

# 日本の消費者の環境意識と行動

中 丸 寛 信

甲南経営研究 第47巻 第4号 抜刷

平成 19 年 3 月

# 日本の消費者の環境意識と行動

中 丸 寛 信

## I は じ め に

今日、未来の持続可能性に向けて様々な検討がなされてきている。日本もそうであるが、イギリス、スウェーデン、ドイツ、アメリカ、ロシアなど多くの先進工業国は、地球環境と経済の両立に向けてビジョンを策定し、取り組みを続けている。<sup>(1)</sup> それにしても今日、環境悪化の流れは止まっていない。今後持続可能性に向かって、これまで以上の危機感、切実感をもとに、それぞれの成果の蓄積と相互の交流・ネットワークなどを通じて、より普遍的で統合されたビジョンの確立とその実現がなされていくことが切に待たれているといえよう。

その中で、消費者の環境意識と行動がどのように変化していくかは大きな意味を持っている。ここでは、とくに日本の消費者の環境意識と行動がどのようなものであるかについてこれまでの様々な調査をもとにみていく。さらに、環境先進国といわれるドイツのこれまでの歩みやその取り組みなどを参

---

(1) 前稿では、わが国の環境ビジョンについて、代表的な4つ(①研究者のプロジェクトである「脱温暖化2050プロジェクト」、②環境大臣主催の中央環境審議会、③経済産業省・総合資源エネルギー調査会、④市民団体の集まりである市民エネルギー調査会から提示されたビジョン)をそれぞれ概観し、それらの関連性や実現可能性、今後の課題などについて考察した(拙稿「わが国における環境と経済・経営のビジョン」『甲南経営研究』2006年12月、第47巻第2号)。

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

考にしながら、今後の日本のあり方や課題などについて考察していきたい。

## Ⅱ 日本の消費者の環境意識と行動

### 1. これまでの調査にみられる日本の消費者の環境意識と行動

日本の消費者の環境意識と行動については、環境省「環境にやさしいライフスタイル実態調査」がある。本調査は、第1次環境基本計画を受けて平成7年度から平成9年度にかけて実施され、その後第2次環境基本計画を受けて平成13年度以降も実施されてきた。その他にも、環境省「環境問題に関する世論調査」（全国20歳以上の男女3000人を対象に、平成17年9月8日～9月18日に調査員による個別面接聴取によって実施された調査で有効回収数（率）1896人（63.2%））などがある。

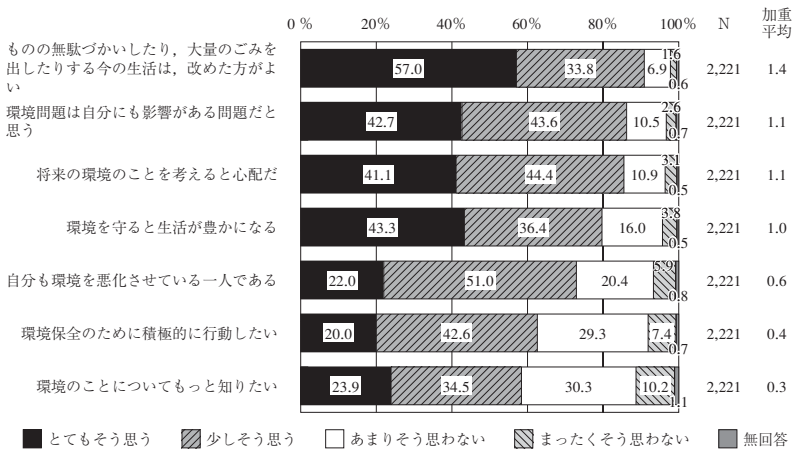
ここではそれらを参考にしながら、主として平成15年度に実施された「環境にやさしいライフスタイル実態調査」（全国の20歳以上の男女から無作為抽出した3000人を対象に、平成16年6月4日から7月5日にかけて行われた調査で有効回答数は1267人。以下では「調査①」と記す）と、子どもたちについての調査である小中学生版「環境にやさしいライフスタイル実態調査」（全国の小中学校の中から無作為抽出した計72校の小学5年生及び中学2年生の各1学級を対象に、平成16年3月5日～3月30日にかけて行われた調査で有効回答数は2221人。以下では「調査②」と記す）をもとに、今日の日本の消費者の環境意識と行動についてみていく。まず、その要点をまとめれば次のようになるであろう。

①国・地球レベルの環境悪化の状況に、大人も子どもも心配している。

「近年の環境の状況についての実感」では、地域レベルに比べ、国や地球レベルで「悪化している」と実感する人がそれぞれ53%、67%で過半数を超えており、この傾向は平成13、14年度と同様である。<sup>(2)</sup>

子どもたちについて図表1「環境問題に対する考え方（全体）」をみると、

図表1 環境問題に対する考え方(全体)



注：この項の加重平均は、「とてもそう思う」に2点、「少しそう思う」に1点、「あまりそう思わない」に-1点、「まったくそう思わない」に-2点を与えて算出した。

出所：「調査②」30頁。

「環境問題は自分にも影響がある問題だと思う」(91%)、「将来の環境ことを考えると心配だ」(91%)となっており、ほとんどの子どもたちが心配していることがわかる。

②関心のある環境問題については、大人と子どもとの間に若干の違いがある。

関心のある環境問題については、大人の関心が高い順に「地球温暖化」(82%)、「オゾン層の破壊」(60%)、「不法投棄など廃棄物の不適正な処理」(57%)、「大気汚染」(54%)であり、低い項目は「砂漠化」(22%)、「悪臭」(15%)、「<sup>(3)</sup>黄砂」(12%)、「地盤沈下」(10%)などである。

子どもたちの「環境問題の関心」は、「森林減少」(70%)、「水質汚濁」(68%)、「大気汚染」(66%)、「地球温暖化」(65%)、「酸性雨」(55%)、「廃

(2) 「調査①」39頁。

(3) 「調査①」47頁。

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

棄物」（51%）、「砂漠化」（51%）が半数以上である。一方、「騒音」（30%）は低くなっている<sup>(4)</sup>。

それらの違いは、日常生活の中で触れる情報の相違から生じているのではないかと思われる。

③「環境保全に関する行動についての意識」と「環境に対する良い行動の頻度」の間にかかなりのギャップがある。

図表2「環境保全に関する行動についての意識（全体）」を「大変そう思う」と「ややそう思う」の合計で見ると、「環境保全のために自分にできることはすべきである」（95%）、「一社会人として行ったほうがよいと思う」（88%）、「環境によいことを行うのは気持ちがいい」（85%）がとくに高くなっている。また、「環境に関する知識が深まる」（79%）、「地域に制度があれば従うのは当然だと思う」（78%）、「行動を通じてさまざまな人との交流が深まる」（63%）、「地域や社会とのつながりを実感できる」（59%）、「習慣であり特に意識することではない」（55%）という肯定的な意識の人もかなりいることがわかる。

一方、図表3「環境に対する良い行動の頻度（全体、時系列）」をみると、全体としては、日常生活の中で「環境に対する良い行動」を「大変よく行っている」（3%）と「まあ行っている」（56%）が合計59%、「あまり行っていない」（33%）と「全く行っていない」（4%）が合計37%であり、意識と行動の間にかかなりのギャップがあることがわかる<sup>(5)</sup>。

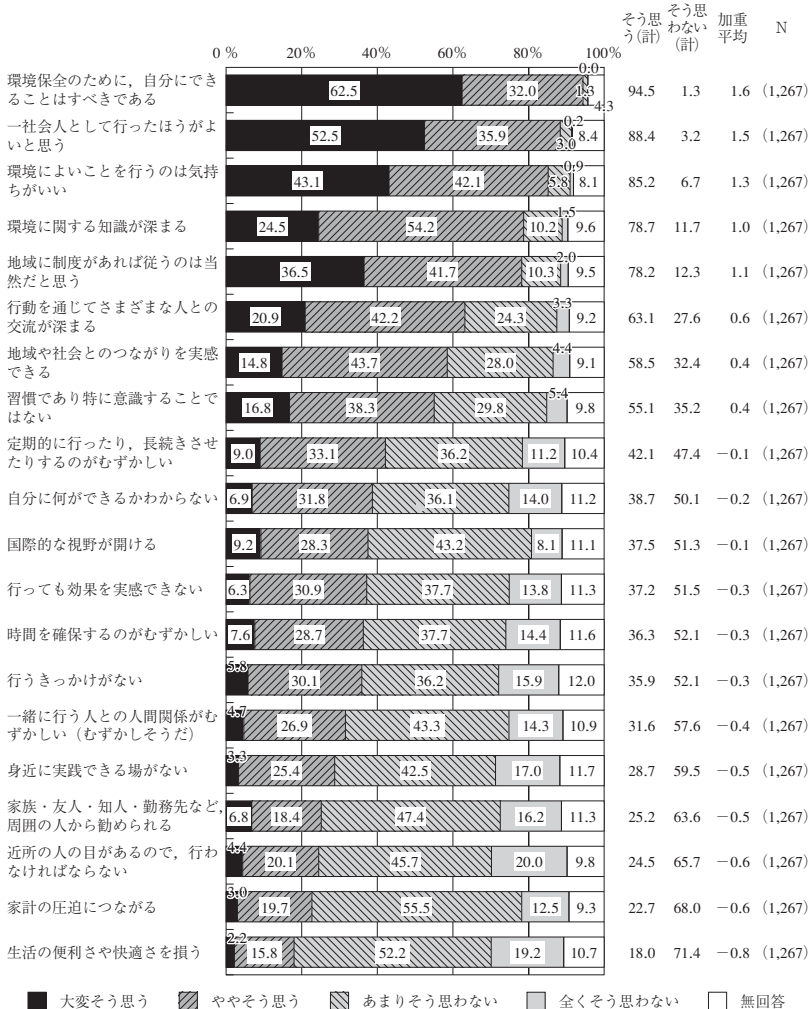
---

(4) 「調査②」28頁。

(5) 性別では実行率（「大変よく行っている」と「まあ行っている」の合計）はほとんど変わらない。年齢別では、30代から60代の実行率は60～64%と高いが、20代・70代は49・53%と低くなっている。職業別にみると、会社役員・会社経営、公務員、団体職員の実行率が64～69%と高く、学生、その他は54%、52%と低くなっている。

さらに、環境に対する良い行動を行っている人（全体の59%）は、その行動が「非常に役立っている」（2%）、「まあ役立っている」（46%）と思っている。年齢

図表2 環境保全に関する行動についての意識 (全体)

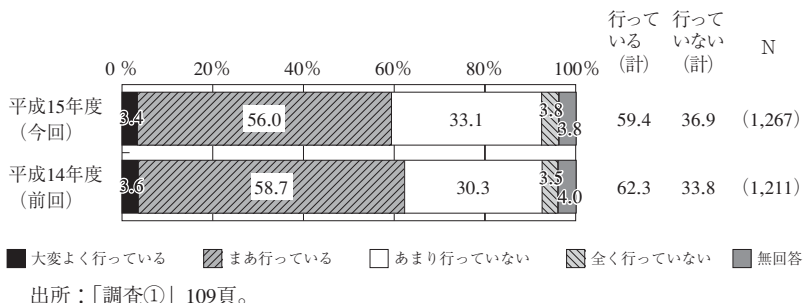


■ 大変そう思う    ▨ ややそう思う    ▩ あまりそう思わない    □ 全くそう思わない    □ 無回答

注：この項の加重平均は、「大変そう思う」に2点、「ややそう思う」に1点、「あまりそう思わない」に-1点、「全くそう思わない」に-2点を与えて算出した。

出所：「調査①」134頁。

図表3 環境に対する良い行動の頻度（全体、時系列）



④購買における「環境意識」と「行動」の間にはかなりのギャップがある。

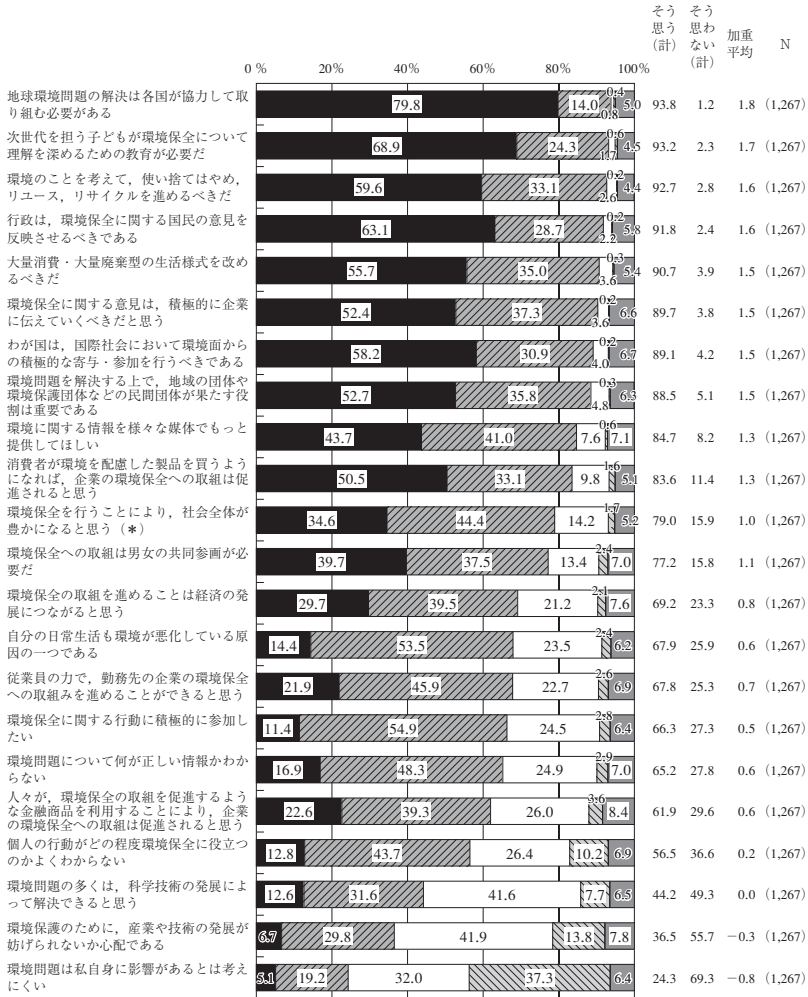
図表4「環境問題に対する考え方（全体）」の中での「消費者が環境を配慮した製品を買うようになれば、企業の環境保全への取組は促進されると思う」という項目に「大変にそう思う」が51%、「ややそう思う」が33%で合計84%であった。また、図表5「物を買うときの環境への配慮意識（全体）」をみると、「環境保全のために良いことだと思う」という項目では「大変そう思う」が64.4%、「ややそう思う」が24.1%で合計88.5%になっている。

一方、図表6「製品やサービスを選ぶ際に考慮する点（全体）」をみると、「いつも考えている」が「機能や品質」（75%）、「価格」（71%）で突出しており、「環境によい」（24%）、「企業の社会貢献活動」（7%）などの環境配慮意識はわずかである。また、「いつも考えている」と「ときどき考える」の合計でみると、「機能や品質」（91%）、「価格」（89%）が突出しており、「環境によい」（78%）も高くなっているが、「企業の社会貢献活動」（38%）は4割に満たないことがわかる。

---

別にみると、20代がそれぞれ2%、28%、職業別でも学生がそれぞれ4%、28%であり、若い層で「役立っている」と意識している人は少ない（「調査①」110～113頁）。

図表4 環境問題に対する考え方 (全体)



■ 大変そう思う    ▨ ややそう思う    □ あまりそう思わない    ▩ 全くそう思わない    ■ 無回答

注：1. この項の加重平均は、「大変そう思う」に2点、「ややそう思う」に1点、「あまりそう思わない」に-1点、「全くそう思わない」に-2点を与えて算出した。

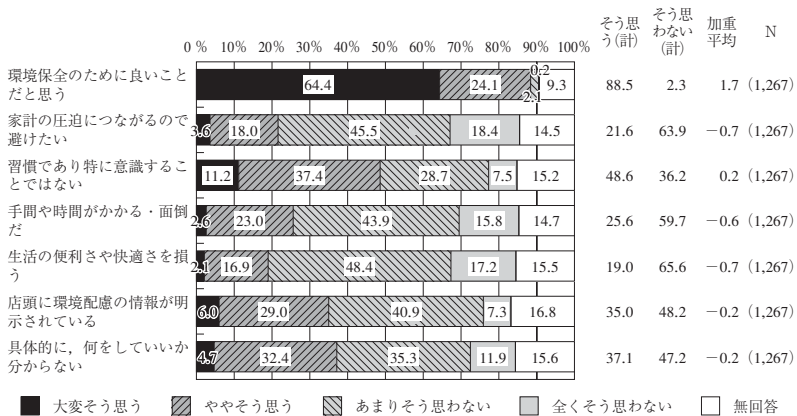
2. \*印のものは、今回の調査より追加した項目を示す。

出所：「調査①」53頁。



日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

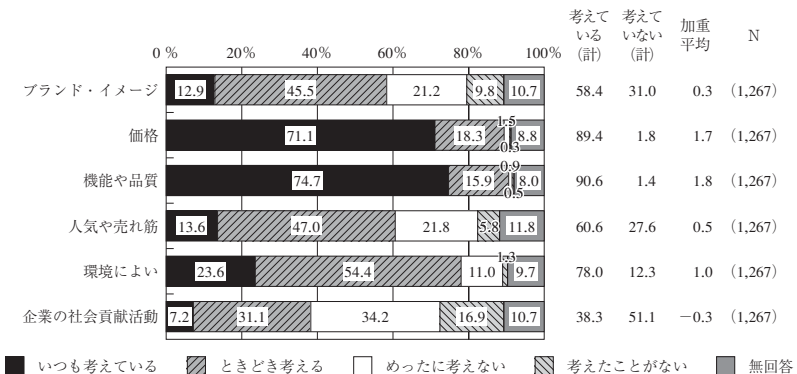
図表5 物を買うときの環境への配慮意識（全体）



注：この項の加重平均は、「大変そう思う」に2点、「ややそう思う」に1点、「あまりそう思わない」に-1点、「全くそう思わない」に-2点を与えて算出した。

出所：「調査①」115頁。

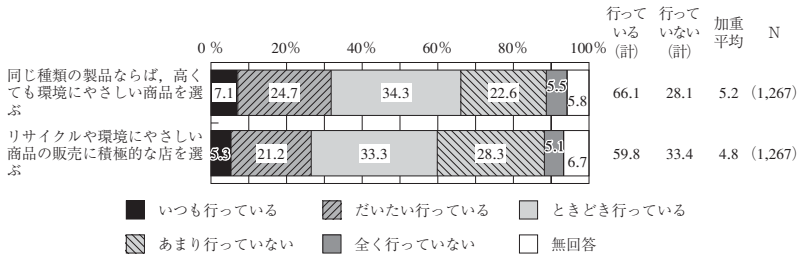
図表6 製品やサービスを選ぶ際に考慮する点（全体）



注：この項の加重平均は、「いつも考えている」に2点、「ときどき考える」に1点、「めったに考えない」に-1点、「考えたことがない」に-2点を与えて算出した。

出所：「調査①」121頁。

図表7 買物際の行動 (全体)



注：この項の加重平均は、「いつも行っている」に10点、「だいたい行っている」に8点、「ときどき行っている」に5点、「あまり行っていない」に2点、「全く行っていない」に0点を与えて算出した。

出所：「調査①」124頁。

さらに、図表7「買物際の行動 (全体)」をみると、「同じ種類の製品ならば、高くても環境にやさしい商品を選ぶ」「リサイクルや環境にやさしい商品の販売に積極的な店を選ぶ」を「いつも行っている」人はそれぞれ7%、5%と非常に少ない。「いつも行っている」「だいたい行っている」「ときどき行っている」の合計では、それぞれ66%、60%と高くなっているが、それでは買物行動の大きな転換にはつながらないと思われる。

⑤環境保全活動を行う民間団体が果たす役割への「認識」とそれへの「参加」の間にギャップがある。

図表4「環境問題に対する考え方 (全体)」の中での「環境問題を解決する上で、地域の団体や環境保護団体などの民間団体が果たす役割は重要である」という項目に「大変にそう思う」が53%、「ややそう思う」が36%で合計89%であった。また、「環境保全に関する行動に積極的に参加したい」との項目に「大変そう思う」が11%、「ややそう思う」が55%で合計66%であった。

一方、環境保全活動を行う民間団体にこれまで「参加したことがある」人は22%で、5人に1人程度である。参加の比率は男女で差はなく、年齢別で

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

は20代は7%，30代は13%で年齢が上がるほどに積極的になる。また，農林漁業（38%）や会社役員・会社経営の人（31%）が積極的に参加している。さらに，参加経験者の1年間における参加頻度は，「年に2回程度」が34%と最も多く，「年に4回程度」が20%，「年に1回程度」が18%と続いており，参加が非常に少ないといえよう。<sup>(6)</sup>

参加の内容は，「団体の主催するイベントに参加したことがある」（57%）がとくに多く，「環境保全に関わる講演・セミナーや講習会に出席したことがある」（28%），「団体の定期的な会合に出席したり，団体内で主体的な活動を行ったりしている」（27%），「環境保全を目的とした署名活動に協力したことがある」（26%），「環境保全を目的として，金銭や物品を寄付したことがある」（22%）が続いている。

また，民間団体の環境保全活動に参加したことがある人は，その活動への参加が環境問題の解決に「非常に役立っている」（14%），「まあ役立っている」（54.3%）と思っており，「あまり役立っていない」（13%），「全く役立っていない」（0.4%）<sup>(7)</sup>と思っている人は少ない。

⑥環境に関する情報提供を求める人が多く，環境情報への関心は高い。一方，情報の満足度は極めて低い状況である。

---

(6) 環境省「環境問題に関する世論調査」（平成17年）によると，環境保全に関する講演会などの催しや，植樹，リサイクル活動，美化・清掃活動などに参加したことがあるか聞いたところ，「参加したことがある」が44.1%（「積極的に参加している」8.6%，「参加したことがある」35.5%），「参加したことはない」が54%（「これまでに参加したことはないが，これからは機会があれば参加したいと思う」24%，「これまでに参加したことはなく，これからも参加したいとは思わない」30%）となっている。また，平成5年2月の調査結果と比較すると，「参加したことがある」とする人の割合が39%から44%へと上昇し，「参加したことがない」とする人の割合が57%から54%へと低下しており，徐々にではあるが参加する人が増えていることがわかる。なお，ここでは「参加したことがある」人の割合が「調査①」よりも約2倍多くなっているが，これは調査対象や調査内容の違いによるものといえよう。

(7) 「調査①」138～147頁。

図表4「環境問題に対する考え方(全体)」の中の「環境に関する情報を様々な媒体でもっと提供してほしい」という項目に「大変にそう思う」が44%、「ややそう思う」が41%で合計85%であった。

また、「環境情報への関心の高さ」について「大変関心がある」と「やや関心がある」の合計をみると、「日常生活が環境に及ぼす影響」(82%)、「環境問題が生活に及ぼす影響」(81%)、「地域環境の情報」(77%)、「地球環境問題の情報」(76%)、「開発事業が周辺環境に及ぼす影響」(75%)、「企業の事業活動に伴う環境汚染物質、廃棄物などの環境負荷に関する情報」(71%)、「暮らしのなかでの環境保全のための工夫や行動」(71%)、「世界的な環境保全の動き」(70%)、「環境問題に対する国や地方公共団体の政策」(70%)、「購入する製品・サービスの環境負荷に関する情報」(68%)、「企業の環境保全に関する取組状況」(61%)、「環境問題に困った場合の地方公共団体等の相談窓口に関する情報」(55%)、「自然とふれあうための施設やイベントについての情報」(54%)、「環境保護団体の情報」(44%)、「展覧会・講演会・セミナーなどの案内」(36%)となっており、環境情報への関心は高いといえよう。また、環境情報への関心度は男性よりも女性の方が高く、概して<sup>(8)</sup>40代以下で高くなっている。

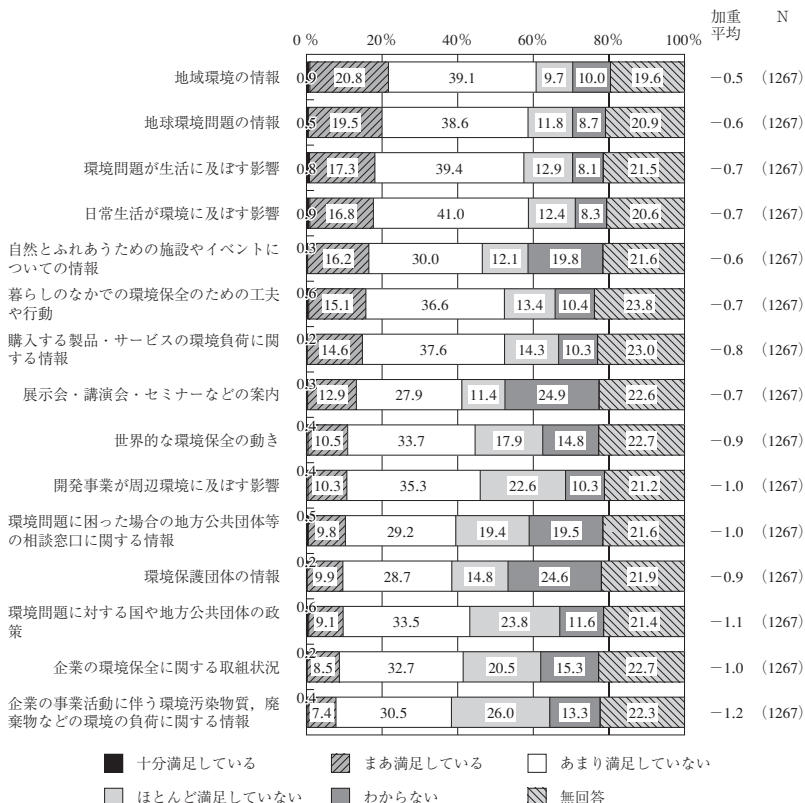
一方、図表8「環境情報の満足度(全体)」をみると、すべての項目において「十分満足している」という人は、0.4~0.9%であり、さらに「まあ満足している」を加えても、20%以上の項目が「地域環境の情報」(22%)、「地球環境問題の情報」(20%)の2項目に限られている。また、とくに「企業の環境保全に関する取組状況」(9%)、「企業の事業活動に伴う環境汚染物質、廃棄物などの環境負荷に関する情報」(8%)といった企業に関する情報は非常に低くなっている。こうした状況は前回調査と比べてもほと

---

(8) 「調査①」151~154頁。

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

図表 8 環境情報の満足度（全体）



注：この項の加重平均は、「十分満足している」に2点、「まあ満足している」に1点、「あまり満足していない」に-1点、「ほとんど満足していない」に-2点を与えて算出した。

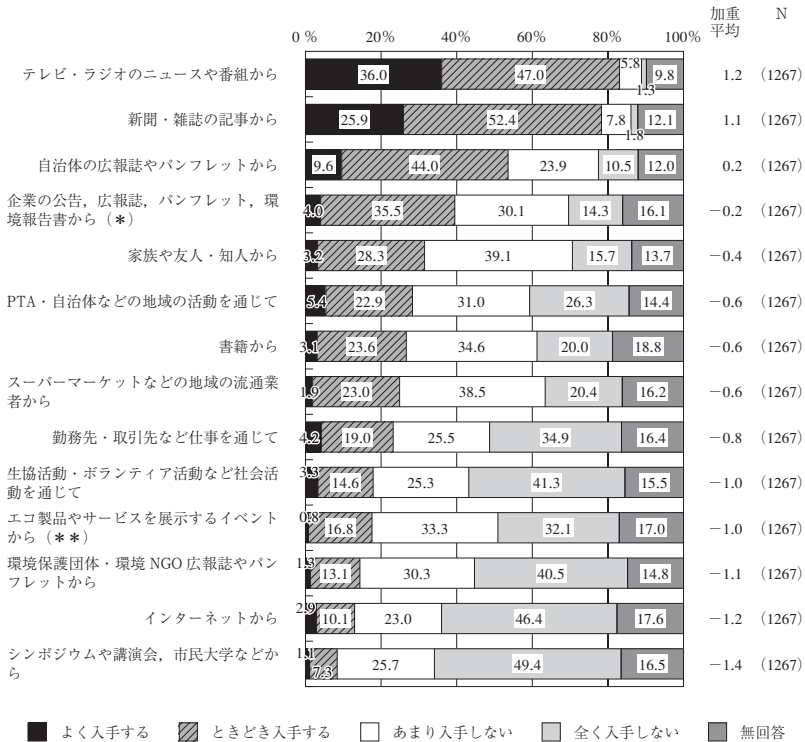
出所：「調査①」156頁。

（9）  
 んど変化していない。

それらは、環境情報への関心は高いにもかかわらず、少ない情報しか得ら

（9）「調査①」157頁。

図表9 環境情報の入手経路 (全体)



注：この項の加重平均は、「よく入手する」に2点、「ときどき入手する」に1点、「あまり入手しない」に-1点、「全く入手しない」に-2点を与えて算出した。  
 出所：「調査①」161頁。

れていない現状を示しているといえよう。

⑦環境情報の入手経路は、テレビ・ラジオや新聞・雑誌などマスコミを中心に多様なものになっている。

図表9「環境情報の入手経路 (全体)」について、「よく入手する」と「ときどき入手する」の合計をみると、「テレビ・ラジオのニュースや番組から」

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

(83%)、「新聞・雑誌の記事から」(78%)が多く、ほとんどの人はマスコミを通して情報を入手していることがわかる。また、「自治体の広報誌やパンフレットから」(54%)、「企業の広告、広報誌、パンフレット、環境報告書から」(40%)、「家族や友人・知人から」(32%)、「PTA・自治体などの地域の活動を通じて」(28%)、「書籍から」(27%)、「スーパーマーケットなど地域の流通業者から」(25%)、「勤務先・取引先など仕事を通じて」(23%)、「生協活動・ボランティア活動など社会活動を通じて」(18%)、「エコ製品やサービスを展示するイベントから」(18%)、「環境保護団体・環境NGOの広報誌やパンフレットから」(14%)、「インターネットから」(13%)、「シンポジウムや講演会、市民大学などから」(8%)と入手経路が多様になっている<sup>(10)</sup>。

⑧環境に関する情報源の信頼性は、どの情報源も40%以下と低くなっている。

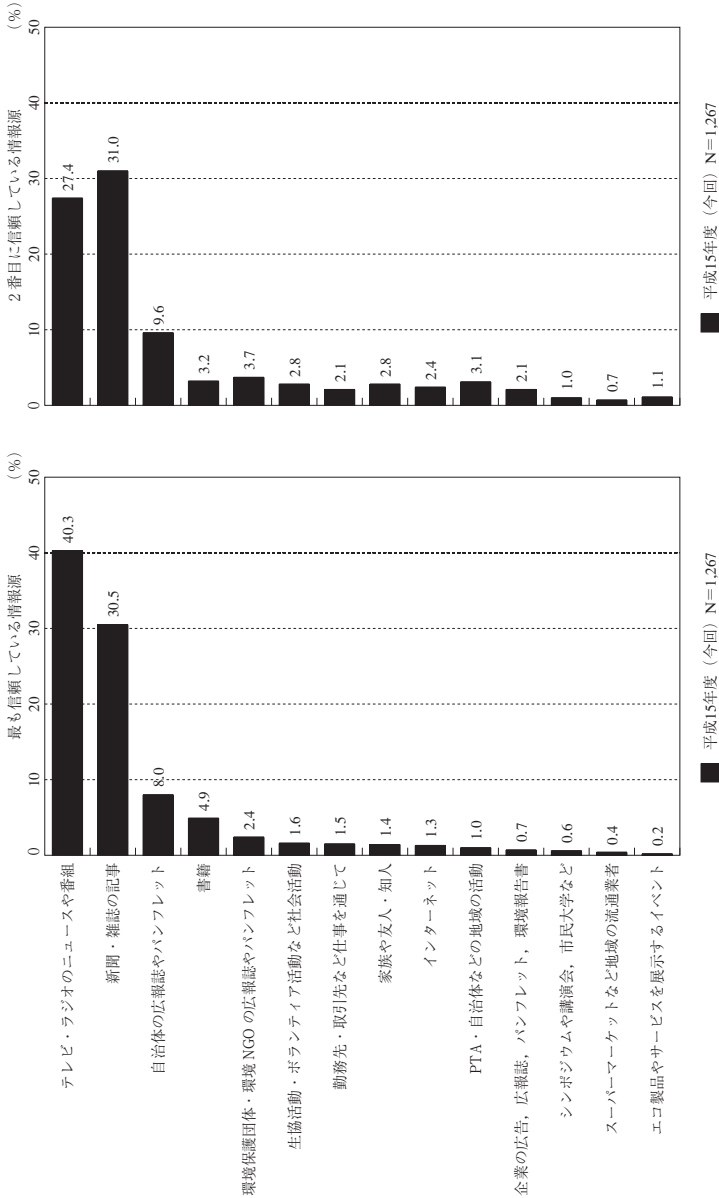
図表10「環境に関する情報の情報源への信頼（全体、複数回答）」をみると、「最も信頼している情報源」は、「テレビ・ラジオのニュースや番組」(40%)と「新聞・雑誌の記事」(31%)がとくに高くなっている。続いて「自治体の広報誌やパンフレット」(8%)、「書籍」(5%)であり、それ以外は2%以下と極めて低くなっているが、その背景にはそれらの情報源に触れる機会が少ないことも一因となっているように思われる。<sup>(11)</sup>それは、たとえ

---

(10) 環境省「環境問題に関する世論調査」(平成17年)においても、環境問題に関する情報や知識をどこから得ているか聞いたところ、「テレビ・ラジオ」が89%、「新聞」が68%、「行政による白書や広報誌など」が31%、「書籍・雑誌」が22%、「友人、知人、家族」が22%などの順になっている。また、それらを平成5年2月の調査結果と比較してみると、「テレビ・ラジオ」(95%→89%)、「新聞」(81%→68%)、「書籍・雑誌」(26%→22%)が低下し、また「行政による白書や広報誌など」(17%→31%)、「友人、知人、家族」(15%→22%)が上昇し、やはり情報源の多様化が進んでいると思われる。

(11) 「2番目に信頼している情報源」も、「新聞・雑誌の記事」(31%)と「テレビ・ラジオのニュースや番組」(27%)がとくに高く、続いて「自治体の広報誌やパンフレット」(10%)でそれ以外はすべて4%以下となっている(「調査①」165頁)。

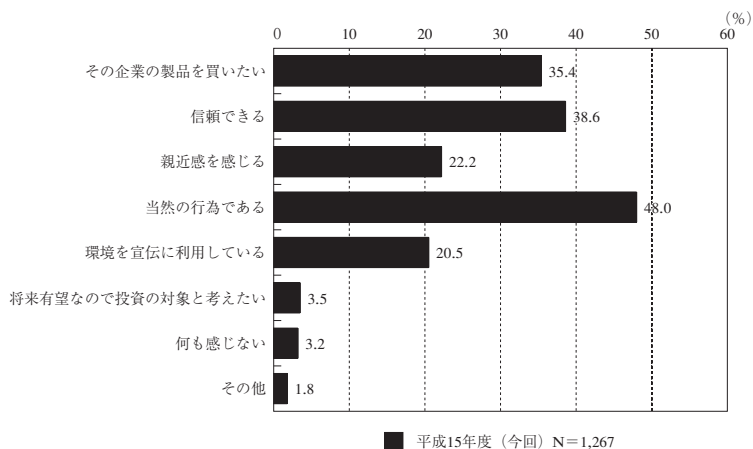
図表10 環境に関する情報の情報源への信頼 (全体、複数回答)



出所：「調査①」165頁。



図表11 環境配慮企業の印象（全体、複数回答）



出所：「調査①」119頁。

ば学生についてみると、「最も信頼している情報源」は、「テレビ・ラジオのニュースや番組」（25%）、「新聞・雑誌の記事」（27%）で全体よりもかなり低く、「書籍」（23%）がかなり高くなっていることからもうかがえる。<sup>(12)</sup>

⑨企業に対する厳しい考え方や要求がみられる。

図表4「環境問題に対する考え方（全体）」の中の「環境保全に関する意見は、積極的に企業に伝えていくべきだと思う」という項目に「大変にそう思う」が52.4%、「ややそう思う」が37.3%で合計90%であった。また、図表11「環境配慮企業の印象（全体、複数回答）」をみると、「当然の行為である」（48%）が高い。一方、「信頼できる」（39%）「その企業の製品を買いたい」（35%）「親近感を感じる」（22%）という肯定的印象はそれほど高いとはいえない。さらに、「環境を宣伝に利用している」（21%）との不信感もか

(12) 「調査①」166頁。

なりあることがわかる。

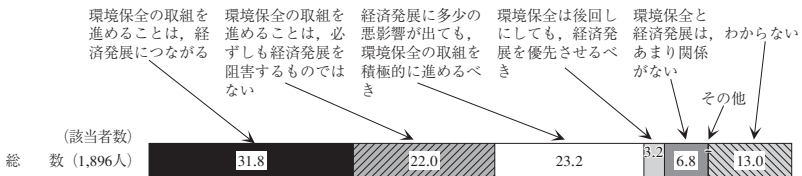
⑩環境保全と経済発展が両立するとの認識が増大している。

図表4「環境問題に対する考え方(全体)」の中の「環境保全の取組を進めることは経済の発展につながると思う」という項目に「大変にそう思う」が29.7%、「ややそう思う」が39.5%で合計69.2%であった。これは、平成14年度に比べて約9.3%増大している。また、「環境問題の多くは、科学技術の発展によって解決できると思う」という項目への支持率(「大変にそう思う」と「ややそう思う」の合計)が平成13, 14, 15年度でそれぞれ48%, 46%, 44%と減少傾向にあり、「環境保護のために、産業や技術の発展が妨げられないか心配である」への支持率も同様に41%, 38%, 37%と減少している<sup>(13)</sup>。それらは科学技術の発展だけでは解決できないと思う人が徐々に増えていることを示しているといえよう。また、平成15年度調査で追加された項目「環境保全を行うことにより、社会全体が豊かになると思う」への支持率が79%と高いことは注目に値する<sup>(14)</sup>。

(13) 「調査①」54頁。

(14) 環境省「環境問題に関する世論調査」(平成17年)によると、次の図表の通りである。それによると、「環境保全の取組を進めることは、経済発展につながる」が31.8%、「環境保全の取組を進めることは、必ずしも経済発展を阻害するものではない」が22.0%、「経済発展に多少の悪影響が出て、環境保全の取組を積極的に進めるべき」が23.2%であり、環境保全と経済発展の両立、あるいは環境保全優先の支持者が合計77.0%となっている。また、「環境保全は後回しにしても、経済発展を優先させるべき」は3.2%、「環境保全と経済発展は、あまり関係がない」が6.8%と非常に少なくなっている。

図表 環境保全と経済の関係についての考え方



出所：内閣府「環境問題に関する世論調査」の概要」平成17年11月，4頁。

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

①次世代を担う子どもたちへの教育の必要性が高まっている。また、子どもたちに対する家庭や学校教育の果たす役割には大きなものがある。

図表4「環境問題に対する考え方（全体）」の中の「次世代を担う子どもが環境保全について理解を深めるための教育が必要だ」という項目に「大変にそう思う」が69%、「ややそう思う」が24%で合計93%であった。その項目は、平成8、9年度および平成13、14年度調査においても9割を超えてい<sup>(15)</sup>る。

また、子どもたちに対して、家庭や学校教育が果たす役割には大きなものがある。たとえば、図表12「環境保全行動の契機（複数回答）（全体）」の家庭や学校関連項目では「母親にいわれたから、母親がやっていたから」（43%）、「学校で環境について勉強したから」（34%）、「父親にいわれたから、父親がやっていたから」（18%）、「学校の行事に参加したから」（14%）などとなっている。

また、図表13「環境問題に関する情報の入手経路（複数回答）（全体）」では、「テレビ・ラジオで」（72%）の次に「学校の授業や先生から」（65%）が多い。また「学校の遠足や見学で」（17%）、「臨海学校、林間学校や自然教室で」（15%）もみられる。

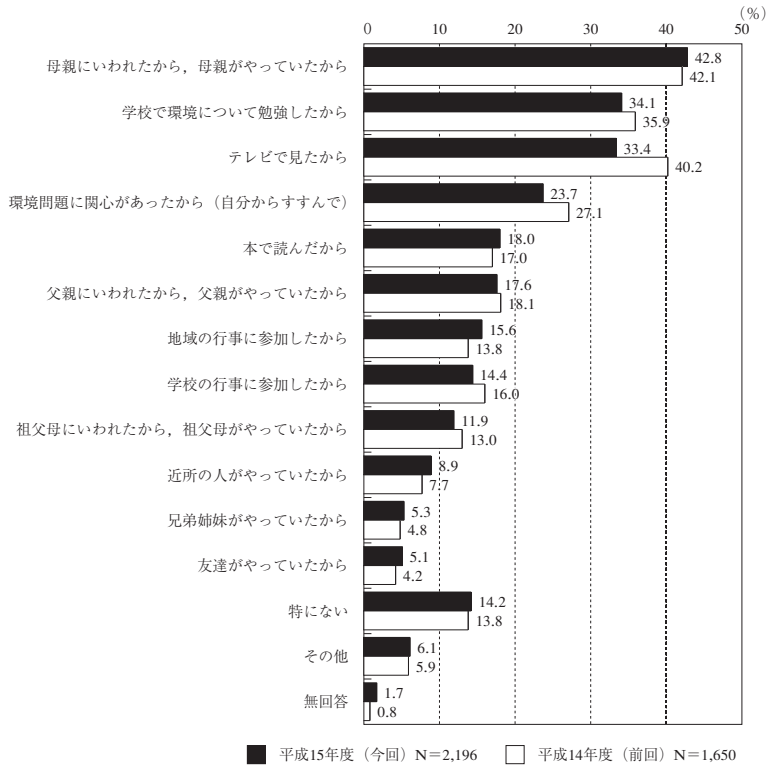
さらに、「学校における環境保全活動への参加経験<sup>(16)</sup>」についても、「環境問題について、先生の話聞いた」（62%）、「ごみ処理場や下水処理場などの施設を見学した」（50%）、「地域の掃除やごみ拾いなどに参加した」（46%）、「植物の栽培や動物の飼育、観察をした」（36%）、「山や川などで自然の観察をした」（34%）、「みんなで環境問題の解決方法について話し合った」（25%）、「牛乳パックやケナフなどで紙づくりをした」（19%）、「川や湖の水、空気や雨の状態について調べた」（19%）、「夏休みなどの自由研究で環境の

---

(15) 環境省ホームページ <http://www.env.go.jp>, および、「調査①」54頁。

(16) 「調査②」47頁。

図表12 環境保全行動の契機（複数回答）（全体）



出所：「調査②」36頁。

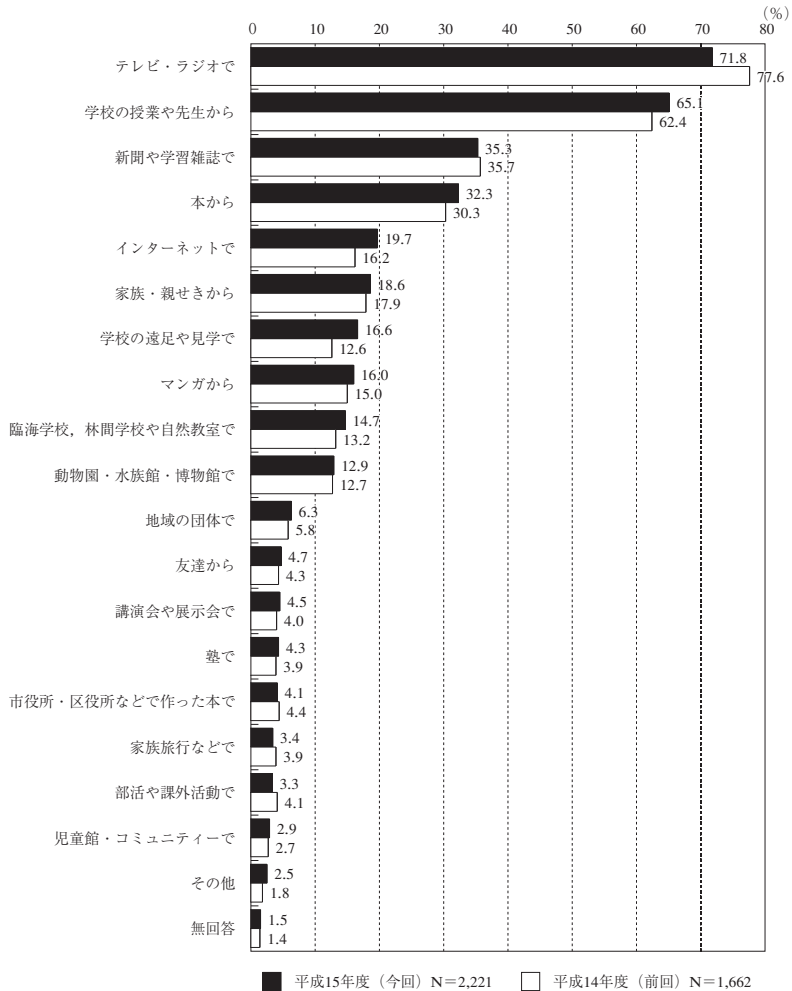
ことを調べた」(12%)と続いている。

それらは、家庭や学校が、子どもたちの環境保全行動や環境情報の入手などに大きな役割を果たしていることを示しているといえよう。<sup>(17)</sup>

(17) 日本の消費者について、今日 LOHAS (Lifestyles Of Health And Sustainability : 健康と環境面を中心とした持続可能性を重視した生活スタイル (環境省『環境基本計画(平成18年4月閣議決定第3次計画)』ぎょうせい、2006年、8頁)が注目され、その動向が調査されている。「LOHAS 消費者動向調査2006」(全国の20~69歳・男女を対象に、2006年3月 Yahoo! リサーチモニターによって行われた調査で有

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

図表13 環境問題に関する情報の入手経路（複数回答）（全体）



出所：「調査②」45頁。

効回答数3224)によると、図表のように、LOHAS層（「環境・健康に関心が高く、実際に行動に移す。社会的課題全般に対しても意識が高い。自己啓発や精神性の向上に関心が高く、新商品・サービスの購買意欲も強い。価値観にあう商品・サービ

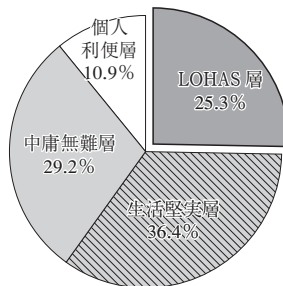
## 2. 消費者の環境意識と行動の日独比較

### (1) 国立環境研究所・地球環境とライフスタイル研究会「地球環境問題をめぐる消費者の意識と行動が企業戦略に及ぼす影響（消費者編：日独比較）」調査

国立環境研究所・地球環境とライフスタイル研究会では、地球環境問題をめぐる消費者の意識と行動が企業戦略に及ぼす影響に関する国際比較調査の一環として、平成9年度にはドイツ、平成10年度には日本において、消費者の環境問題に関する知識・意識、環境問題に関する当事者意識、企業変革に

スを積極的に購入し、家族や友人にもすすめるなど情報発信力が高い」層は25%、生活堅実層（「環境・健康関心は高いが、実際の行動にまではいたらない。コストパフォーマンスを重視する」層）は35%、中庸無難層（「特に突出した意見価値観を持たない。環境・健康関心は全体に比べて低い」層）は29%、個人利便層（「利便性の高いものを好む。環境健康に対してほとんど関心を示さない」層）は11%となっている。なお、LOHAS層は男女ほぼ同数で、50代以上が全体の6割を占める。学歴、収入とも平均より高めである。生活堅実層は、女性がやや多く（54%）、50代以上が全体の5割を占める。学歴、収入とも全体平均とほぼ同じである。中庸無難層は、男女ほぼ同数で、40代以上が全体の5割強を占める。学歴は全体平均と同じで、収入はやや低い。個人利便層は、男性がやや多く（53%）、20～30代が全体の5割強を占める。学歴、収入ともに全体平均より低めである。2005年調査（㈱イースクエア「日米合同 LOHAS 消費者調査2005」）では、各層はそれぞれ29%、27%、28%、16%であったことが報告されており、少しずつではあるが健康・環境への関心が高まっていることがうかがえる。

図表



出所：㈱イースクエア「LOHAS 消費者動向調査2006」

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

関する意識，政治・行政への働きかけ，環境に配慮した日常行動，企業への働きかけ等について調査を実施した。それをまとめ比較したものが「地球環境問題をめぐる消費者の意識と行動が企業戦略に及ぼす影響（消費者編：日独比較）」であるが，ここでは国立環境研究所による調査概要からその要点をみてみよう。<sup>(18)</sup>

①環境意識は高いが環境行動が伴わない日本の消費者

日本の消費者はドイツの消費者と比べて環境意識は高いが，環境行動が伴わない傾向が認められた。

②受動的な情報に支配されやすい日本の消費者

環境に関する情報について，日本の消費者は自ら専門書を読むなど積極的に収集しようとするよりは，マスコミ等の受動的な情報に支配される傾向にある。

③企業に厳しい見方をしている日本の消費者

環境に配慮していると表明する企業に対して，ドイツでは「その企業の製品やサービスを優先して買いたい」「親近感を感じる」「信頼できる」と好意的に評価しているが，日本では「当然の行為である」と考える消費者の割合が6割にも上り，「環境を宣伝に利用している」といった厳しい見方をする傾向にある。

④行政依存傾向の強い日本の消費者

日本の消費者はドイツの消費者に比べて，環境問題の解決者として「行政」をあげる割合が大きい。一方，ドイツの消費者は日本の消費者に比べて「行政」とともに「企業」，「個人」をあげる割合が大きい。

また，「地球環境問題をめぐる消費者の意識と行動が企業戦略に及ぼす影

---

(18) 国立環境研究所「地球環境問題をめぐる消費者の意識と行動が企業戦略に及ぼす影響（消費者編：日独比較）」1999年。ここでは調査概要を参照。

響（消費者編：日独比較）」調査報告をもとにした分析が、大阪・神戸ドイツ連邦共和国総領事館在日ドイツ商工会議所によってもなされている。それらについてもみてみよう。<sup>(19)</sup>

#### ○消費者の環境意識

- ①「消費者が深刻と考える環境問題」では、日本とドイツの消費者は大気汚染とオゾン層破壊で共通しているが、化学物質の影響と地球温暖化は日本の消費者が深刻に受けとめ、ドイツの消費者が熱帯林の減少や酸性雨、野生生物種の減少を憂いている。
- ②「環境問題が10年のうちに深刻化する」ことでは日本人もドイツ人も肯定しているが、より明確な危機意識は日本が70%、ドイツが40%と差があり、とくに若年層にこの傾向が強く現れている。
- ③「環境問題を引き起こしている責任」は「企業」が日本では55%、ドイツでは70%、「私たち一人一人」は日本が77%、ドイツが82%であり、消費者も汚染者であるという意識が生まれている。
- ④「生活が不便になってもかまわない」、「エコ製品は高くても購入」、「課税してもよい」の項目で日本とドイツの消費者はほぼ同じで、価格よりも環境保護重視の傾向が見られる。「環境保護団体を支援する」ではドイツの方が高い。また、日本の若年層ではすべての負担に消極的なものに対して、ドイツでは若年層が受け入れている。
- ⑤環境問題の解決者として日本とドイツは共通して「行政」、「企業」、「個人」の順に選択しており、行政への期待はとくに日本で顕著である。また「政党・政治家」への期待はドイツで高く、日本では極めて低くなっている。

---

(19) 大阪・神戸ドイツ連邦共和国総領事館在日ドイツ商工会議所『改訂版環境先進国ドイツ』大阪・神戸ドイツ連邦共和国総領事館、2004年、36～37頁。



日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

### ○消費者の環境行動

- ①省エネ・省資源的な行動で日独の差はほとんどないが、異なるのは「消費電力量の少ない製品選び」がドイツでは徹底している点である。
- ②環境商品の選択では「使い捨て容器を使用した製品購入を控える」など、全項目でドイツのポイントが高い。
- ③消費者のグリーン度を知る項目として「省燃料とCO<sub>2</sub>削減のため、地場産の商品の購入」、「エコマーク付き商品の購入」、「環境対策を行うメーカーの製品を購入」、「環境に配慮した店で購入」、「高くてもエコ製品を購入」などが挙げられるが、ドイツではこれらすべてにおいて65%から70%の人が実行している。これに対して日本は35%から40%程度と顕著な差が生じている。

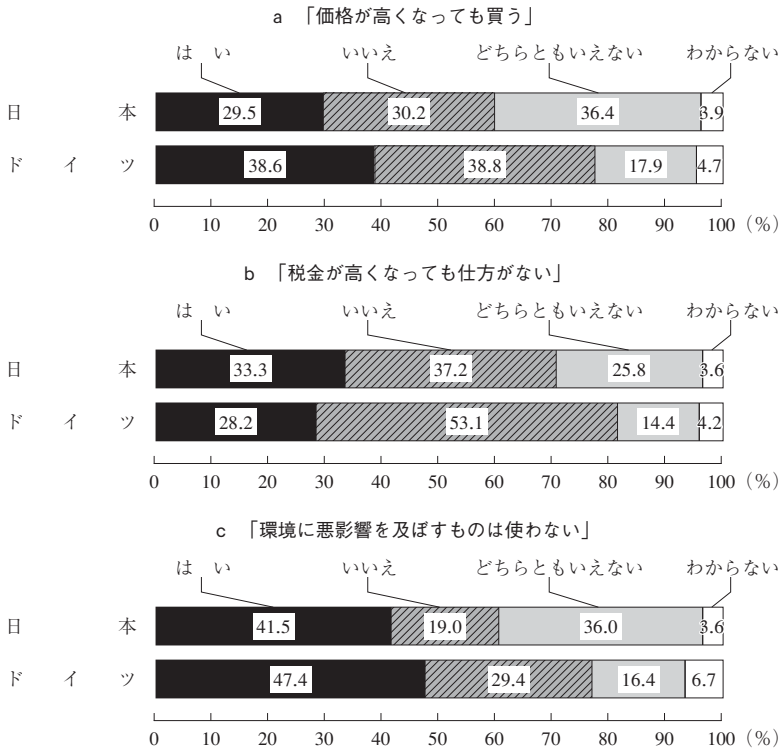
### （2）内閣府「第7回世界青年意識調査」

本調査は、第1回の1972年以来5年ごとに実施され、第7回調査は、日本、アメリカ、ドイツ、スウェーデン、韓国を対象国として、平成15年2月から6月までの間になされた。各国とも18歳から24歳までの青少年を調査対象とし、1000サンプル回収を原則とし、調査員による質問紙を用いた個別面接調査が行われた。そのうち、とくに「環境に対する意識」について日本とドイツのみを比較してみると図表14の通りである。

それによると、「環境に配慮した商品が製造された結果、商品の価格が高くなってでもそれを買う」については、日本では「はい」が29.5%、「いいえ」が30.2%、ドイツでは「はい」が38.6%、「いいえ」が38.8%であり、「はい」と「いいえ」はどちらもドイツが多くなっている。また、両国とも「はい」と「いいえ」がほぼ同数であった。

「環境を守るために、今より税金が高くなってでも仕方がない」については、日本では「はい」（33.3%）が「いいえ」（37.2%）を下回った。ドイツでは

図表14 環境に対する意識 (日独比較)



出所：内閣府「第7回世界青年意識調査結果概要速報」平成16年1月，84頁。

「はい」(28.2%)が「いいえ」(53.1%)をかなり下回った。

「生活が不便になっても、環境に悪影響を及ぼすようなものは使わない」については、日本では「はい」が41.5%、「いいえ」が19.0%、ドイツでは「はい」が47.4%、「いいえ」が29.4%であり、ドイツがどちらも多くなっている。また、両国とも「はい」が「いいえ」をかなり上回った。

以上のように、「環境に配慮した商品の価格が高くなってもそれを買う」「生活が不便になっても、環境に悪影響を及ぼすようなものは使わない」に

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

ついて、日本よりもドイツの青少年の意識が高く、「今より税金が高くなっても仕方がない」についてはドイツの青少年の半数以上が否定的であった。

### Ⅲ 日本の消費者についての今後の課題と取り組み

#### 1. 日本の消費者についての今後の課題

これまでみてきた調査結果から、日本の消費者についての今後の課題として、第1に日本の消費者の高い環境意識をどのように環境行動、とくに購買行動に結びつけていくかということがある。第2に、役割の重要性を認識されている民間団体への参加をいかに高めていくことができるかということもあろう。第3に、環境情報への関心が高く、その提供を求める多くの人のために、マスコミ中心の情報入手をより多様化しながら積極的な活用を促すと同時に、いかに情報の信頼性を高めていくかということもある。第4に、環境保全と経済発展が両立するとの認識の高まりの中で、企業への信頼をいかに高めていくかということもあろう。第5に、次世代を担う子どもたちへの教育を強力に押し進めていくことも不可欠なことである。

それら多くの課題をどのように解決していけばよいかについて、ドイツの経験に学ぶための研究がみられる。<sup>(20)</sup> 今日ドイツは環境先進国として世界各国から注目され、ドイツ人の環境意識は高いと評価されているが、40年足らず前までは決してそうではなかった。<sup>(21)</sup> その状況から今日までの歩みには、これ

---

(20) 川名英之『どう創る循環型社会——ドイツの経験に学ぶ』緑風出版、1999年；同著『世界の環境問題』緑風出版、2005年；林哲裕『ドイツ企業の環境マネジメント戦略』三修社、2000年；平子義雄『環境先進的社会とは何か：ドイツの環境思想と環境政策を事例に』世界思想社、2002年；竹内恒夫『環境構造改革——ドイツの経験から』リサイクル文化社、2004年；K. H. フォイヤヘアト・中野加都子『環境にやさしいにはだれ？——日本とドイツの比較』技報堂出版、2005年など。

(21) 1970年のアンケート調査によると、41%の国民が「環境法の言葉が何を示すかわからない」、また60%が「環境保護について聞いたことがない」と回答するなど、環境保護はまだ社会に広く浸透しているとはいえなかった（大阪・神戸ドイツ連邦共和国総領事館在日ドイツ商工会議所、前掲書、35頁）。

からの日本にとって学ぶべきことが多いと思われる。それについてみてみよう。

## 2. 環境先進国ドイツの経験から学ぶこと

大阪・神戸ドイツ連邦共和国総領事館在日ドイツ商工会議所から発行されている『改訂版環境先進国ドイツ』では、日本人とドイツ人の環境行動の「大きな開きの原因は、環境行動をするための受け皿やインフラ、すなわちエコ製品市場、組織化された環境団体、<sup>(22)</sup>環境保護を重視した政治システム<sup>(23)</sup>等が整備されていないことが考えられます。このことは逆に、消費者を意識した日本の社会システムが整備されれば、すでに存在する消費者の高い環境意識が十分に反映されることを示しています<sup>(24)</sup>」。またドイツでは、「環境教育を充実することで、環境保全的な世論の形成を通して政治に厳しい環境法規制の施行を働きかけます。また教育は環境の情報源の多様化を促し、全体像を伝えるとは限らないメディアの偏りを専門誌からの情報で是正することを可能にします。そして、環境団体の組織率を高め、肯定的な意味での圧力団体に発展させ社会システムの変革を促すことがドイツでは実行されています<sup>(25)</sup>」と記されている。

ここには、上述の「日本の消費者についての今後の課題」を克服していく上で、ドイツのような社会システムの整備や環境教育の充実が大きな力を発

---

(22) 環境団体には、会員数20数万人のブント (BUND: Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland)、50万人を超える「グリーンピース」ドイツ支部、20万人余の「ドイツ自然保護連盟」、10万人余の「世界自然基金」ドイツ支部など大小約百の団体がある (平子義雄, 前掲書, 175~176頁参照)。

(23) 現在ドイツでは、環境政策に関して政党間に大きな差異はなく、保守系、革新系のどちらが政権についても厳しい法規制で対応している (大阪・神戸ドイツ連邦共和国総領事館在日ドイツ商工会議所, 前掲書, 35頁)。

(24) 同上書, 37頁。

(25) 同上書, 37頁。

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

揮していくことが示唆されている。

それにしても、今日のドイツになるまでには、ドイツ国内の環境汚染の歴史（戦後の経済復興の拠点になったルール工業地帯から排出される煤煙、その後のダイオキシン汚染、酸性雨被害、チェルノブイリ原発事故など）とそれを克服してきた歩みがあった。その力の契機となったのは、とくに環境保護政策の黎明期といえる1971年に連邦政府が出した2つの画期的な通達であった。その1つは、動植物の生態を守ることを決めた「環境保護計画」である。それは第1に、健康で人間らしく生きるための環境を守る。第2に、大気、土壌、水質、動植物の世界を人間の乱獲から守る。第3に、人間の乱獲による破壊や損失を除去する、という内容であった。同計画は、危険予防の原則、<sup>(26)</sup>汚染原因者責任の原則、協力の原則を決めており、その後の環境関連法令の基礎となった。

もう1つの通達は「環境教育計画」である。これは、連邦政府が各州に対して、小学校から環境教育の実施を求めたものである。

その後、1986年の「廃棄物法」、同法14条を準拠して1991年に策定された「包装廃棄物政令」、1994年の「循環経済・廃棄物法」の制定と96年施行など多くの法令によって、<sup>(27)</sup>国内の環境問題への関心と責任感が高まっていった。

---

(26) それら3つの原則は、次のようにもまとめられている（平子義雄，前掲書，151頁）。

- ①配慮の原則（Vorsorgeprinzip）……将来長期にわたって危険物質に対する用心・配慮をすべきこと。被害が予想される場合は行政が介入し、営業を停止させる。
- ②原因者の原則（Verursacherprinzip）……原因者は被害防止に義務を負い、被害が生じた場合は、自分の費用負担で除去し、原状回復をはかるべきこと。
- ③協働の原則（Kooperationsprinzip）……原因者と行政が協働して環境保護のために積極的に努力すべきこと。前2原則の運用上の調整（のちシュミット政権で「政治は経済・労組・科学・環境同盟などの関係各方面と一致して措置をとる」意味であると規定）。

(27) それらの法律や制令が定められる経緯やその内容については、川名英之『どう創る循環型社会』；林哲裕，前掲書に詳細に記されている。

1996年のアンケート調査では、「環境保護に対する自己責任」という設問に対して実に75%が「他人はどうであれ、自分は可能な限り環境適正行動をする」と答え、「場合による」が21%、「環境行動はしない」は4%であった。このことから、環境問題に対して国民は政治、行政、産業だけの責任ではなく、個人の責任であることを強く認識していることがわかる。1980年代から1990年代にかけて個人主義が一層浸透し、人生を享受する傾向が強まったとされているが、環境保護の重要性と行動の必要性は依然として存在し、さらなる進展を見せている。<sup>(28)</sup>

(28) 大阪・神戸ドイツ連邦共和国総領事館在日ドイツ商工会議所、前掲書、35頁。

その歴史的経緯については、平子義雄、前掲書；竹内恒夫、前掲書に詳細にまとめられている。

とくに竹内によると、環境政策には5つの段階がある。第1段階は、環境問題が生じて、政府は、これを覆い隠す、無視する段階。第2段階は、環境問題に対して、象徴的な対応をする段階。たとえば環境省の設立や、大気汚染を拡散・希釈するための高煙突政策という手法など。第3段階は、工場などからの汚染、廃棄物などに対して規制基準・処理技術を適用する段階。いわゆる「エンド・オブ・パイプ（排出口対策）」の段階である。第4段階は、環境と経済を統合させる段階。リオ・サミットのコンセプトに呼応する。リサイクル、二酸化炭素排出削減などを社会経済システムそのものの変革によって進める。企業、市民団体、労働組合などの関係者、特に大企業が「自主的」な取り組みを行う。政府は、様々な手法・取り組みを整備し、支援するとともに、自ら事業者・消費者としての取り組みを行う。第5段階は、環境が経済のみならず社会をも統合する段階。ヨハネスブルグ・サミットのコンセプトに呼応する。「社会」には、人権、先住民、女性、民主主義などがあるが、先進国では、雇用、社会保障が中心になろう。典型的な手法が「エコロジー税制改革」の導入による環境・雇用・社会保障の統合である（同上書、9～10頁）。

ドイツは第5段階にあるが、そこに至るまでに、70年代末～80年代初め、80年代後半、そして90年代末の3回にわたり、環境政策上のステップアップ、パラダイムシフトがあったと次のように記している。「70年代初めに緒についた環境対策（排出口対策）が石油危機による経済停滞によって順調にいかず、酸性雨などの環境破壊の激化と大量失業の同時存在のなかで、これらを同時に克服しようと模索し始めたのが70年代末～80年代初め。「環境政策のエコロジー化」が目指され、環境を軸とした「もうひとつの政党」が生まれ、そして「エコロジカル・モダンゼーション」が提案された。

1986年のチェルノブイリ原発の事故によって、後述の政治的理由からコール首相は環境省を設置し、事実上初代の環境大臣にクラウス・テッファー大臣が就任し、

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

以上のドイツの歩みから、2つの画期的な通達（「環境保護計画」と「環境教育計画」）とその後の多くの環境関連法令などが、ドイツ人の環境意識と環境行動の進展に大きな力を発揮したことがわかる。

日本においても、これまで様々な環境関連法や「環境基本計画」の策定・見直しなどがなされてきている。そのうちここでは、「国レベルの取り組み」として、平成18年に閣議決定された「第3次環境基本計画」、および、「環境教育」に関連した新たな動きとしての“わが国における「国連持続可能な開発のための教育の10年」実施計画”について続けてみてみよう。

### 3. 国レベルの取り組み

#### (1) 「第3次環境基本計画」<sup>(29)</sup>

日本では、平成5年に成立した環境基本法の規定を受けて、平成6年度に第1次、平成12年度に第2次の環境基本計画が策定された。さらに、平成18年には第3次環境基本計画が閣議決定された。この計画では今日の社会と環境の状況の変化を踏まえて、「環境の世紀」としての21世紀をより良き100年としていくための理念と道筋をはじめ、今後の環境保全に関する総合的かつ長期的な施策の大綱などが示されている。

---

80年代後半から、世界を驚かす多くの新機軸を打ち出した。いくつかの自治体において、リサイクル、再生可能エネルギー、交通などを政策統合した取り組みが開始されたのも80年代後半から。

1998年には、社会民主党と緑の党の連立のシュレーダー政権が誕生し、連立政権の政策協定などで「エコロジカル・モダニゼーション」が明確に打ち出され、また、「エコロジー税制改革」の導入、脱原発の決定、再生可能エネルギーの抜本的推進などが行われているのである」（同上書、19頁）。なお、ここでの「エコロジカル・モダニゼーション」は「経済のエコロジー化」「持続可能な発展」と同じ概念といわれている（同上書、20頁）。

(29) 「第3次環境基本計画」については、環境省編『環境基本計画〈平成18年4月閣議決定第3次計画〉』参照。

○「我々が目指すべき社会」について

「環境基本計画」において目指すべき持続可能な社会とは、「健全で恵み豊かな環境が地球規模から身近な地域までにわたって保全されるとともに、それらを通じて国民一人一人が幸せを実感できる生活を享受でき、将来世代にも継承することができる社会」であり、そのために、「多様化する国民の期待が実現する社会の基盤としての環境が適切に保全されるとともに、経済的側面、社会的側面も統合的に向上すること」が求められる。すなわち、目指すべき持続可能な社会とは、「物質的な面だけでなく、精神的な面からも、安心、豊かさ、健やかで快適な暮らし、歴史と誇りある文化、結びつきの強い地域コミュニティといったものを、我が国において将来世代にわたって約束するような社会であるとともに、それを世界全体に波及させていくような社会」であると考えられている。言い換えると「健やかで美しく豊かな環境先進国“HERB”<sup>(30)</sup>」が、我が国として目指すべき姿」である。

○「第3次環境基本計画」の目標

これまでの環境基本計画と同様に、第3次環境基本計画においても、環境基本法に定められた理念を実現するために、図表15にみられるように、「循環」「共生」「参加」「国際的取組」の4点を長期的目標としている。一方、最近の環境問題を巡る変化などを踏まえ、次のような点がその内容として重要であると考えられている。

①「共生」の内容として

- ・健全な生態系が維持、回復され、自然と人間との共生が確保されること。

②「循環」の内容として

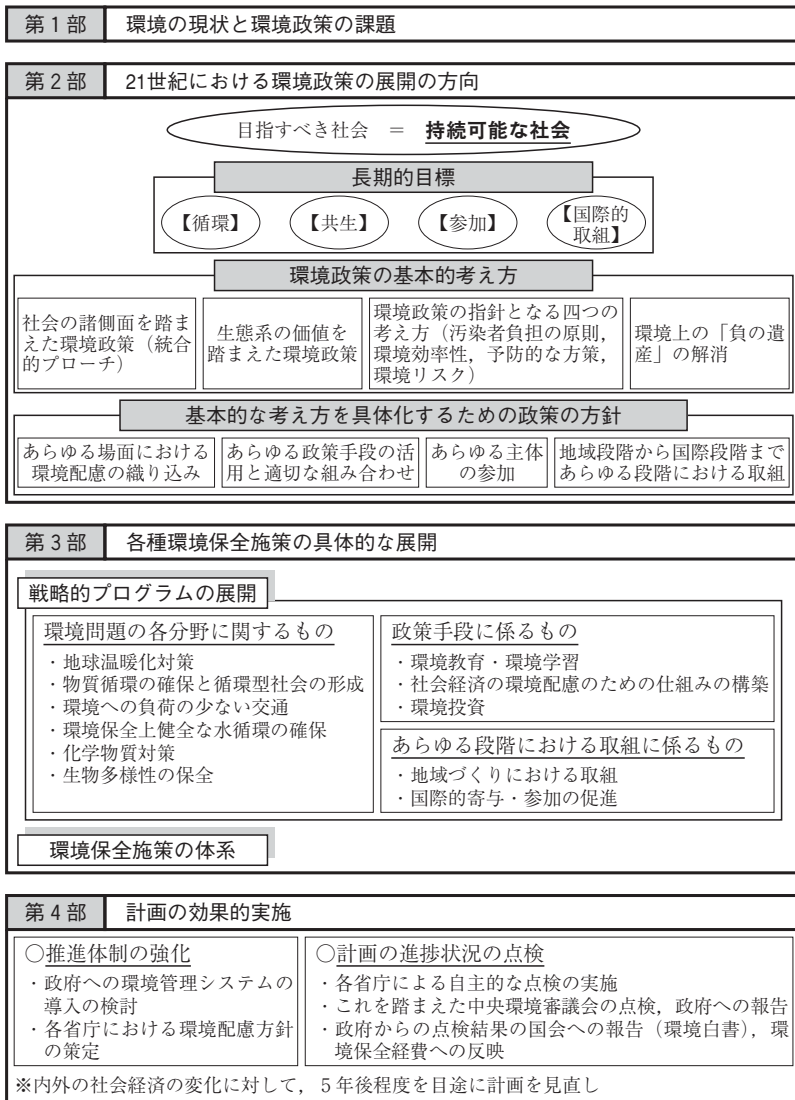
- ・自然界全体の物質循環から、各種の規模の生態系・地域における人間の社

---

(30) “HERB”は、健やか (Healthy)、美しい (Beautiful)、豊か (Rich) の頭文字に環境と経済 (Ecology, Economy) の頭文字を加えて環境先進国の姿を表している (同上書、5頁)。



図表15 環境基本計画〈環境の世紀への道しるべ〉の構成



出所：環境省総合環境政策局環境計画課編『環境と経済の好循環ビジョン』ぎょうせい、2004年、160頁。

会経済活動を通じた物質循環までを含む、様々な系において健全な循環が確保されること。

③「共生」および「循環」に関わる内容として

- ・現在に加え将来においても環境への負荷が環境保全上の支障を生じさせることのないように、環境への負荷が環境の容量を超えないものであること。
- ・地域の風土や文化的資産がいかされ、環境的側面から安全・安心で、質の高い生活が確保されること。

④「参加」の内容として

- ・世代間、地域間、主体間で健全で環境の恵み豊かな持続可能な社会をつくるための負担が公正かつ公平に分ち合われること。
- ・国民が自発的に環境保全のために行動できるとともに、環境に影響を与える行政機関などの意思決定に適切に参加できること。

⑤「国際的取組」の内容として

- ・地球環境保全が人類共通の課題であり我が国にとって重要なものであることを踏まえ、地球全体における環境の保全と世界のすべての人々がそのための行動をとることを向けて地球規模の協力、連携が行われること。

なお、「第3次環境基本計画」では、我が国及び世界の将来を長期にわたって展望しつつ、2025年頃までに実現すべき社会を見据えながら、当面の環境政策の方向と取組の枠組みが明らかにされている。

(2) “わが国における「国連持続可能な開発のための教育の10年」実施計画”<sup>(31)</sup>

○経緯

「持続可能な開発のための教育」(Education for Sustainable Development)

---

(31) 「国連持続可能な開発のための教育の10年」関係省庁連絡会議「わが国における「国連持続可能な開発のための教育の10年」実施計画」平成18年3月30日；特定非営利活動法人・持続可能な開発のための教育の10年推進会議「国連持続可能な

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

は、教育および持続可能な開発に関するそれぞれの世界的な取り組みに由来している。教育については、1948年の世界人権宣言において「すべて人は、教育を受ける権利を有する」とされ、1990年の「万人のための教育世界宣言」以降、初等教育の普遍化、教育の場における男女格差の是正、識字率の改善などを目標とした「万人のための教育」（Education for All (EFA)）の実現に向け世界的に取り組まれている。

持続可能な開発については、1987年、「環境と開発に関する世界委員会」の報告書『われら共通の未来（Our Common Future）』の中で、「持続可能な開発」の概念が「将来の世代のニーズを満たしつつ、現在の世代のニーズも満足させるような開発」として明確化された。その後、1992年の国連環境開発会議（地球サミット）においては、行動計画「アジェンダ21」が採択され、その第36章「教育、人々の認識、訓練の推進」の中で、持続可能な開発のための教育の重要性とその取り組みの指針が盛り込まれた。

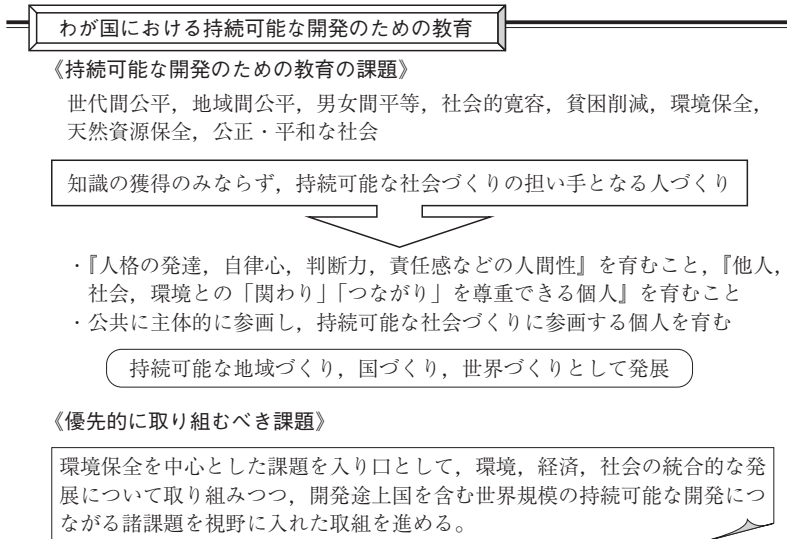
2002年の持続可能な開発に関する世界首脳会議（ヨハネスブルグ・サミット）の実施計画の交渉過程で、日本政府は、国内のNPOからの提言を受け、「持続可能な開発のための教育の10年」を提案し、賛同を得た。それを踏まえ、2002年12月の第57回国連総会に、2005年からの10年間を「持続可能な開発のための教育の10年」とする旨の決議案を提出し、満場一致で採択された。2005年8月には、先導機関であるユネスコにおいて「持続可能な開発のための教育の10年国際実施計画」が決定され、同年10月公表、世界各国での取り組みがスタートしている。

日本政府はこの国際実施計画を受けて、2005年12月に「国連持続可能な開発のための教育の10年」関係省庁連絡会議を発足、2006年3月には同会議において“わが国における「国連持続可能な開発のための教育の10年」実施計

---

「開発のための教育の10年」ガイドライン」平成18年3月参照。

図表16 わが国における「国連持続可能な開発のための教育の10年」実施計画 (概要)



出所：「国連持続可能な開発のための教育の10年」関係省庁連絡会議「わが国における「国連持続可能な開発のための教育の10年」実施計画（概要）」2006年3月。

画”を決定すべく，調整を進めている。

## ○わが国における「国連持続可能な開発のための教育の10年」実施計画

### ①わが国における持続可能な開発のための教育

「わが国における持続可能な開発のための教育」の概要は図表16の通りである。「持続可能な開発のための教育の課題」には、「世代間公平，地域間公平，男女間平等，社会的寛容，貧困削減，環境保全，天然資源保全，公正・平和な社会」をつくるために、「知識の獲得のみならず，持続可能な社会づくりの担い手となる人づくり」がある。

そのために、『人格の発達，自律心，判断力，責任感などの人間性』を育むこと，『他人，社会，環境との「関わり」「つながり」を尊重できる個人』

日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

を育むこと、公共に主体的に参画し、持続可能な社会づくりに参画する個人を育むことが求められている。それによって、「持続可能な地域づくり、国づくり、世界づくりとして発展」していくことが願われている。

優先的に取り組むべき課題として「環境保全を中心とした課題を入り口として、環境、経済、社会の統合的な発展について取り組みつつ、開発途上国を含む世界規模の持続可能な開発につながる諸課題を視野に入れた取組を進める」とされている。

さらに、

- ②持続可能な開発のための教育の実施の指針
- ③持続可能な開発のための教育の推進方策
- ④評価と見直し

についても詳細な内容が定められている。

#### ○持続可能な開発のための教育の目標

持続可能な開発のための教育の目標は、すべての人が質の高い教育の恩恵を享受し、また、持続可能な開発のために求められる原則、価値観及び行動が、あらゆる教育や学びの場に取り込まれ、環境、経済、社会の面において持続可能な将来が実現できるような行動の変革をもたらすことである。

そのような“わが国における「国連持続可能な開発のための教育の10年」実施計画”では、多様な内容と取り組みが計画されており、それらが実施されれば日本の環境教育は大きく進展していくであろう。しかし、それらはすべてこれから決定すべく、調整していかなければならないものであり、今後の成り行きが注目される。

以上の「第3次環境基本計画」および“わが国における「国連持続可能な開発のための教育の10年」実施計画”によって、日本は環境先進国になっていくことができるのであろうか。世界各国の環境政策を比較研究してきたド

イツのベルリン自由大学教授マルチン・イエニケ (Martin Jaenicke) によると、環境先進国の必須条件として、①「エコロジカル・モダニゼーション」、②「エコロジー税制改革」、③「数値目標のある長期的環境計画」が指摘されている。<sup>(32)</sup> それらの条件からみると、日本の環境先進国への歩みには多くの課題が残されているといえよう。<sup>(33)</sup>

#### 4. 個人レベルの取り組み

これまでもみてきたように、日本人の環境意識は高いにもかかわらずな<sup>(34)</sup>ぜ行動が伴わないのであろうか。

(32) 原典は Martin Jaenicke, "Umweltpolitik", 1978; "Umweltpolitik Lern und Arbeitbuch", 1999 であるが、ここでは竹内恒夫, 前掲書, 13~14頁参照。

(33) 竹内によると、「我が国は、第3段階での世界のトップランナーを20年近く務めたあと、認識においてはすでに第4段階に至っており、具体的な取り組みがなされつつあり、温室効果ガス排出量や資源生産性の数値目標を持つようになったが、雇用、社会保障など「社会」との統合までを視野に入れる第5段階については、いまだ発想すらないといったところである。したがって、日本は、いま、第4段階前後といったところか」(同上書, 12頁)。「第4段階から第5段階への過程には、「生産性」の考え方の転換がある。すなわち、求めるべきは18世紀以来の「労働生産性」ではなく、「環境(エネルギー、資源)生産性」。労働を節約して付加価値(GDP)を増大させることにより失業を促進させるのではなく、環境(エネルギー、資源)節約して付加価値(GDP)を増大させることにより環境負荷を低減させるという考え方である」(同上書, 11頁)。今後日本では、「労働生産性」から「環境(エネルギー、資源)生産性」の考え方の転換とその浸透が待たれているといえよう。

(34) その理由として、図表2「環境保全に関する行動についての意識(全体)」では、「大変そう思う」と「ややそう思う」の合計が「定期的に行ったり、長続きさせたりするのがむずかしい」(42%)、「自分に何ができるかわからない」(39%)、「行っても効果を実感できない」(37%)、「時間を確保するのがむずかしい」(36%)、「行っくきっかけがない」(36%)、「一緒に行くと人間関係がむずかしい(むずかしそうだ)」(32%)、「身近に実感できる場がない」(29%)、「家計の圧迫につながる」(23%)、「生活の便利さや快適さを損なう」(18%)となっている。また図表5「物を買うときの環境への配慮意識(全体)」では、「大変そう思う」と「ややそう思う」の合計が「具体的に何をしたいかわからない」(37%)、「手間や時間がかかる・面倒だ」(26%)、「家計の圧迫につながるので避けたい」(22%)、「生活の便利さを損なう」(19%)となっており、そのような人が2~4割いることがわかる。

その原因は「環境にいいライフスタイル」のイメージが「がまん」というイメージになっているからではないかという指摘がある。たとえば、1980年から環境 NGO 活動を始め、長年ごみ問題、自然保護、環境教育、グリーンコンシューマー活動などに取り組んできた枚本育生は、その「最も根源的な原因は「環境にいいライフスタイル」のイメージなのではないか」と記している<sup>(35)</sup>。枚本によると、講演のとき、聴衆に「環境にいいライフスタイルとはどんなイメージですか」「環境にいい生活は、現在の一般的な生活と較べて、豊かな生活になると思いますか。それとも反対ですか」と尋ねると、日本のどこでも99%「がまん」「窮屈」「豊かに感じない」という答えが返ってくる。「がまんと感じる行動を続けることは、社会的か法律かで強制でもされるか、がまん以上の褒美が保障されていないかぎり、ほとんどの人にとって不可能」<sup>(36)</sup>なことである。あるいは、自分や家族に今降りかかる危機でもないと、すぐに行動しようとしな。人間という生き物は、できるだけがまんが少なく、やっていて楽しいとか得をしたな、と思える行動から入っていかないと続かないのではないか。今はがまんと感じている行動も、そうではなくなる可能性がある。そのようながまんではない環境にいいライフスタイルとして、枚本は「グリーンコンシューマー」という行動を提案している<sup>(37)</sup>。

---

(35) 枚本育生『グリーンコンシューマー』昭和堂、2006年、4頁。

(36) 同上書、5頁。

(37) 同上書、5～6頁。枚本によると、グリーンコンシューマーの目的は、買い物を変えることで、生活に使うものを変え、ライフスタイルを環境を大切にしたものに変えていくことにある。それが社会経済システムを変えることにもつながる。またその特徴は、①誰でも行える活動である、②ライフスタイル変革への具体的な提案である、③企業の環境への取り組みを促進する、という3つである（同上書、8頁、94～95頁）。

なお、「グリーンコンシューマーの10原則」は次の通りである。

- ①必要なものだけを必要な量だけ買う。
- ②使い捨て商品ではなく、長く使えるものを選ぶ。
- ③容器や包装はないものを最優先し、次に最小限のもの、容器は再使用できるものを選ぶ。

たしかに枚本の指摘のように、「環境にいいライフスタイルのイメージ」をグリーンコンシューマーとして行動することによって変えていくことは大切なことである。もともと意識と行動のギャップは、頭で理解すること (understand) と心で実感すること (realize) の違いから生じていると思われる。心で実感するためには体験が必要である。ドイツでは厳しい環境汚染が多く国民にとって切実な体験になったと思われるが、日本ではこれまで一部の地域の公害経験などはあっても、日常生活の中でそれほど大きな環境汚染を体験してきたとはいえない。そのため、日本人全体はいまだ切実感が弱く行動が伴わない面があるといえよう。今後日本人の行動を高めるためには、環境汚染や危機の現状を伝えるリアルな映像などを通して、このままでは大変な事態が待ち受けていることを体験的に理解し実感していく時間を持つことも意味があろう。あるいは、環境汚染や被害が大きい現場に赴き、目で見、耳で聞き、その痛みを全身で感じる体験をすることも有効であろう<sup>(38)</sup>。

また、かつての日本人はすでに行動が伴っており、これからは役に立つ海外からの技術や知識の吸収に努めつつ、日本の伝統的な「もったいない」という概念を復活させて地道な暮らしを取り戻すこと、それによって日本とし

---

④作る時、使う時、捨てる時に、資源とエネルギー消費の少ないものを選ぶ。

⑤化学物質による環境汚染と健康への影響の少ないものを選ぶ。

⑥自然と生物多様性をそこなわないものを選ぶ。

⑦近くで生産・製造されたものを選ぶ。

⑧作る人に公正な分配が保証されるものを選ぶ。

⑨リサイクルされたもの、リサイクルシステムのあるものを選ぶ。

⑩環境問題に熱心に取り組み、環境情報を公開しているメーカーや店を選ぶ。

なおこの10原則は、まず1994年に枚本らによって、イギリスの『THE GREEN CONSUMER GUIDE』を参考に作られ、その後1999年に改定されたが、ここではそれを掲載している (同上書、84～87頁)。

(38) 中野らは、日本が食料や多くの資源を他国に依存しているゆえに、「地球環境の変化によって他国が受ける被害が日本にもたらす影響を理解できるようにすることの方が、環境意識を向上させていくうえで有効であると言えるかもしれない」(K. H. フォイヤヘアト・中野加都子、前掲書、55頁)とのべている。



日本の消費者の環境意識と行動（中丸寛信）

での座標軸，日本人としてのアイデンティティと誇りを取り戻していくことが重要であるとの主張もある<sup>(39)</sup>。「日本には長期にわたって蓄積されてきた立派な環境とのつきあい方があり，それが今日，日本に世界に比類のない美の世界を生み出し，自然の摂理に基づいた優れた環境技術を生み出している<sup>(40)</sup>」。さらに「日本人は、『天の時，地の利，人の和』を基本として，自然の変化に敏感に対応し，全員一致して同一行動がとれるように千数百年にわたって基礎訓練されてきた民族であるという<sup>(41)</sup>。こういった文化や歴史的視点を持つことが重要かもしれない<sup>(42)</sup>」との指摘である。

とくに「もったいない」という言葉には「常に自然と共生し，時間を無駄にせず，全てのものに対する畏敬と感謝，深い愛情の意が込められている<sup>(43)</sup>」。また，ケニア出身の環境保護活動家であり，2004年に環境分野で初めてノーベル平和賞を受賞したワンガリ・マータイによって「もったいない」という言葉が広められてきている<sup>(44)</sup>。マータイによると，「もったいない」という言葉のように，「自然や物に対する敬意，愛などに意思（Respect）が込められているような言葉，また消費削減（リデュース），再使用（リユース），再生利用（リサイクル），修理（リペア）の概念を一語で表せる言葉が見つからなかったため，そのまま『MOTTAINAI』を世界共通の言葉として広めている<sup>(45)</sup>」とのことである。

たしかにかつての日本には「自然と人間がつながっている感覚」「自然の

---

(39) 同上書，67頁，234頁。

(40) 山本健吉『いのちのかたち——日本美の源をさぐる』新潮社，1981年。

(41) イザヤ・ベンダサン『日本人とユダヤ人』角川書店，1971年。

(42) K. H. フォイヤヘアト・中野加都子，前掲書，138頁。

(43) 山口昭『もったいない』講談社，2003年；フリー百科事典『ウィキペディア（Wikipedia）』<http://ja.wikipedia.org> 参照。

(44) ワンガリ・マータイ著，福岡伸一訳『モッタイナイで地球は緑になる』木楽舎，2005年。

(45) フリー百科事典『ウィキペディア（Wikipedia）』<http://ja.wikipedia.org> 参照。

中で人間が生かされている感覚」が日常生活の中に息づいており、それをもとにした江戸文化もあつた。<sup>(46)</sup>その感覚を私たち1人ひとりが取り戻すことは本当に大切なことである。

そのためには、まず「環境問題がなぜ生じてきたのか」、また「それは私たち1人ひとりに対して何に気づけといっているのか」と問いかけながら、環境問題と自分のつながりを取り戻すこと。<sup>(47)</sup>また「これまで何を大切に生きてきたか」を吟味し、「何が大切であるか」を自らの心深くに尋ね生きること、それによって、環境問題の解決を国や事業者など自分以外のものに任せ<sup>(48)</sup>てしまうのではなく、1人ひとりが主体的・自律的に考え、環境情報を積極的に求め、問題意識や切実感を深め、価値観を転換しながら、日常のライフスタイルを見直し行動していくことが不可欠である。<sup>(49)</sup>

(46) 石川英輔『大江戸リサイクル事情』講談社、1997年など参照。

(47) たとえば、先にみた日本人の行動が伴わない理由として、「具体的に何をしたいかわからない」「手間や時間がかかる・面倒だ」「家計の圧迫につながるのを避けたい」「生活の便利さを損なう」などがあつたが、それらは明らかに環境問題と自分のつながりを切っているといえよう。

(48) 「調査①」の「環境保全に重要な役割を担うもの(全体、時系列)」をみると、「国民」(44%)、「国」(26%)、「事業者」(16%)、「地方公共団体」(4%)、「民間団体」(3%)となっている。その割合は、平成13、14年度とほとんど変わらない。それによって、国民が重要な役割を担うと思っている人が半数に満たないことがわかる(「調査①」59頁)。同様に、子どもたちの場合を「調査②」の「環境保全に重要な役割を担うもの(全体)」によってみると、「日本政府・国」(29%)、「わたしたち自身(子どもや生徒)」(20%)、「おとなたち(一般市民)」(13%)、「地方自治体」(8%)、「企業」(4%)、「学校」(1%)となっており、「わたしたち自身(子どもや生徒)」は2割にすぎないことがわかる(「調査②」42頁)。

(49) 環境省「環境問題に関する世論調査」(平成17年)によると、「今後の環境保全への取組」(複数回答、上位3項目)で、「毎日の暮らしの中で環境保全のための工夫や努力をしたい」が64.8%、「環境保全のための市民活動や行事に積極的に参加したい」が15.0%、「環境保全に必要な費用について何らかの協力をしたい」が11.8%、「特にしたいことはない」が21.5%となっており、前向きな人がかなりいることがわかる。

また、図表4「環境問題に対する考え方(全体)」でも「自分の日常生活も環境が悪化している原因の一つである」が68%、「環境保全に関する行動に積極的に参

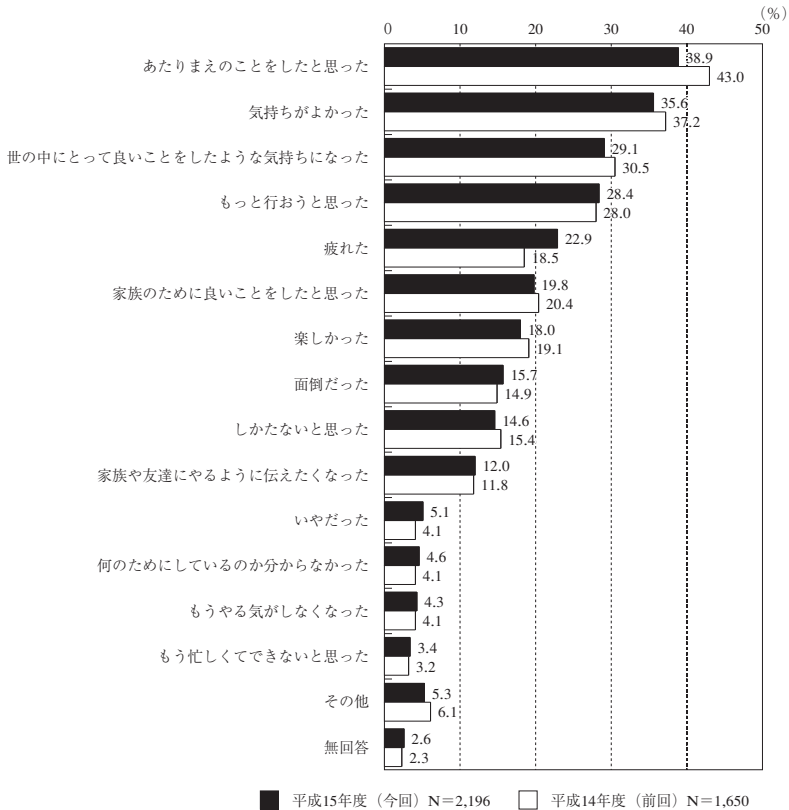
また、それによって環境保全に少しでも貢献することがどれほどすっきりした、気持ちがいい感覚であるかを体験していくことであろう。たとえば、図表2「環境保全に関する行動についての意識（全体）」において「環境によいことを行うのは気持ちがいい」という項目に「大変そう思う」が43%、「ややそう思う」が42%で、85%の人が肯定的であった。また図表17「環境保全行動の際の気持ち（複数回答）（全体）」は、環境保全行動を1つでも行った子どもに対し、行った際の気持ちを尋ねた結果であるが、それによると「気持ちよかった」「世の中にとって良いことをしたような気持ちになった」「もっと行おうと思った」が上位にあった。そのような感覚を育てていくことによって、「疲れた」「面倒だった」「いやだった」「何のためにしているのか分からなかった」といった行動に否定的な子どもたちも、また大人も変わっていくにちがいない。それは、前述の枚本の「グリーンコンシューマー」という行動提案にそったものではないかと思われる。<sup>(50)</sup>

---

加したい」が66%である。とくに子どもたちについても図表1「環境問題に対する考え方（全体）」をみると「自分も環境を悪化させている一人である」が73%、「環境保全のために積極的に行動したい」が63%となっている。このように、責任を自覚し、積極的に行動したいとの意思を持っている人や子どもたちも多く、それは未来への希望につながることである。また今日行動しようと思えば、そのための参考図書もすでに多く発刊されている（ジ・アース・ワークスグループ編、竹内均監修、土屋京子訳『地球を救うかんたん50の方法』講談社、1990年；アース・ワークスグループ編、亀井よし子・芹澤恵訳『子どもたちが地球を救う50の方法』プロンズ新社、1990年；アースデイ日本編『地球を救う133の方法』1990年；山本良一監修、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会編『エコアクションが地球を救う！』丸善、2005年；大矢勝『消費者の環境情報』大学教育出版、2006年など）。

- (50) 枚本が1995年にした質問に、全国規模のスーパーの環境問題担当部長が「もし、買い物をする人のうち7%がグリーンコンシューマーになったら、小売店はその経営上から環境を考えた商品を店舗の棚に置かざるをえなくなる」と答えた話を紹介している（枚本育生、前掲書、98頁）。また、現在グリーンコンシューマーがどの程度存在しているかについて「経済をグリーンに変えていくというようなはつきりと意識的なグリーンコンシューマーとしての購買行動をとっている人だけを考えると、私の推測では3%に到達したかどうかと考えます」とのべている。さらに「今後、意識的なグリーンコンシューマーが増加していき、流れを変える7%を突破し、

図表17 環境保全行動の際の気持ち (複数回答) (全体)



出所：「調査②」38頁。

さらに増加していくかどうかは、消費者だけではなく、メーカー、小売流通事業者、自治体・政府などが互いに影響しあいながら変化していくための具体的な提案や働きかけが必要でしょう」とものべ、そのいくつかを8章で展開している (同上書、131～132頁、185～231頁)。

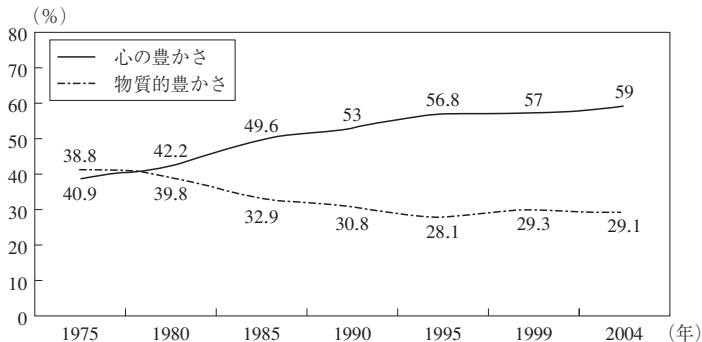
## IV 今後に向けて

日本は戦後の物のない時代から、急速な欧米化、とくにアメリカの豊かさに近づくことを目指してきたが、今日では衣食住のすべての側面で物の豊かさを追い求めてきた流れから、心の豊かさを求める流れが生まれ、それがますます強くなっている<sup>(51)</sup>。それは、物の豊かさだけでは本当の幸せになれないことを多くの人が気づいてきたことを示している。

一方で、資源を持たない日本が物の豊かさを維持していくためには、技術立国としての優位を保ち続ける必要があり、そのために学力向上を優先し、経済のグローバル競争に勝つことを求める流れは非常に強い。それは、1人

(51) たとえば「図表 心の豊かさ、物質的豊かさのどちらを求めるか?」をみると、1975年には「物質的豊かさ」を求める人が41%、「心の豊かさ」を求める人が39%で「物質的豊かさ」を求める人がわずかに多かったが、その後1980年にはそれぞれ40%、42%へと逆転し、2004年にはさらに29%、59%となり、「心の豊かさ」を求める人が「物質的豊かさ」を求める人の2倍以上になってきている。

図表 心の豊かさ、物質的豊かさのどちらを求めるか?



備考:

1. 心の豊かさ: 物質的にある程度豊かになったので、これからは心の豊かさやゆとりのある生活をするに重きをおきたい。
2. 物の豊かさ: まだまだ物質的な面で生活を豊かにすることに重きをおきたい。

出典: 内閣府「国民生活に関する世論調査」より作成。

出所: 環境省『環境基本計画』156頁。

ひとりの可能性を引き出す面もあるが、人と人、人と社会、人と自然の絆を切る流れでもある。今日のエゴイズム、ニヒリズムや孤独感、不信感の増大はその現れといえよう。その流れの中で本当の心の豊かさを求めること、環境への切実感を高め行動につなげていくことは決して容易なことではない。それは、過剰なほどの物質的満足を求めてしまう私たちに共通した傾向に歯止めをかけることができるか、それを可能にするような価値観とライフスタイルの転換ができるかにかかっているからである。それも、他からの強制によるのではなく、私たち1人ひとりの内発的なものとして育まれていく必要がある。

それにしても、ドイツが40年足らずの間に「環境先進国」と呼ばれるようになってきたように、日本もそのようになっていく可能性はあると思われる。今日日本は、環境技術において世界をリードしており、精神的にもリードできる心の遺伝子を受け継いできている。ドイツに学びながら、もともとの日本人の遺産としての「もったいない」の精神性、「すべての存在に生かされている感覚」を取り戻し、存在そのものを「生かす」ことに挑戦し、自然のすべての存在と調和的・持続的に生きる社会を実現していく新たな歩みを始める時がきているといえよう。