

## ライフスタイル転換によるGHG削減策が活発化

### ◆国内52都市における脱炭素型ライフスタイルの効果を初めて定量化

2021年7月、国立環境研究所（国環研）と地球環境戦略研究機関（IGES）は、国内の主要52都市の生活様式や行動などのライフスタイルの転換が、温室効果ガス（GHG）排出削減に与える影響を定量化した研究結果を発表した。

日本のGHG排出量をカーボンフットプリント\*（CFP）に換算して消費ベースに置き換えると年間1人当たり約13トンとなる。そのうち、移動、住居、食、レジャー、消費財の利用など、日常生活領域における排出量は約8トンで全体の6割以上を占める。GHG排出削減に向けて、技術革新と比べると、ライフスタイルの転換は比較的短期間で効果が見込めるとして注目されている。

研究では、各都市のGHG排出量の現況と、日常生活領域において、65項目のGHG排出削減の取り組みを採用した場合の効果をCFPで定量化している。

\*カーボンフットプリント(CFP)とは、商品・サービスの原料調達から廃棄・リサイクルに至るまで、ライフサイクル全体を通じて排出されるGHG排出量を二酸化炭素(CO<sub>2</sub>)に換算して重量で表示する仕組み(単位:CO<sub>2</sub>e)

### ◆各都市の状況に応じたGHG削減策が重要になる

52都市の平均GHG排出量は、年間1人あたり7.4トンで、最大の水戸市8.4トンと最小の那覇市5.8トンとでは、2.7トンの差があった。1.5℃目標達成のためには平均3.2トンに抑えることが必要なため、都市ごとに削減必要量に違いがある。

分野別の取り組みで削減効果が大きい項目は、移動はライドシェアリング（相乗り）が530kg、住居がゼロエネルギー住宅（ZEH）が1,910kg、食分野では卵や乳製品なども摂らない完全菜食（ヴィーガン）が350kg、レジャーでは地元地域でのレクリエーションが250kg、消費財では衣類の長期使用が200kgであった。

【GHG削減効果が大きい取り組み】 52都市平均の最大削減効果（単位：kgCO<sub>2</sub>e）

移動	ライドシェアリング(相乗り)530、電気自動車(再生エネ充電)470、公共交通・自転車への転換(都市内移動)430、テレワーク290、職住近接280、地元で過ごす休暇140
住居	ZEH住宅1,910、再エネ由来電力への切り替え1,300、コンパクトな住居250、太陽光温熱供給190、ヒートポンプによる温水供給130、自宅でのウォーム・クールビズ120
食	完全菜食(ヴィーガン)350、菜食(ベジタリアン)220、代替肉製品への転換190、バランスフードガイドに基づく健康的な食事130、フードロス削減60、旬産旬消40
レジャー・消費財	地域でのレクリエーション250、エコツーリズム90、衣類の長期使用200、趣味用品の長期使用110、消耗品の節約90

（出所）国立研究開発法人国立環境研究所 記者発表資料より 2021年7月19日

都市ごとの分析では、住居分野のZEH住宅や再エネ由来の電力への切り替えなど、どの都市でも高い削減効果が見込まれる項目がある一方で、都市によって効果に2～5倍程度の差がある項目がある。例えば、自動車での移動距離は都市間で大きく異なるため、再エネで充電した電気自動車（EV）利用の削減効果は、最大の水戸市は760kgに対し最小の大阪市は150kgと幅がある。同様に太陽光パネルの設置では、地域によって天候、住居の種類や広さなどが異なるため、福井市は2,160kgであるが神戸市の1,020kgといった違いがある。つまり、各都市の状況に応じた効果的なGHG削減の取り組みや組み合わせが必要になることを示している。例えば、水戸市は移動から約2トン、福井市は住居から約2トン、他の都市より大きな削減効果が見込める。各都市のデータは国環研のウェブサイト「[国内52都市における脱炭素型ライフスタイルの選択肢](#)」で公開されており比較できる。

### ◆国や民間企業によるライフスタイル変革のための新たな施策

環境省の22年度予算概算要求には、脱炭素型のライフスタイルへの変革を推進する施策もある。食とくらしの「グリーンライフポイント」では、衣、食、住、移動などの環境配慮型の商品やサービスに対してポイントを発行する。ポイントの対象や対象額は個々の事業者の提案により決定する。ポイントの付与を通じて脱炭素型の商品やサービスの利用を推進し、ライフスタイルの転換を促す。

「ナッジ×デジタルによる脱炭素型ライフスタイル転換促進策」は、家庭の電力データを設備機器別に見える化して、省エネ行動を促すなど、データとIoT・AIを用いて環境配慮型のライフスタイルへ行動変容を促進する。

民間企業の事例では、21年8月、米コネク IQラボが徒歩、自転車、自動車、電車、飛行機などの移動手段を自動で判断してマイルを付与するアプリMiles（マイルズ）の日本展開を開始した。米国では100万人以上の登録者がおり、貯めたマイルはウォルマート、アマゾン、スターバックスなど約200社の提携企業の商品やサービスの特典やギフトカードに交換できる。徒歩など環境配慮型の移動ほどマイルが多く貯まる仕組みになっている。マスターカードは顧客の購入した商品やサービスから排出されるCO<sub>2</sub>を算出するアプリの提供を開始している。

GHG排出量の削減効果の見える化や、国の施策、企業の新たなビジネスの登場で、脱炭素型のライフスタイル転換が加速する可能性がある。 【新井佳美】