

賢い選択

第6回COOL CHOICE推進チーム

資料1

COOL CHOICEの進捗について

平成31年2月



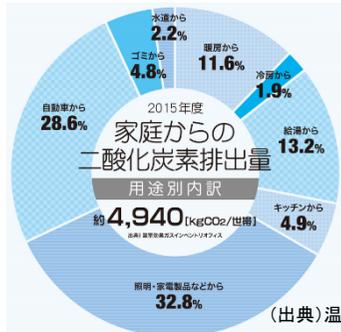
目次

1. **COOL CHOICE**の現状等について
2. 平成30年度の実施について
3. 平成31年度の実施の方向性について

1. **COOL CHOICE**の現状等について

総理主導の "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。



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。



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・脱炭素型の製品／サービス／行動などあらゆる「賢い選択」を促す取組

【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



チョイス！エコカー

【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



＜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



＜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



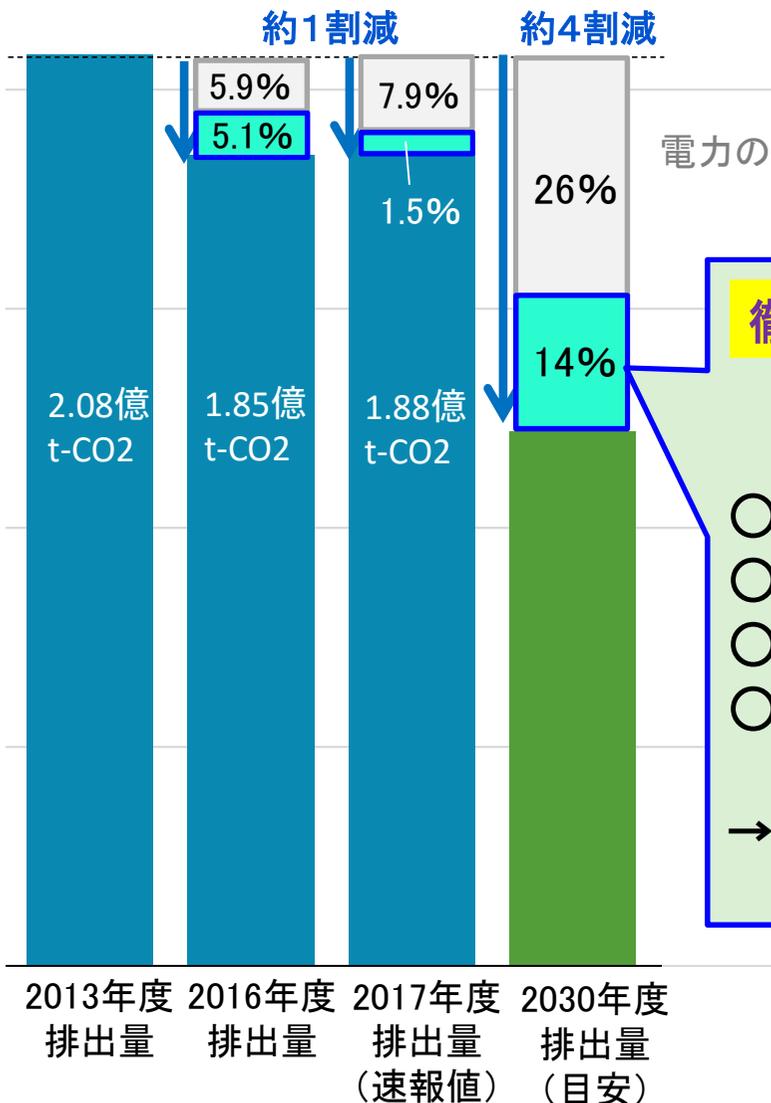
＜関連＞クールビズ
& ウォームビズ
夏季・冬季の冷暖房の
適正使用を呼び掛け



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。

家庭部門のCO₂排出量



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) 家庭の自動車燃料(ガソリン、軽油)由来のCO2排出量について

➤ 2030年度26%削減の達成に向け、運輸部門全体では3割という大幅削減が必要。

運輸部門のうち、家庭の自動車燃料由来のCO₂排出量

約1割減



<地球温暖化対策計画における概要>

○家庭の自動車燃料由来のCO₂排出量を含む運輸部門全体のCO₂排出量の2013年度実績と2030年度の排出量の目安は、以下のとおり。

- ・2013年度(実績) : **224**百万t-CO₂
- ・2016年度(実績) : **215**百万t-CO₂
- ・2017年度(実績:速報値) : **213**百万t-CO₂
(2013年度比▲**4.9%**)
- ・2030年度の目安 : 163百万t-CO₂
(2013年度比で約3割の削減)

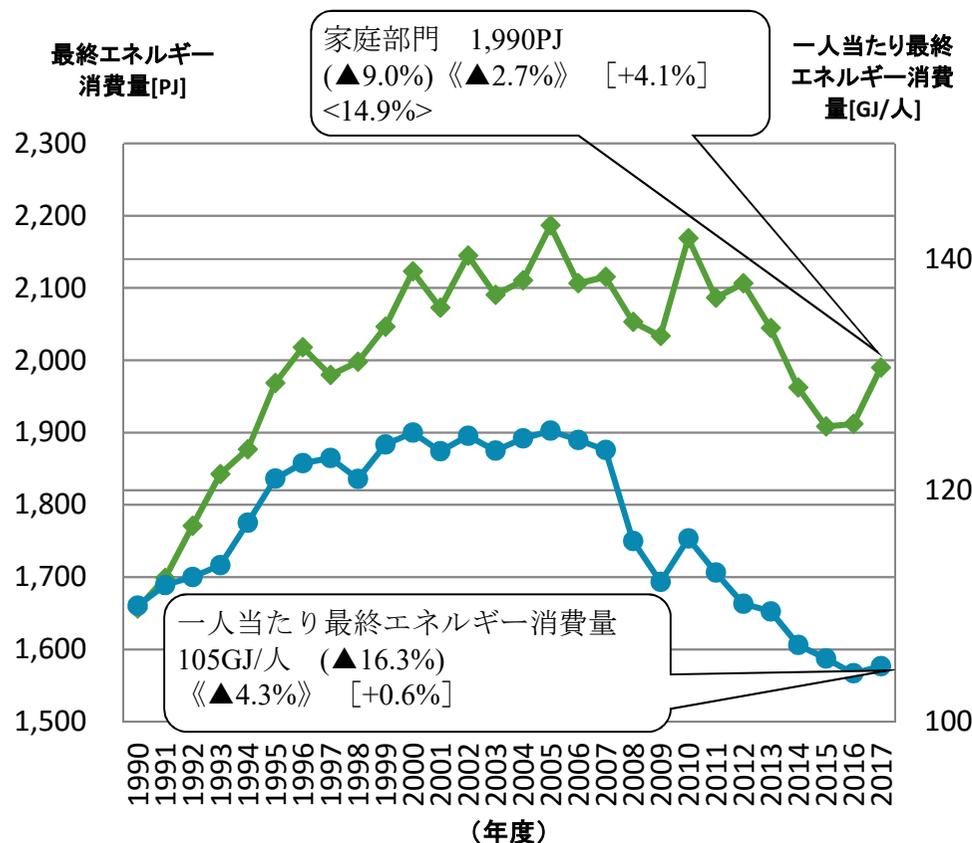
<地球温暖化対策計画における主な対策・施策の目標>

○2030年度までに新車販売に占める次世代自動車(HV、EV、PHV、FCV、クリーンディーゼル、天然ガス自動車等)の割合を5割~7割にすることを目指す。

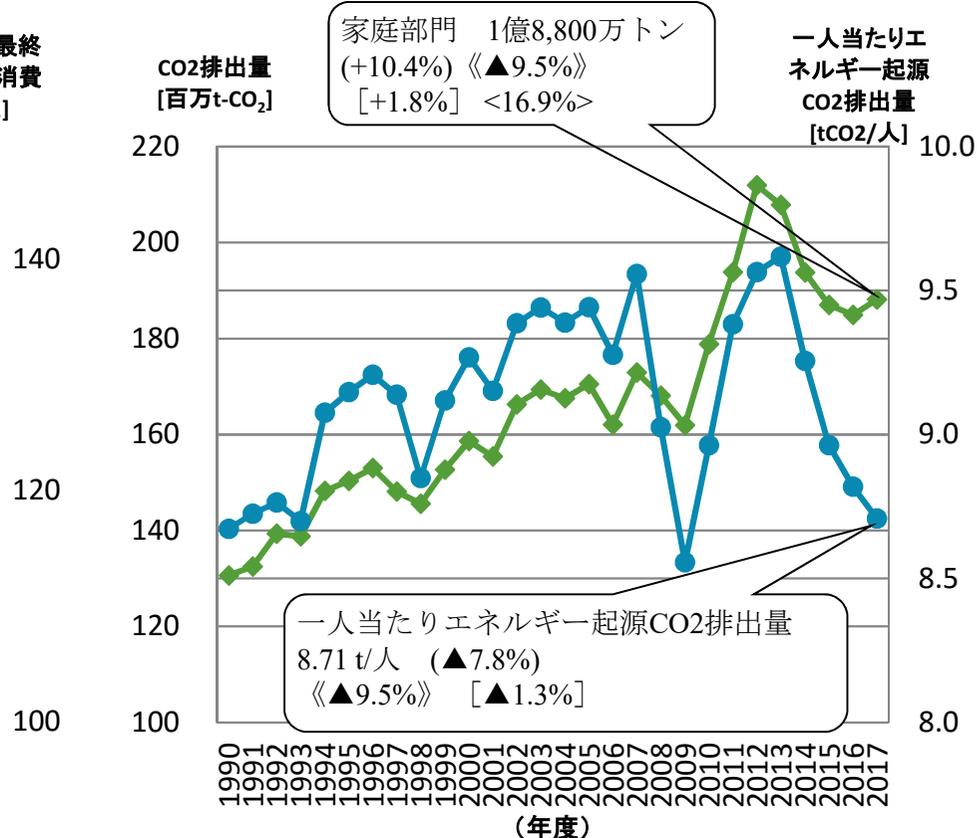
(参考) 最終エネルギー消費量とCO2排出量の推移

- 家庭部門の一人あたり最終エネルギー消費量は、2010年度をピークに減少傾向であったが2017年度に微増。家庭の一人あたりCO2排出量は、2013年度以降減少し続けている。家庭部門のエネルギー消費量とCO2排出量は2017年度に対前年度比で増加。
- 前年度からの排出量の増加は、前年度に比べ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。
- 家庭部門の最終エネルギー消費量・CO2排出量は2013年度比では着実に削減されているものの、下げ止まりの傾向が出てきたことから、COOL CHOICEの普及啓発の取組により、更なる排出削減を後押しをしていく。

家庭部門の最終エネルギー消費量と
1人あたり最終エネルギー消費量



家庭部門のCO2排出量と
1人あ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、よりの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**

- 2017年度の家庭部門の温室効果ガス排出量（速報）：188百万トン（2013年度比▲9.5%）
- 2017年度の家庭部門の最終エネルギー消費量（速報）：1,990PJ（2013年度比▲2.7%）

（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」

- 2017年度の家庭部門の電力消費量（速報）：25百万kL（2013年度比3.6%減）
- 2017年度の家庭部門の都市ガス消費量（速報）：11百万kL（2013年度比2.9%増）
- 2017年度の家庭部門の灯油消費量（速報）：9.2百万kL（2013年度比2.9%減）
- （参考）2017年度の家庭自動車燃料ガソリン消費量（速報）：22百万kL（2013年度比7.0%減）
- （参考）2017年度の家庭自動車燃費軽油消費量（速報）：1.0百万kL（2013年度比4.7%増）

（出典）資源エネルギー庁「総合エネルギー統計」

- 2017年度のLED照明販売個数：2,646万個（2013年度：2,558万個）
 - 2017年度のZEH販売割合：11.2%（2016年度：9.4%）
 - 2017年度の建物用途が住宅のBELSの件数：32,691件（2016年度：12,366件）
 - 2017年度末のエコカー保有台数：841.7万台（2013年度末：389.8万台）
- ※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」

2. 平成30年度の取組について

平成30年度のCOOL CHOICEの実施内容

- 気候変動の影響が具体的に現れつつある「**危機的段階**」であるという**意識を共有**
- **各主体との連携、多様な媒体からのリーチにより、国民運動を最大化**
(企業、地方公共団体、学生等との連携、プレスリリースやSNS等の活用を推進)

① 危機意識の共有

② 各主体との連携、多様な媒体を通じた取組

- (1) 企業との連携
- (2) 地方公共団体との連携
- (3) 多様なメディア、SNS等の積極的な活用

①危機意識の共有

- 地球温暖化に伴い、豪雨や猛暑日の頻度が増加する可能性が高いことが指摘されている。
- 地球温暖化の影響が身の回りに現れつつあるという意識を国民に共有。

<主な取組①>

・地球温暖化防止コミュニケーターの養成、活動の推進（継続）

地球温暖化に関する情報を分かりやすく伝える「地球温暖化防止コミュニケーター」を養成。また、コミュニケーターが小中学校での出前授業、町内会や企業等での講演会等で意識啓発を行う活動を推進。

平成30年度の実績：

コミュニケーター新規養成数652名（累計3,267名）【2019年2月時点】
小中学校での出前授業132回を予定し、122回実施済み【2019年2月時点】

※出前授業では、座学だけではなく、実験やクイズなどを盛り込んだ参加型の内容を通じ、楽しみながら地球温暖化の情報を学べるよう工夫。

（参考）

平成29年度実績：

コミュニケーター新規養成数536名（累計2,622名）
小中学校での出前授業約120回



①危機意識の共有

- 地球温暖化に伴い、豪雨や猛暑日の頻度が増加する可能性が高いことが指摘されている。
- 地球温暖化の影響が身の回りに現れつつあるという意識を国民に共有していく。

<主な取組③>

・地球温暖化の意識啓発ツールの拡充（新規）

小中学生が地球温暖化について関心を持ち、日常生活の中で、地球温暖化対策への自分にできる取組みを考え、行動する意識を育むことを目的に、意識啓発アニメ（小学校高学年向けの「地球との約束」、中学生向けの「私たちの未来」）を作成。

本年5月から市町村、小中学校等への映像媒体やポスター等の貸出し・提供を実施しているところ、現在、100件以上の申し込みがあり、上演後、「地球がどうなってしまうか考えると自分もしっかりエコをしないとなと思いました」、「今、自分にできることを改めて考えることができました」などの感想があった。

平成30年度の実績（平成31年1月末時点）
上映回数・・・1,015回、視聴者数・・・74,309名

※ユニー株式会社と連携し、関東、東海、北陸のモールや大型ショッピングセンター等で開催される環境イベント「エコ博」内において、上映会を開催

※全日本空輸株式会社（ANA）の機内放送で、本アニメを上映



①危機意識の共有

- 「2100年未来の天気予報」は、地球温暖化に関する情報を人から人にわかりやすく伝える‘伝え手’である「地球温暖化防止コミュニケーター」にご活用いただく目的で制作したコンテンツ。
- 「2100年未来の天気予報」を昨年8月より、COOL CHOICE TVで公開中。

<主な取組③>

・「2100年未来の天気予報」の公開 (継続)

動画は、地球温暖化防止コミュニケーター（地球温暖化に関する最新情報を人から人に直接伝える「伝え手」）が、活動する際に使用していただく資料集として平成30年3月に制作。

昨年夏が猛暑となり、各種マスメディアに取り上げられたことから、動画を昨年8月から公開。



②各主体との連携、多様な媒体を通じた国民運動

(1) 企業との連携

➤ 企業のリソースを活用しつつ、企業とwin-winな情報発信を行う

<主な取組>

・COOL CHOICE チャレンジの実施（新規）

地球温暖化の現状を知り、省エネ・脱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の「賢い選択」を、広く企業を通じて国民に又は企業で働く者に実践を促していくために11月26日から12月2日までのCOP24（第24回気候変動枠組み条約締約国会議）開催前の1週間に呼びかけ。



・COOL CHOICE LEADERS AWARD（継続）

昨年度に引き続き、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」推進の一環として、「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。

2月7日（木）「COOL CHOICE LEADERS AWARD 2018」の表彰式を開催。710件のご応募を頂き、環境大臣賞5件、優秀賞10件を表彰。



②各主体との連携、多様な媒体を通じた国民運動

(1) 企業との連携

➤ 企業のリソースを活用しつつ、企業とwin-winな情報発信を行う

<主な取組>

・「COOL CHOICE エコ住キャンペーン」のキックオフ（継続）

「COOL CHOICE ZEH体験宿泊事業」及び「断熱及び水回りでCOOL CHOICE体験・相談・情報発信事業」を実施。また、今年度より、水回りにおける省エネリフォームについて呼びかける「断熱・水回り省エネリフォーム紹介BOOK」を刷新。加えて、タレントの壇蜜省エネ住宅推進大使より、昨年11月30日にキャンペーンのキックオフイベントを行い、「COOL CHOICEエコ住キャンペーン」連携事業者（25社）に「連携事業者証」を授与。

・ZEH体験宿泊（継続）

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に宿泊していただき、省エネ住宅の良さを体験して頂く。（断熱性能の高さを実感いただくため、冬期に実施）

※ 応募状況：120件（一般宿泊者）

・住宅の断熱、水回りでCOOL CHOICE体験（新規）

連携事業者（13社・団体）が保有する、断熱及び水回りにおける省エネが体験できるショールーム等に、環境省が作成した『断熱・省エネリフォーム』のリーフレットやポスター等を配布。



②各主体との連携、多様な媒体を通じた国民運動

(1) 企業との連携

➤ 企業のリソースを活用しつつ、企業とwin-winな情報発信を行う

<主な取組>

・シーリングライトのLED買換え促進キャンペーン (新規)

シーリングライトについて、業界等との連携により、買換えによる損益分岐点を分かりやすく示し、様々な媒体で訴求展開することで、その買換えを促進。



・WEBを活用した効果的なエコカー買換の情報発信 (新規)

自販連と連携し、エコカーの利便性、快適性、経済性の魅力を訴求するとともに、エコなお出かけスポットの紹介やEVやPHV、FCVを利用する人のために、充電ポイントや水素補給ポイントの情報なども記載し、安心してお出かけ出来る情報を発信。



②各主体との連携、多様な媒体を通じた国民運動 (2) 地方公共団体との連携

- 全国津々浦々にCOOL CHOICEを広めるため、地方公共団体が主体となった地球温暖化対策との連携、地方公共団体への財政的、技術的支援を行う

<主な取組>

・地方版COOL CHOICEの拡大（継続）

一部の地方公共団体においてすでに実施されているCOOL CHOICEと連携した地球温暖化対策をさらに推進

（過去の例：「COOL CHOICEとちぎ」、「えひめクールチョイス大作戦」、岡山市のコミュニティサイクルにCOOL CHOICEロゴを添付）

・地方と連携した地球温暖化対策活動推進（継続）

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

（学校等での授業、ポスター作成、イベント開催費等）を支援（89市区町村、61地域コミュニティ放送）



活動例：「COOL CHOICE とちぎ」ススめ隊
⇒人が集まる商業施設などで、省エネ家電への買い換えの促進など地球温暖化対策に資する「COOL CHOICE」に関する展示や省エネ体験等を実施



<市町村長等が宣言>

<地域の住民や各種団体と協力的な普及啓発活動>

<地域住民の意識改革や自発的な取組が拡大・定着することで低炭素社会へ>

②各主体との連携、多様な媒体を通じた国民運動 (4) 多様なメディア、SNS等の活用

- ▶ 多様なメディア、SNS等を活用し、幅広く国民全体に地球温暖化に関する情報を伝えていく

＜主な取組①＞

・Googleコンテンツターゲティング等を利用したインターネット広告（新規）

利用者の興味・関心が高いテーマと関連した広告バナーを、複数のパターンで表示。

30年度実績：バナー表示回数 2.8億回
バナークリック数 47万回

・賛同団体・企業等で活用可能な再配達削減を呼びかけるバナー作成（新規）

タツノコプロと連携し、「ヤッターマン」の素材を活用してキャンペーン賛同企業・団体が自らのwebサイトに掲載できる1コマ漫画のバナーを提供。漫画をクリックするとCOOL CHOICEキャンペーンサイトに遷移するよう設定。

バナーは2月初旬から毎週1作品のペースで10作品を作成。賛同企業・団体に積極的な活用をお願いする予定。



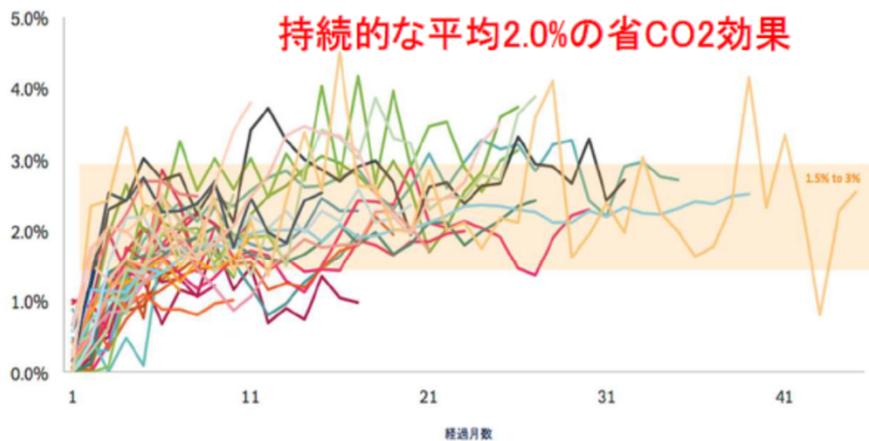
(参考) 低炭素型の行動変容を促す情報発信 (ナッジ) 等による家庭等の自発的対策推進

- ▶ 海外では、家庭向け省エネレポートを各家庭に送付することにより、1.5~2.5%の持続的な省CO2効果を実現。日本においても2017年度から環境省で実証を実施。

【海外におけるナッジの実績】

安定した効果が確認

2007年以降、1.5%~2.5%の持続的な省CO2効果を実現。約1,200万トンのCO2削減、17TWhの省エネ、約2,280億円の光熱費削減を達成。

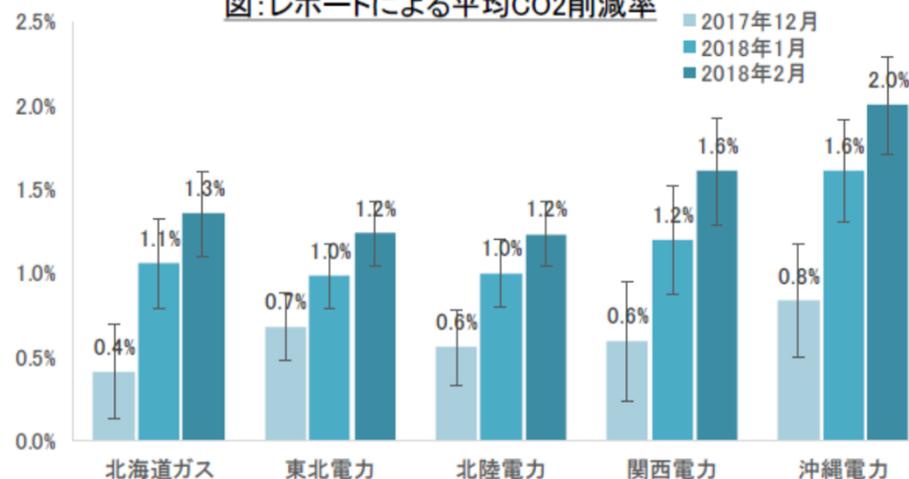


仮に日本全国の家庭で2%の省エネ効果を実現できた場合、約300万トンCO2/年の削減ポテンシャルに相当

これは、100万kWの大型LNG火力発電所一機の年間排出量(約250万t-CO2)を超える効果

【日本における2017年度の実証成果】

図: レポートによる平均CO2削減率



効果検証の結果、1.2~2.0%の省CO2効果を確認。2018年度も引き続き実証を実施して効果を検証中。

出典: 第3回日本版ナッジ・ユニット連絡会議(平成30年5月24日)の資料2環境省ナッジ事業の初年度の成果(1)日本オラクル(株)の取組を元に環境省作成

3. 平成31年度の取組の方向性について

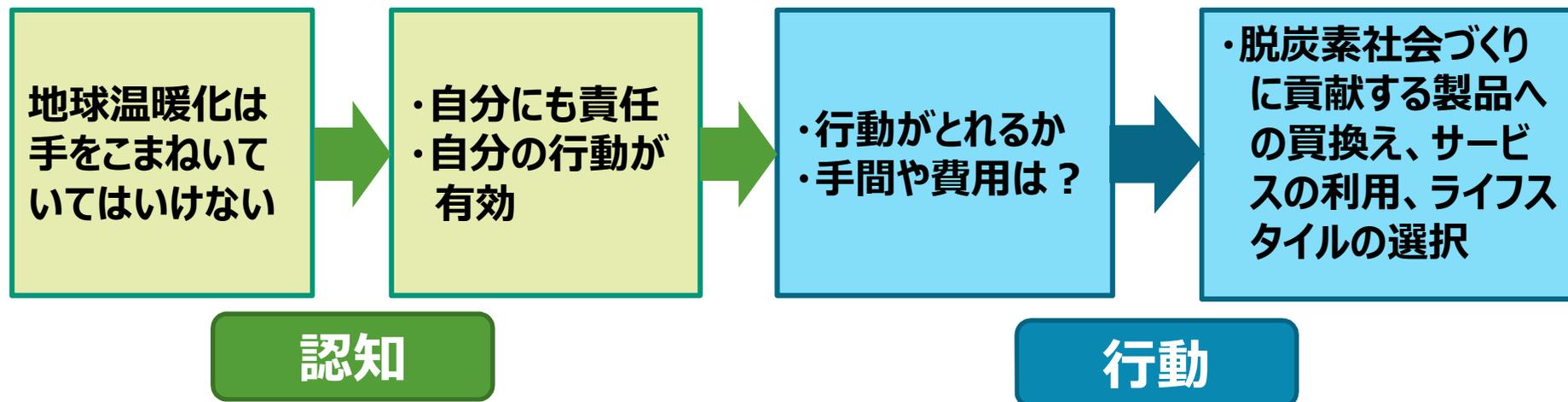
チーム員のみなさまへのお願い

➤ 以下、平成31年度の環境省の取組の方向性を紹介します。



➤ 地球温暖化に対する「認知」、国民一人一人の「行動」を変えていくために、
環境省の取組に対する、ご意見、ご提案、アドバイスをお聞かせください

- ・「認知」：地球温暖化の影響が遠い将来の出来事ではなく、日常生活に影響を与えつつある。地球温暖化はこのまま放置してはならない問題である。
- ・「行動」：断熱性の高い住宅の購入・改築、省エネ家電・LED電球、エコカーへの買換え 等



危機意識の共有

危機意識の共有

- 国連国際防災戦略事務局（UNISDR）が2018年10月10日に発表した報告書（Economic Losses, Poverty & DISASTERS 1998-2017）によると、1998年から2017年の直近20年間の気候関連の災害による被害額は2兆2,450億ドル（全体の被害額2兆9,080億ドルの77%）と報告されている。
- これは、1978年から1997年の20年間に生じた気候関連の災害による被害額8,950億ドル（全体被害額1兆3,130億ドルの68%）に比べて2.5倍となっている。

1998年から2017年の災害毎の被害額と災害発生数

災害の種類	被害額	災害発生数
暴風雨	1兆3,300億ドル	2,049件
洪水	6,560億ドル	3,148件
干ばつ	1,240億ドル	347件
山火事	680億ドル	254件
極端な気温の変化	610億ドル	405件
その他（土砂崩れ、浸食、火山活動）	80億ドル	489件
地震	6,610億ドル	563件

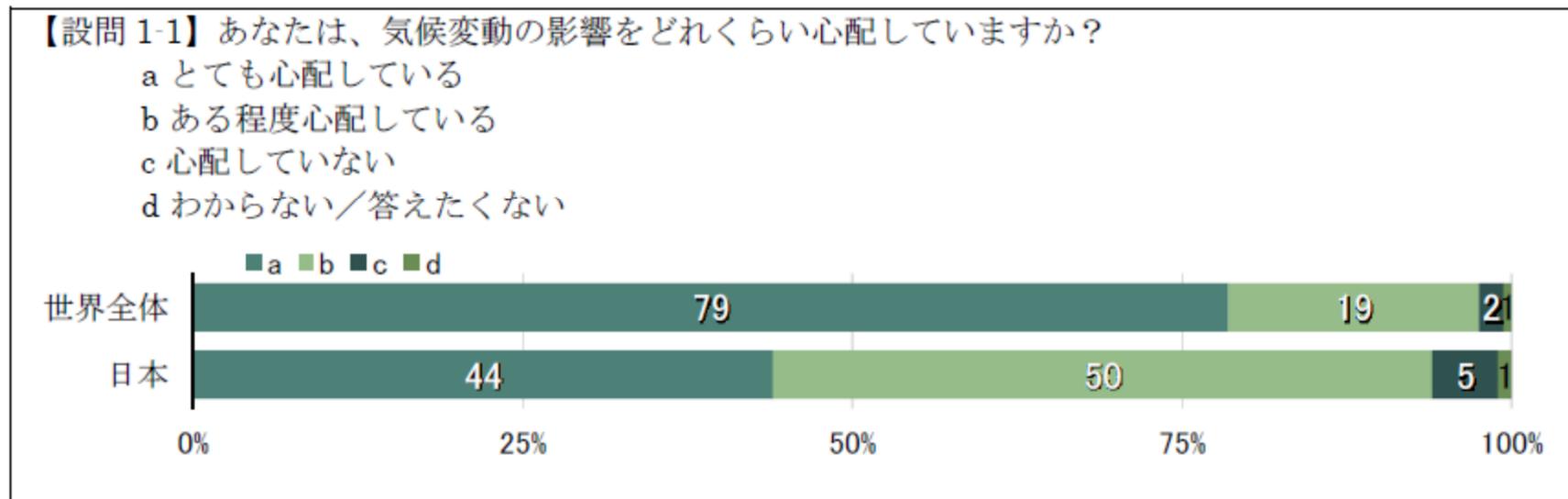
赤枠部分が
気候関連の
災害として
UNISDRが
分類して
いるもの

出典：Economic Losses, Poverty & DISASTERS 1998-2017（UNISDR）を元に環境省作成

危機意識の共有

- 科学技術振興機構が2015年7月に発表した報告書（World Wide Views on Climate and Energy世界市民会議「気候変動とエネルギー」開催報告書）は、世界96カ所で一斉に開かれた約1万人（9,278名）の専門家ではない市民が参加し、世界共通の設問について話し合いを行った後、世界共通の選択肢の中から自分の考えに近いものを選んで各自が投票を行った結果をとりまとめている（日本の参加者は100名）。
- **世界全体に比べて、日本では、気候変動の影響について、「とても心配している」という割合が低い。**

①気候変動の影響について、日本市民は世界市民と比較すると「とても心配している」という割合が顕著に低い。



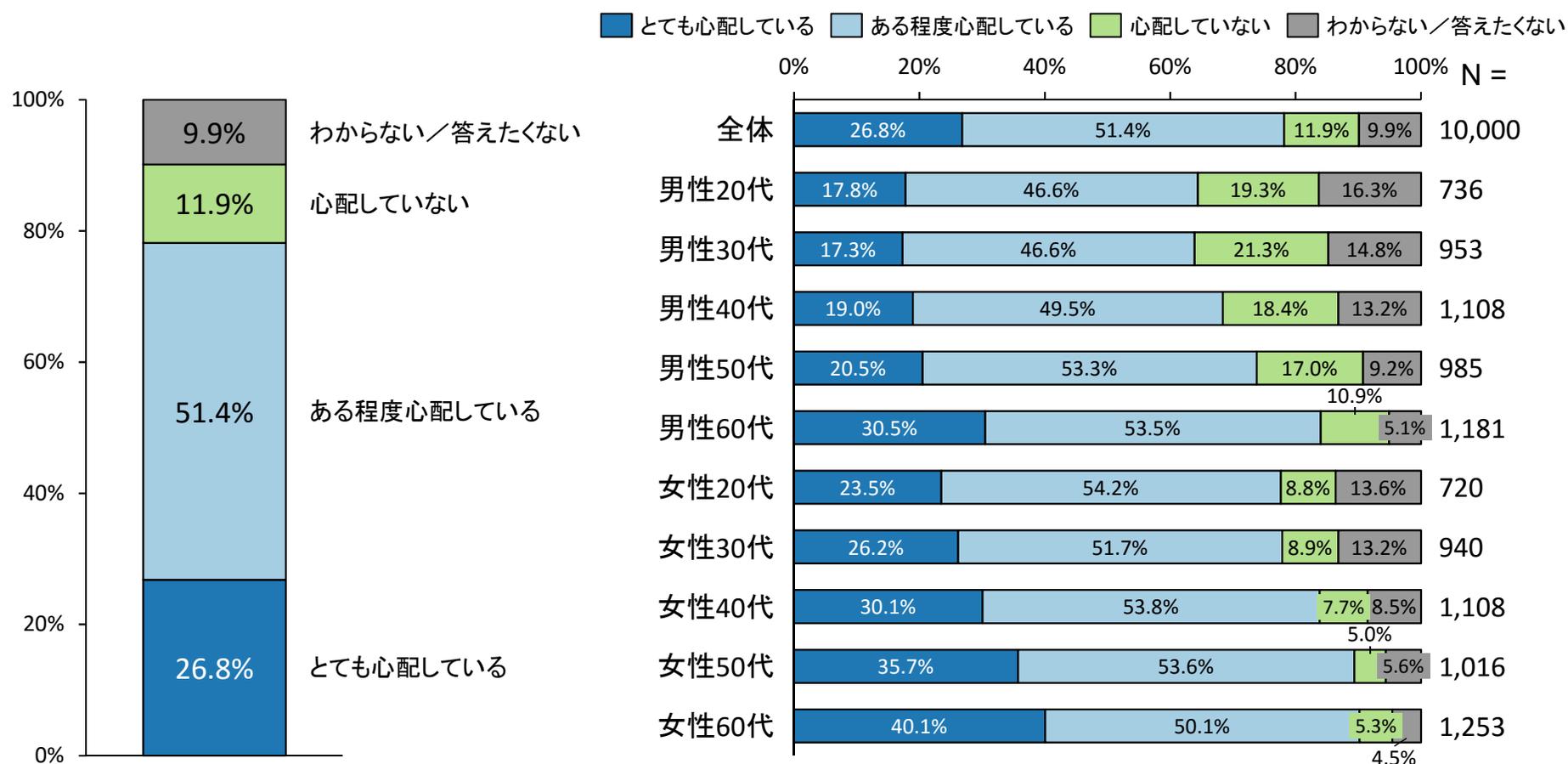
出典：World Wide Views on Climate and Energy世界市民会議「気候変動とエネルギー」開催報告書（科学技術振興機構）

【31年度の取組の方向性】

- 最新の知見を反映した「2100年の天気予報」の作成、普及啓発
- 地球温暖化防止コミュニケーターによる普及啓発活動を促進 等

2018年に環境省がインターネットアンケートにより科学技術振興機構と同一の設問による意識調査を実施したところ、2015年の科学技術振興機構と同様の結果が得られた。

あなたは、気候変動の影響をどのくらい心配だと感じていますか。



各主体との連携

第五次環境基本計画の概要

- 環境基本計画とは、環境基本法第15条に基づき、**環境の保全に関する総合的かつ長期的な施策の大綱等**を定めるもの。
- 計画は**約6年ごとに見直し**（第四次計画は平成24年4月に閣議決定）。
- 平成29年2月に環境大臣から**計画見直しの諮問**を受け、中央環境審議会における審議を経て、平成30年4月9日に**答申**。
- 答申を踏まえ、**平成30年4月17日に第五次環境基本計画を閣議決定**。

現状・課題認識

- 我が国が抱える**環境・経済・社会の課題は相互に関連・複雑化**
- **SDGs、パリ協定等、時代の転換点ともいえる国際的潮流**

持続可能な社会に向けた基本的方向性

- **SDGsの考え方も活用し、環境・経済・社会の統合的向上を具体化**
 - ・環境政策による、経済社会システム、ライフスタイル、技術などあらゆる観点からのイノベーション創出や、経済・社会的課題の同時解決に取り組む
 - ・将来にわたって質の高い生活をもたらす「**新たな成長**」につなげていく
- **地域資源を持続可能な形で活用**
 - ・各地域が**自立・分散型の社会を形成し、地域資源等を補完し支え合う「地域循環共生圏」の創造を目指す**
- **幅広い関係者とのパートナーシップを充実・強化**
 - ➡ これらを通じて、**持続可能な循環共生型の社会（「環境・生命文明社会」）を目指す**

施策の展開

- 分野横断的な6つの「**重点戦略**」（経済、国土、地域、暮らし、技術、国際）を設定
- 環境リスク管理等の環境保全の取組は、「**重点戦略を支える環境政策**」として揺るぎなく着実に推進



地域循環共生圏

- 各地域がその特性を生かした強みを発揮
 - 地域資源を活かし、**自立・分散型の社会**を形成
 - 地域の特性に応じて補完し、**支え合う**



地域循環共生圏（日本発の脱炭素化・SDGs構想）

— サイバー空間とフィジカル空間の融合により、地域から人と自然のポテンシャルを引き出す生命系システム —

「自立分散」×「相互連携」×「循環・共生」= 活力あふれる「地域循環共生圏」 ⇒ 「脱炭素化・SDGsの実現、そして世界へ」
 「オーナーシップ」「ネットワーク」「サステナブル」「人間の安全保障、次世代・女性のエンパワメントを基盤に」

⇒ **新たな価値とビジネスで成長を牽引する地域の存立基盤**

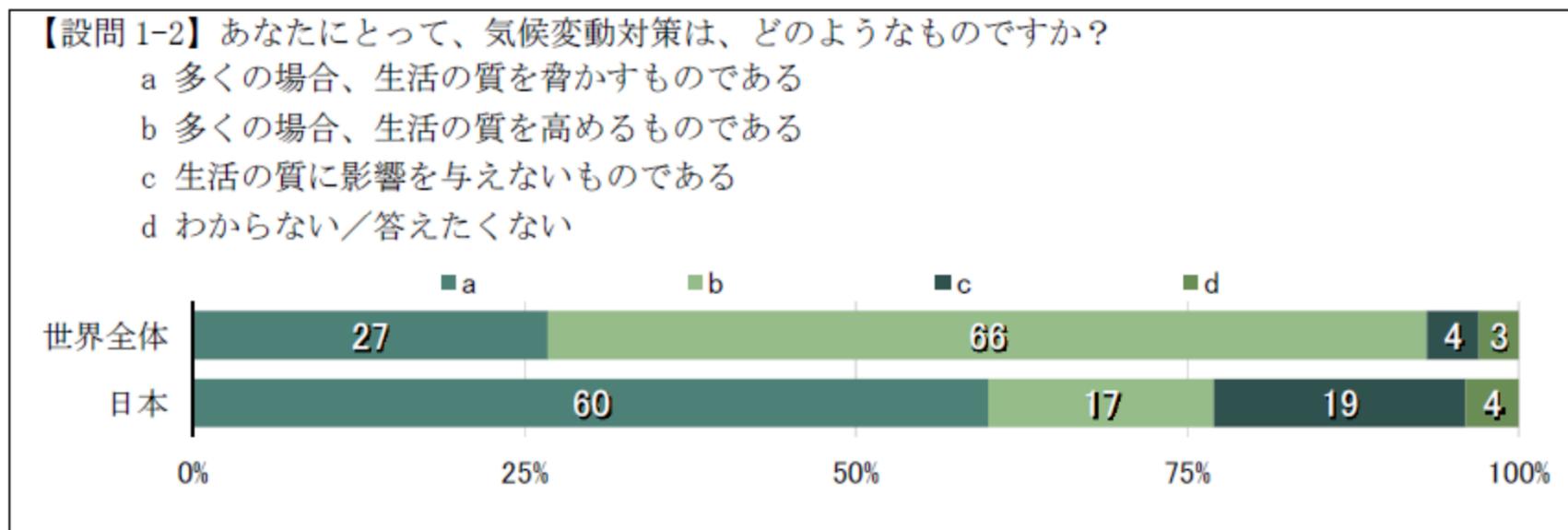
（人々が健康で生き活きと暮らし幸せを実感することで、地域が自立し誇りを持ちながらも、他の地域とも有機的につながることで、国土の隅々まで豊かさが行きわたる。）



各主体との連携

- 科学技術振興機構が2015年7月に発表した報告書（World Wide Views on Climate and Energy世界市民会議「気候変動とエネルギー」開催報告書）では、世界全体に比べて、日本では、気候変動対策は、「生活の質を脅かすもの」という割合が高い。

②世界市民の多くは先進国を含め気候変動対策により「生活の質が高まる」と認識しているが、日本市民の多くは「生活の質が脅かされる」と認識している。



出典：world wide views on climate and energy世界市民会議「気候変動とエネルギー」開催報告書（科学技術振興機構）

【31年度の取組の方向性】

- 自動車業界と連携し、2019年10月に開催される「東京モーターショー2019」でのエコカー買換えの呼びかけ、コンセプトカー（軽量のCNF車、省エネのGaN車）等の展示
- 都道府県・政令指定都市版COOL COICE推進チームによる各地域での取組促進 等

2018年に環境省がインターネットアンケートにより科学技術振興機構と同一の設問による意識調査を実施したところ、2015年の科学技術振興機構と同様の結果が得られた。

あなたにとって、気候変動対策は、どのようなものと考えますか。

