

## 令和2年度事業計画書

### 基本方針

昨年9月、ニューヨークで開催された国連気候アクションサミット2019は、スウェーデンの16歳少女の演説や日本の小泉環境大臣の国際デビューもあり、国内世論では2018年のパリ協定採択よりも世間の耳目を集めた。その結果、近年の大水害等と相まって改めて地球温暖化問題への関心を否が応でも高めたといえる。

世界の主要機関投資家515機関は、このサミットにあわせて、各国の政策をパリ協定と整合性のある内容とすること、炭素税を導入することといった共同宣言を行った。

また、同じく、世界131銀行（日本は3メガバンク、三井住友トラストHD）は、銀行の融資が、環境や社会にどのような影響を与えるかを自主的に測定し公表していく「国連責任銀行原則」に署名した。

世界の投資家も銀行も、気候変動が異常気象などの大きな社会的リスク・経営リスクになると考えている。この流れは、日本国内においてもグローバル企業を中心に波及してきており、環境対策が経済の発展を阻害すると言った時代は、過去のものとなっている。

日本環境協会（以下「協会」という。）は、国民生活に密着した環境保全の取組を発足当初より継続して実施しており、全国のこどもエコクラブの支援に代表される環境教育事業やエコマーク事業などが蓄積してきた知見やノウハウは、グローバル企業ばかりでなく地元にも密着した企業などすべてのステークホルダーに取り組みを求めるSDGsの取組やCO2対策の強化に有益かつ有効と考える。今後さらに協会の事業内容をステークホルダーと共有し、協会とステークホルダーとの連携・協働を強化することにより、SDGsの取組の進展やCO2削減に貢献する必要がある。

このような観点から、令和2年度は次の方針により臨むものとする。

第一に、環境教育事業の柱であるこどもエコクラブ事業については、引き続き各クラブの活性化促進と企業を中心とした多様なステークホルダーの参加及び連携・協働の強化、財政基盤の確立に取り組む。なお、その際、例年開催されている「こどもエコクラブ全国フェスティバル」の再構築を含め、事業全体の再検討を行う。

第二に、エコマーク事業については、引き続きエコマークのブランド力の向上及び広報・宣伝に取り組む。また、エコマーク取得がSDGs、CO2削減に寄与することを積極的に発信する広報・宣伝の強化、既取得事業者へのフォローアップのほか、近年、大きな問題となっているプラスチック資源循環・海洋プラスチック問題へのエコマークの対応の積極的な情報発信に取り組む。さらに、1、2年を目途に、ライセンス数及び認定取得企業数を向上させるため、「製品サービスシステム」など新たな形態の商品類型化に取り組む。

第三に、地球温暖化の防止や土壌環境の保全等国が行う各種事業について、国の施策への協力や協会の事業推進の観点から、積極的に取り組む。

第四に、地域に根差したNPO等への環境保全活動に対する民間からの寄附金による助成事業を適切に行う。

なお、事業の実施に当たっては、リソースの制約を踏まえ成果が上がるよう重点化に努めるとともに、多様なステークホルダーとの連携強化を通じて、協会事業のブランド力、ステータスの向上につなげる。あわせて、協会事務局の再編を含む財政再建の道筋をつける。

## 第1 環境教育、普及啓発事業の実施

協会では、設立以来、環境教育、普及啓発に力を入れて取り組んで来ており、近年はこどもエコクラブ事業を中心に取組を進めている。

こどもエコクラブは、幼児（3歳）から高校生まで誰でも参加できる環境活動・学習のクラブで、子どもたちの自主性・自発性の下に取り組むことを基本とするものである。単発のイベント等とは異なり子どもたちが継続的に環境に関わることが大きな特徴である。協会は、クラブに参加する子どもたちの環境保全活動や環境学習を支援することを通じ、子どもたちが人と環境の関わりについて幅広い理解を深め、自然を大切に思う心や、環境問題解決に自ら考え行動する力を育むことを目的に、こどもエコクラブ事業を実施している。

こどもエコクラブは、子どもたちの関心に応じて、環境に止まらず社会的・経済的課題へと範囲を広げ得るものである。また、地元の企業や団体のクラブへの参加・支援が広がることにより、地域課題の解決にもつながることが期待できる。

協会はこどもエコクラブの全国事務局として、子どもたちの活動を支援する保護者、教師、ボランティアを核とし、さらに地方自治体、企業、団体等多様な主体・人々との連携を通じ、持続可能な地域社会の実現をめざす。

### 1 こどもエコクラブ事業

令和2年度は、各クラブとのコミュニケーションをより密にするとともに、地域単位の交流会やサポーター研修会の企画・開催を積極的に支援することにより、活動頻度の増加、活動内容の充実などクラブの更なる活性化を図る。また、こどもエコクラブ最大のイベントである「全国フェスティバル」が、クラブにとっても参加企業にとってもより魅力的なものになるよう企画・プログラムの見直しを行う。財政基盤の安定に向けては、企業・団体との連携・協働を積極的に進める。さらに、様々な媒体を通じて本事業の一層の認知度向上を図る。

また、地域内でのクラブ間の交流や認知度を高め幅広いステークホルダーの参加を促進するため、クラブ数2,000、メンバー数10万人を目標として、クラブへの登録を確保する。

なお本事業の適正な実施に向けた助言を得ることを目的として、有識者、国・地方の行政機関等を委員とするアドバイザー・ボードを開催する。

#### (1) クラブの活性化支援

現在実施しているそれぞれのクラブとのコミュニケーションを継続するが、地域の団体や環境活動に積極的な人たちが関わるクラブは、他の主体との連携・協働につながる可能性が高く、特に密接な情報交換を行い活動の発展につなげる。

新たに登録したクラブに対しては、興味・関心やニーズを把握するために、登録継

続を依頼するクラブに対しては、現在の活動状況や課題などを知るためにヒアリングを行い、クラブにとって必要な情報を提供するなど適切な支援につなげる。

また、活動を支え、子どもたちと直接ふれあいながらその成長を促しているサポーターの意欲及びスキルを高めることを目的として、地域事務局(自治体)と連携しサポーターを対象とした交流会・研修会を企画・開催する。さらに、地域におけるクラブ同士の交流を促すために、地域レベルでの交流会を開催する。これらの活動は「協働プログラム」として企画を募集し、意欲のある自治体・クラブを選定して、イベント内容への助言や講師の紹介などの支援をすることにより、今後の継続・自立発展を促進する。

産官学民が協定を結び協働する推進協議会が活動をサポートする「いきものみつけファーム」については、こどもエコクラブを設立している協議会に対し、クラブが核となる環境教育・地域活性化の取組の充実のためプログラムの提案等の支援を行う。また、東日本大震災によって被害を受けた森林の再生と被災地の子どもたちの心を癒やすことを目的に実施してきた「Project-D」に関しては、引き続き育林活動を行いつつ、地元団体に長期的な管理・育成を継承する準備を進める。

## (2) より魅力あるこどもエコクラブ全国フェスティバルへの再構築

全国フェスティバルを、誰もが参加したいと思う魅力あるイベントに再構築することで、各地で行われている子どもの環境活動全体のレベルアップを図る。例えば、NPOや企業による実践も含めた地域の環境活動を幅広く募集・紹介するため、対象をこどもエコクラブ以外にも広げることを検討する(オープン化)。多様な主体との連携・協働を重視して選考し、参加団体は都道府県の代表として自身の取組を積極的に発信するとともに、他の参加者との交流を深める。

これらを通じ全国フェスティバルを子どもの環境学習・環境活動をテーマにしたイベントの最高峰と位置付け、メディア等への発信も強化しより魅力あるイベントとする。企業・団体に対しては、次世代育成を重視しているというイメージの醸成になること、本イベントの参加者及びこどもエコクラブメンバー10万人に対して自社の事業や環境・社会への取組をアピールする絶好の機会であることを強調し、参加増を図る。

## (3) ステークホルダーとの連携強化

こどもエコクラブには、メンバー・サポーターのほかに、地方自治体(地域事務局)、企業等多くの主体が関わっている。事業の趣旨に共感し、地域におけるクラブの活動に積極的に参加・協力する主体を増やしていくため、各主体に対し以下の取組を行う。

## ア 企業

2015年に採択された国連持続可能な開発目標(SDGs)は多くの企業に浸透し、各企業には具体的な行動が求められるようになった。その際、他団体との協働による活動はそれ自身がSDGsの目標17(パートナーシップ)にも貢献することになるため企業の関心は高い。

そこで、それぞれの企業が注力するSDGsの項目や現在の取組状況・課題に関する情報収集を行い、当該企業のニーズに応えられるようなこどもエコクラブとの協働活動の提案を積極的に行う。また、こどもエコクラブと企業が協働で企画・実施するイベント・プログラム・コンテスト等をこどもエコクラブの「アシストプログラム」として位置付けてクラブに広報することで参加・応募の増加を図る。

## イ 地方自治体

地方自治体(地域事務局)には、広報や登録等の窓口だけでなく地域において積極的・主体的に事業を推進することが期待される。管下クラブの活動情報を提供し、クラブとのコミュニケーションを促す。

また、地域事務局を担う自治体の担当者を対象に、事業の趣旨や地域での事業活用・クラブ支援事例などを共有する説明会を実施する。またウェブサイトで、クラブ限定のイベントや助成金、交流会等自治体独自の支援例をまとめて発信するとともに、地元企業との連携・協働に向け参考となる資料・情報等の提供を行う。

## ウ 地域団体・NPO

地域の環境保全、子どもの健全な育成・居場所づくり等の取組を行う団体・NPOに対し、「全国エコ活コンクール」への参加を呼びかける。また、既存クラブとの協働活動やそれぞれが保有する資源(人、モノ、フィールド等)の相互利用等の協力を働き掛け、地域活動の活性化につなげる。

## エ ユース

こどもエコクラブのOB・OGを中心に平成25年度に結成したAll Japan Youth Eco-Clubは、地域交流会や全国フェスティバルにおいてこどもエコクラブメンバーのロールモデルとして活躍している。活動の様子をウェブサイト等で発信し、認知度を高めるとともに、全国各地のOB・OGをはじめとする高校生・大学生などのユース世代の参加を促す。また全国フェスティバルについては、例えば企画から司会進行などの一連の流れにわたってユースと協力することにより、イベントの実行を通して更なる成長を促すとともにその活動を積極的にアピールする。

#### (4) 事業の認知度向上

ホームページやメディアへのリリース、エコプロ等のイベントを通して、こどもエコクラブ事業の特徴や各地のクラブの活動の様子など、積極的に情報発信を行う。企業・団体との連携・協働については、広報・周知活動に関して十分な効果を発揮できるよう双方で協力していく。

##### ア ホームページの活用

より多くの人々の目に触れるようにするために、地方自治体・パートナー企業等との相互リンクを促進するほか、フェイスブック・ツイッター等の SNS の有効活用を進める。具体的には、フェイスブックやブログ等を活用し自力で情報発信を行っているクラブのサイトとのリンクを積極的に進めるとともに、リンク先をホームページ上のより分かりやすい場所に配置し、クラブによる発信をサポートする。

また、各地ですばらしい活動をしているクラブや、活動を通して成長したこどもエコクラブ 0B・0G のユース世代を詳しく紹介する記事を制作し、ウェブサイトで公開することで事業の成果を広くアピールする。

##### イ メディアの活用

全国エコ活コンクールやこどもエコクラブ全国フェスティバルの話題を中心に、引き続きプレスリリースを積極的に行う。特に地方紙へのリリースについては、上記に加えて個々のクラブの活動状況を把握し、ニュースになりそうなトピックを該当する地域のメディアに配信していく。

## 2 その他環境教育、普及啓発事業

環境省、地方自治体、企業等が行う環境教育、普及啓発事業等の委託事業について、協会のこども環境相談室などの教育事業との親和性が高く相乗効果が見込めるものの積極的受託を図る。

## 第2 環境ラベリング事業等の実施

地球温暖化の進行や人口増による資源制約が懸念される中、持続可能な消費と生産 (SCP) の実現が求められている。その中で、環境ラベルは、消費者等に分かりやすく環境負荷の少ない製品・サービスの購入・利用を促す有効なツールとなっている。

エコマークは、製品のライフサイクル全体を考慮した認定基準と第三者による厳格な審査を特長とし、環境ラベルの中で高い認知度 (91%) を有する、日本で唯一のタイプ I 環境ラベル (ISO14024 準拠) である。近年、海外のタイプ I 環境ラベル機関との相互認証等の国際協力も広がりつつあり、我が国の環境物品等の国際市場への円滑な進出にも寄与している。

地球温暖化対策の国際的枠組であるパリ協定に基づく対策の推進、持続可能な開発目標（SDGs）の達成に向けた有効なツールとして、エコマークが消費者の商品選択や事業者の環境ビジネスの拡大、海外展開等広く利・活用されることを目指し、エコマークの価値の向上及び国際協力の推進に積極的に取り組む。

## 1 エコマーク事業

エコマーク事業については、商品類型の拡充・見直し、信頼性堅持措置、広報・宣伝及び国際協力の各業務を引き続き推進する。特に、令和2年度は、業務の効率化を図りつつ、以下の点に重点を置いて取り組む。

環境配慮型製品・サービスの市場シェア拡大に向けて、エコマーク商品・サービスのライセンス数及び認定取得企業数を1～2年程度で増加に転じさせるため、①「製品サービスシステム」など消費と生産の新たな形態の商品類型化に取り組むとともに、②エコマーク活用・取得の事業者への働きかけの強化、③電子商取引でのエコマーク活用、④プラスチック資源循環・海洋プラスチックごみ問題へのエコマークの対応の積極的な情報発信、⑤タイプI環境ラベル機関以外の認証機関との相互認証の開始に注力する。

また、環境ラベルの信頼性は、消費者の商品選択の際に不可欠な要素であり、事業者が第三者に認証され環境ラベルを付与された製品・サービスを市場に供給し、その努力が市場から正しく評価されるためにも重要である。引き続き、認定後の現地監査及び基準適合試験などに取り組み、信頼性の高い環境情報の提供を進める。

### （1）認定基準の策定

#### ア 新規商品類型の策定、既存商品類型の見直し

社会の変化に対応する新たな製品・サービスの商品類型化及び既存商品類型の見直しに取り組む。また、プラスチック資源循環・海洋プラスチックごみ問題の解決に資するための新規商品類型の開発に取り組む。

##### <主な新規類型化・見直し>

- ・商業施設（ショッピングセンターなど）（新規）
- ・清掃サービス（新規）
- ・容器包装（適用範囲の拡大） 等

#### イ 社会ニーズに機敏に対応するための認定審査プロセスの検討

さらに加速している昨今の社会変化と多様な環境配慮型製品・サービスの認証ニーズに機敏に対応するため、海外のタイプI環境ラベル（オーストラリア等）で導入されている商品類型の適用範囲外の製品をLCA比較等により包括的に審査・認定

する個別製品認証の事例を参考に、新たな認定審査プロセス導入の可能性について検討する。

## (2) 広報・宣伝活動の推進

### ア 事業者への情報提供の強化

#### a. 事業者の認知・取得促進に特化した業界フェアへの出展・セミナー開催

長期的視点に立った消費者教育と並行して、事業者向けの広報・宣伝活動を展開し、スピード感をもって社会を誘導していくことも重要である。本年度は、近年制定したサービス分野（小売店舗、飲食店、ホテル・旅館など）やプラスチック製容器包装における事業者のエコマークへの認知・取得促進を図るため、関連する業界フェア（国際ホテル・レストランショー、TOKYO PACK など）に出展する。また、相乗効果を生み出すため、出展にあたっては取得促進セミナーを同会場で併設開催する。

制定から年数が経過している既存商品類型については、さらなる活性化を図るため、テーマ別セミナー（サービス分野や容器包装など）を全国で開催する。

#### b. 認定取得事業者向けフォローアッププログラムの新設

認定取得事業者（約 1,400 社）の 7 割を占める中小事業者が、エコマーク取得を契機として継続的に環境への取り組みを深化していけるように、認定事業者向けのセミナー・交流会、リサイクル施設の見学会などのフォローアッププログラムを新設する。また、事業者において担当者が変更となった際のフォローアップの仕組みを強化し、エコマークの活用を促す。

#### c. エコマーク取得を通じて SDGs、CO<sub>2</sub>削減に取り組む事業者の拡大

「エコマーク取得に取り組むことで SDGs、CO<sub>2</sub>削減に貢献できる」を本年度の広報の中核テーマとして、あらゆる広報媒体やイベントで訴求を行うことにより、事業者の取り組みを促進する。また、2015 年度に実施した「エコマーク認定商品による CO<sub>2</sub>削減効果の推計結果」で採用した商品類型毎の CO<sub>2</sub>削減効果の推計方法を活用し、エコマーク商品を購入する動機付けとなる、消費者等への CO<sub>2</sub>削減効果の効果的な訴求方法を検討する。

#### d. プラスチック資源循環・海洋プラスチックごみ問題への対応

プラスチック資源循環・海洋プラスチックごみ問題に対応するエコマーク基準（再生プラスチック、植物由来プラスチック）と、その認定商品に関する情報発信を充実する。また、関連業界及び行政との対話、情報交換を密に行い、同分野におけるエコマークのプレゼンス向上を図る。

## イ 消費者への情報提供の強化

### a. エコマーク認定商品と消費行動に関する調査

2015年3月にエコマーク認知度調査を実施してから5年が経過するため、定点観測としての認知度調査と併せ、エコマーク表示が消費行動に及ぼす影響等のマーケティングデータの収集・解析を行う。その結果を踏まえた表示ガイドを作成・公開し、エコマーク商品及びその販促媒体、電子商取引等におけるエコマークの効果的な表示に活用できるようにする。

### b. 電子商取引におけるエコマーク活用の促進

通販事業者などのインターネット等を活用する事業者や、サービス分野の情報サイトを運営する事業者等との連携・協働に取り組み、電子商取引市場におけるエコマークを含む環境情報の活用を促進する。

## ウ ステークホルダーとのコミュニケーション強化

### a. 「エコマークアワード」の実施

平成22年度より実施している表彰制度「エコマークアワード」については、公募開始時及び受賞者決定後のマスメディア広報を強化することにより、社会におけるさらなる認知度向上を目指す。

### b. 多様な主体との連携・協働による情報発信

認定取得企業やマスメディア、事業者、自治体、団体（消費者センター、GPN、こどもエコクラブ、環境カウンセラー等）と連携・協働して、環境フェア・イベント等（「東海三県一市グリーン購入キャンペーン」、「エコプロ2020」など）による情報発信を展開する。

## (2) 信頼性の堅持

### ア 現地監査の実施

地域（海外製造を含む）や重点分野、公正性などを考慮して現地監査を行うとともに、認定事業者とのコミュニケーションをさらに推進し、マーク表示、認定基準などの理解を通じた認定商品・サービスの適切な供給を図る。

また、サービス部門の認定事業者への認定後の現地確認などを行い、認定状況の維持と基準逸脱の未然防止に努める。



#### イ 試験による基準適合の確認

市場からエコマーク認定商品を抜き取り購入し、基準適合試験を実施して認定基準への適合を確認する。

ア及びイの結果は、概要をウェブサイトで周知することにより、環境偽装の抑止及びエコマークへの信頼性の堅持につなげる。

## 2 環境ラベリングに係る国際協力

日本のエコマークと、海外の環境ラベルならびに GPP（グリーン公共調達）／SPP（持続可能な公共調達）との整合を図り、世界におけるエコマークの価値を高めることは、国内におけるエコマーク認定取得の促進にもつながる。本年度は、共通基準の拡充等の相互認証の深化、途上国への基準策定支援、各国の GPP /SPP における対象ラベル化等を戦略的に進める。また、タイプ I 環境ラベル制度の枠を超えた相互認証の可能性を探り、新たな展開につなげる。

### (1) 海外環境ラベル機関との相互認証の推進

#### ア 日中韓三カ国環境ラベル機関との相互認証

環境省の推進する日本、中国、韓国の3カ国の政府間の取組である「日中韓環境ビジネス円卓会議（TREB）」の下、平成17年度より3カ国間の環境ラベル基準の調和化と相互認証の推進に取り組み、これまでに11品目分野（カテゴリー）について共通基準を策定した。

令和2年度は、新たな対象品目として「印刷インキ」の共通基準の検討を進める。

#### イ その他の環境ラベル機関との相互認証

エコマークでは現在、14カ国・10機関の海外環境ラベル機関（北欧5カ国、韓国、中国、ニュージーランド、タイ、台湾、北米（カナダ）、ドイツ、香港、シンガポール）と相互認証協定を締結している。

本年度は、相互認証対象国・機関のさらなる拡大に向け、米国において電子機器の公共調達に影響力が大きい EPEAT（電子製品環境評価測定ツール）との相互認証の実施に向けた交渉開始を最重点に取り組む。

このほか、この2～3年で事業者から相互認証の要望が急速に高まってきているシンガポール（基本協定は締結済）について、相互認証の対象商品分野の拡大と共通基準の設定について協議を進める。また、通常の相互認証協定が確立している国について、現地監査の代行等の相互認証の提携範囲の拡大を検討する。

### (2) 国際的な動向への対応

環境ラベルと GPP / SPP の一体的な普及を図るため、同分野に関する国際的な議論への参画、制度・基準の国際整合を図るための調査検討を進める。また、日本エコマークのプレゼンス向上に向け、日本エコマークや GPP についての情報発信、海外の環境ラベル及び GPP / SPP におけるエコマーク活用の働きかけ、基準策定等の途上国支援を進める。また、GEN（世界エコラベリング・ネットワーク）と GIZ（ドイツ国際協力公社）が共催するコンシューマインフォメーションプログラム WG2 にアジア・オセアニア担当責任者として参加する。

### （3）GEN（世界エコラベリング・ネットワーク）との協働

引き続き、ドイツ、北欧5カ国、中国、韓国、北米等の世界 50 以上の国・地域、30 機関のタイプ I 環境ラベル運営団体で構成する GEN の役員会メンバーとして、GEN の会議等の活動に参画する。

## 3. グリーン購入促進事業

今日、気候変動問題や SDGs、廃プラスチックによる海洋汚染問題と、世界的な課題解決に向けた取り組みが求められている。CO2 排出量ゼロや RE100 を達成するためには、電力契約を再生可能エネルギーに切り替える必要があり、グリーン購入や持続可能な購入は、課題解決の手段として、さらに重要度が増すことになる。

グリーン購入法をはじめ、環境基本計画や地球温暖化対策実行計画等の諸計画では、グリーン購入の取組が位置づけられているものの、地方自治体や中小企業におけるグリーン購入の取組は横ばいとなっている。

協会では、環境教育の実践と環境配慮型製品・サービスの認定を行っており、グリーンコンシューマーの育成やエコマーク認定商品の情報提供を通じて、グリーン購入の推進を果たすことができる。

令和2年度は、国等との連携や事務局業務の受託を活用し、グリーン購入の普及・拡大に引き続き努めると同時に、世界的な潮流となりつつある持続可能な購入の取組についてもその普及を進めていく。

### （1）グリーン購入の普及・拡大

地方自治体のグリーン購入の取組状況を把握するとともに、グリーン購入の取組が十分でない団体に対して、グリーン購入の取組を導入・徹底させるべく、これまで、国等と連携し、他の団体の取組情報の収集・分析や取組方法のガイドライン等の活用等により、取組の支援を行ってきた。今年度も地方自治体への取組支援は継続し、取組が十分ではない団体の底上げを図る。また、2018 年度に内閣府により設立された「地方創生 SDGs 官民連携官民連携プラットフォーム」へ引き続き参画し、SDGs 推進に係る地方自治体や企業の動向を情報収集し、グリーン購入の推進策につなげる。

## (2) 持続可能な購入の推進

グリーン購入ネットワーク（GPN）の事務局業務を受託し、エコマークやこどもエコクラブ等の協会内のリソースを活用しながら、セミナーや展示会等での教育や情報発信に取り組む。また、企業や地方自治体等幅広い GPN メンバーやその他の関連する団体等と連携し、持続可能な調達への推進に向けた協働を図る。さらには、持続可能な購入に取り組む事例を活用し、持続可能な購入に取り組もうとする企業と試行を行う等、取組方法の構築に向けた検討を進める。

### 第3 地球温暖化対策事業の実施

持続可能な地域・社会づくりに向けソフト・ハード両面の支援を展開するため、以下の地球温暖化対策に係る国の補助事業に引き続き取り組む。

#### 1 地球温暖化対策設備投資利子補給事業

国の補助金を受け、地球温暖化対策のための設備投資に係る融資に対する利子補給事業を実施する。

#### 2 地球温暖化対策設備導入補助事業

国の補助金を受け、再生可能エネルギーの自立的な普及を促進するための再生可能エネルギー設備の導入等を支援する補助事業を実施する。なお、本補助金は令和2年度をもって終了となる。

### 第4 土壌環境保全対策事業の実施

土壌汚染対策法の一部を改正する法律が、平成31年4月から全面施行となったが、引き続き、土壌汚染対策法に基づく指定支援法人として、改正法の周知を行うほか、同法に基づき実施される土壌汚染対策の円滑な推進のため、以下の支援業務に取り組む。

#### (1) 助成金交付

特定有害物質による土壌汚染の対策が必要な区域として指定された要措置区域において汚染の除去等の措置を講じる者に対して助成を行う都道府県等に対し、助成金の交付を行う。

#### (2) 相談・助言等

土壌汚染状況調査、要措置区域内の土地における汚染の除去等の措置及び形質変更

時要届出区域内の土地における形質変更について、照会・相談対応及び助言を行う。  
また、土地所有者等向けの相談窓口において助成に係る照会・相談対応及び助言を行う。

(3) 普及啓発

土壤汚染の環境リスクや土壤汚染対策、土壤汚染対策法に基づく調査及び措置に関する技術的事項について普及啓発を行う。また、土壤汚染対策基金及び支援業務について周知を行う。

## 第5 「藤本倫子環境保全活動助成基金」事業の実施

藤本倫子氏（環境カウンセラー・市民部門）からの寄附金（使途指定寄附金）により平成14年に設立された基金のもと、自発的な環境活動・学習を行う子どもたちのグループおよび幼稚園、保育園等で幼児が行う自然体験活動に対しその活動資金の一部を助成する。