



「デコ活」～暮らしの中のエコろがけ～

脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動

地球環境局 デコ活応援隊（脱炭素ライフスタイル推進室）

令和6年9月



「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)とは

- 2050年カーボンニュートラル及び2030年度削減目標の実現に向け、2022年10月に発足した国民のみなさまの**行動変容・ライフスタイル転換**を強力に後押しするための新しい国民運動です。
- 脱炭素につながる将来の豊かな暮らしの全体像・絵姿をご紹介するとともに、**国・自治体・企業・団体等が連携**し、国民のみなさまの新しい暮らしを後押しします。

脱炭素の実現に向け、暮らし、ライフスタイルの分野でも大幅なCO₂削減が求められます。



しかし、国民のみなさまの行動に具体的に結びついていない状況です。



①例えば10年後など、脱炭素につながる**将来の豊かな暮らしの全体像、絵姿**をお示しします。



②国、自治体、企業、団体等で共に、**国民のみなさまの新しい暮らしを後押し**します。



国際的 (G7・G20等) にも

- 日本から**製品・サービスをパッケージにした新しいライフスタイル**の提案・発信
- **官民連携によるライフスタイル・イノベーション**の国際協調を提案・発信



国内での新たな消費・行動の喚起とグローバルな市場創出を促します。

【参考】「デコ活」の背景（1/2）

○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、暮らしの分野でも大幅な削減が求められます。

地球温暖化対策計画（令和3年）の概要

温室効果ガス排出量・吸収量 (単位：億t-CO ₂)		2013排出実績	2030排出量	削減率	従来目標
		14.08	7.60	▲46%	▲26%
エネルギー起源CO ₂		12.35	6.77	▲45%	▲25%
部門別	産業	4.63	2.89	▲38%	▲7%
	業務その他	2.38	1.16	▲51%	▲40%
	家庭	2.08	0.70	▲66%	▲39%
	運輸	2.24	1.46	▲35%	▲27%
	エネルギー転換	1.06	0.56	▲47%	▲27%
非エネルギー起源CO ₂ 、メタン、N ₂ O		1.34	1.15	▲14%	▲8%
HFC等4ガス（フロン類）		0.39	0.22	▲44%	▲25%
吸収源		-	▲0.48	-	(▲0.37億t-CO ₂)
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。			-

出典：地球温暖化対策計画 概要

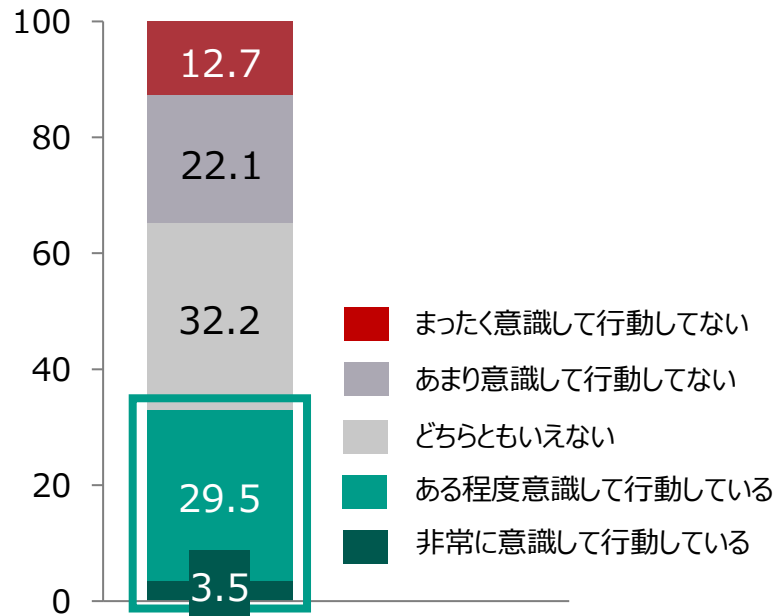
【参考】「デコ活」の背景 (2/2)

○9割の方々が脱炭素という用語を認知している一方、そのために何をしたらよいか分からないなど、具体的な行動に結びついていない状況にあります。

「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%

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

どの程度脱炭素社会に向けた行動をしているか
(%)



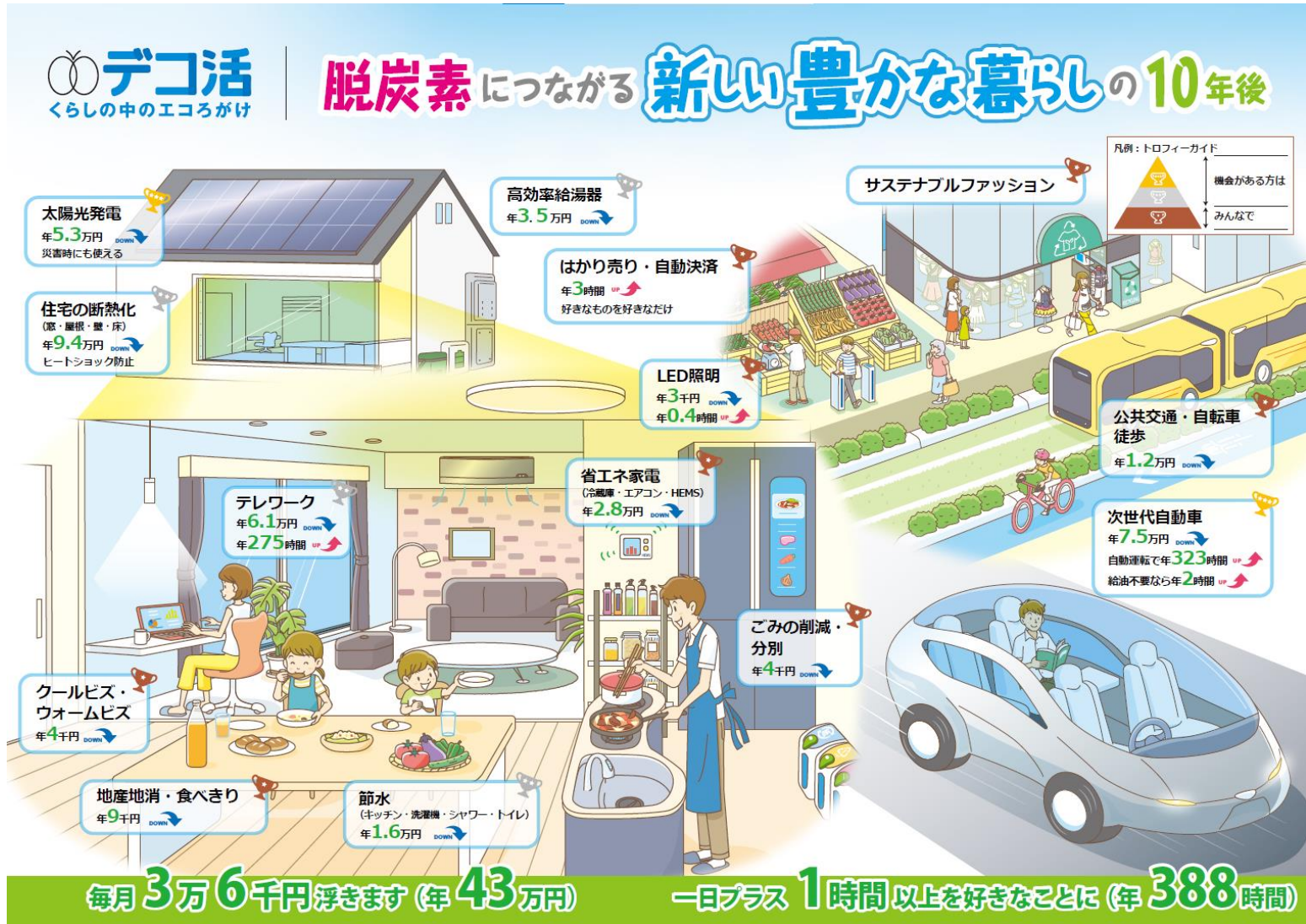
脱炭素社会の実現に向けて取り組むことについて、
正直どのように思うか (とてもそう思う+そう思う)
(10代~20代の回答)

回答内容	割合 (%)
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~

「デコ活」の全体像（脱炭素につながる将来の豊かな暮らしの絵姿）

○ 今から約10年後、生活がより豊かに、より自分らしく快適・健康で、そして2030年温室効果ガス削減目標も同時に達成する「新しい豊かな暮らし」を提案をします。



新国民運動の愛称「デコ活」

○2023年7月に愛称が「デコ活」に決定し、同年8月、ロゴマーク、メッセージ、アクション等も決定しました。



デコ活

上白石
萌音
さん

サンドウィッチマン
伊達
みきお
さん

富澤
たけし
さん

俵
万智
さん

小池
都知事

西村
環境大臣(当時)

十倉
経団連会長

道場
六三郎
さん

高橋
尚子
さん

榎
太一
さん

足立
梨花
さん

田牧
そら
さん

愛称

国民に広く公募し（8,200件の応募）、愛称公募選定会議で「デコ活」※に決定（生みの親↑）

※二酸化炭素(CO₂)を減らす(DE)脱炭素(Decarbonization)と環境に良いエコ(Eco)を含む"デコ"と活動・生活を組み合わせた新しい言葉

◆ ロゴ・メッセージ・アクション



◆ “くらしの10年ロードマップ”を策定
進捗フォローアップを行い計画的に実行

デコ活アクション

まずはここから

- デ** 電気も省エネ 断熱住宅
- コ** こだわる楽しさ エコグッズ
- カ** 感謝の心 食べ残しゼロ
- ツ** つながるオフィス テレワーク

普及浸透
↓
実践

「デコ活」を冠した組織・制度・予算について

○関連する組織・制度・予算に「デコ活」を冠した愛称を付け、ワンメッセージで「デコ活」の普及を後押しします。

組織・制度・予算	愛称
環境省 脱炭素ライフスタイル推進室	デコ活応援隊
新国民運動・官民連携協議会	デコ活応援団
豊かな暮らしを後押しする関連予算すべて	デコ活予算
全国地球温暖化防止活動推進センター	デコ活ジャパン
地域地球温暖化防止活動推進センター	デコ活ローカル
地球温暖化防止活動推進員	デコ活推進員

一般会計、エネルギー対策特別会計におけるデコ活関係予算の合計 3,264億円（令和7年度環境省概算要求）

- ・ 「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：43億円
- ・ 断熱窓への改修促進等による住宅の省エネ・省CO₂加速化支援事業：1,300億円
- ・ 商用車の電動化促進事業：444億円 など

「デコ活アクション」について

- 具体的な取組の事例として、3分野、計13種類の「デコ活アクション」を決定しました。
- 以下の事例に限らず、暮らしが豊かになり、脱炭素などに貢献していくものは、すべて「デコ活アクション」です。

分類		アクション
まずはここから	住 デ	電気も省エネ 断熱住宅 （電気代をおさえる断熱省エネ住宅に住む）
	住 コ	こだわる楽しさ エコグッズ （LED・省エネ家電などを選ぶ）
	食 カ	感謝の心 食べ残しゼロ （食品の食べ切り、食材の使い切り）
	職 ツ	つながるオフィス テレワーク （どこでもつながれば、そこが仕事場に）
ひとりでのCO2 が下がる	住	高効率の給湯器、節水できる機器を選ぶ
	移	環境にやさしい次世代自動車を選ぶ
	住	太陽光発電など、再生可能エネルギーを取り入れる
みんな実践	衣	クールビズ・ウォームビズ、サステナブルファッションに取り組む
	住	ごみはできるだけ減らし、資源としてきちんと分別・再利用する
	食	地元産の旬の食材を積極的に選ぶ
	移	できるだけ公共交通・自転車・徒歩で移動する
	買	はかり売りを利用するなど、好きなものを必要な分だけ買う
	住	宅配便は一度で受け取る

「デコ活」における連携・サポートの例

- 「デコ活」における主な連携・サポートは、以下のとおりです。
- 詳細は、ポータルサイト (<https://ondankataisaku.env.go.jp/decokatsu/>) をご確認ください。

●「デコ活応援団」による連携・マッチング

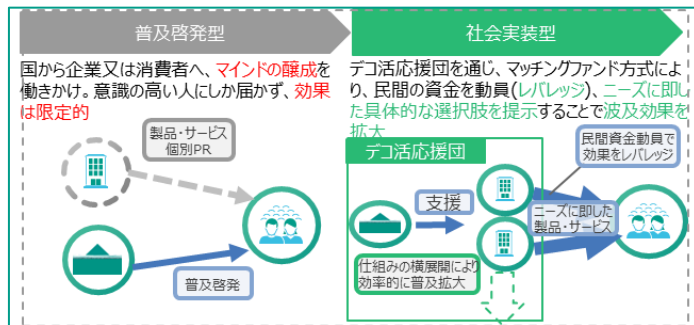


●脱炭素型「取組・製品・サービス」の発信

<p>デジタルも駆使して、多様で快適な働き方、暮らし方を後押し (テレワーク、地方移住、ワーケーションなど)</p> <p>1</p>	<p>脱炭素につながる新たな暮らしを支える製品・サービスを提供・提案</p> <p>2</p>
<p>インセンティブや効果的な情報発信 (気づき、ナッジ) を通じた行動変容の後押し (消費者からの発信も含め)</p> <p>3</p>	<p>地域独自の (気候、文化等に合わせた) 暮らし方の提案、支援</p> <p>4</p>



●「補助金」による社会実装型取組支援



●「デコ活応援隊」による後押し・サポート



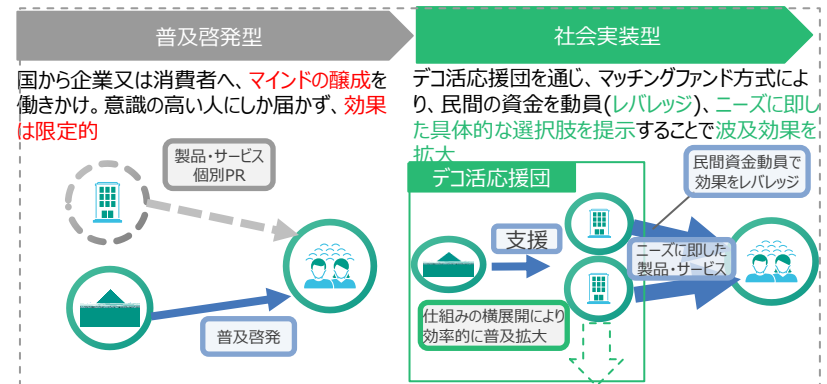
官民連携でみなさまの行動変容・ライフスタイル転換を後押しします！

「デコ活応援団」(官民連携協議会)の役割・機能

- 官民連携で「デコ活」の効果的な実施につなげるため、プラットフォームとして、企業・自治体・団体等による官民連携協議会を新国民運動と同時に立ち上げ、一体的な展開を図っています。
 - 「デコ活応援団」の位置付け=国・企業・自治体団体等の連携・実践の場 & 情報共有・意見交換の場
 - 官民連携実践プロジェクトの組成から実施、フォローまで事務局等がサポートします。
- 参画者間のマッチング・案件形成・情報発信・補助金**などの支援が可能ですのでお気軽にご相談ください！

「デコ活」推進に係る社会実装型取組等支援

マッチングファンド方式により、民間の資金やアイデア等を動員し、「新しい豊かな暮らし」を支える製品・サービスを効果的・効率的に社会に実装するためのプロジェクトを実施。※補助率：定額(1/3相当)



※詳細は、[一般社団法人地域循環共生社会連携協会 \(一般社団法人低炭素社会創出促進協会\) \(rcespa.jp\)](http://rcespa.jp) からご確認ください。

「デコ活応援団」におけるスモールグループの運用・テーマ設定

- デコ活応援団内で個別テーマに係るスモールグループを運用し、積極的な議論を行う場を設定しています。
- スモールグループへの参加の希望や新規テーマ設定についても常時、受け付けています。

テーマ	人数	議論中の論点・これまでのご意見
①住宅	128	<ul style="list-style-type: none"> 消費者にとってストック（既存住宅）の省エネ化の優先度を向上させる取組方法の策定 断熱における課題の特定と、消費者の関心を高める効果的な訴求方法の検討
②インセンティブ/ポイント	140	<ul style="list-style-type: none"> インセンティブを用いた脱炭素の啓発方法検討
③モビリティ	100	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーがエコドライブ等の取組を自発的、もしくは能動的に実施可能な仕組みの形成方法検討
④食	96	<ul style="list-style-type: none"> 企業間連携により、自律分散型の地産地消を実現できる具体手段の検討 食の生産、物流の中で、最も脱炭素へのインパクトが大きい分野の特定
⑤宅配/通販	68	<ul style="list-style-type: none"> エコドライブの訴求方法検討 利用者の利便性と環境への配慮の判断軸の策定
⑥サステナブルファッション	74	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の衣服リサイクルへの意識を向上させる訴求手段・方法の検討
⑦教育	111	<ul style="list-style-type: none"> 従業員へ向けた学習環境の整備方法の検討 子供が自分ごととして行動できる教育方法の策定
⑧GHG見える化	152	<ul style="list-style-type: none"> 見える化から、行動変容に繋がる仕組みの策定

テーマ	人数	議論中の論点・これまでのご意見
⑨プラスチック	94	<ul style="list-style-type: none"> リサイクルの原料収集、原料の選別等の、リサイクルの各工程における課題の特定 上記を解決する技術・運用方法の共有・策定 マイボトル等の、消費者を巻き込んだプラスチック削減方法の策定と、課題の特定
⑩意識啓発	143	<ul style="list-style-type: none"> 省エネに対するネガティブイメージを払拭するための対応方針策定 知識の蓄積のみならず、環境問題を自分ごととして捉え、行動を促すための啓発方法の策定 脱炭素を啓発する適切なターゲットの選定
⑪ワーケーション	56	<ul style="list-style-type: none"> 再エネ活用に向けた実証実験とワーケーションを融合した取組事例の共有 地域住民との効果的な連携方法の策定
⑫生物多様性	90	<ul style="list-style-type: none"> 生物多様性の数値化、計算方法の検討 企業の生物多様性保全に向けた行動指針策定
⑬廃棄物	99	<ul style="list-style-type: none"> 廃棄物のリサイクルにおける課題・原因の特定 ⇒全国規模の一斉回収が難しい ⇒コストが高い（特に複合素材のリサイクル） ⇒運輸時にCO2が排出される
⑭若者	57	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の環境配慮型商品への購買意欲を向上させる取組方法の検討 ⇒企業間イベント、インセンティブ付与の検討

※令和6年8月7日時点

「デコ活宣言」/取組・製品・サービスの発信/「#デコ活」による発信

- 「デコ活」推進のため、組織（企業・自治体・団体）、個人単位で「デコ活宣言」を呼びかけています。「デコ活宣言」を実施いただくことで、ダウンロードツール等をご利用いただくことができます。
- ポータルサイトにおいて、「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを支える取組・製品・サービス」の登録を広く受け付けています。
- 登録いただいたものは、ポータルサイトやSNS等で発信します。
- 日々の「デコ活」の取組を「#デコ活」としてSNS等で発信し、広めていただくこともお願いしています。

脱炭素に資する取組・製品・サービス

デジタルも駆使して、多様な快適な **働き方、暮らし方** を後押し（テレワーク、地方移住、ワーケーションなど）



1

脱炭素につながる新たな暮らしを支える **製品・サービス** を提供・提案



2

インセンティブ や効果的な情報発信（気づき、ナッジ）を通じた行動変容の後押し（消費者からの発信も含め）



3

地域 独自の（気候、文化等に応じた）暮らし方の提案、支援



4

デコ活宣言

8,124主体
環境省として宣言したほか、企業・自治体・団体・個人が宣言
令和6年8月7日時点

宣言①：製品、サービス、取組展開を通じてデコ活を後押しします！

宣言②：生活・仕事の中で、デコ活を実践します！

#デコ活

（コメントのサンプルです。コピーしてご活用ください）

デコ活しました！
<https://ondankataisaku.env.go.jp/decokats>
u/ #デコ活

ポータル登録数：472件
（デジタル関係：53件、製品・サービス：234件、インセンティブ：146件、地域：39件 ※重複有）
令和6年8月7日時点



「くらしの10年ロードマップ」の策定

○デコ活応援団における協議やパブリックコメントの内容を踏まえ、2024年2月に「くらしの10年ロードマップ」を策定しました。

策定の背景

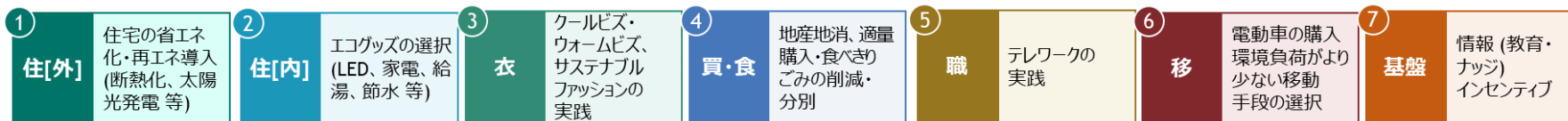
「新資本主義実行計画（R5.6.16閣議決定）」に基づき、国民のみなさまの行動変容・ライフスタイル転換を促し、脱炭素につながる新しい価値創造・豊かな暮らしを実現するために必要な方策・道筋を示すべく策定しました。

※「新資本主義実行計画（R5.6.16閣議決定）」における記載内容

「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしをつくる国民運動」を通じ、国民・消費者の行動変容・ライフスタイル変革等を促すため、グリーンライフ・ポイントやナッジの活用等も含めたロードマップを2023年度中に策定する。」

分野と今後

絵姿に基づき、暮らしの全領域（衣食住・職・移動・買物）を7つの分野に分けました。



進捗は毎年、フォローアップを行い、必要に応じて取組・対策を強化します（PDCAサイクルの着実な実施）。なお、その際、必要な項目は「家庭CO₂統計」等を利用し、効果的かつ効果的な調査や把握を行います。

また、中間地点で進捗評価を行い、必要に応じてロードマップを見直します。

「くらしの10年ロードマップ」(概要)

○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します。

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・制度が実践を妨ぐ

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+a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、ダイヤモンドレスポンス、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

現状

- 2021年度におけるクールビズ・ウォームビズの実施率は76~92%
- サステナブルファッションの実施率は4%

- クールビズ・ウォームビズが全国民に実践され、サステナブルファッションの取組が一般に普及
 - 温対計画では2030年度までにクールビズ・ウォームビズをそれぞれ実施率100%とする

ゴール

国民(消費者・働き手)にとっての行動制約要因(ボトルネック)

意欲

- サステナブルファッションの意義(環境負荷低減、衣類の長寿命化等)やメリット(長期使用で経済的等)が分からない
 - ファッションを取り巻く社会問題(衣類の大量廃棄、海外依存等)は、消費者の50%以上が認知していない
- クールビズ・ウォームビズの服装選びが手間、着こなしが難しい
 - クールビズは「見た目がだらしなくなる」(14%)「TPOを考慮した服装選びが面倒」(10%)

実践

- サステナブルファッションの選択、衣類回収などの機会・情報(何をしたら良いか、サステナブルな素材や製造法を使っているか等)が限られている
 - 消費者が実施できない理由は「実施の方法が分からないため」(15%)、「どこで購入等できるか分からないため」(14%)
- 業界慣習やドレスコードで、クールビズ・ウォームビズを実践できない
 - クールビズを実施できない理由は「服装に規定があるため(制服、ドレスコードなど)」(25%)

左記のボトルネック解消に向けた対策の方向性

- サステナブルファッションの意義やメリットを国民に分かりやすく伝える
- 快適でおしゃれな服装・着こなしの方法を国民に提案したり、サービスとして提供する
- 国民がサステナブルファッションを実践できる機会を大幅に拡大するとともに、必要な情報を提供する
- クールビズ・ウォームビズがTPOに応じた服装であると認められるようにするとともに、「TPOに応じた服装の自由化」を当たり前化する

ボトルネック解消に向けた仕掛け (取組・対策)

2024-2026

2027-2029

2030-

国民・消費者への効果

1 サステナブルファッションの意義やメリットを国民に分かりやすく伝える

具体的・定量的な意義 (CO2排出量、廃棄物、水資源使用量削減等の環境負荷低減、衣類の長寿命化等) やメリット (長期使用で経済的 等)、さらに判断指標を選択導入の機会と同時に伝え、サステナブルファッションの実践につなげる

商品・ブランド別のエシカル度の見える化と選択・購入の場での提供

製品別カーボンフットプリントを含むCO2排出量・排出削減量の可視化、およびそのための算定ルールの策定

1 意義やメリットを知り、実感することで導入実践の意欲・機会が得られる

意欲

2 快適でおしゃれな服装・着こなしの方法を国民に提案したり、サービスとして提供する

着こなしの提案・コーディネートサービスへのクールビズ・ウォームビズの取り込み強化

2 服装選びが手間ではなくなり、着こなしも容易になり、実践の意欲がわく

3 国民がサステナブルファッションを実践できる機会を大幅に拡大するとともに、必要な情報を提供する

日常的な実践を可能とするための新たなサービス、生活習慣の機会を必要な情報と合わせて提供

リペア、アップサイクル・染め直し等による古着の新しい価値創出の機会、衣類の交換会、衣類や部品・付属品等も含めた回収リサイクルの場の拡大

3 それぞれの生活に合わせた選択・実践の機会が得られ、取り組みたいときに取り組めるようになる

実践

4 クールビズ・ウォームビズがTPOに応じた服装であると認められるようにするとともに、「TPO (時間、場所、場合) に応じた服装の自由化」を当たり前化する

服装の自由化とサステナブルファッションを掛け合わせた新しいファッションのあり方を提案

国はじめ官民連携で服装の自由化の率先実施、ビジネスの場等での働きかけ

4 業界慣習やドレスコードでの服装の選択肢が広がり、自由に実践できるようになる

R6年度デコ活補助金 採択企業例

企業名（共同事業者含む）

代表事業者
一般社団法人LBMA Japan



ANA X株式会社、株式会社unerry、株式会社プログウォッチャー、ジオテクノロジーズ株式会社、株式会社データインサイト

代表事業者
一般社団法人unisteps

unisteps

LINEヤフー
good on you

代表事業者
楽天グループ株式会社

Rakuten

Earth hacks & Co.

事業概要（予定）

位置情報活用を推進する非営利業界団体であるLBMA Japan が中心となり、**移動におけるCO2排出量と脱炭素を計測・可視化**する共通ダッシュボードを構築し、そこに繋げる共通APIを開発。共同事業者へのサービスとつなぎ、ナッジ・インセンティブを活用し国民・生活者の行動変容を促進する取り組み。

世界最大級のファッションブランドのサステナビリティ評価機関 GoodOnYou（豪）による評価を大手Eコマース各社とデータ連携し**ファッションブランドごとの環境配慮指数をスコアリング**し、わかりやすく国民生活者に提示することで、日々のお買い物の中でサステナブルファッションを実践できる機会を拡大し、国民・生活者の行動変容を促進する取り組み。

国内最大級のECプラットフォームである「楽天市場」を中心に、**商品やサービスの排出CO2相当量の“削減率”**をBefore/Afterで算出するデカボスコアを「楽天市場」及び「Earth hacksモール Yahoo!ショッピング店」などECモールに展開し、多様な製品にCO2可視化表示を行うことで、国民・生活者の行動変容を促進する取り組み。

【事業名】AnotherADdress 衣類循環アップサイクル事業「roop」

【事業代表者】株式会社大丸松坂屋百貨店

【共同事業者】学校法人 ミクニ学園 大阪文化服装学院

目的

服の「廃棄を減らす・寿命が伸びる・技術を継承する」循環型ファッションの提案

概要

AnotherADdressでは立ち上げ以来、ファッションを楽しむことを前提としながら、「(大量生産・大量廃棄を主因とする環境課題からの脱却による)持続可能なビジネスモデル」の実現に向けて様々な取り組みを行ってきました。配送時のゴミを減らすための再利用可能なガーメントバッグの利用、ファッションを使い捨てにしないという想いのもと、目立った使用感のないアイテムをお得にレンタルできるロングライフアイテム。レンタルが難しくなったアイテムを染色やリメイクの技術で生まれ変わらせるアップサイクルブランドreADdress。



今回新たなroopの取り組みでは、AnotherADdressのサービスの枠組みを超えてアップサイクルの取り組みを推進します。「roop 衣類循環アップサイクルプロジェクト」は、人生を変えるきっかけになるファッションの力を信じながら、生活者の行動の変化を促進し、服の「廃棄を減らす・寿命が伸びる・技術を継承する」循環型プロジェクトです。

アナザーアドレス、百貨店店舗利用者から、思い入れのあるアップサイクルしたいアイテムを回収し、ファッションの未来を担う服飾学生やデザイナーと連携してアップサイクルアイテムを製作します。

アナザーアドレスでレンタルとして再び想いを馳せたアップサイクル品を一人でも多くのお客様に着用いただきループ(循環)することで行動や生活は変化していくと考えています。

衣類への想いやストーリーを一つひとつ丁寧に紡ぎ、脱炭素につながる新たな暮らしである循環型ファッションを提案してまいります。

roopでは、サービス利用者や百貨店事業との連携による「衣類の回収」という仕組みを作ることで、生活者と環境的意義のある接続を実現。衣類における従来の「3つの循環」に加え、「第4の循環: roop」を組み込むことで、大切な服が循環し続け、未来に繋がる社会を目指します。

事業の継続的な認知、普及を促すために、各種PR活動、コンペ形式のファッションショー・展示も実施いたします。※詳細は、roop特設ページをご覧ください。

<https://www.anotheraddress.jp/roop>

【事業名】ファッションのサステナビリティ認証 Re-Creation	
【事業代表者】伊藤忠ファッションシステム株式会社	【共同事業者】一般社団法人Re-Creation

目的

サステナブル商品を 正確かつ広く生活者に届け、サステナビリティ指標が作る・売る・買う基準になる社会を実現する。

概要

Re-Creation

「その1着で、世界をあたらしく。」

ファッション業界の産業における環境負荷を低減させ、循環型モデルを実現するためには、衣服を製造・販売する企業と使用する生活者の双方のアクションが不可欠。

Re-Creationは、生産工程から生活者の消費行動までの全体を見直すことで、ファッションを通じてより良い世界をもう一度つくるプロジェクト。

【Re-Creationの中核機能】

- ① 認証基準に基づいた審査と認証
- ② 認証製品へのラベリング
- ③ ECサイト上での認証製品への認証内容の表示
- ④ 'Re-Creationサイト' 上の認証内容の開示

この分野で課題であった、情報の信頼性、費用面、表示のわかりにくさを解決し、企業の取組を正確に広く生活者に届ける仕組みを提供する。

【Re-Creation基準の特徴】

- ・ 新たな取組であるプレサステナブルの領域から国際的認証レベルまでをレベル別で認証する。
- ・ 工場、企業単位ではなく、品番単位で認証をおこなうことにより導入しやすい環境をつくる。
- ・ 受注生産やりサイクルを前提とした商品設計や、長期利用を前提とした商品設計など、ビジネスのあり方を見直すことで、サステナブルに遷移できる領域にも基準を設ける。

【運営組織】

サステナブル基準と審査・認証の透明性・公正性を担保する為、アパレル、小売、商社、サプライチェーン事業者、認証事業者、金融機関、メディア等からなる多様な意見が集まる組織を形成し運営する。

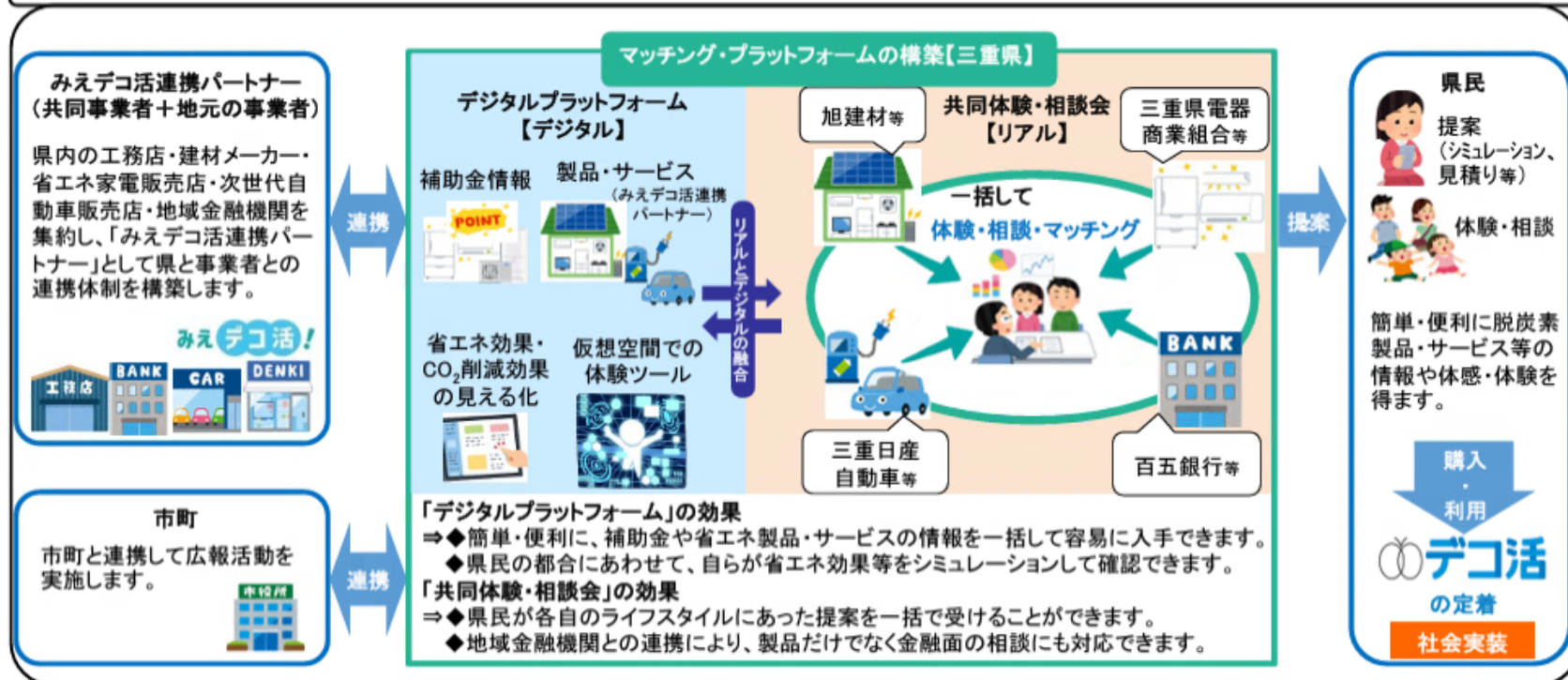
【事業名】 みえデコ活マッチング・プラットフォーム事業	
【事業代表者】 三重県	【共同事業者】 旭建材株式会社、株式会社百五銀行、三重県電器商業組合、三重日産自動車株式会社

目的

県がこれまでに構築してきたさまざまな事業者や市町との連携を土台として、県民の各自のライフスタイルやニーズに即した「デコ活」に関する体験、相談、マッチングを一括で行うことができるプラットフォームをリアルとデジタルを問わず構築し、行動変容に対する意識や理解を県民に広く浸透させることで、県民が自然と「新しい豊かな暮らし方」を実践する社会を実現することを目的としています。

概要

県が主体となって、みえデコ活連携パートナーと連携し、リアルとデジタルのマッチング・プラットフォームを構築し、「脱炭素製品のメリットを知らない、感じたことがない」県民に対して脱炭素製品・サービス等の情報や体感・体験できる機会を提供し、社会実装につなげます。



お問合せ先



デコ活応援団事務局
ポストン・コンサルティング・グループ(BCG)
E-mail : Decarbonized@bcg.com
TEL : 03-6387-7198(直通)※土日祝除く



環境省 地球環境局 デコ活応援隊(脱炭素ライフスタイル推進室)
[隊長(室長)] 島田
[担当] 井原、飯田、稲谷、金井、郡司、中村(幸)、中山、金井塚
奥野、武内、竹満、名越、野口、松本、中村(広)
住所 : 〒100-8975 東京都千代田区霞が関1-2-2
E-mail : decokatsu@env.go.jp
TEL : 03-5521-8341(直通) ※土日祝除く



「デコ活」に関することならお気軽になんでもご連絡ください！