

2022年12月16日

博報堂「第三回 生活者の脱炭素意識&アクション調査」

～2022年9月調査結果～

■脱炭素の認知度は89.6%（前回90.8%）、実践率は30.8%（前回33.0%）

ともに前回調査より微減。

■脱炭素関連の知識は豊富だが、行動に移せていない男性と、

実際には行動をしているが、実践できていないと認識している女性の存在が浮き彫りに。

株式会社博報堂（東京都港区、代表取締役社長：水島正幸）の「博報堂SDGsプロジェクト」は今年9月に「生活者の脱炭素意識&アクション調査」の第三回調査を実施しました。第一回調査から約一年経過して、脱炭素に関する意識や行動はどのように変化しているのか、また男女別にどのような傾向があるかを見てみました。

（調査実施日：2022年9月3日-4日、調査対象：全国15～79歳男女 計1,400名）

<調査結果のポイント>

【「脱炭素」の認知は高い水準も、行動の実践度は3割にとどまり、前回調査より微減】

- ・「脱炭素」の認知度は89.6%（前回90.8%）、「カーボンニュートラル」は86.4%（前回85.8%）と前回調査から微減という結果になった。新たに調査した「実質排出ゼロ」は65.9%と比較的認知が浸透していたものの、同じ意味の「ネットゼロエミッション」は20.6%にとどまった。
- ・脱炭素社会への取り組みの「必要度」については74.7%（前回78.2%）、「深刻度」は57.4%（前回58.1%）と過去と比べて微減となっている。
- ・日々の暮らしでの脱炭素への実践率は30.8%（前回33.0%）と、前回と比較しても微減しており停滞中。

【脱炭素関連の「認知」と「アクションの実践度合い」は男女で異なる】

- ・脱炭素関連ワード（ゼロエミッション、カーボンニュートラルなど）の認知率は、実践層、非実践層ともにそれぞれ男性の方が女性より高い。
- ・上位20位の脱炭素アクション項目のうち17の項目で、男性実践層よりも女性実践層のポイント（以下pt）が高くなっている。日常生活の中で脱炭素行動を実践していないと回答した女性非実践層でも、「ゴミのリサイクル」や「節電・節水」「マイバックの利用」などの毎日できることは5割を超えるなど、男性実践層と同じくらい行動している項目も見られた。

<調査結果を踏まえて>

今回の調査では、日常生活の中で脱炭素行動を実践している「実践層」の特徴が現れたと共に、男女で脱炭素行動に対する認識や自己評価に違いがあることが明らかとなりました。

男性はビジネスシーンや研修等を通して接する機会が多いことも影響してか、脱炭素関連の認知率が高く、実践しているという自覚も強いようでしたが、日々の脱炭素行動を詳細に見ていくと、実践認識のない女性の方が実際は脱炭素アクションをしていたということも明らかとなりました。

脱炭素行動を世の中に広めていくためには、日常的に行っている行動も脱炭素行動になり得ると気付きを与え、それらの頻度や質を上げられるような呼びかけや施策が重要になると考えます。（分析担当）

<調査概要>

調査手法 : インターネット調査

対象者 : 15-79歳の男女1,400名

※分析時は、人口の性年代構成比に基づきウェイトバック集計を実施。

本資料掲載の数値はウェイトバック後のものを使用。

対象地域 : 全国

調査時期 : 2022年9月3日-4日

調査委託先 : (株) H.M.マーケティングリサーチ

<実施主体>

本調査は、企業のSDGsへの取り組みを支援する全社プロジェクト「博報堂SDGsプロジェクト」が実施しました。

■博報堂SDGsプロジェクト

SDGsの視点からクライアント企業のビジネスイノベーションを支援する全社プロジェクト。マーケティング・ブランディング、PR、ビジネス開発、研究開発、クリエイティブなど、SDGsに関する経験と専門性を持つ社員で編成。次世代の経営のテーマとなる、企業の経済インパクトと社会的インパクトの統合に資するソリューション開発や経営支援、事業開発支援、マーケティング支援などを行います。

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/info/82711/>

※p3～p5で、詳しい調査結果をご紹介します。

【本件に関するお問い合わせ】 博報堂広報室 平原・成田 koho.mail@hakuhodo.co.jp 03-6441-6161

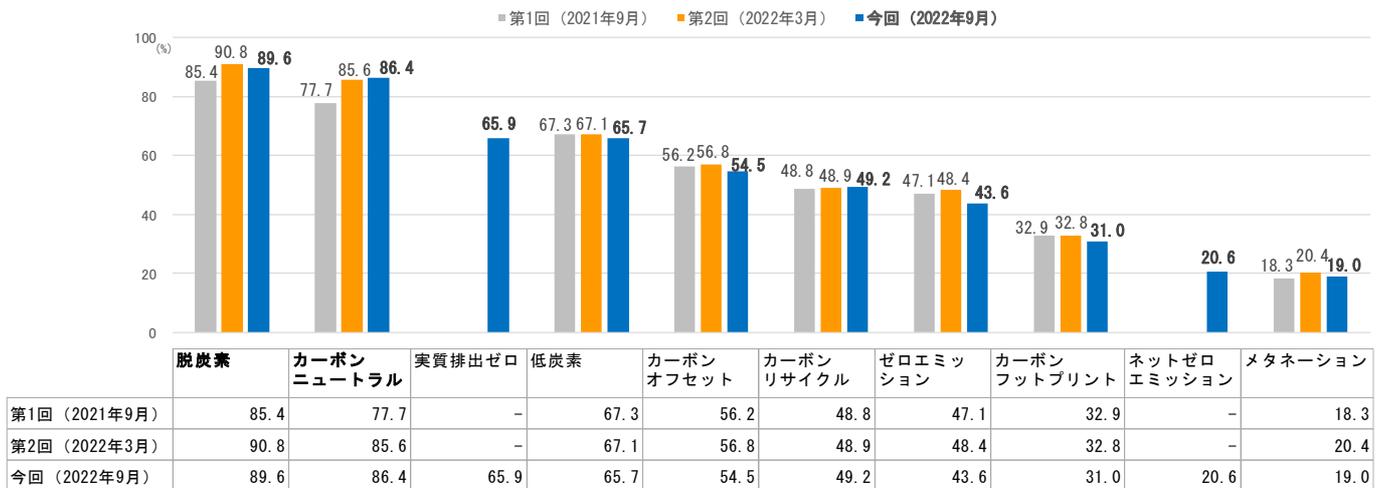
<調査結果の詳細>

■名称の認知（定点比較）

・「脱炭素」という言葉を知っている人は89.6%（前回90.8%）、「カーボンニュートラル」は86.4%（前回85.6%）と変わらず。第三回から追加した「実質排出ゼロ」は65.9%と比較的高いものの、同じ意味の「ネットゼロエミッション」は20.6%にとどまった。

第一回調査時から1年が経過するが、脱炭素やカーボンニュートラルは9割弱の認知となっており、その他のワードも微増ながら広がっている。

[Q] 下記の言葉をどの程度知っているか。（言葉を知っている+内容まで知っている計）

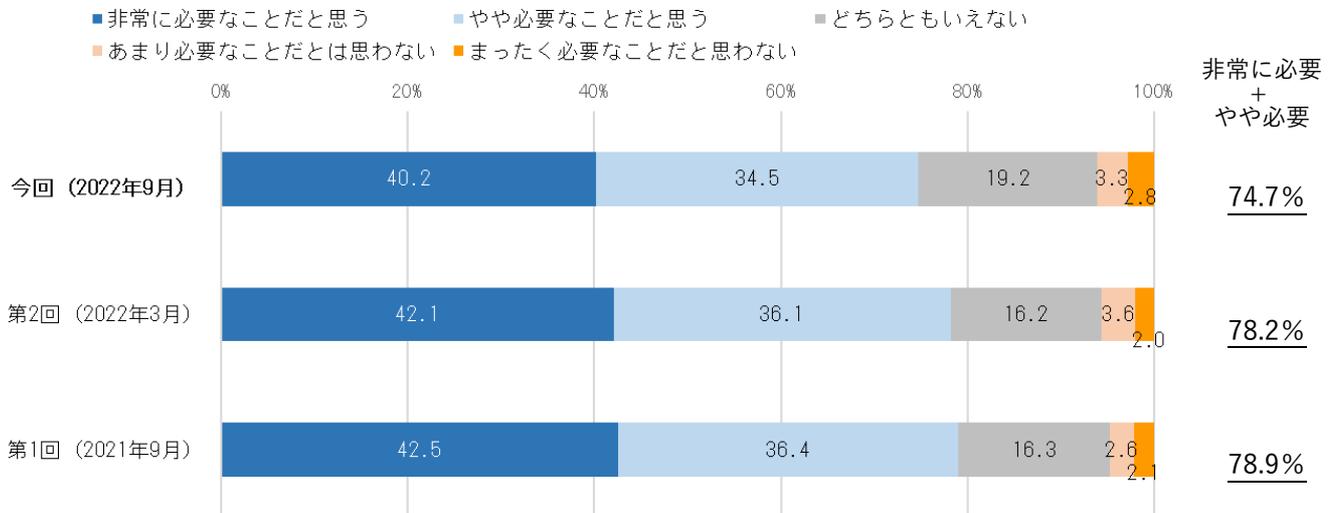


■脱炭素社会に対する意識（定点比較）

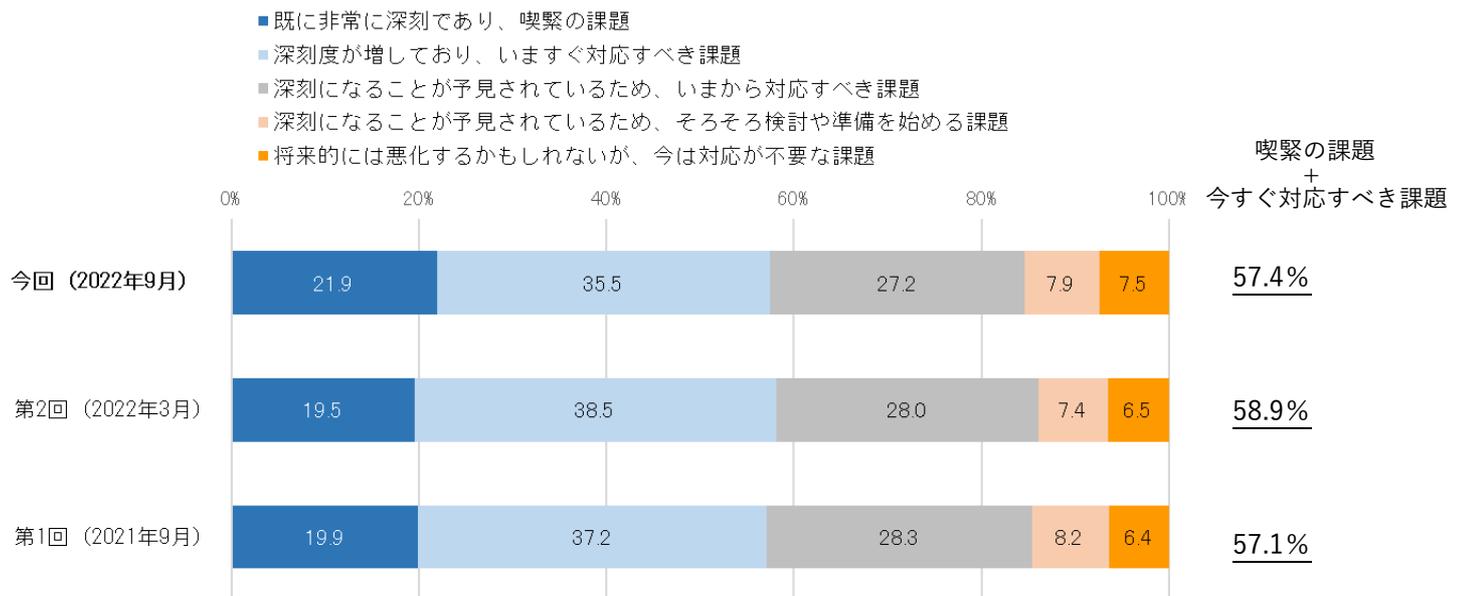
・必要度では、「非常に必要/やや必要」のTOP2が74.7%。前回は78.2%と大きな変化はない。

・切迫度では、TOP2では57.4%（前回58.0%）となっており横ばいが続く状況。

[Q] 脱炭素社会に向けて、取り組んでいくことはどの程度必要なことだと思うか。



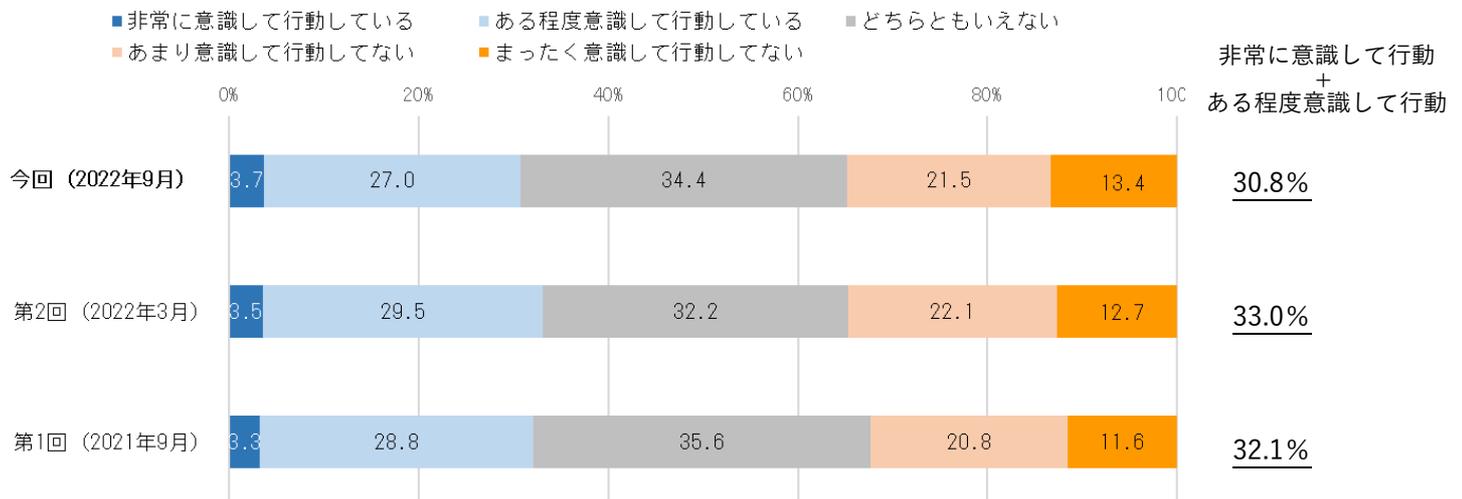
[Q] 地球温暖化を抑制するための「脱炭素社会」の実現は、どの程度差し迫った課題だと思うか。



■脱炭素社会に向けた行動の実施度 (定点比較)

・日々の暮らしの中で脱炭素社会に向けた行動している（非常に意識して行動+ある程度意識して行動）と回答した人は30.8%と、前回33.0%から微減しており、一部の人に留まっている。

[Q] どの程度脱炭素社会に向けた行動をしているか。



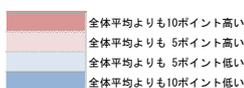
■脱炭素に関する意識・行動について男女比較

今回は、前問で「日々の暮らしの中で脱炭素社会に向けた行動をしている」と回答した約3割の人を「実践層」、行動をしていない人を「非実践層」として、さらに男女別に分析した。

- ・脱炭素関連ワードの認知率は実践層、非実践層ともにそれぞれ男性の方が高い。「ゼロエミッション」は、男性非実践層（48.3pt）が女性実践層（44.9pt）を超えている。

[Q] 下記の言葉をどの程度知っているか。

	WB前全体	全体	脱炭素	低炭素	カーボンニュートラル	カーボンオフセット	カーボンフットプリント	カーボンリサイクル	ゼロエミッション	メタネーション	ネットゼロエミッション	実質排出ゼロ	無回答
全体平均	(1442)	(1442)	89.6	65.7	86.4	54.5	31.0	49.2	43.6	19.0	20.6	65.9	4.8
男性 実践層	(232)	(227)	98.3	86.0	96.9	80.5	56.8	71.5	75.0	40.2	45.1	84.6	0.0
男性 非実践層	(489)	(490)	89.3	68.3	85.7	55.2	31.0	45.2	48.3	19.2	20.8	64.4	6.4
女性 実践層	(210)	(217)	96.4	73.7	91.2	68.3	35.8	62.0	44.9	21.2	21.8	81.3	1.1
女性 非実践層	(511)	(508)	83.0	50.8	80.4	36.2	17.4	37.7	24.5	8.4	9.1	52.5	6.9



- ・上位20位の脱炭素アクション項目のうち17の項目で、男性実践層よりも女性実践層のptが高くなっている。女性非実践層でも、「ゴミのリサイクル」「節電・節水」「マイバックの利用」「フードロス」「まとめ洗い」「マイボトル・マイ箸の利用」など、毎日できることは男性実践層と同じくらい行動している項目も見られた。

[Q] 普段の生活の中で、脱炭素につながる行動をどの程度行っているか。（上位20位）

