

環境を意識した購買は60代女性がキーパーソン

KDDI総合研究所R&A | 2021年8月号

KDDI総合研究所 フューチャーデザイン2部門
共創推進グループ シニアアナリスト 今村 一晃

性・年代別に、環境に関する関心、環境への取り組み、環境を意識した購買について調査した結果、以下の点が特徴と言える。

(1) 環境に関する関心

- ① 60代女性の67%が、環境問題に関して、「関心がある」、「やや関心がある」と回答しており、10代男性と並んで最も多い。
- ② SDGs及びサステイナブルは男女とも10代の認知度が最も高い。

(2) 購買への取り組みと購買

- ① 環境に関して最も取り組んでいるのが、60代女性で、環境に取り組んでいない人は1.5%にとどまる。
- ② 環境に配慮した商品を購入している人は、60代女性が19.9%と最も高く、全体の2倍となっている。
- ③ 60代女性が、環境に配慮して購入する商品として、多いのが食料品（18.4%）とヘアケア商品（14.1%）となっている。

(3) 考察

- ① 環境への取り組みに関しては、60代女性が最も取り組んでおり、環境を意識して商品を購入している人も19.9%と最も多く、全体の2倍以上となっている。
- ② 今後、環境に配慮した商品を購入したい人でも、60代女性は35.0%と全ての性・年代で最も多い。
- ③ このことから、環境を意識した商品を訴求する世代としては、60代女性が有力なセグメントと言える。

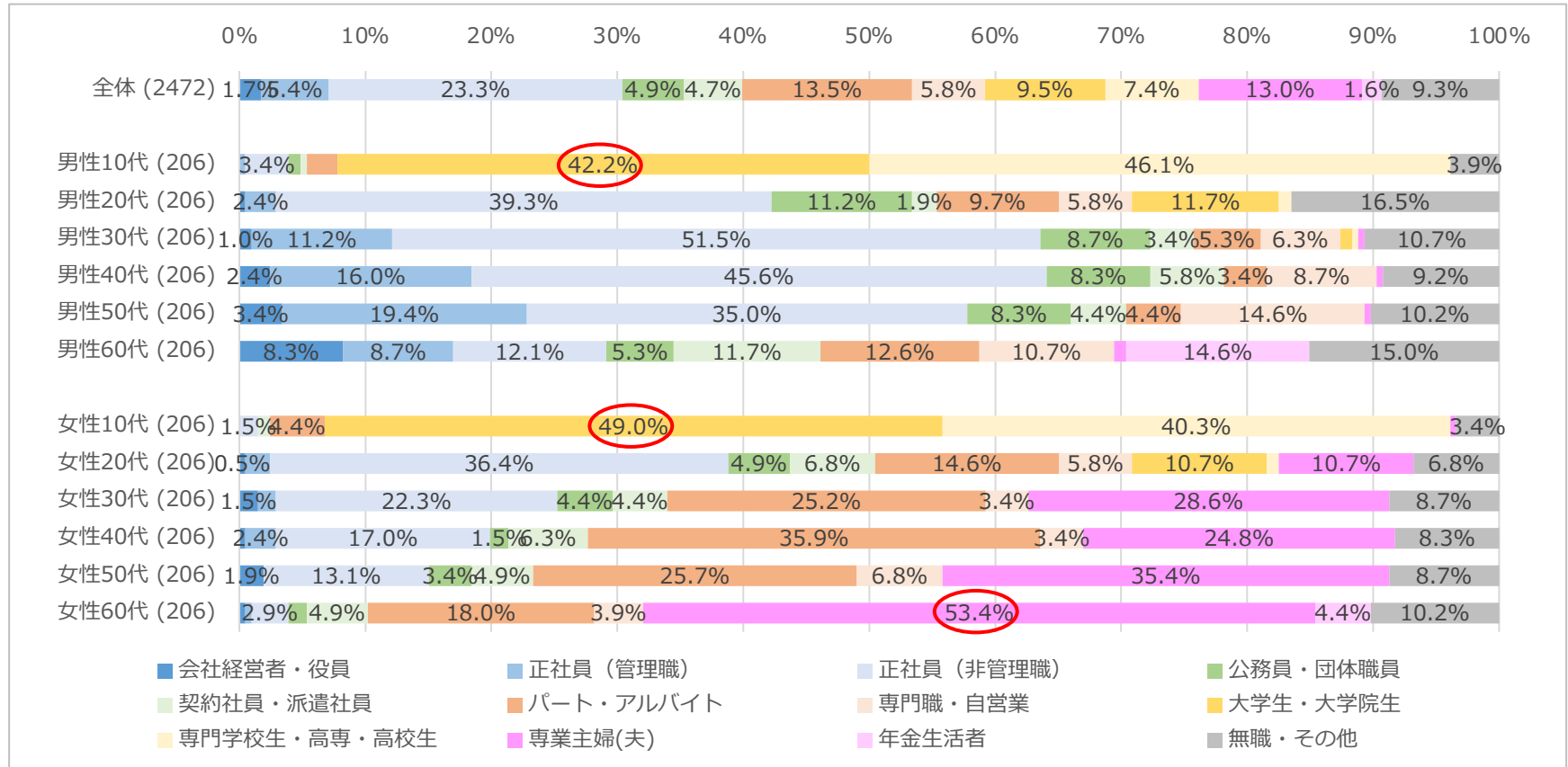
- 1 調査概要
- 2 環境に関する意識
- 3 環境を意識した購買
- 4 まとめ

項目	概要
調査目的	環境に関する意識を把握すると同時に、日常的な購買において環境に関する意識の影響について考察する。
調査地域	全国
調査方法	インターネット調査
調査時期	2021年6月17日～6月21日
調査対象	16歳～69歳の男女
調査人数	2472人（性・年代別 各206）

参考：プロフィール

- 10代では、男女とも大学生・大学院生が40%を超えている。
- 60代女性では専業主婦が50%を超えているが、20代と30代女性は25%前後と60代女性のほぼ半分にとどまる。

<1-1 性・年代別職業>



質問：あなたの職業を教えてください。

選択肢：1 公務員、2 会社経営者・役員、3 正社員（非管理職）、4 正社員（管理職）、5 団体職員、6 契約社員、7 派遣社員、8 パート・アルバイト、9 専門職（医師、弁護士、公認会計士など）、10 自営業、11 大学生・大学院生、12 専門学校生・高専生、13 専業主婦（夫）、14 年金生活者、15 無職、16 その他

- 1 調査概要
- 2 環境に関する意識
- 3 環境を意識した購買
- 4 まとめ

第2章では、性・年代別に環境への関心、環境に関するキーワードの認知度、及び環境に関するキーワードの関心度について分析しており、主な内容は以下のとおり。

2-1：環境への関心

- 60代女性の67%が、環境問題に関して、「とても関心がある」、「やや関心がある」と回答しており、10代男性と並んで最も多い。
- 10代女性も環境問題に関して、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて62.1%と多い。

2-2：環境に関するキーワードの認知度

- 女性では、SDGs、パリ協定、カーボンニュートラル、サステイナブルで10代の認知度が最も高いなど、10代の認知度の高さが目立つ。
- 男性では10代の認知度が最も高いのは、SDGsとサステイナブルのみとなっており、パリ協定やカーボンニュートラルでは、50代と60代の認知度が高いなど、女性に比べて、年代による差は小さい。

2-3：環境に関するキーワードの関心

- 10代男性の60%以上が、SDGs、パリ協定、カーボンニュートラル、サステイナブルに関心があると回答しており、男性の全ての年代の中で最も高い。
- アップサイクルは、全ての性・年代で認知度が20%未満となっており、認知度は最も低い一方、全体の66.2%が関心を持っており、最も関心が高い。
- 全体の傾向として、40代男性と30代女性が、環境に関するキーワードへの関心が他の年代に比べて低い。例えば、30代女性でアップサイクルに関心があるユーザは57.1%と、女性の中で唯一70%を下回っている。

2-1 環境への関心度

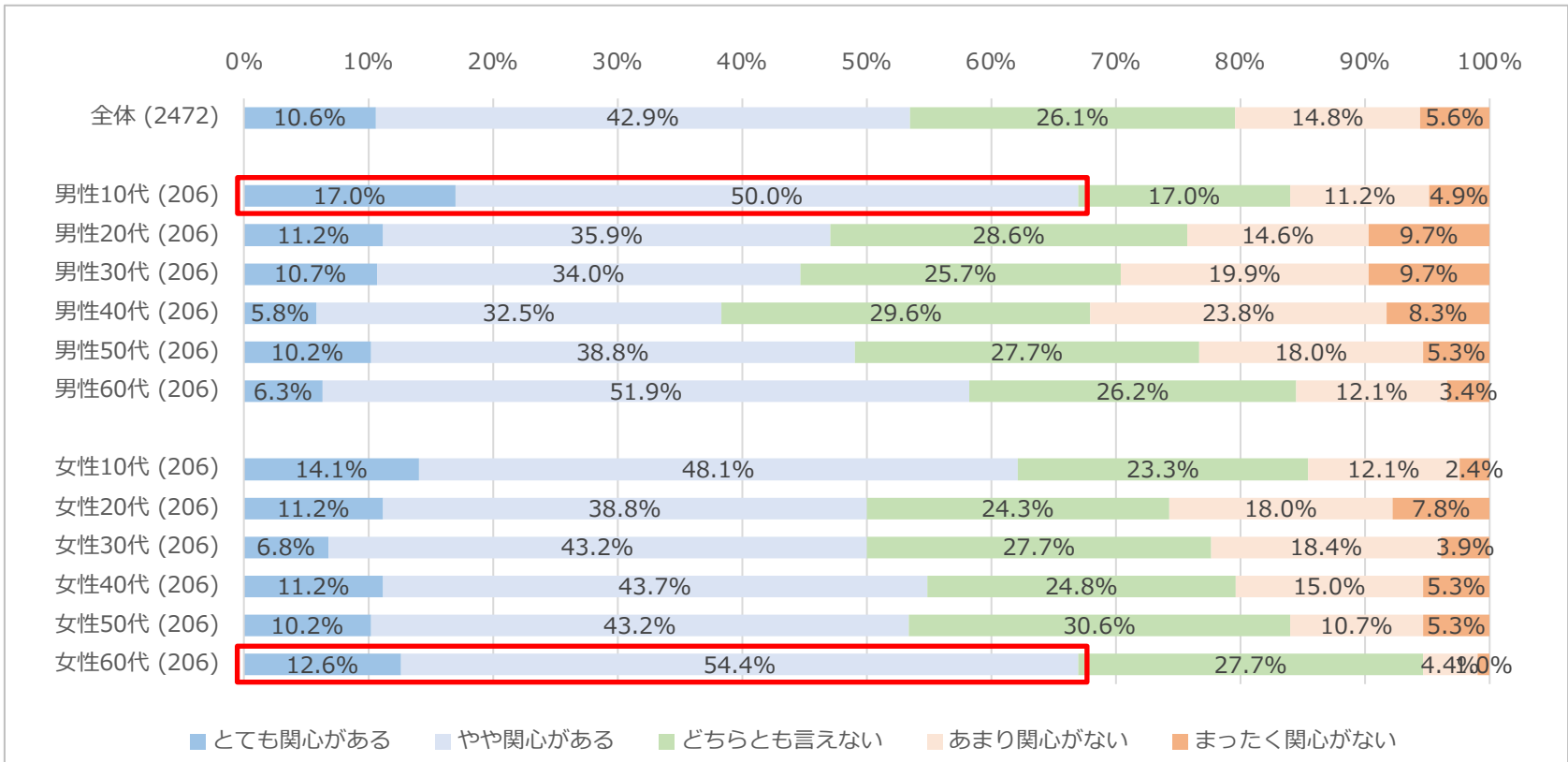
2-2 環境キーワードの認知度

2-3 環境キーワードの関心度

2-1 60代女性の67%が環境に関心があり、10代男性と並んで最も多い

- 60代女性の67%が、環境問題に関して、「とても関心がある」、「やや関心がある」と回答しており、10代男性と並んで最も多い。
- 女性は全ての年代で50%以上が、「とても関心がある」、「やや関心がある」と回答する一方、男性で50%以上なのは、10代と60代のみにとどまる。

<グラフ2-1-1 環境への関心度>



質問：あなたは環境問題について、どのくらい関心がありますか。

選択肢：1 とても関心がある、2 やや関心がある、3 どちらとも言えない、4 あまり関心がない、5 まったく関心がない

2-1 環境への関心度

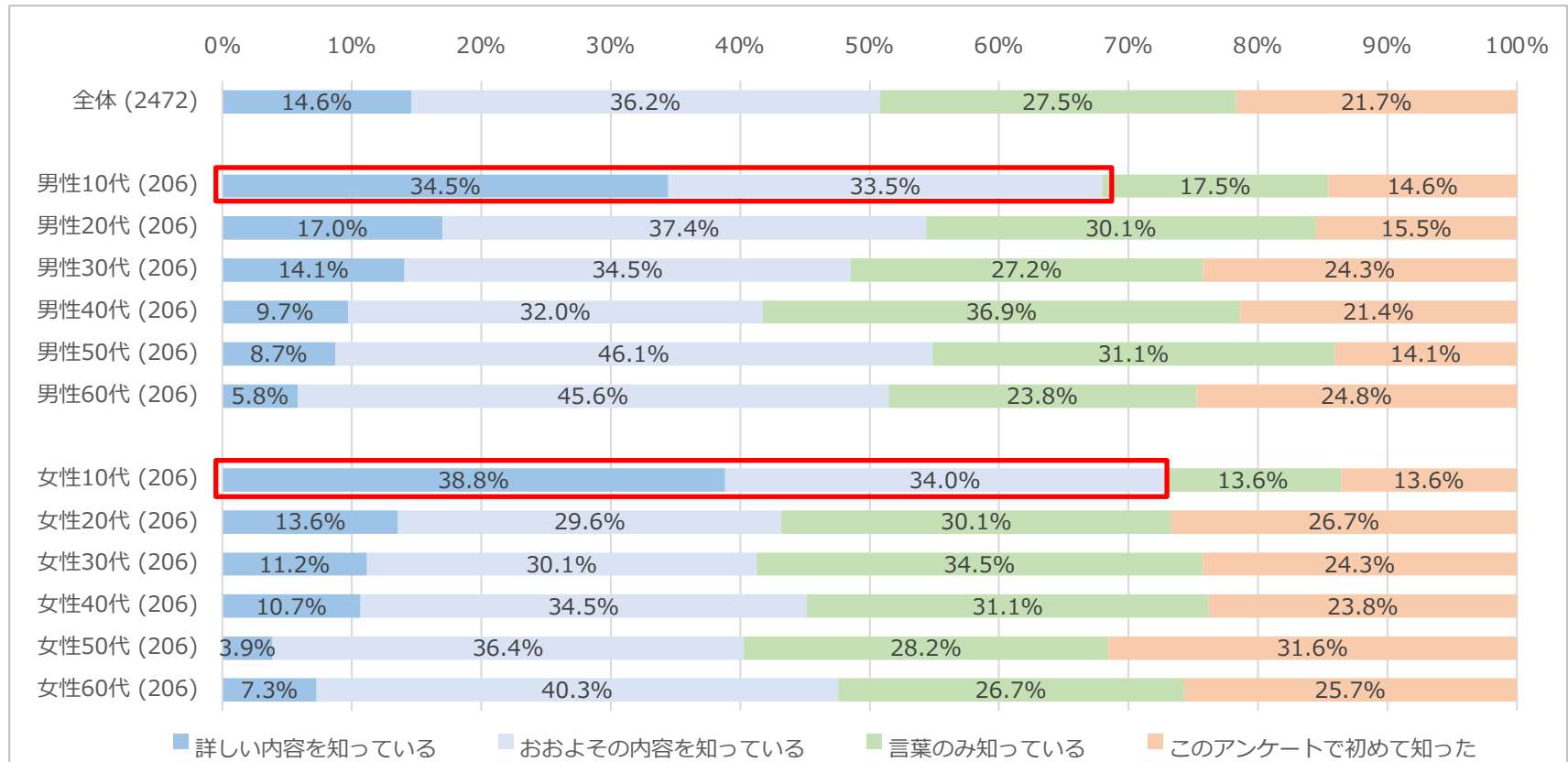
2-2 環境キーワードの認知度

2-3 環境キーワードの関心度

2-2-1 SDGsを知っているのは、男女とも10代が最多

- 男女とも10代の認知度が最も高く、10代男性で、SDGsの「詳しい内容を知っている」、「おおよその内容を知っている」合わせて68.0%が知っており、10代女性では72.8%が知っている。
- 10代のSDGsの認知度は性・年代別平均の50.8%を10pt以上上回っており、10代の関心の高いと言える。

<グラフ2-2-1 SDGsの認知度>



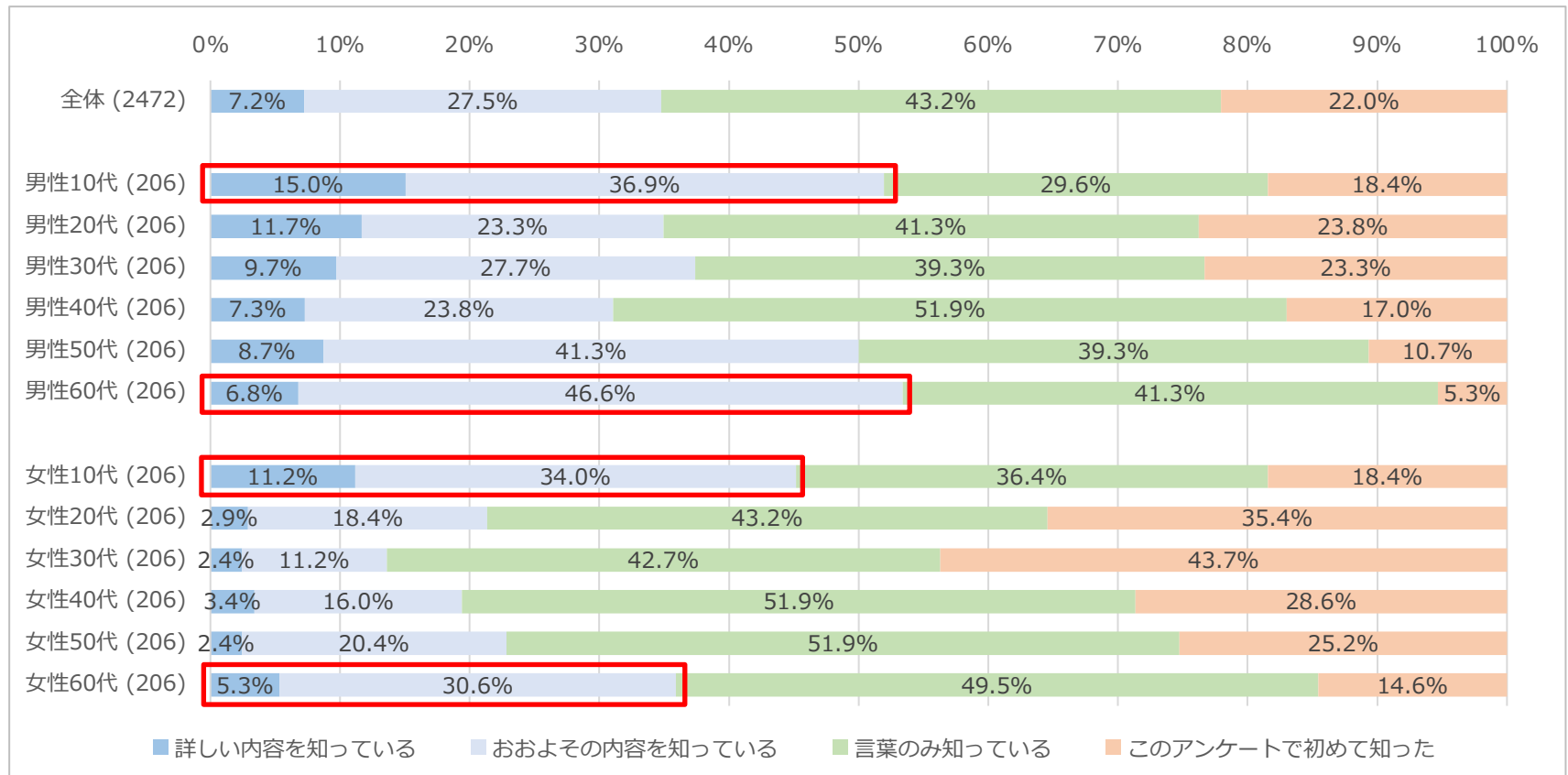
質問：あなたは以下の言葉（SDGs）について、どの程度ご存じですか。

選択肢：1 詳しい内容を知っている、2 おおよその内容を知っている、3 言葉のみ知っている、4 このアンケートで初めて知った

2-2-2 パリ協定を知っているのは、男女とも10代と60代が多い

- 男性で、パリ協定の「詳しい内容を知っている」、「おおよその内容を知っている」合わせて最も多いのは60代男性で53.4%が知っており、2番目に多いのが10代男性で51.9%が知っている。
- 女性で、パリ協定の「詳しい内容を知っている」、「おおよその内容を知っている」合わせて最も多いのは10代女性で45.1%が知っており、2番目に多いのが60代女性で35.9%が知っている。

<グラフ2-2-2 パリ協定の認知度>



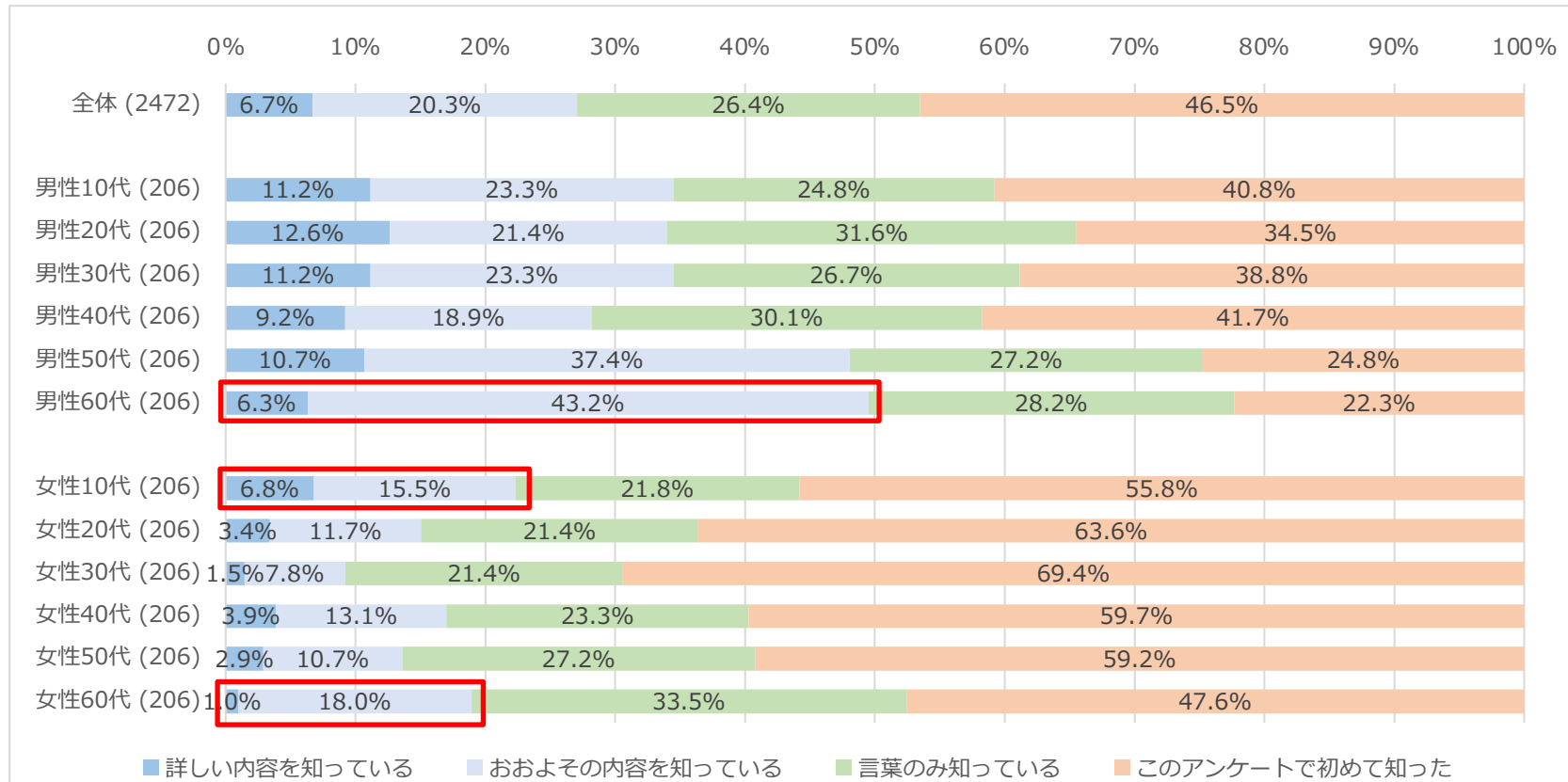
質問：あなたは以下の言葉（パリ協定）について、どの程度ご存じですか。

選択肢：1 詳しい内容を知っている、2 おおよその内容を知っている、3 言葉のみ知っている、4 このアンケートで初めて知った

2-2-3 カーボンニュートラルは、60代男性など男性の認知度が高い

- 男性で、カーボンニュートラルの「詳しい内容を知っている」、「おおよその内容を知っている」合わせて最も多いのは60代男性で49.5%が知っており、40代を除く全ての年代で30%以上が知っている。
- 女性で、カーボンニュートラルの「詳しい内容を知っている」、「おおよその内容を知っている」合わせて最も多いのは10代女性で22.3%が知っており、2番目に多いのが60代女性で18.9%が知っている。

<グラフ2-2-3 カーボンニュートラルの認知度>

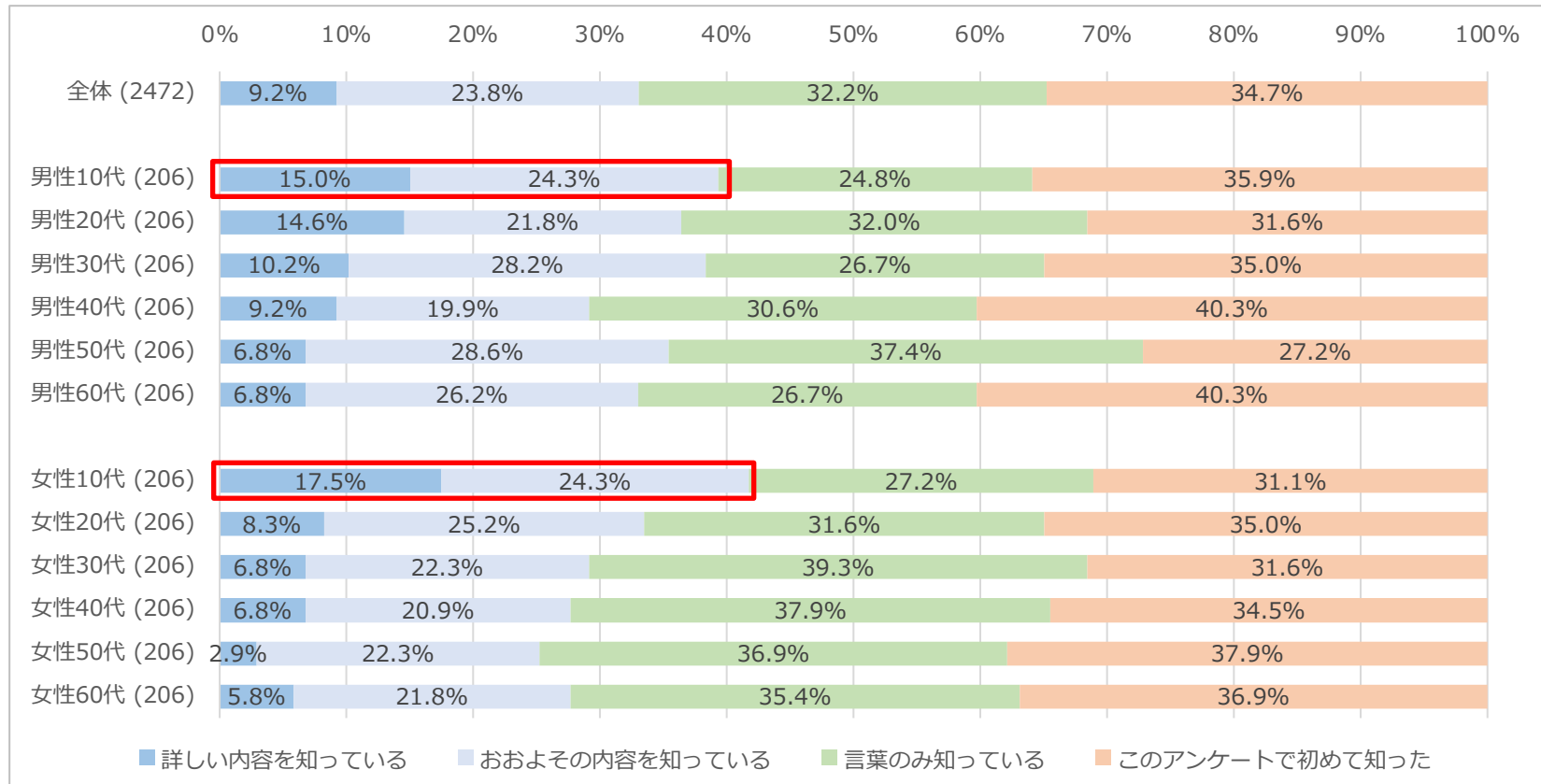


質問：あなたは以下の言葉（カーボンニュートラル）について、どの程度ご存じですか。
 選択肢：1 詳しい内容を知っている、2 おおよその内容を知っている、3 言葉のみ知っている、4 このアンケートで初めて知った

2-2-4 サステイナブルを知っているのは、男女とも10代が最も多い

- 男性で、サステイナブルの「詳しい内容を知っている」、「おおよその内容を知っている」合わせて最も多いのは10代男性で39.3%が知っており、2番目に多いのが30代男性で38.3%が知っている。
- 女性で、サステイナブルの「詳しい内容を知っている」、「おおよその内容を知っている」合わせて最も多いのは10代女性で41.7%が知っており、2番目に多いのが30代女性で33.5%が知っている。

<グラフ2-2-4 サステイナブルの認知度>

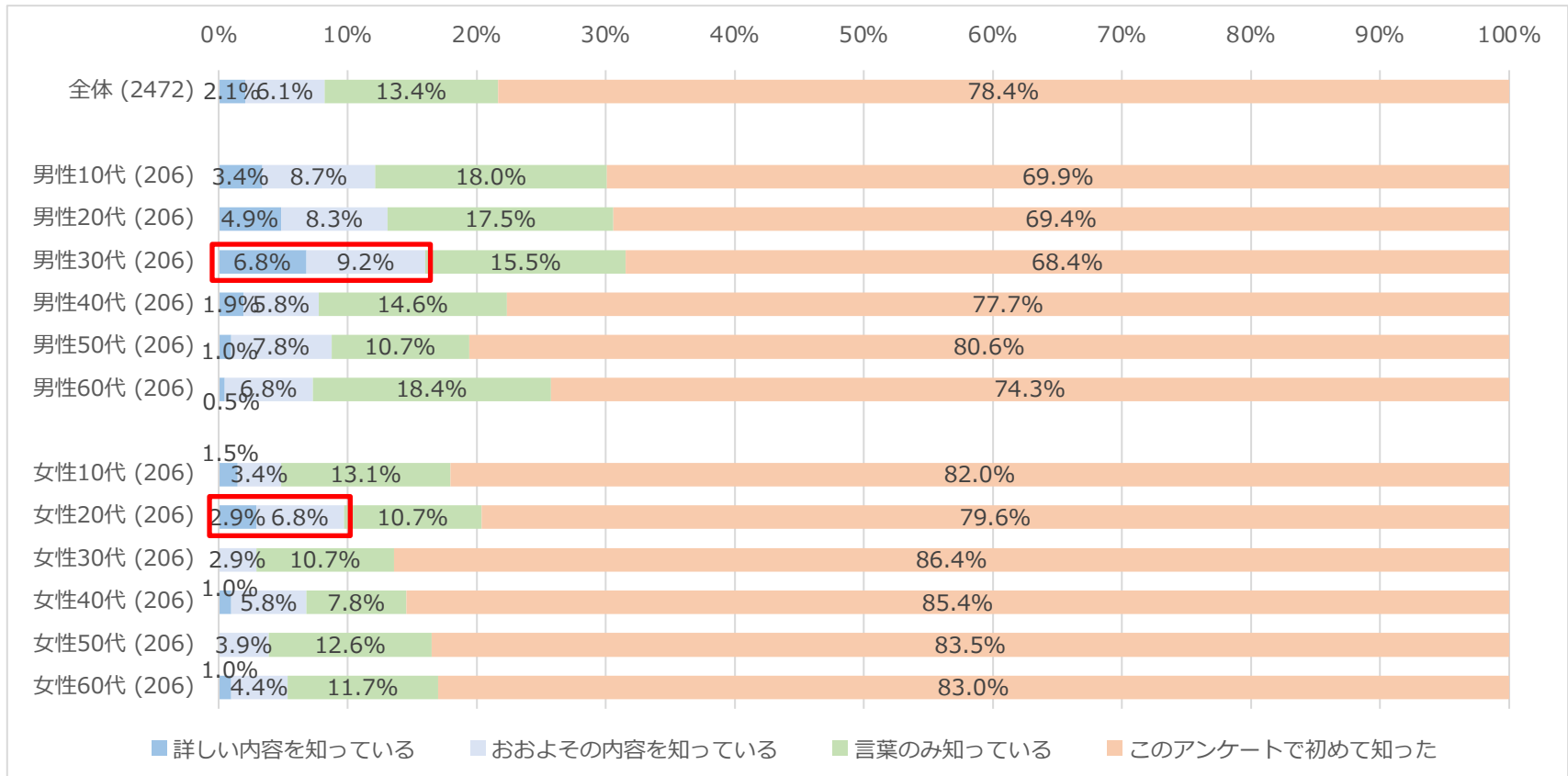


質問：あなたは以下の言葉（サステイナブル）について、どの程度ご存じですか。
 選択肢：1 詳しい内容を知っている、2 おおよその内容を知っている、3 言葉のみ知っている、4 このアンケートで初めて知った

2-2-5 アップサイクルを知っているのは、全ての性・年代で20%を下回る

- 男性で、アップサイクルの「詳しい内容を知っている」、「おおよその内容を知っている」合わせて最も多いのは30代男性で16.0%が知っており、他に10%を超えているのは10代と20代のみ。
- 女性で、アップサイクルの「詳しい内容を知っている」、「おおよその内容を知っている」合わせて最も多いのは20代女性の9.7%で、全ての年代で10%を下回っている。

<グラフ2-2-5 アップサイクルの認知度>



質問：あなたは以下の言葉（アップサイクル）について、どの程度ご存じですか。
 選択肢：1 詳しい内容を知っている、2 おおよその内容を知っている、3 言葉のみ知っている、4 このアンケートで初めて知った

2-1 環境への関心度

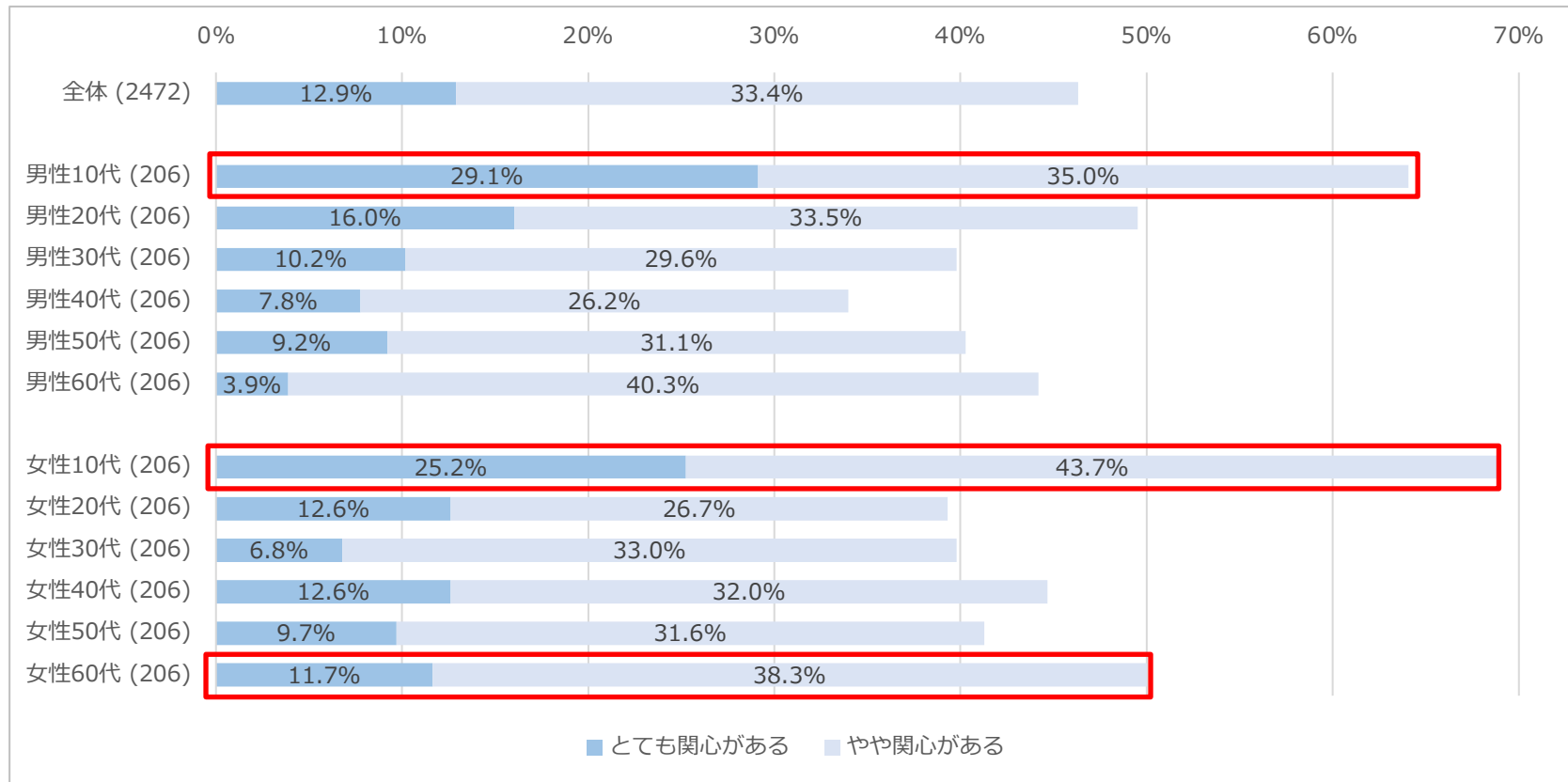
2-2 環境キーワードの認知度

2-3 環境キーワードの関心度

2-3-1 SDGsに関心があるのは、男女とも10代が60%を超えており最多

- SDGsに、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて最も多いのが10代女性で68.9%が関心を持っている。
- 10代男性も、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて64.1%がSDGsに関心を持っており、男性では最多。
- 60代女性も、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて50%がSDGsに関心を持っており、10代の次に多い。

<グラフ2-3-1 SDGsへの関心度>

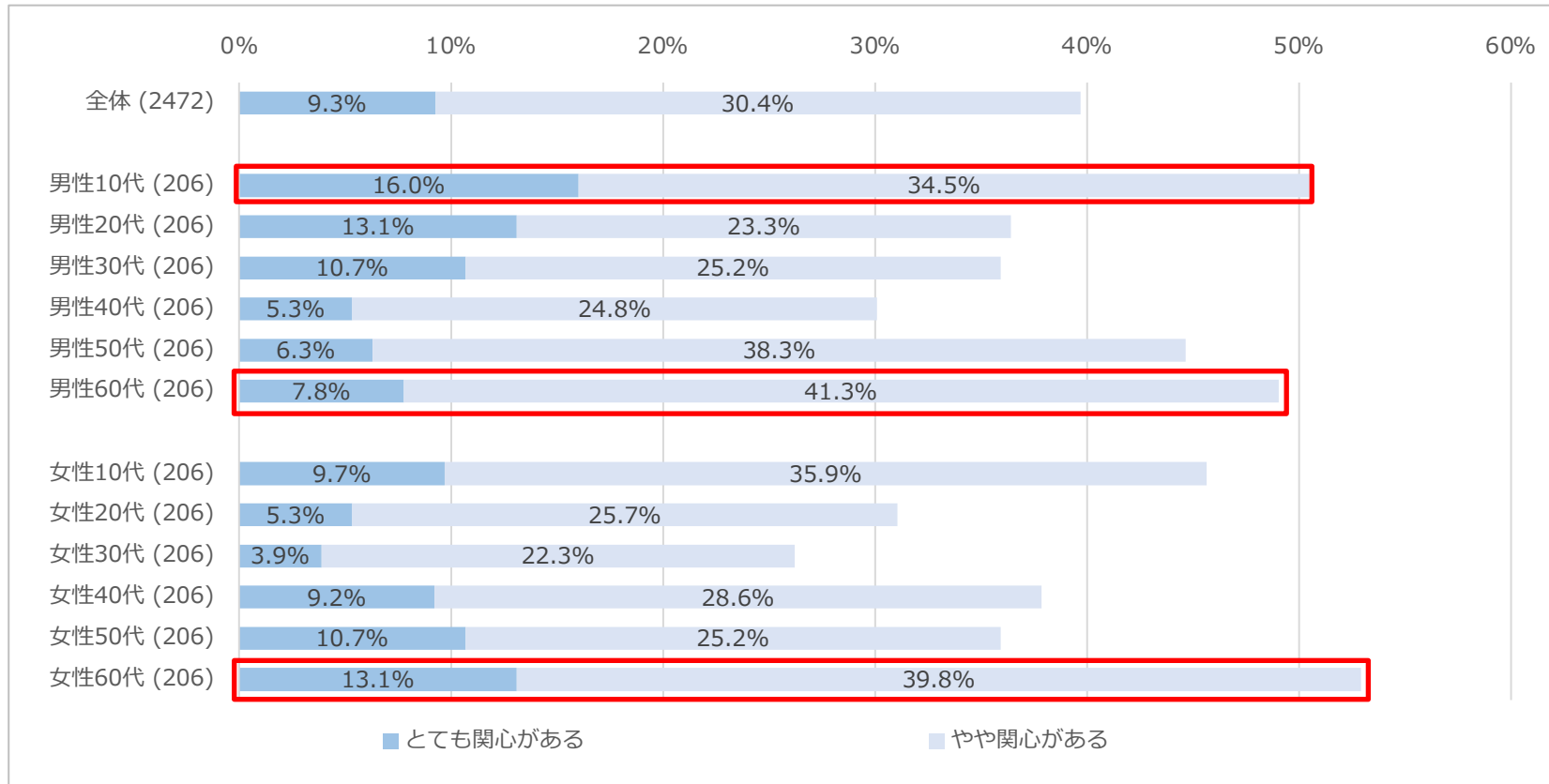


質問：あなたは以下（SDGs）について、どのくらい関心がありますか。
 選択肢：1 とても関心がある、2 やや関心がある、3 どちらとも言えない、4 あまり関心がない、5 まったく関心がない

2-3-2 パリ協定の関心が最も高いのは60代女性で、次が10代男性

- パリ協定に、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて最も多いのは60代女性で52.9%が関心を持っている。
- 次に多いのが10代男性で、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて50.5%が関心を持っている。
- 60代男性も、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて49.0%が関心を持っており、10代男性に次いで多い。

<グラフ2-3-2 パリ協定への関心度>



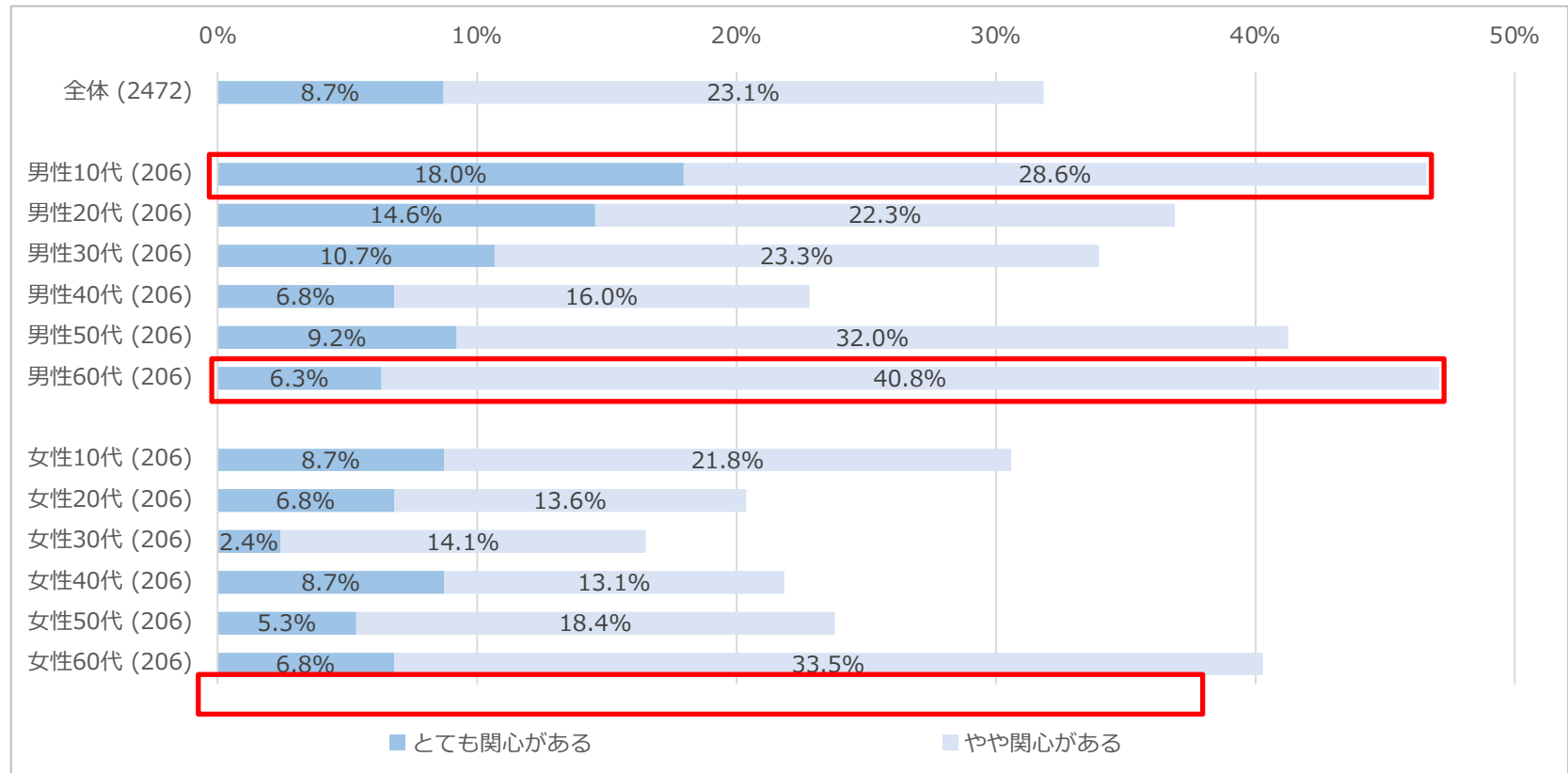
質問：あなたは以下（パリ協定）について、どのくらい関心がありますか。

選択肢：1 とても関心がある、2 やや関心がある、3 どちらとも言えない、4 あまり関心がない、5 まったく関心がない

2-3-3 カーボンニュートラルに関心が高いのは、10代と60代の男性

- カーボンニュートラルに、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて最も多いのが60代男性で47.1%が関心を持っており、次に多いのが10代男性で46.6%が関心を持っている。
- 女性でカーボンニュートラルに、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて最も多いのは60代女性で40.3%が関心を持っている。

<グラフ2-3-3 カーボンニュートラルへの関心度>

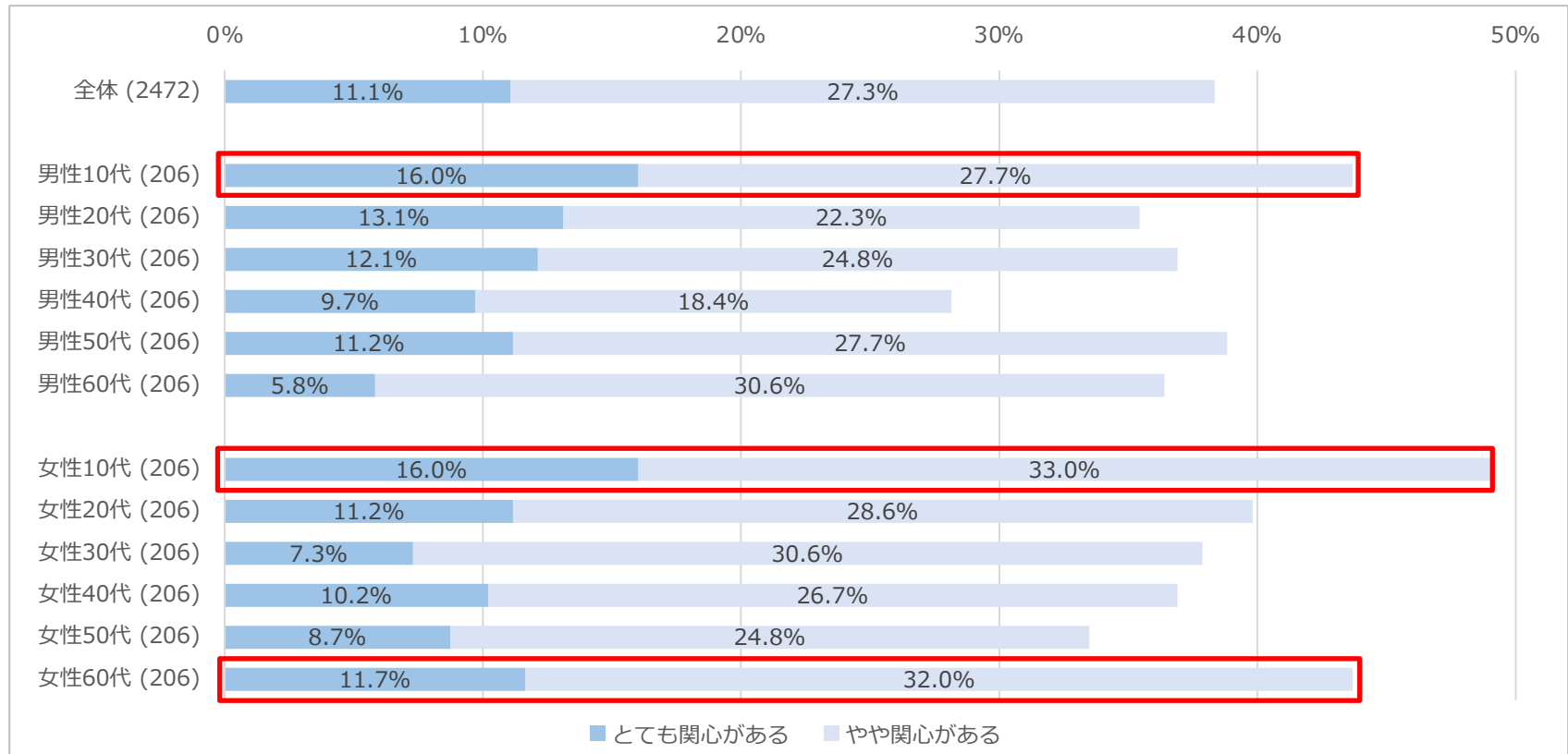


質問：あなたは以下（カーボンニュートラル）について、どのくらい関心がありますか。
 選択肢：1 とても関心がある、2 やや関心がある、3 どちらとも言えない、4 あまり関心がない、5 まったく関心がない

2-3-4 サステイナブルに関心が高いのは、10代女性、次に10代男性と60代女性

- サステイナブルに、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて最も多いのは10代女性で49.0%が関心を持っている。
- 次に、サステイナブルに関心が高いのが10代男性と60代女性で、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて43.7%が関心を持っている。

<グラフ2-3-4 サステイナブルへの関心度>

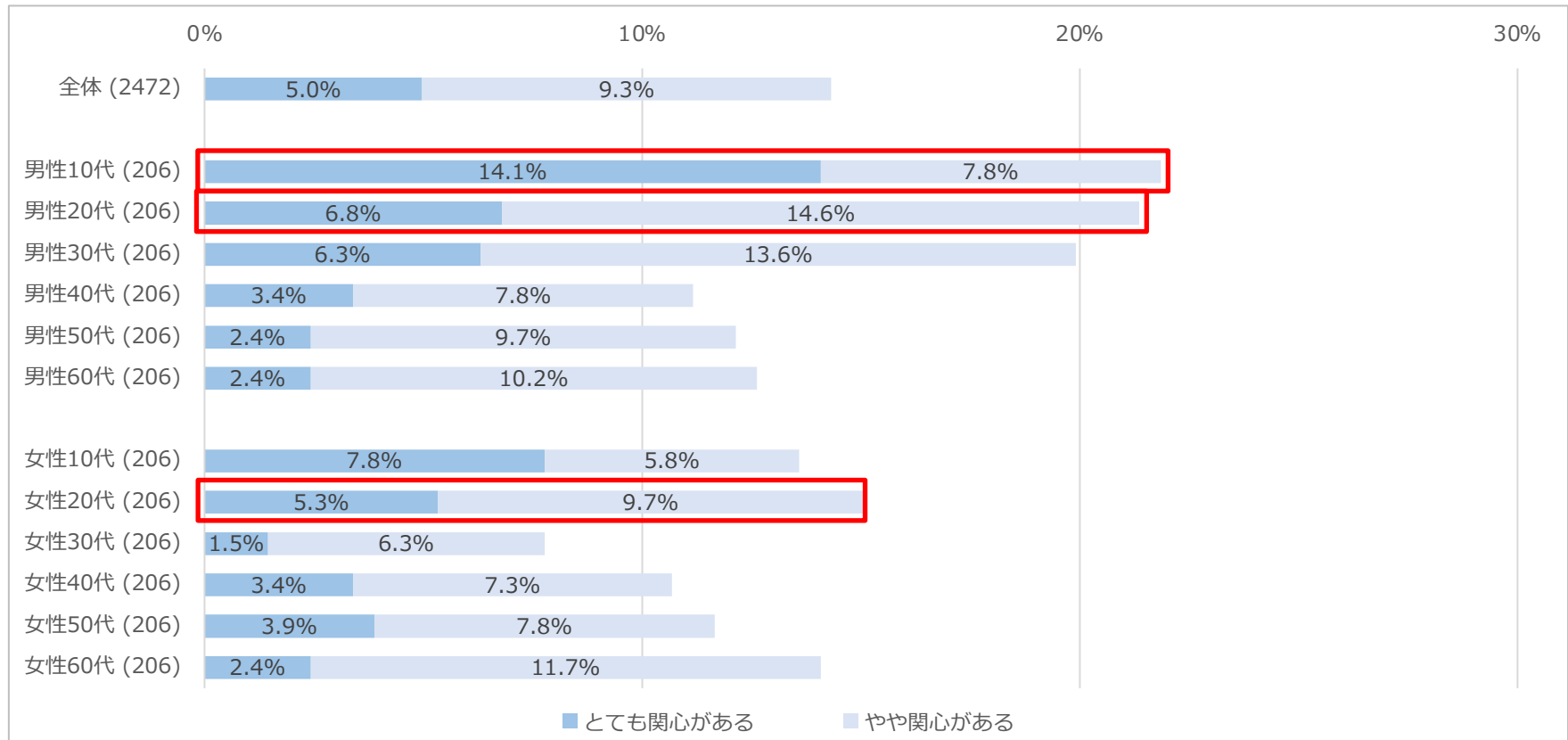


質問：あなたは以下（サステイナブル）について、どのくらい関心がありますか。
 選択肢：1 とても関心がある、2 やや関心がある、3 どちらとも言えない、4 あまり関心がない、5 まったく関心がない

2-3-5 アップサイクルに関心が高いのは10代～30代の男性

- アップサイクルに、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて最も多いのは10代男性で21.8%が関心を持っており、次に多いのが20代男性で21.4%、30代男性が19.9%で続く。
- 女性でアップサイクルに最も関心があるのは20代女性で、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて、15.0%が関心を持っている。

<グラフ2-3-5 アップサイクルへの関心度>



質問：あなたは以下（アップサイクル）について、どのくらい関心がありますか。
 選択肢：1 とても関心がある、2 やや関心がある、3 どちらとも言えない、4 あまり関心がない、5 まったく関心がない

- 1 調査概要
- 2 環境に関する意識
- 3 環境を意識した購買
- 4 まとめ

第3章では、性・年代別に環境への取り組みに関する分析に加えて、商品購入時において環境を意識する人の割合についても分析している。主な内容は以下のとおり。

3-1：環境への取り組み

- 環境に最も取り組んでいるのが60代女性で、環境に取り組んでいない人は1.5%にとどまる。
- 「環境に配慮し、何かしら取り組んでいる人」の割合は、男性は各年代で75%～90%、一方、女性は各年代で90%以上と、女性の方が環境に取り組んでいると言える。

3-2：環境に配慮した商品の購入

- 環境に配慮した商品を購入している人の割合は、60代女性が19.9%最も高く、全体の2倍となっている。
- 今後、環境に配慮した商品の購入を増やしたい人の割合も60代女性が35.0%と最も高い。

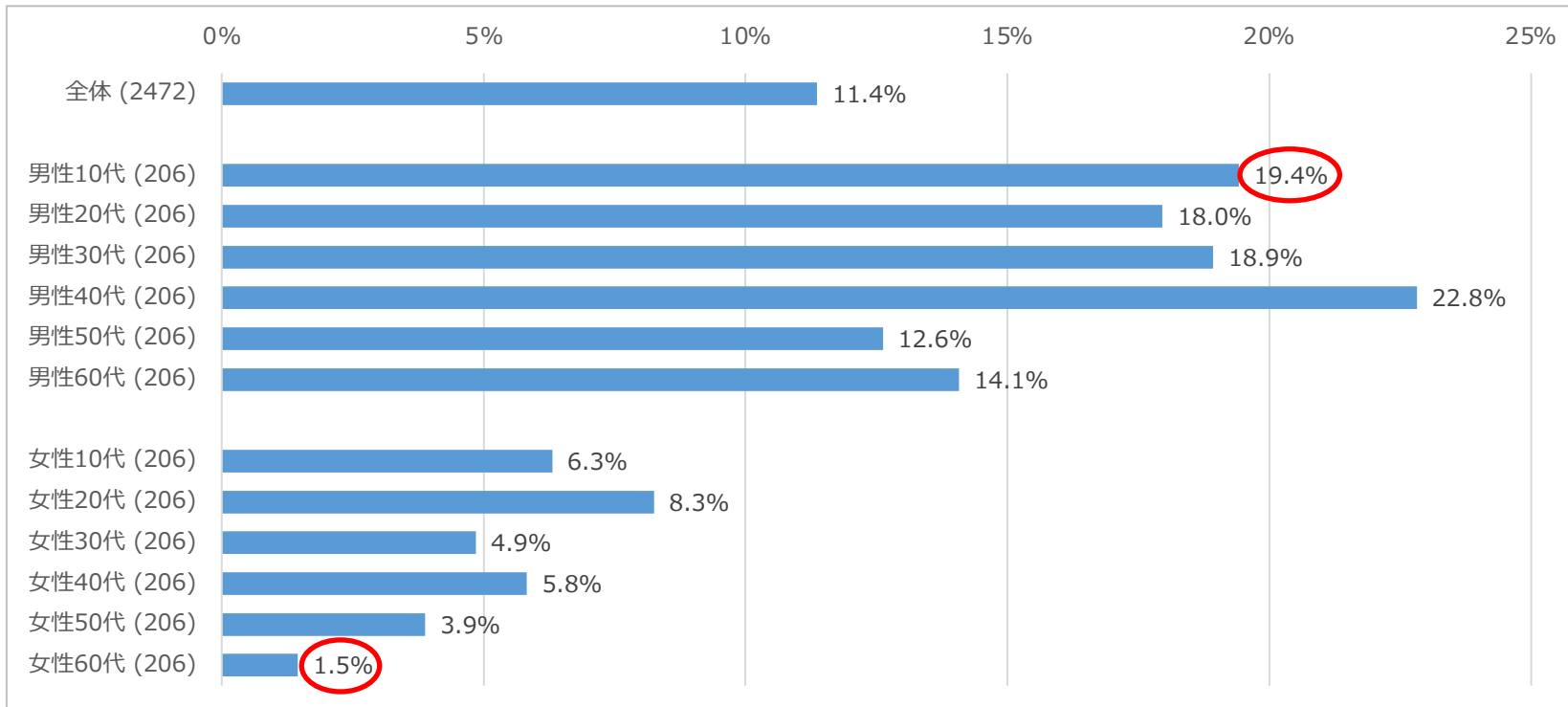
3-3：環境を意識して購入する商品

- 購入時に環境を意識する商品として、最も多いのが食料品で、60代女性の18.4%が環境に配慮した商品を購入しており、全体（9.7%）の約2倍となっている。
- 次に、購入時に環境を意識する商品は、ヘアケア商品で60代女性の14.1%が環境を配慮した商品を購入しており、全体（7.9%）を大きく上回っている。

3-1 環境に関して最も取り組んでいるのは60代女性

- 60代女性で、「取り組んでいない」人は1.5%と、全ての性・年代で最も少ない。
- 女性は全ての年代で環境に取り組んでいない人が9%未満となっている一方、男性は全ての年代で12%を超えており、女性の方が環境に取り組んでいると言える。
- 環境への関心が高い10代男性は、環境に取り組んでいない人が19.4%と50代男性に次いで、2番目に多い。

＜グラフ3-1 環境に関して取り組みをしていない人の割合＞



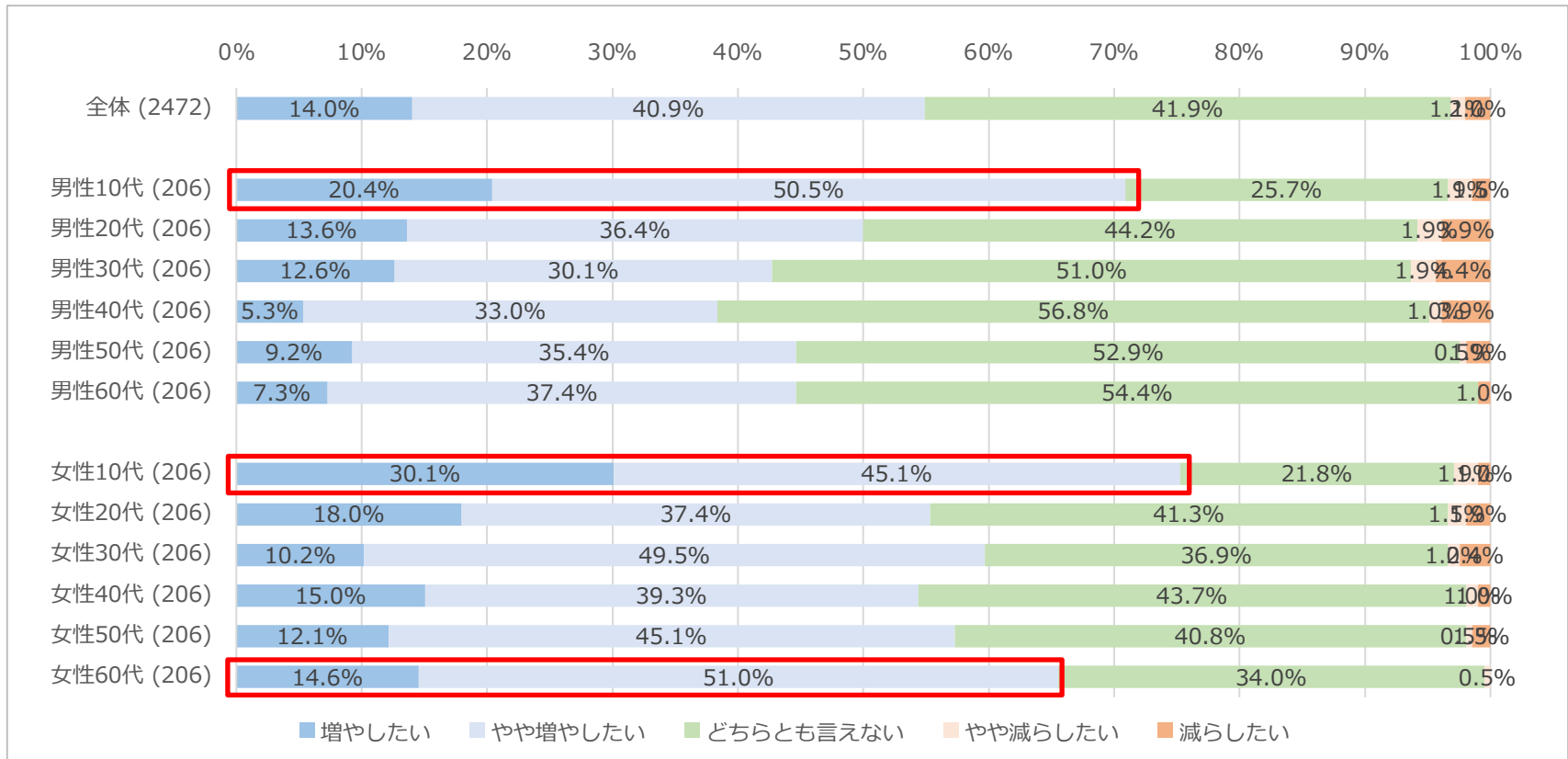
質問：あなたご自身が環境に配慮し、取り組んでいることを教えてください。

選択肢：1 マイバッグを持参・利用している、2 マイ箸・マイボトルなどを持参・利用している、3 不要になったものをメルカリなどのアプリで売っている、4 不要になったものをリサイクルショップなどに売っている、5 不要になったものを人にプレゼントしている、6 中古品をメルカリなどのアプリで買っている、7 中古品をリサイクルショップなどで買っている、8 リサイクル素材など環境に配慮した商品を購入している、9 商品を購入せず、シェアサービスを利用している、10 環境問題に取り組んでいる企業の商品を購入している、11 環境問題に取り組んでいる店舗を利用している、12 賞味期限の近い食品などを取り扱っているサイトやアプリを利用している、13 SNSで環境問題について発信している、14 有名人の環境に関するSNSを紹介するなど、拡散している、15 環境に関するボランティア活動に参加している、16 環境団体や環境に取り組んでいる個人に寄付している、17 その他、18 環境問題について、特に取り組んでいない

3-2 今後、環境への取り組みを増やしたいのは、10代の男女が最多

- 今後の環境への取り組みについて、「増やしたい」、「やや増やしたい」合わせて最も多かったのが10代女性で75.2%、10代男性が70.9%で続く。
- 60代女性も環境への取り組みを今後の環境への取り組みについて、「増やしたい」、「やや増やしたい」合わせて65.5%おり、3番目に多い。

<グラフ3-2 今後の環境への取り組みの意向>

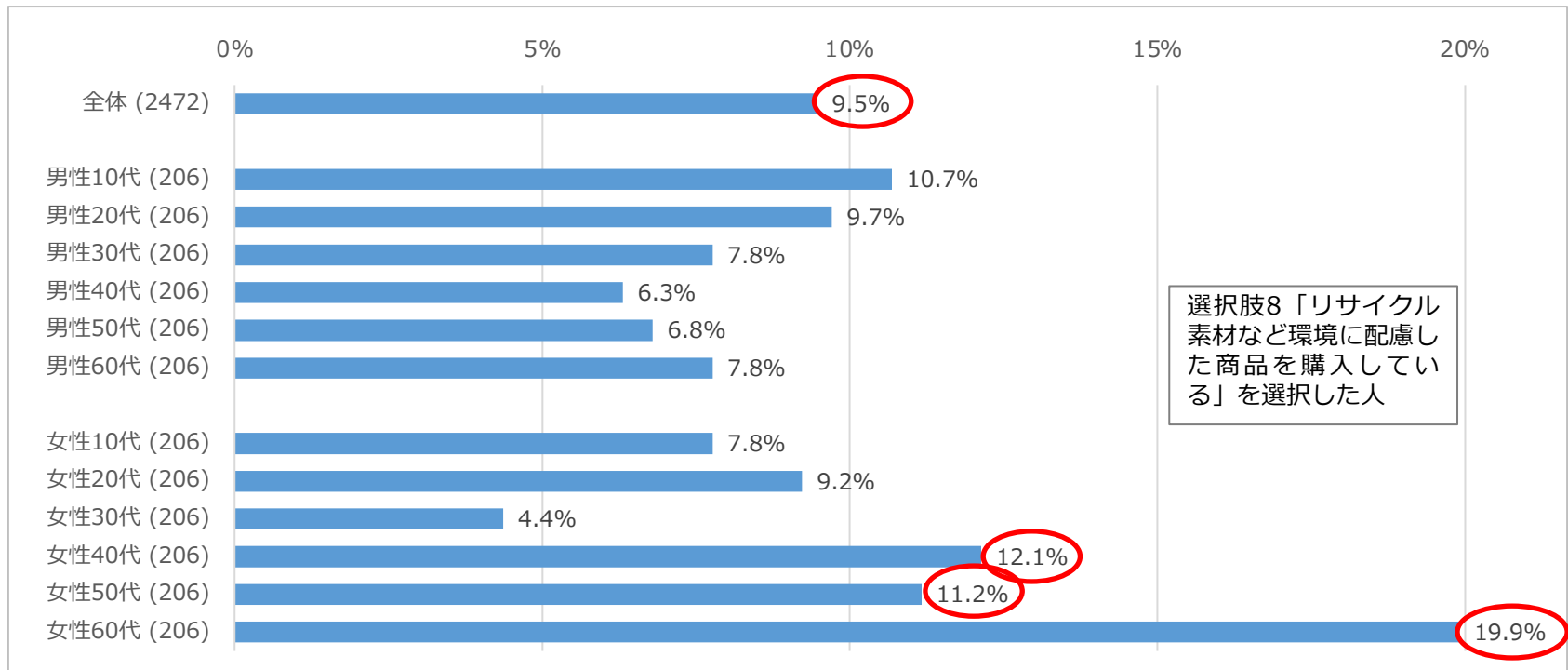


質問：あなたご自身は、今後、自らの環境に配慮した取り組みを増やしたいと思いますか。
 選択肢：1 増やしたい、2 やや増やしたい、3 どちらとも言えない、4 やや減らしたい、5 減らしたい

3-3 環境に配慮した商品を最も購入しているのは60代女性

- 環境に配慮した商品を最も購入しているのは60代女性で、19.9%が購入していると回答しており、性・年代別平均の9.5%の2倍以上となっている。
- 次に多いのが、40代女性（12.1%）と50代女性（11.2%）となっている。

<グラフ3-3 環境に配慮した商品を購入している人の割合>



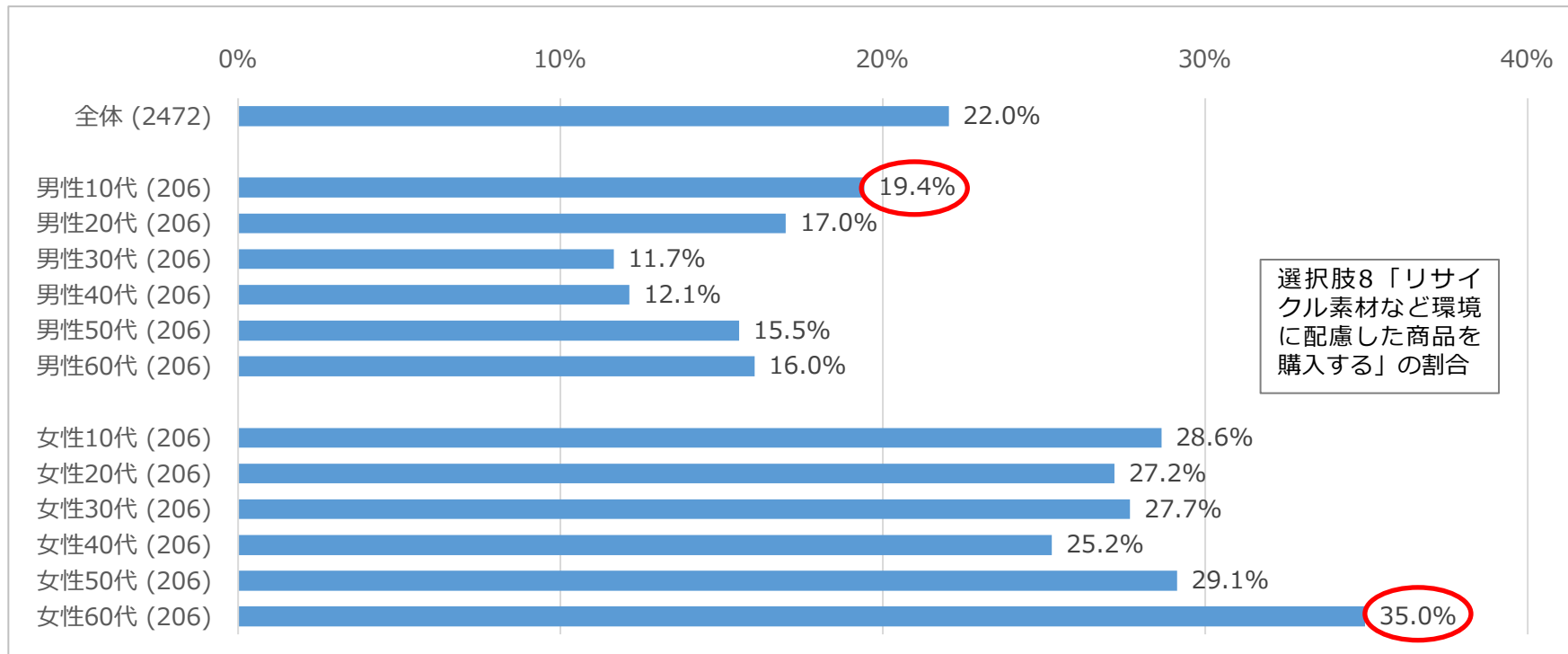
質問：あなたご自身が環境に配慮し、取り組んでいることを教えてください。

選択肢：1 マイバッグを持参・利用している、2 マイ箸・マイボトルなどを持参・利用している、3 不要になったものをメルカリなどのアプリで売っている、4 不要になったものをリサイクルショップなどに売っている、5 不要になったものを人にプレゼントしている、6 中古品をメルカリなどのアプリで買っている、7 中古品をリサイクルショップなどで買っている、8 リサイクル素材など環境に配慮した商品を購入している、9 商品を購入せず、シェアサービスを利用している、10 環境問題に取り組んでいる企業の商品を購入している、11 環境問題に取り組んでいる店舗を利用している、12 賞味期限の近い食品などを取り扱っているサイトやアプリを利用している、13 SNSで環境問題について発信している、14 有名人の環境に関するSNSを紹介するなど、拡散している、15 環境に関するボランティア活動に参加している、16 環境団体や環境に取り組んでいる個人に寄付している、17 その他、18 環境問題について、特に取り組んでいない

3-4 今後、環境に配慮した商品を購入したい人は60代女性が最も多い

- 今後、環境に配慮した商品の購入を増やしたい人が最多だったのが60代女性で、35.0%が増やしたいとしている。
- また、女性は全ての年代で環境に配慮した商品の購入を増やしたい人は25%を上回っている。
- 一方、男性で環境に配慮した商品の購入を増やしたい人が最も多い10代でも19.4%にとどまっており、全ての年代で20%を下回っている。

＜グラフ3-4 今後、環境に配慮した商品の購入を増やしたい人の割合＞



選択肢8「リサイクル素材など環境に配慮した商品を購入する」の割合

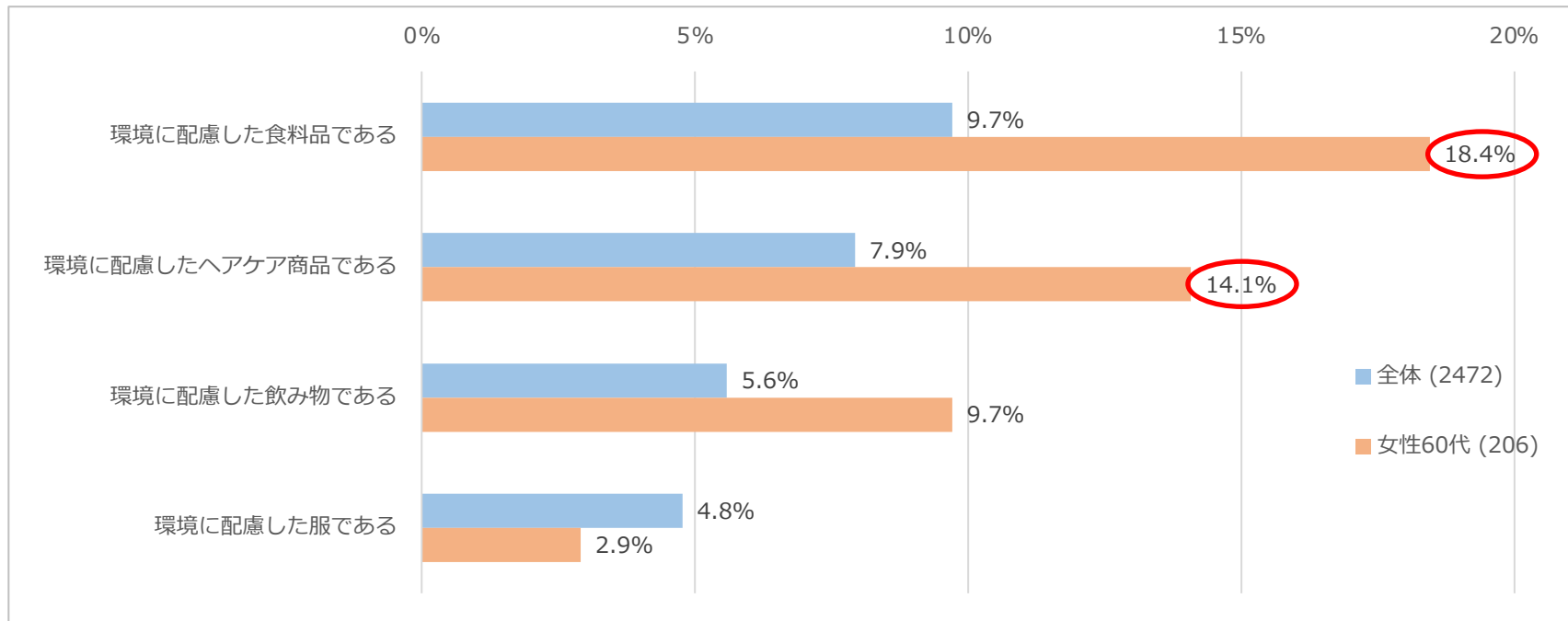
質問：環境に配慮した取り組みを増やす場合、どのような取り組みを増やしたいですか。

選択肢：1 マイバッグを持参・利用する、2 マイ箸・マイボトルなどを持参・利用する、3 不要になったものをメルカリなどのアプリで売る、4 不要になったものをリサイクルショップなどに売る、5 不要になったものを人にプレゼントする、6 中古品をメルカリなどのアプリで買う、7 中古品をリサイクルショップなどで買う、8 リサイクル素材など環境に配慮した商品を購入する、9 商品を購入せず、シェアサービスを利用する、10 環境問題に取り組んでいる企業の商品を購入する、11 環境問題に取り組んでいる店舗を利用する、12 賞味期限の近い食品などを取り扱っているサイトやアプリを利用する、13 SNSで環境問題について発信する、14 有名人の環境に関するSNSを紹介するなど、拡散する、15 環境に関する情報を収集する、16 環境に関するボランティア活動に参加する、17 環境団体や環境に取り組んでいる個人に寄付する、18 その他、19 思いつかない・わからない

3-5 60代女性が環境に配慮して購入するのは、食料品とヘアケア商品が多い

- 食料品を購入する時、60代女性の18.4%が環境に配慮していることを重視しており、性・年代別平均（9.7%）の約2倍となっている。
- シャンプーやリンスなどヘアケア商品を購入する時、60代女性の14.1%が環境に配慮している商品であることを重視しており、性・年代別平均（7.9%）の2倍となっている。

＜グラフ3-5 今後、環境に配慮した商品の購入を増やしたい人の割合＞



質問：あなたは食料品を購入する時、何を重視しますか。重視するものをすべてお選びください。

選択肢：1 味、2 品質、3 カロリー・糖分、4 栄養成分、5 有機野菜などを使っている、6 量・サイズ、7 環境に配慮した食料品である、8 普段から食べている、9 価格、10 キャンペーンが魅力的、11 商品のブランドイメージ、12 広告・宣伝、13 食料品を作っている会社、14 食料品を作っている会社の環境への取り組み、15 その他、16 自分で食料品は買わない

質問：あなたのごシャンプーやリンスなどヘアケア商品を購入する時、何を重視しますか。重視するものをすべてお選びください。

選択肢：1 香り、2 洗浄力、3 機能性（ダメージケア、髪質改善など）、4 髪質に合う、5 パッケージデザイン、6 量・サイズ、7 環境に配慮した商品である、8 普段から使っている、9 価格、10 ブランドイメージ、11 広告・宣伝、12 シャンプーやリンスなどヘアケア商品を作っている会社、13 シャンプーやリンスなどヘアケア商品を作っている会社の環境への取り組み、14 その他、15 自分でシャンプーやリンスは買わない

- 1 調査概要
- 2 環境に関する意識
- 3 環境を意識した購買
- 4 まとめ

性・年代別に、環境に関する関心、環境への取り組み、環境を意識した購買について調査した結果、以下の点が特徴として言える。

(1) 環境に関する関心

- ① 60代女性の67%が、環境問題に関して、「関心がある」、「やや関心がある」と回答しており、10代男性と並んで最も多い。
- ② SDGs及びサステイナブルは男女とも10代の認知度が最も高い。

(2) 購買への取り組みと購買

- ① 環境に関して最も取り組んでいるのが、60代女性で、環境に取り組んでいない人は1.5%にとどまる。
- ② 環境に配慮した商品を購入している人は、60代女性が19.9%と最も高く、全体の2倍となっている。
- ③ 60代女性が、環境に配慮して購入する商品として、多いのが食料品（18.4%）とヘアケア商品（14.1%）となっている。

(3) 考察

- ① 環境への取り組みに関しては、60代女性が最も取り組んでおり、環境を意識して商品を購入している人も19.9%と最も多く、全体の2倍以上となっている。
- ② 「今後、環境に配慮した商品を購入したい人」も、60代女性は35.0%と全ての性・年代で最も多い。
- ③ このことから、環境を意識した商品を訴求する世代としては、60代女性が有力なセグメントと言える。



本レポートに関するお問い合わせは以下よりお願いいたします。

<https://www.kddi-research.jp/inquiry.html>