

脱炭素型の消費を広げる発想

渡部厚志

(公財) 地球環境戦略研究機関

持続可能な消費と生産領域

プログラムディレクター／上席研究員

カーボンフットプリントの
小さい暮らしとは？

日本のカーボンフットプリント



食



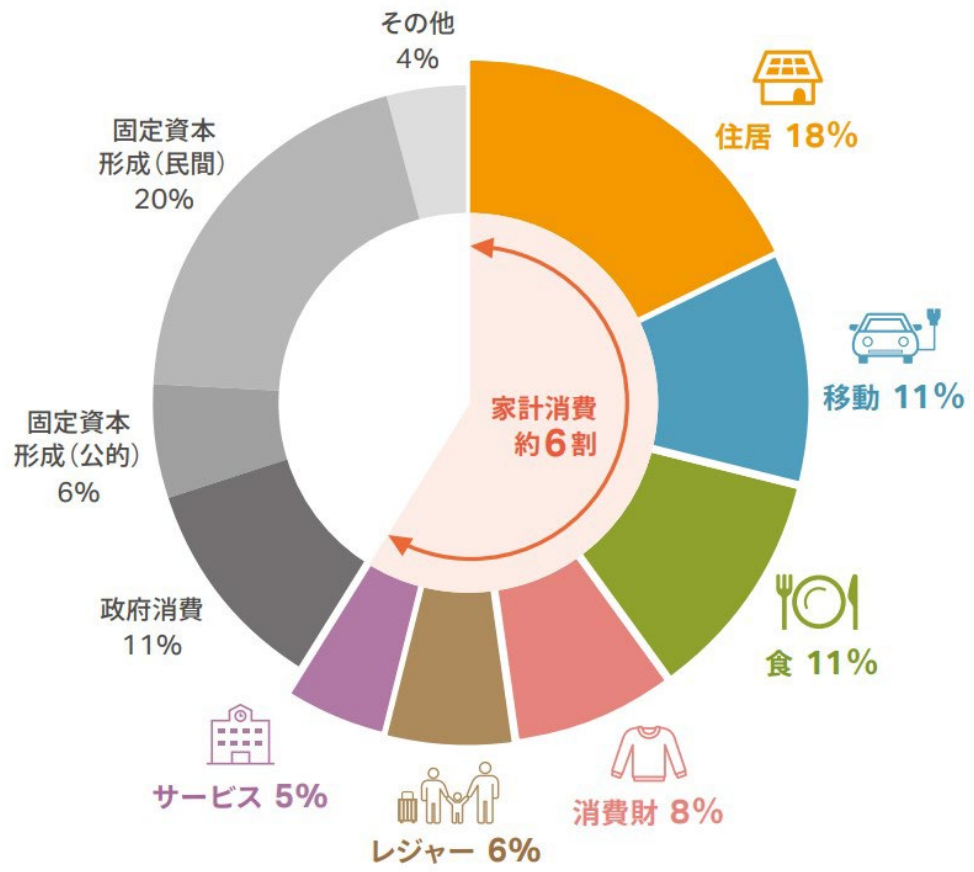
住居



移動



消費財



家計消費が61%
一人あたり
7.1t/年

日本のカーボンフットプリント内訳 (2015年¹)

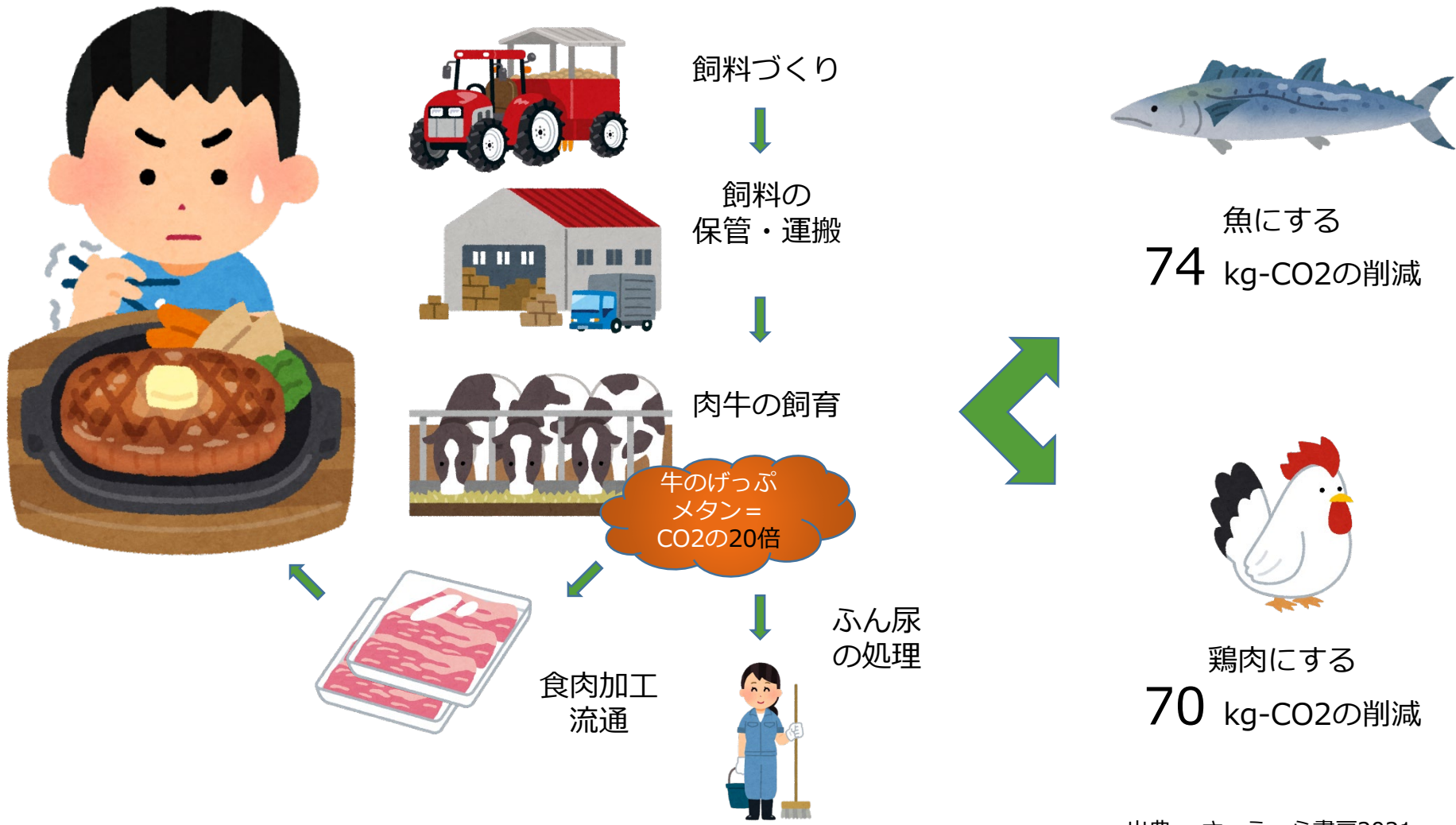
*政府・家計外・非営利団体消費・在庫純増の合計

出所:南斉規介 (2019) 産業連関表による環境負荷原単位データブック(3EID) 国立環境研究所; Nansai et al. (2020) Carbon footprint of Japanese health care services from 2011 to 2015. Resources, Conservation & Recycling, 152.; 総務省(2015) 平成27年産業連関表に基づき発表者作成

自動車での移動を減らす



肉食の見直し



出典：さ・え・ら書房2021
「はかって、へらそうCO2 1.5℃大作戦②へらす編」

ものを大切に長く使い新品の購入を減らす



服を大切に長く着る
194 kg-CO₂の削減



家具を大切に長く使う
29 kg-CO₂の削減



趣味用品を大切に長く使う
113 kg-CO₂の削減

ものを大切に長く使い新品の購入を減らす
例：衣服と気候変動

世界の温室効果ガス
に占める割合

8%

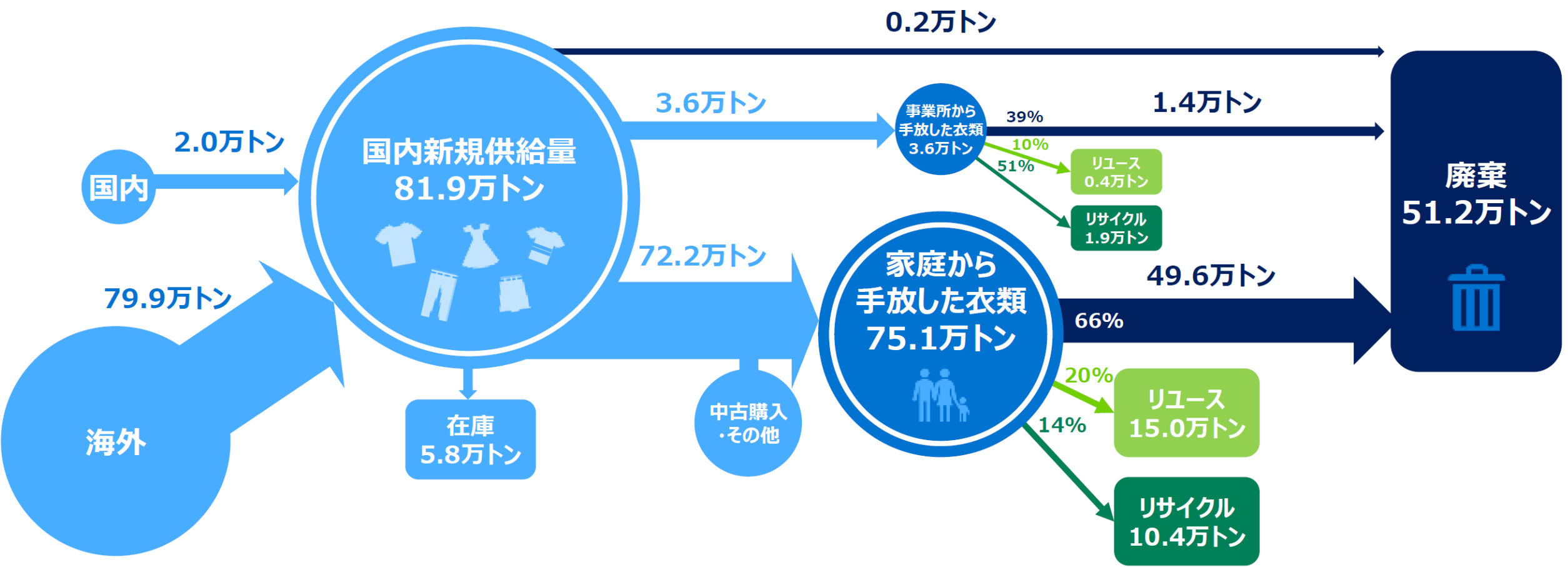
衣料

段階ごとに見ると…



ものを大切に長く使い新品の購入を減らす

例：日本で消費・廃棄される衣服



ものを使い捨てる社会 衣料を例に

- ▶ フットプリント削減に最も効果的な行動変容は
ものを大切に長く使い新品の購入を減らす
- ▶ 地域社会のつながりを取り戻すのにも有効



写真左：IDEAS FOR GOOD



右：まいぷれ葛飾「笑顔いっぱい！第2回【こども服交換会2022&楽しいイベント】」

* 検討会の趣旨に合わないと思いますので、この話はここまでにします

地域の実践で得た学び
「持続可能なライフスタイル」の限界

地域の実践から得た学び

気候市民会議での「製品」分野の話し合い

▶ 製品のカーボンフットプリント表示について

参加市民

食品や日用品の
CFPを表示して
くれば良いのに

製品のCFP表示が
あると初めて
知りました



健康や値段、
他にも気にする
ことが多いから
CFPまで考えて
選ばないよ…

企業（小売）

手間をかけてCFPを
計算してラベルにしても
売上に繋がらないので
ラベルのある製品を
増やしにくいんです



地域の実践から得た学び

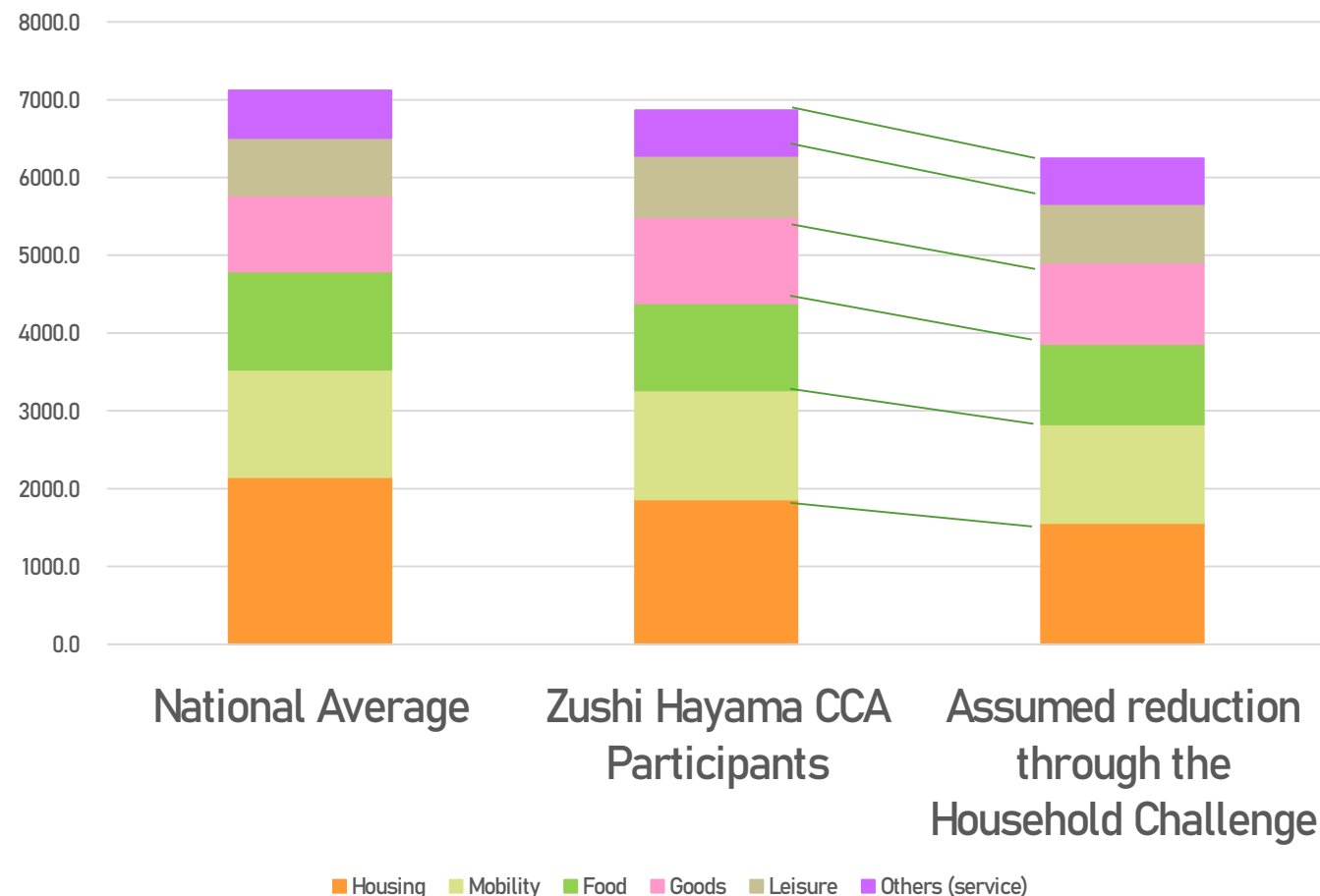
気候市民会議での脱炭素ライフスタイルチャレンジ

▷ 行動変容は可能？維持できる？

逗子葉山気候市民会議の
参加34名による
脱炭素行動 2週間の成果

9% の削減
(行動を1年継続できると仮定)

- **製品分野**の削減量はほとんどなし
- **住居・移動・食**分野は効果があるが持続しない



行動変容以上の変革を目指す

BEHAVIOURAL INSIGHTS

Departure from the Traditional “Rational Choice” Theory

Behavioural science focuses on the empirical study of people’s actual behaviour.

Because people make choices based on imperfect information, influenced by factors including emotions, culture, values, and social pressures.



Levers of Behaviour Change Framework

Rare, 2020

BEHAVIOURAL INSIGHTS

New
Intervention
Levers



行動変容以上の変革を目指す考え方

a) 選択構造のデザイン

- 例：使い捨てプラスチックの容器・ストロー等を「選択制」にする
 - インドネシア・タイ・フィリピン等の大学キャンパス



行動変容以上の変革を目指す考え方

b) 感情へのアピール

○ 例：気候市民会議での意見

地域の生産者を応援するとか、
地域の文化や交流を活発にしよう
という話ならもっと元気が出る



気候変動よりも
健康や値段などの
別のメリットを
訴えたらいいのでは？

行動変容以上の変革を目指す考え方

c) 社会的影響・変革への主体的な参加

○ 例：横浜金澤リビングラボ

未利用資源（アマモ）活用を小学校・大学と協力し研究、製品化
他地域（秋田県湯沢市等）との食文化交流



写真：横浜リビングラボサポートオフィス

○ グッドライフアワードにも好事例が多数あります

需要側の緩和は、行動の変化だけを意味するのではない。
社会規範と嗜好を同時に変えながら、
サービスの提供方法を再構築することが、
排出量の削減につながる。
変革は、社会的、技術的、制度的な変化を通じて起こる。