

地球温暖化防止「国民運動」推進事業（エネ特会）

2,700百万円（3,000百万円）

地球環境局地球温暖化対策課

## 1. 事業の概要

地球温暖化への国民の関心は高く、国民の多くが京都議定書という言葉を知っている。しかしながら、広範な行動参加までには至っていない現状にあることから、温暖化防止の具体的な行動に結びつくよう広く国民運動を展開し、国民一人一人の意識改革を行っていくことが重要。

このため、6月の環境月間を中心に、経済界を始めとする各界各層と連携し、テレビ、新聞、ラジオ等を有機的に用い、温暖化の危機的状況の周知と具体的な温暖化防止行動の実践を促すキャンペーンを集中的に実施するもの。

## 2. 事業計画

2005（平成17）年度より実施。2012年の京都議定書第1約束期間に向けて、国民のライフスタイル・ワークスタイルを脱温暖化型に変えることで、新たに20人に1人が温暖化防止行動の実践を開始することを目標とする。平成20年度は、うちエコ！の定着に加え、さらに、レジ袋・過剰包装の縮減、エコドライブの実践等を集中的にPRする。

## 3. 施策の効果

【アウトプット】本事業による予算の集中投下及び企業等の連携により、集中キャンペーンの実施や、テレビ・新聞・webサイト等による広報活動により地球温暖化情報を毎日目にする程の徹底したPRが行われる。

【アウトカム】当面の目標である国民の20人に1人（約630万人）が新たに具体的な温暖化防止行動（6つのアクション）を実践することにより、年間約150万トンのCO<sub>2</sub>削減につながる。

## 4. 備考

委託費 2,700百万円

# 平成20年度 地球温暖化防止「国民運動」推進事業の考え方

[17~19年度のPRポイント]  
 国民が実際に取り組める「6つの取組」推進  
 <例> 「COOL BIZ」「ハロー!環境技術」etc.  
 国民運動、温暖化問題の認知



第一約束期間開始に伴い、温暖化の危機的状況を伝えるとともに、

[20年度のPRポイント]  
各界各層と連携し、メディアを有機的に活用した集中キャンペーンの実施  
 温暖化の危機的状況を分かりやすく伝え、具体的な温暖化防止行動の実践を促す

ため、チーム員企業等各界各層と連携するとともに、テレビ、新聞、ラジオ等の各種メディアを有機的に活用した広報展開を図るなどの集中キャンペーンを展開  
 チーム員（企業・団体・個人）をはじめとした各界各層との連携

<例>  
 ・チーム員企業等と連携したイベントの実施により多くの普及広報機会を創出。  
 ・チーム員企業等の発信力を活かした行動実践の呼び掛けと実践者の拡大  
 ・イベント自体のローカーボン化。  
 健全な危機意識の醸成

<例>  
 ・健全な危機意識を醸成するための映像資料等の作成  
 ・著名人(スポーツ選手・ミュージシャンなど)や文化人など発信力の高い方々から温暖化の現状や対策の必要性を訴えるなどして国民の共感を得る。

