



令和4年度 気候変動適応に係る
国民の理解度調査レポート
結果報告書
-全国版-

カスタマードリブンDiv. 名前 小野 周也

2023年6月13日

小野 周也

Ono Shuya



■担当顧客

大手インターネット広告代理店

製造業専属デジタルマーケティング代理店

■同チーム実績

旅行代理店

交通広告系代理店

飲料メーカー専属代理店



担当紹介

■経歴

- ・2020年～
ネオマーケティング 新卒入社

■そのほか

- ・好きなこと：フットサル、海外サッカー観戦

実績

他実績多数

- ・Web調査+インタビューを複合で実施。
対象者へのオペレーション部分も社内で対応
- ・調査+PRリリース、WPの作成まで実施。

<代理店さま事例>

■お客様の満足度を高めるオペレーション

事業会社の調査経験豊富なため、
ご依頼～集計ご納品までクイックなスケジュールで進行可能です。

提案の後押しをする調査データを提供することで、
エンドからの相談が増えたと好評いただいております。
(大手インターネット広告代理店様
製造業専属デジタルマーケティング代理店様 他)

CONTENTS

目次

- 調査概要
- 回答者属性編
- 調査画面
- 調査結果詳細編

調查概要

調査目的	NIES中長期計画で「適応に係る国民の理解度の測定方法の開発及び測定実施並びに中長期計画期間当初の測定値と比較しての向上を目指す。」こととしている。これを踏まえ、気候変動適応センターが行う適応に係る国民の理解度の測定方法の開発を支援するとともに、Webアンケート調査による計測の試行及び結果分析を行うことを目的とする。
調査対象者	居住地：全国7地域（北海道地域、東北地域、関東地域、中部地域、近畿地域、中国四国地域、九州・沖縄地域） 年代：18歳～29歳、30代、40代、50代、60歳以上 性別：男性、女性、（その他） 割付：各地域×年代×性別
調査手法	インターネット調査
調査時期	第1回目：2023年1月31日(火)～2023年2月1日(水) 第2回目：2023年2月8日(水)～2023年2月9日(木)
調査結果の見方	<ul style="list-style-type: none">・nは回答者数を表している。・回答率(%)は小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示している。このため、合計数値は必ずしも100%とはならない場合がある。・設問的回答には、単一回答と複数回答がある。複数回答の設問は、回答率(%)の合計が100%を超える場合がある。・nが30未満の数値は参考値とする。

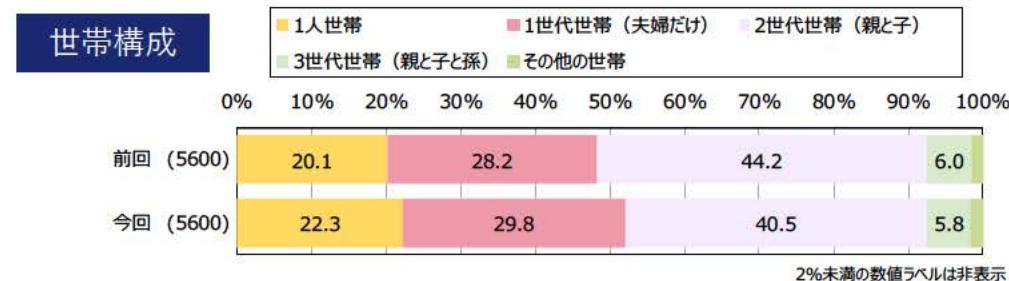
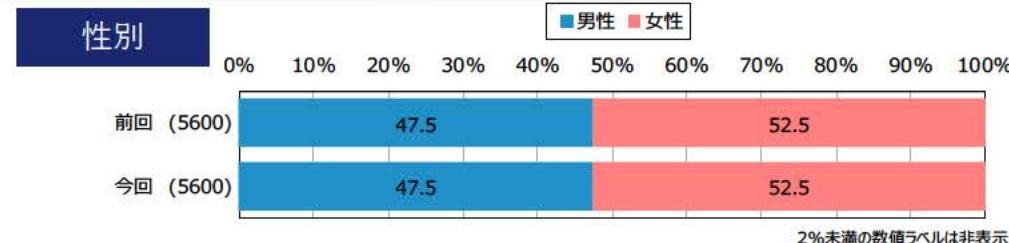
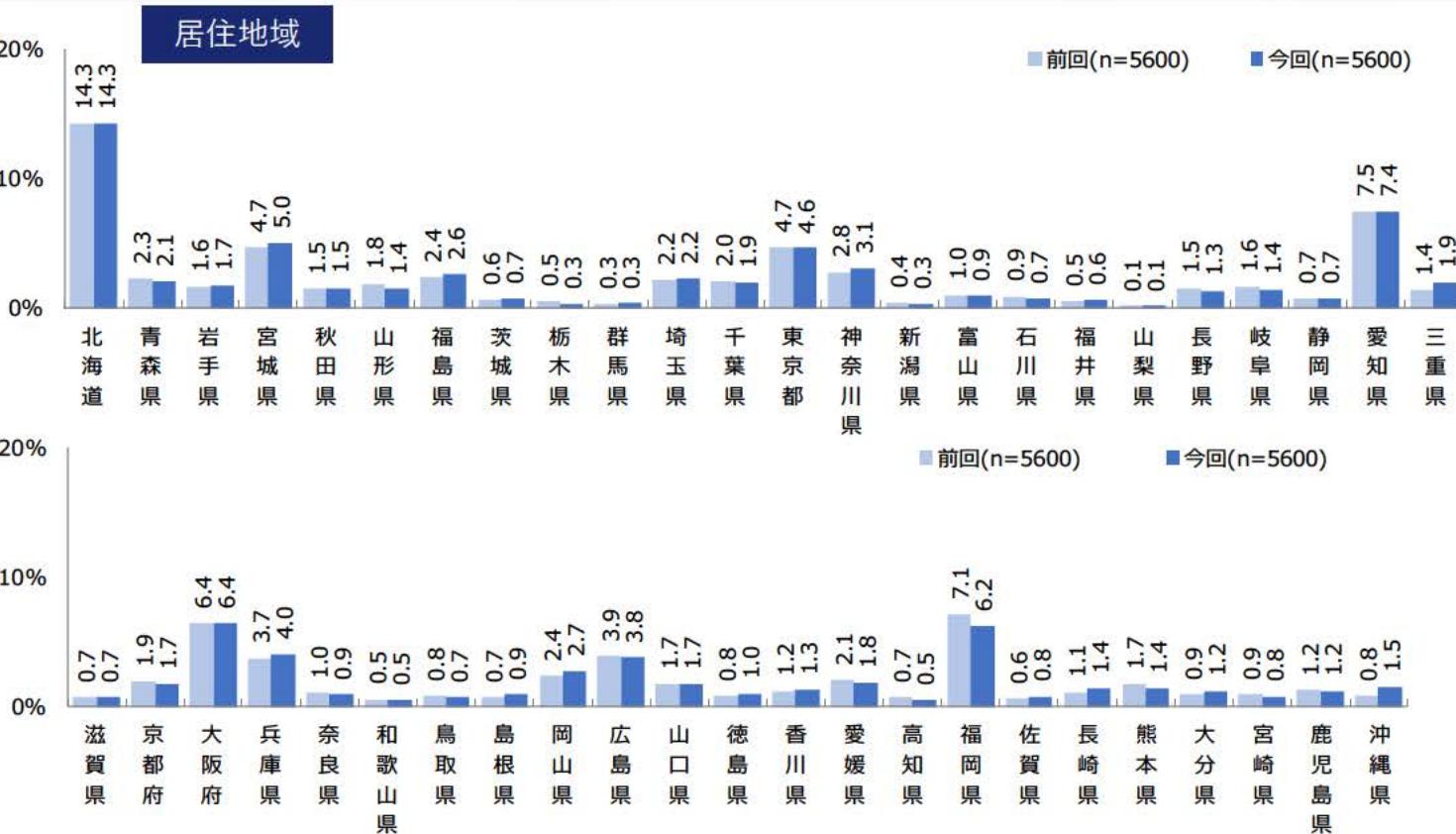
フェース質問		
F1	性別	SA
F2	年齢	NA
F3	居住地域	SA
SC調査		
SC1	調査協力可否	SA
本調査		
Q1	気候変動の影響事項の認知	SA
Q2	気候変動の影響事項の認知経路	MA
Q3	気候変動の影響情報の提供状況	SA
Q4	気候変動影響への関心度	SA
Q5	気候変動影響を感じる影響	MA
Q6	問題だと思う気候変動がもたらす影響	MA
Q7	「気候変動適応」の取り組み認知状況	SA

フェース質問		
Q8	「気候変動適応」の認知経路	MA
Q9	気候変動の影響や適応について知りたい情報	MA
Q10	提供されたら閲覧すると思う気候変動適応に関する知識や情報の媒体	MA
Q11	実践している気候変動適応への取り組み	MA
Q12	今後新たに実践したいと思う気候変動適応への取り組み	MA
Q13	気候変動適応を実践するまでの課題	MA
Q14	気候変動適応につながる商品やサービスの認識	SA
Q15	「気候変動適応法」の認知状況	SA
Q16	気候変動適応に関して期待する政府の取り組み	MA
Q17	気候変動影響の対処主体	SA
Q18	「国立環境研究所 気候変動適応センター」「地域気候変動適応センター」認知状況	SA
Q19	就業形態	SA
Q20	従事する産業分野	SA
Q21	世帯構成	SA

回答者属性編

※本調査データ

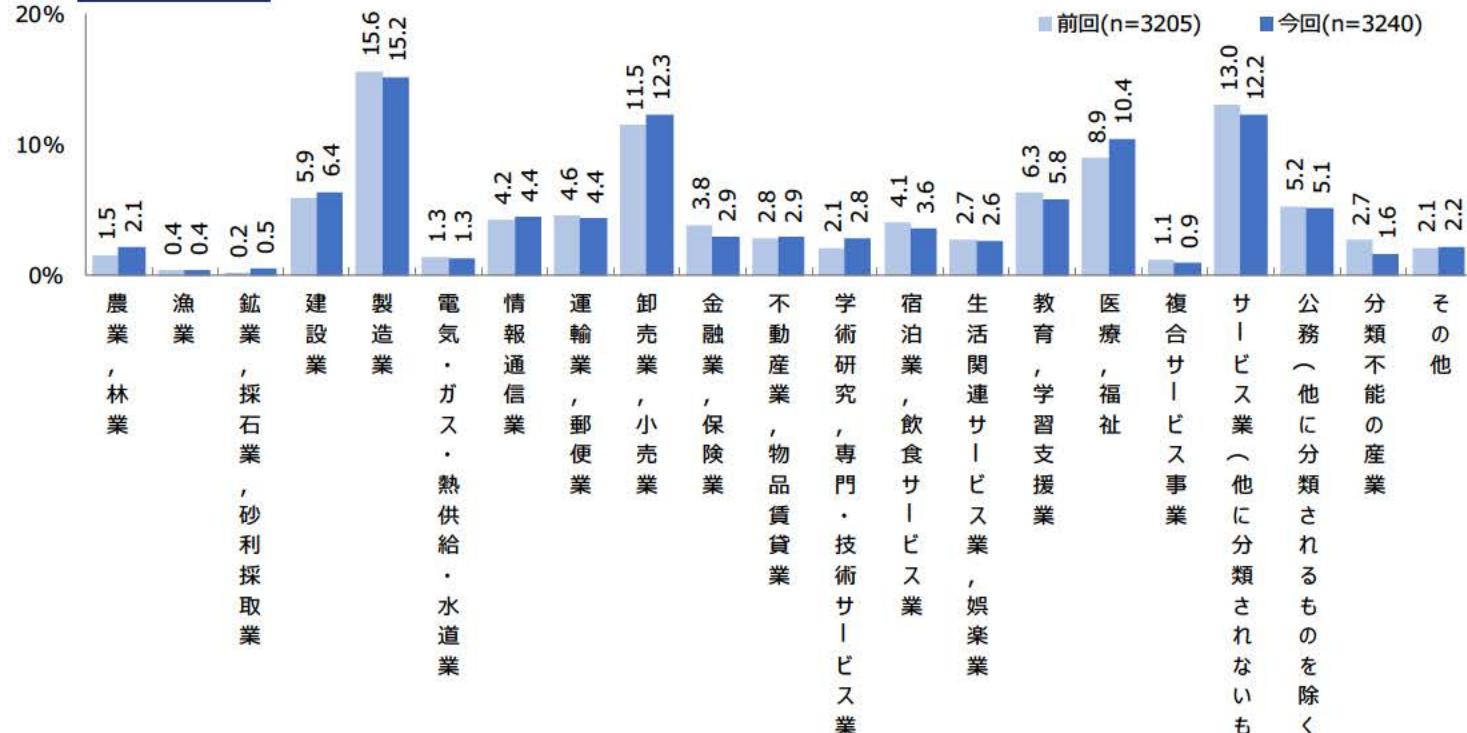
回答者属性編



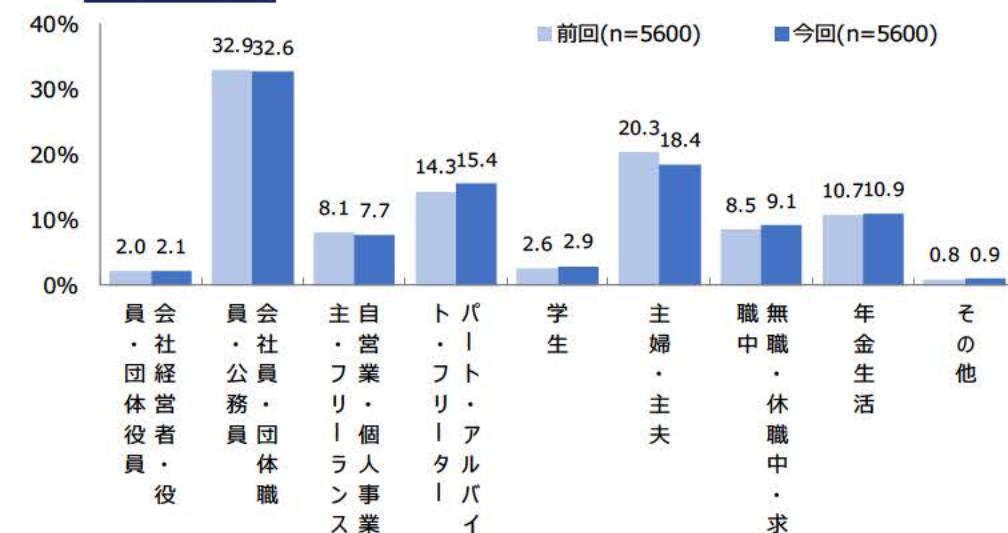
性年代



産業分野



就業形態



調査回答画面について

調査結果 詳細

調査結果の見方について

●比較する調査の「軸」について

- ①年代
- ②地域
- ③気候変動適応認知別

全員回答

Q7 SA

気候変動は私たちの生活にも影響を与えています。その影響に対処することを「**気候変動適応**」といいます。
あなたは、**気候変動適応**という言葉と、その取り組みを知っていましたか。

(お答えは1つ)

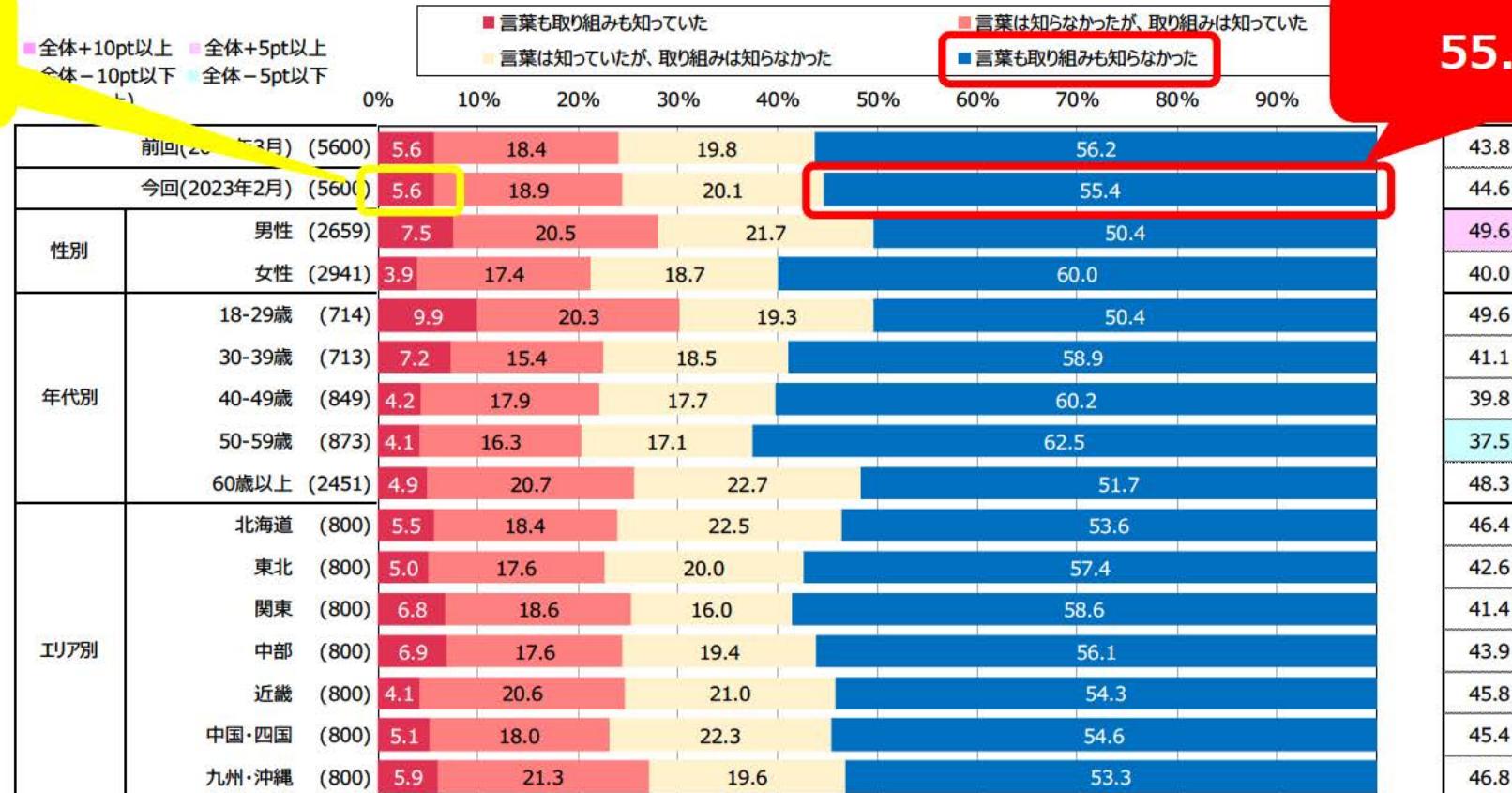
この回答者

<input checked="" type="radio"/>	O1 言葉も取り組みも知っていた
<input type="radio"/>	O2 言葉は知らなかったが、取り組みは知っていた
<input type="radio"/>	O3 言葉は知っていたが、取り組みは知らなかった
<input type="radio"/>	O4 言葉も取り組みも知らなかった

- 「気候変動適応」の取り組み認知状況について最も高いのは、「言葉も取り組みも知らなかった」(55.4%)である。
- 次いで「言葉は知っていたが、取り組みは知らなかった」(20.1%)、「言葉は知らなかったが、取り組みは知っていた」(18.9%)、「言葉も取り組みも知っていた」(5.6%)と続く。

Q7 気候変動は私たちの生活にも影響を与えています。その影響に対処することを「気候変動適応」といいます。
あなたは、気候変動適応という言葉と、その取り組みを知っていましたか。（お答えは1つ）

認知度5.6%

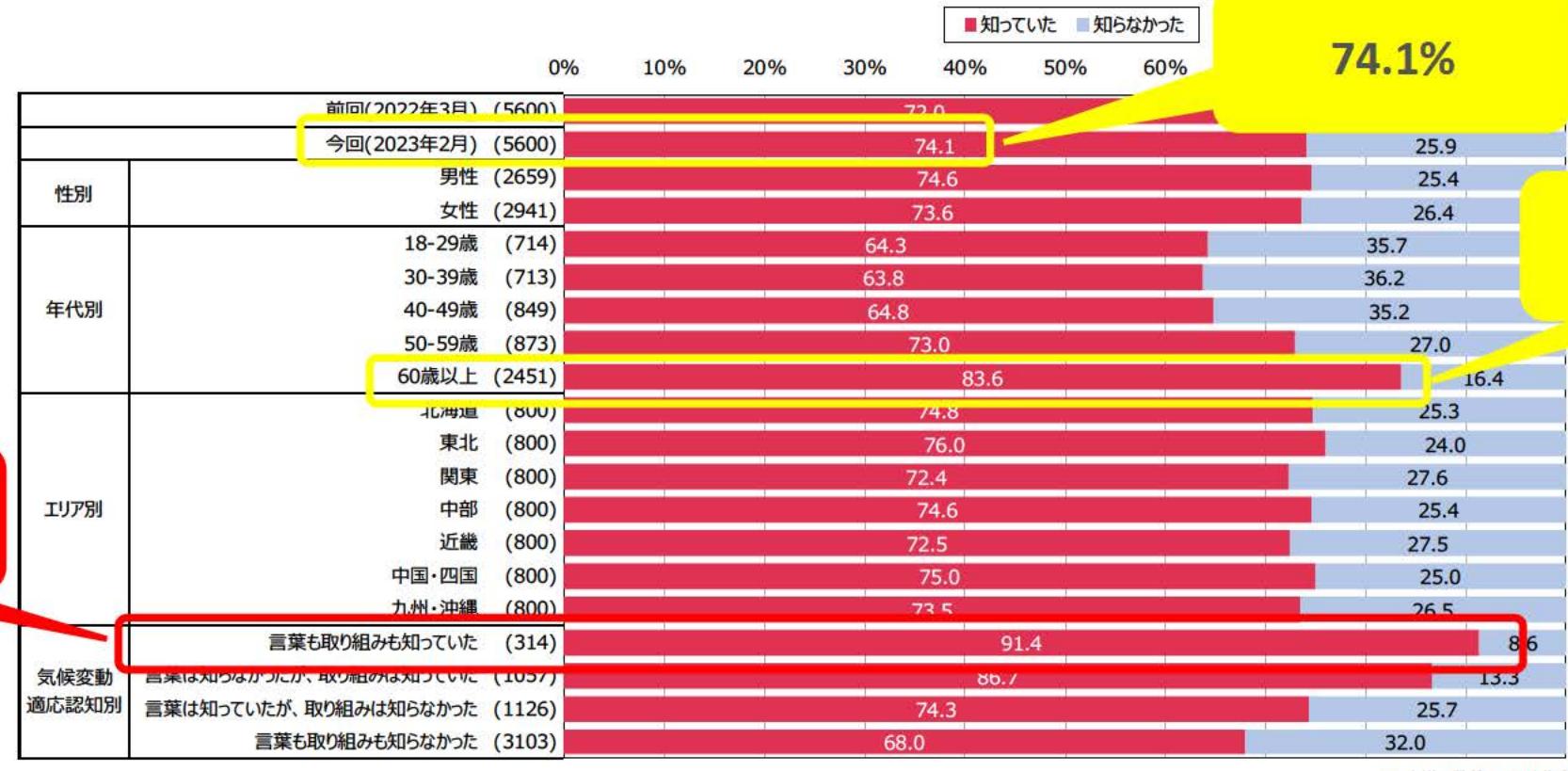


55.4%

- ・ 気候変動の影響事項を「知っていた」割合は**74.1%**である。
- ・ 気候変動適応のことを「言葉も取り組みも知っていたと回答した方」は「知っていた」の割合が**91.4%**あり、全体よりも高い。

Q1 気候変動影響は、農作物の品質低下、野生生物の生息域の変化、大雨の頻発化に伴う水害リスクの増加、熱中症搬送者の増加といった形で、私たちの暮らしの様々なところに影響を与えています。

あなたは、地球温暖化などの気候変動により、このような様々な影響が出ることを知っていましたか。（お答えは1つ）



91.4%

- 気候変動の影響事項の認知経路について最も高いのは、「テレビ番組／テレビCM／ラジオ番組／ラジオCM」(80.0%)である。
- 次いで「インターネット」(48.3%)、「新聞・雑誌・本」(37.8%)、「地方公共団体や民間企業などのポスター・パンフレット」(10.9%)と続く。
- 年代別でみると、18-29歳は「SNS」「学校などの教育機関」の割合が全体よりも高い。

Q2 あなたは、気候変動影響についてどのような媒体や情報源で知りましたか。（お答えはいくつでも）

全体の数値と
比較して色付け
されています

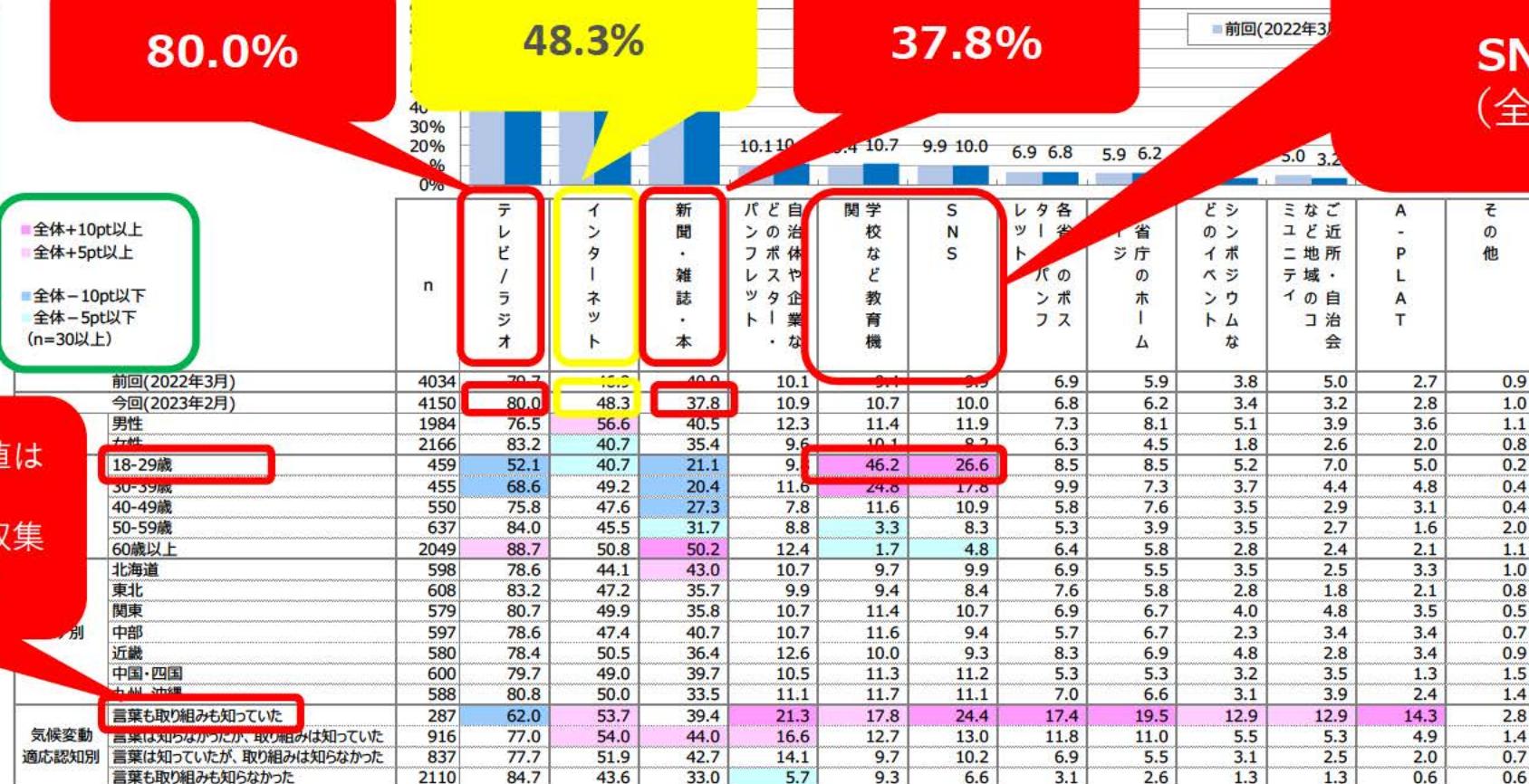
80.0%

48.3%

37.8%

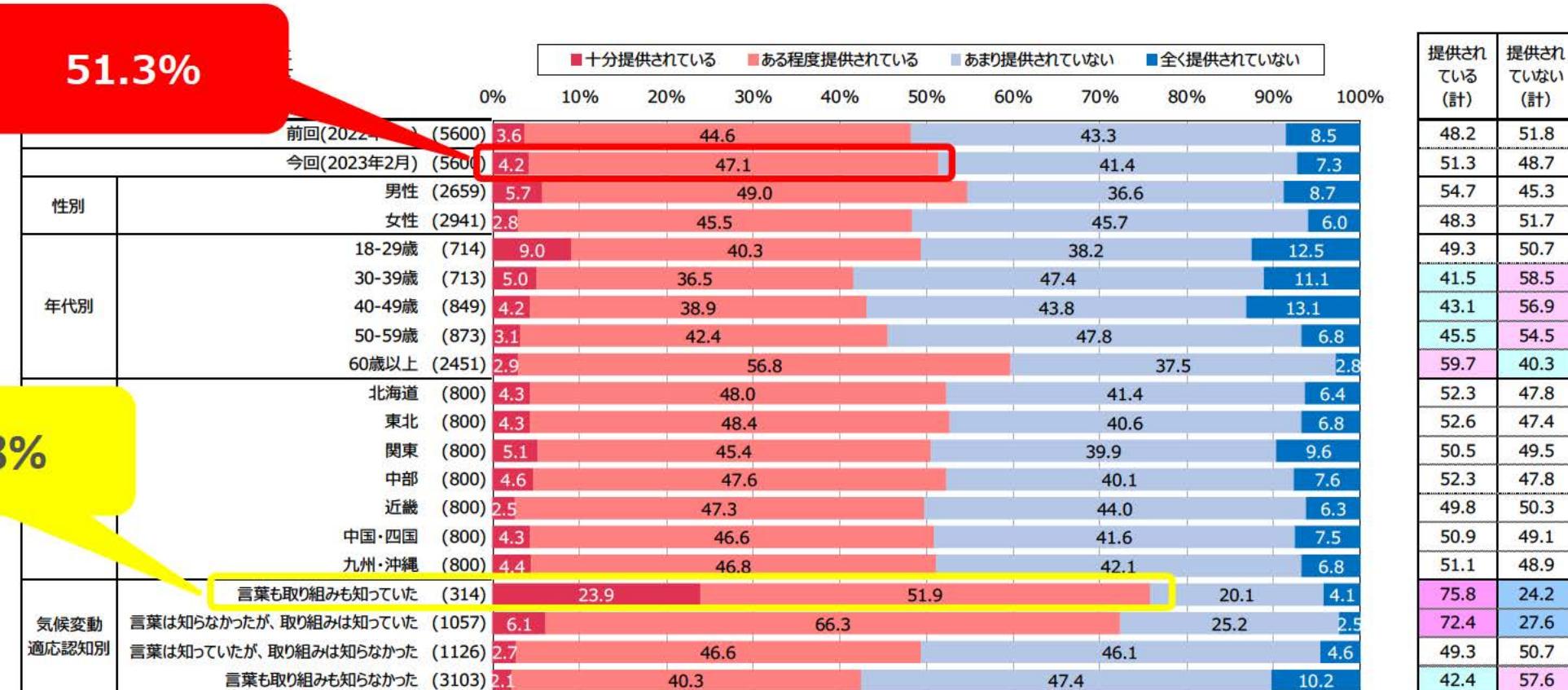
教育機関：46.2%
(全体：10.7%)

SNS：26.6%
(全体：10.0%)



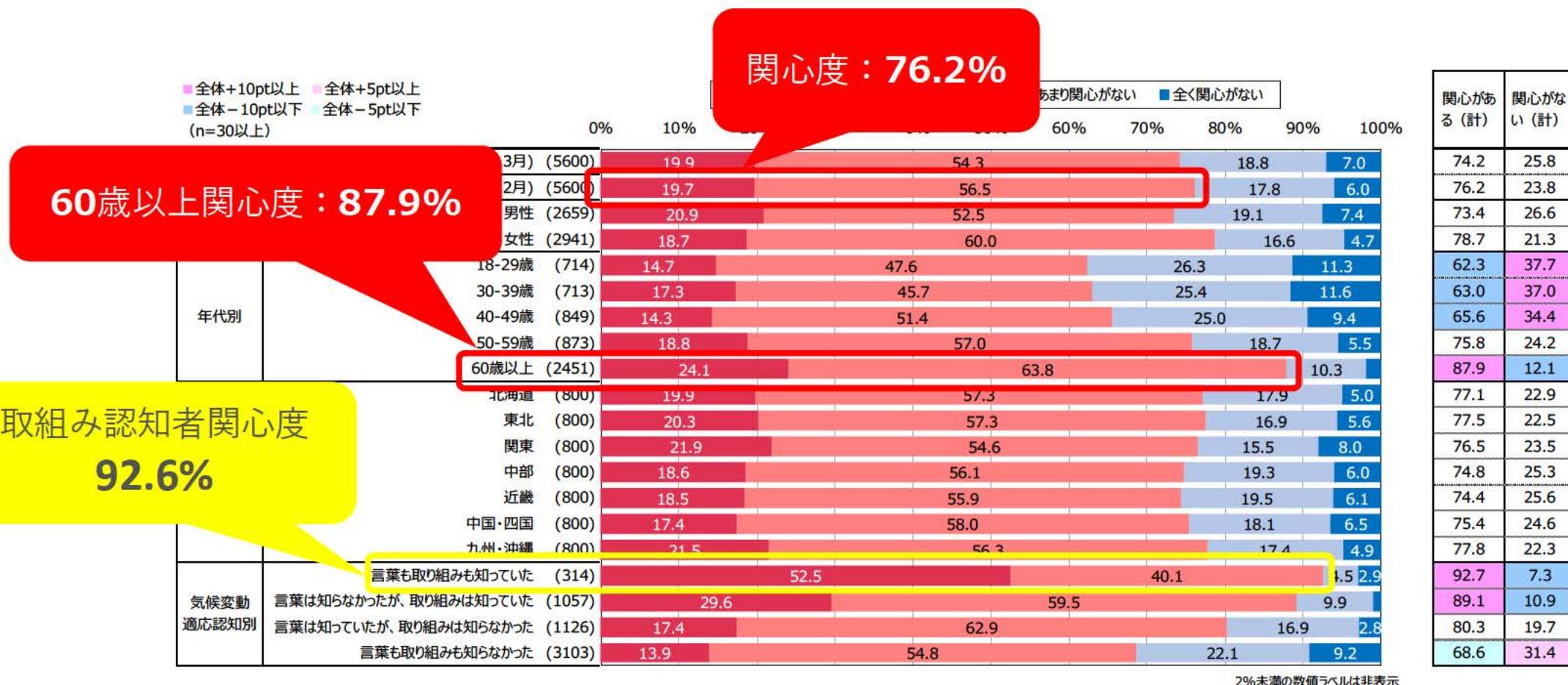
- ・ 気候変動の影響について、情報提供の状況は、「十分提供されている」は4.2%、「ある程度提供されている」(47.1%)を合計すると51.3%である。
- ・ 気候変動適応認知別でみると、言葉も取り組みも知っていた、言葉は知らなかったが、取り組みは知っていたは「提供されている(計)」の割合が全体よりも高い。

Q3 あなたは現在、気候変動影響に関する情報について十分に提供されていると思いますか。 (お答えは1つ)



- ・ 気候変動影響への関心度については、「とても関心がある」は19.7%、「ある程度関心がある」(56.5%)を合計すると**76.2%**である。
- ・ 年代別でみると、60歳以上は「関心がある(24.1%)」の割合が全体の19.7%よりも高い。
- ・ 気候変動適応認知別でみると、言葉も取り組みも知っていた、言葉は知らなかったが、取り組みは知っていたは「関心がある(計)」の割合が全体よりも高い。

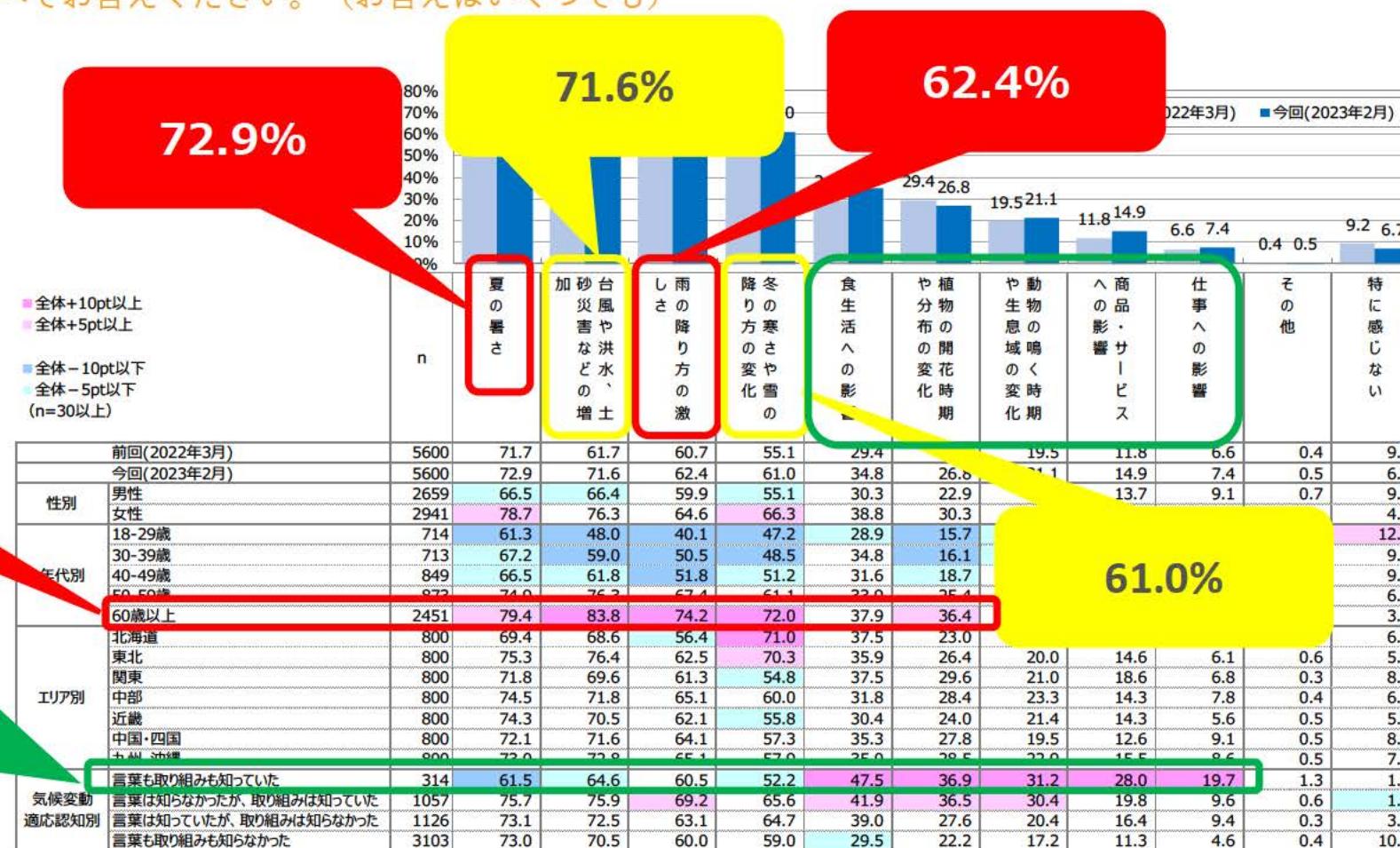
Q4 気候変動影響について、あなたはどの程度関心がありますか。 (お答えは1つ)



- ・ 気候変動影響を感じる現象について最も高いのは、「夏の暑さ」(72.9%)である。
- ・ 次いで「台風や洪水、土砂災害などの増加」(71.6%)、「雨の降り方の激しさ」(62.4%)、「冬の寒さや雪の降り方の変化」(61.0%)と続く。

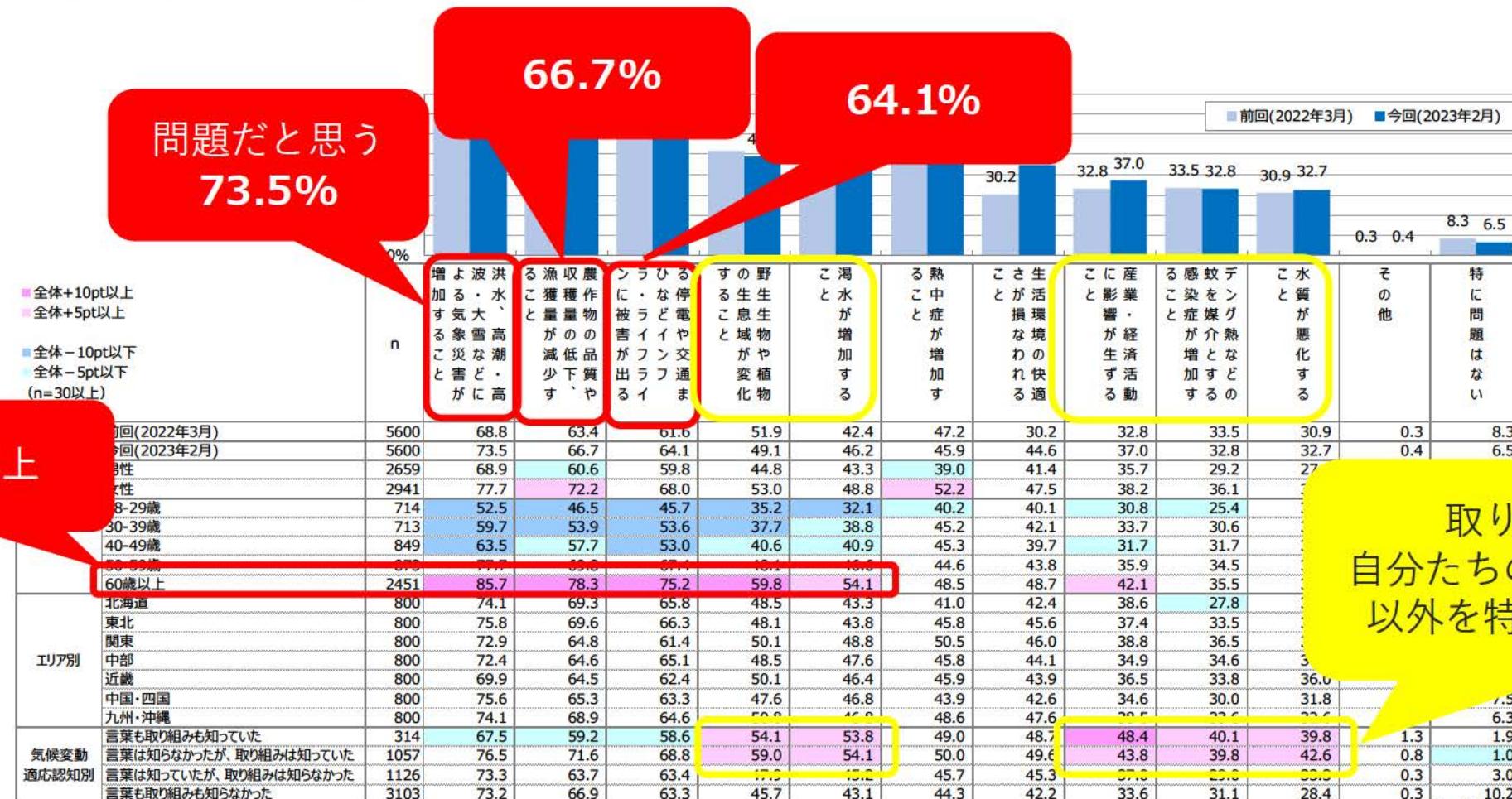
Q5 あなたは、日常生活の中でどのような現象から気候変動影響を感じますか。

当てはまるものをすべてお答えください。 (お答えはいくつでも)



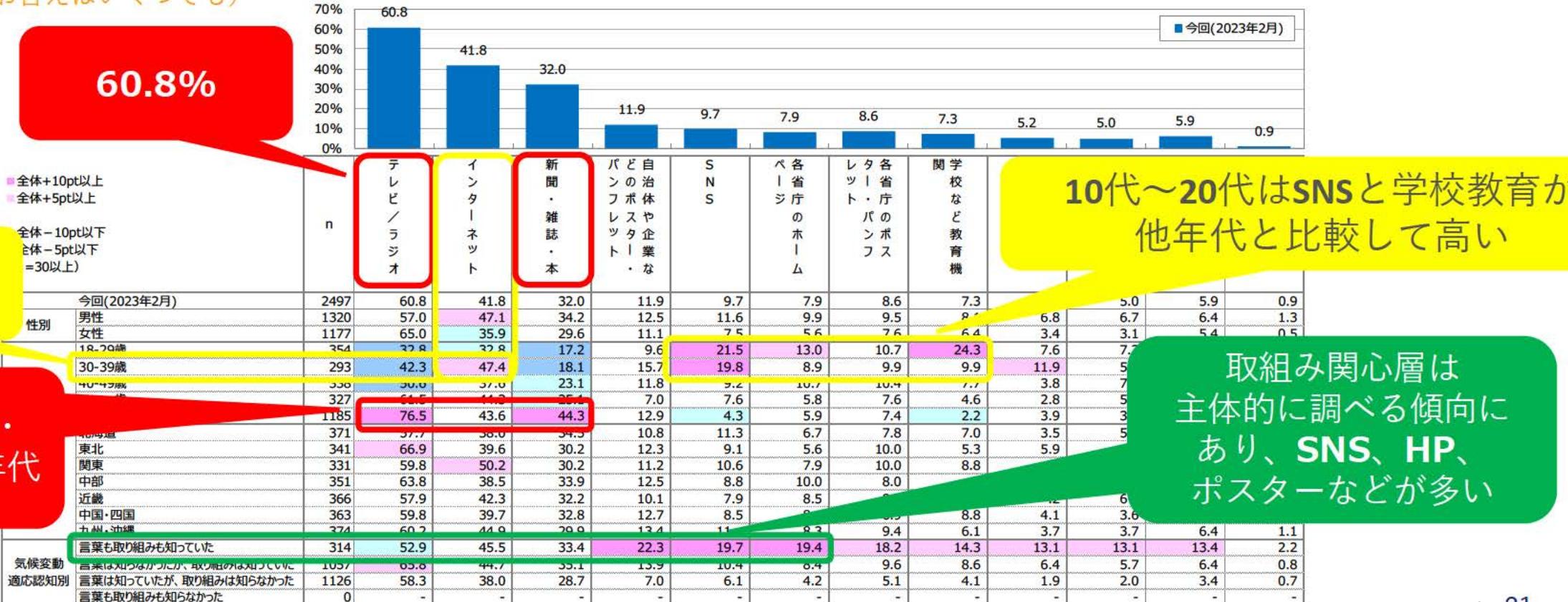
- 問題だと思う気候変動がもたらす影響について最も高いのは、「洪水、高潮・高波・大雪などによる気象災害が増加すること」(73.5%)である。
- 次いで「農作物の品質や収穫量の低下、漁獲量が減少すること」(66.7%)、
- 「豪雨や暴風による停電や交通まひなどインフラ・ライフラインに被害が出ること」(64.1%)、「野生生物や植物の生息域が変化すること」(49.1%)と続く。

Q6 地球温暖化などの気候変動は、将来にわたって自然や人間生活に以下のような様々な影響を与えることが予測されています。あなたは、気候変動がどのような影響をもたらすことが問題だと思いますか。（お答えはいくつでも）



- 「気候変動適応」の認知経路について最も高いのは、「テレビ番組／テレビCM／ラジオ番組／ラジオCM」(60.8%)である。
- 次いで「インターネット」(41.8%)、「新聞・雑誌・本」(32.0%)、「地方公共団体や民間企業などのポスター・パンフレット」(11.9%)と続く。
- 年代別でみると、30-39歳は「インターネット」が47.4%と最も高い。
- 全体と比較すると、18-29歳は「学校などの教育機関」、60歳以上は「テレビ番組／テレビCM／ラジオ番組／ラジオCM」の割合が全体よりも高い。

Q8 「気候変動適応」について「言葉も取り組みも知っていた」「言葉は知らなかったが、取り組みは知っていた」「言葉は知っていたが、取り組みは知らなかった」のいずれかを選ばれた方にお聞きします。「気候変動適応」について、どのような媒体や情報源で知りましたか。（お答えはいくつでも）



実践している気候変動適応への取り組み

- 実践している気候変動適応への取り組みで最も高いのは、「塩分・水分補給や日傘の利用、空調の適切な使用による熱中症対策」(41.7%)である。次いで「ハザードマップなどを活用した水災害リスク及び避難経路などの事前確認」(31.7%)、「自然災害時の水・食料の備蓄の強化」(30.5%)、「地元の農作物や水産物を買う」(29.5%)と続く。
- 気候変動適応認知別でみると、言葉も取り組みも知っていたは「身近な自然や緑の保全・再生・維持管理、緑陰などによる暑さの回避など」の割合が全体よりも高い。

Q11 あなたが現在、実践している気候変動適応への取り組みは何ですか。（お答えはいくつでも）

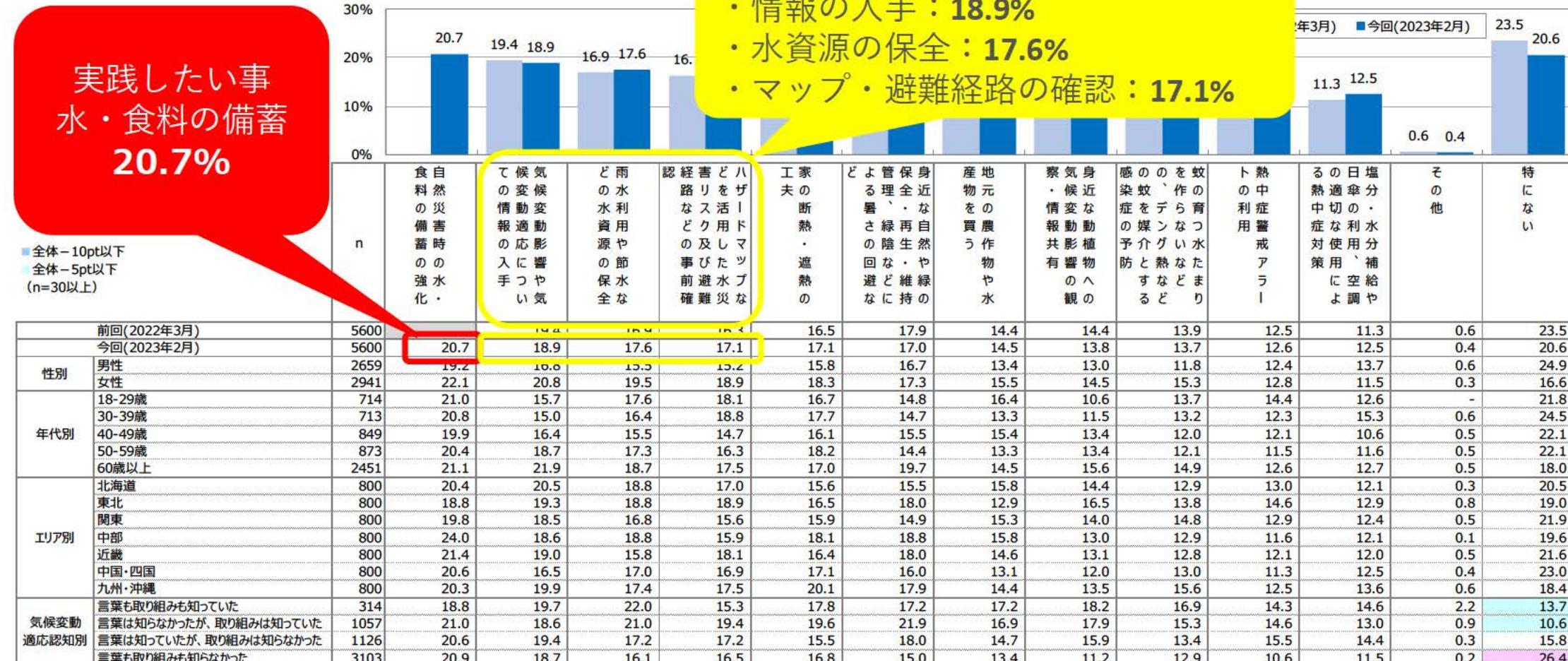
※気候変動適応との意識なく取り組んでいる、あるいは気候変動適応の言葉、取り組みを知らない方もお答えください。



今後新たに実践したいと思う気候変動適応への取り組み

- 今後新たに実践したいと思う気候変動適応への取り組みについて最も高いのは、「自然災害時の水・食料の備蓄の強化」(20.7%)である。
- 次いで「気候変動影響や気候変動適応についての情報の入手」(18.9%)、「雨水利用や節水などの水資源の保全」(17.6%)、「ハザードマップなどを活用した水災害リスク及び避難経路などの事前確認」(17.1%)と続く。

Q12 あなたが現在、取り組んでいないことで、今後新たに実践したいと思う気候変動適応への取り組みは何ですか。（お答えはいくつでも）



- ・ 気候変動適応につながる商品やサービスの認識について最も高いのは、「ハザードマップ」(87.3%)である。
- ・ 次いで「熱中症警戒アラート」(77.0%)、「高温耐性米」(10.8%)、「マイ・タイムライン」(8.5%)と続く。
- ・ 気候変動適応認知別でみると、言葉も取り組みも知っていたは「マイ・タイムライン」「高温耐性米」「熱中症警戒アラート」の割合が全体よりも高い。
- ・ 前回(2022年3月)と比較すると、「高温耐性米」の割合が低下している。

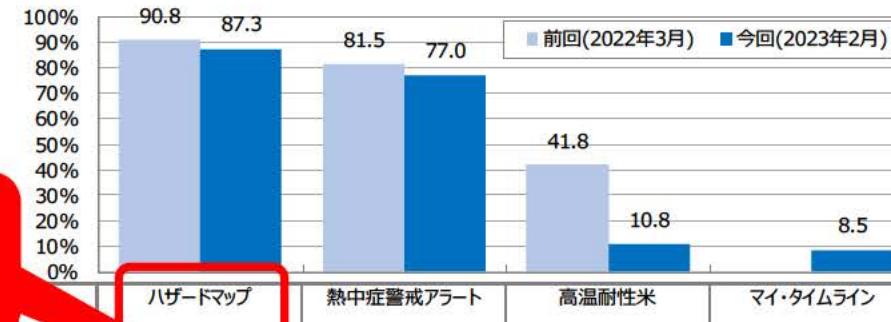
Q14 以下のような気候変動適応につながる商品やサービスについて、あなたの現在のご認識をお答えください。 (お答えはそれぞれ1つ)

* 値は「知っている」の合計値

ハザードマップ
87.3%

■ 全体 - 10pt以下
■ 全体 - 5pt以下

60代は
特に高い認知度



熱中症警戒アラート
77.0%

年代別	n		○.1	○.2
	前回(2022年3月)	今回(2023年2月)		
30-39歳	5600	5600	50.8	81.5
40-49歳	5600	5600	87.3	77.0
50-59歳	2659	2659	86.2	75.2
60歳以上	2941	2941	88.3	78.6
714	714	714	76.2	68.3
849	849	849	83.6	73.1
923	923	923	88.0	76.0
2451	2451	2451	93.6	82.1
北海道	800	800	65.9	66.6
東北	800	800	88.3	78.6
関東	800	800	88.5	78.5
中部	800	800	86.3	79.6
近畿	800	800	86.6	73.5
中国・四国	800	800	88.5	80.9
九州・沖縄	800	800	87.1	81.3
言葉も取り組みも知っていた	314	314	93.9	92.7
言葉は知らなかったが、取り組みは知っていた	1057	1057	90.3	83.0
言葉は知っていたが、取り組みは知らなかった	1126	1126	88.4	81.4
言葉も取り組みも知らなかった	3103	3103	85.1	71.1

取り組み関心層は、
耐熱米・マイ・タイムラインなど
準備を徹底している事が分かる



THANK
YOU