BOSTON CONSULTING GROUP

# 地球温暖化対策に関する国内外動向

中央環境審議会　地球環境部会
地球温暖化対策計画フォローアップ専門委員会

令和4 (2022) 年4月26日

環境省
Ministry of the Environment

# 多くの国民/産業界の皆様にとって、"わかりやすく"、"目を引き"、"自分事化"できるフォローアップが重要

## 温対計画フォローアップのポイント

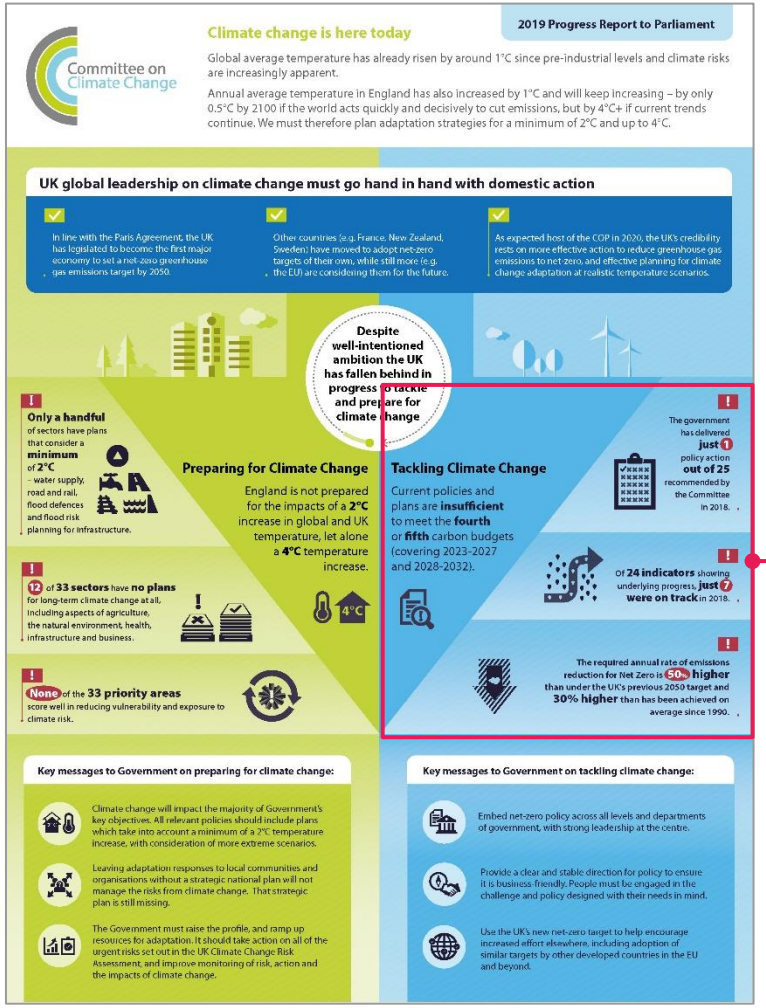
1. **わかりやすい フォローアップ**
   全体 (46%削減) と、フォローアップ対象の構造関係が可視化されている
2. **目を引く フォローアップ**
   キーとなる重要指標が可視化されている
3. **自分事化できる フォローアップ**
   自分にとっての意味が明確になり、取るべきアクションが明示化されている

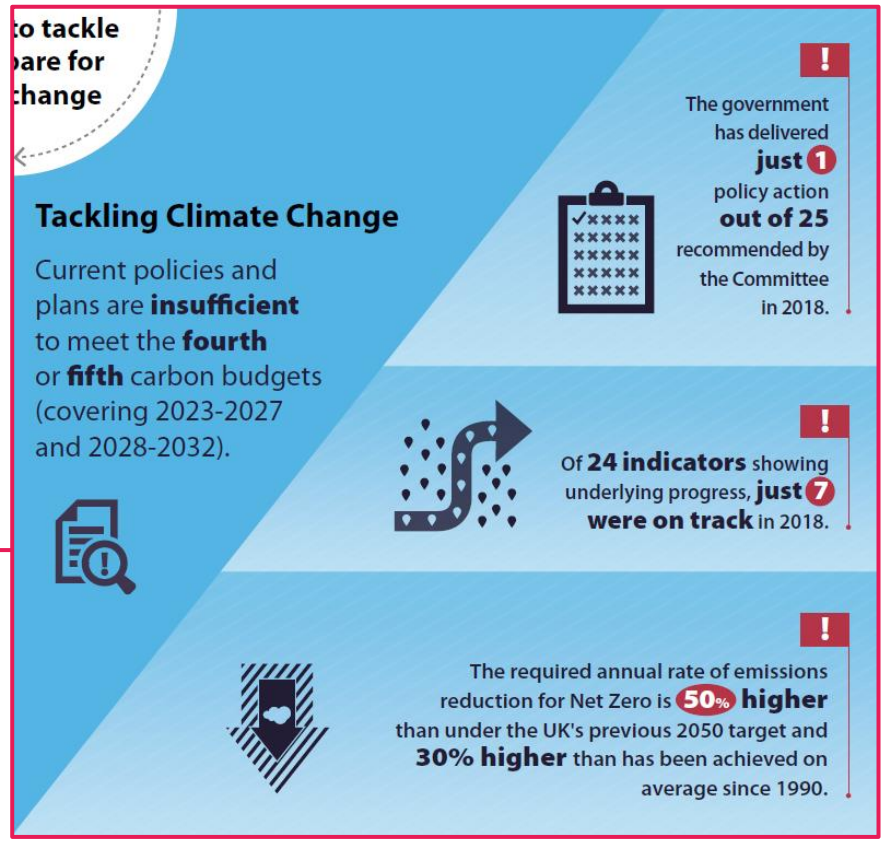
上記の3つの観点で諸外国のフォローアップの状況、及び、国内の消費者動向についてご紹介させて頂く



Copyright © 2022 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

# 英国のCCCでは、気候変動関連の施策の進捗状況を1枚にまとめている
# 英国のCCC (Climate Change Committee) の例



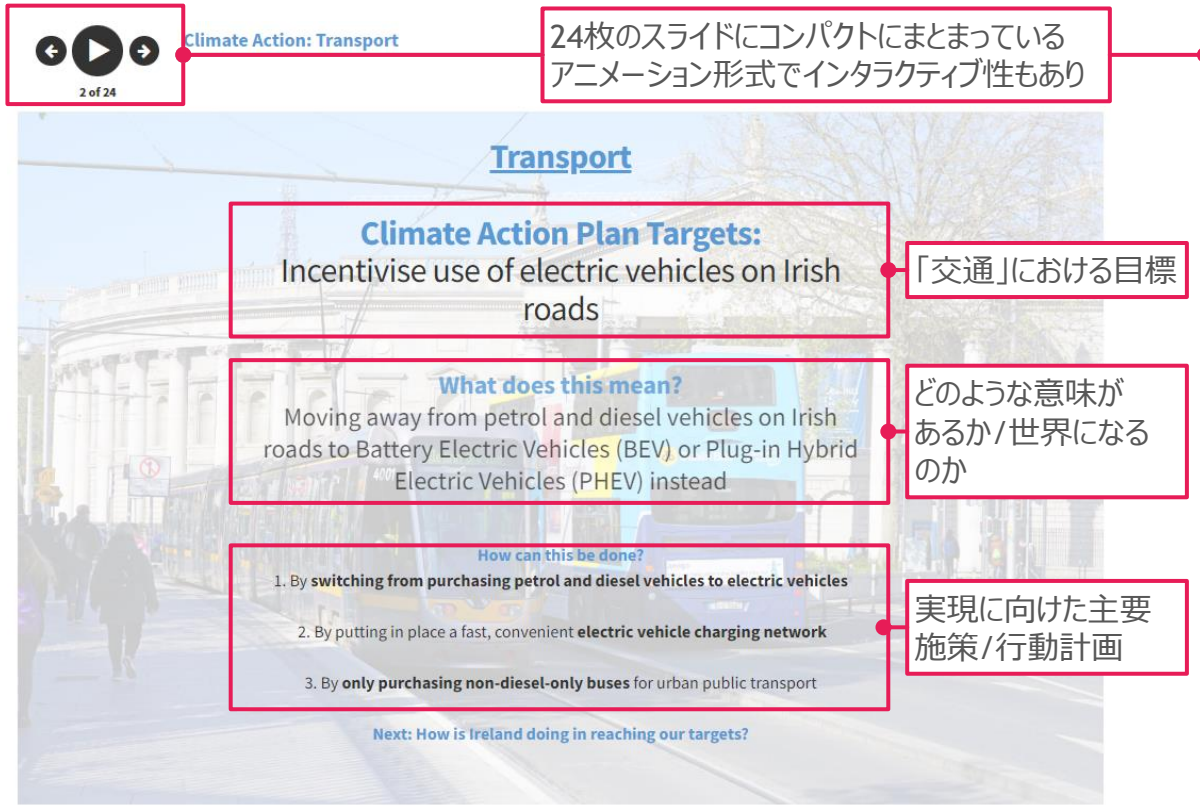




- インフォグラフィックを活用し、わかりやすく取りまとめ
- キーとなる数字 (オントラックにある施策数等) を使いながら、キーメッセージをシンプルに整理
  - この後ろには、詳細なフォローアップ状況をまとめたレポートあり

Copyright © 2022 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

# アイルランドでは、排出削減に対する各セクター (交通・廃棄物・電気・建物・農林業・公的機関) の目標・行動計画・進捗を専用サイトで公開

アイルランド Climate Action Dashboardの例

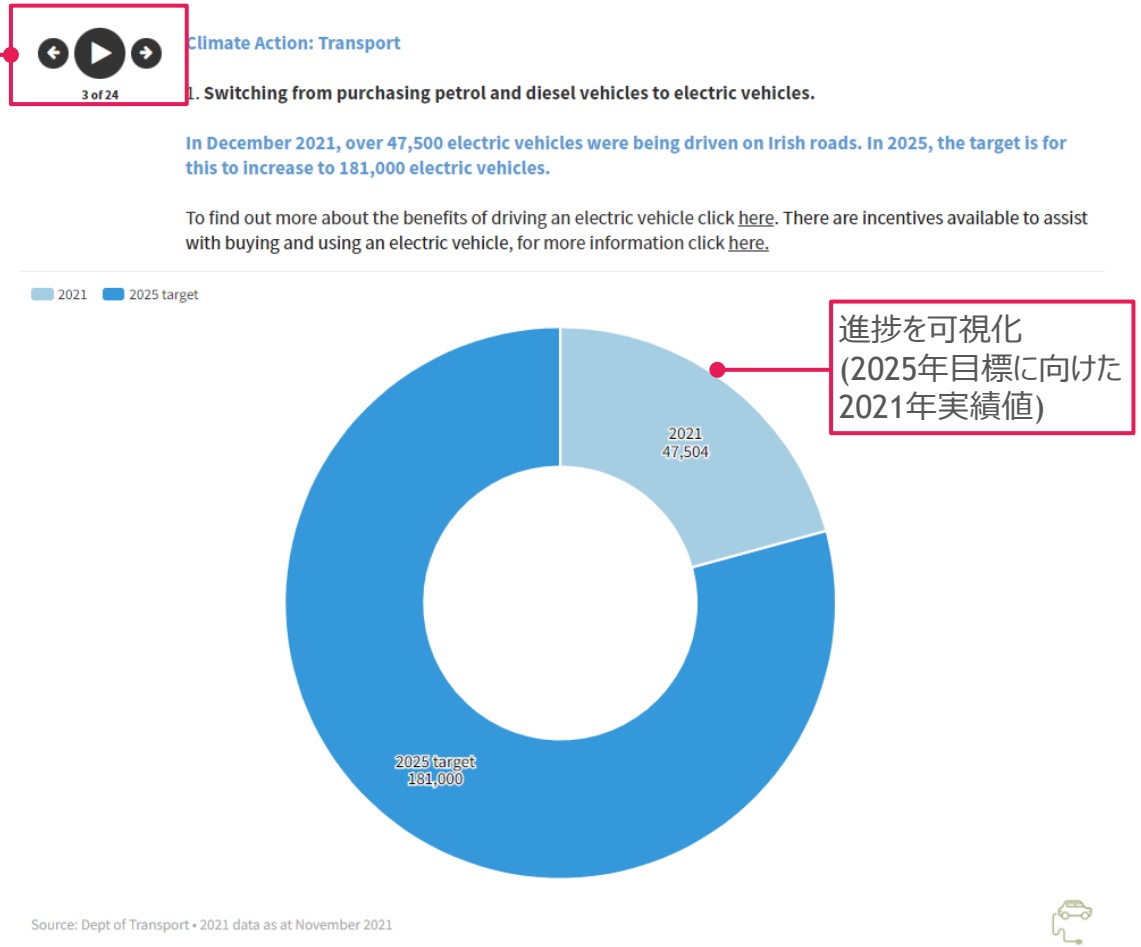



24枚のスライドにコンパクトにまとまっている
アニメーション形式でインタラクティブ性もあり

「交通」における目標

どのような意味があるか/世界になるのか

実現に向けた主要施策/行動計画



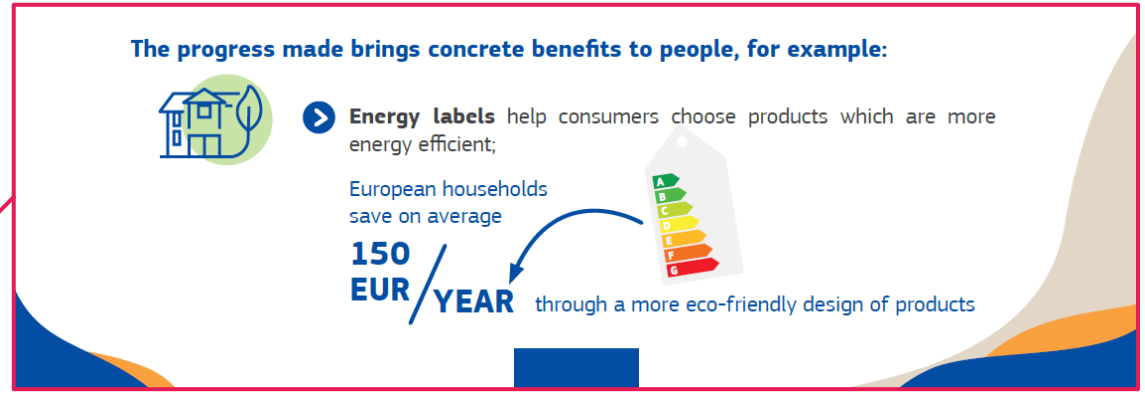

進捗を可視化
(2025年目標に向けた2021年実績値)



Copyright © 2022 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

# EUも、気候変動対策に関するファクトシートを2枚にまとめている

EUの例




気候変動対策が人々の生活にもたらす
プラスの影響についても具体的に記載している



Copyright © 2022 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

# 調査概要

| | |
|---|---|
| 調査目的 | 環境問題をはじめとしたサステナブルな社会の実現に関する消費者意識の変化を定点的かつ長期的に観測し、態度変容の兆しやフックとなる情報・事象の把握、購買行動変化の兆しをつかむ |
| 調査手法 | インターネット調査 (株式会社クロス・マーケティング社のアンケートパネルを使用) |
| 対象者条件 | 20～69歳 男女 |
| エリア | 全国 |
| 実施期間 | 第1回: 2021年2月5日 (金) ～ 7日 (日)　第2回: 2021年4月13日 (火) ～ 4月15日 (木)<br>第3回: 2021年7月9日 (金) ～ 11日 (日)　第4回: 2021年12月6日 (月) ～ 12月8日 (水) |
| サンプルサイズ及び<br>サンプル構成 (4月～) | N=3,000 ※人口動態に応じてウェイトバック集計している<br>＊2021年2月調査: 全国　n=10,000 (都市　n=5,391　地方　n=4,609) 、人口動態に応じてウェイトバック集計 |

ウェイトバック前

| | 首都圏(1都3県) | | | 地方(1都3県以外) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 男性 | 女性 | 計 | 男性 | 女性 | 計 |
| 20代 | 102s | 102s | 204s | 201s | 201s | 402s |
| 30代 | 102s | 102s | 204s | 201s | 201s | 402s |
| 40代 | 102s | 99s | 201s | 201s | 198s | 399s |
| 50代 | 99s | 99s | 198s | 198s | 198s | 396s |
| 60代 | 99s | 99s | 198s | 198s | 198s | 396s |
| 合計 | 504s | 501s | 1,005s | 999s | 996s | 1,995s |

ウェイトバック後

| | 首都圏(1都3県) | | | 地方(1都3県以外) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 男性 | 女性 | 計 | 男性 | 女性 | 計 |
| 20代 | 85s | 80s | 165s | 166s | 155s | 321s |
| 30代 | 91s | 86s | 178s | 189s | 184s | 373s |
| 40代 | 115s | 109s | 224s | 246s | 243s | 488s |
| 50代 | 98s | 92s | 190s | 216s | 220s | 436s |
| 60代 | 79s | 81s | 160s | 226s | 239s | 465s |
| 合計 | 469s | 448s | 917s | 1,042s | 1,041s | 2,083s |



Copyright © 2022 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

# 調査結果サマリー

1. 「地球温暖化/気候変動」、「カーボンニュートラル/脱炭素」や「SDGs」という単語自体の認知率は8割を超えたが、行動変容まで起こしている人は認知している人の1-2割に留まる。次の課題はこれらに関する具体的な理解や行動変容を促すこととなり、認知から理解の深化・行動変容の促進へとフェーズが変わったと言える。また、全ての世代に於いてこのテーマに関する情報収集メディアとしてはテレビが最も多く、テレビへの接触が低い集団 (特に若年層) への働きかけ方は1つの課題である

2. 20代・30代の地球温暖化/気候変動対策に興味を持っている人の割合は5割弱で、他の世代と比較して低い。しかしながら全体的に関心が低いわけではなく、環境先進層と無関心層に二極化している。また、COP26を認知した人のうち、それがきっかけで購買行動を変化させた人の割合は20代で4割、30代で3割と他の世代と比較して高く、これらの世代はきっかけがあれば行動を変える割合が高いことがわかった

3. 地球温暖化/気候変動対策として節約につながる行動を実践する人の割合は高い一方、環境にやさしいモノをコスト (金銭・行動) をかけて選ぶ人の割合は低い。しかしながら、"代金の一部が環境保護に寄付される商品を買う" 人の割合は3割に達しており、"環境への配慮" を付加価値と感じる層は少なくないことがわかった

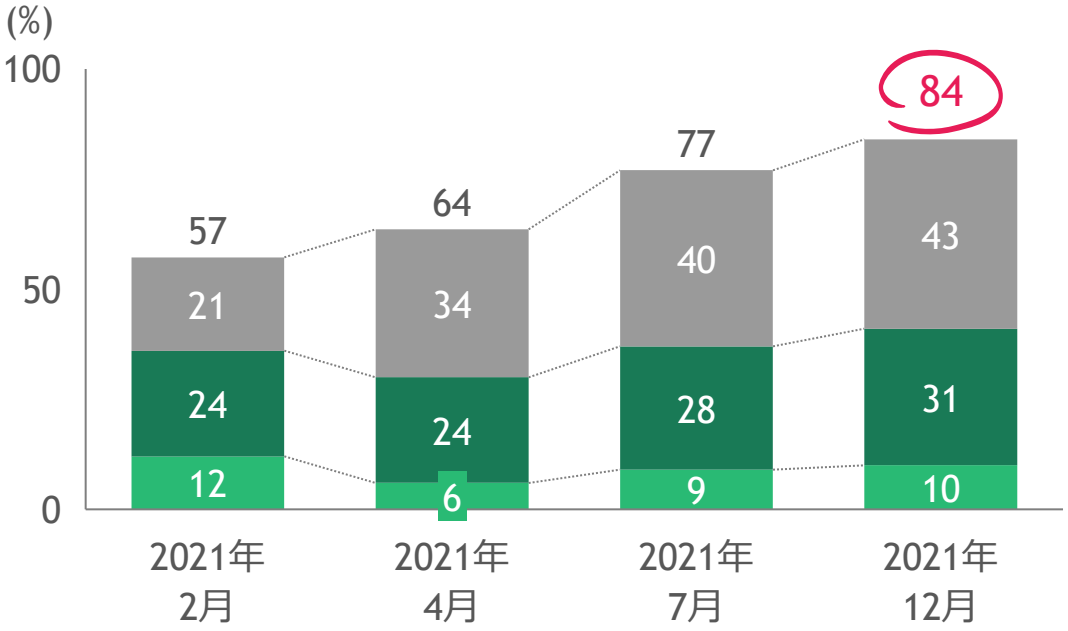


Copyright © 2022 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

# 「SDGs」、「カーボンニュートラル・脱炭素社会」という言葉の認知率は共に8割を超えた

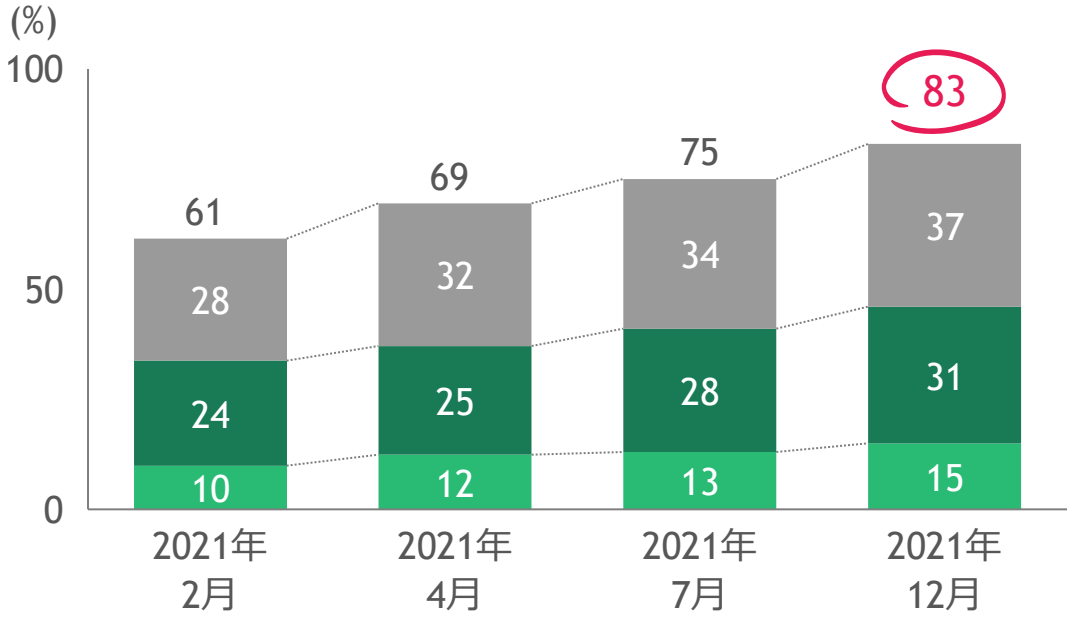
SDGsの認知・興味やそれに伴う行動の変化、カーボンニュートラル・脱炭素社会の認知・理解

## SDGs[1]




- SDGsという言葉を聞いたことはあるが、興味はない
- SDGsに興味はあるが、行動を変えてはいない
- SDGsを知って行動を変えた

## カーボンニュートラル・脱炭素社会[2)]




- カーボンニュートラル・脱炭素社会という言葉を聞いたことがあるが、内容はよくわからない
- 聞いたことがあるし、内容もなんとなく理解している
- 聞いたことがあるし、内容もよく理解している

1: 質問文:「SDGsについて、あなたの考えとして最も近いのは次のうちのどれですか」、「SDGsのことを知って、あなたご自身の行動は、どのように変化しましたか」
2:「カーボンニュートラル・脱炭素社会の実現」について、あなたの考えとして最も近いのは次のうちのどれですか」
出所: ボストン コンサルティング グループ サステナブルな社会の実現に関する消費者意識調査 (2021年2月、4月、7月、12月調査)

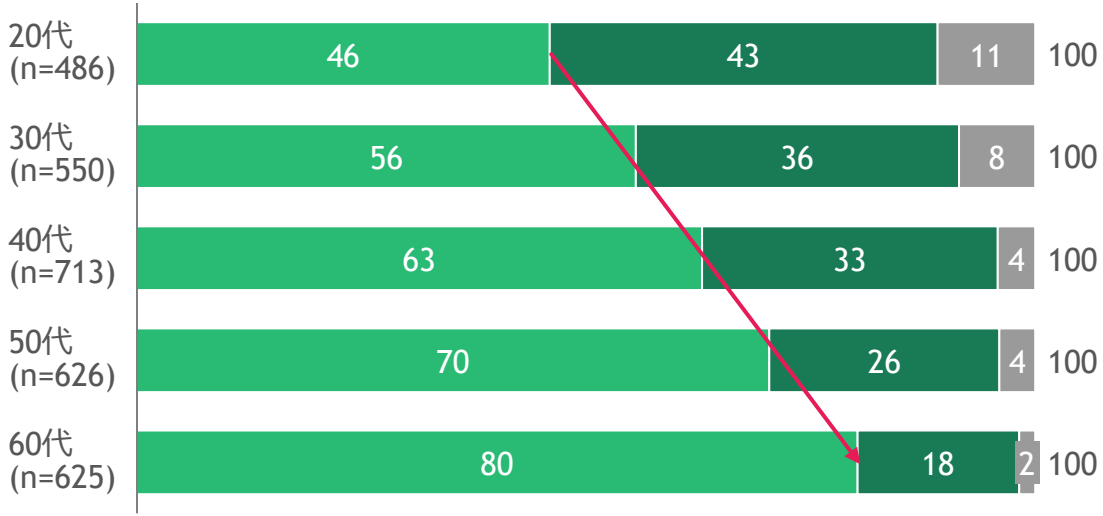


Copyright © 2022 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

# 年代が上がるほど地球温暖化/気候変動への関心は高まるが、実際に行動に移している、または行動を変えたいと思っている割合は年代による大きな差異はない

年代別 地球温暖化/気候変動の認知・興味・行動

## 地球温暖化/気候変動問題の認知・興味 (%)




- 地球温暖化/気候変動問題という言葉は聞いたことがあり、興味もある
- 地球温暖化/気候変動問題という言葉は聞いたことがあるが、興味はなし
- 地球温暖化/気候変動問題という言葉を聞いたことがない

## 認知している人のうちの、行動への影響(%)

- 自分の行動を変えた
- 行動を変えたいとは思っているが、変わっていない
- 特に自分の行動は変わっていない

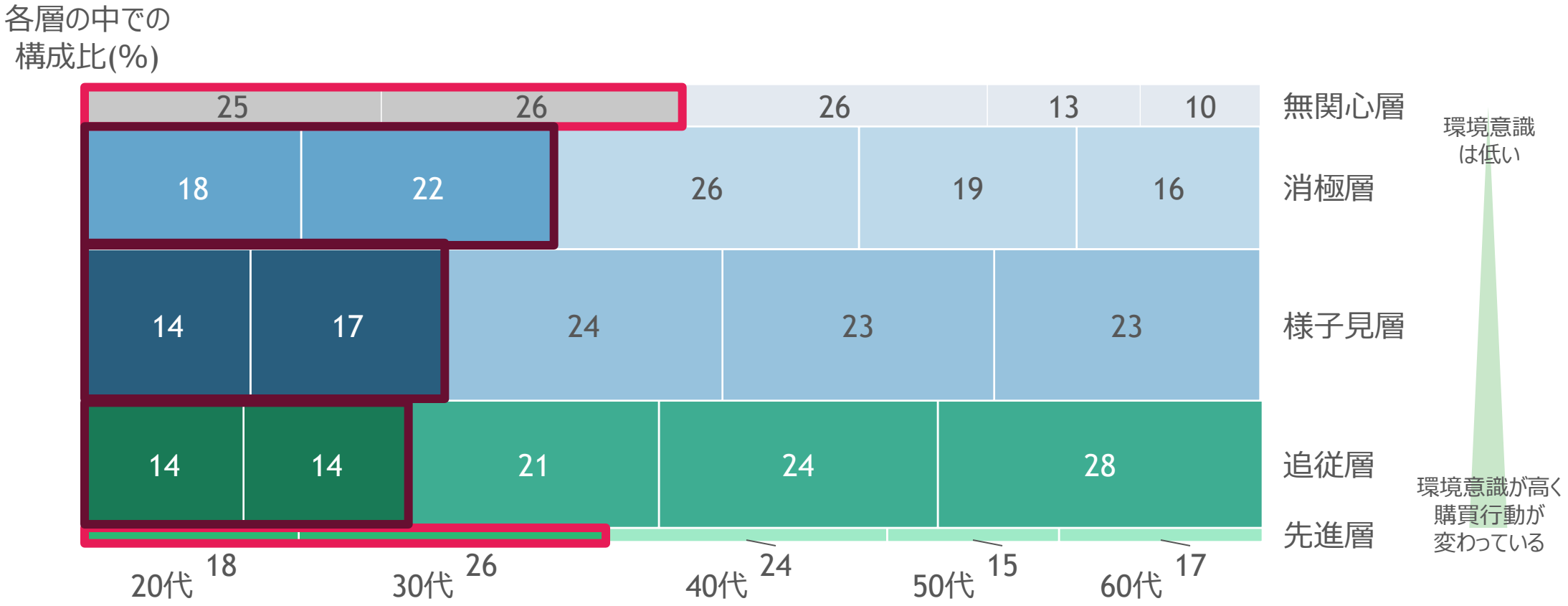
質問文: 地球温暖化/気候変動問題について、あなたの考えとして最も近いのは次のうちのどれですか ｜ 質問文:「地球温暖化/気候変動問題」について、あなたご自身の行動は、どのように変化しましたか
出所: ボストン コンサルティング グループ サステナブルな社会の実現に関する消費者意識調査 (2021年12月調査)



Copyright © 2022 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

# 20/30代は環境意識・購買行動に関しては、先進層と無関心層の2極化傾向

環境意識・購買行動によるセグメントにおける年代別割合[1]




1. セグメンテーション詳細はPxxに掲載

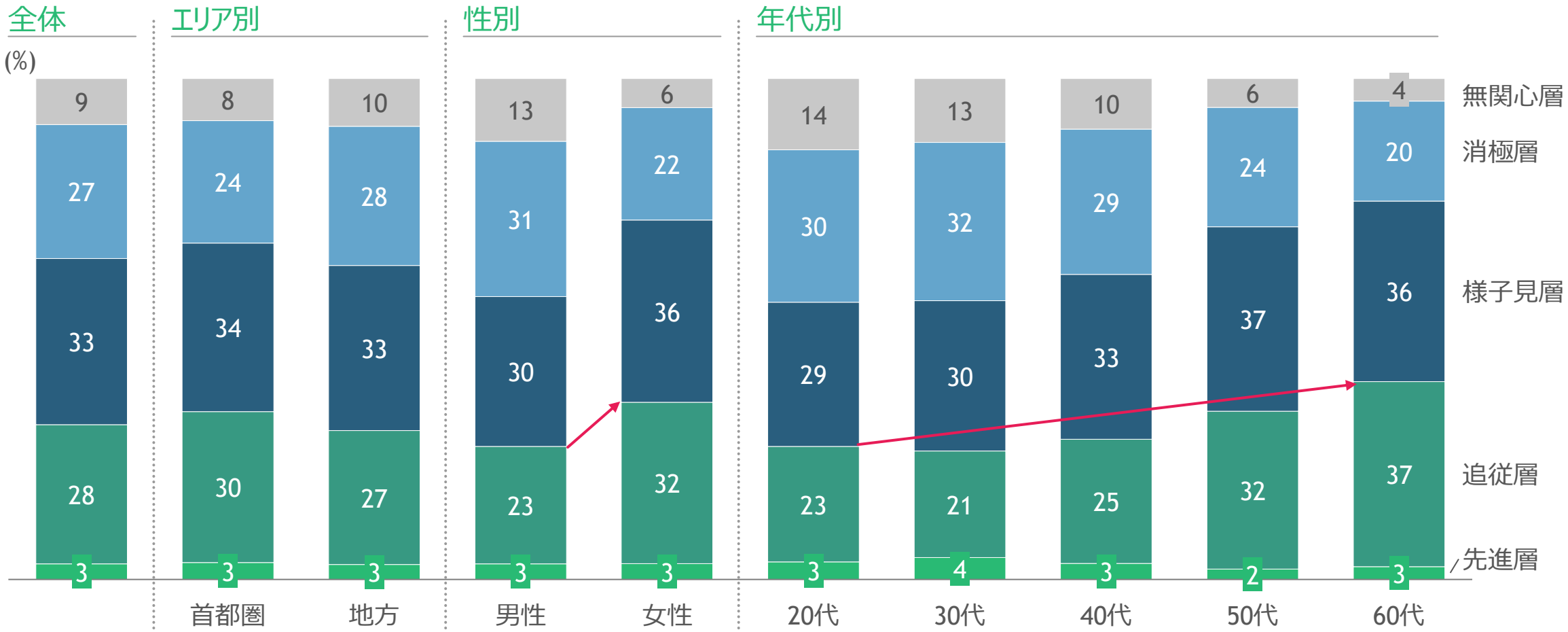
出所: ボストン コンサルティング グループ サステナブルな社会の実現に関する消費者意識調査 (2021年12月調査)



Copyright © 2022 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

# 性別で見ると女性、年代別で見ると年代が上がるほど、環境意識が高く、実際に行動に移している人の割合が高い

各セグメントのエリア別性年代別推計




出所: ボストン コンサルティング グループ サステナブルな社会の実現に関する消費者意識調査 (2021年12月調査)



Copyright © 2022 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

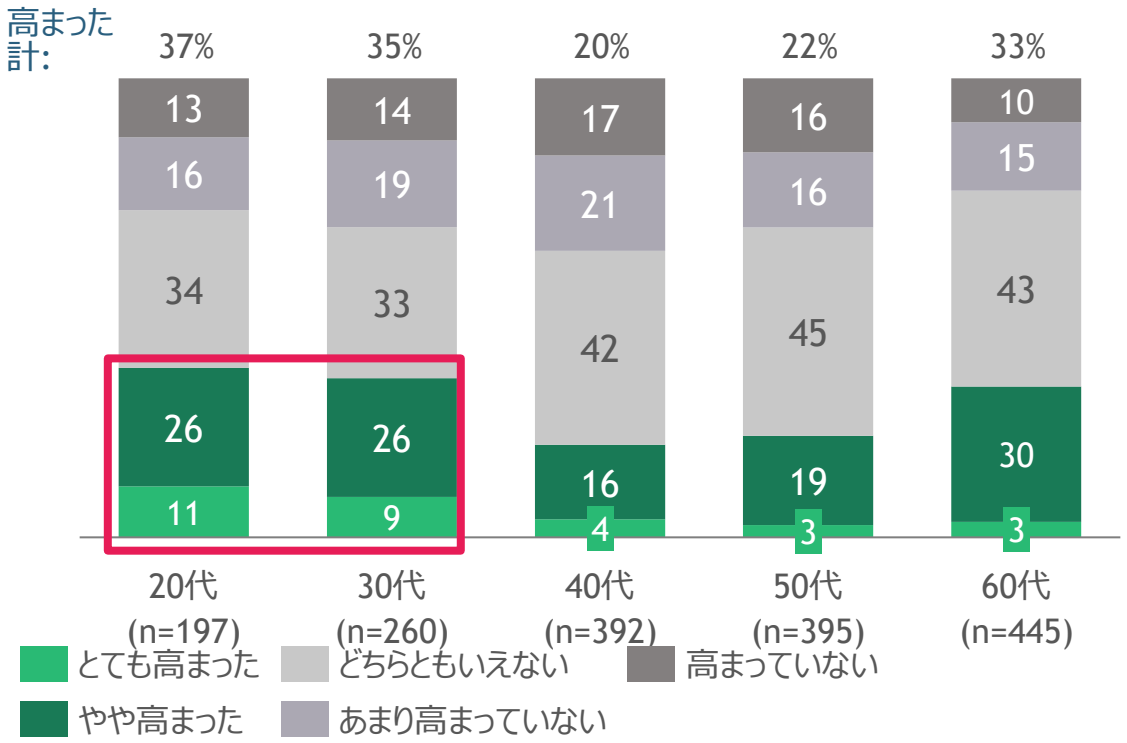
# COP26をきっかけに環境意識が向上した人や行動変容が起きた人の割合は若年層の方が高い

Cop26をきっかけとした環境意識の高まり

## 気候変動・脱炭素への関心

Q. (COP26が開催されたことを知っている人に質問)

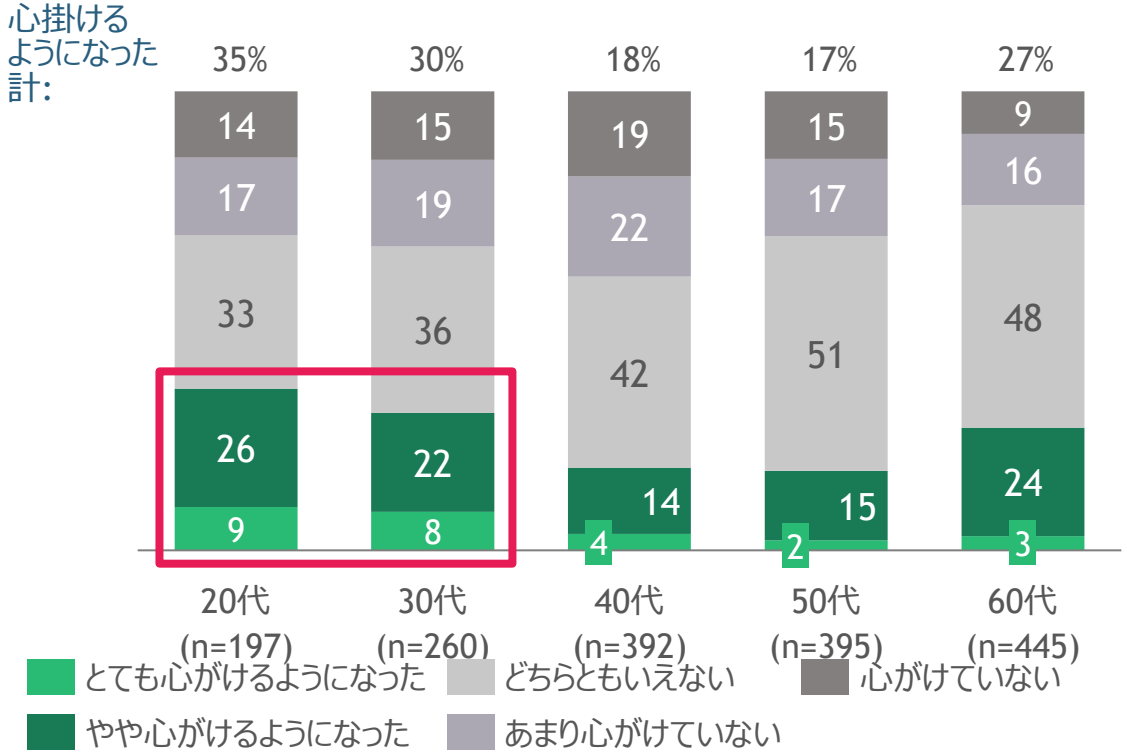
あなたは、『COP26』をきっかけに、気候変動や脱炭素への関心は高まりましたか




## 環境に配慮した買い物の心がけ

Q. (COP26が開催されたことを知っている人に質問)

あなたは、『COP26』をきっかけに、環境に配慮した買い物を心がけるようになりましたか




出所: ボストン コンサルティング グループ サステナブルな社会の実現に関する消費者意識調査 (2021年12月調査)

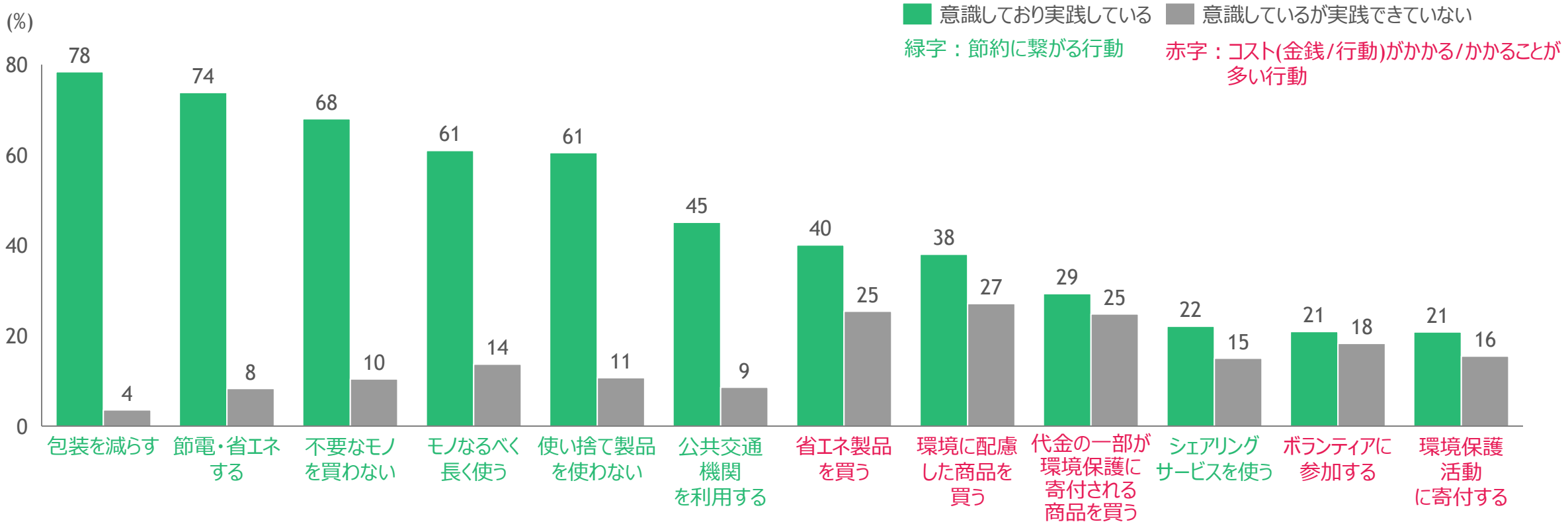


Copyright © 2022 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

# 地球温暖化/気候変動のために、節約に繋がる行動は実践率が高いが、追加でコスト(金銭/行動)がかかる行動は意識していても実践できない割合が比較的高い

## 地球温暖化/気候変動に向けて実践したい行動と実践している行動のギャップ

意識している行動&実践している行動[1)]




1. 以下の質問に対してそれぞれ「実施したい」「まあ実施したい」/「実施している」「まあ実施している」と回答した人の合計の割合
質問文: 地球温暖化/気候変動問題に向けて、あなたは次のそれぞれについて、今後どの程度実践したいと思っていますか
: 地球温暖化/気候変動問題に向けて、あなたは次のそれぞれについて、現在どの程度実践していますか
出所: ボストン コンサルティング グループ サステナブルな社会の実現に関する消費者意識調査 (2021年12月調査)



Copyright © 2022 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

BOSTON
CONSULTING
GROUP

bcg.com