

東京都中央区晴海一丁目8番10号
株式会社メンバーズ
代表取締役社長 高野 明彦
[コード番号：2130 東証プライム市場]

【気候変動と商品・サービスの購入に関する生活者意識調査】（2023年）

- 生活者の67.0%が気候変動問題に関心。6~7割で推移
- 環境に関するラベルの表示は、「気候変動問題に関心がない層」も含め、購入意向を高める。カーボンフットプリント（48.5%）、環境ラベル（60.8%）
- 生活者の8割以上がサーキュラーエコノミー型の商品開発を期待。環境性能の高い製品開発や環境性能表示による生活者とのコミュニケーションは、企業にとって急務かつ重要

デジタルビジネス運用支援で企業の脱炭素DXを推進する株式会社メンバーズ（本社：東京都中央区、代表取締役社長：高野 明彦、以下「メンバーズ」）が運営する脱炭素DX研究所は、「気候変動と商品・サービスの購入に関する生活者意識調査（CSVサーベイ2023年7月）」を実施しました。

調査では、気候変動問題の解決に向けて社会および企業に脱炭素化が求められる中、気候変動に関する生活者の意識や商品・サービスに関する購入意向、企業への期待がどう変化しているのかについて明らかになりました。

（調査実施日：2023年5月26日（金）～29日（月）、調査対象：全国20代～60代、サンプル数：2,021名）

※2024年8月29日：調査の回数表記を修正し、実施年（2023年）を追加しました。

●サマリー

- 生活者の67.0%が気候変動問題に関心を持ち、45%が自分ごと化。関心を持つ人は6~7割を推移。
- 生活者の19.6%が気候変動を意識し行動。80.0%以上がサーキュラーエコノミー型（※1）の商品開発を期待。
- 生活者の47.6%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69.3%。
- 気候変動問題に関心がない層も含めて、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。「カーボンフットプリント（48.5%）」（※2）、「環境ラベル（60.8%）」。
- 環境に配慮した商品・サービスの購入意向があるのに「購入していない」人は49.4%。商品・サービスを選ぶための情報が行き届いていない。
- 企業の環境配慮の取り組みについて、情報発信が「わかりにくい」と感じている人は60.3%。
- 再生可能な電力の利用に55.7%が肯定的。環境配慮型の自動車の購入意向はガソリン車の約2倍。

レポートの詳細はこちらよりダウンロードください。

https://marke.members.co.jp/memberspaper95_csv.html

※1：サーキュラーエコノミーとは、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



Members

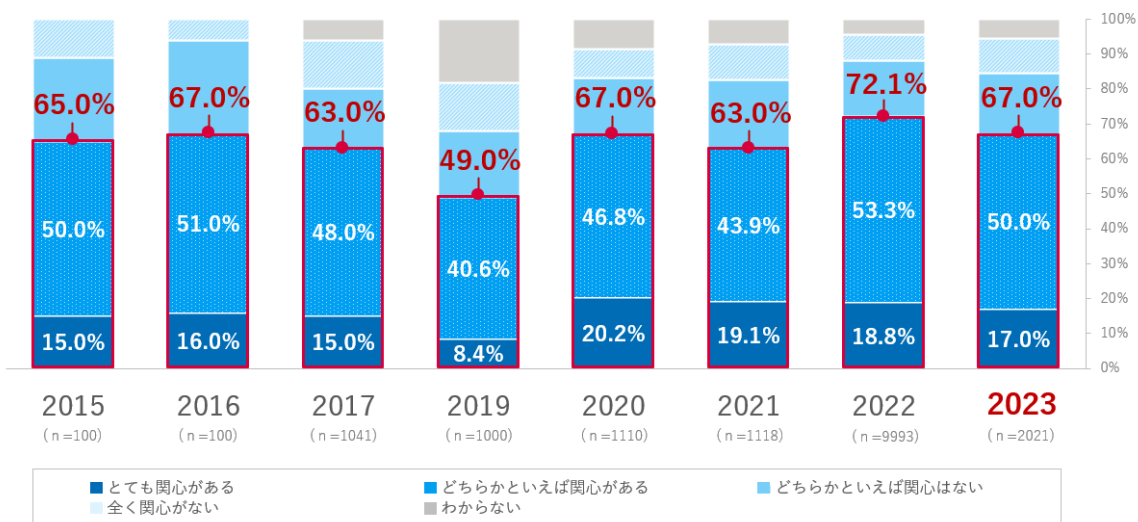
「コノミー（直線型経済）」から脱却し、温室効果ガス排出量の削減と経済成長の両立（デカップリング）を実現する「サーキュラーエコノミー（循環経済）」への移行が必要となる。

※2：カーボンフットプリントとは、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分かりやすく表示する仕組み。Carbon Footprint of Productsの略称。

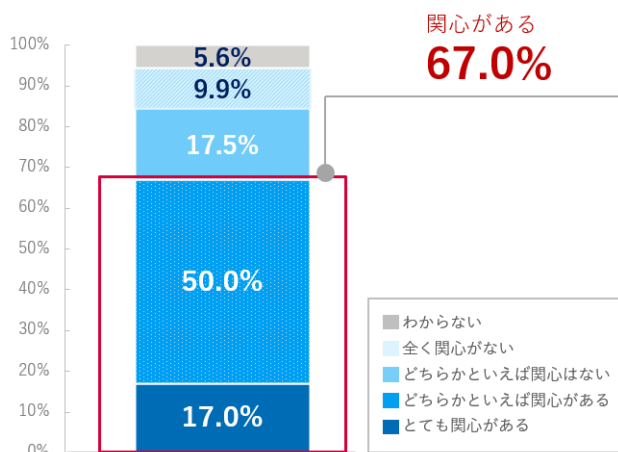
●調査結果抜粋

◆ 生活者の67.0%が気候変動問題に関心を持ち、気候変動問題に関心を持つ層は6～7割を推移。関心層は気候変動問題を、「将来世代や自分の将来に関わること」「自分たちの行動の結果が生み出している問題」と考え、自分ごと化する人が全体の45%以上という結果になった。

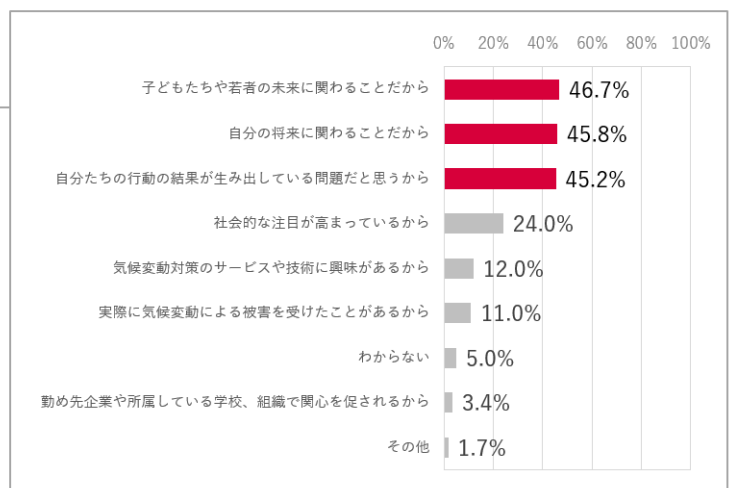
あなたは気候変動問題に関心はありますか？（2015年～2023年）



あなたは気候変動問題に関心はありますか？（n=2,021）



気候変動問題に関心を持つ理由を教えてください。
※関心があると回答した人に質問（n=1,353人）

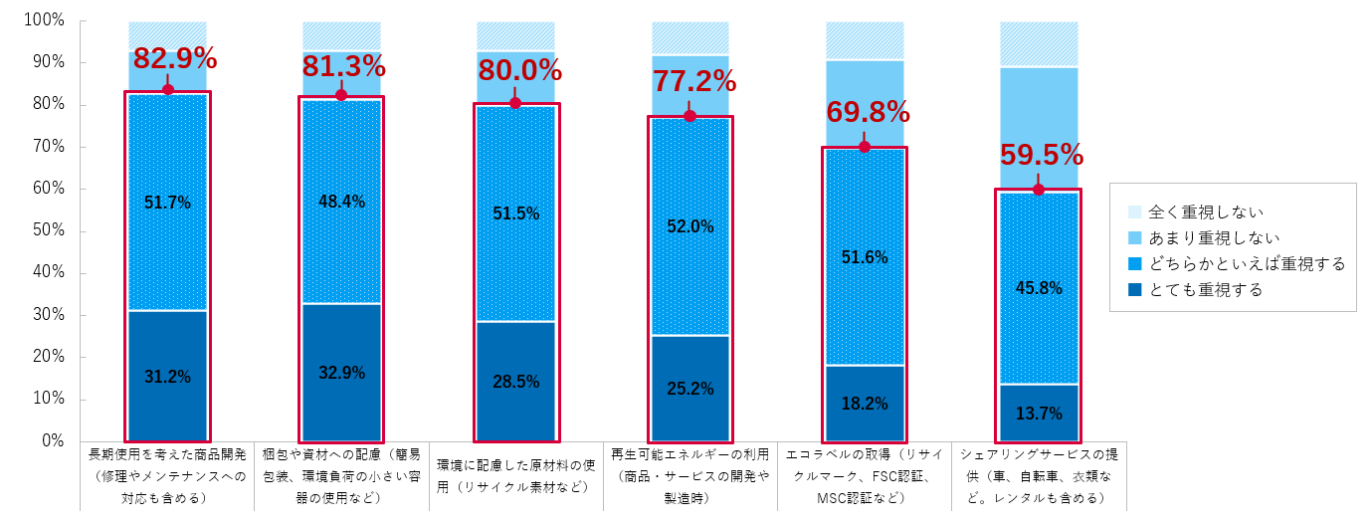




Members

- ◆ 企業に注力してほしい取り組みとして、環境に配慮した「長期使用を考えた商品・サービスの開発 (82.9%)」、「梱包や資材への配慮 (81.3%)」、「環境に配慮した原材料の使用 (80.0%)」が8割を超えた。生活者はサーキュラーエコノミー型の商品開発を企業に求めていることが浮き彫りとなった。

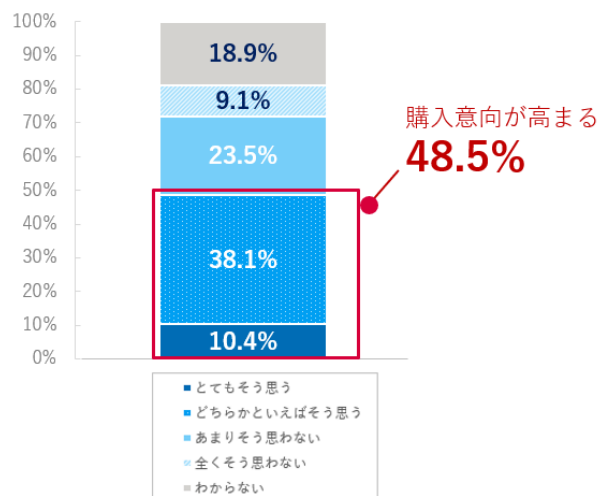
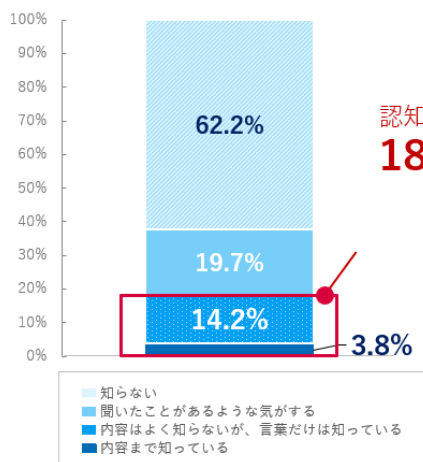
気候変動への取り組みとして、商品開発に関する以下の項目について企業にどの程度注力してほしいか教えてください。(n=2,021)



- ◆ 「カーボンフットプリント」の表示で商品・サービスの購入意向が高まる人は48.5%。また「環境ラベル」の表示は、環境に配慮した商品・サービスに対する購入意向がある人へは特に効果がある。「環境ラベル」や「カーボンフットプリント」の表示は、購入意向を高めるのに有効であり、ラベルをはじめとした商品周りでのわかりやすい商品訴求が重要である。

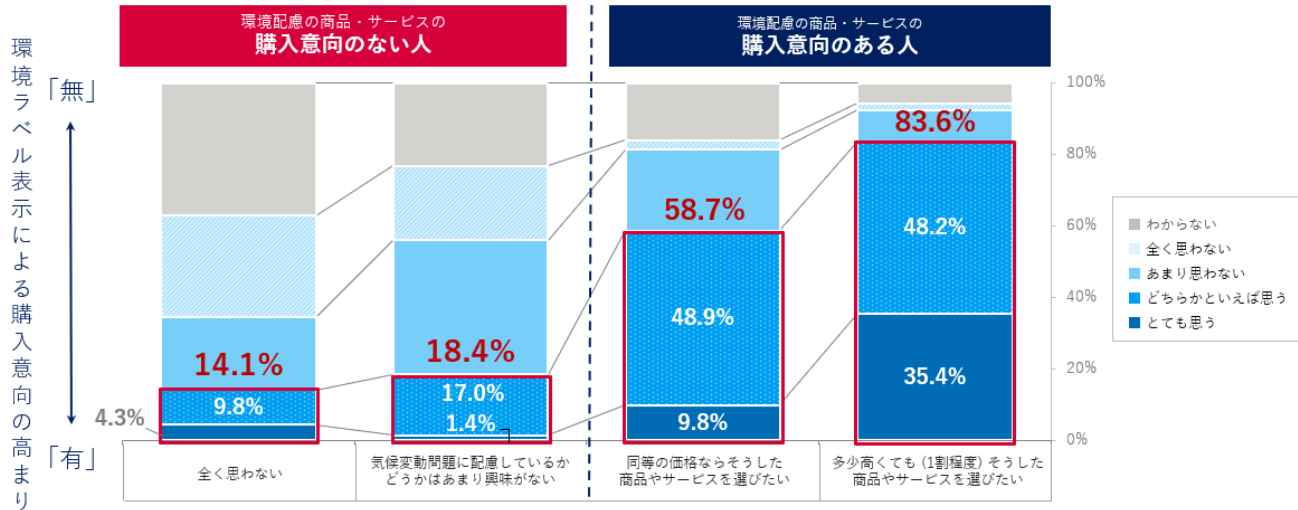
あなたは「カーボンフットプリント」という言葉をご存じですか。(n=2,021)

あなたが商品やサービスを選ぶ場面をイメージして回答してください。商品にカーボンフットプリントのような表示がある場合、表示がない場合よりも購入意向が高まりますか。【その商品やサービスが『どのくらいCO2を排出しているか』が一目でわかる情報(カーボンフットプリント)のイメージを見せて質問】(n=2,021)





あなたが商品やサービスを選ぶ場面をイメージして回答してください。商品に環境ラベルのような表示がある場合、表示がない場合よりも購入意向が高まりますか。【環境に配慮された商品のみに表示される認証マーク（環境ラベル）のイメージを見せて質問】
(n=2,021)



●脱炭素 DX 研究所からの提言

- 脱炭素社会の実現に重要な役割を果たすサーキュラーエコノミー、脱炭素を考慮した商品やサービスのデザインは、生活者のニーズでもある。ライフサイクルアセスメント（LCA）などを通じた環境性能の高い製品開発や、環境性能表示による生活者とのコミュニケーションは、企業にとって急務かつ重要である。
- 気候変動への関心や環境に配慮された商品・サービスの購入意向はもはや生活者のスタンダードとなりつつある。一方で、購入に至らない理由として「わかりにくさ」が上がっており、企業は「環境配慮・サステナビリティ」の取り組みや商品・サービスの情報を効果的に発信することが求められる。
- 脱炭素社会の実現には、無関心層も含めた多くの生活者からも低炭素型の商品・サービスが選ばれるような、商品設計やサービスデザイン、社会システムの転換が必要である。

※メンバーズでは企業の製品やサービス単位でのGHG排出量を可視化し生活者へ効果的な訴求につなげる「LCA算定&マーケティング活用支援サービス」をご用意しています。

●調査概要とレポート構成

- 調査方法：Webアンケート調査
- 対象者およびサンプル数：20代～60代の男女（調査会社パネル）、2,021名
- 実施時期：2023年5月26日（金）～5月29日（月）
- 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
- レポート構成：調査実施概要、調査結果サマリー、調査結果の示唆、調査結果、Appendix



●脱炭素DX研究所

脱炭素DX事例創出の推進を目的とした先進事例研究・情報発信を行うために2023年4月1日に開設。脱炭素ビジネスにおけるDXをテーマに、Climate Tech、LCA、スコープ3、脱炭素DX推進事例、カーボンプライシング、脱炭素に関する規制や条例、米欧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。

- ・ メンバーズが推進する脱炭素DX：<https://www.members.co.jp/why-dx/>
- ・ 公式note：<https://note.members.co.jp/>

●ポップインサイトカンパニー

UXデザイン・UXリサーチを専門とする社内カンパニーです。「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リサーチャーが伴走し、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。

- ・ Webサイト：<https://popinsight.jp/>

●株式会社メンバーズ

所在地：東京都中央区晴海一丁目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：1,017百万円（2023年3月末時点）

URL：<https://www.members.co.jp/>

Facebook：<https://www.facebook.com/Memberscorp>

Twitter：https://twitter.com/Members_corp

●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

担当 萩谷・中村

mail: ddx_research@members.co.jp

●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・ブランディング室

広報担当 竹原・鈴木

mail: press@members.co.jp