

資料1

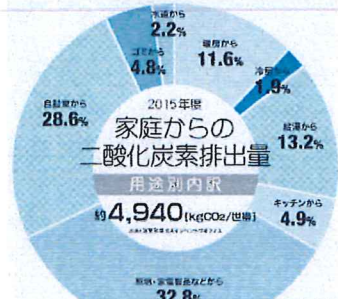
賢い選択

昨年度の議論等を踏まえた本年度の エコ住キャンペーン実施方針について

平成30年 7月



➤ 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。



(出典)温室効果ガスインベントリオフィス、JCCCA

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。



クールチョイス 2030年度△26%目標達成のための【旗印】

省エネ・低炭素型の製品/サービス/行動などあらゆる「賢い選択」を促す国民運動

【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



【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



H29年度に実施した取組の全体像

第4回COOL CHOICE
推進チーム資料

	自治体・地域センター等	事業者	国	消費者
省エネ家電	5つ星家電買換えキャンペーン			<ul style="list-style-type: none"> 省エネ家電への買換え（2030年度高効率機器が全面普及） LED照明への交換（2030年度ストック100%）
	<ul style="list-style-type: none"> 市町村だよりを通じた普及啓発 古い冷蔵庫コンテスト（仮称）等の実施 コミュニティFM等を通じた発信 地域センター等を通じた普及啓発 	<ul style="list-style-type: none"> 統一ロゴマークの掲出等を通じた周知 販売方法の工夫等による5つ星家電等の販売促進 	<ul style="list-style-type: none"> 特設サイト開設等 「しんきゆうさん」改良 29省エネ家電予算 うちエコ診断 	
省エネ住宅	エコ住キャンペーン			<ul style="list-style-type: none"> 新築ならZEHを選択する（2030年度、新築住宅における省エネ基準適合率100%） 既存住宅は省エネリフォーム（2030年度約3割省エネ基準適合）
	<ul style="list-style-type: none"> 市町村だよりを通じた普及啓発 コミュニティFM等を通じた発信 地域センター等を通じた普及啓発 	<ul style="list-style-type: none"> 統一ロゴマークの掲出等を通じた周知 ZEH宿泊体験（冬） ビジネスストックガイドの活用 	<ul style="list-style-type: none"> 特設サイト開設等 29省エネ賃貸住宅支援予算 うちエコ診断 	
ZEH、省エネリフォーム、BELS等のPR				
低炭素物流	COOL CHOICE出来るだけ1回で受け取りませんかキャンペーン			<ul style="list-style-type: none"> 宅配便を1回で受け取ることで、再配達による年間CO2排出量42万トンの削減を目指す
	<ul style="list-style-type: none"> 市町村だよりを通じた普及啓発 コミュニティFM等を通じた発信 地域センター等を通じた普及啓発 	<ul style="list-style-type: none"> 統一ロゴマークの掲出等を通じた周知 	<ul style="list-style-type: none"> CSRページ等での広報 	
エコカー	エコカー買換えキャンペーン			<ul style="list-style-type: none"> まずは、エコカー減税対象への買換えを行う 2030年度には、新車の2台に1台を次世代自動車に
	<ul style="list-style-type: none"> 市町村だよりを通じた普及啓発 コミュニティFM等を通じた発信 地域センター等を通じた普及啓発 	<ul style="list-style-type: none"> 統一ロゴマークの掲出等を通じたエコカー買換の促進 	<ul style="list-style-type: none"> 特設サイト開設等 	
ライフスタイル	シェアエコ～シェアリングエコノミーをシェアリングエコロジーへ～			<ul style="list-style-type: none"> CO2削減にも貢献するシェアするライフスタイルを選択する
	<ul style="list-style-type: none"> スキル・空間・モノ・移動・お金のシェア活用による地域活性化の検討 	<ul style="list-style-type: none"> 自転車シェア 	<ul style="list-style-type: none"> 特設サイト開設等 29自転車予算 	

デジキヤラ・動画・コミュニケーター等

【主な取組】

- ZEH・省エネリフォームを推進するエコ住キャンペーンを展開
- COOL CHOICE ZEH体験宿泊キャンペーンを展開し、ZEH住宅のメリットを消費者に訴求
- 「SUUMO」等の専門メディアを通じた情報発信を実施



エコ住キャンペーンの展開

ー 省エネ住宅推進大使に壇蜜氏を起用し、キャンペーンをPR

- 住宅の省エネ・低炭素化推進のため、高断熱・省エネ住宅への買換えや省エネリフォームを呼びかける「エコ住キャンペーン」を展開。
- また、キャンペーンを広くPRするために、壇蜜氏を省エネ住宅推進大使に任命。ポスター、工務店から個人に省エネリフォームを勧める「ビジネストークガイド」に出演。
※ビジネストークガイドは29年度中に全国の工務店等に6万部を配布予定

全国ZEHハウスマップ

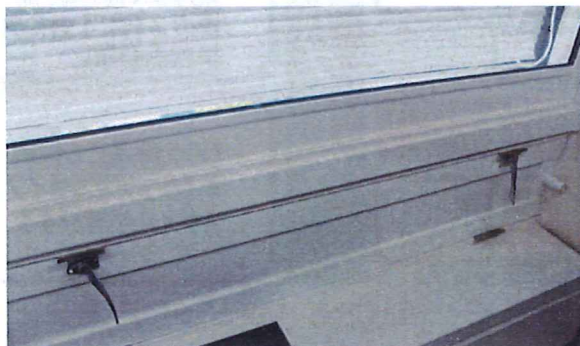


COOL CHOICE ZEH体験宿泊事業の実施

- 住宅新築、新居購入を検討している方をターゲットに、冬の期間、ZEH等に体験宿泊してもらうことで、省エネ住宅のメリットを体感してもらう企画。
- 体験宿泊を通じ、消費者の選択・行動変容につなげ、「新築、新居を購入するならZEH」という考え方を普及させることが目的。
- 全国10施設で、29年12月～30年2月の間に実施。
※ 応募状況：168件(宿泊枠216件 1月24日現在)

「SUUMO」等の専門メディアを通じた情報発信

- SUUMOジャーナルへ省エネリフォームに関する記事を掲出。
 - ・第1回記事：環境省で行っている2重窓リフォーム(左写真)、クールビズの取組等
 - ・第2回記事：マンション断熱改修の成功事例を取材
- 住宅購入・リフォームを考えている消費者がアクセスする専門メディアで情報発信を行うことで、効果的に行動変容につなげることが目的。



宿FREEプロジェクト“SHONAN〔宿FREE〕”

第4回COOL CHOICE
推進チーム資料

「COOL CHOICE」と高須光聖委員がパーソナリティーを務めるラジオ番組「空想メディア（TOKYO FM）」とのコラボレーション企画として、無料（FREE）で泊まれる、エコな未来の家＝「宿FREE」を作ることを目指して実施。12月～2月に体験宿泊希望者を募集。



<ラジオ収録風景
(放送内容はCOOL CHOICE WEBに掲載)>

SHONAN〔宿FREE〕の実施

- 平成29年7月～12月の「空想メディア」内で、宿FREEの実現に向けて、高須委員とゲストの方が様々なアイデアを出し合い、パナホーム（株）の全面的な協力のもと、Fujisawa SST内に設置。
- 本企画では、①ZEH、②5つ星の最新省エネ家電、③「おうちでアウトドア感覚」等の暮らしの未来を体感できる企画が体験可能。

体験宿泊希望者の募集

- 応募要件については「20歳以上の方」とし、できるだけ多くの方が体験できるよう、環境省プレスリリース、SNS、ラジオ番組「空想メディア」を通じて、広く募集。
- 29年10月16日より募集開始。29年12月11日時点で満員となり、募集終了。※募集枠22組、応募件数71件。



<SHONAN〔宿FREE〕外観>



<左から、リビング、バルコニー（アウトドアグッズ）、バルコニー（天体望遠鏡）>

- COOL CHOICE関連の取組を促進するため、先進的な取組を表彰・紹介する環境大臣表彰「COOL CHOICE LEADERS AWARD」を創設。
- 週刊東洋経済と連携した小冊子の作成を行い、更なる認知度向上・賛同数の拡大を図る。



COOL CHOICE LEADERS AWARDの創設・実施

個人、グループ及び企業・団体等から広く、「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・表彰。

- 応募総数：518件
- 表彰内容：環境大臣賞：窓リフォーム「リフレム リプラス」／(株)LIXIL
爆笑問題COOL CHOICEアイデア賞：空家計画（そらいえ けいかく）／一般社団法人ソーシャルグッド 他
- 表彰式：12月9日（土）（「エコプロ2017」にて開催）

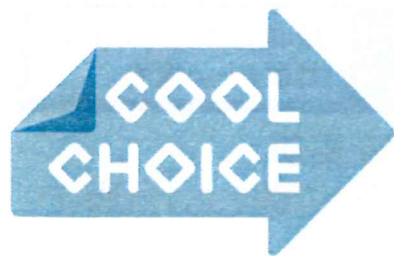
地球温暖化防止コミュニケーター事業

今年度新規に500名のコミュニケーターを養成し、コミュニケーターによる国民への普及啓発活動を展開。コミュニケーターを活用し、小中学校を対象とした出前授業、親子を対象としたイベントを開催。

- コミュニケーター数：2,519名（平成30年2月時点）
- コミュニケーター養成セミナー：19回開催予定、434名養成（平成30年2月時点）
- 出前授業：小学校110校、中学校10校で実施予定
- 親子イベント：5回開催



親子向けイベント



賢い選択

平成30年度の取組について

- 29年度は、特設HPやポスター、ビジネストークガイド等を活用し、新築・持ち家等の啓発を実施。
- 30年度は、持ち家のリフォームや賃貸住宅など、消費者に行動変容を促すのが、相対的に難しい分野での啓発を実施。
- 実施の際には、リフォーム等への心理的ハードルを下げるため、DIYや省エネ建材の促進や体験を通じたきっかけづくりに取り組む。併せて、給湯分野での節水・節湯、省エネの普及啓発を実施。

啓発・呼びかけの強化

- 特設HPの更新、ポスターの作成・掲出
- 賃貸住宅居住者向けの施策を強化
 - ✓ 断熱性能等の情報提供開始に関する検討
→現在は部屋選びの検討要素となっていないが、指標化を通じ消費者ニーズを取込むことで、賃貸住宅の資産価値向上へ働きかける
※ 想定光熱費の参考表示についても検討
 - ✓ オーナーや管理会社向けに、既存住宅の断熱性能等を向上させるポイントを発信
- ビジネストークガイドの更新・配布拡大（施主への接触頻度を出来る限り増加させるよう、既存のリフォーム関連イベントや環境関連イベント・消費者関連イベント等の機会を最大限有効活用）
 - ✓ 暑さ・寒さ対策になるDIYとリフォーム向け省エネ建材を紹介したガイド作成を検討
- 住宅における「高断熱浴槽、節水トイレ、節水・節湯水栓（浴室、洗面所、台所、トイレ）」の普及を後押ししていくため、「水回りでCOOL CHOICE（仮称）」のロゴ作成を検討

体験型施策の充実等

- 新築住宅の購入を検討する世帯向けに、来年度もZEH体験宿泊を実施
 - ✓ 2017年度事業の効果検証を踏まえた企画立案を行い、2018年12月～翌2月に実施
- 既存住宅のリフォームを検討する世帯向けに、新たに省エネリフォーム体験を実施
 - ✓ 秋までに協力施設を公募し、ウォームビズと連携した体験事業の実施を想定
 - ✓ あわせて「今住んでいる家の温度を確認してみませんか（仮称）」という呼びかけを実施（測定した際に、測定した家の状況が同様の地域の家と比べて相対的にどの程度の水準か比較出来るような仕組みを合わせて検討）
- その他補助金事業等の推進
- 環境団体や消費者団体への、住宅関連セミナーの参画呼びかけ
- 関係者への、温暖化防止コミュニケーターへの参画呼びかけ

(平成30年度の取組の方向性)

消費者向け

事業者向け

マスチャネル

- ・環境省HP/省エネ住宅キャンペーン
- ・地方FM等（補助金事業）
- ・COOL CHOICE LEADERS AWARD

浸透しつつある業界

- ・「月刊smart house」

専門メディア

- ・「SUUMO」（リクルート住まいカンパニー）
等を通じた賃貸住宅居住者向け情報
- ・オーナー/管理会社向け情報
- ・ZEH体験宿泊/省エネリフォーム体験
- ・リノベーションエキスポ（リハ協）等との連携

浸透していない業界

- ・ビジネストークガイドの改良
- ・DIYやプチリフォーム、省エネ建材の推奨
- ・賃貸住宅の断熱性能発信を後押し
- ・節水/節湯製品の推奨
- ・環境団体、消費者団体向けのセミナー

専門メディアを積極的に活用し、「浸透していない業界」向け取組を重点化することで、消費者の潜在ニーズを掘り起こす

- ▶ 住宅における節水・節湯型の「高断熱浴槽、節水トイレ、節水・節湯水栓（浴室、台所）」の普及を環境省としても後押ししていくため、「水回りでCOOL CHOICE（仮称）」ロゴを作成。
- ▶ 給湯機については、関係者との調整を踏まえ、省エネ型の給湯機を後押ししていく方策を更に検討。

【ロゴの使用方法(案)】

- ・環境省のクールチョイスに賛同頂いた企業・団体が水回りで省エネを環境省と一緒に進めて行く際の普及啓発の旗印としてwebサイト、パンフレット、展示場・モデルルーム等で掲出頂くことを想定(個別の製品にロゴを貼ることは想定していない)。
- ・なお、水回りの省エネ製品はどのようなものを環境省として考えているのかと問われれば、右記の製品を推奨と回答することとしたい。

製品	推奨	詳細
高断熱浴槽	JIS基準「高断熱浴槽」と同等以上の製品	JIS A 5532で示された「高断熱浴槽」と同等以上の性能及び品質を有するもの。
節水トイレ	エコまち法(都市の低炭素化の促進に関する法律)の低炭素住宅認定基準に適合する製品	JIS A 5207 で示された「節水Ⅱ型大便器」と同等以上の性能及び品質を有するもの
節水・節湯水栓(浴室、台所)		エコマーク認定を取得しているもの。または同等以上の性能及び品質を有するもの。

【現時点で想定している対外的な説明ぶり(案)】

以下のような内容を環境省webサイトに掲載することとしたい。

○環境省は地球温暖化対策のための国民運動「COOL CHOICE」として、住宅における身近な水回り(浴室、トイレ、台所)における省エネを進めていくことが重要と考えており、新たに「水回りでCOOL CHOICE(仮称)」ロゴを作成し、「COOL CHOICE」に賛同頂いた企業・団体と環境省が共同で水回りの省エネの普及啓発の取組を進めていくこととしました。

○水回り(浴室、トイレ、台所)における省エネ製品については、(都市の低炭素化の促進に関する法律やZEH等の政府全体の住宅に関連する取組の仲でJIS基準などにより、従来から推奨されている製品(別表:上記の表を掲載予定)がありますので、以下のリンク先の情報などを参考として下さい。

(リンク先の例)

<http://www.alianet.org/amenitycafe/bathroom/latest-trends/equipment/bathtub/>

<http://www.sanitary-net.com/news/news241>

<https://www.ecomark.jp/nintei/116.html>



2018年度から、新たに住宅の給湯分野の普及推進のため、「水回りでCOOL CHOICE（仮称）」ロゴを作成

H30年度に実施予定の取組の全体像

第4回COOL CHOICE
推進チーム資料

事業の狙い	実施事業例	進捗確認事項例	2030年目標との関係
地球温暖化への関心度の向上、 危機意識の浸透	<ul style="list-style-type: none"> 地球温暖化防止コミュニケーター事業 公式HP等でのCOOL CHOICE TV (動画)、SNSの活用 	<ul style="list-style-type: none"> 地球温暖化や地球温暖化がもたらす影響への関心度 地球温暖化対策の必要性への認知度 	<ul style="list-style-type: none"> 地球温暖化の影響についての理解促進 国民運動の推進
COOL CHOICEへの賛同拡大と 取組の促進	<ul style="list-style-type: none"> 各主体と連携した周知拡大 デジキャラの活用 COOL CHOICE LEADERS AWARDの実施 	<ul style="list-style-type: none"> 各種賛同数、認知度(特に詳細認知) 家庭や職場で行う地球温暖化対策の実施割合 	
省エネ家電・LED買換え促進 照明や空調の効率的利用の推進	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ家電、LED買換え促進事業 照明の効率的な利活用事業 Light Downキャンペーン促進 COOLBIZ、WARMBIZ推進事業 	<ul style="list-style-type: none"> LED販売実績 照明の効率的な利用の実施割合 COOLBIZ、WARMBIZの実施割合 	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ家電への買換え(2030年度高効率危機が全面普及) LED照明への交換(2030年度ストック100%)
省エネ住宅・断熱リフォームの普及 水回りでのCOOL CHOICE推進	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ住宅推進事業 - 体験型施策の実施、賃貸住宅での省エネ住宅普及推進) 水回りでCOOL CHOICE推進事業 	<ul style="list-style-type: none"> 新築住宅販売件数に占めるZEH割合 断熱リフォームの実施状況 BELS取得件数 	<ul style="list-style-type: none"> 新築はZEHを選択(2030年度新築住宅における省エネ基準適合率100%) 既存住宅は省エネリフォームを実施(2030年度省エネ基準適合率約3割)
宅配便再配達率の削減	<ul style="list-style-type: none"> 低炭素物流推進事業 - 次世代を担う若者への呼びかけ、職場受取や宅配BOXの普及啓発 	<ul style="list-style-type: none"> 宅配便再配達率 宅配ボックスの普及状況 	<ul style="list-style-type: none"> 宅配便を1回で受け取ることで、再配達による年間CO2排出量(42万トン)を削減することを目指す
エコカー普及 エコドライブ推進	<ul style="list-style-type: none"> エコカー買換え促進 エコドライブ推進事業 	<ul style="list-style-type: none"> エコカー保有割合 エコドライブの実施率 	<ul style="list-style-type: none"> まずは、エコカー減税対象への買換えを促進 2030年度には、新車の2台に1台を次世代自動車に
シェアリングエコロジーの推進	<ul style="list-style-type: none"> スマートムーブ推進事業 自転車シェア、カーシェア推進事業 COOL SHARE、WARM SHARE 	<ul style="list-style-type: none"> 公共交通の利用割合 自転車シェア、カーシェアの実施割合 	<ul style="list-style-type: none"> CO2削減にも貢献するシェアするライフスタイルを選択

エコ住キャンペーン実施方針①

啓発・呼びかけの強化

- 特設HPの更新、ポスターの作成・掲出
- 賃貸住宅居住者向けの施策を強化
 - ✓ 断熱性能等の情報提供開始に関する検討
→現在は部屋選びの検討要素となっていないが、指標化を通じ消費者ニーズを取込むことで、賃貸住宅の資産価値向上へ働きかける
※ 想定光熱費の参考表示についても検討
 - ✓ オーナーや管理会社向けに、既存住宅の断熱性能等を向上させるポイントを発信
- ビジネストークガイドの更新・配布拡大（施主への接触頻度を出来る限り増加させるよう、既存のリフォーム関連イベントや環境関連イベント・消費者関連イベント等の機会を最大限有効活用）
 - ✓ 暑さ・寒さ対策になるDIYとリフォーム向け省エネ建材を紹介したガイド作成を検討
- 住宅における「高断熱浴槽、節水トイレ、節水・節湯水栓（浴室、洗面所、台所、トイレ）」の普及を後押ししていくため、「水回りでCOOL CHOICE（仮称）」のロゴ作成を検討

➡ 実施方策に応じてHP等を更新
普及啓発としてどのような特集企画を組んでいくかについても、資料3等の結果も踏まえつつ、今後引き続き検討

➡ 本日の資料5を踏まえ、ご議論を頂きたい

➡ ビジネストークガイドを更新

➡ ロゴを作成中
ロゴ作成後の取組については本日の資料2を踏まえ、ご議論を頂きたい

エコ住キャンペーン実施方針②

体験型施策の充実等

- 新築住宅の購入を検討する世帯向けに、来年度もZEH体験宿泊を実施
 - ✓ 2017年度事業の効果検証を踏まえた企画立案を行い、2018年12月～翌2月に実施
- 既存住宅のリフォームを検討する世帯向けに、新たに省エネリフォーム体験を実施
 - ✓ 秋までに協力施設を公募し、ウォームビズと連携した体験事業の実施を想定
 - ✓ あわせて「今住んでいる家の温度を確認してみませんか（仮称）」という呼びかけを実施（測定した際に、測定した家の状況が同様の地域の家と比べて相対的にどの程度の水準か比較出来るような仕組みを合わせて検討）
- その他補助金事業等の推進
- 環境団体や消費者団体への、住宅関連セミナーの参画呼びかけ
- 関係者への、温暖化防止コミュニケーターへの参画呼びかけ

本日の資料2及び資料3を踏まえ、ご議論を頂きたい

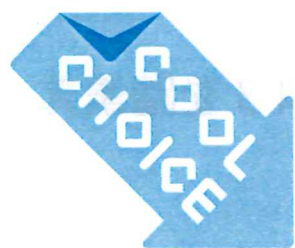
住宅関連の補助金を担当課室で執行活用を普及啓発の中でも呼びかけ

環境省から順次働きかけを実施
本日の資料4での優良事例等の掘り起こし等も併せて実施

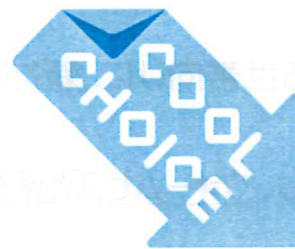
「水回りでCOOL CHOICE（仮称）」のロゴ（現在の検討状況）

- 住宅における節水・節湯型の「高断熱浴槽、節水トイレ、節水・節湯水栓（浴室、台所）」の普及を環境省としても後押ししていくため、「水回りでCOOL CHOICE」ロゴを作成。

（イメージ）



水回りでCOOL CHOICE



水回りでCOOL CHOICE

今後、関係団体からのご意見をいただきながら修正予定