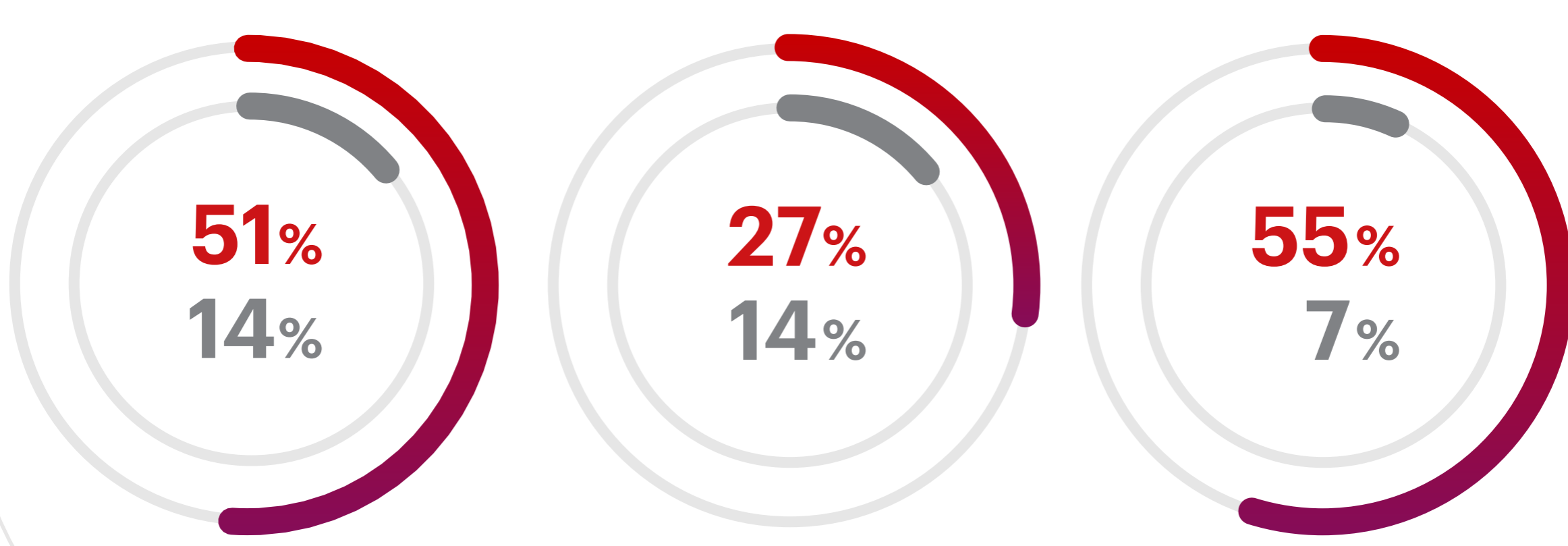


日本の サステイナブル 消費者行動： 海外他地域との比較

日本の消費者の約7%は、 商品を選ぶ際に環境・社会への 影響を重視している

アジア太平洋の消費者の、
環境・社会への関心度は欧州諸国と類似しているが、
より健康への関心が高い

- 健康を最重視する消費者
- 環境・社会への影響を最重視する消費者

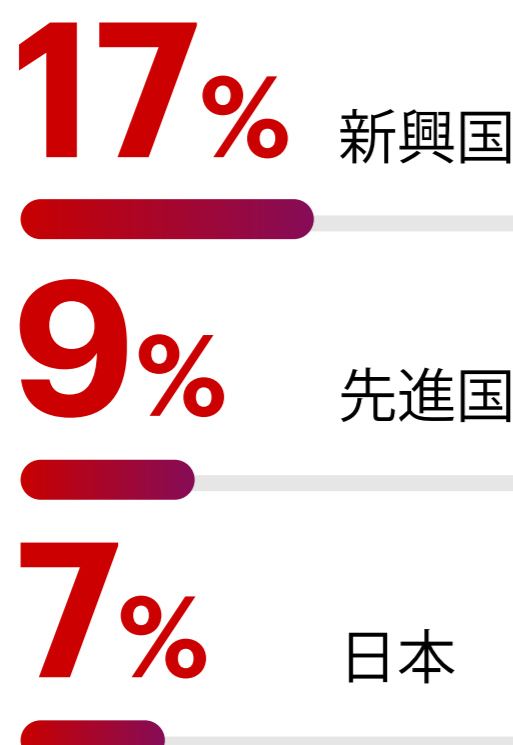


新興国の消費者は、より環境に 対する意識が高い傾向

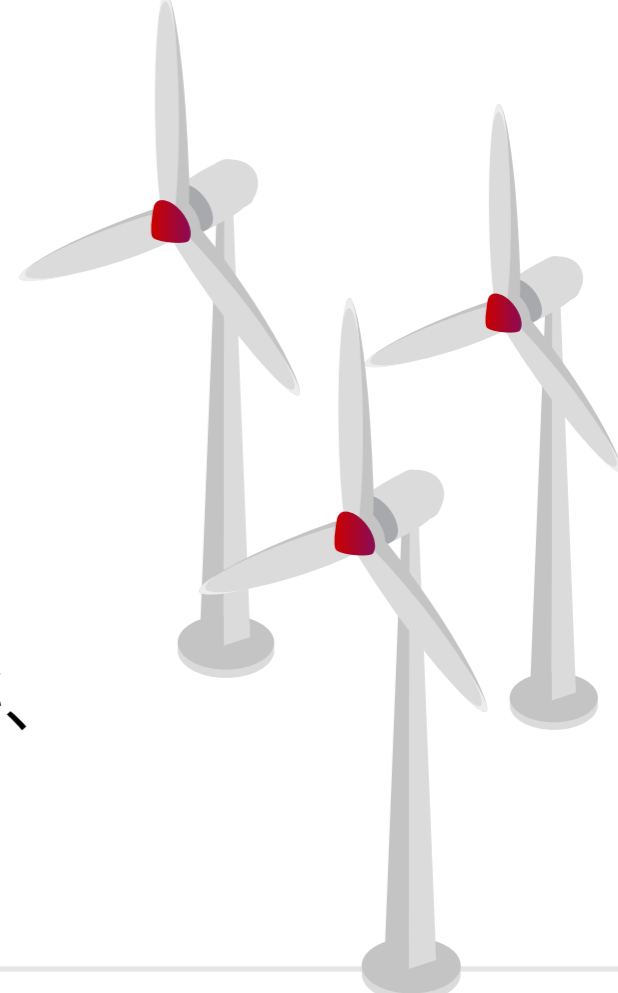


中国・インド・タイなどの新興国の方が、
日本・豪州・シンガポールなどよりも
サステイナブル消費者が多い

サステイナブル消費者の割合



環境問題が実生活に及ぼす影響を身近で感じる方が、
購買行動により大きな影響をもたらす傾向がある

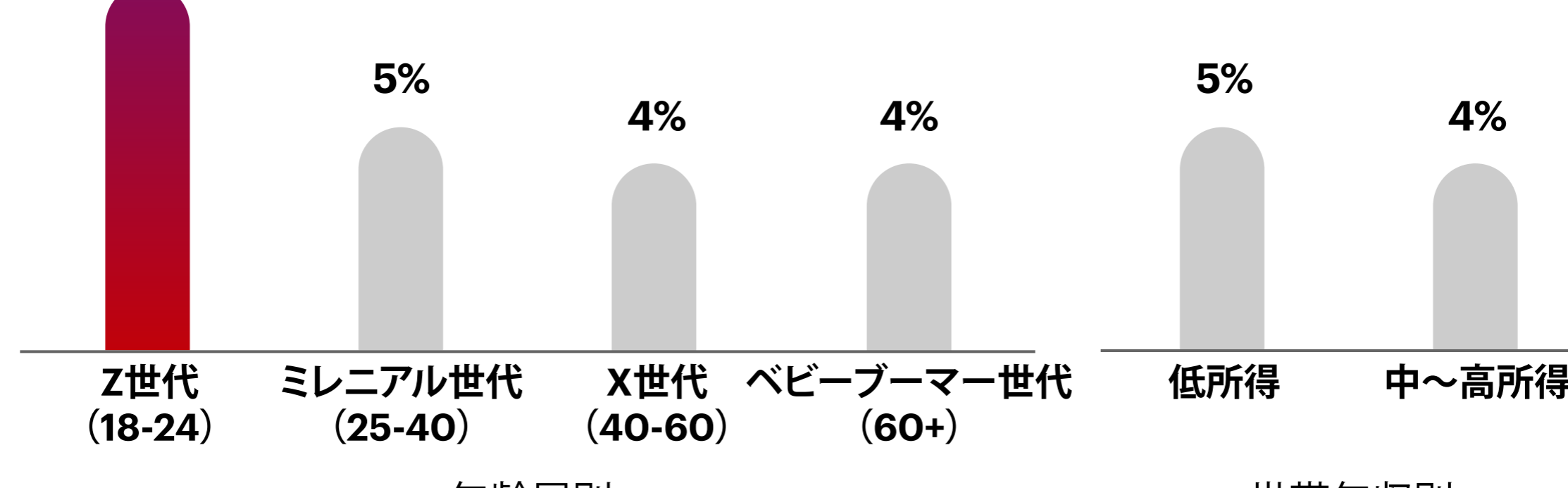


世帯年収に関わらず、商品を選ぶ際に環境・社会 への影響を重視するサステイナブル消費者割合は Z世代が他世代の約2倍

日本全消費者における
サステイナブル消費者の割合



9% **約2倍**



サステイナブル消費者群は、他消費者群よりも 圧倒的に環境・社会に配慮された製品を 他者に薦める割合が高い



サステイナブル消費者の割合

55% サステイナブルな製品を友人・知人等に薦める

34% サステイナブルな製品を友人・知人等10人以上に薦める

企業は消費者意識に共感し、
サステイナブルな製品開発や
企業施策の**広報活動**を推進することで、
消費者のニーズに応えることが重要