

地球温暖化問題に関する県民アンケート結果

調査目的： 県では令和3年3月に策定した「第2次長崎県地球温暖化（気候変動）対策実行計画」に基づき、地球温暖化対策を推進しています。
本アンケートは、地球温暖化に関する県民意識を調査し、今後の施策に反映することを目的に行うものです。

調査期間： 令和8年8月24日～9月11日（19日間）

調査対象： ながさきWEB県政アンケート全モニター（427名）

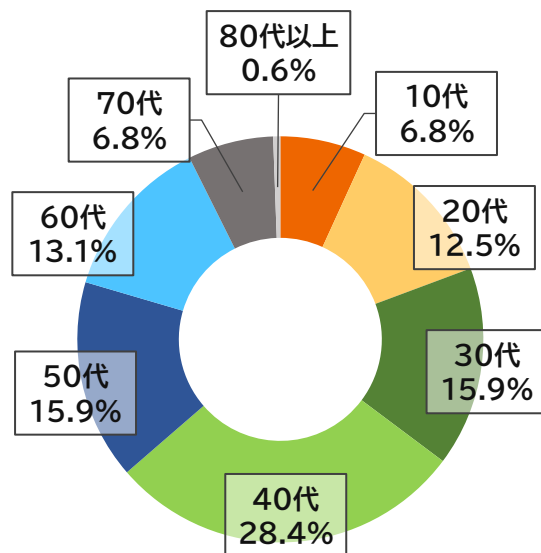
回答状況： 回答者176名（回答率41.2%）

調査担当課： 県民生活環境部 地域環境課

■回答者の属性

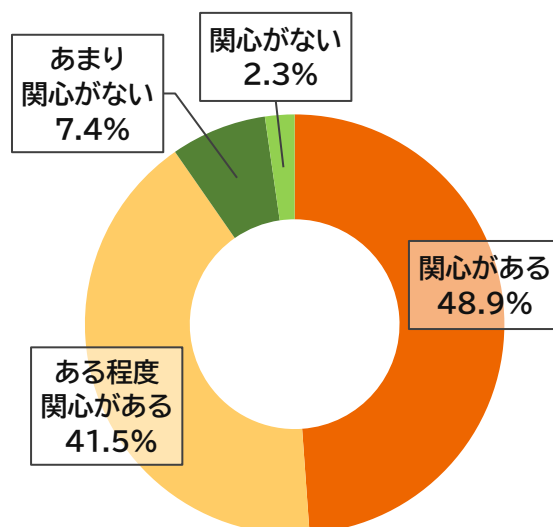
【年齢構成比率】

年齢	人数	構成比
10代	12	6.8%
20代	22	12.5%
30代	28	15.9%
40代	50	28.4%
50代	28	15.9%
60代	23	13.1%
70代	12	6.8%
80代以上	1	0.6%
合計	176	100%



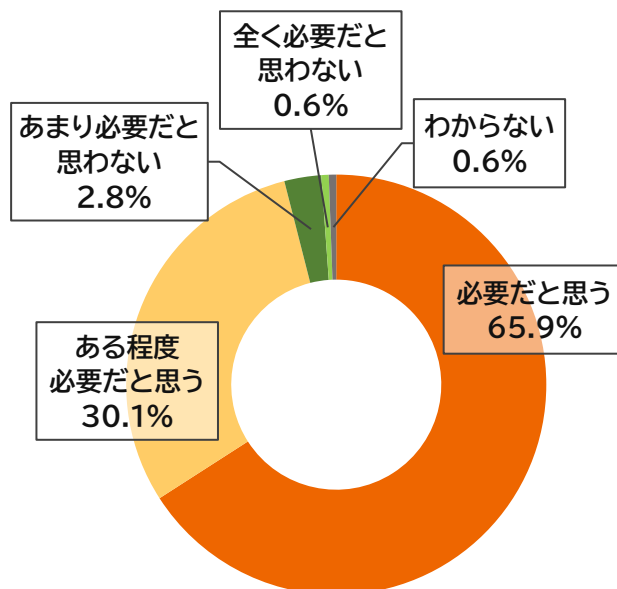
問1：あなたは、地球温暖化問題について関心がありますか。(1つ選択)

選択肢	回答	構成比
関心がある	86	48.9%
ある程度関心がある	73	41.5%
あまり関心がない	13	7.4%
関心がない	4	2.3%
合計	176	100%



問2：あなたは、地球温暖化対策は必要だと思いますか。(1つ選択)

選択肢	回答	構成比
必要だと思う	116	65.9%
ある程度必要だと思う	53	30.1%
あまり必要だと思わない	5	2.8%
全く必要だと思わない	1	0.6%
わからない	1	0.6%
合計	176	100%

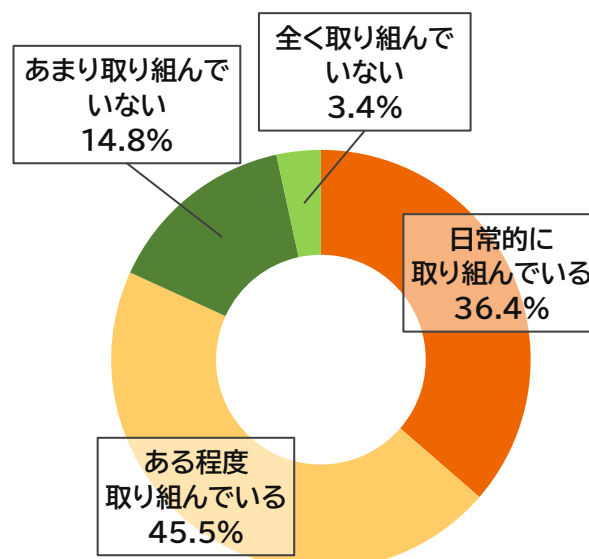


問3：あなたは、日常生活の中で地球温暖化対策に取り組んでいますか。(1つ選択)

(補足説明)

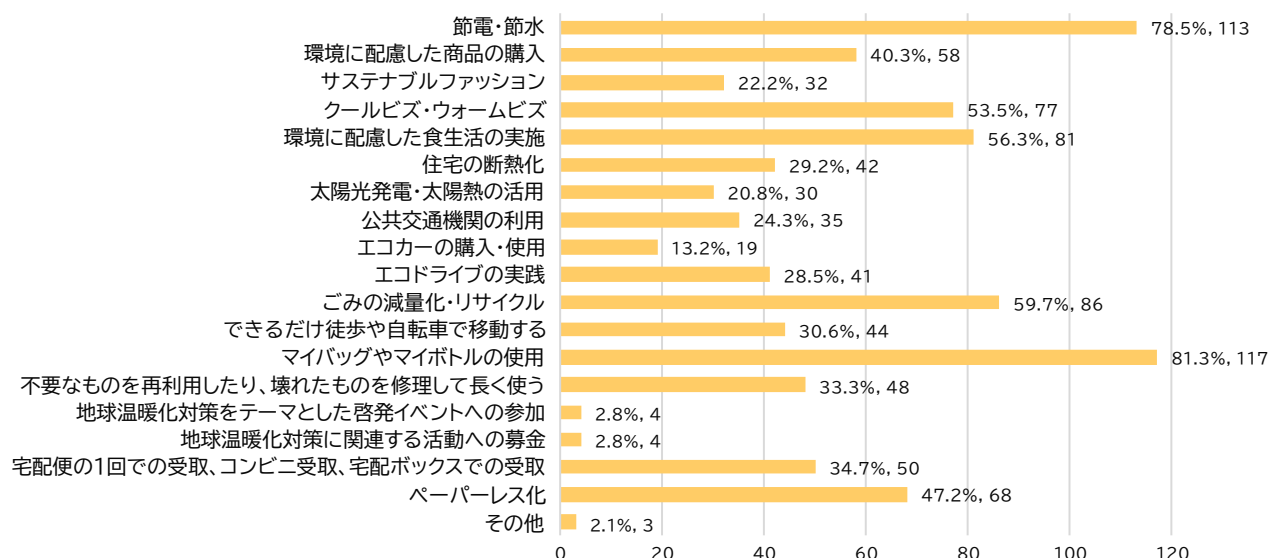
地球温暖化対策には、節電やごみの分別、マイバッグの使用なども含みます。

選択肢	回答	構成比
日常的に取り組んでいる	64	36.4%
ある程度取り組んでいる	80	45.5%
あまり取り組んでいない	26	14.8%
全く取り組んでいない	16	3.4%
合計	176	100%



問 4：あなたが取り組んでいる地球温暖化対策を、すべて選択してください。（複数選択）

（問 3 で「日常的に取り組んでいる」、「ある程度取り組んでいる」と回答した 144 名が回答）



選択肢	回答	割合※
節電・節水	113	78.5%
環境に配慮した商品の購入（詰替商品、簡易包装製品、省エネ型家電、エコマーク商品など）	58	40.3%
サステナブルファッション（長く着られる服を選ぶ、再生原料が使用されている服を選ぶなど）	32	22.2%
クールビズ・ウォームビズ（夏場の軽装、冬場の厚着など）	77	53.5%
環境に配慮した食生活の実施（食材の地産地消、エコクッキング、食品ロス削減、てまえどり、食べ残しをしないなど）	81	56.3%
住宅の断熱化（二重窓や断熱材などを活用し無駄な熱の出入りを減らすなど）	42	29.2%
太陽光発電・太陽熱の活用	30	20.8%
公共交通機関の利用	35	24.3%
エコカーの購入・使用	19	13.2%
エコドライブの実践（ふんわりアクセル、アイドリングの削減など）	41	28.5%
ごみの減量化・リサイクル（ごみの分別・堆肥化、紙パックや食品トレイの回収など）	86	59.7%
できるだけ徒歩や自転車で移動する	44	30.6%
マイバッグやマイボトルの使用	117	81.3%
不要なものを再利用（リユースショップ、フリマアプリ）したり、壊れたものを修理して長く使う	48	33.3%
地球温暖化対策をテーマとした啓発イベントへの参加	4	2.8%
地球温暖化対策に関連する活動への募金（緑の募金、環境保全団体への寄付など）	4	2.8%
宅配便の1回での受取、コンビニ受取、宅配ボックスでの受取	50	34.7%
ペーパーレス化（料金明細書等の電子化）	68	47.2%
その他（自由記載）	3	2.1%

※回答者 144 名に対する割合

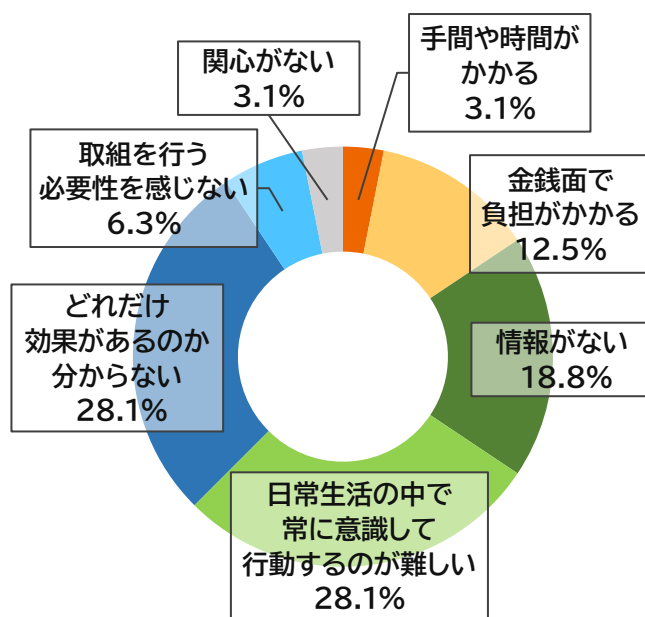
<その他の回答>

- ・庭の芝生化
- ・エアコンの設定温度を 28 度前後で使用し、春秋は使わない
- ・有機農業

問5：地球温暖化対策に取り組んでいない理由として、最も当てはまるものを選択してください。（1つ選択）

（問3で「全く取り組んでいない」、「あまり取り組んでいない」と回答した32名が回答）

選択肢	回答	構成比
手間や時間がかかる	1	3.1%
金銭面で負担がかかる	4	12.5%
情報がない（実施したい、又は、実施できる取組が見つからない）	6	18.8%
日常生活の中で常に意識して行動するのが難しい	9	28.1%
どれだけ効果があるのかわからない	9	28.1%
取組を行う必要性を感じない	2	6.3%
関心がない	1	3.1%
その他（自由記載）	0	0%
合計	32	100%

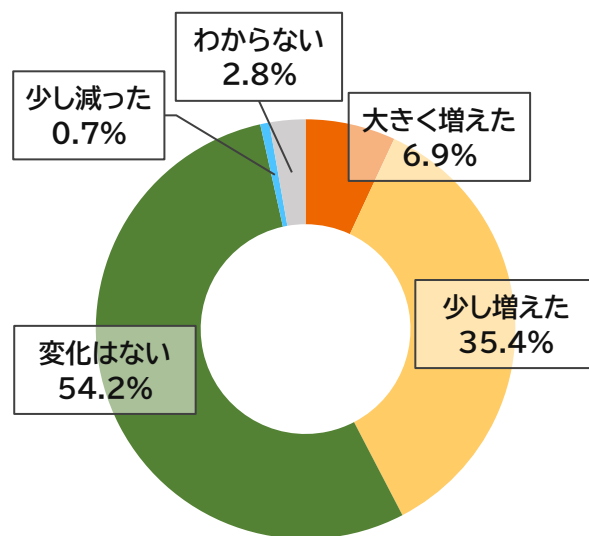


問6：この1年で、地球温暖化対策の取組状況に、変化はありましたか。

（1つ選択）

（問3で「日常的に取り組んでいる」、「ある程度取り組んでいる」と回答した144名が回答）

選択肢	回答	構成比
大きく増えた	10	6.9%
少し増えた	51	35.4%
変化はない	78	54.2%
少し減った	1	0.7%
大きく減った	0	0%
わからない	4	2.8%
合計	144	100%

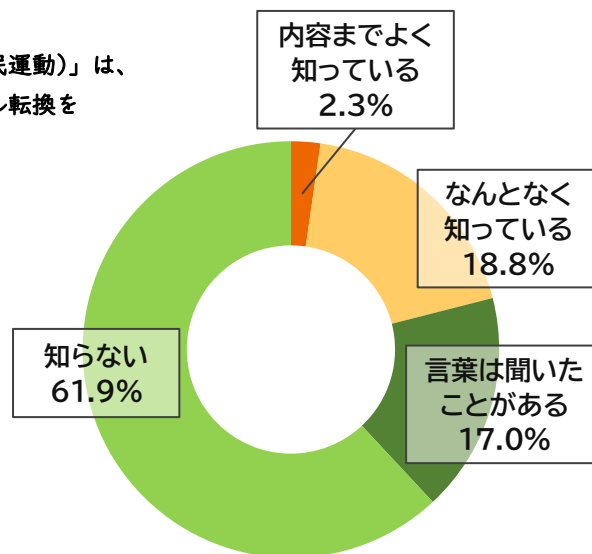


問 7：あなたは、「デコ活（脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動）」を知っていますか。（1つ選択）

（補足説明）

「デコ活（脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動）」は、脱炭素社会の実現に向け、消費者の行動変容やライフスタイル転換を促進するための国民運動であり、環境省が推進しています。

選択肢	回答	構成比
内容までよく知っている	4	2.3%
なんとなく知っている	33	18.8%
言葉は聞いたことがある	30	17.0%
知らない	109	61.9%
合計	176	100%

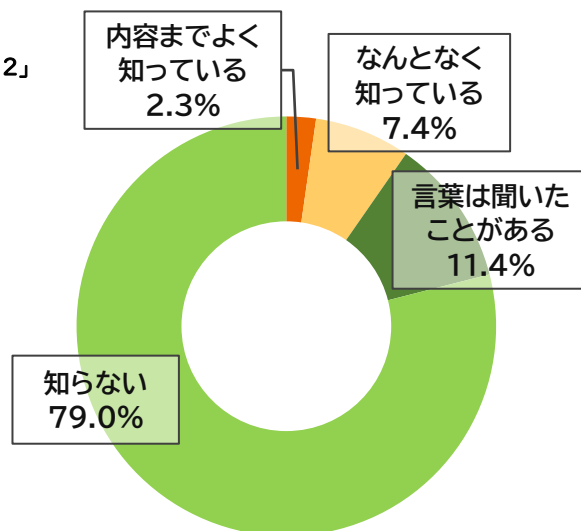


問 8：あなたは、「ながさきデコ活 ゼロカーボンアクション12」を知っていますか。（1つ選択）

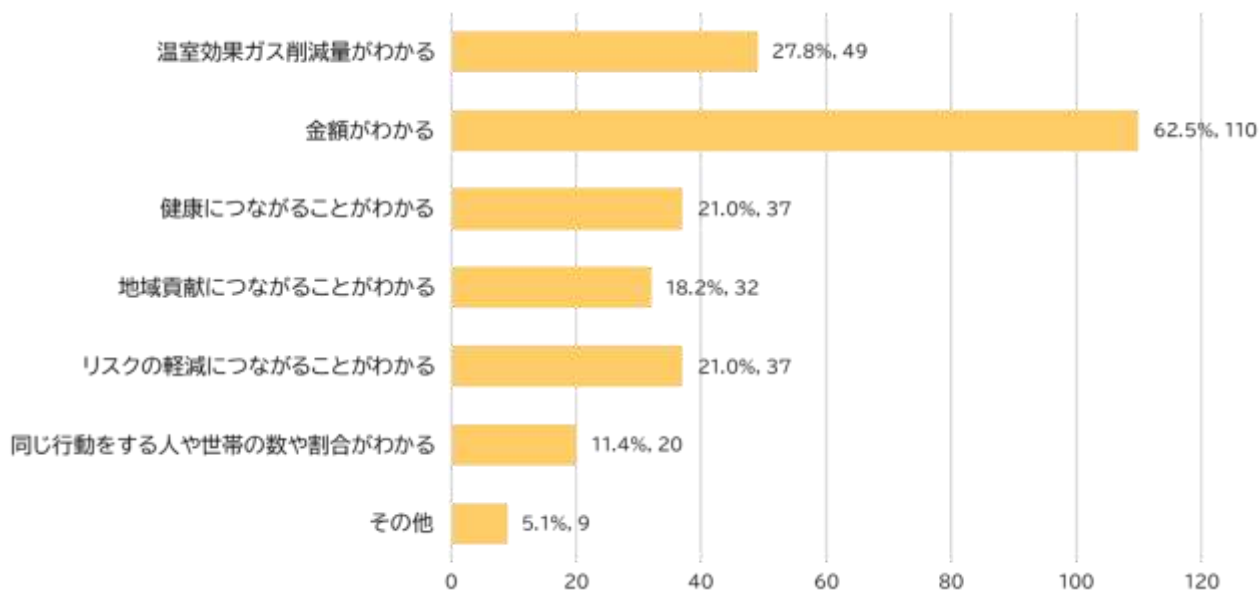
（補足説明）

県では、今すぐ取り組める地球温暖化対策につながる行動（アクション）を「ながさきデコ活 ゼロカーボンアクション12」として、県民の皆様へ呼びかける活動を毎月実施しています。

選択肢	回答	構成比
内容までよく知っている	4	2.3%
なんとなく知っている	13	7.4%
言葉は聞いたことがある	20	11.4%
知らない	139	79.0%
合計	176	100%



問9：あなたはどのような情報に触れたときに、地球温暖化対策に取り組みたいと思いますか。（最大2つ選択）



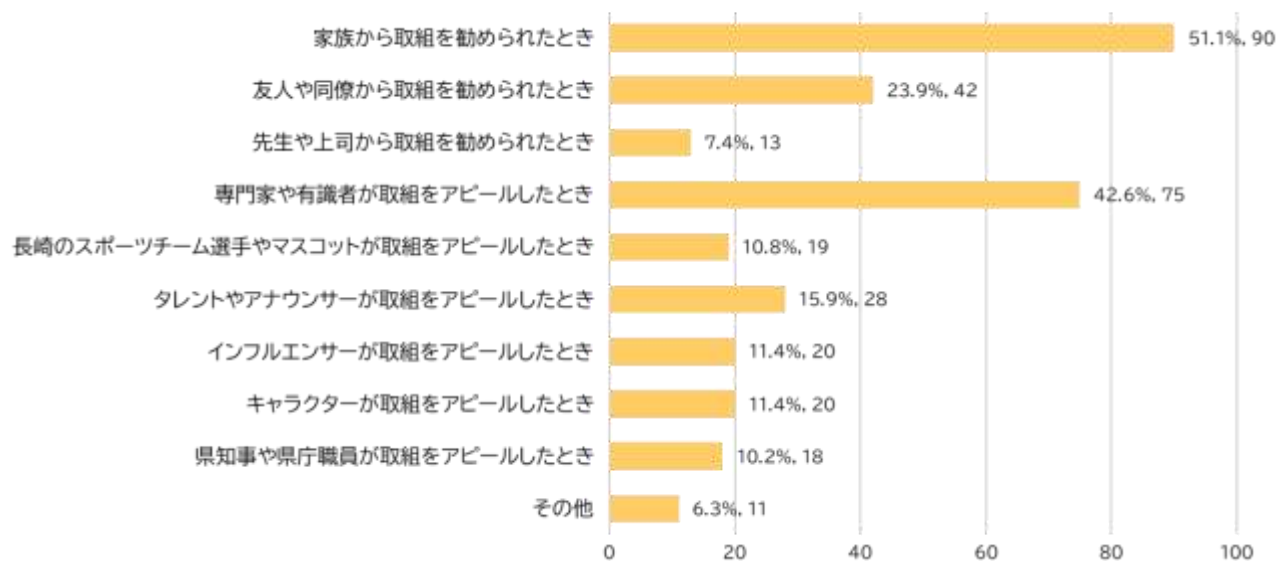
選択肢	回答	割合※
温室効果ガス削減量がわかる（例：テレビをつける時間を1日1時間減らすと年間12.4kgのCO ₂ 削減）	49	27.8%
金額がわかる（例：お湯を出す時間を1日1分短くすると年間3,200円お得）	110	62.5%
健康につながるがわかる（例：自転車や徒歩での移動で運動量アップ！）	37	21.0%
地域貢献につながるがわかる（例：地産地消で地域経済に貢献）	32	18.2%
リスクの軽減につながるがわかる（例：住宅の断熱化で熱中症予防）	37	21.0%
同じ行動をする人や世帯の数や割合がわかる（例：84%の県民が節水・節電に取り組んでいる）	20	11.4%
その他（自由記載）	9	5.1%

※回答者176名に対する割合

<その他の主な回答>

- ・異常気象や災害に関するニュースを見たとき
- ・作物に対する影響の報道
- ・魚介類に対する影響の報道
- ・自分の身に影響が出たとき

問１０：あなたは、誰から取組を勧められたときに、地球温暖化対策に取り組みたいと思いますか。（最大３つ選択）



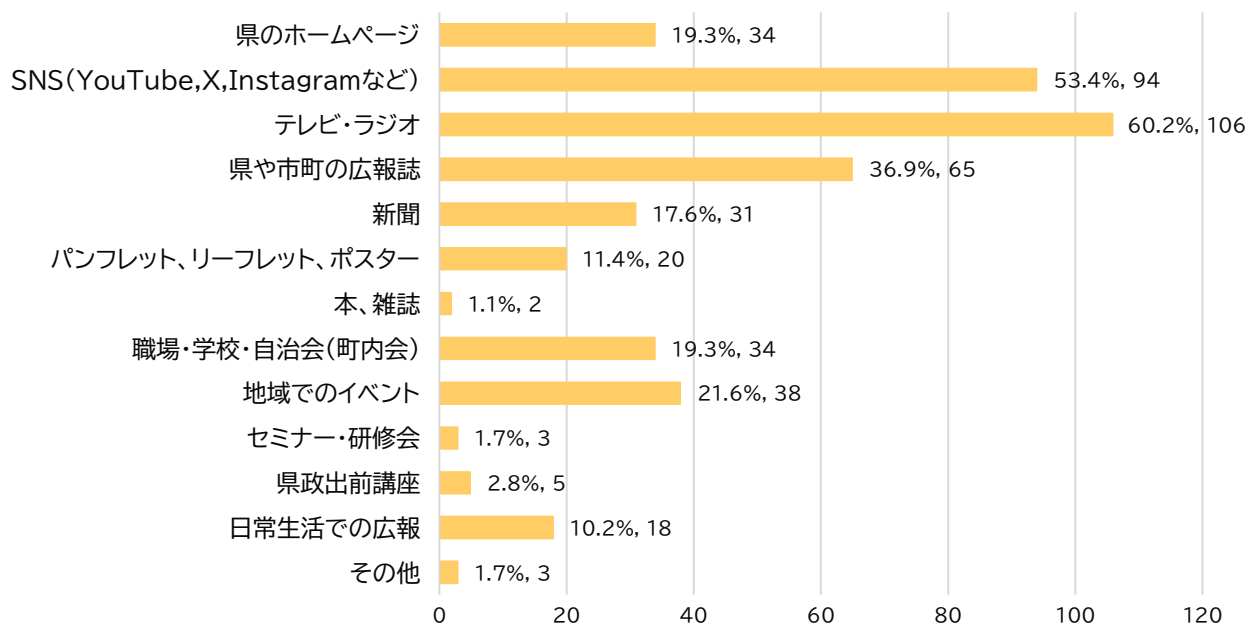
選択肢	回答	割合※
家族から取組を勧められたとき	90	51.1%
友人や同僚から取組を勧められたとき	42	23.9%
先生や上司から取組を勧められたとき	13	7.4%
専門家や有識者が取組をアピールしたとき	75	42.6%
長崎のスポーツチーム選手やマスコットが取組をアピールしたとき	19	10.8%
タレントやアナウンサー（テレビなどで活躍している人）が取組をアピールしたとき	28	15.9%
インフルエンサー（SNSなどで活躍している人）が取組をアピールしたとき	20	11.4%
キャラクター（にゃーが、がんばくんらんばちゃん、デンリュウなど）が取組をアピールしたとき	20	11.4%
県知事や県庁職員が取組をアピールしたとき	18	10.2%
その他（自由記載）	11	6.3%

※回答者 176 名に対する割合

<その他の主な回答>

- ・他人や周囲の状況に左右されない（取組は自発的なものである）
- ・積極的に取り組みたいとは思わない

問 11：国や県、市町の地球温暖化対策を多くの人に認識してもらうために有効と思う媒体や機会は何ですか。（最大 3 つ選択）



選択肢	回答	割合※
県のホームページ	34	19.3%
SNS (YouTube, X, Instagram など)	94	53.4%
テレビ・ラジオ	106	60.2%
県や市町の広報誌	65	36.9%
新聞	31	17.6%
パンフレット、リーフレット、ポスター	20	11.4%
その他（自由記載）	3	1.7%

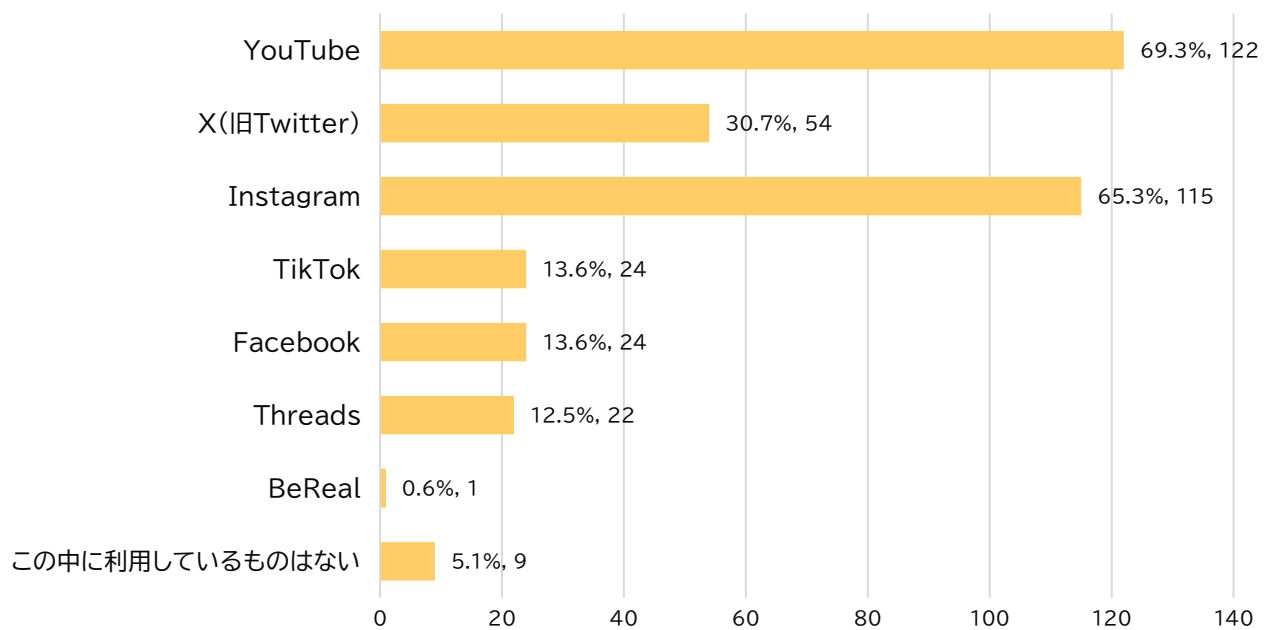
選択肢	回答	割合※
本、雑誌	2	1.1%
職場・学校・自治会（町内会）	34	19.3%
地域でのイベント	38	21.6%
セミナー・研修会	3	1.7%
県政出前講座	5	2.8%
日常生活での広報（スーパーや公共交通機関での案内放送など）	18	10.2%

※回答者 176 名に対する割合

<その他の主な回答>

・著名人が TV、ラジオ、新聞、SNS などを通して呼びかける

問１２：あなたがよく利用するサービス、アプリはどれですか。（最大３つ選択）

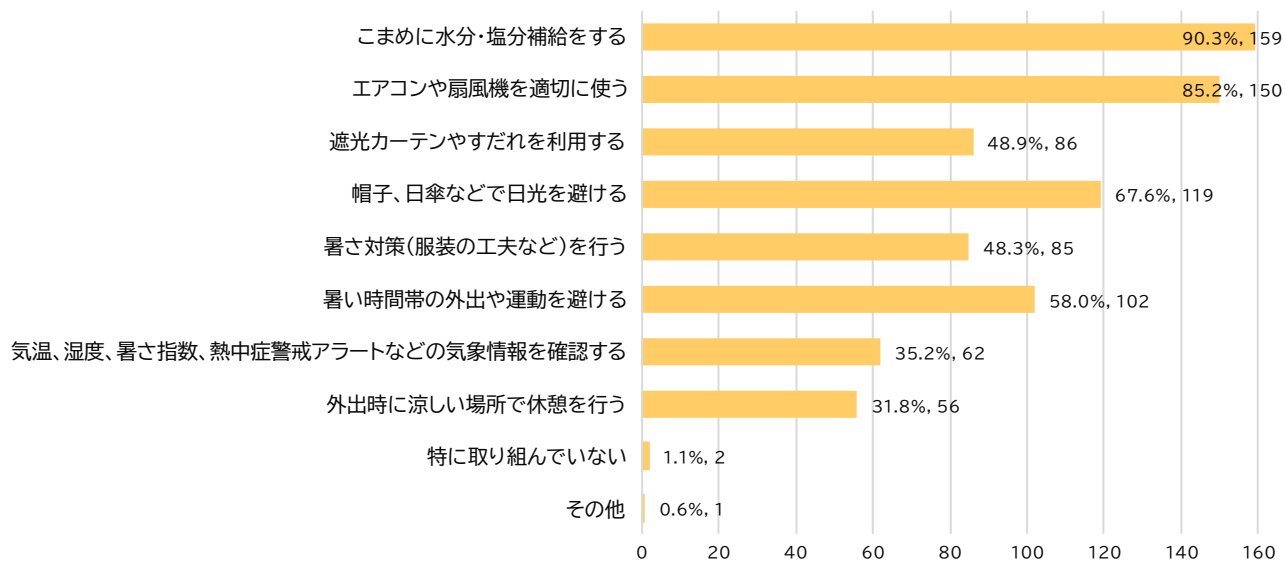


選択肢	回答	割合※
YouTube	122	69.3%
X（旧 Twitter）	54	30.7%
Instagram	115	65.3%
TikTok	24	13.6%

選択肢	回答	割合※
Facebook	24	13.6%
Threads	22	12.5%
BeReal	1	0.6%
この中に利用しているものはない	9	5.1%

※回答者 176 名に対する割合

問 13：あなたが日常生活の中で取り組んでいる熱中症対策をすべて選択してください。
(複数選択)



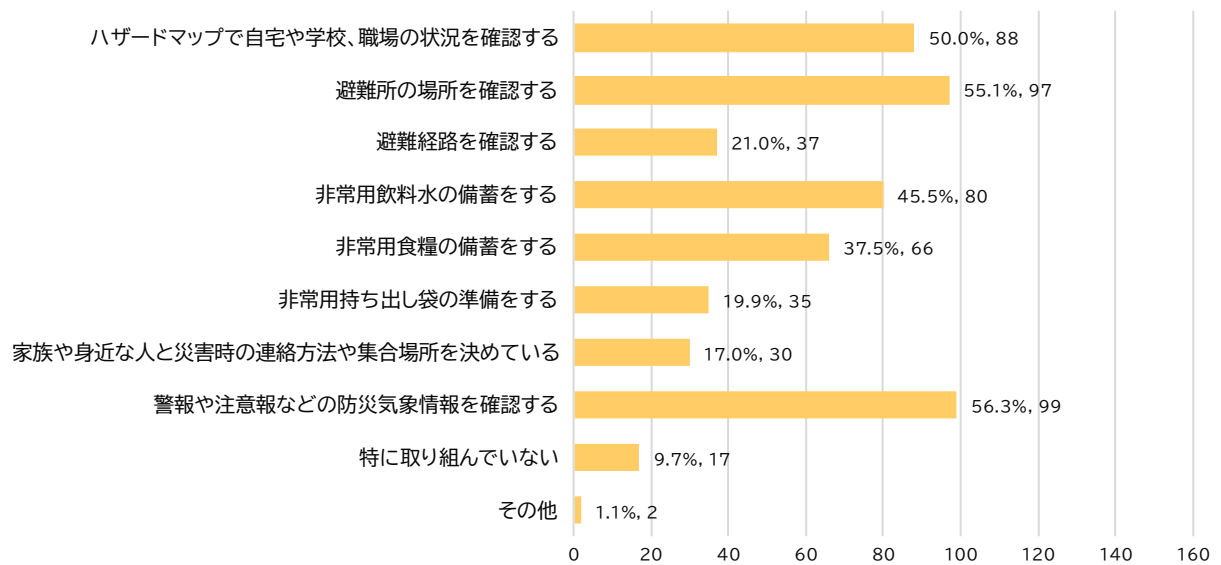
選択肢	回答	割合※	選択肢	回答	割合※
こまめに水分・塩分補給をする	159	90.3%	暑い時間帯の外出や運動を避ける	102	58.0%
エアコンや扇風機を適切に使う	150	85.2%	気温、湿度、暑さ指数、熱中症警戒アラートなどの気象情報を確認する	62	35.2%
遮光カーテンやすだれを利用する	86	48.9%	外出時に涼しい場所（商業施設、飲食店、市町が指定したクーリングシェルター）で休憩を行う	56	31.8%
帽子、日傘などで日光を避ける	119	67.6%	特に取り組んでいない	2	1.1%
暑さ対策（服装を工夫する、携帯扇風機、ネッククーラー、アイスリングを使うなど）を行う	85	48.3%	その他（自由記載）	1	0.6%

※回答者 176 名に対する割合

<その他の回答>

・暑さに慣れるような家外での活動

問 4：あなたが日常生活の中で取り組んでいる防災対策をすべて選択してください。
(複数選択)



選択肢	回答	割合※	選択肢	回答	割合※
ハザードマップで自宅や学校、職場の状況を確認する	88	50.0%	非常用持ち出し袋の準備をする	35	19.9%
避難所の場所を確認する	97	55.1%	家族や身近な人と災害時の連絡方法や集合場所を決めている	30	17.0%
避難経路を確認する	37	21.0%	警報や注意報などの防災気象情報を確認する	99	56.3%
非常用飲料水の備蓄をする	80	45.5%	特に取り組んでいない	17	9.7%
非常用食糧の備蓄をする	66	37.5%	その他（自由記載）	2	1.1%

※回答者 176 名に対する割合

<その他の主な回答>

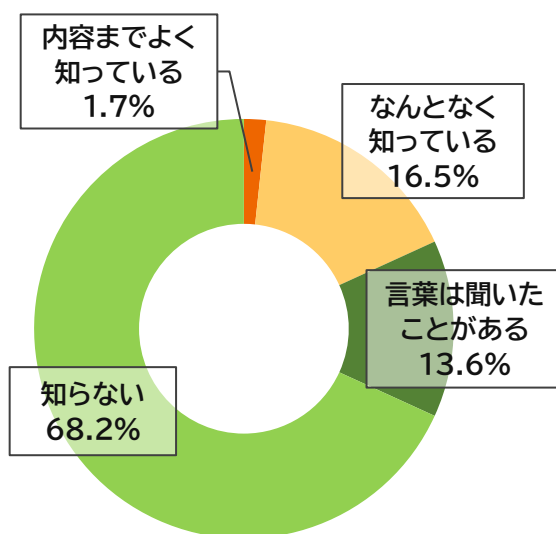
- ・家具の転倒防止対策
- ・災害時にキャンピングカーで避難

問１５：前問の選択肢のような熱中症対策や防災対策が、「適応策」と呼ばれることを知っていますか。（１つ選択）

（補足説明）

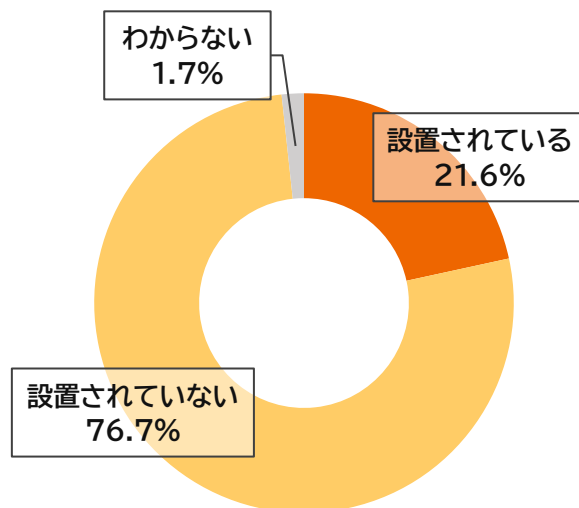
気候変動により起こる気温上昇や異常気象への対策を「適応策」と言います。個人でできる取組として熱中症対策や防災対策があります。

選択肢	回答	構成比
内容までよく知っている	3	1.7%
なんとなく知っている	29	16.5%
言葉は聞いたことがある	24	13.6%
知らない	120	68.2%
合計	176	100%



問１６：あなたの自宅には、太陽光発電が設置されていますか。（１つ選択）

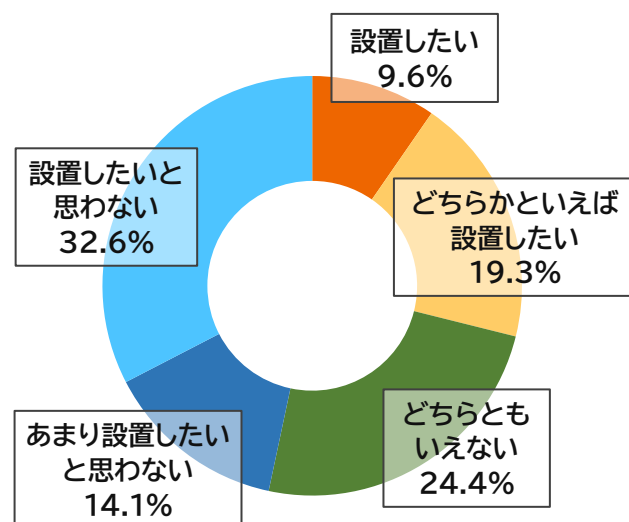
選択肢	回答	構成比
設置されている	38	21.6%
設置されていない	135	76.7%
わからない	3	1.7%
合計	176	100%



問１７：今後、自宅に太陽光発電設備を設置したいと思いますか。（１つ選択）

（問１６で「設置されていない」と回答した135名が回答）

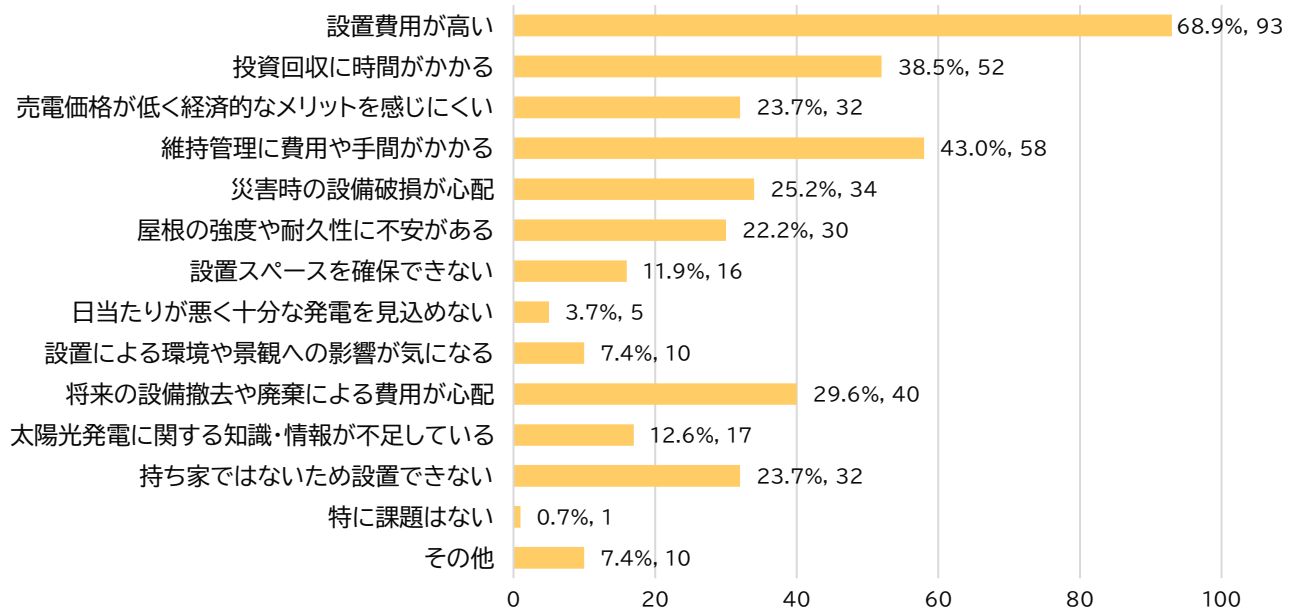
選択肢	回答	構成比
設置したい	13	9.6%
どちらかといえば設置したい	26	19.3%
どちらともいえない	33	24.4%
あまり設置したいと思わない	19	14.1%
設置したいと思わない	44	32.6%
合計	135	100%



問１８：あなたが、自宅に太陽光発電設備を設置する場合の課題は何だと思いますか。

（複数選択）

（問１６で「設置されていない」と回答した１３５名が回答）



選択肢	回答	割合※
設置費用が高い	93	68.9%
投資回収に時間がかかる	52	38.5%
売電価格が低く経済的なメリットを感じにくい	32	23.7%
維持管理に費用や手間がかかる	58	43.0%
災害時の設備破損が心配	34	25.2
屋根の強度や耐久性に不安がある	30	22.2
設置スペースを確保できない	16	11.9
日当たりが悪く十分な発電を見込めない	5	3.7
設置による環境や景観への影響が気になる	10	7.4
将来の設備撤去や廃棄による費用が心配	40	29.6
太陽光発電に関する知識・情報が不足している	17	12.6
持ち家ではないため設置できない	32	23.7
特に課題はない	1	0.7
その他（自由記載）	10	7.4

※回答者１３５名に対する割合

<その他の主な回答>

- ・マンションであるため設置できない
- ・廃棄時の環境への影響
- ・設置することが本当に温暖化対策になるのかわからない
- ・設置することによるメリットがわからない