



「デコ活」～暮らしの中のエコろがけ～

脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動

地球環境局 デコ活応援隊（脱炭素ライフスタイル推進室）

令和6年2月



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）について

- 国民の行動変容、ライフスタイル転換のムーブメントを起こすべく、令和4年10月に発足。今から約10年後、**生活がより豊かに、より自分らしく快適・健康で、そして2030年温室効果ガス削減目標も同時に達成する、新しい暮らし**を提案。
- 令和5年7月、国民運動の**愛称を『デコ活』に決定**。
- 新しい国民運動と同時に発足した**「デコ活応援団」（官民連携協議会）※を通じて、官民連携**のもと、国民・消費者の新しい豊かな暮らし創りを強力に後押ししていく。
※令和6年1月時点：1,096主体（297自治体、534企業、265団体等）

愛称

国民に広く公募し（8,200件の応募）、愛称公募選定会議で「**デコ活**」※に決定

※二酸化炭素(CO2)を減らす(DE)脱炭素(Decarbonization)と、環境に良いエコ(Eco)を含む"デコ"と活動・生活を組み合わせた新しい言葉

- ◆ ロゴ・メッセージ・アクション



- ◆ “暮らしの10年ロードマップ”を年度内に策定し、計画的に実行

デコ活アクション まずはここから

- デ 電気も省エネ 断熱住宅
- コ こだわる楽しさ エコグッズ
- カ 感謝の心 食べ残しゼロ
- ツ つながるオフィス テレワーク

普及浸透
↓
実践



1,000以上の企業・自治体・団体等と協力し、国民・消費者の行動変容、ライフスタイル転換を後押しし、**脱炭素製品・サービス等の需要を強力に創出**

【参考】「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）コンセプト

○ 脱炭素につながる**新しい豊かな暮らし**の実現に向けた国民の行動変容、ライフスタイル転換のうねり・ムーブメントを起こすべく、新しい国民運動を開始し、世界に発信します。

脱炭素の実現に向け、暮らし、ライフスタイルの分野でも大幅なCO2削減が求められます。



しかし、国民・消費者の行動に具体的に結びついているとは、まだ言えない状況です。



1 例えば10年後など、脱炭素につながる**将来の豊かな暮らしの全体像、絵姿**をお示しします。



2 国、自治体、企業、団体等で共に、**国民・消費者の新しい暮らしを後押し**します。



国際的にも（G7・G20等において）、

- ・ 我が国から**製品・サービスをパッケージにした新しいライフスタイルの提案・発信**
- ・ **官民連携によるライフスタイル・イノベーションの国際協調を提案・発信**



国内での新たな消費・行動の喚起とグローバルな市場創出・マーケットインを促します。

【参考】デコ活の背景（1/2）

○脱炭素の実現に向けては、2030年家庭66%、運輸35%、非エネ14%、業務51%削減など、暮らし、ライフスタイルの分野でも大幅な削減が求められます。

地球温暖化対策計画（令和3年）の概要

温室効果ガス排出量・吸収量 (単位：億t-CO ₂)		2013排出実績	2030排出量	削減率	従来目標
		14.08	7.60	▲46%	▲26%
エネルギー起源CO ₂		12.35	6.77	▲45%	▲25%
部門別	産業	4.63	2.89	▲38%	▲7%
	業務その他	2.38	1.16	▲51%	▲40%
	家庭	2.08	0.70	▲66%	▲39%
	運輸	2.24	1.46	▲35%	▲27%
	エネルギー転換	1.06	0.56	▲47%	▲27%
非エネルギー起源CO ₂ 、メタン、N ₂ O		1.34	1.15	▲14%	▲8%
HFC等4ガス（フロン類）		0.39	0.22	▲44%	▲25%
吸収源		-	▲0.48	-	(▲0.37億t-CO ₂)
二国間クレジット制度（JCM）		官民連携で2030年度までの累積で1億t-CO ₂ 程度の国際的な排出削減・吸収量を目指す。我が国として獲得したクレジットを我が国のNDC達成のために適切にカウントする。			-

出典：地球温暖化対策計画 概要

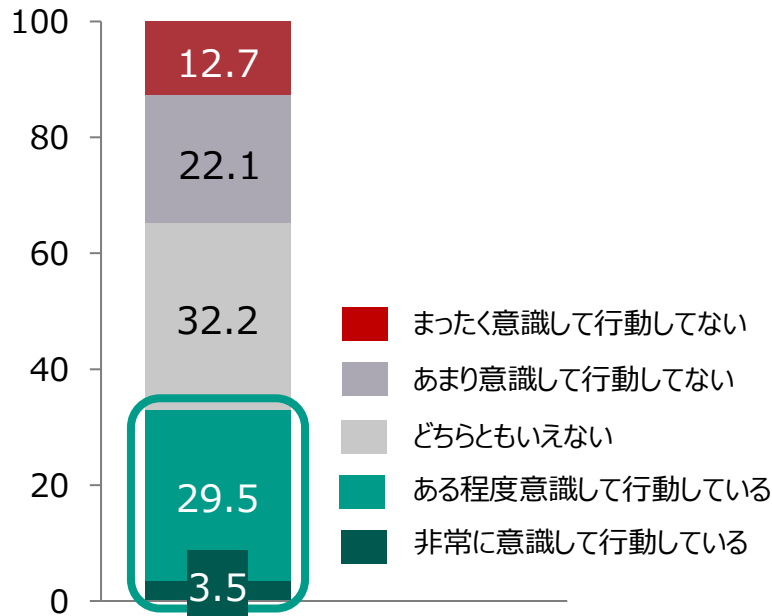
【参考】デコ活の背景 (2/2)

○国民・消費者の9割が脱炭素という用語を認知している一方、そのために何をしたらよいか分からないなど、具体的な行動に結びついていない状況にあります。

「脱炭素」という言葉を知っている人は90.8%、行動に移している人は33.1%

脱炭素について若年層では、「よくわからない」、「意識・貢献できる瞬間がない」と回答した人が約6割に

どの程度脱炭素社会に向けた行動をしているか (%)



脱炭素社会の実現に向けて取り組むことについて、正直どのように思うか (とてもそう思う+そう思う) (10-20代の回答)

回答内容	割合 (%)
正直、よくわからないので、やるべきことを決めてくれたら従う	59.4
正直、意識・貢献できる具体的な瞬間がない	58.5
正直、自分一人でやっても変わらない	56.9
正直、取り組むモチベーションが続かない	50.2

出典: 博報堂「第二回 生活者の脱炭素意識&アクション調査」～2022年3月調査結果～

デコ活の全体像（脱炭素につながる将来の豊かな暮らしの絵姿）

○ 今から約10年後、**生活がより豊かに、より自分らしく快適・健康**で、そして2030年温室効果ガス削減目標も同時に達成する、新しい暮らしを提案をします。



※新しい暮らしの根拠や数値のバックデータは、<https://ondankataisaku.env.go.jp/decokatsu/>から確認を。

「デコ活アクション」について



分類		アクション
まずはここから	住 デ	電気も省エネ 断熱住宅 （電気代をおさえる断熱省エネ住宅に住む）
	住 コ	こだわる楽しさ エコグッズ （LED・省エネ家電などを選ぶ）
	食 カ	感謝の心 食べ残しゼロ （食品の食べ切り、食材の使い切り）
	職 ツ	つながるオフィス テレワーク （どこでもつながれば、そこが仕事場に）
ひとりでのCO2 が下がる	住	高効率の給湯器、節水できる機器を選ぶ
	移	環境にやさしい次世代自動車を選ぶ
	住	太陽光発電など、再生可能エネルギーを取り入れる
みんなで実践	衣	クールビズ・ウォームビズ、サステナブルファッションに取り組む
	住	ごみはできるだけ減らし、資源としてきちんと分別・再利用する
	食	地元産の旬の食材を積極的に選ぶ
	移	できるだけ公共交通・自転車・徒歩で移動する
	買	はかり売りを利用するなど、好きなものを必要な分だけ買う
	住	宅配便は一度で受け取る

※デコ活アクションの詳細については、<https://ondankataisaku.env.go.jp/decokatsu/action/>から確認を（今後随時追加更新予定）。

「デコ活宣言」と「#デコ活」での発信

- デコ活推進のため、組織（企業・自治体・団体）、個人単位で「デコ活宣言」を呼びかけています。
- また、日々のデコ活の取組を「#デコ活」としてSNS等で発信し、広めていただくこともお願いしています。
- SNS上で発信された「#デコ活」については、環境省SNS等でも情報発信します。

<https://ondankataisaku.env.go.jp/decokatsu/join.html>

※環境省として宣言したほか、1,593の企業・自治体・団体・個人が「デコ活宣言」を行っています。（令6年1月31日時点）

デコ活宣言（例）

日本経済団体連合会

宣言①：製品、サービス、取組展開を通じてデコ活を後押しします！

宣言②：生活・仕事の中で、デコ活を実践します！

経済界は、カーボンニュートラル型の製品・サービスの開発・社会実装を通じ、「経済と環境の好循環」を創出しながら、「グリーン・トランスフォーメーション(GX)」の実現を目指します。
加えて、テレワークやデジタル化の推進により新たなワークスタイルの普及に取り組むなど、他のステークホルダーとともにデコ活を推進してまいります。

東京都

宣言①：製品、サービス、取組展開を通じてデコ活を後押しします！

宣言②：生活・仕事の中で、デコ活を実践します！

- ・デコ活やHTTをキーワードに、脱炭素につながる支援策や各種制度を強力に推進していきます
- ・都有施設への太陽光パネル設置など、都の率先行動を強力に推進していきます



#デコ活（発信例）

Kwccca 川崎市地球温暖化防止活動推... 1日 ...
「Green carb0n-club」アプリ は活用していますか？
エコアクションやアンケートに答えてGreenポイントを貯めて、川崎市内のお店や事業者さんでポイント交換！

あなたのエコな行動で、
ココロも地球もジモトにもやさしい💚💖
carb0n-club.com
#エコ #川崎市 #脱炭素 #デコ活 #エシカル



carb0n-club.com
みんながつながる環境アプリ / Green CarbOn Club / 川崎市 / グリーンカーボン...

伊勢崎市 @isesakicity_lg 1日 ...
伊勢崎市は、地球温暖化防止のための新しい国民運動「デコ活」に取り組むことを宣言しました。
#伊勢崎市 #環境政策課 #地球温暖化 #デコ活
city.isesaki.lg.jp/soshiki/kankyo...



長野市地球温暖化防止活動推進セン... 1時間 ...
今年の夏はとんでもなく暑かった。
#地球温暖化 はどどん進んでいる！

そこで #脱炭素 につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動「#デコ活」がスタートしています

一人一人の日常の取組が地球を変える大きなうねりになるので皆さんも参加しよう！



デコ活応援団（新国民運動官民連携協議会）

- デコ活の中でのデコ活応援団（官民連携協議会）の位置付け
= 国×自治体×企業×団体×消費者の連携・実践の場 & 最新情報・意見の共有・交換の機会
- プロジェクト提案・実施、施策への意見・要望、参画主体間のつなぎ・照会等をサポート

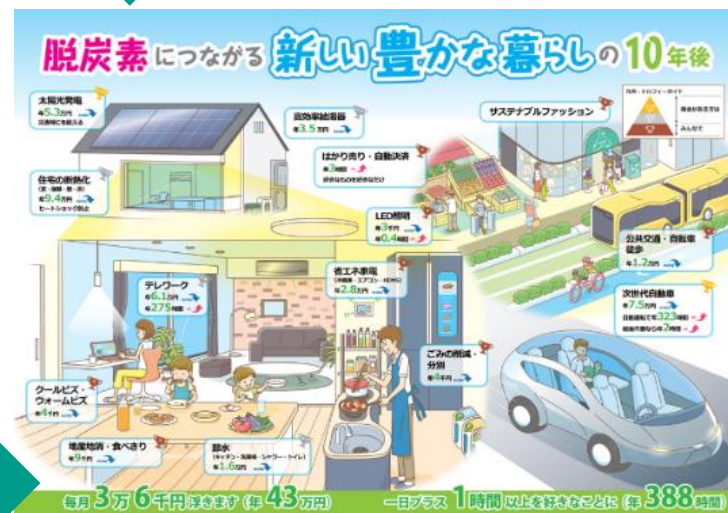
デコ活応援団

- 実証事業、普及啓発、実践事業・キャンペーン等の実施に対する関連予算の活用
- 参画団体の皆様のご提案を踏まえた連携・マッチング
- G7/G20等におけるグローバルな発信・PRの機会の確保など

個々の取組、製品・サービス等の発信・PRなど

1,096主体
(297自治体、534企業、
222団体、43個人)
令和6年1月31日時点

10年後の絵姿



脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動

2050年カーボンニュートラル及び2035年環境試行目標の実現に利用して、国民・消費者の行動変革、ライフスタイル変革を強力に後押しするなか、新しい国民運動を提唱します！

脱炭素につながる新しい豊かな暮らしの想像・体験をご紹介するとともに、国・自治体・企業・団体等と共に、国民・消費者の新しい暮らしを後押しします。

提案・取組を登録しよう

脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る提案・取組を登録し、国民・消費者の新しい暮らしを後押ししましょう

登録はこちらから(Google フォームが開きます)

ポータル登録数:379件
(デジタル関係:37件、製品・サービス:184件、インセンティブ:124件、地域:34件 ※重複有)
令和6年1月31日時点

デジタルも駆使して、多様な迅速な働き方、暮らし方を後押し。(テレワーク、地方移住、ワーケーションなど)	脱炭素につながる新たな暮らしを支える製品・サービスを提供・提案
インセンティブ や効果的な情報発信(気づき、ナッジ)を通じた行動変容の後押し(消費者からの発信も含め)	地域 独自の(気候、文化等に応じた)暮らし方の提案、支援

【参考】「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）推進事業

「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）推進事業



【令和6年度予算（案） 3,763百万円（新規）】
【令和5年度補正予算額 500百万円】

デコ活の推進を通じて、「新しい豊かな暮らし」とその先にある「脱炭素目標の達成」を実現します。

1. 事業目的

「デコ活」（新しい豊かな暮らしを創る国民運動）の推進を通じて、2030年度に2013年度比46%（特に家庭部門では66%）削減及び2050年カーボンニュートラルを実現することを目的とする。このために、「新しい豊かな暮らし」を支える製品・サービスを社会実装するためのプロジェクトの展開、地球温暖化対策推進法に基づく普及啓発推進、ナッジ×デジタルによるライフスタイル転換促進の実証等を実施する。

2. 事業内容

(1) デコ活推進に係る社会実装型取組等支援

デコ活の推進のためのプラットフォームであるデコ活応援団（官民連携協議会）を運営し、自治体・企業・団体・消費者等と連携を図りながら、デコ活を国民運動として推進する。また、マッチングファンド方式により、民間の資金やアイデア等を動員し、「新しい豊かな暮らし」を支える製品・サービスを効果的・効率的に社会に実装するためのプロジェクトを実施する。

(2) 地球温暖化対策の推進に関する法律に基づく普及啓発推進

温対法第39条及び第38条に基づき、全国地球温暖化防止活動推進センター（デコ活ジャパン）及び地域地球温暖化防止活動推進センター（デコ活ローカル）によって、地域でのデコ活を図るため、調査・情報収集・普及啓発・広報等を実施する。

(3) ナッジ×デジタルによる脱炭素型ライフスタイル転換促進

デジタル技術により脱炭素につながる行動履歴を記録・見える化し、地域で循環するインセンティブを付与する等、日常生活の様々な場面での行動変容をBI-Tech*で後押しするための国民参加体験型のモデルを実証し、構築する。

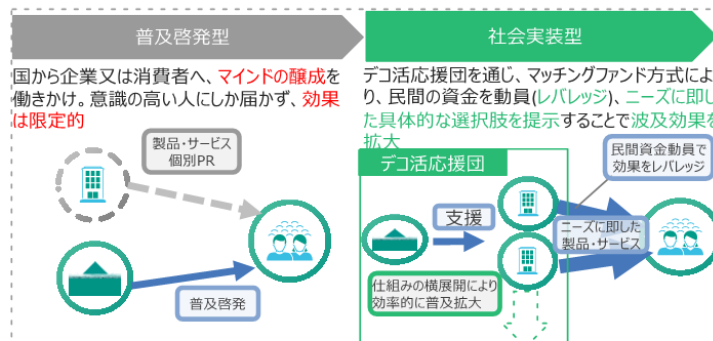
※行動科学の知見（Behavioral Insights）とAI/IoT等の先端技術（Tech）の組合せ

3. 事業スキーム

- 事業形態 (1)委託事業・間接補助事業（補助率 定額（1/3相当））(2)委託事業・間接補助事業（補助率 7/10）(3)委託事業
- 委託先等 委託事業：民間事業者・団体等、補助事業：地方公共団体、民間事業者・団体等
- 実施期間 (1) 令和6年度～令和12年度 (2) 令和6年度～(3) 令和6年度～令和8年度

4. 事業イメージ

従来の「普及啓発型」から、自治体・企業・団体等と連携して、消費者の行動変容を図る「社会実装型」の取組中心へとシフト



官民連携の下、衣食住/移動/買い物など、暮らしのあらゆる領域において「脱炭素につながる新しい豊かな暮らし」を強力に後押し

■ 3月下旬頃の補助金（プロジェクト支援）の公募開始に向け調整中。

✓ マッチングファンド方式（※）により、民間の資金やアイデア等を動員し、脱炭素にとどまらない資源循環やネイチャーポジティブ等も含めた生活領域全般における「新しい豊かな暮らし」を支える製品・サービスを効果的・効率的に社会に実装するためのプロジェクト（＝仕掛け）を実施する。

※マッチングファンド方式…事業主体と国が資金、資源（人的・物的）を持ち寄り、協働での事業展開を図る助成制度

✓ 補助に当たっては、以下の3要素がポイント（補助要件等の詳細は最終調整中）

① **必要性**（プロジェクト実施に当たっての補助金投入の必要性）

② **費用対効果**（仕掛けの有効性・効率性）

$$\frac{\text{行動変容する人数} \times \text{行動変容による環境効果（CO}_2\text{削減量等）}}{\text{補助金投入額}}$$

③ **継続発展性**（補助金終了後もプロジェクトが継続発展する見通し・仕組みの有無）

「くらしの10年ロードマップ」の策定について

《ねらい》

- 国民・消費者の行動変容・ライフスタイル転換を促し、脱炭素につながる新しい価値創造・豊かな暮らしを実現するために必要な方策・道筋を示すため、「くらしの10年ロードマップ」を策定

※「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしをつくる国民運動」を通じ、国民・消費者の行動変容・ライフスタイル変革等を促すため、グリーンライフ・ポイントやナッジの活用等も含めたロードマップを2023年度中に策定する。」
(新資本主義実行計画(R5.6.16閣議決定))

- 暮らしの全領域（衣食住・職・移動・買物）を大きく**7つの分野**に分け、国民目線の**課題・ボトルネック**、これを構造的に解消する**仕掛け（取組・対策）**を明らかにし、企業・自治体・団体等の連携協働を後押しする。国も必要な**支援・施策展開**を省庁連携して最大限実施していく。

1 住[外]	住宅の省エネ化・再エネ導入 (断熱化、太陽光発電等)	2 住[内]	エコグッズの選択 (LED、家電、給湯、節水等)	3 衣	クールビズ・ウォームビズ、 サステナブルファッションの 実践	4 買・食	地産地消、適量 購入・食べきり ごみの削減・ 分別	5 職	テレワークの 実践	6 移	電動車の購入 環境負荷がより 少ない移動 手段の選択	7 基盤	情報(教育・ ナッジ) インセンティブ
-----------	-------------------------------	-----------	-----------------------------	--------	--------------------------------------	----------	------------------------------------	--------	--------------	--------	-------------------------------------	---------	---------------------------

《スケジュール》

- デコ活応援団（官民連携協議会）での協議を踏まえた素案について、R5年12月19日～R6年1月18日の間、パブリックコメントを実施。これらの意見等を踏まえた最終案を2月2日開催のデコ活応援団において最終案として提示。最終的な意見等の集約を行い、**2月中旬に策定予定**。

- 進捗は毎年フォローアップし、必要に応じて取組・対策を強化（**PDCAサイクルの着実な実施**）。
 - ・ その際、必要な項目は「家庭CO₂統計」等を利用し効率的・効果的に調査・把握。

- 中間地点で進捗評価を行い、必要に応じてロードマップを見直す。

初めて**国民・消費者目線**で、**脱炭素につながる豊かな暮らしの道筋**（課題と仕掛け）を**全領域**（衣食住・職・移動・買物）で明らかにし、**官民連携**により行動変容・ライフスタイル転換を促進

国民にとっての**ボトルネック**

意欲

- 導入メリット・意義が不明
- 昔のイメージのまま敬遠
- 手間・難しさの忌避感
- 問題への理解・関心不足

実践

- 初期費用・大規模支出
- 導入に時間がかかる
- 機会・情報が限定・不十分
- 慣習・制度が実践を妨げ

課題解消に向けた**仕掛け**（主な対策）

	2024-2026	2027-2029	2030-
メリット・意義、最新情報を導入機会と同時に伝達（商業・公共施設等を体験・体感の場に）			
新築/既存住宅リフォーム+太陽光発電設備・高効率給湯器等のパッケージ化			住
商品・ブランド別のエシカル度の見える化			衣
サステナブルツアー（出張・旅行等）、カーボンオフセット付き旅行保険等			移
科学的情報等を行動とセットで提供（DXを活用したワクワク感、楽しさなどの動機付け）			基盤
サブスクリプション型サービスやPPA・リース、環境配慮型ローン等の提供拡大			
公的支援情報を分かりやすく提供し、複数補助制度の一括申請の受付を拡大			住
通常リフォームに合わせた+αの断熱、家電販売時の省エネ・再エネのパッケージ提案			住
リペア、アップサイクル・染め直し等、衣類の交換会、回収リサイクルの場の拡大			衣
フードシェアリング、フードライブ・フードバンク活動、エシカル商品サービス等の拡大			買・食
テレワークとマッチするよう必要に応じて環境整備し、必要なサービス・インフラ・情報提供			職
データ活用した行動見える化、デマンドレスポンス、住民・従業員へのインセンティブ拡大			基盤
費用対効果に優れた気付き・ナッジの提供			基盤

行動制約



行動変容・ライフスタイル転換

脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動

(別紙)



くらしの10年ロードマップ (最終案)

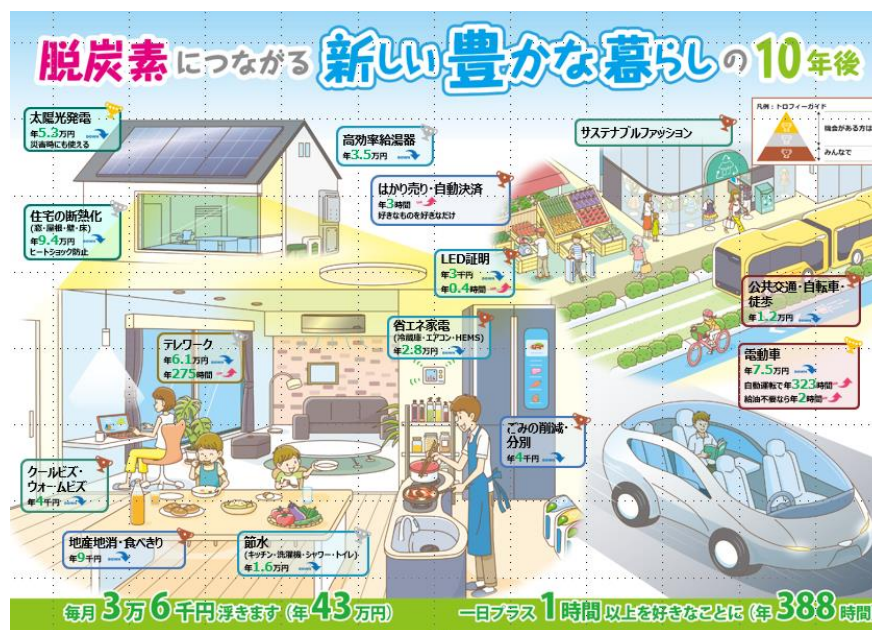
～デコ活による新しい豊かな暮らしの実現～

令和6年2月

デコ活応援団 (新国民運動・官民連携協議会)

はじめに ～ロードマップの位置づけ・役割・フォローアップ～

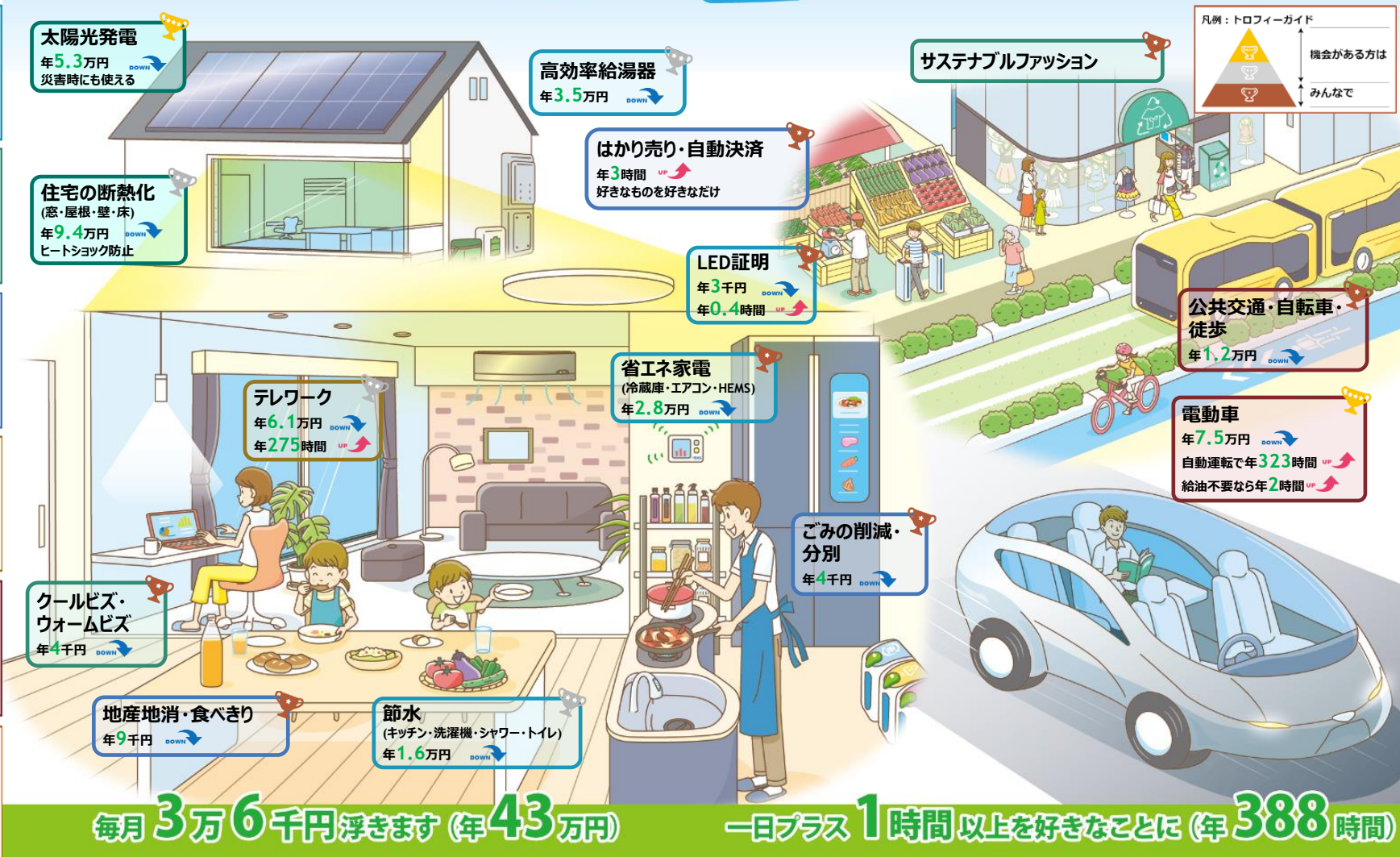
- 新資本主義実行計画（R5.6.16閣議決定）に基づき、国民・消費者の行動変容・ライフスタイル転換を促し、脱炭素につながる新しい価値創造・豊かな暮らしを実現するために必要な方策・道筋を示す
- 絵姿に基づき、暮らしの全領域（衣食住・職・移動・買物）を大きく7つの分野に分け、初めて国民目線の**課題・ボトルネック**、これを構造的に解消する**仕掛け（取組・対策）**を明らかにし、企業・自治体・団体等の連携協働を後押しする。国も必要な**支援・施策展開**を省庁連携して最大限実施していく



- 進捗は毎年フォローアップし、必要に応じて取組・対策を強化する（PDCAサイクルの着実な実施）
 - ・ その際、必要な項目は「家庭CO2統計」等を利用し効率的・効果的に調査・把握する
- 中間地点で進捗評価を行い、必要に応じてロードマップを見直す

脱炭素につながる新しい豊かな暮らしの10年後

- 住[外]** 住宅の省エネ化・再エネ導入 (断熱化、太陽光発電等)
- 住[内]** エコグッズの選択 (LED、家電、給湯、節水等)
- 衣** クールビズ・ウォームビズ、サステナブルファッションの実践
- 買・食** 地産地消、適量購入・食べきりごみの削減・分別
- 職** テレワークの実践
- 移** 電動車の購入 環境負荷がより少ない移動手段の選択
- 基盤** 情報 (教育・ナッジ) インセンティブ



太陽光発電
年5.3万円 DOWN
災害時にも使える

高効率給湯器
年3.5万円 DOWN

サステナブルファッション

はかり売り・自動決済
年3時間 UP
好きなものを好きなだけ

住宅の断熱化
(窓・屋根・壁・床)
年9.4万円 DOWN
ヒートショック防止

LED証明
年3千円 DOWN
年0.4時間 UP

省エネ家電
(冷蔵庫・エアコン・HEMS)
年2.8万円 DOWN

テレワーク
年6.1万円 DOWN
年275時間 UP

省エネ家電
(冷蔵庫・エアコン・HEMS)
年2.8万円 DOWN

公共交通・自転車・徒歩
年1.2万円 DOWN

電動車
年7.5万円 DOWN
自動運転で年323時間 UP
給油不要なら年2時間 UP

ごみの削減・分別
年4千円 DOWN

クールビズ・ウォームビズ
年4千円 DOWN

地産地消・食べきり
年9千円 DOWN

節水
(キッチン・洗濯機・シャワー・トイレ)
年1.6万円 DOWN

凡例：トロフィーガイド
↑ 機会がある方は
↓ みんなで

毎月3万6千円浮きます (年43万円) 一日プラス1時間以上を好きなことに (年388時間)

④【買・食】地産地消・食べきり（食品ロス対策）、 ごみの削減・分別（資源循環）

ゴール・ボトルネック・
方向性



現状

- 産地や生産者を意識して農林水産物・食品を選ぶ国民の割合は69.8% (2022年度)
- 家庭からの食品ロス発生量は244万トン (2021年度)
- 廃プラスチック焼却量は365万トン (2021年度)

- サステナブルな食習慣（地産地消・必要な分の購入・食べきり）やごみの削減・分別が広く国民で当たり前実践される
 - 2025年度までに、産地や生産者を意識して農林水産物・食品を選ぶ国民の割合を80%以上に高める
 - 2030年度までに家庭の年間食品ロス発生量を216万トンまで削減
 - 2030年度までに、廃プラスチックの焼却量を278万トンまで削減する

ゴール

国民(消費者・働き手)にとっての行動制約要因(ボトルネック)

意欲

- 地産地消・食べきり（食品ロス削減）を実践するメリット（経済性、鮮度・食味等）や意義（地域活性化、環境貢献等）が分からない
 - 消費者は地産地消に「メリットを感じない」(25%)、食品ロス削減は「自分一人が取り組んでも意味がない」(50%)
- ごみの削減・分別（資源循環）を実践するメリット（家計負担軽減、大量消費の防止等）や意義（環境貢献等）が分からない
 - 消費者は、「手間がかかる」(33%)、「自分ひとりが取り組んでも意味がないと思う」(27%)

実践

- サステナブルな食生活の実践（地産旬産食材の購入、フードバンクやフードドライブ等の実施、飲食店等での食べ残しの持ち帰り、フードシェアリング等）の機会が限られている
 - 食べ残しを持ち帰らない理由のトップは「飲食店で持ち帰りができるかどうか分からなかった」(31.9%)
 - 地産地消等を実践しない理由は「どれが環境に配慮した農林水産物・食品か判断する情報がない」(55.6%)
- ごみの削減・分別などの資源循環の実践（プラスチック製品の分別回収等）の機会が限られている

左記のボトルネック解消に向けた対策の方向性

- 地産地消・食べきりやごみの削減・分別の意義やメリットを国民・消費者に分かりやすく伝える
- 国民・消費者がサステナブルな食生活や資源循環を実践できる機会を拡大するとともに、必要な情報を提供する

④【買・食】地産地消・食べきり (食品ロス対策)、 ごみの削減・分別 (資源循環)

仕掛け (対策・
取組)・効果



ボトルネック解消に向けた仕掛け (取組・対策)

2024-2026

2027-2029

2030-

国民・消費者への効果

1 地産地消・食べきりやごみの削減・分別の意義やメリットを国民・消費者に分かりやすく伝える

メリット (経済性や地域活性化) や社会的な意義 (環境への貢献、食の倫理) を日常生活における実践の機会と合わせて伝え、一気通貫で行動につなげる

商業施設等を活用した地産地消・食べきり、3Rにつながる調理方法・食材、実践の場と情報の同時提供

1 意義やメリットを知り、実感することで導入実践の意欲・機会が得られる

意欲

2 国民・消費者がサステナブルな食生活や資源循環を実践できる機会を拡大するとともに、必要な情報を提供する

DXもフル活用した持続可能な食・資源循環の実践機会と必要な情報をあわせて提供

持続可能な食料システムの構築をめざす「みどりの食料システム戦略」に基づき、消費者の選択を容易にするため、温室効果ガス削減への貢献をラベルを用いて分かりやすく表示する「見える化」を推進

食品の生産・流通時のCO2排出量の算定・表示、排出量の少ない食材の流通、賞味期限の近い製品情報等の発信

シェアリングアプリの利用やフードドライブ・フードバンク活動による規格外品を含む食品や日用品の有効活用、エシカル商品に特化したECサービス、発注量を最適化する店舗モデルの拡大

2 それぞれの生活に合わせた実践の機会が得られ、取り組みたいと思ったときに取り組めるようになる

実践

現状

製品やサービスごとのCO2排出量算定やインセンティブ付与は、いずれも実証的な取組に限られる

すべての国民が必要な教育・知識を得られ、行動変容に必要なナッジ等の効果的な情報やインセンティブを受けられる

- 行動変容やライフスタイル変革に必要な知識が提供され、行動変容に対する意識及び理解が広く浸透
- 製品やサービス購入に伴うCO2排出量の見える化と、排出削減量に応じたインセンティブ付与が一般化

ゴール

国民（消費者・働き手）にとっての行動制約要因（ボトルネック）

意欲

- ① 行動変容のベースとなる、気候変動等の理解や関心が十分と言えない
 - 地球温暖化/気候変動問題について認知している人は96%に上る一方、「興味がある」と答えた人は65%、「行動を変えた」と答えた人は19%に留まる

実践

- ② 行動変容の意欲を高め、また実践を促すインセンティブを受ける機会が質・量ともに不十分
- ③ 実際の行動変容を後押しする効果的な気付き（ナッジ）を与えられる機会が質・量ともに不十分

左記のボトルネック解消に向けた対策の方向性

- ① 気候変動の現状・今後等の背景情報を含む教育・知識を、体験の機会も含めて、行動変容につながるよう体系的に、国民・消費者に提供する
- ② 衣食住/職/移動/買い物といった全ての生活領域で、行動変容が促される経済的・社会的なインセンティブを、持続的かつ分かりやすい形で国民・消費者に提供する
- ③ 行動変容が促される効果的なナッジを、全ての生活領域で、国民・消費者に分かりやすい形で提供する

⑦【基盤】情報（教育・ナッジ）、インセンティブ等

仕掛け（対策・取組）・効果



ボトルネック解消に向けた仕掛け（取組・対策）

2024-2026

2027-2029

2030-

国民・消費者への効果

1 気候変動の現状・今後などの背景情報を含む教育・知識を、体験の機会も含めて、行動変容につながるよう体系的に、国民・消費者に提供する

科学的・背景的・基盤的情報が行動とセットで分かりやすく提供されることで、行動の礎となるほか、DXも活用してワクワク感、楽しさなどの動機付けにつながる工夫も施す

行動と紐づいた学習コンテンツ、コミュニティ活用、体験機会を提供できる店舗、企業等の有する教育デジタルコンテンツ、メタバース等のデジタル情報基盤、ゲーム、プログラミングを活用した学習と行動変容の拡大

共通基盤となるデコ活及びデコ活アクションを大喜利大会など楽しみながら浸透・定着

2 衣食住/職/移動/買い物といった全ての生活領域で、どのような行動を選択するとどれだけの効果が得られるのかという情報や行動変容が促される経済的・社会的なインセンティブを、持続的かつ分かりやすい形で国民・消費者に提供する

グリーンライフ・ポイント等を礎に持続的なインセンティブ（経済的・非経済的）を幅広く提供

購買/移動データ等を活用した行動の見える化・ログ・ポイント付与、市場と連動したディマンドレスポンス、地域住民や従業員向けのインセンティブの拡大

消費者が手に取る製品が、原料・エネルギー・製造時も含めてCO2を削減していることが分かるような製品のライフサイクル全体での排出削減量の見える化の拡大

3 行動変容が促される効果的なナッジを、全ての生活領域で、国民・消費者に提供する

実証結果も活用した費用対効果に優れた気付き・ナッジを幅広い場面で提供

行動によるCO2削減量が伝わるロゴ・マーク、環境ラベル表示やコミュニティを活用したナッジ提供の拡大

1 体系的な教育や知識、体験の機会を通じて、行動変容の必要性を理解できる

2 全ての生活領域で、行動変容に対するインセンティブを得て動機付けられる

3 全ての生活領域で、意識・無意識にかかわらず行動変容に踏み出せる

意欲

実践

■ 3月下旬頃の補助金（プロジェクト支援）の公募開始に向け調整中。

2023/11/01

豊かな暮らしを支える製品・サービスで後押し

インセンティブや情報発信を通じた行動変容の後押し

地域独自の暮らし方での後押し



一般社団法人栄養まるごと推進委員会

野菜を皮ごと食べる文化を作ろう！

家庭から出る生ゴミの中にはまだ食べられる物や栄養の宝庫が沢山あります。例えば、今剥いて捨ててしまっている野菜の皮には身と比べても栄養が多く含まれており、皮は酸素に触れる部分のため抗酸化物質量が豊富に皮に含まれています。一般家庭ではそのような皮などを含む過剰除去率が15%もある...

2023/08/02

豊かな暮らしを支える製品・サービスで後押し

カムコミュニケーションズ株式会社

くず米からできたスイーツで食品ロス削減

カムコミュニケーションズ株式会社は米粉を使用した菓子の製造・販売を行っております。使用する米粉のほとんどは、廃棄されるはずだったくず米を利用してまいります。見た目や形状が悪く食用として販売されなかったくず米を利用することで、食品ロスの削減、および脱炭素に貢献しています。



- 3月下旬頃の補助金（プロジェクト支援）の公募開始に向け調整中。

2023/06/12

豊かな暮らしを支える製品・サービスで後押し

ミニストップ株式会社

「食べるスプーン」で脱プラ

当社はコンビニエンスストアとして求められている即食性の高い食品を、「おいしさ」と「便利さ」の2点に注力し価値提供し続けています。従来は、この「便利さ」の観点に則って、即食性の高いソフトクリームには石油由来の使い捨てのスプーンを提供し続けてきました。しかし、現在では「脱炭素につながる新し...

2023/03/31

豊かな暮らしを支える製品・サービスで後押し

公益社団法人日本青年会議所

廃食油で飛行機を飛ばそう！

現在、家庭から出る廃食油の90%は、凝固剤で固めて可燃ごみとして出されるか、下水道に生活排水として流されてしまっています。この廃食油は、燃やせばCO2を排出し、流せば汚染水となりますが、回収すれば環境にやさしい燃料となる身近な資源です。この廃食油を活用し、「廃食油で飛行機を飛ばそう」と題...



- 3月下旬頃の補助金（プロジェクト支援）の公募開始に向け調整中。

2023/01/04

豊かな暮らしを支える製品・サービスで後押し



株式会社富山環境整備

脱炭素型フルーツマト

富山環境整備がつくる「フォレストフルティカ」は、廃棄物処理を行う際に得られる電気や熱などのエネルギーを利用して生産している脱炭素型フルーツマトです。廃棄物由来の地域資源エネルギーを利用することによって、生産工程で発生するGHG排出量を抑えることができます。栽培方法の特徴として・廃...

11/30/2022

豊かな暮らしを支える製品・サービスで後押し



東急不動産ホールディングス株式会社

コンポストによる食の循環と地産地消の取組

東急不動産と東急リゾート&ステイは、生ごみの排出量を抑え、今まで廃棄物として取り扱っていた生ごみを有効活用する取り組みとして「バイオ式生ごみ処理機(コンポスト)」を導入し、生ごみを良質な堆肥に変え、できた堆肥は自社収穫体験施設や提携農家において農作物の育成に活用します。さらに、提携農...

- 3月下旬頃の補助金（プロジェクト支援）の公募開始に向け調整中。



12/14/2022

豊かな暮らしを支える製品・サービスで後押し

インセンティブや情報発信を通じた行動変容の後押し

大阪府

大阪版カーボンフットプリント(CFP)の活用

消費者が商品・サービスを利用する時に、CO2排出の少ないものを積極的に選択していくきっかけづくりとして、暮らしに身近な食の分野を取り上げ、ライフサイクル全体を通して排出される温室効果ガスの排出量をCO2に換算・表示する仕組みであるカーボンフットプリント(CFP)を活用した取組みを展開しま...

2022/11/21

インセンティブや情報発信を通じた行動変容の後押し

株式会社博報堂

Earth hacks

生活者一人ひとりのアクションで脱炭素社会を推進する共創型プラットフォーム「Earth hacks」は、博報堂の新規事業開発組織「ミライの事業室」と三井物産の共同プロジェクトです。CO2e排出量を従来の製品と比較し、削減率(%)を表示するというユニークなアプローチで、商品やサービスの環境価値を新しい選...



- 3月下旬頃の補助金（プロジェクト支援）の公募開始に向け調整中。



2022/11/04

インセンティブや情報発信を通じた行動変容の後押し

地域独自の暮らし方での後押し

富山県

富山県地産地消キャンペーン

富山県産食材(肉・水産物・野菜など)の継続的な消費を促進するため、地産地消に取り組む飲食店で行う、デジタルポイントを活用したプレゼントキャンペーンです。富山県産品に貼付されているシールのQRコードをアプリで読み取ると、ポイントが付与されます。