

全国 1万人の社会的消費に関する意識調査 社会的消費を気にかける人は45%、「オーガニック」に最も関心 性別や年代で影響されるキーワードに差あり

株式会社インテージリサーチ(本社:東京都東久留米市、代表取締役社長:井上孝志)は、自主企画調査「社会的消費に関する意識調査」を実施しました。全国の20~69歳の男女1万人を対象にしたインターネット調査で、エコやオーガニック、フェアトレード、サステナブルといった7つのキーワードによる購買意欲への影響を尋ねたものです。

<調査結果のポイント>

1. 買い物する際に社会的消費(環境・倫理的消費)に関連する用語を見聞きした場合、買いたいと影響される人は全体で45%。どの年代においても女性の方が男性より社会的消費に関心が高く、購買意欲を刺激されることがわかった(図表1、図表2)
2. 社会的消費(環境・倫理的消費)に関連する用語として7の用語を例示した中では、「オーガニック」が最も関心が高く、次いで「エコ」「ハンドメイド」「フェアトレード」の順となっている(図表3)
3. 社会的消費(環境・倫理的消費)に関連する用語で、男性では「エコ」、女性では「オーガニック」への関心が最も高くなっている(図表4)
4. 「オーガニック」は30歳代で男女ともに関心が高く、「エコ」は特に男性50歳代以上で関心が高い。「サステナブル/サステナビリティ」「エシカル」はどちらも、男性の方が女性より関心が高い傾向がある(図表5)

【考察】

社会的消費(環境への配慮、社会への配慮、地域への配慮といった倫理的な消費)への関心が高まってきています。消費者庁はこの4月、「~あなたの消費が世界の未来を変える~」と題して、報告書を公表しました。日本ではまだ倫理的消費という言葉は浸透しているとはいえませんが、この考え方の概念にある消費行動は既に実行されていると考えられます。

今回の調査では、厳密な定義に沿った設問ではなく、消費者がどの程度関連するキーワードで購買意欲を刺激されるかに着目しました。その結果、女性では55%と半数以上が社会的消費の意識を持っていることが分かった一方、「倫理的」を示す「エシカル」は3%という低い関心にとどまりました。「フェアトレード」や「サステナブル/サステナビリティ」もまだ、浸透には遠く及ばない状況です。

2020年の東京オリンピック・パラリンピックにおける持続可能な調達などをきっかけに、今後のグリーン購入の推進や消費者教育の推進など、消費者の意識向上が期待されます。

分析者: 大坂 紫 (公共サービス事業部 ソーシャル事業推進部)

【報道関係のお問い合わせ先】

■株式会社インテージリサーチ 経営企画部 担当:宇和野/萩森
TEL:042-476-5300 FAX:042-476-5303

【調査に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージリサーチ 公共サービス事業部 担当:大坂
TEL:03-5294-8325

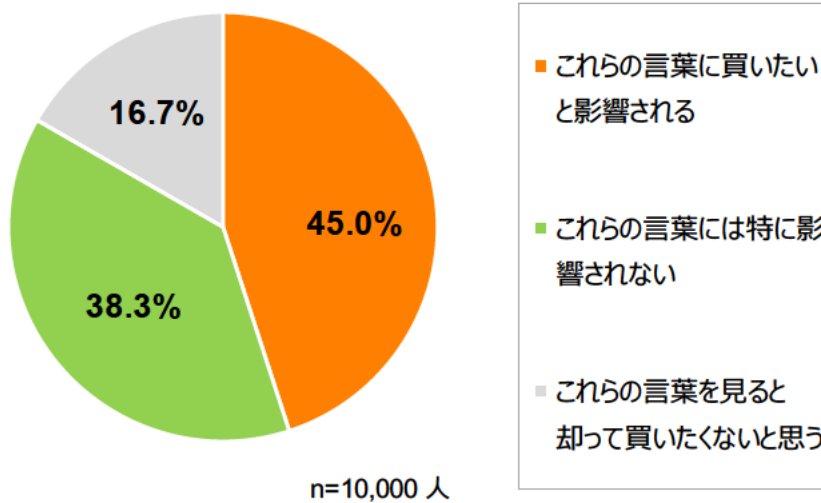
サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage-research.co.jp/contact/index.php/input>

<調査結果の詳細>

社会的消費を気にかけている人は 45%

1. 社会的消費(環境・倫理的消費)に関連する用語を見聞きすると、「買いたいと影響される」は 45.0%、「特に影響されない」は 38.3%、「却って買いたくないと思う」は 16.7%でした。

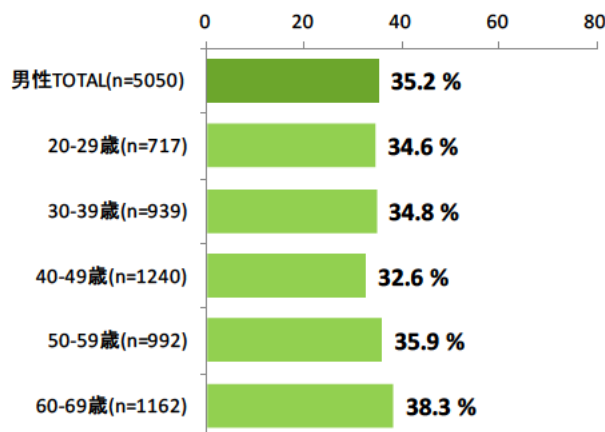
図表 1 社会的消費に関する購入意欲への影響



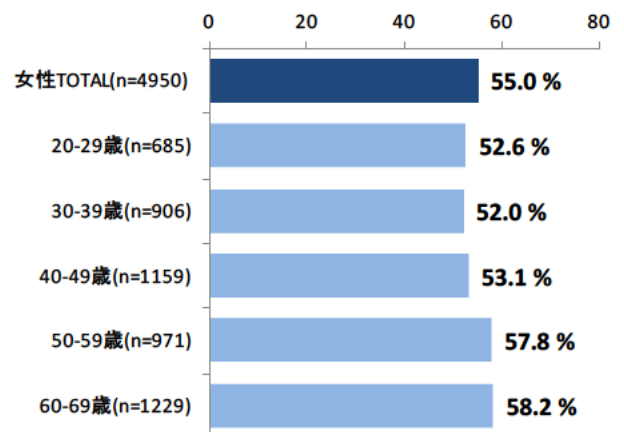
2. 社会的消費(環境・倫理的消費)に関連する用語により「購買意欲が刺激される」のは、男性より女性であることが分かりました。男性の 35.2%に対し女性は 55.0%(20ポイント高い)であり、どの年代においても女性の方が男性より刺激される割合が高くなっています。また、男女共に最も購買意欲が刺激されるのは 60 歳代、最も刺激されないのは男性の 40 歳代、女性の 30 歳代となっています。

図表 2 男女別、年代別の社会的消費に関連する用語により「買いたいと影響される」人の割合

●男性



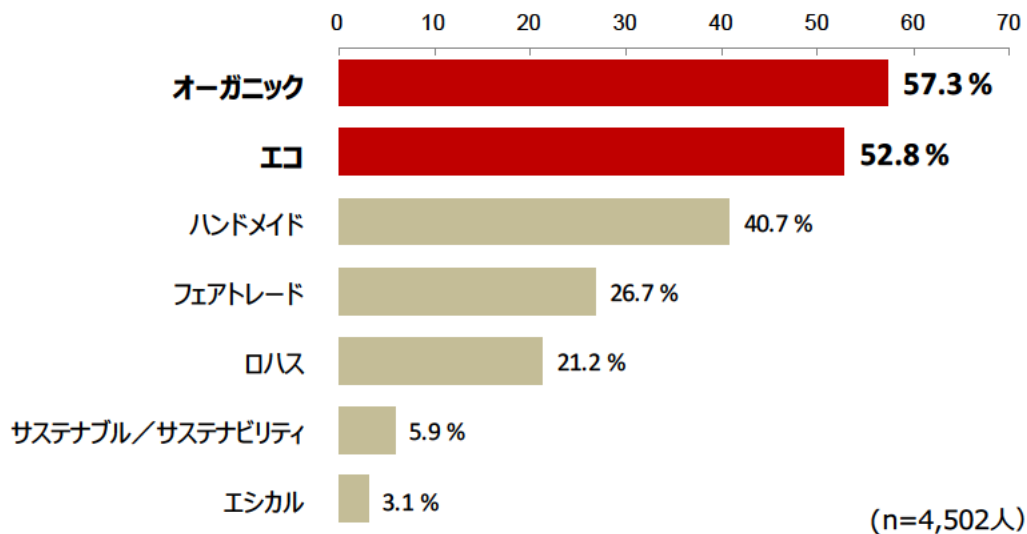
●女性



社会的消費で最も関心が高いのは「オーガニック」

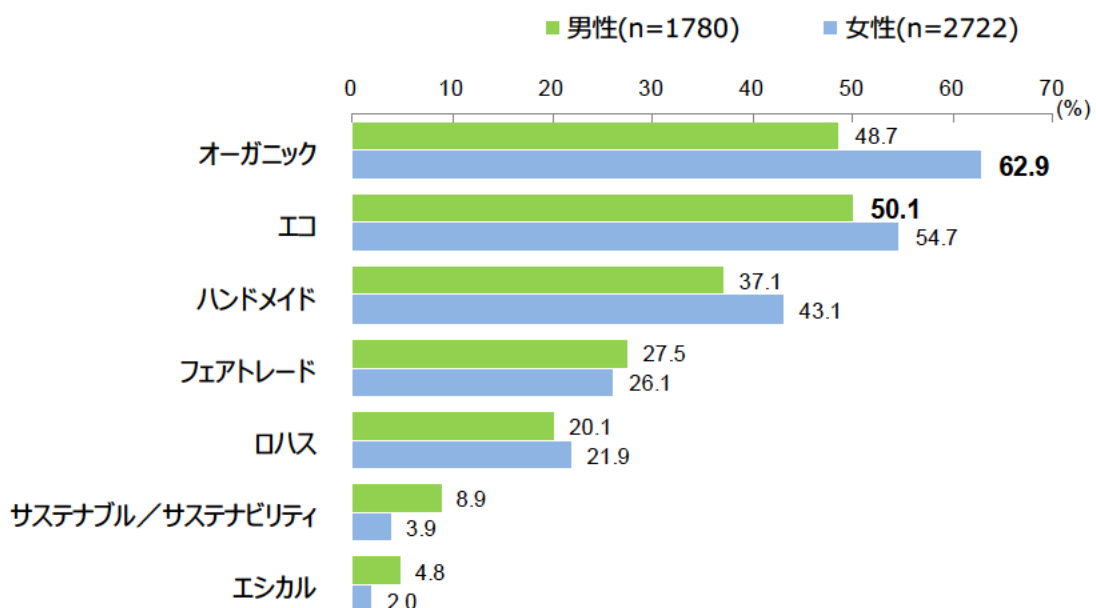
3. 社会的消費(環境・倫理的消費)に関連する用語として、具体的に7の用語を提示しました。購買意欲を刺激されるとして、「オーガニック」(57.3%)、「エコ」(52.8%)を半数以上の方が挙げており、次いで「ハンドメイド」(40.7%)、「フェアトレード」(26.7%)の順となっています。持続可能、倫理的に関連する「サステナブル／サステナビリティ」、「エシカル」は共に1割に満たず、関心は低い状況でした。

図表3 購買意欲を刺激される社会的消費に関連する用語(複数回答)
【ベース:社会的消費用語により「買いたいと影響される」人】



4. 社会的消費(環境・倫理的消費)に関連する用語について性別で見ると、購買意欲を刺激されるのは男性では「エコ」が50.1%、女性では「オーガニック」が62.9%と最も高くなっています。

図表4 男女別 購買意欲を刺激される社会的消費に関連する用語(複数回答)
【ベース:社会的消費用語により「買いたいと影響される」人】



5. 社会的消費(環境・倫理的消費)に関連する用語について、購買意欲を刺激されるものには性年代別で特徴が見られます。

- ・「オーガニック」は男女共に 30 歳代が最も高くなっています
- ・「エコ」の割合が最も高いのは男性 50・60 歳代
- ・「フェアトレード」は男性 20 歳代が 31.5%と最も高くなっています
- ・「サステナブル／サステナビリティ」、「エシカル」はいずれも割合は低いものの、全体で見ると男性の方が女性より高い傾向があります

図表 5 性年代別の購買意欲を刺激される社会的消費に関連する用語（複数回答）
【ベース：社会的消費用語により「買いたいと影響される」人】

(%)

| | n= | オーガニック | エコ | ハンドメイド | フェアトレード | ロハス | サステナブル／サステナビリティ | エシカル |
|----------|------|-------------|-------------|--------|---------|------|-----------------|------|
| TOTAL | 4502 | 57.3 | 52.8 | 40.7 | 26.7 | 21.2 | 5.9 | 3.1 |
| 男性20-29歳 | 248 | 44.8 | 42.3 | 34.3 | 31.5 | 15.7 | 6.5 | 10.1 |
| 男性30-39歳 | 327 | 53.8 | 39.1 | 35.2 | 30.0 | 24.5 | 9.8 | 6.7 |
| 男性40-49歳 | 404 | 46.8 | 46.0 | 36.1 | 30.2 | 23.5 | 10.1 | 5.2 |
| 男性50-59歳 | 356 | 44.4 | 50.3 | 37.9 | 27.5 | 19.7 | 8.1 | 3.1 |
| 男性60-69歳 | 445 | 52.4 | 65.8 | 40.4 | 20.9 | 16.6 | 9.2 | 1.6 |
| 女性20-29歳 | 360 | 62.5 | 45.8 | 48.3 | 22.2 | 12.8 | 3.3 | 2.2 |
| 女性30-39歳 | 471 | 65.6 | 48.6 | 38.0 | 23.8 | 27.4 | 4.2 | 3.4 |
| 女性40-49歳 | 615 | 60.0 | 53.7 | 43.3 | 30.6 | 25.5 | 3.9 | 2.1 |
| 女性50-59歳 | 561 | 62.4 | 57.9 | 41.2 | 29.6 | 23.0 | 3.9 | 2.1 |
| 女性60-69歳 | 715 | 64.1 | 61.4 | 45.2 | 23.1 | 19.0 | 4.1 | 0.7 |

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査地域：全国

調査対象者：インテージ・ネットモニター 全国 20 歳以上 69 歳までの男女個人

サンプル構成：平成 27 年国勢調査ベース(性別×年代別×居住エリア×未既婚)母集団準拠

設計数 10,000 サンプル

調査期間：2017 年 3 月 30 日(木)～3 月 31 日(金)

調査内容：社会的消費に関する関心および関心用語

調査実施機関：株式会社インテージリサーチ

【株式会社インテージリサーチ】 <http://www.intage-research.co.jp/>

株式会社インテージリサーチ(本社：東京都東久留米市、代表取締役社長：井上孝志)は、インテージグループの一員として、社会・公共領域をテーマとした調査研究、公的統計調査の受託や民間の市場調査のデータ収集を行っています。