



～ 6月5日は世界環境デー～

気候変動はもはや世界共通の関心事

半数が“極めて”、“とても”「心配している」と回答

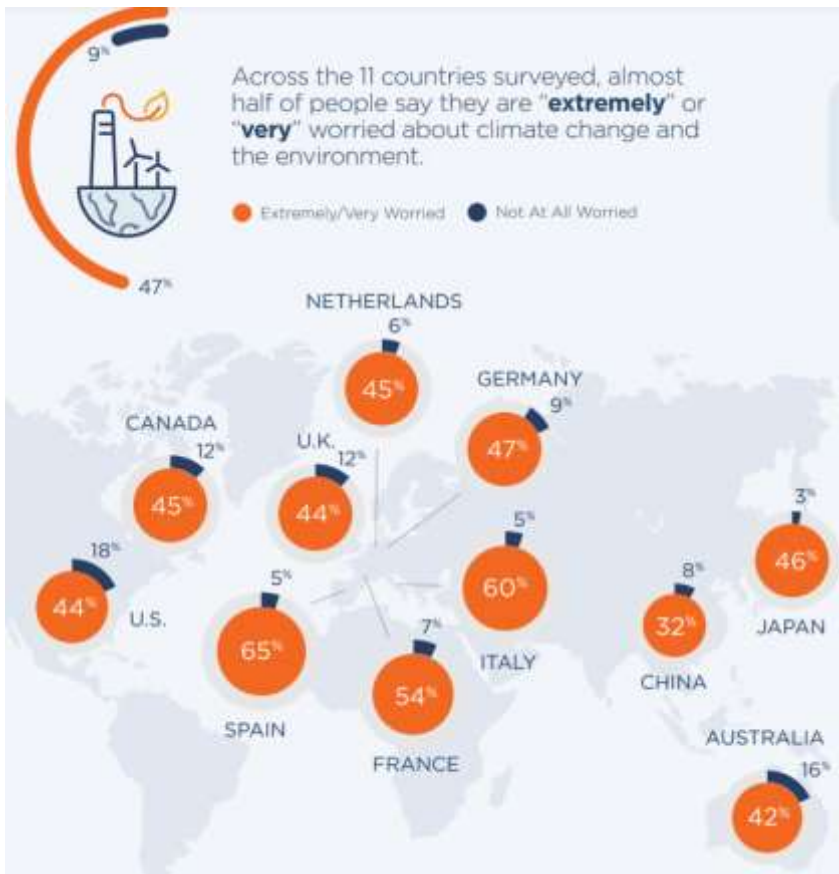
世界 11 か国 11,000 人に調査した「Global Cosumer Trend」調査レポート

全世界、約 6200 万人のファーストパーティデータを活用したオンラインリサーチサービスを提供する Dynata LLC (ダイネータ/本社：アメリカ テキサス州、日本オフィス：東京都中央区、以下ダイネータジャパン)が、日本を含む 11 か国約 11,000 人に対して調査したレポート「Global Consumer Trend 2023」の気候変動についてまとめたレポートを世界環境デーを前に改めてお知らせします。このレポートは、経済的および社会的な要因の変化について、よりよく理解することを目的として、実施しました。皆さまでも分析ができるように、データテーブルも共有します。

お問合せにございますメールアドレス (Info.Japan@Dynata.com) までご連絡ください。

■ 調査国すべての国の回答者の約半数は気候変動について「非常に心配している」

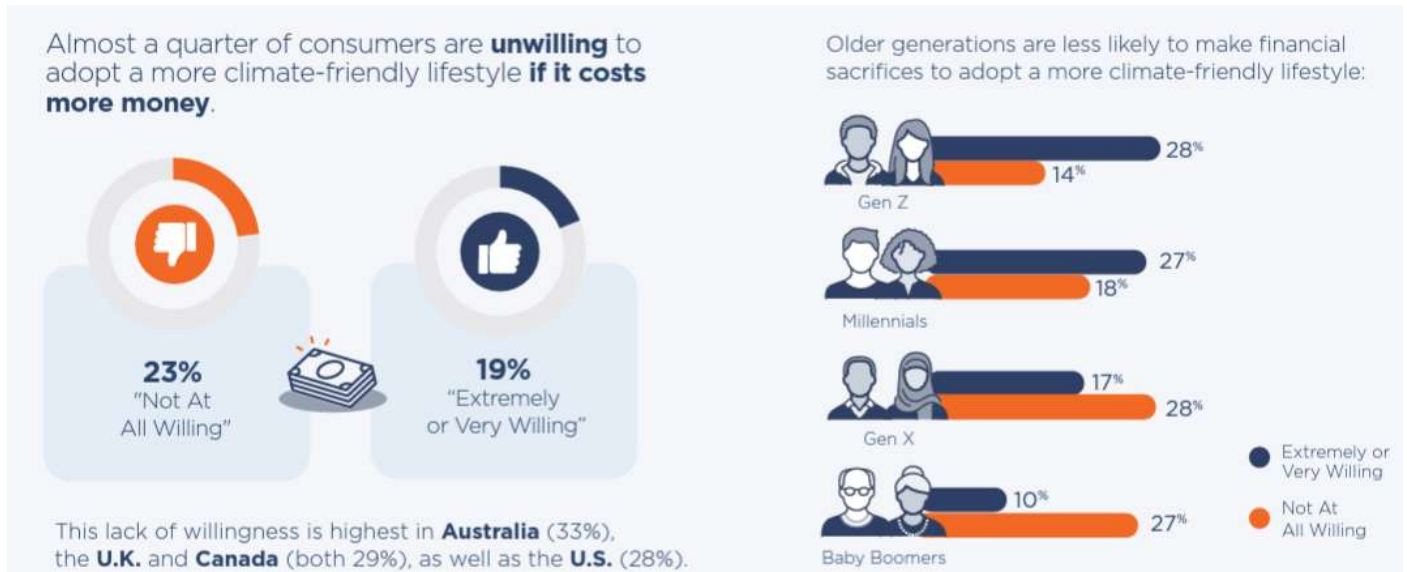
調査 11 か国のすべての国の回答者の約半数（最小：中国 32%、最大スペイン 65%）が、気候変動について「極めてまたは非常に心配している」と回答しました。特に心配していると回答した人が多い国は、スペイン、イタリア、フランスで、いずれもヨーロッパの国でした。日本の回答をみてみましょう。「極めてまたは非常に心配している」と回答したのは、46%で、「全く心配していない」と回答したのは 3%でした。「全く心配していない」と回答した人が調査国中最も少ない結果となりました。



Consumers in **Spain, Italy** and **France** are the most concerned about climate change.

■ 環境への優しさとコストの関係性

「少々お金がかかっても、環境にやさしいライフスタイルに変えることを受け入れる」と回答しているのは、19%で、反対に「受け入れたくない」と回答しているのは 23%でした。世代別にみると、若い世代ほど「受け入れる」という回答が多く、Z世代では 28%が、ミレニアル世代では 27%の人が「受け入れる」と回答していました。



また、コストの上昇により家計のやりくりで苦労している消費者の割合が増加しているためか、ハイブリッド/電気自動車や再生可能エネルギーへの関心は 1 年前と比べて薄れています。全回答者の 42%が「1 年前と比べると、ハイブリッド/電気自動車への関心が薄れている」と回答していますが、日本では 26%と、全世界の回答者に比べて 16 ポイント低い調査結果でした。また、再生可能エネルギーについては、全回答者の 34%が「関心が薄れている」と回答しています。



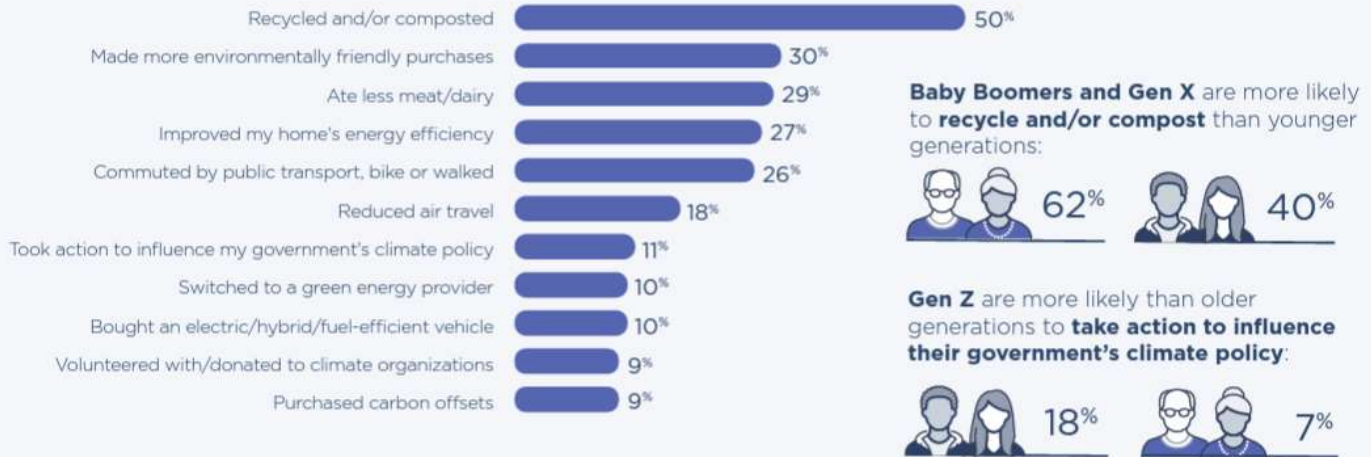
■ 「交通手段をエコにする」という回答が多いのは中国と日本

「何かエコロジカルな行動をしているか」という設問に対して、世界の多くの回答者が、「リサイクルやコンポスト（生ごみ等のたい肥化）」を選択しました。また、「リサイクルやコンポスト」を選んだのは、年齢が上の世代の回答が多い結果となりました。ちなみに、日本ではエコロジカルな行動として、「交通手段を公共交通機関や自転車、徒歩にした」という回答が多かったです。中国も同様でした。

CLIMATE ACTIONS TAKEN IN THE PAST YEAR



Recycling and/or composting is the most common **climate-friendly action** adopted by consumers globally – except in China and Japan – followed by purchasing more eco-friendly products and eating fewer meat or dairy products.



Commuting to work by public transport, bike, foot, etc., is the **#1 climate-friendly action** taken last year in both **China and Japan**.

【調査概要】

調査期間：2023年1月5日～1月10日

調査国：米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン、オランダ、中国、日本、オーストラリアの11か国

調査対象：16歳以上の消費者 11,000人から得た回答に基づいています。

世代別：

Z世代：16～25歳

ミレニアル世代：26～40歳

X世代：41～57歳

ベビーブーマー世代：58～76歳

サイレント世代：77歳以上

※Dynataのオンラインリサーチパネル全体から選ばれたサンプルは、年齢、性別、地域の人口を反映するよう割り当てが制御されています。誤差範囲（95%の信頼水準）は、国レベルで +/- 3%、全体レベルで +/- 1% です。

【会社概要】

Dynata（ダイネータ）について

Dynataは、世界最大規模のファーストパーティータを活用するオンラインリサーチ企業です。本社はアメリカ・テキサス州。世界中の約7,000万人の消費者や、ビジネスプロフェッショナルにリーチし、調査を通じて収集された個々のプロフィール属性の広範なライブラリを備えています。また、堅牢なファーストパーティータサービスを中心に革新的なデータサービスとソリューションを構築し、インサイトの発見からキャンペーンの活性化、クロスチャネルマーケティングROIの測定まで、マーケティングの連続体全体に顧客の声を届けています。Dynataは、北米、南米、ヨーロッパ、およびアジア太平洋地域の6,000以上の市場調査、メディアおよび広告代理店、出版社、コンサルティングおよび投資会社、法人顧客にサービスを提供しています。詳細については、www.dynata.com をご覧ください。

【引用・転載時のクレジット表記のお願い】

本リリースの引用や転載時にはクレジットを明記いただけますと幸いです。

<例>「グローバルオンラインリサーチサービスのダイネータによると」「ダイネータ調べ」など。

【お問合せ先】 Dynata Japan Sales & Marketing Team Info.Japan@Dynata.com
東京都中央区新川1-8-5 KKビル 3階 <https://www.dynata.com/>