

第2回
「環境への配慮が感じられる企業」
調査

2013 年9月

あなたの会社の **e-審査部**
リスクモンスター株式会社

<http://www.riskmonster.co.jp>

■ 調査の概要

1. 調査名称

第2回「環境への配慮が感じられる企業」調査

2. 調査方法

インターネット調査

3. 調査エリア

全国

4. 期間

2013年8月30日(金)～9月1日(日)

5. 調査対象者

20～59歳の有職者男女個人

6. 調査対象企業と選定方法

年間売上 2,500 億円以上、従業員数 5,000 人以上の企業 200 社を抽出

7. 有効回収数

800 サンプル

8. 回答者の属性

性別・年代 平均年齢 39.89 歳

	20代	30代	40代	50代	合計
男性	100	100	100	100	400
女性	100	100	100	100	400
合計	200	200	200	200	800

地域

北海道	東北	関東	中部	近畿	中・四国	九州	合計
30	39	339	152	132	44	64	1,000

1. 調査結果

[1] 「環境への配慮が感じられる企業」アンケート／ランキング結果

「環境への配慮が感じられる企業」アンケートのランキング1位は「イオン」(回答率 15.8%)であった。次いで「トヨタ自動車」が2位(同 15.3%)、「日本たばこ産業(JT)」が3位(同 12.9%)となった。以下「サントリー」(同 10.3%)、「パナソニック」(同 8.5%)、「アサヒビール」「日本コカ・コーラ」(同 6.8%)と続いた。(図表A)

業種としては、飲食料品製造業6社(日本たばこ産業(JT)、サントリー、アサヒビール、日本コカ・コーラ、麒麟ビール、味の素)、電気機械・器具製造業5社(パナソニック、ダイキン工業、IHI、シャープ、日立製作所)、自動車製造業2社(トヨタ自動車、本田技研工業(ホンダ))と、製造業がトップ20のうち13社を占めた。

製造業以外では、小売・飲食業関係4社(日本マクドナルド、日本生活協同組合連合会(CO・OP)、セブンイレブンジャパン、アマゾンジャパン)がランクインしており、生産における環境活動以外にも、販売時の簡易包装等に関する環境活動への認識が評価されているものといえる。

第1回調査の結果との比較においては、第2回調査のトップ20のうち、14社が第1回に引き続き上位にランクインしており、ランキング上位企業の多くにおいて、環境に配慮しているイメージが定着していることがうかがえる。

第1回調査から大きくランクアップしている企業としては、日本たばこ産業(18位→3位)、日本コカ・コーラ(32位→6位)、日本赤十字社(29位→10位)、日本マクドナルド(27位→12位)、日本生活協同組合連合会(CO・OP)(38位→13位)などが挙げられる。(図表B)

なお、トップ100については図表Cにまとめた。

[2] 「環境への配慮が感じられる企業」アンケート／選択理由

選択した理由を自由回答で尋ねたところ、「植樹活動やクリーン活動などの取り組み」「包装の簡易化や容器のリサイクル」「クリーンエネルギーの積極活用」を挙げた回答が多く見られた。1位のイオンでは、「植樹活動を行っている」「マイバッグ割引を行っている」といった意見が、2位のトヨタ自動車では「ハイブリッド車などのエコカー開発への積極的な取り組み」といった意見が、3位の日本たばこ産業(JT)では、「クリーン活動を行っている」といった意見が見られるなど、それぞれの業種における課題に対して積極的に取り組んでいることが評価される結果となっている。(図表D)

[3] 「環境への配慮が感じられる企業」アンケート／重視するイメージ

同時に「環境への配慮が感じられる企業」に重視するイメージを聞いたところ、[2]におけるイオンや日本たばこ産業(JT)の選択理由に見られたように、「環境への取り組み」を挙げる回答が45.3%と最も多かった。次いで「商品／サービス」(回答率 32.4%)、「製品／商品のリサイクル」(同 28.1%)、「CM・広告」(同 25.6%)、「企業理念・姿勢」(同 20.6%)の順となった。(図表E)

2. ISO認証取得状況との比較

環境への配慮を計る指標としては、それぞれの企業が環境に関する取り組みについて規格認証を受けているISO14001などが挙げられる。

今回のアンケート結果上位企業におけるISO14001の取得状況をまとめたところ、トップ20のうちISO14001認証を取得している企業は14社であり、ISO14001の認証が環境に配慮している企業としてイメージ付けられる一つの要因であると考えられる。

一方、未取得の6社のうち、5社は小売業やサービス業であることを考慮すると、ISO14001認証の取得に関しては、製造業の方が高い意識をもっていることがうかがえるが、未取得企業であっても環境に配慮している企業としてのイメージを持たれている点については、日本たばこ産業(JT)のクリーン活動を促進するCMや広告、日本マクドナルドやアマゾンジャパンの簡易包装への切り替えなど、その企業が積極的に環境活動に取り組んでいることが評価されているものといえる。(図表F)

3. 総評

既述のとおり、今回のランキング上位の多くは、第1回調査においても上位にランクインしている企業であり、それらの企業については、広く環境への配慮が認識されている企業といえる。

しかし一方で、第1回調査ではトップ20のうち非製造業が4社であったのに対して、今回のランキングでは、7社に増加している。これは、企業における環境への取り組みが、製造段階のみならず、販売・提供段階にわたって行われており、その活動が消費者からも認識されてきたことの表れともいえよう。

昨今、地球温暖化問題やCO2排出問題などにより、消費者の環境に対する意識は高まり続けている。故に、企業においても、消費者が環境に配慮した時に利用しやすい商品やサービスを提供することが、市場で消費者から選択される重要な要素の一つとなっている。すなわち、「環境に配慮していると感じられる企業」の上位ランキング先は、消費者に選択されやすい企業であるといえ、今後の市場の中核を担っていく企業ともいえるのである。

では、逆に環境への配慮を蔑ろにしている企業の行く末はどうであろうか。有害物資の排出を是正しない工場、適正な廃棄処理を行わない産廃業者は、地域住民から敬遠されることとなる。昨今問題となっている飲食店従業員による不衛生ないたずら等も、広義では消費者の環境を配慮していないものといえよう。

環境への配慮は消費者への配慮であり、現代のように商品やサービスのレベルが成熟しつつある中では、消費者の意思決定を左右する重要な要素といえる。そのような意味でも、近年汚染物質の流出が問題となっている電力会社においては、環境への配慮を最優先課題として、問題の解決に努めてほしいものである。

図表A 第1回「環境への配慮が感じられる企業」アンケート／ランキングベスト20

(n=800／複数回答)

順位	企業名	都道府県	業種	回答率
1.	イオン	千葉県	各種商品小売業	15.8%
2.	トヨタ自動車	愛知県	自動車製造業	15.3%
3.	日本たばこ産業(JT)	東京都	飲料・たばこ等製造業	12.9%
4.	サントリー	大阪府	飲料品製造業	10.3%
5.	パナソニック	大阪府	電気機器製造業	8.5%
6.	アサヒビール	東京都	飲料品製造業	6.8%
6.	日本コカ・コーラ	東京都	飲料品製造業	6.8%
8.	本田技研工業(ホンダ)	東京都	自動車製造業	6.5%
9.	旭化成	東京都	化学工業	6.1%
10.	日本赤十字社	東京都	医療業	5.9%
11.	住友林業	東京都	建築材料等卸売業	5.6%
12.	日本マクドナルド	東京都	飲食店	5.0%
13.	麒麟ビール	東京都	飲料品製造業	4.9%
13.	日本生活協同組合連合会(CO・OP)	東京都	協同組合	4.9%
15.	オリエンタルランド	東京都	娯楽業	4.8%
15.	セブンイレブンジャパン	東京都	飲食料品小売業	4.8%
17.	味の素	東京都	食料品製造業	4.1%
18.	アマゾンジャパン	東京都	書籍・雑誌等小売業	3.9%
19.	ダイキン工業	大阪府	はん用機械器具製造業	3.6%
20.	IHI	東京都	輸送用機械器具製造業	3.4%
20.	シャープ	大阪府	情報通信機械器具製造業	3.4%
20.	日立製作所	東京都	情報通信機械器具製造業	3.4%

図表B 第2回「環境への配慮が感じられる企業」ランキング上位／前回ランキングとの比較

順位	企業名	前回順位	順位変動
1	イオン	2	↑
2	トヨタ自動車	1	↓
3	日本たばこ産業(JT)	18	↑
4	サントリー	4	→
5	パナソニック	3	↓
6	アサヒビール	6	→
6	日本コカ・コーラ	32	↑
8	本田技研工業(ホンダ)	8	→
9	旭化成	5	↓
10	日本赤十字社	29	↑
11	住友林業	13	↑
12	日本マクドナルド	27	↑
13	麒麟ビール	10	↓
13	日本生活協同組合連合会(CO・OP)	38	↑
15	オリエンタルランド	24	↑
15	セブンイレブンジャパン	7	↓
17	味の素	17	→
18	アマゾンジャパン	28	↑
19	ダイキン工業	21	↑
20	IHI	34	↑
20	シャープ	15	↓
20	日立製作所	14	↓

図表C 第1回「環境への配慮が感じられる企業」アンケート／ランキングベスト100（単位％）

(n=800／複数回答)

順位	企業名	回答率	順位	企業名	回答率
1	イオン	15.8	52	キヤノン	1.4
2	トヨタ自動車	15.3	52	昭和シェル石油	1.4
3	日本たばこ産業(JT)	12.9	52	ソフトバンクモバイル	1.4
4	サントリー	10.3	52	東芝	1.4
5	パナソニック	8.5	56	大阪ガス	1.3
6	アサヒビール	6.8	56	キューピー	1.3
6	日本コカ・コーラ	6.8	56	JX日鉱日石エネルギー(ENEOS)	1.3
8	本田技研工業(ホンダ)	6.5	56	資生堂	1.3
9	旭化成	6.1	60	アイシン精機	1.1
10	日本赤十字社	5.9	60	旭硝子	1.1
11	住友林業	5.6	60	アシックス	1.1
12	日本マクドナルド	5.0	60	アステラス製薬	1.1
13	麒麟ビール	4.9	60	出光	1.1
13	日本生活協同組合連合会(CO・OP)	4.9	60	イトーヨーカ堂	1.1
15	オリエンタルランド	4.8	60	王子製紙	1.1
15	セブン-イレブン	4.8	60	キッコーマン	1.1
17	味の素	4.1	60	佐川急便	1.1
18	アマゾン	3.9	60	帝人	1.1
19	ダイキン	3.6	60	三菱東京UFJ銀行	1.1
20	IHI	3.4	60	ヤマダ電機	1.1
20	シャープ	3.4	72	独立行政法人宇宙航空研究開発機構(JAXA)	1.0
20	日立製作所	3.4	72	富士通	1.0
23	ヤマト運輸	3.3	74	大塚製薬	0.9
24	日産自動車	3.1	74	ビックカメラ	0.9
25	積水ハウス	2.9	74	ベネッセコーポレーション	0.9
25	ローソン	2.9	74	みずほ銀行	0.9
27	花王	2.8	74	ヤフー	0.9
28	全国農業協同組合連合会(JA全農)	2.6	74	LIXIL	0.9
29	ダスキン	2.5	80	エディオン	0.8
29	ブリヂストン	2.5	80	セイコーエプソン	0.8
31	全日本空輸(ANA)	2.4	80	任天堂	0.8
31	TOTO	2.4	80	三菱電機	0.8
33	すかいらーく	2.1	80	ヤマハ	0.8
34	伊藤園	2.0	80	ユニリーバ	0.8
34	クラレ	2.0	86	朝日新聞社	0.6
34	ファーストリテイリング(ユニクロ)	2.0	86	新日鉄	0.6
34	雪国まいたけ	2.0	86	セコム	0.6
38	日本生命	1.9	86	大和ハウス工業	0.6
39	東レ	1.8	86	東日本高速道路(NEXCO東日本)	0.6
39	東日本旅客鉄道(JR東日本)	1.8	86	ホクト	0.6
39	富士フイルム	1.8	86	三菱地所	0.6
39	楽天	1.8	86	山崎製パン	0.6
43	コスモ石油	1.6	93	神戸製鋼	0.5
43	ソニー	1.6	93	ジェーシービー(JCB)	0.5
45	エヌ・ティ・ティ・ドコモ	1.5	93	住友不動産	0.5
45	しまむら	1.5	93	ゼンショー	0.5
45	東海旅客鉄道(JR東海)	1.5	93	第一生命	0.5
45	東京ガス	1.5	93	大日本印刷(DNP)	0.5
45	日清食品	1.5	93	テレビ朝日	0.5
45	日本航空(JAL)	1.5	93	東京急行電鉄(東急)	0.5
45	ファミリーマート	1.5	93	他12社	0.5

図表D 第2回「環境への配慮が感じられる企業」アンケート／ランキングベスト20 選択理由

企業名	選んだ理由	性別年代	
1	イオン	木を植える活動を行っているから。	女性30代
1	イオン	資源が出ないように入れ物に工夫があったり、袋が有料だったりするか	女性20代
1	イオン	ホームページを見たことがあるが、植樹や環境に配慮したプライベートブランドがあることを知った。	女性50代
1	イオン	レシート募金など	男性20代
1	イオン	植樹	男性20代
1	イオン	レジ袋持参だと割引があったり、レシートで募金が出来たりするので	女性30代
1	イオン	リサイクル商品の回収や 贈答品の包装の簡素化	女性50代
1	イオン	いつも利用しているから！	男性40代
1	イオン	植樹活動は知っている	男性50代
1	イオン	マイバック	女性20代
1	イオン	街の掃除をしていると聞いたことがあるから	男性40代
1	イオン	店舗周りでも緑化やソーラーパネル設置などしているから	女性40代
1	イオン	植樹などしている	女性40代
1	イオン	環境によさそう	女性20代
1	イオン	分別化	男性30代
1	イオン	木を植える活動	男性40代
1	イオン	資源の回収や自然への取り組みがしっかりしている。	男性50代
1	イオン	環境に配慮した建物だから	男性20代
1	イオン	ポスターに書いてあったから。	女性20代
1	イオン	ビニール袋への取組	男性40代
1	イオン	木を植えている	男性30代
1	イオン	楽しいから	男性20代
1	イオン	緑化運動に勤めているのが身近に感じられるから。	男性20代
1	イオン	環境に配慮した商品をつくっているから	女性30代
1	イオン	イオンで働いてる方はみんな接客態度がいいと思います	女性20代
1	イオン	回収	男性50代
1	イオン	植林活動をしているという話を聞いたことがあるから	女性30代
1	イオン	国内や海外などで積極的に植樹などの活動をしているから。	男性40代
1	イオン	かなり以前から環境に対する取り組みが見られたから	男性40代
1	イオン	田舎のほうまで宅配スーパーの商品を届けてくれるから	女性30代
1	イオン	地域密着で活動をしている	男性50代
1	イオン	木を植える活動を続けている。	女性50代
1	イオン	植樹	女性30代
1	イオン	CMで植樹事業を紹介していたから	女性40代
1	イオン	トップバリュー製品へ反映されていたり、植林への取り組みを各地域で行っているから。	男性30代
1	イオン	トップバリューなど自社商品で環境に配慮していると思う。	女性40代
1	イオン	植樹や寄付などいろいろと取り組んでいる	女性50代
1	イオン	環境活動を行っているから	女性20代
1	イオン	一般消費者をうまく取り入れて、環境問題に取り組んでいる	女性40代
1	イオン	広告	女性20代
1	イオン	店内のトイレには、トイレトペーパーに関する環境に配慮するようなステッカーが貼ってあり、カードの明細も電子化を推進しているから。	女性20代
1	イオン	よく利用しているから	女性50代
1	イオン	ほかの会社の配慮がわからない	女性40代
1	イオン	緑が多い	女性40代
1	イオン	テレビでよく見ているから	女性20代
1	イオン	過剰な包装がなく価格・サービスもいいと思います。	女性40代
1	イオン	eco活動が目に見えるから。	女性30代
1	イオン	環境保護活動	男性40代
1	イオン	レジ袋削減や植林等を実施している。	男性40代
1	イオン	レジ袋の有料化などに取り組んでいる。黄色いレシートを通じて寄付などをしているから。	女性30代
1	イオン	レジ袋に社名を入れていない。レジ袋を辞退すると割引してくれる。	女性40代
1	イオン	植樹やマイバック、簡易包装など身近なエコへの配慮がみえるので	女性40代
1	イオン	資源の無駄使いを少なくするという観点から、梱包の省略化やレジ袋の節約に努めたり、ステロールトレイの回収を積極的に進めていると感じます。またレジでの精算を(一部)セルフサービスにしたり、プライベートブランドの商品を多数導入するなどして人件費やマーチンのコスト削減をはかる姿勢は大局的に見れば環境に配慮しているとも感じられ、個人的には好感を持っています。	女性50代
1	イオン	CMなど見ると感じます	女性40代
1	イオン	トップバリュー自社ブランドに力を入れている、安い	女性30代
1	イオン	いろんなイベントを施行しているようだ	女性50代
1	イオン	樹を植えているイメージがある。	女性30代
1	イオン	買い物袋を持参するように促している。	女性20代
1	イオン	近くのショッピングモールにソーラーパネルが設置されている	男性20代
1	イオン	植樹してるらしいから	女性40代

企業名	選んだ理由	性別年代
2	トヨタ自動車 環境に配慮したものづくり	女性40代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド	女性30代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車を普及	男性30代
2	トヨタ自動車 早くからハイブリッドの開発をして商品化しているから	男性40代
2	トヨタ自動車 ハイブリッドカーなどをいち早く開発しているため	女性50代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車でエネルギー問題に対して貢献している。	男性50代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド技術など購入者が参加できる形で貢献している	男性20代
2	トヨタ自動車 環境に配慮した質の良い車を作っている	男性30代
2	トヨタ自動車 環境性能にいい車を作っているから	女性30代
2	トヨタ自動車 そういう車をだしているから	女性20代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車や電気自動車への取り組み	男性40代
2	トヨタ自動車 ハイブリッドなどがあるから。	女性40代
2	トヨタ自動車 エコのCMをよく見るから	女性40代
2	トヨタ自動車 エネルギー消費削減につながる ハイブリッド車の開発に取り組んで	男性40代
2	トヨタ自動車 エコ車	男性40代
2	トヨタ自動車 環境に優しい車を扱っている	女性20代
2	トヨタ自動車 環境にやさしい車作りが一番進んでいると思うから	男性40代
2	トヨタ自動車 エコカーのイメージが強い	女性40代
2	トヨタ自動車 プリウスを最初に作り出した	男性20代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド自動車など開発しているから	男性30代
2	トヨタ自動車 エコカーの取り組み	男性30代
2	トヨタ自動車 エコカーのCMをよく見かけるので	男性30代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車を世界で初めて量産したので	男性40代
2	トヨタ自動車 環境への配慮をしたハイブリッド車を多く生産しているから	男性50代
2	トヨタ自動車 燃費改善	男性40代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド	男性20代
2	トヨタ自動車 一早くハイブリッドカーを販売した	男性50代
2	トヨタ自動車 ecoに配慮した車の発売や活動が感じられる。	男性50代
2	トヨタ自動車 エコカーをたくさん作っているから。	男性40代
2	トヨタ自動車 環境というハイブリッド車の印象が強いので	男性50代
2	トヨタ自動車 hvに取り組んでいる	女性30代
2	トヨタ自動車 イメージ	男性40代
2	トヨタ自動車 コマーシャルでよくやっているから	女性40代
2	トヨタ自動車 燃費が良い車が多い	男性40代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車などの開発	女性50代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車エコだと思うから	男性20代
2	トヨタ自動車 日本のエコカーの技術は世界でもトップクラスだと思う。	女性20代
2	トヨタ自動車 エコカー	女性50代
2	トヨタ自動車 環境対応車が、多いから。	男性40代
2	トヨタ自動車 温室効果ガスの発生をへらす取り組みがとくに目立つ	男性20代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車の開発	女性30代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド	男性20代
2	トヨタ自動車 最初にハイブリッド車を開発したので。	女性40代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車に力を入れている	女性20代
2	トヨタ自動車 電気自動車より現実的なハイブリッド車を普及させているから。	男性30代
2	トヨタ自動車 エコカーの製造	女性40代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車が有名だから	女性30代
2	トヨタ自動車 ecoカーの開発に力を入れている	男性20代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車を最初に市場投入したから	女性30代
2	トヨタ自動車 CM効果	男性40代
2	トヨタ自動車 自動車メーカーだから気にしているような気がするから	女性20代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車などの開発	男性30代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車の種類が多い	男性50代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車の販売など	女性40代
2	トヨタ自動車 CMを見て	女性50代
2	トヨタ自動車 なんとなく話を聞いた感じがした	男性40代
2	トヨタ自動車 開発に力を入れている	女性40代
2	トヨタ自動車 電気自動車	女性30代
2	トヨタ自動車 HV車やPHV車などの環境負荷の少ない燃費のよい車を作っている。	男性40代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車	男性30代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド	男性30代
2	トヨタ自動車 ecoドライブやハイブリッドに取り組んでいる	女性50代
2	トヨタ自動車 ハイブリッドカーが豊富だから	女性30代
2	トヨタ自動車 地球環境を考えた車の開発に力を入れているから。	女性40代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車を販売している	男性40代
2	トヨタ自動車 ハイブリッド車の推進	男性50代
2	トヨタ自動車 コマーシャルでそう感じる	男性30代
2	トヨタ自動車 ハイブリッドなどの先進性	男性50代
2	トヨタ自動車 エコカーの開発	女性50代

企業名	選んだ理由	性別年代
3 日本たばこ産業(JT)	多方面での社会貢献活動を実施している。	男性50代
3 日本たばこ産業(JT)	風当りの強い企業だけに真剣さがある	女性40代
3 日本たばこ産業(JT)	cmでやっている	女性50代
3 日本たばこ産業(JT)	CMを見て	男性30代
3 日本たばこ産業(JT)	私は喫煙者なので、たばこのCMや喫煙所などのポスターなど多く見る機会がある。マナーの呼びかけだけでなく、ごみ問題・分煙など環境への取り組みも強く感じる	女性20代
3 日本たばこ産業(JT)	クリーンネスが素晴らしい	女性40代
3 日本たばこ産業(JT)	逆境の中頑張っています	男性50代
3 日本たばこ産業(JT)	環境保全に関する告知を広告でよく見かけるから	男性30代
3 日本たばこ産業(JT)	CMでゴミ拾いなどしていたので。	女性50代
3 日本たばこ産業(JT)	環境に悪い商品を扱っているので余計環境に配慮しているようなイメージがある。	男性20代
3 日本たばこ産業(JT)	エコに努力している	男性50代
3 日本たばこ産業(JT)	CMで取組がわかる	男性20代
3 日本たばこ産業(JT)	分煙化を謳っているから	女性20代
3 日本たばこ産業(JT)	分煙などのテレビコマーシャル	男性50代
3 日本たばこ産業(JT)	CMでゴミ拾い活動等をしている事がわかるから	女性30代
3 日本たばこ産業(JT)	テレビCMの印象から。	男性20代
3 日本たばこ産業(JT)	CMの内容	女性20代
3 日本たばこ産業(JT)	煙草を取り扱っているから	男性40代
3 日本たばこ産業(JT)	CMなどから	男性50代
3 日本たばこ産業(JT)	たばこのイメージを下げないように配慮せざるを得ないと思う。	女性40代
3 日本たばこ産業(JT)	CMの印象が、強いから。	女性20代
3 日本たばこ産業(JT)	色々やっている	男性40代
3 日本たばこ産業(JT)	CMから	男性20代
3 日本たばこ産業(JT)	キャンペーンの貼り方に沿う感じる	男性40代
3 日本たばこ産業(JT)	CMでゴミ拾いをしたりしてるから	男性20代
3 日本たばこ産業(JT)	CM	女性20代
3 日本たばこ産業(JT)	CM	女性40代
3 日本たばこ産業(JT)	cmをよく見る	女性50代
3 日本たばこ産業(JT)	清掃活動のCMをよくみるから	女性30代
3 日本たばこ産業(JT)	注意喚起もしているし、慈善事業(？ゴミ拾いとかな)とかの事業もちゃんと見える形で行っているように感じる。	女性40代
3 日本たばこ産業(JT)	CMでよく環境問題に取り組んでいると見たから	女性40代
3 日本たばこ産業(JT)	分煙	女性50代
3 日本たばこ産業(JT)	CMで見るから	女性40代
3 日本たばこ産業(JT)	CMを見て	女性20代
3 日本たばこ産業(JT)	テレビCMを観て。	女性20代
3 日本たばこ産業(JT)	自然を大切にしている	男性40代
3 日本たばこ産業(JT)	CMの影響？	女性50代
3 日本たばこ産業(JT)	CMなど名所で禁煙(分煙)で放映されているから	女性30代
3 日本たばこ産業(JT)	清掃活動	男性30代
3 日本たばこ産業(JT)	企業のCMから	男性30代
3 日本たばこ産業(JT)	清掃活動を行っているから	女性40代
3 日本たばこ産業(JT)	CMでもやっているように環境美化活動をしている	男性40代
3 日本たばこ産業(JT)	クリーン活動(ボランティア)をよく行っているから	女性40代
3 日本たばこ産業(JT)	分煙の推進に力を入れている	女性50代
3 日本たばこ産業(JT)	禁煙	女性40代
3 日本たばこ産業(JT)	禁煙の世の中、分煙の取り組み	女性50代
3 日本たばこ産業(JT)	エコに関する取り組みをCMで流しているから	男性40代
3 日本たばこ産業(JT)	分煙推進。清掃活動。	男性30代
3 日本たばこ産業(JT)	有害物資をせいぞうしているから	男性40代
3 日本たばこ産業(JT)	CMや広告を見ると配慮されている感じがするため。	女性20代
3 日本たばこ産業(JT)	CMでいろいろな活動をしていることを知ったから	女性50代
3 日本たばこ産業(JT)	マナー向上を呼びかけるCMをよく見るから。	女性40代
3 日本たばこ産業(JT)	美化活動	男性20代
3 日本たばこ産業(JT)	cmを見るから	女性30代
3 日本たばこ産業(JT)	ひろまちとか分煙とかCMでやっているの！	女性40代
3 日本たばこ産業(JT)	そうじの運動をしていて、CMでも印象的。	女性30代
3 日本たばこ産業(JT)	商品に表示があったり、CM効果が高い	女性50代
3 日本たばこ産業(JT)	分煙がすすんでいる	男性50代
3 日本たばこ産業(JT)	就活中にそういうPRを聞いたから	女性20代
3 日本たばこ産業(JT)	CMで思う	女性50代
3 日本たばこ産業(JT)	テレビの宣伝で見るから	女性30代

企業名	選んだ理由	性別年代	
4	サントリー	ホームページやクイズなどでアピールしているため。	男性50代
4	サントリー	水の大切さをEメールで知っていた	男性50代
4	サントリー	自然環境を大切にしています	男性30代
4	サントリー	ホームページに取り組みが載っている	男性50代
4	サントリー	情報開示が進んでいる	女性40代
4	サントリー	ホームページを閲覧していて環境へ多くの配慮が感じられた。	男性50代
4	サントリー	送られてくるメールマガジンに環境への取り組みについて書かれていたから	女性30代
4	サントリー	HPをみて、環境を大事にしてると感じた	男性50代
4	サントリー	エコ活動をホームページで見られて活動がよくわかるから。	女性50代
4	サントリー	会社の水へのアピールを見て	男性50代
4	サントリー	HPを見て	男性50代
4	サントリー	水や森などの環境に配慮している事を、ホームページで見た事がある	女性50代
4	サントリー	ホームページで環境に関するサイトがあり、たまに閲覧するので	女性40代
4	サントリー	自然環境の保護に力を入れているから。	男性50代
4	サントリー	ホームページをみたから	男性50代
4	サントリー	ペットボトルへの配慮	女性20代
4	サントリー	自然を大切にしている	男性50代
4	サントリー	水と・・・	男性50代
4	サントリー	水といきるから	女性20代
4	サントリー	環境への取り組みが積極的だから	男性50代
4	サントリー	ホームページなどを見てそう思った	女性50代
4	サントリー	積極的に環境への配慮を発信している	男性50代
4	サントリー	木を植える活動を長年しているから。	女性50代
4	サントリー	ホームページやキャンペーンなどで、自然に配慮した製品を作っている事がわかるから。	女性40代
4	サントリー	環境に配慮された活動をしている	女性50代
4	サントリー	森の再生を上手に宣伝に利用しているのでわかりやすい	女性50代
4	サントリー	メセナ活動	女性50代
4	サントリー	きれいな水を維持する活動をしている	男性50代
4	サントリー	水を大切にしているから。	男性40代
4	サントリー	メールマガジンで見た活動など	男性50代
4	サントリー	イベントなので、森作りなどをやっていると言っていたから。	男性20代
4	サントリー	容器の省資源化省エネ自販機など	女性50代
4	サントリー	森や水資源を保護する活動で有名だから。	女性40代
4	サントリー	サイトから	女性40代
4	サントリー	震災後のCMを見て。	女性50代
4	サントリー	CMを見て	女性30代
4	サントリー	企業の取り組みがHPなどで分かりやすくていい。	女性20代
4	サントリー	広告から	女性40代
4	サントリー	日頃からPRしている	男性40代
4	サントリー	メルマガを読んでいて感じるだけ	女性30代
4	サントリー	事業所における環境への配慮	男性50代
4	サントリー	なんとなく。取引先でもあるから。	女性30代
4	サントリー	水をリサイクルし、森を育てている	女性50代
4	サントリー	自然環境保護に積極的	女性50代
4	サントリー	ホームページなど見ると環境への配慮が感じられる	男性50代
4	サントリー	工場の自然を大切にしている取り組みが積極的である	男性50代
4	サントリー	環境に配慮した活動をしているから	女性20代
4	サントリー	社会貢献をしていると思うから	女性50代
4	サントリー	HPでそう謳っているのを読んだから	女性40代
4	サントリー	ホームページでよく紹介されているから	女性30代
4	サントリー	木を植えたり積極的に活動していた気がする。	女性20代
4	サントリー	ホームページで取り組みなどを見て	女性50代
5	パナソニック	他の企業の製品をもっていない	女性50代
5	パナソニック	エコの商品を開発しているから	女性30代
5	パナソニック	エコナビ	男性50代
5	パナソニック	高効率の太陽光パネルの開発	男性30代
5	パナソニック	ちゃんとリサイクルしてそう	男性30代
5	パナソニック	エコ関連に力を入れているから	女性50代
5	パナソニック	エコnaviを搭載しているから	男性40代
5	パナソニック	環境に配慮した製品を多数製造しているから	男性50代
5	パナソニック	製品の消費電力を抑えている	男性40代
5	パナソニック	なんとなく水の品質に関して取り組んでいそう	女性20代
5	パナソニック	エコな商品を生産している	女性50代
5	パナソニック	商品すべて好き	女性50代
5	パナソニック	エコや節電の関連商品を販売しているから	女性30代
5	パナソニック	エコナビががんばっています。	女性40代
5	パナソニック	製品の幅が広いから	男性30代
5	パナソニック	工場跡地に桜公園を作っている	女性50代
5	パナソニック	エコを謳う商品が多い。	男性50代

企業名	選んだ理由	性別年代	
6	アサヒビール	ビールがおいしいから	女性20代
6	アサヒビール	見学に行った時、そのような説明があったから	男性40代
6	アサヒビール	CMを見て	男性50代
6	アサヒビール	エコの熱心	男性50代
6	アサヒビール	環境への配慮	男性40代
6	アサヒビール	水をどうしてそう思う。	男性50代
6	アサヒビール	資源を無駄にしない取り組みをしている。	男性50代
6	アサヒビール	アサヒの森を使った環境意識を高める活動をおこなっている	男性40代
6	アサヒビール	工場見学で無駄がないことを知った	男性50代
6	アサヒビール	対策ができています	男性30代
6	アサヒビール	環境に配慮している。	女性50代
6	アサヒビール	工場見学で聞いたから	女性20代
6	アサヒビール	環境第一だから	男性50代
6	アサヒビール	CMで感じる	男性40代
6	アサヒビール	水のこととか、子供たちに環境学習を行っているところ	女性50代
6	アサヒビール	よく覚えていないが森を作っていたような気がする	女性50代
6	アサヒビール	自然環境への活動をしているのを雑誌などで見たことがあるので	女性40代
6	日本コカ・コーラ	イメージなので	女性30代
6	日本コカ・コーラ	ペットボトルの開発	男性20代
6	日本コカ・コーラ	缶の自主回収を進んで行っているため	男性30代
6	日本コカ・コーラ	環境保護活動している	男性40代
6	日本コカ・コーラ	自然を大切にしている運動をしているので。	女性50代
6	日本コカ・コーラ	リサイクルに積極的だから	女性40代
6	日本コカ・コーラ	いろはすのような環境にやさしいペットボトルを製品化するところ	男性30代
6	日本コカ・コーラ	ろはすを作っているから	男性50代
6	日本コカ・コーラ	環境にやさしいペットボトル飲料があるから	男性30代
6	日本コカ・コーラ	リサイクルにも力を入れてそう	男性30代
6	日本コカ・コーラ	軽いペットボトルの水を製品化している	男性50代
6	日本コカ・コーラ	リサイクル	女性40代
6	日本コカ・コーラ	いろはすのCM	女性30代
6	日本コカ・コーラ	いろはすのボトルに工夫が感じられるから	女性40代
6	日本コカ・コーラ	途上国に寄付できる企画があった気がする	女性20代
6	日本コカ・コーラ	いろはすなど、環境に配慮した商品売っている。	男性20代
6	日本コカ・コーラ	省電力型の自販機	男性40代
6	日本コカ・コーラ	どの会社もそうとは思わない	男性40代
6	日本コカ・コーラ	CMで緑化運動をしているとかなんとか聞いたような。	女性30代
8	本田技研工業(ホンダ)	環境技術に取り組んでいる	男性50代
8	本田技研工業(ホンダ)	自動車を中心としたモビリティ全てに配慮している	男性30代
8	本田技研工業(ホンダ)	燃費がいいから	男性30代
8	本田技研工業(ホンダ)	エコカーへの取り組み	女性30代
8	本田技研工業(ホンダ)	よく聞かから	女性30代
8	本田技研工業(ホンダ)	ハイブリット車の開発販売	男性40代
8	本田技研工業(ホンダ)	ハイブリッド車	男性50代
8	本田技研工業(ホンダ)	活動をしているから。	女性40代
8	本田技研工業(ホンダ)	CMなどのイメージで	男性40代
8	本田技研工業(ホンダ)	低燃費車への積極的な取り組み。	男性50代
9	旭化成	テレビCM	女性30代
9	旭化成	環境に配慮した製品を提供している	男性20代
9	旭化成	レスポンスブルケア	男性50代
9	旭化成	特別な理由はない	男性20代
9	旭化成	減らしている	女性50代
9	旭化成	環境への配慮がなされているイメージが昔からある	女性40代
9	旭化成	CMでの取り組みが評価できる。	女性20代
9	旭化成	仕事上付き合いがあって感じる	男性20代
9	旭化成	商品開発が環境に配慮していると思う	男性20代
10	日本赤十字社	人道支援だけでなく環境保全活動も行っている。	男性40代
10	日本赤十字社	最も世の中のために活動している会社だと思ったから	男性20代
10	日本赤十字社	ある意味で自然素材のみを使用しているの	男性40代
10	日本赤十字社	何となく人の役に立ってそう	女性30代
10	日本赤十字社	世の中のために世の中のことを考えて行う会社だから	女性20代
10	日本赤十字社	赤い羽募金	女性30代
10	日本赤十字社	献血事業などで慈善事業に力を入れているから。	男性30代
10	日本赤十字社	助け合う感じ	女性40代
10	日本赤十字社	献血や募金活動等を行っているから。	女性40代

企業名	選んだ理由	性別年代
11 住友林業	自然を大切にし、住宅など木の風合いを生かした建築などを取り入れているから。	女性50代
11 住友林業	日本の林業の再生をこころみているから	男性30代
11 住友林業	林とついているから	男性30代
11 住友林業	そのようなCMを見た気がするから	男性20代
11 住友林業	キコリンが自然を大事にしているイメージ	男性30代
11 住友林業	そうゆうイメージがあったため	男性20代
11 住友林業	CMで見てなんとなく	女性20代
11 住友林業	植林事業	男性50代
11 住友林業	CMの内容から	女性20代
11 住友林業	林業に力をいれている	女性50代
12 日本マクドナルド	テイクアウトの際、紙袋でのテイクアウトにしているの。	女性40代
12 日本マクドナルド	環境保護活動を行なっている事をよく宣伝しているの	男性20代
12 日本マクドナルド	ビニール袋を廃止した点	女性20代
12 日本マクドナルド	クーポンなどが豊富	男性20代
12 日本マクドナルド	ビニール袋から紙袋になったから	女性30代
12 日本マクドナルド	紙袋が再生紙になっている	男性30代
12 日本マクドナルド	好感もてる	男性40代
12 日本マクドナルド	ハンパカーやポットを買つてもビニール袋に入れられないから。でも逆に揚げ物を紙袋だけで入れると、時間がたつと紙袋が油で染みてくるので非常に困るがビニール袋をそういう理由でも入れないというマクドナルドの環境への配慮。もしくは経費節減とも思えるほどの徹底さ。客としてはビニール袋に揚げ物は入れてほしいところだが、マクドナルドから「環境のためです！」と大きな顔をされるとこちらとしても何も言えないほど	女性30代
12 日本マクドナルド	テレビで取り組んでるのを見たことがある。	女性30代
12 日本マクドナルド	そうするようにマニュアルが用意されている為	男性20代
12 日本マクドナルド	簡易包装	女性30代
12 日本マクドナルド	色々、クーポンがある為。	女性40代
12 日本マクドナルド	パッケージの簡素化に早くから取り込んできたのを眼にしている。CMでのPRもうまい。他の企業も同様にやってるだろうが、身近に気軽に商品を購入できる企業だからわかりやすい。例えば、クルマなんか週1でなんか買えない。	男性40代
13 キリンビール	ビールを作ってる。	男性20代
13 キリンビール	広告をよく見る	男性50代
13 キリンビール	なんとなく、企業イメージがいい。	女性40代
13 キリンビール	質が良い	男性50代
13 キリンビール	色々な点で	男性50代
13 キリンビール	クリック募金などをやっている印象から	男性40代
13 キリンビール	社会貢献活動	女性40代
13 キリンビール	ホームページなどで活動を見ているので	女性40代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	放射線量の測定結果の公表や産地表記などオープンなところや企業努力を感じるから	女性30代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	有機のものがおいから	女性30代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	組合員を通じて取り組みがなされている	男性30代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	より自然な商品の開発販売に注力している	男性40代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	かなり以前から包装の簡略化や詰め替え用商品を取り扱っている印象がある	女性50代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	環境に配慮した食品を販売している	男性50代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	商品や運動方針での環境問題への取り組みが見られるから。	男性50代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	地味だから	女性40代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	他の会社の環境配慮をよく知らない。生協は毎週買い物に行っており、商品を知っているから。	女性30代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	それを売りにしていると思うから	男性30代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	自社商品に対するチェックが厳しいため	女性40代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	リサイクル運動がきっちりおこなわれている。	女性50代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	消費者に近い	女性20代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	イメージ	女性40代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	やはりなんといっても、身近なところで商品の安全性が、信用あると思われるので。	女性50代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	リサイクルやリユースが徹底している	女性50代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	情報誌に書いてある	女性50代
13 日本生活協同組合連合会 (CO・OP)	組合員のことを第一に考えている組織だと聞いたので、組合員をとりにくく環境にも配慮をすかなと思った	女性40代
15 オリエンタルランド	清掃活動が徹底している。	女性50代
15 オリエンタルランド	社員教育が素晴らしい	女性40代
15 オリエンタルランド	いつも夢を感じられる	男性50代
15 オリエンタルランド	ディズニーランドやシーに行き、その環境の徹底振りに驚嘆する。世界の植物学者が目にするほどの世界方々の植物の共存している環境にもっと着目すべき。	女性20代

企業名	選んだ理由	性別年代	
15	オリエンタルランド	ディズニーランドは環境整備を徹底しているから	女性20代
15	オリエンタルランド	環境に配慮してサービスを提供している	男性30代
15	オリエンタルランド	アルバイトまで企業の理念が浸透しているため	男性20代
15	オリエンタルランド	リサイクル活動をよくしているから	女性20代
15	オリエンタルランド	いつも笑顔でむかえてくれる。気持ちいい。	女性30代
15	オリエンタルランド	ゴミ拾いの徹底	女性20代
15	オリエンタルランド	サービスというか社員教育が徹底されているから	男性40代
15	オリエンタルランド	誰もが幸せになれるから	女性20代
15	オリエンタルランド	ディズニーランドをみて思った	女性50代
15	オリエンタルランド	ホスピタリティがある	女性40代
15	オリエンタルランド	サービスが良いから	女性20代
15	オリエンタルランド	スタッフの自立性	女性50代
15	オリエンタルランド	お客様を大切にしている	女性20代
15	オリエンタルランド	リピーターの多さがサービスの品質の高さを物語っていると思いま	男性20代
15	オリエンタルランド	来場した際のサービスが凄く良いと思うから	女性20代
15	オリエンタルランド	イメージのみ	女性40代
15	セブン-イレブン	弁当の包装が以前に比べ簡素なものになった	男性30代
15	セブン-イレブン	割り箸が竹を、使っている為	男性30代
15	セブン-イレブン	電気使用量の抑制	男性50代
15	セブン-イレブン	客の目線で商品が出ているゴミの分別もされている	女性40代
15	セブン-イレブン	よく利用するから	女性30代
17	味の素	エコに取り組んでいるし世界の食事にも使われている	男性20代
17	味の素	食品を作っている会社はそういうイメージがある	男性30代
17	味の素	HPに書いてありました	女性50代
17	味の素	説明が丁寧	男性20代
17	味の素	CSRレポートなど見ると、積極的	男性30代
17	味の素	体の為の商品を開発しているから	女性30代
17	味の素	さとうきび畑についての配慮	男性50代
18	アマゾン	電気自動車	女性20代
18	アマゾン	色々な商品が手に入れやすいから	男性20代
18	アマゾン	使いやすい	男性40代
18	アマゾン	注文した商品が早く手元に届く	女性50代
18	アマゾン	利用しやすい	女性30代
18	アマゾン	簡易梱包に積極的だから	男性30代
18	アマゾン	包装資材で感じます。	男性50代
18	アマゾン	商品発送時の包装が過剰になり過ぎない	女性20代
18	アマゾン	困った時の対応が、素早く親切である事と、荷物の梱包がどこよりも綺麗で送料無料が嬉しい。	女性30代
18	アマゾン	大手だから	男性30代
19	ダイキン	省エネ性の高い商品を開発しようという努力がうかがえるため。	男性40代
19	ダイキン	広告等で目にするとき、いつも環境配慮のアイデアが書かれているように感じるから	女性40代
20	IHI	よくわからないが、そういうイメージがある	男性20代
20	IHI	環境に配慮した開発を行っているそうなので。	男性20代
20	IHI	CMを見て	女性50代
20	IHI	TVCMで告知しているのを見たから	女性50代
20	IHI	会社のイメージ	男性20代
20	IHI	頑張っている	男性40代
20	シャープ	シャープの森や若草山でのボランティア	男性50代
20	シャープ	ソーラーパネルなどの環境配慮商品を作っている	男性50代
20	シャープ	液晶等の工場の話をよく聞くから。	女性30代
20	シャープ	ソーラー電池	男性40代
20	シャープ	太陽光発電	女性40代
20	シャープ	太陽光発電に力を入れているので。	女性40代
20	シャープ	先進的な製品づくりを行っている	男性30代
20	シャープ	エコに力を入れているから	女性40代
20	シャープ	ソーラーパネルに注力しているから	女性40代
20	シャープ	空気清浄機	女性50代
20	日立製作所	キャッチフレーズから	女性40代
20	日立製作所	テレビコマーシャルの「この木なんの木」が非常に印象的だから	男性50代
20	日立製作所	CMの印象から	女性20代
20	日立製作所	節電の強調やエコ商品に力を入れているから。	女性50代
20	日立製作所	CM	男性30代
20	日立製作所	TVコマーシャルの印象が強い	女性50代
20	日立製作所	テレビの宣伝	女性30代
20	日立製作所	企業自体がそういう物作りにあふれているから	女性20代
20	日立製作所	取組がある	女性50代

図表E 「環境への配慮が感じられる企業」に重視するイメージ／ランキング（単位％）

(n=800／複数回答)

順位	重視するイメージ	回答率
1	環境への取り組み	45.3%
2	商品／サービス	32.4%
3	製品／商品のリサイクル	28.1%
4	CM・広告	25.6%
5	企業理念・姿勢	20.6%
5	技術開発、技術提供	19.6%
7	工場での環境配慮	19.3%
8	従業員によるボランティア活動	8.3%
9	イベント協賛	7.6%
10	CSR(企業の社会的責任)	6.9%

図表F 第2回「環境への配慮が感じられる企業」ランキング上位／ISO14000の取得状況

順位	企業名	業種	ISO14001
1	イオン	各種商品小売業	取得済
2	トヨタ自動車	自動車製造業	取得済
3	日本たばこ産業(JT)	飲料・たばこ等製造業	未取得
4	サントリー	飲料品製造業	取得済
5	パナソニック	電気機器製造業	取得済
6	アサヒビール	飲料品製造業	取得済
6	日本コカ・コーラ	飲料品製造業	取得済
8	本田技研工業(ホンダ)	自動車製造業	取得済
9	旭化成	化学工業	取得済
10	日本赤十字社	医療業	未取得
11	住友林業	建築材料等卸売業	取得済
12	日本マクドナルド	飲食店	未取得
13	麒麟ビール	飲料品製造業	取得済
13	日本生活協同組合連合会(CO・OP)	協同組合	取得済
15	オリエンタルランド	娯楽業	未取得
15	セブンイレブンジャパン	飲食料品小売業	未取得
17	味の素	食料品製造業	取得済
18	アマゾンジャパン	書籍・雑誌等小売業	未取得
19	ダイキン工業	はん用機械器具製造業	取得済
20	IHI	輸送用機械器具製造業	取得済
20	シャープ	情報通信機械器具製造業	取得済
20	日立製作所	情報通信機械器具製造業	取得済