

Earth hacks 「生活者の水素社会に関する意識調査」の結果を公開 水素社会の認知向上に向け UCC上島珈琲と「すごいぞ水素！プロジェクト」を始動

■ 水素社会の認知度は全体の3割程度。10代では4割以上の認知度。

■ 水素に対するイメージは世代/性別でばらつきあり。

■ 男性40～60代では「危険」、女性20～40代は「美容・健康」のイメージ。

株式会社博報堂（代表取締役社長：水島正幸、以下「博報堂」）の新規事業開発組織「ミライの事業室」と三井物産株式会社（社長：堀 健一、以下「三井物産」）の共同で設立されたEarth hacks株式会社（本社：渋谷区、代表取締役社長：関根澄人、以下「Earth hacks」）は、UCC上島珈琲株式会社（本社：神戸市、代表取締役社長：朝田文彦、以下「UCC」）と共同で、全国の生活者を対象に「生活者の水素社会に関する意識調査」を実施しました。日本政府は官民合わせて今後15年間で15兆円の投資を行うと言われています。COP28 開幕も間近に迫る今、生活者に水素社会がどの程度浸透しているのか、が調査を通じて浮き彫りになりました。

（調査実施日：2023年9月1日～4日 調査対象：全国 15～69歳男女 計 4,129名）

< 調査結果のポイント >

【「水素社会」という言葉を知っている人・身近に感じる人は全体の3割以下】

- ・「水素社会」という言葉を知っている人（29.2%）・身近に感じる人（25.2%）は全体の3割以下。
- ・一方で年代別でみると10代（男性：48.3%・女性：44.3%）は4割以上の認知で最も認知が高い層となった。

【水素に対するイメージは世代・性別でばらつきあり危険性や美容・健康に対するイメージも】

- ・水素に対するイメージ上位は「次世代のエネルギー（34.5%）」「爆発・引火しやすい（29.6%）」「環境にやさしい（24.0%）」。次世代エネルギーに関するイメージと危険性に対するイメージが共存している。
- ・女性20-40代では「美容に良い」「健康に良い」といったイメージが最も高い（25%前後）。

【水素社会実現に取り組む企業に対してポジティブなイメージは強い一方、各社取組への印象は低い】

- ・イメージ上位は「環境に配慮している（42.5%）」「技術力がある（38.9%）」「先進的・革新的である（35.9%）」で水素社会実現に取り組む企業に対して総じてポジティブなイメージ。
- ・一方で水素バリューチェーン各社取組への印象は低く、特に女性は低い。

<調査結果を踏まえて>

燃やしても二酸化炭素を出さない次世代エネルギーとして注目される「水素」。その開発や普及に向けて、政府は15年で官民あわせて15兆円を超える投資を行う計画で、水素の利用量を2040年には現在の6倍にまで増やすことを目指しています。しかし、生活者視点では水素社会に対する認知度は低く、水素の危険性に対する不安も見られ、美容や健康といったイメージが先行する世代・性別も見られました。水素は世界の未来、日本の未来を変える可能性に満ちていますが、まだまだ一般の生活者には身近でない、知られていない状態です。水素社会実現に向けて生活者が「楽しく水素を理解できる場づくり」を官民や業界を越え、水素バリューチェーンが一体となって、今までとは違う発想で取り組むことが鍵になりそうです。（分析担当）

<協働・共創型水素PRプロジェクト「すごいぞ水素！プロジェクト」始動>

水素社会を身近なものとして感じてもらうには官民・業界を超えた連携が不可欠と考え、UCCと共同で協働・共創型水素PRプロジェクト「すごいぞ水素！プロジェクト」を始動します。今後はプロジェクトに参画する行政や企業を募集し、官民・業界を超えたPRを実行する予定です。具体的には、企業間の共創プロジェクトや消費者イベント、学生との共創活動などを想定しています。その第一弾として、11月3日（金）～11月5日（日）にかけて大阪のNU茶屋町で行われる脱炭素イベント「デカボ de マルシェ」にて、水素バリューチェーンに関わる複数企業・団体共同で「すごいぞ水素！ブース」を出展し、UCCの水素を熱源として焙煎したコーヒーを提供しながらカフェ形式で分かりやすく・楽しく「水素のすごさ」を学べる機会の提供を行います。

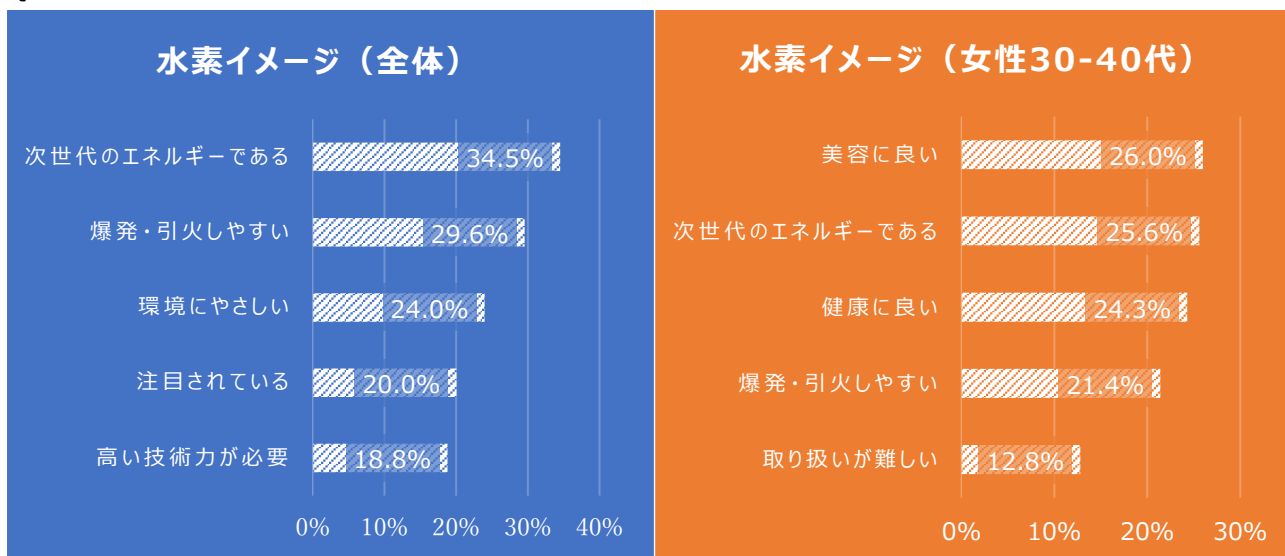


※以下、詳しい調査結果をご紹介します。

<調査結果の詳細>

■水素のイメージ：

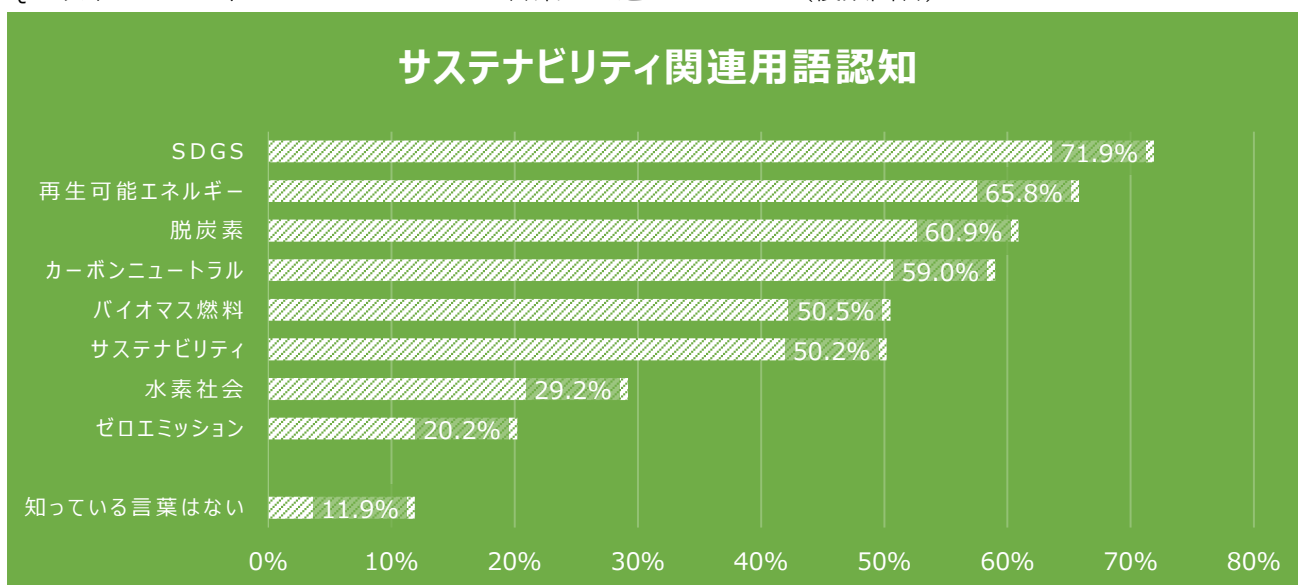
Q：あなたは「水素」について、どんなイメージをもっていますか（複数回答）



- 水素のイメージの上位は「次世代のエネルギーである」「爆発・引火しやすい」「環境にやさしい」。エネルギー関連と危険なイメージの両方が持たれている。
- 女性 20～40 代では、他性年代と異なり「美容に良い」「健康に良い」といったイメージが最も高かった。

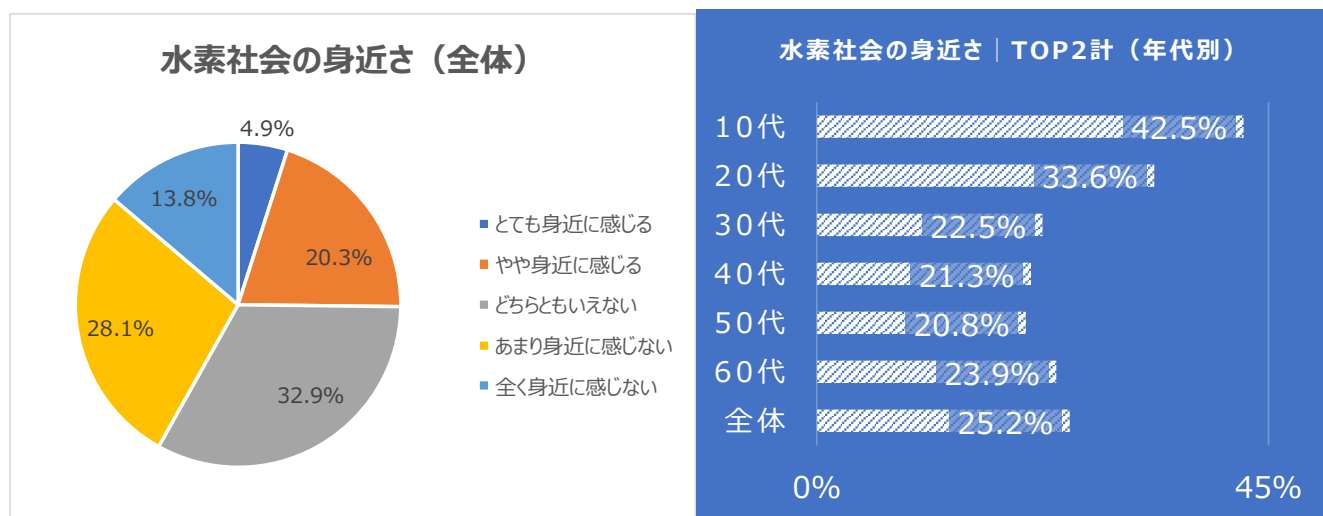
■水素社会という言葉の認知、理解、身近さ

Q：以下のなかで、あなたが知っている言葉をお選びください（複数回答）



- 水素社会というワードの認知度は全体で 3 割程度と低め。全体と比較して、10 代では認知度が高く、4 割以上。また、経営者・役員、学生においても同程度。知っている方の中で「内容を知っている」方は 7 割程度。

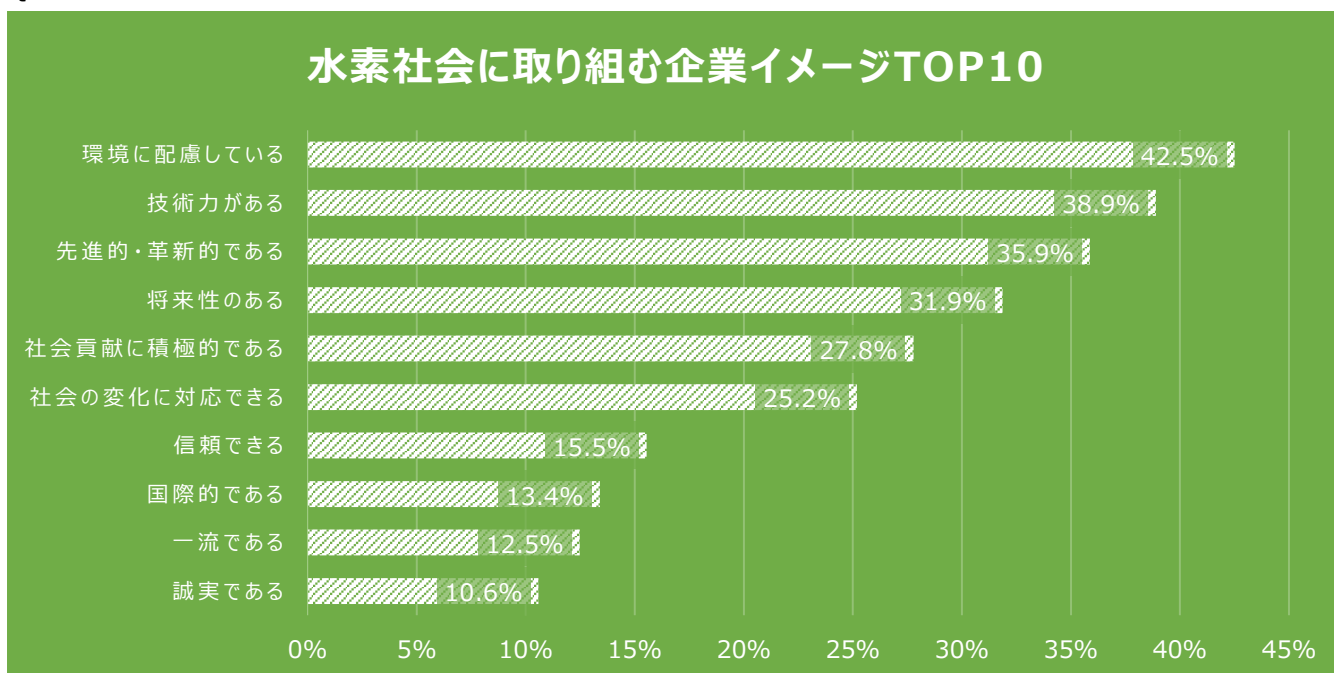
Q：「水素社会」はどの程度、あなたにとって身近だと感じますか。



- 水素社会を身近に感じる方は3割以下(TOP2計)と低め。ほとんどの方は身近さを感じていない。
- 全体と比較して、10代は身近さを感じる方が多く、4割以上。また、学生においても同程度。
- 水素社会認知状況別では理解度が高いほどスコアが高く、身近さは水素社会の理解度が左右している様子。

■水素社会実現に向けて取り組む企業のイメージ

Q：「水素社会実現に向けて取り組む企業」に対して、どのようなイメージをもちますか（複数回答）



- イメージ上位は「環境に配慮している」「技術力がある」「先進的・革新的である」。
- 全体と比較して、男性10代では「国際的」、男性60代では「技術力がある」。
- 女性60代では「環境に配慮している」「社会貢献の取り組みに積極的」「社会の変化に対応できる」などが高い

< 調査概要 >

- ・ 調査手法 : インターネット調査
- ・ 調査対象者 : 15-69 歳の男女4,129 名
- ・ 対象地域 : 全国
- ・ 調査時期 : 2023年 9 月 1日～4 日

■Earth hacksについて

「脱炭素（デカボ）を価値に。」をブランドコンセプトに、脱炭素社会実現に対する生活者のアクションと企業の努力をつなぎ、脱炭素化の好循環を生む共創型の事業会社です。2022年7月に「デカボスコア」の提供を開始し、パートナー企業は120社を超えました。

□ウェブサイト：<https://earthhacks.jp/>

□Instagramアカウント：<https://www.instagram.com/earthhacks.jp/>

■会社概要

- ・ 会社名：Earth hacks株式会社

① Earth hacks & Co.

- ・ 事業内容：環境に配慮した商品又はサービスの提供

①CO2排出削減量の計算/デカボスコア提供

②マーケティング支援

③EC運営・販売

④見本市やイベント開催

⑤新規共創支援 等

- ・ 出資比率：三井物産 50%, 博報堂 50%

- ・ 設立日：2023年5月16日

■代表取締役社長 CEO 関根澄人のプロフィール



Earth hacks株式会社 代表取締役社長 CEO 関根澄人

東京工業大学大学院生命理工学研究科修了。細胞学を研究しながら、生物多様性や地球温暖化など環境問題を伝えていくことを仕事にしたいと思い、博報堂に入社。入社後は様々な企業のブランディングなどを担当し、博報堂従業員組合中央執行委員長を経て、2020年4月から3年間三井物産に出向。2023年5月より現職。

■博報堂 ミライの事業室

2019年に発足した博報堂の広告事業を超えた新規事業開発を目指す組織。「チーム企業型事業創造」を方針に、博報堂が自ら事業オーナーとなり、多様なパートナーと連携して大きな事業の実現を目指します。博報堂

が強みとする生活者発想とクリエイティビティを活かした事業創造を通じて、事業の先にあるミライの生活創造、社会創造に挑戦していきます。

<http://mirai-biz.jp/>

■三井物産 エネルギーソリューション本部 Sustainability Impact事業部 新事業開発室

エネルギーソリューションに於いては、グローバルな社会課題である気候変動問題の産業的解決をビジネス成長の機会と捉え、さまざまな事業領域において蓄積した知見、事業基盤、ならびに顧客・パートナー基盤を結集しました。新事業開発室は三井物産ならではの複合的かつ機動的な取り組みで次世代領域における新事業創出にチャレンジしています。

<https://www.mitsui.com/jp/ja/company/business/units/es/index.html>