

調査概要

背景・目的：

2050年ネット・ゼロの達成に向けて、政府では「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、令和6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サンプル

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8年1月9日(金)～同年1月13日(火)

(参考) 第1回調査：令和6年2月21日(水)～同年23日(金)

(参考) 第2回調査：令和7年1月10日(金)～同年14日(火)

結果のポイント

- ◆「デコ活」の認知率は22.0%、第1回調査と比較すると、認知率は▲3.7ポイントと、低下傾向にある。
- ◆7分野では水準にばらつきがあるものの、ほぼ全分野において、脱炭素製品・サービス・アクションに対する認知率・意欲率が低下しており、導入・実践率についてもやや低下もしくは横ばいを維持している。



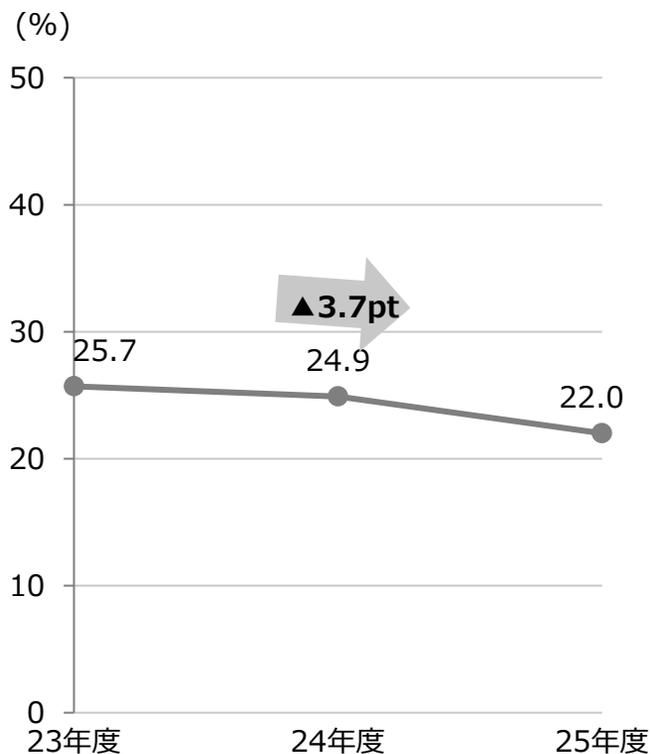
- ◆「デコ活」として戦略的なPR・コミュニケーションを実施し、ターゲティング等により効果的な情報発信を強化する。
- ◆今後の「デコ活」の活動においては、引き続き、各分野・項目の特徴を的確に捉え、ロードマップを参照しながら、最適な打ち手・仕掛けを講じていく。

「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）」認知状況

■ デコ活の認知率は低下傾向にあり、理解率・実践率も上昇していない

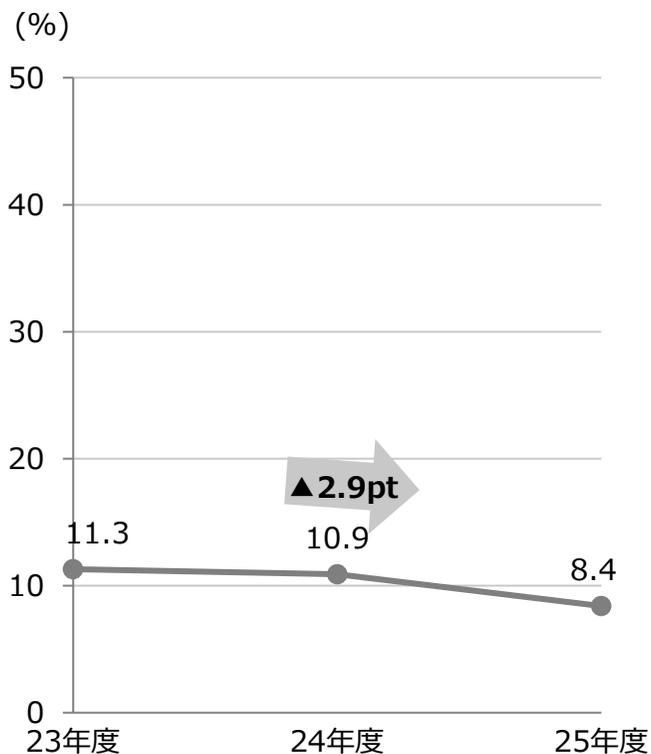
認知率

「既に実践している」
「内容まで知っているが、具体的な行動は起こしていない」
「聞いたことがあるが、内容までは知らない」



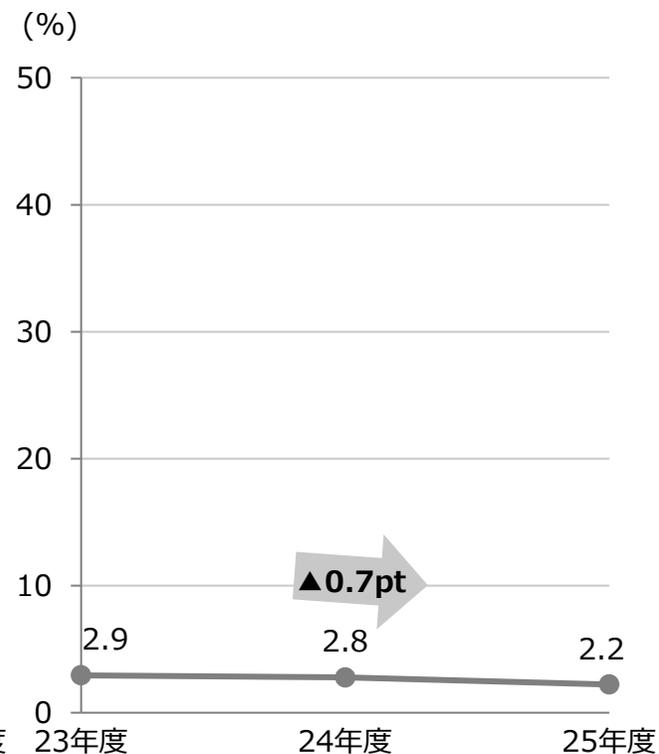
理解率

「既に実践している」
「内容まで知っているが、具体的な行動は起こしていない」



実践率

「既に実践している」



※差分数値は25年度と23年度の差/矢印： ▲5pt以上 ▲5pt未満

①住宅[外]：消費者の認知・意欲・導入状況

- 窓の高断熱化の認知率は低下。意欲率、導入率は低下傾向
- その他部位の高断熱化、太陽光発電設備の認知率も低下傾向にある

凡例	認知率		意欲率		導入率	
	25年度水準	23年度との差	25年度水準	23年度との差	25年度水準	23年度との差
5pt以上低下						
窓の高断熱化	74.9%	↓ ▲5.2pt	48.8%	→ ▲3.4pt	21.2%	→ ▲3.7pt
その他部位の高断熱化	65.8%	→ ▲4.8pt	37.6%	→ ▲3.8pt	12.0%	→ ▲4.0pt
太陽光発電設備	81.3%	→ ▲4.0pt	26.4%	→ ▲2.5pt	8.2%	→ ▲0.2pt

②住宅[内]：消費者の認知・意欲・導入/実践状況

- 全体として認知率が低下
- 一部省エネ機器にて導入率/意欲率が低下。節約行動はいずれも意欲率が低下

凡例	認知率		意欲率		導入/実践率	
	25年度水準	23年度との差	25年度水準	23年度との差	25年度水準	23年度との差
高効率給湯器	75.4%	→ ▲4.2pt	45.3%	→ ▲2.8pt	23.9%	→ ▲2.5pt
省エネエアコン	76.2%	↓ ▲6.5pt	61.0%	↓ ▲6.8pt	41.2%	↓ ▲5.2pt
省エネ冷蔵庫	71.5%	↓ ▲6.1pt	56.0%	→ ▲4.7pt	32.3%	→ ▲1.1pt
節水型洗濯機	73.6%	↓ ▲6.2pt	52.2%	↓ ▲5.7pt	32.5%	→ ▲3.6pt
LED照明器具	82.4%	↓ ▲5.0pt	70.6%	→ ▲4.6pt	53.5%	→ ▲4.8pt
節水トイレ	71.6%	↓ ▲5.3pt	51.8%	→ ▲4.8pt	30.9%	→ ▲1.8pt
節水シャワーヘッド	76.6%	→ ▲5.2pt	51.8%	→ ▲4.4pt	27.1%	→ ▲1.0pt
キッチン用節水アダプタ	53.3%	→ ▲6.9pt	28.4%	→ ▲3.9pt	7.3%	→ ▲1.9pt
HEMS等	50.8%	→ ▲4.9pt	22.0%	→ ▲2.2pt	3.7%	→ ▲0.6pt
節電行動	77.0%	↓ ▲5.7pt	65.5%	↓ ▲6.0pt	50.4%	→ ▲4.9pt
節水行動	76.7%	↓ ▲5.1pt	51.9%	↓ ▲5.3pt	35.9%	→ ▲4.7pt
節ガス行動	74.8%	↓ ▲5.4pt	54.7%	↓ ▲6.5pt	36.0%	→ ▲4.3pt

③衣：消費者の認知・意欲・実践状況

- 全体として認知率、意欲率が低下
- ウォームビズにおいては、実践率も低下

	凡例	認知率		意欲率		実践率		
		5pt以上低下	25年度水準	経年変化	25年度水準	経年変化	25年度水準	経年変化
クールビズ・ウォームビズ	クールビズ(家庭)		75.9%	↓ ▲7.0pt	62.3%	↓ ▲6.7pt	46.7%	→ ▲4.6pt
	ウォームビズ(家庭)		76.0%	↓ ▲6.5pt	62.8%	↓ ▲6.6pt	47.4%	↓ ▲6.4pt
	クールビズ(職場)		76.9%	↓ ▲6.5pt	60.9%	↓ ▲5.3pt	45.5%	→ ▲4.5pt
	ウォームビズ(職場)		77.8%	↓ ▲6.4pt	60.4%	↓ ▲7.2pt	44.5%	↓ ▲5.2pt
ファッショナブル	低環境負荷の衣類選択		48.1%	↓ ▲5.1pt	30.2%	→ ▲3.9pt	9.3%	→ ▲0.4pt
	長く着る		71.2%	↓ ▲6.0pt	54.5%	↓ ▲6.0pt	37.3%	→ ▲2.6pt
	リユース・リサイクル		75.0%	↓ ▲5.0pt	52.9%	→ ▲4.2pt	30.7%	→ ▲1.0pt

④買・食：消費者の認知・意欲・実践状況

- 食の地産地消、旬産旬消、過剰除去、食べ残しで認知率が低下。旬産旬消、食べ残しでは意欲率が低下
- 買のプラスチック製品の需要の抑制、プラスチックの分別・リサイクルは実践率が低下

凡例	認知率		意欲率		実践率	
	25年度水準	23年度との差	25年度水準	23年度との差	25年度水準	23年度との差
地産地消	72.0%	↓ ▲5.1pt	56.3%	→ ▲4.8pt	33.4%	→ ▲2.9pt
旬産旬消	71.8%	↓ ▲5.0pt	57.8%	↓ ▲5.2pt	38.4%	→ ▲2.8pt
直接廃棄①(フードドライブ・フードバンク)	51.4%	→ ▲0.5pt	30.1%	→ ▲0.8pt	8.1%	→ ±0.0pt
直接廃棄②(フードマッチング・シェアリング)	42.3%	→ ▲3.0pt	24.4%	→ ▲1.9pt	6.1%	→ ▲0.5pt
過剰除去	71.9%	↓ ▲5.2pt	54.8%	→ ▲4.2pt	34.4%	→ ▲1.6pt
食べ残し	74.0%	↓ ▲5.2pt	61.8%	↓ ▲5.3pt	44.5%	→ ▲4.1pt
プラスチック製品の需要の抑制	82.5%	→ ▲4.5pt	71.2%	→ ▲4.9pt	61.8%	↓ ▲5.3pt
プラスチックの分別・リサイクル	82.3%	→ ▲4.5pt	73.6%	↓ ▲5.2pt	65.9%	↓ ▲5.2pt
リユースサービスの利用	70.6%	→ ▲3.6pt	48.8%	→ ▲3.2pt	29.4%	→ ▲2.1pt

⑤職・⑥移動：消費者の認知・意欲・導入/実践状況

- テレワークは認知率、意欲率、実践率ともに横ばい
- 電動車の購入の意欲率が低下。エコドライブの認知率・意欲率・実践率が低下

	凡例	認知率		意欲率		導入率/実践率	
		25年度水準	23年度との差	25年度水準	23年度との差	25年度水準	23年度との差
職	5pt以上低下	67.6%	→ ▲2.7pt	35.1%	→ ▲1.3pt	16.9%	→ ▲0.3pt
移動	電動車の購入(新車購入者のみ)	88.4%	→ ▲3.3pt	53.0%	↓ ▲6.7pt	29.2%	→ ▲3.5pt
	カーシェアリング(運転する方のみ)	67.4%	→ ▲3.3pt	16.3%	→ ▲0.5pt	4.2%	→ +0.3pt
	エコドライブ(運転する方のみ)	84.0%	↓ ▲5.4pt	71.4%	↓ ▲5.8pt	57.4%	↓ ▲5.9pt
	エコドライブ(仕事で自家用貨物車を運転する方のみ)	83.6%	↓ ▲8.4pt	59.1%	→ ▲0.9pt	35.5%	→ ▲2.5pt
	公共交通の利用(車所有者のみ)	88.0%	→ ▲3.1pt	46.6%	→ ▲3.1pt	23.2%	→ ▲2.0pt
	自転車・徒歩での移動	84.4%	→ ▲4.4pt	63.8%	→ ▲4.8pt	46.2%	→ ▲3.2pt
	脱炭素旅行商品の利用	49.2%	→ ▲4.1pt	27.2%	→ ▲2.8pt	7.7%	→ +0.3pt

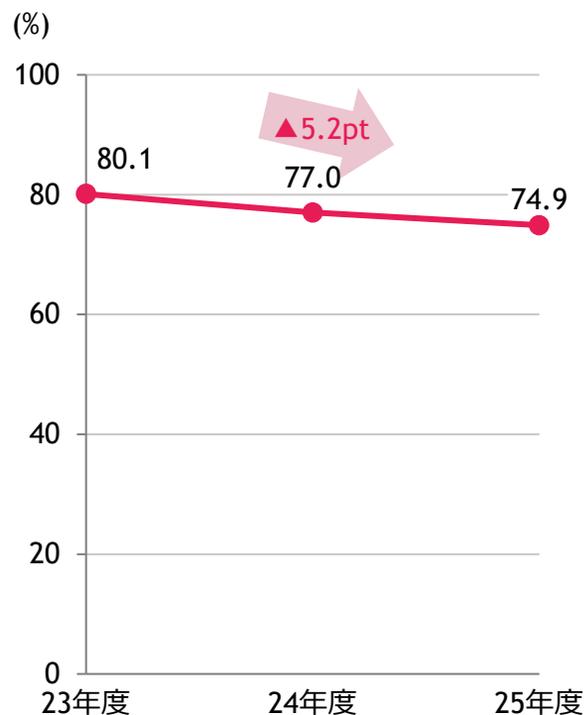
【参考】項目別詳細

項目別認知率の推移

- 窓の高断熱化の認知率は低下
- その他部位の高断熱化、太陽光発電設備の認知率も低下傾向

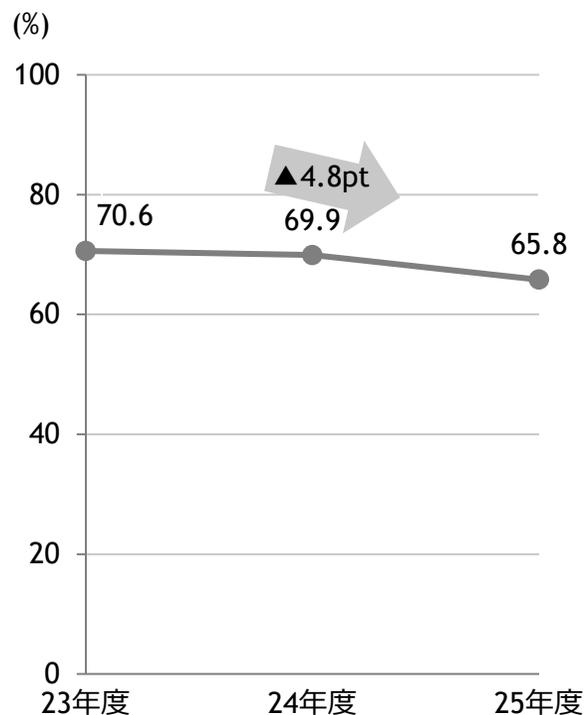
窓の高断熱化

断熱性の高い窓 (二重サッシ、複層ガラス、内窓 等)



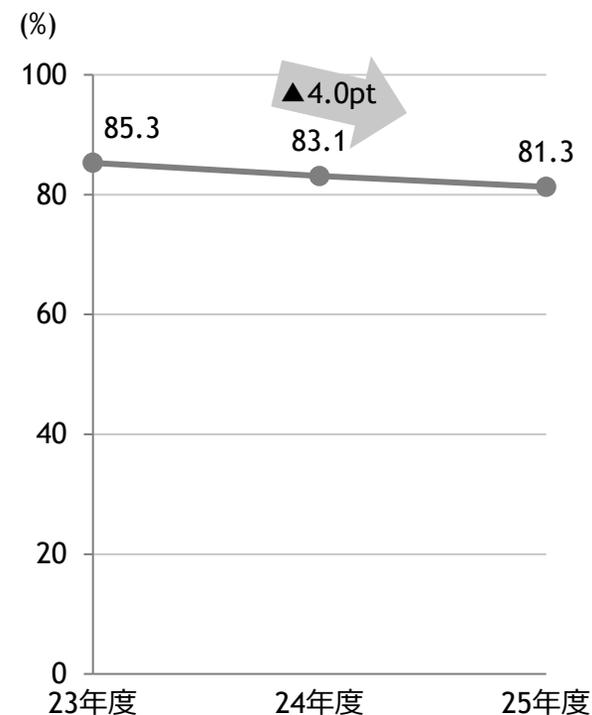
その他部位の高断熱化

高性能な断熱材 (天井、屋根、壁、床)



太陽光発電設備

ソーラーパネル 等



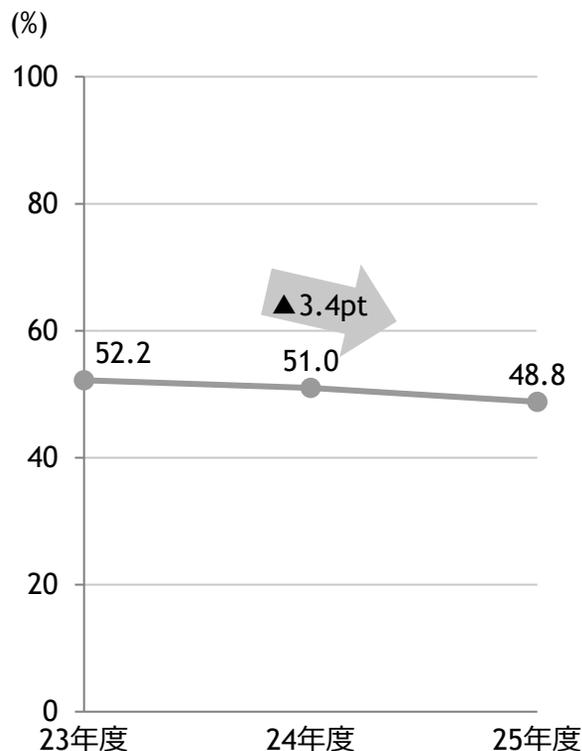
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別意欲率の推移

■ 窓の高断熱化、その他部位の高断熱化、太陽光発電設備いずれにおいても、意欲率は低下傾向

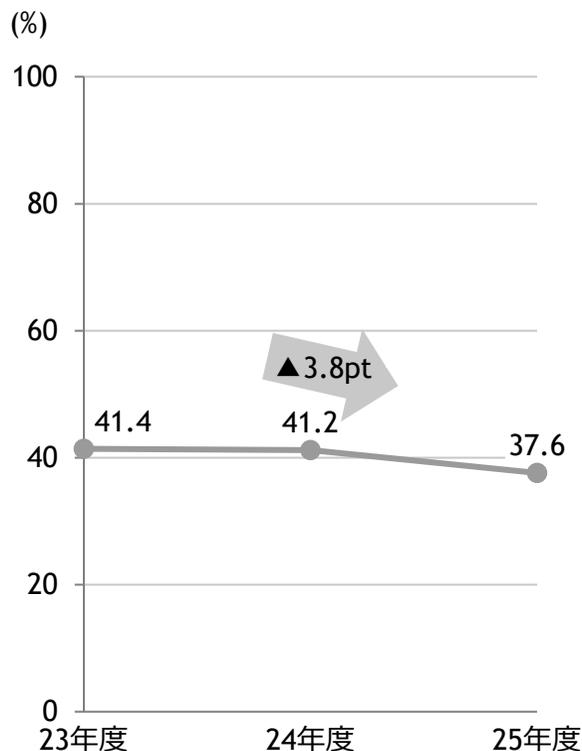
窓の高断熱化

断熱性の高い窓 (二重サッシ、複層ガラス、内窓 等)



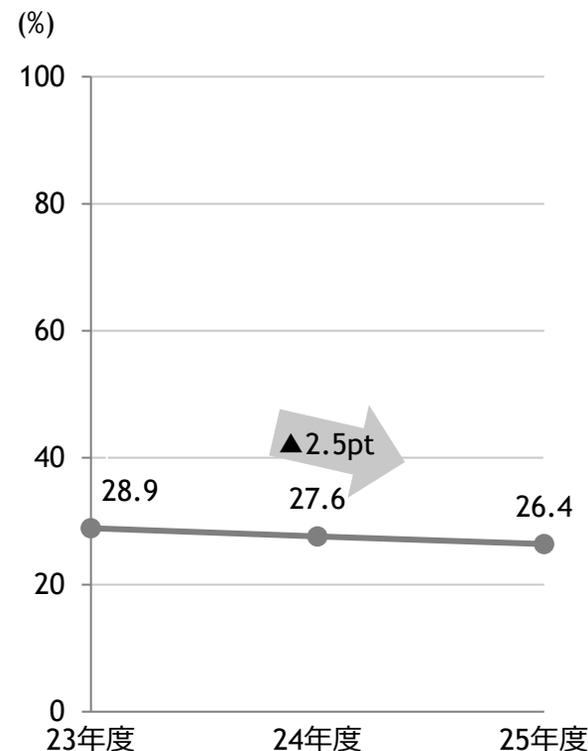
その他部位の高断熱化

高性能な断熱材 (天井、屋根、壁、床)



太陽光発電設備

ソーラーパネル 等



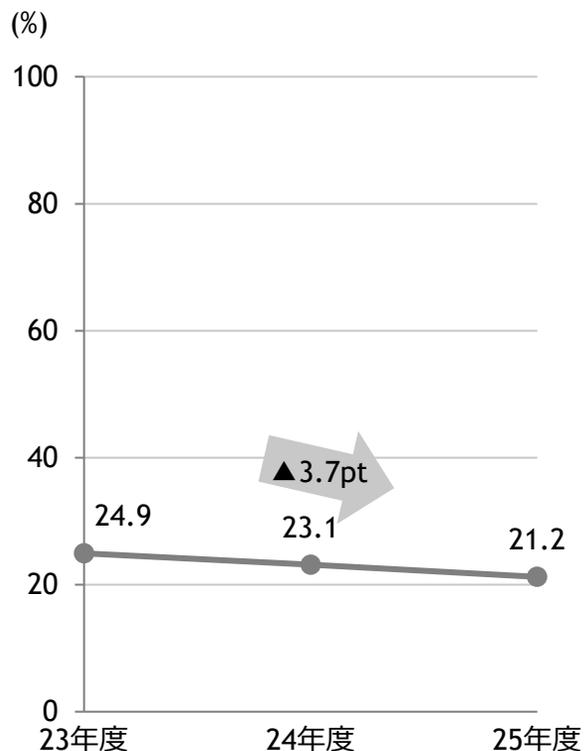
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別導入率の推移

- 窓の高断熱化、その他部位の高断熱化の導入率は低下傾向にある
- 太陽光発電設備の導入率は横ばい

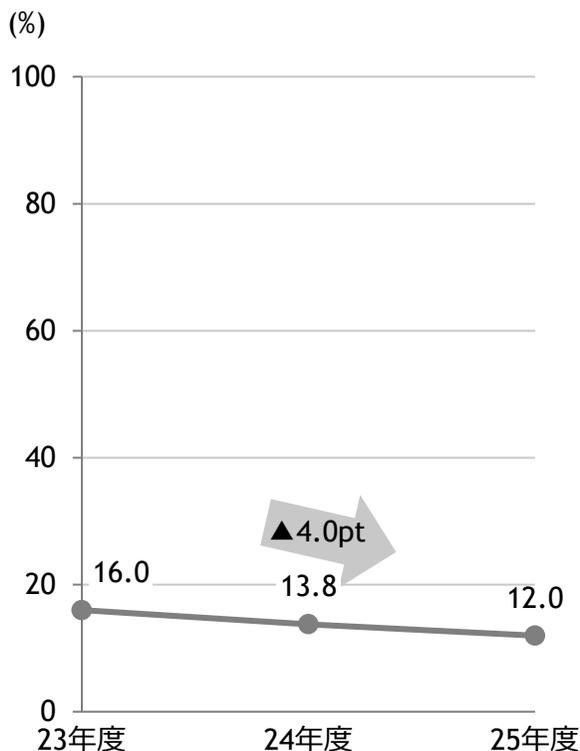
窓の高断熱化

断熱性の高い窓 (二重サッシ、複層ガラス、内窓 等)



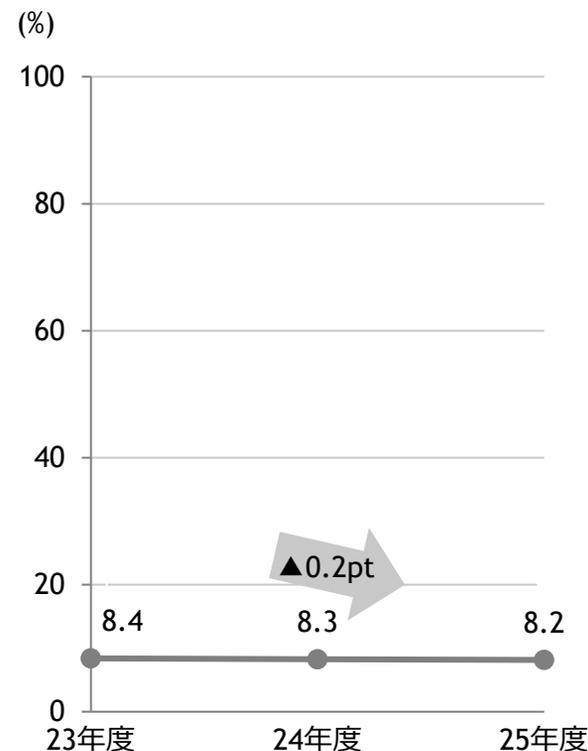
その他部位の高断熱化

高性能な断熱材 (天井、屋根、壁、床)



太陽光発電設備

ソーラーパネル 等



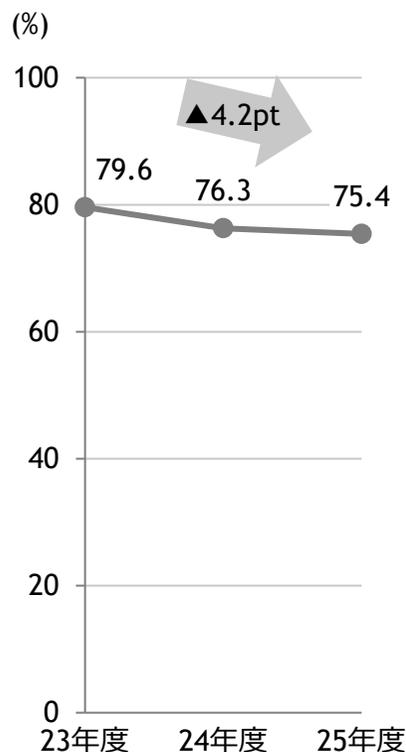
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別認知率の推移 (1/4)

- 省エネエアコン、省エネ冷蔵庫、節水型洗濯機は低下
- 高効率給湯器は認知率が低下傾向にある

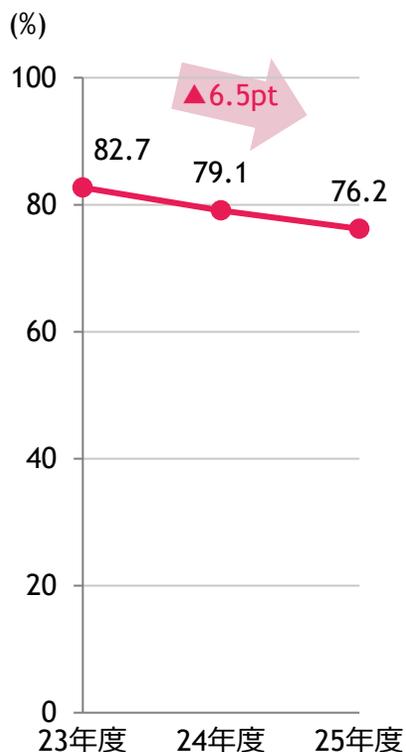
高効率給湯器

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



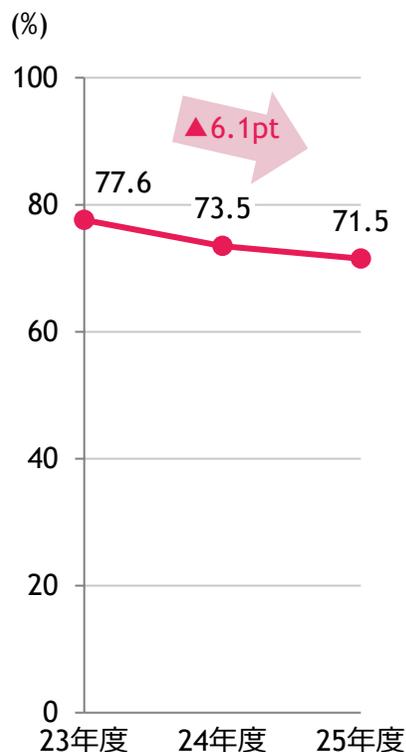
省エネエアコン

2011年以降に製造・販売されたエアコン



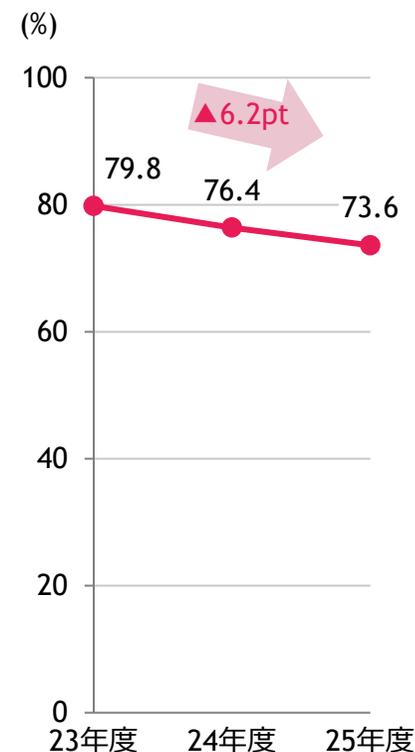
省エネ冷蔵庫

2016年以降に製造・販売された冷蔵庫



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)



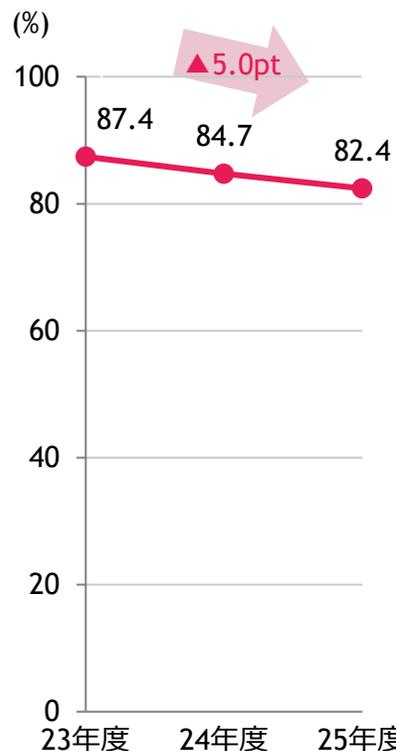
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別認知率の推移 (2/4)

■ LED照明器具、節水トイレ、節水シャワーヘッド、キッチン用節水アダプタの認知率はいずれも低下

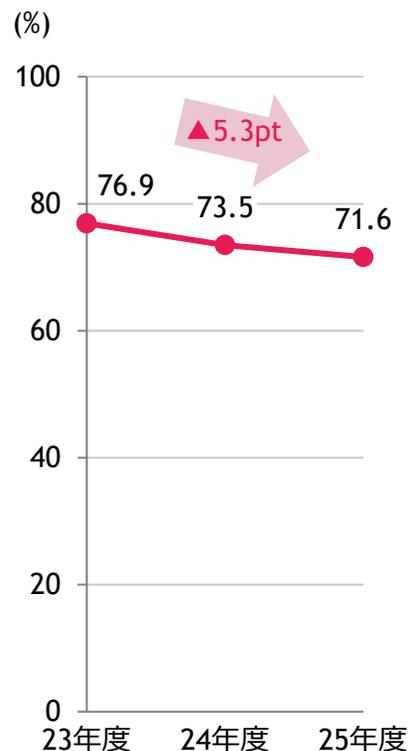
LED照明器具

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



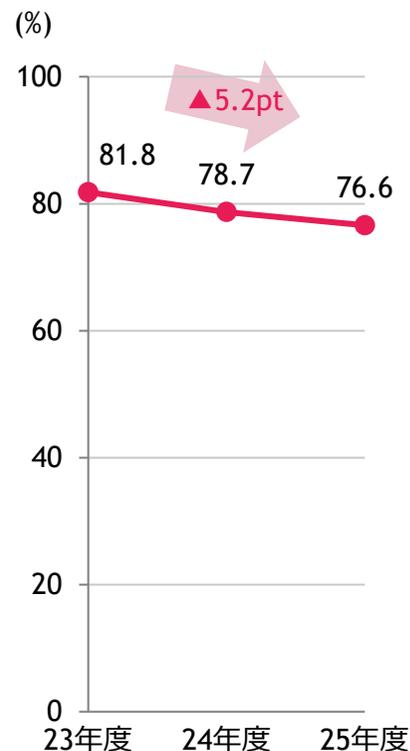
節水トイレ

2008年以降に製造・販売されたトイレ等



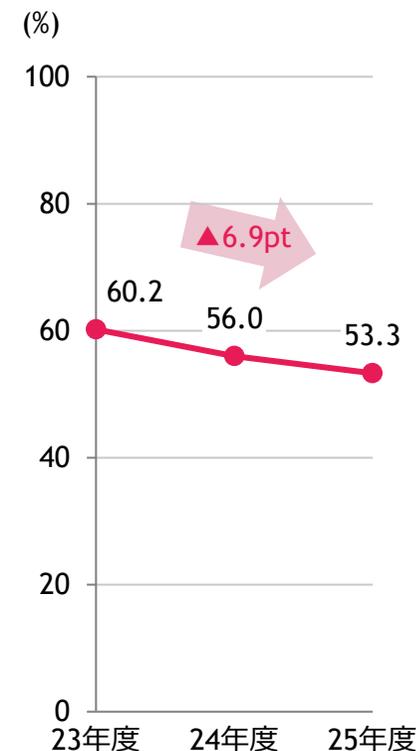
節水シャワーヘッド

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



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



※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

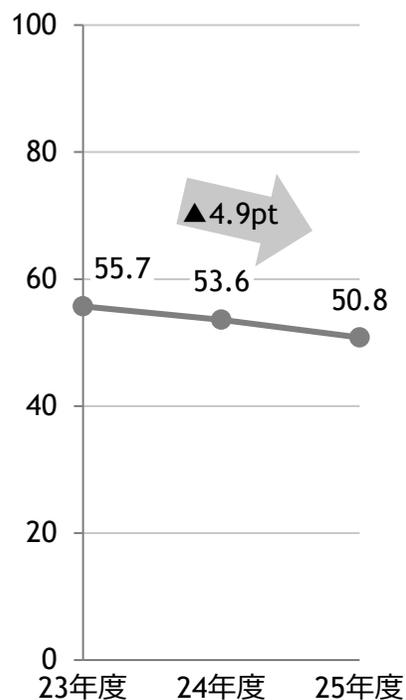
項目別認知率の推移 (3/4)

■ HEMS等の認知率は低下傾向にある

HEMS 等

電力等エネルギーの使用状況が見える化し、
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)

(%)



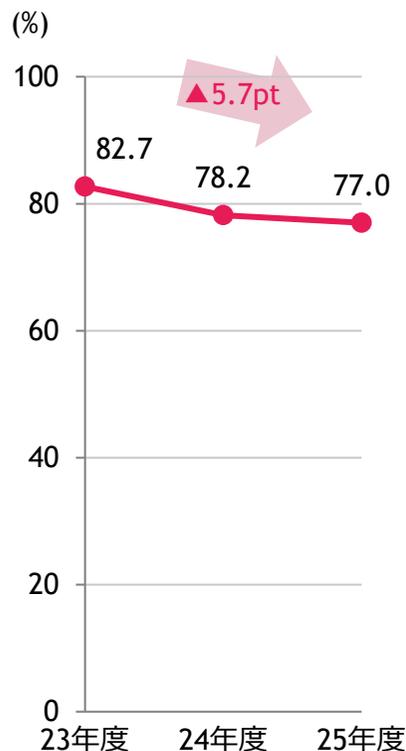
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印： ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別認知率の推移 (4/4)

■ 節電行動、節水行動、節ガス行動はいずれも認知率が低下

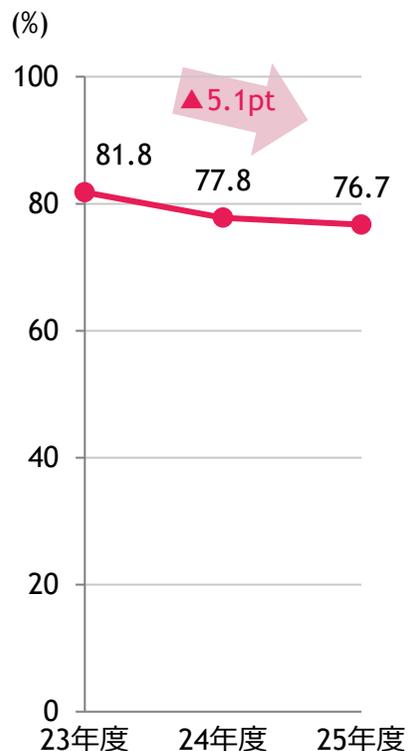
節電行動

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



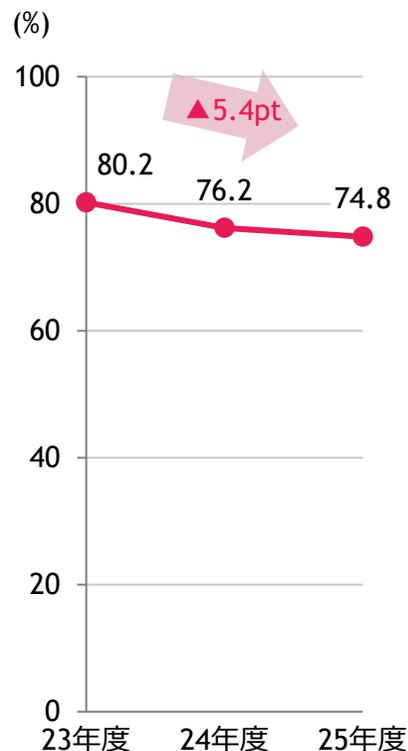
節水行動

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



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



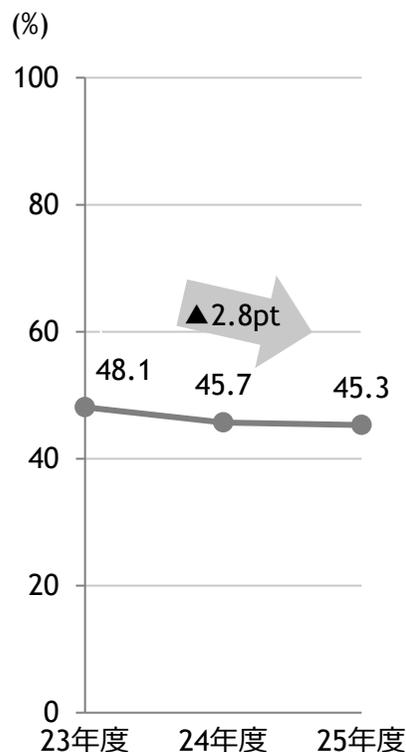
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別意欲率の推移 (1/4)

- 省エネエアコン、節水型洗濯機の意欲率は低下。省エネ冷蔵庫は低下傾向にある
- 高効率給湯器の意欲率は横ばい

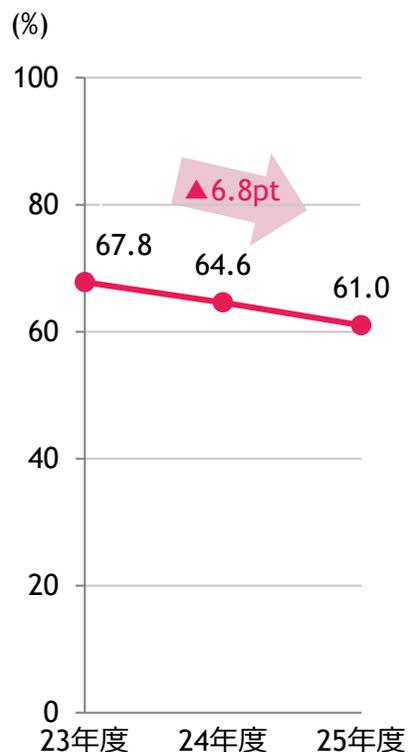
高効率給湯器

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



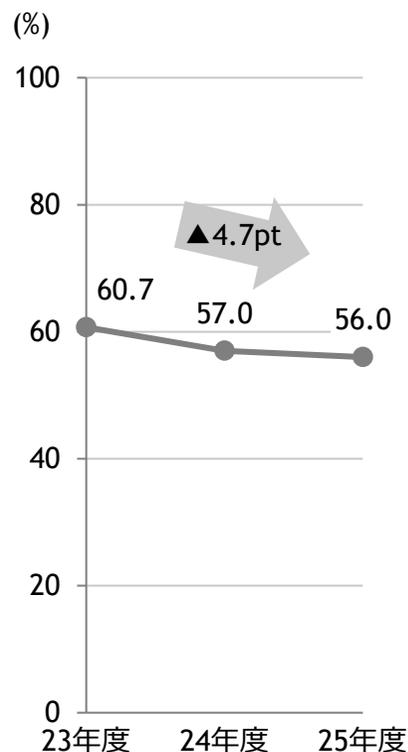
省エネエアコン

2011年以降に製造・販売されたエアコン



省エネ冷蔵庫

2016年以降に製造・販売された冷蔵庫



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)



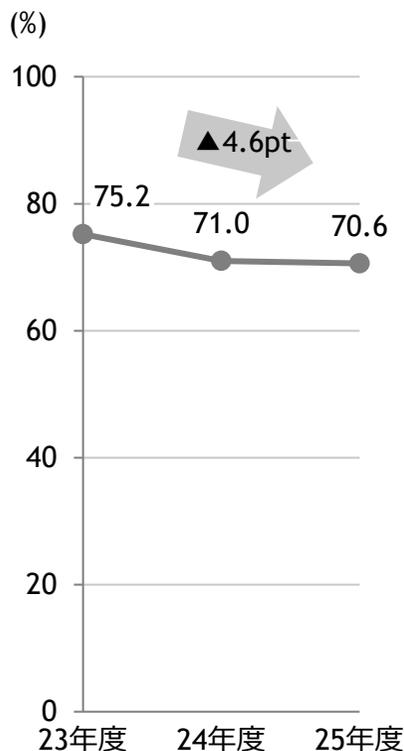
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別意欲率の推移 (2/4)

■ LED照明器具、節水トイレ、節水シャワーヘッド、キッチン用節水アダプタの意欲率はいずれも低下傾向にある

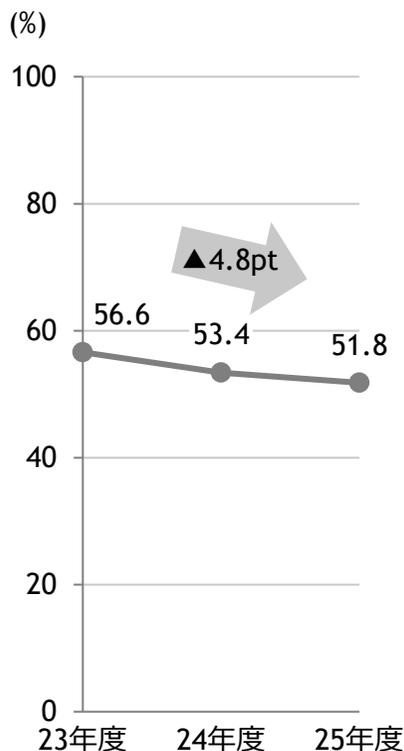
LED照明器具

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



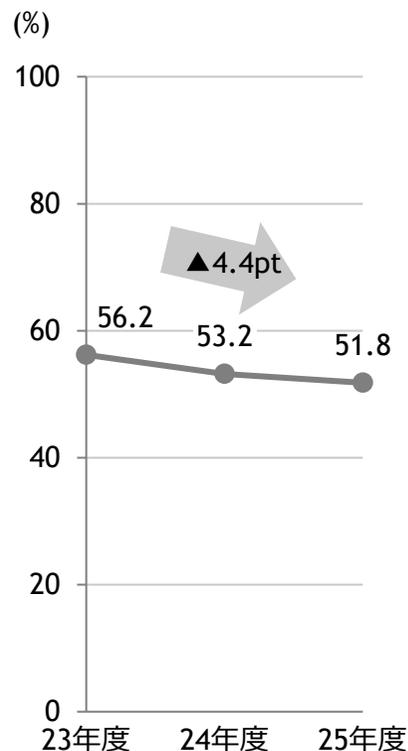
節水トイレ

2008年以降に製造・販売されたトイレ等



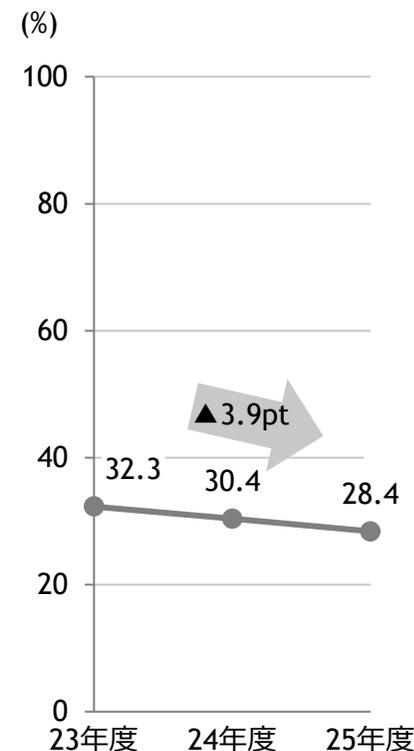
節水シャワーヘッド

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



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



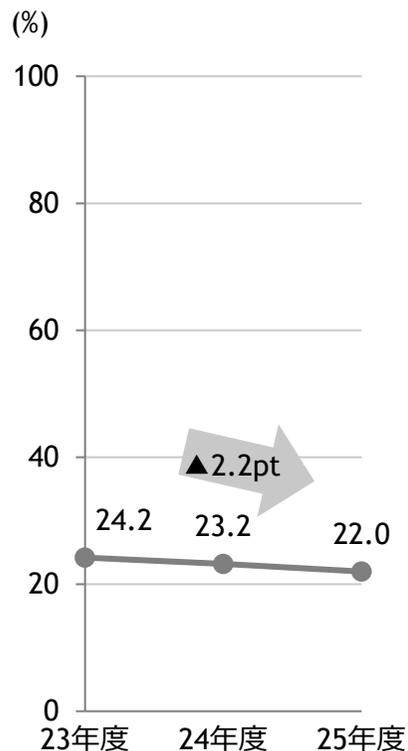
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別意欲率の推移 (3/4)

■ HEMS等の意欲率は横ばい

HEMS 等

電力等エネルギーの使用状況を見る化し、
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)



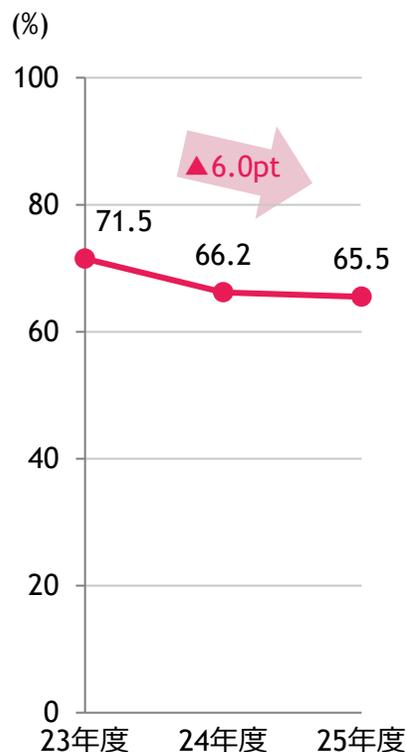
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印： ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別意欲率の推移 (4/4)

■ 節電行動、節水行動、節ガス行動の意欲率はいずれも横ばい

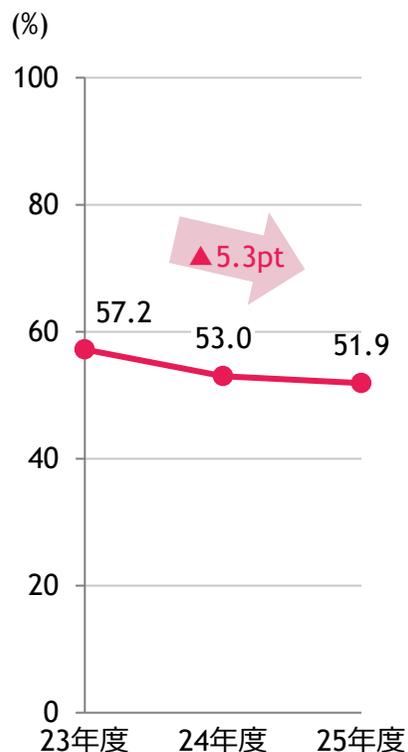
節電行動

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
際はまとめて洗いをする、等電気使用量を削減
するための行動



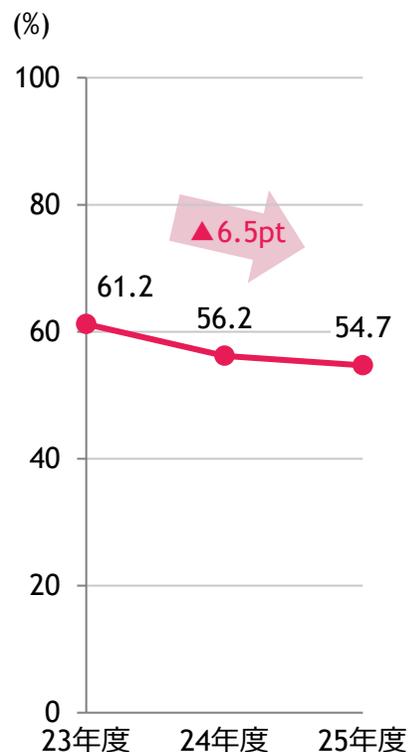
節水行動

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



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



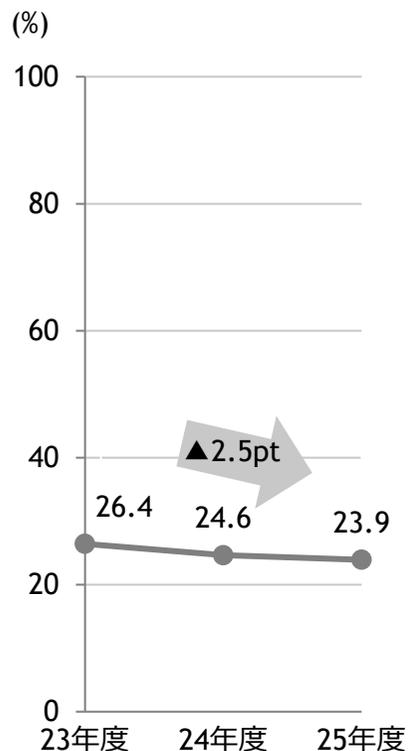
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別導入率の推移 (1/3)

- 省エネエアコンの導入率が低下。節水型洗濯機は低下傾向にある
- 高効率給湯器、省エネ冷蔵庫は横ばい

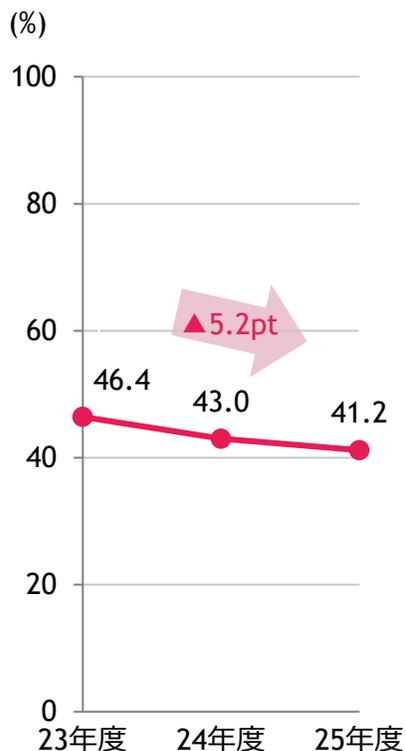
高効率給湯器

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



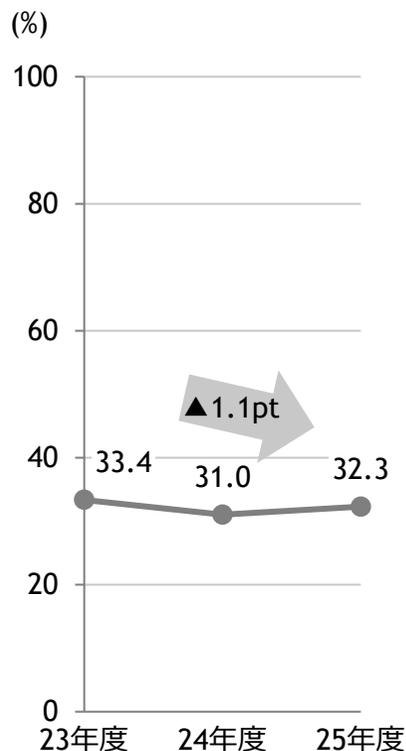
省エネエアコン

2011年以降に製造・販売されたエアコン



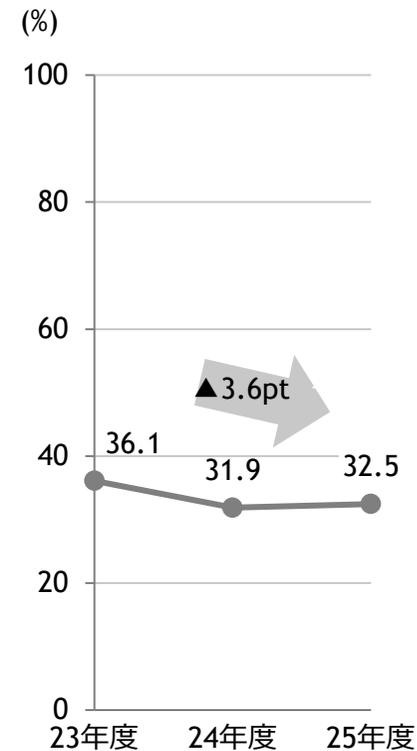
省エネ冷蔵庫

2016年以降に製造・販売された冷蔵庫



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)



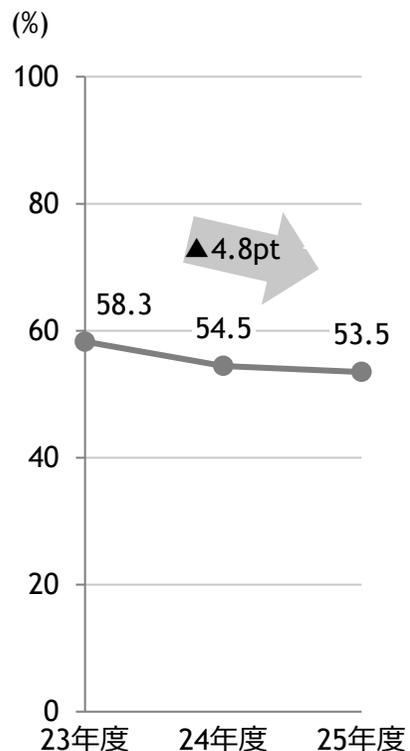
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▼5pt未満

項目別導入率の推移 (2/3)

- LED照明器具の導入率は低下傾向にある
- 節水トイレ、節水シャワーヘッド、キッチン用節水アダプタは横ばい

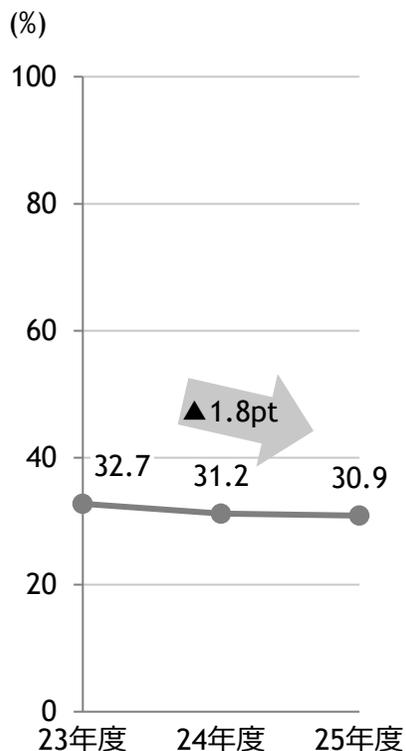
LED照明器具

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



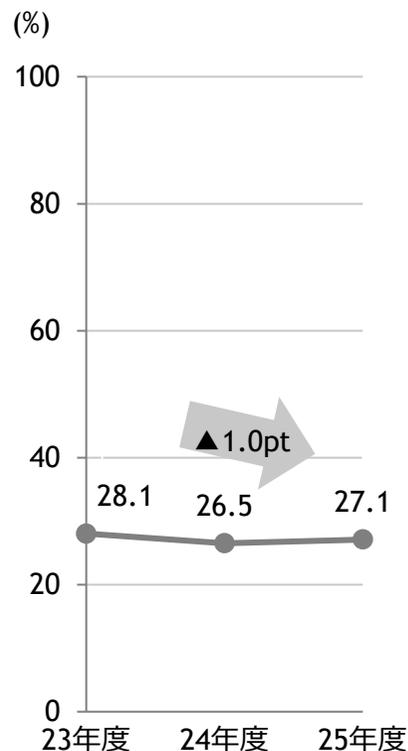
節水トイレ

2008年以降に製造・販売されたトイレ等



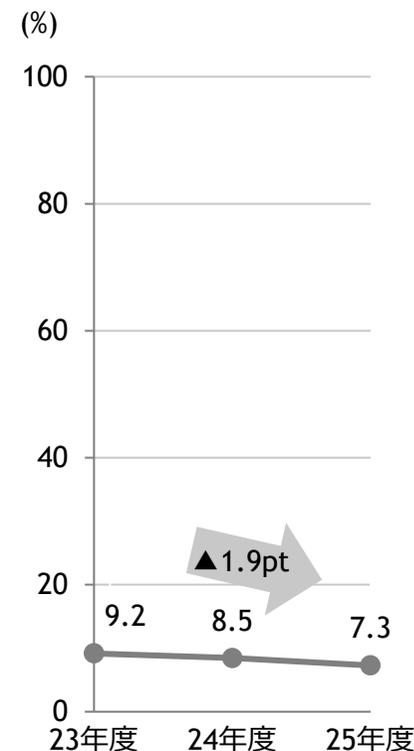
節水シャワーヘッド

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



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



※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

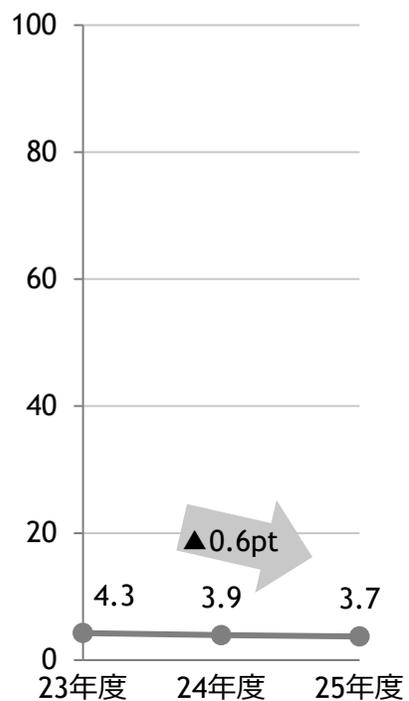
項目別導入率の推移 (3/3)

■ HEMS等の導入率は横ばい

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)

(%)



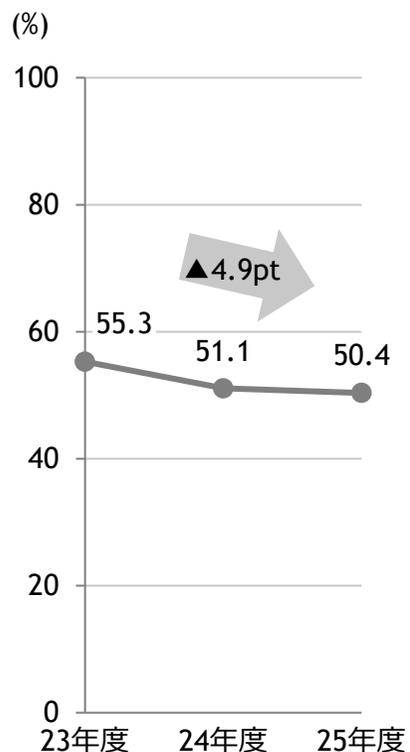
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印： ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別実践率の推移

■ 節電行動、節水行動、節ガス行動はいずれも実践率が低下傾向にある

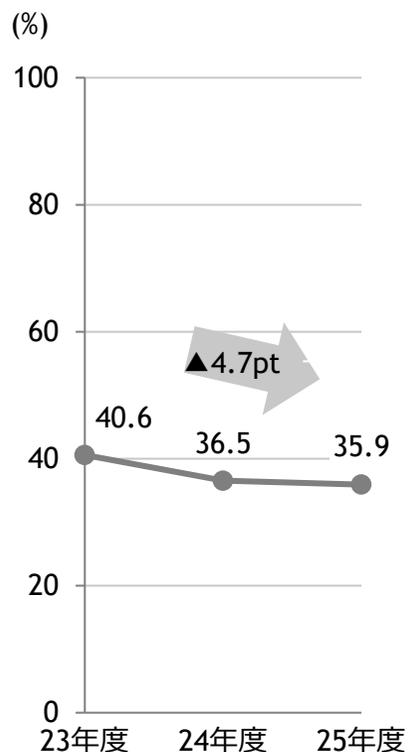
節電行動

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
際はまとめて洗いをする、等電気使用量を削減
するための行動



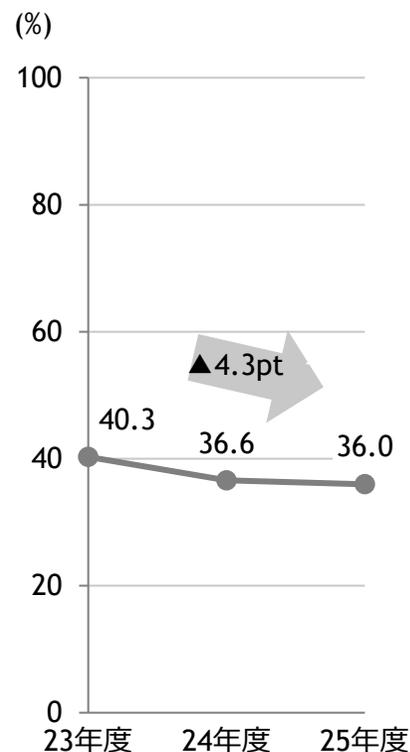
節水行動

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



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



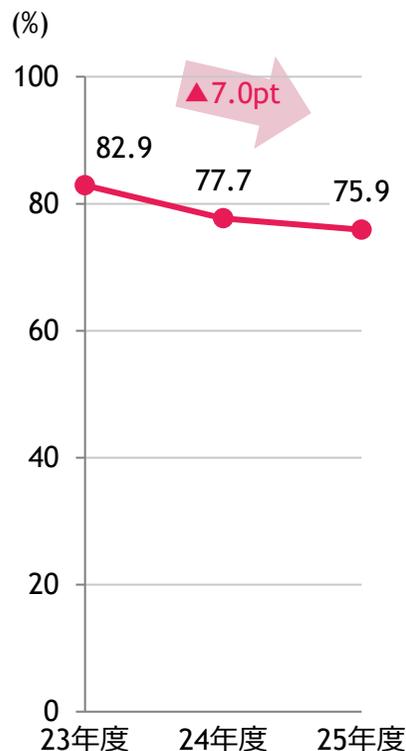
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別認知率の推移 (1/2)

■ クールビズ (家庭/職場)、ウォームビズ (家庭/職場) の認知率はいずれも低下

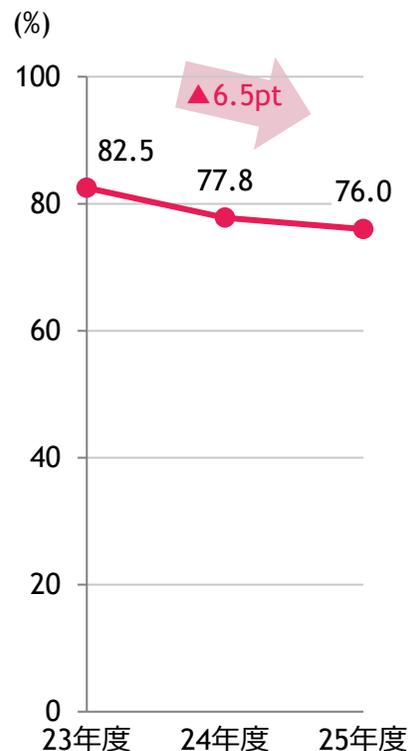
クールビズ (家庭)

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



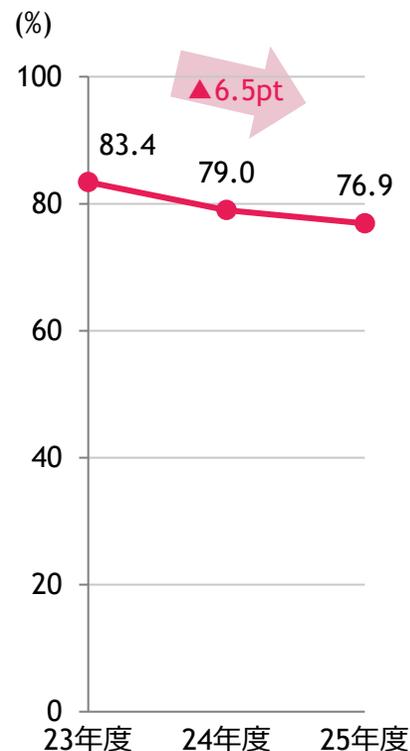
ウォームビズ (家庭)

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、体が温か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



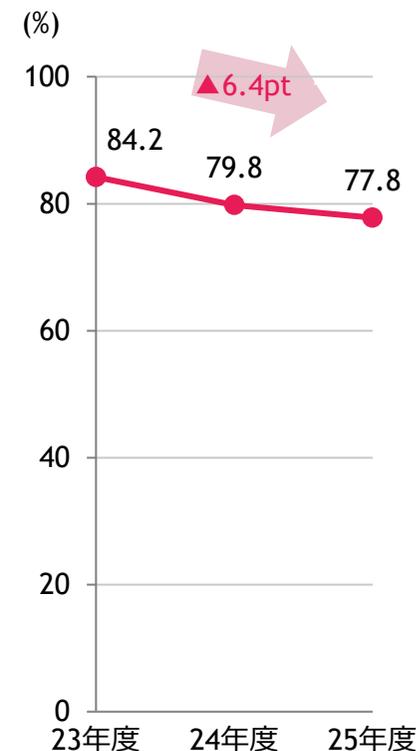
クールビズ (職場)

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 (家庭)

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



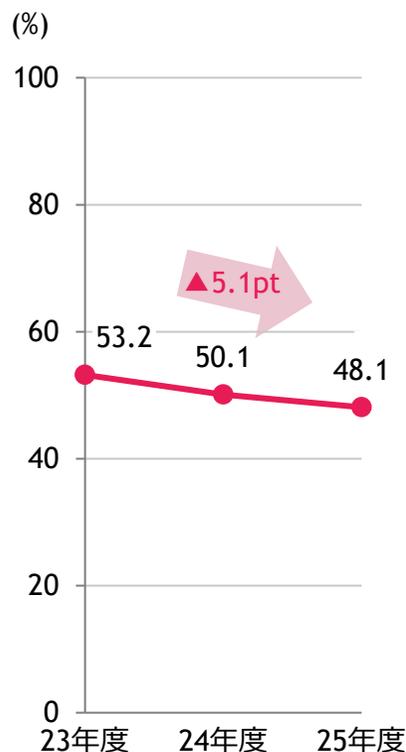
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別認知率の推移 (2/2)

■ 低環境負荷の衣類選択、長く着る、リユース・リサイクルの認知率はいずれも低下

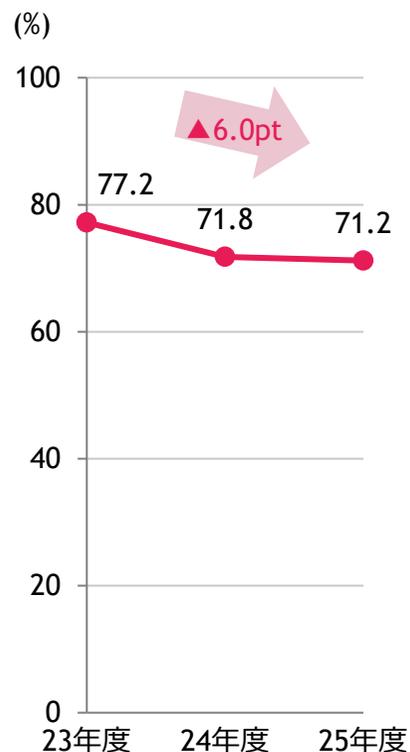
低環境負荷の衣類選択

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



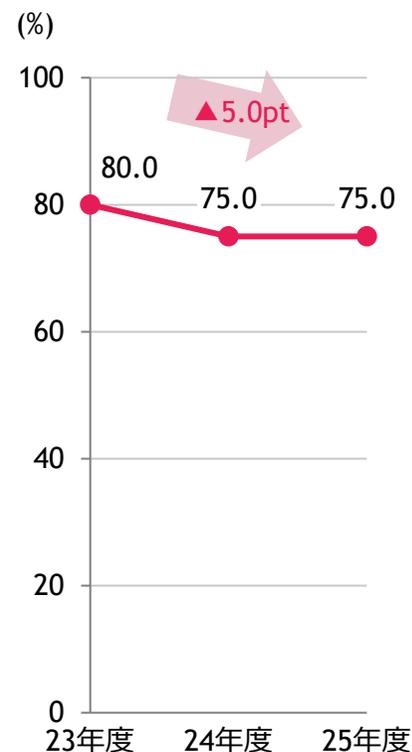
長く着る

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



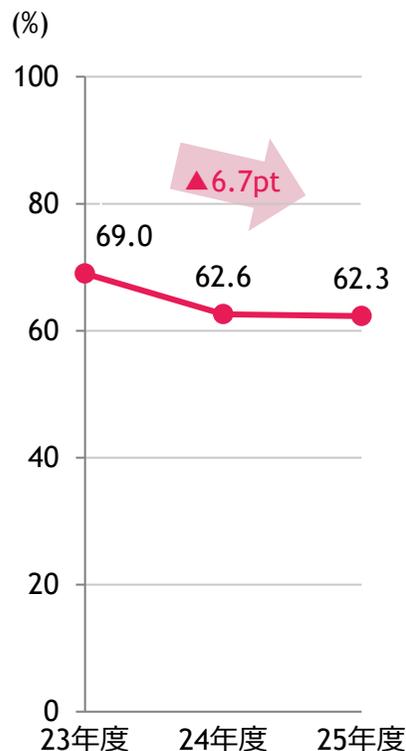
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印： ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別意欲率の推移 (1/2)

■ クールビズ (家庭/職場)、ウォームビズ (家庭/職場) の意欲率は低下

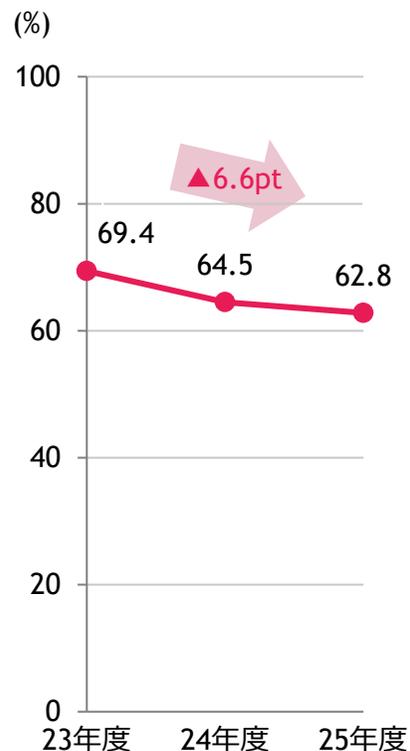
クールビズ (家庭)

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



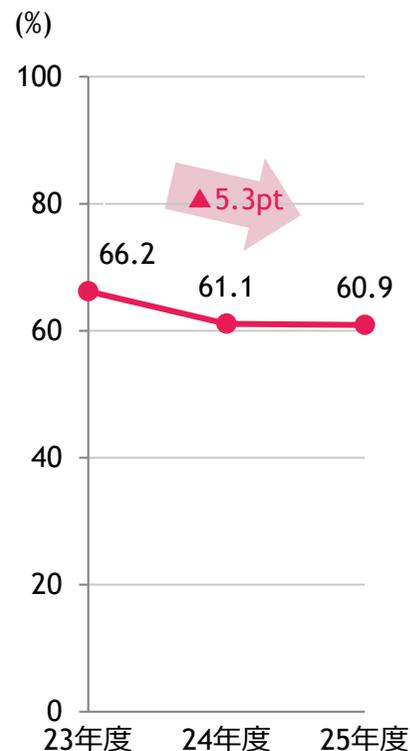
ウォームビズ (家庭)

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、体が温か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



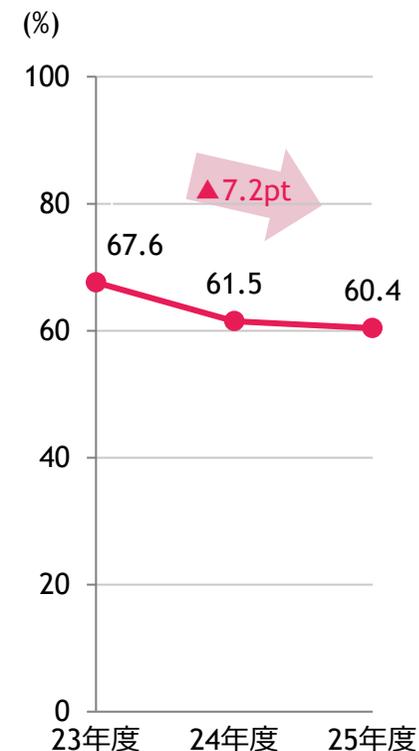
クールビズ (職場)

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 (家庭)

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



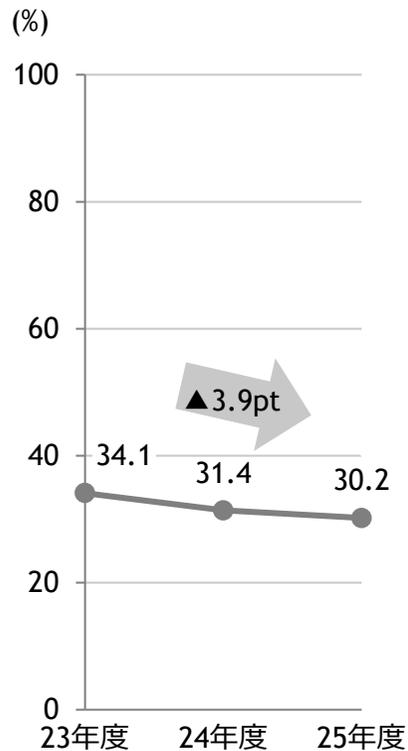
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別意欲率の推移 (2/2)

- 長く着るの意欲率は低下
- 低環境負荷の衣類選択、リユース・リサイクルの意欲率はいずれも低下傾向にある

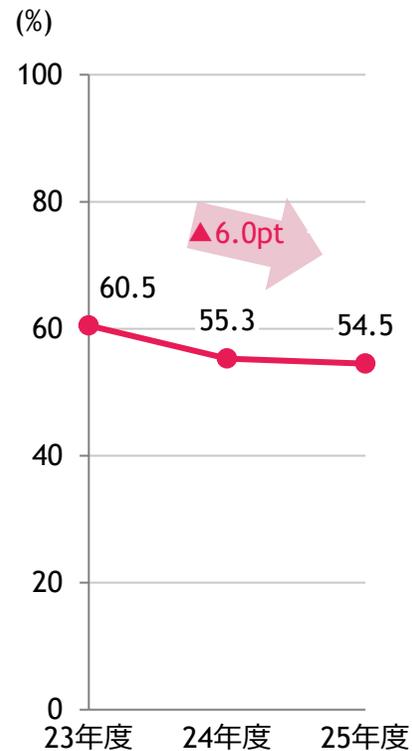
低環境負荷の衣類選択

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



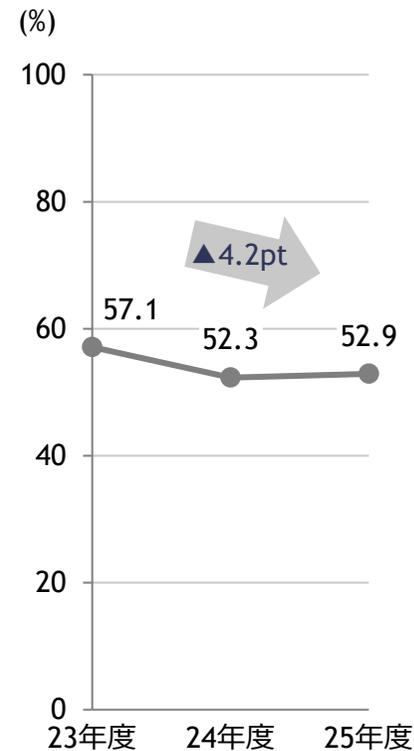
長く着る

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



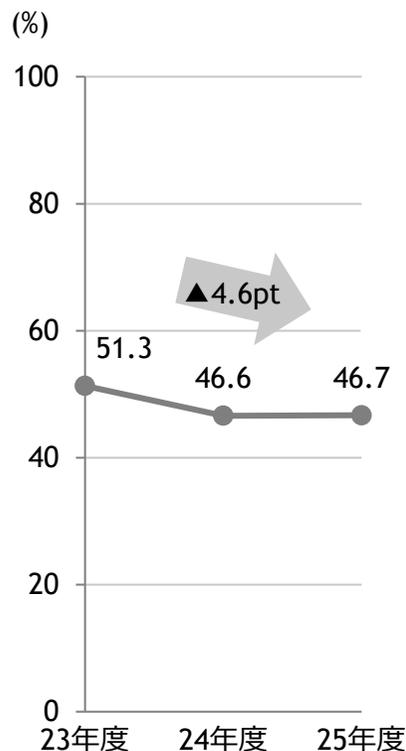
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印： ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別実践率の推移 (1/2)

- ウォームビズ (家庭/職場) の実践率はいずれも低下
- クールビズ (家庭/職場) の実践率は低下傾向にある

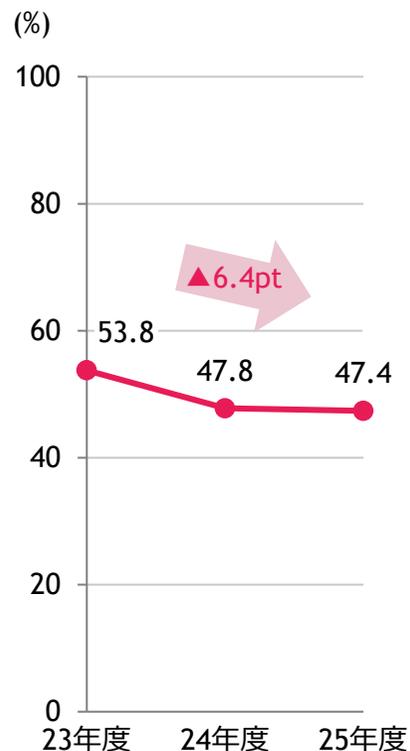
クールビズ (家庭)

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



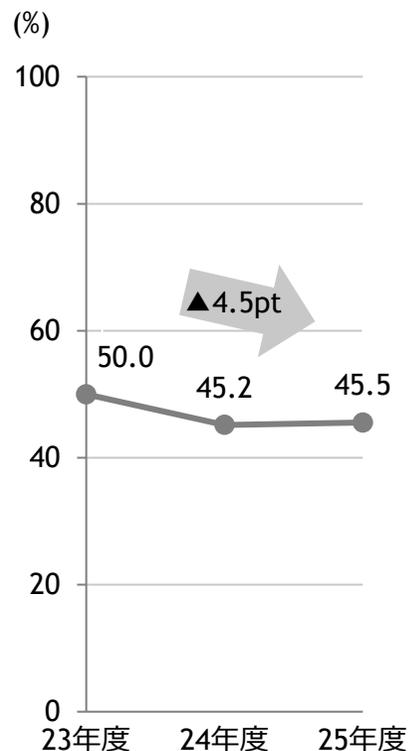
ウォームビズ (家庭)

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、体が温か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



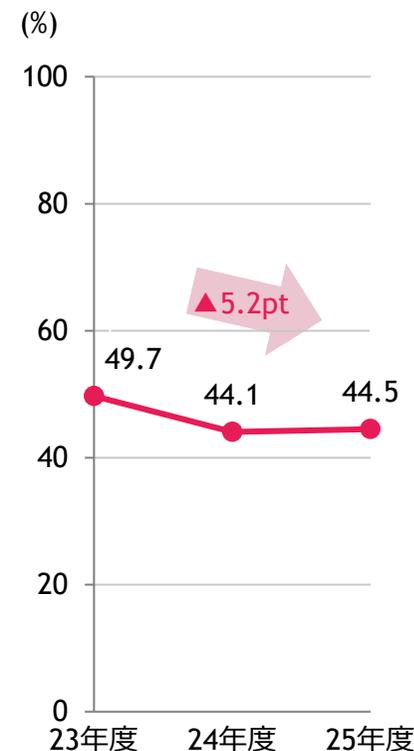
クールビズ (職場)

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 (家庭)

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



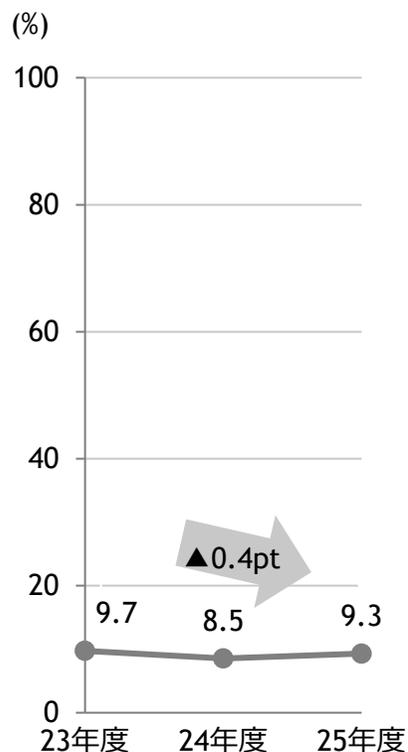
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別実践率の推移 (2/2)

■ 低環境負荷の衣類選択、長く着る、リユース・リサイクルの実践率はいずれも横ばい

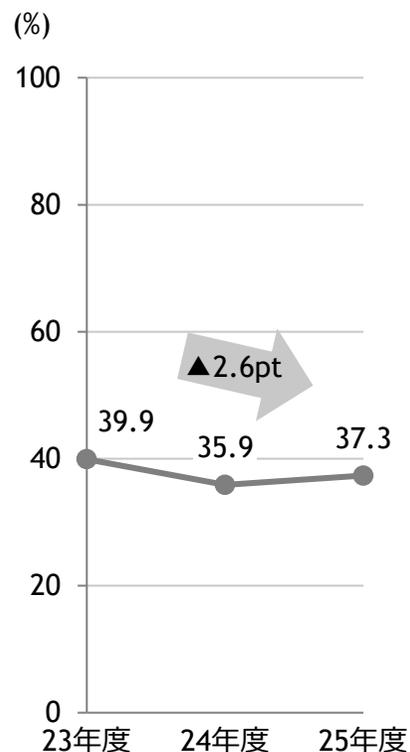
低環境負荷の衣類選択

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



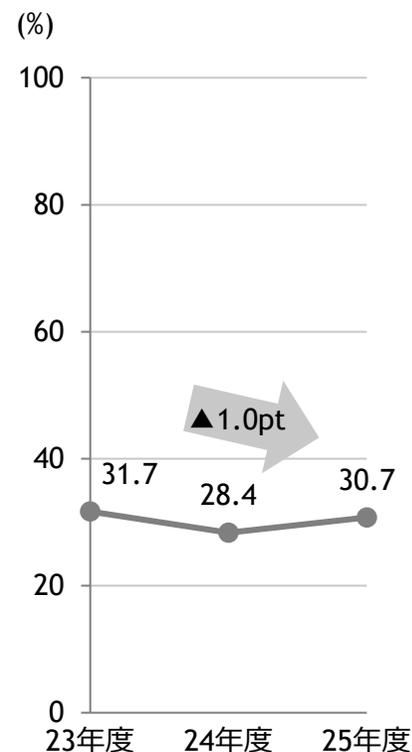
長く着る

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



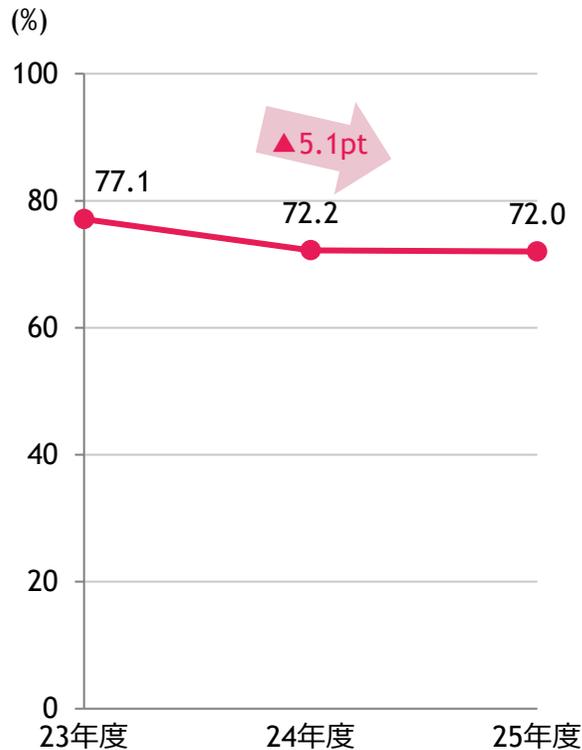
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別認知率の推移 (1/3)

- 地産地消・旬産旬消の認知率は低下
- 直接廃棄①(フードドライブ・フードバンク)は横ばい

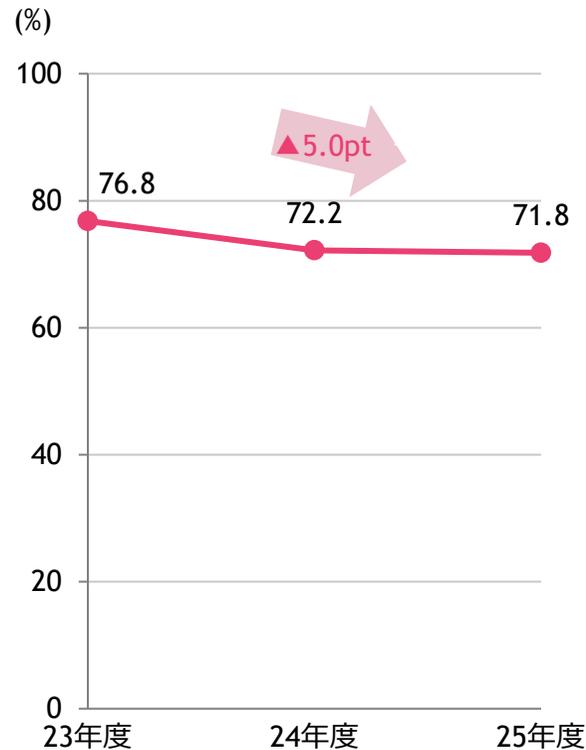
地産地消

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



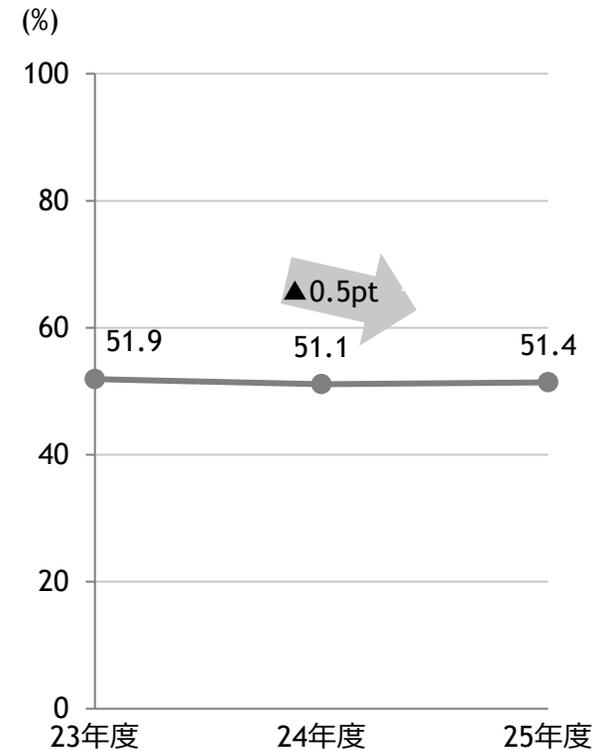
旬産旬消

旬の食品・食材を選び消費する旬産旬消の実践



直接廃棄①(フードドライブ・フードバンク)

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



※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別認知率の推移 (2/3)

- 過剰除去、食べ残しは低下
- 直接廃棄②(フードマッチング・シェアリング)の認知率は低下傾向にある

直接廃棄②(フードマッチング・シェアリング)

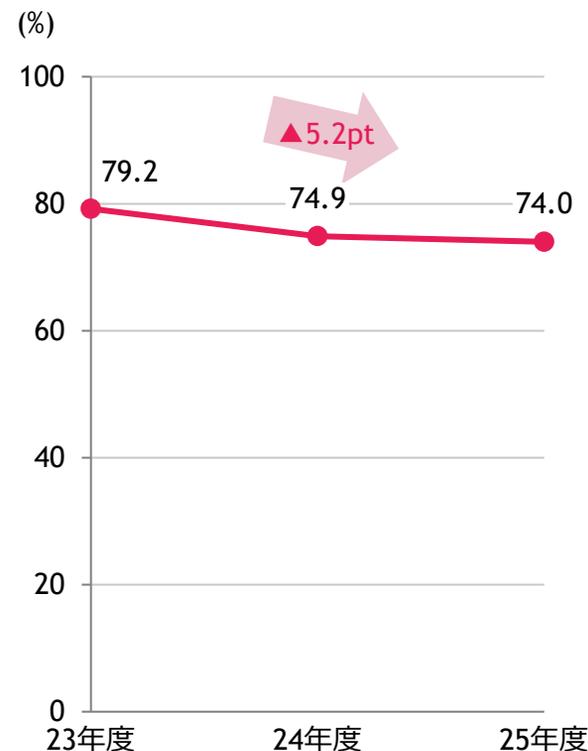
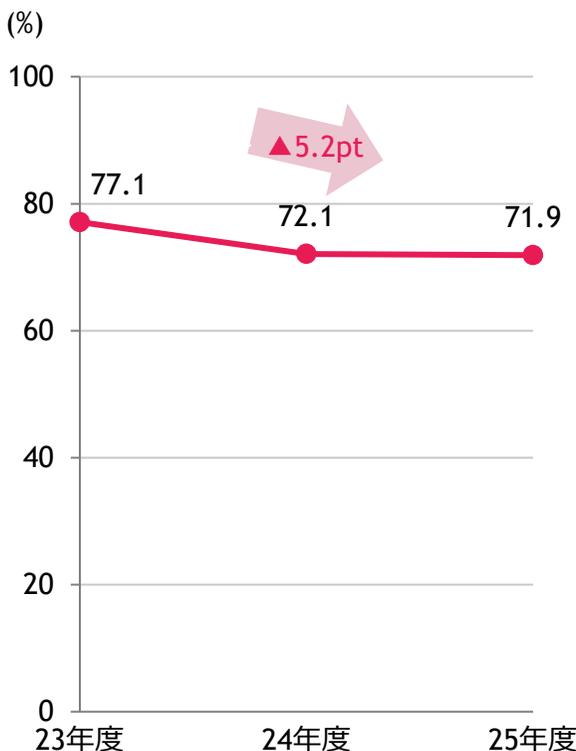
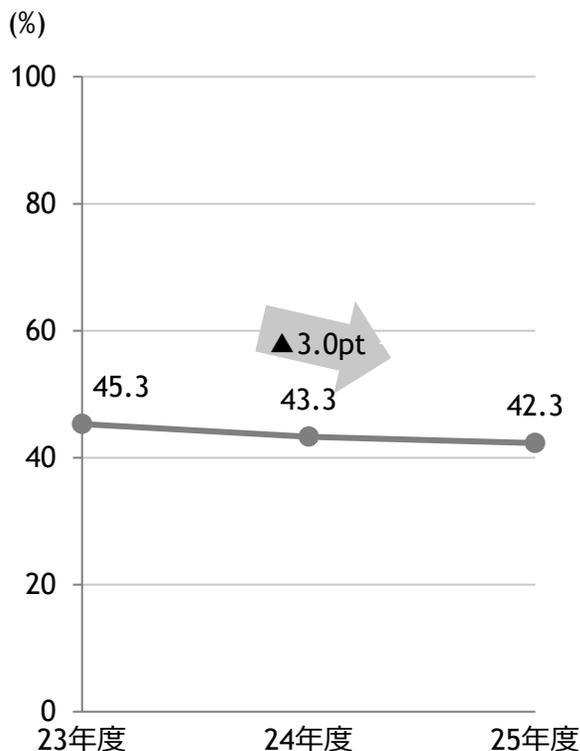
飲食店・小売店等で売れ残った食品を、まだ食べられるうちにネットやアプリ等を通じて消費者とマッチング・シェアリングするサービスの利用

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

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



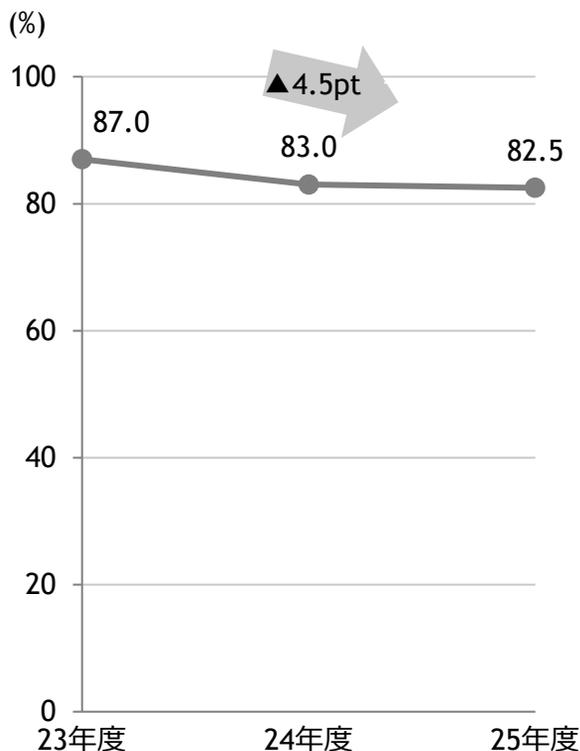
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別認知率の推移 (3/3)

■ プラスチック製品の需要の抑制、プラスチックの分別・リサイクル、リユースサービスの利用の認知率は低下傾向にある

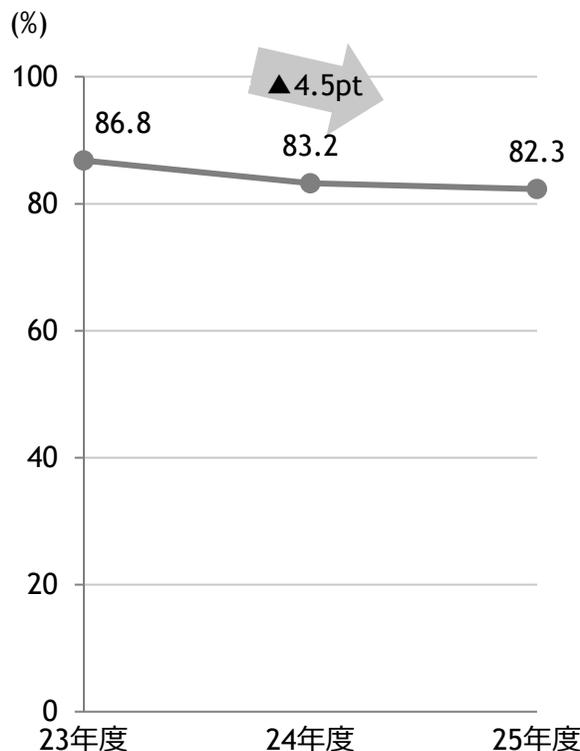
プラスチック製品の需要の抑制

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



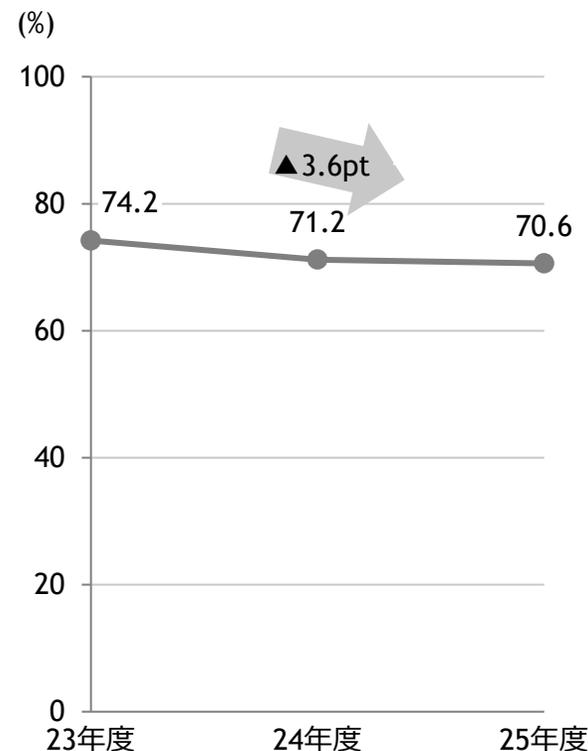
プラスチックの分別・リサイクル

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



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



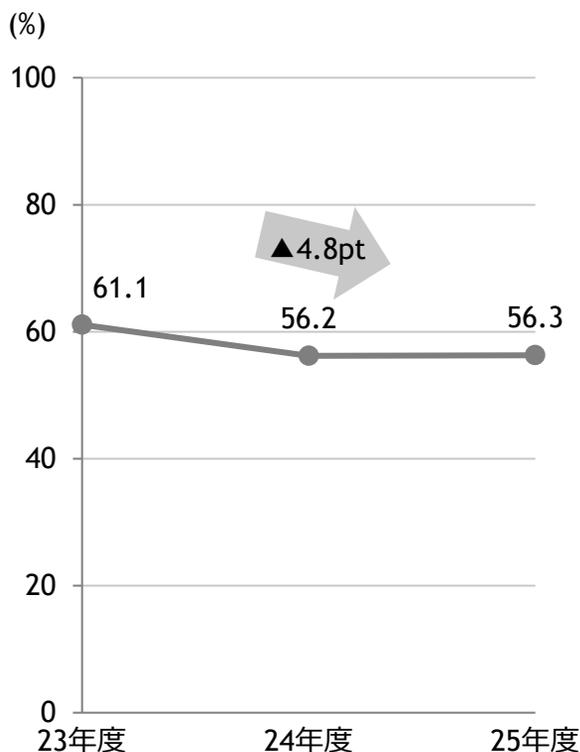
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別意欲率の推移 (1/3)

- 旬産旬消の意欲率は低下。地産地消は低下傾向にある
- 直接廃棄①(フードドライブ・フードバンク)は横ばい

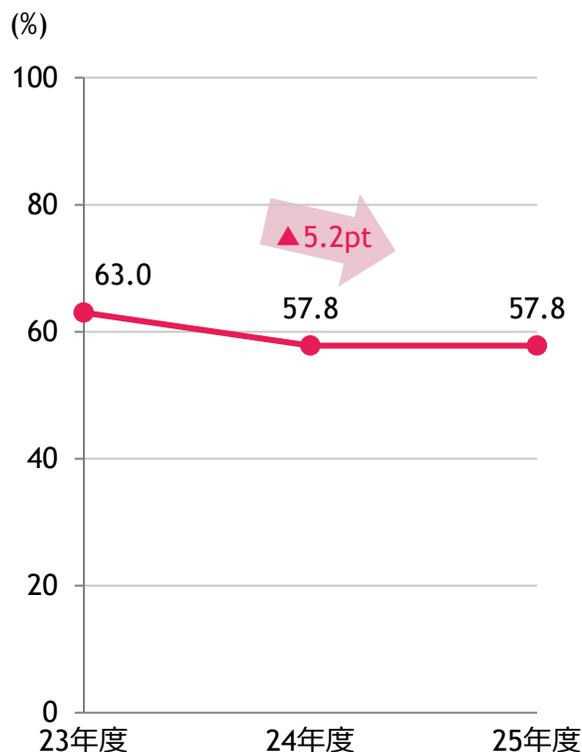
地産地消

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



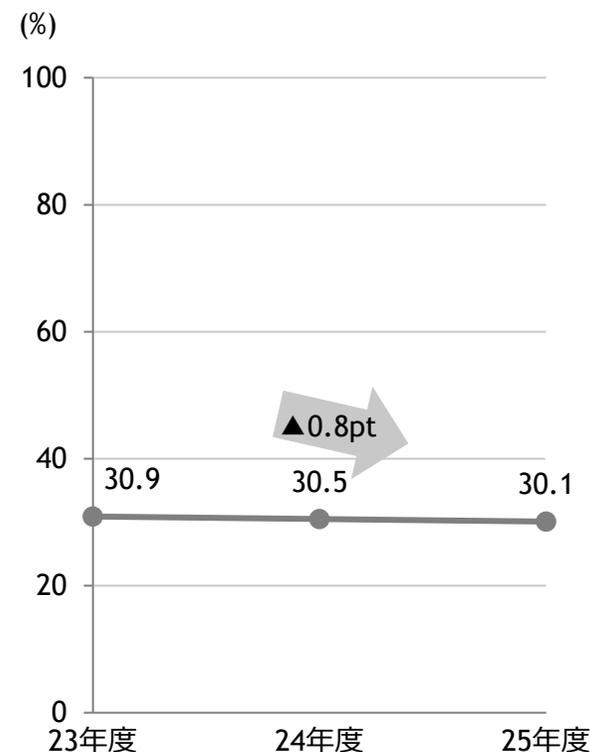
旬産旬消

旬の食品・食材を選び消費する旬産旬消の実践



直接廃棄①(フードドライブ・フードバンク)

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



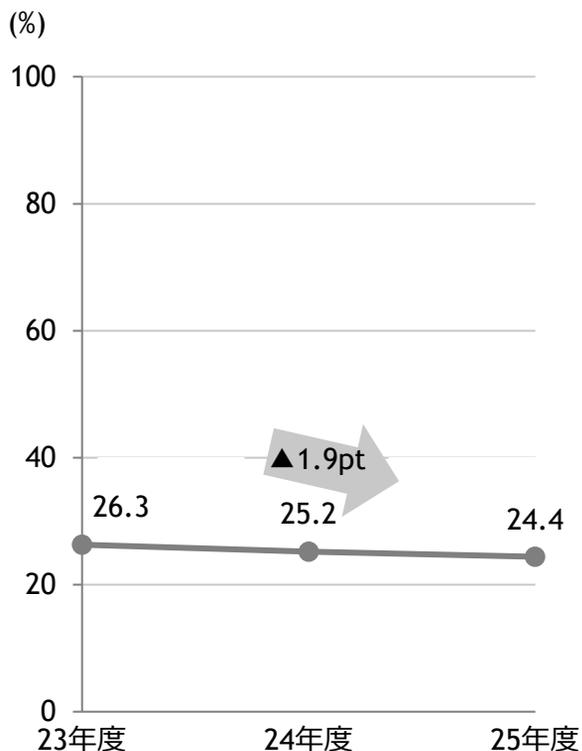
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別意欲率の推移 (2/3)

- 食べ残しの意欲率は低下。過剰除去は低下傾向にある
- 直接廃棄①(フードマッチング・シェアリング)は横ばい

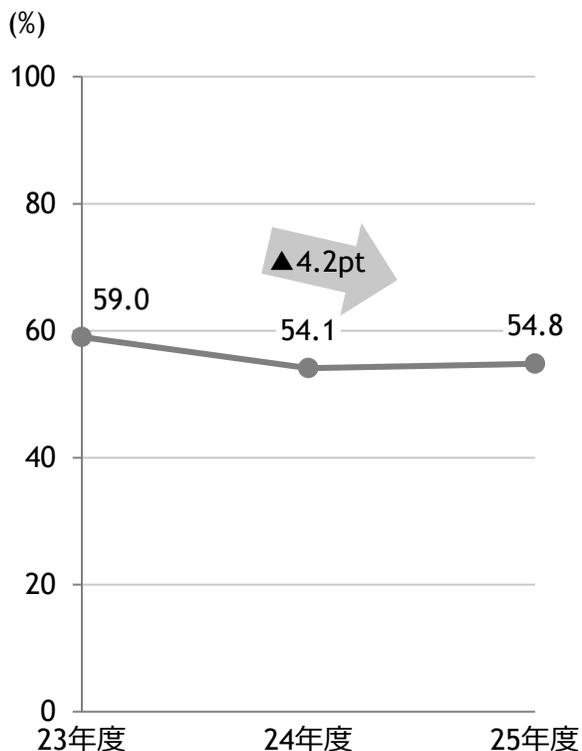
フードマッチング・シェアリング

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



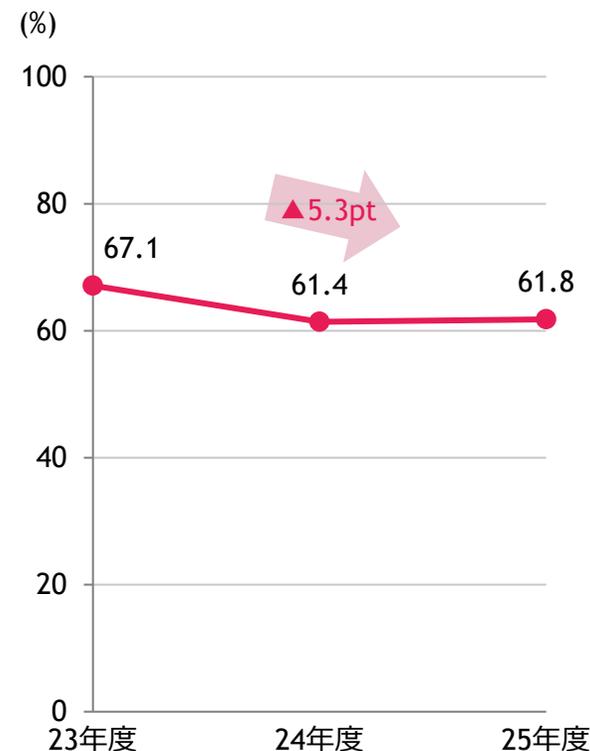
過剰除去

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



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



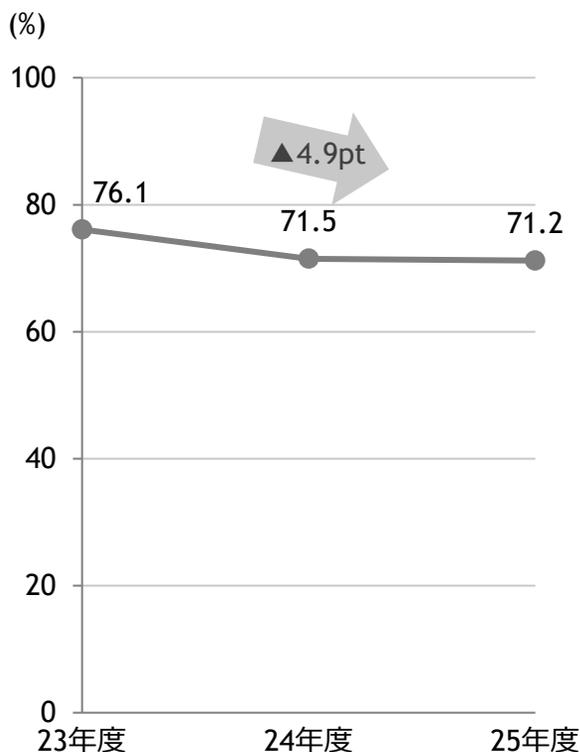
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印： ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別意欲率の推移 (3/3)

- プラスチックの分別・リサイクルの意欲率は低下
- プラスチック製品の需要の抑制、リユースサービスは低下傾向にある

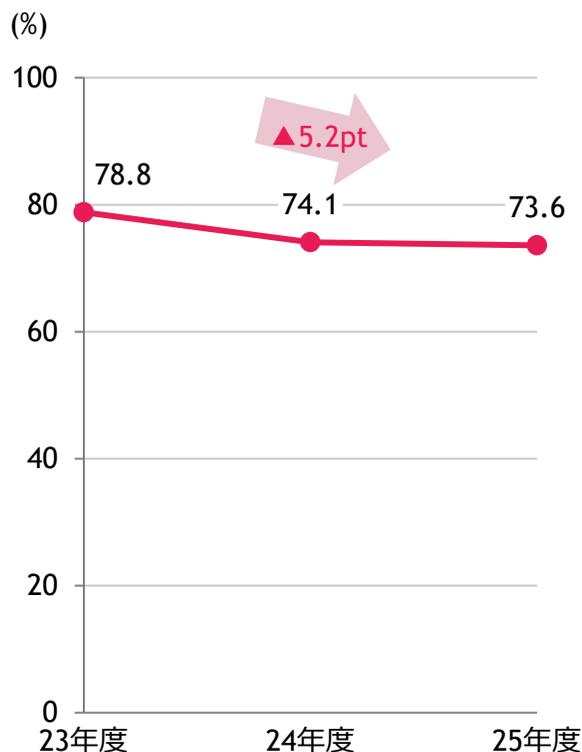
プラスチック製品の需要の抑制

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



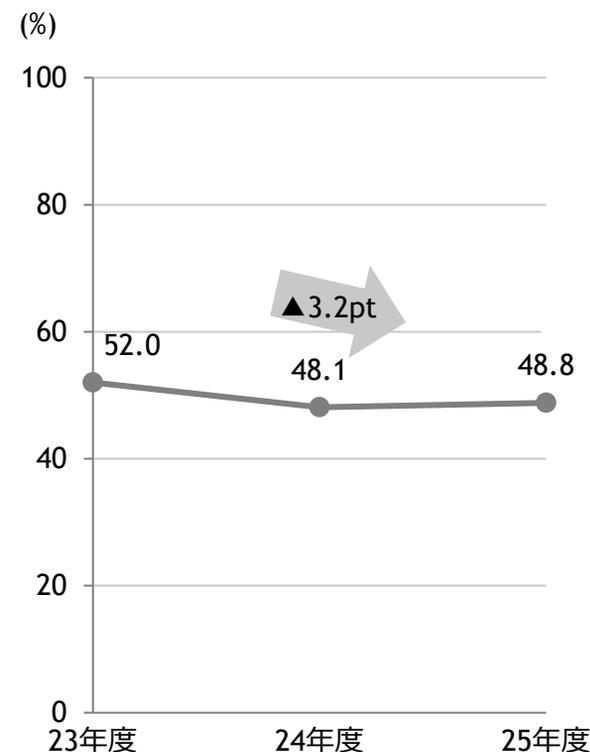
プラスチックの分別・リサイクル

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



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



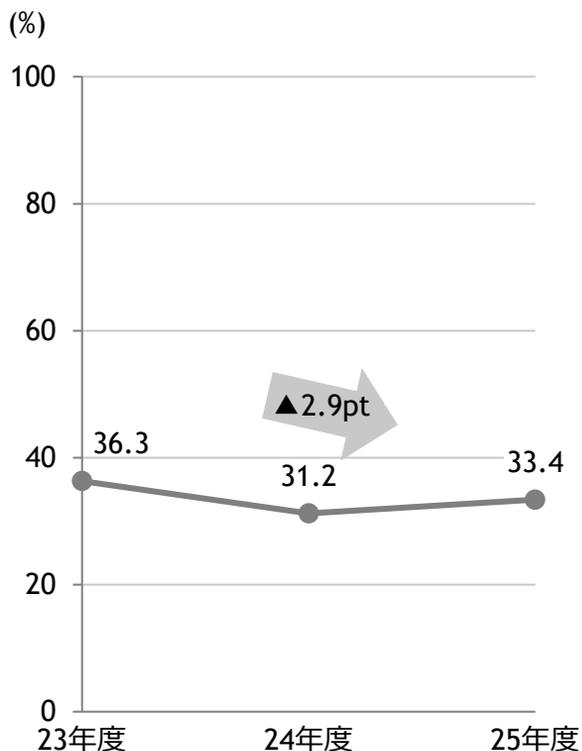
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別実践率の推移 (1/3)

■ 地産地消、旬産旬消、フードドライブ・フードバンクはいずれも実践率は横ばい

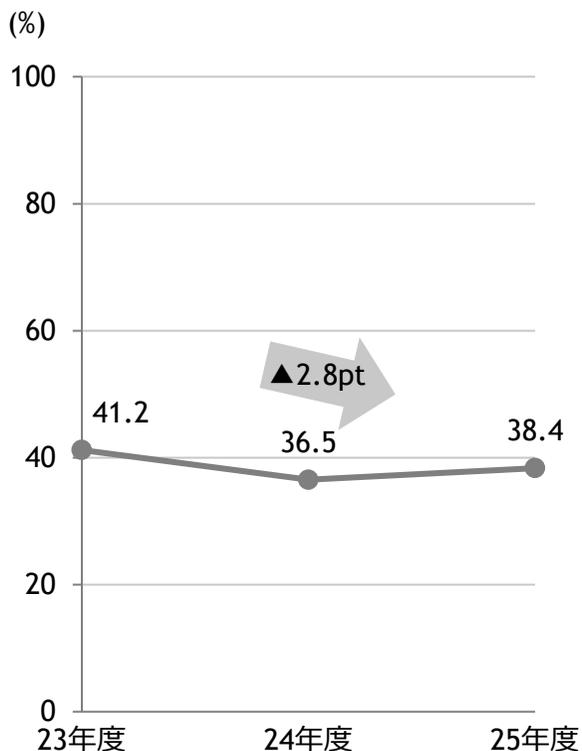
地産地消

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



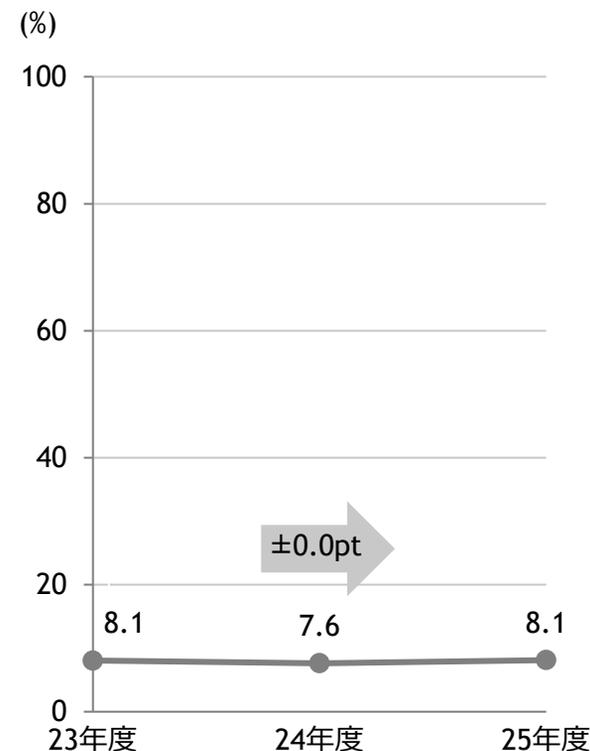
旬産旬消

旬の食品・食材を選び消費する旬産旬消の実践



直接廃棄①(フードドライブ・フードバンク)

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



※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別実践率の推移 (2/3)

- 食べ残しの実践率は低下傾向にある
- フードマッチング・シェアリング、過剰除去は横ばい

直接廃棄②(フードマッチング・シェアリング)

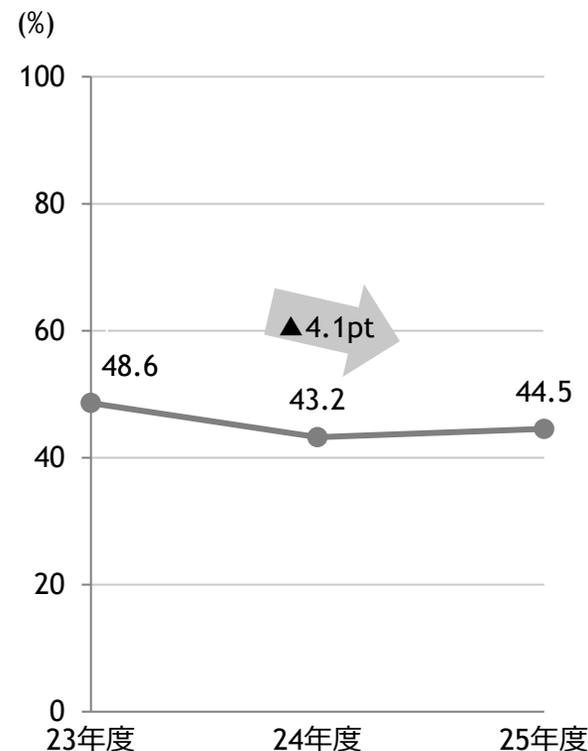
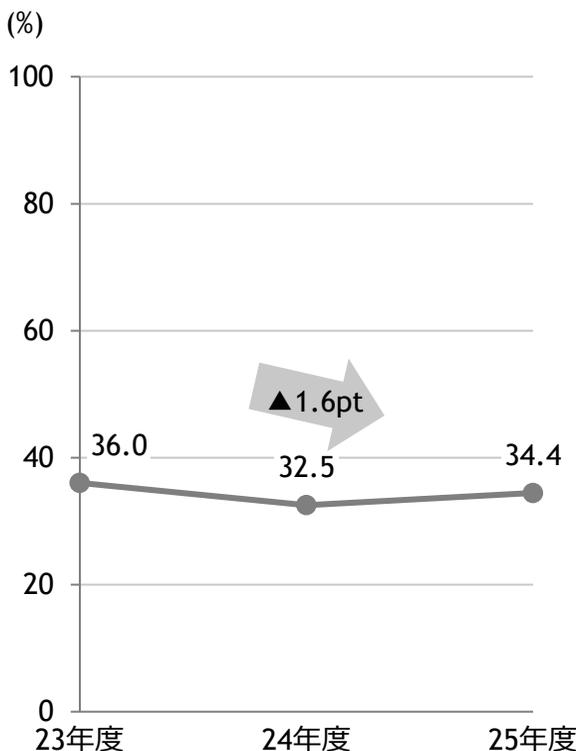
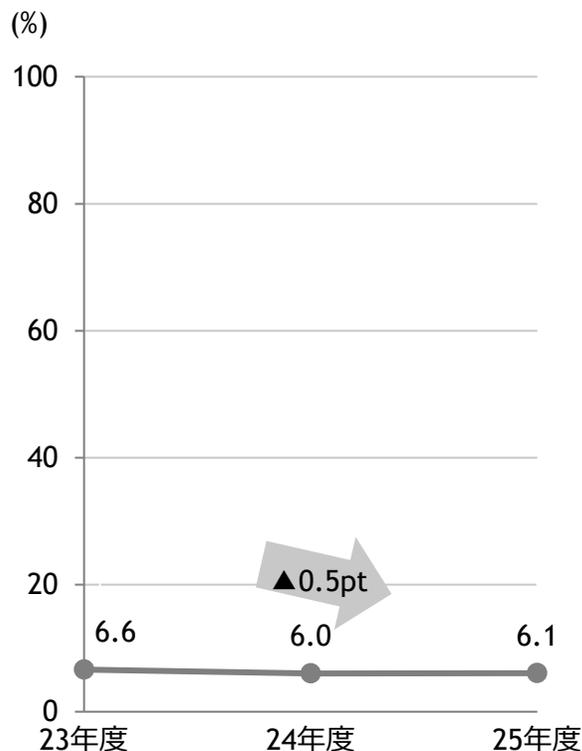
飲食店・小売店等で売れ残った食品を、まだ食べられるうちにネットやアプリ等を通じて消費者とマッチング・シェアリングするサービスの利用

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

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



※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別実践率の推移 (3/3)

- プラスチック製品の需要の抑制、プラスチックの分別・リサイクルの実践率は低下
- リユースサービスの利用は横ばい

プラスチック製品の需要の抑制

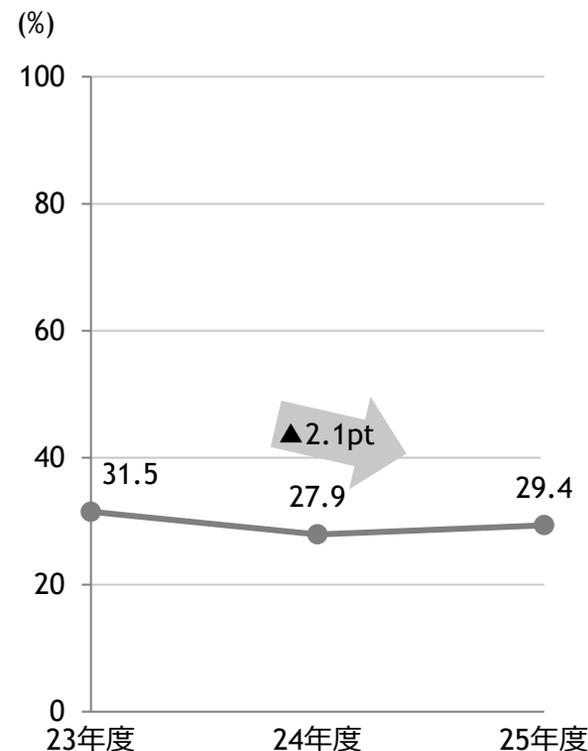
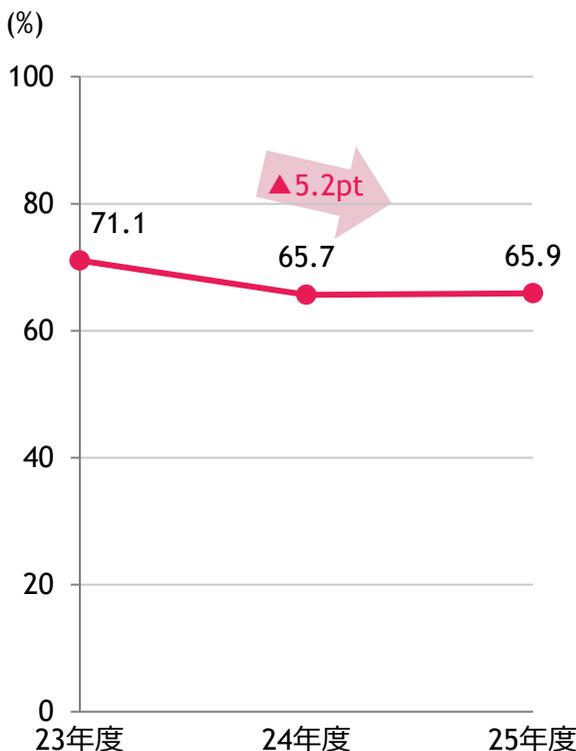
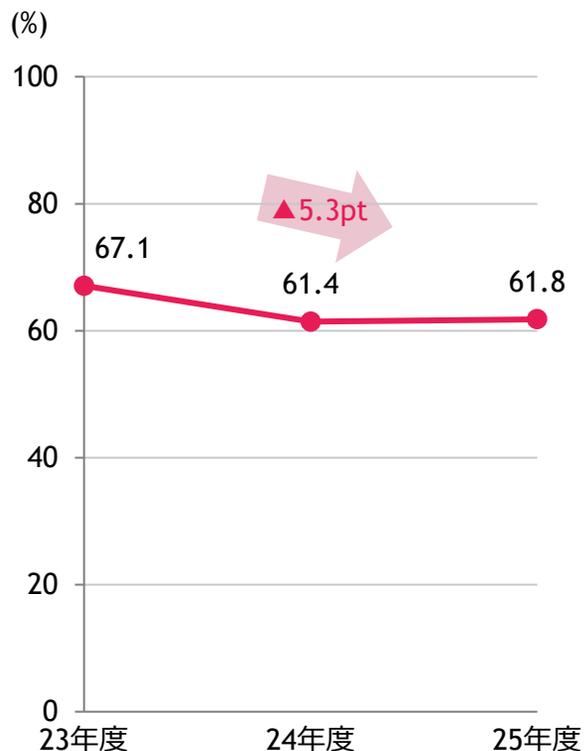
買物時にレジ袋、プラスチック製ストロー・スプーン等の受取りを辞退する等、必要のない製品の購入や受取を防ぐ取組

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

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

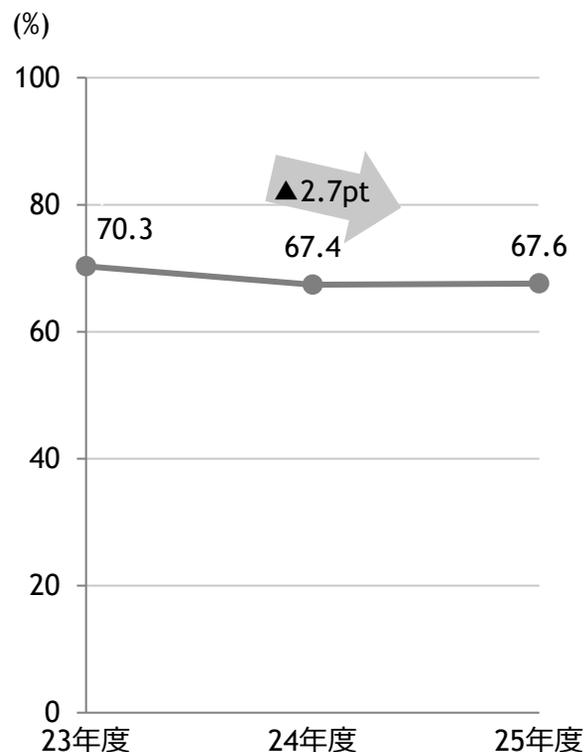


※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

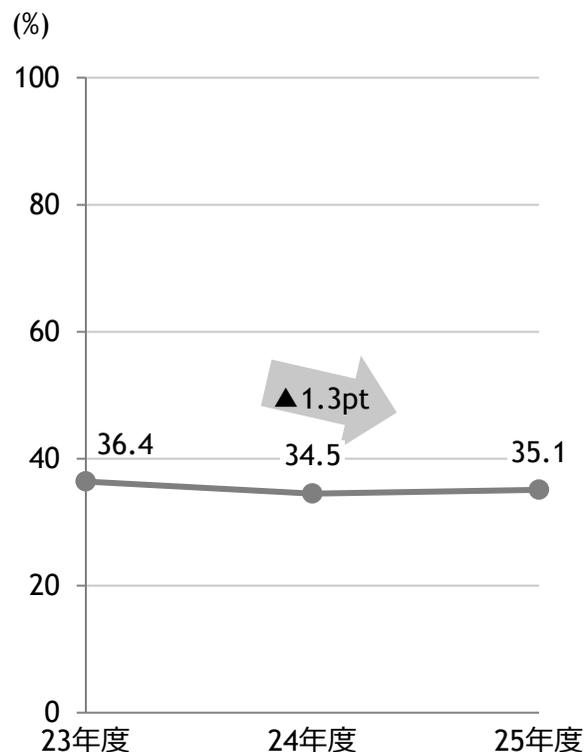
項目別認知率・意欲率・実践率の推移

■ テレワークは認知率、意欲率、実践率ともに横ばい

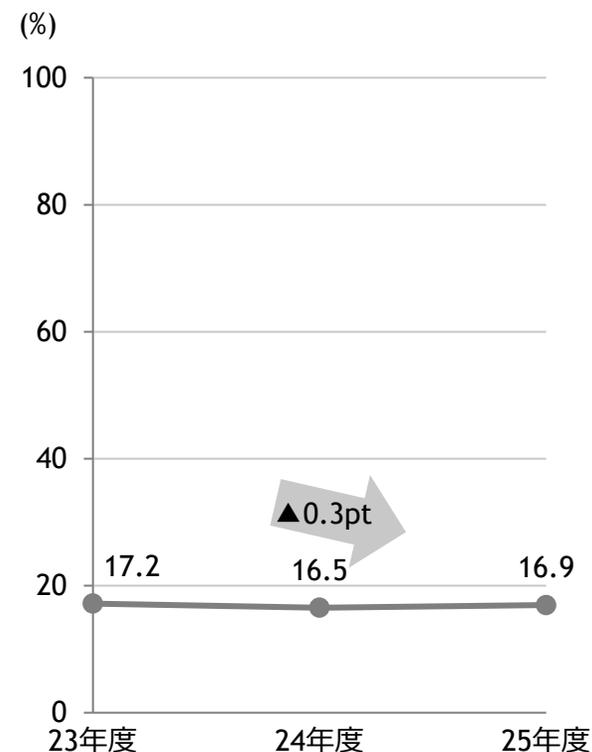
認知率



意欲率



実践率



※ 差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

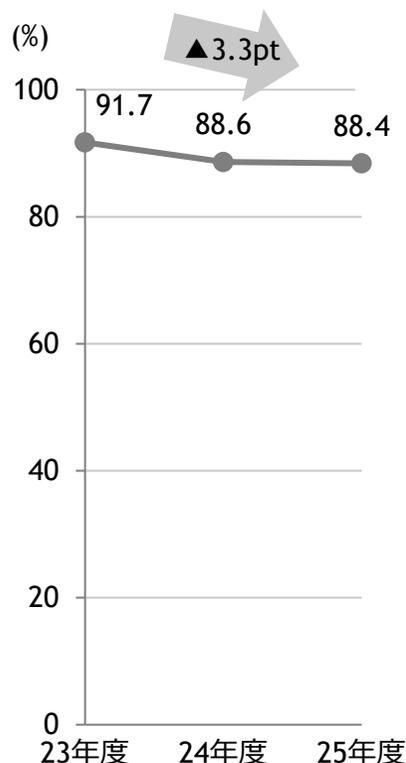
※ テレワークの定義は、自宅での在宅勤務、コワーキングスペースやカフェ等オフィス以外で仕事をするテレワーク(リモートワーク)の実践

項目別認知率の推移 (1/2)

- エコドライブの認知率が低下
- 電動車の購入とカーシェアリングは低下傾向にある

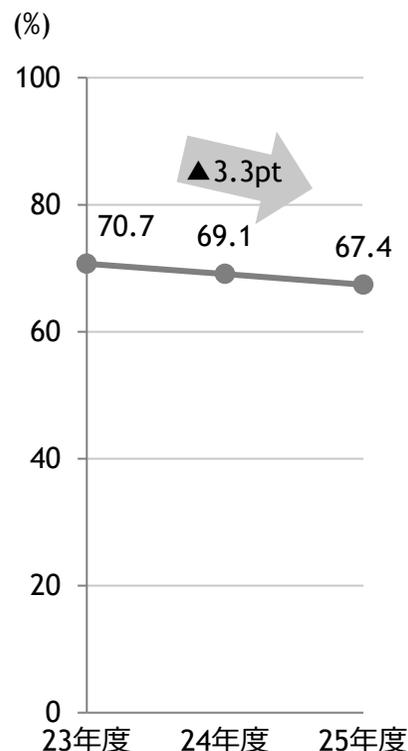
電動車の購入 (新車購入者のみ)

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



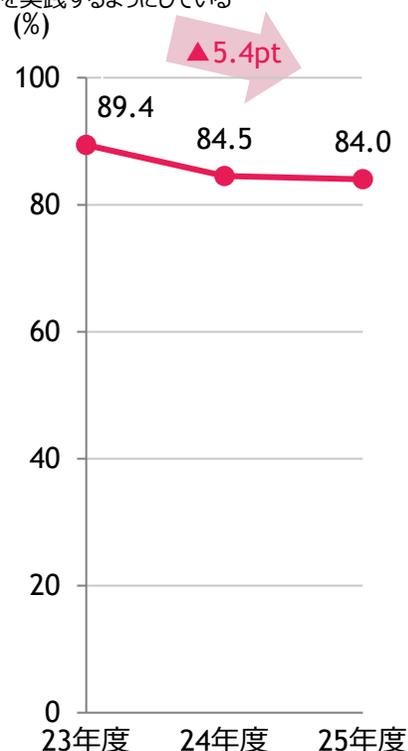
カーシェアリング (運転する方のみ)

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



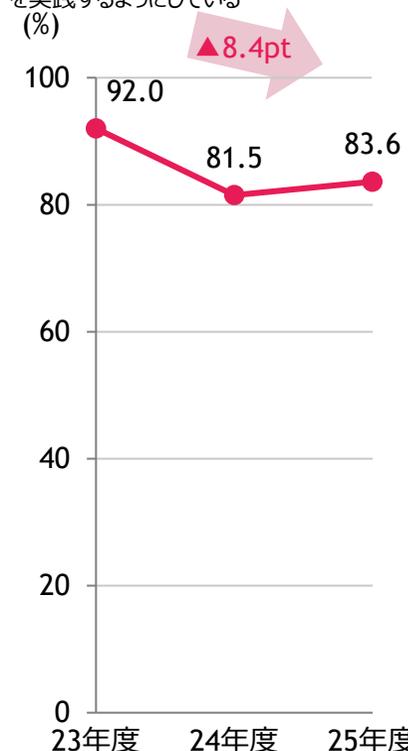
エコドライブ (運転する方のみ)

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) を実践している



エコドライブ (仕事で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) を実践している



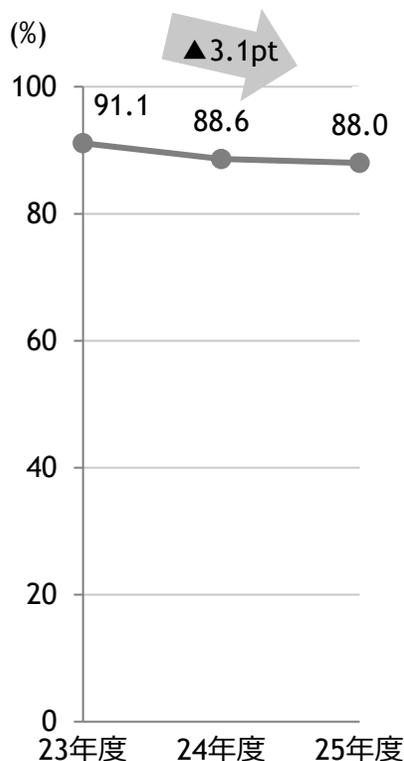
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別認知率の推移 (2/2)

■ 公共交通の利用、自転車・徒歩での移動、脱炭素旅行商品の利用はいずれも認知率が低下傾向にある

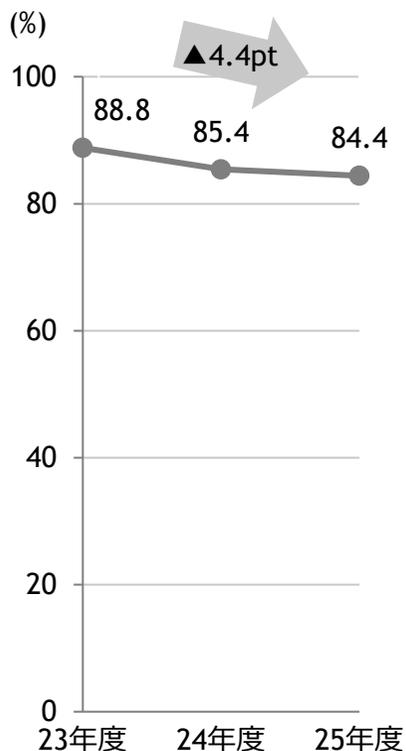
公共交通の利用(車所有者のみ)

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



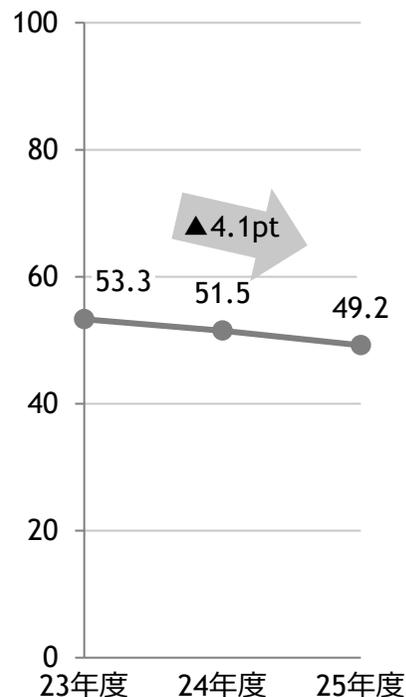
自転車・徒歩での移動

自転車や徒歩で積極的に移動するようにしている



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



※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別意欲率の推移 (1/2)

- 電動車の購入、エコドライブ(運転する方のみ)の意欲率は低下
- カーシェアリング、エコドライブ(仕事で自家用貨物車を運転する方のみ)は横ばい

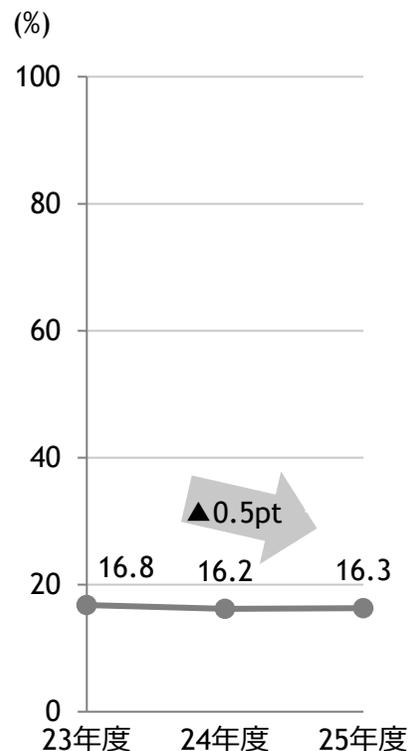
電動車の購入(新車購入者のみ)

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



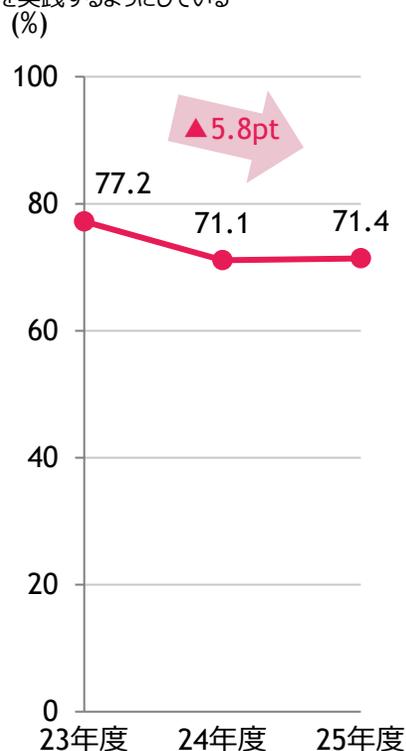
カーシェアリング(運転する方のみ)

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



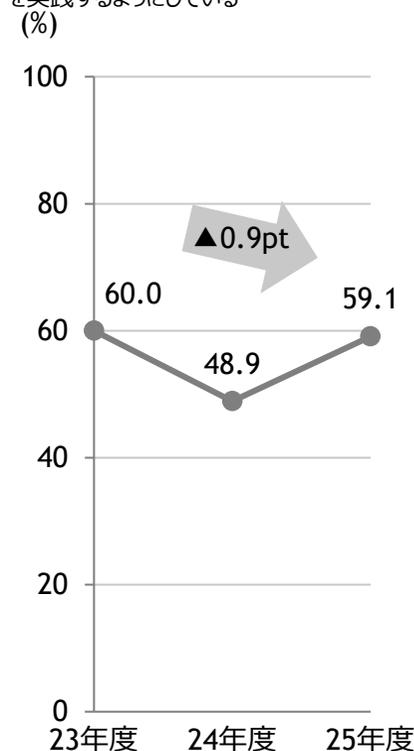
エコドライブ(運転する方のみ)

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)を実践している



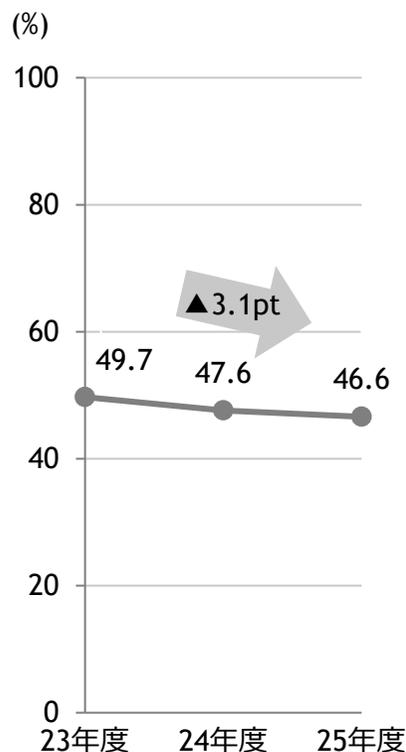
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別意欲率の推移 (2/2)

- 公共交通の利用、自転車・徒歩での移動の意欲率は低下傾向にある
- 脱炭素旅行商品の利用の意欲率は横ばい

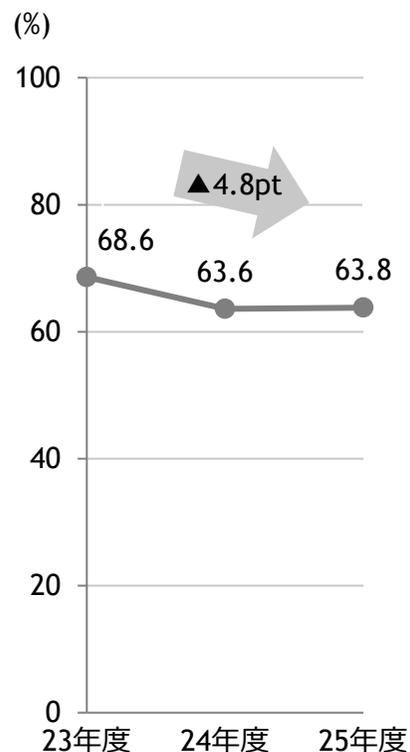
公共交通の利用(車所有者のみ)

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



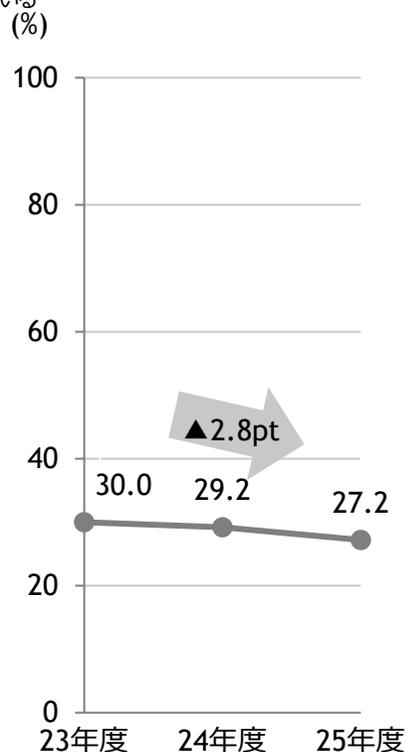
自転車・徒歩での移動

自転車や徒歩で積極的に移動するようにしている



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



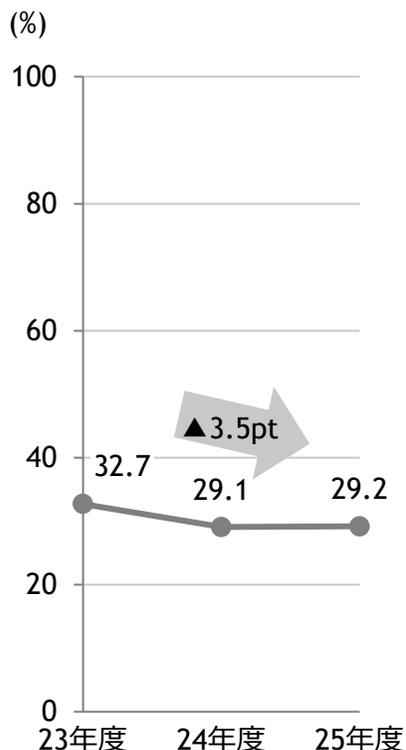
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別導入/実践率の推移 (1/2)

- エコドライブ (運転する方のみ) の実践率が低下。電動車の購入は低下傾向にある
- カーシェアリング、エコドライブ(仕事で自家用貨物車を運転する方のみ)は横ばい

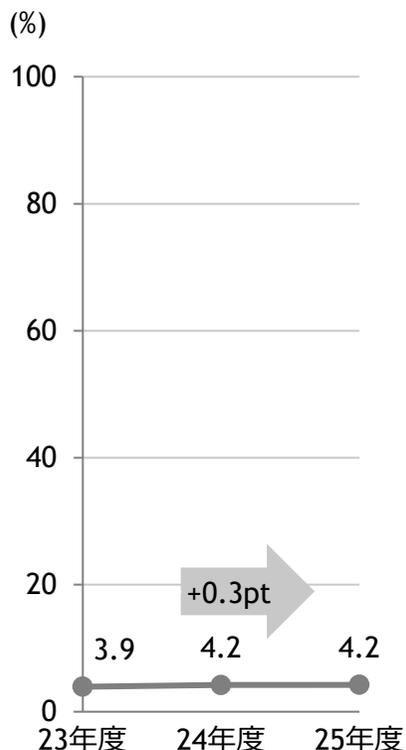
電動車の購入(新車購入者のみ)

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



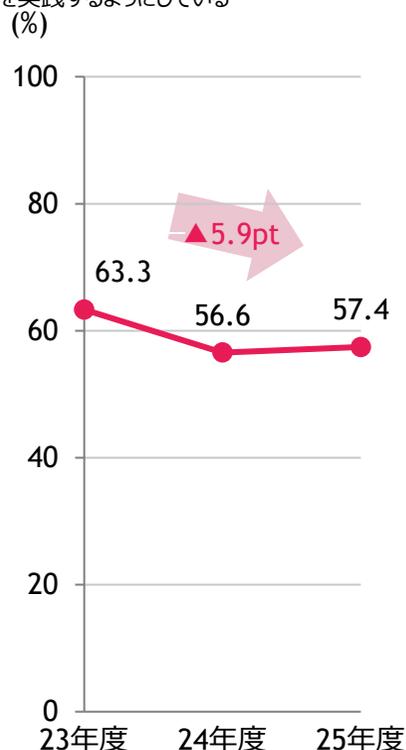
カーシェアリング(運転する方のみ)

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



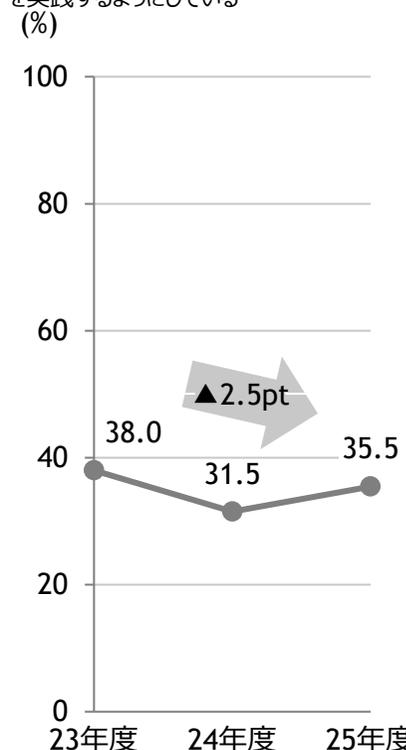
エコドライブ(運転する方のみ)

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) を実践している



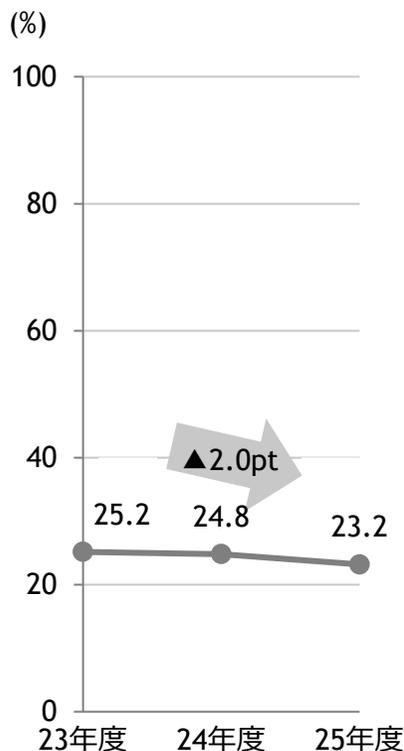
※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

項目別導入/実践率の推移 (2/2)

- 自転車・徒歩での移動の実践率は低下傾向にある
- その他の項目は横ばい

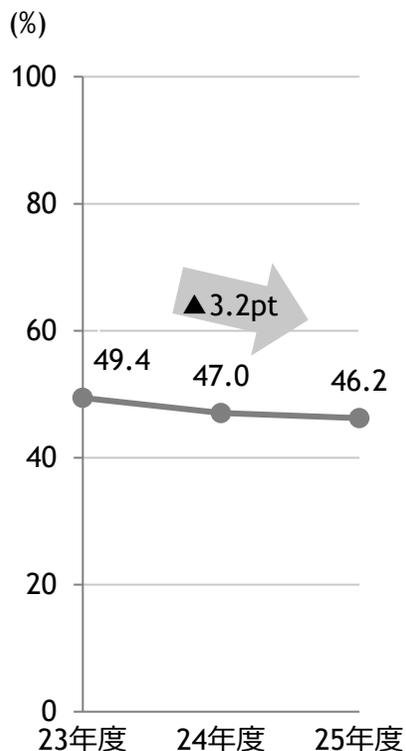
公共交通の利用 (車所有者のみ)

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



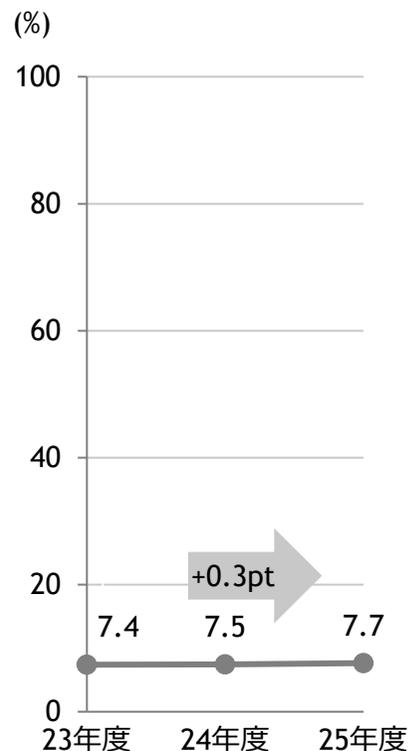
自転車・徒歩での移動

自転車や徒歩で積極的に移動するようにしている



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

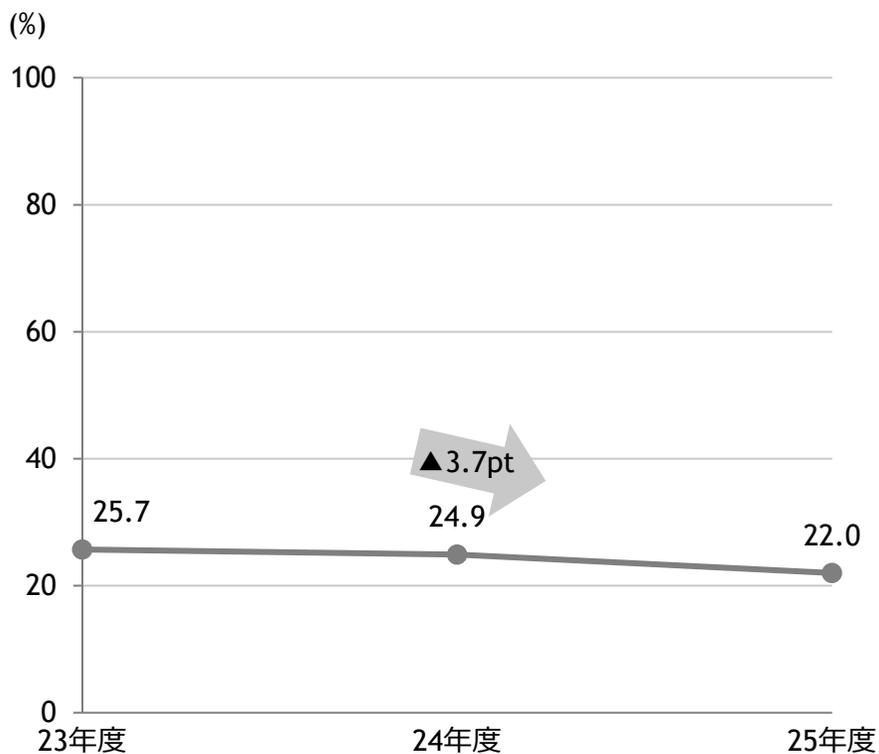


※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

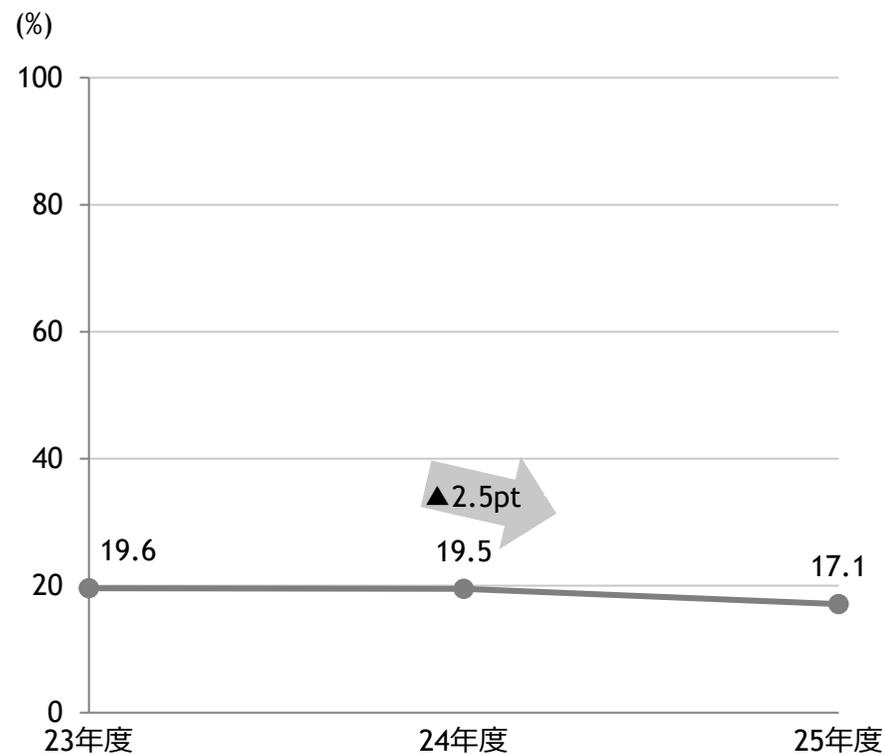
項目別認知率の推移

- 「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)」の認知率は低下傾向にある
- 「デコ活アクション」の認知率は横ばい

「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」

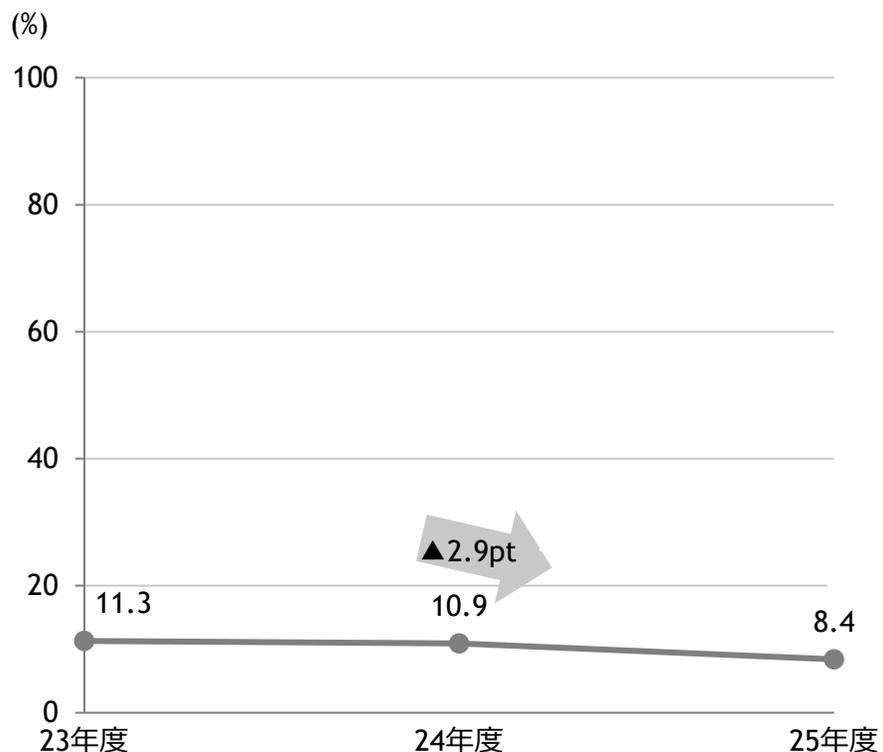


※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

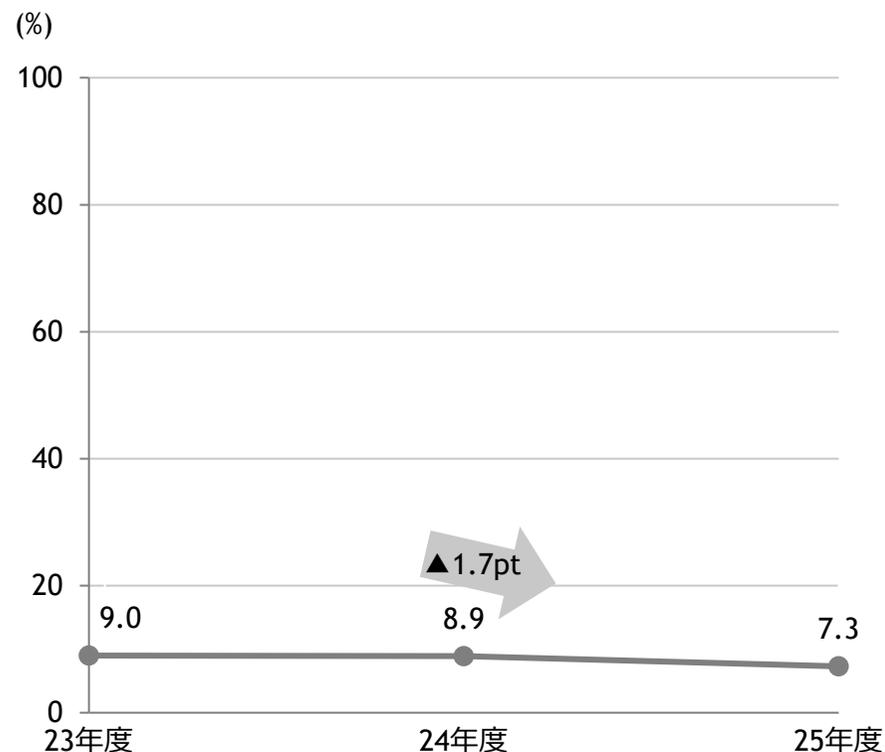
項目別理解率の推移

■「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」の理解率は横ばい

「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」

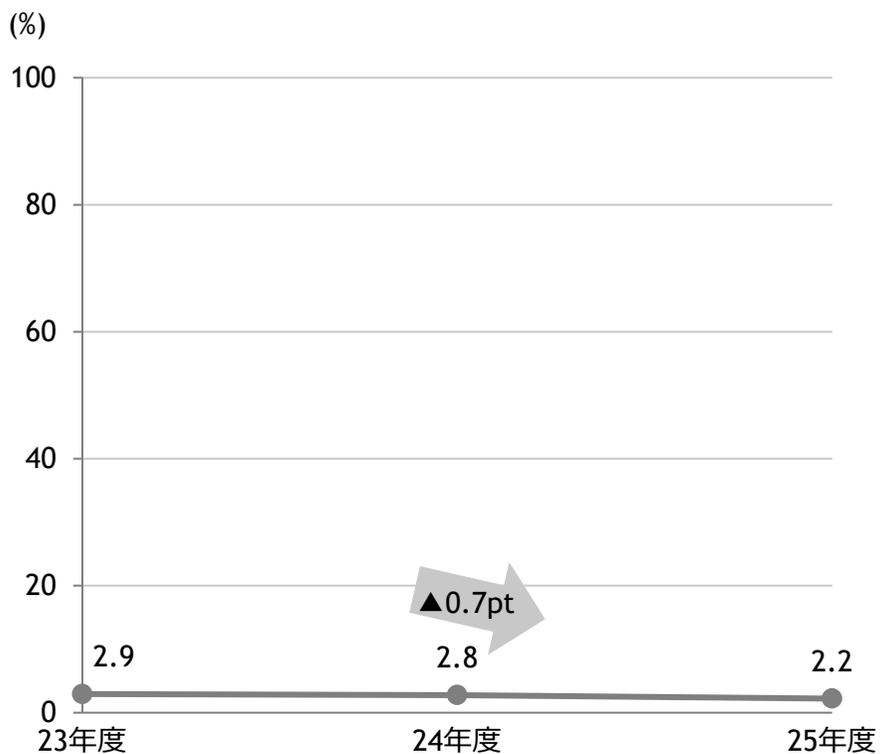


※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

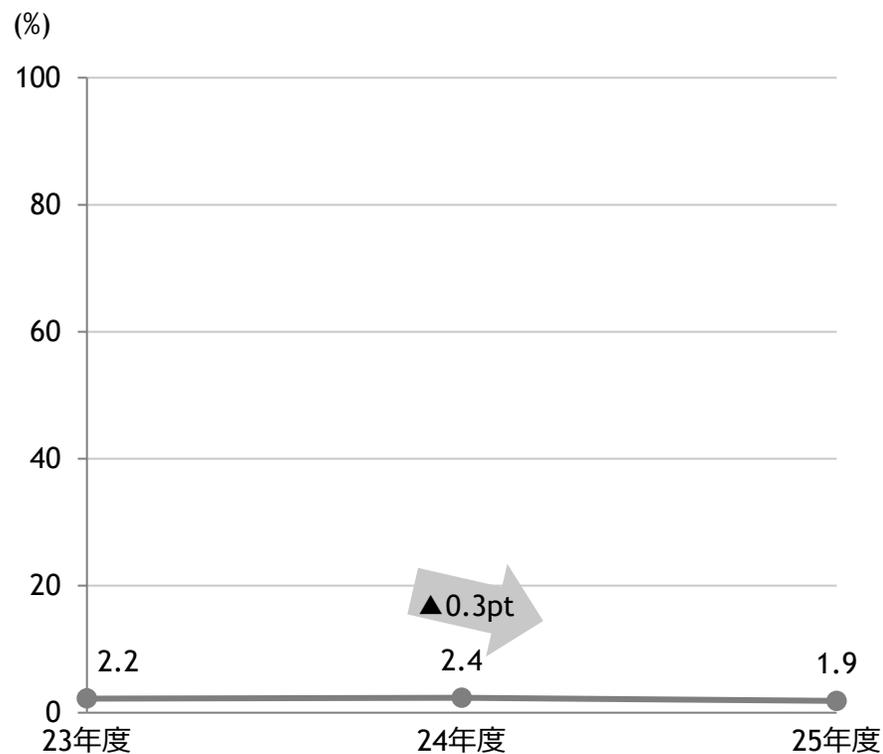
項目別実践率の推移

■「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」の実践率は横ばい

「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」



※差分数値は25年度と23年度の差/矢印: ▲5pt以上 ▲5pt未満

カテゴリ	言葉	定義
評価 指標	認知	<p>認知率 = 認知 + 意欲 + 導入 or 実践</p> <p>回答者のうち、「非認知」にチェックをした消費者を除いた割合</p> <ul style="list-style-type: none"> 「非認知」の定義 <ul style="list-style-type: none"> 機会選択領域: そもそも聞いたことがない/わからない 習慣行動領域: 具体的なやり方を知らない
	理解	<p>理解率 = 理解 + 意欲 + 実践</p> <ul style="list-style-type: none"> 「理解」の定義: 内容まで知っているが、具体的な行動は起こしていない
	意欲	<p>意欲率 = 意欲 + 導入 or 実践</p> <p>回答者のうち、「意欲」+「導入/実践」にチェックをつけた消費者の割合</p> <ul style="list-style-type: none"> 「意欲」の定義 <ul style="list-style-type: none"> 機会選択領域: 導入したいと考えているが、導入には至っていない 習慣行動領域: 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
	導入	<p>導入率 = 機会選択: 導入</p>
	実践	<p>実践率 = 習慣行動: 実践</p> <p>回答者のうち、機会選択領域では「導入」、習慣行動領域では「実践」にチェックをつけた消費者の割合</p>

【補足】本資料で用いる言葉の定義(2/2)

カテゴリ	言葉	定義
変化の 示し方	上昇/低下	3か年(23年度～25年度)で比較して、5pt以上上昇/低下している状態 矢印： ▲5pt以上 ▲5pt未満
	上昇傾向/ 低下傾向	3か年(23年度～25年度)で比較して、3pt以上5pt未満上昇/低下している状態
	横ばい	3か年(23年度～25年度)で比較して、3pt未満の上昇/低下に収まっている状態