

2025 年 11 月 18 日

電通、第 17 回「カーボンニュートラルに関する生活者調査」を実施

－気候変動による影響に対処し、被害を軽減する「適応」が必要だと思う人は 8 割以上－

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）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 17 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：2025 年 8 月 15 日～8 月 18 日）を実施しました。今回、1400 人の対象者に加え、属性別で分けた 16 の層（3993 人）への追加調査も実施しました。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に対して前向きに取り組む層は、2 年前と比べて 7.0 ポイント上昇。
- ② 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が必要だと思う人は、約 7 割（70.5%）。「教師（小中高）」「大企業（従業員数 300 人以上）の経営層・管理職」「投資活動を行っている層」「世帯年収 1000 万円以上」「高校生」で 8 割を超え、全体より 10 ポイント以上高い。
- ③ 「気候変動対策には、緩和※¹と適応※²があること」の認知率は 53.4%で、前回調査（2024 年 12 月実施）よりも 6.8 ポイント上昇。70 代（69.1%）が最も高い。
- ④ 「適応」に関して今後取り組む予定がある人は、「緩和」よりも 5.0 ポイント高い。「適応」「緩和」ともに 15～19 歳が最も多い。気候変動対策の取り組みとして、「適応」が必要だと思う人は 8 割（82.9%）を超え、70 代、60 代、15～19 歳で特にその傾向が強い。
- ⑤ 脱炭素やカーボンニュートラルに配慮した形で作られる映像作品（映画や番組など）について、取り組むべきである、共感する、重要であると考える人はいずれも約 7 割。

注）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。

※1 気候変動の原因となる温室効果ガスの排出量を減らすこと。

※2 すでに生じている、あるいは将来予測される気候変動の影響による被害を回避・軽減させることや、新しい気候条件の利用を行うこと。

【各ファインディングスの詳細】

① カーボンニュートラルに対して前向きに取り組む層は、2年前と比べて7.0ポイント上昇。

- 「カーボンニュートラルに向けた取り組みの必要性」「カーボンニュートラルに向けた取り組み状況」「カーボンニュートラル・脱炭素社会の実現に向けて個人でできる取り組みについて、取り組んでいる人が世の中にどのくらい存在する状態になると自分も取り組もうと思うか（周囲の行動割合）」の回答結果から、4つのセグメント（「前向きに取り組む層」「別のモチベーションが必要な層（メリット・インセンティブなど）」「同調圧力で動く層」「主体的に動かない層」）を抽出。【図表1】
- 「前向きに取り組む層」は23.8%。周囲の行動割合に関する質問を初めて聴取した第11回調査（2023年6月実施：16.8%）から7.0ポイント上昇。【図表2】

【図表1】4つのセグメント

■前向きに取り組む層 ■別のモチベーションが必要な層（メリット・インセンティブなど）
■同調圧力で動く層 ■主体的に動かない層

%

		n	カーボンニュートラルに向けた取り組み「必要」		カーボンニュートラルに向けた取り組み「不要」		カーボンニュートラルに向けた取り組み「必要性分らない」	
			カーボン ニュートラルに 向けて取り組んで いる	カーボン ニュートラルに 向けて取り組んで いない	カーボン ニュートラルに 向けて取り組んで いる	カーボン ニュートラルに 向けて取り組んで いない	カーボン ニュートラルに 向けて取り組んで いる	カーボン ニュートラルに 向けて取り組んで いない
全体		(1400)	21.5	49.0	1.9	10.0	0.4	17.2
自身が行動を起こす周囲の行動割合	約0% 周りに取り組んでいる人がほとんどいない	(341)	3.2	9.3	0.3	4.3	0.1	7.1
	約25%	(417)	8.2	15.9	0.8	2.4	0.1	3.0
	約50% 周りの半分くらいの人に取り組んでいる	(465)	7.6	18.4	0.5	1.8	0.1	4.4
	約75%	(118)	1.8	4.1	0.2	0.6	0.1	1.5
	約100% 周りのほとんどの人に取り組んでいる	(59)	0.7	1.2	0.1	1.0	0.1	1.1

【図表 2】 セグメント別の割合

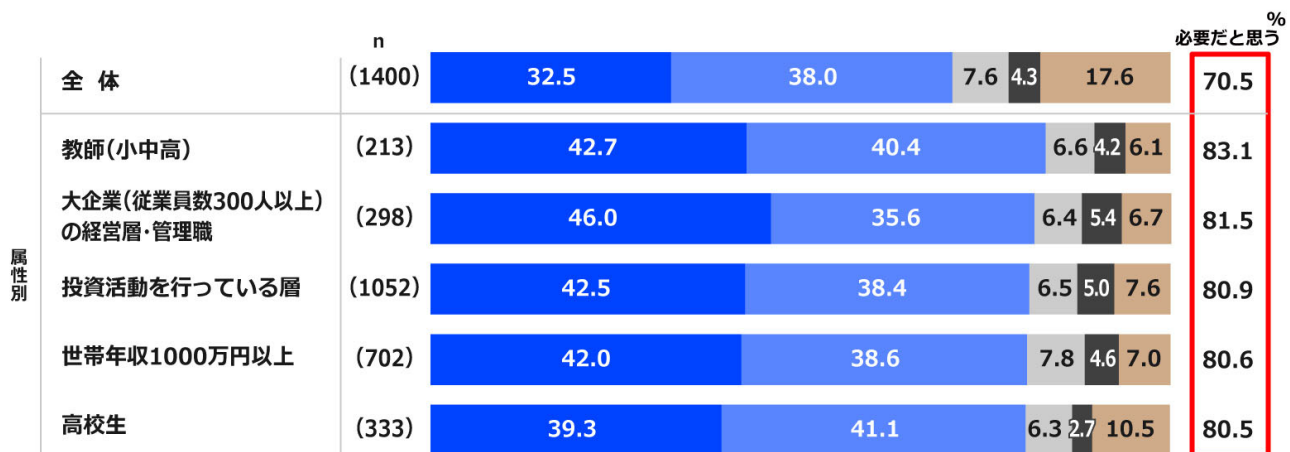


■ 前向きに取り組む層 ■ 別のモチベーションが必要な層（メリット・インセンティブなど）
■ 同調圧力で動く層 ■ 主体的に動かない層

- ② 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が必要だと思う人は、約 7 割 (70.5%)。「教師 (小中高)」「大企業 (従業員数 300 人以上) の経営層・管理職」「投資活動を行っている層」「世帯年収 1000 万円以上」「高校生」で 8 割を超え、全体より 10 ポイント以上高い。
- 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が必要だと思う人は、約 7 割 (70.5%)。属性別では、「教師 (小中高)」(83.1%)、「大企業 (従業員数 300 人以上) の経営層・管理職」(81.5%)、「投資活動を行っている層」(80.9%)、「世帯年収 1000 万円以上」(80.6%)、「高校生」(80.5%) の順で多く、いずれも全体より 10 ポイント以上高い。【図表 3】

【図表 3】

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。



■必要だと思う ■どちらかといえば必要だと思う
 ■どちらかといえば必要だと思わない ■必要だと思わない ■分からない

※ 属性別で割合が高い 5 つの層を抽出

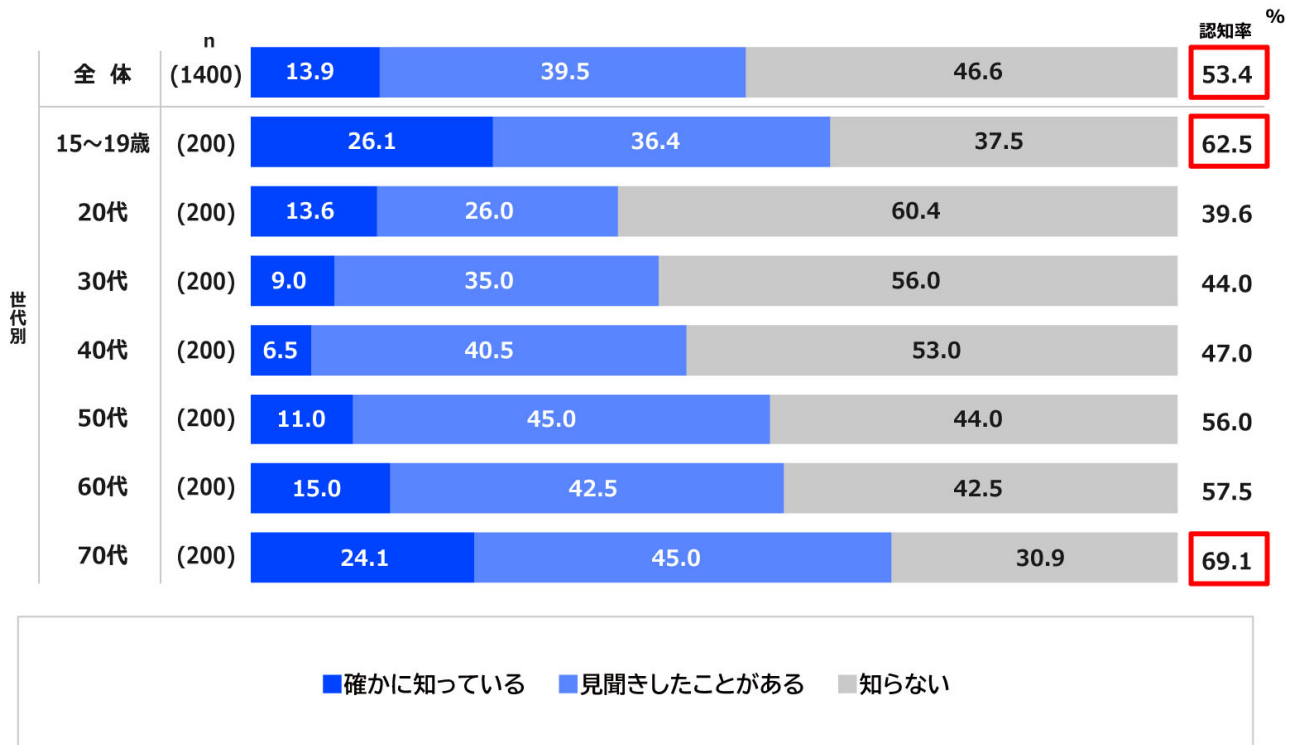
※ 属性別の n 数は、1400 人 (全体) に含まれていた n 数と、追加調査の n 数の合計

- ③ 「気候変動対策には、緩和と適応があること」の認知率は 53.4%で、前回調査 (2024 年 12 月実施) よりも 6.8 ポイント上昇。70 代 (69.1%) が最も高い。
- 「気候変動対策には、緩和と適応があること」の認知率 (「確かに知っている」「見聞きしたことがある」の合計) は、53.4%。前回調査 (46.6%) より 6.8 ポイント上昇。世代別では、70 代 (69.1%) が最も高く、全体よりも 15.7 ポイント高い。次いで、15~19 歳 (62.5%) が高い (全体+9.1 ポイント)。【図表 4】

【図表 4】

Q. お読みになっていただいた文章についてお伺いします。あなたは、以下の内容についてどの程度ご存じでしたか。

気候変動対策には、緩和と適応があること

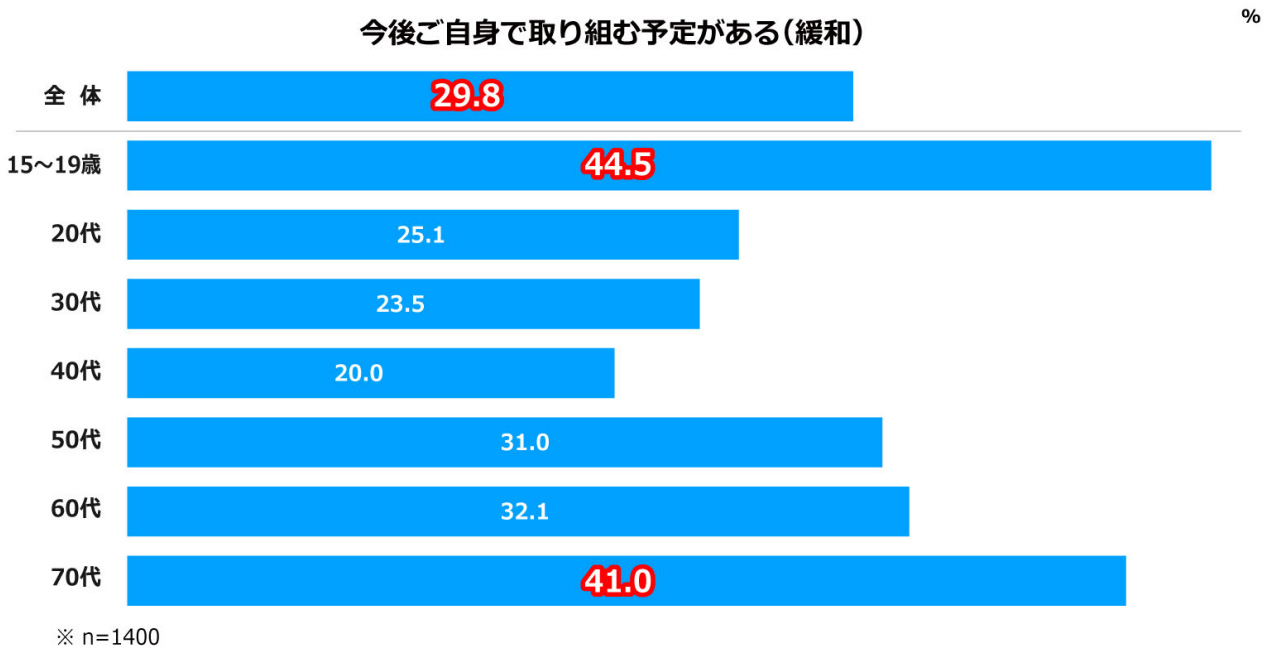


- ④ 「適応」に関して今後取り組む予定がある人は、「緩和」よりも 5.0 ポイント高い。「適応」「緩和」ともに 15～19 歳が最も多い。気候変動対策の取り組みとして、「適応」が必要だと思う人は 8 割 (82.9%) を超え、70 代、60 代、15～19 歳で特にその傾向が強い。
- 「緩和」に関して、「今後ご自身で取り組む予定がある」人は 29.8%。15～19 歳が最も多く 44.5% (全体 +14.7 ポイント)、次いで 70 代が 41.0% (全体 +11.2 ポイント)。【図表 5】
 - 「適応」に関して、「今後ご自身で取り組む予定がある」人は 34.8%。15～19 歳が最も多く 51.5% (全体 +16.7 ポイント)。【図表 6】
 - 「緩和」と「適応」の「今後ご自身で取り組む予定がある」人の割合を比較すると、「適応」(34.8%) が「緩和」(29.8%) よりも 5.0 ポイント高い。
 - 気候変動対策の取り組みとして、「適応」が必要だと思う人(「必要だと思う」「どちらかといえば必要だと思う」の合計)は 82.9%。世代別では、70 代 (94.8%) が最も高く、60 代 (88.5%)、15～19 歳 (86.5%) と続く。【図表 7】

【図表 5】

Q. 気候変動対策の取り組みである「緩和」に関して、当てはまるものをお知らせください。

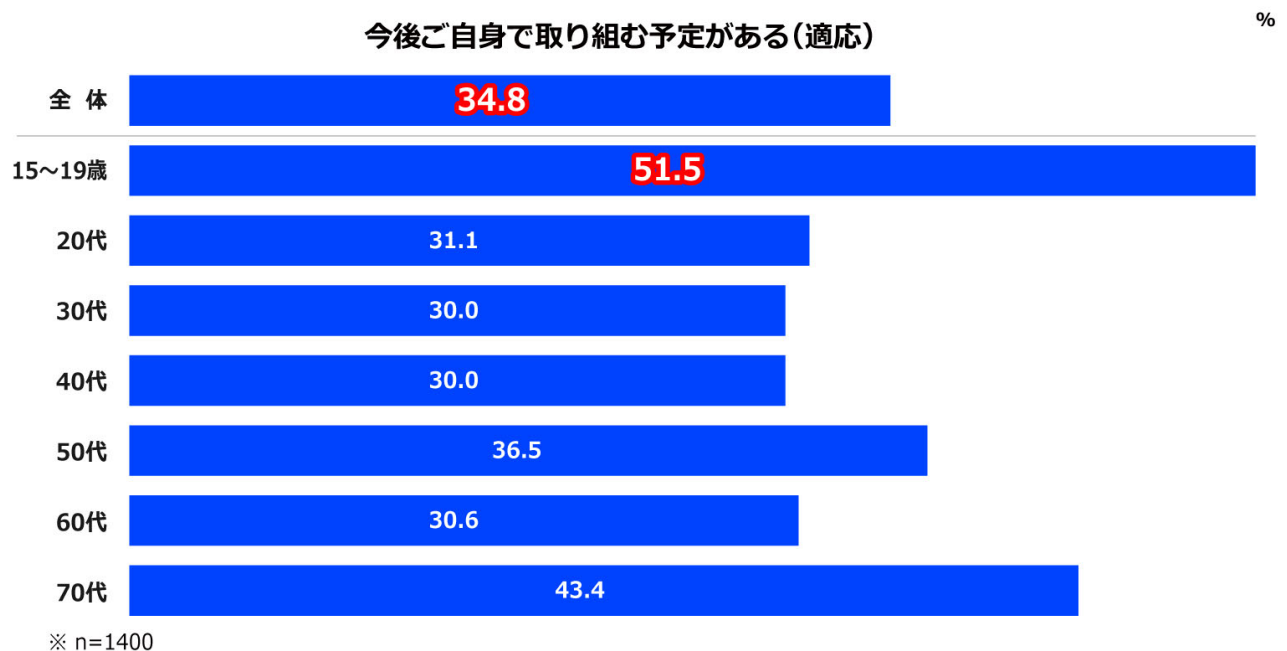
※「緩和」とは、気候変動の原因となる温室効果ガスの排出量を減らすこと



【図表 6】

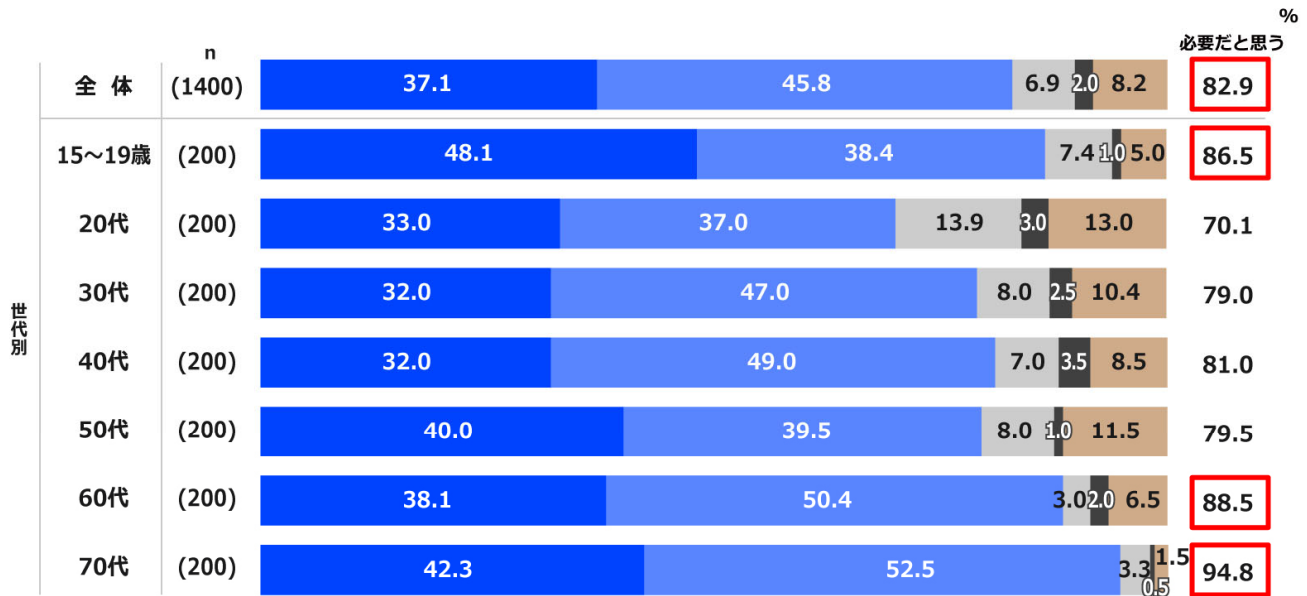
Q. 気候変動対策の取り組みである「適応」に関して、当てはまるものをお知らせください。

※「適応」とは、すでに生じている、あるいは将来予測される気候変動の影響による被害を回避・軽減させることや、新しい気候条件の利用を行うこと



【図表 7】

Q. あなたは、気候変動対策の取り組みとして、「適応」は必要だと思いますか。



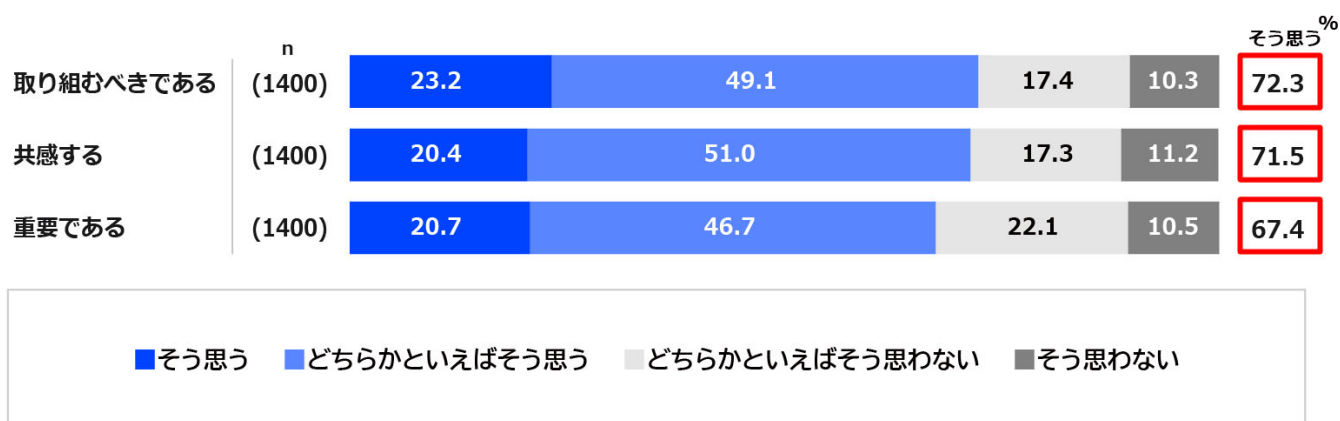
■ 必要だと思う ■ どちらかといえば必要だと思う
■ どちらかといえば必要だと思わない ■ 必要だと思わない ■ 分からない

⑤ 脱炭素やカーボンニュートラルに配慮した形で作られる映像作品（映画や番組など）について、取り組むべきである、共感する、重要であると考える人はいずれも約 7 割。

- 脱炭素やカーボンニュートラルに配慮した形で作られる映像作品（映画や番組など）について、「取り組むべきである」と考える人（「そう思う」「どちらかといえばそう思う」の合計）は 72.3%、「共感する」人は 71.5%、「重要である」と考える人は 67.4%。【図表 8】

【図表 8】

Q. 昨今、映像作品の制作でも、脱炭素やカーボンニュートラルに配慮した形で作られる作品が出てきています。例えば、スタジオでバーチャル撮影することによって、人の移動を減らしたり、不要な備品を減らしたりといった取り組みや、スタジオや機材で使用する電力を再生可能エネルギーで賄うといった取り組みです。こういったことに配慮して作られた映像作品（映画や番組など）に対して、どのような印象を持たれますか。それぞれについて、当てはまるものをお知らせください。



【調査担当者の解説】

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が必要だと思う人を属性別に見ると、ビジネスをけん引する層や教育現場に関わる層で必要性意識が高い傾向にあります。その背景には、ビジネスと気候変動の関連性が強まっていることや、教育現場での気候変動に関する教育の浸透があると考えられます。

また、「今後ご自身で取り組む予定がある」人の割合は、「緩和」（29.8%）に比べて「適応」（34.8%）が 5.0 ポイント高くなりました。すでに生じている、あるいは将来予測される気候変動の影響による被害を回避・軽減させる「適応」は、熱中症対策など自分ごととして身近に考えられるものが多く、気候変動の影響が大きくなる中で、「適応」への関心が高まっていることが背景にあると考えられます。

今後は、こうした比較的意識や関心の高い「適応」を入り口として、気候変動の原因をできるだけ抑えるための「緩和」を含む気候変動全体への関心を高めることが、気候変動対策を推進する上で有効なアプローチとなるのではないのでしょうか。

【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※1+3993（追加調査）※2
- ・ 調査手法：インターネット調査
- ・ 調査期間：2025 年 8 月 15 日～8 月 18 日
- ・ 調査委託先：株式会社電通マクロミルインサイト

※1 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。

※2 追加調査の内訳：大企業（従業員数 300 人以上）の経営層・管理職（n=200）／中小企業（従業員数 300 人未満）の経営層（n=200）／世帯年収 1000 万円以上（n=200）／投資活動を行っている層（n=200）／理系大学生・院生（n=200）／就職活動中の大学生・大学院生（n=200）／高校生（n=200）／メディア関係者（n=200）／金融業（n=200）／士業（n=200）／スタートアップ企業経営者（n=93）／一次産業者（n=200）／現場仕事従事者（n=200）／教師（小中高）（n=200）／世帯年収 200 万円未満（n=200）／電力管内別（n=1100）

（参考）過去調査

- ・ 第 15 回調査（2024 年 12 月 23 日発表、調査期間：2024 年 9 月 27 日～9 月 28 日）
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/1223-010825.html>
- ・ 第 16 回調査（2025 年 4 月 8 日発表、調査期間：2024 年 12 月 19 日～12 月 20 日）
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0408-010867.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ます。

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 広報室 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.com