

第4回 エシカル実態調査

20代男女のエシカルへの関心が高まる

女性40代、60代以上に次いで、50%の若者が関心があると回答。

「エシカルを実践している」と答えた

20代はボランティア参加等の時間投資型が多く、

60代以上は寄付や商品購入といった金銭投資型が多い。

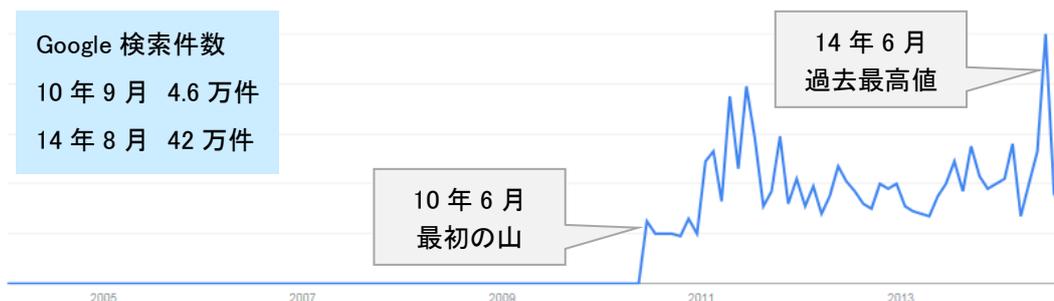
*エシカル(ethical): 人や社会や地球のことを考えた「倫理的に正しい」消費行動やライフスタイル

株式会社デルフィスでは、2014年8月9日～12日に「第4回エシカル実態調査」を実施しました。当社ではエシカル消費の研究及びコンサルティング活動を行っています。当調査は、エシカルという考え方への意識や行動、エシカルな消費者の実像を把握するために実施したもので、第1回(2009年12月実査)、第2回(2011年6月実査)、第3回(2012年6月実査)に続く、4回目の調査となります。

「エシカル」という言葉の認知率は横ばいで、また第1回目から少しずつ興味度や実践度が低下している傾向が見られました。一方で、「エシカル」というキーワードをGoogleで検索してみると、検索性数が年々増加しており、2014年の6月に過去最高値を出していることが分かります(下記、参考データ)。これらから推察すると、「エシカル」に興味を持ったり、実践している人が、ある一定に人数に限られ、閉鎖的なコミュニティになっている可能性が考えられます。活動をより広範囲に広めていくためにも、エシカルな活動に関与する人々が、今まで以上に外部へ伝える努力や、開かれた活動を行う必要性があります。

また、今回の調査では年代別の特性にも注目してみました。エシカルな活動への興味が高く、積極的に活動を行っている20代、実践度が高く、金銭的な投資に積極的な60代といった特徴が見られました。詳しくは別添「参考資料」をご確認ください。

参考データ:「エシカル」の検索結果(2014年8月時点)

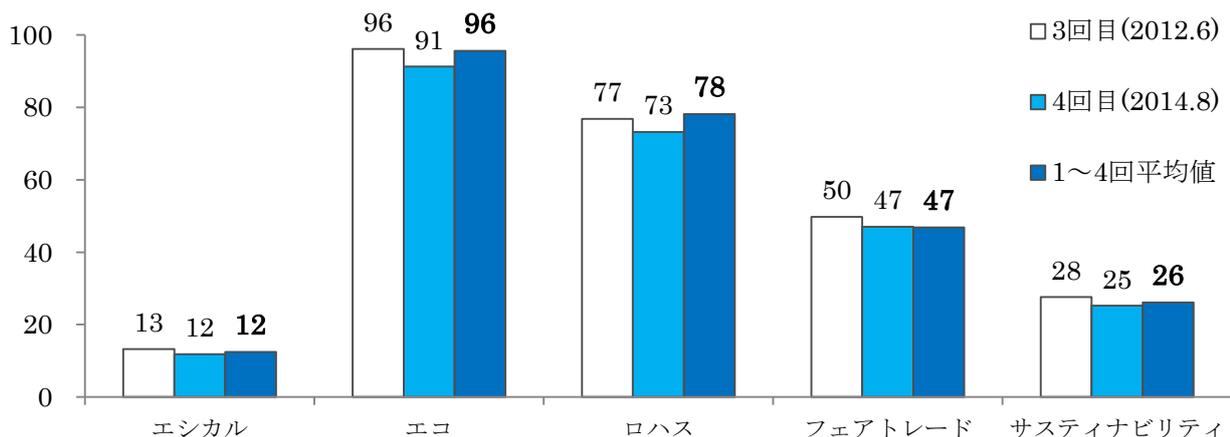


(参考資料)

エシカル認知度は、前回と同程度を維持

「エシカル」という言葉の認知は、12%でした。2010年の調査以降、12~13%で推移しています。その他の言葉の認知も変わらない状況です。

■あなたは、以下のそれぞれの言葉を知っていますか。(全体・時系列)

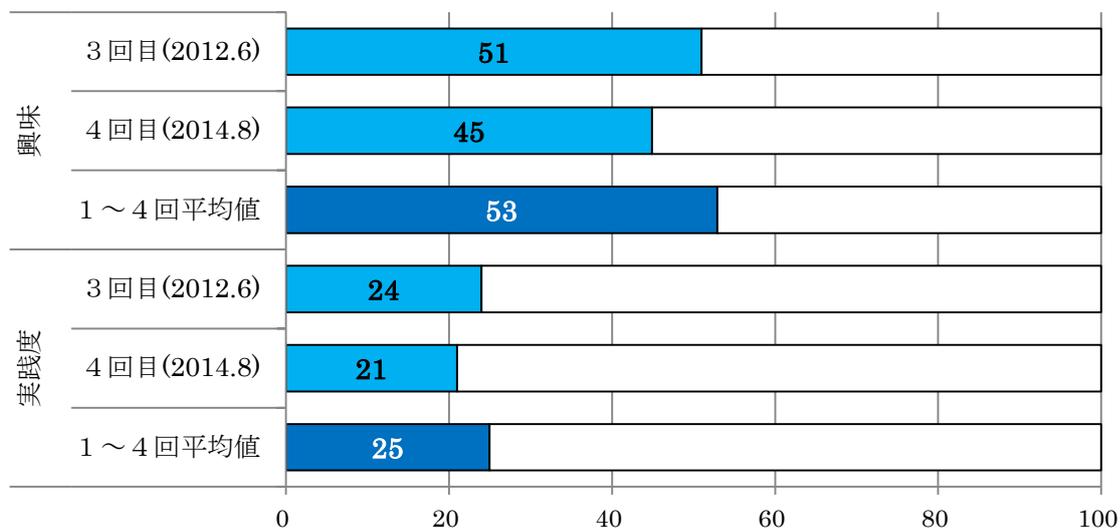


エシカルの興味・実践度は全体では前回より低下。

「エシカル」を説明(人・社会や地球のことを考えた「倫理的に正しい」消費行動やライフスタイル)した上で、興味や実践度を聞いたところ、前回に比べて下がったことが分かりました。

■あなたはエシカルについて、どの程度興味がありますか／実践していますか。(全体・時系列)

(非常に+まあ興味がある)(よく実践+ときどき実践)

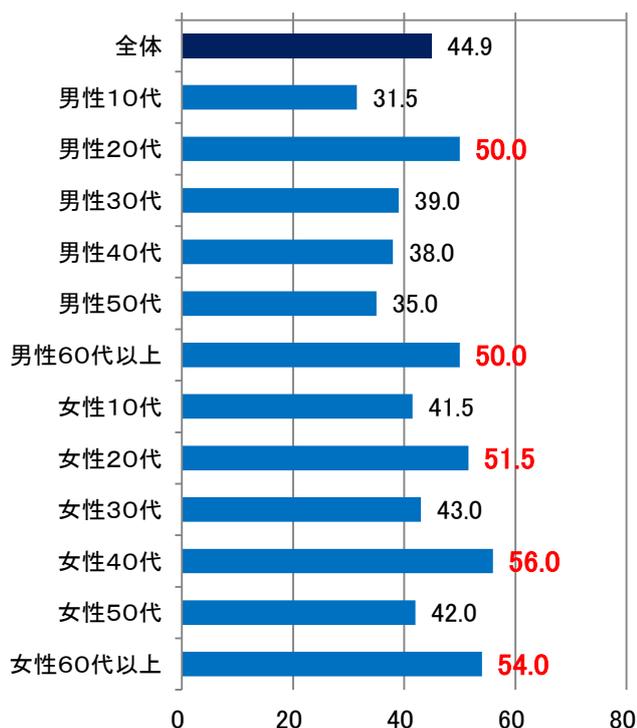


興味関心が高い 20 代、興味が高く、実践もしている 60 代以上と年代別に傾向が異なる

エシカルへの興味、実践度を性年代別に見てみると、興味度では男性20代・60代、女性は20代・40代・60代、実践度では男女 60 代以上でそれぞれ高い傾向が見られました。

■エシカルについて、どの程度興味がありますか。

(性年代別)(非常に+まあ興味がある)



■エシカルについて、どの程度実践していますか。

(性年代別)(よく実践+ときどき実践)



時間消費型の 20 代と、金銭投資型の 60 代

具体的に実践しているエシカルな活動について聞いたところ、20 代は寄付型商品などの比較的安価な商品購入や、活動への参加の割合が高く、60 代は寄付などの金銭的な投資の割合が高い特徴が見られました。

■具体的にどのようなことを実践していますか。(年代別・主な項目を抜粋)

| | | 全体 | 20 代 | 60 代以上 |
|---|----------------------------------|------|------|--------|
| 1 | レジ袋を断る、電池をこまめに消す等を行う | 65.4 | 69.2 | 67.6 |
| 2 | 環境に配慮した商品を購入する | 45.9 | 35.9 | 67.6 |
| 3 | フェアトレードの商品を購入する | 26.0 | 25.6 | 25.0 |
| 4 | 被災地へお金の寄付や物資提供をしている | 21.6 | 10.3 | 38.2 |
| 5 | 寄付型の商品を購入する | 19.9 | 25.6 | 20.6 |
| 6 | 被災地以外の国内外への金銭寄付／物資提供 | 16.9 | 12.8 | 26.5 |
| 7 | 地域コミュニティ活動に参加している | 16.5 | 2.6 | 25.0 |
| 8 | エシカルな取り組みを行う団体(NPO/NGO 等)に参画している | 8.7 | 12.8 | 4.4 |

調査概要

- ◇目的 : エシカルの認知・興味度等の把握。生活者分類による「エシカルコンシューマー」の特定
- ◇時期 : 2014年8月9日～8月12日
- ◇地域 : 全国(都市部・地方部含む)
- ◇対象 : 15歳以上男女1,100名(性・年代別に割付)
- ◇方法 : インターネット調査
- ◇項目 : 「エシカル」名称認知率
 - エシカルに関する意見
 - 企業活動とエシカルに関する意見
 - 社会企業やエシカルブランドの認知・商品保有率
 - エシカルに取り組むべき業種
 - 商品選択にプラスの影響がある企業活動 他

本件に関するお問い合わせ先

(株)デルフィス エシカル・プロジェクト 増田

03-5213-0047(コミュニケーションデザイン局内) ethical@delphys.co.jp