

2024年4月18日

博報堂 SDGs プロジェクト、TBWA HAKUHODO と共同で制作した
「Climate Crisis Action Report」を公開
— 一日英米の生活者インサイトから、気候危機に対する行動促進のヒントを提示 —

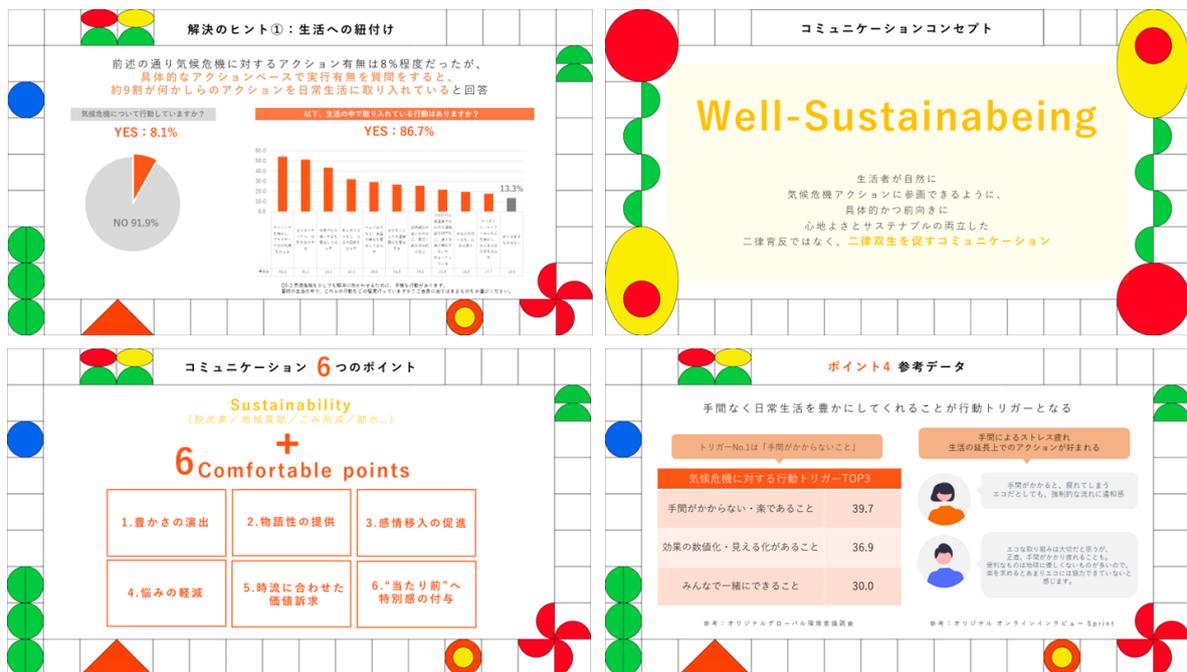
株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：水島正幸、以下博報堂）の「SDGs プロジェクト」は、株式会社 TBWA HAKUHODO（東京都港区、代表取締役社長兼 CEO：今井明彦）のマーケティング戦略組織「65dB TOKYO」（以下 65dB）と共同で、急速に進む「気候危機」に対する日本・イギリス・アメリカ 3 か国の生活者の意識・行動について調査しました。定量・定性調査から得られた生活者の声を分析。そこからみえてきた生活者インサイトと、気候危機に対して行動を促すためのヒントをまとめた「Climate Crisis Action Report」を公開いたしました。



記録的猛暑が世界各地で報告された 2023 年 7 月、国連事務総長が「地球温暖化の時代は終わり、地球沸騰化の時代が到来した」と強い危機感を示しました。気候危機に対し強い警鐘を鳴らす「地球沸騰化」という言葉は、日本においても同年の新語・流行語大賞にノミネートされるほど衝撃を与えました。

そのような中、実際に生活者は気候危機に対してどのような意識を持ち、どの程度行動に移しているのかを把握するため、このたび日本・イギリス・アメリカにおいて定量・定性調査を実施しました。本レポートでは、調査結果から見えてきた生活者のインサイトをまとめています。

また本調査を通じて、生活者の行動を促すためのヒントはコミュニケーション方法にあることがわかりました。生活者が自然に気候危機に対して行動できるようにするためには、心地よさとサステナビリティの両立が大切であるとし、その状態を「Well-Sustainable」と名付けコミュニケーションコンセプトとして提示。事例とともにご紹介しています。生活者インサイトの把握や新たな施策立案などにおけるヒントとしてご活用ください。



【レポートサマリー】

- X (旧 Twitter) 上での「気候危機」「気候変動」の話題量は、アメリカを中心に減少。さらに、イギリス・アメリカと比較すると、日本における「気候危機」に対する理解度は非常に低い。
- 日本では、2018年をピークに気候危機に関する発話量が低下傾向にあり、情報量が増えたことによる慣れで、危機感が薄れていることが窺える。
- 気候危機を意識して行動をしているか聞いたところ、「行動している」と回答した日本の生活者は8%程度にとどまっているが、具体的なアクションの実施有無を聞くと、マイバックの持参やごみの分別など、日々の生活の中でさまざまな行動を取り入れていることが明らかになった。
- より生活に紐づいた内容であるほど、生活者の行動に繋がっていることから、生活者が無理なく気候危機アクションに参画しやすくなるための新しいコミュニケーションコンセプトとして、「Well-Sustainabeing」(心地よさとサステナビリティの両立)を提唱。
- 企業が生活者の共感を醸成しながら、実際に気候変動アクションに移してもらうための6つのコミュニケーションポイント：
 - ①豊かさの演出、②物語性の提供、③感情移入の促進、④悩みの軽減、⑤時流に合わせた価値訴求、⑥“当たり前”へ特別感の付与

【本件に関するお問い合わせ】

【調査概要】

<オリジナル定量調査>

●定量調査①

対象者：日本/アメリカ/イギリス在住の10代～70代男女、合計1260ss

(※本調査割り付け：各年代30ss、各国計420ss)

実査時期：日本 2023年12月6日～12月18日

アメリカ 2023年12月7日～12月19日

イギリス 2023年12月14日～12月26日

調査手法：インターネット定量調査

調査機関：マクロミル

●定量調査②

実査時期：2023年12月1日～12月22日

調査手法：ソーシャルリスニング調査 (Brand Watch)

調査メディア：X (旧 Twitter)

調査機関：65dB TOKYO

収集キーワード：気候変動・気候危機・異常気象・自然災害などのキーワードを含む投稿を収集

<オリジナル定性調査>

●定性調査①

対象者：日本在住の10代～70代男女

実査時期：2024年1月16日

調査手法：インターネット定性調査 (Sprint)

●定性調査②

実査時期：2023年12月1日～12月22日

調査手法：ソーシャルリスニング調査 (Brand Watch)

調査メディア：X (旧 Twitter)

調査機関：65dB TOKYO

■博報堂 SDGs プロジェクトについて

SDGs の視点からクライアント企業のビジネスイノベーションを支援する全社的プロジェクト。マーケティング・ブランディング、PR、ビジネス開発、ナレッジ開発、クリエイティブ、メディア企画など、SDGs に関する経験と専門性を持つ社員で編成。次世代の経営のテーマとなる、企業の経済インパクトと社会的インパクトの統合に資するソリューション開発や経営支援、事業開発支援、マーケティング支援などを行います。

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/info/82711/>

■ 65dB TOKYO について

「65dB」は、2018年にTBWAグループに参画した、フランスを拠点とするマーケティングカンパニーです。人々が通常の会話で発する音声の強さ（65デシベル）をグループ名とするこの組織は、ソーシャルボイスの分析結果を元にした企業のマーケティング支援を主力事業としており、パリ、東京、上海、ニューヨーク、ムンバイ、サンパウロ、ジャカルタおよびドーハに拠点を置いています。65dB TOKYOはTBWA HAKUHODOのグローバルレベルのクリエイティブチームとも連携し、マーケティングプロセスをワンストップで支援します。

<http://65db.jp/>