



デコ活って？

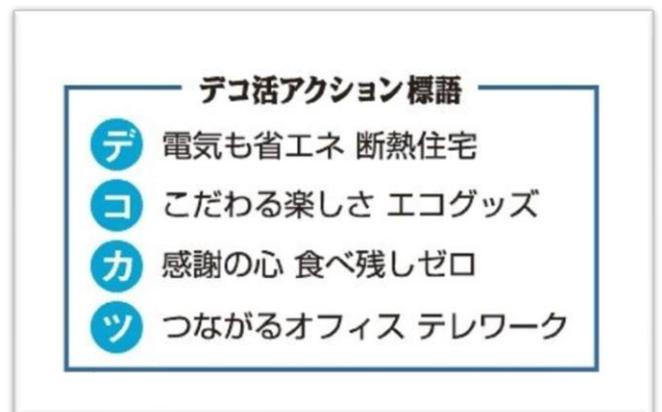
◆脱炭素目指す国民運動／県内自治体や企業実践

Q－「デコ活」って何かな。

A－デコ活とは、環境省が推進している「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動」の愛称です。脱炭素（Decarbonization）の「DE＝デ」と、環境に良いエコ（Eco）、さらに「活動・生活」を組み合わせた言葉です。活動自体は、2050年のカーボンニュートラルと30年度の削減目標の実現に向けて、22年10月から展開されていますが、より浸透を図るため23年7月に「デコ活」の愛称が決定しました。

Q－聞いたことがなかった。

A－デコ活は、まだ広く浸透しているとは言えない状況です。25年3月に環境省が公表した消費者アンケートによると、デコ活の認知度は約25%で、前年の調査結果からほとんど変化がありません。また、デコ活と言われても「何に取り組めばいいのか分からない」という声も多く、環境省が「デコ活アクション」として具体的な行動を提案していますが、これもあまり知られていません。デコ活アクションは「デ」「コ」「カ」「ツ」の文字で始まる標語で親しみやすさを醸し出しつつ、日常生活の中で簡単に取り組むことができることを紹介しています。



Q－どうすれば広がるのかな。

A－環境省が20年前から提唱している「クールビズ」は、開始当初から9割以上という非常に高い認知度でした。流行語大賞の候補になるなどネーミングが浸透しやすかったことももちろんですが、「ノージャケット・ノーネクタイ」というスタイルが注目を集め、シワになりにくいスーツ、汗のニオイが気にならないシャツなどファッション分野で商機と捉えた企業の動きが広がったこともよかったのかもしれない。

Q－富山県内の状況は。

A－県内自治体では、富山県や富山市、魚津市、滑川市、上市町が「デコ活」実践を宣言しています。県内企業では、いち早く「デコ活」を宣言した富山環境整備（富山市）が、廃棄物処理施設から発生する熱エネルギーや余剰電力を有効活用し、フルーツトマトなどの高付加価値な農産物を生産・販売する取り組みを進めています。循環型社会を支える商品として消費者に届けることで、購入そのものが脱炭素への貢献につながるという実感を提供し、消費者を持続可能な仕組みの一員として巻き込む点が大きな特徴といえるでしょう。

（この連載は北陸経済研究所の辻野秀信が担当しました。）