

平成 29 年度

全国地球温暖化防止活動推進センター

調査・情報収集等委託業務

地域における COOL CHOICE 国民運動の
認知・実践状況に関する調査
年次レポート

平成 30 年 3 月

一般社団法人 地球温暖化防止全国ネット

(全国地球温暖化防止活動推進センター)

目 次

1. 調査の目的	1
2. 調査方法.....	1
3. 調査結果.....	2
3.1 回答者属性について	2
3.2 地球温暖化問題への関心及び COOL CHOICE の認知度	3
3.3 クールビズの認知及び実践状況等について	6
3.4 ウォームビズの認知及び実践状況等について.....	8
3.5 5つ星家電への買換えについて	11
3.6 エコドライブについて	13
3.7 スマートムーブについて.....	15
4. まとめ.....	17
4.1 温暖化問題への関心及び COOL CHOICE の認知について	17
4.2 家庭で実施するクールビズ、ウォームビズの認知、実施状況等について	18
4.3 5つ星家電への買換えに係る統一省エネルギーラベル等の認知等について	18
4.4 エコドライブの認知、実践等について	18
4.5 スマートムーブの認知、実践等について	18
4.6 総括.....	19

附録

1. 調査の目的

温室効果ガスの排出抑制に係る対策として、「COOL CHOICE」国民運動が平成 27 年度より推進されているが、平成 28 年度に行われた「地球温暖化対策に関する世論調査」(内閣府)(以下「世論調査」という。)や「COOL CHOICE に関するアンケート」(平成 28 年度地域での地球温暖化防止活動基盤形成事業委託業務)(以下「H28COOL CHOICE に関するアンケート」という)では、認知度は約 30%程度となっている。

また、温室効果ガスの排出削減のためには認知だけでなく、COOL CHOICE の具体的な取組み(クールビズ等)の実施率を向上させる必要がある。そのためには、ライフスタイル等に合わせた COOL CHOICE に係る取組みのきめ細かな提案が効果的だと考えるが、具体的な取組みの実施率の現状と実施率向上に向けた課題は明らかになっていない。

そこで、COOL CHOICE の普及状況や具体的な取組みの実施状況について、アンケート調査を行い、現状の把握や啓発対象、啓発項目の訴求を行うことで、COOL CHOICE の効果的な普及拡大や具体的な取組みの提案を実施するための基礎的な知見として取りまとめを行った。これを広く情報発信することで、地域活動の促進を図ることを目的とする。

2. 調査方法

調査票は、COOL CHOICE の認知等に関するものや、クールビズ、エコドライブ等 COOL CHOICE の具体的な取組みとして推奨されている項目など、6 項目に亘る調査票を作成した(表 2-1)。調査は地域センターに依頼し、地域センターが実施する普及啓発を受けた方を対象に、アンケート実施を依頼した。なお、調査票については①を必須項目とし、②～⑥までは地域センターが実施する普及啓発活動の内容に合わせた実施を依頼したため、項目ごとに回収件数にバラツキがある。なお、本調査で使用したアンケート票は、附録として巻末に添付する。

表 2-1 調査項目及び項目別回収件数

アンケート項目	回収件数
①COOL CHOICE に関するアンケート	2,223
②家庭での「クールビズ」の取組について	777
③家庭での「ウォームビズ」の取組について	851
④5 つ星家電への買換えについて	720
⑤エコドライブについて	947
⑥スマートムーブについて	563

3. 調査結果

調査票集計、分析結果を以降に示す。なお、掲載しているグラフの数値はすべて無回答を除いてあるため、回収件数と一致しない。

3.1 回答者属性について

回答者属性を表 3-1、表 3-2、表 3-3、表 3-4、表 3-5、表 3-6、表 3-7 に示す。回答者の性別はおおむね半々で、70 歳代以上の方が最も多くなった。世帯タイプとしては親子世帯が最も多く 37.3%となった。家のつくりについては一戸建てが最も多く 77.8%、二重サッシ、複層ガラスの有無については「ない」という回答が最も多く 42.1%となった。家の所有・契約状況については「持ち家」が最も多く 73.2%となった。建築年代についてはほぼ横ばいだが、1991～2000 年築が 16.1%と最も高くなった。

表 3-1 男女構成

項目	人数	割合
男性	1,133	51.0%
女性	1,014	45.6%
無回答	76	3.4%
合計	2,223	100.0%

表 3-2 年齢層

項目	人数	割合
20 歳未満	21	0.9%
20 歳代	136	6.1%
30 歳代	263	11.8%
40 歳代	348	15.7%
50 歳代	259	11.7%
60 歳代	457	20.6%
70 歳代以上	614	27.6%
無回答	125	5.6%
合計	2,223	100%

表 3-3 世帯タイプ

項目	人数	割合
単身世帯	225	10.1%
夫婦世帯	725	32.6%
親子世帯	829	37.3%
親子世帯(既婚の子どもと同居)	69	3.1%
三世代世帯	148	6.7%
その他の世帯	32	1.4%
無回答	195	8.8%
合計	2,223	100.0%

表 3-4 家のつくり

項目	人数	割合
一戸建て	1,729	77.8%
集合	415	18.7%
その他	34	1.5%
無回答	45	2.0%
合計	2,223	100%

表 3-5 二重サッシまたは複層ガラスの有無

項目	人数	割合
すべての窓にある	553	24.9%
一部の窓にある	400	18.0%
ない	936	42.1%
わからない	148	6.7%
無回答	186	8.4%
合計	2,223	100%

表 3-6 家の所有・契約

項目	人数	割合
持ち家	1,627	73.2%
民営の賃貸住宅	257	11.6%
公営、公社又は都市 再生機構の賃貸住宅	55	2.5%
給与住宅(社宅、公務 員宿舎)	44	2.0%
その他	89	4.0%
無回答	151	6.8%
合計	2,223	100%

表 3-7 建築年代

建築年代	人数	割合
1970 年以前	247	11.1%
71～80 年	287	12.9%
81～90 年	328	14.8%
91～00 年	359	16.1%
01～10 年	350	15.7%
11 年以降	203	9.1%
無回答	449	20.2%
合計	2,223	100%

3.2 地球温暖化問題への関心及び COOL CHOICE の認知度

回答者の地球温暖化問題への関心をみると、「ある程度関心があった」「非常に関心があった」という回答は 82.0%となった(図 3-1)。次に、これを男女別にみると、全体の関心度は男性の方が高かった(図 3-2)。さらにこれを年代別にみると、年齢層が高くなるほど関心が高くなる傾向が見られた(図 3-3)。世論調査における地球温暖化問題への関心度と比較すると、「関心がある」と回答した割合(87.2%)をやや下回ったが、男女別、年齢層別にみた地球温暖化問題への関心の割合は、概ね同じ傾向が見られた。

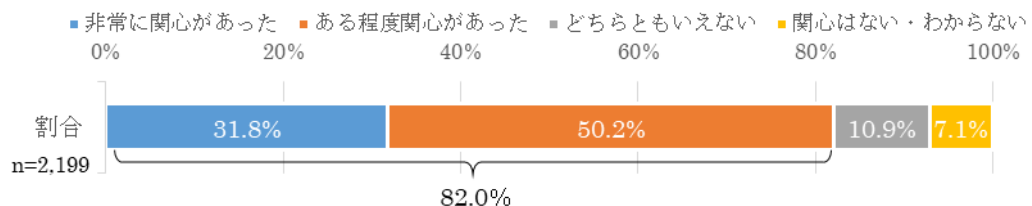


図 3-1 回答者の温暖化問題への関心

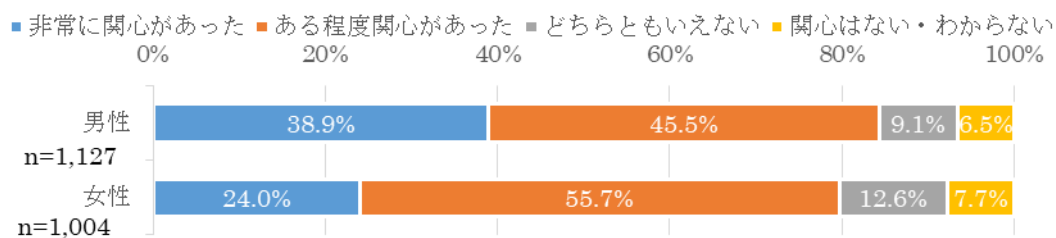


図 3-2 回答者の性別と温暖化問題への関心との関係

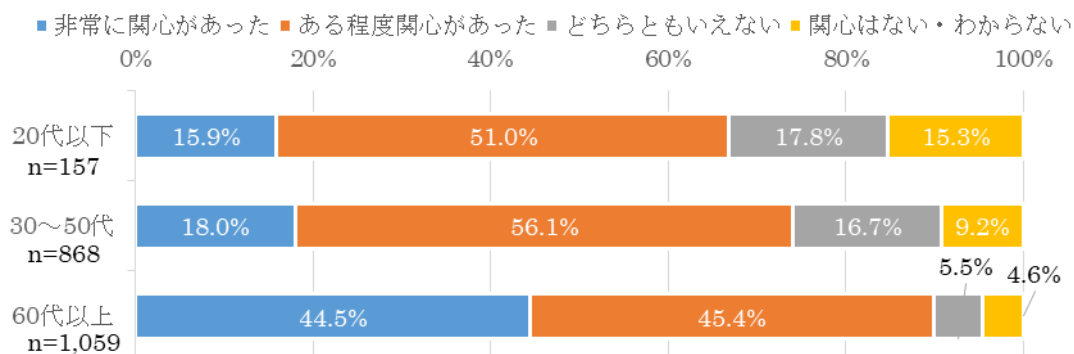


図 3-3 回答者の年齢と温暖化問題への関心との関係

次に、回答者の COOL CHOICE 認知状況を見ると、「内容まで詳しく知っていた」「おおよその内容は知っていた」「名前は知っていた」が全体の 58.6%となった（図 3-4）。男女別にみると、男性の方が認知度は高く、「名前は知っていた」以上の認知が全体の 67.0%となった一方で、女性では 49.2%となった（図 3-5）。次いで年齢層別にみると、年齢層が高いほど認知度が高い傾向がみられた（図 3-6）。世論調査における COOL CHOICE の認知度と比較すると、「知っている」と回答した割合（28.1%）を大きく上回ったほか、H28COOL CHOICE に関するアンケートによる認知度（31.6%）も上回った。

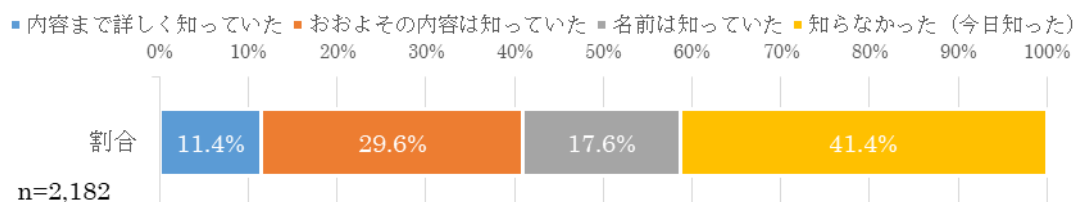


図 3-4 COOL CHOICE の認知

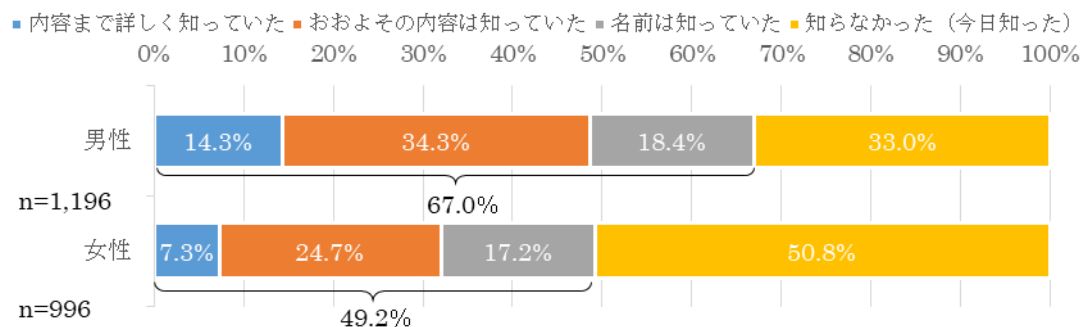


図 3-5 回答者の性別と COOL CHOICE 認知との関係

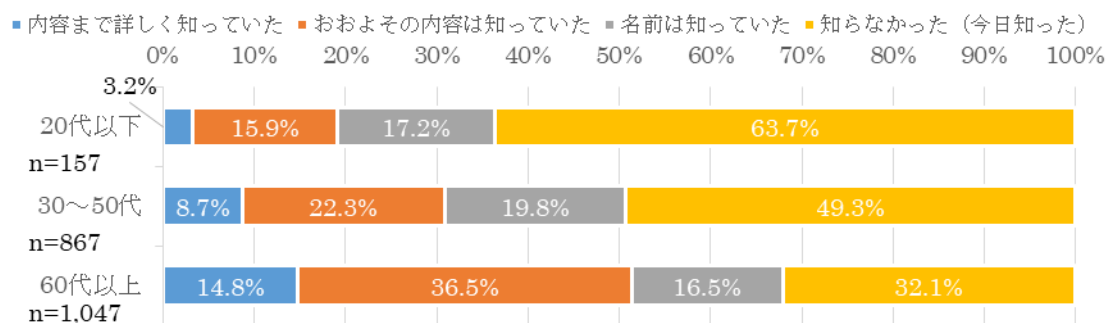


図 3-6 回答者の年齢と COOL CHOICE の認知との関係

次に、地球温暖化問題への関心と COOL CHOICE 認知との関係をみると、地球温暖化問題に関心が高いほど COOL CHOICE の認知度も高くなる傾向が見られた（図 3-7）。一方で、地球温暖化問題に「関心がない・わからない」と回答された方でも、約 30%は COOL CHOICE を認知していた。

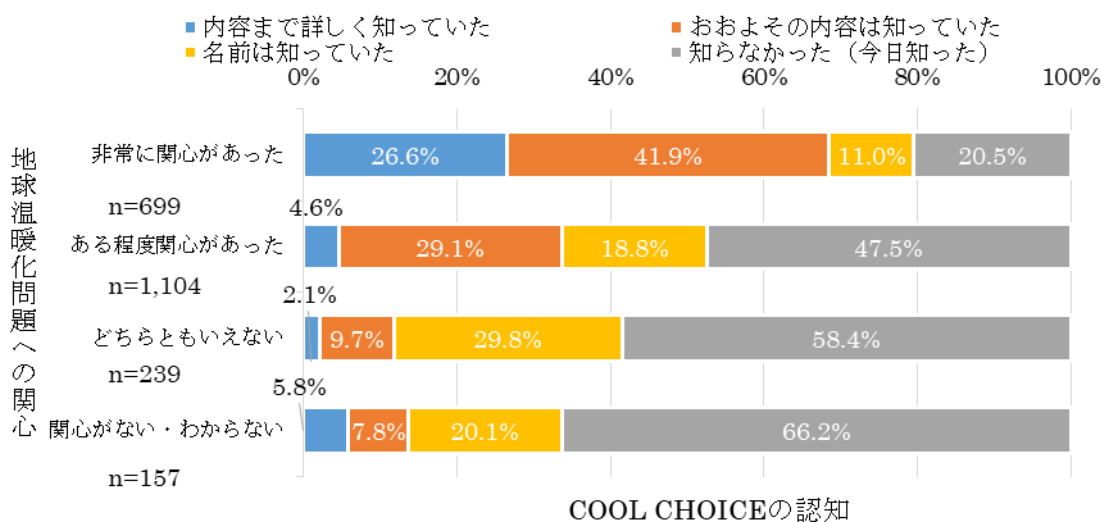


図 3-7 地球温暖化問題への関心と COOL CHOICE 認知との関係

3.3 クールビズの認知及び実践状況等について

回答者のクールビズの認知度をみると、「内容まで詳しく知っていた」「おおよその内容は知っていた」「名前は知っていた」が全体の 89.2%となった（図 3-8）。次いで、クールビズを認知していた方のクールビズ実施率をみると、全体の 74.1%が「実践している」と回答した（図 3-9）。

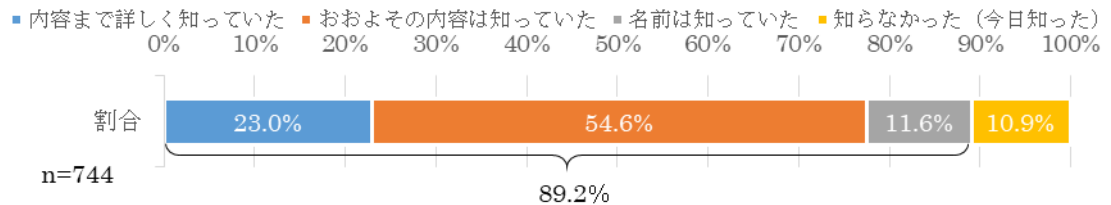


図 3-8 家庭で実施するクールビズの認知度

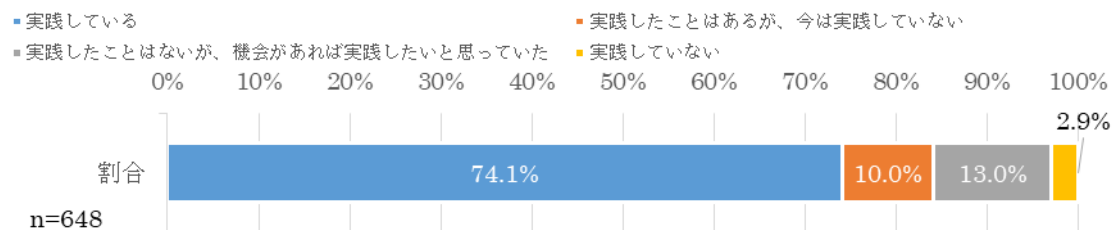


図 3-9 家庭で実施するクールビズの実施率

次に、現在クールビズを実践していない回答者の実践しない理由についてみると、最も多いのは「室温 28℃では暑すぎる」となり、次いで「快適さが失われる」であった（図 3-10）。

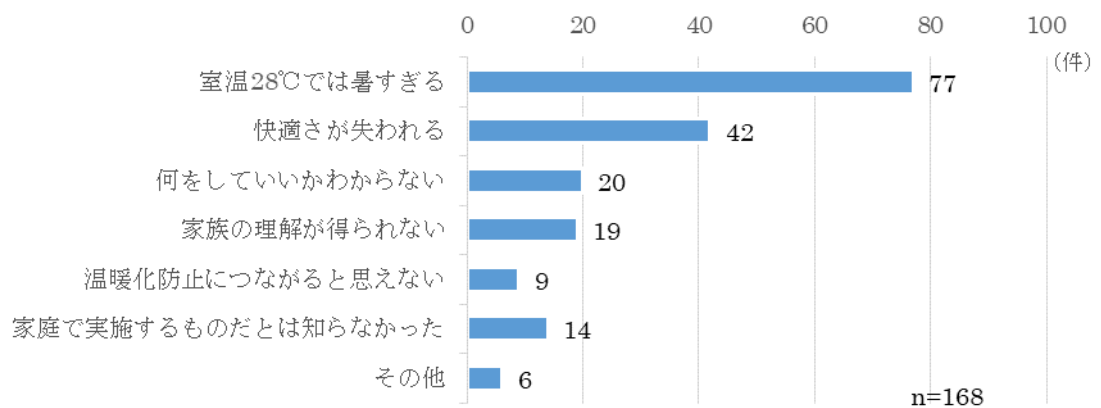


図 3-10 クールビズを実践しない理由（複数回答）

次に、家庭で実施するクールビズとして推奨されている項目の実施状況を図 3-11 に示す。最も実施率が高いのは「エアコンの室外機の周りに物を置かない」の 79.8%となり、最も実施率が低いのは「朝や夕方に打ち水をする」の 23.9%となった。

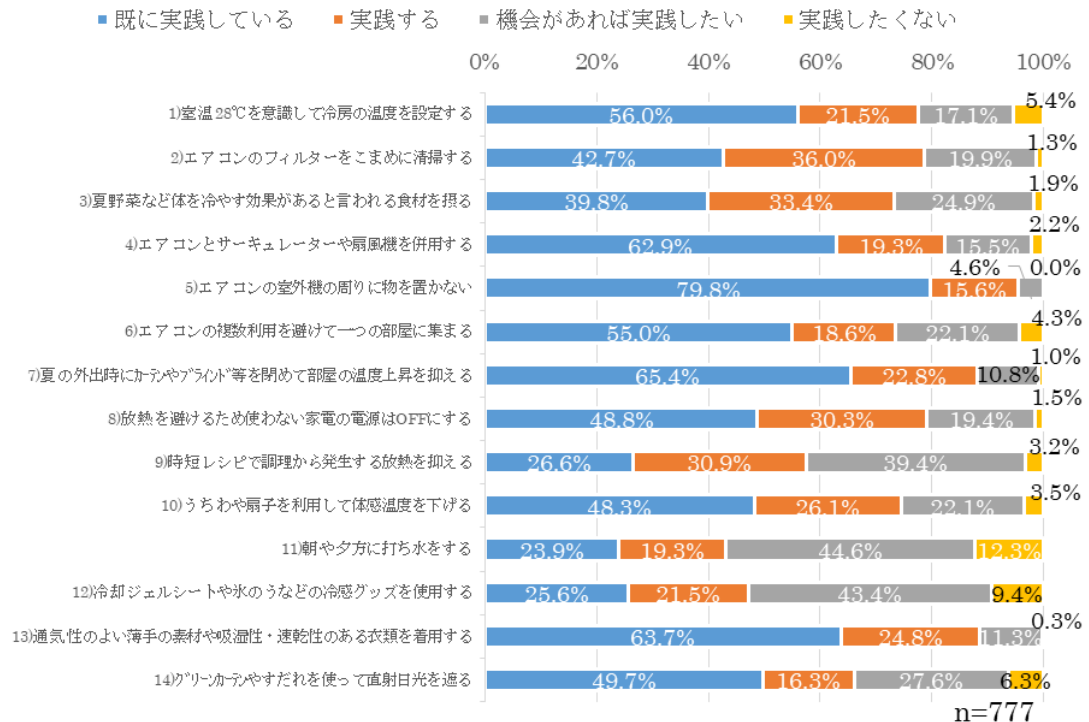


図 3-11 家庭でのクールビズ推奨取り組み項目実践状況

次に、家庭でのクールビズ推奨取り組み項目実施率と回答者属性との関係を分析した結果、若年層や単身世帯で実施率が低い傾向が見られたが、特に顕著な傾向が見られた結果を抜粋して示す。

回答者の年齢と「エアコンのフィルターをこまめに清掃する」の実施状況との関係をみると、年齢層が低いほど実施率が低く、高いほど実施率が高い傾向が見られた（図 3-12）。次に、回答者の世帯人数と「室温 28℃を意識して冷房の温度を設定する」の実施状況との関係を見ると、単身世帯の実施率が低く、3人世帯で最も実施率が高くなるが、4人以上世帯では実施率が低下した（図 3-13）。世帯人数の増加による推奨取り組み項目の実施率低下については、家族の理解が得られない等の理由が考えられるが、単身世帯については意識の低さがその要因と考えられる。

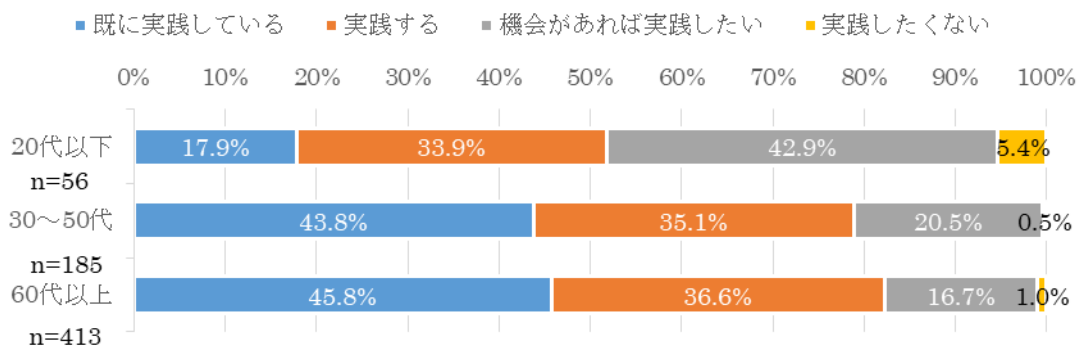


図 3-12 回答者の年齢とエアコンフィルターこまめに掃除実施状況との関係

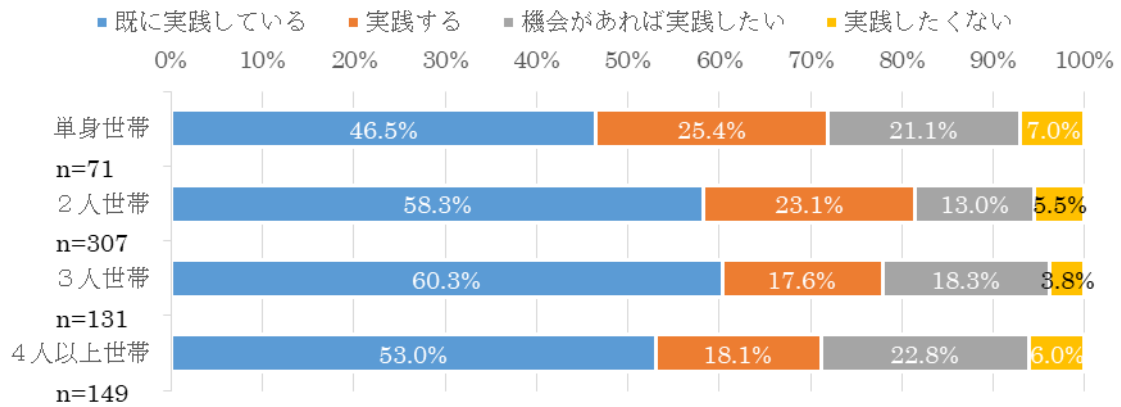


図 3-13 世帯人数と室温 28℃を意識した冷房の設定との関係

3.4 ウォームビズの認知及び実践状況等について

回答者のウォームビズの認知度をみると、「内容まで詳しく知っていた」「おおよその内容は知っていた」「名前は知っていた」が全体の 81.3%となった(図 3-14)。次いで、ウォームビズを認知していた方のウォームビズ実施率をみると、全体の 65.4%が「実践している」と回答した(図 3-15)。

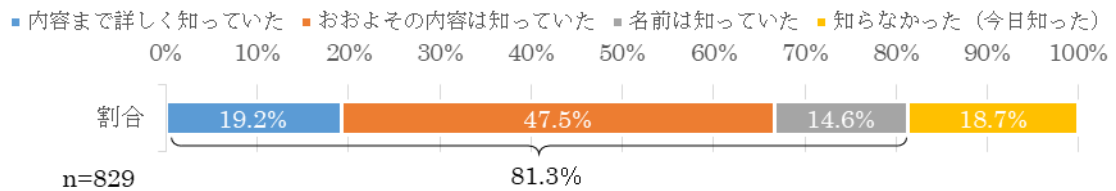


図 3-14 家庭で実施するウォームビズの認知度

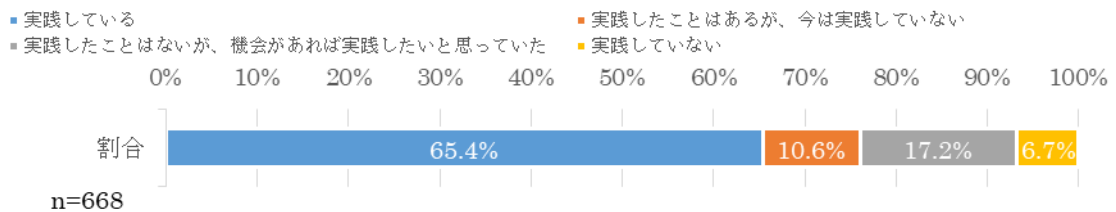


図 3-15 家庭で実施するウォームビズの実施率

次に、現在ウォームビズを実践していない回答者の実践しない理由についてみると、最も多いのは「室温 20℃では寒すぎる」となり、次いで「快適さが失われる」であった(図 3-16)。

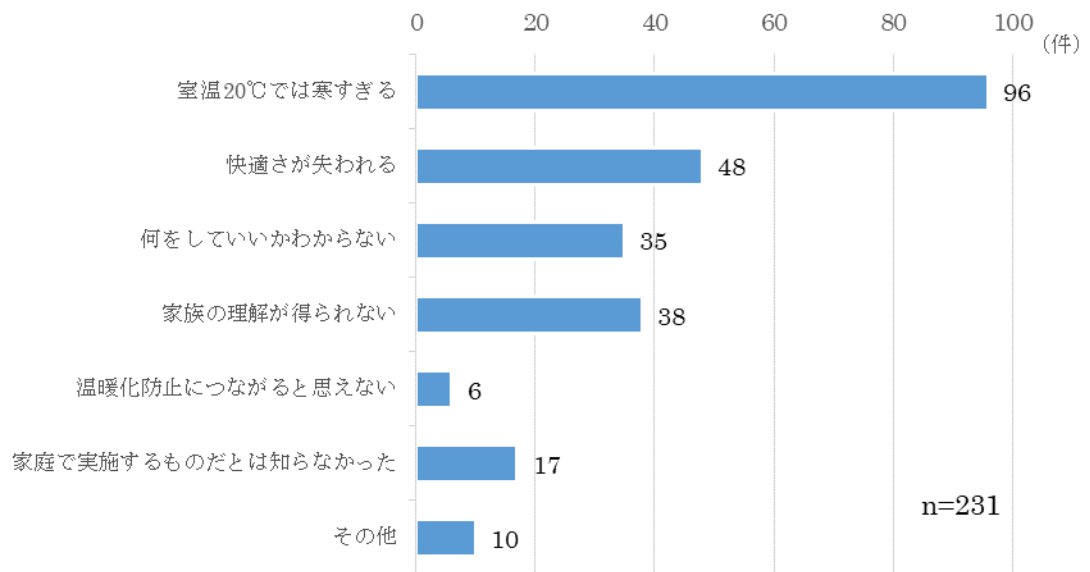


図 3-16 ウォームビズを実践していない理由（複数回答）

次に、家庭で実施するウォームビズとして推奨されている項目の実施状況を図 3-17 に示す。最も実施率が高いのは「軽く、薄く、暖かい、機能性素材の下着などを着用する」の 67.0%となり、最も実施率が低いのは「暖房とサーキュレーターや扇風機を併用する」の 22.5%となった。

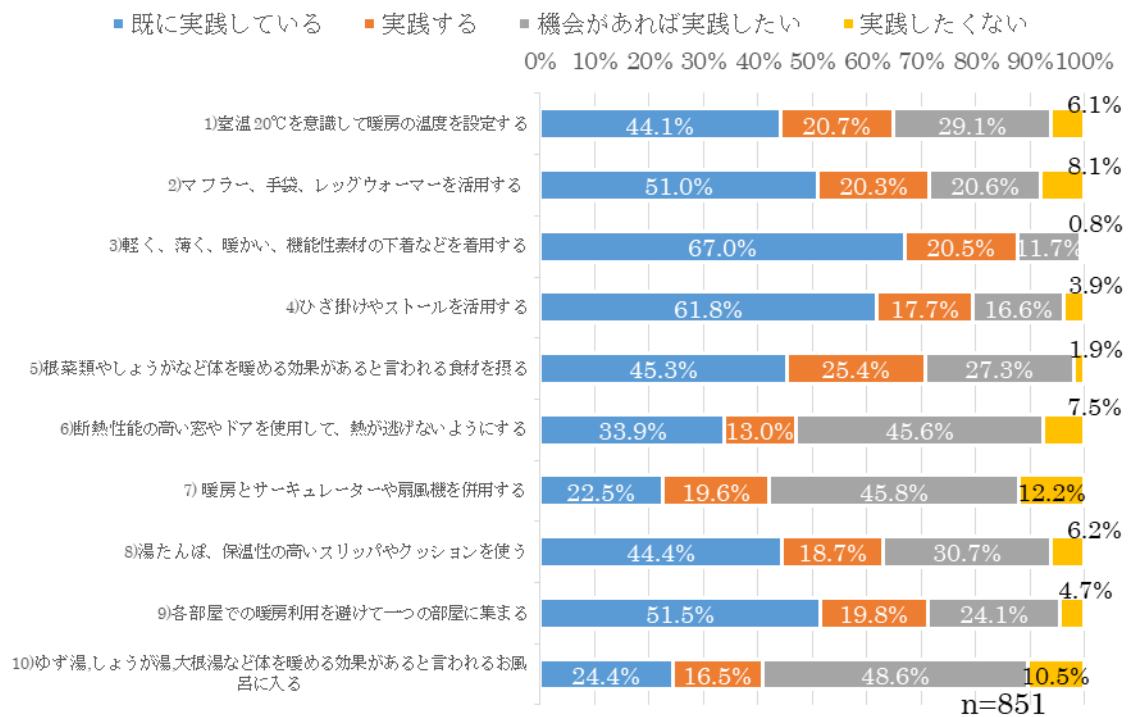


図 3-17 ウォームビズ推奨取組みの実施状況

次に、家庭でのウォームビズ推奨取組み項目実施率と回答者属性との関係进行分析した結果、若年層や単身世帯で実施率が低い傾向が見られたが、特に顕著な傾向が見られた結果を抜粋して示す。

回答者の年齢と「室温 20℃を意識して暖房の温度を設定する」の実施状況との関係を見ると、年齢層が低いほど実施率が低く、高いほど実施率が高い（図 3-18）。次に、回答者の世帯人数と「暖房とサーキュレーターや扇風機を併用する」の実施状況との関係を見ると、単身世帯の実施率が低く、3人世帯で最も実施率が高くなるが、4人以上世帯では実施率が低下した（図 3-19）。世帯人数の増加による推奨取組み項目の実施率低下については、家族の理解が得られない等の理由が考えられるが、単身世帯については意識の低さがその要因と考えられる。なお、サーキュレーターや扇風機を併用する取組みは、クールビズの推奨項目にも存在するが、クールビズの実施率は 60%を超えている。これは、サーキュレーターや扇風機による空気循環による冷暖房の効率化についての認知は低く、「涼をとるもの」という認識が高いことが窺える。

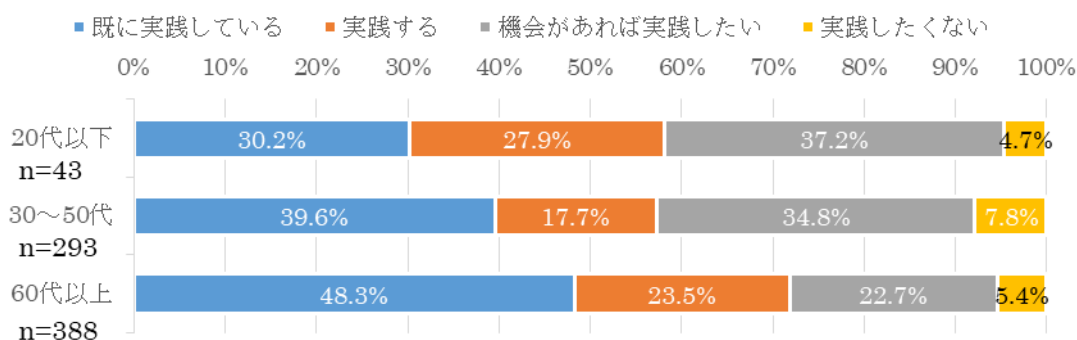


図 3-18 回答者の年齢と室温 20℃を目安にエアコン設定実施状況との関係

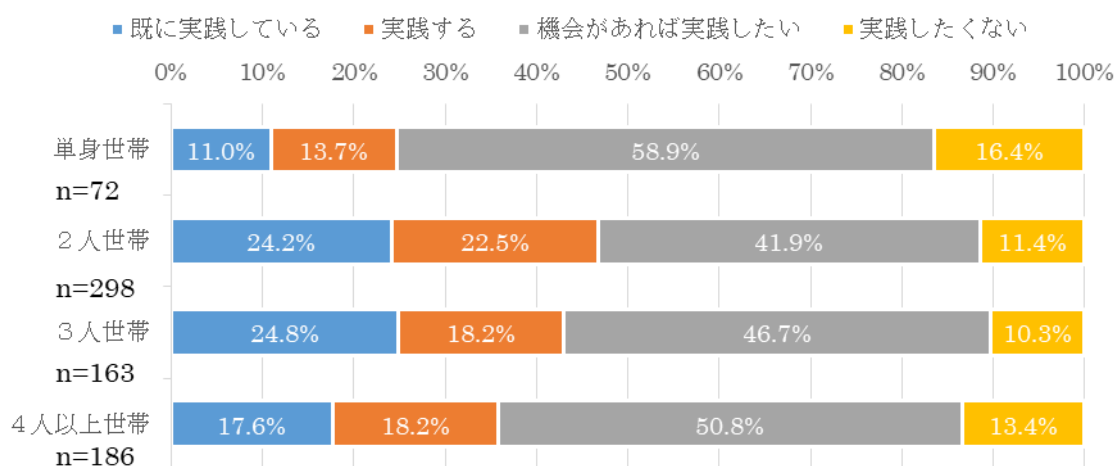


図 3-19 世帯人数と「暖房とサーキュレーターや扇風機を併用する」との関係

3.5 5つ星家電への買換えについて

回答者の5つ星家電買換えに係る統一省エネルギーラベルの認知度をみると、「内容まで詳しく知っていた」「おおよその内容は知っていた」「名前は知っていた」が全体の63.1%となった(図 3-20)。次いで、統一省エネルギーラベルを認知していた方のうち、統一省エネルギーラベルを意識して購入した製品についてみると、最も多かったのは「冷蔵庫」(42.2%)であり、次いで「エアコン」(39.2%)、「テレビ」(21.7%)と続いた(図 3-21)。

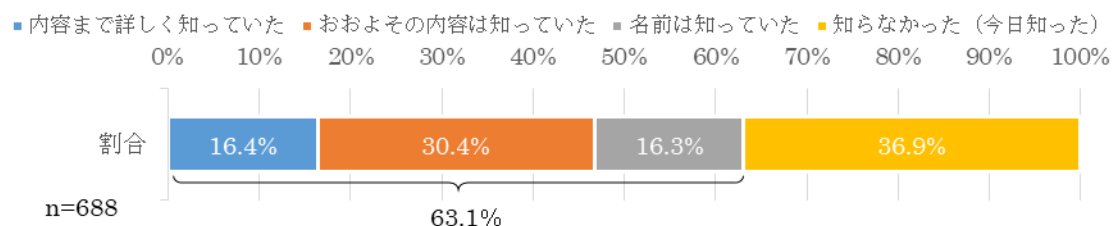


図 3-20 統一省エネルギーラベルの認知について

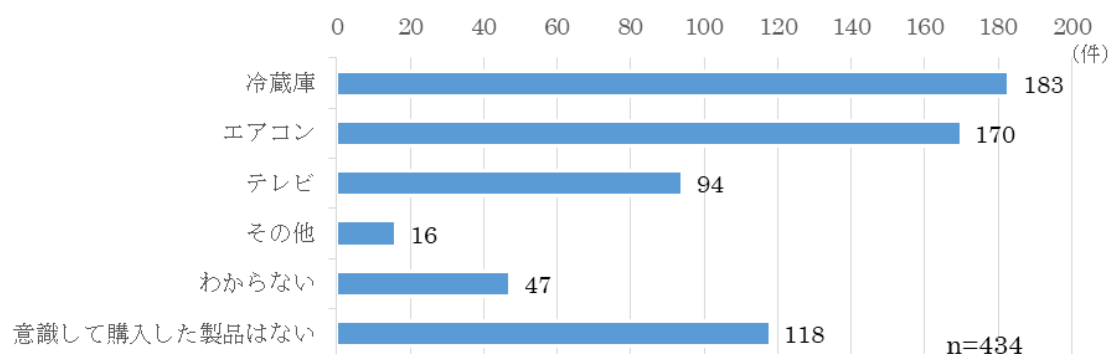


図 3-21 統一省エネルギーラベルを意識して購入した製品

次に、買換えの際に重視する点についての集計結果を図 3-22 に示す。なお、買換えの際に重視する点について1位から3位まで記入していただき、1位を3点、2位を2点、3位を1点として集計した結果となっている。これをみると、最も重視されるのはどの機器でも「価格」であった。次に重視される点は、冷蔵庫とエアコンでは「省エネ性能」だったのに対し、テレビでは「製品の性能」であった。また、テレビについては「メーカー」についても重視される傾向にあった。

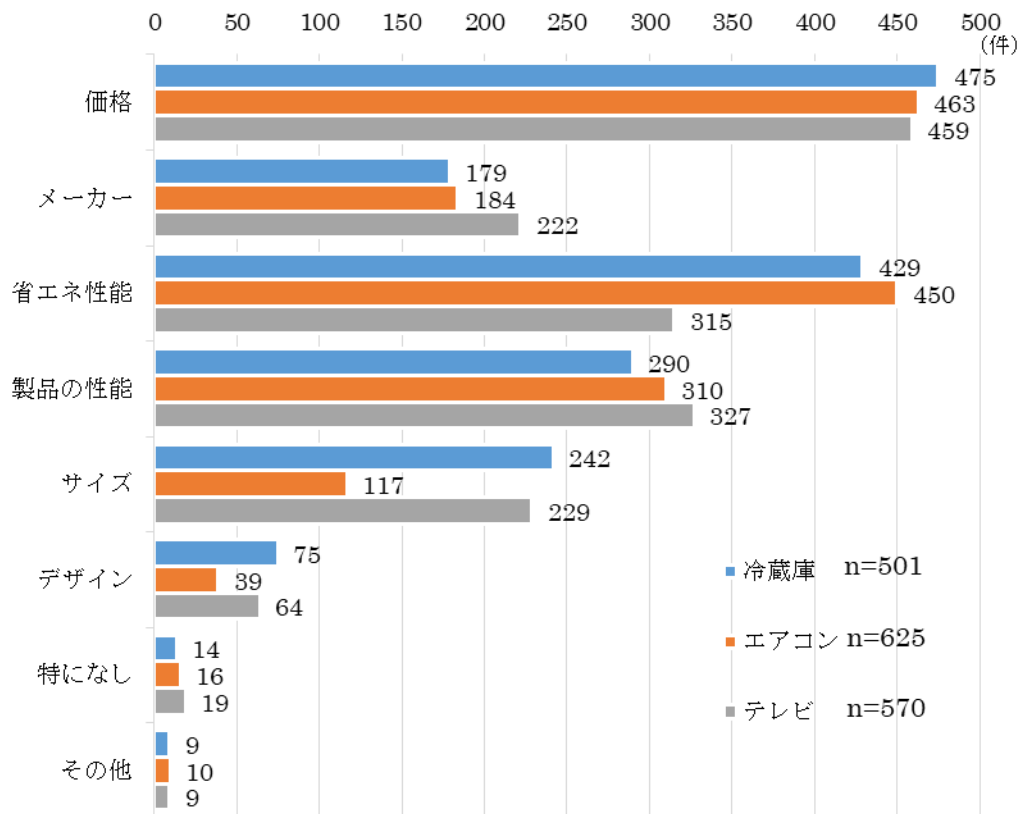


図 3-22 機器別買換えの際に重視する点

次に、買換えを検討する最も強い理由についてみると、どの機器も「故障・不調が出ない限り検討しない」が50%以上を占めるが、冷蔵庫、エアコンでは「電気代が節約できるなら」という回答が次いで大きく、テレビでは「魅力的な機能があるなら」が大きくなった（図 3-23）。

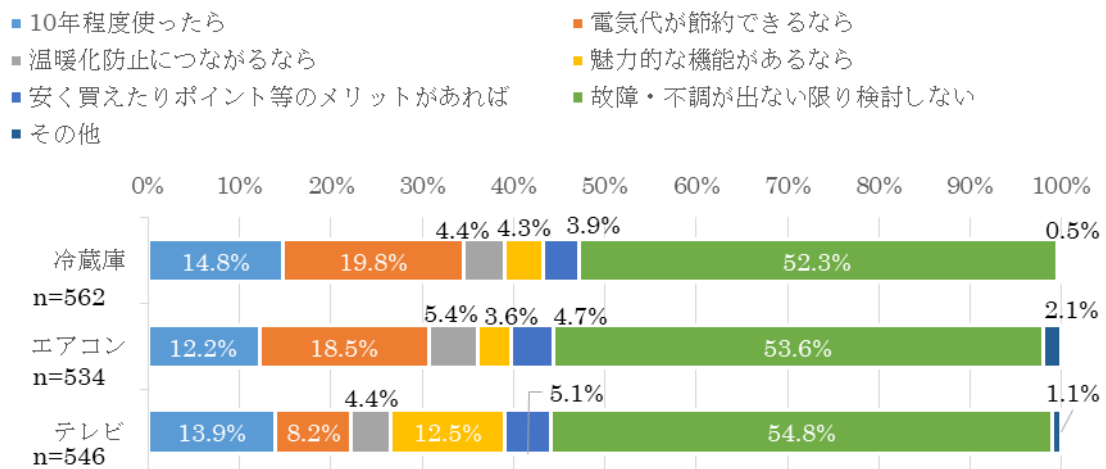


図 3-23 機器別買換え検討の最も強い理由

3.6 エコドライブについて

回答者のエコドライブの認知度をみると、「内容まで詳しく知っていた」「おおよその内容は知っていた」「名前は知っていた」が全体の 93.0%となった（図 3-24）。次いで、エコドライブを認知していた方のエコドライブ実施率をみると、全体の 68.8%が「実践している」と回答した（図 3-25）。

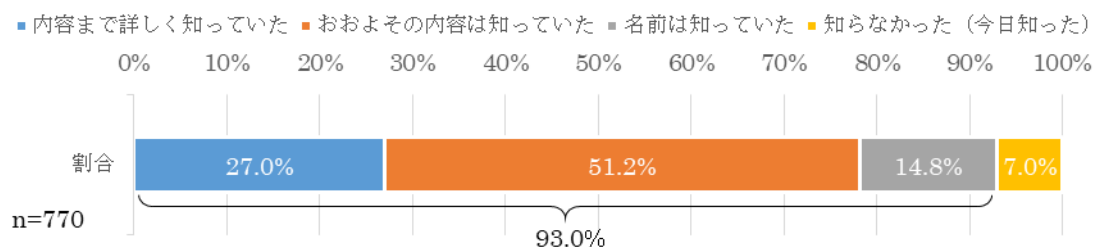


図 3-24 エコドライブの認知について

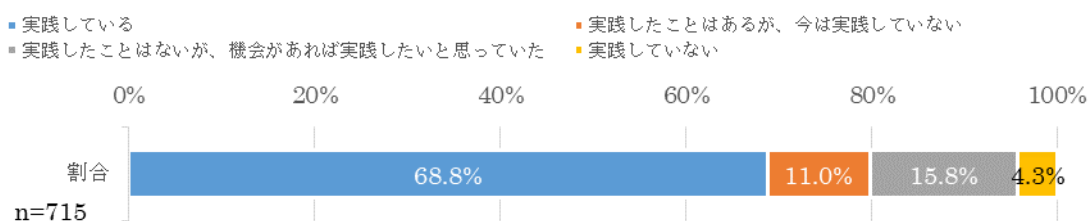


図 3-25 エコドライブの実践状況

次に、現在エコドライブを実践していない回答者の実践しない理由についてみると、最も多いのは「何をしてもいいかわからない」となり、次いで「効果が実感できない」であった（図 3-26）。

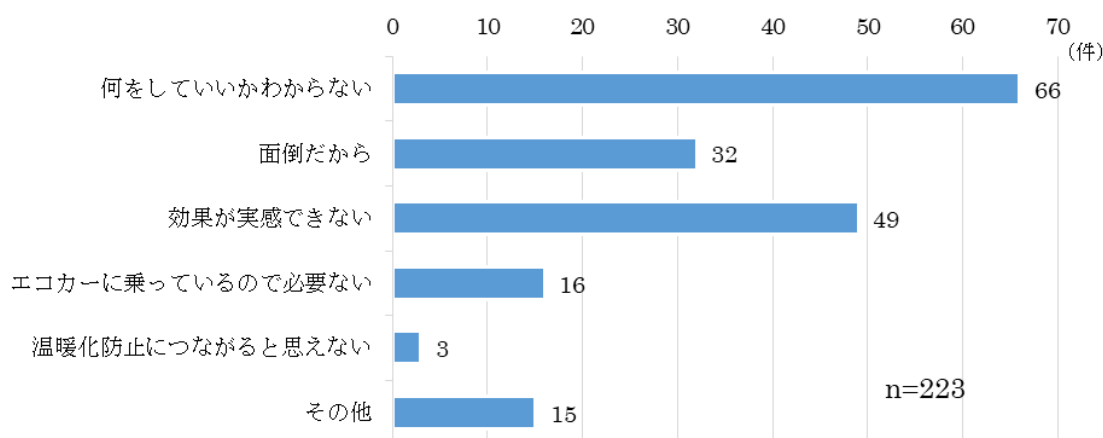


図 3-26 エコドライブを実践していない理由（複数回答）

次に、エコドライブの取組みとして推奨されている項目の実施状況を図 3-27 に示す。最も実施率が高いのは「走行の妨げとなる迷惑駐車をしない」の 79.6%となり、最も実施率が低いのは「渋滞を避けて余裕をもって出発する」の 58.0%となった。全体的に実施率は高いが、「発進するときは、穏やかにアクセルを踏む」や、「減速するときは早めにアクセルを離す」など、直接運転に関する項目の実施率が高い傾向が見られた。

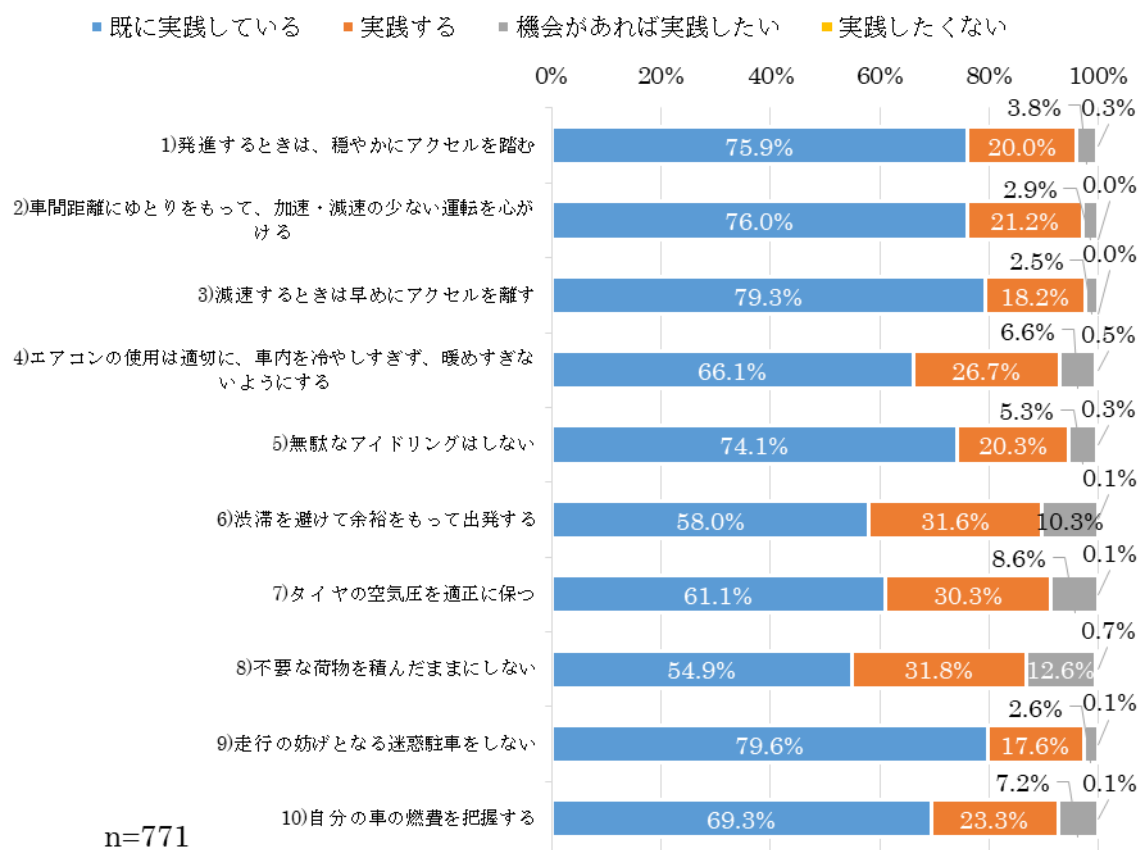


図 3-27 エコドライブ推奨取組み実践状況

次に、エコドライブ推奨取組み項目実施率と回答者属性等との関係を分析した結果、全体的にはガソリン車・ディーゼル車保有者や若年層で実施率が低い傾向が見られた。その中でより顕著な分析結果を抜粋して示す。

保有する車の種類と「発進するときは穏やかにアクセルを踏む」の実施状況との関係をみると、次世代自動車（ここではハイブリッド車、電気自動車、プラグインハイブリッド車、燃料電池車）保有者の実施率が高い（図 3-28）。次に回答者の年齢と「発進するときは穏やかにアクセルを踏む」の実施状況との関係を見ると、年齢層が低いほど実施率が低く、高いほど実施率が高い傾向が見られた（図 3-29）。

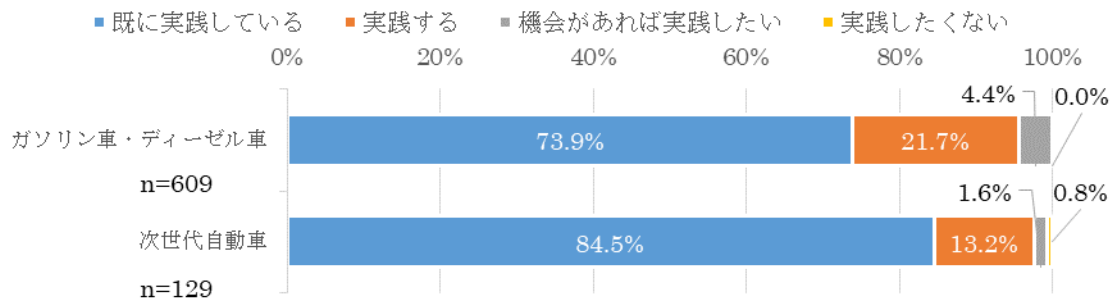


図 3-28 車の種類と「発進するときは穏やかにアクセルを踏む」との関係

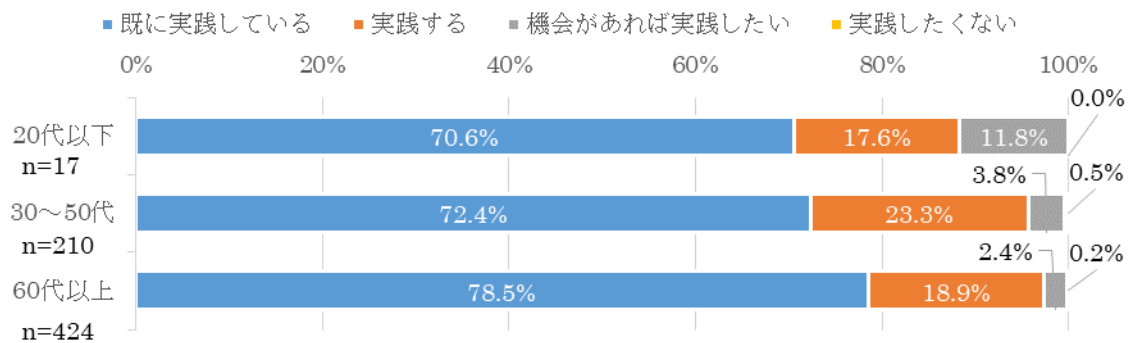


図 3-29 回答者年齢層と「発進するときは穏やかにアクセルを踏む」との関係

3.7 スマートムーブについて

回答者のスマートムーブの認知度をみると、「内容まで詳しく知っていた」「おおよその内容は知っていた」「名前は知っていた」が全体の 50.4% となり、COOL CHOICE の取組みの中で最も低くなった（図 3-30）。次いで、スマートムーブを認知していた方のスマートムーブ実施率をみると、全体の 52.5% が「実践している」と回答した（図 3-31）。

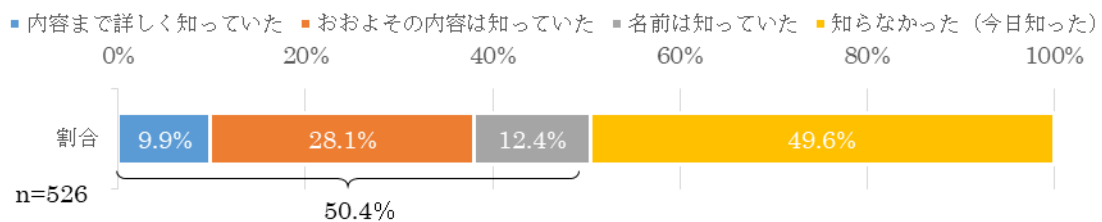


図 3-30 スマートムーブの認知について

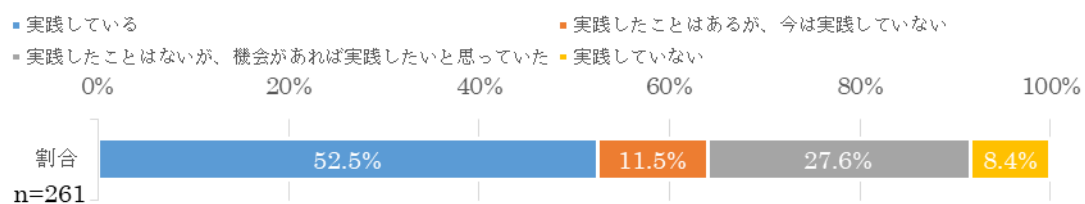


図 3-31 スマートムーブの実施状況について

次に、現在スマートムーブを実践していない回答者の実践しない理由についてみると、最も多いのは「効果が実感できない」となり、次いで「何をしていたかわからない」であった（図 3-32）。

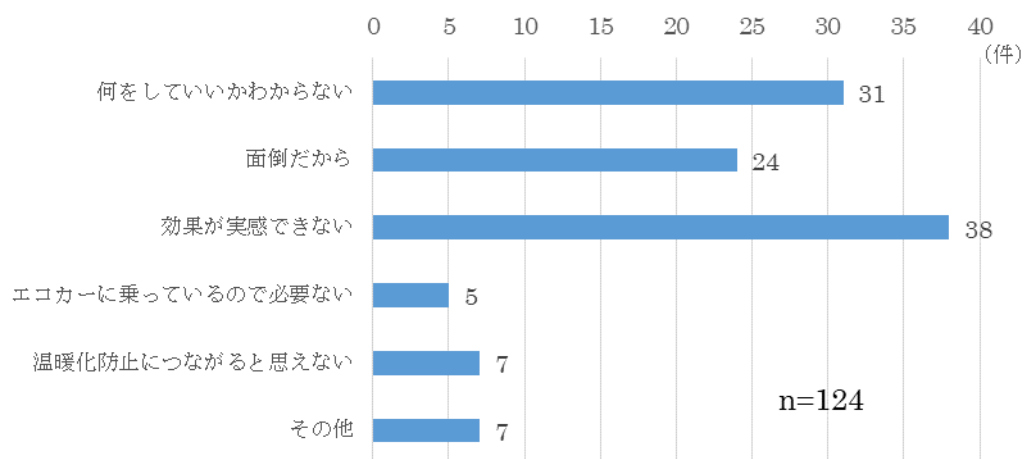


図 3-32 スマートムーブを実践しない理由

次に、家庭で実施するスマートムーブとして推奨されている項目の実施状況を図 3-33 に示す。最も実施率が高いのは「車を運転するときはエコドライブを実践する」の 70.8%となり、最も実施率が低いのは「コミュニティサイクルを利用する」の 1.7%となった。

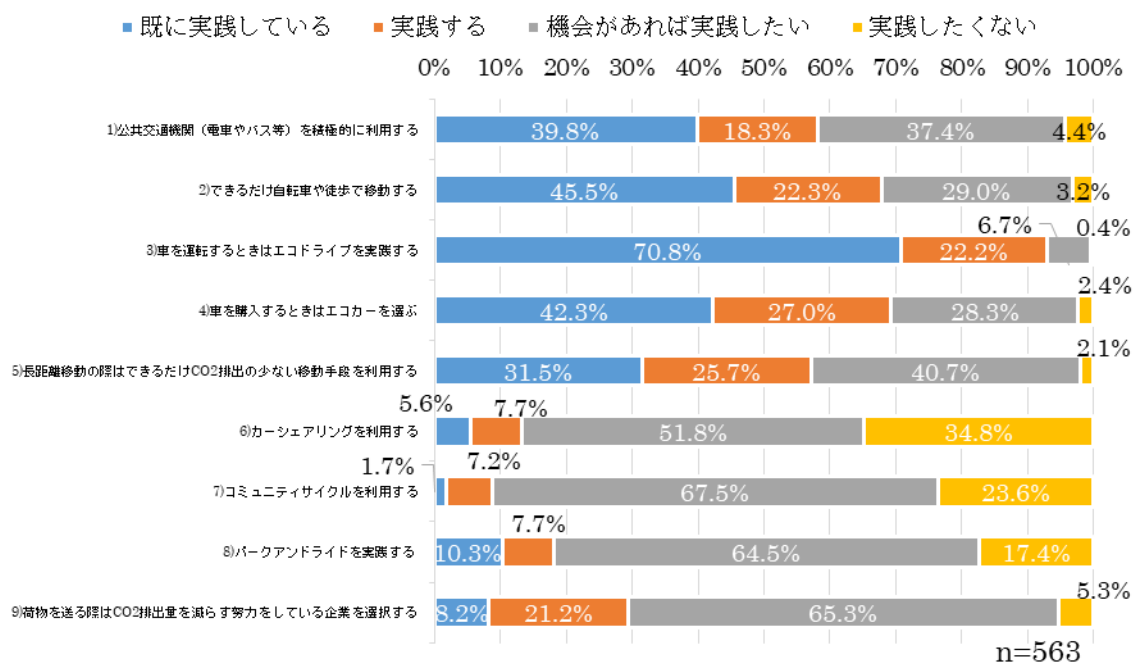


図 3-33 スマートムーブ推奨取組み項目実施状況

次に、スマートムーブの推奨取組み項目実施率と回答者属性との関係を分析した結

果、若中年層で実施率が低い傾向が見られたが、特に顕著な傾向が見られた結果を抜粋して示す。

回答者の年齢と「公共交通機関を積極的に利用する」の実施状況との関係をみると、30～50代で最も実施率が低くなった（図 3-34）。次に、回答者の年齢と「コミュニティサイクルを利用する」の実施状況との関係を見ると、実施率は30～50代で最も低いですが、「実践したくない」という回答は、20代以下で最も低くなった（図 3-35）。30～50代については最も有職者が多い層であり、代替手段がないことがその要因と考えられる。

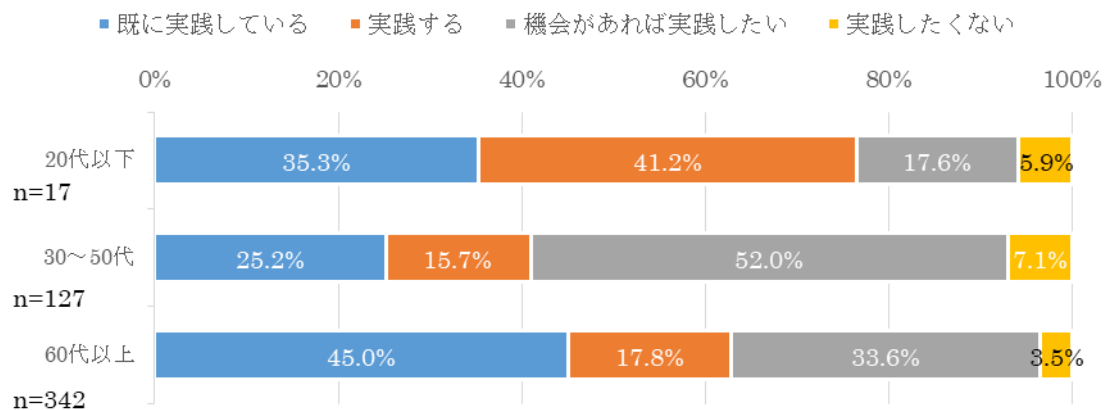


図 3-34 回答者年齢層と「公共交通機関を積極的に利用する」との関係

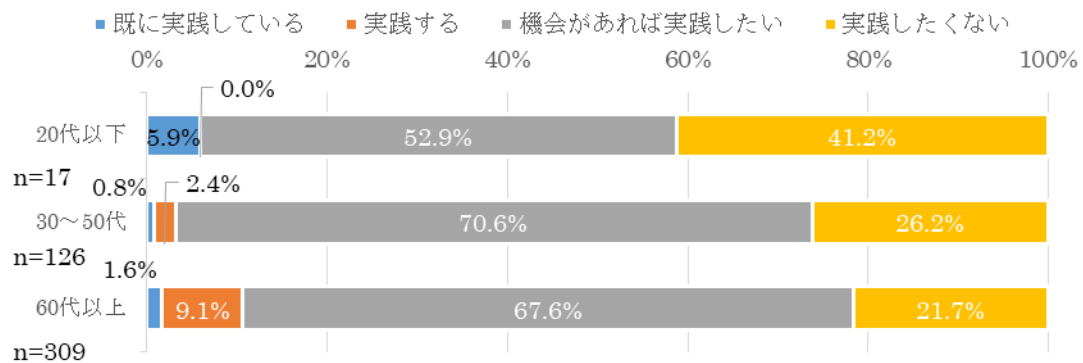


図 3-35 回答者年齢層と「コミュニティサイクル利用」との関係

4. まとめ

4.1 温暖化問題への関心及び COOL CHOICE の認知について

温暖化問題への関心が高いほど COOL CHOICE の認知が高い傾向が見られたほか、COOL CHOICE の認知が高いほど具体的な各取組みへの認知度が高い傾向が見られた。このことから、地域センターの啓発対象者の COOL CHOICE 認知は高まっていたほか、クールビズ等の具体的な取組みの認知度向上、具体的な取組みの実践につながっていることが示唆された。

4.2 家庭で実施するクールビズ、ウォームビズの認知、実施状況等について

推奨取組み項目の実施状況を見ると、実施率にバラツキが見られた。取組み項目の効果よりも、認知度の低さや難易度（面倒・手間がかかるなど）の高さが影響しているものと考えられ、各取組み項目の実践で得られる省エネ効果をアピールすることで、実施率向上につながるものとする。また、冷房時と暖房時でサーキュレーターや扇風機併用の実施率が大きく異なったことも、取組み実践による省エネ効果のアピール不足が影響したものと考えられる。

また、推奨取組み項目の実施状況については若年層や単身世帯を中心に実施率が低い傾向が見られたため、これらの属性をターゲットとした効果的な啓発活動の展開が必要と考えられる。

4.3 5つ星家電への買換えに係る統一省エネルギーラベル等の認知等について

統一省エネルギーラベルの認知度は60%を超えていたが、ラベルを意識して購入した製品については最も多い冷蔵庫でも42.2%、テレビでは20.4%となった。また機器の用途に応じて、買換えを検討する理由や重視する点の効果が異なった。特にテレビでは、省エネ性能よりも機器自体の性能やメーカー等が重視される傾向が見られた。このことから、普及啓発対象者の機器の買換えに関する嗜好等に合わせた普及啓発を実施することで、省エネ家電への買換え促進に一定の効果が得られるものとする。

4.4 エコドライブの認知、実践等について

推奨取組み項目の実施率は全体的に高いが、直接運転に関係しない項目の実施率が低い傾向が見られた。また、推奨取組み項目の実施率を見ると、年齢層が低いほど実施率が低い傾向が見られた。年齢層が低いほど実践しない理由として「何をしたいかわからない」という回答が多いことから、推奨取組み項目の認知が低いことが影響しているものとする。各取組み項目の効果をアピールすることで、実施率向上につながるものとする。

4.5 スマートムーブの認知、実践等について

具体的取組みの中で最も認知度が低く、推奨項目の中には「実践したくない」という回答が多い取組みが見られた。特にコミュニティサイクルやカーシェアリングについては、適切な認知普及方策の浸透不足やハード面の整備が行き届いていないことが要因と考えられる。また、推奨取組み項目によって、年代別に実施率が異なる傾向が見られ、例えば30～50代は通勤に自家用車を使用される方が多い世代と推察され、エコドライブ以外の推奨取組み項目実施は難しいものと考えられる。世代やライフスタイルに合わせた取組み提案と取組み実践による省エネ効果のアピールを行うことで、実施率向上につながるものとする。

4.6 総括

今回の調査によって、地域センターの普及啓発対象者の COOL CHOICE 及び付随する各種取組みの認知や実施状況について把握することができ、概ね若年層や単身世帯層、有職者層の行動変容を促すことが効果的であることが示唆された。これらの層は、概ね地球温暖化問題や省エネ行動への関心があっても実践できている割合が低いものと推察されるため、CO₂ 排出削減効果以外の効果、例えば電気代が節約になる、快適に過ごせるようになるなど、各省エネ行動の実践によって実感できる効果を具体的に示して啓発することで、一定の効果が期待できるものと考ええる。

一方で、サンプル数に偏りはあるものの、地域センターの啓発対象者の中にも各取組みの認知度や実践度が低い層が見られたり、普及啓発が行き届いていない項目が見られたりするなど、明瞭な傾向が表れることから、このような課題に合わせた啓発方法のカスタマイズが重要であることが示唆された。

啓発方法のカスタマイズを検討する際の観点としては、例えば、啓発するターゲット層の設定、ターゲット層へのアプローチ方法、啓発手法、伝え方、啓発効果把握方法などが考えられる。一方で、啓発方法の効果的なカスタマイズの整理には至っておらず、今後の課題となっている。

附録

- ・ COOL CHOICE に関するアンケート

①

記入日：平成 年 月 日

COOL CHOICE に関するアンケート

※このアンケートは環境省事業「全国地球温暖化防止活動推進センター調査・情報収集等委託業務」（一般社団法人地球温暖化防止全国ネット）の一環で実施しています。

※空欄にご記入ください。また、当てはまる□に✓を入れてください。

1. お住まいについて

(1) ご自宅住所	〒 -	(都・道・府・県)	(市・区・町・村)
(2) 家のつくり (該当項目一つにチェック)	☐ 1) 一戸建て ☐ 2) 集合 ☐ 3) その他	(3) 家の所有・契約 (該当項目一つにチェック)	☐ 1) 持ち家 ☐ 2) 民営の賃貸住宅 ☐ 3) 公営、公社又は都市再生機構(UR)の賃貸住宅 ☐ 4) 給与住宅(社宅、公務員宿舎など) ☐ 5) その他(両親の実家、住宅の間借り等)
(4) 建築年代 (おおよそでも可)	西暦 年	(5) 二重サッシまたは複層ガラスの有無	☐ 1) すべての窓にある ☐ 2) 一部の窓にある ☐ 3) ない ☐ 4) わからない

2. 世帯構成について

(1) 回答者性別	☐ 1) 男 ☐ 2) 女	(2) 回答者年齢	歳	(3) 平日日中の在宅状況 (該当項目一つにチェック)	☐ 1) ほぼ毎日いる ☐ 2) 週 3～4 日いる	☐ 3) 週 1～2 日いる ☐ 4) ほとんどいない				
(4) 職業(該当項目一つにチェック)	☐ 1) 学生 ☐ 2) 専業主婦(主夫) ☐ 3) 自営業(商工販売サービス業) ☐ 4) 農林・水産 ☐ 5) 公務員 ☐ 6) 会社役員 ☐ 7) 会社員 ☐ 8) パート・アルバイト(フリーター含む) ☐ 9) 無職 ☐ 10) その他()									
(5) 世帯人数		10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	合計世帯人数
	男性	人	人	人	人	人	人	人	人	人
	女性	人	人	人	人	人	人	人	人	
(6) 世帯タイプ(該当項目一つにチェック)	☐ 1) 単身世帯 ☐ 2) 夫婦世帯 ☐ 3) 親子世帯 ☐ 4) 親子世帯(既婚の子どもと同居) ☐ 5) 三世代世帯 ☐ 6) その他の世帯									

3. 地球温暖化問題への関心について

(1) イベント前、地球温暖化問題に関心はありましたか (該当項目一つにチェック)	☐ 1) 非常に関心があった ☐ 2) ある程度関心があった ☐ 3) どちらともいえない ☐ 4) あまり関心はなかった ☐ 5) まったく関心はなかった ☐ 6) 知らなかった・わからなかった
(2) 現在、地球温暖化問題への関心はどうになりましたか (該当項目一つにチェック)	☐ 1) 非常に関心がある ☐ 2) ある程度関心がある ☐ 3) どちらともいえない ☐ 4) あまり関心はない ☐ 5) まったく関心はない ☐ 6) 知らない・わからない

4. 「COOL CHOICE」のキャンペーンについて

(「COOL CHOICE」とは：政府が推進している温暖化対策に資するあらゆる「賢い選択」を促す国民運動です)

(1) イベント前から COOL CHOICE を知っていましたか (該当項目一つにチェック)	☐ 1) 内容まで詳しく知っていた ☐ 2) おおよその内容は知っていた ☐ 3) 名前は知っていた ☐ 4) 知らなかった(今日知った) ※4) 知らなかった(今日知った)と回答された方は(3)に進んでください。
(2) どこで知りましたか (複数選択可)	☐ 1) テレビ ☐ 2) ラジオ ☐ 3) 新聞・雑誌 ☐ 4) 環境省のポスター・パンフレット ☐ 5) 地方自治体や民間企業などのポスター・パンフレット ☐ 6) 学校などの教育機関 ☐ 7) シンポジウムや講演会等のイベント ☐ 8) 環境省の HP ☐ 9) 地方自治体や民間企業など HP ☐ 10) Web サイトや SNS ☐ 11) その他()
(3) あなたは「COOL CHOICE」に賛同していますか。また、その最も強い理由は何ですか (該当項目一つにチェック)	●賛同している ☐ 1) 温暖化防止に貢献できると考えたから ☐ 2) 自分にもできそうな活動だから ☐ 3) すでに温暖化防止行動を実施していたから ☐ 4) 職場や学校で勧められたから ☐ 5) 賛同の際に粗品等が貰えたから ☐ 6) メルマガで温暖化等の情報が送られてくるから ☐ 7) その他() ●賛同していない ☐ 8) 温暖化防止につながるとは思えないから ☐ 9) 賛同するメリットを感じないから ☐ 10) 賛同に金銭的負担がありそうだから ☐ 11) 賛同者を募集していることを知らなかった ☐ 12) 賛同方法が分からなかったから ☐ 13) 賛同する機会がなかったから ☐ 14) イベント等を受けてこれから賛同する ☐ 15) その他()

②家庭での「クールビズ」の取組について（「クールビズ」とは、地球温暖化対策のため、夏の冷房時の室温を28℃で快適に快適に過ごせる服装や取組を促すライフスタイルです）

(1) イベント前、家庭で実施するクールビズを知っていましたか(該当項目一つにチェック)		☐ 1) 内容まで詳しく知っていた ☐ 2) おおよその内容は知っていた ☐ 3) 名前は知っていた ☐ 4) 知らなかった(今日知った) ※4) 知らなかった(今日知った)と回答された方は(4)に進んでください							
(2) イベント前、家庭でクールビズを実践していましたか(該当項目一つにチェック)		☐ 1) 実践している ☐ 2) 実践したことはあるが、今は実践していない ☐ 3) 実践したことはないが、機会があれば実践したいと思っていた ☐ 4) 実践していない(実践したいと思っていなかった) ※1) 実践していると回答された方は(4)に進んでください。							
(3) クールビズを家庭で実践していない理由は何ですか(複数選択可)		☐ 1) 室温28℃では暑すぎる ☐ 2) 快適さが失われる ☐ 3) 何をしたいかわからない ☐ 4) 家族の理解が得られない ☐ 5) 温暖化防止につながると思えない ☐ 6) 家庭で実施するものだと知らなかった ☐ 7) その他()							
(4) 夏場にエアコンを使用していますか(該当項目一つにチェック)		☐ 1) 使用している ☐ 2) 使用していない							
最もよく使うエアコンについて お答えください	(5) 夏場のエアコンはいつからいつまで使用しますか	①使い始める時期		月 上・中・下旬		②使い終わる時期		月 上・中・下旬	
	(6) 平日の平均使用時間(おおよその時間をお書きください)	①使い始める時期	時間	②8月頃		時間	③使い終わる時期	時間	
	(7) 設定温度(よく設定を変える場合は平均的な温度をお書きください)	①使い始める時期	℃ ※設定できない機器の場合は空欄で結構です	②8月頃		℃	③使い終わる時期	℃	
(8) 今後、家庭でのクールビズを実践しますか。(該当項目一つにチェック)		☐ 1) 実践する ☐ 2) 機会があれば実践したい ☐ 3) 実践したくない ※3) 実践したくないと回答された方は下記の項目はお答えいただけなくて結構です。							
(9) 今後、家庭でのクールビズの取組みとして推奨されている以下の項目のうち、どの項目を実践したいと思いますか		1) 既に実践している		2) 実践する		3) 機会があれば実践したい		4) 実践したくない	
1) 室温28℃を意識して冷房の温度を設定する		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
2) エアコンのフィルターをこまめに清掃する		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
3) 夏野菜など体を冷やす効果があるとされる食材を摂る		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
4) エアコンとサーキュレーターや扇風機を併用する		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
5) エアコンの室外機の周りに物を置かない		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
6) エアコンの複数利用を避けて一つの部屋に集まる		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
7) 夏の外出時にカーテンやブラインド等を閉めて部屋の温度上昇を抑える		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
8) 放熱を避けるため使わない家電の電源はOFFにする		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
9) 時短レシピで調理から発生する放熱を抑える		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
10) うちわや扇子を利用して体感温度を下げる		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
11) 朝や夕方に打ち水をする		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
12) 冷却ジェルシートや氷のうなどの冷感グッズを使用する		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
13) 通気性のよい薄手の素材や吸湿性・速乾性のある衣類を着用する		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
14) グリーンカーテン※やすだれを使って直射日光を遮る ※窓を植物で覆うことで夏の直射日光を遮り部屋の気温を下げるものです		1) ☐		2) ☐		3) ☐		4) ☐	
(10) 夏場に冷房を使わず過ごすために上記の取組み以外で実践していることはありますか(自由回答)									
(11) 家庭でのクールビズを家族で実践したいですか									
☐ 1) 既に実践している ☐ 2) 実践したい ☐ 3) 機会があれば実践したい ☐ 4) 実践したくない									

③家庭での「ウォームビズ」の取組について（「ウォームビズ」とは、地球温暖化対策のため、冬の暖房時の室温を 20℃で快適に過ごせる服装や取組を促すライフスタイルです）

(1) イベント前、家庭で実施するウォームビズを知っていましたか（該当項目一つにチェック）		☐ 1) 内容まで詳しく知っていた ☐ 2) おおよその内容は知っていた ☐ 3) 名前は知っていた ☐ 4) 知らなかった（今日知った） ※4) 知らなかった（今日知った）と回答された方は(4)に進んでください							
(2) イベント前、家庭でのウォームビズを実践していましたか（該当項目一つにチェック）		☐ 1) 実践している ☐ 2) 実践したことはあるが、今は実践していない ☐ 3) 実践したことはないが、機会があれば実践したいと思っていた ☐ 4) 実践していない（実践したいと思っていなかった） ※1) 実践していると回答された方は(4)に進んでください。							
(3) ウォームビズを家庭で実践していない理由は何ですか（複数選択可）		☐ 1) 室温 20℃では寒すぎる ☐ 2) 快適さが失われる ☐ 3) 何をしたらいいかわからない ☐ 4) 家族の理解が得られない ☐ 5) 温暖化防止につながると思えない ☐ 6) 家庭で実施するものだと知らなかった ☐ 7) その他（ ）							
(4) 冬場に最もよく使用する暖房機器は何ですか（該当項目一つにチェック）		☐ 1) エアコン ☐ 8) 電気床暖房 ☐ 2) 電気ストーブ類（ストーブ、オイルヒーター等） ☐ 9) ガス温水床暖房 ☐ 3) 電気カーペット・こたつ ☐ 10) 灯油温水床暖房 ☐ 4) ガスストーブ類（ファンヒーター、FF 式ストーブ等） ☐ 11) センtral暖房システム ☐ 5) 灯油ストーブ類（ファンヒーター、FF 式ストーブ等） ☐ 12) 薪・木質ペレットストーブ等 ☐ 6) 電気蓄熱暖房機（蓄熱レンガ） ☐ 13) 使用していない ☐ 7) 太陽熱利用暖房システム ☐ 14) その他（ ）							
お答えください 最もよく使う暖房について	(5) 暖房はいつからいつまで使用しますか	①使い始める時期		月 上 ・ 中 ・ 下旬		②使い終わる時期		月 上 ・ 中 ・ 下旬	
	(6) 平日の平均使用時間（おおよその時間をお書きください）	①使い始める時期	時間	②1月頃	時間	③使い終わる時期	時間		
	(7) 設定温度（よく設定を変える場合は平均的な温度をお書きください）	①使い始める時期	℃ ※設定できない機器の場合は空欄で結構です	②1月頃	℃	③使い終わる時期	℃		
(8) 今後、家庭でのウォームビズを実践しますか。（該当項目一つにチェック）		☐ 1) 実践する ☐ 2) 機会があれば実践したい ☐ 3) 実践したくない ※3) 実践したくないと回答された方は下記の項目はお答えいただくことなく結構です。							
(9) 今後、家庭でのウォームビズの取組みとして推奨されている以下の項目のうち、どの項目を実践したいと思いますか		1) 既に実践している	2) 実践する	3) 機会があれば実践したい	4) 実践したくない				
1) 室温 20℃を意識して暖房の温度を設定する		1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐				
2) マフラー、手袋、レッグウォーマーを活用する		1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐				
3) 軽く、薄く、暖かい、機能性素材の下着などを着用する		1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐				
4) ひざ掛けやストールを活用する		1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐				
5) 根菜類やしょうがなど体を暖める効果があるとされる食材を摂る		1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐				
6) 断熱性能の高い窓やドアを使用して、熱が逃げないようにする		1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐				
7) 暖房とサーキュレーターや扇風機を併用する		1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐				
8) 湯たんぽ、保温性の高いスリッパやクッションを使う		1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐				
9) 各部屋での暖房利用を避けて一つの部屋に集まる		1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐				
10) ゆず湯、しょうが湯、大根湯など体を暖める効果があるとされるお風呂に入る		1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐				
(10) 冬場に暖房を使わず過ごすために上記の取組み以外で実践していることはありますか（自由回答）									
(11) 家庭でのウォームビズを家族で実践したいですか									
☐ 1) 既に実践している ☐ 2) 実践したい ☐ 3) 機会があれば実践したい ☐ 4) 実践したくない									

(1) イベント前、統一省エネルギーラベルを知っていましたか（該当項目一つにチェック）	□1) 内容まで詳しく知っていた □2) おおよその内容は知っていた □3) 名前は知っていた □4) 知らなかった（今日知った） ※4) 知らなかった（今日知った）と回答された方は(4)に進んでください	
(2) イベント前、統一省エネルギーラベルを意識して購入した製品はありますか（複数選択可）	□1) 冷蔵庫 □2) エアコン □3) テレビ □4) その他() □5) わからない □6) 意識して購入した製品はない	
(3) イベント前、5つ星家電の購入を検討したり、興味を持ったりしたことはありましたか（該当項目一つにチェック）	□1) 既に5つ星家電を購入済み、または発注済み □2) 5つ星家電に興味があり、購入の検討対象に入れようと思っていた □3) 5つ星家電に興味はあるが、以下の理由から購入の検討対象ではなかった （理由を一つ選択：□1) 経済性 □2) デザイン・性能 □3) その他） □4) 5つ星家電にあまり興味がなかった □5) 5つ星家電のような省エネ機器があることを知らなかった □6) テレビ・エアコン・冷蔵庫の購入・買換えの予定がない □7) テレビ・エアコン・冷蔵庫を利用していない □8) わからない □9) その他()	
(4) 今後、5つ星家電を購入したいと思いますか。（該当項目一つにチェック）	□1) 既に5つ星家電を購入済み、または発注済み □2) 5つ星家電に興味をもち、購入の検討対象に入れようと思う □3) 5つ星家電に興味はもったが、以下の理由から購入の検討対象にならない （理由を一つ選択：□1) 経済性 □2) デザイン・性能 □3) その他） □4) 説明は聞いたが、5つ星家電に興味はわからない □5) テレビ・エアコン・冷蔵庫の購入・買換えの予定がない □6) テレビ・エアコン・冷蔵庫を利用していない □7) わからない □8) その他()	参考：統一省エネルギーラベル

機器		製造 or 購入年代 (おおよそで可)	買換えの予定	買換えの際に重視する点は何ですか(上位3つの数字を記入)	故障や不調以外で買換えを検討することはありますか(最も強い理由一つにチェック)
最もよく使う機器についてお答えください	(5) 冷蔵庫	年 □持っていない	☐ 1) 1年以内に ☐ 2) 3年以内を目途に ☐ 3) 当面買換予定なし ☐ 4) 備付けのため困難 ☐ 5) その他()	1) 価格 1位 — 2) メーカー 3) 省エネ性能 4) 製品の機能 (省エネ性能以外) 2位 — 5) サイズ 6) デザイン 3位 — 7) 特になし 8) その他()	☐ 1) 10年程度使ったら ☐ 2) 電気代が節約できるなら ☐ 3) 温暖化防止につながるなら ☐ 4) 魅力的な機能があるなら ☐ 5) 安く買えたりポイント等のメリットがあれば ☐ 6) 故障・不調が出ない限り検討しない ☐ 7) その他()
	(6) エアコン	年 □持っていない	☐ 1) 1年以内に ☐ 2) 3年以内を目途に ☐ 3) 当面買換予定なし ☐ 4) 備付けのため困難 ☐ 5) その他()	1) 価格 1位 — 2) メーカー 3) 省エネ性能 4) 製品の機能 (省エネ性能以外) 2位 — 5) サイズ 6) デザイン 3位 — 7) 特になし 8) その他()	☐ 1) 10年程度使ったら ☐ 2) 電気代が節約できるなら ☐ 3) 温暖化防止につながるなら ☐ 4) 魅力的な機能があるなら ☐ 5) 安く買えたりポイント等のメリットがあれば ☐ 6) 故障・不調が出ない限り検討しない ☐ 7) その他()
	(7) テレビ	年 □持っていない	☐ 1) 1年以内に ☐ 2) 3年以内を目途に ☐ 3) 当面買換予定なし ☐ 4) 備付けのため困難 ☐ 5) その他()	1) 価格 1位 — 2) メーカー 3) 省エネ性能 4) 製品の機能 (省エネ性能以外) 2位 — 5) サイズ 6) デザイン 3位 — 7) 特になし 8) その他()	☐ 1) 10年程度使ったら ☐ 2) 電気代が節約できるなら ☐ 3) 温暖化防止につながるなら ☐ 4) 魅力的な機能があるなら ☐ 5) 安く買えたりポイント等のメリットがあれば ☐ 6) 故障・不調が出ない限り検討しない ☐ 7) その他()

⑤エコドライブについて（エコドライブとは、地球温暖化対策のため、環境負荷の軽減に配慮した自動車の使用を促進する取組です）

(1)車を持っていますか	□1) ガソリン車 □2) ハイブリッド車 □3) 電気自動車 □4) ディーゼル車 □5) プラグインハイブリッド車 □6) 燃料電池車 □7) その他() □8) 持っていない ※8) 持っていないとご回答された方は、下記の項目はお答えいただくなくて結構です。			
(2)イベント前、エコドライブを知っていましたか(該当項目一つにチェック)	□1) 内容まで詳しく知っていた □2) おおよその内容は知っていた □3) 名前は知っていた □4) 知らなかった(今日知った) ※4) 知らなかった(今日知った)と回答された方は(5)に進んでください			
(3)イベント前、エコドライブを実践していましたか(該当項目一つにチェック)	□1) 実践している □2) 実践したことはあるが、今は実践していない □3) 実践したことはないが、機会があれば実践したいと思っていた □4) 実践していない(実践したいと思っていなかった) ※1) 実践していると回答された方は(5)に進んでください			
現在エコドライブを実践していない方にお伺いします。 (4)エコドライブを実践していない理由は何ですか(複数選択可)	□1) 何ををしていいかわからない □2) 面倒だから □3) 効果が実感できない □4) エコカーに乗っているの必要な □5) 温暖化防止につながると思えない □6) その他()			
(5)今後、エコドライブを実践しますか。(該当項目一つにチェック)	□1) 実践する □2) 機会があれば実践したい □3) 実践したくない ※3) 実践したくないと回答された方は下記の項目はお答えいただくなくて結構です。			
(6)今後、エコドライブとして推奨されている以下の項目のうち、どの項目を実践したいと思いますか。	1)既に実践している	2)実践する	3)機会があれば実践したい	4)実践したくない
1)発進するときは、穏やかにアクセルを踏む	1)□	2)□	3)□	4)□
2)車間距離にゆとりをもって、加速・減速の少ない運転を心がける	1)□	2)□	3)□	4)□
3)減速するときは早めにアクセルを離す	1)□	2)□	3)□	4)□
4)エアコンの使用は適切に、車内を冷やしすぎず、暖めすぎないようにする	1)□	2)□	3)□	4)□
5)無駄なアイドリングはしない	1)□	2)□	3)□	4)□
6)渋滞を避けて余裕をもって出発する	1)□	2)□	3)□	4)□
7)タイヤの空気圧を適正に保つ	1)□	2)□	3)□	4)□
8)不要な荷物を積んだままにしない	1)□	2)□	3)□	4)□
9)走行の妨げとなる迷惑駐車をしない	1)□	2)□	3)□	4)□
10)自分の車の燃費を把握する	1)□	2)□	3)□	4)□
(7)上記以外に車を運転する際に気を付けていることはありますか(自由回答)				

⑥スマートムーブについて（スマートムーブとは、地球温暖化対策のため、環境への負荷を考慮し、状況に応じた最適な移動方法の選択を促すライフスタイルです）

(1) イベント前、スマートムーブを知っていましたか(該当項目一つにチェック)	☐ 1) 内容まで詳しく知っていた ☐ 2) おおよその内容は知っていた ☐ 3) 名前は知っていた ☐ 4) 知らなかった(今日知った) ※4) 知らなかった(今日知った)と回答された方は(4)に進んでください			
(2) イベント前、スマートムーブを実践していましたか(該当項目一つにチェック)	☐ 1) 実践している ☐ 2) 実践したことはあるが、今は実践していない ☐ 3) 実践したことはないが、機会があれば実践したいと思っていた ☐ 4) 実践していない(実践したいと思っていなかった) ※1) 実践していると回答された方は(4)に進んでください			
(3) スマートムーブを実践していない理由は何ですか(複数選択可)	☐ 1) 何をしてもいいかわからない ☐ 2) 面倒だから ☐ 3) 代替手段がない ☐ 4) 家族の理解が得られない ☐ 5) 温暖化防止につながると思えない ☐ 6) その他(			
(4) 今後、スマートムーブを実践しますか(該当項目一つにチェック)	☐ 1) 実践する ☐ 2) 機会があれば実践したい ☐ 3) 実践したくない ※3) 実践したくないと回答された方は下記の項目はお答えいただかなくて結構です。			
(5) 今後、スマートムーブとして推奨されている以下の項目のうち、どの項目を実践したいと思いますか。	1) 既実践している	2) 実践する	3) 機会があれば実践したい	4) 実践したくない
1) 公共交通機関（電車やバス等）を積極的に利用する	1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐
2) できるだけ自転車や徒歩で移動する	1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐
3) 車を運転するときはエコドライブを実践する	1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐
4) 車を購入するときはエコカーを選ぶ	1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐
5) 長距離移動の際はできるだけ CO2 排出の少ない移動手段を利用する	1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐
6) カーシェアリング※を利用する ※1 台の自動車を複数の会員が共同で利用すること	1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐
7) コミュニティサイクル※を利用する ※借りた場所だけでなく、別の場所でも返却ができる自転車を用いた公共交通システムのこと	1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐
8) パークアンドライド※を実践する ※自動車を駅周辺の駐車場に停めて、電車やバスに乗り換えてもらう取組	1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐
9) 荷物を送る際は CO2 排出量を減らす努力をしている企業を選択する	1) ☐	2) ☐	3) ☐	4) ☐
(6) 上記以外に気を付けていることはありますか(自由回答)				

