

12 次代につなげる持続可能な社会づくり推進プロジェクト

概要

地域において、エネルギーの地産地消や省エネ性能に優れた住宅の普及といった暮らしに密着した脱炭素化、人や社会・環境に配慮したエシカル消費等の取組、循環型社会の形成の推進など、人と自然が共生する環境にやさしい地域づくりを進め、次代につなげる持続可能な社会を実現する

重点策

- 42 脱炭素社会の実現に向けた地域づくりの推進
- 43 人と自然が共生する環境にやさしい地域づくりの推進

(1) 成果指標の状況・県民実感度調査の結果

成果指標	進捗状況	指標数	主な指標			
	★★★★★ (目標を達成)					
★★★★ (計画を上回る)		2	再生可能エネルギーの発電出力、犬猫の引取り数			
★★★ (ほぼ計画どおり)						
★★ (計画を下回る)		1	山口県認定リサイクル製品数 (累計)			
★ (計画から大幅に遅れ)						
— (数値が未公表)						
県民実感度調査 (%)	調査項目			そう思う	どちらともいえない	そう思わない
	太陽光発電の導入や省エネ性能に優れた住宅の普及など、暮らしに密着した地域脱炭素化の取組が進んでいる			32.1	44.4	23.5
	エシカル消費の推進や廃棄物の3R (リデュース、リユース、リサイクル) の推進などにより、人と自然が共生する環境にやさしい地域づくりが進んでいる			39.5	39.5	21.0

(2) 主な取組と成果

主な取組と成果

- 省エネや節電等を実践する事業所の募集や、県独自のスマホアプリを活用した脱炭素型ライフスタイルへの変容促進など、「ぶちエコやまぐち」合言葉としたCO₂削減県民運動を展開。
ぶちエコやまぐち宣言数：6,632件 (R3年度) → 8,142件 (R4年度)
- 分散型エネルギー活用の実証や再生可能エネルギー電力の利用に積極的な事業所の認定制度の運用、森林バイオマスの利用促進、水力発電を活用した「やまぐち維新でんき」の供給などによりエネルギーの地産地消を推進するとともに、ZEHの導入支援などにより**再生可能エネルギーの発電出力230万kW** (R4年度速報値) を**導入** (目標：246万kW (R8年度))
- 産学公連携による産業廃棄物3R (リデュース、リユース、リサイクル) の事業化検討など、廃棄物の3R等の技術開発から普及拡大まで切れ目ない支援等を行い、**山口県認定リサイクル製品数509件を認定** (目標：582件 (R8年度累計))
- 消費者が適切に商品・サービスを選択し、環境などに配慮した消費行動につなげることを啓発する事業者である**やまぐちエシカル推進パートナーに147事業所が登録** (登録制度創設：R3年度、目標：230事業所 (R8年度))
- 終生飼養等の動物の適正飼養の普及啓発や動物愛護管理法に基づく所有者不明猫の引取り要件の厳格化等により、**犬猫の引取り数を254匹減少** (目標：減少させる)

(3) 課題と今後の展開方向

課題と今後の展開方向

- 脱炭素社会の実現に向けて、引き続き、SNSを活用した情報発信の強化やスマホアプリ等のデジタル技術を活用した実践行動の定着など、県民総参加による地域脱炭素化の取組を推進する必要がある。
- 家庭・事業所の省エネ化及び地域の特性を活かした再生可能エネルギーの導入や、県有施設への計画的な太陽光発電の導入や電気自動車と組み合わせたゼロカーボン・ドライブの普及啓発拠点としての整備など、エネルギーの地産地消の取組を推進する必要がある。
- 産業廃棄物の総排出量は減少傾向にあるが近年は横ばいであり、事業者による廃棄物の3Rや低炭素化など、循環型社会に向けた取組を推進する必要がある。
- エシカル消費の認知度は向上しているが、引き続き「やまぐちエシカル推進パートナー」等の事業者と連携した普及啓発や、エシカル消費をはじめとする消費に係るSDGsの取組を推進する必要がある。
- 引取り数の更なる減少に向けて、犬猫へのマイクロチップ装着など、所有者明示措置等による終生・適正飼養の更なる普及啓発や、活動支援者の養成等による地域猫活動の促進を図る必要がある。

(参考) 令和5年度の主な新規・拡充取組

新 省・創・蓄エネの導入促進事業

住宅における太陽光発電設備や蓄電池の共同購入を支援するとともに、中小企業等を対象とした自家消費型太陽光発電設備等の設置に対する導入補助を実施。

新 ゼロカーボン・ドライブ普及啓発拠点整備事業

県有施設を、太陽光発電等の再生可能エネルギーと電気自動車を組み合わせて活用するゼロカーボン・ドライブの普及啓発拠点として整備するとともに、AI・IoTも活用した分散型エネルギーシステムを構築。

新 やまぐち消費SDGs県民連携推進事業

啓発キャンペーンや体験型イベント等を通じ、消費者に対して、SDGsに沿ったライフスタイルの見直しを促す「消費のSDGs」の普及啓発を推進。