

くらしの10年ロードマップ（概要）

令和6年2月 デコ活応援団（新国民運動・官民連携協議会）



初めて**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

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+α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、ディマンドレスポンス、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

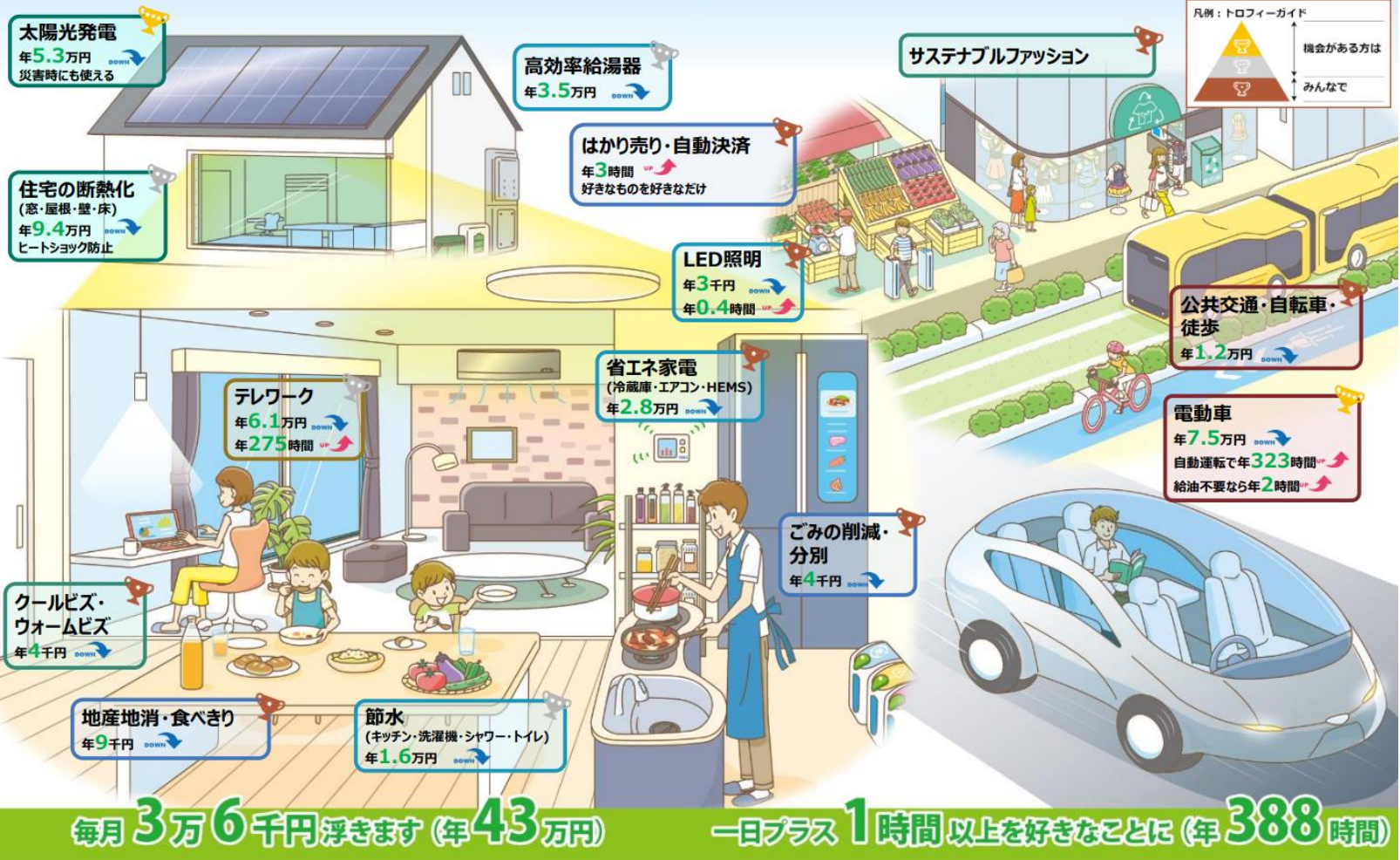
行動変容・ライフスタイル転換

ロードマップのスコープ（暮らし全領域を大きく7分野に）



- 1 住[外] 住宅の省エネ化・再エネ導入（断熱化、太陽光発電 等）
- 2 住[内] エコグッズの選択（LED、家電、給湯、節水 等）
- 3 衣 クールビズ・ウォームビズ、サステナブルファッションの実践
- 4 買・食 地産地消、適量購入・食べきりごみの削減・分別
- 5 職 テレワークの実践
- 6 移 電動車の購入
環境負荷がより少ない移動手段の選択
- 7 基盤 情報（教育・ナッジ）インセンティブ

脱炭素につながる新しい豊かな暮らしの10年後



環境ラベル等データベース



■ 環境省HPにおいて**環境物品を選ぶ際に参考となる情報源として環境ラベル等を紹介。**



環境ラベル等データベース



ホーム



環境ラベルとは



情報を見る



情報を掲載する



Q&A



お問い合わせ

国および第三者機
関による取組

事業者団体等によ
る取組

事業者による取組

地方公共団体

世界の主要なラベ
ル

リユース・リサイ
クルのための表示



国際エネルギー省
エ之星プログラム



カーボン・オフセット認証ラ
ベル



カーボン・ニュートラルラベル



カーボンフットプリントコミュ
ニケーションプログラム



省エネラベリング制度



統一省エネラベル



燃費基準達成車ステッカー



低排出ガス車認定（平成17年お
よび21年基準）



エコマーク



エコリーフ環境ラベル



グリーンマーク



牛乳パック再利用マーク

農産物の環境負荷低減の取組の「見える化」

- **みどりの食料システム戦略**に基づき、消費者の選択に資する環境負荷低減の取組の「見える化」を進めます。
- 化学肥料・化学農薬や化石燃料の使用低減、バイオ炭の施用、水田の水管理などの栽培情報を用い、定量的に温室効果ガスの排出と吸収を算定し、削減への貢献の度合いに応じ星の数で分かりやすく表示します。
- 米については、**生物多様性保全**の取組の得点に応じて評価し、温室効果ガスの削減貢献と合わせて等級表示できます。
- 農産物等にラベル表示するための基本的な考え方と、算定・表示の手順を整理したガイドラインを策定し、令和6年3月に「見える化」の本格運用を開始しました。（登録番号付与395件 令和6年9月末時点）（販売店舗等578か所 令和6年9月末時点）
- 生産者・事業者に対する算定支援や販売資材の提供を引き続き実施するとともに、「見える化」した農産物が優先的に選択されるよう、各種調達基準への位置づけや消費者の購買意欲を高めるための民間ポイントとの連携を検討します。

詳しくは
農林水産省HPへ



温室効果ガス削減への貢献

栽培情報を用い、生産時の温室効果ガス排出量を試算し、地域の慣行栽培と比較した削減貢献率を算定。

$$100\% - \frac{\text{対象生産者の栽培方法での排出量(品目別)}}{\text{地域の標準的栽培方法での排出量(品目別)}} = \text{削減貢献率(\%)} \\ \text{排出(農薬、肥料、燃料等)} - \text{吸収(バイオ炭等)}$$

★ : 削減貢献率5%以上
★★ : " 10%以上
★★★ : " 20%以上



見る × 選べる
みえるらべる

対象品目：23品目

米、トマト(露地・施設)、キュウリ(露地・施設)、ミニトマト(施設)、なす(露地・施設)、玉ねぎ、白ねぎ、ほうれん草、白菜、ばれいしょ、かんしょ、キャベツ、レタス、大根、にんじん、アスパラガス、リンゴ、温州みかん(露地・施設)、ぶどう(露地・施設)、日本なし、もも、いちご(施設)、茶

※括弧書きがないものは全て露地のみ

生物多様性保全への配慮

※米に限る

<取組一覧>

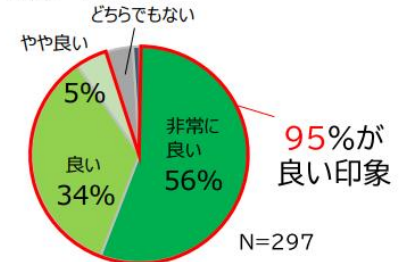
化学農薬・化学肥料の不使用	2点
化学農薬・化学肥料の低減(5割以上10割未満)	1点
冬期湛水	1点
中干し延期または中止	1点
江の設置等	1点
魚類の保護	1点
畦畔管理	1点

★ : 取組の得点1点
★★ : " 2点
★★★ : " 3点以上

消費者へのわかりやすい表示

【令和4年度・令和5年度 実証より】

店舗への印象



取組者からは、

- ・既存の栽培データで簡単に算定ができた
- ・ラベルを付けたことで売上が伸びたとの声。

令和6年3月からの本格運用以降、

- 登録番号付与395件
- 販売店舗等578か所
(令和6年9月末時点)

「資源生産性」の向上に向けた施策の方向性

1. 自律的な循環経済の促進に向けた環境整備

◆ 循環指標ガイドラインの策定

2. ビジネスモデルの革新（「新品」の効率的利用・CEコマース）

◆ CEコマースの促進（業種指定・判断基準策定）

◆ トレーサビリティ促進のための個別識別子の表示の追加

◆ 情報連携PFの構築

◆ 部品レベルの循環促進

3. 製品設計の高度化（資源消費量の抑制）

（1）エコデザイン（循環配慮設計）

◆ 循環配慮設計のトップランナー認定制度

（2）「循環資源」の需要創出

◆ プラスチック等の再生材の利用に関する義務の拡充（判断基準策定・計画策定・実施状況の定期報告）

◆ 有用な資源を含む副産物の利用に係る義務の導入（例：車載用電池の工程端材）

◆ 再生材利用に関するインセンティブ付与（グリーン公共調達、各種補助制度等での優遇）

（3）「循環資源」の供給強化

◆ 既存のリサイクル制度（容器包装リサイクル法等）における、再生材の流通量の増加及び高品質な再生材の評価を通じた再生材市場の活性化

◆ 再生資源供給産業の育成（今国会で成立した環境省提出の循環資源供給高度化法）

◆ 再生材に関する認証制度の導入

持続可能な地域社会の実現に向けた消費者教育及び環境教育推進事業

令和7年度要求・要望額
(前年度予算額)

15百万円
15百万円



背景 課題

平成24年8月に議員立法により成立した「消費者教育の推進に関する法律」に基づき、消費者庁と文部科学省において「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を策定（令和5年3月28日閣議決定）。この中で、行政、民間、消費者、事業者等の幅広い主体が連携を図り、効果的・実践的に消費者教育を推進することが求められている。また、基本的視点として消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことの促進や消費者の多様化等を踏まえたきめ細やかな対応などが示されている。



事業内容

① 成年年齢引き下げ等を踏まえた効果的な消費者教育実践モデル構築（委託事業）

・事業期間：令和5年度～、件数・単価：3機関×約1,745千円【拡充】
各地域において参考となる効果的・実践的な消費者教育のモデルを構築。

③ 教育アドバイザーの派遣

事業期間：平成25年度～、件数・単価：45回×約53千円

消費者教育アドバイザー等の派遣を通じ、持続可能な地域の実現に向けた知見・ノウハウを提供する。

② 消費者教育連携・協働推進全国協議会の実施（委託事業）

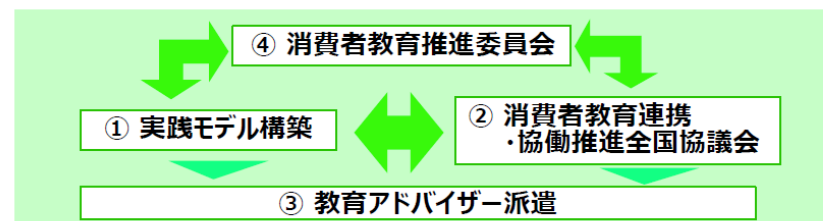
事業期間：平成30年度～、件数・単価：1団体×3地域×約1,786千円【拡充】

消費者教育に係る課題や実践手法等を関係機関・団体と共有・協議。

④ 消費者教育推進委員会の開催

事業期間：平成25年度～、件数・単価：1会議×3回×約656千円

消費者教育や環境教育の有識者により、今後の施策の推進方策について検討する会議の開催。



持続可能な地域社会の実現に向けた教育現場における
消費者教育・環境教育の取組の推進

アウトプット(活動目標)

- 全国の多様な好事例を把握し、教育委員会を通じて学校や地域に展開する。
- より多くの自治体からの教育委員会担当者が、研修に参加し消費者教育、環境教育への理解を深める。
- 消費者教育アドバイザーの活用を推進する。

アウトカム(成果目標)

- 本事業や本事業の成果を活用した取組に参加した子供たちの消費や環境に対する意識が変わり、行動が変容する。

インパクト(国民・社会への影響)

子供たちの意識・行動の変容を通じて、社会全体の意識が高まり、持続可能な地域社会の実現に寄与する。



エコレールマーク制度について

エコレールマークは、地球環境に優しい貨物鉄道輸送を一定割合（量）以上利用している商品や企業がわかるマークです。



認定商品・企業数

認定商品 186品目（162件）

- ・500km以上の陸上貨物輸送のうち30%以上鉄道を
利用している商品

認定企業 101社

- ・500km以上の陸上貨物輸送のうち15%以上鉄道を
利用している企業
- ・数量で年間1万5千トン以上、または数量×距離で
年間1,500万トンキロ以上の輸送に鉄道を利用して
いる企業

（注）パーセントは数量または数量×距離のいずれかの比率による。
また、認定件数は令和6年3月8日時点のもの。

趣旨・背景

貨物鉄道のCO₂排出量原単位[※]は、
トラックと比較して約10分の1

※1トンの貨物を1km輸送した時に排出するCO₂の量（2023年度実績比較）



一般消費者が環境にやさしい商品を選
べるだけ選ぶとする傾向はますます高
まってきているが、流通過程において、
地球環境問題に積極的に貢献している
商品や企業の情報を通常は知ることは
ない



消費者に判断基準の提供
（物流の見える化）

運営方法

「エコレールマーク運営・審査委員会」が審査、認定。
（事務局：公益社団法人 鉄道貨物協会）