

東京都中央区晴海一丁目 8 番 10 号  
株式会社メンバーズ  
代表取締役社長 剣持 忠  
[ 証券コード：2130 東証第一部 ]

## メンバーズ、「地球温暖化問題と購買に対する生活者意識調査（CSV サーベイ）」を実施

7割が地球温暖化への関心がある一方、関連商品の購入経験者は3割  
購入に至らない理由は「該当商品が分からない」「商品に出会わない」が最多

～地球温暖化など社会課題への企業の取り組みが重要視されており、社会課題に取り組む商品・サービスを保有する企業側の工夫により販売機会の拡大が期待できることが明らかに～

株式会社メンバーズ（本社：東京都中央区、代表取締役社長 剣持 忠、以下「メンバーズ」）は、昨年度に引き続き、2回目となる「地球温暖化問題と購買に対する生活者意識調査（CSV サーベイ）」を実施しました。その結果、「地球温暖化問題への関心がある」と回答した割合は全体の67%（昨年より18pt 向上）となりました。一方で、地球温暖化問題を含む社会課題に取り組む企業の商品やサービス購入経験者は全体の29%にとどまり、購入に至らない理由として全体の36%が「課題を解決する商品やサービスがよく分からないこと」と回答し、全体の32%が「そうした商品に出会わなかった」と回答しました。この結果から、生活者の地球温暖化問題に対する関心は高くなっているため、社会課題に取り組む商品・サービスを保有する企業側の工夫により販売機会の拡大が期待できると考えられます。

### ● 調査実施の背景・目的

持続可能な開発目標（SDGs ※1）のゴールである2030年まで10年をきり、各種の取り組みに対して更なるスピード感が求められています。特に地球温暖化問題は、私たちの生活にも直接かつ、多大な影響を与えるきわめて深刻な社会課題と言えます。

メンバーズでは、2030年の目指す姿を示した「VISION2030」（※2）において、最も重要な社会課題の1つに「地球温暖化および気候変動による環境変化」を挙げています。その一環として、持続可能な脱炭素社会の実現を目指す企業グループである「日本気候リーダーズ・パートナーシップ（JCLP）」への加盟（※3）や、社会課題の解決とともにビジネス目標の達成も実現する「CSV（※4）アプローチ」を用いて、顧客企業と共に事例を多数創出してきました。

以上の背景のもと、メンバーズは昨年10月に「地球温暖化問題と購買に対する生活者意識調査（CSV サーベイ ※5）」を実施し、今回2回目の調査を行いました。マーケティングの観点から、地球温暖化問題に対する生活者意識を調査・発信をすることで、企業や生活者の地球温暖化問題への意識を高め、企業活動およびマーケティング活動においてより一層の取り組みが推進される一助となることを目指しています。

### ● 調査結果サマリー

調査の結果、全体の67%が「地球温暖化問題に対して非常に関心がある/どちらかと言えば関心がある」と回答し、昨年度調査と比較し18pt 向上しました。また、「企業に地球温暖化問題の解決を期待する」層は全体の72%（昨年比：14pt 向上）で、全体の56%が「地球温暖化問題の解決に取り組む企業の商品やサービスを積極的に購入したい/購入したい」と回答しました。



## Members

地球温暖化問題への関心が昨年度調査より 18pt 向上した理由としては、2020 年 8 月に都内の猛暑日数が観測史上最多となったこと(※6)や 2020 年 7 月より開始したレジ袋の有料化等、地球温暖化問題が差し迫った課題であることを日常生活でも感じる場面が多かったことが考えられます。また、生活者は企業に対し地球温暖化対策への積極的な活動を期待している点が明らかになったことから、企業活動における地球温暖化問題への取り組みは、社会貢献や環境保全活動の範囲を超えて有力なマーケティング手段であると言えます。

一方で、地球温暖化問題を含む社会課題の解決に取り組む企業やブランドの商品の購入経験は全体の 29%にとどまり、購入に至らない理由として全体の 36%が「対象となる商品がよく分からなかった」、全体の 32%が「そうした商品に出会わなかった」と回答しました。このことから、企業は社会課題および地球温暖化対策を生活者にとって分かりやすい形で商品やサービスに反映することが重要となり、社会課題を反映した商品・サービスが購買行動の判断基準として機能するよう適切にマーケティング・コミュニケーションをとることで販売機会の拡大に寄与すると考えられます。

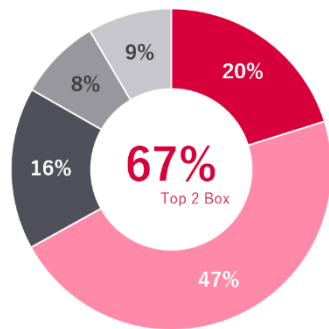
メンバーズでは、課題解決に繋がる商品・サービスが消費者から支持され、企業のビジネス成果向上に繋がる事例を多数創出し続けることで、マーケティングの在り方を変え、デジタルクリエイターの力で世界的な社会課題である地球温暖化問題の解決に貢献してまいります。

### ● 調査結果の詳細

Q：地球温暖化問題に関心はありますか？ (n=1,110)

地球温暖化への関心層（非常に関心がある/どちらかと言えば関心がある）は、全体の 67%となり、昨年度調査と比較して 18pt 向上しました。

地球温暖化問題に関心はありますか？



- 非常に関心がある
- どちらかと言えば関心がある
- どちらかと言えば関心がない
- 全く関心がない
- わからない

(n=1,110)  
昨年度調査※より



※2019.9実施 CSVサーベイ 2019

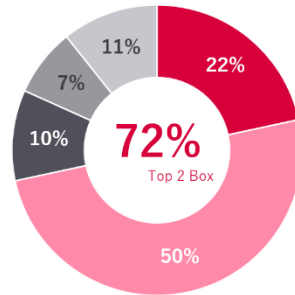
Q：地球温暖化に対する企業の取り組みに関してあなたのお考えに最も近いものは何ですか？ (n=1,110)

全体の 72%が、企業に対して期待している（企業ができることは多く非常に期待している/企業ができることに期待している）と回答し、昨年度調査と比較して 14pt 向上しました。



地球温暖化に対する企業の取り組みに関して  
あなたのお考えに最も近いものは何ですか？

(n=1,110)



昨年度調査※より



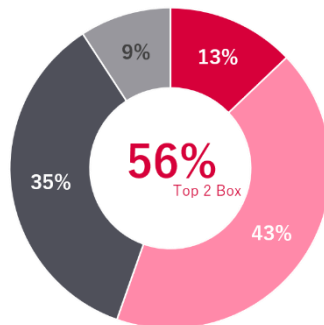
※2019.9実施 CSVサーベイ 2019

- 企業ができることは多く、非常に期待している
- 企業ができることに期待している
- 企業にはできることはあまりないので期待していない
- 企業には全く期待していない
- わからない

Q：地球温暖化問題に取り組む企業の商品やサービスを積極的に購入したいと思いますか？ (n=1,110)  
全体の56%が、購入したい（積極的に購入したいと思う/購入したいと思う）と回答しました。

地球温暖化問題に取り組む企業の商品やサービスを積極的に購入  
したいと思いますか？

(n=1,110)



今回からの  
新設設問

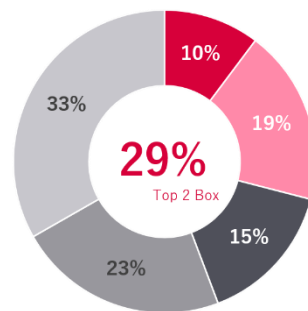
- 積極的に購入したいと思う
- 購入したいと思う
- どちらとも言えない
- 購入したいとは思わない

Q：過去半年間、地球温暖化の解決に積極的に取り組む企業やブランドの商品を購入しましたか？ (n=1,110)

全体の29%が、購入した（意識して購入した/意識していないが購入した）と回答しました。



過去半年間、地球温暖化の解決に積極的に取り組む企業やブランドの商品を購入しましたか？  
(n=1,110)



今回からの  
新設設問

- 意識して購入した
- 意識していないが購入した
- 意識していたが購入しなかった
- 意識していないし購入もしていない
- わからない

## <調査実施概要>

- 調査手法：Web アンケート調査
  - 回答者：20 歳以上の男女（調査会社パネル）
  - サンプル数：1,110（性別×年代均等割付）
  - 実施時期：2020 年 9 月 28 日～30 日
- ※昨年度調査：2019 年 10 月実施、有効回答数 1,000 サンプル

詳細の調査結果はこちらをご覧ください。

<https://www.slideshare.net/secret/DTMz5iCs1YBamZ>

※1 2001 年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、2015 年 9 月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」にて記載された 2030 年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標。

※2 メンバーズ、新ミッション・VISION2030 を策定

[https://www.members.co.jp/company/news/2020/0508\\_3.html](https://www.members.co.jp/company/news/2020/0508_3.html)

※3 メンバーズ、持続可能な脱炭素社会の実現を目指す企業グループ「日本気候リーダーズ・パートナーシップ（JCLP）」へ加盟

[https://www.members.co.jp/company/news/2020/1001\\_1.html](https://www.members.co.jp/company/news/2020/1001_1.html)

※4 「社会的課題の解決と企業の利益、競争力向上を同時に実現させ、社会と企業の両方に価値を生み出す取り組み」を意味する。企業の競争戦略論の世界的第一人者として知られる米ハーバード大学のマイケル・ポーター教授が米ハーバード・ビジネス・レビュー誌の 2011 年 1 月・2 月合併号（日本語版はダイヤモンド社「DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー」2011 年 6 月号）に寄稿した論文で提唱した概念。

※5 社会課題解決と地球温暖化に関する生活者意識調査（CSV サーベイ）2019

<https://blog.members.co.jp/article/38719>

※6 東京都心で 35℃以上 8 月として猛暑日は観測史上最多

<https://tenki.jp/forecaster/deskpart/2020/08/29/9541.html>

## ● 株式会社メンバーズ

所在地：東京都中央区晴海一丁目 8 番 10 号

晴海アイランド トリトンスクエアオフィスタワーX 37 階

代表者：代表取締役社長 剣持 忠

資本金：903 百万円（2020 年 9 月末時点）

URL：<https://www.members.co.jp/>

Facebook：<https://www.facebook.com/Memberscorp>

Twitter：[https://twitter.com/Members\\_corp](https://twitter.com/Members_corp)



- 本リリースに関するお問い合わせ

株式会社メンバーズ

広報担当 鈴木

mail: [press@members.co.jp](mailto:press@members.co.jp)

メンバーズでは、緊急事態でも安全を確保しながら業務を継続・遂行が可能な「新しい働き方」として、これまでの全員がオフィスに出社する働き方から、生活様式の変化に対応したオンライン中心の働き方に移行しております。このため大変ご不便をお掛けいたしますが、お問い合わせはメールにてお願いいたします。