

2023年5月30日

電通、第10回「カーボンニュートラルに関する生活者調査」を実施

ー7割以上がカーボンニュートラルへの取り組みが必要と感じるものの、金銭面の家計負担許容度は低いー

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：樽谷 典洋）は、dentsu Japan横断でカーボンニュートラルに関するプロジェクトを推進する「dentsu carbon neutral solutions*」を調査主体として、全国15～79歳の計1400人を対象に、第10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」、調査期間2023年2月28日～3月2日）を実施しました。本調査は、第1回調査（2021年6月9日発表、調査期間2021年4月2日～4月4日）より継続的に実施しているものです。本調査で得られた主なファインディングスは次のとおりです。（詳細は次ページ以降を参照）

【主なファインディングス】

- ①カーボンニュートラルという言葉の認知率は全体で62.5%。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全体で76.0%が感じており、特に70代が91.8%と最も高い。
- ②カーボンニュートラルに関連する支出について、価格許容度は前回調査（第9回、2022年11月～12月実施）よりも全体的に低下傾向にある。
- ③カーボンニュートラルの推進によって生じる負担の許容度は、「時間」や「行動」の制約に関する項目が高く、「お金」に関する項目は低い。

注）本調査における構成比（%）は小数点以下第2位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。

※「dentsu carbon neutral solutions」は、コンサルティング／エグゼキューション／コミュニケーションなどの領域において、dentsu Japanのカーボンニュートラルに関するソリューションを統合し、顧客企業・団体の支援とともに、広告業界や当グループにおけるカーボンニュートラル社会に向けた取り組みを推進しています。（ニュースリリース：<https://www.group.dentsu.com/jp/news/release/000837.html>、ウェブサイト：<https://www.japan.dentsu.com/jp/sustainability/dcns/>）

【各ファインディングスの詳細】

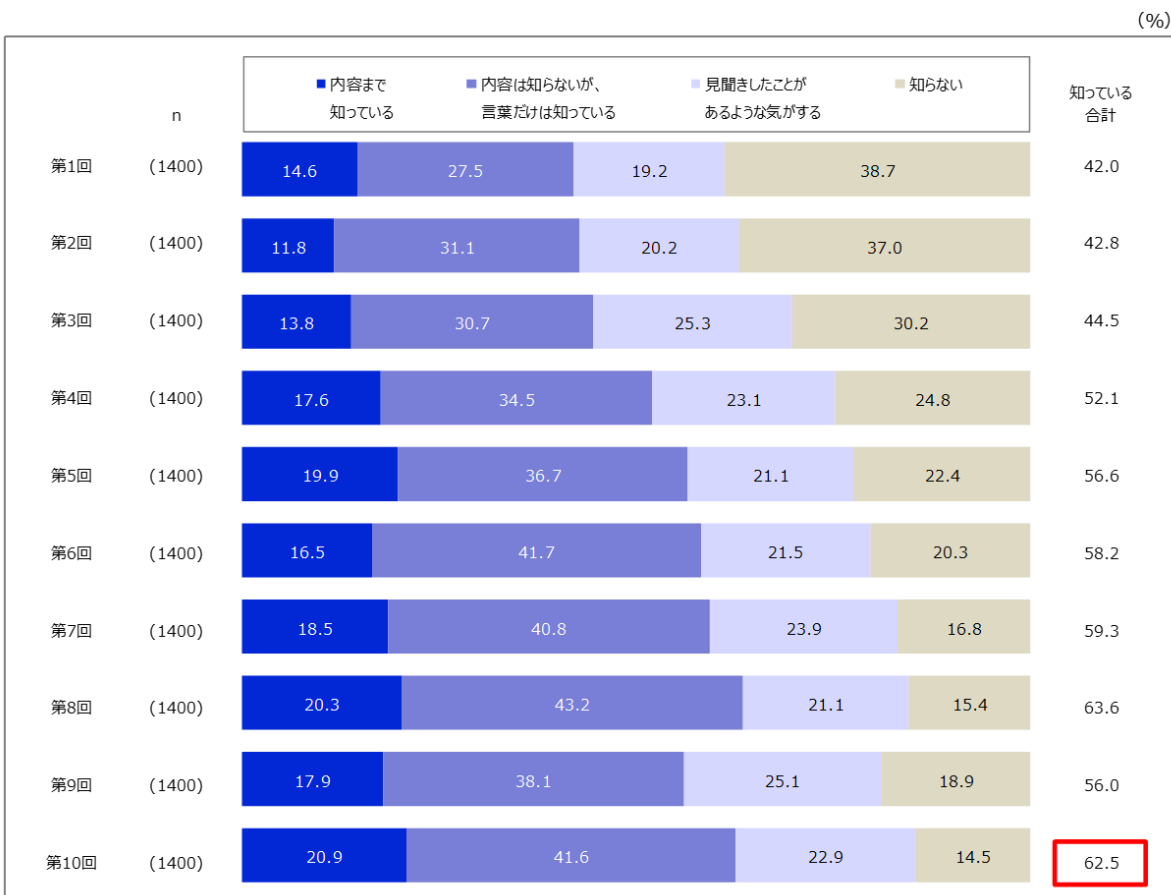
①カーボンニュートラルという言葉の認知率は全体で62.5%。カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みの必要性は全体で76.0%が感じており、特に70代が91.8%と最も高い。

カーボンニュートラルという言葉の認知率（「内容まで知っている」「内容は知らないが、言葉だけは知っている」の合計）は全体で62.5%。【図表1】

カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みが必要だと回答した人（「必要だと思う」「どちらかといえば必要だと思う」の合計）の割合は全体の76.0%で、年代別では70代が91.8%と最も高く、60代が83.0%、15～19歳が79.0%と続く。【図表2】【図表3】

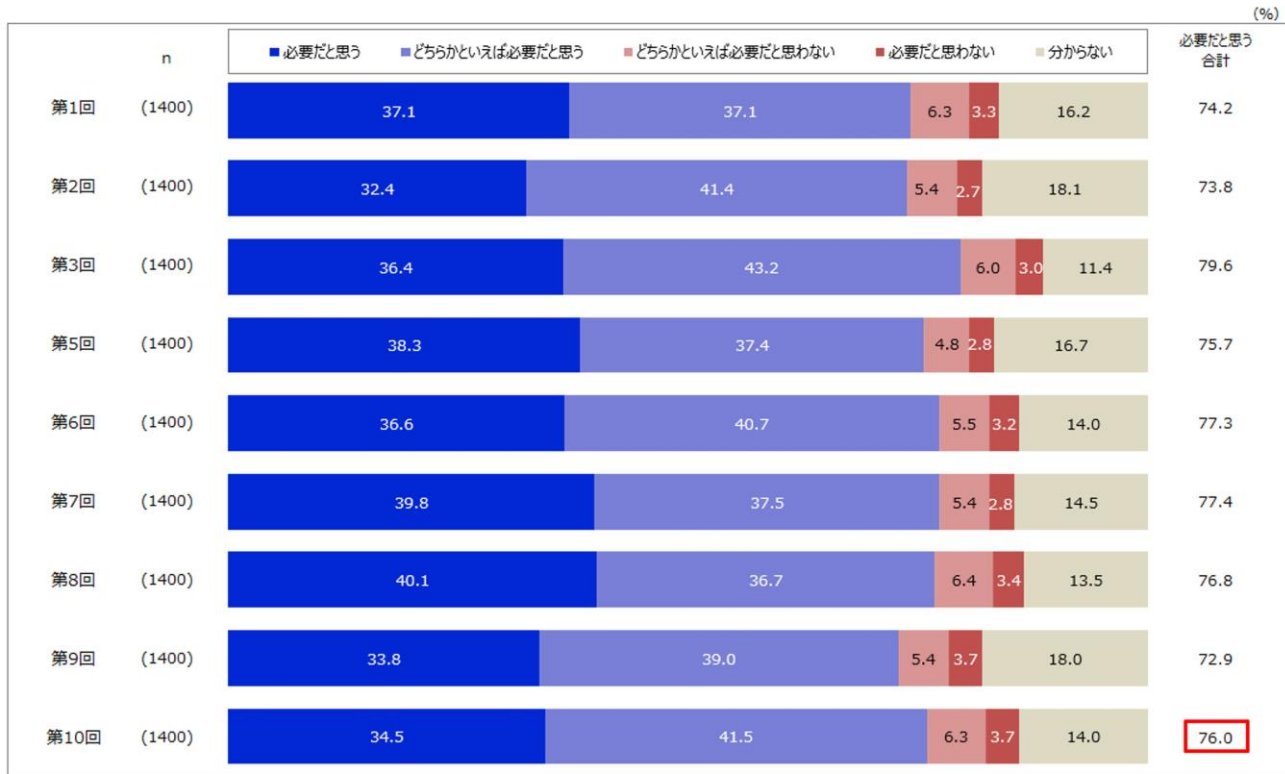
【図表1】カーボンニュートラルの認知率

Q. カーボンニュートラルという言葉をどの程度ご存じですか。



【図表2】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（調査回別）

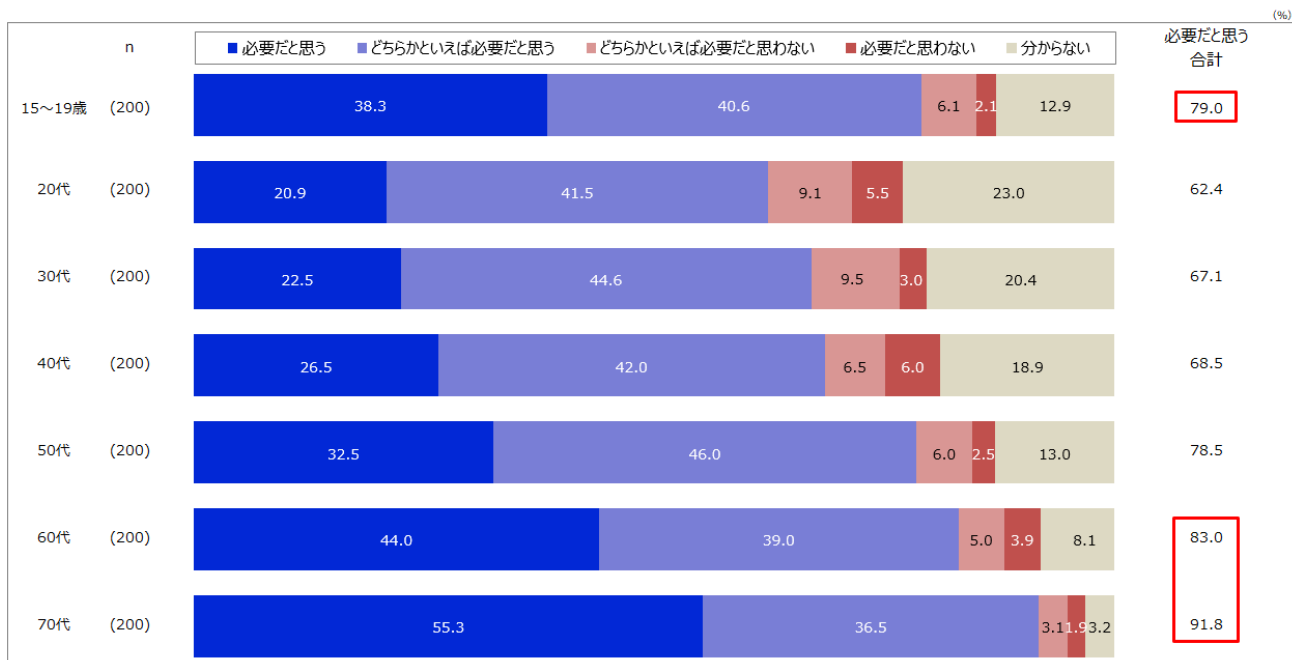
Q.カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けて、取り組んでいくことは必要だと思いますか。



※ 第4回調査では、非聴取。

【図表3】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（年代別）

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



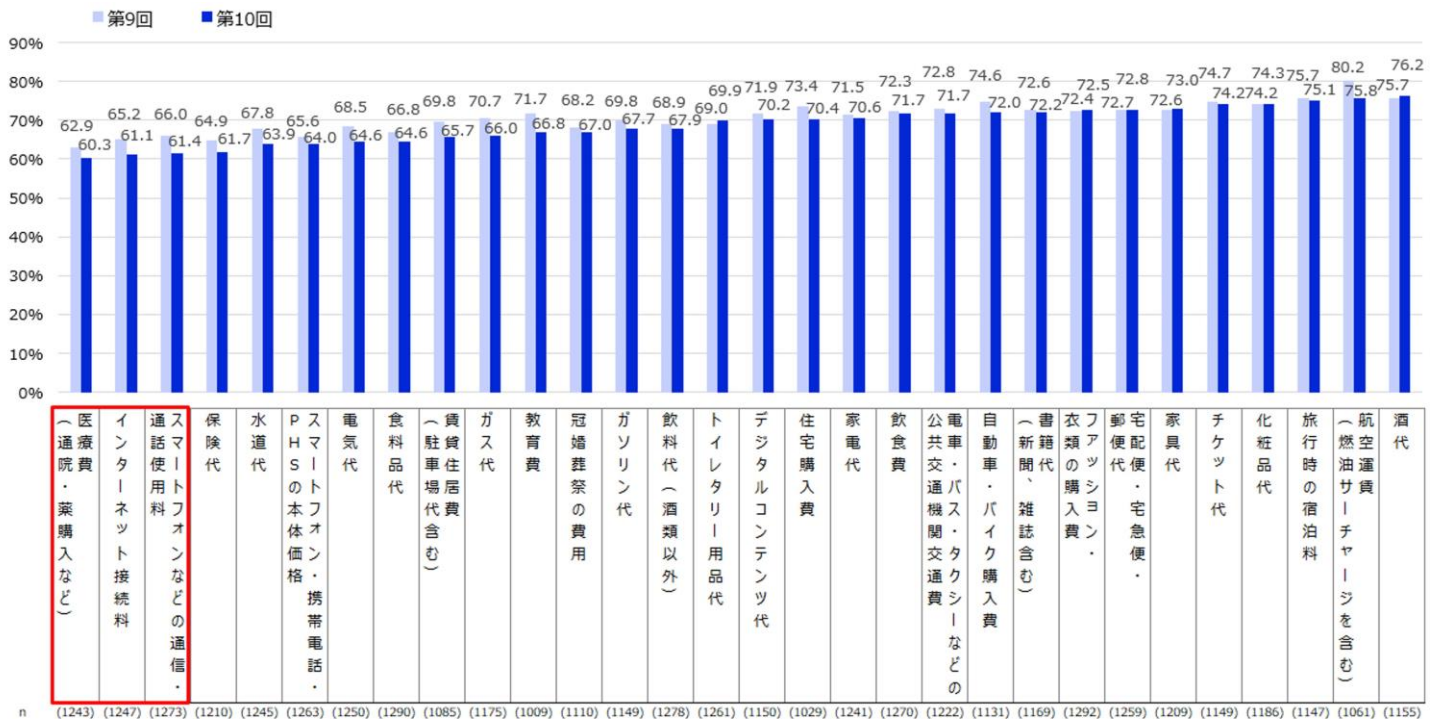
②カーボンニュートラルに関連する支出について、価格許容度は前回調査（第9回、2022年11月～12月実施）よりも全体的に低下傾向にある。

カーボンニュートラルに関連する支出について、価格許容度（各支出について価格を上乗せできると回答した人の割合）は、前回調査（第9回、2022年11月～12月実施）より全体的に低下傾向にある。

また、医療費（60.3%）、インターネット接続料（61.1%）、スマートフォンなどの通信・通話使用料（61.4%）など、日常生活に結びつくものは特に価格許容度が低い。【図表4】

【図表4】価格許容度（各支出について価格を上乗せできると回答した人の割合）

Q.2050年のカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けて、国・自治体や企業・団体等がさまざまな取り組みを行っていく上で、関連する衣食住や移動などにおける追加の費用負担は、現在の各支出に対して、月どのくらいの割合までであれば、上乗せされることが許容できますか。それぞれについて、あてはまるものをお知らせください。



※ n数は、現在費用がかかっている人（自分で払っていない人は除く）の数。

※ 回答選択肢は、①1～5%、②6～10%、③11～20%、④21～30%、⑤31～40%、⑥41～50%、⑦51～60%、⑧61～70%、⑨71～80%、⑩81～90%、⑪91～100%、⑫101%以上、⑬追加費用負担は許容できない（0%）、⑭現在費用がかかっているが、自分は払っていない、⑮現在費用がかかっていない。

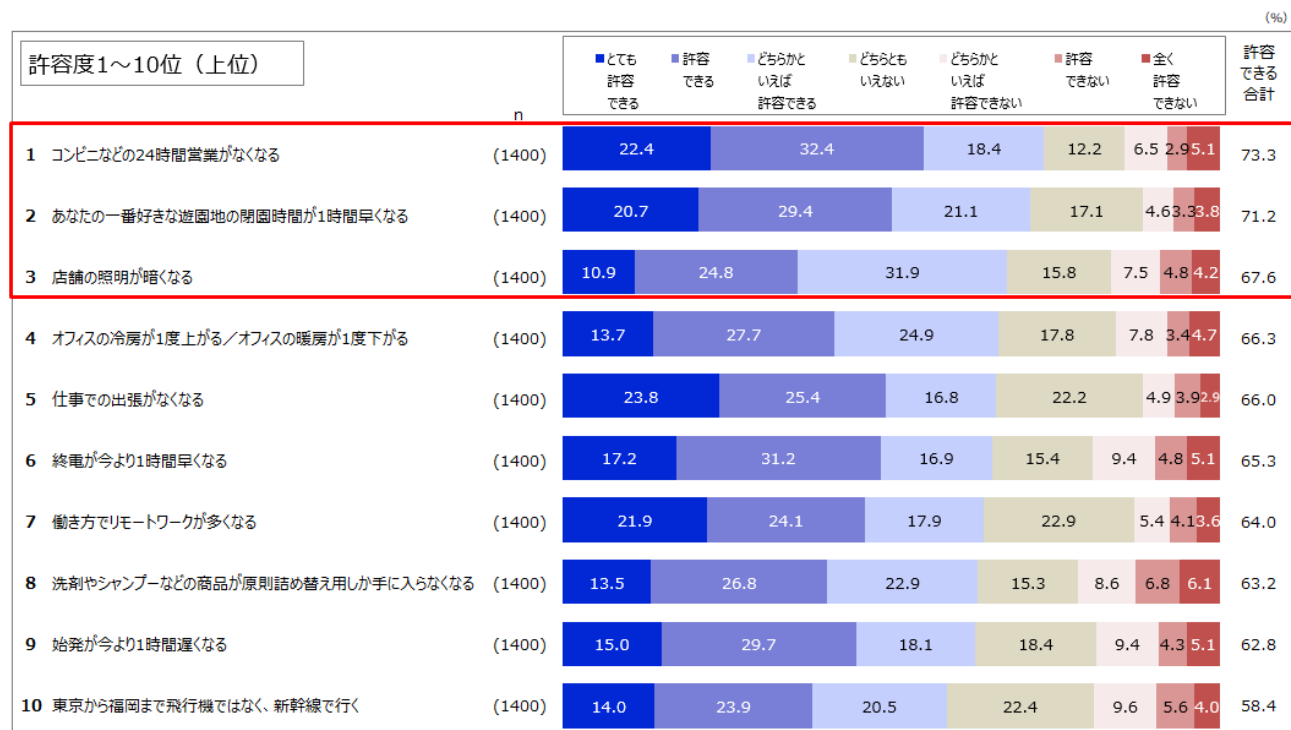
③カーボンニュートラルの推進によって生じる負担の許容度は、「時間」や「行動」の制約に関する項目が高く、「お金」に関する項目は低い。

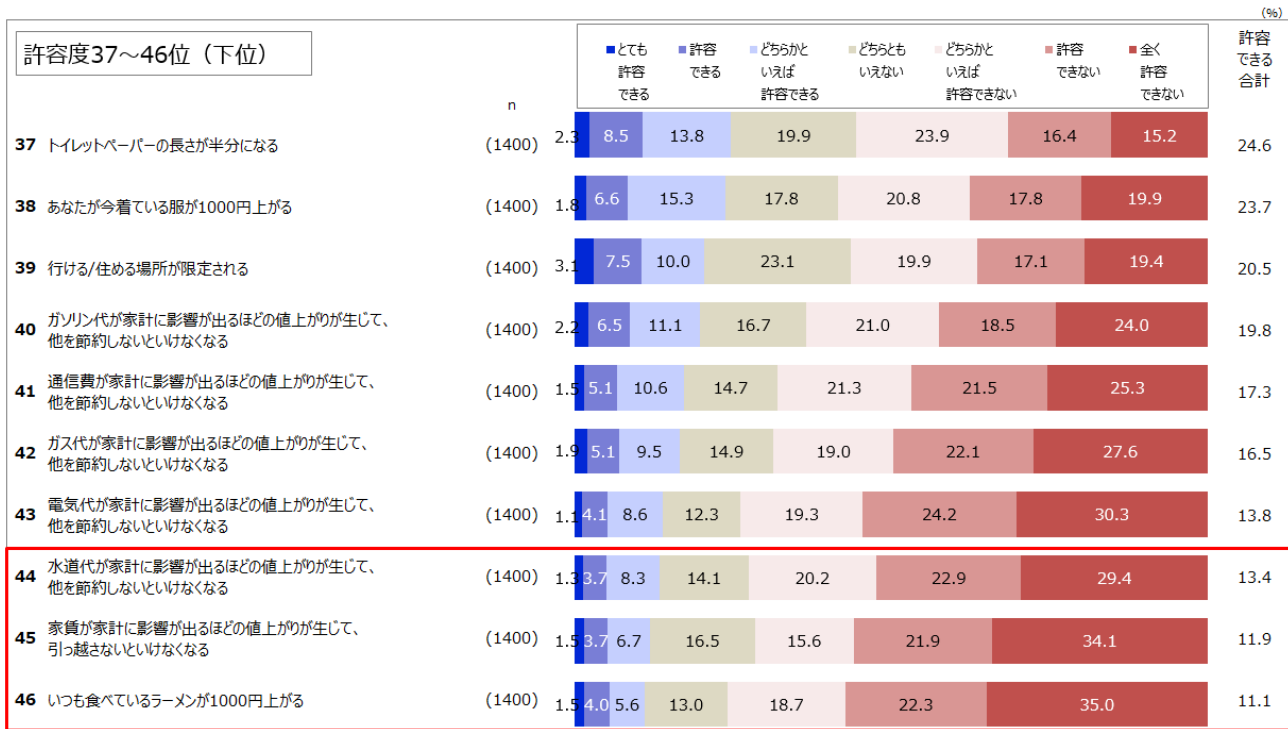
カーボンニュートラルの推進によって生じる負担の許容度（「とても許容できる」「許容できる」「どちらかといえば許容できる」の合計）は、「コンビニなどの24時間営業がなくなる」（73.3%）、「あなたの一番好きな遊園地の開園時間が1時間早くなる」（71.2%）、「店舗の照明が暗くなる」（67.6%）の順で高い。

また、「いつも食べているラーメンが1000円上がる」（11.1%）、「家賃が家計に影響が出るほどの値上がりが生じて、引っ越さないといけなくなる」（11.9%）、「水道代が家計に影響が出るほどの値上がりが生じて、他を節約しないといけなくなる」（13.4%）の順で許容度は低い。家計への負担には直接影響しない「時間」や「行動」の制約に関する項目は許容度が高く、家計への負担が大きい「お金」に関する項目は許容度が低い傾向にある。【図表5】

【図表5】カーボンニュートラルの推進によって生じる負担の許容度

Q. 脱炭素・カーボンニュートラルを進めることによって以下のような負担がかかることが考えられますが、あなたはどの程度許容できますか。それぞれについて、あてはまるものをお知らせください。





【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：15~79歳
- ・ サンプル数：1400※
- ・ 調査手法：インターネット調査
- ・ 調査期間：2023年2月28日~3月2日
- ・ 調査機関：株式会社電通マクロミルインサイト

※ 1400人に対し、人口構成比に合わせてウェイトバック集計を実施。「%」はウェイトバック後のスコア、「n」はウェイトバック前（回収時）のサンプル数を掲載。

(参考) 過去調査

- ・ 第1回調査（2021年6月9日発表、調査期間2021年4月2日~4月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日~6月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日～9月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日～10月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日～11月21日）
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0120-010494.html>
- ・第6回調査（2022年4月12日発表、調査期間2022年1月28日～1月30日）
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0412-010511.html>
- ・第7回調査（2022年7月29日発表、調査期間2022年4月22日～4月23日）
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0729-010538.html>
- ・第8回調査（2022年10月25日発表、調査期間2022年7月22日～7月23日）
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/1025-010562.html>
- ・第9回調査（2023年3月2日発表、調査期間2022年11月29日～12月2日）
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2023/0302-010588.html>

以上

※【各ファインディングスの詳細】のファインディングス②および【図表4】のタイトルについて、以下の誤りがございました。お詫びして訂正いたします。（2023年10月13日訂正）

誤：価格許容度（各支出について月6%以上価格を上乗せできると回答した人の割合）

正：価格許容度（各支出について価格を上乗せできると回答した人の割合）

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン 広報オフィス 電通広報部
松島、前橋、李
Email : koho@dentsu.co.jp

【調査に関する問い合わせ先】

株式会社電通 dentsu carbon neutral solutions事務局
竹嶋、藤、荒木
Email : dentsu_carbon_neutral@dentsu-group.com