

2022年3月16日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社

【エシカル消費研究会】

第2回「エシカル実態調査」、2022年日本で3人に1人が「エシカル」を認知

～エシカル関心領域は「食品ロスの削減」「過剰包装の削減」～

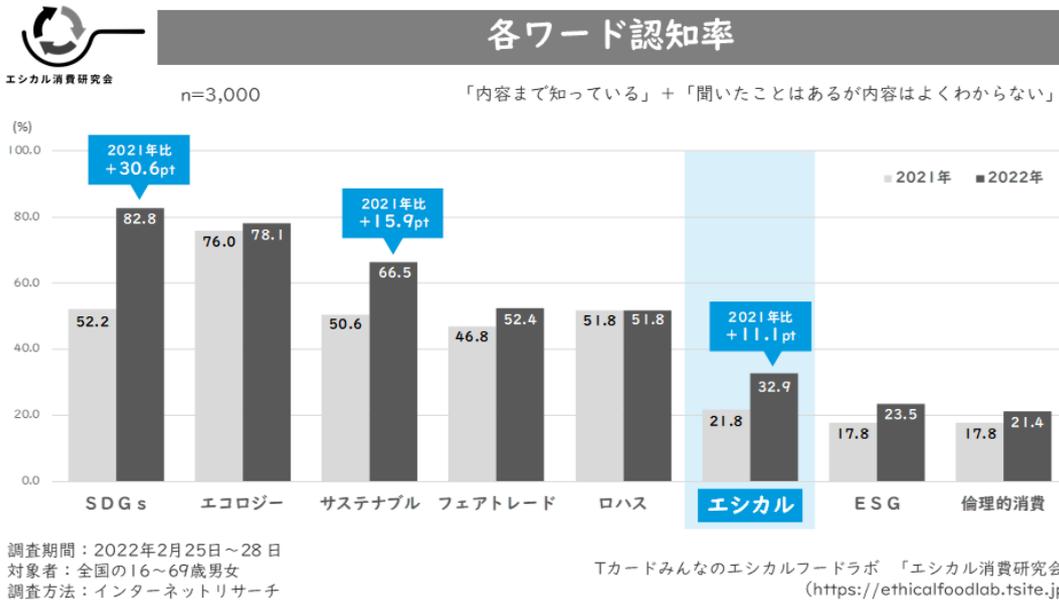
CCCマーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村和彦）は、食の領域を中心とした生活者のエシカル消費に関してさまざまな視点で研究開発し、その成果を発表していく「エシカル消費研究会」にて、第2回「エシカルに関する実態調査」を発表いたします。

「エシカル消費研究会」は、CCCマーケティングが取り組む共創型プラットフォーム「Tカードみんなのエシカルフードラボ」の中に位置づけられる研究会で、企業、教育機関、自治体などあらゆる方々と共創しながら、食の領域を中心とした生活者のエシカル消費について研究していくことを目的としています。「エシカル消費研究会」では、日本におけるエシカル消費の実態を把握するため、年次定点調査を行っており、今回の「エシカル実態調査」は第2回目となります。

第2回「エシカルに関する実態調査」では、認知状況、実践していること、関心のある課題、お買い物の状況など、エシカル、エシカル消費、エシカルフードに関することを、16歳～69歳の男女3,000名を対象にインターネットアンケートにて実施いたしました。

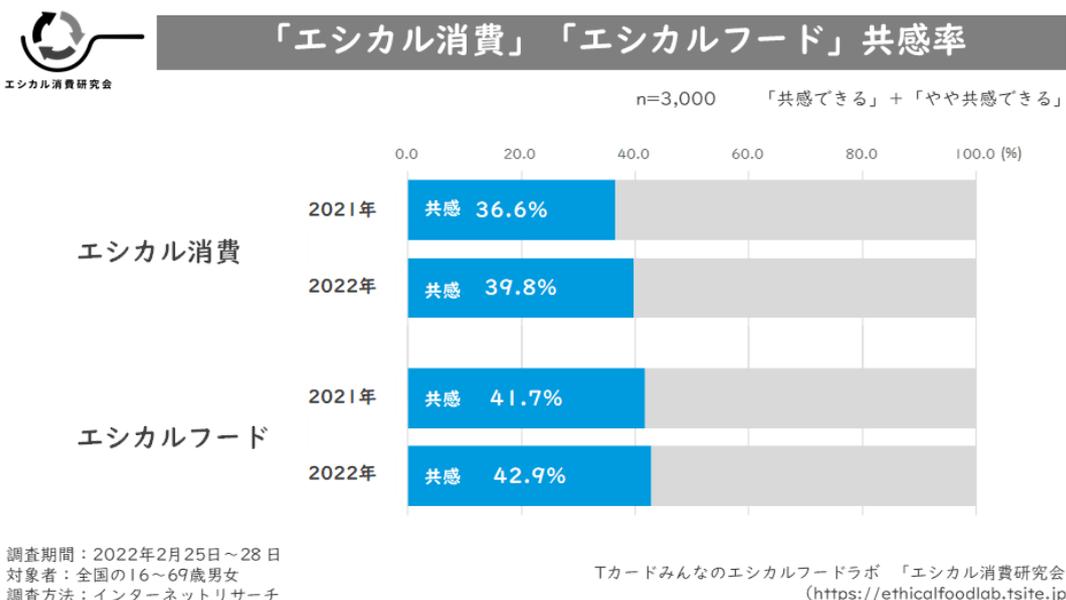
■2022年日本の「エシカル」現所在地

まず、「エシカル」はどれくらい浸透しているのか、2022年2月時点の状況を見ていきます。「エシカル」の認知状況を聞いたところ、「内容まで知っている」は7.2%、「聞いたことはあるが内容はよくわからない」は25.7%でした。両者を合わせた認知率は32.9%です。関連するワードの認知率（「内容まで知っている」+「聞いたことはあるが内容はよくわからない」）は、認知率が高い順に、「SDGs」82.8%、「エコロジー」78.1%、「サステナブル」66.5%、「フェアトレード」52.4%、「ロハス」51.8%、「エシカル」32.9%、「ESG」23.5%、「倫理的消費」21.4%でした。昨年と比較すると、この1年で「SDGs」の認知率が大幅に高まり、8割を超える方が認知するほど浸透しています。また、「サステナブル」「エシカル」についても、昨年から10ポイント以上認知率が上がっています。



次に、「エシカル」を知らなかった方も含めて、概念を説明した上で「エシカル消費」に共感するかどうか 5 段階で聞きました。エシカル消費に「共感できる」と答えた方は 9.2%、「やや共感できる」と答えた方は 30.6%、両者を合わせると 39.8%でした。最も多かったのは「どちらともいえない」と答えた方で 47.3%でした。また、「エシカルフード」についても共感するか聞いたところ、「共感できる」と答えた方は 10.0%、「やや共感できる」と答えた方は 32.9%、両者を合わせると、42.9%でした。「どちらともいえない」と答えた方は 45.2%でした。「どちらともいえない」という方が多いのは、まだよくわからない、という方が多い状態だと考えられます。

「エシカル消費」「エシカルフード」とも、共感率は昨年から大きな変化はありませんでした。





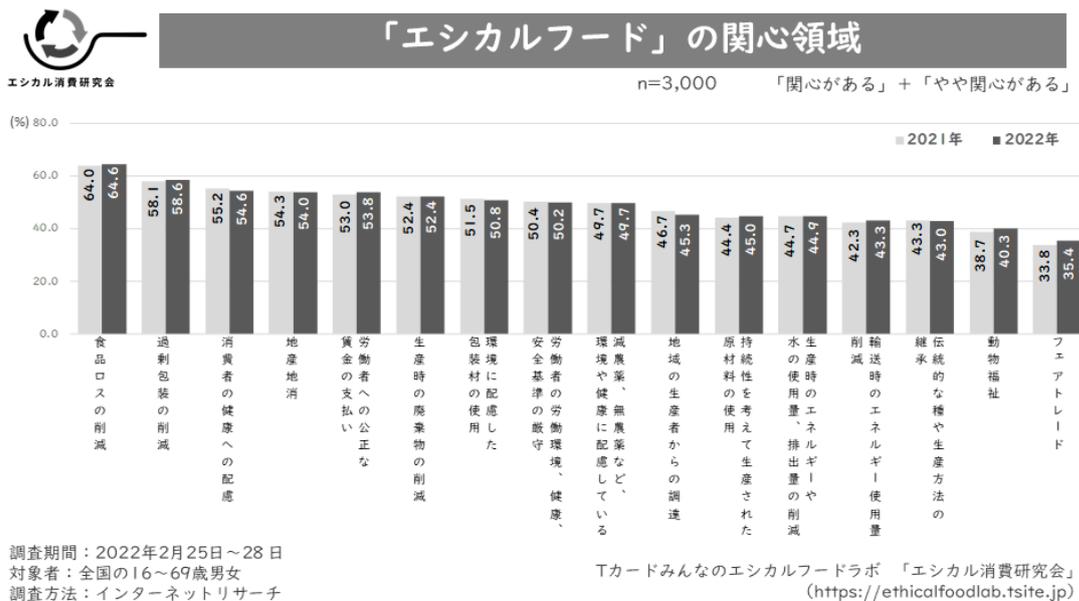
Tカード
みんなのエシカルフード
L A B



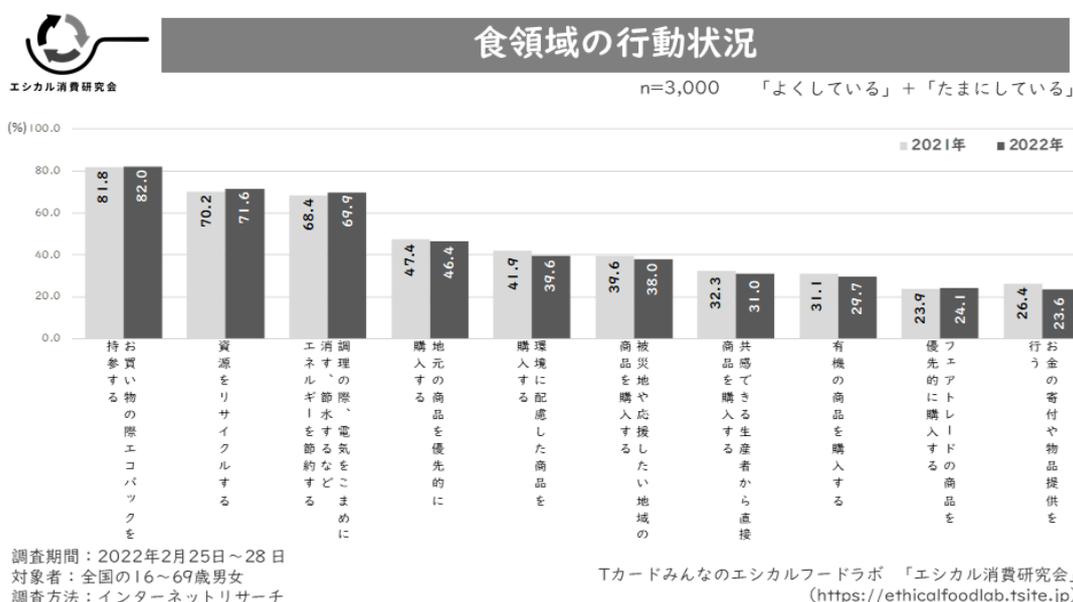
T-CARD

■ 関心事項や実践事項

エシカルフードに関連する事柄について、関心度を5段階で聞きました。「関心がある」もしくは「やや関心がある」と答えた方が多い順に、「食品ロスの削減」64.6%、「過剰包装の削減」58.6%、「消費者の健康への配慮」54.6%、「地産地消」54.0%、「労働者への公正な賃金の支払い」53.8%でした。



また、食に関連して実践していることを4段階で聞いたところ、「よくしている」もしくは「たまにしている」と答えた方が多い順に、「お買い物の際エコバックを持参する」82.0%、「資源をリサイクルする」71.6%、「調理の際、電気をこまめに消す、節水するなどエネルギーを節約する」69.9%、「地元の商品を優先的に購入する」46.6%、「環境に配慮した商品を購入する」39.6%でした。





関心や行動について、昨年から大きな変化はありませんでした。

昨年から認知率は上がったものの、具体的な事柄への関心や実践が広がるには至っていない様子です。見聞きはするものの、まだよくわからないという方が多いものと考えられます。今後、「知る」という段階から一歩進み、より実生活に沿った情報発信が求められる段階にあると考えられます。

■調査概要

調査方法：インターネットアンケート

調査期間：2022年2月25日（金）～2月28日（月）

調査地域：全国

調査対象：16歳～69歳男女

サンプル構成：居住地8エリア×性別×年代を人口動態に沿って割付

サンプル数：3,000名

本件に関するお問い合わせ：

CCCマーケティング株式会社

広報担当：安藤

TEL：03-6800-4464