

ノーリツ、「オフィス・家庭でのエコ意識」を調査

会社のエコは「経費削減」65.5%、「社会への貢献」54.5%

日常生活では4年間で「室温の調整」27ポイント、「節水」26ポイント上昇、
「無理をしないエコ」が主流に

～ 利用率が上がっている省エネ商品のトップ3は「照明機器」「液晶・プラズマテレビ」「ガス給湯器」～

湯まわり設備メーカーの㈱ノーリツ（本社：神戸市、代表取締役社長：國井総一郎、資本金：201億円、東/大証一部上場）は、生活者がオフィスや家庭でのエコに関してどのような意識を抱いているのか、全国の10～70代の2,348人を対象に意識調査を行いました（巻末に概要を記載）。

今回の調査で、**会社がエコの取り組みに力を入れているとの回答が約7割、日常生活で「エコ」を心がけているとの回答が90%を超えた**ことから、生活者の身の回りで「エコ」に対する取り組みが盛んに行われている様子がうかがえました。

さらに、今回は当社が以前エコに関するアンケート調査を行った2006年の調査結果と今回の結果の相違を調査しました。すると、本年は2006年よりも日常生活の中で「意識」をすることで実践できる「無理をしない」エコが主流となっていることがわかりました。クーラーや暖房機の設定温度を調整している」が約27ポイント増加、「節水・水の出しっぱなしをやめるようにしている」は約26ポイント上昇、「無駄な電気を消すようにしている」は約25ポイントアップし、節約と環境への貢献を理由にサステナブルな「エコ」対策への積極性が増している一方で「我慢」や「工夫」をするエコは敬遠される傾向があらわれています。

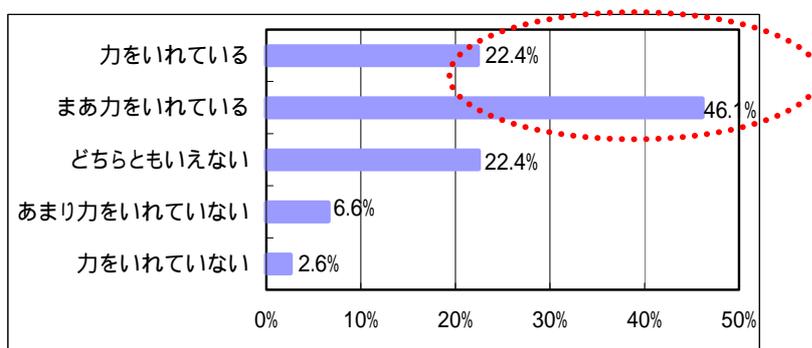
また、実際に家庭で使っている省エネ商品を尋ねると「液晶・プラズマテレビ」が58.1%と40.8ポイントも上昇、「照明機器」が2006年の26.7%から41.8%と15.1ポイント増加。さらに「ガス給湯器」は15.2%から29.0%と13.8ポイントアップと、省エネ商品も「無理をしないエコ」として、積極的に受け入れられていることがわかりました。

1. オフィスでのエコ

会社がエコへの取り組みをしていると約7割が回答、「環境保全」と「経費削減」の観点から高い支持

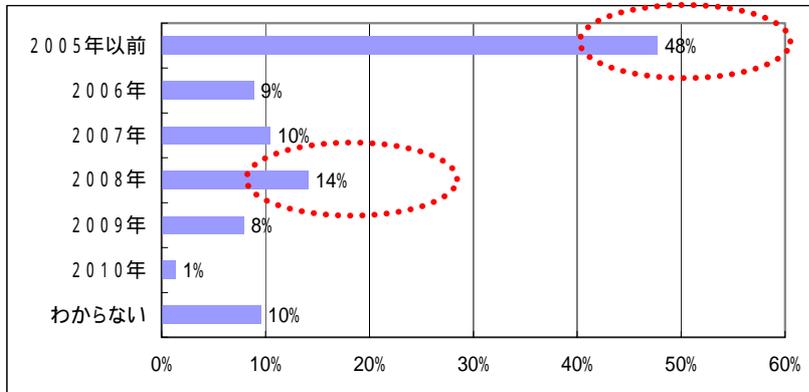
まず、オフィスでの環境への取り組みを調べました。あなた（もしくはあなたの家族）の会社ではエコの取り組みに力を入れているかを尋ねたところ、「**まあ力をいれている（46.1%）**」との回答が最も多く、「**力をいれている（22.4%）**」とあわせるとその割合は68.5%にもなり、会社がエコに肯定的であるとの実感が約7割もの人にあることがわかりました。

あなた（もしくはあなたの家族）の会社ではエコでの取り組みに力を入れていますか n=2348



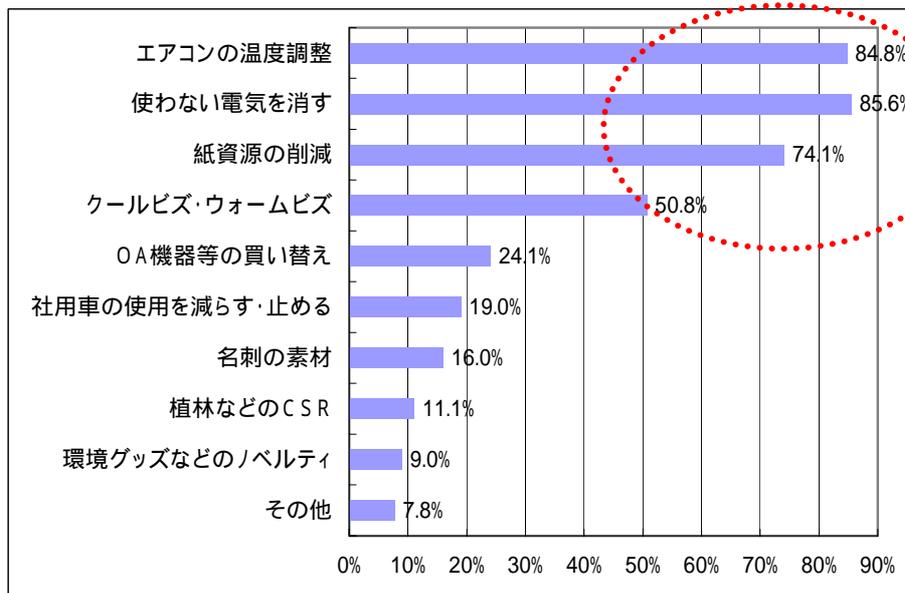
会社が「エコ」に取り組みはじめた時期は、「2005年以前」との回答が48%を占め、5年以上前からオフィスでのエコ活動が一般的に行われていたという実態が分かりました。2008年は、京都議定書で定められた温室ガス削減約束年のスタートであったことから14%と2番目に多い回答でした。

その会社はいつ頃からエコへの取組みに力を入れていきますか。【回答者：会社員】 n=744



また、具体的なエコへの取組みを聞くと、「使わない電気を消す(85.6%)」と「エアコンの温度調節(84.8%)」の上位2つが8割を超え、「紙資源の削減(74.1%)」、「クールビズ・ウォームビズ(50.8%)」が続きました。すぐに行動しやすい身近なことから取組んでいる様子がわかります。

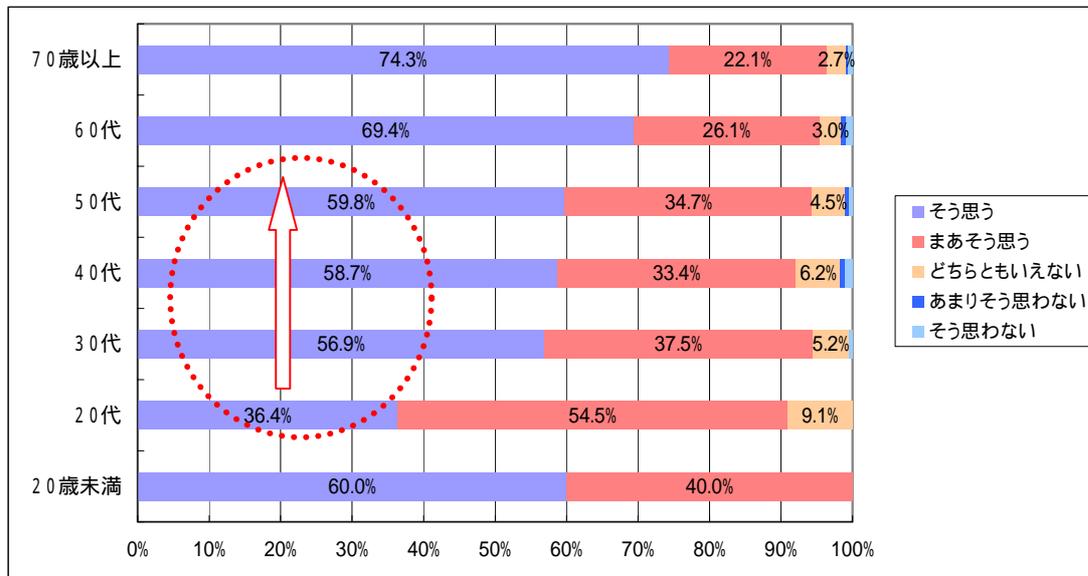
その会社の具体的なエコへの取組みを教えてください。 n=1607



今後エコへの取組みに力を入れていくべきかとの問いには、どの年代も「そう思う」、「まあそう思う」を合わせると90%以上となり、同意する意見を持っている人が大半を占めました。年代が高くなるほど、その意見を持つ傾向は高くなっています。

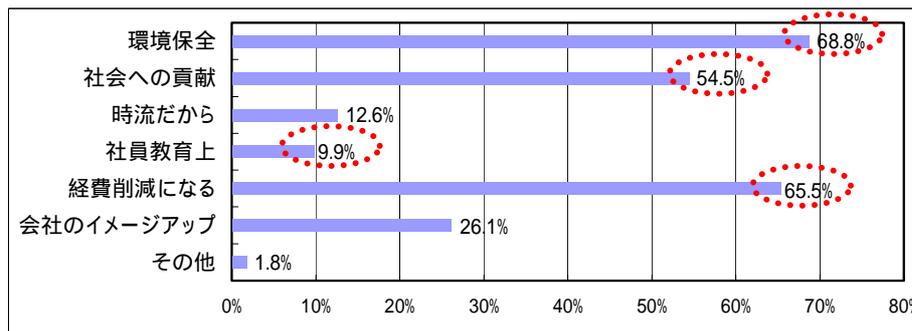
あなたは、会社が今後エコへの取組みに力を入れていくべきだと思いますか。

n=2,348



また、会社にとってエコへの取組みはどのような観点から良いかとの質問には、「**環境保全 (68.8%)**」と「**経費削減になる (65.5%)**」が高い支持を受け、次に「**社会への貢献 (54.5%)**」が続きました。また「**社員教育上 (54.5%)**」という回答もありました。エコ活動は、会社のコスト削減にも一役買っているようです。

あなたは、エコへの取組みは会社にとってどのように良いと思いますか？ (複数回答) n=2348



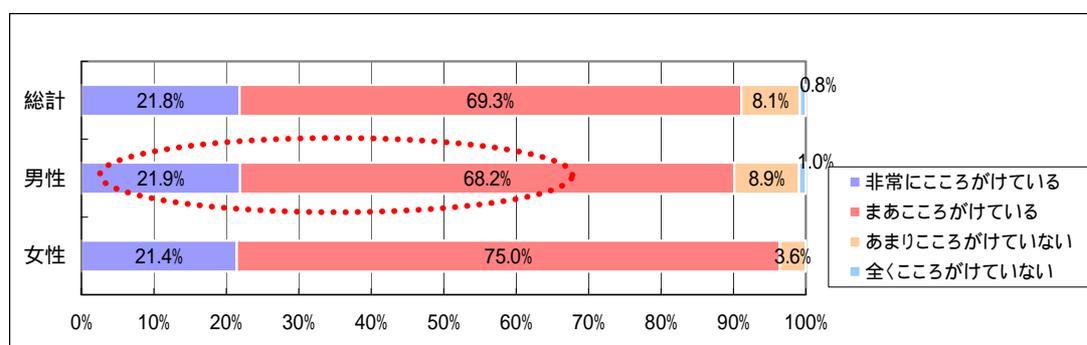
2. 家庭でのエコ

利用率が上がっている省エネ商品のトップ3は「照明機器」「液晶・プラズマテレビ」「ガス給湯器」
「エコ」の実践で理想は「年に1万円～2万円節約したいが、実際は「5千円以下」が多い

オフィスでのエコに続き、家庭での環境への取り組みを調べました。日常生活で「エコ」を心がけているかの質問には「**まあこころがけている (69.2%)**」が大半を占め、**非常に心がけているとあわせると9割以上となり、ほとんどの方がエコを心がけていることがわかりました。**男女別で見ると、**男性 90.1%、女性 96.4%がエコを心がけていると回答し、男性も高い意識を持っていることがわかりました。**

あなたは日常生活で「エコ」をこころがけていますか。

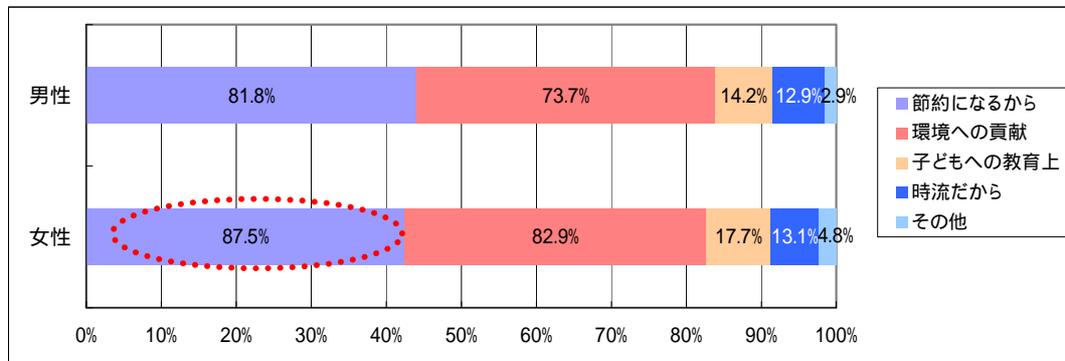
n=2,348



「エコ」をこころがける理由は「**環境への貢献(75.2%)**」を抑えて「**節約になるから(82.7%)**」が**トップ**。家計の管理をすることが多い女性の高い節約意識に加え、**男性も「節約になるから」との回答が81.8%を占め、高い割合を占める結果となりました。**

「エコ」をこころがける理由はどのようなことからですか。(複数回答)

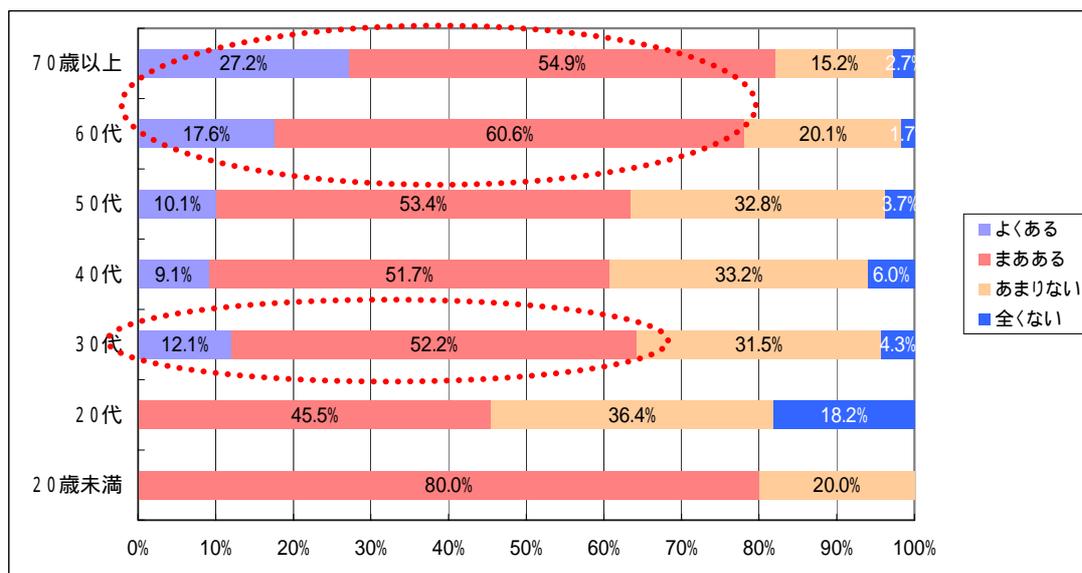
n=2,139



また、「エコ」が家庭内で話題になるかどうかの問いでは、どの年代でも「よくある」と「まあある」が「あまりない」、「全くない」を上回り、**家族の会話内で「エコ」がトピックとして上げられている**ことがわかりました。年代では、30代以上で6割以上、60代以上が75%を超えており、「オフィスでのエコへの取り組み」同様、年齢が高いほど関心が高い結果となっています。

「エコ」が家庭内で話題になることはありますか。

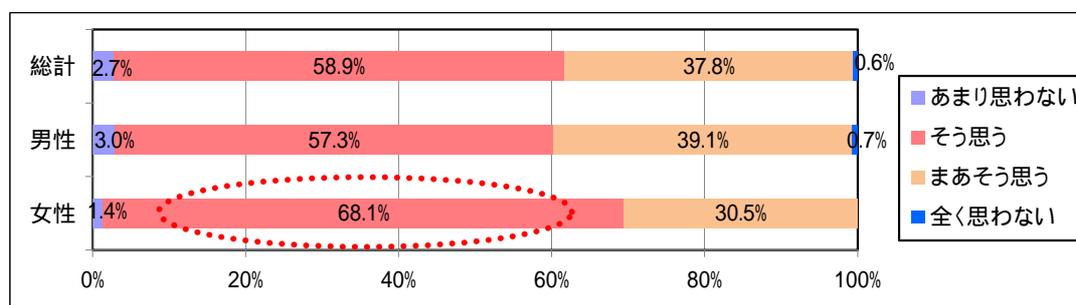
n=2,348



エコに対する意識は子どもの教育にもプラスか、との問いには**女性の68.1%が「そう思う」と回答**し、子どもの教育にエコを積極的に意識していることが予想できます。

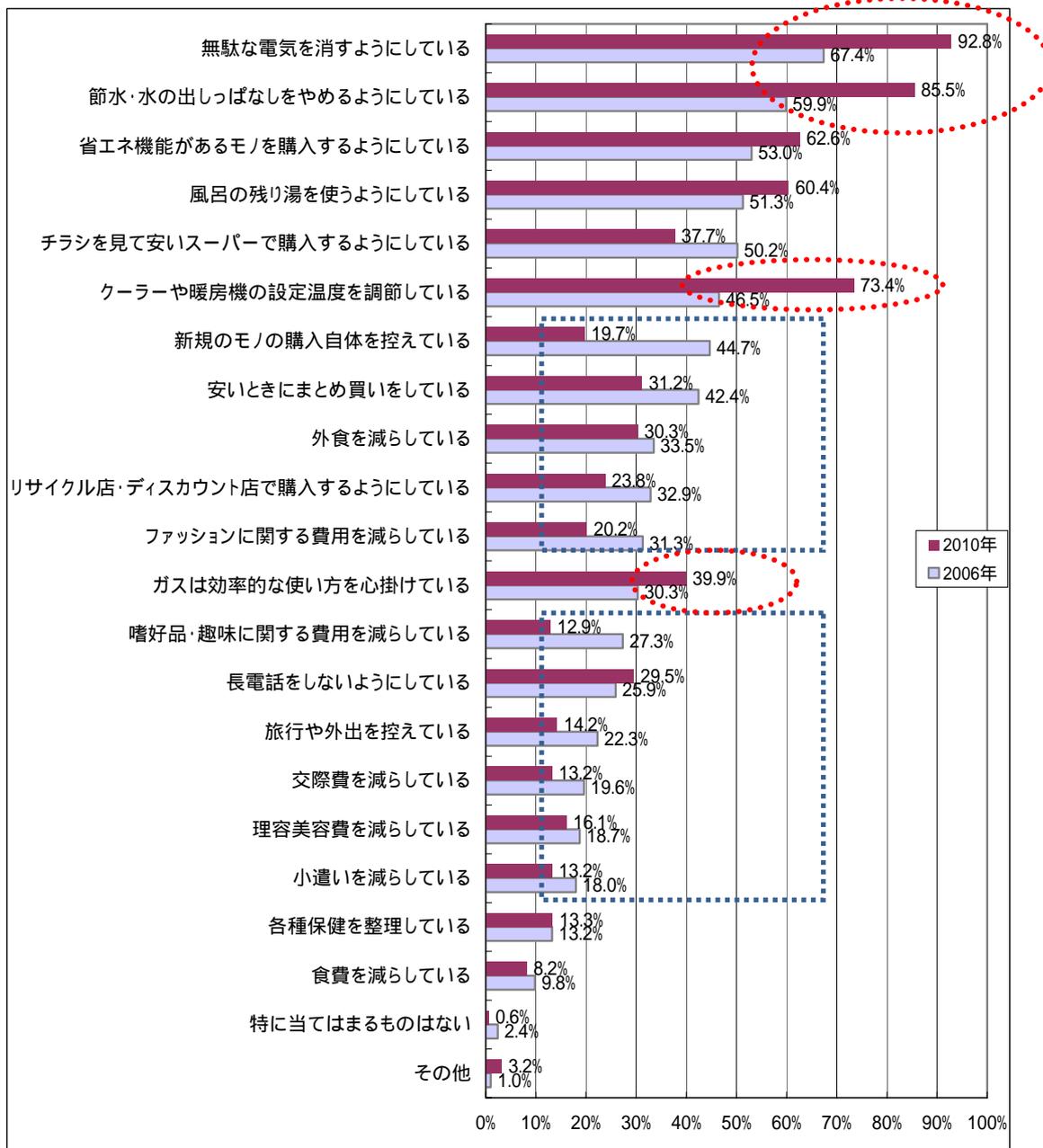
エコ意識は子どもの教育にもプラスだと思いますか。

n=2,348



あなたが行っている「エコ」な行動は、との問いに対し、2006年と比べて25ポイント以上アップしているのが、主に水道や電気など公共料金に関わる項目でした。「クーラーや暖房機の設定温度を調整している」が2006年の46.5%から73.4%と26.9ポイントアップ、「節水・水の出っぱなしをやめるようにしている」は59.9%から85.5%で25.6ポイント、「無駄な電気を消すようにしている」は67.4%から92.8%で25.4ポイント増加しています。「意識」すれば実践できる項目のポイントが伸び、一方で安いスーパーでの買い物やまとめ買いなど生活の「工夫」に関しての項目、何かを減らすという「我慢」の項目は減っているのが特徴です。エコ意識が高まる中で、長く続けられる「無理をしないエコ」が受け入れられていることがわかります。

あなたが行っている行動で当てはまるものに全てチェックしてください。 2010年 n=2,348
2006年 n=1,563

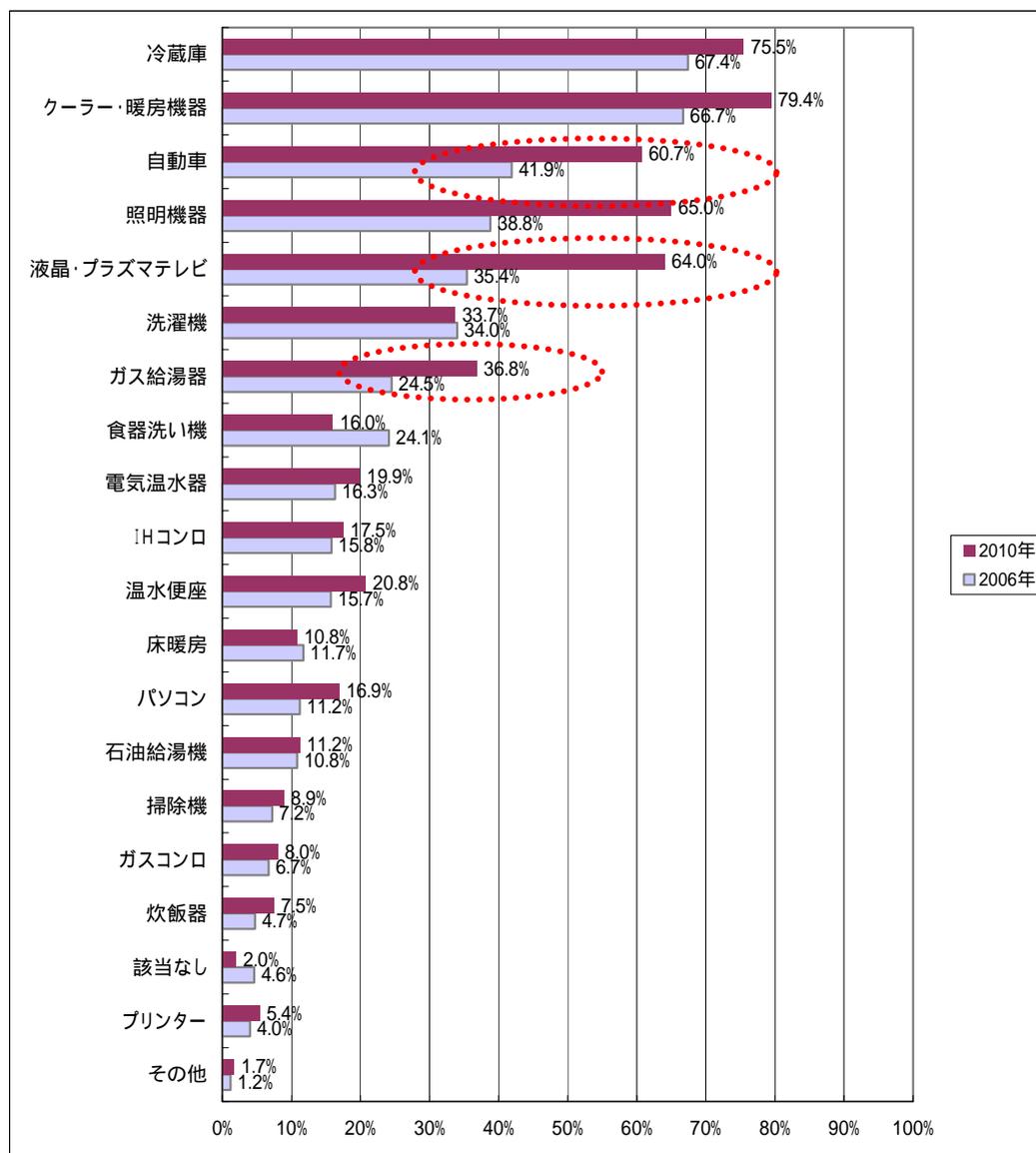


省エネ商品としてイメージのあるものへの回答は「液晶・プラズマテレビ」が2006年35.4%に対し、今年（2010年）は64.0%で28.6ポイントも上昇しました。地デジ対応テレビへの買い換え需要や家電エコポイント導入制度の影響が考えられます。また、ハイブリッドカーや電気自動車などエコカーの認知度向上で自動車もすっかり省エネ商品のイメージとなったのか41.9%から60.7%と18.8ポイント増加しています。また、ガス給湯器も高効率ガス給湯器「エコジョーズ」の認知度が高まり、24.5%から36.8%と12.3ポイントアップしています。

あなたが省エネ商品としてイメージをお持ちのものに全てチェックしてください。

2010年 n=2,348

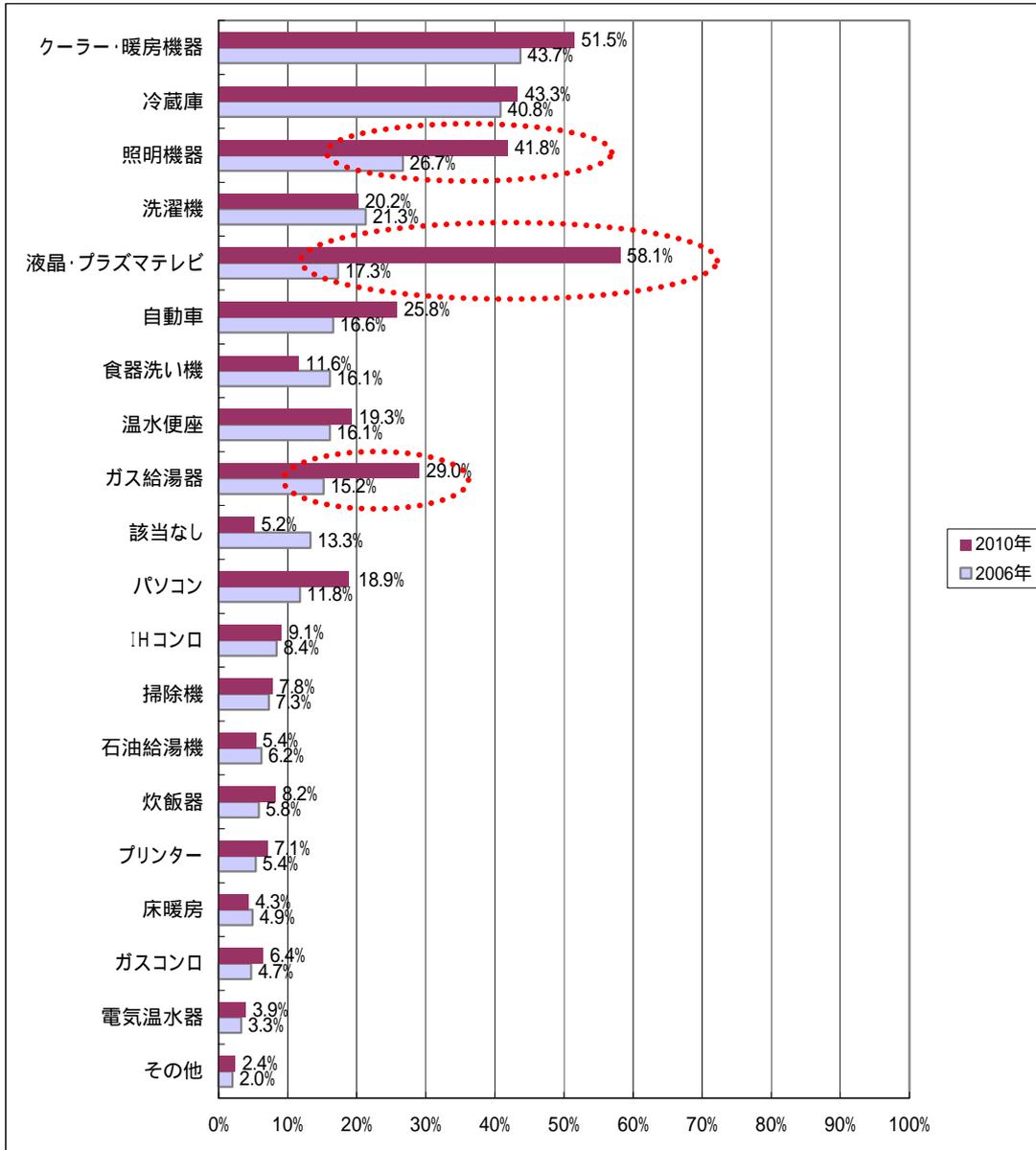
2006年 n=1,563



次に、実際に家庭で使っている省エネ商品を尋ねると「液晶・プラズマテレビ」が58.1%を占め、圧倒的な支持を受けています。2006年は17.3%だったため、40.8ポイントも上昇しました。また、「照明機器」が2006年の26.7%から41.8%と15.1ポイント増加しました。手軽に始められる「エコ」なのではないでしょうか。認知度向上に合わせて、「ガス給湯器」は15.2%から29.0%と13.8ポイント加算となりました。省エネ商品は認知されれば、「無理をしないエコ」として、積極的に受け入れられていることがわかります。

あなたのご家庭で実際お使いの省エネ商品に全てチェックしてください。

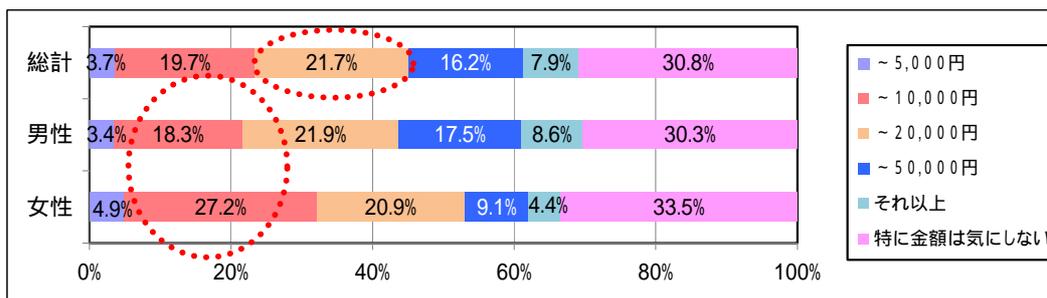
2010年 n=2,348
2006年 n=1,563



「エコ」の実践で理想は何円節約したいか、に対しては「特に金額は気にしない(30.8%)」に続いて「1万円以上2万円以下」が21.7%、「5千円以上1万円以下」が19.7%を占めました。男女別で見ると女性は「5千円以上1万円以下」との回答が27.2%あり、男性の18.3%と8.9ポイントの差が明らかになりました。

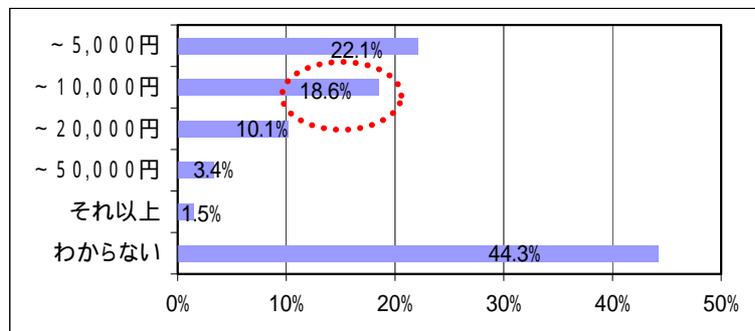
「エコ」の実践で、理想は何円くらい削減したいですか。

n=2,348



「エコ」の実践により実際は年に何円削減できているか、に対しては「わからない」との回答が44.3%と約半数を占めました。「5千円以下」は22.1%、「5千円以上1万円以下」は18.6%で21.7%が理想と回答した「1万円以上2万円以下」には現実には達していないことが予想できる結果となりました。

「エコ」の実践で、実際、家庭で年に何円くらい削減できていますか。 n=2,348



以上の調査結果から、今後も「エコ」に関する意識は、個人ばかりではなく企業としても欠かすことのできないものであると捉え、当社では環境先進企業としてさらなる省エネ製品の開発を進めてまいります。

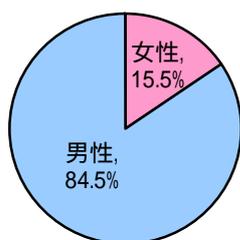
アンケート調査概要

【方 法】Web アンケート

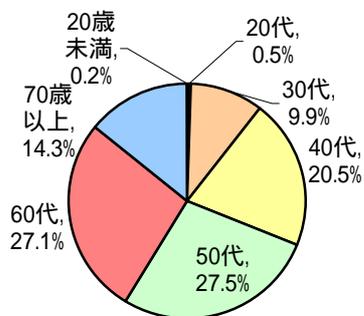
【期 間】2010年6月11日～6月25日

【対 象】ノーリツ製品所有者専用サイト「CLUB(クラブ) NORITZ(ノーリツ)」会員(全国の全世代男女)
有効回答数：2,348件(5.5%)

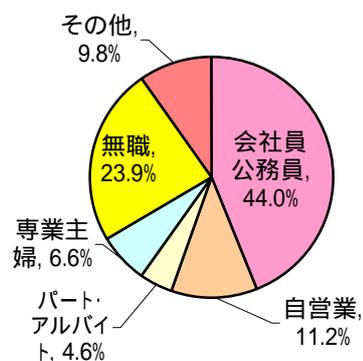
性別 (n=2348)



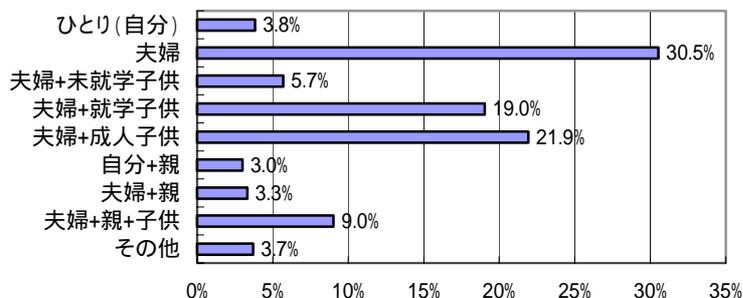
年代 (n=2348)



職業 (n=2348)



家族構成 (n=2348)



～ご参考～

ノーリツの「エコジョーズ」は自動で出湯量や温度を無理なく制限する「エコスイッチ」を搭載

潜熱回収型ガス給湯器「エコジョーズ」は、従来は捨てていた排気中の潜熱を回収して再利用することにより、熱効率を約95%にまで高めた、省エネルギー性・環境性に優れた給湯器です。エコジョーズを使用することにより、CO₂排出量を従来の給湯器に比べて約 13%削減することができます。また、太陽光や太陽熱といった再生可能エネルギーと組み合わせることにより、更なる省エネ・省CO₂を図ることが可能です。

当社の「エコジョーズ」の特長は、リモコンに「エコスイッチ」を新規に設定している点で、省エネを意識した利用が手軽にできる機能です。

ON にすると①給湯量が制限②ふろ自動保温のリモコン設定温度から-1℃に、の 2 つの機能が作動し、無意識のうちにエコを実践することができます。



① 給湯量制限

給湯出湯量制限は「8ℓ、10ℓ、12ℓ、OFF」の 4 段階で調節が可能です。水栓レバーを全開にしても無駄な出湯を防いだり、また水はねも防止することができ、使い勝手を向上できます。

② ふろ自動保温運転

ふろ自動保温中の保温温度を入浴した際に不快に感じないレベルの-1℃でキープします。

☆エコ運転によるランニングコストメリットと CO₂ 排出削減量

燃料別	都市ガス	LP ガス
ランニングコストメリット	約 3,400 円/年	約 4,400 円/年
CO ₂ 排出削減量	約 27.2kg-CO ₂ /年	約 35.0kg-CO ₂ /年
節水効果量	2ℓペットボトル約 1,825 本分/年	

「エコファースト」 当社の取り組みが、ガス石油機器業界で初めて環境大臣の認定を受ける

当社では、高効率ふろ給湯器のほかにも、熱効率の向上や CO₂ 排出量削減を実現する製品開発や、製造過程での環境への負荷軽減など、事業全般にわたり環境について取り組んでいます。その一環として、2009 年 3 月、環境省による「エコ・ファースト制度(※)」において、「温水機器使用時の CO₂ 総排出量の削減」「CO₂ の見える化の推進」など、製品及び事業活動を通じて低炭素社会の構築に取り組むことを宣言し、ガス石油機器業界で初めて環境大臣の認定を受けました。当社は今後も「エコジョーズ」を含む、環境配慮型の製品を通じてエコロジーに取り組めます。



エコファースト制度...環境省が 2008 年 4 月に創設。業界のトップランナー企業が、環境保全に関する行動をさらに促進していくため、自らの環境保全に関する取り組みを約束する制度。基本 1 業種 1 社認定 (2010 年 5 月現在認定企業は 32 社) 認定された企業のみがエコファーストマークを使用できる。

<ノーリツの エコ・ファーストの約束>

1. 製品を通じて低炭素社会の構築に積極的に取り組みます。
2. 事業活動を通じて低炭素社会の構築に積極的に取り組みます。
3. 法規制を先取りした化学物質管理を強化し、環境汚染リスクを低減します。
4. 製品・事業活動を通じて資源循環型社会の構築に積極的に取り組みます。