

環境への知識と意識は高まり、現在は行動の段階に (第2回環境への意識に関する調査結果)

株式会社KDDI総合研究所
シンクタンク部門
コアリサーチャー 今村 一晃

今回の調査と2021年6月に実施した前回調査を比較した結果、人々の環境問題への関心や取り組みについて以下のことが言える。

(1) 環境に関するキーワードの認知度と関心

- ① SDGsやカーボンニュートラルなど環境に関するキーワードの認知度は前回の調査から大きく向上し、SDGsの認知度は90%を超え、カーボンニュートラルとサステイナブルの認知度も80%を超えた。
- ② 環境に関するキーワードの関心も高まり、SDGsに関心を持つ人は50%を超えた。

(2) 環境問題への関心と環境への取り組み

- ① 前回の調査では過半数が環境への取り組みを増やしたいと回答していたが、環境に取り組んでいる人の割合やマイバッグの持参など個々の取り組みについて調査した結果、前回の調査時点から環境への取り組みが増えているとは言えない。
- ② 環境への取り組みについて、積極的に取り組む人と取り組まない人の二極化が進む可能性がある。

(3) 考察

- ① 環境への関心が高まる一方、環境への取り組みが増えていない要因として、個人レベルで環境への取り組みを促進する仕組みがないことが一つの要因として考えられる。
- ② 中国ではアリババが個人の環境への取り組みを促進するサービスとして、「アントフォレスト」や「88カーボンアカウント」を提供しており、「アントフォレスト」の利用者数が6億人を超えるなど成果が出ている。
- ③ 日本でも個人レベルでの環境への取り組みを増やす方法として、アリババのような利用者の多いサービスを起点として環境への取り組みを促進するサービスを導入することが考えられる。

- 1 調査概要
- 2 環境に関するキーワードの認知度・関心度
- 3 環境問題への取り組み
- 4 環境への取り組み事例
- 5 まとめ

1-1 調査の目的

- 目的 2021年6月に実施した第1回「環境に関する意識と購買」の調査では、回答者の過半数が「今後、環境への取り組みを増やす」と回答した。
その後、環境に関する取り組みが増えているかなどの確認も含めて、環境問題に関する意識と取り組みに関する最新の動向を把握する。
- 前回調査の概要
- ① 今後、環境への取り組みを増やしたいと回答した人の割合は、全体で54.9%、10代の男女では70%を超えている。
 - ② 環境問題について関心があると回答した人の割合は53.5%（「とても関心がある」「やや関心がある」と回答した人の合計）。
 - ③ 環境問題に取り組んでいると回答した人の割合は全体で88.6%、女性は全ての年代で環境問題に取り組んでいると回答した人の割合が90%を超えている。

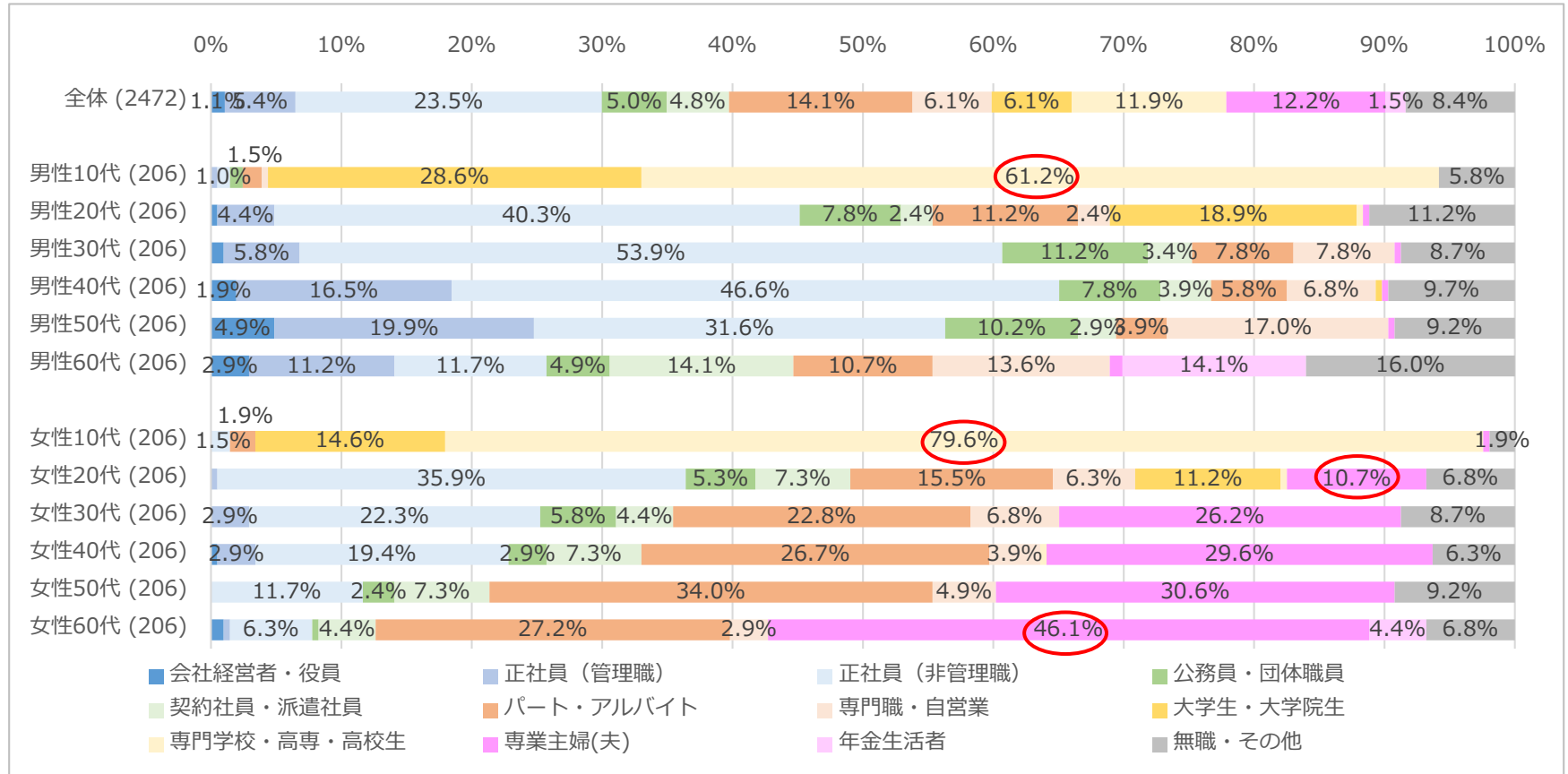
調査地域、調査方法、調査対象、調査人数は、2021年6月に実施した調査と同じ。

| 項目 | 概要 |
|------|-------------------|
| 調査地域 | 全国 |
| 調査方法 | インターネット調査 |
| 調査時期 | 2023年1月18日～1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、男女とも専門学校・高専・高校生が60%を超えている。
- 20代女性で専業主婦は10.7%だが、年齢が上がるものが増えて、60代女性では46.1%を占める。

<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 環境に関するキーワードの認知度・関心度
- 3 環境問題への取り組み
- 4 環境への取り組み事例
- 5 まとめ

第2章の概要

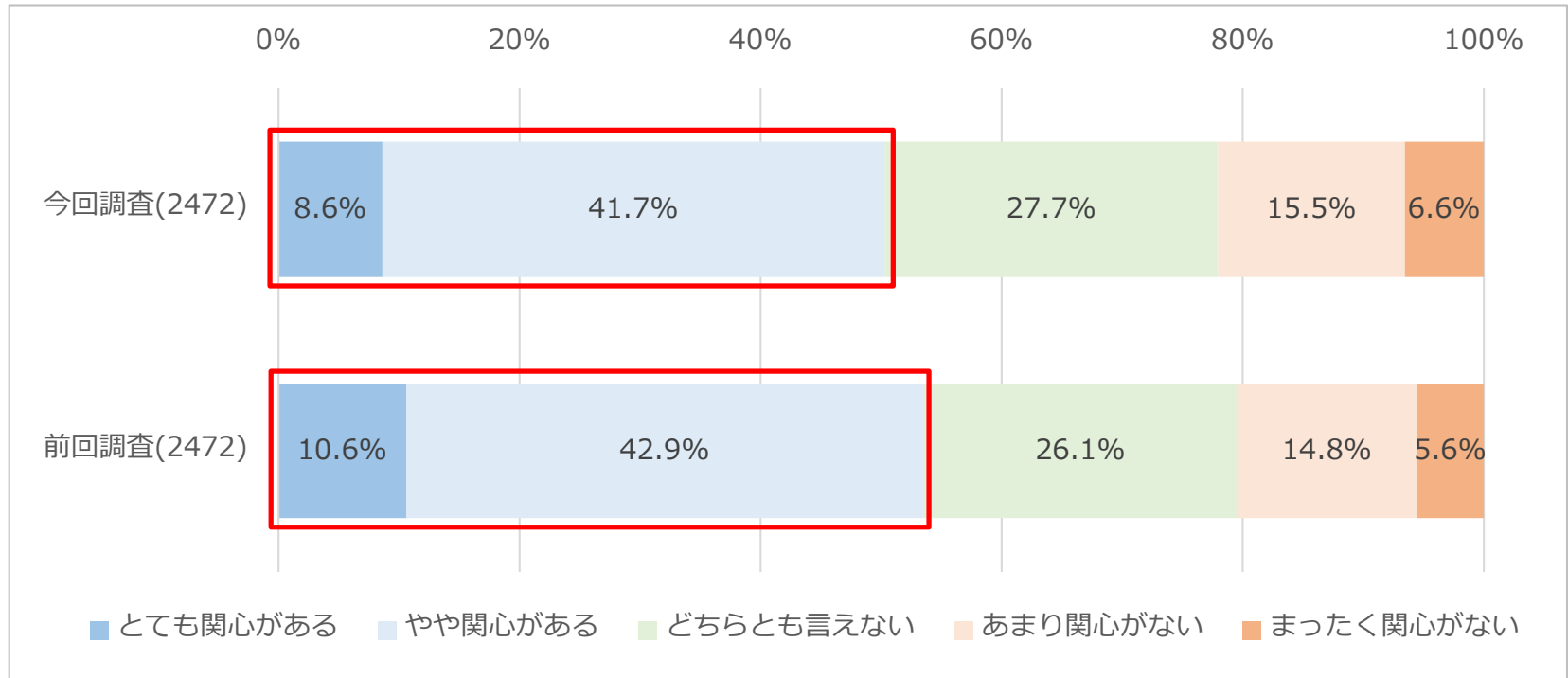
環境問題への関心と環境に関するキーワードの認知度及び関心については以下のとおり。

- (1) 環境問題に関心を持っている人の割合は50.3%と前回調査から3.2ptの微減。
- (2) 環境に関するキーワードの認知度は前回調査から大きく向上し、SDGs、カーボンニュートラル、サステイナブルは認知度が10pt以上増えて、SDGsの認知度は90%、カーボンニュートラル及びサステイナブルの認知度は80%を超えた。
- (3) 環境に関するキーワードに関心を持っている人の割合も増え、SDGsに関心を持っている人の割合は50%を超えて、カーボンニュートラルやサステイナブルに関心を持っている人の割合は40%を超えた。

2-1 環境問題に関心のある人の割合は前回調査からわずかに減少

- 環境問題に関心のある人の割合（「とても関心がある」と「やや関心がある」の合計）は50.3%と、前回の調査53.5%から3.2pt減少している（※）。

<グラフ2-1 環境問題への関心>



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。

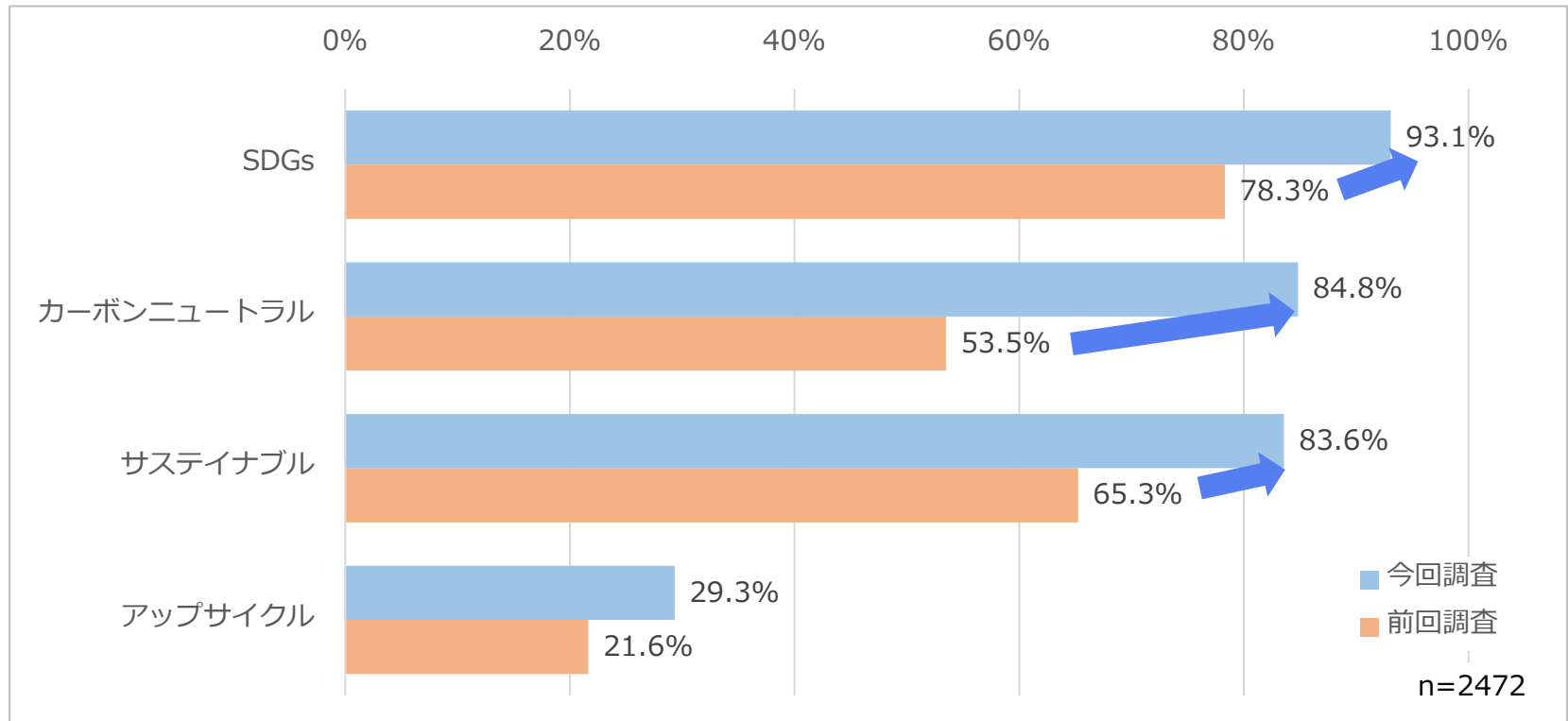
選択肢：1 とても関心がある、2 やや関心がある、3 どちらとも言えない、4 あまり関心がない、5 まったく関心がない

（※）本レポートでは、各年齢層同数のサンプルの合算を全体集計値としており、生活者全般の平均値ではない。なお、性年代ごとの集計値を参考資料に掲載している。

2-2 環境に関するキーワードの認知度は前回調査より大幅に向上

- SDGsを知っている人（「詳しい内容を知っている」、「おおよその内容を知っている」、「言葉のみ知っている」のいずれかを選んだ人、以下同じ）の割合は、前回調査のから14.8pt増えて、90%を超えた。
- カーボンニュートラルを知っている人の割合は、前回調査の31.3pt増えて、80%を超えた。
- サステイナブルを知っている人の割合は、前回調査から18.3pt増えて、80%を超えた。
- アップサイクルを知っている人の割合は、前回調査から7.7pt増えて、約30%となっている。

<グラフ2-2 環境に関するキーワードの認知度>

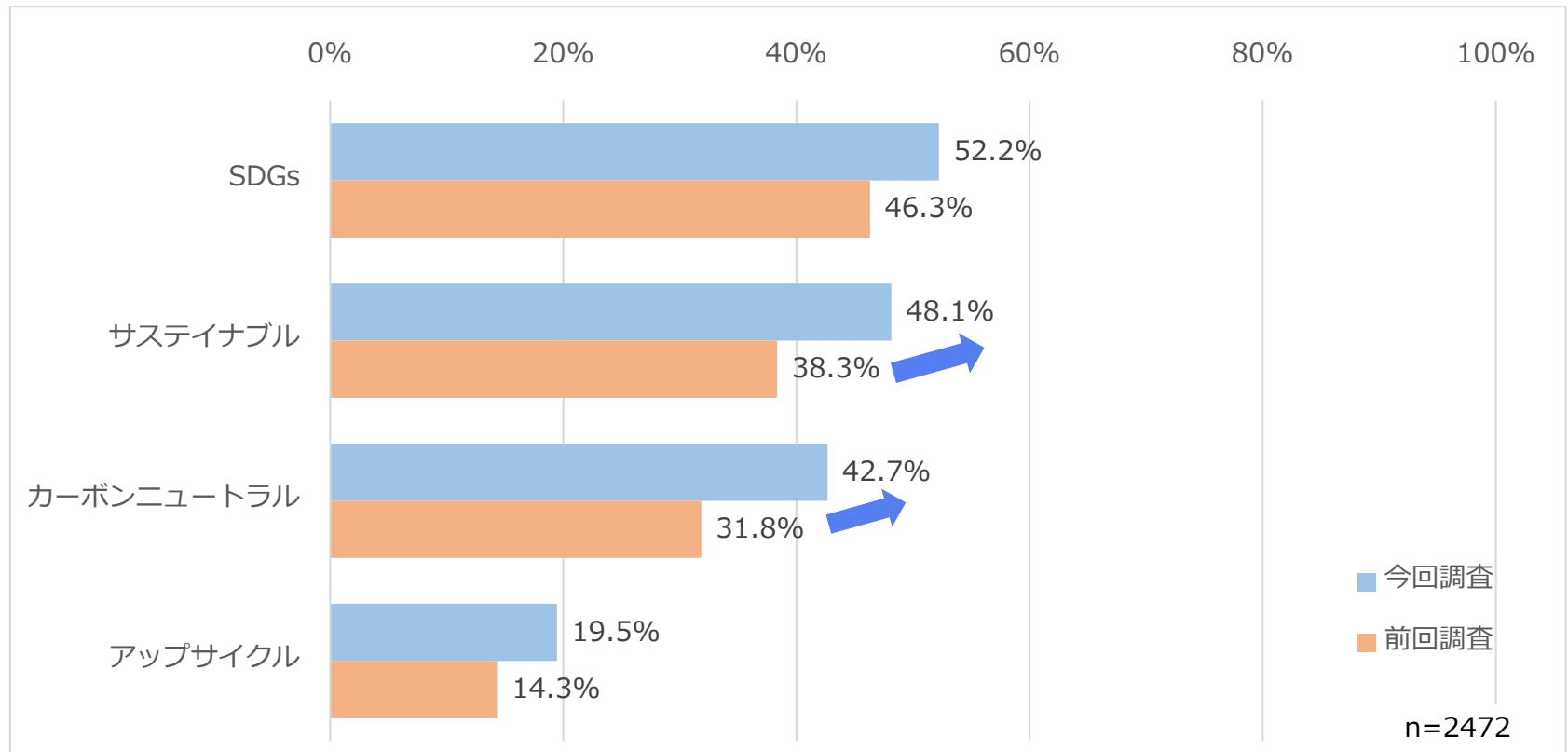


質問：あなたは以下の言葉（SDGs、サステイナブル、カーボンニュートラル、COP27、アップサイクル）について、どの程度ご存じですか。
 選択肢：1 詳しい内容を知っている、2 おおよその内容を知っている、3 言葉のみ知っている、4 このアンケートで初めて知った

2-3 環境に関するキーワードの関心も高まっている

- SDGsに関心のある人の割合は、前回調査から5.9pt増えて、50%を超えた。
- サステイナブルに関心のある人の割合は前回調査から9.8pt増えて45%を超えた。
- カーボンニュートラルに関心のある人の割合は、前回調査から10.9pt増えて、40%を超えた。
- アップサイクルに関心のある人の割合は、前回調査から5.2pt増えて、約20%となっている。

<グラフ2-3 環境に関するキーワードの関心>



質問：あなたは以下の言葉（SDGs、サステイナブル、カーボンニュートラル、COP27、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 環境に関するキーワードの認知度・関心度
- 3 環境問題への取り組み
- 4 環境への取り組み事例
- 5 まとめ

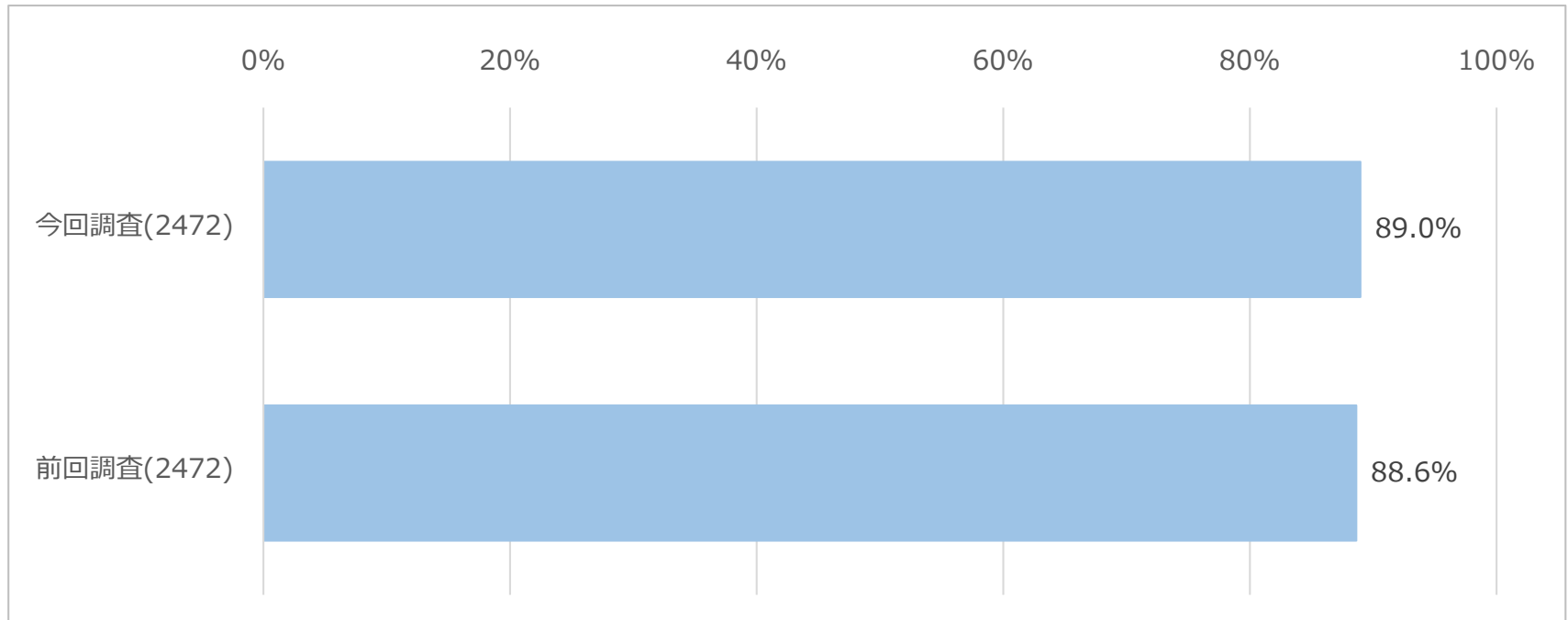
環境への取り組みについて前回の調査からの変化について分析した結果、以下のことが言える。

- (1) 環境に配慮した取り組みを行っていると回答した人の割合は89.0%で、前回調査の88.6%からほぼ横ばい。
- (2) マイバッグの持参など個々の環境に取り組みも、前回の調査からの増減は▲1.6pt～1.4ptとなっており、大きな変化は見られない。
- (3) 環境問題について、自分自身が「十分に取り組んでいる」と考えている人の85.0%が今後も環境への取り組みを増やしたいと回答しており、環境に取り組んでいる人ほど、今後も環境への取り組みを増やしたいと考えている。

3-1 環境に配慮した取り組みを行っている人の割合は前回調査とほぼ同じ

- 環境に配慮した取り組みを行っている人の割合は89.0%と前回調査の88.6%とほぼ同じ。

＜グラフ3-1 環境に配慮した取り組みを行っている人の割合＞



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

3-2 環境への取り組みに関して実施している人が増えた項目はない

- 環境に取り組んでいる人の割合が約90%と高いことから、既に環境に取り組んでいる人が環境への取り組みを増やしているか否かを調べるため、個々の環境への取り組みについて前回の調査と比較した。
- 環境に関する個々の取り組みに関して、前回の調査からの増減は▲1.6pt～1.4ptで大きく増えた項目はない。

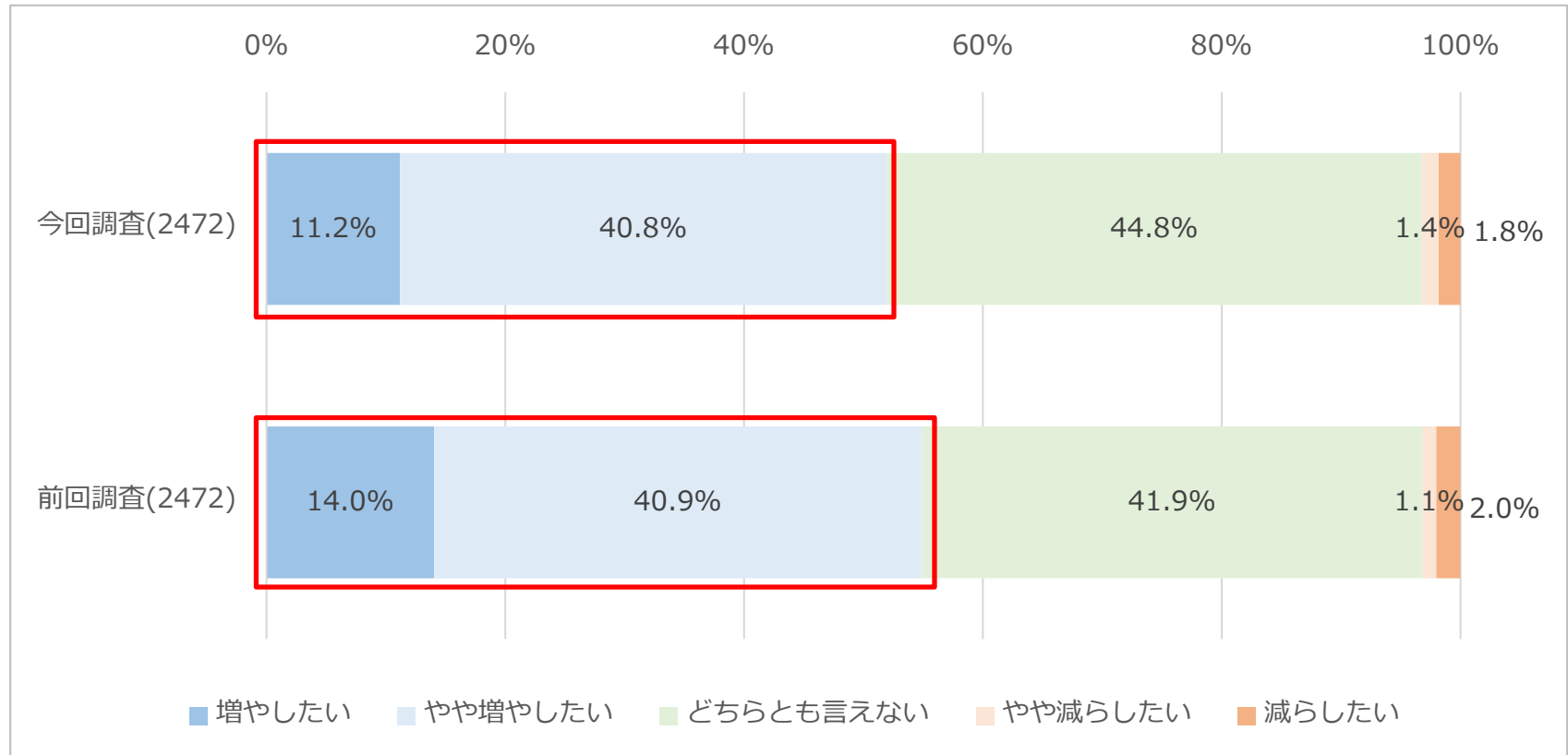
＜表3-2 環境に関する個々の取り組みの前回調査との比較＞

| | 今回調査 | 前回調査 | 差異 |
|-----------------------------------|-------|-------|--------|
| マイバッグを持参・利用している | 77.2% | 78.8% | ▲1.6pt |
| マイ箸・マイボトルなどを持参・利用している | 36.2% | 36.4% | ▲0.2pt |
| 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 | 25.8% | 26.5% | ▲0.8pt |
| 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 | 24.4% | 23.0% | +1.4pt |
| 中古品をメルカリなどのアプリで買っている | 18.4% | 18.2% | +0.3pt |
| 不要になったものを人にプレゼントしている | 16.3% | 15.5% | +0.8% |
| 中古品をリサイクルショップなどで買っている | 14.5% | 15.8% | ▲1.3pt |
| 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 | 7.7% | 9.5% | ▲1.8pt |
| 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 | 4.8% | 4.9% | ▲0.1pt |
| 環境問題に取り組んでいる企業の商品を購入している | 4.3% | 5.5% | ▲1.2pt |
| 環境問題に取り組んでいる店舗を利用している | 3.3% | 3.6% | ▲0.4pt |
| 環境に関するボランティア活動に参加している | 2.0% | 2.1% | ▲0.1pt |

3-3 環境への取り組みを増やしたい人の割合は前回調査とほぼ同じ

- 全体の52.0%が、今後の環境への取り組みに関して、「増やしたい」、「やや増やしたい」と回答しており、前回調査の54.9%から大きな変化は見られない。

<グラフ3-3 今後の環境への取り組み意向>

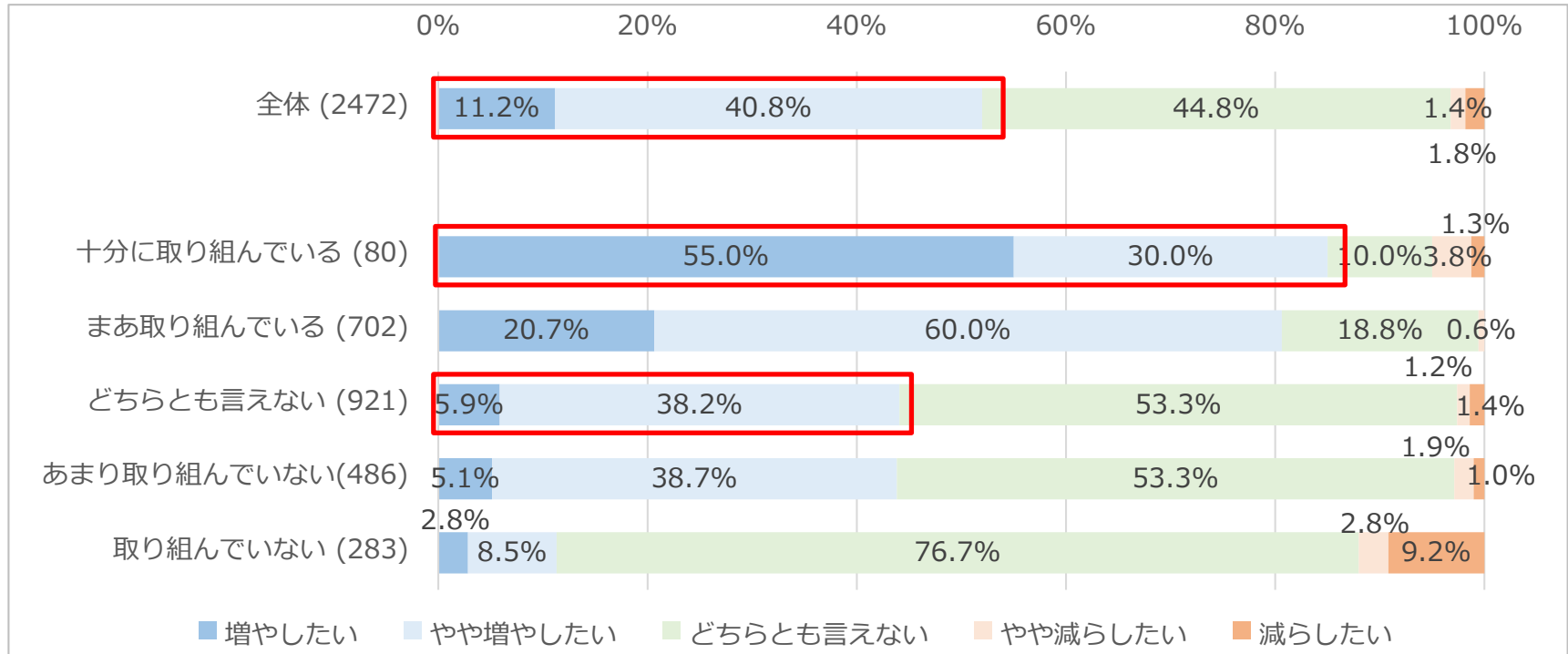


質問：あなたご自身は、今後、自らの環境に配慮した取り組みを増やしたいと思いませんか。
 選択肢：1 増やしたい、2 やや増やしたい、3 どちらとも言えない、4 やや減らしたい、5 減らしたい

3-4 環境に取り組んでいる人ほど、環境への取り組みを増やす意向あり

- 環境に「十分に取り組んでいる」人の85.0%が、今後環境への取り組みを「増やしたい」「やや増やしたい」と回答している。
- 現在の環境への取り組みを「どちらとも言えない」人で、今後環境への取り組みを増やしたい人の割合は44.1%で「十分に取り組んでいる人」のほぼ半分となる。

＜グラフ 3-4 自分自身の環境への取り組みの評価と今後の環境への取り組み意向＞



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えますか。
 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

質問：あなたは、ご自身や以下の人々及び団体の環境への取り組みをどのように考えていますか。
 項目：1 自分自身、2 同世代の一人、3 親世代の人々、4 子供世代の人々、5 政府、6 地方自治体、7 大企業、8 中小企業、9 NGO、10 学校
 選択肢：1 十分に取り組んでいる、2 まあ取り組んでいる、3 どちらとも言えない、4 あまり取り組んでいない、5 取り組んでいない

- 1 調査概要
- 2 環境に関するキーワードの認知度・関心度
- 3 環境問題への取り組み
- 4 環境への取り組み事例
- 5 まとめ

第4章の概要

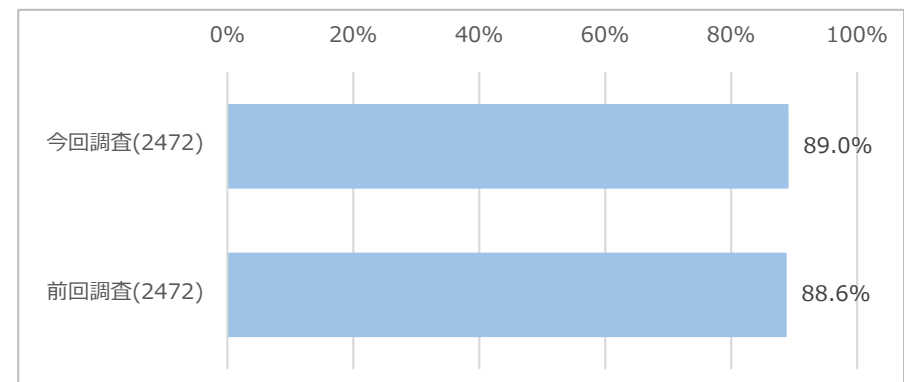
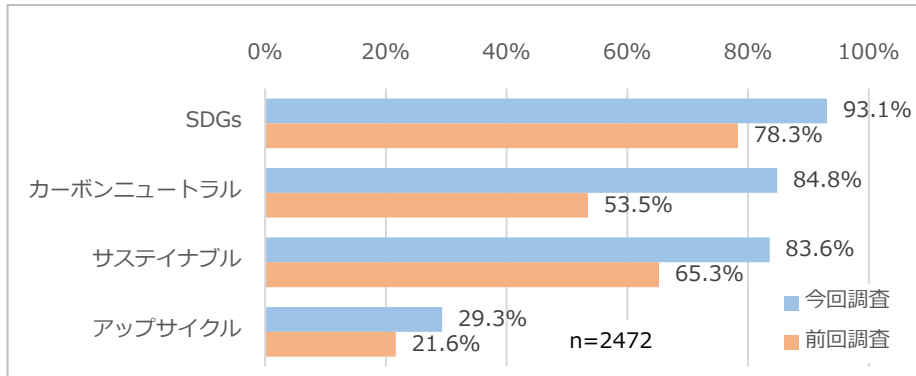
環境への取り組み事例について分析した結果、以下のことが言える。

- (1) 環境問題に関する課題として、環境に関するキーワードの認知度や関心は高まっているが、それが環境問題への取り組みにつながっていないことが挙げられる。
- (2) アリババは、既存サービスの利用者を対象に環境への取り組みを促進するサービスを導入しており、「アントフォレスト」というサービスでは利用者が6億人を超えている。
- (3) 日本でも環境への取り組みを促進するサービスは導入されているが、該当するサービス取り組み対象がペットボトルの継続利用などに限定されている。

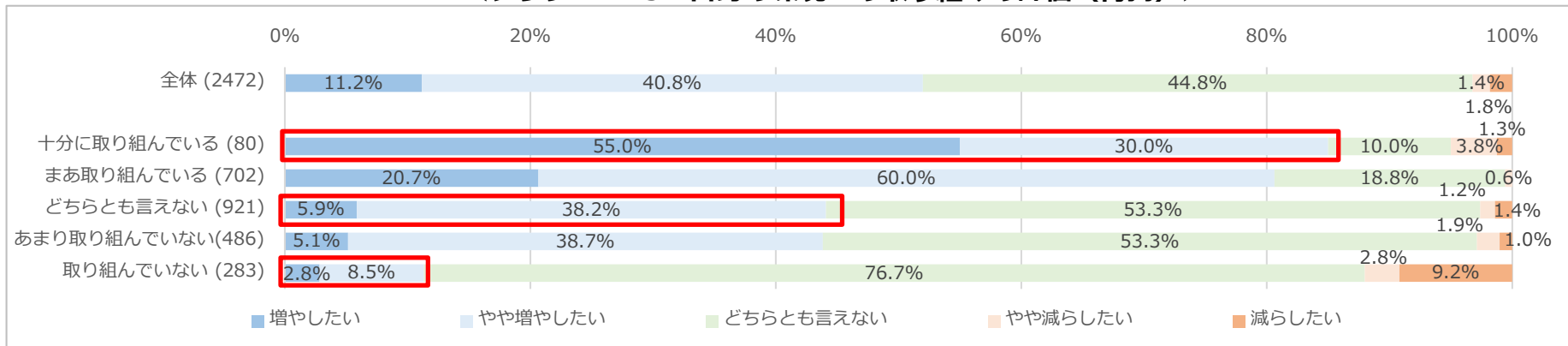
4-1 今回の調査でわかった課題

- SDGsやカーボンニュートラルなど環境に関するキーワードの認知度は前回の調査と比べて、10pt以上高まり、SDGsの認知度は90%、カーボンニュートラルの認知度は80%を超えた。
- 一方、環境に取り組んでいる人も89.0%と前回調査の88.6%からほとんど増えておらず、認知度向上が環境への取り組みにつながっていない。
- 環境に取り組んでいる人ほど、環境に取り組むたいと考えており、環境問題に積極的に対応する人とそうでない人の二極化が進む可能性がある。

<グラフ 4-1-1 環境に関するキーワードの認知度 (再掲) > <グラフ4-1-2 環境に配慮した取り組みを行っている人の割合(再掲)>



<グラフ 4-1-3 自身の環境への取り組みの評価 (再掲) >



4-2 環境への取り組みを促進する先行事例

日常生活で環境への取り組みを促進する仕組みとして、中国のアリババが取り組んでいる事例がある。

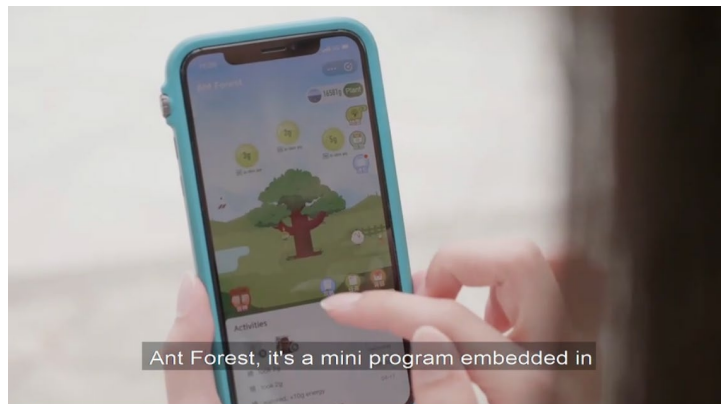
「アントフォレスト」

- 2016年に導入されたアプリ。
- 徒歩通勤や水道代や電気代のオンラインでの支払いなど低炭素なライフスタイルを推進することで、利用者はポイントを獲得し、そのポイントで仮想空間で木を植えることができ、さらにポイントが貯まると実際の木を植えられる。
- 2021年8月時点で、6億人以上が利用し、3億2600万以上の木が植樹された。

「88カーボンアカウント」

- 2022年8月に導入された環境への取り組みを促進するポイントシステム。
- 利用者は宅配料理を注文する時に使い捨てのカトラリーを注文しない、宅配便に使われた段ボール箱をリサイクル用の集配ステーションに持ち込むなどCO2削減に取り組むと、利用者のアプリにポイントが蓄積される。
- 利用者はそのポイントをアリババのECサイトの対象商品を購入する時などに利用することができる。

<アントフォレストのイメージ図>



出所：アリババのサイトに掲載されていた動画のワンシーン

<88カーボンアカウントのイメージ図>



出所：アリババのサイトに掲載されていた動画のワンシーン

4-3 日本での取り組み事例

日本でも環境の取り組みを促進する事例はあるが、取り組みの対象やエリアが限られていることが多い。

「mymizu」

- 世界中で20万箇所のカフェや公共施設などで無料で給水できるサービス。
- 利用者はアプリ上で給水スポットを探ことができ、また、アプリ上でmymizuを利用することで削減できたペットボトルの数を確認できる。
- 日本での利用者は20万強で、給水パートナー（加盟店）は2,000店舗強。

「Miles」

- 携帯の位置情報をもとに、利用者の移動を自動でマイルにしてポイント蓄積するアプリ。
- 利用者の移動のスピードによって、移動手段が選定され、移動手段によってポイントの掛け率が変わる。
- ポイントの掛け率は、車の移動が最も低く、徒歩が最も高くなり、移動距離と移動手段に基づき、どれだけのCO2の削減に貢献できたのかを数値化する。
- 貯まったマイルは各種製品に交換できる

<mymizuアプリのイメージ図>



出所：mymizuサービスサイト

<Milesのイメージ図>



出所：Milesのサービスサイト

4-4 日中の環境に関する取り組み事例の比較

- アリババが提供する「アントフォレスト」や「88カーボンアカウント」は、既に同社が提供しているプラットフォームをベースに提供しているため、利用者がアクセスしやすい環境にある。
- 対象となる行動も、段ボール箱の再利用、シェア自転車の利用、徒歩通勤、光熱費のオンラインでの支払いなど対象範囲が広い。
- 日本で提供されている環境に関する取り組みを促進するサービスは、財団法人や新興企業が中心のため、新たに利用者を獲得する必要があり、中国のアリババに比べて、利用者が少ない。
- 対象となる行動も、ペットボトルの継続利用や環境にやさしい移動手段など対象が限定されている。

<表 4-4 環境に関する取り組み事例の比較>

| | サービス名 | 提供者 | 対象ユーザ | 対象となる行動 |
|----|-------------|------------------------------|-------------------|--|
| 中国 | アントフォレスト | アリババ | 既存のアリババ利用者 | 徒歩通勤 光熱費のオンライン支払い |
| | 88カーボンアカウント | アリババ | 既存のアリババ利用者 | 段ボール箱のリサイクル グリーン家電の購入 使い捨て食器の利用削減 シェア自転車の利用など |
| 日本 | mymizu | 社団法人 Social Innovation Japan | mymizuプラットフォーム利用者 | ペットボトルの継続利用 |
| | Miles | Miles Japan (株) | Milesアプリ利用者 | 環境によい移動手段 |

各社・団体のサイトよりKDDI総合研究所作成

4-5 日本における環境に関する取り組みの課題について

課題

1. 今回の調査結果から、日本における環境への取り組みの課題として、以下のことが言える。
 - ① 環境に関するキーワードの認知度や関心が高まっても、それが環境への取り組みにつながっていない。
 - ② 環境への取り組みを増やしたいという意思はあるものの、具体的な環境への取り組みにつながっていない。
 - ③ 現在、環境に取り組んでいる人ほど今後も環境への取り組みを増やしたいと意向があるものの、環境に取り組んでいない人は今後も環境への取り組みを増やしたいと思っている人は少なく、環境への取り組みが二極化する可能性がある。

2. 環境への取り組みを促進する事例から、日本における環境への取り組みの課題として、以下のことが言える。
 - ① 環境に関する取り組みを促進するサービスの提供者が、財団法人や新興企業が多いため、利用者が気づきにくく、その結果、利用者が広がりにくい。
 - ② ポイント付与などの対象となる環境に関する取り組みが、ペットボトルの継続利用や環境にやさしい移動などに限定されているため、利用者の環境に関する取り組みが限られると同時に、ポイントなども貯まりにくい。

提言

- ① 一定数の利用者があるプラットフォームを有する企業が利用者の環境への取り組みを促進するサービスを導入することが望ましい。
- ② ポイントを付与する対象も自社サービスに限定するのではなく、環境への取り組み全般とすることが望ましい。
- ③ 上記の取り組みは日本人の環境への取り組みが二極化する前に提供されることが望ましい。

- 1 調査概要
- 2 環境に関するキーワードの認知度・関心
- 3 環境問題への関心と取り組み
- 4 環境への取り組み事例
- 5 まとめ

今回の調査と2021年6月に実施した前回調査を比較した結果、人々の環境問題への関心や取り組みについて以下のことが言える。

(1) 環境に関するキーワードの認知度と関心

- ① SDGsやカーボンニュートラルなど環境に関するキーワードの認知度は前回の調査から大きく向上し、SDGsの認知度は90%を超え、カーボンニュートラルとサステイナブルの認知度も80%を超えた。
- ② 環境に関するキーワードの関心も高まり、SDGsに関心を持つ人は50%を超えた。

(2) 環境問題への関心と環境への取り組み

- ① 前回の調査では過半数が環境への取り組みを増やしたいと回答していたが、環境に取り組んでいる人の割合やマイバッグの持参など個々の取り組みについて調査した結果、前回の調査時点から環境への取り組みが増えているとは言えない。
- ② 環境への取り組みについて、積極的に取り組む人と取り組まない人の二極化が進む可能性がある。

(3) 考察

- ① 環境への関心が高まる一方、環境への取り組みが増えていない要因として、個人レベルで環境への取り組みを促進する仕組みがないことが一つの要因として考えられる。
- ② 中国ではアリババが個人の環境への取り組みを促進するサービスとして、「アントフォレスト」や「88カーボンアカウント」を提供しており、「アントフォレスト」の利用者数が6億人を超えるなど成果が出ている。
- ③ 日本でも個人レベルでの環境への取り組みを増やす方法として、アリババのような利用者の多いサービスを起点として環境への取り組みを促進するサービスを導入することが考えられる。

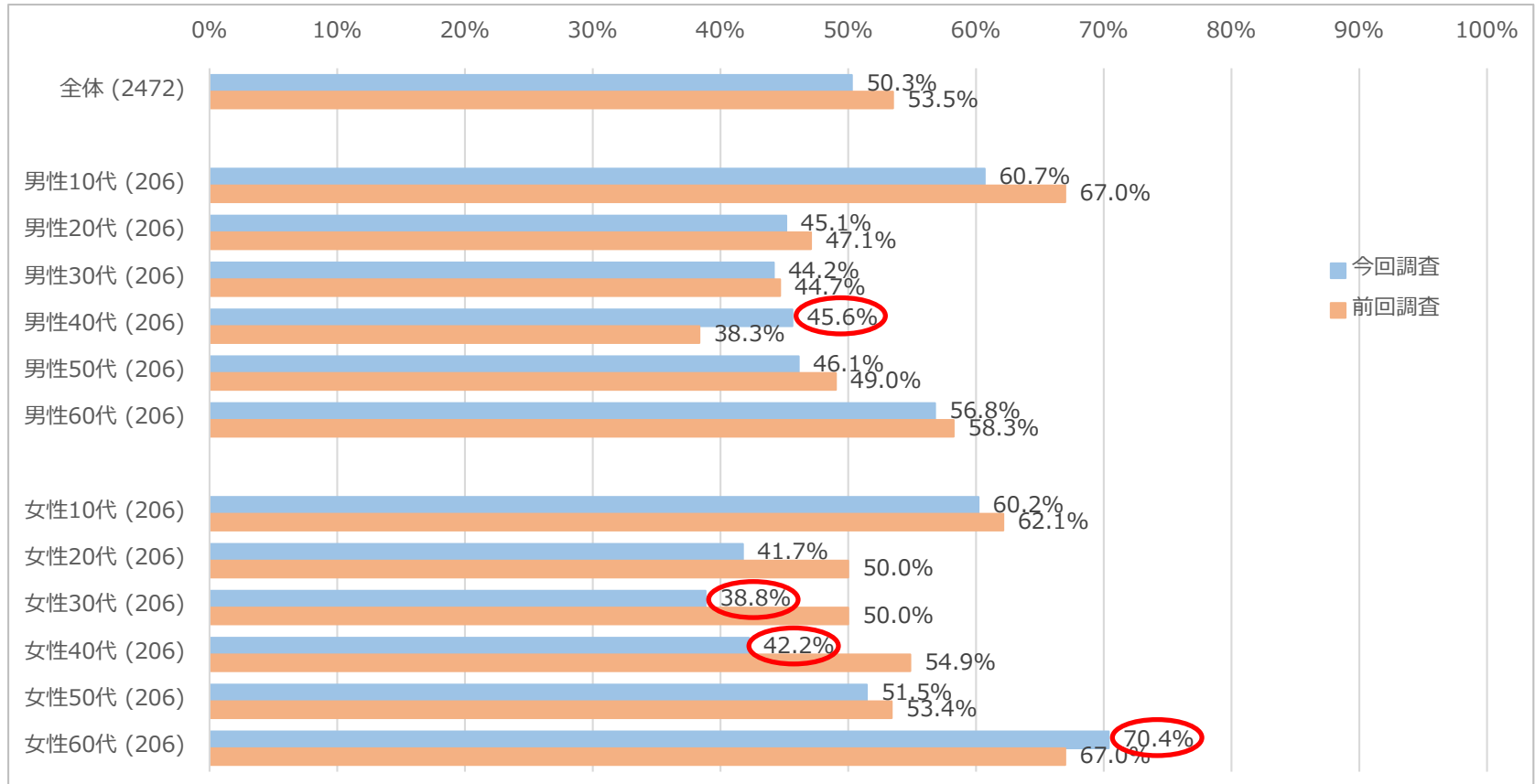
参考資料

- 1 性・年代別データ
- 2 第1回調査結果の概要

1-1 性・年代別環境問題への関心度

- 環境問題に関心がある人と回答した人の割合が増えたのは、40代男性と60代女性のみとなっている。
- 30代女性と40代女性は環境問題に関心があると回答したい人の割合は10pt以上減少し、環境問題に関心があると回答した人の割合は、30代女性は38.8%、40代女性は42.2%となっている。

<グラフ1-1 環境問題への関心>

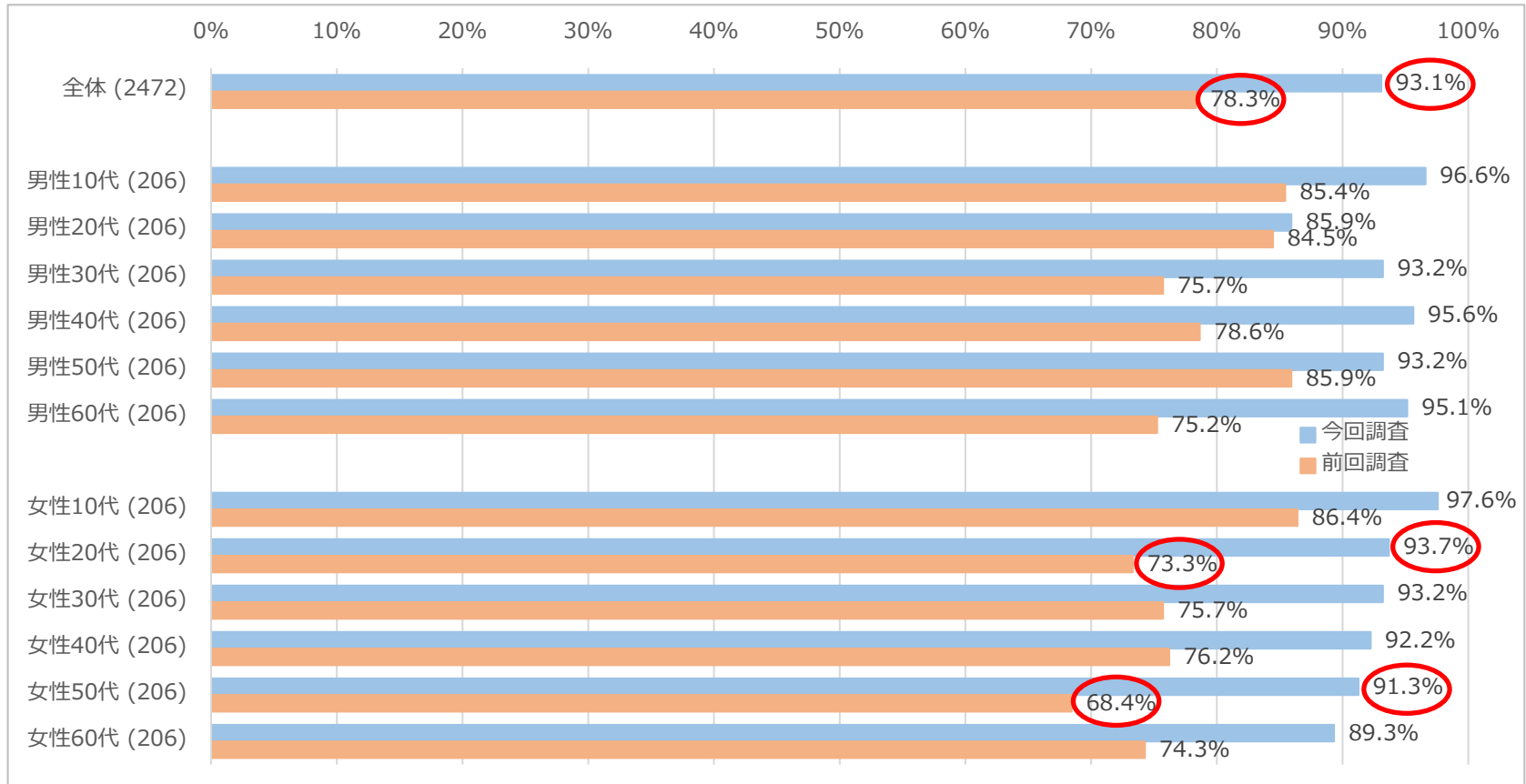


質問：あなたは環境問題について、どのくらい関心がありますか。
 選択肢：1 とても関心がある、2 やや関心がある、3 どちらとも言えない、4 あまり関心がない、5 まったく関心がない

1-2-1 性・年代別SDGsの認知度

- SDGsを知っている人の割合は93.1%で、前回調査の78.3%から14.8pt増えている。
- 20代男性と60代女性を除く全ての性・年代でSDGsの認知度は90%を超えている。
- 20代と50代女性のSDGsの認知度は20pt以上と大きく増えている。

＜グラフ1-2-1 SDGsの認知度＞

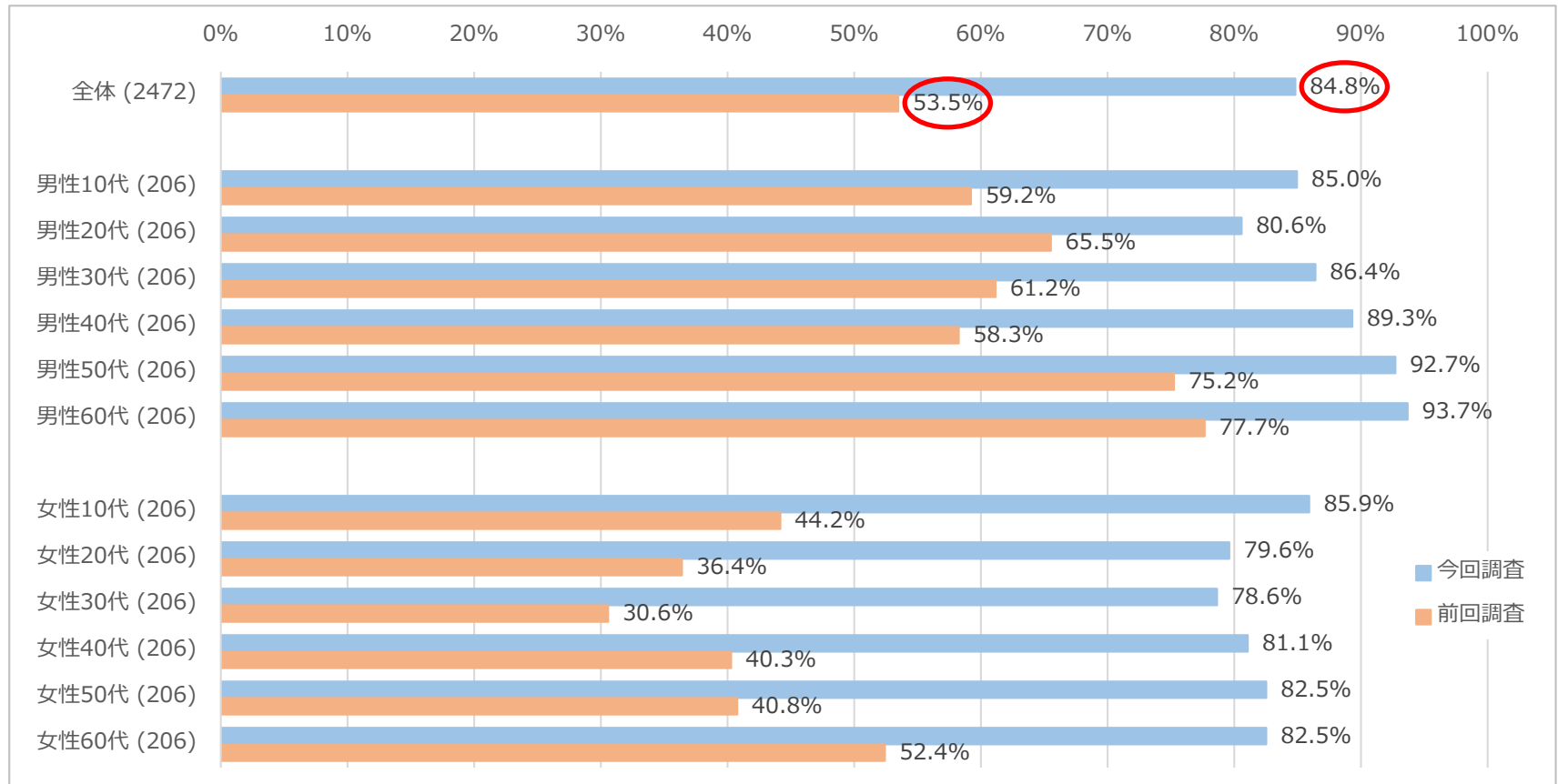


質問：あなたは以下の言葉（SDGs、サステイナブル、カーボンニュートラル、COP27、アップサイクル）について、どの程度ご存じですか。
 選択肢：1 詳しい内容を知っている、2 おおよその内容を知っている、3 言葉のみ知っている、4 このアンケートで初めて知った

1-2-2 性・年代別カーボンニュートラルの認知度

- カーボンニュートラルを知っている人の割合は84.8%で、前回調査の53.5%から31.3pt増と大きく増えている。
- カーボンニュートラルの認知度は全ての性・年代で75%を超えており、男性は全ての年代で80%を超えている。
- 特に、女性は全ての年代でカーボンニュートラルの認知度が30pt以上と大きく増えている。

<グラフ1-2-2 カーボンニュートラルの認知度>

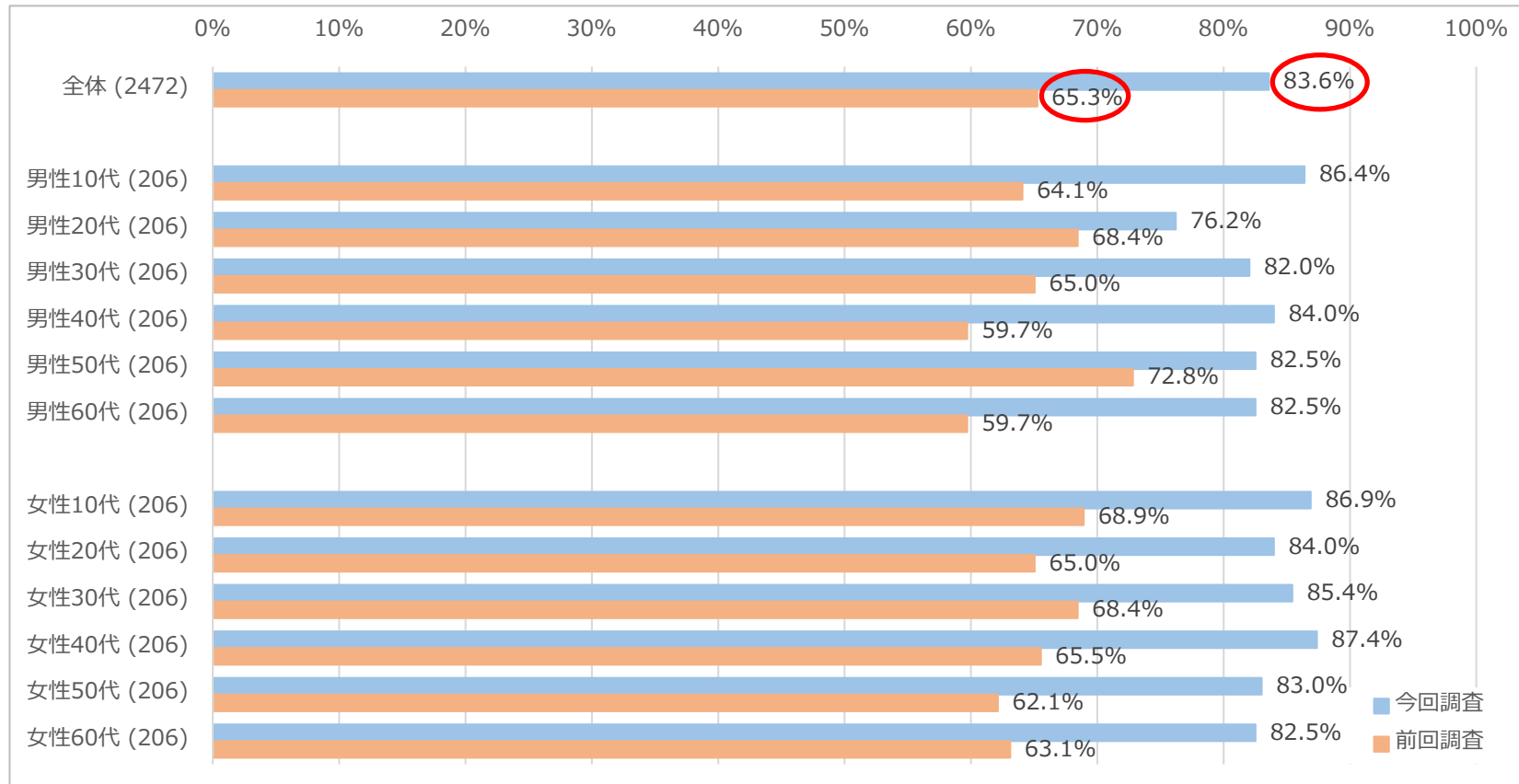


質問：あなたは以下の言葉（SDGs、サステイナブル、カーボンニュートラル、COP27、アップサイクル）について、どの程度ご存じですか。
 選択肢：1 詳しい内容を知っている、2 おおよその内容を知っている、3 言葉のみ知っている、4 このアンケートで初めて知った

1-2-3 性・年代別サステイナブルの認知度

- サステイナブルを知っている人の割合は83.6%で、前回調査の65.3%から18.3pt増と大きく増えている。
- 20代男性を除く全ての性・年代でサステイナブルの認知度は80%を超えている。
- 特に、女性は全ての年代でサステイナブルの認知度が18pt以上と大きく増えている。

<グラフ1-2-3 サステイナブルの認知度>

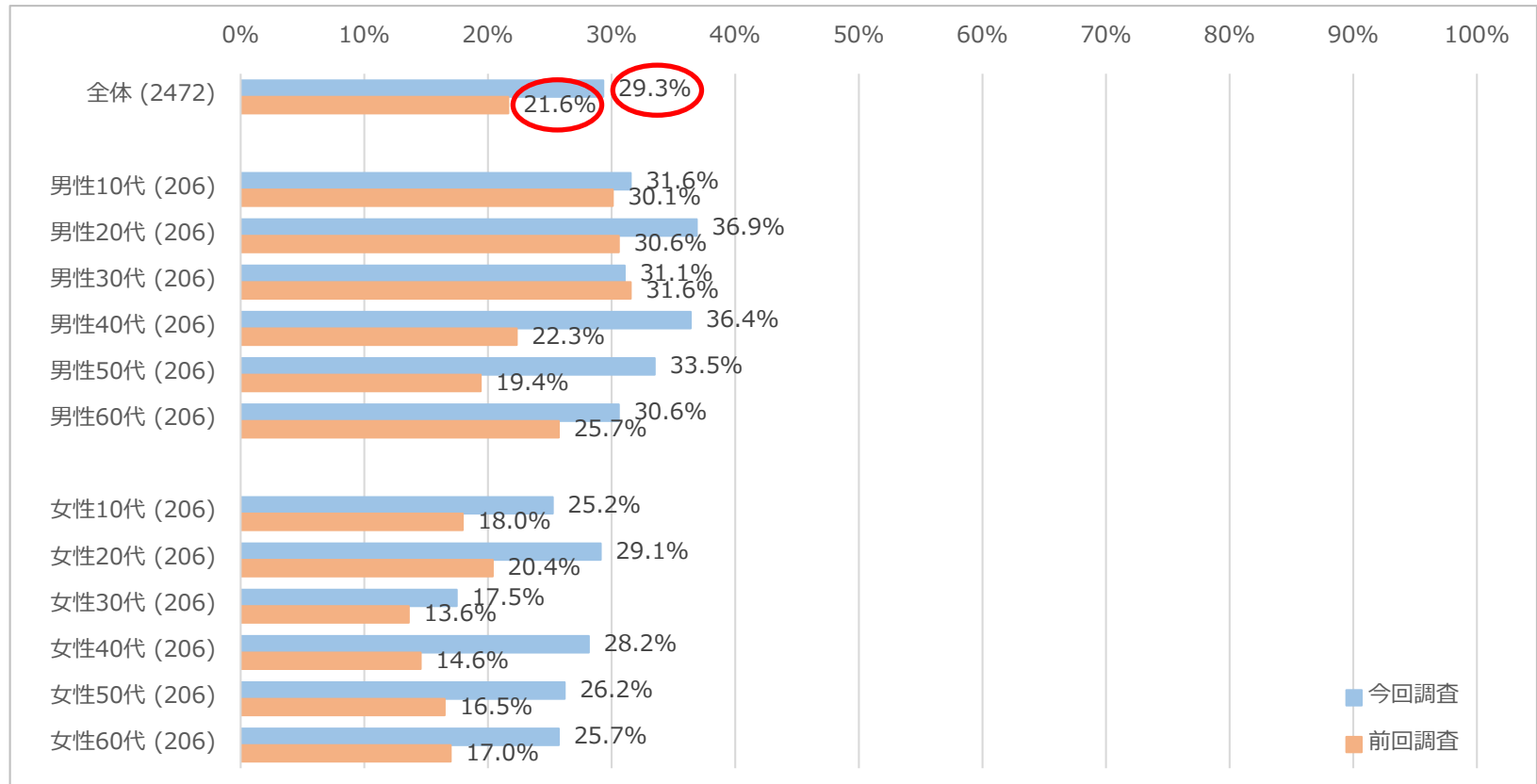


質問：あなたは以下の言葉（SDGs、サステイナブル、カーボンニュートラル、COP27、アップサイクル）について、どの程度ご存じですか。
 選択肢：1 詳しい内容を知っている、2 おおよその内容を知っている、3 言葉のみ知っている、4 このアンケートで初めて知った

1-2-4 性・年代別アップサイクルの認知度

- アップサイクルを知っている人の割合は29.3%で、前回調査の21.6%から7.7pt増えている。
- 男性は全ての年代でアップサイクルの認知度が30%を超えている。
- 女性は全ての年代でアップサイクルの認知度が増え、30代女性を除く全ての年代で認知度が20%を超えている。

<グラフ1-2-4 アップサイクルの認知度>

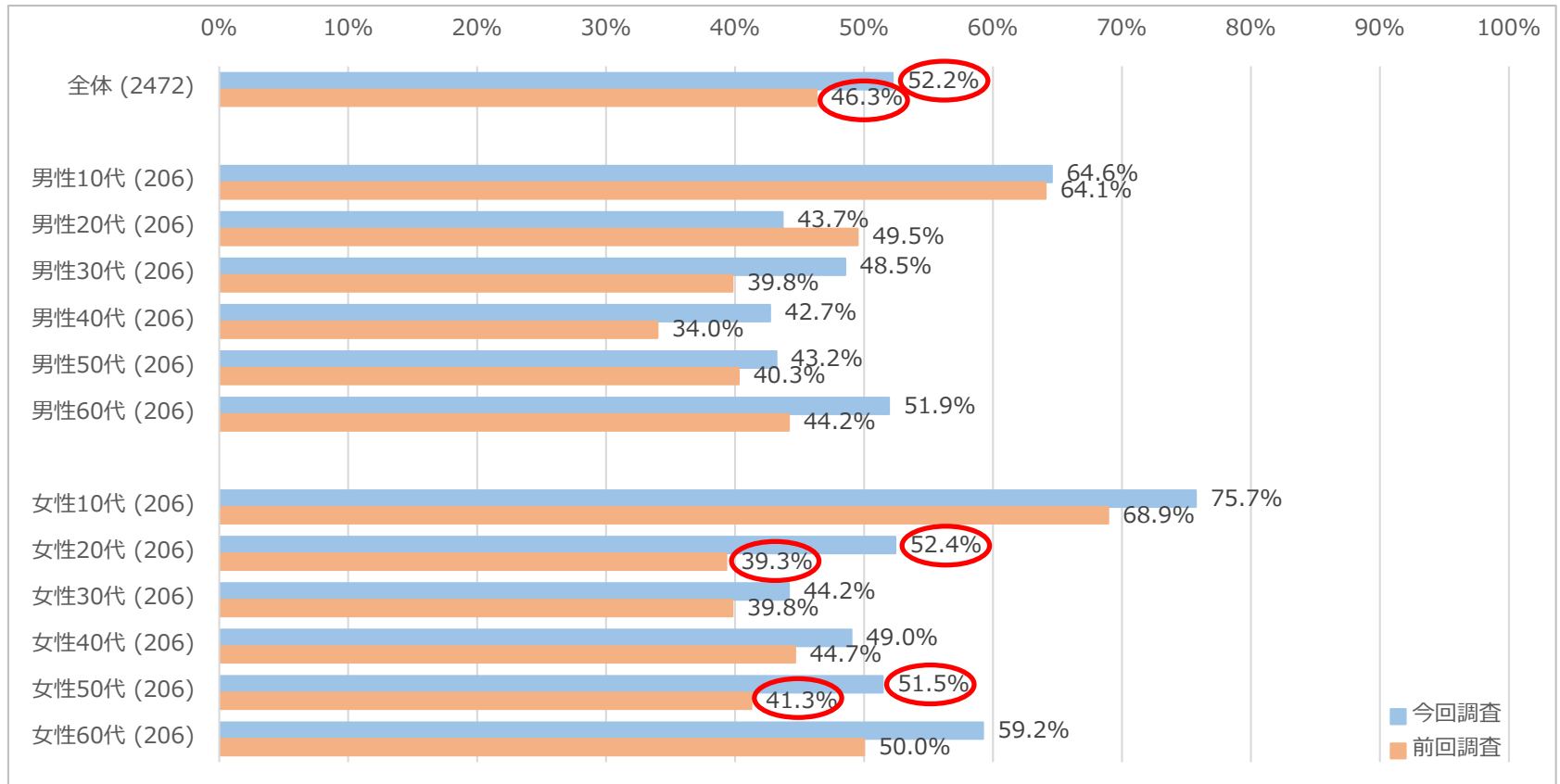


質問：あなたは以下の言葉（SDGs、サステイナブル、カーボンニュートラル、COP27、アップサイクル）について、どの程度ご存じですか。
 選択肢：1 詳しい内容を知っている、2 おおよその内容を知っている、3 言葉のみ知っている、4 このアンケートで初めて知った

1-3-1 性・年代別SDGsの関心度

- SDGsに関心がある人の割合は52.2%で、前回調査からの増加は5.9ptと、SDGsの認知度の上昇分14.8ptの半分以下となっている。
- 性・年代別でもSDGsに関心がある人の割合が10pt以上増えたのは、20代と50代の女性のみとなっている。

＜グラフ1-3-1 SDGsの関心度＞

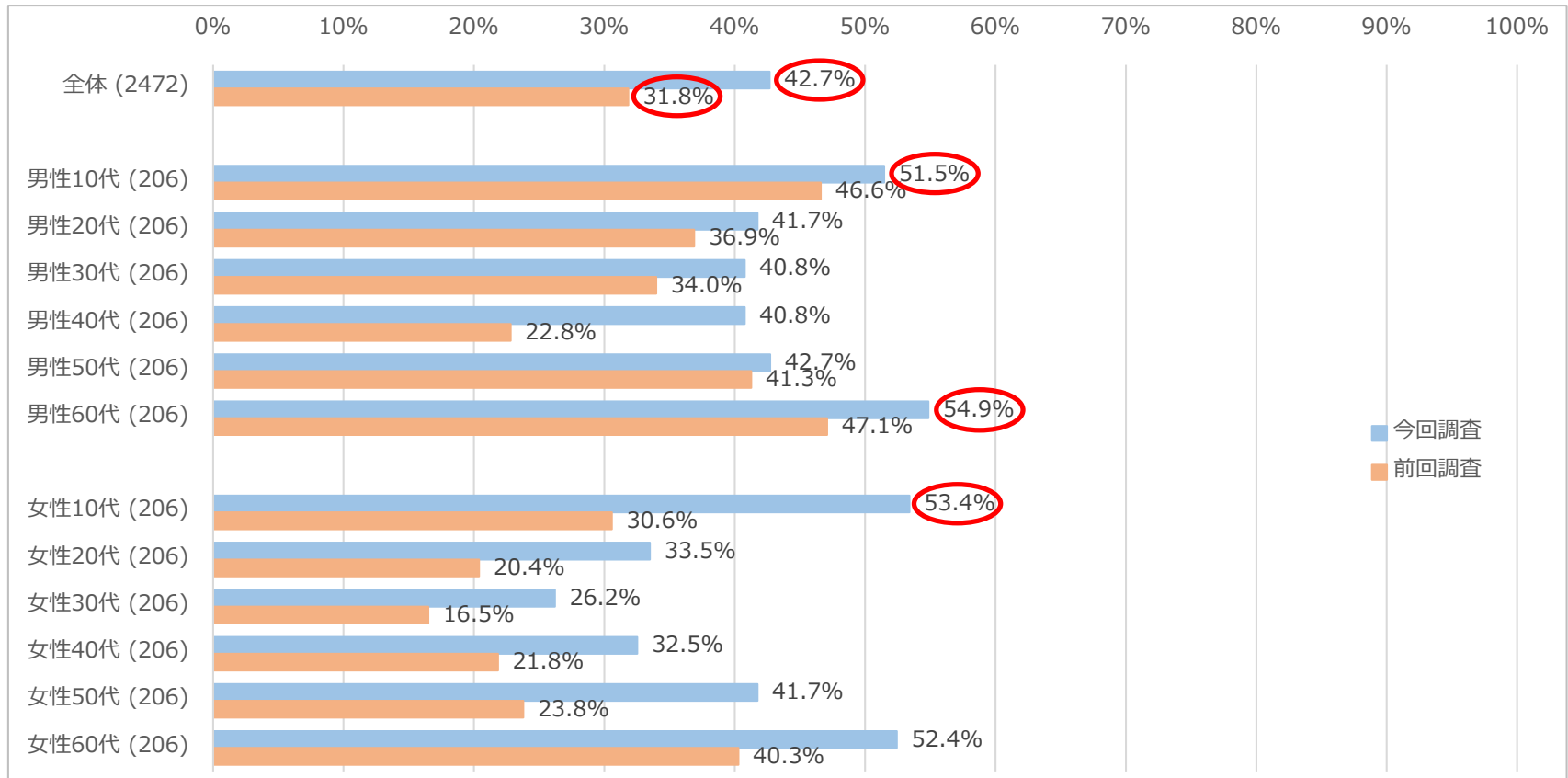


質問：あなたは以下の言葉（SDGs、サステナブル、カーボンニュートラル、COP27、アップサイクル）について、どのくらい関心がありますか。
 選択肢：1 とても関心がある、2 やや関心がある、3 どちらとも言えない、4 あまり関心がない、5 まったく関心がない

1-3-2 性・年代別カーボンニュートラルの関心度

- カーボンニュートラルに関心がある人の割合は42.7%で、前回調査からの増加は10.8ptと、カーボンニュートラルの認知度の上昇分31.4ptの約 1 / 3となっている。
- 性・年代別でカーボンニュートラルに関心がある人の割合が50%を超えているのは、10代と60代のみとなっている。

<グラフ1-3-2 カーボンニュートラルの関心度>

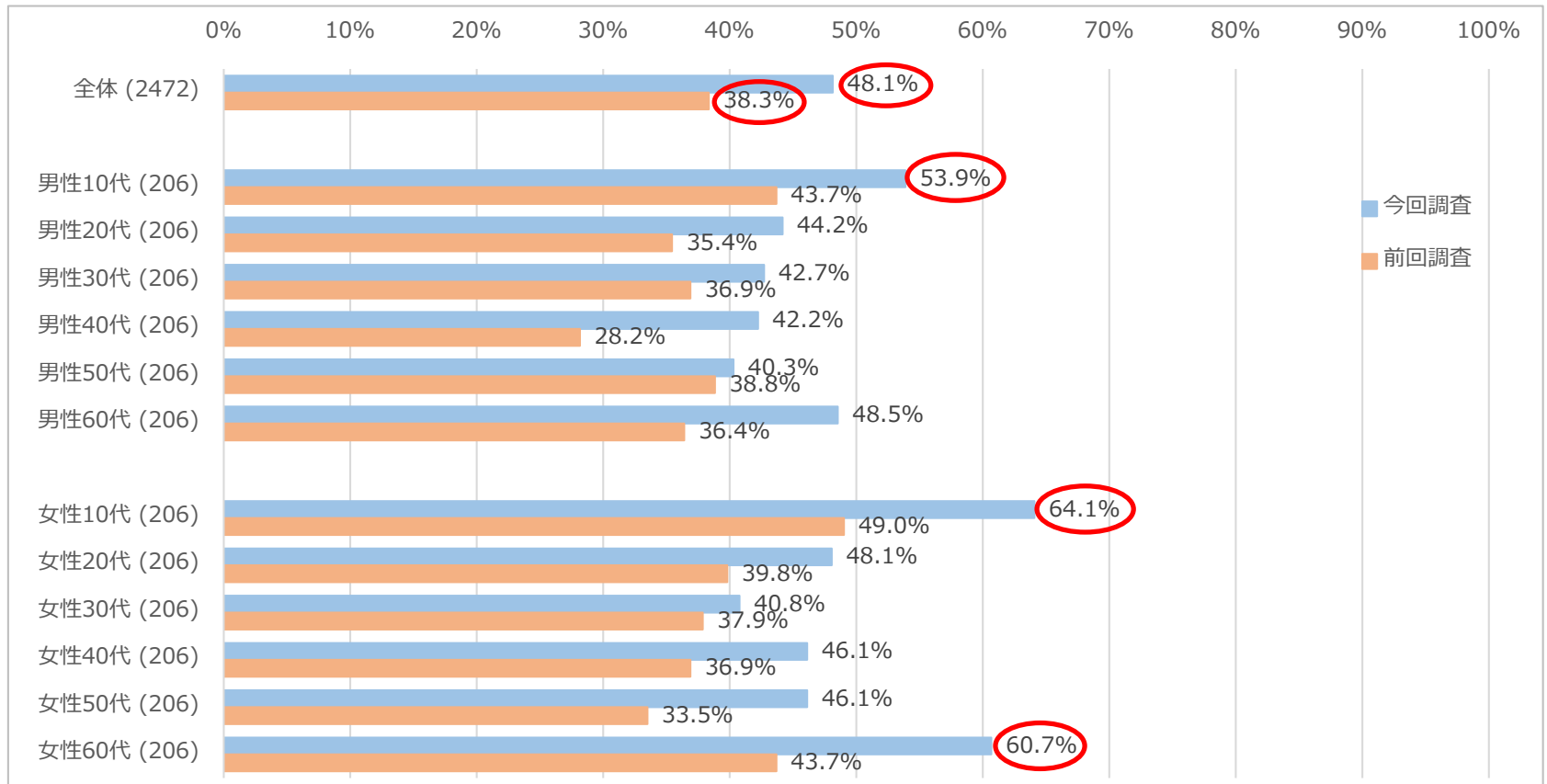


質問：あなたは以下の言葉（SDGs、サステイナブル、カーボンニュートラル、COP27、アップサイクル）について、どのくらい関心がありますか。
 選択肢：1 とても関心がある、2 やや関心がある、3 どちらとも言えない、4 あまり関心がない、5 まったく関心がない

1-3-3 性・年代別サステイナブルの関心度

- サステイナブルに関心がある人の割合は48.1%で、前回調査からの増加は9.8ptと、サステイナブルの認知度の上昇分18.3ptのほぼ半分となっている。
- 性・年代別でサステイナブルに関心がある人の割合が50%を超えているのは、10代男女と60代女性のみとなっている。

<グラフ1-3-3 サステイナブルの関心度>

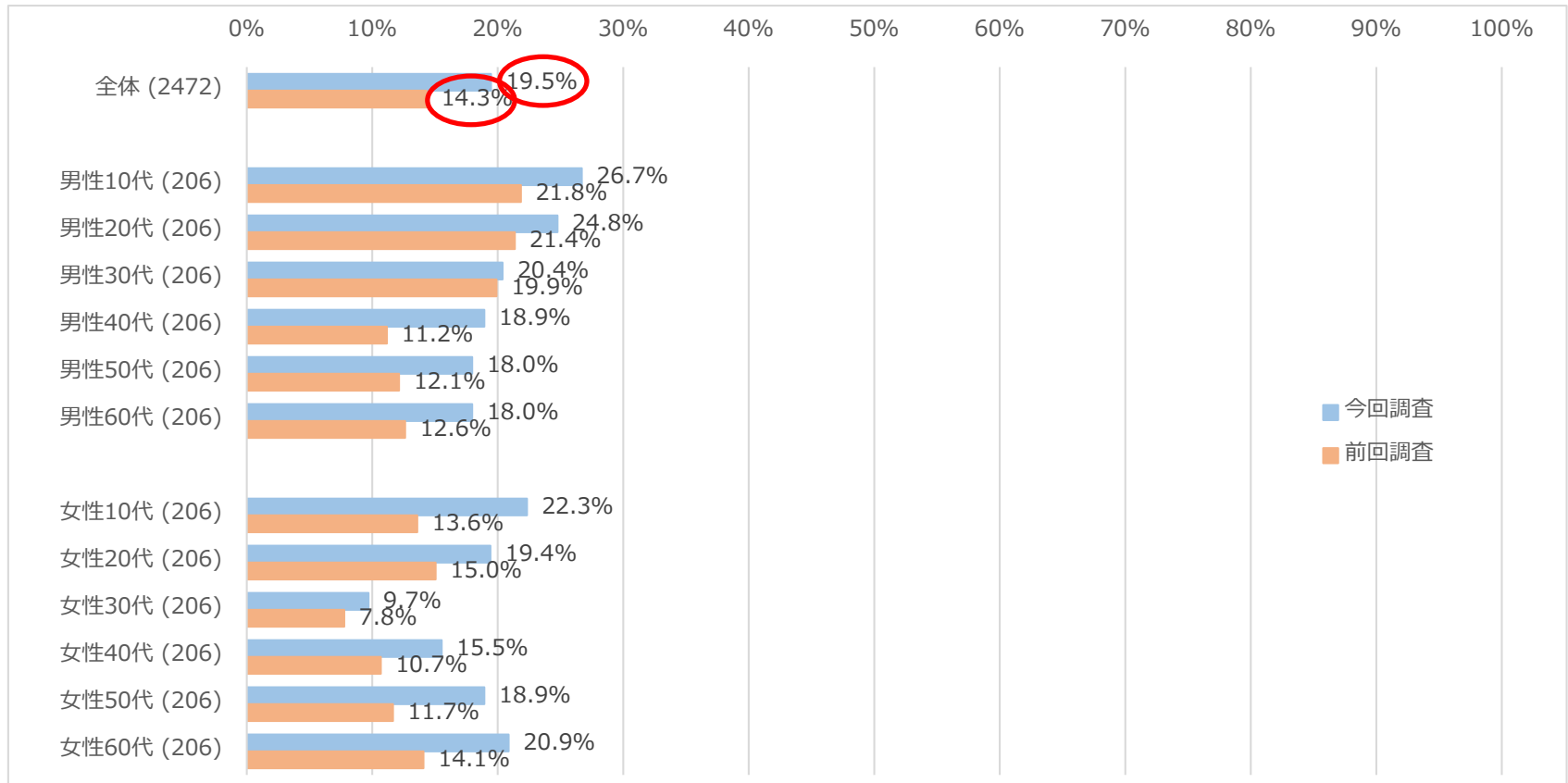


質問：あなたは以下の言葉（SDGs、サステイナブル、カーボンニュートラル、COP27、アップサイクル）について、どのくらい関心がありますか。
 選択肢：1 とても関心がある、2 やや関心がある、3 どちらとも言えない、4 あまり関心がない、5 まったく関心がない

1-3-4 性・年代別アップサイクルの関心度

- アップサイクルに関心がある人の割合は19.5%で、前回調査からの増加は5.1ptと、アップサイクルの認知度の上昇分7.7ptを2.6pt下回っている。
- アップサイクルに関心がある人が20%を超えているのは、10代～30代の男性と10代と60代女性のみとなっている。

<グラフ1-3-4 アップサイクルの関心度>

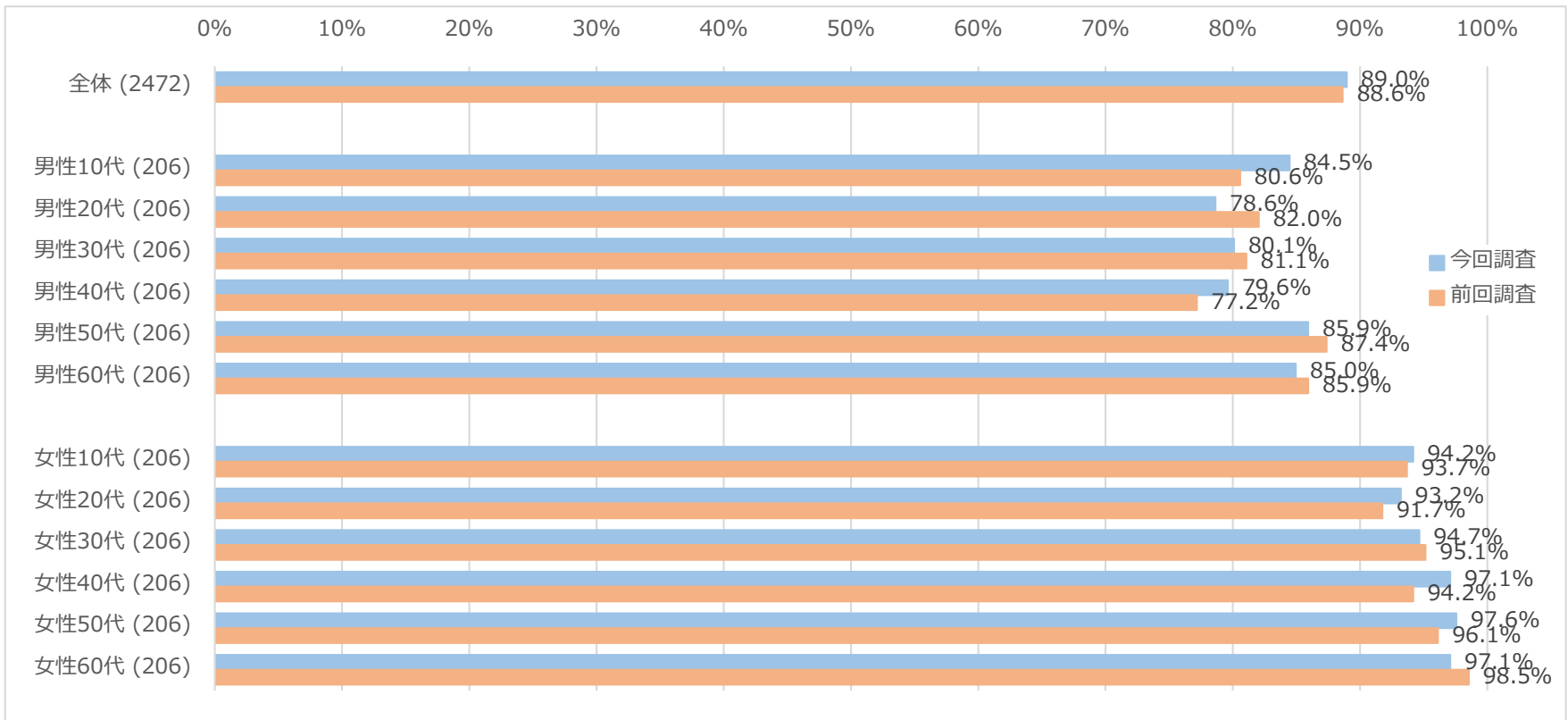


質問：あなたは以下の言葉（SDGs、サステイナブル、カーボンニュートラル、COP27、アップサイクル）について、どのくらい関心がありますか。
 選択肢：1 とても関心がある、2 やや関心がある、3 どちらとも言えない、4 あまり関心がない、5 まったく関心がない

1-4-1 性・年代別環境問題への取り組み動向

- 性・年代別でも、環境問題に取り組んでいる人の割合は前回調査から大きな変化は見られない。
- 最も増えているのは10代男性で+3.9pt、最も減っているのは20代男性の▲3.4ptとなっている。

<グラフ1-4-1 環境に配慮して取り組みを行っている人の割合>



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

1-4-2 性・年代別環境問題への具体的な取り組み

- 性・年代別で環境に関する取り組みを前回調査と比較した時、実施している人の割合が5pt以上増えているのは6項目、5pt以上減少しているのは13項目となっていることから、環境に関する取り組みが増えているとは言えない。

＜表1-4-2 性・年代別 環境に関する個々の取り組みの前回調査との比較＞

| | 男性 | | | | | | 女性 | | | | | |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 |
| マイバッグを持参・利用している | ▲6.3pt | ▲5.3pt | ▲1.5pt | ▲3.4pt | ▲6.3pt | ▲1.9pt | 1.9pt | ▲1.9pt | 1.9pt | 2.4pt | 3.4pt | ▲1.9pt |
| マイ箸・マイボトルなどを持参・利用している | ▲2.9pt | ▲5.8pt | ▲1.5pt | 11.7pt | 3.9pt | ▲6.3pt | 2.4pt | 0.5pt | ▲4.4pt | 2.4pt | 1.9pt | 4.4pt |
| 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 | ▲0.8pt | 1.9pt | ▲1.9pt | 1.0pt | 0.5pt | 3.9pt | ▲4.9pt | ▲8.7pt | ▲4.4pt | 2.4pt | 7.3pt | ▲4.9pt |
| 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 | 3.4pt | 1.5pt | 1.9pt | 2.4pt | 3.4pt | ▲1.0pt | ▲5.3pt | ▲1.5pt | 0.0pt | 4.4pt | 5.3pt | 2.9pt |
| 中古品をメルカリなどのアプリで買っている | 7.3pt | ▲1.9pt | ▲1.0pt | 2.4pt | 3.4pt | ▲1.0pt | ▲10.2pt | ▲1.9pt | 3.4pt | 2.9pt | 1.5pt | ▲1.5pt |
| 不要になったものを人にプレゼントしている | 5.8pt | ▲2.4pt | ▲1.0pt | 3.4pt | 1.5pt | ▲2.4pt | 4.9pt | 7.3pt | ▲1.5pt | ▲1.0pt | 1.5pt | ▲5.8pt |
| 中古品をリサイクルショップなどで買っている | 3.4pt | 0.5pt | ▲3.9pt | 1.9pt | 1.9pt | ▲4.4pt | ▲9.2pt | ▲3.9pt | 0.5pt | 1.9pt | 3.4pt | ▲7.8pt |
| 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 | ▲1.5pt | ▲3.9pt | ▲4.9pt | ▲0.5pt | ▲2.4pt | 0.0pt | ▲1.9pt | 0.0pt | 2.4pt | ▲4.9pt | 2.4pt | ▲6.3pt |
| 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 | 2.9pt | ▲0.5pt | ▲2.9pt | 0.5pt | 0.5pt | 1.5pt | 1.9pt | 3.9pt | ▲0.5pt | ▲1.9pt | ▲0.5pt | ▲5.8pt |
| 環境問題に取り組んでいる企業の商品を購入している | 1.9pt | ▲1.9pt | ▲1.9pt | ▲1.0pt | ▲1.5pt | 0.5pt | 0.0pt | ▲1.9pt | ▲1.9pt | ▲2.4pt | ▲1.0pt | ▲3.4pt |
| 環境問題に取り組んでいる店舗を利用している | 1.9pt | ▲2.9pt | 0.0pt | ▲1.0pt | 0.5pt | 2.4pt | 0.0pt | 0.5pt | ▲1.0pt | ▲1.9pt | ▲1.5pt | ▲1.5pt |
| 環境に関するボランティア活動に参加している | 0.0pt | ▲3.4pt | 1.9pt | ▲1.0pt | 0.0pt | 2.4pt | 1.5pt | ▲0.5pt | ▲0.5pt | ▲0.5pt | 0.0pt | ▲1.5pt |

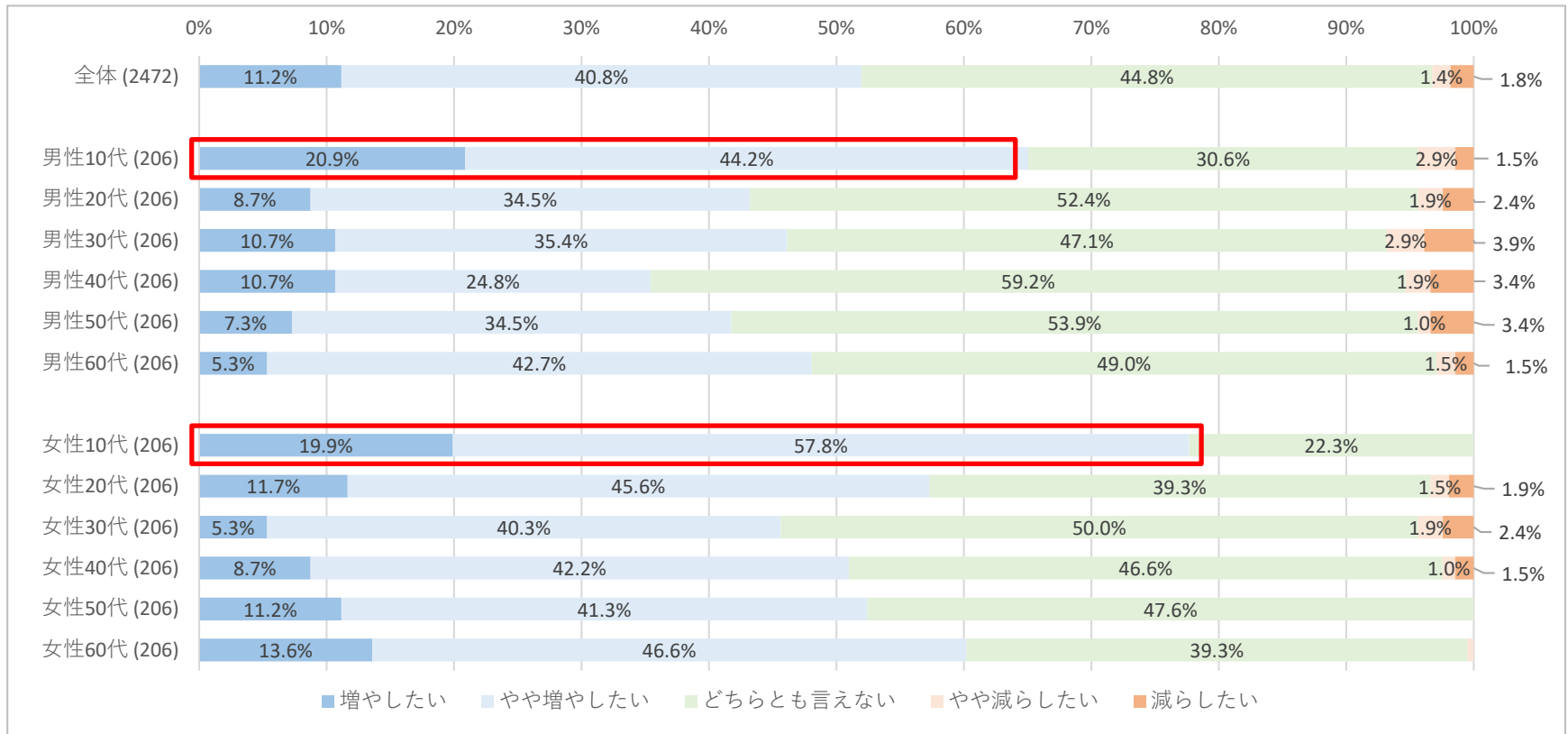
質問：あなたご自身が環境に配慮し、取り組んでいることを教えてください。

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

1-4-3 性・年代別今後の環境への取り組み意向

- 今後、環境への取り組みを増やしたい人が最も多いのは10代女性で77.7%が「増やしたい」「やや増やしたい」と回答、次に多いのが10代男性で65.0%が増やしたいと回答している。
- 女性は30代以外の全ての年代で増やしたいと回答した人が50%を超える一方、男性は10代以外の全ての年代で増やしたいと回答した人は50%を下回っている。

<グラフ1-4-3 今後の環境への取り組み意向>



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せんか。
 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

1 性・年代別データ

2 第1回調査結果の概要

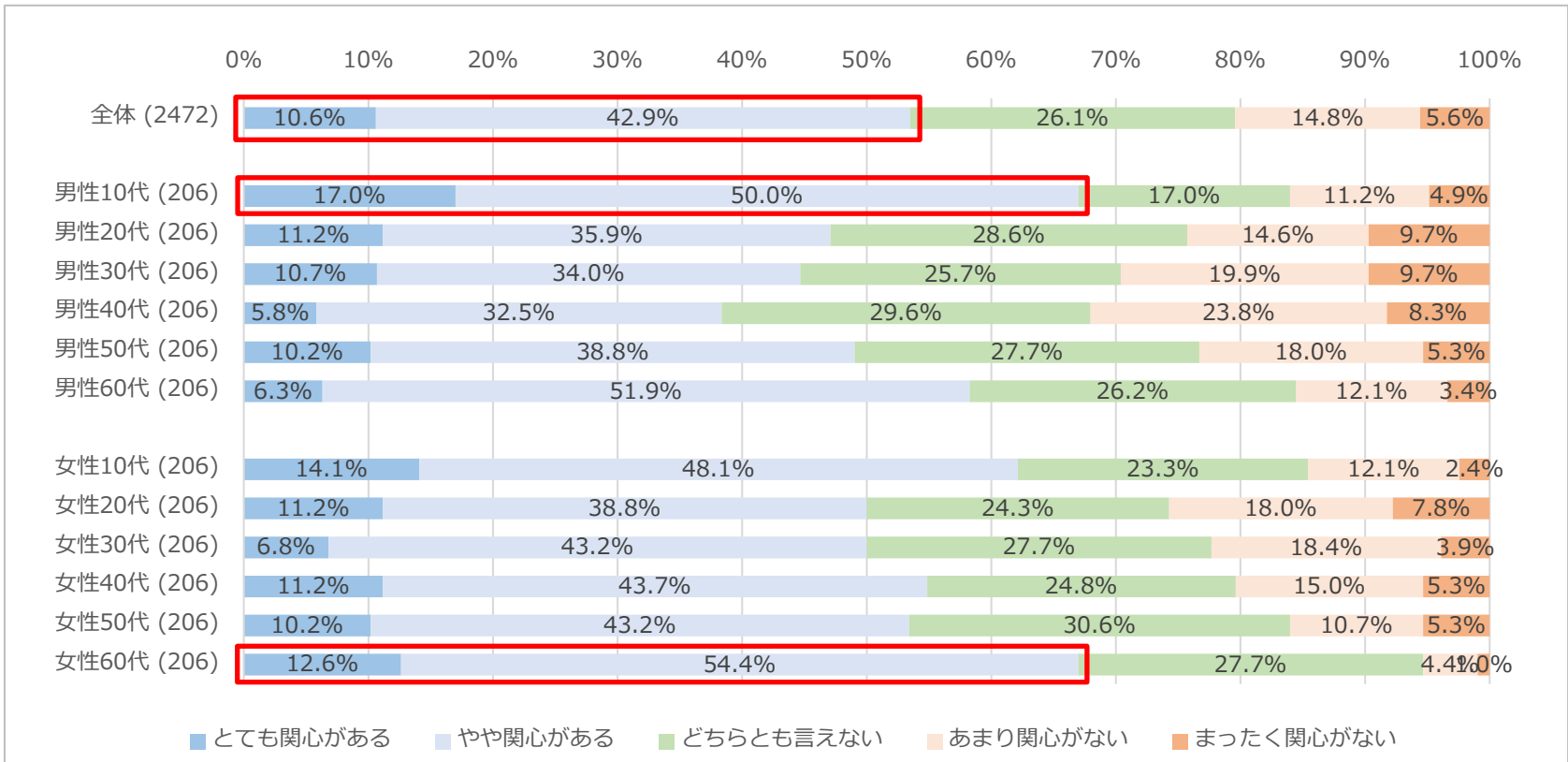
2-1 前回調査の概要

| 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） |

2-2 性・年代別環境問題への関心

- 環境問題について、「とても関心がある」、「やや関心がある」合わせて、53.5%が環境問題に関して、関心があると回答している。
- 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。

＜グラフ2-2 環境問題への関心度＞



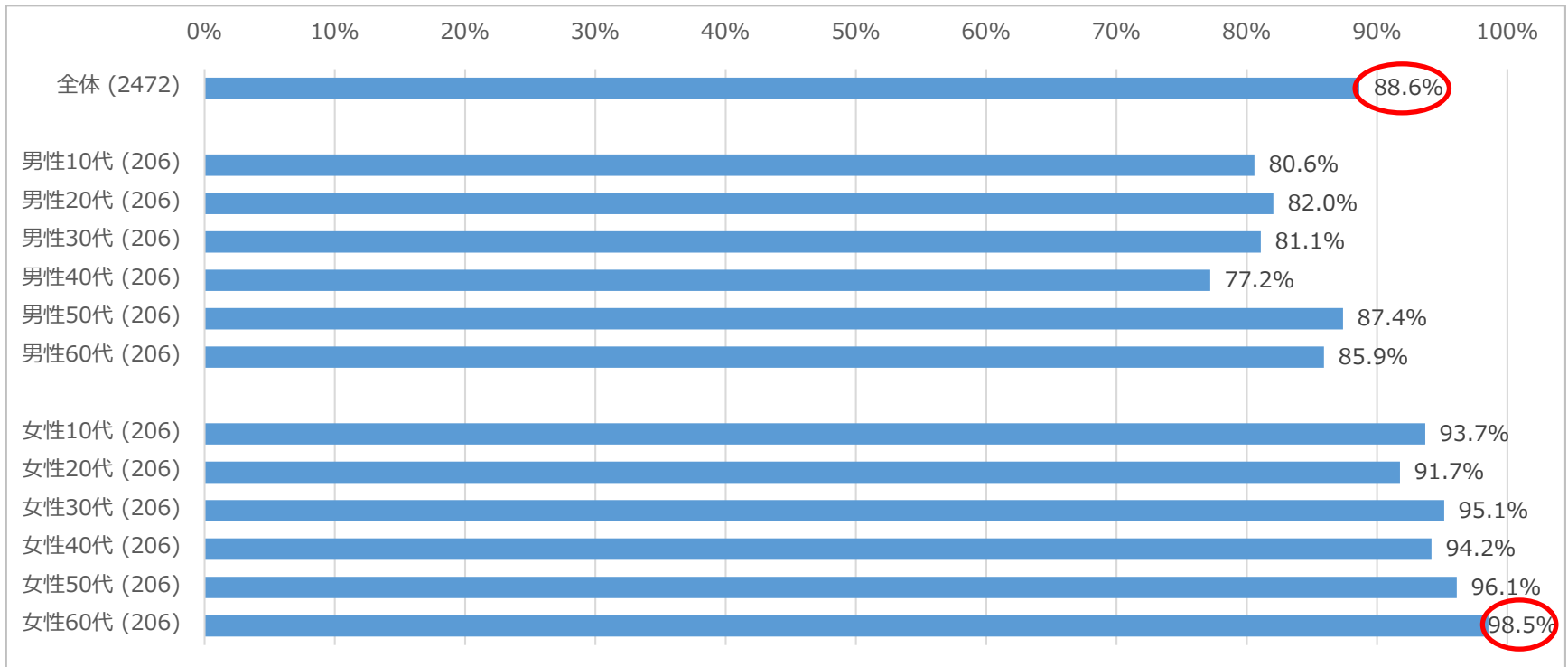
質問：あなたは環境問題について、どのくらい関心がありますか。

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

2-3 性・年代別環境問題への取り組み動向

- 環境に取り組んでいる人は全体で88.6%おり、女性は全ての年代で90%を超えている。
- 環境に最も取り組んでいるのは60代女性で、98.5%が環境に取り組んでいると回答している。
- 男性は全ての年代で環境に取り組んでいる人の割合は90%未満となっている。

<グラフ2-3 環境に取り組んでいる人の割合>



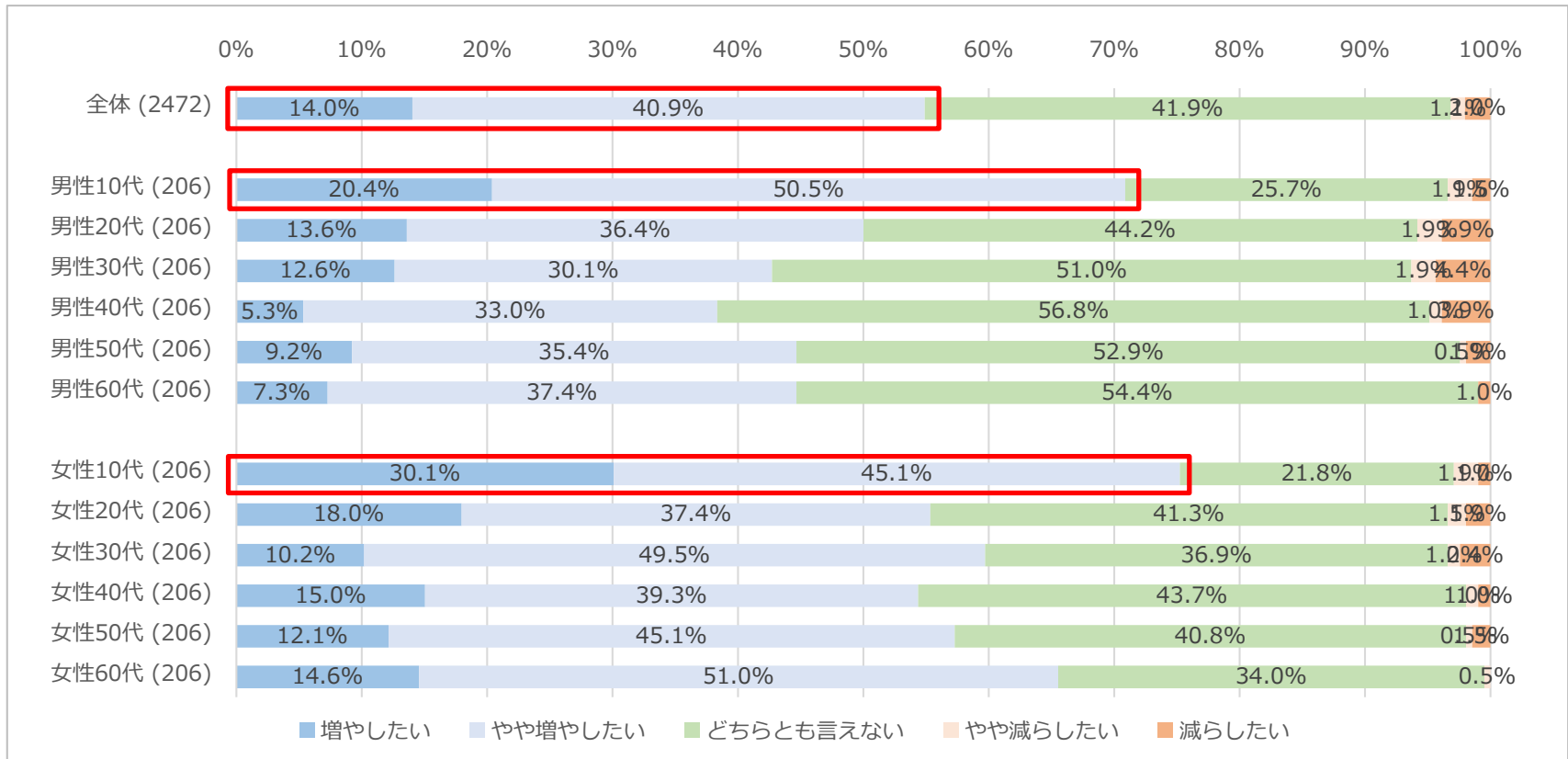
質問：あなたご自身が環境に配慮し、取り組んでいることを教えてください。

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

2-4 性・年代別今後の環境への取り組み意向

- 全体の54.9%が、今後の環境への取り組みに関して、「増やしたい」、「やや増やしたい」と回答している
- 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。

<グラフ2-4 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せんか。
 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



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>