

予 算 要 求 資 料

令和3年度当初予算 支出科目 款：衛生費 項：環境管理費 目：環境管理推進費

事業名 地球温暖化緩和・適応推進事業費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

環境生活部 環境管理課 温暖化対策係 電話番号：058-272-1111 (内 2694)

E-mail: c11264@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 5,721 千円 (前年度予算額：11,109 千円)

<財源内訳>

区 分	事業費	財 源 内 訳							
		国 庫 支出金	分担金 負担金	使用料 手数料	財 産 収 入	寄附金	その他	県 債	一 般 財 源
前年度	11,109	0	0	0	0	0	10,833		276
要求額	5,721	0	0	0	0	0	5,582	0	139
決定額	5,721	0	0	0	0	0	5,582	0	139

2 要求内容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

- 全ての国が地球温暖化対策に取り組むこととなる「パリ協定」が発効されるなど、地球温暖化対策に対する世界的な関心が高まる中、本県も国の削減目標達成に貢献できる取り組みが必要である。
- 本県の家庭から排出されるCO₂は、四半世紀で1.5倍に増加しており、また、全国と比べて家庭部門の比率が高く、その削減が求められるところである。
- また、気温変動の影響による被害の回避又は軽減する(適応)ことを目的とした気候変動適応法が平成30年12月に施行された。
- 県民にCO₂排出量の削減や適応など地球温暖化対策の必要性を理解してもらいかつ新型コロナウイルス感染症に対しても対策を講じる必要があることから、インターネットを利用して動画広告を配信するなど県民に関心を持ってもらえるように実施することとした。

(2) 事業内容

- ぎふ清流 COOL CHOICE 学生アンバサダーの育成
 - ・ 県内学生を地球温暖化の伝え手として育成する研修を実施する。
 - ・ 新型コロナウイルス対策のためリモートでの実施も念頭に置く。
- ぎふ清流 COOL CHOICE 動画制作業務委託
 - ・ 対面での接触を避け広く県民に普及啓発するため YouTube 動画広告を活用し、普及啓発動画の作成をする。

(3) 県負担・補助率の考え方

県：10/10

(4) 類似事業の有無

無

3 事業費の積算内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
報償費	53	委託業務プロポーザル審査員謝金
旅費	72	委託業務プロポーザル審査員旅費、職員業務旅費
需用費	47	事務用品代、公用車ガソリン代等
役務費	8	郵便、電話代
委託料	5,511	学生アンバサダー育成研修、YouTube 動画広告等業務委託
使用料	30	有料道路使用料
合計	5,721	

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

岐阜県地球温暖化対策実行計画（区域施策編）において、温暖化対策に向けた取組みを推進

(2) 国・他県の状況

地球温暖化対策計画において、温暖化対策に向けた取組みを推進。
気候変動適応法の施行（H30年12月）。

事業評価調書

<input type="checkbox"/>	新規要求事業
<input checked="" type="checkbox"/>	継続要求事業

1 事業の目標と成果

(事業目標)

地球温暖化は、世界共通の問題として、地域からも積極的に取り組んでいく必要がある。

岐阜県内の温室効果ガス排出量について、2020年度までに2005年度比で3.8%以上削減、2030年度までに2013年度比で26%削減する。

(目標の達成度を示す指標と実績)

指標名	基準年度	指標の推移		現在値 (前々年度末時点)	目標	達成率
温室効果ガス総排出量 (森林吸収量加味)	1921.1 万t-CO ₂ (H25)	1,858.8 万t-CO ₂ (H27)	1,843.1万 t-CO ₂ (H28)	1,820. 3万t- CO ₂ (H29)	1,421. 6 万t-CO ₂ (R12)	78.1%

○指標を設定することができない場合の理由

--

(前年度の取組)

・事業の活動内容（会議の開催、研修の参加人数等）

「COOL CHOICE」の広報ブース出展を13施設で1日ずつ行った。

親子で楽しみながら「COOL CHOICE」を学べるイベントを2施設で2日ずつ行った。

また、家庭部門での温暖化対策促進のため「省エネ家電への買い替えポスター」を作成した。

加えて、若い世代への温暖化に関する知識の普及啓発・若手推進員の確保のためにも学生アンバサダー育成研修(全4回)を実施した。

(前年度の成果)

「COOL CHOICE」の理解が得られ、また省エネ家電への普及を促すことができた。(COOL CHOICE 宣言者数実績 H30: 8,923人、R元: 3,325人、累計12,248人)

また、学生アンバサダー育成研修では県内大学生に温暖化対策の知識・普及啓発方法について理解を促すことができた(実績: R元年度は18名が育成研修を修了し、内4名を推進員として任命)。

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> ・事業の必要性（社会経済情勢等に沿った事業か、県の関与は妥当か） <p>○：必要性が高い △：必要性が低い</p>	
(評価) ○	地球温暖化の問題は、世界共通の問題として既に顕在化しており、その解決に向けて地域からも積極的に取り組んでいく必要がある。
<ul style="list-style-type: none"> ・事業の有効性（指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか） <p>○：概ね期待どおりまたはそれ以上の成果が得られている</p> <p>△：まだ期待どおりの成果が得られていない</p>	
(評価) ○	イベント開催やブース出展により、家庭における地球温暖化対策の必要性の理解を深めることができた。
<ul style="list-style-type: none"> ・事業の効率性（事業の実施方法の効率化は図られているか） <p>○：効率化は図られている △：向上の余地がある</p>	
(評価) ○	専門知識・ノウハウを備えた団体(岐阜県地球温暖化防止活動推進センター等)と役割分担しながら、事業を効率的に実施している。

(今後の課題)

新型コロナウイルス感染症の影響を考慮した普及啓発方法の確立。
「COOL CHOICE」の認知率の低い若い世代への普及啓発方法の確立

(次年度の方向性)

県内の家庭部門のCO₂排出量は四半世紀で1.5倍となっており、また、全国に比べて家庭部門の比率が高いことから、これまで以上に地球温暖化（省エネ）対策に取り組んでもらえるような事業を引き続き実施していくとともに、適応の重要性を伝えていく。

(他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課	【○○課】
組み合わせる理由や期待する効果 など	