

2020年2月12日

報道関係各位

カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社

『エコ活動・SDGsに関するアンケート調査』

**50～60代の女性は意識高い!? 「マイバッグ」持参率は95%
ごみの分別も完璧! 8割が使い古したタオルをぞうきんへ利用
～SDGs17のゴール、全世代で最も共感するのは「すべての人に健康と福祉を」～**

カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社は、18～69歳の男女1,504名に、インターネット上での意識調査「Tアンケート」によって、『エコ活動・SDGsに関するアンケート調査』を実施しましたので、お知らせいたします。

■エコ活動・SDGsに関するアンケート調査ダイジェスト

- エコ・環境問題に関心がある人は8割
知っている言葉は?
1位「フードロス」 2位「廃プラスチック問題」 3位「サステナビリティ」
- 普段エコ活動のために持ち歩いているものは?
1位「エコバッグ」 2位「マイボトル」 3位「手作りのお弁当」
- 家庭ごみを捨てる時に気を付けていることは?
1位「缶・びん・ペットボトルの分別」 2位「自治体のゴミの分別方法を守る」
3位「新聞・雑誌・段ボールは資源ごみに出す」
- 意識して行動していることは?
1位「水を流しっぱなしにしない」 2位「食べ残しはしない」
3位「電気をこまめに消す」
- SDGs17のゴール、全世代で最も共感するのは3番目「すべての人に健康と福祉を」
- エコやSDGsを意識していると思われる企業・ブランドは?
1位「トヨタ自動車」 2位「サントリー」 3位「イオン」

■プレスリリースに関するお問い合わせ：

カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社
広報担当：安藤 / TEL：03-6800-4464

●エコ・環境問題に関心がある人は8割

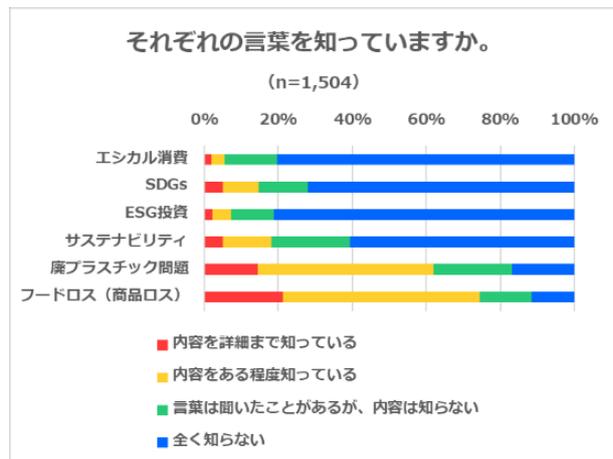
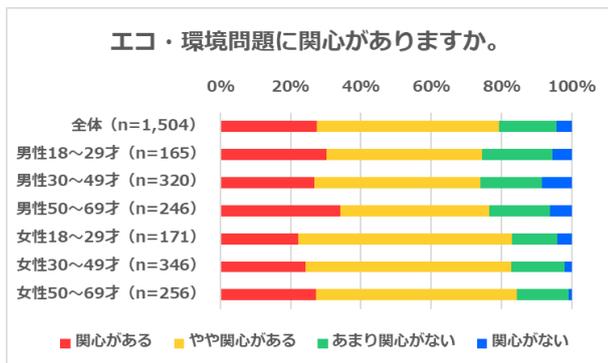
知っている言葉は？

1位「フードロス」 2位「廃プラスチック問題」 3位「サステナビリティ」

2005年2月16日は、地球温暖化対策としてCO2の排出量を削減する取り組みの京都議定書が発効された日です。環境に対する国際的な枠組みが決まった2月16日を前に、今回のTアンケートは「エコ活動・SDGs」への意識調査を18～69歳の男女1,504名を対象に実施いたしました。

まず、エコ・環境問題に関心があるかどうかを聞いたところ、「関心がある」「やや関心がある」と回答をした人は79.3%となり、非常に多くの方が環境問題に対しての意識が高いことが分かりました。性・年代別に見てみると、「関心がある」と回答をした人が最も多かったのは50～60代の男性、一方最も低かったのは10～20代の女性で22.2%となりました。

ここ最近CO2削減などの環境問題が報じられることが増え始めている中、関連する言葉の意味をどのくらい理解しているのかを「エシカル消費」「SDGs」「ESG投資」「サステナビリティ」「廃プラスチック問題」「フードロス（食品ロス）」について聞いたところ、「内容まで詳細に知っている」「内容をある程度知っている」との回答が多い上位から、「フードロス」(74.3%)、「廃プラスチック」(62.0%)、「サステナビリティ」(18.2%)、「SDGs」(14.6%)、「ESG投資」(7.2%)、エシカル消費(5.4%)との結果となりました。「SDGs」は10～20代における認知度が高く、「廃プラスチック問題」は50～60代における認知度が高く、年代における認知の差が見てとれました。

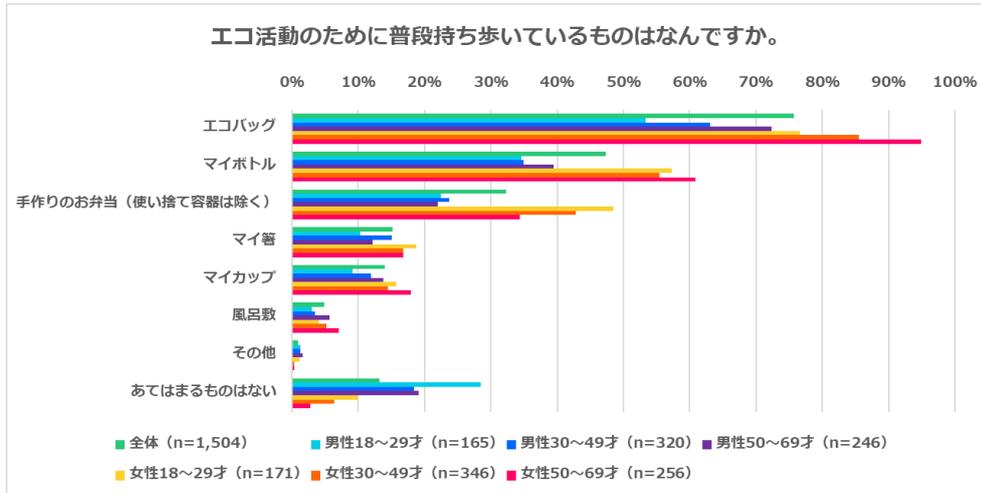


●普段エコ活動のために持ち歩いているものは？

1位「エコバッグ」 2位「マイボトル」 3位「手作りのお弁当」

最近「マイストロー」といったエコグッズも登場をしていますが、エコ活動のために普段持ち歩いて活用しているものがあるかどうかを複数選択で聞いたところ、1位のエコグッズ「エコバッグ」(75.7%)で7割以上が持参しているとの回答となりました。続いて2位は「マイボトル」(47.3%)、3位は「手作りのお弁当(使い捨て容器は除く)」(32.3%)、4位は「マイ箸」(15.2%)、5位は「マイカップ」(14.0%)となりました。この結果を性・年代別に見てみると、50～60代の女性はエコ活動への貢献度が非常に高く、「エコバッグ」は94.9%、「マイボトル」も60.9%となりました。また10～20代の女性では「手作りのお弁当」との回答が48.5%と半数近くにおよぶ結果となりました。一方、10～20代の男性は「あてはまるものはない」との回答が28.5%となり、エコ活動を意識した行動をしない割合が3割近く

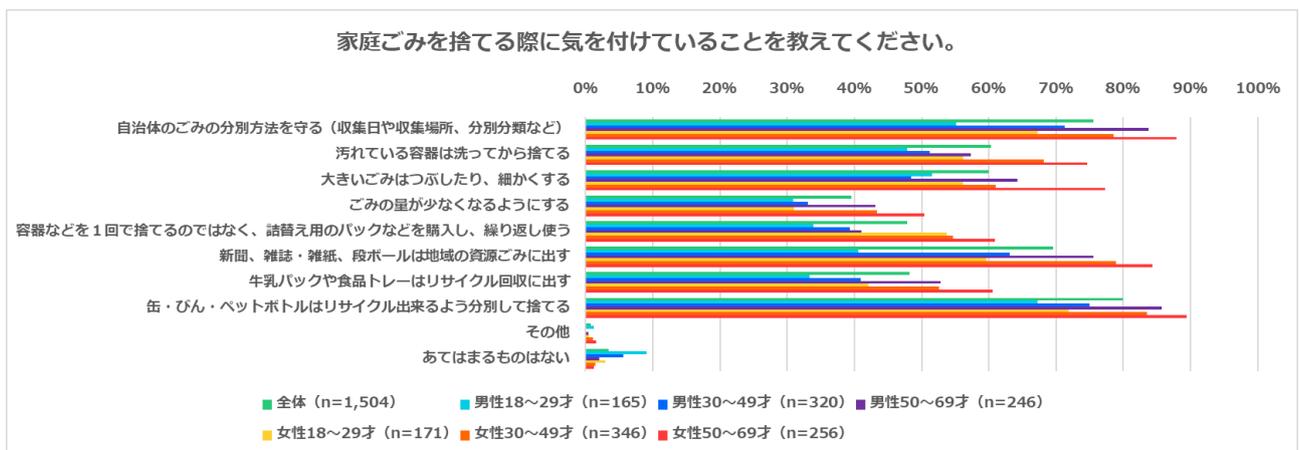
ることが分かりました。
「カルチュア・インプラ」を、つくっていくカンパニー。



●家庭ごみを捨てる時に気を付けていることは？

- 1位「缶・びん・ペットボトルの分別」 2位「自治体のゴミの分別方法を守る」
- 3位「新聞・雑誌・段ボールは資源ごみに出す」

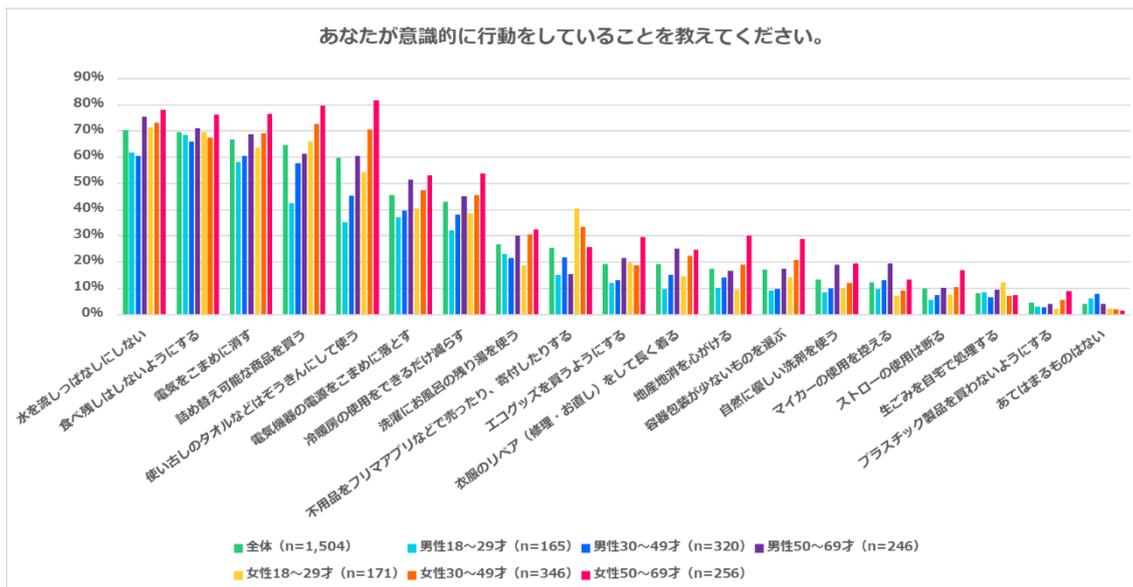
毎日の生活の中でCO2削減に貢献できることの一つ「ごみ捨て」について、家庭ごみを捨てる時に気を付けていることは何であるかを複数選択で聞いたところ、半数以上の人が行っている項目の上位から、「缶・びん・ペットボトルはリサイクルできるよう分別して捨てる」(80.0%)、「自治体のゴミの分別方法を守る」(75.6%)、「新聞・雑誌・段ボールは地域の資源ごみに出す」(69.5%)、「汚れている容器は洗ってから捨てる」(60.3%)、「大きいごみはつぶしたり、細かくする」(60.0%)となり、手軽に分かりやすくできるごみ捨ての方法を多くの方が普段から意識して実行している結果となりました。特に50~60代の女性は全ての回答に過半数以上の方が行動しているとの回答をしており、エコ活動と同じくごみ捨てについても非常に意識高く、習慣として行っていることが見てとれました。



●意識して行動していることは？

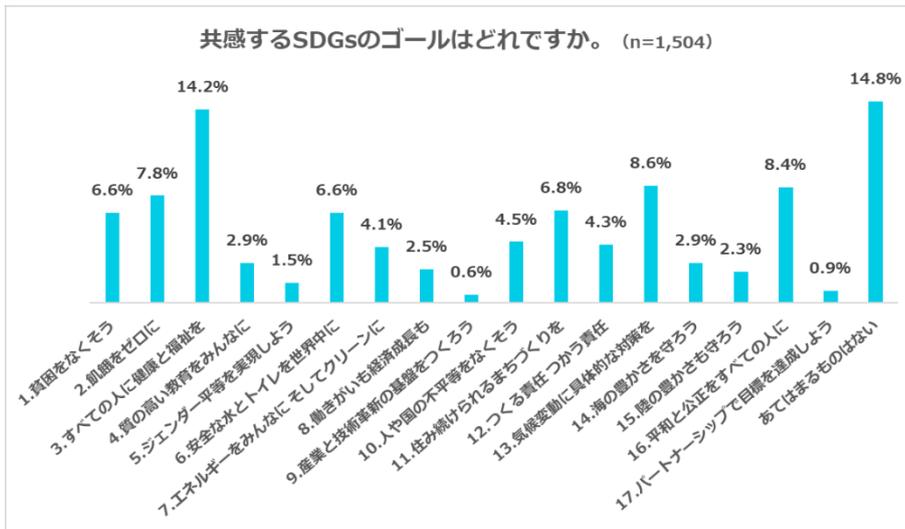
- 1位「水を流しっぱなしにしない」 2位「食べ残しはしない」
3位「電気をこまめに消す」

「ごみ捨て」以外のエコ活動として、意識して行動をしていることが何であるかを複数選択で聞いたところ、半数以上の人意識して行動している項目の上位から、「水を流しっぱなしにしない」（70.3%）、「食べ残しはしないようにする」（69.6%）、「電気をこまめに消す」（66.7%）、「詰め替え可能な商品を買う」（64.8%）、「使い古しのタオルなどはぞうきんにして使う」（59.7%）との回答となりました。この意識した行動においても、50～60代の女性はほとんどの項目が全体平均よりも高く、最も高かった項目は「使い古しのタオルなどはぞうきんにして使う」で81.6%となりました。10～20代の女性では「不用品をフリマアプリなどで売ったり、寄付したりする」がほかの年代よりも高く40.4%となり、今回の調査では全般的にエコ活動などに積極的な比率が高くない10～20代の男性でも「食べ残しをしないようにする」（68.5%）の項目は高いなど、性・年代別の特徴が出る結果となりました。



●SDGs17のゴール、全世代で最も共感するのは3番目「すべての人に健康と福祉を」

スウェーデンのグreta・トゥーンベリさんが地球温暖化対策の必要性を強く主張していることをきっかけに、世界中の若者が共感し、メディアも大きく報じるようになりました。グretaさんも自ら体現しているSDGs（持続可能な開発目標）において、設定されている17のゴールのうち、最も共感するゴールを挙げてもらったところ、1位は3番目のゴール「すべての人に健康と福祉を」（14.2%）となりました。続いて2位は13番目のゴール「気候変動に具体的な対策を」（8.6%）、3位は16番目のゴール「平和と公正をすべての人に」（8.4%）、4位は2番目のゴール「飢餓をゼロに」（7.8%）、5位は11番目のゴール「住み続けられるまちづくりを」（6.8%）となりました。共感するゴールは性・年代別に関係なく大きく分かれ、個々人の志向性に寄ってることが見てとれる結果となりました。



●エコやSDGsを意識していると思われる企業・ブランドは？
1位「トヨタ自動車」 2位「サントリー」 3位「イオン」

最後に、エコやSDGsを意識していると思われる企業やブランドが何であるかを自由回答で聞いたところ、1位は「トヨタ自動車」、2位は「サントリー」、3位は「イオン」、4位は「ユニクロ」、5位は「スターバックス」、6位は「無印良品」、7位は「花王」、8位は「パナソニック」が選ばれました。

■調査概要

調査方法	インターネット (Tアンケート)
調査期間	2020年1月28日(火)～1月29日(水)
調査地域	全国
調査対象	18～69歳の男女(T会員)
サンプル数	1,504名

※ 本ニュースリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。