

CN(カーボンニュートラル)に関する消費者意識と行動

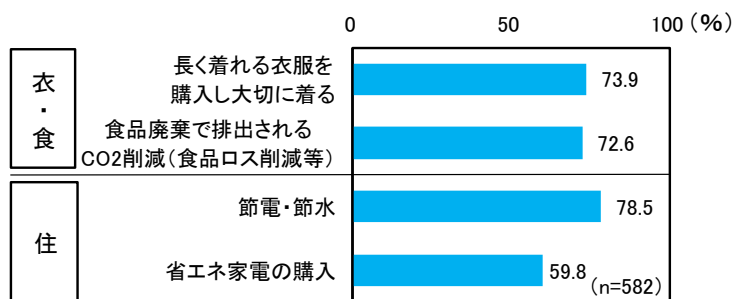
約3割の人が「CNを意識して行動」

当部が広島県内在住の20歳以上の男女約2,000人を対象に実施したアンケート(2023年1月実施)によると、「CNを意識して行動している」人は全体の28.2%を占めています(図表1)。その具体的な行動としては、「衣・食」関連では「長く着れる服を購入し大切に着る」や「食品ロスの削減等」、「住」関連では「節電・節水」や「省エネ家電の購入」を挙げる割合が高くなっています(図表2)。

図表1 CNの認知度・関心度・行動

項目 (n=2,064)	割合
認知度 「CNを知っている」	54.8%
関心度 「CNに関心がある」	47.0%
行動 「CNを意識して行動している」	28.2%

図表2 CNを意識した具体的な行動(上位2項目)



コストに対する理解とコスト低減に向けた取り組み

「CNを意識して行動している」人は、「サステナブルな商品の購入意向」(※)が「意識して行動していない」人の2倍以上高い割合を占めています(図表3)。ただし、商品価格の上昇を必ずしも許容しているとは言えず、5割以上の方が「環境に配慮した商品の価格が安くなること」を要望として挙げています(図表4)。

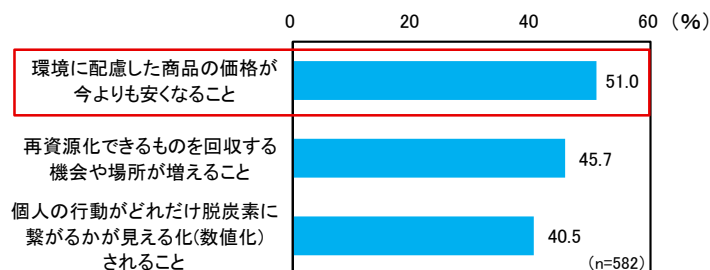
CNは、企業や社会にとってコスト上昇に繋がるとの指摘もしばしばなされています。今後、消費者の購買行動を通じてCNの実効性を高めていくためには、必要コストにかかる消費者の理解を得ると同時に、生産性向上等によるコスト低減の取り組みを加速させていく必要があるとみられます。

(※)サステナブルな商品の購入意向:環境問題や人権問題への対応など、「サステナブルな取り組みを行っている」A社の商品(価格が高い)と、「取り組んでない」B社の商品(価格が安い)があり、品質が同じ場合、A社の商品を購入すると回答した人の割合

図表3 サステナブルな商品の購入意向

		「CNを意識して行動している」人 (n=582)	「CNを意識して行動していない」人 (n=1,482)
衣・食	衣料品	43.8%	16.1%
	身の回り品	45.2%	16.9%
	飲食料品	40.0%	13.4%
住	家庭用品	46.7%	19.0%

図表4 CNに向け行動するための国・企業等への要望(上位3項目)



- ◆ 本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。
- ◆ 本資料は、信頼できると思われる情報に基づいて作成されていますが、その正確性を保証するものではありません。また、本資料に記載された内容等は作成時点のものであり、今後予告なく修正、変更されることがあります。資料のご利用に関しては、お客さまご自身の責任において判断なされますよう、お願い申し上げます。
- ◆ 本資料に関連して生じた一切の損害については、責任を負いません。その他、専門的知識に係る問題については、必ず弁護士、税理士、公認会計士等の専門家にご相談のうえ、ご確認ください。
- ◆ 本資料の一部または全部を、当社の事前の了承なく複製または転送等を行うことを禁じます。
- ◆ 本件に関するご照会は、ひろぎんHD経済産業調査部 担当: 松本 (TEL082-247-4958) までお願いします。