

「京都発脱炭素ライフスタイル推進チーム～2050 京創ミーティング～」第2回会議
議事録

日 時 令和3年11月10日（水）午後3時～午後5時半

場 所 京都市役所本庁舎4階正庁の間及びオンライン会議システム併用

出席者（敬称略，五十音順，*印はオンライン参加）

一ノ瀬メイ，岩崎達也*，大木和典，太田航平，近藤令子*，笹岡隆甫*，鈴木靖文，
津田郁太，寺島美羽，中嶋直己，中野一登*，新川達郎，野村恭彦*，前田展広，松
添みつこ*

松本直人*，横江一徳，吉野章

（オブザーバー：小坂洋平*，福嶋慶三）

欠席者 一原雅子，木原浩貴，中馬一登，中村多伽，深尾昌峰

次 第

- 1 開会
- 2 前回のふりかえり
- 3 2030年までのアクション案の共有
- 4 意見交換「2030年の目標・指標について」
- 5 閉会

意見交換での主なご意見

<2050 ビジョンについて>

- ・「脱炭素社会，目指しましょう」というイメージのわきにくい表現と，衣食住の細かい要素しかないので，その間をつなぐスローガンがあると良い。
- ・共通の目標・目的を一言で，わかりやすく示した方が良い。例えば「京都を次の千年を遺す」など，それを実現することで，世界も日本も影響されるということになる。
- ・ゴールが脱炭素なので，ビジョンの中に「〇〇を大事にする」という価値観の要素を入れてはどうか。例えば，「ごみのない京都」。シンプルな生き方，古い物を残すといった，生き方を大切にすると言い切ることで，千年先にも大切にすることを残していくために，という趣旨が伝わりやすい。価値観だけのメッセージではなく，2030年までの目標を明らかにすることで議論を巻き起こし，本気度を伝える。
- ・京都発で脱炭素のライフスタイルを作ると言っているのだから，どういう物語で生きていくのが大事。こういう風に生きていきたい，という魅力的なものとして発信してはどうか。
- ・経済合理性が，環境の観点と組み合わさっている必要がある。未来の都市技術を作るみたいな発想が大事。環境以外の価値軸（経済合理性，新産業）が重要。

<消費行動>

- ・シンプルな暮らしというとかっこいい。サステナブルは，なじみはあるものの，シンプル

な暮らしよりも、ハードルが高いと感じる人がいるかもしれない。

- ・消費者が企業を動かすアクションがあってもいい。その流れに適応した企業が選択されて、残っていく。京都の伝統産業と結びつきの記載も必要。学生が地域の企業を選べるようになることも大事。

- ・学生のノリとしての消費行動がある。そのスタイルが自然と環境にやさしいということになればよい。カッコいいから、手に取るという行動に結びつく、憧れのように、気候変動に効くようになると良い。

- ・大量生産をすれば無駄がでるが、家庭で作るならできることは色々ある。少し手間がかかるようなことになっても、外食産業の利用を減らすようなことも考えていく必要がある。

<住まい>

- ・住宅メーカーがビジネスとして頑張るところに結果的にインセンティブを掛けてしまいがちだが、そうすると間違った方向へいきかねない。むしろ、今あるものとして、京都の長屋を有効に使いながら、エネルギーを使わずにどう住みやすくしていくかに焦点をあてたい。例えば、風鈴をつけないといけない条例をつくるとかいった取組が面白い。

<つながり>

- ・若い世代は人とつながる機会がない。生活が学校だけになっていて、勉強ももっとオープンな所で教えてもらいながらみんなでできると良いものの、あまりない。家族以外の地域の人と食卓を囲める場所があったら、つながりも感じる事ができて良い。

- ・地域のつながりが充実して、コンピューターを使わないで 2050 年も生きてるとか、京都は全部、地産地消で、みんな自然の中で過ごしている、自分に使う時間が増えている状態を目指すのが良い。

<2050 年 CO2 正味ゼロの必要性・危機感の共有について>

- ・現状の生活で多くの CO2 を排出しているが、2030 年に高い目標を掲げて、企業や市民が一緒になって取り組んで、実現を目指す必要があることをメッセージ・全体の枠組みとして発信していくことが、社会のシステムを抜本的に変えていく上で大切。

- ・温暖化が進むと京都で何が起きるのか、身近な危機感を共有した方が良い。市の産業、京野菜の〇〇が食べられなくなる、〇〇の素材が使えなくなる、等の具体例があれば、市民が感じられる危機感の醸成につながる。

- ・ペットボトル飲料を買ったり、肉を食べるなど、普通に生活することが気候変動に加担するシステムになっていることをはじめ、気候変動の現状、本当の真実を伝え、共通知識として広げていくことも大事。

<全体の進め方>

- ・何が大切で何を変えていくか、共感の輪を作るには、ある程度のステップが必要。

・面倒だと切り捨ててきたものが、本当に捨てられていいものなのか見直して提示していくことが大事。

・利害関係が重なっている問題を、課題の認識から対応を含めてみんなで棚卸しする作業が大事。社会システムをこれからは自分たちが構築するという視点で取り組むことや、その取組を前の世代が支援するという形にすると良いのではないか。

・京都が好きだし、気候変動の影響で文化が損なわれていくのは悲しい。文化を作っていくのは、その時代を生きている人であり、文化を回していく、支えていくという考えで進めていくことが大事。先人の知恵を活かし、デジタル技術などを加え、新しい取組が連鎖的に起こっていくと良い。

・既にある取組を各々が進めつつ、その意味を色んな人の知恵で編集するプロセスが大事。つながっている人同士が、アートやコミュニティの力で、京都の良いものを染み出させていく発想でやっていくのが京都らしい。

・京都から声をあげるとともに、京都以外の都市との連携、文化庁など省庁との連携、政治との連携、さらに海外との連携が重要。

<企業の役割>

・2030年は、複業も増え、企業自体が求心力を示していけないと人がついてこない時代に変わっているだろう。個人の企業内活動を発信、行動につなげていくことは必要。

・企業のDX化と脱炭素がどう絡んでいるのか、働き手である個人や経営者がどう絡んでいるのかも出していければ良い。高齢化社会の対策と脱炭素が実はつながるのでは？など、いろんな角度を入れていけたら良い。

・金融アセット自体をカーボンニュートラルにつながるものに変えていく。預金口座もカーボンニュートラルに積極的な金融機関に預金するなど、運用も含めてお金が流れる仕組み・意識を持ちましょう、というのは良い。

<行政の役割>

・行政がプロジェクトのつながりや意義が見える化し、横串を通すとありがたい。

・脱炭素の視点で、どの程度貢献しているかを明確に評価してもらえたら、一人ひとりの行動に繋がりやすい。

・中小企業を動かすものとして補助金がある。補助金がついてくる事業には関心が集まる。使うカーボンを意識するためには、即効性があるのではないか。

<市民へのアウトプットの発信の仕方・伝え方・見せ方>

・新しい暮らしのイメージを「憧れの暮らし・サステナブル」として提示できると良い。2050年の暮らしのイメージを、三種の神器のように提示しては。

・カッコいい・賢いと思わせるストーリーを作っていくことが、打開策になる。CO2を減らしたとして発信するのではなく、カッコいい暮らしをしている人がいることをICTを使

って伝える。

- ・行動に影響を与えるのは、知り合いがやって良かったと勧めてくれることが効果的。ICTなどで同じ価値観の人へ発信していけると良いかもしれない。
- ・核家族や祖父母が遠くにいて、一緒に住まない世帯が増えるなど、家族形態が変化する中、考える余裕のない人も多い。色んな世帯類型を考慮することが必要。
- ・〇〇しないではなく、〇〇する、というポジティブな表現・伝え方が大事。
- ・“アート”はキーワードとしてあると良い。世の中を動かす力としてアートの力はすごい。その取組を支援、評価するプログラムがあったら良い。
- ・2050年CO2ゼロの目標と、具体的なアクションとの関わりやつながりをイメージしてもらいつつ、手ごたえを実感できる設えを考える必要がある。
- ・世代によって響く言葉がちがう。豊かさにも色んな方向性があるって、世代・階層によって違う。シンプルだけどスマート技術は使わないというようなこともあって良いと思う。ものの豊かさを経験してしまった世代と、そうでない世代、それぞれの価値にあった発信が必要。
- ・データを基にアドバイスとして、芯にあるメッセージを発信できると良い。「〇〇するとお得です」とか。色んなテクノロジー（HEMS, VPP等）を活用することを、経済合理性の部分で納得してもらえよう、伝え方を工夫していくことが重要。
- ・京都だからこそという部分も伝え方として重要。京都市民が誇りに思える情報などを打ち出していくべき。新しいことだけでなく、京都人らしく暮らしていたら脱炭素につながるというメッセージを出していけたら良い。

<目標・指標>

- ・カーボンフットプリントの削減例のところで、持ち家とマイカーを例としてあげると時代を感じるので、表現に工夫が必要。
- ・あまり目標数値にこだわりすぎると、行動する意味を見失う。個人の暮らしに焦点を当てたほうが良い。
- ・環境負荷(CO2)を可視化していくと、不便でもこれだけ減るならした方が良いということになる。自分がやったことに対して、何か手触り、手ごたえがあると、ムーブメントというか、大きなうねりになっていくのではないかな。

<アクションリスト>

- ・アクションリストに、あまり視野に入れていなかった部分から、新しい豊かさの視点がほしい、やってみたい、挑戦してみたいと思えるものを取り込んでいくべき。
- ・もう少し楽しい取組があった方が良い。将来の姿を描こうというので、10代・20代の意見が活かされ、そういう人のアクションが活かされるリストになると良い。
- ・スペシャリストからのアクション案を載せるための、対話の場があると良い。
- ・サービスを購入して楽に済ますのではなく、自分で手を動かすことで、知識と幅を増やすようなことを考えていくべきではないかな。

- ・ビーガン給食など、教育とどう連携していくのか、これから先を考えることは必須。
- ・3つ（消費、住まい、つながり）が繋がっていることを示した方が良い。具体的な取組は必ずしも網羅的でなくても良い。1点だったとしても、当然いろんなものに影響する。「ごみを減らす」でも、それが消費を考えたり、シェアすることにもつながる。そういう構造を見せつつ、それをカッコいいものにできたら良い。

<具体的な仕組み・仕掛けづくりについて>

- ・気候変動の影響は社会的に弱い立場にいる人が影響を受けてしまう。特に日本では、外国人や、貧困層など、普段声を聞かれないような人たち、若者の声をしっかり吸い上げていく仕組み、気候市民会議が色んな所で行われているように、自治体がシステムとしてやっていくことが大切。
- ・若い人が主体性を持って気候変動や社会課題に取り組むために、大学という場所を活かすこと、そこで世代間の交流や国際的な交流を行うことが重要。
- ・京都のまちの特性を生かし、学生がサステナブルな暮らしを大学で実践する、そこから得られるものを、アクションに取り込んでいくようなことをしても良い。環境問題はすべてつながっている。一つずつ検討してもだめで、一緒に進めながら、活動しながら、調査する、学んでいくことが必要。いろんなパターンをネットワーク化して実践できると良い。
- ・みんなが同じ方向を向くための、仕組み・仕掛けを作ることが大事。一人ひとりに合った指標がない中で、どう物差しを作るかが重要。
- ・市民へ発信する際に、これ以外のベストプラクティスも募集し、発信します、という形で継続して、募集すると良いのではないか。ベストプラクティス討論とかやったら面白い。
- ・デジタルを活用する等、先進的で日本が強くできる伝統産業を京都から作るみたいなことが重要ではないか。スタートアップとして、課題解決するしかない。ビジョン・目的を設定して、見つけられると良い。
- ・これまでの仕組みや事業を脱炭素に転換できない企業が、チャレンジしやすいメリットのある仕組みができたら良い。
- ・海外では企業価値が ESG 投資に応じて評価される時代が変わってきている。ファンドを作り、ファンドが投資活動する、お金自体を働かせる仕組みを考える。市民に還元させるインセンティブのある仕組みになると良い。