



くらしの脱炭素化に向けた進捗・課題と施策の方向性

地球温暖化対策計画フォローアップ専門委員会

2026年5月22日

環境省地球環境局脱炭素ライフスタイル推進室



くらしの脱炭素化に向けた進捗・課題と施策の方向性

(FU重点項目①LED照明の普及加速化②建築物の省エネ・省CO2化③家庭での省エネ・省CO2化④次世代自動車の普及・貨物の積載効率向上⑤再生可能エネルギーの利用拡大⑥生産性向上につながる省エネ・省CO2設備への投資⑦サーキュラーエコノミーの推進)



現状・背景

- 脱炭素の実現に向けては、2030年家庭66%、運輸35%、非エネ14%、業務51%削減など、暮らしの分野でも大幅な削減が求められる。
- 内閣府が昨年実施した「気候変動に関する世論調査」によれば、回答者の約9割が「二酸化炭素などの排出を減らす取組をしたい」と回答。
- 他方、本年1月に実施した「デコ活」の取組の進捗に関する調査結果によると、「デコ活」が十分に認知されているとはいえない。

進捗・課題

(進捗)

- 家庭部門の脱炭素化には、日常生活に関するGHGの排出量削減に資する生活様式等の転換が必要であり、2022年10月「デコ活」(脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動)を開始。2024年2月、暮らしの全領域での課題とその解消に向けた仕掛けをまとめた「くらしの10年ロードマップ」を策定。
- 啓発にとどまらない活動にすべく、国、自治体、企業、団体等で共に、国民・消費者の新しい暮らしを後押しするデコ活応援団(官民連携協議会)を立ち上げ。(会員数4,000超。官民連携プロジェクト数は108。(2026年5月現在))
- 脱炭素に資する製品・サービスを効果的・効率的に社会に実装するため、2024年3月デコ活補助事業を開始。これまで広域規模事業14件、地域規模事業5件の合計19件を採択。
- 温対法に基づく地域地球温暖化防止活動推進センターが、各県で啓発活動等を実施。

(課題)

- 国民・消費者に対し、気候変動等の理解や関心を高め、行動変容の意義・メリットを伝え、インセンティブにつながる機会を提供すること等が課題。

施策の方向性

- 「くらしの10年ロードマップ」については、デコ活アクションの導入・実践率を毎年フォローアップ。今後は、排出量の多くを占める冷暖房・給湯用需要及び照明・家電製品に対して、重点的・効果的な施策を実施する。また、中間地点で進捗評価を行い、必要に応じてロードマップを見直す。
- 2050年ネット・ゼロの実現に向け、暮らしの全領域(衣食住・職・移動・買物)について、将来の豊かな暮らしの全体像・絵姿を提示する。
- デコ活応援団のさらなる会員数増加や効果的な官民連携プロジェクトの組成、地域センターとの有機的連携を促進。
- 国民・消費者に対し、気候変動を自分事と捉えていけるような情報発信を行う。
- これらの取組により、国民・消費者のライフスタイル転換、行動変容をより強力に促進し、家庭部門の排出削減(住宅や設備の省エネ等)のみならず、地域の脱炭素化や脱炭素製品の購入拡大等、時代のニーズに即した経済・社会全体における削減を推進する。

「デコ活」(脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動)

- 脱炭素につながる新しい豊かな暮らしの実現に向けた国民の行動変容、ライフスタイル転換のムーブメントを起こすための国民運動。令和4年10月に発足し、令和5年7月に愛称を「**デコ活**」(※)と決定。8月には**ロゴマーク・メッセージ**、**デコ活 アクション**、**デコ活宣言**などを発信。

(※) 二酸化炭素(CO₂)を減らす(DE)脱炭素(Decarbonization)と、環境に良いエコ(Eco)を含む「デコ」と活動・生活を組み合わせた新しい言葉

- 2030年代にかけて、生活がより豊かに、より自分らしく快適・健康になり、2030年度温室効果ガス削減目標も同時に達成する、新しい暮らしの絵姿を提案。(※1)
- デコ活応援団(官民連携協議会)を通じ、国民・消費者の新しい豊かな暮らし創りを強力に後押し。(※2)
- 令和6年2月、衣食住等あらゆる生活場面で豊かで脱炭素に貢献する暮らしに向けた**“くらしの10年ロードマップ”**を策定。

「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしの10年後」の絵姿(※1)



デコ活応援団(官民連携協議会)(※2)

国、自治体、企業、団体、消費者等による協議会

- ① デジタル活用や製品、サービスを組み合わせた新たな豊かな暮らしのパッケージ提案、機会・場の創出など消費者への効果的な訴求に向けた連携
- ② 各主体の取組で得られた知見・経験・教訓の共有ベストプラクティスの横展開
- ③ 政府施策への提案・要望(環境省普及啓発予算の具体的な使い道・アイデア等)

アクション

デコ活アクション まずはここから

- 🔌 電気も省エネ 断熱住宅
- 🌿 こだわる楽しさ エコグッズ
- 🙌 感謝の心 食べ残しゼロ
- 🏢 つながるオフィス テレワーク

ロゴ・メッセージ

デコ活
くらしの中のエコろがけ

デコ活宣言

宣言①: 製品、サービス、取組展開を通じてデコ活を後押しします!

宣言②: 生活・仕事の中で、デコ活を実践します!

くらしの10年ロードマップ°（概要）

■ **国民・消費者目線**で、**脱炭素につながる豊かな暮らしの道筋**（課題と仕掛け）を**全領域**（衣食住・職・移動・買物）で明らかにし、**官民連携**により行動変容・ライフスタイル転換を促進（令和6年2月作成）

国民にとってのボトルネック

意欲

- 導入メリット・意義が不明
- 昔のイメージのまま敬遠
- 手間・難しさの忌避感
- 問題への理解・関心不足

実践

- 初期費用・大規模支出
- 導入に時間がかかる
- 機会・情報が限定・不十分
- 慣習・制度が実践を妨げ

課題解消に向けた仕掛け（主な対策）

	2024~2026	2027~2029	2030~
メリット・意義、最新情報を導入機会と同時に伝達（商業・公共施設等を体験・体感の場に）			
新築/既存住宅リフォーム+太陽光発電設備・高効率給湯器等のパッケージ化			住
商品・ブランド別のエシカル度の見える化			衣
サステナブルツアー（出張・旅行等）、カーボンオフセット付き旅行保険等			移
科学的情報等を行動とセットで提供（DXを活用したワクワク感、楽しさなどの動機付け）			基盤
サブスクリプション型サービスやPPA・リース、環境配慮型ローン等の提供拡大			
公的支援情報を分かりやすく提供し、複数補助制度の一括申請の受付を拡大			住
通常リフォームに合わせた+aの断熱、家電販売時の省エネ・再エネのパッケージ提案			住
リペア、アップサイクル・染め直し等、衣類の交換会、回収リサイクルの場の拡大			衣
フードシェアリング、フードドライブ・フードバンク活動、エシカル商品サービス等の拡大			買・食
テレワークとマッチするよう必要に応じてルール見直し、必要なサービス・インフラ・情報提供			職
データ活用した行動見える化、デマンドレスポンス、住民・従業員へのインセンティブ拡大			基盤
費用対効果に優れた気付き・ナッジの提供			基盤

行動制約



行動変容・ライフスタイル転換

調査概要

背景・目的：

2050年ネット・ゼロの達成に向けて、政府では「デコ活」を推進しており、「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画」（令和5年6月16日閣議決定）に基づき、企業・自治体・団体等が参画する官民連携協議会（デコ活応援団）において、令和6年2月16日に「くらしの10年ロードマップ」を策定した。

本ロードマップの進捗把握のため、消費者の取組実施状況に関するアンケートを実施した。

調査手法：インターネット調査

調査対象：地域・年代別に人口動態に即して割り付けた全国の成人6,500サンプル

調査内容：

「くらし10年ロードマップ」における7分野（【住(外)】、【住(内)】、【衣】、【買・食】、【職】、【移】、【基盤】）の取組に関する認知、意欲、導入・実践の状況

調査期間：令和8年1月9日(金)～同年1月13日(火)

(参考) 第1回調査：令和6年2月21日(水)～同年23日(金)

(参考) 第2回調査：令和7年1月10日(金)～同年14日(火)

結果のポイント

- ◆「デコ活」の認知率は22.0%、第1回調査と比較すると、認知率は▲3.7ポイントと、低下傾向にある。
- ◆7分野では水準にばらつきがあるものの、ほぼ全分野において、脱炭素製品・サービス・アクションに対する認知率・意欲率が低下しており、導入・実践率についてもやや低下もしくは横ばいを維持している。



- ◆「デコ活」として戦略的なPR・コミュニケーションを実施し、ターゲティング等により効果的な情報発信を強化する。
- ◆今後の「デコ活」の活動においては、引き続き、各分野・項目の特徴を的確に捉え、ロードマップを参照しながら、最適な打ち手・仕掛けを講じていく。

気候変動対策の「自分事化」促進 ～「デコ活」情報発信～

- 「デコ活」では、これまで、脱炭素に資する具体的な取組の情報発信等を通じて、国民一人ひとりの行動変容・ライフスタイル転換を促進してきた。
- 一方、世論調査等の結果からは、取組への認知・意欲が一定程度ありながらも、**いまだ具体的な行動に十分結びつかない**個人の姿が顕わになっている。
- 環境省としては、一人ひとりが**気候変動を「自分事」と捉えて**対策に取り組んで頂けるよう、**適応に関する発信とも連携し**、「デコ活」による**認知・意欲・実践の更なる向上**に取り組む。

課題

個人の取組促進に向けて加速度的対応が必要だが、認知⇒意欲⇒実践が十分に繋がっていない。

気候変動影響が強く指摘される中でも、取組加速には結びついていない。



今後の「デコ活」情報発信において意識していく観点



緩和と適応の両面に貢献する取組（断熱リフォーム等）を念頭に、緩和のみならず適応の重要性も併せて訴えることで、効率的な情報発信を図る。このほか、適応の情報発信機会とも連携を図る。



取組が必要な背景として身近な気候変動影響に関する情報を機会を捉えて発信することで、気候変動対策に取り組む重要性の理解増進と取組の自分事化を促す。



環境省による情報発信のほか、地方公共団体、民間企業、各種団体など多様な主体と連携することで、複層的な情報発信、働きかけを実施する。



デコ活補助事業（社会実装支援）では、断熱リフォームのような強化すべき取組につながる事業の採択を重視し、取組の実践につなげる。また、学校や家庭を通じた情報の拡散等の波及的な普及啓発効果も重視する。

こうした視点を踏まえ、対象分野を重点化し戦略的な情報発信を実施。

その上で波及・規範化に向けた取組を実施することで認知・意欲・実践の更なる向上を目指す（具体的な戦略は現在検討中）。

「デコ活」における連携・サポート

「デコ活応援団」による連携・マッチング、脱炭素な取組・製品・サービスの社会実装型取組支援や情報発信等により、消費者のライフスタイル転換を後押し。

「デコ活応援団」による 連携・マッチング

官民連携で「デコ活」の効果的な実施につなげるため、国・企業・地方公共団体・団体等の連携・実践の場 & 情報共有・意見交換の場として、**企業・地方公共団体・団体等による官民連携協議会「デコ活応援団」を設立**。3か月に1回の**オンライン会合**を開催し、新規取組提案による企業や地方公共団体等の**マッチング機会**として活用。

「デコ活応援団」
(新国民運動官民連携協議会)

4,115主体
(2,478企業、363地方公共団体、
513団体、761個人)
2026年5月15日時点



補助金事業による 社会実装型取組支援

マッチングファンド方式により、民間の資金やアイデア等を動員し、**「新しい豊かな暮らし」を支える製品・サービスを効果的・効率的に社会に実装するためのプロジェクト**を実施。
※補助率：定額（1/3相当）



令和7年度デコ活補助事業例
断熱・省エネルギーフォーム推進タスクフォース

住宅の断熱・省エネルギーフォーム普及拡大を目的とした業界横断のタスクフォース発足を支援し、全国を対象とした認知～契約・施工に至るボトルネックを一気通貫で解消する取組を後押し

脱炭素型「取組・製品・サービス」 の発信

組織（企業・地方公共団体・団体）、個人単位で「デコ活宣言」を呼びかるとともに、ポータルサイトにおいて、**「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを支える取組・製品・サービス」の登録**を受け。登録いただいたものは、ポータルサイトやSNS等で発信。

脱炭素に資する取組・製品・サービス

<p>デジタルも駆使して、多様で快適な 働き方、暮らし方 を後押し（テレワーク、地方移住、ワーケーションなど）</p> <p>1</p>	<p>脱炭素につながる新たな暮らしを支える製品・サービスを提供・提案</p> <p>2</p>
<p>インセンティブ や効果的な情報発信（気づき、ナッジ）を通じた行動変容の後押し（消費者からの発信も含め）</p> <p>3</p>	<p>地域 独自の（気候、文化等に応じた）暮らし方の提案、支援</p> <p>4</p>

※いずれも、次ページ補助事業の対象ではなく、企業らの負担で運営されている。

断熱住宅

断熱リフォームの体験展示

【イオン×住宅・自動車メーカー等】

- イオンモールで企業と連携し断熱リフォーム等の体験展示を実施
- 「場」における体験によって、生活者の行動変容を促進



断熱関連展示

【松山市×企業・団体】

- 参画企業と連携し断熱・リサイクルをはじめ、脱炭素に関する展示を実施
- 5,000名超が来場した松山環境フェアにて、デコ活を啓発



エコグッズ

電気・ガス式暖房設備体験

【札幌市（さっぽろ雪まつり）】

- 電力・ガス会社とともに寒冷地仕様冷暖房機の展示等を実施
- 4,000名超の方が電気・ガス式の暖房設備を体感



LED化シミュレーション

【一般社団法人 日本照明工業会】

- 家の照明をLED照明に交換した際の年間の電気代、年間のCO₂削減量、年間消費電力量の比較ができる



LED照明に交換するだけで省エネになり電気代がお得に、
炭素量にもつながります。
実際におうちまるごとLED照明に交換したら今とどのくらい変わるのか比較してみましょう。



※いずれも、次ページ補助事業の対象ではなく、企業らの負担で運営されている。

食べ残しゼロ

廃棄食ロス

【ビッドガーデン×企業・自治体】

- 廃棄予定食品を消費者に届ける販売チャネルと食のコミュニティを構築
- 食のサステナビリティの実践をデジタル実現するモデルに



廃食用油応援拠点

【日揮HD×事業者・自治体・団体】

- 廃食用油を回収しSAF化する「Fry to Fly Project」
- 消費者への啓発、大型施設・飲食店でのキャンペーン、SDGs教育などを実施



画像出典：日揮ホールディングス(株)

テレワーク

ワーケーション体験

【那須塩原市×地方観光関係企業】

- ワケーション体験研修(協議会会合含む)を開催
- 参加者の8割近くが好印象、かつ参加者の7割近くが業務効率の向上を実感



従業員行動変容

(OneTeamChallenge)

【NTTコミュニケーションズ・NTTコムウェア×参画各社】

- 従業員の行動変容を面的・継続的に促進
- 約1,300名の従業員が参加



R7年度「デコ活」補助事業採択事例（断熱・省エネリフォーム推進タスクフォースの取組）

- デコ活補助事業を通じて、省エネ住宅に関連する事業者、業界団体を中心とした多様な主体からなる**コンソーシアムを設立し、①需要サイド②供給サイド双方のボトルネックを解消する取組（※製品導入補助とは別。）を実施。**
- 需要の喚起とあわせて、喚起した需要を着実に取り込む体制の充実を図ると共に、住宅省エネキャンペーンと連携することで、**消費者の行動変容を強力に後押しする。**

取組概要

省エネリフォーム普及における**3つのボトルネック**に対し、それぞれを解消する仕掛けを展開

①消費者の認知不足

-メリット・効果を知らない、知る機会が少ない

②説明能力不足

-メリット・効果を消費者に説明できる事業者が少ない

③技術力不足

-施工ができる事業者が限られる

事業実施者

【代表事業者】

住友不動産株式会社

【共同事業者名】

一般社団法人住宅開口部グリーン化推進協議会

一般社団法人JBN・全国工務店協会

三協立山株式会社

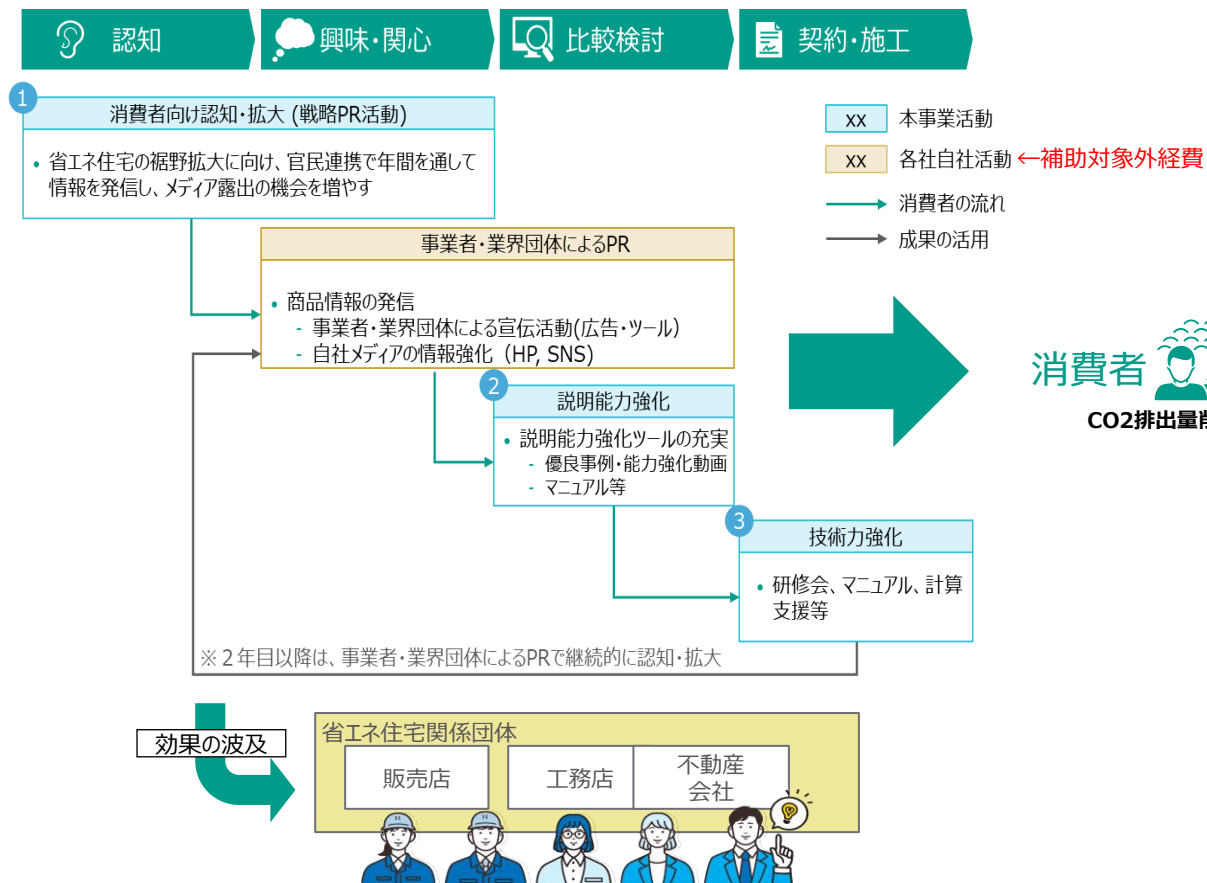
株式会社LIXIL

YKK AP株式会社

住友不動産ハウジング株式会社

その他、住団連、日本サッシ協会、建築開口部協会、日本リフォーム産業協会、リノベーション協議会等 リフォームに関係する様々な業界団体とも連携

ボトルネックを解消する仕掛け



R6年度「デコ活」補助事業採択事例（おおさかで！減CO2（ゲンコツ）プロジェクト）

- 企業が脱炭素に資する商品の開発・拡販を続けるためには、生活者による購買行動が不可欠であるが、**脱炭素・環境配慮の各種表示の存在と意味を生活者が正しく認知・理解できていないことがボトルネックとなっている。**
- デコ活補助事業を通じて、**CFPやエコラベルが表示された食品や日用品**などの身近な商品の**認知を高め**、日常の購買行動にて当該表示のある**商品**を**探索し、選択的に購買する意識・習慣づけ**を行う。
- 脱炭素に係るテーマで**啓発教育と販促宣伝を一気通貫で展開**することで、**生活者の意識・行動変容に至る間口拡大と定着化**を後押しするとともに、**環境教育をフックに**、企業や自治体等の**多様な主体を巻き込み協働**して取組を推進。

取組概要

大阪府との連携により府民に対して**脱炭素型購買を促す学習機会**（催事開催、全小学校向けキット配布、アプリ提供）を提供する。

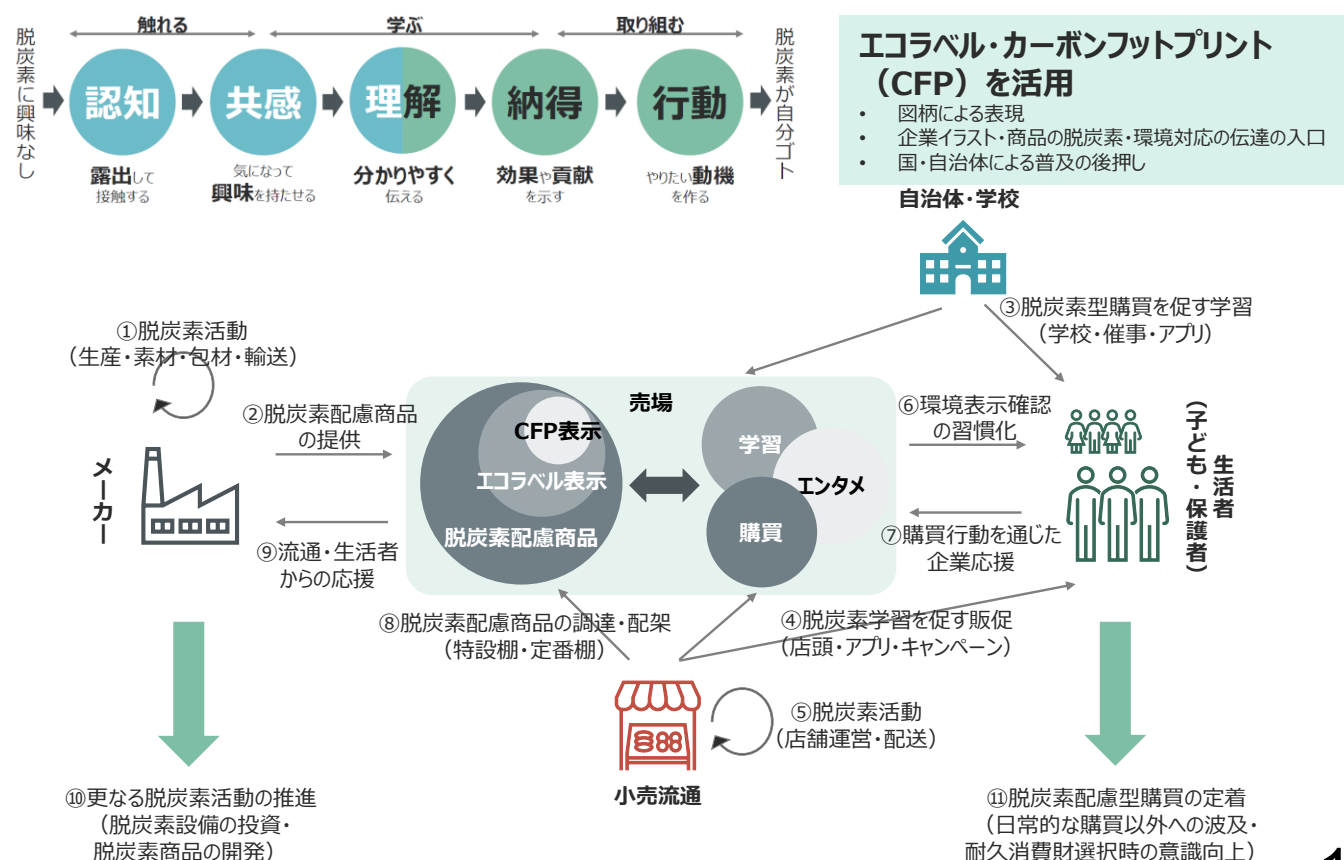
大阪府内の食品スーパーやドラッグストアなどの身近な売場に、CFPやエコラベルが表示された食品や日用品などの身近な商品を、**棚やPOP等を通じた統一した訴求**を実施し、購買時の**CFPやエコラベルが付いた商品の探索・選択の習慣化**を図る。

事業実施者

- 【代表事業者】
株式会社日本総合研究所
- 【共同事業者名】
株式会社オズマピーアール
- 【実証フィールド】 大阪府

メンバー	小売流通		
	メーカー		
	ソリューション		

ボトルネックを解消する仕掛け



令和6年度CO2削減効果：1,028.45CO2トン 令和7年度CO2削減効果：1,931.29CO2トン

「デコ活宣言」/取組、製品・サービスの発信/「#デコ活」による発信

- 「デコ活」推進のため、組織（国・企業・自治体・団体）、個人単位で「デコ活宣言」を呼びかけています。「デコ活宣言」を実施いただくことで、ダウンロードツール等をご利用いただくことができます。
- ポータルサイトにおいて、「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを支える取組、製品・サービス」の登録を広く受け付けています。
- 登録いただいたものは、ポータルサイトやSNS等で発信します。
- 日々の「デコ活」の取組を「#デコ活」としてSNS等で発信し、広めていただくこともお願いしています。


脱炭素に資する取組、製品・サービス

デジタルも駆使して、多様な快適な働き方、暮らし方を後押し（テレワーク、地方移住、ワーケーションなど）



1

脱炭素につながる新たな暮らしを支える製品・サービスを提供・提案（可視化サービス・リサイクル製品など）



2

インセンティブや効果的な情報発信（気づき、ナッジ）を通じた行動変容の後押し（消費者からの発信も含め）



3

地域独自の（気候、文化等に合わせた）暮らし方の提案、支援



4

デコ活宣言

19,661主体
環境省として宣言したほか、企業・自治体・団体・個人が宣言
令和8年5月15日時点

宣言①：製品、サービス、取組展開を通じてデコ活を後押しします！

宣言②：生活・仕事の中で、デコ活を実践します！

#デコ活

ポータル登録数:694件
（デジタル関係:94件、製品・サービス:330件、インセンティブ:201件、地域:69件 ※重複有）
令和8年5月15日時点

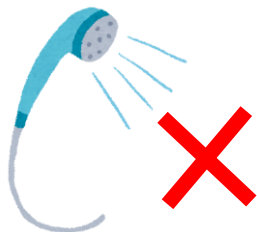
(コメントのサンプルです。コピーしてご活用ください)

デコ活しました！
<https://ondankataisaku.env.go.jp/decokatsu/#デコ活>



- 生活の様々な場面の脱炭素に資する行動によるCO₂排出削減効果を算定。
- 今後は、デコ活データベースを活用したサービスの社会実装を目指す。

住 シャワーに使用する水をこまめに止める



1回あたり**0.1kg**のCO₂削減

衣 リユース品の衣類をオンライン (EC、フリマアプリ等) で購入する



1着あたり**9.5kg**のCO₂削減

買・資源循環

ペットボトルのラベルをリサイクル



1枚あたり**5.8kg**のCO₂削減

食 食べ残しをしない



1日あたり**0.01kg**のCO₂削減

職 在宅勤務を実施する



1日あたり**1.8kg**のCO₂削減

移 宅配便を1回目の配送で受け取る



1回あたり**0.18kg**のCO₂削減

※デコ活データベース (Ver1.1) を使用

注: 上記CO₂削減量の算定においては、各種の行動ごとに、脱炭素に資する行動を行った場合と、行わなかった場合(従来型の行動)の排出量の差分から算定を実施しています。アクションごとの詳細な前提条件はExcelおよび、算定基本方針(PDF)をご参照ください

地域センターの取組事例



- 指定元自治体と地域センターが連携して、温室効果ガス排出削減に資する取組を実施している事例。
- 地域センター間の会議でナレッジを共有・水平展開

事業者向け

秋田市センター

中小事業者向け脱炭素支援事業

- ★ 地域センターが中小企業の脱炭素経営支援を行う基盤体制を構築し、その構成員に自治体も参画することで、**行政、商工団体・金融機関等が一体となった支援体制を構築。**
- ★ 秋田市が実施する省エネ機器導入補助金において、この支援体制で実施する「脱炭素診断受診」を申請要件に設定し、**専門的知見に基づいた実効性の高い脱炭素経営を促進。**

家庭向け

京都府センター

京都府住宅脱炭素化促進事業

- ★ ZEHや断熱リフォームを促進するため、**自治体・地域センター・地球温暖化防止活動推進員・工務店等事業者と連携して住宅断熱キャンペーンを実施し、府民の理解やニーズの掘り起こし、断熱に積極的な工務店等を支援。**
- ★ 京都府が実施しているZEH補助金情報や京都府が作成した省エネリフォーム冊子等をキャンペーンを通じて広め、さらに**高気密高断熱の施工者研修を実施するなど地域の住宅の脱炭素化を促進。**

自治体向け

高知県センター

基礎自治体を通じた地域へのデコ活推進事業

- ★ 指定元自治体が事務局を担う「地球温暖化防止県民会議行政部会」の枠組みを活用し、**自治体と地域センターが連携して市町村訪問・職員研修会を実施。**
- ★ 各地域の再エネ導入等によるCO2削減量と、域外への光熱費流出抑制経済的メリットを算出した資料を提供。
- ★ 脱炭素に向けた市町村の広域連携を考えるグループワーク等を実施し、**基礎自治体から地域のデコ活推進を図る支援を実施。**