

20歳～69歳の男女 1000人に聞いた
「サーキュラーエコノミーに関する調査」
生活者の消費行動や、環境に対する意識・取組みを徹底調査!

**エシカル商品の製造販売や企業のSDGs活動への取り組みについて、
7割以上※は「好印象」と回答! ※好印象・やや好印象計**

生活者起点の研究&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行っております。今回2020年11月6日（金）～2020年11月9日（月）の4日間、20歳～69歳の男女1000人を対象に「サーキュラーエコノミー」をテーマにしたインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

今日、SDGsという言葉がメディアで耳にすることが増えたのではないのでしょうか。SDGsとは2015年の国連サミットで採択された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。この目標は、貧困や飢餓に関するもののほか、環境に関するものが多く挙げられています。SDGsにより、特に企業の環境への意識は高まりを見せていますが、今年7月のレジ袋有料化により国民の環境への意識も高まっているかと思えます。そこで、今回は環境に関する調査として「サーキュラーエコノミー（循環型経済）」に関する調査を行いました。ぜひ報道の一資料としてご活用ください。

【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、20歳～69歳の男女を対象に実施
3. 有効回答数：1000名
4. 調査実施日：2020年11月6日（金）～2020年11月9日（月）

◆「サーキュラーエコノミーに関する調査」主な質問と回答

◆エシカル商品を製造、販売しているブランドや企業に対して、どのように思うか？

：印象が良いと回答した方が77.0%！

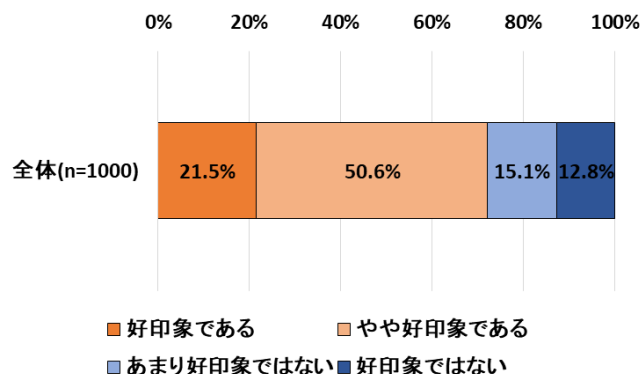
エシカル商品を製造、販売しているブランドや企業に対してどのように思うか聞いたところ、「好印象である」「やや好印象である」と回答した方は77.0%と、半数を大きく上回る結果となった。

◆SDGs活動に積極的なブランドや企業に対して、どのように思うか？

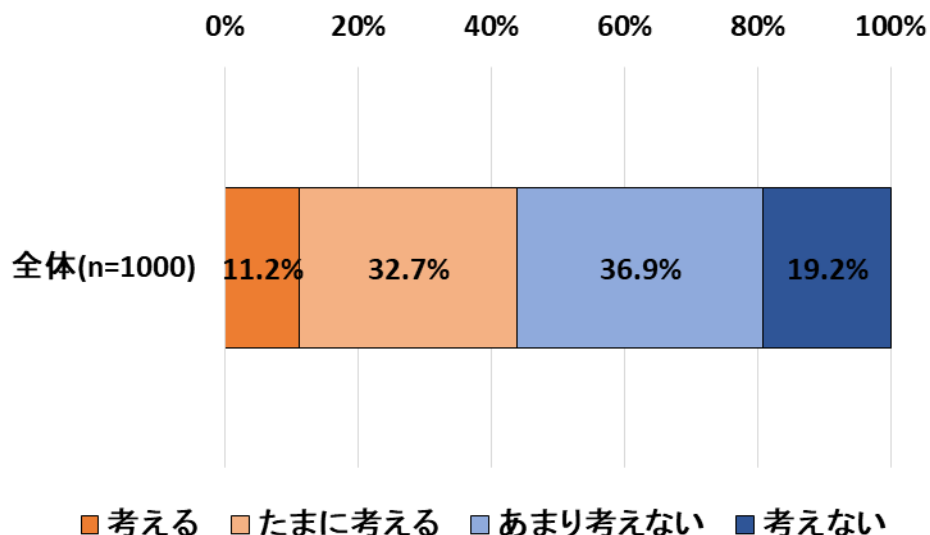
：印象が良いと回答した方が70%以上！

SDGs活動に積極的なブランドや企業に対してどのように思うか聞いたところ、「好印象である」「やや好印象である」と回答した方が72.1%だった。

その傾向は年代別に見ても変わらず、どの年代においても7割前後の方は好印象を抱くという結果であった。

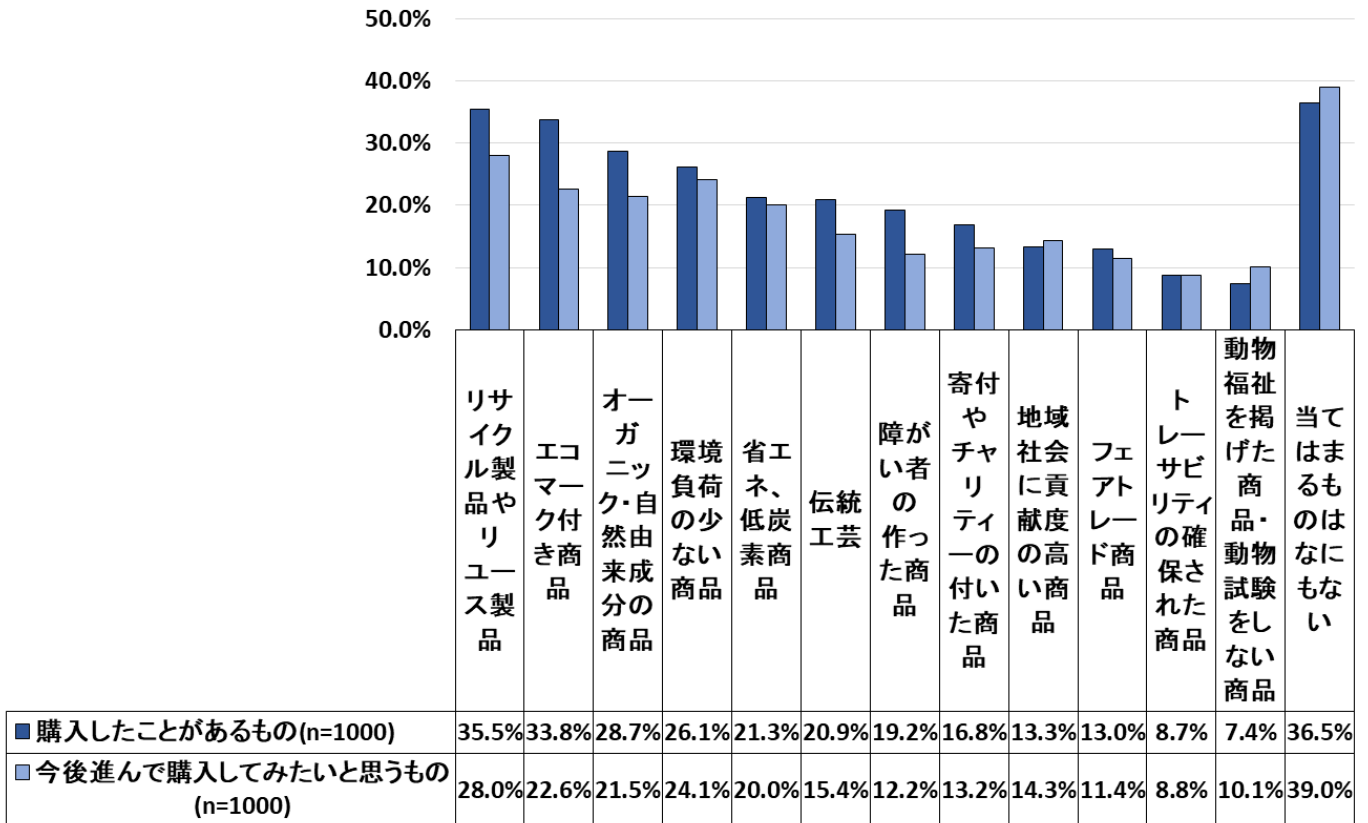


Q1. 商品・サービスの購入を検討する時、それがどのようにして作られたかといった背景を考えますか。(単数回答)【n=1000】



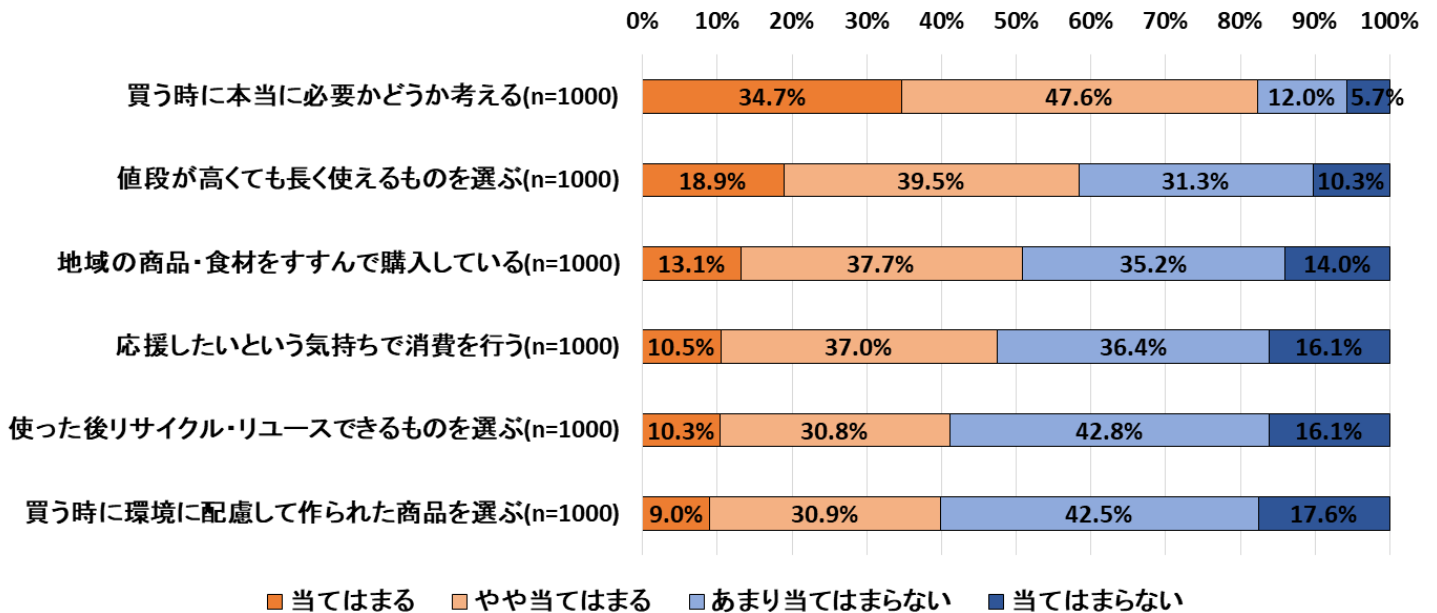
商品・サービスの購入を検討する時、それがどのようにして作られたかといった背景を考えるかお聞きしました。「考える」「たまに考える」と回答した方は43.9%で、4割以上となりました。商品やサービスそれ自体だけでなく、そのバックグラウンドまで意識して購入する方は少なくないようです。

Q2. 今までにあなたが購入したことがあるものを、以下の中からすべてお選びください。また、今後進んで購入してみたいと思うものをお選びください。※フェアトレード商品とは：適正で公正な価格で販売している製品。※トレーサビリティとは：製品について「だれが、どこで、どのようにして」作られたのか、分かる状態。(複数回答)【n=1000】



今までに購入したことがあるものと、今後進んで購入してみたいと思うものについてお聞きしました。購入したことがあるものについては「リサイクル製品やリユース製品」、「エコマーク付き商品」が3割を超える結果となりました。リサイクル製品やリユース製品・エコマーク付き商品は、市場に出回っている数も多いため、意識せずに購入している方も多いのではないのでしょうか。また、前問で商品・サービスが作られた背景を考える方が多かったことから、トレーサビリティの確保された商品への興味は今後増えていく可能性があると考えられます。

Q3. 以下の項目について、あなたご自身に当てはまるものをそれぞれお答えください。(単数回答)
【n=1000】



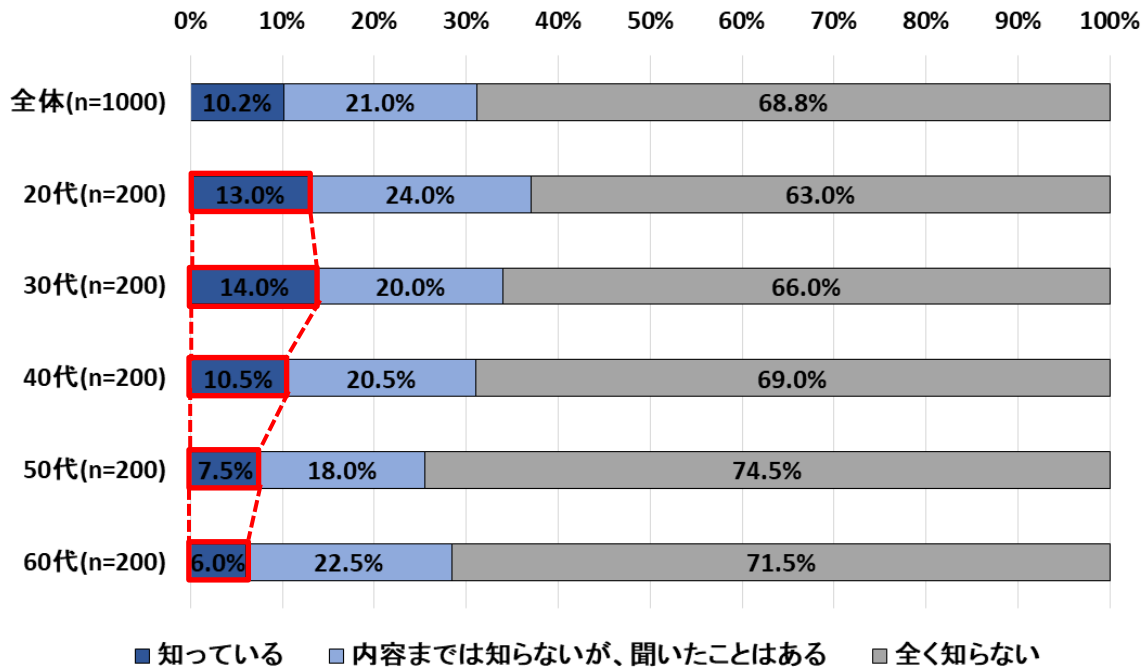
購入時の商品の選び方についてお聞きしました。

「当てはまる」「やや当てはまる」と回答した方が最も多かった選び方としては、「買う時に本当に必要かどうか考える」が82.3%で、8割以上という結果でした。これに次いで回答者が多かったのは「値段が高くて長く使えるものを選ぶ」で、58.4%となりました。

続いて「地域の商品・食材をすすんで購入している」が50.8%、「応援したいという気持ちで消費を行う」が47.5%と、50%前後を獲得しました。また「使った後リサイクル・リユースできるものを選ぶ」が41.1%、「買う時に環境に配慮して作られた商品を選ぶ」が39.9%で、40%前後という結果となりました。

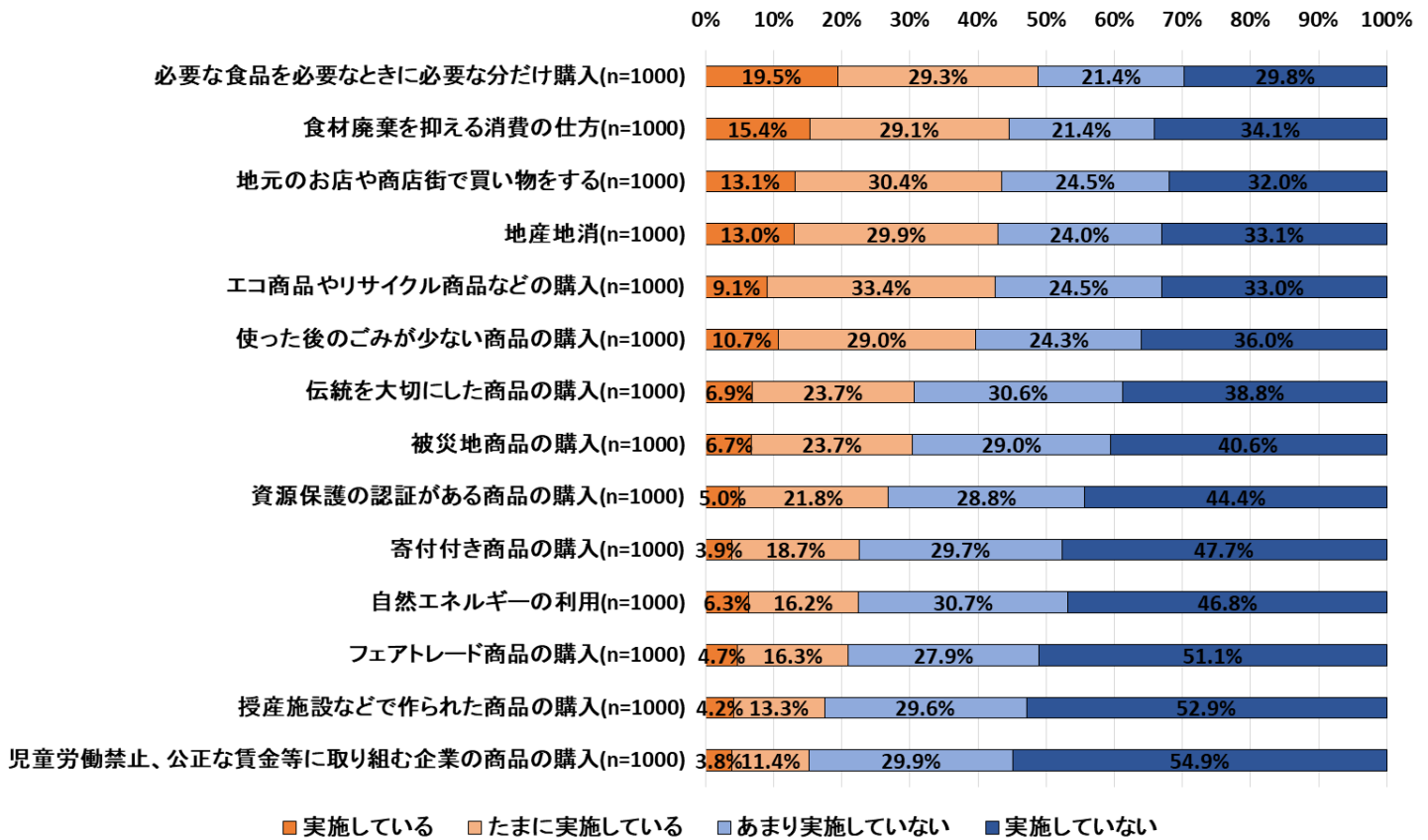
半数を超える方が選択した「買う時に本当に必要かどうか考える」や「値段が高くて長く使えるものを選ぶ」は、“ゴミを不必要に増やさない”というリデュースに直結する行動ですが、“無駄なお金を使わない”という節制的な面も持っているため、「節約」と紐づけて多くの方が実践しやすかったのではないのでしょうか。

Q4. あなたは、「エシカル消費」を知っていますか。※エシカル消費とは、「人や社会、環境に配慮した消費行動」のことを指します。（単数回答）【n=1000】



「エシカル消費」を知っているかについてお聞きしました。全体で「知っている」「内容までは知らないが、聞いたことはある」と回答した方は31.2%にとどまりました。また、年代別にみると、「知っている」と回答した方は30代以降、年代が上がるにつれてやや低下しているのが分かります。

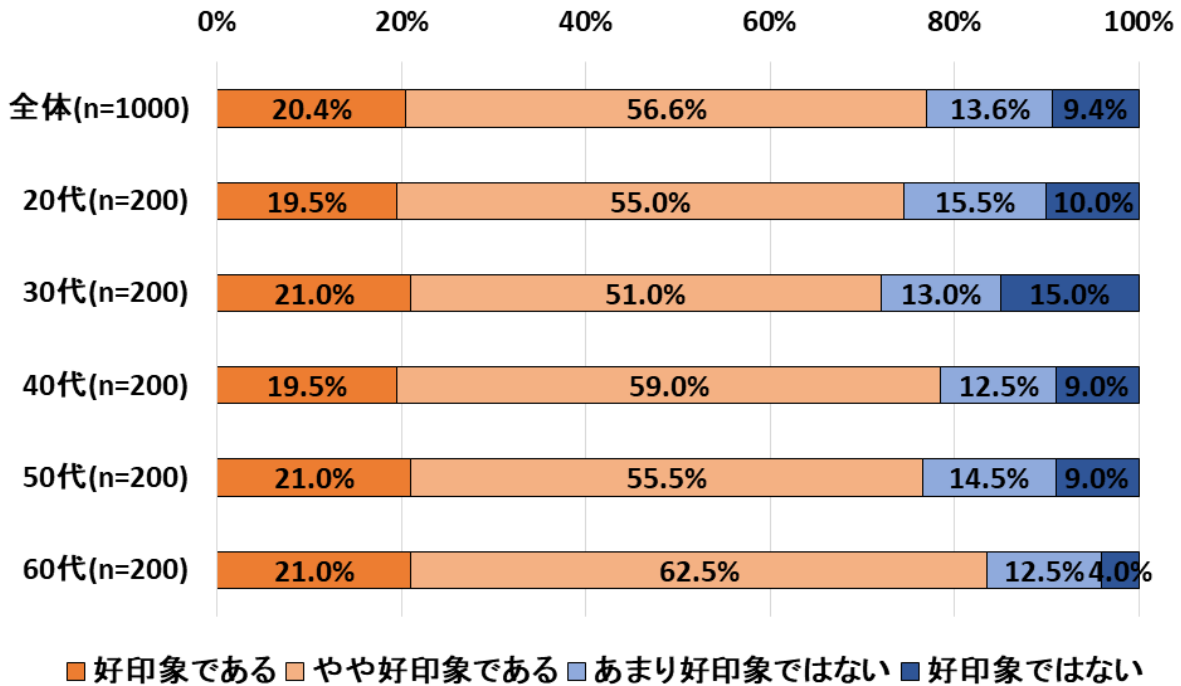
Q5.「エシカル消費」について、あなたご自身に当てはまるものをお答えください。※エシカル消費とは、「人や社会、環境に配慮した消費行動」のことを指します。(単数回答)【n=1000】



「エシカル消費」について実施していることをお聞きしました。「実施している」「たまに実施している」と回答した中で、「必要な食品を必要なときに必要な分だけ購入」が48.8%、「食材廃棄を抑える消費の仕方」が44.5%と高く、次いで「地元のお店や商店街で買い物をする」「地産地消」、さらに「エコ商品やリサイクル商品などの購入」「使った後のごみが少ない商品の購入」が続く結果となりました。

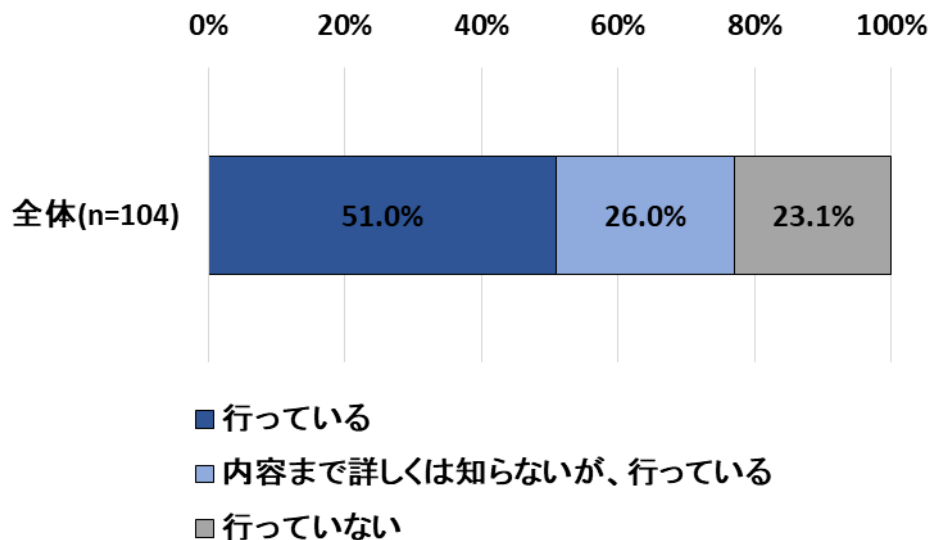
最も多かった回答の「必要な食品を必要なときに必要な分だけ購入」や、次いで多かった「食材廃棄を抑える消費」は、食べ残しをしない・食品の期限切れを起こさないこと等につながります。やはりこれらの行動は Q3 と同様、“無駄なお金を使わない”という節制的な面も持っているため、「節約」と紐づけて多くの方が実践しやすいのだと考えられます。

Q6. エシカル商品を製造、販売しているブランドや企業に対して、どのように思いますか。※エシカル商品とは、その製造から提供過程において、人や社会、環境を配慮した商品のことを指します。
(単数回答)【n=1000】



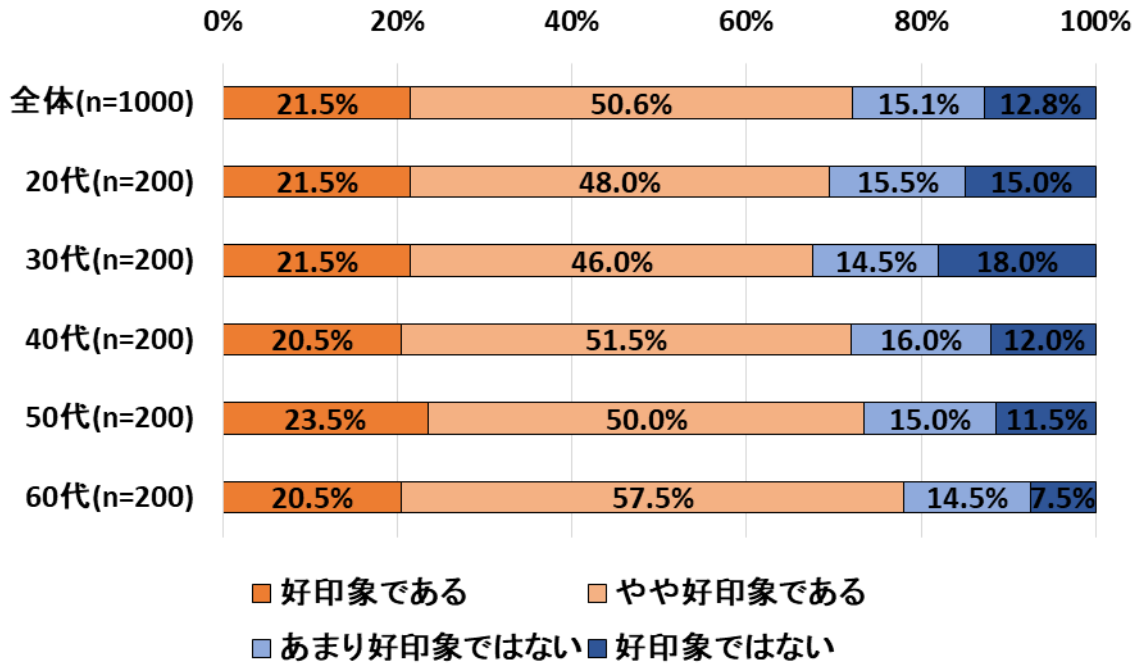
エシカル商品を製造、販売しているブランドや企業に対して、どのように思うかお聞きしました。全体で「好印象である」「やや好印象である」と回答した方は77.0%でした。前述のQ4では、年代が上がるにつれて「エシカル消費」の認知が下がっていました。しかしその一方で、本設問によるとエシカル商品を扱うブランドや企業に好印象を持つ方は7~8割もいるため、より認知されるようになればさらに好印象を持つ方が増えることが期待できるでしょう。

Q7. お勤め先、またはお勤め先の親会社が上場しているとお答えの方にお伺いします。あなたのお勤め先、またはお勤め先の親会社はSDGs活動を行っていますか。(単数回答)【n=104】



お勤め先、またはお勤め先の親会社が上場しているとお答えの方に、お勤め先、またはお勤め先の親会社はSDGs活動を行っているかお聞きしました。「行っている」「内容まで詳しくは知らないが、行っている」と回答した方は77.0%に上りました。上場企業におけるSDGs活動の実施率は高いといえるでしょう。

Q8. SDGs 活動に積極的なブランドや企業に対して、どのように思いますか。(単数回答)【n=1000】



SDGs 活動に積極的なブランドや企業に対して、どのように思うかお聞きしました。「好印象である」「やや好印象である」と回答した方は全体で72.1%という結果となりました。年代別に見ると、「好印象である」「やや好印象である」と回答した方は30代以降、年代が上がるにつれてやや上昇する結果となっていて、60代では78.0%に上っています。Q6の、「エシカル消費」同様、SDGs活動に積極的な企業に対して好印象を抱いている方が多いようです。

どの年代においても7割前後の方が好印象を抱くことから、ブランドや企業は、ターゲットとなる年代にかかわらず、環境や貧困等の国際的な問題への取り組みを重要視するべきではないでしょうか。

■この調査のその他の質問

- ・商品・サービスの購入検討時、その商品・サービスを選ぶことで社会や地球に与える影響を考えるか（単数回答）
- ・「エシカル消費」を知ったきっかけは何か（複数回答）
- ・エシカル商品を製造、販売しているブランド・企業の商品を購入したいと思うか（単数回答）
- ・エシカルのビューティー関連商品を販売しているブランドや企業、その商品自体に対して、どのように思うか【他の人に勧めたいと思うか】（単数回答）
- ・「SDGs」を知ったきっかけはどれか（複数回答）
- ・SDGs 活動に積極的なブランドや企業に対してどのように思うか【応援したいと思うか】（単数回答）

■この調査でを使用した調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。
<例>「生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」

URL：<https://neo-m.jp/>