

2023年11月30日

## 「地球沸騰化」に関するニュースの認知率は約5割

—電通、第12回「カーボンニュートラルに関する生活者調査」を実施—

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：樽谷 典洋）は、国内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「dentsu carbon neutral solutions」を調査主体として、全国15～79歳の1400人を対象に、第12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8月29日～8月30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 「地球沸騰化」に関するニュースの認知率は約5割（45.3%）で、年代別では70代、60代、15～19歳の順で高い。
- ② 「カーボンニュートラル」「脱炭素」という言葉の認知率はともに約6割。
- ③ 「2040年以降に日本で使用することが必要」と考える人が多い再生可能エネルギーは、「水力発電（大規模水力）」（75.3%）、「水力発電（小水力）」（74.9%）、「太陽光発電（大規模発電所での発電）」（74.3%）、「風力発電（洋上）」（73.8%）、「地熱発電」（73.5%）。
- ④ 「企業が行う節電により利用が制限される商品・サービス」について、店舗や娯楽施設での営業時間は許容できる人が多く、日々の生活に直結する食材や日用品の量、生活インフラの継続などは許容できる人が少ない。

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。

【各ファインディングスの詳細】

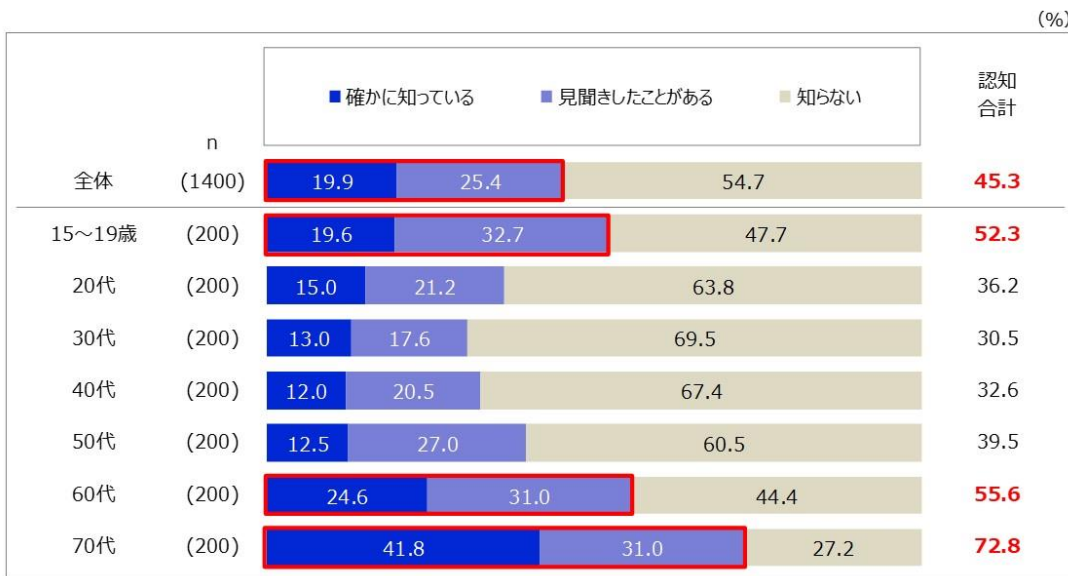
① 「地球沸騰化」に関するニュースの認知率は約5割（45.3%）で、年代別では70代、60代、15～19歳の順で高い。

- 「世界の平均気温の高さが今年さらに一段階ひどいレベルへと突入したことを受けて、国連のグテーレス事務総長が『地球沸騰化』という表現で警鐘を鳴らしたこと」の認知率（「確かに知っている」「見聞きしたことがある」の合計）は45.3%。年代別では、70代（72.8%）、60代（55.6%）、15～19歳（52.3%）の順で高い。【図表1】

【図表1】

Q. お読みになっていただいた文章についてお伺いします。あなたは、以下の内容についてどの程度ご存じでしたか。

世界の平均気温の高さが今年さらに一段階ひどいレベルへと突入したことを受けて、国連のグテーレス事務総長が「地球沸騰化」という表現で警鐘を鳴らしたこと。



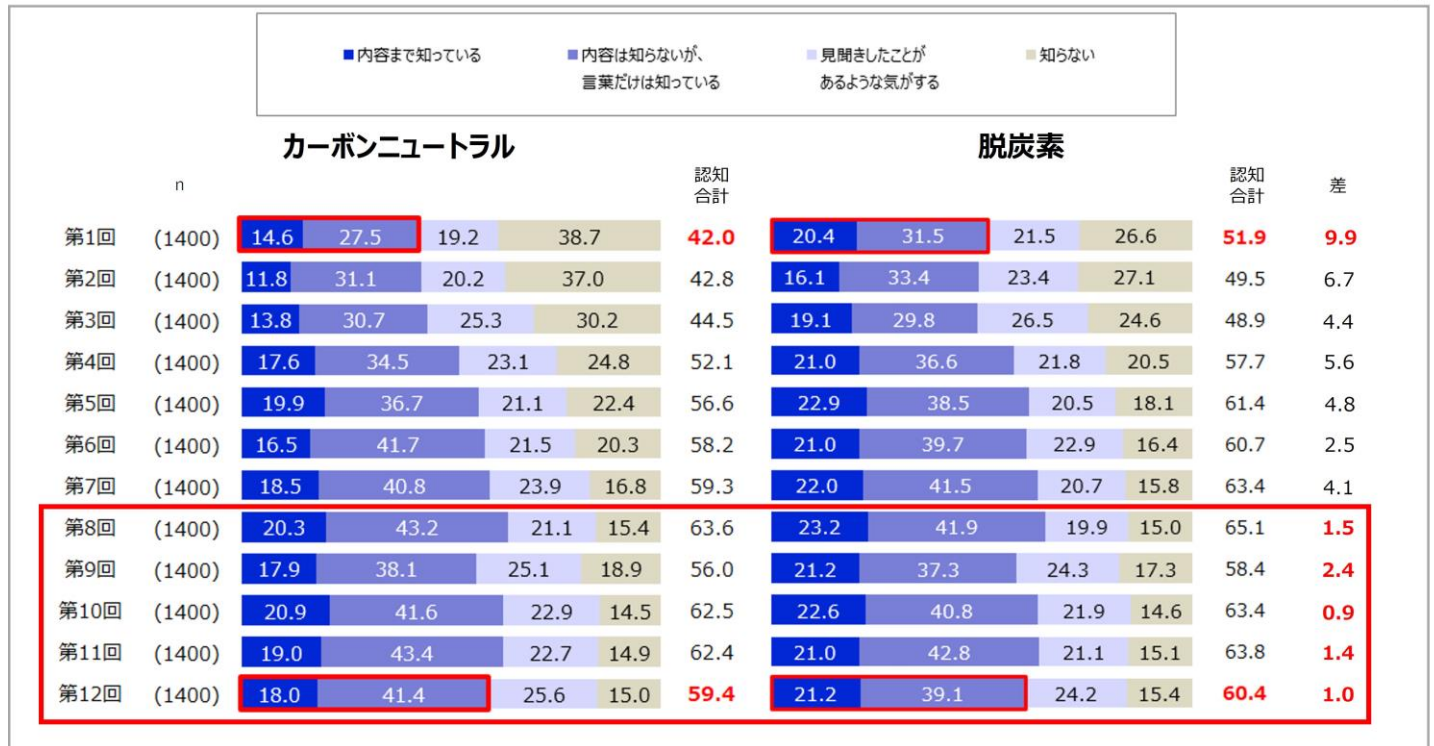
② 「カーボンニュートラル」「脱炭素」という言葉の認知率はともに約6割。

- 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59.4%。脱炭素という言葉の認知率は60.4%。一昨年の第1回調査（2021年4月実施）で、カーボンニュートラル42.0%、脱炭素51.9%と9.9ポイントの差があった言葉の認知率は、昨年の第8回調査（2022年7月実施）以降、2.5ポイント未満となっている。【図表2】

【図表2】

Q. あなたは、カーボンニュートラルと脱炭素について、どの程度ご存じでしたか。

(%)



③ 「2040年以降に日本で使用することが必要」と考える人が多い再生可能エネルギーは、「水力発電（大規模水力）」（75.3%）、「水力発電（小水力）」（74.9%）、「太陽光発電（大規模発電所での発電）」（74.3%）、「風力発電（洋上）」（73.8%）、「地熱発電」（73.5%）。

- 2040年以降に日本で使用することが必要（「必要だと思う」「どちらかといえば必要だと思う」の合計）と考える人が多い再生可能エネルギー※は、「水力発電（大規模水力）」（75.3%）、「水力発電（小水力）」（74.9%）、「太陽光発電（大規模発電所での発電）」（74.3%）、「風力発電（洋上）」（73.8%）、「地熱発電」（73.5%）の順。年代別では、上位5項目すべてにおいて70代が最も高い[「水力発電（大規模水力）」（90.1%）、「水力発電（小水力）」（91.6%）、「太陽光発電（大規模発電所での発電）」（91.5%）、「風力発電（洋上）」（90.8%）、「地熱発電」（88.0%）]。【図表3】

【図表3】

Q. 現状や将来的な日本のエネルギー事情を考慮すると、下記の発電方法を、2040年以降に日本で使用することは必要だと思いますか。

		(%)								
		水力発電 (大規模水力)	水力発電 (小水力)	太陽光発電 (大規模発電所での発電)	風力発電 (洋上)	地熱 発電	風力発電 (陸上)	太陽光発電 (建築物の屋根での発電)	バイオ マス発電	
	n									
全体	(1400)	<b>75.3</b>	<b>74.9</b>	<b>74.3</b>	<b>73.8</b>	<b>73.5</b>	72.3	71.6	68.6	
15~19歳	(200)	66.8	70.4	69.2	65.3	67.5	65.8	65.2	70.0	
20代	(200)	61.4	63.4	60.5	61.0	58.9	57.4	58.5	59.5	
30代	(200)	62.0	59.1	61.5	60.5	58.1	60.5	59.5	55.1	
40代	(200)	74.0	70.5	69.0	67.5	68.0	66.0	65.5	61.0	
50代	(200)	77.5	80.5	79.0	81.0	82.0	79.5	76.0	71.0	
60代	(200)	85.0	81.4	82.1	81.0	83.4	79.5	78.0	76.4	
70代	(200)	<b>90.1</b>	<b>91.6</b>	<b>91.5</b>	<b>90.8</b>	<b>88.0</b>	88.9	90.6	85.3	

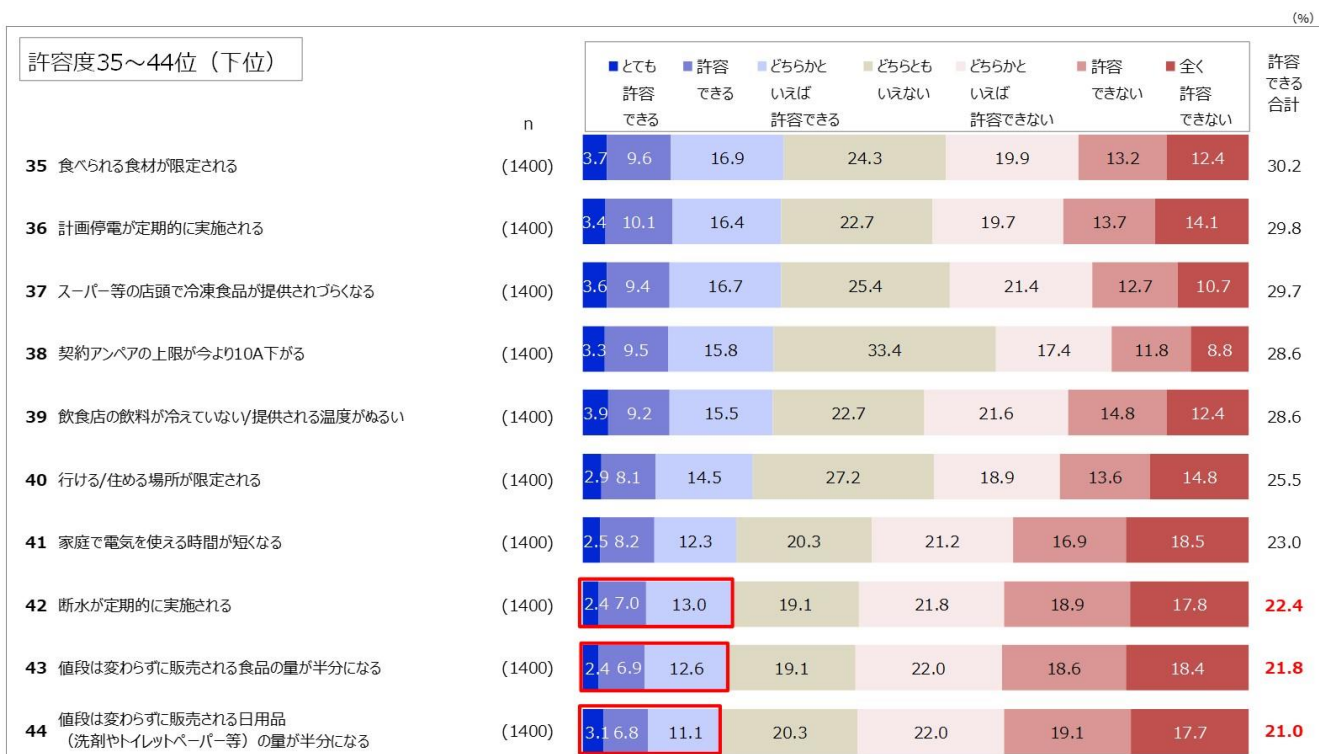
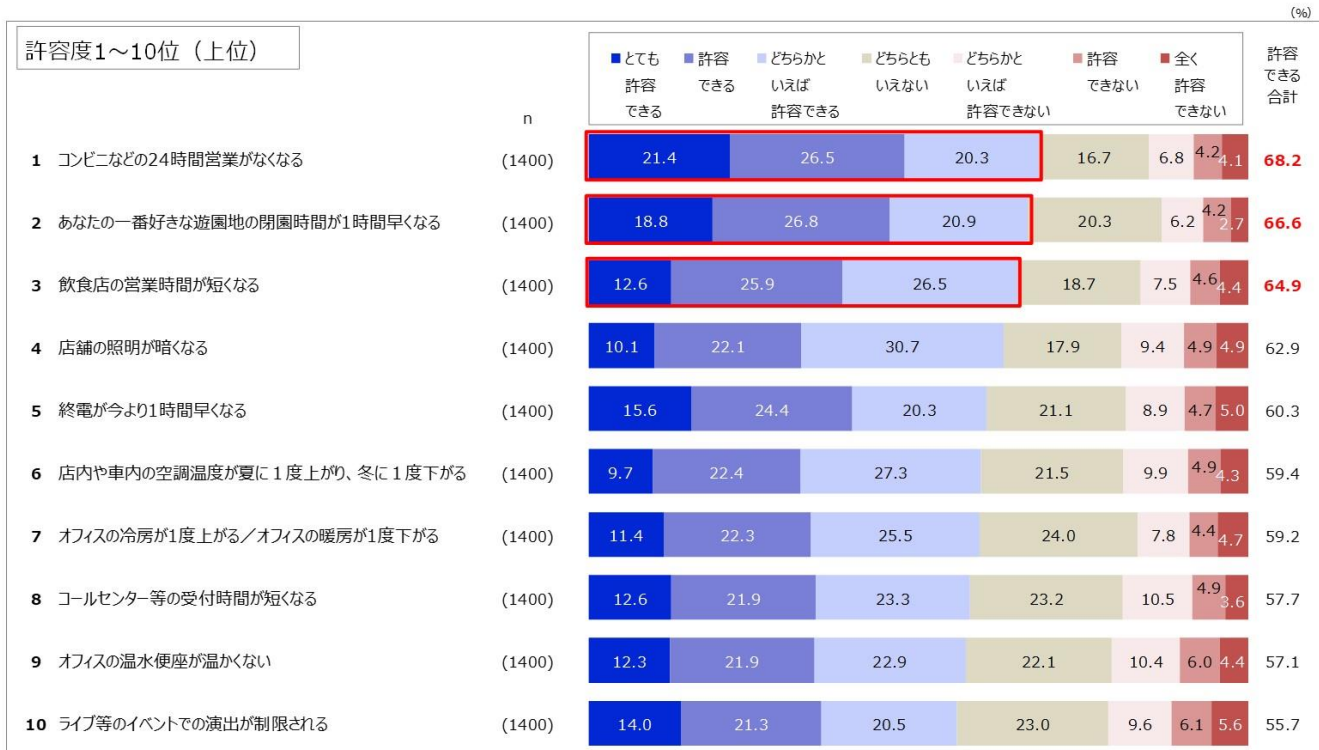
※ 回答選択肢から、再生可能エネルギーを抜粋。

④「企業が行う節電により利用が制限される商品・サービス」について、店舗や娯楽施設での営業時間は許容できる人が多く、日々の生活に直結する食材や日用品の量、生活インフラの継続などは許容できる人が少ない。

- 「企業が行う節電により利用が制限される商品・サービス」について、許容できる（「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）とした人は、「コンビニなどの24時間営業がなくなる」（68.2%）、「あなたの一番好きな遊園地の閉演時間が1時間早くなる」（66.6%）、「飲食店の営業時間が短くなる」（64.9%）の順に多い。また、許容できる人が少ないのは、「値段は変わらずに販売される日用品（洗剤やトイレットペーパー等）の量が半分になる」（21.0%）、「値段は変わらずに販売される食品の量が半分になる」（21.8%）、「断水が定期的に実施される」（22.4%）の順。【図表4】

【図表4】

Q. 電気料金の値上げは、企業のオフィス利用や工場の稼働などの負担増につながるため、企業によっては、負担軽減のために、節電に取り組む場合があります。企業が行う節電によって、以下のような商品・サービスへの影響を想定した場合、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」などの現状を把握、今後の浸透策の検討
- ・ 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8月29日～8月30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エイトバック集計を実施。「%」はウエイトバック後のスコア、「n」はウエイトバック前（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>
- ・第10回調査（2023年5月30日発表、調査期間：2023年2月28日～3月2日）  
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2023/0530-010615.html>

※ 第11回調査は、2023年6月26日～6月28日の期間で実施。

以上

**【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