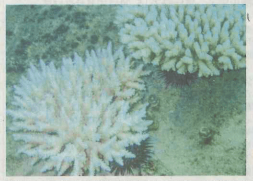
私たちの賢い選択「COOL CHOICE」

2016年11月4日、パリ協定が発効した。今回の協定は先進国のみならず、はじめて途上国も参加し、世界の平均気温上昇を2度未満に抑えることを目標に掲げた法的拘束力のある協定として、歴史的な意味を持つ。その背景にあるのは、気候変動への対応が急務であるとの共通認識だ。もはやいかなる国もその影響を避けては通れないところまで事態はひっ迫している。日本もこの協定の一員として、パリ協定の長期目標を見据えた戦略的な取り組みを明確にするとともに、「2030年度に温室効果ガス排出量を2013年度比26%削減する」という目標達成に向けて、国民一丸となった取り組みが求められる。

地球温暖化への危機意識「パリ協定」が意味するもの



海氷温上昇により白化したサンゴ　©チーム美らサンゴ

米航空宇宙局（NASA）は2016年上半期、世界の平均気温が1880年以降の観測史上最高を記録したことを発表し、地球温暖化の急激な進展に懸念を示している。また局地的豪雨が大災害を引き起こし、日本近海を含めて水温の上昇からサンゴの白化現象などが各地で起きている。

これらの要因の一つとして、地球温暖化に伴う気候変動の影響があると考えられており、こうした気候変動の影響は世界中に及んでいる。温暖化に伴う海洋の熱膨張、グリーンランドや南極の氷床の減少、世界各地の氷河の減少により、海面水位が次第に上昇し、キリバスなどの南太平洋の島々は水没の危機に瀕している。そして気候変動による干ばつや産業や経済への打撃は粉争リスクの増大につながるなど、最近では温暖化対策が国家安全保障の問題として捉えられつつある。

陸地と海上を合わせた世界平均地上気温は、1880年から2012年で0・85度上昇。特に最近30年の各10年間は、1850年以降のどの10年間よりも高温だった。2015年の世界の平均気温は1880年に観測が始まって以来、過去最高を記録している。

このように地球温暖化の影響はすでに顕在化しており、世界中の国々が未来への機意識を強めている。この温暖化の原因と考えられているのが温室効果ガスの増加だ。産業革命以来、人間は石油や石炭などの化石燃料を燃やしてエネルギーを取り出し、経済を成長させてきた。その結果、大気中の二酸化炭素（CO2）濃度は産業革命前と比べて約40%も増加している。

地球温暖化の問題を考えるために1988年に設立された国連組織IPCCは第5次評価報告書において、有効な温暖化対策をとらなかった場合、20世紀末ごろと比べて21世紀末の世界の平均気温は、2・6～4・8度上昇、厳しい温暖化対策をとった場合でも0・3～1・7度上昇すると予測している。また、これに伴い平均海面水位は最大82㌢上昇する可能性が高いとしている。世界の平均気温が2・5度上昇すると、経済的損失は、2・5兆㌦（約280兆円）に達すると試算している学者もいる。

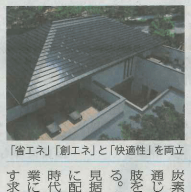
世界の平均気温上昇を2度未満に抑えるという目標を達成するためには、今世紀後半に温室効果ガスの排出量実質ゼロにして脱炭素社会を実現し、持続可能なものとするしかない。

パリ協定の発効は、待ったなしの危機的状況が共通認識となったことを意味する。温暖化を食い止める力が、世界が大きな一歩を踏み出したという大きな意義がある。

来るべき未来に向けて動き出した環境先進企業

欧米では環境経営が投資の基準として定着しつつある。公的基金の運用は炭素排出量の高い企業から撤退し、炭素排出量自身が脱炭素に能力切っている。特に仏国では、1990年代から温暖化対策の取り組みが始まっており、産業界においても自主協定の締結など各企業の温暖化対策が進んでいる。

米国ではオバマ政権の温暖化政策に対し、81の企業が支持を表明。地球環境の持続可能性に配慮した原材料の使用や再生エネルギー利用率100%の達成など、先進的な取り組みに積極的な企業が出てきている。



「省エネ」「創エネ」と「快適性」を両立

このように世界の先進企業はすでに来るべき社会を見据えて動き出している。日本企業もこうした官民挙げての取り組みが加速させる必要があるだろう。

COP22の公式会議であるビルディングデーにおいて、日本企業で唯一、発表を行った積水ハウスは、1999年に環境本社計画を策定して以来、環境経営の先駆的存在だ。すでに同社の新築受注の7割がZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）だが、2020年までの自社ZEH8割を宣言している。賃貸住宅のZEH化、環境性能である既存住宅の省エネリノベーションにも積極的だ。

流通業界では、セブン&アイ・ホールディングスが電気自動車用充電器、ペットボトル自動回収機、古紙回収リサイクルステーションなどを設置。環境省と連携して消費者に温暖化対策に資するあらゆる「賢い選択」を促す「COOL CHOICE（クールチョイス）」のPOPやポスターを掲出し、消費者の巻き込みを目指している。こうした企業の出現は日本の産業界にとって一つの光明といえるだろう。

企業には温室効果ガスの排出抑制に止まらず、今後の脱炭素社会構築に貢献する技術を通じて、新しい暮らしの選択肢を提供する大きな役割がある。こうした求めるべき未来を見据えて事業を推進し、環境に配慮しない生き残れない時代となりつつある。日本企業にもこうした厳しさがますます求められるだろう。

脱炭素社会への挑戦

山本 公一
環境大臣

私は1997年の国連気候変動枠組み条約第3回締約国会議（COP3）以来、ライフワークとして環境問題に取り組んできましたが、先月モロッコ・マラケシュで開催されたCOP22に出席し、パリ協定を締結した100を超える国が熱意をもって地球温暖化問題に取り組む様子を目の当たりにし、感無量でした。

COP3の先進国入りが義務を負う京都議定書から20年近くが経過し、すべての国が参加する今回のパリ協定に至りました。脱炭素社会に向けた世界の潮流はもはや変わることはないと確信しています。

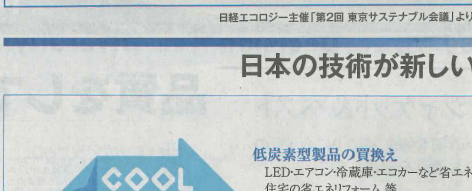
こうした潮流の中、日本は環境金融の分野において、やや遅れていましたが、今年はESG投資など、ようやく動きが見えてきました。

COP22において、日本は「二国間クレジット制度（JCM）」や「アジア太平洋適応情報プラットフォーム」等からなる「気候変動対策支援イニシアティブ」を発表しました。我が国の知見や技術を活用して、途上国における政策や対策の進展を支援するという趣旨です。日本は優れた知見を有しており、ぜひノウハウを提供してほしいとの声が多く寄せられました。まさに日本が国際貢献できる最たるものが、ここにあるのではないかと思います。

加えて日本では、愛媛大学と実証事業に入った「セルロースナノファイバー」、電子機器の電圧制御を高効率化する大阪大・名古屋大の「窒化ガリウム」などの研究が進められているほか、LEDや水素といった優れた技術があります。政府は、これらの優れた技術を生かし、徹底した省エネや再生可能エネルギーの最大限の導入等を着実に実施いたします。

脱炭素社会の実現には政府だけでなく、企業、自治体、市民社会など、多様な主体が環境問題を当事者として受け止め、取り組みを強化していくことが不可欠になってきます。国民・産業界を巻き込むCOP22の「COOL CHOICE」も、こうした取り組みの一環であり、この言葉をぜひ広げ、地球温暖化防止に役立つ、消費者が賢い選択をするという運動を進めていきたいと思います。

日本には環境先進国として、世界の先頭に立って環境問題に取り組む使命があります。昨日より今日、今日より明日、一歩ずつ愚直に前進していきたいと思います。



日経エコロジー主催「第2回 東京サステナブル会議」より

日本の技術が新しいライフスタイルを生み出す「COOL CHOICE」

国民が一丸となり、ライフスタイルを変革

政府は、日本が世界に誇る低炭素型の製品・サービス・ライフスタイルなど、温暖化対策に資する「賢い選択」を促す国民運動「COOL CHOICE」を推進している。

国民が一丸で温暖化対策に資する選択を行うよう、統一ロゴマークを設定し、政府・産業界・NPOなどが連携して、広く国民に呼びかける。さまざまなテーマで産学官民が一体となった、ライフスタイル変革の取り組みだ。

省エネ家電

LEDへの交換がもたらすライフスタイルの省エネ化

脱炭素社会実現の重要な力を握るのは、家庭内の電力消費だ。家庭内の電力消費は近年減少傾向にあるものの、家電の省エネ化が考えれば、さらなる減少が期待できるからだ。

家電の省エネ化はここ10年で劇的に進んでいる。例えば、家庭内で最も電力消費量が多いのは冷蔵庫だが、約10年前に比べて現在では約半分となっている。

また、LEDは照明の長寿命化、省エネ化という変革をもたらしただけでなく、その調光技術は光を部屋に彩を加えるインテリアの一部として、ライフスタイルの変化をもたらす効果も大きい。家電製品による新しいライフスタイルの提案が期待される。

エコカー

燃費性能の進化続き

技術革新へも期待高まる

運輸部門は日本のCO2排出量の約2割を占め、その9割が自動車から排出されていることから、その削減対策は重要な課題だ。ハイブリッドから電気自動車、そして燃料電池車へという動力の脱炭素化技術において日本は世界をリードしており、今後もさらなる進化が期待される。

ドライバー自身によるエコドライブの実践とともに、自動運転などのセンシング技術、そしてカーシェアリングの普及、高齢者問題、過疎地の公共交通問題への有効なソリューションであるクルマ。その在り方そのものの変化が期待される。

住宅

快適で健康な住宅を実現

既存住宅の再資産化も期待

政府は2020年までに、新築注文一建住宅の過半数をZEHにする目標を掲げているが、断熱技術、再生可能エネルギー技術の進化によって、省エネでありながら快適・健康な住宅はすでに現実的なものとなっている。

また、大多数を占める既存住宅についても建築物省エネ法に基づく省エネ性能表示制度が始まり、第三者認証システム「BELS（ベルス）」によって、省エネ性能という基準で住宅を比較できるようになった。これにより既存住宅の再資産化・流動化促進が期待される。

賢い選択

低炭素型製品の買換え
LED・エアコン・冷蔵庫・エコカーなど省エネ製品への買換え
住宅の省エネリフォーム 等

低炭素サービスの選択
公共交通の利用、カーシェアリング、宅配便再配達の削減 等

低炭素なライフスタイル転換
クールビズ、ウォームビズ、エコドライブ 等

政府は2030年度に温室効果ガス排出量を2013年度比26%削減するという目標を掲げました。特に家庭・業務部門では、4割の大幅削減が必要となります。

この削減目標を達成するために、低炭素型の「製品」「サービス」「ライフスタイル」など温暖化対策に資するあらゆる「賢い選択」を社会で共有する国民運動が「COOL CHOICE」です。

環境省では事業の一環として、「COOL BIZ（クールビズ）」「WARM BIZ（ウォームビズ）」「エコドライブ」「省エネ照明の買換え」などのアクション啓発とともに、WEBサイト等を通じて、様々な情報発信を行っています。

また、携帯アプリ「COOL CHOICE」を公開。「地球温暖化による郷土への影響と取り組み」の動画視聴や、地球温暖化による将来予測等をインパクトとともに体感できる「VR（バーチャルリアリティ）」映像、様々な有識者・著名人からの「温暖化に関わるメッセージ映像」等を通じ、広く国民の自発的行動につながる“身近に出来ることを知る機会”を提供しております（コンテンツは今後さらに拡充予定）。

アプリダウンロードはこちら➡

環境省　クールチョイス　検索

広告