

—脱炭素を「内容を含めて知っている」人は34.3%。「節電、節水」「マイバッグ、マイボトルの持参」などを中心に、取り組みが進む—

はじめに

2020年10月、政府は「2050年までにカーボンニュートラルを目指す」ことを宣言した（図表1）。また、22年4月に新潟県と佐渡市が環境省「脱炭素先行地域」に選定されるなど、県内でも脱炭素社会の実現に向けた取り組みが進んでいる。

そこで、脱炭素に関する意識について把握するため、4月下旬に県内勤労者400人（有効回答400人）に対してインターネットによるアンケート調査を実施した。

アンケート調査の結果

（1）脱炭素の認知度

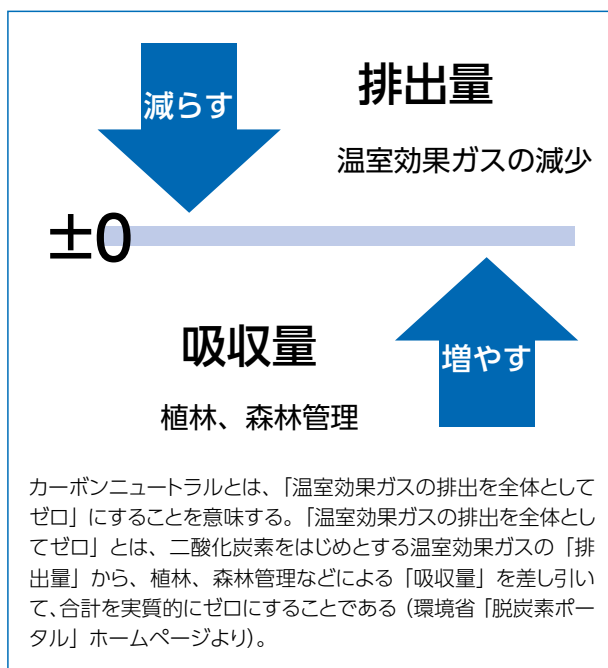
—脱炭素を「内容を含めて知っている」人は34.3%—

全ての回答者に対して、脱炭素の認知状況を尋ねたところ、「脱炭素という言葉聞いたことはあるが、内容は分からない」の割合が46.8%と最も高く、次いで「内容を含めて知っている」が34.3%となった（図表2）。一方、「知らない」は19.0%となった。

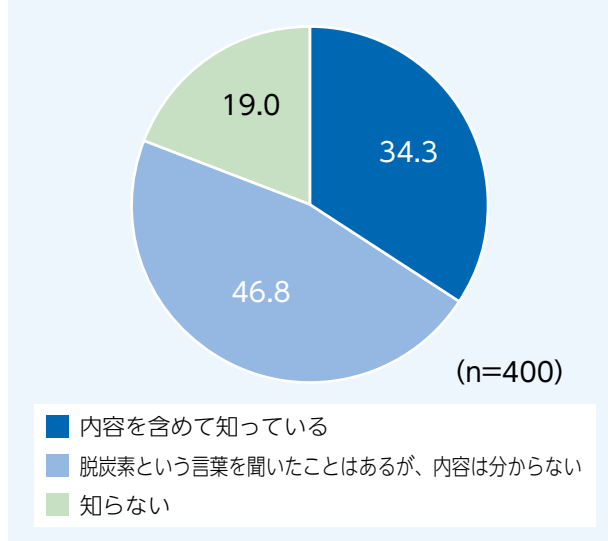
調査対象や設問などに違いがあるため単純に比較はできないものの、全国在住の18歳以上を対象に実施された内閣府「気候変動に関する世論調査」（21年3月）によると、脱炭素社会について「知っていた」割合は33.2%、「言葉だけは知っていた」は35.1%となり、内容まで含めた脱炭素の認知度（33.2%）は県内（34.3%）とほぼ同水準となっている（注）。

年代別にみると、「内容を含めて知っている」割合は60代（51.9%）で特に高くなった一方、40代（25.3%）と30代（26.0%）では2割台半ばにとどまっている。

■ 図表1 カーボンニュートラルのイメージ、定義



■ 図表2 脱炭素の認知度



（注）内閣府「気候変動に関する世論調査」では「あなたは『脱炭素社会』について知っていましたか」との設問に対し、「知っていた」（33.2%）、「言葉だけは知っていた」（35.1%）、「知らなかった」（31.1%）の3つの選択肢で尋ねている。

(2) 脱炭素に関連する取り組み

－「節電、節水」が5割超でトップ－

全ての回答者に対して、日常生活で実施している脱炭素に関連する取り組みを尋ねたところ（複数回答）、「節電、節水」の割合が52.3%と、半数を超えて最も高くなった（図表3）。以下「マイバッグ、マイボトルの持参」（45.0%）、「フードロスの削減」（29.0%）などの順となっている。

性別にみると、男性は「節電、節水」（52.2%）が最も高くなった一方、女性では「マイバッグ、マイボトルの持参」（56.3%）が最も高くなっている。

(3) 脱炭素に向けた取り組みへの関心度

－『関心あり派』が半数。『関心なし派』を上回る－

全ての回答者に対して、脱炭素に向けた取り組みについての関心度を尋ねたところ、「関心がある」「やや関心がある」を合わせた『関心あり派』は50.0%となった（図表4）。一方、「あまり関心がない」「関心がない」を合わせた『関心なし派』は39.0%となった。『関心あり派』が『関心なし派』を11.0ポイント上回っている。

年代別にみると、50代を除く全ての年代で『関心あり派』が『関心なし派』を上回った。特に、60代（63.7%）と20代（53.1%）では『関心あり派』が半数を超えている。

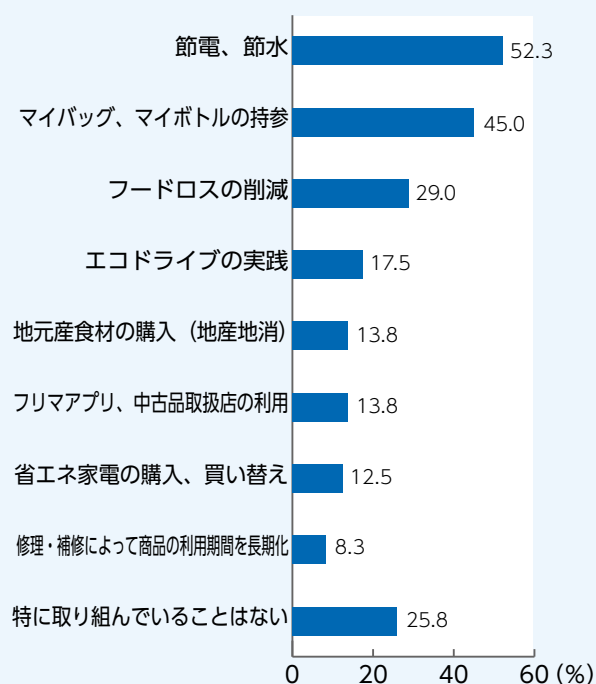
(4) 脱炭素に向けて取り組むうえでの課題、

取り組みをしない理由

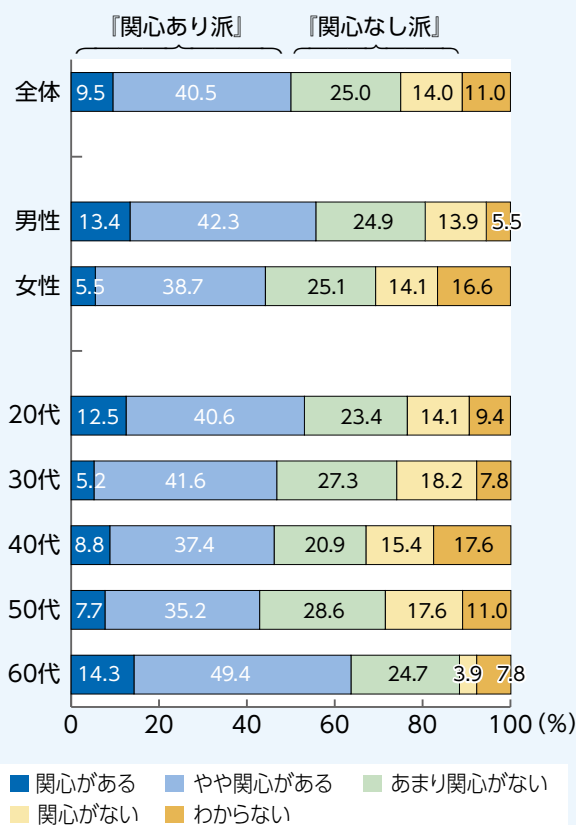
－「地球温暖化対策としてどれだけ効果があるかわからない」がトップ－

全ての回答者に対して、脱炭素に向けて取り組むうえでの課題や取り組みをしない理由を尋ねたところ（複数回答）、「地球温暖化対策としてどれだけ効果があるかわからない」の割合が43.0%と最も高くなった（図表5）。以下「経済的なコストがかかる」（34.3%）、「どのような基準で選択し、どのように取り組めばよいか情報が不足している」

■ 図表3 脱炭素に関連する取り組み(複数回答、上位項目のみ)



■ 図表4 脱炭素の関心度(性別、年代別)



(29.3%)などの順となっている。

(5) 政府や企業への要望

ーコスト面への要望が上位ー

全ての回答者に対して、脱炭素に関する政府や企業への要望を尋ねたところ（複数回答）、「『脱炭素』関連の商品やサービスの価格が今よりも安くなる」の割合が42.5%と最も高くなった（図表6）。以下「リサイクル・リユース（再資源化）できる商品の回収場所・機会が増える」（28.7%）、「『脱炭素』に関連する行動について、その効果や貢献度を『見える化』する」（25.3%）、「『脱炭素』関連の商品やサービスの購入・利用にポイント付与や割引などの特典を付ける」（23.0%）などの順となっている。

(6) 脱炭素に向けて現在取り組んでいることや今後取り組みたいこと

脱炭素に向けて現在取り組んでいることや今後取り組みたいことについて意見を求めたところ、以下のような声が聞かれた（図表7）。

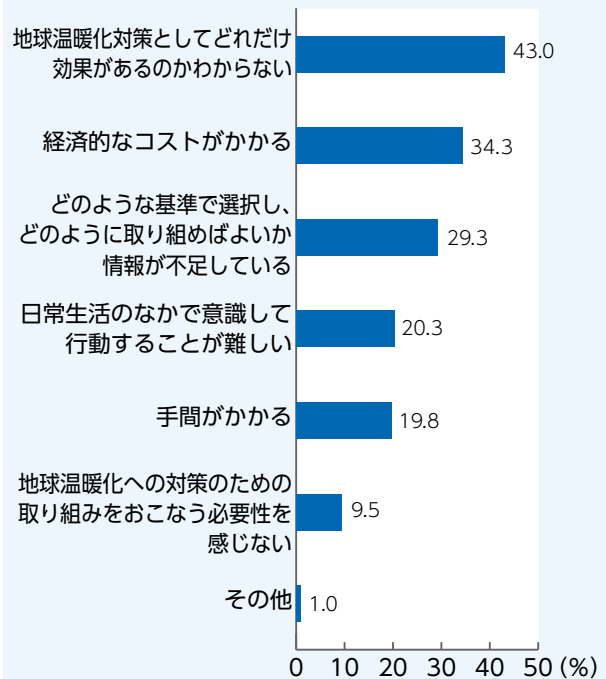
【マイバッグ、マイボトル】

- ・レジ袋が有料化されてから、マイバッグをはじめ、マイボトルやマイ箸も持ち歩くようになった（20代女性）
- ・マイボトル、マイバッグは習慣化したけど、マイ箸は職場への出勤が少なくなったので、使う頻度も減っている（60代男性）
- ・マイバッグやマイボトルを利用しレジ袋をもらわず、必要なもの以外は買わない（50代女性）

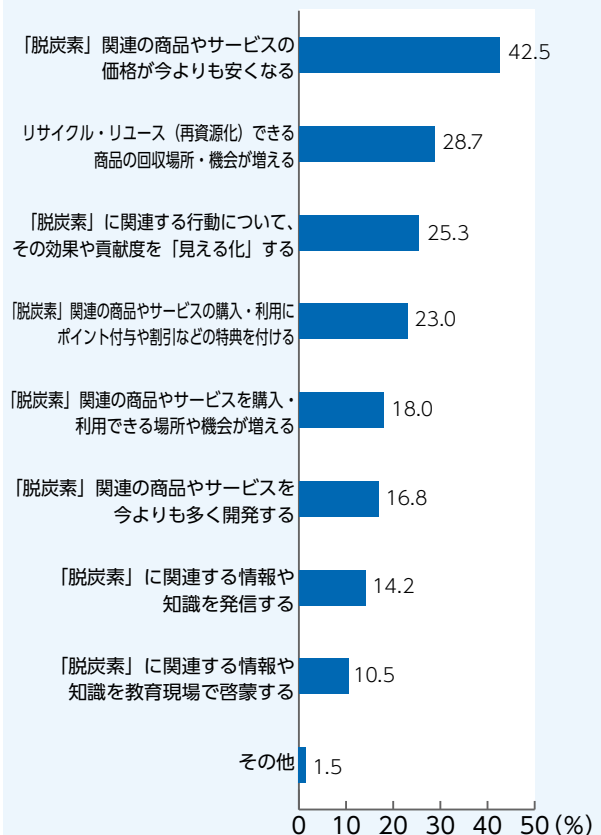
【節約】

- ・家計の節約を考えると脱炭素にも繋がっている気がする（40代女性）
- ・マイボトルなどを使用することは節約にもなるので今後もやっていきたい。このようにお金をかけずに取り組めることや今やっていることを別の方法に切り替える案を知りたい（40代男性）

■ 図表5 脱炭素に向けて取り組むうえでの課題、取り組みをしない理由（複数回答）



■ 図表6 脱炭素に関する政府や企業への要望（複数回答、上位項目のみ）



- ・節電を心がけ、利用しない家電のコンセントは抜いている (50代女性)

【自動車】

- ・電気自動車やハイブリッド車も購入時の選択肢としていたものの、価格が高く、長距離の移動に耐えられるかとの点を考慮し、断念した (50代女性)
- ・電気自動車も視野に入れ買い替えを考えていたが、大雪での渋滞などのニュースを見てハイブリッド車にした (60代男性)

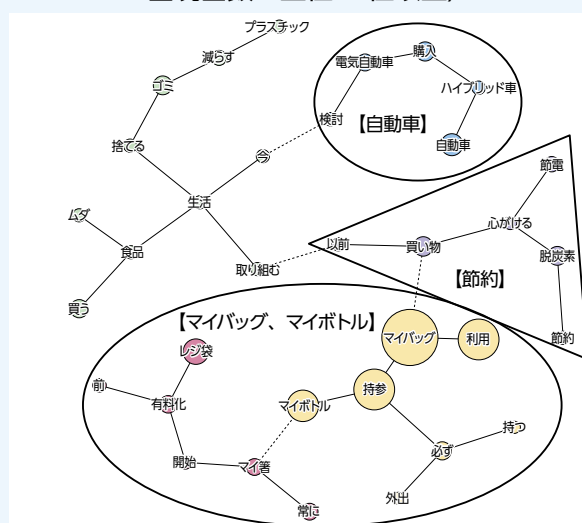
まとめ

今回の調査結果を振り返ると、県内勤労者では脱炭素に向けて、「節電、節水」「マイバッグ、マイボトルの持参」など、手軽で節約に繋がる行動を中心に取り組んでいることが示された。一方、回答者からは「電気自動車やハイブリッド車も購入時の選択肢としていたものの、価格が高く、長距離の移動に耐えられるかとの点を考慮し、断念した」といった声にあるように、追加的なコストが必要であったり、利用する際、不安や不便を感じたりするような取り組みに対しては抵抗感があることがうかがえる。

今後も個々人が身近な取り組みを続けていくことはもとより、「2050年までに脱炭素の実現」という高い目標を達成するためには、中長期的な視野を持ち、脱炭素社会に向けて生活様式の変化が求められる。また、政府や企業は「地球温暖化対策としてどれだけ効果があるのかわからない」ことが課題としてあげられていることに対応し、脱炭素の意義や取組方法、具体的な効果について情報発信を強化していく必要がある。加えて、政府は取り組みを推進していくため、環境に配慮された生活ができるようインフラの整備や税制・助成制度といった支援を充実させることが重要となるだろう。

(2022年6月 近)

■ 図表7 共起ネットワーク(最小出現数6回、出現回数の上位50位以上)



(出典) 樋口耕一「社会調査のための計量テキスト分析」、ナカニシヤ出版 (2014年)

(注) KH Coderを利用して分析した。共起ネットワークとは、自由回答などの記述において、抽出した単語のなかで出現パターンが互いに似通っている語(関係性が高い語)の組み合わせをネットワーク図にして示す方法である。関係性が高い語は同一の色で示される。また、出現数が多い単語ほど大きい円で描かれ、本問では「マイバッグ」「持参」「利用」「マイボトル」「レジ袋」「自動車」「買い物」などが多く記述されており、大きな円で描かれている。

【調査の要領】

1. 調査時期
2022年4月下旬
2. 調査方法
インターネットによるアンケート調査
3. 調査の対象者
インターネット調査会社の登録モニターのうち県内の勤労者400人

		人数	構成比 (%)
合計 (内訳)		400	100.0
性別	男性	201	50.3
	女性	199	49.8
年代	20代	64	16.0
	30代	77	19.3
	40代	91	22.8
	50代	91	22.8
	60代	77	19.3
婚姻	未婚	174	43.5
	既婚	226	56.5

(注) 図表の数値は四捨五入をしているため、回答割合の合計が100.0%とならない場合がある