

基礎研 レター

気候変動問題のコスト意識

日本の人々の意識の特徴はどこにあるか？

保険研究部 主席研究員 篠原 拓也

(03)3512-1823 tshino@nli-research.co.jp

1——はじめに

気候変動問題を巡る動きが世界中で活発になっている。ハリケーンや豪雨などの気象災害の激甚化、海面水位の上昇、大規模な干ばつや山林火災の発生など、世界各地で地球温暖化によるさまざまな影響が出始めていることが、その背景にあるものとみられる。

こうしたなかで、気候変動問題に関するさまざまなサーベイが各国で行われている。これらは、人々の認識や意識を明らかにして、気候政策に反映させる狙いがあるものと考えられる。これらのサーベイからは、気候変動問題に対する各国の人々のコスト意識の違いをうかがうことができる。今回は、いくつかのサーベイをもとに、日本の人々の意識について見ていくこととしたい。

2——日本のサーベイ

気候変動問題について、日本のサーベイから見ていこう。

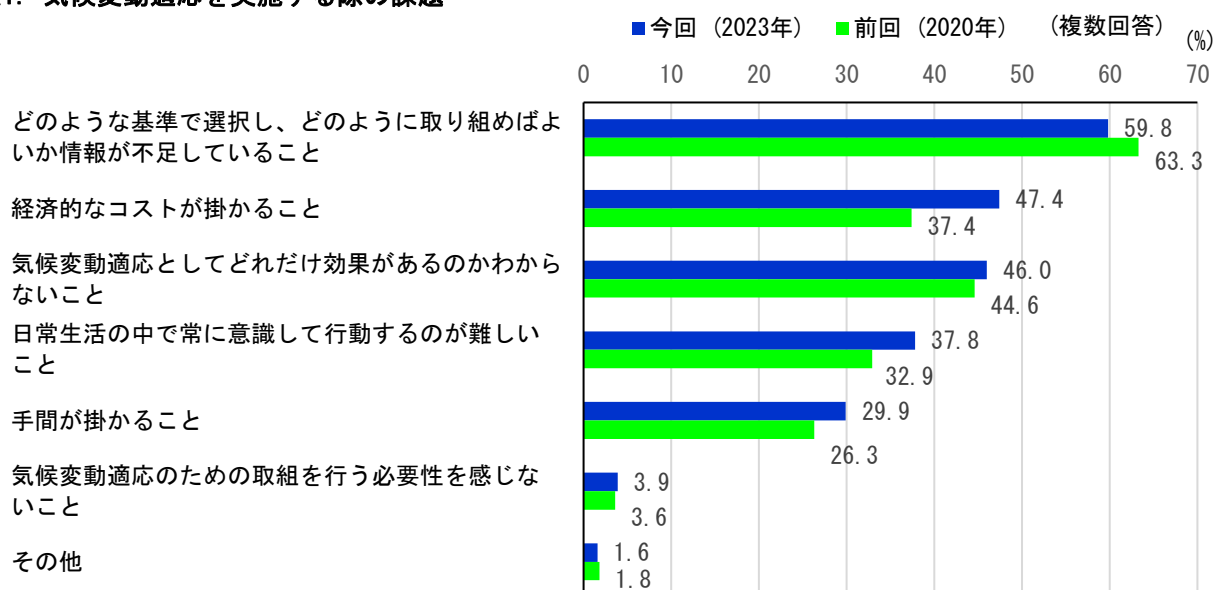
1 | 日本では経済的なコストへの意識が高まっている

内閣府は、2023年に「気候変動に関する世論調査」を行い、結果を公表している。調査期間は2023年7月27日～9月3日で、郵送法(調査用紙の配布は郵送とし、回収はインターネットを含む)により、全国18歳以上の日本国籍を有する人3000人を対象に調査を行い、1526人から有効回答を得たとしている。2020年11月に行った前回調査の結果と比較することで、認識や意識の変化を明らかにしている。

気候変動が引き起こす問題に関心があるか、との問い(同調査の問1)に対して、「関心がある」と「ある程度関心がある」の回答の合計は、89.4%(前回は88.3%)となっている。

自身で気候変動適応を実施するに当たり、どのような課題があると思うか(複数回答)、との問い(同調査の問20)に対しては、もっとも回答が多かったのは“情報が不足している”だったが、その率は63.3%から59.8%へと3.5ポイント低下している。一方、“経済的なコストが掛かること”は、37.4%から47.4%へと10ポイント上昇している。情報の不足が緩和する一方で、経済的なコストへの意識が高まっている様子がうかがえる。

図表1. 気候変動適応を実施する際の課題



※ 「気候変動に関する世論調査」(内閣府, 2023年11月)の「問20. あなたが、ご自身で気候変動適応を実践するに当たり、どのような課題があると思いますか。(〇はいくつでも)」の回答結果をもとに、筆者作成

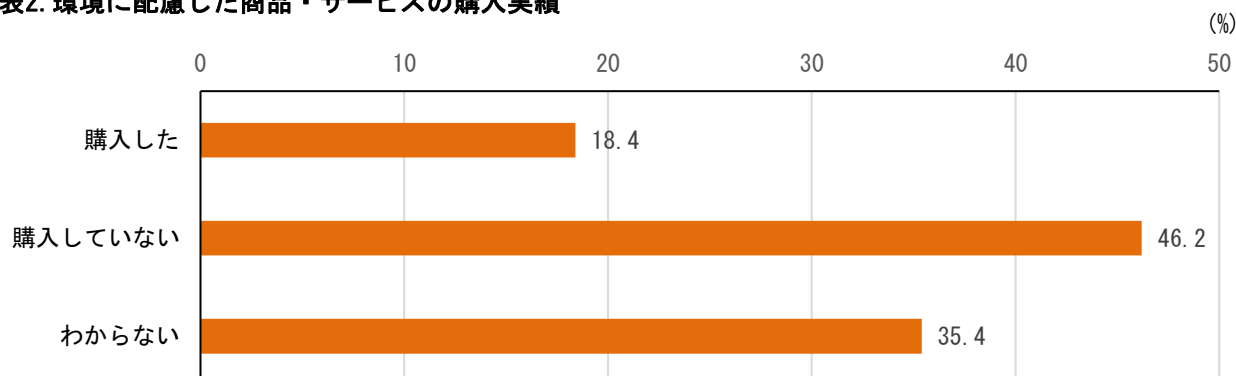
2 | 日本では環境に配慮した商品・サービスの購入意向を持っていたとしても実際に購入していないことが多い

次に、生活者意識調査を行う調査会社メンバーズが2024年に公表した「気候変動と商品・サービスの購入に関する生活者意識調査(CSVサーベイ2024年)」の結果を見ていく。この調査は2024年6月11日に20代~60代の男女2730人に対してWebアンケート調査として実施された。

環境に配慮した商品・サービスの購入意向を持つ生活者は64.7%との結果だった。このうち、同等の価格ならそうした商品やサービスを選びたい、との回答は56.2%。多少高くても(1割程度)そうした商品やサービスを選びたい、との回答が8.5%あった。

ただし、実際の購入実績について聞くと、環境に配慮した商品・サービスの購入意向があるのに「購入していない」人は46.2%との回答だった。気候変動問題に関して環境に配慮した商品・サービスの購入意向を持っていたとしても、実際の購入場面では、経済面のコストが意識される様子が見えてくる。

図表2. 環境に配慮した商品・サービスの購入実績



※ 「気候変動と商品・サービスの購入に関する生活者意識調査(CSVサーベイ2024年)」(株式会社メンバーズ, 2024年)の「質問文[12]あなたは、過去半年以内に「気候変動問題に配慮した商品やサービス」を購入しましたか?」に対する回答結果をもとに、筆者作成

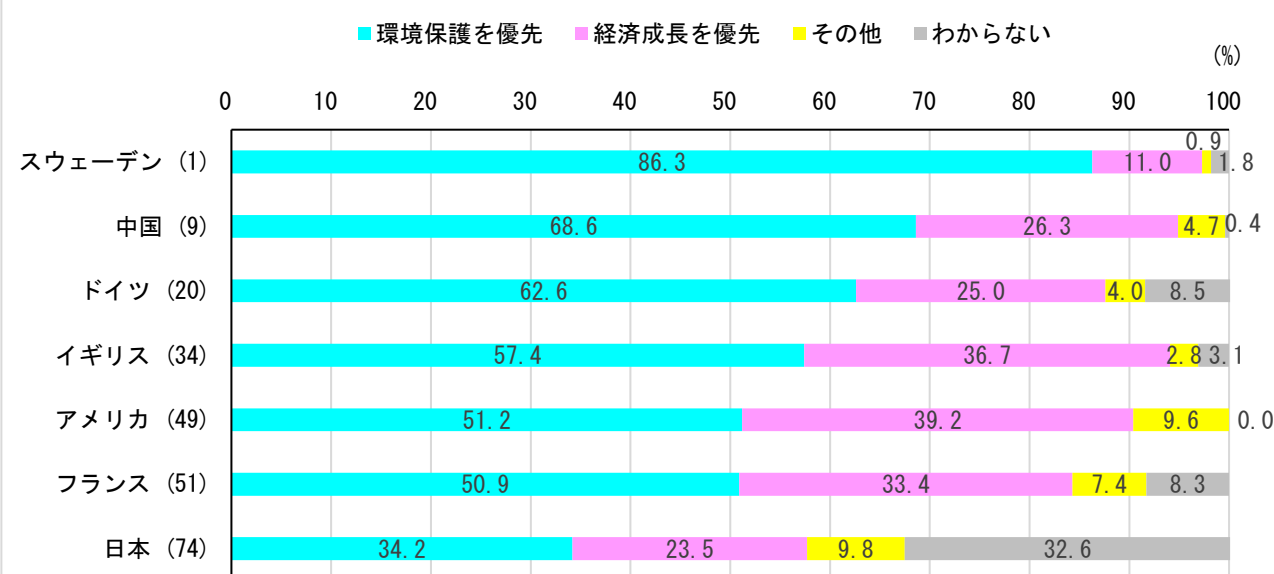
3 | 日本は環境保護よりも経済成長を重視する傾向がある

続いて、電通総研と同志社大学が2021年3月に公表した「第7回「世界価値観調査」レポート」を見ていく。この調査は、2019年9月に、全国18歳以上の男女個人を対象に郵送法で実施された。対象者の抽出は、消費者パネルからの国勢調査結果に基づく地域・性・年齢別割当で行われ、有効回収数は1353とされている。調査結果は、第7回「世界価値観調査」における2020年9月時点で分析可能な最大77か国と比較して表示されている。

調査では、環境保護と経済成長のどちらを優先するかを問う設問がある。日本は、「たとえ経済成長率が低下しても失業がある程度増えても、環境保護が優先されるべき」との回答は34.2%で、77か国中74位と低い。また、「わからない」との回答が32.6%あり77か国中最大となっている。

日本は、気候変動問題に関する環境保護を経済成長よりも優先すべきとする意見は限定的であると見られる。ただし、アメリカ、イギリス、フランス、ドイツなどに比べて経済成長を優先すべきとする意見が多いわけではない。多くの人が環境保護の重要性を認識しつつも、経済成長を疎かにはできないとして逡巡している、という状態ではないかと考えられる。

図表3. 環境保護と経済成長の優先—主な国の比較



* ()内は、「環境保護を優先」の割合による77か国中の順位。

※ 「第7回「世界価値観調査」レポート」(電通総研, 同志社大学, 2021年3月)の「Q111 環境保護と経済成長についてのあなたの考え」の回答結果をもとに、筆者作成

3——海外のサーベイ

前章に続いて、気候変動問題に関する海外のサーベイを見ていこう。

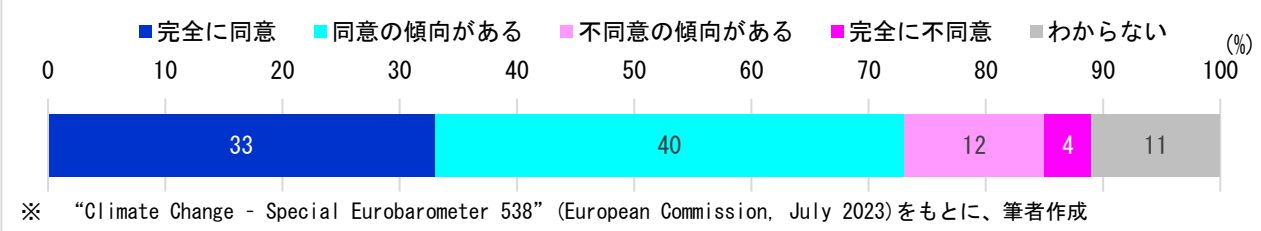
1 | ヨーロッパでは、7割以上の人々がグリーン移行のコストよりも気候変動の損害コストのほうが大きいと認識

まず、欧州委員会が2023年7月に公表した気候変動に関するヨーロッパの人々の意識サーベイ“Climate Change - Special Eurobarometer 538”の結果から見ていく。この調査は、2023年5月10日～6月5日にEU加盟27か国の15歳以上の人々26358人(1か国当たり約1000人(キプロス、ルクセンブルク、マルタは約500人))を対象に、直接またはオンラインでの対面インタビュー形式で実施された(ヨーロッパ全体をまとめる際は、各国の人口比で調整)。

ヨーロッパの人々の77%が、気候変動は非常に深刻な問題だと考えているとの結果であった。

気候変動適応のコストに関しては、73%がグリーン移行のコストよりも気候変動の損害コストのほうが大きいとの認識を示した。このことに完全に同意するが33%、同意の傾向があるが40%であった。ヨーロッパでは、脱炭素経済への移行にコストがかかるが、そのコストは気候変動の損害コストよりも小さいとの認識が進んでいるものと見られる。

図表4. 欧州 グリーン移行コストよりも気候変動損害コストのほうが大きいことの認識



2 | アメリカでは、4 分の 1 の人々が地球温暖化対策に反対する企業に罰を与えた

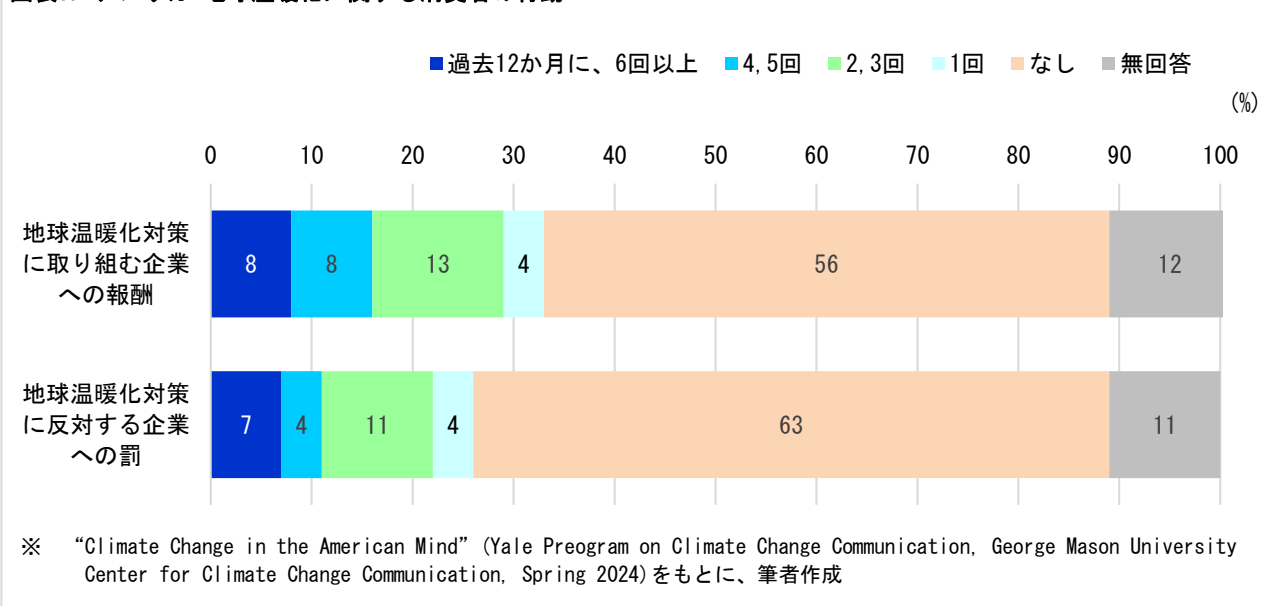
次に、アメリカの人々の意識について、イェールプログラムとジョージ・メイソン大学が 2024 年春に公表した “Climate Change in the American Mind” のサーベイ結果を見ていく。

この調査は、2024 年 4 月 25～5 月 4 日に 18 歳以上の 1031 人のアメリカの人々を対象にウェブベースの環境で行われた。

調査結果によると、人々の 70%が地球温暖化は起こっていると回答した。起こっていないとの回答は 13%だった。また、67%が地球温暖化問題を個人として重要だと回答した。個人としては重要でないとの回答は 33%だった。

消費者行動の点では、32%が過去 12 か月に少なくとも 1 回、地球温暖化対策に取り組む企業に報酬を与えた。また、26%が過去 12 か月に少なくとも 1 回、地球温暖化対策に反対する企業に罰を与えた、と回答している。アメリカでは、気候変動問題への意識が消費者の行動の形で、企業に投げかけられる動きが出ている様子がうかがわれる。

図表5. アメリカ 地球温暖化に関する消費者の行動



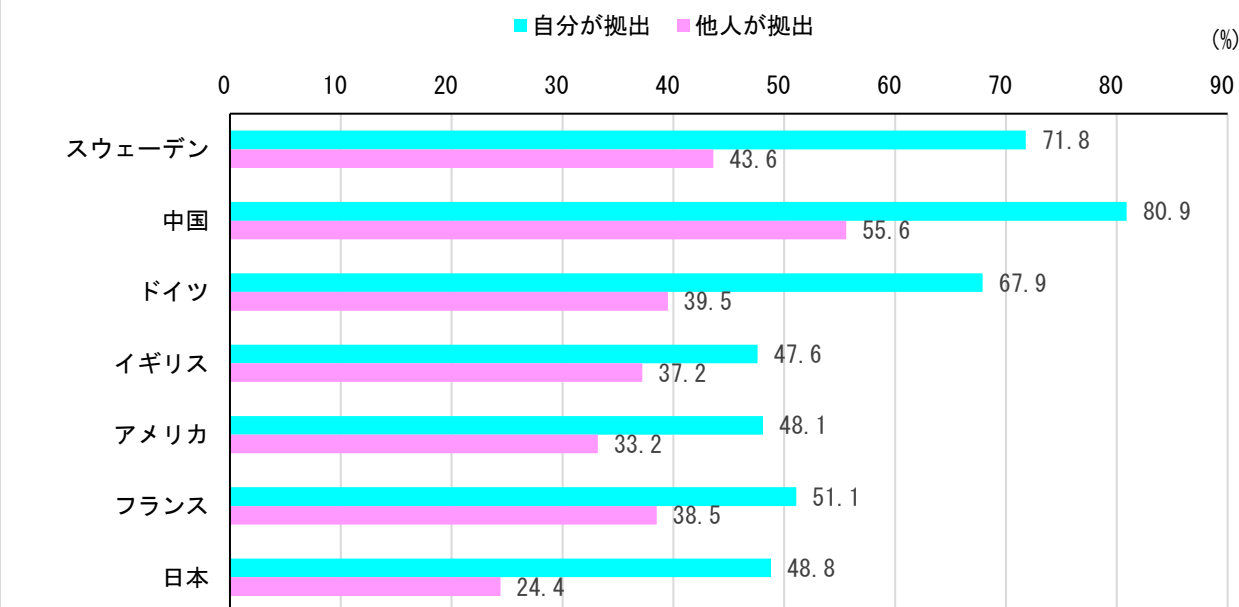
3 | 日本では他人の気候関係の行動を過小評価する傾向がある

最後に、イギリスのオックスフォード大学の研究者らが運営するアワー・ワールド・イン・データでの気候変動関係のデータを見てみよう。このデータは、世界のさまざまなサーベイの結果をまとめたデータ集となっている。

気候変動問題に関する人々の意識については、気候変動問題に取り組むための資金として収入の1%を拠出するか、という問いに対する各国の人々の回答がある。これは、“Globally representative evidence on the actual and perceived support for climate action” (Peter Andre, Teodora Boneva, Felix Chopra & Armin Falk, accepted 4 Jan 2024) と題する論文のデータをまとめたものだ。

自分が収入の1%を拠出すると回答した人の割合を見ると、日本は48.8%で、アメリカやイギリスと同程度の水準となっている。一方、他人が収入の1%を拠出すると回答した人の割合を見ると、日本は24.4%で、主な国と比べて低い水準となっている。日本では、自分が拠出したとしても、他人は拠出しないのではないかと考える人が多い様子が見られる。

図表6. 気候変動問題に取り組むための資金拠出の意向—主な国の比較



※ “Willingness Climate Action” (Our world in Data) の回答結果 (2024年) をもとに、筆者作成

4——おわりに (私見)

本稿では、気候変動問題に対する人々の意識について、各種サーベイを通じて見ていった。特に、日本の人々の意識の特徴として、次のことがうかがわれる結果となった。情報の不足が緩和する一方で、経済的なコストへの意識が高まっていること。気候変動問題に関して環境に配慮した商品・サービスの購入意向を持っていても、実際の購入場面では、経済面のコストが意識されること。多くの人が環境保護の重要性を認識しつつも、経済成長を疎かにはできないとして逡巡していると見られること。気候変動問題に取り組むための資金を自分が拠出したとしても、他人は拠出しないのではないかと考える人が多いこと。このうち、他人の不行動に関する懸念の意識については、他人に目がいきが

ちな日本の人々ならではの特徴があらわれているものと考えられる。

行動経済学でよく言われる「ナッジ」(行動をそっと後押しすること)を、日本の人々の気候変動問題への取り組みに用いようとする場合、「あなただけではなく、他の人も行動しますよ」ということを明確にして保証することができれば、多くの人が行動をとりやすくなるだろう。気候政策において、個人の行動の変化を促す際には、参考になるかもしれない。

なお、今回参照していったようなサーベイは、調査の対象、時期、形式、設問などによって結果が変化することがある。このため、1つの調査結果だけで確定的なことを論じることは適切ではないと考えられる点に注意が必要だろう。

今後も、世界中で気候変動問題に関するさまざまなサーベイが行われるものとみられる。引き続き、それらの結果を注視していくこととしたい。

(参考資料)

「気候変動に関する世論調査」(内閣府, 2023 年 11 月)

「気候変動と商品・サービスの購入に関する生活者意識調査(CSV サーベイ 2024 年)」(株式会社メンバーズ, 2024 年)

「第7回「世界価値観調査」レポート」(電通総研, 同志社大学, 2021 年 3 月)

「今さら解説—気候感度って何? ~定義から WCRP 評価論文、パターン効果まで~」渡部雅浩(東京大学大気海洋研究所, 2021 年 4 月 27 日)

“Climate Change - Special Eurobarometer 538” (European Commission, July 2023)

“Climate Change in the American Mind” (Yale Preogram on Climate Change Communication, George Mason University Center for Climate Change Communication, Spring 2024)

“Willingness Climate Action” (Our world in Data)

“Globally representative evidence on the actual and perceived support for climate action” (Peter Andre, Teodora Boneva, Felix Chopra & Armin Falk, accepted 4 Jan 2024)