

調査概要

背景・目的：

2050年カーボンニュートラル及び2030年度温室効果ガス削減目標等の達成に向けて、政府では国民運動「デコ活」を推進しており、「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画」（令和5年6月16日閣議決定）に基づき、企業・自治体・団体等が参画する官民連携協議会（デコ活応援団）において、2024年2月16日に「くらしの10年ロードマップ」を策定した。本ロードマップの進捗把握のため、消費者の取組実施状況に関するアンケートを実施した。

調査手法：インターネット調査

調査対象：地域・年代別に人口動態に即して割り付けた全国の成人6,500人

調査内容：

「くらし10年ロードマップ」における7分野（【住(外)】、【住（内）、】【衣】【買・食】【職】【移】【基盤】）の取組に関する認知、意欲、導入・実践の状況

調査期間：令和7年1月10日(金)から14日(火)

結果のポイント

- ◆ 衣・食・住・職・移動・買物・基盤の36項目において、デコ活アクションを既に導入・実践している割合は2.1%～67.6%と、大きく幅が存在し、項目によって割合にばらつきが見られる。
- ◆ 約1年前に実施した前年度の調査結果と比較する限り、全体としては、大きな進捗が認められる項目は、見受けられなかった。一方、住宅「外」分野における、「新築」に関する項目では、「導入・実践」の割合が上昇しており、進捗傾向が認められた。



- ◆ 今後の「デコ活」の活動においては、引き続き、各分野・項目の特徴を的確に捉え、ロードマップを参照しながら、最適な打ち手・仕掛けを講じていく。
- ① 不知（そもそも知らない）の割合が高い分野 → 日常接点も活用した周知・普及
- ② 認知どまり（知っていても意欲が湧かない）の割合が高い分野 → メリットや意義の訴求
- ③ 意欲どまり（意欲はあるが実践に壁）の割合が高い分野 → 障壁を取り除くサービスや支援の提供
- ④ 導入・実践の割合が高い分野 → 更なる導入・実践に向けて①～③のアプローチ

各項目の調査結果 (1 / 2)

項番	分野	設問 項目	回答ごとの割合(%) ¹⁾				N数	導入・実践 対前年度比
			不知	認知	意欲	導入・実践		
1	①住[外]	住宅の省エネ基準への適合 (持ち家・新築)	4.7	16.3	12.8	66.3	86	+7.5%
2		住宅の省エネ基準への適合 (持ち家・既存)	9.2	26.3	27.5	37.0	3,612	-2.6%
3		住宅の省エネ基準への適合 (賃貸住宅)	31.2	19.4	39.7	9.7	2,012	-1.9%
4		住宅への太陽光発電の導入 (持ち家・新築)	2.3	46.5	18.6	32.6	86	+4.7%
5		住宅への太陽光発電の導入 (持ち家・既存)	6.7	64.0	17.9	11.4	3,612	-0.4%
6		住宅への太陽光発電の導入 (賃貸住宅)	29.2	43.9	25.8	2.1	2,012	-0.1%
7	②住[内]	LED照明の導入	15.3	13.7	16.6	54.5	6,500	-3.8%
8		省エネエアコンの導入	20.9	14.6	21.6	43.0	6,500	-3.4%
9		省エネ冷蔵庫の導入	26.5	16.5	26.0	31.0	6,500	-2.4%
10		節水型洗濯機の導入	23.6	23.3	21.3	31.9	6,500	+1.2%
11		高効率給湯器の導入	23.7	30.5	21.1	24.6	6,500	-1.8%
12		節水機器の導入	19.4	23.7	28.4	28.6	6,500	-2.2%
13		HEMS等の導入	46.4	30.3	19.3	3.9	6,500	-1.4%
14		節電行動 (例: お出かけの際に消灯、冷蔵庫の扉をすぐ閉める 等)	21.8	11.9	15.2	51.1	6,500	-4.2%
15		節水行動 (例: 洗濯時のすすぎ回数を1回に抑える、こまめにシャワーを止める 等)	22.2	24.9	16.4	36.5	6,500	-4.1%
16		ガスの使用量を節減する行動 (例: 追い焚き回数を1回減らす、浴槽の蓋を活用する 等)	23.8	20.0	19.6	36.5	6,500	-3.8%

1.「不知」=そもそも聞いたことがない/わからない、「認知」=何のことが知っているが導入/実践したいと思わない、「意欲」=導入/実践したいと考えているが導入/実践には至っていない、「実践」=既に導入/実践している

各項目の調査結果 (2/2)

項番	分野	設問 項目	回答ごとの割合(%) ¹⁾				N数	導入・実践 対前年度比	
			不知	認知	意欲	導入・実践			
17	③衣	家庭でのクールビズ	22.3	15.1	16.0	46.6	6,500	−4.7%	
18		家庭でのウォームビズ	22.2	13.3	16.8	47.8	6,500	−6.0%	
19		職場でのクールビズ	21.0	17.9	16.0	45.2	3,847	−4.8%	
20		職場でのウォームビズ	20.2	18.2	17.5	44.1	3,847	−5.6%	
21		サステナブルファッション（選択、利用、再資源化）	54.0		21.6	18.8	5.6	6,500	−0.9%
22	④買・食	地産地消・旬産旬消	22.2	13.7	22.1	42.0	6,500	−5.4%	
23		食品ロスを減らす取組	18.6	10.9	18.6	52.0	6,500	−6.0%	
24		プラスチック製品の需要を抑制する取組	17.0	11.6	10.0	61.4	6,500	−5.7%	
25		プラスチックの分別、リサイクル、リユース等の取組	15.3	8.2	9.0	67.6	6,500	−5.4%	
26	⑤職	雇用型テレワーク	32.6		32.8	18.0	16.5	3,847	−0.7%
27	⑥移	電動車の購入	11.0	34.0	26.0	29.0	385	−3.7%	
28		カーシェアリング	31.3		52.9	11.8	4.0	3,607	+0.1%
29		エコドライブ（家庭）	15.2	13.2	14.6	57.0	3,353	−6.3%	
30		エコドライブ（職場）	18.0	33.0	17.0	32.0	92	−6.0%	
31		移動における公共交通の利用	11.4	40.9	22.8	24.8	4,446	−0.4%	
32		移動における自転車の利用	14.6	21.8	16.6	47.0	6,500	−2.4%	
33		脱炭素旅行商品（環境負荷のより少ない移動手段等を用いた旅行商品）の購入	48.5		22.3	21.8	7.4	6,500	±0%
34		「脱炭素」「カーボンニュートラル」	22.2	42.2	27.4	8.3	6,500	−0.1%	
35	⑦基盤	「デコ活」（脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動）	75.1		14.0	8.1	2.8	6,500	−0.1%
36		「デコ活アクション」	80.5		10.6	6.5	2.4	6,500	+0.2%

1.「不知」=そもそも聞いたことがない/わからない、「認知」=何のことか知っているが導入/実践したいと思わない、「意欲」=導入/実践したいと考えているが導入/実践には至っていない、「実践」=既に導入/実践している

(参考) 項目別詳細

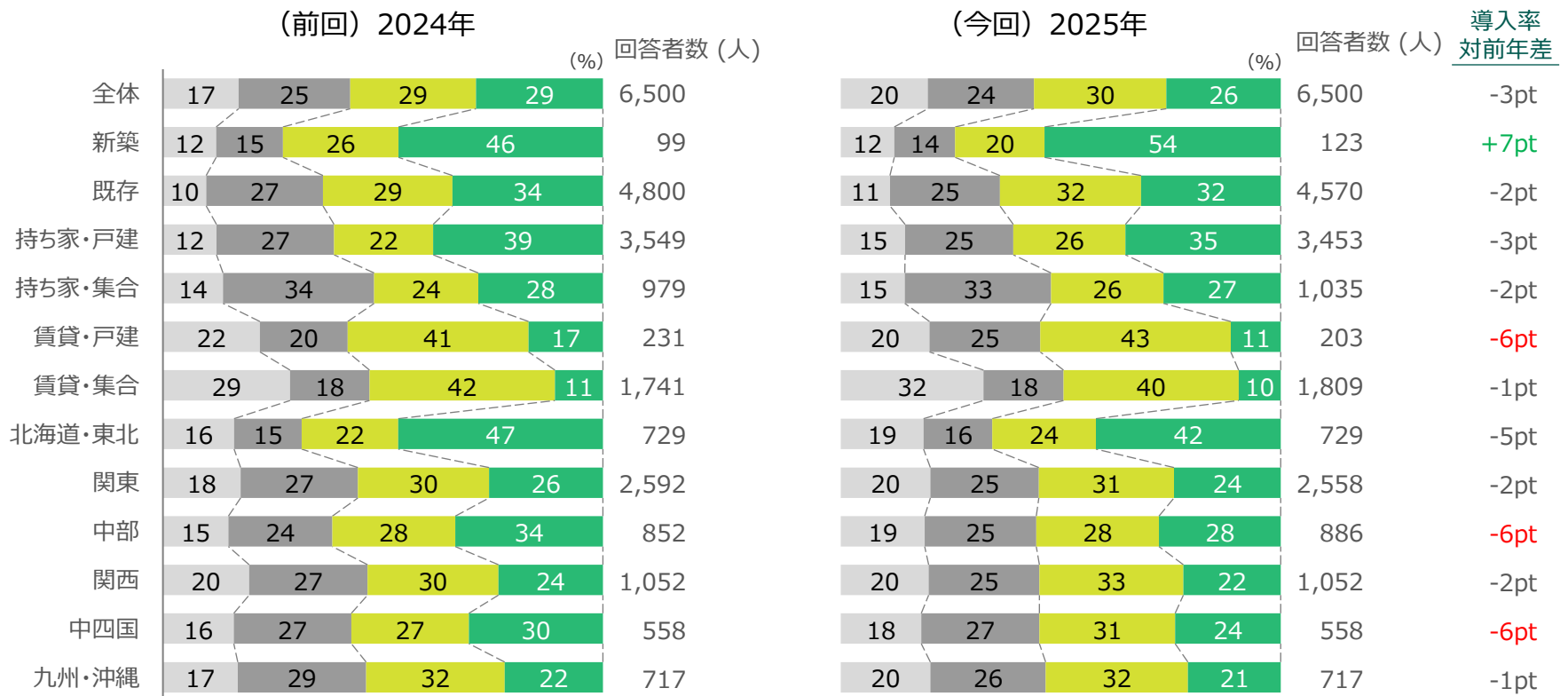
①住[外] 住宅の省エネ基準適合（1/3）

■ 設問：あなたのお住まいでの、以下に挙げる設備・機器の導入状況について、当てはまるものをそれぞれお答えください。

■ 非認知（そもそも聞いたことがない/わからない） ■ 認知（何のことが知っているが、導入したいと思わない） ■ 意欲（導入したいと考えているが、導入には至っていない） ■ 導入済み（既に導入している）

住宅の省エネ基準への適合

次頁2項目のいずれかを導入していたら「導入」



- ・ 昨年と比べて、全体の導入率は上がっていない。
- ・ ただし、新築住宅では導入率が7ポイント増加し、既存住宅に比べ導入が進んでいる。

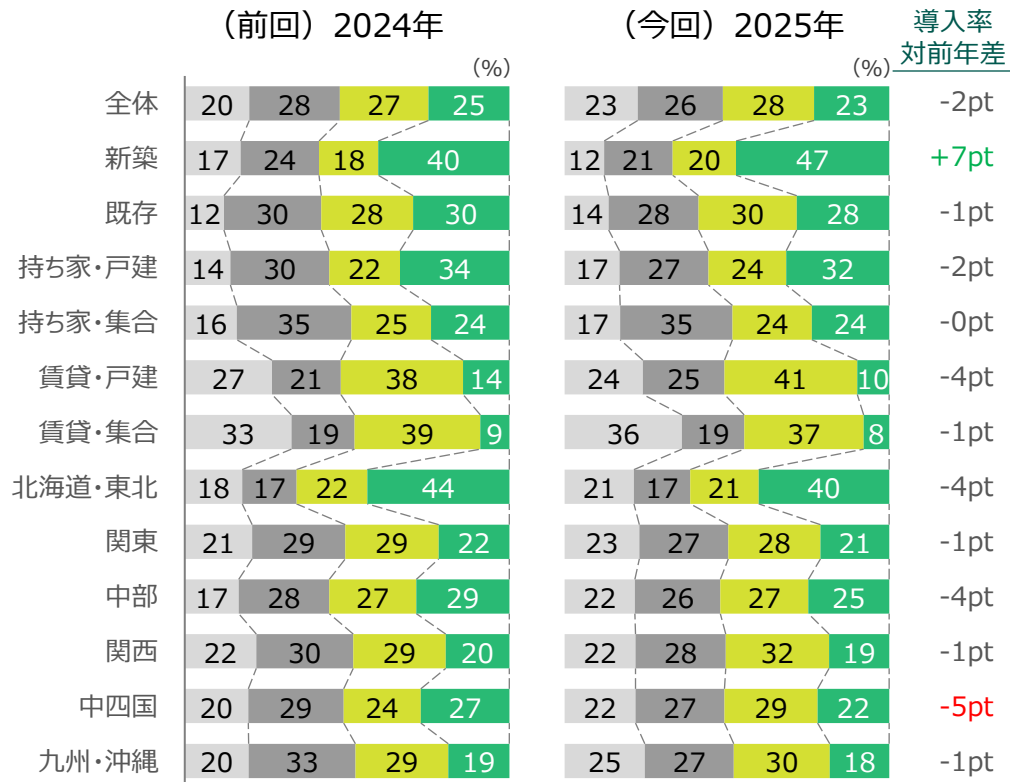
①住[外] 住宅の省エネ基準適合 (2/3)

■ 設問: あなたのお住まいでの、以下に挙げる設備・機器の導入状況について、当てはまるものをそれぞれお答えください。

■ 非認知 (そもそも聞いたことがない/わからない) ■ 認知 (何のことが知っているが、導入したいと思わない) ■ 意欲 (導入したいと考えているが、導入には至っていない) ■ 導入済み (既に導入している)

窓の高断熱化

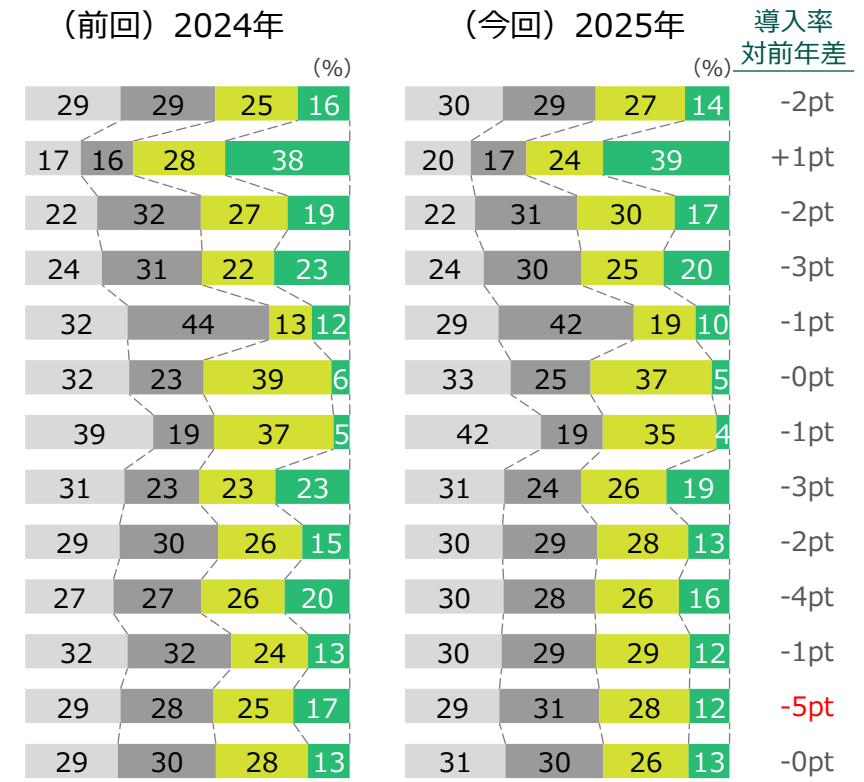
断熱性の高い窓 (二重サッシ、複層ガラス、内窓 等)



- 新築住宅では導入率が7ポイント増加し、既存住宅と比べて進んでいる。
- 寒冷地である北海道・東北地方では依然として導入率が高いが、前年から低下。非認知者の割合も増えている。

その他部位の高断熱化

高性能な断熱材 (床・壁・天井 等)



- 新築住宅での導入率は昨年とほぼ変化はない。
- 既存住宅では昨年に比べ、導入率が僅かながら下がっている。

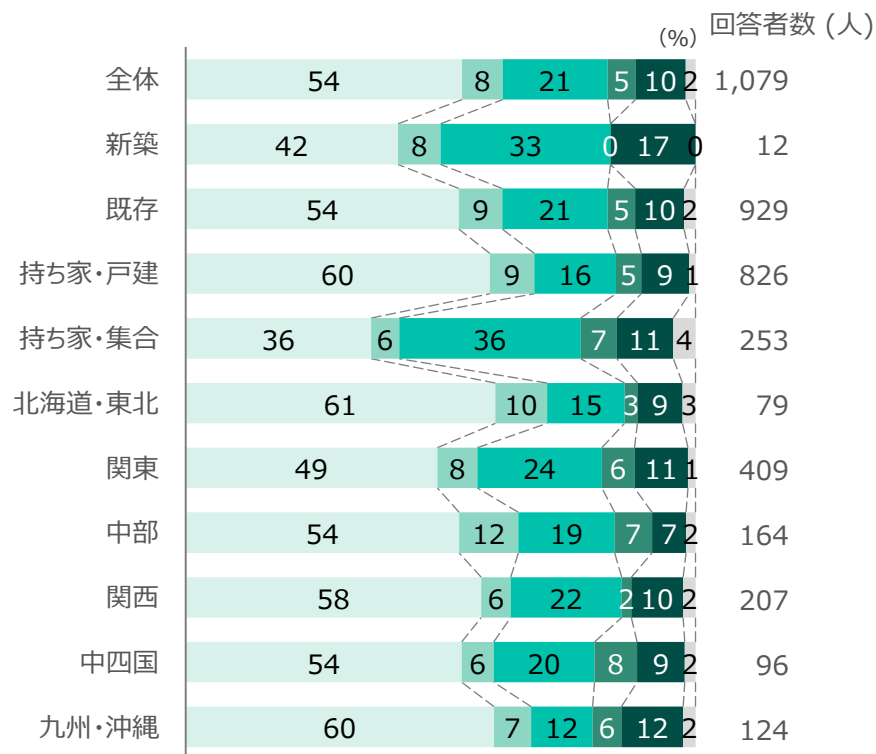
①住[外] 住宅の省エネ基準適合_不安懸念点 (3/3)

■ 設問:「断熱性の高い窓 (二重サッシ、複層ガラス、内窓 等)」の導入について、どのような不安や懸念をお持ちですか。

費用が高いと感じる 期待する効果を得られるか心配 今の住宅に導入できるか分からない

窓の高断熱化 (持ち家・意欲者のみ)

断熱性の高い窓 (二重サッシ、複層ガラス、内窓 等)



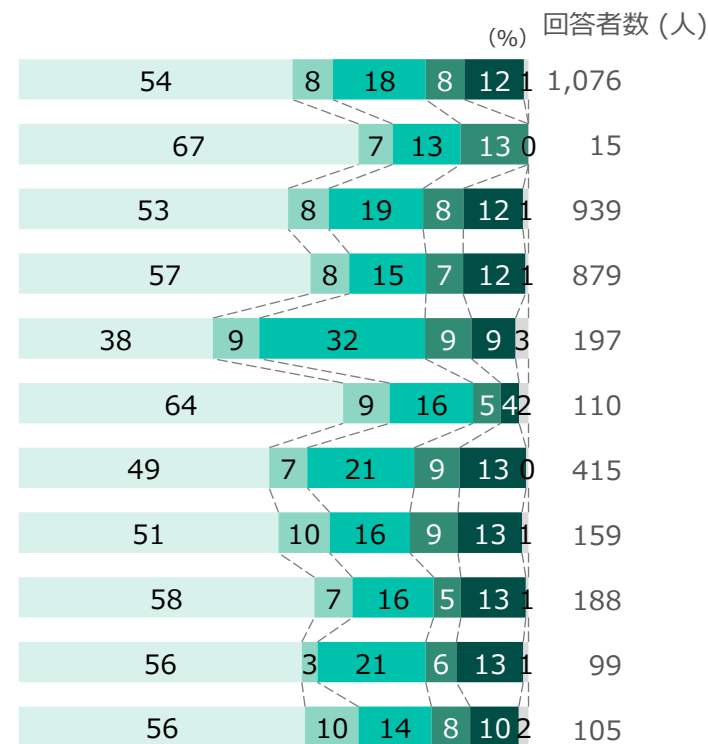
- 費用面での懸念が多く、特に北海道・東北地方と九州・沖縄では約6割が費用の高さに不安をもっている。
- 持ち家・集合住宅では、「今の住宅に導入できるか分からない」という不安も4割。

■ 設問:「高性能な断熱材 (床・壁・天井等)」の導入について、どのような不安や懸念をお持ちですか。

工事期間中の生活に影響が出るのが心配 手間を考えると意欲がわからない その他

その他部位の高断熱化 (持ち家・意欲者のみ)

高性能な断熱材 (床・壁・天井 等)



- 全体では費用面での懸念が最も大きく、特に新築と北海道・東北地方では割合が高い。

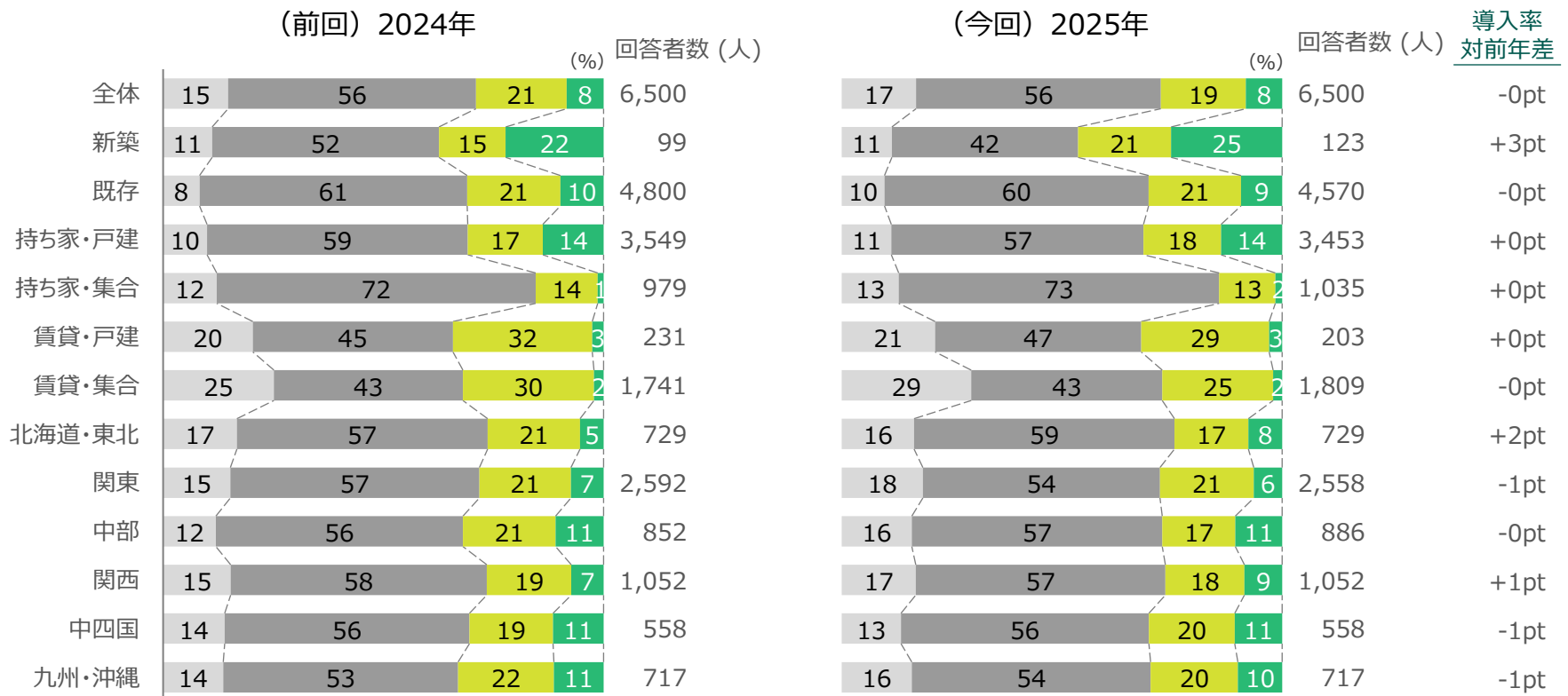
①住[外] 太陽光発電設備

■ 設問: あなたのお住まいでの、以下に挙げる設備・機器の導入状況について、当てはまるものをそれぞれお答えください。

■ 非認知 (そもそも聞いたことがない/わからない) ■ 認知 (何のことが知っているが、導入したいと思わない) ■ 意欲 (導入したいと考えているが、導入には至っていない) ■ 導入済み (既に導入している)

太陽光発電設備

太陽光発電設備 (ソーラーパネル 等)



- ・ 全体の太陽光発電設備の導入率は前年と比較して変化がほとんど見られない。
- ・ ただし、新築では導入率は昨年から3ポイント増加しており、太陽光発電に対する導入意欲も高まっている。

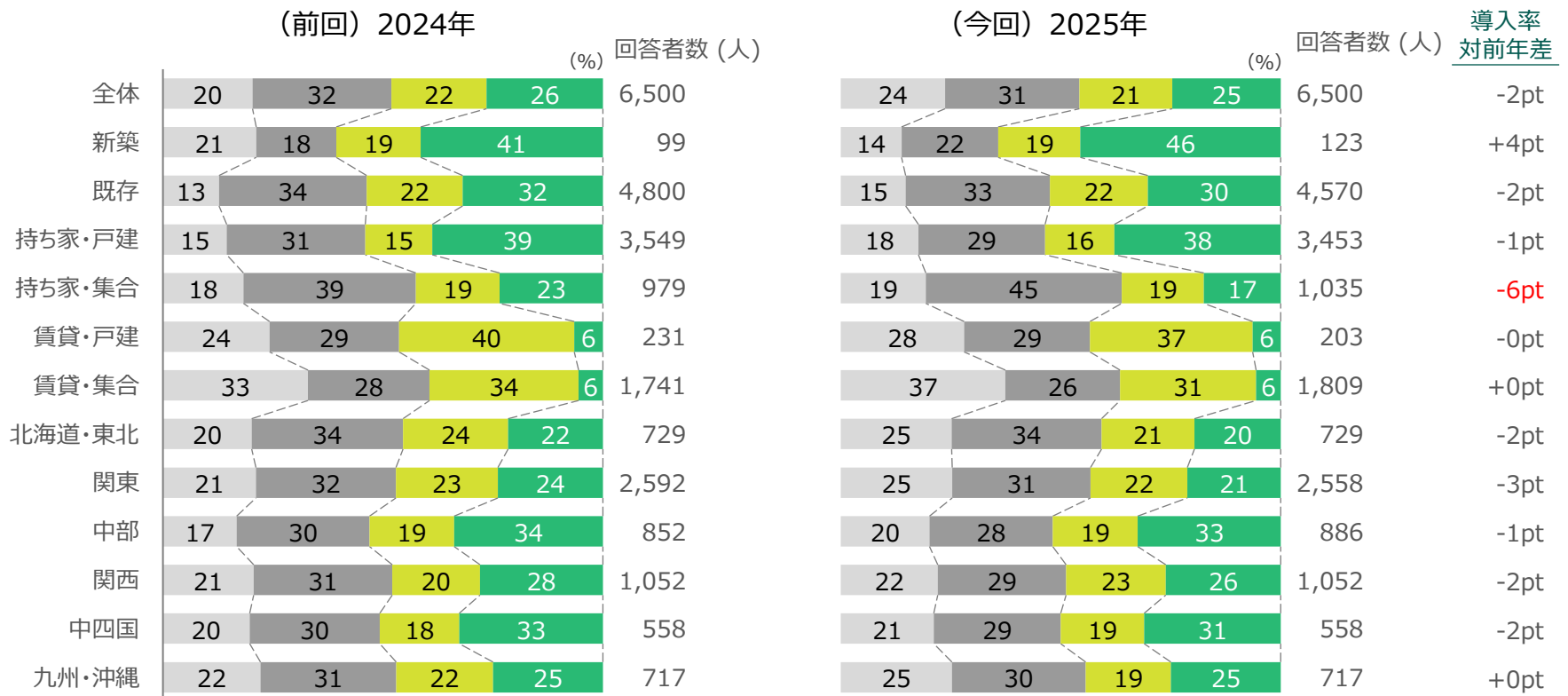
②住[内] 高効率給湯器

■ 設問: あなたのお住まいでの、以下に挙げる設備・機器の導入状況について、当てはまるものをそれぞれお答えください。

■ 非認知 (そもそも聞いたことがない/わからない) ■ 認知 (何のことも知っているが、導入したいと思わない) ■ 意欲 (導入したいと考えているが、導入には至っていない) ■ 導入済み (既に導入している)

高効率給湯器

高効率給湯器 (エコジョーズ、エコフィール、エネファーム、エコキュート 等)



- ・ 新築住宅では導入率が4ポイント増加し、46%となっている。
- ・ 持ち家・集合住宅では、導入率が下がり、認知非導入意欲（「知っているが、導入したいと思わない」）が増えている。

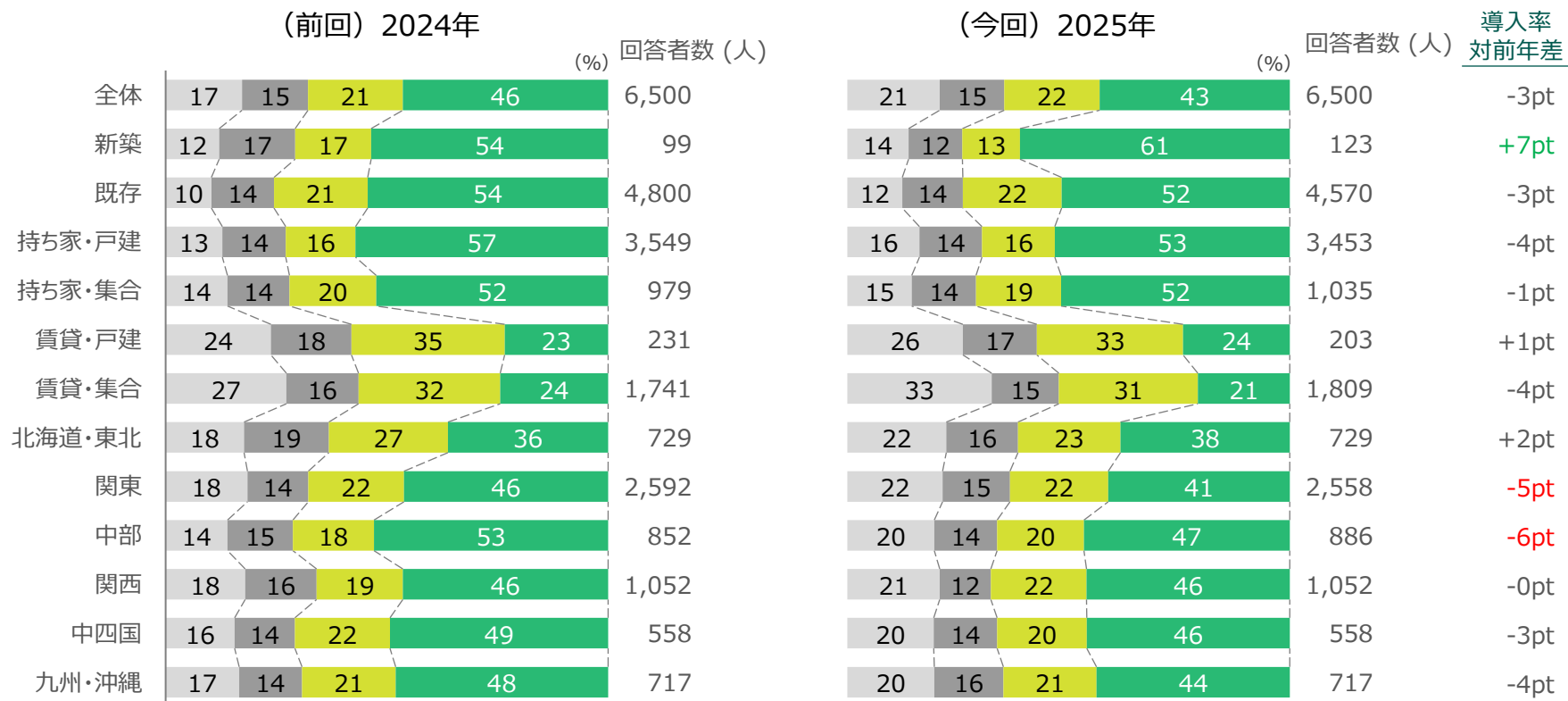
②住[内] エネエアコン

■ 設問: あなたのお住まいでの、以下に挙げる設備・機器の導入状況について、当てはまるものをそれぞれお答えください。

■ 非認知 (そもそも聞いたことがない/わからない) ■ 認知 (何のことが知っているが、導入したいと思わない) ■ 意欲 (導入したいと考えているが、導入には至っていない) ■ 導入済み (既に導入している)

省エネエアコン

省エネエアコン (2011年以降に製造・販売されたエアコン)



- ・ 新築では導入率が7ポイント増加し、61%と高い水準に達している。
- ・ 地域別では、北海道・東北や関東は全体平均（43%）に比べ導入率が低い。関東や中部では昨年に比べ導入率が減少している。

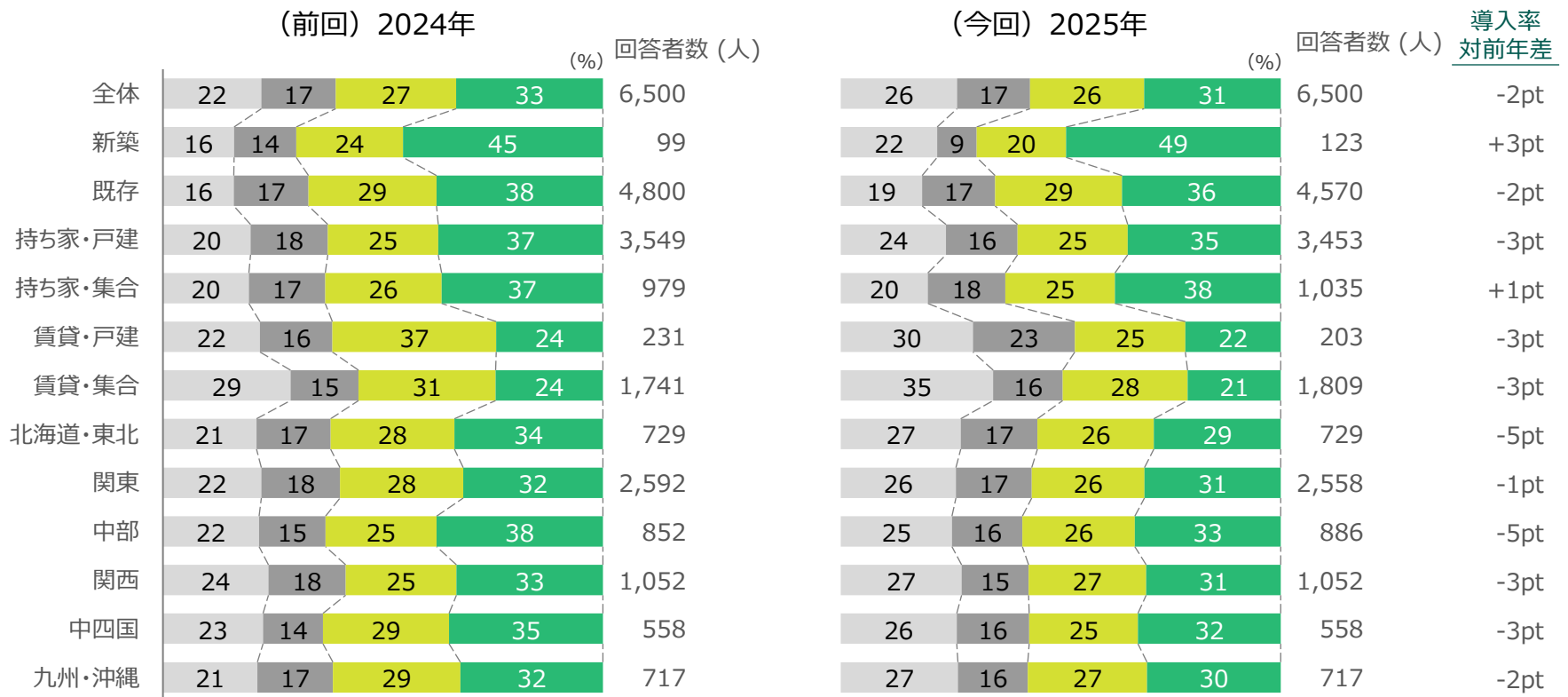
②住[内] 省エネ冷蔵庫

■ 設問: あなたのお住まいでの、以下に挙げる設備・機器の導入状況について、当てはまるものをそれぞれお答えください。

■ 非認知 (そもそも聞いたことがない/わからない) ■ 認知 (何のことが知っているが、導入したいと思わない) ■ 意欲 (導入したいと考えているが、導入には至っていない) ■ 導入済み (既に導入している)

省エネ冷蔵庫

省エネ冷蔵庫 (2016年以降に製造・販売された冷蔵庫)



- ・ 新築での導入率は昨年から3ポイント上がっているが、全体での導入率は昨年から上がっていない。
- ・ 地域別では、北海道・東北や中部地域での導入が進んでいない。

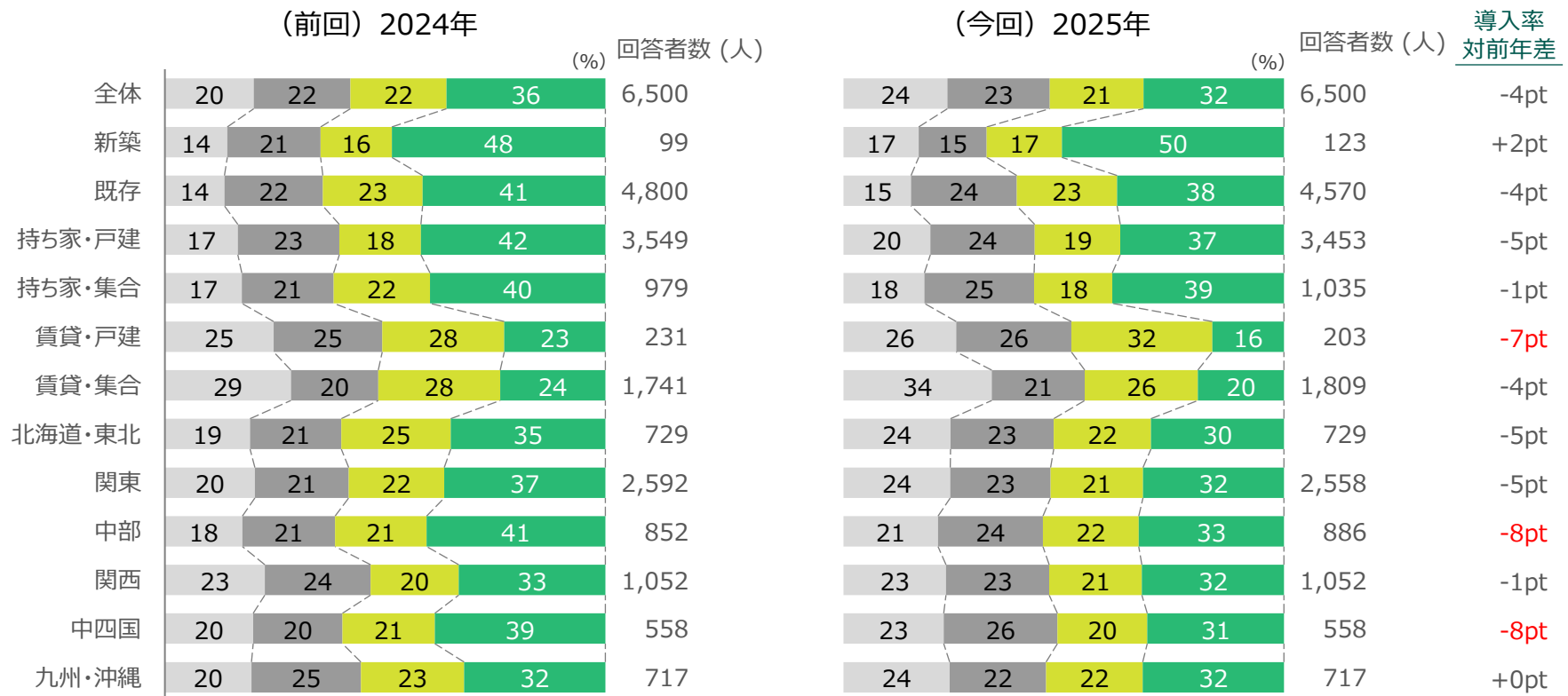
②住[内] 節水機器（1/4）

■ 設問：あなたのお住まいでの、以下に挙げる設備・機器の導入状況について、当てはまるものをそれぞれお答えください。

■ 非認知（そもそも聞いたことがない/わからない） ■ 認知（何のことか知っているが、導入したいと思わない） ■ 意欲（導入したいと考えているが、導入には至っていない） ■ 導入済み（既に導入している）

節水型洗濯機

節水型洗濯機（ドラム式洗濯機や2010年以降に製造・発売された縦型洗濯機(洗濯乾燥機を含む)）



- ・ 全体の導入率は前年より4ポイント減少し、普及は進んでいない。意欲と認知の割合は変化はみられないが非認知が増えている。
- ・ もともと低い賃貸での導入率が低下。特に、賃貸・戸建での導入が下がっているが、意欲は増えており、買い控え等が起こっている可能性が予想される。

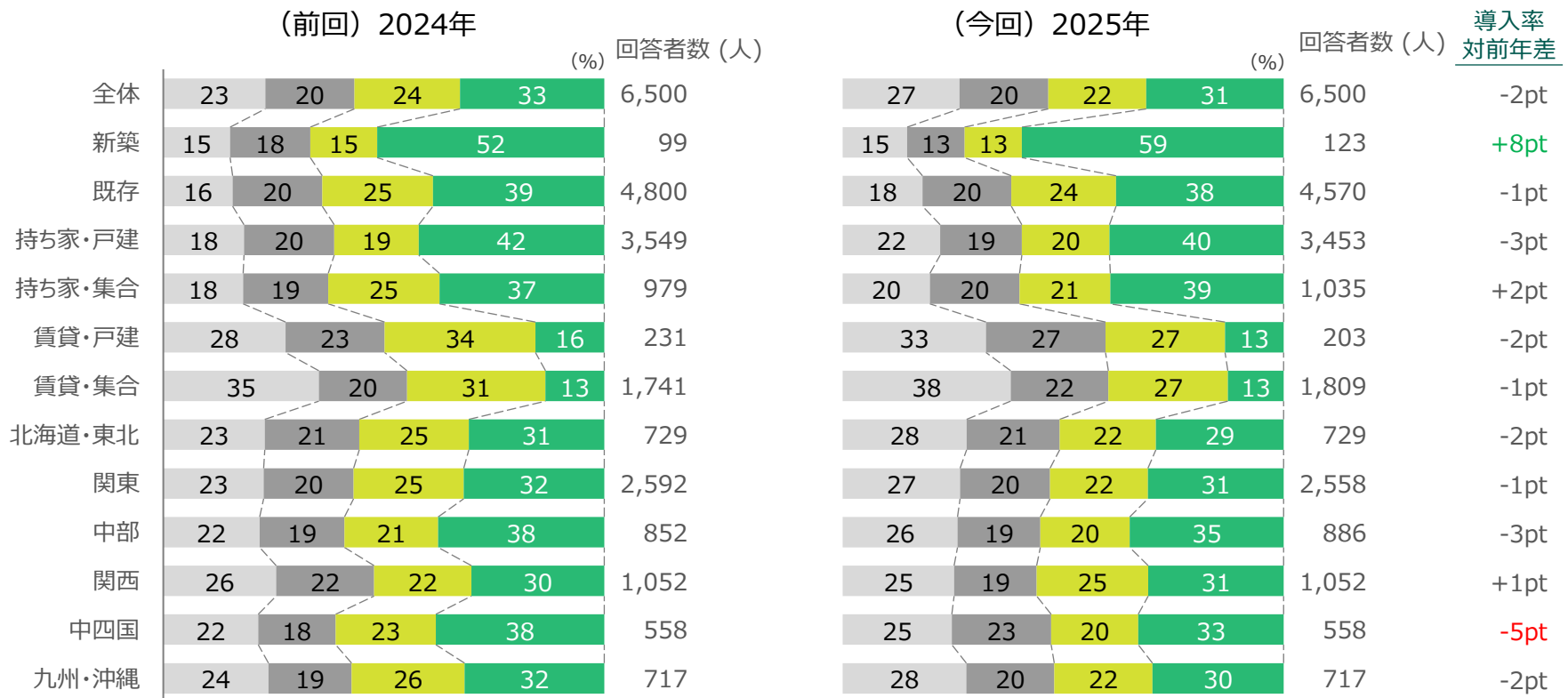
②住[内] 節水機器（2/4）

■ 設問：あなたのお住まいでの、以下に挙げる設備・機器の導入状況について、当てはまるものをそれぞれお答えください。

■ 非認知（そもそも聞いたことがない/わからない） ■ 認知（何のことが知っているが、導入したいと思わない） ■ 意欲（導入したいと考えているが、導入には至っていない） ■ 導入済み（既に導入している）

節水トイレ

節水トイレ（2008年以降に製造・販売されたトイレ 等）



- 新築住宅では、導入率が昨年から8ポイント増加し、6割近くまで達している。新築住宅は既存に比べて節水型トイレが積極的に導入されており、高い普及率となっている。

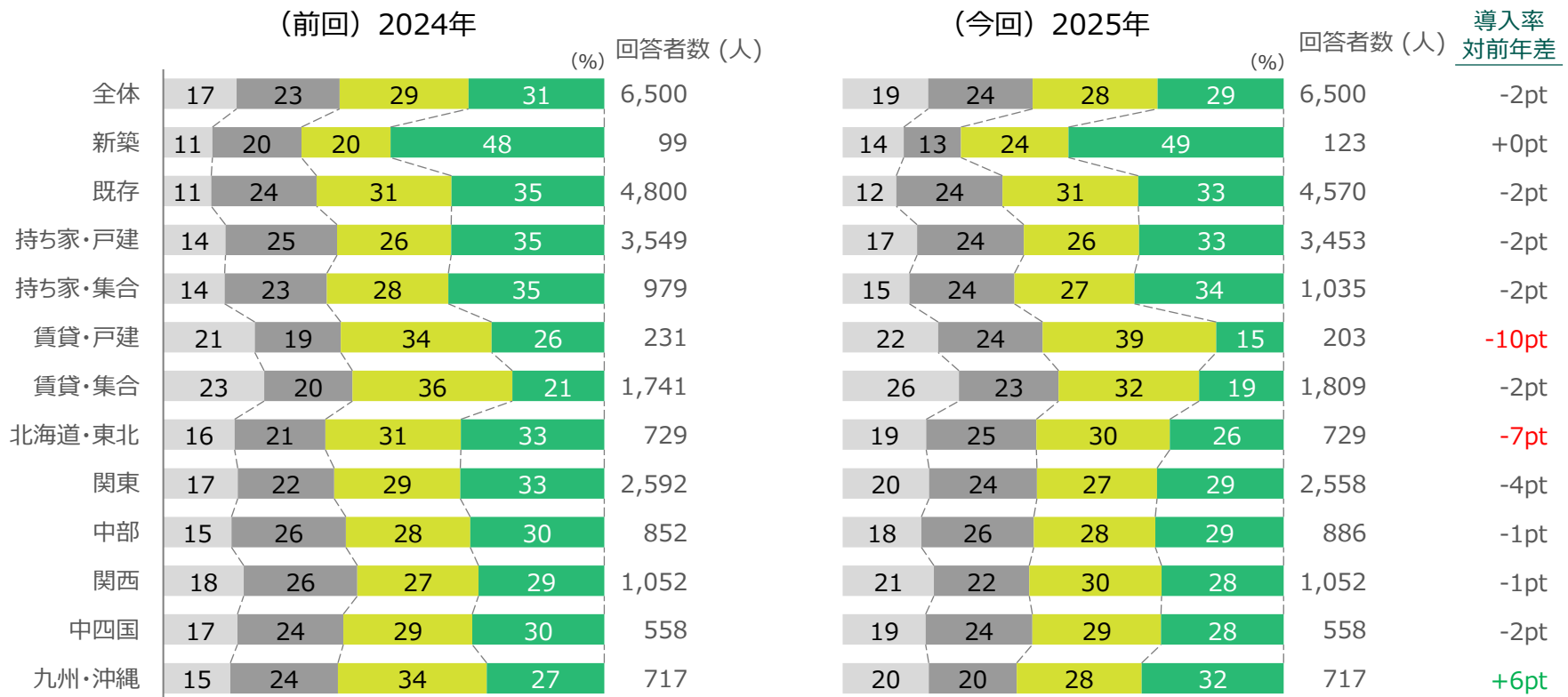
②住[内] 節水機器（3/4）

■ 設問：あなたのお住まいでの、以下に挙げる設備・機器の導入状況について、当てはまるものをそれぞれお答えください。

■ 非認知（そもそも聞いたことがない/わからない） ■ 認知（何のことが知っているが、導入したいと思わない） ■ 意欲（導入したいと考えているが、導入には至っていない） ■ 導入済み（既に導入している）

その他節水機器

次頁2項目のいずれかを導入していたら「導入」



- 全体での導入率は約3割で、昨年から大きな変化はみられない。導入意欲も昨年とほぼ同程度。
- 賃貸・戸建での導入率は15%に留まり、昨年と比べて導入率は減少している。

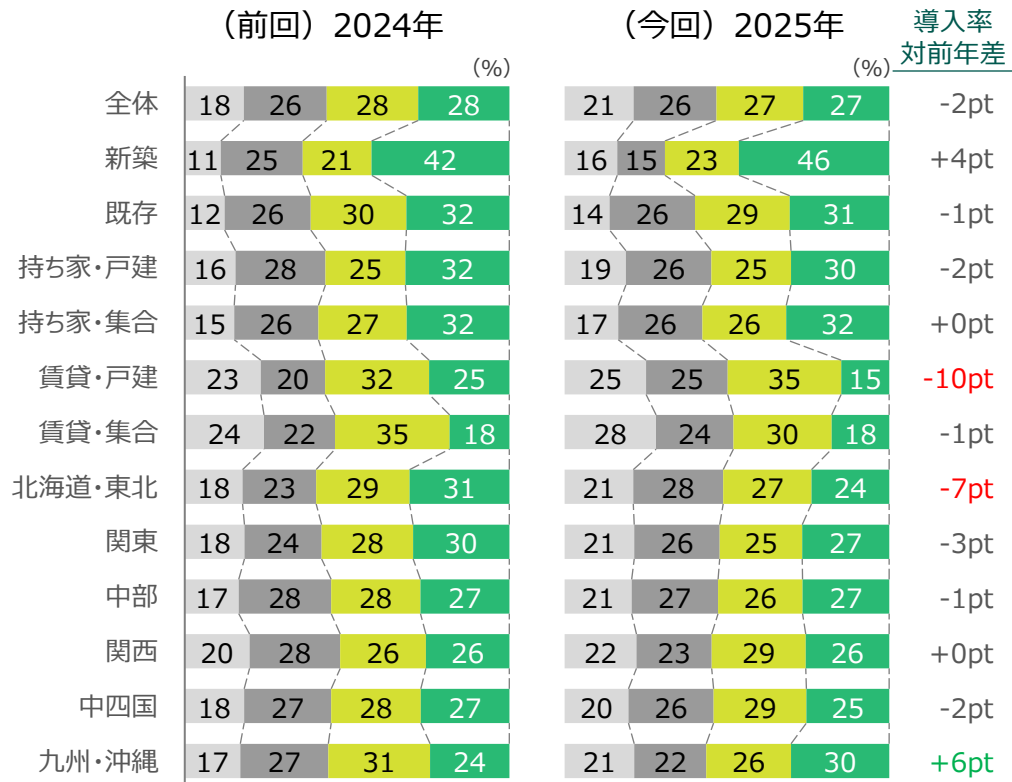
②住[内] 節水機器（4/4）

■ 設問：あなたのお住まいでの、以下に挙げる設備・機器の導入状況について、当てはまるものをそれぞれお答えください。

■ 非認知（そもそも聞いたことがない/わからない） ■ 認知（何のことか知っているが、導入したいと思わない） ■ 意欲（導入したいと考えているが、導入には至っていない） ■ 導入済み（既に導入している）

節水シャワーヘッド

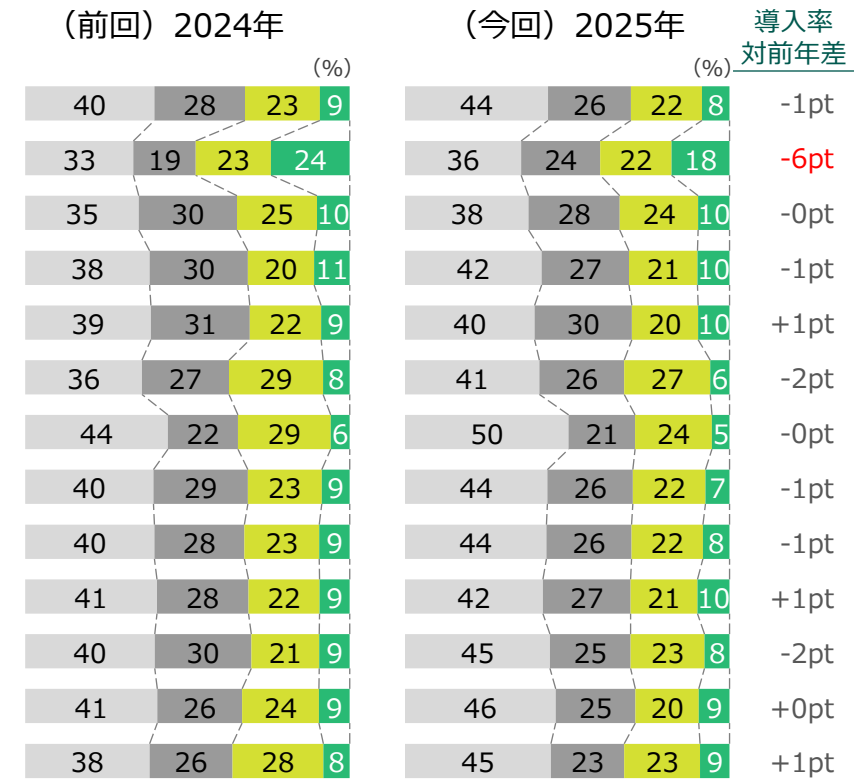
節水シャワーヘッド（水圧や流量を調節したり、手元の止水スイッチでこまめに水を止められるシャワーヘッド）



- 全体の導入率は、昨年から変化はほぼ見られない。
- 新築での導入率は進んでいるが、既存や賃貸では、普及が進んでいない。

キッチン用節水アダプタ

キッチン用節水アダプタ（キッチンの蛇口に装着するアダプタで、水圧や流量を抑え節水が可能なもの）



- 全体での導入率は8%で、昨年とほぼ同水準。
- 新築の導入率は18%で、昨年から減少している。

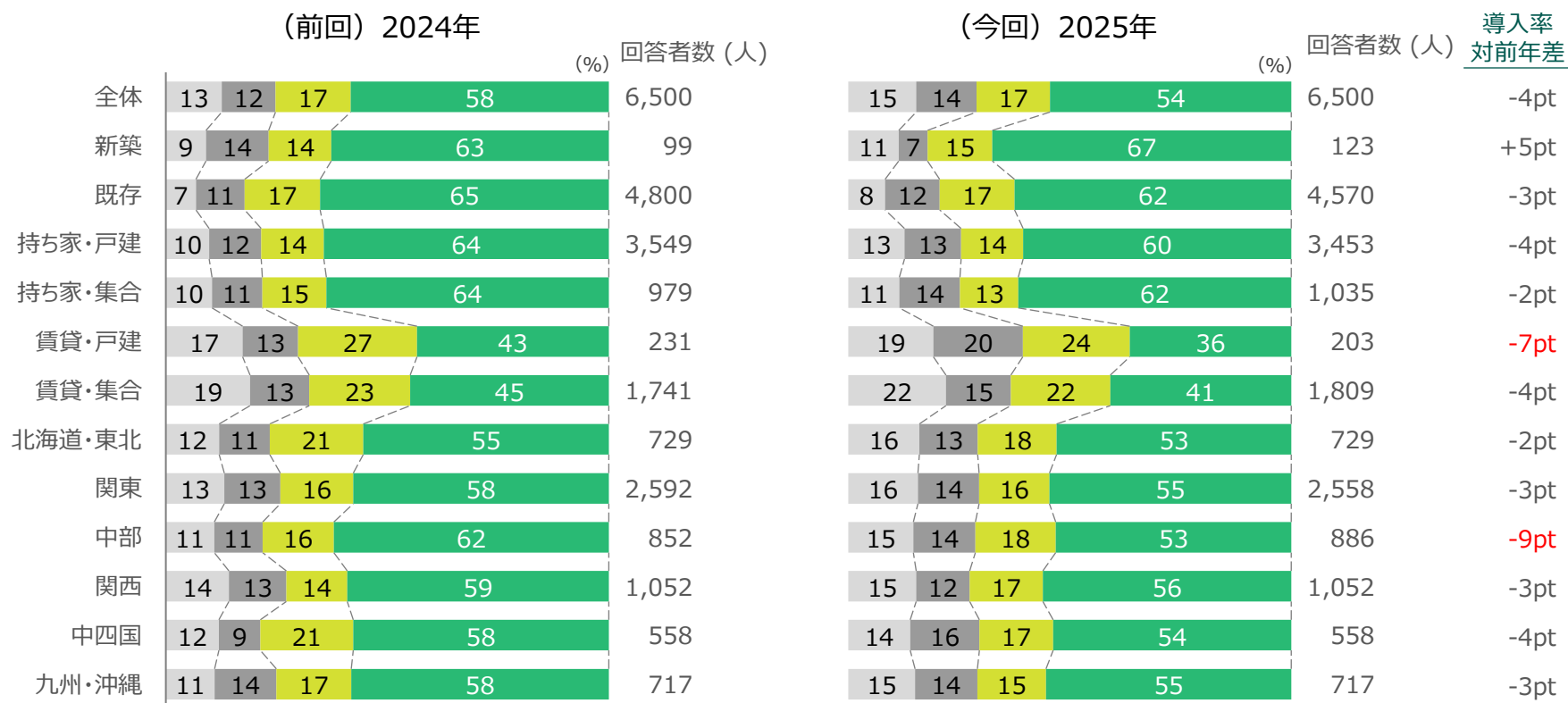
②住[内] LED照明

■ 設問: あなたのお住まいでの、以下に挙げる設備・機器の導入状況について、当てはまるものをそれぞれお答えください。

■ 非認知 (そもそも聞いたことがない/わからない) ■ 認知 (何のことか知っているが、導入したいと思わない) ■ 意欲 (導入したいと考えているが、導入には至っていない) ■ 導入済み (既に導入している)

LED照明器具

LED照明器具 (リビング等最も使用時間の長い部屋の照明器具へのLEDの導入)



- ・ 全体の導入率は54%、意欲は17%で、昨年から上がっていない。
- ・ 新築では導入率が上がっているが、賃貸・戸建てではまだ導入が遅れている。

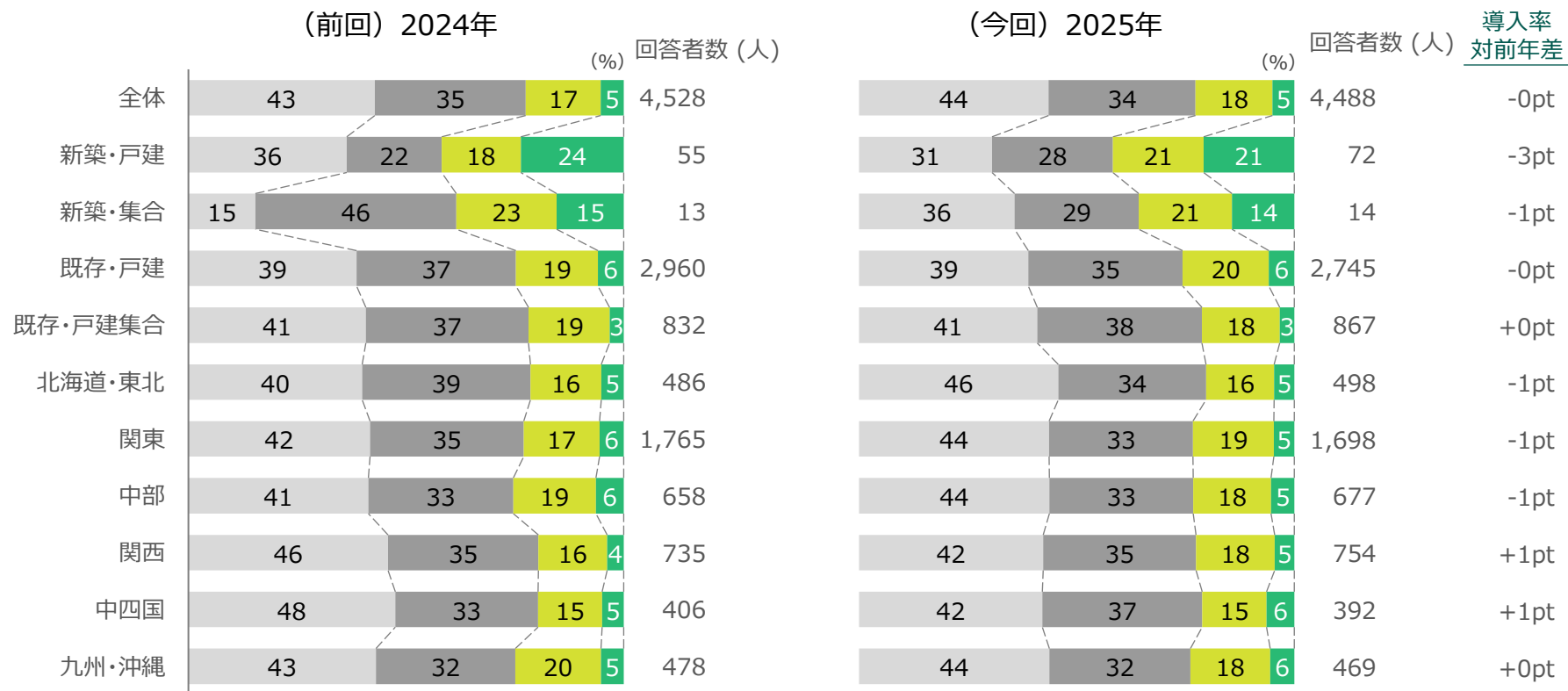
②住[内] HEMS等

■ 設問: あなたのお住まいでの、以下に挙げる設備・機器の導入状況について、当てはまるものをそれぞれお答えください。

■ 非認知 (そもそも聞いたことがない/わからない) ■ 認知 (何のことが知っているが、導入したいと思わない) ■ 意欲 (導入したいと考えているが、導入には至っていない) ■ 導入済み (既に導入している)

HEMS等

HEMS等 (電力等エネルギーの使用状況を見える化し、エアコンや給湯器等の対応機器を自動制御することで、家庭内のエネルギー使用量を管理・制御する仕組み (スマートホームデバイスを含む))



- HEMSの導入率は、昨年と変わらず5%。意欲や認知も昨年から変化はみられない。

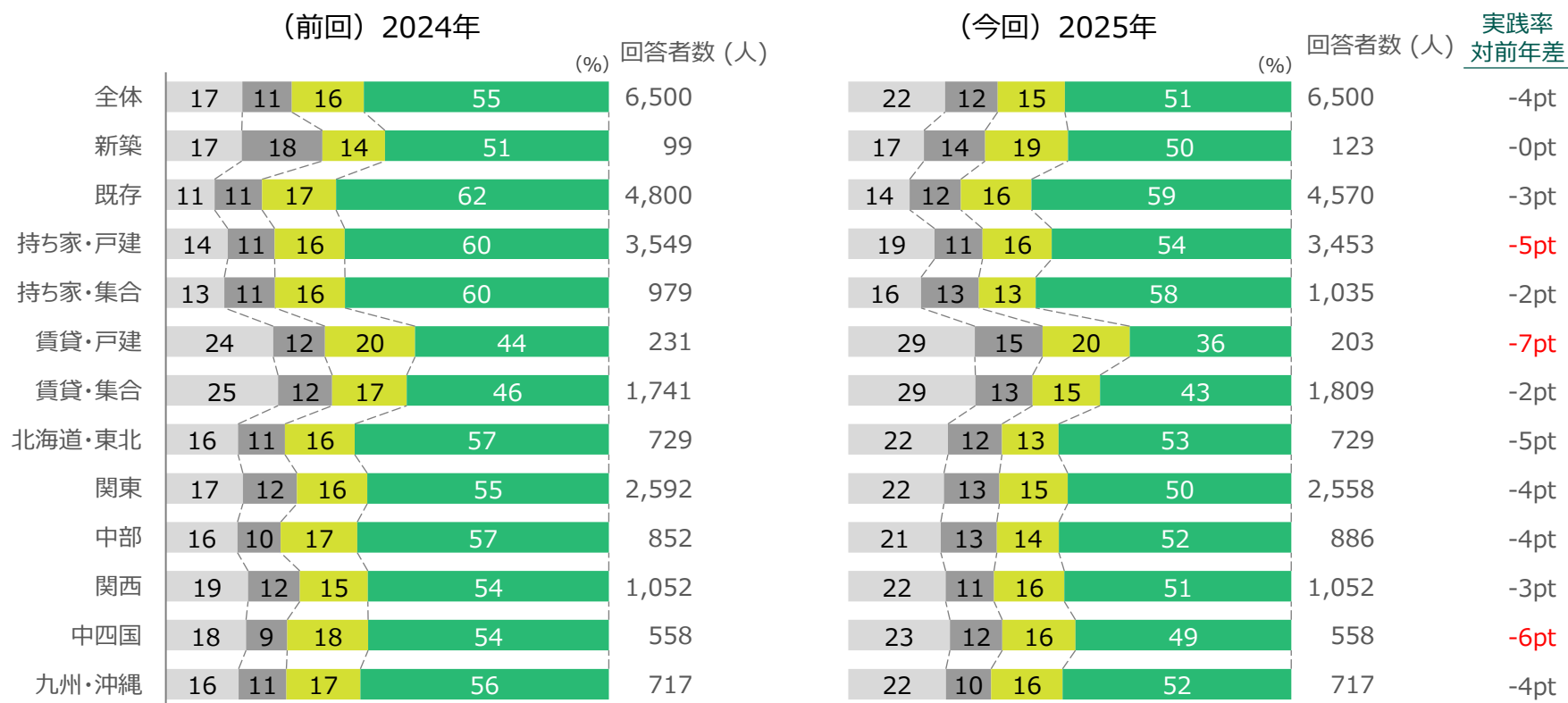
②住[内] 節電行動

■ 設問: あなたは普段、以下に挙げる節電・節水・節ガスの取組を実践していますか。

■ 非認知 (具体的なやり方を知らない) ■ 認知 (やり方は知っているが、実践したいと思わない) ■ 意欲 (実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない) ■ 実践 (既に実践している)

節電行動

冷蔵庫や冷暖房設備の設定温度を控えめにする、不要な照明をこまめに消す、洗濯をする際はまとめ洗いをする、等電気使用量を削減するための行動



- 節電行動は、全般的に実践度が下がっている。

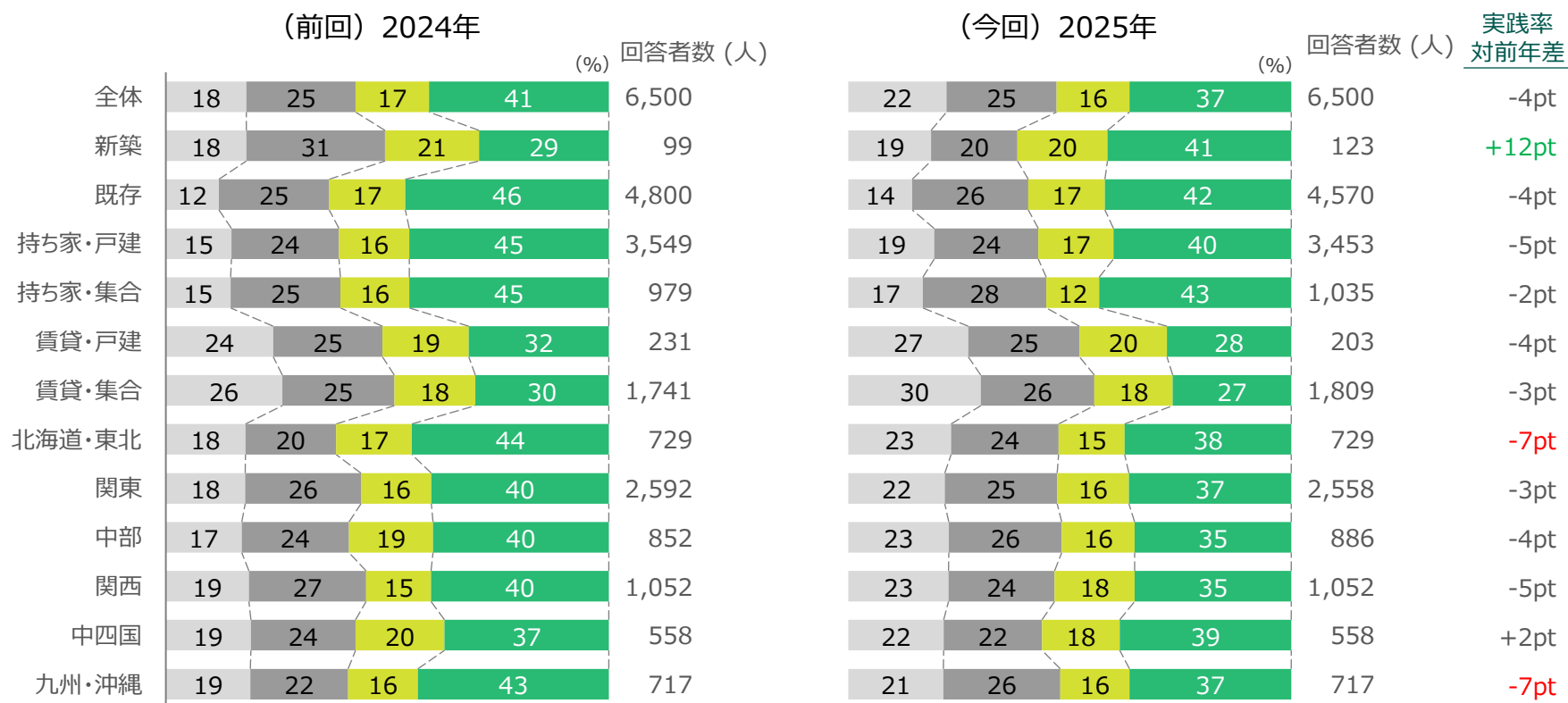
②住[内] 節水行動

■ 設問: あなたは普段、以下に挙げる節電・節水・節ガスの取組を実践していますか。

■ 非認知 (具体的なやり方を知らない) ■ 認知 (やり方は知っているが、実践したいと思わない) ■ 意欲 (実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない) ■ 実践 (既に実践している)

節水行動

風呂の残り湯を洗濯や掃除等に利用する、洗濯時のすすぎ回数を1回に抑える、台所や洗面台の水をこまめに止める、等水使用量を削減するための行動



- ・ 新築住宅の実践率は昨年から大きく伸び、4割を超える。
- ・ 一方で賃貸では節水行動の実践率は依然低く、3割を下回っている。

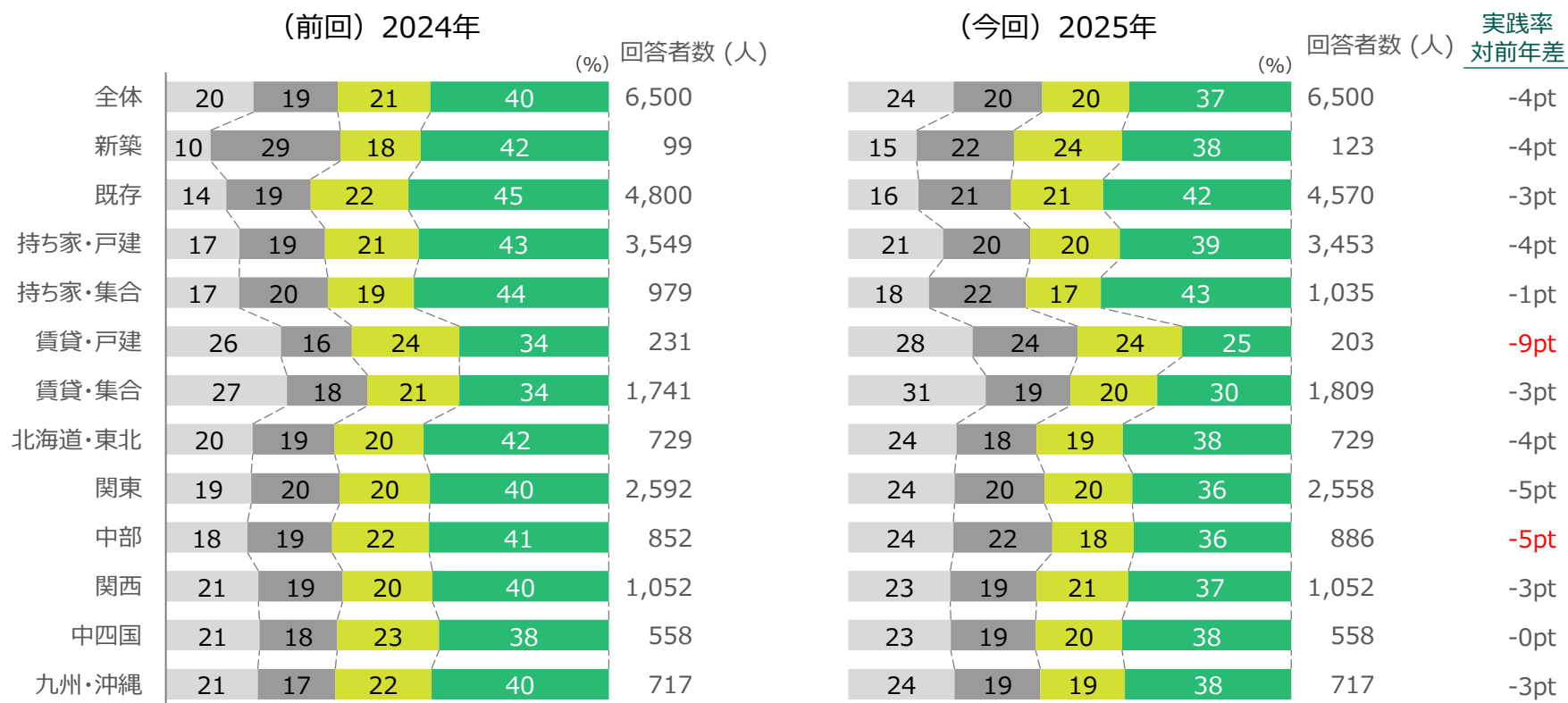
②住[内] 節ガス行動

■ 設問: あなたは普段、以下に挙げる節電・節水・節ガスの取組を実践していますか。

■ 非認知 (具体的なやり方を知らない) ■ 認知 (やり方は知っているが、実践したいと思わない) ■ 意欲 (実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない) ■ 実践 (既に実践している)

節ガス行動

お風呂の設定温度を低くする、追い炊きの回数を減らす、台所や洗面所でお湯ではなく水を使う、等ガス使用量を削減するための行動



- 節ガス行動の実践率は昨年から全般的に低下。全体での実践率は今年度は4割を下回っている。

③衣 クールビズ/ウォームビズ (家庭)

■ 設問: あなたは普段、以下に挙げる衣服の購入や利用・処分の際の環境負荷を低減する取組を実践していますか。

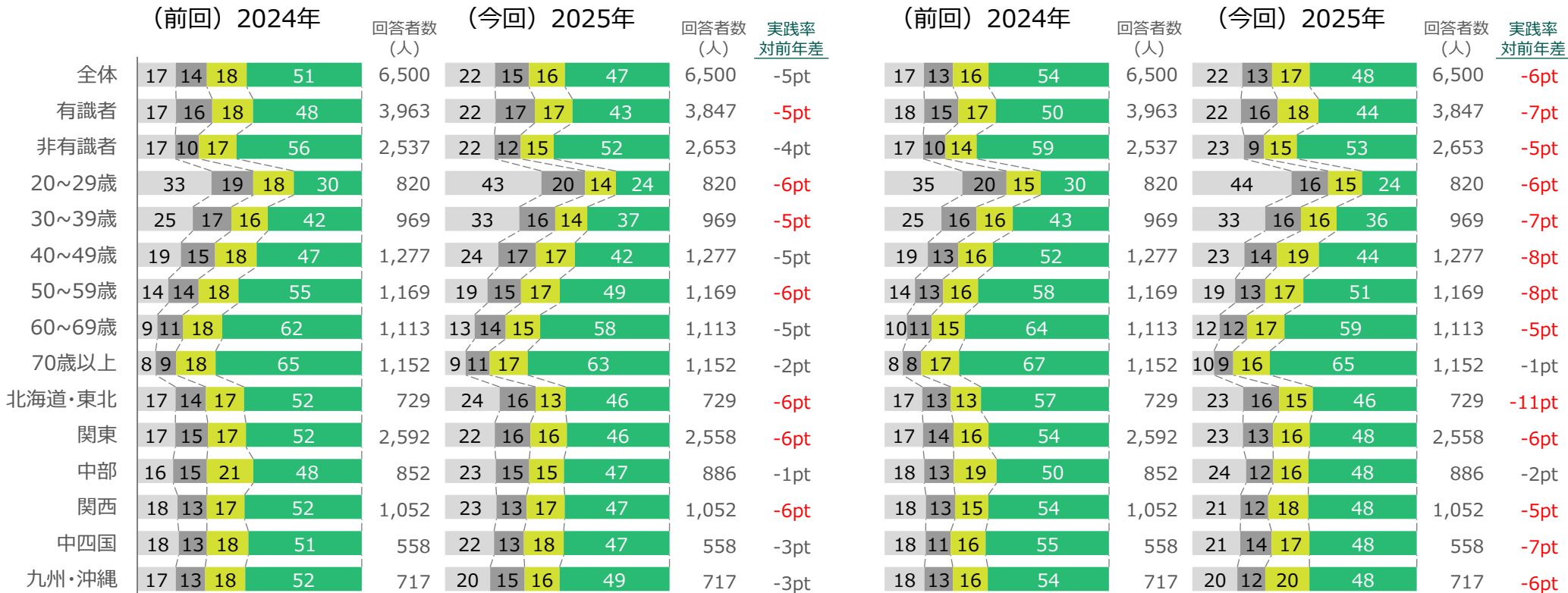
■ 非認知 (具体的なやり方を知らない) ■ 認知 (やり方は知っているが、実践したいと思わない) ■ 意欲 (実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない) ■ 実践 (既に実践している)

クールビズ (家庭)

室内でも涼しい服装やアイテムを着用 (半袖・短パンの着用、サンダルの利用 等) し、冷房使用時の室温を高く設定する、活動時間を朝方にシフトする、グリーンカーテンを利用し日光を遮る、等の家庭でのクールビズの実践

ウォームビズ (家庭)

室内でも暖かい服装やアイテムを着用し冬の暖房使用時の室温を低くする、体が温くなる料理や食材を積極的に取り入れる 等の家庭でのウォームビズの実践



- 家庭でのクールビズ/ウォームビズの実践率は昨年から下がっている。
- 年代が若くなるに従い、クールビズ/ウォームビズの実践率は下がり、非認知の割合が高くなっている。
- 20代では、4割以上がクールビズ/ウォームビズを知らず、実践率も3割を下回っている。

③衣 クールビズ/ウォームビズ（職場）

■ 設問：あなたの職場での、以下に挙げる環境に対する取組の実践状況について、それぞれお答えください。（有職者のみ）

■ 非認知（具体的なやり方を知らない） ■ 認知（やり方は知っているが、実践したいと思わない） ■ 意欲（実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない） ■ 実践（既に実践している）

クールビズ（職場）

オフィスや勤務場所でも涼しい服装やアイテムを着用（半袖の着用、ノーネクタイ、ジャケットを脱ぐ等）し、冷房使用時の室温を高く設定する、勤務時間を朝方にシフトする、等クールビズの実践

ウォームビズ（職場）

室内でも暖かい服装やアイテムを着用し暖房使用時の室温を低く設定する、通勤・通学で一駅分を歩いたり階段の積極利用で体温上昇をはかる、等ウォームビズの実践

	(前回) 2024年				回答者数 (人)	(今回) 2025年				回答者数 (人)	実践率 対前年差
全体	17	17	16	50	3,963	21	18	16	45	3,847	-5pt
有識者	17	17	16	50	3,963	21	18	16	45	3,847	-5pt
非有識者											
						(有職者のみ)					
20~29歳	30	22	18	30	524	37	23	14	26	521	-4pt
30~39歳	20	19	18	44	735	28	20	17	36	715	-8pt
40~49歳	18	18	18	47	982	21	19	16	44	959	-2pt
50~59歳	12	15	14	59	865	15	17	16	52	845	-6pt
60~69歳	10	14	13	63	605	11	13	16	59	566	-4pt
70歳以上	5	16	19	60	252	10	11	18	60	241	+0pt
北海道・東北	16	16	18	50	404	22	20	14	44	407	-7pt
関東	17	16	14	53	1,616	20	17	17	46	1,537	-7pt
中部	16	19	17	48	546	22	19	15	44	526	-4pt
関西	18	16	16	49	629	24	16	15	46	627	-4pt
中四国	18	17	18	47	341	18	19	16	46	338	-1pt
九州・沖縄	14	21	21	44	427	21	19	16	43	412	-0pt

	(前回) 2024年				回答者数 (人)	(今回) 2025年				回答者数 (人)	実践率 対前年差
全体	16	17	18	50	3,963	20	18	17	44	3,847	-6pt
有識者	16	17	18	50	3,963	20	18	17	44	3,847	-6pt
非有識者											
						(有職者のみ)					
20~29歳	29	21	20	30	524	35	23	14	27	521	-3pt
30~39歳	19	20	19	43	735	29	20	16	35	715	-8pt
40~49歳	17	16	19	48	982	18	19	19	44	959	-4pt
50~59歳	11	15	17	57	865	17	16	17	50	845	-6pt
60~69歳	10	14	13	63	605	10	14	20	55	566	-8pt
70歳以上	6	13	20	61	252	7	14	18	60	241	-1pt
北海道・東北	14	15	21	50	404	23	18	17	42	407	-8pt
関東	16	16	16	52	1,616	19	18	18	45	1,537	-7pt
中部	15	18	20	48	546	21	18	19	41	526	-7pt
関西	17	18	16	48	629	22	18	14	45	627	-3pt
中四国	16	18	17	49	341	17	19	19	46	338	-3pt
九州・沖縄	16	16	25	43	427	19	19	19	42	412	-1pt

- 職場でのクールビズ/ウォームビズの実践率も昨年から下がっている。
- 年代が若くなるに従いクールビズ/ウォームビズの実践率は下がり、20代での実践率は3割を下回っている。

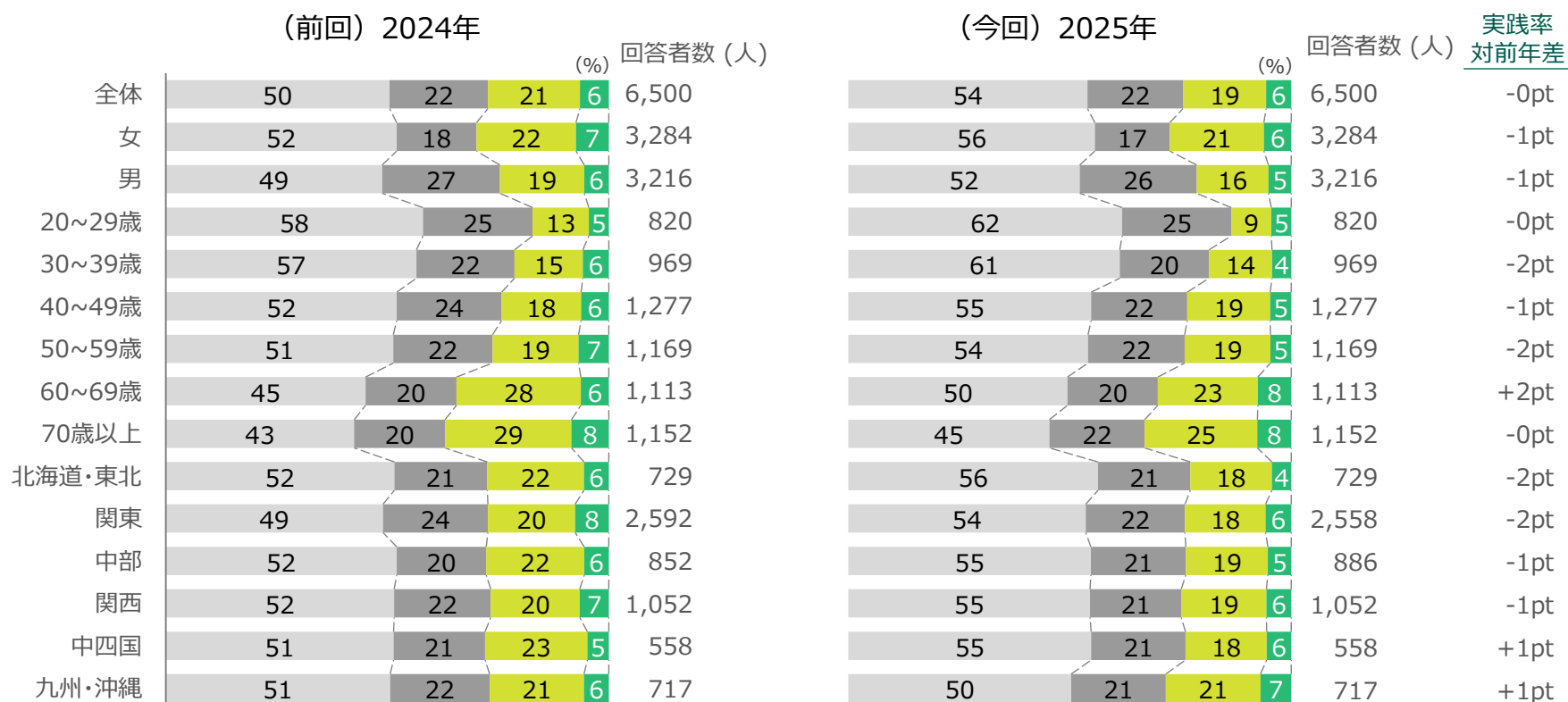
③衣 サステナブルファッション（1/2）

■ 設問：あなたは普段、以下に挙げる衣服の購入や利用・処分の際の環境負荷を低減する取組を実践していますか。

■ 非認知（具体的なやり方を知らない） ■ 認知（やり方は知っているが、実践したいと思わない） ■ 意欲（実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない） ■ 実践（既に実践している）

サステナブルファッション

次頁3項目のすべてを実践していたら「実践」



- サステナブルファッションの実践率は、昨年と変わらず6%。意欲や認知も昨年からほとんど変化がない。
- 年齢が高いほど実践・意欲の割合が高い傾向とみられる。

③衣 サステナブルファッション（2/2）

■ 設問：あなたは普段、以下に挙げる衣服の購入や利用・処分の際の環境負荷を低減する取組を実践していますか。

■ 非認知（具体的なやり方を知らない） ■ 認知（やり方は知っているが、実践したいと思わない） ■ 意欲（実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない） ■ 実践（既に実践している）

低環境負荷の衣類選択

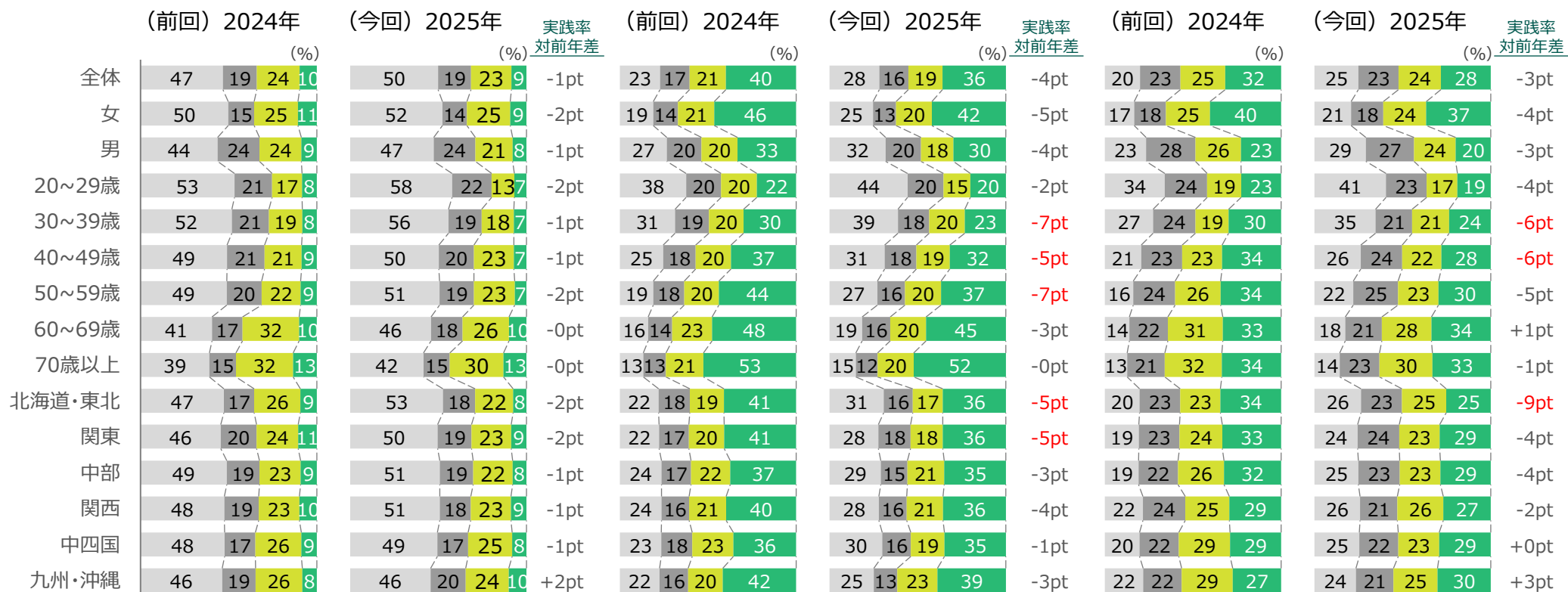
素材や生産ルートを確認し、環境負荷の小さな衣類を選択する

長く着る

衣服のお直しやリペア、適切なケア・洗濯等により、衣類を長く着る

リユース・リサイクル

衣服を手放す際には、着られる服はリユース、着られない服はリサイクルする



- 「低環境負荷の衣類選択」の実践率は、昨年とほぼ変わらず9%で、未だ少ない状態。
- 「長く着る」「リユース・リサイクル」の全体の実践率は、昨年から下がっている。
- 「長く着る」は、若い年代ほど実践率が低く、60代以上の世代とは大きな開きがあるため、若年層の啓蒙が求められる。

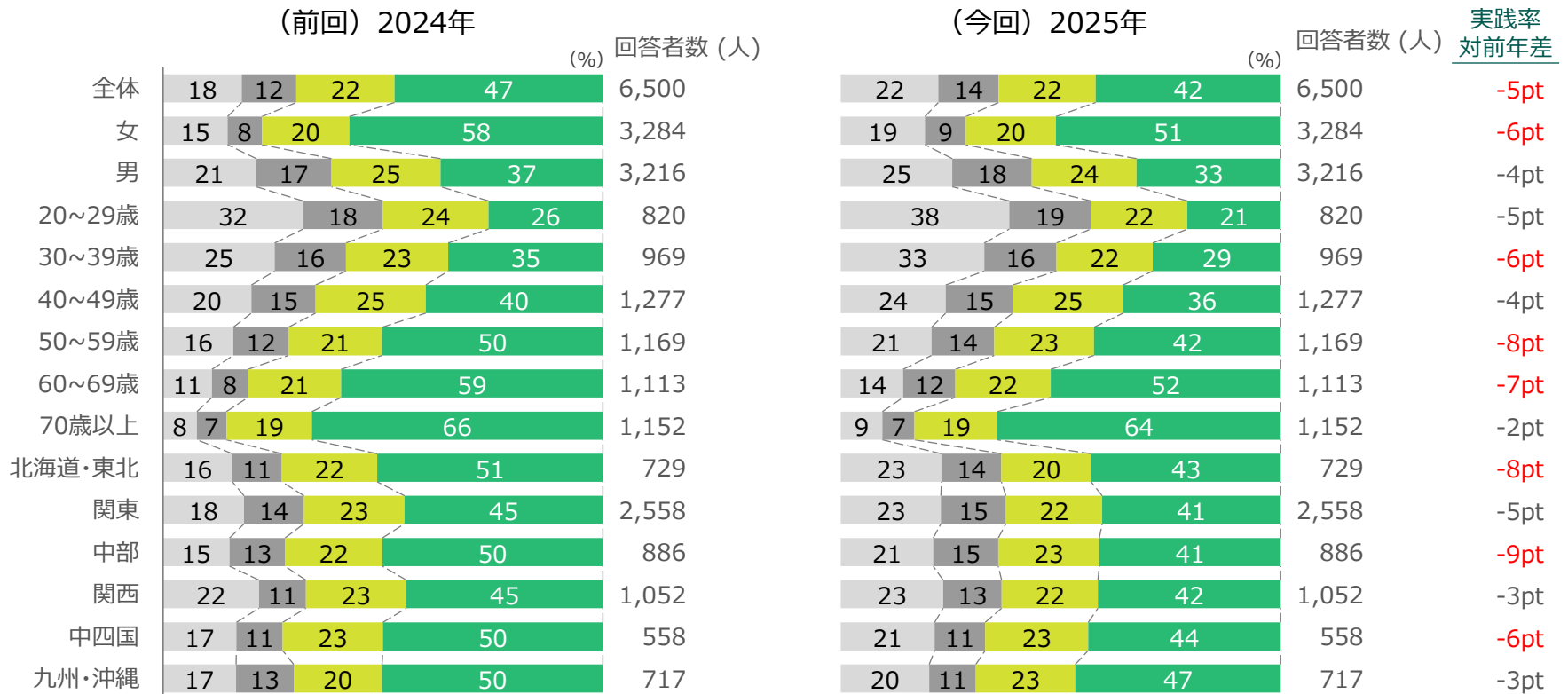
④買・食 地産地消・旬産旬消（1/2）

■ 設問：あなたは普段、以下に挙げる環境に配慮した食生活を実践していますか。

■ 非認知（具体的なやり方を知らない） ■ 認知（やり方は知っているが、実践したいと思わない） ■ 意欲（実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない） ■ 実践（既に実践している）

地産地消・旬産旬消

次頁2項目のいずれかを実践していたら「実践」



- ・ 地産地消・旬産旬消のいずれか実践率は42%。
- ・ 女性や高齢層の方が取り組み意識が高く、男性や若年層での意識は低い。

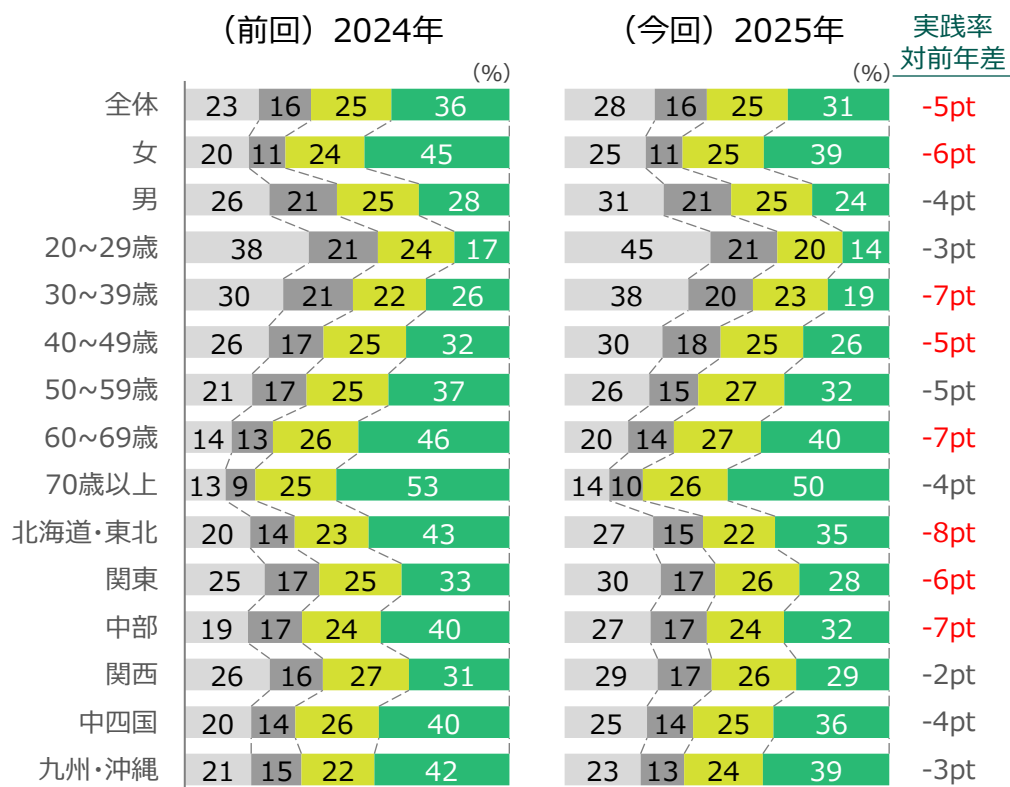
④買・食 地産地消・旬産旬消 (2/2)

■ 設問: あなたは普段、以下に挙げる環境に配慮した食生活を実践していますか。

■ 非認知 (具体的なやり方を知らない) ■ 認知 (やり方は知っているが、実践したいと思わない) ■ 意欲 (実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない) ■ 実践 (既に実践している)

地産地消

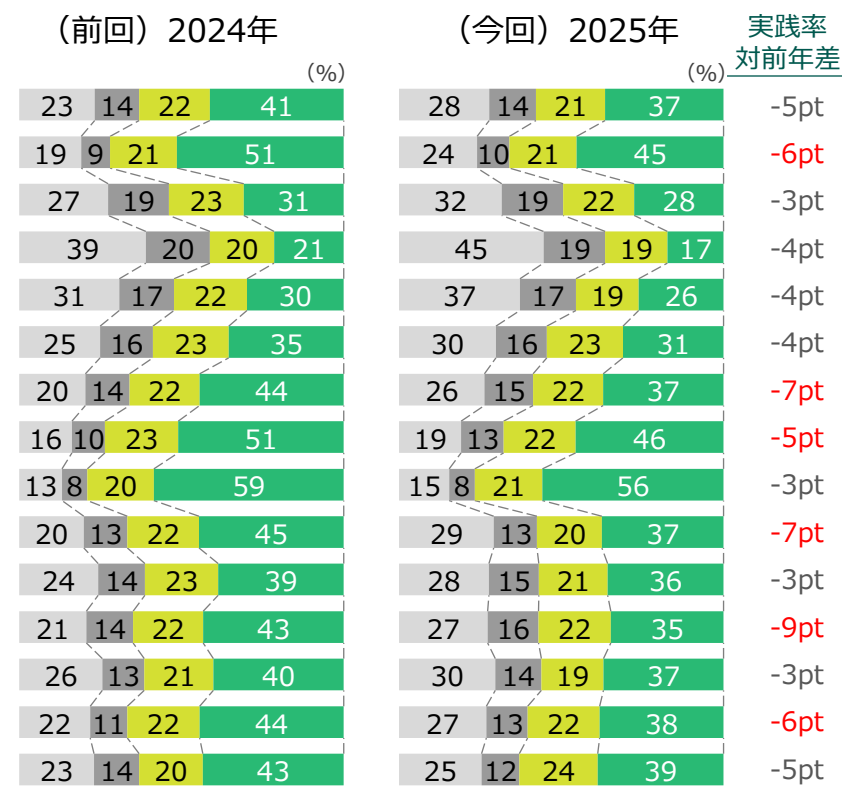
お住まいの地域で生産された食品・食材を選び消費する地産地消の実践



- ・ 昨年から、非認知が増えており、実践率も低下している。
- ・ 若年層での実践率は低く、昨年に比べて認知も下がっている。

旬産旬消

旬の食品・食材を選び消費する旬産旬消の実践



- ・ 昨年から、非認知が増えており、実践率も低下している。
- ・ 若年層での実践率は低く、昨年に比べて認知も下がっている。

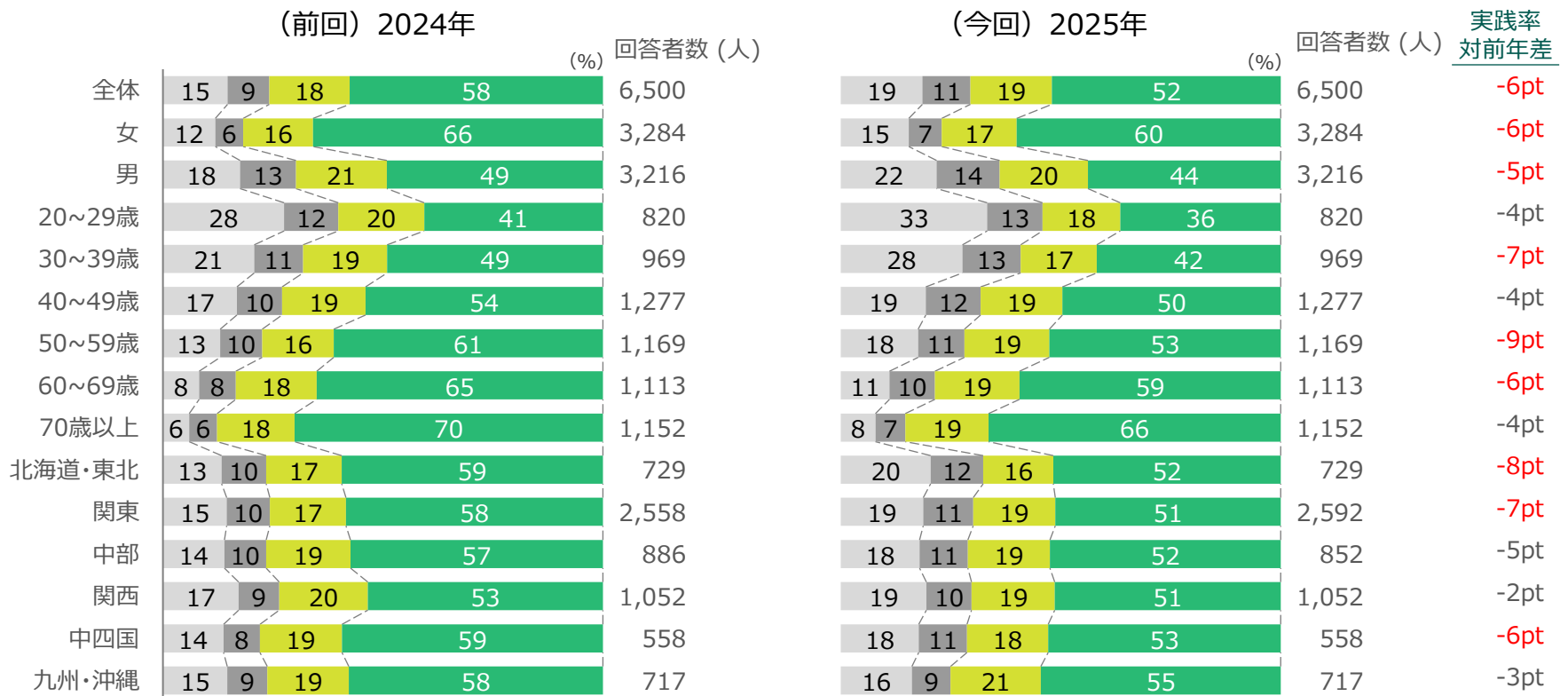
④買・食 食品ロス (1/3)

■ 設問: あなたは普段、以下に挙げる環境に配慮した食生活を実践していますか。

■ 非認知 (具体的なやり方を知らない) ■ 認知 (やり方は知っているが、実践したいと思わない) ■ 意欲 (実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない) ■ 実践 (既に実践している)

食品ロスを減らす取組

(次頁4項目のいずれかを実践していたら「実践」)



- ・ 昨年から、非認知が増えており、実践率も低下している。
- ・ 若年層での実践率は低く、昨年に比べて認知も下がっている。

④買・食 食品ロス (2/3)

■ 設問: あなたは普段、以下に挙げる環境に配慮した食生活を実践していますか。

■ 非認知 (具体的なやり方を知らない) ■ 認知 (やり方は知っているが、実践したいと思わない) ■ 意欲 (実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない) ■ 実践 (既に実践している)

直接廃棄①

家庭で余った食品を自治体やスーパー等の拠点やイベント会場等に持ち寄る等のフードドライブやフードバンク等の活動の実践



• 昨年から、変化はほとんどみられない。

直接廃棄②

飲食店・小売店等で売れ残った食品を、まだ食べられるうちにネットやアプリ等を通じて消費者とマッチング・シェアリングするサービスの利用



• 昨年から、変化はほとんどみられず、実践率は6%と低い状況のまま。

④買・食 食品ロス (3/3)

■ 設問: あなたは普段、以下に挙げる環境に配慮した食生活を実践していますか。

■ 非認知 (具体的なやり方を知らない) ■ 認知 (やり方は知っているが、実践したいと思わない) ■ 意欲 (実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない) ■ 実践 (既に実践している)

過剰除去

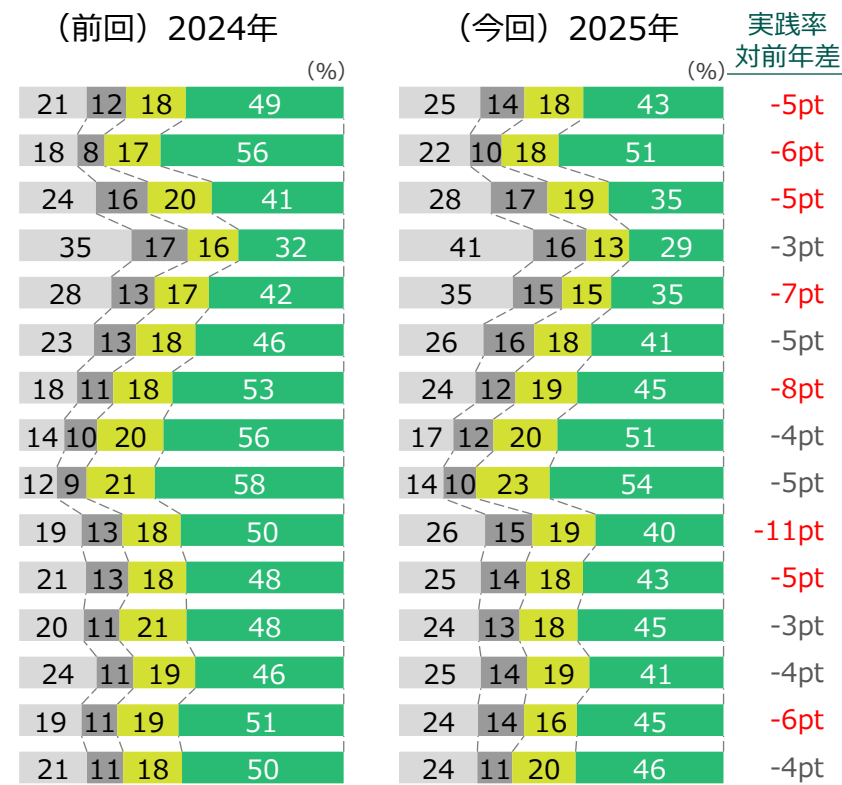
野菜の芯や皮、肉や魚の骨の周りの肉まで余さず調理する等、食べられる部分まで捨てない取組



- 過剰除去の実践率は昨年に比べて低下。50~60代での減少幅が大きい。

食べ残し

食べられる分だけ作る、飲食店での持ち帰り等、食べ残しを発生させない取組やサービスの利用



- 食べ残しを発生させない取り組みに関しても、昨年に比べて実践度は低下している。

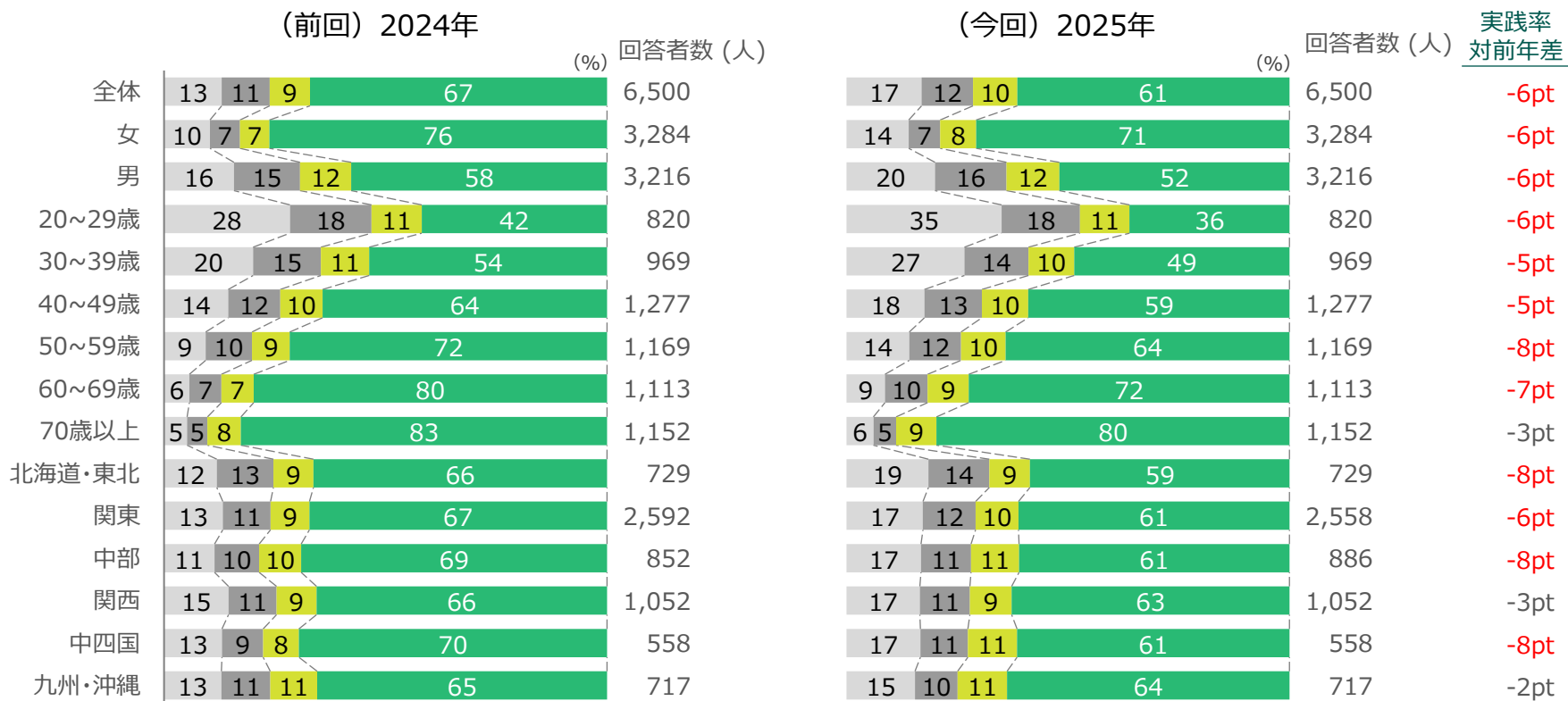
④買・食 ごみの3R（1/3）

■ 設問：あなたは普段、以下に挙げるごみ（特にプラスチックごみ）の削減や分別・リサイクル等を実践していますか。

■ 非認知（具体的なやり方を知らない） ■ 認知（やり方は知っているが、実践したいと思わない） ■ 意欲（実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない） ■ 実践（既に実践している）

プラスチック製品の需要の抑制

買物時にレジ袋、プラスチック製ストロー・スプーン等の受取りを辞退する等、必要のない製品の購入や受取を防ぐ取組



- 70歳以上の高齢層では引き続き8割以上の高い実践率となっている一方で、若年層の実践率は依然として低く、「具体的なやり方を知らない」という回答も多い。

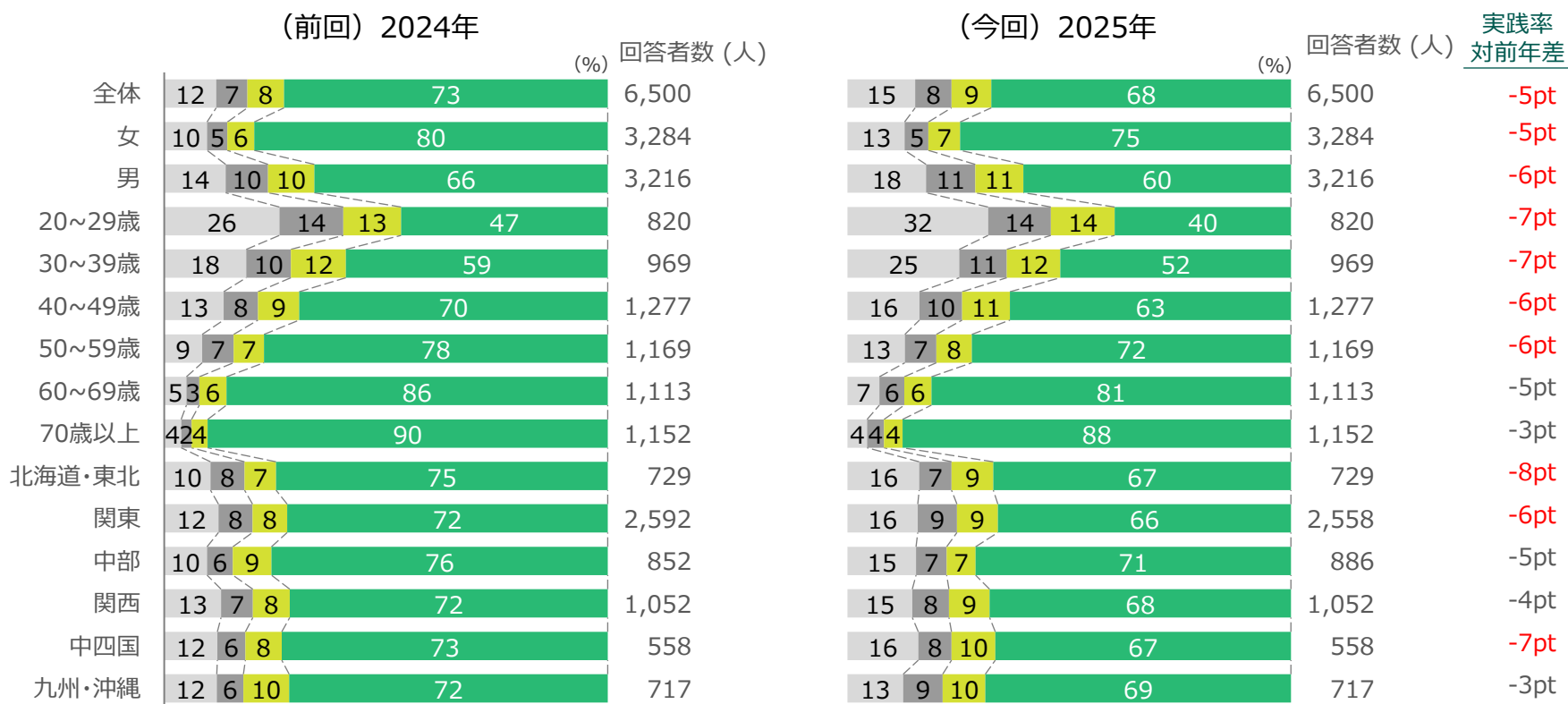
④買・食 ごみの3R (2/3)

■ 設問: あなたは普段、以下に挙げるごみ (特にプラスチックごみ) の削減や分別・リサイクル等を実践していますか。

■ 非認知 (具体的なやり方を知らない) ■ 認知 (やり方は知っているが、実践したいと思わない) ■ 意欲 (実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない) ■ 実践 (既に実践している)

プラスチックの分別、リサイクル、リユース等

(次頁2項目のいずれかを実践していたら「実践」)



- 70歳以上の高齢層では引き続き8割以上の高い実践率となっている
- 一方で、若年層での実践率は低く、昨年に比べて認知も下がっている

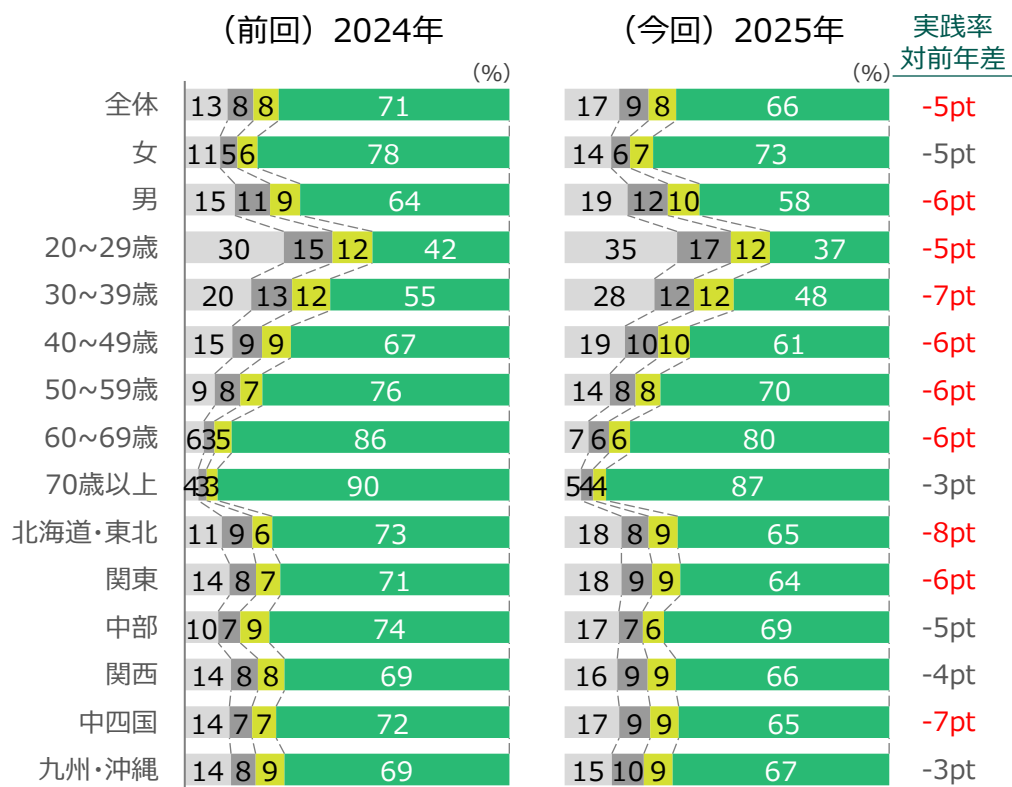
④買・食 ごみの3R (2/3)

■ 設問: あなたは普段、以下に挙げるごみ (特にプラスチックごみ) の削減や分別・リサイクル等を実践していますか。

■ 非認知 (具体的なやり方を知らない) ■ 認知 (やり方は知っているが、実践したいと思わない) ■ 意欲 (実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない) ■ 実践 (既に実践している)

プラスチックの分別・リサイクル

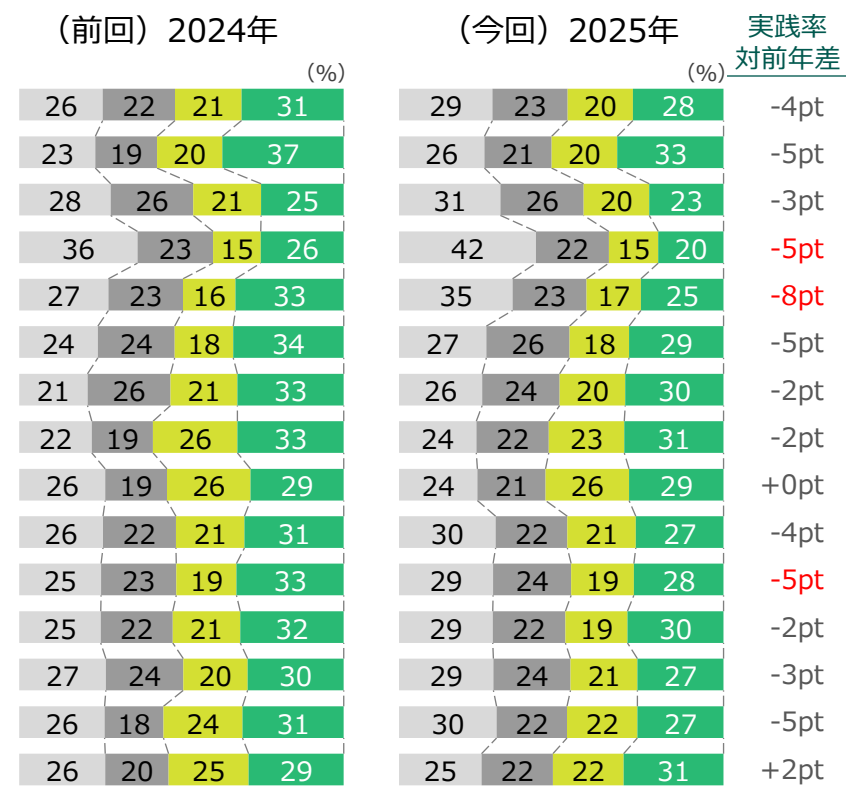
プラスチック使用製品やペットボトル等再生可能な資源の分別・リサイクル



- 全体では7割近くの消費者が既に実践しており、特に70歳以上では実践率は約9割。
- ただし、昨年からは実践率が全体的に下がっている。

リユースサービスの利用

リユースショップやフリマサービス等のリユースサービスの利用



- リユースサービスの利用は、全体で約3割。
- プラスチックの分別・リサイクル行動に比べると年代による実践率の差は小さいが、昨年と比べ、若年層の実践率の低下がみられる。

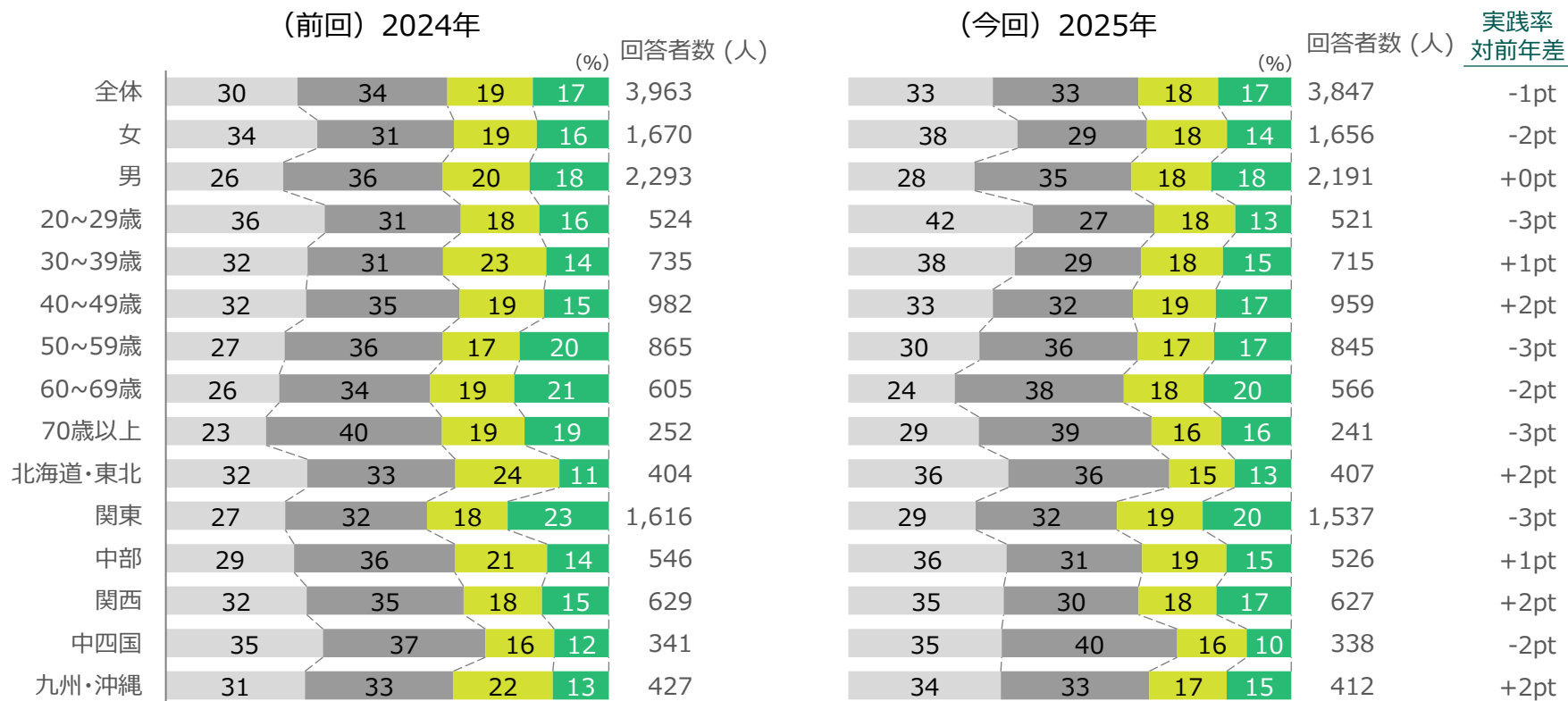
⑤職 テレワーク

■ 設問：あなたの職場での、以下に挙げる環境に対する取組の実践状況について、それぞれお答えください。(有職者のみ)

■ 非認知 (具体的なやり方を知らない) ■ 認知 (やり方は知っているが、実践したいと思わない) ■ 意欲 (実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない) ■ 実践 (既に実践している)

テレワーク

自宅での在宅勤務、コワーキングスペースやカフェ等オフィス以外で仕事をするテレワーク (リモートワーク) の実践



- ・ 昨年から目立った変化はみられず、テレワークの実践率は全体で2割弱。
- ・ 関東地方は他地域に比べ実践率が高い地域だが、昨年からやや減少している。

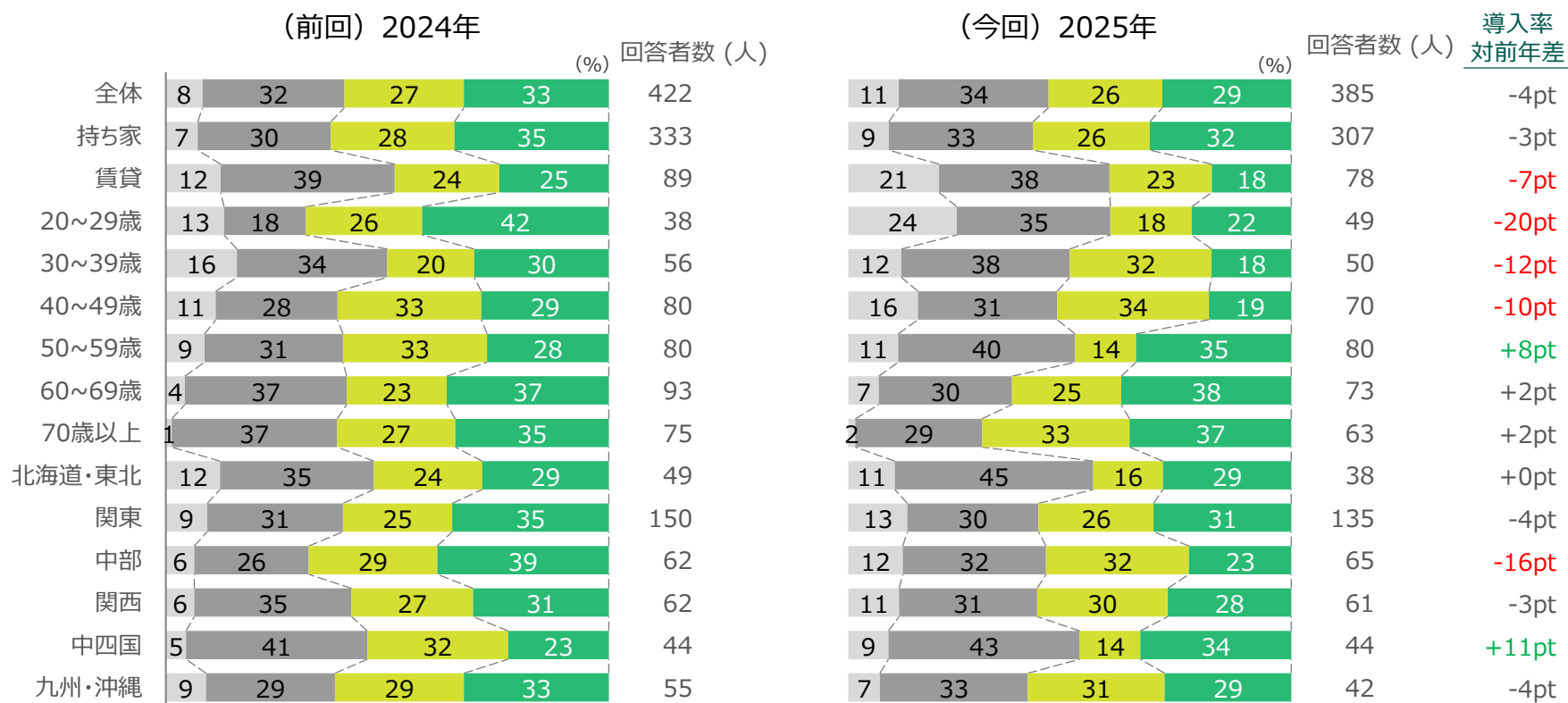
⑥移 自動車の保有・シェアリング（1/4）

■ 設問：あなたのご家庭での、電動車（ハイブリッド自動車、電気自動車、プラグインハイブリッド自動車、燃料電池車（水素自動車 等））の導入状況について、お答えください。

■ 非認知（そもそも聞いたことがない/わからない） ■ 認知（何のことも知っているが、導入したいと思わない） ■ 意欲（導入したいと考えているが、導入には至っていない） ■ 導入済み（既に導入している）

電動車の購入（新車購入者のみ）

あなたのご家庭での、電動車（ハイブリッド自動車、電気自動車、プラグインハイブリッド自動車、燃料電池車（水素自動車 等））の導入状況



- ・ 電動車の導入や導入意欲は、昨年から増えていない。
- ・ なお、属性別データはサンプル数が少なく参考扱い

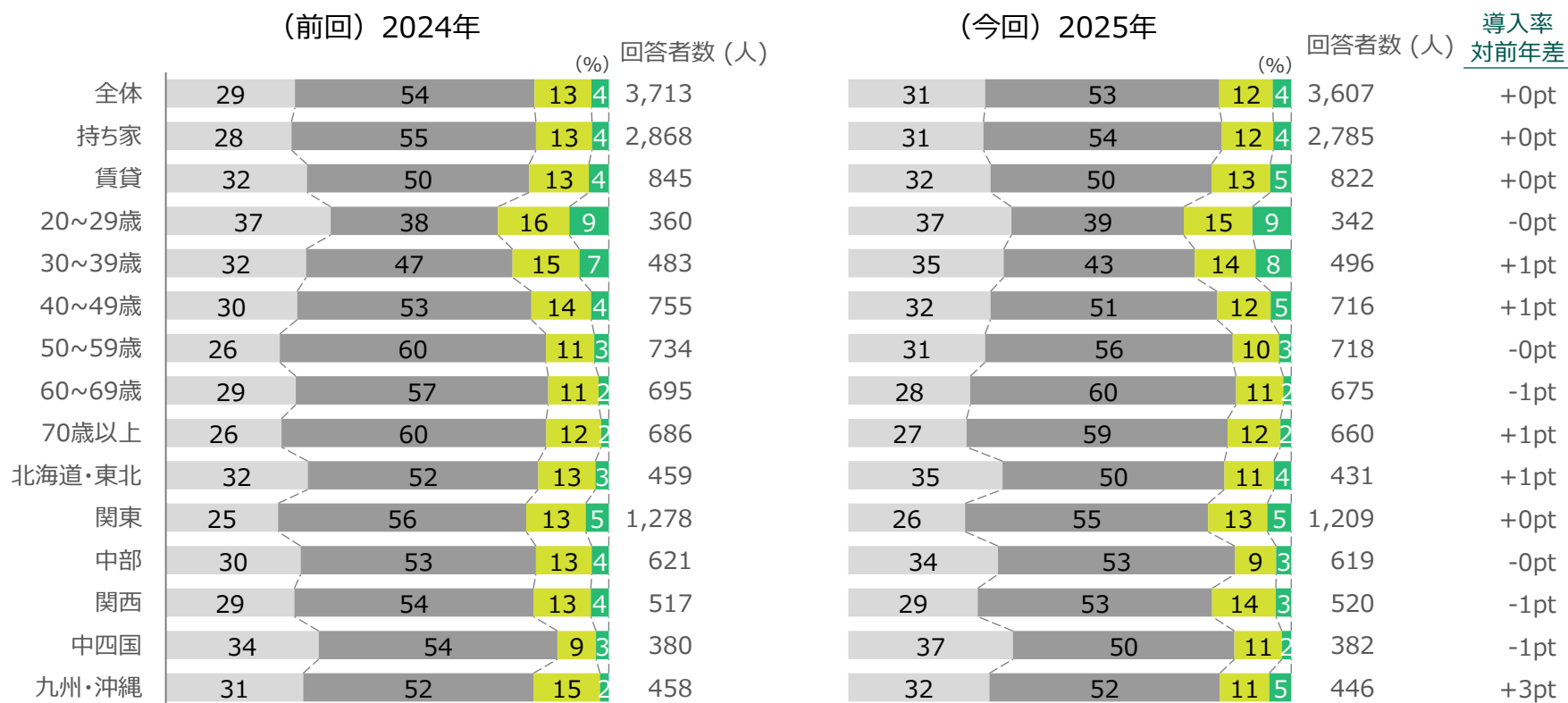
⑥移 自動車の保有・シェアリング（2/4）

■ 設問：あなたの職場での、以下に挙げる環境に対する取組の実践状況について、それぞれお答えください。

■ 非認知（そもそも聞いたことがない/わからない） ■ 認知（何のことか知っているが、導入したいと思わない） ■ 意欲（導入したいと考えているが、導入には至っていない） ■ 導入済み（既に導入している）

カーシェアリング（運転する方のみ）

移動が必要な際に、カーシェアリングを積極的に利用するようにしている



- ・ 昨年から変化はなく、認知はしているものの半数以上は利用意欲につながっていない。

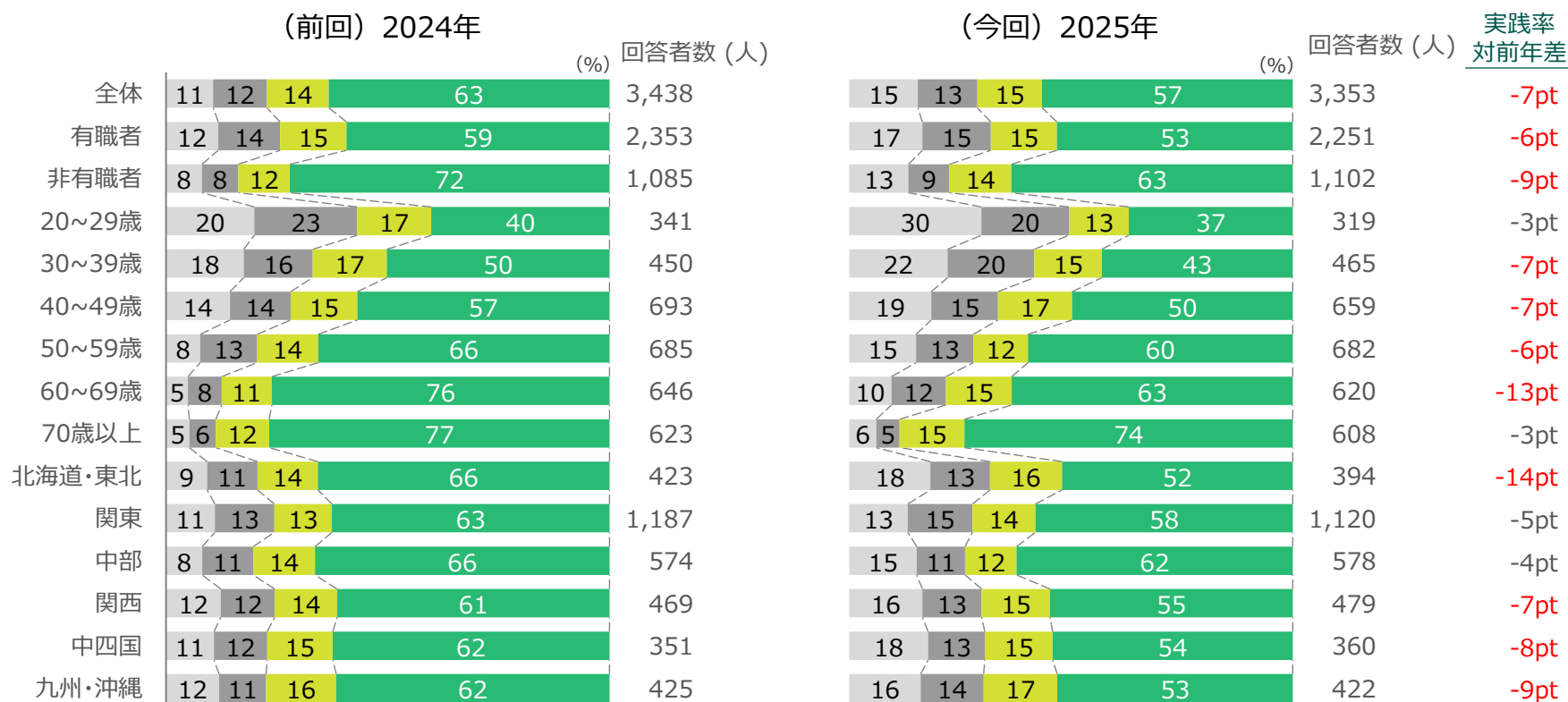
⑥移 自動車の保有・シェアリング (3/4)

■ 設問: あなたは普段、通勤・通学、買い物、通院等で移動が必要な際に、以下に挙げる取組を実践していますか。

■ 非認知 (具体的なやり方を知らない) ■ 認知 (やり方は知っているが、実践したいと思わない) ■ 意欲 (実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない) ■ 実践 (既に実践している)

エコドライブ (運転する方のみ)

自動車を運転する際には、エコドライブ (ふんわりアクセル、車間距離にゆとりをもって加速・減速の少ない運転、減速時は早めにアクセルを離す、エアコンの使用は適切に等) を実践するようにしている



- ・ エコドライブの実践率は、全体では前年から減少。
- ・ 年齢層別では60~69歳が特に減少幅が大きく、地域では北海道・東北の減少が目立つ。

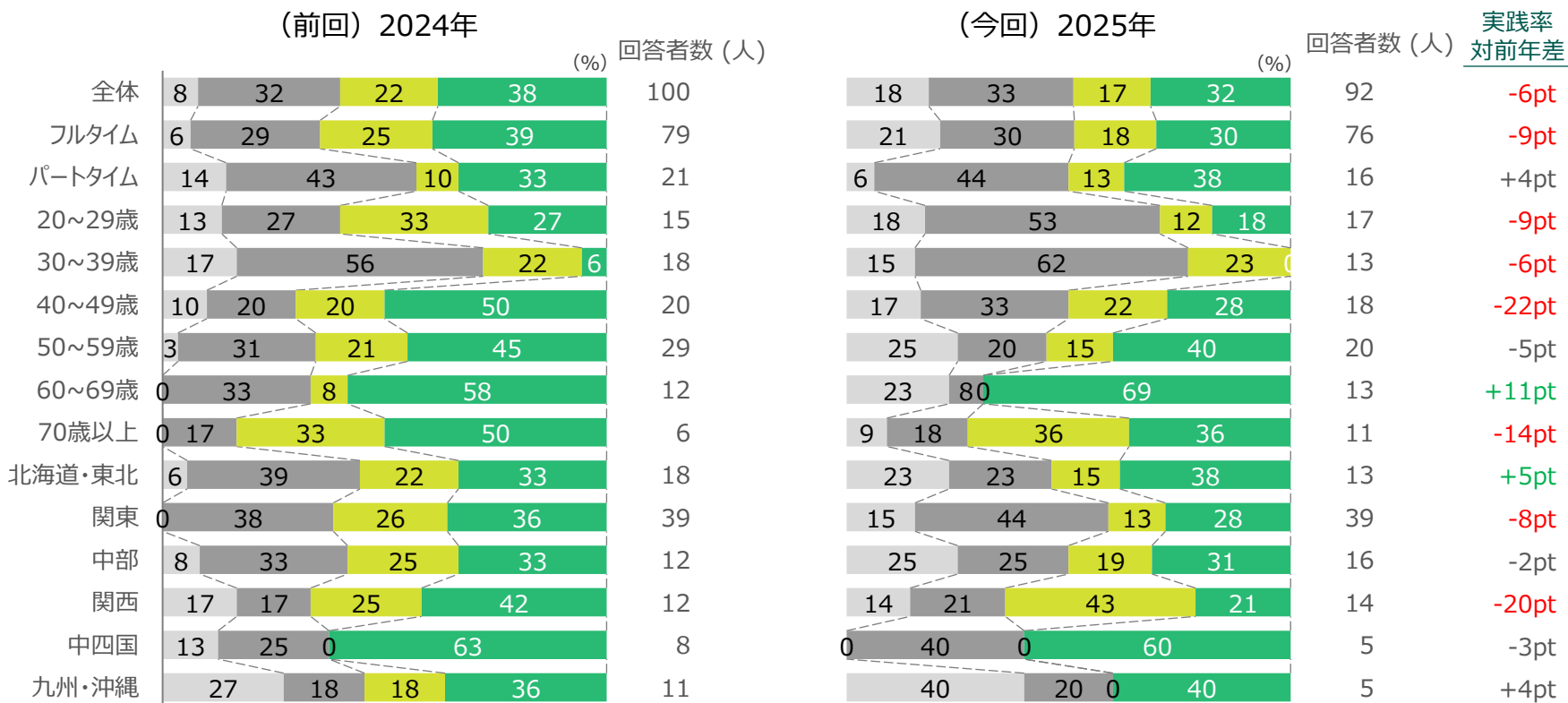
⑥移 自動車の保有・シェアリング（4/4）

■ 設問：あなたの職場での、以下に挙げる環境に対する取組の実践状況について、それぞれお答えください。

■ 非認知（具体的なやり方を知らない） ■ 認知（やり方は知っているが、実践したいと思わない） ■ 意欲（実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない） ■ 実践（既に実践している）

エコドライブ（仕事で自家用貨物車を運転する方のみ）

仕事で自動車を運転する際には、エコドライブ（ふんわりアクセル、車間距離にゆとりをもって加速・減速の少ない運転、減速時は早めにアクセルを離す、エアコンの使用は適切に 等）を実践するようにしている



- ・ 回答数が少ないため個別の数値は参考扱い
- ・ 昨年に比べて、エコドライブの具体的なやり方を知らない、という非認知者の割合が上がっている。

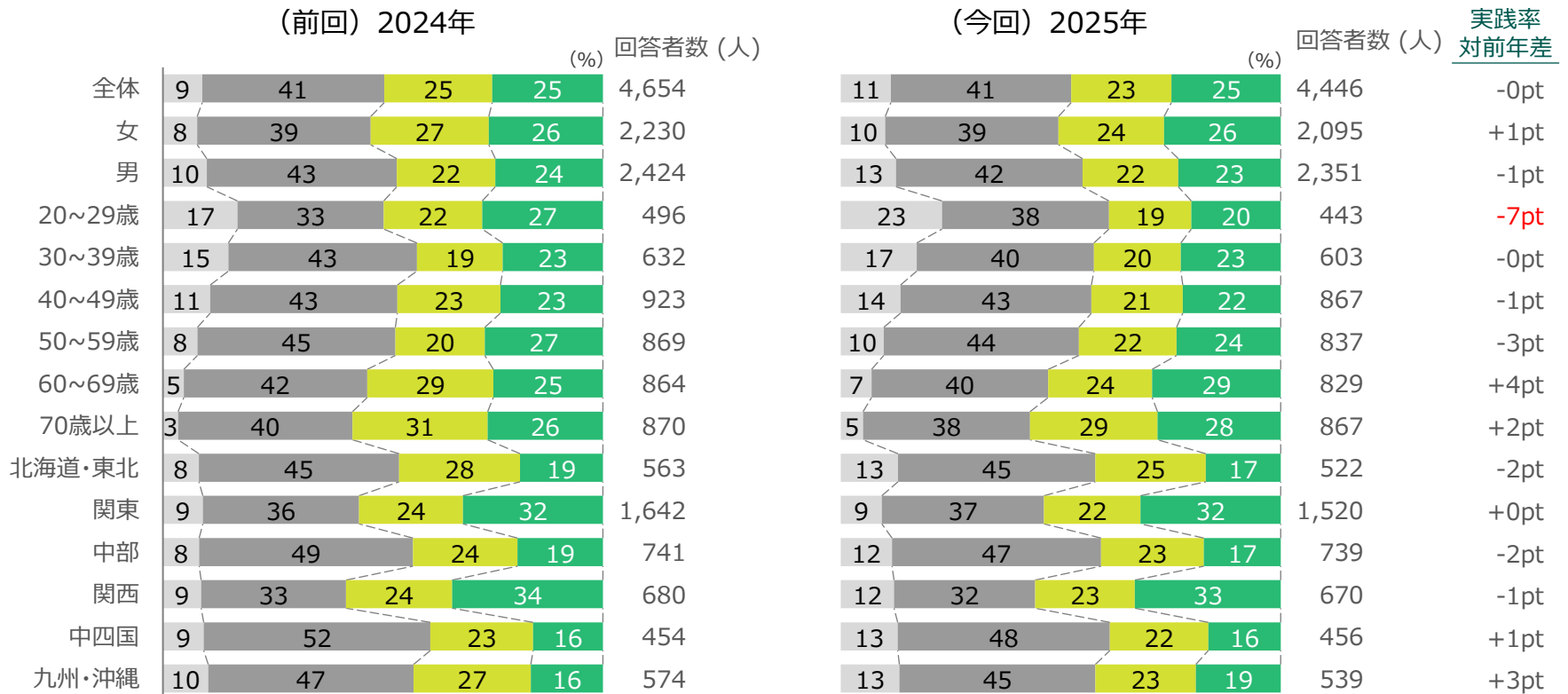
⑥移 その他の移動手段（1/3）

■ 設問：あなたは普段、通勤・通学、買い物、通院等で移動が必要な際に、以下に挙げる取組を実践していますか。

■ 非認知（具体的なやり方を知らない） ■ 認知（やり方は知っているが、実践したいと思わない） ■ 意欲（実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない） ■ 実践（既に実践している）

公共交通の利用（車所有者のみ）

自家用車よりも公共交通機関を積極的に利用するようにしている



- 公共交通の積極的な利用の実践状況は昨年からはほとんど変わっていない。
- ただし、高齢者での実践率が上がっているのに対し、20代では実践率が低下している。

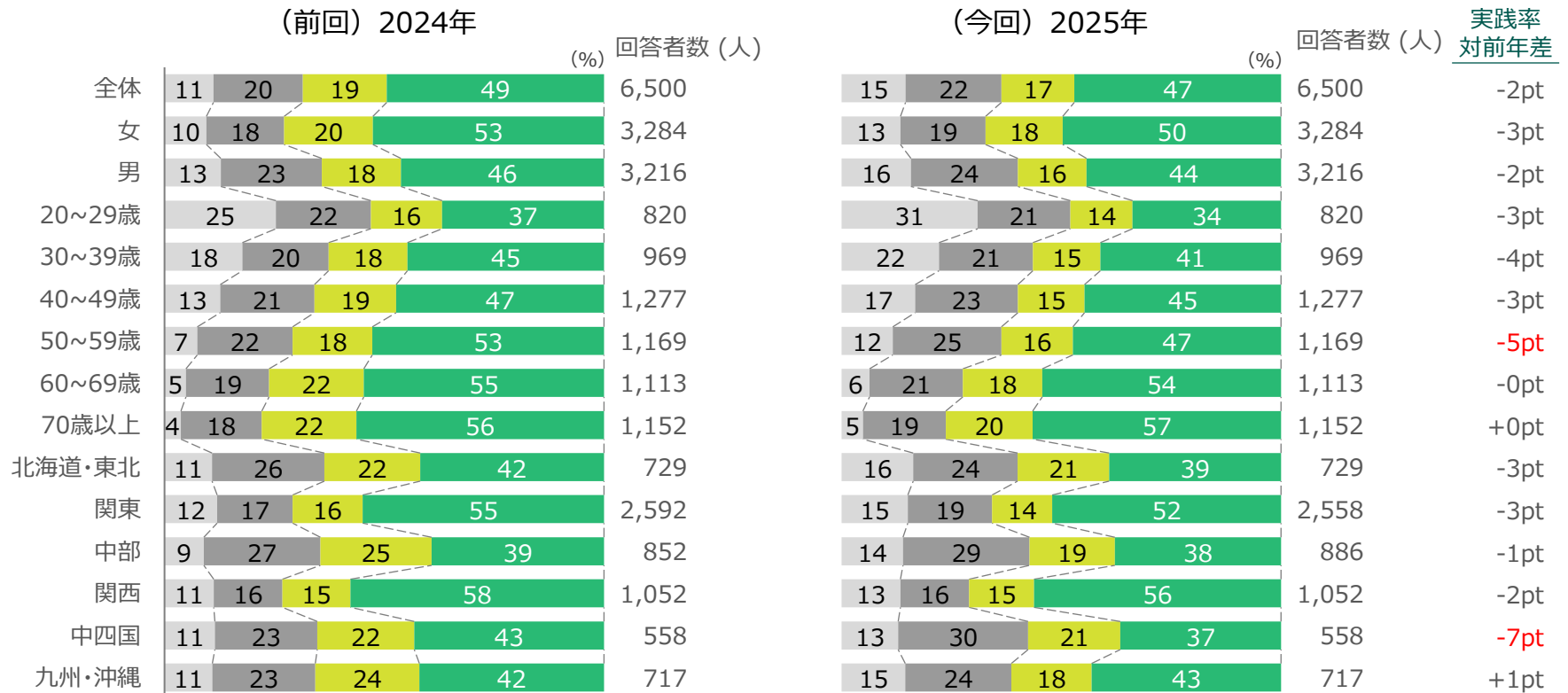
⑥移 その他の移動手段（2/3）

■ 設問：あなたは普段、通勤・通学、買い物、通院等で移動が必要な際に、以下に挙げる取組を実践していますか。

■ 非認知（具体的なやり方を知らない） ■ 認知（やり方は知っているが、実践したいと思わない） ■ 意欲（実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない） ■ 実践（既に実践している）

自転車・徒歩での移動

自転車や徒歩で積極的に移動するようにしている



- ・ 自転車や徒歩の積極利用の実践度は、昨年とほぼ変わっていない。
- ・ 年齢が上がるほど実践率が高い傾向は変わらないが、50代以下では実践率が昨年から僅かに下がる傾向がみられている。

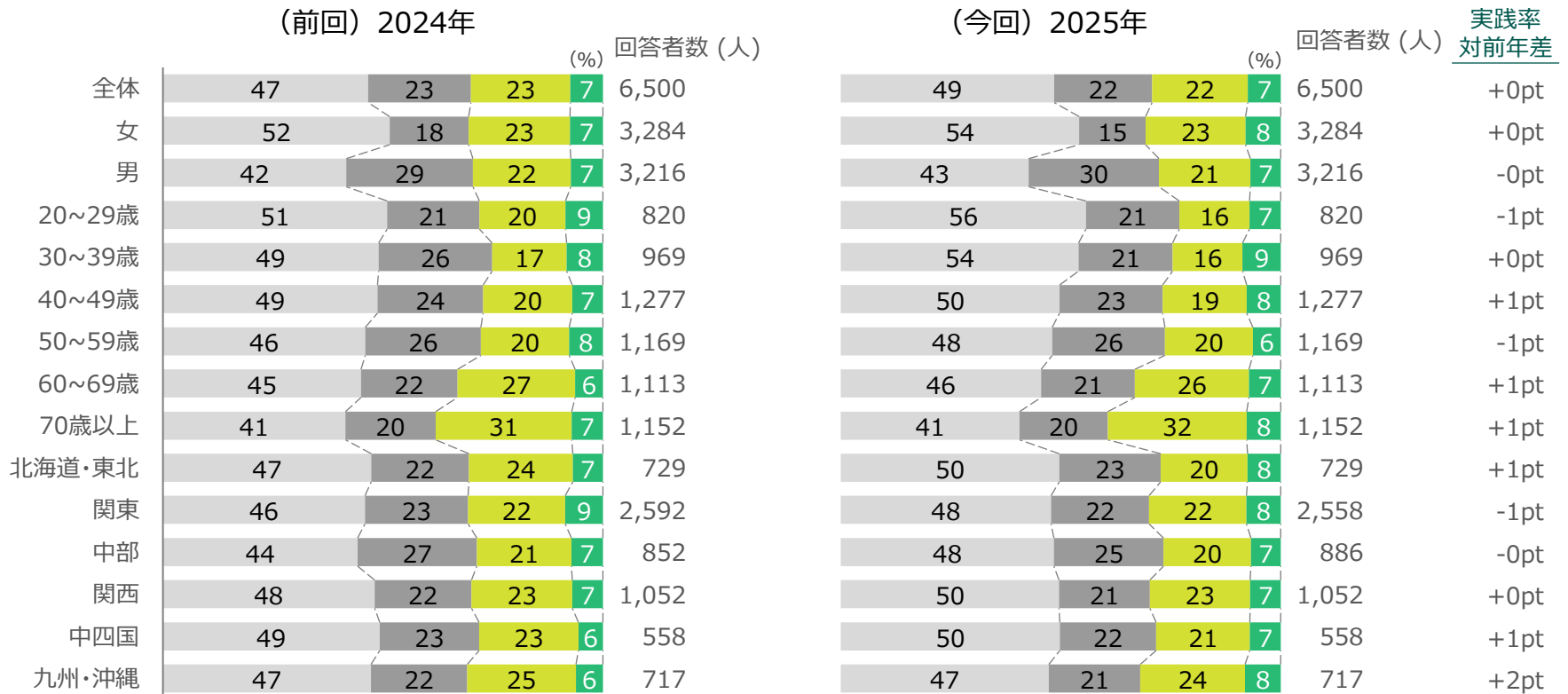
⑥移 その他の移動手段（3/3）

■ 設問：あなたは普段、通勤・通学、買い物、通院等で移動が必要な際に、以下に挙げる取組を実践していますか。

■ 非認知（具体的なやり方を知らない） ■ 認知（やり方は知っているが、実践したいと思わない） ■ 意欲（実践したいと思っているが、具体的な行動は起こしていない） ■ 実践（既に実践している）

脱炭素旅行商品の利用

旅行する際には、電気自動車の利用、エコフレンドリーなホテルの選択、カーボンオフセット付き航空券の利用等、環境に負荷をかけないよう設計された旅行商品を利用するようにしている



- ・ 昨年から実践率に大きな変化はみられない。
- ・ 脱炭素旅行商品の認知は5割のままで、女性の認知が低い。
- ・ 実践率も7%にとどまっているが、高齢者における意欲は高い。

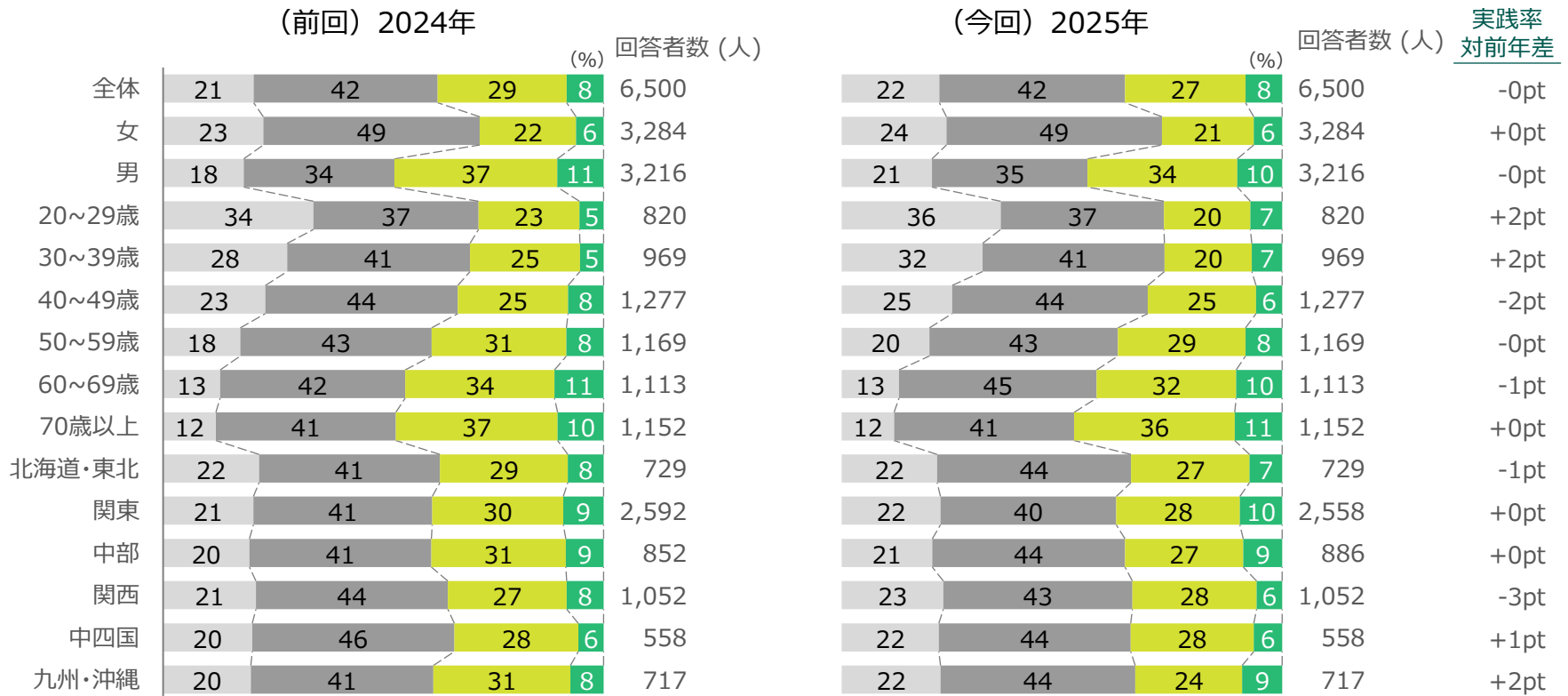
⑦基盤 「脱炭素」「デコ活」の認知（1/2）

■ 設問：あなたは、以下に挙げる地球温暖化対策のための取組や言葉についてご存知ですか。

■ 非認知（聞いたことがない/わからない） ■ 認知（聞いたことがあるが、内容までは知らない） ■ 意欲（内容まで知っているが、具体的な行動は起こしていない） ■ 実践（既に実践している）

脱炭素・カーボンニュートラル

「脱炭素」「カーボンニュートラル」



- ・ 認知や実践率は昨年と同じで変化はみられない。
- ・ 男性の方が内容まで知っている割合が高く、反対に女性は聞いたことがある程度という人が約半数を占めている。

⑦基盤 「脱炭素」「デコ活」の認知（2/2）

■ 設問：あなたは、以下に挙げる地球温暖化対策のための取組や言葉についてご存知ですか。

■ 非認知（聞いたことがない/わからない） ■ 認知（聞いたことがあるが、内容までは知らない） ■ 意欲（内容まで知っているが、具体的な行動は起こしていない） ■ 実践（既に実践している）

デコ活

「デコ活」（脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動）

デコ活アクション

「デコ活アクション」

	(前回) 2024年			(今回) 2025年			実践率 対前年差
			回答者数 (人)			回答者数 (人)	
全体	74	14 8 3	6,500	75	14 8 3	6,500	-0pt
女	78	13 7 3	3,284	79	12 6 2	3,284	-0pt
男	71	16 10 3	3,216	71	16 10 3	3,216	-0pt
20~29歳	72	14 10 4	820	74	13 10 4	820	-0pt
30~39歳	76	13 8 3	969	76	11 10 3	969	-0pt
40~49歳	77	12 8 4	1,277	77	13 8 3	1,277	-1pt
50~59歳	77	12 8 3	1,169	80	11 7 3	1,169	+0pt
60~69歳	75	15 7 2	1,113	74	15 7 3	1,113	+1pt
70歳以上	69	20 9 2	1,152	70	20 7 2	1,152	+0pt
北海道・東北	74	14 9 3	729	75	16 7 2	729	-1pt
関東	73	14 9 4	2,558	74	14 9 3	2,558	-1pt
中部	75	14 9 2	886	77	12 8 3	886	+1pt
関西	76	15 7 2	1,052	77	13 8 2	1,052	+0pt
中四国	76	16 7 2	558	77	13 8 2	558	+1pt
九州・沖縄	73	15 8 3	717	73	16 8 4	717	+0pt

	(前回) 2024年			(今回) 2025年			実践率 対前年差
			回答者数 (人)			回答者数 (人)	
全体	80	11 7 2	6,500	81	11 7 2	6,500	+0pt
女	85	8 5 2	3,284	85	8 5 2	3,284	+0pt
男	76	13 8 2	3,216	76	13 8 3	3,216	+0pt
20~29歳	76	12 9 3	820	76	12 8 4	820	+0pt
30~39歳	80	9 9 2	969	80	10 7 3	969	+1pt
40~49歳	80	10 6 3	1,277	80	10 7 2	1,277	-1pt
50~59歳	82	10 6 2	1,169	85	7 6 2	1,169	-1pt
60~69歳	83	10 6 2	1,113	82	11 5 2	1,113	+1pt
70歳以上	80	13 6 2	1,152	79	14 6 2	1,152	+0pt
北海道・東北	79	11 8 2	729	80	13 5 2	729	-0pt
関東	79	11 7 3	2,558	80	11 7 3	2,558	-0pt
中部	81	9 7 2	886	83	9 5 3	886	+1pt
関西	83	11 4 2	1,052	81	10 6 2	1,052	+0pt
中四国	85	9 6 2	558	82	9 8 2	558	+1pt
九州・沖縄	79	10 8 3	717	79	12 7 2	717	-1pt

- 「デコ活」の認知は25%で、昨年とほぼ同水準。具体的なアクション・取組として実践できているのは2%にとどまっている。
- 年代別や地域別でも昨年から目立った変化はみられない。

- 「デコ活アクション」の認知は19%で、昨年とほぼ変わらない。具体的なアクション・取組として実践している人も、昨年と同様2%にとどまっている。