



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」

平成30年度 市民協働型温暖化対策実行計画推進研究 報告書(概要版)

◇ 事業趣旨 ◇

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」は、東京で暮らす私たちにとって大きな課題である温室効果ガスの削減やみどりの保全について、東京都内の全 62 市区町村が連携・共同して取り組む事業です。平成 19 年 10 月に発表した「みどり東京・温暖化防止プロジェクト共同宣言」に掲げる 3 つの共同行動方針に基づき、活動しています。

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」共同行動方針

CO₂ 削減につながる活動の普及・省エネルギーの促進・温室効果ガスの排出抑制

みどりの保全と地球温暖化防止対策を推進するための連携体制構築

人々が、環境を考え、行動できる場の設定

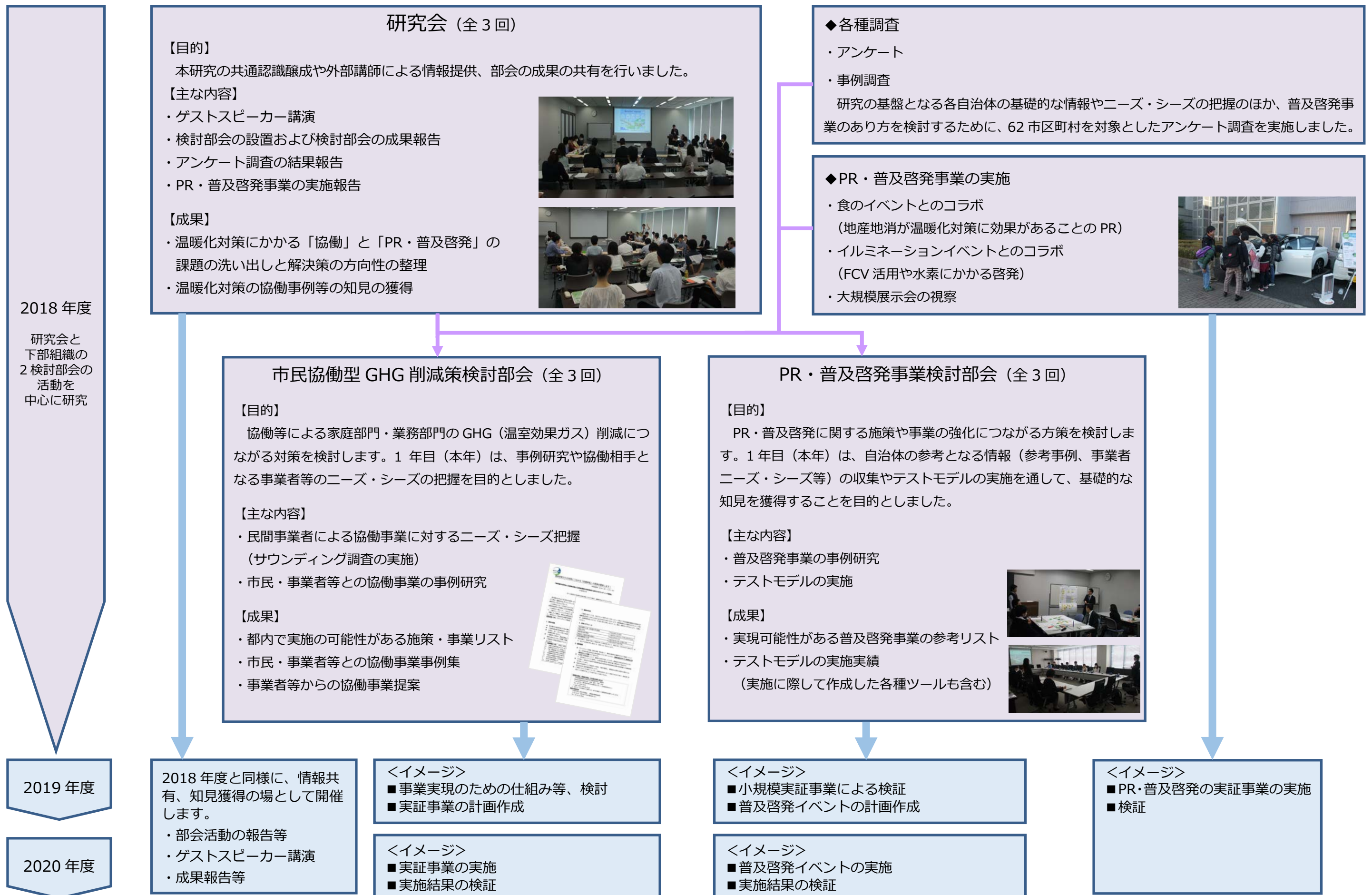


市民協働型温暖化対策実行計画推進研究

東京 62 市区町村の温室効果ガス削減目標の達成に資する市民・市民団体や事業者との連携による実効的な温暖化対策や PR・普及啓発手法等の研究により、各自治体の削減目標の達成への寄与を図ります。

2019(平成 31)年 3 月

研究会の実施概要



■検討部会

◆ 市民協働型GHG削減策検討部会

(1) 市民協働事例調査

都内で実施中の市民や事業者等との協働事業の中から、特に他の自治体の参考となる事例（先進性、水平展開の実現性、工夫がみられる協働先の選定方法等）を抽出しました。

	名称	自治体名/協働相手	概要・特徴
【市民団体と協働】	子どもとためす環境まつり	中央区/環境関連NPO	子ども向けの体験型環境学習の機会として開催しており、環境団体が「主催者」である点が特徴的。
	環境エネルギー・ラボ、エコフェスタがや	世田谷区/環境関連NPO	大学・NPO法人・行政が実行委員会を組織し、小中学生を対象とした環境ワークショップ等を実施。「世田谷区提案型協働事業」を活用している点が特徴的。
	災害時にも役立つ、自然エネルギーを活用したエコなライフスタイルの実践啓発事業業務委託	小平市/環境関連NPO	NPOと協働して、太陽光発電の普及啓発、災害と再エネに関する講座や展示会を開催。市の「いきいき協働提案制度」を活用している点と、他分野（災害）との連携による開催が特徴的。
【事業者と協働】	工場見学とそらエコ教室～飛行機の世界から学ぶ地球温暖化対策～	大田区/航空会社	中高生を対象に航空業界における地球温暖化対策等に関する学習機会を提供。他分野（工場見学）との連携や、パイロットから直接話が聞けるなどの付加価値が特徴的。
	燃料電池自動車を用いた環境学習の実施に関する協定	杉並区/自動車学校	自動車学校に燃料自動車を1台導入し、燃料電池自動車の普及啓発を実施。区と自動車学校の協定に基づく取組である点が特徴的。
	はちおうじまちなか避暑地	八王子市/市内の商業施設（39施設）	夏季に公共施設や民間商業施設等をクールスポットとして開放。他分野（地域経済の活性化）との連携と、訴求力のあるポスターデザインが特徴的。
	昭島市環境配慮事業者ネットワークの取組	昭島市/賛同事業者40事業者	市内の事業者が環境負荷低減に向けた取組の情報交換を実施。事業者の横のつながりを創出している点が特徴的。
	薪利用普及啓発事業	檜原村/林業会社	林業会社と協働して、薪利用普及等の森林に関するイベントを村内で企画・開催。地域密着企業との協働が特徴的。
【市民・事業者と協働】	新宿「みどりのカーテン」プロジェクト	新宿区/事業者・環境関連NPO	みどりのカーテンの普及促進の企画・運営を実施。NPO、区民、事業者によるチームが実施者である点が特徴的。
	江東エコキッズ事業	江東区/事業者・環境関連NPO	NPO、事業者と協働で「江東エコキッズクラブ」を創設し、小・中学生の環境保全活動を支援。区独自のポイント制度（ポイントに応じた認定証や記念品などの配布）が特徴的。
	地域巡回型省エネルギー相談窓口の開設	杉並区/事業者・環境関連NPO	各地域のお祭りやイベントにおいて省エネ相談窓口を開設し、省エネアドバイスや省エネ知識の普及啓発のためのクイズ、展示やワークショップなどを実施。地域を巡回する積極的なアプローチが特徴的。
	太陽光発電機器設置者情報交換会・パネル展の開催	杉並区/事業者・環境関連NPO	太陽光発電機器設置者同士の情報交換や、設置希望者への情報提供のための情報交換会を開催。区の補助制度を活用した区民の声やデータ等を発信している点が特徴的。
	エコライフチェック事業	練馬区/区内小中学校、区内事業者	小中学生とその家族等、事業所の「環境に配慮して生活した日」を設定、行動によるCO ₂ 排出削減量を算出し、環境に配慮した行動を啓発。事業実施による削減効果を定量的に算出している点が特徴的。
【その他】	環境にやさしいお料理教室「フライパンひとつでできる！簡単でエコなパエリア」	大田区/専門学校、協議会	専門学校と協働して、地球温暖化防止、食品ロス対策、ごみ減量を目的に、環境へ配慮した料理のポイント紹介や調理実習を実施。他分野（食育、食品ロスなど）との連携と地域企業の特性を活用した事業である点が特徴的。
	省エネ対策セミナー	大田区/事業者、協議会	区内事業者を対象に、BEMSを活用したビルの省エネ・管理運用の事例を紹介。区内事業者の具体的な取組を発信し、水平展開につなげる試みが特徴的。

(2) 協働のポイント

事例調査の結果から、協働事業を実現・継続させるポイントを下記のとおり整理しました。

- ポイント① 市民団体や事業者等の提案を具体化するための「提案型事業制度」を有する自治体では、制度の周知・浸透に取り組むとともに、提案可能な実力や実績を有する団体・事業者等を育成することが効果的です。
- ポイント② 既存の補助事業を活用することは協働のインセンティブとして、効率的かつ効果的です（例：補助を活用した事業者は取組実績の発表を義務付ける等）。
- ポイント③ 工場見学や料理教室と地球温暖化の環境学習を組み合わせるなどの他分野との協働は、幅広い層の関心を集めることができ、取組の裾野拡大に効果的です。

(3) サウンディング調査

1) 目的

事業者等との協働による地球温暖化対策を検討する上で、そのニーズとシーズを幅広く把握することを目的として、民間提案を求める調査を実施しました。

2) 内容

オール東京 62 のホームページ上で、募集提案の公募を実施しました。より多くの応募を得られるよう、東京商工会議所（ホームページへの掲載）と関東経済産業局（メールマガジンでの紹介）のご協力を頂き、周知に努めました。調査概要は、下記に示すとおりです。

東京都市区町村との協働による地球温暖化対策事業に関するサウンディング調査

－ 実施概要 －

1.調査の概要

- 東京都内の温室効果ガス排出量の削減につながる、自治体との協働事業を募集した。
- 提案者自身が実施主体の一部を担うことを募集要件とした。
- 法人（NPO 法人を含む）又は法人のグループを対象とし、組織規模、実績、業種等是不問とした。
- 提案内容は、アイデアレベルや構想段階など、検討の熟度は不問とした。

<協働事業の一例>

- ・ 地域内の再生可能エネルギーを増やすための協働事業（地域資源を活用した地産地消型事業など）
- ・ 地域単位でエネルギーを効率よく使うための協働事業（エネルギーマネジメント事業など）
- ・ 市民・事業者等に対する地球温暖化対策への取組を促す普及啓発に関する協働事業（自社媒体等を活用した普及啓発事業、各種イベントなど）
- ・ 地球温暖化対策に関する学習や教育に関わる協働事業（自社施設を活用した事業、講師派遣など）
- ・ 地域の地球温暖化の取組を国内外に発信するための協働事業（エコツアーなど）
- ・ 公共施設等を活用した地球温暖化対策に資する協働事業（公共施設を活用した地域への水平展開が見込める実証事業など）
- ・ その他（webアンケートやSNS等を活用した事業など）

2.提案の方法

「ECO ネット東京 62」のホームページ内の「市民協働型温暖化対策実行計画推進研究会」（<http://all62.jp/kyodo/index.html>）において公募。実施要領および様式をダウンロード頂き、必要事項を記入のうえ、メール、郵送、持参のいずれかにより提出。

3.実施スケジュール

実施要領の公表・提案書の受付開始	平成30年12月26日
質問の受付	平成30年12月26日～平成31年1月31日
提案書の提出期限	平成31年1月31日
提案者との意見交換の実施	平成31年2月上旬～中旬
実施結果概要の公表	平成31年2月下旬

3) 結果

サウンディング調査を実施した結果、4 社から提案がありました。頂いた提案は、GHG 削減策検討部会において内容を吟味し、来年度以降の取組方針（案）を整理しました。

今後、提案内容に対する 62 市区町村の意向等を踏まえながら、研究内容の参考とさせて頂くとともに、実現可能性が高いご提案については、具体化に向けた検討等を進める予定です。

提案者名	事業名称
NEC キャピタルソリューション株式会社	エネルギー地産地消及び地域の災害対策に向けた小中学校へのPPA モデル（太陽光無償設置スキーム）
奄美ソーシャルビジネスオフィス合同会社	東京都市区町村と大島紬産業が協働した衣服の在り方の見直しによる温暖化対策事業
東芝エネルギーシステムズ株式会社	二酸化炭素を排出しない究極のクリーンエネルギーシステムH ₂ Oneの導入
パナソニック株式会社 エコソリューションズ社	62 市区町村の共通フォーマット化を目指した P・TEM の基本機能の拡張可能性検討

◆ PR・普及啓発事業検討部会

(1) 第 1 回ワークの結果

PR・普及啓発事業検討部会の参加者を2グループに分けて、ワーク形式でPR・普及啓発に関する疑問、課題／知りたいことについて意見を出しました。ワークで出た意見は6つのキーワードに分けて整理しました。

PR方法（意見22件）	普及啓発の企画（意見16件）	市民の本音（意見12件）
・無関心層へのアプローチ方法、集客方法、効果的なPR方法について、関心が高い。	・普及啓発の企画について、参加者の固定化や大人数を対象としたイベントの実施が課題となっている。	・「市民は環境のことを知りたいのか、イベントに何を求めているのか」など、市民の本音について知りたい。
施策の実施（意見9件）	効果測定（意見7件）	その他全般（意見6件）
・施策の実施は、限られた予算・時間のなか、新たな企画をたてること自体が難しい。	・PR・普及啓発の効果検証が課題となっている。	・事業者との関わり方を知りたい。 ・海外も含めた都外の事例を知りたい。

(2) 第 2 回ワークの結果

事務局よりイベントの企画の立て方について説明後、2グループに分かれ、「東京オリ・パラを契機としたPR・普及啓発」について企画の骨子を立てました。企画の骨子を基に、事務局が企画案を作成しました。



事業 1～ゆるキャラによる打ち水～

1. 目的

オリンピックを契機に東京を訪れる人々に 62 市区町村を知って頂くために、各市区町村のゆるキャラが打ち水を行うことで、62 市区町村の PR を図る。

2. 実施場所

オリンピックスタジアムおよびその周辺、各競技会場

3. 内容

オリンピック開会日に 62 市区町村のゆるキャラが勢揃いし、オリンピックスタジアム周辺あるいはその沿道で打ち水を実施する。

競技会場および選手村・メディアセンターで、各競技の開幕日等に合わせてゆるキャラが分担して打ち水を実施する。

ニーズの 2 W 1 H	■Why・なぜ ・市町村を知ってもらう ・打ち水の文化 ・暑さ対策	■For Whom・だれに ・世界に向けて	■How far・どの程度 ・30 分
	■Who・だれが ・all 東京のゆるキャラ	■コンセプト	■How much・いくらか ・輸送費 ・移動費
	■What&How・何を、どのように (What) ・FCV ・ゆるキャラ打水 ・ゆるキャラを聖火キャラ (How) ・ダンスバトル風打水 ・盆踊り打水 ・PV ・配置は地図と同じ	■Where・どこで ・開会式会場 ・裏会場 ・各会場でも	■When・いつ ・当日の朝

<ワーク結果>

事業名 2～プロモーション・ビデオの作成～

1. 目的

東京オリンピック・パラリンピックを契機とした温暖化対策に取り組む 62 市区町村の姿勢や温暖化対策の意識啓発を都内外並びに海外に向けて発信する。

2. 実施場所

- ・公共交通機関のデジタルサイネージ
- ・ケーブル TV の CM 枠 など

3. 内容

PR したい温暖化対策についてキーワードと関連する SDGs のアイコンを示したクリップボードを用意する。62 市区町村のゆるキャラと環境主管課の職員がペアとなり、ゆるキャラがクリップボードを持ち、職員がクリップボードを読み上げる。1 団体につき 7～8 秒の時間内に動画を編集する。動画は公共交通機関のデジタルサイネージ、ケーブル TV 等で配信する。

ニーズの 2 W 1 H	■Why・なぜ ・自治体の環境政策 PR	■For Whom・だれに ・来場者誰でも ・海外の人も含む	■How far・どの程度 ・各自治体の場が分かるぐらい
	■Who・だれが ・ゆるキャラ ・自治体職員	■コンセプト ・自治体を知ってほしい ・環境対策を知ってほしい	■How much・いくらか
	■What&How・何を、どのように (What) ・ゆるキャラ PV - SDGs (How) ・20 秒 ・各自治体のゆるキャラがそれぞれ紹介	■Where・どこで ・バスのデジタルサイネージ ・山手線 ・ケーブルテレビ民放で PV 流す ・電車	■When・いつ ・大会 1 年前から大会終了まで

<ワーク結果>

■実証事業

今年度の実証事業では、環境関連以外のイベント等とコラボレートすることによる PR・普及啓発の効果を検討するため、2つのテストを行いました。

かつしかフードフェスタでの地産地消の普及啓発 平成 30 年 11 月 17 日（土）、11 月 18 日（日）

概要	葛飾区では、毎年秋に区の「食文化」の情報発信、区内商店街の活性化、新たな観光資源の創出を目的に「かつしかフードフェスタ」を開催しています。本フェスタにおいて、区が設置するブースの一面を間借りし、「食材の地産地消が CO₂ 削減につながることを普及啓発の内容として、PR や普及啓発の手段に関するテストを行いました。普及啓発の手段として、実際の野菜や地産地消に関するパネルを展示しました。また、PR・普及啓発の効果を測るため、聞き取りによるアンケート調査を実施しました。 風船： 地産地消をして削減できる CO₂ の量だけ風船を膨らませた。地産地消での CO₂ の削減効果が視覚的に分かる。ピンクの風船に対し、黄色の風船が地産地消による CO₂ 排出量を示している。 地産地消の説明パネル： 地産地消について説明をしている。サイズは A1 縦。本テストで、外会場での展示では小さいことがわかった。 野菜： 実物の野菜を展示することで、地産地消がイメージしやすくなる。立ち寄るきっかけとして、効果が高いツール。 タイトル&アイキャッチ 図による説明 図と数値による説明
------------------	---

こまえイルミネーションイベントでの FCV の普及啓発 平成 31 年 2 月 16 日（土）

概要	狛江市では、11 月から 2 月に狛江駅前と狛江市役所でイルミネーションを行っています。狛江駅前で行われているイルミネーションの電気を FCV（燃料電池車）から給電することで、FCV の PR を行うとともに、FCV の温暖化対策への効果や非常時の活用方法について普及啓発を行いました。パネルを展示することで、FCV の詳細な情報についての普及啓発も行いました。また、PR・普及啓発の効果を測るため、聞き取りによるアンケート調査を実施しました。 ツリーのイルミネーション： 狛江市で実施していたイルミネーション。 矢印のイルミネーション： FCV からイルミネーションへの電力供給を表す。 FCV： FCV のミライ。イルミネーションなどを給電している。 フードフェスタの結果を元に、A0 横のサイズで作成した。 パネル： FCV について説明している。サイズは A0 横。 ゾーニング用のライト： FCV のゾーニングのためにライトを使用している。
------------------	--

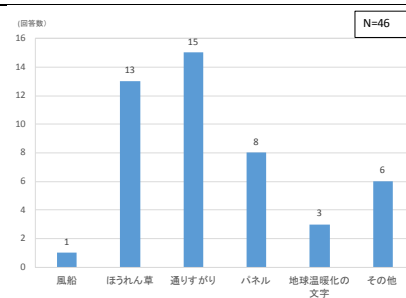
大規模展示会での展示方法の視察 平成 31 年 2 月 26 日（水）

概要	「第 15 回〔国際〕水素・燃料電池展 ～FC EXPO 2019～」を PR・普及啓発事業検討部会のメンバー（希望者のみ）と視察し、PR の方法、展示方法等に関する課題や参考となる事例を把握しました。視察では、参加者同士で情報共有を行い、様々な視点で展示を見ることに留意しました。
------------------	--

◆ 食のイベントとのコラボレーション ～かつしかフードフェスタでの地産地消の普及啓発～

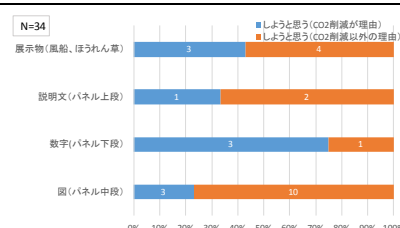
かつしかフードフェスタによる普及啓発テストの結果は下記に示すとおりです。

- ・パネルに立ち寄ったきっかけは、「通りすがり」が最も多くなっています。次いで、「ほうれん草」に興味を持ってパネルに立ち寄った人が多いという結果になりました。
- ・その他の回答では、パネルの絵や言葉などパネルそのものに関心を持って立ち寄ったと回答した人がいました。
- ・通りすがりでパネル展示に立ち寄った人が多くおり、環境問題に普段から興味がある人以外へのPR・普及啓発に効果があることが分かりました。



<展示に立ち寄ったきっかけ>

- ・図や展示物のほうれん草を見て、地産地消を行うと答えた人がおり、普及啓発には啓発内容に関係する絵や実物を置いておくことが効果的であると考えられます。
- ・温暖化防止の知見は、地産地消の直接的な行動変容の要因とはなりません。

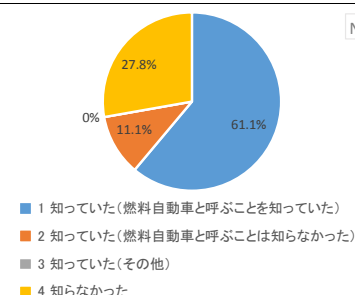


<地産地消をしようと思ったきっかけ>

◆ イルミネーションイベントとのコラボレーション ～こまエイルミネーションイベントでのFCVの普及啓発～

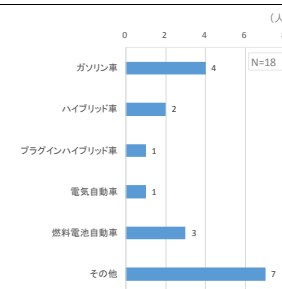
こまエイルミネーションイベントによる普及啓発テストの結果は下記に示すとおりです。

- ・展示に立ち寄った人の約80%は、「ミライ」を見て立ち寄った人で、実物に対する関心から立ち寄っていました。
- ・FCVをすでに知っていた人は、FCVが水素で走ることやCO₂を排出しないことも知っていました。
→FCVの特徴の1つとして地球温暖化対策になるということを知っており、製品への興味をきっかけに、さらに地球温暖化問題などについて普及啓発することが、今後の可能性として考えられます。今後は、FCVをきっかけに立ち寄った人に対して地球温暖化対策に関する普及啓発をどのように行うかを検討する必要があります。



<FCVを知っていたか>

- ・回答者の多くは現在ガソリン車に乗っている人でしたが、乗り換えは次世代自動車を検討している人が約40%いました。
- ・今回の展示を見て、FCVを乗り換える検討対象に入れると答えた人が2人おり、実物を見ることでFCVに関心を持ってもらうことができました。



<次回の車の乗り換えについて>

◆ テストのまとめ

- ・本年度のテストの結果、環境関連以外のイベントでは展示物（フードフェスタでの野菜、イルミネーションでのミライ）に興味を持っている層がやってくることがわかりました。展示物に興味を持っている人たちは、通常的环境関連のイベントにやってくる人とは環境問題に対する態度・関心が異なっている可能性があります。今後は、展示物への興味をきっかけとして、地球温暖化の問題などに関心を持てただけのように普及啓発を行う方法を考える必要があります。
- ・どちらのイベントでも、実物を見ることで、行動してみようと思うと答えた人がおり、実物の展示は行動変容において効果的であることが分かりました。

■ アンケート結果

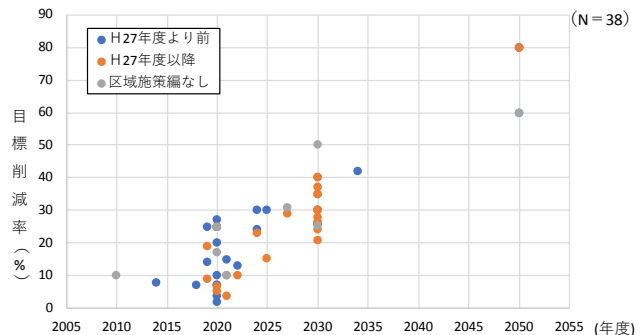
62市区町村を対象に、GHGの削減目標や市民協働事業の実施状況等について、アンケートを実施しました。

アンケートの主な調査結果を以下に示します。

◆ GHG削減目標

(1) 削減目標の年度、目標削減率（単回答）

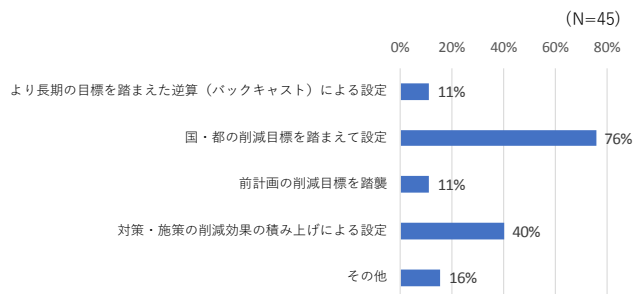
- 削減目標の基準年度は2020年度と2030年度に集中しています。2020年度付近の目標削減率は30%未満でばらついており、2030年度付近では20～50%の目標が掲げられています。
- 目標削減率のばらつきから、各自治体が区域施策編を作成した当時の国や都の削減目標を参考にしていることが伺える一方で、単純な横引き（国や都の目標をそのまま採用）ではなく、各自治体とも何らかの根拠をもって、独自の目標を設定している傾向にあります。



＜目標年度と目標削減率の分布＞

(2) 削減目標の設定方法（複数回答）

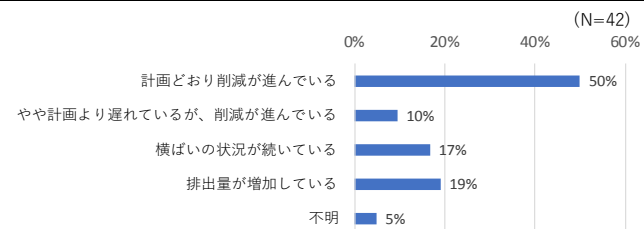
- 削減目標の設定方法は、「国・都の削減目標を踏まえて設定」が76%と最も多く、次が「対策・施策の削減効果の積み上げによる設定」の40%でした。



＜削減目標の設定方法＞

(3) 削減目標の達成に向けた進捗（単回答）

- 目標年度に対しての進捗は、「計画どおり削減が進んでいる」が約50%でした。
- 一方で、「排出量が増加している」が2番目に多く、19%でした。

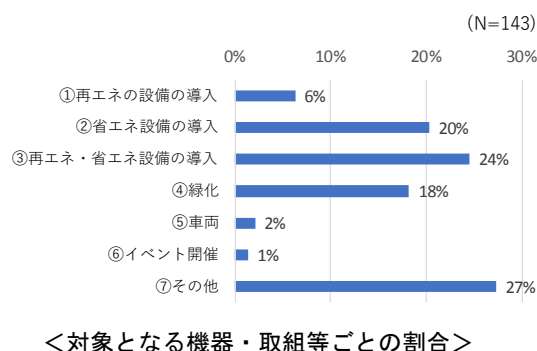
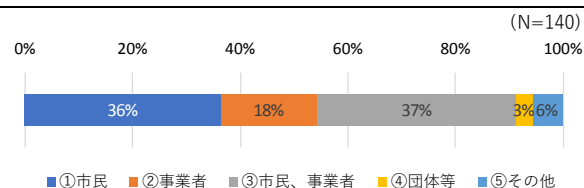


＜削減目標の達成に向けた進捗＞

◆ 市民協働

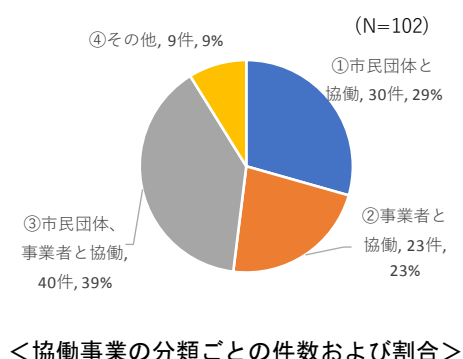
(1) 支援制度等（複数回答）

- ・全体で 140 件のご回答がありました。
- ・対象者の内訳では、「市民、事業者向け」の支援制度が 37%を占めています。
- ・対象となる機器・取組等の内訳では、「再エネ・省エネ設備の導入」や「省エネ設備の導入」など、エネルギー関連の設備への支援制度が過半数となっています。また、「その他」として「雨水浸透ます・貯留槽の設置の助成」や「エコアクション 21 等の事業者への助成」の回答が多くありました。



(2) 市民団体や事業者等と「協働」により実施した地球温暖化対策（複数回答）

- ・55 自治体から計 102 件の協働事業の実績についてご回答がありました。
- ・協働の相手先としては、「市民団体、事業者と協働」が 39%、次いで「市民団体と協働」が 29%となりました。



【主な回答】

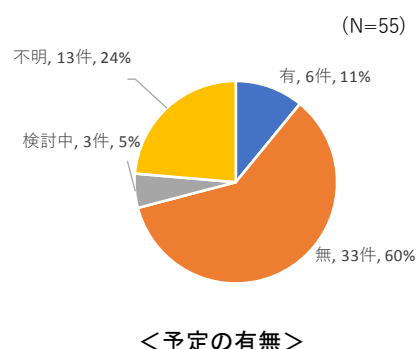
- 環境イベント（お祭り）への参加
- 打ち水やライトダウンキャンペーンへの参加
- 子供向けの環境学習講座やワークショップ等の開催
- 子供向けの見学会（工場など）
- 事業者向けの講習会の開催（エコドライブ、省エネなど）
- クールスポットの提供
- 食べ切り運動への参加
- 講師派遣（省エネなど）
- エコクッキング講座の開催
- 事業者による活動報告会や意見交換会の開催
- 各種行政計画の策定委員会等への参加
- 市民・事業者等による取組宣言事業
- スポーツゴミ拾い

(3) 東京オリンピック・パラリンピックに向けた地球温暖化対策に関連した取組（単回答）

- ・具体的な取組が有ると回答した自治体は 11%にとどまっています。

【主な回答】

- ミストを活用したクールスポット
- 打ち水の実施・普及啓発
- 区道の遮熱性舗装
- スポーツ施設や観光施設等に太陽光で発電し、蓄電した電気を使う LED 照明によるイルミネーションの設置



■平成 30 年度研究会

日程	実施項目	概要
8 月	アンケート調査	●温暖化対策に関する 62 市区町村の現状と課題把握
9 月	第 1 回 研究会	●本年度の研究会の進め方 ●ゲストスピーカーによる講演 【テーマ】自治体による地球温暖化対策について、 今、期待されること ●アンケート調査の結果報告 ●検討部会の設置の決定
11 月	第 1 回 市民協働型 GHG 削減策検討部会	●参加自治体の現状（ニーズ・シーズ）と課題 ●事例研究①（アンケート結果に基づく都内事例） ●サウンディング型市場調査の実施方法
	第 1 回 PR・普及啓発事業検討部会	●参加自治体の現状（ニーズ・シーズ）と課題 ●テスト事業について
	テスト事業 1	●食のイベントとのコラボレートによる PR・啓発効果検証
12 月	第 2 回 研究会	●ゲストスピーカーによる講演 【テーマ】市民参画による地球温暖化対策の 現状と課題 ～先進事例から学ぶ～ ●検討部会の中間報告 ●PR・普及啓発事業の実施報告
1 月	第 2 回 PR・普及啓発事業検討部会	●テスト事業の進捗報告 ●事例研究（SNS の活用事例、新たな啓発手法（ナッジ）） ●普及啓発等の企画の立て方と実習（企画の骨子の作成）
2 月	第 2 回 市民協働型 GHG 削減策検討部会	●自治体と市民・事業者等との協働に関する課題とポイント ●サウンディング型市場調査の経過報告
	テスト事業 2	●イルミネーションとのコラボレートによる PR・啓発効果検証
	ミニ見学会	●大規模展示会での展示方法の視察
3 月	第 3 回 市民協働型 GHG 削減策検討部会	●サウンディング型市場調査の結果報告 ●検討課題と次年度以降の検討方向性の整理
	第 3 回 研究会	●ゲストスピーカーによる講演 【テーマ①】東京 2020 オリンピック・パラリンピックを 契機とした地球温暖化対策の可能性 【テーマ②】SDGs で自分を変える、未来が変わる ●本年度検討部会の成果報告 ●次年度の研究会の進め方
	第 3 回 PR・普及啓発事業検討部会	●PR・普及啓発にかかる展示視察見学 ●展示や拠点施設に関する意見交換

■平成 30 年度参加自治体

中央区、目黒区、中野区、板橋区、足立区、葛飾区、八王子市、武蔵野市、三鷹市、町田市、小平市、狛江市、多摩市、稲城市、あきる野市（計 15自治体）

市民協働型温暖化対策実行計画推進研究 報告書（概要版）
 オール東京 6 2 市区町村共同事業「みどり東京・温暖化防止プロジェクト」
 主催 特別区長会・東京都市長会・東京都町村会
 企画運営 （公財）特別区協議会
 （公財）東京市町村自治調査会
 発行 2019（平成 31）年 3 月
 本書は、株式会社建設技術研究所に委託し、オール東京 6 2 市区町村共同事業として作成しました。