

2024年12月23日

電通、第15回「カーボンニュートラルに関する生活者調査」を実施

カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けた取り組みが必要だと感じる人は8割弱
一方で普段から取り組んでいる人は約2割にとどまる

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑、以下「電通」）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組織「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15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：2024年9月27日～9月28日）を実施しました。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の認知率は62.1%、脱炭素の認知率は62.4%で、ともに6割超。第1回調査（2021年4月）で9.9ポイント差があった「カーボンニュートラル」と「脱炭素」の言葉の認知率の差は0.3ポイントと過去最少に。
- ②カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けた取り組みが必要だと感じる人は、8割弱（76.0%）。前回調査（2023年12月）※より、特に50代（+10.0ポイント）と40代（+9.0ポイント）で必要性を感じる人が増加。
- ③カーボンニュートラルや脱炭素社会の実現に向けて、普段から取り組んでいる人は、約2割（20.6%）。世代別では、15～19歳（27.6%）、70代（26.6%）、20代（22.6%）の順に多い。
- ④カーボンニュートラルや脱炭素社会の実現に向けての取り組みを1～100点で評価してもらったところ、40点（まだ取り組んでいないが、ポイントがたまるなど経済的な利益があれば取り組む）と、60点（できることには取り組んでいるが、手間やお金がかかることには取り組んでいない）に近い層がボリュームゾーンに。

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。

※ 2024年5月に実施した第14回調査は、5万人を対象に「トピックモデリング」分析を実施したため、本調査の各ファインディングスにおける経年比較は対象外。

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0912-010775.html>

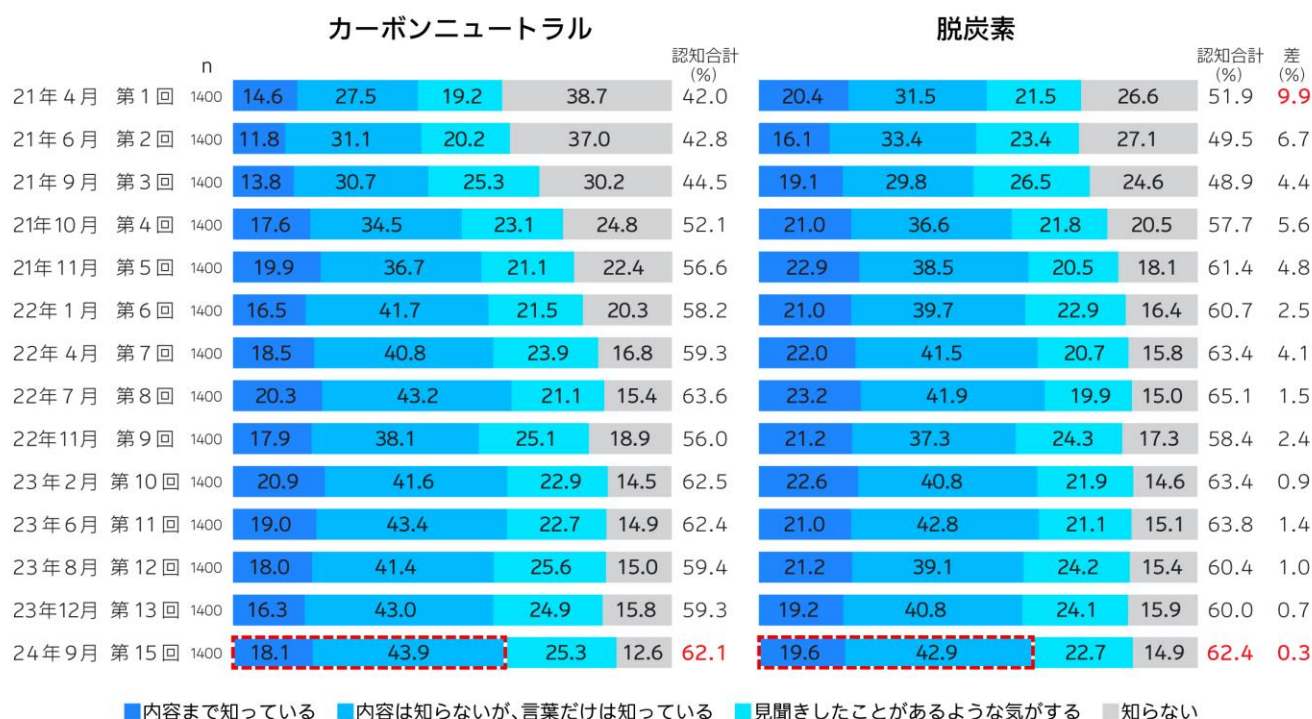
【各ファインディングスの詳細】

①カーボンニュートラルの認知率は62.1%、脱炭素の認知率は62.4%で、ともに6割超。第1回調査（2021年4月）で9.9ポイント差があった「カーボンニュートラル」と「脱炭素」の言葉の認知率の差は0.3ポイントと過去最少に。

- 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62.1%、脱炭素という言葉の認知率は62.4%で、ともに6割超。2021年4月実施の第1回調査で、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、2023年2月実施の第10回調査以降は僅差であり、本調査ではその差が0.3ポイントになった。【図表1】

【図表1】

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

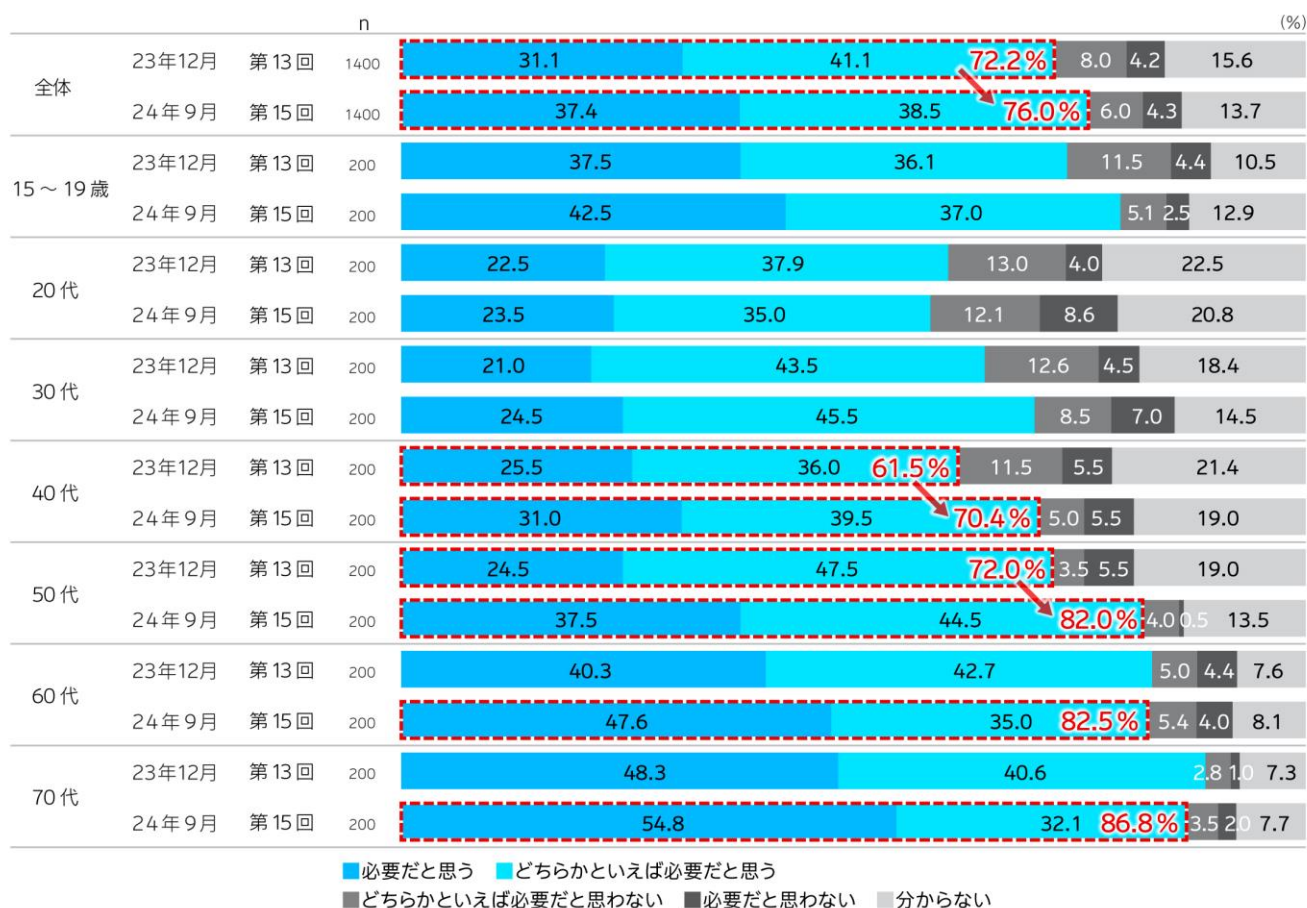


②カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けた取り組みが必要だと感じる人は、8割弱（76.0%）。前回調査（2023年12月）より、特に50代（+10.0ポイント）と40代（+9.0ポイント）で必要性を感じる人が増加。

- カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けた取り組みが必要だと感じる人（「必要だと思う」「どちらかといえば必要だと思う」の合計）は、8割弱（76.0%）。2023年12月実施の前回調査（72.2%）から3.8ポイント増加。世代別では、70代（86.8%）、60代（82.5%）、50代（82.0%）の順に多い。また、前回調査（2023年12月）より増加した世代は、50代（10.0ポイント、72.0%→82.0%）、40代（9.0ポイント、61.5%→70.4%）の順。【図表2】

【図表2】

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。

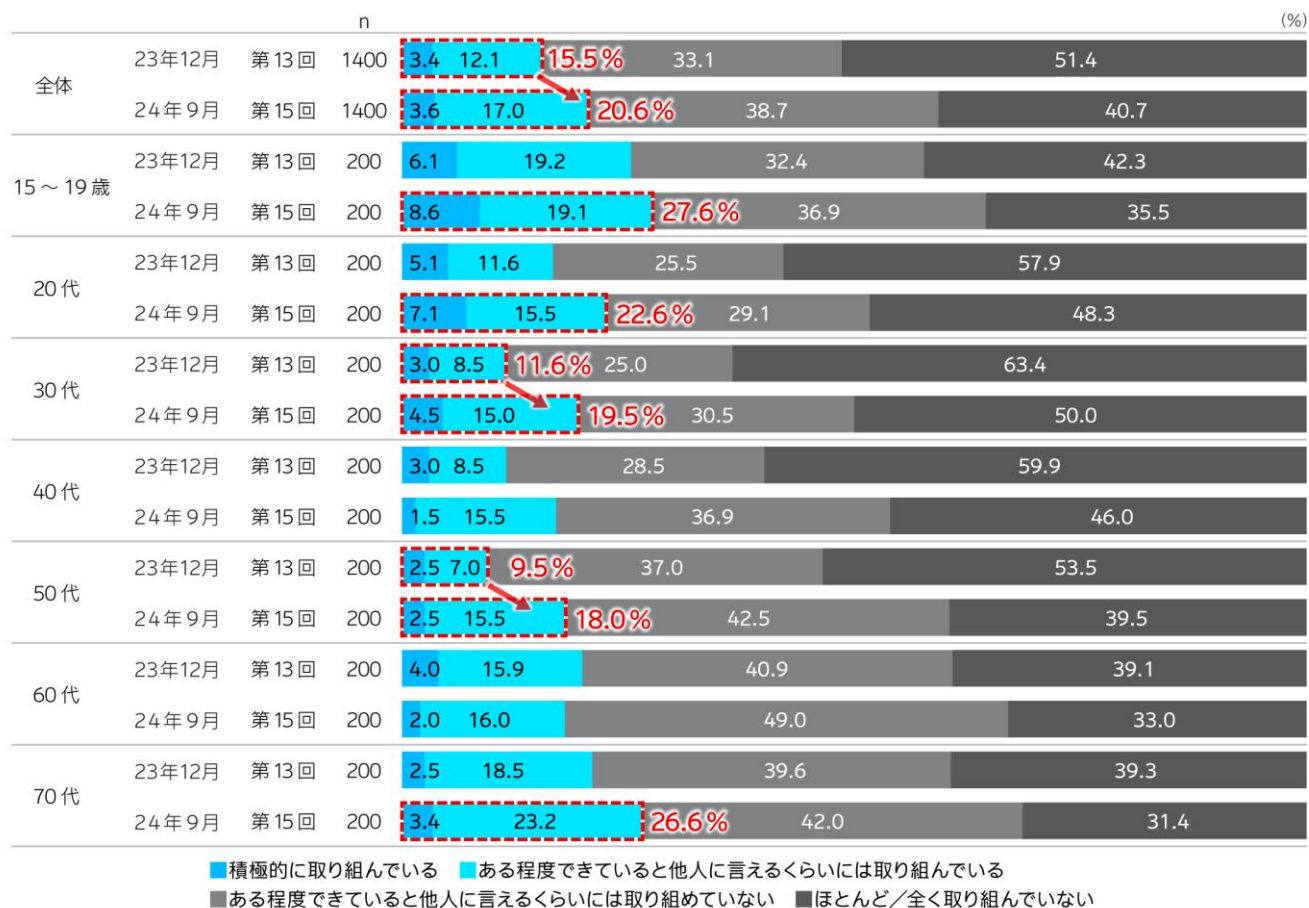


③カーボンニュートラルや脱炭素社会の実現に向けて、普段から取り組んでいる人は、約2割（20.6%）。世代別では、15～19歳（27.6%）、70代（26.6%）、20代（22.6%）の順に多い。

- カーボンニュートラルや脱炭素社会の実現に向けて、普段の生活の中で個人として取り組んでいる人（「積極的に取り組んでいる」「ある程度できていると他人に言えるくらいには取り組んでいる」の合計）は2割超（20.6%）で、2023年12月に実施した前回調査（15.5%）より5.1ポイント増加。世代別では、15～19歳（27.6%）、70代（26.6%）、20代（22.6%）の順に多い。前回調査（2023年12月）より増加した世代は、50代（8.5ポイント、9.5%→18.0%）、30代（7.9ポイント、11.6%→19.5%）の順。【図表3】

【図表3】

Q.あなたは、カーボンニュートラルや脱炭素社会の実現に向けて、普段の生活の中で個人として何か取り組んでいますか。

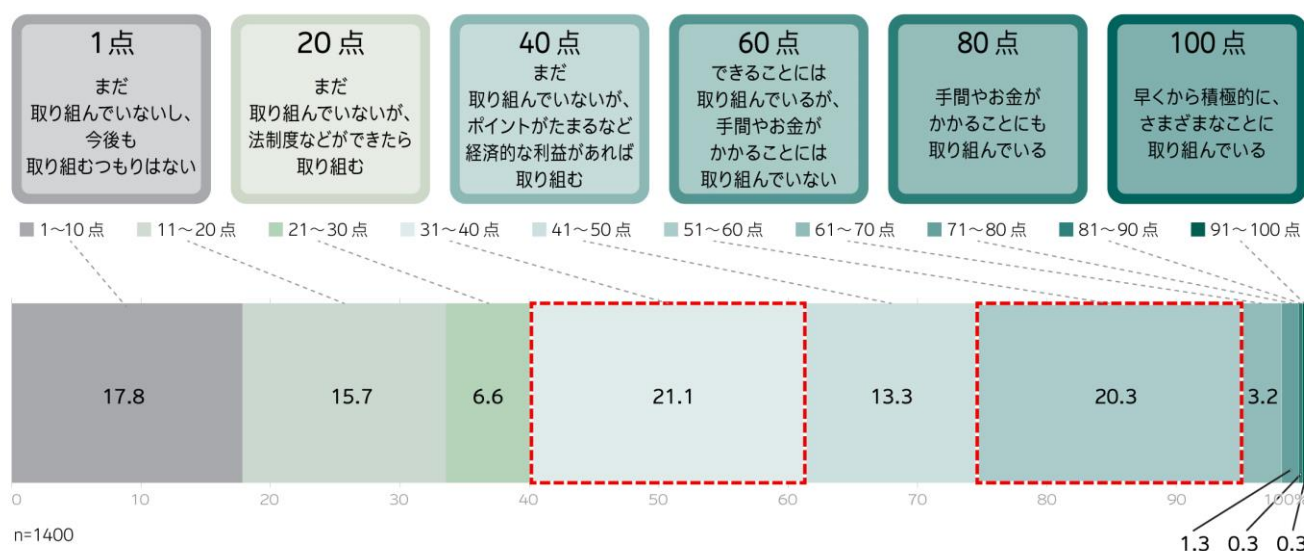


④カーボンニュートラルや脱炭素社会の実現に向けての取り組みを1～100点で評価してもらったところ、40点（まだ取り組んでいないが、ポイントがたまるなど経済的な利益があれば取り組む）と60点（できることには取り組んでいるが、手間やお金がかかることには取り組んでいない）に近い層がボリュームゾーンに。

- カーボンニュートラルや脱炭素社会の実現に向けて個人の取り組みを1～100点までの数字で評価してもらったところ、40点（まだ取り組んでいないが、ポイントがたまるなど経済的な利益があれば取り組む）に近い31～40点が最も多く（21.1%）、次いで60点（できることには取り組んでいるが、手間やお金がかかることには取り組んでいない）に近い51～60点が多い（20.3%）。【図表4】

【図表4】

Q.あなたは、現在カーボンニュートラルや脱炭素社会の実現に向けて個人でできることに取り組んでいますか。あなたの行動・お気持ちの状況を表すのに最も近い数字を1～100までの中から選んで入力してください。



【調査担当者の解説】

カーボンニュートラルと脱炭素の言葉の認知率はともに6割超と定着し、その差も過去最小となったことから、脱炭素だけではなくカーボンニュートラルという言葉も社会に広く定着しつつあると考えています。その傾向は、カーボンニュートラルや脱炭素社会の実現に向けて、普段の生活の中で個人として取り組んでいる人の割合が、第13回調査（2023年12月実施）と比べて20～50代で上昇していることからも見取することができます。これまで、特に30～50代の割合は他の世代よりも低い傾向にあり、いわゆる経済活動の中心層にとって、カーボンニュートラル・脱炭素に向けた取り組みは優先順位が低いことが課題の一つでした。本調査の結果を見ると、それらの層にとっても取り組むべき課題であるという認識が生まれつつあると言えるでしょう。この変化の兆しをさらに加速させるためには、個人のさまざまな取り組みやその成果が、目標へとどのようにつながるかを具体的にイメージできるようになることが重要であると考えています。

【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：2024年9月27日～9月28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13回調査（2024年3月29日発表、調査期間：2023年12月22日～12月26日）

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0329-010710.html>

- ・ 第14回調査（2024年9月12日発表、調査期間：2024年5月31日～6月3日）

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0912-010775.html>

※ 「カーボンニュートラルに関する生活者調査」は、2021年6月発表の第1回調査より継続的に実施しているものです。

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 ブランディングオフィス 企業広報部
河南、前橋、長谷川
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