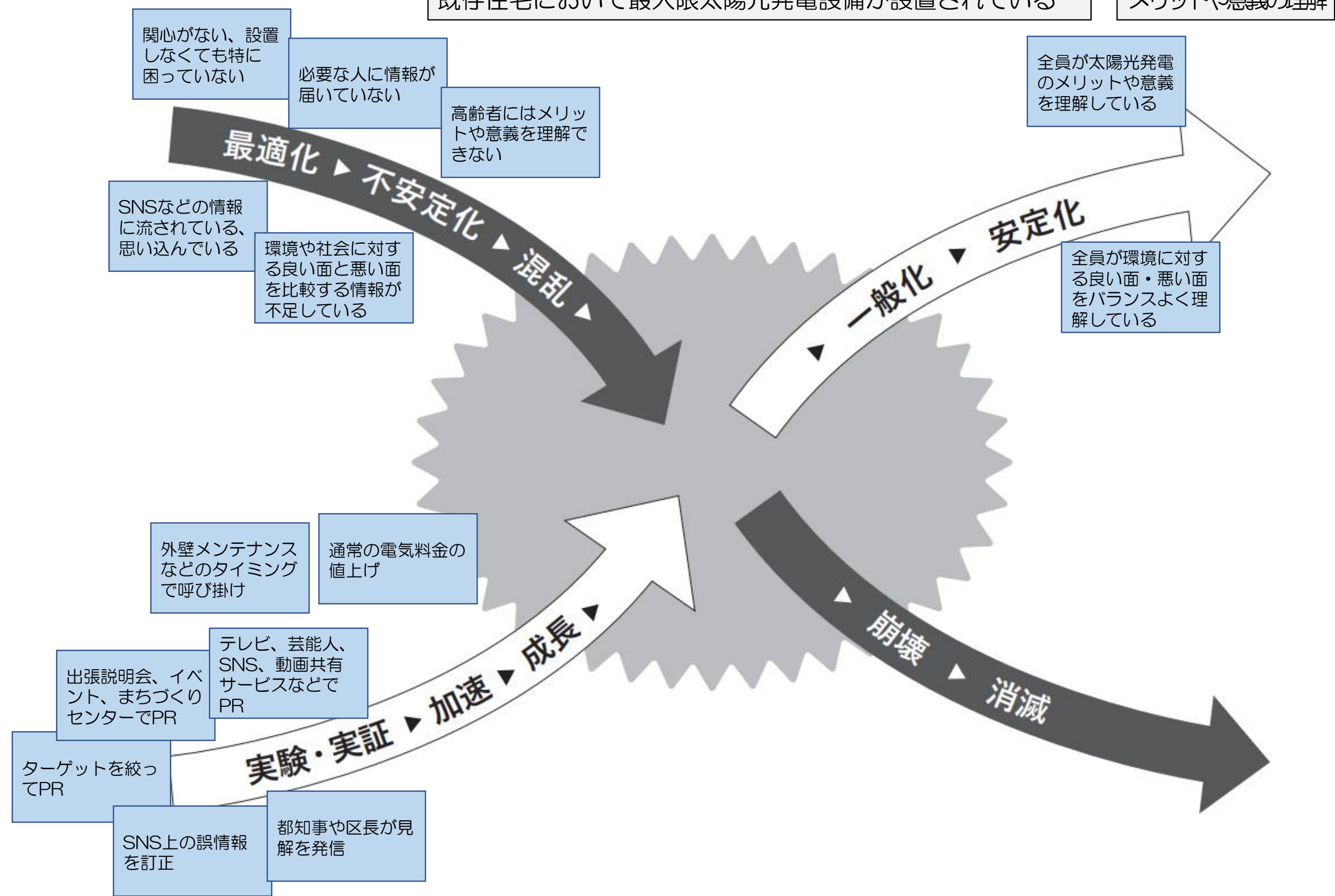


世田谷版気候市民会議第3回（2025年3月2日） 検討テーマごとのワークシート

①太陽光発電設備の設置

2050年目標
既存住宅において最大限太陽光発電設備が設置されている

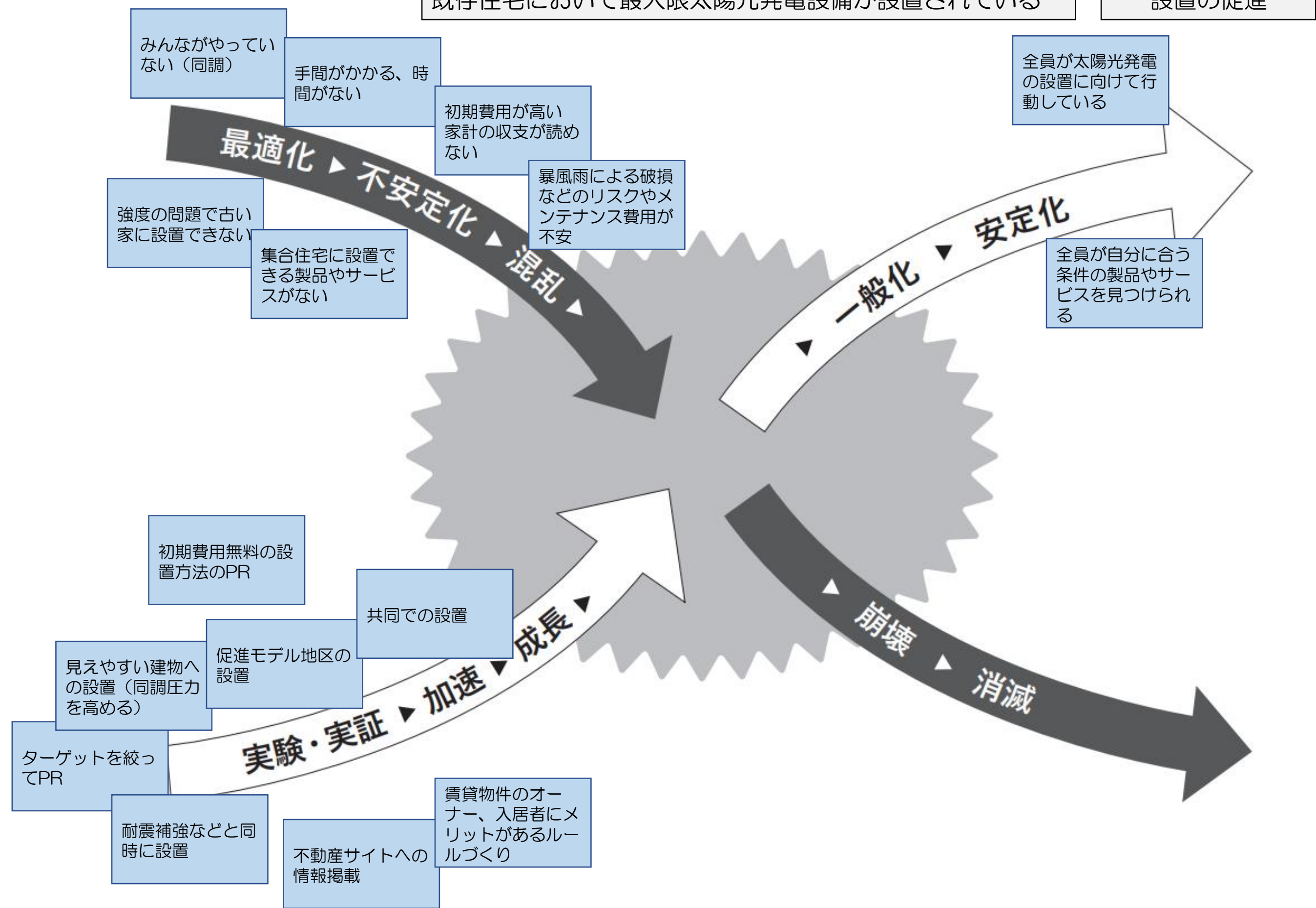
テーマ1
メリットや意義の理解



①太陽光発電設備の設置

2050年目標
既存住宅において最大限太陽光発電設備が設置されている

テーマ2
設置の促進



②再エネ電力への切替え

2050年目標

全ての家庭で再生可能エネルギーの電力が使われている

テーマ1

内容や意義の理解

関心がない、今の
ままでも困ってい
ない

必要な人に情報が
届いていない

電力プランを切替
えられることを知
らない

全員が再エネ電力
の内容や意義を理
解している

SNSなどの情報
に流されている、
思い込んでいる

環境や社会に対す
る良い面と悪い面
を比較する情報が
不足している

全員が環境に対す
る良い面・悪い面
をバランスよく理
解している

最適化 ▶ 不安定化 ▶ 混乱

一般化 ▶ 安定化

引っ越しのタイミ
ングで呼び掛け

炭素税の導入

成長 ▶

崩壊 ▶

消滅

テレビ、ラジオ、
SNS、インフル
エンサーなどで
PR

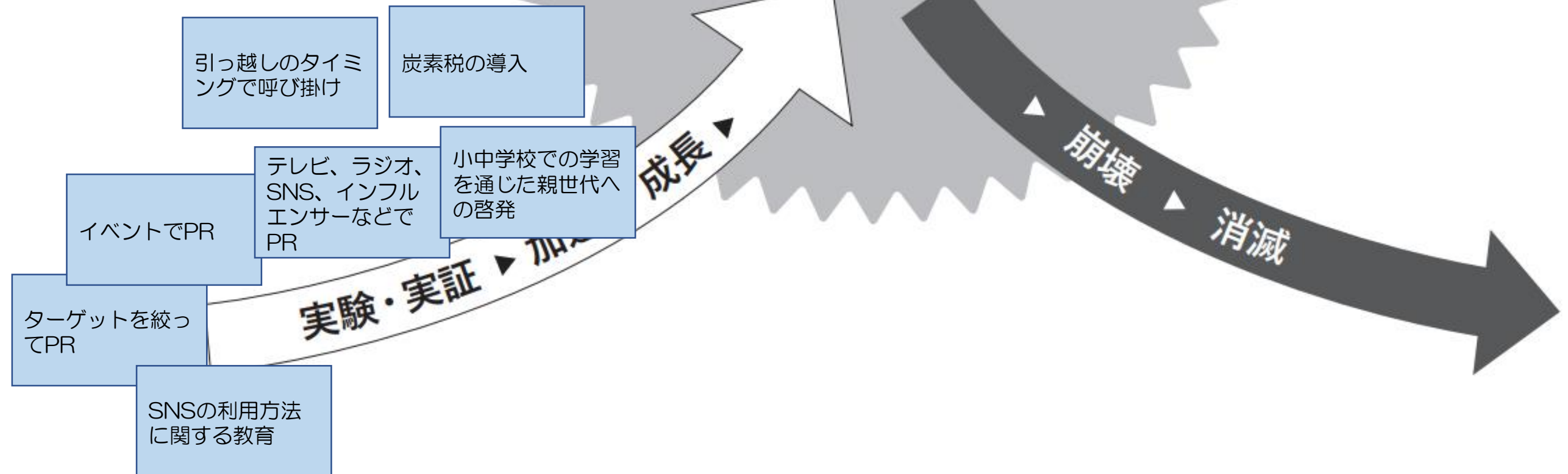
小中学校での学習
を通じた親世代へ
の啓発

実験・実証 ▶ 加

イベントでPR

ターゲットを絞っ
てPR

SNSの利用方法
に関する教育



2050年目標
全ての家庭で再生可能エネルギーの電力が使われている

②再エネ電力への切替え

自分が切替えなくては
いけない理由が
わからない、
きっかけがない

手間がかかる、時
間がない

金銭的なメリット
がない

全員が再エネ電力
への切替えに向け
て行動している

新しい事業者への
不信感がある（潰
れないか）

事業者やプランの
選択方法が分から
ない、多すぎて比
較検討できない

一般化 ▶ 安定化

全員が自分に合う
条件の電力プラン
を見つけられる

引っ越しのタイミ
ングで呼び掛け

切替えに対するイン
センティブの設定

電力会社に再エネ
電力プランを1つ
以上設けるように
働きかけ

実験・実証 ▶ 加速 ▶ 成長

ターゲットを絞っ
てPR

比較サイトの作成

電力会社の認証制
度の創設

行政からの電力プ
ランの紹介

崩壊 ▶ 消滅

③住宅の省エネ改修

2050年目標
区内の全ての住宅が家族の健康に資する省エネな建物に改修されている

テーマ1
メリットや意義の理解

関心がない、改修しなくても特に困っていない

メリットや意義を知る機会が少ない

全員が省エネ改修のメリットや意義を理解している

必要な人（高齢者等）に情報が届いていない

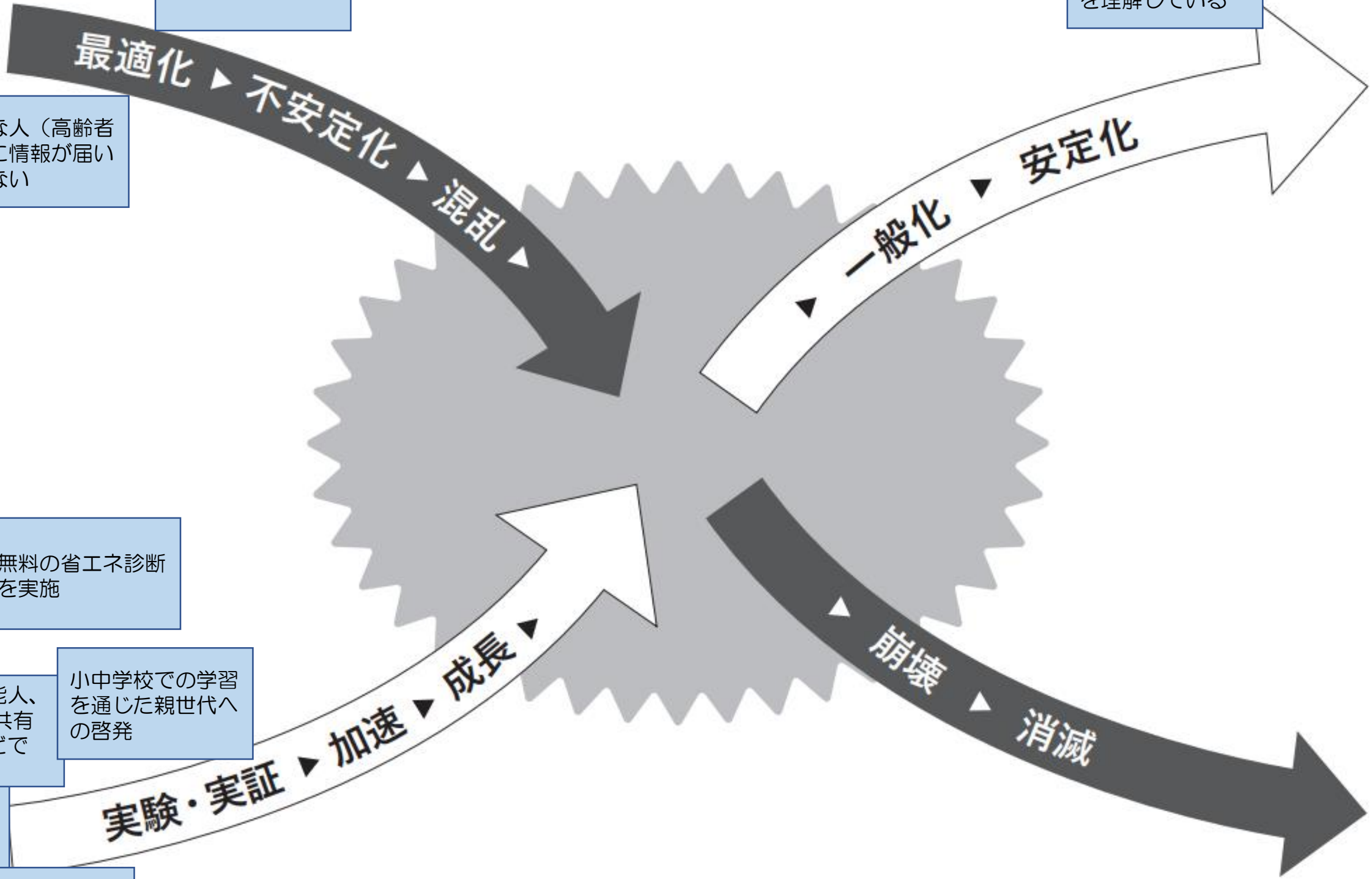
無料の省エネ診断を実施

テレビ、芸能人、SNS、動画共有サービスなどでPR

小中学校での学習を通じた親世代への啓発

ターゲットを絞ってPR

福祉や高齢者対策部署との連携



③住宅の省エネ改修

2050年目標
区内の全ての住宅が家族の健康に資する省エネな建物に改修されている

テーマ2
改修の促進

現状維持が楽、切
実感が少ない、我
慢することになれ
ている

手間がかかる、時
間がない

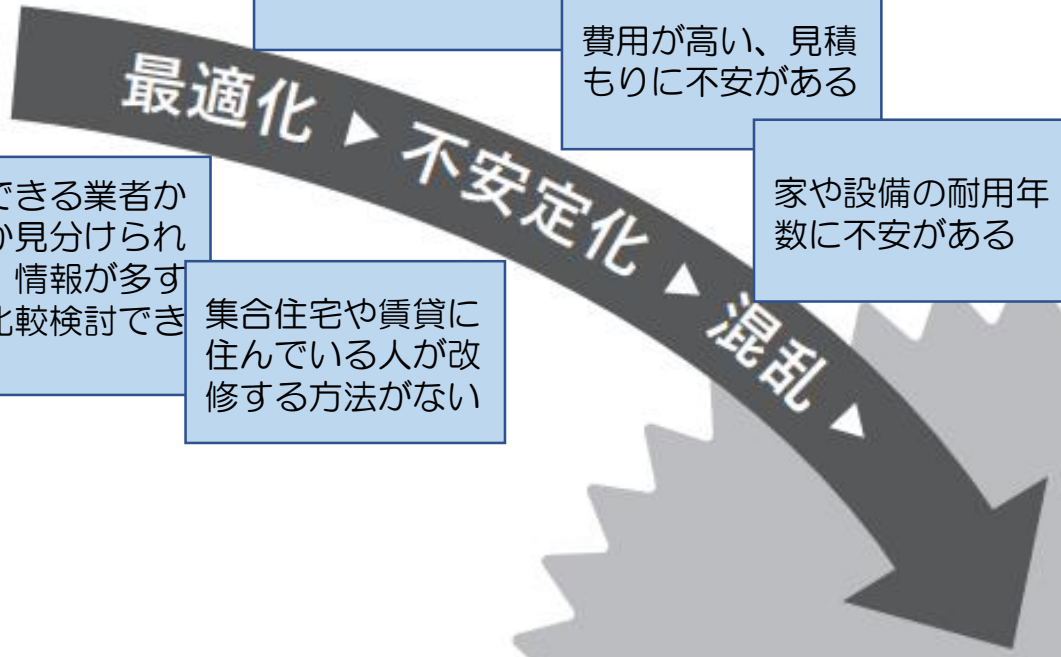
費用が高い、見積
もりに不安がある

家や設備の耐用年
数に不安がある

全員が住宅の省エ
ネ改修に向けて行
動している

信頼できる業者か
どうか見分けられ
ない、情報が多すぎ
て比較検討できな
い

集合住宅や賃貸に
住んでいる人が改
修する方法がない



全員が自分に合う
工事内容やサービ
スを見つけられる

無料の省エネ診断
を実施

耐震改修とセット
で省エネ改修

改修後のモデルハ
ウスや体験談を聞
く場を設定

区が仲介して複数
の住宅を改修

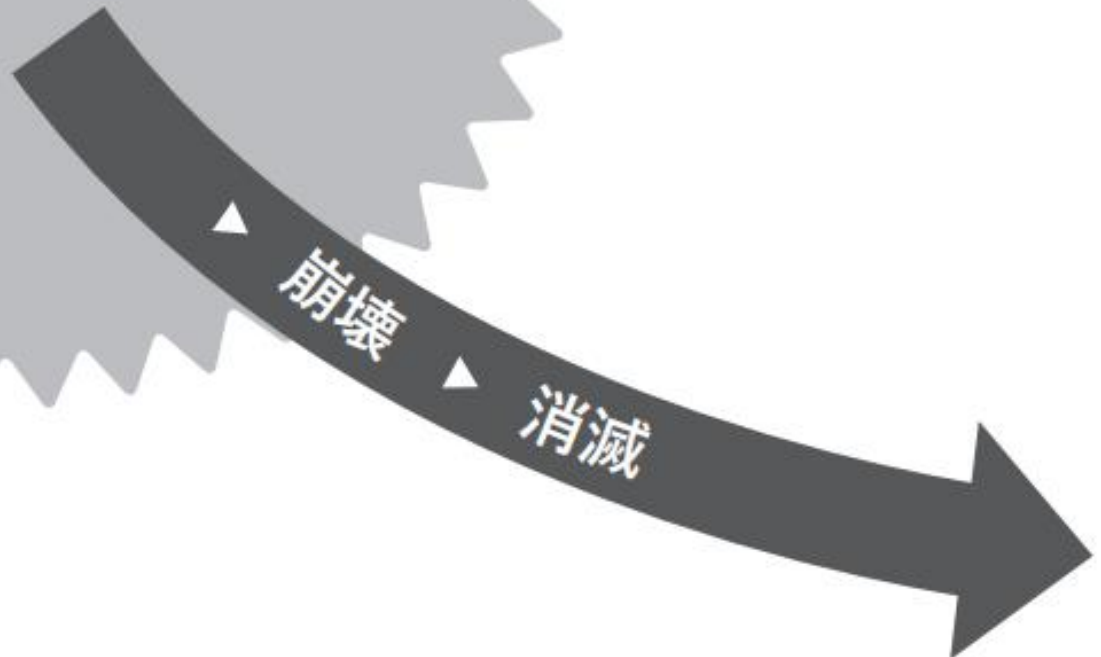
メリットとデメ
リットの可視化

比較サイトの作成

実験・実証 ▶ 加速 ▶ 成長 ▶

法人や賃貸オー
ナーにもメリット
があるルール作り

事業者と行政が連
携した窓口の設置



④脱炭素行動変容

2050年目標
日常の様々な場面で、環境負荷が意識されており、行動につながっている

テーマ1
正しい知識の普及

自分ごととして捉えられていない、自分にどのような影響があるかイメージできない

自分だけ良ければ良いと思っている、将来のことを考えていない

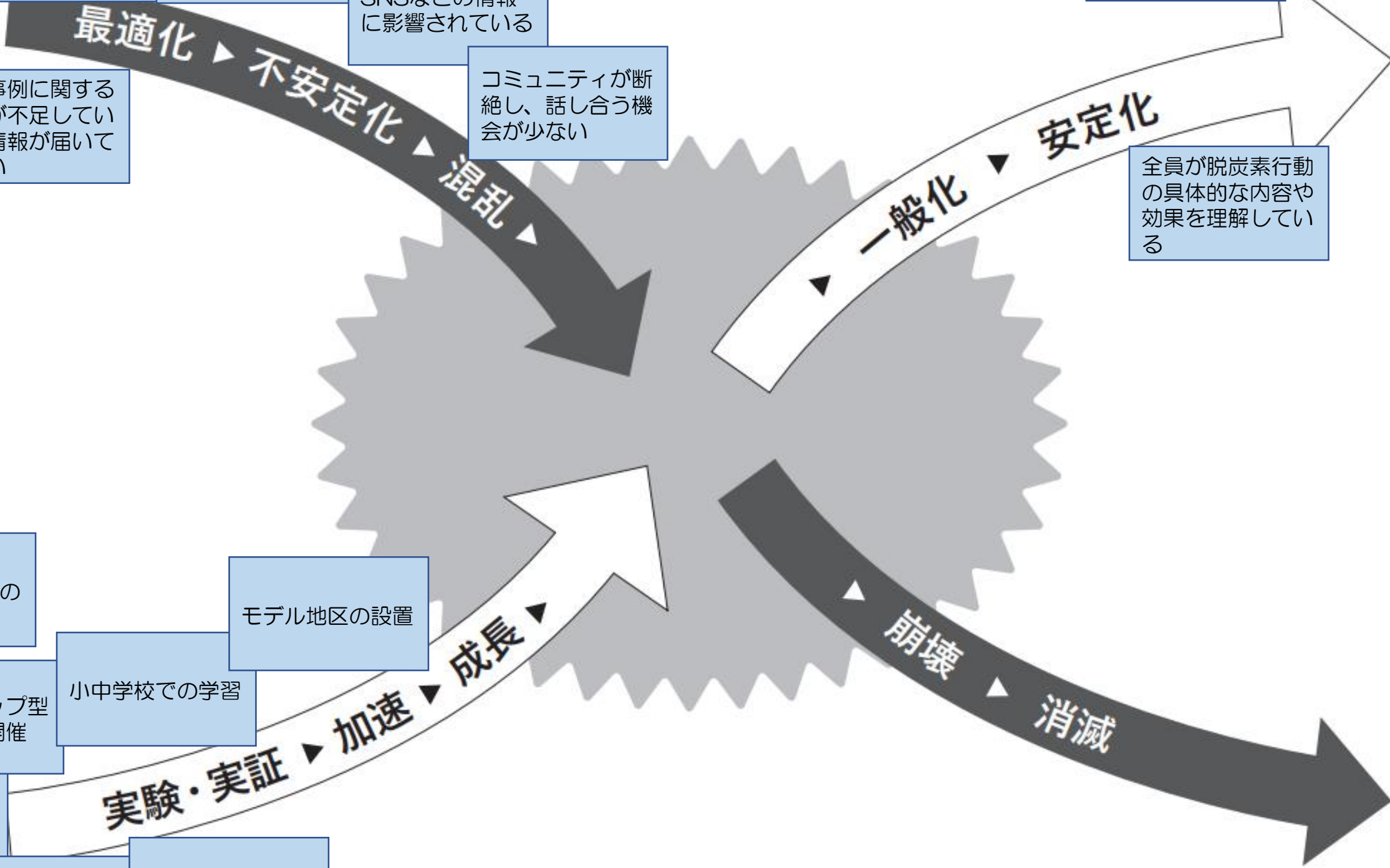
SNSなどの情報に影響されている

コミュニティが断絶し、話し合う機会が少ない

全員が気候変動問題の正しい知識を持っている

成功事例に関する情報が不足している、情報が届いていない

全員が脱炭素行動の具体的な内容や効果を理解している



個人のカーボンフットプリントの計測

モデル地区の設置

ワークショップ型イベントの開催

小中学校での学習

N1分析（1人を観察・ヒアリング）から取り組みを検討

イノベーター理論をもとにした戦略

マーケティング会社と連携

④脱炭素行動変容

2050年目標
日常の様々な場面で、環境負荷が意識されており、行動につながっている

テーマ2
行動の促進

成功事例に関する
情報が不足してい
る、情報が届いて
いない

全員が脱炭素行動
の具体的な内容や
効果を理解してい
る

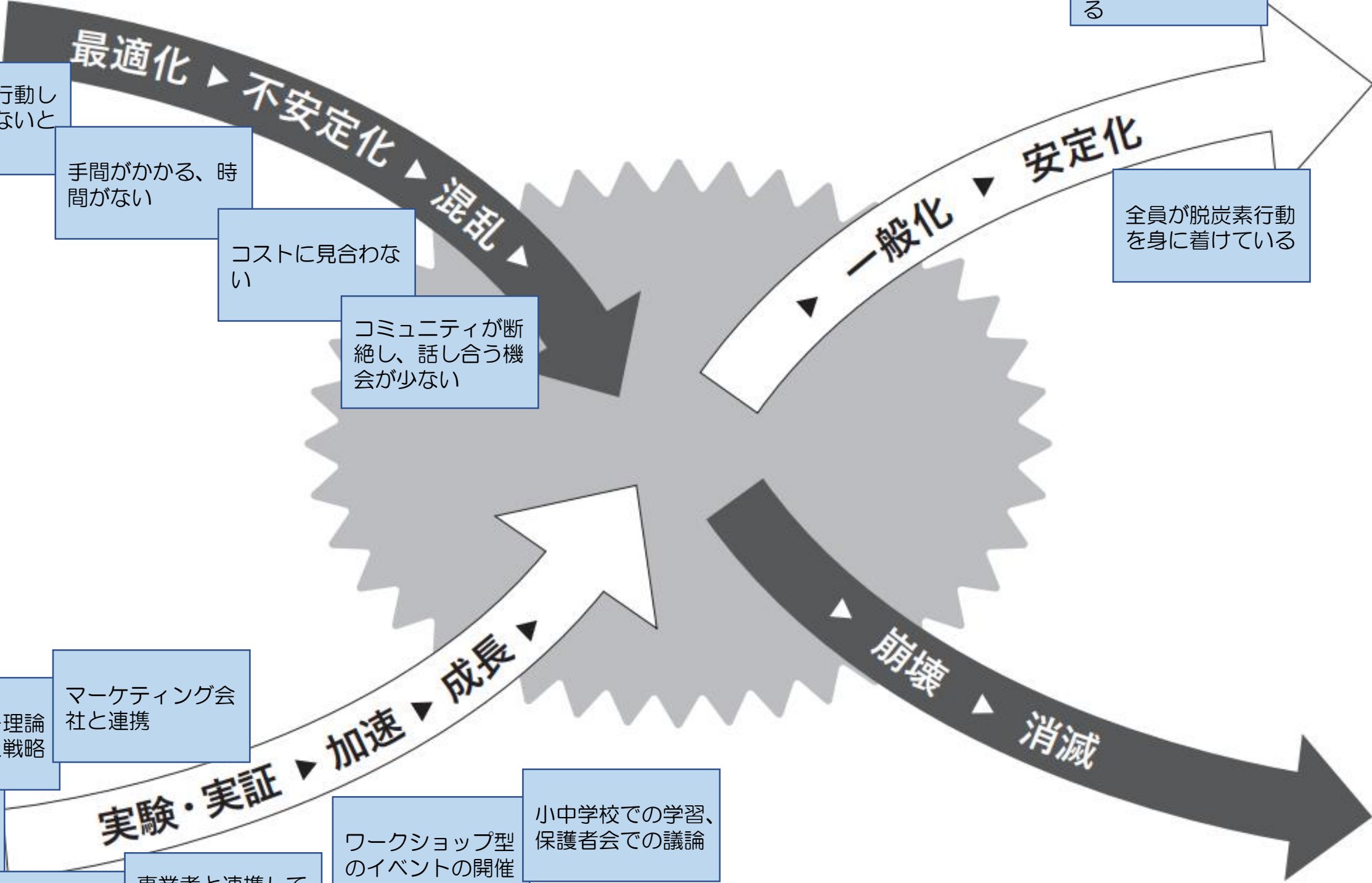
自分一人が行動し
ても変わらないと
思っている

手間がかかる、時
間がない

コストに見合わな
い

コミュニティが断
絶し、話し合う機
会が少ない

全員が脱炭素行動
を身に着けている



イノベーター理論
をもとにした戦略

マーケティング会
社と連携

N1分析（1人を
観察・ヒアリン
グ）から組み
組みを検討

楽しみながら脱炭
素行動できるアプリの作成

事業者と連携して
脱炭素以外の価値
をつけて提供

ワークショップ型
のイベントの開催

小中学校での学習、
保護者会での議論