

# 2003 年 NRI 一万人アンケートに見るグリーンコンシューマー像

## The Image of Green-consumers in the NRI 10,000 People Questionnaire 2003

植村哲士\*

### 研究の目的

昨年度、NRI 一万人アンケートの 1997 年度、2000 年度データを用いてロジットモデルによって、環境保護に配慮した製品（以下、グリーンプロダクツ）を購入する消費者（以下、グリーンコンシューマー）の属性について検討を行った<sup>i</sup>。ただし、昨年度の検討データには、リスク選好性に関する設問が含まれていなかったため、いわゆるグリーンコンシューマーがグリーンプロダクツに対して、新規性があるから購入している（リスク愛好）のか、ブームに乗って追従的に購入しているのか（リスク回避）の分析が十分ではなかった。

NRI 一万人アンケート 2003 年度版では、最近リスク選好性の代替指標として用いられている「傘指標(降水確率何%の時に傘を持っていくか)」について設問を設けている<sup>iiii</sup>。この指標とグリーンコンシューマーの関係を見ることで、グリーンコンシューマーのリスク選好性が分かると考えられる。また、新しい製品が出た場合の購買行動（以下、イノベータ度と呼ぶ）とグリーンコンシューマーの関係を見ることで、グリーンコンシューマーが、どのような意識で環境製品を購入しているのか分かると考えられる。

そこで、本研究では、昨年度から一歩進んで、グリーンコンシューマーのイノベータ度やリスク選好性を見ることで、より具体的なグリーンコンシューマー像を明らかにすることを目指している。

### 使用したデータ

野村総合研究所の一万人アンケート第一回～第三回を用いている。特に第三回は 2003 年度に調査されたものである。第三回一万人アンケートの調査概要は以下の通りである。

表 1 第三回 NRI 一万人アンケートの概要

| 項目      | 内容             | 項目      | 内容           |
|---------|----------------|---------|--------------|
| 1) 調査地域 | 全国             | 4) 抽出方法 | 層化 2 段無作為抽出法 |
| 2) 調査対象 | 満 15 歳～69 歳の男女 | 5) 調査方法 | 留置記入依頼法      |
| 3) 標本数  | 10,060 サンプル    | 6) 調査時期 | 2003 年 7 月   |

\* 野村総合研究所 事業革新コンサルティング部 副主任研究員, Mail: t-uemura@nri.co.jp  
東京都千代田区大手町 2 - 2 - 1 新大手町ビルディング 5 F, Tel: 03-5255-9480, Fax: 03-5203-0810,

## 研究の手法

SPSS12.0J を用いて、ロジットモデルによってグリーンコンシューマーについての有意な属性を検討<sup>iv</sup>した。また、リスク選好性やイノベータ度に関して「グリーンコンシューマーか否か」と「傘指数による降水確率」の母比に対して「母比に差がない」を帰無仮説とする<sup>v</sup> 2 検定を行なった<sup>v</sup>。

## 主な結果

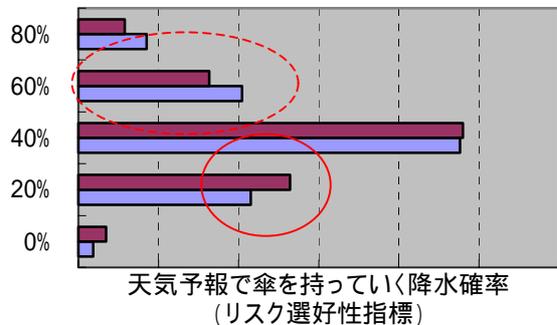
ロジットモデルの結果については当日紹介する。<sup>2</sup> 検定の結果、リスク選好性についても、イノベータ度についても 1% 有意水準で母比に有意差が認められた。傘指数によると、グリーンコンシューマーは非グリーンコンシューマーと比較して若干リスク回避的であることが分かる。また、イノベータ度からみても、グリーンコンシューマーは新製品に対して、積極的ではなく、周りの行動を見て購入をしていることが分かる。

以上より、グリーンコンシューマーは、非グリーンコンシューマーに比べてやや慎重な消費者であるということが分かる。

図1 グリーンコンシューマーのリスク選好性

■非グリーンコンシューマー ■グリーンコンシューマー

0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0% 50.0% 60.0%



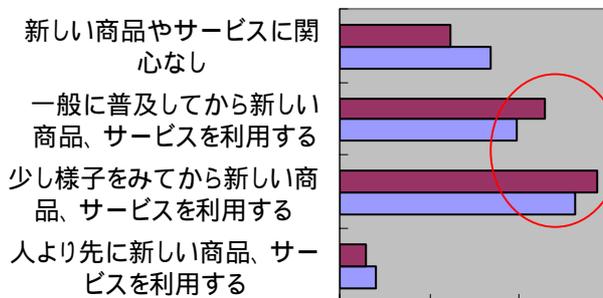
|                              |       |
|------------------------------|-------|
| <sup>2</sup> 値               | 69.77 |
| 自由度5、1%水準での <sup>2</sup> 臨界値 | 15.09 |

出所) 野村総合研究所 2003 年度一万人アンケートより作成

図2 グリーンコンシューマーのイノベータ度

■非グリーンコンシューマー ■グリーンコンシューマー

0.0% 15.0% 30.0% 45.0%



|                              |       |
|------------------------------|-------|
| <sup>2</sup> 値               | 47.56 |
| 自由度3、1%水準での <sup>2</sup> 臨界値 | 11.34 |

出所) 野村総合研究所 2003 年度一万人アンケートより作成

<sup>i</sup> 植村哲士、科野宏典「環境に配慮した商品をより普及させるには」『季刊環境研究』

No.131,2003.12.pp58-63.

<sup>ii</sup> 大竹文雄、富岡淳「誰が所得再分配政策を支持するのか？」ESRI Discussion Paper Series No.40, June 2003.

<sup>iii</sup> 玉田桂子、大竹文雄「道路整備に関する選好の決定要因」『会計検査研究』vol.29, 2004.3, pp115-128.

<sup>iv</sup> William H. Greene "Econometric Analysis 5<sup>th</sup> ed.Ch.21", Prentice Hall, 2003.

<sup>v</sup> 森敏昭、吉田寿夫『心理学のためのデータ解析テクニカルブック』北大路書房,1990.