

令和4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）

<ul style="list-style-type: none"> ・ 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」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、令和5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。）を改定した。 ・ 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4年度においては、44.1%を目標値とした。 <p>【参考】本市の実行計画に掲げた温室効果ガス排出量削減目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 短期目標（目標年度 2020年度）：2013年度比 5%削減 ・ 中期目標（目標年度 2030年度）：2013年度比30%削減 ・ 長期目標（目標年度 2050年度）：2013年度比80%削減 <p>※2050年までに温室効果ガス排出量の実質ゼロを目指すことを表明済み（令和2年12月）</p>

2. 概要

<p>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。</p> <p><令和4年度に本事業で実施予定の取組></p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 「ひろしま脱炭素まちづくり市民会議」の運営 (2) 環境イベント「脱・温暖化！ひろしま」の開催 (3) セミナー等の開催 (4) 啓発ツールの作成等

3. 根拠法令等

なし

4. 実施内容等

<ol style="list-style-type: none"> (1) 「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。 (2) 環境イベント「脱・温暖化！ひろしま2023」の開催 市民、事業者等の地球温暖化へ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った機運の醸成を図るため、環境イベント「脱・温暖化！ひろしま2023」を開催した。 <概要> ア 日 時 令和5年1月18日 イ 開催形式 オンライン ウ 参加者 約80名 エ 次 第 講演「脱炭素社会の実現とスマートコミュニティ」 (3) セミナー等の開催 ア 省エネルギーに関するセミナー 家庭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する。 イ ワークショップ 日常生活にあらゆる場面において、主体的な温暖化対策の実践に向けた意識の向上を図るため、主に中学生以上を対象として、エネルギーに関する講習会や燃料電池を用いた発電実験等を組み込んだワークショップを開催する。 (4) 啓発ツールの作成等 ア 映像、ポスター等の制作等 多くの市民層への普及啓発を図るため、本市に縁のある著名な人物等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、市内電車への部分ラッピングによる普及啓発を実施した。 イ ウェブ広告及び雑誌広告の制作 若い世代への普及啓発を図るため、ウェブ広告を作成し、20～30代を対象に配信するとともに、広島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 啓発冊子の作成等 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、広島市地球温暖化対策実行計画の改定を踏まえ、中学校以上を対象とした啓発冊子を作成し、イベントの来場者や学校を通じて中学生に配布した。 エ 環境イベント等における普及啓発 既存の環境イベントのテーマに合わせたチラシ等の作成やインターネット上での省エネルギー相談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映像の制作 市民を対象としたブルーカーボン等に関する啓発映像を制作し、本市環境イベント等で放映した。 (5) 市民意識調査の結果 「常に実施している」と回答した人は、29.5%であった。
