

令和4年度事業計画書

基本方針

令和3年度は新型コロナウイルス感染症の拡大による度重なる緊急事態宣言の発令により、事務局勤務体制の大幅な変更を余儀なくされ、また、各事業の実施に当たっても普及啓発のためのイベントやセミナー等でリアル開催を中止しオンライン開催を多用せざるを得ない事態となった。しかしながら、例えばエコマーク事業においては、その時々のニーズに合わせたテーマの絞り込みによるセミナーをオンラインで概ね月1回開催するなど、即応性が高いオンラインの利点に着目して広報活動を行った。こうした職員各自の創意工夫や臨機応変な事業の展開により、エコマークの事業収入は、コロナ禍前と比べ減少したものの、新規の認証申請は着実に増加している。また、環境教育事業においても、既定の寄付金収入は減少したが企業・団体を中心に様々なジョイント活動の引き合いが来るなど、一定の成果を得ている。

この流れには、臨機応変な事業展開の成果とあわせ、2050年のゼロカーボンという社会的命題を受けて、様々なステークホルダーがその対応を模索している顛れであり、SDGs（持続可能な開発目標）の取組の社会への浸透とあわせ、金融機関・機関投資家によるESG投資（従来の財務情報だけでなく、環境（Environment）・社会（Social）・ガバナンス（Governance）要素も考慮した投資）の拡大も大きく寄与していると考えられる。

日本環境協会（以下「協会」という。）は、令和3年度からはじまる5年間の中期計画を策定した。この計画においては、エコマーク事業や環境教育事業などが蓄積してきた知見やノウハウを積極的に活用し、社会構造の変化に対応した事業展開や一般市民への波及効果の大きい全国展開の企業・団体等を中心としたステークホルダーとの連携・協働強化を図ることにより、国民の環境問題への関心をコロナ禍においてもあらためて呼び起こし、SDGsの取組の進展やCO₂削減に貢献していくこととしている。

令和4年度は中期計画の2年目であり、コロナ禍にあっても一定の成果がみられた初年度に引き続き計画を着実に推進していくため、次の方針により臨むこととする。

第一に、CO₂削減やプラスチック資源循環等に重点を置いた積極的な情報発信と、ステークホルダーとの連携を通じた事業展開に取り組む。

第二に、各事業をスピード感をもって展開し、コロナ禍の時代に即応できる体制を構築するため、DX（デジタルトランスフォーメーション）を強力に推進するとともに、DXを活用したCI（コーポレートアイデンティティ）戦略を検討する。

また、エコマーク、環境教育の各事業を統合したイベントの開催を通じて、ひろく国民全体に訴求する。

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、重点化に努めるとともに、協会事務局の再編を含む財政再建の道筋をつける。

第1 環境ラベリング事業等の実施

気候変動による影響の顕在化や、人口増による資源制約、海洋プラスチック等による環境汚染などの世界的な喫緊の課題に立ち向かっていくためには、SDGs（持続可能な開発目標）の目標12に官民連携で取り組み、SCP（持続可能な消費と生産）を早期に確立していかなければならない。そのなかで環境ラベルは、環境負荷の少ない製品・サービスの購入・利用を消費者等に分かりやすく促すという、消費と生産をつなぐハブとしての役割を担っている。

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。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、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。

1 エコマーク事業

エコマーク事業については、カーボンニュートラルやプラスチック資源循環などの社会情勢、およびこれらを取り巻く昨今の環境行政の動向により、業務の急拡大が見込まれる。このため、事務局運営の体制を整備しつつ、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。

令和4年度は、喫緊の課題である2050年温室効果ガス排出量実質ゼロやプラスチック資源循環に係る政策に直接的に貢献できる分野に重点的に取り組む。特に、①化学産業におけるCO₂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プラスチック資源循環促進法やESG投資におけるエコマーク活用の推進、③電子申請に完全移行するためのシステム開発、④CO₂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。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

日本の部門別 CO₂ 排出量のうち、18.6%（年間 6,018 万トン）が化学産業であり、その約半分（年間 3,100 万トン）がプラスチック原料の製造過程等（ナフサを熱分解してエチレン、プロピレン等を得る）に起因している。このため、本年度は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 CO₂ 削減を図る。

<主な新規類型化・見直し>

- ・バイオマスプラスチック（マスバランス方式の導入）
- ・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
- ・土木製品、建築製品関連基準（適用範囲の拡大）
- ・紙おむつ（新規）

等

※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 プラスチック資源循環促進法、ESG 投資に貢献する分野の商品類型化調査

プラスチック資源循環促進法における設計指針や設計認定の拡大に資するため、製品分野ごとの設計の標準化や設計ガイドライン等が未整備の業界団体等と連携した当該分野の商品類型化の実現可能性を調査する。

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。さらに、金融機関等のバリューチェーン上で第三者認証が活用できる分野の把握を進め、ESG 投資関連分野の商品類型化の実現可能性を調査する。

(2) 広報・宣伝活動の推進

ア 事業者への情報提供の強化

a. DX(デジタルトランスフォーメーション)に対応するためのシステム開発

政府が進めるデジタル改革のための規制改革、テレワークの普及等による社会全体のデジタル化に対応するため、エコマーク申請や、認定期間中の諸手続を電子申請に完全に移行し、ビッグデータを活用した情報発信を推進するためのシステム開発を 2020～2022 年度の 3 か年計画で進める。

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、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、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、TOKYO 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. CO₂削減効果の見える化

今後に制定するサービス系の商品類型において、環境省「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース」等の原単位を活用し、CO₂排出量の簡易算定を求める基準項目を試験的に導入する。

また、国や外部団体で開発が進められている脱炭素の見える化ツール等を既存の認定基準とともに活用するなど、エコマーク商品の購入による削減貢献の見える化を進める。さらに、エコマークロゴ表示の一つの選択肢として、ロゴマークと共にカーボンニュートラルや CO₂ 排出量を表記する際の表示ルールとロゴオプションを開発する。

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

企業の SDGs、ESG 対応の導入支援の一環としてエコマーク取得に取り組んでいただくため、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。このため、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・発信にも取り組む。

イ 消費者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。

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とともに、本年度は表彰区分の見直しや応募要件の拡大を検討し、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 2022」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。また、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。

また近年、サービス分野の認定が急増している状況を踏まえ、本年度より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。

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日本のエコマークと、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4年度は、新たな対象品目として「壁紙」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、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、コロナ禍により中断していたEPEAT (電子製品環境評価測定ツール。米国において電子機器の公共調達に影響力が大きい) との相互認証の実施に向けた交渉を再開する。また、2018年に日・EU経済連携協定を締結、2020年に新サーキュラー・エコノミー・アクションプランを発表した欧州連合 (EU) の環境ラベル及びGPP基準と、日本のエコマーク基準との共通化に向け、欧州委員会 (EC) と継続的な意見交換と情報収集を行う。

このほか、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に取り組む。

(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、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。

3 グリーン購入促進事業

2050年までに二酸化炭素排出を実質ゼロとする目標に向けて、地方自治体では、自らの電力契約を再エネ電力に切り替えると同時に、地域住民や地元企業へ再エネ電力への切り替えを促す動きが広がってきている。企業においても、RE100や再エネ100宣言 RE Actionへの参加、PPAモデル（施設所有者が提供する敷地や屋根等のスペースに設置した太陽光発電システムで発電された電力をその施設の電力使用者へ有償提供する仕組み）等を活用した再エネ電力の利用が広がってきている。

企業の生産活動では、原料生産地の環境保全と労働者の人権、安全の確保等、サプライチェーン全体での持続可能な調達が求められる。投資家や金融機関、企業評価を行う組織等は、取引先と連携して取り組むサプライチェーンエンゲージメントに注目し、ESGの側面から企業の取り組みや資金の流れを変え、企業の取り組みを持続可能な方向へ転換しようとしている。

これらの社会的動向を背景に、SDGsが目指す持続可能な社会を構築する手段としてグリーン購入や持続可能な調達への注目が高まってきている。

令和4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活用し、グリーン購入や電力の環境配慮契約の普及・拡大に引き続き努めると同時に、持続可能な購入の優秀事例を発掘・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、取り組み支援を進める。

(1) グリーン購入の普及・拡大

グリーン購入及び環境配慮契約の普及・拡大については、これまで、国等と連携し、地方自治体の取組実態を把握するとともに、取組が十分でない団体に対して、グリーン購入や環境配慮契約の研修、取組の導入・支援を行ってきた。

二酸化炭素排出削減を推進しようとする地方自治体において、環境配慮契約方針の策定や電力小売事業者の評価等、再エネ電力の導入への関心が高いことから、令和4年度は、地方自治体の取り組み状況を把握しつつ、気候変動対策として効果の大きい品目のグリーン購入の実施や環境配慮契約法の普及啓発を行い、環境配慮契約の実践を促す。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、グリーン購入法の拡充・強化に向けた提案も引き続き検討を行う。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方策の検討に資するために、内閣府が運営する「地方創生SDGs官民連携官民連携プラットフォーム」にも参画し、情報収集を行う。

(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、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、企業のESG評価における持続可能な調達に関する評価ポイントと対応事例等を整理するとともに、優秀事例を発掘し、手順等を

分析・整理する。さらに、これから持続可能な調達に取り組もうとする企業に対し、自らの取組状況の把握とともに、持続可能な調達の方針策定や、サプライヤーを対象とした取組状況調査を提案するなど、持続可能な調達の実践を企業の ESG 評価につなげるための活動を推進する。

実施に当たっては、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2 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求められる多様な力を身につけていく。より多くの子どもたちが優れた環境活動・環境学習プログラムを体験することが重要である。そこで令和4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。

環境学習・教育教材やプログラム開発では、より緊急性を増す地球温暖化対策・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4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、こどもエコ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、こどもエコクラブへの登録を促す。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・活動しているクラブに対しては、活動への助言や企業等との連携・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。

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、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再構築することで、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。子どもたちの環境活動をまとめた壁新聞を募集する「全国エコ活コンクール」は、NPOや企業による実践も含めた地域の環境活動等を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と認知されることを目指す。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。

2 教材・コンテンツの開発

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企画開発を行う。

令和4年度は、喫緊かつ重要な環境課題である脱炭素（地球温暖化防止）を重点テーマとする。小学生をメインターゲットに、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んだ教材の開発を行う。開発に当たっては、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になるよう留意する。

また幼児に対しては、環境に配慮した生活習慣が自然に身につくように、食品ロスや省エネなど身近な環境問題を題材にしたわかりやすいストーリー仕立ての紙芝居・絵本型の教材を制作し、繰り返し活用してもらう。

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。実施結果は当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。

3 企業との連携・協働

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、各企業は具体的な行動を模索している。特に2050年のカーボンニュートラル実現に向け、脱炭素の取組は待ったなしの状況である。これら企業と連携して、教材・コンテンツの開発を目的とした活動を行う。

脱炭素に関しては国民への訴求力があり取組の実効性が大きい全国規模の企業、幼児を対象とした教材制作については食品関連産業(製造・卸・小売・外食等)、アパレル産業などのテーマに深く関連する企業をターゲットとして、教材の普及・活用によって企業が得られるメリットを明確に打ち出してアピールする。

また、環境への関心の高い子どもたちにつながるというこどもエコクラブの利点を発信し、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。

特にこどもエコクラブへの支援をいただいているパートナー会員(37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。全国のこどもエコクラブに対しては、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。

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てもらうとともに、既存の環境教育施策の効果向上及びこどもエコ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・環境省の連名で昨年度発出された気候変動問題等の地球環境問題に関する教育の充実に向けた通知を踏まえ、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こどもエコクラブ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、こどもエコ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、当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に加え、子どもたちの生き生きとした姿を強調するなど、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、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。

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。

6 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・社会づくりに向けた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導入等計画づくり補助事業

国の補助金を受け、再生可能エネルギー設備の導入等を戦略的に進めるための計画づくり等を支援する補助事業を実施する。なお、本年度は令和3年度繰越事業を実施するものであり、補助金執行団体としての業務はこの執行をもって終了する。

第4 土壌環境保全対策事業の実施

土壌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

土壌汚染の環境リスクや土壌汚染対策、土壌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、土壌汚染対策基金及び支援業務について周知を行う。

なお、普及啓発セミナー等についてはオンラインを活用する等、前年度に引き続き新型コロナウイルス感染拡大防止に努める。

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。