



参考資料

「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）推進事業

令和7年11月13日

地球環境局デコ活応援隊
（脱炭素ライフスタイル推進室）



0. 背景・デコ活について

1. デコ活推進に係る社会実装型取組等支援

2. 地球温暖化対策の推進に関する法律に基づく地域支援

3. ナッジによる脱炭素型ライフスタイル転換促進事業

0. 背景・デコ活について

デコ活の背景①

■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、**暮らしや個人の行動に起因する分野でも大幅削減が必要**だが、現状（23年度）では家庭29.7%削減にとどまり、**さらなる加速度的な対応が必要**。

2030年度目標に向けた2023年度実績の進捗

温室効果ガス排出量 ・吸収量 (単位：百万t-CO ₂)		2013年度実績※ ¹	2023年度実績※ ¹	2023年度削減率	2030年度削減 目標・目安※ ²
		1,395	1,017	▲27%	▲46%
エネルギー起源CO ₂		1,235	922	▲25%	▲45%
部門別	産業	463	340	▲27%	▲38%
	業務その他	235	165	▲30%	▲51%
	家庭	209	147	▲30%	▲66%
	運輸	224	190	▲15%	▲35%
	エネルギー転換	104	79.6	▲23%	▲47%
非エネルギー起源CO ₂ 、メタン、N ₂ O		131	112	▲15%	▲14%
HFC等4ガス（フロン類）		28.9	37.0	+28%	▲44%
吸収源		-	▲53.7	-	-
二国間クレジット制度（JCM）		官民連携で2030年度までの累積で、1億t-CO ₂ 程度の国際的な排出削減・吸収量を目指す。我が国として獲得したクレジットを我が国のNDC達成のために適切にカウントする。			

※1 2025年4月に気候変動に関する国際連合枠組条約事務局に提出した温室効果ガス排出・吸収目録（インベントリ）（2023年度）の報告値。

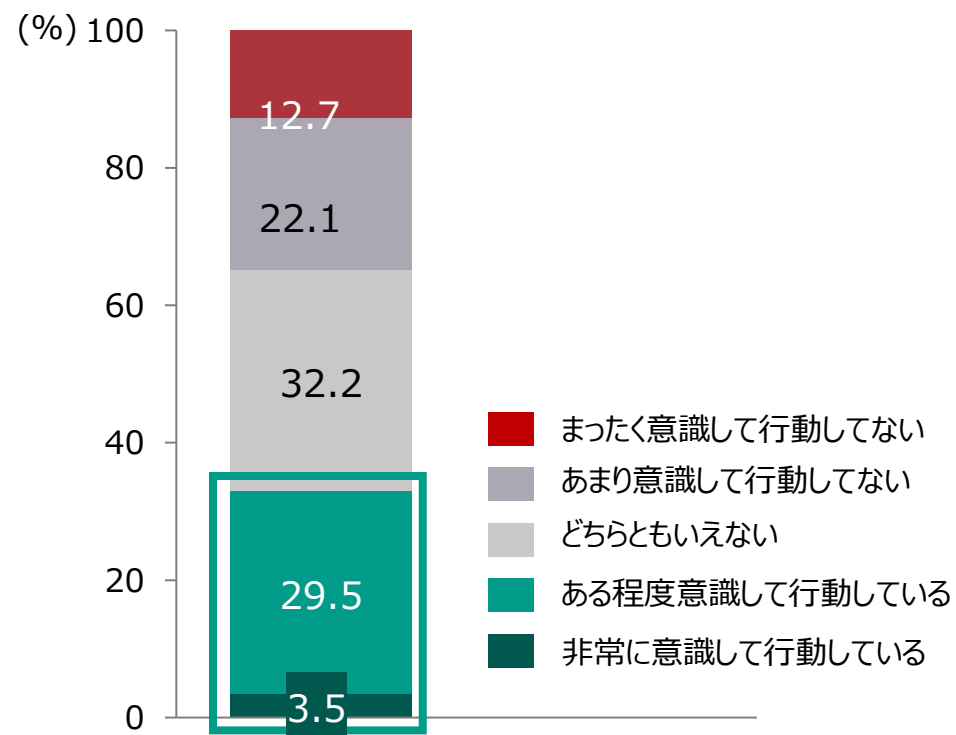
※2 エネルギー起源CO₂の各部門は目安の値。

デコ活の背景②

- 消費者一人ひとりの「脱炭素」の認知度は高いが、具体的な行動には結びついていない。
- 具体的に何をすればよいのか分からないという層が多い。
- 認知から行動に至る過程で何らかの阻害要因（ボトルネック）があると考えられる。

「脱炭素」という言葉を知っている人は90.8%、
行動に移している人は33.1%

どの程度脱炭素社会に向けた行動をしているか



脱炭素について若年層では、「よくわからない」、
「意識・貢献できる瞬間がない」と回答した人が約 6 割

脱炭素社会の実現に向けて取り組むことについて、正直どのように思うか
(とてもそう思う+そう思う)
(10代～20代の回答)

	(%)
正直、よくわからないので、やるべきことを決めてくれたら従う	59.4
正直、意識・貢献できる具体的な瞬間がない	58.5
正直、自分一人でやっても変わらない	56.9
正直、取り組むモチベーションが続かない	50.2

出典：博報堂「第二回 生活者の脱炭素意識&アクション調査」～2022 年 3 月調査結果～

- GXの進展により、**グリーン製品・サービス市場が形成**されることが期待される。
- サプライヤー（企業）のGX対応の進展に対応して、消費者の脱炭素に向けた取組の**阻害要因（ボトルネック）の解消**を後押しし、**ライフスタイル転換・行動変容と併せてグリーン製品・サービスの購入拡大**を図ることで、産業部門を始めとする**経済・社会全体の排出削減を押し進める**ことが期待できる。

目指すべきグリーン製品・サービス市場が形成された社会のイメージ

環境価値を有し、高品質なグリーン製品・サービスが従来品と競争力を持つ形で提供される

サプライヤー・最終製品メーカー



- ◆ 積極的・継続的にバリューチェーンの脱炭素化を推進
- ◆ 自社の製品・サービスの脱炭素化が企業価値・競争力・売上げの上昇に直結

グリーン製品・サービス

消費者・官民



デコ活で後押し！

- ◆ グリーン製品・サービスが競争力を持ち、広く流通・販売されている
- ◆ グリーン製品・サービスの価値を理解して、購買・消費を判断

グリーン製品・サービスの価値を評価した購買・消費を行う

サプライサイドでの脱炭素投資とデマンドサイドでの購買・消費が
かみ合う好循環が形成され、社会に定着（バリューチェーンのグリーン化）

1-1. デコ活推進に係る社会実装型取組等支援

(デコ活推進に係る社会実装型取組等支援 (委託事業))

（1）企業、自治体、団体等のマッチング、プロジェクト形成支援

- 国民目線で特定した阻害要因（ボトルネック）に基づき、構造的な解決策の仮説を策定、企業等へのヒアリング等によるプロジェクトの掘り起こしや企業、自治体、団体等の連携・マッチングをサポート。その後進捗に応じて各テーマの注力度を定め、プロジェクト創出に向けた磨きこみを実施。

（2）デコ活事務局の運営等

- デコ活応援団（官民連携協議会）等に関する事務を行うための事務局を設置し、企業・自治体・団体等の間での情報共有や意見交換が促進するようなデコ活応援団の効果的、効率的な運営等を実施。

（3）プロジェクト効果最大化のための横断的な情報発信

- プロジェクト効果最大化のため、「デコ活」や、その下での優良な官民連携プロジェクト事例のプロモーション・水平展開に貢献する、効果的・効率的な年間を通じた効果的なキャンペーン（メディア向けニュースレターの作成等）などの横断的な情報発信等を実施。

（4）その他（プロジェクト等の評価検証等）

- PDCAサイクルの着実な実施のため、「地球温暖化対策計画」における脱炭素型ライフスタイルへの転換に基づく対策評価指標に関する測定・評価・分析（必要に応じて指標または算出方法等の見直し）等の実施

デコ活応援団（官民連携協議会）で創出されたプロジェクト事例

※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



資源循環プラットフォーム

【TBM×再生材利用メーカー等】

- 再生材購入企業と販売企業の取引を高確度で実現
- 再生材活用の製品普及を促進し、資源循環・脱炭素化を推進



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】

- ワー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



1-2. デコ活推進に係る社会実装型取組等支援

(デコ活推進に係る社会実装型取組等支援 (補助事業))

社会実装型取組支援（「デコ活」補助事業）概要

- 行動変容・ライフスタイル転換には、**省エネ製品導入補助等の施策は一過性にすぎず、全ての消費者には行き渡らない**。阻害要因（ボトルネック）の解消に向けては、**継続的に効果を発揮し得る体制・枠組み作り**が重要。本事業では、**より多くの消費者により継続的に効果を発揮し得る体制・枠組み作りに重点的に取り組む**。
- **民間単独では事業リスクが高く**投資が躊躇されるものの、国が**モデル的に支援**を行うことで、連携を組成し、かつ、**自走する蓋然性が高い取組**を重点的に支援。

■対象事業

①広域規模事業

二以上の都道府県で多数の主体への効果が認められる事業

②地域規模事業

一の都道府県内で効果が認められる事業

■対象事業の要件

- ア) 温室効果ガス排出量の削減目標達成に資する環境保全効果を有する
- イ) 国民の行動変容・ライフスタイル転換に資する呼びかけに止まらない取組
- ウ) 協働で需要サイドのボトルネックを構造的に解消する仕掛けを国民に提供する
- エ) 補助事業の社会実装の仕掛け、環境保全効果に関する目標等を記載した事業計画書を提出する

■補助金の申請者

2者以上の事業者・団体等が共同で実施することとし、代表事業者を1者決める

■補助金の交付方法

①広域規模事業

事業者・団体等2：国1以内とする定額（補助金の上限は3億円）

②地域規模事業

事業者・団体等2：国1以内とする定額（補助金の上限は1億円）

多様な主体が垣根を越えて連携したプロジェクトを実施することで波及効果が拡大

- 通常の企業活動では**個社の利益を優先**するため、**競合他社や業界全体が連携して事業に取り組むことはしない**
- ⇒ 国が一定関与することで競合他社・業界横串、ひいては他業界など垣根を越えて連携したプロジェクトを実施することが可能
- ⇒ 国が一定関与することで当該取組の先進性・モデル性を確保、消費者への訴求力をアップ
普及加速化につなげる

シードマネーを投じることで事業リスクを低減

- 波及効果が大きい業界団体などは資力がなく、**資金調達が困難**（例え資力のある企業と連携していても、資金提供はしない）
- 民間単独で実施するには**事業リスクが高く投資が躊躇**される
- ⇒ 補助金を投じることで費用面の障壁をクリアにする

「デコ活」補助金採択に当たって重視している観点

環境保全効果が見込める複数者による協働連携の取り組みにおいて



- 国民・生活者に行動変容を促すうえでの**主要な障害（ボトルネック）を特定**しているか
 - ・デコ活応援団（官民連携協議会）が定めた「くらしの10年ロードマップ」も適宜参照



- ボトルネックを**構造的に解消する仕掛け**が描けているか
 - ・いわゆる“普及啓発型”の取組（一過性のイベント開催、グッズの配布、広告宣伝等の一方的な情報発信、等）にとどまらない、仕掛け作りを含むプロジェクトになっているか



- 連携協働により**1者で推進するよりも大きな効果を期待できるもの**になっているか
 - ・1社によるマーケティング活動の支援にならないことを想定
 - ・これまでにはなかった他業種との連携や、同業他社との業界横断的な連携を評価



- ランニングコスト（加工賃やポイントなど）に補助金を充てる場合は、**翌年度以降補助金を補填する手段**が明確になっているか
 - ・補助終了後も事業が継続、発展していくと見込めるか

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

認知

興味・関心

比較検討

契約・施工

1

消費者向け認知・拡大（戦略PR活動）

- 省エネ住宅の裾野拡大に向け、官民連携で年間を通して情報を発信し、メディア露出の機会を増やす

事業者・業界団体によるPR

- 商品情報の発信
 - 事業者・業界団体による宣伝活動（広告・ツール）
 - 自社メディアの情報強化（HP, SNS）

2

説明能力強化

- 説明能力強化ツールの充実
 - 優良事例・能力強化動画
 - マニュアル等

3

技術力強化

- 研修会、マニュアル、計算支援等

※2年目以降は、事業者・業界団体によるPRで継続的に認知・拡大

効果の波及

省エネ住宅関係団体

販売店

工務店

不動産会社

XX 本事業活動

XX 各社自社活動 ←補助対象外経費

→ 消費者の流れ

→ 成果の活用

消費者

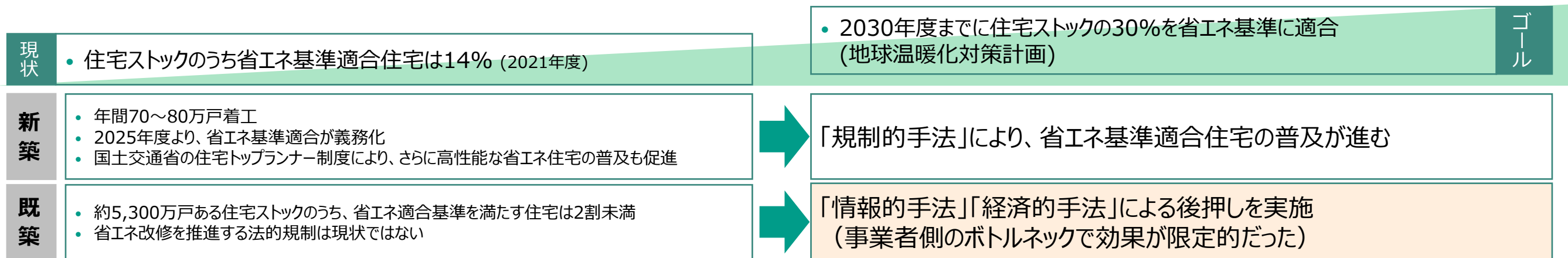
CO2排出量削減

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）

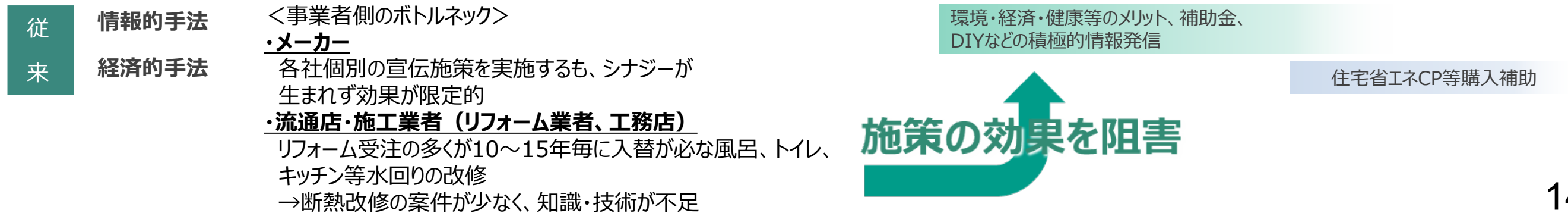
ボトルネックと解消のための施策＜従来＞



- これまで消費者に対する普及啓発・補助事業を実施するも、行動変容効果は不十分
- 事業者のボトルネックを解消する官民連携での施策で、消費者のさらなる行動変容を後押し



■住宅の断熱リフォーム推進施策（イメージ）



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） ボトルネックと解消のための施策＜デコ活補助事業による支援＞

- これまで消費者に対する普及啓発・補助事業を実施するも、行動変容効果は不十分
- 事業者のボトルネックを解消する官民連携での施策で、消費者のさらなる行動変容を後押し

現状	住宅ストックのうち省エネ基準適合住宅は14%（2021年度）	2030年度までに住宅ストックの30%を省エネ基準に適合（地球温暖化対策計画）	ゴール
新築	- 年間70～80万戸着工 2025年度より、省エネ基準適合が義務化 - 国土交通省の住宅トップランナー制度により、さらに高性能な省エネ住宅の普及も促進	「規制的手法」により、省エネ基準適合住宅の普及が進む	
既築	- 約5,300万戸ある住宅ストックのうち、省エネ適合基準を満たす住宅は2割未満 - 省エネ改修を推進する法的規制は現状ではない	「情報的手法」「経済的手法」による後押し + デコ活補助事業で支援	

■住宅の断熱リフォーム推進施策（イメージ）



デコ活以降

事業者側のボトルネック

+ デコ活によるボトルネック解消

- ・メーカー：各社個別の宣伝施策を実施
→ 健康面や防音などのほかのメリットとあわせて事業者連携の広報施策実施
- ・流通店：断熱関連商品や活用できる補助金について上手く説明できない
→ マニュアル化、研修実施（窓流通店770店超に普及）
- ・施工店：断熱改修の技術が不足
→ マニュアル化、研修実施（全国工務店3,000社他複数業界団体を通じて普及）

環境・経済・健康等のメリット、補助金、DIYなどの積極的情報発信

住宅省エネCP等購入補助

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

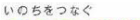
大阪府との連携により府民に対して**脱炭素型購買を促す学習機会**（催事開催、全小学校向けキット配布、アプリ提供）を提供する。

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等を通じた統一的な訴求**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。

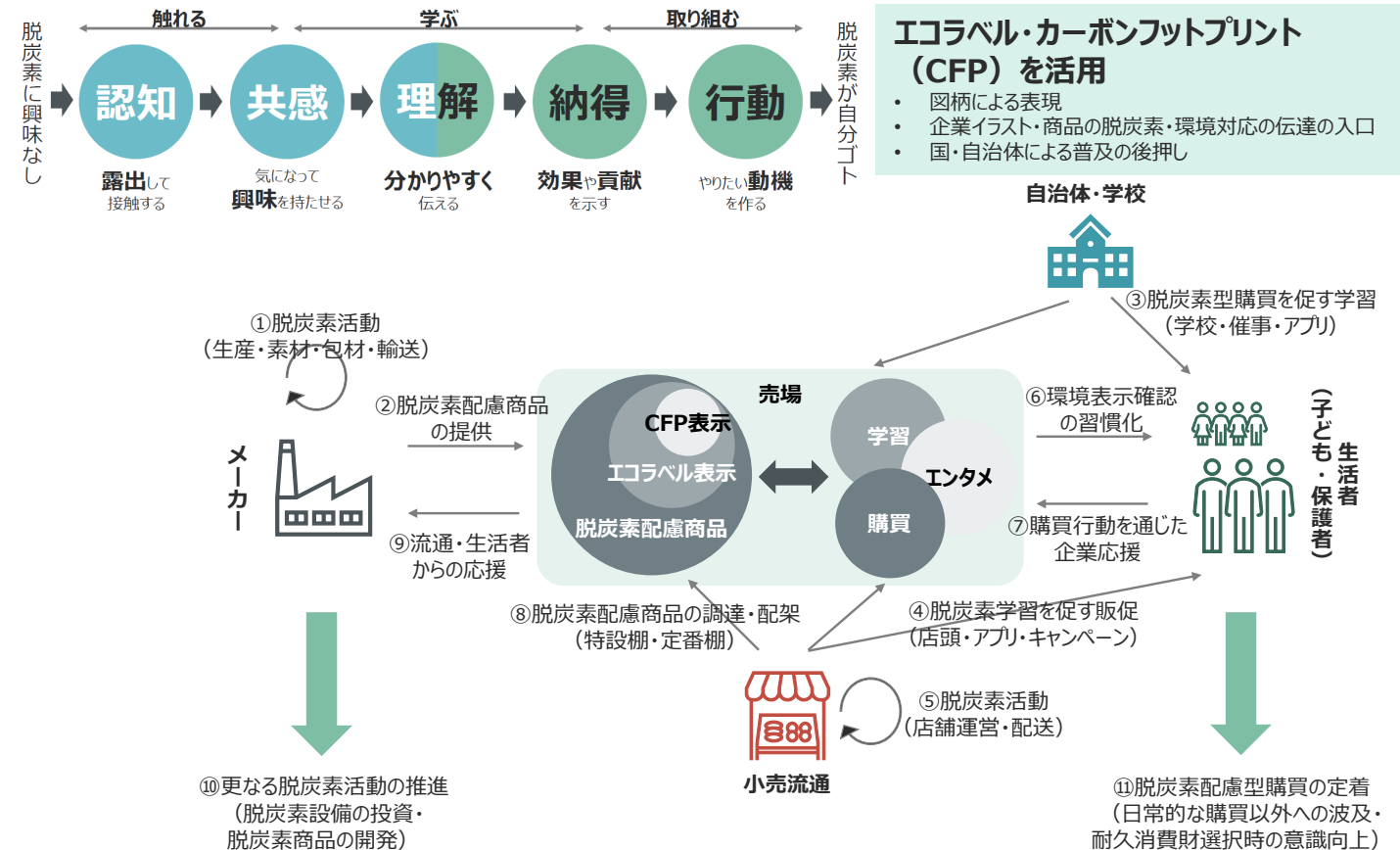
事業実施者

【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】



メンバー	小売流通	 スギ薬局グループ				
	メーカー	 Asahi GROUP	 Glico	 Kanro	いのちをつなぐ  SARAYA	
	ソリューション	 三幸製菓株式会社	 1-PRICE いまま、ふしりし、フタアゲ	お口の恋人  LOTTE	 ASUENE	 KREO

ボトルネックを解消する仕掛け



2. 地球温暖化対策の推進に関する法律 に基づく地域支援

地球温暖化対策の推進にあたっては、**地域特性、生活環境に応じた行動変容が必要**であり、**地域に根差した取組を促進**すべく**地域に応じた体制作りが必要**。そのため、「デコ活」発足に伴って、温対法第39条及び第38条に基づく全国地球温暖化防止活動推進センター及び地域地球温暖化防止活動推進センターが実施する調査・情報収集・普及啓発・広報等について、以下のように整理している。

➤ 全国地球温暖化防止活動推進センター調査・情報収集等業務

【委託先】環境省→全国地球温暖化防止活動推進センター

- ・**各地域地球温暖化防止活動推進センターの活動に対する支援、指導、研修を実施**するほか、気候変動教育推進のためのカリキュラムや学習支援ツールの作成や地球温暖化対策に関する調査、情報収集等を実施。

➤ 地域における地球温暖化防止活動促進事業

【補助先】環境省→非営利法人→地域地球温暖化防止活動推進センター（補助率：5／10）

- ・指定自治体と連携し「デコ活」に即した**普及啓発にとどまらない市民・消費者の行動変容を促す取組**や温対法第38条に規定された事業の実施に対して補助金を交付。
- ・令和3年の温対法改正で、地域地球温暖化防止活動推進センターの事務として**地域の中小企業等の脱炭素化**に向けて、**関係団体との連携**や**事業者に対する啓発・支援等が追加**され、地域に適した社会実装型の取組を支援。

3. ナッジによる脱炭素型ライフスタイル転換 促進事業

事業全体イメージ

- 個人や世帯のエネルギーの使用実態や環境配慮行動の実施状況等をデジタルで客観的に収集してAIで高度に解析。
- 国民に対して行動履歴を見える化し、行動に応じてナッジ等の行動科学の知見を活用した金銭的・非金銭的インセンティブを付与。
- 脱炭素にはすべての国民が応分の取組を行うことが求められる。多くの国民が無理なく行動変容に持続的に取り組むには、かかる行動科学の知見を活かすことも重要。本事業は「デコ活」への活用を念頭に実証する。

