進等の活動を行って参ります。

次ページから、調査概要と調査結果のトピックスを紹介いたします。

### 調査結果トピックス

- ① お金が節約できないとエコ生活をしない若者。逆にシニアはエコ生活はかっこいいと考える。
- ② 意外にエコストレスが高い「エコ・イベント参加」「カーシェアリング」「太陽光発電システム設置」。
- ③ 省エネ家電の利用、地域リサイクル活動参加などは、「重要と考える」が「実際には行っていない」。

本件に関するお問合せは下記までお願いします。

広報室 平尾 由利 [Tel:03-3547-2003](tel:03-3547-2003)

Email: [adkpr@adk.jp](mailto:adkpr@adk.jp)

ストラテジック・プランニング本部 環境エネルギー・カテゴリーチーム 菅谷 恵 [Tel:03-3547-2136](tel:03-3547-2136)

橋本 之克 [Tel:03-3547-2497](tel:03-3547-2497)

**【調査名】**

環境エネルギー総合調査

**【調査対象と回収サンプル数】**

20～69歳男女 3,320人

**【調査エリア】**

全国

**【調査方法】**

インターネット調査

**【調査期間】**

2013年7月30日(火)～8月1日(木)

**【主な調査項目】**

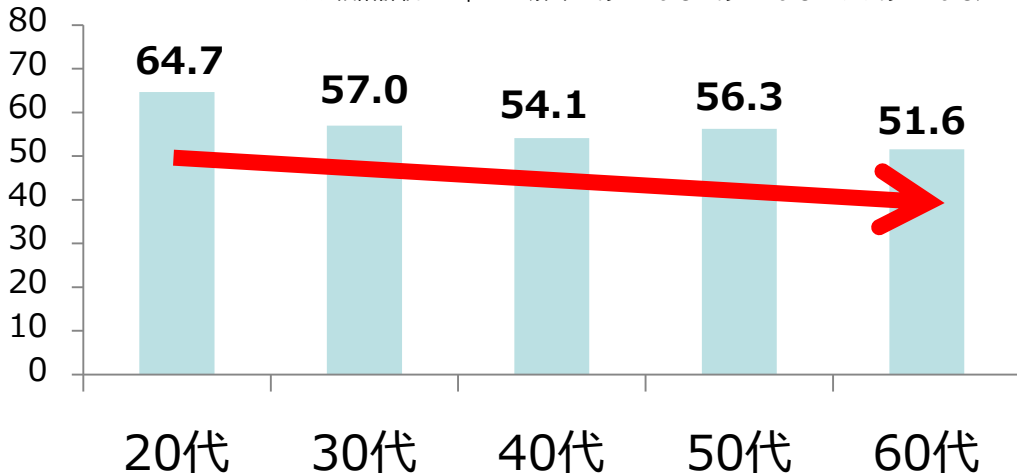
- ・環境・エネルギーに関する意識
- ・再生可能エネルギーを含む発電方法の認知・関心度
- ・新エネルギーサービス・機器の浸透・利用状況
- ・再生可能エネルギーを含む各発電方法の評価
- ・電力に関する制度・話題
- ・原子力政策について
- ・「スマートシティ」評価
- ・エネルギー・環境問題・エコ活動の情報源

## 若者層は「節約にならなければ、エコな生活はしない」。高年齢層は、「エコ活動を取り込んだ生活はカッコいい」と考えている。

- ・「家計の節約にならなければエコな生活はしたくない」と考える人の割合は、20代で64.7%と高いが、年齢が高くなるほど割合が減り、60代では51.6%。若い世代ほど、エコ活動に「おトク」を求める傾向が強い。
- ・「エコ活動を取り込んでいるライフスタイルはカッコいい」と考える人は、20代では58.5%だが、60代では70%まで高まる。高年齢層ほど「エコライフがカッコいい」と考える傾向がある。

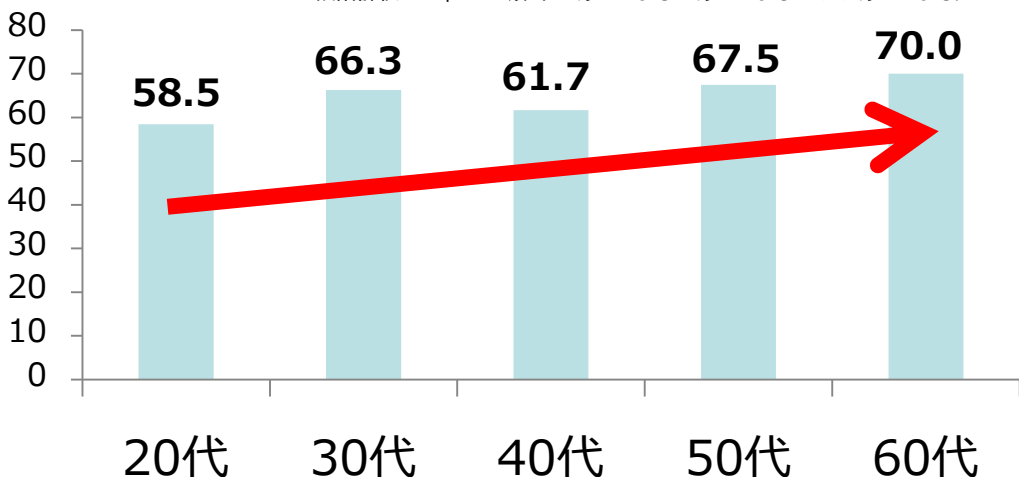
### 家計の節約にならなければエコな生活はしたくない

(%) ※6段階評価のTop3Box(非常にあてはまる+あてはまる+ややあてはまる)



### エコ活動を取り込んでいるライフスタイルはカッコいい

(%) ※6段階評価のTop3Box(非常にあてはまる+あてはまる+ややあてはまる)

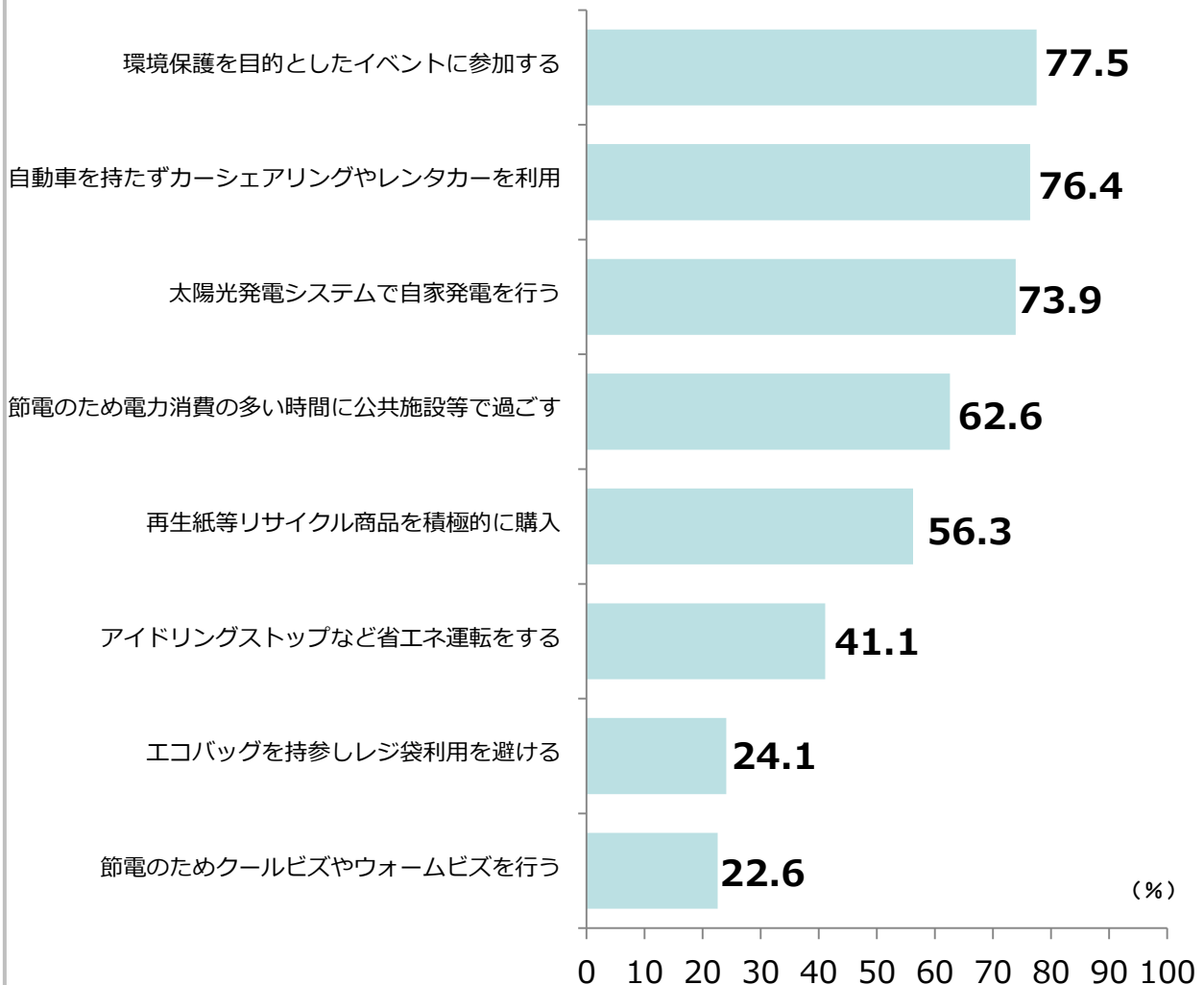


### エコ・イベント参加、カーシェアリング、太陽光発電システム設置などはエコストレスが高い。逆にエコストレスが低いのは、エコバッグ使用、クールビズ、アイドリングストップなど。

- ・「環境保護を目的としたイベントに参加する」はエコストレスが高く、78%の人が負担に感じる。「自動車を持たずカーシェアリングやレンタカーを利用」(76%)や、「太陽光発電(ソーラー発電)システムで自家発電を行う」(74%)も高い。集団行動や家の設備変更などにストレスを感じる傾向がある。
- ・逆に「節電のためクールビズやウォームビズを行う」(23%)、「エコバッグを持参しレジ袋利用を避ける」(24%)などの日常生活に密着した行為へのエコストレスは低い。

#### 以下の行動は、自分自身にとってどの程度「面倒」「負担」と感じるか

※4段階評価のTop2Box(とても面倒・負担だと感じる+やや面倒・負担だと感じる)

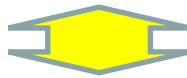
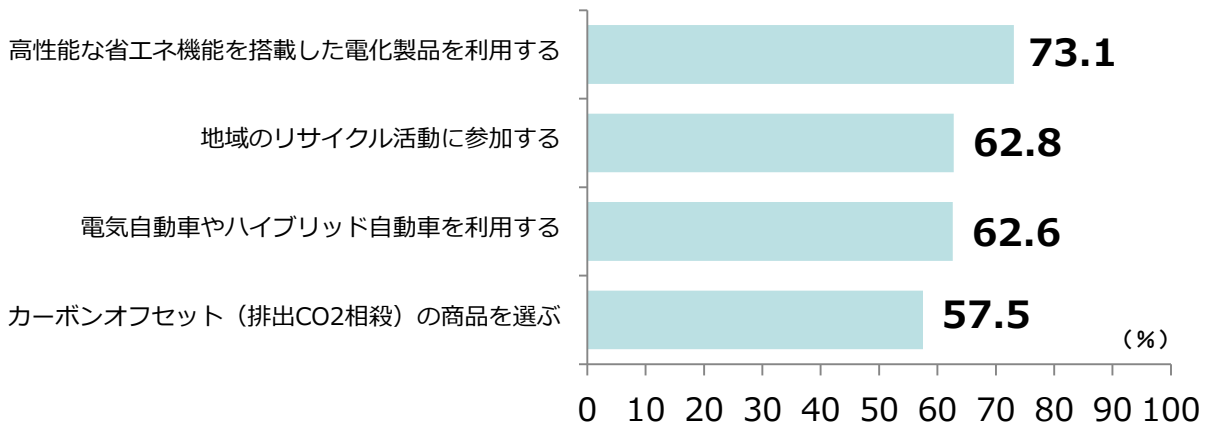


## 省エネ家電利用、地域リサイクル活動への参加、ハイブリッドカーやカーボンオフセット商品の購入などは、「重要と考える」が「実際には行っていない」。

- ・「高性能な省エネ機能を搭載した電化製品を利用する」ことを「重要と思う」割合は73%だが、実際の利用は38%にとどまる。意識と行動の間にギャップがある。
- ・その他「地域のリサイクル活動に参加する」「電気自動車やハイブリッド自動車を利用する」「カーボンオフセット（排出CO2相殺）の商品を選ぶ」などにおいても、意識と行動の間にギャップが存在する。

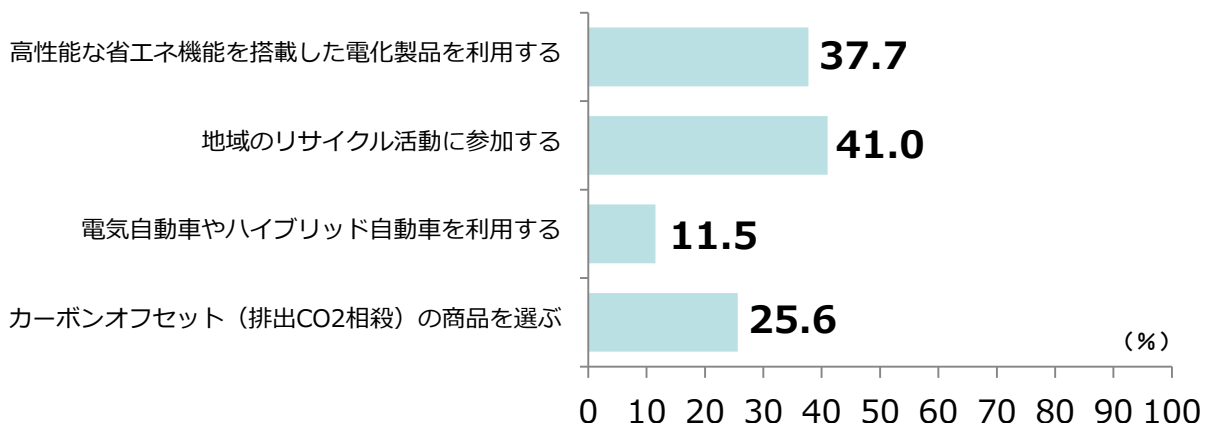
### 以下の行動は、あなたご自身にとってどの程度「重要」だと思いますか

※3段階評価のTop2Box（現在している+過去にしたことがある）



### あなた自身やご自宅について、「実際に行っている」ものを選んでください

※4段階評価のTop2Box（とても重要だと思う+やや重要だと思う）



## 生活者を「エコストレス」でクラスター分析。6タイプに分類。

## 6クラスターの概要

「どのような環境エネルギーに関する行動に対してエコストレスを感じるか」のタイプにより、クラスター分析を行った結果、生活者は下記の6タイプに分かれる結果となった。

## プチ節約族

エコストレス (強)	エコ行動 (小)
イベント・大型購買	リサイクル

「節約の為に頑張ってるけど、たいしてお金にもならないのよね・・・」

イベントや大型購買などお金や時間のかかることにストレスを感じる。家計の足しになることや、もったいないという気持ちから、エコ消費とリサイクルには抵抗が無い。一番のモチベーションが節約意識であるため、全体的にエコストレスがある。主婦が多い。

## エコリッチ貴族

エコストレス (中)	エコ行動 (中)
移動・節電	エコポイント・エコカー オール家電

「エコな最新の生活を買うことで、もっと豊かに暮らしたい♪」

シェアリングや節電など、周囲に合わせて生活や行動を制限されることにストレスを感じる。一方で、ソーラー発電やエコカー等、生活を豊かにする購買には積極的で、倫理・経済・娯楽すべての価値をエコ行動に対して感じ、エコライフを楽しんでいる。子供のいる地方の富裕層が多い。

## コミュニティ守護族

エコストレス (中)	エコ行動 (中)
大型消費・自然節電	地域イベント、リサイクル

「この景色とみんなの暮らしが、ずっと続きますように～」

お金がかかる大型エコ商品の購買や、手ごたえの薄いエコ活動にはストレスを感じる。イベント参加や手足を動かすリサイクル、節電のように、地域と助け合う実感や、誰かと共感できることが大事。地方在住で、子供が巣立った後の二人暮らし夫婦が多い。

## エコ無関心族

エコストレス (強)	エコ行動 (小)
イベント以外すべて	無し

「エコ？興味ないよ！キャンドルナイト？楽しそうだから参加するよ！」

エコ行動は、知らない、やらない。すべて面倒で、すべてがストレス。世帯年収は最も低く、民間企業で働く独身、男性が多い。とにかく「エコ」に興味がないため、エコを入口としたメッセージへの反応は薄い。

## ドライエコ族

エコストレス (中)	エコ行動 (中)
イベント	公共機関利用・ピーク シフト・省エネ運転

「エコは大事、持たない生活をしたい。繋がりとかは求めていません。」

持たない・嫌ムダ生活の結果としてのエコライフ。エコストレスは少ないが、エコ自体に意義やモチベーションを感じているわけではない。そのため、エコイベントなど人との繋がりがや情緒的な満足感は求めていない、教養はあるがドライな人たち。車は非所有でカーシェアリング活用。関東に多い。

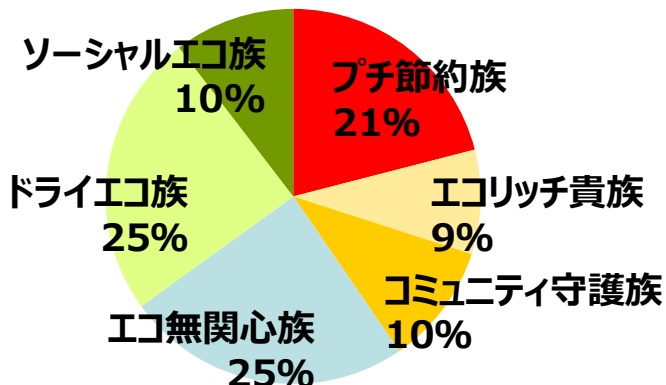
## ソーシャルエコ族

エコストレス (弱)	エコ行動 (大)
ストレスフリー	イベントを筆頭に 活発に活動

「世界や社会をより良くするために参画していきたい！」

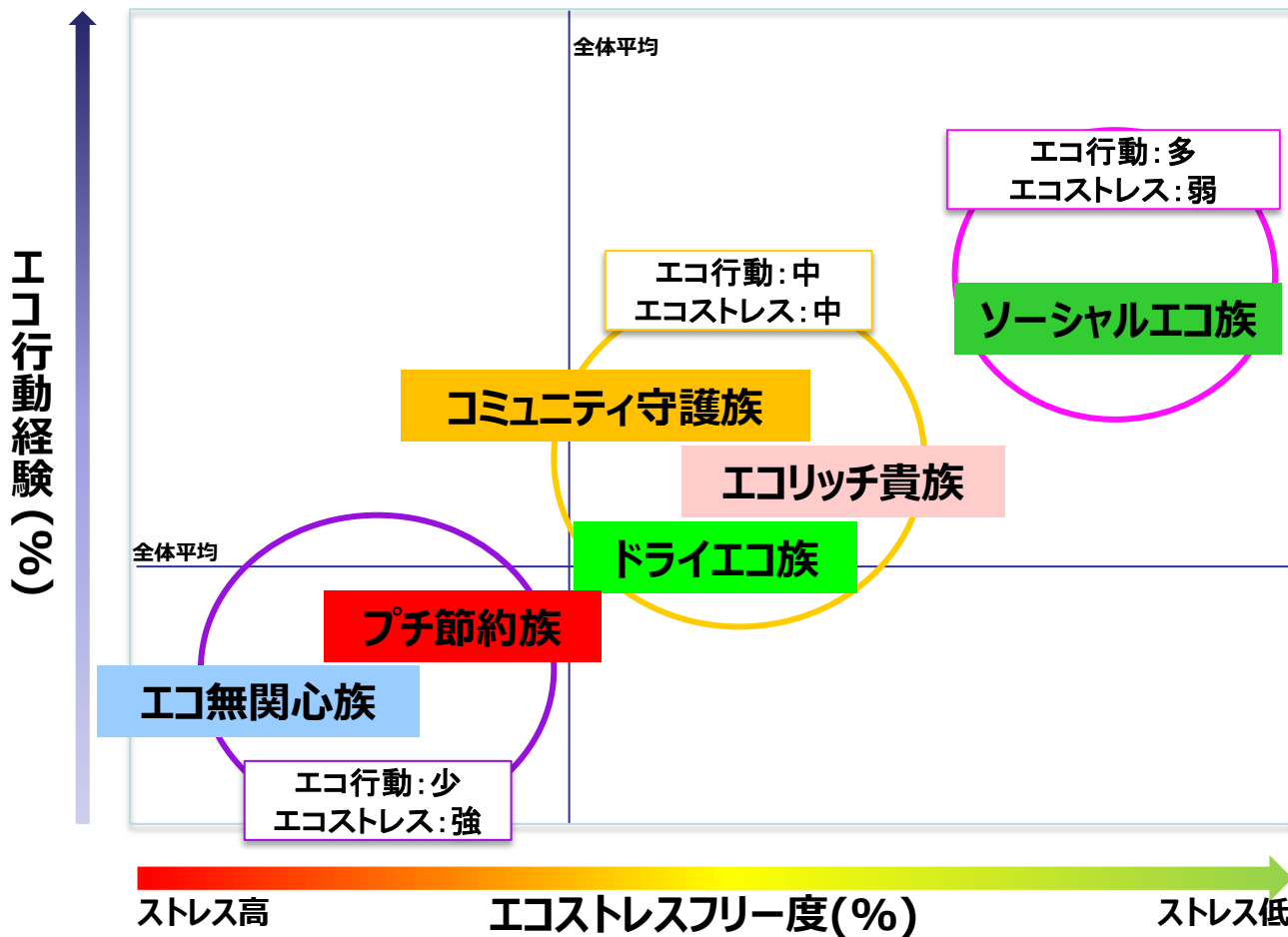
エコストレスは低く、エコ行動もイベントを筆頭に活発に行っている。生活レベルを落としてもエコ行動を行ってみたい。それが自分らしいライフスタイルの実践だと思っている。車は非所有。関東にやや多い、夫婦と子供の世帯。

6クラスターの構成比



エコストレス × エコ行動の経験による6クラスターのマッピング

右に行くほどエコストレスが無く、上に行くほどエコ行動の経験が多い。右上に位置する「ソーシャルエコ族」が最もエコに積極的。逆に最も消極的なのは「エコ無関心族」。



## ○「ADK環境エネルギー・カテゴリーチーム」

### ・プロフィール

ADKにおける環境エネルギー関連の専門チーム。

あらゆる分野の広告マーケティングで培った生活者の行動促進ノウハウを活用しつつ、環境エネルギー関連情報・コミュニケーションノウハウを蓄積・集約し、環境エネルギーの広告コミュニケーションやプロモーションの戦略構築と実施を中心に、官公庁、エネルギー企業、一般企業まで幅広く対応する。

さらには広報活動から広聴活動までのサポート、実証実験への参画なども行っており、環境エネルギーのインフラや商品・サービスの認知・理解、意識改革、行動喚起など「環境エネルギー分野におけるアクティベーション」全般において、計画作りと実施を行っている。

## ○「白井信雄氏」

### ・プロフィール

1961年生まれ。静岡県浜松市三ヶ日町育ち。1986年大阪大学大学院前期課程環境工学専攻修了。同大学にて博士(工学)を取得。三井情報開発株式会社総合研究所環境・資源領域リーダー、株式会社プレック研究所持続可能環境・社会研究センター長を経て、法政大学地域研究センター特任教授。

シンクタンク時代の環境省、国土交通省、林野庁等の委託調査の経験を活かし、環境分野での実践を具体的に支援する研究活動を実施中。

専門分野は、環境政策、持続可能な地域づくり、地域環境ビジネス、環境イノベーション普及、環境と情報(ICT)、地球温暖化適応策・低炭素社会、森林・山村活性化等。

主な著書に、『環境コミュニティ大作戦 資源とエネルギーを地域でまかなう』(単著)、『図解 スマートシティ・環境未来都市 早わかり』(単著)、『サステナブル企業論—社会的役割の拡大と地域環境の革新』、『いちから見直そう! 地域資源—資源の付加価値を高める地域づくり』、『産業のグリーン変革』等(いずれも共著)。