

地球温暖化対策のための国民運動実施計画（平成 28 年 8 月策定）の進捗状況について

国民運動実施計画	進捗状況
<p>5. 実施する措置</p> <p>○ 家庭・業務、運輸部門の削減目標の達成に向け、関係省庁等とも適切に連携・役割分担することにより、地球温暖化対策計画に位置付けられた各種取組への普及啓発の観点からの貢献を含め、国民運動を以下のとおり実施する。</p> <p>(1) ステークホルダーとの連携のための体制整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 環境大臣と経済界、メディア、自治体、NPO 等をメンバーとする「COOL CHOICE 推進チーム」を設置する。推進チームの下に、分野別の作業グループをおく。 ● 地球温暖化対策推進本部幹事会の下に設置された国民運動に関する関係府省庁連絡調整チームにおいて、国民運動に係る政府の連携強化を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 平成 28 年 5 月に「COOL CHOICE 推進チーム」を設置するとともに、同年 6 月に第 1 回会合を開催。また、推進チームのもとに、省エネ家電、住宅の省エネ化等をテーマとした 5 つの作業グループを設置し、関係者と連携して効果的な普及啓発を実施していく方策について検討を行った。 ● 平成 28 年 6 月に関係府省庁連絡調整チームを開催し、国民運動に係る政府の連携強化を図った。
<p>(2) 危機意識の浸透</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 関係省庁、産業界、地方公共団体と連携・協力し、学校教育、地域、職場など様々な場面、経路、手法で効果的に情報発信を行う。その際、危機意識の浸透に加え、地球温暖化対策の必要性が共有され、一人一人の具体的な 	<ul style="list-style-type: none"> ● IPCC 第 5 次報告書（AR5）、パリ協定や国民運動「COOL CHOICE」、更に地球温暖化対策計画の策定等の地球温暖化の最新情報について国民に伝える「地球温暖化防止コミュニケーター」を養成する事業を実施している。全国で地球

国民運動実施計画	進捗状況
<p>行動につながるように留意して情報発信を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 「日本の気候変動とその影響」等の既存の科学的知見を活用し、対象とする世代等に応じて説得力のある情報発信用の映像等のコンテンツを作成する。 ● 国立環境研究所等の科学者、気象予報士、気象キャスター等、すでに知見を有する人たちと連携し、その協力を得て、情報発信を行う。 ● 情報発信の担い手として、地球温暖化防止コミュニケーターを活用する。 ● 地方公共団体や関係団体と連携・協力し、情報発信の担い手の育成を進める。 ● 森里川海を大切にす普及啓発等とも連携し、例えば当該取組は地球温暖化防止とも関係していることを効果的に発信し、各人の行動へつながるような情報発信を行う。 	<p>温暖化防止コミュニケーターの養成セミナーを開催するとともに、国民一般を対象としたセミナーや親子を対象としたセミナー、小中学校に出前授業を実施。地球温暖化防止コミュニケーターにより地球温暖化の今を伝えることで危機意識を醸成し、低炭素社会に資する自発的な取組みのきっかけづくりを行っている。</p>
<p>(3) COOL CHOICE を旗印とした重層的・波動的な普及啓発</p> <p>① 低炭素な暮らしの促進と低炭素マーケットの拡大・創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 関係省庁、関係業界と適切に連携・役割分担してテーマ別に普及啓発を進めることにより、経済的で快適・健康的な低炭素な暮らしと、低炭素マーケットの拡 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「COOL CHOICE 推進チーム」のもとに、省エネ家電、住宅の省エネ化等をテーマとした5つの作業グループを設置し、関係者と連携して効果的な普及啓発を実施していく方

国民運動実施計画	進捗状況
<p>大・創出を目指す。なお、検討や実施のための既存の体制が存在するテーマについては、既存体制による検討・実施を基本としつつ、普及啓発の観点から環境省として貢献できることを追求する。</p> <p><テーマ例></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 省エネ家電（LED 照明、冷蔵庫、エアコン、テレビ等） ➤ 住宅の省エネ化 ➤ エコカー ➤ 宅配便再配達削減 ➤ 低炭素ライフスタイル・ワークスタイル（クールビズ、ウォームビズ、エコドライブ、公共交通機関の利用促進、シェアリングエコノミー等） <ul style="list-style-type: none"> ● 特に重点的に普及啓発を進めるテーマについて、「COOL CHOICE 推進チーム」のもとに、順次、実務者レベルの作業グループを設置し、関係者とも連携して効果的な普及啓発の方法について検討し、実施可能なものから実施していく。 	<p>策について検討を行った。（再掲）</p>

国民運動実施計画	進捗状況
<p>(検討する内容のイメージ)</p> <p>[省エネ家電]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● LED 等の高効率照明や省エネ家電については、従来型製品からの転換がより円滑に進むよう、買換えの経済的メリットを計算・見える化する。また、省エネ型製品への買換えを促進するコンテンツ「しんきゅうさん」を、より使いやすくなるよう改良を図る。さらに、買換えの経済的メリットや性能など、消費者が知りたいと思う情報がよりの確に伝わるよう、様々な消費者の異なるニーズも踏まえた、効果的な買換え促進コンテンツを開発する。 <p>[住宅の省エネ化]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 既存の戸建て住宅、集合住宅のオーナーが、リフォームの際に住宅の断熱性、気密性の向上につながる、複層ガラスの窓、樹脂サッシなどを採用する省エネリフォームを検討・選択するよう、快適性・健康面など多角的なメリットも訴求しつつ、効果的な普及啓発の方策を検討・開発する。また、住宅を買いたい人、借りたい人向けに、省エネ性能の高い住宅が一瞥してわかるよう、省エネ性能表示制度に即した表示の普及を図るべく、インターネットサービ 	<p>[省エネ家電]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● LED・有機 EL 照明の導入率を向上させるため、家庭・業務部門への普及啓発を実施。 ● また、作業グループ（省エネ家電）の関係者の協力を得ながら、次のような取組を実施する予定。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 5つ星家電買換えキャンペーン ➢ 「しんきゅうさん」の改良 <p>[住宅の省エネ化]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 作業グループ（省エネ住宅）の関係者の協力を得ながら、次のような取組を実施する予定。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス（ZEH）の体験宿泊 ➢ ビジネストークガイドの作成・配布

国民運動実施計画	進捗状況
<p>スを提供している事業者を含め、不動産業界や認証機関と連携する。</p> <p>[エコカー]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● エコカーについては、関係業界と連携し、継続的にユーザーへの普及啓発を行う。 <p>[宅配便再配達削減]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 宅配便については、荷物を宅配便で受け取る消費者が、不要な再配達を削減することができるような受取方法を選択するよう、効果的な普及啓発の方策を立案し、実施する。 <p>[低炭素ライフスタイル・ワークスタイル]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● クールビズ・ウォームビズ、エコドライブ、公共交通機関の利用促進については、重層的・波動的な普及啓発により更なる認知率・実施率の向上を図る。クールビズ・ウォームビズについては、軽装・暖かい服装をするだけでなく、冷房温度は 28 度、暖房温度は 20 度という適切な温度管理が重要であることが理解・実施されるよう努める。 ● カーシェアリングや自転車シェアリング、シェアハウスなどのシェアリングエコノミーについて、20 代から 30 代の年齢層や関連するビジネスを行って 	<p>[エコカー]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 作業グループ（エコカー）の関係者の協力を得ながら、次のような取組を実施する予定。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ エコカー買換えキャンペーン <p>[宅配便再配達削減]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 作業グループ（低炭素物流）の関係者の協力を得ながら、次のような取組を実施する予定。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ COOL CHOICE 出来るだけ 1 回で受け取りませんかキャンペーン（仮称） <p>[低炭素ライフスタイル・ワークスタイル]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 次のような事業を実施。 <ul style="list-style-type: none"> ● クールビズの実施率を向上させるため、家庭部門及び業務部門への普及啓発を実施。 ● ウォームビズの実施率を向上させるため、家庭部門及び業務部門への普及啓発を実施。 ● エコドライブの実施率を向上させるため、国民の意識拡大や積極的な行動に繋げる訴求等の普及啓発を実施。 ● また、作業グループ（ライフスタイル）において、温室効果ガスの削減に資するライフスタイルの拡大を目指し、自転車シェアリングやシェアハウスなどのシェアリングエ

国民運動実施計画	進捗状況
<p>いる事業者を主なターゲットとして、交通、調理、冷暖房などエネルギー使用に関連する様々な生活の場面で、シェアすることが無駄を省きより効率的なライフスタイルとなって温室効果ガスの削減にも資するものであることを伝えるとともに、こうしたライフスタイルの拡大を目指した普及啓発を行う。</p>	<p>コノミーについて検討を行った。</p>
<p>② 国民一人一人が実施すべき具体的な取組の提示等</p> <ul style="list-style-type: none"> ● COOL CHOICE ホームページに、衣食住、趣味・社交、業務など、様々な生活やビジネスの場面における CO2 を削減する低炭素な製品・サービス・ライフスタイルの選択（COOL CHOICE）の具体的・代表的なものをリストアップし、その削減効果やコストメリットを示す。 ● その際、個人が実際に選択すべき取組がイメージしやすくなるように、例えば地域、住居の種類、家族構成、予算等に応じた取組のパッケージ例を提案するなど、効果的な方法で実施する。 ● 国民意識や製品技術の変化に対応するため、国民各界各 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地球温暖化に興味がある方だけでなく、興味がない方でも、地球温暖化に対する危機意識を醸成していただけるような各種コンテンツについて作成。特に、結婚や子育てといったライフイベント、一人暮らしや年配の方といった個人の属性に応じ、それぞれ個人が実際に選択すべき対策パッケージについて、データ等を示しながら具体的に提案することで、消費者に低炭素型の選択・行動を促していく内容を盛り込んだ。また、作成したコンテンツについては、「COOL CHOICE イメージキャラクター」をナビゲーターとして、スマートフォン向けアプリの配信を行うほか、新宿御苑のインフォメーションセンターにデジタルサイネージを常設する。 ● 国民や各種団体から広く地球温暖化対策のための取組事

国民運動実施計画	進捗状況
<p>層との双方向のコミュニケーションを確保できるよう工夫し、例えば特定のテーマについて国民一人一人のどのような取組が効果的か意見やアイデアを募るなど、国民各界各層の意見、反応を参考にし、COOL CHOICE ホームページの内容等を常時アップデートしていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 温暖化対策にも関係する既存の公募・表彰等（関係省庁のものも含む）について、受賞案件等の中から温暖化対策として有効なものについて、関係省庁の協力を得て、COOL CHOICE ホームページにリストアップする。 ● タッチセンサーやスマートフォン等、新しい技術を活用した若年層向けの普及啓発を実施する。 ● eコマースにおいて、「しんきゅうさん」を販売サイト上で消費者がわかりやすい、使いやすい形で利用できるように改良を図ることなどにより、LED 照明、省エネ家電等の低炭素製品の買換えを促進させる。 ● 温暖化対策の取組について、好奇心をかき立てるような魅力あるコンテンツを作成し、国民一人一人が自分事として考えるように促す。 	<p>例や自発的取組の意識醸成等に関する動画の募集を行った（応募合計 306 作品）。この中から特に優れた動画を選定し、平成 28 年 12 月 8 日に環境大臣から表彰を行った。今後、これらの動画やそのアイデアを普及啓発にも広く活用することについて検討していく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 作業グループ（省エネ家電）において、「しんきゅうさん」の改良方針について議論し、消費者がわかりやすい、使いやすい形で利用できるように改良を図るとともに、「カメラでしんきゅうさん（仮称）」など、効果的な買換え促進コンテンツを開発する予定。
<p>③ COOL CHOICE の賛同者数の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 温暖化対策の認知度・機運を高めるため、ホームページや様々なイベント等の機会を活用して情報発信すると 	<ul style="list-style-type: none"> ● COOL CHOICE の賛同者数の拡大に向けて、次のような事業を実施。

国民運動実施計画	進捗状況
<p>ともに、自身が実施する温暖化対策の取組や危機意識の醸成、COOL CHOICE の重要性等に係る動画・写真を広く国民から募集し、優れた動画・写真を普及啓発に活用することなどにより、COOL CHOICE の個人及び企業の賛同者数の拡大を目指す。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 国民運動広報用 WEB の更新等を行うと共に、地球温暖化対策が国民に効果的かつ効率的に普及・促進されるような、発信力・訴求力・影響力を備えた WEB サイトの充実を図っている。 ● 国民に地球温暖化対策関連情報を直接発信・体験できる効果的な各種イベントや PR 活動等を実施。 ● 企業・団体等と連携することで、国民に地球温暖化対策に対する理解と自発的な取組を促す体制を構築し、効果的な事業等を実施。 ● 国民や各種団体から広く地球温暖化対策のための取組事例や自発的取組の意識醸成等に関する動画の募集を行った（応募合計 306 作品）。この中から特に優れた動画を選定し、平成 28 年 12 月 8 日に環境大臣から表彰を行った。今後は、これらの動画やそのアイデアを普及啓発にも広く活用することについて検討していく。（再掲）
<p>④ 家庭エコ診断の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 各家庭におけるエネルギーの使用状況やライフスタイルに合わせたきめ細かな省エネ・省 CO2 対策の提案を行う家庭向けエコ診断について、消費者がより受診しやすくなるよう、エントリー一部分の消費者目線での見直しや、家庭での取組に関する情報提供の強化を行う。さら 	<ul style="list-style-type: none"> ● 民間企業や地域の地球温暖化防止活動推進センター等との連携による診断機会の拡大を図るとともに、ガス、住宅、自動車関連の対策等の見直し及び、診断ソフトの操作性等の改良などを行い、消費者がより受診しやすい環境を整え、受診者数の増大に向けた取組を実施した。

国民運動実施計画	進捗状況
<p>に、家電小売店やエネルギー事業者、工務店などとの連携を強化し、診断事業がLED照明や省エネ家電への買換え、省エネルギーフォームにつながる効果的なツールとなるように、診断事業の普及を図る。</p>	
<p>⑤ 環境教育・ESDの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ● IPCC AR5の内容等を広く一般の国民に伝えていく「伝え手」となる地球温暖化防止コミュニケーターを募集・研修し、伝え手が各地域のセミナーなどで地球温暖化の現状を伝え、低炭素社会の構築に向けた行動の実行を促す。 ● 学校教育への浸透を図るため、地球温暖化防止コミュニケーターによる出前授業のほか、教員等教育関係者の地球温暖化防止コミュニケーターへの参加促進を図り、指導資料の作成や教員への啓発などを実施する。 ● 環境教育等促進法による人材認定等事業登録制度等を活用し、環境教育の指導者の育成、確保を図る。 ● 地方環境パートナーシップオフィス等を活用して、地域における協働取組の形成、教職員や環境保全活動を行う者に対する研修の実施、環境教育・学習プログラムの作成等を支援する。 ● 環境人材育成コンソーシアムを活用して、特に中小企業 	<ul style="list-style-type: none"> ● IPCC 第5次報告書（AR5）、パリ協定や国民運動「COOL CHOICE」、更に地球温暖化対策計画の策定等の地球温暖化の最新情報について国民に伝える「地球温暖化防止コミュニケーター」を養成する事業を実施している。全国で地球温暖化防止コミュニケーターの養成セミナーを開催するとともに、国民一般を対象としたセミナーや親子を対象としたセミナー、小中学校に出前授業を実施。地球温暖化防止コミュニケーターにより地球温暖化の今を伝えることで危機意識を醸成し、低炭素社会に資する自発的な取組みのきっかけづくりを行っている。（再掲）

国民運動実施計画	進捗状況
<p>における環境経営を支援するため、経営者向けの人材育成セミナー等を実施する。</p>	
<p>⑥ 地方での展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 地域における情報発信・普及啓発、その担い手の育成を進めるため、地方環境事務所、地方公共団体、全国地球温暖化防止活動推進センター（全国センター）、地域地球温暖化防止活動推進センター（地域センター）等の関係団体と連携・協力を推進する。 ● その際、全国センター及び地域センターの体制、運営の現状分析、今後のあり方を踏まえ、全国センターと地域センターとの協働関係、地域センターと地方公共団体との協働関係の強化に努める。 ● 地方メディアを活用した継続的な普及啓発等、地方公共団体による普及啓発活動を支援する。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地方での展開のため、次のような事業を実施。 <ul style="list-style-type: none"> ● 国が指定した全国地球温暖化防止活動推進センター（全国センター）において、国民の日常生活に関する温室効果ガスの排出実態調査、排出抑制を促進する方策、地球温暖化及び温暖化対策に関する調査研究・情報収集・情報提供等を実施。 ● 47 都道府県及び一部の指定都市等がそれぞれ指定した 58 ヶ所の地域地球温暖化防止活動推進センター（地域センター）において、地域における国民の日常生活に関する温室効果ガスの排出実態について、地球温暖化防止活動推進員（地球温暖化対策に関する専門知識を有し、普及啓発等の活動経験に富むボランティアとして、住民の身近において地球温暖化対策についての指導や助言等を行う者）を活用した調査、情報収集、普及啓発、地域関係団体との連携等を実施。 ● 各地域の民生・需要分野や家庭・個人の自発的な地球温暖化対策への取組を促すため、市町村長や特別区長（市町村長等）が先頭に立ち、国民運動「COOL CHOICE」（賢

国民運動実施計画	進捗状況
	<p>い選択)を踏まえた地球温暖化対策を住民や各種団体と協力して、継続的に実施するために行う普及啓発事業を環境省として支援。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 全国 31 道県に所在する地方テレビ局が取材・編集した当該地域の地球温暖化の影響や対策を放送することで、地域住民の危機意識の醸成を図る。また、「COOL CHOICE TV」を開設し、YouTube で動画視聴できるよう情報発信を行うことでも危機意識の醸成を図る。
<p>⑦ 「家庭部門の CO₂ 排出実態統計調査」等のデータの活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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」等を実施し、インベントリ等の関連データとも併せて調査結果を活用することにより、効果的な普及啓発につなげる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 平成 26 年 10 月から平成 27 年 9 月まで、全国 10 地方の約 16,000 世帯を対象とした全国試験調査を実施し、平成 28 年 6 月 30 日に詳細な分析結果を確報値として公表したところ。今後、これらのデータを活用した普及啓発についても検討する。
<p>6. その他計画の実施に関し必要な事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 全体目標、個別目標指標等について、定期的に進捗状況を評価し、公表する。 ○ このため、環境省に専門家の検討会を設け、評価を行う。さらに、中央環境審議会地球環境部会に適切な審議の場を 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地球温暖化対策のための国民運動の更なる推進に向け、PDCA サイクルを構築し、各施策及び国民運動全体の評価と共に進捗管理を行っていくことで、地球温暖化対策に効果的な施策の強化に繋げていく。

国民運動実施計画	進捗状況
<p>設け、その評価結果を審議し、PDCA を回す。この結果を地球温暖化対策計画の点検・評価に反映させる。</p>	