

平成28年度二酸化炭素排出抑制対策事業費等補助金
(地方公共団体と連携したCO2排出削減促進事業)
総評

◆評価のポイント

- 市町村長等が、取組の宣言（報道機関、HP上での発信など）等を通じ、地域の地球温暖化対策・施策としての位置づけを明確にしているか。
- 地球温暖化対策のための国民運動「COOL CHOICE」（賢い選択）の趣旨を踏まえているか。
- 通年に亘る普及啓発活動であるか。

◆ 高い評価を得た計画内容の例

- 地元のスポーツチームと連携し、チーム選手が「COOL CHOICE 宣言」を実施し国民運動の機運を高めるとともに、選手、スタッフが小学校を訪問し、エコ教室を開催する等の地域特色を活かした事業。
- 車から公共交通機関への利用転換を図るスマートムーブ活動（参加者募集・3か月実施・報告）を実施するとともに通年にわたり小学校の各学年に応じた「COOL CHOICE」の学習を実施する事業。
- 市民や環境団体、大学、企業、地元メディア等の多様な主体と連携、協働し、エコドライブの推進、エコカー、省エネ機器の買換え促進等の事業を実施するとともに地元のメディアと連携してイベント等を実施する事業。

◆低い評価となった計画内容の例

- 事業目的が特定のお祭りや産業イベント等となっており、国民運動「COOL CHOICE」（賢い選択）の趣旨を踏まえた普及啓発活動になっていない事業。
- 普及啓発活動の行事が1回であり、通年をとおした取り組みとなっていない事業。
- 事業の規模が小さく、事業実施による効果や今後の展開が望めない事業。
- 事業実施において、地域住民、各種団体、企業等との連携が明確に打ち出されていない事業。

◆総括的意見など

- 日本の約束草案達成のためには、相当ドラスチックな対策が必要とされている。そのためには国民の危機意識を共有するのが第一歩であり、普及啓発は大変重要と考える。地方公共団体には、地域資源の活用や参加型の新しい取り組みを実施することを望む。
- 家庭の省エネで一番普及が遅れている分野は賃貸物件であるが、賃貸物件分野でのCO2排出削減促進の普及啓発に関する事業がないことは残念。
- 都市部においてはエコカーに関心が高いが、エコカーの普及促進を促すためには、むしろ普段エコカーが目につれにくい地域での普及啓発が必要なのではないか。
- 普及啓発用パンフレットについては、読まれることが大事なので、住民参加型で配布先を考慮したパンフレット作りについて自治体の一層の工夫が必要ではないか。
- 一市民の立場からすれば、興味のあるところから入ってそれが「COOL CHOICE」につながった方が親しみやすいので、これを機に多くの自治体で地域の特性を活かした良いものが生まれ広がることを期待している。

以上