

～ドイツの主婦  VS  日本の主婦 エコ意識徹底比較！～

エコ意識に隠れたギャップ？ 節約をエコと考える日本の主婦約8割！ 純粋エコ派のドイツの主婦に対し、日本の主婦は計算エコ派

旭化成ホームプロダクツ株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:山崎 龍磨)は、20歳から59歳のドイツの主婦208名(子供のいる主婦と子供のいない主婦 各104名)と日本の主婦208名(子供のいる主婦と子供のいない主婦 各104名)を対象に、「家事に対するエコ意識調査」を実施いたしました。

本調査では、日本の主婦とドイツの主婦を対象に、家事を行う上でのエコ意識の高さや、毎日の家事に取り入れているエコを意識した行動について調査いたしました。また、毎日の生活の中で欠かせない家事の一つである「食器洗い」に着目し、現在使用している食器用洗剤を購入したキッカケや、購入の際に重視するポイント等を調べました。

その結果、エコ活動におけるドイツの主婦の主な目的は環境保全であり、日本の主婦は節約重視であることが分かりました。さらに、環境に配慮した食器用洗剤を選んでいるドイツの主婦は76%である一方、日本の主婦はわずか37.5%に留まる等、両国のエコに対する意識の違いが明らかになりました。

《主な調査結果》

①エコロジーよりもエコノミー重視！「エコ＝節約」と考える日本の主婦多数！

日本の主婦、ドイツの主婦共に家事におけるエコ意識は高く、積極的にエコを取り入れた家事を実践していることが分かりました。しかし、エコを取り入れる主な理由として、**約6割のドイツの主婦は「環境保全のため」**を挙げる一方、**約8割の日本の主婦が「節約」**と回答。「環境に配慮する」、「自然を守る」というエコ本来の目的において、両国の主婦の意識に差があることが明らかになりました。

②幼少期からの家庭環境の違いが影響か？日本とドイツのエコ意識のギャップ

「エコに関心を持ち始めたのはいつ頃からですか？」という質問に対して、**日本の主婦の約7割が25歳以上**と回答。これに対し、**ドイツの主婦の約6割が25歳未満**で関心を持ち始めたことが分かりました。また、「家事にエコを取り入れたキッカケは？」という質問に対して、日本の主婦は「メディアの影響」と回答した人が最も多く、**ドイツの主婦は「家庭環境の影響」**を挙げた人が最も多いことから、ドイツでは幼少の頃からエコに関する知識が身につく環境が整っていることが分かります。

③真のエコ意識が表れる食器洗い。節水だけがエコではない？

ドイツの主婦の76%がエコ目線で食器用洗剤をチョイス！

「食器洗いにおいて、具体的にはどのような方法でエコを取り入れていますか？」という質問に対して、日本、ドイツ共に「節水」という回答が最も多く挙がりましたが、**ドイツでは2番目(68.3%)に多く挙げた「環境に配慮した洗剤を使用する」という取り組みに関して、日本の主婦は21.7%しか実践できていないことが分かりました。**また、エコ目線で食器用洗剤を選ぶドイツの主婦が勧める食器用洗剤の第1位は「Frosch®」であることが明らかになりました。

【調査概要】

- 調査日：＜日本＞2013年2月8日(金)～2013年2月13日(水)
＜ドイツ＞2013年2月12日(火)～2013年2月17日(日)
 - 調査方法：インターネット調査
 - 調査対象年齢：20歳～59歳
 - 調査対象：ドイツの主婦 208名(子供のいる主婦と、子供のいない主婦 各104名)
日本の主婦 208名(子供のいる主婦と、子供のいない主婦 各104名)
- ※質問に応じて、以下2種類に分けています。
【SA】: 単一回答 【MA】: 複数回答



【報道関係者お問い合わせ先】

Frosch® PR事務局 (株)プラチナム内 担当:丸山・大家
TEL:03-5572-6072 FAX:03-5572-6075 e-mail:frosch@vectorinc.co.jp



調査結果詳細①

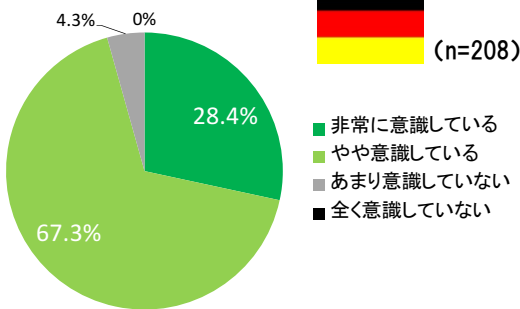
エコロジーよりもエコノミー重視！ 「エコ＝節約」と考える日本の主婦多数！

「家事を行う上でエコを意識していますか？」という質問に対して、エコ先進国であるドイツの主婦96%が「意識している」と回答し、87%の人が実際に家事にエコを取り入れていました。日本の主婦も89%の人が家事を行う上でエコを意識し、77%がエコを取り入れた家事を実践しており、ドイツ・日本どちらもエコ意識とエコ実行力は高いことが分かりました。

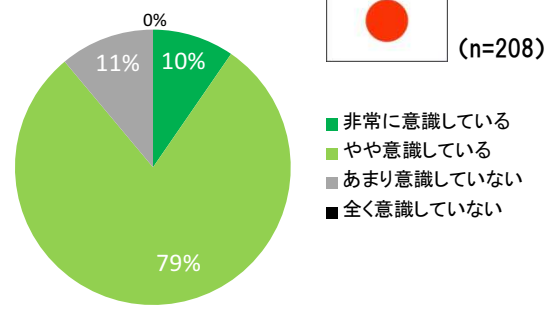
しかし、家事にエコを取り入れる主な理由に関しては、約6割のドイツの主婦が「環境保全のため」を挙げる一方、日本の主婦の約8割が「節約のため」と、エコ活動の目的において大きな違いが見られました。

Q.家事を行う上でどの程度エコを意識していますか？【SA】

【ドイツの主婦】

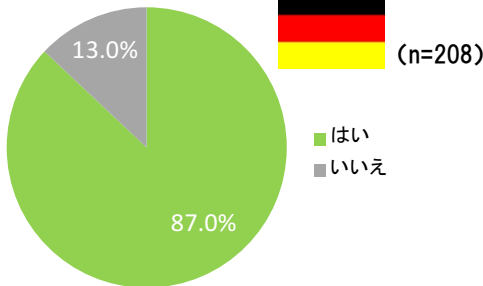


【日本の主婦】

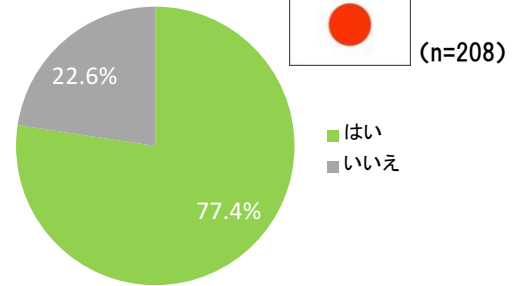


Q.家事にエコを取り入れていますか？【SA】

【ドイツの主婦】

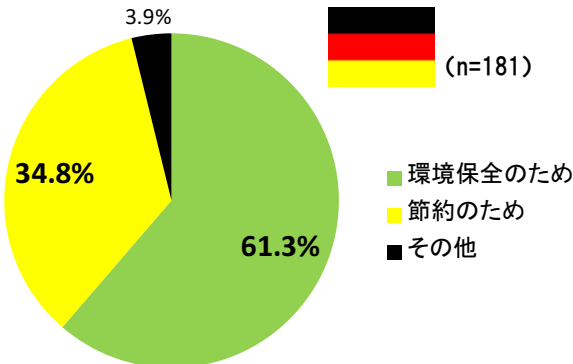


【日本の主婦】

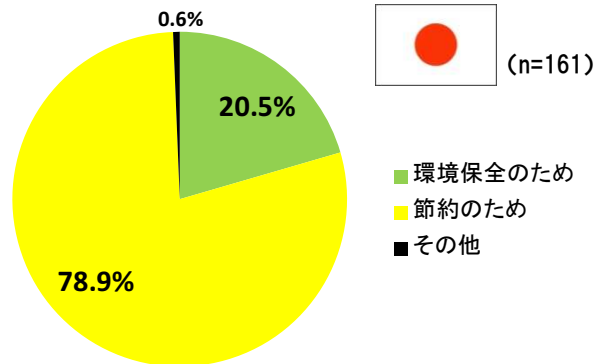


Q.エコを取り入れた家事を行う主な理由は何ですか？【SA】

【ドイツの主婦】



【日本の主婦】



ドイツの主婦・日本の主婦共にエコ意識は高く、エコを取り入れた家事を実践している。
しかし、エコ活動の目的に対する意識に大きな違いが表れる！



調査結果詳細②

幼少期からの家庭環境の違いが影響か？ 日本とドイツのエコ意識のギャップ

ドイツの主婦の約6割が25歳までにエコに関心を持ち始め、また家事にエコを取り入れたキッカケとして「家庭環境の影響」を挙げた人が最も多いことから、幼少の頃からエコに関する知識が身につく環境で生活しており、自然に環境を意識したエコ活動を実践する習慣が身につけていることが読み取れます。これに対し、日本の主婦がエコに関心を持ち始めた年齢は25歳以上が約7割で、家事にエコを取り入れたキッカケは「メディアの影響」と答えた人が最も多く、大人になってからエコ意識に目覚めた人が多数派であることが分かります。

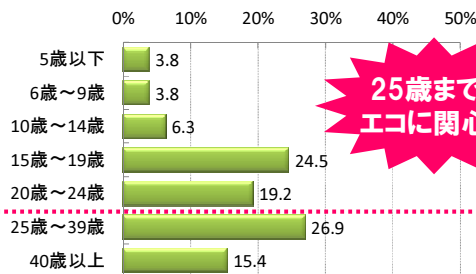
また、「家事にエコを取り入れるために、一か月にかけられる費用」に関しては、約6割の日本の主婦が1,000円未満と回答。これに対し、ドイツの主婦の約7割が1,000円以上、約4割の人に関しては2,000円以上と、エコに対して投資するお金の額に関しても、ドイツの主婦と日本の主婦の行動の違いが読み取れます。

Q.エコに関心を持ち始めたのはいつ頃からですか？【SA】

【ドイツの主婦】



(n=208)

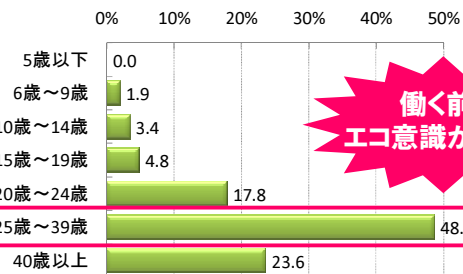


25歳までに
エコに関心！

【日本の主婦】



(n=208)



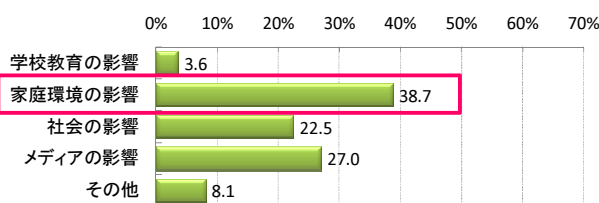
働く前は
エコ意識が低い！

Q.家事にエコを取り入れた主なキッカケは何ですか？【SA】

【ドイツの主婦】



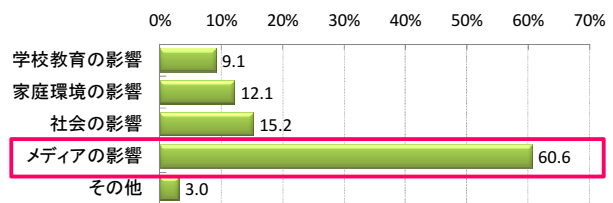
(n=166)



【日本の主婦】



(n=185)



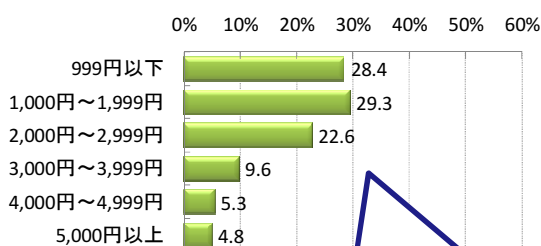
⇒ドイツでは小さい頃から、エコを意識した生活が自然と根付いている。

Q.家事にエコを取り入れるために、一か月にいくらまで費用をかけることができますか？【SA】

【ドイツの主婦】



(n=208)

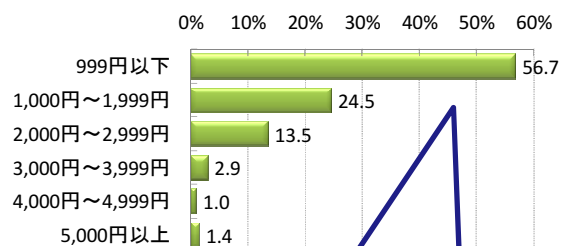


幼い頃からエコに関する知識が身につく環境で生活していたドイツの主婦は、エコに対する投資の意識も日本より高い。

【日本の主婦】



(n=208)



日本の主婦は、エコへの投資においても、節約志向が強いことが伺える。



調査結果詳細③

真のエコ意識が表れる食器洗い。節水だけがエコではない？ ドイツの主婦の約7割がエコ目線で食器用洗剤をチョイス！

【食器洗いに関して】

「エコを取り入れて実践している家事はありますか？」と質問したところ、ドイツの主婦と日本の主婦で差が開いた家事の一つが「食器洗い」でした。食器洗いにエコを取り入れているドイツの主婦は78.5%である一方、日本の主婦は49.7%と、ドイツに比べ日本の主婦は食器洗いにエコを取り入れる意識が低いことが読み取れます。

そこで、「食器洗いにおいて、具体的にどのような方法でエコを取り入れていますか？」と質問したところ、日本、ドイツ共に「節水」が最も多く挙がりましたが、ドイツでは2番目に多く挙がった「環境に配慮した洗剤を使用する」(68.3%)という取り組みに関しては、日本の主婦は20.7%の人しか実践できていないことが分かりました。

【食器用洗剤に関して】

食器用洗剤を購入する際に重視する点として、「環境に配慮した洗剤であること」を76%のドイツの主婦が挙げていますが、日本の主婦はわずか37.5%に留まる結果となりました。

さらに、現在使用している食器用洗剤を購入したきっかけについても、「環境に配慮していたから」と回答するドイツの主婦が65.7%である一方、日本の主婦はわずか14.1%と、エコを意識して食器用洗剤を選んでいる日本の主婦は少数派でした。

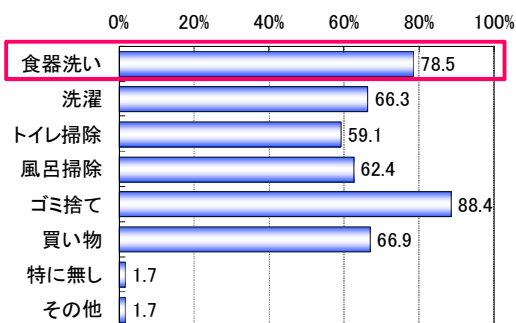
最後に、ドイツの主婦にお勧めの食器用洗剤を尋ねたところ、「Frosch®」と回答した人が最も多く、環境に配慮したエコ活動として食器用洗剤に「Frosch®」が選ばれている様子が分かりました。

Q.エコを取り入れて実践している家事は何ですか？【MA】

【ドイツの主婦】



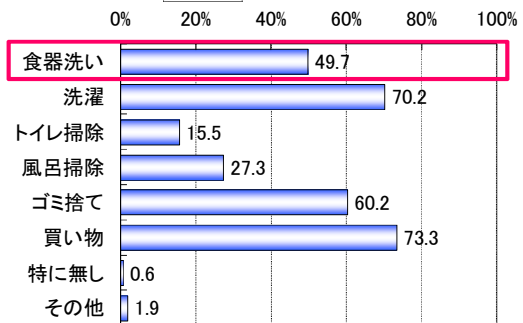
(n=181)



【日本の主婦】



(n=161)

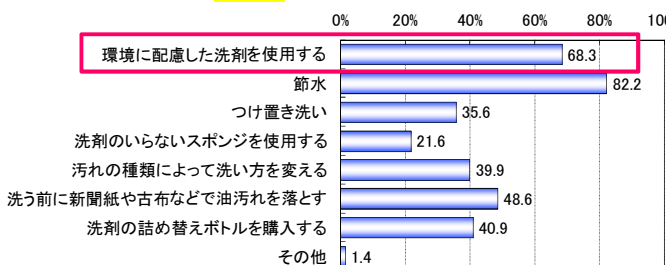


Q.食器洗いにおいて、どのような方法でエコを取り入れていますか？【MA】

【ドイツの主婦】



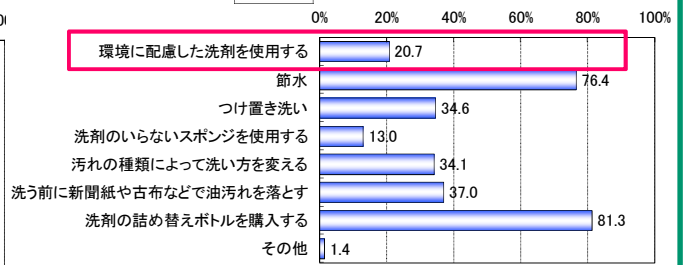
(n=208)



【日本の主婦】



(n=208)



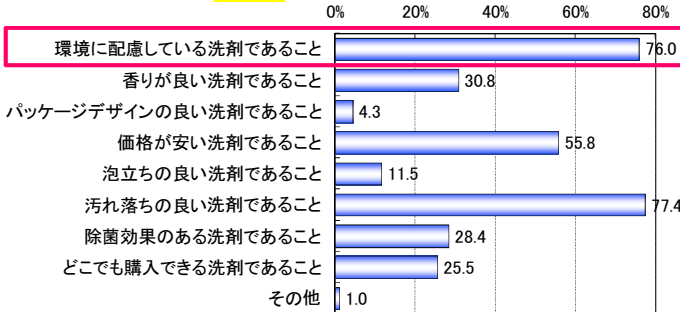
⇒ドイツでは、環境に配慮した洗剤を使用することが当たり前！

食器洗いにおいて、ドイツの主婦・日本の主婦共に「節水」を実践している人は多い。
しかし、洗剤に対するエコ意識に大きな違いが表れる！

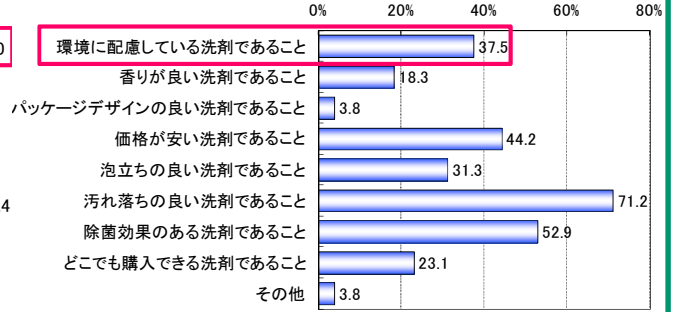


Q.食器用洗剤を選ぶ上で必要だと思う点は何ですか？【MA】

【ドイツの主婦】 (n=208)

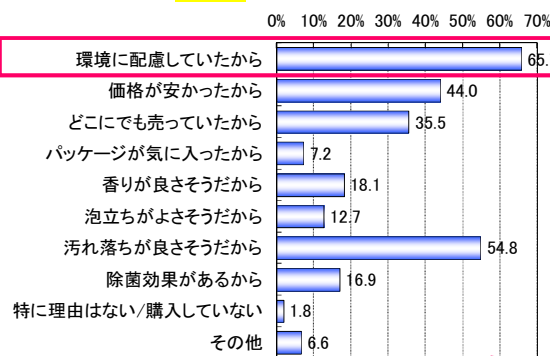


【日本の主婦】 (n=208)

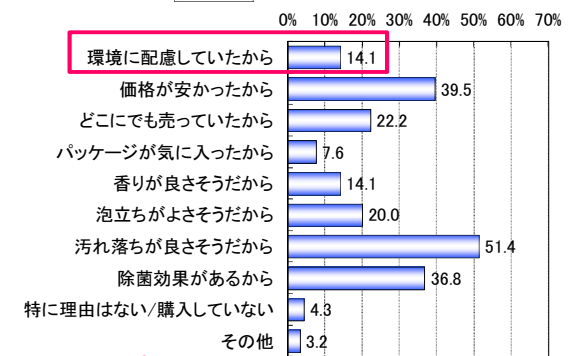


Q.現在、使用している食器用洗剤を購入したキッカケは何ですか？【MA】

【ドイツの主婦】 (n=166)



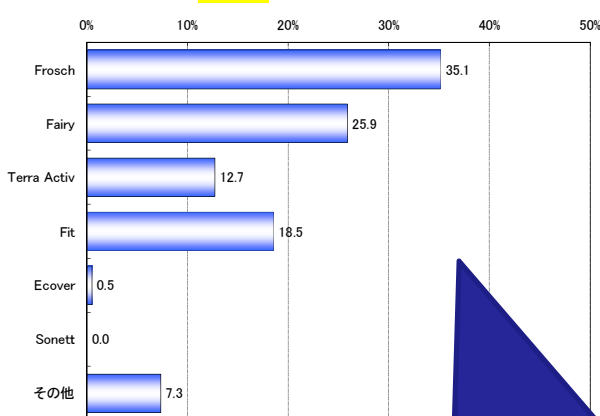
【日本の主婦】 (n=185)



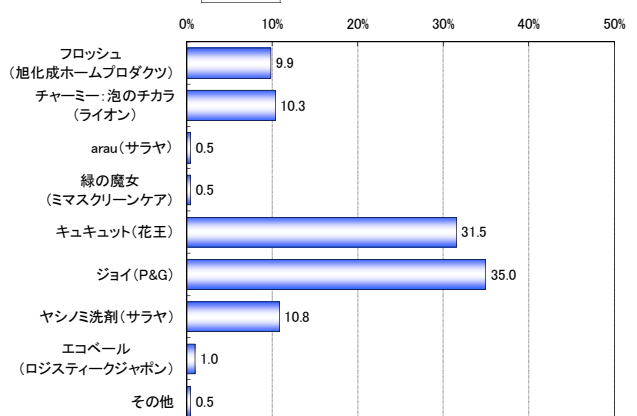
日本とは大きく異なり、ドイツでは「汚れ落ち」と同じ位「環境への配慮」が、洗剤を選ぶ動機となる！

Q.他の主婦仲間に勧めたいと思う食器用洗剤はありますか？【SA】

【ドイツの主婦】 (n=205)



【日本の主婦】 (n=203)



環境に配慮している食器用洗剤を選ぶドイツの主婦に最も支持されているのは「Frosch®」



エコ先進国ドイツの主婦がオススメする 食器用洗剤「Frosch®」とは？

《製品特長》

日本では、「わたしにも、自然にも、気持ちいい。」をコンセプトとして、旭化成ホームプロダクツ株式会社から発売されています。環境先進国 ドイツで生まれ、環境意識の高いドイツの人から27年も愛され続け、今では世界40カ国以上の人々に使用されています。その理由は、きちんと洗える洗浄力、環境へのやさしさ、手肌へのやさしさ、これら3つがバランスよく設計されていることをコンセプトとしている食器用洗剤だからです。

《製品ラインアップ》



【食器用洗剤 グレープフルーツが3月1日(金)から発売開始】

《新製品概要》

- 製品名 : 食器用洗剤 グレープフルーツ
容量 : 500ml
希望小売価格 : 525円(税込み)
販売チャネル : 全国の総合スーパー、食品スーパー、ホームセンター、ドラッグストアなど
特長 : ①フロッシュのブランドコンセプトである3つの快適さのバランスを実現
・ しっかり洗える**洗浄力**があること
・ 低刺激性洗浄成分処方ですぐ**手肌にやさしいこと**
・ 28日後に89%以上が生分解されるなど**環境にやさしいこと**
②天然グレープフルーツ抽出物を配合
③甘酸っぱいグレープフルーツの香り
④キッチンをお洒落に演出する可愛い**ビタミンピンクカラー**



食器用洗剤グレープフルーツ

【報道関係者お問い合わせ先】

Frosch® PR事務局 (株)プラチナム内 担当:丸山・大家
TEL:03-5572-6072 FAX:03-5572-6075 e-mail:frosch@vectorinc.co.jp