

消費者は社会的課題の解決のために  
いくら払う用意があるのだろうか？(2022年度調査)  
「意思決定に社会課題が及ぼす影響に関する意識調査」

経済社会システム総合研究所 研究顧問 河越 正明  
(日本大学経済学部)

## 目次

|                       | 頁  |
|-----------------------|----|
| 要旨                    | 3  |
| 1. 調査概要               | 4  |
| 2. 分析内容               | 4  |
| 3. 結果概要               | 7  |
| 4. 第1部結果概要            |    |
| (1) 食品の購入             | 9  |
| (2) プラスチック製品の購入       | 10 |
| (3) 自動車の購入            | 11 |
| (4) 就職先企業の選択          | 12 |
| (5) 投資先企業の選択          | 13 |
| (6) 選挙候補者の投票          | 14 |
| 5. 第2部結果概要            |    |
| (1) 及び(2) プラスチック製品の購入 | 16 |
| (3) 本の購入              | 17 |
| (4) ゲームアプリの購入         | 18 |
| (5) サブスクリプションの購入      | 19 |
| (6) 自動車保険の契約          | 20 |
| (7) 投資先企業の選択          | 21 |
| (8) 就職先企業の選択          | 22 |

## 要旨

- ・本稿は、「意思決定に社会課題が及ぼす影響に関する意識調査」の2022年度の調査結果を用いて、企業の社会的課題に向けた取り組みに対する評価、すなわち回答者の支払い意思額がその個人特性によってどのように異なるかを明らかにすることを目的としている。
- ・今回は前年度に続く第2回目の調査であり、前年度調査をほぼ踏襲している第1部に加え、新たにCSRに関するより詳細な調査を加えた第2部からなっている。
- ・分析の結果、性別、年齢、収入、学歴のみならず、居住する都市の規模、周囲からの信頼の有無など様々な特性に応じて選好が異なることが明らかになった。
- ・本調査の実施に当たっては（一社）経済社会システム総合研究所が開催する研究会に報告し、ご意見をいただいた。メンバーの方々からのコメントに感謝するとともに、本研究レポートに誤りなどがある場合、すべて筆者個人の責任であることを明記する。

## 1. 調査概要

- ・実施主体：経済社会システム総合研究所が、KAITEKI 研究会、企業ガバナンス研究会等の議論を踏まえて、実施
- ・実査会社：マーケティングテクノロジー株式会社（以下、MT 社）
- ・対象者：MT 社にモニター登録をしている全国 15～89 歳の個人 500 人
- ・調査方法：インターネット調査
- ・サンプリング：性別及び年代別(20 代、30 代等)に均等割付にて回収
- ・調査内容

(第 1 部)

(第 2 部)

調査期間                      2022/7/25 (月) ～7/28 (木)    2022/9/1 (木) ～9/8 日 (木)

質問数                        6 分野につきそれぞれ 5 問    8 分野につきそれぞれ 4 問

質問内容：各問は表 1 に示す各分野について設定された属性の中の水準がランダムに組み合わせられて  
選択肢 A,B が作成され、「あなたはどちらを選びますか。または、どちらも選びませんか。  
3 つの選択肢のいずれか 1 つをお選びください。」という質問が提示される。

## 2. 分析内容

・個人が選択肢から得られる効用は、各選択肢のもつ各属性の水準に対する評価の加重和であると仮定し、その評価のウェイトを 3 つの選択肢のどれを選択したかという選択結果から推定する。この推定結果から、各属性の水準に対する支払意思額 (willingness-to-pay, WTP) を求めることができ、これをコンジョイント分析という<sup>1</sup>。

・例えば、ある商品について 2 つの属性 (美味しさ  $D_1$ 、価格  $D_2$ ) を考えて効用関数を  $U = u_1 D_1 + u_2 D_2 + \varepsilon$  と仮定すると、これらの属性について様々な水準を示した場合の選択結果をうまく説明できるウェイト  $u_1$  と  $u_2$  を推定できると、ここから  $WTP = -u_1/u_2$  として WTP を求めることができる。

・表 2 で示すように「合計」を含め計 97 の個人特性別に WTP の推計を行った。第 1 部及び第 2 部の調査対象者の個人特性別のサンプル数は同表に掲げる通りである。

・なお、ワクチンの接種回数という属性では、調査時点が遅い第 2 部では第 1 部よりも回数が多くなる点に注意が必要である。

---

<sup>1</sup> 詳細については、以下の 2 つの IESS 分析レポートを参照されたい。

河越正明「消費者は社会的課題の解決のためにいくら払う用意があるのだろうか? :『意思決定に社会課題が及ぼす影響に関する意識調査』の実施について」2021 年 11 月。

河越正明「再論 消費者は社会的課題の解決のためにいくら払う用意があるのだろうか? :『意思決定に社会課題が及ぼす影響に関する意識調査』の詳細分析」2022 年 4 月。

表1 質問の詳細：コンジョイント分析の属性と水準

(1) 第1部

| 属性        |       | 水準    |       |  | 属性              |       | 水準    |       |  | 属性         |        | 水準    |       |       |  |
|-----------|-------|-------|-------|--|-----------------|-------|-------|-------|--|------------|--------|-------|-------|-------|--|
| (1) 食品の購入 |       |       |       |  | (2) プラスチック製品の購入 |       |       |       |  | (3) 自動車の購入 |        |       |       |       |  |
| 美味しさ      | 美味    | 普通    |       |  | 品質              | 優良    | 普通    |       |  | 品質         | 優良     | 普通    |       |       |  |
| 健康        | トクホ指定 | 普通    |       |  | 環境              | 自然に分解 | 従来並み  |       |  | CO2        | 製造工程ゼロ | 従来並み  |       |       |  |
| CO2       | 排出ゼロ  | 従来並み  |       |  | 社会貢献            | 倍増    | 従来並み  |       |  | 社会貢献       | 倍増     | 従来並み  |       |       |  |
| 食品ロス      | 半減    | 従来並み  |       |  | 価格              | 1000円 | 1500円 | 2000円 |  | 価格         | 200万円  | 205万円 | 210万円 | 220万円 |  |
| 社会貢献      | 倍増    | 従来並み  |       |  |                 |       |       |       |  |            |        |       |       |       |  |
| 価格        | 1000円 | 1500円 | 2000円 |  |                 |       |       |       |  |            |        |       |       |       |  |
| (4) 就職先企業 |       |       |       |  | (5) 投資先企業       |       |       |       |  | (6) 選挙候補者  |        |       |       |       |  |
| WLB       | 重視    | 平均並み  |       |  | 生産性             | 高く評価  | 普通    |       |  | 経済成長       | 強化     | 従来並み  |       |       |  |
| CO2       | 目標前倒し | 国目標並み |       |  | CO2             | 目標前倒し | 国目標並み |       |  | 環境改善       | 目標前倒し  | 国目標並み |       |       |  |
| 再利用       | 倍増    | 従来並み  |       |  | 再利用             | 倍増    | 従来並み  |       |  | 社会安定       | 格差半減   | 従来並み  |       |       |  |
| 社会貢献      | 倍増    | 従来並み  |       |  | 社会貢献            | 倍増    | 従来並み  |       |  | 次世代        | 子育て強化  | 科技強化  | インフラ  | 従来並み  |  |
| 賃金        | 平均    | －1万円  | －2万円  |  | 予想利益率           | 平均    | －1%   | －2%   |  | 税金         | 従来並み   | + 5 % | +10%  |       |  |

(2) 第2部

| 属性                | 水準     |       |       | 属性                | 水準      |         |         |
|-------------------|--------|-------|-------|-------------------|---------|---------|---------|
| (1) プラスチック製品の購入 1 |        |       |       | (2) プラスチック製品の購入 2 |         |         |         |
| 品質                | 優良     | 普通    |       | 品質                | 優良      | 普通      |         |
| 再利用               | RC100% | 従来並み  |       | 原料                | 植物由来    | 従来並み    |         |
| 社会貢献              | 倍増     | 従来並み  |       | 社会貢献              | 倍増      | 従来並み    |         |
| 価格                | 300円   | 450円  | 600円  | 価格                | 300円    | 450円    | 600円    |
| (3) 本の購入          |        |       |       | (4) ゲーム・アプリの購入    |         |         |         |
| 媒体                | 紙      | 電子書籍  |       | 操作性               | 優良      | 普通      |         |
| 社会貢献              | 倍増     | 従来並み  |       | 安全性               | 堅牢      | 普通      |         |
| 価格                | 1000円  | 1200円 | 1500円 | 労働環境              | 倍増      | 従来並み    |         |
|                   |        |       |       | 人権取組              | 倍増      | 従来並み    |         |
|                   |        |       |       | 地域貢献              | 倍増      | 従来並み    |         |
|                   |        |       |       | 価格                | 0円      | 250円    | 500円    |
| (5) サブスクリプション     |        |       |       | (6) 自動車保険の契約      |         |         |         |
| 品質                | 優良     | 普通    |       | 品質                | 高い      | 普通      |         |
| CO2               | 目標前倒し  | 国目標並み |       | CO2               | 目標前倒し   | 国目標並み   |         |
| 生物多様性             | 倍増     | 従来並み  |       | 公益性               | 介護事業○   | ×       |         |
| 研究開発              | 倍増     | 従来並み  |       | 社会貢献              | 倍増      | 従来並み    |         |
| 価格                | 1000円  | 1500円 | 2000円 | 価格                | 55,000円 | 65,000円 | 65,000円 |
| (7) 投資先企業         |        |       |       | (8) 就職先企業         |         |         |         |
| 生産性               | 優良     | 普通    |       | WLB               | 優良      | 普通      |         |
| CO2               | 目標前倒し  | 国目標並み |       | 主体的取組             | 環境整備    | 従来並み    |         |
| 公益性               | 介護事業○  | ×     |       | CO2               | 目標前倒し   | 国目標並み   |         |
| 社会貢献              | 倍増     | 従来並み  |       | 公益性               | 介護事業○   | ×       |         |
| 予想利益率             | 平均     | －1%   | －2%   | 賃金                | 平均      | －1万円    | －2万円    |

表2 個人特性別サンプル数

| no. | 個人特性   | 内訳区分        | サンプル数 |     | no. | 個人特性   | 内訳区分         | サンプル数 |     |
|-----|--------|-------------|-------|-----|-----|--------|--------------|-------|-----|
|     |        |             | 第1部   | 第2部 |     |        |              | 第1部   | 第2部 |
| 1   | 合計     |             | 500   | 500 | 49  | 誰もいない  |              | 84    | 68  |
| 2   | 性別     | 男性          | 249   | 249 | 50  | 信頼できる  | 1人           | 115   | 107 |
| 3   |        | 女性          | 251   | 251 | 51  | 人数（家   | 2人           | 105   | 136 |
| 4   | 年齢     | 24歳以下       | 87    | 82  | 52  | 族）     | 3人           | 81    | 81  |
| 5   |        | 25～34歳      | 67    | 73  | 53  |        | 4人以上         | 115   | 108 |
| 6   |        | 35～44歳      | 64    | 61  | 54  | 誰もいない  |              | 228   | 228 |
| 7   |        | 45～54歳      | 72    | 72  | 55  | 信頼できる  | 1人           | 58    | 65  |
| 8   |        | 55～64歳      | 59    | 62  | 56  | 人数（地   | 2人           | 73    | 78  |
| 9   |        | 65歳以上       | 151   | 150 | 57  | 域）     | 3人           | 55    | 42  |
| 10  | 都市規模   | 政令指定都市      | 197   | 194 | 58  |        | 4人以上         | 86    | 87  |
| 11  |        | その他の市       | 262   | 251 | 59  | 誰もいない  |              | 136   | 130 |
| 12  |        | 町村          | 41    | 55  | 60  | 信頼できる  | 1人           | 50    | 42  |
| 13  | 職業     | 自営業         | 31    | 24  | 61  | 人数（職   | 2人           | 45    | 43  |
| 14  |        | 正規雇用        | 148   | 146 | 62  | 場・学校）  | 3人           | 31    | 36  |
| 15  |        | 非正規雇用       | 67    | 69  | 63  |        | 4人以上         | 47    | 47  |
| 16  |        | 主夫・主婦       | 89    | 75  | 64  |        | 未回答          | 191   | 202 |
| 17  |        | 学生          | 63    | 59  | 65  | 周りからの  | 信頼されている      | 313   | 324 |
| 18  |        | 無職          | 102   | 127 | 66  | 信頼（家   | 信頼されていない     | 35    | 32  |
| 19  | 最終学歴   | 中学校、高等学校    | 170   | 191 | 67  | 族）     | わからない        | 152   | 144 |
| 20  |        | 専門学校・短大・高専  | 88    | 90  | 68  | 周りからの  | 信頼されている      | 180   | 189 |
| 21  |        | 大学、大学院      | 242   | 219 | 69  | 信頼（地   | 信頼されていない     | 55    | 49  |
| 22  | 結婚     | 既婚          | 249   | 243 | 70  | 域）     | わからない        | 265   | 262 |
| 23  |        | 未婚          | 210   | 204 | 71  | 周りからの  | 信頼されている      | 132   | 130 |
| 24  |        | 離別          | 41    | 53  | 72  | 信頼（職   | 信頼されていない     | 37    | 29  |
| 25  | 子ども    | なし          | 248   | 256 | 73  | 場・学校）  | わからない        | 140   | 139 |
| 26  |        | 1人          | 70    | 69  | 74  |        | 未回答          | 191   | 202 |
| 27  |        | 2人          | 128   | 125 | 75  |        | 毎日のように感じる    | 45    | 55  |
| 28  |        | 3人以上        | 54    | 50  | 76  | 孤独・孤立  | 週に2～3回くらい感じる | 64    | 67  |
| 29  | 同居家族   | 1人          | 98    | 96  | 77  | を感じる頻  | 月に1～2回くらい感じる | 80    | 69  |
| 30  |        | 2人          | 159   | 173 | 78  | 度      | 年に数回感じる      | 84    | 94  |
| 31  |        | 3人          | 136   | 123 | 79  |        | 感じない         | 227   | 215 |
| 32  |        | 4人          | 77    | 78  | 80  |        | 大変/ある程度信頼でき  | 114   | 102 |
| 33  |        | 5人以上        | 30    | 30  | 81  | 政府（国）  | どちらともいえない    | 160   | 150 |
| 34  | 個人年収   | 100万円未満     | 144   | 151 | 82  | への信頼度  | あまり信頼できない    | 137   | 140 |
| 35  |        | 100～300万円未満 | 132   | 118 | 83  |        | 全く信頼できない     | 89    | 108 |
| 36  |        | 300～500万円未満 | 88    | 89  | 84  | 仕事に喜   | 強く/ある程度感じる   | 277   | 279 |
| 37  |        | 500万円以上     | 80    | 73  | 85  | び・楽しみ  | あまり感じない      | 145   | 142 |
| 38  |        | 答えたくない      | 56    | 69  | 86  |        | 全く感じない       | 78    | 79  |
| 39  | 世帯年収   | 300万円未満     | 101   | 111 | 87  | 仕事が生   | 強く/ある程度感じる   | 262   | 249 |
| 40  |        | 300～500万円未満 | 120   | 102 | 88  | 中の役に   | あまり感じない      | 158   | 173 |
| 41  |        | 500～800万円未満 | 85    | 95  | 89  | たっている  | 全く感じない       | 80    | 78  |
| 42  |        | 800万円以上     | 95    | 87  | 90  |        | 0～1回         | 56    | 54  |
| 43  |        | 答えたくない      | 99    | 105 | 91  | 新型コロナ  | 2回           | 78    | 71  |
| 44  | ボランティア | 経験あり        | 73    | 59  | 92  | ナ・ワクチ  | 3回           | 286   | 227 |
| 45  | ア      | 経験なし        | 427   | 441 | 93  | ン接種回数  | 4回以上         | 60    | 136 |
| 46  | 確定申告   | している        | 177   | 170 | 94  |        | 答えたくない       | 20    | 12  |
| 47  |        | 以前したことがある   | 121   | 116 | 95  |        | 既に持っている      | 334   | 320 |
| 48  |        | していない       | 202   | 214 | 96  | マイナン   | 取得する予定       | 49    | 58  |
|     |        |             |       |     | 97  | バー・カード | 持っていない・わからない | 117   | 122 |

### 3. 結果概要

・各分野で各属性について個人特性別に 97 の WTP 推定値が得られるが、そのうちいくつが有意にプラスであったかを集約したのが表 3 である。

・表 3 で「0」が掲げられている場合は、その属性が当該選択に際して、サンプル全体のみならず、そのサブ・サンプルのどれにおいてもプラスで有意な結果が出なかったことを示す。それに該当するのは、プラ製品の購入に際しての社会貢献、自動車の購入に際しての社会貢献、投資先企業を選ぶに際しての再利用、選挙候補者の投票に際しての環境改善（以上、第 1 部）、就職先企業の選択に際しての CO2 削減（第 2 部）の計 5 つである。

・マーケティング戦略において、この結果は様々に活用できる。例えば表 3 をみると、第 1 部の「(1) 食品の購入」において「健康」という属性では、「トクホ指定」（表 1 参照）であることを「32」の個人特性でプラスで有意に評価していることがわかる。さらに詳細結果表（本稿には未掲載）をみれば、サンプル合計では 114 円 (47, 185)、男性では 142 円 (42, 248)、女性では 82 円 (−9, 176) という結果である（カッコ内の 2 つの数値に挟まれた区間が 95%信頼区間）。ここから男性は有意にプラスで評価しているのに対し、女性ではゼロと有意に異ならず、健康（トクホ指定）は男性のみに訴求力があることがわかるので、男性にターゲットを絞ることが有効なマーケティング戦略だということになる。

表 3 プラスで有意な WTP 推定値の数：調査項目・属性別

| 第 1 部          |              |         |       |    |       |    |      |    |
|----------------|--------------|---------|-------|----|-------|----|------|----|
| (1) 食品の購入      | 美味しさ<br>社会貢献 | 88<br>1 | 健康    | 32 | CO2   | 37 | 食品ロス | 30 |
| (2) プラ製品の購入    | 品質           | 83      | 環境    | 93 | 社会貢献  | 0  |      |    |
| (3) 自動車の購入     | 品質           | 96      | CO2   | 86 | 社会貢献  | 0  |      |    |
| (4) 就職先企業      | WLB          | 88      | CO2   | 20 | 再利用   | 6  | 社会貢献 | 1  |
| (5) 投資先企業      | 生産性          | 88      | CO2   | 17 | 再利用   | 0  | 社会貢献 | 31 |
| (6) 選挙候補者      | 経済成長         | 42      | 環境改善  | 0  | 社会安定  | 49 | 子育て  | 54 |
|                | 科技強化         | 49      | インフラ  | 54 |       |    |      |    |
| 第 2 部          |              |         |       |    |       |    |      |    |
| (1) プラ製品の購入 1  | 品質           | 76      | 再利用   | 88 | 社会貢献  | 60 |      |    |
| (2) プラ製品の購入 2  | 品質           | 70      | 原料    | 87 | 社会貢献  | 55 |      |    |
| (3) 本の購入       | 媒体           | 14      | 社会貢献  | 38 |       |    |      |    |
| (4) ゲーム・アプリの購入 | 操作性          | 13      | 安全性   | 78 | 労働環境  | 1  | 人権取組 | 1  |
|                | 地域貢献         | 4       |       |    |       |    |      |    |
| (5) サブスクリプション  | 品質           | 35      | CO2   | 3  | 生物多様性 | 39 | 研究開発 | 34 |
| (6) 自動車保険の契約   | 品質           | 74      | CO2   | 1  | 公益性   | 46 | 社会貢献 | 54 |
| (7) 投資先企業      | 生産性          | 65      | CO2   | 1  | 公益性   | 62 | 社会貢献 | 64 |
| (8) 就職先企業      | WLB          | 43      | 主体的取組 | 64 | CO2   | 0  | 公益性  | 7  |

・各個人特性については第1部と第2部を通じて計53回WTPの推計が行われるが、そのうち何回で有意な結果となったかを示したのが表4である。30回を超えて有意となった（いわゆる意識の高い）個人特性は24あり、これらには赤く色を付けている。

表4 有意なWTP推定値の数：個人特性別

| no. | 個人特性   | 内訳区分        | 有意な結果 |       | no. | 個人特性        | 内訳区分         | 有意な結果 |       |
|-----|--------|-------------|-------|-------|-----|-------------|--------------|-------|-------|
|     |        |             | 回数    | 割合(%) |     |             |              | 回数    | 割合(%) |
| 1   | 合計     |             | 38    | 72    | 49  | 誰もいない       |              | 8     | 15    |
| 2   | 性別     | 男性          | 31    | 58    | 50  | 信頼できる       | 1人           | 18    | 34    |
| 3   |        | 女性          | 33    | 62    | 51  | 人数（家        | 2人           | 26    | 49    |
| 4   | 年齢     | 24歳以下       | 22    | 42    | 52  | 族）          | 3人           | 23    | 43    |
| 5   |        | 25～34歳      | 16    | 30    | 53  |             | 4人以上         | 32    | 60    |
| 6   |        | 35～44歳      | 18    | 34    | 54  | 誰もいない       |              | 33    | 62    |
| 7   |        | 45～54歳      | 17    | 32    | 55  | 信頼できる       | 1人           | 11    | 21    |
| 8   |        | 55～64歳      | 15    | 28    | 56  | 人数（地        | 2人           | 21    | 40    |
| 9   |        | 65歳以上       | 32    | 60    | 57  | 域）          | 3人           | 13    | 25    |
| 10  | 都市規模   | 政令指定都市      | 31    | 58    | 58  |             | 4人以上         | 28    | 53    |
| 11  |        | その他の市       | 33    | 62    | 59  | 誰もいない       |              | 19    | 36    |
| 12  |        | 町村          | 10    | 19    | 60  | 信頼できる       | 1人           | 12    | 23    |
| 13  | 職業     | 自営業         | 9     | 17    | 61  | 人数（職        | 2人           | 14    | 26    |
| 14  |        | 正規雇用        | 21    | 40    | 62  | 場・学校）       | 3人           | 9     | 17    |
| 15  |        | 非正規雇用       | 18    | 34    | 63  |             | 4人以上         | 17    | 32    |
| 16  |        | 主夫・主婦       | 22    | 42    | 64  | 未回答         |              | 34    | 64    |
| 17  |        | 学生          | 21    | 40    | 65  | 周りからの       | 信頼されている      | 37    | 70    |
| 18  |        | 無職          | 28    | 53    | 66  | 信頼（家        | 信頼されていない     | 10    | 19    |
| 19  | 最終学歴   | 中学校、高等学校    | 25    | 47    | 67  | 族）          | わからない        | 22    | 42    |
| 20  |        | 専門学校・短大・高専  | 24    | 45    | 68  | 周りからの       | 信頼されている      | 32    | 60    |
| 21  |        | 大学、大学院      | 36    | 68    | 69  | 信頼（地        | 信頼されていない     | 12    | 23    |
| 22  | 結婚     | 既婚          | 34    | 64    | 70  | 域）          | わからない        | 33    | 62    |
| 23  |        | 未婚          | 26    | 49    | 71  | 周りからの       | 信頼されている      | 22    | 42    |
| 24  |        | 離別          | 14    | 26    | 72  | 信頼（職        | 信頼されていない     | 3     | 6     |
| 25  | 子ども    | なし          | 30    | 57    | 73  | 場・学校）       | わからない        | 28    | 53    |
| 26  |        | 1人          | 17    | 32    | 74  |             | 未回答          | 34    | 64    |
| 27  |        | 2人          | 25    | 47    | 75  | 毎日のように感じる   |              | 12    | 23    |
| 28  |        | 3人以上        | 22    | 42    | 76  | 孤独・孤立       | 週に2～3回くらい感じ  | 25    | 47    |
| 29  | 同居家族   | 1人          | 26    | 49    | 77  | を感じる頻       | 月に1～2回くらい感じ  | 19    | 36    |
| 30  |        | 2人          | 28    | 53    | 78  | 度           | 年に数回感じる      | 21    | 40    |
| 31  |        | 3人          | 22    | 42    | 79  |             | 感じない         | 33    | 62    |
| 32  |        | 4人          | 18    | 34    | 80  | 大変/ある程度信頼でき |              | 23    | 43    |
| 33  |        | 5人以上        | 10    | 19    | 81  | 政府（国）       | どちらともいえない    | 28    | 53    |
| 34  | 個人年収   | 100万円未満     | 32    | 60    | 82  | への信頼度       | あまり信頼できない    | 31    | 58    |
| 35  |        | 100～300万円未満 | 26    | 49    | 83  |             | 全く信頼できない     | 23    | 43    |
| 36  |        | 300～500万円未満 | 23    | 43    | 84  | 仕事に喜び       | 強く/ある程度感じる   | 33    | 62    |
| 37  |        | 500万円以上     | 16    | 30    | 85  |             | あまり感じない      | 22    | 42    |
| 38  |        | 答えたくない      | 15    | 28    | 86  |             | 全く感じない       | 13    | 25    |
| 39  | 世帯年収   | 300万円未満     | 23    | 43    | 87  | 仕事が生        | 強く/ある程度感じる   | 32    | 60    |
| 40  |        | 300～500万円未満 | 24    | 45    | 88  | 中の役に        | あまり感じない      | 29    | 55    |
| 41  |        | 500～800万円未満 | 23    | 43    | 89  | たっている       | 全く感じない       | 14    | 26    |
| 42  |        | 800万円以上     | 29    | 55    | 90  |             | 0～1回         | 14    | 26    |
| 43  |        | 答えたくない      | 17    | 32    | 91  | 新型コロナ       | 2回           | 20    | 38    |
| 44  | ボランティア | 経験あり        | 21    | 40    | 92  | ナ・ワクチ       | 3回           | 32    | 60    |
| 45  | ア      | 経験なし        | 36    | 68    | 93  | ン接種回数       | 4回以上         | 24    | 45    |
| 46  | 確定申告   | している        | 31    | 58    | 94  |             | 答えたくない       | 1     | 2     |
| 47  |        | 以前したことがある   | 25    | 47    | 95  | マイナン        | 既に持っている      | 36    | 68    |
| 48  |        | していない       | 28    | 53    | 96  | バー・カード      | 取得する予定       | 15    | 28    |
|     |        |             |       |       | 97  |             | 持っていない・わからない | 18    | 34    |



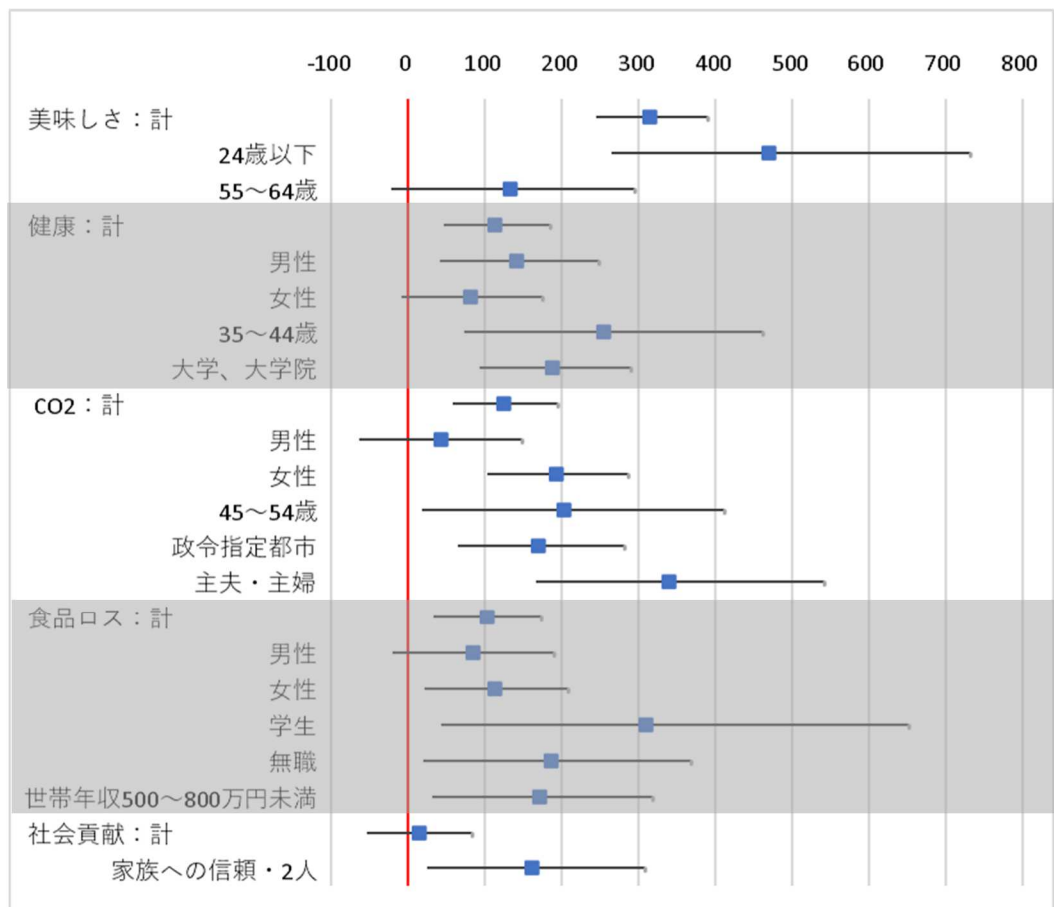
#### 4. 第1部結果

以下では分野別にいくつか目につく点を指摘する。

##### (1) 食品の購入

- ・美味しさについてはサンプル合計で 316 円の有意な WTP が得られ、88 とほとんどの個人特性においてプラスに有意である。有意でない個人特性としては年齢別では唯一 55～64 歳であり、概して若い年代ほど WTP が大きい傾向がある。
- ・健康についてはサンプル合計で 114 円程度の有意な WTP が得られるが、プラスで有意な WTP となる個人特性は 32 である。性別では男性のみ、年齢別では 35～44 歳のみ、学歴では大学・大学院卒のみが、それぞれの分類の中でプラスに有意となる。
- ・CO2 についてはサンプル合計で 125 円の有意な WTP が得られるが、プラスで有意な WTP となる個人特性は 37 である。性別では女性のみ、年齢別では中高年（45～54 歳より高齢）のみ、居住地では政令指定都市のみ、職業では主夫・主婦のみがそれぞれの分類の中でプラスに有意となる。
- ・食品ロスについてはサンプル合計で 104 円の有意な WTP が得られるが、プラスで有意な WTP となる個人特性は 30 である。性別では女性、職業では学生と無職、世帯年収では唯一 500～800 万円がプラスに有意となる。
- ・社会貢献はサンプル合計で有意でプラスの WTP は得られず、個人特性でプラスで有意な WTP となったのは 1 つ（信頼できる人数が家族で 2 人という回答をした者）だけであった。

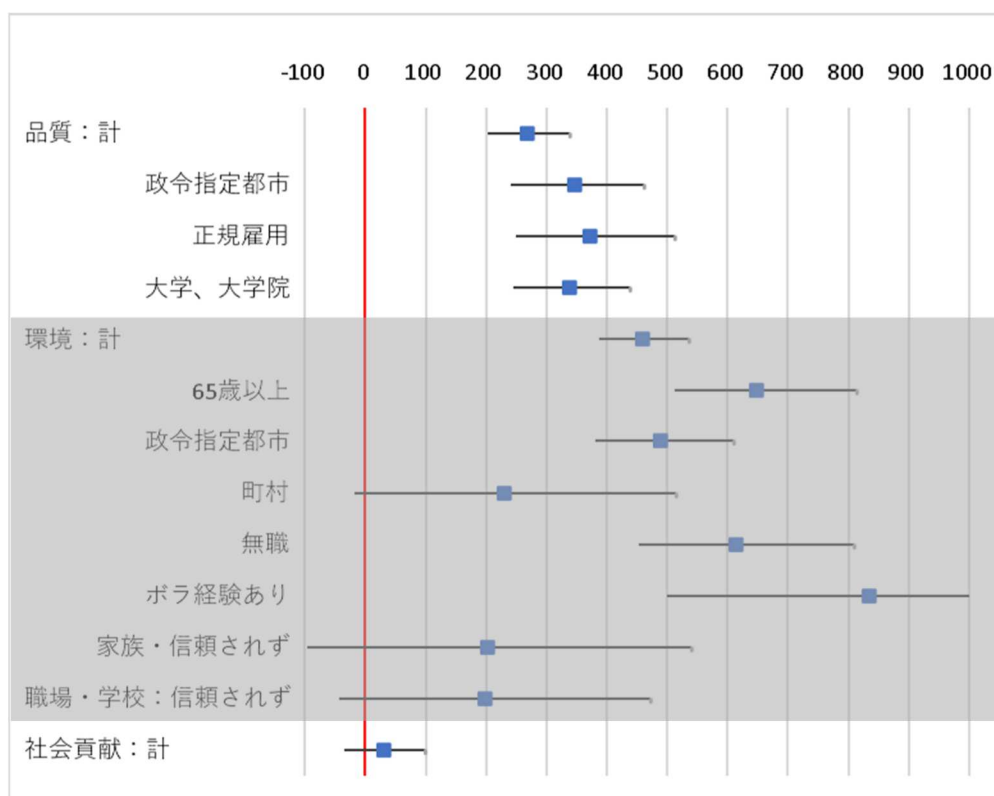
図 1－1 食品の購入についての WTP（単位：円）



## （２）プラスチック製品の購入

- ・品質についてはサンプル合計で 268 円の有意な WTP が得られ、83 の個人特性においてプラスに有意である。特に大きな WTP は、居住別では政令指定都市、職業では正規雇用、学歴では大卒・大学院卒である。
- ・環境についてはサンプル合計で 458 円の有意な WTP が得られるが、個人特性でも 93 とほとんど全てでプラスで有意な WTP となる。大きな WTP は年齢別では高齢者、居住地では政令指定都市、職業では無職、ボランティア経験のある者である。プラスの有意とならない少数の個人特性とは、居住地では町村、周り（家族、職場・学校）から信頼されていないと感じる者などである。
- ・社会貢献はサンプル合計で有意でプラスの WTP は得られず、個人特性でもプラスで有意となったものはなかった。

図 1－2 プラスチック製品の購入についての WTP（単位：円）



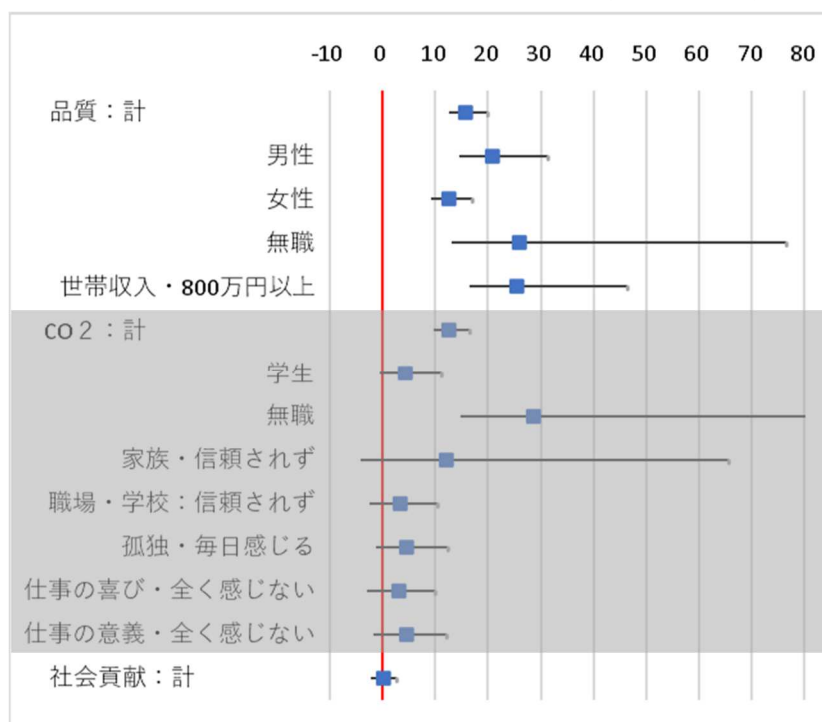
### （３）自動車の購入

・品質についてはサンプル合計で 16 万円の有意な WTP が得られ、ほとんど全て 96 の個人特性においてプラスに有意である。また男女差もみられ、特に一部の男性で高い評価があることがうかがえる。職業別には無職、世帯収入別で 800 万円以上で大きな WTP となっている。

・製造工程における CO2 排出削減についてはサンプル合計で 13 万円の有意な WTP が得られ、86 と多くの個人特性でプラスで有意な WTP となる。職業別では学生で唯一有意な WTP でない一方、無職では大きな WTP となっている。周り（家族、職場・学校）から信頼されていないと感じる者、孤独を毎日感じる者、仕事に対して喜び・楽しみや社会に対する意義を全く感じられない者からは、有意な WTP は得られていない。

・社会貢献はサンプル合計で有意でプラスの WTP は得られず、個人特性でもプラスで有意となったものはなかった。

図 1－3 自動車の購入についての WTP（単位：万円）



#### (4) 就職先企業の選択

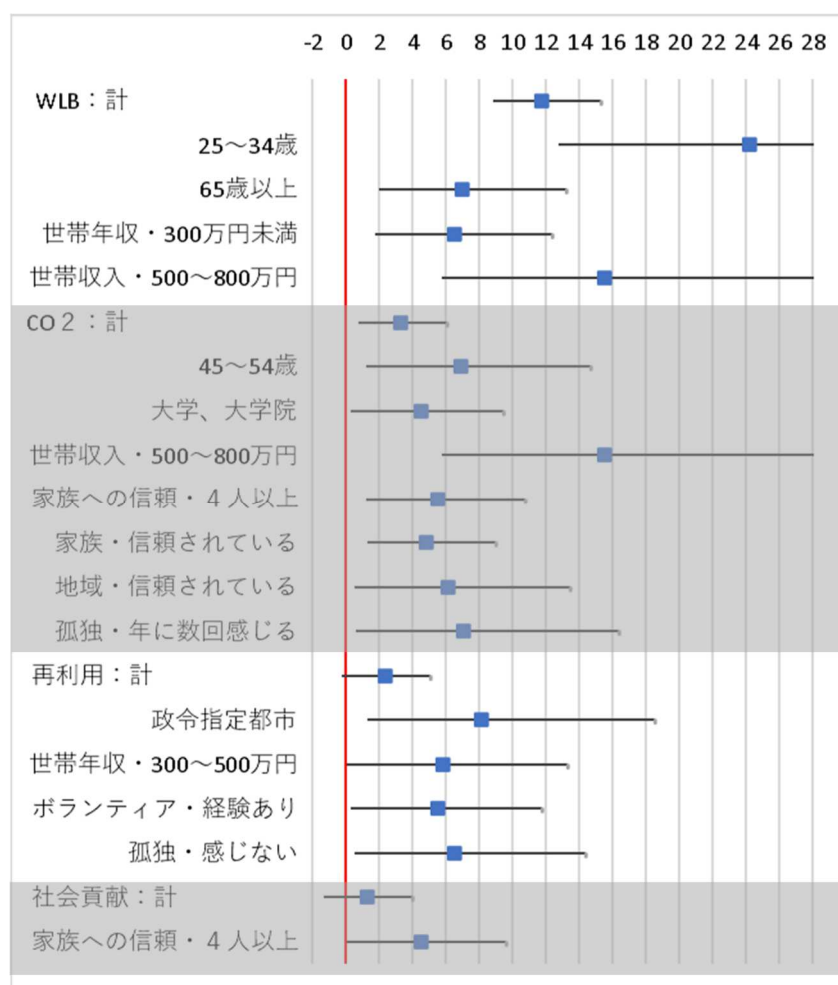
・ワークライフバランス（WLB）についてはサンプル合計で 11,800 円の有意な WTP が得られ、88 という多くの個人特性においてプラスに有意であった。年齢別には全ての年齢階層でプラスの有意であるが、若い 24～34 歳では大きく、退職世代の 65 歳以上では小さい。また世帯年収が 300 万円未満では小さい一方、500～800 万円では大きくなる

・CO2 排出削減についてはサンプル合計で 3,300 円の有意な WTP が得られるが、個人特性がプラスで有意な WTP となるのは 20 と少ない。年齢別では 45～54 歳、学歴別では大学・大学院卒、世帯年収では 500～800 万円のみがプラスで有意となった。また、周り（家族、地域）から信頼されていると感じる者ほど、そして孤独を感じることが少ない者（年に数回）ほどプラスで有意な WTP となる傾向がある。

・資源の再利用については、プラスで有意な WTP はサンプル合計では得られず、6 つの個人特性のみである。居住地別では政令指定都市、世帯年収別では 300～500 万円未満、ボランティアの経験がある者、孤独を感じない者などが該当する。

・社会貢献はサンプル合計で有意でプラスの WTP は得られず、個人特性では 1 つ（家族で信頼できる人数を 4 人と回答した者）だけであった。

図 1－4 就職先企業の選択についての WTP（単位：千円）



### (5) 投資先企業の選択

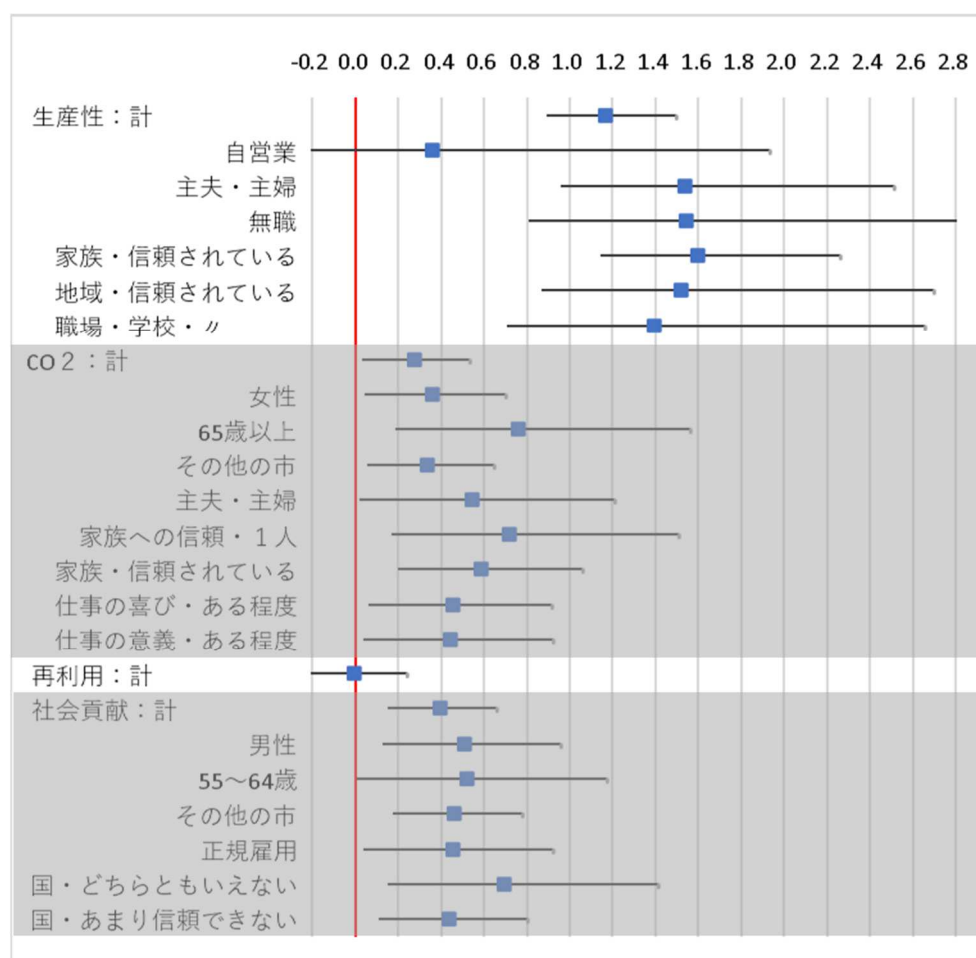
・生産性についてはサンプル合計で 1.2%のプラスで有意な WTP が得られ、88 という多くの個人特性においてプラスに有意であった。職業別には、主夫・主婦や無職で大きな有意の値となる一方、自営業では有意ではない。また周り（家庭、地域、職場・学校）から信頼されていると感じる者は、大きな値 WTP をとる傾向がある。

・CO2 排出削減についてはサンプル合計では 0.3%のプラスで有意な WTP が得られるが、有意な個人特性は 17 と少ない。有意な個人特性は、性別では女性、年齢別には 65 歳以上、居住地では政令指定都市ではない「その他の市」、仕事の喜び・楽しさ、その社会的な意味について「ある程度」感じている者などである。

・資源の再利用についてはサンプル合計で WTP はほぼゼロと推定され、個人特性でプラスの有意な WTP となるものはなかった。

・社会貢献はサンプル合計で 0.4%のプラスで有意な WTP が得られ、31 の個人特性で有意でプラスの WTP が得られた。性別では男性、年齢別では 55～64 歳、居住地では「その他の市」、職業では正規雇用のみが、それぞれの分類中でプラスの有意な WTP となった。国の信頼度については、「どちらともいえない」と「あまり信頼できない」という 2 者において、プラスで有意な WTP が得られた。

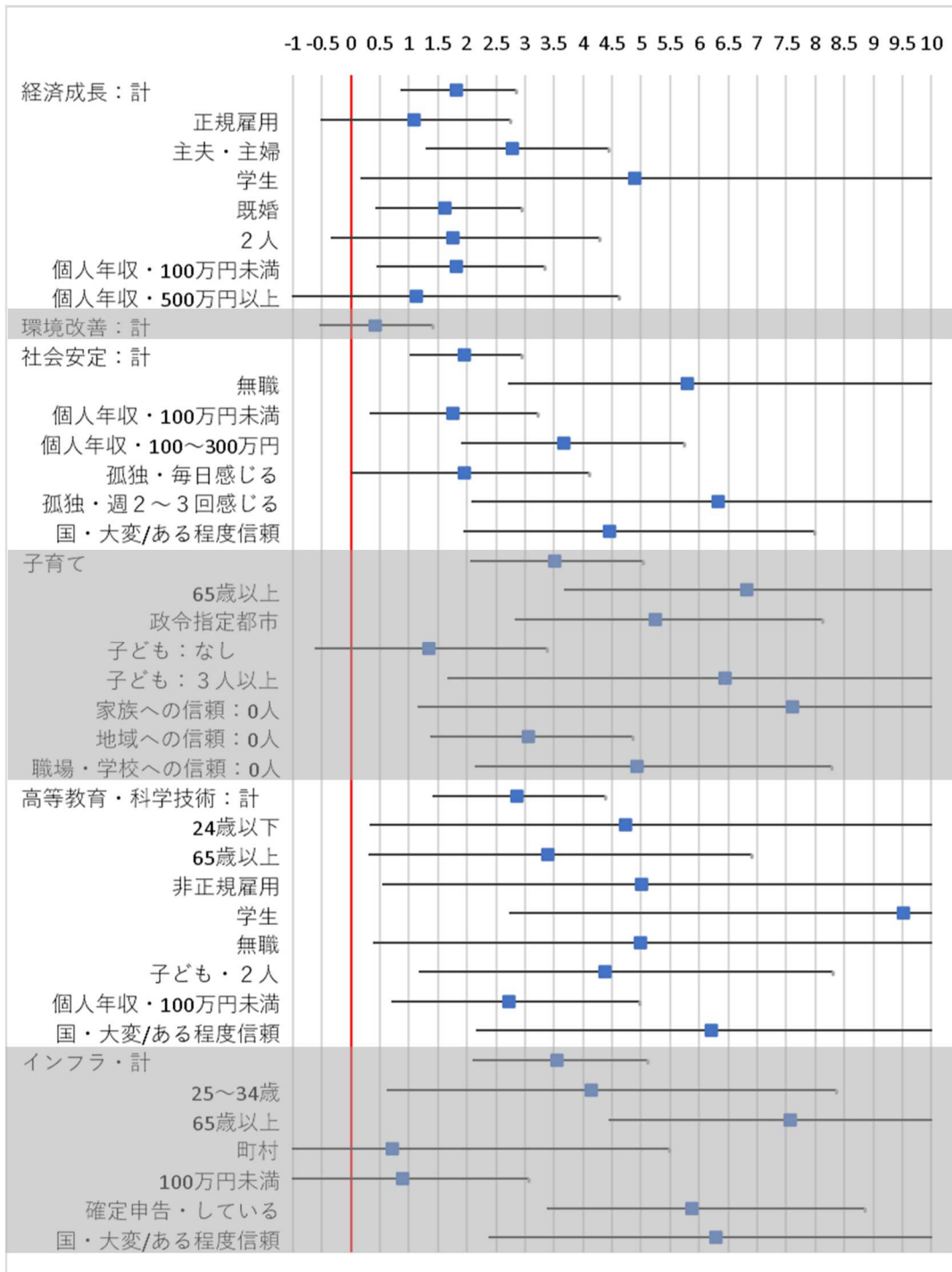
図 1－5 投資先企業の選択についての WTP（単位：％）



#### （６）選挙候補者の投票

- ・経済成長についてはサンプル合計で1.8%のプラスで有意なWTPが得られたが、プラスで有意なWTPが得られた個人特性は42にとどまる。職業別には、正規雇用では有意でない一方、働いていない主夫・主婦や学生で大きなプラスで有意なWTPとなるのが特徴である。結婚別では既婚者、子どもの人数では2人のみがプラスで有意となる。個人収入では、低い方（100万円未満、100～300万円）のみプラスで有意であり、高い方では有意でない。
- ・環境改善についてはサンプル合計でWTPが0.4%と推定されるが有意にゼロと異ならず、またプラスに有意となる個人特性は皆無である。
- ・社会安定についてはサンプル合計で2.0%とプラスに有意に推定され、いわゆる社会的弱者と結びつくような個人特性を中心に49でプラスに有意である。職業別では無職、個人年収別では300万円未満、孤独は比較的頻繁に感じる者において、それぞれプラスで有意なWTPとなった。また、国を大変またはある程度信頼している者もプラスで有意である。
- ・子育てについてはサンプル合計で3.5%とプラスに有意に推定され、54の個人特性においてプラスで有意なWTPが得られた。年齢別では65歳以上のみでプラスで有意な結果が得られた。また受益者と結びつきやすい個人特性、すなわち居住地では町村以外で、また子どもの人数では「なし」以外で、そして周り（家族、地域、職場・学校）に信頼できる者が「誰もいない」と回答する者で、それぞれプラスで有意な結果が得られた。また、国をある程度信頼している者もプラスで有意である。
- ・高等教育・科学技術についてはサンプル合計で2.9%とプラスに有意に推定され、49の個人特性においてプラスで有意なWTPが得られた。受益者と結びつきやすい個人特性に加え、高齢者でもプラスで有意なWTPが得られた。すなわち年齢別には24歳以下と65歳以上で、職業別には非正規雇用、学生及び無職で、子どもの人数では2人で、そして個人年収では100万円未満などである。また、国を大変またはある程度信頼している者もプラスで有意である。
- ・インフラについてはサンプル合計で3.5%とプラスに有意に推定され、54の個人特性においてプラスで有意なWTPが得られた。年齢別には24歳以下と65歳以上でプラスで有意である。また、居住地では町村で、個人年収では100万円未満ではプラスで有意ではないことから、インフラの所得再分配的な側面は評価されていない可能性がある。また、確定申告をしている人や、国を大変またはある程度信頼している者では大きなプラスで有意なWTPが得られた。

図1-5 選挙候補者の選択についてのWTP（単位：％）



## 5. 第2部結果

### (1) 及び(2) プラスチック製品の購入

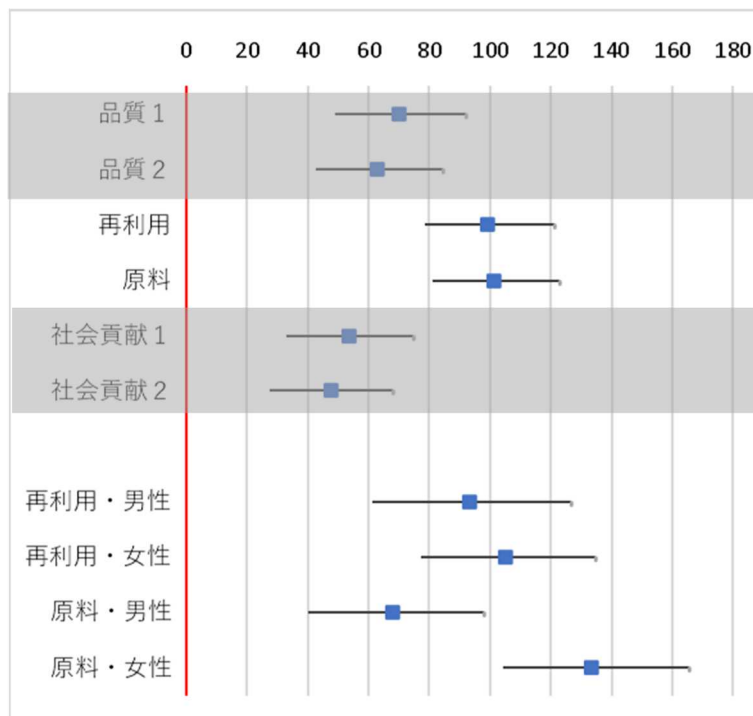
ここでは第2部で行ったコンジョイント分析のうち、プラスチック製品に関する最初の2つをまとめて説明する。表1が示すように、この2つに関する質問では、1つめと3つめの属性は同じであり、2つめの属性が「再利用」なのか、「原料」なのかという違いだけである。

・品質についてはサンプル全体で、最初に70円、次に63円とプラスで有意に推定されており、違いは僅かである。プラスに有意に推定された個人特性の数は最初が76、次に70であるので、最初の方が少し多いがやはり大差ない。

・3つめの属性である社会貢献についてはサンプル全体で、最初に54円、次に48円とプラスに有意に推定されており、違いは僅かである。プラスに有意に推定された個人特性の数は最初が60、次に55であるので、最初の方が少し多いが大差ない。

・2つめの属性が「再利用」の場合は、サンプル全体で99円とプラスで有意であり、個人特性は88とほとんどがプラスで有意となった。次に「原料」の場合は、サンプル全体で102円とプラスで有意であり、個人特性は87がプラスで有意となったので、「再利用」の場合とほぼ同じ結果となった。しかし、内訳をみると、例えば性別にWTPを推定すると、再利用では男女差はほとんどないが、原料の場合には有意に女性のWTPの方が男性よりも大きいなど違いも見られる。

図2-1 プラスチック製品の購入についてのWTP（単位：円）



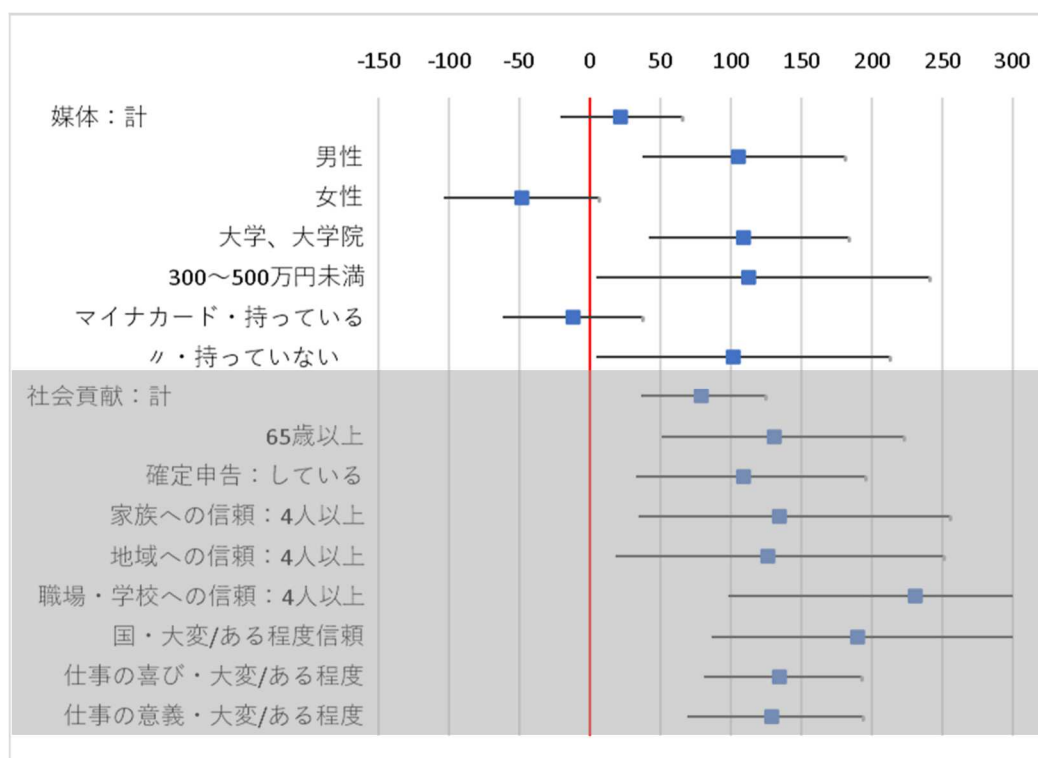


### （３）本の購入

・媒体（電子書籍の購入）についてはサンプル合計で 22 円と推定されるが有意にゼロと異ならず、プラスに有意な WTP が得られた個人特性は 14 と少ない。性別では男性は 106 円とプラスで有意であるが、女性はむしろマイナスである。学歴では大学・大学院、世帯収入別では 300～500 万円がプラスで有意である。マイナカードについては、持っていない者でプラスに有意な WTP が得られる。

・社会貢献についてはサンプル合計で 79 円と有意にプラスで推定され、プラスに有意な WTP が得られた個人特性は 38 である。年齢別では 55～64 歳及び 65 歳以上で、確定申告では申告している者及びしたことがある者で、プラスで有意となる。周り（家族、地域、職場・学校）に信頼できる者が 4 人以上いる者、国への信頼、仕事の喜び・楽しみ、仕事の意義を強くまたはある程度感じる者もプラスで有意となる。

図 2－2 本の購入についての WTP（単位：円）



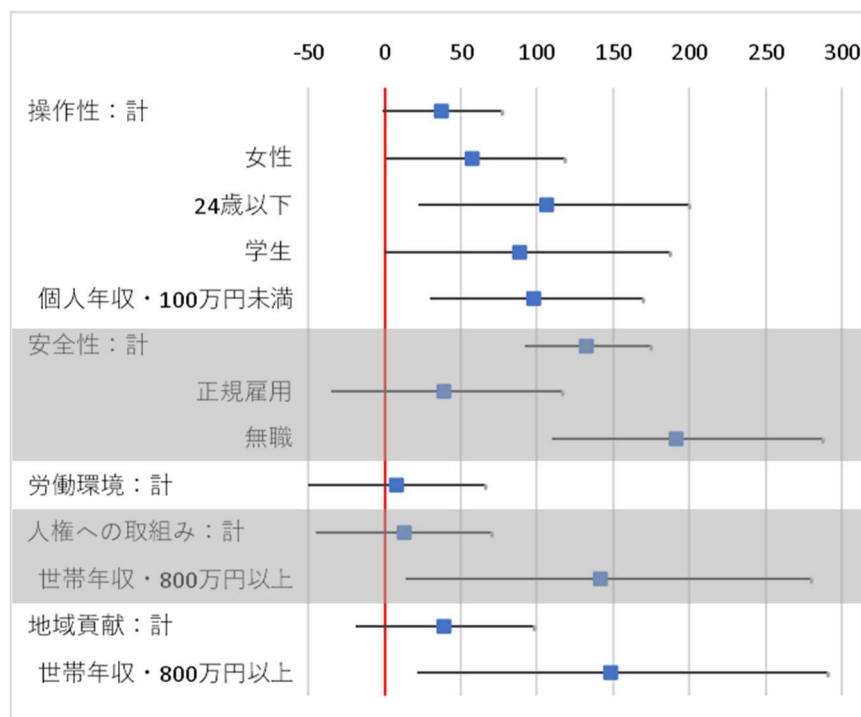
#### (4) ゲームアプリの購入

・操作性についてはサンプル合計で 37 円と推定されるが有意にゼロと異ならず、プラスに有意な WTP が得られた個人特性は 13 と少ない。性別では女性がかろうじてプラスで有意であるほか、年齢別には 24 歳以下、職業別には学生、個人所得では 100 万円未満でプラスで有意である。

・安全性についてはサンプル合計で 132 円と有意にプラスで推定され、プラスに有意な WTP が得られた個人特性は 78 である。職業別では正規雇用ではプラスで有意とならないのに対し、無職ではプラスで有意となるのが特徴的である。

・労働環境、人権への取組み、地域貢献の 3 つの属性については、いずれもサンプル合計ではプラスで有意な WTP は推定されなかった。個人特性でもプラスで有意な WTP が推定されたのは、それぞれ 1, 1, 4 とごく少数にとどまったが、世帯年収別で 800 万円以上が後の 2 者でプラスで有意に推定された点が興味深い。

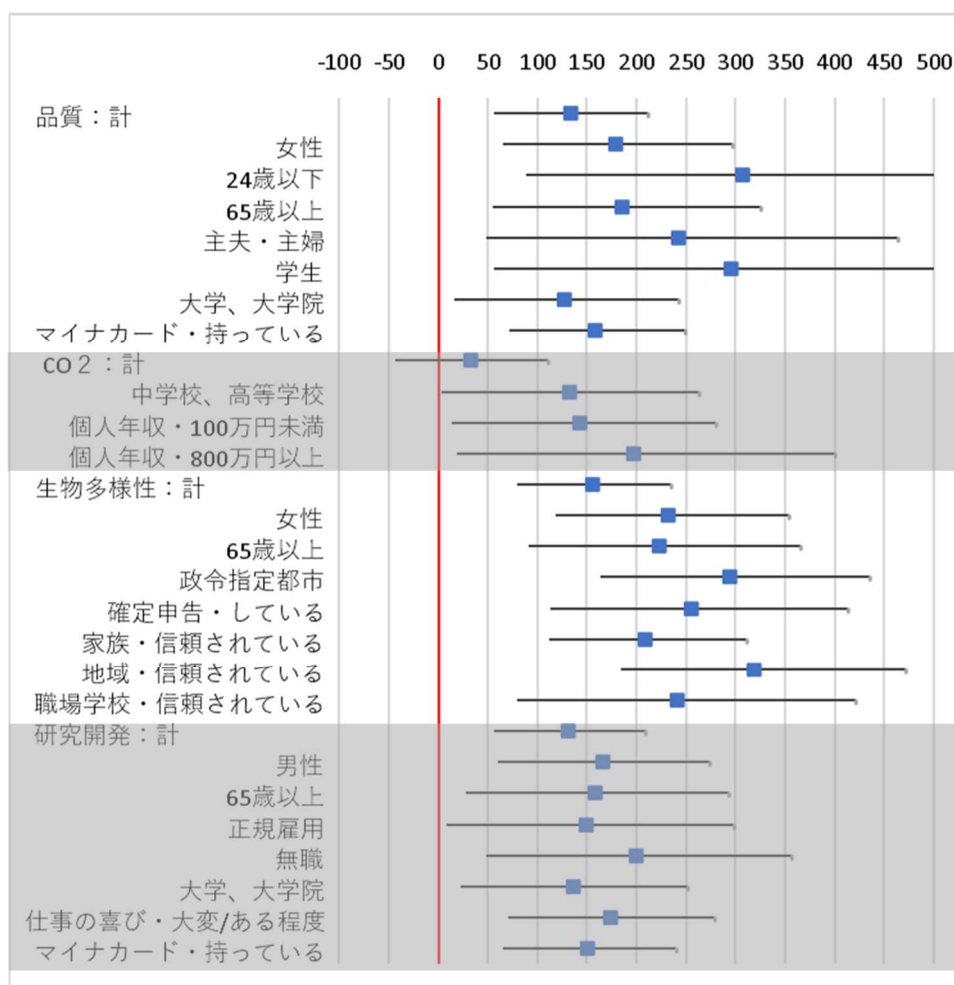
図 2-3 ゲームアプリの購入についての WTP (単位: 円)



### (5) サブスクリプションの購入

- ・品質についてはサンプル合計で 134 円の有意な WTP が得られたが、個人特性でプラスに有意であるのは 35 とあまり多くない。性別では女性、年齢別には 24 歳以下と 65 歳以上、職業では主夫・主婦と学生、学歴では大卒・大学院卒、またマイナンバーカードを持っている者でプラスに有意となった。
- ・CO2 削減についてはサンプル合計でゼロと有意に異なる WTP は得られず、個人特性でも有意にプラスの WTP が得られるのは 3 つ（学歴別で中学校・高等学校、個人年収で 100 万円未満と 800 万円以上）だけである。
- ・生物多様性についてはサンプル合計で 156 円の有意でプラスの WTP であり、個人特性別では 39 で有意にプラスとなった。性別では女性、年齢別では 55～64 歳と 65 歳以上、居住地別では政令指定都市でプラスで有意となった。また、確定申告をしている者や周り（家族、地域、職場・学校）から信頼されていると回答した者でもプラスで有意の WTP が得られた。
- ・研究開発についてはサンプル合計で 131 円の有意でプラスの WTP であり、個人特性別では 34 で有意にプラスとなった。性別では男性、年齢別では 65 歳以上、職業別では正規雇用と無職、学歴では大学・大学院において、プラスで有意である。また、仕事に喜び・楽しみを大変またはある程度感じると回答する者や、マイナンバーカードを既に持っている者でもプラスで有意である。

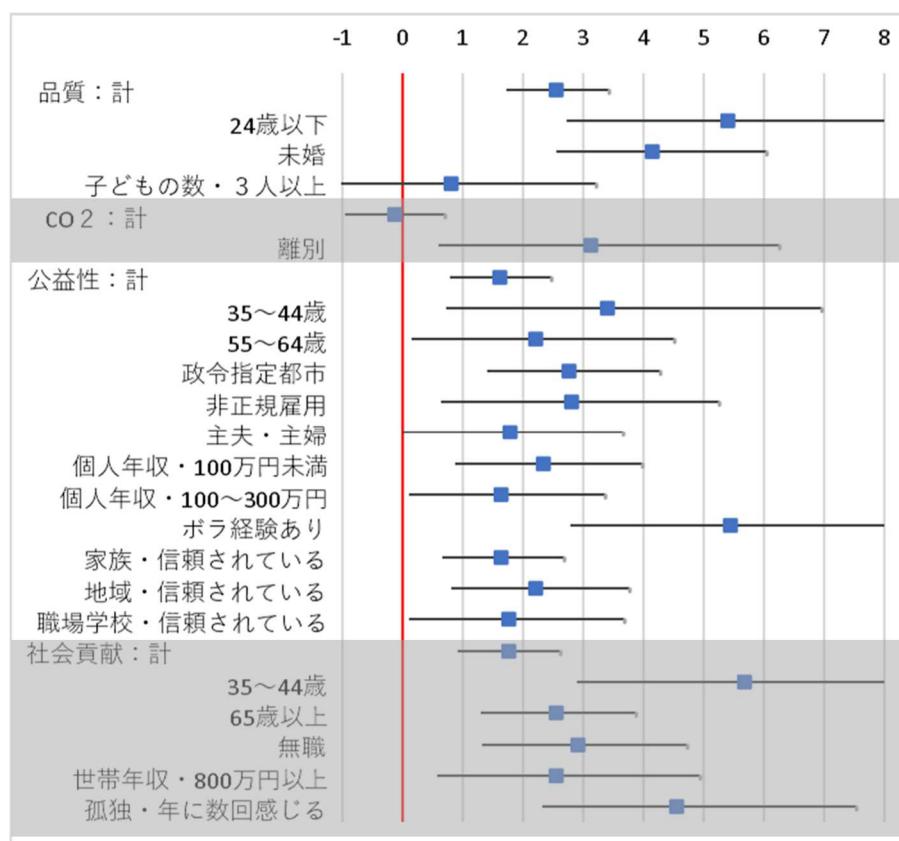
図 2-4 サブスクリプションの購入についての WTP (単位：円)



## （６）自動車保険の契約

- ・品質についてはサンプル合計で 2,600 円程度の有意な WTP が得られ、個人特性でプラスに有意であるのは 74 である。特に年齢別には 24 歳以下、結婚別では未婚者で大きな WTP が推定されており、そして子どもの数が増えるにつれて WTP が低下し、3 人以上ではゼロと有意に異ならなくなる。
- ・CO2 削減についてはサンプル合計で得られる WTP はゼロと有意に異ならず、個人特性でも有意にプラスの WTP が得られるのは 1 つ（結婚別で離別）だけである。
- ・公益性についてはサンプル合計で 1,600 円程度の有意でプラスの WTP であり、個人特性別では 46 で有意にプラスとなった。年齢別では中高年（35～44 歳、55～64 歳及び 65 歳以上）、居住地別では政令指定都市、職業では非正規雇用と主夫・主婦、周り（家族、地域、職場・学校）から信頼されていると回答した者において、プラスで有意となった。また、ボランティア経験がある者では大きな WTP が得られた。
- ・社会貢献についてはサンプル合計で 1,800 円程度の有意でプラスの WTP であり、個人特性別では 54 で有意にプラスとなった。年齢別では中高年（35～44 歳及び 65 歳以上）、職業別には無職、世帯年収では 800 万円以上、孤独を年に数回感じる者ではプラスで有意である。

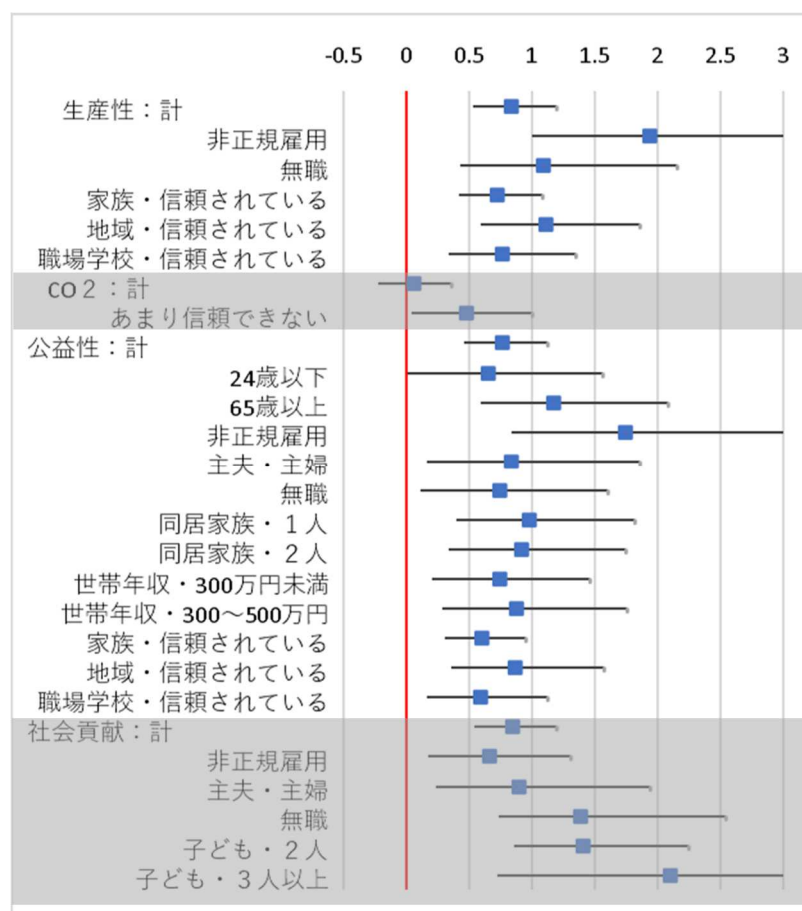
図 2－5 自動車保険の契約についての WTP（単位：千円）



## （７）投資先企業の選択

- ・生産性についてはサンプル合計で 0.8%の有意な WTP が得られ、個人特性でプラスに有意であるのは 65 である。職業別には非正規雇用で大きな WTP が推定され、無職もプラスで有意である。また、周り（家族、地域、職場・学校）から信頼されていると回答した者でもプラスで有意となった。
- ・CO2 削減についてはサンプル合計で得られる WTP はゼロと有意に異ならず、個人特性でも有意にプラスの WTP が得られるのは 1 つ（国について「あまり信頼できない」と回答した者）だけである。
- ・公益性についてはサンプル合計で 0.8%の有意でプラスの WTP であり、個人特性別では 62 で有意にプラスとなった。年齢別では 24 歳以下と 65 歳以上、職業では非正規雇用、主夫・主婦及び無職、同居家族は 1 人と 2 人、世帯年収は 500 万円未満の 2 類型、周り（家族、地域、職場・学校）から信頼されていると回答した者において、プラスで有意となった。
- ・社会貢献についてはサンプル合計で 0.8%の有意でプラスの WTP であり、個人特性別では 64 で有意にプラスとなった。年齢別では中高年（35～44 歳及び 65 歳以上）、職業別には無職、世帯年収では職業では非正規雇用、主夫・主婦及び無職、子どもの人数別では 2 人と 3 人以上において、プラスで有意となった。

図 2－6 投資先企業の選択についての WTP（単位：％）



## （８）就職先企業の選択

・ワークライフバランス（WLB）についてはサンプル合計で 3,400 円の有意な WTP が得られ、43 の個人特性においてプラスに有意であった。年齢別には若い年齢層（24 歳以下、25～34 歳、35～44 歳）でプラスの有意である。職業別には学生、同居家族人数別では 4 人以上、世帯年収別では 800 万円以上でプラスの有意である。

・主体的取組についてはサンプル合計で 5,200 円の有意な WTP が得られるが、個人特性でプラスで有意な WTP となるのは 64 ある。年齢別では 24 歳以下で大きく有意な WTP となるほか、45～54 歳及び 65 歳以上でプラスの有意である。また、仕事の喜びや意義との関係では、全く感じないとする者を除いてプラスで有意な結果である。

・CO2 削減についてはサンプル合計で得られる WTP はゼロと有意に異ならず、個人特性でも有意にプラスの WTP が得られるのはない。

・公益性についてはサンプル合計で WTP の推定値は 700 円と有意にゼロとは異ならない。個人特性別では少数ながら 7 つで有意にプラスである。職業では学生で大きな WTP が得られた。家族で信頼できる人数が 3 人及び 4 人以上、そして仕事の喜び・楽しみが強くまたはある程度感じられると回答する者などでは、プラスで有意となった。

図 2－7 就職先企業の選択についての WTP

