

<ダイキン『第28回 現代人の空気感調査』>

全国の男女1,000人に聞いた「電気料金の値上げと節電要請に関する空気感調査」

**過去2番目に暑かった2022年夏、節電自己評価は“53点”と今ひとつの結果に…  
電気代の上昇が続くこの冬は、夏から2割以上の点数アップをめざす**

一方、空気に対する私たちの意識は、20年間で「屋外」から「室内」へ、「自然環境」から「自宅環境」へと変化

ダイキン工業株式会社は、このたび全国の20歳以上の男女1,000人を対象に、「第28回 現代人の空気感調査」を実施しました。現代人の空気感調査は、“空気”に関する現代人の意識や課題を浮き彫りにし、日頃意識されにくい“空気”について多くの方々に興味と関心を持っていただくことを目的として、2002年から実施しているもので、今年で20年目を迎えます。

2022年は値上げラッシュと節電の1年になりました。世界的なエネルギー価格の高騰を受け、日本では電気料金をはじめ様々なモノの値上げが続きました。過去2番目の暑さ（日本で統計を取り始めた1989年以降）と、記録的猛暑となった2022年夏には7年ぶりの節電要請が出され、節電を意識しながらも、熱中症対策としてはエアコンが欠かせない日々を過ごすこととなりました。その後も値上げの波は収まることなく、12月からは再び節電要請期間が始まります。

そこで28回目となる今回の空気感調査では、夏の節電実態と冬に向けた展望、さらには20年目の空気感調査からひも解ける、空気・空調に対する意識について調査しました。その結果、夏の節電が十分に進んでいなかったことや、この冬は夏を上回る節電意向があること、生活家電の中でも特にエアコンを上手に使うことで節電につなげたいと考えていること、そしてエアコンは暮らしに欠かせない「生活インフラ」として認識されていること等がわかりました。また、空気に対する意識は、20年前は「屋外」の空気に向けられていましたが、今は「屋内」、特に自宅の空気質に向けられていて、8割近くの方が空気・空調に対して「空間を冷やす／暖めるだけではない価値や可能性がある」という期待を持っていることがわかりました。今は感染症や病気のリスクを低減してほしい気持ち強いものの、未来に向けては生活のパフォーマンス向上につながる空気や地球環境を良くする空調など、空気の新たな可能性への期待も高まっています。

本調査の主な結果は以下の通りです。

**全国の男女1,000人に聞いた「電気料金の値上げと節電要請に関する空気感調査」**

**2022年夏の節電実態と冬に向けた展望**

- 値上げラッシュで気になる「電気代」、7割超（73.5%）が値上がりを実感…………… P.2
- 夏の節電に対する自己評価は低く、平均53.0点、若干の男女差も見られる結果に（男性50.5点、女性55.5点）… P.2
- 夏の節電が100点ではない理由は「無理のない範囲で」持続的に取り組みたいから…………… P.3
- 女性の約2割（18.5%）は家族や同居人の節電への協力が不十分だと感じている…………… P.3
- 夏のリベンジ節電!? 冬の節電目標は夏から2割以上アップの65.7点…………… P.4
- この冬節電したい家電製品第1位は「エアコン」（62.6%）…………… P.4
- 節電はしたいが、エアコンは暮らしに欠かせない「生活インフラ」…………… P.5
- エアコンを使い続けるために省エネにつながる使い方を実践したい（45.0%）…………… P.6

**20年前の調査結果との比較からわかる、私たちの空気に対する意識変化**

- ①空気を意識する季節は、「花粉のシーズン」から「1年中ずっと」に…………… P.7
- ②空気について気になることは、屋外空気の汚染から室内の空気質に…………… P.7
- ③空気を意識する場所は、自然から自宅へ、空気がポジティブなものからネガティブなものへと変化…………… P.8

**未来の空気・空調に対する期待**

- 危機感の裏返し!? 100年後の空気環境は「悪くなっている」（63.0%）…………… P.9
- 空気・空調には空間を冷やす／暖めるだけではない価値や可能性がある（79.6%）…………… P.10
- 空気・空調に今期待する価値は、「感染症や病気のリスクから守ってくれること」（66.4%）…………… P.10
- 空気・空調への今後の期待は、身近な健康から地球規模の空調まで多岐に渡る…………… P.11

## <2022年夏の節電実態と冬に向けた展望>

### 値上げラッシュで気になる「電気代」、7割超（73.5%）が値上がりを実感

2022年は身の回りの多くのモノで値上げが続いています。そこで、「値上げラッシュが続く中、あなたが値上げを実感しているものは何ですか」と聞いたところ、最も多くなったのは「食料品」（86.0%）で、次に「電気料金」（72.6%）、「日用品・雑貨」（62.9%）と続きました（図1）。

食料品のように毎日の買い物を通じて値上げを実感する機会がないにも関わらず、多くの人が値上げを実感している電気代について、「今年の夏、あなたのご自宅の電気料金は例年と比べてどうでしたか」と聞いたところ、7割を超える人（73.5%）が実際に「高くなった」と回答しています（図2）。中には5割以上高くなったという人もおり、電気代の高騰が家計に与える影響は大きいといえそうです。

Q：値上げラッシュが続く中、あなたが値上げを実感しているものは何ですか。（MA）

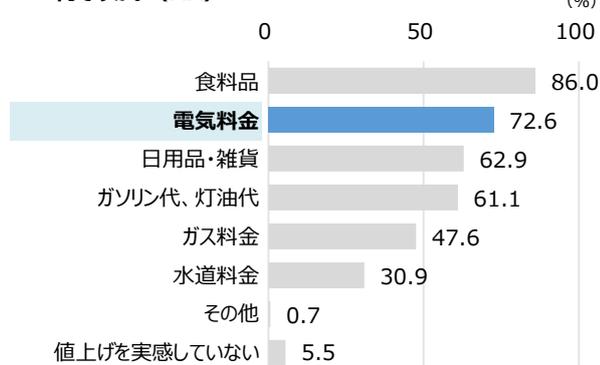


図1 値上げを実感しているもの（n=1,000）

Q：今年の夏、あなたのご自宅の電気料金は例年と比べてどうでしたか。（SA）

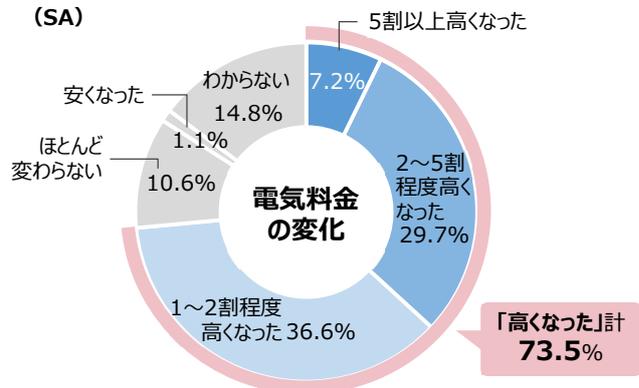


図2 電気料金値上げの実感（n=1,000）

### 夏の節電に対する自己評価は低く、平均53.0点、若干の男女差も見られる結果に（男性50.5点、女性55.5点）

電気代が値上がりし、節電要請も出された今年の夏、人々はどのくらいの節電ができていたのでしょうか。「あなたご自身が行った節電の取り組みに点数をつけるとしたら100点満点で何点ですか」と聞いたところ、全体平均で53.0点となり、低い自己評価となりました（図3）。

また、全体として女性のほうが男性より節電に取り組んでいる様子も見えました（女性55.5点、男性50.5点）。女性が家計を管理している家庭が多いというデータもあり、毎月の電気代をチェックする機会が多いことが結果に表れているのかもしれませんが、同時に、50代や60代以上の世代の人のほうが、節電の自己評価が高い実態も浮き彫りになっています（図4）。一般的に年齢が上がるにつれて外出の機会も減る傾向にありますが、在宅時間の増加や長年家計をやりくりしてきた結果として、より積極的に節電に取り組んでいるのかもしれませんが。

Q：今年の夏、政府による節電要請が出されました。あなたご自身が行った節電の取り組みに点数をつけるとしたら100点満点で何点ですか。（数値回答）

男性平均点 (n=500)	50.5 点
女性平均点 (n=500)	55.5 点
全体平均点 (n=1,000)	53.0 点

※100点満点中

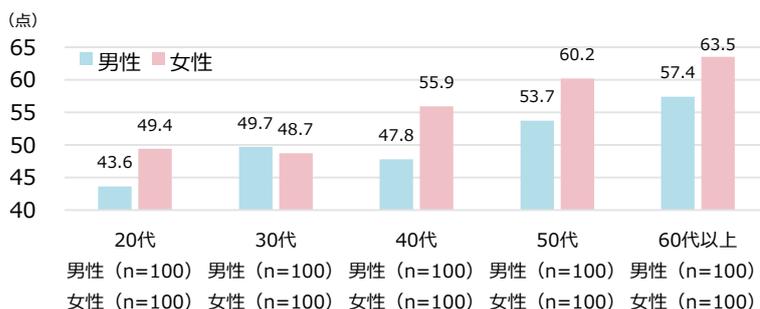


図3 夏の節電に対する自己評価点

図4 夏の節電に対する自己評価点（世代別）

## 夏の節電が100点ではない理由は「無理のない範囲で」持続的に取り組みたいから

夏の節電の自己評価が低いことに対し、「あなたの節電の取り組みが100点ではないのはなぜですか」と聞いたところ、最も多かったのは「節電よりも便利さを優先して電気を使ってしまうから」でした（図5）。節電の必要性は理解しながらも、つい電気を使ってしまうというのは、とても正直な回答といえそうです。一方で、「節電をあまり意識しておらず、つい忘れてしまうから」「節電は手間がかかる／面倒なため」という人は少なく、ある程度の節電を意識しつつ、「無理のない範囲で」取り組みたいと考えている人が多いというのが実態なのかもしれません。

Q：あなたの節電の取り組みが100点ではないのはなぜですか。（MA）

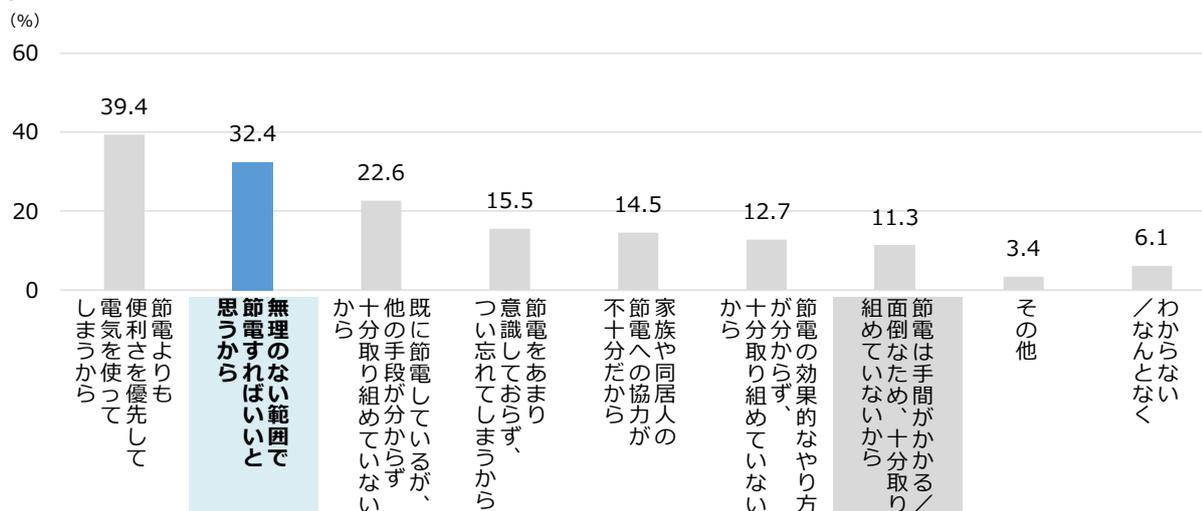


図5 節電の取り組みが100点でない理由（n=950）

## 女性の約2割（18.5%）は家族や同居人の節電への協力が不十分だと感じている

節電の取り組みが100点ではない理由として、男女差が顕著に出たのが「家族や同居人の節電への協力が不十分だから」で、女性全体では約2割（18.5%）がそう感じていて、50歳以上の女性で見ると4人に1人（約25%）に達します（図6）。回答者の中に一人暮らしの方も一定数含まれることを考慮すると、家族と暮らしている女性が同居人に抱いている不満はかなり大きいのかもかもしれません。節電に対する自己評価も女性のほうが高いという結果になりましたが、継続的で無理のない節電の実現には、家族間の節電に対する意識の差を解消し、家庭全体での取り組みを進めることが必要といえそうです。

「あなたの節電の取り組みが100点ではないのはなぜですか」という設問に、

「家族や同居人の節電への協力が不十分だから」と答えた人の割合（世代別）

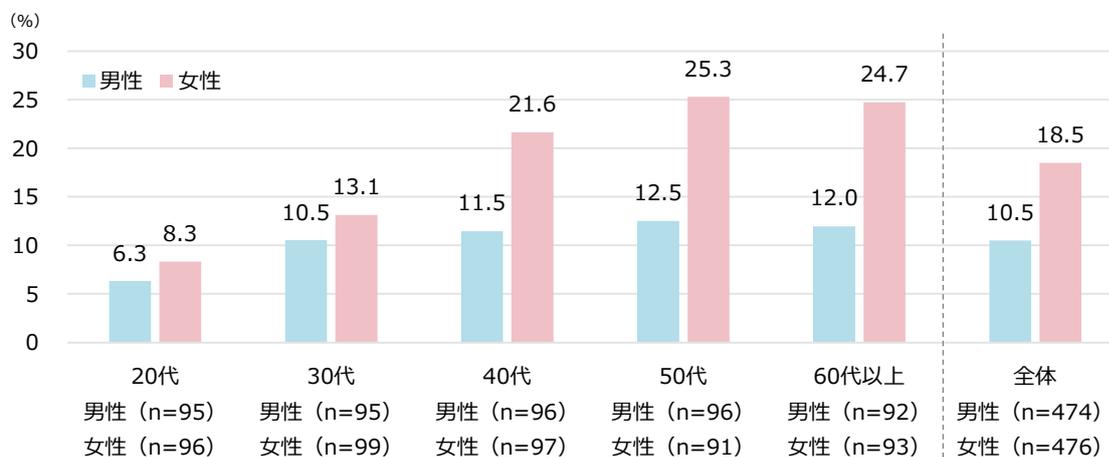


図6 家族や同居人の節電への協力が不十分だと感じている人（世代別）

## 夏のリベンジ節電!? 冬の節電目標は夏から2割以上アップの65.7点

夏の節電に対する自己評価点は53.0点（図3）でしたが、節電の余地を感じている人は多いのかもしれませんが。「今年の冬、あなたのご自身の節電の取り組みで何点を目指しますか」と聞いたところ、夏のリベンジをしたいという思いがあるのか、**目標は65.7点（全体平均）で夏を2割以上、上回る結果**となりました（図7）。男女別では男性が64.0点、女性が67.3点となり、女性がわずかに上回っています。世代別では年代が高くなるほど高い目標点を掲げていることが分かります（図8）。東日本大震災による電力危機が発生した2011年夏に、節電の自己採点を尋ねたところ、平均点は68.8点でした。今回の冬の節電目標は震災時に迫る高い点数であり、節電に対する関心がかかなり高まっていることを伺わせる結果となりました。

（参考）[第17回節電の夏を過ごして変わったもの、変わらなかったものは？ | 現代人の空気感調査 | ダイキン工業株式会社](#)

Q：今年の冬、あなたのご自身の節電の取り組みで何点を目指しますか。（数値回答）

この冬に目指す自己評価点（男女・全体）

男性平均点 (n=500)	64.0 点
女性平均点 (n=500)	67.3 点
全体平均点 (n=1,000)	65.7 点

※100点満点中

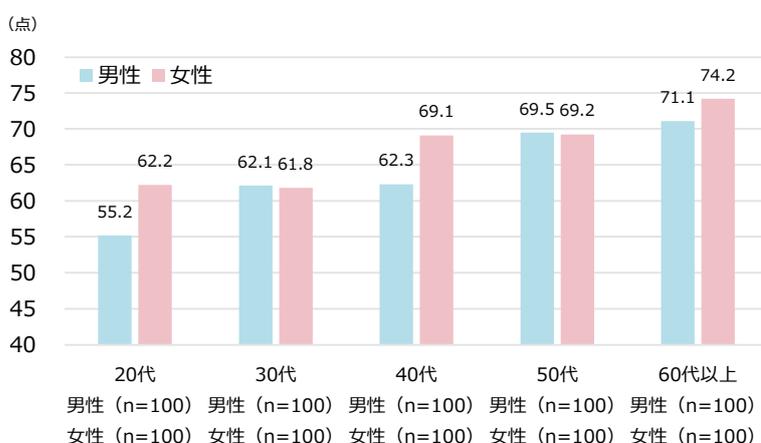


図7 この冬目指す点数

図8 この冬目指す点数（世代別）

## この冬節電したい家電製品第1位は「エアコン」（62.6%）

冬の節電要請期間（2022年12月～2023年3月末）を前に、「あなたのご自宅にある家電製品のうち、この冬節電したいと思うものは何ですか」と聞いたところ、最も多かったのは「エアコン」（62.6%）で、次いで多かった「照明」（45.3%）に17ポイント以上の大差をつけています（図9）。やはり、冬の消費電力が大きいエアコンを節電したいと考えている人は多いようです。

Q：あなたのご自宅にある家電製品のうち、この冬節電したいと思うものは何ですか。（MA）

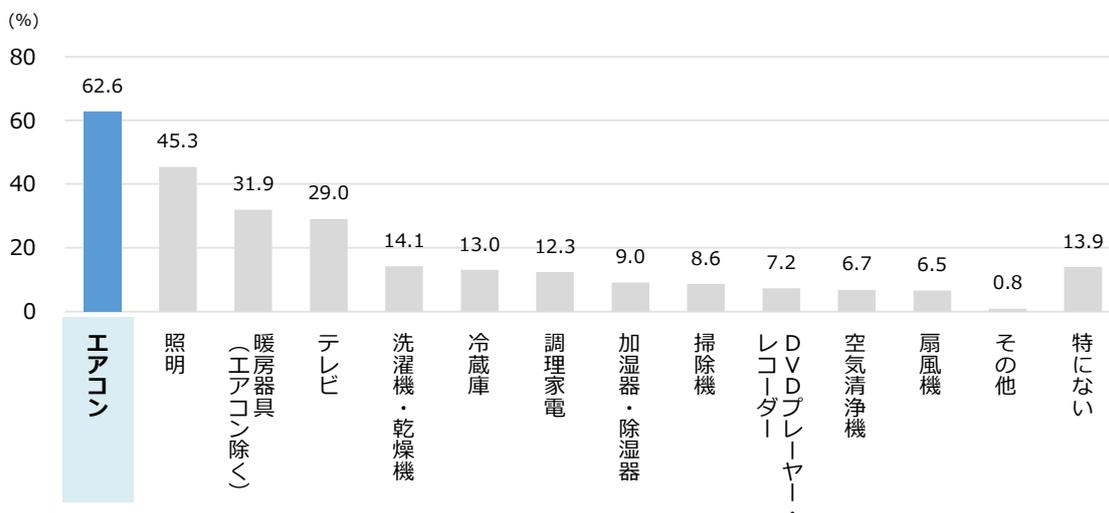


図9 この冬節電したい家電製品 (n=1,000)

実際に、この夏と冬のエアコンの使い方について聞いてみると、「冬のほうが夏よりも節電を意識して使用したい」という傾向が強く出る結果になりました（図10、11）。一般的に、エアコンは夏の冷房運転よりも冬の暖房運転時のほうが、消費電力が大きくなります。電気代の値上がりが続く中、冬の節電で十分な成果を出すためにはエアコンの節電が重要であり、この回答結果は良い傾向といえます。無理のない範囲で節電をするために、エアコンの上手な使い方も知っていただきながら、この冬を賢く乗り切っていただければと思います。

Q：今年の夏、あなたのご自宅のエアコンの使い方は例年と比べてどうでしたか。（SA）

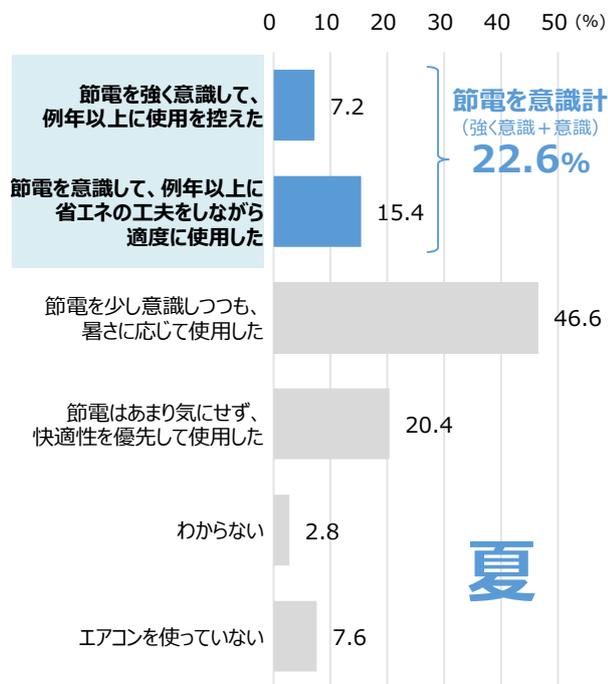


図10 夏のエアコンの使い方 (n=1,000)

Q：あなたのご自宅ではこの冬、エアコンをどのくらい使う予定ですか。（SA）

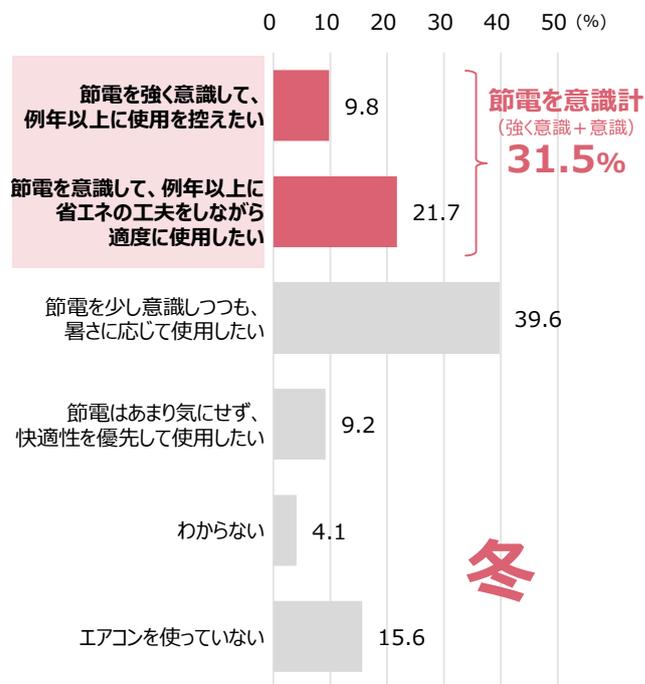


図11 この冬のエアコンの使い方 (n=1,000)

## 節電はしたいが、エアコンは暮らしに欠かせない「生活インフラ」

この冬節電したい家電製品の筆頭に挙げられたエアコンですが、その必要性について「あなたはエアコンなどの空調機器（空気清浄機、換気機器含む）は安全・安心・快適な暮らしに欠かせない生活インフラだと思いますか」と聞いたところ、「そう思う」（「とてもそう思う」と「どちらかというと思う」の計）が約9割（89.7%）に達しました（図12）。エアコンはあったら便利な生活家電という概念を超えて、無いと困る「生活インフラ」として認識されていることが分かります。

Q：あなたはエアコンなどの空調機器（空気清浄機、換気機器含む）は安全・安心・快適な暮らしに欠かせない生活インフラだと思いますか。（SA）

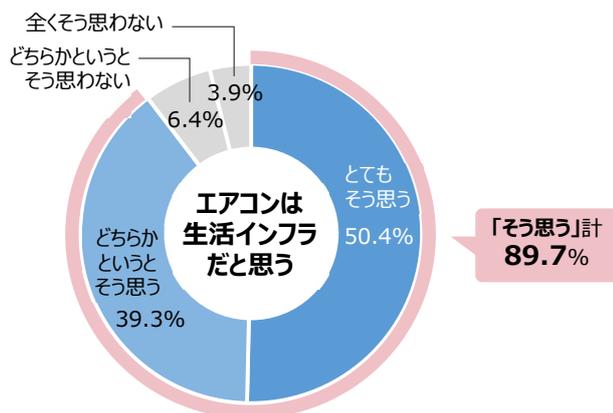


図12 エアコンは暮らしに欠かせない生活インフラ (n=1,000)

## エアコンを使い続けるために省エネにつながる使い方を実践したい（45.0%）

生活インフラとなっているエアコンですが、その消費電力の大きさ等から環境影響を考えながら使用しないといけないことも事実です。「あなたは今後も持続可能な形でエアコンを使用していくにはどのような工夫が必要だと思いますか」と聞いたところ、**「運転設定やお手入れなど「省エネにつながるエアコンの使い方の実践」（45.0%）」と「省エネ性能の高いエアコンの使用」（43.6%）」に回答が集中しました（図13）**。まずは、今あるエアコンを上手に使い、場合によっては省エネ性能の高い製品への買い替えも選択肢となっているようです。

Q：エアコンが多くの電力を使用する事実や、それに伴う環境負荷の増大、昨今の電気料金の上昇を踏まえ、あなたは今後も持続可能な形でエアコンを使用していくにはどのような工夫が必要だと思いますか。（MA）

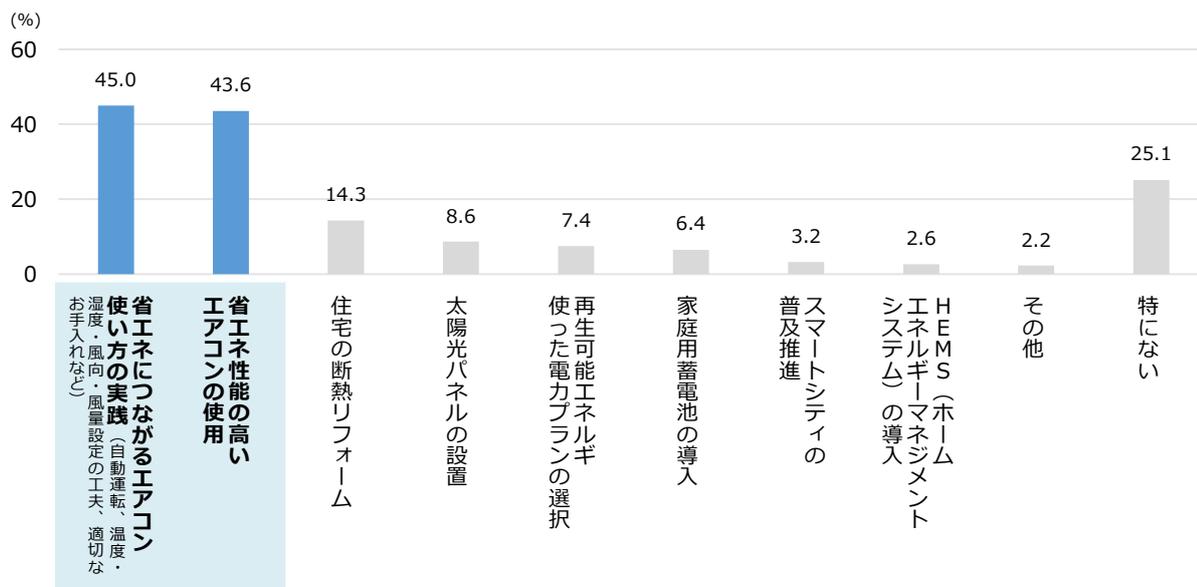


図13 持続可能な形でエアコンを使用していくために必要な工夫（n=1,000）

将来、2022年の値上げラッシュを振り返った時に、エアコンは私たちが快適な生活を送るうえで必要なインフラとなっており、（我慢して使わないのではなく）上手に使うことで節電につながるものだと改めて認識するきっかけになった1年だったと振り返る日がくるのかもしれませんが。そして、エアコンが生活インフラと捉えられるようになった背景には、私たちの空気に対する意識の変化もありそうです。

**以下、20年前の調査結果と合わせて、空気に対する意識の変化をひも解きます。**

## <20年前の調査結果との比較からわかる、私たちの空気に対する意識変化>

### 20年の意識変化① 空気を意識する季節は、「花粉のシーズン」から「1年中ずっと」に

「あなたが空気を特に意識するのはどんな季節ですか」という質問に対して、20年前（2002年）も現在も、「花粉のシーズン（2月）」が最も多くなっています（図14）。一方で、20年前は他に「若葉の頃（4月）」や「新緑の頃（5月）」のタイミングが選ばれていましたが、現在は少なくなっています。反対に今も続くコロナ禍を踏まえて設けた新たな選択肢「1年中ずっと」が花粉のシーズンと同程度選ばれています。花粉シーズンや新緑が心地よい季節に空気を意識する時代から、「1年中ずっと」空気を意識する時代になりつつあるともいえます。

Q：あなたが空気を特に意識するのはどんな季節ですか。（SA）

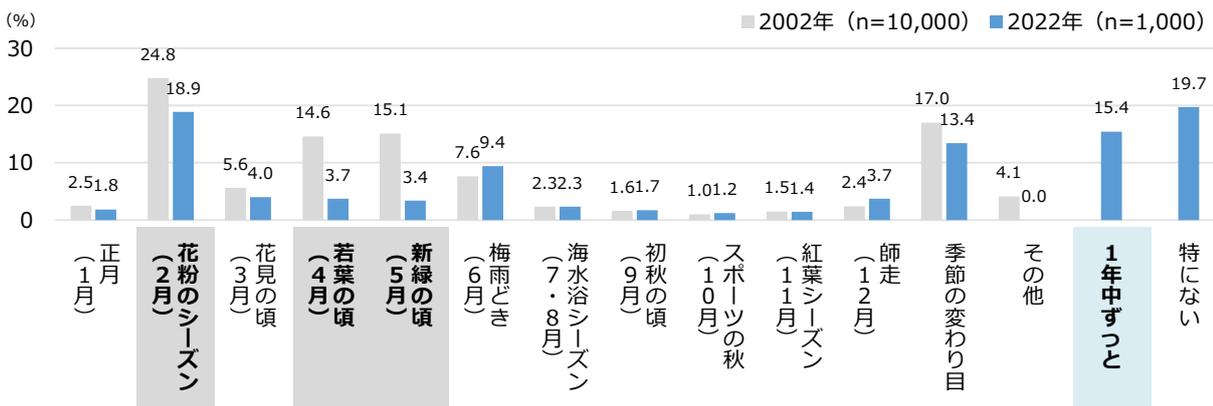


図14 空気を意識する季節

### 20年の意識変化② 空気について気になることは、屋外空気の汚染から室内の空気質に

「あなたが空気について気になることは何ですか」という質問に対して、20年前（2002年）は大気汚染や排気ガスなどが大きな社会問題となり、人々が屋外の空気汚染を気にしていました。一方で現在（2022年）は、屋外の空気がキレイになってきたことや、コロナ禍（3密、テレワークによる自宅時間増加など）の影響もあり、室内の空気質（ウイルス、細菌、アレルゲン、ニオイなど）を気にするようになっていくことが分かります（図15）。

Q：あなたが空気について気になることは何ですか。

#### 空気について気になること（2002年）

1	車や工場からの排気ガスなど、有害物質による大気汚染	3,522件
2	CO2などの温室効果ガスの増加（地球温暖化、気候変動の加速）	748件
3	室内外に漂う花粉	320件
4	室内に漂う各種アレルゲン（ダニ・カビ・化学物質など）	189件
5	自然破壊（森林伐採、都市開発など）による空気質の悪化	142件
6	室内にこもった生活臭や、屋外に漂う不快なニオイ	137件
7	空気中を漂うウイルス・細菌	35件

※自由回答を分類して集計した件数ランキング

#### 空気について気になること（2022年）（MA）

1	室内にこもった生活臭や、屋外に漂う不快なニオイ	51.8%
2	空気中を漂うウイルス・細菌	51.2%
3	室内に漂う各種アレルゲン（ダニ・カビ・化学物質など）	30.4%
4	室内外に漂う花粉	29.6%
5	車や工場からの排気ガスなど、有害物質による大気汚染	21.5%
6	CO2などの温室効果ガスの増加（地球温暖化、気候変動の加速）	20.5%
7	自然破壊（森林伐採、都市開発など）による空気質の悪化	11.5%
8	その他	0.6%
9	特にない	13.7%

n=1,000

図15 空気について気になること（2002年と2022年の比較）

※2002年のデータは「第2回空気感調査」より

実際に、「あなたは室内の空気と屋外の空気のどちらがより心配ですか」という質問に対して、**20年前（2002年）は「室内の空気の方が心配」が約4割（42.9%）**でしたが、**現在（2022年）は半数以上（52.9%）**に達しています（図16）。

Q：あなたは室内の空気と屋外の空気のどちらがより心配ですか。（SA）

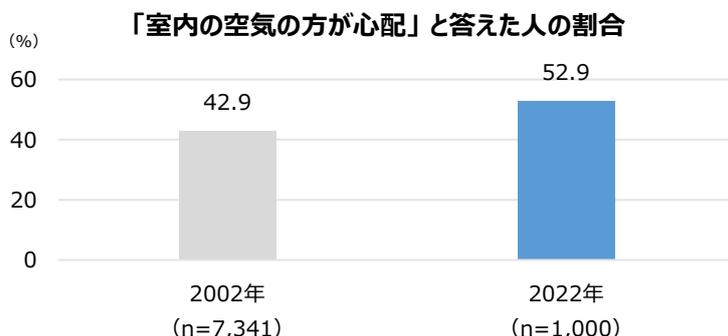


図16 室内の空気と屋外の空気どちらが心配か

※2002年のデータは「第2回空気感調査」より

### 20年の意識変化③ 空気を意識する場所は、自然から自宅へ、 空気がポジティブなものからネガティブなものへと変化

「あなたが空気を特に意識するのはどんな場所ですか」という質問は、良い空気、悪い空気の両面から、「空気を意識する」場所について回答できるものです。20年前（2002年）は「自宅」（26.3%）と並び、キレイな空気を吸える場所としての「山・高原・林間」（25.5%）が多く選ばれていました。一方、**現在（2022年）は、全体的に学校や病院など「室内空間」の回答比率が上昇し、特に「自宅」に回答が集中（43.1%）**する結果となりました（図17）。一方、山や海、公園など豊かな自然を連想させる場所は減少する傾向が出ています。このことから、20年前は空気と言えば「キレイな空気」が多くの人に意識されていましたが、今は安全・安心ではない室内の「汚れた空気」を心配しており、**空気がポジティブなものからネガティブなものへと変化してきているの**かもしれません。また、回答が「自宅」に集中した理由として考えられるのは、ステイホームやテレワークにより在宅時間が増えたことで、自宅の空気環境に安全・安心・快適性を求める気持ちが影響しているのではないのでしょうか。

Q：あなたが空気を特に意識するのはどんな場所ですか。（SA）

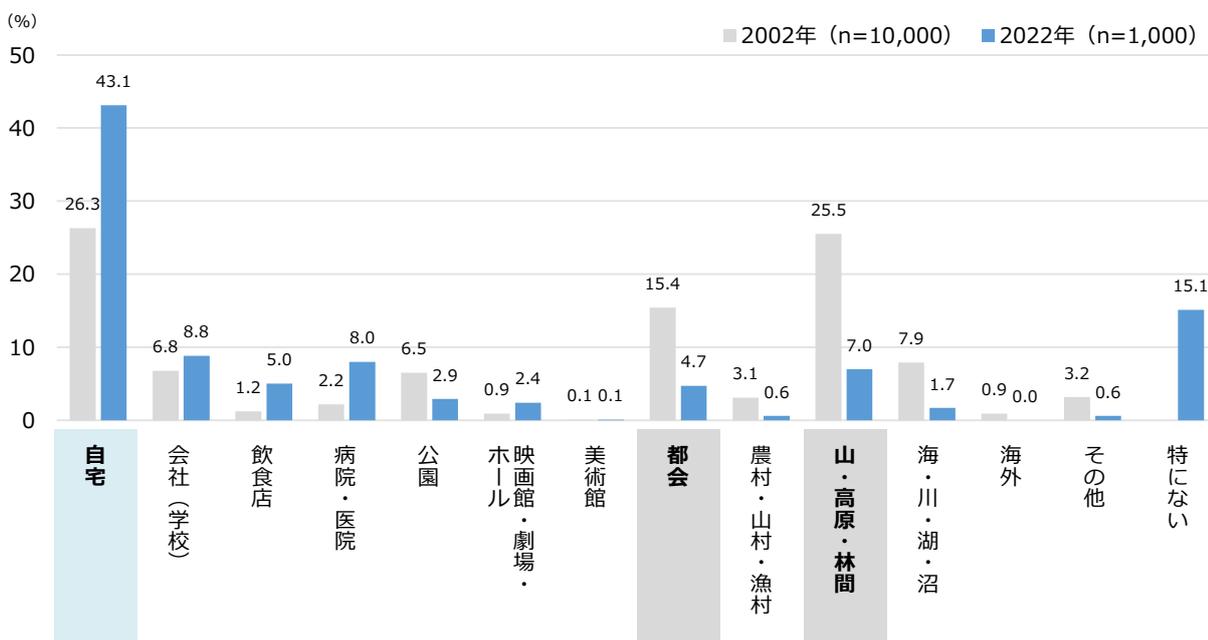


図17 空気を特に意識する場所

※2002年のデータは「第1回空気感調査」より

## <未来の空気・空調に対する期待>

### 危機感の裏返し!? 100年後の空気環境は「悪くなっている」(63.0%)

この20年間で空気に関する意識は、屋外から室内、自宅へと移り変わりつつありますが、未来の空気環境についてはどう思っているのでしょうか。「100年後の未来の空気環境は今と比べてどうなっていると思いますか」と聞いたところ、「悪くなっている」が約6割(63.0%)で、「良くなっている」(15.0%)、「変わらない」(22.0%)を大きく上回りました(図18)。この結果は、未来を悲観的に捉えているというよりは、SDGs等への注目が集まる中、気候変動等の環境問題に今きちんと取り組む必要があるという現状認識を示したもので、「このままではいけない」という強い危機感の裏返しと考えたほうがよさそうです。

Q：100年後の未来の空気は今と比べてどうなっていると思いますか。(SA)



図18 100年後の未来の空気 (n=1,000)

空気環境が「悪くなっている」と思う人は半数以上が「地球温暖化などの気候変動…」(61.1%)や「都市開発や人口密集…」(57.3%)を挙げ、環境面の悪化が気になっているようです(図19)。一方、空気環境が「良くなっている」と思う人は半数以上が「自動車や工場の排ガス対策により…」(59.3%)や「空気の浄化技術が発達し…」(55.3%)を挙げ、空気や空調に関する技術の発展に期待を寄せていることが分かります(図20)。

Q：100年後の未来の空気環境が「悪くなっている」と思う理由を教えてください。(SA)

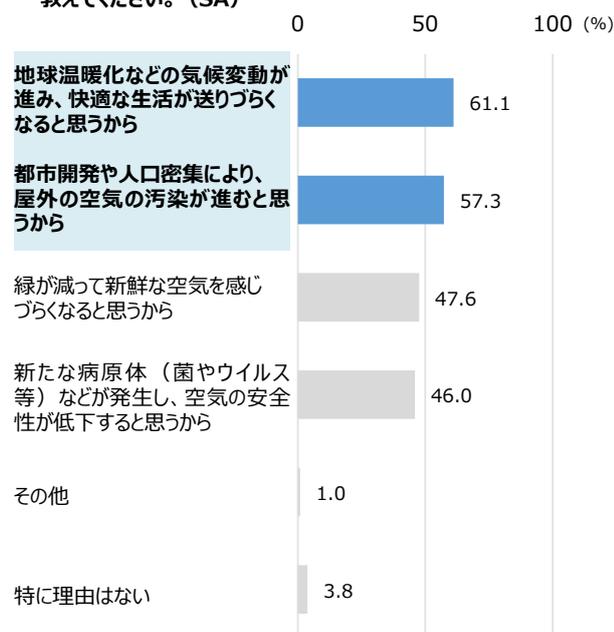


図19 悪くなっている理由 (n=630)

Q：100年後の未来の空気環境が「良くなっている」と思う理由を教えてください。(SA)

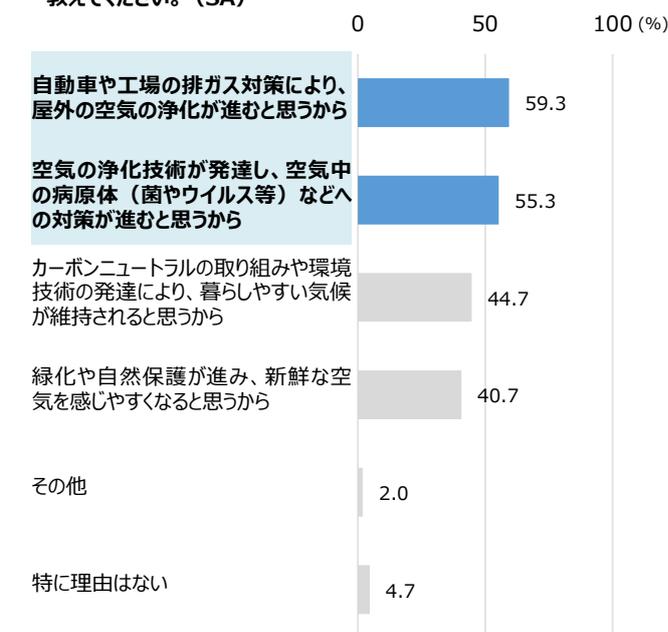


図20 良くなっている理由 (n=150)

## 空気・空調には空間を冷やす／暖めるだけではない価値や可能性がある（79.6%）

空気の影響を考える前提として、そもそも空気・空調の価値についてどのように認識しているのでしょうか。「あなたは、空気・空調には単に空間を冷やす／暖めるだけではない人の暮らしや社会に貢献できる価値があると思いますか」と聞いたところ、約8割（79.6%）の人が「ある」（「あると思う」、「どちらかというところにあると思う」の合計）と回答しています（図21）。

Q：あなたは、空気・空調には単に空間を冷やす／暖めるだけではない人の暮らしや社会に貢献できる価値や可能性があると思いますか。（SA）

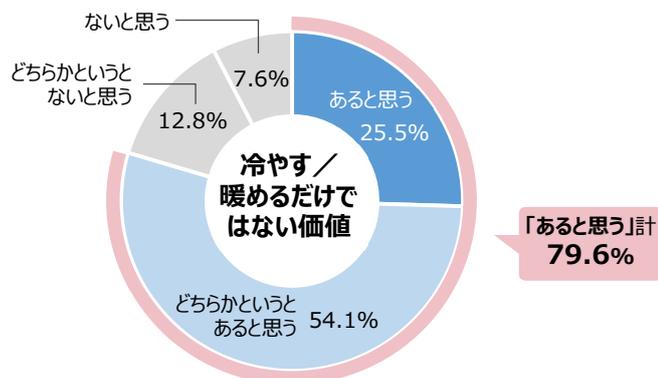


図21 冷やす／暖めるだけではない価値の有無（n=1,000）

## 空気・空調に今期待する価値は、「感染症や病気のリスクから守ってくれること」（66.4%）

暮らしや社会に貢献する空気・空調の価値とはどのようなものなのでしょうか。「あなたは、空気・空調に空間を冷やす／暖めるだけではないどのような価値を期待したいですか」と聞いたところ、最も多かったのは「空気を介した感染症や病気のリスクから守ってくれること」（66.4%）で、次いで「有害なアレルギー物質（花粉、ダニ、カビ、ハウスダストなど）から守ってくれること」（58.8%）、「暮らしを健康で快適なものにしてくれること」（47.8%）が続きます（図22）。現在直面している地球温暖化やコロナ禍といった空気に関わる課題は、私たちが空気・空調と健康の関係について改めて考えるきっかけになったといえるのかもしれません。

Q：あなたは、空気・空調に空間を冷やす／暖めるだけではない、どのような価値を期待したいですか。（MA）

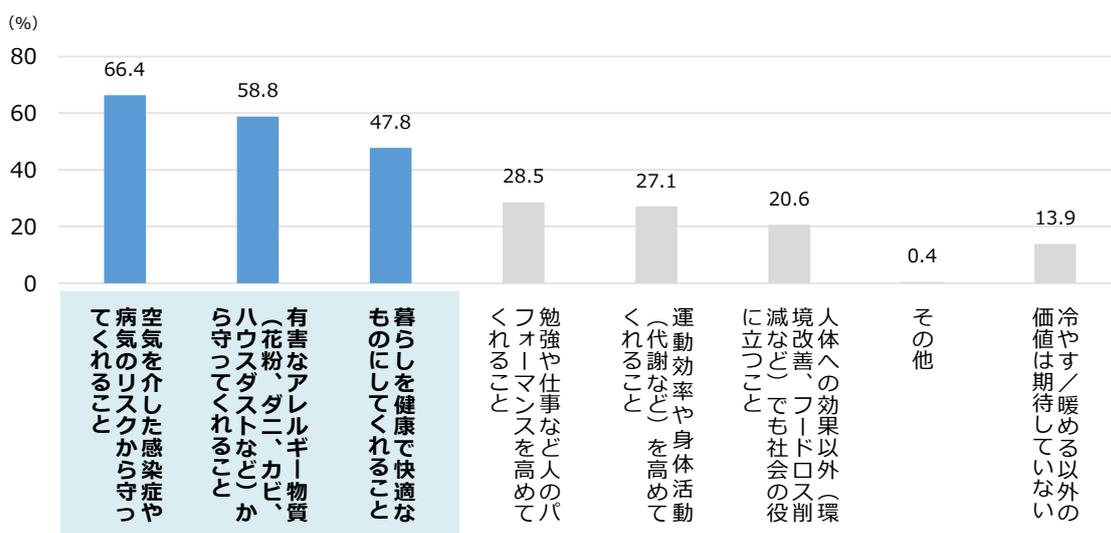


図22 空気・空調に期待する価値（n=1,000）

## 空気・空調への今後の期待は、身近な健康から地球規模の空調まで多岐に渡る

「あなたは『空気で答えを出す会社』を掲げる空調メーカーに今後どのような『答え』（空気・空調）を期待しますか」という質問に対してはさまざまな回答が寄せられました。身近な「吸うだけで健康に良い空気」から、地域・地球規模の巨大空調、世界情勢を反映した「争いごとが起こらない空気」まで、空気・空調への期待は多岐に渡っています（図23）。

Q: あなたは「空気で答えを出す会社」を掲げる空調メーカーに今後どのような「答え」（空気・空調）を期待しますか（FA）

健康	吸うだけで健康に良い空気。	50代男性
	脳や身体の機能を最大限に発揮する空調。	30代男性
	オフィスや学校でパフォーマンスを上げる空気。	60代女性
	身体を活性化させる空調。	40代男性
	免疫力が上がる空気。	50代女性
	メンタルを整える空気。	20代女性
地域	町の中に爽やかな空気を提供する巨大な空気清浄機。	70代男性
	町や市など大きなブロックに対する空調制御システム。	80代男性
地球	地球全体を清浄する空気清浄機。	40代男性
	地球環境を良くする空調。	20代男性
	地球に取り付けてCO2を減らす空調。	40代男性
その他	争いごとが起こらない空気。	50代男性
	そこにいるだけで安心できて不安がなくなる空気。	30代女性
	幸せを感じられる空気。	50代男性

図23 空気・空調に期待する答え

**おまけ： もしもタイムマシンで好きな時代に行けるとしたら  
どんな時代、どんな場所の空気を吸ってみたいと思いますか。**



“空気”には、時空を超えて私たちを過去の思い出や歴史の舞台へ、果ては未来に誘うような不思議な力があるのかもしれない。

## 【調査概要】

- 表題 : 電気料金の値上げと節電要請に関する空気感調査
- 調査主体 : ダイキン工業株式会社
- 調査委託先 : 株式会社マクロミル
- 調査方法 : アンケート調査（インターネット調査による）
- 調査期間 : 2022年11月2日（水）～11月4日（金）
- 調査対象 : 20歳以上の男女／全国1,000名

年代	男性	女性
20代	100名	100名
30代	100名	100名
40代	100名	100名
50代	100名	100名
60代以上	100名	100名
計	500名	500名

- 備考 : 結果の構成比は四捨五入しているため、構成比の和が100%にならない場合があります。

### ■ 参考情報 : リリース内にて参照している過去の空気感調査

- ・第1回空気感調査「心地よい空気の三大理想郷は？」（2002年6月発表）  
<https://www.daikin.co.jp/air/life/survey/vol01>
- ・第2回空気感調査「おいしい快適な空気はいくら？」（2002年12月発表）  
<https://www.daikin.co.jp/air/life/survey/vol02>

### ■ 報道機関からのお問い合わせ先

ダイキン工業株式会社コーポレートコミュニケーション室

【本社】 〒530-0111 大阪市北区梅田一丁目13番1号（大阪梅田ツインタワーズ・サウス）

TEL (06) 6147-9923（ダイヤルイン）

【東京支社】 〒108-0075 東京都港区港南二丁目18番1号（JR品川イーストビル）

TEL (03) 6716-0112（ダイヤルイン）

現代人の空気感調査 <https://www.daikin.co.jp/air/life/survey/>