

2 - 2 消費者が参考になっている環境配慮情報

(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 環境特別委員会では、2000年の7～8月に、消費者に対して環境ラベルに係るアンケート調査を実施している。

環境商品を購入もしくは検討した際に特に参考にした情報(メディア)について尋ねた結果によれば、財の性格によって傾向は異なるが、耐久消費財においては、「商品やカタログに書いてある情報」を参考にするという回答が最も多く見られた。

また、環境商品を購入・利用する際に、一番参考にする環境情報(情報の形式)について尋ねた結果によれば、耐久消費財においては、「定量的なデータ」という回答が最も多く見られた。

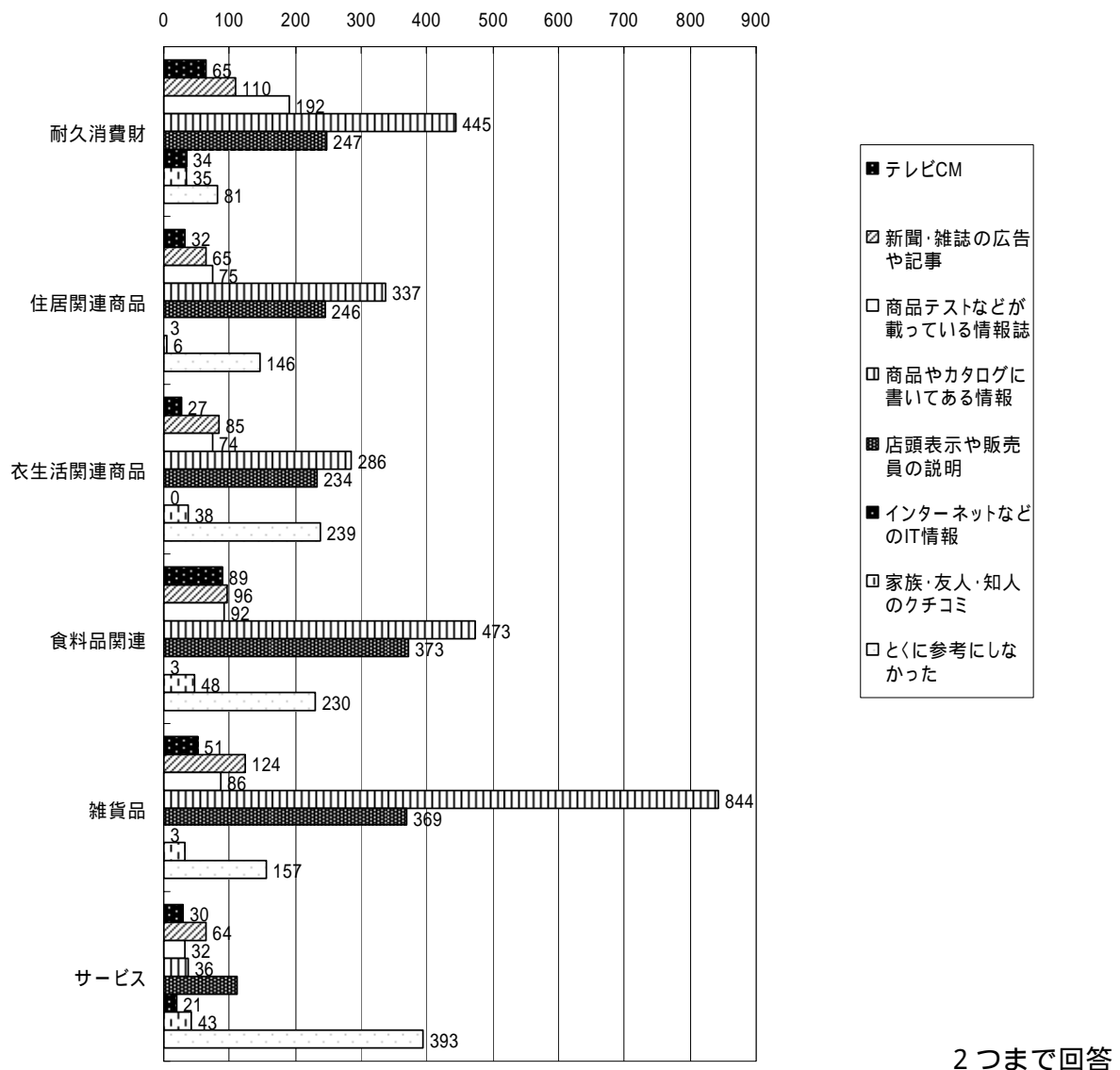
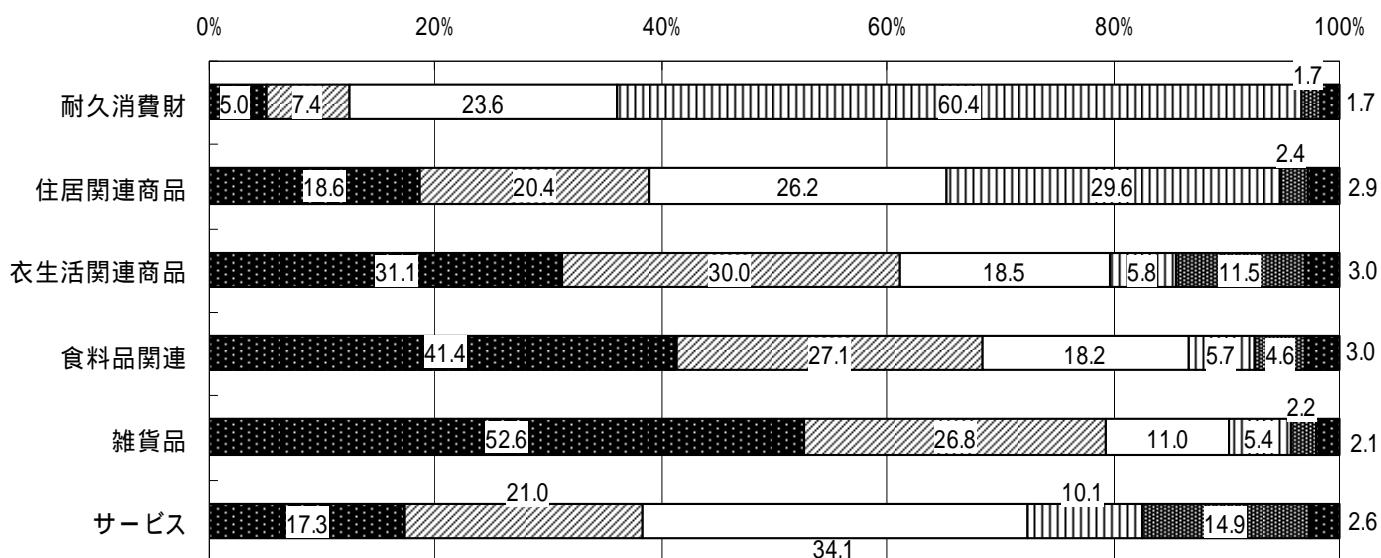


図 消費者が環境商品を購入もしくは検討した際に特に参考にした情報(メディア)

出典: 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 環境特別委員会「商品選択のための環境ラベル」



■ マーク類 □ 簡潔な文章 □ 詳しい説明 □ 定量的なデータや説明 ■ 環境情報は参考にしない ■ NA

図 消費者が環境商品を購入・利用するとした場合に一番参考にする環境情報の種類(形式)

出典：(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 環境特別委員会「商品選択のための環境ラベル」

カテゴリーの内訳

- 耐久消費財 : 自動車、家電(テレビ・冷蔵庫など)、情報機器(パソコン・FAX・携帯電話など)
- 住居関連商品 : 照明器具(電球・蛍光灯など)、DIY用品(ペンキ・接着剤など)、住宅関連品(壁紙・パネル発電など)
- 衣生活関連商品 : 衣類、靴、化粧品
- 食料品関連 : 飲料、加工食品、生鮮食品
- 雑貨品 : 筆記用具、トイレタリー(シャンプー・リンスなど)、紙雑貨(トイレットペーパー・ティッシュなど)
- サービス : ホテル・旅館など、ハンバーガーショップ、クリーニング

アンケート調査方法

(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会の会員1000名を無作為抽出し、2000年7月から8月にかけて、郵送調査法にて実施した。回収件数は562件、うち無効2件であり、有効回答は560件であった。