

🚫 Earth hacks



自分にも、まわりにも、地球にも意外とアリな“新しい選択肢”

🚫 Earth hacks



デカボえひめプロジェクト 県民調査 (2025年4月)



<調査概要>

- ・調査概要 (P2～)
- ・回答者プロフィール (P4～)

<調査結果詳細>

- ・脱炭素必要性理解度 (P7～)
- ・行動実践意向度 (P9～)
- ・実践意向理由（脱炭素アクション促進要因） (P11～)
- ・実践意向理由（脱炭素アクション阻害要因） (P13～)
- ・行動実践度 (P15～)
- ・行動実践（取り組んでいる脱炭素アクション） (P17～)
- ・SNSキャンペーン過去経験 (P19～)
- ・デカボの認知度 (P21～)
- ・デカボの認知経路 (P23～)
- ・デカボmyスコアの認知度 (P25～)
- ・再生可能エネルギー設備や省エネルギー設備等の設置・導入状況 (P27)

<Appendix>

- ・業種 (P29～)
- ・従業員数 (P31)

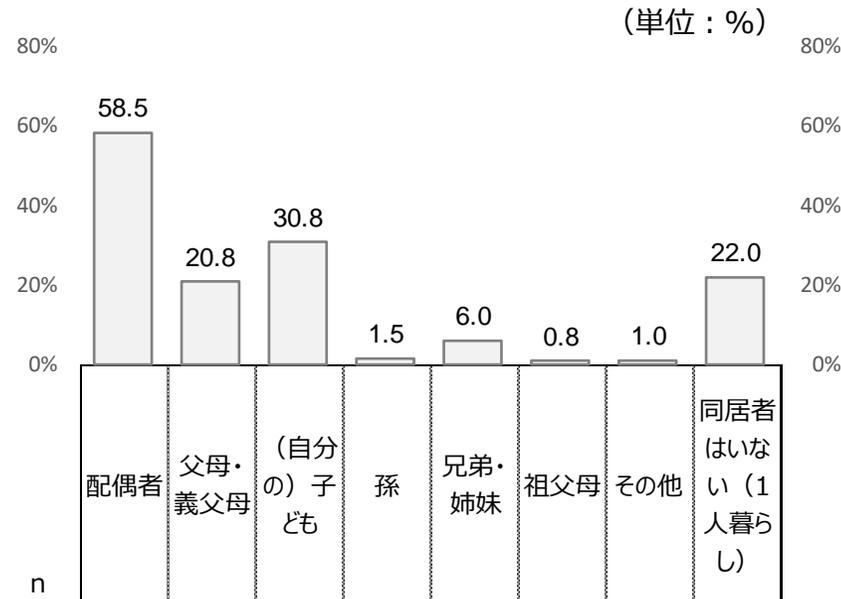
調査概要

調査概要

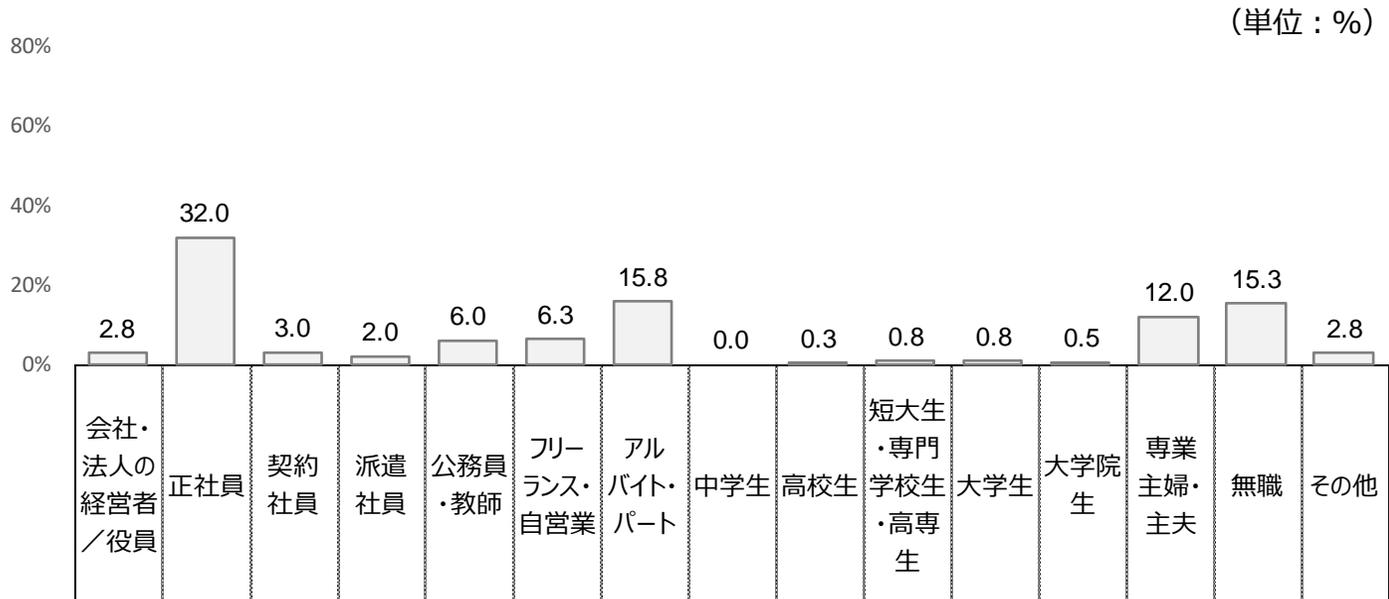
<p>調査目的</p>	<p>目的①効果検証を行う ✓今回のプロジェクトのKGIは、CO2削減に取り組む県民の割合（「環境行動実践率」と定義） KGI達成のために中間KPIも設定し、期初・期末で前後比較をすることで効果検証を行う</p> <p>目的②次年度の戦略・施策検討の示唆を得る ✓24年度に実施する施策の接触率を単に把握するだけでなく、生活者からの施策の魅力度評価やその理由（良かった点・悪かった点など）を把握する ✓投資対効果の定量的な数字と、個別施策の定性評価を合わせることで、25年度の戦略・施策の精度を高める</p>																																																																																																													
<p>調査課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・脱炭素の必要性をどの程度理解しているか？ ・脱炭素につながる行動の実践意向度は？その理由は？ ・脱炭素社会に向けた行動実践度は？ ・環境配慮や脱炭素を意識して普段どんなことに取り組んでいるか？ ・SNSキャンペーンの参加経験は？ ・「デカボ」の認知度は？認知経路は？ ・「デカボmyスコア」の認知度は？ 																																																																																																													
<p>調査手法</p>	<p>Webアンケート</p>																																																																																																													
<p>対象者条件</p>	<p>【性別】 男性、女性 【年齢】 18～79歳 【地域】 愛媛県</p>																																																																																																													
<p>回収数</p>	<p>本調査：400ss</p>																																																																																																													
<p>割付</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">居住地域</th> <th colspan="6">女性</th> <th rowspan="2">女性 集計</th> <th colspan="5">男性</th> <th rowspan="2">男性 集計</th> <th rowspan="2">総計</th> </tr> <tr> <th>18～29歳</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代以上</th> <th>18～29歳</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代以上</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>松山地区</td> <td>14</td> <td>14</td> <td>19</td> <td>17</td> <td>36</td> <td>100</td> <td>14</td> <td>13</td> <td>18</td> <td>15</td> <td>31</td> <td>91</td> <td>191</td> </tr> <tr> <td>西条・新居浜・宇摩</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>8</td> <td>8</td> <td>19</td> <td>46</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>9</td> <td>8</td> <td>16</td> <td>46</td> <td>92</td> </tr> <tr> <td>今治</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>4</td> <td>11</td> <td>25</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>4</td> <td>9</td> <td>23</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td>宇和島</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>7</td> <td>16</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>7</td> <td>16</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>八幡浜・大洲</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>8</td> <td>18</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>9</td> <td>19</td> <td>37</td> </tr> <tr> <td>総計</td> <td>25</td> <td>27</td> <td>37</td> <td>35</td> <td>81</td> <td>205</td> <td>26</td> <td>27</td> <td>37</td> <td>33</td> <td>72</td> <td>195</td> <td>400</td> </tr> </tbody> </table>	居住地域	女性						女性 集計	男性					男性 集計	総計	18～29歳	30代	40代	50代	60代以上	18～29歳	30代	40代	50代	60代以上	松山地区	14	14	19	17	36	100	14	13	18	15	31	91	191	西条・新居浜・宇摩	5	6	8	8	19	46	6	7	9	8	16	46	92	今治	3	3	4	4	11	25	3	3	4	4	9	23	48	宇和島	1	2	3	3	7	16	1	2	3	3	7	16	32	八幡浜・大洲	2	2	3	3	8	18	2	2	3	3	9	19	37	総計	25	27	37	35	81	205	26	27	37	33	72	195	400
居住地域	女性						女性 集計	男性					男性 集計	総計																																																																																																
	18～29歳	30代	40代	50代	60代以上	18～29歳		30代	40代	50代	60代以上																																																																																																			
松山地区	14	14	19	17	36	100	14	13	18	15	31	91	191																																																																																																	
西条・新居浜・宇摩	5	6	8	8	19	46	6	7	9	8	16	46	92																																																																																																	
今治	3	3	4	4	11	25	3	3	4	4	9	23	48																																																																																																	
宇和島	1	2	3	3	7	16	1	2	3	3	7	16	32																																																																																																	
八幡浜・大洲	2	2	3	3	8	18	2	2	3	3	9	19	37																																																																																																	
総計	25	27	37	35	81	205	26	27	37	33	72	195	400																																																																																																	
<p>調査期間</p>	<p>2025年2月8日週～</p>																																																																																																													



同居家族



職業



【期末】全体		n	配偶者	父母・義父母	(自分の)子ども	孫	兄弟・姉妹	祖父母	その他	同居者はいない(1人暮らし)
性別	男性	195	64.1	22.1	30.8	1.0	5.1	1.0	1.0	20.0
	女性	205	53.2	19.5	30.7	2.0	6.8	0.5	1.0	23.9
性年代別	男性18歳~29歳	26	26.9	30.8	19.2	-	15.4	3.8	7.7	34.6
	男性30代	27	55.6	22.2	37.0	-	11.1	3.7	-	29.6
	男性40代	37	64.9	24.3	45.9	-	2.7	-	-	18.9
	男性50代	33	66.7	27.3	39.4	-	3.0	-	-	12.1
	男性60歳~79歳	72	79.2	15.3	20.8	2.8	1.4	-	-	15.3
	女性18歳~29歳	25	28.0	48.0	24.0	-	28.0	4.0	4.0	16.0
	女性30代	27	44.4	25.9	40.7	3.7	-	-	-	29.6
	女性40代	37	48.6	27.0	40.5	-	10.8	-	-	18.9
	女性50代	35	62.9	20.0	40.0	5.7	5.7	-	-	17.1
	女性60歳~79歳	81	61.7	4.9	21.0	1.2	1.2	-	1.2	29.6

職業	割合 (%)
会社・法人の経営者/役員	2.8
正社員	32.0
契約社員	3.0
派遣社員	2.0
公務員・教師	6.0
フリーランス・自営業	6.3
アルバイト・パート	15.8
中学生	0.0
高校生	0.3
短大生・専門学校生・高専生	0.8
大学生	0.8
大学院生	0.5
専業主婦・主夫	12.0
無職	15.3
その他	2.8

サマリー

- 全体について、**環境行動の実践度は全体で36.3%**と、KPI目標(70.0%)まであと33.7ポイントという結果に
- 重要性理解度・行動意向度は横ばい(有意差無し)であったが、**行動実践度は-8.5ポイントと低減**
- 実践度の低下要因については、50代の実践度が-30.9ポイント低減していることによる影響が大きい
- また、課題Targetである30・40代については、重要性理解度・行動意向度は横ばい(有意差無し)、**実践度も横ばいとなった**
- **全体の平均行動アクション数も横ばい**で、実際にアクションの実践が無くなったわけでないことが分かる。つまり、県民に実践を直接的に促すのではなく、**すでに誰もが脱炭素に貢献できていることに気づいてもらうことが必要**

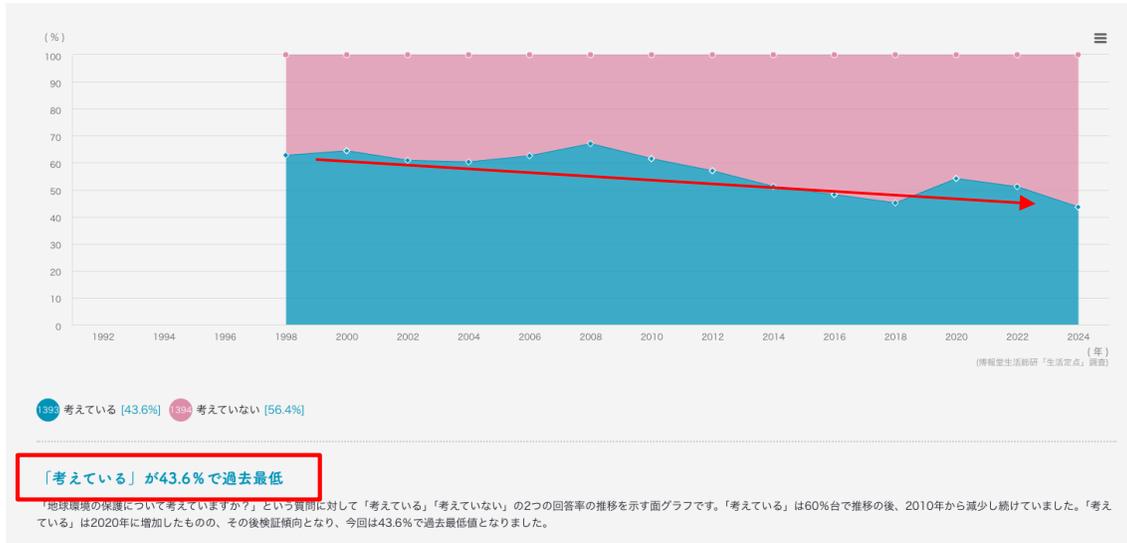
	n数	重要性理解 (TOP2)			行動意向度 (TOP2)			行動実践度 (TOP2)			平均行動アクション数		
		事前	事後	差分	事前	事後	差分	事前	事後	差分	事前	事後	差分
全体	400	69.3	66	-3.3	59.5	56.5	-3	44.8	36.3	-8.5	6.24	5.76	-0.48
29歳以下	51	62.7	64.7	2	49	56.9	7.9	35.3	33.3	-2	3.25	4.04	0.79
30代	54	44.4	53.7	9.3	42.6	42.6	0	20.4	22.2	1.8	5.22	4.69	-0.53
40代	74	63.5	64.9	1.4	45.9	52.7	6.8	31.1	33.8	2.7	6.26	5.35	-0.91
50代	68	73.5	47.1	-26.4	64.7	36.8	-27.9	50	19.1	-30.9	6.85	5.25	-1.6
60代以上	153	81	79.7	-1.3	73.2	71.9	-1.3	60.8	51	-9.8	7.31	7.12	-0.19
男性	195	65.6	61.5	-4.1	58.5	51.3	-7.2	48.7	37.4	-11.3	5.31	4.57	-0.74
女性	205	72.7	70.2	-2.5	60.5	61.5	1	41	35.1	-5.9	7.13	6.88	-0.25

(補足) 行動実践度の低減要因について

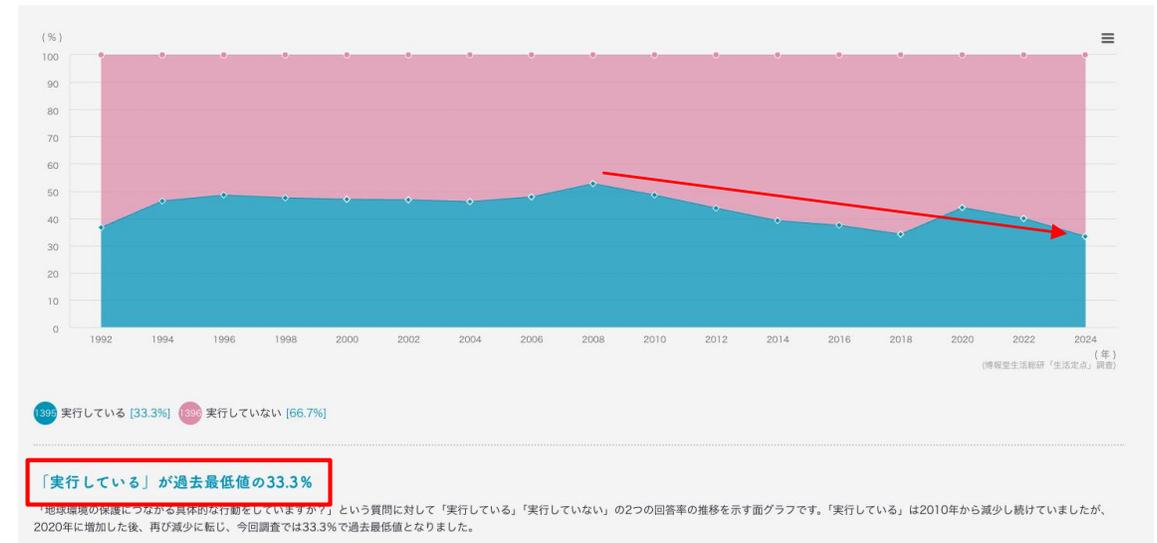
- 博報堂生活総研が92年から隔年で行なっている時系列観測調査「生活定点」では、「環境保護を考えている」が43.6%、「環境保護につながる具体的な行動をしている」が33.3%と、**どちらの指標も過去最低**を記録
- 過去最低となった理由としては、**あらゆるメディアを通じてSDGsにまつわる発信が常態化し、脱炭素に限らず、広く生活者の環境意識が高まった結果、「脱炭素貢献」を意識することなく、脱炭素アクションを実践することが徐々に定着しつつある**ことが背景にあるのではないかと

生活総研「生活定点2024」(最新調査は2024年5月9日～6月27日)

Q. 地球環境の保護について考えていますか？



Q. 地球環境の保護につながる具体的な行動をしていますか？



「生活定点」の調査概要

- 調査目的 : 「生活定点」は、1992年から隔年で行なわれる時系列観測調査です。日頃の感情、生活行動や消費態度、社会観など、多角的な質問項目から、生活者の意識と欲求の推移を分析することを目的としています。
- 調査地域 : 首都40km圏 (東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、茨城県)
 阪神30km圏 (大阪府、京都府、兵庫県、奈良県)
- 調査方法 : 訪問留置法
- 調査時期 : 1992年から偶数年5～6月に実施。(2020年のみ6～7月。最新調査は、2024年5月9日～6月27日)
- 調査対象 : 20歳～69歳の男女

調査人数 : 2,510人 (2024年)
 2020年国勢調査に基づく人口構成比 (性年代5歳刻み) で割付

2024年	首都圏+阪神圏			首都圏			阪神圏		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性
合計	2,510	1,263	1,247	1,821	926	895	689	337	352
20歳～29歳	420	210	210	303	152	151	117	58	59
30歳～39歳	475	239	236	354	180	174	121	59	62
40歳～49歳	572	289	283	419	214	205	153	75	78
50歳～59歳	615	311	304	443	227	216	172	84	88
60歳～69歳	428	214	214	302	153	149	126	61	65

「デカボ」「デカボmyスコア」の認知度

- 全体の「デカボ」の関与・認知度は28.5%、「デカボmyスコア」の認知度は18.3%という結果に
- 特に、30代における「デカボ」「デカボmyスコア」の関与・認知度が他世代よりも高く、「デカボ」は40.7%(全体比+12.2%)、「デカボmyスコア」は31.5%(全体比+13.2%)。1年間を通して、課題Targetに対してリーチすることができた

Q. あなたは『デカボ』という「脱炭素」という意味のDecarbonization（デカボナイゼーション）の略称で、無理なく、楽しく脱炭素に取り組むことを促すために生まれたキーワードをご存じですか。

単位 (%)
n=本調査全体

	n	関わったことがある			関わったことが ある・計
		関わったことがある	どちらかといえば、関わったことがある	関わったことがない	
【期末】全体	400	3.3	25.3	71.5	28.5
性別					
男性	195	4.1	24.6	71.3	28.7
女性	205	2.4	25.9	71.7	28.3
年代別					
18歳～29歳	51	7.8	25.5	66.7	33.3
30代	54	3.7	37.0	59.3	40.7
40代	74	2.7	25.7	71.6	28.4
50代	68	1.5	26.5	72.1	27.9
60歳～79歳	153	2.6	20.3	77.1	22.9
世帯構成別					
単独世帯	88	2.3	30.7	67.0	33.0
夫婦のみの世帯	115	4.3	25.2	70.4	29.6
親と子供から成る世帯（ひとり親を含む）	159	3.8	23.9	72.3	27.7
三世帯世帯	19	15.8		84.2	15.8
親族同居/その他	19	21.1		78.9	21.1
居住エリア別					
松山地区	191	4.2	30.4	65.4	34.6
西条・新居浜・宇摩	92	3.3	26.1	70.7	29.3
今治	48	4.2	12.5	83.3	16.7
宇和島	32	15.6		84.4	15.6
八幡浜・大洲	37	21.6		78.4	21.6

関わったことがある・計：「関わったことがある」+「どちらかといえば、関わったことがある」

Q. 以下のうち、『デカボmyスコア』という「自身の生活における年間のCO2排出量を表すスコアと、それを計測する診断ツール」について、あなたに当てはまるものをお選び下さい。

単位 (%)
n=本調査全体

	n	『デカボmyスコア』で自分のCO2排出量を計測したことがある		計測したことはないが、内容まで知っている		名称認知・計
		計測したことはないが、名称は聞いたことがある	計測したことはないが、内容まで知っている	聞いたことがない、知らない		
【期末】全体	400	2.5	4.0	11.8	81.8	18.3
性別						
男性	195	2.1	6.2	14.9	76.9	23.1
女性	205	2.9	2.0	8.8	86.3	13.7
年代別						
18歳～29歳	51	2.0	9.8	9.8	78.4	21.6
30代	54	5.6	9.3	16.7	68.5	31.5
40代	74	2.7	10.8		86.5	13.5
50代	68	1.5	2.9	10.3	85.3	14.7
60歳～79歳	153	2.0	2.6	11.8	83.7	16.3
世帯構成別						
単独世帯	88	3.4	1.1	14.8	80.7	19.3
夫婦のみの世帯	115	1.7	3.5	15.7	79.1	20.9
親と子供から成る世帯（ひとり親を含む）	159	2.5	6.9	8.2	82.4	17.6
三世帯世帯	19	5.3			94.7	5.3
親族同居/その他	19		15.8		84.2	15.8
居住エリア別						
松山地区	191	3.1	4.2	15.2	77.5	22.5
西条・新居浜・宇摩	92	2.2	4.3	9.8	83.7	16.3
今治	48	4.2	4.2	4.2	87.5	12.5
宇和島	32	9.4			90.6	9.4
八幡浜・大洲	37	5.4	10.8		83.8	16.2

名称認知・計：『「デカボmyスコア」で自分のCO2排出量を計測したことがある』+「計測したことはないが、内容まで知っている」+「計測したことはないが、名称は聞いたことがある」

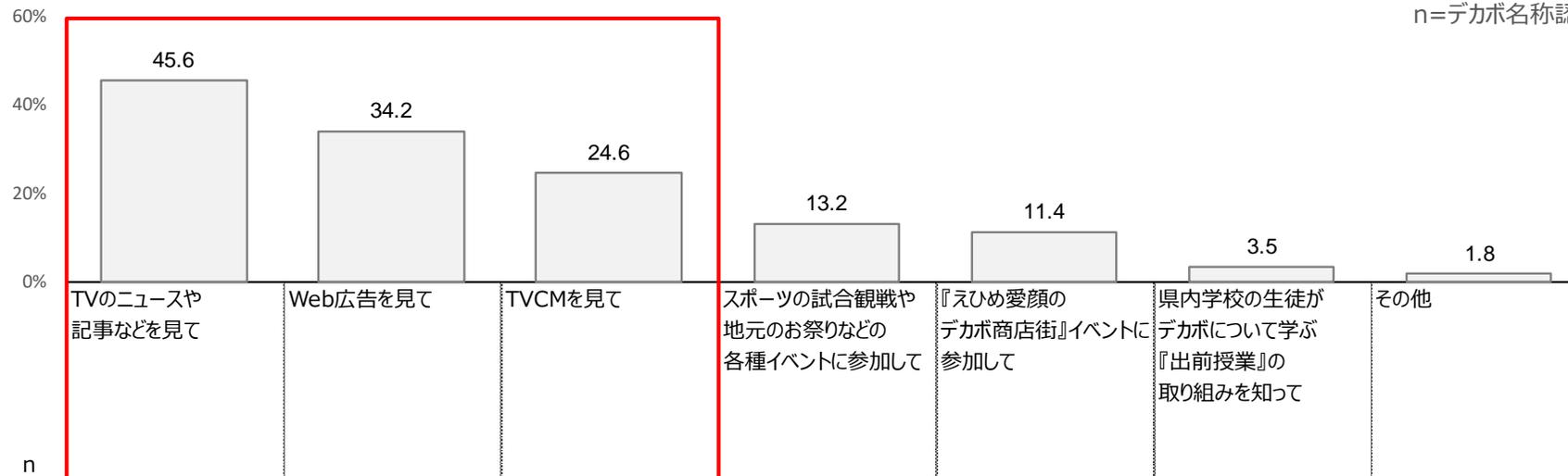
「デカボ」の認知経路

- 全体の認知経路としては、「TVのニュースや記事などを見て」「Web広告を見て」「TVCMを見て」が上位3位。昨年6月にご提案したマスメディアを活用したPRとデジタルマーケティングの両輪による施策が功を奏した
- 課題Targetである30代については、「Web広告を見て」「TVCMを見て」がそれぞれ全体比で-22.7%、-13.6%である一方で、「スポーツの試合観戦や地元のお祭りなどの各種イベントに参加して」「『えひめ愛顔のデカボ商店街』イベントに参加して」が+27.3%、+18.2%で、イベントを中心とした地上戦施策が有効であることが分かる

Q. 以下のうち、『デカボ』という言葉をおあなたがどこで知ったかを以下の中から当てはまるものをすべてお選びください。（いくつでも）

単位 (%)
n=デカボ名称認知者全体

※スコアは【期末】全体値で降順ソート



		n	TVのニュースや記事などを見て	Web広告を見て	TVCMを見て	スポーツの試合観戦や地元のお祭りなどの各種イベントに参加して	『えひめ愛顔のデカボ商店街』イベントに参加して	県内学校の生徒が『出前授業』の取り組みを知って	その他
【期末】全体		114	45.6	34.2	24.6	13.2	11.4	3.5	1.8
性別	男性	56	39.3	35.7	28.6	16.1	16.1	3.6	1.8
	女性	58	51.7	32.8	20.7	10.3	6.9	3.4	1.7
年代別	18歳～29歳	17	29.4	35.3	35.3	11.8	17.6	5.9	-
	30代	22	36.4	22.7	13.6	27.3	18.2	9.1	4.5
	40代	21	47.6	38.1	42.9	4.8	14.3	-	4.8
	50代	19	47.4	36.8	21.1	5.3	5.3	-	-
	60歳～79歳	35	57.1	37.1	17.1	14.3	5.7	2.9	-
世帯構成別	単独世帯	29	44.8	41.4	20.7	3.4	10.3	-	3.4
	夫婦のみの世帯	34	55.9	29.4	20.6	20.6	8.8	2.9	-
	親と子供から成る世帯（ひとり親を含む）	44	36.4	34.1	29.5	15.9	13.6	6.8	2.3
	三世帯世帯	3	33.3	33.3	33.3	-	-	-	-
居住エリア別	親族同居/その他	4	75.0	25.0	25.0	-	25.0	-	-
	松山地区	66	51.5	28.8	25.8	16.7	12.1	3.0	-
	西条・新居浜・宇摩	27	22.2	55.6	25.9	7.4	7.4	3.7	7.4
	今治	8	37.5	25.0	12.5	12.5	12.5	12.5	-
居住エリア別	宇和島	5	60.0	20.0	20.0	20.0	-	-	-
	八幡浜・大洲	8	75.0	25.0	25.0	-	25.0	-	-

愛媛県民の脱炭素行動変容の現状について

- 期初から、重要性理解度・行動意向度は横ばいで、**-8.5ポイント低減し、行動実践度は44.8%。目標(70.0%)まであと25.2ポイントという結果に。**
- しかし、平均アクション実践数は横ばい。マス・Webメディアを通じたSDGsにまつわる発信が常態化し、**生活者にとっても脱炭素アクションが徐々に定着しつつある**ことが背景にあると考えられ、このトレンドは愛媛に限らず全国的に波及している。
- 本調査における実践度の低減は、実践度が下がった結果ではなく、定着化が進んでいる結果として、**それと意識せずに脱炭素アクションに取り組む県民が増えつつある**現状を示していると考えられる。

課題Target（30代・40代）の脱炭素意識・アクション促進について

- 当世代の実践度および平均アクション実践数も横ばいで、全年代と同様の傾向。
- 来年度は、課題Targetが取り組めていないという前提で実践を促すのではなく、**「ふだんから取り組んでいることがすでに脱炭素に繋がっている」という気づきを与えるとともにその取組状況を可視化することで、「自身が実践者である」自覚をもたらし、結果的に、さらに実践が増やしていく状態を目指す。**
- また、誰もが脱炭素に取り組んでいる状況の可視化を通じて、アクションに対する**非実践者の心理的ハードルが下がり、実践者の裾野が拡大**することも狙う。

本事業を通じた「デカボ」「デカボmyスコア」の浸透について

- 全体の**「デカボ」の関与・認知度は28.5%、「デカボmyスコア」の認知度は18.3%**という結果に。
- 特に、**30代は他世代よりも高く、「デカボ」は40.7%(全体比+12.2%)、「デカボmyスコア」は31.5%(全体比+13.2%)**。1年間を通して、課題Targetに対して一定程度リーチすることができた。
- 全体に対してのリーチ施策としては、**マスメディアを活用した各種PRやデジタルマーケティング施策が有効**。一方で、関与・認知度が特に高い30代については、**既存イベントや新規イベントによる地上戦施策が効果的**。

調査結果詳細

※報告書上のスコア等の表記方法

nが20未満は参考値として、グレーハッチングしています。

SA横帯グラフの数値（ラベル）は1%未満を非表示としております。

脱炭素必要性理解度 (1/2)

- 脱炭素の必要性について、「やや必要なことだと思う」が37.5%と最も多く、『必要だと思う・計』が66.0%。「とても必要なことだと思う」は期初から11.3pt減少し、28.5%となった
- 年代別では、60歳～79歳で『必要だと思う・計』が全体より多い。一方で、30代、50代は全体より少ないという結果に
- 世帯構成別では、夫婦のみの世帯で『必要だと思う・計』が全体より多い一方、単独世帯は全体よりやや少ない
- 職業別では、公務員・教師で『必要だと思う・計』が全体より多い一方、会社・法人の経営者／役員、正社員、フリーランス・自営業は全体より少ない

Q1. 脱炭素社会の実現に向けて取り組んでいくことはどの程度必要なことと考えていますか？当てはまるものをお選びください。

単位 (%)
n=本調査全体

	n	回答内容				必要だと思う・計	必要だと思わない・計	
		■ とても必要なことだと思う	■ やや必要なことだと思う	■ どちらともいえない	■ あまり必要なこととは思わない			
【期初】全体	400	39.8	29.5	23.5	3.8	3.5	69.3	7.3
【期末】全体	400	28.5	37.5	27.8	4.3	2.0	66.0	6.3
性別								
男性	195	23.6	37.9	27.7	6.7	4.1	61.5	10.8
女性	205	33.2	37.1	27.8	2.0		70.2	2.0
年代別								
18歳～29歳	51	23.5	41.2	25.5	5.9	3.9	64.7	9.8
30代	54	29.6	24.1	35.2	7.4	3.7	53.7	11.1
40代	74	23.0	41.9	29.7	2.7	2.7	64.9	5.4
50代	68	17.6	29.4	47.1	5.9		47.1	5.9
60歳～79歳	153	37.3	42.5	16.3	2.6	1.3	79.7	3.9
世帯構成別								
単独世帯	88	21.6	37.5	33.0	3.4	4.5	59.1	8.0
夫婦のみの世帯	115	35.7	41.7	17.4	2.6	2.6	77.4	5.2
親と子供から成る世帯 (ひとり親を含む)	159	28.3	34.6	30.2	6.3		62.9	6.9
三世帯世帯	19	26.3	47.4	26.3			73.7	-
親族同居/その他	19	21.1	26.3	47.4	5.3		47.4	5.3
居住エリア別								
松山地区	191	29.3	38.2	27.7	3.7	1.0	67.5	4.7
西条・新居浜・宇摩	92	22.8	40.2	28.3	4.3	4.3	63.0	8.7
今治	48	22.9	39.6	31.3	6.3		62.5	6.3
宇和島	32	31.3	34.4	25.0	6.3	3.1	65.6	9.4
八幡浜・大洲	37	43.2	27.0	24.3	2.7	2.7	70.3	5.4
職業別								
会社・法人の経営者／役員、正社員、フリーランス・自営業	164	21.3	34.1	37.2	4.9	2.4	55.5	7.3
契約社員、派遣社員、アルバイト・パート	83	27.7	44.6	22.9	3.6	1.2	72.3	4.8
公務員・教師	24	41.7	37.5	16.7	4.2		79.2	4.2
中学生、高校生、短大生・専門学校生・高専生、大学生、大学院	9	44.4	11.1	22.2	22.2		55.6	22.2
専業主婦・主夫、無職、その他	120	35.0	39.2	20.8	3.3	1.7	74.2	5.0
【期末】全体 - 【期初】全体 (差分)		-11.3	+8.0	+4.3	+0.5	-1.5	-3.3	-1.0

必要だと思う・計：「とても必要なことだと思う」+「やや必要なことだと思う」
必要だと思わない・計：「あまり必要なこととは思わない」+「まったく必要なこととは思わない」

※nが20未満の時は参考値

■・・・全体比10pt以上 ■・・・全体比5pt以上 ■・・・全体比5pt以下 ■・・・全体比10pt以下

脱炭素必要性理解度 (2/2)

- 業界別では、公務員で『必要だと思う・計』が全体よりやや多い一方、第二次産業、第三次産業は全体よりやや少ない
- 会社規模別では、501名～で『必要だと思う・計』が全体より少なく、～50名は全体よりやや少ない
- デカボ認知度別では、TOP2で『必要だと思う・計』が全体よりやや多い
- デカボmyスコア認知度別では、名称認知以上で『とても必要なことだと思う』が45.2%と半数近くとなり、『必要だと思う・計』は全体より多い

Q1. 脱炭素社会の実現に向けて取り組んでいくことはどの程度必要なことと考えていますか？当てはまるものをお選びください。

単位 (%)
n=本調査全体

	n	回答割合 (%)				必要だと思う・計	必要だと思わない・計		
		とても必要なことだと思う	やや必要なことだと思う	どちらともいえない	あまり必要なこととは思わない			まったく必要なこととは思わない	
【期初】全体	400	39.8	29.5	23.5	3.8	3.5	69.3	7.3	
【期末】全体	400	28.5	37.5	27.8	4.3	2.0	66.0	6.3	
業界別	第一次産業	4	75.0		25.0		75.0	-	
	第二次産業	54	24.1	35.2	31.5	9.3	59.3	9.3	
	第三次産業	103	24.3	35.9	34.0	1.9	3.9	60.2	5.8
	公務員	20	35.0	40.0	20.0	5.0		75.0	5.0
	その他	27	14.8	25.9	55.6	3.7		40.7	3.7
会社規模別	～50名	59	27.1	30.5	37.3	5.1		57.6	5.1
	51～500名	57	24.6	38.6	31.6	1.8	3.5	63.2	5.3
	501名～	43	16.3	34.9	39.5	7.0	2.3	51.2	9.3
デカボ認知度別	関わったことがある	13	46.2	30.8	23.1			76.9	-
	どちらかといえば、関わったことがある	101	37.6	37.6	19.8	5.0		75.2	5.0
	関わったことがない	286	24.5	37.8	30.8	4.2	2.8	62.2	7.0
	TOP2	114	38.6	36.8	20.2	4.4		75.4	4.4
デカボmyスコア認知度別	『デカボmyスコア』で自分のCO2排出量を計測したことがある	10	30.0	40.0	30.0			70.0	-
	計測したことはないが、内容まで知っている	16	43.8	31.3	12.5	12.5		75.0	12.5
	計測したことはないが、名称は聞いたことがある	47	48.9	29.8	14.9	6.4		78.7	6.4
	聞いたことがない、知らない	327	24.8	38.8	30.3	3.7	2.4	63.6	6.1
	名称認知以上	73	45.2	31.5	16.4	6.8		76.7	6.8
【期末】全体 - 【期初】全体 (差分)		-11.3	+8.0	+4.3	+0.5	-1.5	-3.3	-1.0	

必要だと思う・計：「とても必要なことだと思う」+「やや必要なことだと思う」
必要だと思わない・計：「あまり必要なこととは思わない」+「まったく必要なこととは思わない」

※nが20未満の時は参考値

●…全体比10pt以上 ●…全体比5pt以上 ●…全体比5pt以下 ●…全体比10pt以下

行動実践意向度 (1/2)

- 行動実践意向度について、「ある程度行いたい」が47.0%と最も多く、『行動実践意向あり・計』が56.5%。期初から大きな変化はみられなかった
- 年代別では、60歳～79歳で『行動実践意向あり・計』が全体より多い。一方で、30代、50代は全体より低いという結果に
- 世帯構成別では、夫婦のみの世帯で『行動実践意向あり・計』が全体より多い一方、単独世帯、親と子供から成る世帯（ひとり親を含む）は全体よりやや少ない
- 職業別では、公務員・教師で『行動実践意向あり・計』が全体より多い一方、会社・法人の経営者／役員、正社員、フリーランス・自営業は全体より少ない

Q2. 脱炭素社会の実現に向けて、あなた自身が脱炭素につながる行動をしたいと考えていますか？ 当てはまるものをお選びください。

単位 (%)
n=本調査全体

		n	是非行いたい	ある程度行いたい	どちらとも言えない	あまり行いたくない	まったく行いたくない	行動実践意向あり・計	行動実践意向なし・計
【期初】	全体	400	14.0	45.5	30.8	5.8	4.0	59.5	9.8
【期末】	全体	400	9.5	47.0	35.0	5.8	2.8	56.5	8.5
性別	男性	195	9.2	42.1	36.9	7.7	4.1	51.3	11.8
	女性	205	9.8	51.7	33.2	3.9	1.5	61.5	5.4
年代別	18歳～29歳	51	7.8	49.0	33.3	5.9	3.9	56.9	9.8
	30代	54	11.1	31.5	50.0	1.9	5.6	42.6	7.4
	40代	74	10.8	41.9	36.5	9.5	1.4	52.7	10.8
	50代	68	4.4	32.4	51.5	10.3	1.5	36.8	11.8
	60歳～79歳	153	11.1	60.8	22.2	3.3	2.6	71.9	5.9
世帯構成別	単独世帯	88	6.8	43.2	39.8	4.5	5.7	50.0	10.2
	夫婦のみの世帯	115	10.4	62.6	21.7	2.6	2.6	73.0	5.2
	親と子供から成る世帯（ひとり親を含む）	159	11.3	38.4	40.9	7.5	1.9	49.7	9.4
	三世帯世帯	19	5.3	52.6	36.8	5.3		57.9	5.3
	親族同居／その他	19	5.3	36.8	42.1	15.8		42.1	15.8
居住エリア別	松山地区	191	8.9	49.7	34.6	4.7	2.1	58.6	6.8
	西条・新居浜・宇摩	92	8.7	47.8	32.6	4.3	6.5	56.5	10.9
	今治	48	10.4	39.6	37.5	10.4	2.1	50.0	12.5
	宇和島	32	9.4	37.5	43.8	9.4		46.9	9.4
	八幡浜・大洲	37	13.5	48.6	32.4	5.4		62.2	5.4
職業別	会社・法人の経営者／役員、正社員、フリーランス・自営業	164	8.5	36.0	46.3	6.1	3.0	44.5	9.1
	契約社員、派遣社員、アルバイト・パート	83	6.0	55.4	32.5	4.8	1.2	61.4	6.0
	公務員・教師	24	16.7	66.7	8.3	4.2	4.2	83.3	8.3
	中学生、高校生、短大生・専門学校生・高専生、大学生、大学院	9	22.2	22.2	44.4	11.1		44.4	11.1
	専業主婦・主夫、無職、その他	120	10.8	54.2	25.8	5.8	3.3	65.0	9.2
【期末】全体 - 【期初】全体 (差分)			-4.5	+1.5	+4.2	±0.0	-1.2	-3.0	-1.3

行動実践意向あり・計：「是非行いたい」+「ある程度行いたい」
 行動実践意向なし・計：「あまり行いたくない」+「まったく行いたくない」

※nが20未満の時は参考値

■…全体比10pt以上 ■…全体比5pt以上 ■…全体比5pt以下 ■…全体比10pt以下

行動実践意向度 (2/2)

- 業界別では、公務員で「ある程度行いたい」が70.0%と突出しており、『行動実践意向あり・計』が全体より多い一方、第二次産業は全体より少なく、第三次産業は全体よりやや少ない
- 会社規模別では、～50名で『行動実践意向あり・計』が全体より少なく、いずれの規模でも全体より低水準なものの、従業員が多くなるにつれて行いたいと考えている割合が高くなっている
- デカボ認知度別では、TOP2で『行動実践意向あり・計』が全体より多い一方、関わったことがないで全体よりやや少ない
- デカボmyスコア認知度別では、名称認知以上で『行動実践意向あり・計』が全体より多い

Q2. 脱炭素社会の実現に向けて、あなた自身が脱炭素につながる行動をしたいと考えていますか？ 当てはまるものをお選びください。

単位 (%)
n=本調査全体

	n	意向度					行動実践意向あり・計	行動実践意向なし・計	
		是非行いたい	ある程度行いたい	どちらとも言えない	あまり行いたくない	まったく行いたくない			
【期初】全体	400	14.0	45.5	30.8	5.8	4.0	59.5	9.8	
【期末】全体	400	9.5	47.0	35.0	5.8	2.8	56.5	8.5	
業界別	第一次産業	4	25.0	75.0			25.0	-	
	第二次産業	54	7.4	37.0	42.6	11.1	1.9	44.4	13.0
	第三次産業	103	10.7	38.8	42.7	2.9	4.9	49.5	7.8
	公務員	20	10.0	70.0	15.0	5.0	80.0	5.0	
	その他	27	3.7	40.7	51.9	3.7	44.4	3.7	
会社規模別	～50名	59	5.1	37.3	52.5	5.1	42.4	5.1	
	51～500名	57	10.5	36.8	43.9	5.3	3.5	47.4	8.8
	501名～	43	9.3	39.5	41.9	7.0	2.3	48.8	9.3
デカボ認知度別	関わったことがある	13	46.2	46.2	7.7	92.3	-		
	どちらかといえば、関わったことがある	101	12.9	56.4	27.7	3.0	69.3	3.0	
	関わったことがない	286	6.6	43.7	38.8	7.0	3.8	50.3	10.8
	TOP2	114	16.7	55.3	25.4	2.6	71.9	2.6	
デカボmyスコア認知度別	『デカボmyスコア』で自分のCO2排出量を計測したことがある	10	20.0	40.0	40.0	60.0	-		
	計測したことはないが、内容まで知っている	16	31.3	43.8	25.0	75.0	-		
	計測したことはないが、名称は聞いたことがある	47	19.1	57.4	21.3	2.1	76.6	2.1	
	聞いたことがない、知らない	327	6.7	45.9	37.3	6.7	3.4	52.6	10.1
	名称認知以上	73	21.9	52.1	24.7	1.4	74.0	1.4	
【期末】全体 - 【期初】全体 (差分)		-4.5	+1.5	+4.2	±0.0	-1.2	-3.0	-1.3	

行動実践意向あり・計：「是非行いたい」+「ある程度行いたい」
 行動実践意向なし・計：「あまり行いたくない」+「まったく行いたくない」

※nが20未満の時は参考値

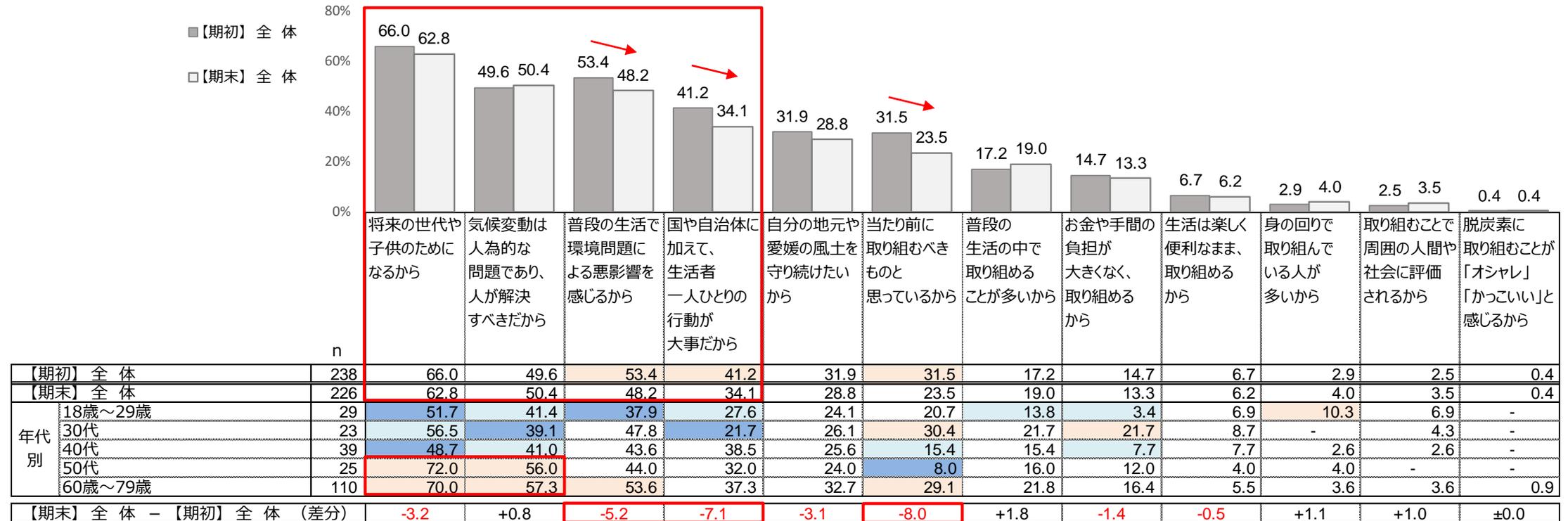
■・・・全体比10pt以上 ■・・・全体比5pt以上 ■・・・全体比5pt以下 ■・・・全体比10pt以下

実践意向理由（脱炭素アクション促進要因）（1/2）

- 脱炭素アクション促進要因について、全体では「将来の世代や子供のためになるから」が62.8%と最も多い。次いで、「気候変動は人為的な問題であり、人が解決すべきだから」が50.4%、「普段の生活で環境問題による悪影響を感じるから」が48.2%、「国や自治体に加えて、生活者一人ひとりの行動が大事だから」が34.1%と続く。
期初と期末の全体を比較すると、「普段の生活で環境問題による悪影響を感じるから」「国や自治体に加えて、生活者一人ひとりの行動が大事だから」「当たり前に取り組むべきものと思っているから」は、期初より5pt以上減少した
 - 年代別では、50代、60～79歳で「将来の世代や子供のためになるから」「気候変動は人為的な問題であり、人が解決すべきだから」が全体よりやや多い
- Q3. Q2のように回答された理由をお教えてください。以下の中から当てはまるものをすべてお選びください。（いくつでも）

単位 (%)
n=行動実践意向者

※スコアは【期末】全体値で降順ソート



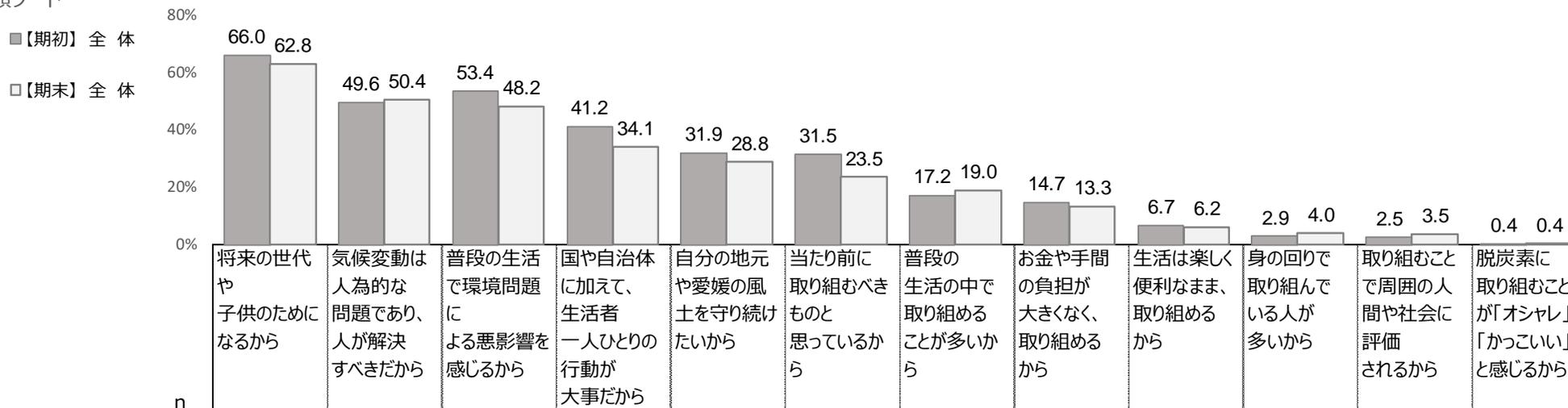
実践意向理由（脱炭素アクション促進要因）（2/2）

- 居住エリア別では、今治で「将来の世代や子供のためになるから」「普段の生活で環境問題により悪影響を感じるから」「普段の生活の中で取り組めることが多いから」が全体より多い
- 職業別では、専業主婦・主夫、無職、その他で「気候変動は人為的な問題であり、人が解決すべきだから」「普段の生活で環境問題による悪影響を感じるから」が全体より多い一方、会社・法人の経営者／役員、正社員、フリーランス・自営業では少ない
- 業界別では、第二次産業で「身の回りで取り組んでいる人が多いから」が全体よりやや多い一方、「気候変動は人為的な問題であり、人が解決すべきだから」「普段の生活で環境問題による悪影響を感じるから」は少ない

Q3. Q2のように回答された理由をお教えてください。以下の中から当てはまるものをすべてお選びください。（いくつでも）

単位 (%)
n=行動実践意向者

※スコアは【期末】全体値で降順ソート



	n	将来の世代や子供のためになるから	気候変動は人為的な問題であり、人が解決すべきだから	普段の生活で環境問題による悪影響を感じるから	国や自治体に加えて、生活者一人ひとりの行動が大事だから	自分の地元や愛媛の風土を守りたいから	当たり前に取り組むべきものと思っているから	普段の生活の中で取り組めることが多いから	お金や手間が負担が大きく、取り組めるから	生活は楽しく便利なまま、取り組めるから	身の回りで取り組んでいる人が多いから	取り組むことで周囲の人間や社会に評価されるから	脱炭素に取り組むことが「オシャレ」「カッコいい」と感じるから	
【期初】全体	238	66.0	49.6	53.4	41.2	31.9	31.5	17.2	14.7	6.7	2.9	2.5	0.4	
【期末】全体	226	62.8	50.4	48.2	34.1	28.8	23.5	19.0	13.3	6.2	4.0	3.5	0.4	
居住エリア別	松山地区	112	58.9	50.0	42.9	35.7	25.0	17.9	18.8	14.3	5.4	3.6	2.7	0.9
	西条・新居浜・宇摩	52	63.5	53.8	51.9	32.7	32.7	26.9	17.3	13.5	5.8	7.7	3.8	-
	今治	24	75.0	41.7	62.5	29.2	33.3	29.2	29.2	8.3	4.2	4.2	4.2	-
	宇和島	15	73.3	60.0	46.7	33.3	33.3	40.0	6.7	20.0	13.3	-	6.7	-
	八幡浜・大洲	23	60.9	47.8	52.2	34.8	30.4	26.1	21.7	8.7	8.7	-	4.3	-
職業別	会社・法人の経営者／役員、正社員、フリーランス・自営業	73	63.0	38.4	37.0	28.8	30.1	24.7	13.7	12.3	4.1	5.5	4.1	-
	契約社員、派遣社員、アルバイト・パート	51	52.9	43.1	45.1	33.3	31.4	19.6	19.6	11.8	5.9	3.9	2.0	-
	公務員・教師	20	70.0	50.0	50.0	30.0	25.0	25.0	20.0	10.0	5.0	-	-	-
	中学生、高校生、短大生、専門学校生・高専生、大学生、大学院	4	75.0	75.0	25.0	50.0	50.0	25.0	25.0	-	-	-	-	-
業界別	専業主婦・主夫、無職、その他	78	66.7	65.4	61.5	39.7	25.6	24.4	23.1	16.7	9.0	3.8	5.1	1.3
	第一次産業	1	-	100.0	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	第二次産業	24	58.3	33.3	37.5	25.0	29.2	20.8	16.7	12.5	8.3	12.5	4.2	-
	第三次産業	51	64.7	47.1	41.2	29.4	25.5	27.5	17.6	13.7	2.0	3.9	3.9	-
	公務員 その他	16 12	56.3 75.0	37.5 25.0	37.5 33.3	18.8 41.7	31.3 25.0	18.8 16.7	12.5 16.7	6.3 -	6.3 -	- -	- -	- -
【期末】全体 - 【期初】全体 (差分)		-3.2	+0.8	-5.2	-7.1	-3.1	-8.0	+1.8	-1.4	-0.5	+1.1	+1.0	±0.0	

実践意向理由（脱炭素アクション阻害要因）（1/2）

- 脱炭素アクション阻害要因について、「普段の生活の中で具体的に何をしたらいいかわからないから」が29.9%と最も多い。次いで、「普段の生活で環境問題による悪影響を感じないから」が25.3%、「取り組むべき理由や意味がわからないから」「今よりもお金や手間がかかりそうだから」が各19.5%と続く。

期初と期末の全体を比較すると、「普段の生活の中で具体的に何をしたらいいかわからないから」は、期初より5.3pt減少した

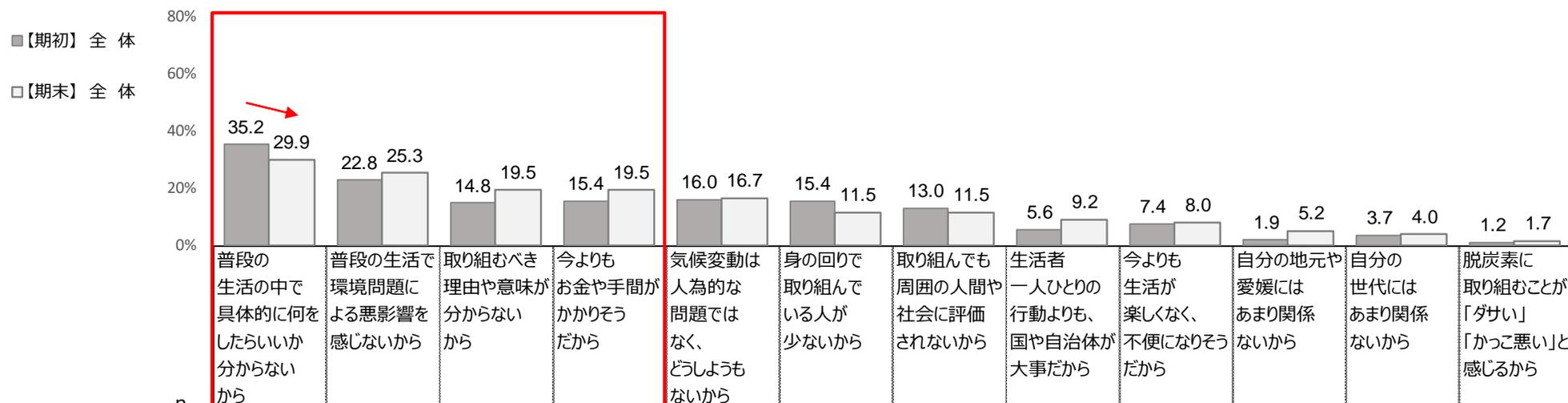
- 年代別では、18歳～29歳で「気候変動は人為的な問題ではなく、どうしようもないから」「身の回りで取り組んでいる人が少ないから」、30代では「今よりも生活が楽しくなく、不便になりそうだから」、40代では「生活者一人ひとりの行動よりも、国や自治体が大事だから」が高い結果に

単位 (%)

n=非行動実践意向者

Q4、Q2のように回答された理由をお教えてください。以下の中から当てはまるものをすべてお選びください。（いくつでも）

※スコアは【期末】全体値で降順ソート



		n	普段の生活の中で具体的に何をしたらいいかわからないから	普段の生活で環境問題による悪影響を感じないから	取り組むべき理由や意味がわからないから	今よりもお金や手間がかかりそうだから	気候変動は人為的な問題ではなく、どうしようもないから	身の回りで取り組んでいる人が少ないから	取り組んでも周囲の人間や社会に評価されないから	生活者一人ひとりの行動よりも、国や自治体が大事だから	今よりも生活が楽しくなく、不便になりそうだから	自分の地元や愛媛にはあまり関係ないから	自分の世代にはあまり関係ないから	脱炭素に取り組むことが「ダサい」「かっこ悪い」と感じるから
【期初】全体		162	35.2	22.8	14.8	15.4	16.0	15.4	13.0	5.6	7.4	1.9	3.7	1.2
【期末】全体		174	29.9	25.3	19.5	19.5	16.7	11.5	11.5	9.2	8.0	5.2	4.0	1.7
年代別	18歳～29歳	22	18.2	18.2	13.6	18.2	27.3	31.8	13.6	4.5	4.5	4.5	4.5	-
	30代	31	25.8	41.9	19.4	32.3	16.1	3.2	6.5	12.9	19.4	6.5	-	-
	40代	35	31.4	34.3	8.6	14.3	11.4	5.7	17.1	20.0	11.4	11.4	2.9	8.6
	50代	43	32.6	23.3	32.6	18.6	16.3	14.0	7.0	4.7	7.0	2.3	2.3	-
	60歳～79歳	43	34.9	11.6	18.6	16.3	16.3	9.3	14.0	4.7	-	2.3	9.3	-
【期末】全体 - 【期初】全体 (差分)			-5.3	+2.5	+4.7	+4.1	+0.7	-3.9	-1.5	+3.6	+0.6	+3.3	+0.3	+0.5

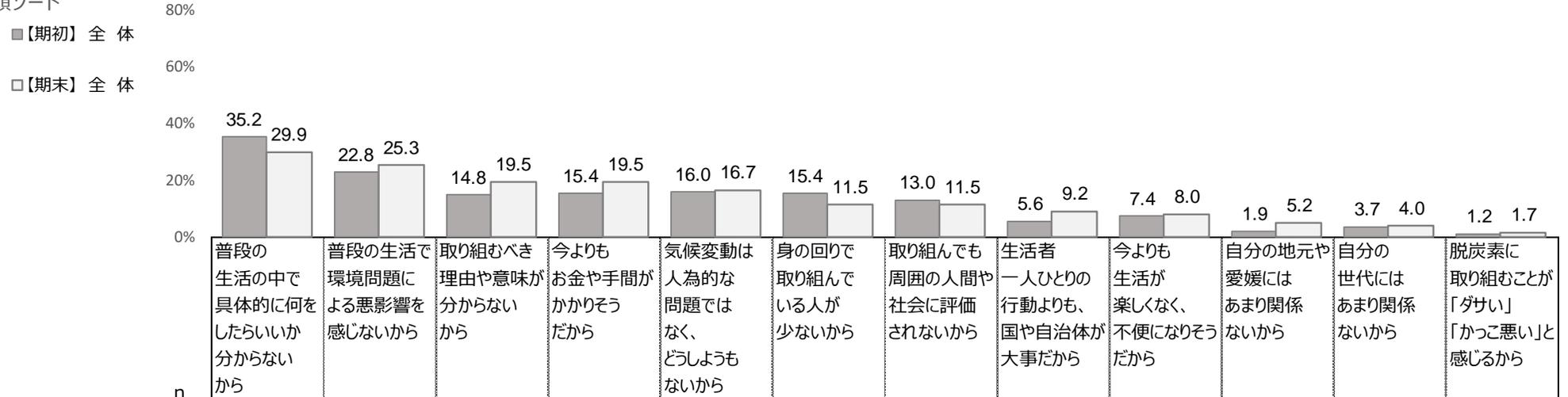
実践意向理由（脱炭素アクション阻害要因）（2/2）

- 居住エリア別では、西条・新居浜・宇摩で「取り組んでも周囲の人間や社会に評価されないから」「今よりも生活が楽しくなく、不便になりそうだから」が全体よりやや多い
- 職業別では、契約社員、派遣社員、アルバイト・パートで「普段の生活の中で具体的に何をしたらいいかわからないから」「身の回りで取り組んでいる人が少ないから」が全体より多い一方、「普段の生活で環境問題による悪影響を感じないから」は全体より少ない
- 業界別では、第二次産業で「普段の生活で環境問題による悪影響を感じないから」が全体より多く、「生活者一人ひとりの行動よりも、国や自治体が大事だから」「今よりも生活が楽しくなく、不便になりそうだから」は全体よりやや多い

Q4. Q2のように回答された理由をお教えてください。以下の中から当てはまるものをすべてお選びください。（いくつでも）

単位 (%)
n=非行動実践意向者

※スコアは【期末】全体値で降順ソート



		n	普段の生活の中で具体的に何をしたらいいかわからないから	普段の生活で環境問題による悪影響を感じないから	取り組むべき理由や意味がわからないから	今よりもお金や手間がかかりそうだから	気候変動は人為的な問題ではなく、どうしようもないから	身の回りで取り組んでいる人が少ないから	取り組んでも周囲の人間や社会に評価されないから	生活者一人ひとりの行動よりも、国や自治体が大事だから	今よりも生活が楽しくなく、不便になりそうだから	自分の地元や愛媛にはあまり関係ないから	自分の世代にはあまり関係ないから	脱炭素に取り組むことが「ダサい」「かっこ悪い」と感じるから
【期初】全体		162	35.2	22.8	14.8	15.4	16.0	15.4	13.0	5.6	7.4	1.9	3.7	1.2
【期末】全体		174	29.9	25.3	19.5	19.5	16.7	11.5	11.5	9.2	8.0	5.2	4.0	1.7
居住エリア別	松山地区	79	34.2	22.8	15.2	25.3	16.5	17.7	8.9	8.9	8.9	5.1	3.8	2.5
	西条・新居浜・宇摩	40	27.5	32.5	22.5	15.0	15.0	2.5	20.0	12.5	15.0	7.5	2.5	-
	今治	24	20.8	16.7	25.0	16.7	25.0	8.3	8.3	-	4.2	-	-	4.2
	宇和島	17	29.4	17.6	17.6	11.8	11.8	11.8	17.6	5.9	-	-	-	-
	八幡浜・大洲	14	28.6	42.9	28.6	14.3	14.3	7.1	-	21.4	-	14.3	21.4	-
職業別	会社・法人の経営者／役員、正社員、フリーランス・自営業	91	27.5	31.9	20.9	17.6	19.8	5.5	11.0	11.0	12.1	4.4	1.1	2.2
	契約社員、派遣社員、アルバイト・パート	32	40.6	12.5	25.0	12.5	9.4	28.1	6.3	9.4	6.3	9.4	9.4	-
	公務員・教師	4	-	50.0	-	50.0	-	-	25.0	-	-	-	-	-
	中学生、高校生、短大生、専門学校生・高専生、大学生、大学院	5	-	20.0	-	20.0	40.0	40.0	-	-	-	20.0	20.0	-
業界別	専業主婦・主夫、無職、その他	42	33.3	19.0	16.7	26.2	14.3	9.5	16.7	7.1	2.4	2.4	4.8	2.4
	第一次産業	3	33.3	-	-	33.3	33.3	-	-	33.3	-	33.3	33.3	-
	第二次産業	30	20.0	36.7	16.7	20.0	16.7	-	13.3	16.7	16.7	6.7	3.3	3.3
	第三次産業	52	36.5	30.8	21.2	17.3	13.5	11.5	11.5	7.7	11.5	1.9	3.8	-
	公務員 その他	4 15	- 6.7	25.0 20.0	- 20.0	50.0 26.7	25.0 33.3	- 6.7	25.0 6.7	- 6.7	- 6.7	- 13.3	- 6.7	- -
【期末】全体 - 【期初】全体 (差分)			-5.3	+2.5	+4.7	+4.1	+0.7	-3.9	-1.5	+3.6	+0.6	+3.3	+0.3	+0.5

※nが20未満の時は参考値

■・・・全体比10pt以上 ■・・・全体比5pt以上 ■・・・全体比5pt以下 ■・・・全体比10pt以下

行動実践度 (1/2)

- 行動実践度について、「ある程度意識して行動している」が33.3%と最も多く、『行動実践あり・計』が36.3%。「ある程度意識して行動している」は期初から7.7pt減少し、『行動実践あり・計』も8.5pt減少。一方で、『行動実践なし・計』は5.2pt増加した
 - 年代別では、60歳～79歳で『行動実践あり・計』が全体より多い。一方で、30代、50代は全体より低いという結果に
 - 世帯構成別では、夫婦のみの世帯で『行動実践あり・計』が全体より多い一方、親と子供から成る世帯（ひとり親を含む）は全体よりやや少ない
 - 居住エリア別では、八幡浜・大須で『行動実践あり・計』が全体より多い一方、宇和島は全体より少ない
- Q5. 普段の生活の中で、どの程度意識して、脱炭素社会に向けた行動をしていますか？ 当てはまるものをお選びください。

単位 (%)
n=本調査全体

	n	意識度				行動実践あり・計	行動実践なし・計	
		常に意識して行動している	ある程度意識して行動している	どちらとも言えない	まったく意識して行動していない			
【期初】全体	400	3.8	41.0	29.5	16.5	9.3	44.8	25.8
【期末】全体	400	3.0	33.3	32.8	20.3	10.8	36.3	31.0
性別								
男性	195	4.1	33.3	36.4	16.9	9.2	37.4	26.2
女性	205	2.0	33.2	29.3	23.4	12.2	35.1	35.6
年代別								
18歳～29歳	51		33.3	39.2	19.6	7.8	33.3	27.5
30代	54	5.6	16.7	33.3	27.8	16.7	22.2	44.4
40代	74	4.1	29.7	36.5	14.9	14.9	33.8	29.7
50代	68	1.5	17.6	42.6	20.6	17.6	19.1	38.2
60歳～79歳	153	3.3	47.7	24.2	20.3	4.6	51.0	24.8
世帯構成別								
単独世帯	88	2.3	33.0	33.0	20.5	11.4	35.2	31.8
夫婦のみの世帯	115	4.3	44.3	25.2	18.3	7.8	48.7	26.1
親と子供から成る世帯（ひとり親を含む）	159	3.1	26.4	34.6	22.0	13.8	29.6	35.8
三世帯世帯	19		21.1	63.2	10.5	5.3	21.1	15.8
親族同居／その他	19		36.8	31.6	26.3	5.3	36.8	31.6
居住エリア別								
松山地区	191	4.2	34.0	31.4	23.0	7.3	38.2	30.4
西条・新居浜・宇摩	92	2.2	29.3	34.8	17.4	16.3	31.5	33.7
今治	48	2.1	35.4	37.5	14.6	10.4	37.5	25.0
宇和島	32		15.6	40.6	25.0	18.8	15.6	43.8
八幡浜・大洲	37	2.7	51.4	21.6	16.2	8.1	54.1	24.3
職業別								
会社・法人の経営者／役員、正社員、フリーランス・自営業	164	3.7	23.2	39.0	22.6	11.6	26.8	34.1
契約社員、派遣社員、アルバイト・パート	83		33.7	30.1	24.1	12.0	33.7	36.1
公務員・教師	24	4.2	54.2	20.8	12.5	8.3	58.3	20.8
中学生、高校生、短大生・専門学校生・高専生、大学生、大学院	9		44.4	44.4		11.1	44.4	11.1
専業主婦・主夫、無職、その他	120	4.2	41.7	27.5	16.7	10.0	45.8	26.7
【期末】全体 - 【期初】全体 (差分)		-0.8	-7.7	+3.3	+3.8	+1.5	-8.5	+5.2

行動実践あり・計：「常に意識して行動している」+「ある程度意識して行動している」
 行動実践なし・計：「あまり意識して行動していない」+「まったく意識して行動していない」

※nが20未満の時は参考値 ■・・・全体比10pt以上 ■・・・全体比5pt以上 ■・・・全体比5pt以下 ■・・・全体比10pt以下

行動実践度 (2/2)

- 業界別では、公務員で『行動実践あり・計』が全体より多い一方、第二次産業、第三次産業は全体よりやや少ない
- 会社規模別では、51～500名で『行動実践あり・計』が全体より少なく、～50名で全体よりやや少ない
- デカボ認知度別では、TOP2で『行動実践あり・計』が全体より多い一方、関わったことがないは全体よりやや少ない
- デカボmyスコア認知度別では、名称認知以上で『行動実践あり・計』が全体より多い一方、聞いたことがない、知らないは全体よりやや少ない

Q5. 普段の生活の中で、どの程度意識して、脱炭素社会に向けた行動をしていますか？当てはまるものをお選びください。

単位 (%)
n=本調査全体

	n	意識度				行動実践あり・計	行動実践なし・計		
		常に意識して行動している	ある程度意識して行動している	どちらとも言えない	あまり意識して行動していない				
【期初】全体	400	3.8	41.0	29.5	16.5	9.3	44.8	25.8	
【期末】全体	400	3.0	33.3	32.8	20.3	10.8	36.3	31.0	
業界別	第一次産業	4	25.0	50.0	25.0		25.0	25.0	
	第二次産業	54	3.7	25.9	38.9	18.5	13.0	29.6	31.5
	第三次産業	103	4.9	26.2	34.0	23.3	11.7	31.1	35.0
	公務員	20		50.0	30.0	15.0	5.0	50.0	20.0
	その他	27	22.2		51.9	22.2	3.7	22.2	25.9
会社規模別	～50名	59	1.7	27.1	27.1	30.5	13.6	28.8	44.1
	51～500名	57	7.0	15.8	45.6	24.6	7.0	22.8	31.6
	501名～	43	2.3	34.9	37.2	16.3	9.3	37.2	25.6
デカボ認知度別	関わったことがある	13		30.8	53.8	15.4		84.6	-
	どちらかといえば、関わったことがある	101	3.0	46.5	25.7	18.8	5.9	49.5	24.8
	関わったことがない	286	1.7	27.6	36.0	21.7	12.9	29.4	34.6
	TOP2	114	6.1	47.4	24.6	16.7	5.3	53.5	21.9
デカボmyスコア認知度別	『デカボmyスコア』で自分のCO2排出量を計測したことがある	10	20.0	20.0	20.0	40.0		40.0	40.0
	計測したことはないが、内容まで知っている	16	12.5	56.3	31.3			68.8	-
	計測したことはないが、名称は聞いたことがある	47	2.1	61.7	17.0	17.0	2.1	63.8	19.1
	聞いたことがない、知らない	327	2.1	28.4	35.5	21.1	12.8	30.6	33.9
名称認知以上	73	6.8	54.8	20.5	16.4	1.4	61.6	17.8	
【期末】全体 - 【期初】全体 (差分)		-0.8	-7.7	+3.3	+3.8	+1.5	-8.5	+5.2	

行動実践あり・計：「常に意識して行動している」+「ある程度意識して行動している」
 行動実践なし・計：「あまり意識して行動していない」+「まったく意識して行動していない」

※nが20未満の時は参考値
 ■…全体比10pt以上 ■…全体比5pt以上 ■…全体比5pt以下 ■…全体比10pt以下

行動実践（取り組んでいる脱炭素アクション）（1/2）

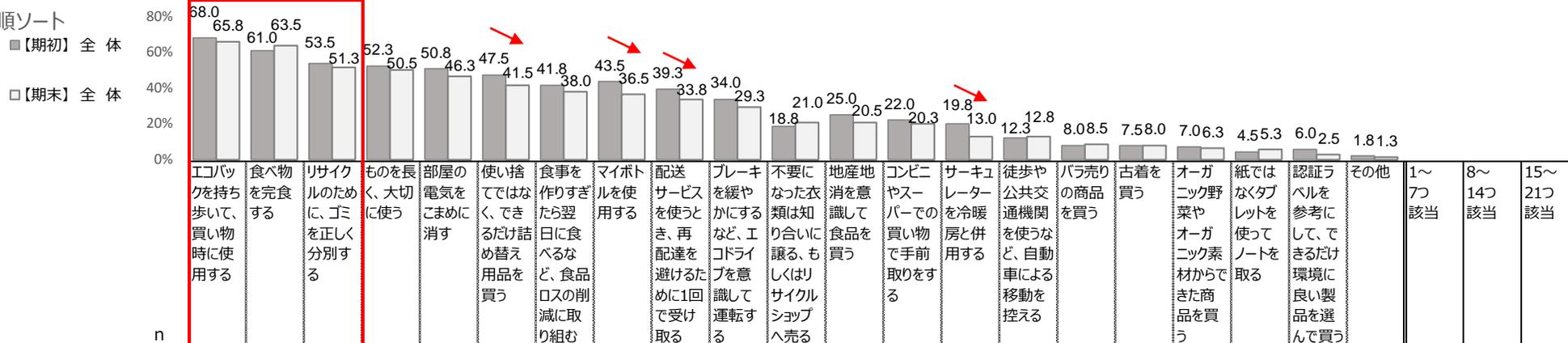
- 取り組んでいる脱炭素アクションについて、「エコバックを持ち歩いて、買い物時に使用する」が65.8%と最も多い。次いで、「食べ物を完食する」が63.5%、「リサイクルのために、ゴミを正しく分別する」が51.3%と続く。期初と期末の全体を比較すると、「使い捨てではなく、できるだけ詰め替え用品を買う」「マイボトルを使用する」「配送サービスを使うとき、再配達を避けるために1回で受け取る」「サーキュレーターを冷暖房と併用する」は、期初より5pt以上減少した
- 年代別では、18歳～40代の間では「エコバック利用」「ゴミの分別」「詰め替え用品を買う」が全体より少ない、もしくはやや少ない
- 世帯構成別では、夫婦のみの世帯で「ゴミの分別」「食品ロスの削減」「配送サービスを1回で受け取る」「地産地消を意識」が全体よりやや多い一方、親と子供から成る世帯（ひとり親を含む）は全体よりやや少ない

単位 (%)

Q6. 以下の行動のうち、あなたが普段の生活の中で、環境配慮や「脱炭素」を意識して取り組んでいることをお選びください。（いくつでも）

n=本調査全体

※スコアは【期末】全体値で降順ソート



	n	エコバックを持ち歩いて、買い物時に使用する	食べ物を完食する	リサイクルのために、ゴミを正しく分別する	ものを長く、大切に使う	部屋の電気をこまめに消す	使い捨てではなく、できるだけ詰め替え用品を買う	食事を作りすぎたら翌日に食べるなど、食品ロスの削減に取り組む	マイボトルを使用する	配送サービスを使うとき、再配達を避けるために1回で受け取る	ブレーキを緩やかにするなど、エコドライブを意識して運転する	不要になった衣類は知り合いに譲る、もしくはリサイクルショップへ売る	地産地消を意識して食品を買う	コンビニやスーパーでの買い物で手前取りをする	サーキュレーターを冷暖房と併用する	徒歩や公共交通機関を使うなど、自動車による移動を控える	バラ売りの商品を買う	古着を買う	オーガニック野菜やオーガニック素材からできた商品を買う	紙ではなくタブレットを使ってノートを取る	認証ラベルを参考に、できるだけ環境に良い製品を選んで買う	その他	1～7つ該当	8～14つ該当	15～21つ該当	
【期初】全体	400	68.0	61.0	53.5	52.3	50.8	47.5	41.8	43.5	39.3	34.0	18.8	25.0	22.0	19.8	12.3	8.0	7.5	7.0	4.5	6.0	1.8	63.0	33.8	3.3	
【期末】全体	400	65.8	63.5	51.3	50.5	46.3	41.5	38.0	36.5	33.8	29.3	21.0	20.5	20.3	13.0	12.8	8.5	8.0	6.3	5.3	2.5	1.3	68.8	29.3	2.0	
性別																										
男性	195	50.3	54.9	44.6	49.7	40.5	27.7	27.7	21.0	26.2	28.2	11.8	14.4	15.4	10.8	9.2	3.6	4.6	7.7	5.1	1.5	2.6	79.5	20.0	0.5	
女性	205	80.5	71.7	57.6	51.2	51.7	54.6	47.8	51.2	41.0	30.2	29.8	26.3	24.9	15.1	16.1	13.2	11.2	4.9	5.4	3.4	-	58.5	38.0	3.4	
年代別																										
18歳～29歳	51	45.1	58.8	29.4	35.3	19.6	21.6	15.7	17.6	23.5	25.5	15.7	7.8	33.3	9.8	9.8	3.9	11.8	9.8	7.8	2.0	-	84.3	15.7	-	
30代	54	50.0	59.3	33.3	57.4	38.9	33.3	20.4	31.5	24.1	20.4	18.5	9.3	25.9	14.8	3.7	7.4	5.6	5.6	9.3	-	-	79.6	16.7	3.7	
40代	74	58.1	68.9	37.8	44.6	41.9	32.4	36.5	33.8	32.4	27.0	25.7	16.2	27.0	13.5	10.8	6.8	13.5	2.7	1.4	1.4	2.7	73.0	24.3	2.7	
50代	68	70.6	60.3	42.6	44.1	42.6	38.2	27.9	39.7	29.4	26.5	20.6	16.2	14.7	16.2	13.2	8.8	4.4	4.4	1.5	1.5	1.5	72.1	26.5	1.5	
60歳～79歳	153	79.7	65.4	75.2	58.8	61.4	56.9	56.9	44.4	43.1	35.9	21.6	32.7	13.1	11.8	17.6	11.1	6.5	7.8	6.5	4.6	1.3	56.2	41.8	2.0	
世帯構成別																										
単独世帯	88	62.5	64.8	50.0	51.1	51.1	43.2	37.5	37.5	37.5	29.5	15.9	19.3	18.2	14.8	18.2	10.2	6.8	4.5	5.7	2.3	-	67.0	31.8	1.1	
夫婦のみの世帯	115	74.8	65.2	60.0	47.8	44.3	43.5	47.8	39.1	40.0	29.6	20.0	27.0	17.4	13.0	10.4	11.3	7.8	8.7	4.3	3.5	2.6	68.7	27.8	3.5	
親と子供から成る世帯（ひとり親を含む）	159	61.0	61.0	45.9	50.9	43.4	37.1	32.1	34.6	28.3	27.7	23.3	13.2	25.2	13.8	12.6	5.7	10.1	4.4	6.3	2.5	1.3	69.8	28.3	1.9	
三世帯世帯	19	73.7	73.7	52.6	52.6	47.4	52.6	31.6	42.1	42.1	31.6	26.3	42.1	10.5	-	10.5	5.3	-	15.8	-	-	-	63.2	36.8	-	
親族同居/その他	19	57.9	57.9	47.4	57.9	57.9	47.4	36.8	26.3	15.8	36.8	26.3	26.3	15.8	10.5	5.3	10.5	5.3	5.3	5.3	-	-	73.7	26.3	-	
居住エリア別																										
松山地区	191	67.0	61.3	51.3	51.8	46.6	42.4	35.6	39.8	30.9	25.7	21.5	19.4	16.8	14.1	15.7	8.9	8.4	7.3	6.3	1.6	1.6	67.0	30.9	2.1	
西条・新居浜・宇摩	92	65.2	64.1	50.0	48.9	46.7	41.3	32.6	34.8	34.8	28.3	21.7	19.6	20.7	8.7	13.0	7.6	7.6	5.4	4.3	4.3	1.1	68.5	31.5	-	
今治	48	62.5	58.3	56.3	47.9	45.8	43.8	41.7	27.1	41.7	37.5	18.8	20.8	31.3	18.8	10.4	6.3	12.5	4.2	6.3	2.1	2.1	70.8	25.0	4.2	
宇和島	32	62.5	68.8	46.9	53.1	31.3	40.6	46.9	40.6	25.0	31.3	12.5	28.1	12.5	12.5	9.4	12.5	6.3	6.3	-	6.3	-	78.1	15.6	6.3	
八幡浜・大洲	37	67.6	75.7	51.4	48.6	56.8	35.1	51.4	32.4	43.2	37.8	27.0	21.6	29.7	10.8	2.7	8.1	2.7	5.4	5.4	-	-	67.6	32.4	-	
職業別																										
会社・法人の経営者/役員、正社員、フリーランス・自営業	164	51.2	59.1	35.4	39.6	33.5	31.1	24.4	23.8	26.8	28.7	14.0	9.1	19.5	10.4	5.5	3.0	6.1	7.3	2.4	1.2	1.8	80.5	18.9	0.6	
契約社員、派遣社員、アルバイト・パート	83	78.3	69.9	56.6	51.8	42.2	48.2	39.8	53.0	33.7	22.9	24.1	24.1	22.9	19.3	14.5	13.3	12.0	4.8	4.8	3.6	-	67.5	28.9	3.6	
公務員・教師	24	75.0	70.8	54.2	45.8	58.3	33.3	54.2	45.8	29.2	29.2	25.0	12.5	25.0	16.7	12.5	16.7	-	-	8.3	-	4.2	75.0	25.0	-	
中学生、高校生、短大生、専門学校生、高専生、大学生、大学院	9	44.4	44.4	33.3	55.6	44.4	22.2	-	22.2	33.3	11.1	22.2	-	55.6	-	11.1	-	11.1	-	11.1	-	-	77.8	22.2	-	
専業主婦・主夫、無職、その他	120	76.7	65.0	70.0	65.0	64.2	54.2	55.0	41.7	44.2	35.8	27.5	36.7	15.8	12.5	21.7	11.7	9.2	7.5	8.3	4.2	0.8	51.7	45.0	3.3	
【期末】全体 - 【期初】全体 (差分)		-2.2	+2.5	-2.2	-1.8	-4.5	-6.0	-3.8	-7.0	-5.5	-4.7	+2.2	-4.5	-1.7	-6.8	+0.5	+0.5	+0.5	-0.7	+0.8	-3.5	-0.5	+5.8	-4.5	-1.3	

※nが20未満の時は参考値

■・・・全体比10pt以上 ■・・・全体比5pt以上 ■・・・全体比5pt以下 ■・・・全体比10pt以下

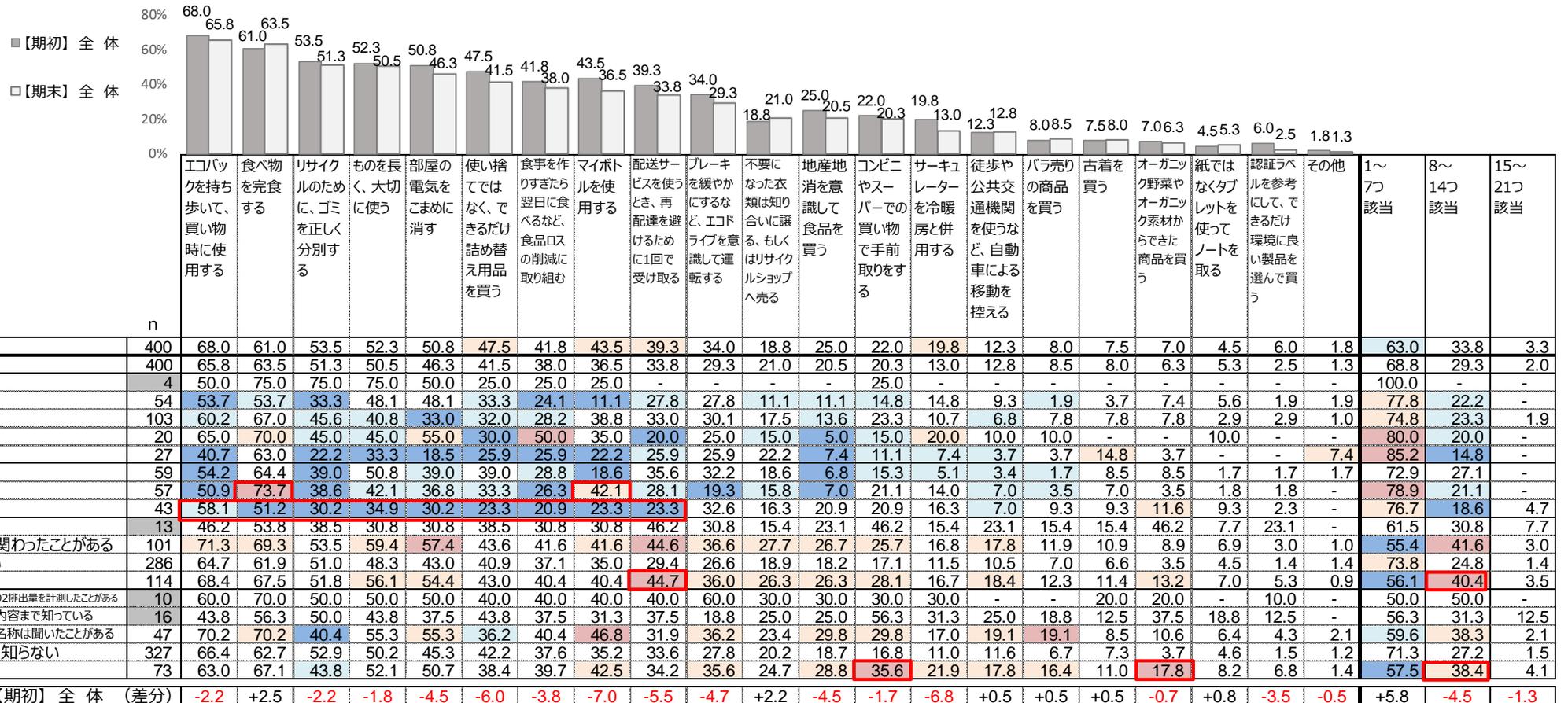
行動実践（取り組んでいる脱炭素アクション）（2/2）

- 会社規模別では、51～500名で「食べ物を完食する」が全体より多く、「マイボトルを使用する」が全体よりやや多い。501名～は上位項目が全般的に全体より少ない
- デカボ認知度別では、TOP2で「配送サービスを使うとき、再配達を避けるために1回で受け取る」が全体より多く、該当個数也多め
- デカボmyスコア認知度別では、名称認知以上で「コンビニやスーパーでの買い物で手前取りをする」「オーガニック野菜やオーガニック素材からできた商品を買う」が全体より多く、該当個数もやや多め

単位 (%)
n=本調査全体

Q6. 以下の行動のうち、あなたが普段の生活の中で、環境配慮や「脱炭素」を意識して取り組んでいることをお選びください。（いくつでも）

※スコアは【期末】全体値で降順ソート



※nが20未満の時は参考値

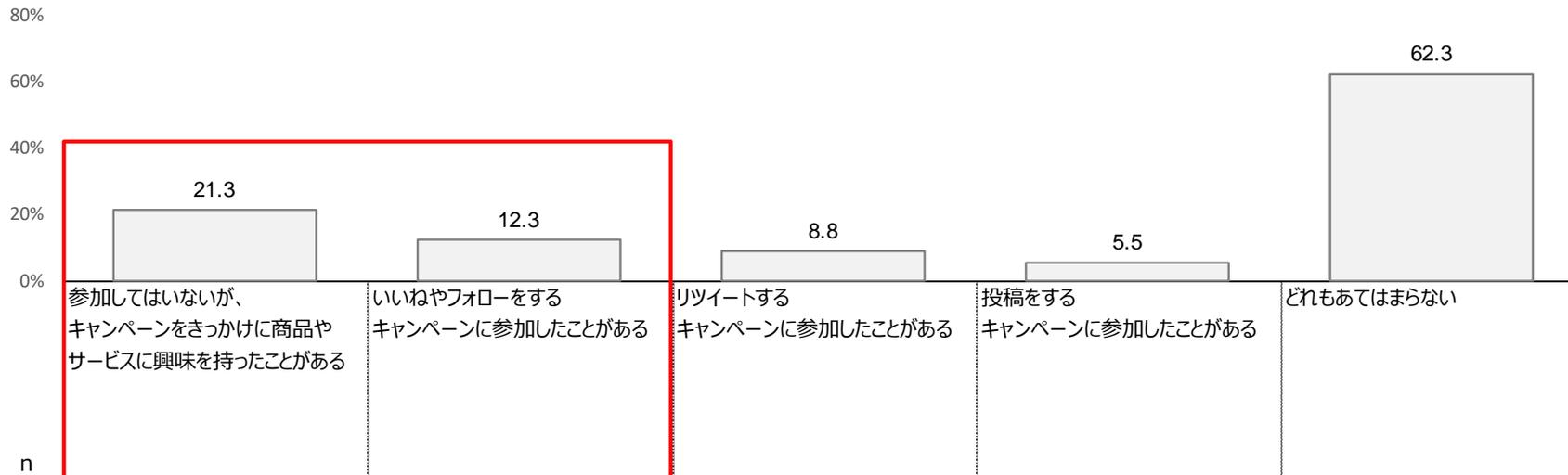
■・・・全体比10pt以上 ■・・・全体比5pt以上 ■・・・全体比5pt以下 ■・・・全体比10pt以下

SNSキャンペーン過去経験 (1/2)

- SNSキャンペーン過去経験について、「参加してはいないが、キャンペーンをきっかけに商品やサービスに興味を持ったことがある」が21.3%と最も多い。次いで、「いいねやフォローするキャンペーンに参加したことがある」が12.3%が1割以上で続く
 - 年代別では、18歳～29歳で「リツイートするキャンペーンに参加したことがある」が全体より多く、年代が若くなるにつれて割合が高くなっている。また、60歳～79歳で「参加してはいないが、キャンペーンをきっかけに商品やサービスに興味を持ったことがある」が全体より多い一方、30代は全体より少なく、18歳～29歳、40代でやや少ない
 - 居住エリア別では、八幡浜・大須で「参加してはいないが、キャンペーンをきっかけに商品やサービスに興味を持ったことがある」が全体よりやや多い
- Q7. 多くの企業や自治体で「SNSキャンペーン＝SNS上でのいいねやフォロー、リツイートや投稿などを行うことで、景品や特典などがもらえる施策」を行なっています。
SNSキャンペーンへの参加経験について、以下のうち、あなたに当てはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)

単位 (%)
n=本調査全体

※スコアは【期末】全体値で降順ソート



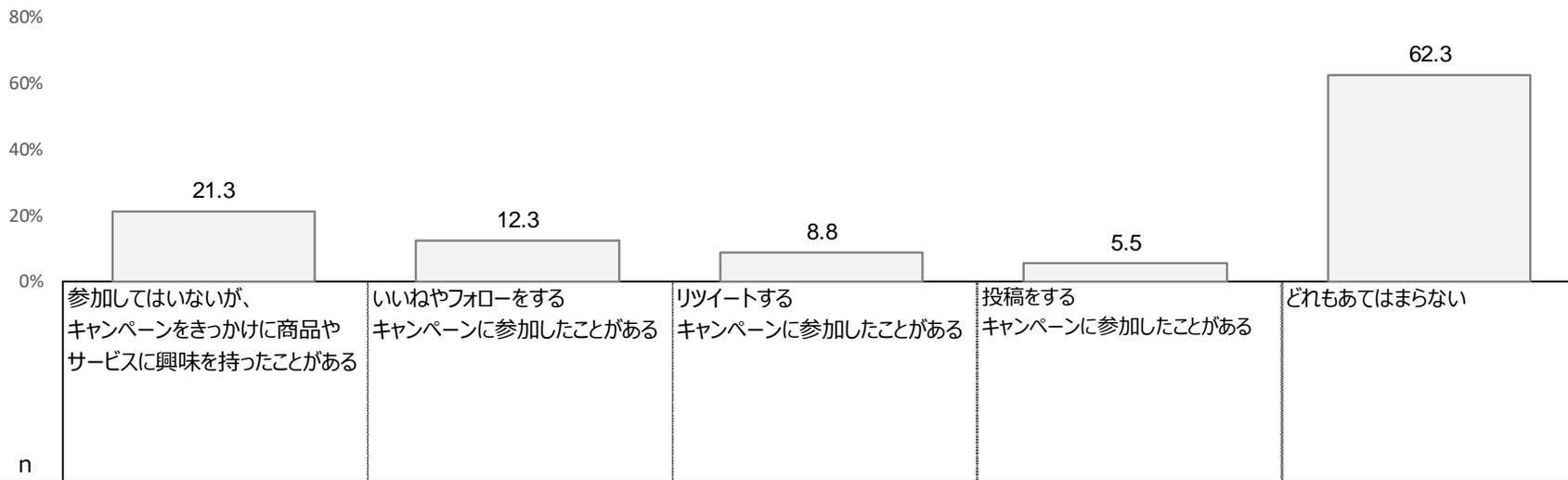
		n	参加してはいないが、 キャンペーンをきっかけに商品や サービスに興味を持ったことがある	いいねやフォローをする キャンペーンに参加したことがある	リツイートする キャンペーンに参加したことがある	投稿をする キャンペーンに参加したことがある	どれもあてはまらない
【期末】全体		400	21.3	12.3	8.8	5.5	62.3
性別	男性	195	21.5	11.8	8.7	5.6	60.5
	女性	205	21.0	12.7	8.8	5.4	63.9
年代別	18歳～29歳	51	11.8	19.6	9.8	9.8	56.9
	30代	54	11.1	11.1	14.8	9.3	68.5
	40代	74	14.9	16.2	12.2	5.4	66.2
	50代	68	17.6	11.8	5.9	2.9	66.2
	60歳～79歳	153	32.7	8.5	2.6	3.9	58.2
世帯 構成別	単身世帯	88	25.0	6.8	5.7	2.3	64.8
	夫婦のみの世帯	115	26.1	12.2	9.6	4.3	58.3
	親と子供から成る世帯 (ひとり親を含む)	159	13.8	16.4	11.9	8.8	63.5
	三世帯世帯	19	15.8	5.3	-	5.3	78.9
居住 エリア別	親族同居/その他	19	42.1	10.5	-	-	47.4
	松山地区	191	19.4	13.1	9.4	4.7	62.8
	西条・新居浜・宇摩	92	20.7	13.0	8.7	8.7	59.8
	今治	48	22.9	8.3	8.3	4.2	64.6
居住 エリア別	宇和島	32	21.9	6.3	3.1	-	71.9
	八幡浜・大洲	37	29.7	16.2	10.8	8.1	54.1

SNSキャンペーン過去経験 (2/2)

- 職業別では、公務員・教師で「参加してはいないが、キャンペーンをきっかけに商品やサービスに興味を持ったことがある」が全体より多く、専業主婦・主夫、無職、その他で全体よりやや多い一方、契約社員、派遣社員、アルバイト・パートは全体よりやや少ない
 - 業界別では、第二次産業で「いいねやフォローをするキャンペーンに参加したことがある」「リツイートするキャンペーンに参加したことがある」が全体よりやや多い一方、「参加してはいないが、キャンペーンをきっかけに商品やサービスに興味を持ったことがある」は全体よりやや少ない
 - 会社規模別では、51～500名で「リツイートするキャンペーンに参加したことがある」が全体よりやや多い
- Q7. 多くの企業や自治体で「SNSキャンペーン＝SNS上でのいいねやフォロー、リツイートや投稿などを行うことで、景品や特典などがもらえる施策」を行なっています。SNSキャンペーンへの参加経験について、以下のうち、あなたに当てはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)

単位 (%)
n=本調査全体

※スコアは【期末】全体値で降順ソート



	n	参加してはいないが、キャンペーンをきっかけに商品やサービスに興味を持ったことがある	いいねやフォローをするキャンペーンに参加したことがある	リツイートするキャンペーンに参加したことがある	投稿をするキャンペーンに参加したことがある	どれもあてはまらない	
【期末】全体	400	21.3	12.3	8.8	5.5	62.3	
職業別	会社・法人の経営者/役員、正社員、フリーランス・自営業	164	17.7	12.8	9.8	5.5	62.2
	契約社員、派遣社員、アルバイト・パート	83	15.7	13.3	9.6	8.4	67.5
	公務員・教師	24	33.3	16.7	8.3	8.3	50.0
	中学生、高校生、短大生・専門学校生・高専生、大学生、大学院	9	11.1	11.1	11.1	11.1	55.6
	専業主婦・主夫、無職、その他	120	28.3	10.0	6.7	2.5	61.7
業界別	第一次産業	4	25.0	-	-	-	75.0
	第二次産業	54	14.8	18.5	14.8	9.3	53.7
	第三次産業	103	20.4	12.6	8.7	7.8	60.2
	公務員	20	35.0	15.0	10.0	-	50.0
	その他	27	18.5	3.7	-	-	77.8
会社規模別	～50名	59	16.9	11.9	8.5	5.1	64.4
	51～500名	57	17.5	12.3	17.5	8.8	57.9
	501名～	43	18.6	16.3	4.7	7.0	58.1

デカボの認知度 (1/2)

- デカボの認知度について、「関わったことがない」が71.5%と最も多く、『関わったことがある・計』が28.5%となっている
- 年代別では、30代で『関わったことがある・計』が全体より多い。一方で、60歳～79歳は全体よりやや低いという結果に
- 居住エリア別では、松山地区で『関わったことがある・計』が全体よりやや多い一方、今治、宇和島は全体より少なく、八幡浜・大洲は全体よりやや少ない

Q8. あなたは『デカボ』という「脱炭素という意味のDecarbonization（デカボナイゼーション）の略称で、無理なく、楽しく脱炭素に取り組むことを促すために生まれたキーワード」をご存じですか。
当てはまるものをお選びください。

単位 (%)
n=本調査全体

		n	■ 関わったことがある		■ どちらかといえば、関わったことがある	■ 関わったことがない	関わった ことが ある・計
【期末】全体		400	3.3	25.3		71.5	28.5
性別	男性	195	4.1	24.6		71.3	28.7
	女性	205	2.4	25.9		71.7	28.3
年代別	18歳～29歳	51	7.8	25.5		66.7	33.3
	30代	54	3.7	37.0		59.3	40.7
	40代	74	2.7	25.7		71.6	28.4
	50代	68	1.5	26.5		72.1	27.9
	60歳～79歳	153	2.6	20.3		77.1	22.9
世帯 構成別	単独世帯	88	2.3	30.7		67.0	33.0
	夫婦のみの世帯	115	4.3	25.2		70.4	29.6
	親と子供から成る世帯（ひとり親を含む）	159	3.8	23.9		72.3	27.7
	三世帯世帯	19		15.8		84.2	15.8
	親族同居/その他	19		21.1		78.9	21.1
居住 エリア別	松山地区	191	4.2	30.4		65.4	34.6
	西条・新居浜・宇摩	92	3.3	26.1		70.7	29.3
	今治	48	4.2	12.5		83.3	16.7
	宇和島	32		15.6		84.4	15.6
	八幡浜・大洲	37		21.6		78.4	21.6

関わったことがある・計：「関わったことがある」+「どちらかといえば、関わったことがある」

デカボの認知度 (2/2)

- 職業別では、公務員・教師で『関わったことがある・計』が全体よりやや多い一方、専業主婦・主夫、無職、その他は全体よりやや少ない
- 業界別では、公務員で『関わったことがある・計』が全体より多く、第二次産業、第三次産業全体よりやや多い
- 会社規模別では、501名～で『関わったことがある・計』が全体より多い

Q8. あなたは『デカボ』という「脱炭素という意味のDecarbonization（デカボナイゼーション）の略称で、無理なく、楽しく脱炭素に取り組むことを促すために生まれたキーワード」をご存じですか。当てはまるものをお選びください。

単位 (%)
n=本調査全体

		n	■ 関わったことがある	■ どちらかといえば、関わったことがある	■ 関わったことがない	関わった ことが ある・計
【期末】全体		400	3.3	25.3	71.5	28.5
職業別	会社・法人の経営者/役員、正社員、フリーランス・自営業	164	5.5	27.4	67.1	32.9
	契約社員、派遣社員、アルバイト・パート	83	2.4	22.9	74.7	25.3
	公務員・教師	24		37.5	62.5	37.5
	中学生、高校生、短大生・専門学校生・高専生、大学生、大学院	9		44.4	55.6	44.4
	専業主婦・主夫、無職、その他	120	1.7	20.0	78.3	21.7
業界別	第一次産業	4			100.0	-
	第二次産業	54	3.7	31.5	64.8	35.2
	第三次産業	103	6.8	31.1	62.1	37.9
	公務員	20	5.0	35.0	60.0	40.0
	その他	27		22.2	77.8	22.2
会社規模別	～50名	59	6.8	25.4	67.8	32.2
	51～500名	57	3.5	26.3	70.2	29.8
	501名～	43	7.0	39.5	53.5	46.5

関わったことがある・計：「関わったことがある」+「どちらかといえば、関わったことがある」

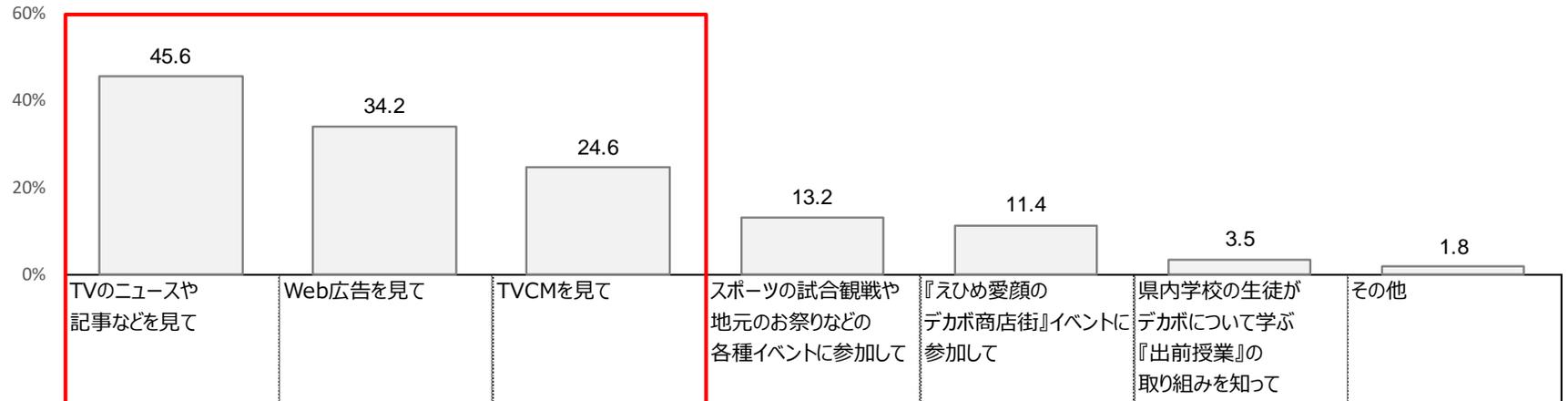
デカボの認知経路 (1/2)

- デカボの認知経路について、「TVのニュースや記事などを見て」が45.6%と最も多い。次いで、「Web広告を見て」が34.2%、「TVCMを見て」が24.6%で続く
- 年代別では、30代で「スポーツの試合観戦や地元のお祭りなどの各種イベントに参加して」が全体より多い一方、「Web広告を見て」「TVCMを見て」は全体より少ない。また、40代で「TVCMを見て」、60歳～79歳で「TVのニュースや記事などを見て」が全体より多い
- 世帯構成別では、夫婦のみの世帯で「TVのニュースや記事などを見て」が全体より多い一方、親と子供から成る世帯（ひとり親を含む）は全体よりやや少ない
- 居住エリア別では、西条・新居浜・宇摩で「Web広告を見て」が全体より多い一方、「TVのニュースや記事などを見て」は全体より少ない

Q9. 以下のうち、『デカボ』という言葉があなたがどこで知ったかを以下の中から当てはまるものをすべてお選びください。（いくつでも）

単位 (%)
n=デカボ名称認知者全体

※スコアは【期末】全体値で降順ソート



		n	TVのニュースや記事などを見て	Web広告を見て	TVCMを見て	スポーツの試合観戦や地元のお祭りなどの各種イベントに参加して	『えひめ愛顔のデカボ商店街』イベントに参加して	県内学校の生徒が『出前授業』の取り組みを知って	その他
【期末】全体		114	45.6	34.2	24.6	13.2	11.4	3.5	1.8
性別	男性	56	39.3	35.7	28.6	16.1	16.1	3.6	1.8
	女性	58	51.7	32.8	20.7	10.3	6.9	3.4	1.7
年代別	18歳～29歳	17	29.4	35.3	35.3	11.8	17.6	5.9	-
	30代	22	36.4	22.7	13.6	27.3	18.2	9.1	4.5
	40代	21	47.6	38.1	42.9	4.8	14.3	-	4.8
	50代	19	47.4	36.8	21.1	5.3	5.3	-	-
	60歳～79歳	35	57.1	37.1	17.1	14.3	5.7	2.9	-
世帯構成別	単独世帯	29	44.8	41.4	20.7	3.4	10.3	-	3.4
	夫婦のみの世帯	34	55.9	29.4	20.6	20.6	8.8	2.9	-
	親と子供から成る世帯（ひとり親を含む）	44	36.4	34.1	29.5	15.9	13.6	6.8	2.3
	三世帯世帯	3	33.3	33.3	33.3	-	-	-	-
居住エリア別	松山地区	66	51.5	28.8	25.8	16.7	12.1	3.0	-
	西条・新居浜・宇摩	27	22.2	55.6	25.9	7.4	7.4	3.7	7.4
	今治	8	37.5	25.0	12.5	12.5	12.5	12.5	-
	宇和島	5	60.0	20.0	20.0	20.0	-	-	-
	八幡浜・大洲	8	75.0	25.0	25.0	-	25.0	-	-

※nが20未満の時は参考値

■・・・全体比10pt以上 ■・・・全体比5pt以上 ■・・・全体比5pt以下 ■・・・全体比10pt以下

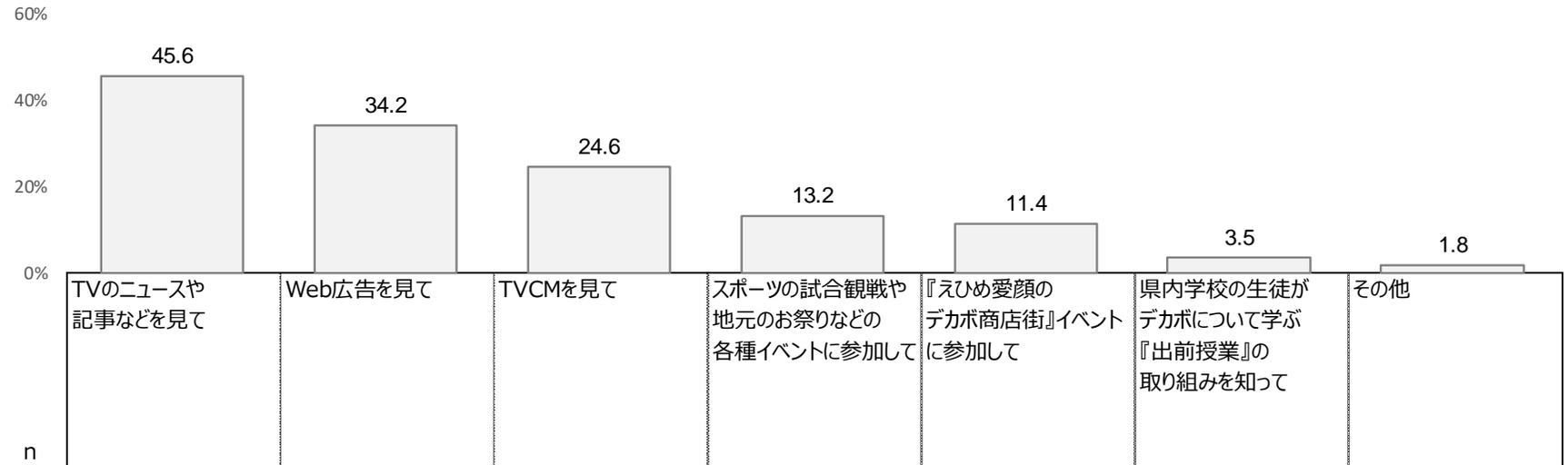
デカボの認知経路 (2/2)

- 職業別では、会社・法人の経営者／役員、正社員、フリーランス・自営業で「スポーツの試合観戦や地元のお祭りなどの各種イベントに参加して」が全体よりやや多い一方、「TVのニュースや記事などを見て」は全体より少ない。また、契約社員、派遣社員、アルバイト・パートで「Web広告を見て」が全体よりやや多い一方、「TVCMを見て」は全体よりやや少ない。専業主婦・主夫、無職、その他では「TVのニュースや記事などを見て」が全体より多く、「TVCMを見て」が全体よりやや多い一方、「Web広告を見て」「『えひめの愛顔のデカボ商店街』イベントに参加して」は全体よりやや少ない

Q9. 以下のうち、『デカボ』という言葉あなたがどこで知ったかを以下の中から当てはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)

単位 (%)
n=デカボ名称認知者全体

※スコアは【期末】全体値で降順ソート



	n	TVのニュースや記事などを見て	Web広告を見て	TVCMを見て	スポーツの試合観戦や地元のお祭りなどの各種イベントに参加して	『えひめ愛顔のデカボ商店街』イベントに参加して	県内学校の生徒がデカボについて学ぶ『出前授業』の取り組みを知って	その他	
【期末】全体	114	45.6	34.2	24.6	13.2	11.4	3.5	1.8	
職業別	会社・法人の経営者／役員、正社員、フリーランス・自営業	33.3	35.2	25.9	18.5	14.8	5.6	1.9	
	契約社員、派遣社員、アルバイト・パート	42.9	42.9	19.0	-	14.3	-	4.8	
	公務員・教師	66.7	33.3	22.2	11.1	11.1	-	-	
	中学生、高校生、短大生・専門学校生・高専生、大学生、大学院	4	75.0	25.0	-	25.0	-	-	
	専業主婦・主夫、無職、その他	26	61.5	26.9	30.8	11.5	3.8	3.8	-
業界別	第一次産業	-	-	-	-	-	-	-	
	第二次産業	19	26.3	52.6	31.6	15.8	10.5	5.3	-
	第三次産業	39	43.6	30.8	20.5	12.8	12.8	5.1	2.6
	公務員	8	50.0	25.0	25.0	25.0	25.0	-	-
	その他	6	16.7	50.0	16.7	16.7	16.7	-	16.7
会社規模別	～50名	19	31.6	36.8	21.1	15.8	5.3	5.3	10.5
	51～500名	17	17.6	41.2	35.3	23.5	17.6	5.9	-
	501名～	20	45.0	40.0	20.0	10.0	25.0	5.0	-

デカボmyスコアの認知度 (1/2)

- デカボmyスコアの認知度について、「聞いたことがない、知らない」が81.8%と最も多く、『名称認知・計』が18.3%となっている
- 年代別では、30代で『名称認知・計』が全体より多い
- 居住エリア別では、今治、宇和島で『名称認知・計』が全体よりやや少ない

単位 (%)
n=本調査全体

Q10. 以下のうち、『デカボmyスコア』という「自身の生活における年間のCO2排出量を表すスコアと、それを計測する診断ツール」について、あなたに当てはまるものをお選び下さい。

		n	計測したことはないが、内容まで知っている	計測したことはないが、名称は聞いたことがある	聞いたことがない、知らない	名称認知・計	
【期末】全体		400	2.5	4.0	11.8	81.8	18.3
性別	男性	195	2.1	6.2	14.9	76.9	23.1
	女性	205	2.9	2.0	8.8	86.3	13.7
年代別	18歳～29歳	51	2.0	9.8	9.8	78.4	21.6
	30代	54	5.6	9.3	16.7	68.5	31.5
	40代	74	2.7	10.8		86.5	13.5
	50代	68	1.5	2.9	10.3	85.3	14.7
	60歳～79歳	153	2.0	2.6	11.8	83.7	16.3
世帯構成別	単独世帯	88	3.4	1.1	14.8	80.7	19.3
	夫婦のみの世帯	115	1.7	3.5	15.7	79.1	20.9
	親と子供から成る世帯 (ひとり親を含む)	159	2.5	6.9	8.2	82.4	17.6
	三世帯世帯	19	5.3			94.7	5.3
	親族同居/その他	19		15.8		84.2	15.8
居住エリア別	松山地区	191	3.1	4.2	15.2	77.5	22.5
	西条・新居浜・宇摩	92	2.2	4.3	9.8	83.7	16.3
	今治	48	4.2	4.2	4.2	87.5	12.5
	宇和島	32		9.4		90.6	9.4
	八幡浜・大洲	37	5.4	10.8		83.8	16.2

名称認知・計：「『デカボmyスコア』で自分のCO2排出量を計測したことがある」+「計測したことはないが、内容まで知っている」+「計測したことはないが、名称は聞いたことがある」

デカボmyスコアの認知度 (2/2)

- 職業別では、公務員・教師で『名称認知・計』が全体よりやや多い一方、契約社員、派遣社員、アルバイト・パートはやや低い
- 業界別では、第三次産業、公務員で『名称認知・計』が全体よりやや多い
- 会社規模別では、501名～で『名称認知・計』が全体より多く、従業員が多くなるにつれて名称を知っている割合が高くなっている

単位 (%)
n=本調査全体

Q10. 以下のうち、『デカボmyスコア』という「自身の生活における年間のCO2排出量を表すスコアと、それを計測する診断ツール」について、あなたに当てはまるものをお選び下さい。

		n	計測したことはないが、名称は聞いたことがある	計測したことはないが、内容まで知っている	計測したことがある	聞いたことがない、知らない	名称認知・計	
【期末】全体		400	2.5	4.0	11.8	81.8	18.3	
職業別	会社・法人の経営者/役員、正社員、フリーランス・自営業	164	3.0	6.1	14.0	76.8	23.2	
	契約社員、派遣社員、アルバイト・パート	83	2.4	1.2	7.2	89.2	10.8	
	公務員・教師	24	4.2		20.8	75.0	25.0	
	中学生、高校生、短大生・専門学校生・高専生、大学生、大学院	9		11.1		22.2	66.7	33.3
	専業主婦・主夫、無職、その他	120	2.5	2.5	9.2	85.8	14.2	
業界別	第一次産業	4				100.0	-	
	第二次産業	54	5.6		16.7	77.8	22.2	
	第三次産業	103	5.8	4.9	14.6	74.8	25.2	
	公務員	20		10.0	15.0	75.0	25.0	
	その他	27	3.7	3.7	11.1	81.5	18.5	
会社規模別	～50名	59	1.7	6.8	10.2	81.4	18.6	
	51～500名	57	3.5	5.3	12.3	78.9	21.1	
	501名～	43	9.3	4.7	16.3	69.8	30.2	

名称認知・計：「『デカボmyスコア』で自分のCO2排出量を計測したことがある」+「計測したことはないが、内容まで知っている」+「計測したことはないが、名称は聞いたことがある」

再生可能エネルギー設備や省エネルギー設備等の設置・導入状況

- 再生可能エネルギー設備や省エネルギー設備等の設置・導入状況について、「設置・導入している」では、『高効率照明（LED照明など）』が45.3%と最も多い。次いで、『高効率給湯器（エコキュート、エコジョーズなど）』が24.5%、『省エネルギー性能が高い家電』が22.0%で続く
- 「設置・導入予定又は検討中」では、『省エネルギー性能が高い家電』が16.0%と最も多い。次いで、『高効率照明（LED照明など）』が10.8%、『二重窓または断熱サッシ』が9.3%で続く
- 「設置・導入予定なし」では、『地中熱利用システム』が82.5%と最も多く、次いで『燃料電池自動車（水素自動車）』が78.5%、『太陽熱利用システム（太陽熱温水器等）』が76.3%で続く

単位 (%)
n=本調査全体

Q11. あなたのご自宅の再生可能エネルギー設備や省エネルギー設備等の設置・導入に関する状況について、それぞれ当てはまる項目を選んでください。
集合住宅にお住まいの方は、共用部に設置されているものも含めて選んでください。

■ 設置・導入している ■ 設置・導入予定又は検討中 ■ 設置・導入予定なし ■ 不明

	n	設置・導入している	設置・導入予定又は検討中	設置・導入予定なし	不明
太陽光発電設備	400	16.5	5.0	67.0	11.5
太陽熱利用システム（太陽熱温水器等）	400	7.0	3.5	76.3	13.3
地中熱利用システム	400	2.5		82.5	14.5
蓄電池	400	7.0	7.8	71.8	13.5
ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）	400	4.0	2.8	75.8	17.5
二重窓または断熱サッシ	400	21.8	9.3	56.8	12.3
HEMS（家庭用エネルギー管理システム）	400	2.5	3.5	76.0	18.0
高効率照明（LED照明など）	400	45.3	10.8	33.0	11.0
家庭用コージェネレーションシステム （エネファーム、エコウィルなど）	400	3.0	3.8	74.5	18.8
高効率給湯器 （エコキュート、エコジョーズなど）	400	24.5	5.3	54.3	16.0
省エネルギー性能が高い家電	400	22.0	16.0	47.8	14.3
電気自動車（EV）	400	2.0	7.5	75.5	15.0
燃料電池自動車（水素自動車）	400	3.3		78.5	17.8
プラグインハイブリッド自動車、ハイブリッド自動車	400	17.5	7.0	62.3	13.3
V2Hシステム	400	2.8		73.5	23.0
その他	400	1.8	1.3	13.0	84.0

Appendix

※報告書上のスコア等の表記方法

nが20未満は参考値として、グレーハッチングしています。

SA横帯グラフの数値（ラベル）は1%未満を非表示としております。

業種 (1/2)

SC4. あなたご自身の主な業種をお選びください。

単位 (%)
n=SC3で会社・法人の経営者/役員、正社員、契約社員、派遣社員、公務員・教師、フリーランス・自営業と回答した人

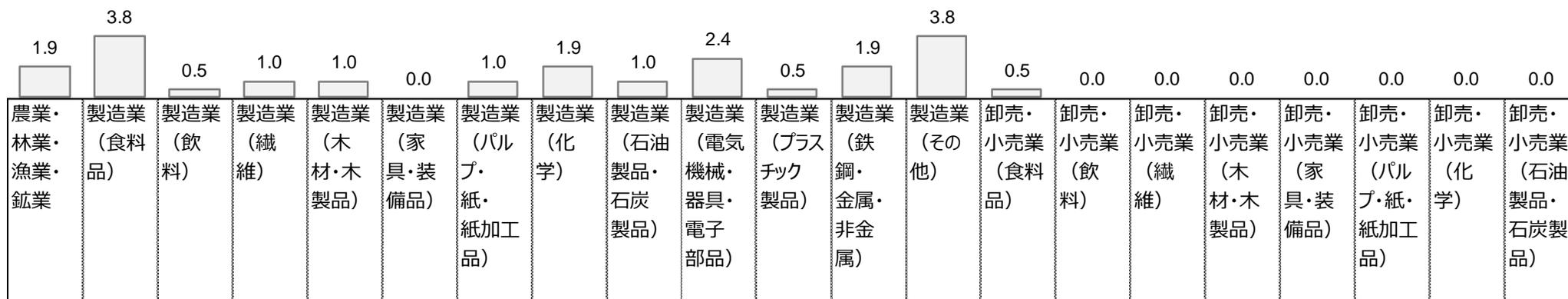
15%

10%

5%

0%

n



【期末】全体		208	1.9	3.8	0.5	1.0	1.0	-	1.0	1.9	1.0	2.4	0.5	1.9	3.8	0.5	-	-	-	-	-	-
性別	男性	131	3.1	2.3	0.8	0.8	0.8	-	1.5	3.1	1.5	3.8	0.8	2.3	6.1	0.8	-	-	-	-	-	-
	女性	77	-	6.5	-	1.3	1.3	-	-	-	-	-	-	1.3	-	-	-	-	-	-	-	-
性年代別	男性18歳~29歳	18	5.6	-	5.6	-	5.6	-	-	5.6	-	5.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	男性30代	25	-	4.0	-	4.0	-	-	4.0	-	-	-	-	4.0	8.0	4.0	-	-	-	-	-	-
	男性40代	34	-	2.9	-	-	-	-	2.9	2.9	-	2.9	2.9	2.9	8.8	-	-	-	-	-	-	-
	男性50代	27	-	3.7	-	-	-	-	3.7	7.4	3.7	-	-	3.7	7.4	-	-	-	-	-	-	-
	男性60歳~79歳	27	11.1	-	-	-	-	-	3.7	-	-	7.4	-	3.7	7.4	-	-	-	-	-	-	-
	女性18歳~29歳	13	-	7.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性30代	19	-	-	-	-	5.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性40代	16	-	12.5	-	6.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性50代	16	-	6.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.3	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性60歳~79歳	13	-	7.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

※全体値は次ページの業種 (2/2) のスコアと合わせて100%

業種 (2/2)

SC4. あなたご自身の主な業種をお選びください。

単位 (%)
n=SC3で会社・法人の経営者/役員、正社員、契約社員、派遣社員、公務員・教師、フリーランス・自営業と回答した人

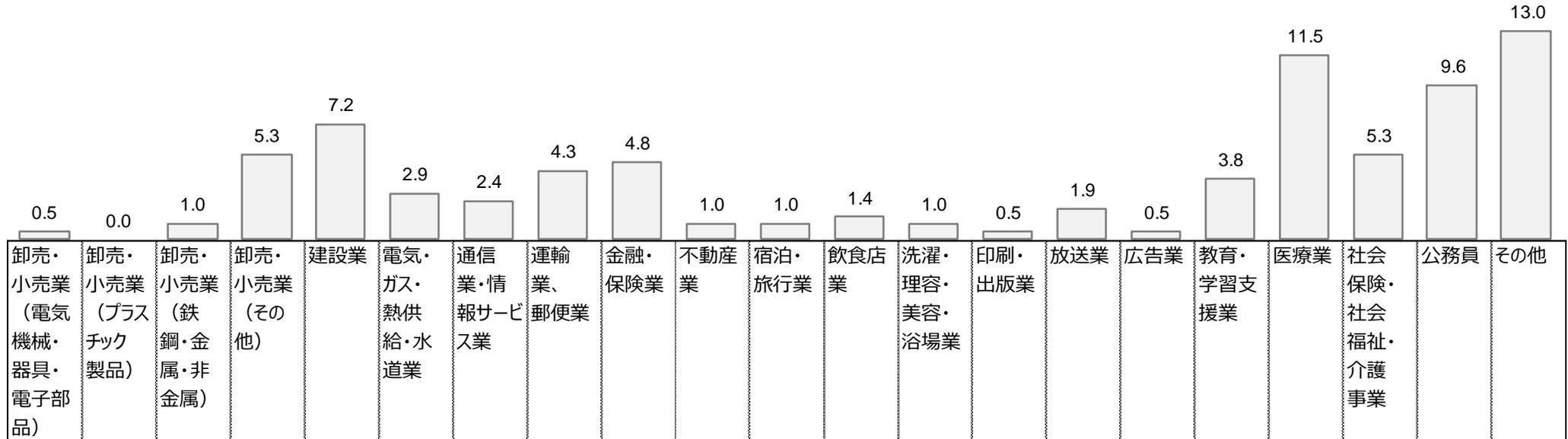
15%

10%

5%

0%

n



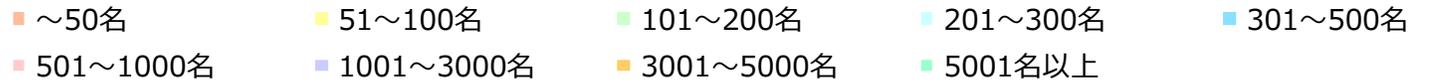
【期末】全体		n	卸売・小売業 (電気・機械・器具・電子部品)	卸売・小売業 (プラスチック製品)	卸売・小売業 (鉄鋼・金属・非金属)	卸売・小売業 (その他)	建設業	電気・ガス・熱供給・水道業	通信業・情報サービス業	運輸業、郵便業	金融・保険業	不動産業	宿泊・旅行業	飲食店業	洗濯・理容・美容・浴場業	印刷・出版業	放送業	広告業	教育・学習支援業	医療業	社会保険・社会福祉・介護事業	公務員	その他	
性別	男性	131	0.8	-	-	3.8	9.2	3.8	1.5	6.1	3.8	0.8	0.8	1.5	1.5	0.8	2.3	-	3.8	4.6	3.1	10.7	13.7	
	女性	77	-	-	2.6	7.8	3.9	1.3	3.9	1.3	6.5	1.3	1.3	1.3	-	-	1.3	1.3	3.9	23.4	9.1	7.8	11.7	
性年代別	男性18歳~29歳	18	-	-	-	11.1	5.6	5.6	-	-	5.6	-	-	-	5.6	-	-	-	-	5.6	5.6	22.2	5.6	
	男性30代	25	-	-	-	4.0	8.0	8.0	4.0	-	4.0	-	4.0	8.0	4.0	-	4.0	-	4.0	-	8.0	8.0	4.0	
	男性40代	34	-	-	-	-	11.8	5.9	2.9	8.8	2.9	-	-	-	-	2.9	-	-	2.9	8.8	-	5.9	20.6	
	男性50代	27	-	-	-	7.4	3.7	-	-	7.4	7.4	-	-	-	-	-	-	7.4	-	7.4	3.7	14.8	18.5	
	男性60歳~79歳	27	3.7	-	-	-	14.8	-	-	11.1	-	3.7	-	-	-	-	-	-	-	11.1	-	-	7.4	14.8
	女性18歳~29歳	13	-	-	-	15.4	7.7	-	7.7	-	-	-	-	-	-	-	-	7.7	-	7.7	23.1	-	7.7	15.4
	女性30代	19	-	-	-	10.5	-	-	-	-	15.8	-	-	-	-	-	-	-	5.3	-	36.8	10.5	10.5	5.3
	女性40代	16	-	-	-	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	-	-	-	-	-	-	-	-	18.8	6.3	6.3	12.5
	女性50代	16	-	-	6.3	-	6.3	-	6.3	-	-	-	6.3	6.3	-	-	-	-	-	6.3	25.0	12.5	-	12.5
	女性60歳~79歳	13	-	-	7.7	7.7	-	-	-	-	-	7.7	-	-	7.7	-	-	-	-	7.7	7.7	15.4	15.4	15.4

※全体値は次ページの業種 (1/2) のスコアと合わせて100%

従業員数

SC5. あなたが所属されている会社・団体の従業員規模をお選びください。

単位 (%)
n=会社・団体所属者全体



【期末】全体		n	従業員規模 (%)									
【期末】全体		159	37.1	10.1	15.1	6.3	4.4	8.2	6.9	3.8	8.2	
性別	男性	95	33.7	7.4	15.8	4.2	6.3	12.6	7.4	6.3	6.3	
	女性	64	42.2	14.1	14.1	9.4	1.6	1.6	6.3	10.9		
性年代別	男性18歳~29歳	14	35.7	7.1	7.1	7.1	14.3	14.3	7.1	7.1		
	男性30代	17	41.2	11.8	11.8	5.9	5.9	11.8	5.9	5.9		
	男性40代	29	20.7	10.3	27.6	3.4	10.3	6.9	6.9	6.9	6.9	
	男性50代	20	20.0	5.0	15.0	5.0	5.0	20.0	15.0	5.0	10.0	
	男性60歳~79歳	15	66.7		13.3			13.3		6.7		
	女性18歳~29歳	10	30.0	30.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0			
	女性30代	18	38.9	16.7	11.1	5.6	5.6	16.7	5.6			
	女性40代	15	46.7	6.7	13.3	20.0		13.3				
	女性50代	14	50.0	7.1	14.3	7.1	7.1	14.3				
	女性60歳~79歳	7	42.9	14.3	28.6			14.3				

※nが20未満の時は参考値



ASMARQ

マーケティングリサーチ・市場調査のアスマーク



JMRA 日本マーケティングリサーチ協会
会員No.20158