



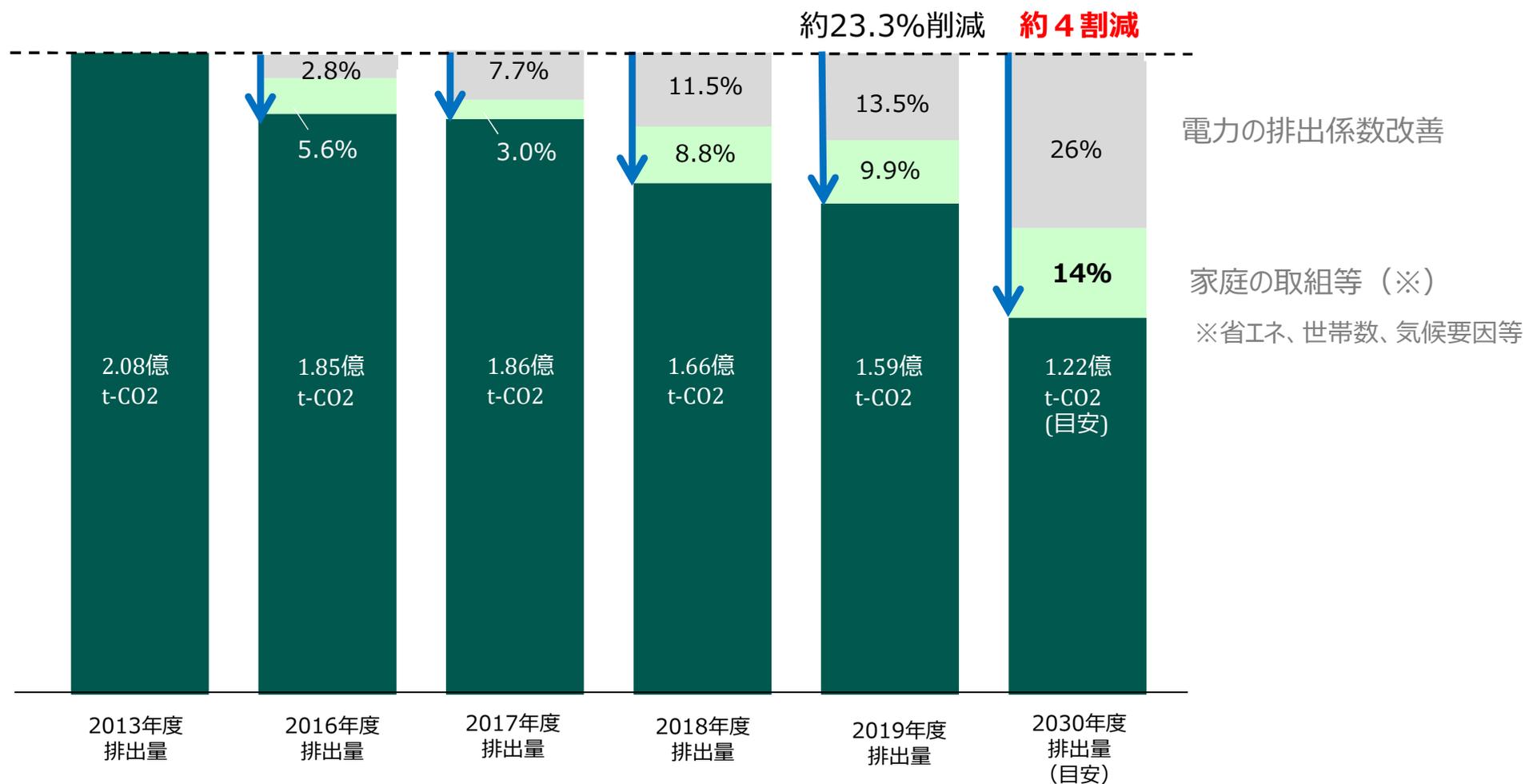
# ライフスタイル分野の取組

令和3年5月14日  
環境省 地球環境局 地球温暖化対策課



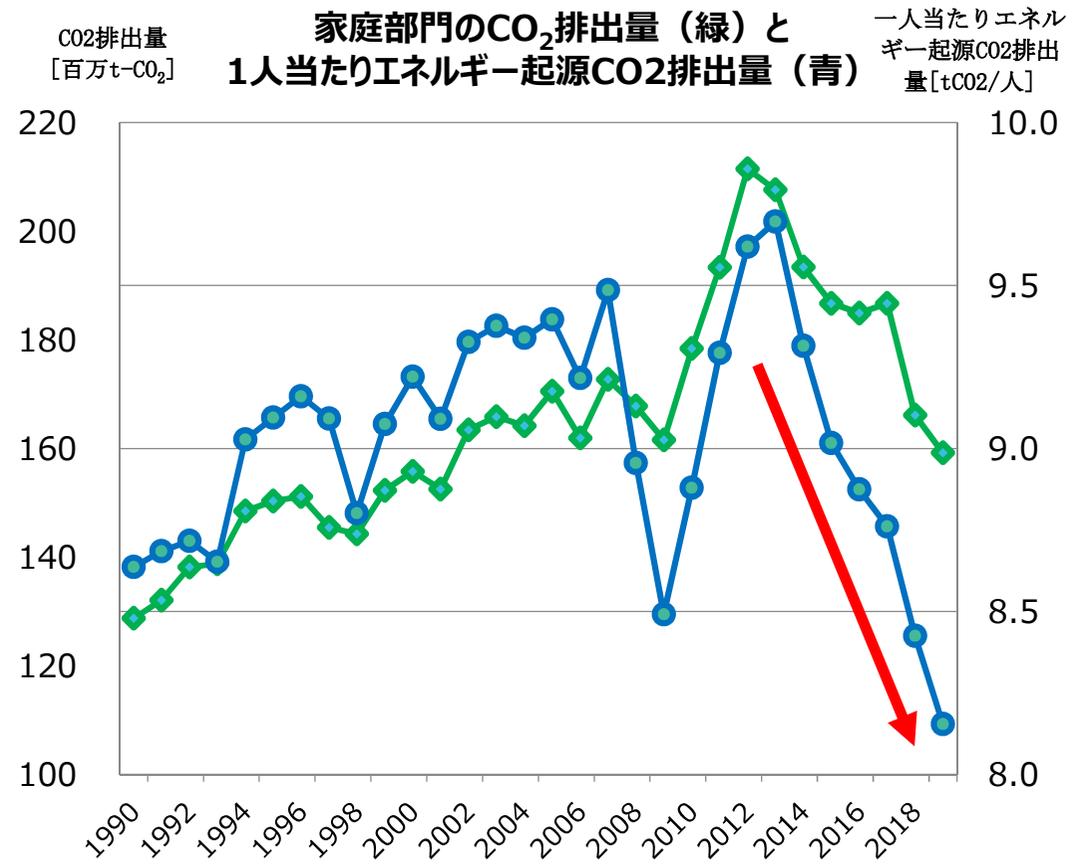
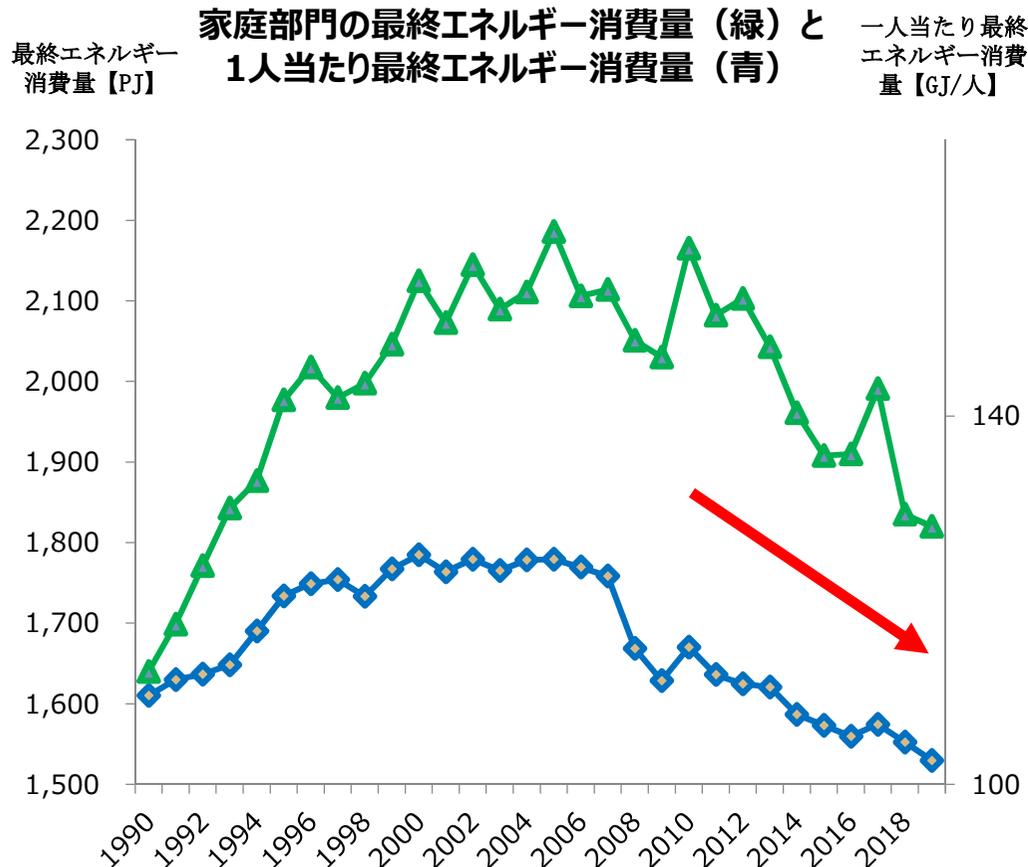
# 家庭部門のCO2排出量の状況と現行温対計画の目標

- 2019年度における家庭部門のCO2排出量は1.59億t-CO2、2013年度比で約23.4%削減。排出係数の改善や、家庭での省エネの取組の進展等により、排出量は減少傾向。
- 現行温対計画では、2013年度比約4割削減を目標としており、排出係数の改善以外で、約14%相当の削減が必要。



# (参考) 最終エネルギー消費量とCO2排出量の推移

- 家庭部門の一人当たり最終エネルギー消費量、一人当たりCO2排出量は、近年減少傾向。
- 家庭部門のエネルギー消費量、CO2排出量も、近年減少傾向であるが、2017年度に対前年度比で増加している。全国的に冬の気温が低く、石油製品（灯油等）の消費に伴う排出量が増加したこと等による。

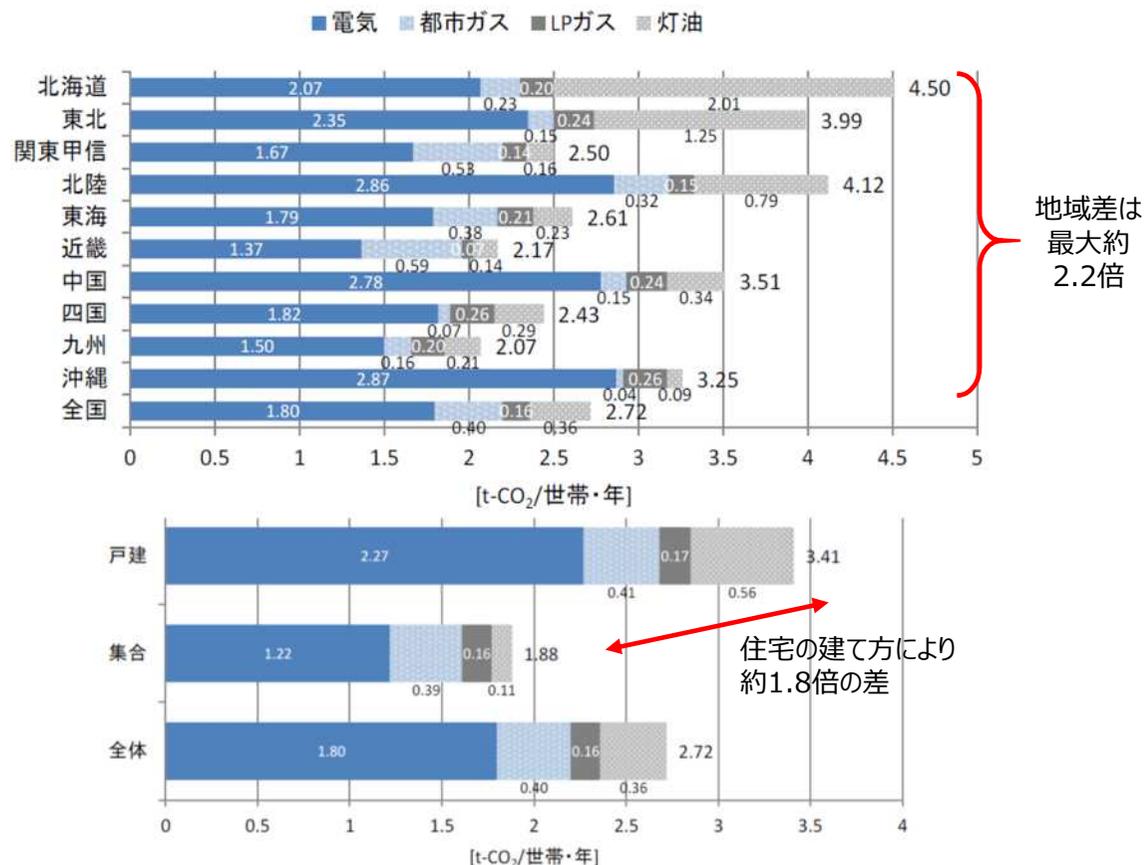
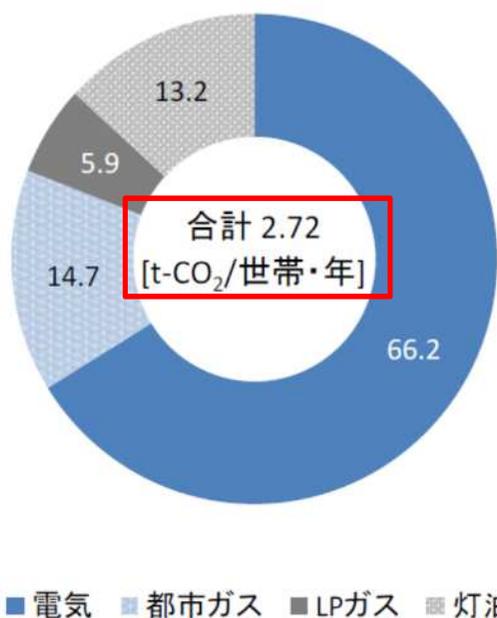


出典：資源エネルギー庁「令和元年度（2019年度）エネルギー需給実績」より作成

出典：国立環境研究所「日本の温室効果ガス排出量データ」より作成

# 家庭部門のCO2排出実態統計調査①

- 平成29年度から、統計法に基づく一般統計調査として、「家庭部門のCO2排出実態統計調査」を実施。世帯構成、住宅の建て方、電気・ガス等のエネルギー消費量や家電製品別の使用状況等、のべ496項目を調査。
- 最新の調査（平成31・令和元年度）における世帯当たり年間CO2排出量は2.72t-CO<sub>2</sub>。



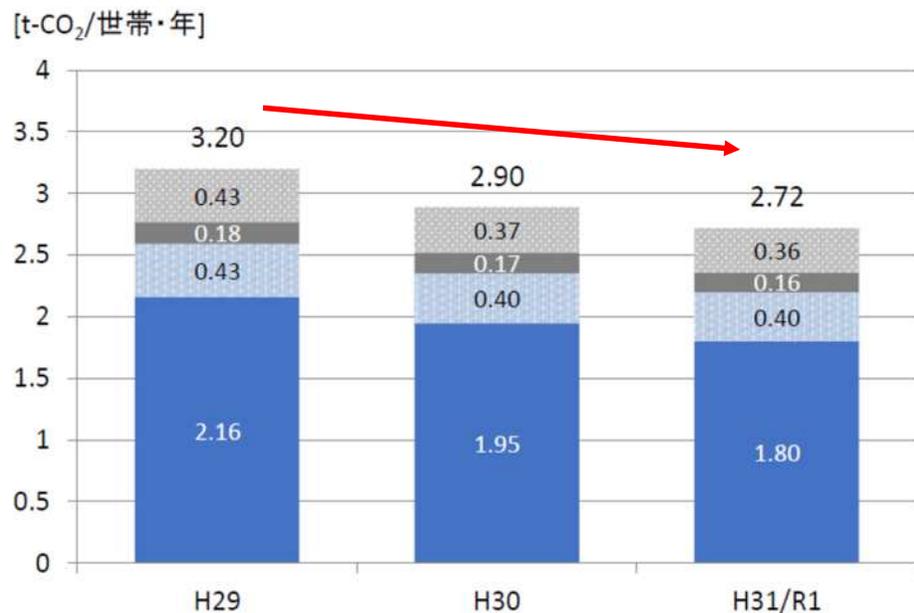
世帯当たり年間エネルギー種別CO<sub>2</sub>排出量・構成比(全国)

上段: 世帯当たり年間エネルギー種別CO<sub>2</sub>排出量(地方別)  
下段: 建て方別世帯当たり年間エネルギー種別CO<sub>2</sub>排出量

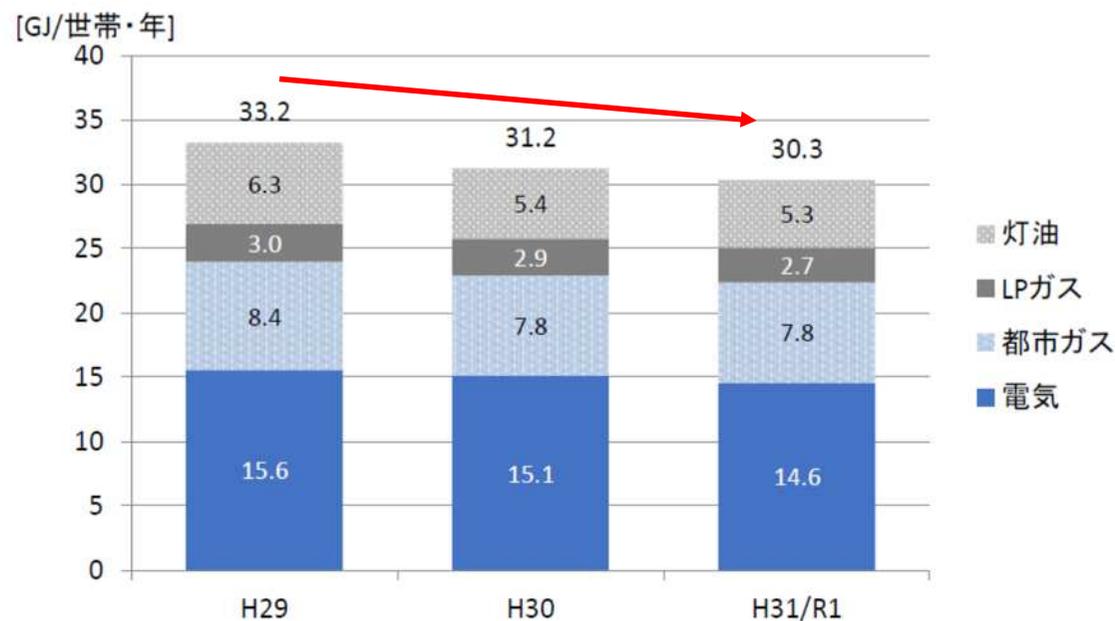
出典: 平成31年度(令和元年度)家庭部門のCO2排出実態統計調査

# 家庭部門のCO2排出実態統計調査②

- 平成31・令和元年度の世帯当たりの年間CO2排出量2.72t-CO2は、平成30年度に比べ0.18t-CO2（6.2%）減、平成29年度に比べ0.48t-CO2（15.0%）減。
- 電気、ガス等の各エネルギー消費量も減少傾向。平成31・令和元年度の世帯当たりエネルギー消費量は、平成30年度に比べ2.9%減、平成29年度に比べ8.7%減。



世帯当たり年間エネルギー種別CO<sub>2</sub>排出量の推移



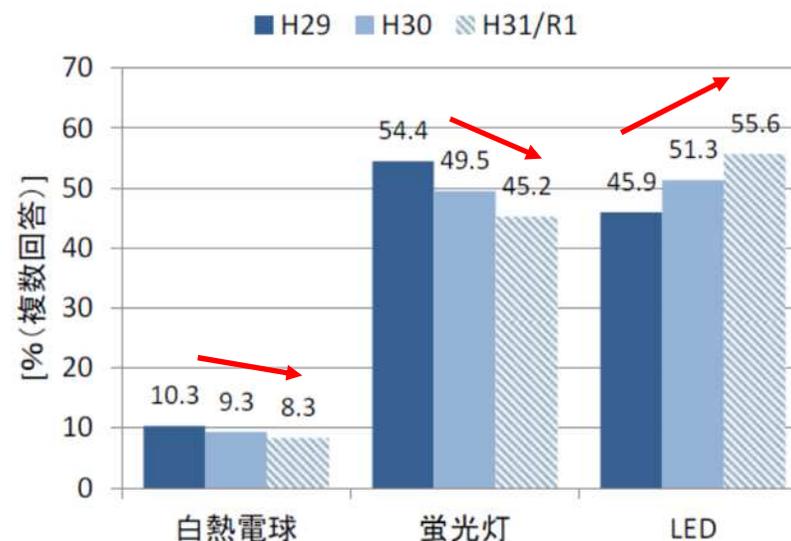
世帯当たり年間エネルギー種別消費量の推移

# 家庭部門のCO2排出実態統計調査③

- 冷蔵庫（※）の製造時期は、2016年以降に製造されたものの割合が年々増加しており、最新機器への買い換えが進んでいる。 ※複数台使用している世帯の場合は、最も内容積の大きいもの
- 居間におけるLED使用率は、年々増加しており、白熱電球や蛍光灯からLEDへの買い換えが進み、LEDを使用している世帯の割合が増加している。



冷蔵庫の製造時期の推移

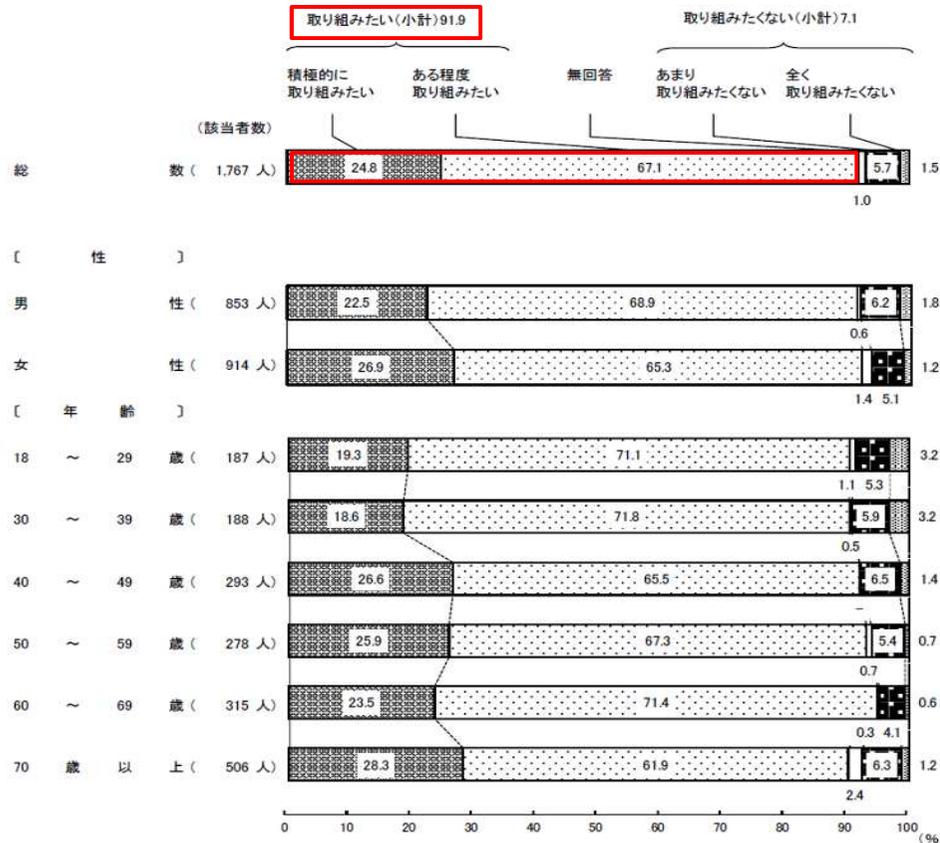


居間で使用している照明の種類

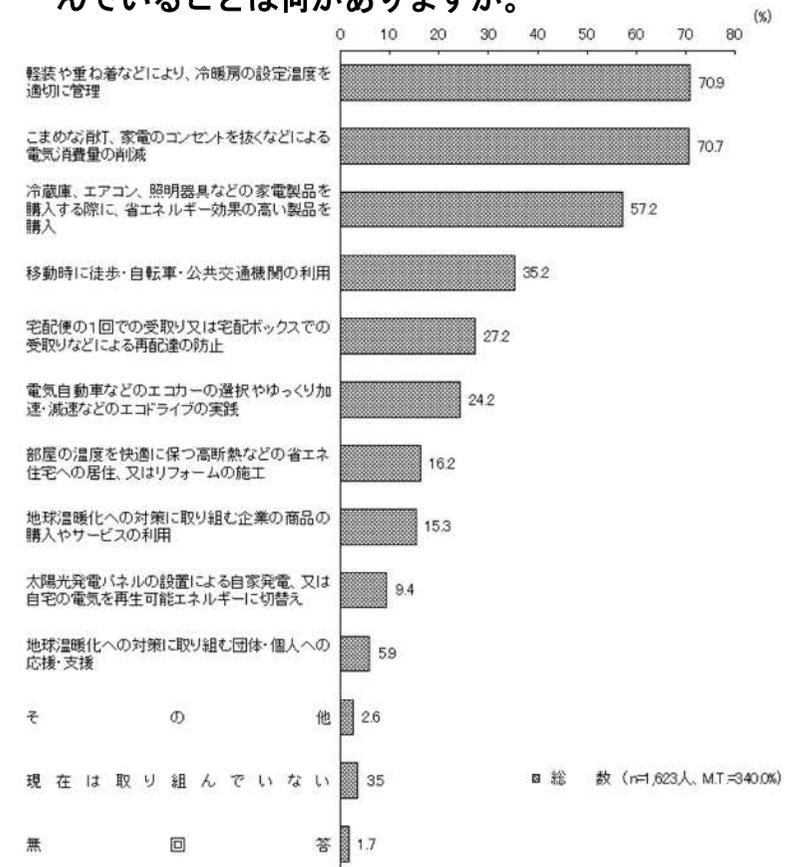
# 気候変動に関する世論調査

- 令和2年11月5日～12月20日にかけて、全国18歳以上の日本国籍を有する3,000人を対象とした、地球温暖化問題や気候変動影響・適応に関する世論調査を実施（内閣府）。
- 「脱炭素社会」について知っていた68.4%。CO2削減の取組について積極的に取り組みたい、ある程度取り組みたいの合計で91.9%。

質問 あなたは、「脱炭素社会」の実現に向け、一人一人が二酸化炭素などの排出を減らす取組について、どのようにお考えですか。



質問 脱炭素社会の実現に向け、日常生活の中で、現在取り組んでいることは何かありますか。



# ライフスタイル関係の対策・施策の進捗状況①

- 地球温暖化対策計画に掲げられた「国民運動」関係の主な対策の進捗状況は、以下のとおり。  
(2019年度における地球温暖化対策計画の進捗状況より)

	対策評価指標	2013 対策評価 指標	2018 対策評価 指標	2019 対策評価 指標	2030対策評 価指標 (目標値)	2019実績 削減量 [万t-CO2]	2030見込 削減量 [万t-CO2]	進捗状況 の評価
クールビズ (業務部門)	実施率 [%]	71.3	78.1	84.4	100	7.4	14.5	C
ウォームビズ (業務部門)	実施率 [%]	71.0	60.6	71.1	100	0.5	11.6	D
家庭エコ診断	千世帯	31.0	98.7	103.3	3,940	0.3	13.7	D
エコドライブ (乗用車)	実施率[%]	6.0	-	50.8	25.0	434.0	243.8	A
カーシェア リング	実施率[%]	0.23	1.04	1.29	0.85	85.3	55.1	A

※家庭部門の他の対策（住宅の省エネ化、高効率な省エネルギー機器の普及、次世代自動車の普及等）についても、後述のライフスタイル関係の普及啓発等の取組により、進捗の底上げに貢献

- 地球温暖化対策計画本文に記載の事項については、危機意識醸成、行動変容促進の観点から各種取組を実施。

## ○国民運動の推進

地球温暖化の危機的状況や社会にもたらす影響について、I P C C 評価報告書や気候変動の影響への適応計画などで示された最新の科学的知見に基づく内外の信頼性の高い情報を、世代やライフスタイル等に応じて、分かりやすい形で国民に発信することで、地球温暖化に対する国民の意識改革と危機意識浸透を図る。

具体的には、地球温暖化対策を強化しなければ、将来人々や生態系にとって深刻で広範囲にわたる不可逆的な影響を生じる可能性が高まることなどの将来影響や地球温暖化対策の必要性を、多種多様なメディア媒体や人から人への直接伝達等を通じて継続的に発信することで、気候変動問題の一層の理解や自発的な地球温暖化対策の実践につなげる。

### 危機意識醸成の取組推進（特に、比較的関心が低い若年層向け）

また、関係府省庁が一丸となり、産業界・労働界・地方公共団体・N P O 等と連携し、国民の地球温暖化対策に対する理解と協力への機運の醸成や消費者行動の活性化等を通じて、省エネルギー・低炭素型の製品への買換え・サービスの利用・ライフスタイルの選択など地球温暖化対策に資するあらゆる賢い選択を促す国民運動「COOL CHOICE」を推進し、国民に積極的かつ自主的な行動喚起を促すことで、低炭素型の製品・サービスの市場創出や拡大をはじめ、低炭素社会にふさわしい社会システムへの変革やライフスタイルイノベーションへの展開を促進させる。

具体的には、関係府省庁で連携し、家電製品、住宅・建築物、自動車、エネルギーサービス、運輸交通サービスなど各部門におけるエネルギー使用等に関係する民間団体や地方行政の協力を得て、国民運動「COOL CHOICE」を実施する。また、テレビ・新聞・インターネットなど各種マスメディアの積極的な活用をはじめ、多様な手法による適切な情報提供を通じて国民の意識に強く働きかけることにより、地球温暖化防止に向けた国民一人一人の自主的な行動や積極的な選択に結びつけていく。

また、生活者に合わせたきめ細やかな働きかけを実施するため、生活者との距離が近い「伝え手」を募集・研修し、国民に身近な場面で地球温暖化に関する情報を発信する。

### ノンステートアクターとも連携しながら、COOL CHOICEの展開等を通じた行動変容促進

# 危機意識の醸成①

## 「2100年未来の天気予報」(動画)の作成・公開

生活に身近な天気予報を題材にし、産業革命以前からの気温上昇を1.5℃に抑える目標を達成した場合、達成できなかった場合を比べ、将来への影響や被害の可能性を認知してもらうための動画を制作し、YouTubeで公開。イベント等での放映やDVD貸出も実施。

- ・令和元年7月公開
- ・夏と冬のバージョン等あり
- ・YouTube再生回数：合計約40万回



## 若年層向けのアニメの作成・活用

小中高生が地球温暖化について関心を持ち、日常生活の中で行動する意識を育むことを目的としたアニメ動画を制作し、イベント等や自治体・教育機関における上映ためDVDを貸出を実施。

- ・平成30年度より公開
- ・小中学生/高校生向けの2種類
- ・上映:3,000回以上
- ・視聴者数累計:16万人以上



## 危機意識の醸成②

### 「気候変動×防災」(動画)の作成・公開

激甚化・頻発化する気象災害など地球温暖化が引き起こす影響や、個人が実践できる取組、企業・自治体等の取組等を紹介し、危機意識醸成、行動変容を訴求するための動画を制作し、YouTubeで公開等。

- ・令和2年12月以降、順次公開
- ・若年層/社会人向けのバージョンあり
- ・YouTube再生回数：合計100万回以上



### 日本オリンピック・パラリンピック委員会との連携 (動画)の作成・公開

地球温暖化によりスキー場の降雪が少なくなる、大型台風によりグラウンドが使えなくなるなど、気候変動の影響を受けるスポーツ。未来の子どもたちに、スポーツを楽しめる環境を残すため、トップアスリートが「COOL CHOICE」の取組を呼びかける動画を制作し、YouTube上で配信。

- ・令和2年12月、令和3年2月公開
- ・複数バージョンあり
- ・YouTube再生回数：合計170万回以上

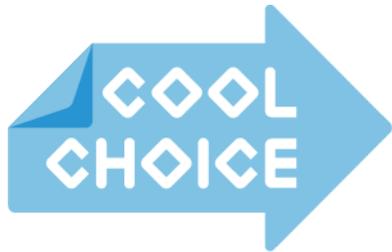


### その他

エコプロやエコライフフェアへのブース出展、各種SNSの活用等による継続的な情報発信等を推進。



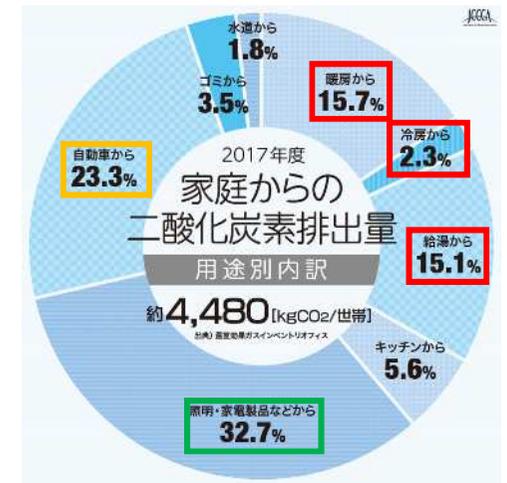
# 国民に対する働きかけ"COOL CHOICE"



賢い選択

## 2030年度△26%目標達成のための【旗印】 脱炭素型の製品／サービス／行動など あらゆる「賢い選択」を促す国民運動

- ・家庭からの排出量の、3割強が照明・家電製品、3割強が冷暖房・給湯、2割強が自動車。
- ・排出の多い分野にポイントに絞ったキャンペーン等を実施。



(出典)温室効果ガスインベントリオフィス、JCCCA

### これまでの取組例

**5つ星家電買換えキャンペーン**  
5つ星省エネ家電への買換えやLEDへの交換を推進



**エコドライブ**  
環境負荷の少ない運転を推奨



**チョイス！エコカーキャンペーン**  
エコカーの買換えを推進



**スマートムーブ**  
公共交通機関、自転車や徒歩など、エコな移動方法を推奨



**エコ住キャンペーン**  
断熱住宅や省エネ建材等を推進



**できるだけ1回で受け取りませんかキャンペーン**  
宅配便の再配達防止を推進



**みんなでうち快適化チャレンジ**  
断熱リフォーム・ZEH化、省エネ家電買換えを推進



**クールビズ&ウォームビズ**  
夏季・冬季の冷暖房の適正使用を呼び掛け



# 「みんなでおうち快適化チャレンジ」キャンペーン

- 2050年カーボンニュートラル、コロナ禍に対応した新しい脱炭素型のライフスタイルの提案として、断熱リフォーム・ZEH化と、省エネ家電への買い換えを、関係業界団体（※）等と連携して呼びかけ、行動変容を促進。
- 昨年11月26日に、関係業界団体の代表者とともに、キックオフイベントを実施。
- 断熱リフォーム・ZEH化は、予算（次頁・次々頁）による支援とセットで実施。
- 特設サイトで、各種情報を発信。  
<https://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/kaiteki/index.html>



（※）関係業界団体：（一社）住宅生産団体連合会、（一社）日本建材・住宅設備産業協会、全国電機商業組合連合会、大手家電流通協会



キックオフイベント



エコ住宅・断熱リフォームガイドブック





【令和3年度予算額 6,550百万円（新規）】

【令和2年度3次補正予算額 4,500百万円の内数】

### 戸建住宅の高断熱化による省エネ・省CO2化を支援します。

#### 1. 事業目的

- ① エネルギーの自給自足により災害にも強く、ヒートショック対策にもなるZEH（ゼッチ）の更なる普及、高断熱化の推進。
- ② 現行の省エネ基準に適合しない既存住宅の断熱性能向上による省CO2化。
- ③ 2030年までに新築住宅の平均でZEHを実現。2030年度の家庭部門からのCO2排出量約4割削減（2013年度比）に貢献。
- ④ 2050年のカーボンニュートラル達成に向けて脱炭素社会の推進。

#### 2. 事業内容

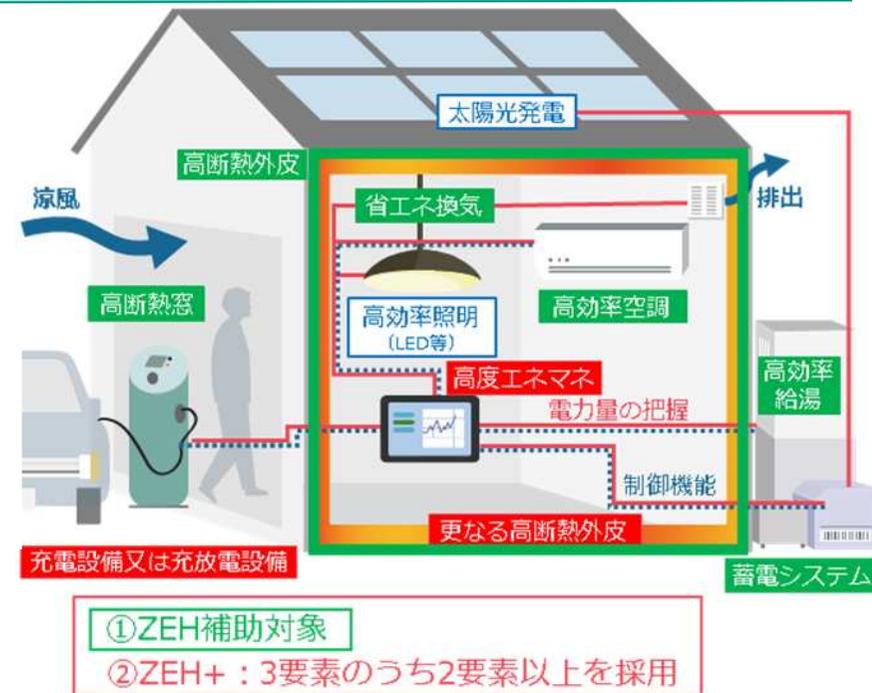
戸建住宅の高断熱化による省エネ・省CO2化を支援するため、以下の補助を行う。

- ① 戸建住宅（注文・建売）において、ZEH※の交付要件を満たす住宅を新築・改修する者に対する補助：60万円/戸
- ② ZEH以上の省エネ、設備の効率的運用等により再エネの自家消費率拡大を目指した戸建住宅（ZEH+）に対する定額補助：105万円/戸
- ③ ①、②に系統連系対応型蓄電池を設置、低炭素化に資する素材（CLT（直交集成板）等）を一定量以上使用、又は先進的再エネ熱利用技術を活用する場合に別途補助：蓄電池2万円/kWh（上限額20万円/台）等
- ④ 既存戸建住宅の断熱リフォームに対し1/3補助（上限120万円/戸。蓄電池、電気ヒートポンプ式給湯機、熱交換型換気設備等への別途補助）

#### 3. 事業スキーム

- 事業形態 間接補助事業
- 補助対象 民間事業者
- 実施期間 令和3年度～令和7年度

#### 4. 補助対象の例



※「ZEH」は、快適な室内環境を保ちながら、住宅の高断熱化と高効率設備によりできる限りの省エネルギーに努め、太陽光発電等によりエネルギーを創ることで、1年間で消費する住宅のエネルギー量が正味（ネット）で概ねゼロ以下となる住宅です。

# 集合住宅の省CO2化促進事業（経済産業省連携事業）



【令和3年度予算額 4,450百万円（4,450百万円）】

【令和2年度3次補正予算額 4,500百万円の内数】

集合住宅の省エネ・省CO2化、断熱リフォームを支援するとともに、災害時のレジリエンスを強化します。

## 1. 事業目的

- ① エネルギーの自給自足により災害にも強く、ヒートショック対策にもなるZEH（ゼッチ）の更なる普及、高断熱化の推進。
- ② 現行の省エネ基準に適合しない既存住宅の断熱性能向上による省CO2化。
- ③ 2030年までに新築住宅の平均でZEHを実現。2030年度の家庭部門からのCO2排出量約4割削減（2013年度比）に貢献。
- ④ 2050年のカーボンニュートラル達成に向けて脱炭素社会の推進。

## 2. 事業内容

集合住宅の省エネ・省CO2化、高断熱化を支援するため、以下の補助を行う。

- ① 新築低中層ZEH-M（5層以下）への定額補助：50万円/戸
- ② 新築高層ZEH-M（6～20層）への定率補助：補助率1/2
- ③ ①に蓄電池を設置、低炭素化に資する素材（CLT（直交集成板））を一定量以上使用、又は先進的再エネ熱利用技術を活用する場合に別途補助：蓄電池2万円/kWh（上限額20万円/台。一定の条件を満たす場合は24万円/台）等
- ④ 既存集合住宅の断熱リフォーム：1/3補助（上限15万円/戸。熱交換型換気設備等への別途補助）（集合個別のみ）

※1 ①②について、水害等の災害時における電源確保に配慮された事業は、一定の優遇を行う。

※2 ②について、第1種熱交換型換気を導入する事業や、IoT技術やEMS等を用いてエネルギー機器の遠隔制御を行い、再エネ電力の自家消費率拡大を目指す事業は、一定の優遇を行う。

## 3. 事業スキーム

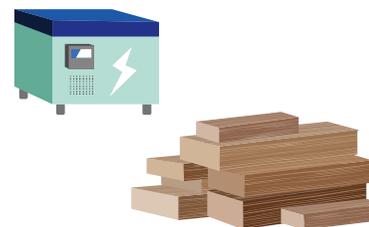
- 事業形態 間接補助事業
- 補助対象 民間事業者
- 実施期間 平成30年度～令和5年度

## 4. 補助対象の例

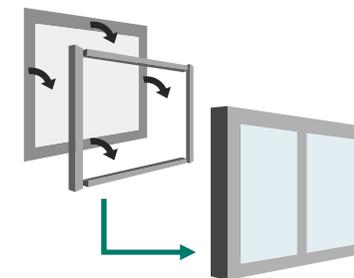
①低中層ZEH-M



②高層ZEH-M



③蓄電池、CLT（Cross Laminated Timber；ひき板を繊維方向が直交するように積層接着したパネル。同面積のコンクリートと比較して軽い、施工が早いといった特徴を有する。）



④断熱窓への交換

# その他キャンペーンの展開

- 2017年に、「5つ星家電買換えキャンペーン」、「エコ住キャンペーン」、「COOL CHOICE出来るだけ1回で受け取りませんかキャンペーン」、「エコカー買換えキャンペーン」を開始。

## 5つ星家電買換えキャンペーン



統一省エネルギーラベルの星の数の多い家電への買換えやLED照明への買換え・交換を呼びかけ

### ・省エネ製品買換えナビゲーション「しんきゅうさん」

エアコン、テレビ、冷蔵庫、照明器具、温水洗浄便座を、現在使っているものから省エネ製品に買い換えた場合に、電気代、消費電力量、CO2排出量がどれだけ削減できるかを計算できるツールの提供。



## COOL CHOICE出来るだけ1回で受け取りませんかキャンペーン



事業者、関係省庁と連携して、宅配便を利用される国民一人一人に協力を呼びかけ

- ・賛同団体62団体、賛同企業221社 (令和3年4月時点)
- ・アニメを活用した啓発



## エコ住キャンペーン



住宅の省エネ・脱炭素化推進のため、高断熱・省エネ住宅への買換えや省エネルギーフォームを呼びかけ

### ・断熱水回り省エネルギーフォーム紹介BOOKの制作

住宅リフォーム推進協議会等の業界団体と連携して資料等を作成・発信。住宅メーカーのモデルハウスやショールームでも活用。



### ・ZEH体験宿泊

住宅新築、新居購入を検討している方を対象に、連携事業者（12社、13施設）が保有するZEHに冬期に宿泊していただき、省エネ住宅の良さを体験。



## エコカー買換えキャンペーン



おトクなエコカーへの乗り換えなどを呼びかけ

### ・東京モーターショーでの発信

自動車工業会と連携し、ドライブシミュレーターによるエコドライブの体験等を実施。



## ■ クールビズ・ウォームビズ等を引き続き推進するとともに、自治体等と連携した取組も推進。

### クールビズ・ウォームビズ

COOLBIZ

WARMBIZ

2005年から、室温の適正管理とそれに合った快適なスタイルとして推進

#### ・ポスター、Web記事作成等

関係団体と連携した取組、若い世代を主なターゲットとした呼びかけを実施。



#### ・今年度からの見直し

コロナ禍での働き方の多様化の進展、気候変動の影響による季節外れの暑い日の増加、地域による気候の違い等を踏まえ、全国一律の期間設定はせず、通年を通じた、働き方改革にも資する脱炭素型ライフスタイルの一つとして呼びかけていく。

### 地域の普及啓発等の取組促進

地域の企業等や家庭・個人の自発的な地球温暖化対策への取組を促すため、自治体の首長が先頭に立ち、企業等と連携して、脱炭素型の行動変容やライフスタイルの選択を促す取組を通年に渡って展開する事業に対して支援

地域の企業等が地域住民に対して行う行動変容促進の取組への支援



#### ・福井市 モデルハウスでZEH説明会

持ち家率3位、世帯電気使用量2位の地域性を踏まえ、冬季に、住宅購入・リフォーム検討中の顧客に対し、地域の建設会社や住宅メーカーと連携し、住宅展示場のZEHモデルハウスで見学・体験会を実施。

#### ・FMみやこ エコドライブセミナー

マイカー利用率が高い地域性を踏まえ、市やEV協議会と連携し、自動車学校において、専門家による講習・実車指導でエコドライブを学び、EV展示・乗車体験を実施し、その模様を生放送。



### スマートムーブ

「移動」を「エコ」に  
smart move

公共交通機関、自転車や徒歩など、エコな移動方法を推奨

#### ・公共交通機関等と連携したポスター掲示

ポスター掲示と連動したWEB記事やSNS等による発信等を実施。



鉄道内での掲示



バス内での掲示

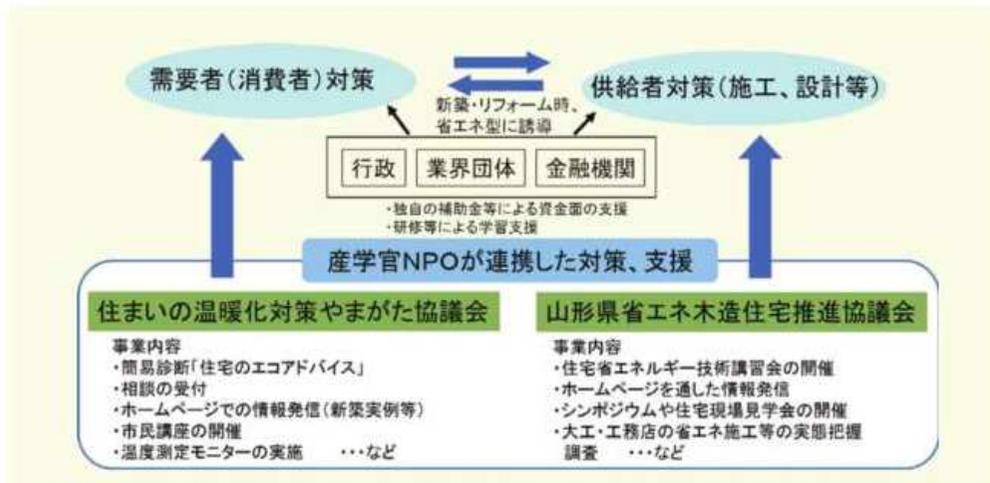


レンタカー・営業所での掲示

- 地域地球温暖化防止活動推進センター（地域センター）及び地球温暖化防止活動推進員は、都道府県知事や政令指定都市などにより指定・委嘱。地球温暖化防止に関する「啓発・広報活動」「地方公共団体・温暖化防止活動団体等への協力・支援」などを実施
- 国は、全国地球温暖化防止活動推進センターを指定。各種資料の作成、地域センターへの研修を実施等
- 今般の温対法改正で、地域センターの事務として、事業者向けの啓発・広報活動を追加予定

## 山形県センター：省エネ住宅・省エネリフォーム普及の取組

省エネ住宅・省エネリフォームの普及に当たり、需要者側（施主、一般消費者）と供給者側（工務店、設計士、大工技能者）それぞれの協議会を設立し、それぞれに対して各種啓発活動を展開。



## 長野県センター：県下一斉ノーマイカー通勤ウィーク

9月15日～30日の期間を、ノーマイカー通勤ウィークに設定し、長野県庁や長野県公共交通活性化協議会と連携して参加する事業所を募集。

2018年では87の事業所、8098人が参加。マイカーから転換したのべ通勤距離は約260km。



全国センター：  
地域センターの活動事例集、すぐに使える図表集等の作成・公開



※温対法に基く取組以外に、国民ひとりひとりの自発的な取組を促すことを目的として、地球温暖化防止コミュニケーターの育成等も実施してきたところ。

# うちエコ診断制度

- 「うちエコ診断」とは、専門の資格を持った診断士が一般家庭の受診者に対し、各家庭のライフスタイルや地域特性に応じた**省エネ・省CO2対策を提案し、家庭の脱炭素化を効果的に推進していくツール。**
- 診断後、受診者が実施した対策について事後調査を行い、消費エネルギーやCO2排出量の削減実績を確認。



受診者

うちエコ診断WEBサービス

対策(詳細)	年削減	費用	状態
1 冷蔵庫の設定を調くする	41kg	1,900円	採用
2 LEDシーリングにする	100kg	4,618円	採用
3 節水シャワーヘッドを使う	33kg	6,484円	採用
4 家族だんらんで過ごす	19kg	894円	採用
5 省エネ型冷蔵庫にする	109kg	5,048円	採用
6 省エネ型テレビにする	52kg	2,408円	採用
7 省エネ型テレビにする	52kg	2,408円	採用
8 エコジョーズに買い換える	38kg	2,049円	採用

家電の買換えや断熱リフォームなどの自宅の省エネ・省CO2対策を対面診断で提案

その場で自宅のCO2排出量や光熱費がすぐ分かる

現在開発中のWEBサービスでは受診者個人での診断も可能

WEBサービスでコロナ禍でも対面によらないオンライン診断を実施



うちエコ診断士

対策(詳細)	年削減	費用	状態
1 冷蔵庫の設定を調くする	41kg	1,900円	採用
2 LEDシーリングにする	100kg	4,618円	採用
3 節水シャワーヘッドを使う	33kg	6,484円	採用
4 家族だんらんで過ごす	19kg	894円	採用
5 省エネ型冷蔵庫にする	109kg	5,048円	採用
6 省エネ型テレビにする	52kg	2,408円	採用
7 省エネ型テレビにする	52kg	2,408円	採用
8 エコジョーズに買い換える	38kg	2,049円	採用

項目	値
平均	4,606kg
20位世帯	3,316kg
あなた	1,572kg

# ナッジ：科学に基づく新しい行動変容のアプローチ

- ナッジ（nudge：そっと後押しする）とは、行動科学の知見の活用により、「人々が自分自身と比べてより良い選択を自発的に取れるように手助けをする政策手法」
- 人々が選択し、意思決定する際の環境をデザインし、それにより行動をもデザインする
- 選択の自由を残し、費用対効果の高いことを特徴として、欧米をはじめ世界の200を超える組織が、あらゆる政策領域にナッジ等の行動科学の知見を活用
- 2017年4月に産学政官民連携の日本版ナッジ・ユニット発足（事務局：環境省）
- 2018年に初めて成長戦略や骨太方針にナッジの活用を環境省事業とともに位置付け

- 省エネナッジの例：省エネレポート送付により、2%CO<sub>2</sub>削減が2年継続（2017～19年度実績。全国50万世帯で実証。20年度は送付停止により効果がどのくらい継続するか実証）
- 2%の省エネ効果は冷蔵庫2,600万台の買換効果（投資金額で3兆円）、住宅用太陽光発電80万件分の発電量（同1.4兆円）に相当

## 先月のご使用量比較



2013年6月20日 - 2013年7月21日

県内の最大100世帯のよく似たご家庭のデータを参考にしています。省エネ上手なご家庭とは、電灯使用量の少ない上位20%の世帯を指します。詳細は特設サイトをご確認ください。 <https://j-nudge.jp/her>

## これまでのご使用量との比較



😊 大変良い  
😊 良い  
😊 もう少し

38% 上がっています  
(省エネ上手なご家庭との比較)

過去6か月のお客さまのご使用量は、よく似たご家庭を上回っています。  
20,000円 の出費増です

## 他の世帯との比較【同調性・社会規範】

所属する集団内での他のメンバーの実態と望ましい水準の理解に役立つ

## 損失を強調したメッセージ【損失回避性】

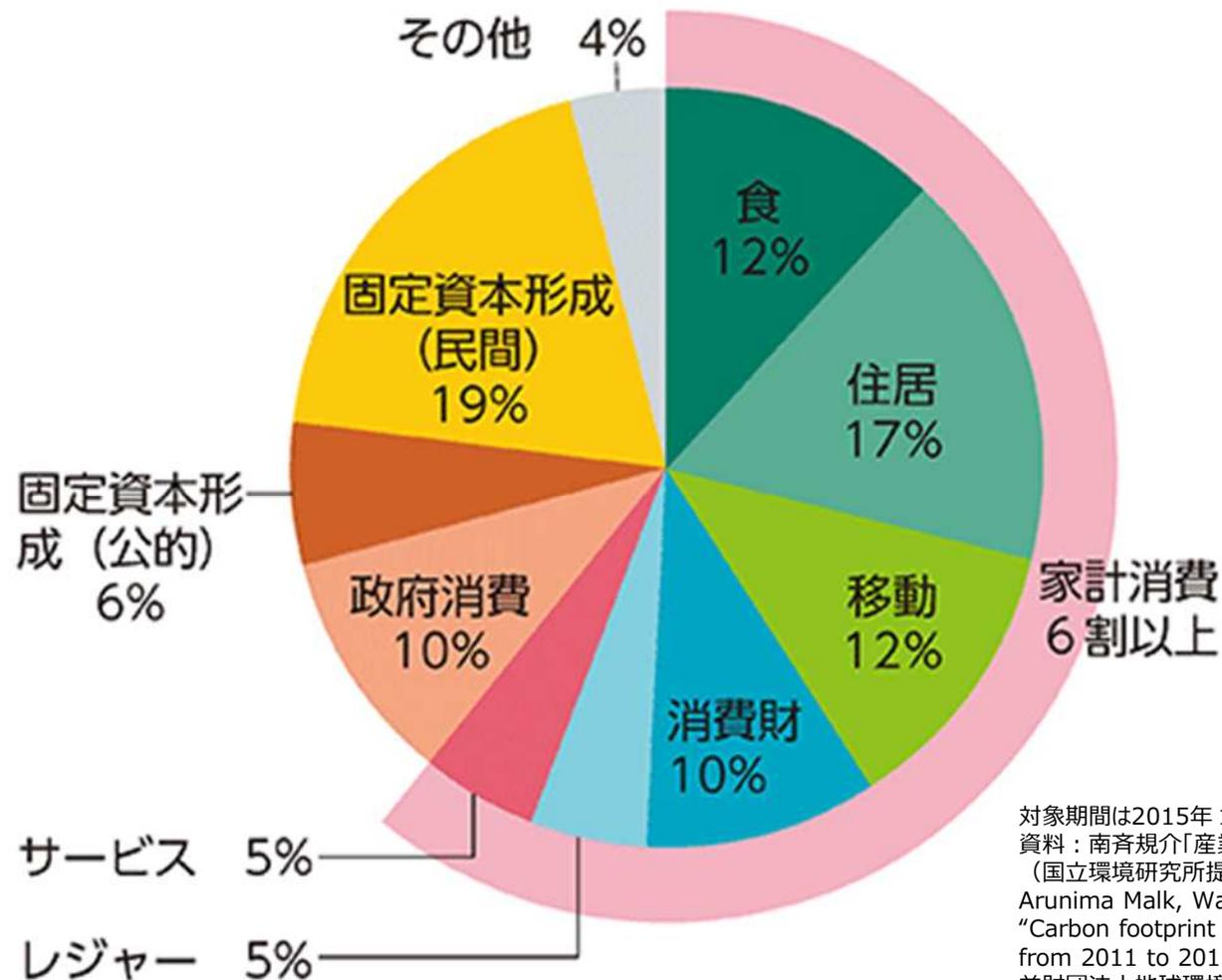
「ものを得る喜びよりも失う痛みのほうが強く感じる」という行動経済学の理論を応用

- 国・地方脱炭素実現会議での議論を踏まえた取組の推進。
  - ・ 地域ごとのCO2削減ポイント、脱炭素行動アンバサダー、製品サービスのCO2排出量の見える化等により、家庭部門等の様々な対策の進展を後押し
  - ・ データとナッジを各政策に実装することで、危機意識醸成や行動変容を前向きに後押し
- 「みんなでおうち快適化チャレンジ」キャンペーンを通じて、新築住宅のZEH化や既存住宅の断熱リフォームの補助事業へ誘導することで、相乗効果を発揮する。
- COOL CHOICEの取組として、新たに、家庭における再エネ導入・調達を位置付け、積極的に後押しする。
- エコドライブ等の取組と、令和2年度第3次補正予算である再エネとセットにしたEV等の購入支援や、本年3月から開始した「ゼロカーボン・ドライブキャンペーン」を連動させ、より効果的に行動変容を促す。
- 食品ロス対策といった脱炭素型のライフスタイルにつながる各種取組との連携を強化する。
- 温対法改正による、地域センターの業務追加（事業者向けの啓発・広報活動）の機会を捉え、地域住民向けの啓発・広報活動の更なる展開を図る。

# ライフスタイルに起因するCO2排出量

- CO2排出の約6割が、衣食住を中心とする「ライフスタイル」に起因。
- 一人当たり年間7.6t-CO2※排出（2017年）しており、**国民一人ひとりのアクションが不可欠。**

## 消費ベース（カーボンフットプリント）から見た日本の温室効果ガス排出量



※我が国において、家計が消費する製品・サービスのライフサイクル（資源の採取、素材の加工、製品の製造、流通、小売、使用、廃棄）において生じる温室効果ガス排出量  
IGES, Aalto University, and D-mat ltd. 2019. 「1.5℃ライフスタイル—脱炭素型の暮らしを実現する選択肢—」より環境省作成

対象期間は2015年1月1日から2015年12月31日  
資料：南齊規介「産業連関表による環境負荷単位データブック」（国立環境研究所提供）、Keisuke Nansai, Jacob Fry, Arunima Malk, Wataru Takayanagi, Naoki Kondo “Carbon footprint of Japanese health care services from 2011 to 2015”、総務省「平成27年産業連関表」より公益財団法人地球環境戦略機関（IGES）作成

# 脱炭素型ライフスタイルへの転換に向けて

- ライフスタイルに関係の深い、**住宅の脱炭素化や電動車※の導入**を支援。
- **ナッジ等を活用**し、我慢を強いるのではなく、主体的な意識変革や行動変容を促進。

※電気自動車（EV）、プラグインハイブリッド自動車（PHEV）、燃料電池自動車（FCV）

## ZEH・断熱リフォーム支援

〔 3次補正 45億円の内数  
R3予算 110億円 〕

戸建ZEH  
(ネット・エネルギー・ゼロ・ハウス)



## 開口部の断熱改修

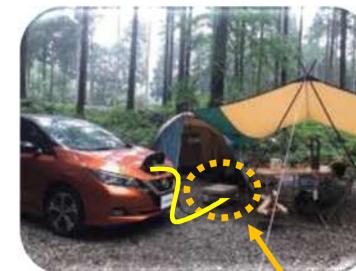


## 地域再エネを活用したEV導入

〔 3次補正 40億円の内数  
R3予算 80億円の内数 〕



小田原市内を中心に、地域再エネで動くカーシェアリング用EV（100台）の導入を支援

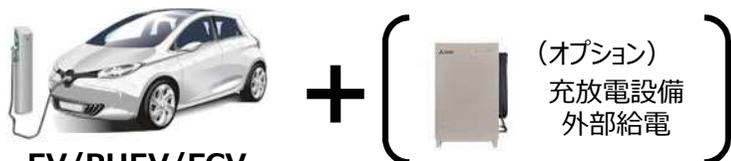


EVからの給電

## 再エネ+電動車の購入補助

(3次補正 80億円)

これまでの補助額を倍増し、最大80万円支援  
充放電設備を合わせると、個人の場合、合計最大195万円支援



EV/PHEV/FCV  
※下記要件を満たす場合

- ・家庭/事務所等の電力を再エネ100%電力調達とした場合に限る。
- ・モニター参画に必要なデータの提供が可能であること。(HEMS/BEMS等の導入等)

## ナッジを活用した取組の例

- ・ 個人のエネルギー使用実態等を収集し、AIで解析。各人にあった選択肢を提案
- ・ 行動履歴の見える化、行動にインセンティブを付与
- ・ 自発的な脱炭素アクションを後押しする実証事業を実施



アプリ画面イメージ

