

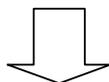
参考)過去のアンケート調査

製品環境情報の表示に関する消費者アンケート調査

(1) 調査委託元	(社)未踏科学技術協会
(2) 調査時期	2003年11月25日～28日
(3) 調査対象者	アサツー・ディ・ケイ(ADK)の保有するウェブ調査パネルである「KNOTS」 ・首都圏在住の20代から50代の成人3,000人 ・日本の人口構成と同等になるような年代別・男女別の構成比
(4) 有効回答数	1,383票
(5) 調査対象商品	PETボトル入り500mlの緑茶飲料
(6) 調査目的	消費者の製品選択に影響を与える環境情報はどのようなものかを把握すること
(7) 仮説	消費者は ・簡潔で分かりやすい統合化された総合評価結果を求めている ・なぜその製品が環境上優れているのかが納得できる情報を求めている

アンケート調査の流れ - 「冷蔵庫」について（「緑茶飲料」も同様）

現在販売されている主要5ブランドを提示し、ひとつを選択してもらい、その理由を聞く



主要5ブランドに環境ラベル表示の架空製品を加えて6商品を提示

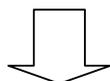
- 被験者を4つのグループに分け、それぞれに下記のいずれか一つを提示 -

A. 「エコ評価第1位」表示

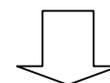
C. 「エコマーク」表示

B. 「エコ評価」表示

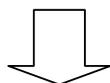
D. 「省エネナンバー1」表示



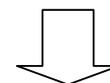
環境ラベル商品を選んだ人
選んだ理由を聞く



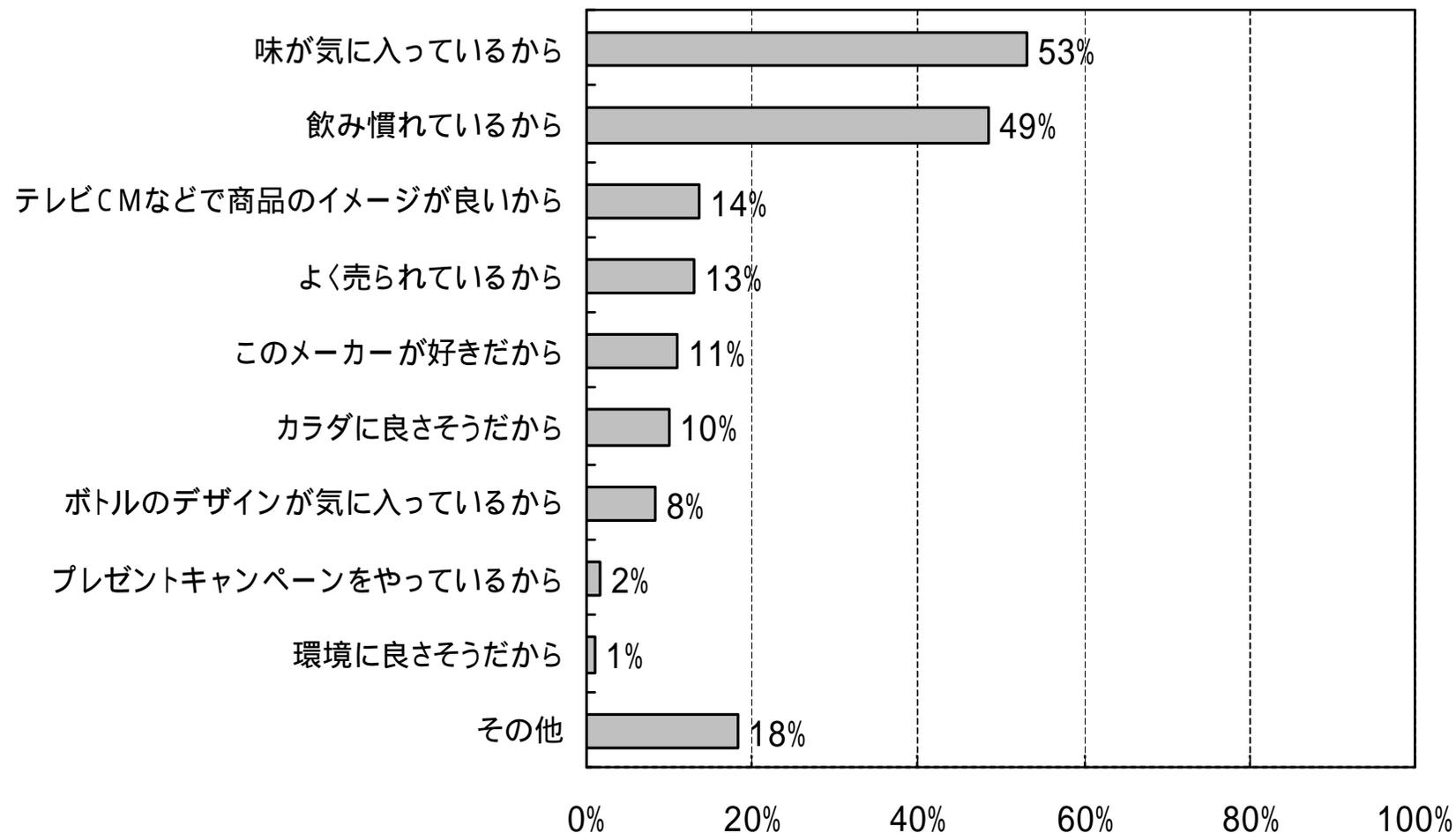
環境ラベル商品を選ばなかった人
選ばなかった理由を聞く



環境表示・マークについて意見や提案を聞く



緑茶飲料「環境情報を与える前の商品選択要因」



緑茶飲料は日頃から繰り返し購買される製品であり、また嗜好品であることから「味」と「飲み慣れている」ことが他の理由を大きく引き離して1位、2位となった。

緑茶飲料「提示した4つの環境ラベル」

[エコ評価第1位]ラベル



エコ評価
第1位

緑茶主要6ブランドの中で

● ● ● ● 茶 国産大手メーカー

- お茶の生産農家まできっちり把握
- 農薬や科学肥料を減らして自然にやさしく栽培
- 茶殻はすべてリサイクル
- 省資源の軽量ペットボトル使用

日本商品評価センター(〇〇年〇〇月)
<http://www.....>

[エコマーク]



[エコ評価

](5つ星)ラベル



エコ評価
★★★★★

緑茶主要6ブランドの中で

● ● ● ● 茶 国産大手メーカー

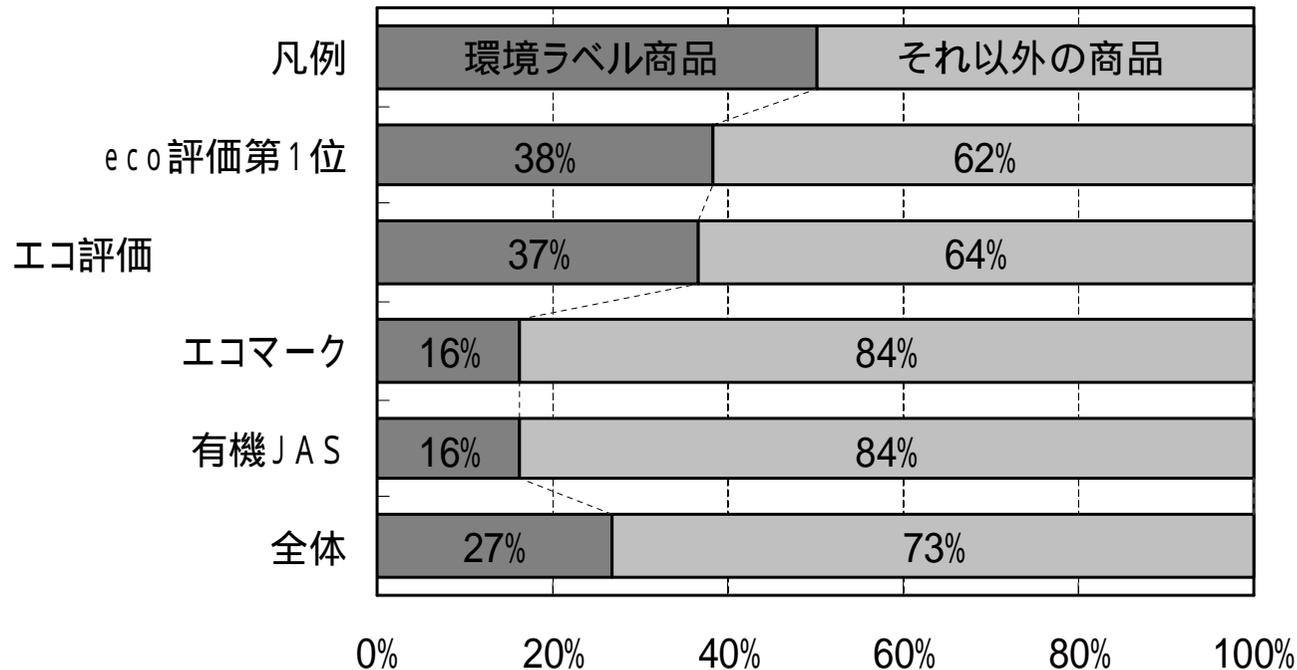
- お茶の生産農家まできっちり把握
- 農薬や科学肥料を減らして自然にやさしく栽培
- 茶殻はすべてリサイクル
- 省資源の軽量ペットボトル使用

日本商品評価センター(〇〇年〇〇月)
<http://www.....>

[有機JASマーク]

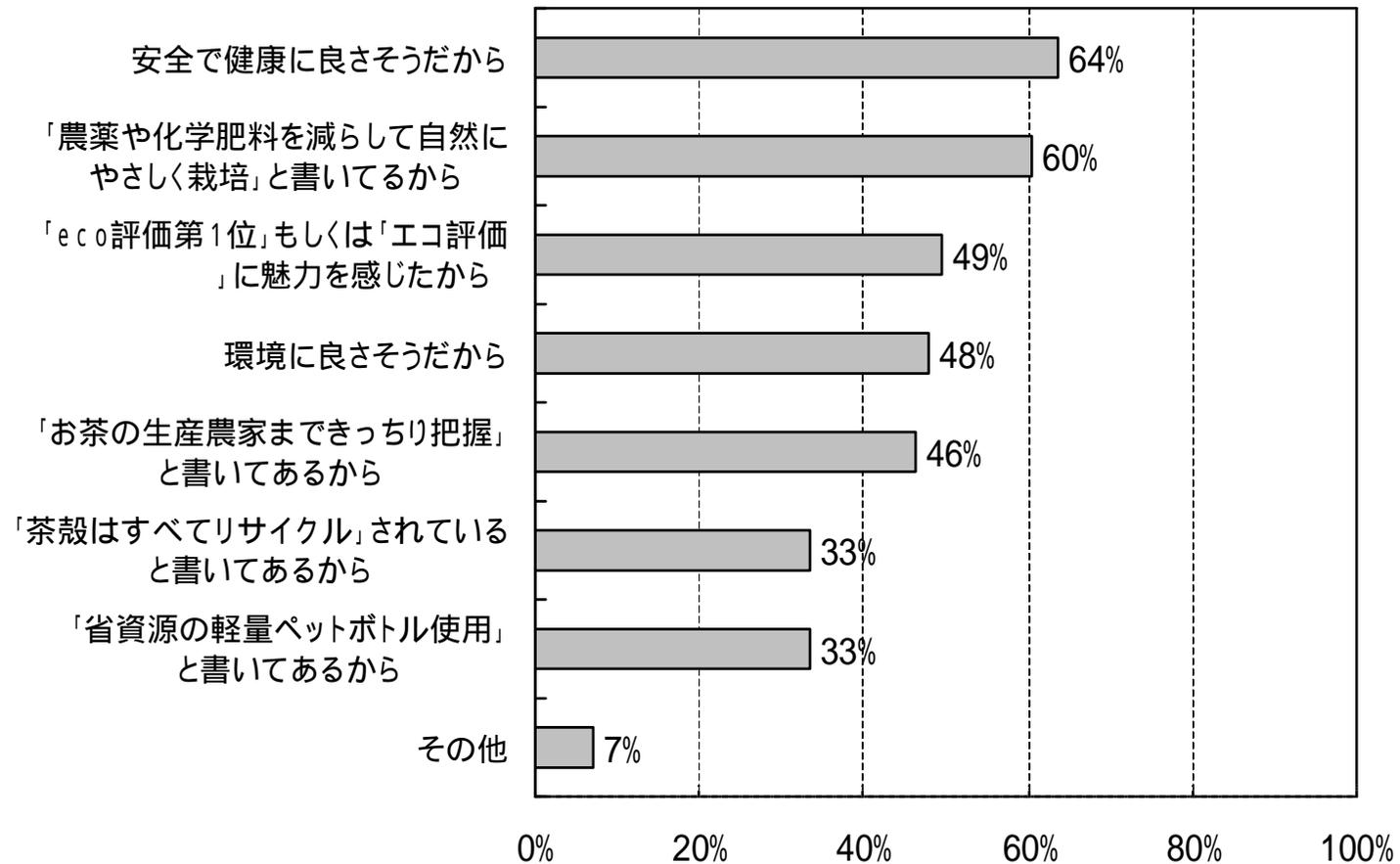


緑茶飲料「環境ラベル商品を選んだ割合」



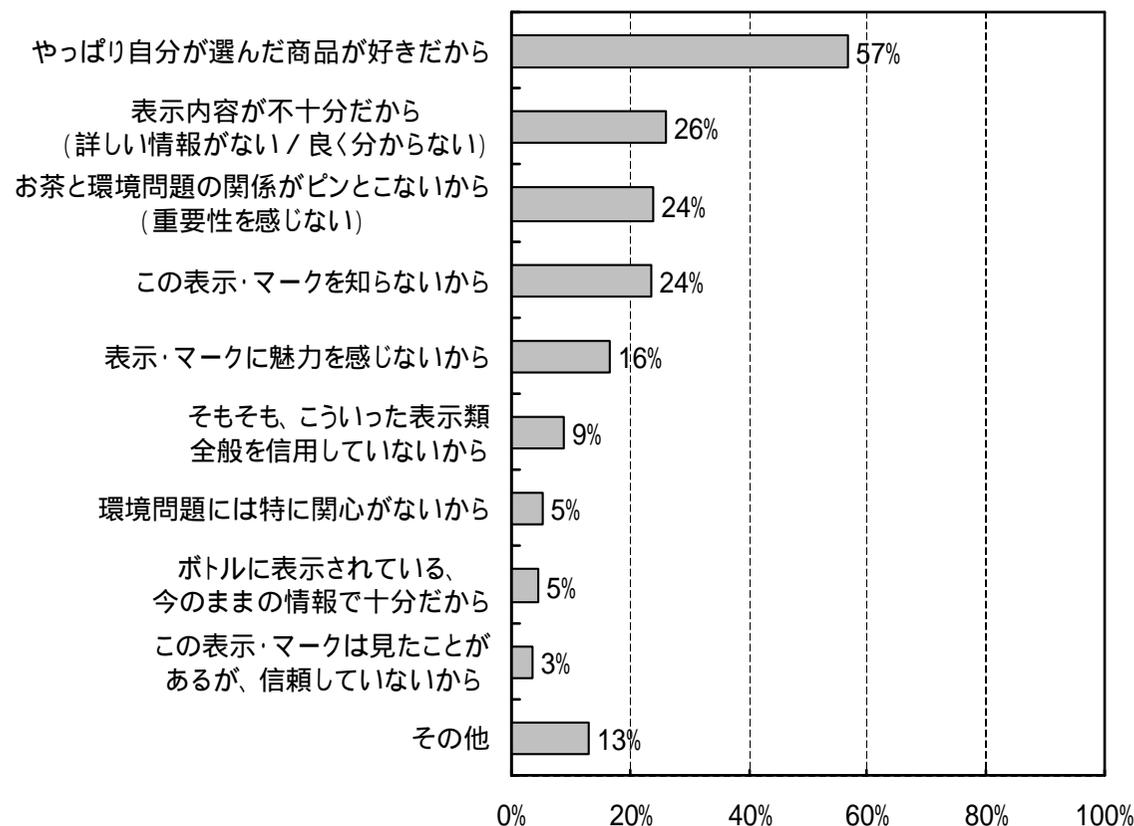
- 「エコ評価第1位」と「エコ評価」を提示した場合は4割近い被験者がこのラベルの付いた製品を選んだが、「エコマーク」と「有機JAS」についてはその半分以下の人しか選ばなかった。
- 30代から50代の女性の環境への感度が高い
- もともと環境に配慮して購入している消費者がほとんどいないため、「緑茶飲料の環境配慮内容」が具体的に記載されている2つの表示が消費者の関心を引いた
- 有機JASマークを選んだ被験者が少なかった。認知度やロイヤリティーがまだまだ低い

緑茶飲料「環境ラベル商品を選んだ理由」



- 「安全で健康に良さそうだから」と「農薬や化学肥料を減らして自然にやさしく栽培」という具体的な表記を選択理由にあげた人が多かった。
- 「エコ評価第1位」「エコ評価」をあげた人も5割近くに上り、「生産農家まできっちり把握」をあげた人も多い。

緑茶飲料「環境ラベル商品を選ばなかった理由」



環境ラベル商品を選択した人の中でも詳細情報を見たいという人が多かったが、選択しなかった人がその理由として詳細情報がないということを挙げたことは興味深い。特にエコマークと有機JASマークを提示された被験者は、この傾向が強い(平均26%に対し、エコマーク:29%、有機JAS:34%)。これは、適切な内容と方法で詳細情報を提示すれば、商品選択が変わる可能性があることを示唆している。

緑茶飲料については、環境に配慮して環境問題との関連が一般認識になっていない。「お茶(冷蔵庫)と環境問題の関係がぴんと来ない(重要性を感じない)」が24%に上る。

< 緑茶飲料 >

- 具体的な表示を求める声(産地、無農薬等)
- 具体的な効果情報を求める声(この一本の購入によって何がどうなるのか、どう環境に良いのか、どの程度画期的なことか)
- 健康や安全性に関する声(健康にいいことを強調する表示、安全度が知りたい等)
- マークの意味を知りたいという声(マークの意味がわからない、マークの意味を大きく宣伝しないとぴんと来ない等)
- 環境表示に対する拒否反応の声(お茶ぐらい好みの味で選ばせてほしい、環境を売りにして騙されているような気がする、どうもうそ臭い、当然のようにエコであってほしい等)
- 賛同の声(やはりこのマークがあれば気になります、環境表示マークがあれば企業に対し好感が持てる、こうした表示は購買意欲が高まります)
- 表示方法やデザインに関する声(ぱっと見て分かるように表示してほしい、もっと目立たせた方がいい、一目見てわかるマークにしてほしい等)
- 知名度や信頼性を求める声(マークを見たことがないので知名度を上げたほうが良い、マーク自体の権威が分からない、信頼できるマークを、信頼できるところのお墨付き、マークをそのまま信頼して大丈夫か等)
- ペットボトルそのものを問題にする声(そもそもペットボトルでの販売は控えたほうがいいのではないかと、ペットボトルはやめてほしい等)

仮説	結論
<ul style="list-style-type: none"> •簡潔で分かりやすい統合化された総合評価結果を求めている 	<p>緑茶飲料は価格が安く気軽に選ばれるため、分かりやすい総合評価への関心が高く、イメージにも左右されやすいと考えられる。</p>
<ul style="list-style-type: none"> •なぜその製品が環境上優れているのかが納得できる情報を求めている 	<p>消費者アンケート調査を通じてほぼ確認された。</p> <p>自分が商品選択を変えるに足る必要かつ十分な納得情報がなければならない。</p>

- 具体的な情報提供の内容、形式、ボリュームなどの検証(店頭での表示実験や詳細情報提供サイトの運用等)
- 環境問題とのかかわりが社会的に深まっていない分野については、「そもそも何を考慮・評価すべきなのか」についての議論と、消費者への啓発教育活動
- より適切な表示方法・複数側面を統合化したポイント評価システムの受容性の検証

消費者グループインタビュー
(製品3R配慮情報等提供基盤整備事業 経済産業省)

(1) 調査委託元	経済産業省
(2) 調査時期	2009年3月
(3) 調査対象者	30～59歳の既婚男女(冷蔵庫は女性のみを予定) ・対象家電製品(テレビ(37～46インチの薄型液晶テレビ)・冷蔵庫(350～500リットルクラスの冷蔵庫))の商品選択における主たる意思決定者であること ・対象家電製品の買い替えを一年以内に検討している人であること
(4) 回答数	4グループ20名 グループ1:「冷蔵庫」を対象、仮想店舗で「3Rメダル」を掲示 グループ2:「冷蔵庫」を対象、仮想店舗で「3Rレーダー」を掲示 グループ3:「薄型テレビ」を対象、仮想店舗では「3Rメダル」を掲示 グループ4:「薄型テレビ」を対象、仮想店舗では「3Rレーダー」を掲示
(5) 商品	A :基本製品。3Rは劣る(銅メダル)。 B-1:3Rが優れる(銀メダル)。価格は基本製品と同等 B-2:3Rが優れる(銀メダル)が、価格が高い B-3:3Rが特に優れる(金メダル)が、価格が高い C :3Rが特に優れる(金メダル)が、機能が劣る。価格は基本製品と同等 D :3Rが特に優れる(金メダル)が、省エネ性能が並み。価格が高い 全て仮想商品

インタビューフロー

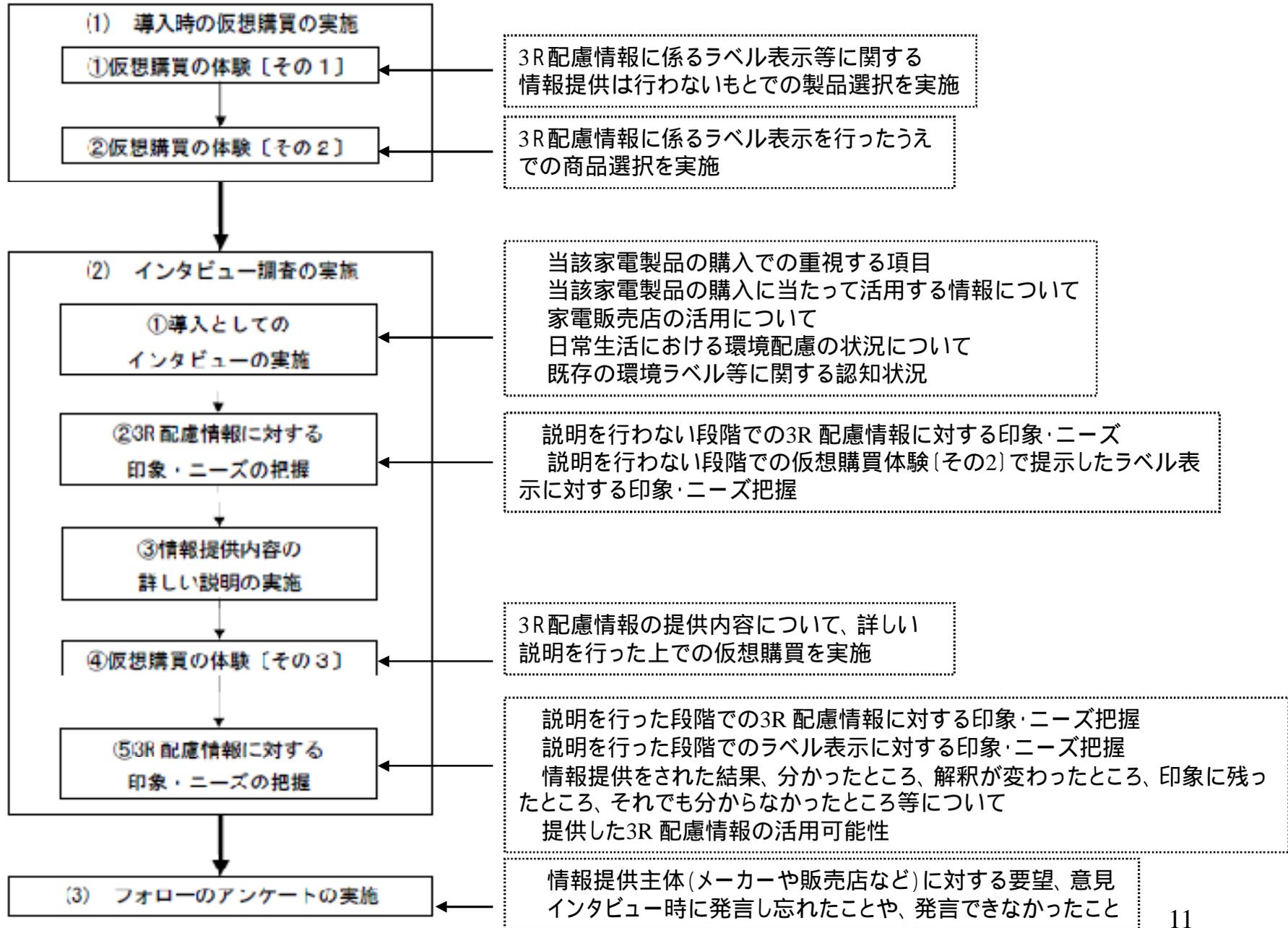


表 3-16 グループ1 (冷蔵庫、3R メダル) の仮想購買体験の結果

対象者	仮想購買体験[その1]		仮想購買体験[その2]		仮想購買体験[その3]		仮想購買体験における推移
1 40代女性 専業主婦	②	〔①〕 環境配慮と価格	②	〔①、③〕 金、銀、銅の違い	⑤	〔①、②〕 価格、環境配慮	②と⑤の違いは3R性能(価格、機能同一)であり、3Rメダルの表示により3R配慮、また説明を聞いてリサイクルのしやすさを認識して最終的に⑤を選択した。なお、常に、高価格商品とも比較している。
	第一理由:機能 かなり影響:		第一理由:機能 かなり影響:3Rメダル		第一理由:機能 かなり影響:リサイクルしやすい		
2 50代女性 専業主婦	①	〔③〕 省スペース	①	〔なし〕	①	〔なし〕	一貫して①(特に3R優れた高価格商品)を選択。当初は3R性能が異なる同一価格(高価格帯)の商品と比較したが、3Rメダルの表示から、より3R性能が優れる①に定まった。
	第一理由:機能 かなり影響:省スペース設計		第一理由:リサイクル設計 かなり影響:機能、メダル、原材料、省エネ性能		第一理由: かなり影響:		
3 30代女性 医療関係勤務	⑤	〔②〕 スタンダードモデル	⑤	〔②〕 3Rメダル、新製品	④	〔⑤〕 メダル、新製品、機能	⑤と④の違いは3R性能と機能のバランス(価格同一)であり、3R配慮の説明により、機能は劣るが3R性能が優れた商品④に定まった。選択理由も3R配慮情報が影響している。
	第一理由:省エネ性能 かなり影響:		第一理由:リサイクル設計 かなり影響:		第一理由:3Rメダル かなり影響:		
4 50代女性 専業主婦	③	〔⑤〕 価格	③	〔①〕 環境配慮製品	③	〔①〕 省スペース設計	一貫して③(3Rが優れた高価格商品)を選択。理由も「省スペース」と一貫している。迷う商品は3Rメダル表示後、より3R性能が高い(かつ高価格の)①にシフトした。
	第一理由:省スペース かなり影響:		第一理由:省スペース かなり影響:		第一理由:省スペース かなり影響:		
5 30代女性 専業主婦	⑤	〔なし〕	⑤	〔なし〕	⑤	〔なし〕	一貫して⑤(3Rが優れた同一価格商品)を選択。理由は価格のほか、省スペース、省エネなども影響している。
	第一理由:価格 かなり影響:大きさ、省エネ、新製品		第一理由:価格 かなり影響:大きさ、省エネ		第一理由:価格 かなり影響:機能、大きさ、省エネ		

※表中の丸数字は商品の選択肢(①:特に3R優れた高価格商品、②:基本商品、③:3R優れた高価格商品、④:特に3R優れた低機能同一価格商品、⑤:3Rが優れた同一価格商品、⑥:特に3R優れるが省エネ劣る同一価格商品)を表す

※〔 〕は選択に当たり迷った選択肢

表 3-17 グループ 2 (冷蔵庫、3R レーダー) の仮想購買体験の結果

対象者		仮想購買体験[その1]		仮想購買体験[その2]		仮想購買体験[その3]		仮想購買体験における推移
1	30代女性 専業主婦	⑤	〔①〕 価格(機能同一)	⑤	〔①〕 3Rレーダー、価格	①	〔なし〕	⑤と①の違いは3R性能と価格(①がどちらも上)である。3R配慮に関する説明後、これまで迷っていた①にシフトした。価格、機能、省エネなど多くの項目から選択しているが、最終的に優れた3R性能と価格により選択した。
		第一理由:価格 かなり影響:機能、省エネ		第一理由:機能 かなり影響:価格、リサ設計、再生プラ、省エネ性能		第一理由:機能 かなり影響:3Rレーダー、リサ設計、再生プラ、省エネ性能		
2	40代女性 保険関係勤務	⑤	〔③〕 重量、省スペース	⑤	〔⑥〕 3Rレーダー	①	〔⑤〕 3Rレーダー	対象者1と同様の選択行動であった。違いは、迷う商品が毎回変わっていることだが、省エネ性能と3Rレーダーによるとされる。
		第一理由:機能 かなり影響:		第一理由:省エネ性能 かなり影響:		第一理由:省エネ性能 かなり影響:		
3	50代女性 専業主婦	⑤	〔①〕 価格(機能同一)	①	〔⑤〕 価格、エコ情報公開	①	〔⑥〕	対象者1及び2とほぼ同じ選択行動だが、3Rレーダー表示後、①にシフトした。理由も3Rレーダーを挙げており、3Rレーダーの表示の影響を受けた。
		第一理由:機能 かなり影響:価格		第一理由:3Rレーダー かなり影響:機能、大きさ、リサイクル設計、省エネ性能		第一理由:省エネ性能 かなり影響:機能、3Rレーダー、リサイクル設計		
4	40代女性 専業主婦	(2)	〔なし〕	(5)	〔②〕 リサイクル設計	(1)	〔なし〕	各回で選択した商品が一貫していない。当初は価格重視で②(基本商品)を選択したが、その後は機能や省エネ性能、3R性能によって商品選択を行っている。なお各回とも消極的な選択となっている。
		第一理由:価格 かなり影響:機能		第一理由:機能 かなり影響:省エネ性能		第一理由:機能 かなり影響:3Rレーダー		
5	50代女性 専業主婦	(5)	〔③〕 価格	①	〔⑤〕 価格	①	〔なし〕	対象者3と同じ選択行動であった。3R配慮に関する説明後、最終的に①に定まった。理由も3Rレーダーを挙げており、影響されている。それまでは価格が異なる製品を比較している。
		第一理由:省エネ性能 かなり影響:		第一理由:機能 かなり影響:省エネ性能		第一理由:3Rレーダー かなり影響:		

※表中の丸数字は商品の選択肢(①:特に3R優れた高価格商品、②:基本商品、③:3R優れた高価格商品、④:特に3R優れた低機能同一価格商品、⑤:3Rが優れた同一価格商品、⑥:特に3R優れるが省エネ劣る同一価格商品)を表す

※〔 〕は選択に当たり迷った選択肢、選択肢番号が()となっているのは消極的な選択

表 3-18 グループ 3 (薄型テレビ、3R メダル) の仮想購買体験の結果

対象者		仮想購買体験[その1]		仮想購買体験[その2]		仮想購買体験[その3]		仮想購買体験における推移
1	30代男性 建築資材関係 勤務	⑤	〔②〕 同スペック	⑤	〔なし〕	⑤	〔なし〕	一貫して⑤(3R 優れた同一商品)を選択。当初は 3R 性能が異なる同一価格(低価格帯)の商品②と比較していたが、3R メダルの表示により定まった。主な選択理由は価格を挙げた。
		第一理由: 価格 かなり影響: 画質		第一理由: 価格 かなり影響: 省エネ性能		第一理由: 価格 かなり影響:		
2	40代男性 金融関係勤務	⑤	〔④〕 スペック	⑤	〔なし〕	⑤	〔なし〕	一貫して⑤(3R 優れた同一商品)を選択。当初は 3R 性能がより優れて機能が劣る同一価格の商品④と比較していたが、3R メダルの表示により定まった。主な選択理由は価格を挙げた。
		第一理由: 価格 かなり影響: 機能		第一理由: 価格 かなり影響: 機能		第一理由: 価格 かなり影響: 機能		
3	50代男性 金融関係勤務	⑤	〔なし〕	⑤	〔なし〕	(5)	〔④〕 3R メダル、画素数	一貫して⑤(3R 優れた同一商品)を選択。当初は迷う商品を挙げていなかったが、3R 配慮に関する説明後、3R 性能がより優れて機能が劣る同一価格の商品④と迷うようになり、消極的な選択に変わった。主な選択理由は価格を挙げた。
		第一理由: 価格 かなり影響: 機能		第一理由: 価格 かなり影響: 機能、省エネ性能		第一理由: 価格 かなり影響: リサイクルしやすい、省エネ性能		
4	40代女性 専業主婦	④	〔⑥〕 電気料金	④	〔⑥〕 電気料金	④	〔⑥〕 電気料金	一貫して④(特に 3R 優れた低機能同一価格商品)を選択し、⑥(3R 性能が優れて省エネ性能が並みの商品)を選択している。選択理由は当初は価格であったが、3R メダル表示後は影響を受けた。
		第一理由: 価格 かなり影響:		第一理由: 3R メダル かなり影響:		第一理由: 3R メダル かなり影響:		
5	30代女性 不動産関係 勤務	(1)	〔③〕 環境配慮 or 省スペース	①	〔なし〕	①	〔なし〕	一貫して①(特に 3R が優れた高価格商品)を選択した。当初は同一価格で 3R 性能が異なる商品③と迷い、環境配慮 or 省スペースで悩んでいたが、3R メダル表示後は迷いがなくなり、ラベルや説明の影響を受けた。
		第一理由: 省エネ性能 かなり影響: 大きさ		第一理由: 3R メダル かなり影響: 大きさ		第一理由: 3R メダル かなり影響: 原材料を減らす工夫、省エネ性能		

※表中の丸数字は商品の選択肢(①:特に 3R 優れた高価格商品、②:基本商品、③:3R 優れた高価格商品、④:特に 3R 優れた低機能同一価格商品、⑤:3R が優れた同一価格商品、⑥:特に 3R 優れるが省エネ劣る同一価格商品)を表す

※〔 〕は選択に当たり迷った選択肢、選択肢番号が()となっているのは消極的な選択

表 3-19 グループ 4 (薄型テレビ、3R レーダー) の仮想購買体験の結果

対象者		仮想購買体験[その1]		仮想購買体験[その2]		仮想購買体験[その3]		仮想購買体験における推移
1	30代男性 通信関係勤務	⑥	〔④〕 画素数と奥行	⑥	〔⑤〕 価格、奥行	⑤	〔⑥〕 価格、画素、省エネ	⑥と⑤の違いは3R性能と省エネ性能が異なる(同一価格)が、3R性能に関する説明後、省エネ性能は優れるが銀メダルの商品⑤を選択した。選択理由は当初価格であったが、最後には省エネ性能を挙げている。
		第一理由: 価格 かなり影響: 画素数		第一理由: 価格 かなり影響: 機能		第一理由: 省エネ性能 かなり影響: 3Rレーダー、リサイクル、再生プラ、原材料減らす工夫		
2	50代男性 金融関係勤務	④	〔なし〕	④	〔なし〕	④	〔なし〕	一貫して④(特に3R優れた低機能同一価格商品)を選択しており、迷いがなかった。理由は省エネ性能や価格、機能を挙げている。(ただし④は省エネ性能が突出して良いわけではない。)
		第一理由: 省エネ性能 かなり影響: 価格、大きさ		第一理由: 省エネ性能 かなり影響: 機能、価格、大きさ		第一理由: 価格 かなり影響: 機能、省エネ		
3	40代男性 金融関係勤務	⑥	〔②、⑤〕 価格同一	⑤	〔⑥〕 価格	⑤	〔なし〕	対象者1の選択行動とほぼ同じだが、3Rレーダーを表示した結果、省エネ性能が⑥より優れる商品⑤を選択した。また、説明後は迷いが無くなった。主な理由は機能を挙げている。
		第一理由: 機能 かなり影響: 価格、省エネ性能		第一理由: 機能 かなり影響: 価格、省エネ性能		第一理由: 機能 かなり影響: 価格、省エネ性能		
4	40代女性 専業主婦	④	〔なし〕	④	〔なし〕	⑤	〔④〕 価格同一	④と⑤の違いは3R性能と機能が異なる(同一価格)が、3R性能に関する説明後、3R性能は少し劣るが機能がよい商品⑤を選択した。主な理由は価格、機能、大きさを挙げている。
		第一理由: 大きさ かなり影響: 価格		第一理由: 価格 かなり影響: 機能、大きさ		第一理由: 価格 かなり影響: 機能		
5	30代女性 専業主婦	⑤	〔⑥〕 省エネ性能	②	〔なし〕	⑤	〔なし〕	⑤と②の違いは3R性能(価格、機能同一)であり、3Rレーダーの表示により一度は基本商品を選択したが、これはレーダーのバランスで選択したとのことで、説明後、当初と同じ商品⑤を選択した。ただし、最終的な理由は省エネ性能。
		第一理由: 省エネ性能 かなり影響:		第一理由: 3Rレーダー かなり影響:		第一理由: 省エネ性能 かなり影響:		

※表中の丸数字は商品の選択肢(①:特に3R優れた高価格商品、②:基本商品、③:3R優れた高価格商品、④:特に3R優れた低機能同一価格商品、⑤:3Rが優れた同一価格商品、⑥:特に3R優れるが省エネ劣る同一価格商品)を表す

※〔 〕は選択に当たり迷った選択肢

仮想購買体験の総括

a. 全体的な傾向

3R ラベル表示(メダル、レーダーともに)、3R に関する説明は、対象者の選択行動に対して何らかの影響を与えていると説明できる。

また、直接的に選択行動に影響を与えなくても(選択した商品を変えるまでは至らなくても)、迷っている商品があった場合に、その迷いを取り払ってくれる可能性があることが挙げられた。

b. メダルとレーダーの違い

3R メダルは金・銀・銅の違い、3R レーダーはチャートの面積の大きさが、それぞれ対象者に影響を与えている。

3R メダルについては、必ずしも金メダルの商品が選択されるとは限らないが、3Rに関する説明を通じて、銅から銀、銀から金へと、相対的にランクが高い商品への選択行動のシフトについて、一定の効果があったことが確認された。(選択行動に変化が見られた冷蔵庫について確認。)

3R レーダーについては、必ずしもレーダーチャートの面積が大きい商品が選択されるとは限らないが、3R に関する説明を通じて、面積が小さい商品から面積が大きい商品への選択行動のシフトについて、冷蔵庫については一定の効果があったことは確認された一方、薄型テレビについては、逆転現象(面積が大きい商品から小さい商品へのシフト)が生じた結果となった。

c. 冷蔵庫と薄型テレビの違い

3R メダル、3R レーダーともに、選択行動への影響については、冷蔵庫と薄型テレビでの大きな違いは確認されていないが、特にグループ2(冷蔵庫、3R レーダー)では選択行動への大きな影響が見られた一方で、グループ3(薄型テレビ、3R メダル)では選択行動への直接的な影響が見られない結果となった。