

特別調査

県民の脱炭素に関する意識調査

—勤務先では「CO₂削減量を経営目標に設定」「仕入先の選定」など積極的な取り組みが進む—

はじめに

2023年3月31日現在、46都道府県が脱炭素社会に向け、2050年二酸化炭素実質排出量ゼロに取り組む「ゼロカーボンシティ」の表明をしている。地方においても脱炭素に向けた取り組みが加速するなか、脱炭素に関する意識について把握するため、5月上旬に県内勤労者400人（有効回答400人）を対象にインターネットによるアンケート調査を実施した。以下はその結果である。

アンケート調査の結果

(1) 脱炭素の認知度

—「内容を含めて知っている」は約3割—

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、「内容を含めて知っている」の割合が30.8%、「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」が49.0%となった（図表1）。一方、「知らない」は20.3%となった。

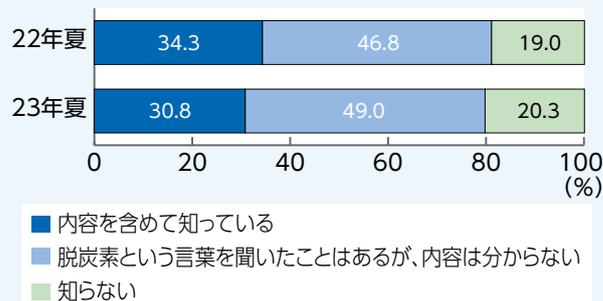
当社では22年夏に同様の調査を実施している。22年夏の調査と比べると、「脱炭素という言葉聞いたことはあるが、内容は分からない」の割合が2.2ポイント上昇している一方、「内容を含めて知っている」は3.5ポイント低下しており、「脱炭素」という言葉自体は浸透しつつあるものの、内容の理解が深まるまでに至っていないことがうかがえる。

(2) 脱炭素の関心度

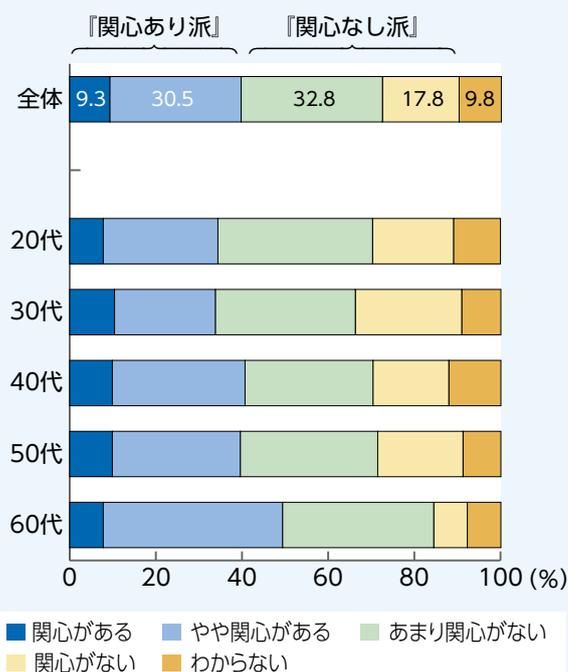
—60代で『関心あり派』が『関心なし派』を上回る—

全ての回答者に対して、脱炭素に対する関心度を

■ 図表1 脱炭素の認知度（前回調査との比較）



■ 図表2 脱炭素の関心度（全体、年代別）



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』の割合は39.8%となった（図表2）。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50.6%となり、『関心あり派』を上回った。

年代別にみると、60代で『関心あり派』（49.4%）

が特に高くなっており、『関心なし派』（42.9%）を上回った。

（3）勤務先での取り組み

①取組状況

－「すでに取り組んでいる」割合は約1割－

全ての回答者に対して、勤務先での脱炭素に向けた取組状況を尋ねたところ、「すでに取り組んでいる」「取り組みについて具体的な検討が進められている」「取り組みについて具体的な検討が進められている」（いずれも9.5%）、「取り組むかどうか、検討されている」「取り組むかどうか、今後検討される予定である」（いずれも6.5%）を合わせた実施に『前向き』の割合は32.0%となった（図表3）。なお、「取り組みは予定されていない」は41.5%、「わからない」は26.5%となった。

②従業員への周知方法

－「脱炭素に関する社内の研修会、勉強会」が最も高い－

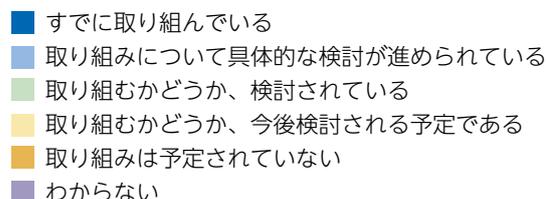
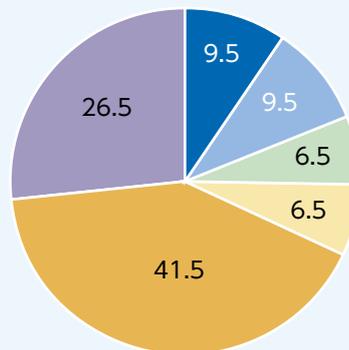
勤務先で脱炭素に向けて「すでに取り組んでいる」と回答した人（38人）に対して、勤務先での脱炭素に向けた取り組みの周知方法を尋ねたところ（複数回答）、「脱炭素に関する社内の研修会、勉強会」の割合が36.8%と最も高くなった（図表4）。以下「社内ポータル、社内報、社内SNS」（31.6%）、「経営層からのメッセージ」「自社の製品やサービスにおける取り組み」（いずれも23.7%）などの順となった。

③具体的な取り組みや周知方法など

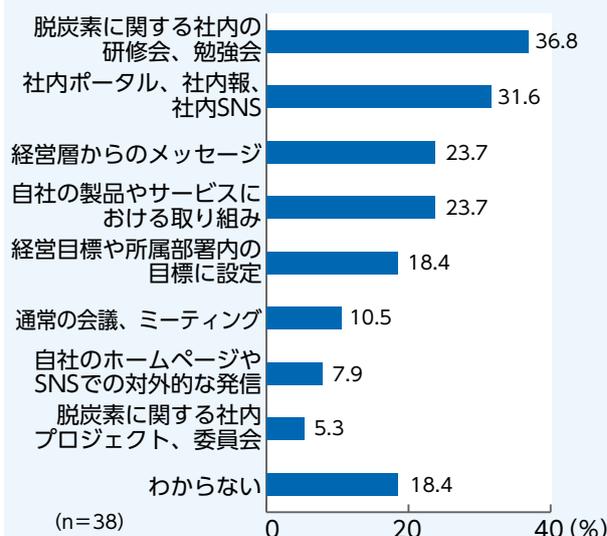
－CO₂削減目標設定など、積極的な取り組みもあげられる－

勤務先で脱炭素に向けて「すでに取り組んでいる」と回答した人に、具体的な取組内容などを尋ねたところ、「経費削減が主な目的だと思うが、電気使用量・料金を前年比でどれだけ削減できたか、支社ごとで競っている」といった経費削減を目的に「節電・省エネ」に取り組んでいるといった声が複数寄せられた（図表5）。さらに、「時差出勤が推奨されており、渋滞を回避することでCO₂の排出量が削減できて

■ 図表3 勤務先での脱炭素に向けた取組状況



■ 図表4 勤務先での脱炭素に向けた取り組みの周知方法（複数回答）



いる」「これまで紙ベースで作成していた請求書などを電子データに切り替え、デジタル化による業務効率の向上と並行した取り組みが進められている」といった「働きやすさ」に関する取り組みがみられた。なお、「CO₂排出量の削減目標を設定しており、達成に向けて取り組んでいる」など「経営目標に設定」のように、脱炭素に向けて企業をあげた取り組みをおこなっているといった積極的な動きもあった。

■ 図表5 勤務先で実施されている脱炭素に向けた取り組みに関する具体的な声

【節電・省エネ】

- ・経費削減が主な目的だと思うが、電気使用量・料金を前年比でどれだけ削減できたか、支社ごとで競っている
- ・省エネに優れた機器の使用が推奨されている
- ・外訪時は徒歩や自転車などを使うようになった。自動車を使わなければならないときは計画的・効率的に使用することで、ガソリン代の節約をしている
- ・現在は自社工場で使用する電気、燃料の一部が自家発電であるが、いずれはすべてを自家発電でまかなえるよう検討されている

【働きやすさ】

- ・時差出勤が推奨されており、渋滞を回避することでCO₂の排出量が削減できている
- ・従業員の健康増進も兼ねて、1日の徒歩数を競争する取り組みを始めた
- ・これまで紙ベースで作成していた請求書などを電子データに切り替え、デジタル化による業務効率の向上と並行した取り組みが進められている

【経営目標に設定】

- ・CO₂排出量の削減目標を設定しており、達成に向けて取り組んでいる
- ・経営目標において環境に関する項目を定めており、取り組みの効果を数値化で示し、目標達成に挑戦している

【新製品の開発】

- ・燃やしてもCO₂を排出しないアンモニアを燃料として活用できるよう、製品の開発を進めている
- ・CO₂の排出が少ない自動車の開発に取り組んでいる

【その他脱炭素に向けた取り組み】

- ・仕入れにおいて、脱炭素の推進に積極的なメーカーからの調達を増やしている
- ・自社工場の近隣で植林活動を実施している

まとめ

今回の調査では脱炭素を「内容を含めて知っている」県内勤労者の割合は約3割にとどまっており、脱炭素への理解が深まるまでに至っていないことが示された。

しかし、勤務先の取組状況では、脱炭素に向けて積極的に推進しているとの声も聞かれた。「経営目標において環境に関する項目を定めており、取り組みの効果を数値化で示し、目標達成に挑戦している」など重要な戦略として取り組まれているほか、「仕入れにおいて、脱炭素の推進に積極的なメーカーからの調達を増やしている」など、脱炭素への取組状況を仕入先の選定基準にしているといった動きもみられている。今後は、従業員への理解・実践の浸透を図りながら、脱炭素に向けた取り組みがさらに進んでいくことが求められる。（2023年6月 近）

【調査の要領】

1. 調査時期
2023年5月上旬
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	188	47.0
	既婚	212	53.0

(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