

2022年4月12日

電通、第6回「カーボンニュートラルに関する生活者調査」を実施**― 生活者の約4割が、企業のカーボンニュートラルの取り組みによる「追加コスト負担」を許容 ―**

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：榎谷 典洋）は、電通グループ横断でサステナビリティに関するプロジェクトを推進する「サステナビリティ推進オフィス」および「電通Team SDGs」を調査主体として、全国10～70代の男女計1400名を対象に、第6回「カーボンニュートラルに関する生活者調査」（以下「本調査」、期間：2022年1月28～30日）を実施しました。なお、本調査は2021年4月の第1回調査より、継続的に実施・発表しているものです。

本調査では、「カーボンニュートラル」に対する国内の生活者の意識変化について、2020年12月に経済産業省が発表した「グリーン成長戦略」の14の重点分野を含む多様な観点から調査・分析を行いました。これまで継続して調査してきた項目に加え、今回は新たに、カーボンニュートラルへの配慮とその費用負担のどちらを重視するかについても調査対象としています。

【調査結果のポイント】

1. 「カーボンニュートラル」の認知^{*1}は全体で58.2%（前回^{*2}から+1.6pt）で、第1回調査以来、順調に上昇。また、カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みの必要性は、77.3%の生活者が感じている（前回から+1.6pt）。
2. カーボンニュートラルに関する項目ごとの認知^{*3}を見ると、「パリ協定」がトップで第1回調査から継続して約7割を維持。「グリーン成長戦略」は約5割まで認知を伸ばした（第1回40.3%→第5回43.5%→第6回47.2%）一方で、グリーン成長戦略の中で設定された「14分野」は約3割。
3. カーボンニュートラルの実現に向けた各取り組みの実施状況について、世界と日本の差が比較的小さい取り組みは、順に「自動車の脱炭素化・蓄電池技術の実現」「資源循環型社会の実現」「農林水産業における脱炭素化とCO₂吸収・固定の推進」。聴取した取り組みの平均では、69.1%が「日本よりも世界の方が積極的に取り組んでいる」と捉え、前回調査と大きな傾向の変化は見られない。
4. 回答内容から、「カーボンニュートラル配慮による追加コスト許容層」と「カーボンニュートラル配慮よりも価格の安さを求める層」に大別すると、その構成比率は、39.9%と60.1%。前者は、情報感度、波及力が高くカーボンニュートラルに対する理解や必要性意識が高い。後者は子育て層が多く、カーボンニュートラルへの一定の理解はありつつもコストの安さを重視。
5. 企業のカーボンニュートラルの取り組みによる追加コストの許容要因を、費目別・年代別に見ると、10～30代では「ポイント還元」が1位になる費目が多く、追加コスト許容の大きな要因になっている。
6. 「ゼロカーボンアクション30の実施動向」と「価格負担意識」によるタイプ別分析では、カーボンニュートラルの実現に向けて貢献度が高い層のボリュームが増加。

注) 本調査における構成比(%)は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

※1: 「内容まで知っている」「言葉だけは知っている」と回答した生活者合計数の、全体数に対する割合です。

※2: 第5回調査(2022年1月20日発表。調査期間2021年11月19~21日)

※3: ファインディングス1を導く質問に回答の後、調査票記載の説明により全回答者が内容を認知した上でファインディングス2を導く質問に回答しました。ここでの認知は、「確かに知っている」「見聞きしたことがある」と回答した生活者合計数の、全体数に対する割合です。

【各ポイントの詳細】

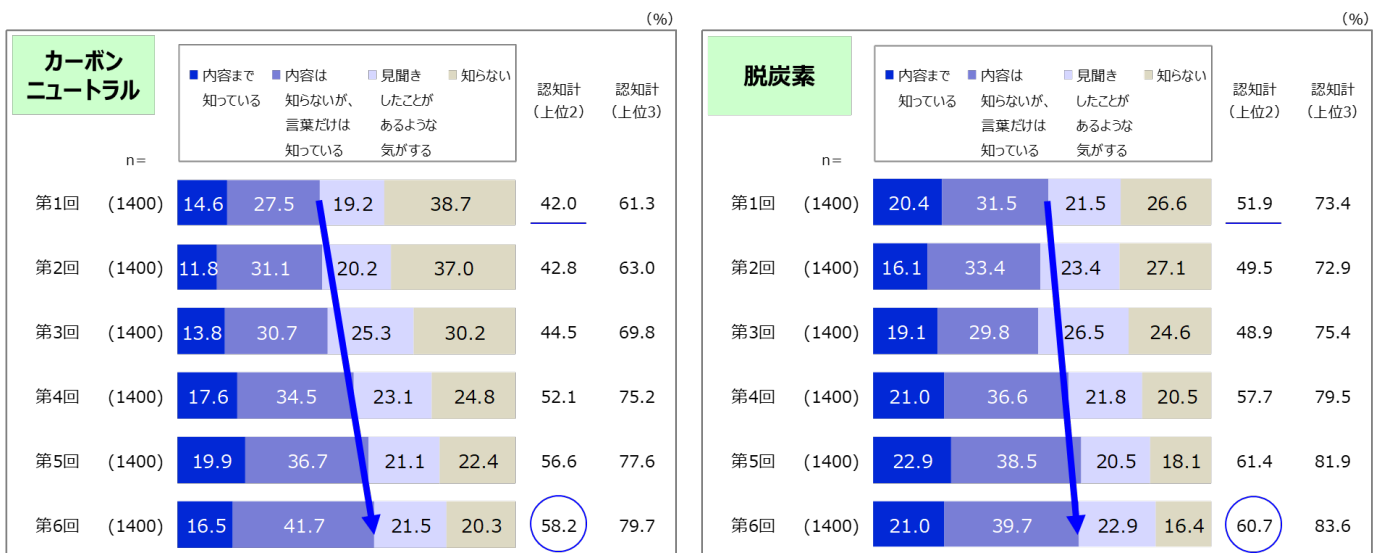
1. 「カーボンニュートラル」の認知は全体で58.2% (前回から+1.6pt) で、第1回調査以来、順調に上昇。また、カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みの必要性は、77.3%の生活者が感じている(前回から+1.6pt)。

カーボンニュートラルの認知について

- カーボンニュートラルを「内容まで知っている」または「内容は知らないが、言葉だけは知っている」生活者の合計は58.2%であったが、「内容まで知っている」のは16.5%で、引き続き内容理解の浸透は課題といえる。
- 第1回に比べ、「脱炭素」と「カーボンニュートラル」の認知差は縮小した。(第1回: 差9.9pt→第6回: 差2.5pt)

【図表1】

Q. 「カーボンニュートラル」「脱炭素」という言葉をどの程度ご存じですか。



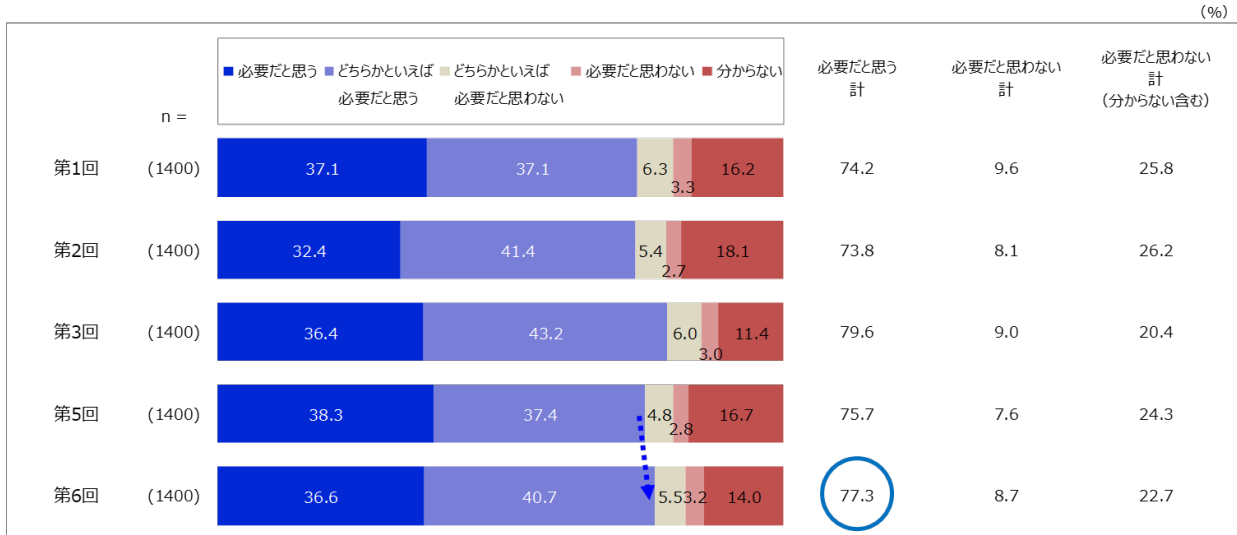
カーボンニュートラルに向けた取り組みの必要性について

- 「カーボンニュートラル」の実現に向けた取り組みの必要性は、77.3%の生活者が感じており、前回調査から1.6pt上昇した。【図表2】

- これを年代別に見ると、特に40代で「必要だと思う」が上昇した（第5回66.5%→第6回75.0%）。【図表3】

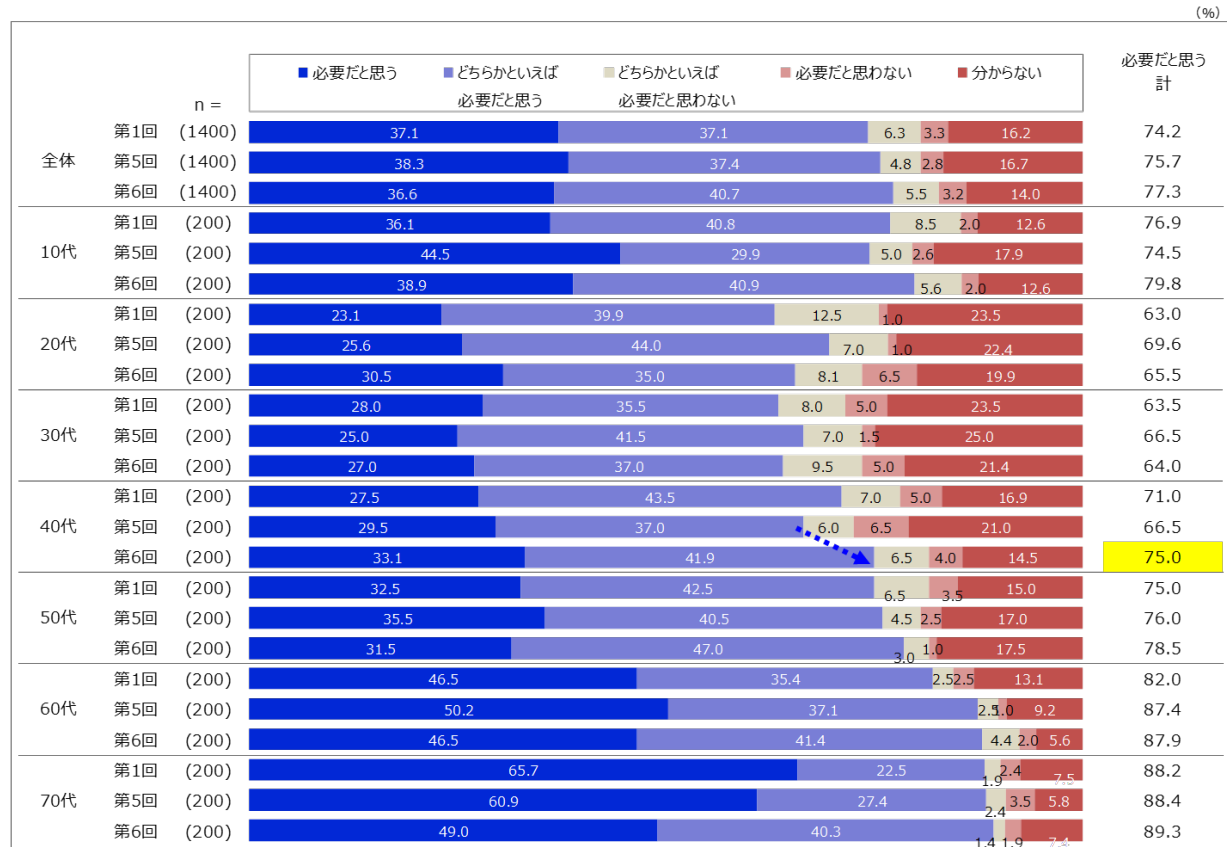
【図表2】

Q. カーボンニュートラルの実現に向けて取り組んでいくことは必要だと思いますか。



【図表3】

Q. カーボンニュートラルの実現に向けて取り組んでいくことは必要だと思いますか。



2. カーボンニュートラルに関する項目ごとの認知を見ると、「パリ協定」がトップで第1回調査から継続して約7割を維持。「グリーン成長戦略」は約5割まで認知を伸ばした（第1回40.3%→第5回43.5%→第6回47.2%）一方で、グリーン成長戦略の中で設定された「14分野」は約3割。

【図表4】

Q. 以下の内容についてどの程度ご存じでしたか。

	n=	第1回	第5回	第6回	(縦%)
		(1400)	(1400)	(1400)	
京都議定書に代わる、2020年以降の温室効果ガス排出削減等のための新たな国際枠組みとして、「パリ協定」が採択されたこと	パリ協定採択	73.0	72.7	72.4	
パリ協定では、世界の平均気温上昇を産業革命前と比較して、低く抑える努力を追求することを目的としていること	パリ協定の目的	66.0	67.6	66.4	
日本を含む、気候変動枠組条約に加盟する全ての国が参加する枠組みとなっていること	気候変動枠組条約への参加	62.0	64.6	65.1	
2020年菅首相（当時）が、2050年までに温室効果ガスの排出を全体として実質ゼロにする、すなわちカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指すことを宣言したこと	C N宣言	55.3	61.5	62.8	
すべての国が削減目標を定期的に提出・更新することが求められており、実施状況を報告する必要があること	削減目標の提出・更新義務	57.7	59.0	59.8	
温室効果ガスの排出量実質ゼロとは、ガソリンや発電燃料などに石油や石炭を一切使わないということではなく、そうした「排出」分と「吸収」分を差し引き、相殺して「実質ゼロ」にすること	温室効果ガス実質ゼロについての説明	51.0	52.8	53.7	
2030年度に温室効果ガスを46%削減することを政府が表明したこと	2030年度温室効果ガス46%削減	※	52.9	53.4	
欧州各国や他の先進国など、海外では既にこの目標（カーボンニュートラル）を決めている国があること	C Nを決定している国の存在	41.9	50.1	51.9	
「吸収」分の主なものとしては、植物の光合成のことを指し、太陽のエネルギーによってCO2から炭素（C）を取り込んで酸素（O）を排出すること	CO2吸収分についての説明	53.1	50.2	50.9	
昨年11月にCOP26（国連気候変動枠組条約第26回締約国会議）が開催され、地球温暖化対策について話し合われたこと	COP26開催	※	53.4	47.4	
地球温暖化対策が十分でない国からの製品輸入に対して、関税などの追加負担を課す「国境炭素税（carbon border tax）」の導入に向けた検討が進められていること	国境炭素税の導入検討	44.0	49.2	47.4	
日本が2050年カーボンニュートラルの実現に伴い「経済と環境の好循環」を作っていく産業政策として、2020年12月に「グリーン成長戦略」を発表したこと	グリーン成長戦略	40.3	43.5	47.2	
昨年4月にアメリカで気候変動サミットが開催され、国際的な「脱炭素」実現の取り組みの方針について話し合われたこと	気候変動サミットの開催	※	47.7	47.0	
昨年6月に、日本政府の経済財政運営と改革の基本方針、いわゆる「骨太の方針」が発表され、新たな成長の原動力の一つとしてグリーン社会の実現が掲げられていること	骨太の方針	※	44.2	44.6	
COP26で、日本は、温暖化対策に消極的だった国に与えられる賞である「化石賞」を受賞したこと	COP26:日本の「化石賞」受賞	※	46.5	43.6	
昨年10月に、日本の温暖化対策の指針を指す「地球温暖化対策計画」が閣議決定されたこと	地球温暖化対策計画の閣議決定	※	45.7	43.2	
昨年10月に、国は、日本の中長期的なエネルギー政策の方針である「エネルギー基本計画」を閣議決定したこと	第6次エネルギー基本計画の閣議決定	※	42.1	41.3	
COP26で、気候危機に対処するため、産業革命からの気温上昇を「1.5℃」に抑えることが新目標になったこと	COP26:気温上昇「1.5度」に抑えることの新目標設定	※	48.4	40.7	
COP26では、メタンガス排出量を2030年までに30%削減する目標が発表されたこと	COP26:メタンガス排出量削減目標の発表	※	40.6	40.2	
EU（欧州連合）は、2026年から環境規制の緩い国からの輸入品に課税する「国境炭素税」の導入を、徴税も含め全面实施することを発表したこと	EUの国境炭素税の導入発表	※	42.8	39.8	
昨年8月に発表されたパリ協定の進捗レポート（IPCCの第6次評価報告書）では、すでに1.2℃に到達し、気温はさらに上昇していることが公表されていること	パリ協定の進捗レポートの公表	※	43.3	38.1	
COP26で、岸田首相が演説し、途上国の気候変動対策への資金支援について表明し、アジアなどの脱炭素化に貢献する姿勢を示したこと	COP26:岸田首相がアジアなどで脱炭素化貢献姿勢を示したこと	※	44.9	36.6	
日本が「グリーン成長戦略」の中で、成長が期待される産業（14分野）を設定したこと	14分野の設定	30.4	32.1	33.6	
COP26で中国と米国がメタン減などで協力し、2030年までの温室効果ガス削減対策を加速させる共同宣言を発表したこと	COP26:中国と米国の共同宣言	※	39.5	32.9	
COP26で、石炭火力発電の削減や、化石燃料の補助金廃止を条件付きながら初めて明記したこと	COP26:石炭火力の削減、化石燃料補助金廃止の明記	※	38.4	31.1	
経済産業省が脱炭素社会の実現に向けて企業の研究開発を支援する2兆円基金を配分すること	2兆円基金の配分	※	32.2	29.6	
2兆円基金事業のプロジェクトとして、様々な事業の公募が行われ、いくつかのプロジェクトで採択・着手がなされていること	水素関連の事業の公募開始	※	28.2	28.4	

- 「グリーン成長戦略」の認知を年代別に見ると、10代が46.1%で、前回からの上昇が最も大きかった（+ 8.5 pt）。

【図表5】

Q. 以下の内容についてどの程度ご存じでしたか。

上位2スコア

(確かに知っている+見聞きしたことがある)

(%)

		n=	グリーン成長戦略
10代	第1回	(200)	40.2
	第5回	(200)	37.6
	第6回	(200)	46.1
20代	第1回	(200)	33.3
	第5回	(200)	38.7
	第6回	(200)	39.7
30代	第1回	(200)	36.7
	第5回	(200)	33.6
	第6回	(200)	38.7
40代	第1回	(200)	31.6
	第5回	(200)	36.1
	第6回	(200)	37.6
50代	第1回	(200)	41.0
	第5回	(200)	43.5
	第6回	(200)	46.5
60代	第1回	(200)	42.7
	第5回	(200)	50.7
	第6回	(200)	55.7
70代	第1回	(200)	58.6
	第5回	(200)	61.9
	第6回	(200)	66.1

3. カーボンニュートラルの実現に向けた各取り組みの実施状況について、世界と日本の差が比較的小さい取り組みは、順に「自動車の脱炭素化・蓄電池技術の実現」「資源循環型社会の実現」「農林水産業における脱炭素化とCO2吸収・固定の推進」。聴取した取り組みの平均では、69.1%が「日本よりも世界の方が積極的に取り組んでいる」と捉え、前回調査と大きな傾向の変化は見られない。

- カーボンニュートラルの実現に向けた各取り組みの実施状況について、世界と日本の差が比較的小さい取り組みは、順に「自動車の脱炭素化・蓄電池技術の実現」「資源循環型社会の実現」「農林水産業における脱炭素化とCO2吸収・固定の推進」。前回より世界との差が縮小した取り組みは、順に「都市・次世代電力マネジメント変革」「カーボンニュートラルなくらしの実現」「CO2分離回収の実現・マテリアル産業の推進」。

【図表6】

Q. カーボンニュートラルのための下記のような取り組みについて、現在、日本と世界の取り組み状況については、どのようにお考えですか。（図表は取り組みごとの結果）

■ 世界との差が比較的小さい

「日本」：日本の方が積極的に取り組んでいると思う計
「世界」：世界の方が積極的に取り組んでいると思う計

		日本と世界の取り組み状況（日本の方が積極的に取り組んでいると思う計VS世界の方が積極的に取り組んでいると思う計）																															
		再生可能エネルギーの普及拡大		水素社会に向けた移行期の燃料として		次世代熱エネルギーの活用		革新的原子力技術の実現		現自動車の脱炭素化・蓄電池技術の実		デジタル化・デジタル業界の		船舶の脱炭素化推進		カーボンニュートラル実現		CO ₂ 吸収・固定の推進		航空機の脱炭素化推進		マルチアル産業の推進		CO ₂ 分離回収の実現		都市・次世代電力マネジメント変革		資源循環型社会の実現		カーボンニュートラルなくらしの実			
n=		日本	世界	日本	世界	日本	世界	日本	世界	日本	世界	日本	世界	日本	世界	日本	世界	日本	世界	日本	世界	日本	世界	日本	世界	日本	世界	日本	世界	日本	世界		
全体	第3回 (1400)	30.4	69.6	35.7	64.3	26.9	73.1	24.3	75.7	37.3	62.7	23.3	76.7	26.8	73.2	30.8	69.2	34.4	65.6	23.4	76.6	34.4	65.6	35.0	65.0	36.9	63.1	24.6	75.4				
	日本-世界 差分	-39.2		-28.5		-46.2		-51.3		-25.4		-53.3		-46.4		-38.4		-31.1		-53.2		-31.3		-30.0		-26.3		-50.7					
	第5回 (1400)	28.6	71.4	36.8	63.2	27.1	72.9	25.1	74.9	35.9	64.1	24.3	75.7	25.7	74.3	30.3	69.7	33.0	67.0	23.6	76.4	29.8	70.2	31.3	68.7	36.3	63.7	26.0	74.0				
	日本-世界 差分	-42.7		-34.4		-45.8		-49.9		-28.1		-51.4		-48.6		-39.4		-34.1		-52.8		-40.3		-37.4		-27.4		-48.0					
	第6回 (1400)	28.9	71.1	34.8	65.2	29.1	70.9	27.3	72.7	38.2	61.8	26.3	73.7	25.6	74.4	31.5	68.5	35.3	64.7	23.4	76.6	32.8	67.2	34.8	65.2	36.0	64.0	29.1	70.9				
日本-世界 差分	-42.3		-30.5		-41.8		-45.4		-23.7		-47.5		-48.7		-37.0		-29.4		-53.3		-34.4		-30.5		-28.0		-41.9						

- カーボンニュートラルの実現に向けた実施状況について、聴取した取り組みの平均では、69.1%が「日本よりも世界の方が積極的に取り組んでいる」と捉え、前回調査と大きな傾向の変化は見られない。

【図表7】

Q. カーボンニュートラルのための下記のような取り組みについて、現在、日本と世界の取り組み状況については、どのようにお考えですか。（図表は聴取した取り組みを平均した結果）

n=		日本の方が積極的に取り組んでいると思う計	世界の方が積極的に取り組んでいると思う計	(%)
第5回	(1400)	29.6	70.4	
第6回	(1400)	30.9	69.1	

4. 回答内容から、「カーボンニュートラル配慮による追加コスト 許容層」と「カーボンニュートラル配慮よりも価格の安さを求める層」に大別すると、その構成比率は、39.9%と60.1%。前者は、情報感度、波及力が高くカーボンニュートラルに対する理解や必要性意識が高い。後者は子育て層が多く、カーボンニュートラルへの一定の理解はありつつもコストの安さを重視。

- エネルギー消費を直接想起できるような項目では、追加コスト許容の傾向が大きい。

【図表8】

Q. カーボンニュートラルへの配慮とその費用負担の大きさの違いで、もし、商品・サービスを選ぶことができる場合、あなたはどちらのお考えの方が近いですか。

A：脱炭素・カーボンニュートラルへの配慮はされているが、その分費用が上乗せされて、多少価格が高くなってよい

B：脱炭素・カーボンニュートラルへの配慮はされていないが、価格が安い（費用の上乗せがない）方がよい

※A計降順

(96)

	n =	■ A計	■ B計	【差分】 A計-B計
航空運賃（燃油サーチャージを含む）（会社支給など除いた個人での出費）	(1400)	56.2	43.8	12.4
自動車・バイク購入費	(1400)	51.8	48.2	3.7
ガソリン代	(1400)	49.0	51.0	-1.9
電気代	(1400)	48.5	51.5	-3.0
電車・バス・タクシーなどの公共交通機関交通費（会社支給など除いた個人での出費）	(1400)	46.9	53.1	-6.1
ガス代	(1400)	46.5	53.5	-7.0
旅行時の宿泊料	(1400)	44.5	55.5	-11.0
家電代（ガス機器、電子楽器、周辺機器や部品、消耗品を含む）	(1400)	44.4	55.6	-11.2
宅配便・宅急便・郵便代	(1400)	42.6	57.4	-14.9
水道代	(1400)	41.3	58.7	-17.4
ファッション・衣類の購入費	(1400)	40.9	59.1	-18.1
家具代（一般家具、照明器具、カーテン、寝具類など）	(1400)	40.8	59.2	-18.4
トイレットリ-用品代（洗剤やボディソープ、シャンプー、入浴剤、消臭芳香剤など）	(1400)	40.0	60.0	-20.0
飲食費（友人・知人・同僚などの交際費以外）	(1400)	39.6	60.4	-20.9
飲料代（酒類）	(1400)	39.4	60.6	-21.2
化粧品代	(1400)	39.0	61.0	-22.0
デジタルコンテンツ代（ダウンロード版の音楽・映像、アプリなど）	(1400)	38.6	61.4	-22.8
チケット代（映画、演劇、コンサート、スポーツ観戦など）	(1400)	37.4	62.6	-25.3
スマートフォンなどの通信・通話使用料（携帯電話・PHSなどを含む）	(1400)	37.3	62.7	-25.5
住宅購入費	(1400)	37.1	62.9	-25.8
食料品代	(1400)	36.8	63.2	-26.5
スマートフォン・携帯電話・PHSの本体価格	(1400)	36.4	63.6	-27.2
賃貸住居費（駐車場代含む）	(1400)	36.3	63.7	-27.4
インターネット接続料（ケーブルテレビなどとセット契約している場合も含む）	(1400)	35.0	65.0	-30.1
飲料代（酒類以外）	(1400)	33.6	66.4	-32.7
医療費（通院・薬購入など）	(1400)	33.2	66.8	-33.6
保険代（生命保険、医療保険、自動車保険、火災保険など）	(1400)	32.1	67.9	-35.8
書籍代（新聞、雑誌含む）	(1400)	31.4	68.6	-37.1
教育費	(1400)	31.3	68.7	-37.4
冠婚葬祭の費用	(1400)	28.6	71.4	-42.8

5. 企業のカーボンニュートラルの取り組みによる追加コストの許容要因を、費目別・年代別に見ると、10～30代では「ポイント還元」が1位になる費目が多く、追加コスト許容の大きな要因になっている。

- 企業のカーボンニュートラルの取り組みによる追加コストの許容要因を、費目別・年代別に見ると、10～30代では「ポイント還元」が1位になる費目が多く、追加コスト許容の大きな要因になっている。50代以上では、「ポイント還元」の影響力は小さくなり、「個人の効果」「対策の内容」等の方が大きな要因になっている。

【図表9】

Q. 2050年のカーボンニュートラル実現に向けて、国・自治体や企業・団体等が様々な取り組みを行っていく上で、どのようなことがあれば、追加の費用負担を許容できるという意識が高まりますか。

費目ごとの追加コスト許容要因<年代別・1位>

	費目																														
	電気代	ガス代	水道代	飲食費	賃貸住居費	住宅購入費	自動車購入費・バイク	ガソリン代	教育費	スマートフォンなどの通信・通話使用料	インターネット接続料	スマートフォンの本体価格	保険代	医療費	ファッション・衣類の購入費	家具代	家電代	食料品代	飲料代（酒類以外）	飲料代（酒類）	トイレタリー用品代	化粧品代	航空運賃	旅行時の宿泊料	公共交通機関交通費	郵便代・宅急便・	デジタルコンテンツ	チケット代	書籍代	冠婚葬祭の費用	
10代	企業全体の効果	対策の内容	個人の効果	対策の内容	ポイント還元	対策の内容	新しい産業や技術の創出	対策の内容	企業全体の効果	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	対策の内容	ポイント還元	ポイント還元	対策の内容	企業全体の効果	個人の効果	ポイント還元	対策の内容	ポイント還元	企業全体の効果	対策の内容	個人の効果	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	企業全体の効果	企業全体の効果	
20代	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	税金の控除や補助金	税金の控除や補助金	税金の控除や補助金	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	税金の控除や補助金	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	税金の控除や補助金	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	対策の内容	対策の内容	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	税金の控除や補助金	税金の控除や補助金	ポイント還元	ポイント還元	税金の控除や補助金	
30代	ポイント還元	税金の控除や補助金	税金の控除や補助金	ポイント還元	税金の控除や補助金	税金の控除や補助金	税金の控除や補助金	ポイント還元	税金の控除や補助金	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	税金の控除や補助金	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	税金の控除や補助金	
40代	企業全体の効果	対策の内容	個人の効果	ポイント還元	税金の控除や補助金	税金の控除や補助金	個人の効果	企業全体の効果	税金の控除や補助金	ポイント還元	対策の内容	個人の効果	税金の控除や補助金	税金の控除や補助金	個人の効果	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	個人の効果	ポイント還元	ポイント還元	個人の効果	個人の効果	ポイント還元	ポイント還元	ポイント還元	個人の効果	対策の内容	
50代	個人の効果	対策の内容	企業全体の効果	ポイント還元	税金の控除や補助金	税金の控除や補助金	対策の内容	対策の内容	対策の内容	企業全体の効果	ポイント還元	個人の効果	信頼感	税金の控除や補助金	個人の効果	個人の効果	個人の効果	ポイント還元	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	対策の内容	企業全体の効果	ポイント還元	個人の効果	対策の内容	対策の内容	企業全体の効果	個人の効果	対策の内容
60代	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	対策の内容	企業全体の効果	企業全体の効果	対策の内容	個人の効果	個人の効果	企業全体の効果	個人の効果	企業全体の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	企業全体の効果	対策の内容	企業全体の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	企業全体の効果	企業全体の効果	対策の内容	個人の効果
70代	対策の内容	対策の内容	個人の効果	個人の効果	個人の効果	対策の内容	対策の内容	対策の内容	個人の効果	対策の内容	対策の内容	信頼感	個人の効果	対策の内容	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	対策の内容	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	個人の効果	高所得・企業幹部層の増加	個人の効果

6. 「ゼロカーボンアクション30の実施動向」と「価格負担意識」によるタイプ別分析では、カーボンニュートラルの実現に向けて貢献度が高い層のボリュームが増加。

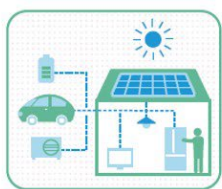
- 「ゼロカーボンアクション30」のうち、「ごみの分別処理」の実施度は特に高く、続いて高い順に「節電」「節水」「食事を食べ残さない」「マイバッグ、マイボトル、マイ箸、マイストロー等を使う」。
- 第4回調査と同様、カーボンニュートラルに対する意識（追加費用負担許容度）と、行動（ゼロカーボンアクション30の実施・導入有無×実施・導入ハードル）でタイプ分けを実施し、生活者を7タイプに分類（「ヒトマス無関心タイプ」が減少（16.6%→13.1%）し、「ハッキリ関心タイプ」が増加（24.1%→29.1%）していた。

【図表10】

Q. 以下の内容について、ご自身の生活の中で実施または導入をされていますか。

既に実施・導入している		n=	第4回	第6回
エネルギーの節約や転換	再エネ電気への切り替え（電力会社の再エネプランなどの契約）	(1400)	14.6	14.8
	クールビズ・ウォームビズ（気候に合わせた服装と、適切な室温・給湯器温度設定）	(1400)	53.6	50.8
	節電（不要なときはスイッチOFF）	(1400)	73.3	77.0
	節水	(1400)	69.3	74.3
	省エネ家電の導入（省エネ性能の高いエアコン・冷蔵庫・LED照明等の利用、買換え）	(1400)	47.8	52.4
	宅配サービスをできるだけ一回で受け取る（宅配ボックスや置き配、日時指定の活用等の利用）	(1400)	43.7	47.7
	消費エネルギーの見える化（スマートメーターの導入）	(1400)	11.5	11.9
住居関係	太陽光パネルの設置	(1400)	9.4	9.5
	ZEH（ゼッチ）（建て替えや新築時に、高断熱で、太陽光パネル付きのネット・ゼロ・エネルギー・ハウス（ZEH）を選択）	(1400)	3.6	3.9
	省エネリフォーム（窓や壁等の断熱リフォーム）	(1400)	9.7	9.3
	蓄電池（車載の蓄電池）・蓄エネ給湯機の導入・設置	(1400)	4.4	5.9
	暮らしに木を取り入れる	(1400)	18.3	20.3
	分譲も賃貸も省エネ物件を選択（間取りと立地に加え、省エネ性能の高さで住まいを選択）	(1400)	5.3	6.0
移動関係	働き方の工夫（職住近接、テレワーク、オンライン会議、休日の分散、二地域居住・ワーケーション）	(1400)	14.5	14.3
	スマートムーブ（徒歩、自転車・公共交通機関で移動、エコドライブ（発進/急停車をしない等）の実施、カーシェアリングの活用）	(1400)	34.3	39.3
食関係	ゼロカーボン・ドライブ（再エネ・ゼロカーボン燃料（CO2を排出しない燃料）とEV/FCV/PHEVの活用）	(1400)	5.9	8.3
	食事を食べ残さない（適量サイズの注文ができるお店やメニューを選ぶ、それでも食べ残してしまった場合は持ち帰る（環境省の推進するmottECO運動））	(1400)	67.7	72.8
	食材の買い物や保存等での食品ロス削減の工夫（食べ切れる量を買う、工夫して保存し、食べられるものを捨てない、余剰食品はフードドライブの活用等によりフードバンク等に寄附する）	(1400)	58.4	65.0
	旬の食材、地元の食材でつくった菜食を取り入れた健康な食生活（食材のトレーサビリティ表示を意識した買い物）	(1400)	37.1	45.6
衣類ファッション関係	自宅でコンポスト（生ごみをコンポスターや処理器を使って堆肥化）	(1400)	7.7	8.2
	今持っている服を長く大切に着る（適切なケアをする、洗濯表示を確認して扱う）	(1400)	64.7	70.9
ごみを減らす	長く着られる服をじっくり選ぶ（先のことを考えて買う）	(1400)	56.1	63.9
	環境に配慮した服を選ぶ（作られ方を確認して買う、リサイクル・リユース素材を使った服を選ぶ）	(1400)	17.6	20.2
	マイバッグ、マイボトル、マイ箸、マイストロー等を使う	(1400)	65.6	71.4
	修理や補修をする（長く大切に使う）	(1400)	55.5	59.6
買い物・投資	フリマ・シェアリング（フリマやシェアリング、サブスクリプション等のサービスを活用する）	(1400)	27.6	25.0
	ごみの分別処理（「分ければ資源」を実践する適正な分別、使用済製品・容器包装の回収協力）	(1400)	77.5	81.4
	脱炭素型の製品・サービスの選択（環境配慮のマークが付いた商品、カーボンオフセット・カーボンフットプリント表示商品）	(1400)	5.6	7.9
環境活動	個人のESG投資（ゼロカーボン宣言・RE100宣言など地球温暖化への対策に取り組む企業を投資を通じて応援）	(1400)	3.7	4.8
	植林やごみ拾い等の活動（団体・個人による地球温暖化対策行動や地域の環境活動への参加・協力）	(1400)	10.0	9.9

【図表11】



すでに貢献！
ガッツリ行動タイプ



できることを探したい！
ハッキリ関心タイプ



思えば何かがする！
ホンノリ意識タイプ



財布と相談したい…
ジックリ慎重タイプ



ほんのちょっとなら…
フリキリ最低限タイプ



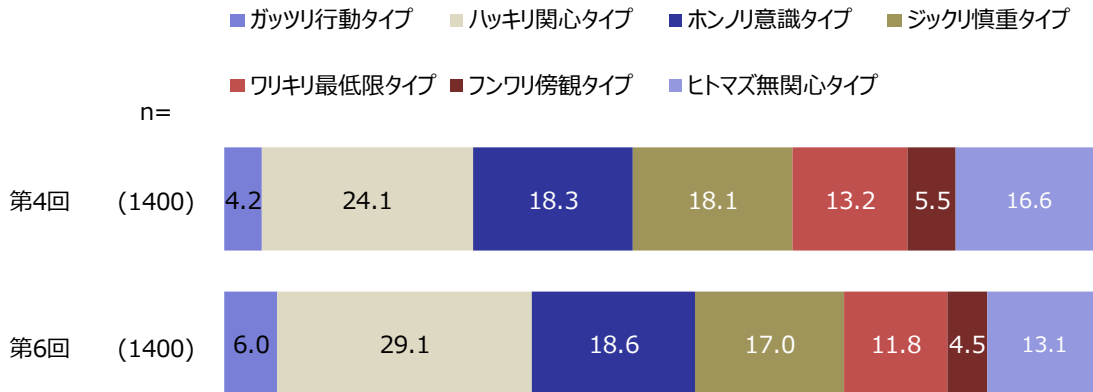
動きはしない…
フンワリ傍観タイプ



興味ありません！
ヒトマズ無関心タイプ

【図表12】

カーボンニュートラルに関する意識と行動の観点で、生活者を7タイプに分類（第4回調査より） (%)



【本調査概要】

- ・ 目的：日本におけるカーボンニュートラルに関する「認知・理解」や「興味・関心」などについての現状を把握した上で、今後の浸透策を検討していくため。
- ・ 対象エリア：日本全国
- ・ 対象者条件：10～70代の男女
- ・ サンプル数：性年代各100名ずつ、計1,400名
- ・ 調査手法：インターネット調査
- ・ 調査期間：2022年1月28日～1月30日
- ・ 調査機関：電通マクロミルインサイト

(参考)

- ・ 第1回調査（2021年6月9日発表。調査期間2021年4月2～4日）：
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2021/0609-010388.html>
- ・ 第2回調査（2021年8月12日発表。調査期間2021年6月9～10日）：
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2021/0812-010426.html>
- ・ 第3回調査（2021年10月21日発表。調査期間2021年9月3～5日）：
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2021/1021-010453.html>
- ・ 第4回調査（2021年12月9日発表。調査期間2021年10月15～17日）：
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2021/1209-010474.html>
- ・ 第5回調査（2022年1月20日発表。調査期間2021年11月19～21日）：
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0120-010494.html>



以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報オフィス 広報部
松島、陳、中島

Email : koho@dentsu.co.jp

【調査に関する問い合わせ先】

電通ジャパンネットワーク サステナビリティ推進オフィス

Email : sustainability@dentsu-group.com

電通Team SDGs

Email : team-sdgs@dentsu.co.jp