

## 令和6年度事業計画書

### 基本方針

2023年は世界の平均気温が観測史上最も高い年となり、温暖化の進行は「地球沸騰の時代が到来した」と表現されるようになった。ロシアによるウクライナ侵攻が長期化し、引き続きエネルギー価格の高騰により温暖化対策にも影響を与えているが、G7広島サミットでは、遅くとも2050年までに温室効果ガス排出のネット・ゼロを達成するという目標が確認された。民間部門における取組も進展しており、事業者自らの直接排出（Scope1）、他者から購入した電気・熱の使用に伴う間接排出（Scope2）及び事業活動に関連する他者の排出その他の間接排出（Scope3）を合わせた温室効果ガスの排出削減が課題となっている。サプライヤーに排出量の情報の開示や排出量削減を求める企業が増加しており、大企業だけでなく、サプライチェーン全体での脱炭素の動きが加速している。

デジタル・トランスフォーメーション（DX）の推進は、引き続き、官民の優先課題となっている。「ウィズコロナ」の時期には、テレワーク、ウェブ会議・授業などICTを利用した活動様式が急速に広がったが、新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行した「アフターコロナ」の時代に、これらの活動様式やDXの進行が、企業活動や国民生活に影響を与え、社会の変容をもたらしていくことが見通される。

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ニーズに合致する事業展開として、持続可能な生産と消費に貢献するエコマーク事業やグリーン購入推進事業、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。令和5年度には、「令和3～7年度中期計画」の中間評価を行い、令和7年度までの目標達成に向けての指標を設定したところである。

このような状況を踏まえ、令和6年度は、以下を基本方針とする。

- ・ 温室効果ガス削減やプラスチック資源循環等の政策課題への事業展開を、サプライチェーン対応などの企業のニーズにも対応して進めるとともに、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。
- ・ イベントや情報提供へのSNSの活用、動画等のデジタル技術を用いた資料・教材作成、事務手続きの電子化など、ICTの効果的な利用を事業全体にわたり一層進める。

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。

## 第1 環境ラベリング事業

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する日本で唯一のタイプ I 環境ラベル (ISO14024 準拠) であり、環境ラベルの中でも高い認知度 (80%超) を有する。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。エコマークが消費者の商品選択や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。

エコマーク事業については、2050 年カーボンニュートラルの実現やプラスチック資源循環などの社会情勢および環境行政の動向により、業務の拡大傾向が続いている。このような状況に対応し、令和 6 年度は、①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、②グリーン購入法 特定調達品目に対応する商品類型の拡大、③サービス分野の認知度向上のためのプロモーション、④エコマーク認定と温室効果ガス排出量 (CO<sub>2</sub>) のシナジー、⑤欧州の最新動向の調査と影響・対応の検討を重点分野として取り組む。

また、エコマークは、2023 年 3 月、ISO14024 タイプ I 環境ラベルの認証機関として、その認証能力が 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」を満たすものとして認定された。引き続き、エコマーク商品・サービスの監査及び基準適合試験などに取り組み、信頼性の維持・強化に努める。

### 1 エコマーク事業

#### (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

プラスチックについては、マテリアル/ケミカルリサイクル、バイオマスへの転換等の新たな取り組みにより、プラスチック原料の製造過程で新規投入される化石資源由来のナフサ等の削減や、ライフサイクル全体の CO<sub>2</sub> 排出量の削減に繋がることが期待されている。このため令和 6 年度も引き続き、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、サービス分野は日本の GDP の約 7 割を占め、消費者の行動変容にもインパクトが大きい。エコマークでは「小売店舗」、「ホテル・旅館」等の施設型サービスの認定施設数が急速に伸長しているため、これら分野の一層の拡大に取り組む。

##### <主な新規類型化・見直し>

- ・スマートフォン
- ・清掃用資材 (清掃用器具、床維持剤等の薬剤など)

- ・循環型ケミカルリサイクル（CR）
- ・土木製品（適用範囲の拡大）

※企画戦略委員会で選定された案件から順次着手（4～6テーマ／年）。

#### イ グリーン購入法 特定調達品目に対応する商品類型の拡大

エコマーク認定基準は「国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律（グリーン購入法）」の「判断の基準」と上位互換の関係になるように設定しており、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。特に、国等が重点的に調達を推進する「特定調達品目」22分野 287品目のうち、10分野 108品目（文具類、オフィス家具等、プラスチック製ごみ袋など。2023年12月22日時点）については、「判断の基準」に「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」が併記されている。こうした品目がさらに拡大し、調達者の選択容易性に資するよう、特定調達品目のうちエコマーク認定基準が未整備の分野について、商品類型化の実現可能性のあるものの洗い出しと、類型化のための市場調査等を進める。

### （2）広報・宣伝活動の推進

#### ア 事業者への情報提供の強化

##### a. サービス分野の認知度向上のためのプロモーション

サービス分野の認定施設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」等の商品類型の認定施設で使用すると基準適合あるいはポイント加算となるエコマーク認定商品（例：ホテル用の寝具など）を紹介するカタログ／ウェブページを新たに作成し、下記 b.の機会や関連する業界団体等を通じた情報発信を進める。

併せて、インターネット上の総合旅行サイト等に、サイト上でエコマーク認定施設のアイコン識別をすることなどのデータ連携に向けた働きかけを行う。

##### b. 事業者の認知・取得促進のためのセミナー開催・業界フェアへの出展

令和6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エコマークの認知・取得促進を図るため、5回程度／年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、TOKYO PACK、サステナブルマテリアル展など）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. エコマーク認定と温室効果ガス排出量（CO<sub>2</sub>）のシナジー

昨年度までの検討結果を踏まえ、エコマーク認定に温室効果ガス排出量（CO<sub>2</sub>）に係る基準（配慮事項または品目により必須項目として設定など）を設けるとともに、認定製品へのラベリングやエコマークウェブサイトで CO<sub>2</sub> データを情報提供する際のルール等を整備する。

また、エコマーク商品の温室効果ガス排出量（CO<sub>2</sub>）の見える化について、エコマーク商品のライフサイクルにおける CO<sub>2</sub> 排出量、あるいはエコマーク商品の購入による CO<sub>2</sub> 削減貢献量を算定することの意義、実施可能性等を検討する。

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

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. 第三者認証機関としての信頼性に係る情報発信の強化

今やエコマークは、消費者の購買場面での選択にとどまらず、グリーン購入法「判断の基準」に基づく調達参考としても活用されているため、信頼に足る認証制度であることを積極的に社会に発信していくことが求められている。このため、当協会が ISO/IEC17065 の要求事項に適合する製品認証機関として認定されていることや、基準策定～認定審査～認定後のサーベイランス（現地監査、基準適合試験、認定から一定期間が経過した製品・サービスの基準適合状況の再評価など）の体系を紹介するコンテンツを作成、公開する。

c. エコマーク商品情報データ（+JAN コード）の活用の拡大

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。さらに、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を検討する。

d. 公共調達におけるエコマーク活用の推進

上記（1）イにも記載のとおり、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なるように設定しており、同法に基づく調達参考として活用されている。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（「東海三県一市グリーン購入キャンペーン」など）や大阪 ATC グリーンエコプラザ内の常設展示「エコマークゾーン」等により、エコマークの普及のための情報発信を進める。

(3) 信頼性の堅持

ア 認定後の監査、報告徴収

認定から一定期間が経過したエコマーク認定商品・サービスに対し、地域（海外製造を含む）や重点分野、公正性などを考慮したサンプリングによる現地監査（オンライン監査も併用）または書面による報告徴収を行い、基準適合状況の再評価を行う。これらの活動の監査対象の認定取得事業者と直にコミュニケーションを取る機会を通じて、マーク表示、認定基準などへの理解を深め、基準逸脱等の未然防止と認定取得事業者のガバナンス向上を支援する。また、令和 6 年度は海外に所在する認定取得事業者・工場の現地監査を、外部の試験機関等と連携して実施する。

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、監査におけるサービス分野の実施件数比率を高める。

さらに、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について、製品認定や監査で原材料のトレーサビリティの確認に活用できる可能性があることから、情報収集を進める。

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とともに、該当事業者へ結果を通知し、認定取得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。

ア及びイの結果の概要をウェブサイトで周知するとともに、上記 (2) イ b. の情報発信によって、基準逸脱を抑止し、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、海外の環境ラベルやグリーン公共調達との整合を図ることは、世界におけるエコマークの価値を高めるとともに、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。令和6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、日本エコマークを各国のグリーン公共調達の対象ラベルとなるようにすること等を戦略的に進める。

### (1) 海外環境ラベルとエコマークの相互認証の推進

#### ア 日中韓三カ国環境ラベル機関の相互認証

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15品目分野（カテゴリー）について共通基準を策定した。

令和6年度は、新たな対象品目として「床材」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。

令和6年度は、相互認証のさらなる拡大に向け、昨年度に「プロジェクト」共通基準の合意に至ったシンガポールとの間で、対象商品分野および共通基準の拡大について協議を進める。

他方、上記ラベル機関のうち韓国と中国、シンガポール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増加している。このため、この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ラベルとの基準の比較分析などの調査を進める。

このほか、昨年度に開始した台湾グリーンマーク（タイプI）の現地監査の代行業務に続き、相互認証協定を結んでいる国について、現地監査の代行等の相互認証の提携範囲の拡大の協議を行う。

### (2) 国際的な動向への対応

欧州委員会が2023年3月に発表した「グリーン訴求指令案」は、環境主張を行う場合の科学的根拠や外部機関による検証、環境ラベルの透明性や実施主体の条件等を定めるものである。また、2023年10月にEU理事会と欧州議会にて暫定合意された

「不公正取引慣行指令」は、「エコ」や「グリーン」等の曖昧な環境表現を禁止するとともに、公的機関による第三者認証の持続可能性ラベル以外は認めない方向性を示している。上記2つの指令は、EU市場をビジネス機会とする日本事業者はもとより、日本国内における環境主張の在り方にも影響を及ぼすことが予想される。このため令和6年度は上記指令の関連情報の収集を進め、エコマーク認定企業等と情報共有を行うとともに、必要に応じて、政府機関と連携した取り組みやエコマークが上記指令に対応するための所要の準備を進める。

### (3) 国際機関等との協働

#### ア 世界エコラベリング・ネットワーク(GEN)

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。

#### イ 国連環境計画(UNEP)

UNEPが主導する「国連持続可能な消費と生産10年計画枠組み(10YFP)」が採択している6つのプログラムの一つである、適切な環境情報をいかに効果的に消費者に伝達するかを目的とした「コンシューマインフォメーションプログラム(CIP)」WG2に、アジア・オセアニア担当責任者として参加する。

#### ウ 国際機関等による途上国支援

国やドイツ国際協力公社(GIZ)の請負事業も活用し、日本のエコマークやグリーン公共調達についての海外への情報発信、海外の環境ラベル及びグリーン公共調達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。

## 第2 グリーン購入の促進

### 1 グリーン購入の地方公共団体への普及・拡大

国の請負事業の受託を含め、国等と連携して、地方公共団体のグリーン購入の取組を支援する。

ゼロカーボンシティを宣言した地方公共団体の多くでは、温暖化対策実行計画の改定に合わせて、グリーン購入や環境配慮契約の取組をさらに推進しようとする動きがみられる。

令和6年度も、全国の地方公共団体の取組実態を把握するとともに、個別の地方公共団体の方針策定・見直し等の支援を行う。方針策定や見直しの支援に際しては、類似の団体の取組事例を参考にしながら、温暖化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。電力価格の高騰や小売電力事業者の撤退等により、再エネ電力を安定的に調達することが困難な事例も見られるが、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。

## 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、以下の事業を中心に、企業の持続可能な調達の推進に向けて取り組む。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、評価チェックリストの普及と利用拡大に取り組む。地方銀行や信用金庫等、全国の金融機関では、ESG の観点から、地元の中小企業の取組を評価しており、評価チェックリストの活用を広げるために、地域の金融機関等との連携可能性を検討する。

グリーン購入大賞は、「持続可能な調達」を通じたグリーン市場の拡大に貢献した取組や SDGs の目標達成に寄与する取組を表彰している。令和 6 年度は第 25 回を実施し、優秀事例を発掘する。

時機を得た幅広いテーマを取り上げたセミナーを開催する。Scope3 や ESG 評価、再エネ電力やプラスチック資源循環、SDGs 等、社会課題に関する動向や事例等、広く情報発信を行い、ネットワーク拡大につなげる。

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る。

令和 6 年度は、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を目指して、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。

### 1 こどもエコクラブ事業

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や活動の支援をさらに充実させる。2,000 クラブ、メンバー数 10 万人の規模を念頭に置いて、ウェブサイト・SNS での発信強化、自治体事業との連携等に

より、登録数の増加に取り組む。

### (1) 活動数・登録数の増加

活動に役立つ情報やオリジナル教材の提供等により、事業を活用した環境活動・学習の実践を増やす。クラブの活動データや提出された活動レポートにより、活動の状況を把握していく。

クラブに登録していない実践団体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、自治体等の環境活動・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引き続きクラブ加入の働きかけを行うことや、登録クラブを対象にした友達紹介キャンペーンを展開することなどにより、登録数の増加を図る。

### (2) クラブの活動支援

登録しているクラブに対しては、LINE を活用した機動的な情報提供、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・協働機会の提供などにより、活動の継続・ステップアップを支援する。また、具体的なテーマについてのオンライン交流会を開催することなどにより地域内外のクラブ間の交流の場を提供する。特に、今後の成長が見込まれる中位層のクラブとのコミュニケーションを丁寧に行い、必要に応じて支援することにより、より積極的に活動するクラブの増加を図る。クラブの活動を指導するサポーターへも支援を行い、スキルアップやモチベーションの強化につなげる。

### (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。全国フェスティバルで表彰する活動を選考するための「全国エコ活コンクール」には、壁新聞とともに昨年度に引き続きデジタル作品(動画・スライドショー等)部門を設け、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。

メディアにも積極的に発信し、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、自社の事業や環境・社会への取組をアピールする機会として、出展・協賛等呼びかける。

## 2 教材・コンテンツの開発及び活用促進

これまでに蓄積した教材・コンテンツを提供するとともに、新たな教材の制作や既存の教材の改良に取り組む。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る。

令和6年度は、前年度に東京都で試行した、身近な樹木に親しみ木や葉っぱの役割を通じて気候変動について学ぶプログラムを改良し、全国で展開する。実施に当たっては、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で、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、各種助成金を活用するなどして、既存のプログラムを基に、アニメ・動画・ゲームなど子どもと親和性の高い媒体やICT・デジタル技術を活用し、学校・家庭・地域活動など様々な場面で継続的に利用可能な教材を作成する。

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を制作・配信することや、使い方の説明会(オンライン)を実施することなどにより、これまであまり活動や実践をしてこなかった層も取り組み易くなるよう工夫する。実施結果を集めて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アピールし、一層の取り組みの拡大を促す。

また、子どもたちの活動継続やステップアップの意欲を高めるような認定制度について検討を継続し、素案の作成を目指す。

### 3 企業との連携・協働

国連持続可能な開発目標 (SDGs)への取り組みなどで環境教育に貢献したいと考える企業と連携し、前述の教材・コンテンツの開発を行う。企業のニーズ・要望を踏まえて、既に企業が有するリソースも活用して教材を制作し、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充実を図る。

更に、クラブの活動状況のデータベースを活用して実践活動に関心のある企業とのマッチングを行い、地域での企業とクラブの協働活動の実施を目指す。

連携する企業を広げるため、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アピールする資料を作成し、GPN 会員をはじめとする企業・団体への連携の働きかけを行う。関心を寄せてきた企業に対しては、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。

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）については、更なる連携・協働について積極的な提案を行い、支援の発展・継続を図る。

### 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、協会の環境教育事業の説明会等を開催し、地元のこどもエコクラブとの連携や協会の教材等の活用を呼び掛ける。説明会に参加した自治体に対しては個別にフォローアップを行い、こどもエコクラブ事業を活用し

た具体的施策を提案する。

また、教育委員会や小中学校に対しても、2021年6月に文部科学省・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」も踏まえ、資料・教材の提供や人材の紹介等の本事業の活用を提案する。

## (2) 地域団体・NPO

地域の環境保全や、子ども会等の取組を行う団体・NPOに対し、こどもエコクラブへの登録やエコクラブとの協働活動、開発した教材・プログラムの活用を呼びかける。また、それぞれが保有する資源（講師人材、教材、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 のメンバーを中心とするユース世代に、全国フェスティバルの運営・進行のサポートを依頼する。参加する子どもたちの身近なロールモデルになるとともに、彼らの活躍を発信することで次代を担う若者たちの存在感・価値を高める効果が期待される。

## 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、自治体の環境フェア等のイベントへの出展を通して、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ともに、各地ですばらしい活動をしているクラブの姿を紹介し、多くの共感・賛同を得られるよう工夫する。

ウェブサイトについては、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。令和6年度は、本事業のキャラクター「エコまる」が各地のクラブの活動を紹介する動画を新たに制作・配信する。

パートナー会員をはじめとする企業や実践団体との連携・協働の成果については、記事配信サービスも活用し、双方で協力して広くアピールする。

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等の全体の活動について引き続きプレスリリースを積極的に行うとともに、各地のエコクラブの活動について、地方紙など地域のメディアに発信していく。

## 6 その他環境教育、普及啓発事業

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。

また、令和6年度以降に土壤汚染対策法の見直しが予定されていることから、法改正の動向の把握に努める。

### 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。