



2007年12月4日

**<ダイキン「第12回 現代人の空気感調査」>
1万人アンケート
「5年前と比較した空気に対する意識変化の調査」結果発表
『おいしい空気代、月に1,144円、5年前に比べ半減』**

ダイキン工業株式会社は、10代から60代の全国約1万人を対象に、「空気に対する意識」をテーマにしたアンケートを実施しました。

12回目となる今回の調査は、2002年に実施した第1回調査<1万人が選んだ空気の三大理想郷編>及び第2回調査<日本人の3大無料(タダ)モノ編>と同じ質問項目で調査し、この5年間に日本人の空気に対する意識がどのように変化したのかを浮き彫りにすることを目的としました。

この5年間では、地球温暖化による異常気象など、「空気」に対する意識に変化を与えるような問題が増えてきております。このような世相の変化が、人々の「空気」に対する意識にどれほど影響を与えたのかを探りたいといった思いから本調査を実施しました。

調査結果では、「空気」に対するコスト意識が「ある」と答えた人が全体的に増えています。しかしながら、1ヶ月の空気代にかけてもいいと思う値段は、5年前と比べて半減するという結果が得られました。

かつては、無料(タダ)ものの代名詞として使われることもあった「空気」ですが、今では「おいしい空気」のためには、お金をかけてもいい人が増えつつあります。

また、未来の空気を心配する人が5年前よりも増加していることから、おいしい空気、快適な空気ならばお金を払っても手に入れる時代へと変化していると推察されます。

「5年前と比較した空気に対する意識変化の調査」の主な結果は、以下の通りです。

「5年前と比較した空気に対する意識変化の調査」主な結果

()は報告書での頁数

I. 5年間で「空気」のコスト意識を持つ人は増えたが、空気にかけるお財布の紐は堅くなる

- ・今や空気は買う時代、「空気」のコスト意識が「ある」人が19.4%から27.9%にアップ・・・4P(30P)
- ・「おいしい空気」にかけてもよい金額は1ヶ月2,125円から1,144円にダウン・・・5P(37P)

II. 未来の空気は大丈夫？ 5年前に比べ「空気」を心配する人たちが増加中・・・7P(43P)

- 2007年：「安全」(41.2%)、「空気」(35.5%)、「水」(23.3%)
- 2002年：「安全」(43.5%)、「空気」(29.3%)、「水」(27.1%)

III. 国内で心地よい空気が流れていると思う場所、第1位は「富良野」から「屋久島」へ・・・8P(14P)

- 2007年：「屋久島」(27.0%)、「日本アルプス」(20.2%)、「富良野」(14.6%)
- 2002年：「富良野」(23.0%)、「屋久島」(20.5%)、「日本アルプス」(19.5%)

【調査概要】

1. 調査対象及びサンプル数：有効票数：23,612 サンプル

※Web による公開調査で実施したため、性別、年代、職業などは限定しておりません。

23,612 件<<内訳>>

	総計	10代	20代	30代	40代	50代	60歳以上
合計	23,612	335	4,422	9,401	5,663	2,790	1,001
男性	10,420	144	1,277	3,277	3,170	1,785	767
女性	13,192	191	3,145	6,124	2,493	1,005	234

分析サンプル数

10,000 件

〔第2回調査の性・年齢別サンプル構成比率に則して分析サンプル数 10,000 名を配分し、端数を調整してセグメントごとのサンプル数を設定しました。〕
その上で、全応募者の中からセグメントごとに等間隔抽出法でランダムに分析対象サンプルを抽出しました。

<<サンプル配分>>

	総計	10代	20代	30代	40代	50代	60歳以上
合計	10,000	250	3,050	3,500	2,100	800	300
男性	5,000	100	1,000	1,700	1,400	600	200
女性	5,000	150	2,050	1,800	700	200	100

2. 調査方法：ホームページ上に「アンケートコーナー」を設け、回答していただきました。

3. 調査時期：2007年10月6日（土）～10月31日（水）

【ダイキン工業の空気感調査】

当社は、“空気”にこだわり、空調の技術を進化させてきたトップメーカーとして、日頃あまり意識されてこなかった“空気”についてもっと多くの方々に関心を持っていただきたいと考えています。そのため 2002 年から“空気”に関する現代人の意識を浮き彫りにする「現代人の空気感調査」を実施してきました。

今回の調査は、その 12 回目となります。

<これまでの主な調査内容> () 内は発表日

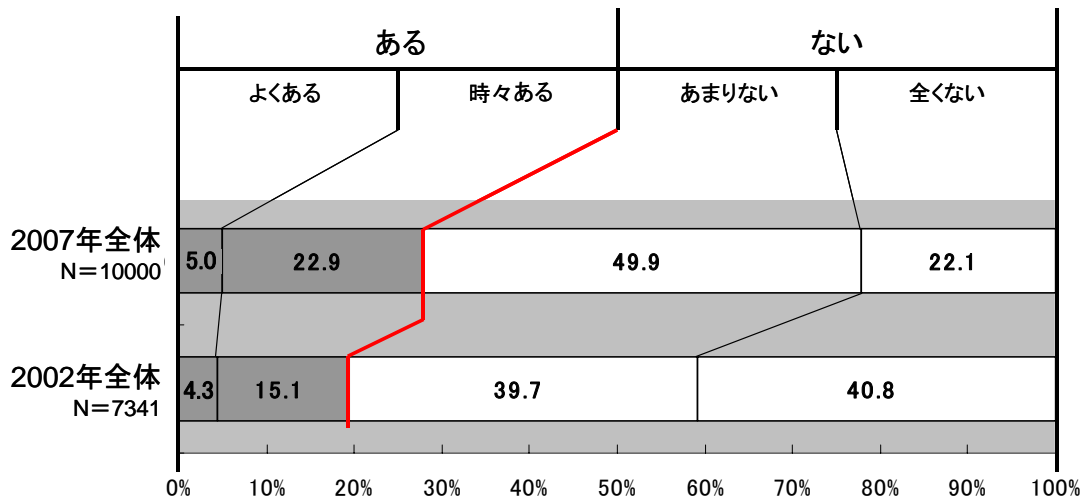
- 第 1 回 1 万人アンケート「心地よい空気の 3 大理想郷」(02 年 6 月 17 日)
- 第 2 回 日本人の「空気・水・安全<3 大無料(タダ)モノ>」(02 年 12 月 2 日)
- 第 3 回 主婦に聞いた「夏の睡眠と空気」(03 年 7 月 22 日)
- 第 4 回 主婦に聞いた「冬の部屋の空気と風邪対策」(03 年 11 月 27 日)
- 第 5 回 ビジネスパーソンに聞いた「健康増進法施行 1 年後の空気」(04 年 4 月 8 日)
- 第 6 回 ビジネスパーソンに聞いた「冬のオフィスの空気」(04 年 12 月 7 日)
- 第 7 回 ビジネスパーソンに聞いた「クールビズにみる夏のオフィス空気」(05 年 7 月 5 日)
- 第 8 回 全国の主婦に聞いた「家庭内における冬の空気環境とウォームビズへの取り組み」(06 年 1 月 11 日)
- 第 9 回 小学生 200 名に聞いた「子どもと夏の空気」(06 年 7 月 20 日)
- 第 10 回 団塊世代層と団塊ジュニア層 男女 400 名に聞いた「夫婦の空気」(07 年 2 月 8 日)
- 第 11 回 男女 800 名に聞いた「夏の空気と肌に関する意識調査」(07 年 8 月 8 日)

I. 5年間で「空気」のコスト意識を持つ人は増えたが、空気にかけるお財布の紐は堅くなる

・今や空気は買う時代、「空気」のコスト意識が「ある」人が 19.4%から 27.9%にアップ

■5年前との比較について

図1：5年前と比べた「空気」に対するコスト意識の有無



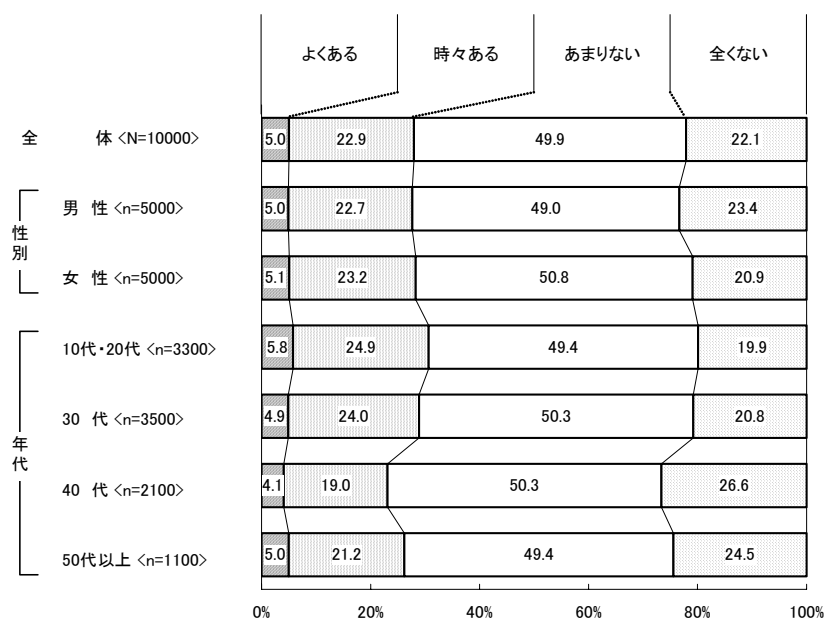
「空気」に対してコストを意識することがどの程度あるのかを5年前と比較しました。

その結果、コスト意識が“ある”人は、2002年では「よくある」(4.3%)と「時々ある」(15.1%)を合計すると約2割(19.4%)でしたが、2007年では「よくある」(5.0%)と「時々ある」(22.9%)を合計すると3割弱(27.9%)に増えていることが分かりました。

これは、近年、健康意識の高まりや空気環境への関心が増える中で、ルームエアコンや空気清浄機など付加価値機能付き家電製品に対するニーズが拡大する傾向が見られることなどから、より良い「空気」を得るための意識が高まっていると考えられます。

■2007年調査結果について

図2：2007年における全体の「空気」に対するコスト意識の有無



「空気」に関して、日頃、そのコストをどの程度意識しているのかを聞きました。

「空気」のコストを意識することについては、「よくある」(5.0%)、「時々ある」(22.9%)が両者を合わせると“ある”(27.9%)は3割弱です。一方、「全くない」(22.1%)、「あまりない」(49.9%)の両者をあわせた“ない”(72.0%)は7割強です。

《属性別》

年代別に見ると、<10代 20代>は「よくある」(5.8%)、「時々ある」(24.9%)が他の年代をやや上回っている傾向にあります。

I. 5年間で「空気」のコスト意識を持つ人は増えたが、空気にかけるお財布の紐は堅くなる

・ 1ヶ月の平均空気代は全体で 2,125 円から 1,144 円にダウン

■ 5年前との比較について

図3：5年前と比べた「おいしい・快適な空気」を1か月間得るために出してもよいと思う金額

	全体 N=10000	10・20代 N=3300	30・40代 N=5600	50代以上 N=1100
2007年	1144円	1824円	830円	705円
	全体 N=7341	10・20代 N=2447	30・40代 N=4189	50代以上 N=705
2002年	2125円	2061円	2098円	2514円

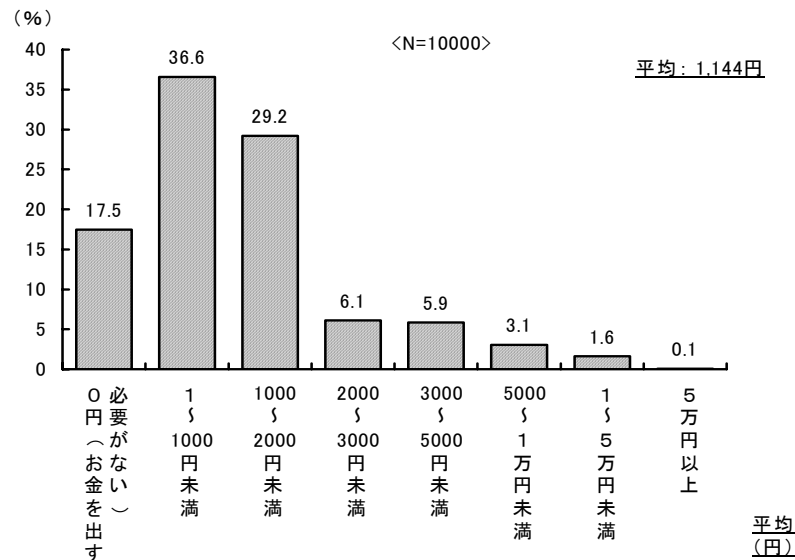
「おいしい空気・快適な空気」を1か月間得るために、出してもよいと思う金額を5年前と比較しました。

その結果、2002年の全体の平均金額は2,125円でしたが、2007年の平均金額は1,144円に下がっており、この5年間で約1,000円下がっていることが分かりました。

これは、ルームエアコンなどの高機能・高付加価値家電製品の普及や、空気清浄機の普及率の向上など、初期の投資として「良い空気」に費用をかける一方、省エネ機能（電気代の節約）に対する意識の向上や、メンテナンスコスト（フィルター交換など）に対する意識の向上などから、これまであまり意識されてこなかった「1ヶ月の空気代」に対する価値観を左右する“指標”がより身近になり、結果値段が下がったのではないかと推察されます。

■2007年調査結果について

図4：2007年における「おいしい・快適な空気」を1か月間得るために出してもよいと思う金額



性別	男性 <n=5000>	女性 <n=5000>	10代・20代 <n=3300>	30代 <n=3500>	40代 <n=2100>	50代以上 <n=1100>	平均 (円)
性別	16.4	18.5	11.2	17.3	22.3	27.6	1,198
	37.4	35.7	26.7	43.4	41.0	35.9	1,090
	29.7	28.8	30.1	28.0	29.4	30.1	1,824
	6.1	6.1	9.8	5.0	3.9	2.6	848
	5.4	6.3	11.6	4.1	1.8	2.1	800
	2.8	3.3	7.0	1.4	0.9	0.7	705
	1.9	1.3	3.5	0.8	0.6	0.8	
	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	

「1～1,000円未満」(36.6%)が3割強、「1,000～2,000円未満」(29.2%)が3割弱を占め、「0円(お金を出す必要はない)」(17.5%)など、これらを合わせると、“2,000円未満”(83.3%)が全体の8割強を占めています。出してもよいと思う金額の平均は1,144円です。なお、100万円以上を書かれた方は集計から外しています。最高額は500万円です(1名回答)。

《属性別》

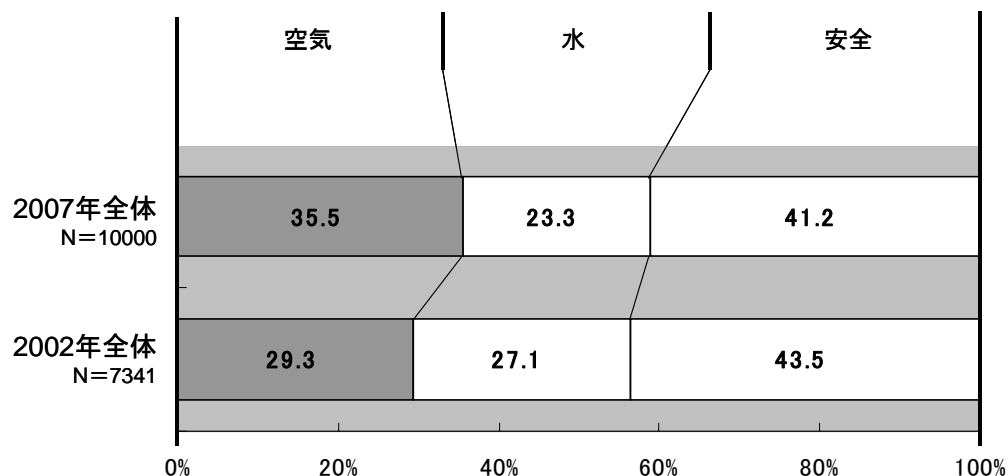
性別に平均金額を見ると、<男性>の1,198円に対して<女性>は1,090円と、<男性>が<女性>を上回っています。

年代別に見ると、<10代20代>は1,824円と突出しており、“30代以上”は年齢が高くなるにしたがって少しずつ金額が下がっています。

II. 未来の空気は大丈夫？ 5年前に比べ「空気」を心配する人たちが増加中

■ 5年前との比較について

図5：5年前と比べた「空気・水・安全」のなかで将来、最も心配なもの



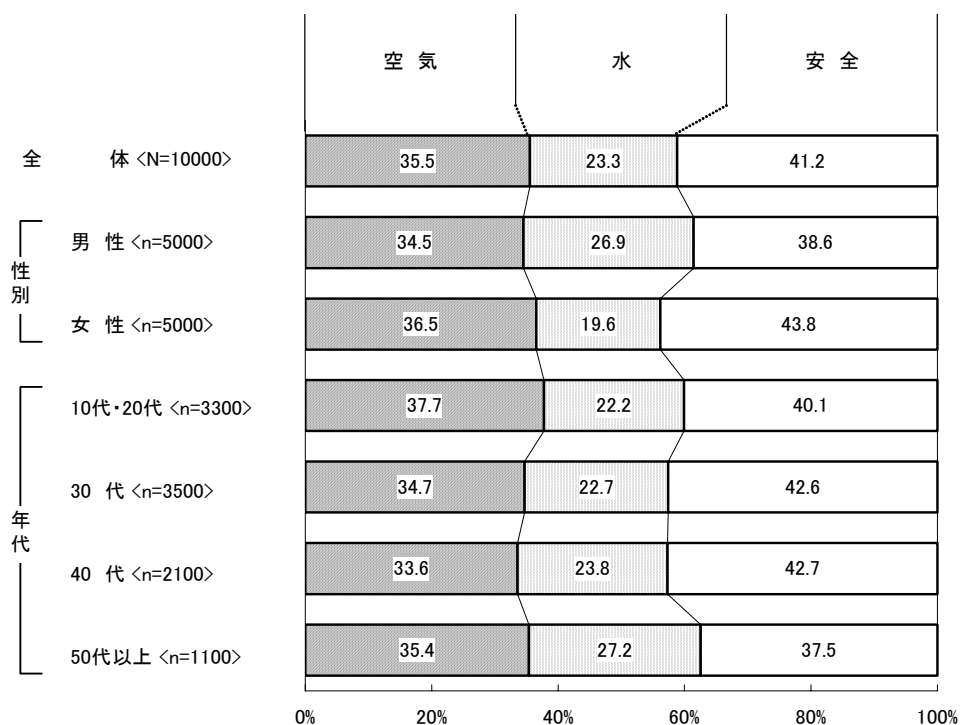
「空気・水・安全」の中で将来において最も心配（気がかり）なものを、5年前と比較しました。

その結果、2002年では、「安全」（43.5%）が最も多く、次いで「空気」（29.3%）、「水」（27.1%）の順でしたが、2007年で最も多いのは「安全」（41.2%）、次いで「空気」（35.5%）、「水」（23.3%）となり、この5年間で「安全」「空気」「水」の順位自体は同じでした。

しかし、心配の割合は「安全」と「水」ではわずかずつ下がっているのに対して、「空気」は6ポイントほど上がっています。空気に対する不安感はこの5年間で増しているようです。

■ 2007年調査結果について

図6：2007年における「空気・水・安全」のなかで将来、最も心配なもの



最も多いのは「安全」(41.2%)で4割強を占めています。次いで多いのは「空気」(35.5%)で3割強、最も少ないのは「水」(23.3%)で2割強という結果になっています。

《属性別》

性別に見ると、「安全」は<男性>(38.6%)より<女性>(43.8%)、「水」は<女性>(19.6%)より<男性>(26.9%)の方が上回っていますが、「空気」(男性 34.5%、女性 36.5%)は男女差がほとんどありません。

年代別に見ると、「空気」を最も多くあげているのは<10代 20代>(37.7%)で、最も少ないのは<40代>(33.6%)となっていますが、さほど大きな差ではありません。

III.国内で心地よい空気が流れていると思う場所、第1位は「富良野」から「屋久島」へ

■5年前との比較について

図7：5年前と比べた国内で心地よい空気が流れていると思う場所 ベスト5

		1位	2位	3位	4位	5位
2007年	全体	屋久島 27.0%	日本アルプス 20.2%	富良野 14.6%	上高地 12.3%	四万十川 9.9%
	男性	屋久島 23.0%	日本アルプス 21.3%	上高地 12.9%	富良野 10.9%	釧路湿原 10.8%
	女性	屋久島 30.9%	日本アルプス 19.1%	富良野 18.2%	上高地 11.7%	軽井沢 11.2%
2002年	全体	富良野 23.0%	屋久島 20.5%	日本アルプス 19.5%	上高地 18.9%	四万十川 15.1%
	男性	日本アルプス 19.9%	屋久島 19.3%	富良野 18.7%	上高地 17.9%	四万十川 16.0%
	女性	富良野 27.3%	屋久島 21.7%	上高地 19.9%	日本アルプス 19.1%	四万十川 14.3%

心地よい空気が流れていると思う場所を5年前と比較しました。

その結果、トップ3が「屋久島」、「日本アルプス」、「富良野」であることは変わっていませんが、順位は「屋久島」がトップになっているのに対して「富良野」は3位に下がっています。割合を見ても「屋久島」は増えていますが、「富良野」は減っており、「日本アルプス」はほとんど変わっていません。

さらに、性別に比較すると、第1位は<女性>では「富良野」、<男性>では「日本アルプス」で「富良野」は第3位と男性と女性で差がありました。しかし、今回の調査では第1位、第2位とも男性女性とも同じ結果となっており、性別による差はありません。また、前回全体でトップだった「富良野」は男女とも順位を下げています。

■2007年調査結果について

図8：2007年における国内で心地よい空気が流れていると思う場所 ベスト5

		1位	2位	3位	4位	5位
男性	10・20代	屋久島 22.7%	日本アルプス 22.3%	軽井沢 12.6%	富良野 12.2%	四万十川 10.3%
	30代	屋久島 23.1%	日本アルプス 21.0%	上高地 12.8%	四万十川 11.2%	富良野 10.8%
	40代	屋久島 26.2%	日本アルプス 22.4%	上高地 15.1%	富良野 12.0%	白神山地 釧路湿原 11.8%
	50代以上	日本アルプス 18.9%	屋久島 17.6%	上高地 16.1%	白神山地 14.8%	釧路湿原 12.9%
女性	10・20代	屋久島 28.5%	日本アルプス 19.4%	富良野 19.2%	軽井沢 15.2%	—
	30代	屋久島 33.3%	日本アルプス 19.3%	富良野 18.3%	上高地 14.0%	四万十川 10.1%
	40代	屋久島 34.0%	富良野 17.3%	日本アルプス 17.1%	上高地 14.7%	蓼科高原 10.9%
	50代以上	屋久島 27.0%	日本アルプス 20.3%	上高地 19.7%	蓼科高原 12.7%	富良野 12.3%

※「—」は、10%未満のため掲載せず

＜属性別＞

● 性別

	1位	2位	3位	4位	5位
男性	屋久島 23.0%	日本アルプス 21.3%	上高地 12.9%	富良野 10.9%	釧路湿原 10.8%
女性	屋久島 30.9%	日本アルプス 19.1%	富良野 18.2%	上高地 11.7%	軽井沢 11.2%

第1位、第2位の「屋久島」、「日本アルプス」は男性と女性で差がありませんが、＜男性＞では第3位に「上高地」、第4位に「富良野」があげられているのに対して、＜女性＞では第3位に「富良野」、第4位に「上高地」があげられており、男女間で「上高地」と「富良野」が逆転しています。

男性・女性ともほとんどの年代で第1位に「屋久島」、第2位に「日本アルプス」があげられています。＜男性・50代以上＞は第1位と第2位が逆に、＜女性・40代＞は第2位に「富良野」があげられ、「日本アルプス」は第3位となっているだけです。また、第3位は男性では「上高地」が＜10代20代＞を除いてあげられているのに対して、女性では「富良野」が上位にあがっています。「富良野」は既述のとおり5年前の調査で第1位だった場所ですが、今なお女性に人気が高いようです。

＜参考情報＞

海外で心地よい空気が流れていると思う場所を5年前と比較した結果は、下記のとおりです。

図9：5年前と比べた海外で心地よい空気が流れていると思う場所 ベスト5

		1位	2位	3位	4位	5位
2007年	全体	アルプス 52.8%	ロッキー山脈 18.2%	モンゴル大草原 11.5%	エーゲ海 10.5%	アラスカ 9.2%
2002年	全体	アルプス 34.9%	ロッキー山脈 17.4%	エーゲ海 16.0%	モンゴル大草原 13.3%	フィジー諸島 10.0%

【おわりに】

2002年からの5年間では、世界各地で地球温暖化などによる異常気象が頻繁にみられ、人々の健康や安全に対する価値観に大きな影響を与えるような社会的な変化が起きております。

このような時代背景をうけて、今回の調査では、5年前の調査と比べると「空気」に対する“コスト意識”は上がったものの、「おいしい・快適な空気」を得るために“1ヶ月間にかけてもいい値段”は下がるという、一見矛盾した内容とも考えられる結果となりました。また、「おいしい水」「安全」に対する値段も、「空気」と同様に5年前と比べ半減する結果となりました。

これは、ミネラルウォーターの販売量が大きく伸びるなかで、逆に小売価格は低下していること、ホームセキュリティの月額料金が手頃になってきたこと等、これまで三大無料（タダ）ものと言われてきた「空気・水・安全」に対する人々のコスト感覚が変化しているとも考えられます。

とりわけ、「空気・水・安全」のなかで将来、最も心配なものとして唯一「空気」だけが、5年前よりも不安を抱いている人の割合が増えていました。

この5年間で、空気に対するコストや不安など様々な意識が着実に変化している事をうけ、ダイキン工業は総合空調メーカーとして、より多くの皆さんが快適な空気環境で過ごせるように、さらなる技術革新の向上に努めてまいります。

※本調査の詳細につきましては、「総合報告書」もあわせてご覧ください。

●報道機関からのお問い合わせ先

ダイキン工業株式会社 コーポレートコミュニケーション室

【本 社】〒530-8323 大阪市北区中崎西二丁目4番12号(梅田センタービル)

TEL (06)6373-4348(ダイヤルイン)

【東京支社】〒108-0075 東京都港区港南二丁目18番1号(JR品川イーストビル)

TEL (03)6716-0112(ダイヤルイン)

●内容に関するお問い合わせ先

ダイキン工業株式会社 総務部

【本 社】〒530-8323 大阪市北区中崎西二丁目4番12号(梅田センタービル)

TEL (06)6373-4314(ダイヤルイン)

* 空気調査レポート (AIR CITY「空気の学校」内) アドレス <http://aircity.daikin.com/school.html>