

高まる地球温暖化への懸念...ついにアメリカでも 「シノベイト／BBCワールドニュースによる地球温暖化意識調査」

グローバル・マーケティング・リサーチ会社のシノベイトは、BBCワールドニュースと共同で、世界22ヶ国、18,453名を対象に、地球温暖化に関する意識調査を実施いたしました。

主な調査結果

- 1) 世界規模で高まる地球温暖化への懸念
- 2) 意識から行動へ：世界各地で広がるエコ活動
- 3) 地球温暖化を真剣に考えるようになったアメリカ人：その背景は？
- 4) エコ意識の高い中国人：理由は「製品の安全性」
- 5) 地球温暖化対策は市民の手で：
インドネシア人、タイ人、フィリピン人



◆調査概要

実施機関：シノベイト、BBCワールドニュース 実施時期：2008年1月～3月

対象国(22カ国)：アメリカ、中国、フランス、ドイツ、香港、オーストラリア、インド、日本、ポーランド、アラブ首長国連邦、イギリス、韓国、ブラジル、南アフリカ、スペイン、デンマーク、ロシア、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、カナダ

対象者：18,453名

1) 世界規模で高まる地球温暖化への懸念

地球温暖化に関し、世界の人々の実に7割が地球の現状を懸念している。昨年行った同調査の結果と比較して、懸念の高まりが最も大きかった国は、環境問題では何かと非難されることので多いアメリカで、地球温暖化を懸念する人の割合は2007年の57%から2008年には80%にも上昇した。

シノベイト・コンシューマー・インサイト・グループのシニア・ヴァイス・プレジデント、ボブ・マイケルズはこう語る。

「燃料費や光熱費が上昇し続けているアメリカでは、地球温暖化と、それに対して個人がとる日常の行動が、自分や子孫の未来に影響を及ぼすことについて、関心が高まっています。」

アメリカ以外で、地球温暖化に対する懸念が高まった国々としては、イギリス(2007年の74%から85%へ)、フランス(72%から85%へ)、デンマーク(62%から79%へ)、インド(59%から72%へ)、ロシア(43%から57%へ)などが挙げられる。

また、昨年同様、懸念のレベルが最も高かったのはスペインとブラジルであった。

ブランド&コミュニケーション・プラクティスのディレクターであるアントニオ・マリロスは、こう分析している。

「スペイン人の懸念レベルが高い理由としては、渇水や飲用水不足への不安が考えられます。これは多くのスペイン人が抱いている恒久的な脅威であり、地球温暖化問題が取り沙汰されるよりもずっと以前から人々の意識下に存在しています。今ではそれが地球温暖化と表裏一体になって、人々の不安となっているのです。」

2) 意識から行動へ：世界各地で広がるエコ活動

地球がピンチを迎え、人々は不安に陥っている。話題の中心はもっぱら地球温暖化で、エコが新しい常識となった。さて、不安にかられた人々は、何らかの行動を起こしているのだろうか。今回の調査では、地球温暖化対策として、人々はどんな行動を起こしているのかを聞いてみた。

シノベイトのメディア部門ヘッドであるスティーブ・ガートンは、こう語る。

「政府やマーケッターにとって、人々に根付いた行動を変えるということは、非常に難しいことです。しかしながら、昨年は、人々の態度や行動に大きな変化が見られました。なぜなら、人々は問題を認識し、現実を見つめ、さらに不安を感じたからなのです。その結果、それが新しい力となり、日々の行動へとつながったのです。興味深いことに、ほとんどの国では、政府ではなく国民が主導して、行動を起こしているのです。」

エコ製品を購入する、リサイクルに取り組む、といった国民の行動が顕著に増加した国は、オーストラリア、カナダ、フランス、スペイン、アラブ首長国連邦、イギリス、アメリカであった。その他、エコ活動ではすでに定評があるドイツ、ロシア、南アフリカ、インドなどでも、増加傾向が見られた。

3) 地球温暖化を真剣に考えるようになったアメリカ人:その背景は?

CO2排出量世界一のアメリカ。そのアメリカで、地球温暖化問題を懸念する人の割合が昨年の57%から今年は80%へと、飛躍的に上昇し、国民一人一人が、責任を持って自らの行動を変えようと立ち上がっている。

地球温暖化の原因について、どのように考えているかを聞いてみた。アメリカでは、都市化、ゴミ問題、人口増加など人為的要因によって引き起こされる、と考える人の割合が2007年にはわずか13%であったのが、2008年には39%にまで上昇している。

先述のボブ・マイケルズは、この結果をアメリカ人の持つ個人の責任意識と結びつけてこう語っている。

「地球に変化が起こっていることは誰の目にも明らかです。地球温暖化に関するメディア報道が、ここ一年でかつてないほどに増加し、アメリカ人はこの問題の主な原因が人類の行動にあると考えるようになりました。言い換えれば、人々がこれまでの行動を変えることで、地球温暖化はコントロールできるかもしれないと思うようになったのです。」

アメリカ人を変えたものは何だろうか。先述のボブ・マイケルズはこう述べている。

「地球温暖化は、もはや避けて通れない問題です。雑誌の記事から商品の広告に至るまで、世の中はエコロジーで埋め尽くされています。さらに、人々の日常会話にもこの話題は上っています。その結果、エコ製品を購入したと答えたアメリカ人は、2007年では32%のみであったのが、2008年には65%と、実に2倍に増えました。パッケージや買い物袋を再利用していると答えた人の割合も、2007年の38%から2008年は69%と、飛躍的に上昇しています。」

また、アメリカ人の行動に影響を与えた要因として、忘れてはならないのが、燃料価格の上昇である。ボブ・マイケルズはこう説明する。

「燃費の悪い車から小型車に買い替えたという人の割合は、2007年の23%から2008年には38%に増えています。これは、おそらく環境への配慮というよりも、お財布事情によるものと考えられますが、アメリカ人の行動に変化をもたらしたことには変わりありません。」

さらに、ここ一年間で、自宅で休暇を過ごす、「ステイケーション」という新たなスタイルが出現してきており、この傾向はしばらく続く模様である。旅行のスタイルを変えたと答えた人は、2007年にはわずか14%であったが、2008年には35%に増えている。ボブ・マイケルズはこう付け加える。

「国内の景気の後退、食品や燃料価格の上昇に伴い、アメリカ人は、エネルギー問題を世界の他の国の人々と同様に捉えるようになりました。これは皮肉にも、ガソリン価格がガロンあたり4ドルを超えて初めてアメリカ人が気づいたことなのです。」

4) エコ意識の高い中国人:その理由は「製品の安全性」

膨大な人口を抱えながら経済が急成長し続けている中国は、アメリカに次いでCO2排出量が多いことで知られている。そんな中国の人々は、地球温暖化に関してどのように考えているのだろうか。

2007年の結果と同様に、中国は地球温暖化に対して何らかの行動を起こしている人の割合が高く、中国人対象者の4分の3が過去一年間に「エコ製品を購入した」と答えている。また、「省エネ機器を購入した」と答えた人は60%、「レジ袋の利用を減らした」と答えた人は70%、「電力消費を減らした」と答えた人は82%にも上った。

シノベイト・中国のCEO、ダリル・アンドリュースは、中国人のこうした行動の裏側には欧米人とは違った要因が存在すると分析し、こう説明している。

「中国人の行動は、結果的には欧米人と同じかもしれませんが、『環境にやさしく』という点においては、欧米人の考え方とは全く異なるのです。中国人はむしろ、次の2つの理由から、エコ活動を推進しています。一つは、中国では、電力の消費制限やレジ袋の廃止は政府主導で行われており、人々はただ政府の指示に従って行動しているということです。もう一つは、安全でありたいという現実的な欲求からです。中国では、エコ製品を購入することは、安全な製品を購入することを意味します。つまり、家族や自分自身に害を及ぼさないものを買いたい、という個人レベルの現実的な購買動機なのです。このような理由から、中国におけるエコ製品のマーケティングには、『自然な製品』、『品質』、『信頼性』などがキーワードとなるでしょう。」

5) 地球温暖化対策は市民の手で: インドネシア人、タイ人、フィリピン人

2008年の調査では、国単位での地球温暖化対策について、何が有効であるか聞いてみた。その結果、全調査対象者の45%が、「一般市民が行動を変えていくこと」が最善の方法であると答えた。最もこの傾向が強かったのはインドネシア人で、3分の2が地球温暖化対策には、「一般市民レベルで行動を変えていくこと」が一番の近道であると考えている。また、タイ人の64%、フィリピン人の59%も同様の考えを示している。

シノベイト・フィリピンのマネージング・ディレクター、キャロル・サルトウーは、政府が地球温暖化問題よりも、他の社会問題や経済問題を重視した結果、対策が遅れたと指摘し、こう語っている。

「フィリピンには、“ピープル・パワー”の歴史があります。地球温暖化問題についても、すでに国民が主導権を握っているようです。」

また、地球温暖化を阻止する最善の方法として、「政府による制限や奨励」を挙げた人が全調査対象者の29%、「技術の革新」を挙げた人が20%であった。

政府の対策に頼る傾向の国としては、南アフリカ(44%)、香港(43%)、カナダ、中国(ともに42%)であった。先述のステイブ・ガートンはこう語っている。

「今年の調査結果で特徴的であったのは、地球温暖化に対して、人々が『認識する』という段階から『行動する』という段階へと変わったこと、そして個人レベルでの努力が対策につながると信じ始めたことです。『自分の行動次第』で地球温暖化を阻止できるという責任意識が、人々の心に存在していることは確かです。」

シノベイトについて www.synovate.com

シノベイトはAegis Group plcのマーケティング・リサーチ部門として、世界63カ国に広がるネットワークを駆使し、クライアントに必要なグローバル・サポートと総合的なマーケティング・リサーチ・サービスを提供しております。

[内容のお問い合わせ]

シノベイト株式会社 担当: 山口 真理子

〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-18-19

TEL **03-5408-5473**

FAX **03-5408-3851**

E-mail **japan@synovate.com**