

COOL CHOICE 推進活動事例集

地域地球温暖化防止活動推進センターの取組み



目

次

1. はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1

2. COOL CHOICE を広げる特徴的な活動事例

活動事例集の見方・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

01 岩手県地球温暖化防止活動推進センター・・・・・・・・ 3

02 秋田市地球温暖化防止活動推進センター・・・・・・・・ 5

03 栃木県地球温暖化防止活動推進センター・・・・・・・・ 7

04 八王子市地球温暖化防止活動推進センター・・・・・・・・ 9

05 静岡県地球温暖化防止活動推進センター・・・・・・・・ 11

06 山梨県地球温暖化防止活動推進センター・・・・・・・・ 13

07 愛知県地球温暖化防止活動推進センター・・・・・・・・ 15

08 滋賀県地球温暖化防止活動推進センター・・・・・・・・ 17

09 大阪府地球温暖化防止活動推進センター・・・・・・・・ 19

10 鳥取県地球温暖化防止活動推進センター・・・・・・・・ 21

11 長崎市地球温暖化防止活動推進センター・・・・・・・・ 23

12 熊本市地球温暖化防止活動推進センター・・・・・・・・ 25

3. 地域地球温暖化防止活動推進センター一覧・・・・・・ 27



はじめに

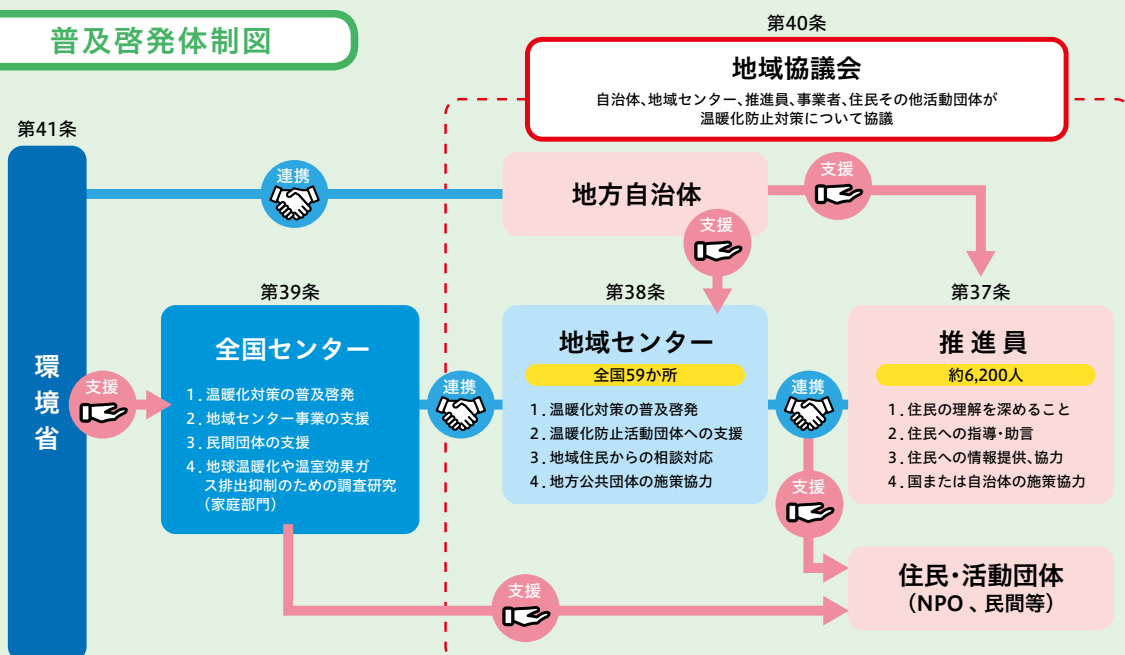
2020年10月26日、菅内閣総理大臣は所信表明演説で「2050年にカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指す」と宣言され、低炭素から脱炭素へ明確にステージが変わりました。地球温暖化防止活動推進センター（以下「地域センター」という）は、このような社会のあるべき姿の実現に向けて、地域に根差した温暖化対策の一環として、COOL CHOICE を推進しています。

本事例集は、全国の地域センターが実施する当該取組の中から、地域で温暖化対策を計画する上で参考となる特徴的な事例を12件ご紹介いたします。

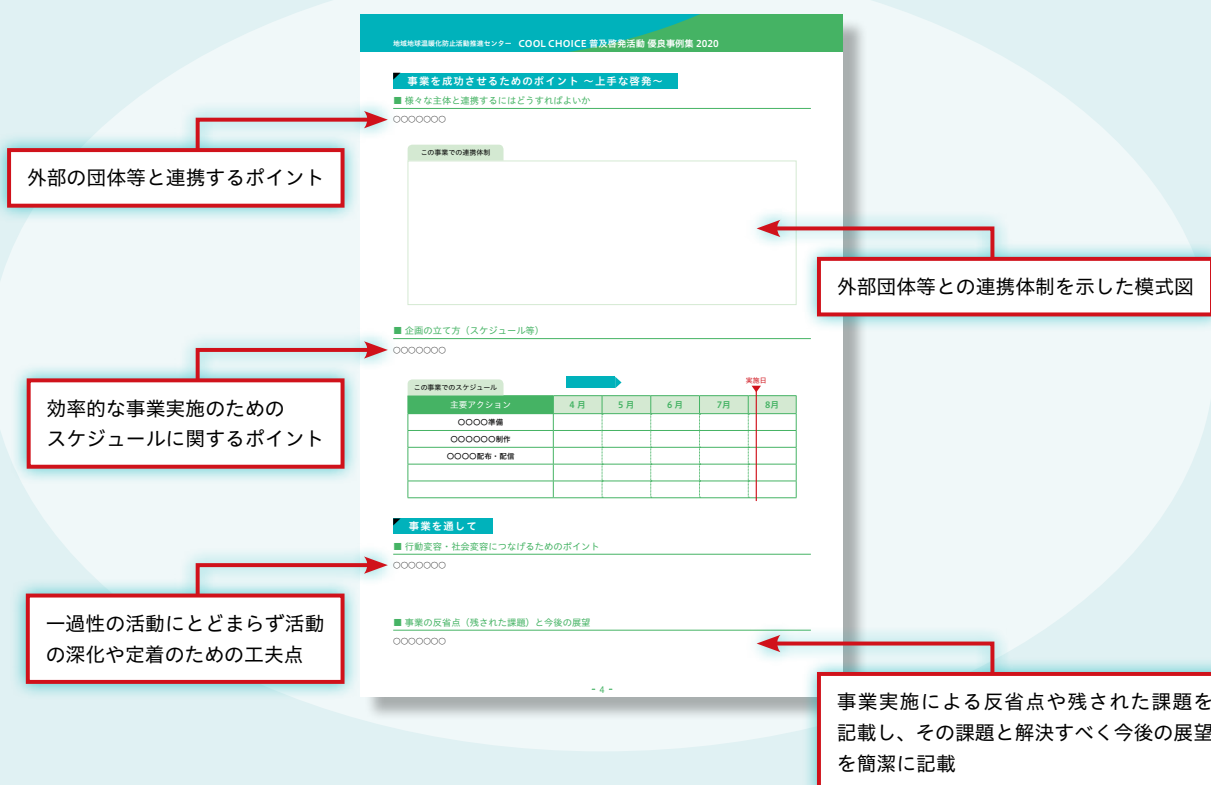
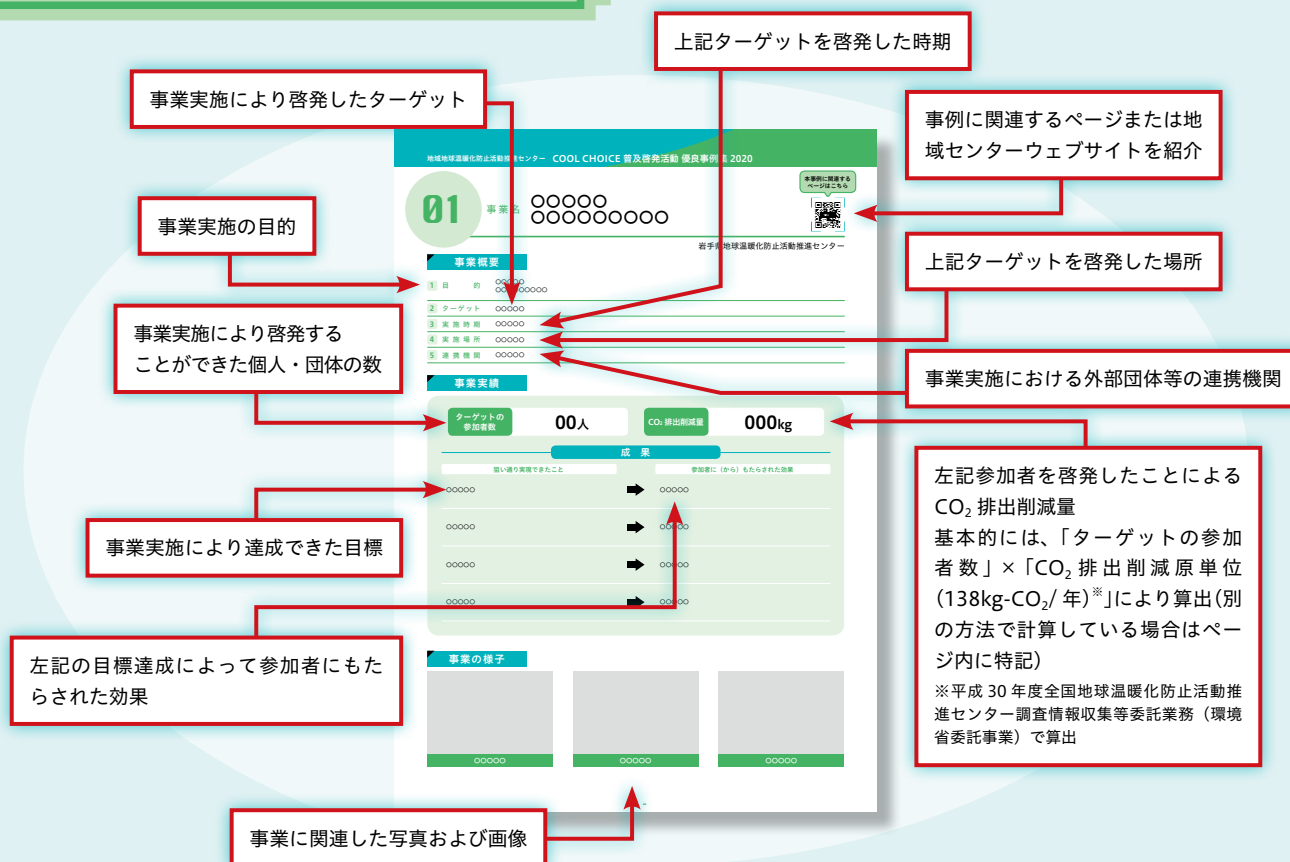
地域地球温暖化防止活動推進センターとは？

地域地球温暖化防止活動推進センター（地域センター）は、地球温暖化対策推進法に基づき全国の都道府県、指定都市などの首長が指定して設置される、地域で地球温暖化防止活動に取り組む法的な根拠をもった唯一の拠点です。2021年3月時点では、59の地域センターが指定されています。地域センターは、全国地球温暖化防止活動推進センター（全国センター）や地球温暖化防止活動推進員（推進員）、地方自治体などと連携しながら、地球温暖化防止のためのさまざまな活動を行っています。

普及啓発体制図



活動事例集の見方



01

事業名

環境意識×持続可能な社会づくり (SDGs、温暖化対策)×地域循環共生圏 の実現事業

本事例に関連する
ページはこちら



岩手県地球温暖化防止活動推進センター

事業概要

- 目的** 地域循環共生圏の実現のための意識・行動変容のための研修プログラムとして、ワークショップ（WS）を実施し、地域の CO₂ 排出量削減に向けた取組を実行するための人材の育成を行う。
- ターゲット** 岩手県民（QOL 向上に関心のある、20-50 代、高齢者）、自治体（職員）、岩手県内企業・団体
- 実施時期** 8 月以降（参加者同士のコミュニケーション・仲間づくりが大テーマのうちの一つとなるため、講座の開催は新型コロナウイルスの影響を考慮）
- 実施場所** 廃校地域拠点施設、教育施設など
- 連携機関** 一般社団法人 遠野みらい創りカレッジ、MCL 盛岡ペットワールド専門学校、いわて SDGs カフェ実行委員会など

事業実績

ターゲットの 参加者数

191人

実施した講座・ワークショップ
●とおのSDGsカフェ（地域の人材育成の拠点づくり）
第1回10人（一般9名、高校生1）、第2回53人（一般6名、高校生47）、第3回23人（一般10名、中学生13）
●盛岡ペットワールド専門学校（ペットとの共生から望ましい未来へ）生徒57名
その他
●（小さな漁村集落からの持続するコミュニティづくりWS）
第1回16人、第2回5人、第3回5人
●気候危機ワークショップ
●地域循環共生圏を楽しく学ぶおひののSDGsカフェ 全6回開催32人参加

CO₂ 排出削減量

26.4t-CO₂/年

成果

狙い通り実現できたこと

SDGs に関心を持ち始めた参加者が身近な資源や課題を「地域循環共生圏」の概念図（マングラ）に重ね対話する地域循環共生圏マングラワークショップを開催し、参加者が自分ごととして考えるきっかけづくりと地域の人材育成の拠点づくりができた。

「地域循環共生圏を楽しく学ぶ おひのの SDGs カフェ」として県内で活動するインフルエンサーを巻き込み、新たな担い手の育成に繋げることができた。

小さな漁村集落から始める持続するコミュニティにおいて、コミュニティと生業の変化についてのインタビュー&ディスカッション。

参加者に（から）もたらされた効果

中高生は、地域の資源の豊かさに気づき、普段話すことのない大人との対話により温暖化対策を含む SDGs への関心が高まった。先生や大人は、学生の声や学びの姿勢に刺激され、当該企画へ賛同と深い共鳴をいただいた。次のステップとして、高校生による地域の人たち向けの研究発表などの提案をいただいた。

大学生による、岩手県内の SDGs に関する事業等に関する研究発表など相互交流が生まれた。

魚が獲れなくなっている、貝毒が発生している、潮目が変わったなど、生態系が変わっていることを実感するなど、持続するコミュニティを目指し、地域の課題とリンクする地球規模の課題についての共有がなされた。

事業の様子



とおの SDGs カフェ



地域循環共生圏マングラワークショップ



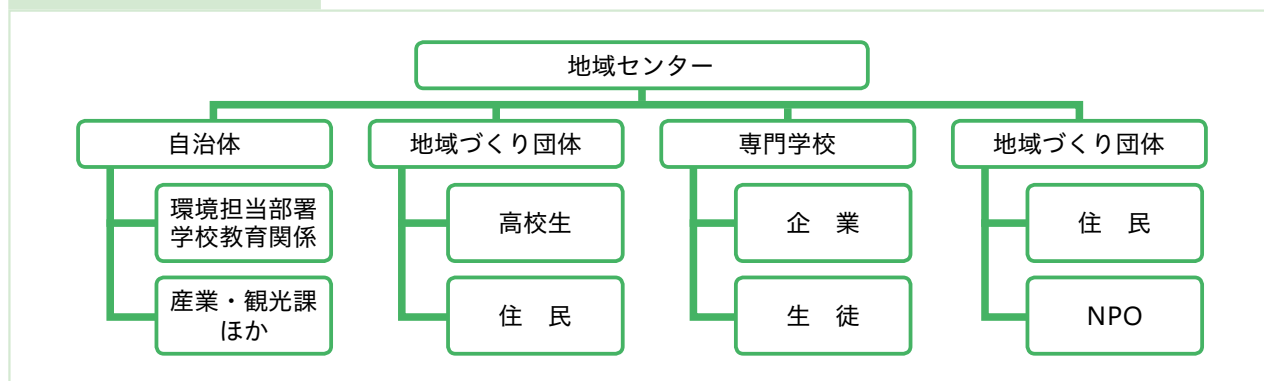
MCL 盛岡ペットワールド専門学校

事業を成功させるためのポイント ～上手な啓発～

■ 様々な主体と連携するにはどうすればよいか

自主事業として月1回のSDGsカフェを定期開催し、SDGsを目印に自主的に集まってきた方々にアプローチを行った。お互いの目的が一致するフラットな場を持つことと、お互いの関心や活動や活動の共通点から、新たな展開へと繋げていった。

この事業での連携体制



■ 企画の立て方（スケジュール等）

地域の団体の主体性を尊重し、連携団体が関与しやすいようにイベントの開催時期時間帯は相手に任せた。開催まで互いに行き来しながら、考え方、打合せを定期的（1ヵ月に2回程度）に行った。多様な活動を並行して運営していたので、特に実施日の集中に注意して、スケジュールを組み立てていった。

この事業でのスケジュール

打合せ・準備

主要アクション	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
連携団体との連絡調整									
参加者募集の広報活動									
地域循環共生圏マングラ WS の実施 （とおのSDGsカフェ）					● 実施		● 実施		● 実施
フューチャーデザイン WS 実施 （MCL 盛岡ペット専門学校）							● 実施		
プレゼンテーション交流 （地域循環共生圏を楽しく学ぶ おひるのSDGsカフェ）					● 実施	● 実施	● 実施	● 実施	●● 実施

事業を通して

■ 行動変容・社会変容につなげるためのポイント

各地域の特性を活かした地域循環共生圏をそれぞれのコミュニティで立ち上げ、今回の各イベント参加者の先導のもと、それぞれの地域に必要な人的なリソースを得て、活動を産み、事業を育て加速させる。
脱炭素・SDGsを共通の理解として、地域で行動する、人を束ねる場づくりが重要だと考える。

■ 事業の反省点（残された課題）と今後の展望

予想を超えた多数の高校生の自主的な参加があり、複数の会場を使うことで参加者に効果的な学び・体験等の場を提供できるようプログラムをアレンジして対処した。事前に参加者のニーズと現地での運営協力スタッフのスキルを把握したうえで事業を計画する。地域循環共生圏マングラワークショップには、自治体職員の参加と深い共鳴があり、次年度以降の展開につなげたい。

02

事業名

ワークスタイルデザイン可能性調査による あきたモデル提案プロジェクト

本事例に関連する
ページはこちら



秋田市地球温暖化防止活動推進センター

事業概要

1 目的

新型コロナウイルスの感染拡大防止対策としてテレワークの導入が推進されることとなった背景から、導入による有効性やメリットを、環境配慮行動の観点から調査した。この調査結果を用いて、テレワークの導入が環境負荷の少ないワークスタイルの選択につながっているかどうかを把握した。テレワークの導入が持続可能な脱炭素社会づくりの一助となるかその可能性を検討し、「環境負荷の少ないワークスタイル：あきたモデル」を考え、事業者へこのモデルを提案することで、地球温暖化対策に関わる普及啓発を促進することを目的とした。

2 ターゲット

事業者（企業及び団体）及び個人（テレワーク経験者）

3 実施時期

2020年6月1日～2021年2月28日

4 実施場所

秋田市内

5 連携機関

地域企業、環境団体、行政、商工会議所、地域商工会、青年会議所、産業情報協会

事業実績

ターゲットの
参加者数

事業者 100件
個人 58人

CO₂ 排出削減量

7t-CO₂/年

内訳
(A)テレワークを検討した8事業者のCO₂削減量(見込み):1,536kg-CO₂
(B)テレワークを継続実施した30事業者のCO₂削減量:5,760kg-CO₂
(A)+(B)=7,296kg-CO₂→7t-CO₂削減
※テレワーク導入によるCO₂排出量は、本調査協力事業者のデータをもとに算出した削減数値を基準とする
※測定は、環境省「働き方改革によるCO₂削減効果」簡易算定ツールを用いた

成果

狙い通り実現できたこと

環境負荷軽減の視点を加えたアンケート項目を作成できた。

想定より多くの事業者からの調査協力を得た。

事業者への地球温暖化対策の普及啓発として、あきたモデルを検討するための検討委員会を設立できた。

調査結果をもとに、脱炭素社会に向けた「テレワーク導入提案書」を作成し、webで配信できた。

参加者に（から）もたらされた効果

回答者である事業者やテレワークを導入している個人が、アンケートに答えることで、テレワーク時の生活に環境配慮行動を意識させる効果もあった。調査結果に興味をもった事業者からの問い合わせがあった。

多くの事業者がこの調査に関心を持ち、環境負荷軽減になっているかどうかという視点で、事業者がテレワークの導入を考える機会となった。

企業や環境団体等で構成した検討委員会により、事業者に対してどのような観点で地球温暖化対策に寄与できるかということ、具体的に提案できるモデルを検討することができた。事業者にとって、テレワークを導入することで地球温暖化対策につながるという啓発のポイントを明確に提案することができた。

興味・関心をもった事業者による問い合わせやダウンロード数が増加した。提案書により、テレワークの導入が地球温暖化対策に寄与することを事業者に訴求することができた。

事業の様子



検討委員会の様子

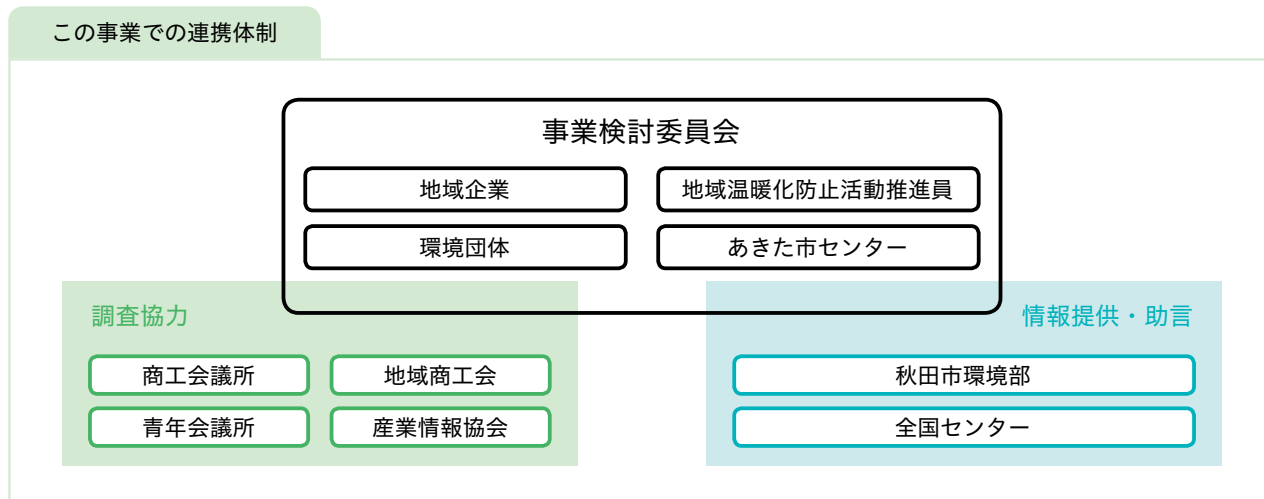


テレワークに関するアンケート調査結果

事業を成功させるためのポイント ～上手な啓発～

■ 様々な主体と連携するにはどうすればよいか

あきたモデルを検討するために、この事業の検討委員会を最初に設立した。検討委員会には、温暖化対策や環境問題に対して詳しい方や企業人で構成できるよう、関係者から紹介を受けて秋田市センターが選定し該当者へ依頼した。そのほか、秋田市全域の事業者を対象とし調査を実施したいと考え、商工会議所や青年会議所などの、地域の事業者を統括しているような団体等へ協力を依頼した。アンケート調査は、協力を得た団体を通し実施した。



■ 企画の立て方（スケジュール等）

この事業の業務は大きく2つに分類され、あきたモデルの検討委員会の設立から運営、そして事業者に対するアンケート調査の実施から取りまとめまでである。検討委員会は組織を設立するにあたり、構成メンバーを決定するために1か月程度は必要である。候補者を考え、それぞれに直接依頼をした方がよい。また、検討委員会は調査前、中間、調査後の最低3回は実施したほうがよい。アンケート調査の実施には調査票作成に約3か月を要している。検討委員会からも意見をもらいながら作成するため、余裕をもって作成した方がよい。回答期間は2か月程度設けた。調査結果をもとに、あきたモデルを検討するため、事業者への提案（啓発）を確実に実施することを考えれば、12月には調査結果をもとに最後の検討委員会が実施されていないと年度内には、普及啓発にまで至らないため注意が必要である。また、タスクリストを作成し、複数の担当が作業進捗の把握ができるよう工夫した。

この事業でのスケジュール

主要アクション	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
検討委員会（組織・開催）									
調査票の作成									
調査の実施									
調査報告作成									
事業者への提案（情報公開、個別対応）									

事業を通して

■ 行動変容・社会変容につなげるためのポイント

センターHPや各メディアを活用して調査結果を広域的に発信するとともに、行政と連携して情報発信を行うこと。
【秋田市環境部の企業向け省エネ補助金を活用】テレワークによって省スペース化した部分だけ設備改修（照明や冷暖房）を行うことで、改修費を抑えることができるとともに、光熱費やCO₂排出量の削減効果をさらに高めることが可能。
【秋田市でPR】テレワークでCO₂排出量の削減やペーパーレス化を実現した事業者を広報あきたや市の広報番組等で環境に優しい事業者として市民・市内事業者へ紹介。

■ 事業の反省点（残された課題）と今後の展望

本調査結果を効果的に活用し、本事業の賛同者・実施者を拡大する必要がある。行政からの働きかけは重要であるため、行政との連携を強化することにより、事業者におけるテレワーク導入による環境配慮行動の促進を図ることが期待できる。

03

事業名

Immersive(イマーシブ) COOL CHOICE

本事例に関連する
ページはこちら



栃木県地球温暖化防止活動推進センター

事業概要

1 目的

環境配慮行動の促進に係る普及啓発において「これくらいはできそう」という気持ちを抱かせることはとても重要である。これまで実施してきた啓発方法に、デジタルの要素を加えた「イマーシブ COOL CHOICE」を提案した新しい事業に取り組んだ。この事業では、VRを用いて地球温暖化による気候変動を体験できるツール等を制作し、国民が日常生活の中で地球温暖化問題への関心を維持し、持続可能な社会を目指すことを目的としている。

2 ターゲット

小学生とその保護者

3 実施時期

12月（地球温暖化防止月間）

4 実施場所

大規模展示施設内 1 コーナー

5 連携機関

栃木県庁

事業実績

ターゲットの
参加者数

281人

CO₂ 排出削減量

38.8t-CO₂/年

成果

狙い通り実現できたこと

各種団体連携できた。（協力機関数 7 件）

アプリ、VR シアターを用い、自分で描いたものが形（仮想）になるツールを制作できた。

デジタル素材を既存の啓発方法と組み合わせ、新たな啓発手法を確立できた。

アプリは環境省 COOL CHOICE 資材と組み合わせで開発した。

参加者に（から）もたらされた効果

小学生の参加者数が増えた。おもちゃ修理を専門とする事業者協力により、小学生の参加者がおもちゃのリサイクルを希望し、環境配慮行動が促された。

仮想体験により、参加者はより身近な課題として環境問題を考えることになった。

VR で仮想現実を体験し、8 つの COOL CHOICE の取組に関する問題を解きながらゴールを目指すグラフィック迷路を制作したことで、自分たちの COOL CHOICE の取組が、温暖化に寄与するイメージをもってもらうことができた。

事業の様子



Immersive COOL CHOICE コーナー

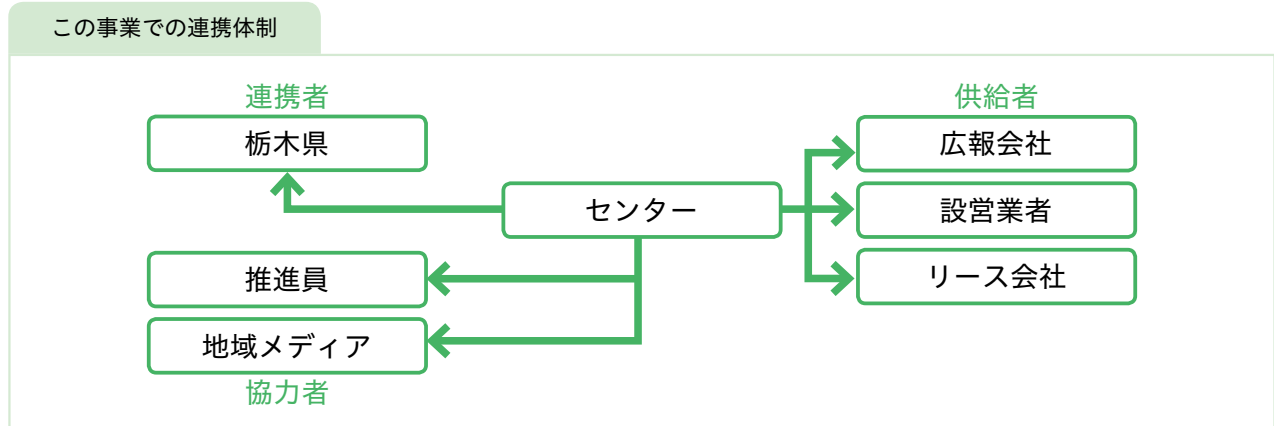


VR シアター（体験中の様子）

事業を成功させるためのポイント ～上手な啓発～

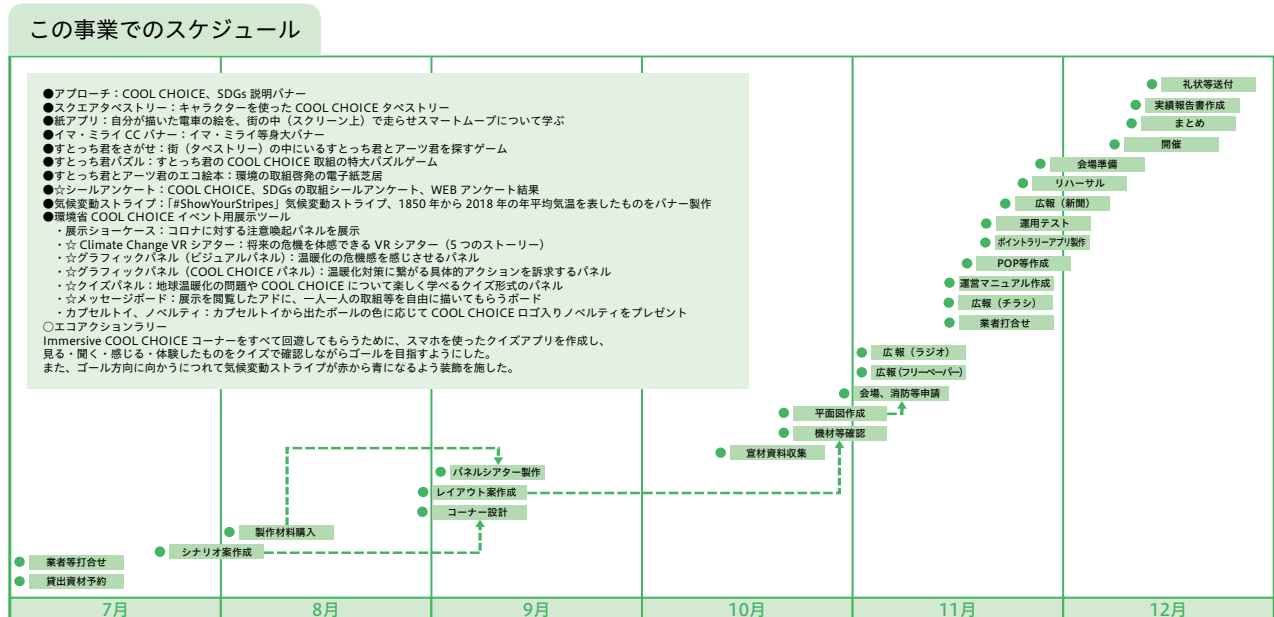
■ 様々な主体と連携するにはどうすればよいか

早い段階で、自分だけでできるところ、他者の協力がなければできないこと、供給者に依頼すれば良いことを分類し、それぞれ計画（案）をたてるのが重要である。計画は連携機関に作成を依頼するのではなく、主催者側となる地域センターが提案すること。



■ 企画の立て方（スケジュール等）

企画は実施月の半年前を目途に案を作成する。全体像をたて、イベントの日程等を会場を押さえることと同時に決定する。例年実施しているイベントの場合は、新規連携先以外に合わせて日程調整をするなど同時進行で進める必要がある。その上で、展示内容等シナリオを決定し、イベントとしての全体計画を確定する。アプリの導入やV Rの素材については、専門機関または得意な職員等に任せる方がよい。職員が使えるように、マニュアル等の作成を同時に行う方が効率的である。



事業を通して

■ 行動変容・社会変容につなげるためのポイント

VRなどを用いることで、仮想現実として地球温暖化の現象を体験し、この問題を身近に感じてもらえるように工夫した。危機感や恐怖心をあおるだけではなく、そこから自らの行動が何に寄与するのかわかるように、クイズを継続して体感させることで、問題の認識から解決するまでの、「自分事化」に注力し啓発プログラムを設計した。

■ 事業の反省点（残された課題）と今後の展望

企画段階では、壁一面を展示物で覆う予定であったが、消防法により叶わなかった。大きな物を展示する際には注意すべき点であった。今回の啓発では、従来の啓発イベントの中にVRやアプリなどのデジタル素材を用いた啓発ツールを取り入れた結果、これまでは紙媒体のゲームでは小学生しか参加しなかったものが大人も子供と一緒に参加する光景がみられた。VRに興味をもつ世代は広く、年齢を問わない。地球温暖化そのものの関心が高くない人に対し、VRへの関心を利用した動員をもっと強く押し出せばよかったと思う。

04

事業名

八王子市にゆかりのある人物と市民の情報発信による効果的な啓発活動

本事例に関連するページはこちら



八王子市地球温暖化防止活動推進センター

事業概要

1 目的	八王子市にゆかりのある俳優やタレントをはじめ、観光 PR 特使、市民・事業者や学生まで参加するメッセージ・リレー動画を制作し、市民・事業者等が視聴することで地球温暖化問題の意識の高揚を図ると共に地球温暖化防止活動のきっかけづくりとする。
2 ターゲット	児童から高齢者まで幅広い世代
3 実施時期	12 月（地球温暖化防止月間）
4 実施場所	パソコン等による動画の視聴、施設等でのパブリックビューイング
5 連携機関	八王子市・みどり東京温暖化プロジェクト

事業実績

ターゲットの参加者数

3,093人

CO₂ 排出削減量

426.8t-CO₂/年

成果

狙い通り実現できたこと

八王子市にゆかりのある俳優やタレントをはじめ、全 27 の個人・団体が出演した。



参加者に（から）もたらされた効果

短期間で多くの視聴者が得られた。

出演者自身のメッセージ及びコメントをボードに書き込んで披露できた。



地球温暖化防止及び省エネへの取組に対する意識が高まった。

COOL CHOICE への賛同登録者が増加



国が推奨している事業の理解者が広まった。

オフラインからオンラインへの転換



新たなイベントへの理解が深まった。

事業の様子



リハーサル風景



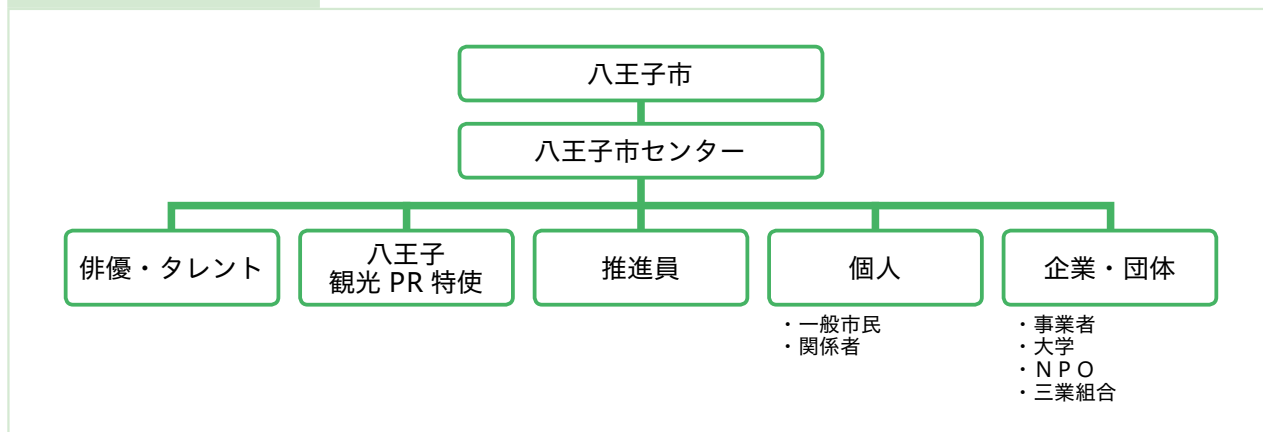
打ち合わせ風景

事業を成功させるためのポイント ～上手な啓発～

■ 様々な主体と連携するにはどうすればよいか

地域に根差していることをアピールし、協働した取組の必要性和地域に良い効果をもたらす旨を伝えた。有名人は八王子市出身・在住の方々をピックアップし、前述の事業実施の意義を説明し、幾度かの交渉を重ね、各々の特長を引き出すことに配慮した。

この事業での連携体制



■ 企画の立て方（スケジュール等）

広く市民・事業者等に普及啓発を行うには従来のオフラインでの方法に加えてオンラインでの動画発信が最善と考え、これまでのイベントスタイルを一変し、楽しく分かり易いをモットーに企画した。動画の制作（出演者 27 名）では、20 分の動画に出演者 1 人当たりの撮影で 2 時間、編集では 15 日間ほど要した。また、出演者交渉などを含めると、配信日の 5 か月前から準備を行った。

この事業でのスケジュール

主要アクション	8月	9月	10月	11月	12月
企画・検討予算の組立	▶				
シナリオの作成出演者交渉		▶			
動画の撮影・編集 広報・宣伝				▶	
動画の放映視聴期間					▶

事業を通して

■ 行動変容・社会変容につなげるためのポイント

今回は、地域特性を活かし、地域の人材を活用した活動を意識した。地域の人材に協力してもらうためには、地域の課題を理解してもらう必要がある。地球温暖化を地域の課題として、地域センターから説明にうかがい、影響力の高い人から理解を得られれば、その人からの情報発信は、地域センターからの情報発信よりも効果が高い。SNS 等で動画が拡散されればそれは社会変容にもつながると期待できる。

■ 事業の反省点（残された課題）と今後の展望

視聴時間が長く、タレントなどの出演者が少なかったなどから、少し飽きがきてしまい、最後まで視聴していただけなかったのではと推察する。よって、出演者やそのアピールの仕方などを工夫するなど、視聴者側に立って新たに制作するとともに、短編にするなど再編集を試みたい。

05

事業名

エネマネ生活はじめよう!1ヶ月チャレンジ (IoT※ツールを活用した省エネチャレンジ)

本事例に関連する
ページはこちら



静岡県地球温暖化防止活動推進センター

事業概要

1 目的	新型コロナ拡大防止のための活動・移動自粛・休校や、働き方改革にも繋がるテレワークに伴い、自宅滞在時間が増えた県民を対象にスマートメーターを介してスマホ等で自宅の電気使用状況をモニタリングできる IoT 機器を貸出し、機器使用者に省エネ啓発を行うこと		
2 ターゲット	県民、特にテレワークや休校などにより自宅滞在時間が増えた層		
3 実施時期	2020 年 9 月～2021 年 1 月末（チャレンジは 2020 年 12 月の 1 ヶ月間※） ※暖房・照明等の利用により電力消費量が増加する冬季		
4 実施場所	各参加者の家庭		
5 連携機関	県・市町・県民運動関係事業所・推進員等		

事業実績

ターゲットの
参加者数

30人

うち、最後まで実施→20人

CO₂ 排出削減量

600.6kg-CO₂

成果

狙い通り実現できたこと

申込数の確保。(30 件の定員に対し 32 件の申込)

メディアを活用した広報の拡充。(静岡新聞、日経新聞、地域ビジネス誌「静岡ビジネスレポート」)

参加者自ら IoT ツールを用いて電力消費量を確認できた。
使用ツール Nature Remo E lite
(<https://nature.global/nature-remo-e-lite/>)

貸出用 IoT ツールの利用により自ら省エネに取り組む機会をつくることできた。

参加者に（から）もたらされた効果

これまで消費電力に関心の低かった人でも、自宅滞在時間が増えたことで、消費電力について関心を持ってもらえた。

本事業について PR できた。参加申込件数が想定より増えた。

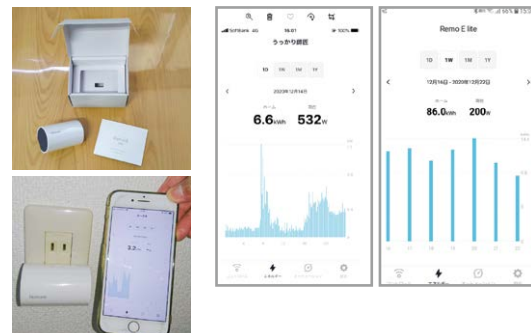
検針票は料金しか見ない・ペーパーレスで見ないという方が初めてリアルタイムで確認できた。

自ら消費電力を確認することで、普段行っていない省エネ行動も実行され、使用量削減に繋がった。

事業の様子



貸し出した IoT ツールと書類一式



IoTツール(取付前・取り付け後)とスマートフォン上の確認画面
(画面左:1日の中の時間別、右:2週間分)

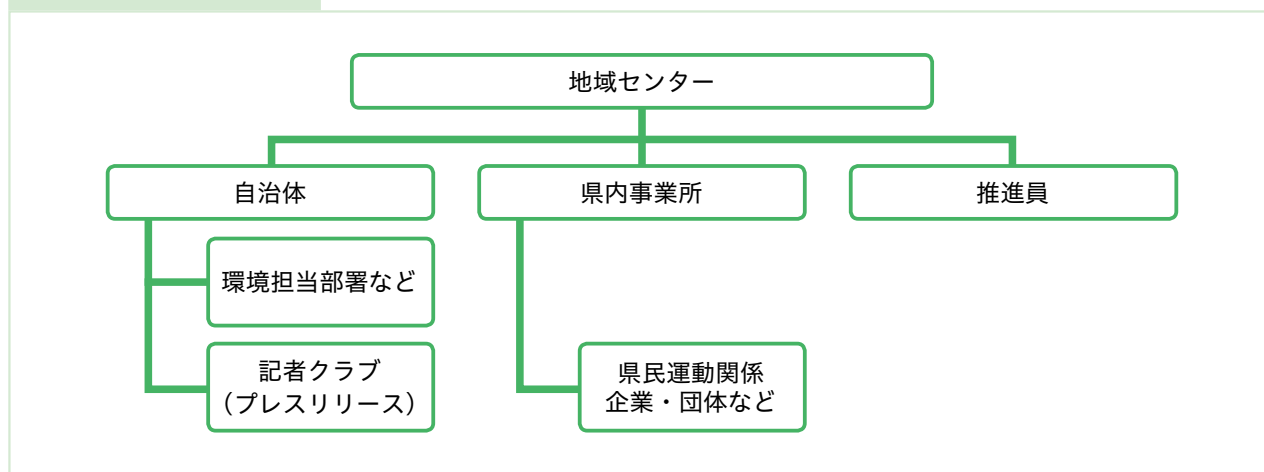
※ IoT : Internet of Things

事業を成功させるためのポイント ～上手な啓発～

■ 様々な主体と連携するにはどうすればよいか

この事業の広報では県・市町・県民運動関係事業所・推進員等の協力を得ている。自治体を通じて記者クラブへプレスリリースすることで、複数の新聞等から掲載してもらえたことは大きい。また、本事業で使用したIoTツールは、センターとして日頃連携している企業よりメーカーの情報・紹介を受け選出した。

この事業での連携体制



■ 企画の立て方（スケジュール等）

IoTツールを利用した本プログラムについて、ツールの使用マニュアル等の作成は実施の5ヶ月前から準備した。募集を実施月の4ヶ月前から行っている。募集期間は3か月間をとり、実施月の1か月前にはIoTツールの貸出を始めた。貸出に伴い消費電力を確認するためのアプリのダウンロードなどについて対応を開始し、実施月までに参加者家庭で利用可能な状態になるよう準備した。実施期間中もWi-Fi接続トラブルやアプリの使用法などについての質問等に都度対応した。チャレンジ期間終了後に、消費電力や意識の変化、実践した省エネ行動について事後調査を実施し、効果を検証した。

この事業でのスケジュール

主要アクション	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
参加家庭募集（広報）・マニュアル作成							
参加家庭セット送付							
実施（前半：通常 / 後半：省エネ生活）							
ツール・アンケート回収・集計・まとめ							

実施月

事業を通して

■ 行動変容・社会変容につなげるためのポイント

IoTツールを用いて、省エネ行動による消費電力の変化をリアルタイムで確認することで、自身の行動変容による省エネ効果を実感できるようになったことが大きな成果である。スマートフォンの普及率は年齢層問わず高いものとなってきた。このようなアプリが普及することで、個人の省エネ行動も促進され、日常生活における温室効果ガス排出量の削減が期待できる。電力使用量が少しの行動変容で変化することで、利用者はそれぞれ目標設定ができ、目標を達成できたときの満足感や電気代の節約によるお得感などを得ることができ、行動の継続性やより効果的な行動への変容も期待できる。

■ 事業の反省点（残された課題）と今後の展望

細やかなマニュアル提供・複数回のリマインド・電話等のサポートをしても、任意の参加者に実施や返信などを強制できず想定成果が得られなかった。今後、準備・実施期間延長や、顔が見える（安心・責任感を生む）関係作り、層・地域を限定する等して参加者同士も常に情報交換できる環境作り等を検討。IoT活用により家の造り・世帯人数（家族構成）・設備・行動別の細かなデータの取得が見込める。そのデータで各層やライフスタイル別の細やかな情報・指標の提供を行い、より効果的な省エネ・買換え促進等の普及啓発を展開できる。

06

事業名

withコロナ時代の オンラインによる普及啓発の試み ーライトダウンやまなし特別編withコロナー

本事例に関連する
ページはこちら



山梨県地球温暖化防止活動推進センター

事業概要

1 目的	昨今の社会情勢を鑑み、いつでも・どこでも参加できる、オンラインを活用したイベント型の普及啓発事業の実施により、これまでアプローチできなかった層や環境問題等に関心の低い層の参加を促し、より多くの市民の意識変容・行動変容へつなげる。
2 ターゲット	小学生の子どもを持つ山梨県内の 30 ～ 40 代の親子
3 実施時期	2020 年 7 月 25 日（土）19：00 ～ 20：30
4 実施場所	オンライン（配信は、（公財）キープ協会が指定管理者として運営する公共施設より）
5 連携機関	一般社団法人 星つむぎの村

事業実績

ターゲットの
参加者数

当日視聴 約400組

（申込：543組1,087人）

YouTube視聴数 4,078人、
186イイね(1/30現在)

CO₂ 排出削減量

41.5t-CO₂/年

（上記参加者の内、アンケート回答者
301名に削減原単位を乗じた数）

成果

狙い通り実現できたこと

これまでの啓発で対象とできなかった方へのアプローチ。



参加者に（から）もたらされた効果

これまで温暖化問題に関心がないような対象に意識醸成することができた。

温暖化問題や持続可能な社会など、行動変容につながるメッセージを発信。



気候変動、持続可能な暮らし方や社会の在り方に関心を持ってもらうことができた。

事業の様子



当日配信風景



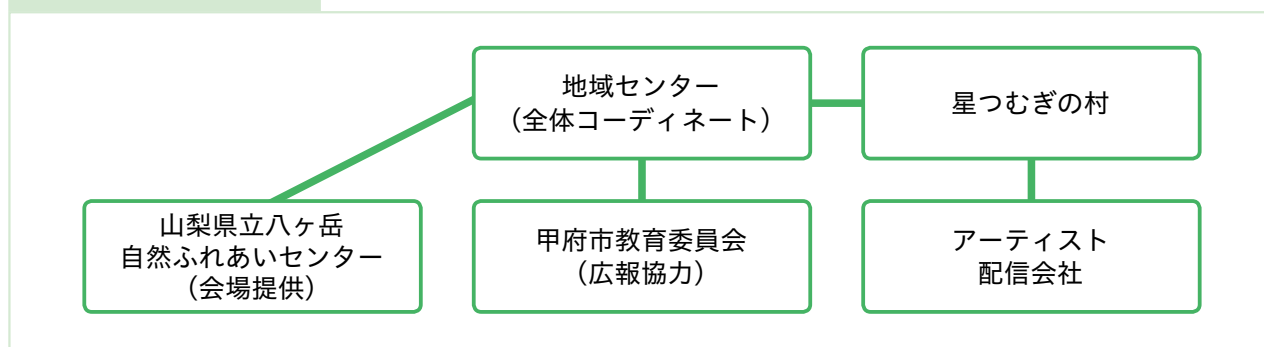
広報用ちらし

事業を成功させるためのポイント ～上手な啓発～

■ 様々な主体と連携するにはどうすればよいか

相手の活動を理解することだけでなく、こちらの活動を理解してもらう相互理解が重要である。また、事業計画時には、業務を執行する上で重要なポイントを共有すること、お互いがそれぞれの役割分担を認識し事業実施体制を明確にすることが重要である。

この事業での連携体制



■ 企画の立て方（スケジュール等）

画面を介する分、よりシャープさ、パフォーマンス力が求められるため、企画立案・協働団体との調整は4月から開始した。学校でのチラシ配布は6月下旬から始めたが、そのための調整は6月上旬から行っていた。

この事業でのスケジュール

主要アクション	4月	5月	6月	7月	8月
協働団体との企画打合せ	■				
広報作業 ※実施日以降も動画閲覧者を増やすために継続			■		
学校でのちらし配布			■		
出演者・担当者現地見打ち合わせ			■		
各種直前準備等				■	
事後リマインド					■

実施日

事業を通して

■ 行動変容・社会変容につなげるためのポイント

一過性のイベントで終わらないように、後日メールにてイベントで伝えたメッセージのリマインドを送信した。また、参加者には山梨県エコメモ（環境家計簿アプリ）、イベント実施団体のYouTubeやメールマガジン等への登録を推奨することで、多様な方面から情報を受け取れるように促した。

■ 事業の反省点（残された課題）と今後の展望

オンラインでの普及啓発の実績が少ないため、今後も継続することでノウハウを蓄積し、さらには、これまでの対面の普及啓発とオンラインを交えて、より効果的なアプローチや情報発信・普及啓発を展開することを検討していきたい。

07

事業名

『ナッジ』など行動科学の知見を活用した サポートツール「意識をそっと一押し～ ナッジ活用チェックノート」の作成と公開

本事例に関連する
ページはこちら



愛知県地球温暖化防止活動推進センター

事業概要

1 目的	地球温暖化防止に関わる普及啓発活動が効果的に実施され市民の行動変容に結びつくよう、普及啓発活動実施の当事者が「ナッジ」を取り入れた手法にて、普及啓発活動の計画・実施ができるチェックリスト形式のサポートツールを作成する。またこれを公開し、全国に展開する。
2 ターゲット	愛知県および全国の地球温暖化防止の普及啓発に関わる実務者
3 実施時期	令和2年7月～令和3年2月
4 実施場所	愛知県（地球温暖化防止活動推進員へ配布）、全国（Webによる発信）
5 連携機関	愛知県、県内推進員及び自治体職員、環境コミュニケーションの専門家、環境教育・まちづくりの専門家、グラフィックデザイナー

事業実績

ターゲットの
参加者数

「ナッジ活用&検証」WS＝

33人

参考:「ナッジ活用チェックノート」Web
掲載＝384人(閲覧者数)

CO₂ 排出削減量

4.5t-CO₂/年

(「ナッジ活用&検証」WS等
参加者人数で算出)

成果

狙い通り実現できたこと

サポートツール「ナッジ活用チェックノート」（全12ページ）
をとりまとめ、普及啓発にナッジを導入することの意義や効果、
事業へのナッジの取り入れ方などを事例とともに紹介した。



参加者に（から）もたらされた効果

普及啓発に携わる推進員やセンター職員等が、ナッジを活用し
た啓発事業を自ら展開できるようになる。

サポートツール「ナッジ活用チェックノート」のWeb掲載に
よる全国展開。



全国の地球温暖化防止の普及啓発に関わる実務者が、サポート
ツールを用いて普及啓発を行うことで、啓発事業の拡充が期待
される。

事業の様子

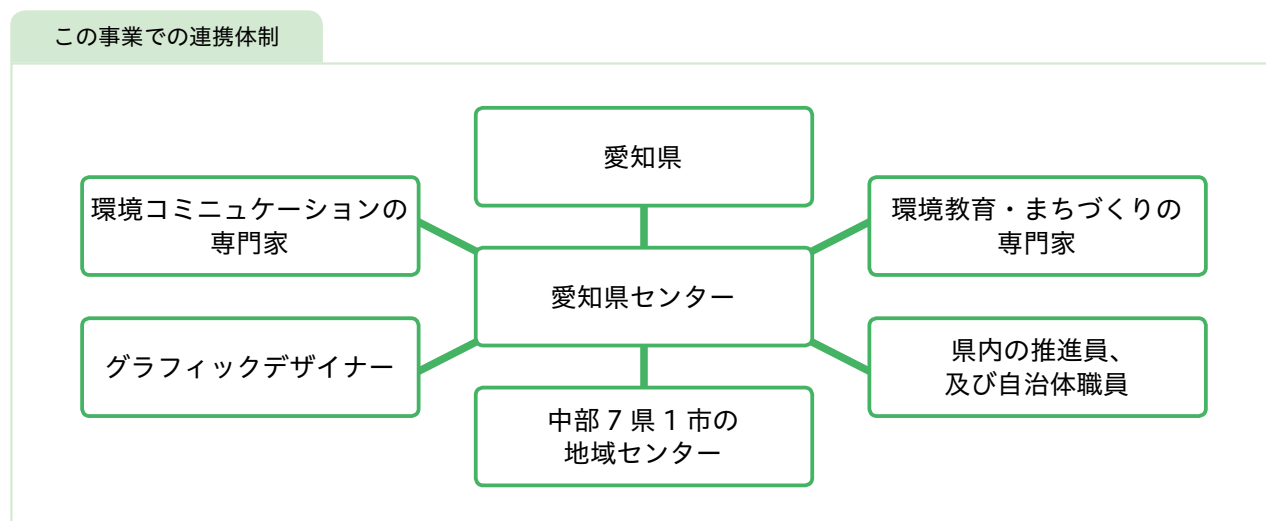


ナッジ活用チェックノート

事業を成功させるためのポイント ～上手な啓発～

■ 様々な主体と連携するにはどうすればよいか

専門家による調査や関係者との情報交換を行うことが重要であり、新たな啓発手法を確立する場合は有識者のアドバイスが必須である。また、その知識を地域センター職員が理解するための仕組みづくりも重要と考える。互いが知識や技術力を補い、実務者としてそれらの知識をどのように活かすことができるのか、情報交換を行うことが連携の第一歩だと考える。



■ 企画の立て方（スケジュール等）

サポートツールは、年間を通じた事業計画をたて完成させた。具体的に企画・検討を開始したのは今年度7月からで、普及啓発の実務者である推進員や自治体職員等に「ヒアリングを行うとともに、専門家による「作成WG」やモニター（推進員等）による「活用＆検証WS」を開催し、約3か月かけて内容をブラッシュアップした。その後、最終版の「ナッジ活用チェックノート」作成にあたっては、デザイン等をプロに委託したため、校正を含め約2か月間を要した。

この事業でのスケジュール

主要アクション	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
ヒアリング・プロトタイプ作成	■							
検証と活用手法の訴求				■				
Webによる全国展開							■	

実施日（Web掲載）

事業を通して

■ 行動変容・社会変容につなげるためのポイント

本事業で策定した「ナッジ活用チェックノート」を「ナッジ活用ガイド」（別途、地球環境基金助成で作成）と併せて活用し、より効果的な普及啓発活動を促す。

■ 事業の反省点（残された課題）と今後の展望

本事業では、チラシ、展示ブース、出前授業の3つの活動を取り上げたが、さらなるCO₂削減のため、その他の普及啓発を含め多くの活動にナッジが取り入れられることが期待される。

08

事業名

地域課題を脱CO₂アングルで解決！ 未来志向型豊かな地域づくりモデル事業

本事例に関連する
ページはこちら



滋賀県地球温暖化防止活動推進センター

事業概要

1 目的

日常生活における地球温暖化対策に関わる取組を地域住民が実施することが、持続可能な地域づくりにつながることに着目し、新たな手法を用いて、地域住民が協力しながら地域の温室効果ガス排出量削減を促進することを目的とした。具体的には、地域課題を地域住民から抽出し、その課題と地球温暖化対策との関連を考えさせるためのシンポジウム等を実施することで、地域住民に日常生活における環境配慮行動の重要性に気づきを与える仕組みを構築した。なお、この取組は、複数年度を通して実施している。

2 ターゲット

地域住民

3 実施時期

通期

4 実施場所

地域の公共施設や各家庭

5 連携機関

まちづくり協議会、自治連合会、有識者（環境社会学および行動経済学（ナッジ理論等）を専門とする大学教員）、NPO など

事業実績

ターゲットの
参加者数

対象地域住民数
18,000人
7,000世帯

CO₂ 排出削減量

966 t -CO₂
7,000 世帯 × CO₂ 排出削減原単位
52.8kg -CO₂
生ごみ肥料 (92 名が 4 か月間実施) の
化成肥料との置換えによる CO₂ 削減効果

成果

狙い通り実現できたこと

アンケートを用いて地域課題の抽出ができた。

「CO₂ 削減」と「地域課題の解決」の関連を考えてもらうための有識者を交えたシンポジウムを開催できた。

地域が以前より重視してきた「ゴミを出さない暮らし」の実現を、生ごみをたい肥化して地域の稲作農家に還元するリサイクルシステムとして構築できた。

参加者に（から）もたらされた効果

アンケートの回収数は 400 以上であり、地域住民が地域の課題を自分事化することができた。

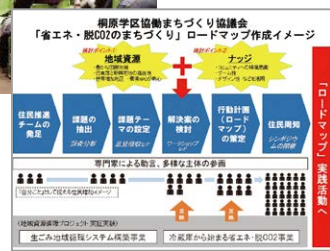
シンポジウムに参加した地域住民の 85% が「(関連を) 理解できた」と答え、地球温暖化対策をすることの重要性を意識づけることができた。参加者からは、課題解決には日々の暮らしの中にその方法があるという感想を得るなど、行動変容につながるような意見を得た。

600kg の生ごみ肥料を製造。希望者への地域産米との交換を行った。地域ごみの削減による地域循環共生圏構築事例のひとつとして今後の継続が期待できる。

事業の様子



課題抽出を目的とした「まちづくりアンケート」

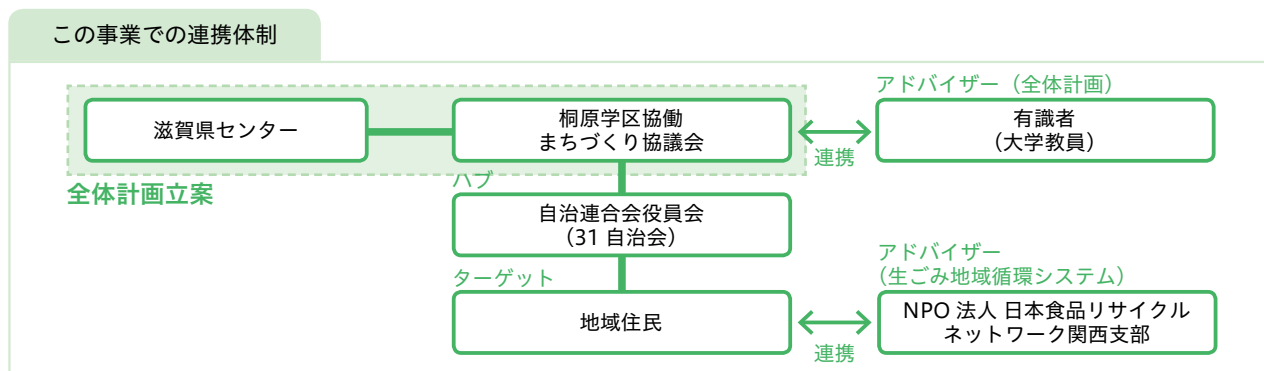


シンポジウム

事業を成功させるためのポイント ～上手な啓発～

■ 様々な主体と連携するにはどうすればよいか

対象とする地域のまちづくり協議会と連携し、全体計画と一緒に考案できるようにした。計画を考える際には、県内の大学と連携し、大学教員等の専門家からアドバイスをもらえるようにしている。計画を基に自治会へ実施に向けた相談を行い、自治会が中心となって地域住民とのパイプ役を担ってもらえた。地域住民が継続した取組（地域づくりにつながる環境配慮行動）を実施できるように、地域のアドバイザーとして NPO 法人等の協力を得られる連携体制を構築した。地域センターは、この地域づくりをコーディネートする役割を担っている。



■ 企画の立て方（スケジュール等）

自治会やまちづくり協議会の運営予定（役員会等）を事前に把握し、協議会の運営に合わせて会議開催日等を決定する。課題抽出のためのアンケートは実施期間に 1 か月程度を確保するのが良い。また、アンケートの作成には有識者等の助言も踏まえ、検討期間から内容の確定まで約 1 か月を要する。効率的な配布のためには、自治会や協議会等の承認・協力も必要となる。アンケート実施後の分析期間は 1 か月程度かかる。そのため、課題抽出にかかる期間は計 3 か月程度必要と考えて準備を進めた。課題抽出後に地域住民にその結果を伝えながら解決方法を構築するためのシンポジウムやワークショップを企画し、開催する。この地域づくりは単年度では実施できない継続性のある取組のため、次年度に向けた計画を見据えて取り組んでいくことが重要である。

この事業でのスケジュール		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
事業 スケジュール	課題抽出（アンケート）			抽出方法の検討 （方法、内容）	アンケート 実施・回収	アンケート 結果分析 地域課題抽出						
	地域課題解決×CO ₂ 削減に 関する普及啓発 （シンポジウム開催）							アンケート結果に 基づく内容検討・広報	効果測定 （アンケート分析）	11/28 実施		
	成果物作成									成果物作成		2/25 配布完了
関係者協議 スケジュール	センター・まちづくり協議会 協議	●今年度事業 方向性検討	●今年度事業 案決定	●アンケート 案提示	◎現地視察 意見交換	◎アンケート 結果共有		◎シンポジウム 開催		◎成果物 案提示	◎成果物 案提示	◎来年度 事業の検討
	センター・有識者 協議			●委嘱						●成果物 案提示		

◎は、センター・まち協・有識者による三者協議
「生ごみコンポスト」事業については 7 月、8 月に自治会別講習会を実施し、12 月にコミュニティセンターに於いて新米との交換を実施した。

事業を通して

■ 行動変容・社会変容につなげるためのポイント

この事業では、地域課題を広く抽出し、その解決と温暖化防止活動との「接点」が見出せるテーマを設定することがポイントである。地球温暖化対策が地域課題に直結していないように見えても、地域循環共生圏を考慮すると何らかのつながりが見えてくる。その落としどころを有識者のアドバイスを受けながら、上手に地域住民へ伝えていくことが重要である。今期抽出された課題は、一般的には「適応策」につながる「防災」であったが、地域住民へは「緩和策」として気候変動による災害に対し、日々何ができるのかを考えてもらうよう工夫した。ターゲットが最も必要としている情報（今回は、水害時の洪水発生状況予測や、水害情報収集の手法等）と併せて、その「接点」（防災のスキルアップに役立ちつつ、省エネにつながる行動の具体例）を説明することで、取組みの意義が明確になり、日常生活における環境配慮行動の浸透が期待できる。

■ 事業の反省点（残された課題）と今後の展望

地域づくりの概念は、幅広く、地域課題としても様々なものが挙げられる。例えば過疎化や少子化問題、コンパクトシティなど、一般的に自治体レベルで取り組んでいる課題の場合、住民個人の地球温暖化対策の取組を通じた課題解決への道筋や効果が実感しづらい可能性もありうる。このため、地域で取り組みやすい課題の引き出し方に工夫が必要である。また今後、取り組む課題を増やしていく時に、既に抽出された課題解決への取り組みが疎かになることのないように、継続性を重視していくことも課題である。

09

事業名

WEBコンテンツ(マンガ・すごろく)を活用したCOOL CHOICEの啓発

本事例に関連するページはこちら



大阪府地球温暖化防止活動推進センター

事業概要

1 目的	WEB で発信可能なコンテンツとして、啓発マンガ・すごろくを作成し、幅広い年代をターゲットに低炭素なライフスタイルを促進する。
2 ターゲット	マンガ：主に小学生～働く世代 すごろく：小学生・ファミリー層
3 実施時期	12月～2月
4 実施場所	Twitter・HP（データ配信）／府内市町村庁舎・図書館等（冊子配架）
5 連携機関	大阪府及び府内市町村・図書館等（冊子配架協力）

事業実績

ターゲットの
参加者数

2,036人

(Twitter・HPからの閲覧及び冊子による啓発人数)

CO₂ 排出削減量

20t-CO₂/年

(アンケート結果における各省エネ行動の実施率より推計した原単位308kg-CO₂/人・年に、啓発日数及び人数を乗じて算出)

成果

狙い通り実現できたこと

センター HP に加え、Twitter アカウントの運用を開始し、各コンテンツを配信できた。



省エネ対策を「ガマン」ではなく「生活の質を高めるもの」として、マンガやすごろく内で具体的に紹介できた。



参加者に（から）もたらされた効果

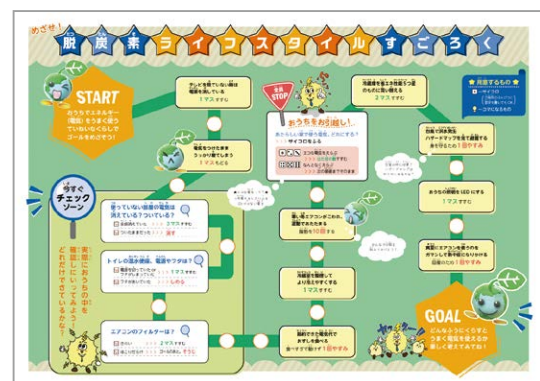
従来のイベントでの啓発層に限らず、幅広く省エネ行動の実践が促進された。

アンケート（n=45）では、省エネや温暖化対策について約 8 割が「前向き・いいイメージに変わった」と回答。ほとんどの回答者が、マンガ内で紹介した省エネ手法のいずれかを実践したことが確認された。

事業の様子



マンガ「でんきのすけの働き方改革」



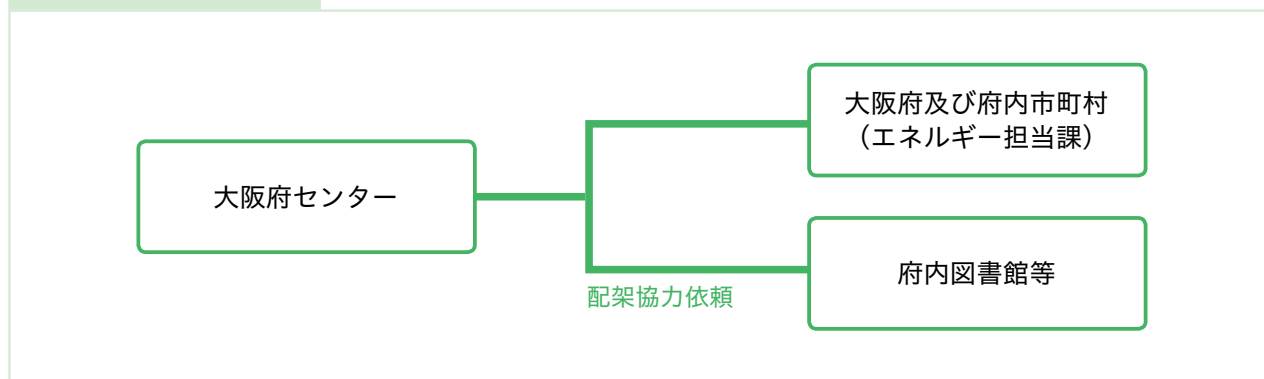
めざせ！脱炭素ライフスタイルすごろく

事業を成功させるためのポイント ～上手な啓発～

■ 様々な主体と連携するにはどうすればよいか

冊子配架においては、おおさかスマートエネルギー協議会市町村部門会議で府内市町村に配架協力を依頼したほか、センター情報紙の定期配架先である府内図書館等に配架協力を依頼。

この事業での連携体制



■ 企画の立て方（スケジュール等）

マンガ制作は、ストーリー案の作成、主要キャラクターの検討、コマ割り・ネーム作成、ペン入れ作業と作業段階が多岐に渡るため、デザイン業者との綿密な調整が重要。

この事業でのスケジュール

主要アクション	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
ストーリー素案・キャラクター検討	→							
マンガ内で紹介する省エネ行動情報収集			→					
マンガコマ割り案検討（センター自作）				→				
マンガ制作外注（ネーム・ペン入れ）						第1話	第2話	
すぐろく・HP 特設サイト制作						検討	外注	
各種配信				SNS 運用 ポリシー作成	Twitter 運用開始	マンガ第1話・ すぐろく（簡易版） Twitter 配信	HP 特設 サイト 公開	マンガ第2話 Twitter・HP公開 マンガ全話・ すぐろく冊子配架

事業を通して

■ 行動変容・社会変容につなげるためのポイント

マンガでは、「省エネ＝ガマン」といったイメージの払拭を目指し、省エネ行動が健康や光熱費の節約等「生活の質を高めるもの」であることを親しみやすく示すとともに、すぐろくの体験によって省エネ行動の実践を促した。さらに、Twitterでのマンガ配信は、適宜「# おうち時間」等の社会情勢を鑑みたハッシュタグを付けてリツイートするなど、効果的な発信を狙った。

■ 事業の反省点（残された課題）と今後の展望

センターで主体的にストーリー・キャラクターから企画検討を行うマンガ制作業務は初めての試みで、多くの時間・労力を要した。スケジュールに余裕を持った準備とデザイン業者との綿密な調整が肝要であり、これらに留意して次年度以降も続話の作成・配信を検討したい。

10

事業名

鳥取型のテレワークの促進による
CO₂排出削減推進事業

本事例に関連する
ページはこちら


鳥取県地球温暖化防止活動推進センター

事業概要

1 目的

通勤による移動距離をゼロにすることで CO₂ 排出削減に寄与できるテレワークについて、鳥取県内の事業者へ推進を図るべく、研修及び推進会議を実施する。また、コロナ後の新たな生活様式を模索するなかで、テレワークや遠隔教育や、リモート化した取組みのメリットや課題を温暖化対策の視点から検討し、事例を発信しながらテレワークに取組む事業所を増やすことで、鳥取県に適したテレワークの定着を目指す。

2 ターゲット

事業所・行政

3 実施時期

随時

4 実施場所

オンライン

5 連携機関

県内事業所（テレワーク支援事業）、行政

事業実績

ターゲットの
参加者数

50人

CO₂ 排出削減量

13.42t-CO₂/年

環境省「働き方改革による CO₂削減効果」簡易算定ツールより、「自動車で1人を1km運ぶのに排出される CO₂ (kg-CO₂/人):0.145kg-CO₂/人」を利用し、テレワークセミナーでのアンケート結果および賛同票による想定効果から算定

成果

狙い通り実現できたこと

テレワークの導入と温暖化対策（ゼロカーボン社会構築）の関係を周知することができた。

関係会議をすべてオンラインで実施した。

当初想定していなかった分野のひとと事業連携することができた。

鳥取県のテレワーク導入における課題が明らかになった。

オンラインでプロジェクトを推進することができた。

参加者に（から）もたらされた効果

本事業に取り組むことで、ゼロカーボン社会推進の一翼を担うことに気づき、推進役になろうとする人が増えた。

参加者がオンライン会議の意義を理解し、テレワークを導入することの理解が深まった。

温暖化対策に興味がない人にとって、対策が暮らしを便利にすることわかり身近になった。

取り組むことで暮らしが便利になると同時に温暖化対策になることに気づけた。

参加者にゼロカーボン社会構築と DX の親和性について理解が促進された。

事業の様子



リモート会議



オンラインセミナー

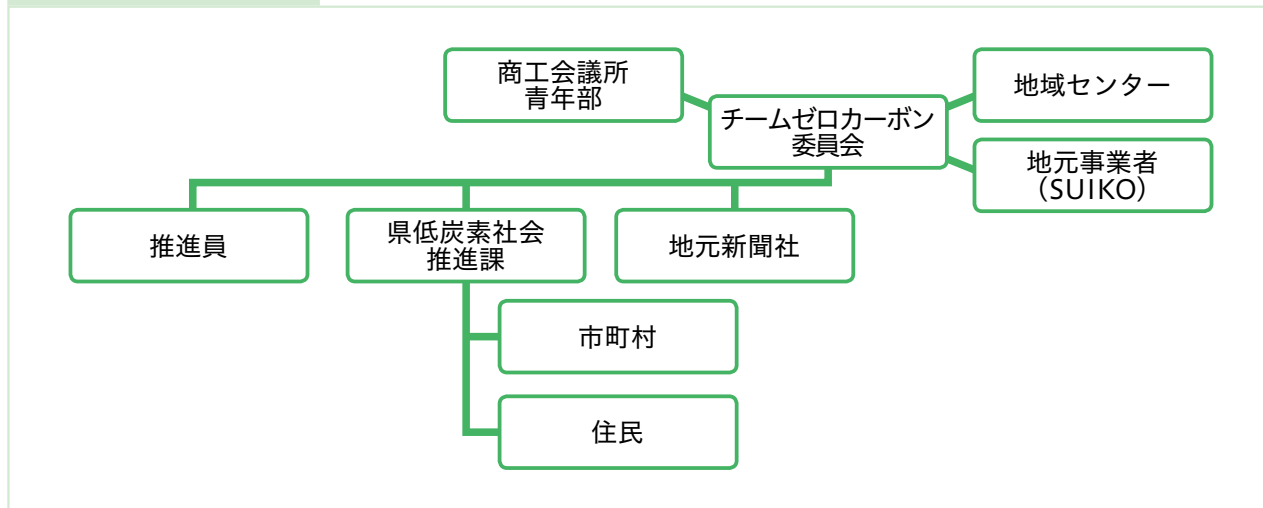
事業を成功させるためのポイント ～上手な啓発～

■ 様々な主体と連携するにはどうすればよいか

専門性のある事業者とインフルエンサー的な個人や団体と一緒に企画をしていく。

温暖化対策以外の別の観点からアプローチすることが連携先からの協力を得る上でのポイントである。（テレワークが広がることそのものがCO₂排出削減につながるの、目的と手段を入れ替えて説明するなど柔軟な対応が必要である。）

この事業での連携体制



■ 企画の立て方（スケジュール等）

合意形成へ向けて、スケジュールも企画意図など全て共有するために、ZOOM や Webex、slack、メッセージャーなどのビジネスコミュニケーションツールを活用することを関係者に予め承諾を得た。

この事業でのスケジュール

主要アクション	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
テーマに関する情報収集	▶								
委員会会議				▶		▶	▶		
セミナー企画・実施							▶		▶

実施日

事業を通して

■ 行動変容・社会変容につなげるためのポイント

テレワーク導入のメリットを多くの人に知ってもらうために、インフルエンサーとなる人（今回は委員として選出）に体験してもらう。また、テレワーク導入のデメリットも明らかにすることで、抵抗感のある人へのアプローチ方法を工夫することで、自分事にして参加してもらった。

テレワークというテーマで様々なセクターと出会うことを楽しんでもらうことで、リモート会議への自分事化が図れた。

■ 事業の反省点（残された課題）と今後の展望

オンラインセミナーは周知され、多く開催されるようになったが、より多くの方の賛同を得るために対象となる事業者を拡大し、ニーズに合わせた取組を推進していく必要がある。鳥取県のテレワーク実施によるCO₂排出量削減はスタートラインに立ったところ。

11

事業名

「ながさき子どもエコアイデアコンテスト」 を通じたエコ活動への関心と 行動変容の普及

本事例に関連する
ページはこちら



長崎市地球温暖化防止活動推進センター

事業概要

1 目的	コンテストを通し、未来を担う子ども達やその家族、教職員等が、地球温暖化問題や環境に配慮したエコ活動に関心を持ち行動変容するよう促す。また、公共施設への啓発冊子設置や広報による長崎地域への波及効果も狙いとしている。
2 ターゲット	長崎市内小学校 74 校の 4・5・6 年生 10,994 人とその家族、教職員、コンテストに出席の一般市民、その他一般市民
3 実施時期	毎年夏頃を応募期間とし年度末 2 月表彰式
4 実施場所	各家庭や学校、コンテスト表彰式は長崎県立美術館
5 連携機関	長崎市環境部環境政策課、長崎市教育委員会

事業実績

ターゲットの
参加者数

コンテスト参加人数 **193人**
(コンテストの応募用紙配布数(広報):74校
10994人、学校や公共施設に配布の啓発冊子の
発行部数3000部)

CO₂ 排出削減量

26.6t-CO₂/年

成果

狙い通り実現できたこと

応募数が昨年度実績より増加した。

コンテストにつなげる出前講座を実施できた。

学校単位で教育の一環として取り組んでもらえた。

コンテストがメディアでとりあげられた。

参加者に（から）もたらされた効果

各学校へコンテストが浸透してきている。学校教育でエコアイデアの創出が定着してきた。

コンテストに参加するための敷居を低くすることができた。エコアイデアを創出するために、子供たちがエコに対し関心をもってもらえる機会をつくることができた。

コンテストを個人の成果とするだけでなく、学校でこのコンテストに参加することで、学校の環境教育としての位置づけを明確にすることができた。毎年実施することで、環境教育が定着することが期待できる。

新聞で広く市民に周知がされ、エコに関する市民の関心が高まった。

事業の様子



エコアイデアコンテスト授賞式



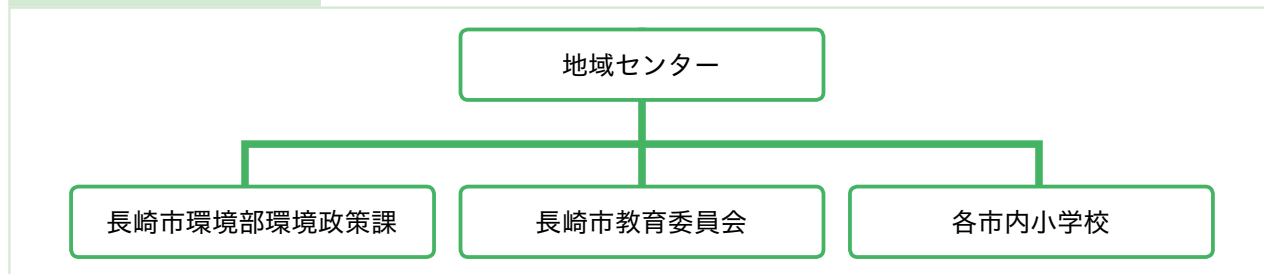
エコアイデアコンテスト応募用紙

事業を成功させるためのポイント ～上手な啓発～

■ 様々な主体と連携するにはどうすればよいか

学校教育機関と連携するには、長崎市の環境政策課を通じ、長崎市教育委員会とつながることが重要である。教育委員会の許可を得ることで、市内全域の小学校に対し、学校宛のメール棚等を利用した案内が可能となる。

この事業での連携体制



■ 企画の立て方（スケジュール等）

このコンテストは、子供のアイデアだけではなく、各家庭内で一緒にアイデアを出してほしいという意図もあり、長期休み期間中の宿題（課題）の一つとして、夏休み前に配布してもらえるよう準備した。募集期間は7か月掛け、その間に各小学校へ出前講座を実施し、募集を促している。コンテストの審査を1ヶ月半前から実施し、審査員は長崎市の環境施策に関わっている大学の先生や長崎市環境政策課に依頼。表彰式の案内は3週間前に行い、各学校から協力を得て実施した。

この事業でのスケジュール

主要アクション	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	実施日
冊子・応募用紙準備	昨年度受賞作品冊子作成、応募用紙作成	冊子、応募用紙配布								
出前講座の実施推進員手配				応募期間延長チラシ作成	応募期間延長チラシ作成					
審査								事前審査	2/4 審査会	
コンテスト実施準備							会場・講師等手配		受賞者結果・案内送付 賞品準備	2/22 コンテスト

事業を通して

■ 行動変容・社会変容につなげるためのポイント

未来を担う子ども達がコンテストを通して地球温暖化を自分事として考える機会を与えることで行動変容に繋がり、子ども達からその家族、地域への波及効果が生まれる。また、学校をターゲットとし、教育機関と連携したチラシの配布を行うことで確実な普及啓発が可能となる。

■ 事業の反省点（残された課題）と今後の展望

本事業 R1 年度では4～6年生に限定した配布としたが、全学年対象のコンテストとした方が良いのではないかとという提案とエコアイデアに加え、標語のような取り組みやすいものを取り扱うと、より応募者が増えるのではないかとという考えから、R2 年度は全学年対象で標語部門を新設している。狙い通り、応募者数が増えた。また、チラシ配布は夏休み前よりも競合が少ない冬休み前の配布が効果の高いことが分かった。今年度はコロナ禍においてコンテストの表彰式の実施は出来なくなってしまったが、今後は作品を活用したポスターを学校に配布したりするなど工夫をし、更なる波及効果を狙いたい。

12

事業名

自立化を指向した地域関係者と連携したCOOL CHOICEの普及啓発 ～鍋でウォームシェア～

本事例に関連する
ページはこちら



熊本市地球温暖化防止活動推進センター

事業概要

1 目的	地域鮮魚店と連携し、「ウォームクッキング」の事業を展開し、日常生活との連動により行動変容する環境を創造する。また、地元消費を拡大することにより、地域商店の自立化への社会形成にも貢献する。
2 ターゲット	(社)一般社団法人熊本環境革新支援センター会員及び熊本市内賛助会員、熊本市温暖化防止活動推進員
3 実施時期	2020年12月20日
4 実施場所	熊本港 フェリー乗り場前
5 連携機関	(株)球磨村森電力、魚勢株式会社、沖新漁業組合、熊本市、熊本県土木部熊本港管理事務所

事業実績

ターゲットの
参加者数

28人

CO₂ 排出削減量

3.9t-CO₂/年

成果

狙い通り実現できたこと

ウォームビズの意義を伝え、ライフスタイルを見直すきっかけを提供できた。



参加者に（から）もたらされた効果

市民、地元の事業者が冬期の地球温暖化対策のひとつとして、ウォームビズに関心を持った。協力事業者は、自社の事業と連携したメリットを感じ、ウォームビズの普及啓発活動に興味を持った。

地域のゴミ拾いのボランティア活動を実施した。



身近にできる体験を通して、環境配慮行動の意義を認識してもらうことができた。

鍋によるウォームシェアをきっかけに、温暖化対策促進の一環としての地産地消の意義を伝えることができた。



参加者アンケートにより、今後地元商店で地元食材を購入すると回答があり、意識や行動の変化があった。

事業の様子



ゴミ拾いのボランティア活動の様子



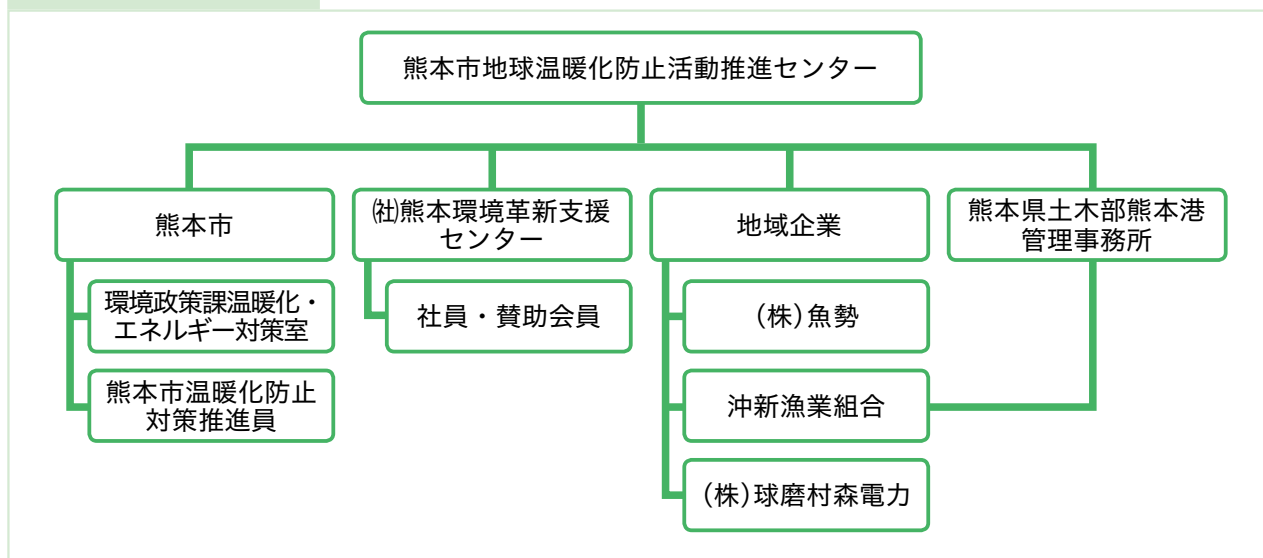
鍋でウォームシェアの様子

事業を成功させるためのポイント ～上手な啓発～

■ 様々な主体と連携するにはどうすればよいか

事業目的、事業実施により得たい成果等を明確にした企画書を作成し、事業実施の意義を理解してもらった上で協力団体と連携することが重要。なお、経営者や組織の長などが指揮を取って、皆が共通認識を持つこと重要です。

この事業での連携体制



■ 企画の立て方（スケジュール等）

連携団体へのアプローチは、SDGs を切り口として話を持ち掛けることで、事業内容に興味を持ってもらいやすくなる。連携団体との連絡調整・情報共有は定期的に行うことで、関係性を密なものとした。

この事業でのスケジュール

主要アクション	8月	9月	10月	11月	12月	実施日
事前打合せ準備	■					
企画書制作		■				
後援・共催依頼パンフレット作成			■	■		
パンフレット配布・配信					■	
実施						12/20 実施日

事業を通して

■ 行動変容・社会変容につなげるためのポイント

今回の参加者が、地域の学校、自治会及び老人会などの自身が所属する団体で、ウォームビズの意義を伝えライフスタイルを見直すきっかけを提供する。また、地産地消の意識が広がっていき、地域社会の自立化が推進されると考える。

■ 事業の反省点（残された課題）と今後の展望

今回は地元食材というテーマで事業を実施したが、今後は、より CO₂ 排出削減に直結するエネルギーの地産地消という観点も加えて普及啓発を推進していきたい。

地域地球温暖化防止活動推進センター一覧

センター	指定団体名	郵便番号	所在地	電話番号
北海道	公益財団法人北海道環境財団	060-0004	北海道札幌市中央区北 4 条西 4-1 伊藤・加藤ビル 4F	011-218-7811
青森県	特定非営利活動法人青森県環境パートナーシップセンター	030-0861	青森県青森市長島 2-1-5 みどりやビル 9 階	017-721-2480
青森市	特定非営利活動法人青森県環境パートナーシップセンター	030-0861	青森県青森市長島 2-1-5 みどりやビル 9 階	017-721-2480
岩手県	特定非営利活動法人環境パートナーシップいわて	020-0045	岩手県盛岡市盛岡駅西通 1-7-1 いわて県民情報交流センター（アイーナ）5F	019-606-1752
宮城県	公益財団法人みやぎ・環境とくらし・ネットワーク	981-0933	宮城県仙台市青葉区柏木 1-2-45 フォレスト仙台 5F	022-301-9145
秋田県	認定特定非営利活動法人環境あきた県民フォーラム	010-1403	秋田県秋田市上北手荒巻字堺切 24-2 遊学舎内	018-839-8309
秋田市	一般社団法人あきた地球環境会議	010-0921	秋田県秋田市保戸野通町 7-33-2 F	018-874-8548
山形県	特定非営利活動法人環境ネットやまがた	990-2421	山形県山形市上校田 3-2-37	023-679-3340
福島県	特定非営利活動法人うつくしまNPOネットワーク	963-8835	福島県郡山市小原田 2-19-19	024-944-0083
茨城県	一般社団法人茨城県環境管理協会	310-0836	茨城県水戸市元吉田町 1736-20	029-248-7431
栃木県	一般財団法人栃木県環境技術協会	329-1198	栃木県宇都宮市下岡本町 2145-13	028-673-9101
群馬県	特定非営利活動法人地球温暖化防止ぐんま県民会議	371-0854	群馬県前橋市大渡町 1-10-7 群馬県公社総合ビル 6 階	027-289-5944
埼玉県	認定特定非営利活動法人環境ネットワーク埼玉	330-0074	埼玉県さいたま市浦和区北浦和 5-6-5 埼玉県浦和合同庁舎 3 階	048-749-1217
熊谷市	特定非営利活動法人熊谷の環境を考える連絡協議会	360-0114	埼玉県熊谷市江南中央 1-1 熊谷市江南庁舎	048-536-0557
川口市	認定特定非営利活動法人川口市市民環境会議	332-0012	埼玉県川口市朝日 4-21-33 朝日環境センター・リサイクルプラザ 4 階	048-222-0590
千葉県	一般財団法人千葉県環境財団	260-0024	千葉県千葉市中央区中央港 1-11-1	043-246-2180
東京都	公益財団法人東京都環境公社	163-0810	東京都新宿区西新宿 2-4-1 新宿 NS ビル 10 階	03-5990-5061
八王子市	特定非営利活動法人環境活動センター八王子	192-0906	東京都八王子市北野町 596-3 あったかホール 2 F	042-656-3103
神奈川県	特定非営利活動法人かながわアジェンダ推進センター	221-0835	神奈川県横浜市神奈川区鶴屋町 2-24-2 かながわ県民センター 9F	045-321-7453
川崎市	認定特定非営利活動法人アクト川崎	213-0001	神奈川県川崎市高津区溝口 1-4-1 ノクティ 2 高津市民館内	044-813-1313
新潟県	公益財団法人新潟県環境保全事業団	950-2144	新潟県新潟市西区曾和 1182	025-264-2144
山梨県	公益財団法人キープ協会	407-0301	山梨県北杜市高根町清里 3545 やまねミュージアム内	0551-48-8011
静岡県	特定非営利活動法人アースライフネットワーク	420-0851	静岡県静岡市葵区黒金町 12-5 丸伸ビル 2 階	054-271-8806
浜松市	一般社団法人低炭素住宅推進普及協会	432-8023	静岡県浜松市中区鶴江一丁目 21 番 21 号	050-7110-5200
富山県	公益財団法人とやま環境財団	930-0096	富山県富山市舟橋北町 4-19 富山県森林水産会館 2 階	076-431-4607
石川県	公益社団法人いしかわ環境パートナーシップ県民会議	920-8203	石川県金沢市穀月 2-1 いしかわエコハウス内	076-266-0881
福井県	特定非営利活動法人エコプランふくい	910-0004	福井県福井市宝永 4-13-4	0776-30-0092
長野県	一般社団法人長野県環境保全協会	380-0835	長野県長野市新田町 1513-2 82 プラザ長野	026-237-6625
長野市	一般社団法人長野県環境保全協会	380-0835	長野県長野市新田町 1513-2 82 プラザ長野	026-237-6681
岐阜県	一般財団法人岐阜県公衆衛生検査センター	500-8148	岐阜県岐阜市曙町 4-6	058-247-3105
愛知県	一般社団法人環境創造研究センター	461-0005	愛知県名古屋市中区東栄 2-4-1 第 3 コジマビル 4 階	052-934-7295
三重県	一般財団法人三重県環境保全事業団	510-0304	三重県津市河芸町上野 3258 番地	059-245-7517
滋賀県	公益財団法人淡海環境保全財団	525-0066	滋賀県草津市矢橋町宇瀬帆 2108 淡海環境プラザ（旧 水環境科学館）内	077-569-5301
大津市	特定非営利活動法人おおつ環境フォーラム	520-0047	滋賀県大津市浜大津 4-1-1 明日都浜大津 4 階	077-526-7545
京都府	特定非営利活動法人京都地球温暖化防止府民会議	604-8417	京都府京都市中京区西ノ京内畑町 41 番の 3	075-803-1128
大阪府	一般財団法人大阪府みどり公社	541-0054	大阪府大阪市中央区南本町 2-1-8 創建本町ビル 5 階	06-6266-1271
兵庫県	公益財団法人ひょうご環境創造協会	654-0037	兵庫県神戸市須磨区行平町 3-1-18	078-735-2738
奈良県	特定非営利活動法人奈良ストップ温暖化の会	631-0032	奈良県奈良市あやめ池北 3 丁目 12-27	0742-49-6730
和歌山県	特定非営利活動法人わかやま環境ネットワーク	641-0014	和歌山県和歌山市毛見 996-2	073-499-4734
鳥取県	特定非営利活動法人 ECO フェチャーとっとり	680-0822	鳥取県鳥取市今町 2-218 office24	0120-897-612
島根県	公益財団法人しまね自然と環境財団	690-0887	島根県松江市殿町 8-3 島根県市町村振興センター 2F	0852-67-3262
岡山県	公益財団法人岡山県環境保全事業団	700-0907	岡山県岡山市下石井 2-2-10	086-224-7272
広島県	一般財団法人広島県環境保健協会	730-8631	広島県広島市中区広瀬北町 9-1	082-293-1512
山口県	公益財団法人山口県予防保健協会	753-0814	山口県山口市吉敷下東 3-1-1	083-933-0008
徳島県	特定非営利活動法人環境首都とくしま創造センター	770-8008	徳島県徳島市西新浜町 2-3-102	088-678-6091
香川県	公益財団法人香川県環境保全公社	760-0050	香川県高松市亀井町 9-10 香川県信用組合	087-833-2822
愛媛県	公益社団法人愛媛県浄化槽協会	790-0063	愛媛県松山市辻町 2-31	089-925-2661
高知県	認定特定非営利活動法人環境の杜こうち	780-0935	高知県高知市旭町 3-115 こうち男女共同参画センター 3F	088-822-5554
福岡県	一般財団法人九州環境管理協会	813-0004	福岡県福岡市東区松香台 1-10-1	092-674-2360
佐賀県	特定非営利活動法人温暖化防止ネット	849-0932	佐賀県佐賀市鍋島町大字八戸溝 1307 番地 10	0952-37-9192
長崎県	一般社団法人長崎県交流センター	850-0035	長崎県長崎市元船町 17-1 長崎県大波止ビル 3 階	095-807-7525
長崎市	公益財団法人ながさき地域政策研究所	850-0033	長崎県長崎市万才町 10-16 バーキングビル川上 2F	095-895-5541
佐世保市	一般社団法人長崎環境まちづくり社中	852-8014	長崎県佐世保市戸尾町 5-1	0956-25-0055
熊本県	特定非営利活動法人くまもと温暖化対策センター	862-0912	熊本県熊本市東区錦ヶ丘 31-14	096-273-9034
熊本市	一般社団法人熊本環境革新支援センター	860-0064	熊本県熊本市西区城山半田 1-2-25	096-329-0323
大分県	特定非営利活動法人大分県地球温暖化対策協会	870-0003	大分県大分市生石 4-1-20 大分ビル 5F	097-574-6139
宮崎県	特定非営利活動法人ひむかおびさネットワーク	880-0014	宮崎県宮崎市鶴島 2-9-6 みやざき NPO ハウス 303 号室	0985-89-2389
鹿児島県	一般財団法人鹿児島県環境技術協会	891-0132	鹿児島県鹿児島市七ツ島 1-1-5	099-284-6013
沖縄県	一般財団法人沖縄県公衆衛生協会	901-1202	沖縄県南城市大里字大里 2013	098-945-2686

(2021 年 3 月現在)



発 行：2021 年 3 月

製 作：全国地球温暖化防止活動推進センター（一般社団法人地球温暖化防止全国ネット）

〒102-0074 東京都千代田区九段南 3-9-12 九段ニッカナビル 7 階 TEL：03-6273-7785 FAX：03-3263-1010

URL：<https://www.jccca.org/>

※本冊子は環境省事業「令和 2 年度全国地球温暖化防止活動推進センター調査・情報収集等委託業務の一環で作成しました