事業番号1

令和７年度 事業報告書

事 業 名	脱・温暖化！市民総ぐるみ推進キャンペーン	新規・継続区分	継続
事 項 名	脱・温暖化！市民総ぐるみ推進キャンペーン	開始年度	平成30年度
担当部署	広島市環境局温暖化対策課	終了年度	令和9年度

１．目的及び目標（値）

・　国は、2015年6月に、2030年度の温室効果ガス排出量（以下「排出量」という。）を2013年度と比較して26％削減するという目標を掲げ、その達成に向けて「COOL CHOICE」を旗印に国民運動を展開すると公表し、以後、国民運動「COOL　CHOICE」(※1)を強力に推進している。
・　こうした中、広島市では、国が掲げる排出量削減目標等を踏まえて、平成29年3月に、本市の目指すべき姿や排出量削減目標を掲げた「広島市地球温暖化対策実行計画」（以下「実行計画」という。）を策定した(※2)。
・　この実行計画には、国民運動「COOL CHOICE」に賛同し、呼応する取組として、新たに「脱・温暖化！市民総ぐるみ推進キャンペーン」を展開することを位置付けている。このキャンペーンは、地球温暖化問題に対する市民一人一人の価値観の変革を促し、環境に配慮した行動の変革へとつなげることを目的としたものであり、本市が実行計画に掲げた排出量削減目標達成に向けた重要な施策の一つである。
・　排出量を削減するためには、徹底した省エネルギー対策が必要である。平成28年度に実施した市民意識調査の結果では、省エネルギーの取組について、「常に実践している」と回答した人は28.2%であった。これを踏まえ、「常に実践している」と回答した人の割合を令和9年度に60%に高めることを目標とし、令和7年度においては、49%を目標値とした。

※1　「COOL CHOICE」は令和4年10月から「デコ活（脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動）」に移行している。
※2　令和5年3月に実行計画を改定しており、温室効果ガス排出量削減目標を次のとおり定めている。
・長期目標：令和32年（2050年）までに、温室効果ガス排出量の実質ゼロ
・中期目標：令和12年度（2030年度）に平成25年度（2013年度）比で温室効果ガス排出量を50％削減

２．概要

地球温暖化対策は、市民、事業者、行政等の全ての主体が、日常生活や社会経済活動のあらゆる場面で取り組むことが重要であることから、市民、事業者、行政等の代表からなる「ひろしま脱炭素まちづくり市民会議」を設立し、この市民会議を中心に「脱・温暖化！市民総ぐるみ推進キャンペーン」を展開し、環境イベントの開催等、様々な普及啓発に取り組むものである。
＜令和7年度に本事業で実施した取組＞
⑴　「ひろしま脱炭素まちづくり市民会議」の運営
⑵　環境イベント「脱・温暖化！ひろしま」の開催
⑶　セミナー等の開催
⑷　周知啓発ツールの作成等
⑸　ポイント制度を活用した環境配慮行動の推進

３．根拠法令等

なし

事業番号1

令和７年度 事業報告書

事 業 名	脱・温暖化！市民総ぐるみ推進キャンペーン	新規・継続区分	継続
事 項 名	脱・温暖化！市民総ぐるみ推進キャンペーン	開始年度	平成30年度
担当部署	広島市環境局温暖化対策課	終了年度	令和9年度

４．実施内容等

⑴　「ひろしま脱炭素まちづくり市民会議」の運営
　「ひろしま脱炭素まちづくり市民会議」を開催し、本事業で推進する取組等について協議を行った。

⑵　環境イベント「脱・温暖化！ひろしま2026」の開催
　地球温暖化の現状やその対策について、市民、事業者等の理解を深めるとともに、全ての主体が一体となって地球温暖化対策に取り組むという機運の醸成を図ることを目的に環境イベント「脱・温暖化！ひろしま２０２６」を開催した。
　＜概要＞　・　日時　　令和8年3月4日
　　・　開催形式　オンライン
　　・　参加者　　53名
　　・　内容　　「GXって何？国の動きと中小企業に広がるチャンス」

⑶　セミナー等の開催
　ア　省エネルギーに関するセミナー
　　日常生活における省エネルギー行動を促進するため、主に小学生を対象としたセミナーを開催した。
　＜概要＞　・　日時　　令和7年7月27日
　　・　場所　　広島コンベンションホール
　　・　参加者　　156名
　　・　内容　　「らんま先生」による省エネルギーなどに関する講演、水を使った実験、空気砲体験
　イ　ワークショップ
　　日常生活における省エネルギー行動を促進するため、中学生・高校生を対象としたワークショップを開催した。
　＜中学生編概要＞
　　・　日時　　令和7年11月16日
　　・　場所　　JR貨物広島貨物ターミナル駅
　　・　参加者　　23名
　　・　内容　　施設見学、ミニワーク、講演

　＜高校生編概要＞
　　・　日時　　令和7年8月8日
　　・　場所　　マツダ株式会社広島本社
　　・　参加者　　25名
　　・　内容　　マツダミュージアム施設見学、ミニワーク、講演

⑷　周知啓発ツールの制作等
　ア　映像、ポスター等の制作等
　　市民等の地球温暖化対への関心を高めるとともに、一人一人に具体的な行動を起こしていただくため、当キャンペーンのキャラクターなどを起用した映像及びポスターを制作し、主に市内の通行量の多い地点での放映や掲出を行うとともに、アストラムラインのラッピング車両の運行等を行った。
　イ　ウェブ広告及び雑誌広告の制作
　　20～30代の若い世代への普及啓発を図るため、市内で販売されている情報誌や子育て世代を対象とした雑誌に広告を掲載した。
　ウ　映像教材等の制作
　　若い世代の地球温暖化に関する意識の底上げを図るため、啓発冊子及び映像教材を制作し、各種イベントで配布するとともに、出前講座等で放映した。
　エ　環境イベント等における普及啓発
　　オンライン省エネ相談やZEH宿泊体験の実施などによる普及啓発を実施した。
　オ　ブルーカーボン啓発媒体の制作
　　市民を対象とした、ブルーカーボンに関する啓発ポスターを制作し配布した。

⑸　ポイント制度を活用した環境配慮行動の推進
　市民等の行動変容を促し、省エネルギー対策を推進するため、環境に配慮した行動に取り組んだ市民等へ広島広域都市圏ポイントを付与した。

⑹　市民意識調査の結果
　「常に実施している」と回答した人は、27.9%であった。