

第2期中野区地球温暖化防止対策 審議会の審議報告

平成30年（2018年）7月
中野区地球温暖化防止対策審議会

< 目次 >

I	はじめに	2
II	第2期中野区地球温暖化防止対策審議会委員名簿	3
III	審議会の開催状況	4
IV	第3次中野区環境基本計画アクションプログラムの施策について	
1	アクションプログラム①-1 カーシェアリングにおける次世代自動車の普及促進	5
2	アクションプログラム②-1 なかのエコポイント CO ₂ 削減コースの参加促進	6
3	アクションプログラム②-2 なかのエコポイント環境商品コースへの小中学校PTA等への参加促進	8
4	アクションプログラム②-4 環境学習教材「なかのエコチャレンジ」の小中学校での活用促進	9
5	アクションプログラム②-5 家庭向け省エネ診断の推進	9
6	アクションプログラム②-12 連携都市とのカーボン・オフセットの推進	10
7	アクションプログラムの記載と公表方法	11

I はじめに

区は、平成23年7月に中野区地球温暖化防止条例を定め、これに基づき、区内における地球温暖化防止対策の効果的な実施を図るための附属機関として中野区地球温暖化防止対策審議会（以下「審議会」という。）を設置した。

本審議会は、地球温暖化防止対策に関して識見を有する者、地球温暖化防止対策を実施する事業者、地域における地球温暖化防止対策の促進に携わる者を委員として、区長の諮問に応じ、地球温暖化防止対策に関する重要事項の審議・調査ならびに地球温暖化防止対策の充実を図るための特に必要な事項について、意見を述べるものである。

第1期審議会（任期：平成24年3月29日～平成26年3月28日）では、次の2つの事項について審議を行った。

- ① 「中野区地球温暖化防止条例で定めている、地球温暖化を防止する4つの対策に係る制度のあり方やしくみについて」
- ② 「今後、区が地球温暖化防止対策として取り組むべき施策や事業について」

審議事項①に関しては、省エネルギー設備・機器や、環境に配慮した行動についての事業者等からの情報提供を実施し、意見を取りまとめた。

審議事項②に関しては、カーボン・オフセット、中野区環境基金への寄付、なかのエコポイントについて審議し、意見を取りまとめた。

カーボン・オフセットについては、環境交流推進の必要性、カーボン・オフセットの効果を普及することの重要性等を指摘した。環境基金への寄付については、事業規模・目標額の明確化の必要性、寄付へのインセンティブの付与の必要性を指摘した。また、なかのエコポイントについては、参加登録者拡大のための工夫や、環境商品購入の仕組みの構築、取り組みやすい制度の構築、取組みへのインセンティブの付与が必要であると指摘した。

こうした第1期審議会の審議結果は、環境基本計画の改定について諮問された第4期環境審議会に報告され、審議、答申を経て平成28年3月に第3次中野区環境基本計画が策定されている。

第2期審議会（任期：平成28年9月1日～平成30年8月31日）では、第3次中野区環境基本計画の推進を図るため、同計画における具体的な施策を定めたアクションプログラムについて、審議を行った。

特に、「カーシェアリングにおける次世代自動車の普及促進」「なかのエコポイントCO₂削減コースの参加促進」、「連携都市とのカーボン・オフセットの推進」等について、区の検討・取組状況を踏まえて審議を行った。

以上の経緯を踏まえ、今期における審議内容を本報告として取りまとめたので、中野区地球温暖化防止条例第15条3項に基づき、区長に報告するものである。

Ⅱ 第2期中野区地球温暖化防止対策審議会委員名簿

任期：平成28年9月1日～平成30年8月31日

区分	氏名	選出団体等
学識（2名）	◎大沼 あゆみ	慶應義塾大学経済学部
	○田中 充	法政大学社会学部
事業者（8名）	坂本 清隆	公共財団法人 日本環境協会
	小島 正禎 (平成29年11月6日まで)	公益財団法人 東京都環境公社
	池上 佐知 (平成29年11月7日から 平成30年7月25日まで)	
	横田 信博 (平成30年7月26日から)	
	高野 哲 (平成29年11月6日まで)	東京電力パワーグリッド株式会社 荻窪支社
	齋藤 英明 (平成29年11月7日から)	
	小畑 俊満	東京ガス株式会社 中央支店
	山村 宜之	キリン株式会社
	戸井田 敦子	株式会社丸井グループ
	福嶋 豊	一般社団法人 住宅生産振興財団 (積水ハウス株式会社)
荻野 法一	一般社団法人 次世代自動車振興センター	
地域（6名）	岸 哲也	中野区町会連合会
	岡本 秀子	中野区町会連合会（女性部）
	寺崎 務	東京商工会議所中野支部
	明石 浩一	中野区商店街連合会
	鳥羽 修平	中野区造園緑化業協会
	関口 俊夫	中野区地域環境アドバイザー

◎会長 ○副会長 合計16名

Ⅲ 審議会の開催状況

審議会	開催日等	主な内容
第1回	平成28年9月1日(木) 午前10時～12時 会場：区役所4階 庁議室	○委員委嘱 ○第3次中野区環境基本計画の概要及びアクションプログラムについて ○アクションプログラムの施策について ・なかのエコポイント CO ₂ 削減コースの参加促進について
第2回	平成29年2月6日(月) 午後3時半～5時 会場：区役所4階 庁議室	○第3次中野区環境基本計画アクションプログラムの施策について 1. なかのエコポイント 2. カーシェアリング 3. 「環境基金への寄付」の参加促進
第3回	平成29年11月7日(火) 午後1時半～3時半 会場：区役所4階 議会棟 第1委員会室	○第3次中野区環境基本計画アクションプログラムの施策について 1. 第3次中野区環境基本計画アクションプログラムの平成28年度実績と今後の展開について 2. 第2回審議会でのご意見と今後の制度展開について ・なかのエコポイント ・カーボン・オフセット
第4回	平成30年7月26日(木) 午後2時～3時半 会場：区役所7階 第8会議室	○これまでの審議内容の取りまとめ ○審議報告を区長へ提出

IV 第3次中野区環境基本計画アクションプログラムの施策について

第2期審議会では、「第3次中野区環境基本計画アクションプログラムの施策」のうち、①カーシェアリング、②なかのエコポイント、③中野の森プロジェクト、④中野区環境基金への寄付の参加促進の4点について、委員の意見陳述や情報提供等により審議を行った。審議結果は、以下の通りである。

1. 低炭素まちづくりの推進（アクションプログラム①-1）—カーシェアリングにおける次世代自動車の普及促進

都市部でカーシェアリングを展開している事業者が調達した次世代自動車もしくは超低公害車を活用したカーシェアリングの普及促進について審議を行った。

(1) 中野区からの説明

中野区環境部副参事（地球温暖化対策担当）より「庁有車のカーシェアリングと次世代自動車の導入」に関する検討状況について次のような説明があった。

① 目的

中野区環境基本計画の中で排出されるCO₂を減らす様々なプロジェクトを進めていく施策の一つとして、「カーシェアリングにおける次世代自動車の普及促進」という項目を設けている。

② 実施方法

本庁舎や区民活動センター等、区の施設における駐車場を活用し、カーシェアリング事業者による電気自動車やハイブリッド車等の超低公害車を使用したカーシェアリング事業を実施する方法を検討中である。

具体的には、カーシェアリング用に事業者から提供された車両を、区が使用しない時間帯は区民が利用できるという方法で、区と区民が共同で常に利用しつつ、次世代自動車の普及を促進する方策が考えられる。

(2) 電気自動車の現況に関する情報提供

一般社団法人次世代自動車振興センターより、電気自動車について次のような情報提供が行われた。

① 電気自動車の性能・価格等

- ・ 電気自動車は、車種も増加しており、国等による電気自動車購入への補助金があることや、ガソリン車に比べ燃料代が安価となることから、トータルコストではガソリン車に接近してきている。
- ・ 走行距離は、車種により違ってくるが、代表的な電気自動車は1回の充電につき200キロメートル程度は可能である。海外メーカーの電気自動車には、500キロメートル以上走る車もある。（カタログの値による。）

- ・ 充電スポットは、2017年2月時点で2万箇所程度である。急速充電・普通充電の種類があるが、それぞれ全国的に増えてきている。
- ・ 電気自動車試乗会で実施したアンケート結果では、6割以上の試乗者が静かさや加速性能の良さを実感している。
試乗会で電気自動車の良さを体感することにより、次回買い替え時に電気自動車の購入を検討する割合が試乗前より増えたという結果も出ている。

② 中野区内での充電インフラについて

- ・ 中野区内の充電拠点箇所は、2017年4月時点では9箇所であり、電気自動車で行くにあたり十分な個数がある。
- ・ しかし今後の電気自動車の増加等を考えると区の施設を更新する際には、更新に合わせて充電設備の設置を考慮する必要がある。

(3) 民間事業者との協働に関する意見

- ・ カーシェアリング事業を実施するにあたり、カーシェアリング事業の実績を有する事業者と連携することで、スムーズに導入できると考えられる。
- ・ 小規模な駐車場でカーシェアリングを行う場合や電気自動車を導入する場合に対して区が補助を行うなど、民間事業者が進めているカーシェアリング事業と協力することにより、効果があると考えられる。

2. なかのエコポイント CO₂削減コースの参加促進 (アクションプログラム②-1)

中野区では、区内のCO₂排出量の約半分を民生家庭部門が占めている。このため、家庭におけるCO₂排出量の削減を目的とし、節電や省エネ行動によりポイントがもらえる「なかのエコポイント CO₂削減コース」の参加を促進している。そこで、本審議会ではCO₂削減コースの普及、参加者拡大によりCO₂排出量削減を図ることについて審議を行った。

(1) 中野区からの説明

中野区環境部副参事より「なかのエコポイント CO₂削減コースの参加促進」に関する検討状況について説明があった。

① 参加促進に向けた課題と改善の方向性

(ア) 課題

なかのエコポイント制度参加者へのアンケート結果から、1年間の取り組みの負担感、ポイント獲得の困難さや制度の分かりづらさ、手続きの手間についての意見が多く、参加促進に向けて改善すべき課題と捉えられる。

(イ) 改善の方向性

これらの課題を踏まえ、参加登録世帯数を増加させ、CO₂排出量の削減をさらに推進するため、チャレンジしやすい体験コースの新設や、資源リサイクル等の環境に配慮した様々な行動にエコポイントを付与するなど、PRの一層の拡大も含めて、様々な事業と連携した制度内容を検討する必

要がある。

制度改善の方向性としては、1年間という取組期間の短縮、分かりやすく手軽に参加できるコースの新設、省エネ効果の高い行動に対するポイント交付メニューの追加などを視点として検討する必要がある。

なお、第3回審議会後の平成30年度の事業においては、取組期間の半年間への短縮等の改善や、環境イベントへの参加のみで取り組める環境行動コースの新設、ポイント付与メニューとして廃食用油の拠点回収の追加などが行われている。

(2) 区民への周知方法の工夫による参加拡大に関する意見

- ・ 自分の家庭の使用量だけでなく、世帯タイプ別の平均使用量と比較できると省エネの実効性が分かりやすい。一部の電気・都市ガス会社では、顧客の平均使用量等のデータをインターネットサービスで公表しているため、電気・ガスの使用量の提出を求める際には、そのようなインターネットサービスの活用を促していくことが考えられる。また、インターネットサービスに誘導するには、二次元バーコード等を利用するのが簡便である。
- ・ 視覚から認知する情報の影響は大きいため、テレビ等のマスメディアを活用して、周知をしていくのがよいと思われる。
- ・ なかのエコポイントへ参加したことにより、削減できたCO₂排出量を区民にとって身近でわかりやすい方法で表示し、PRに活用する方法も検討すべきである。
- ・ なかのエコポイントの交換賞品として、区内共通商品券を用意している。なかのエコポイントの参加者へ積極的に区内共通商品券への交換を促すとともに、商店街でもエコポイントを区内共通商品券に交換するように周知を図っていくことで、エコポイントの普及と区内商店街の活性化との相乗効果が期待できる。
- ・ リーフレットの中に獲得ポイントの分布のグラフを入れるなど、視覚的に分かりやすくする工夫を行う必要がある。

(3) 制度改善による参加の拡大に関する意見

- ・ 電気・都市ガスの他、水道についても対象とすると、参加者がより増えると考えられる。
- ・ 継続ポイントの獲得基準が分かりづらいため、単に継続した取組みに対し、ポイントを交付した方がよいのではないか。
- ・ 参加者アンケートでは1年間よりも短期間の取組期間を求める意見があった。世田谷区の省エネポイントアクション制度のように、取組期間を2ヶ月間にするなど短期間の取組みとすることが、参加者拡大につながると考えられる。

また、新しくなかのエコポイントの取組みを始める参加者向けに、通常よりも短い取組期間で参加できる制度を構築できるとよいと思われる。

- ・ なかのエコポイント CO₂削減コースに家庭部門だけでなく、事業者部門を設ける方法も考えられる。
- ・ 電気自動車に買い換えた場合、CO₂排出量は減らすことができるが、電気使用量は増加する。電気自動車に買い換えた場合は、ポイント付与ができる仕組みの構築が必要ではないか。
- ・ LEDや断熱窓等の省エネ機器を利用すると、CO₂排出量を減らすことができるが、金銭的なハードルが存在する。省エネ機器購入を促進していくためにも、エコポイント制度で補助を行う必要がある。
- ・ 対象者を区内在住者としているが、参加者資格を緩和し、区内在勤者まで広げていく方法もある。CO₂排出量は世界全体で削減していく必要があるため、区の垣根を越えて参加者を募集してもよいと考えられる。特に区の職員については積極的に取り組んでいく必要がある。

(4) 環境イベントや環境配慮行動に関する意見

- ・ 区が指定した環境イベント以外に、小中学校や商店街、町会・自治会などで行う環境に関するイベントも対象とした方が、エコポイントの参加者拡大につながると考えられる。
- ・ 区内事業者や従業員が、会社で取り組むエコイベントに参加することや、環境配慮行動を行うことで、エコポイントを認定する制度を構築することが考えられる。
- ・ 電気と都市ガスの検針票提出を必須事項とするのではなく、環境イベントの参加だけでもエコポイントの申請を行えるようにすれば、参加者拡大に効果が期待できる。

3. なかのエコポイント環境商品コースへの小中学校PTA等への参加促進（アクションプログラム②-2）

区では、区内の団体がエコマーク（環境への負荷を減らした商品やサービスに付いている環境ラベル）付きの商品を購入し、エコマークを集めた場合にポイントがもらえる環境商品コースへの参加を促進している。そこで本コースの参加団体拡大について審議を行った。

(1) エコマークについての情報提供

エコマーク事務局よりエコマークについての紹介があった。

① エコマーク商品

文房具、事務用品、繊維製品、容器包装等に表示している。エコマーク商品であっても、エコマークを表示していない商品や視認しづらい表示の商品もあるため、エコマークを表示する方向で、制度改正を進めている。

② 種類

カテゴリーでは60以上、商品としては6,500以上である。

(2) エコマークの普及促進に関する意見

- ・ 町会や自治会のお祭りなどで使用する物品について、エコマークつきの商品の購入を促進すると効果があると考えられる。

4. 環境学習教材「なかのエコチャレンジ」の小中学校での活用促進（アクションプログラム②-4）

区は子どもが取り組みやすい省エネ行動や、地球温暖化のメカニズムについての子ども向けの説明等を掲載した、環境学習教材「なかのエコチャレンジシート」を作成している。そこで、なかのエコチャレンジシートの区内小中学校での活用を促し、子どもを通して、家庭における省エネ行動を促進することについて審議を行った。

(1) 環境教育との連携に関する意見

- ・ 家庭の中で省エネ等の取組みを進める場合、子どもをきっかけに始めていくのは有効である。省エネ活動についての分かりやすい教材を小中学校向けに配付すれば、取組みが広がると考えられる。併せて地球温暖化の仕組みや影響等について子どもに教育していくことも、エコポイントの普及に効果的である。
- ・ こどもエコクラブや子ども会等、他の子ども向け団体と連携する方法もある。

5. 家庭向け省エネ診断の推進（アクションプログラム②-5）

区は東京都と連携し、区環境イベントで家庭を対象とした省エネ診断を実施している。省エネ診断受診者を拡大し、家庭における省エネ行動を促進することについて審議を行った。

(1) 家庭の省エネアドバイザー制度の紹介

東京都環境公社より家庭の省エネアドバイザー制度について紹介があった。

① 省エネアドバイザーについて

- ・ 省エネルギーや住宅リフォームなどの分野において、家庭向けの省エネアドバイザーとして活動できる企業や団体を、東京都が統括団体（省エネアドバイザーを統括する団体）として認定している。統括団体は平成30年4月現在で8団体である。
- ・ 統括団体として認定されると、東京都が当該団体の社員等に対する研修を行ったうえで、研修を受けた社員等が省エネアドバイザーとして登録される。登録後、認定された統括団体は、家庭や町会、自治体の環境イベント等の主催者から直接申込を受け、省エネアドバイザーを現地へ派遣し、省エネについてアドバイスを行う。

② 省エネアドバイスについて

- ・ 東京都発行の家庭の省エネハンドブックを用いて、家庭での省エネ推進についてのアドバイスを行う。
- ・ 家庭訪問形式のアドバイスの場合は、それぞれ家庭の実情に応じたアドバイスが可能である。

(2) 省エネアドバイスの受診者拡大に関する意見

- ・ 区の環境イベントでの省エネアドバイス受診をきっかけに、省エネ活動に関心が薄い人、多忙で省エネ活動に取り組めない人が省エネ活動に取り組むような工夫が必要である。

6. 連携都市とのカーボン・オフセットの推進 (アクションプログラム②-12)

区は森林資源を保有するなかの里・まち連携自治体と連携し、現地の森林整備を行う「中野の森プロジェクト」によるカーボン・オフセットを実施している。また、中野区環境基金への寄付を通じ、「中野の森プロジェクト」への参加者を募集している。そこで、カーボン・オフセットの推進、中野区環境基金への寄付の参加者拡大について審議を行った。

(1) 区民への周知拡大に関する意見

- ・ CO₂ 吸収量を表示する際に、CO₂ の吸収量だけでは、区民にとって分かりづらい。ガソリンや金銭に換算する等、区民にとって分かりやすい指標を使用し、広報を行うと効果的であると考える。

(2) 事業者による取組事例の紹介

- ・ 小売事業者（株式会社丸井グループ）より、カーボン・フットプリントとカーボン・オフセットの事例紹介があった。

① カーボン・フットプリント

- ・ 商品の原材料調達、生産、輸送、使用、リサイクルまでの、商品のライフサイクルで排出される CO₂ を商品に表示する仕組みである。従業員、消費者が排出量を知ること、CO₂ 排出量削減の提案や実施につなげることを目的とする。
- ・ プライベートブランドのレディースとメンズのシューズ12種類を対象として展開している。

② カーボン・オフセット

- ・ 商品のライフサイクルで排出される CO₂ を算出し、被災地支援や靴の生産地の環境保護事業への支援を通じてオフセットしている。
- ・ 平成28年4月に九州に丸井新店がオープンした際には、丸井の本社から九州の新店舗へ出張した2年間200回分の社員の移動に関わる CO₂ 排出量を算出し、現地の福岡市の森林整備や電気自動車の普及事業へ、50

トン分のオフセットを実施した。1本の杉の木が1年間に吸収するCO₂がほぼ1トンなので、杉の木50本分に相当する。

③ 顧客からの反応

- ・ 顧客アンケートでは、環境配慮商品に積極的に取り組む企業の商品に対して8割以上が支持するという結果が出ている。カーボン・フットプリント商品のライフサイクルで排出されるCO₂排出量のオフセット先も顧客アンケートを基に決定している。

(3) 事業者の参加の促進に関する意見

- ・ 区内の事業者が中野の森でカーボン・オフセットができるという仕組み、スキームを構築すれば、事業者がカーボン・オフセット活動に参加しやすくなる。丸井のオフセット先に、中野の森プロジェクトに関する事業活動を入れる方法も考えられる。

(4) 環境基金への寄付の参加者拡大に関する意見

- ・ パリ協定では、産業革命以前と比較して、2100年時点で気温上昇を2℃未満に、可能であれば1.5℃未満に抑えることを目標としている。現在では地球上で1年間に330億トンのCO₂を排出しているが、遅くとも21世紀中にマイナスにすることを目指している。このための方法としては植林・バイオ燃料が注目されている。

このように今後の地球温暖化対策として植林等に注目が集まる中で、世界の動きと絡めて植林の意義を広報できれば、寄付の参加促進として効果的だと考えられる。

- ・ 貢献協賛店コースでは、群馬県みなかみ町や福島県喜多方市を身近に感じられるような商品、サービスを扱うお店に参加してもらい、地域の魅力をセットで広報してもらうことで、購買者の理解が得やすくなり、寄付の参加促進につながると考えられる。

7. アクションプログラムの記載と公表方法

(1) 記載に関する意見

- ・ 実績の指標は、文章の記述ではなく、記号やアルファベット等の一目で達成状況が見やすい指標を用いた方が分かりやすくなる。
- ・ 回答なし等、実績の表現が分かりにくい箇所は、表現を工夫した方がよい。

(2) 公表方法に関する意見

- ・ アクションプログラムの結果は、広く区民に公表していく必要がある。
- ・ アクションプログラムに掲載している実績の内容は、中野区環境白書に掲載する形で、区民に公表する方法が考えられる。