



デコ活応援団（新国民運動・官民連携協議会） 第11回会合

令和6年2月2日（金）



脱炭素につながる新しい豊かなくらしを創る国民運動

2月2日（金）10時00分～ オンライン

- ① これまでの動き（報告・お願い）
- ② 会員からのプロジェクト提案、意見、要望等
- ③ 暮らしの10年ロードマップ（最終案）
- ④ 令和6年度協議会運営方針（案）
- ⑤ 次回情報

質疑応答、意見交換時の留意事項

- 多くの方に発言いただけるよう、発言は簡潔明瞭に**1～2分程度**でお願いします。
- 発言を希望される方は、**Zoom上で挙手**又は**Q&Aへの送信**をお願いします。
- 直前の発言に関連した質問等がありましたら、Q&Aに「**関連**」と送信してください。

令和5年度補正予算及び令和6年度当初予算案

- 令和5年度補正予算及び令和6年度当初予算案において、カーボンニュートラルを始めとした豊かなくらしに関わる予算について「デコ活関係予算」として取りまとめました。

一般会計、エネルギー対策特別会計におけるデコ活関係予算の合計 2,940億円（令和5年度補正予算及び令和6年度当初予算案）

- ・ 「デコ活」（脱炭素につながる新しい豊かなくらしを創る国民運動）推進事業
： 43億円(5年度補正 + 6年度当初)
- ・ 食品ロス削減、サステナブル・ファッション等の推進及び「デコ活」を契機とした
ライフスタイル変革推進事業
： 5.7億円(5年度補正)
- ・ 断熱窓への改修促進等による住宅の省エネ・省CO₂加速化支援
： 1,350億円(5年度補正)
- ・ 商用車の電動化促進事業
： 409億円(5年度補正) など

※デコ活関係予算の詳細については、<https://www.env.go.jp/content/000184004.pdf>から確認を。

【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。

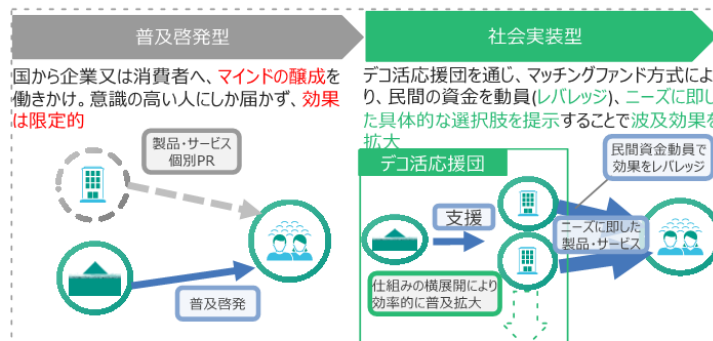
*行動科学の知見（Behavioral Insights）とAI/IoT等の先端技術（Tech）の組合せ

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月下旬頃より補助金の公募を開始するべく調整中です。

□ 新しい補助金

- ✓ マatching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。

※ 補助要件等の詳細は最終調整中ですが、補助に当たっては、

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）

の3要素がポイントになりますので、環境省まで幅広くご相談ください。

- 前回会合から多くの新規事業のご提案をいただきました。
- 新規事業の提案・相談について引き続き受け付けています。

これまでにいただいた提案事業

○前回募集では、新たに計7件のご提案をいただきました。ありがとうございました！

○いただいたご提案

カテゴリ	件数	カテゴリ	件数
住宅	4件	インセンティブ	1件
意識啓発	1件	教育	1件

提案・相談をいただいた後の進め方

- いただいた事業提案は、環境省及び事務局で確認しています。
- 事務局から意見交換を依頼させていただいた際には、ご協力をお願いします。

今後の動き（提案・相談受付）

引き続き新たな提案を受け付けます。

提案内容等のご相談も気軽に事務局又は環境省へお問い合わせください。

デコ活アクション大喜利大会（リマインド・追加情報）

- 「デ」「コ」「カ」「ツ」の文字を使ったアクション標語やその訴求方法について募集しているデコ活アクション大喜利大会のめまで**残り2週間**となりました。
- いただいたアクション標語等は組織名が出る形での一般投票を実施し、環境大臣賞も決定する予定です。
- 今後公募を開始する「デコ活」推進事業（新たな補助金）では、本大会への応募も加点要素の一つとする予定ですので、**奮ってご応募ください。**

公募概要（再掲）

募集期間

令和5年11月17日(金)
～令和6年2月16日(金)

募集部門 及びテーマ

部門	内容
企業・団体部門	我が社のデコ活アクション
自治体・地域部門	我がまちのデコ活アクション
個人・NGO部門	私の／私達のデコ活アクション
アイデア部門	名刺、HP、SNS等の訴求方法など

賞

環境大臣賞：賞状・表彰盾
副賞(個人)：国立公園ツアー等

特設Webサイト、応募フォームの案内

以下の「デコ活アクション大喜利大会」Webサイト内のWebフォームよりご応募ください！ *郵送での応募も可
<https://ondankataisaku.env.go.jp/decokatsu/slogan/>



デコ活普及拡大に向けた動き

- デコ活を活用した普及啓発を実施いただいている事例を紹介します。
- 引き続き、デコ活を積極的にご活用ください。



毎週火曜 放送(テレビ)
環境ふくい推進協議会・福井テレビ
毎週、デコ活に関連するミニ番組を放送中、その他にも普及啓発に繋がるキャンペーンも実施

12/26 釧路新聞
1/24 北海道新聞
釧路市・釧路町・釧路信用金庫
3者共同でデコ活宣言を実施
官民連携でデコ活を推進

1月～2月(各地域5回) 放送(CM)
政府広報
政府広報室提供番組「ミライの歩き方」
(テレビ東京系)の提供CMとして放送
※このほかにも多数の事例有り

省エネライフキャンペーン2023（結果報告）

- 住まいの省エネに係る5つのテーマを対象に、デジタルを中心としたキャンペーンを実施し、一定の認知拡大・購買促進が図られました。

省エネライフキャンペーンの取組結果

5つのテーマを対象にキャンペーン(10月～12月)実施

- 断熱リフォーム・太陽光発電・高効率給湯器・省エネ家電・節水機器

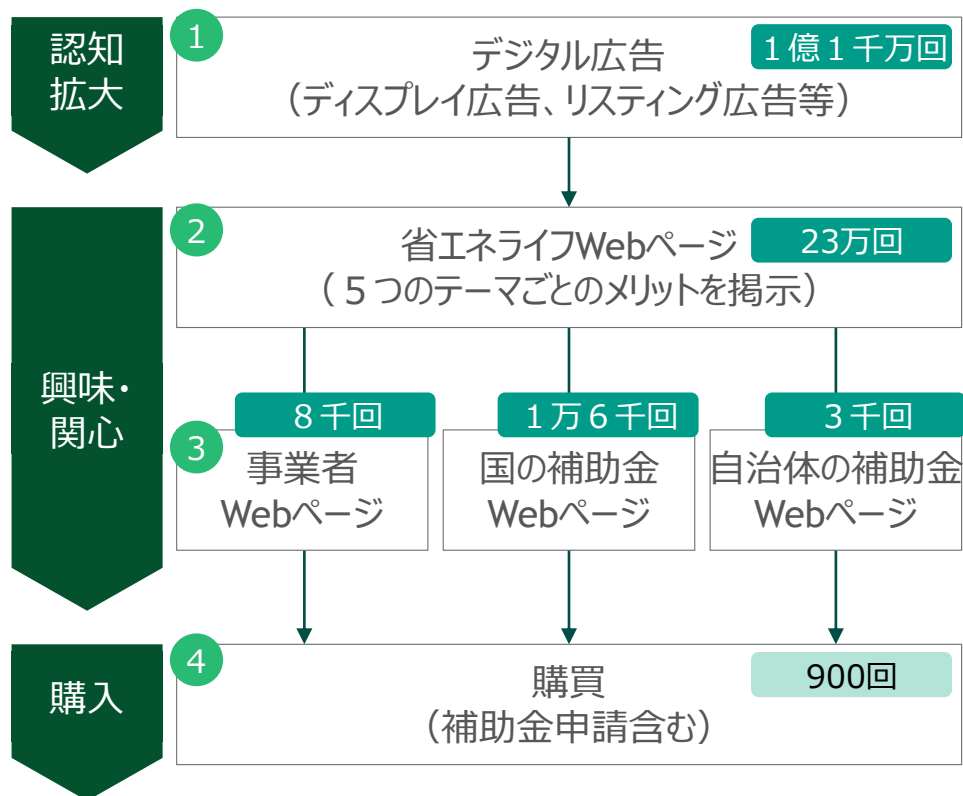
環境省・デコ活が主導してデジタル中心にプロモーションを実施したことで、小規模な取組ながら、効率的に認知拡大を図ることができた。

- 単価あたりのリーチ量が、デジタル広告のほうが、マス広告よりも大きい
- ターゲットの消費者の特性を理解し、出し分けをすることも可能

単なる認知拡大に留まらず、購買接点を持つ事業者・自治体にも直接送客することもできた。

■ : キャンペーン上の実績値
■ : 事業者(国の補助金)のwebページのセッション数・契約件数(申請件数)からの推計値

消費者の行動変容の件数



(参考) 省エネライフキャンペーンの詳細 : ① デジタル広告

- ディスプレイ広告・リスティング広告を中心に1億回以上のメッセージ配信しました。

配信先の媒体

ディスプレイ広告

- Google
- Yahoo
- Meta
- X

リスティング広告

- Google
- Yahoo

デコ活公式SNS

ディスプレイ広告のクリエイティブ



- 省エネライフキャンペーンのWebページ上では、各テーマのメリットを詳細に伝えるとともに、関連する補助金・事業者の情報を掲示しました。

各テーマのメリット訴求

● 断熱リフォームって何？

天井・壁・床などの断熱施工や開口部の断熱施工(窓の交換、内窓設置、ガラスの交換など)をすることで
外気の温度を室内に伝えずに保つてくれるのです。

断熱リフォームのメリット

- 1 1年中快適に過ごせる
断熱性を高めることで冬は暖かく夏は涼しくなるとともに、部屋ごとの寒暖差も少なくなります。断熱性の高い住まいにすることで、おうちで過ごす時間をより快適に楽しく変えましょう。
- 2 冷暖費が抑制できる
断熱リフォームをすることで一般的に住宅よりも、光熱費を抑えることができます。10年、20年と住み続けていくうちに、その差はとんと広がっていくので、早めの選択がお得です！
- 3 ヒートショックのリスク軽減
断熱性を高めることで、例えば夏間や脱衣所、風呂場の温度差を一定に保つことができます。そうすることで、寒い冬に部屋間の温度差で起きるとされるヒートショックのリスクを軽減できます。

補助金の情報

● お得な補助金情報

国の補助金

「省エネライフ」に関連する補助金として、先達の窓ノベ事業（環境省・経済産業省）給湯省エネ事業（経済産業省）、などがあります。リフォームの内容などによって選択できる事業が異なりますので、詳細については各補助金のサイトをご確認ください。

対象項目	補助金・サポート情報	概要
断熱リフォーム	令和5年度補正「断熱窓への改修促進等による住宅の省エネ・省CO2加速化支援事業（先達の窓ノベ2024事業）」	最大200万円の補助で、お得に断熱窓へのリフォーム！快適で健康にも貢献！
高効率給湯器	令和5年度補正「高効率給湯器導入促進による家庭部門の省エネルギー推進事業費補助金（給湯省エネ2024事業）」 令和5年度補正「既存賃貸集合住宅における省エネ化支援事業（賃貸集合給湯省エネ2024事業）」	要件を満たす給湯器の導入費用を補助！ 要件を満たす給湯器の導入費用を補助！
省エネリフォーム	子育てエコホーム支援事業	断熱省エネ住宅に関する助成、補助

自治体の補助金情報

国の補助金のほかに自治体でも対象設備・工事に補助金を交付している場合があります。お住まいの地域の補助金を確認してみてください！
自治体の補助金情報はこちら >

事業者の情報

● 企業の問い合わせ・キャンペーン情報

「省エネライフ」といっても、どこに相談していいかわかりませんよね。
家を購入した住宅メーカー？設備を買った量販店？
環境省主催の協議会の中で「省エネライフ」に関連する企業の問い合わせ先をまとめました。
気になること、不安なことなど、まずは問い合わせしてみてください！
さらにお得なキャンペーン・サービス情報もご覧ください！

先達の窓ノベ事業、給湯省エネ事業に登録している事業者の一覧はこちらから
リンク：<https://jutaku-shoene2023.mlit.go.jp/search-for-manufacturer/>

節水機器 ● 省エネ家電 ● 高効率給湯器 ● 断熱リフォーム ● 太陽光発電設備 ●

企業一覧

節水機器

TOTO株式会社
お問い合わせ情報
電話番号：0120-03-1010
WEB：<https://jp.toto.com/showroom/>

(参考) 省エネライフキャンペーンでの気づき：地域

■ 省エネライフキャンペーンを通じて、各テーマのデジタル上での広告出し分けに関する示唆されました。

凡例：
CVR
(訪問者数)

テーマごと／地域ごとのCVR・CPA ※広告横断のWebサイト内の実績

	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州
断熱 リフォーム	1.84% (381)	2.50% (40)	4.22% (2202)	3.28% (548)	2.64% (757)	0.00% (111)	- (0)	1.96% (255)
給湯器	0.89% (449)	1.96% (306)	1.79% (3809)	1.59% (1008)	0.71% (1266)	1.40% (214)	0.88% (113)	1.18% (425)
太陽光 発電	3.20% (250)	0.00% (55)	5.80% (1689)	4.64% (280)	3.27% (367)	3.57% (56)	25.00% (4)	5.15% (136)
省エネ 家電	8.81% (193)	- (0)	4.28% (1517)	2.24% (134)	5.04% (377)	0.00% (19)	- (0)	2.94% (102)
節水 機器	1.13% (265)	0.00% (22)	1.78% (2364)	2.52% (119)	0.17% (572)	0.00% (5)	0.00% (11)	0.00% (83)
複数 リフォーム	1.84% (229)	2.50% (39)	4.22% (1836)	3.28% (337)	2.64% (713)	0.00% (53)	- (0)	1.96% (228)

得られた示唆

寒冷地で既に対策済みの項目は、**関東以南での反応が良い**

- 断熱リフォームは、北海道・東北での反応が悪い
- 広告率給湯器は、北海道での反応が悪い

太陽光発電は、**日当たり・自治体ルール**の2点が影響

- 日当たり：寒冷地は反応が悪い一方、九州の反応は良い
- 自治体ルール：条例での後押しがある東京を含む関東の反応が良い

省エネ家電は、地元で熱源転換を推奨している**北海道での反応が良い**

新規の連携実践プロジェクト

- 新たに 8 件のプロジェクト提案があり、連携先を募集します。ご関心あれば、事務局までご連絡ください。
- 各プロジェクトについてご質問があれば、本日の質疑応答の場でも、頂戴できれば幸いです。

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

企業・団体名 期待される役割

GHG可視化

環境アプリ「Green Carb0n Club」による、自治体市民の環境配慮行動の促進

- ・ エコアクションをするとポイントが貯まり、貯めたポイントはエコなサービスや商品などのクーポンに交換できる「Green Carb0n Club」を富士通が開発
- ・ 市民が楽しみながらエコアクションを行えるゲーム等の行動変容の仕掛けも提供
- ・ 川崎市と連携協定を締結し、持続可能な未来都市の実現に向けて、「Green Carb0n Club」を活用

川崎市

持続可能なまちづくりに向けて、等々力緑地・溝の口・武蔵小杉・川崎駅などの取り組みの実証の場を提供

提案者

富士通

環境アプリ「Green Carb0n Club」を開発し、川崎市との連携により、等々力緑地・溝の口・武蔵小杉・川崎駅での脱炭素化に取り組む

自治体

「Green Carb0n Club」を活用して、地元住民の市民の環境配慮行動を促進

各種
業界企業

川崎市を実証の場として、脱炭素行動の促進の社会実装に取り組む

連携先募集：
随時

連携先募集：
随時

インセンティブ／情報発信

教育現場を起点にエネルギー自律分散を地域の文化として普及させる「ソーラー学園祭」の実行

- ・ ソーラー発電蓄電したオフグリッド電源を用いた音楽祭を核とした、地域の学校生徒の「ソーラー学園祭」の企画実行
- ・ THE SOLAR BUDOKANの発電蓄電や音響設計に長年携わった事業者や再エネ電力会社の関係者が、事前教育や企画準備を支援

地域内学校

体験型再エネ教育機会としての「ソーラー学園祭」を実施

連携先募集：
随時

提案者

博報堂UoC
ソーラー学園祭ゼミ

ソーラー学園祭の事前教育・企画準備を支援（ゼミ講師（佐藤タイジ）、協力者（RA energy design、みんな電力）等）

自治体

地域内の自律分散文化と自家発電設置の普及を促進するために、「ソーラー学園祭」の実施候補となる学校を紹介

連携先募集：
随時

発電パネル・蓄電池の地域事業者

発電・蓄電設備の提供。学校での学習プログラム実施への協力。

連携先募集：
随時

新規の連携実践プロジェクト



- 新たに 8 件のプロジェクト提案があり、連携先を募集します。ご関心あれば、事務局までご連絡ください。
- 各プロジェクトについてご質問があれば、本日の質疑応答の場でも、頂戴できれば幸いです。

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

企業・団体名 期待される役割

住宅

社会実装型取組等支援

省エネ断熱お助け隊（仮称）

内容：埼玉くらしの省エネ協議会を設置。啓発セミナーやSNS発信をきっかけに住宅断熱省エネに感心を持った家庭を専門家が訪問し断熱診断を実施。診断結果をレポートとして提供。受診者に断熱改修の必要性やメリットを説明し、実際の断熱改修につなげる。施工は協議会の登録業者が当たる。くらしの省エネ診断については「うちエコ診断」を活用。

提案者
埼玉県
温暖化防止センター

協議会運営。啓発セミナーや相談会の開催。SNS等を活用し、情報の発信とコミュニティ作り。補助金の収集と紹介。

行政

協議会への参画。企画に対する意見、企画告知、対象者の募集支援。協議会の周知と勧誘。

連携先募集：随時

工務店
設計士

協議会への参画。専門家（実務者）として各家庭（ストック住宅）を訪問し、断熱診断を実施。

連携先募集：随時

工務店・施工業者等

協議会への参画。断熱改修工事の実施。

連携先募集：随時

モビリティ

EV導入を加速する デコドライブコンテスト

内容：一般的なEV試乗会ではなく、運転を楽しむイベントを開催。実際にEVを運転することで、EVに対する不安を払しょくするとともに、EV性能の楽しさを実感させ、EV購入の後押しを狙う。合わせてEVによるエコドライブ方法のレクチャーも行う。

提案者
埼玉県
温暖化防止センター

「デコドライブコンテスト」の企画・主催。EV補助金の紹介。

エコドライブ
研究所

企画協力・監修・コンテスト内でのエコドライブ講座実施

行政（県内市町村）

観光地・開催地等の紹介・提供。企画の告知、対象者の募集。実施にかかる費用補助。運営人員協力。

連携先募集：随時

自動車メーカー・販売店

EV車両紹介・解説。協賛、車両提供、ノベルティ提供、運営人員協力。コンテスト上位者へ特別EV購入割引券の提供。

連携先募集：令和6年8月まで

飲食店、土産店等

チェックポイントとしての場所提供および割引クーポンなどの特典提供。協賛、運営人員協力

連携先募集：令和6年8月まで

- 日時：令和6年11月（予定）※エコドライブ推進月間
- 場所：埼玉県内観光地

新規の連携実践プロジェクト



- 新たに 8 件のプロジェクト提案があり、連携先を募集します。ご関心あれば、事務局までご連絡ください。
- 各プロジェクトについてご質問があれば、本日の質疑応答の場でも、頂戴できれば幸いです。

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

提案者
TOPPAN デジタル

地域QR決済アプリ+環境貢献行動を可視化する「エコ地域Pay(仮称)」をSaaSとして地域(自治体or広域)単位で提供

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

自治体・ 商工団体

参加自治体/団体となり、地域に即した住民の環境貢献行動を制定、域内での行動毎にポイント付与し、住民の環境意識向上を促進

連携先募集:
随時

地域密着の 小売り/サービ ス事業者

参加加盟店となり、環境貢献購買/サービスでのQR決済時にポイント付与、誘客(=地域経済活性化)と環境意識向上の促進を両立

連携先募集:
随時

インセンティブ

QR決済アプリ/SaaSによる日常行動・購買決済時のインセンティブバリューを付与を通じて、地域住民(消費者)の環境貢献行動を促す

- ・ 消費者に域内消費を促す地域限定QR決済アプリを基盤に、環境貢献行動と連動するCO2削減量を可視化する機能を実装
- ・ 官民で負担した原資の域内事業者への還流を実現
- ・ 地域ぐるみの環境行動促進と地域経済活性化を両立

デコ普及・啓発

再生材活用の製品普及を促進することで、資源循環/脱炭素化を推進。具体的には、再生材調達PFを運営し、環境性/循環性を可視化するDPP(デジタル・プロダクト・パスポート)対応を促進。

(PF名称) Maar 再生材調達

- ・ 再生材調達:再生材の購入企業と販売企業が其々WEB上にデータを登録することで、高確度での再生材取引を実現
- ・ DPP:持続可能性・循環性に関するデジタル情報を製品に付与すること

提案者
TBM

「Maar 再生材調達」で再生材売買促進ならびにDPPへの対応を支援
※現時点で再生材⇆再生プラ

大手EC 事業者

DPP付与した製品の販売掲載や共同でのDPP普及啓発(DPPとデコ活を絡めて訴求)

連携先募集:
随時

大手リユース 事業者

DPP付与と製品のリユース化に向けた連携(導線設置や共同訴求)

連携先募集:
随時

再生材利用 メーカー

再生材調達の安定化に向けて、ニーズデータを登録(無償)。DPP利用をした消費者訴求の実施。

連携先募集:
随時

再生材販売 企業

再生材の販売先拡大、安定化に向けて、ニーズデータを登録(無償)。リサイクラー・コンパウンダー等想定

連携先募集:
随時

地域循環を 目指す地銀 ・自治体など

地域内での資源循環を目指して、本PFをスタンダードとして採用し、拡販

連携先募集:
随時

新規の連携実践プロジェクト

- 新たに 8 件のプロジェクト提案があり、連携先を募集します。ご関心あれば、事務局までご連絡ください。
- 各プロジェクトについてご質問があれば、本日の質疑応答の場でも、頂戴できれば幸いです。

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

企業・団体名 期待される役割

インセンティブ

地域のみんなでエコ活に取り組んで「特別な体験」ができるサービスbecoz challengeの展開（名古屋で実証中）

- becoz challengeは、参加者がコツコツとエコ活に取り組みCO2削減量を集計することで、付加価値のある特別な体験ができる環境コミュニティ型プラットフォーム
- 1月15日から2月末まで、名古屋錦二丁目エリアで実証を実施中

自治体・
エリマネ会社

エコ活促進を行うエリア・フィールドの提供。キャンペーンに関する告知やイベント・参加者へのインセンティブ企画を中心に行う

連携先募集：
随時

その他事業者

自治体やエリア内で「付加価値のある特別な体験」を提供。例：企業における資料室や通常は入れないエリア等の見学ツアー

連携先募集：
随時

提案者

DATAFLUCT

環境コミュニティ型プラットフォームbecoz challengeを提供し、個別のキャンペーンを立ち上げる。参加者のCO2削減量を集計

普及・啓発

万博をきっかけに脱炭素行動を広めていく「EXPOグリーンチャレンジ」を実施。

- 内容：万博期間前より、企業や学校、自治体などの団体や個人に呼びかけ、脱炭素化に向けて個人の方に取り組んでもらう「チャレンジメニュー」を設定。それぞれの脱炭素量を積み上げ、可視化することで行動変容を促していく。
- リリース：2024年春頃予定

自治体

市民へ「EXPOグリーンチャレンジ」及びアプリの周知・啓発「チャレンジメニュー」への協力

連携先募集：
随時

企業

社員へ「EXPOグリーンチャレンジ」及びアプリの周知・啓発「チャレンジメニュー」への協力

連携先募集：
随時

提案者

2025年
日本国際
博覧会協会

「EXPOグリーンチャレンジ」の企画・周知・アプリの運営

協議会会員からの提案、意見・要望など

■ 24件の提案・ご意見を頂戴しました。いただいた提案等の詳細については、別紙資料をご確認ください。

予算要望	件数	概要
募集期間：令和5年12月15日～ 令和6年1月18日	7件	住宅、意識啓発、教育など多岐にわたるご意見をいただきました。
10年ロードマップ		
募集期間：令和5年12月15日～ 令和6年1月18日	7件	サステナブルファッション、省エネ住宅、エコグッズなどの項目に対し、様々な御意見をいただきました。
ご意見・ご提案		
募集期間：令和5年12月15日 ～令和6年1月18日	10件 (合計)	ご意見・ご提案の一例を記します。 詳しくは、Excelファイルをご確認ください。

【住宅省エネ】

- 環境省の補助事業「既存住宅における断熱リフォーム支援事業」のアンケート結果が公表されたが、各設問同士をクロス集計して分析を行うことで、リフォーム普及に向けたより詳細な示唆が得られるのではないかと。

【情報連携】

- 民間独自の取組を地域住民に周知する際に費用が多くかかってしまう。例えば回覧板のように、自治体や政府を介して対象者へ自動的に情報が配布されるような仕組みを検討して欲しい。

いただいたご意見は全て環境省及び事務局にて確認しており、適宜ヒアリングも実施しています。
デコ活及びデコ活応援団に対しご意見・ご提案等がありましたら引き続き事務局までご連絡ください。

■ 1 件のプロジェクトの実施結果を報告します。

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

「製品・サービス」の提供者

「まつやま環境フェア」の開催

- 内容：松山市の環境への取組を知っていただくほか、ステージイベントや各種ブースなどを通じて、環境について楽しく学べるイベントを実施
- 日時：令和6年1月20日（土）
令和6年1月21日（日）
- 場所：アイテムえひめ大展示場

提案者

松山市

「まつやま環境フェア」の企画・主催

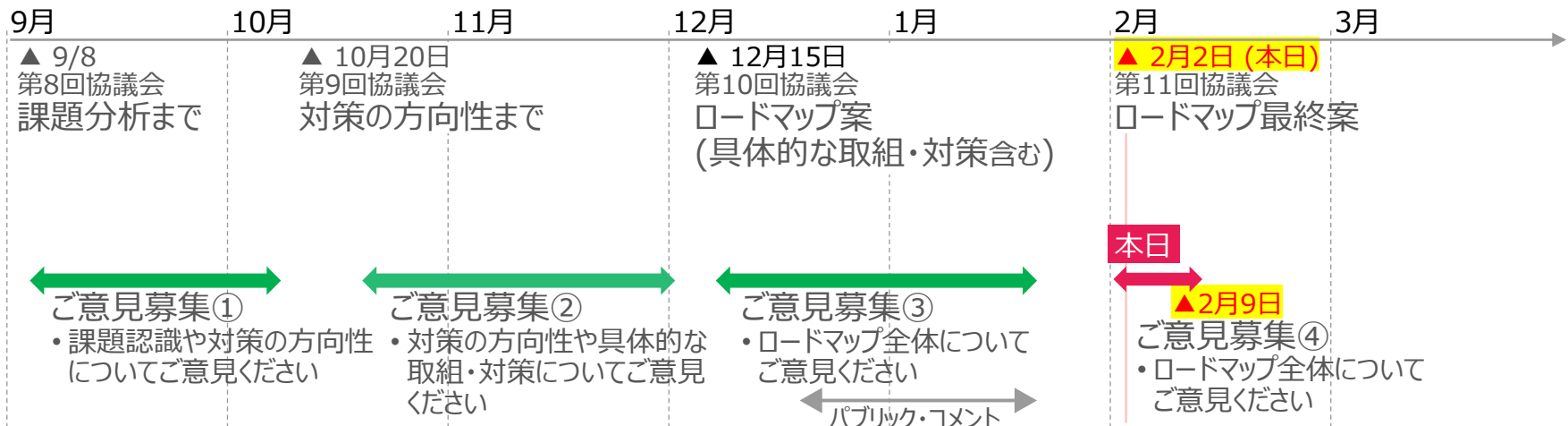
企業/団体

脱炭素に繋がる商品・取組・アプリなどを紹介

出展事業者
 金城産業株式会社、城東開発株式会社、アサヒユウアス株式会社、一般社団法人住宅開口部グリーン化推進協議会、NPO法人Blue Earth Project、愛媛県クリーニング業生活衛生同業組合、全国クリーニング生活衛生同業組合連合会、環境省 ※順不同

「くらしの10年ロードマップ」の策定

- 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豊かなくらしを実現するための必要な方策・道筋をお示します。「くらしの10年ロードマップ」を本協議会 (デコ活応援団) で議論いただき、今年度中に策定する予定ですので、ご協力をお願いします。
- くらしの全領域 (衣食住・職・移動・買物) を大きく7つの分野に分け、それぞれ見込まれる課題・ボトルネックに対応する取組・対策を明らかにしてロードマップに位置づけ、政府として必要な支援・政策を最大限実施しますので、ぜひ積極的にインプット、ご意見いただきますようお願いいたします！
- これまでいただいたご意見やパブリック・コメントを踏まえた、ロードマップ最終案をお示します。2月中旬目途に策定すべく、**2月9日 (金) までにご意見を頂戴できれば幸いです。**

協議会での
ご提示内容

- 意見提出は、事務局に直接いただくか、スモールグループでご議論・ご意見を頂戴するか、いずれかをお願いします。
- ご不明点・ご質問・ご意見は事務局 Decarbonized@bcg.com までご連絡ください。

脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動

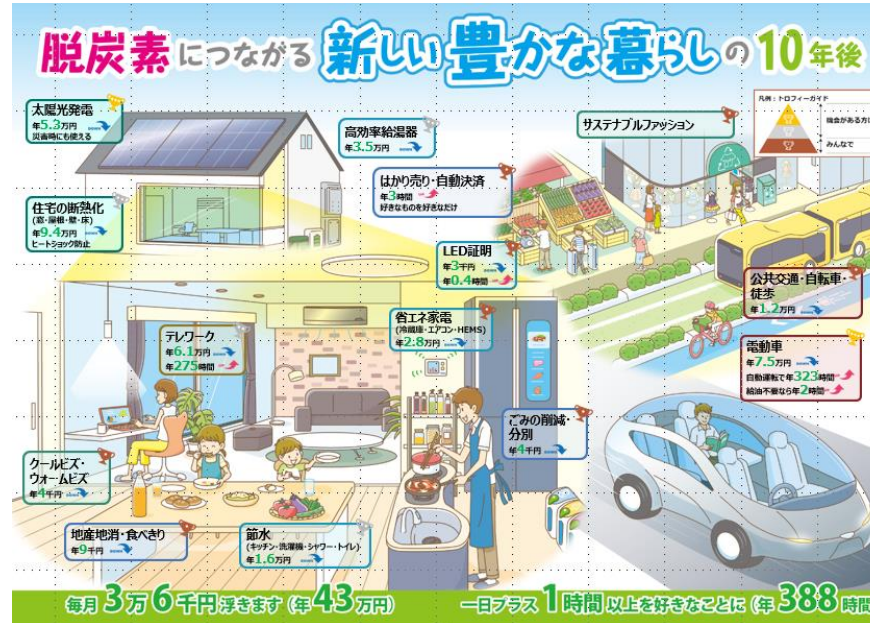


くらしの10年ロードマップ（最終案）
～デコ活による新しい豊かな暮らしの実現～

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。

ロードマップのスコープ (暮らし全領域を大きく7分野に)

- 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

脱炭素につながる新しい豊かな暮らしの10年後

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

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

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

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

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

ごみの削減・分別
年4千円 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

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)

①【住[外]】住宅の省エネ化・再エネ導入 (断熱化、太陽光発電等)

ゴール・ボトルネック・
方向性



現状

- 住宅ストックのうち省エネ基準適合住宅は14% (2021年度)
 - 新築の省エネ基準適合住宅は74万件 (2021年度)
 - 省エネリフォーム受注件数は28万件 (2022年度)
- 2016年以降に建築された戸建住宅への太陽光導入率は22%

- 2030年度までに住宅ストックの30%を省エネ基準に適合 (地球温暖化対策計画)
 - 省エネリフォームを年25万戸実施
- 2030年度までに新築戸建住宅の6割に太陽光発電設備を搭載 (地球温暖化対策計画・第6次エネルギー基本計画)

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

- 省エネ化・再エネ導入のメリット (経済性・快適性・健康面等) を知らない、感じたことがない
 - 消費者の4割は「住宅の断熱」を知らない
 - 過去10年間で家庭の電気代は16%増えたが、住宅への太陽光発電の年間導入量は半減

実践

- 初期費用など大規模な支出に躊躇する
 - 新築時の省エネオプション追加には約90万円、既存住宅の省エネリフォームには約230万円かかる
 - 住宅向け太陽光発電設備は約130万円かかる
- 断熱工事に時間がかかり待ちきれない・タイミングが合わない、手間がかかるのが煩わしい
 - 消費者の3割は「手間時間」を理由に窓の断熱化を行わない

左記のボトルネック解消に向けた対策の方向性

- 住宅の省エネ化・再エネ導入のメリットを国民・消費者に伝え、良さを実感・体感できる機会を提供する
- 支払を平準化したり、一回の支払金額が多くならないで済む仕組み・商品・サービスを提供する
- 時間が短くて済むなど消費者のタイミングに合わせ、手間がかからない断熱化を、国民・消費者に届ける

①【住[外]】住宅の省エネ化・再エネ導入 (断熱化、太陽光発電等)

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 住宅の省エネ化・再エネ導入のメリットを国民・消費者に伝え、良さを実感・体感できる機会を提供する

住宅省エネキャンペーンも土台に、家計負担軽減、ヒートショック防止等の健康面、災害時の備え、地域の特性(積雪/落雪や降水等)に応じた各種のメリットを導入機会と一緒に伝え、一気に実践につなげる

商業施設(ショッピングモール等)、公共施設、空き家や宿泊施設等を体験・体感の場として活用し、導入相談まで実施

新築住宅に+太陽光発電設備・高効率給湯機、既存住宅のリフォームに+太陽光発電設備・高効率給湯器等の導入をパッケージ化して訴求

個別住宅ごとに、また、賃貸不動産についても定量的にメリット提案できる手法を検討

① 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 支払を平準化したり、一回の支払金額が多ならないで済む仕組み・商品・サービスを提供する

負担感を低減する様々なサービスを提供し、資産価値向上策や導入支援と一体で実践をサポートする

サブスク型サービス(節電額に応じた利用費の支払い)や初期費用ゼロで行えるPPA・リース等のサービス、環境配慮型ローン等の提供を拡大

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

省エネ・再エネによる住宅の資産価値向上の見える化(認証やラベル表示等)を検討

② 多様なサービスを通じて資金面のハードルも下がる

実践

③ 時間が短くて済むなど消費者のタイミングに合わせ、手間がかからない断熱化を、国民・消費者に届ける

部分断熱や内窓設置の選択肢提供、共同購入など地域・住宅に合わせた円滑な導入を可能に

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

集合住宅一括導入(管理組合等と設備事業者等とのマッチング)、PV共同購入の拡大

家庭エコ診断士等の活用・人材の育成を行い診断から導入まで一気に実践できるメニューの提供

③ それぞれの選択に合わせて手軽に実践できるようになる

②【住[内]】エコグッズの選択 (LED照明、省エネ家電 (エアコン・冷蔵庫・洗濯機)、高効率給湯器、節水機器、HEMS 等)

ゴール・ボトルネック・方向性



現状

- エコグッズは市場に流通しているが、既存ストックの置換えは道半ば
 - 2021年度末までに高効率給湯器は2,094万台、LED照明は4.2億台、HEMSは740万台が導入済み
 - エアコン・冷蔵庫は約5割が10年以上前の製品を利用。節水機器は1-3割の導入に留まる

- 新しく環境に優しい製品 (エコグッズ)により、古い家電・製品の置換えやスマート機器が広く普及
 - 温対計画では、2030年度末までに高効率給湯器を累計4,940万台、HEMSを累計4,941万台の導入が目標

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 エコグッズ利用によるメリット (経済性や快適性など)、意義 (気候変動や水環境への貢献 等)を知らない、分からない
 - 省エネ機器について「どれくらい省エネ効果があるのかよくわからない」(47.9%)
- 2 以前の「高い」「操作が難しい」等のイメージが残り、最新情報が認識されておらず、忌避されている
 - LED電球は普及価格帯(1000-3000円程度)で、寿命も考えると、白熱電球や蛍光灯よりも安い²⁾が、「費用がかかる」(38%)と認識
 - HEMSについては、スマホを使いコストをかけず簡単操作する方法もあるが、専用のHEMSコントローラ購入の費用・手間が必要と思われる

実践

- 3 省エネ性能の高い家電などは価格が高く、大きな出費に躊躇する
 - 消費者の8割にとって「価格」が家電購入の決め手
- 4 一部の機器は導入に時間がかかり、待ちきれない・タイミングが合わない
 - 既存の集合住宅での高効率給湯器 (潜熱回収型) の導入に当たっての管理組合の承認や工事に時間を要する

左記のボトルネック解消に向けた対策の方向性

- 1 エコグッズを選ぶ意義・メリットを国民・消費者に伝える
- 2 機会損失を防ぐためにも、これからのエコグッズの最新の情報を国民・消費者に伝え、正しい理解を促す
- 3 支払を平準化したり、一回の支払金額が多くならないで済む仕組み・商品・サービスを提供する
- 4 事前準備を行うなど、導入時間が短縮される取組を国民・消費者に広げていく

②【住[内]】エコグッズの選択 (LED照明、省エネ家電 (エアコン・冷蔵庫・洗濯機)、高効率給湯器、節水機器、HEMS 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 エコグッズを選ぶ意義・メリットを国民・消費者に伝える

具体的・定量的な意義 (気候変動や水環境への貢献 等) やメリット (光熱水道費を節約できる、便利で快適に過ごせる、等) とともに、理解・体験から導入実践までの機会を一気通貫で提供する

商業施設、宿泊施設等での利用体験と購入機会の同時提供

省エネ家電の性能表示、「しんきゅうさん」や家庭エコ診断等を活用した経済的メリットの定量化、高効率給湯器・節水機器のCO2削減効果の見える化の拡大

蛍光灯の製造終了 (2027年予定) に合わせたLED交換のメリット訴求

1 メリットや意義を知り、実感することで導入実践の意欲・機会が得られる

意欲

2 機会損失を防ぐためにもこれからのエコグッズの最新の情報を国民・消費者に伝え、正しい理解を促す

最新情報 (従来品より経済性が高い (長期的に元が取れる)、スマートフォン等を通じて快適に使いこなせる等) を導入機会と同時に伝え、実践につなげる

より省エネ・節水な利用方法 (たとえば洗濯機での「すすぎ1回」、食器洗浄機での「冷水洗浄」等) のデフォルト化・業界標準化、商業施設や公共施設等を活用した認知浸透

ライフサイクル全体でのコスト比較・提示方法の検討

2 新しいエコグッズのお得で便利な使い方をすることで、過去のイメージが払拭され、実践の意欲がわく

3 支払を平準化したり、一回の支払金額が多くならないで済む仕組み・商品・サービスを提供する

ローンやリース等の金融、サブスク (利用に応じた支払) やレンタルサービス等の現金一括払い以外のニーズに合った選択肢を、公的補助など負担軽減措置の情報と合わせて提供

3 多様なサービスを通じて資金面のハードルが下がる

実践

4 事前準備を行うなど、導入時間が短縮される取組を国民・消費者に広げていく

マンション共用部への工事が必要な場合であっても、集合住宅単位での事前準備 (管理組合等と連携した承認 等) により導入時間を短縮

4 導入の時間が短くなり、導入のハードルが下がる

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

ゴール・ボトルネック・方向性



現状

- 2021年度におけるクールビズ・ウォームビズの実施率は76~92%
- サステナブルファッションの実施率は4%

- クールビズ・ウォームビズが全国民に実践され、サステナブルファッションの取組が一般に普及
 - 温対計画では2030年度までにクールビズ・ウォームビズをそれぞれ実施率100%とする

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

- サステナブルファッションの意義(環境負荷低減、衣類の長寿命化等)やメリット(長期使用で経済的等)が分からない
 - ファッションを取り巻く社会問題(衣類の大量廃棄、海外依存等)は、消費者の50%以上が認知していない
- クールビズ・ウォームビズの服装選びが手間、着こなしが難しい
 - クールビズは「見た目がだらしなくなる」(14%)「TPOを考慮した服装選びが面倒」(10%)

実践

- サステナブルファッションの選択、衣類回収などの機会・情報(何をしたら良いか、サステナブルな素材や製造法を使っているか等)が限られている
 - 消費者が実施できない理由は「実施の方法が分からないため」(15%)、「どこで購入等できるか分からないため」(14%)
- 業界慣習やドレスコードで、クールビズ・ウォームビズを実践できない
 - クールビズを実施できない理由は「服装に規定があるため(制服、ドレスコードなど)」(25%)

左記のボトルネック解消に向けた対策の方向性

- サステナブルファッションの意義やメリットを国民に分かりやすく伝える
- 快適でおしゃれな服装・着こなしの方法を国民に提案したり、サービスとして提供する
- 国民がサステナブルファッションを実践できる機会を大幅に拡大するとともに、必要な情報を提供する
- クールビズ・ウォームビズがTPOに応じた服装であると認められるようにするとともに、「TPOに応じた服装の自由化」を当たり前化する

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

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 サステナブルファッションの意義やメリットを国民に分かりやすく伝える

具体的・定量的な意義 (CO2排出量、廃棄物、水資源使用量削減等の環境負荷低減、衣類の長寿命化等)やメリット(長期使用で経済的 等)、さらに判断指標を選択導入の機会と同時に伝え、サステナブルファッションの実践につなげる

商品・ブランド別のエシカル度の見える化と選択・購入の場での提供

製品別カーボンフットプリントを含むCO2排出量・排出削減量の可視化、およびそのための算定ルールの策定

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 快適でおしゃれな服装・着こなしの方法を国民に提案したり、サービスとして提供する

着こなしの提案・コーディネートサービスへのクールビズ・ウォームビズの取り込み強化

2 服装選びが手間ではなくなり、着こなしも容易になり、実践の意欲がわく

3 国民がサステナブルファッションを実践できる機会を大幅に拡大するとともに、必要な情報を提供する

日常的な実践を可能とするための新たなサービス、生活習慣の機会を必要な情報と合わせて提供

リペア、アップサイクル・染め直し等による古着の新しい価値創出の機会、衣類の交換会、衣類や部品・付属品等も含めた回収リサイクルの場の拡大

3 それぞれの生活に合わせた選択・実践の機会が得られ、取り組みたいときに取り組めるようになる

実践

4 クールビズ・ウォームビズがTPOに応じた服装であると認められるようにするとともに、「TPO (時間、場所、場合) に応じた服装の自由化」を当たり前化する

服装の自由化とサステナブルファッションを掛け合わせた新しいファッションのあり方を提案

国はじめ官民連携で服装の自由化の率先実施、ビジネスの場等での働きかけ

4 業界慣習やドレスコードでの服装の選択肢が広がり、自由に実践できるようになる

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)

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

⑤⑥【職】【移】テレワーク、電動車・環境負荷がより少ない移動手段の選択

ゴール・ボトルネック・方向性



現状

- 雇用型テレワーカーの割合は22.7% (2022年度)
- 2021年度末の新車販売台数のうちハイブリッド自動車は44%で目標を達成済み。一方、電気自動車は1%に留まる
- 2018年度の「自家用交通からの乗換輸送量」は60億人キロ、2015年度末の「通勤目的の自転車分担率」は15%
- 2021年度末のエコドライブ(乗用車)実施率は64%

- 望んだ時に最適な場所でテレワークを選択できる
- 自家用車の購入や移動手段の検討時に電動車や公共交通機関が優先的に検討されることの一般化
 - 2030年度までに「新車販売台数における次世代自動車の比率」を50-70%とし、そのうちハイブリッド車は30-40%、電気自動車は20-30%とする
 - 2030年度までに「自家用交通からの乗換輸送量」を163億人キロ、エコドライブ(乗用車)の実施率を67%、通勤目的の自転車分担率を20%とする

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

- 1 電動車・環境負荷がより少ない移動手段の選択の意義(地域活性化や脱炭素等)やメリット(給油時間の短縮、公共交通利用による交通事故リスクの軽減、健康増進等)が分からない
 - 電動車を購入しない理由は、「メリットを感じないため」(26%)

実践

- 2 テレワークを行う社内・家庭の環境が整っていない
 - 従業員がテレワークを実施しない理由は、「勤務先にテレワークできる制度がない」(28%)、「テレワーク用の執務環境が整備されていないため」(6%)
- 3 電動車は購入費用等大規模な支出に躊躇する
 - 電動車を購入しない理由は、「費用が高い/高そうであるため」(65%)

左記のボトルネック解消に向けた対策の方向性

- 1 電動車・環境負荷がより少ない移動手段の選択の意義やメリットを国民・消費者に分かりやすく伝える
- 2 国民がテレワークをできるように社内・家庭の環境を整備し、またベストプラクティスなどの必要な情報を提供する
- 3 支払の平準化や、金額を下げる商品・サービスの組み合わせの利用を促進する

⑤⑥【職】【移】テレワーク、電動車・環境負荷がより少ない移動手段の選択

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 電動車・環境負荷がより少ない移動手段の選択の意義やメリットを国民・消費者に分かりやすく伝える

意義 (環境への貢献、地域の活性化 等) やメリット (車両/エネルギー価格等のライフサイクルを通じたコスト優位性、給油時間の短縮、公共交通利用による交通事故リスクの軽減、健康増進 等) を導入機会とあわせて伝え、一気通貫で実践につなげる

カーシェア・キックボード・レンタルサイクル等のシェアリング、エコドライブ、SAF利用に向けた廃食用油の回収機会、住宅販売にあわせた電動車・充電設備の導入提案の拡大

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の新たなサービス、デジタルを活用したインセンティブ提供 (デジタルスタンプラリーやスポーツ観戦イベント 等)

脱炭素移動の見える化の指標整備と移動ログの提供

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 国民がテレワークをできるよう社内・家庭の環境を整備し、またベストプラクティスなどの必要な情報を提供する

社内・業界内のルールをテレワークとマッチするよう必要に応じて見直し、テレワークを可能とするサービス・インフラを優良な情報とともに提供する

コワーキング、ワーケーション利用のための新たなサービス提供、サテライトオフィス等の確保

子育てしやすく家事負担の軽減に資するリフォームの推進や住宅内テレワークスペース等を確保

全国のテレワーク/コワーキング/ワーケーションに係るベストプラクティスを発信

2 実践のための社内・家庭の環境が整い、実践のハードルが下がる

実践

3 支払の平準化や、金額を下げる商品・サービスの組み合わせの利用を促進する

ローンやリース、サブスク (定額または使用量に応じた従量制の支払)、地域や職場等のコミュニティ単位の共同購入などの選択肢を、公的支援等の分かりやすい情報とともに提供

中古電気自動車や蓄電池等の価値の可視化、電動車における蓄電池と本体を分離したビジネスモデルの開発

3 多様なサービスや情報提供により資金面のハードルも下がる

⑦【基盤】情報（教育・ナッジ）、インセンティブ等

ゴール・ボトルネック・方向性

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

くらしの10年ロードマップ (概要)

令和6年2月 デコ活応援団 (新国民運動・官民連携協議会)



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+a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

くらしの10年ロードマップ・PDCAのための国民・消費者アンケートの実施（概要）

- デコ活の進捗フォローアップのため、需要側（消費者側）の省エネ行動(デコ活)の実施率等を把握するオンライン調査を実施予定。
- 本調査では、それぞれの取組や製品・サービスの実施率等を、意欲と実践の2段階に分け、消費者の置かれた状況を調査。

概要

目的	<ul style="list-style-type: none"> • デコ活の各分野における取組の、進捗把握の毎年のフォローアップのため、それぞれの製品やサービスの導入に対する意欲率や実施率を、消費者アンケートにより調査 <ul style="list-style-type: none"> - 調査は「家庭CO2統計」等も活用し、効率的・効果的に調査・把握 • 加えて、調査結果の一部（クールビズ・ウォームビズの実施率、エコドライブの実施率 等）については、温対計画に基づく進捗報告にも利用
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> • ロードマップの7分野のうち⑦【基盤】以外について、製品・サービスの導入に対する意欲率と実践率を調査 <ul style="list-style-type: none"> - ①住[外] および ②住[内] のエコグッズについては、製品・サービスの導入・利用の状況 - ②住[内] の節電/節水等行動や、③衣、④食・買、⑤職、⑥移については、各行動の取組状況
実施形式	<ul style="list-style-type: none"> • ウェブでのオンライン調査
対象者条件 サンプル数	<ul style="list-style-type: none"> • 全国の成人男女（調査上は20～79歳）で、地域・年代別に人口動態に即した形で割付 • サンプル数 = 6,500（家庭CO2統計におけるオンライン調査と同じサンプル数）
実施時期	<ul style="list-style-type: none"> • 毎年度、第4四半期の実施を想定 <ul style="list-style-type: none"> - 今年度は 2月中旬より調査予定

これまでの実績・成果の振り返り

- デコ活応援団の参画数は計**1,096**（昨年3月末の584からほぼ倍増）
- おおよそ隔月での協議会開催(計6回)
 - これまでに頂戴したご意見は**351**件（うち**136**件が補助金の事業提案）
 - ご意見を踏まえ、省エネライフキャンペーン、SNSでの取組・製品・サービス紹介、デコ活ツール（ポスター、パネル等）等の展開
 - デコ活推進事業を予算案として取りまとめ
 - その他、頂戴したご意見は関係省庁へも申し入れを実施
 - 官民連携実践プロジェクトはこれまでに67件の提案があり、計16件が完了
 - 協議会内での連携募集により、各種イベントやCO₂排出削減を目指した実証等で参画団体間で連携促進
- 脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを実現するための必要な方策・道筋を示す「**くらしの10年ロードマップ**」を検討・議論
- 皆様からのデコ活に関する発信
 - 企業、各種団体、国・自治体・個人の皆様からのデコ活宣言は**1,593**件
 - SNSにおける#デコ活の投稿は計**570**件以上
 - デコ活ポータルに寄せられた取組、製品・サービスの登録・発信は昨年度から158件増えて**379**件に
- 新たに公開した**G7プラットフォームでの事例紹介（160以上）**や、**COP28サイドイベントセミナーの開催**など、国際の枠組みの中でもデコ活を発信
- 国民のみなさまへ更なるデコ活普及を目指し**デコ活アクション大喜利大会**開催中

令和6年度協議会運営方針（案） 1 / 2

- 計画（くらしの10年ロードマップ）、予算（新しい補助金などデコ予算）、基盤（応援団、愛称、アクション、宣言など）が整い、令和6年度からは、国民・消費者の行動変容、ライフスタイル転換（新しい豊かなくらし創り）を計画的かつ実効的に進めるフェーズに入ります。
- 令和6年度も、全ての協議会会員が行動変容等に向けた取組を実効的に行うことを目標に取り組んでいきます。具体的には、
 - ① 新規プロジェクト等の提案は年間を通じて随時受け付け、提案・相談いただいた段階から、必要なサポートを実施しますので、積極的に提案・相談をお願いします。
 - ② 個々の取組を後押しする全国的なキャンペーン・プロモーションを展開しますので、テーマも含め、意見・提案要望を募集します。（募集期間：3月～5月上旬頃）
 - ③ 令和7年度の概算要求に向け、来期の予算措置に関する提案・要望を今年も募集します。その際、デコ活補助金をはじめ、事業規模と必要予算額（この時点での見込み）を添えて要望いただければ幸いです。（募集期間：3月～5月上旬頃）
 - ④ 国の予算、施策、協議会運営等に関するご意見、提案要望を年間を通じて募集しますので、積極的にいただければ幸いです。提出いただいたものは、個別に相談させていただき、実行可能なものから実施し、協議会にも報告します。スモールグループでの議論も促しますので、必要な意見・提案を頂戴できれば幸いです。

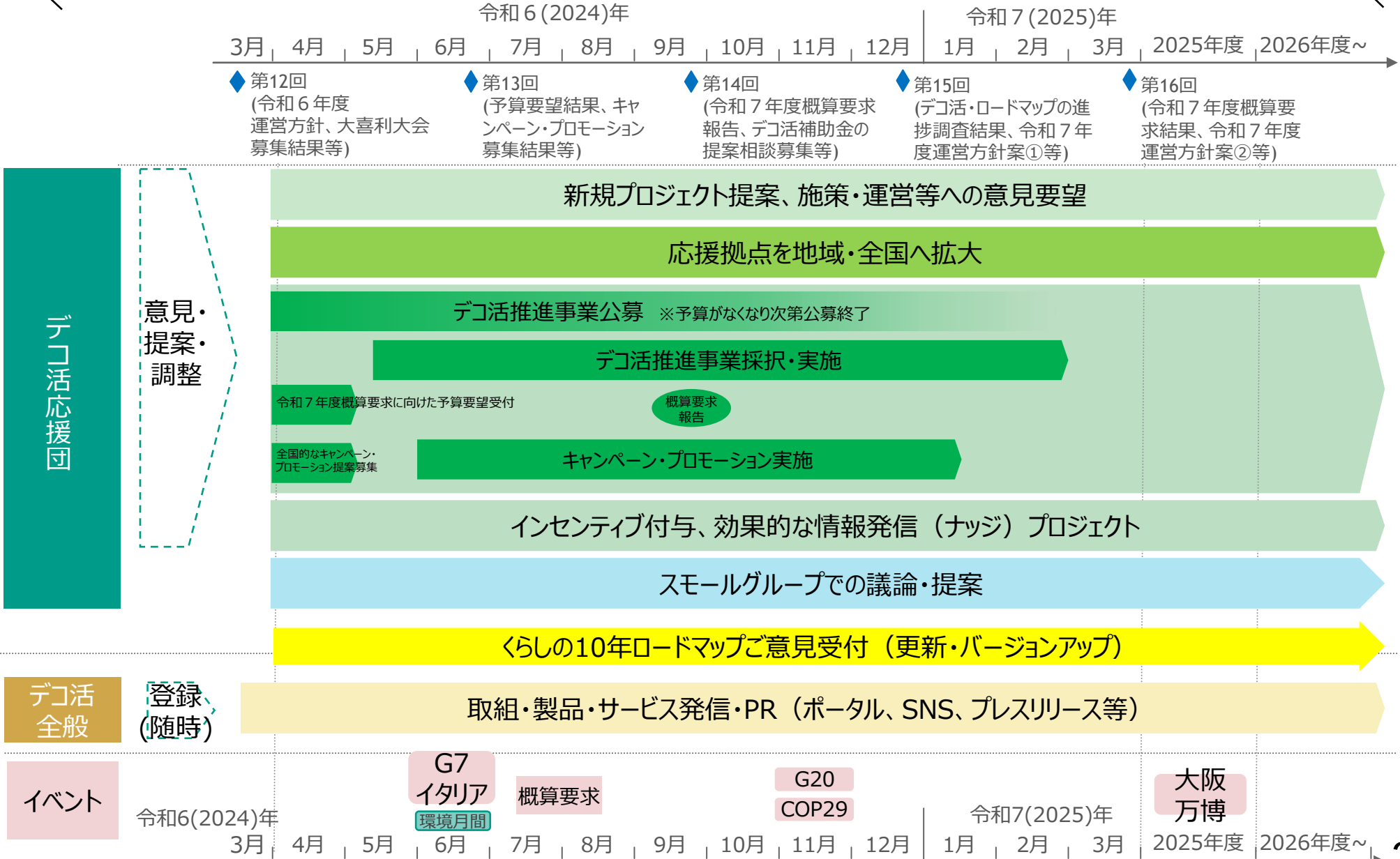
令和6年度協議会運営方針（案）2 / 2

- ⑤ ぐらしの10年ロードマップについても、年間を通じて意見を受け付けますご意見や進捗を踏まえ、必要に応じて更新・バージョンアップを行います。
- ⑥ 協議会全体会合は、以下のとおり3か月ごとの開催とし、その間に連携プロジェクト等の磨き込み、サポートをしますので、積極的なご提案・相談をお願いします。

- **（本年3月22日）**：令和6年度運営方針案②、大喜利大会募集結果、令和7年度概算要求に向けた予算要望、全国的なキャンペーン・プロモーション提案募集
- **6月下旬頃**：予算要望結果、キャンペーン・プロモーション募集結果
- **9月下旬頃**：令和7年度概算要求報告、デコ活補助金（マッチングファンド）の提案相談募集
- **12月下旬頃**：デコ活・ロードマップの進捗調査結果、令和7年度運営方針案①
- **3月下旬頃**：令和7年度概算要求結果、令和7年度運営方針案②、予算・施策等の提案要望

※ 新規プロジェクト提案、施策・運営等への意見要望は通年募集

2024年以降のタイムライン



新規提案、意見等の 提出

- ✓ 暮らしの10年ロードマップへの意見等の提出については、**2月9日（金）**までに事務局へご連絡ください。
- ✓ 次回（第12回）協議会に向けた新規提案、意見等の提出、新規予算に対応した事業提案・相談は、**3月8日（金）**までにご連絡ください。
- ✓ 本日紹介したプロジェクトについては、それぞれの期限までに事務局までご連絡ください。

日時：

- **3月22日（金）10時～**、オンラインで実施予定

議事内容（現時点想定）：

- 令和6年度協議会運営方針②
- デコ活推進事業（新しい補助金）の詳細
- 大喜利大会募集結果
- 令和6年度キャンペーン、プロモーション提案
- 令和7年度概算要求等に向けた予算要望 など

参加が難しい方向けに会合動画の共有を行っております。
ご意見等も承りますので、事務局までお気軽にご連絡ください。

第12回デコ活応援団会合

卷末資料

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

住宅

太陽光発電協会（JPEA）サイトでの初期費用0円ソーラーサービスの紹介

- 初期費用0円ソーラーサービスとは、住宅居住者が、初期投資ゼロで太陽光発電設備を導入し、その発電電力を利用できるビジネスモデル
- JPEAサイトで、当該サービスのご紹介と実際にサービスを提供している事業者/プランのリストを掲載 https://www.jpea.gr.jp/house/third_party/about/

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

提案者

太陽光発電協会
(シェアリングエネルギー)

初期費用0円ソーラーのご説明や提供事業者/プランのリストをホームページ上に公開

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

TPO/PPA事業者

当該サイトへの積極的なご登録のほど、よろしくお願いたします

連携先募集:
随時

その他事業者

上記事業者のTPO/PPAサービスとの連携による太陽光発電の導入拡大への協力をお願いいたします

連携先募集:
随時

宅配
通販

エシカルECショップ「TADORi」の普及・浸透

- エシカル消費志向の強い顧客向けに、サステナブル・エシカルな商品を扱うECサービスを展開
- サステナブル・エシカルな商品の提供事業者との連携を強化し、サービスの魅力を拡大

提案者

UPDATER

顔の見えるエシカル商品を扱うECサービス「TADORi」を提供

その他事業者

「TADORi」上で、サステナブル・エシカル商品を訴求する事業者を募集

連携先募集:
随時

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

サステナブルファッション

クリーニング業界日本最大級のイベント「クリーニング産業総合展2024」の開催

- 内容: クリーニングに係る機械・資材・サービス等の展示会を開催
会場にて、クリーニング業界がサステナブルファッションを支える一員であることをPRする展示・イベントを企画
- 日時: 令和6年2月14日
令和6年2月15日
- 場所: 東京ビッグサイト西1ホール

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

提案者

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会

「クリーニング産業総合展2024」の企画・主催
※なお、共同主催としてクリーニングに係る団体・企業で横断的に組織する一般社団法人クリーンライフ協会が参画

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

事業者
自治体

主催者ブース「クリーニング×カーボンニュートラル」の中で、原材料・生産・メンテナンス・古着回収等のデコ活やサステナブルファッションに係る取組みを紹介
※主催者企画の一環のため、主催者ブース内に、本企画に参加を希望する他の企業・団体と合同でパネル・製品等を展示する形式となります

連携先募集
令和6年1月12日
日まで

プロジェクトの進捗状況（個別）

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

食

食品ロス削減や持続可能な海や自然資源の保持を、様々な企業と連携し目指す「食ベチョク一次産業SDGsプロジェクト」

- 規格外食材や循環型農業に取り組む生産者の食材、ロスフラワーなどを、顧客向けの販促施策や従業員向け福利厚生、法人ギフトなどに活用し、ビジネスの活動の中でSDGsへの貢献の輪を広げていく

提案者
ビッドガーデン

産直通販サービス「食ベチョク」を運営

- タイアップ／福利厚生／SDGsプランなどで、生産者・企業・自治体とのコラボ案件を企画

生産者

全国9,000件を超える生産者が、6万点以上の商品を提供

企業

生産者の商品をもとに、共同商品の開発／優良顧客への施策での活用／SDGsに貢献する福利厚生の提供を検討

連携先募集：
随時

自治体

地域の生産者や製品のPR(オンラインのキャンペーンやマルシェの開催)、ネット販売の経験のない生産者のサポートの協力

連携先募集：
随時

食

野菜や果物の皮(食べられるのに捨てられている部分)を食べる仕組みをつくり、家庭から出る生ごみを削減する。深谷市の1,000世帯と小学校全校(学校給食)からスタートする生ごみ削減対策「野菜を皮ごと食べるで生ゴミ削減プロジェクト」を実施。野菜の皮を美味しく食べるためのアイテムや皮ごとレシピを1,000世帯と学校給食に提供し、皮ごと食べる習慣を身につけてもらい市全体に拡大する。尚このプロジェクトを進める事で、生ごみ廃棄時に発生するCO₂削減のみならず、食品ロス問題(過剰除去)の削減、新型栄養失調問題の解決にもつながります

提案者
一般社団
栄養まるごと推進委員会

皮ごと食べるプロジェクトの企画・運営・主催

深谷市

深谷市の一般家庭や学校給食において野菜を皮ごと食べることで生ごみを減らす取り組みを検討。これにより市をあげてごみの排出の削減に向けた実証実験につなげていく

自治体

本プロジェクトのモデル都市として実装の場を提供（皮ごと食べることを推奨する都市となることの宣言、市民全体への周知も含む）

連携先募集

食品製造
メーカー

地場産物を用いた野菜を皮ごと食べるレシピの開発や、皮を使った加工品の開発・製造・販売

連携先募集

株式会社
landlink

皮ごと美味しく安心して食べる為のアイテムとして「野菜あらいのお水ベジセーフ」提供

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

意識啓発

解体・土木工事業務におけるテレワーク実現に向けて、申請・契約の電子化の推進

- 解体・土木業界の中小企業のテレワーク環境の実現には、未だ残る紙ベースでの申請や契約が課題
- これらの制度の変革を国・自治体へお願いしたい

国・自治体

中小企業が各種申請をオンラインで完結できる仕組み・ルールを構築

対応先募集

K's開発

テレワークの普及に向けて、オンラインで申請が完結する仕組みに対する現状の課題を共有

教育

小学生世代と企業を結ぶ次世代環境プラットフォームの形成

- 内容：全国で毎月約118万部、3,000の小学校で配布している子ども環境情報紙エコチルへの記事や広告掲載、親子でのイベント等体験を通じて、消費者の脱炭素行動を促進する仕組みづくりを全国に拡大

商業施設
見学施設

エコチルと連携して、多くの親子・ファミリーが訪れる場で脱炭素行動につながるワークショップ・見学会等のイベントを開催

連携先募集：
随時

ビル・工場

エコチルと連携して、親子・子ども向け見学会を開催（場所を提供いただく）

連携先募集：
随時

提案者

アドバコム

自社媒体 子ども環境情報紙エコチルで全国の脱炭素に繋がる商品・サービスを紹介。親子参加型イベントの企画実施

全国事業者

エコチルに掲載する脱炭素を促進する商品・サービスや開催している環境イベント／体験イベントを連携いただく

連携先募集：
随時

コンテンツ開発
会社

エコチルに掲載することもや親子が楽しみながら脱炭素行動について学べるコンテンツ・アプリ等を連携いただく

連携先募集：
随時

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

提案者
NTTドコモ

環境サービスの利用状況や移動情報などからCO₂削減量や環境配慮への貢献度を見える化するサービス「カボニューレコード」を提供
(<https://caboneurecord.web.docomo.ne.jp/>)

CO₂排出削減量や環境貢献度の可視化対象となる製品/サービスとの連携を募集する「カボニューレコード パートナープログラム」を提供
(https://www.docomo.ne.jp/info/news_release/2023/1/06_01.html)

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

自治体
企業

- カボニューレコードを活用した住民の脱炭素化を支援する仕組み作りの実証事業の取組主体

連携先募集: 随時

- 自社の環境配慮な製品/サービスの利用実績とカボニューレコードのスコアとの連携
- カボニューレコードのデータを活用した消費者向けの環境訴求サービスの共同検討

連携先募集: 随時

インセンティブ

日常行動の脱炭素貢献を可視化・履歴を蓄積するログ・スコアを通じ、消費者のモチベーション向上を促進

- 日々の生活の中での脱炭素接点を確認し、脱炭素に向けた意識を継続保持



web3を活用した脱炭素行動変容促進のサービス実装

- 脱炭素をはじめとした様々な社会課題解決に対して、Web3を活用した行動変容基盤/アプリを整備
- アプリを通じてユーザーは、行動変容ミッションを実施し、達成時にインセンティブ（トークン報酬）を受け取る

インセンティブ

提案者
関西電力

行動変容基盤となるアプリケーションの開発・運用

自治体
事業者

- アプリで提供する行動変容ミッションをご用意いただく（撮影写真によって行動変容実施確認が可能であること）

連携先募集: 随時

- アプリで提供する行動変容ミッションをご用意いただく（撮影写真によって行動変容実施確認が可能であること）
- ユーザーが受けたインセンティブ（トークン報酬）と交換できるコンテンツをご用意いただく

連携先募集: 随時

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

提案者

GDBL

脱炭素型ライフスタイルサポートサービス
「ZeroCa」全体活用や「ZeroCa」が搭載する個別機能（電力使用量の可視化、グリーンスコアなど）を提供

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

自治体

- 「ZeroCa」全体を地域住民向けに展開し、地域住民とのタッチポイントを形成
- 「デコ活」促進にむけて様々な環境アクションや情報を発信
- 地域住民の脱炭素状況を可視化・分析し、実電力データを活用した脱炭素化EBPMの推進

連携先募集:
随時

脱炭素サービス提供企業
(プラットフォーム)

- 「ZeroCa」が搭載する個別機能を、自社サービスのユーザー向けに展開し、電力データに基づくGHG排出量を見える化
- 節電・環境アクションの成果検証や促進に利用
- 脱炭素の行動変容を促す仕組みを共同で検討・開発

連携先募集:
随時

飲食店

社員食堂や学生食堂で炭素排出量の見える化アプリを用いた、行動変容の実証

連携先募集:
随時

生産者

環境負荷の少ない農法による農作物の提供と、農作物の生産や流通に関するデータ収集に対する協力

連携先募集:
随時

認証事業者

環境影響の評価手法に関する相談と、クレジット化の協力

連携先募集:
随時

脱炭素の啓発・行動変容

電力小売契約に依らず、実電力データに基づく脱炭素貢献度の「見える化」と、環境アクション啓発により、地域住民の脱炭素型ライフスタイルの浸透を促すアプリ機能の普及・強化

- 地域住民に電力使用量可視化・グリーンスコアなどの機能をアプリ「ZeroCa」にて提供
- 自治体や民間企業と連携し、地域住民の脱炭素の行動変容を促す仕組み、脱炭素施策、商品・サービスの普及・啓発
- 電力データ活用のEBPMの推進し、企業サービスの成果を検証

提案者

ソーニーコンピュータサイエンス研究所
OX Sチーム

食料システムのGHGや生物多様性への影響の見える化と、食の選択に関する構造的なインセンティブの確立（それらのアプリの開発と拡大）

- 内容：食料システムの環境影響の評価手法を策定する。評価結果の可視化による消費者のリテラシーを向上させる。また認証機関と連携した環境性能評価により企業のCSRやESG活動に貢献する。

食・GHG見える化
・生物多様性

[xx]: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

企業・団体名 期待される役割

地域の特色を反映した

プログラミング教育／環境教育の展開

- 日鉄ソリューションズのプログラミング教育サイトに環境教育用システムを開発・実装、広く活用できるベースを構築
- 地域の特色（CO₂排出量のエリア・産業特性等）を反映した地域独自コンテンツ制作、プログラミング教育・地域学習の展開
- 保護者へ授業内容を話す宿題を設定することでCO₂削減へ向けた行動変容を促進

自治体

教育コンテンツ制作への協力、学校での教材活用に向けた調整の協力

- 地域の特色を反映した、地域独自の環境教育コンテンツ制作への協力
- プログラミング授業の教材使用等について教育委員会との調整
- 検証授業実施校の選定（2校程）
- 教材の活用に向けた教員向け研修会の調整協力 等

連携先募集：
随時

地場企業

地域の特色を反映した環境教育コンテンツ制作への協力

連携先募集：
随時

教育関係
団体・企業

展開先探索、プログラミング授業・教員向け研修の実施

連携先募集：
随時

提案者

日鉄
ソリューションズ

プログラミング教育サイト「K3Tunnel」に関するアプリ／コンテンツの開発・提供

- プログラミング教育サイト「K3Tunnel」（イサトソル）の提供
- アプリへの環境教育用システム開発・実装
- CO₂排出量等、地域の特色を反映した地域独自の環境教育コンテンツの制作
- 地域独自コンテンツに沿った検証授業の実施、教材改善
- プログラミング授業での教材活用に向けた研修会の実施
- CO₂排出係数等のデータ更新 等

買い物と教育での行動変容「みんなで減CO₂(ゲンコツ)プロジェクト」の実施

- グリーンマーケティングの手法を創出するプロジェクト
- 身近な売場で脱炭素商品を訴求し、生活者の意識・行動変容のあり方を探る
- 加えて、スマートフォンアプリやクイズ、謎解き、仕掛け、親子参加型ワークショップによる学び機会などの施策を展開する

提案者

日本総合
研究所

「みんなで減CO₂(ゲンコツ)プロジェクト」の全体企画、アプリ提供、データ分析・検証 他

小売流通
企業

脱炭素に配慮した商品を陳列する特設棚の提供 他

連携先募集：
随時

自治体

店舗活動と連動した脱炭素に係る生活者向け教育・啓発・催事の実施

連携先募集：
随時

消費財
メーカー

- 脱炭素に配慮した商品の提供
- 商品を通じた生活者への脱炭素の訴求方法の検討

連携先募集：
随時

教育

普及啓発

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

応援拠点

廃食用油で空を飛ぶ！！
全員参加型、できること無限のプロジェクト Fry to Fly Projectの開始

- 内容：
ご家庭や店舗などで発生する廃食用油という国内資源を原料とするSAFで、航空機が飛ぶ世界を実現するプロジェクト。
消費者への啓発、大型施設・飲食店でのキャンペーン、SDGs教育などを行う
- ご参画費用：無料

提案者

日揮ホールディングス

Fry to Fly Projectの企画・主催

事業者

- Fry to Fly Projectにご参画いただく
- 企業様のチャンネル（イベントSNS等）の中で、プロジェクトをご紹介いただく
- 廃食用油の回収も可能のため、ご要望あればお声がけください

自治体・団体

- Fry to Fly Projectにご参画いただく
- 自治体・団体の媒体でご紹介いただく
- 廃食用油の回収も可能のため、ご要望あればお声がけください
- 学校などでの出前授業も可能のため、ご要望あればお声がけください

【参加事業者・自治体・団体数】
現時点：82（前回協議会時：72）

連携先募集：随時

国際・教育・人材育成

「チャレンジ1.5℃」の展開

- 内容：
若者をターゲットに作成された国連環境計画（UNEP）のテキスト「GEO-6 for Youth」をもとに作成したオンライン教材を提供

提案者

一般社団法人 SWITCH

オンライン教材を提供

事業者
自治体

オンライン教材の使用
社員等の行動変容

連携先募集：随時

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

百貨店	<p>二子玉川の高島屋アリーナサロンをイベントスペースとして提供</p> <p>集客対象：ママ（成長意欲の高い層） 世田谷区全幼稚園、小学校、中学校にNPOからの啓発コンテンツ提供を通し、集客。 対象の学校は100校超、子供数5万人超を想定。</p>
後援	<p>環境省、東京都環境局、世田谷区 在日ドイツ商工会議所</p>

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

提案者 フォーエヴァーグリーン	「ピースフォーアース」の企画・主催
消費財メーカー	<p>イベントに出展し、食料品や日用雑貨など脱炭素に貢献する製品を紹介・販売</p> <p>連携先募集：令和6年1月まで</p>
自治体 (ゼロカーボンシティ宣言都市)	<p>ふるさと納税返礼品の紹介ブースの出展（返礼品をその場で返礼をすることも検討中）</p> <p>連携先募集：令和6年1月まで</p>
その他	<p>企業のサステナブル情報の配信（出稿企業を募集中 イベント実施報告書として、5月に啓発紙「Ett・エット」を配布予定）</p> <p>連携先募集：令和6年1月まで</p>

応援拠点

百貨店の催事場にて、脱炭素製品の購入、ゼロカーボンシティ宣言都市へふるさと納税による直接寄付ができるイベント「ピースフォーアース」の開催

- 内容：脱炭素配慮型の消費財メーカーや脱炭素の取組に積極的な自治体が出展し、百貨店の催事場にて製品を販売/ふるさと納税の返礼品を提供するイベントを実施
- 日時：令和6年3月
- 場所：東京都の百貨店

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

普及・啓発

高校生向けの啓発ワークショップ「Blue Earth 塾」の開催

- 内容：全国各地の高校で、生徒に対し脱炭素製品の開発・普及をテーマに思考・議論を促すワークショップを開催
- 場所：福岡県(12月)
- 今年度の募集は終了しました。来年度も各地でBlue Earth塾を開催予定ですので、ご興味がありましたらご連絡ください。

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

高校	ワークショップが実施される場を提供することで、自校の生徒がサステナビリティについて学ぶ機会を用意
----	--

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

提案者 NPO法人 Blue Earth Project	ワークショップの事前準備、当日ロジ、事後のアンケート調査といった運営面を担当
企業	特定の商品や企業として脱炭素に取り組む上での課題感を、ワークショップにおける議論のテーマとして共有

インセンティブ

インセンティブ付与により消費者の節電を促すアプリ・機能の普及・強化

- 内容：消費者に節電を促すスマホアプリやアプリを構成する個別機能 (DRシステム、インセンティブ付与など) の利用シーンを拡大し、また幅広いシーンでの消費者の脱炭素行動のさらなる促進に向け追加機能を共同開発・強化

提案者 SBパワー	「エコ電気アプリ」全体や「エコ電気アプリ」が搭載する機能を提供
電気小売事業者	「エコ電気アプリ」やエコ電気アプリが搭載する機能を、自社の電気利用者向けに展開し、節電を促進 連携先募集: 随時
その他事業者	節電アプリとの連携により、消費者の脱炭素に繋がる行動を促す仕組みを共同で検討・開発 連携先募集: 随時

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

食品小売
事業者

「ララひらたけ」を菌床から採集体験できる場所を提供

連携先募集:
随時

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

提案者

楽々

採集体験のための菌床の提供と、生産技術の普及啓発、提供

農家
企業

農地や遊休不動産を活用し、茸菌床製造・茸生産技術と生産後の菌床を堆肥化する技術を活用した農業の展開

連携先募集:
随時

応援拠点

生産時のCO2排出量が少ない「ララひらたけ」の認知拡大と生産技術の展開

- 内容：自然由来のリサイクル原料とボイラー不使用の発酵技術による省エネ栽培で作られ、また農薬・添加物不使用のきのこ「ララひらたけ」を採集体験できる場の提供と生産技術の展開

普及・啓発

「0円服の交換会」の開催

- 内容：参加者が着なくなった服を持ち寄り、持ち寄った枚数と同数の衣服を無料で持ち帰ることができる衣服の交換会の開催

自治体・
百貨店・
その他企業

「0円服の交換会」の開催場所の提供
継続して自主的に運営するための体制構築

連携先募集:
随時

提案者

ワンピース

「0円服の交換会」を主催し、衣服の管理や当日の運営を担当

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

応援拠点

環境・防災の啓発活動／製品PR

- 内容：気象キャスターによる環境・防災の学校出前授業・高齢者向け熱中症予防講座とともに環境配慮型および熱中症予防の製品・サービスをPR
- 日時：2024年度
- 場所：学校、高齢者福祉施設

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

学校	全国の小学校・中学校・高等学校での出前授業を開催
高齢者福祉施設	高齢者および施設スタッフ向けの熱中症予防講座を開催
企業	出前授業や講座を実施するための協賛金の提供 連携先募集：随時

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

提案者 NPO法人 気象キャスターネットワーク	環境・防災および熱中症予防の啓発活動、企業様の環境配慮型の製品・サービスのPRを実施
企業	脱炭素および熱中症予防に貢献する製品・サービスを紹介、気象キャスターネットワークを連携してPRを実施 連携先募集：随時

普及啓発

「命を守る一部屋（健康省エネルギー推進事業）」の実施

- 内容：健康省エネルギーを拡大するため、改修費用を一部補助し、また地域住人・事業者へ普及啓発活動を実施
- 日時：2023,24年度（2023年度、全国6自治体においてモデル事業を推進）

国土交通省	住宅の省エネ性能を向上させる改修を行った主体に対し、設計等費及び改修工事費の一部に補助金を交付
地方自治体	国土交通省と共に、改修かかる費用に対し補助金を交付（社会資本総合整備交付金を充当） 連携先募集：随時

提案者 健康・省エネ住宅を推進する国民会議	事業全体の事務局として各自治体と連携先となる事業者を結び、啓発イベントや講習の開催・運営を担当
建築事業者	地域の改修業者に対し、省エネ改修技法の共有や改修指導を実施 地域住民・医療への講習 連携先募集：随時
医療事業者	自治体、地元医療団体・医学部に対し、健康と住環境の関連性に関する学習会を実施 連携先募集：随時
保険事業者	環境改善による健康や介護への影響を医療関係者や自治体と共同調査 連携先募集：随時

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

意識啓発

「つなげよう、支えよう森里川海」プロジェクト&アンバサダーチームによる環境配慮商品の開発・普及の支援

- 内容：著名人が所属する環境省の取組であるアンバサダー制度を活用し、企業・団体・自治体と連携してサステナブルなライフスタイルやウェルビーイングを拡大

提案者

the Organic

専門的知見をもったアンバサダーを派遣し、環境配慮型「製品・サービス」の企画・プロモーション支援を実施

NTTドコモ

カボニューアンバサダーと連携し情報発信・イベントの実施（詳細は今後決定）

企業・団体・自治体

アンバサダーを活用した製品・サービスの開発

連携先募集：
随時

インセンティブ

国民・消費者の行動を見える化し、ポイント付与

- 地域のゼロカーボン施策の取組と連動する事業モデルの共創
- 自治体への提案実施（継続中）

自治体

実証の場を提供いただける自治体との連携を希望

連携先募集：
随時

提案者

アジア航測

実証事業の基盤となるパッケージ「こつこつ（CO2CO2）」（アプリ/サービスを含む）を提供

企業

アプリによる見える化の対象となる製品/サービスを提供する企業との連携を希望

連携先募集：
随時

ワーケーション

SDGsの普及啓発/実践と、ワーケーションの組み合わせ

自治体 / 地域NPO等

ワーケーションの受入れ

提案者

損保ジャパン

ワーケーション参加者向けのSDGsの普及/実践に関する研修パッケージ(SDGsカードゲームなど)/保険の提供

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

インセンティブ

脱炭素ポイント付与による府民の脱炭素行動後押し

- 内容：小売事業者等が現在運用しているポイントシステムを活用し脱炭素に資する商品・サービスを購入した大阪府の消費者に対してポイントを上乘せ付与

提案者

大阪府

小売事業者等を募るとともに、脱炭素に資する商品・サービスを購入した消費者に対して、上乘せ付与するポイント原資の一部支援

大阪府内の事業者

脱炭素に資する商品・サービスを購入した消費者に対して、ポイント付与を実施、効果検証の協力（今年度の参加事業者の募集は終了）

連携先募集：
随時

インセンティブ

上記の取組を、自治体・事業者へ展開

- 脱炭素に資する商品・サービスを購入した消費者に対しポイントを上乘せ付与する取組を全国へ展開

提案者

大阪府

上記事業に係る仕組み・実証結果の情報提供

自治体

上記事業の成果等を参考に、大阪府と同様の事業を展開

連携先募集：
随時

応援拠点

食用油の循環型社会実現の為、廃油回収効率化（回収拠点等の設置・広報）への取組

- 食用油の回収率を上げるとともに、回収効率を改善することで植物油メーカーとの協業による販売から廃食油回収までの循環型社会を実現させる（関係会社へのヒアリングの実施）

コンビニ/GS/
食用油メーカー

廃食油の回収拠点の検討
食用油の販売から廃食油の回収への循環型社会の実現

提案者

モバイルソリューション
ティーアイシー

廃食用油の回収、SAF燃料への転換

自治体/企業

食用油の回収、資源循環について市民への広報を実施

連携先募集：
随時

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

小田急	イベントを開催する場所を提供
-----	----------------

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

提案者	
PlayBlue	衣類回収、古着の物々交換会、染め直しオーダー受付、アップサイクルブランドの展示・販売を実施するイベントを開催

"洋服染め直し"の魅力発信によるアップサイクルプラットフォームの利用促進を通じたアパレルロス削減

- アパレル企業の滞留在庫のアップサイクル、染め直しサービスの提供

"服の循環を生み出す"コミュニティ形成と場の提供によるアパレルロス削減

- 古着の回収/古着の物々交換/染め直しオーダー受付などのアップサイクルの取組を通じた古着の地域循環

ファッショナブル

商業施設においてサステナブルな社会づくりにつながるテーマについて総合的に発信

- 内容：プラスチック削減や廃品回収、森里川海等をテーマにした展示会、子供向けの啓発を目的とした展示会/ワークショップ「SDGs コトモノカレッジ」等
- 場所：そごう（横浜店・千葉店・広島店・大宮店）西武（所沢S.C.・東戸塚S.C.・福井店・秋田店）

応援拠点

提案者

そごう・西武	各店舗において、本取組の企画・主催、場の提供、各種媒体・広報によるプロモーションを行う
--------	---

企業	サステナブルをテーマとした展示を行う 例) KDDI、東洋製罐GHD ※販売や会員募集は不可	連携先募集: 随時
団体/NPO	サステナブルをテーマとした展示を行う ※販売や会員募集は不可	連携先募集: 随時
自治体	サステナブルをテーマとした展示を行う 例) 埼玉県・所沢市、広島県・広島市 千葉県・千葉市	連携先募集: 随時

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

インセンティブ

生活者の環境行動を見える化、評価し促進する仕組み、「The POSITIVE ACTION Initiative」の検討

- 内容：環境行動の可視化とライフログの蓄積の仕組みについて2024年度の社会実装を目標に共同検証を行う
- 日時：2022-23年度
(22年度：構想検討、23年度：実証&実装検討)

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

自治体

より環境負荷の小さな移動手段への転換や公共交通機関の利用促進のため、住民にインセンティブを付与

連携先募集:
随時

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

提案者

パナソニック・
NTTドコモ・
楽天・
Code for
Japan

環境行動を評価する基準の統一化

- 環境行動のレベル設計
- CO2削減効果の基準作り

国民の環境行動・CO2削減効果の可視化を可能とする共通プラットフォームの作成

企業/自治体
/NPO/個人

本取組に参画
NTTコミュニケーションズ・NTTコムウェア・KDDI・東芝データ・富士通・ANA X・LINEヤフー・JTB

連携先募集:
随時

インセンティブ

移動や購買におけるCO2排出量の可視化とポイント付与による行動変容の促進

- 内容：CO2排出量の可視化機能とポイント発行機能を搭載したアプリケーションの利用により環境負荷の小さな移動手段、購買活動、飲食への転換を促す
- 日時：2023年4月以降

提案者

ANA X

日常の全ての移動をポイントとして貯め、さまざまな特典に交換できるサービスアプリケーション「ANA Pocket」を提供

企業

移動以外の日常生活行動に伴うCO2排出量の可視化技術、ユニークなエコ製品やサービス提供でアプリと連携

連携先募集:
随時

[xx]: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

インセンティブ	<p>ポイント付与による消費者の行動変容促進（グリーンライフ・ポイント事業）</p> <ul style="list-style-type: none"> 内容：消費者の方々が気軽に環境配慮行動に取り組めるような仕組みを提供し、また環境に良い取組を行う企業・自治体の情報を発信 日時：2023年4月-
---------	--

「場・機会」の提供者	<p>企業・団体名 期待される役割</p>
------------	-----------------------

「製品・サービス」の提供者	<p>企業・団体名 期待される役割</p>
提案者	<p>KDDI</p> <p>ポータルサイト「au Ponta ポータル」にて、環境にやさしい製品・サービスを提供するauPAY加盟店の取組の紹介と導線提供 また、消費者の環境に配慮した消費行動に対し、ポイントを付与</p>
企業	<p>auPAY加盟店として本取組に参加 例) そごう・西武</p> <p>連携先募集: 随時</p>
自治体	<p>地域として本取組に参加</p> <p>連携先募集: 随時</p>

インセンティブ	<p>地域脱炭素・住民の行動変容に向けたポイントの活用</p> <ul style="list-style-type: none"> 内容：地方自治体とのアライアンスを組み、地域ごとに実施 日時：2023年4月-
---------	--

「場・機会」の提供者	<p>自治体 (脱炭素先行地域)</p> <p>住民・旅行者等の環境配慮行動を促すため、ポイント付与する施策を実施</p> <p>連携先募集: 随時</p>
------------	--

「製品・サービス」の提供者	<p>提案者</p> <p>KDDI</p> <p>実証事業の取組主体となる自治体に基盤となるパッケージ（システム/サービスを含む）を提供</p>
---------------	---

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

インセンティブ

お客さまへのインセンティブ（特典）付与により再生可能エネルギー電源の普及促進と地域の環境にやさしい取組・活動を支援

- お客さま（CO2フリー電気、環境活動支援・特典）
- 地域のご支援先（活動等資金のご支援、取組・活動の訴求）
- 当社「三方よし」を目指す

提案者

東北電力

再エネ由来の電気の契約によるプレミアム支払いを原資に、東北・新潟地域の環境配慮行動を支援する「ecoでんきプレミアム」の提供

企業/団体
/NPO/自治体

特典となる商品・サービスをご提供いただける企業・団体だけでなく、以下を満たす活動支援先を募集

- ① 環境にやさしい取組を進める活動
- ② 東北・新潟地域の取組であること
- ③ CO2フリー料金をお支払いいただくお客さまの納得感の得られる活動

インセンティブ

自治体/企業と連携し、購買データを活用した環境配慮型行動の普及促進

- 地域通貨や各種決済手段等との連携を通じ、買い物の利便性向上/市民参加型のエコへの取組等を促進

提案者

東芝データ

電子レシートサービス・購買データの提供・活用により、買い物における環境行動変容を促す

企業・自治体

実証事業の取組主体として手上げしていただける自治体・企業を募集

連携先募集:
随時

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

インセンティブ

従業員が環境行動を登録しCO2排出・削減量を可視化するアプリを用いて、企業として従業員の行動変容を促し、環境社会実現を目指す
また、企業が社外に発信することで、環境問題に取り組む企業としての認知向上にも寄与する

提案者
NTTコミュニケーションズ

従業員の環境への意識向上・行動変容を促すアプリ「グリーンプログラム for Employee」の提供

企業・自治体

企業として従業員の環境意識を向上/行動変容を促したい企業への参画を呼び掛けるもの

連携先募集:
随時

応援拠点

紙コップの水平リサイクル構築に向けた実証事業

- 内容：紙コップを消費者自らが洗浄することを前提とした消費者参加型の紙コップの水平リサイクルモデルの構築にあたり、課題の把握、解決策の検討を実証的に行う
- 日時：2023年度

企業・団体
・自治体

食堂など紙コップが使用される場に、紙コップの洗浄機と回収箱を設置。また紙コップ洗浄機の定期的なメンテナンスを実施

連携先募集:
随時

東罐興業
(東洋製罐
GHD)

紙コップの一次洗浄（使用直後の簡易な洗浄）機械の供給（2024年1月～機械の販売・リース・レンタル開始予定）リサイクル原紙から紙コップを生産

企業・団体

一次洗浄された紙コップの回収・保管
二次洗浄（工場での本格的な洗浄）の実施

連携先募集:
随時

xx: 前回協議会からの更新箇所

プロジェクト内容

参加企業・団体

再エネ

Googleの技術を活用したオンライン太陽光発電シミュレーターを戸建てオーナーへ無料提供することで、既設住宅等への太陽光発電設備普及を促す

- 家庭等に向けて、創エネ、予測売電収入、補助金及び導入設備に係る収支情報や、CO2削減量など統合的に提供し、太陽光発電設備の導入意思決定をサポート
- 自治体に向けて、損益シミュレーション提供を通じ、各自治体に即した脱炭素の取組、市民啓発等に役立てていただく

「場・機会」の提供者

企業・団体名 期待される役割

自治体	自治体独自の補助施策の情報を掲載し、消費者に制度の活用を促す 連携先募集: 随時
太陽光関連事業者	自社の特徴等を掲載し、消費者に太陽光発電システム導入を促す 連携先募集: 随時

「製品・サービス」の提供者

企業・団体名 期待される役割

提案者 東京電力	家屋に係る日射量を機械学習により解析し、太陽光発電導入収支/CO2削減量を自動算出するツール「Suncle」をオンラインで提供
-------------	---

ワーケーション

滞在先地域における地域連携の観点を踏まえた拠点整備によりワーケーションを促す

- ワーケーション利用者数を増やすため、コミュニケーションをテーマに、地域のコミュニティと交流できるワーケーションプランを提案

提案者

小田急

国立公園“箱根”の玄関口小田原をワーケーション拠点として整備
また箱根全体の未来の環境や観光についての共創拠点を整備

企業・自治体

ワーケーションプログラムを共同開発

■ 連携実践プロジェクト・応援拠点については、合計67件のご提案をいただき、そのうち、51件が進行中、16件が完了しております。

参画団体名	取組テーマ	ステータス	概要	参画団体名	取組テーマ	ステータス	概要
Playblue	サステナブルファッション	募集終了	アパレル企業の滞留在庫のアップサイクル・染め直し/地域での古着循環の実証	那須塩原市	ワーケーション	完了	ワーケーション体験研修の開催
東北電力	インセンティブ	募集終了	顧客へのインセンティブ付与による再エネ電源の普及促進/地域環境に優しい活動の支援	イオン	応援拠点	完了	ショッピングモールにおける、脱炭素配慮型製品・サービスを体験できる場の提供
東芝データ	インセンティブ	募集中	自治体/企業と連携し、購買データを活用した環境配慮型行動の普及促進	さっぽろ雪まつり	応援拠点	完了	寒冷地における冷暖房機器の効果体験の場の設定
NTTドコモ	インセンティブ	別案件に統合	中立性・公共性を持ったプラットフォームを通じ、脱炭素に向けた活動に取り組むしゅちあゝの声を発信	JR西日本	モビリティ	完了	AIを取り入れたデジタルスタンプラリー機能による公共交通利用の促進
NTTドコモ	インセンティブ	別案件に統合	日常行動の脱炭素貢献を可視化・履歴を蓄積するログスコアを通じた、消費者へのインセンティブ付与	KDDI	インセンティブ	募集中	ポイント付与による消費者の行動変容促進
東京電力	再エネ	募集中	オンライン太陽光発電シミュレーターの無料提供による既設住宅の太陽光発電設備設置の促進	KDDI	インセンティブ	募集中	地域脱炭素・住民の行動変容に向けたポイントの活用
小田急電鉄	ワーケーション	募集終了	滞在先地域における地域連携の観点を踏まえた拠点整備によるワーケーションの促進	NTTコミュニケーションズ	インセンティブ	募集中	従業員の環境配慮行動と伴うCO2排出削減量の可視化を通じた、従業員の行動変容促進
損保ジャパン	ワーケーション	募集終了	SDGsの普及啓発・実践と、ワーケーションの組み合わせ	NTTコミュニケーションズ・NTTコムウェア	インセンティブ	完了	従業員の環境配慮行動と伴うCO2排出削減量の可視化を通じた、従業員の行動変容促進
DATAFLUCT	インセンティブ	完了	サッカーチームと連携した移動ログやCO2排出量の把握/サッカー観戦者への環境配慮型移動手段の提供	フォーエバーグリーン	応援拠点	完了	百貨店の場を活用したファミリー向けのSDGs啓発イベント
京都超SDGsコンソーシアム	教育	完了	環境課題をテーマとした学生の議論の場「ユースサミット」の開催	モバイルソリューションティアアイシー	応援拠点	募集中	食用廃油回収の効率化に向けた、回収拠点の拡大
札幌市	応援拠点	完了	最先端の技術・取組を紹介する「環境広場ほっかいどう 2023」の開催	そごう・西武	応援拠点	募集中	商業施設における、子供向け環境啓発展示会・ワークショップの開催

■ 連携実践プロジェクト・応援拠点については、合計67件のご提案をいただき、そのうち、51件が進行中、16件が完了しております。

参画団体名	取組テーマ	ステータス	概要	参画団体名	取組テーマ	ステータス	概要
ドコモ/楽天/パナソニック	インセンティブ	募集中	PAIの導入検討（取組方針を打ち出す動画の作成）	NPO法人Blue Earth Project	普及・啓発	募集中	高校生向け環境啓発ワークショップ「Blue Earth 塾」の開催
ANA X	インセンティブ	募集中	移動や購買におけるCO2排出量の可視化とポイント付与による行動変容の促進	楽々	応援拠点	募集中	生産時のCO2排出量が少ない「ラウひらたけ」の認知拡大と生産技術の展開
楽天	インセンティブ	完了	楽天ラクマ上でのインセンティブ付与によるクロスアクション促進についての実証	ワンピース	普及・啓発	募集中	「0円服の交換会」の開催
the Organic	意識啓発	募集中	「つなげよう、支えよう森里川海」プロジェクト&アンバサダーチームによる環境配慮商品の開発・普及の支援	NBS長野放送	普及・啓発	完了	熱中症対策を促すCMの作成・放映
アジア航測	インセンティブ	募集中	「CO2CO2」の提供による国民・消費者行動の見える化・ポイント付与の実証	読売新聞	応援拠点	完了	「読売カーボンニュートラル・デイ Vol.3」でのパネルディスカッション
大阪府	インセンティブ	募集中	脱炭素ポイント付与による府民の脱炭素行動後押し	大地を守る会	応援拠点	完了	「100万人のキャンドルナイト@増上寺」2023に連動した施設の消灯協力
大阪府	インセンティブ	募集中	脱炭素ポイント付与による自治体明の脱炭素行動後押しの取組の他事業者への横展開	フォーエヴァーグリーン	応援拠点	募集中	百貨店の催事場を活用した脱炭素製品の紹介やゼロカーボンシティ宣言都市の応援
NPO法人気象キャスターネットワーク	応援拠点	募集中	環境・防災の啓発活動/製品PR	SBパワー	インセンティブ	募集中	インセンティブ付与により消費者の節電を促すアプリ・機能の普及・強化
東洋製罐	応援拠点	募集中	紙コップの水平リサイクル構築に向けた実証	松山市	応援拠点	完了	「まつやま環境フェア」の開催
健康省エネ住宅を推進する国民会議	普及啓発	募集中	「命を守る一部屋（健康省エネルーム）推進事業」の実施	日揮ホールディングス	応援拠点	募集中	廃食用油の活用プロジェクトと「Fry to Fly Project」の実施
静岡鉄道	応援拠点	完了	COOL CHOICE 2023 in しずおかでのブース出展/周遊企画との連携	Switch	国際・教育・人材育成	募集中	脱炭素のオンライン教材「チャレンジ1.5℃」の展開

プロジェクトの進捗状況（一覧）

■ 連携実践プロジェクト・応援拠点については、合計67件のご提案をいただき、そのうち、51件が進行中、16件が完了しております。

参画団体名	取組テーマ	ステータス	概要	参画団体名	取組テーマ	ステータス	概要
シェアリングエネルギー	住宅	募集中	太陽光発電協会（JPEA）サイトでの初期費用0円ソーラーサービスの紹介	ソニーコンピュータサイエンス研究所 O X Sチーム	食・GHG見える化等	募集中	食料システムのGHGや生物多様性への影響の見える化と、食の選択に関する構造的なインセンティブの確立
UPDATER	宅配/通販	募集中	エシカルECショップ「TADORi」の普及・浸透	日鉄ソリューションズ	教育	募集中	地域の特色を反映したプログラミング教育／環境教育の展開
全国クリーニング生活衛生同業組合連合会	サステナブルファッション	募集終了	クリーニング業界日本最大級のイベント「クリーニング産業総合展2024」の開催	日本総研	普及啓発	募集中	買い物と教育での行動変容「みんなで減CO2(ゲンコツ)プロジェクト」の実施
ビビッドガーデン	食	募集中	食品ロス削減や持続可能な海や自然資源の保持を、様々な企業と連携し目指す「食ベチョク一次産業SDGsプロジェクト」	大宮アルディージャ	普及啓発	完了	大宮アルディージャデコ活AtoZキックオフデーの開催
一般社団法人栄養まると推進委員会	食	募集中	野菜や果物の皮(食べられるのに捨てられている部分)を食べる仕組みをつくり、家庭から出る生ごみを削減する。	富士通	GHG可視化	募集中	環境アプリ「Green Carb0n Club」による、自治体市民の環境配慮行動の促進
K's開発	意識啓発	募集中	解体・土木工事業務におけるテレワーク実現に向けて、申請・契約の電子化の推進	博報堂UoCソーラー学園祭ゼミ	インセンティブ	募集中	教育現場を起点にエネルギー自律分散を地域の文化として普及させる「ソーラー学園祭」の実行
アドバコム	教育	募集中	小学生世代と企業を結ぶ次世代環境プラットフォームの形成	埼玉県温暖化防止センター	住宅	募集中	社会実装型取組等支援省エネ断熱お助け隊（仮称）
NTTドコモ	インセンティブ	募集中	日常行動の脱炭素貢献を可視化・履歴を蓄積するログ・スコアを通じ、消費者のモチベーション向上を促進	埼玉県温暖化防止センター	モビリティ	募集中	EV導入を加速するデコドライブコンテスト
関西電力	インセンティブ	募集中	web3を活用した脱炭素行動変容促進のサービス実装	TOPPANデジタル	インセンティブ	募集中	QR決済アプリ/SaaSによる日常行動・購買決済時のインセンティブバリューを付与を通じて、地域住民の環境貢献行動促進
GDBL	啓発・行動変容	募集中	地域住民の脱炭素型ライフスタイルの浸透を促すアプリ・機能の普及・強化	TBM	普及啓発	募集中	再生材利用の製品普及を促進することで、資源循環/脱炭素化を推進
DATAFLUCT	インセンティブ	募集中	地域のみんまでエコ活に取り組んで「特別な体験」ができるサービスbecoz challengeの展開(名古屋で実証中)	2025年日本国際博覧会協会	普及啓発	募集中	万博をきっかけに脱炭素行動を広めていく「EXPOグリーンチャレンジ」を実施。

お問い合わせ先/ご連絡先



デコ活応援団事務局
ボストン・コンサルティング・グループ(BCG)

E-mail : Decarbonized@bcg.com

TEL : 03-6387-7198(直通)※9:30~17:30 土日祝除く



環境省 地球環境局 デコ活応援隊(脱炭素ライフスタイル推進室)

[隊長(室長)] 井上 雄祐(いのうえ ゆうすけ)

[担当] 井上(昇)、酒井、中村、金井、深澤、岩本、渡部

住所 : 〒100-8975 東京都千代田区霞が関1-2-2

E-mail : decokatsu@env.go.jp

TEL : 03-5521-8341(直通)

参考資料

「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)とは

- 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。

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。

○国、自治体、企業、団体、消費者等の主体が、国民・消費者の新しい暮らしを後押しします。

デジタルも駆使して、多様で
快適な **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）



1

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



2

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）



3

地域 独自の（気候、文化等
に応じた）暮らし方の提案、
支援



4



脱炭素につながる新たな豊かな
暮らしの全体像を**知り、触れ、
体験・体感**してもらう様々な
機会・場（応援拠点）を
アナログ・デジタル問わず提供



今年度以降、地域・全国へ

デコ活応援団の位置付け、機能

- デコ活の中での協議会の位置付け
= 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
➡ 皆様が“やりたいこと”を実現する場として、デコ活応援団をフルスイングでご活用ください！

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(シードマネー・呼び水的資金サポート等)
- 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

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



個々の取組、製品・サービス等の発信・PRなど

デジタルも駆使して、多様で快適な働き方、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
1	2
3	4
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、文化等に合わせた)暮らし方の提案、支援

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

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年環境負荷低減目標の実現に向けて、国民・消費者の行動変容、ライフスタイル変革を後押しするなか、新しい国民運動を創ります！
国民生活につながる様々な暮らしのアイデア・提案を、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)

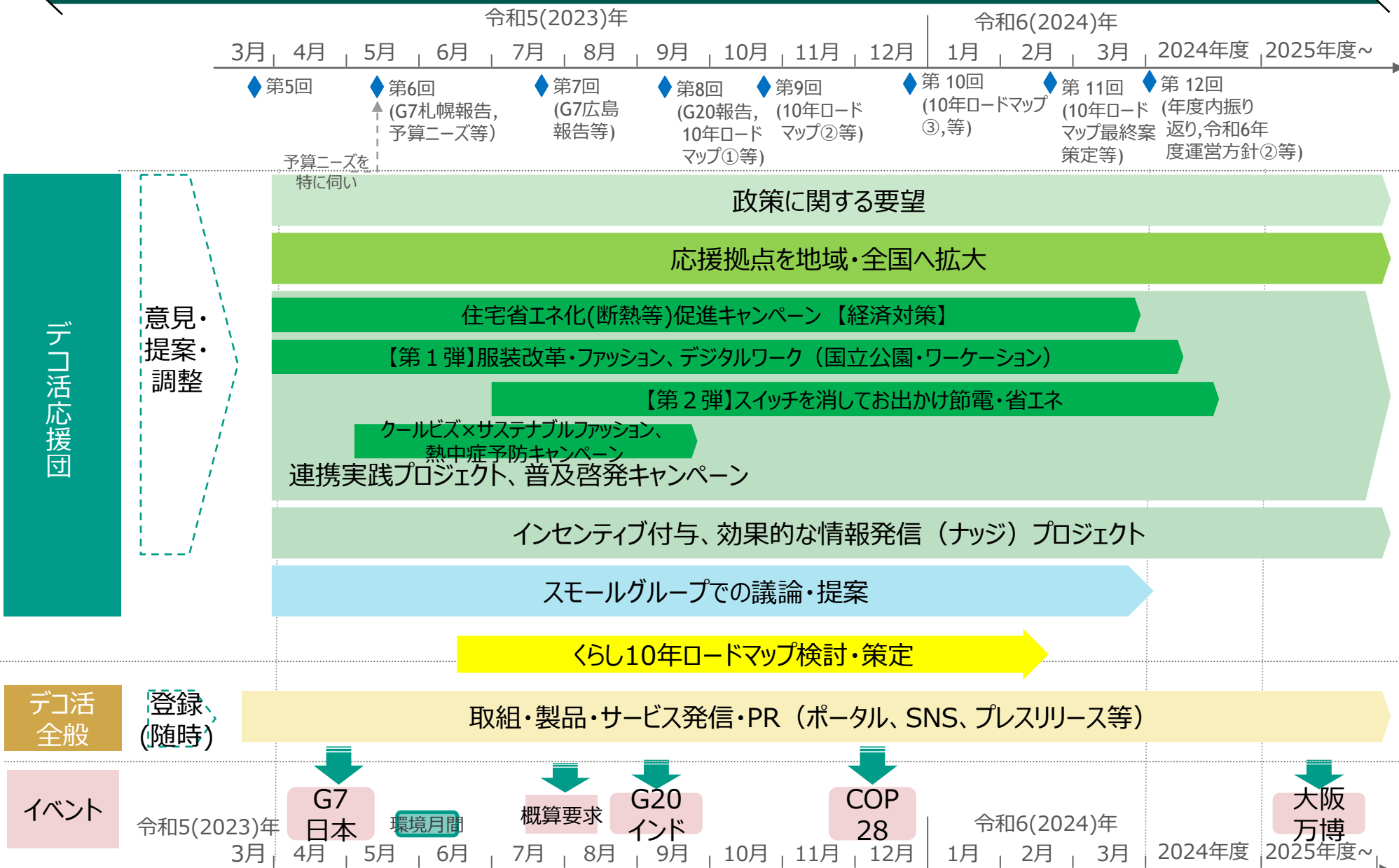
スモールグループの立ち上げ及びテーマ設定

- 個別テーマに係るスモールグループの運用を開始し、積極的な議論を行う場を設定しています。
- スモールグループへの参加の希望や新規テーマ設定についても常時、受け付けています。

テーマ	人数	議論中の論点・これまでのご意見
①住宅	126	<ul style="list-style-type: none"> 消費者にとってストック（既存住宅）の省エネ化の優先度を向上させる取組方法の策定 断熱における課題の特定と、消費者の関心を高める効果的な訴求方法の検討
②インセンティブ/ポイント	138	<ul style="list-style-type: none"> インセンティブを用いた脱炭素の啓発方法検討
③モビリティ	97	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーがエコドライブ等の取組を自発的、もしくは能動的に実施可能な仕組みの形成方法検討
④食	94	<ul style="list-style-type: none"> 企業間連携により、自律分散型の地産地消を実現できる具体手段の検討 食の生産、物流の中で、最も脱炭素へのインパクトが大きい分野の特定
⑤宅配/通販	67	<ul style="list-style-type: none"> エコドライブの訴求方法検討 利用者の利便性と環境への配慮の判断軸の策定
⑥サステナブルファッション	73	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の衣服リサイクルへの意識を向上させる訴求手段・方法の検討
⑦教育	107	<ul style="list-style-type: none"> 従業員へ向けた学習環境の整備方法の検討 子供が自分ごととして行動できる教育方法の策定
⑧GHG見える化	149	<ul style="list-style-type: none"> 見える化から、行動変容に繋がる仕組みの策定

テーマ	人数	議論中の論点・これまでのご意見
⑨プラスチック	93	<ul style="list-style-type: none"> リサイクルの原料収集、原料の選別等の、リサイクルの各工程における課題の特定 上記を解決する技術・運用方法の共有・策定 マイボトル等の、消費者を巻き込んだプラスチック削減方法の策定と、課題の特定
⑩意識啓発	141	<ul style="list-style-type: none"> 省エネに対するネガティブイメージを払拭するための対応方針策定 知識の蓄積のみならず、環境問題を自分ごととして捉え、行動を促すための啓発方法の策定 脱炭素を啓発する適切なターゲットの選定
⑪ワーケーション	55	<ul style="list-style-type: none"> 再エネ活用に向けた実証実験とワーケーションを融合した取組事例の共有 地域住民との効果的な連携方法の策定
⑫生物多様性	87	<ul style="list-style-type: none"> 生物多様性の数値化、計算方法の検討 企業の生物多様性保全に向けた行動指針策定
⑬廃棄物	96	<ul style="list-style-type: none"> 廃棄物のリサイクルにおける課題・原因の特定 ⇒全国規模の一斉回収が難しい ⇒コストが高い（特に複合素材のリサイクル） ⇒運輸時にCO2が排出される
⑭若者	56	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の環境配慮型商品への購買意欲を向上させる取組方法の検討 ⇒企業間イベント、インセンティブ付与の検討

2023年以降のタイムライン



デコ活応援団

意見・提案・調整

デコ活全般

イベント