

## 令和5年度事業計画書

### 基本方針

冷戦終結後の新たな地球規模の脅威として地球温暖化がクローズアップされ、この問題に全世界で共同して取り組むことに合意した国連の「気候変動枠組条約」の採択から30年が経過した。以来、世界で初めて温室効果ガスの排出量の削減目標を取り決めた「京都議定書」を皮切りとして、その理念は温暖化対策の新しい枠組みである「パリ協定」などの国際的ルールに脈々と引き継がれてきたところである。ところが、一大天然ガス産出国であるロシアのウクライナ侵攻により世界のエネルギー事情は大きく不透明感を増し、石油や石炭などの化石燃料の確保が世界中で喫緊の課題となった。各国は削減目標の達成に向けたロードマップの大幅な軌道修正を余儀なくされており、このままでは2050年までに脱炭素社会を実現するという命題に赤信号が点滅しかねない。令和4年4月に発表された国連「気候変動に関する政府間パネル」(IPCC)の報告書では、食糧危機や災害の激甚化など深刻な被害を避けるために、温室効果ガス削減は一刻の猶予もないと述べられている。電気をはじめとするエネルギー価格の高騰、それらに端を発した諸物価高騰の今こそ、再生可能エネルギーの積極的導入だけに頼るのではなく、資源を有効活用し自然と共存できる持続可能な社会の建設におおきく舵を切る必要がある。

日本環境協会は昭和52年の発足以来、その時代々々に即した環境情報の普及・環境活動の推進のためのソフト事業を展開してきた。現在は、持続可能な社会の建設という社会が希求するニーズに合致する事業展開としてエコマーク事業をはじめ、グリーン購入推進事業といった持続可能な社会形成のための事業、さらには未来の持続可能な社会を担う子どもたちを育てていく環境教育事業を基幹業務として行っている。これらの事業を実施するに当たっては、時代のニーズを的確にとらえ、また、不断の体制整備を心がけてきたところであり、コロナ禍や経済情勢の不安定化のなかでも一定の成果が得られている。

令和5年度においては、

- ・前年度に引き続き、CO<sub>2</sub>削減やプラスチック資源循環等に重点をおいた事業展開を進めるとともに、環境教育事業を中心に全国展開の企業・関連団体等を中心としたステークホルダーとの連携・協働をより一層進める。
- ・過去3年間にわたり計画的に進めてきたエコマーク事業の手続きの電子化をはじめとするDXの推進は実行段階に移っており、利用者の要望等を踏まえより利便性を向上させる。

ことを基本方針とする。

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より一層、効率化・重点化に努める。

また、今年度は「令和3～7年度中期計画」の3年度目に当たることから、中間評価を実施する。

## 第1 環境ラベリング事業「エコマーク」の実施

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、環境ラベルの中でも高い認知度（80%超）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。

2050 年に向けたカーボンニュートラルの実現やプラスチック資源循環の推進などが喫緊の課題となる中、それらを取り巻く環境行政も大幅に拡充され、エコマーク事業においても業務の急拡大が見込まれる。このため令和 5 年度は、これまで進めてきた事務局体制の強化を基にし、エコマークが消費者の商品選択や、GX（グリーントランスフォーメーション）を通じた経済及び技術のイノベーションに広く利・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取り組む。具体的には、喫緊の課題である温室効果ガス排出量の削減とプラスチック資源循環に係る政策への貢献を重点テーマとし、① 化学産業における CO<sub>2</sub> 排出量削減の施策として期待される、再生／バイオマスプラスチックならびにケミカルリサイクルの拡大に資する商品類型化に取り組むとともに、② with コロナの生活様式、消費行動にフォーカスした商品類型化、③ サービス分野の認定施設等におけるエコマーク認定商品の採用強化、④ CO<sub>2</sub> 削減効果の見える化、⑤ 海外タイプ I 環境ラベル機関との相互認証の拡大と実効性の向上に注力する。

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。エコマークはその信頼性の担保として今年 3 月、ISO14024 タイプ I 環境ラベルの認証機関であるところの認証能力について、ISO/IEC 17065 「適合性評価-製品、プロセス及びサービスの認証を行う機関に対する要求事項」に基づく第三者機関の審査を受け、認定されたところである。エコマーク認定後の事業者に対する現地監査及び基準適合試験などについても引き続き取り組み、信頼性の高い環境情報の提供を進める。

### 1 製品・サービス認定の推進

#### (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

日本の部門別 CO<sub>2</sub> 排出量のうち、産業部門・工業プロセスが占める割合は全体の 29.3%で、化学産業はそのうち 18.6%（年間 6018 万トン）を排出している（2019 年）。プラスチック資源循環問題への対応とあわせ、CO<sub>2</sub> 排出削減に資するため、本年度は化学産業の主要部分を占めるプラスチック製造の主な原料であるナフサ投入量の削減に貢献し得る再生プラスチック及びバイオマスプラスチックの活用、ケミカルリサイクルの拡大（収率向上）に資する商品類型化に重点的に取り組む。また、政府が推進する住宅・建築物ストックのグリーン化に資するため、土木・建築

分野の対象拡大と基準の強化を進め、土木・建築資材に由来する CO<sub>2</sub> 削減を図る。

<主な新規類型化・見直し>

- ・ケミカルリサイクル技術（ガス化、油化、モノマー化）による化学原料製造プロセスおよび製品
- ・土木製品、建築製品関連基準（適用範囲の拡大）

#### イ 新しい生活様式、消費行動にフォーカスした商品類型化

日本国内においてもコロナとの共生化に向けて様々な行動制限が緩和され、国民の生活も活気を取り戻しつつある。コロナ禍によって大きく変化した日本人の価値観や消費行動に対応するため、with コロナの新たな生活様式、消費行動にフォーカスした分野の商品類型化と既存商品類型の再編・細分化を進める（例：既存商品類型「プラスチック製品」および「日用品」の適用範囲に含まれる「キャンプ・アウトドア用品」を独立した商品類型に再編する、あるいは宿泊+エコツーリズムを評価する「旅行商品」など）。

### (2) 広報・宣伝活動の推進

#### ア 事業者への情報提供の強化

##### a. サービス分野の認定施設等におけるエコマーク認定商品の採用強化

サービス分野の認定施設（ホテル、小売店舗、飲食店等）が環境に配慮した取組を進めやすくなるよう、「ホテル・旅館」「小売店舗」「飲食店」「清掃サービス」等の商品類型で基準適合の要件または加点評価となるエコマーク認定商品（例：ホテル用の寝具など）を紹介するページを新たに作成し、当該品目の認定商品リストに誘導する等の情報提供を進める。

##### b. 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の重要性はもとより、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、土木・建築や、近年制定したサービス分野（清掃サービスなど）、プラスチック製容器包装、サービス分野の認定施設で採用される物品の製造メーカー等におけるエコマークへの認知・取得促進を図るため、毎月1回を目途にオンラインセミナーを開催する。また、関連する業界フェア（ビルメンヒューマンフェア&クリーン EXPO、JAPAN PACK など）に出展する。出展に当たっては、相乗効果を生み出すため取得促進セミナーを同会場で併設開催する。

##### c. CO<sub>2</sub>削減効果の見える化

商品のライフサイクルにおける CO<sub>2</sub> 排出量、およびエコマーク商品の購入による CO<sub>2</sub> 削減貢献量に関するデータを整備し、エコマーク商品の認定情報と下記イ b.の

JAN コードを連結して提供する仕組みを構築する。CO<sub>2</sub>データの整備にあたっては、認定取得事業者や、CO<sub>2</sub>排出量の算出を専門に行う企業等との連携も検討する。また、CO<sub>2</sub>データの重要性を消費者が認識し、選択行動で参照されるためには、CO<sub>2</sub>データを分かり易く消費者に伝える表示（コミュニケーション）が重要である。このため、CO<sub>2</sub>データの利用上の注意事項等とあわせ、高度な専門知識のない方にも理解しやすい表示の方法について検討する。

d. エコマーク取得を通じて SDGs や ESG に取り組む事業者の拡大

エコマーク認定を取得した企業の SDGs、ESG 対応の導入支援の一環として、SDGs や ESG に係る国内外の認証制度やプラットフォームの動向の収集・発信に取り組むとともに、あらゆる広報媒体やイベントで「エコマークと持続可能な開発目標（SDGs）－認定事業者向けの SDGs 活用ガイドー」<<https://www.ecomark.jp/pdf/SDGs.pdf>>等の関連情報の利用を働きかける。また、ESG スコア等でエコマーク認定が適正に評価され、環境対応を進める企業の資金調達の一助となるよう、金融機関等にアプローチし、環境ラベル及びグリーン公共調達(GPP)に関する情報提供を行う。

e. 認定事業者とのタイアップによるプロモーション

認定事業者のエコマーク取得効果を最大化するため、認定事業者とエコマーク事務局によるプレスリリースの同時配信や SNS のシェア、エコプロ等におけるエコマークアワード受賞企業との協働展示・表彰イベントなど、認定事業者とのタイアップによるプロモーションを強化する。

イ 消費者、自治体への情報提供の強化

a. SNS 等のオンラインツールを通じた消費者とのコミュニケーション強化

コロナ禍を機とした消費者の環境問題に対する意識変化を踏まえ、既存のメールマガジンやウェブサイトに加え、外部 SNS 及びニュース発信ツール等を活用した消費者への情報発信を強化する。

b. エコマーク商品情報データ（+JAN コード）の新たな活用方法の開発と他業態への水平展開

ウェブ通販や情報サイトを運営する事業者等との連携・協働に引き続き取り組み、電子商取引市場におけるエコマークの活用を促進するほか、企業内グリーン調達（イントラネット等）など新たな活用方法の開発と異業種への展開に取り組む。

また、環境省が推進する食とくらしの「グリーンライフポイント」を発行する企業へのデータ提供にも対応し、ポイント付与の仕組みづくりに貢献する。

### c. 公共調達におけるエコマーク活用の推進

エコマーク認定基準はグリーン購入法「判断の基準」と上位互換の関係にあり、同法に基づく調達の参考として活用できるようになっている。また、「エコマーク認定基準を満たすこと又は同等のものであること」が判断の基準に併記されている特定調達品目は令和5年度のグリーン購入法 基本方針では 22 分野 287 品目のうち 9 分野 106 品目にまで拡大した。こうした状況を踏まえ、グリーン購入ネットワーク（GPN）等と連携し、地方自治体の調達担当者向けにエコマークの活用方法を説明するオンラインセミナーを開催する。

### 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し、本表彰の社会的認知度のさらなる向上を目指す。

#### 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 2023」など）による情報発信を展開する。

## (3) 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。実施にあたっては、一部でオンライン監査も併用することで、認定事業者の利便性と業務の効率化を図る。また、現地監査を補完するものとして、民間事業者等が開発中のブロックチェーン技術を活用したプラットフォームの情報を、原材料のトレーサビリティの確認に活用する可能性について検討を進める。

また近年、「ホテル・旅館」「小売店舗」「飲食店」などのサービス分野の認定が 2019 年度と比較して約 3 倍に急増している状況を踏まえ、認定中の監査におけるサービス分野の実施件数比率を高め、基準逸脱の未然防止と認定取得事業者のガバナンス向上に資する。

## 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とともに、該当事業者へ結果を通知し、認定事業者とのコミュニケーション推進及び認定商品・サービスの適切な製造販売・提供に役立てる。また、再生材料の含有を識別する試験方法など、現時点で確立されていない新たな試験方法の採用についても検討を進める。

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

国内におけるエコマークと、海外の環境ラベルならびに GPP/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、日本の優れた環境配慮型製品の国際展開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。

### (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13品目分野（カテゴリー）について共通基準を策定した。

令和5年度は、新たな対象品目として「木材・プラスチック複合材」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、昨年度より協議を進めているシンガポールについて、相互認証の対象商品分野および共通基準について合意し、運用開始を目指す。他方、上記ラベル機関のうち韓国と中国以外のラベル機関との相互認証は画像機器のみが対象となっているが、この2～3年、ドイツ（ブルーエンジェル、2015年開始）ならびに北欧5か国（ノルディックスワン、2002年開始）との文具や繊維製品に関する相互認証に関する国内企業からの問い合わせが急増している。このため本年度は、上記2ラベル機関と対象商品分野の拡大について意見交換を行うほか、可能性のある商品分野について両国の基準の比較分析などの調査を進める。

このほか、すでに相互認証協定が締結されている国について、現地監査の代行等の相互認証の提携範囲の拡大に取り組む。日本エコマークは、台湾グリーンマーク（タイプ I）の現地監査を実施できる機関として台湾環境発展財団(EDF)から正式に認められているため、本年度より台湾グリーンマークの現地監査の代行業務を受託する。

## （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 における日本エコマーク活用の働きかけ、環境ラベルおよび GPP/SPP 制度が未成熟な国に対する基準策定の支援等を進める。また、タイプ I 環境ラベル制度間の協力および相互認証の促進、ならびに途上国へのタイプ I 環境ラベルの開発支援等の提供を目的とした、コンシューマインフォメーションプログラム WG 2(世界エコラベリング・ネットワーク (GEN) とドイツ国際協力公社 (GIZ) による共催にアジア・オセアニア担当責任者として参加する。

## （3）世界エコラベリング・ネットワーク（GEN）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、38 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。

## 第 2 グリーン購入の促進

気候変動問題への対応が求められる中、その対応策として環境に配慮した製品・サービスを優先的に購入するグリーン購入や、環境配慮契約への注目度が高まってきている。長年、協会が取組状況について調査を行ってきた地方自治体においても、住民や事業者を含めた地域全体での展開が必要となる。

また、企業が持続可能な調達を実践するためには、その取組範囲は、自社だけでなく、自社の取引先も含めたサプライチェーン全体を視野に入れて取り組む必要がある。企業の生産活動では、温室効果ガスを削減する気候変動対策として事業者自らによる温室効果ガスの直接排出 (Scope1)、他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出 (Scope2) に加え、Scope1、Scope2 以外の間接排出 (Scope3) の算定や削減が求められ、さらには、社会面への配慮として、原料生産地の環境保全と労働者の人権、安全の確保等が求められている。

令和 5 年度は、国等との連携やグリーン購入ネットワーク事務局業務の受託を通して、

引き続きグリーン購入や電力の環境配慮契約の普及・拡大に努めると同時に、持続可能な調達の優秀事例を発掘・分析し、原材料の持続可能な調達に取り組もうとする企業への情報提供や普及、取り組み支援を重点的に進める。

## 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・徹底させるために、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。

令和5年度も、地方自治体の取り組み状況を把握しつつ、省エネ対策として効果の大きい品目（空調や照明、OA機器等）のグリーン購入の実践を促す。電力価格の高騰等により、再エネ電力の調達が困難な状況が続いているが、2030年までに各府省庁で調達する電力の60%以上を再生可能エネルギー電力とするという政府実行計画も見据えて、環境配慮契約法の普及啓発を行い、再エネ電力の調達の推進に取り組む。

また、より多くの消費者へグリーン購入の取組を促すために、内閣府が推進する「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」や環境省が提唱する「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動」等にも積極的に参画し、地方自治体や企業、消費者の行動変容に向けた提案を行う。

## 2 持続可能な調達の推進

グリーン購入ネットワーク（GPN）の事務局業務を受託し、企業の持続可能な調達の推進に向けて取り組む。具体的には、GPNが2018年に策定した「持続可能な調達アクションプログラム評価チェックリスト」の改定を行い、企業の自らの取組状況の把握や持続可能な調達の方針策定を支援するとともに、方針策定企業へサプライヤーの取組状況調査を提案する。

これらを通じて、持続可能な調達に関する評価ポイントの対応事例等を整理するとともに、表彰制度によって優秀事例を発掘し、持続可能な調達の実践が企業のESG評価（環境、社会、ガバナンスの観点から企業の取組を評価する仕組み）につながる循環を生み出していく。

実施にあたっては、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、企業や地方自治体、NPOやNGO等と連携し、相乗効果の創出を図る。

## 第3 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、こどもエコクラブ事業を中心に、情報やプログラムの提供、活動への助言、他のクラブ・団体と

の交流機会の提供などを通して、3歳から18歳までの子ども・青少年の自発的・継続的な環境保全活動・環境学習をサポートしてきた。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り、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身につけて、未来の持続可能な社会の担い手となることを目的としている。

子どもたちは様々な体験の中で驚いたり、不思議に思ったりしながら好奇心を刺激され、新たな気づきや発見を経て持続可能な社会づくりにも求められる多様な力を身につけていく。そのために、より多くの子どもたちに優れた環境活動・環境学習プログラムの体験を提供することが重要である。そこで令和5年度は、中期計画の柱である「教材・コンテンツの開発」、「企業・団体との連携・協働」をさらに進めていくこととする。

こどもエコクラブ事業においては、気軽に参加できる環境イベントや教材・プログラム等の情報提供をさらに充実させ、登録メリットをアピールするとともに、ウェブサイト・SNSでの発信強化、自治体事業との連携による広報・登録促進により、2,000クラブ、メンバー数10万人の登録を目指す。また、クラブの活動を指導する大人たちに対し継続的な活動を促す支援を行う。

環境学習・教育教材やプログラムの開発では、より緊急度を増す気候変動対策・脱炭素を中心に、食品ロスやプラスチックごみなど子どもたちにも身近な環境問題をテーマとしてとりあげ、利用者数の増加を図る。

また、地域の環境課題解決への大きな力になるとともに子どもたちの一層の成長を促す効果も期待できる、企業・団体との連携・協働の取組を進める。

## 1 こどもエコクラブ事業

### (1) 登録数・活動数の増加

令和5年度は、活動に役立つ情報の提供、オリジナル教材の開発等により、子どもの環境活動・環境学習に役立つ事業であるとの認知を広め、事業を活用した環境活動・学習の実践を増やす。

また、クラブ未登録の実践者に対しては登録するメリットをわかりやすくアピールして登録を促す。さらに、自治体等が実施する環境活動・環境学習推進施策の対象になっている小中学校やユネスコスクールに対しクラブ加入の働きかけを行うなど、2,000クラブ、メンバー数10万人を目標に登録数の増加を図る。

### (2) クラブの活動支援

既に登録しているクラブに対しては、こども環境相談室の相談員による活動への助言や質問・相談への対応、企業等との連携・協働機会の提供、地域内外のクラブとの交流などを通して、活動の継続・ステップアップを支援する。特に、地域で熱心に活動しているクラブの活動に近隣のクラブが参加する形での交流会の企画・実施を支援することにより、地域におけるこどもエコクラブ活動の底上げを図る。これらの取組

を通して、クラブの活動を直接指導するサポーターのスキルアップ及び意識の向上も目指す。

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。

### (3) 全国フェスティバルの開催

「全国フェスティバル」は、各地の子どもたちが頑張ってきた環境活動を発表し、その経験を同じ志をもつ全国のなかまとシェアし合う、こどもエコクラブ事業最大のイベントである。これを誰もが参加したいと思う魅力あるイベントにすることで、子どもが全国フェスティバルを目ざして環境活動に取り組めるようにし、全体のレベルアップを図る。全国フェスティバルに参加する都道府県代表クラブの選考に使用する、子どもたちの環境活動をまとめた壁新聞による「全国エコ活コンクール」は、NPOや企業による地域の環境活動等も対象とし幅広く募集する。

メディア等への発信の強化もあわせ、これらを通じ全国フェスティバルが子どもの環境学習・環境活動をテーマにしたイベントの最高峰、いわば「こども環境甲子園」として認知されることを目指す。企業・団体に対しては、持続可能な社会づくりを担う次世代育成に注力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、出展・協賛等の増加を図る。

## 2 教材・コンテンツの開発及び活用促進

子どもたちが環境の重要性に気づき、環境について学び、持続可能な社会の構築に向けて自主的に行動する人材に育っていくことを目指し、多くの子どもや人々に活用してもらえる環境学習教材の制作及びコンテンツの開発を行う。

令和5年度は、引き続き喫緊かつ重要な環境課題である気候変動を重点テーマとする。生物多様性や海洋プラスチックごみ、食品ロスなど子どもたちが自分ごととして関心を抱きやすいテーマを入り口にして、気候変動問題とのつながり、関わりに気づき、考えさせるようなプログラムを考案する。開発に当たっては、体験を通して気づきや学びを得るだけでなく、実際の行動につなげること、自身だけでなく家族や友人、地域の人々にまでその行動を広めることを促す仕掛けを組み込むよう工夫する。また、アニメ・動画・ゲームなど子どもと親和性の高い媒体の活用、ICT・デジタル技術の積極的な導入を図り、学校・家庭・地域活動など様々な場面で利用可能なものを目指す。

制作した教材・コンテンツはこどもエコクラブを含む全国の子どもたちに提供し、実施を呼びかける。実際に教材・コンテンツを使用した動画の制作・配信や、使い方の説明会(オンライン)の実施などにより、これまであまり活動や実践をしてこなかった層の参加を促進する。実施結果は協会のウェブサイトに掲載し、多くの子どもたちが取り組んだ成果を可視化する。また、子どもたちの活動意欲を高めるような顕彰制度について

検討を行う。

また、好評を博したプログラムについては、実施時期を決めて毎年実施する定番プログラムに仕立て直し、継続的な活用を目指す。

### 3 企業との連携・協働

国連持続可能な開発目標（SDGs）、2050年のカーボンニュートラル実現に向けて具体的な行動を模索する企業と連携し、前述の教材・コンテンツの開発を目的とした活動を行う。企業のニーズ・要望を踏まえて一から開発するものだけでなく、既に企業が有するものも対象として、教材・コンテンツを利用した子どもたちからのフィードバックとそれに基づく改善の提案というサイクルを通じて教材等の充実を図るとともに、こどもエコクラブのウェブサイトや他のメディアを通じて情報発信し企業イメージの向上につなげる。全国のクラブに対しては、ウェブサイトやメールマガジンを通じてこれら企業の取組の周知・浸透を図るとともに、DX推進で整備されたクラブの活動データを基に企業とのマッチングを行い、地域での協働活動実施を目指す。

また、環境への関心の高い子どもたちとつながることができるというこどもエコクラブ事業の利点を発信し、関心を寄せてきた企業に対しその要望・ニーズに合わせた具体的な連携・協働策（教材・プログラムの制作・改良、イベントの企画・運営、コンテスト等の広報・応募促進等）を提案・実施する。

特に本事業への支援をいただいているパートナー会員（35企業・団体）は事業の趣旨・目的を十分理解されており、更なる連携・協働を前向きに考えていただける可能性が高い。こちらから積極的な提案を行い、支援の発展・継続を図る。また新規企業の獲得に向けて、これら企業との連携・協働取組を協会の実績としてアピールする記事を制作し、ウェブサイトや他のメディアを通じて発信する。

### 4 多様なステークホルダーとの連携

#### （1）地方自治体

地方自治体の環境教育担当者を対象に、環境活動を実践するこどもエコクラブ事業を中心とした協会の環境教育事業の説明会等を開催し、協会事業への理解を深める。参加自治体に対しては、既存の環境教育施策の効果向上及びクラブの登録増につながる連携・協働の具体策を提案・実行する。

また、文部科学省・環境省の連名で発出された通知「気候変動問題をはじめとした地球環境問題に関する教育の充実について」を踏まえ、教育委員会・小中学校に対し資料・教材の提供や人材の紹介等の本事業のメリットを伝え、クラブ登録の増加を図る。

## (2) 地域団体・NPO

地域の環境保全や、子ども会をはじめとする子どもを対象とした取組を行う団体・NPO に対し、開発した教材・プログラムを周知し活用を呼びかける。また、各地の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。

## (3) ユース

こどもエコクラブで活躍した先輩たちを中心に平成 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子どもたち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、全国各地の高校生・大学生などのユース世代の参加を促す。

## 5 事業の認知度向上

ウェブサイト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、協会の活動内容につき積極的に情報発信を行う。持続可能な社会づくりを担う次世代を育てる事業の意義を訴求すると共に、子どもたちの生き生きと活動する姿を紹介し、多くの共感・賛同を得られるよう工夫する。特に企業・団体との連携・協働については、記事配信サービスの利用も検討するなど、広報・周知に十分な効果を発揮できるよう双方で協力していく。

ウェブサイトについては、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・パートナー企業等のウェブサイト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 を有効活用し、認知度の向上とウェブサイトへの誘導を図る。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。

メディアに対しては、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。特に地方紙に関しては、各地のクラブの活動状況からニュースになりそうなトピックを抽出して該当する地域のメディアに配信していく。

## 6 その他環境教育、普及啓発事業

環境省の「ESD 活動支援センター運営等業務」を引き続き受託する。「持続可能な開発のための教育（ESD）」は、こどもエコクラブをはじめとする協会の環境教育事業に通じる考え方であり、本業務と協会事業を連携させることで相乗効果を発揮できるよう配慮する。

その他、国、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4 土壤環境保全対策事業の実施

土壤汚染対策法に基づく指定支援法人として、同法の周知を行うほか、同法に基づき実施される土壤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壤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

土壤汚染状況調査、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図る。

## 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、保育園等で幼児による自然体験活動に対しその活動資金の一部を助成する。