

# 令和3年度事業計画書

## 基本方針

新型コロナウイルス感染症の拡大の影響は、人々の生命、健康にとどまらず、行動パターン、生活様式にも大きな変容をもたらし、さらには、行政による感染防止措置により、世界経済が大きく減速する可能性が現実味をおびてきてている。人の移動の制限等の感染防止措置は、エネルギー需要の低下をもたらし、図らずも CO<sub>2</sub> 排出量を減少させることとなるだろう。これは政府の掲げる「環境と経済の好循環」では全くない。新型コロナウイルスによる経済停滞が深刻化すれば、人々の関心は国民生活の維持、景気回復に向けられ、昨年以降、世界的に盛り上がった温暖化問題への関心が大きく減退することが考えられる。にもかかわらず、世論の関心の低下の中、新型コロナウイルスによる経済危機から回復していくフェーズでは、一時的に減少した CO<sub>2</sub> 排出量がふたたび増加する可能性は否定できない。

このような状況にあっても大水害等に代表される地球温暖化問題への対応は、待ったなしの状況であり、昨年 12 月の政府の総合経済対策においても、コロナ対策と並んで「グリーン社会の実現」が掲げられ、2050 年のカーボンニュートラルが方針として提示されている。

日本環境協会（以下「協会」という。）は、国民生活に密着した環境保全の取組を発足当初より継続して実施しており、コロナ禍の状況だからこそ、時代の要請に即した効果的な事業方針を打ち出す必要があると考え、今回、令和 7 年度までの中期計画を策定した。この計画においては、エコマーク事業や全国のこどもエコクラブの支援に代表される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 CO<sub>2</sub> 削減に貢献していくこととしている。

このような観点から令和 3 年度は中期計画の初年度として次の方針により臨むものとする。

第一に、環境ラベリング事業については、エコマーク事業では、社会構造の変化に対応した商品類型戦略、さらには近年、大きな問題となっているプラスチック資源循環・海洋プラスチック問題へのエコマークの対応の積極的な情報発信に重点的に取り組む。また、エコマーク取得が SDGs、CO<sub>2</sub> 削減に寄与することを積極的に発信する広報・宣伝の強化、既取得事業者へのフォローアップ等を通じてエコマークのブランド力の向上に取り組む。

グリーン購入促進事業では、持続可能な調達の推進のため、様々なステークホルダーとのさらなる連携強化の仕組みを構築する。

第二に、環境教育事業の柱であるこどもを対象にした環境保全に関する教育及び学習の推進と環境保全に向けた自発的な活動の促進に係る事業については、引き続きこどもエコクラブの活性化促進とあわせ、一般市民への波及効果の大きい全国展開企業等を中心とした多様なステークホルダーの参加及び連携・協働の強化、財政基盤の確立に取り組む。なお、その際、企業等と ICT・デジタル技術を活用した教材・プログラムの開発・活用を図る。

第三に、地球温暖化の防止や土壤環境の保全等国が行う各種事業について、国の施策への協力や協会の事業推進の観点から、積極的に取り組む。

第四に、地域に根差した NPO 等への環境保全活動に対する民間からの寄附金による助成事業を適切に行う。

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の目標12に官民連携で取り組み、持続可能な消費と生産（SCP）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（90%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、持続可能な開発目標（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、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。特に、令和3年度は、業務の効率化を図りつつ、以下の点に重点を置いて取り組む。

環境配慮型製品・サービスの市場拡大に向けて、当面、コロナ禍による社会構造の変化への対応、ならびに喫緊の課題である2050年温室効果ガス排出量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。本年度は、①「製品サービスシステム」など消費と生産の新たな形態の商品類型化に取り組むとともに、②エコマーク活用・取得の事業者への働きかけの強化、③電子商取引でのエコマーク活用、④プラスチック資源循環・海洋プラスチックごみ問題へのエコマークの対応の積極的な情報発信、⑤タイプI環境ラベル機関以外の認証機関との相互認証の開始に注力する。

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

コロナ禍による社会構造の変化に対応する新たな製品・サービスの商品類型化及

び既存商品類型の見直しに取り組む。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る。特に、公共事業の実施主体である地方公共団体において 270 に及ぶ団体がゼロカーボンシティを宣言している状況を踏まえ、建設工事における CO<sub>2</sub> 排出割合の 75% を占める「資材」の認定を強化する。

＜主な新規類型化・見直し＞

- ・紙おむつ（新規）
- ・植物由来プラスチック（適用範囲の拡大）
- ・土木製品、建築製品関連基準（適用範囲の拡大） 等

※企画戦略委員会で選定された案件から順次着手（6～8 テーマ／年）。ICT 技術と融合した「製品サービスシステム(PSS)」や、CO<sub>2</sub> 削減貢献量を評価するスキームについて商品類型化のための調査を進める。

イ 再生プラスチックならびに植物由来プラスチック関連基準及び認証の拡大

循環経済への移行に向けた柱の一つである「プラスチック資源循環戦略」の具体化に貢献するため、再生プラスチックならびに植物由来プラスチック関連基準の拡充に注力する。特に、植物由来プラスチックの認証を拡大して国内の CO<sub>2</sub> 排出削減量の上乗せに貢献するため、新開発の樹種（植物由来 PP(ポリプロピレン)など）に関する LCA 評価や、サプライチェーンの信頼性を確保するための認証方法等について重点的な調査を実施する。

（2）広報・宣伝活動の推進

ア 事業者への情報提供の強化

a. 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（JAPAN PACK など）に出展する。出展にあたっては、相乗効果を生みだすため取得促進セミナーを同会場で併設開催する。

b. デジタルトランスフォーメーションに対応する電子申請の実装

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の電子申請を実装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。

c. 認定取得事業者向けフォローアッププログラムの新設

認定取得事業者（約1,300社）の7割を占める中小事業者が、エコマーク取得を契機として継続的に環境への取り組みを深化していくように、認定事業者向けのオンラインセミナーやインターネット研修動画などのツールを作成する。また、事業者において担当者が変更となった際のフォローアップの仕組みを強化し、エコマークの活用を促す。

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。

e. プラスチック資源循環・海洋プラスチックごみ問題への対応

循環経済に移行するためのプラスチック資源循環、ならびに近年、生態系に与える影響が世界的に注目されている海洋プラスチックごみ問題に対応するエコマーク基準と、その認定商品に関する情報発信を充実する。また、関連業界及び行政との対話、情報交換を密に行い、同分野におけるエコマークのプレゼンス向上を図る。

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およ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。また、エコマーク商品の購入を通じてCO<sub>2</sub>削減に貢献できることを啓発する広報キャンペーンを、GEN（世界エコラベリング・ネットワーク）が推進するタイプI環境ラベルのメディア戦略と連動させて実施する。

b. 電子商取引におけるエコマーク活用の促進

通販事業者などのインターネット等を活用する事業者や、サービス分野の情報サイトを運営する事業者等との連携・協働に取り組み、電子商取引市場におけるエコマークを含む環境情報の活用を促進する。

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ことにより、社会における

るさらなる認知度向上を目指す。また、本アワードのリニューアルに向けた検討に着手する。

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、環境カウンセラー等）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 2021」など）による情報発信を展開する。また、エコマーク商品によるCO<sub>2</sub>削減量を「見える化」する手法について、環境負荷を定量的に算定するプログラムを運営する外部機関等との情報連携の可能性も視野に入れ検討する。

（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、公正性など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、コロナ禍によるテレワークの普及に対応し、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実現する。

また、サービス部門の認定事業者への認定後の現地確認などを行い、認定状況の維持と基準逸脱の未然防止に努める。

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。

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（グリーン公共調達）／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、認定取得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。また、タイプI環境ラベル制度の枠を超えた相互認証の可能性を探り、新たな展開につなげる。

## （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12品目分野（カテゴリー）について共通基準を策定した。

令和3年度は、新たな対象品目として「壁や天井等の仕上げ材」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。

本年度は、相互認証対象国・機関のさらなる拡大に向け、コロナ禍により頓挫していた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、今年3月に新サーキュラー・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た意見交換を欧州委員会（EC）との間で開始する。

このほか、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、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の一体化の普及を図るため、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、30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

昨年 10 月、日本として 2050 年までに温室効果ガス排出の実質ゼロを目指す宣言がなされ、また、プラスチック資源循環では、バイオプラスチック導入ロードマップが策定された。生物多様性の保全についても、次期生物多様性国家戦略の策定に向けた検討も開始される等、脱炭素や資源循環、生物多様性の保全等を目指した施策が打ち出されている。これらの施策を推進し、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の取り組みが求められている。

地方公共団体においては、グリーン購入法や環境配慮契約法の着実な実践が求められているが、温室効果ガスの排出削減やプラスチックごみの削減を推進する過程で、グリーン購入調達方針を見直したり、環境配慮契約方針を新たに策定したりする等の動きを加速させることが期待される。

企業においても、再生可能エネルギーで発電された電力を調達しようとする動きや、自社の製品の原材料の調達において、取引先へ環境面や社会面の取り組みを要請し、サプライチェーン全体で環境保全を進めようとする事例が多く見られるようになっている。

令和 3 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、グリーン購入の普及・拡大に引き続き努めると同時に、主流化が求められる持続可能な購入の取組についても、優秀事例を発掘・分析し、その普及を進めていく。

#### （1）グリーン購入の普及・拡大

地方自治体のグリーン購入及び環境配慮契約の取組状況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取組を導入・徹底させるべく、これまで、国等と連携し、他の団体の取組情報の収集・分析や取組方法のガイドライン等の活用等により、取組の支援を行ってきた。今年度も地方自治体の実態把握と取組支援を継続し、取組が十分ではない団体の底上げを図る。この際、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を重点的に取り組む。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検討を行う。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」にも引き続き参画し、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。

#### （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。また、持続可能な調達に取り組む優秀事例を発掘・分析するとともに、優秀事例から取組のポイントを学び、取組方法やノウハウを共有するための仕組み（プラットフォーム）を構築し、企業の持続可能な調達の実践を支援する。実施にあたっては、企業や地方自治体、NPO や NGO 等幅広いネットワークを有す

る GPN やその他の関連する団体等と連携する。これらの取組を実施するにあたり、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、セミナーや展示会等での教育や情報発信に取り組み、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。

令和3年度は、地球温暖化をはじめとする緊急性を増す環境問題に立ち向かうとともに「withコロナ」を前提とした新たな生活様式や社会に適応していくことを目指し、こどもエコクラブ事業を基盤としながらもより多くの子どもたちに利用されるような環境学習・教育教材やプログラムの開発に注力する。

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) クラブの活動支援

令和3年度は、クラブとのコミュニケーションや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クラブの活動を支援するとともに、企業・自治体をはじめとする多様なステークホルダーとの連携を進める。さらに、様々な媒体を通じて本事業の一層の認知度向上を図る。また、2,000クラブ、メンバー数10万人に及ぶクラブの地域内に加え地域を越えた交流を促進する。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リー・ボードを開催する。

#### (2) 全国フェスティバルの開催

「全国フェスティバル」はこどもエコクラブ最大のイベントであるが、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、各地で行われている子どもの環境活動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、昨年度に続き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 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つつあり、各企業は具体的な行動を模索している。

このような動きを踏まえ、影響力があり取り組みの実効性が大きい全国規模の企業に対しては、脱炭素・循環型社会づくり、防災・減災等のテーマで、地域で環境活動を実践する子どもたちとの協働プロジェクトの企画立案を行い、実施に向けた検討を行う。

また、環境への関心の高い子どもたちにつなぐことができるという利点を活かし、教育・玩具・食品などの子どもとの関連が深い業種、グリーン社会（脱炭素社会、循環経済、分散型社会）の実現に関連する業種などに対し、それぞれの企業の関心・ニーズに合わせた具体的な企画提案（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）・実施を行う。

## 3 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やコンテンツの企画開発及び制作・実施を行う。

開発にあたっては、有識者、支援企業、ユースなど協会が有するリソースを活用しテーマ・手法を検討する。地球温暖化（脱炭素化）、生物多様性といった主要な環境問題を採りあげるほか、マイクロプラスチック、食品ロスなど社会の関心が高いテーマの採用、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などを通じて、学校・家庭・地域活動など様々な場面で利用可能なものとする。また、コロナ禍に対応するためICT・デジタル技術の積極的な導入を図る。

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ホームページに掲載し、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。

## 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に参考となる資料・情報提供等の支援を行うとともに、管下のこどもエコクラブの活動情報を提供し、環境教育施策の推進に活用してもらう。

また、昨年度の学習指導要領の改訂を踏まえ、各地域の小中学校に対して主体的な関与を促すと共に地元企業との連携・協働に向けた支援を行う。

#### (2) 地域団体・NPO

地域の環境保全、子どもの健全な育成・居場所づくり等の取組を行う団体・NPOに対し、協働活動やそれが保有する資源（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

こどもエコクラブの OB・OG 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 OB・OG をはじめとする高校生・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

ホームページ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。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。

ホームページについては、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 の有効活用を進める。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こどもエコクラブ OB・OG の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投資利子補給事業

国の補助金を受け、地球温暖化対策のための設備投資に係る融資に対する利子補給事業を実施する。なお、本事業は令和3年度をもって終了となる。

#### 2 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、本補助金は令和3年度新規事業である。

### 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。

## 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。