

第4回低炭素塾事例発表



多摩市版 クールシェア事業の取組み

東京都多摩市環境部環境政策課

平成27年12月10日

【発表内容】

- 市の紹介
位置・地勢、概要・特徴
- 市の地球温暖化対策の取組み
CO₂排出量、創エネ・省エネ
- 多摩市版クールシェア事業の取組み
概要、立ち上げまでの経緯、取組み状況等

【市の紹介】

・位置、地勢

位 置	面 積	標 高	年間平均気温	年間降水量
東経139度27分 北緯 35度38分	21.01 km ²	43.3m～ 161.7m	14.8℃	1798mm

※位置は市役所本庁舎位置、面積は国土交通省国土地理院公表「平成26年全国都道府県市町村別面積調」の数値。気温、降水量は市役所屋上の気象観測装置の故障のため、八王子市のデータを引用(平成26年)



- 概要、特徴

多摩市は、北部では多摩川に臨み、南部には多摩丘陵が走る、緑豊かなまちです。現在の人口は約14万7千人で、多摩ニュータウンの入居が始まる昭和46年までは、農村の面影を残す3万人余りの静かな田園地帯でした。

ニュータウン開発により、都市基盤は急速な発展を遂げ、全国有数の人口増加率となりました。全国の様ざまな地域から集まった人々がコミュニティを築き、ともに手を携え市のまちづくりを進めています。



多摩市環境キャラクター
エコアちゃん

四季折々で違った表情を見せ、楽しませてくれる豊かな緑も私たちの自慢！
これらを守るためには、持続可能な地球環境実現の取り組みが必要なの。



〔多摩中央公園とパルテノン多摩〕

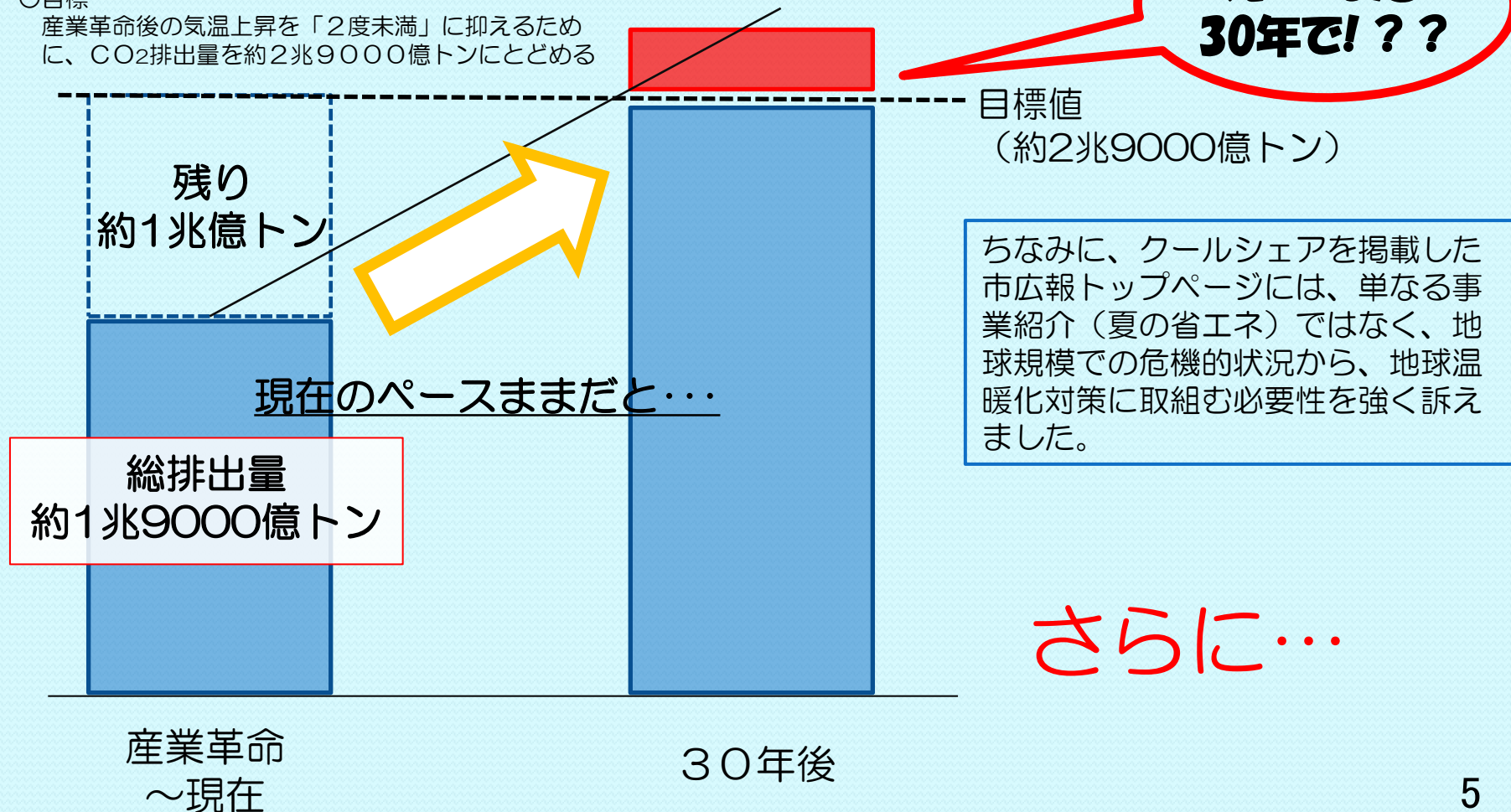
【市の地球温暖化対策の取組み】

昨年公表された、「気候変動に関する政府間パネル（IPCC）」が、最新の研究成果をまとめた第5次評価報告書統合報告書によると

○目標

産業革命後の気温上昇を「2度未満」に抑えるために、CO₂排出量を約2兆9000億トンにとどめる

え!? あと
30年で!??



先月16日、環境省などは、温室効果ガス観測技術衛星「いぶき」によるCO₂濃度測定の結果、今年7月までの2年程度の年平均濃度が398.2ppmに達したと発表した。
また、年平均2ppm上昇していることも分かり、来年6月頃には危険水域に迫る400ppmを超える見込みとのこと。

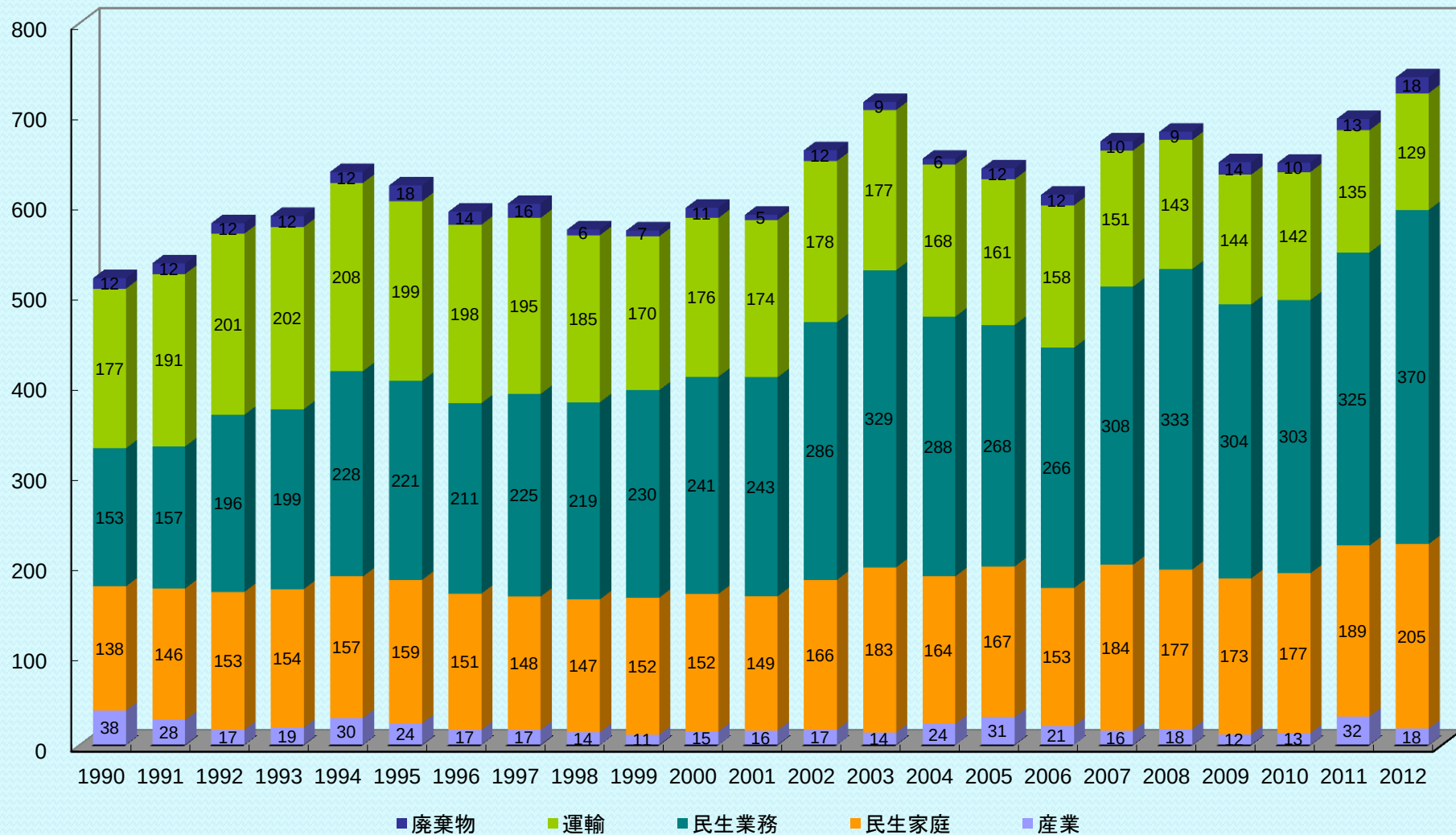
～環境省担当者コメント～

「世界の気温上昇を産業革命前に比べ、2度未満に抑えるためには450ppm以下に必要があるとされる。400という大台に来年にも乗ってしまうという危機感を共有してほしい」

市域のCO₂排出量の推移

出典：多摩地域の温室効果ガス排出量（1990年度～2012年度）／平成27年3月
 オール東京62市区町村共同事業「みどり東京・温暖化防止プロジェクト」

(kt-CO₂)



○創エネ・省エネの主な取組み

- 公共施設の屋根貸し手法による再生可能エネルギーの推進
- 東京都、事業者、環境市民団体との連携によるコンソーシアム活動

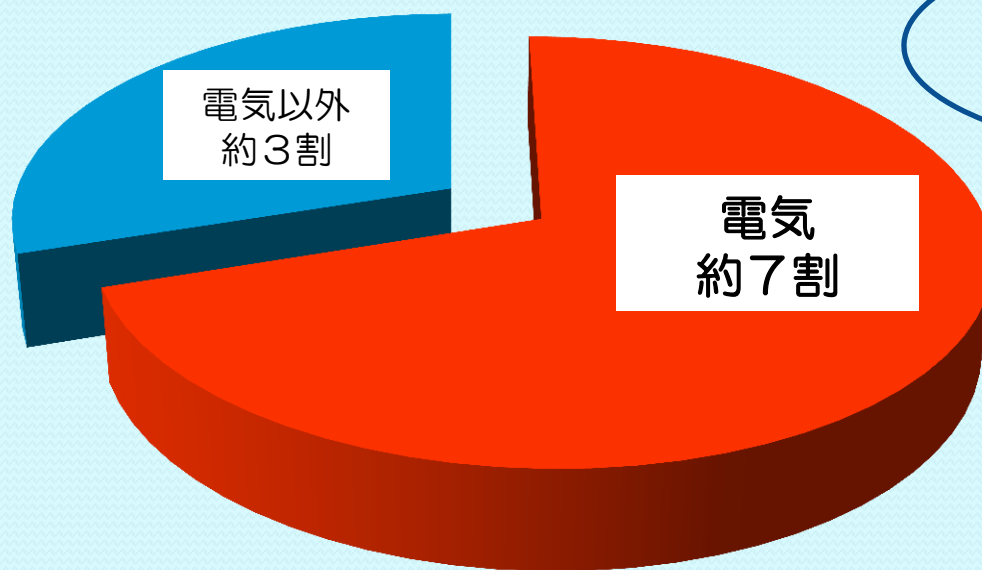
～啓発から実践へ～

- ・省エネナビモニター（夏冬）
- ・省エネチャレンジコンテスト（夏）
- ・クールシェア事業（夏）

一年の中で、電力使用量が比較的多い時期を、重点的に取組んでいます。

【多摩市版クールシェア事業の取組み】

家庭でのエネルギー使用から発生するCO₂排出量
(多摩市)



電気使用量を
削減して地球に
やさしくねっ！



市民の皆さんの省エネへの取組みにより、エネルギー消費量は順調に減少してきているものの、火力発電への依存度が高まった影響等により、CO₂排出量は増加し、家庭からの燃料別発生源では電気によるものが最も多く占めています。

多摩市版クールシェア事業とは

～涼しい場所をみんなでシェアして楽しくお得に省エネ！～

電力使用量が多い夏季には、特に省エネに取り組む必要がある一方、熱中症などの恐れから、ある程度エアコン等の冷房器具の使用は避けられず、特にエアコンは夏季における家庭の電気使用量の半分以上を占めています。

そこで、ひとりが一台のエアコンを使用するという状況をやめて、みんなで一つの場所に集まって、エアコンの稼働台数を減らすとともに、家からまちに出て楽しく過ごそうという取り組みがCOOL SHARE（クールシェア）で、環境省が推進している地球温暖化防止の取り組みです。

このCOOL SHARE（クールシェア）の多摩市版として、平成24年度に市の公共施設を「まちの休憩スポット」として指定し、市民に自宅のエアコンを消して、公共施設を利用してもらうことを発端とし、25年度からはより効果的な取り組みとなるよう、市内店舗からも賛同をいただき、家族や地域で楽しみながらできる省エネを推進しています。

今年度も、市内店舗の賛同をいただきながら、地域一体でできる夏の省エネへの取り組みとして、多摩市版クールシェア事業を実施しました。

地球温暖化対策×地域活性化で多摩市を元気に！！ (取組みのイメージ)

地球温暖化対策

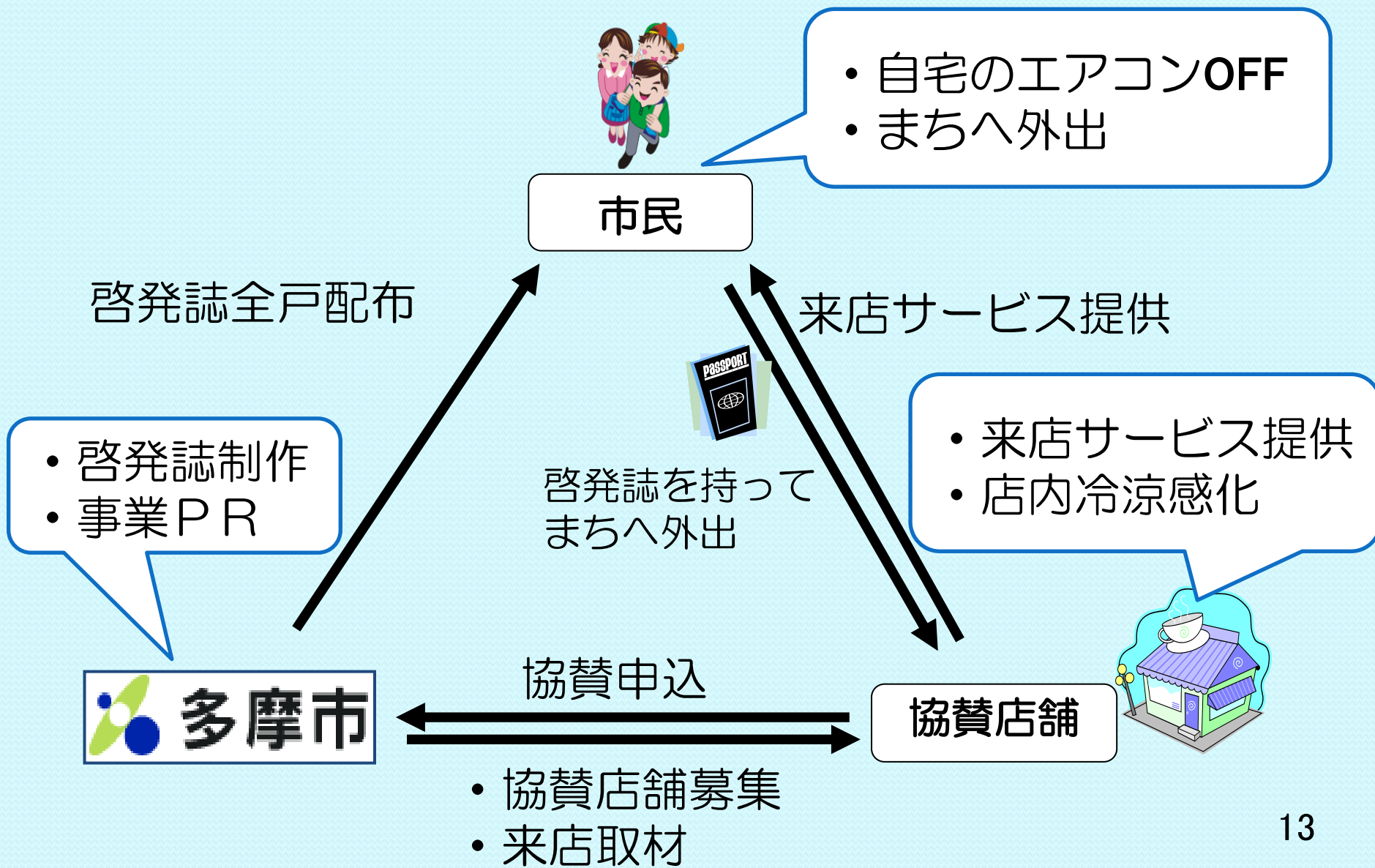
- 省エネ
- CO₂排出量削減

自宅のエアコンを消して、まちへ！

地域活性化

- 商店街振興
- 経済活性化

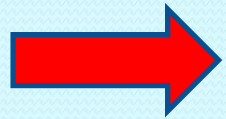
市・市民・事業者の役割のイメージ



～当初（取り合えず座より立ってみた）～

【1年目（平成24年度）】

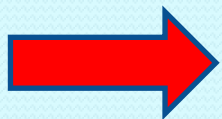
- ・ 7/1～9/30の3ヶ月間
- ・ 24公共施設
- ・ 参加者集計なし



- ・ 協賛の拡大

【2年目（平成25年度）】

- ・ 7/1～9/30の3ヶ月間
- ・ 18公共施設、23店舗
- ・ 参加者集計なし

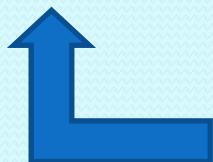


- ・ 協賛店舗の拡大
- ・ 募集営業手法
- ・ 市民への事業周知
- ・ 効果測定

首長が他自治体の取組みを知り、 人員及び予算措置もなしに、
トップダウンでスタートしました・・・

～転換期（充実に向けて）～

これまでの課題を解決し、事業の充実、効果を拡大するためには、市（環境政策課）だけでの実施準備は限界がある。



- 事業の予算化（歳入確保）
- 民間活力の導入（業務委託）
- 商工会、商店街との連携（商工担当課）

【3年目（平成26年度）】

- 7/1～9/30の3ヶ月間
- 18公共施設、79店舗
- 参加者16,549人（公共施設不可）
- クールシェアパスポート発行、全戸配布
- 啓発ツール制作（一体的なデザインを考慮）

◎店舗募集営業、啓発誌発行・全戸配布などの業務委託により、
取り組みは大きく前進したものの、市民・お店からは、充実に向けて、実施方法等の改善を望む声がありました。

市民・お店等からの意見

【実施期間】

- ・ 9月にクールシェアとは。9月以降は涼しくてクールシェアって？という感じ。
- ・ 期間が長すぎる。1カ月位がちょうどいい。ダラダラとせず短期集中！
- ・ 3ヶ月だと来店サービスの負担が大きい。1ヶ月なら協賛できる。

【協賛店舗（業種）の拡大】

- ・ デパートでは効果はあると思う。ファミリーが来る所だとなお良い。
- ・ あまり個人的に利用する所は意味がないので、もっと人が多く集まる場所を考えたい。

【市内外への事業周知】

- ・ パスポートを見たことがない人が多い。タウン誌への挟み込みは良くない。
- ・ 公共交通機関（バス、電車）等、人目に触れる場所での告知
- ・ マスコミの利用



課題解決・効果の拡大に向け、今夏は・・・

【実施期間】

3ヶ月間を8月の1ヶ月間に短縮

- ・事業開始が1ヶ月遅くなり、その分、募集営業期間を長くできた。
- ・お店の参加特典提供の負担が小さくなった。

効果⇒SCを含め協賛店舗増加

【協賛店舗（業種）の拡大】

業種を精査し、不特定多数の来客やある程度滞在が見込める店舗を募集

- ・啓発誌等でお店をPRしただけでは意味がなく、事業効果（来店）を期待できない業種は基本的には除いた（カルチャー教室、美容系など）。
- ・新たに映画館、大学、博物館、金融機関等が加わった。

効果⇒レジャーや学びの面でも充実し、参加機会拡大

【市内外の事業周知】

啓発誌内容・全戸配布方法の見直し、プレスリリースの実施等

- ・啓発誌のサイズを拡大し、MAPやお店紹介等を充実。単独でポスティング
- ・各マスコミ、市内鉄道沿線をエリアとするタウン誌等へプレスリリース
（費用不要だが所詮は他力本願。余力があれば直接のプッシュも必要）
- ・市ミニバスへ車内広告掲出（無料。高齢者の方に目にしていただける）

効果⇒**認知度は急上昇**

NHKニュース
「おはよう日本」
で紹介されました！
猛暑の中の取材対応
だったけど、反響が凄
くて大感謝！！(の)



地域タウン誌に
トップ記事で掲載
されました！
カラーの顔写真付で、
色んな人にお声掛けい
ただき、嬉しいやら
恥ずかしいやら…(は)

【4年目（平成27年度）】

- ・ 8/1～8/31の1ヶ月間
- ・ 97店舗（公共施設は別枠）
- ・ 参加者4,829人

○今後の課題 ～実施実績、市民の声、協賛店舗の意見等から～

- ・ 広報手法の充実 SNS、アプリの活用
- ・ 協賛店舗の地域での偏り SCへの募集営業努力
- ・ 歳入確保 一般財源のみでは充実不可
- ・ 広域連携 財源確保＋参加機会や周知の拡大
(⇒効果の拡大)

～本市のようなクールシェア事業実施をお考えのご担当者様へ～

○商工団体（関係部署）等との連携

- ・環境部署だけでの取り組みでは、大きくならない。
- ・地域活性化を名目にその気にさせ、巻き込むことが大事
- ・熱中症対策で健康福祉部署との連携も考えられる。

○事業周知、広報手法

- ・事業周知と参加を促す広報展開には際限がない一方、人手と予算には限りがある。協賛店舗独自でPRしてもらうことも大きな効果
- ・マスコミに取上げられると一気に知名度アップ。記者会見やプレスリリースなどで、いかに目を引くことができるか。
- ・役所には、全ての住民を意識した情報伝達手段を用いることが求められ、紙媒体と電子媒体、いずれも充実を要する。

○効果測定

- ・事業目的は、省エネと地球温暖化対策であるため、節電量、CO₂排出削減量を成果指標としたい。
- ・簡単に移動時間、滞在時間等の把握が困難。個別アンケート実施？
- ・予算、決算審議のたびに、答弁を用意している。

ご清聴ありがとうございました。

本市の取組みについてのお問合せは

T E L : 042-338-6831 F A X : 338-6857

E-mail : tm291000@city.tama.tokyo.jp

までお願いします