

- 約3割が「地球温暖化の主な要因は太陽活動の活発化」と回答。気候変動が人為的なCO2排出によるものだという気候科学に基づく認知の醸成が求められる。
- 生活者の17.0%が気候変動を意識して行動。取り組みの上位は「フードロスを出さない（72.4%）」「節電（71.7%）」。自身の経済メリットも考慮していることが推察される。
- 気候変動対策として企業に期待する、「商品開発」に関する取り組み上位は「梱包・資材への配慮（76.3%）」「長期使用を考えた商品開発（76.0%）」「環境に配慮した原材料使用（75.6%）」。生活者はサーキュラーエコノミー型の商品開発や輸送・販売方法を企業に求めており、製品開発から輸送、販売、回収までライフサイクル全体での環境負荷低減の取り組みが重要（※1）。

【環境配慮・サステナビリティへの関心・行動・企業へのニーズ】

- 生活者の53.1%が普段の買い物で「環境配慮・サステナビリティ」を重視。
- 環境に配慮した商品・サービスの購入意向を持つ生活者は64.7%。
- CO2排出量を見える化し商品等へ表示するカーボンフットプリント、環境負荷を評価する手法であるライフサイクルアセスメント（LCA）を理解している人はいずれも4%以下（※2）。
- 生活者は環境についてのラベル表示で購入意向が高まる。「環境ラベル（47.6%）」、「カーボンフットプリント（44.6%）」（※3）。
- 環境に配慮した商品・サービスの購入意向がある生活者のうち半年以内に「購入していない」人は46.2%。
- 購入意向はあるが購入しない理由の上位は、「どの商品・サービスが環境に配慮されているかわかりにくかった」、「普段買い物をする場所に商品・サービスがなかった」、「どのように環境に配慮されているか不明瞭だった」。商品・サービスを選ぶための情報が行き届いていないことが考えられ、わかりやすいコミュニケーションが必要。
- 生活者の64.3%が企業の環境配慮の取り組みの情報発信がわかりにくいと感じている。
- 企業に期待する気候変動対応に関する情報発信の方法は、「テレビCM」に続き、「商品パッケージやサービスへの表示」、「店頭」、「SNS」、「企業のWebサイト」が挙げられている。

【プラスチックへの関心】

- 脱プラスチックが注目される中、プラスチックは地球温暖化の要因（31.0%）よりも海洋プラスチック問題（62.8%）やごみ問題（57.8%）の要因として捉えている生活者の割合が多い。
- 石油由来と植物由来（バイオマスプラスチック）のプラスチックがあることは47.3%が認識。一方でバイオマスプラスチックが石油由来のプラスチックよりもCO2排出量が少ないなど正しい認知はまだ普及していない。

三井化学株式会社 グリーンケミカル事業推進室 ビジネス・デベロップメントグループリーダー 松永 有理 氏のコメント

今回の調査は素材についてのアンケートが行われていたのが特徴的でした。素材は生活者にとって真っ先に触れるインターフェースですので、考察のようにUX（ユーザー体験）視点での転換が重要と考えます。

三井化学では、「素材の素材まで考える」アプローチでプラスチックの炭素の由来を見直す活動を進めています。これまでの化石資源由来の炭素から、バイオマスやリサイクル由来の炭素を活用する取り組みです。調査結果にあるように生活者のカーボンニュートラル／サーキュラーエコノミー意識は高くなっており、そうした商品への期待がわかりますが、一方で生活者のもとに届

けられていない現実も浮かび上がっています。素材メーカーとしてサプライチェーンで連携し、生活者の方々にいかに環境配慮型製品を届けていくか、課題も見える調査結果でした。

※メンバーが支援し、環境負荷の少ないバイオマスプラスチック普及に取り組んでいる三井化学株式会社より調査結果について、コメントをいただきました。

・三井化学のバイオマス&リサイクルソリューション：

<https://jp.mitsuichemicals.com/jp/sustainability/beplayer-replayer/>

・お客さまの声：『三井化学株式会社さま【プラスチックのバイオマス化やリサイクルのマーケティング支援】企画会議はボクシング、メンバーはやりたいことを汲み取って一緒に作り上げていけるパートナー』（2024年5月）：<https://www.members.co.jp/results/casestudy/case51.html>

一般社団法人アースデイジャパンネットワーク 共同代表・株式会社メンバーズ 萩谷 衛厚のコメント



気候変動問題への関心層は今やマジョリティを占め、環境に配慮した商品の提供は、購買行動にも大きな影響を与えるという調査結果に、脱炭素社会の実現に向けて大きなポテンシャルを感じました。

一方で私たちは2024年、「Planet vs. Plastics」をアースデイのグローバルテーマとして掲げていますが、プラスチック問題への啓発がより一層求められていることを改めて認識しました。

今後もこうした社会的に意義深い調査結果を、継続して社会に広く発信していくことを期待しています。

株式会社メンバーズ 脱炭素DX研究所 所長 我有 才怜からの提言



本調査では、生活者が環境配慮やサステナビリティを購買基準として重視する傾向やカーボンフットプリントなどの環境ラベル表示が有効であることが明らかになりました。生活者と企業が、互いの意識や行動の変化をただ待つのではなく、互いが共創していくプロセスが重要であることを示す調査結果であると感じます。

環境配慮型で、なおかつ、ユーザーが積極的に関与したくなる商品やサービスの開発や情報開示を行うために、環境負荷の定量的な可視化と、環境負荷削減を価値に転換していく発想やビジネスモデル変革が鍵になるでしょう。

※1 サークュラーエコノミー：持続可能な社会を実現するための経済システムと経済活動に関する発展的かつ革新的な産業モデルのこと。脱炭素社会の実現のためには、産業革命以降の大量生産・大量消費・大量廃棄を生み出した「リニアエコノミー（直線型経済）」から脱却し、温室効果ガス排出量の削減と経済成長の両立（デカップリング）を実現する「サーキュラーエコノミー（循環経済）」への移行が必要となる。

※2 ライフサイクルアセスメント（LCA）：製品・サービスの原料調達から、生産、流通、使用、廃棄まで一連のライフサイクルにおける温室効果ガス排出量などの環境負荷を評価するための手法。

※3 カーボンフットプリント：商品やサービスの原材料の調達から、生産、流通、廃棄・リサイクルに至るまでの間で排出される温室効果ガスの排出量をCO2に換算して、その商品やサービスにわかりやすく表示する仕組み。Carbon Footprint of Productsの略称。

調査概要とレポート構成

- 調査方法：Webアンケート調査
- 対象者：20代～60代の男女（調査会社パネル）
- サンプル数：2,730名
- 実施時期：2024年6月11日
- レポート構成：調査概要、調査結果サマリー、調査結果からの提言、調査結果、Appendix、メンバーズ脱炭素DXソリューション紹介
- 企画・調査：株式会社メンバーズ、脱炭素DX研究所、ポップインサイトカンパニー
 - ポップインサイトカンパニーは、メンバーズのUXデザイン・UXリサーチ専門組織。「ユーザー視点を間近にすることで人と価値をつなぎ、心豊かな社会をつくる」をミッションに掲げ、UXデザイナーが伴走し、サービス改善・事業開発支援を提供。脱炭素社会実現に向けた企業の取り組みを支援する調査・体験デザインもおこなっています。
 - URL：<https://popinsight.jp/>
- 調査内容に関するお問い合わせ：株式会社メンバーズ 脱炭素DX研究所
mail：ddx_research@members.co.jp
- レポート詳細ダウンロードはこちら：
<https://knowledge.members.co.jp/download/135-service-survey>

メンバーズの脱炭素DX事業

メンバーズでは取引先企業とともに、気候変動問題をビジネスで解決することを目指しています。2023年には、脱炭素社会実現に向けた専門組織「脱炭素DXカンパニー」や「脱炭素DX研究所」を設立、またデジタルを起点に持続的なビジネス成果の創出と脱炭素の実現を支援する「脱炭素DXソリューション」の提供や、取引先企業へのDX支援業務を中心に脱炭素につながる行動をリスト化し社員が取り組む「脱炭素アクション」などを進めています。

(1) 脱炭素DX研究所

- 脱炭素DX領域の先進事例研究・ソリューション開発・情報発信を行うために2023年4月に設立。LCA、スコープ3、サーキュラーエコノミー、DPP（デジタル製品パスポート）など脱炭素ビジネスにおけるDXをテーマに、各業界の規制や各国の条例、国際的な動向、企業の取り組み事例などをパートナー企業と協力し、調査、取材、公開しています。
- 公式note：<https://note.members.co.jp/>

(2) 脱炭素DXカンパニー

- 脱炭素社会実現に向け2023年4月に設立した株式会社メンバーズの専門組織。生成AIを活用した温室効果ガス排出量の算定・可視化や、サステナビリティ業務の効率化、サプライチェーンのリデザイン、意識改革支援、脱炭素につながるサービスの開発・マーケティングなど、「はかる」「減らす」「稼ぐ」の脱炭素3領域において、プロジェクトマネジメント力とカーボンリテラシーを兼ね備えたGX人材が企業に伴走支援します。
- URL：<https://ddx.members.co.jp/>

メンバーズについて

メンバーズは、VISION2030として「日本中のクリエイターの力で、気候変動・人口減少を中心とした社会課題解決へ貢献し、持続可能社会への変革をリードする」ことを掲げ、DX現場支援で顧客と共に社会変革をリードしてゆきます。

- 所在地：東京都中央区晴海1丁目8番10号 晴海アイランドトリトンスクエアオフィスタワーX 37階（受付35階）
- 代表者：代表取締役社長 高野 明彦
- 資本金：1,057百万円（2024年6月末時点）
- Webサイト：<https://www.members.co.jp/>
- SNS
 - Facebook：<https://www.facebook.com/Memberscorp>
 - X（旧Twitter）：https://twitter.com/Members_corp

本リリースに関するお問い合わせ

株式会社メンバーズ 広報担当：竹原、岡田
mail：press@members.co.jp