COOL CHOICE
賢い選択

第4回COOL CHOICE推進チーム

資料1

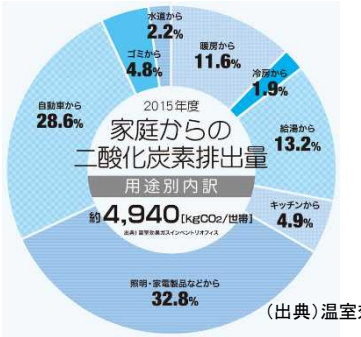
国民運動COOL CHOICEの進捗について

平成30年2月

環境省
Ministry of the Environment

総理主導の国民運動　"COOL CHOICE"

➢ 2030年度26%削減の達成に向け、家庭部門は**4割**という大幅削減が必要。



（出典）温室効果ガスインベントリオフィス、JCCCA

マイカーを含めた家庭からの排出量の３割強が照明・家電製品、３割弱が自動車、３割弱が冷暖房・給湯。

COOL CHOICE
賢い選択

クールチョイス

2030年度△26%目標達成のための【旗印】

省エネ・低炭素型の製品／サービス／行動など**あらゆる「賢い選択」を促す国民運動**

【照明・家電】

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

【自動車】

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

【冷暖房・給湯】

エコ住キャンペーン

断熱住宅や省エネ建材等を推進

＜関連＞ライトダウン

ライトアップ施設や家庭のライトダウンを呼びかけ

＜関連＞エコドライブ

環境負荷の少ない運転を推奨

ECO DRIVE

＜関連＞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

「移動」を「エコ」に。
smart move

＜関連＞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

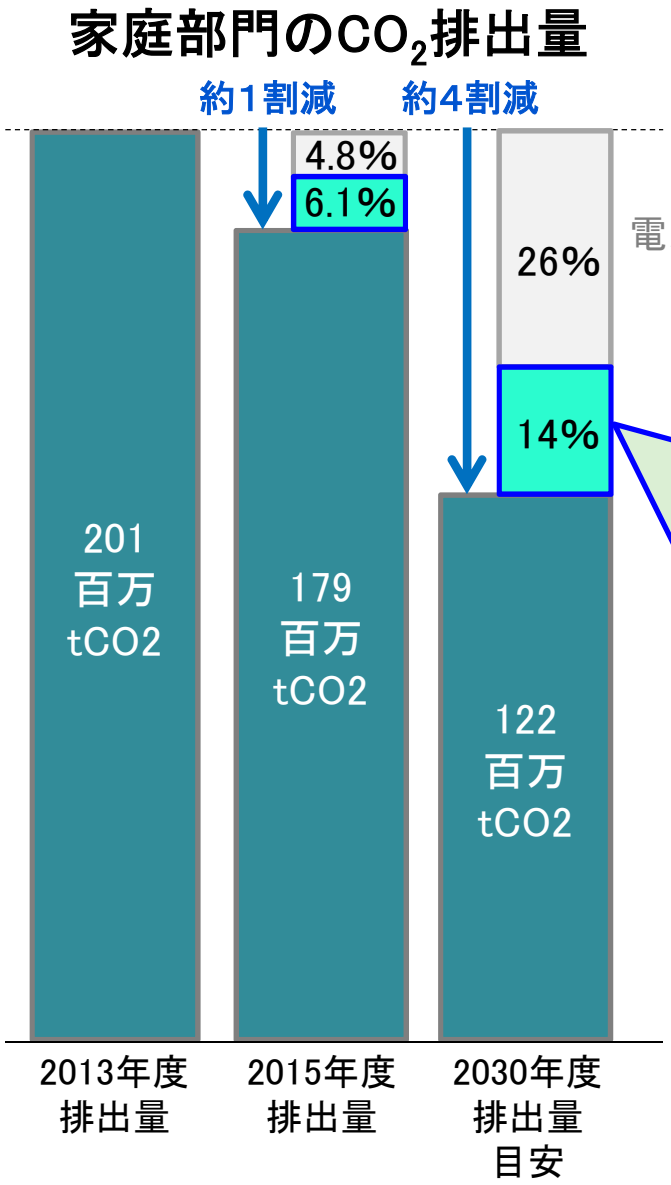
＜関連＞クールビズ＆ウォームビズ

夏季・冬季の冷暖房の適正使用を呼び掛け

COOLBIZ　COOL SHARE
WARMBIZ　WARM SHARE

家庭部門での約4割削減のイメージ

➢ 2030年度26%削減の達成に向け、家庭部門は**4割**という大幅削減が必要。



徹底した省エネ

＜都内4人家族（戸建て住宅）では・・・＞注

（対2013年度排出量比）

○照明をすべてLEDに変更：　6.6%減
○全居室の窓を複層ガラスに変更：　3.1%減
○10年前のエアコンを最新型に買換え：4.6%減
○10年前の冷蔵庫を最新型に買換え：6.0%減

20.3%減

→4つのうち3つ以上を行えば、14%削減は達成可能

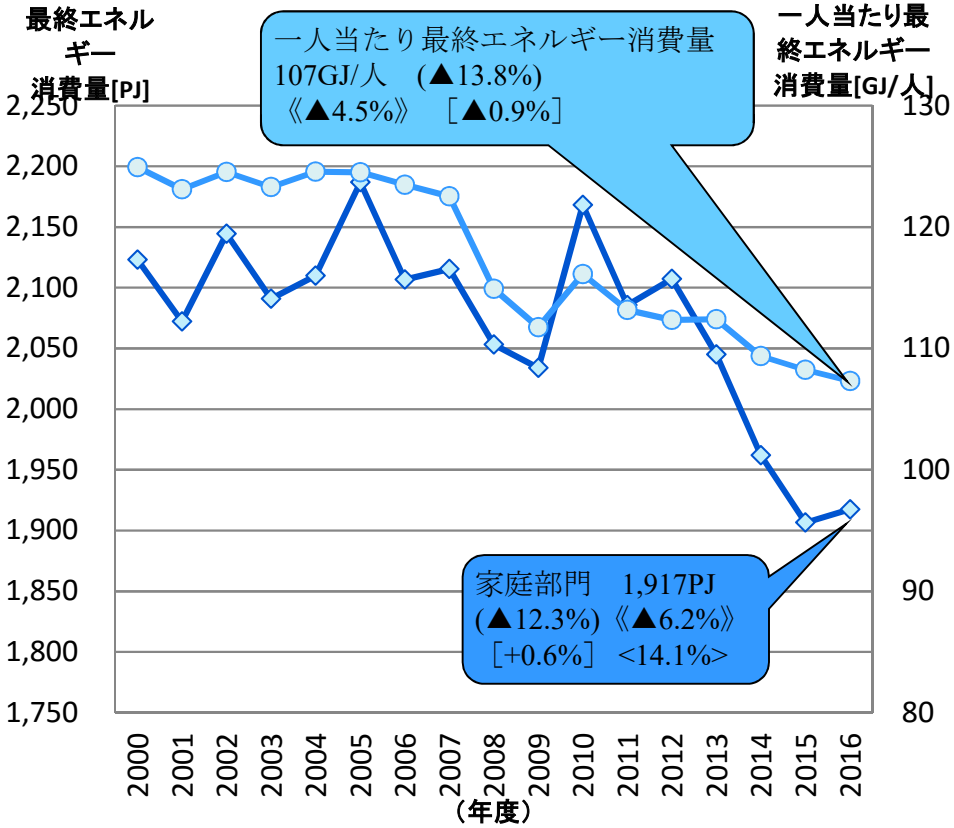
（環境省試算）

注：個々の住宅の状況による対策効果の表れ方が異なる点留意。
また、各試算は一定の前提条件のもと行われている点も留意。

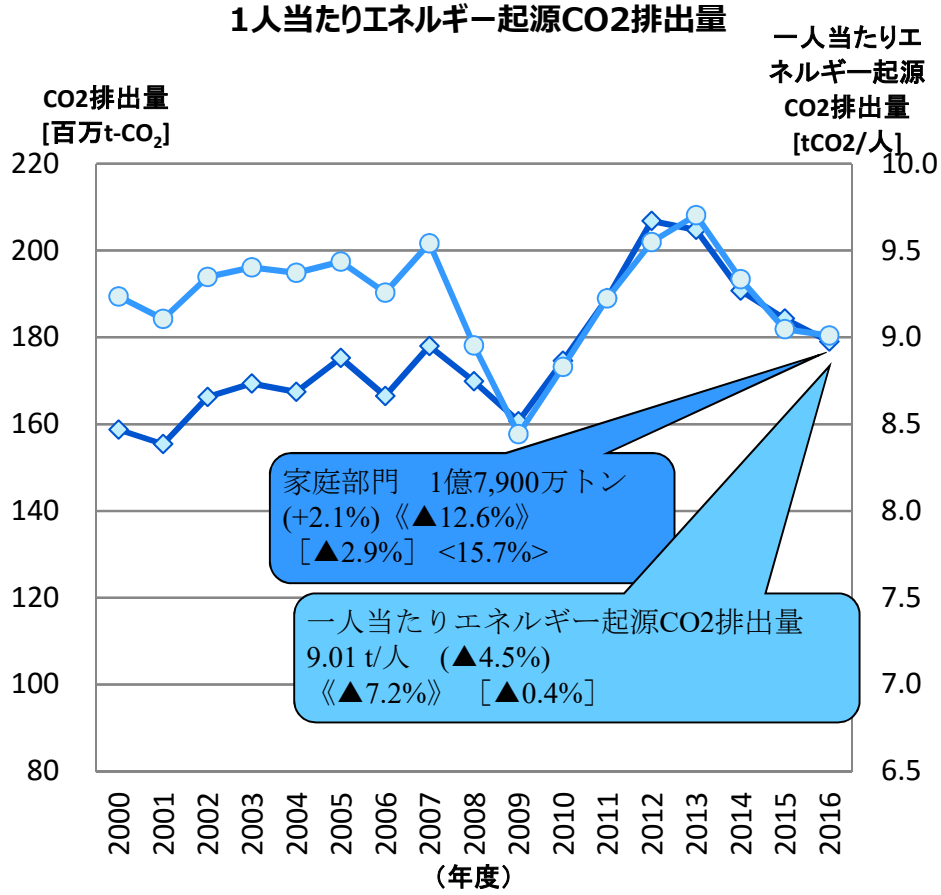
（参考）最終エネルギー消費量とCO2排出量の推移

- 家庭部門の最終エネルギー消費量は、2010年度をピークに減少傾向。CO2排出量は、2013年度以降減少。一人あたり消費量・排出量でみても、減少傾向が続いている。
- 足元でのマクロで見た家庭部門の最終エネルギー消費量・CO2排出量は着実に削減されていることから、今後ともこの削減傾向が続くよう、COOL CHOICEの普及啓発の取組により後押しをしていく。

家庭部門の最終エネルギー消費量と1人当たり最終エネルギー消費量



家庭部門のCO_2排出量と1人当たりエネルギー起源CO2排出量



(2005年度比)《2013年度比》[前年度比] <全体に占める割合(最新年度)>

（出典）資源エネルギー庁「総合エネルギー統計」

関連する統計値等での取組状況の把握

- 公表されている各種統計により、COOL CHOICEに関連する分野の動向を確認。継続的に状況を把握していくことで、国民運動の後押し効果を確認する手段とする。
- これに加え、より的確に成果を把握するための指標の拡充について継続的に検討を行う。

- 2030年度26%削減の達成に向け、家庭部門は**4割**削減

↓

- 2015年度の家庭部門の温室効果ガス排出量：179百万トン（2013年度比▲10.9%）
- 2015年度の家庭部門の最終エネルギー消費量：1,870PJ（2013年度比▲6.9%）

（出典）環境省「温室効果ガス排出量の算定結果」、資源エネルギー庁「総合エネルギー統計」

↓

- 2015年度の家庭部門の電力消費量：24.9百万kL（2013年度比▲7.4%）
- 2015年度の家庭部門の都市ガス消費量：10.4百万kL（2013年度比▲4.9%）
- 2015年度の家庭部門の灯油消費量：8.9百万kL（2013年度比▲13.4%）
- （参考） 2015年度の自動車燃料消費量（ガソリン）：51.9百万kL（2013年度比▲4.2%）
- （参考） 2015年度の自動車燃費消費量（軽油）：25.7百万kL（2013年度比±0.0%）

（出典）資源エネルギー庁「総合エネルギー統計」

↓

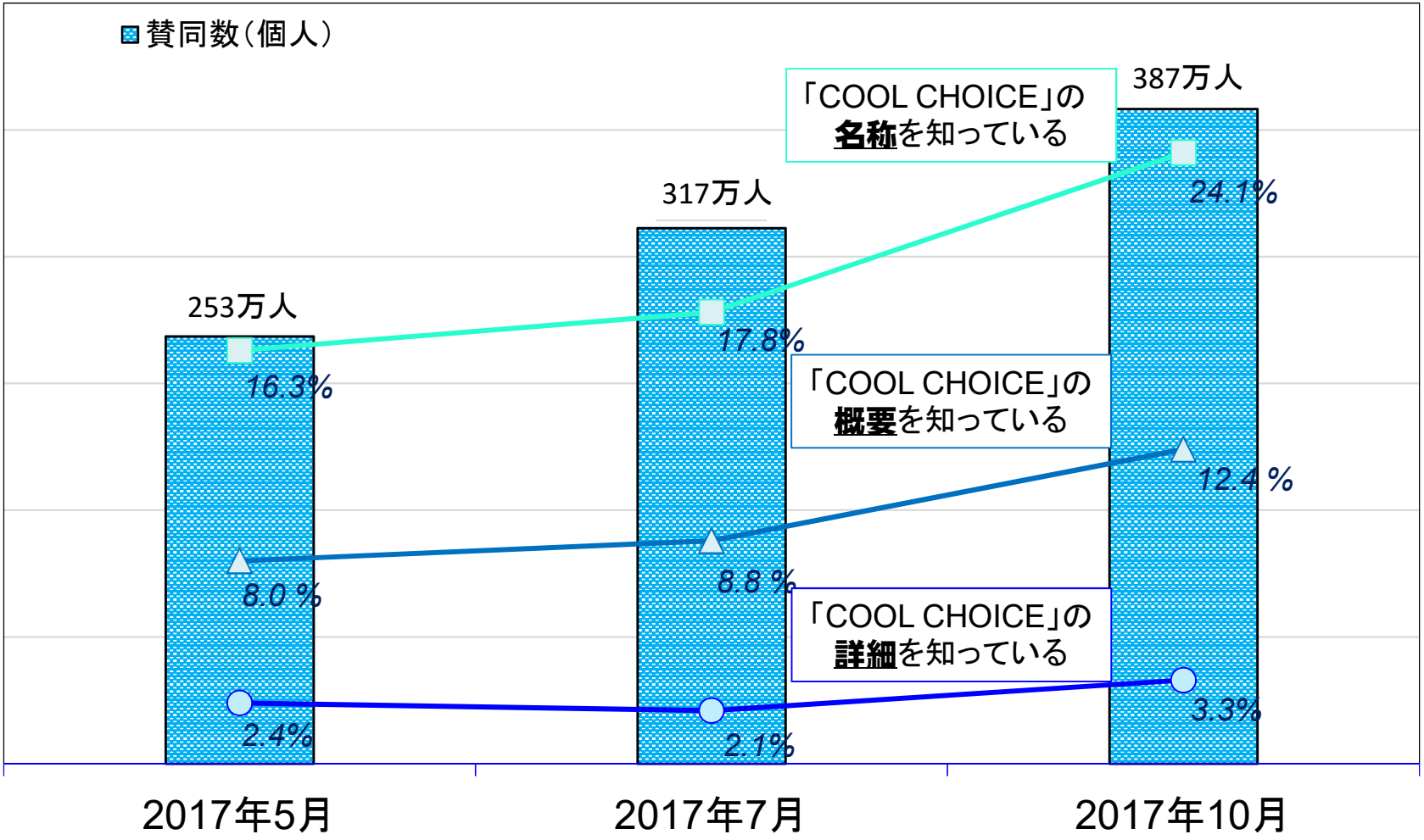
- 2016年度のLED照明販売個数：2,491万個（2013年度：2,558万個）
- 2016年度のZEH販売割合：9.4%
- 2016年度の建物用途が住宅のBELSの件数：12,366件
- 2016年度のエコカー保有台数：713万台（2013年度：389万台）

※その他、クールビズ実施率、ウォームビズ実施率、カーシェアリング実施率等について、アンケート調査等により確認。

（出典）経済産業省「生産動態統計」LED照明の出荷実績
一般社団法人 環境共創イニシアチブ ZEHビルダー一覧（普及実績を公表した社の平均値）
一般社団法人住宅性能評価・表示協会
（一社）次世代自動車振興センター「EV等保有台数統計」

（参考） COOL CHOICEの広がり

- 今年度の各種取組により、COOL CHOICEの認知度は着実に上昇。賛同数も右肩上がりに増加するなど、**COOL CHOICEの取組は国内に広がっている。**
- 家庭部門のCO2排出量削減目標の達成に向け、**今後も取組の拡大・共有に努める。**



（環境省調べ：折れ線グラフは一般へのアンケート結果）

COOL CHOICE

賢い選択

平成29年度の取組について

H29年度に実施した取組の全体像

	自治体・地域センター等	事業者	国	消費者
省エネ家電	**５つ星家電買換えキャンペーン** ・市町村だよりを通じた普及啓発 ・古い冷蔵庫コンテスト（仮称）等の実施 ・コミュニティFM等を通じた発信 ・地域センター等を通じた普及啓発	統一ロゴマークの掲出等を通じた周知 販売方法の工夫等による５つ星家電等の販売促進	・特設サイト開設等 ・「しんきゅうさん」改良 ・29省エネ家電予算 ・うちエコ診断	・省エネ家電への買換え（2030年度高効率機器が全面普及） ・LED照明への交換（2030年度ストック100%）
省エネ住宅	**エコ住キャンペーン** ・市町村だよりを通じた普及啓発 ・コミュニティFM等を通じた発信 ・地域センター等を通じた普及啓発	統一ロゴマークの掲出等を通じた周知 ZEH宿泊体験（冬） ビジネストークガイドの活用	・特設サイト開設等 ・29省エネ賃貸住宅支援予算 ・うちエコ診断	・新築ならZEHを選択する（2030年度、新築住宅における省エネ基準適合率100%） ・既存住宅は省エネリフォーム（2030年度約３割省エネ基準適合）
	ZEH、省エネリフォーム、BELS等のPR			
低炭素物流	**COOL CHOICE出来るだけ１回で受け取りませんかキャンペーン** ・市町村だよりを通じた普及啓発 ・コミュニティFM等を通じた発信 ・地域センター等を通じた普及啓発	統一ロゴマークの掲出等を通じた周知 CSRページ等での広報	・特設サイト開設等 ・29宅配ボックス予算	・宅配便を１回で受け取ることで、再配達による年間CO2排出量42万トンの削減を目指す
エコカー	**エコカー買換えキャンペーン** ・市町村だよりを通じた普及啓発 ・コミュニティFM等を通じた発信 ・地域センター等を通じた普及啓発	統一ロゴマークの掲出等を通じたエコカー買換えの促進 東京モーターショーでの情報発信	特設サイト開設等	・まずは、エコカー減税対象への買換えを行う ・2030年度には、新車の２台に１台を次世代自動車に
ライフスタイル	**シェアエコ～シェアリングエコノミーをシェアリングエコロジーへ～** スキル・空間・モノ・移動・お金のシェア活用による地域活性化の検討	自転車シェア	・特設サイト開設等 ・29自転車予算	・CO2削減にも貢献するシェアするライフスタイルを選択する

デジキャラ・動画・コミュニケーター等

平成29年度の省エネ家電グループにおける取組

【主な取組】

- **COOL CHOICE5つ星家電買換えキャンペーン**を展開し、省エネ家電の選好を消費者に訴求
- 省エネ製品買換ナビゲーション「**カメラdeしんきゅうさん**」の改良
- **雑誌「サンキュ!」**でのCOOL CHOICE紹介
- 「空想メディア（TOKYO FM）」とのコラボレーション企画・**SHONAN〔宿FREE〕**の実施

COOL CHOICE5つ星家電買換えキャンペーンの展開
ー キックオフイベントを開催、販売店等と協力して実施

- 関副大臣、土田晃之さん・近藤千尋さんがイベント（6月22日）に出席。（取材・記事掲載：日テレnews24、時事通信、毎日新聞等）
- イベントでは、統一省エネラベル、「カメラ de しんきゅうさん」等の認知向上を図り、効果的に省エネ家電製品への買換えを広く呼びかけた。
- キャンペーンの実施に合わせ、販売店へのポスター掲出を依頼。また、COOL CHOICE WEBサイトから、ダウンロードツールとして一般提供。

「カメラdeしんきゅうさん」の改良

- 「カメラdeしんきゅうさん」は、統一省エネラベルをスマートフォンのカメラで撮るだけで、10年前の製品との電気代などの比較が簡単にできるアプリ。
- 店頭ラベルの読み取り認識率を高める改修を行い、2017年12月にリリース。
- 更なる普及を目指し、「使い方動画」の作成等も検討中。

雑誌「サンキュ!」でのCOOL CHOICE紹介（自走的取組）

- 伊久美委員が総編集長を務めている雑誌「サンキュ!」12月号（１P）でCOOL CHOICEの各種取組（省エネ家電・LEDへの買換え、再配達防止、モノのシェア、エコドライブ）を紹介。

宿FREEプロジェクト“SHONAN〔宿FREE〕”

「COOL CHOICE」と高須光聖委員がパーソナリティーを務めるラジオ番組「空想メディア（TOKYO FM）」とのコラボレーション企画として、**無料（FREE）で泊まれる、エコな未来の家＝「宿FREE」**を作ることを目指して実施。12月～2月に体験宿泊希望者を募集。

＜ラジオ収録風景
（放送内容はCOOL CHOICE WEBに掲載）＞

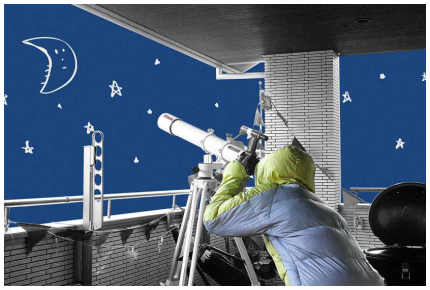
SHONAN〔宿FREE〕の実施

- 平成29年7月～12月の「空想メディア」内で、宿FREEの実現に向けて、高須委員とゲストの方が様々なアイデアを出し合い、パナホーム（株）の全面的な協力のもと、Fujisawa SST内に設置。
- 本企画では、①ZEH、②５つ星の最新省エネ家電、③「おうちでアウトドア感覚」等の暮らしの未来を体感できる企画が体験可能。

体験宿泊希望者の募集

- 応募要件については「20歳以上の方」とし、できるだけ多くの方が体験できるよう、環境省プレスリリース、SNS、ラジオ番組「空想メディア」を通じて、広く募集。
- 29年10月16日より募集開始。29年12月11日時点で満員となり、募集終了。※募集枠22組、応募件数71件。

＜SHONAN［宿FREE］外観＞



＜左から、リビング、バルコニー（アウトドアグッズ）、バルコニー（天体望遠鏡）＞

平成29年度の省エネ住宅グループにおける取組

【主な取組】

- ZEH・省エネリフォームを推進する**エコ住キャンペーン**を展開
- **COOL CHOICE ZEH体験宿泊キャンペーン**を展開し、ZEH住宅のメリットを消費者に訴求
- 「SUUMO」等の専門メディアを通じた情報発信を実施

エコ住キャンペーンの展開

ー 省エネ住宅推進大使に壇蜜氏を起用し、キャンペーンをPR

- 住宅の省エネ・低炭素化推進のため、高断熱・省エネ住宅への買換えや省エネリフォームを呼びかける「エコ住キャンペーン」を展開。
- また、キャンペーンを広くPRするために、壇蜜氏を省エネ住宅推進大使に任命。ポスター、工務店から個人に省エネリフォームを勧める「ビジネストークガイド」に出演。

※ビジネストークガイドは29年度中に全国の工務店等に6万部を配布予定

COOL CHOICE ZEH体験宿泊事業の実施

- 住宅新築、新居購入を検討している方をターゲットに、冬の期間、ZEH等に体験宿泊してもらうことで、省エネ住宅のメリットを体感してもらう企画。
- 体験宿泊を通じ、消費者の選択・行動変容につなげ、「新築、新居を購入するならZEH」という考え方を普及させることが目的。
- 全国10施設で、29年12月～30年2月の間に実施。

※ 応募状況：168件(宿泊枠216件　1月24日現在)

「SUUMO」等の専門メディアを通じた情報発信

- SUUMOジャーナルへ省エネリフォームに関する記事を掲出。
  - 第１回記事：環境省で行っている2重窓リフォーム（左写真）、クールビズの取組等
  - 第２回記事：マンション断熱改修の成功事例を取材
- 住宅購入・リフォームを考えている消費者がアクセスする専門メディアで情報発信を行うことで、効果的に行動変容につなげることが目的。

平成29年度のエコカーグループにおける取組

【主な取組】

- **チョイス!エコカーキャンペーン**を展開し、エコカー減税対象車への買換えを消費者に訴求
- 温対計画のエコドライブ実施率達成を目指し、関係企業・団体・省庁と連携して**エコドライブを推進**

チョイス!エコカーキャンペーンの展開
ー第45回東京モーターショーでキックオフイベント開催

- イベントでは、環境省及び日本自動車工業会会員企業から、COOL CHOICEと乗用車や商用車の環境技術を紹介。
- 併せて、ブースへの出展も実施。ブース内に設置したエコドライブシュミレーター等が人気を集め、期間中14,000人以上が来場。
- エコカー・エコドライブの全国での普及を後押しするため、地方モーターショーへのブース出展も実施。　※　福岡（12月）、札幌（1月）、東北（２月）

エコドライブの推進

- 三重県鈴鹿市で開催された全日本エコドライブチャンピオンシップ（全日本学生自動車連盟主催、環境省共催）に笹川環境大臣政務官が参加。
- 東京モーターショー環境省ブースにて、エコドライブに関する動画の放映やパネル展示を実施（日本自動車工業会と連携）。
- エコドライブ推進月間（11月）における普及啓発の取組として、関係省庁と連携して10月末に各種イベントを紹介するプレスリリースを実施。また、運送会社向けに荷台に掲出するステッカーを作成・掲出依頼を予定。

平成29年度の低炭素物流グループにおける取組

【主な取組】

- 経済産業省及び国土交通省と連携し、**再配達によるCO2排出量の増加や長時間労働による社会的損失に関する啓発**を実施。加えて消費者が**宅配便をできるだけ1回で受取るための工夫**を紹介。
- 問題意識の共有を背景に多様なステークホルダーから賛同を集めている。30年3月には、賛同団体・企業と消費者代表によるワークショップを開催し、各主体間の情報共有と課題解決に向けた議論を実施。

賛同企業・団体と連携し、ツールを用いて普及啓発を実施

- ポスターの作成・配布

  掲出期間： 平成29年8月～
  掲出先・配布枚数： 地方公共団体、賛同団体・企業等に約6,000枚

- 百貨店協会との連携によるPOPの作成・配布

  掲出期間： 平成29年８月（お中元）平成29年10月下旬～（お歳暮）
  掲出先・配布枚数： 協会加盟の全国の百貨店219店舗に各約5,000枚

- 宅配ロッカー会社との連携によるステッカーの作成・配布

  掲出期間：平成29年12月上旬～
  提出先　：全国の集合住宅、オープン型宅配ボックス
  配布枚数：現時点で3,000枚程度を予定。

- 企業等によるロゴマークの活用（自走的取組）

  例）三協アルミ：CSR報告書に掲載

賛同企業・団体の追加ー多様なステークホルダーとの連携ー

- 再配達削減に取組む企業等を訪問し、キャンペーンの紹介と賛同依頼を実施。

  賛同数：キックオフイベント当時（平成29年３月末）103
  → 平成30年１月１０日時点 **167**
  依頼先（例）：デベロッパー、EC事業者、職場受け取り実施企業　等

（参考）低炭素物流に関するワークショップの開催

- 平成29年3月に開始した「*COOL CHOICEできるだけ1回で受け取りませんかキャンペーン～みんなで宅配便再配達防止に取り組むプロジェクト～*」につき、①初年度の取組の総括と②キャンペーン強化を目指した課題の共有・解決策の検討に向けた議論を行う場として、3月13日に**ワークショップを開催**。
- **賛同企業に広く声掛けをし、各主体の取組を紹介するとともに、抱える課題を共有**。また、消費者の考えも関係者と共有するため、消費者の視点を代表する方々の参画も依頼中。

ワークショップの概要【案】

【開催時期、場所】

平成30年3月13日、環境省2階講堂

【参加者】 ※7～8グループに編成することを想定

・キャンペーン賛同企業・団体の参加希望者

・消費者の視点を代表できるような方々
（消費者団体・協会関係者、有識者等を想定）

【進行案】

①開会

②ワークショップ前半（取組紹介、現状の課題共有）

③休憩

④ワークショップ後半（具体的な課題に対するディスカッション等）

⑤まとめ（各グループからの発表）、閉会

ワークショップ後半で扱うディスカッション課題【例】

- **若年世帯、共働き世帯等**に共感が得られる再配達削減方策の提案
- **職場での受取りや不在時の留置**を拡大するために必要な環境整備
- **宅配ボックス**の普及・利用拡大に向けた検討

等

平成29年度のライフスタイルグループにおける取組

【主な取組】

- 「**シェアリングエコノミーを**シェアリングエコロジーへ」をキャッチコピーに各種取組を実施
- スマートムーブの推進として、公共交通機関に加え、**自転車シェアリング**との連携を強化
- COOL BIZ、WARM BIZと連動し、**空間のシェアであるクールシェア・ウォームシェア**を推進

自転車シェアリングとの連携を強化

ー ドコモバイクシェア、ももちゃりへのCOOL CHOICEステッカー掲出

- ドコモバイクシェア社が都内7区と連携して実施している自転車サイクリング事業と連携。
- 岡山市が実施しているコミュニティサイクル「ももちゃり」事業とも連携。

COOL CHOICE
自転車シェアリングで移動をエコに

クールシェア、ウォームシェアの認知・実施拡大へ

ー シェアスポット紹介サイト「シェアマップ」

- クールシェア・ウォームシェアとは、自宅でエアコンを使うのではなく、多人数が集まる場所に赴き、涼しさ・暖かさをシェアする取組。
- 企業の店舗、銭湯、自治体施設等のクールシェア・ウォームシェアを実施できる「シェアスポット」をWebサイトに掲載。
- 平成29年度より九都県市（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市、相模原市）がクールシェアを推進し、シェアマップにシェアスポットの登録を行っている。

賢い選択

各種事業等について

HP関連事業へのリーチ数

各作業グループの関連施策に加え、COOL CHOICEを推進するための各種広報事業を実施。各コンテンツへのアクセス等を通じ、国民運動の輪は徐々に広がっている。

ーHP、アプリ等ー

COOL CHOICE公式HP

- PV数：3,148,917
  （29年度4-12月、前年同時期比31%増）
- UU数：787,968
  （29年度4-12月、前年同時期比10%増）

※PV数：公式HPのページを閲覧した回数　※UU数：公式HPを訪問したユーザー数

COOL CHOICE　TV

- 動画数：632本（1月24日時点）
- 視聴回数：150,395回　（1月24日時点）
- チャンネル登録者数：　251人（1月24日時点）

※平成28年12月から運用開始。

アプリDL数

- DL数：7,739DL（1月13日時点）

※平成28年12月から配信開始。

ーSNSー

Facebook

- リーチ数：237,879人（29年度4－12月）
- フォロワー数：2,842人（1月23日時点）
- いいね数：2,760回（ 1月23日時点）

Twitter

- インプレッション数：1,787,238回（29年度4－12）
- エンゲージメント数：37,402回（29年度4－12月）
- フォロワー数：1,893人（1月23日時点）
- いいね数：4,874回（1月23日時点）

※平成28年８月から運用開始。

Instagram

- フォロワー数：349人（1月23日時点）

※平成29年６月から本格的に運用開始。

※リーチ数：投稿が表示された利用者の数　※インプレッション数：ユーザーのタイムラインまたは検索結果にツイートが表示された回数
※エンゲージメント数：ユーザーがツイートに反応した合計回数。リツイート、返信、フォロー、いいね、ツイートの任意の場所のクリック数（リンク、ハッシュタグ、ユーザー名、プロフィール画像、ツイートの詳細表示など）

（参考）COOL CHOICE PR動画

- COOL CHOICEのPRを実施するため、著名人等と連携し動画を作成。
- COOL CHOICEウェブサイト、You tube、SNS等で公開中。

日本オリンピック委員会と連携した動画

髙梨沙羅さん（競技：スキー・ジャンプ）からスポーツと環境についてお話いただいた動画を公開。

- 平成30年２月９日公開
- 再生回数：635回（２月14日現在）
- 森井大輝さん（競技：アルペンチェアスキー）にも取材済み（３月公開予定）

省エネ家電買換促進動画

「COOL CHOICE ５つ星家電買換えキャンペーン」の一環として、COOL CHOICE PR（省エネ家電買換促進）動画「Non温暖化！～赤鬼化を止めろ！」を公開。

- 第１弾及び第２弾：平成30年２月２日公開
  第３弾：平成30年２月７日
- 再生回数（２月14日現在）：第１弾　78,400回
  第２弾　14,000回
  第３弾　7,300回

COOL CHOICEイメージキャラクター

地球温暖化問題への関心が薄い若年層をターゲットとした普及啓発活動として、吉田委員に協力いただき、COOL CHOICEイメージキャラクターの活動を開始。５月26日から、キャラクターデザイン一般利用も開始。２次創作のルール作りについても検討中。

キャラクターを活用した「COOL CHOICE」の浸透

- ◆ 動画再生回数は合計で３万回以上（7月12日時点）。COOL CHOICEアプリナビゲーターやポスター等でも積極的に活用。
- ◆ 君野イマ・君野ミライのエコな取組紹介は、COOL CHOICEの認知率向上に効果を上げており、普及啓発に貢献。
  （キャラクターを知っている者のCC名称認知76.6%）
- ◆ 29年度は、各地での普及啓発活動に積極的に活用いただいた。
  ※　高知県南国市（とさでん交通電車）、京都府舞鶴市（京都交通バス）他

※　左：君野イマ、右：君野ミライ

地域と連携した国民運動の展開

地方公共団体や地域コミュニティ情報発信媒体が、家庭・個人等の自発的な地球温暖化対策への取組を促し、**地域の生活スタイルや個々のライフスタイル等に応じた効果的な取組を推進する普及啓発活動を行う事業を支援。**

地方公共団体向け補助金

【主な採択事業（平成29年度）】

➢ **北海道　滝川市**

①自動車教習所と連携したエコドライブの推進
②「地球温暖化防止活動普及大使」の養成
③高校生等への環境教育の実施
④一般市民等を対象とした環境講座の実施
⑤地元メディアを活用した情報発信　　etc.

➢ **山形県　山形市**

①ライトダウンキャンペーンと連動したイベントの実施
②COOL CHOICEラッピングバス等のPR活動の実施
③イベントを通じた情報発信、賛同呼びかけ
④エコハウス見学ツアー等のエコ住宅普及活動の実施
⑤大学生等と連携した「COOL CHOICE」の促進　etc.

➢ **富山県　富山市**

①HPやメールマガジン、市広報誌等を通じた「COOL CHOICE」の取組事例紹介
②夏休みの子供たちを対象とした環境教室の開催
③一般市民等を対象とした環境啓発イベントの開催
④市内企業等を対象としたエコドライブ実践教室の開催
⑤コミュニティサイクル利用促進キャンペーン

地域コミュニティ情報媒体向け補助金

【主な採択事業（平成29年度）】

➢ **e-niwa（北海道）**

①市民の声を収録した60秒CMの放送
②市民・行政・企業等と連携した番組放送
③道の駅デジタルサイネージでの啓発映像の放映 etc.

➢ **Suzuka Voice FM（三重県）**

①ラジオ番組を活用した啓発活動（60秒CM等）
②COOL CHOICE俳句・川柳募集　etc.

➢ **FM東広島（広島県）**

①地元市民、地元研究機関からの専門家が出演する啓発番組の放送　etc.

H29採択結果

【採択結果】
・地方公共団体：102件（35都道府県）採択
・ケーブルTV事業者：１件採択
・コミュニティFM放送事業者：54件（32道府県）採択
※うち、両方の補助金で採択されたのは18件。

COOL CHOICE 普及啓発及び企業連携

- COOL CHOICE関連の取組を促進するため、**先進的な取組を表彰・紹介する環境大臣表彰「COOL CHOICE LEADERS AWARD」**を創設。
- 週刊東洋経済と連携した小冊子の作成を行い、更なる認知度向上・賛同数の拡大を図る。

COOL CHOICE LEADERS AWARDの創設・実施

個人、グループ及び企業・団体等から広く、「COOL CHOICE」に率先して取り組んでいる“人・グループ”及び「COOL CHOICE」を広げるための“アイデア”を募集・表彰。

- 応募総数：518件
- 表彰内容：環境大臣賞：窓リフォーム「リフレム リプラス」／(株)LIXIL
  爆笑問題COOL CHOICEアイデア賞：空家計画（そらいえけいかく）／一般社団法人ソーシャルグッド　他
- 表彰式　：12月9日（土）(「エコプロ2017」にて開催)

地球温暖化防止コミュニケーター事業

今年度新規に500名のコミュニケーターを養成し、コミュニケーターによる国民への普及啓発活動を展開。コミュニケーターを活用し、小中学校を対象とした出前授業、親子を対象としたイベントを開催。

- コミュニケーター数：2,519名（平成30年2月時点）
- コミュニケーター養成セミナー：19回開催予定、434名養成（平成30年2月時点））
- 出前授業：小学校110校、中学校10校で実施予定
- 親子イベント：５回開催

親子向けイベント

賢い選択

平成30年度の取組について

環境配慮行動を行うことが格好良いと考え、自発的に行動する人を増やしていくための方策は？

目指すべき新しい価値観

「CO2排出のより少ない」商品、サービス、ライフスタイルを選択すること（＝COOL CHOICE）が**当たり前**で、むしろ選択しないことが**格好悪い**と感じる社会

認知⇒行動の各段階で、ハードルを越える必要

地球温暖化は手をこまねいていてはいけない → ・自分にも責任 ・自分の行動が有効 → ・行動がとれるか ・手間や費用は？ → 「COOL CHOICE」

認知　　**行動**

現行の実施事業

- 地球温暖化防止ｺﾐｭﾆｹｰﾀｰ事業
- 公式HP等でのCOOL CHOICE TV（動画）、SNSの活用
- 各種イベント等でのCOOL CHOICE賛同呼びかけ

- 公式HP等でのCOOL CHOICE TV（動画）、SNSの活用
- デジキャラ（君野イマ・君野ミライ）の活用
- COOL CHOICE LEADERS AWARDの実施
- 企業、団体等との連携によるCOOL CHOICE 呼びかけ

省エネ家電グループ活動案

- 29年度は、省エネ家電やLEDの普及について、通年の**啓発・呼びかけ**を実施。
- 30年度は、消費者が落ち着いて家電やLEDを選択可能な時期に集中して**啓発・呼びかけ**を実施。
- 消費者が**家電やLEDを買換える時期に先立ち普及啓発活動を盛り上げる**ことで効果的に行動変容を促すとともに、より節電・省エネにつながるような**家電の使い方の工夫**についての情報発信を強化。

啓発・呼びかけの強化

- 特設HPの必要に応じた更新
- ポスターの作成・掲出
- 地方公共団体やコミュニティFM、地域センター等を活用し、より多くの消費者に届くよう情報発信力を強化（補助金事業等）
- 2017年度より開始した"COOL CHOICE LEADERS AWARD"の継続、良い取組の表彰を通じたインセンティブづくり
- 関係者への、うちエコ診断士、温暖化防止コミュニケーターへの参画呼びかけ

各種キャンペーンの強化

- **多くの家計が家電を買換える時期等に普及啓発活動を盛上げ**、効果的に行動変容を促す
  - ✓ COOLBIZと連動した省エネエアコンキャンペーンを5月～6月頃にかけて実施
  - ✓ 省エネ冷蔵庫キャンペーンを9月～10月頃にかけて実施
  - ✓ LEDキャンペーンを12月頃に実施
- **より節電・省エネを実現できる家電の使い方**に関する情報発信を実施し、WEB・SNS・メディア等で展開
- LEDの普及啓発を強化するため、**「COOL CHOICE×LED」のロゴ**作成を検討
- 「カメラでしんきゅうさん」の機能向上
- その他補助金事業等の推進

省エネ住宅グループ活動案

- 29年度は、特設HPやポスター、ビジネストークガイド等を活用し、新築・持ち家等の**啓発**を実施。
- 30年度は、持ち家のリフォームや賃貸住宅など、消費者に**行動変容を促すのが、相対的に難しい分野での啓発を実施**。
- 実施の際には、リフォーム等への心理的ハードルを下げるため、**DIYや省エネ建材の促進や体験**を通じたきっかけづくりに取組む。併せて、給湯分野での節水・節湯、省エネの普及啓発を実施。

啓発・呼びかけの強化

- 特設HPの更新、ポスターの作成・掲出
- **賃貸住宅居住者向けの施策を強化**
  - ✓ 断熱性能等の情報提供開始に関する検討
    →現在は部屋選びの検討要素となっていないが、指標化を通じ消費者ニーズを取込むことで、賃貸住宅の資産価値向上へ働きかける
    ※ 想定光熱費の参考表示についても検討
  - ✓ オーナーや管理会社向けに、既存住宅の断熱性能等を向上させるポイントを発信
- ビジネストークガイドの更新・配布拡大（施主への接触頻度を出来る限り増加させるよう、既存のリフォーム関連イベントや環境関連イベント・消費者関連イベント等の機会を最大限有効活用）
  - ✓ **暑さ・寒さ対策になるDIYとリフォーム向け省エネ建材**を紹介したガイド作成を検討
- 住宅における「高断熱浴槽、節水トイレ、節水・節湯水栓（浴室、洗面所、台所、トイレ）」の普及を後押ししていくため、**「水回りでCOOL CHOICE（仮称）」のロゴ**作成を検討

体験型施策の充実等

- 新築住宅の購入を検討する世帯向けに、来年度も**ZEH体験宿泊を実施**
  - ✓ 2017年度事業の効果検証を踏まえた企画立案を行い、2018年12月～翌2月に実施
- 既存住宅のリフォームを検討する世帯向けに、新たに**省エネリフォーム体験を実施**
  - ✓ 秋までに協力施設を公募し、ウォームビズと連携した体験事業の実施を想定
  - ✓ あわせて「今住んでいる家の温度を確認してみませんか（仮称）」という呼びかけを実施（測定した際に、測定した家の状況が同様の地域の家と比べて相対的にどの程度の水準か比較出来るような仕組みを合わせて検討）
- その他補助金事業等の推進
- 環境団体や消費者団体への、住宅関連セミナーの参画呼びかけ
- 関係者への、温暖化防止コミュニケーターへの参画呼びかけ

エコカーグループ活動案

- 29年度は、特設HPやポスター、モーターショー等を活用した**啓発・呼びかけ**を実施。
- 引き続きエコカー減税対象車への買換え促進キャンペーンを推進。
- エコカーの買換えには数年～10年程度を要することから、消費者により身近な**エコドライブ推進をきっかけにしてエコカー買換えを呼びかける事業に組込む**。より省エネで安全な運転を促すとともに、エコカー買換えキャンペーンを呼びかけるきっかけ作りとする。

啓発・呼びかけの強化

- 特設HPの必要に応じた更新
- ポスターの作成・掲出
- 地方公共団体やコミュニティFM、地域センター等を活用し、より多くの消費者に届くよう情報発信力を強化（補助金事業等）
- 2017年度より開始した”COOL CHOICE LEADERS AWARD”の継続、良い取組の表彰を通じたインセンティブづくり
- 関係者への、うちエコ診断士、温暖化防止コミュニケーターへの参画呼びかけ

エコドライブとの相乗効果

- より燃費の良いエコカーへの買換え訴求を継続して実施
- **エコドライブ推進**を取込み、より低炭素な運転を促す普及啓発活動を推進
  - ✓ エコドライブの認知率・実施率の向上を目標に、重点ポイントを中心とした**より取組みやすく感じるような普及啓発活動を推進**
  - ✓ エコドライブによる実走行燃費の把握を入口に、より燃費の良いエコカーへの買換えを検討するような**相乗効果・波及効果**を期待できる事業を検討

低炭素物流グループ活動案

- 29年度は、特設HPやポスター、協力企業・団体のPOP等を活用した**啓発・呼びかけ**を実施。
- 30年度は宅配便を1回で受取るための**具体的な事例紹介をEC利用頻度の高い若者を中心に実施**。
- 前述のとおり、再配達問題に関わる各主体間の状況の共有と主体間連携のために、キャンペーン開始から概ね1年後の平成30年3月にワークショップ開催。ワークショップでの議論も踏まえキャンペーンを実施。

啓発・呼びかけの強化

- 特設HPの必要に応じた更新
- ポスターの作成・掲出
- 協力企業・団体の取組を支援
- 地方公共団体やコミュニティFM、地域センター等を活用し、より多くの消費者に届くよう情報発信力を強化（補助金事業等）
- 2017年度より開始した”COOL CHOICE LEADERS AWARD”の継続、良い取組の表彰を通じたインセンティブづくり
- 関係者への、温暖化防止コミュニケーターへの参画呼びかけ

⇒特に、30年度は**次世代を担う若者向けの呼びかけ**を強化することを目標に各取組を推進

アクション例の紹介・検討

- **職場での受取り**事例を収集・紹介するとともに、より拡大させるために必要な方策を検討
- **宅配ボックス**の普及・利用拡大に向けた検討
  - ✓ 集合住宅における宅配ボックスの利用拡大・先進事例の収集と紹介
  - ✓ 戸建住宅用宅配ボックスに関し、一般財団法人ベターリビングが策定した優良住宅部品認定基準等を紹介
  - ✓ 29年度のオープン型宅配ボックス補助金の成果を分析し、宅配ボックス等の活用を促進
- **宅配便が特定の時期に集中する状況**について問題提起を行い、個人が発注した店舗に引取りに行くことの推進やピークシフトの可能性等の対応策を検討

○普及啓発事業の実施に当たっては、29年7月の閣議決定の総合物流施策大綱を踏まえ、30年1月に策定された総合物流施策推進プログラム内で設定された指標（宅配便の再達率：16 %程度（2017年度）→13%程度（2020年度）やその進捗状況も確認しつつ、経済産業省及び国土交通省と連携して取組を進めていく予定。

ライフスタイルグループ活動案

- 29年度は、特設HPやポスター等を活用し、自転車のシェアリングから**啓発・呼びかけ**を実施。
- 30年度は「**シェアリングエコロジー**」を推進していくため、更に対象を拡大し、**移動・空間のシェアリングエコノミー**に関する普及啓発を呼びかけが可能な分野から順次積極的に実施。
- さらに、**モノのシェア**についても、環境省の取組「**3R**」に基づき、新たに「**シェアリングエコロジー**」の柱に発展させられないか検討。

啓発・呼びかけの強化

- 特設HPの必要に応じた更新
- ポスターの作成・掲出
- 地方公共団体やコミュニティFM、地域センター等を活用し、より多くの消費者に届くよう情報発信力を強化（補助金事業等）
- 2017年度より開始した"COOL CHOICE LEADERS AWARD"の継続、良い取組の表彰を通じたインセンティブづくり
- 関係者への、温暖化防止コミュニケーターへの参画呼びかけ

各種キャンペーンの強化

- 「**移動のシェア**」の推進を強化
  - ✓ 自転車シェアのキャンペーン継続
  - ✓ 従来のスマートムーブに加え、その他の移動手段のシェア（カーシェア他）へも活動を展開できないか検討
- 「**空間のシェア**」の推進を強化
  - ✓ クールシェア・ウォームシェアのキャンペーン継続
  - ✓ 居住空間のシェアがシェアリングエコロジーにつながるかを分析・検証し、新たな普及啓発分野となりうるか検討
- 「**モノのシェア**」に関する検討
  - ✓ 従来の「3R」の取組をベースに、新たにシェアリングエコロジーの柱となりうる分野がないか検討

H30年度に実施予定の取組の全体像

事業の狙い	実施事業例	進捗確認事項例	2030年目標との関係
地球温暖化への関心度の向上、危機意識の浸透	• 地球温暖化防止ｺﾐｭﾆｹｰﾀｰ事業 • 公式HP等でのCOOL CHOICE TV（動画）、SNSの活用	• 地球温暖化や地球温暖化がもたらす影響への関心度 • 地球温暖化対策の必要性への認知度	• 地球温暖化の影響についての理解促進 • 国民運動の推進
COOL CHOICEへの賛同拡大と取組の促進	• 各主体と連携した周知拡大 • デジキャラの活用 • COOL CHOICE LEADERS AWARDの実施	• 各種賛同数、認知度（特に詳細認知） • 家庭や職場で行う地球温暖化対策の実施割合	
省エネ家電・LED買換え促進 照明や空調の効率的利用の推進	• 省エネ家電、LED買換え促進事業 • 照明の効率的な利活用事業 • Light Downキャンペーン促進 • COOLBIZ、WARMBIZ推進事業	• LED販売実績 • 照明の効率的な利用の実施割合 • COOLBIZ、WARMBIZの実施割合	• 省エネ家電への買換え（2030年度高効率危機が全面普及） • LED照明への交換（2030年度ストック100%）
省エネ住宅・断熱ﾘﾌｫｰﾑの普及 水回りでのCOOL CHOICE推進	• 省エネ住宅推進事業 - 体験型施策の実施、賃貸住宅での省エネ住宅普及推進） • 水回りでCOOL CHOICE推進事業	• 新築住宅販売件数に占めるZEH割合 • 断熱ﾘﾌｫｰﾑの実施状況 • BELS取得件数	• 新築はZEHを選択（2030年度新築住宅における省エネ基準適合率100%） • 既存住宅は省エネリフォームを実施（2030年度省エネ基準適合率約3割）
宅配便再配達率の削減	• 低炭素物流推進事業 - 次世代を担う若者への呼びかけ、職場受取や宅配BOXの普及啓発	• 宅配便再配達率 • 宅配ボックスの普及状況	• 宅配便を1回で受け取ることで、再配達による年間CO2排出量（42万トン）を削減することを目指す
エコカー普及 エコドライブ推進	• エコカー買換え促進 • エコドライブ推進事業	• エコカー保有割合 • エコドライブの実施率	• まずは、エコカー減税対象への買換えを促進 • 2030年度には、新車の2台に1台を次世代自動車に
シェアリングエコロジーの推進	• スマートムーブ推進事業 • 自転車シェア、カーシェア推進事業 • COOL SHARE、WARM SHARE	• 公共交通の利用割合 • 自転車シェア、カーシェアの実施割合	• CO2削減にも貢献するシェアするライフスタイルを選択

（参考）各作業グループのメンバーについて

【省エネ家電グループ】

亀山尚之	大手家電流通協会、上新電機株式会社東京営業部長
齋藤光雄	全国電気商業組合連合会事務局長
高橋修	大手家電流通協会事務局長
薬師寺康博	一般財団法人家電製品協会技術部部長
山形珠実	横浜市温暖化対策統括本部担当課長
山本沙織	株式会社ベネッセコーポレーション たまひよ・サンキュ！マーケティング室長
成田達治	経済産業省商務情報政策局情報産業課長
吉田健一郎	経済産業省資源エネルギー庁省エネルギー課長
松澤裕	環境省地球環境局地球温暖化対策課長

【省エネ住宅グループ】

秋元康幸	横浜市温暖化対策統括本部企画調整部環境未来都市推進担当部長
池本洋一	株式会社リクルート住まいカンパニー SUUMO編集長
小山貴史	一般社団法人ZEH推進協議会　代表理事
川井正仁	一般社団法人全国中小建築工事団体連合会　専務理事
久原英司	一般社団法人JBN・全国工務店協会　理事、 株式会社エバーフィールド代表取締役
庄司桂弥	一般社団法人住宅リフォーム推進協議会　事務局長
徳森岳男	全国建設労働組合総連合　住宅対策部長
布井洋二	一般社団法人日本建材・住宅設備産業協会　エネルギー企画・普及部会ZEH普及分科会副主査
長谷川芳彦	一般社団法人住宅性能評価・表示協会　事務局長
羽深薫	一般社団法人全国住宅産業地域活性化協議会　事務局長
松原俊二	一般社団法人住宅生産団体連合会、細田工務店設計部　担当次長
山下竜嗣	一般社団法人日本木造優良住宅協会　専務理事
吉田健一郎	経済産業省資源エネルギー庁省エネルギー課長
長谷川貴彦	国土交通省住宅局住宅生産課長
松澤裕	環境省地球環境局地球温暖化対策課長

【エコカーグループ】

稲垣昇	一般社団法人日本自動車連盟交通環境部長
大須賀竜治	一般社団法人日本自動車工業会環境統括部調査役
大塚一晴	さいたま市環境局環境共生部環境未来都市推進課長
小野光陽	株式会社徳間書店Goods Press編集部
小越幸雄	一般社団法人日本自動車販売協会連合会法務部長
（オブザーバー）	
千田敏	東京都環境局環境改善部自動車環境課長
垣見直彦	経済産業省製造局自動車課ITS・自動走行推進室長
久保田秀暢	国土交通省自動車局環境政策課長
松澤裕	環境省地球環境局地球温暖化対策課長

【低炭素物流グループ】

小木曽 稔	一般社団法人 新経済連盟 事務局員
工藤 謙一郎	ヤマト運輸株式会社 センターオペレーション部 プロジェクトマネージャー
小泉 博	東京地下鉄株式会社 経営企画本部 企業価値創造部 新規事業担当課長
佐野 太	東日本旅客鉄道株式会社 事業創造本部 地域活性化部門 事業開発グループ 課長
滝澤 広明	一般社団法人 日本民営鉄道協会 運輸調整部長
馬場 伸一郎	日本郵便株式会社 郵便・物流営業部 課長
深田 裕康	一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会 環境委員会、 株式会社ローソン 事業サポート本部 部長
古谷 由紀子	サステナビリティ消費者会議 代表
松田 博和	一般社団法人 日本物流団体連合会 業務執行理事・事務局長
松本 洋征	京王電鉄株式会社 事業創造部 駅ビジネス担当課長
涌井 孝一	佐川急便株式会社営業部営業課課長
伊奈 友子	経済産業省商務情報政策局商務・サービスグループ物流企画室長
吉田 健一郎	経済産業省資源エネルギー庁省エネルギー課長
鎌田 一郎	国土交通省総合政策局物流政策課企画室長
松澤 裕	環境省地球環境局地球温暖化対策課長

【ライフスタイルグループ】

大塚一晴	さいたま市環境局環境共生部環境未来都市推進課長
佐別当隆志	一般社団法人シェアリングエコノミー協会事務局長
西川克介	自転車シェアリングにおける相互乗り入れに関する検討協議会会長（港区街づくり支援部地域交通課長）
堀清敬	株式会社ドコモ・バイクシェア代表取締役社長
山﨑剛	株式会社グローバルエージェンツ代表取締役社長
（オブザーバー）	
神山一	東京都環境局地球環境エネルギー部計画担当課長
亀井明紀	経済産業省産業技術環境局環境政策課環境経済室長
川俣裕行	国土交通省道路局環境安全課沿道環境専門官
中西賢也	国土交通省都市局街路交通施設課専門官
古賀潔	国土交通省住宅局住宅政策課住生活サービス産業振興官
松澤裕	環境省地球環境局地球温暖化対策課長