

令和5年度 にっしん省エネ倶楽部事業について

1. 事業の目的と概要

地球温暖化の取組においては、特に増加が著しい家庭部門での「COOL CHOICE」行動（地球にやさしい賢い選択）が行われることが必要です。そのためにはさまざまな主体が連携して活動する必要があります。本市では、平成28年6月、市の環境方針にCOOL CHOICEを取り入れ、市全体の取組を推進することとしました。これを受け、地球温暖化対策地域協議会の活動の一環として「にっしん省エネ倶楽部」と称し、地域における省エネ活動の普及啓発に取り組んできました。また、平成28年に閣議決定された「地球温暖化対策計画」を踏まえ、平成31年3月に地球温暖化対策地方公共団体実行計画（区域施策編）の改訂を行いました。本年度は地球の未来のための人づくりをテーマに、2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、持続可能な脱炭素社会づくりに向けた自発的な行動変容やライフスタイルの選択を促す取組の拡大・定着に向けて取り組んできました。事業の推進にあたっては事業者、教育機関、愛知県等のさまざまな関係者と協議・協働するとともに、市の広報誌を活用して市民に様々なCOOL CHOICEの情報を提供して、市民全体への訴求も図っています。

2. 事業内容

1. 多世代連携によるエコライフ普及啓発の展開

中部大学第一高等学校 ESD 部、図書館との連携と協働で、市民、高校生、子どもたちなど多様な世代が交流する形での普及啓発を展開しました。

（1）高校生ワークショップの開催

中部大学第一高等学校 ESD 部では、植物の大切さを伝えるため、「香り」を切り口としたアロマや COOL CHOICE に関する学習を進め、令和5年8月21日に市民を対象に、アロマ環境ワークショップを開催しました。前半では、COOL CHOICE や香りのクールダウン効果などの説明があり、後半では、ハーブの香りのかいでもらい、効能などの説明を受けながら、好みの香りのアロマスプレーとワックスを作りました。生活の中に自然の香りを取り入れて、自然を大事にしようとする気持ちを育み、地球にやさしい行動に結びつけていただくように啓発しました。

実施日：8月21日午前 参加者 18名
8月21日午後 参加者 14名



(2) 図書館と連携した読み聞かせイベント

12月13日に、『環境にちょっとやさしいお話』をテーマに、大型絵本「もったいないばあさん」と紙芝居「いっしょにあーそぼ!」の読み聞かせをしました。

図書館スタッフの皆様と連携した取り組みとして、小さなお子様にもわかりやすく環境の大切さを伝えることができました。

今回読み聞かせをした絵本以外にも環境に関する絵本のコーナーを設け、紹介しました。

参加者 23名



2. 地元販売店によるエコモビ推進キャンペーンの展開

地元販売店による「エコモビ推進キャンペーン」を11月16日～12月15日に実施しました。市の広報を用いてキャンペーンを周知するとともに、環境まちづくりサポーターズポイントも活用してエコモビを市民に訴求しました。

応援「くるりんばすを使おうキャンペーン」では、くるりんばす定期券、回数券販売場所でキャンペーンチラシを配布しCOOLCHOICEを誘導し、エコモビに協力いただけるお客さんへポイントを配布しました。

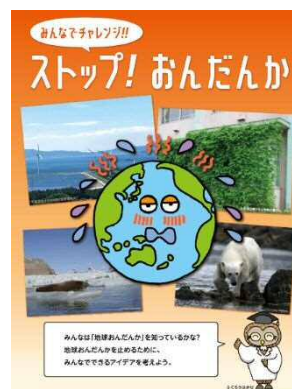


3. 家庭の省エネの普及啓発

(1) ストップ温暖化教室

愛知県地球温暖化防止活動推進員と連携し、クイズや実験などを通して地球温暖化について分かりやすく、楽しく学ぶことができる授業を小学校にて実施しました。

実施日： 6月23日	相野山小学校 4年生	45名
9月21日	赤池小学校 3年生	143名
10月5日	放課後子ども教室（竹の山小学校）	29名
11月2日	放課後子ども教室（相野山小学校）	17名
12月14日	放課後子ども教室（北小学校）	11名



(2) 地球温暖化を学ぶ科学実験教室

東邦ガスネットワーク株式会社と連携し、市民を対象に、実験などを通して地球温暖化について分かりやすく、楽しく学ぶことができる講座を実施しました。

実施日： 8月2日 参加者 20名



(3) 食べ物とごみのさかい目はどこ? ~ごみをなくそう大作戦! ~

あいち eco ティーチャーと連携し、市民を対象に、食品ロスについてカードゲームなどを通して楽しく学ぶことができる講座を実施しました。

実施日： 8月10日 参加者 17名



(4) あかりのエコ教室

パナソニック株式会社と連携し、市民を対象に、楽しい実験などを通してあかりの省エネについて学ぶことができる講座を実施しました。

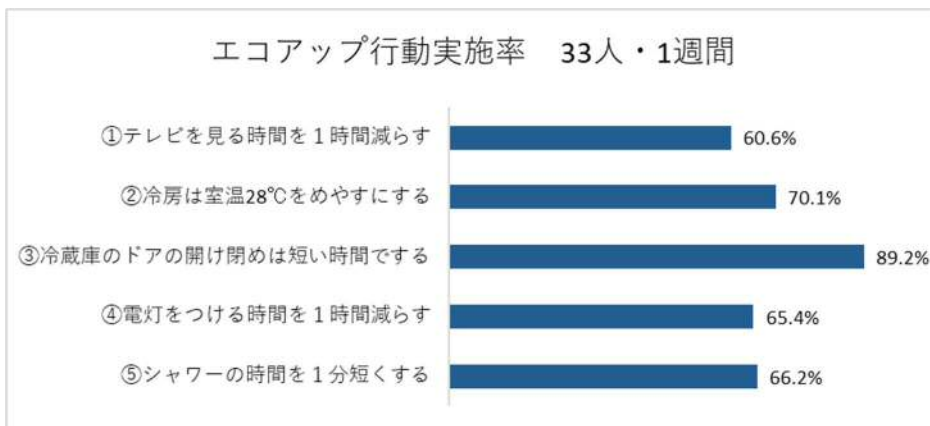
実施日： 8月24日 参加者 14名



(5) 夏休み! おうちでエコアップ大作戦

愛知県が実施する「あいち COOL CHOICE」県民運動の取組の一つとして、児童が家族と一緒に過ごす時間の長い夏休み期間中に、チェックシートを使って省エネなどのエコアップ行動に取り組みました。

県内の小学生が対象で、本市では相野山小学校4年生33名がエコアップ行動を実践しました。



夏休み! おうちでエコアップ大作戦 2023

エコアップブック

家族みんなでエコアップ行動にチャレンジして「エコ家族認定」を争奪しよう!

《エコアップ行動の方法》

- 「エコアップブック」を読む
 - おうちのみんなといっしょに、エコアップブックをよく読みましょう。
- エコアップ行動をする
 - ステップ1 (8ページ) をやってみましょう。
 - ステップ2 (9ページ) の中から、3つを選んでやってみましょう。
 - チェックシート (8ページ) に、エコアップ行動の結果や感想などを書きましょう。
- チェックシートを提出する
 - チェックシートを切りはなして、先生に提出しましょう。
 - エコアップ行動の結果は、ウェブサイトから入力できます。

愛知県 ACCCA 愛知県環境未来センター 持続可能な開発目標 (SDGs) 11

夏休み! おうちでエコアップ大作戦 チェックシート

ステップ 1

色をぬって、エコアップ行動を記録しましょう。

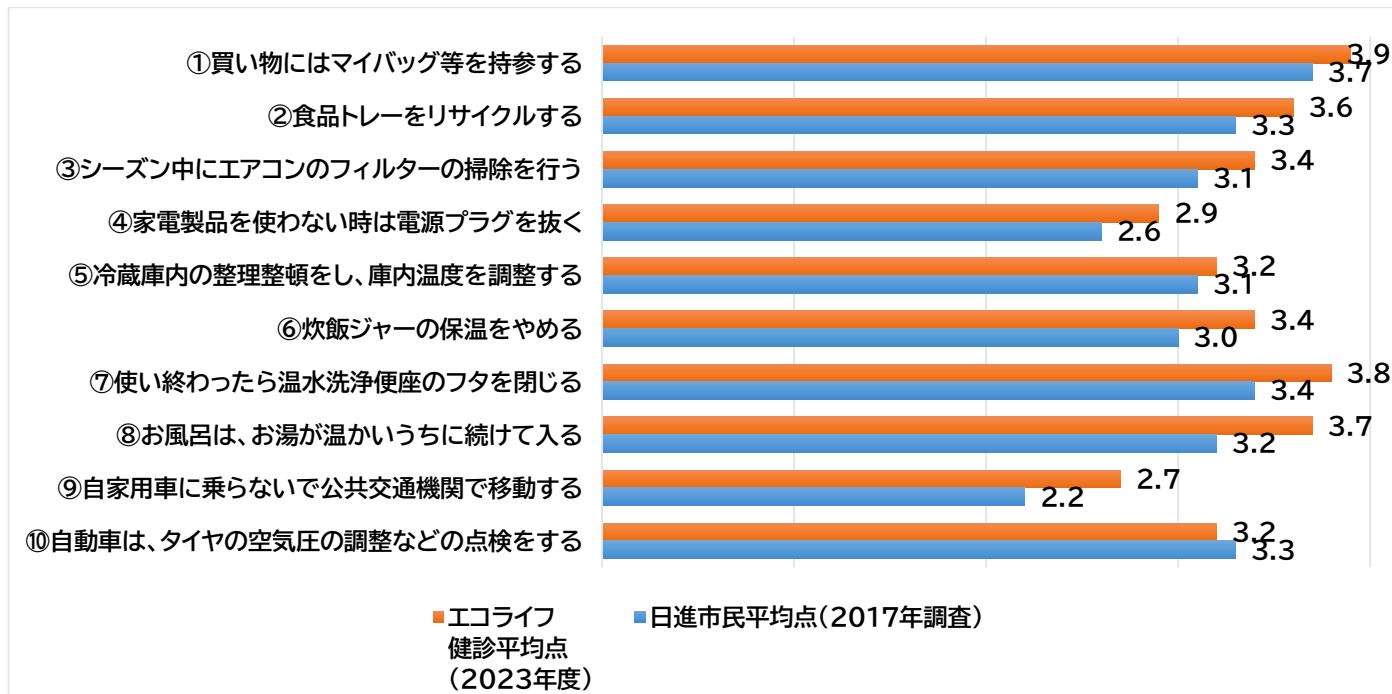
やるべきこと	1日	2日	3日	4日	5日	6日	7日
① テレビを見る時間を1時間減らす	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 冷房は室温28℃をめやすにする	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 冷蔵庫のドアの開け閉めは短い時間です	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 電灯をつける時間を1時間減らす	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤ シャワーの時間を1分短くする	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

得点を計算しましょう。 × 2点 + × 1点 = 合計 点

4. エコライフ自己点検の実施と転入者へのエコライフ普及啓発の展開

(1) 「環境まちづくりサポーターズポイント」抽選会でのエコライフ自己点検実施

省エネ行動定着について喚起するための問診型エコライフ診断票を作成し、市民（161人）に環境ポイント抽選会（12月16日～22日）で簡易型のエコライフ自己点検を実施してもらいました。参加者の記入内容をその場でポイント計算して診断書を作成、持ち帰ってもらうことによりエコライフの定着化を図りました。



市民のエコライフ健診の結果、日進市民全体平均値と比較したものの、検診を受けた人のエコライフ実施度は、ほとんどの項目で市民全体の平均値を上回っています。

(2) 転入者への普及啓発

日進市への転入者へ新生活を転機とした COOL CHOICE の普及啓発を行うために、転入手続き時に配布する資料の一つとして「にっしんクールライフノート」などを加えて、エコライフの働きかけを行いました。10月～3月の6か月間で2,620人に配布できました。



普及啓発資料を配布した月別の転入者

	転入者数	転入世帯
10月	350	243
11月	314	208
12月	453	272
1月	379	251
2月	345	231
3月	779	512
合計	2,620	1,717

3. 事業の成果

取組の参加者数（普及啓発の訴求数）

これらの活動による普及啓発の結果、直接効果 2,620、波及効果もあわせると合計 5,240 人に省エネ等の COOL CHOICE を働きかけることができました。

二酸化炭素削減の効果（試算）

事業の訴求实績数（直接）を元に二酸化炭素の削減効果を試算しました。

推計の結果、本活動の全体の効果として削減効果は、464t の二酸化炭素の削減効果が現れたこととなります。これは、約 124 世帯分の一年間の二酸化炭素排出量に相当します。

※ 削減量は、令和 3 年度二酸化炭素排出抑制対策事業費等補助金（地方と連携した地球温暖化対策活動推進事業）公募要項における別紙 3「CO2 排出削減量の算出方法（考え方）」を参考とし、算出したものです。また、世帯の一年間の二酸化炭素排出量は、全国地球温暖化防止活動推進センターウェブサイト（<https://www.jccca.org/>）を参考にしています。なお、本算出方法は、要項において試算的なものであると記載があり、削減効果については参考程度となります。

単位：人

実施状況(実績) 項目	訴求实績(延べ数)	
	訴求数 (直接)	訴求数 (推定)
1. 多世代連携によるエコライフ普及啓発の展開	55	110
2. 地元販売店によるエコモビ推進キャンペーンの展開	194	388
3. 家庭の省エネの普及啓発	329	658
4. エコライフ自己点検の実施と転入者へのエコライフ普及啓発の展開	2,781	5,562
合計	3,359	6,718