

3. 脱炭素社会づくりについて（問18～27、報告書p.96～117）

【結果概要】

①担当課

総合企画部 CO₂ネットゼロ推進課

②調査目的

滋賀県では、2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにする「CO₂ネットゼロ社会」の実現に向けた取組を進めており、CO₂ネットゼロ社会づくりについての県民意識の調査を行い、今後の各種施策の検討に際しての基礎資料とする。

③調査結果の分析・考察

- 「しがCO₂ネットゼロ」の認知度（問18、p.96）では、「宣言は知っていた」が25.5%で、およそ4人に1人であった。性・年代別（p.97）で見ると、男女ともに「宣言は知っていた」の割合は65～74歳で最も高く、35～49歳で最も低く、総じて高い年代ほど認知されている。
- 「CO₂ネットゼロ社会」のイメージ（問19、p.98）では、「環境がよくなり、生活は便利になるが、金銭的負担が増える」が28.9%で最も高く、次いで「環境がよくなるが、生活は不便になり、金銭的負担も増える」が25.2%となった。CO₂ネットゼロ社会が、金銭的負担の増加のイメージと結びついている傾向がうかがえる。
- 地球温暖化や気候変動の影響に対する不安（問20、p.100）では、「豪雨による洪水、土砂崩れ等の増加」が64.7%で最も高く、次いで「農作物の収穫量や品質の低下」が37.4%、「琵琶湖の水環境や生態系の変化」が31.7%となった。地域別（p.100）で見ると、「豪雨による洪水、土砂崩れ等の増加」は湖西地域（72.8%）・甲賀地域（71.9%）で高く、「琵琶湖の水環境や生態系の変化」は大津地域（41.4%）・湖東地域（37.3%）で高い。
- 原発依存についての考え（問21、p.102）では、「減らしたうえで、近い将来ゼロにする」が54.9%で最も多く、次いで「減らすが、ゼロにはしない」が22.5%となった。性・年代別（p.103）で見ると、『ゼロにする』と回答した人は男女ともに65～74歳で最も多く、男性では年代が下がると減少する傾向にある。
- 脱炭素社会に向けた取組（問22、p.104）では、『実践している』は、「不要な照明の消灯などの節電」（93.6%）、「家電買い替え時に省エネ性能が高いものを選択」（86.9%）で高い。逆に『実践していない』は、「カーシェアリングサービスの利用」（94.0%）、「カーボン・オフセット製品の購入」（89.0%）で高い。性・年代別（p.106）で見ると、男女ともに「家電買い替え時に省エネ性能が高いものを選択」「お湯の節約」を実践している人は、18～34歳で他の年代に比べて少ない。また、「地域の食材や旬のものを選ぶ」を実践している人は、50歳以上の女性で他の年代に比べて多く、34歳以下の男性で他の年代に比べて少ない。
- 再生可能エネルギーの普及拡大に関するイメージ（問23、p.107）では、「耕作放棄地の活用など普及させる地域と抑制する地域でメリハリをつけ適切に普及させる」が37.3%で最も高く、次いで「最大限の再生可能エネルギー利用の拡大を図る」が30.9%となった。地域別（p.107）で見ると、湖西地域では「光害や景観上の課題もあり、普及拡大には慎重に行う」（33.7%）が他の地域に比べて多い。
- 「びわ湖カーボン・クレジット」の認知度（問24、p.109）では、『内容を知っている』が4.2%で、地域や年代別にみても最大で1割程度にしか知られていない。

- しがCO₂ネットゼロ社会づくりの推進に向けた施策（問25、p.111）では、期待する施策として、「ごみの削減や再利用、リサイクルの推進」が36.8%で最も高く、次いで「省エネ家電・省エネ住宅の普及促進」が25.8%、「太陽光発電など再生可能エネルギーの導入促進」が23.9%となった。また、性・年代別（p.112）で見ると、「ごみの削減や再利用、リサイクルの推進」に期待している人は、65歳以上の女性で他の年代に比べて多く、49歳以下の男性で他の年代に比べて少ない。
- ”しがCO₂ネットゼロ”ムーブメントの取組への参加意向（問26、p.114）では、『参加したいと思う』が59.5%で、約6割の人は条件が合えば参加する可能性がある。地域別（p.114）で見ると、『参加したいと思う』は湖北地域（48.2%）でやや低い。また、性・年代別（p.115）で見ると、64歳以下の女性で他の年代に比べて参加意向が高い。
- 参加したい”しがCO₂ネットゼロ”ムーブメントの取組（問27、p.116）では、参加したい取組として、「省エネ家電買い替えキャンペーン」が46.7%で最も高く、次いで「地産地消の食材の利用」が41.3%となった。性・年代別（p.117）で見ると、50歳以上の女性では「地産地消の食材の利用」が最も高くなっている。

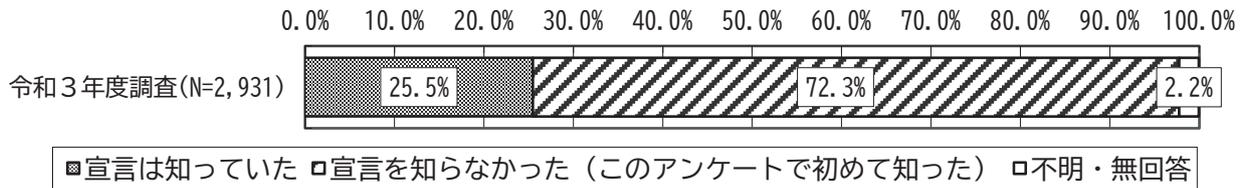
④今後の施策への反映

今回の調査結果から、県民のCO₂ネットゼロ社会づくりに対する意識や実践行動の状況等を把握することができた。

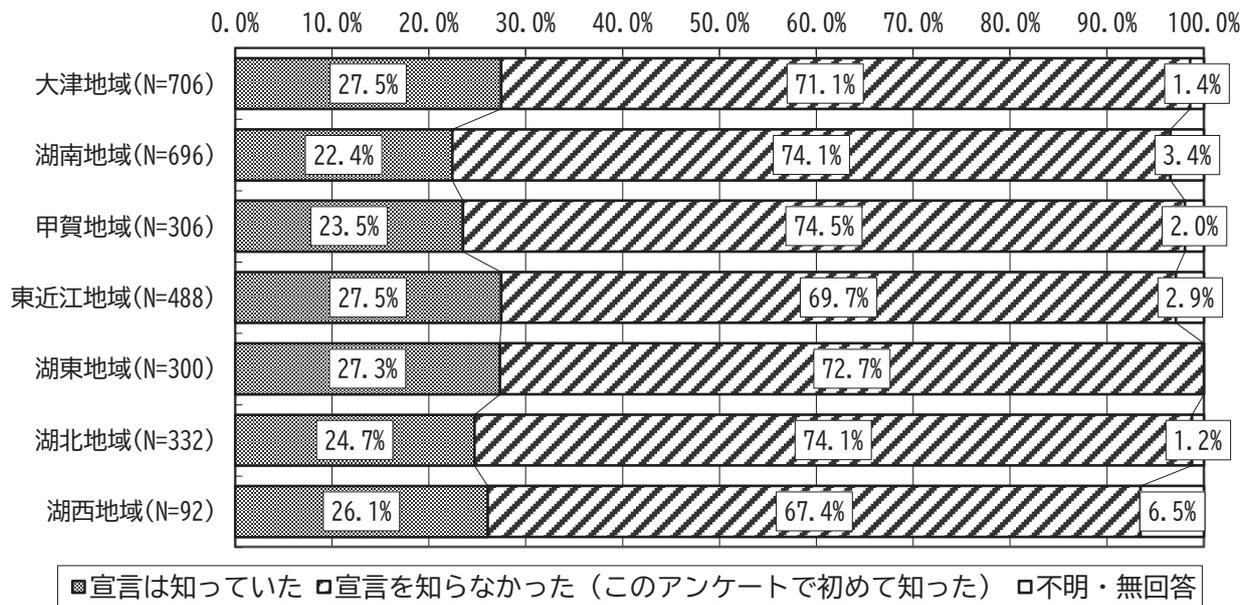
調査結果は、「滋賀県CO₂ネットゼロ社会づくり推進計画」の策定や計画に基づく取組の推進など、今後の施策を検討する基礎資料として活用していく。

(1) 「しがCO₂ネットゼロ」の認知度

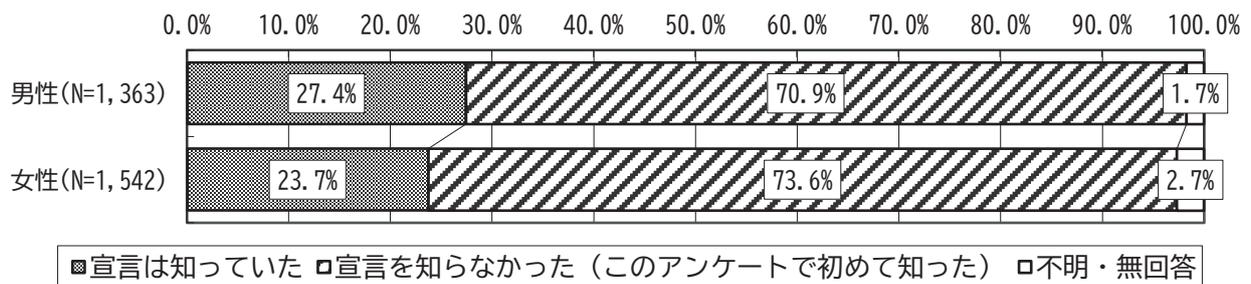
問 18 本県は令和2年1月に「県域からの2050年温室効果ガス排出量実質ゼロ(しがCO₂ネットゼロ)を宣言し、県ホームページで賛同者を募集しています。あなたは、この宣言を知っていましたか。(〇は1つだけ)



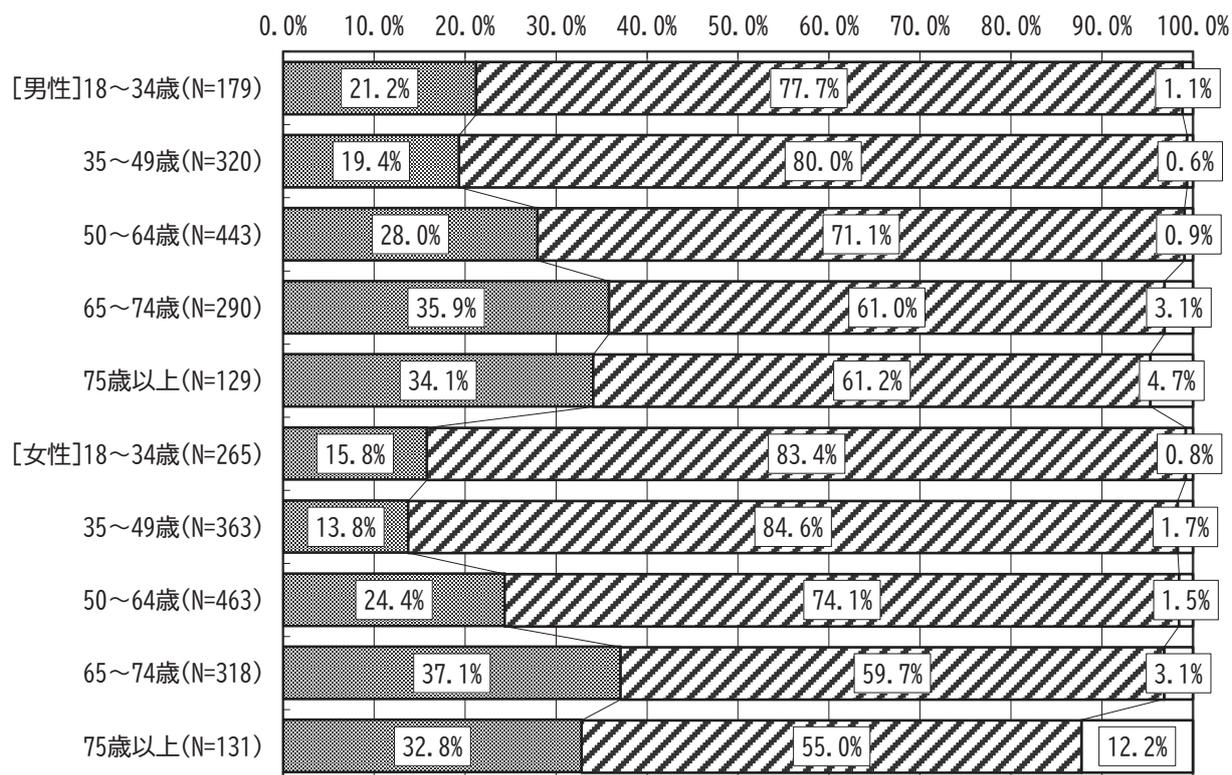
【地域別】



【性別】



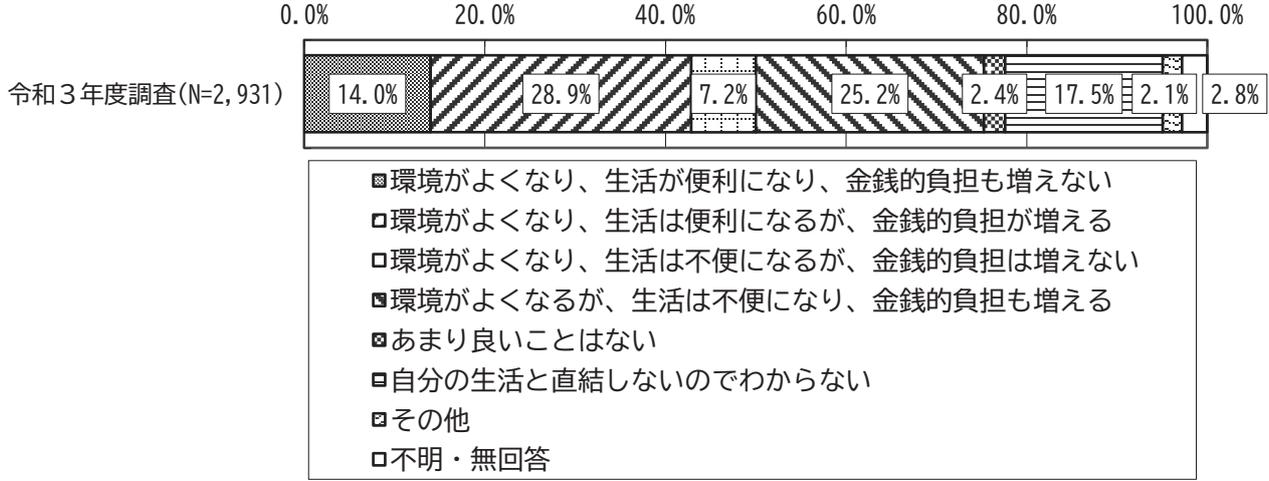
【性・年代別】



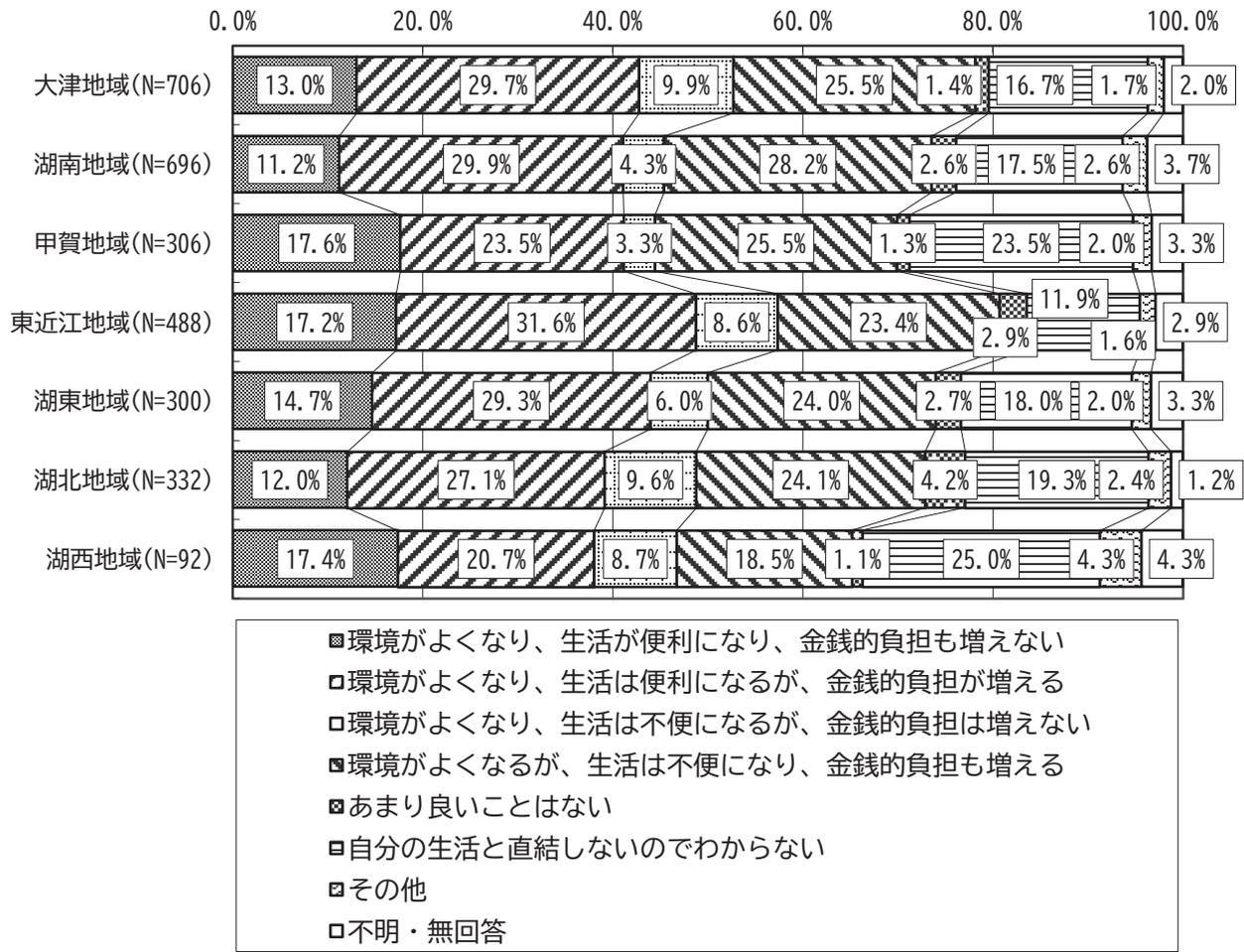
■宣言は知っていた □宣言を知らなかった (このアンケートで初めて知った) □不明・無回答

(2) 「CO₂ネットゼロ社会」のイメージ

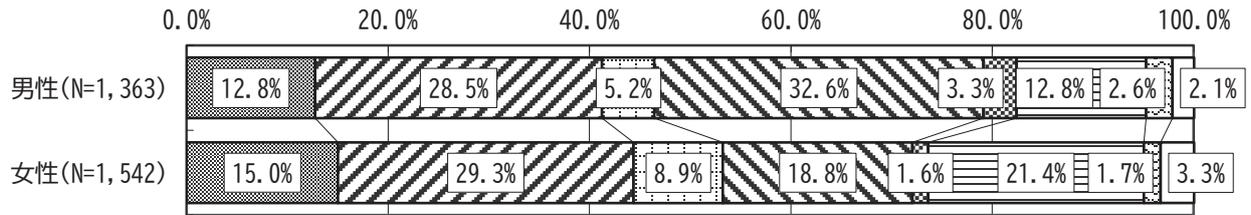
問 19 CO₂ネットゼロ社会(温室効果ガスの排出と吸収の均衡が図られた社会)と聞いて、どのようなイメージを思い浮かべますか。(○は1つだけ)



【地域別】

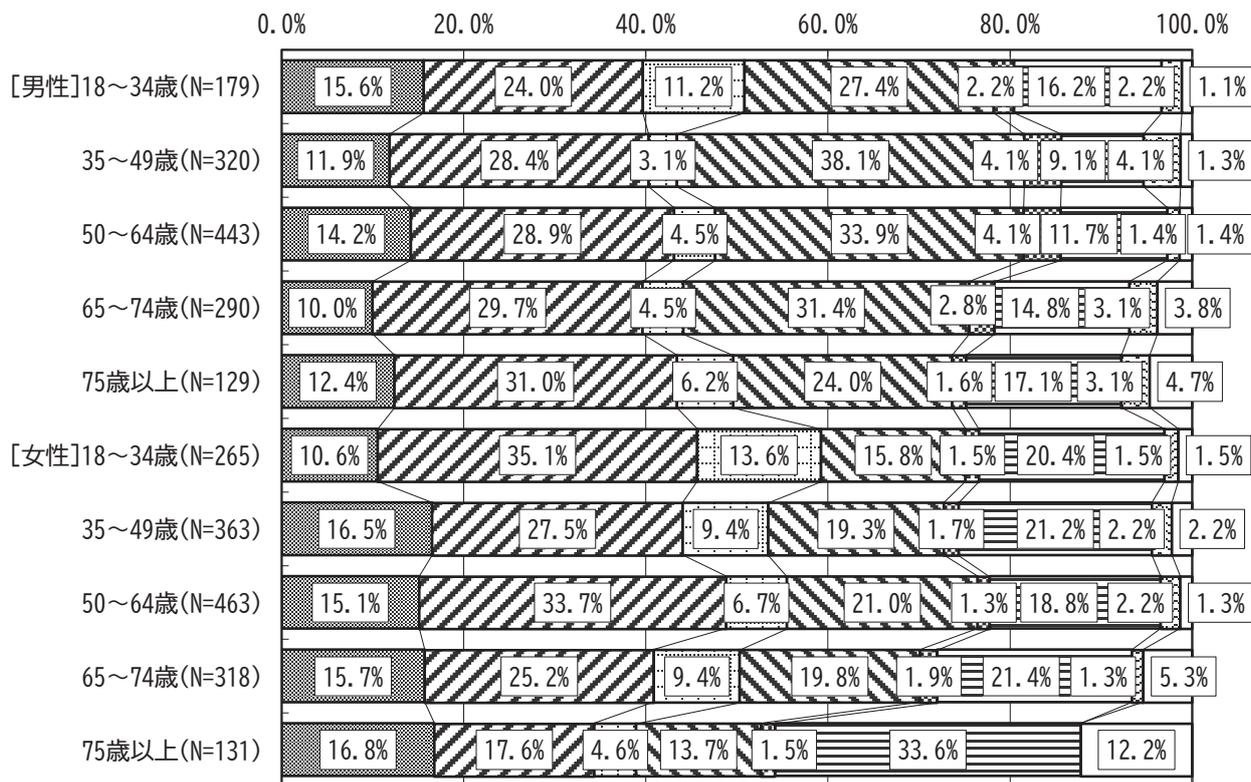


【性別】



- 環境がよくなり、生活が便利になり、金銭的負担も増えない
- 環境がよくなり、生活は便利になるが、金銭的負担が増える
- 環境がよくなり、生活は不便になるが、金銭的負担は増えない
- 環境がよくなるが、生活は不便になり、金銭的負担も増える
- あまり良いことはない
- 自分の生活と直結しないのでわからない
- その他
- 不明・無回答

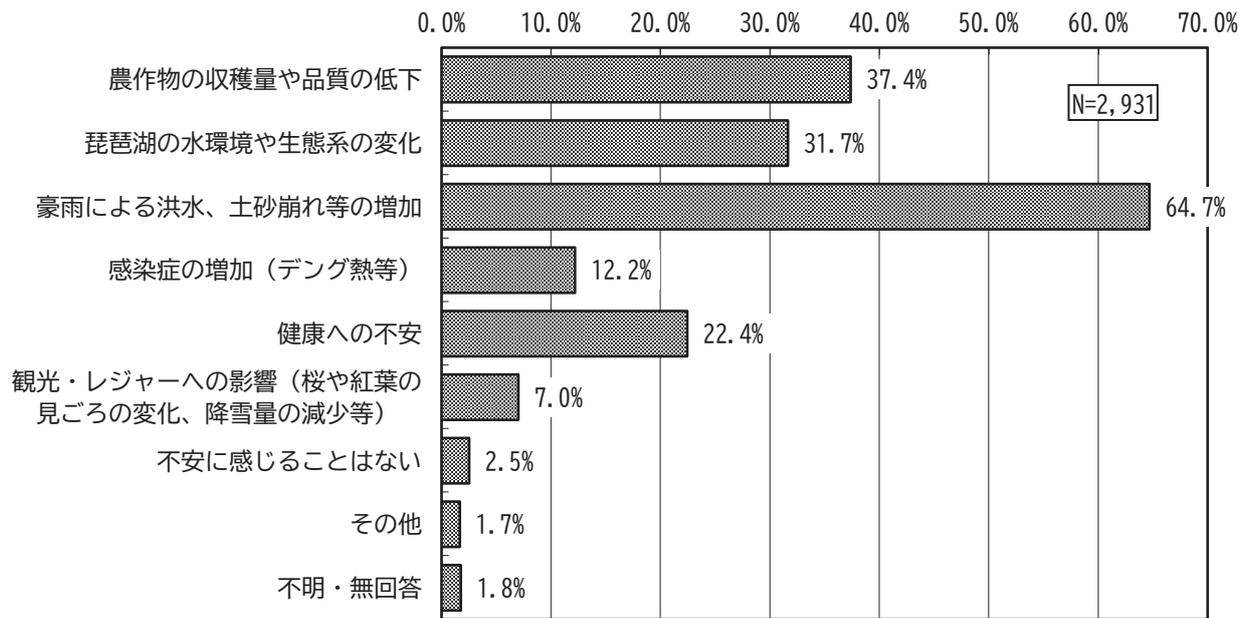
【性・年代別】



- 環境がよくなり、生活が便利になり、金銭的負担も増えない
- 環境がよくなり、生活は便利になるが、金銭的負担が増える
- 環境がよくなり、生活は不便になるが、金銭的負担は増えない
- 環境がよくなるが、生活は不便になり、金銭的負担も増える
- あまり良いことはない
- 自分の生活と直結しないのでわからない
- その他
- 不明・無回答

(3) 地球温暖化や気候変動の影響に対する不安

問 20 地球温暖化や気候変動の影響として不安に感じることはありますか。(○は2つまで)



【地域別】

地球温暖化や気候変動の影響に対する不安 [2つ以内で複数回答]	今回調査		地域別													
	N=2,931		大津地域 N=706		湖南地域 N=696		甲賀地域 N=306		東近江地域 N=488		湖東地域 N=300		湖北地域 N=332		湖西地域 N=92	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
1 農作物の収穫量や品質の低下	37.4%	2	37.1%	3	38.2%	2	34.6%	2	38.1%	2	34.0%	3	41.6%	2	31.5%	2
2 琵琶湖の水環境や生態系の変化	31.7%	3	41.4%	2	29.9%	3	17.6%	4	27.9%	3	37.3%	2	29.5%	3	25.0%	3
3 豪雨による洪水、土砂崩れ等の増加	64.7%	1	66.3%	1	62.6%	1	71.9%	1	62.7%	1	58.0%	1	65.7%	1	72.8%	1
4 感染症の増加（デング熱等）	12.2%	5	14.7%	5	12.4%	5	10.5%	5	8.6%	5	16.0%	5	11.4%	5	8.7%	5
5 健康への不安	22.4%	4	15.6%	4	24.7%	4	28.8%	3	27.9%	3	22.7%	4	19.3%	4	19.6%	4
6 観光・レジャーへの影響（桜や紅葉の見ごろの変化、降雪量の減少等）	7.0%	6	5.7%	6	8.6%	6	7.8%	6	7.4%	6	10.7%	6	2.4%	7	6.5%	6
7 不安に感じることはない	2.5%	7	1.7%	7	2.3%	7	2.6%	8	2.9%	7	2.0%	7	4.2%	6	4.3%	7
8 その他	1.7%	8	1.7%	7	0.0%	8	4.6%	7	2.0%	8	1.3%	8	2.4%	7	1.1%	8

【性別】

地球温暖化や気候変動の影響に対する不安 [2つ以内で複数回答]	今回調査		性別			
	N=2,931		男性 N=1,363		女性 N=1,542	
	%	順位	%	順位	%	順位
1 農作物の収穫量や品質の低下	37.4%	2	35.5%	2	39.1%	2
2 琵琶湖の水環境や生態系の変化	31.7%	3	29.5%	3	33.6%	3
3 豪雨による洪水、土砂崩れ等の増加	64.7%	1	66.4%	1	63.1%	1
4 感染症の増加（デング熱等）	12.2%	5	10.4%	5	13.9%	5
5 健康への不安	22.4%	4	18.9%	4	25.5%	4
6 観光・レジャーへの影響（桜や紅葉の見ごろの変化、降雪量の減少等）	7.0%	6	6.8%	6	7.3%	6
7 不安に感じることはない	2.5%	7	3.9%	7	1.4%	7
8 その他	1.7%	8	2.4%	8	1.0%	8

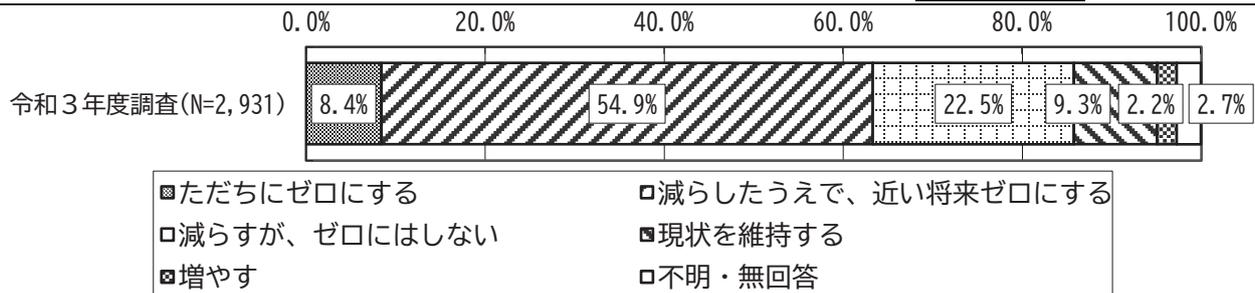
【性・年代別】

地球温暖化や気候変動の影響に対する不安 [2つ以内で複数回答]	今回調査	性・年代別－男性											
		1 8 〜 3 4 歳		3 5 〜 4 9 歳		5 0 〜 6 4 歳		6 5 〜 7 4 歳		7 5 歳 以上			
		N=2,931		N=179		N=320		N=443		N=290		N=129	
		%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
1 農作物の収穫量や品質の低下	37.4%	2	29.1%	2	35.9%	2	36.6%	2	36.9%	2	37.2%	2	
2 琵琶湖の水環境や生態系の変化	31.7%	3	28.5%	3	27.2%	3	29.1%	3	31.4%	3	34.1%	3	
3 豪雨による洪水、土砂崩れ等の増加	64.7%	1	58.7%	1	60.3%	1	77.7%	1	62.4%	1	62.0%	1	
4 感染症の増加（デング熱等）	12.2%	5	12.8%	6	14.4%	5	9.0%	5	7.6%	5	8.5%	5	
5 健康への不安	22.4%	4	17.3%	4	19.4%	4	14.0%	4	23.1%	4	25.6%	4	
6 観光・レジャーへの影響（桜や紅葉の見ごろの変化、降雪量の減少等）	7.0%	6	16.8%	5	8.8%	6	2.0%	7	6.2%	6	6.2%	6	
7 不安に感じることはない	2.5%	7	5.6%	7	5.0%	7	3.2%	6	3.1%	8	3.1%	7	
8 その他	1.7%	8	1.1%	8	2.5%	8	1.6%	8	4.8%	7	1.6%	8	

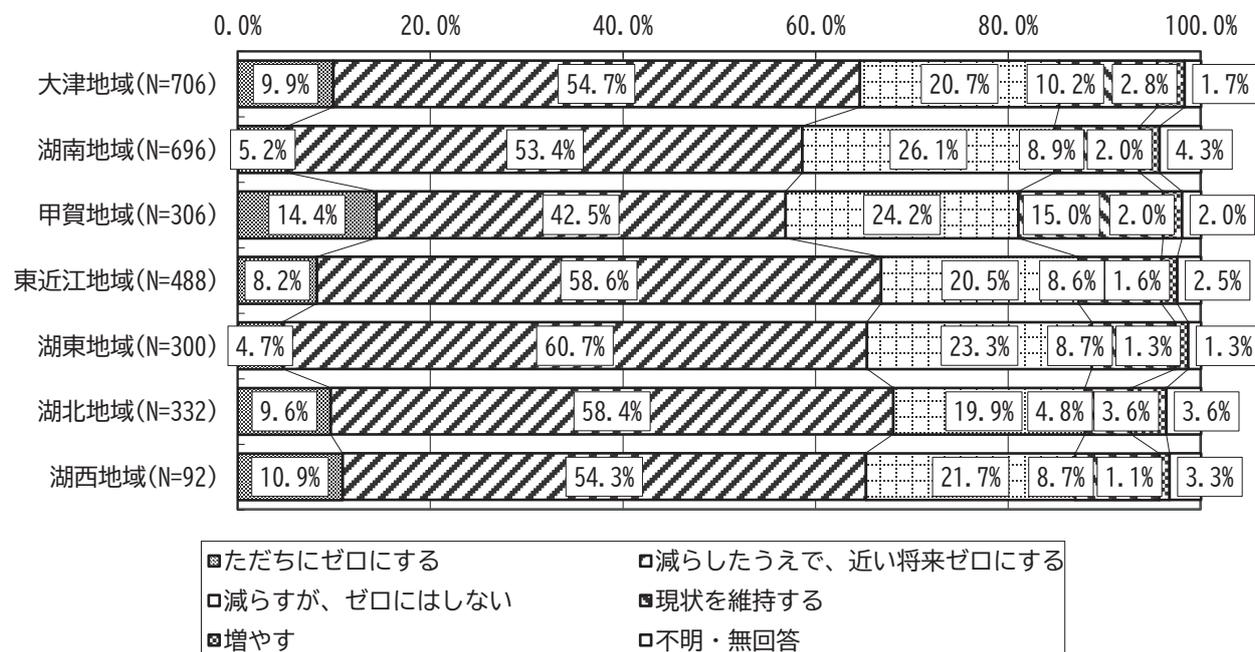
地球温暖化や気候変動の影響に対する不安 [2つ以内で複数回答]	今回調査	性・年代別－女性											
		1 8 〜 3 4 歳		3 5 〜 4 9 歳		5 0 〜 6 4 歳		6 5 〜 7 4 歳		7 5 歳 以上			
		N=2,931		N=265		N=363		N=463		N=318		N=131	
		%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
1 農作物の収穫量や品質の低下	37.4%	2	30.9%	3	43.3%	2	42.1%	2	36.8%	3	38.2%	4	
2 琵琶湖の水環境や生態系の変化	31.7%	3	35.1%	2	27.0%	3	31.1%	3	37.1%	2	49.6%	1	
3 豪雨による洪水、土砂崩れ等の増加	64.7%	1	58.5%	1	61.4%	1	72.8%	1	61.6%	1	47.3%	2	
4 感染症の増加（デング熱等）	12.2%	5	14.0%	6	14.3%	5	17.9%	5	10.7%	5	6.1%	5	
5 健康への不安	22.4%	4	22.6%	4	22.0%	4	20.3%	4	33.0%	4	39.7%	3	
6 観光・レジャーへの影響（桜や紅葉の見ごろの変化、降雪量の減少等）	7.0%	6	14.7%	5	9.4%	6	5.2%	6	4.4%	6	1.5%	6	
7 不安に感じることはない	2.5%	7	3.8%	7	2.2%	7	0.6%	8	0.0%	8	0.0%	7	
8 その他	1.7%	8	1.5%	8	1.7%	8	0.9%	7	0.6%	7	0.0%	7	

(4) 原発依存についての考え

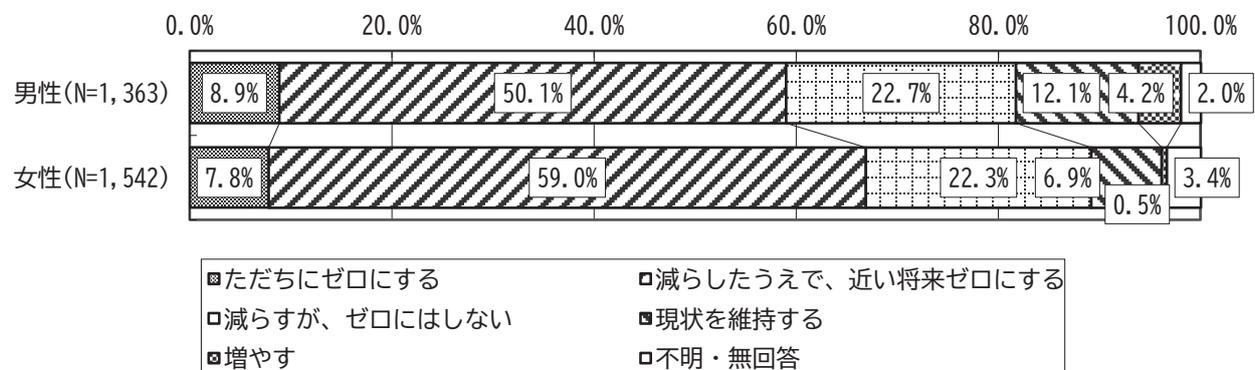
問 21 原発依存度を中長期的にどうしていく方がよいと思いますか。(○は1つだけ)



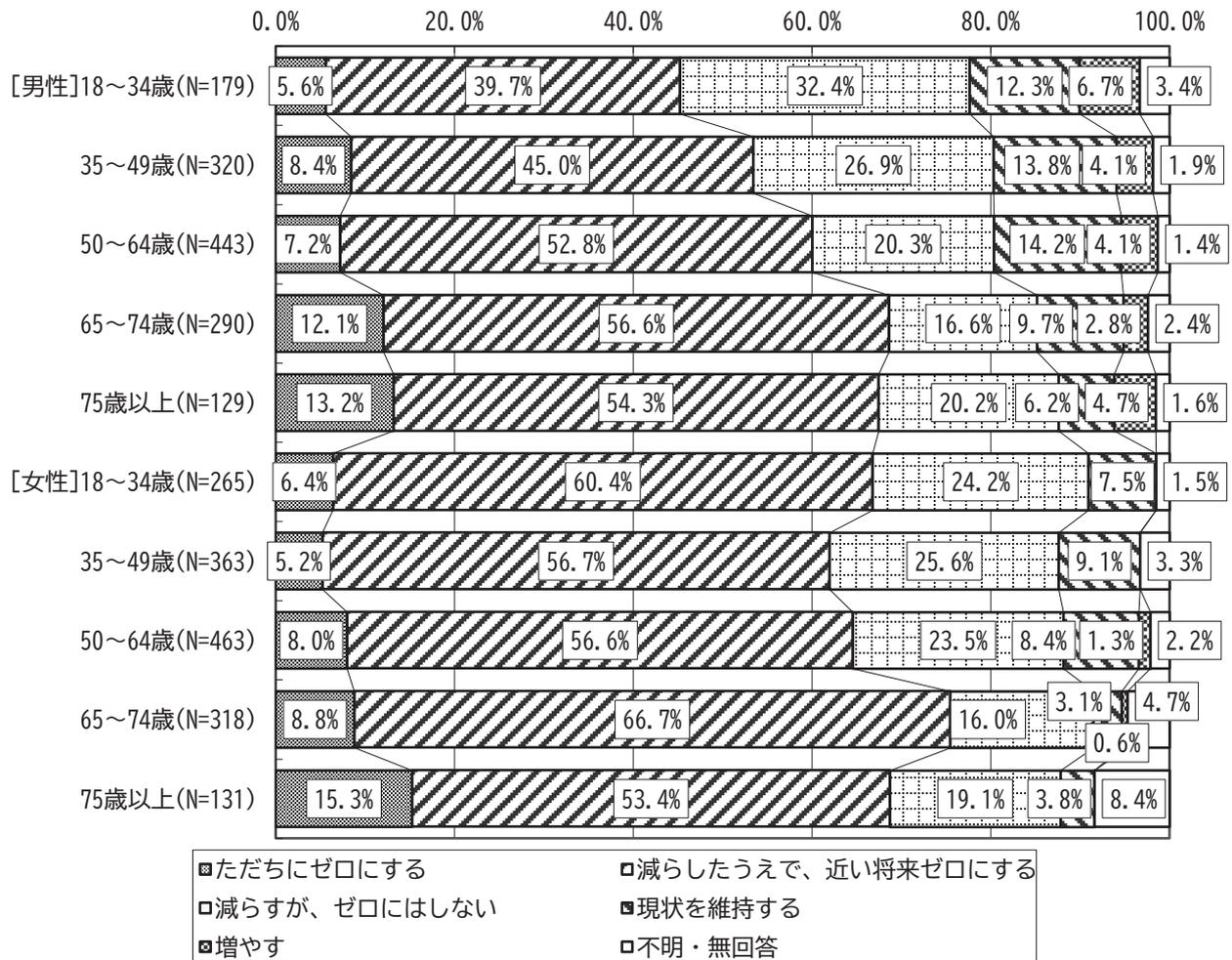
【地域別】



【性別】

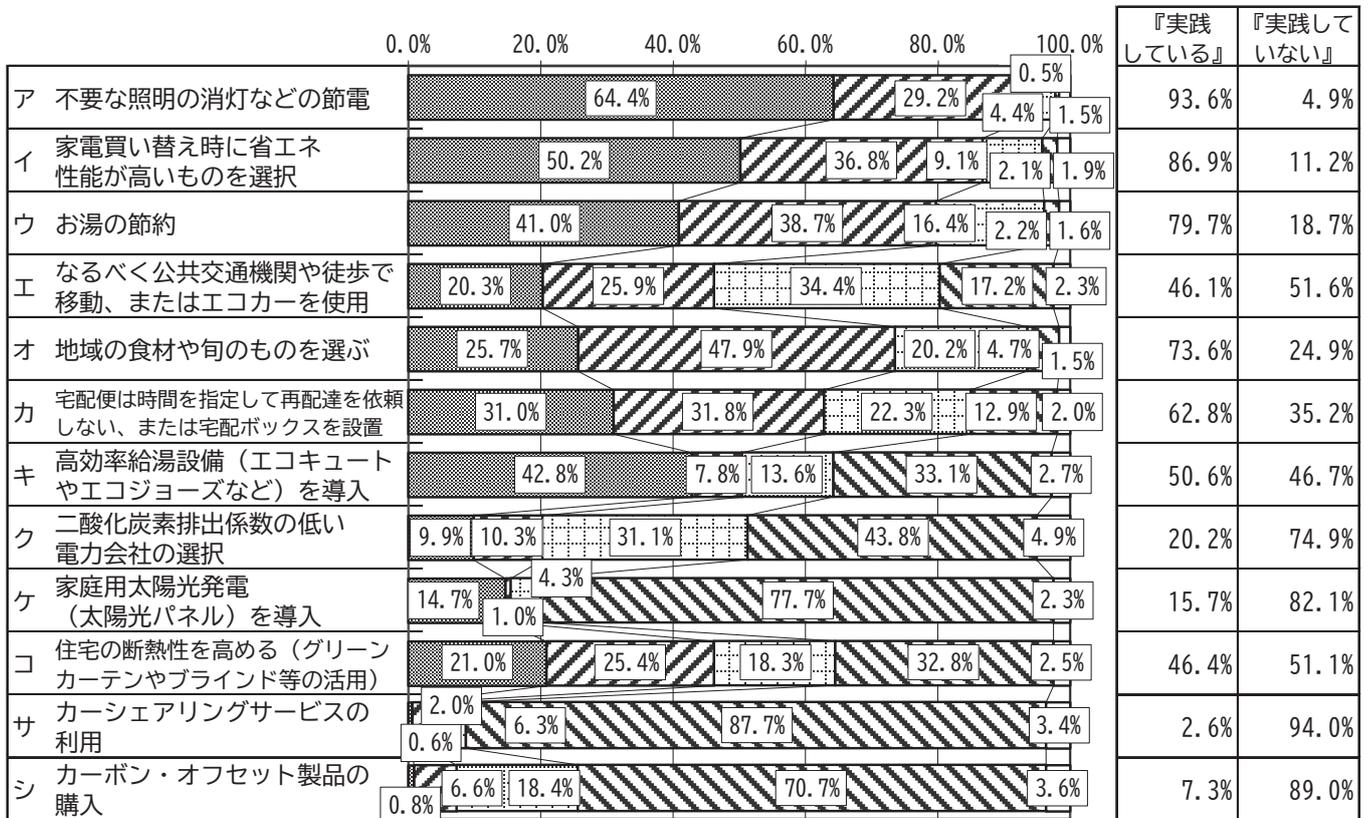


【性・年代別】



(5) 脱炭素社会に向けた取組

問 22 次にあげる取組のうち、あなたが既に取り組んでいるものはどれですか。ア～シのそれぞれの項目について、右の欄の1～4の中から当てはまるものを選んでください。
(○はそれぞれ1つずつ)



いつも実践している
 ときどき実践している
 あまり実践していない
 全く実践していない
 不明・無回答

【地域別】

実践している人 「いつも実践している」+ 「ときどき実践している」	今回調査	地域別															
		大津地域		湖南地域		甲賀地域		東近江地域		湖東地域		湖北地域		湖西地域			
		N=2,931	N=706	N=696	N=306	N=488	N=300	N=332	N=92								
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位			
ア 不要な照明の消灯などの節電	93.6%	1	95.8%	1	92.2%	1	95.4%	1	92.6%	1	96.0%	1	91.0%	1	90.2%	1	
イ 家電買い替え時に省エネ性能が高いものを選択	86.9%	2	90.1%	2	86.8%	2	87.6%	2	84.0%	2	90.0%	2	83.1%	2	81.5%	3	
ウ お湯の節約	79.7%	3	83.6%	3	79.0%	3	82.4%	3	74.6%	3	82.0%	3	74.7%	3	83.7%	2	
エ なるべく公共交通機関や徒歩で移動、またはエコカーを使用	46.1%	8	60.1%	6	42.8%	8	40.5%	8	39.8%	8	52.7%	6	32.5%	8	43.5%	7	
オ 地域の食材や旬のものを選ぶ	73.6%	4	75.4%	4	73.9%	4	75.2%	4	71.7%	4	72.7%	4	70.5%	4	76.1%	4	
カ 宅配便は時間を指定して再配達を依頼しない、または宅配ボックスを設置	62.8%	5	66.9%	5	62.4%	5	60.1%	5	64.3%	5	61.3%	5	57.2%	5	62.0%	5	
キ 高効率給湯設備（エコキュートやエコジョーズなど）を導入	50.6%	6	41.6%	8	54.3%	6	49.0%	6	58.2%	6	48.7%	7	52.4%	6	54.3%	6	
ク 二酸化炭素排出係数の低い電力会社の選択	20.2%	9	24.4%	9	21.0%	9	11.8%	10	17.6%	10	24.7%	9	16.9%	9	22.8%	9	
ケ 家庭用太陽光発電（太陽光パネル）を導入	15.7%	10	11.3%	10	17.0%	10	12.4%	9	22.5%	9	19.3%	10	9.6%	10	22.8%	9	
コ 住宅の断熱性を高める（グリーンカーテンやブラインド等の活用）	46.4%	7	50.1%	7	46.6%	7	45.1%	7	44.7%	7	46.7%	8	42.8%	7	42.4%	8	
サ カーシェアリングサービスの利用	2.6%	12	2.0%	12	2.9%	12	3.3%	12	1.2%	12	6.0%	11	1.8%	12	2.2%	12	
シ カーボン・オフセット製品の購入	7.3%	11	9.9%	11	7.5%	11	4.6%	11	7.0%	11	6.0%	11	6.0%	11	7.6%	11	

【性別】

しがCO2ネットゼロ社会づくりの 推進に向けた施策 〔2つ以内で複数回答〕	今回調査		性別			
			男性		女性	
	N=2,931	N=1,363	N=1,542			
	%	順位	%	順位	%	順位
ア 不要な照明の消灯などの節電	93.6%	1	91.9%	1	95.2%	1
イ 家電買い替え時に省エネ性能が高いものを選択	86.9%	2	85.5%	2	88.1%	2
ウ お湯の節約	79.7%	3	77.8%	3	81.1%	4
エ なるべく公共交通機関や徒歩で移動、またはエコカーを使用	46.1%	8	48.4%	7	44.0%	8
オ 地域の食材や旬のものを選ぶ	73.6%	4	64.3%	4	81.8%	3
カ 宅配便は時間を指定して再配達を依頼しない、または宅配ボックスを設置	62.8%	5	58.1%	5	67.1%	5
キ 高効率給湯設備（エコキュートやエコジョーズなど）を導入	50.6%	6	50.2%	6	51.0%	6
ク 二酸化炭素排出係数の低い電力会社の選択	20.2%	9	19.3%	9	21.1%	9
ケ 家庭用太陽光発電（太陽光パネル）を導入	15.7%	10	17.3%	10	14.3%	10
コ 住宅の断熱性を高める（グリーンカーテンやブラインド等の活用）	46.4%	7	41.2%	8	50.8%	7
サ カーシェアリングサービスの利用	2.6%	12	2.7%	12	2.5%	12
シ カーボン・オフセット製品の購入	7.3%	11	8.4%	11	6.4%	11

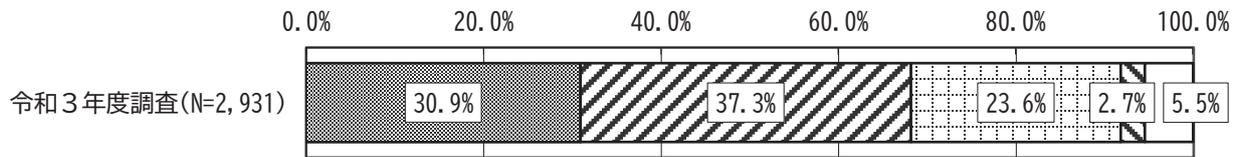
【性・年代別】

しがC02ネットゼロ社会づくりの 推進に向けた施策 [2つ以内で複数回答]	今回調査	性・年代別—男性										
		1		3		5		6		7		
		8	5	0	5	5	5	5	5	5	5	
		3	4	6	7	4	4	4	4	4	4	
N=2,931		N=179		N=320		N=443		N=290		N=129		
%		%		%		%		%		%		
順位		順位		順位		順位		順位		順位		
ア 不要な照明の消灯などの節電	93.6%	1	85.5%	1	92.5%	1	93.2%	1	93.4%	1	92.2%	1
イ 家電買い替え時に省エネ性能が高いものを選択	86.9%	2	71.5%	2	87.8%	2	88.9%	2	87.6%	2	82.9%	3
ウ お湯の節約	79.7%	3	65.4%	3	71.3%	3	82.4%	3	83.8%	3	83.7%	2
エ なるべく公共交通機関や徒歩で移動、またはエコカーを使用	46.1%	8	41.9%	6	40.0%	8	52.1%	6	53.8%	6	54.3%	7
オ 地域の食材や旬のものを選ぶ	73.6%	4	45.8%	5	61.9%	4	64.8%	4	71.0%	4	79.8%	4
カ 宅配便は時間を指定して再配達を依頼しない、または宅配ボックスを設置	62.8%	5	59.8%	4	54.7%	6	61.6%	5	55.5%	5	58.9%	5
キ 高効率給湯設備（エコキュートやエコジョーズなど）を導入	50.6%	6	39.7%	7	61.6%	5	48.5%	7	43.1%	7	58.9%	6
ク 二酸化炭素排出係数の低い電力会社の選択	20.2%	9	17.3%	10	17.5%	10	20.3%	9	14.8%	9	33.3%	9
ケ 家庭用太陽光発電（太陽光パネル）を導入	15.7%	10	23.5%	9	29.7%	9	13.8%	10	8.3%	11	10.9%	11
コ 住宅の断熱性を高める（グリーンカーテンやブラインド等の活用）	46.4%	7	36.3%	8	46.9%	7	38.1%	8	42.1%	8	43.4%	8
サ カーシェアリングサービスの利用	2.6%	12	6.7%	11	0.6%	12	2.5%	12	2.1%	12	4.7%	12
シ カーボン・オフセット製品の購入	7.3%	11	6.1%	12	7.2%	11	7.9%	11	8.6%	10	15.5%	10

しがC02ネットゼロ社会づくりの 推進に向けた施策 [2つ以内で複数回答]	今回調査	性・年代別—女性										
		1		3		5		6		7		
		8	5	0	5	5	5	5	5	5	5	
		3	4	6	7	4	4	4	4	4	4	
N=2,931		N=265		N=363		N=463		N=318		N=131		
%		%		%		%		%		%		
順位		順位		順位		順位		順位		順位		
ア 不要な照明の消灯などの節電	93.6%	1	96.2%	1	93.9%	1	97.6%	1	93.7%	1	91.6%	2
イ 家電買い替え時に省エネ性能が高いものを選択	86.9%	2	73.2%	2	87.9%	2	94.0%	2	89.9%	2	93.1%	1
ウ お湯の節約	79.7%	3	68.3%	3	77.7%	3	86.2%	4	86.5%	4	87.0%	4
エ なるべく公共交通機関や徒歩で移動、またはエコカーを使用	46.1%	8	44.2%	6	29.8%	8	50.1%	8	46.9%	8	54.2%	6
オ 地域の食材や旬のものを選ぶ	73.6%	4	65.7%	4	76.6%	4	87.7%	3	88.4%	3	91.6%	2
カ 宅配便は時間を指定して再配達を依頼しない、または宅配ボックスを設置	62.8%	5	62.3%	5	71.3%	5	69.3%	5	63.5%	5	64.9%	5
キ 高効率給湯設備（エコキュートやエコジョーズなど）を導入	50.6%	6	35.1%	8	61.4%	6	51.8%	6	53.5%	7	45.0%	8
ク 二酸化炭素排出係数の低い電力会社の選択	20.2%	9	14.3%	10	22.6%	9	20.3%	9	26.7%	9	20.6%	9
ケ 家庭用太陽光発電（太陽光パネル）を導入	15.7%	10	20.8%	9	22.6%	9	11.0%	10	7.5%	10	5.3%	11
コ 住宅の断熱性を高める（グリーンカーテンやブラインド等の活用）	46.4%	7	40.8%	7	49.9%	7	51.2%	7	59.7%	6	49.6%	7
サ カーシェアリングサービスの利用	2.6%	12	4.5%	11	1.4%	12	1.3%	12	4.4%	12	1.5%	12
シ カーボン・オフセット製品の購入	7.3%	11	3.8%	12	8.5%	11	6.3%	11	6.6%	11	6.1%	10

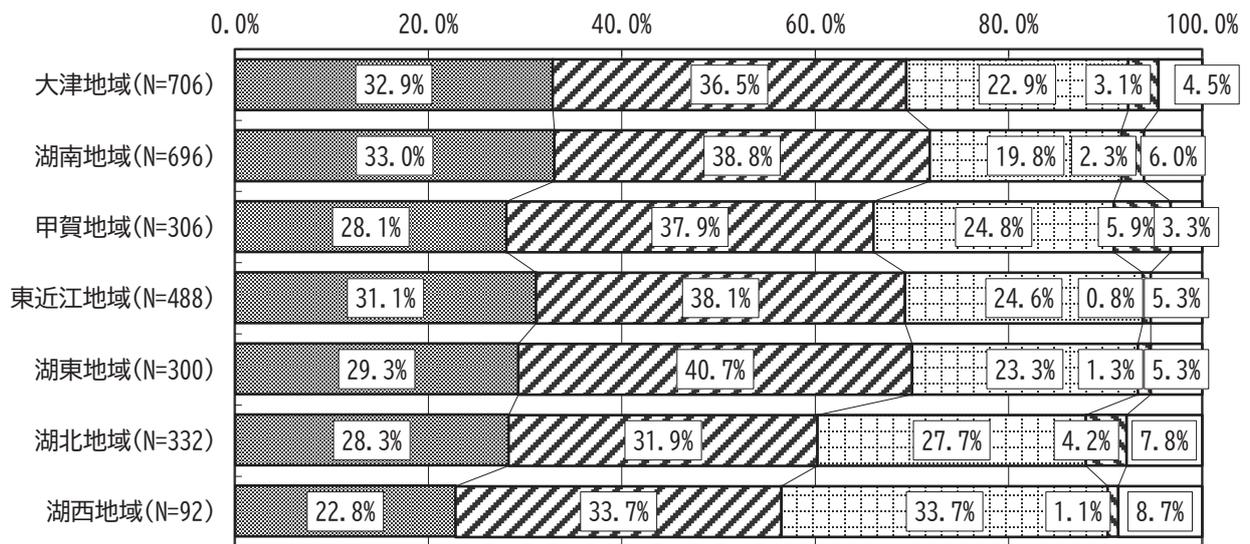
(6) 再生可能エネルギーの普及拡大に関するイメージ

問 23 CO₂ネットゼロ社会づくりの推進に向けては、再生可能エネルギーをできるかぎり増やしていく必要があります。再生可能エネルギーのより一層の普及拡大に関してどのようなイメージを持っていますか。(〇は1つだけ)



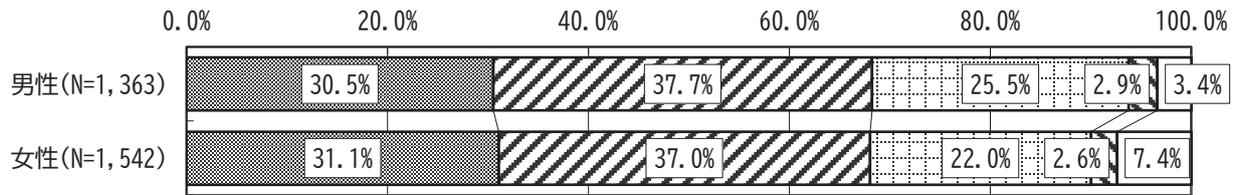
- 最大限の再生可能エネルギー利活用の拡大を図る
- 耕作放棄地の活用など普及させる地域と抑制する地域でメリハリをつけ適切に普及させる
- 光害や景観上の課題もあり、普及拡大には慎重に行う
- その他
- 不明・無回答

【地域別】



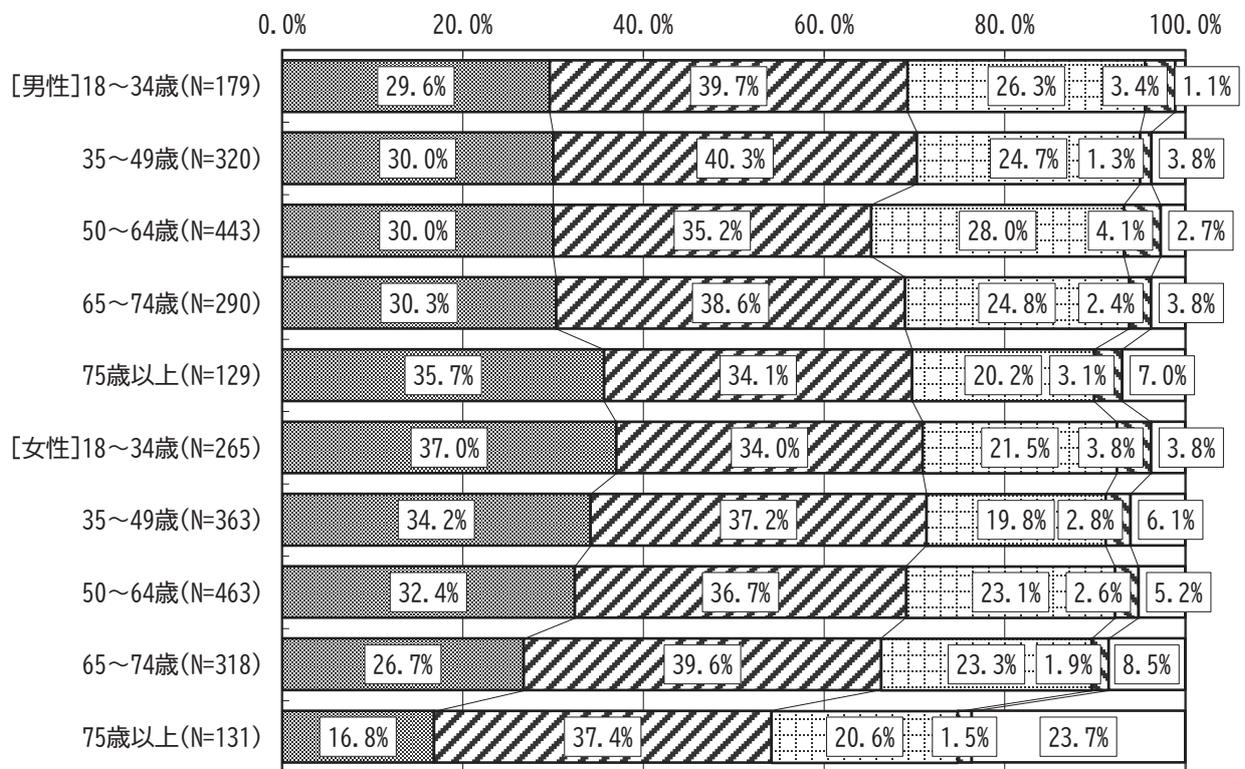
- 最大限の再生可能エネルギー利活用の拡大を図る
- 耕作放棄地の活用など普及させる地域と抑制する地域でメリハリをつけ適切に普及させる
- 光害や景観上の課題もあり、普及拡大には慎重に行う
- その他
- 不明・無回答

【性別】



- 最大限の再生可能エネルギー利活用の拡大を図る
- 耕作放棄地の活用など普及させる地域と抑制する地域でメリハリをつけ適切に普及させる
- 光害や景観上の課題もあり、普及拡大には慎重に行う
- その他
- 不明・無回答

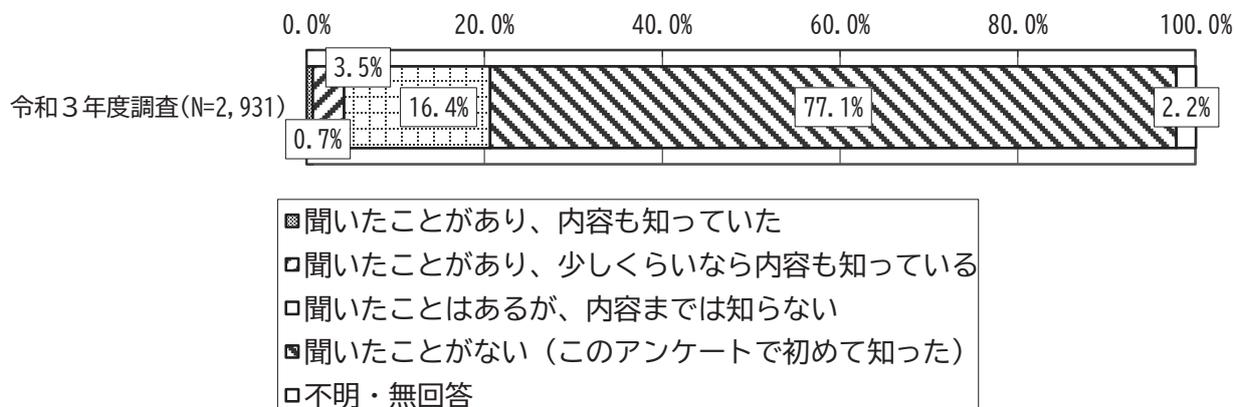
【性・年代別】



- 最大限の再生可能エネルギー利活用の拡大を図る
- 耕作放棄地の活用など普及させる地域と抑制する地域でメリハリをつけ適切に普及させる
- 光害や景観上の課題もあり、普及拡大には慎重に行う
- その他
- 不明・無回答

(7) 「びわ湖カーボン・クレジット」の認知度

問 24 滋賀県では県民の方に買い物などの身近な行動の中でCO₂削減に貢献いただくため、今年1月から「びわ湖カーボン・クレジット⁴」と呼称し、カーボン・オフセット商品の開発や普及を進めています。この「びわ湖カーボン・クレジット」の取組をご存じでしたか。(〇は1つだけ)

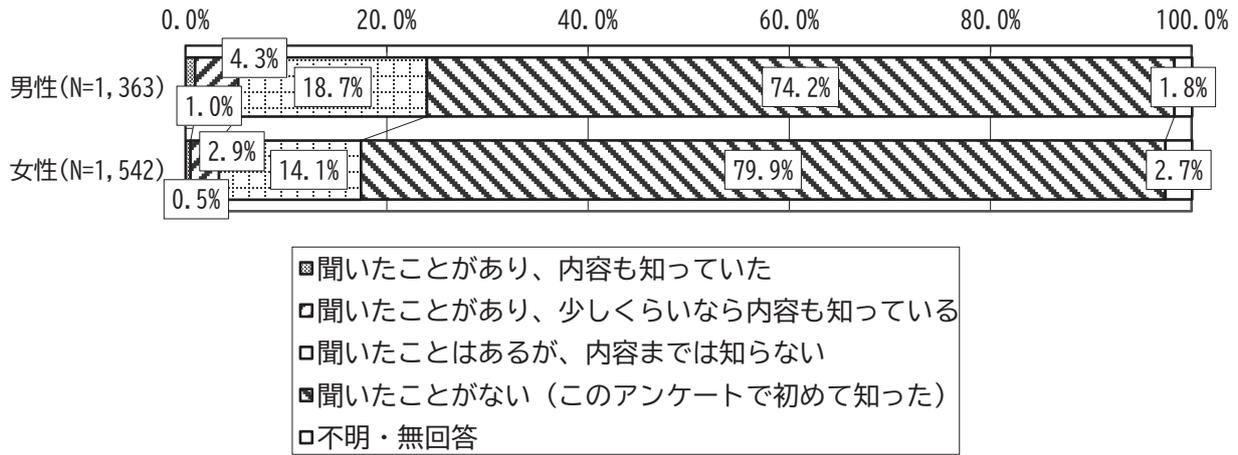


【地域別】

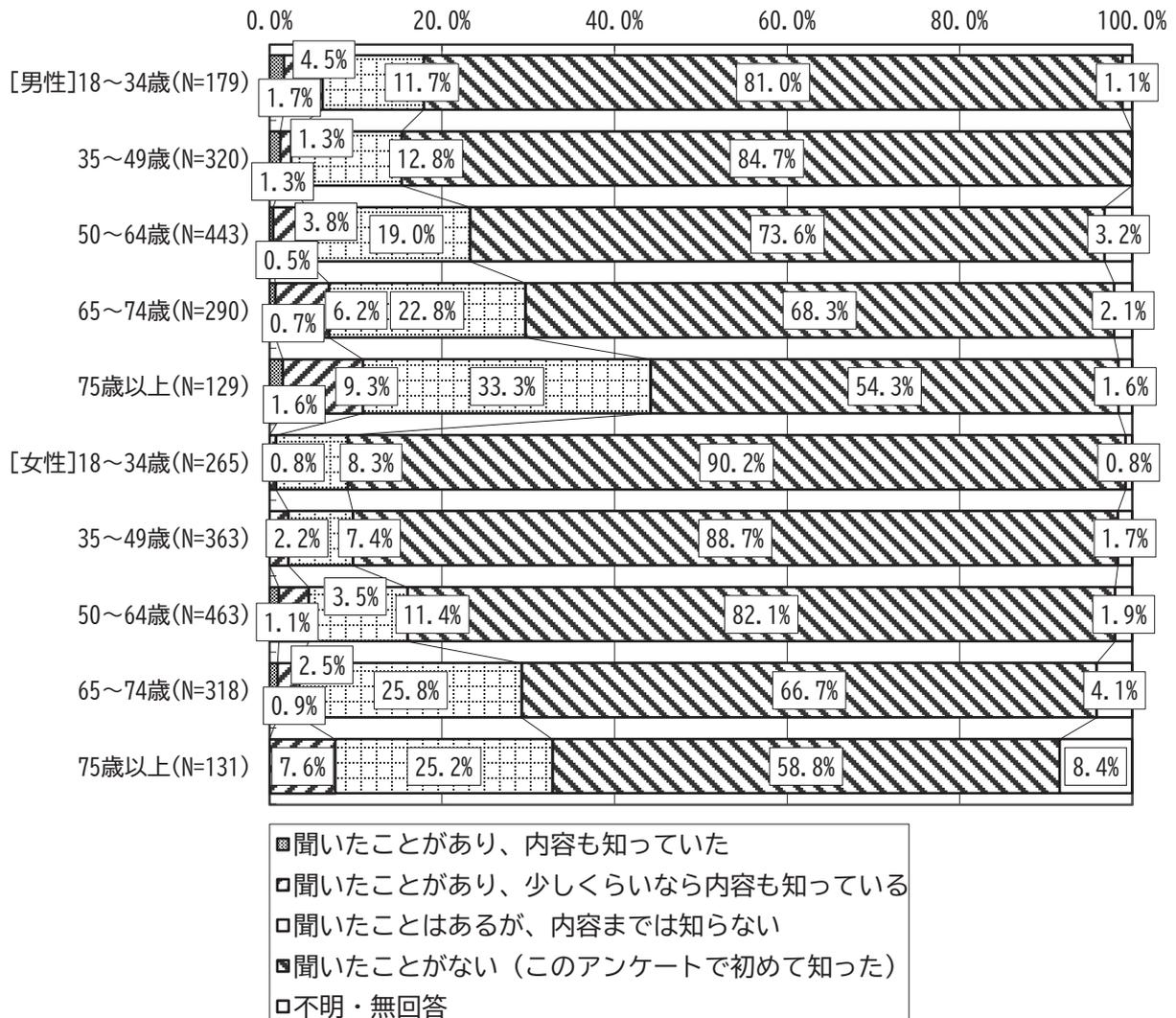


⁴※ 「びわ湖カーボン・クレジット」の取組とは 国のJ-クレジット制度に基づき認証された「本県発のカーボン・クレジット付き商品」の開発や普及を進めることで、県民の方に“しがCO₂ネットゼロ”に向けた取組を身近に感じていただくことを目的に開始しました。具体的な商品としては、クレジット付きの旅行プランなどがあり、上乗せ分の金額はCO₂を吸収する水源林の保全等にあてられます。

【性別】

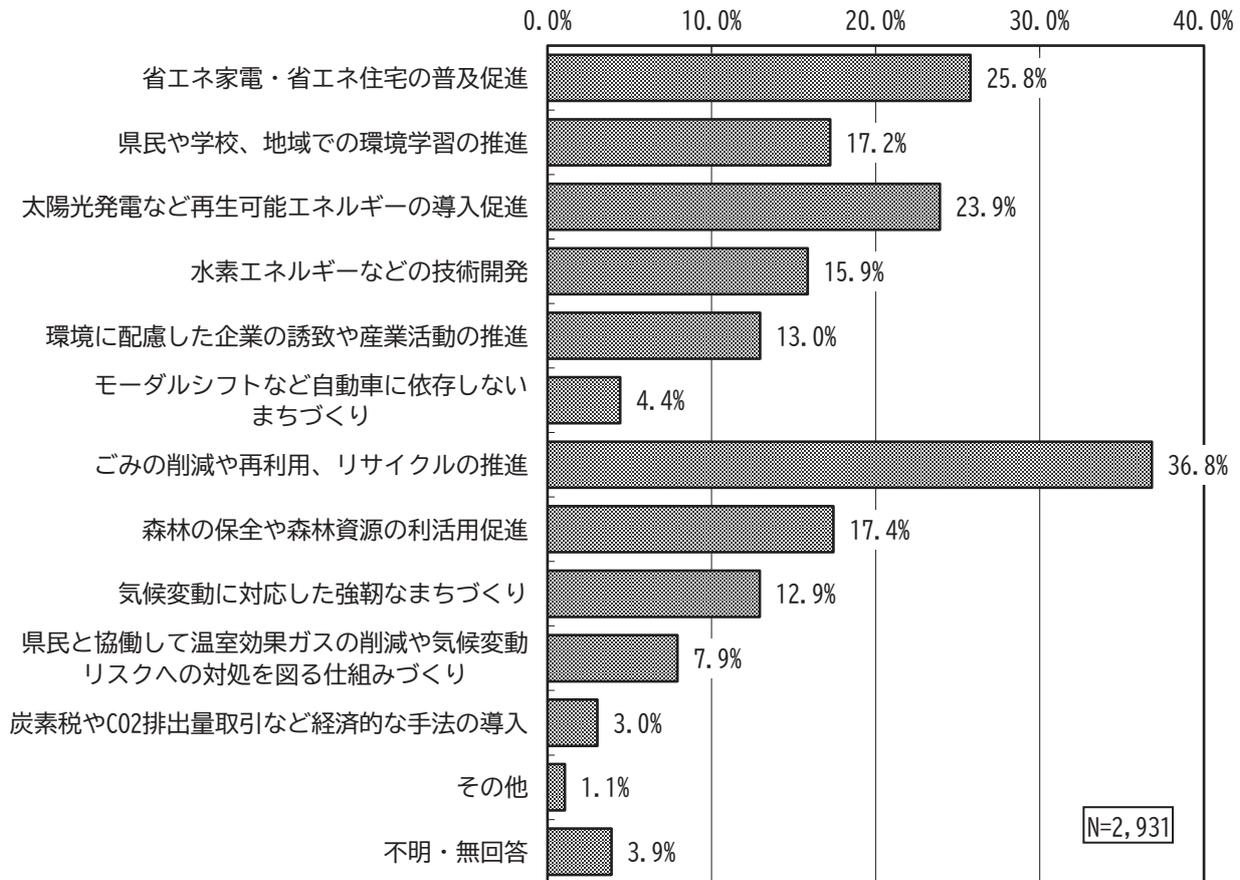


【性・年代別】



(8) しがCO₂ネットゼロ社会づくりの推進に向けた施策

問 25 しがCO₂ネットゼロ社会づくりの推進に向けた具体的な取組として、どのような施策に期待しますか。(○は2つまで)



【地域別】

しがCO ₂ ネットゼロ社会づくりの推進に向けた施策 [2つ以内で複数回答]	今回調査		地域別													
	N=2,931		大津地域 N=706		湖南地域 N=696		甲賀地域 N=306		東近江地域 N=488		湖東地域 N=300		湖北地域 N=332		湖西地域 N=92	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
1 省エネ家電・省エネ住宅の普及促進	25.8%	2	22.4%	3	24.1%	3	28.1%	2	28.7%	2	30.7%	2	26.5%	2	23.9%	2
2 県民や学校、地域での環境学習の推進	17.2%	5	17.8%	5	17.2%	5	18.3%	3	16.8%	4	17.3%	4	15.1%	5	18.5%	3
3 太陽光発電など再生可能エネルギーの導入促進	23.9%	3	24.4%	2	24.7%	2	15.0%	7	27.5%	3	26.7%	3	24.1%	3	15.2%	4
4 水素エネルギーなどの技術開発	15.9%	6	16.7%	6	17.8%	4	15.7%	5	16.8%	4	15.3%	5	10.2%	8	10.9%	8
5 環境に配慮した企業の誘致や産業活動の推進	13.0%	7	13.9%	7	9.2%	8	15.7%	5	16.0%	6	10.7%	8	14.5%	6	13.0%	6
6 モーダルシフトなど自動車に依存しないまちづくり	4.4%	10	5.1%	10	3.4%	11	7.2%	10	6.1%	10	3.3%	10	1.8%	10	2.2%	11
7 ごみの削減や再利用、リサイクルの推進	36.8%	1	34.3%	1	37.9%	1	36.6%	1	32.4%	1	40.7%	1	44.0%	1	32.6%	1
8 森林の保全や森林資源の利活用促進	17.4%	4	21.8%	4	16.4%	6	17.6%	4	16.0%	6	13.3%	6	16.9%	4	14.1%	5
9 気候変動に対応した強靱なまちづくり	12.9%	8	13.9%	7	12.4%	7	13.7%	8	11.5%	8	12.0%	7	14.5%	6	13.0%	6
10 県民と協働して温室効果ガスの削減や気候変動リスクへの対処を図る仕組みづくり	7.9%	9	8.2%	9	8.3%	9	7.8%	9	9.4%	9	7.3%	9	4.8%	9	8.7%	9
11 炭素税やCO ₂ 排出量取引など経済的な手法の導入	3.0%	11	3.4%	11	4.6%	10	1.3%	12	2.0%	11	2.7%	11	1.2%	11	7.6%	10
12 その他	1.1%	12	0.6%	12	0.6%	12	3.9%	11	0.8%	12	1.3%	12	0.6%	12	1.1%	12

【性別】

しがC02ネットゼロ社会づくりの 推進に向けた施策 〔2つ以内で複数回答〕	今回調査		性別			
			男性		女性	
	N=2,931		N=1,363		N=1,542	
	%	順位	%	順位	%	順位
1 省エネ家電・省エネ住宅の普及促進	25.8%	2	25.7%	3	26.1%	2
2 県民や学校、地域での環境学習の推進	17.2%	5	15.3%	6	18.8%	4
3 太陽光発電など再生可能エネルギーの導入促進	23.9%	3	28.8%	2	19.6%	3
4 水素エネルギーなどの技術開発	15.9%	6	20.7%	4	11.5%	8
5 環境に配慮した企業の誘致や産業活動の推進	13.0%	7	12.7%	7	13.4%	7
6 モーダルシフトなど自動車に依存しないまちづくり	4.4%	10	4.5%	10	4.3%	10
7 ごみの削減や再利用、リサイクルの推進	36.8%	1	32.6%	1	40.7%	1
8 森林の保全や森林資源の利活用促進	17.4%	4	19.0%	5	15.8%	5
9 気候変動に対応した強靱なまちづくり	12.9%	8	10.9%	8	14.7%	6
10 県民と協働して温室効果ガスの削減や気候変動リスクへの対処を図る仕組みづくり	7.9%	9	7.3%	9	8.5%	9
11 炭素税やC02排出量取引など経済的な手法の導入	3.0%	11	3.6%	11	2.6%	11
12 その他	1.1%	12	1.7%	12	0.5%	12

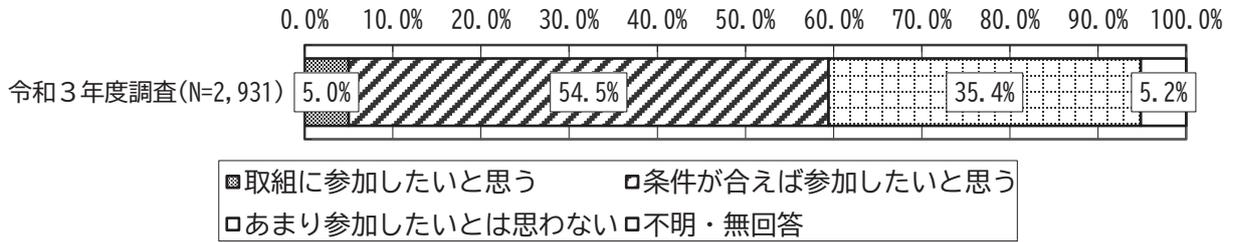
【性・年代別】

しがC02ネットゼロ社会づくりの 推進に向けた施策 〔2つ以内で複数回答〕	今回調査		性・年代別－男性									
			1	3	5	6	7					
	8	5	0	5	5							
	3	4	6	7	歳以上							
4	9	4	4									
歳	歳	歳	歳									
N=2,931		N=179		N=320		N=443		N=290		N=129		
%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	
1 省エネ家電・省エネ住宅の普及促進	25.8%	2	34.6%	1	31.3%	1	23.5%	3	22.8%	4	14.0%	7
2 県民や学校、地域での環境学習の推進	17.2%	5	24.6%	4	17.2%	5	13.3%	7	14.8%	6	4.7%	10
3 太陽光発電など再生可能エネルギーの導入促進	23.9%	3	26.3%	2	25.3%	3	27.5%	2	31.7%	2	38.8%	2
4 水素エネルギーなどの技術開発	15.9%	6	16.8%	5	24.1%	4	23.3%	4	17.6%	5	16.3%	5
5 環境に配慮した企業の誘致や産業活動の推進	13.0%	7	10.6%	7	10.9%	7	13.5%	6	13.4%	7	15.5%	6
6 モーダルシフトなど自動車に依存しないまちづくり	4.4%	10	4.5%	10	5.0%	10	4.7%	10	3.1%	11	6.2%	9
7 ごみの削減や再利用、リサイクルの推進	36.8%	1	25.7%	3	27.5%	2	35.4%	1	34.5%	1	41.1%	1
8 森林の保全や森林資源の利活用促進	17.4%	4	14.5%	6	16.6%	6	19.4%	5	23.4%	3	20.2%	3
9 気候変動に対応した強靱なまちづくり	12.9%	8	8.4%	8	8.1%	8	12.2%	8	10.3%	9	17.1%	4
10 県民と協働して温室効果ガスの削減や気候変動リスクへの対処を図る仕組みづくり	7.9%	9	7.8%	9	4.7%	11	5.0%	9	11.7%	8	10.9%	8
11 炭素税やC02排出量取引など経済的な手法の導入	3.0%	11	2.8%	11	5.6%	9	2.9%	11	3.8%	10	1.6%	11
12 その他	1.1%	12	1.1%	12	3.4%	12	1.8%	12	0.7%	12	0.0%	12

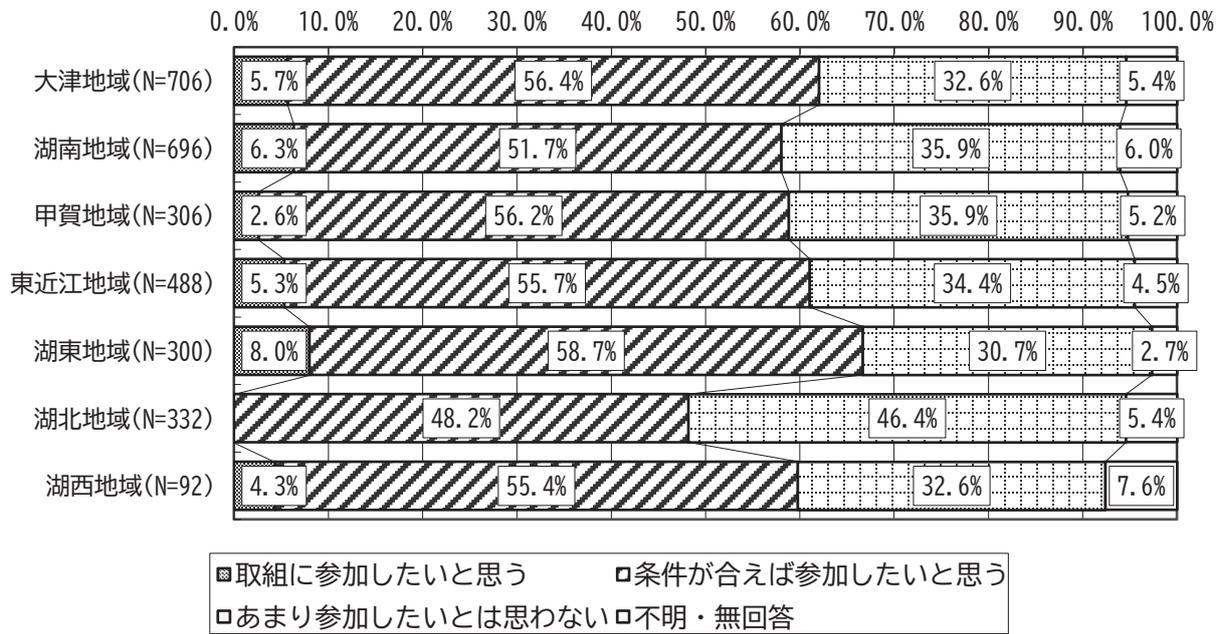
しがCO2ネットゼロ社会づくりの 推進に向けた施策 [2つ以内で複数回答]	今回調査	性・年代別－女性											
		1 8 ～ 3 4 歳		3 5 ～ 4 9 歳		5 0 ～ 6 4 歳		6 5 ～ 7 4 歳		7 5 歳 以 上			
		N=2,931		N=265		N=363		N=463		N=318		N=131	
		%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
1 省エネ家電・省エネ住宅の普及促進	25.8%	2	27.5%	2	27.3%	2	26.1%	2	23.9%	2	25.2%	2	
2 県民や学校、地域での環境学習の推進	17.2%	5	23.0%	3	26.4%	3	13.4%	8	16.7%	4	12.2%	5	
3 太陽光発電など再生可能エネルギーの導入促進	23.9%	3	18.9%	4	20.4%	4	20.7%	3	17.6%	3	20.6%	3	
4 水素エネルギーなどの技術開発	15.9%	6	11.3%	6	12.4%	7	13.8%	7	6.9%	9	12.2%	5	
5 環境に配慮した企業の誘致や産業活動の推進	13.0%	7	7.5%	8	10.7%	8	16.4%	5	15.4%	6	17.6%	4	
6 モーダルシフトなど自動車に依存しないまちづくり	4.4%	10	5.3%	10	5.0%	9	3.9%	10	3.8%	10	3.1%	10	
7 ごみの削減や再利用、リサイクルの推進	36.8%	1	41.9%	1	35.0%	1	40.2%	1	45.6%	1	45.0%	1	
8 森林の保全や森林資源の利活用促進	17.4%	4	18.1%	5	17.4%	5	14.5%	6	16.7%	4	9.9%	8	
9 気候変動に対応した強靱なまちづくり	12.9%	8	10.9%	7	13.2%	6	19.7%	4	15.4%	6	7.6%	9	
10 県民と協働して温室効果ガスの削減や気候変動リスクへの対処を図る仕組みづくり	7.9%	9	6.0%	9	4.1%	10	8.6%	9	14.5%	8	10.7%	7	
11 炭素税やCO2排出量取引など経済的な手法の導入	3.0%	11	2.3%	11	2.2%	11	3.0%	11	3.8%	10	0.0%	12	
12 その他	1.1%	12	0.8%	12	0.6%	12	0.0%	12	0.6%	12	1.5%	11	

(9) “しがCO₂ネットゼロ”ムーブメントの取組への参加意向

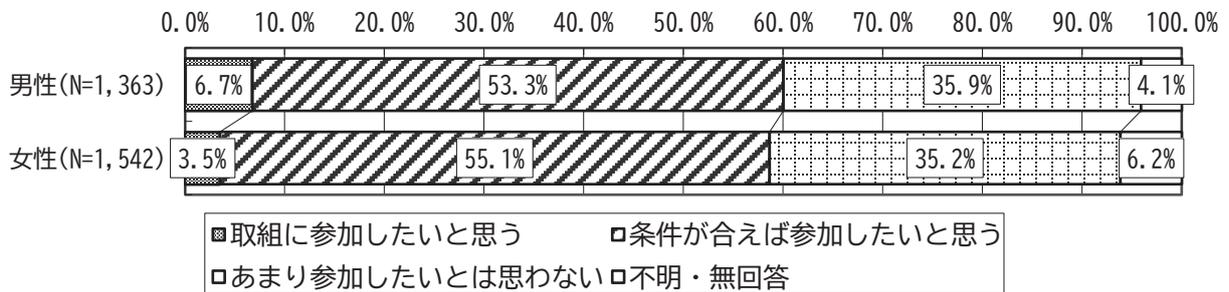
問26 CO₂ネットゼロ社会づくりの推進には、県民・事業者・行政の積極的な参加が不可欠であり、本県では今後の取組を1つのムーブメントとして進めたいと考えています。“しがCO₂ネットゼロ”ムーブメントの取組に参加したいと思いませんか。(〇は1つだけ)



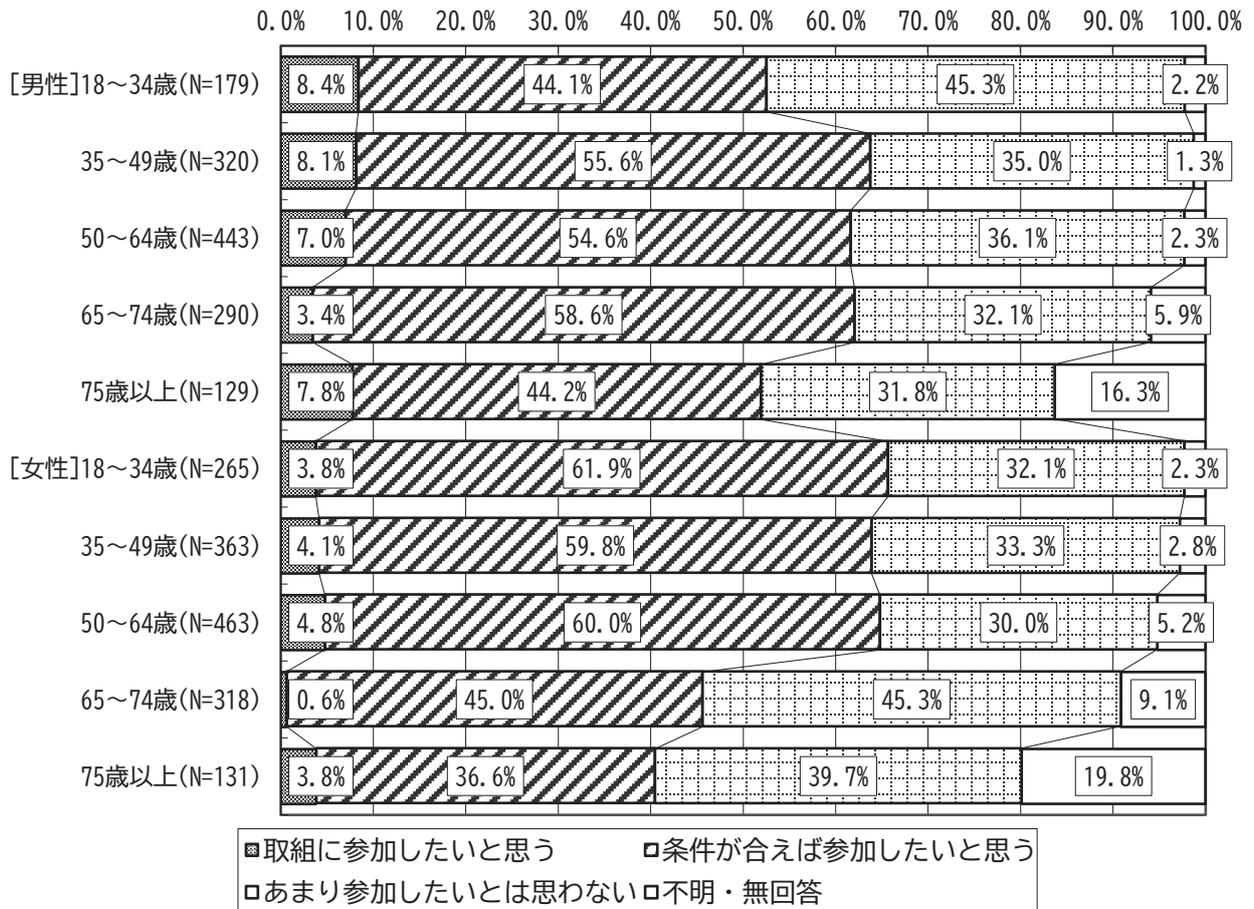
【地域別】



【性別】

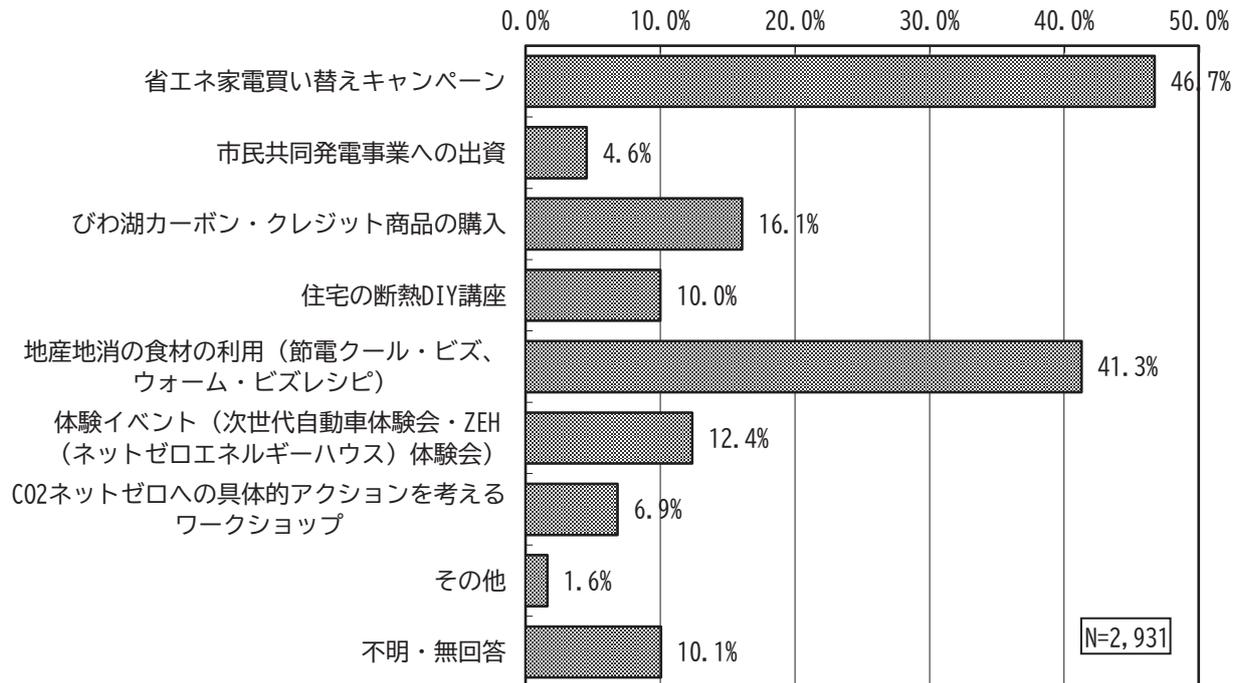


【性・年代別】



(10) 参加したい“しがCO₂ネットゼロ”ムーブメントの取組

問 27 “しがCO₂ネットゼロ”ムーブメントの具体的な取組として、どのようなことに参加したいと思いますか。(○は2つまで)



【地域別】

参加したい”しがCO ₂ ネットゼロ” ムーブメントの取組 [2つ以内で複数回答]	今回調査	地域別														
		大津地域		湖南地域		甲賀地域		東近江地域		湖東地域		湖北地域		湖西地域		
		N=2,931	N=706	N=696	N=306	N=488	N=300	N=332	N=92							
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位		
1 省エネ家電買い替えキャンペーン	46.7%	1	47.9%	1	50.0%	1	44.4%	1	47.1%	1	48.0%	1	38.6%	1	43.5%	1
2 市民共同発電事業への出資	4.6%	7	5.4%	7	3.4%	7	6.5%	6	4.5%	7	3.3%	7	4.8%	7	3.3%	7
3 びわ湖カーボン・クレジット商品の購入	16.1%	3	17.8%	3	18.4%	3	11.8%	4	16.0%	3	14.7%	3	14.5%	3	10.9%	3
4 住宅の断熱DIY講座	10.0%	5	10.2%	5	11.5%	5	8.5%	5	11.5%	5	7.3%	5	8.4%	6	8.7%	4
5 地産地消の食材の利用	41.3%	2	39.4%	2	39.9%	2	42.5%	2	45.9%	2	42.7%	2	38.0%	2	42.4%	2
6 体験イベント	12.4%	4	12.2%	4	11.8%	4	17.0%	3	11.9%	4	14.0%	4	10.8%	4	6.5%	5
7 CO ₂ ネットゼロへの具体的なアクションを考えるワークショップ	6.9%	6	7.4%	6	6.0%	6	6.5%	6	5.7%	6	7.3%	5	9.6%	5	5.4%	6
8 その他	1.6%	8	1.7%	8	1.7%	8	3.3%	8	1.6%	8	0.7%	8	1.2%	8	0.0%	8

【性別】

参加したい”しがC02ネットゼロ” ムーブメントの取組 [2つ以内で複数回答]	今回調査		性別			
			男性		女性	
	N=2,931		N=1,363		N=1,542	
	%	順位	%	順位	%	順位
1 省エネ家電買い替えキャンペーン	46.7%	1	47.4%	1	46.1%	1
2 市民共同発電事業への出資	4.6%	7	7.2%	7	2.3%	7
3 びわ湖カーボン・クレジット商品の購入	16.1%	3	17.8%	3	14.6%	3
4 住宅の断熱DIY講座	10.0%	5	10.9%	5	9.3%	5
5 地産地消の食材の利用	41.3%	2	35.7%	2	46.0%	2
6 体験イベント	12.4%	4	13.7%	4	11.1%	4
7 C02ネットゼロへの具体的なアクションを考えるワークショップ	6.9%	6	7.7%	6	6.2%	6
8 その他	1.6%	8	1.8%	8	1.6%	8

【性・年代別】

参加したい”しがC02ネットゼロ” ムーブメントの取組 [2つ以内で複数回答]	今回調査		性・年代別-男性									
			1 8 5 3 4 歳		3 5 5 4 9 歳		5 0 6 4 歳		6 5 7 4 歳		7 5 歳 以上	
	N=2,931		N=179		N=320		N=443		N=290		N=129	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
1 省エネ家電買い替えキャンペーン	46.7%	1	48.6%	1	49.4%	1	45.6%	1	50.0%	1	41.9%	1
2 市民共同発電事業への出資	4.6%	7	2.2%	7	10.6%	5	7.2%	7	5.9%	7	8.5%	4
3 びわ湖カーボン・クレジット商品の購入	16.1%	3	19.0%	4	16.9%	3	18.7%	3	17.6%	3	16.3%	3
4 住宅の断熱DIY講座	10.0%	5	7.8%	5	10.6%	5	10.8%	5	14.5%	4	7.8%	5
5 地産地消の食材の利用	41.3%	2	34.1%	2	35.3%	2	34.5%	2	37.6%	2	39.5%	2
6 体験イベント	12.4%	4	20.7%	3	16.6%	4	14.4%	4	9.3%	5	4.7%	7
7 C02ネットゼロへの具体的なアクションを考えるワークショップ	6.9%	6	3.4%	6	6.6%	7	9.5%	6	9.0%	6	7.8%	5
8 その他	1.6%	8	1.1%	8	1.9%	8	1.8%	8	0.7%	8	4.7%	7

参加したい”しがC02ネットゼロ” ムーブメントの取組 [2つ以内で複数回答]	今回調査		性・年代別-女性									
			1 8 5 3 4 歳		3 5 5 4 9 歳		5 0 6 4 歳		6 5 7 4 歳		7 5 歳 以上	
	N=2,931		N=265		N=363		N=463		N=318		N=131	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
1 省エネ家電買い替えキャンペーン	46.7%	1	45.7%	1	51.0%	1	44.7%	2	45.9%	2	39.7%	2
2 市民共同発電事業への出資	4.6%	7	1.5%	7	1.7%	7	2.8%	7	0.6%	8	7.6%	4
3 びわ湖カーボン・クレジット商品の購入	16.1%	3	13.6%	3	13.5%	4	16.2%	3	16.0%	3	10.7%	3
4 住宅の断熱DIY講座	10.0%	5	10.6%	5	10.2%	5	9.9%	5	7.2%	4	7.6%	4
5 地産地消の食材の利用	41.3%	2	41.9%	2	44.9%	2	48.2%	1	47.5%	1	46.6%	1
6 体験イベント	12.4%	4	13.6%	3	16.3%	3	11.2%	4	6.3%	5	1.5%	7
7 C02ネットゼロへの具体的なアクションを考えるワークショップ	6.9%	6	5.7%	6	5.5%	6	7.6%	6	5.7%	6	6.1%	6
8 その他	1.6%	8	1.5%	7	1.7%	7	1.7%	8	1.9%	7	0.0%	8