

2021年10月21日

電通、第3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「カーボンニュートラル」の認知率は徐々に増加し約45%へ。認知までは至らない「見聞きした気がする」まで含めた割合は、大幅に増加し、約70%へ。
- 「カーボンニュートラル」に向けた取り組みが必要と考える生活者の割合も増加し、約80%へ。
- 業種別では製造業、規模別では大企業に勤務する生活者は、「自社または自社業界によるカーボンニュートラルへの取り組みが重要」と考える割合が特に高い。

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：五十嵐 博）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」のもと、全国10～70代の男女計1,400人を対象とし、9月3～5日に第3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」）を実施しました。

本調査では、国内外で重要なテーマである「脱炭素」と「カーボンニュートラル」に対する国内の生活者の意識や、経済産業省が発表した2050年カーボンニュートラルに伴う「グリーン成長戦略」の14の重点分野に関する過去調査結果との比較分析を行いました。加えて、今回は、カーボンニュートラルの実現に取り組む業界への意識調査も行いました。本調査は今後も定期的の実施し、公表していきます。

【主なファインディングス】

- カーボンニュートラルの認知率^{※1}は徐々に増加し約45%へ。認知までは至らない「見聞きした気がする」まで含めた割合は、大幅に増加し、約70%へ。
- カーボンニュートラルに向けた取り組みが必要と考える生活者の割合^{※2}も増加し、約80%へ。
- 14の重点分野のうち、4分野の関心度または関与意向が向上。
- 約6割の生活者が自社または自社の業界でのカーボンニュートラルへの取り組みは必要だと考える一方、今後、自社または自社の業界が積極的に取り組むと考える生活者は約5割にとどまる。取り組みへの意識は業界別では製造業、規模別では大企業に勤務する生活者において特に高い。
- カーボンニュートラルへ取り組む企業に対する評価は「応援」「信頼」「利用」など消費者・利用者視点で特に高く、取り組む企業を知った契機は「テレビCM」が最多。
- カーボンニュートラルに取り組む企業の商品・サービス利用への支出増加の水準別許容度は、低い増加率（+1～5%）では生活インフラ系、高い増加率（+6%以上）では趣味・嗜好系が高い。
- 積極的な取り組みを行う企業が、生活者による自社商品・サービス利用の意向を高めるには、サステナビリティ推進に繋がる姿勢・手法による「信頼感の醸成」が重要。

※1：認知(率)は、「内容まで理解している」「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：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。

※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。

【各ファインディングスの詳細】

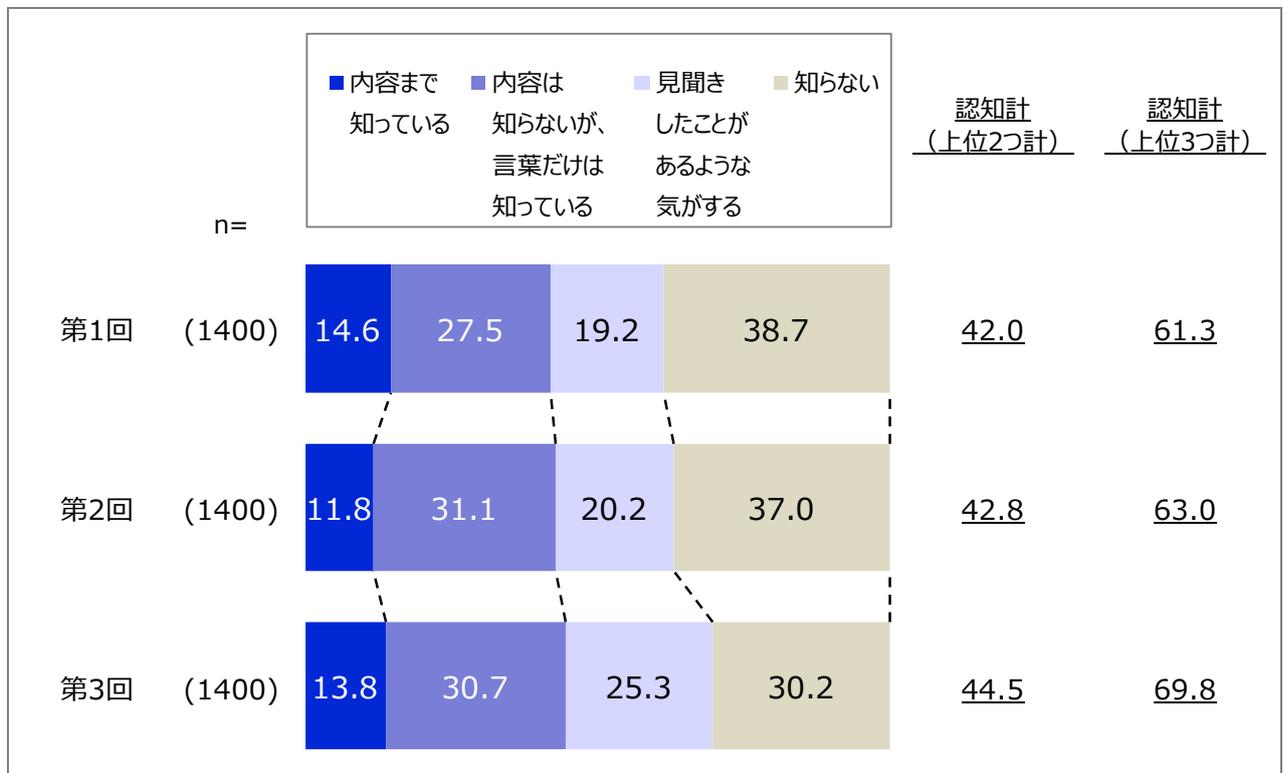
1. カーボンニュートラルの認知率は徐々に増加し約45%へ。認知までは至らない「見聞きした気がする」まで含めた割合は、大幅に増加し、約70%へ。

「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」の「内容まで知っている」または「内容までは知らないが、言葉だけは知っている」生活者の合計は44.5%であったが、「内容まで含めて知っている」のは13.8%で、引き続き内容理解の浸透は課題といえる。【図表1】

【図表1】

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。



2. カーボンニュートラルに向けた取り組みが必要と考える生活者の割合も増加し、約80%へ。

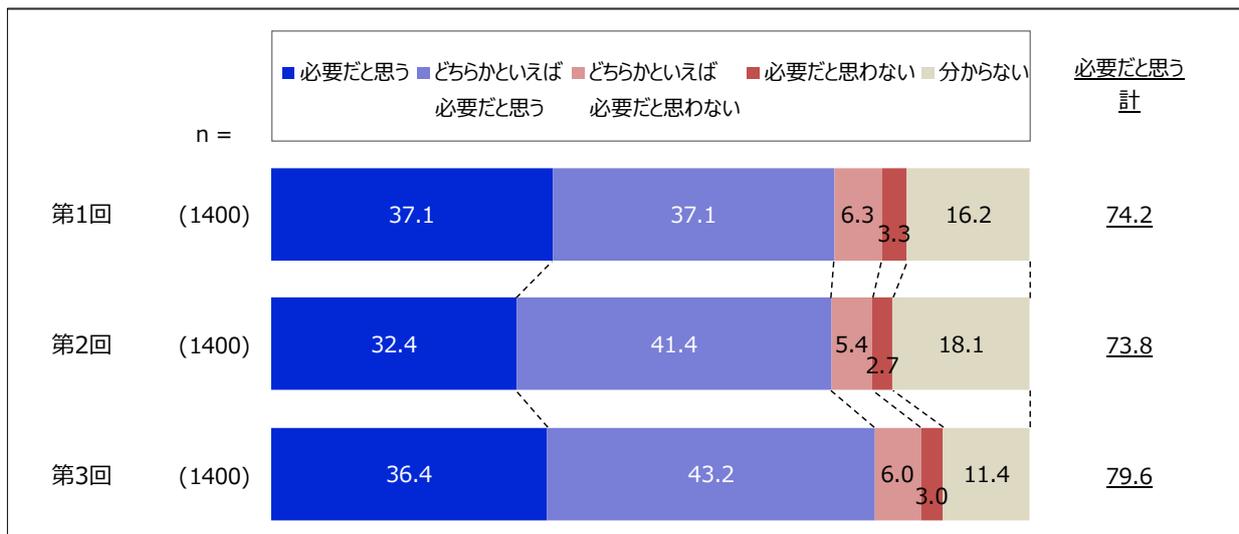
「カーボンニュートラル」の実現に向けた取り組みの必要性に関する意識

- 「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、79.6%の生活者が感じており、第2回調査から上昇傾向がみられる。【図表2】

※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【図表2】の質問に回答しました。

【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。



3. 14の重点分野のうち、4分野の関心度または関与意向が向上。

① 「カーボンニュートラル」の実現に向けた取り組み認知

- 全体では第2回調査と比較して、全ての取り組みで認知率の維持・上昇がみられ、年代別では特に40代での上昇が顕著である。全体で50%以上の認知率だったのは、「自動車の脱炭素化・蓄電池技術の実現」「再エネの主力電源化」「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」「次世代熱エネルギーの活用」「デジタル化・デジタル業界のグリーン化」。

② 「カーボンニュートラル」の実現に向けた各取り組みへの賛同意識

- 全体では第2回調査と比較して、全ての取り組みにおいて「賛同」の回答率（賛同率）に維持・上昇がみられ、年代別では特に10代での上昇が顕著である。全体で70%以上の賛同率だったのは「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」「再エネの主力電源化」「自動車の脱炭素化・蓄電池技術の実現」「CO2分離回収の実現・マテリアル産業の推進」「インフラ面でのカーボンニュートラル実現」。

③ 主要14項目の現状での世の中の浸透度 ～カーボンニュートラルポテンシャルマップ～

- 14の重点分野の世の中での浸透度を「実施状況（行動・関心度）」「今後自分は関与を高めたい・増やしたい」の2スコアの組合せによって、『定着』『トレンド』『兆し』『潜在』『表面化』『マンネリ』の6つのグループに分ける「カーボンニュートラルポテンシャルマップ」を作成。
- 第2回調査から、2つの分野が世の中に広まる予兆が感じ取れる『兆し』から、実行動への誘因でさらに話題を大きくできる『トレンド』に移行し、また、2つの分野が関心も関与意向も低い『潜在』から、何かしらの行動に繋がる『表面化』に移行した。

【図表3】

Q. 日本は、カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けて下記のような取り組みを行っていかうとしていますか、あなたはどの程度ご存じですか。

		各取り組み認知TOP3スコア (国が重点政策として位置づけていることは知っていた+重点政策であることは知らなかったが、取り組み自体は確かに知っていた+重点政策であることは知らなかったが、取り組み自体は見聞きしたことがあった)																								
認知	n	次世代型太陽光・地熱・風力・水力	再生可能エネルギーの普及拡大	主力電源化	再エネの活用	燃料アンモニアの活用	脱炭素社会に向けた移行期	水素社会	持続可能な消費	適応型エネルギー	次世代熱エネルギー	革新的原子力技術の実現	蓄電池技術の脱炭素化・実現	自動車の脱炭素化・実現	革新的原子力技術の実現											
		全体	第1回 (1400)	59.0	49.4	41.4	46.9	36.5	66.9	46.2	36.3	46.1	46.8	40.4	46.0	44.2	65.2	49.4	43.5	43.5	43.5	43.5	43.5	43.5	43.5	43.5
10代	第1回 (200)	60.7	48.8	42.8	41.4	41.4	64.6	58.2	37.3	49.3	49.3	56.1	45.1	41.3	44.2	67.1	45.8	45.8	45.8	45.8	45.8	45.8	45.8	45.8	45.8	45.8
20代	第1回 (200)	56.2	45.3	38.2	43.8	43.8	66.6	52.2	47.1	58.8	65.1	51.6	50.0	50.6	72.0	51.8	39.3	39.3	39.3	39.3	39.3	39.3	39.3	39.3	39.3	39.3
30代	第1回 (200)	49.6	43.6	38.6	44.6	44.6	66.6	40.6	42.1	42.1	42.1	42.6	37.6	43.2	60.1	47.1	34.6	34.6	34.6	34.6	34.6	34.6	34.6	34.6	34.6	34.6
40代	第1回 (200)	46.6	32.6	28.1	44.6	44.6	66.6	39.6	38.1	38.1	38.1	39.6	32.6	39.1	34.1	36.6	39.1	39.1	39.1	39.1	39.1	39.1	39.1	39.1	39.1	39.1
50代	第1回 (200)	55.5	44.5	35.0	43.0	43.0	66.6	43.0	44.0	44.0	44.0	45.6	35.6	36.1	36.6	38.0	38.0	38.0	38.0	38.0	38.0	38.0	38.0	38.0	38.0	38.0
60代	第1回 (200)	61.5	45.0	34.5	47.9	47.9	66.6	44.0	46.9	46.9	46.9	48.0	41.0	39.0	37.9	56.5	46.0	46.0	46.0	46.0	46.0	46.0	46.0	46.0	46.0	46.0
70代	第1回 (200)	75.2	66.4	60.8	48.6	48.6	66.6	61.6	47.2	58.4	59.8	48.7	56.5	52.0	83.1	65.8	55.9	55.9	55.9	55.9	55.9	55.9	55.9	55.9	55.9	55.9

【図表4】

Q. カーボンニュートラル、脱炭素社会実現のために、下記のことを取り組んでいくことに対して、あなたはどの程度賛同できますか。それぞれについてあてはまるものをお知らせください。

		各取り組み賛同意識上位2つ計スコア (賛同できる+どちらかといえば賛同できる)																		
賛同意識		次世代型太陽光・地熱産業の普及拡大)	再生可能エネルギーの主力電源化(洋上風力・地熱産業の普及拡大)	燃料アンモニアの活用	水素サプライチェーンの構築(水素社会に向けた移行期の燃料として)	活用世代エネルギーの	革新的原子力技術の実現	自動車の脱炭素化・蓄電池技術の実現	デジタル化業界の	船舶の脱炭素化推進	実現	カーボンニュートラル	C O2 吸収・固定の推進	農林水産業における	航空機の脱炭素化推進	サテライト・カーボンの推進	C O2 分離回収の推進	都市・次世代電力	資源循環型社会の実現	カーボンニュートラルな
	n=	68.1	66.8	68.9	51.2	70.8	65.3	66.7	67.4	68.2	68.1	68.9	67.0	75.5	68.2	68.9	67.0	75.5	68.2	
全体	第1回 (1400)	69.8	63.8	68.9	49.2	70.9	66.0	65.5	69.9	71.2	69.1	69.5	67.5	72.3	65.4	69.9	69.5	67.5	72.3	65.4
	第2回 (1400)	73.2	66.0	69.5	55.1	70.6	69.2	66.8	70.0	74.0	69.9	70.4	68.6	75.8	66.9	70.4	68.6	75.8	66.9	
10代	第1回 (200)	66.9	65.9	66.4	59.1	65.0	70.5	65.5	64.9	66.5	67.9	64.3	64.3	69.9	65.5	64.3	64.3	64.3	69.9	65.5
	第2回 (200)	67.9	64.1	66.4	57.5	65.8	70.0	64.0	67.9	68.9	71.4	67.0	67.0	72.5	65.0	67.0	67.0	65.9	72.5	65.0
	第3回 (200)	75.5	58.5	78.6	56.9	71.1	73.2	77.1	76.2	80.1	78.0	78.6	74.2	81.1	73.1	78.6	74.2	74.2	81.1	73.1
20代	第1回 (200)	59.1	58.0	63.5	53.0	60.9	68.0	60.9	59.9	65.4	63.9	64.4	59.9	61.9	60.5	64.4	64.4	59.9	61.9	60.5
	第2回 (200)	59.9	58.0	63.5	53.0	60.9	68.0	60.9	59.9	65.4	63.9	64.4	59.9	61.9	60.5	64.4	64.4	59.9	61.9	60.5
	第3回 (200)	62.0	60.1	61.0	58.5	59.0	63.6	61.1	62.6	66.0	60.5	65.1	59.6	66.5	62.1	60.5	65.1	59.6	66.5	62.1
30代	第1回 (200)	63.0	63.6	64.1	52.6	60.0	62.6	62.0	63.5	64.5	62.0	63.0	66.1	70.5	62.0	63.0	63.0	66.1	70.5	62.0
	第2回 (200)	58.5	57.1	58.0	50.6	60.0	57.5	54.5	63.0	60.5	58.0	57.6	59.0	62.0	53.5	58.0	57.6	59.0	62.0	53.5
	第3回 (200)	71.5	57.6	64.1	56.1	64.5	60.0	58.0	63.5	67.5	62.5	64.5	61.5	69.0	59.1	62.5	64.5	61.5	69.0	59.1
40代	第1回 (200)	65.1	64.1	64.5	51.1	64.5	59.6	59.0	60.0	61.0	65.5	67.0	58.5	72.5	66.5	67.0	67.0	58.5	72.5	66.5
	第2回 (200)	68.5	58.0	64.5	47.0	69.0	63.5	64.0	69.0	69.0	66.0	69.5	63.5	71.0	64.0	66.0	69.5	63.5	71.0	64.0
	第3回 (200)	66.5	60.5	63.5	51.5	60.0	62.5	57.0	59.0	66.5	61.5	63.0	61.5	70.0	58.5	61.5	63.0	61.5	70.0	58.5
50代	第1回 (200)	62.0	61.0	69.0	45.5	68.0	61.0	63.5	66.5	64.5	64.5	66.0	64.5	70.5	64.0	66.0	64.5	70.5	64.0	64.0
	第2回 (200)	70.5	64.0	69.0	48.5	72.0	62.5	66.0	69.5	73.5	70.5	70.0	70.5	76.5	69.0	70.5	70.5	76.5	69.0	69.0
	第3回 (200)	74.5	70.0	70.0	58.5	73.5	74.0	70.5	70.0	73.5	74.5	70.5	69.0	76.5	69.5	70.5	69.0	76.5	69.5	69.5
60代	第1回 (200)	76.5	74.0	77.0	55.6	82.1	74.1	78.6	77.0	77.1	77.5	75.1	77.1	84.1	74.1	77.5	75.1	77.1	84.1	74.1
	第2回 (200)	75.5	70.3	77.0	48.4	79.1	68.5	72.5	77.6	76.0	77.1	76.0	75.0	78.6	70.6	77.1	76.0	75.0	78.6	70.6
	第3回 (200)	78.5	73.4	75.9	51.1	80.0	76.5	71.4	79.9	81.5	76.0	76.0	77.5	83.0	75.9	76.0	76.0	77.5	83.0	75.9
70代	第1回 (200)	82.0	77.8	82.3	42.3	88.2	72.5	80.3	79.9	80.3	77.8	81.2	78.3	90.5	79.3	77.8	81.2	78.3	90.5	79.3
	第2回 (200)	85.7	75.3	82.1	45.1	85.0	76.0	74.7	79.4	80.4	77.3	79.6	76.3	82.1	74.7	77.3	79.6	76.3	82.1	74.7
	第3回 (200)	84.9	73.1	78.5	52.5	86.3	76.5	80.4	82.6	86.7	80.9	80.7	79.2	74.1	80.9	80.7	79.2	86.8	74.1	

【図表5】カーボンニュートラルポテンシャルマップ



4. 約6割の生活者が自社または自社の業界でのカーボンニュートラルへの取り組みは必要だと考える一方、今後、自社または自社の業界が積極的に取り組むと考える生活者は約5割にとどまる。取り組みへの意識は業界別では製造業、規模別では大企業に勤務する生活者において特に高い。

① 自社あるいは自社の業界でのカーボンニュートラルに向けた取り組みに対する意識

- カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みを行うことで、自身が勤務する企業やその属する業界にとってメリットはがあると約6割の生活者が感じているものの、今後積極的に取り組むと考える生活者は約5割に留まる。【図表6】

② 業種別・会社規模別のカーボンニュートラルに向けた取り組みに対する意識

- 業種別では製造業、会社規模別では従業員数が「1,000人以上」の大企業に勤務する生活者は、カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みに向けた意識が特に高い。【図表7】【図表8】

【図表6】

Q.あなたは、自社あるいは自社の業界でのカーボンニュートラル、脱炭素社会実現に向けた取り組みについて、どのように思いますか。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 =	(%)					そう思う 社	そう思わない 社
		■ そう思う	■ どちらかといえば そう思う	■ どちらとも いえない	■ どちらかといえば そう思わない	■ そう思わない		
自社の業界にとって、カーボンニュートラルの実現は重要だと思う	(558)	18.8	37.3	17.8	14.7	11.4	56.1	26.1
自社の業界において、カーボンニュートラルの実現に向けて取り組むことは必要だと思う	(558)	20.3	39.8	15.6	14.3	10.0	60.1	24.3
自社にとって、カーボンニュートラルの実現は重要だと思う	(558)	23.2	31.1	19.8	15.8	10.2	54.3	26.0
自社において、カーボンニュートラルの実現に向けて取り組むことは必要だと思う	(558)	22.3	34.6	17.2	13.8	12.1	56.8	25.9
カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みは、株主へのよいアピールになると思う	(558)	21.3	34.7	19.2	12.8	12.0	56.1	24.8
カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みは、取引先へのよいアピールになると思う	(558)	19.4	38.7	18.6	12.7	10.6	58.1	23.3
カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みは、業界にとってよい影響（企業利益や社会的評価など）があると思う	(558)	20.9	37.9	17.8	13.1	10.2	58.8	23.3
カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みは、自社にとってよい影響（企業利益や社会的評価など）があると思う	(558)	20.1	36.9	18.6	13.9	10.5	57.0	24.4
自社の業界は、今後、積極的にカーボンニュートラルの実現に向けた取り組みを行っていくと思う	(558)	17.2	31.3	21.0	17.7	12.8	48.5	30.5
自社は、今後、積極的にカーボンニュートラルの実現に向けた取り組みを行っていくと思う	(558)	16.0	34.1	21.1	16.3	12.5	50.1	28.8

【図表7】

Q. あなたは、自社あるいは自社の業界でのカーボンニュートラル、脱炭素社会実現に向けた取り組みについて、どのように思いますか。それぞれについて、あてはまるものをお知らせください。(業種別分類)

■ n=30未満参考値

	n=	自社の業界にとつて、カーボンニュートラルの実現は重要だと思ふ	自社の業界において、カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みは必要だと思ふ										
全体	(558)	56.1	60.1	54.3	56.8	56.1	58.1	58.8	57.0	48.5	50.1		
農業、林業、漁業、採石業、砂利採取業	(8)	55.1	65.8	61.5	61.5	61.5	29.7	55.1	65.8	61.5	61.5		
建設業	(31)	61.4	61.4	48.2	57.8	40.1	55.5	56.7	52.9	48.9	47.2		
製造業	(145)	69.5	64.6	65.2	62.4	65.0	66.1	67.3	66.2	59.3	59.2		
電気・ガス・熱供給・水道業	(2)	100.0	-	44.4	55.6	-	100.0	-	44.4	55.6	-		
情報通信業	(42)	57.3	55.3	46.9	53.6	59.2	61.8	50.3	52.8	47.5	51.7		
運輸業、郵便業	(27)	52.9	58.7	51.5	54.4	58.2	62.4	66.1	54.4	40.2	41.0		
卸売業、小売業	(53)	44.0	59.2	51.0	57.3	61.0	58.0	51.2	57.8	50.1	52.7		
金融業、保険業	(32)	52.4	57.4	50.0	60.6	65.7	57.8	62.8	56.0	48.2	51.7		
不動産業、物品賃貸業	(9)	29.8	54.3	41.8	54.3	20.7	42.2	31.3	49.3	45.6	33.2		
学術研究、専門・技術サービス業	(15)	61.7	61.7	55.2	61.7	61.2	55.0	68.3	48.3	36.5	43.1		
宿泊業、飲食サービス業	(8)	89.0	78.7	67.6	78.3	51.0	78.3	78.3	78.3	64.8	53.8		
生活関連サービス業、娯楽業	(16)	55.9	49.7	42.4	49.8	51.0	44.9	56.0	48.6	38.8	38.8		
教育、学習支援業	(8)	63.9	74.1	74.1	63.9	35.8	61.2	61.2	51.0	40.9	74.4		
医療、福祉	(66)	51.3	58.9	53.5	51.7	51.2	50.3	55.2	53.8	39.4	44.0		
複合サービス事業	(0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
サービス業（他に分類されないもの）	(60)	45.8	61.3	44.2	49.3	51.6	53.0	51.7	54.4	40.7	47.4		
公務（他に分類されるものを除く）	(7)	39.8	56.5	56.5	39.8	39.8	39.8	56.5	56.5	39.8	39.8		
その他	(15)	41.5	48.2	49.2	55.9	49.2	68.9	62.6	54.6	49.2	34.7		

【図表8】

Q. あなたは、自社あるいは自社の業界でのカーボンニュートラル、脱炭素社会実現に向けた取り組みについて、どのように思いますか。それぞれについて、あてはまるものをお知らせください。(企業規模別分類)

	n=	自社の業界にとつて、カーボンニュートラルの実現は重要だと思ふ	自社の業界において、カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みは必要だと思ふ										
全体	(558)	56.1	60.1	54.3	56.8	56.1	58.1	58.8	57.0	48.5	50.1		
29人以下	(151)	43.5	53.8	40.1	50.9	42.6	50.6	51.5	48.3	38.1	38.1		
30~49人	(33)	41.2	56.9	52.8	55.3	50.0	56.9	52.2	55.1	45.9	44.8		
50~99人	(46)	58.3	50.5	41.3	43.5	52.3	56.8	59.3	50.6	34.2	43.3		
100~299人	(75)	58.0	60.1	54.2	54.5	55.7	51.2	53.2	56.4	52.2	49.8		
300~999人	(81)	62.7	61.3	58.9	57.1	54.9	56.3	62.7	54.4	47.2	52.0		
1000人以上	(158)	68.5	69.9	70.0	69.0	74.0	71.4	67.8	70.2	63.0	65.2		

5. カーボンニュートラルへ取り組む企業に対する評価は「応援」「信頼」「利用」など消費者・利用者視点で特に高く、取り組む企業を知った契機は「テレビCM」が最多。

① カーボンニュートラルに取り組む企業に対する評価

- 「カーボンニュートラル」の実現に向けて取り組む企業に対する評価としては、消費者・利用者視点の評価である「応援したい」「信頼できる」「商品・サービスを購入したい・利用したい」「長年にわたって利用したい」が高い。それ以外の視点である「就職先として子供に勧めたい」「協業したい」「就職したい・転職したい」も第2回調査から上昇。【図表9】

② 生活者の各取り組みへの認知の情報源・きっかけ

- 企業がカーボンニュートラルへ取り組んでいることを知った・思った情報源やきっかけとしては、「テレビCM」「テレビの報道・ニュース」が特に高く、次いで、「ニュースサイト」「テレビ番組」「新聞記事」が続く。【図表10】

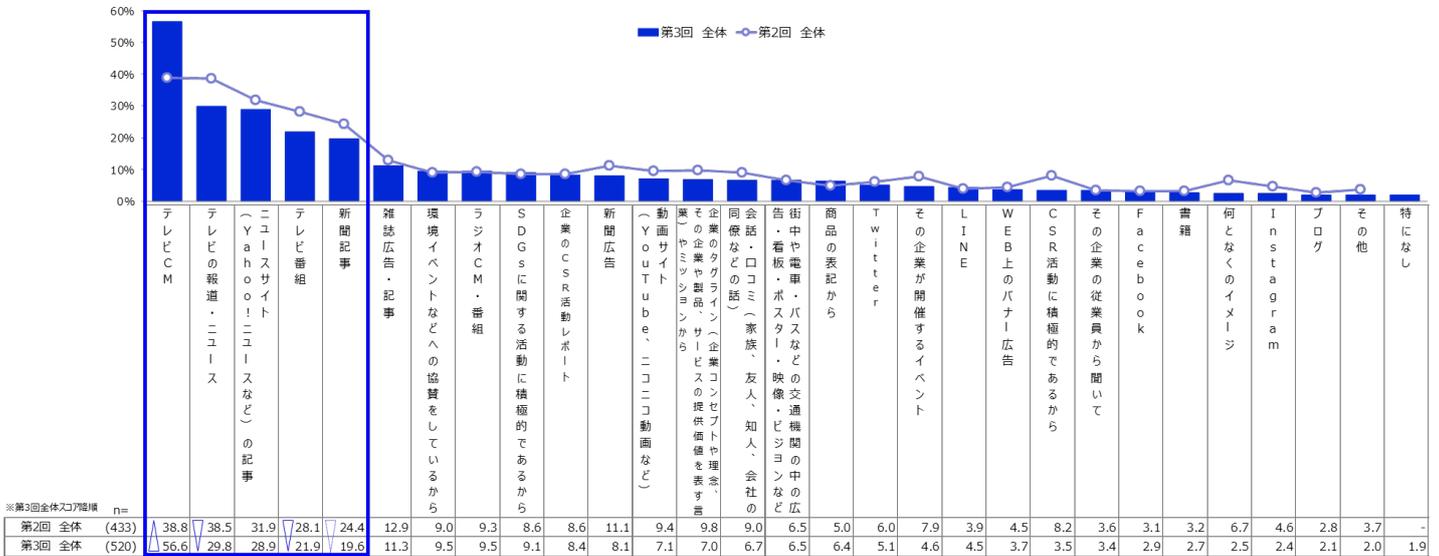
【図表9】

Q. あなたは、カーボンニュートラル、脱炭素社会実現に向けた取り組みを行っている企業に対して、どのように思いますか。それぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

		企業に対する評価TOP2スコア (そう思う+どちらかといえばそう思う)							
		応援したい	信頼できる	商品・サービスを購入したい・利用したい	長年にわたって利用したい	就職先として子供に勧めたい	協業したい	投資をしたい	就職したい・転職したい
※第3回全体スコア降順	n=								
第1回	(1400)	71.0	58.0	58.5	55.7	37.1	35.0	34.1	27.9
第2回	(1400)	72.9	63.4	60.1	59.9	△ 37.5	△ 32.5	34.7	△ 26.9
第3回	(1400)	72.6	64.9	61.1	60.4	△ 41.7	△ 37.2	33.9	△ 30.0

【図表10】

Q. あなたがカーボンニュートラル、脱炭素に向けて実際に取り組んでいると思ひ浮かんだ企業について、取り組んでいることを知った・思った情報源やきっかけとして、あてはまるものをすべてお知らせください。



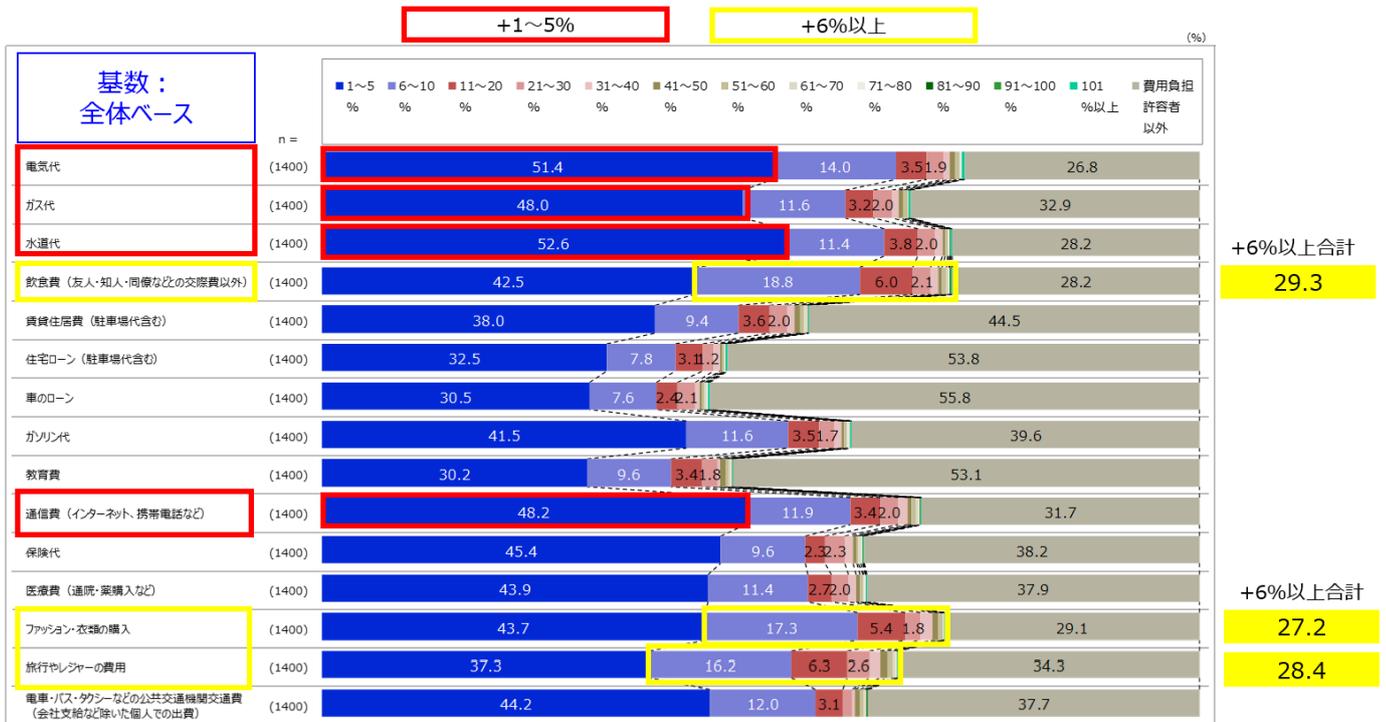
6. カーボンニュートラルに取り組む企業の商品・サービス利用への支出増加の水準別許容度は、低い増加率（+1～5%）では生活インフラ系、高い増加率（+6%以上）では趣味・嗜好系が高い。

カーボンニュートラルの取り組みの結果、許容できるコストの範囲

- 追加負担となるコストに関して「+1～5%」の上乗せであれば各項目平均で40%を超える生活者が許容し、特に生活インフラを支える「水道代」「電気代」「通信費」「ガス代」で許容する生活者の割合が多い。【図表11】
- 大幅な負担増加となる「+6%以上」でも許容する生活者の割合が多いのは、趣味・嗜好に近い「飲食費」「旅行やレジャーの費用」「ファッション・衣料の購入」。【図表11】

【図表11】

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・団体等が様々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。



7. 積極的な取り組みを行う企業が、生活者による自社商品・サービス利用の意向を高めるには、サステナビリティ推進に繋がる姿勢・手法による「信頼感の醸成」が重要。

カーボンニュートラルの実現に向けて取り組む企業の「利用意向」を上げていくために訴求すべき内容

- カーボンニュートラルの実現に向けて取り組む企業の利用意向を高めるための相関関係を分析したところ、信頼感を醸成することで、その他の情緒的な価値向上にも繋がっていくことが分かった。信頼感の醸成には、「地域社会への貢献」「足元の実直さ」「世の中をよりよくするための技術開発」「持続可能性に配慮した活動」など、サステナビリティ推進に繋がる姿勢・手法が重要。【図表12】

【図表12】

カーボンニュートラルの実現に向けて取り組む企業の「利用意向」を上げていくために訴求すべき内容（相関分析）※今回は、「信頼できる」は情緒的価値として位置づけて分析



<カーボンニュートラル調査に関する概要>

- ・ 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：2021年9月3日～9月5日
- ・ 調査機関：電通マクロミルインサイト

<参考：過去の調査結果>

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>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報局 広報部

松島、田中、渡邊 TEL：03-6216-8041

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