

(新) 温暖化対策「一村一品・知恵の環づくり」事業(石油特会)

300百万円(0百万円)

地球環境局地球温暖化対策課

1. 事業の概要

我が国の温室効果ガス排出量(05年度速報値)を見ると、90年比でオフィスや商業施設などの業務その他部門では42.2%、家庭部門では37.4%増加しており、「-6%」の国際公約達成のためには、これら民生部門での対策強化が急務である。

また、温対法に基づく地域推進計画の策定状況は、全国で50未満であり、自治体の実行計画の策定数も4割に留まっていることから、自治体や企業等がより強く連携した地域ぐるみの温暖化対策の取組が求められている。

そこで、地球温暖化防止活動推進センター等が自治体、地元の企業団体、メディア等と連携して市町村毎に地球温暖化対策のシンボルとなる一村一品を選定し、一品を活用した温暖化対策の一体的な展開を構築するとともに、地方品評会・全国品評会の開催により、温暖化対策のムーブメントを創出し、地域レベルでの温暖化防止の知恵の環を広げ、温暖化対策をより一層推進する。

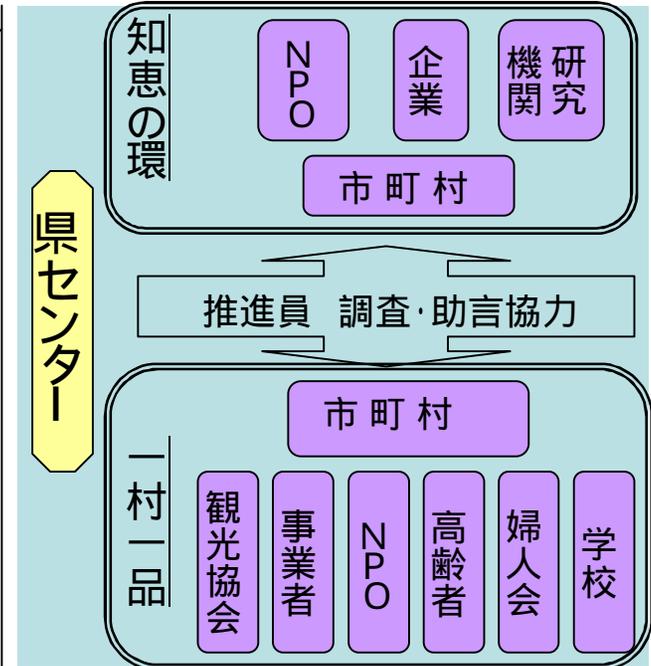
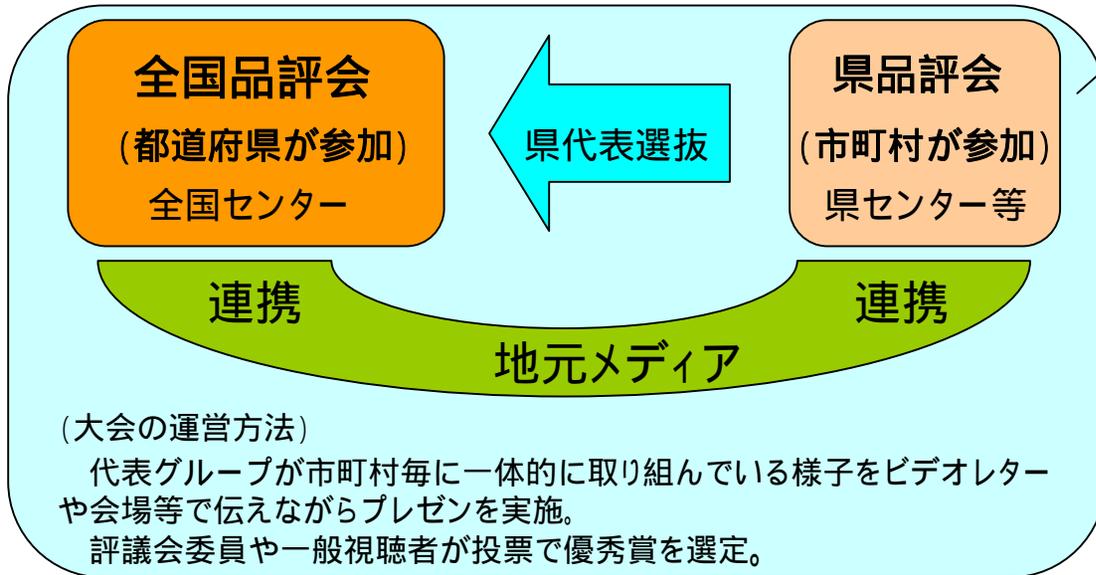
2. 事業計画

3カ年事業。全国地球温暖化防止活動推進センター及び都道府県地球温暖化防止推進センターが中心となって事業を展開する。

3. 施策の効果

各市町村が選定した地球温暖化対策「一村一品」をシンボルとして、幅広い主体が一体となって温暖化防止に取り組むことを促し、CO₂排出量の低減を図る。

温暖化対策「一村一品・知恵の環づくり」事業



温暖化対策推進事例（県品評会への出品例）

< 選出方法 >

一村一品を公募し、県品評会により県代表を選出。全国品評会でグランプリを決定。代表事例の国、県内での普及による地域の温暖化対策の推進を図る。

市町村	温暖化対策推進のためのシンボルを作成	家庭での一品の積極利用によるCO2削減	企業活動による一品の利用による	CO2削減効果
	学校関係者 (温暖化対策キャラクター作成)	町会 (一品の積極利用)	企業団体 (温暖化対策ビジネス)	温暖化対策のムーブメント創出により、個々人の温暖化防止の取組がより推進されることの効果に加え、以下の効果もある。
A市	 雪室君	共用の天然冷蔵室の確保し、且つ積極的に活用。雪室保温野菜の積極利用(地産地消の推進)。	雪室保温野菜の社食での積極利用(地産地消の推進)。社食冷蔵庫として天然冷蔵庫を積極利用。	地産地消の推進により輸送に係るCO2を削減。天然冷蔵庫の積極利用によるCO2削減。
B市	 廃油ちゃん	油の再利用のアイデア考案	廃食油の社用車への利用など積極的な利用促進策の展開。	バイオディーゼル燃料の積極活用によるCO2削減。